令和５年度糸島市協定大学等課題解決型研究事業　研究成果ダイジェスト版

中村学園大学
片山富弘

＜研究タイトル＞
糸島市姫島の活性化支援プロジェクト 2023

＜研究者＞
中村学園大学　流通科学部教授　片山富弘

＜研究協力者＞
片山ゼミナール３年生（アンケート調査）、
中村学園大学短期大学部食物栄養科　森脇千夏先生、仁後亮介先生（試作品）

＜研究期間＞
令和５年６月 30 日～令和６年３月 31 日

＜研究計画の内容＞

糸島市姫島は人口 150 人（令和５年２月現在）だが、10 年後は 121 人になると予測されている（人口推計協力：島根県中山間地域研究センター）。さらに高齢化率は現在の 35.3%から 10 年後には 58.8%に上昇する見込みである。姫島は漁業以外の仕事がほとんどないため、子供たち（特に女子）は高校生になると島を出ていくことが多い。働く場所の創出など、有効な地域活性化策が求められている。

この研究では、糸島市の姫島の活性化支援として、①姫島のイメージ調査の実施（アンケート調査及びヒアリング）・分析及び考察、②SWOT 分析による、③対策のご提案（姫島の特産品の試作品（例えば、玉ねぎ漬け）、魚料理教室の開催など）を通じて、姫島の認知度アップ、観光客の増加を図ることに貢献する。ただし、夏に行われる予定の姫島住民意見交換会で策定される「みらい計画」の内容によって実施する内容を変更する可能性がある。試作品などを創り、島民と意見交換を行いながら改良し、次年度以降の活動につなげていく。

１つのシナリオとして、①魚料理教室を行い、島内及び島外からの観光客や釣り客の反応を調査する、②空き家を活用した地元の有志婦人部による簡易なお店を開店する、③島内の玉ねぎを活用した特産品開発やお店でのメニュー開発を試みていくなど考えられる。今回は、姫島の活性化支援の１つとしての試みをできるかぎり展開していく。

今回の報告書の流れは以下のとおりである。

1.研究目的

2.姫島でのインタビュー

3.姫島のイメージアンケート調査結果

4.姫島のイメージアンケート調査結果の分析

5.クロス SWOT 分析

6.特産品開発「玉ねぎ漬け」の実施と評価

7.食物栄養科教員による試作の実際

8.姫島での料理のシーズ調査

9.姫島での料理のニーズ調査

10.全体の考察

＜研究成果の概要＞

今回の研究目的である糸島市の姫島の活性化支援として、①姫島のイメージ調査の実施（アンケート調査及びヒアリング）・分析及び考察、②SWOT 分析による、③対策のご提案（姫島の特産品の試作品（例えば、玉ねぎ漬け）、魚料理教室の開催など）を通じて、姫島の認知度アップ、観光客の増加を図ることに貢献するとしている。

そこで、実施項目として姫島のイメージ調査の実施及び分析、クロス SWOT 分析の実施、対策のご提案の取っ掛かりを本報告書に示している。姫島の須田区長をはじめ、島民の方々や来島されている方々にインタビューや数回のアンケート調査を実施しました。姫島の抱えている前向きな課題が見えてきました。

姫島のイメージアンケート調査結果及び分析

1）アンケート調査について

6 月 21 日（水）姫島公民館、7 月 29 日（土）シーガルショップ、8 月 1 日（火）筑前前原駅、8 月 4 日（金）シーガルショップにて、実施。対面方式で 124 件回収。

姫島のイメージでは、「旬の魚がある」、「景色がきれい」、「のんびりできる」、「漁師の島である」が多い。次に、「そう思う」と「ややそう思う」を加えると、先程の「旬の魚がある」、「景色がきれい」、「のんびりできる」に加えて、「釣りが楽しめる」、「老人が多い」、「ネコが多い」、「人情味がある」が多い。また、「わからない」で多いのは、「野村望東尼の住居跡がある」、「独特のお祭りがある」、「姫サバがある」、「玉ねぎがある」、「インターネット情報が充実」が多い（報告書 3 頁）。

因子分析結果から、因子 1 は、「インターネット情報が充実」（-0.760）、「福岡からのアクセスがよい」（-0.706）、「島への案内が充実している」（-0.694）、「一泊するのに手頃である」（-0.649）であることから、「島の情報不足」とネーミングした。因子 2 は、「玉ねぎがある」（0.779）、「姫サバがある」（0.762）、「野村望東尼の住居跡がある」（0.666）

であることから、「特産品重視」とネーミングした。因子３は、「のんびりできる」(0.912)、「景色がきれい」(0.703)、「釣りが楽しめる」(0.701）であることから、「アウトドア志向」とネーミングした。以上の３タイプがいることから、これらに向けたマーケティング戦略を考案する必要がある（報告書７頁)。

