

こんな小樽に行ってみたい： 『おたるくらし』記事に関する調査

北 川 泰治郎*

近 藤 真 弘**

佐 山 公 一***

1. フェイスブックページ『おたるくらし』：

バーチャルコミュニティの社会実験

行ってみたい日本の都市のベストテンに、小樽はいつも入る。日本の人たち、とくに大都市圏に住む人たちは小樽にきわめて良いイメージを持っている。しかし、多くの人が持つ小樽のイメージは運河のイメージではないだろうか。観光客が実際に小樽を訪れると、運河と運河沿いの狭いところを2、3時間歩いただけで小樽を去ってしまう。

一方で小樽は、街のあちこちに、また、多くの生活者の心の中に、北海道開拓を支えた矜持と自負が今も息づいている。観光で小樽を訪れる人たちにこのことを伝えたい。フェイスブックページ『おたるくらし』は、このような動機から始められ、小樽を訪れる人たちに運河と運河沿い以外の小樽に足を運んでもらい、本当の小樽を知ってもらうことを目指している。

フェイスブックページ『おたるくらし』は二日に一度、小樽に暮らす人たちの書いた記事が掲載されている。記事は、文章と文章に関係のある写真1枚からなる。実際にフェイスブックページ (<https://ja-jp.facebook.com/OtaruClass>)

* ビジネス創造センター

** 一般社団法人地域の魅力研究所

*** 社会情報学科

をご覧くださいけると分かりやすい。現在、記事は小樽に住む（またはかつて住んでいた）8人のアマチュアのライターによって書かれている。

文章はいずれも800字程度の長さにとめられており、どの文章も、小樽に対する思い入れのこもったかなり主観的な文章になっている。この点で、旅行ガイドブックの文章とは異なっている。文章のテーマには2種類に分けられ、一つはこれまで知られてきていない魅力ある小樽の場所の紹介であり、もう一つはかつて小樽で暮らしていたとき、あるいは過去に小樽を訪問したときの思い出である。

知られざる小樽を紹介する記事の場合、写真は、デジタル写真で、スマートフォンかデジタル一眼レフのいずれかで撮られている。活気あふれる、古き良き日本を体現していたころの小樽の思い出をつづった記事の場合、写真は、たいていアナログの白黒写真になっている。

以上のフェイスブックページ『おたるくらし』であるが、ファンは、『おたるくらし』の記事やバーチャルコミュニティとしての『おたるくらし』にどのような印象を持っているのか。また少し踏み込んで、フェイスブックページ『おたるくらし』は小樽の訪問欲求喚起につながっているのか、調査を実施した。

2. 調査の目的と方法

(1) 調査の目的

本調査はフェイスブックページ上の小樽の日本語観光情報の満足度や小樽のイメージ及び小樽への訪問欲求にどのように寄与しているかを調査することを目的としている。

(2) 調査概要

①調査対象

小樽市の観光に関連する Web ページ及びフェイスブックページは複数存在するが、Web ページとフェイスブックページを同内容で構成するフェイスブック

ページ『おたるくらし』のファンを対象とした。『おたるくらし』はファン数が4,000（平成26年2月17日時点）を超えているため、調査データ回収において一定のサンプル数が見込めると考えた。またファン層であれば、継続して情報閲覧することにより、一過性の気分ではなく、確実性のある訪問欲求を確認することが出来ると想定した。

