

2014年茨木フェスティバル 市民意識アンケート報告書

平成26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
経営学部教授 池田 信寛、田淵 正信

I アンケート調査報告の要約

- ① 茨木童子についての認知度は、茨木市民では95%に達しており、様々な場面での茨木童子キャラの突出による市民への周知は成功していると考えられる。しかし、「茨木童子物語」についての認知度は茨木市民で31.5%に止まっている。特に若年層で「茨木童子物語」についての周知度が低かった。9才以下で20.0%、10才台で31.0%、20才台で18.3%、50才以上53.1%であった。
- ② 茨木市民の茨木童子のイメージは、『かわいい』と『親しみがわく』を加えて、全体で60.7%、男性で65.9%、女性で58.2%であった。茨木童子が男児的なキャラクターとして強く伝わっていると考えられるので、男性の評価の方が女性よりも高くなっていることは注目に値すると思われる。
- ③ 商店街の魅力については、全体の回答では、『便利さ』を挙げる回答が最も高く22.6%で、20才台以下では『楽しい』が20.3%で一位、30、40才台では『安さ』が二位、50才台以上では『親切』が二位となっている。子育て世代の30、40才台では『安さ』を重視していることが判る。年配者（50才台以上）では『親切さ』について高く評価がされている。これはそれぞれの世代における商店街の商品の安さへの期待や、親切さへの期待が示されたものと考えられる。
- ④ 商店街に欲しいものとしては、『名産のお菓子』が26.7%でトップとなった。続いて、『美味しい食材』18.6%、『可愛いグッズ』16.8%という回答が多かった。女性の年代別では、20才台以下では『可愛いグッズ』が40.2%に達し、30、40才台では『名産のお菓子』が33.9%で一位、50才台以上では『地元の野菜や米』が30.2%で一位であった。
- ⑤ 商店街に欠けているものとしては、『若者向き商品』、『美味しいレストラン、食堂』、『駐車場』を選択する回答が多かった。特に20才台以下で『若者向き商品』が21.6%、『楽しいお店』が17.8%で上位を占め、30、40才台では『若者向け商品』24.9%、『美味しいレストラン食堂』24.0%と上位に入っている。50才台以上では『美味しいレストラン食堂』が31.8%とトップになっている。



- ⑥ 茨木市の暮らしの自慢できることとして、『住みやすさ』が31.5%で一位、『充実した教育環境』が21.9%で二位であった。一方、『商業施設が充実』を選んだ人の割合は、7.8%と低かった。『娯楽施設の充実』は1.8%、『医療施設が充実』は3.2%とこれらも同様に低かった。
- ⑦ 茨木市の自慢としては『川端康成』がトップで33.1%、『茨木童子』が16.8%と二位に入っている。続いて『見山の郷』が13.9%と三位に入り健闘している。四位は芸能人である『ナイナイ、しずちゃん』が13.3%である。『南茨木サンチャイルド』は2.6%で最も低かった。

II データの定量分析

1. 回答者の年齢性別のクロス集計

	9才以下	10才台	20才台	30才台	40才台	50才台	60才台	70才以上	総計
男	16	93	32	103	75	11	18	7	355
女	19	211	67	248	124	20	16	3	708
総計	35	304	99	351	199	31	34	10	1063

- 男女比が1:2程度であり、女性の方がたくさん回答している。家族連れの母親が回答したパターンが多いと思われる。
- 30代と40代が多い。特に、30代女性の回答者が多い。逆に、20代が少ない。

2. 性別と居住区域のクロス集計

	茨木市	高槻市	吹田市	摂津市	その他	総計
男	283	14	11	8	39	355
女	575	48	23	13	49	708
総計	858	62	34	21	88	1063

3. 居住地と年齢のクロス集計

	茨木市	高槻市	吹田市	摂津市	その他	総計
9才以下	30	2	1		2	35
10才台	232	15	10	11	36	304
20才台	60	7	8	2	22	99
30才台	291	25	13	4	18	351
40才台	181	7	2	2	7	199
50才台	24	4		1	2	31
60才台	31	1		1	1	34
70才以上	9	1				10
総計	858	62	34	21	88	1063

III データの分析

1. 商店街に認められている魅力 (表12、図16&17)

商店街の魅力上位項目を見ると、全体では、以下のようである。

- (1) 便利 (22.6%)
- (2) 楽しい (16.5%)
- (3) 安い (15.6%)
- (4) 親切 (12.0%)

茨木市民は、商店街で、便利で楽しく買い物ができている

ことが分かる。男女別、および、年齢別での有為な差は、特に見られなかった。ただ、気になるのは、「特にない」との回答が13.8%あり、これをどう解釈するかが問題である。考え方には2通りあり、「なんとなくだが満足している」と読むこともできるが、一方、「特に何も期待していない」と読むことができるため、このデータの内容によっ



ては、改善の余地があると考えられる。

同じデータによれば、低い点数にとどまった項目は、以下のようである。

- (5) 交通の便 (8.3%)
- (6) 何でもある (7.2%)
- (7) 品揃えが良い (2.9%)
- (8) 清潔 (1.0%)
- (9) ブランドショップ (0.2%)

(5)は、物理的に今すぐ解決できるものではなく、また、(6) (7) (9)については、イオンなどの大型ショッピングモールや多数のコンビニエンスストアと正面から競争するよりも、商店街らしさを強調した特徴のある品揃えに徹するのが望ましいと考える。ただ、(8)については、早急な対策が求められる。購買者の3分の2が女性であることを考えると、「清潔感あふれる商店街」が強く求められていると判断できる。

では、(1)から(4)の満足特性を維持しながら、商店街が目標とするものは何であろうか？それは、図23&24から読み取ることができる。



2. 商店街に求めているもの (表16、図23&24)

商店街に欲しいものの上位を書き出すと、以下のようである。

- (1) 名産のお菓子 (29.7%)
- (2) おいしい食材 (18.6%)
- (3) 可愛いグッズ (16.8%)
- (4) 地元の野菜やお米 (15.1%)
- (5) 名産のお酒・地酒 (11.5%)

ここから読み取れるのは、茨木市民として、何か誇れる商品が欲しいという思いである。これに関連するデータ (表20、図30&31) を見てみると、商店街に欠けているものは、次の通りである。

- (6) 若者向きの商品 (22.9%)
- (7) 美味しいレストラン (19.6%)
- (8) 駐車場 (15.7%)

(1)~(8)までを俯瞰してみると、食品や食材に関する要求と同時に、若者をターゲットとした店が少ないことも見て取れる。商店街の継承という観点からも、次世代の顧客層の開拓を急ぐことが急がれる。また、大きく気になるのは、50歳以上の回答者が、全体の1割程度であるという事実である。シニア層が利用していないことが歴然としている。そこで、3つの戦略の選択案、あるいは、その組み合わせがある。

- A. 主な顧客層である30~40代の女性をターゲットにした戦略
- B. 20代までの若年層を次世代客として育成する戦略
- C. 50代以上のシニア層をターゲットにする戦略



3. 茨木の暮らしの自慢

茨木市民が自分の街をどう考えているか（表24、図37～39）の項目

- (1) 住みやすい (31.5%)
- (2) 教育環境が充実 (21.9%)

以上、2項目が突出して評価されている一方、評価が伸びなかった項目は、以下の項目である。

- (3) 娯楽環境が充実 (1.8%)
- (4) 医療施設が充実 (3.2%)
- (5) 物価が安い (5.1%)
- (6) 商業施設が充実 (7.8%)
- (7) 災害が少ない (7.8%)
- (8) 高速道路が充実 (8.7%)
- (9) 街の治安が良い (9.3%)



このデータから見えることは、(1)と(2)のように、茨木市は、大阪や京都のベッドタウンとして評価されていることである。それにもかかわらず、娯楽や医療、商業施設がないとも感じている。これは、日々の買い物を中心に受け持つ主婦層には、ある程度の満足度を商店街は提供していると思われるが、例えば、社会人男性の会社帰りや子供の学校帰り、そして、週末における満足度が低いと推察される。

ここで、考えなければならないのは、商店街のターゲットは誰であり、商店街の「売り（コンセプト）は何か？」を考えることである。複数のターゲットを考慮するならば、どのターゲットに、どのような「満足」を与えるかが、問題となる。ここで、チェックしていただきたいのは、「顧客価値」「顧客問題解決」である。つまり、商店街が提供している商品（モノやサービス）に対して、顧客が価値を見出しているのか？商店街は、顧客の抱える問題を解決しているのか？を考える必要がある。

例えば、化粧品店に一人の女性が訪ねて来たとして。彼女の悩みは、いま使っている化粧品だと肌があれるので、そうならない化粧品を買いたい、ということである。ここで、すぐさま、化粧品を選んで売ってしまうと、潜在顧客を失う可能性がある。

ここで、表12、図16&17にあるように、商店街を「親切さ」で評価する茨木市民が、12.0%いることを考えてみる。「親切」であるということは、言い換えれば、顧客の立場になって商売をしていることである。いま取り上げた化粧品店だが、顧客の立場を考えれば、「肌荒れ」を解決したいのであって、必ずしも、化粧品を変えることではない。肌荒れの原因は、その顧客が化粧品にあると思っただけであり、本当の理由が別にある可能性を否定できない。栄養バランスが偏っているのかも知れないし、睡眠時間が足りないのかも知れない、あるいは、なにかのストレスかも知れない。

ここで、その化粧品店がすべきことは、その女性の「肌荒れ」を治すこと、すなわち「顧客問題の解決」である。化粧品を変えることで、「肌荒れ」が治るとは限らない。もちろん、化粧品が原因でなければ、化粧品は売れない、売り上げにつながらない。しかし、その女性客は、そのお店のファンになるだろう。長期的な視点に立てば、「得意客」を育てていると考え得られる。

その意味で、いま、商店街に求められているのは、「相談力」だと言えよう。

そして、その相談内容を、商店街全体で共有することができれば、一店舗の売り上げだけでなく、商店街全体のイメージアップと売り上げ増につながる。このように、顧客と長期的に良好な関係を築くのが、これからの商売である。長い目で見て、「売り手よし、買い手よし、世間よし」（近江商人の「三方よし」から）の関係を築く必要がある。

他の例を出すと、ある美容室に初めて行く女性の場合、最初に入った美容室でカットしてもらった髪型が気に入らないとすれば、その女性はどうするだろうか？おそらく、例外なく、その美容室には再びは行かない。しかし、「最初の髪型が気に入らなかつたら、次回は無料にします」とあれば、多くの女性は戻ってくる（これは本学的女子学生へのヘアリングで明らかになっている）。

このように、売り手と買い手の両方が満足するために、長期に渡る関係を続けることを、「おもてなし精神」といい、古くは茶の湯にまで、その源流を遡ることができる。簡潔に表現すれば、「主客共創」といい、売り手と買い手がお互いに高め合いながら、取引を続けるというものである。

茨木商店街にいま求められているのは、この「相談力」であり「おもてなし精神」である。「相談力」が高まれば、顧客が何を望み、あるいは、何を嫌っているか分かり、それを品揃えに反映させることができる。商店街を挙げて「相談力」を身につけて行けば、一層の発展を期待できる。

もう一つの柱は「茨木童子」である。

4. 特産品としての「茨木童子」

表1～7、図1～6を見る限り、世代や性別に関係なく、名前は聞いたことがあるが、その物語については、よく知らないという傾向が読み取れる。また、表8～9、図7～12を見ると、6割以上の方々が、「かわいい」「親しみがわく」と肯定的な印象を持つ一方で、「こわい」という否定的な印象を持つ人が10数%いる。

興味深いのは、年代によってイメージが異なる(表10～11、図13～15)。50代以上では、83.5%の人が「かわいい」「親しみがわく」と感じているが、30～40代では、67.9%、20代以下では、47.3%となり減少している。一方、イメージが「特にない」と回答した人は、50代以上では7.8%の人が、30～40代では14.3%、20代以下では、35.7%となり増加している。

ここから読み取れるのは、シニア世代が持っている肯定的イメージを、より若い世代に伝えることができれば、関心が高まるであろう。その肯定的なイメージを、商店街の特産品などとして普及させる戦略を立てられる。

