

大洗型地域振興事業推進仮想モデルの作成

研究目的

- 様々な地域で行われている地域振興事業の共通事項を導き出し、地域の魅力を発見するためのフローチャートを作成。
- 大洗町を事例研究（ケーススタディ）することで、発見した地域の魅力の活用方法を定義。



大洗型汎用的地域振興事業推進仮想モデル

（見えない魅力の発見）

（事業を継続していくことへのノウハウ）

（地域学習への活用）

地域資源創出フローチャート

例) 海がある yes→ビーチがある. . . 参考要素

no

海のイルミネーション



事業例〇〇県△△町

山がある

砂浜で読書

例) 売れる特産品がある yes→食品である. . . 参考要素

no

百貨店への出品



事業例〇〇県△△町

特産品の創出を考えている人物の有無

研究目的

- 様々な地域で行われている地域振興事業の共通事項を導き出し、地域の魅力を発見するためのフローチャートを作成。
- 大洗町を事例研究（ケーススタディ）することで、発見した地域の魅力の活用方法を定義。



大洗型汎用的地域振興事業推進仮想モデル

（見えない魅力の発見）

（事業を継続していくことへのノウハウ）

（地域学習への活用）

事例研究地（大洗町）

■ 大洗町とは

大洗町は茨城県中部の県央地域に位置する太平洋岸の町。主な観光資源は海、アニメ「ガールズ&パンツァー」を使用したコンテンツツーリズム、かねふくめんたいパーク。その中でも「ガールズ&パンツァー」は商店街に人々を呼び込み、魅力の創出という点において、町全体の活気の創造に一役買った。特産品としてはシラスやあんこうといった海の幸の他、サツマイモの栽培が盛んであり干し芋が有名。海水浴場としてだけでなく、サーフィンの聖地ともされており夏には多くの観光客が訪れる。現在はサイクリングに力を入れており、サイクリングロードも存在する。茨城県で最も観光客の来る市町村の一つ（2019年一位、2020年二位）。

コンテンツツーリズム・・・コンテンツの舞台である土地を訪れる観光行動の総称である。ここでいうコンテンツには文学や映画、テレビドラマ、あるいは漫画やアニメなどが含まれる。

事例研究地（大洗町）の選択理由

- 「ガールズ&パンツァー」を使用したコンテンツツーリズムでの経済活性化を作品終了後も継続することで、アニメファンという観光客層の定着化を図り成功。しかし、海水浴客の減少やコロナ禍での観光客減少により未だ2011年以前の観光客数には届いていない。そのため現在は新たな観光資源の創出や現状の観光資源の魅力の再発見、地域資源の融合を行っている。



地域振興事業成功後の課題に取り組んでいる地域であるため、地域振興事業の成功までの道のりとその後の活かし方、さらには成功後の課題を事例として認識することが可能なため、昇華されたモデルの作成が可能となる。また、海という大きな観光資源がある中で新たな観光資源の創出を行っている為、大きな観光資源を持つ自治体と表立った観光資源を持たない自治体の両方にそれぞれのモデルを適応することが出来る。

地域に眠る火種

- どの地域にも魅力となるものは存在する。それは飲食店や景観、人や企業、イベントなど多岐にわたる。しかし実際には、確かにそこに存在しているにもかかわらず発見されていない魅力が少なからず存在する。そこで私はこの未発見の魅力を燻っている存在であり、大切にしなければ簡単に消えてしまうもの、つまり、「地域に眠る火種」と名付けた。そしてこれらは、発見された際に「火種」となり、成長させることで「炎」、魅力となる。
- なお、この「火種」は発見するだけでなく、自ら作ることもできる。これは大洗町におけるガールズアンドパンツァーや日本一星がきれいな村として売り出したことで観光客を急増させた、阿智村の星といったものである。
- 当然この「地域に眠る火種」や「火種」、「炎」は地域に一つとは限らない。大洗町で例えるなら、炎は海やガールズ&パンツァー、種火は商店街、地域に眠る種火はサイクリングとなる。

研究目的

- 様々な地域で行われている地域振興事業の共通事項を導き出し、地域の魅力を発見するためのフローチャートを作成。
- 大洗町を事例研究（ケーススタディ）することで、発見した地域の魅力の活用方法を定義。



大洗型汎用的地域振興事業推進仮想モデル

（見えない魅力の発見）

（事業を継続していくことへのノウハウ）

（地域学習への活用）

今期の活動内容

- 大洗町のケーススタディ
 - ▶大洗町の新規観光客開拓事業
 - ・町や個人が開催するイベント
 - ▶大洗町における作品効果の継続
 - ・交流ノートが担う役割と効果
 - ・SNSを利用した宣伝効果
 - ▶大洗町のコンテンツツーリズムの現状
 - ・コンテンツの発見と活用について

