

# 地域イベントにおける情報発信効果の分析（第5報）

山下 幸裕（名古屋経済大学）

Keyword： 地域イベント、情報入手経路、広報戦略

## 【研究の背景と目的】

本研究の目的は、第1報、第2報、第3報、第4報に引き続き地域イベントの来場者が、どのような情報媒体を見てきたかを調査することである[1][2][3][4]。

本稿における地域イベントとは、宮木[5]や梶谷[6]の定義をふまえ、「イベントの主催者は、地域住民であり、主催者が生活する地域の特性を活かした非日常的な演出を参加者である地域部外者に伝達することで、地域部外者に対しポジティブな印象を与え、地域の活性化を目指す活動」としている。

地域イベントに多くの人を誘客するためには、効果的な広報活動が必要であるが、地域イベントにおいて、イベント主催者が広報活動に割けるリソース（人・物・金）は限られる。したがって地域イベントの主催者は、戦略的に情報発信媒体を取捨選択し広報活動することが望ましく、本研究をそのための基礎資料としたい。

## 【研究方法】

本研究が対象としておける地域イベントは、石川県能美市内にある灯台笹町と岩本町の2町が、地域活性化を図るために発足した「灯岩そうせい会」が開催する「竹の子まつり」である。この竹の子まつりは、主催者は地域住民であり、主催者が生活する地域で採れた竹の子をはじめ山菜を販売し、また竹細工や竹馬などの体験もあり、地域の特性を活かした非日常的な演出を参加者である地域部外者に提供し、灯台笹・岩本町について地域部外者に対しポジティブな印象を与える地域活動である。すなわち、灯岩そうせい会の竹の子まつりは、本稿が定義する地域イベントであるといえる。

## 1. 調査の概要

第5回竹の子まつりは、灯岩そうせい会によって2018年5月3日に開催され、この地域イベントの来場者に対してアンケート調査を実施した（表1）。アンケートの配布にあたっては、家族や友人など複数での来場者に対して、個別にアンケートへの回答を依頼した。なお、昨年よりもアンケート回収数が低かったのは、当日の天気が雨だったことが影響していると思われる。

表1 調査概要

調査時期	2018年5月3日
調査場所	灯台笹公民館前
調査方法	対面自記入式、聞き取り法併用による会場調査
調査対象	イベント来場者
回収数	168件（有効回答数：167件）

## 2. アンケート項目

アンケート項目は、これまでの竹の子まつりで実施したアンケート結果と比較できるように、①属性を尋ねる項目、②情報入手に関する項目、③イベントの評価に関する項目、④町の認知・印象に関する項目から構成した。詳細は以下の通りである。

- ① アンケート回答者の属性データ
  - ・ これまでの竹の子まつりの参加経験
  - ・ 性別
  - ・ 年齢
  - ・ 来場者の居住地
  - ・ 来場者の構成
- ② 情報入手経路に関する質問
- ③ 竹の子まつりに関する質問
  - ・ 竹の子まつりの参加目的
  - ・ 竹の子まつりの評価
  - ・ 竹の子まつりの企画
  - ・ 次回の参加の有無
  - ・ 意見（自由記述）
- ④ 灯台笹町・岩本町に関する質問
  - ・ 認知度
  - ・ 印象（自由記述）

## 3. 情報発信媒体

竹の子まつりで実施した情報発信は、チラシ配布、ポスター掲示、地方自治体（能美市）の広報誌・ホームページ、新聞、Facebook、JAISTメール、防災無線、テレビなどである。詳細は以下の通りである。

- ① チラシ (A4 900部 ※印刷1000)
  - ・ 情報発信部門が作成し、灯台笹町および岩本町の住民に数部配布
  - ・ 竹の子まつり実行委員会メンバーに知り合いや職場等で配るよう依頼
  - ・ 能美市役所に関連施設への配布を依頼
  - ・ 全町会 150、公共施設等 300、灯台笹岩本町会 230、その他
- ② ポスター (A3 150部 ※印刷200枚)
  - ・ 情報発信部門が作成し、竹の子まつり実行委員会メンバーに配布を依頼
  - ・ 能美市役所に関連施設への配布を依頼
  - ・ 全町会 80、公共施設等 70
- ③ 能美市広報 (広報誌およびホームページ)
  - ・ 能美市役所が毎月発行する広報能美 2018年4月号に記事を掲載
  - ・ 能美市役所が毎月発行する広報能美 2018年5月号に記事を掲載
  - ・ 能美のSACHIまつり 2018. SPRING
- ④ 新聞
  - ・ 北國新聞に竹の子まつりに関する記事が掲載
- ⑤ Facebook
  - ・ 4月14日から情報発信
- ⑥ NHK 金沢
  - ・ かがのとイブニング (4月25日)
- ⑦ 北陸先端科学技術大学院大学 (JAIST) メール
  - ・ 近隣にある北陸先端科学技術大学院大学の総務課に依頼し、JAIST関係者にメールを配信
- ⑧ 能美市内放送 (防災無線)

