

## 商品企画手法の「女性が住みやすい街づくり」への適用

システム科学技術学部 経営システム工学科  
 1年 石川 優  
 1年 板橋 花歩  
 1年 織田 美月  
 1年 斎藤 里咲

指導教員 システム科学技術学部 経営システム工学科  
 准教授 嶋崎 真仁

## 1. 研究目的と背景

近年、秋田県の女性の人口は減少傾向にある。筆者らは、この課題の根底に秋田県での女性の暮らしにくさがあるのではないかと考えた。即ち、女性の社会進出が進む一方で、子育て支援体制が十分でないことなどから仕事との両立に難しさがある。今の時代では、結婚・家族・子育てなどの価値観も変わってきている。秋田県や各自治体では様々な対策を行っているがそれは子育て世代への支援であって、あまり若者や高齢者も含めた女性の生きやすさ・生活のしやすさなどに重きを置いているとは考えられない。そこで、秋田県を事例に、女性が求める暮らしやすい街についての調査において、神田[1]の推奨する新商品企画七つ道具(NeoP7)の適用を試みるものである。

## 2. 研究方法

神田[1]のNeoP7の考え方を援用して調査分析する。本来のNeoP7の過程に沿う場合は商品のアイデア・仮説を創出しインタビュー調査を実施することでアイデアと評価項目を厳選する。これに対し本研究では、顧客満足度アンケートの設計とポジショニング分析の手法を学ぶことを優先したため、秋田を住みやすい街にするための施設やイベント案と評価項目を抽出することでその過程を補う方法を採用する。

秋田を住みやすい街にするための施設やイベントは、筆者らのほか県内の高校生や社会人の方々にも参加してもらったグループインタビューの結果から次の6種類を抽出した。即ち

子供向けイベント<sup>1</sup>、雪遊びテーマパーク<sup>2</sup>、女性中心の買い物マーケット<sup>3</sup>、高齢者施設に保育施設を足すこと<sup>4</sup>、小中学校でふるさと発見学習・地域間交換留学をすること<sup>5</sup>、交通環境の改善をすること<sup>6</sup>である。採取したアンケートを顧客満足度グラフ(CSグラフ)とスネークプロットを併用し分析する。

## 3. アンケート調査

対象とする6種類の施設やイベントを評価項目に沿って5段階で評価してもらった。評価項目は以下の12項目である。

- (1) 他の人を誘いたくなる
- (2) 知識が増える
- (3) 多くの人を受けられる
- (4) 交流が増える
- (5) 楽しそう
- (6) 普段できない体験ができる
- (7) 歩くのが楽しい
- (8) 対象となるものを自慢したくなる
- (9) 秋田の魅力を知ることができる
- (10) 地域理解が進む

<sup>1</sup>大学等で化学や地域に関するイベントを開催。送迎バスを小学校に向かわせることで親の送迎負担を軽減する。

<sup>2</sup> 犬っこ祭りのようなものを秋田市や地元の町で開催。雪像、遊具、雪合戦など。

<sup>3</sup> 女性が売って女性が買うマーケット、女性主催のフリーマーケットなど。

<sup>4</sup> 施設に入っている高齢者が保育施設に預けられている子供の面倒を見ることで、高齢者の孤独防止、認知症防止と保育士の負担軽減を狙う。

<sup>5</sup> 住んでいる地域から遠方にある秋田県内の市町村へ遠足、宿泊研修、地域間交換留学を行い、幼いころから地元を知ってもらうことで、若者たちの流出を防止する。

<sup>6</sup> 地中に電柱を埋めるなどして歩きやすい街づくりをする。

- (11)出かける目的が増える
- (12)対象のサービスを利用したい・行きたいと思う

アンケートは秋田県立大学本荘キャンパスの学生全員と秋田キャンパスの協力教員の授業履修者を対象とした。Google Formsによりネットアンケートを作成し、一斉メールにより学生に協力を促した。

回答者数は88人である。

#### 4. 分析結果

アンケート結果から CS グラフとスネークプロットを作成し、分析する。

##### 4.1 CS グラフ

縦軸に各評価項目の平均満足度、横軸に各評価項目と総合評価項目「行ってみたい」との相関係数を取り、CS グラフを作成する。結果を図1に示す。このグラフにおいて、縦軸の平均満足度が高い項目ほど評価が高く、横軸の相関係数が高い項目ほど「行ってみたい」と関係が深い項目と読み取れる。

