

営業力向上研修(実践編) 営業行動報告 5グループ

リーダー : 谷口 聖
稲田 雄紀
重矢 晃良
北川 真人
大谷 愛美
石丸 麻希子

1. 営業対象施設

一乗谷朝倉氏遺跡

2. 聴き取り調査の概要・分析

聴き取り調査日：平成25年9月12日（木）

○概要・分析

訪問客の7割が県外で、40～50代が多い

→ **若年層・高齢層**が少ない

朝倉氏遺跡全体で景観に配慮している

（唐門の桜、無電柱化 等）

→ **景観の素晴らしさを営業**すれば、集客力向上
アンケートでは、歴史的背景が知りたいとの記載が多い

→ **歴史に興味をもっている人**が訪問客として多い
あさくら市の知名度が低い

→ **営業が広く伝わっていない**可能性がある

3. 営業行動概要

①営業実施日：平成25年10月29日（火）

：平成25年10月30日（水）

②営業場所：福井県立大学 経済学部棟ゼミ室

：リハフィットほっとチャレンジ（福祉施設）

③営業対象者：福井県立大学生徒（若年層）

：デイサービス利用者（高齢層）

→ 若年層・高齢層の訪問割合が少ないため

④活動内容

- ・唐門
- ・復原町並
- ・諏訪館跡庭園
- ・あさくら市

営業を行う題材



いっちょやったるか

こ
れ
は
五
陣

!!

活動風景



4. 営業行動の成果

★対象総数

若年層・・・16名 (福井県立大学生徒)

高齢層・・・40名程度(デイサービス利用者)

中年層・・・4名 (大学教授および福祉施設職員)

