

令和2年1月17日（金）@TKP東京駅日本橋カンファレンスセンター

## 政策評価に関する統一研修（中央研修）

# マーケティング分析を活用した 政策立案手法について

糸島市 企画部 秘書広報課 岡 祐輔

# 1 糸島市の分析事例

---

## 2 政策立案と実践

---

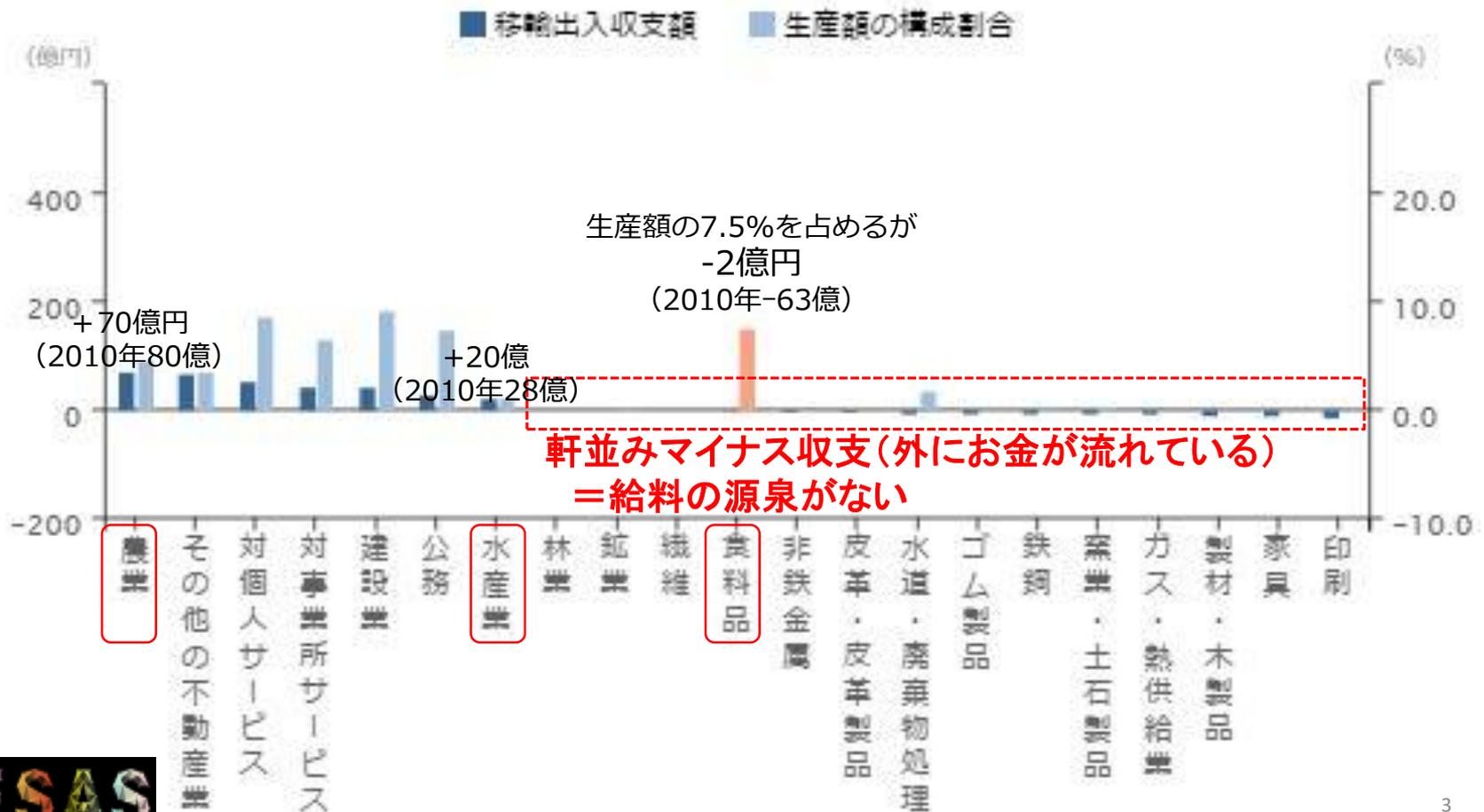
## 3 普及に向けて

---

# 糸島市の産業に関する現状

糸島市は、移輸出入収支額プラスの  
産業が少なく、外貨が稼げていない。

移輸出入収支額(産業別)2013年



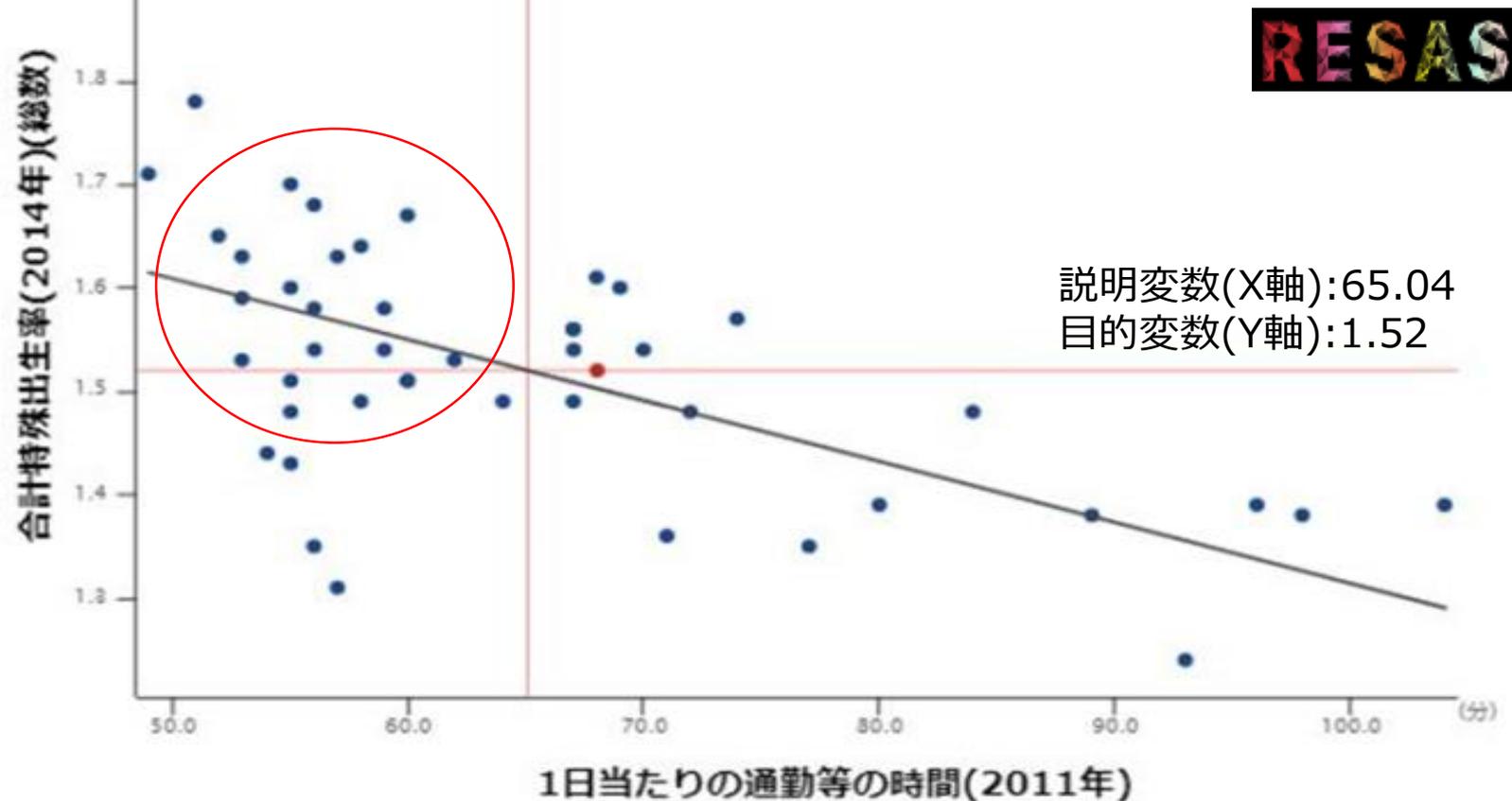
# 福岡市の企業で働き、住むだけの町？

通勤時間が往復65分を切ると出生率が1.5を超える。

**「住む場所である糸島に仕事がある」**

子を産み育てられるまちを目指すべき！？

福岡県の1日当たりの通勤等の時間(2011年)×合計特殊出生率(2014年) (総数)