話を大きくすれば、商店街を「茨木童子」のテーマパーク化してしまう案はどうだろうか？見方を変えれば、商店街のブランドとして育てていく案もあるだろう。いずれにせよ、商店街にしかない、あるいは、商店街でしか入手できない商品を企画開発する余地は大である。

インターネットに限らず、顧客が売り手に望むのは、次の3つの要素のうち、最低1つは満たすことである。

- (1) 他店よりも安い
- (2) そこでしか手に入らない特産品
- (3) 相談力(コミュニケーション力)

現在に商店街にできることは、(2)(3)だと思われる。

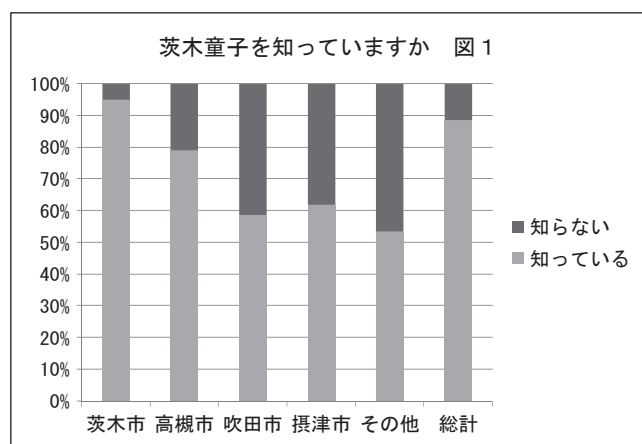
IV. 茨木童子と茨木童子物語についての分析資料

1. 茨木童子を知っていますか？

(1) 茨木童子を知っている割合の地域とのクロス統計

表1

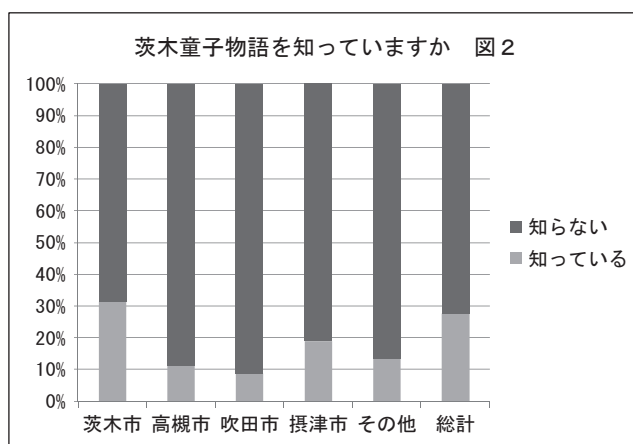
	知っている	知らない	総計	知っている率
茨木市	815	43	858	95.0%
高槻市	49	13	62	79.0%
吹田市	20	14	34	58.8%
摂津市	13	8	21	61.9%
その他	47	41	88	53.4%
総計	944	119	1063	88.8%



(2) 茨木童子物語を知っている割合の地域別クロス統計

表2

	知っている	知らない	総計	知っている率
茨木市	270	588	858	31.5%
高槻市	7	55	62	11.3%
吹田市	3	31	34	8.8%
摂津市	4	17	21	19.0%
その他	12	76	88	13.6%
総計	296	767	1063	27.8%



- ① 茨木市居住者のうち95%は茨木童子を知っている。高槻市在住者79%、摂津市在住者61.9%と続く。茨木市在住者の茨木童子認知度は非常に高いと言える。
- ② 茨木童子物語を知っているのは、茨木市在住者でも31.5%しかなかった。茨木市居住者以外では20%未満であった。

(3) 男女別の茨木童子を知っている割合

茨木童子を知っている割合の男女別地域別クロス統計 表3

	男						女						
	茨木市	高槻市	吹田市	摂津市	その他	計	茨木市	高槻市	吹田市	摂津市	その他	計	合計
知っている	263	12	8	7	24	314	552	37	12	6	23	630	944
知らない	20	2	3	1	15	41	23	11	11	7	26	78	119
合計	283	14	11	8	39	355	575	48	23	13	49	708	1063
比率	92.9%	85.7%	72.7%	87.5%	61.5%	88.5%	96.0%	77.1%	52.2%	46.2%	46.9%	89.0%	88.8%

- ① 男女では、女性は89%、男性は88.5%で、男女ともほぼ同じ割合であった。
- ② 茨木市在住者では女性は96%、男性は92.10%で、女性の方が知っている割合が高い。

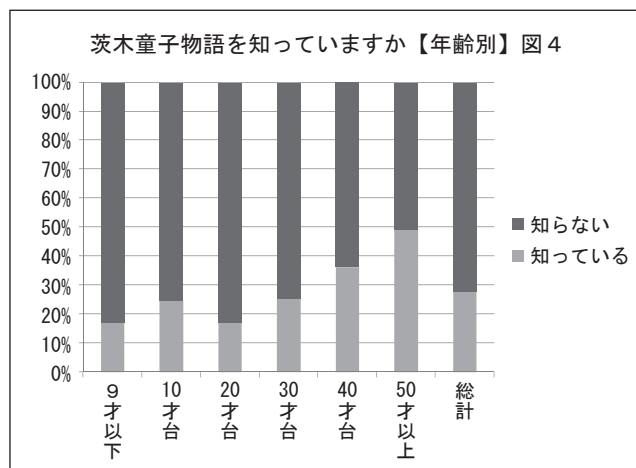
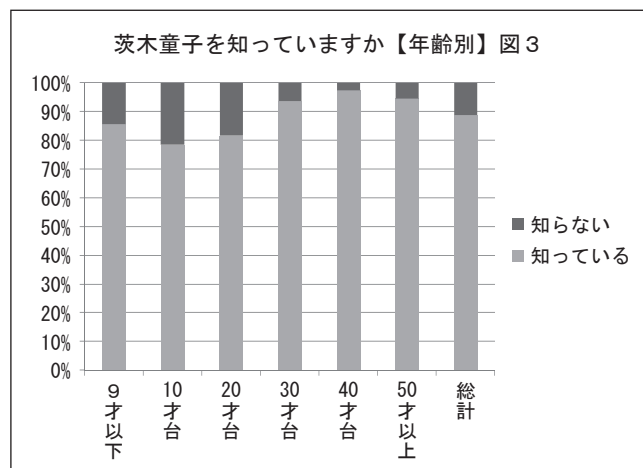
(3) 年齢別の割合

① 茨木童子を知っている年代別率 表4

年齢	知っている	知らない	総計	割合
9才以下	30	5	35	85.7%
10才台	239	65	304	78.6%
20才台	81	18	99	81.8%
30才台	329	22	351	93.7%
40才台	194	5	199	97.5%
50才以上	71	4	75	94.7%
総計	944	119	1063	88.8%

② 茨木童子物語を知っている年代別割合 表5

年齢	知っている	知らない	総計	割合
9才以下	6	29	35	17.1%
10才台	75	229	304	24.7%
20才台	17	82	99	17.2%
30才台	89	262	351	25.4%
40才台	72	127	199	36.2%
50才以上	37	38	75	49.3%
総計	296	767	1063	27.8%

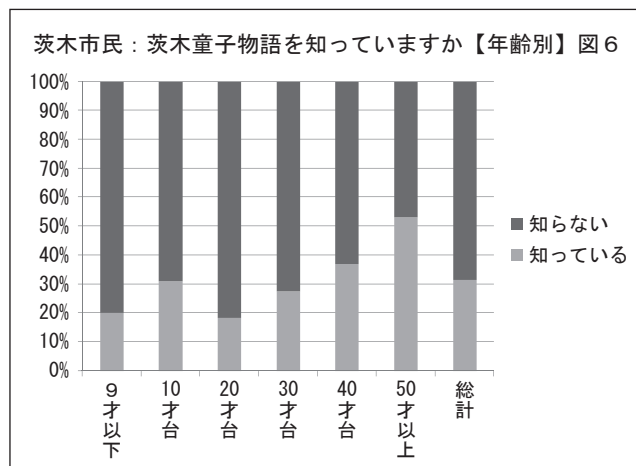
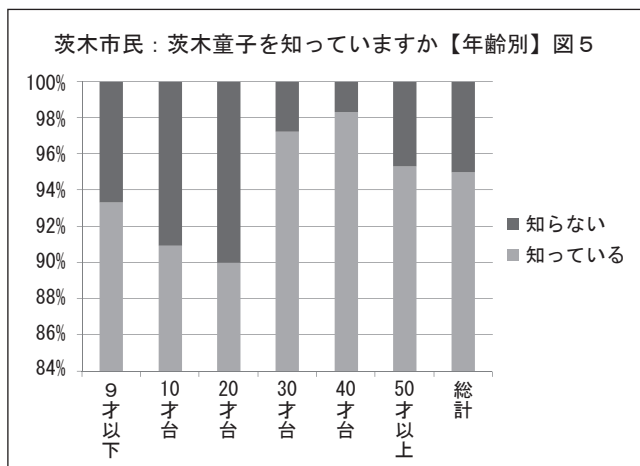


③ 茨木童子を知っている茨木市民の割合 表6

年齢	知っている	知らない	総計	割合
9才以下	28	2	30	93.3%
10才台	211	21	232	90.9%
20才台	54	6	60	90.0%
30才台	283	8	291	97.3%
40才台	178	3	181	98.3%
50才以上	61	3	64	95.3%
総計	815	43	858	95.0%

④ 茨木童子物語を知っている茨木市民の割合 表7

年齢	知っている	知らない	総計	割合
9才以下	6	24	30	20.0%
10才台	72	160	232	31.0%
20才台	11	49	60	18.3%
30才台	80	211	291	27.5%
40才台	67	114	181	37.0%
50才以上	34	30	64	53.1%
総計	270	588	858	31.5%



① 茨木童子について、30才台以上の人の知っている率が高いことが判る。10才台、20才台の若い人たちの周知度が低いようである。

40才台では98.3%の人が知っているが、20才台では90%の周知度にとどまる。

② 茨木童子物語については、50才以上の方は53%の人が知っているが、9才以下や20才台の方は20%程度となっている。

2. 茨木童子のイメージについて

(1) 男女別のイメージ 表8

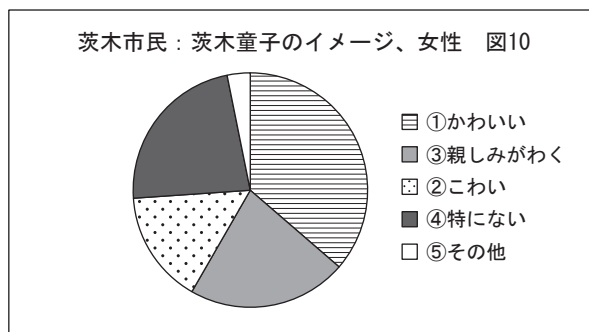
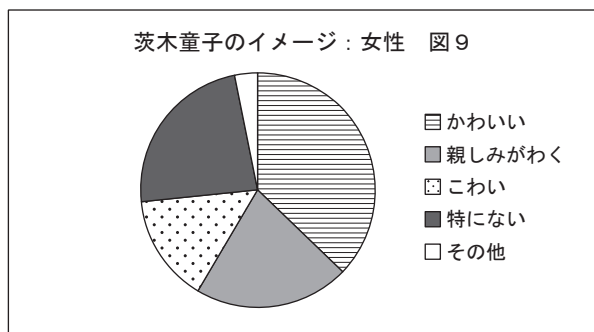
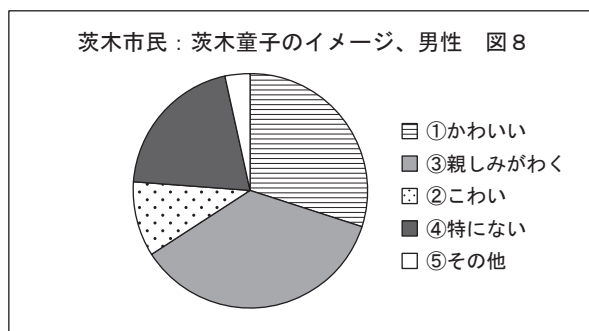
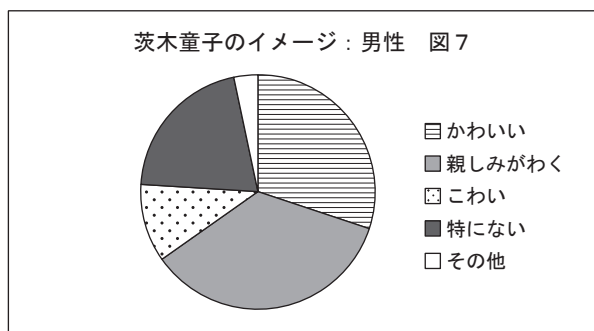
	男	女	総計	割合
かわいい	109	272	381	34.9%
親しみがわく	127	156	283	25.9%
こわい	39	109	148	13.5%
特にない	75	171	246	22.5%
その他	12	23	35	3.2%
総計	362	731	1093	100.0%

