



平成29年1月21日  
地方創生★政策アイデアコンテスト2016

(背景写真及びロゴは糸島市提供)

# 糸島版マーケティングモデルで 地域産業のやる気も出る

～福岡県糸島市に新ブランドを創出し、地域経済を豊かにする～

糸島市企画部シティセールス課 岡 祐輔

# 1 糸島市の概要

(本頁の写真及び地図は糸島市提供)



**福岡県最西端**



玄界灘

糸島市役所・志摩支所

姫島

糸島市役所・二丈支所

糸島市役所

筑前前原駅

前原IC

福岡前原道路

国道202号線

糸島市

福岡市

佐賀県



## 2 糸島産業の問題点

福岡都市圏における  
卸売・小売業の年間商品販売額（従業員一人あたり）の比較

**福岡都市圏17市町で16位、、、**



(糸島市統計白書)

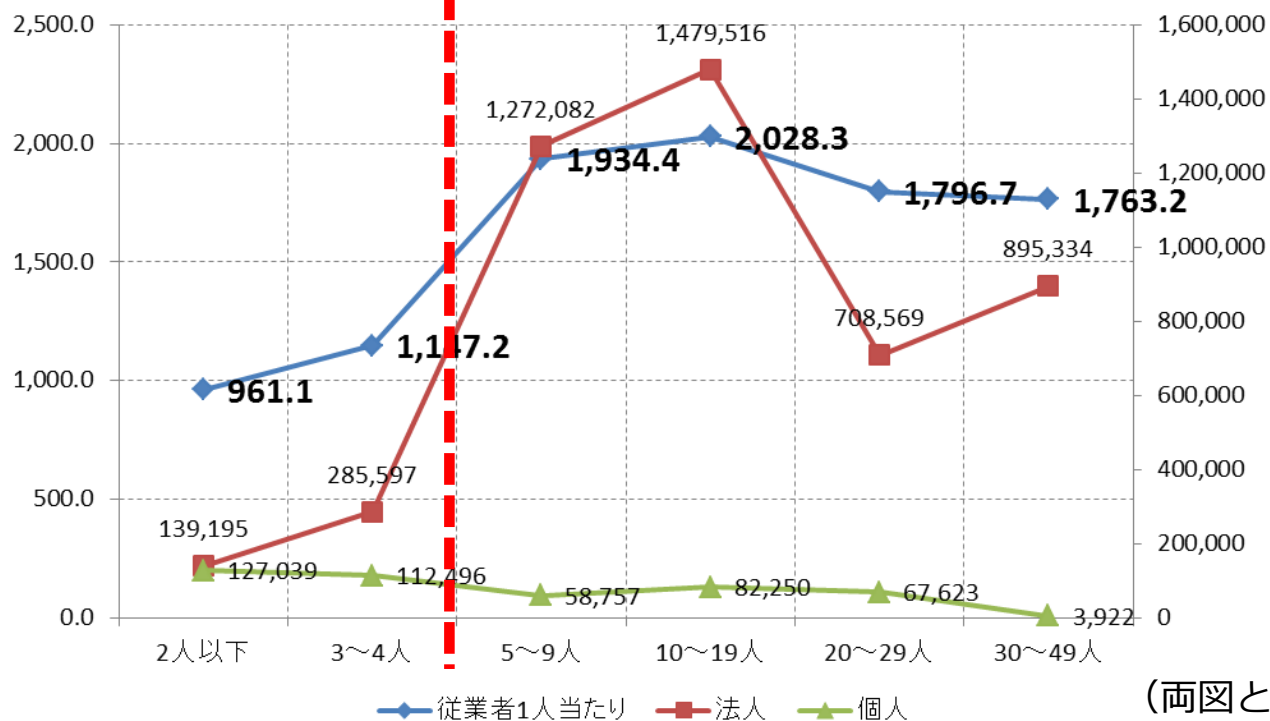
## 2 糸島産業の問題点

### 福岡都市圏における 卸売・小売業の年間商品販売額（従業員一人あたり）の比較

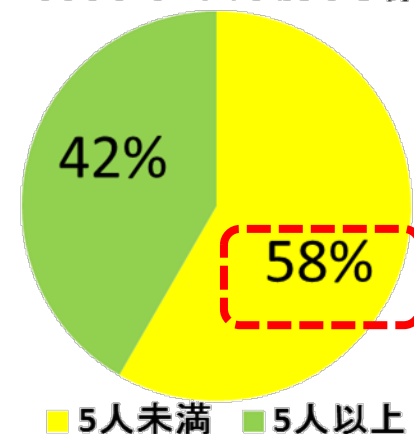
**5人未満の事業所が6割！**

**この層を引き上げ販売額を増やしたい。**

小売業の年間販売額(万円)