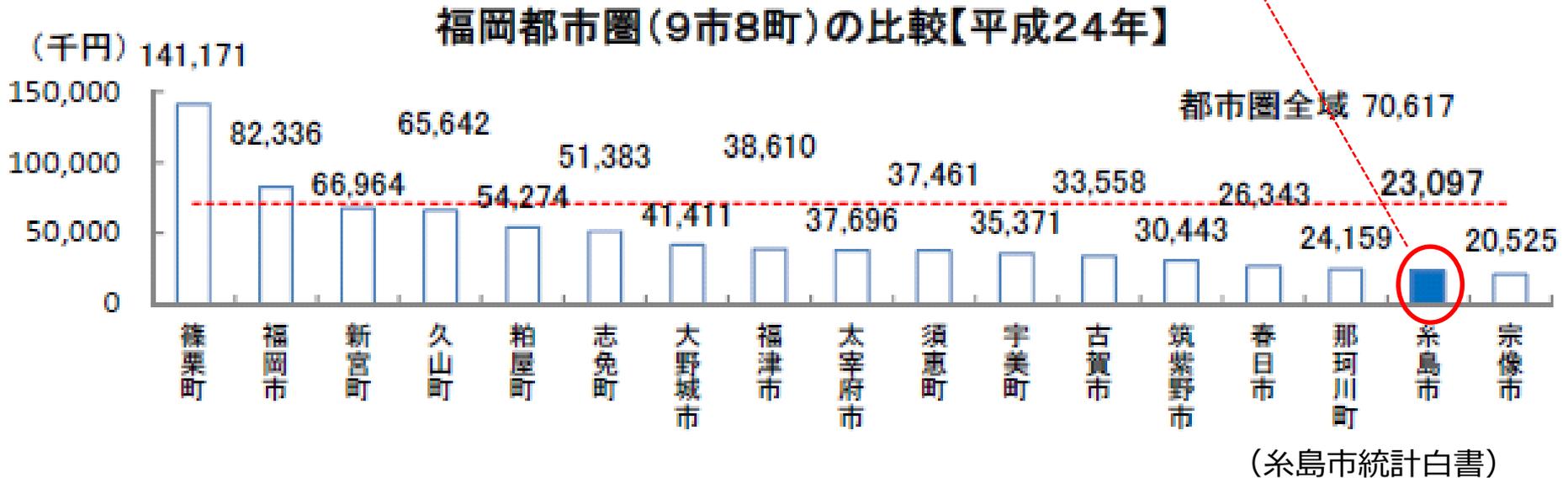


# 糸島産業の問題点

福岡都市圏における

卸売・小売業の年間商品販売額（従業員1人あたり）の比較

## 福岡都市圏17市町でワースト2。儲かってない？

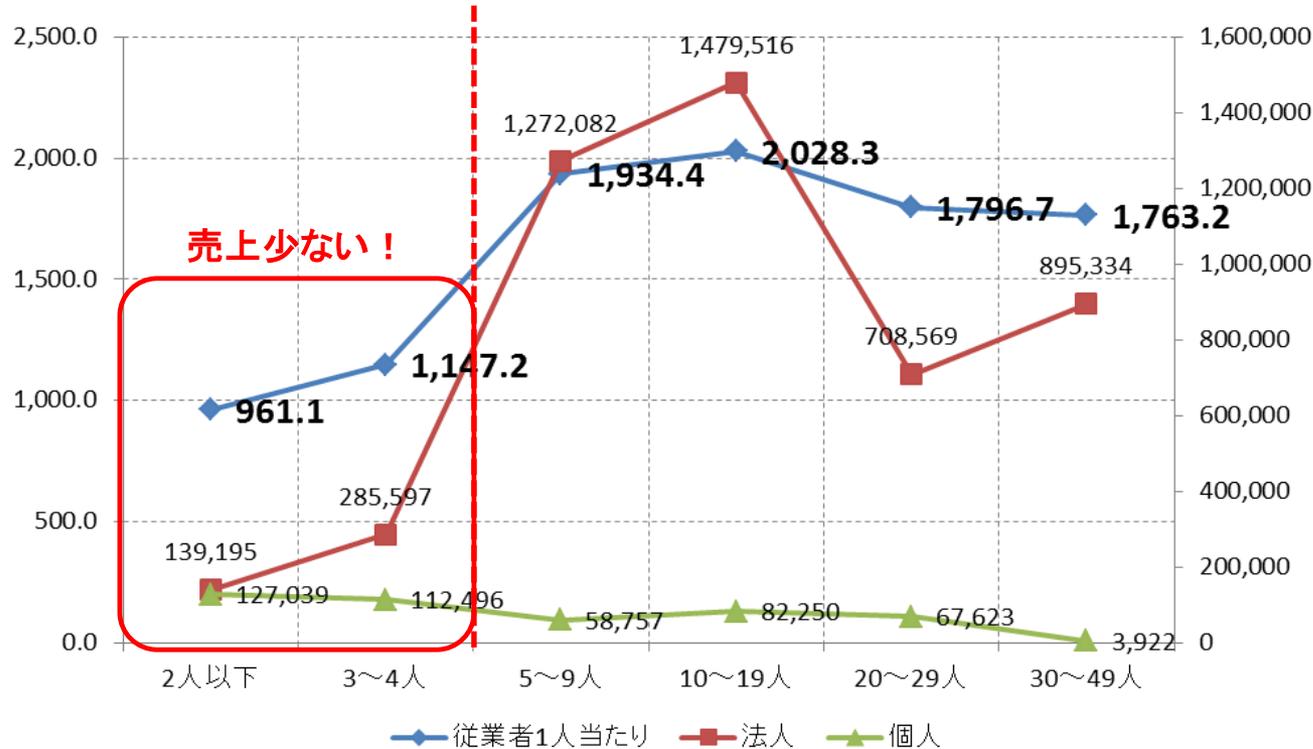


課題を絞るために、**分解**する！

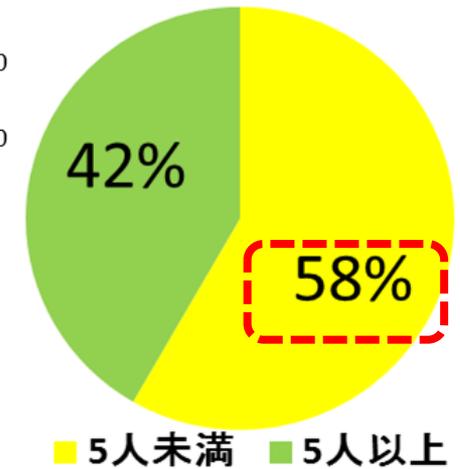
# 小規模事業者に課題がある！？

課題のポイントを絞り込んでいく。

小売業における従業員規模別の年間平均販売額(万円)



