

2018年度 茨木フェスティバル 「茨木の交通と暮らし」アンケート集計結果分析報告書

平成30年12月

茨木商工会議所商業部会

追手門学院大学ベンチャービジネス研究所共催

文責：池田 信寛、水野 浩児（追手門学院大学経営学部教授）

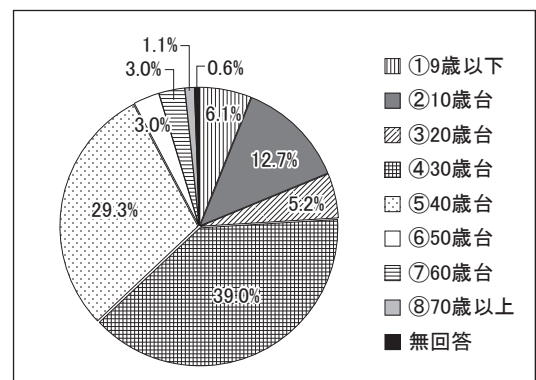
茨木商工会議所商業部会（小売業・卸売業・飲食サービス）と追手門学院大学ベンチャービジネス研究所は、2018年度も茨木フェスティバルにおいて市民アンケートを行った。その分析結果を、ここに報告するものである。

まず、回答者の属性を記述した後、質問項目順に分析を行う。

【回答者の基本属性】

1. 年齢分布

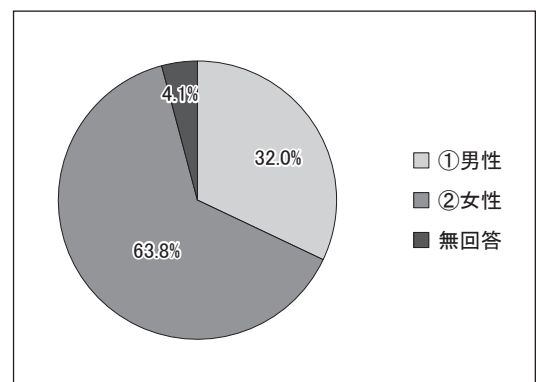
30代が39.0%でもっとも多く、次いで40代が29.3%を占め、合計で全体のほぼ70%弱に当たる。子育ての真最中の世代が多く回答しており、換言すれば、回答者の中心が働き盛りの世代であると言えるだろう。後に居住地の分布の項で述べるが、回答者の80%が茨木市在住の住民で、茨木市周辺地区が、大阪ないし京都のベッドタウンであることもうかがえる。



2. 性別分布

グラフから明らかなように、男性は32.0%であるのに対し、女性は63.8%に上り、約6割強の回答者を女性が占めている。茨木フェスティバルへの女性の関心の高さがうかがえるが、男性の参加率を高めるのであれば、何かしらの誘因を盛り込むことも提案したい。

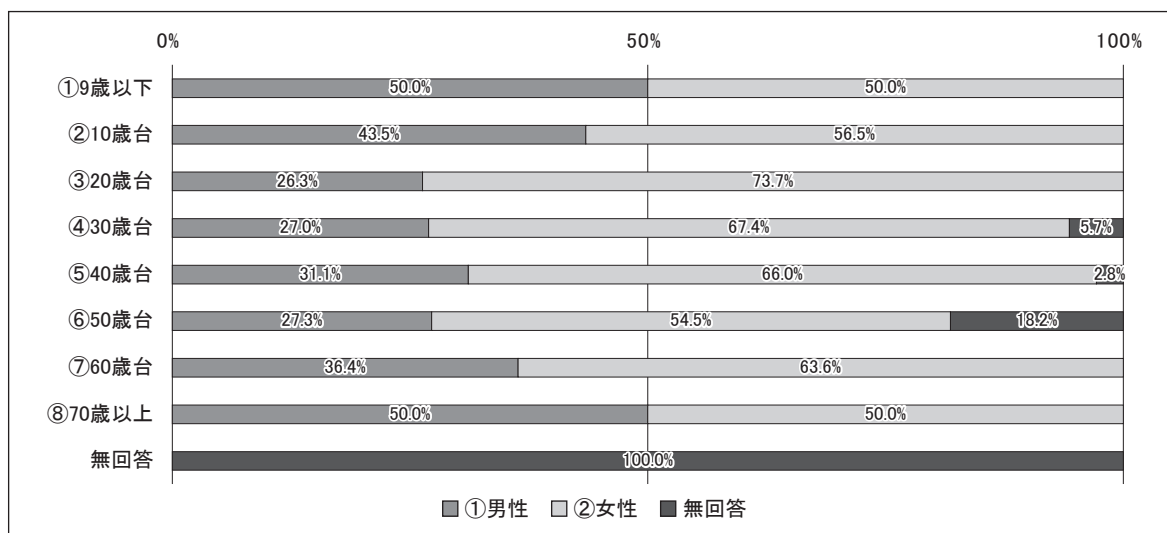
また、上記の年齢分布と併せて考察すれば、子育て世代が多いことに鑑みると、家族連れでの来場を期待できるような仕掛けが欲しいところである。というのも、上記の年齢分布では、19歳までの未成年者の来場が19%で止まっており、若年層へのアピールも求められるだろう。



次のグラフは、性別を年齢ごとに詳しく調べたものである。これによれば、20代女性の来場者率が73.3%ともっとも多いことに気が付かせる。先の年齢分布では、30～40代が大半を占めたが、細かく見ると20代女性の多さには注目したい。20代女性を惹きつける要素が本フェスティバルにあることが推測できる。反対に言えば、男性を惹きつける要素を多くすれば、男性の来場者を増加させられるだろう。

Newsletter

追手門学院大学ベンチャービジネス研究所

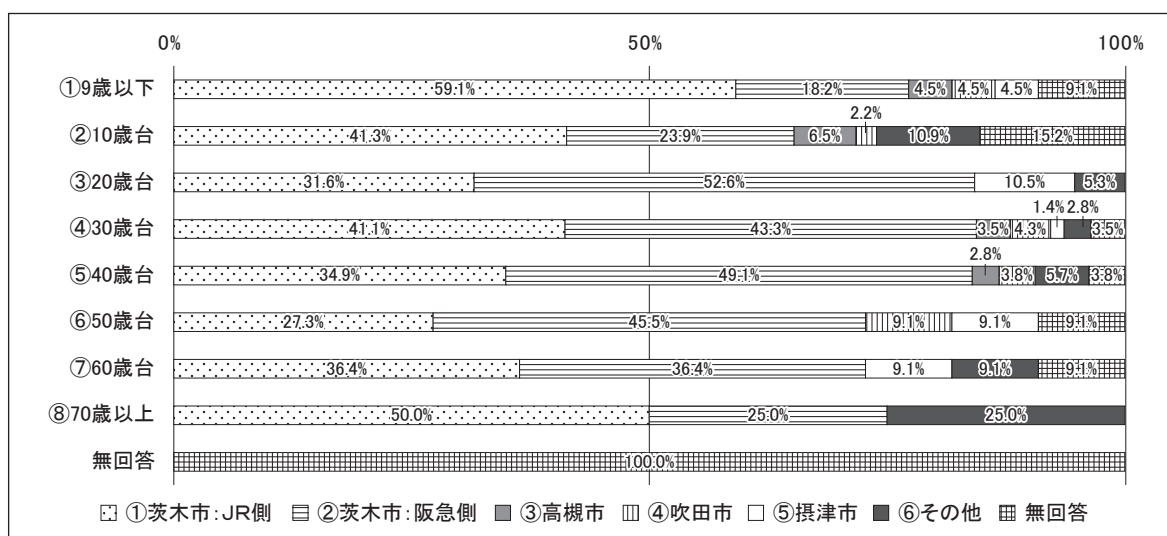
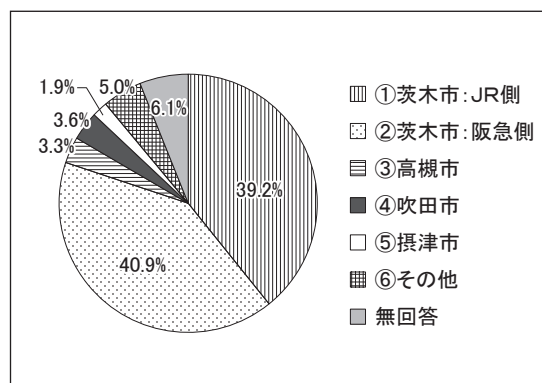


3. 居住地の分布

茨木市のJR駅側の住民は39.2%、阪急茨木市駅側の住民は40.9%であり、全体の8割強を占めている。阪急茨木市駅側の住民が若干多いのは、誤差の範囲と考えられ、会場がJR茨木駅と阪急茨木市駅のほぼ中間地点にあるため、両者が満遍なく訪れたと考えてよいだろう。茨木フェスティバルの開催地としては、理想的な立地である。

惜しむらくは、茨木市近辺からの来場者が20%ほどに止まっており、もし、さらに広報活動を行き渡らせることができれば、さらなる来場者の増加を望める。JR茨木駅や阪急茨木市駅からのアクセスが近いことが周知されていなければ、そのことを強調して広報することを勧めたい。

これら住民の年齢別分布を調べたのが、以下のグラフである。阪急茨木市駅側住民の参加率が多く目立つのは、20代女性、40代女性、そして、50代女性である。一方、30代と60代は女性と男性がほぼ同率である。

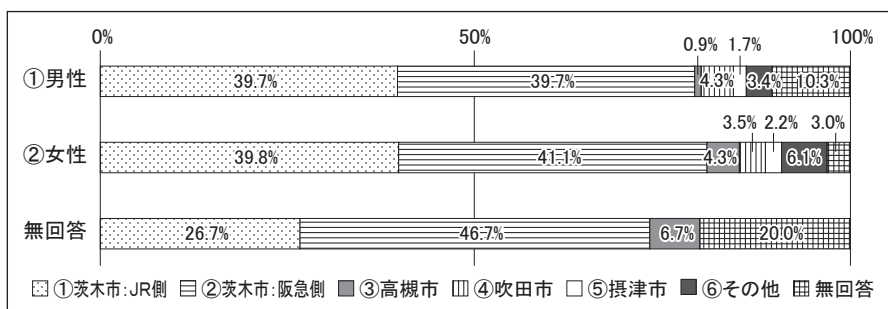


ここで注目したいのは、茨木市以外からの来場者で、10代、50代、60代では、高槻市や吹田市そして摂津市からの来場者が、他の世代よりも多くなっていることである。特に10代は、その40%が茨木市以外の近隣住民であり、未成年を惹きつける要素があることが見て取れる。反対に言えば、他の世代では、茨木市の近隣住民を惹きつける力が若干弱いと考えられる。その要素を洗い出し、追加する調査が求められる。

居住地の男女比率を調べたものが、以下のグラフであるが、特に男女間で際立った差は見られなかった。茨木市民が

そのほとんどを占めるが、JR茨木駅側と阪急茨木市駅側での男女比もほぼ同率であり、特記すべきものはない。

以上から言えることは、本年の茨木フェスティバルへの来場者のモデル像は、茨木市に住む子育て中の働き盛りの女性だと言える。今後とも、この世代への広報を続けるとともに、残りの世代が来場したくなるような仕掛けと広報が求められる。

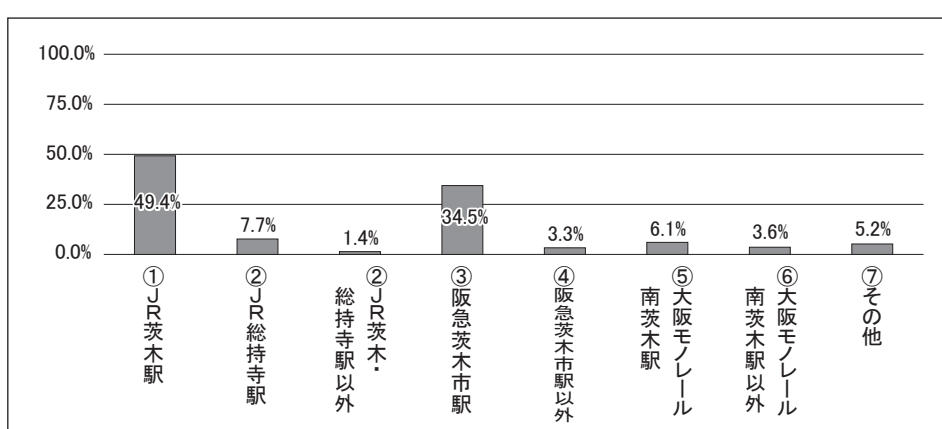


次からは、アンケートの質問ごとの回答を集計したものを分析する。

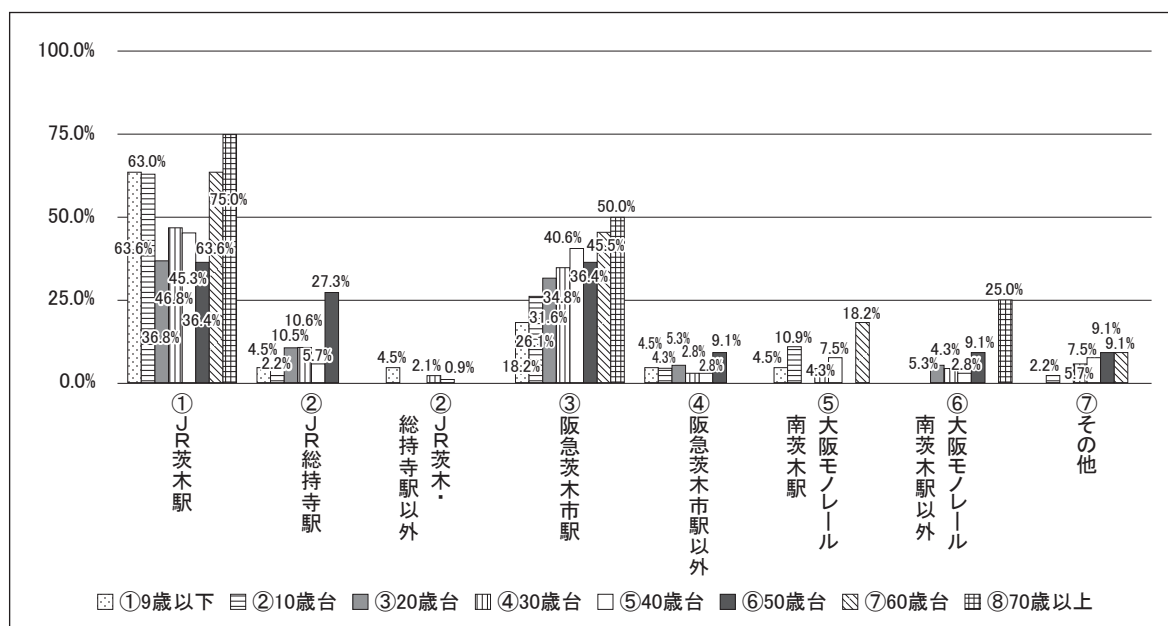
【質問1】あなたが普段よく利用する鉄道（モノレールを含む）の最寄り駅はどこですか？