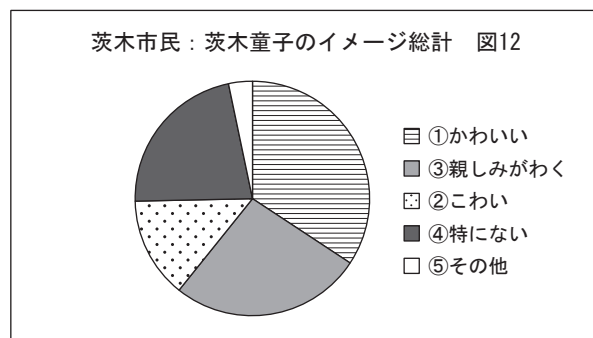
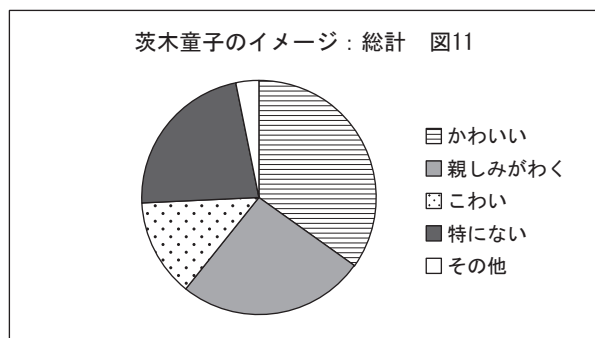
かわいい+親しみ $\frac{236}{362} = 65.2\%$ $\frac{428}{731} = 58.5\%$ $\frac{664}{1093} = 60.8\%$

(1) 茨木市民の男女別のイメージ 表9

	男	女	総計	割合
かわいい	87	216	303	34.3%
親しみがわく	104	130	234	26.5%
こわい	30	93	123	13.9%
特にない	59	136	195	22.1%
その他	10	19	29	3.3%
総計	290	594	884	100.0%

かわいい+親しみ $\frac{191}{290} = 65.9\%$ $\frac{346}{594} = 58.2\%$ $\frac{537}{884} = 60.7\%$





① 茨木童子について、かわいいと考えている人が34.5%、親しみがわくと考えている人が25.9%、合わせて60.8%に達している。

茨木市民の場合も、かわいいと親しみがわくを合わせると60.8%に達している。

② 一方、茨木童子に対して、こわいと感じる人が13.5%、特になにもイメージを持っていない人が22.5%となっている。合わせると36.0%となる。

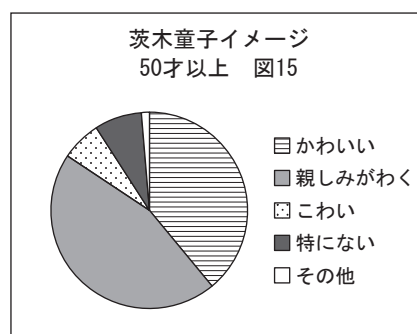
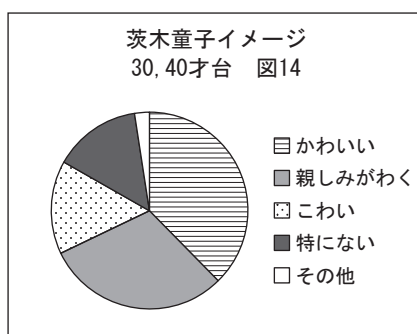
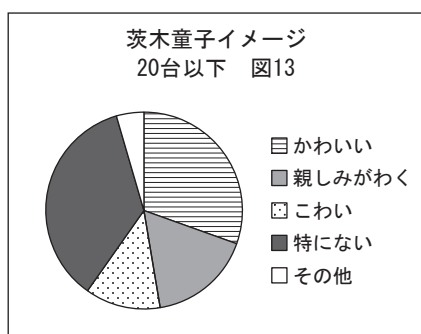
茨木市民のなかでも、茨木童子に対して、こわいと感じる人が13.9%、特になにもイメージを持っていない人が22.1%となっている。合わせると36.0%となる。

(2) 年代別のイメージ 表10

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	30才台	40才台	30,40才台	50才台	60才台	70才台	50才以上	総計
かわいい	17	83	35	135	138	78	216	16	12	2	30	381
親しみがわく	4	47	24	75	102	71	173	10	19	6	35	283
こわい	3	37	15	55	67	21	88	2	3	0	5	148
特にない	8	127	23	158	57	25	82	3	3	0	6	246
その他	3	13	4	20	7	7	14	0	0	1	1	35
総計	35	307	101	443	371	202	573	31	37	9	77	1093

(3) 年代別イメージの割合 表11

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	30才台	40才台	30,40才台	50才台	60才台	70才台	50才以上	総計
かわいい	48.6%	27.0%	34.7%	30.5%	37.2%	38.6%	37.7%	51.6%	32.4%	22.2%	39.0%	34.9%
親しみがわく	11.4%	15.3%	23.8%	16.9%	27.5%	35.1%	30.2%	32.3%	51.4%	66.7%	45.5%	25.9%
こわい	8.6%	12.1%	14.9%	12.4%	18.1%	10.4%	15.4%	6.5%	8.1%	0.0%	6.5%	13.5%
特にない	22.9%	41.4%	22.8%	35.7%	15.4%	12.4%	14.3%	9.7%	8.1%	0.0%	7.8%	22.5%
その他	8.6%	4.2%	4.0%	4.5%	1.9%	3.5%	2.4%	0.0%	0.0%	11.1%	1.3%	3.2%
総計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



① 年代別に見ると、茨木童子について、かわいいと考えている人が50才以上で39.0%、30才40才台で37.7%に達しているが、20才以下では30.5%と低くなっている。

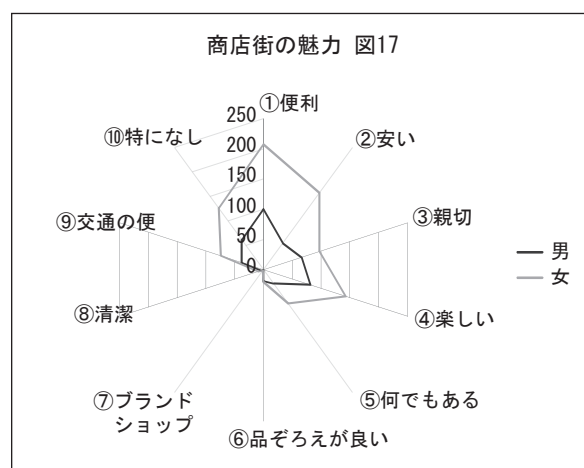
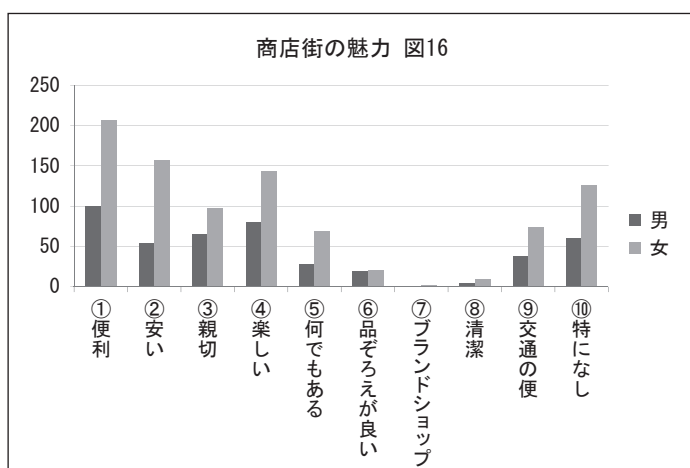
- ② 親しみがわくと考える人も、50才以上で45.5%、30才40才台で30.2%となったいるが、20才台以下では16.9%と低くなったいる。
- ③ 特にイメージを持っていない人の割合も、20才台以下では35.7%となっている。

V. 商店街についての分析資料

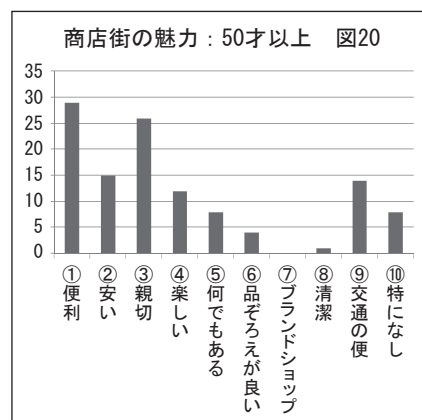
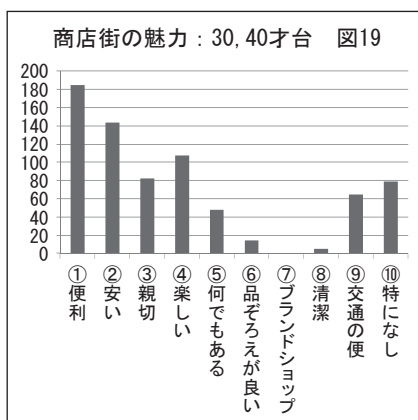
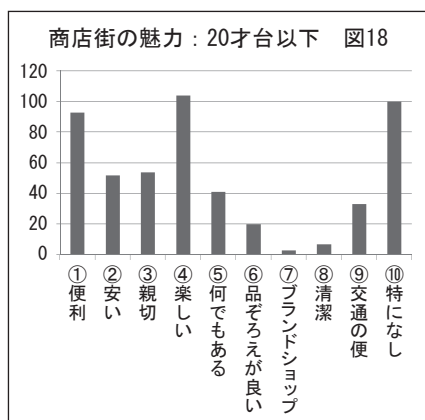
1. 茨木の商店街の魅力

(1) 男女別回答 表12

	男	割合	女	割合	総計	割合
①便利	100	22.1%	207	22.9%	307	22.6%
②安い	54	11.9%	157	17.4%	211	15.6%
③親切	66	14.6%	97	10.7%	163	12.0%
④楽しい	81	17.9%	143	15.8%	224	16.5%
⑤何でもある	28	6.2%	69	7.6%	97	7.2%
⑥品ぞろえが良い	19	4.2%	20	2.2%	39	2.9%
⑦ブランドショップ	1	0.2%	2	0.2%	3	0.2%
⑧清潔	4	0.9%	9	1.0%	13	1.0%
⑨交通の便	38	8.4%	74	8.2%	112	8.3%
⑩特になし	61	13.5%	126	13.9%	187	13.8%
総計	452	100.0%	904	100.0%	1356	100.0%

