

# 平成 30 年度トライアル実行支援事業 成果報告書（概要版）

## トライアルの名称：

2018 ぐるっと NAMEGATA プロジェクト  
実施機関：行方商業協同組合

## 背景(問題および課題)

当地区は過疎化が進み商店街利用者は年々減少している。交通手段も不便で、観光が充実しておらず他県よりの来場者数は少ない。一方、県が整備した「つくば霞ヶ浦りんりんロード」を利用するサイクリストの数は年々増加。初心者から中級者向けには最適で、ルート選択の多さや環境整備の充実が後押しをしている。土浦駅再開発のプレイアトレ・ペルチ土浦(サイクルステーション)が完成した影響は大きい。地の利を活かして新たな顧客としてサイクリストを迎え入れ「おもてなしの心」で各店の可能性を引き出せる事業を目指す。周知活動が広がりを見せる事でサイクリスト以外のお客を取り寄せる事にも可能性が広がる。車社会の地方都市・行方は車保有者の多くは郊外大型店やロードサイド店を利用する傾向が強い。組合加盟店の多くは専用駐車場を持たず車への対応がハード面として困難である。本事業はサイクリストだけでなく市民にも自転車に親しんでもらい、自転車で街なか商店街で買物するきっかけづくりとした。

## 活用資源

### ①強み

- ・様々な事業を実践:ポイントカード、招待旅行、こども祭り(イベント事業)、ふれあいマーケット(通算 150 回以上)、花いっぱい運動、イルミネーション他
- ・行方市旧麻生地区を中心に加盟店多い。
- ・行政や商工会と連携し地域貢献や社会福祉活動などにも積極的に取り組んでいる。

### ②機会

- ・歴史と伝統がある。
- ・豊かな農産物と広大な水資源に恵まれ、大自然と触れ合える。
- ・霞ヶ浦と北浦の二つ湖に挟まれた温暖な気候と肥沃な大地の中で育まれた豊かな資源を有した地域である。
- ・サイクリング人気が高まっている。

## 目標(評価指標)

- ①アンケート回収数(すべて含む) 目標:250 枚
- ②ボトル、エコバッグ、ラリー等アンケート満足度 目標:70%以上
- ③WEB コンテンツ(なめがた日和) アクセス目標:900/フォロワー数目標:100 人
- ④店舗制覇証明書関係発行 目標:100 枚

## トライアルの内容

### ①制作物

- ・「**名刺サイズの QR コード入りカード制作(1 万枚)**」:オリジナルデザインのロゴを入れた商店街を紹介するカードを作成し R コードを入れて地域ポータルサイト「なめがた日和」にある商店街サイトに誘導。行方市全域の公共機関や会員店舗にカード設置、情報端末利用者向け告知でありイベント時にも配布して組合活動を周知。
  - ・「**グルメ MAP WEB コンテンツ**」:商店街サイトに当組合飲食店 5 店舗対象グルメ MAP を作成。サイクリストや市民が興味を示すよう各店自慢の一品やインスタ映えするモノなどのコンテンツを作成し飲食店 5 店舗を紹介。サイクリストは紙媒体だけではなく WEB 情報も活用。市民にも WEB 情報の活用を啓発。
  - ・「**グルメナビゲーション**」:サイクリングロード、自転車サポートステーション、行方商業協同組合、イベントなどの情報をサイクリストや市民が商店街サイトからスムーズに取得できるサイトを制作。サポートステーション登録店舗ではサイクリストのためにトイレや休憩スペースなど、店によって様々なサービスを提供。
  - ・「**5 店舗制覇ラリー証明書カード(1000 枚)、VIP カード(100 枚)、グルメマップポスター(50 枚)、オリジナルロゴステッカー(50 枚)**」:グルメ MAP 掲載 5 店舗訪問の際に、各店舗で発行する証明書カードを制作。5 枚集めたサイクリスト等に発行する店舗制覇証明書(VIP カード)も制作し、引き換え時にアンケート実施。組合の認識強化とサイクリストや市民へポスター、オリジナルロゴステッカー(昨年度制作当組合オリジナルロゴ)を組合店舗や関連機関に表示目的で配布し周知活動を後押し。
  - ・「**サイクリスト向け新商品開発『ボトル』(100 ヶ)**」:ボトル(組合内店舗で販売出来るように精査)をノベリティとしてではなく品質を向上させ将来的に商店街で販売するグッズとして、合内で検討を重ねて開発。
  - ・「**自転車利用する市民向け新商品開発『エコバッグ』(150 ヶ)**」:従来のサイクリスト向け「サコッシュ」を改良し、より市民に広く活用してもらうためにオリジナルのロゴが入ったエコバッグを作成した。ボトルと同様にノベリティとしてではなく品質を向上させ将来的に商店街で販売するグッズとして、組合内で検討を重ねて開発。
- ②**新商品開発とサイクリストの聖地として知名度向上、市民への自転車利用啓発を目的としたモニタリング・アンケート調査(11 月 10 日・11 日)**:「なめがたふれあい祭り」に来場したサイクリストおよび自転車利用の市民を対象に新商品(ボトル・エコバッグ)のモニタリングに関するアンケート協力を依頼。サイクリストにはボトルを、自転車来場市民にはエコバッグを進呈し、普段の買い物に役立ててもらうだけでなく利用することで PR 協力を依頼。5 店舗参加ラリーへの参加も促した。
- ③**5 店舗制覇ラリー(11 月 10 日～12 月 9 日)**:サイクリストや市民がグルメ MAP に掲載してある 5 店舗を訪問し、各店舗で発行する証明書カード(仮称)を取得する。