糸島市の5人未満の事業所割合



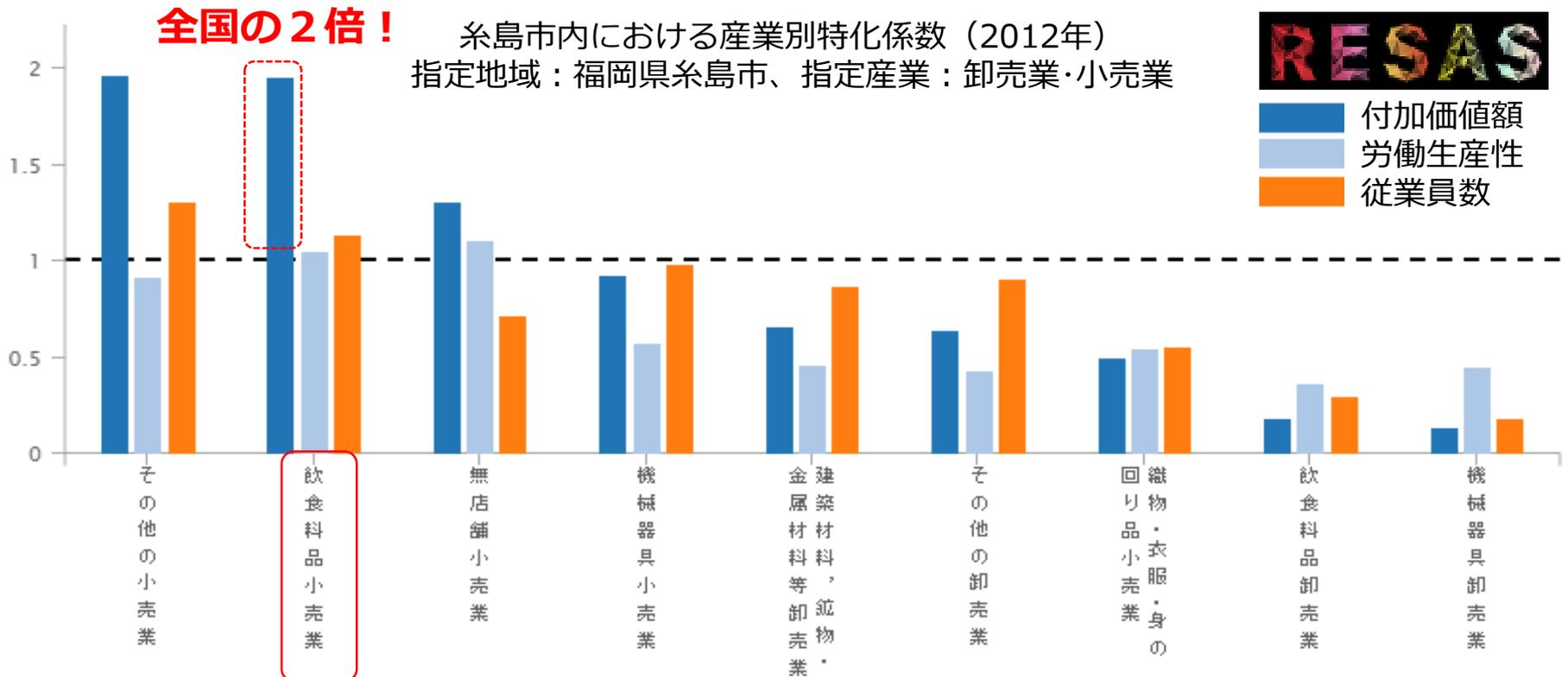
(両図とも「商業統計調査」から作成)

**5人未満の事業所が6割。**

**この層の販売額を増やしたい！**

# 糸島の強みは「食」

低迷する小売・卸売業も、**食分野は糸島の稼ぎ頭！**



# 「食」は波及効果も大きい

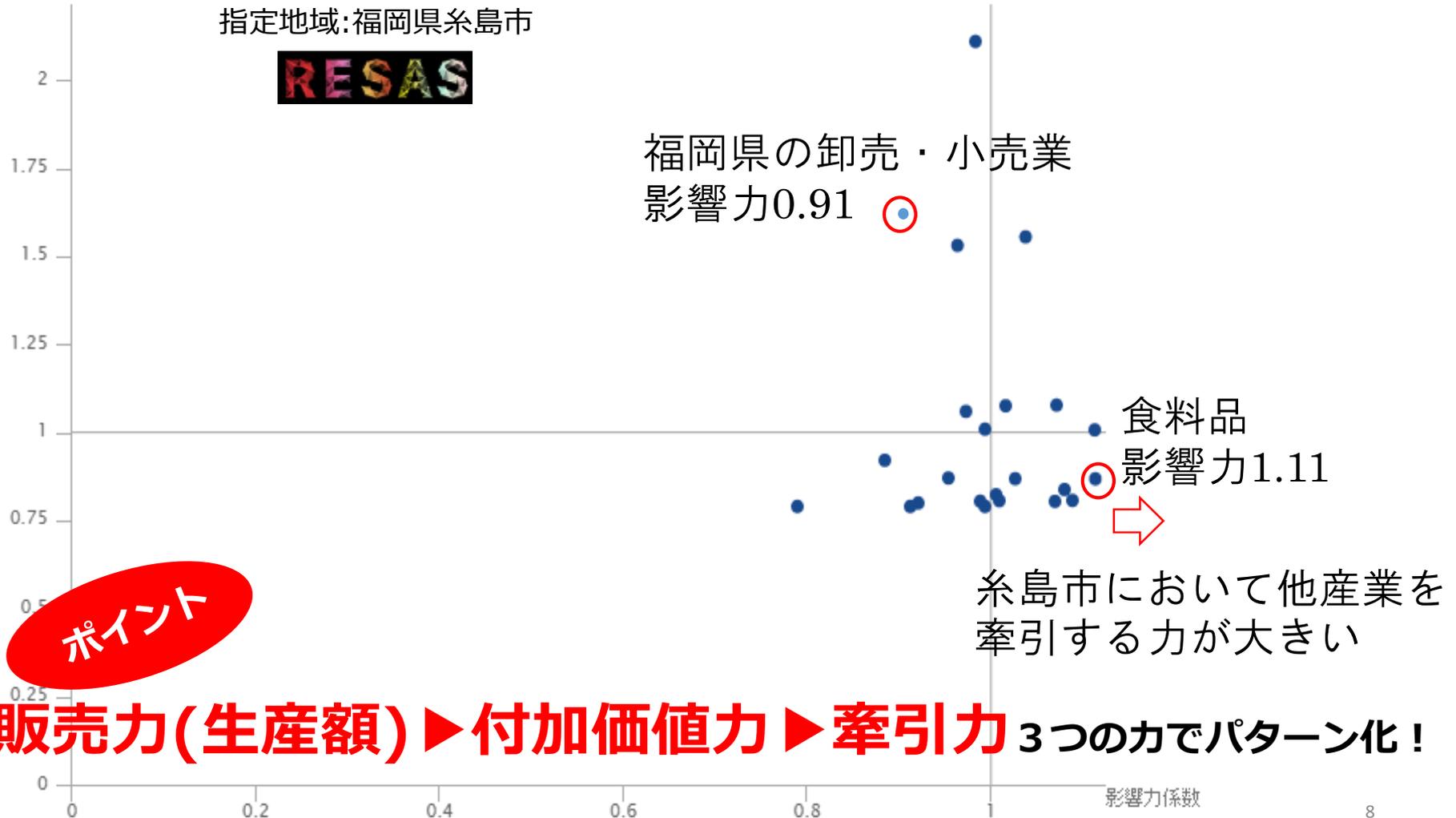
低迷する小売・卸売業も、食分野は、糸島の稼ぎ頭。他産業の牽引力も大きい！

感応度係数

産業別影響力・感応度分析 (2012年)

