

# 平成28年度(第8期) 事業報告書

平成 28 年 10 月 1 日から 平成 29 年 9 月 30 日まで

特定非営利活動法人 沖縄グローバルインキュベーション

## 1 事業の成果

### I. コンサルタント業務

#### 1. 「マーケティングリサーチ結果に基づく新商品開発、新商品ブランド戦略立案及び企業ブランディング手法に関わるコンサルティング」

「中小企業課題解決プロジェクト推進事業」を活用して新事業分野への進出を企図し、新たな商品開発に取り組む県内食材卸会社において、想定ターゲットに対するマーケティングリサーチ結果から導き出された客観的な諸数値データを基に新商品開発、ブランド戦略並びに企業ブランディング戦略構築に関わる一連のコンサル業務を実施した。(前年度からの継続案件)

本コンサルタント業務の遂行においては、同社が将来的に県外市場へのアプローチを見据えている点を鑑み、一部上場食品企業との関連業務の経験が豊富な広告業界のマーケターと、パッケージデザイン分野を専門とする東京在住の NPO メンバーらとの連携の下、大都市圏消費市場での全国レベルのリアルタイムな食品嗜好や指向性に関わる情報を本業務に組み入れた。

さらに、競合が想定される既存販売商品との差別化を図るため、新商品のブランド戦略に加え新たな事業分野への進出に伴う企業ブランディング(CI)戦略の方向性に関しても、主に広告業界からの視点から一連のコンサルティングを行った。

新商品パッケージのデザイン評価とともに、販売試食による想定消費者を対象としたマーケティングリサーチでのデータ分析作業を経て採用に至ったパッケージデザインの新商品は、2017 年春季より県内有力スーパー系列各店にて販売が開始されている。

### II. 地域経済活性化に関わる調査研究・広報事業

#### 1. 首都圏居住者に対する沖縄観光・特産品実態及び名護市イメージに関わるアンケート調査（名護市）

東京池袋に立地する大規模商業施設、池袋サンシャインシティで実施された全国特産品販売イベント「ニッポン全国物産展2016」の来場者に対し、「沖縄観光及び県産特産品に関わる販売実態、イメージ調査」(平成28年度伴走型小規模事業者支援推進事業)を名護市商工会の委託を受け実施した。

同時に、米軍基地移転に関連しマスコミ等で全国的に喧伝される機会の多い名護市について、首都圏居住者がどのようなイメージをいっているかについても調査項目に盛り込むことにより並行して実施した。

- ・調査地点 サンシャインシティ:東京都豊島区池袋
- ・実施期間 平成 28 年 11 月 25 日(金)～11 月 26 日(土)
- ・有効回答数 304 件
- ・調査項目 沖縄観光実態/沖縄特産品イメージ/沖縄、名護市特産品認知度及び飲食・購入経験、飲食・購入意

## 2. 訪島者観光実態及び観光イメージに関するアンケート調査（伊是名村）

伊是名島への訪島観光客の拡大を図る基本指針策定のための調査事業（平成28年度伴走型小規模事業者支援推進事業）を伊是名村商工会より受託、実施した。

同島を現在訪問している観光客、過去に訪問経験を有する県内外居住者及び訪問経験を有しない各々の対象とする属性に、観光行動、観光ニーズ、観光イメージ等に関わるデータをアンケート記入法とデプスインタビューの二種類の調査方法で収集した。分析作業を通し、島嶼県沖縄の離島にあつて同島の観光特性や観光実態を把握することに拠り、次段階の作業となる観光客誘客に向けての諸活動への作業指針と資するとともに、委員会にて提言を行った。

アンケート調査（現訪島者/訪島経験者/未訪島者）及びデプスインタビューの実施概要は以下の通り。

### (1)伊是名島現訪島者対象 アンケート調査

- ・調査地点 伊是名島
- ・実施期間 平成28年10月25日～11月30日
- ・有効回答数 57件
- ・調査項目 訪島者実態分析/沖縄本島や他の離島との比較による伊是名島のイメージ/観光目的での沖縄離島訪島/行ってみたい沖縄の離島/回答者プロフィール