来場者全体に占める茨木市民の割合は約80%であり、JR茨木市側も阪急茨木市駅側もほぼ同率であったが、利用する最寄り駅で見た場合、偏りが見られた。

JR茨木駅を利用する住民は全体の49.4%であるのに対し、阪急茨木市駅を利用する住民は34.5%となった。前者が後者のほど1.43倍である。これが何を意味しているかと言えば、居住地は阪急茨木市駅側に居住しながらJR茨木駅を利用せざるを得ないか、あるいは、阪急茨木市駅側の居住を好んでいるから、加えて、大阪に出る場合、JR線の方が早く着くという利点があるから（ただし、料金はJRの方が高いため、こちらを利用する理由は別途調べる必要がある）と解釈できる。もし通勤の行き帰りに駅周辺の店を利用するのであれば、通勤者の需要に応える店舗揃えが求められる。



次のグラフは、年齢別に見た最寄り駅の利用分布である。興味深いのは、JR茨木駅の利用者は、働き盛りの20代から50代にかけて他の年代よりも利用者が相対的に低くなっていることである。一方、阪急茨木市駅の利用者は、年齢が高くなるほどに多くなっている。





らの年齢層が多く居住しているためと考えられる。

これは、子育て世代が住む率が、阪急茨木市駅の利用者よりもJR茨木駅利用者の方が相対的に多いことを示している。特に、若年層の利用者の絶対数が多いのが顕著である。おそらく、通学や遊びに利用していると考えられる。高齢者の数が多いのは、JR茨木駅の利用者が、阪急茨木市駅の利用者よりも多いことが反映されていると推察できる。

とは言え、20代から50代にかけての働き盛りの住民の絶対数は、ほぼ同じため、両駅はベッドタウンである茨木市民がよく利用していると思われる。他の未成年と高齢者の絶対数は、JR茨木駅が多く、これ

次のグラフは、よく利用する最寄り駅を性別で見たものである。全体の傾向と同様に、JR茨木駅と阪急茨木市駅の利用者率は、両者合わせて全体の85%前後である。

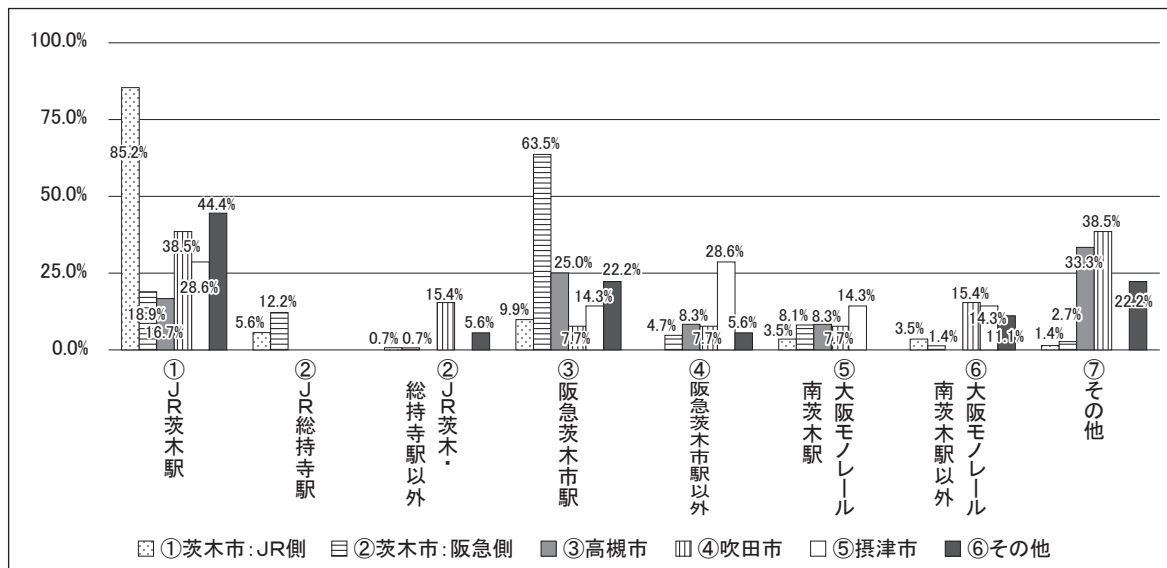
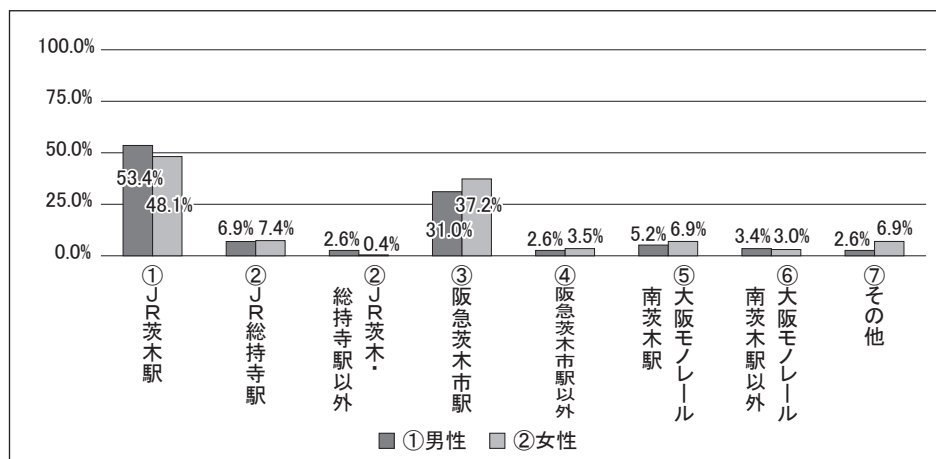
内訳を見ると、JR茨木駅を利用する男性は53.4%であり、一方、阪急茨木市駅を利用する男性は31.0%となり、JR茨木駅を利用する男性が20ポイントも多い。女性も同様に、JR茨木駅を利用する女性は48.1%であるのに対し、阪急茨木市駅を利用する女性は37.2%であり、ここでもJR茨木駅を利用する女性が多い。

興味深いのは、男女別で見ると、JR茨木駅を利用する男性が女性より多いのに対し、阪急茨木市駅を利用するのは、男性よりも女性が多いことである。これを単なる誤差の範囲と解釈もできるが、後述するように、通勤通学する男性が多いのがJR茨木駅側の住民、一方、市外の買い物へ出かける女性が多いのが阪急茨木市駅側の住民と言えないこともない。駅ごとに周辺の店舗揃えを参考にはなるだろう。

居住地別で利用する最寄り駅に特徴が見られるかを調べたのが、以下のグラフである。JR茨木駅はJR茨木駅側の周辺住人が利用し、阪急茨木市駅は阪急茨木市駅側の周辺住民が利用する

のは当然としても、それが交差している部分もある。つまり、JR茨木駅側の住民でありながら阪急茨木市駅を利用する者や、反対に、阪急茨木市駅側の住民でありながらJR茨木駅を利用する者も少なからずいると観察できる。

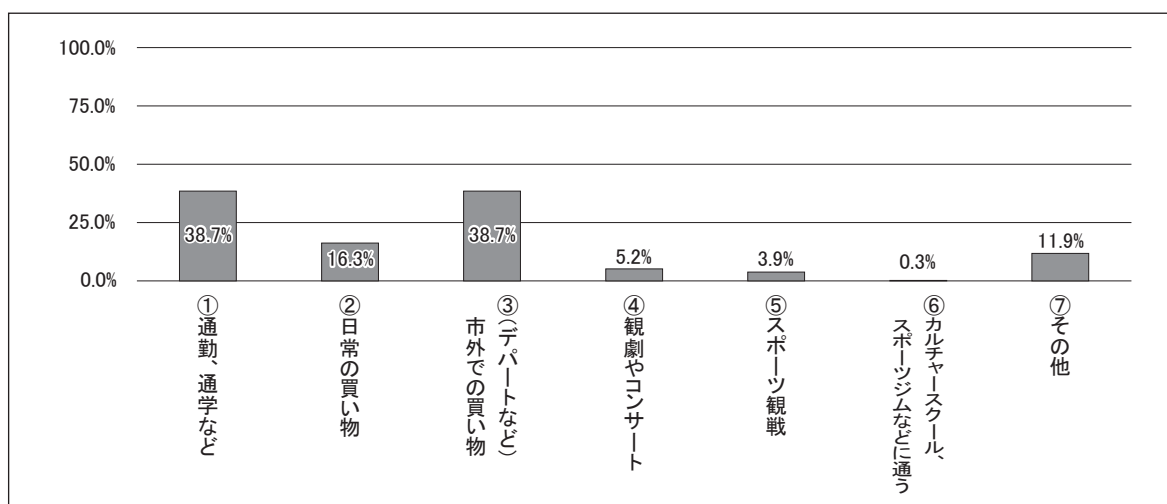
茨木市以外の住民でJR茨木駅や阪急茨木市駅を利用する人も少なからず見られるが、これは茨木市やその近郊に通勤通学する人や、場合によっては、茨木市での買い物に利用する人がいると推察できる。



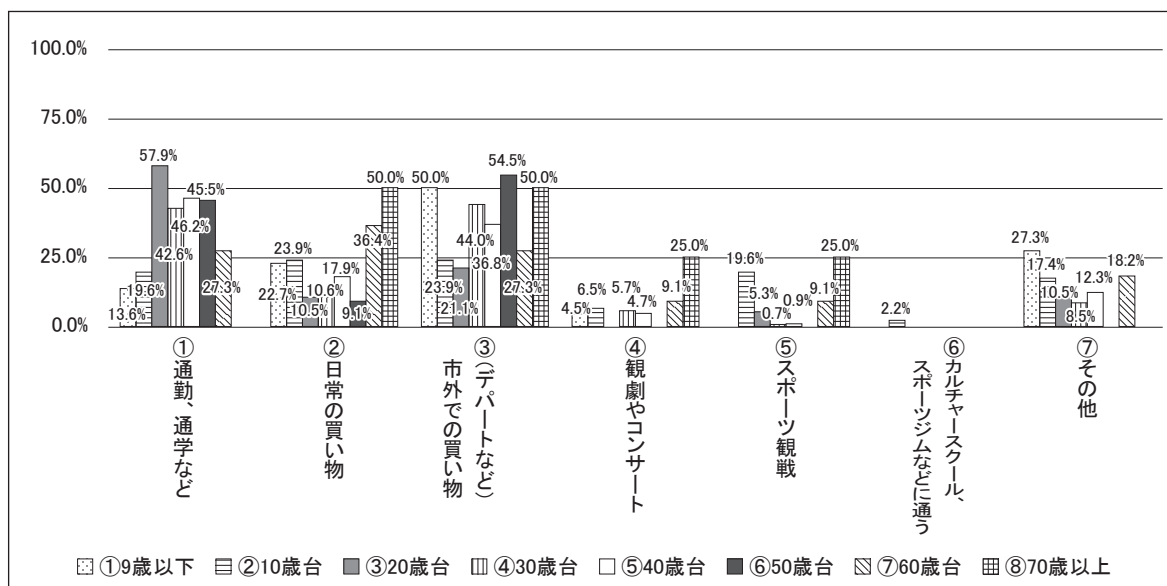
【質問2】最寄り駅を利用する目的はなんですか（複数回答可）？

通勤通学とデパートなど（茨木市）以外での買い物という理由が、両者とも38.7%である。茨木市が大阪市や京都市などのベッドタウンであることを考えると、十分にうなずける合理的な理由である。