指定地域:福岡県糸島市

RESAS

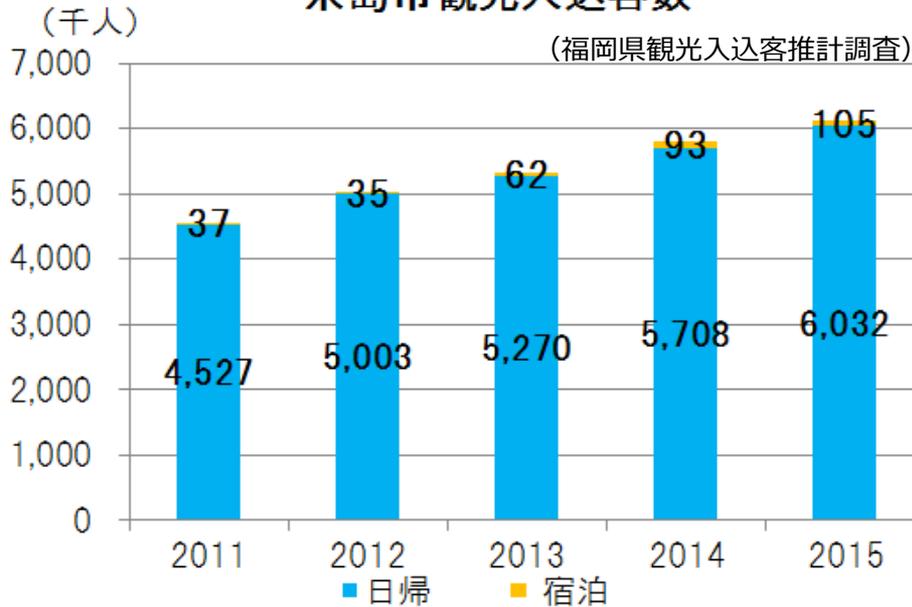


# 市場を見る！観光客は「食」

観光客は15年連続で伸び続け、  
2015年で613万人。

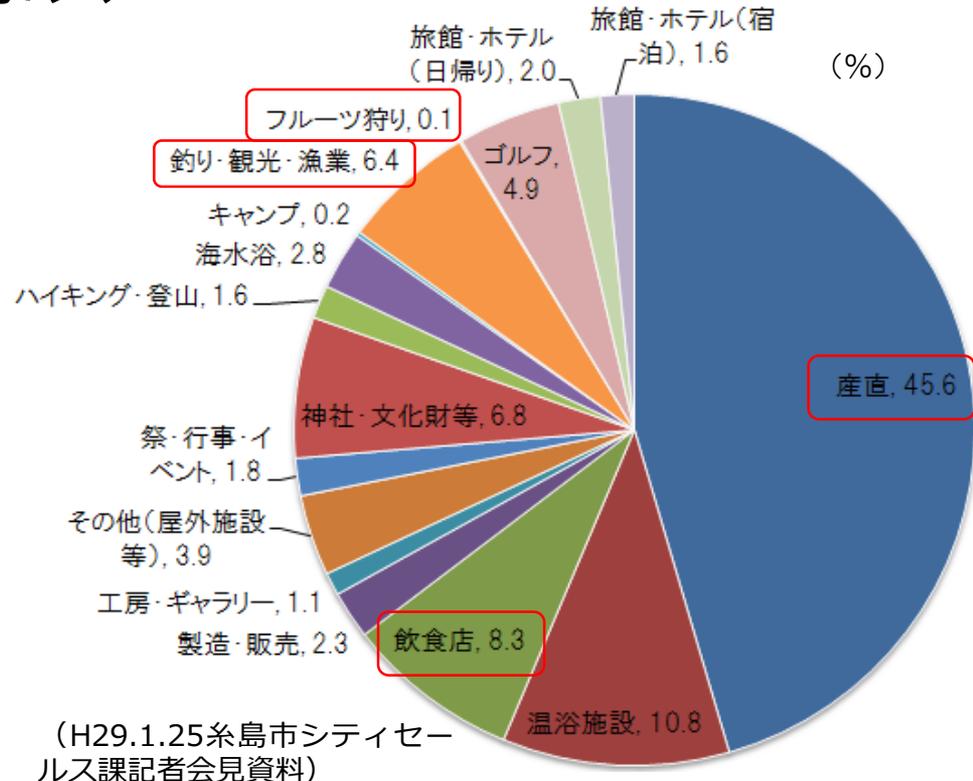
糸島市観光入込客数

(福岡県観光入込客推計調査)



(D・アトキンソン「新・観光立国論」から筆者作成)

H27項目別観光入込客



(筆者作成)

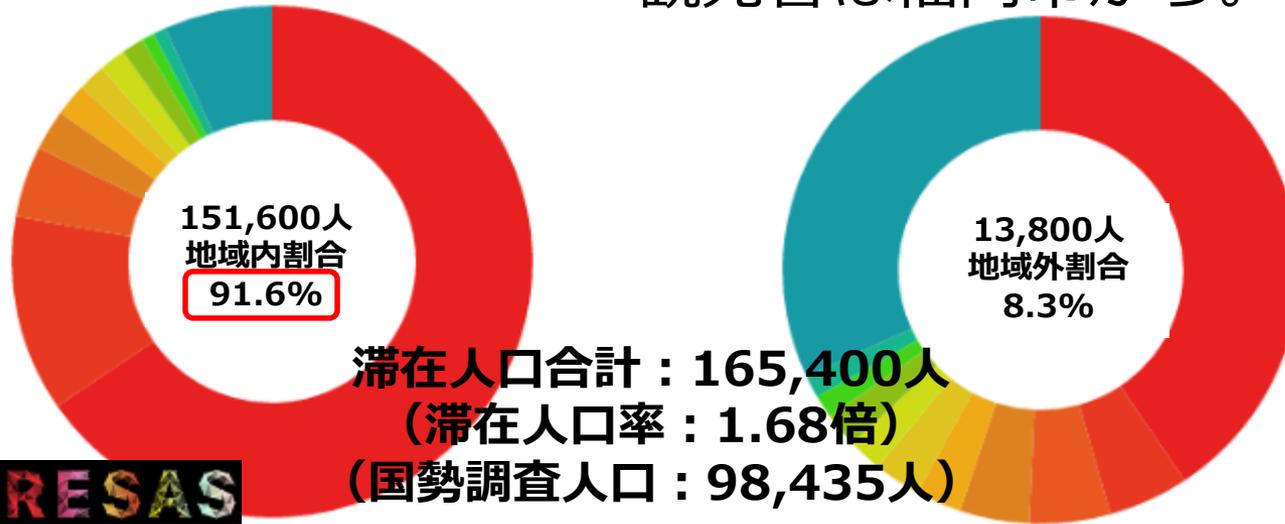
要素	内容	割合
<b>食</b>	産直、観光漁業(カキ)、飲食店、フルーツ狩	<b>60%</b>
文化	祭、神社、工房、ゴルフ	20%
自然	海水浴、登山、キャンプ	5%
気候	釣り、キャンプ、カキなど他の要素と組み合わせ	-

項目	入込客数	前年比
産直	279.7万人	<b>3.0%</b>
カキ小屋	37.1万人	<b>22.9%</b>

# 支えていたのは「福岡市」

近隣経済圏で糸島ブランドが定着しつつある。  
観光客は福岡市から。

(写真は糸島市提供)



RESAS

## 滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

- 1位 福岡県糸島市 99,200人 (65.4%)
- 2位 " **福岡市**西区 18,800人 (12.4%)
- 3位 " **福岡市**早良区 6,800人 (4.4%)
- 4位 " **福岡市**南区 3,900人 (2.5%)
- 5位 " **福岡市**中央区 3,100人 (2.0%)
- 6位 " **福岡市**城南区 2,600人 (1.7%)
- 7位 " **福岡市**東区 2,500人 (1.6%)
- 8位 " **福岡市**博多区 2,100人 (1.3%)
- 9位 福岡県久留米市 1,200人 (0.7%)
- 10位 福岡県春日市 1,200人 (0.7%)
- その他 10,200人 (6.7%)

## 滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

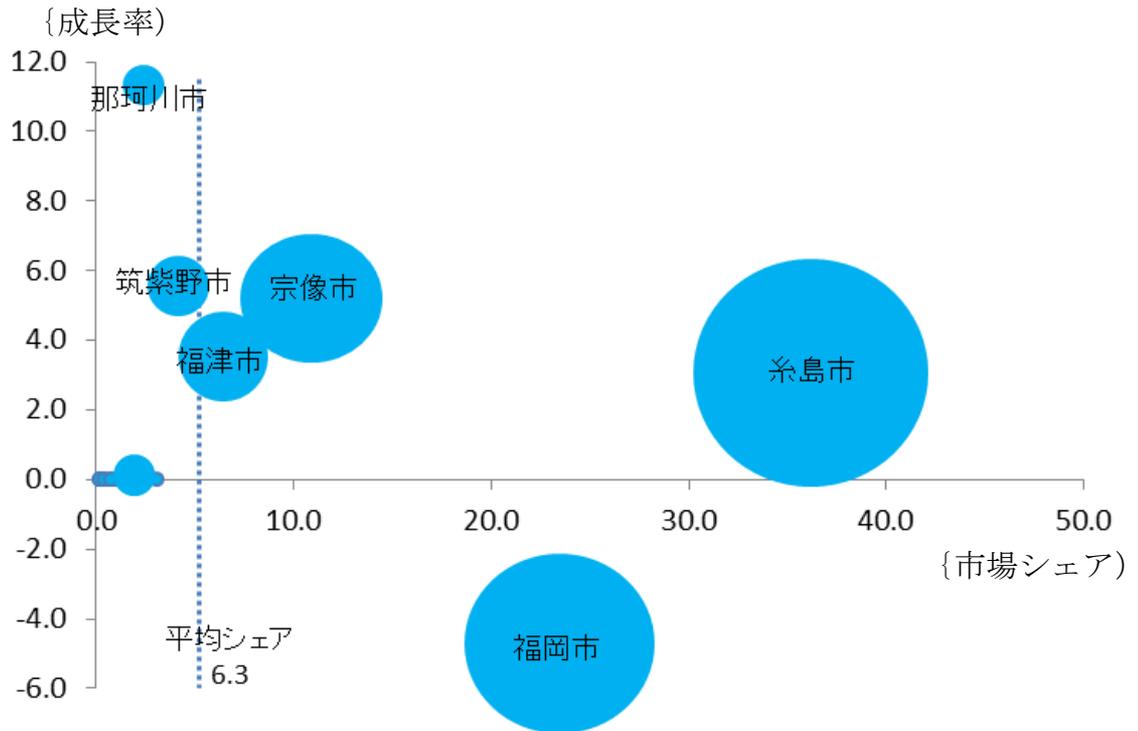
- 1位 佐賀県唐津市 5,600人 (40.5%)
- 2位 佐賀県佐賀市 700人 (5.0%)
- 3位 長崎県佐世保市 700人 (5.0%)
- 4位 佐賀県伊万里市 600人 (4.3%)
- 5位 長崎県長崎市 400人 (2.8%)
- 6位 埼玉県狭山市 400人 (2.8%)
- 7位 長崎県平戸市 300人 (2.1%)
- 8位 大分県大分市 300人 (2.1%)
- 9位 長崎県対馬市 200人 (1.4%)
- 10位 長崎県松浦市 200人 (1.4%)
- その他 4,400人 (31.8%)