②調査方法

フェイスブック『おたるくらし』の記事上で、ファン層へアンケート協力を依頼し、Web ページ上に作成したアンケートフォームへ入力してもらう方式とした。

③調査時期

平成26年2月17日に Web アンケートページを開設，平成26年2月28日に Web アンケートページを閉鎖した。

④アンケート調査票

巻末アンケート設問内容参照。

⑤アンケート回収結果

配布数（ファン数）：4,371（平成26年2月17日時点）

回収数：207

有効回答数：207

有効回収率：4.7%

3. 調査結果

(1) 回答者の属性

回答者は35歳から64歳までが全体の8割以上を占めている。また男性が7割，

女性が3割と男性がやや多数を占めており、これは『おたるくらし』全体のファン層の構成と概ね一致していると考えられる。

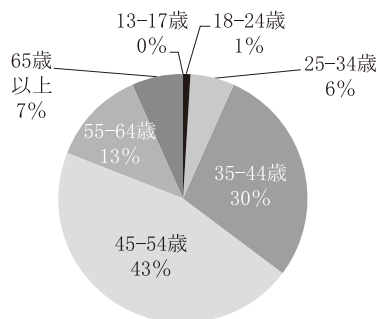
また、家族構成は年齢を反映してか親子の二世帯世帯が多くなっており、居住地は札幌が最も多く、次いで小樽、東京の順であった。小樽在住経験としては7割以上が小樽で暮らした経験があると回答している。

Facebookの利用については約7割が投稿、シェア、コメントなどを行っている。いいね！のみのユーザーが約3割であり、ほぼ全ての回答者が記事投稿について何らかのアクションを行っていることが分かる。

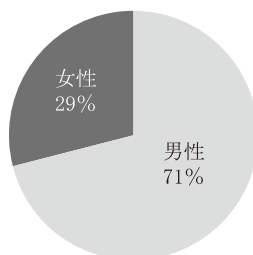
回答者の居住地

北海道	116	札幌	58
東京	13	小樽	38
神奈川	12	旭川	2
埼玉	9	千歳	1
愛知	3	当別	1
千葉	2	伊達	1
福井	2	苫小牧	1
大阪	2	室蘭	1
兵庫	2	登別	1
広島	2	名寄	1
沖縄	2	岩内	1
秋田	1	余市	1
新潟	1	積丹	1
長野	1	泊村	1
三重	1	ニセコ	1
香川	1	岩見沢	1
長崎	1	樺戸	1
国内その他	1	美唄	1
海外(韓国)	1	音更	1
合計	173	帯広	1
		えりも	1
		北海道合計	116