観劇やスポーツ観戦に利用する人は、これらが茨木市内にないため、茨木市外に出かける必要があるためであり、これも納得できる数字である。興味深いのは、日常の買い物に利用する人が16.3%存在することである。これは、茨木市外から茨木市内に買い物に出かけて来ていると解釈すべきであろう。茨木への集客力を高めることで商圈を広げられる可能性を示唆している。

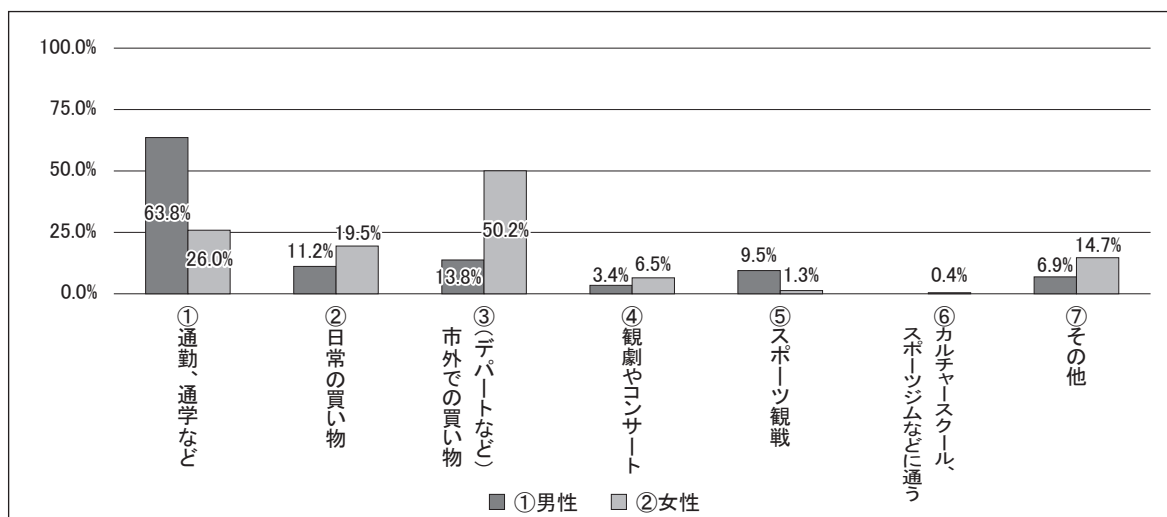


次のグラフを見ると、通勤通学に最寄り駅を利用するのは、働き盛りの20代から50代が多いことが分かる。デパートなど市外への買い物に最寄り駅を利用するのは、働き盛りも多いが、9歳以下の低年齢層や70代以上の高齢者も多いのが特徴である。市外への流出が認められるが、一方で、日常の買い物に利用する低年齢層や高齢者層が多いのは、市外からの流入を認められる。



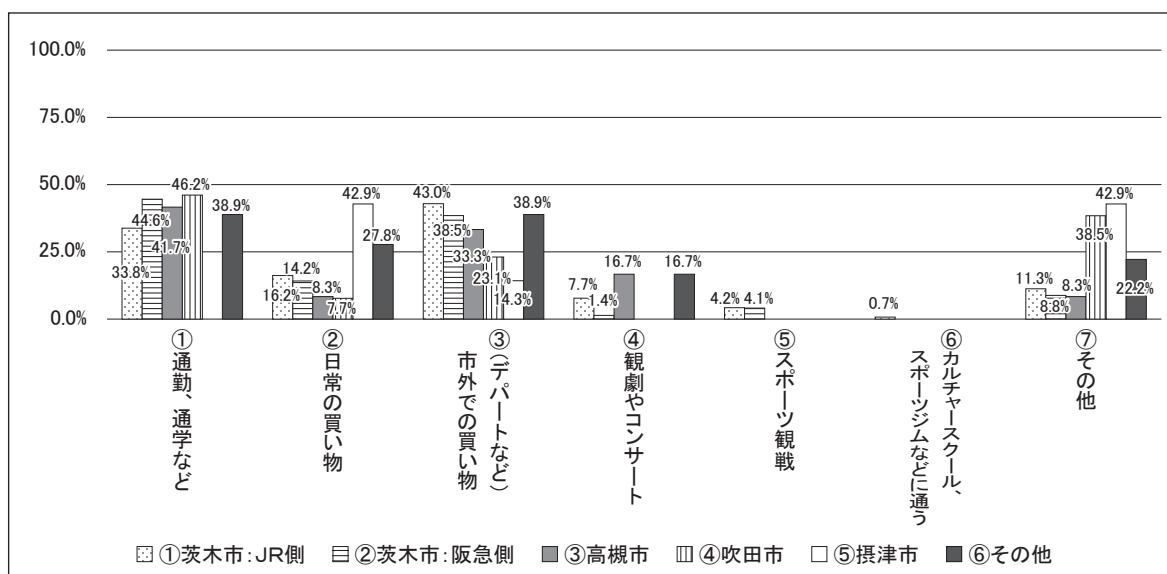
最寄り駅の利用者を性別で見ると、通勤通学で利用する男性が女性よりも圧倒的多く、他方、デパートなど市外への買い物に利用する女性が男性よりも圧倒的に多い。女性の社会進出が始まってずいぶんと時代は下っているが、依然として、仕事は男性、家事は女性という役割分担があることが垣間見られる。解釈によれば、男性には買い物に出かける余裕がないか、魅力的な商業施設がないかとは言えるかもしれない。

この2つに比べると割合は少ないが、それでも無視できないのは、日常の買い物に最寄り駅を使用する人である。考えられるのは、茨木市内の他の駅で買い物をするために最寄り駅を使用する場合と、市外から茨木市内に買い物に出かけてくるという場合である。いずれにせよ、茨木市内での品揃えや店舗揃えの充実が望まれると読むことができる。



居住地別に最寄り駅の利用目的を調べたのが次のグラフであるが、他のグラフ同様に、通勤通学やデパートなど市外への買い物に利用する場合が、特に目立っている。茨木市もそうであるが、高槻市や吹田市、摂津市も大阪や京都のベッドタウンであることを考えると、最寄り駅として、JRや阪急電鉄を利用しているのが自然な行動である。また、そのようにJRや阪急電鉄が路線を張り巡らしていると言える（正確には、JRや阪急電鉄が宅地開発をして、そこに駅を造りベッドタウン化したのである）。

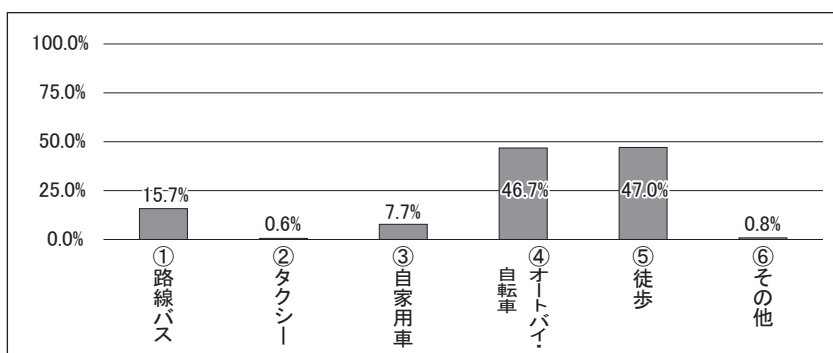
無視できない部分が、その他の部分で、少なくない割合が、その他の理由で最寄り駅を利用しているため、その理由を調査することを勧めたい。最寄り駅の利用目的が新たに判明すれば、新しいビジネスチャンスが見つかる可能性は否定できない。



【質問3】最寄り駅までの手段はなんですか（複数回答可）？

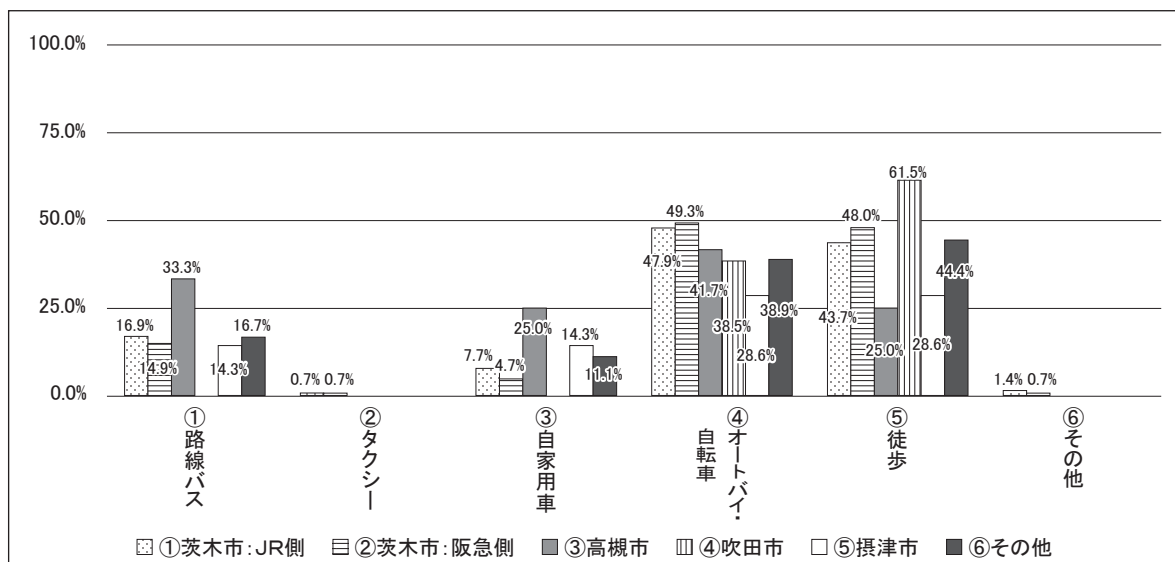
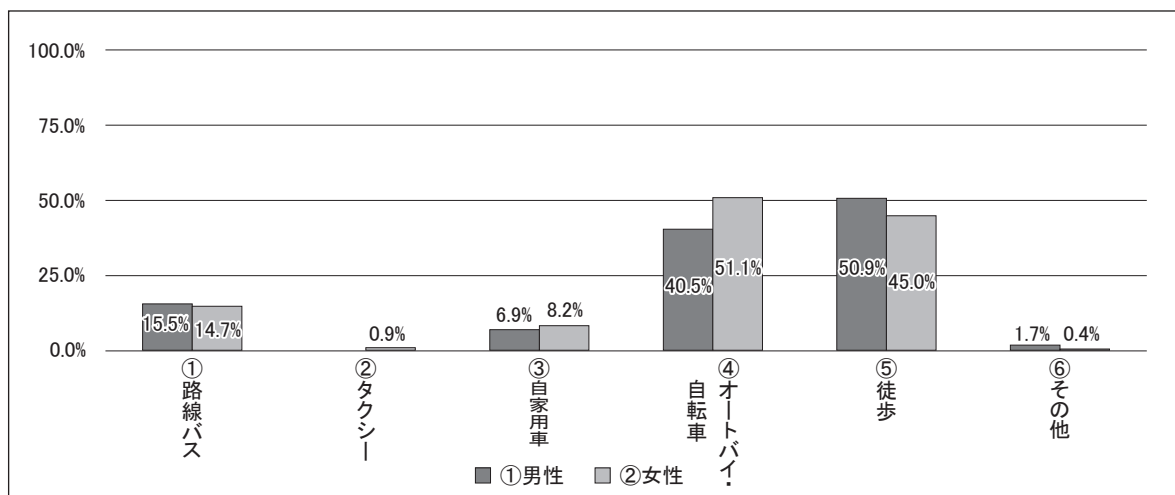
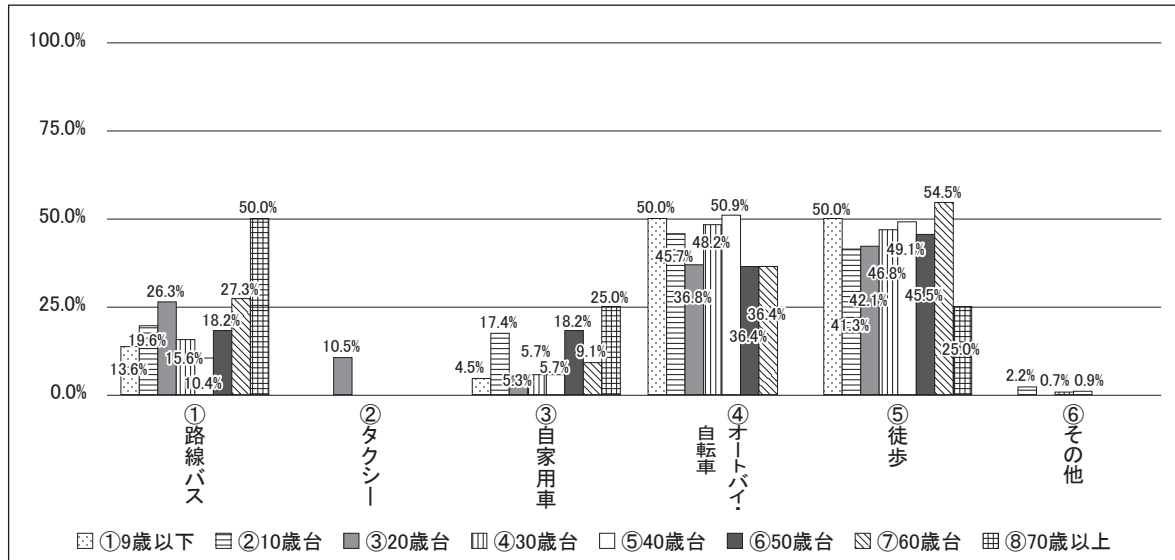
圧倒的に、徒歩（47.0%）とオートバイ・自転車（46.7%）が、全体のほぼ94%を占めている。次に多いのが路線バスの利用（15.7%）であり、自家用車も7.7%ある。

