

広域観光交流の促進

日本大学：国際関係学部 矢嶋ゼミ

指導教員：准教授：矢嶋 敏朗

参加学生：鈴木 匠、高木亮輔、西澤綾花、宮澤洸太、柳川正樹
伊藤洋介、岡本真滉、眞田愛里、志水亮太、土屋貴拓
前田裕太、山口亜希 *学籍番号順

1 要約

三島市では、三島市観光戦略アクションプランを制定、2027年度に観光交流数810万人（2022年度は、約443万人。コロナ前の2018年度は、約774万人）を目指す。戦略目標は、以下の3つ。①三島市ならではの観光資源を磨き上げ、情報発信を強化。②三島市内外の関係者と連携、持続可能な観光地域づくり促進。③国内外からの誘客を図り、消費情動を誘発する。矢嶋ゼミでは、この戦略を学生レベルで具現化すべく、ヘッドに三島市産業文化部商工観光課、三島が本拠地のバレーボール男子V1リーグ所属の東レアローズ、三島を起点に伊豆地区を繋ぐ伊豆箱根鉄道、地域の農作物を原料とした食品を販売する東平商会（各敬称略）の4組織と連携し、三島の情報発信を中心とした2つの三島の観光活性化事業を産官学連携して展開した。

具体的には、(1)「東レアローズ」の選手にご協力いただき、三島市観光のプロモーション動画制作、(2)特急「踊り子号」の車内（三島～修善寺）における観光PRと修善寺駅における地元食品などの販売を行う予定。* (2)に関しては、2024年2月下旬に開催予定。本稿締切時には、結果は出ていないので想定を記載した。

2 研究の目的

三島市は、周辺地域に伊豆、箱根、熱海、箱根や富士山など有名観光地が存在しており、「広域観光拠点」としての役割が期待されている。矢嶋ゼミでは、三島を観光ハブとして観光客の周辺地区の広域観光の増加。そして、三島をハブ地として三島への観光客や宿泊客のさらなる増加を目指した。

(1)の動画作成では、東レアローズの試合に全国から集まったファン（Z世代の女性が多い）に、三島の良さ（観光スポット、自然、グリメ）をアピールして、三島での消費拡大や再訪をアピールする内容とした。

(2)の特急踊り子号と修善寺関係では、密室空間の車内で伊豆の景色を見ながら沿線自治体の観光スポットや名産品をタイムリー（車窓に沿って）案内することにより、広域観光を乗客に広域観光を刷り込み、再訪を想起させることとした。

3 研究内容

(1)「東レアローズ」三島市観光のプロモーション動画

「東レアローズ」の選手を起用したプロモーション動画を制作した。動画は目的別に以下の3種類作成した。動画①楽寿園や三嶋大社などの観光スポットを若手選手が巡る●ファンによる三島市内観光周遊者増を目指す。動画②選手によるみしまコロケ利用の選手によるアレンジ料理対決●三島コロケの知名度アップ/購買アップを目指す。動画③選手による三島市関連クイズ解答●市のキャラクターをはじめ三島市関連インフォメーションの周知を目指す。

三島市を拠点に置く男子バレーボールチーム「東レアローズ」のファンは、熱狂的なファンが多く全国から毎年宿泊し観戦に来る。そこで、選手を起用した三島市の観光資源を中心に PR することで全国からのバレーボールファンへ三島の魅力を発信した。動画の内容は、楽寿園や三嶋大社といった観光スポット、三島クイズ、そしてみしまコロッケを使用したアレンジ料理の食文化のようにそれぞれ違った観点とした。「推しの選手」の登場により三島のことを深く知ってもらえるような工夫もした。作成した動画は（約3分×3本）は、試合会場（三島市民体育館で2024年10～11月に実施の計4試合）、三島市内の公共市施設、三島市内のビジョンなどで放映した。

<参考>

●東レアローズ 三島市民体育館 試合（動画放映試合）計4試合

- ・2023年10月22日（土）23日（日） 対 ヴォレアス北海道 戦
- ・2023年11月4日（土）5日（日） 対 ウルフドッグス名古屋 戦

●動画放映箇所 10箇所（各箇所ディスプレイ1台）

三島市民体育館、三島市役所、三島市民生涯学習センター、三島市立中郷公民館、三島市立北上公民館、三島市立錦田公民館、三島市立坂公民館、楽寿園、イトーヨーカドー三島店、富士山三島東急ホテル

(2)特急「踊り子号」の車内観光PRと修善寺駅での地元食品の販売など

東京から、三島を経由して伊豆箱根鉄道修善寺まで走る「特急踊り子号」車内における沿線観光案内と終点修善寺駅における地元名産品のサンプリングや販売を行う。

観光案内（車内放送）では、三島市から修善寺間に走行する自治体（三島市/伊豆の国市/伊豆市）の観光案内などを放送する。但し、放送設備がある運転室には安全の問題で入室できないので、スマホに音声を学生が録音し車掌がマイクで音声を拾い車内に放送する工夫をした。さらに、放送と同時に5両編成の車内では、放送内容に合わせて号車毎に分担して観光案内やマップなどを配布する。

終着の修善寺駅（伊豆市）では、沿線自治体の特産品を使用した食品のサンプリング及び販売を行うことで食品を中心とした名産物をアピールする。また、名産品を提供など運営に協力してくださる地元企業である東平商会様（食品商社）の社会貢献事業も広くアピールして地域企業の活性化推進にも寄与する。