# 福岡における食材の強さ！

移輸出入収支額プラスは糸島市のみ。

福岡市におけるシェアもダントツ！

福岡都市圏17市町における農林業  
産品の移輸出入収支額（2013年）

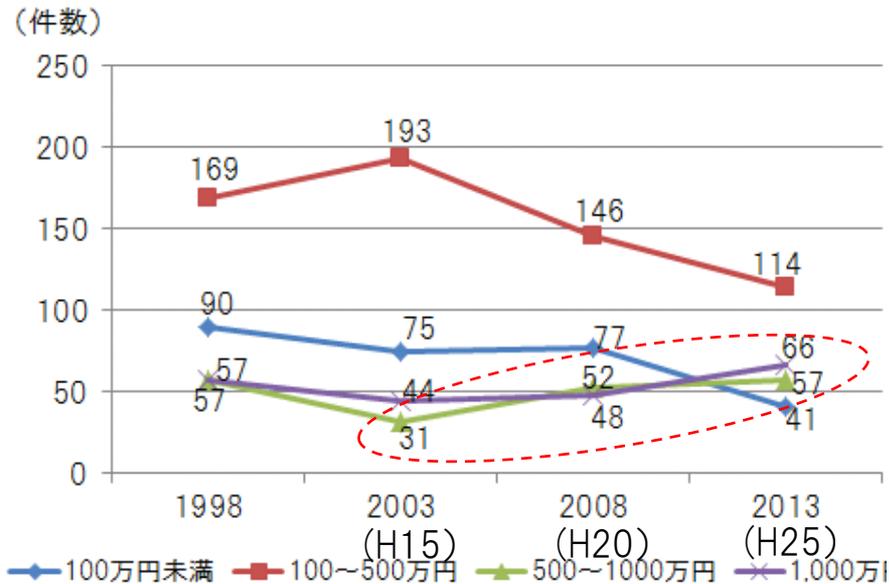


成長率は { (2017年の産出額等) - (2014年の産出額等) } ÷ (2014年の産出額等) × 100%  
シェアは全17市町の生産額のうち当該自治体の占める割合  
バルブサイズは生産額の大きさ

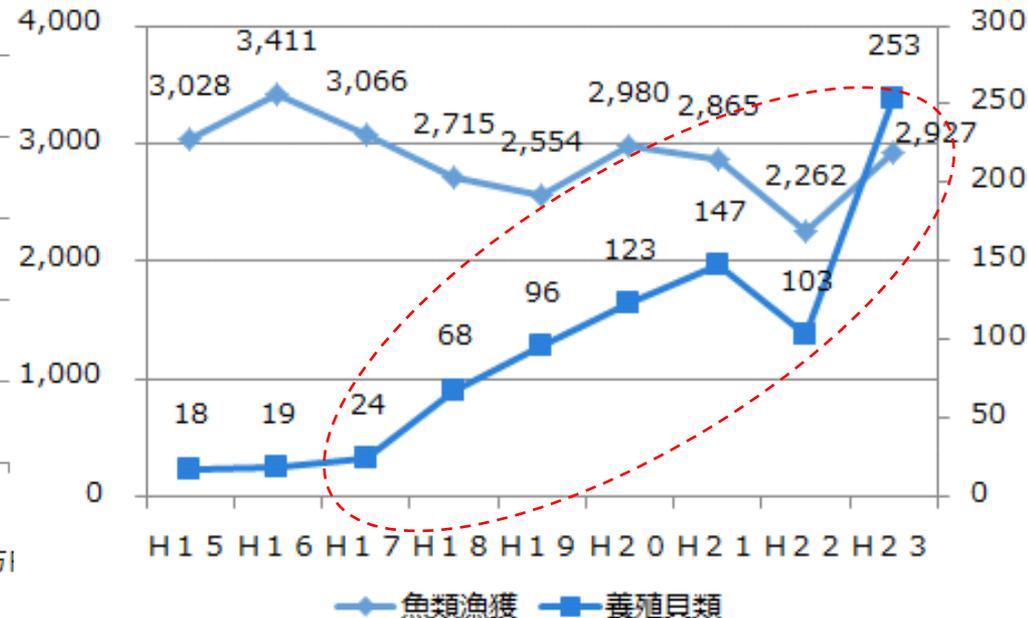
# 成功モデルの発見

漁業者の状況を見ると、成功モデルがあった！ **まさに青い鳥**  
 個別ブランド化は産業経済を押し上げる→元気も出る(モデル)！

### 漁獲販売金額別経営体数



### 糸島市の漁獲・養殖量 (単位：トン)

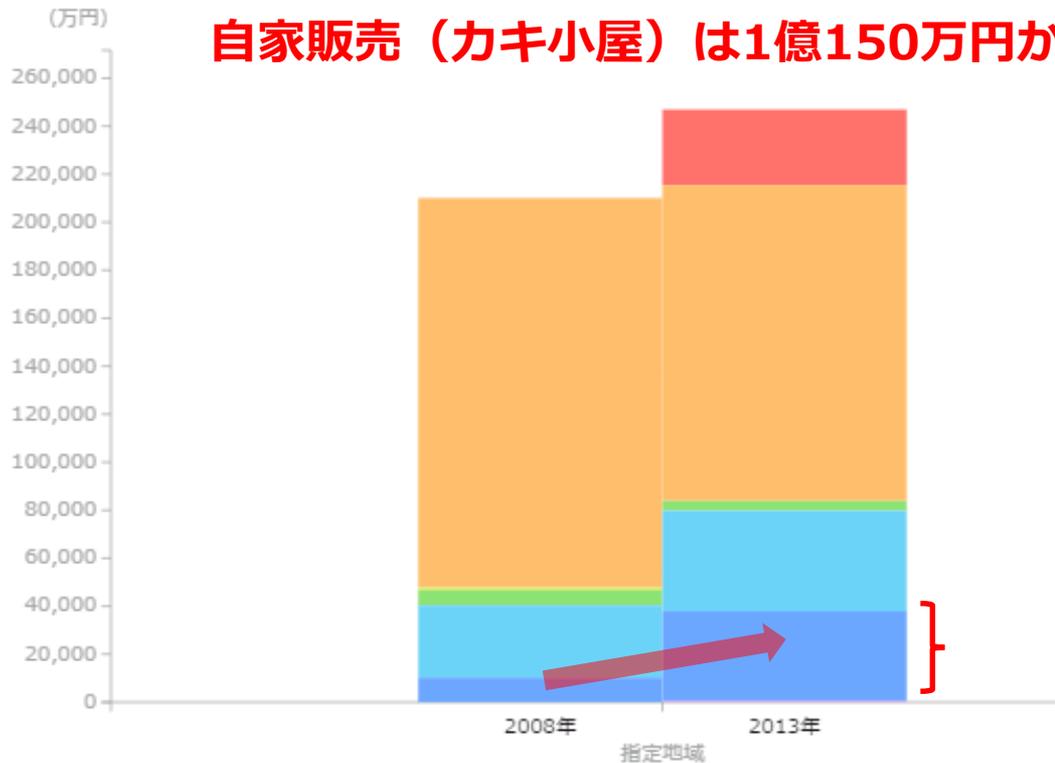


(両図とも糸島市統計白書、漁業センサスから作成)

# 成功モデルの発見

漁業者の状況を見ると、成功モデルがあった！ **まさに青い鳥**  
個別ブランド化は産業経済を押し上げる→元気も出る(モデル)！

海面漁獲物等出荷先別販売金額の構成



(写真は糸島市提供)

- 漁協の市場または荷捌き所
- 漁協以外の卸売市場
- 流通業者・加工業者
- 小売業者
- 生協
- 直売所
- 自家販売
- その他

# 最後の課題の絞り込み

課題の絞り込みを行うため、売上アップに関する課題を調査。

時期：平成28年6月から7月

対象：市内25の漁協、農協、生産者、商工観光事業者（飲食店経営者、製造工場販売担当者、産直従業員、工房経営者、若手就農者など）

(筆者作成) (%)