※アンケート配布数も同様

★アンケート回収数

若年層・・・16

高齢層・・・16

中年層・・・4

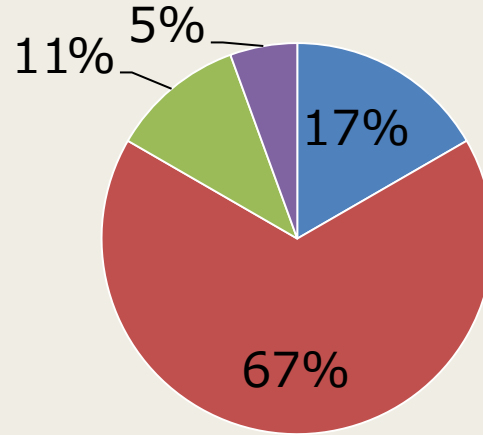
★アンケート内容

朝倉氏遺跡の**知名度**

営業を受けての**関心度**

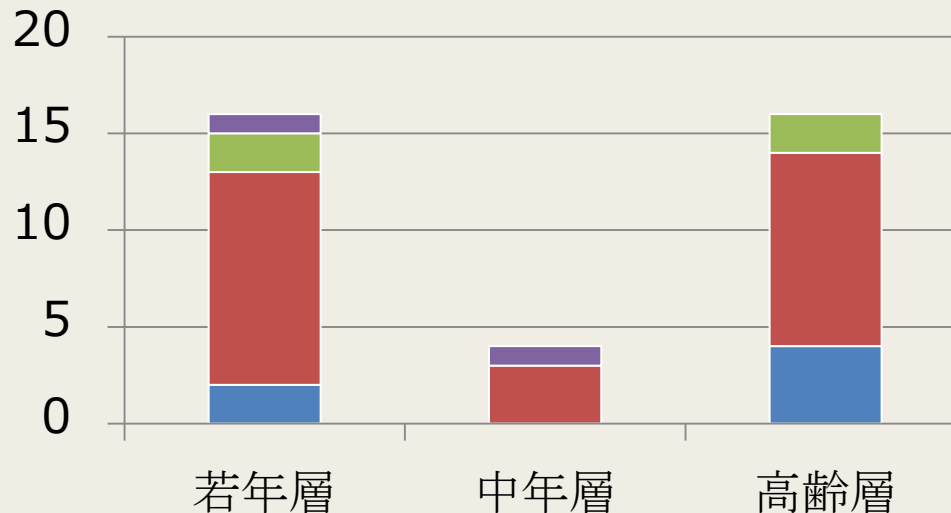
営業を受けて興味を湧いたか？

全体



- 非常に興味を湧いた
- 興味を湧いた
- 興味をわかない
- どちらでもない

年代別

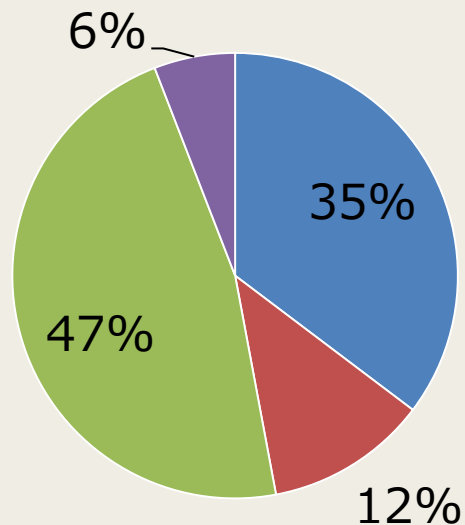


- どちらでもない
- 興味をわかない
- 興味を湧いた
- 非常に興味を湧いた

興味を示した割合が多く、年代別でも興味を示している

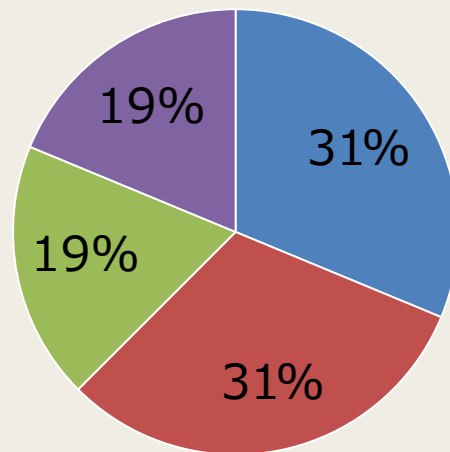
最も興味が湧いた営業は何か？

若年層



- 唐門のPR
- 復原町並のPR
- 諏訪館跡庭園のPR
- あさくら市のPR

高齢層



- 唐門のPR
- 復原町並のPR
- 諏訪館跡庭園のPR
- あさくら市のPR

年代別で興味を示す内容が異なる

5. 企画や実践の成功点および要改善点

★成功点

- ◆ 朝倉氏遺跡へ行ったことがないという人が4割近くいたことから、**営業対象者の選定は正しかった。**
- ◆ 言葉だけの営業ではなく、景観の写真も用いて営業したことにより、相手にとって**イメージをつかみやすく**させることができた。

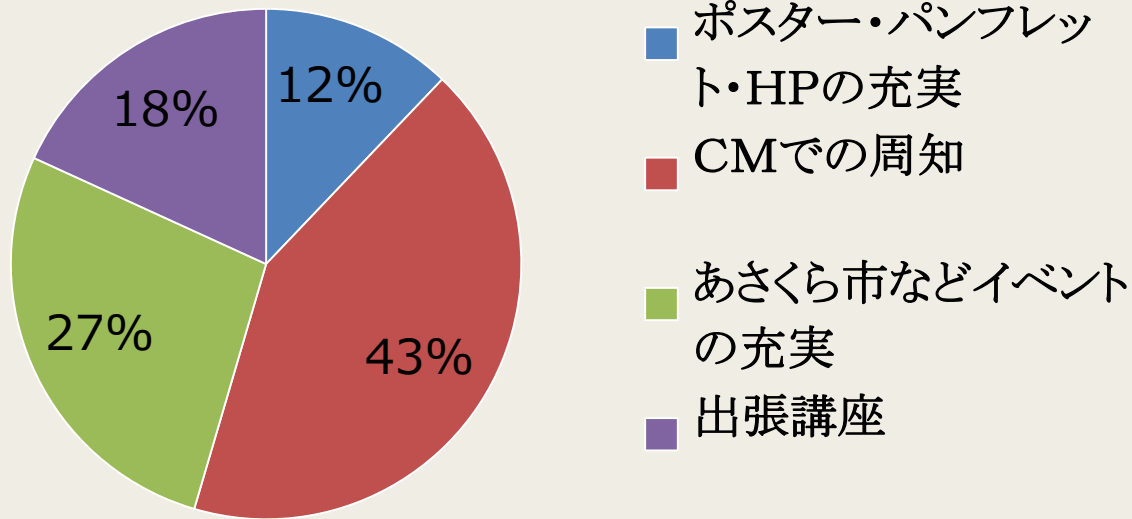
→ 興味をもってもらったことで、朝倉氏遺跡へ訪問するきっかけ作りができた

5. 企画や実践の成功点および要改善点

★要改善点

- ◆ 興味を示した割合が高かった営業について、詳細な営業を再度行っていけば、**より興味を示す割合が強くなり**、行きたいと感じさせることができたと思う。
- ◆ 年代ごとに興味を示した内容が異なることから、**各年代に対する営業方法を変える**ことにより、より朝倉氏遺跡に対して興味を示してもらえたと思う。

6. 今後の文化施設が行う営業活動への提案



- ポスターは興味がないと立ち止まって見ない
- CMであれば必ず目にはいり、脳裏に焼付けられる
→ CMなどのテレビ媒体を利用しての営業が効果的

ご清聴ありがとうございました。