

沖縄のお土産店に関する意識調査

アンケートの実施概要 ・実施日：2013年10月30日

・調査場所：沖縄県那覇市国際通り

・調査方法：観光客を対象に対面調査

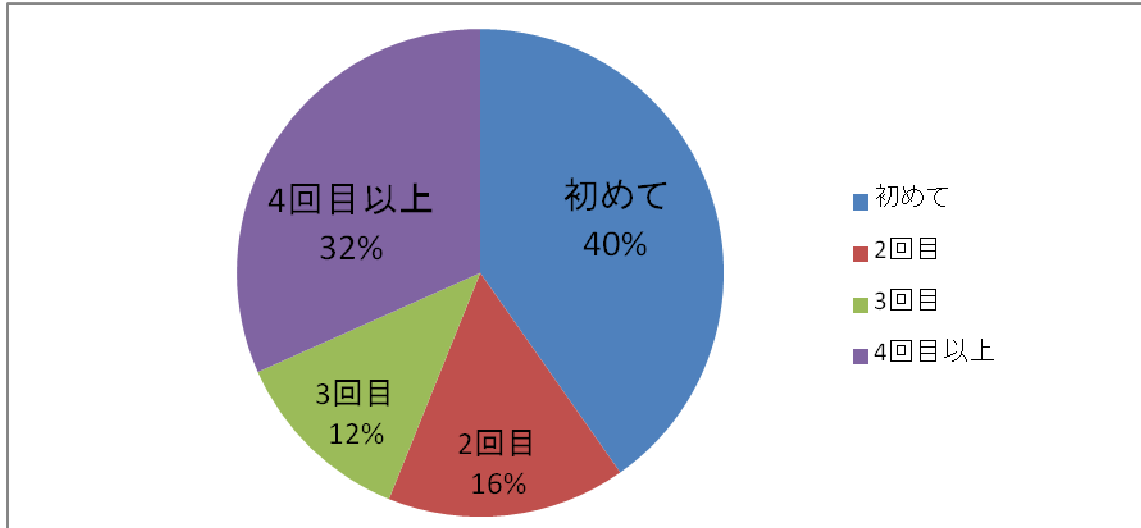
《沖縄は北海道と同様に観光産業による地域経済の活性化を推進している。そこで観光客が実際にどのような消費行動を取るかを、土産物を中心として行った。今回 221 名の方にアンケート調査の協力をいただいた。》

【アンケート票】

- 問1. あなたの性別は？ 問2. あなたの年齢は？ 問3. どちらにお住まいですか？
- 問4. 沖縄を訪れたのは何回目ですか？ ①はじめて ②_____回目
- 問5. 今回の旅行で、お土産代はいくら使う予定ですか？
①3,000円未満 ②3,000円以上～5,000円未満 ③5,000円以上～10,000円未満
④10,000円以上
- 問6. 店員さんにすすめられて、思わず買ってしまうことはありますか？
①非常によくある ②よくある ③どちらとも言えない ④あまりない ⑤全くない
⑥わからない
- 問7. 沖縄のお土産店での接客に対してどのように感じましたか？
①非常に良い ②良い ③どちらとも言えない ④悪い ⑤非常に悪い ⑥わからない
- ※①「非常に良い」と⑤「非常に悪い」と答えた方の理由は何ですか？
- 問8. 食品を買う場合、試食・試飲をすることで購入を決めることがありますか？
①非常によくある ②よくある ③どちらとも言えない ④あまりない ⑤全くない
⑥わからない
- 問9. 店頭の広告やパッケージを見ておもわず商品を買うことがありますか？
①非常によくある ②よくある ③どちらとも言えない ④あまりない ⑤全くない
⑥わからない
- 問10. お土産として食品を購入する際、考慮することはなんですか？
<優先するもの3つ以内>
①その地域の特産品・名物である ②数量・大きさ・重さ ③生産地や原産地
④味・品質の良さ ⑤価格 ⑥原材料名 ⑦賞味期限・消費期限
⑧パッケージのデザイン ⑨知名度・話題性 ⑩販売店でのおすすめ商品 ⑪送料無料
⑫特にない ⑬その他(_____) ⑭わからない