従業員数	新商品・サービス開発	マーケット情報	広告・宣伝方法	流通	営業の方法	リピーター客の獲得	品質管理	相談相手	専門人材確保	後継者・会員の確保	資金支援	農商工の横断連携	地域貢献	個別ブランドの確立	その他
2人以下	0.0	8.3	41.7	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
3~5人	11.5	19.2	19.2	19.2	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	3.8	0.0	3.8	0.0	15.4
10人以上	4.0	20.0	16.0	24.0	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	4.0	8.0	0.0	0.0	0.0	16.0
総計	6.3	17.5	22.2	19.0	0.0	0.0	0.0	7.9	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	0.0	17.5

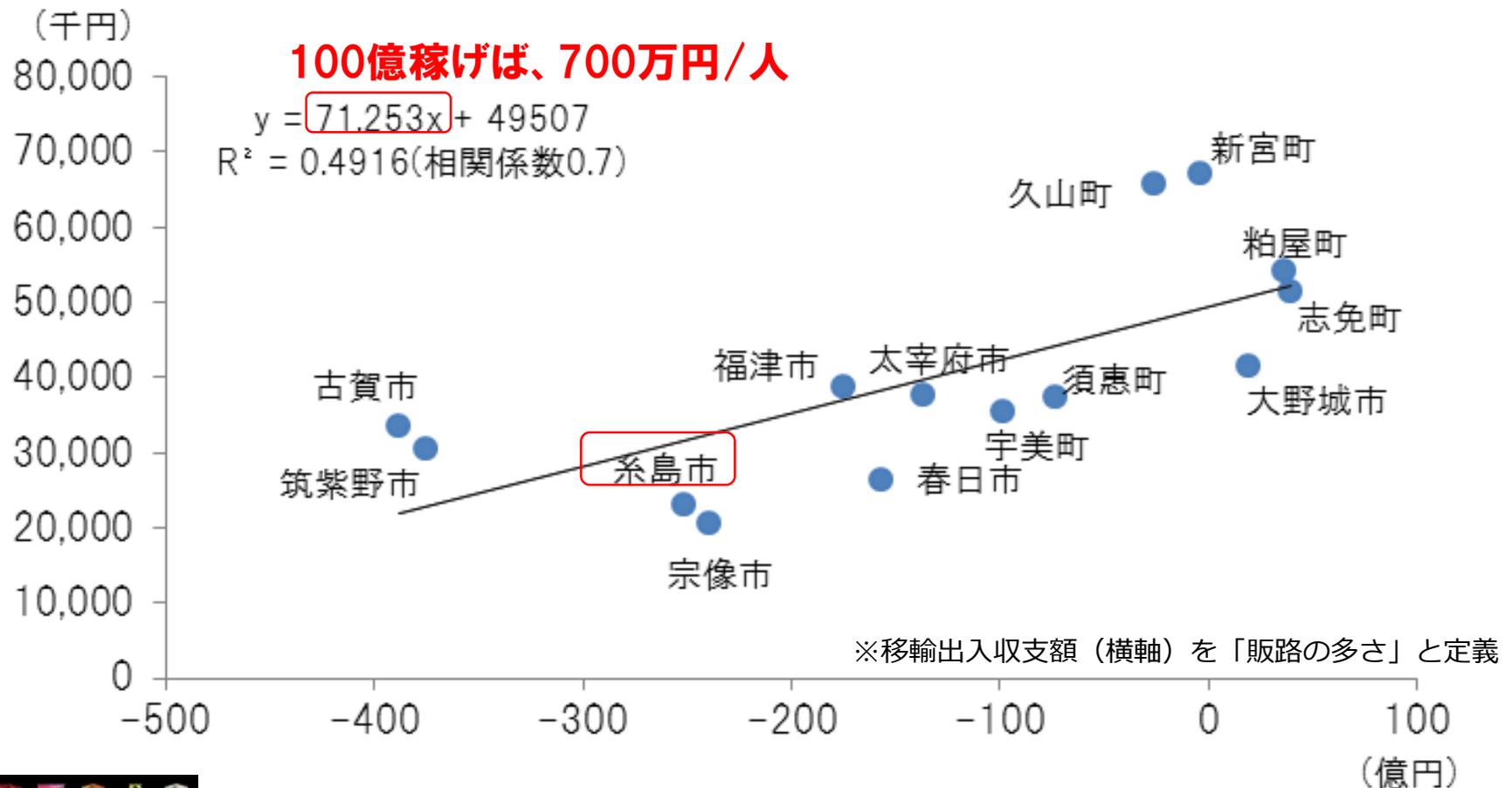
市場情報、広告、流通などマーケティングに関する課題がメイン

	新商品・サービス開発	マーケット情報	広告・宣伝方法	流通	営業の方法	リピーター客の獲得	品質管理	相談相手	専門人材確保	後継者・会員の確保	資金支援	農商工の横断連携	地域貢献	個別ブランドの確立	その他
小売・卸売	3.2	22.6	16.1	16.1	0.0	0.0	0.0	16.1	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	22.6
加工	13.3	13.3	33.3	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
生産	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
観光	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
工芸・雑貨	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0
その他	0.0	22.2	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2
総計	6.3	17.5	22.2	19.0	0.0	0.0	0.0	7.9	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	0.0	17.5

# 域外への販路の多さが売上アップ！

市外に売り込む販路を確保できた方が、地域の事業者は売上を伸ばせる！

福岡市周辺自治体の小・卸売業における  
移輸出入収支額と従業員一人当たり年間商品販売額



# 1 糸島市の分析事例

---

## 2 政策立案と実践

---

### 3 普及に向けて

---

# 課題等を踏まえた戦略

	+	-
	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食産業の牽引(観光、飲食料店)</li> <li>福岡市への</li> <li>カキブランド</li> </ul>	<p>【弱み(課題)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6割を占める零細的事業者</li> <li>マーケティング手法の未普及</li> <li>食以外の付加価値額の少なさ</li> </ul>
内部	<p><b>福岡都市圏</b>をターゲットに、 <b>食分野</b>で取り組む、<b>マーケティング支援</b></p>	
外部	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>福岡都市圏でのメディア露出の多さ</li> <li>福岡市に全国からの来客</li> <li>福岡市の人口、観光客の増加</li> <li>マーケティングの認知向上 (DMO等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事故等発生による糸島ブランドの損傷</li> <li>競合自治体の台頭</li> <li>経済低迷</li> </ul> <p>(筆者作成)</p>

烏帽子島  
糸島市

玄海島

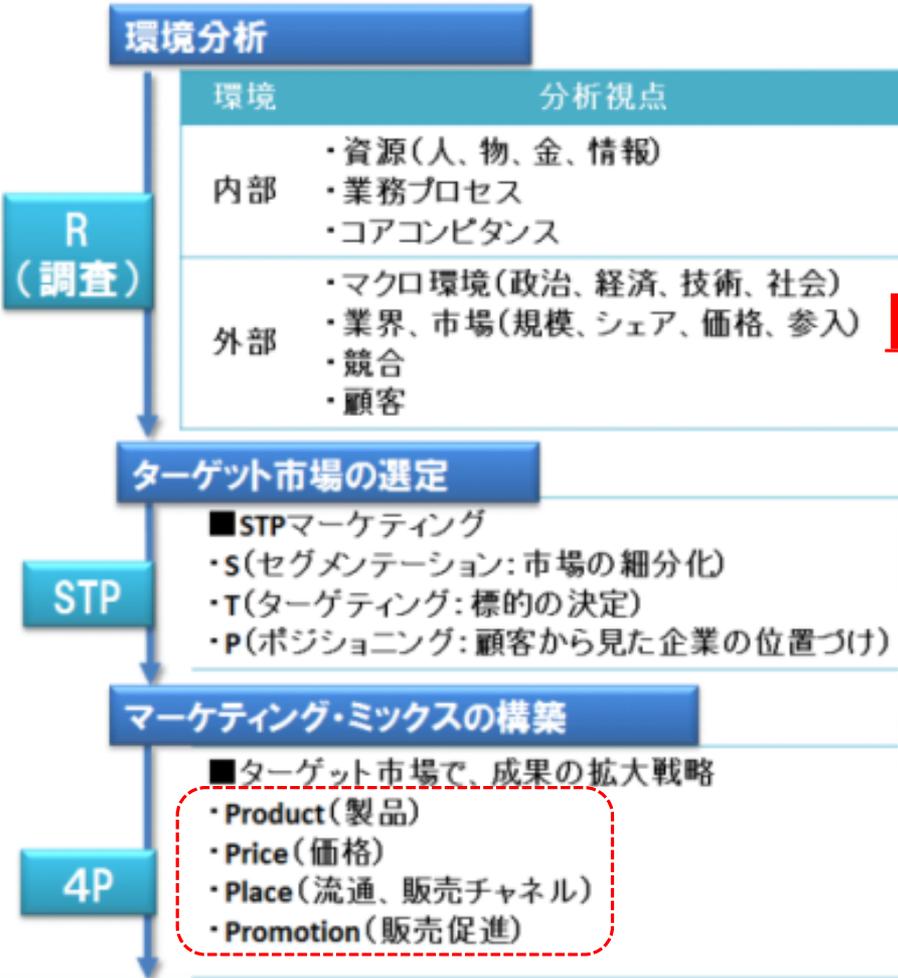
志賀島



# 政策の提案

得意分野を活かすチームプレイ！

(筆者作成)