グラフ中の第4象限（赤枠の区分）にあたる部分が、「行ってみたい」との相関が高いにも関わらず、平均評価項目が低いことから、要改善項目であることが分かる。よって、黒い矢印で示した項目「H. 対象となるものを自慢したくなるか」が、一番の要改善項目である。

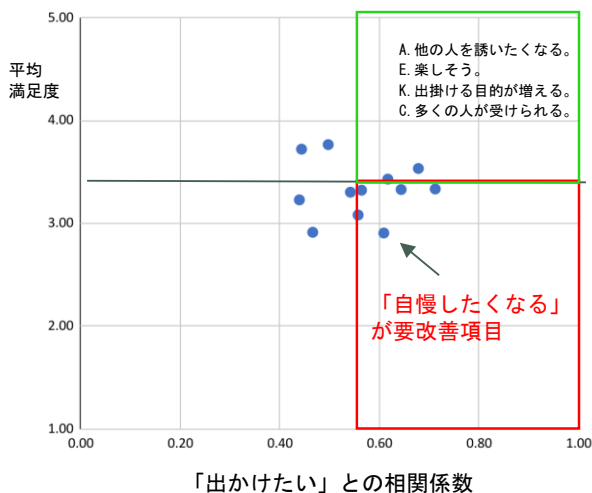


図1. 全体の顧客満足度グラフ

また、グラフ中の第1象限（緑枠の区分）にあたる部分は、相関係数も平均満足度も高い評価であり、重要項目であるといえる。この区分の評価項目は以下の4項目である。即ち、「A. 他の人を誘いたくなる」、「E. 楽しそう」、「K. 出かける目的が増える」、「C. 多くの人が受けられる」。

##### 4.2 スネークプロット

イベント毎に各評価項目における平均満足度を計算し、スネークプロットで表現する。結果を図2に示す。

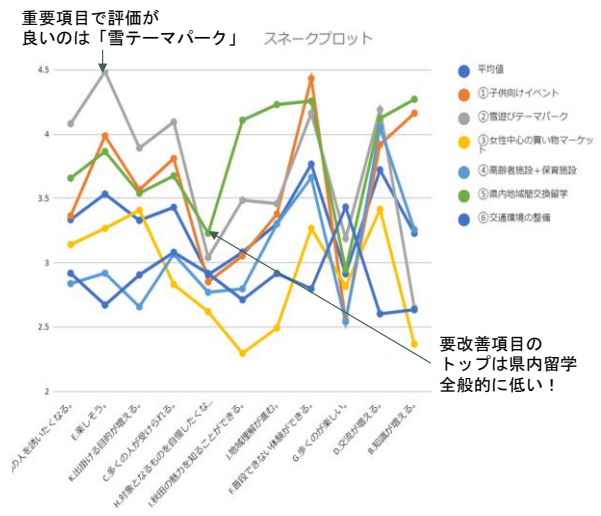


図2. スネークプロット

図2より、要改善項目「H. 対象となるものを自慢したくなるか」において、一番評価が高いのは、「⑤小中学校でふるさと発見学習、地域間交換留学」である。

また、重要項目である、

- 「A. 他の人を誘いたくなる。」
- 「E. 楽しそう。」
- 「K. 出かける目的が増える。」
- 「C. 多くの人が受けられる。」

の4項目において、評価が高いのは、「②雪遊びテーマパーク」である。

##### 4.3 各イベントにおけるCS グラフ

各イベントにおける CS グラフを作成して、要改善評価項目を抽出する。

### ① 子供向けイベント

表記のCS グラフを示す(図 3).