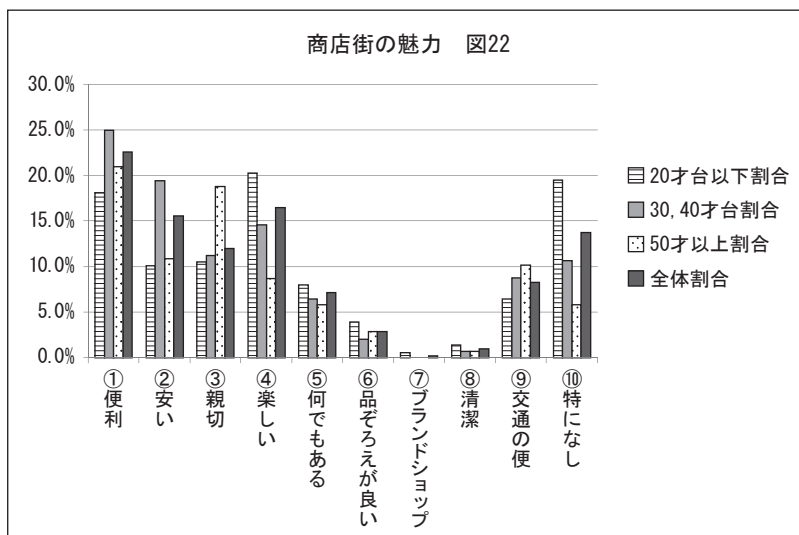
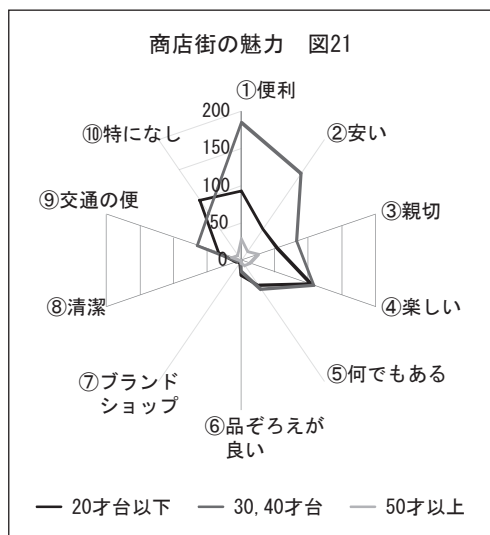


- ① 商店街の魅力の一番として便利さが挙げられている。
- ② 女性の意見として安さも重要な魅力とされている。特に30,40才代女性に安さを上げる人が多かったが、ちょうど毎日の生活を主婦として支える層が、安さを魅力として挙げたものと考えられる。
- ③ 50才以上の回答では親切さを魅力とする回答が多かった。
- ④ 20才代以下の回答では、楽しさが1番の魅力として挙がっている。



(2) 年代別回答 表13

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①便利	9	58	26	93	18.1%	111	74	185	25.0%	9	15	5	29	21.0%	307	22.6%
②安い	4	34	14	52	10.1%	96	48	144	19.4%	8	6	1	15	10.9%	211	15.6%
③親切	3	38	13	54	10.5%	56	27	83	11.2%	9	13	4	26	18.8%	163	12.0%
④楽しい	12	78	14	104	20.3%	65	43	108	14.6%	3	6	3	12	8.7%	224	16.5%
⑤何でもある	4	33	4	41	8.0%	32	16	48	6.5%	1	4	3	8	5.8%	97	7.2%
⑥品ぞろえが良い	1	15	4	20	3.9%	7	8	15	2.0%	1	2	1	4	2.9%	39	2.9%
⑦ブランドショップ	1	1	1	3	0.6%	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	3	0.2%
⑧清潔	1	3	3	7	1.4%	4	1	5	0.7%	0	0	1	1	0.7%	13	1.0%
⑨交通の便	5	9	19	33	6.4%	39	26	65	8.8%	4	9	1	14	10.1%	112	8.3%
⑩特になし	8	69	23	100	19.5%	50	29	79	10.7%	2	6	0	8	5.8%	187	13.8%
総計	49	340	124	513	100.0%	464	277	741	100.0%	43	68	27	138	100.0%	1356	100.0%



(3) 茨木市在住者で女性の回答 表14

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①便利	1	37	12	50	18.0%	66	45	111	25.2%	6	10	0	16	22.2%	177	23.5%
②安い	2	19	10	31	11.2%	60	38	98	22.3%	6	2	1	9	12.5%	138	18.3%
③親切	1	22	5	28	10.1%	30	14	44	10.0%	4	5	0	9	12.5%	81	10.7%
④楽しい	7	43	5	55	19.8%	35	24	59	13.4%	2	3	0	5	6.9%	119	15.8%
⑤何でもある	4	22	2	28	10.1%	22	12	34	7.7%	0	1	0	1	1.4%	63	8.4%
⑥品ぞろえが良い	1	8	1	10	3.6%	2	4	6	1.4%	0	0	1	1	1.4%	17	2.3%
⑦ブランドショップ	1	1	0	2	0.7%	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	2	0.3%
⑧清潔	1	2	0	3	1.1%	4	0	4	0.9%	0	0	0	0	0.0%	7	0.9%
⑨交通の便	4	3	9	16	5.8%	22	13	35	8.0%	4	4	0	8	11.1%	59	7.8%
⑩特になし	5	33	11	49	17.6%	27	13	40	9.1%	1	1	0	2	2.8%	91	12.1%
総計	28	192	58	278	100.0%	272	168	440	100.0%	29	33	10	72	100.0%	754	100.0%

(4) 茂木市在住者で男性の回答 表15

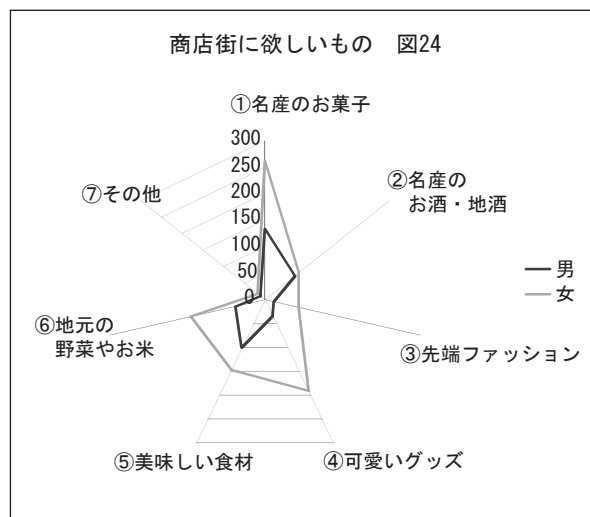
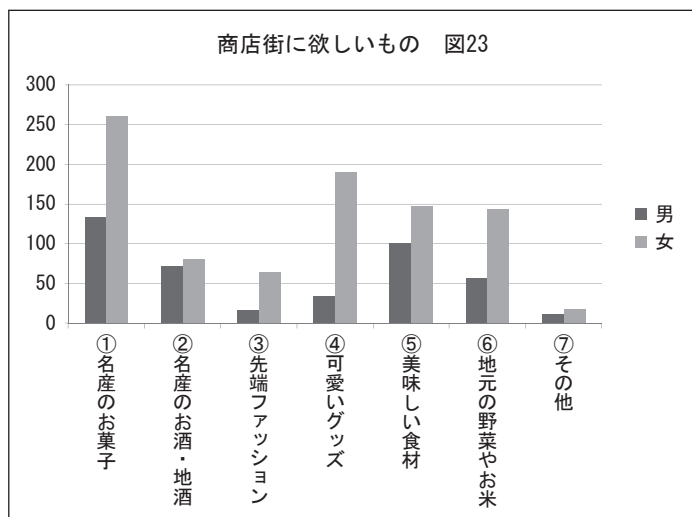
	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30.40才台	30.40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①便利	5	10	4	19	17.0%	32	24	56	25.7%	2	5	4	11	15.5%	86	23.6%
②安い	2	7	2	11	9.8%	21	7	28	12.8%	0	4	0	4	5.6%	43	11.8%
③親切	1	10	3	14	12.5%	17	10	27	12.4%	2	6	3	11	15.5%	52	14.2%
④楽しい	4	17	0	21	18.8%	19	18	37	17.0%	1	3	3	7	9.9%	65	17.8%
⑤何でもある	0	8	0	8	7.1%	5	4	9	4.1%	0	3	3	6	8.5%	23	6.3%
⑥品ぞろえが良い	0	6	0	6	5.4%	4	3	7	3.2%	0	2	0	2	2.8%	15	4.1%
⑦ブランドショップ	0	0	1	1	0.9%	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	1	0.3%
⑧清潔	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0.0%	0	0	1	1	1.4%	1	0.3%
⑨交通の便	0	3	4	7	6.3%	9	12	21	9.6%	0	3	0	3	4.2%	31	8.5%
⑩特になし	3	13	3	19	17.0%	11	13	24	11.0%	0	5	0	5	7.0%	48	13.2%
総計	16	76	20	112	100.0%	122	96	218	100.0%	11	38	22	71	100.0%	365	100.0%

2. 商店街に欲しいもの

(1) 男女別回答 表16

	男	割合	女	割合	総計	割合
①名産のお菓子	134	31.5%	261	28.8%	395	29.7%
②名産のお酒・地酒	72	16.9%	81	8.9%	153	11.5%
③先端ファッション	17	4.0%	65	7.2%	82	6.2%
④可愛いグッズ	34	8.0%	190	21.0%	224	16.8%
⑤美味しい食材	100	23.5%	147	16.2%	247	18.6%
⑥地元の野菜やお米	57	13.4%	144	15.9%	201	15.1%
⑦その他	11	2.6%	18	2.0%	29	2.2%
総計	425	100.0%	906	100.0%	1331	100.0%

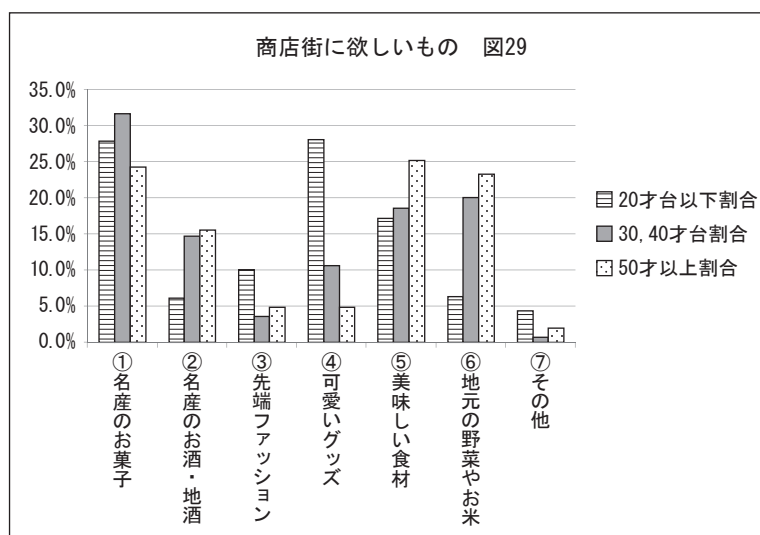
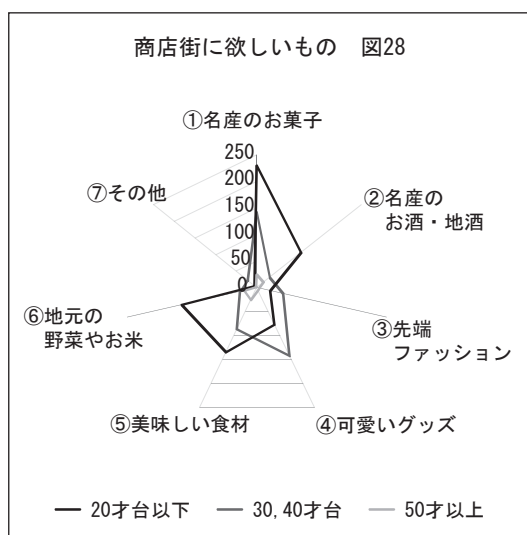
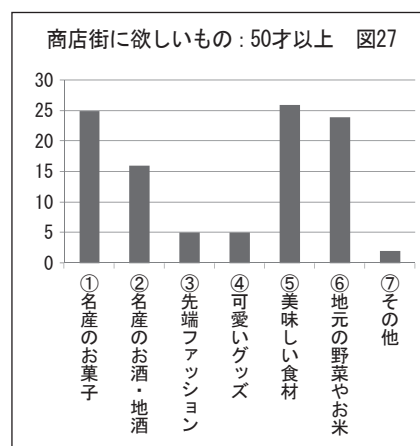
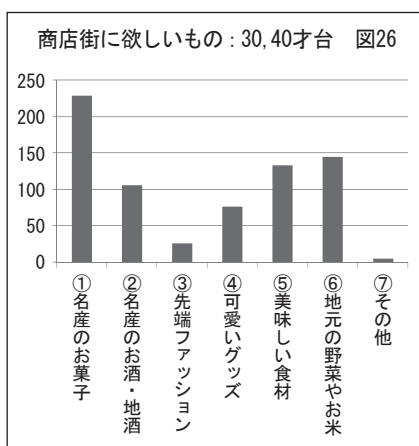
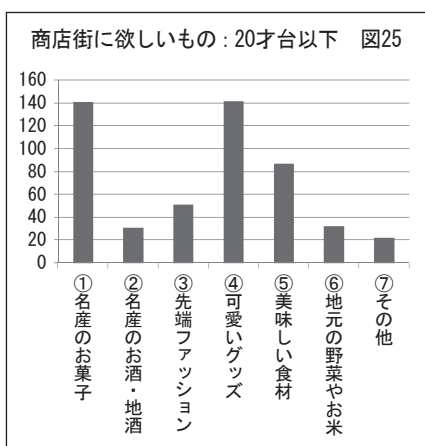
- ① 商店街にほしいものとして、男女とも第一に名産のお菓子が上がっている。
- ② 二番目に、男性は美味しい食材、女性は可愛いグッズが挙がっているが、年代によってここは違った回答となった。