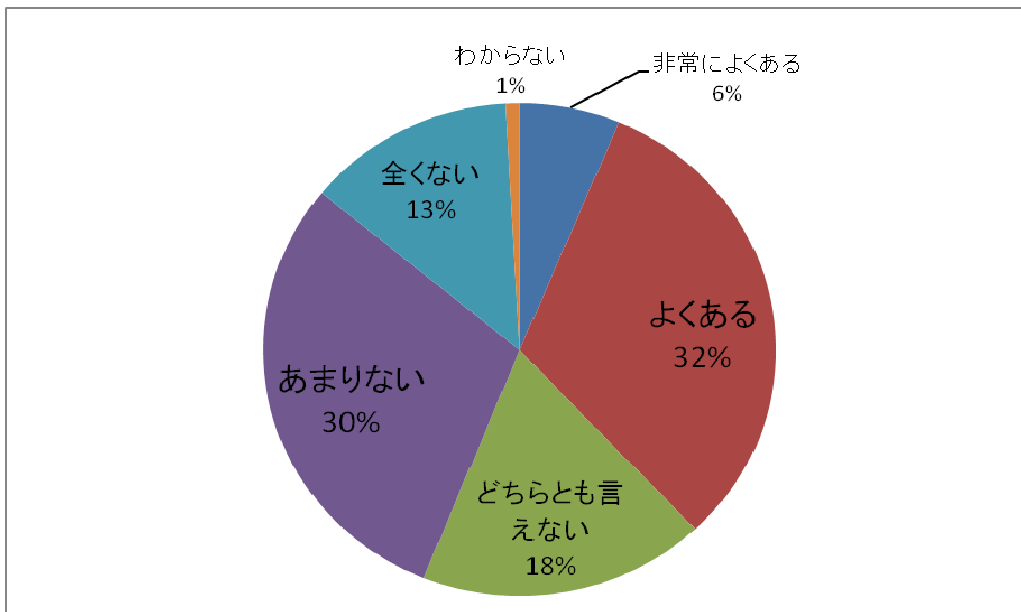
【アンケート集計結果の概要】

【問4】沖縄を訪れたのは何回目ですか？



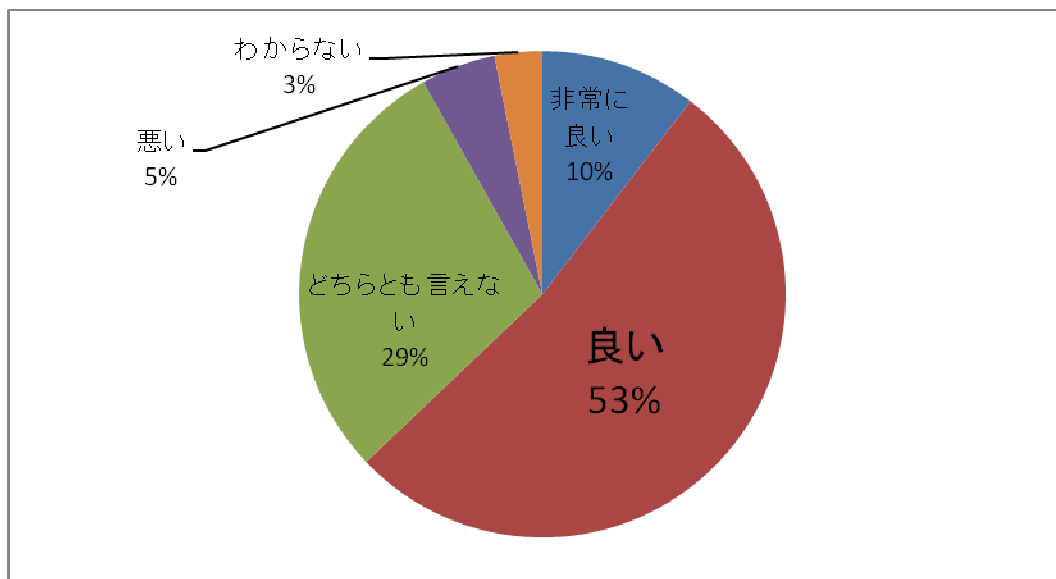
回数別では、「初めて」の 89 名の 40%が最も多く、「2 回目」は 35 名で 16%であった。「3 回目」は、27 名(12%)と少ない割合であるのに対し、「4 回目以上」は 70 名(32%)という結果になり、「初めて」に次いで多かった。年代別に 2 回目以上(60%)のリピーターが占める割合が高いのは、20 代の 17.2%であった。

