

統計ふくしま

No.223

平成24年度後期号
(平成25年3月)

発行 福島県統計協会
福島市杉妻町2番16号

(福島県統計課内)

電話024-521-7143

はじめに

福島県統計協会の事業につきましては、平素より御理解と御協力を賜り厚く御礼申し上げます。

「統計ふくしま」は、「統計思想の普及啓発に寄与する」ことを趣旨とする福島県統計協会の設立目的に御賛同いただいている会員の皆様の機関紙として、当協会の事業実施状況等をお知らせするため発行しております。平成24年度も残りわずかとなりましたが、これまで実施して参りました福島県統計功労者表彰式、福島県統計グラフコンクール、統計セミナー等の普及啓発事業の主な概要についてお知らせします。

平成24年度福島県統計功労者表彰式を実施

平成24年11月8日(木)、福島市のサンパレス福島において、統計関係者約80人が出席し、平成24年度福島県統計功労者表彰式を、福島県と福島県統計協会の主催により実施いたしました。

はじめに、村田文雄 福島県副知事から、「本日、栄えある表彰を受けられる皆様、誠にありがとうございます。長年にわたり統計の発展と普及啓発に多大な貢献をいただきました。これまでの御努力と御苦勞に、深く敬意と感謝を申し上げます。皆様の日頃の調査は、「福島の今」を正確にとらえ、復興への手立てを考える礎となるものであります。県では、皆様が円滑に統計調査が実施できますよう、県民の皆様との理解と協力が得られる環境づくりに力を注いでまいります。「ふくしまから はじめよう。」を合い言葉に、皆様と心をつにし、明るく元気な「新生ふくしま」を築いてまいりたいと考えておりますので、引き続き御理解、御協力をお願い申し上げます。」との挨拶がありました。

続いて、統計調査に長年にわたり従事し、顕著な功績を上げられた方々の表彰を行いました。最初に、福島県知事表彰の受賞者15名に対し、村田副知事から表彰状が授与されました。次に、各省大臣表彰を受賞された21名の方に賞状の伝達が行われ、最後に、福島県



統計協会長である野崎 洋一 福島県企画調整部長から、福島県統計協会名誉会長表彰の代表受賞者7名に表彰状が授与されました。表彰後、来賓の方々を代表して、佐藤金正福島県議会企画環境委員長と芳賀春枝福島県統計調査員協議会連合会長から祝辞をいただき、さらに全受賞者を代表して、知事表彰を受賞された伊達市の松浦勇男さんから謝辞があり、厳かな雰囲気の中に表彰式は終了しました。



第62回統計グラフコンクールを実施



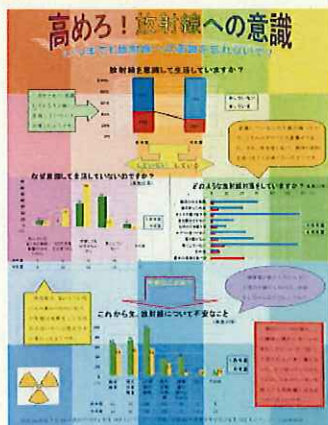
第一部 知事賞
矢吹町立中畑小学校 1年
福田 悠航



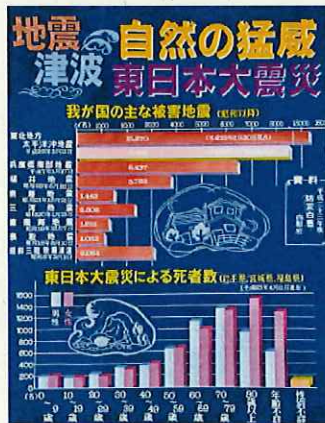
第二部 知事賞
矢吹町立三神小学校 4年
長尾 李南



第三部 知事賞
矢吹町立三神小学校 5年
諸根 ほのか



パソコン統計グラフの部
知事賞（全国入選）
福島市立清水中学校
遠藤 浩毅



第五部 知事賞
（全国佳作） 一般
岡崎 孝雄



第二部 名誉会長賞
（全国入選）
矢吹町立中畑小学校 4年
野崎 雪乃

福島県統計グラフコンクールは、統計知識の普及啓発と統計の表現技術の向上を図ることを目的として、昭和25年から実施しており、今年度で62回目を迎えました。

今年度は、141点(221人)の応募があり、平成24年9月7日(金)に開催された審査会において、福島県知事賞5点、福島県教育委員会教育長賞5点、福島県統計協会名誉会長賞13点、佳作15点、努力賞16点が選ばれました。