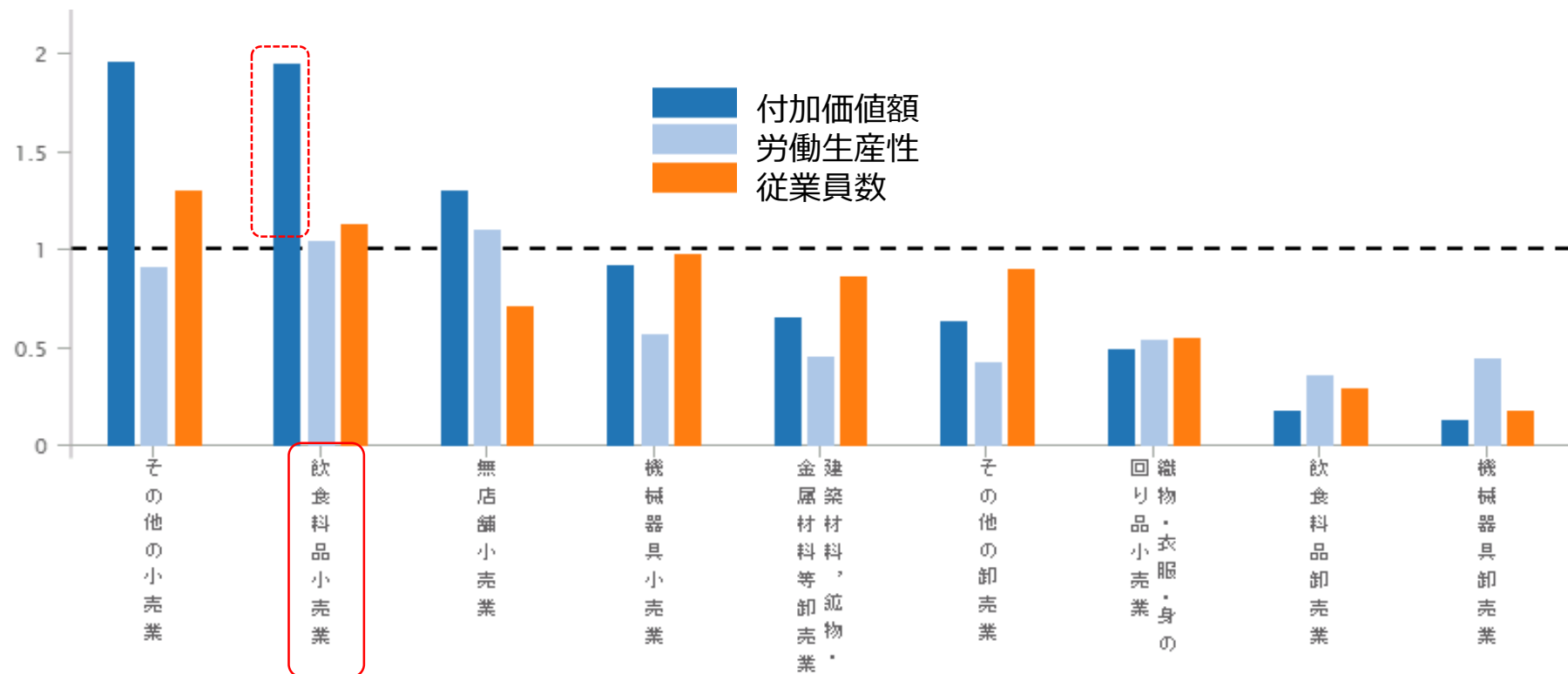
糸島市の5人未満の事業所割合



(両図とも「商業統計調査」から作成)