販路開拓  
(商業学校)



同時が大事！

広告・宣伝(市)



製品開発  
(食品クラスター協議会)



マーケティング推進モデル = **共創**の場

# 高校の授業でマーケティング

## 第一弾商材は「糸島産ふともずく」



授業でワークショップ、文化祭でアンケートを実施するなど、ふともずくの販売戦略を立てる。



2年生で商品開発、3年生で販売実践と、継続的な取り組み！

# マーケティングモデル本格実施

市場リサーチ、製品開発、流通、広告宣伝を同時に実施。

## デザインリニューアル



主婦層に向けたデザイン、レシピ集のQRコードなど食べ方を提案



## パブリシティを主にした宣伝



新聞、TV等の取材が始まり、料亭メニューに決定。高校生がコンテストに出場。

## 販路開拓



2店舗



13店舗



## 市場リサーチ



ネット調査や飲食店・バイヤーへのヒアリング、銀行と連携したマッチングなど

# アンケートでは、ボトルネックをさがす

興味や購入意向を持ってもらえる？リピート率も高い？  
じゃあ、どこが原因・・・

		n	割合	残存率
A	JF糸島ふともずくを <b>認知している層</b>	n=500	15.6%	
I	認知し、かつ <b>興味を持っている層</b>	n=500	13.8%	88.5%
D	認知し、興味があって <b>今後購入したい層</b>	n=500	13.2%	95.7%
A	認知し、興味があって <b>実際に購入経験がある層</b>	n=500	7.0%	50.7%
R	認知・興味・ <b>購入経験があり、今後も購入したい層</b>	n=500	6.8%	97.1%

認知度が低い

15%しか知らない

▼  
**宣伝**に力を入れる！

興味があるのに購入しない

50%も離脱

▼  
**販路**を増やす！

# 小規模事業者ができる宣伝



テレビ



催事・商談会



ラジオ

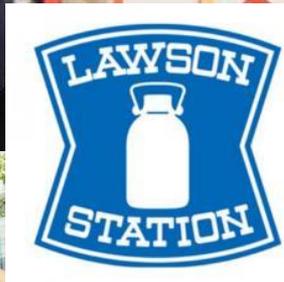


新聞

ワールドビジネスサテライト、シティリビングサイト、サワダデース、アサデス、めんたいワイド、J:COM、KBCラジオ、FM福岡などTV、ラジオ、新聞に多数掲載。

# 成果はついてくる

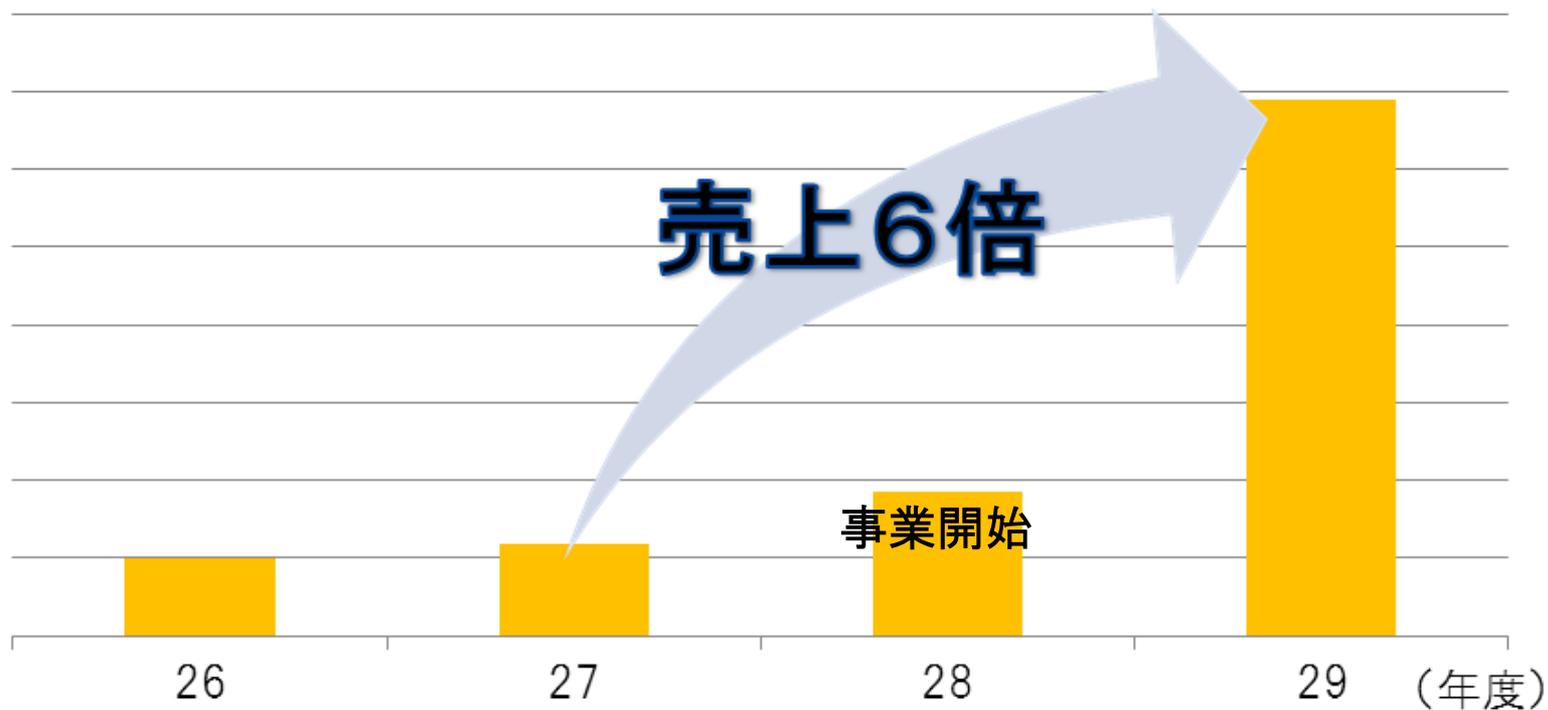
- 農林水産省フードアクションニッポンアワード2017今食べて欲しい日本の逸品10ローソン賞
- 農林水産省2017年地産地消セミナー優良事例
- 福岡デザインアワード2017入賞
- 福岡県高等学校生徒商業研究発表大会 最優秀賞受賞
- 商業高校生オリンピックin福岡 優秀賞受賞



# 売上拡大

売上も少しずつ伸びる！

糸島産ふともずく売上推移



# 第2弾は糸島産天然真鯛だし！

実績、行動、仕組みで、市内事業者を巻き込み、モデル普及へ！  
途切れないように、先輩の体験も共有する。



# 第3弾 糸島産メンマの新感覚スナック「博多BARIMEN」



# 価値を共創する！

## 2018年度ふるさと名品オブ・ザ・イヤー【コト部門】 地方創生賞



# 1 糸島市の分析事例

---

## 2 政策立案と実践

---

### **3 普及に向けて**

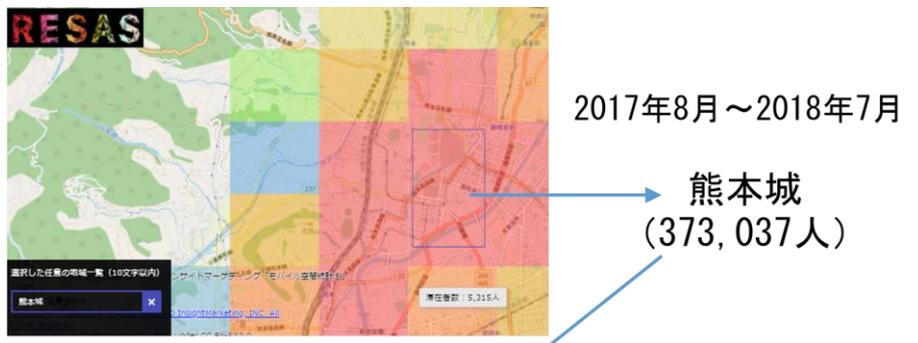
---



# 誰でもできるように、まず決まった手順を覚える

3C	市場・顧客 Customer	自地域 Company	競合 Competitor
規模	K市観光客数の推移		
トレンド	K市観光客数の推移		
分解①	観光客タイプ: 宿泊、日帰	強: 宿泊多 弱: 観光客少	K県内各地の観光客タイプ: 宿泊、日帰
分解②	宿泊客タイプ: 日本、外国		
分解③	外国人来訪元	外国人伸び率	