さらに、この中から特に優秀であった16点の作品を、第60回統計グラフ全国コンクールに出品し、野崎雪乃さんと遠藤浩毅さんの作品が入選、岡崎孝雄さんの作品が佳作となりました。

表彰式は、平成24年11月1日(木)に福島市の杉妻会館において、知事賞、教育長賞、福島県統計協会名誉会長賞及び優秀学校賞の受賞者21名、2団体の皆さんが出席し開催いたしました。

平成24年度統計セミナーを開催



平成25年12月25日(火)福島市のコラッセふくしまにおいて、ご当地グルメやゆるキャラの火付け役であるPRプロデューサーの殿村美樹氏を講師に招き、「新たな経済効果を創り出すPR戦略」と題して講演を行いました。

本協会賛助会員の皆様や統計調査員、企業や団体、自治体職員など160名ほどの方が参加されました。

【講演要旨】

先生には、原子力事故により大きく傷つけられた「ふくしま」のブランドイメージを回復させるためのヒントとして、お金を使わずに明日からすぐ実践できるPRの考え方やノウハウを、20種類以上(付番)の事例を挙げてお話いただきました。

○ 広告と広報(PR)の違い

イソップ童話の「北風と太陽」になぞらえると、自分の主張をお金の力で消費者を振り向かせようとするのが北風の戦略(広告)。周りを自分の都合のいいように変えてしまい、お客さんが自分からお財布を持って来るように仕向けるのが太陽の戦略(広報)。

- 1 富士フィルムの化粧品PR戦略で、CMキャラクターにターゲットと同世代の女性タレント(女優・歌手)を起用。「対象は貴方よ」と分からせようとする北風の戦略
- 2 windowsのOSやipadを真夜中12時から販売開始。行列や奪うように買う姿がマスコミを賑わす。それを見て遅れまいと購入者が増える。マスコミを見方につけ、好意的に書いてもらうように、応援してもらえるように仕向ける太陽の戦略。

○ 目的を明確に設定し、ターゲット、時、場所、名前を「ズラす」と一度売れたものは必ず時代の必需品になる。

※ 誰に訴えるのか。自分の概念、業界とか地域の考えに縛られる必要はない。

- 3 彦根城築城400年祭に彦根にも観光客を呼ぶために、誘客ターゲットをお城好きから女性にズラし、『ひこにゃん』という「可愛くて、とぼけた表情が母性本能をくすぐるキャラクター」を前面に出し成功。『ひこにゃん』がブレイク。
- 4 奈良のイタリアンレストラン→深夜開店で外国人観光客が殺到。

○ 自社と社会の共通認識テーブル上で対話することが大事

※ 自社の認識と社会の認識は違う。自分の価値観だけで見たら伝わらない。誰もが持っている本能や五感、時代の雰囲気、季節、記念日、天候、世相など共通認識の上で対話。

- 5 表示(名前)を変えてバカ売れ→栄養素が入ったドリンクが売れない。「トウモロコシ100本分の栄養素が入っているドリンク」と表示を変えただけで売れた。

※ 百匹の猿の話。99匹の猿が同じことをやっても広がらないが、百匹目の猿が同じことをすると、何をしなくても一気に広がる。その境界線は、全人口の2%が基準。

- 6 “今年の漢字”でお馴染みの漢検は、志願者数が270万人になった時に、他産業の参入が起きた。自動的にスタンダードになっていく基準は他産業の参入と言える。

※ 伝わる情報には、誰もが共感できるテーマがあること。そして、商品のテーマは10文字以内でインパクトが強い企画であること。パッと見て分かるビジュアルと10文字以内でテーマが表せないダメ。