(2) 年代別回答 表17

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①名産のお菓子	16	90	35	141	27.9%	148	81	229	31.7%	10	10	5	25	24.3%	395	29.7%
②名産のお酒・地酒	1	8	22	31	6.1%	65	41	106	14.7%	7	4	5	16	15.5%	153	11.5%
③先端ファッション	2	40	9	51	10.1%	21	5	26	3.6%	1	4	0	5	4.9%	82	6.2%
④可愛いグッズ	8	113	21	142	28.1%	50	27	77	10.7%	5	0	0	5	4.9%	224	16.8%
⑤美味しい食材	7	50	30	87	17.2%	91	43	134	18.6%	12	12	2	26	25.2%	247	18.6%
⑥地元の野菜やお米	2	19	11	32	6.3%	86	59	145	20.1%	13	9	2	24	23.3%	201	15.1%
⑦その他	2	19	1	22	4.3%	3	2	5	0.7%	2	0	0	2	1.9%	29	2.2%
総計	38	339	129	506	100.0%	464	258	722	100.0%	50	39	14	103	100.0%	1331	100.0%

- ① 年代別には、20才台以下では、可愛いグッズが一位で、30,40才台では名産のお菓子が一位、50才台では美味しい食材が一位となった。
- ② 名産のお菓子については、各年代とも欲しいものの上位に挙げられている。
- ③ 地元の野菜やお米については30,40才代と50才台以上で欲しいものの上位に挙がっている。



(3) 茨木市在住者で女性の回答 表18

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	割合	30才台	40才台	30,40才台	割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	割合	総計	割合
①名産のお菓子	8	37	15	60	22.1%	96	51	147	33.9%	5	2	1	8	18.6%	215	28.7%
②名産のお酒・地酒	1	1	10	12	4.4%	33	21	54	12.4%	6	1	0	7	16.3%	73	9.8%
③先端ファッション	2	25	3	30	11.1%	11	2	13	3.0%	0	2	0	2	4.7%	45	6.0%
④可愛いグッズ	4	93	12	109	40.2%	30	15	45	10.4%	2	0	0	2	4.7%	156	20.9%
⑤美味しい食材	1	20	12	33	12.2%	50	23	73	16.8%	7	3	0	10	23.3%	116	15.5%
⑥地元の野菜やお米	1	12	4	17	6.3%	59	41	100	23.0%	7	5	1	13	30.2%	130	17.4%
⑦その他	2	8	0	10	3.7%	0	2	2	0.5%	1	0	0	1	2.3%	13	1.7%
総計	19	196	56	271	100.0%	279	155	434	100.0%	28	13	2	43	100.0%	748	100.0%

(4) 茨木市在住者で男性の回答 表19

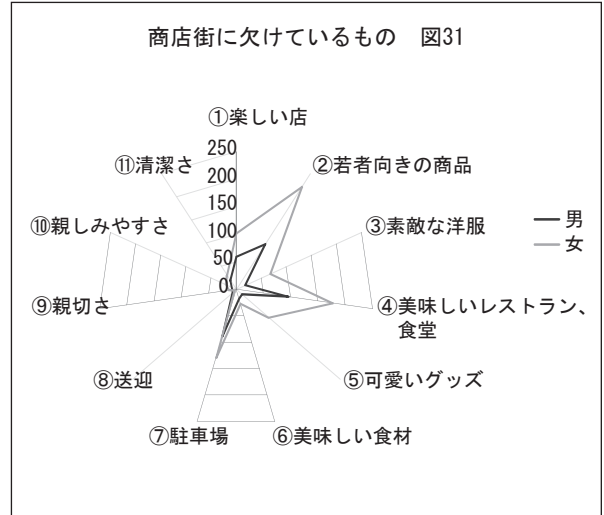
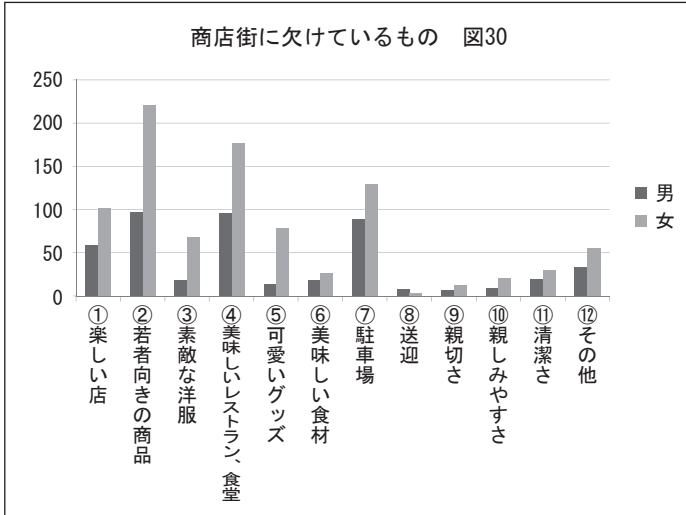
	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	割合	30才台	40才台	30,40才台	割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	割合	総計	割合
①名産のお菓子	5	32	8	45	45.0%	33	20	53	27.3%	3	7	4	14	30.4%	112	32.9%
②名産のお酒・地酒	0	4	4	8	8.0%	21	20	41	21.1%	1	3	5	9	19.6%	58	17.1%
③先端ファッション	0	1	1	2	2.0%	5	1	6	3.1%	0	2	0	2	4.3%	10	2.9%
④可愛いグッズ	4	4	0	8	8.0%	8	9	17	8.8%	1	0	0	1	2.2%	26	7.6%
⑤美味しい食材	4	17	5	26	26.0%	24	17	41	21.1%	2	7	1	10	21.7%	77	22.6%
⑥地元の野菜やお米	1	5	1	7	7.0%	17	17	34	17.5%	4	4	1	9	19.6%	50	14.7%
⑦その他	0	4	0	4	4.0%	2	0	2	1.0%	1	0	0	1	2.2%	7	2.1%
総計	14	67	19	100	100.0%	110	84	194	100.0%	12	23	11	46	100.0%	340	100.0%

3. 商店街に欠けているもの

(1) 男女別回答 表20

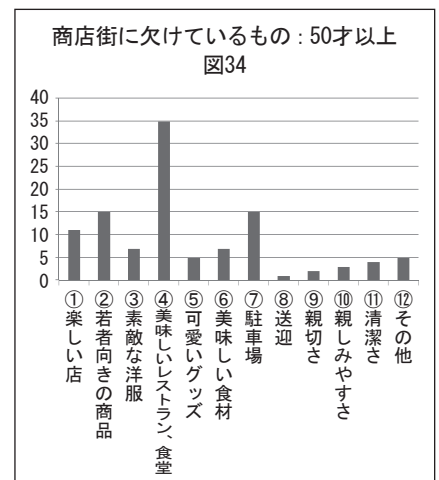
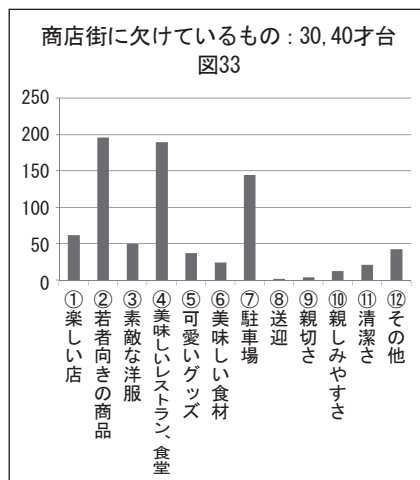
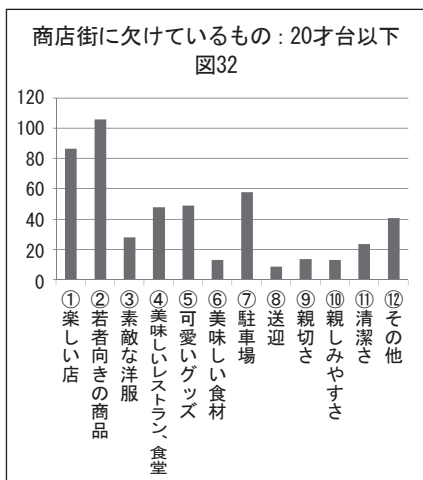
	男	割合	女	割合	総計	割合
①楽しい店	59	12.6%	101	10.9%	160	11.5%
②若者向きの商品	97	20.8%	221	23.9%	318	22.9%
③素敵な洋服	18	3.9%	68	7.4%	86	6.2%
④美味しいレストラン、食堂	96	20.6%	177	19.2%	273	19.6%
⑤可愛いグッズ	14	3.0%	78	8.4%	92	6.6%
⑥美味しい食材	18	3.9%	27	2.9%	45	3.2%
⑦駐車場	89	19.1%	129	14.0%	218	15.7%
⑧送迎	8	1.7%	4	0.4%	12	0.9%
⑨親切さ	7	1.5%	13	1.4%	20	1.4%
⑩親しみやすさ	9	1.9%	20	2.2%	29	2.1%
⑪清潔さ	19	4.1%	30	3.2%	49	3.5%
⑫その他	33	7.1%	56	6.1%	89	6.4%
総計	467	100.0%	924	100.0%	1391	297.9%

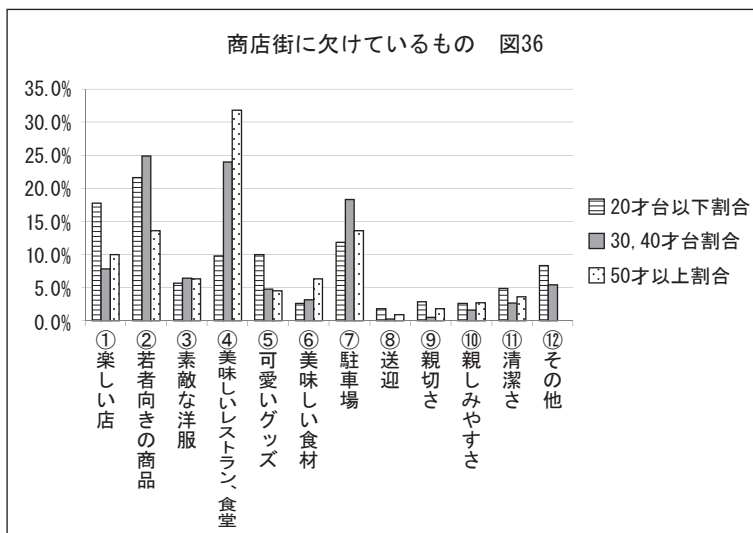
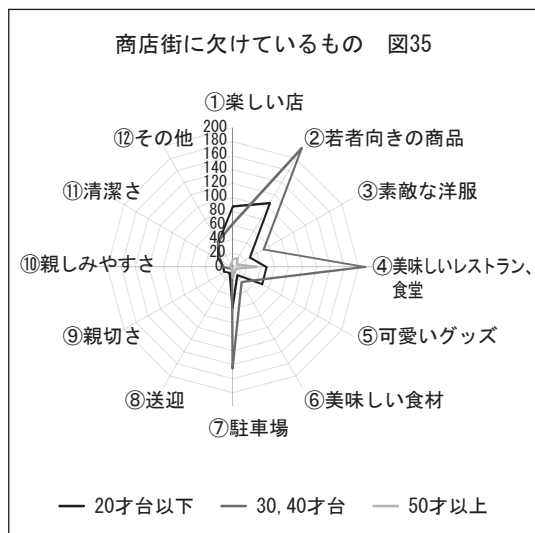
- ① 商店街に欠けているものとして、若者向き商品が男女ともトップに挙がっている。美味しいレストラン食堂が二番目、駐車場が三番目に挙がっている。
- ② 男性では駐車場が欠けているという意見が、ほぼ第一位のものと同じくらいの比率で挙がっている。