【問6】店員さんにすすめられて、思わず買ってしまうことはありますか？



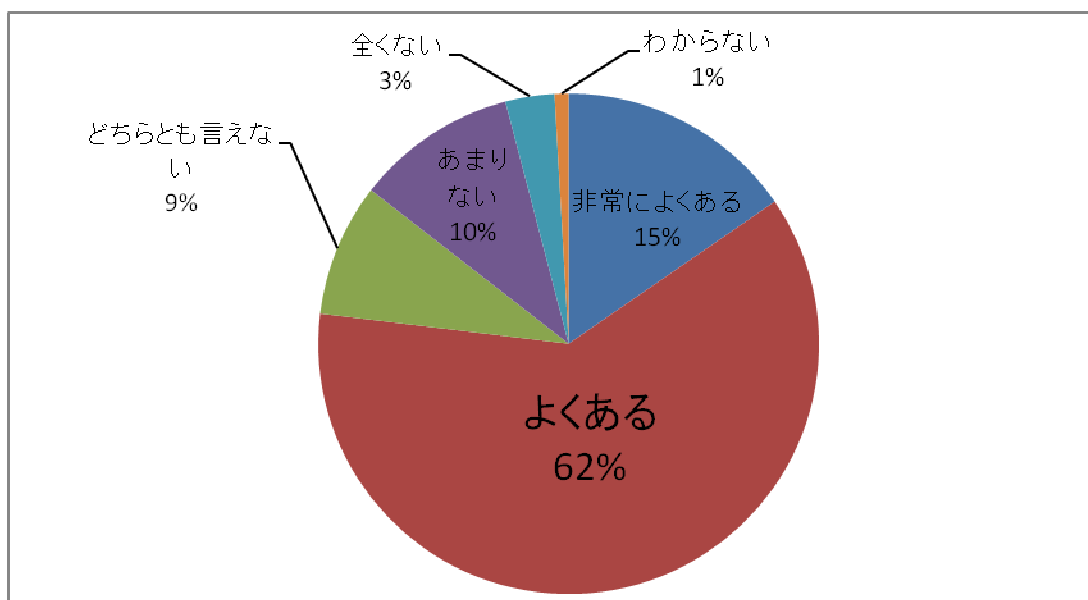
店員さんにすすめられて買うことが「よくある」人が 70 名(32%)で最も多く、「非常によくある」が 14 名(6%)であった。これを合わせると、38%の人が肯定的に答えた。それに対して、「あまりない」と答えた人が 66 名(30%)と「よくある」とあまり変わらない結果となり、「全くない」は 13%であった。これを合わせると、否定的に答えた人が 43%であり、肯定的の 38%を上回った。

【問7】沖縄のお土産店での接客に対してどのように感じましたか？



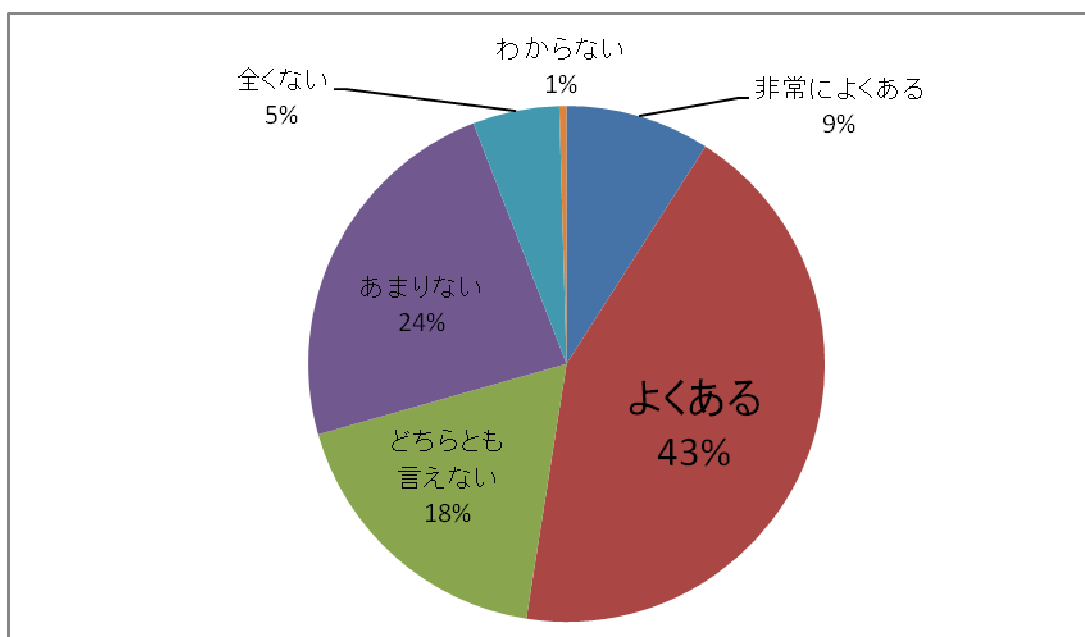
沖縄のお土産店での接客に対して、「良い」と答えた人が 116 名(53%)で一番多く、半数以上を占めた。「非常に良い」が 23 名(10%)で、接客に対して肯定的な回答が多かった。