- 7 キャッチフレーズを“元ボクサーが作った食酢”とした。表現を変えて成功。

- 8 新型インフルエンザ流行で打撃を受けていた美容院チェーン→婚活ブームに乗り、“婚活カット”価格を5,250円から5,051円(ご縁来い)に統一してヒット。

○ 現代は、マスメディア(社会的評価)とソーシャルメディア(クチコミ)と自社メディア(情報公開)の3つが連鎖しないとうまくいかない

- 9 「うどん県」・・・ツイッターによる中継で火が付いた。ネットの世界を駆けていき、サーバーがダウン。その現象をマスメディアが取り上げて一気にブレイク。

- すぐできる話題づくり発想法
- ※ 社会の話題に自社の話題を乗せ、マスコミに味方になってもらえば人が集まる。
 - 10 明石市観光物産展→ロンドンオリンピックでの占いのタコ・パウル君に乗っかり、「明石タコも占う」でデビュー。会場売り上げが170%となり成功。
 - ※ 売れない商品も時代の価値観にマッチすれば売れる。
 - 11 三重県に南下するまでに脂肪が取れたさんまを“三重のダイエットさんま”として売り出したら売り上げがアップ。
 - 12 取引先海外進出でピンチの缶詰会社が、「完熟まるごとトマトゼリー」を開発し販売。500円の価格高すぎ当初売れず。丸の内OLに「ランチに丁度いい」と評判。岡山名産に。
 - ※ ネーミングが重要
 - 13 煮干しを“ボッシーニ”と名前をひっくり返した。子供が食べるようになりヒット。
 - 14 石原裕次郎の曲を聴きながら作ったゴーヤを“裕次郎のゴーヤ”と言い切った。裕次郎十三回忌の時流に乗り、取材殺到。売れなかった商品が一気に有名になり売れた。
- なぜ、ブレイクできないのか
- 15 「豊新市場開拓プロジェクト」→試行錯誤の末、豊を診断する豊ドクターを発案。
 - 16 河内地方の銀行 → ティッシュを大根に替えた。大阪のおばちゃんを取り込み成功。
 - 17 雪の降らない福井県のスキー場 → グレンデで蟹鍋イベント。報道され、誘客成功。
 - 18 大企業海外進出で受注ゼロのはんだ付けの工場 → はんだ付けをビデオに撮り、ホームページに載せたらバカ売れ。
 - 19 陶磁器の会社 → 世の中ダイエット。ギヤマン仕様の100キロカロリー茶碗で復活。
 - 20 東大阪市の町工場 → 全国150万人のギャルママ市場に注目。ギャルママに商品企画依頼。ツイッターで情報を拡散してもらい成功。
 - 21 知床の駅前シャッター通り → 駅前に「道の駅」を誘致し賑わいを創出、シャッターも開いてきた。
 - 22 じり貧のステンレス加工の会社 → 壊れない犬のステンレストイレを製造。愛犬家の間で評判になりブレイク。
 - 23 カップ麺のプラスチック容器を作っている企業（岐阜県）→ 学校の授業で使う（行政施策に乗って）簡易型心臓マッサージ練習キットをプラスチックで作った。

実に多くの事例を挙げてお話いただきましたが、紙面の制約により全てをお伝えできないのが残念です。先生のアイデアと工夫、提案、大変勉強になった講演でした。詳しい講演内容を知りたい方は、先生の著書を一読していただければ幸いです。

刊行物のご案内

☆好評発売中

○福島県勢要覧



(1,500円)
 福島県の沿革、自然、人口、産業、経済、教育、福祉など県全般がわかるコンパクトな総合図書です。(わかりやすい図表入り) 県内市町村のデータや県内の主要年表も掲載しています。

☆4月発売予定

○一目でわかる福島県の指標



(1,000円)
 人口・経済・福祉・教育など県民生活に関わりの深い統計データにより全国における福島県の順位や県内市町村の地域特性等をわかりやすく表した統計書です。冒頭に、グラフでみる東日本大震災の影響を掲載しています。

(問い合わせ先)

福島県統計協会（福島県統計課内）
 〒960-8670 福島市杉妻町2番16号
 電話 024-521-7143 Fax 024-521-7892