**【調査研究】**

**1. 回答者の属性**

アンケート回答者の竹の子まつりの参加経験を表2に示す。初めてきた回答者が82名(49%)と一番多く、次いで、何度か来ている回答者が60名(36%)、毎回来ている回答者が25名(15%)という順であった。

**表2 竹の子まつりの参加経験**

	度数	パーセント
初めて	82	49%
何度か	60	36%
毎回	25	15%

アンケート回答者の性別を表3に示す。回答者は、男性が67名(41%)、女性が97名(59%)であった。

**表3 回答者の性別**

	度数	パーセント
男性	67	41%
女性	97	59%

回答者の年代の内訳を表4に示す。一番多かった年代は、60代(52名、31%)と70歳以上(51名、31%)で、次いで50代(25名、15%)、40代(12名、7%)と30代(12名、7%)の順であった。

**表4 回答者の年代**

	度数	パーセント
10歳未満	2	1%
10代	2	1%
20代	11	7%
30代	12	7%
40代	12	7%
50代	25	15%
60代	52	31%
70歳以上	51	31%

回答者の同行者の内訳を表5に示す。一番多かったのは、家族(106名、64%)で、次いで友人(31名、19%)、1人(26名、16%)の順であった。

**表5 回答者の同行者**

	度数	パーセント
1人	26	16%
友人	31	19%
恋人	2	1%
家族	106	64%

回答者の居住地の内訳を表6に示す。一番多かったのは、能美市(82名、51%)で、次いで白山市(23名、14%)、小松市(20名、12%)、金沢市(18名、11%)の順であった。その他県内からは、かほく市、川北町など、その他県外からは、富山県、大阪府などであった。

表 6 回答者の居住地

	度数	パーセント
能美市	82	51%
金沢市	18	11%
小松市	20	12%
白山市	23	14%
野々市市	7	4%
その他県内	3	2%
JAIST	5	3%
その他県外	4	3%

## 2. 回答者の情報入手経路

回答者の情報入手経路の内訳を表 7 に示す。一番多かったのは、能美市広報 (42 件、25%) で、次いで、知人・家族 (41 件、25%)、テレビ (32 件、19%)、チラシ (23 件、14%)、ポスター (19 件、12%)、新聞 (13 件、8%)、防災無線 (13 件、8%) の順であった。その他の回答には、毎年同じなので、以前に来たことあるなどがあった。また、ポスターを見た場所は、バス停、根上中央児童館、市役所、根上総合文化会館、中ノ江公民館、天狗橋があった。

表 7 回答者の情報入手経路 (複数回答)

	度数	パーセント
チラシ	23	14%
ポスター	19	12%
能美市広報	42	25%
新聞	13	8%
フェイスブック	9	5%
知人・家族	41	25%
防災無線	13	8%
テレビ	32	19%
JAIST メール	7	4%
その他	6	4%

## 3. 回答者の年齢と情報入手経路の関係

回答者の年齢によって、情報の入手経路が異なるのかを調べるために、「年齢」と「どのように竹の子まつりを知ったか (複数回答)」をクロス集計した結果を表 8 に示す。

比較的若い年代である 30 代以下の竹の子まつりの情報入手経路は、知人が一番多く、次いで能美市広報、JAIST

メール、ポスターという順であった。一方、高い年代の竹の子まつりの情報入手経路は、能美市広報が一番多く、次いでテレビ、チラシ、知人・家族、チラシ、ポスター、防災無線、新聞という順であった。

若い年代の回答者数と高い年代の回答者数の差が大きいため推測の域は出ないが、年代によって情報入手経路が異なる傾向がみられる。テレビや新聞は、若い年代が情報入手経路として重視していないことが伺える。

