

平成 28 年度 栃木県高等学
校

生徒商業研究発表大会

研究報告書

ロケツーリズム

～観光地マーケティング～



足利市
ロケ地・カフェ
めぐり

栃木県立足利清風高等学校

周東里咲 中越太喜
藤本航平 吉田明海

企画：栃木県立足利清風高校ビジネス研究部

．．．．．もくじ．．．．．

I はじめに

II 今までの活動内容（その１）

III 今までの活動内容（その２）

IV 私たちの活動内容

V 仮説の検証

VI 課題と今後の活動

VII まとめと感想

VIII 資料

1. はじめに

1. 足利市はこんなところ

栃木県足利市は、栃木県の南西部に位置し、市の北部に足尾山地、南部に関東平野が広がり、中央部を渡良瀬川が流れる、山地と平野の接点に位置します。人口は149,345人（2015年12月1日現在）で、県内4番目の人口規模となっています。

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★



足利市は、大正10年（1921年）1月1日に市制施行し、足利町から足利市になりました。昭和26年の毛野村との合併をはじめとし、次々と合併し、37年に御厨、坂西町との合併で現在に至っています。



昔から織物業で栄え、その歴史は奈良時代まで遡ります。当時は「かもしかおり」が共進されたと伝えられています。大正から昭和初期にかけては、足利銘仙の生産が盛んで、美しく斬新なデザインのに安価な足利銘仙は日本中の人々に愛用されました。その銘仙ブームによって、渡良瀬川には中橋が架けられ、水道・消防設備が整えられ、足利駅も改築されました。



足利織姫神社も銘仙業者の手で立派になり、足利市を大きく発展させました。戦後はトリコット生産が盛んで、昭和三十年代には日本一の産地に成長しました。現在では、アルミや機械金属、プラスチック工業などが中心となっています。

平成になると、長くをかけて調査をしてきた足利学校の復原が完成し、また、NHK大河ドラマ「太平記」が放映されました。それらをきっかけに、足利市には多くの観光客が訪れ、観光のまちとしても有名になりました。そして、現在では、足利学校や鍔阿寺をはじめとする多くの社寺や、あしかがフラワーパ

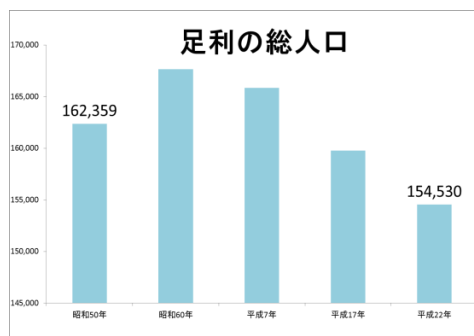
ーク、栗田美術館などの観光名所を求めて、毎年多くの観光客で賑わっています。平成 23 年に、市制 90 周年を迎えた足利市は、北関東自動車道全線開通などを追い風に新たな時代を切り開いています。



太平記」ゆかりのまち足利市は、足利氏発祥の地であり、八幡太郎義家の孫、義康が足利氏（源姓）を名乗り、鎌倉時代には、二代目義兼が居館を堀の内（現在の鑑阿寺）に置き、この地を治めたことが始まりです。義兼の子孫も足利に住み、多くの寺社を建てたことから、市内には足利氏ゆかりの社寺が点在します。また、足利尊氏は、義兼から

数えて八代目にあたります。

このように、多くの魅力を持ち合わせている足利市ですが、1990 年の 168,217 人をピークに人口減少が続いています。県庁所在地である宇都宮に次ぐ規模を誇っていましたが、一方で、足利フラワーパーク等により、2001 年には 263 万人だった観光客が 2005 年には 301 万人に増加しています。近年では様々な映画やドラマのロケ地としても多く使われるようになっていきます。



2. 足利清風高校でのアクティブ・ラーニング取り組み

平成 26 年度から、アクティブ・ラーニングを重視した授業を行っています。自ら学ぶ姿勢を持ち、情報収集を行い、まとめ、発信するための能力を身につけることが目標です。部活動においても、グループディスカッションを行い、プレゼンテーション・レポート作成などの活動を通じて、コミュニケーションスキルを習得することができます。

II. 今までの活動内容（その 1）

足利市には多くの観光資源、おいしい食べもの、楽しいイベントがあります。それを有効活用して、私たちの力で地元足利市を活性化するお手伝いできないかと考え、検討を始めました。今まで学んできた商業の知識を生かせる取り組みはないか、話し合いをしていく中で、普及率が高い携帯電話やスマートフォンを活用した提案ができないかと考えました。