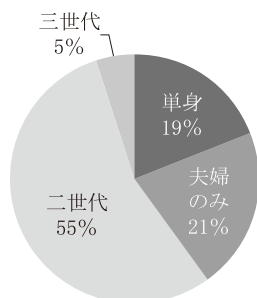
回答者の年齢



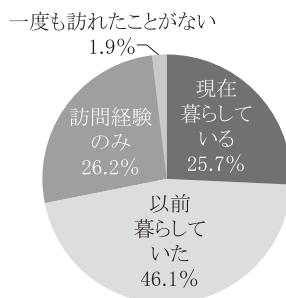
回答者の性別



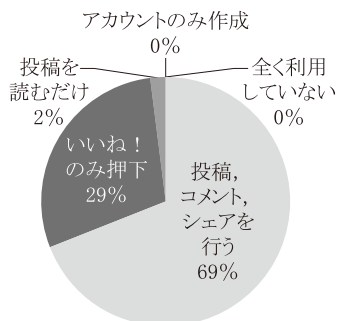
回答者の世帯構成



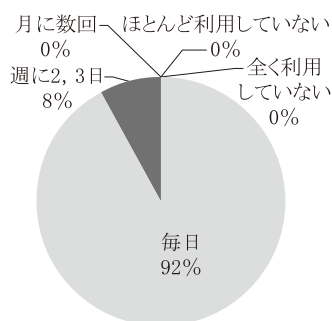
小樽の在住・訪問経験



フェイスブックの利用法



フェイスブックの利用頻度



(2) 単純集計結果

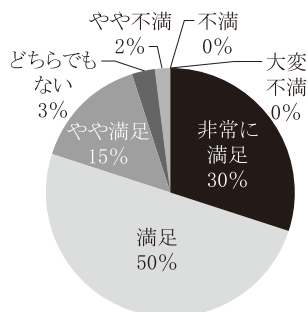
①おたるくらしの全体満足度（アンケート設問 Q 1～Q 7 まで）

非常に満足、又は満足と選択した回答者が約 8 割という結果であり、ファン層に支持されているフェイスブックページであることが窺える。内訳の項目を見ると写真の質、及び文章の質についてそれぞれ満足度が80%を超えており（大変満足、満足の合計）、これらの要素が満足度向上の主要因になっていると考えられる。文章の量については、ちょうど良いと回答している比率が57%と最も高いものの、やや長いと35%もの回答者が答えていることから、満足度を減ずる方向に影響を及ぼしているのではないかとと思われる。なお、投稿頻度については概ね適切であるという回答が77%であり、多数を占める。

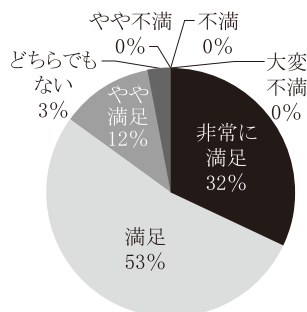
友人への推奨意向については、7 割以上が『おたるくらし』をすすめたいと回答している（非常にすすめたい、すすめたいの合計）。推奨意向については満足度の数値よりも回答者は厳しく評価するため、少し低い傾向となるのが一般的である。しかしながら、なお高い値となっていることを考えると『おたるくらし』はファン層に信頼されている小樽関係の情報提供ページになっているといえるのではないか。

Q 7 の総合評価の理由についての回答は多岐にわたり、内容の掲載は省略するが、観光地以外の地元の人間のみが知っている情報提供やそこにいるような気分になれるということが概ね評価されているようである。

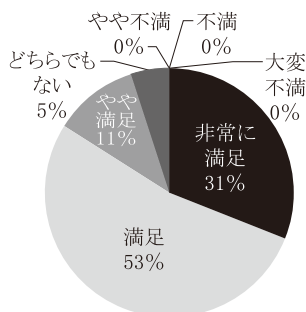
Q1. 総合評価として、おたるくらしの
全体的な満足度は



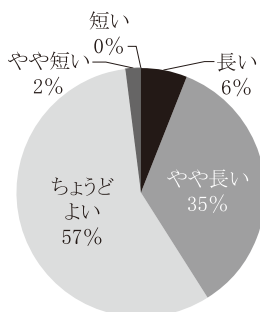
Q2. 写真の質は？



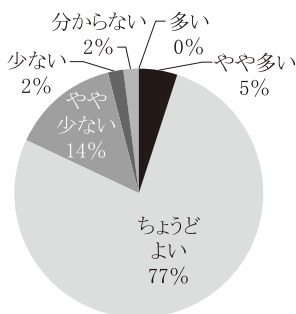
Q3. 文章の質は？



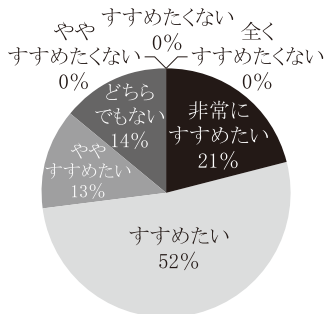
Q4. 文章の量は？



Q5. 投稿頻度について



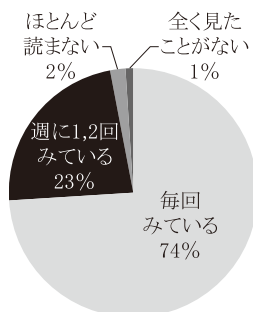
Q6. おたるくらしを友人・知人にすすめたいとおもいますか。



②購読頻度と人気の記事（アンケート設問 Q 8～Q 9 まで）

投稿記事を読む頻度については毎回見る人が74%と最も多く、週に1, 2回見ている人が23%と続く。回答者の大多数は毎日フェイスブックを利用しており、概ねそれに準ずるような結果となっている。このことから、ほぼ全ての回答者が高い頻度で記事を読んでいることが分かる。