【問8】食品を買う場合、試食・試飲をすることで購入を決めることがありますか？



食品を買う場合、試食・試飲で購入を決めることが「よくある」と答えた人が 136 名で全体の 62%を占める結果となった。次いで多かった「非常によくある」は 34 名(15%)で、これを合わせると 77%の人が肯定的に答えた。それに対して、否定的な答えは「あまりない」が 10%、「全くない」が 3%でしかなかった。食品を買う場合、試飲・試食が購入する決め手に大きく関わっていることが分かった。

【問9】店頭の商品やパッケージを見ておもしろい商品を買うことがありますか？



店頭の商品(POP など)やパッケージを見て買うことが「よくある」と答えた人が一番多く、96 名で 43%であった。次いで多いのが「あまりない」で 52 名(24%)、その次は「どちらとも言えない」で 40 名(18%)であった。「非常によくある」が 20 名で 9%であり、「よくある」と合わせると、52%の人が肯定的に答えた。この結果から、商品の見た目や説明が、客の購入意欲を高めていると言える。

《アンケート調査のまとめ》

観光産業が盛んな沖縄県ということで、国際通りはほとんどが観光客であった。来訪者統計によると、221 名中、初めて観光に来た方が 89 名に対して 4 回目以上の方が 70 名となり、数値があまり変わらなかった。この結果から、沖縄県へのリピーター数が多いことがわかる。

観光店としての接客の印象は肯定的なものが多く、明るい、フレンドリーなどといった地域の温かみを感じた方がリピーターとなっていることが考えられる。しかし一方では、しつこいと感じるお客様も一部いることがわかった。

実際に足を運んでみて感じたことは、観光地であることもありどの店舗にも試食試飲が設けられていて、このサービスが観光客への安心・信頼へとつながり、購入意欲を高めているということであった。



学生に向けて「ふるさと納税」における広報活動の提案研究

1. 「ふるさと納税」とは

「ふるさと寄附金」（いわゆる「ふるさと納税」）制度は、生まれ故郷や応援したい地方公共団体に寄附をすると、寄附金額に応じ、住民税と所得税について優遇が受けられる制度です。これから道外に就職していく学生に1人でも多くふるさと納税を知ってもらうために学生の視点から行った提案を考えます。

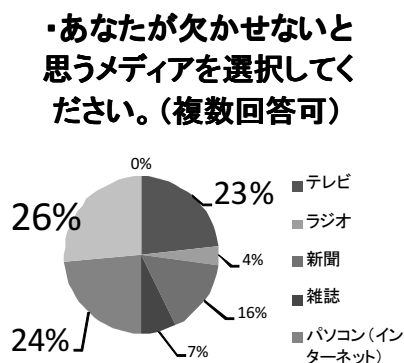
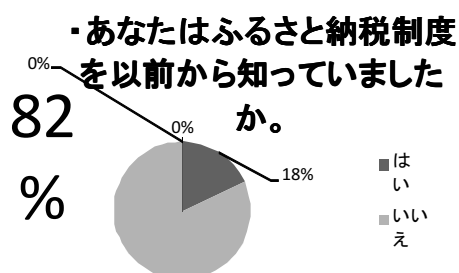
2. 北海道の広報活動の現状

これらホームページで得られる情報はまずアクセスすることが条件である。そうするには、営業活動が必要である。その営業活動も、寄附を募っているものであるがゆえに資金の投入が難しく、大きなPR事業の展開へは踏み込めないようだ。その限られた営業活動として、北海道ではPRチラシの配布、周知依頼を行っている。内容としては、2013北海道マラソン「EXPO 北海道」（札幌市内）でのPRにて2000部のPRチラシの配布、平成24年寄附者に平成24年度実績報告書送付時にPRチラシを同封、などである。

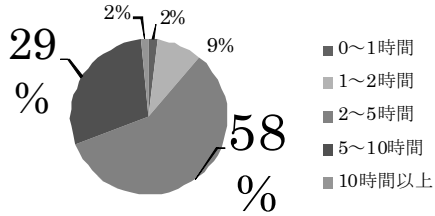
これらPR活動にて、北海道のふるさと納税寄附金額は右肩のぼりで成果が出ている。図2が、近年の北海道ふるさと納税の寄附金額と寄附件数のグラフである。

このように北海道では、PR活動を行い、寄附金を集めることに成功していると言える。しかし、他の都府県の活動を見ると、北海道においてもまだまだ活動の幅は多くあると言える。