これらの数字をどう見るかであるが、【質問4】で駅周辺に欲しい施設として、駐車場や駐輪場が多く挙げられていることを考えると、オートバイや自転車ある



いは自動車以最寄り駅まで通勤したいが設備の点で諦めざるを得ない潜在市民が多くいると推測できる。

同様に、先の2つと比べると低いのが路線バスの利用（15.7%）であるが、これも路線バスが充実していないので、他の手段に頼らないといけないとも解釈できる。ただ、アンケートではそこまでは読み取れない。別途、調査することが求められる。

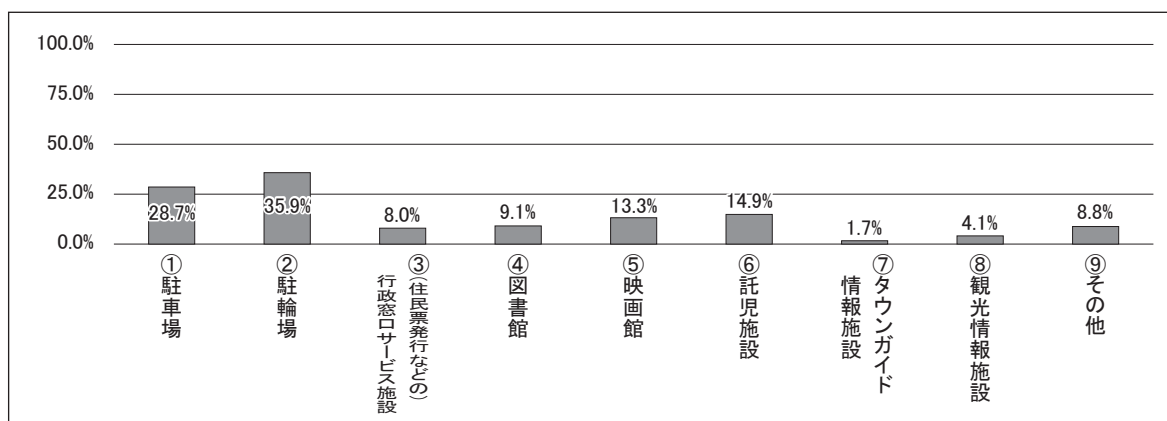


最寄り駅までの手段を、年齢別、性別、そして、居住地別で調べたのが、ここまでの3つのグラフである。この3つは、全体の傾向と比べても、特に目立った違いは認められない。強いて挙げるならば、最寄り駅まで徒歩で行く男性が女性よりも若干多く、一方、オートバイや自転車で行く女性が男性より少々多いとは言える。また、居住地別で見れば、徒歩で最寄り駅まで行く人は、吹田市が少し目立って多い。ただ、今回のアンケートは天候が非常に悪く、有効なアンケート結果とは断言できにくい部分も無きにしも非ず、これらの差異は誤差の範囲と考えられなくもない。

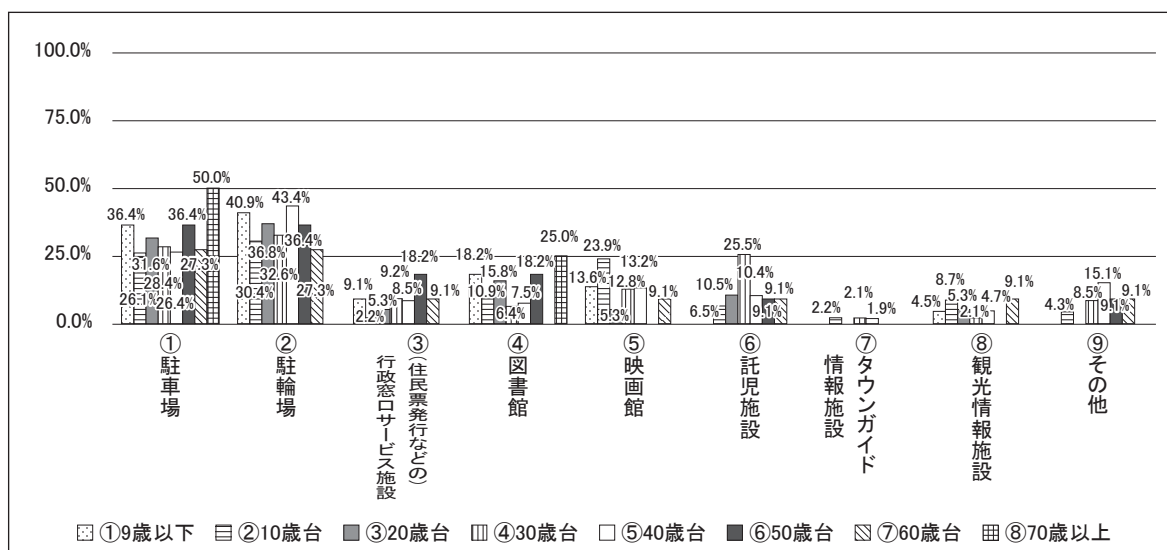
【質問4】 駅周辺に不足していると思う施設はなんですか（複数回答可）？

【質問3】で、最寄り駅までの手段にオートバイや自転車がなかったことに鑑みれば、駐輪場を求める声が多いのは、予想できる結果である。実際、駅周辺の駐輪場は、常に満杯状態であり、仕方なく他の交通手段を選ぶか、違法駐輪をするかの選択を迫られる。過去のアンケートでも同様の結果が出ており、依然として解決されていない問題である。

依然として解決していない問題は、駐車場の問題である。駐輪場を求める声（35.9%）に次いで大きい数字であり（28.7%）、自家用車で最寄り駅まで行きたいけれども、駐車場がないがために、徒歩かオートバイや自転車に頼るしか方法がないのが現状であろう。土地などの問題はあろうが、見方を変えれば、潜在的なビジネスチャンスだとも言える。



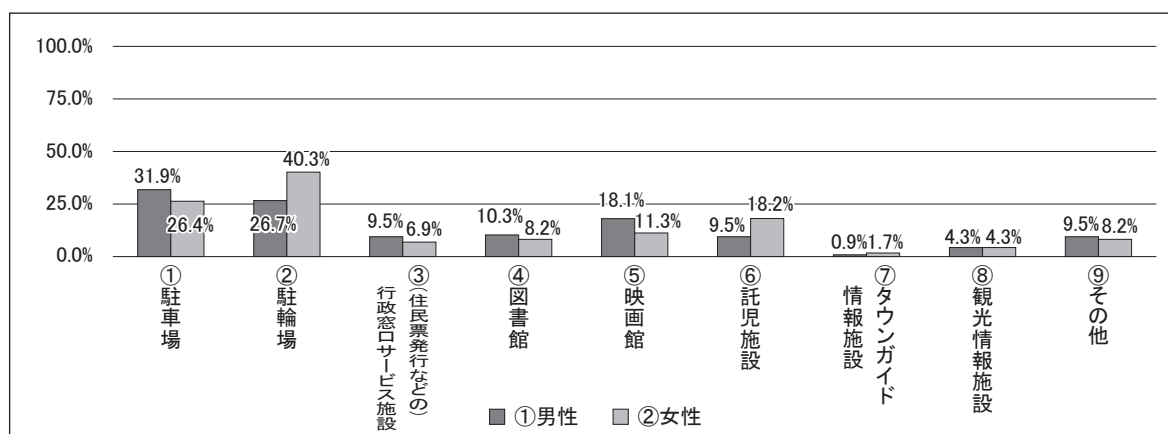
この全体的な傾向を、年齢別、性別、そして、居住地別で調べたのが、次に挙げる3つのグラフである。全体の中ではそれほど目立った数字ではなかったが、年齢別では、駐輪場や駐車場の問題以外に、託児所を求める20代の存在が目立つ。また幼少期の子どもを抱える保護者が苦労している様子が明らかである。



他にも、10代が突出しているが他の世代も無視できないのが、映画館である。大阪市内に出かけないと映画を観ることがなかなか叶わず、切望されている。

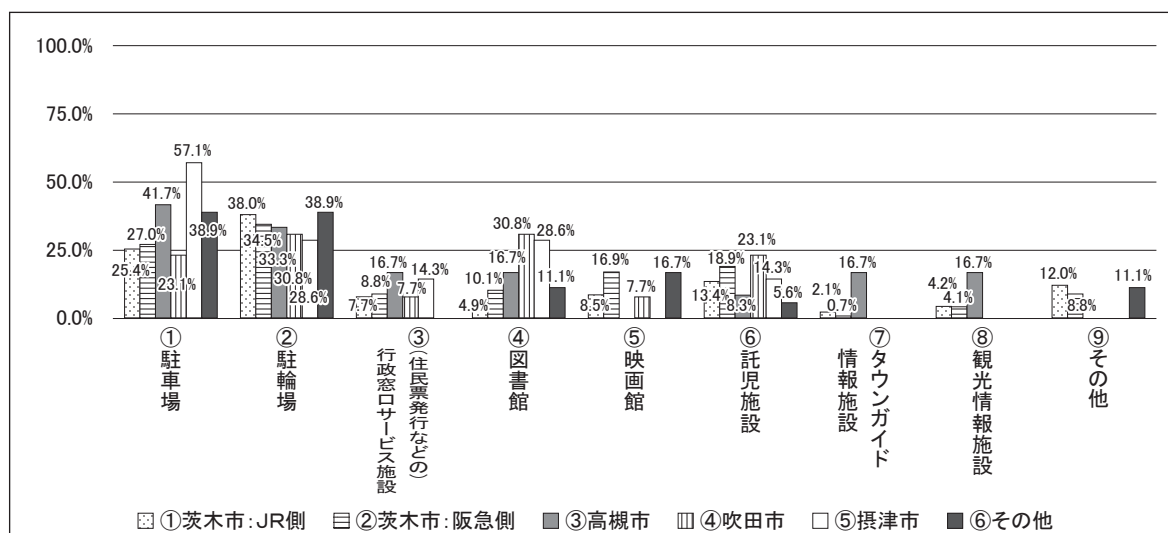
これに次いで無視できないのが、図書館を求める声である。グラフでは、30～40代以外の世代の要望が高い。ただ、30～40代の要望はかなり低いのかと言えば、むしろ、働き盛りで本を読む暇がないと解釈する方が妥当であろう。ますます混迷化する社会にあって、問題解決の手段の1つとして本を求めるのは不思議ではない。また、本離れが叫ばれ

て久しいが、本を読む人は読んでおり、読む層と読まない層の2極化が進んでいると言われている。娯楽としての読書を切望する声は少なくないと思われる。



男女別で不足している駅周辺の施設を見ると、オートバイや自転車で最寄り駅まで行く女性が男性より多かったためか、駐輪場を望む声も男性より女性の方が多い。相関関係は見られる。一方、自動車を使いたい市民も多く、男性の方が女性よりも少しばかり多いが、ともに25～30%の率に達している。潜在的需要はかなりあると分析できる。

託児所を望む声は男性よりも女性が2倍多く、最寄り駅での利便性を高める必要があるだろう。映画館は、男性の方が女性よりも1.6倍求める声が多かった。対して、図書館の場合、男女で目立つ差異は見取れなかった。図書館よりも映画館を求める住民の方が、やや高いのは、短時間で気分転換できる点が魅力なのであろう。

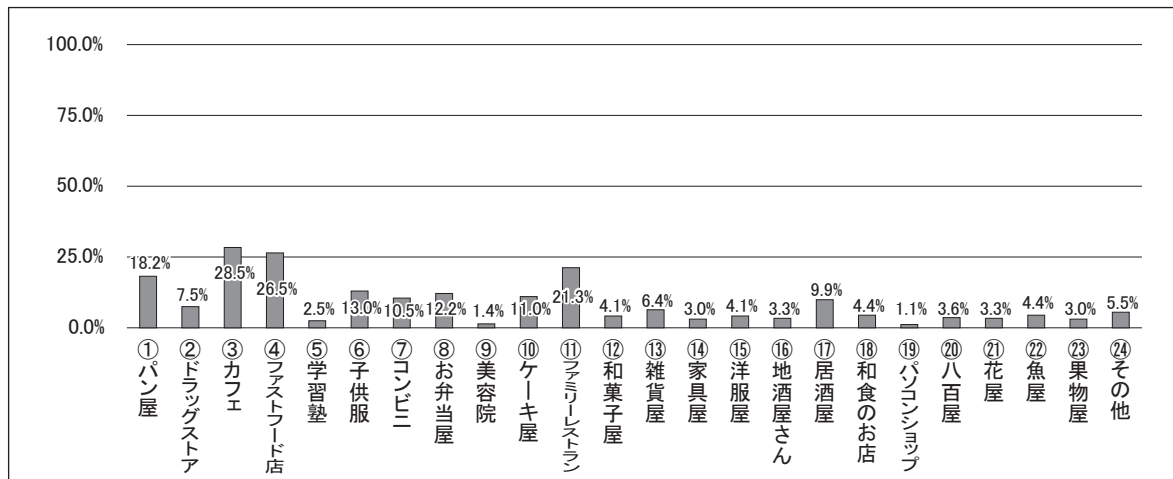


居住地別では、駐輪場が不足していると考えた人は、どの住民も同程度存在している。駐車場が不足していると考えた人も同じく多いが、高槻市と摂津市が特に突出している。その理由は、今回のアンケートでは不明である。図書館と託児所の場合、吹田市と摂津市が飛び抜けて高く、他の市と比べて施設が充実していないのかもしれない。今回のアンケートでは、そこまで読み取ることができなかった。

