

## 島田市への来訪者の現状分析と観光資源活用策の提案

静岡文化芸術大学 デザイン学部 デザイン学科 高山研究室

指導教員：教授 高山 靖子

参加学生：大久保 侑菜、増子 葉月、笹原 彩加、田頭 理咲、

野々村 花子、ムゲ・ユジェソイ

### 1. 要約

本研究では、富士山静岡空港の利用客を周辺地域への観光へと誘引するため、仮説と調査に基づいて島田市にある観光資源を再考し、その魅力を増幅し収入へとつなげる企画と、プロモーション手法の提案を行った。行政・富士山静岡空港株式会社・空港利用客に対する聞き取り調査と、観光地に関する現在のプロモーション状況や現地調査・分析の結果、島田市への来訪者が少ない要因として、「コンペティターとなる有名観光地の存在」、「空港利用者に対する情報インプットの不足」、「コンテンツのインパクト不足」の3点が抽出されたため、これに対し、それぞれの解決を目指した具体的なデザイン提案を行った。

### 2. 研究の目的

静岡県の中央に位置する島田市は、空の玄関口富士山静岡空港へのアクセスポイントとして多くの利用客が通過する。空港での待ち時間や移動時間を有効に使い、島田市の魅力を伝えることができれば、空港利用客を島田市滞在へと誘引することにも大きく役立つ。しかし、そのためには、ターゲットがその情報を得たくなるサービスデザインや情報コンテンツそのもの（観光資源）に魅力を持たせなくてはならない。

そこで本研究では、富士山静岡空港の利用客をターゲットとして、彼らが島田市に滞在したくなるような魅力的な観光資源の発掘または再考を行い、そのプロモーション方法を提案することを目的とした。

### 3. 研究の内容

本研究においては、以下を実施した。

- ① 資料による島田市観光資源の状況把握（地理・歴史・文化・産業他）
- ② 魅力あるコンテンツと空港利用客の行動（コンテンツとの接点）について仮説を構築
- ③ ②に基づいた現地調査（空港調査・観光地調査・地域産業/産品調査他）
- ④ ②③の結果に基づき調査設計→空港利用者・空港関係者・行政関係者等への聞き取り調査
- ⑤ 調査結果に基づく新観光資源とプロモーション提案、実施にともなう課題抽出

### 4. 研究の成果

#### (1) 当初の計画

- ① ～④の内容と同一である。

## (2) 実際の内容

A (予定どおり)。学生の授業スケジュールの都合のため②と③の順序が入れ替わったが、ほぼ計画どおりに行った。

## (3)実績・成果と課題

以下の研究の実績・成果と課題を得た。

### ①. 資料による島田市観光資源の状況把握（地理・歴史・文化・産業他）

空港や島田市のホームページ、旅行検索サイト、各旅行会社の静岡旅行情報、就航先空港の静岡観光案内、一般旅行雑誌、空港や島田市が発行する観光パンフレット、旅行会社が発行するツアー、SNS で話題となっている観光情報を収集し、現在の観光資源を洗い出した。

どの情報源においても機関車トーマスが人気を博す大井川鐵道と、ふじのくに茶の都ミュージアムの露出頻度は高く、代表的観光地となっている。また、茶畑の風景写真も頻繁に使われており、静岡を象徴する景色として扱われている。知名度は低い、世界最長の木造橋である蓬萊橋、東海道石畳、室町時代より 400 年続く島田刀鍛冶、千葉山智満寺や天然記念物となっている杉の巨木群（推定樹齢 800~1000 年）他の興味深い文化資源がある。行事では、鬮まつり（文欽高島田由来の地）、島田大祭（帯まつり）、世界お茶まつり等の特徴ある祭も多い（鬮祭り以外は毎年ではなく 3 年毎に行われているため、観光客が遭遇する機会は少ない）。産業としては、お茶、梅の他、近年は「帯うどん（幅の広いうどん）」を島田市の逸品として認定している。

### ②. 観光コンテンツと空港利用客の行動（コンテンツとの接点）について仮説を構築

次に、空港利用客が旅行の計画を立てる際にどのようなツールを利用して計画を立て、いつ意思決定をし、どのような選択をするのかについて、既存の観光情報をもとにシミュレーションした。これにより、島田市を観光計画に入れない理由の仮説として、以下の 3 点を挙げた。

- コンペティターとなる有名観光地の存在
- 空港利用者に対する情報インプットの不足
- コンテンツのインパクト不足

静岡県の観光地を人気ランキングで検索すると、富士山、御殿場高原、富士サファリパーク等が上位に上がる。この理由として、島田市の観光地には上位に入るための来訪者数が足りないだけでなく、発信力のある層が少ないことも考えられる。また、調査では、拠点となる空港ホームページでの発信が少ないこと、掲載されている多くの写真が古く興味をひかないこと、コンテンツそのもののビジュアルインパクトの不足が確認された。また、宿泊施設の不足とともに夜の観光コンテンツがないことから、早朝便利用者も他地域に宿泊していることが考えられた。

### ③. 調査：空港利用客への対面アンケート、空港事業者への聞き取り、観光地訪問、島田市への聞き取り調査

②の仮説に基づき、富士山静岡空港利用客への対面アンケート調査（回答者 32 名）に加え、富士山静岡空港総合案内所、同レンタカー受付窓口、富士山静岡空港株式会社企画部、島田市役所への聞き取り調査、静岡県による観光交流の動向や富士山静岡空港の利用者状況のデータを加えて分析を行い、この結果から以下の点に着目した。