# 3 糸島の強みは「食」

低迷する小売・卸売業も、食分野は、糸島の稼ぎ頭。他産業の牽引力も大きい！



糸島市内における産業別特化係数（2012年）  
指定地域：福岡県糸島市、指定産業：卸売業・小売業



# 3 糸島の強みは「食」

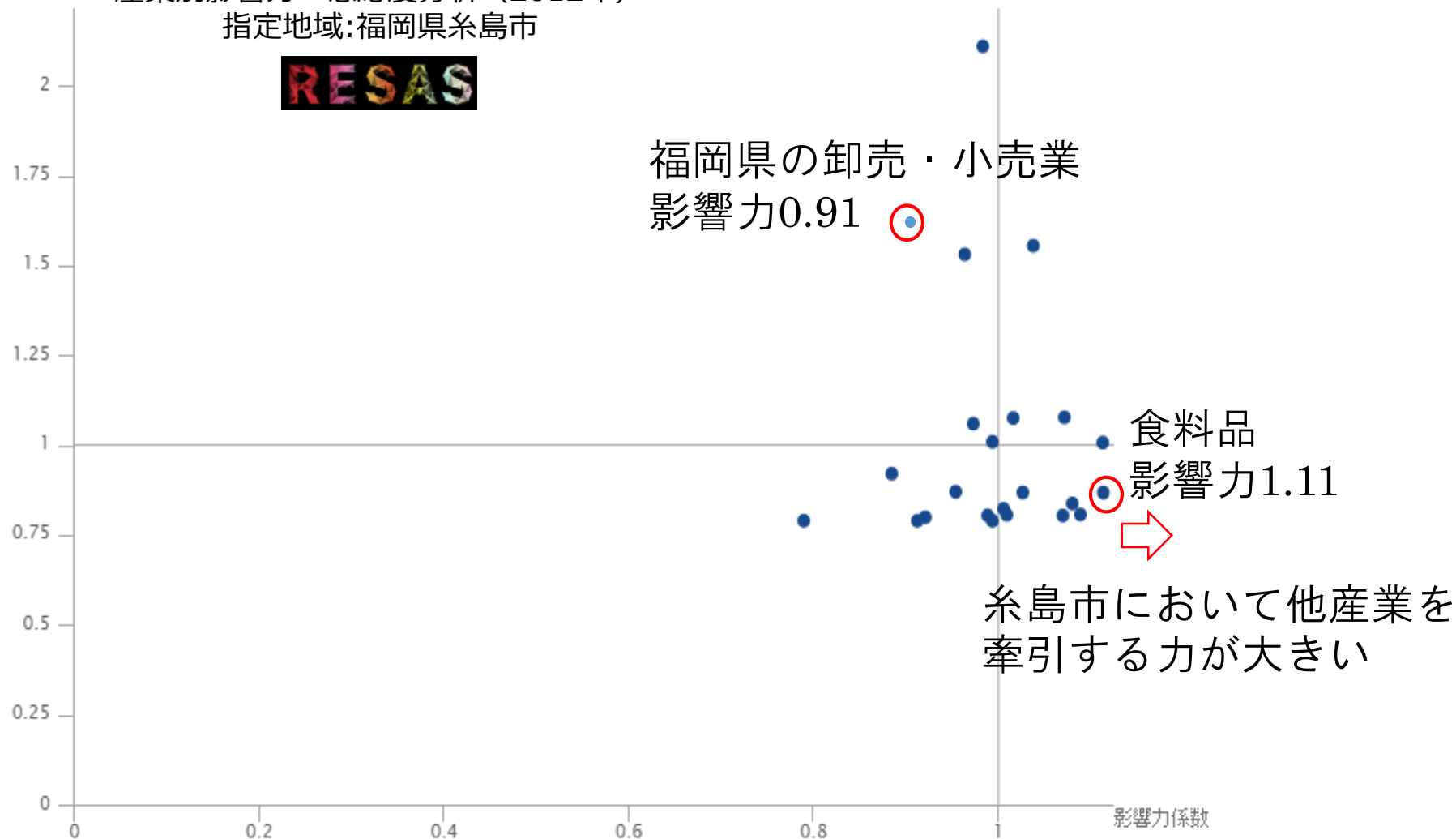
低迷する小売・卸売業も、食分野は、糸島の稼ぎ頭。他産業の牽引力も大きい！

感応度係数

産業別影響力・感応度分析 (2012年)