Q8. おたるくらしを読む頻度はどの程度ですか。



Q 9. 今まで読んだ中で良いと思う投稿を挙げ、その理由をお書きください。

掲載日	タイトル	回答数
2月18日	雪あかりと共に去りぬ～小樽グランドホテルの閉館と商店街の未来	6
2月14日	三馬ゴム	5
1月1日	カトリック富岡教会	3
10月28日	天狗山八十八ヶ所	2
12月28日	サ店	2
11月6日	大王ラーメン	2
10月8日	市民会館	2
9月29日	青塚食堂	2
2月24日	小樽の産業が集まった勝納川	2
—	その他記事多数	1

Q 9 の調査結果からは「2/18掲載の雪あかりと共に去りぬ～小樽グランドホテルの閉館と商店街の未来」,「2/14三馬ゴム」,「1/1 カトリック富岡教会」が多く、の支持が集まっている。一方で少数意見も非常に多いことは、個々の嗜好が様々であることを物語っている。評価されている記事の傾向としては回答者の思い出につながっている記事が多いのではないかと考えられる。これは回答者の属性が小樽に居住、もしくは、勤務先が小樽であったものが多いことも一因ではないだろうか。

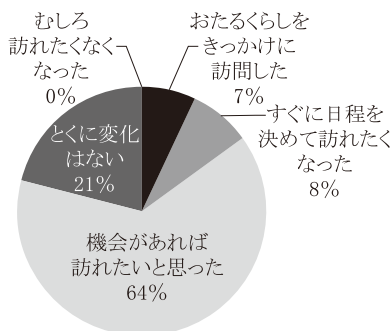
③訪問意向及び訪問のきっかけについて（アンケート設問 Q10～Q11まで）

Q10に関しては投稿記事を読んで既に訪問した、もしくは訪問してみたいと感じている回答者は約8割という結果となった。このため適切な機会を設けることは集客活動や滞在時間増加において有効であると考えられる。また、すでに「おたるくらしをきっかけに訪問した」層が7%存在していることは、SNSを利用した情報発信は十分に効果が期待できるものであろう。

Q11のどのようなきっかけがあると訪れてみたいかという問いについては「魅力的な場所の紹介」,「イベントの開催」,「食べ物紹介」,「歴史文化の紹介」が多く挙げられた。例えば、小樽ならではの魅力的な場所、歴史、食に関する

イベントを企画し、記事中で紹介するなど、訪問者数向上、滞在時間増加の対策として検討する意義があると思われる。

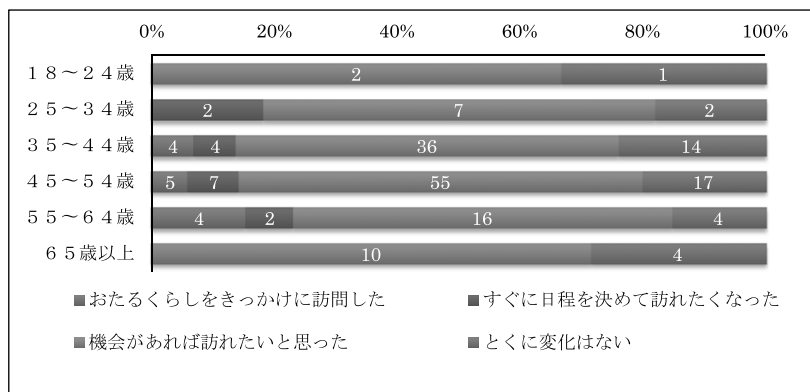
Q10. おたるくらしを読んで、実際に小樽を訪れたい、あるいは、投稿内の場所に訪れてみたいと思いましたか。