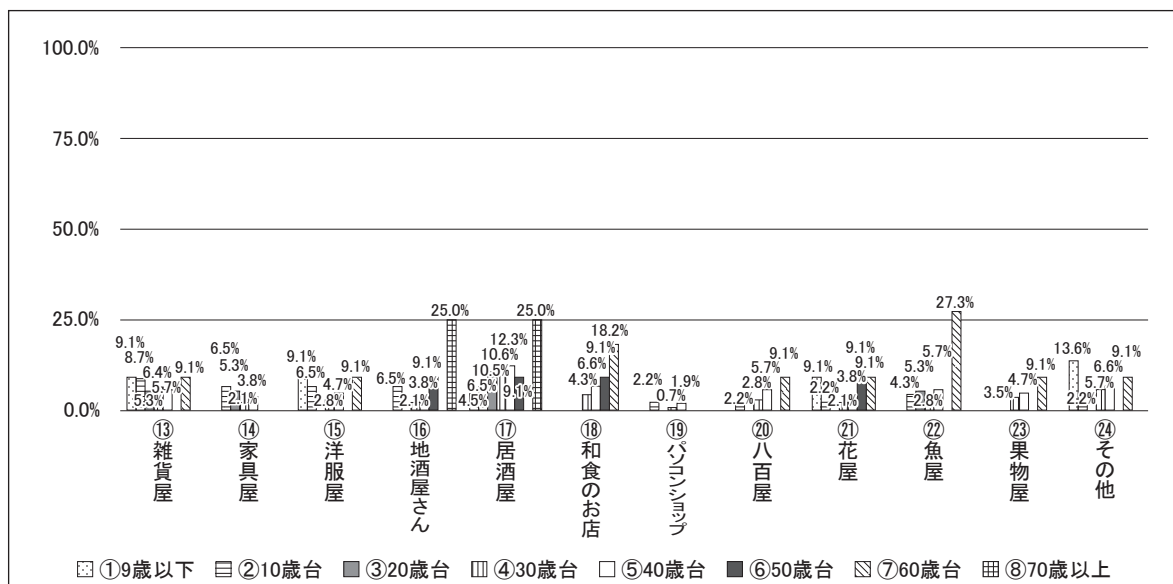
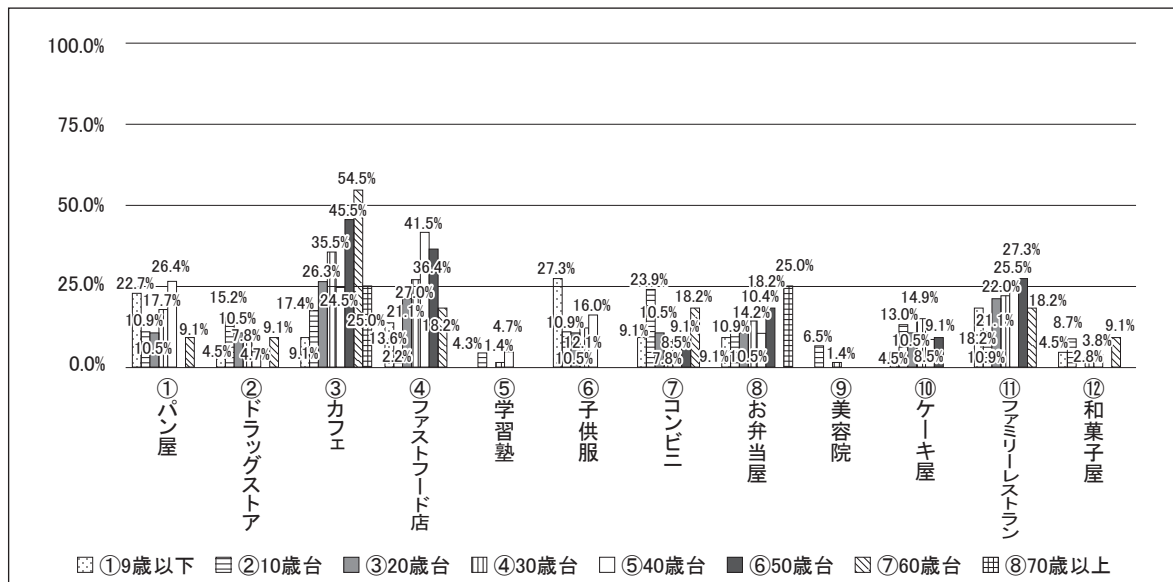
【質問5】駅周辺に不足していると思うお店はなんですか（複数回答可）？

もっとも多かった順に挙げると、カフェ（28.5%）、ファストフード（26.5%）、ファミリーレストラン（21.3%）、そして、パン屋（18.2%）である。10%前後で要望の多かったのが、子供服（13.0%）、お弁当屋（12.2%）、ケーキ屋（11.0%）、居酒屋（9.9%）、ドラッグストア（7.5%）である。

カフェやファストフード、ファミリーレストランや居酒屋は、気軽に生き抜きをしたいが、地元にはそれが足りないと考えているのであろう。「手軽」に「寛ぎ」という消費のキーワードが読み取れる。これに「お洒落」を加えたのが、カフェやパン屋、ケーキ屋である。前年度までの本調査でも、お洒落な店が少ないというのが、多くの不満を占めていた。



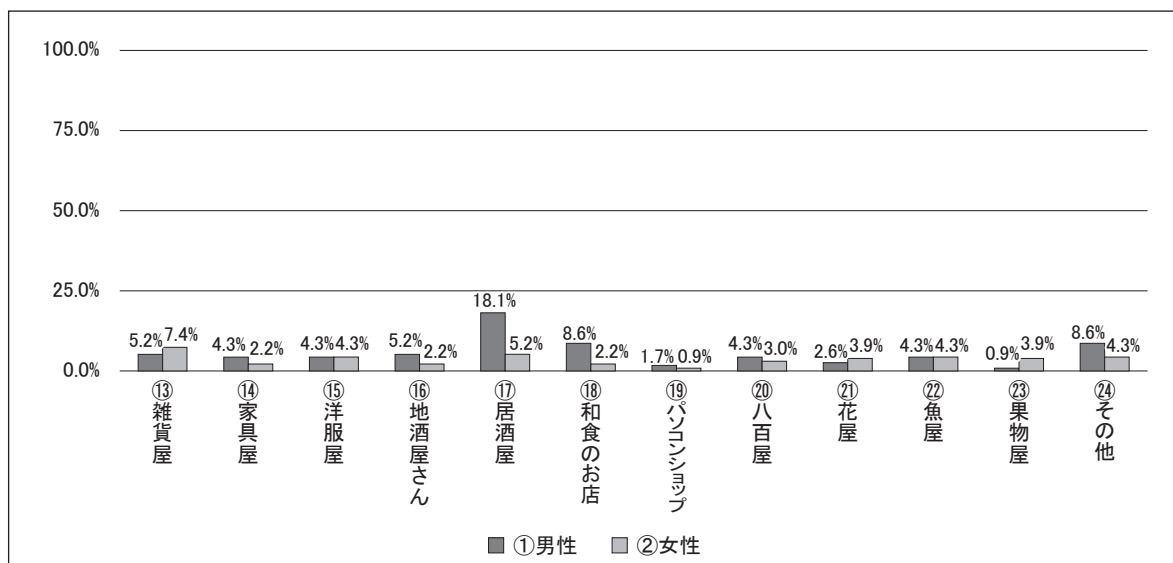
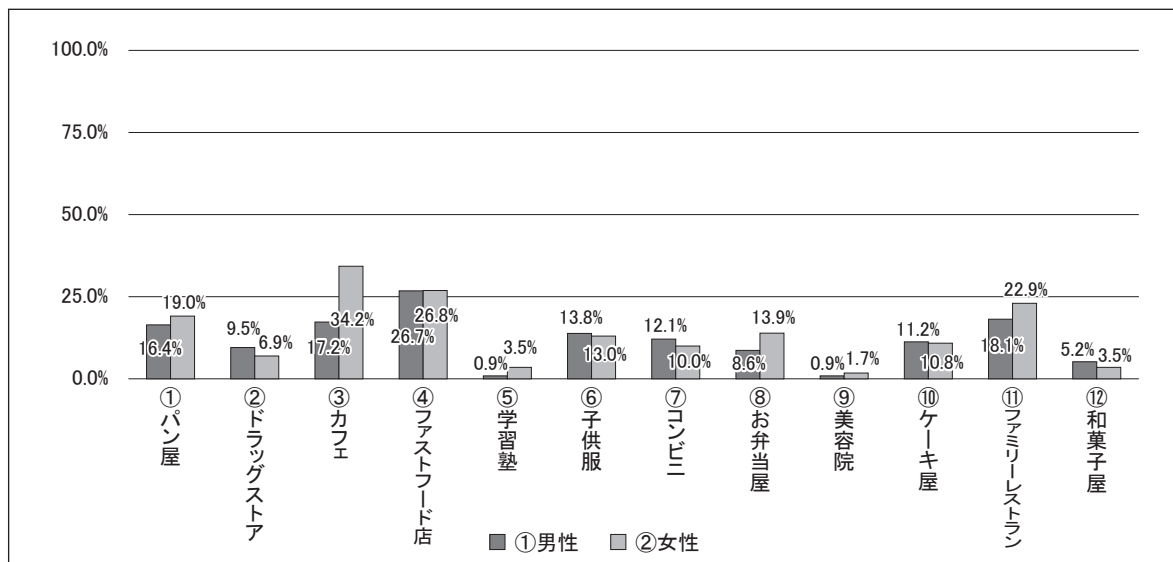
年齢別の内訳を見ると、カフェやファストフード店、ファミリーレストランやパン屋、そして、お弁当屋は、年齢が上がるにつれて要望する声が高い。コンビニは、未成年と高齢者の要望率が相対的に高く、子どもに似合う服が少ないのか、子供服の店を望む9才以下子どもたちが目立つ。パン屋も年齢が上がるにつれて求められるが、9歳以下の子どもも目立つ。全体として、年齢が上がるにつれ、地元でお洒落なお店を望む傾向が見られる。



また、年齢が上がると要望が増えて来る店には、地酒屋や居酒屋、和食の店や魚屋などもある。これらは、先に挙げたファミリーレストランと同程度の要望で、全体の25%程度のを占めており、寛いだ暮らしをしたいという傾向が読み取れる。魚屋が、八百屋や果物屋と比較して高い率を見せているのは、新鮮な魚に対する欲求が高いと言える。原因として考えられるのは、スーパーなどでの魚では満足できないことがあろう。あるいは、魚に関しては、野菜や果物よりもより高い欲求水準があるものと考えられる。スーパーなどにおける改善点とも考えられるとともに、魚の専門店への商機とも考えられる。

次に、性別で見ると、お洒落なカフェで生き抜きをしたいという女性は、男性よりも圧倒的に多く、反対に、居酒屋がほしいという男性は女性よりも圧倒的に多い。女性はカフェで、男性は居酒屋で気分転換をして寛ぎたいと考えている様子がある。

男女でそれほどの違いが見られなかったのは、ファストフード店やファミリーレストラン、ケーキ屋である。これらの店揃えが不足しているという声が多い。男女間で差異がなかったのは、先の年齢別のグラフで見たように、子育て世代である30代以降からの要望があると考えられる。スイーツは女性のものというイメージがあるが、実際には、スイーツが好きだという男性も多く、それが男女間での違いが見られなかった要因であろう。なお、ファミリーレストランが不足していると感じる女性が男性よりもやや多かったのは、毎日の食事の準備に追われる主婦層が多いためとも言えると推察できる。



