

ミレニアル世代及びZ世代に向けた観光需要喚起策

日本大学 国際関係学部 宍戸ゼミナール

指導教員：教授 宍戸 学

参加学生：3年 執行彩未、鈴木美涼、柿本愛友、安齊隼優、杉山未祐、

長谷川小桃、望月美里、有馬悠生、伊藤友香、嶋原紅奈、

鈴木柚夏、高橋希歩、能條真綿、穂積茉奈、油井駿大、福田詩織、その

他ゼミ生

1 要約

沼津市と宍戸ゼミは、2021年度から沼津市の観光活性化について共同研究に着手し、2022年度も宿泊・旅行・地域観光の3つの観点から各種プロモーション活動を継続実施している。2022年度は、複数のカテゴリーを想定し、同世代に広く需要喚起を図る施策の提案をZ世代に当たる学生の感性で、行政では発想が及ばない「ユニーク」な施策の提案と「沼津ならではの」観光資源の積極的な活用を期待する」ということが市からの課題であった。そこで、①新たな観光魅力として原・浮島地区等の新たな地域・コンテンツによる観光魅力の発掘と体験観光プログラムや宿泊利用向上のためのプロモーション調査、②新しい商品開発とプロモーションツールの作成、③若者目線からZ世代に向けた効果的な情報発信、を行った。具体的には、各課題に対して、3つの研究チームに分かれて沼津の魅力発信を行った。①宿泊施設プロモーション動画作成、②沼津市内での体験型ツアーの作成、③沼津市原の街歩きマップ作り、である。沼津市役所や沼津観光協会、原浮島地区観光活性化プロジェクトチーム、各施設と協働する学生達の活動によって、沼津市の新たな観光客誘致に実際に取り組んだ。

2 研究の目的

本研究では、宿泊ビジネス・旅行ビジネス・地域観光の3つの研究チームに分かれ、若者目線からZ世代の集客に向けて、沼津市の観光客を増加させる魅力的なプロモーションのコンテンツを創り、また情報発信を行い、検証するものである。

3 研究の内容

- ① **宿泊ビジネス研究**：学生目線で沼津市の宿泊施設のPRをし、宿泊客獲得を目指した。沼津市役所や沼津観光協会と連携し4つの宿泊施設への調査を経て、2022年度は4施設で宿泊を伴う動画撮影調査を実施。昨年の経験を踏まえ、より宿泊需要創出や魅力ある複数バージョンのPR動画を作成した。
- ② **旅行ビジネス研究**：沼津ならではの着地型の体験型旅行商品の研究を行い、ツアー造成に取り組んだ。自分たちで沼津地域にある魅力的な体験観光を行い、沼津地区の着地型旅行商品造成を行った沼津観光協会と連携し、沼津の魅力再発見につながる集客力の向上など、観光客の誘導を試みた。
- ③ **地域観光研究**：食と歴史をテーマに街歩きマップを作成し、沼津市の特に原の地域活性化を目指した。沼津市役所やデザイン会社、市内の飲食店、お寺と連携し、現地フィールドワーク複数回を行い、街歩きマップを作成することで、沼津駅に集中する観光客を原の地域へと誘導することを試みた。

4 研究の成果

<宿泊ビジネス研究>

(1) 当初の計画

日帰り観光客が多く宿泊率が低いという現状を受け、沼津市の観光と宿泊の魅力を学生目線で発信し、宿泊客獲得に貢献する。また若者が多く利用するSNSを取り入れ、より多くの人へ向け拡散する。

(2) 実際の内容 A：当初の予定通り

- ①昨年度の継続活動として、1. 沼津グランドホテル、2. IN THE PARK沼津、3. 翠泉閣の計3施設と観光協会と連携し、4. 沼津リバーサイドホテルの計4施設でのプロジェクト活動を行った。
- ②現地調査として、該当宿泊施設に事前にヒアリングを行い、施設のブランディングやターゲット層等の聞き込み、施設内の視察を行い、動画構想をメンバー内でまとめ動画へ反映させた。
- ③動画は長編・短編で制作を進めた。SNS拡散(Instagramリール・TikTok)用の短編動画と、より深く施設の良さを知っていただくための長編動画の制作に努めた。
- ④作製した動画は、市のYoutubeチャンネルやポータルサイトへの掲載を行った。また宍戸ゼミ公式ウェブサイトやInstagramへの掲載も行っている。