### (2)伊是名島訪島経験者・未訪島者対象 アンケート調査

- ・調査地点 那覇市:第40回沖縄の産業まつり会場内ありんくりん市 伊是名村ブース
- ・実施期間 平成28年10月21日～10月23日
- ・有効回答数 113件
- ・調査項目 (1)伊是名島現訪島者対象と同じ

### (3)デプスインタビュー調査

- ・調査地点 東京/沖縄
- ・実施期間 平成29年1月15日～1月21日
- ・調査対象者 10名(1名:90分～120分)
- ・調査項目 伊是名島を訪れるとしたら何がしたいか/伊是名島に観光客を誘客するには一課題の抽出とその解消方法/対象者プロフィール

## 3. 新商品試食販売による商品評価及び商品デザインアンケート調査

新商品の初期段階における販売チャンネルが県内スーパーに想定されていることから、県内最大規模級の集客力を有するイベントである”沖縄の産業まつり”に新商品の販売試食ブースを設け、試食者に対し味とパッケージデザイン(商品ラベル・パッケージ形態等)に関わるアンケートを実施した。

発売前の商品に対し、500円という商品対価を払った試食者(=アンケート回答者)からの忌憚ない商品に対する味や内容量、商品価格に加え、ブース内に掲出された総計12タイプのデザインへの評価に関わる調査でのデータは、性別、年齢、居住・出身地等の様々な側面から分析され、アウトプットされたデータは商品化に向けたコンサルティング業務での客観的指標として活用された。

尚、今回採用した新商品に関わる消費者評価調査については、実施コスト等の側面から一般的には実施

困難な手法として捉えられているが、イベントが日常的に盛んで老若男女が数多く集う沖縄においては有効的な手法であると考えられる。

- ・調査対象 新商品を購入した試食者
- ・調査地点 沖縄の産業まつり「ありんくりん市」名護市エリア内同社販売ブース:那覇市奥武山公園
- ・実施期間 平成28年10月21日(金)～10月23日(日)
- ・有効回答数 194件
- ・調査方法 アンケート記入法
- ・調査項目 アイテム別試食者プロフィール/アイテム別試食評価/アイテム別試食感想(FA)/内容量、購入内容量、購入意向/商品デザイン、ラベル、パッケージ評価/レトルトパッケージやデザインについての感想(FA)/回答者プロフィール

### Ⅲ. ビジネスマッチング事業

#### 1. 「異組織間情報交換会」の定期開催化

行政・民間の垣根を超えた異なる組織との柔軟で幅広い”ゆんたく”感覚での情報交換の場の設定の要望が、弊NPOに年々寄せられているが、近年はビジネス移住者やビジネス訪沖者からの要請も拡大している。上記の依頼、要請を受け、NPOメンバーの私的な人脈ルートにより、沖縄総合事務局や沖縄県庁、民間企業、各商工会、外郭団体、大学関係者及びマスコミ関係者らに呼びかけ、必要に応じて随時、情報交換勉強会を不定期的に年4回開催している。次年度においては、この情報交換会開催の定例化を図ることにより、本土や海外から来沖するビジネス出張者への参加機会の拡大を検討している。

これにより、県外ビジネスマンとの相互コミュニケーションの深耕と参加者の沖縄ビジネスリテラシーの向上も同時に意図している。

#### 2. ビジネスマッチング早期具現化に向けた大都市圏ビジネスマンの沖縄リテラシーの向上

沖縄地域経済の進展を企図するうえで、経済活動が集積し大市場を形成する大都市圏との密接なビジネス関係の構築は不可欠要因として捉えている。国内市場との距離感を縮め、本土市場とのビジネスコミュニケーションの円滑化を図るために、弊NPOのメンバーの半数は東京を始めとする本土在住の企業経営者や現役ビジネスマンで構成されている。

国内の大都市圏市場での沖縄関連ビジネス展開に向け、現地の現役ビジネス層との公私にわたる連携を今後、一層強化するとともに、彼らに対し沖縄の独特なビジネス慣習や伝統、歴史、食文化等々の多岐に亘る沖縄リテラシーの深耕をより図るため、ビジネス視察での沖縄来訪と沖縄でのアテンドを昨年度に引き続き継続して実施した。