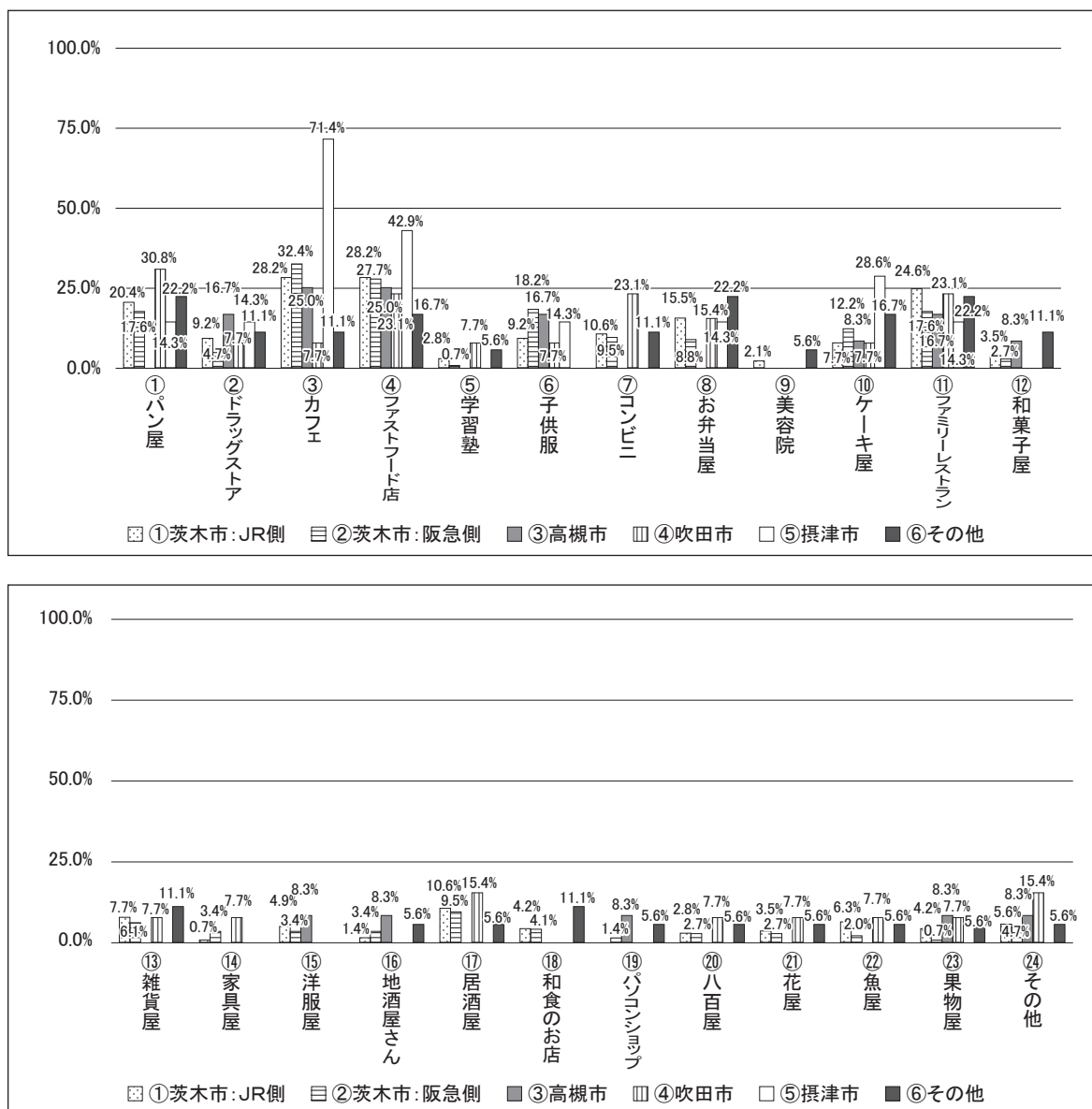
居住地別で分析したのが次のグラフである。大まかに言えば、不足しているお店は、全体の傾向と大差はない。カフェが断トツ人気で、それに、ファストフード店とファミリーレストランが続く。

ただ、このグラフを詳細に分析すると、摂津市が突出している項目があり、他の地域に比べて、カフェやファストフード店、ケーキ屋などが不足していると考えている人が多いように読み取れる。

高槻市や吹田市などに比べると、摂津市は交通の便は相対的に良いとは言えず、ベッドタウンとしての魅力が他市に比べて低いのかも知れない。それがゆえに、茨木市に出かけるという流れは確認できるが、日常的に地元で寛ぎたいという要望に応えられる店が少ないのだろうと考えられる。これを摂津市の問題と捉えるか、他市から客を呼びこむ茨木市のビジネスチャンスと捉えるかは、地元店舗と商工会議所の知恵の出どころであろう。

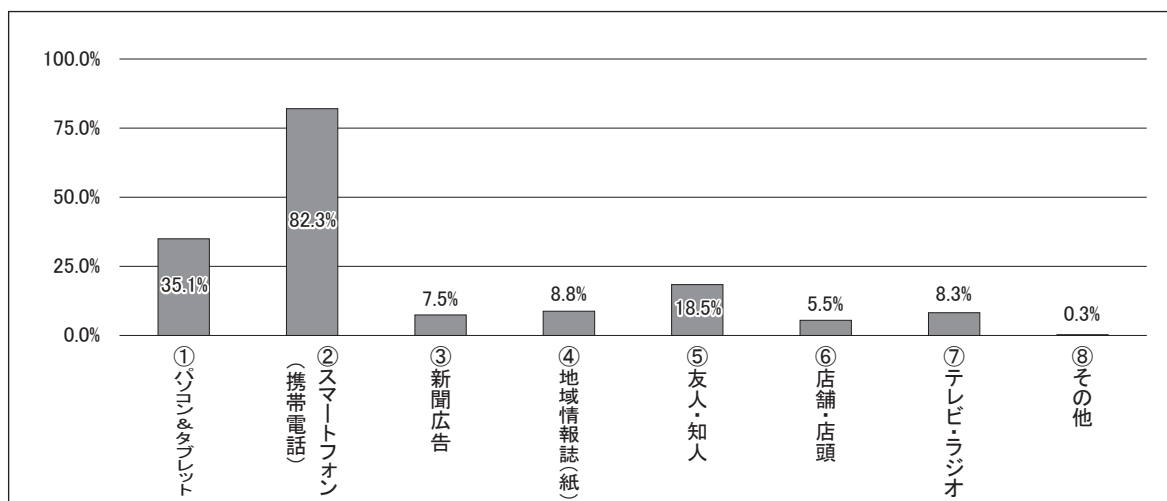
話を戻すと、先の男女別で見たグラフでは、魚屋が不足しているとあったが、居住地別で見ると、さほど目立たない。やや目立つのが居酒屋であるが、男性の要望が多かったことを考えると、仕事帰りに大阪などで立ち寄ってから帰宅する人が多いので、地元にはそれほど求めていないということだろう。

いずれにしても、カフェ、ファストフード店やファミリーレストラン、パン屋やケーキ屋が不足していることは否めず、また、これらは日常生活で利用するものであると考え、それぞれの地でこれらの店揃えを充実させる施策が求められる。



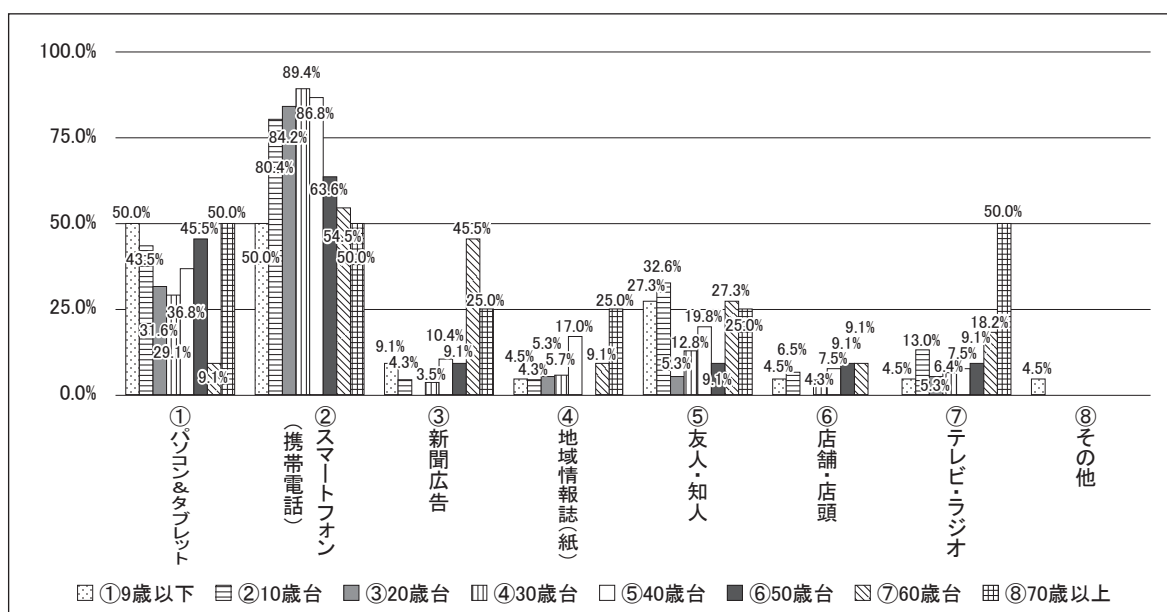
【質問6】あなたの情報収集の手段は何でしょうか？（複数回答可）

全体の傾向は、スマートフォンがもっとも多く82.3%を占めている。次いで、パソコンやタブレットが35.1%を占め、この2つがほとんどの情報源である。いわゆる口コミ（友人や知人）は18.5%が少々目立つくらいであり、他はほとんど目立たない。



年齢別で見てもさほどの違いが見られないが、唯一目立つのが高齢者がテレビやラジオで情報を仕入れている率である。これは、通販番組の視聴者のかなりも部分を中高年が占めている統計結果と符合する。スマートフォンを利用しているのが若者というイメージがあったが、実際は、働き盛りの20代から40代が多く、手軽な情報源であることが分かる。

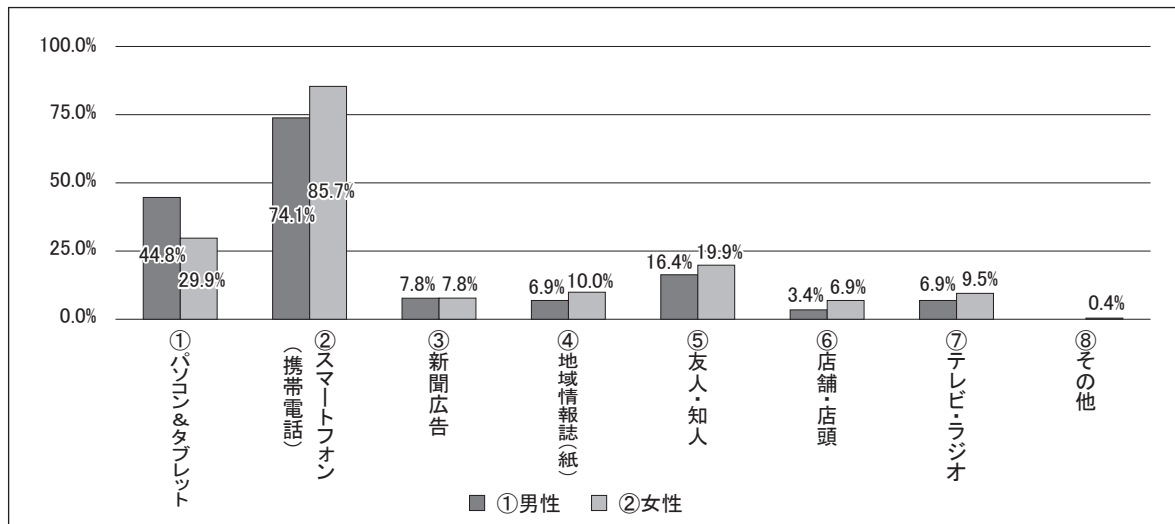
反対に、未成年者と中高年層は他の世代と比べて、パソコンやタブレットを使う比率が高く、これら端末への情報発信が注目される。口コミ（友人・知人）も未成年と中高年層の間に盛んにやり取りしていることも見て取れる。いずれにしても、スマートフォンやパソコン、タブレットなどの情報端末がメインで使われている。



男女別では、スマートフォンの場合は、女性が85.7%であるのに対し、男性が74.1%と、女性の方が10ポイントほど利用率が高い。一方、パソコンやタブレットの場合、女性が29.9%であるのに対し、男性は44.8%となり、男性の方が女性よりも利用率が15ポイントほど高い。女性はスマートフォン情報を入手し、男性はパソコンやタブレットで情報を入手しているとも言えなくもないが、そう区別するほどの有為な差異であるとは思われない。男女ともスマートフォン、パソコンやタブレットの理由が主流を占めていると言えるだろう。

