

キッチンカーを使ったPRは若者に地域の魅力を伝えるのに効果的か

7班
増田組



京都外国語大学国際貢献学部グローバル 観光学科 増田ゼミ

保坂 心司郎

茶元 祥太

中道 結子

濱田 実珠

プロジェクト詳細

①要約

②背景

③目的(アプローチ方法)

④スケジュール

⑤費用

要約

①目的 過疎地域の認知拡大と若者の関心向上

②仮説 無料ドリンク券付きパンフはSNS拡散を促す
QRコードでインスタのフォロワーが増える
体験×映え×特典で関心が高まる
キッチンカーとの接触が訪問意欲を高める

③必要なデータと収集方法

- ・ SNS投稿数、QR読み取り数、フォロワー推移→インスタ分析・アンケート
- ・ 地域への関心・訪問意向→イベント後のアンケート・インタビュー

背景

<商業地域に立地する都市公園へのキッチンカーの出店が公園利用に与える影響>

- 都市公園におけるフードトラックの設置が公園利用に与える影響を分析したものである。観察調査の結果、フードトラック出店日に公園の滞在者数は増加したが、飲食目的の滞在者は減少し、滞在時間には変化がなかった。また、アンケート調査では、フードトラックによる行列や騒音で来園場所を変更した人はほとんどいなかった。以上から、都市公園にフードトラックを設置しても、公園利用全体に大きな影響はないことが示された。

リサーチクエスチョンと目的

- キッチンカーを使ったPRは若者に地域の魅力を伝えるのに効果的か？
- 過疎地域の認知拡大と若者の関心向上

アプローチ方法

- SNS 投稿数、QR読み取り数、フォロワー推移→インスタ分析、アンケート
- 地域への関心度や訪問意向→イベント後アンケート、インタビュー

リソース

Instagram分析ツール

- Instagramの投稿数、いいね、保存数、リーチ、フォロワー推移を確認可。
- QRコード読み取りが投稿にどれだけ影響したかの間接分析に使える。

街頭での短時間インタビュー

- キッチンカー来訪者にその場で簡単に質問。
- 例：「この地域に来てみたいと思いましたか？どの点が印象的でしたか？」

実践体制

①プロジェクト管理

全体の進行管理

スケジュール調整

関係者との連絡窓口

②広報・SNS担当

Instagramのアカウント運営

告知物の作成

③キッチンカー運営・現場担当

配布物の管理

キッチンカースタッフとの調整

④調査（アンケート・インタビュー）担当

アンケート作成

街頭インタビューの実施

回収データの整理

⑤データ分析 報告書作成担当

統合分析

仮説の検証作業

12月の成果報告資料作成

スケジュール

- 7月：企画 設計
- 8月：広報 制作
- 9月：キッチンカー出勤 データ収集
- 10月：SNS分析
- 12月：成果報告

想定費用の内訳

キッチンカー出店料／レンタル料	自前で持たない場合。半日～1日レンタル	30,000～80,000
飲料・食材費	無料ドリンク配布用。100人分なら	50,000～60,000
パンフレット・無料券印刷費	デザイン・印刷（A5 200部程度）	5,000～10,000
交通費・搬入費	車両移動・設営	5,000～10,000