指定地域:福岡県糸島市

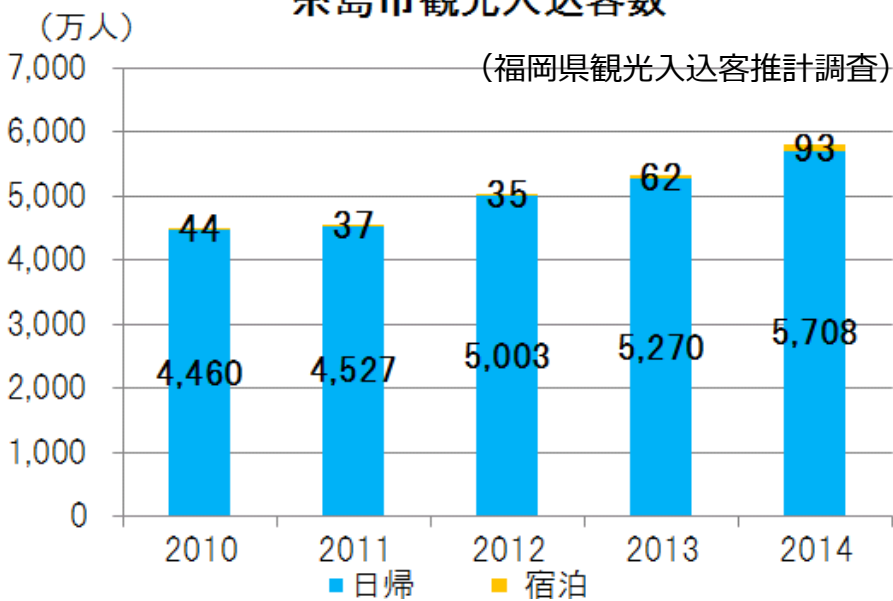
RESAS



# 4 観光客が求めているものも 「食」

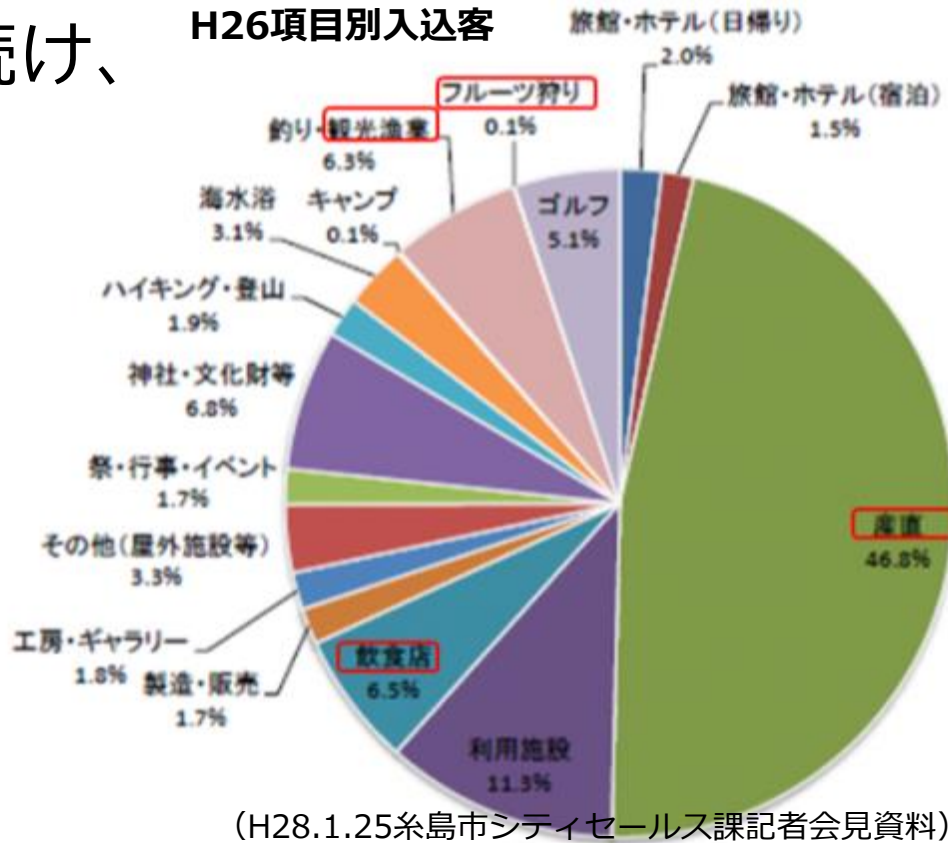
観光客は14年連続で伸び続け、  
2014年で580万人。

糸島市観光入込客数



(筆者作成)

H26項目別入込客



(筆者作成)

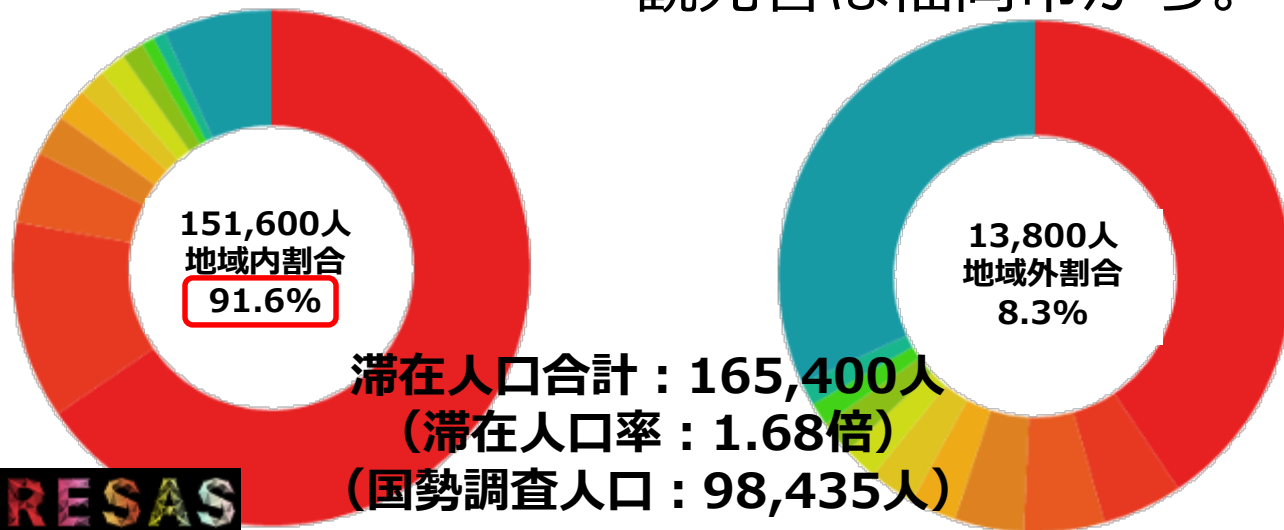
要素	内容	割合
<b>食</b>	<b>産直、観光漁業(カキ)</b> 、飲食店、フルーツ狩	<b>60%</b>
文化	祭、神社、工房、ゴルフ	15%
自然	海水浴、登山、キャンプ	5%
気候	釣り、キャンプ、カキなど他の要素と組み合わせ	-