(2) 年代別回答 表21

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台割合	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上割合	総計	全体割合
① 楽しい店	8	66	13	17.8%	44	18	62	7.8%	8	3	0	11	160	11.5%
② 若者向きの商品	6	61	39	21.6%	130	67	197	24.9%	8	6	1	15	318	22.9%
③ 素敵な洋服	2	17	9	5.7%	37	14	51	6.4%	2	4	1	7	86	6.2%
④ 美味しいレストラン、食堂	4	25	19	9.8%	121	69	190	24.0%	14	16	5	35	273	19.6%
⑤ 可愛いグッズ	4	38	7	10.0%	26	12	38	4.8%	3	2	0	5	92	6.6%
⑥ 美味しい食材	1	10	2	2.7%	15	10	25	3.2%	2	3	2	7	45	3.2%
⑦ 駐車場	7	31	20	11.8%	97	48	145	18.3%	4	10	1	15	218	15.7%
⑧ 送迎	1	6	2	1.8%	2	0	2	0.3%	0	1	0	1	12	0.9%
⑨ 親切さ	1	11	2	2.9%	0	4	4	0.5%	1	0	1	2	20	1.4%
⑩ 親しみやすさ	0	10	3	2.7%	9	4	13	1.6%	1	1	1	3	29	2.1%
⑪ 清潔さ	2	19	3	4.9%	15	6	21	2.7%	3	0	1	4	49	3.5%
⑫ その他	6	31	4	8.4%	23	20	43	5.4%	2	1	2	5	89	6.4%
総計	42	325	123	100.0%	519	272	791	100.0%	48	47	15	110	1391	100.0%





(3) 茨木市在住者で女性の回答 表22

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①楽しい店	4	38	4	46	18.0%	22	9	31	6.6%	6	0	0	6	12.8%	83	10.8%
②若者向きの商品	4	30	20	54	21.1%	80	37	117	25.1%	5	1	0	6	12.8%	177	23.0%
③素敵な洋服	2	13	5	20	7.8%	28	10	38	8.1%	1	2	0	3	6.4%	61	7.9%
④美味しいレストラン、食堂	2	15	5	22	8.6%	76	42	118	25.3%	8	7	1	16	34.0%	156	20.3%
⑤可愛いグッズ	3	30	3	36	14.1%	20	7	27	5.8%	1	2	0	3	6.4%	66	8.6%
⑥美味しい食材	1	6	0	7	2.7%	8	4	12	2.6%	2	2	0	4	8.5%	23	3.0%
⑦駐車場	0	13	12	25	9.8%	52	28	80	17.1%	2	2	0	4	8.5%	109	14.2%
⑧送迎	0	3	0	3	1.2%	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	3	0.4%
⑨親切さ	0	6	2	8	3.1%	0	2	2	0.4%	1	0	0	1	2.1%	11	1.4%
⑩親しみやすさ	0	6	1	7	2.7%	7	2	9	1.9%	1	0	0	1	2.1%	17	2.2%
⑪清潔さ	1	7	2	10	3.9%	6	5	11	2.4%	0	0	1	1	2.1%	22	2.9%
⑫その他	3	13	2	18	7.0%	11	11	22	4.7%	1	1	0	2	4.3%	42	5.5%
総計	20	180	56	256	100.0%	310	157	467	100.0%	28	17	2	47	100.0%	770	100.0%

(4) 茨木市在住者で男性の回答 表23

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①楽しい店	3	17	2	22	21.4%	16	7	23	10.3%	0	3	0	3	6.1%	48	12.8%
②若者向きの商品	1	11	5	17	16.5%	26	22	48	21.4%	2	3	1	6	12.2%	71	18.9%
③素敵な洋服	0	1	1	2	1.9%	4	4	8	3.6%	0	2	1	3	6.1%	13	3.5%
④美味しいレストラン、食堂	2	5	7	14	13.6%	31	22	53	23.7%	3	9	4	16	32.7%	83	22.1%
⑤可愛いグッズ	1	5	0	6	5.8%	2	3	5	2.2%	1	0	0	1	2.0%	12	3.2%
⑥美味しい食材	0	1	0	1	1.0%	7	5	12	5.4%	0	1	1	2	4.1%	15	4.0%
⑦駐車場	3	9	3	15	14.6%	29	19	48	21.4%	1	8	1	10	20.4%	73	19.4%
⑧送迎	0	2	1	3	2.9%	2	0	2	0.9%	0	1	0	1	2.0%	6	1.6%
⑨親切さ	0	3	0	3	2.9%	0	2	2	0.9%	0	0	1	1	2.0%	6	1.6%
⑩親しみやすさ	0	2	0	2	1.9%	1	2	3	1.3%	0	0	1	1	2.0%	6	1.6%
⑪清潔さ	1	6	0	7	6.8%	4	1	5	2.2%	2	0	0	2	4.1%	14	3.7%
⑫その他	3	8	0	11	10.7%	8	7	15	6.7%	1	0	2	3	6.1%	29	7.7%
総計	14	70	19	103	100.0%	130	94	224	100.0%	10	27	12	49	100.0%	376	100.0%

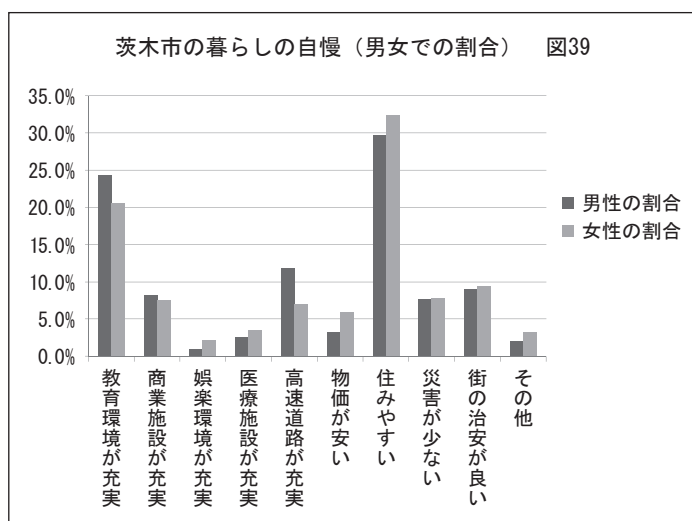
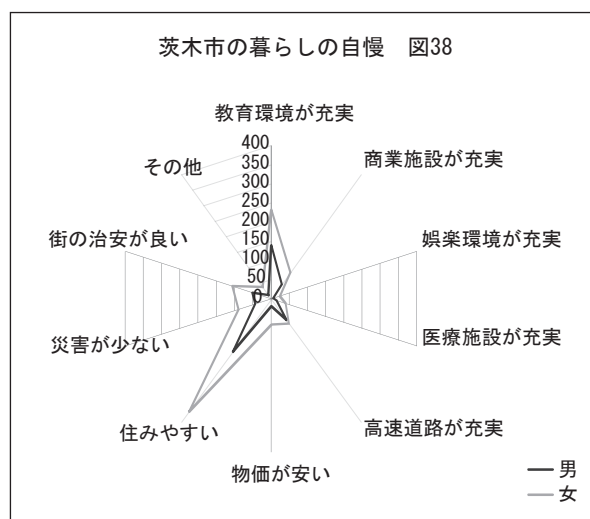
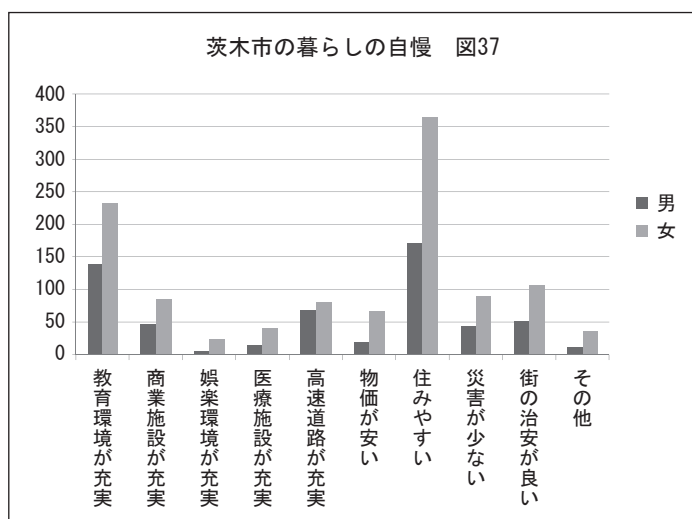
VI. 茨木市の暮らしについての分析資料

1. 男女別回答 表24

	男	男性の割合	女	女性の割合	総計	割合
教育環境が充実	140	24.4%	233	20.7%	373	21.9%
商業施設が充実	47	8.2%	85	7.5%	132	7.8%
娯楽環境が充実	6	1.0%	24	2.1%	30	1.8%
医療施設が充実	15	2.6%	40	3.6%	55	3.2%
高速道路が充実	68	11.8%	80	7.1%	148	8.7%
物価が安い	19	3.3%	67	6.0%	86	5.1%
住みやすい	171	29.8%	365	32.4%	536	31.5%
災害が少ない	44	7.7%	89	7.9%	133	7.8%
街の治安が良い	52	9.1%	106	9.4%	158	9.3%
その他	12	2.1%	37	3.3%	49	2.9%
総計	574	100.0%	1126	100.0%	1700	100.0%

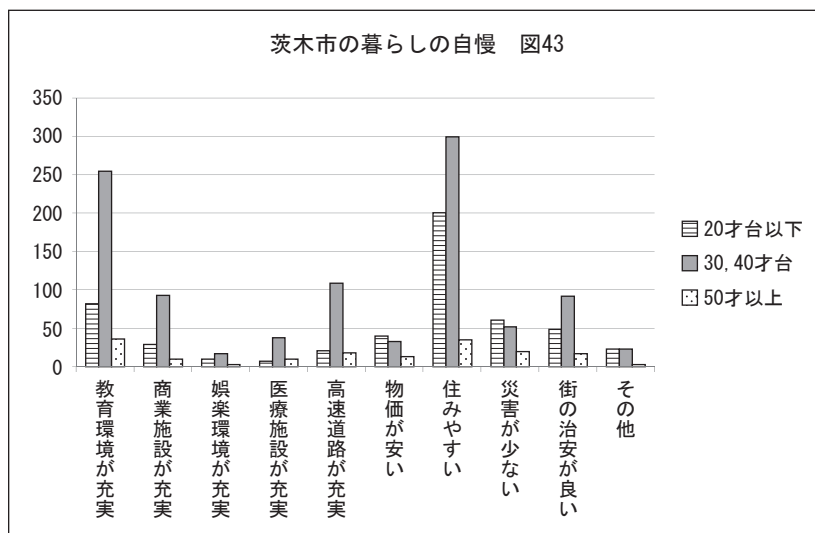
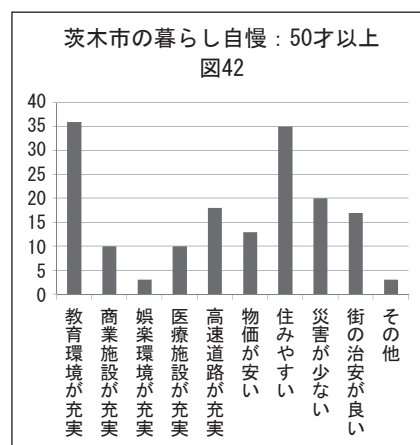
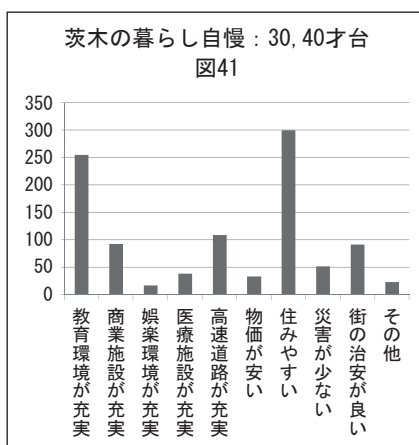
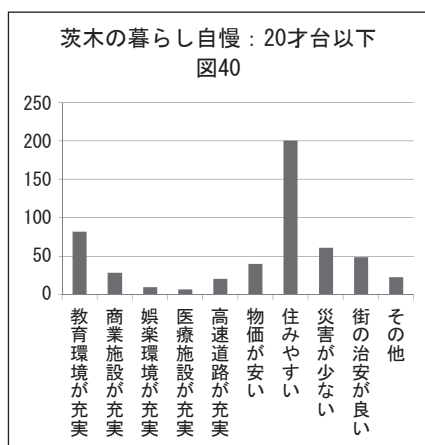
① 茨木市の暮らしの自慢としては、男女とも住みやすさが一番に挙がっており、教育環境の良さが二番目で続いている。