大洗町の新規観光客開拓事業

- 町や個人が開催するイベント
 - ・ ビーチでヨガ
 - ・ 海のイルミネーション
 - ・ 酒造が開催した酒蔵のライトアップ
 - ・ SNSを使用したフォトコンテスト
 - ・ 町全体を使用したトレジャーハント（VR）

考察

▶ イベント数の多さ

- ・ 2022年1月31日現在、参加できるイベントだけでも8個
・・・ 人々のアクティビティを獲得

▶ 町以外の一般団体や個人事業主のイベント開催

- ・ ビーチヨガは総合型地域スポーツクラブが主催
・・・ イベント数に直結

▶ イベントの開催と開催で得たものの活用

- ・ フォトコンテストでは汎用的な写真の入手とPR
・・・ 景品で集客。それに伴い写真を入手、活用

大洗町における作品効果の継続

アニメ「ガールズ&パンツァー」の公開は約10年前

▶なぜアニメファン層は継続して大洗を訪れるのか

- ・ SNSを使用したマーケティング
- ・ 継続した関連イベント
- ・ 交流ノートの役割と効果

考察

▶交流ノートを設置

→ 顧客との直接的なつながり

▶店舗が個別にSNSで宣伝を行っている

・交流ノートの声

「○○（商品）最高でした！」

「また来ます！」

「3年ぶりに来ました」

・Twitterでの活動

毎日商品情報の投稿をしていた

投稿頻度の高さ 返信あり

アカウント数の多さ

Twitter運営について

大洗の写真展 (@oarai_photo) の運営による活動報告 フォロワー839人(1192人)

- ・多くの店舗がSNSを活用 . . . 大洗町関連のアカウントでも200以上
 - ▶これにより、大洗町というコミュニティがSNS上に存在。銀河系コミュニティ。
情報量の多さと連動した情報の提供
- ・顧客と店舗という枠組みを超えたつながりが存在した。

直接的なつながりの効果

顧客の需要の把握

- ・ 新メニューの開発 . . . 例) 戦車寿司、あの塩結び
- ・ 地域協力人口の増加 . . . 例) 甘太郎跡継ぎ問題解決
- ・ 固定客の創出 . . . 例) 行きつけのお店、マイボトル

継続した関連イベント

- ・ 年一回
 - ▶ アンコウ祭り
 - ▶ 海楽フェスタ
- ・ 通年
 - ▶ キャラの誕生日イベント

大洗町コンテンツツーリズムの現状

- 前述したことから大洗町のコンテンツツーリズムを考える
 - ・ 大洗町におけるコンテンツツーリズムはコンテンツとして成熟している。
(継続したイベント、固定客、SNSのコミュニティ)
 - ・ その上で次なる課題に取り組んでいる。

- ▶ コンテンツツーリズムに段階（フェーズ）が存在するのではないか。
 - 1 魅力の創出と発信
 - 2 魅力の活用と継続
 - 3 魅力の統合による地域魅力スパイラル

魅力の創出と発信

第一段階

- ・ どのようにして魅力を創出するか
 - ．．． フローチャートの活用
- ・ 現状の観光資源の違った活かし方はあるか
- ・ 創出した魅力の発信方法 ．．． SNSマーケティングの活用

魅力の活用と継続

第二段階

- ・ 創出した魅力の活かし方 . . . 大洗町のケーススタディを活用
- ・ 地域貢献は見込めるか . . . 継続のための資金調達といった開催意義
- ・ マンネリ化しないための企画と情報発信 . . . SNSマーケティングの活用

魅力の統合による魅力のスパイラル

第三段階

- ・ 創出した魅力同士を統合し、更なる魅力の発展を狙う
 - ・・・ 観光資源が増える為地域内での統合が可能に
- ・ 地域の魅力により観光客が地域内で循環する
 - ・・・ 海に行ったら次は商店街のあの商品を食べに行こう
- ・ 次の魅力の創出につながる
 - ・・・ 地域の注目度が上がり、活動の幅が広がる



大洗型汎用的地域振興事業推進仮想モデルの完成

展望

- ・ フローチャートの作成（地域振興事業の調査）
- ・ 大洗町のケーススタディの継続
- ・ 地域振興事業推進仮想モデルの効果と影響について（地域学習への活用等）
- ・ SNSの運用
- ・ マイサイトを通じた成果物の可視化