項目	入込客数	前年比
産直	271.6万人	<b>15.8%</b>
カキ小屋	30.2万人	<b>44.2%</b>

# 5 支えていたのは「福岡市」

近隣経済圏で糸島ブランドが定着しつつある。  
観光客は福岡市から。

(写真は糸島市提供)



滞在人口/都道府**県内**ランキング 上位10件

1位	福岡県糸島市	99,200人 (65.4%)
2位	福岡市西区	18,800人 (12.4%)
3位	福岡市早良区	6,800人 (4.4%)
4位	福岡市南区	3,900人 (2.5%)
5位	福岡市中央区	3,100人 (2.0%)
6位	福岡市城南区	2,600人 (1.7%)
7位	福岡市東区	2,500人 (1.6%)
8位	福岡市博多区	2,100人 (1.3%)
9位	福岡県久留米市	1,200人 (0.7%)
10位	福岡県春日市	1,200人 (0.7%)
その他		10,200人 (6.7%)

滞在人口/都道府**県外**ランキング 上位10件

1位	佐賀県唐津市	5,600人 (40.5%)
2位	佐賀県佐賀市	700人 (5.0%)
3位	長崎県佐世保市	700人 (5.0%)
4位	佐賀県伊万里市	600人 (4.3%)
5位	長崎県長崎市	400人 (2.8%)
6位	埼玉県狭山市	400人 (2.8%)
7位	長崎県平戸市	300人 (2.1%)
8位	大分県大分市	300人 (2.1%)
9位	長崎県対馬市	200人 (1.4%)
10位	長崎県松浦市	200人 (1.4%)
その他		4,400人 (31.8%)