② 年代別には、20才代以下と30,40才代で住みやすさが一番で挙がっており、50才台以上では教育環境の充実が一番となっている。



2. 年代別回答 表25

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
教育環境が充実	11	48	23	82	15.7%	159	96	255	25.2%	13	19	4	36	21.8%	373	21.9%
商業施設が充実	0	18	11	29	5.5%	68	25	93	9.2%	3	6	1	10	6.1%	132	7.8%
娯楽環境が充実	1	6	3	10	1.9%	11	6	17	1.7%	1	1	1	3	1.8%	30	1.8%
医療施設が充実	0	4	3	7	1.3%	22	16	38	3.8%	4	6	0	10	6.1%	55	3.2%
高速道路が充実	1	13	7	21	4.0%	64	45	109	10.8%	6	6	6	18	10.9%	148	8.7%
物価が安い	3	32	5	40	7.6%	17	16	33	3.3%	7	4	2	13	7.9%	86	5.1%
住みやすい	17	129	55	201	38.4%	183	117	300	29.6%	12	18	5	35	21.2%	536	31.5%
災害が少ない	2	52	7	61	11.7%	31	21	52	5.1%	6	9	5	20	12.1%	133	7.8%
街の治安が良い	2	32	15	49	9.4%	62	30	92	9.1%	6	7	4	17	10.3%	158	9.3%
その他	2	17	4	23	4.4%	17	6	23	2.3%	1	2	0	3	1.8%	49	2.9%
総計	39	351	133	523	100.0%	634	378	1012	100.0%	59	78	28	165	100.0%	1700	100.0%



3. 茨木市在住者で女性の回答 表26

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30.40才台	30.40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
教育環境が充実	6	20	11	37	13.4%	89	53	142	22.8%	6	6	0	12	19.0%	191	19.9%
商業施設が充実	0	5	2	7	2.5%	39	14	53	8.5%	3	3	0	6	9.5%	66	6.9%
娯楽環境が充実	1	2	2	5	1.8%	9	4	13	2.1%	1	1	0	2	3.2%	20	2.1%
医療施設が充実	0	3	0	3	1.1%	16	12	28	4.5%	1	3	0	4	6.3%	35	3.6%
高速道路が充実	0	6	6	12	4.3%	40	23	63	10.1%	1	1	0	2	3.2%	77	8.0%
物価が安い	3	21	2	26	9.4%	12	12	24	3.9%	3	2	1	6	9.5%	56	5.8%
住みやすい	8	81	26	115	41.7%	117	70	187	30.0%	8	7	0	15	23.8%	317	33.0%
災害が少ない	0	38	3	41	14.9%	22	15	37	5.9%	3	3	1	7	11.1%	85	8.8%
街の治安が良い	0	13	7	20	7.2%	40	23	63	10.1%	3	2	1	6	9.5%	89	9.3%
その他	1	7	2	10	3.6%	10	3	13	2.1%	1	2	0	3	4.8%	26	2.7%
総計	19	196	61	276	100.0%	394	229	623	100.0%	30	30	3	63	100.0%	962	100.0%

4. 茨木市在住者で男性の回答 表27

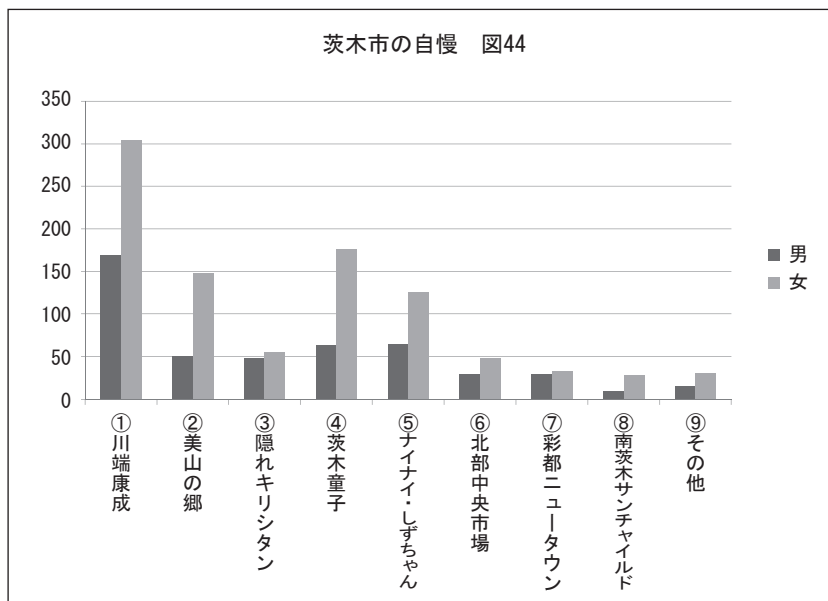
	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30.40才台	30.40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
教育環境が充実	3	17	4	24	20.7%	45	33	78	28.7%	4	12	4	20	22.7%	122	25.6%
商業施設が充実	0	2	3	5	4.3%	15	9	24	8.8%	0	2	1	3	3.4%	32	6.7%
娯楽環境が充実	0	2	0	2	1.7%	0	1	1	0.4%	0	0	1	1	1.1%	4	0.8%
医療施設が充実	0	0	1	1	0.9%	3	4	7	2.6%	1	3	0	4	4.5%	12	2.5%
高速道路が充実	1	5	1	7	6.0%	20	20	40	14.7%	3	5	5	13	14.8%	60	12.6%
物価が安い	0	6	0	6	5.2%	1	0	1	0.4%	3	2	1	6	6.8%	13	2.7%
住みやすい	7	30	10	47	40.5%	42	40	82	30.1%	3	10	5	18	20.5%	147	30.9%
災害が少ない	2	9	0	11	9.5%	6	6	12	4.4%	3	6	4	13	14.8%	36	7.6%
街の治安が良い	2	7	1	10	8.6%	17	6	23	8.5%	3	5	2	10	11.4%	43	9.0%
その他	0	2	1	3	2.6%	2	2	4	1.5%	0	0	0	0	0.0%	7	1.5%
総計	15	80	21	116	100.0%	151	121	272	100.0%	20	45	23	88	100.0%	476	100.0%

5. 茨木市の自慢について

(1) 男女別回答 表28

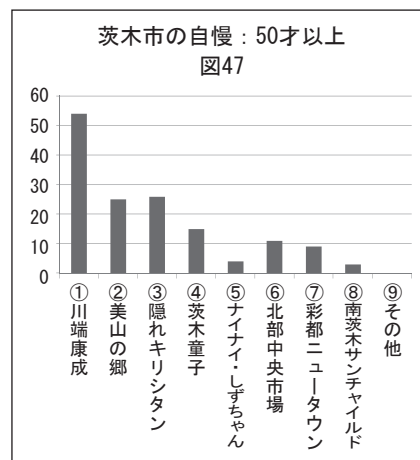
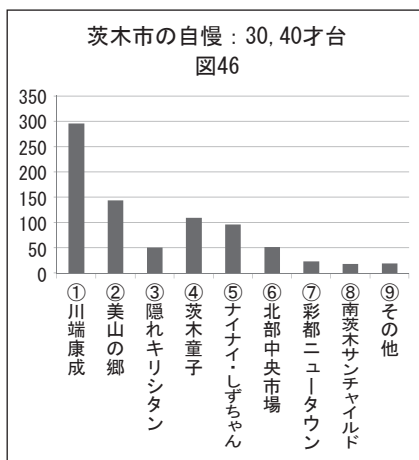
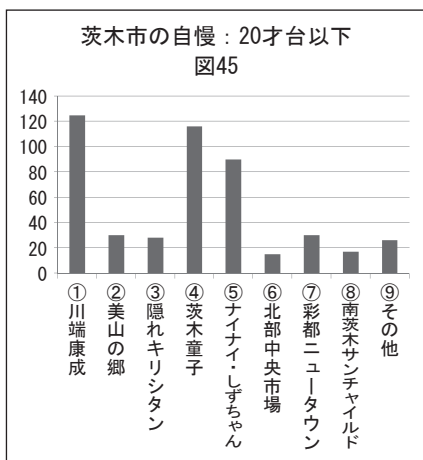
	男	割合	女	割合	総計	割合
①川端康成	170	35.1%	305	32.0%	475	33.1%
②美山の郷	51	10.5%	148	15.5%	199	13.9%
③隠れキリシタン	49	10.1%	56	5.9%	105	7.3%
④茨木童子	64	13.2%	177	18.6%	241	16.8%
⑤ナイナイ・しずちゃん	65	13.4%	126	13.2%	191	13.3%
⑥北部中央市場	30	6.2%	48	5.0%	78	5.4%
⑦彩都ニュータウン	30	6.2%	33	3.5%	63	4.4%
⑧南茨木サンチャイルド	10	2.1%	28	2.9%	38	2.6%
⑨その他	15	3.1%	31	3.3%	46	3.2%
総計	484	100.0%	952	100.0%	1436	100.0%

- ① 茨木市の自慢は男女とも第一位は川端康成が挙がっている。
- ② 男性では2番目にナイナイ・しずちゃんが挙がり、女性では2番目に茨木童子が挙がっている。
- ③ 女性の回答では見山の郷も3番目に挙がり検討している。



(2) 年代別回答 表29

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①川端康成	6	75	44	125	26.2%	182	114	296	36.5%	19	26	9	54	36.7%	475	33.1%
②美山の郷	5	17	8	30	6.3%	89	55	144	17.7%	10	11	4	25	17.0%	199	13.9%
③隠れキリシタン	3	20	5	28	5.9%	28	23	51	6.3%	8	14	4	26	17.7%	105	7.3%
④茨木童子	13	86	17	116	24.3%	64	46	110	13.5%	6	5	4	15	10.2%	241	16.8%
⑤ナイナイ・しずちゃん	4	71	15	90	18.9%	64	33	97	11.9%	2	1	1	4	2.7%	191	13.3%
⑥北部中央市場	1	8	6	15	3.1%	36	16	52	6.4%	3	6	2	11	7.5%	78	5.4%
⑦彩都ニュータウン	1	18	11	30	6.3%	17	7	24	3.0%	4	4	1	9	6.1%	63	4.4%
⑧南茨木サンチャイルド	1	15	1	17	3.6%	10	8	18	2.2%	0	1	2	3	2.0%	38	2.6%
⑨その他	2	18	6	26	5.5%	13	7	20	2.5%	0	0	0	0	0.0%	46	3.2%
総計	36	328	113	477	100.0%	503	309	812	100.0%	52	68	27	147	100.0%	1436	100.0%