(3) 実績・成果と課題

「沼津市に宿泊して観光する」イメージ創出するためには、宿泊施設の紹介に留まらず、宿泊施設の周辺のおすすめ観光スポット紹介も動画に取り入れた。また、観光協会や旅行ビジネスユニットと協力した着地型ツアーとも連携し、動画制作に取り組むことができた。SNSの発信方法についてよく分からないといった施設もあったため、そういった施設に協力が出来ればと考えた。今後とも、情報発信とSNSアプローチの方法、改善点を探っていきたいと考えている。

(4) 今後の改善点や対策

2021年度の活動の継続施設として取り組んだ3施設の動画作成も終わり、今後とも同様のプロモーションを行っていくのか、新たな宿泊施設の利用活性化のための新規活動を始めるのかという方針を、活動を引き継ぐ後輩と相談しながら、更なる取り組みの発展に繋げる。またプロモーション動画に対する評価を検証し、沼津市の宿泊への意識調査等を行うことなどを考えている。



図1.ホテル周辺の観光スポットを取り入れたPV



図2.現地視察・ヒアリングの際の様子

〈旅行ビジネス研究〉

(1) 当初の計画

沼津地域でできる体験コンテンツに目を向け、体験型観光ツアーの作成に取り組む。調査として、ゼミ生が実際に沼津を訪れ、自らの体験を通じて新たなコンテンツや魅力の発見につなげる。

(2) 実際の内容 A：当初の予定通り

- ①自分たちが沼津で体験したいコンテンツと実際に現在沼津で体験可能なコンテンツを照らし合わせ、現地を調子した。※沼津で体験したいコンテンツについては他のゼミ生にも意見をもらった
- ②実際に体験(陶芸)をし、その施設についてのヒアリングを実施。情報をもとに団体客の受け入れや体験型ツアーに組み込むかを検討した。
- ③ 沼津観光協会にアドバイスをもらい、協力することでツアーに組み込む新たなコンテンツの提案。モビリティカーの試乗や、銅食器体験、BBQ体験を実際に行い、モニターツアーを造成した。
- ④自分たちでの体験を通じて感じた、課題や新たな提案をレポートにまとめ観光協会に提出した。

(3) 実績・成果と課題

体験型コンテンツに目を向けたことで、今までとは違った角度から沼津地域の観光活性化に取り組むことができた。交通の便など、沼津市が抱える課題についても、モビリティカーの導入・利用をすることで課題

解決に向けた新たな案を見つげられた。実際にお客様をいれてのツアーは実施できなかったのですが、時間が限られている中ではあるが活動初期の年間計画を綿密に立てることが重要である。

(4) 今後の改善点や対策

今年度は観光協会との取り組みを強化し、地域の体験観光の事業者の協力を得た。先生、ユニット内メンバーでの意見交換を定期的に行い、情報共有することで考えや提案をアップデート出来た。今後は、作成した旅行商品の情報発信にも目を向ける。同じく沼津地域を対象に活動している2ユニットとの協力を強化することで、高い相乗効果が生まれ、発信力向上にも繋がると考えている。



図3.地元食材を使つてのBBQ



図4.銅食器体験で作成した銅製スプーン

〈地域観光研究〉

(1) 当初の計画

沼津市の観光は駅周辺や港エリアに関心は高いが、他の地域の注目が不十分である。そこで、沼津市原の地域を中心に「食」や、原の魅力の1つである「歴史」に注目した観光マップ、また地域の冊子である「逸品」の作成に取り組む予定であった。

(2) 実際の内容 B：一部修正

- ①年齢層の高い方が多い原という地域に若者を集客させるために、若者が出かけの際に重要視する「食」に注目し、飲食店を取り上げた。
- ②原は多くの歴史が詰まっている地域ということで、より魅力を発信するためにお寺も同時に取り上げた。
- ③実際に生徒で原の現地へ向かい、原駅周辺や街並みの調査を行った。
- ④飲食店を対象にマップ作成をするにあたり、取材を行うと同時にデザイン会社と打ち合わせを行い、マップのデザインの作成を進めた。
- ⑤取材した店舗情報を集約し、「沼津市原のススメ」を作成し、観光案内所や沼津市商工会、各飲食店などに設置した。