表 8 「年齢」と「情報入手経路」のクロス集計

	チラシ	ポスター	能美市広報	新聞	フェイスブック	知人・家族	防災無線	テレビ	メール (JAIST)	その他
10 歳未満	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
10 代	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
20 代	1	3	1	0	0	5	0	0	3	0
30 代	0	1	4	1	1	3	0	1	2	1
40 代	3	1	2	0	4	6	0	2	0	0
50 代	7	4	3	0	4	4	2	2	2	0
60 代	5	8	17	4	0	11	6	10	0	4
70 歳以上	7	2	15	8	0	8	5	17	0	1

## 4. 回答者の住居地と情報入手経路の関係

回答者の居住地と情報入手経路の関係を分析するために、「どこから来たか」と「どのように竹の子まつりを知ったか」をクロス集計した結果を表 9 に示す。

回答者数が多い能美市居住の回答者の情報入手経路をみると、能美市広報が一番多く、次いでチラシ、ポスター、知人・家族、防災無線、テレビという順であった。一方、能美市以外に居住の回答者の情報入手経路をみると、知人・家族が一番多く、次いでテレビ、チラシ、新聞、フェイスブック、ポスターという順であった。

これは情報媒体の伝達範囲の違いによる結果であると考えられる。つまり、例えば能美市広報誌は、Web でも見ることができるが、紙媒体は能美市にしか配布されないため、基本的には能美市居住者しか得られない。一方で、テレビは、放送範囲内に居住し受信装置 (テレビ) がある者に限られるが、広報誌よりも広範囲の人に届けられる。また、新聞も、購入者に限られるが、広報誌よりも広範囲の人に届けられる。したがって、ターゲットに合わせて、情報媒体を上手く活用することが必要である。

表 9 「居住地」と「情報入手経路」のクロス集計

	チラシ	ポスター	能美市広報	新聞	フェイスブック	知人・家族	防災無線	テレビ	メール (JAIST)	その他
能美市	13	13	38	3	3	12	12	12	1	3
金沢市	0	1	1	1	0	8	0	7	0	0
小松市	5	1	0	2	3	6	0	4	0	0
白山市	4	2	1	4	2	9	0	4	0	1
野々市市	0	1	0	0	1	1	0	4	0	0
その他県内	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
JAIST	1	1	0	0	0	1	0	0	4	0
その他県外	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0

### 【まとめ・今後の展開】

地域イベント来場者の情報入手経路は、年齢や居住地によって異なる傾向がみられるが、回答者に偏りがあるため、結果の解釈は慎重さを要する。

また、竹の子まつりの5回目で、放送範囲は限られていると思われるが、はじめて地上波のテレビ放送で情報が流れた。テレビを見てきたという回答も多く、地上波放送の情報伝達力は大きい。しかし、テレビを見た回答者の年齢は高く、情報伝達に偏りがみられるが、これは放送時間や放送内容の影響が大きいと思われる。

2019年5月3日に第6回竹の子まつりが開催された。灯岩そうせい会の協力を得て、これまでと同様に来場者に対してアンケート調査を実施した。これにより地域イベント来場者の情報入手に関する情報は蓄積されつつある。今後は、これまでの調査結果と比較し、地域イベントにおける情報発信効果について研究を進めていきたい。

### 【引用・参考文献】

- [1] 山下幸裕, 2015, 地域イベントにおける情報発信効果の分析, 地域活性学会第7回研究大会論文集, pp. 299-302
- [2] 山下幸裕, 2016, 地域イベントにおける情報発信効果の分析(第2報), 地域活性学会第8回研究大会論文集, pp. 375-378
- [3] 山下幸裕, 2017, 地域イベントにおける情報発信効果の分析(第3報), 地域活性学会第9回研究大会論文集, pp. 234-237
- [4] 山下幸裕, 2018, 地域イベントにおける情報発信効果の分析(第4報), 地域活性学会第9回研究大会論文集, pp. pp73-76
- [5] 宮木宗治, 2005, 国内イベント市場の動向と今後, (一社)日本イベント産業振興協会調, 査研究レポート
- [6] 梶谷克彦, 2015, 日本における地域イベントの時代変容に関する研究, 日本感性工学会論文誌 Vol14 No. 3, pp. 433-442