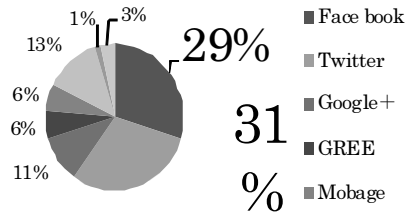
3. アンケート内容



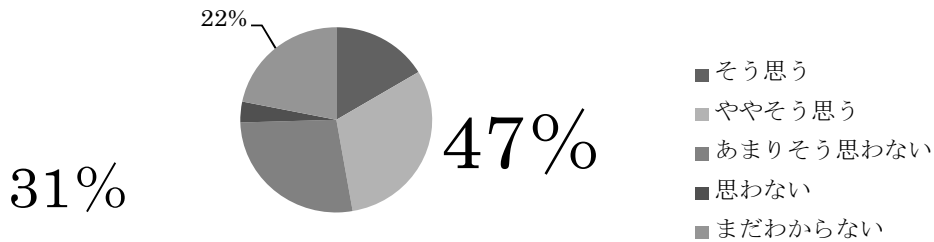
・あなたの1日のスマートフォンまたはパソコンの利用時間を1つ選択してください。



・あなたがユーザー登録しているSNSを選択してください。(複数回答可)



・ギフトカタログを見て、北海道にふるさと納税で寄付したいか



4. 提案内容

学生に向けての広報活動の提案

・Twitterでの広報活動

北海道公式アカウントでふるさと納税制度に関するツイートを増やし、もっと多くの若年層ユーザーにふるさと納税制度を知ってもらうチャンスになる。



・ Facebook での広報活動

北海道公式ページでは、ふるさと納税制度に関する記事を投稿し、多くの Facebook ユーザーにふるさと納税制度を広める。



・ 学生に向けての LINE による広報活動の提案

地方自治体などの公共サービス専用のアカウントパブリックアカウントを利用した広報活動ができれば、より学生などの若者の向けに対してふるさと納税のことを知っていただける。

申込アカウントを選んでください

LINEには複数のアカウントタイプがあります。該当するアカウントからお申込ください。

ローカルアカウント	メディアアカウント	パブリックアカウント
飲食・小売、アパレル、美容、ホテル、不動産などの実店舗を運営している法人用アカウントです。	雑誌・月刊誌・季刊誌などのメディア専用アカウントです。	地方自治体などの公共サービス専用アカウントです。
初期費用 5,250円(税込) キャンペーン料につき無料	初期費用 5,250円(税込) キャンペーン料につき無料	初期費用 無料
月額費用 5,250円(税込) 最大3ヶ月無料	月額費用 5,250円(税込) 最大3ヶ月無料	月額費用 無料
友達数上限 10,000人	友達数上限 10,000人	友達数上限 無制限
お申込 >	お申込 >	お申込 >

ふるさと納税 HP の更新の提案

・ 動画を活用した HP の提案

北海道の HP では文章と少しの写真のみで構成されていて、今の若い世代はこの文章を読もうとは思わない。北海道十勝郡のふるさと納税では写真や絵をたくさん使って見やすくしたり、You tube での広報活動によって、今の若い世代の人たちがよく使う動画サイトでの広報活動が行われている。北海道の HP でもこういった今の若者が使う動画サイト (You tube、ニコニコ動画など) を使ってアピールすることによって、道内の学生だけでなく、道外に行った学生や、これから道外に行く学生達にも知ってもらえる。

・ スマートフォン対応 HP の作成の提案

ネット社会の今私たちに手放せないツールは携帯です。しかし今、携帯の中でもガラパ

ゴス携帯からスマートフォンへシフトしつつあります。そのスマートフォンでインターネットに接続し HP を見るとスマートフォン対応の HP と非対応の HP があります。まだ対応している HP は少ないが、今後確実にスマートフォンの所有率は上がると予測できるため私たちは、ふるさと納税の HP をスマートフォン対応に更新することを提案します。

その他の提案

・ 学生に向けてのリーフレット作成の提案

学生にとって難しい用語（確定申告など）は社会人になり税金を払うようになるまで深く考えることがない用語が多いです。そのため今回納税に関する用語をイラストによる説明で1人でも多くの学生に目を通してもらいふるさと納税を知ってもらうために学生用リーフレットを作成する。

・ 鳥取県の事例からの提案

米子市では地域産品 PR 事業として、地元特産品等の全国に向けた PR の実施として、寄附金の約 3 分の 1 を使用していることが関係していると考えられる。地元特産品の PR 事業に寄附金を活用することで、今後の寄附数が増えるのであれば、活用していくことも 1 つの手段を北海道に置き換えて提案をした。