(3) クロス集計結果

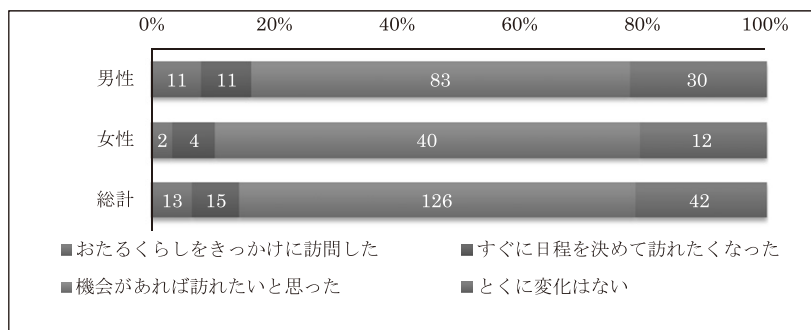
①年齢別訪問意向

年齢別では55歳～64歳ですでに訪問した比率が最も高くなっており、一般的な SNS 利用人口では高年齢層は少数にも関わらず、『おたるくらし』のフェイスブックページから小樽への訪問欲求喚起の効果が生まれている。



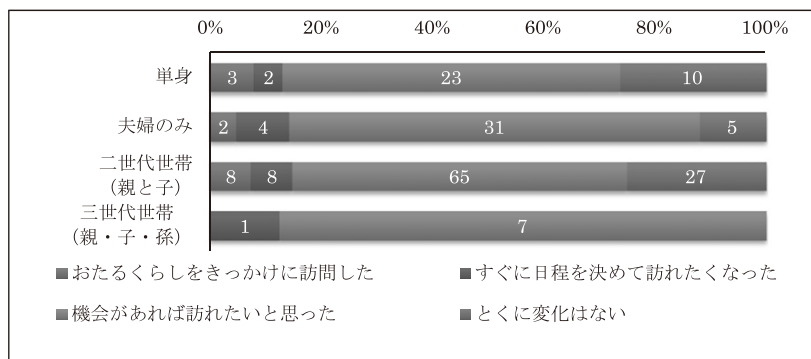
②男女別訪問意向

男女別に訪問意向を見ると男性の方が既に訪問した比率は高くなっている。記事の満足度が男性の方が高く、『おたるくらし』のファンでは、男性の行動に結びつきやすいのではと考えられる。



③世帯別訪問意向

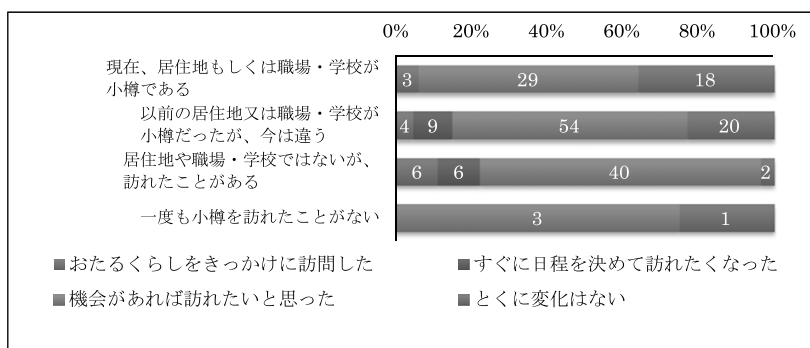
世帯別では訪問した比率が比較的高いのは、単身（8%）及び、二世帯世帯（7%）であった。



④在住経験別訪問意向

「小樽で暮らした経験は無いが、訪問したことがある層」が具体的な訪問に強

くつながっている。また、訪問したいという回答を加えた数値でも最も比率が高くなっている（96%）。次に高いのは「以前に暮らしていた層」であり、80%が訪問もしくは訪問したい意向があることが確認できた。これらの結果からは、おたるくらしで扱っている投稿記事は、小樽訪問経験者及び元在住者をリピーターへ形成するのに有効であると考えられる。