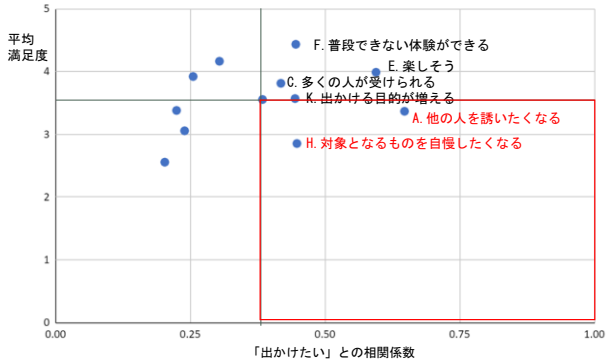


図 3. 子供向けイベントのCS グラフ

要改善項目 (赤枠部分) は、

「A. 他の人を誘いたくなる」

「H. 対象となるものを自慢したくなる」

の 2 項目である。

### ② 雪遊びテーマパーク

表記のCS グラフを示す(図 4).

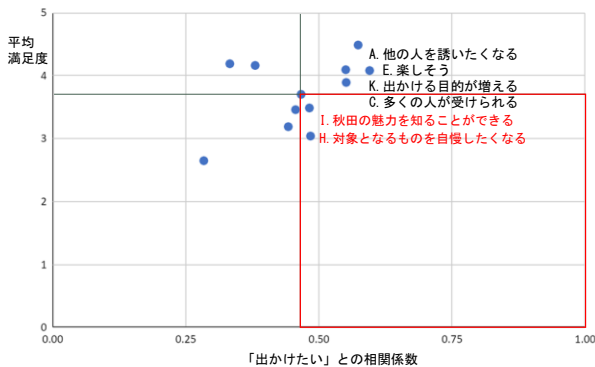


図 4. 雪遊びテーマパークのCS グラフ

重要項目において評価が高い「雪遊びテーマパーク」において、要改善項目 (赤枠部分) は、

「I. 秋田の魅力を知ることができる」

「H. 対象となるものを自慢したくなる」

の 2 項目である。

### ③ 女性中心の買い物マーケット

表記のCS グラフを示す(図 5).

要改善項目 (赤枠部分) は、

「C. 多くの人が受けられる」

「H. 対象となるものを自慢したくなる」

の 2 項目である。

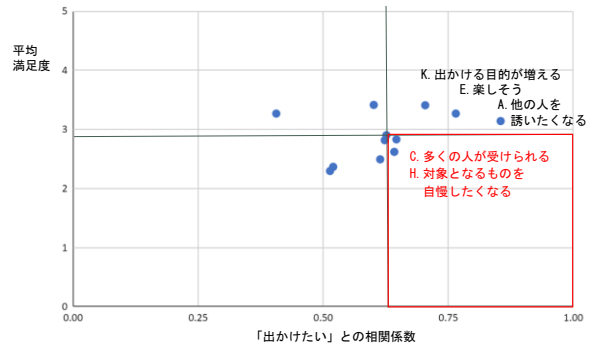


図 5. 女性中心マーケットのCS グラフ

### ④ 高齢者施設に保育施設を足す

表記のCS グラフを示す(図 6).

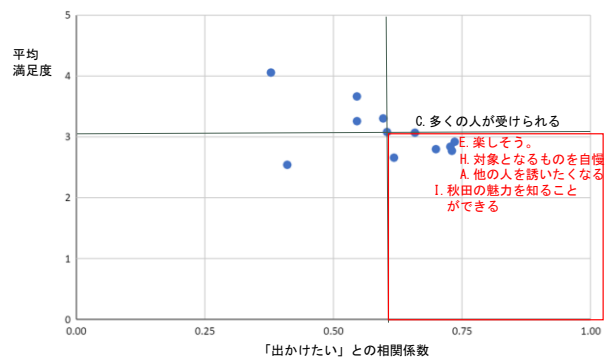


図 6. 高齢者施設に保育施設のCS グラフ

要改善項目 (赤枠部分) は、

「E. 楽しそう」

「H. 対象となるものを自慢したくなる」

「A. 他人に自慢したくなる」

「I. 秋田の魅力を知ることができる」

の 4 項目である。

### ⑤ 小中学校でふるさと発見学習、地域間交換留学

表記のCS グラフを示す(図 7).