ボランティア活動を通じたえべつ北海鳴子まつりの実践研究

1. ボランティア活動の目的

私たちは、江別市を活性化させるためには地域活動に貢献することが重要ではないかと考え、えべつ北海鳴子まつりにボランティアとして参加しました。実際の祭り運営の実態を知るために、運営本部に連絡を取り事前会議・準備の段階から、祭りの運営に携わらせて頂きました。そこで、実行委員会の方々のために何かできないかと考え、祭りに対する不満・改善点・知名度・満足度を把握するために、実際に祭りに参加しているよさこいチームの方々にアンケート調査を実施しました。このアンケート結果と、私たち学生が実際にボランティアとして参加した視点から、実行可能で喜んでもらえる提案が出来るようにボランティアを通して考えました。



2. えべつ北海鳴子まつり概要

(1) 開催日程・会場

平成 25 年度 第 19 回 えべつ北海鳴子まつり ～E・BE・NA・RU～

主催：えべつ北海鳴子まつり実行委員会

協力：YOSAKOI ソーラン祭り江別地区実行委員会

江別市民まつり野幌地区実行委員会

7月27日(土) 前夜祭 28日(日) 本祭り・後夜祭

江別市野幌町8丁目通り「進行型」、かわなか公園(国道12沿線・野幌公民館横)「停止型」

(2) 参加チーム

合計 45 チームが参加、参加人数：1,246 人

延チーム数：90 チーム、延参加人数：2,493 人

内訳		前夜祭	本祭り	後夜祭
	チーム数		2 2	4 3
人数		6 1 0	1, 1 5 6	7 2 7

参加チームの人数と地域

- 江別市 18 (471 人) ■札幌市 14 (380 人) ■石狩市 2 (15 人)
- 恵庭市 2 (50 人) ■北広島市 1 (30 人) ■当別町 1 (30 人)
- 栗山町 1 (15 人) ■旭川市 2 (55 人) ■帯広市 1 (40 人)
- 釧路市 1 (35 人) ■枝幸町 1 (40 人) ■三石町 1 (30 人)

計 12 市町村 計 1,246 人

3. ボランティア活動内容

7月8日・15日・20日 事前会議

7月26日(金)：会場設営(テント設営)

7月27日(土)：会場設営(テント設営、かわなか公園会場の観客席の設置)かわなか公園会場の音響MDの受け渡し、かわなか公園会場の踊り子誘導、よさこいチームの駐車場の設置(ライン引き)、8丁目会場の照明の設置、8丁目会場の音響MD受け渡し、8丁目会場の踊り子誘導、審査委員の傘差し、踊り子の給水補助、各会場のゴミ箱の片付け、

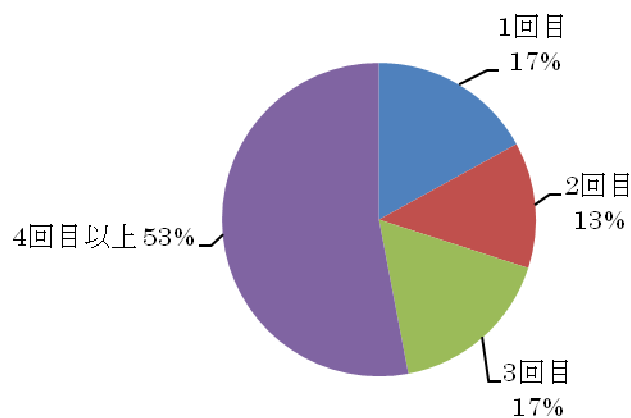
7月28日(日)：会場撤収(テントの撤収作業、観客席の撤収)かわなか公園会場の音響MDの受け渡し、かわなか公園会場の踊り子誘導、8丁目会場の照明の設置、8丁目会場の音響MD受け渡し、8丁目会場の踊り子誘導、審査委員の傘差し、踊り子の給水補助、各会場のゴミ箱の片付け、