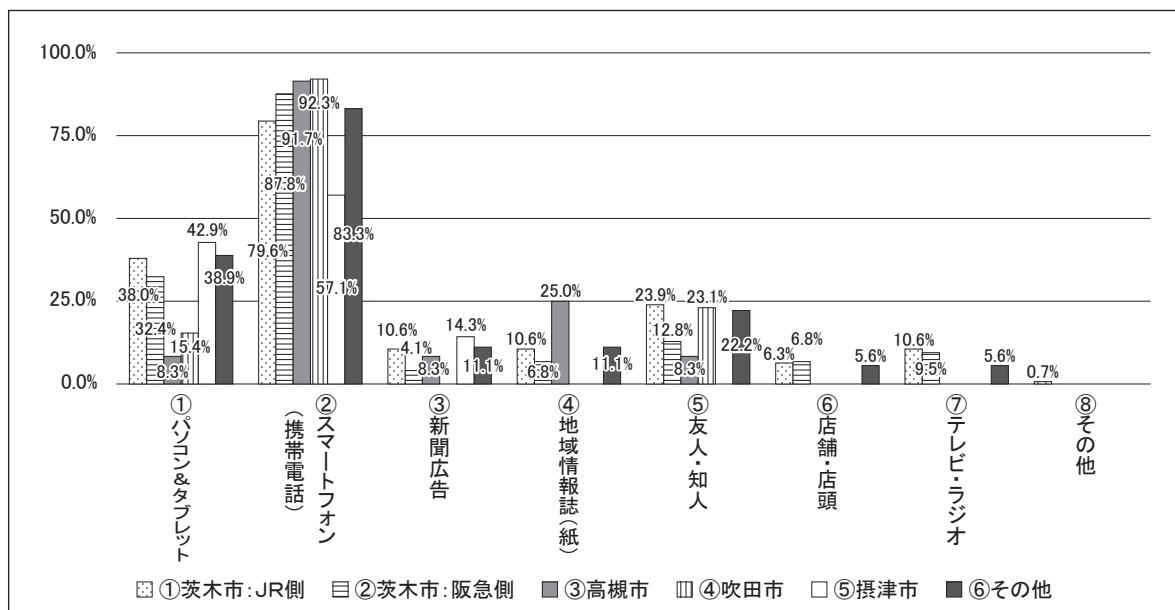
他には、口コミ（友人や知人）やテレビ・ラジオがやや目立つ。とはいえ、新聞広告や地域情報誌（紙）、店舗・店頭も情報収集手段としての価値がなくなったわけではない。すべからくさまざまなメディアを組み合わせることが望ましい。





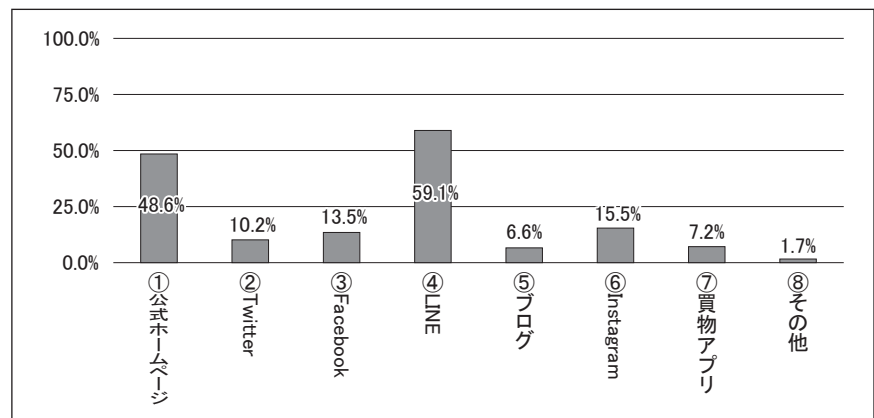
居住地別で見ても、年齢別で見た場合と違いは認められない。スマートフォン、パソコンやタブレットが主な情報収集手段である。ただし、スマートフォンの利用率がなぜ摂津市で低いのか、パソコンやタブレットの利用率がなぜ高槻市と吹田市で低いのかは分からない。

地域住民の性質なのか設備が未整備なのか、ここでは読み取れない。



【質問7】よく使うサービスは？（複数回答可）

もっともよく閲覧されているのがスマートフォンを通して見るLINEである（59.1%）。次いで、公式ホームページが48.6%と多い。スマートフォンでLINEを見て、パソコンやタブレットで公式ホームページを見ていると考えると、スマートフォンの利用率とパソコンやタブレットの利用率の差異と符合している。ただし、単に相関関係があるというだけであり、スマートフォンでも公式ホームページを見ることはできる。とは言え、スマートフォンの画面の大きさから言えば、スマートフォンでLINEを見て、パソコンやタブレッ

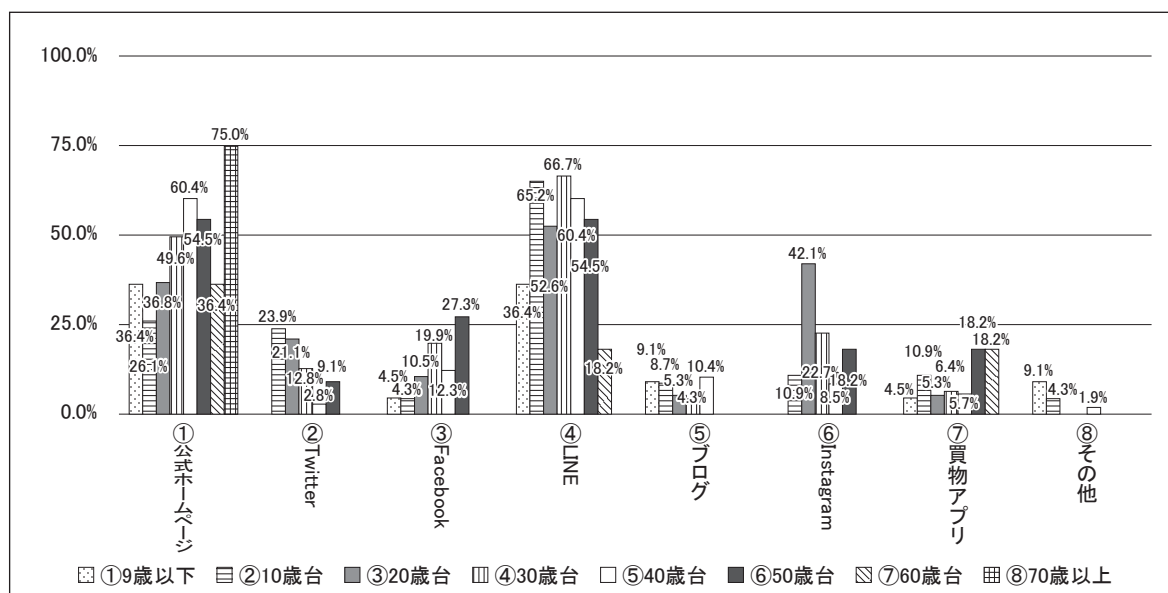


トで公式ホームページを見ていると考える方が合理的である。

他には、最近、その利用が増えているInstagramや、働き盛り世代が利用していると言われているFacebook、そして、Twitterの利用も10%前後ある。企業広告や商品広告を出す場合、さまざまなサービスを通じて消費者に訴求することが望ましい。

各種サービスの利用者を年齢別で分析すると、LINEは10代から50代までの世代で閲覧されているのに対し、公式ホームページは、働き盛り世代と70歳以上の高齢者の利用の高さが目立つ。LINEの場合、前述した年齢別で見た場合のスマートフォン利用率と重なっており、年齢別の分布はうなずける結果である。一方、公式ホームページでは、パソコンやタブレットで情報を収集する世代の分布が凹であったのに対して、凸の形状を描いており反対の傾向にある。これは公式ホームページに対する信頼度が年齢が上がるほど高くなっていると考えられなくもないが、断定はできない。

残りのInstagram、Facebook、Twitterを見ると、InstagramとTwitterの利用が未成年で多く、Facebookは年齢が高くなるほどに多くなる。商品のターゲットによって情報の発信先を考慮する必要がある。

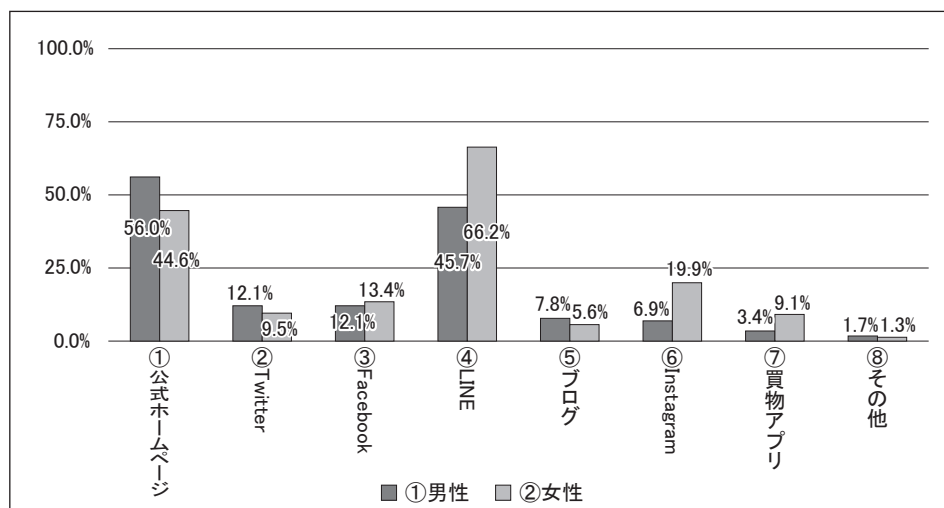


男女別での利用の傾向は、LINEは女性が66.2%と男性の45.7%よりも20ポイントほど高いのに対し、公式ホームページは男性が56.0%と女性の44.6%よりも10ポイント強高い。公式ホームページの男女差は、考慮すべきほどの優位さであるとは言えないが、LINEの場合は20ポイントの差があり、商品によっては、女性受けする投稿が求められる。とは言え、男性の利用率も高く、商品によっては男性を意識した投稿も求められるだろう。

目立つのはInstagramで女性の閲覧が圧倒的に多い。フォトジェニック（写真映えする）な画像や動画の投稿が、特

に求められる。買い物アプリも女性の比率が男性よりも高く、ここでも女性を意識した投稿が求められる。一方、男女差が見られないのは、FacebookやTwitterで、これらでは性別を特に意識しなくても良いと考えられる。

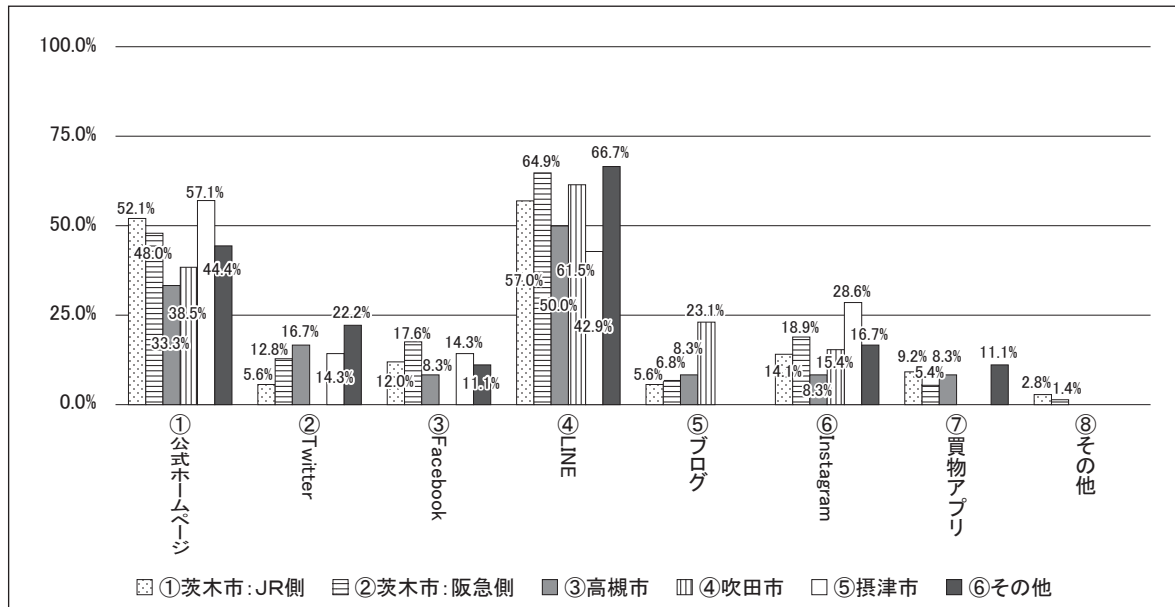
いずれにせよ、LINEや公式ホームページの閲覧率が圧倒的に高いことは考慮すべきであるが、商品によっては他のサービスを考えるべきであろう。むし



ろ、1つのサービスに特化するよりも、複数のサービスの組み合わせが好ましい。

居住地別で見ると、全体の傾向は変わらないが、【質問6】での集計結果と同様に、公式ホームページの利用率が、高槻市と吹田市で少し低い傾向が読み取れる。一方、摂津市の場合、公式ホームページの利用率（57.1%）がLINEの利用率（42.9%）よりも高く、他の市と比べ比率が逆転している。この差の原因がどこから来るのかは、今回のアンケートでは読み取ることとはできなかった。

いずれにせよ、大勢ではLINEと公式ホームページが2大情報源であることには変わりがないが、他の情報源も無視はできないことを強調しておきたい。



以上、2018年度の茨木フェスティバルで行われたアンケートの集計結果とその分析結果である。

(以上)