4. 今回の調査における考察

回答者うちの半数（57%）が、記事の長さがちょうどよいと判断していた。また、80%を超える回答者（非常に満足31%，満足53%）が記事そのものに満足していた。二日に一度の投稿間隔も、多く（77%）がちょうどよいと感じていた。

中でも思い出記事を読んだ人は、小樽に懐かしさの感情を抱き、「懐かしい」、「涙が出そう」などといったコメントを記事のコメント欄にファンは頻繁に書き込んでいる。また、一つ一つのコメントの分量も多いのが特徴だ。さらに、思い出記事に共感するファンは、40代より上の世代で、記事を書いたライターの思い出を自分の過去の経験に置きかえているように見える。ファンの返すコメントが長くなる一つの理由は、ファンがライターの経験と似た経験をしていて、その経験を思い出して書き込んでいるからである。加えて、ファンは記事

の「シェア」を頻繁にし、フェイスブックの同じ世代の友人や仲間に記事を送り、読むことを強く勧めているように見受けられる。

こうしたことから、『おたるくらし』記事の読むファンは、『おたるくらし』の記事を自然にかつ興味深く読んでいることが見てとれる。ただし、回答者の多くが、過去に小樽に住んだ（あるいは小樽を訪問した）経験があった。潜在的な観光客の数を増やすためには、これまで小樽に来たことのない人たちにも『おたるくらし』のフェイスブックページを訪れ、記事を読んでもらう工夫が必要である。今までの記事の出し方で、小樽に来たことのない潜在的な観光客にどのようにアプローチするのか、さらなる調査が必要である。

他方、訪問欲求喚起については、「おたるくらしをきっかけに訪問した」、「すぐに日程を決めて訪問したい」が合わせて15%、「機会があれば訪れたいと思った」が64%と、小樽への訪問欲求喚起におたるくらしは貢献していると推察される。ただし、重要なのはどのような機会を提供できるかであり、コメントからはイベント開催や誰も知らないような（若しくは個人的に知らなかった）情報やグルメ情報、その他の観光情報提供で興味を持つことができた場合であり、今回の調査ではさらにその具体的な内容までは判明していない。

一つの仮説としてであるが、2世代世帯以上の中高年の男性向けイベントにグルメを組み合わせて、企画するのがおたるくらしコミュニティとして反応しやすいのではないと思われる。世間では女性をターゲットにした企画が王道であるが、視点を変え男性向け且つ女性や子供（又は孫）を誘いやすい内容で季節性を持たせ実施することが良いであろう。また開催場所も今までフォーカスされていない場所、足が遠のいたかつての観光スポットなどが面白いのではないかと予想する。なお、興味を持った投稿が様々であったことから考えるに、イベント開催場所の選定は熟慮の必要がある。

全体的な今後の課題として、ファン数は2014年3月末時点では、5,000を超えた大きなコミュニティサイトが形成されている。ソーシャルメディアとしてのリスク対応策をさらに強化することが、1つ目の重要な課題である。次にライターと記事ネタの選定、ライターへのモチベーション管理、継続的なコミュ

ニケーションにも、さらに意識して取り組みたいところである。最後にファン数の拡大、コミュニティ形成をどのように、そしてどこまで続けるのかの基準と戦略を持つ必要もある。『おたるくらし』の目的が、小樽の観光ブランド化を目指していくところであれば、誘客とイメージ作りに貢献しなければ達成されていないことになり、その成功指標については今後十分な検討が必要になってくる。

アンケート設問内容**Facebook ページ『おたるくらし』に関するアンケート**

この度は Facebook ページ『おたるくらし』の調査について、ご協力ありがとうございます。私達は今後もより良いページづくりを進めてゆくために、皆さまの率直な感想を伺いたいと考えております。

なお、本アンケート結果はどなたが記入したか分からないよう統計的処理をするとともに、おたるくらしの改善目的でのみ使用させていただきますのでありのままをご回答下さい。