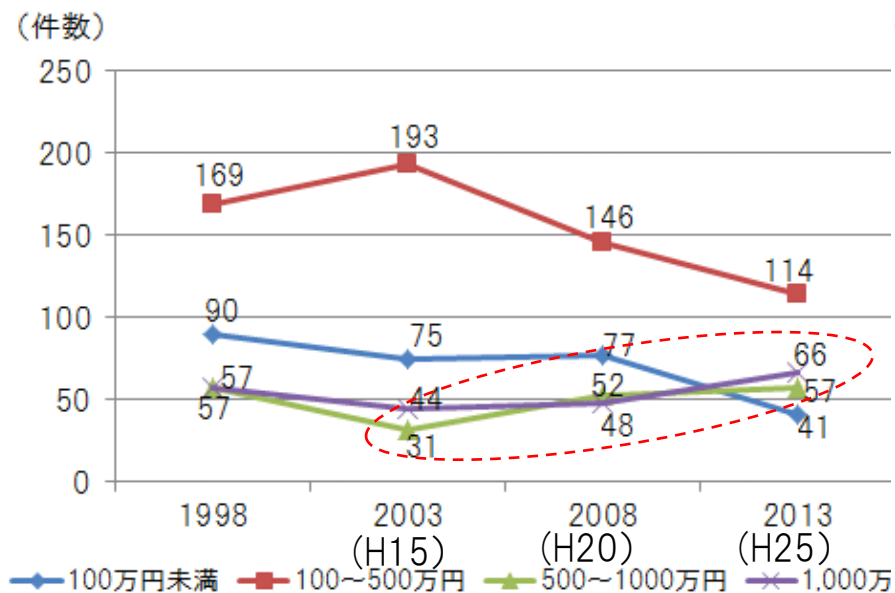


# 6 成功モデルの発見

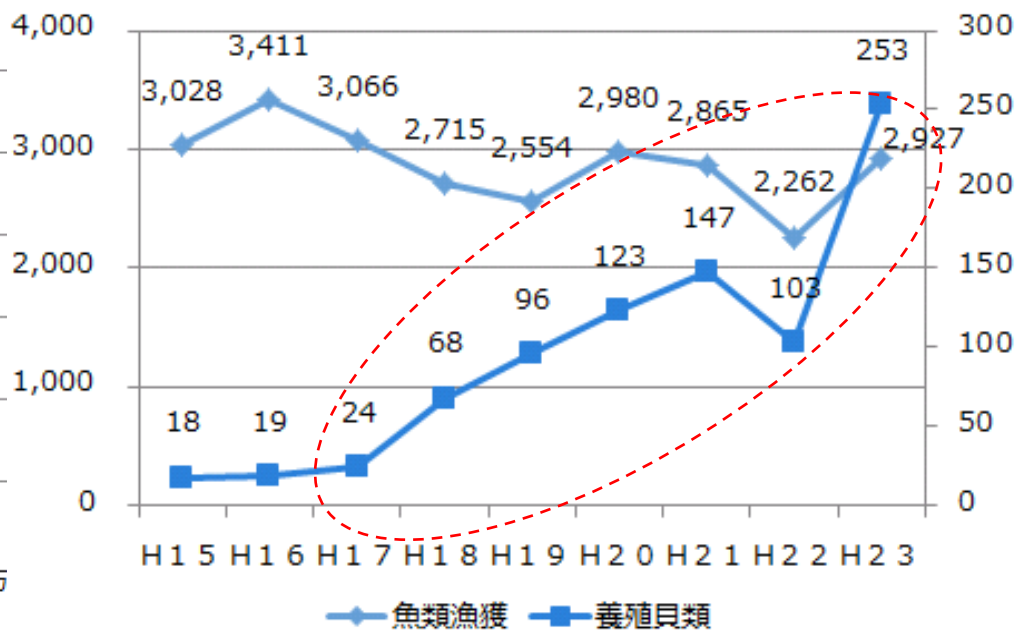
漁業者の状況を見ると、成功モデルがあった！ **まさに青い鳥**  
 個別ブランド化は産業経済を押し上げる→元気も出る(モデル)！

(両図とも糸島市統計白書、漁業センサスから作成)

### 漁獲販売金額別経営体数



### 糸島市の漁獲・養殖量 (単位：トン)

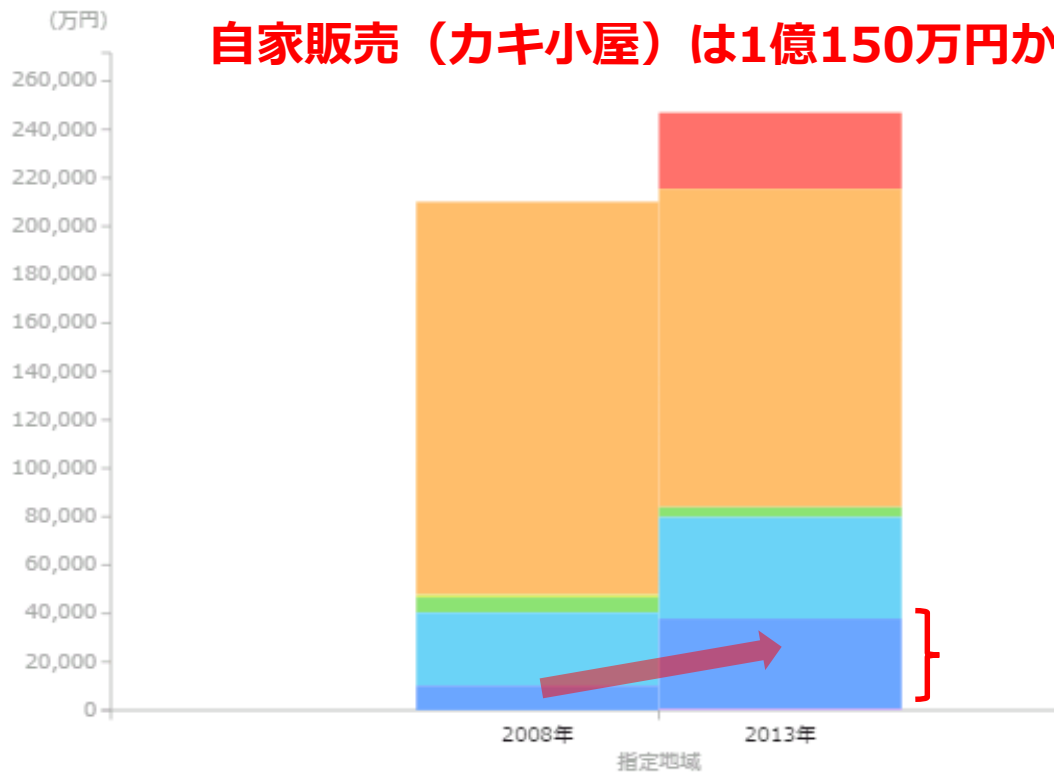


# 6 成功モデルの発見

漁業者の状況を見ると、成功モデルがあった！ **まさに青い鳥**  
個別ブランド化は産業経済を押し上げる→元気も出る(モデル)！

海面漁獲物等出荷先別販売金額の構成

RESAS



(写真は糸島市提供)