(3) 実績・成果と課題

今回の活動により、沼津市原の食に関する特集とお寺を中心とした歴史の注目すべきポイントを発信することができた。全体的に学生ならではのノート風のデザインで、表紙はインパクトのある手のイラスト、中には飲食店情報とお寺の歴史と注目すべきポイントを掲載した。詳細の情報はQRコードを取り入れることによって、文字を削減し、見やすさを重視した。



図5：街歩きマップ制作（表面）



図6：街歩きマップ制作（裏面）

紙媒体だけでなく、サイトなどのWEBでの広報活動を検討する。またこれらの活動の成果を沼津市商工会の講習会で報告し、関係者の皆さんと意見交換を行い、総括した。

(4) 今後の改善点や対策

街歩きマップを利用したイベントやボランティアガイドの実施など次の取り組みに発展させる。またゼミ公式サイト、市のポータルサイト以外の広報活動を検討する。原という地域における観光資源を創り上げることができるか模索する。

以上<宿泊ビジネス><旅行ビジネス><地域観光>の3つの研究活動の成果を、2021年度に引き続き、「沼津市観光ポータルサイト」に年度内に集約し、今後若者目線で継続的に沼津の観光魅力を発信する仕組みづくりにゼミ生が取り組んでいく。

5 課題提出者・地域への提言

私たちは3つの手法から研究を試みた。それぞれの研究ユニットで作成した各プロモーションツールにより、若者目線から観光客へ沼津のアプローチをすることはできるが、観光客誘致を効果的に行うためには新たな魅力ある観光資源の発掘や創造が重要である。以上から、沼津観光の発展に向けて3つの視点から提案をする。

①宿泊利用を増やすためには、ターゲット層の絞り込みやそれに対応したSNSを使った情報発信のアプローチや、夜の観光スポットや朝楽しめるコンテンツの創出と魅力発信が必要である。近場の楽しめる飲食店情報や連携を図ることでより積極的に発信することが宿泊客の誘致に有効である。

②沼津地域の新たなコンテンツの造成について目を向けるためには、現在の課題の把握や情報収集が重要である。沼津ならではの特別感や沼津でしかできない体験をPRすることで、説得力が生まれ、より満足感が高まり貴重な観光体験へとつながる。

③沼津への観光客誘致をするためには、地域のコンテンツやイベントなどSNSやウェブサイト上での発信に力を入れる必要がある。原での活動を行う中で、地域の良さを生かした食や歴史など様々なコンテンツをもとにイベントがあることを知った。私たち20代の学生も楽しむことができたため、若者が利用するSNSに力を入れることで集客につながると考えた。

以上の3つの研究活動を通して、地域を盛り上げたいという熱い思いを持った方々の存在、またその方々と関わることで新たな観光資源を発見し、様々な取り組みを行うことができた。より地域の魅力を発信していくためにも、住む地域や世代が異なる人々が議論を交わすことでそれぞれ新たな発見があると考え、今後地域の方々と学生の交流がますます必要であると考えている。

6 課題提出者・地域からの評価

3つの研究チームがそれぞれの目的に沿って研究に励み、成果を出してくれた。

宿泊ビジネス研究は、近年の情報発信手段の主流でもある動画制作に取り組んでくれた。各媒体 (Youtube、Instagram、TikTok) の特徴に沿った形式で表現することで、より多くの方の目に留まるような工夫が施されている。

SNSを活用した情報発信だけに限らず、地域観光研究は、紙媒体による発信にも取り組んでくれた。「若者目線」かつ「より多くの方に手に取ってもらえるようなデザイン」の軸に加えて、沼津市商工会や地域のデザイン会社と連携したことで、原地域の魅力をより強く引き出せている。

旅行ビジネス研究により造成された体験型観光ツアーは、当市の観光情報に精通している沼津観光協会との連携により、「沼津ならではの」観光資源が活用されたものとなった。今後は、魅力的なツアーの造成に加えて、情報発信活動にも期待を寄せたい。

行政では成し得ない大学生独自の感性によるそれぞれの取り組みに、感謝申し上げる。

(沼津市産業振興部観光戦略課)