4. アンケート結果

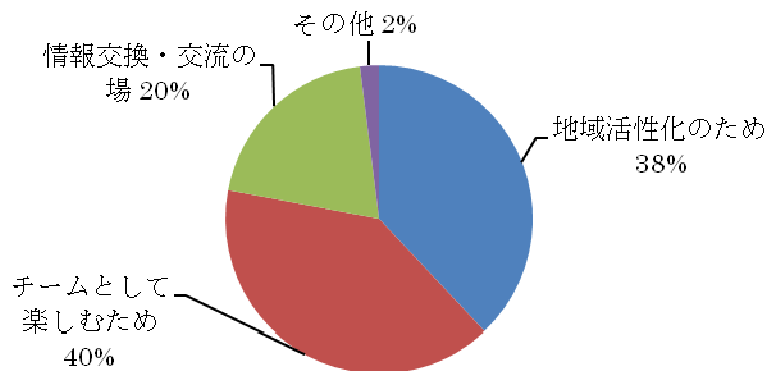
参加チームは「地域活性化のため参加」

- 祭りに参加したチームの6割以上が4回以上のリピーター
初めて参加したチームは5チーム、もっと初参加チームが欲しいところ？
- 鳴子まつりを知ったきっかけ→8割以上が口コミや直接の誘い
ポスター、新聞、インターネットがきっかけになったのが各2チームずつの2割弱
→ネット社会の今日、宣伝方法に改善すれば、もっと人が集まるのでは

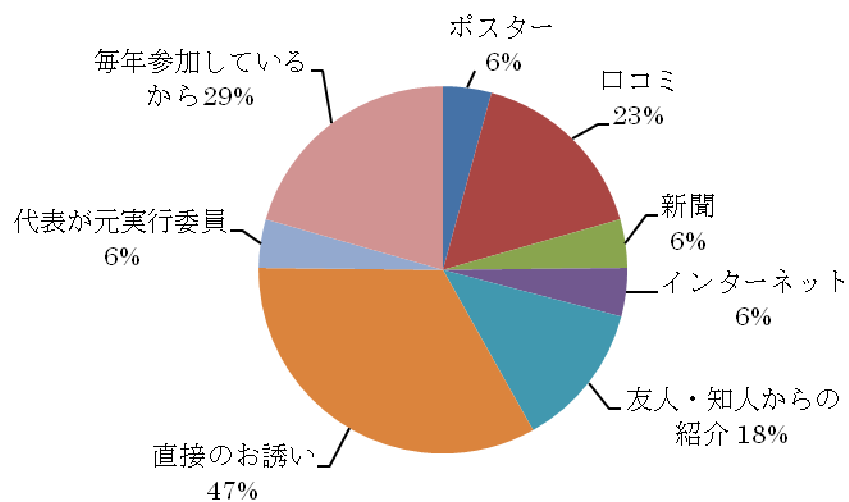
この祭りに参加したのは何回目ですか？



参加理由



祭りを知ったきっかけ



5. 祭りの主催者に対するプレゼンテーション

提案1 ボランティア参加証明書を発行

「ボランティア証明書を発行する意味とは？」

・ボランティアに参加したということを形として残すことができ、証明書を発行してもらえば、学生が就職活動をする際に大きな武器となる。

・証明書がもらえるボランティアとして、参加した学生が後輩に受け継いで行ってもらうことで、継続的にボランティアとして参加できる。



**学生がボランティアに参加することによって
学生のため、そして地域活性化のためになる。**

提案2 江別市内4大学にボランティア募集のポスターを掲示する

・私たちは実際にボランティアに参加してみて、学生が多く参加すれば作業効率が良くなり、活気も出るのではないかと感じました。そこで、札幌学院大学・北翔大学・酪農学園大学・北海道情報大学にボランティア募集のポスターを掲示させて頂くことになりました。

4大学にボランティア募集をするメリット

- ①ボランティアを通して、えべつ北海鳴子祭りをより多くの学生に知ってもらえる
- ②地域活動に参加することの楽しさや、大切さを感じることができる
- ③他大学の学生と協力して取り組むことで、学生同士の交流の場にもなる
- ④色々な考えを持った社会人の方々と話すことで、自分の価値観が変わるかもしれない

提案3 音響・雨天時のトラブル対策


- ・音響：①3つある各会場に音源を用意しておく
②曲の流れるタイミングを書面にしておく
- ・雨天時：雨天時でもお祭りを円滑に運営できるように、
通常時と雨天時2つのマニュアルを作成する

2013 フィールド実践・碓井グループ(4)ポスター展担当班

東北ポスター展の企画と開催

1. ポスター展の目的

ポスター展を通じて、北海道の若者が東北を訪れる機会を増やし、観光と食から東北を満喫するとともに、訪れるからこそわかる長期的な復興支援の必要性を体感してもらう機会を増やそうという思いを持ち実施した。その企画のコピーを、「おいしい・楽しい・知りたい東北!!」とした。