(3) 茨木市在住者で女性の回答 表30

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①川端康成	1	41	23	65	25.7%	105	62	167	33.4%	10	12	1	23	46.0%	255	31.8%
②美山の郷	4	12	5	21	8.3%	67	38	105	21.0%	4	7	0	11	22.0%	137	17.1%
③隠れキリシタン	1	8	3	12	4.7%	20	13	33	6.6%	4	3	0	7	14.0%	52	6.5%
④茨木童子	7	62	9	78	30.8%	36	33	69	13.8%	2	2	0	4	8.0%	151	18.8%
⑤ナイナイ・しずちゃん	1	30	6	37	14.6%	36	22	58	11.6%	1	0	0	1	2.0%	96	12.0%
⑥北部中央市場	0	1	1	2	0.8%	22	9	31	6.2%	0	2	0	2	4.0%	35	4.4%
⑦彩都ニュータウン	1	6	3	10	4.0%	10	3	13	2.6%	1	0	0	1	2.0%	24	3.0%
⑧南茨木サンチャイルド	1	11	0	12	4.7%	6	8	14	2.8%	0	1	0	1	2.0%	27	3.4%
⑨その他	2	10	4	16	6.3%	7	3	10	2.0%	0	0	0	0	0.0%	26	3.2%
総計	18	181	54	253	100.0%	309	191	500	100.0%	22	27	1	50	100.0%	803	100.0%

- 茨木市女性では、20才代以下で茨木童子が一位、39,40才代と50才台以上では川端康成が一位となっている。
- 見山の郷が、30,40才代、50才台以上で二位、20才代以下では茨木童子が二位となっている。

(4) 茨木市在住者で男性の回答 表31

	9才以下	10才台	20才台	20才台以下	20才台以下割合	30才台	40才台	30,40才台	30,40才台割合	50才台	60才台	70才台	50才以上	50才以上割合	総計	全体割合
①川端康成	3	20	6	29	27.1%	48	40	88	41.3%	7	12	7	26	33.8%	143	36.0%
②美山の郷	1	3	2	6	5.6%	15	13	28	13.1%	4	4	3	11	14.3%	45	11.3%
③隠れキリシタン	1	8	1	10	9.3%	6	10	16	7.5%	3	11	3	17	22.1%	43	10.8%
④茨木童子	5	11	1	17	15.9%	19	10	29	13.6%	1	3	3	7	9.1%	53	13.4%
⑤ナイナイ・しずちゃん	2	23	1	26	24.3%	16	8	24	11.3%	1	0	1	2	2.6%	52	13.1%
⑥北部中央市場	1	4	2	7	6.5%	7	3	10	4.7%	1	4	1	6	7.8%	23	5.8%
⑦彩都ニュータウン	0	3	2	5	4.7%	4	2	6	2.8%	1	4	1	6	7.8%	17	4.3%
⑧南茨木サンチャイルド	0	4	0	4	3.7%	3	0	3	1.4%	0	0	2	2	2.6%	9	2.3%
⑨その他	0	2	1	3	2.8%	5	4	9	4.2%	0	0	0	0	0.0%	12	3.0%
総計	13	78	16	107	100.0%	123	90	213	100.0%	18	38	21	77	100.0%	397	100.0%

- 茨木市男性では、20才代以下、39,40才代、50才台以上のすべてで川端康成が一位となっている。
- 20才代以下では、ナイナイ・しずちゃんが二位、30,40才代では茨木童子が二位、50才台以上では隠れキリシタンが二位となり、年代によって自慢するものが異なっている。

「第1回 追手門グッズコンテスト」を開催しました

学生によるビジネスプランの作成と発表の場として毎年「追大学生ビジネスプランコンテスト」を実施しています。今年はそのプレコンテストとして「第1回 追手門グッズコンテスト」を開催しました。

優れた企画には商品化の可能性もあるということで注目度も高く、本学院大手前高校からの応募も含めて49組がエントリー。6月21日(土)に2次審査として「グッズプラン発表会」を実施し、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計画や広告効果なども評価の対象となり、優秀賞はレターセット「追手紙」(経営学部3年生 高谷慶輔さん、大原翼さん、光岡紗希さん)と金太郎飴「おうてもんのあまいもん」(同 嶋本純也さん)が受賞しました。

発表会の模様



商品化されたグッズ



追手紙



キャンディー



チロルチョコ



クリアファイル

プレ 追大生ビジネスプランコンテスト

追手門グッツコンテスト 第1次審査のお知らせ

内容

追手門学院をアピールできるグッズを考える。
グッズのアイデアを専用応募用紙に記入し提出するだけ！
詳細は、裏面をご覧ください。
◆専用応募用紙の配布・提出場所
・ベンチャービジネス研究所（中央棟1階）
・教務課経営学部係の窓口（1号館1階）
・中央棟9階908研究室前

募集期間

2014年4月15日～6月2日(月) 15:00受付締切

応募資格

追手門学院の高校、大学、大学院に通う学生
(個人または3人までのチーム※で参加できます。)

第2次審査

第1次審査の通過者は第2次審査の発表会へ
参加することができます。(第2次審査:6月21日(土))
◆賞
・優秀賞:QUOカード1万円分(2組)
・奨励賞:QUOカード5千円分(6組)

※ 追大生で作るチームのみ。学部は違って大丈夫です。

お問い合わせ

経営学部 葉山幹恭 (研究室:中央棟9階908)
E-mail: mihayama@haruka.otemon.ac.jp Tel: 072-641-7398
又は
ベンチャービジネス研究所 (中央棟B1階)
E-mail: venture@ml.ccile.otemon.ac.jp

プレ・追大生ビジネスプランコンテスト 追手門グッツコンテスト 募集要項

■趣旨

本学では、毎年11月に「追大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が、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

追手門学院の知名度向上に寄与するグッズ、およびその活用方法のアイデア。

■審査基準

第1次審査: グッズアイデア (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・研究所・顧問の中から審査委員会を設けて審査します。

■審査方法とスケジュール

- (1) 第1次審査: 4月15日(月)～6月2日(月)
 - ・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月中旬にメールにて連絡をします。(学内にも掲示します。)
- (2) 第2次審査: 6月21日(土) [会場] 追手門学院大学 5203 教室
 - ・グッズ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

専用応募用紙を配付していますので、必要事項を記入の上、下記の提出先に提出してください。

■専用応募用紙の配布・提出先・問合せ先

経営学部の葉山まで(毎週金曜日2時限目:中央棟9階908で質問・提出が可能)

E-mail: mihayama@haruka.otemon.ac.jp

又は、ベンチャービジネス研究所(中央棟1階) E-mail: venture@ml.ccile.otemon.ac.jp

教務課経営学部係の窓口(専用応募用紙の配布・提出のみ)

■提出期限 平成26年6月2日(月)15時00分 応募締め切り

■賞状と賞金

・優秀賞 QUOカード1万円分2組 ・奨励賞 QUOカード5千円分6組

■その他の注意事項

- ・応募グッズアイデアの知的所有権は追手門学院大学に帰属します。(一部アイデアをグッズとして制作する可能性があります。)受賞したグッズアイデアは、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、何か不明な点がありましたら、上記の問合せ先まで、ご遠慮なくご質問ください。

第1回 追手門グッズコンテスト

第1次審査の結果

たくさんのご応募ありがとうございました

通過：18組 (チーム名 (代表者名) およびメンバーの氏名と「グッズ名」)

- チーム T.O.M 「追手紙 (レターセット)」
- S班 「追大オリジナル折りたたみ傘」
- バグゼミ (チームB) 「とっても楽しいとっもん!! (キャンディーのつかみどり)」
- 杉元グループ 「ランチバック追手門コラボ」
- いちごヨークルト 「追大フアイル (A4フアイル)」
- TEAM：スーブデリー 「『OGU〜大階段の風〜』 扇子」
- NOOPY 「O.G.U-SB (USBメモリー)」
- 嶋本純也 「おうてもんのあまいもん (金太郎飴)」
- 八木ゼミ1 「追大ノートウェア (ブックカバー)」
- 経営学部 村上ゼミA 「扇手門 (おうてもん) (簡易扇子)」
- しみしみ軍団 「おうてもん アンブレラ (ビニール傘)」
- exo 「追手門手帳 (追大手帳)」
- チーム 薮さら 「追大バッグ (エコバッグ)」
- 味谷和樹 「追手門ふりかけ」
- AKT3 「OGUメモ&カレンダ―」
- 追手門学院大手前高校 チームC 「チロルチヨコotemon ver. ー」
- 追手門学院大手前高校 チームE 「シアトルスベスト 新メニュー」
- 追手門学院大手前高校 チームF 「おうてもんケース」

※審査は追手門学院大学ベンチャービジネス研究所の所員5名 (個々で採点して集計) で行いました。また、類似するグッズであっても第1次審査を通過しているものと通過していないものがありますが、これは「使用・利用方法」や「目的と効果」の記述内容に差があったためです。

お知らせ

第1次審査を通過したチームの代表者 (または個人) には、
 “第2次審査の案内” をお渡ししますので、
 教務課の経営学部係まで受け取りに来てください。
 第2次審査 (グッズアイデア発表会) は、
 6月21日 (土) の9:30から5203教室で実施します。

お問い合わせ

経営学部 葉山幹恭 (研究室：中央棟9階908)
 E-mail: mihayama@haruka.otemon.ac.jp Tel: 072-641-7398
 毎週金曜日の2時限目に研究室で質問を受け付けています。
 また、この時間以外でも研究室前の表示が“在室”になっている時は、
 いつでも質問を受け付けますので、気兼ねなく来てください。



ベンチャービジネス研究所主催 追手門グッズコンテスト

最終結果の発表



<優秀賞2組> (副賞 QUOカード1万円分)

「追手紙 (レターセット)」

チーム T.O.M：高谷 慶輔, 大原 翼, 光岡 紗希

(経営学部 3 回生)

「おうてもんのあまいもん (金太郎飴)」

嶋本 純也 (経営学部 3 回生)

<奨励賞6組> (副賞 QUOカード5千円分)

「とっても楽しいとっもん!! (キャンディーのつかみどり)」

バグゼミ (チームB) (経営学部 2 回生)：宮崎 友, 太田 廉介, 村上 夏海, 田辺 裕也

「追手門ふりかけ」 味谷 和樹 (経営学部 2 回生)

「チロルチヨコotemon ver. ー」

チームささくい (追手門学院大手前高校チームC)

「扇手門 (おうてもん) (簡易扇子)」

経営学部村上ゼミA (経営学部3 回生)：齊藤 慎也, 竹内 祐太, 寺村 和也

「おうてもんアンブレラ (ビニール傘)」

しみしみ軍団 (経営学部3 回生)：由比 美穂, 岩崎 光希, 清水 彰吾

「O.G.U-SB (USBメモリー)」

NOOPY (経営学部2 回生)：安井 佑佳, 外山 美和

2014年度ベンチャービジネス研究所 所長・所員・研究員・顧問一覧

役 職	氏 名	所 属 等
所 長	田淵 正信	経営学部教授
所 員	池田 信寛	経営学部教授
所 員	石盛 真徳	経営学部 准教授
所 員	稲葉 哲	経営学部専任講師
所 員	岡崎 利美	経営学部准教授
所 員	金川 智恵	経営学部教授
所 員	地代 憲弘	基盤教育機構教授
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	経営学部専任講師
所 員	原田 章	経営学部教授
所 員	藤田 正	経営学部教授
所 員	水野 浩児	経営学部准教授

役 職	氏 名	所 属 等
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
所 員	村上 喜郁	経営学部准教授
所 員	森島 覚	経済学部教授
所 員	八木 俊輔	経営学部教授
所 員	山下 克之	経営学部准教授
所 員	李 建	経営学部教授
研 究 員	梶原 晃	久留米大学商学部教授
顧 問	合田 順一	茨木商工会議所会頭
顧 問	牧 美喜男	客員教授
顧 問	阪田 真二	公認会計士
顧 問	西岡 健夫	追手門学院大学名誉教授
事 務 員	宮下 知子	

2014.11.1現在

(50音順)

- ① 2015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）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 学生研究会会員募集
アプリ制作、起業、事業承継の研究会メンバーを募集しています。
先生方からも学生にお伝え下さい。

Newsletter vol.12

■ 編集・発行 2015年1月15日 印刷
2015年1月15日 発行

■ 編集代表者 田淵 正 信

■ 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/