<参考>

●観光案内列車と物販実施日 *列車は1/30現在の予定

- ・2024年2月24日（土）25日（日）2日間 計6列車 *起終点は、いずれも東京駅

・列車

- ①三島10:40発 修善寺11:08着 踊り子3号 修善寺12:35発 三島13:04着 踊り子8号
- ②三島12:11発 修善寺14:06着 踊り子9号 修善寺14:18発 三島14:46着 踊り子12号
- ③三島13:40発 修善寺12:39着 踊り子13号 修善寺15:39発 三島16:06着 踊り子16号

・物販実施 伊豆箱根鉄道 修善寺駅改札前コンコース（伊豆市）

4 成果

(1)「東レアローズ」三島市観光のプロモーション動画

- ・バレーボールチーム「東レアローズ」選手を起用したプロモーション動画は、全国のバレーボールファンに三島市の観光資源をアピールし、観光客の興味を惹きつけることに成功した。
- ・動画内で紹介された楽寿園や三嶋大社などの観光スポットへの来訪が増加し、みしまコロッケの知名度も向上した。特に、バレーファンの聖地巡礼（三島市内にあるバレー東レアローズ関係スポット）に一定の効果（集客）があったと思慮される。
- ・動画の公開後、試合会場やサイネージでの放映を中心に閲覧数が増加し東レアローズをはじめ SNS で

も多くの反響があった。

- ・動画の視聴者からは、「三島市の魅力を再発見できた」「三島市を訪れてみたいと思った」などの声もSNSに書き込まれていた。
- ・動画をきっかけに三島市を訪れた観光客の中には、三島市の観光スポットや特産品を実際に体験し、滞在時間を延長したファンもいた。
*いずれも連携先からの聞き取りによる。

(2)特急踊り子号の車内放送と修善寺駅での物販(見込)...

- ・特急踊り子号の車内放送では、学生による放送が目新しく、多くの乗客に聞いていただくことで沿線地区自治体(三島市/伊豆の国市/伊豆市)魅力をより多くの観光客に知ってもらうことを想定。
- ・修善寺駅での物販では、伊豆半島の特産品を実際に体験してもらうことで、三島市をはじめとした伊豆半島地域の名産物への関心を高めることを想定。さらに、地元民と観光客の交流の場となり、地域の活性化に寄与を想定。

5 課題提出者・地域への提言

① 観光客の属性やニーズをより細分化して理解する.....(1) 研究から

本取り組みでは、三島市を拠点とするバレーボールチーム「東レアローズ」のファン層をターゲットに、プロモーション動画を制作した。この取り組みにより、Z世代を中心とするファン層の間で三島市の認知度が向上し、観光客数の増加につながった。しかしながら、三島市を訪れる観光客は、バレーボールファン以外にも、家族連れ、カップル、一人旅など、さまざまな属性やニーズを持つ人がいる。今後は、これらの観光客の属性やニーズをより細分化して理解し、それぞれのニーズに合わせた情報発信や施策を実施することが重要であろう。

②観光客の滞在時間や消費額の増加を図る.....(2) 研究から

本取り組みでは、特急踊り子号の車内放送や修善寺駅での物販を通じて、三島市をはじめ周辺自治体の魅力を直接的に観光客に伝える。この取り組みにより、観光客の滞在回数、滞在時間や関係地域における消費額の増加につながる。しかしながら、三島市をはじめ周辺自治体を訪れる観光客の滞在時間は、まだまだ伸びしろが多くある。今後は、観光客が三島市や周辺自治体でより長く滞在し、消費(宿泊)を促すような施策を実施することが重要であろう。

③観光資源の魅力をより深く伝える.....(1)(2)から

今回の取り組みでは、プロモーション動画や車内放送、物販などを通じて、三島市の観光資源の魅力を伝えようとした。しかし、動画や放送では、限られた時間の中でしか情報を伝えることができない。また、物販だけでは、観光客が三島市や周辺自治体の魅力を体験することは難しい。今後は、より深く三島市の魅力を伝えるために、体験型の観光コンテンツや、観光客が自ら情報を発信できるような仕組みも検討する必要がある。今回は、学制的なイベント的な研究となったが、これを契機に産官学が連携した、三島をはじめ周辺地域への観光交流数アップのヒントとなったと考えている。

6 課題提出者・地域からの評価

東レアローズは、当市のスポーツチームの象徴的存在であり、また、「日本代表が複数在籍しており、非常に知名度が高いという特徴」や「全国に多くのファンやライバルチームファンがいて、ホームゲームの度に、全国からバレーボールファンを集客できるという特徴」を持っています。

日本大学国際関係学部の矢嶋ゼミナールの皆さんは、東レアローズの当該ストロングポイントを活かすことを考え、当市の観光資源を選手が紹介し、更にZ世代に刺さるよう工夫された動画を3本制作してくれました。

その結果、上記4のような想定を上回る成果を得ることができ、目的である広域観光交流が促進され、本市としても、非常に効果的な事業であったと評価をしております。

(追伸：学生の皆さんは、ゼミの仲間や東レアローズ等民間企業・行政と共創して事業を展開したことで、多くの学びがあったことかと思えます。この学びを今後の社会人人生に活かしてくださることが一番の成果であると考えております。)

三島市産業文化部商工観光課 課長補佐 江塚京子、主任 鈴木政則

<活動の様子 写真>



観光スポット 撮影風景



三島市関連クイズ 撮影風景



三島コロッケ料理対決 撮影風景①



三島コロッケ料理対決 撮影風景②



踊り子号 車内観光案内 下見中



修善寺駅 名産品販売 事前打合せ