「第5回 追手門グッズコンテスト」を開催しました

本学では毎年、秋学期期間に「追大学生ビジネスプランコンテスト」を開催しています。これまでより、経営学部を中心に多くの学生が参加し種々の素晴らしいビジネスプランが提案されています。またさらには経営学部に限らず様々な学部からも参加してもらい、より多くの学生に“ビジネス”に対する関心を持ってもらうことが必要と考えています。ベンチャービジネス研究所では、コンテストを経営学部以外の学生にも身近な内容にして体験できる場を設け、これによって追大学生ビジネスプランコンテストへの関心が高まることを期待し、そのプレコンテストとして始めました「追手門グッズコンテスト」も今回で5回目を迎えました。

今回は地元企業「ゴウダ株式会社」様にもご協賛頂き、

部門1 ゴウダ株式会社のノベルティグッズ

部門2 追手門学院の知名度向上につながる新しいグッズ

と分けて募集いたしましたところ、追手門学院大手前高校からの応募も含めて過去最高の84組がエントリー。7月12日(休)に2次審査として「グッズアイデア発表会」を開催し、1次審査で選抜された18組がプレゼンテーションを行いました。

グッズのアイデアだけでなく商品化に向けたグッズの価値や宣伝効果、実現可能性・プレゼンテーション能力なども評価の対象となり、最優秀賞(1組)には、・ゴウダ第三企画部(岡田優生、岡田真治、柏原彩花:経営学部2.3.4年)「段ボールスマホスタンド」、ゴウダ賞(1組)には、・P&H(岡本和也、向日美咲、戸田朱子:経営学部2.3.4年)「エコペーパー加湿器」が受賞いたしました。以下、優秀賞、奨励賞につきましては19ページの「最終結果」をご覧ください。

今年度、実際商品化されましたグッズは下記5点となります。「消しゴムとノート」は、追手門学院大手前高校と本学経営学部との高大連携授業「追手門社会」で、当研究所所員の宮崎崇将講師が指導し、大手前高校3年生がこのコンテストで発表したアイデアをもとに制作したものです。また最優秀賞を受賞した「段ボールスマホスタンド」がゴウダ株式会社のノベルティグッズとして採用され、グッズコンテスト初となる企業とのコラボ作品として、実際商品化されました。今後も引き続き地元企業との連携を深め、地域に貢献できればと考えています。

発表会の模様

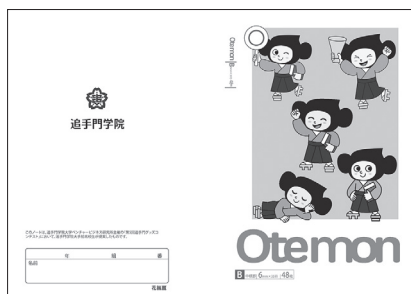


商品化されたグッズ

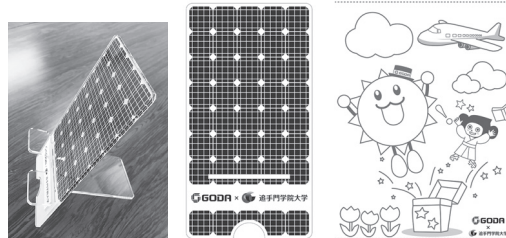


追手門消しゴム

(追手門学院大手前高校の3年生が発表したアイデアをもとに制作したものの)



追手門ノート



スマホスタンド及び付属のぬり絵シール
(ゴウダ株式会社のノベルティグッズとして採用されました)



追手門! 入るもん! (ビニールバッグ)



傘ホルダー

プレ・追大学生ビジネスプランコンテスト

第5回 追手門グッツコンテスト 募集要項

■趣旨

本学では、毎年の秋季学期間に「追大学生ビジネスプランコンテスト」を開催しています。これまでより、経営学部を中心に多くの学生に参加してもらい種々の素晴らしいビジネスプランが提案されています。さらに望ましいことは経営学部に限らず様々な学部からも参加してもらい、より多くの学生に“ビジネス”に対する関心を持ってもらうことです。

そのため、ベンチャービジネス研究所では、コンテストを経営学部以外の学生にも身近な内容にして体験できる場を設けます。これによって追大学生ビジネスプランコンテストへの関心が高まることを期待します。

■募集内容とグッツのテーマ

部門1：ゴウダ株式会社のノベルティーグッツ（企業についての説明会を実施。日額はUNIVERSAL PASSPORTでお知らせします。）

部門2：追手門学院の知名度向上につながる新しいグッツ

■審査基準

第1次審査：グッツアイデア（有用性・宣伝効果・実現可能性）

第2次審査：第1次審査からの改善・発展度合、プレゼンテーション能力

■審査員

本学ベンチャービジネス研究所の所員・研究員・顧問、および外部の有識者の中から審査委員を選出して審査します。

■審査方法とスケジュール

(1) 第1次審査（受付期間）：5月10日（木）～6月10日（日）

・提出された専用の応募用紙を基に審査を行います。

・審査を通過した学生には6月25日までに連絡をします。（学内にも掲示します。）

(2) 第2次審査：7月12日（木）15：00～〔会場〕追手門学院大学6101教室

・グッツアイデア発表会での（パワーポイント等の資料を使用した）プレゼンテーションを基に審査をします。発表会と第2次審査の後、結果発表と表彰を行います。

■応募方法

UNIVERSAL PASSPORTのお知らせに掲示している「第5回追手門グッツコンテストのお知らせ」から専用の“応募ファイル”をダウンロードし、必要事項を記入の上、下記の提出先に応募ファイルを添付して送信してください。

■応募ファイルの提出先・提出期限・問合せ先（質問・相談）

提出先：<https://ws.formzuul.net/dist/S92870568/>（申込書添付：ファイルサイズ6MBまで）

提出期限：2018年6月10日（日）23時59分（各項目を記入し、応募用紙のファイルを添付してください）

質問・相談：mihayama@otemon.ac.jp（地域創造学部 葉山：中央棟9階908研究室）

■賞（副賞）

最優秀賞（QUOカード2万円分 全体より1組）、優秀賞（QUOカード1万円分 各部門1組）、

奨励賞（QUOカード5千円分 各部門3組）、ゴウダ賞（QUOカード2万円分 部門1より1組）

■その他の注意事項

・応募されたアイデアの知的所有権は追手門学院大学に帰属します。（アイデアをグッツとして制作する可能性があります。）受賞したグッツアイデアは、応募者に了承を得て、概要を公表します。

・審査結果の発表後、盗作や虚偽の内容等が判明した場合は受賞失格となります。

・その他、応募に関して、何か不明な点があれば、上記の問合せ先まで、遠慮なく質問してください。

第5回 追手門グッツコンテスト

ヒカリちゃん、ゴウダくん

朗報

産学連携第二弾
今年はゴウダ株式会社と連携
有名企業のノベルティーとして
あなたのアイデアが採用される可能性も！

アイデア募集！

5月10日（木）～6月10日（日）

募集期間
募集内容
部門1 ゴウダ株式会社のノベルティーグッツ
部門2 追手門学院の知名度向上につながる新しいグッツ
応募資格
追手門学院の大学生および高校生

写真は既存のグッツです（上：ゴウダ株式会社、下：過去のグッツコンテストで採用されたアイデア）

コンテストについての詳細はUNIVERSAL PASSPORTの“お知らせ”または研究所で配布しているチラシを見てください

主催 追手門学院大学ベンチャービジネス研究所
協賛 ゴウダ株式会社 GODA

ベンチャービジネス研究所 主催 ゴウダ株式会社 協賛 第5回 追手門グッズコンテスト 第2次審査 発表順番

発表：18組（高校生枠2組含む） ※部門：ゴウダ部門、追手門グッズ部門

順番	チーム名	グッズ名	発表時間	部門
1	P&H	エコペーパー加湿器	15:30	ゴ
2	グレープ	拡張可能トートバッグ！	15:40	追
3	マスカット	エコ推進！フールドクリップ	15:50	ゴ
4	ライティングマテリアルズ	ケイセンモン	16:00	追
5	スマホ支え隊	スマホリング atm	16:10	追
6	追手門学院大手前高校1組	消せるモン！？（消しゴム）	16:20	追
7	追手門学院大手前高校2組	追手門ノート	16:30	追
8	株式会社おうてもん広告宣伝するもん社 キャンディー係	おうてもん色も味も変わるもん？ 棒つきキャンディー	16:40	追
9	ゴウダ第三企画部	段ボールスマホスタンド	16:50	ゴ
10	ハイパーブックスDoダ	何でも挟めるもん	17:10	ゴ
11	プリント倶楽部	ブリクラだ、ゴウダ	17:20	ゴ
12	BLUE OCEAN	キレイに修正できるもん	17:30	追
13	ちいきマン	ゴードくん蓄光シール	17:40	ゴ
14	rainy	傘ホルダー（傘カバー＋キーホルダー）	17:50	追
15	我らゴウダンボール	らくらくゴウダくんBOX	18:00	ゴ
16	DDD	sticking pen	18:10	追
17	羽ばたけ追手門	追手門！入るもん！	18:20	追
18	曲がるもん	fit ruler	18:30	追

第2次審査（グッズアイデア発表会）は、
7月12日（木）の15:10から6101教室で実施します。
どなたでも見学ができますので、ぜひお越しください。

お問い合わせ：ベンチャービジネス研究所（研究棟6F）
E-mail：venture@ml.otemon.ac.jp

第5回 追手門 グッズコンテスト 最終結果の発表

- **最優秀賞 1組（副賞：QUOカード2万円）**
・ゴウダ第三企画部（岡田真治 岡田優生 柏原彩花）「段ボールスマホスタンド」
- **ゴウダ賞 1組（副賞：QUOカード2万円）**
・P&H（向田美咲 戸田朱子 岡本和也）「エコペーパー加湿器」（W受賞！）
- **優秀賞 各部門1組（副賞：QUOカード1万円）**
 - ゴウダ部門
・P&H（向田美咲 戸田朱子 岡本和也）「エコペーパー加湿器」（W受賞！）
 - 追手門部門
・曲がるもん（竹内亮 大畑裕太 田中あゆこ）「fit ruler」
- **奨励賞 各部門3組（副賞：QUOカード5千円）**
 - ゴウダ部門
・我らゴウダンボール（矢川実咲 貞森樹 朝田美紅 上田弥佑 高橋航介）「5く5くゴウダくんBOX」
・ハイパーブックスDoダ（小谷敦也 飯谷優花 東出莉穂 篠原共哉 寺田華菜）「何でも挟めるもん」
・マスカット（田中俊輔 西村梓 金本警己）「エコ推進！フールドクリップ」
 - 追手門部門
・グレープ（鎌谷亮太 岡村俊 入谷円香）「おおきさかわるもんばつぐ！」
・株式会社おうてもん広告宣伝するもん社キャンディー係（兵庫沙耶香 安東奈菜 吉川佳奈 中谷直哉 山口凱大）「おうてもん色も味も変わるもん？棒つきキャンディー」
・Rainy（平見莉愛 中本貴文 宮越亜怜 近藤愛唯 寺田知可子）「傘ホルダー（傘カバー＋キーホルダー）」

主催：ベンチャービジネス研究所 協賛：ゴウダ株式会社

2018年度ベンチャービジネス研究所 所長・副所長・所員・研究員・顧問一覧

役 職	氏 名	所 属 等
所 長	水野 浩児	経営学部教授
副 所 長	村上 喜郁	経営学部准教授
所 員	池田 信寛	経営学部教授
所 員	石盛 真徳	経営学部教授
所 員	稲葉 哲	地域創造学部専任講師
所 員	井上 秀一	経営学部専任講師
所 員	岡崎 利美	経営学部准教授
所 員	朽尾 安伸	経営学部准教授
所 員	長岡 千賀	経営学部准教授
所 員	朴 修賢	経営学部准教授
所 員	葉山 幹恭	地域創造学部専任講師
所 員	宮宇地俊岳	経営学部准教授
所 員	宮崎 崇将	経営学部専任講師

役 職	氏 名	所 属 等
所 員	八木 俊輔	経営学部教授
所 員	山下 克之	経営学部教授
所 員	李 建	経営学部教授
研 究 員	金川 智恵	経営学部教授
研 究 員	金森喜久男	経営学部教授
研 究 員	中野 統英	経営学部准教授
研 究 員	梶原 晃	久留米大学商学部教授
研 究 員	田淵 正信	客員教授・公認会計士・税理士
顧 問	合田 順一	茨木商工会議所会頭
顧 問	西岡 健夫	追手門学院大学名誉教授
事 務 員	宮下 知子	

2018.4.1現在

(50音順)

① 2019年度ベンチャービジネス研究所活動に参加して頂ける教員（所員・研究員）を募集しております。ベンチャービジネスや事業承継について研究、出版にご参加ください。

② 学生研究員募集

ビジネスプラン・プレゼンテーション・ホームページ・アプリ・プログラミング・地域貢献などに興味のある学生研究員を募集しています。先生方からも学生にお伝えください。

Newsletter vol.20

■ 編集・発行 2019年1月25日 印刷
2019年1月25日 発行

■ 編集代表者 水野 浩児

■ 印刷所 川西軽印刷株式会社

■ 発行所 追手門学院大学 ベンチャービジネス研究所
〒567-8502 茨木市西安威2-1-15
TEL/072(641)7374 FAX/072(643)9597
(事務局 宮下知子)

E-mail: venture@ml.otemon.ac.jp

http://www.otemon.ac.jp/research/labo/venture/