- 今ある観光資源の知名度が低い
- 旅行の情報収集は主に WEB サイトで行う
- 旅行先は風景を重視

- 空港への移動は自家用車やレンタカー利用が多い
- フライトの数時間前に空港に到着する外国人が多い（6時間以上前に着く利用客もいる）
- 韓国人観光客はリピーターが多く、レンタカー利用率が高い

#### ④. 調査結果に基づく新観光資源とプロモーション提案

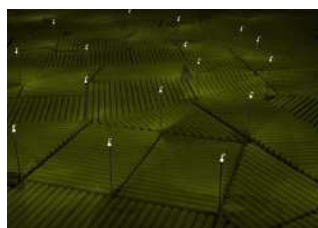
知名度の低さを解消したとしても、空港を起点とするコンペティター（有名観光地）の存在が大きいため、これに対抗するのは難しいと考えられる。しかし、機関車に乗れる大井川鐵道、日本有数の茶畑の風景、世界一長い木造歩道橋など話題となりうるコンテンツはある。そこでまずは、メインの観光地を目指すのではなく、アクセスの良さや空港利用客の待ち時間を生かした「ついでに行ける観光地」として誘客し、体験型の観光で魅力に触れてもらいながら、知名度を高めていくことを提案した。

空港利用者に対する情報インプットに関しては、空港ホームページには、空港周辺に特化した観光地情報とその過ごし方や所要時間を明示し、プランに入れ易くする仕掛けが必要である。また、Web検索は能動的行為であるため、意識のない利用者に働きかける手段として、空港シャトルバス内での広告掲示やPR動画上映やレンタカー会社とのタイアップ企画も効果があると考えられる。また、空港内には利用されていない白い壁面が多く閑散とした印象を受ける。以上のことから、これに茶畑や大井川等の風景を再現し疑似体験から現地への誘引を図るとともに、静岡空港の独自性を演出することを提案した。

また、話題性がありながらもインパクトが不足しているコンテンツの例としては、ギネス記録をもつ蓬萊橋に赤い和傘と非毛氈の長椅子で彩を添え野点を体験する思い出づくりを提案した(A)。これにより、SNSでの拡散によるプロモーション効果とともに、橋のたもとにある茶屋の収入増も期待できる。また、帶うどんに関しては、その名前に煌びやかなイメージを持つが、実際には白いうどんであるため、食品プリントや型抜き生地を練りこみにより彩を添え、盛り付けを工夫して写真映えするデザインを提案した(B)。これによりお土産品としての売り上げ増も期待できる。SNSでの情報拡散効果に対しては、静岡空港を拠点とするFDA（フジドリームエアラインズ）と防霜ファンのお菓子をノベルティグッズとし、トリックフォトコンテストを行う企画を提案した(C)。また、早朝便の利用客を島田市での宿泊に誘引するために、茶畑に林立する防霜ファンに明かりを灯し、幻想的な夜の風景を創ることを提案した(D)。無料空港シャトルサービスを提供できればレンタカー利用者は一日早く車を返却できるため、魅力的なプランとなるはずである。



(A)：蓬萊橋



(B)：夜の茶畑



(C)：ノベルティによる  
トリックフォト  
コンテスト



(D)：帶うどん

## ⑥. 今後の課題

本研究では、富士山静岡空港の利用客を周辺地域への観光へと誘引するため、仮説と調査に基づいて島田市にある観光資源を再考し、その魅力を増幅し収入へとつなげる企画と、そのプロモーション手法の提案を行った。しかし、本研究では実際の運用にあたる組織と受益者については触れていない。また、一つの地域だけではキャパシティに限界があったり飽きられたりするため、継続的に誘客するためには周辺地域との連携が欠かせない。こうした課題を解決するためには、今後周辺地区の様々なステイクホルダーを交えての調整が必要であると考えている。

なお、本研究内容について芸術工学会において口頭発表を行ったところ、羽田未来総合研究所が中心となって全国のデザイン系6大学と各地域のDMOやNEC等の企業が参加する広域型産学官連携プロジェクト「日本の空港と空旅のミライをデザインする」の発表会に招待され、先行事例として本研究を発表し、参加企業デザイナーから以下のコメントをいただいた。

「蓬莱橋のビジュアルが大変美しく、SNS映えする。きっと集客につながるだろう。」(NEC)

「帯うどんはインスタで拡散されるだろう。お土産としても喜ばれそう。是非実現してほしい。」

(SONY)

「他の地方でもデータサイエンスによる観光マーケットの分析は行っている。この結果をどう利用(具体化)するのが難しい。今後も是非そのクリエイションに力を入れてほしい。」

(Yahoo)

こうしたコメントも踏まえ、今後の研究に反映させていきたいと考えている。

## 6. 地域からの評価

本研究の成果について、島田市役所において、島田市観光戦略プラン策定協議会関係者に対して発表を行い、「客観的データにもとづく提案に、なるほどとうなずく点多々あった。今後の観光戦略プラン策定の参考にしたい」(島田市役所 産業観光部 観光課 課長)、「実現にはコスト等の課題も含まれるため、今すぐに実行するのは難しいが、将来実現可能な機会があれば是非相談したい」(富士山静岡空港(株)観光・地域連携ユニットユニット長)との評価をいただいた。



島田市での発表風景

静岡新聞 NEWS Website より (2020年1月22日閲覧)

<https://www.at-s.com/news/article/local/central/710741.html?fbclid=IwAR3eW52oan6UbwGi7hU2bd-qav3nyLbLJRyIS1VJuUF6R0qC9f5Ife23yk8>