

台湾向け熊本物産品マーケティング戦略に関する調査研究

若者視点を生かした熊本物産品のマーケティング戦略

プロジェクトメンバー

尚綱大学 文化言語学部 准教授・北口英穂

連携機関

プロジェクトの概要・目的

インバウンド観光が加速する日本において、熊本も例外ではなく対応が迫られているが、十分なものではないのが現状である。本プロジェクトでは、台湾向け物産品マーケティングで実績のある株式会社ジーリーメディアグループ（以下ジーリー）の協力のもと、熊本の魅力開発のために、熊本の観光に関する台湾向けマーケティング戦略について調査研究を行う。

具体的には、若者の視点を生かし、地元の大学生により熊本の観光ルートや物産品を開拓・選定し、マーケティング戦略を策定する。ジーリーの日本人スタッフはマーケティング戦略の策定支援、台湾人スタッフは現地目線での支援を行う。ジーリー社員が複数回熊本を訪問し、学生とのワークショップを行う。

活動内容と成果・効果

株式会社ジーリーメディアグループ（以下ジーリー）の協力の下で、吉田氏による台湾人向け観光ルートや物産品を開拓・選定するためのレクチャーを受け（H28年10月13日）、まずは学生目線でそれぞれの地元で調査を行った。その後、それぞれ収集した材料を持ち寄り、ジーリーの吉田氏、胡氏指導の下でワークショップを行った（H28年12月1日）。具体的な観光ルートや物産品について検討したものの、学生自身の熊本への理解が不足していることが浮き彫りとなった。その後、学生でグループを形成し、熊本を改めて見直すために、実際に中心部を中心に散策した（H29年2月27日）

以上の活動より、オリジナルの観光ルートを検討し、まずは日本語で記事を作成した（別紙参照）。現在実際にジーリーが運営している台湾人向け観光サイト「ラーチャーゴー」で掲載するか、ジーリーで内容を検討している。掲載後はその効果を図るべく、活動は継続予定である。

上述の活動内容に示した①から③の結果、学生達は、台湾人の観光行動などについての基本を学ぶと同時に、いざ熊本の何を台湾人にお勧めするかを考えた時、そもそも熊本の理解が不足していることに気が付くことができた。熊本の「外」から客観的に見ることで、学生自身が地元熊本の魅力を再発見するきっかけとなった。また、学生の視点による記事は通常の観光記事には無い魅力的な内容となっており、今後も継続的に実施し、追跡調査することで有力な誘客の一手段になることが期待できる。