# 手順がわかる・データに触れる→分析ができる

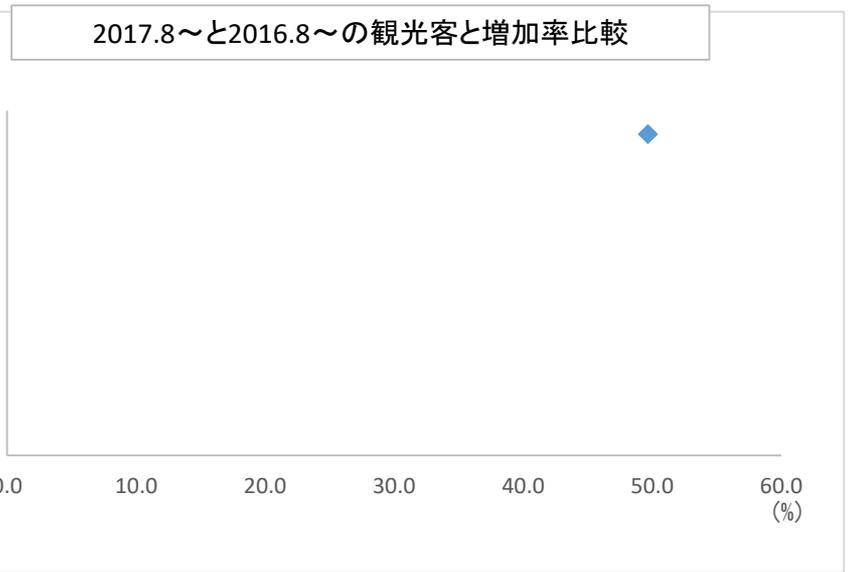


	前年比%	2017.8～2018.7	2016.8～2017.7	2015.8～2016.7
熊本城	49.7	373,037	249,215	362,674
	#DIV/0!			



K市のなかで、外国人が何を好んでいるか、調べてみましょう！

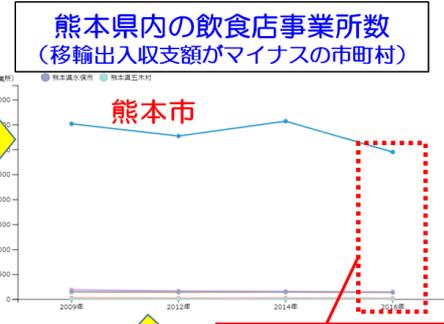
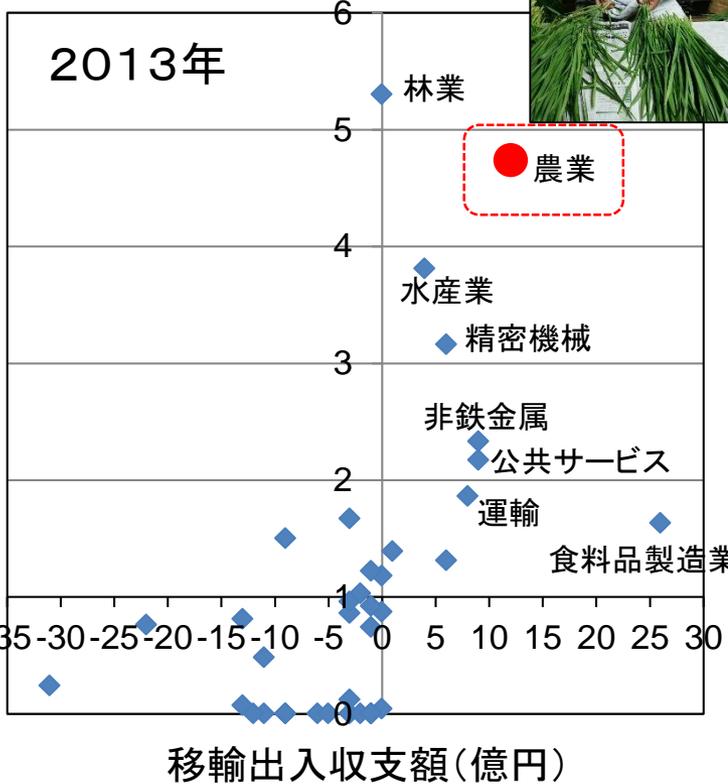
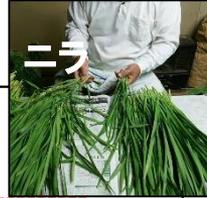
- ①外国人が来ると思われる観光地
- ②各班で、●個ずつ調べてください。  
(観光マップ、外国メッシュ、休日14時)
- ③エクセルの表に3年分埋めてください。



# 手順どおりに、もれなく分析する

## 強み Customer

## 競合 Competitor



熊本市他5市町村の移輸出入収支額がマイナス  
⇒農産物の供給は他地域から

熊本県主要野菜生産状況調査について (平成28、29年産)

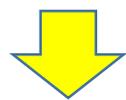
区分	平成28年産			平成29年産		
	作付面積 (ha)	収穫量 (t)	出荷量 (t)	作付面積 (ha)	収穫量 (t)	出荷量 (t)
統調値(県計)	42	1,150	1,070	44	1,140	1,050
県調査(県計)	36					
熊本地域計	29	27	25	29	27	25
熊本市	1	1	1	1	1	1

- 2016年
- 熊本県熊本市: 2,955事業所
  - 熊本県荒尾市: 149事業所
  - 熊本県菊陽町: 134事業所
  - 熊本県御船町: 24事業所
  - 熊本県水俣市: 144事業所
  - 熊本県五木村: 3事業所

熊本市ではニラの生産量は少ない

農業の移輸出入収支額がマイナスの市町村において、熊本市の飲食店事業所数は最多

## 市場・顧客 Customer



熊本市の飲食店がターゲット



農業⇒全国平均より多くの利益、地域外からの稼ぎも大きい

# 地方創生☆政策アイデアコンテスト2019

## 優秀賞（準優勝）

（一般の部 全国約800組）



地方創生☆政策アイデアコンテスト2019

地方に光さす！  
RESAS

最終審査会&表彰式  
聴講者募集！

最終審査会日時  
2019 **12.14** 土 10:00~18:00 (開場9:30) (予定)

会場 中央合同庁舎第8号館 講堂 (内閣府)

部門  
●高校生・中学生以下の部  
●大学生以上一般の部  
●地方公共団体の部

表彰内容  
●地方創生担当大臣賞 各部門 1点  
●優秀賞 各部門 2点  
●協賛企業賞

地域経済分析システム (RESAS:リーサス) について  
RESASは、地域経済に関する様々な官民のビッグデータ(産業、人口、観光、農業等)を分析・可視化するITプラットフォーム。地方自治体による様々な取り組みを情報・データ駆動から支援するため、平成27年4月より官が管轄しているシステムです。

北村 誠吾 地方創生担当大臣  
応募の詳細、受付はこちら  
地方創生 政策アイデアコンテスト2019 検索  
<https://contest.resas-portal.go.jp/2019/>

主催：内閣府地方創生推進室  
共催：経済産業省



「できる」「役に立てる」  
「楽しい」を体験して、  
継続、実践へ！

# まとめ

- ①言いたいことをデータ(グラフ)で表現  
→地元、身の周りのこと
- ②データ(グラフ)を使うと情報の共有化ができる  
→各自で作ったグラフを自分で説明
- ③考察と仮説で次のデータ収集のモチベーションアップ  
→もっと良くなる可能性があるのでは？
- ④カンタンな分析手順と成功経験  
→ワークショップ、コンペなどの出口