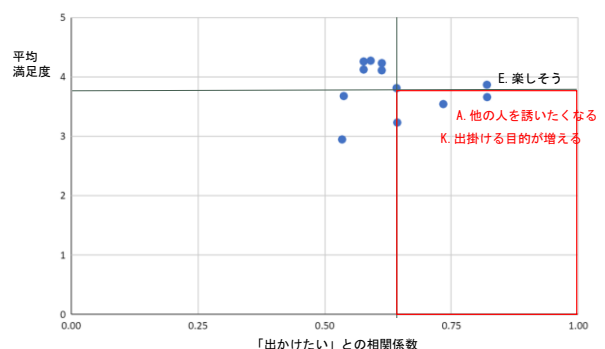


図 7. 小中学校でふるさと発見学習、地域間交換留学のCS グラフ

要改善項目（赤枠部分）は、  
 「A. 他の人を誘いたくなる」  
 「K. 出かける目的が増える」  
 の2項目である。

#### ⑥ 交通環境の改善

表記のCS グラフを示す(図8)。

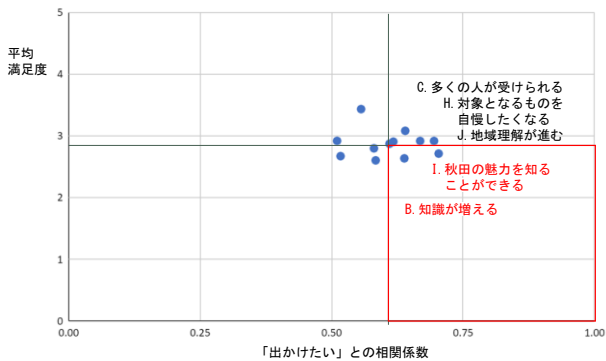


図8. 交通環境の改善のCS グラフ

要改善項目（赤枠部分）は、  
 「I. 秋田の魅力を知ることができる」  
 「B. 知識が増える」  
 の2項目である。

#### 4.4 回答者の趣味

一方、このアンケートにおいて趣味を複数回答で聞いたところ、図9の割合が得られた。上位11項目で7割を超えているが、そのいずれもがインドアであり、秋田でイベントが開催されても積極的に参加するとは考えられない。

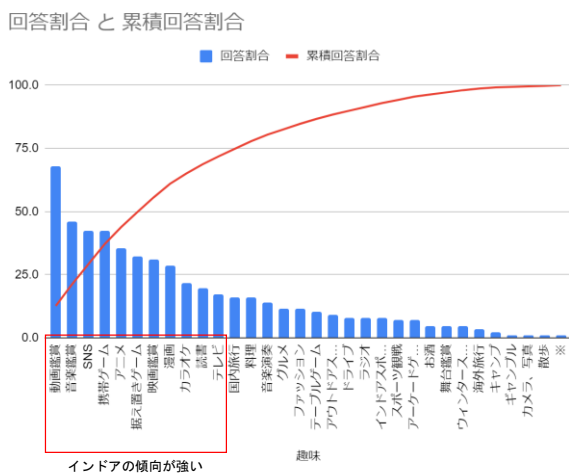


図9. 趣味についてのパレート図

#### 5. まとめ

CS分析の結果、評価が高い項目は「A. 他の人を誘いたくなる」、「E. 楽しそう」、「K. 出かける目的が増える」、「C. 多くの人が受けられる」である。また、①子供向けイベント、②雪遊びテーマパーク、③女性中心の買い物マーケット、④高齢者施設に保育施設を足す、において「H. 対象となるものを自慢したくなる」が要改善項目となっている。これらの施設やイベントに好印象を抱いても自慢したくなるほどの影響は与えられない。

このことから、地域を自慢したくなるような施設やイベントを念頭にまちづくりを行う必要があると考えられる。

この内容を秋田市で開催された学会研究会(石川ほか[2])で発表した。質問として、もともと産業が定着しないと住むことができないのではないかというコメントや、女性に絞った理由についての質疑があった。

#### 参考文献

- [1] 神田範明: 神田教授の商品企画ゼミナール, 日科技連, 2013.
- [2] 石川優, 板橋花歩, 織田美月, 斎藤里咲, 嶋崎真仁: 商品企画手法の「女性が住みやすい街づくり」への適用, 社会情報学会東北支部・日本設備管理学会東北支部合同研究発表会抄録集, 2022, pp. 23-26.