■ 漁協の市場または荷捌き所 ■ 漁協以外の卸売市場 ■ 流通業者・加工業者 ■ 小売業者  
■ 生協 ■ 直売所 ■ 自家販売 ■ その他

# 7 課題は「マーケティング」

課題の絞り込みを行うため、売上アップに関する課題を調査。

時期：平成28年6月から7月

対象：市内25の漁協、農協、生産者、商工観光事業者（飲食店経営者、製造工場販売担当者、産直従業員、工房経営者、若手就農者など）

(筆者作成) (%)

従業員数	新商品・サービス開発	マーケット情報	広告・宣伝方法	流通	営業の方法	リピーター客の獲得	品質管理	相談相手	専門人材確保	後継者・会員の確保	資金支援	農商工の横断連携	地域貢献	個別ブランドの確立	その他
2人以下	0.0	8.3	41.7	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
3~5人	11.5	19.2	19.2	19.2	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	3.8	0.0	3.8	0.0	15.4
10人以上	4.0	20.0	16.0	24.0	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	4.0	8.0	0.0	0.0	0.0	16.0
総計	6.3	17.5	22.2	19.0	0.0	0.0	0.0	7.9	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	0.0	17.5

市場情報、広告、流通などマーケティングに関する課題がメイン

	新商品・サービス開発	マーケット情報	広告・宣伝方法	流通	営業の方法	リピーター客の獲得	品質管理	相談相手	専門人材確保	後継者・会員の確保	資金支援	農商工の横断連携	地域貢献	個別ブランドの確立	その他
小売・卸売	3.2	22.6	16.1	16.1	0.0	0.0	0.0	16.1	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	22.6
加工	13.3	13.3	33.3	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
生産	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
観光	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
工芸・雑貨	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0
その他	0.0	22.2	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2
総計	6.3	17.5	22.2	19.0	0.0	0.0	0.0	7.9	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	0.0	17.5

# 8 課題等を踏まえた戦略

課題等を踏まえてSWOT分析でまとめ、戦略を考える。

(筆者作成)

	+	-
内部	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・食産業の牽引(観光、飲食料店)</li><li>・福岡市への近接性</li><li>・カキブランドの成功事例</li><li>・糸島市食品産業クラスター協議会の設立</li></ul>	<p>【弱み (課題)】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・事業者の零細層の多さ (各産業6割程度)</li><li>・マーケティング手法の未普及</li><li>・食以外の付加価値額の少なさ</li></ul>
外部	<p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・福岡都市圏でのメディア露出の多さ</li><li>・福岡市に全国からの来客</li><li>・福岡市の人口、観光客の増加</li><li>・マーケティングの認知向上 (DMO等)</li></ul>	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・事故等発生による糸島ブランドの損傷</li><li>・競合自治体の台頭</li><li>・経済低迷</li></ul>

**福岡都市圏**をターゲットに、**食**分野で取り組む、**マーケティング支援**

※糸島市食品産業クラスター協議会は、市内の食品産業の発展を目的として、生産、加工、販売などの各事業者を中心に組織された協議会。現在29社が加盟。

# 9 政策の提案

## 製品開発、広告、流通など得意分野を活かしたチームプレイ

(筆者作成)

購入者情報 (筆者作成)

区分	20代	30代	40代	50代	60代
接触メディア	SNS	雑誌	テレビ	新聞	テレビ
利用チャンネル	ネット	ネット	スーパー	直売所	宅配
ターゲット	現行	サブ	コア	コア	サブ

### 市場リサーチ (市委託)

(写真は博多女子高校、(株)アシアン・マーケット提供)