なにとぞご協力のほど、宜しくお願い申し上げます。

国立大学法人 小樽商科大学

おたるくらしプロジェクト一同

Q1. 総合評価として、おたるくらしの全体的な満足度は

- a. 非常に満足 b. 満足 c. やや満足 d. どちらでもない
e. やや不満 f. 不満 g. 非常に不満

Q2. 写真の質は？

- a. 大変良い b. 良い c. やや良い d. どちらでもない e. やや悪い
f. 悪い g. 大変悪い

Q3. 文章の質は？

- a. 大変良い b. 良い c. やや良い d. どちらでもない e. やや悪い
f. 悪い g. 大変悪い

Q4. 文章の量は？

- a. 長い b. やや長い c. ちょうど良い d. やや短い e. 短い

Q5. 投稿頻度について

- a. 多い b. やや多い c. ちょうど良い d. やや少ない e. 少ない
f. 分からない

Q6. おたるくらしを友人・知人にすすめたいとおもいますか。

- a. 非常にすすめたい b. すすすめたい c. ややすすめたい
d. どちらでもない e. ややすすめたくない f. すすすめたくない
g. 全くすすめたくない

Q7. 総合評価の理由についてご記入下さい

--

Q8. おたるくらしを読む頻度はどの程度ですか。

- a. 毎回見ている b. 週に1、2回は見ている c. ほとんど読まない
d. 全く見たことがない

Q9. 今まで読んだ中で良いと思う投稿を第一位から三位まで挙げ、その理由をお書きください。

(例：〇〇月〇〇日の〇〇に関する記事など)

1	記事内容)	(理由)
2	記事内容)	(理由)
3	記事内容)	(理由)

Q10. おたるくらしを読んで、実際に小樽を訪れたい、あるいは、投稿内の場所に訪れてみたいと思いましたか。

- a. おたるくらしをきっかけに訪問した b. すぐに日程を決めて訪れなくなった
c. 機会があれば訪れたいと思った d. とくに変化はない
e. むしろ訪れたいと思わなくなった

Q11. どのようなきっかけがあるとさらに訪れてみたいという気持ちになりますか。自由にお書き下さい。

--

Q12. おたるくらしについてのご意見・要望等ありましたら、自由にお書き下さい。

--

ここからは対象者ご自身のことについて伺います。

Q13. 年代は a. 13～17歳 b. 18～24歳 c. 25～34歳
d. 35～44歳 e. 45～54歳 f. 55～64歳 g. 65歳以上

Q14. 性別は a. 男性 b. 女性

Q15. あなたの家族構成は a. 単身 b. 夫婦のみ c. 二世代世帯（親と子）
d. 三世代世帯（親、子、孫）

Q16. 現在のお住まいは（都道府県名、及び、区または市町村名を記入）

（ ）都・道・府・県 （ ）区・市町村

Q17. 小樽で暮らしたことはありますか。以下から選択し、年数又は回数を記入して下さい。

a. 現在、居住地もしくは職場・学校が小樽である

小樽在住期間 約（ ）年間

b. 以前の居住地又は職場・学校が小樽だったが、今は違う

小樽在住期間 約（ ）年間

c. 居住地や職場・学校ではないが、訪れたことがある

訪問回数（ ）回

d. 一度も小樽を訪れたことがない

Q18. 現在の Facebook の利用の仕方は以下のうちどれに近いですか。

a. 投稿を読み、投稿・コメント、シェアもしている

b. 投稿を読み、いいね！だけ、押している c. 投稿を読むだけしている

d. アカウントのみ作成し、ほとんど利用していない e. 全く利用していない

Q19. 現在の Facebook の利用頻度はどれに近いですか。

a. 毎日 b. 週に2、3日 c. 月に数回 d. ほとんど利用しない

e. 全く利用していない

質問は以上です。お忙しい中、ご協力ありがとうございました。