<p>【ポスター展を広報するために作成したポスター】</p> 	<p>【ポスター展の企画趣意書】</p> <p>2013年7月1日</p> <p>札幌学院大学</p> <p>東北ポスター展「おいしい!楽しい!知りたい東北!!」の企画趣意書</p> <p>札幌学院大学 経営学部経営学科 確井ゼミナール (3年生)</p> <p>札幌学院大学経営学部の確井ゼミナールでは、24年間にわたりマーケティング論の視点から地域活性化について研究を積み重ねてきました。4月からの3年生のゼミナールでは、東北の復興の一助となることを目指し、「おいしい!楽しい!知りたい東北!!」をテーマに、観光と食を軸としたポスター展の企画を検討してまいりました。</p> <p>その企画でのわたしたちの目標は、北海道の若者が東北を訪れる機会を増やし、観光と食から東北を満喫するとともに、訪れるからこそわかる長期的な復興支援の必要性を体感してもらう機会を増やそうというものです。</p> <p>《ポスター展の実施計画》</p> <ul style="list-style-type: none">①開催時期:夏休み前の7月下旬の1週間②実施場所:大学内のSGUホール(右写真の中央建物1階)③展示見学の対象:札幌学院大学の学生と教職員(約4,000名)および近隣の住民の方(確井ゼミで過去に沖縄のポスター展を開催したところ多くの方が見学に来られました) <p>今回のポスター展は、東北といっても、大震災で甚大な被害を受けた、特に岩手県と宮城県を中心したいと考えております。是非このポスター展のために、観光ないしは食に関するポスターをご提供いただければ幸いです。</p> <p>今後とも、上記趣旨を実現するため、全力で取り組む所存でございます。何卒、ご高配賜りますよう宜しくお願い申し上げます。</p>
---	---

2. ポスター展開催までの取り組み

- ・5月中旬…ポスター展のアイデアと方向性について検討
 - ・6月前半…インターネットによって実存するポスターの存在やポスターを作成・活用している組織・機関を探索
 - ・6月後半…企画書を作成し、県庁・市役所・コンベンションセンター・観光協会・食品会社に電話とメールで協力を要請
 - ・7月8日～10日…高木と高田がゼミの先生と共に、岩手県・宮城県を訪問しポスターと資料を受取り、被災地(松島、石巻市、女川町)を訪問
- 【訪問先】 ■岩手県 ■盛岡市役所観光課 / 岩手県庁観光課 / 岩手県観光協会 / 盛岡観光協会コンベンション協会 / 花巻観光協会
- 宮城県 ■宮城県庁観光課 / 仙台市役所観光交流課観光企画係 / 佐市 / 利久
- ・7月中旬…いただいたポスターの1枚1枚に付ける解説文と被災地の状況を伝えるための展示

物を作成。

【各ポスター横に掲示した解説文】



【宮城県の被災地での撮影を拡大して掲示】



3. ポスター展の実施

期間: 2013年7月23日(火)~26日(金)

・1日目の昼休みを利用して、いただいたパンフレットとノベルティーを配布。



4. ポスター展の報道

初日に北海道新聞江別支局の記者の方が取材に来られ、翌日に記事として掲載。

北海道新聞

2013年(平成25年)7月24日(水曜日)

江別

【江別】東北ポスター展「おいしいー東北ー」を知りたいー東北ーが23日、札幌学院大G館1階ホールで始まった。経営学部の碓井和弘教授の3年生ゼミが、観光と食を楽しむ、東日本大震災からの復興を支援しようという企画した。

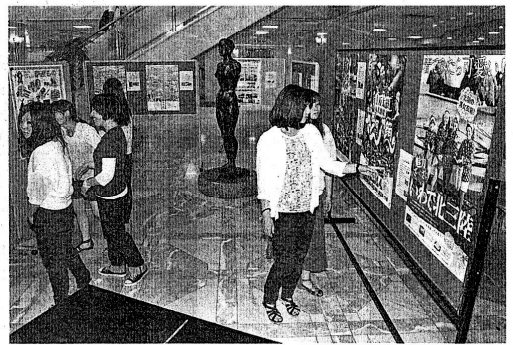
ゼミでは17人が学ぶ。多くの学生や市民に東北への関心を高め、訪ねてもらおうと、7月上旬に碓井教授と高木菜さん、高田真央さんが岩手県と宮城県を訪ね、ポスターを受

け取ってきた。60枚を展示。テレビドラマで話題を呼んでいる北三陸の海女や仙台七夕祭り、わんこそばなど、名所や食べ物をPRするポスターを並べ、学生たちが簡単な解説を添えた。観光地から外れると、まだ復興が進んでいない地域もあるとい

(近藤達人)

東北観光し復興支えて

江別 札幌学院大でポスター展



東北を訪ねてほしいと始まったポスター展