島の推奨の判別関数である。「はい」と「いいえ」の判別係数において、島を推奨するプラスの項目は「福岡からのアクセスがよい」(0.557)、「玉ねぎがある」(0.478)、「独特のお祭りがある」(0.354)、「景色がきれい」(0.330)、「のんびりできる」(0.328)、「姫サバがある」(0.149）である。逆に、島を推奨しないマイナスの項目は「旬の魚がある」(-0.504)、「人情味がある」(-0.408)、「野村望東尼の住居跡がある」(-0.327)、「インターネット情報が充実」(-0.262)、「釣りが楽しめる」(-0.137)、「ネコが多い」(-0.104)である。以上から、島の推奨を高める項目をさらに向上する施策を考えるとともに、島の推奨を下げる項目を改善する施策も同時に考えなければならない（報告書９頁)。

次にクロス SWOT 分析の実施（報告書 13 頁）より、姫島におけるマーケティング・ミックスの具体的な実施項目案は次のとおりである。

特産品戦略	1)旬の魚の料理体験（製造体験やお土産など)、 2）玉ねぎ漬けや姫サバのフレークなどの特産品開発
観光イベント戦略	1）島の案内マップ、2）ホームページの作成、3）釣り大会、 4）SNS を活用した動画制作・発信、5）姫島のキャラクターの開発
観光地戦略	1）料理教室の案内版を作成・設置、 2）小・中学校での料理教室活用、 3）空き家の古民家風に活用

2023 年８月４日(金)に、3 種類の玉ねぎ漬けの試食会を姫島の介護施設で実施した。3 種類の玉ねぎ漬けとは、「しょうゆ」・「ピリ辛」・「にんにく」である。これらの結果をもとに、姫島での玉ねぎの試作品づくりを実施して、姫島独自の味付けを考案していく。今回は、その取り掛かりである。アンケート結果から平均値が高い順番は、「しょうゆ」、「にんにく」、「ピリ辛」である（報告書 17 頁)。

また、９月 10 日に食物栄養科の森脇千夏先生、仁後亮介先生と片山の３人で、姫島の活性化の１つとして、空き家を活用した料理店の開店を目指して、旬のお魚を活用した料理を実施し、島の婦人部の方々に試食をしてもらい、大変好評でした。7 種類の料理は、鮭のみそマヨネーズ焼き、さばのプロバンス風、サワラご飯、フィッシュアンドチップス、魚の姿蒸しと玉ねぎスープ（報告書 18 頁)。

10 月 31 日に姫島の公民館にて、姫島の未来会議にご参加頂きました参加者に姫島での料理提供に関するアンケート調査（シーズ編）を実施した。28 件の複数回答であるが、「旬の魚」が 25 件、「おにぎり」11 件、「丼物」９件、「揚げ物」7 件、「和食」

5 件、「唐揚げ」4 件、「天ぷら」3 件、「洋食」1 件という順番であった。また、食事の提供場所に関しては、「公民館」11 件や「シーガルショップ」10 件、「海の見える所」4 件、「テラス」4 件の回答であった（報告書 24 頁）。

また、11 月 23 日に岐志港近くの直売所及び姫島の港での観光客及び釣り客に姫島での料理のニーズ調査を実施した結果は次のとおりである。アンケートの回答者は、「釣り客」7 件、「観光客」6 件、「その他」4 件である。住所は、福岡市内が 10 件、糸島市内が 5 件、その他 2 件であった。次に、姫島での食事はどうしているかについて、「コンビニ」7 件、「弁当」5 件、「その他」4 件、「自宅」1 件、「シーガルショップ」0 件であった。複数回答であるが姫島での食事提供メニューは、「旬の魚」11 件、「丼」4 件、「天ぷら」2 件、「おにぎり」2 件、「唐揚げ」「和食」「洋食」がそれぞれ 1 件、「その他」4 件であった（報告書 27 頁）。

以上より、全体の考察は次のとおりである。

1）姫島での料理のニーズとシーズ調査のマッチング

アンケート調査結果から姫島での料理のニーズとシーズ調査のマッチング結果から、定食としては、「旬魚」、「丼物」である。姫島の特徴を活かしての提供メニューになるものと思われる。その意味では、姫島のご家庭での食事がお店を開店した当初の提供メニューになると考える。段階を経て、提供メニューもレベルアップしていけば良いと考える。簡易な食事提供としては、「おにぎり」である。これは、釣り客や観光客が利便性を求めていると考えられる。姫島の提供メニューとしても提供しやすいものであると思われる。

2）玉ねぎ漬けの特産品

姫島の特産品の 1 つに向けて、試作品や試行錯誤が必要である。玉ねぎ漬けは、比較的手間暇かからず、出来るものと思われる。岐志港の直売所のみならず、お店開店時にも、提供できるものである。特産品開発やお店創りが出来て終わりではなく、それらを継続して実行していく人財づくり、仕組み創り、が重要である。その意味では、姫島の特産品実行メンバーによる推進体制づくりが必要である。

3）姫島のイメージの確立

姫島のイメージ調査結果にみられたように、約半数の方が姫島に対するイメージを持っていない。まずは糸島市内及び福岡市内の方々に、姫島に対するイメージを持っていただくように、例えば、「猫が喜ぶ姫島」といったキャッチコピーとともに、姫島に行くと「旬の魚」や「おにぎり」のお店があるし、ということで、釣り客や観光客の増加が見込まれる。そのためにも、姫島の案内情報の充実やインターネット環境を良くすることが同時に望まれる。

以上