### 販路開拓 (商業学校)



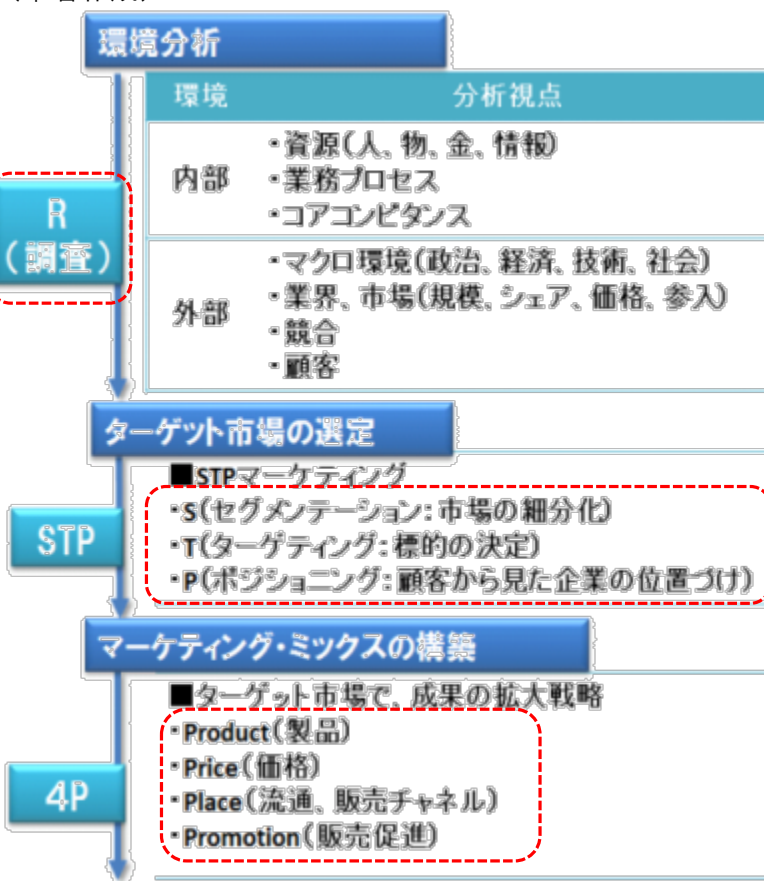
### 広告・宣伝 (市委託)

### 製品開発

### (食品産業クラスター協議会)



(許諾のもと(左)KADOKAWA/(右)間平堂HP写真を使用) (許諾のもと(株)やますえHP写真を使用)



## マーケティング推進モデル

= マーケティング要素 × コラボレーション

# 10 今後の展開

食品産業クラスター協議会から商材を募集し、市場リサーチ結果に基づいて、**H29.4月**からマーケティングを実施予定！

商材募集



リサーチ



商材選定



マーケティング開始

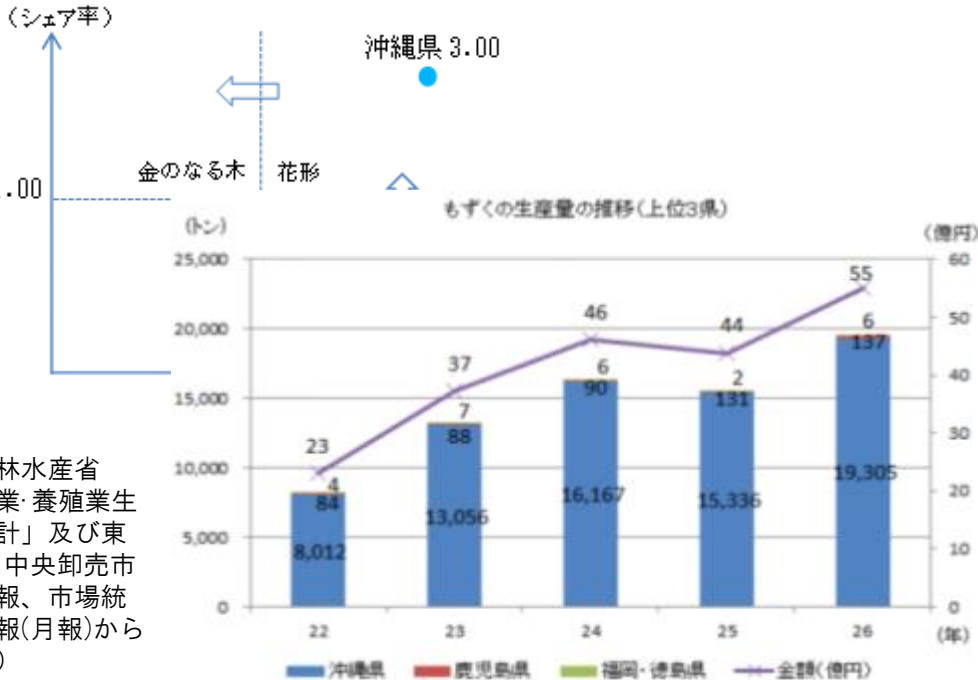
(10商品)

(1商品)

※残り9商品もデータ提供。  
モデルを参考に活用

## H28年度は、商材募集～商材選定を「試行」

(写真は糸島市職員提供)



# 10 今後の展開

食品産業クラスター協議会から商材を募集し、市場リサーチ結果に基づいて、**H29.4月**からマーケティングを実施予定！

商材募集



リサーチ



商材選定



マーケティング開始

(10商品)

(1商品)

※残り9商品もデータ提供。  
モデルを参考に活用

## H28年度は、商材募集～商材選定を「試行」

(本頁の写真は博多女子高校、(株)アジアン・マーケット提供)