証明書カードを 5 枚集めたサイクリストや市民に対し店舗制覇証明書(VIP カード)を進呈。制覇者にアンケート協力を依頼し、今後の買い回り向上策に活用した。証明書発行およびアンケート調査等の場所については、行方商業協同組合(平日対応)とタネのハシモト(土日対応)にて実施。サイクリストだけでなく行方市民にも普段から自転車に親しんでもらい、まずは来店しやすい飲食店への来店動機向上を図った。

### 成果

- ①アンケート回収数(すべて含む) 結果:314 枚
- ②ボトル、エコバッグ、ラリー等アンケート満足度 結果:ボトル 84~87%、エコバッグ 79% ラリー100%
- ③WEB コンテンツ(なめがた日和) アクセス結果:1500/フォロワー結果:650 人
- ④店舗制覇証明書関係発行 結果:15 枚

## 実行のポイント

- ①行方市・観光協会との協力体制強化:市全域の公共機関へ QR コードカード設置依頼、店舗制覇証明書等の利活用について霞ヶ浦に隣接する他地区などとの連携を視野に協議
- ②HMB アウトドアクラブ・地元サイクルチームとの連携:活動に参加し情報共有、アンケート調査協力依頼、関連個所へ QR コード入カード設置および配布による趣旨活動協力依頼、「なめがた日和」周知依頼、主催団体作成チラシ配布協力、ロゴマーク認知度向上
- ③情報サイト「なめがた日和」の有効活用および連動:飲食店おもてなし&メニュー開発協力、関連業種との連携への提案、SNS・サイト更新作業頻度向上、SEO 対策強化。
- ④その他:対象と企画ごとにアンケート調査票を 3 種類作成

## 今後の改善点

- ・ポイントカードはどこで使えるかわからないという声があり分かりやすく情報発信と視認性を高める。
- ・5 店舗制覇ラリーはさらに分かりやすい地図や店頭表示にするよう工夫。
- ・市民はチラシ、サイクリストは HP や SNS を主な情報源としており、サイクリスト誘致強化には従来以上に WEB 関連情報を充実。
- ・サイクリストは男性中心だが、男性は買い物に繋がりにくい。女性のサイクリストおよび自転車利用者を増やす試みも検討。
- ・サイクリストは遠方が多く、県内リピーターも非常に多い。リピーターへの今事業の周知を依頼することでサイクリストの中で行方の認知度や組合エリアへの購買意欲が高まる。
- ・サイクルステーションの認知度がまだ低いのでさらに高めていく。
- ・単なる店舗ラリーだけでなく、芋ほりなど 1 日で完結する様々な体験型レジャーを取り入れる。
- ・麻生や北浦コース、初級中級等なおすすめコースを効果的に発信し組合情報もリンクさせる。
- ・5 店舗制覇ラリーは開催期間を延長し、各店の呼び込みスキル向上を目指し店舗数も増やす。
- ・エコバッグ利用者は多いが最終的には気に入ったものを使う。もっと大きなサイズが必要。
- ・現時点で市民にとっては自転車関連イベントを期待する声は多くない。割引関連の企画に対する希望が多いゆえ、今後は割引セールとの連携も必要。
- ・VIP カードに達成感および 500 円割引券以外のプレミアムを付加できるか検討。
- ・市民向けなのかサイクリスト向けなのかしっかり絞らねばならない(軸の取り方)。