1. テーマ設定

足利市の情報をどのように伝えるか、ブレーンストーミングを用いて話し合い、KJ 法でまとめました。その結果、パンフレット及び観光マップ、URL、QR コード、IC チップなど様々な情報発信手段が提案されました。しかし、パンフレットはありきたり、IC チップは専門的な技術がないと作成が困難です。そこで、多くの人が利用している携帯電話やスマートフォンを活用し、簡単に情報を取得できて場所を選ばない、さらに作成が簡単な QR コードを利用することに決め、観光マップを組み合わせ使用することにしました。足利の観光名所や、おいしい食べ物の情報を QR コードに入れ、高校生の作ったオリジナルマップ『てくてくマップ』を作成することにしました。

2. 仮説

てくてくマップの作製を機に QR コードの普及促進、足利市の活性化につながり、マップを手に各所を廻り、足利市の良さを新たに発見できるのではないかと考えました。

3. 実践

マップ製作には、ペイントアプリを使用し、QR コード作成には無料サイトを利用しました。ワードを利用し誰もが分かりやすい QR コードになるように工夫しました。また、足利市の情報が入った QR コードだと一目でわかるように足利市のイメージキャラクター「たかうじくん」の画像も貼り付けました。

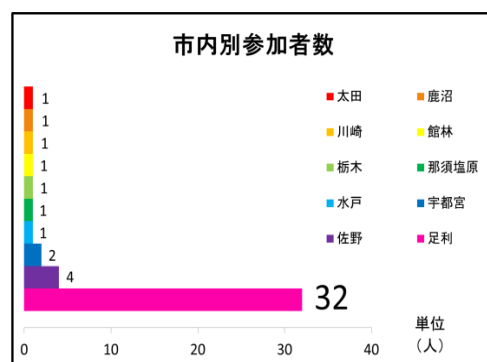
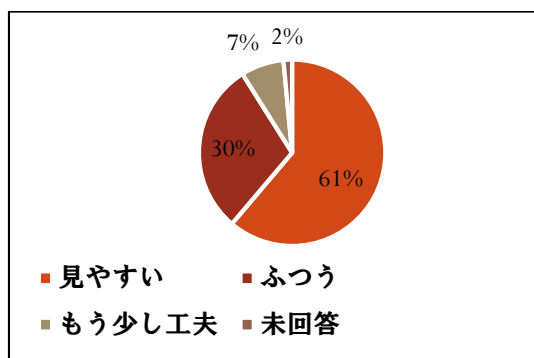


街頭で配布しました。高校生オリジナルマップということ
を強調した結果、用意した枚数の **8 割近くを配布** することが
出来ました。

4. 検証

てくてくマップを配布した人を対象にアンケートを実施したところ、足利市以外の市町村や県外から来客している観光客が 8 割でした。多くの人から「わかりやすい」「名前がかわいい」などの意見が多い一方で、『具体的にかいたほうがよい』『現在地が無くどこにいるのかわからない』などの意見や、てくてくマップのポイントである QR コードをあまり読み取ってもらえないなどの欠点も見つけることができました。





5. 課題

アンケートの回答により、

- ① もっとわかりやすく
- ② 興味を持ってもらえる説明文を加え
- ③ QR コードの内容を充実する、

ことが必要だと思いました。

このQRコード作成プロジェクトは、足利に来ていただいた方に地元ならではの飲食店や観光名所など、足利の魅力をさらに伝えることを目的とした活動でした。私たちが作ったマップを市内のいろいろな場所においていただけるようにすること、もっとたくさんの QR コードを作成し、充実したマップを作り、年間を通して観光客がきてくれるきっかけになればよいと思います。この活動を続けることで、足利市の活性化につながることを信じています。

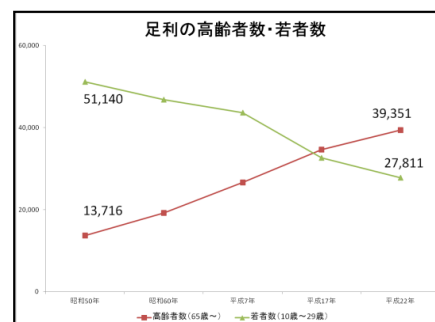
Ⅲ. 今までの活動内容（その2）

先輩たちの研究、「私たちができる足利の活性化」を引き継ぐことになり、まずは手始めに先輩たちが作成した QR マップを片手に街を歩いてみることにしました。すると、自転車から見える景色と、歩くことで見える景色が違うことに気づきました。普段は通り過ぎてしまう街中の風景は魅力にあふれており、足利の街の良さを再発見することが出来ました。改めて地元を見直してみると、名物や観光名所が数多くありました。この魅力あふれる足利を多くの方に伝えたいと思い私たちに出来ることはなにかを考えてみることにしました。

1. 足利を元気フラン

(1) 高齢化

昨年のアンケートの結果により、参加者数をみみると若者が少なく、歩いている人が



少ないことに気づきました。また、すれ違う人たちは年配の方がほとんどでした。

そこで、足利市の高齢化率を調べてみました。平成 15 年には 20.25%でしたが、平成 24 年には 26.51%に増加していました。この統計結果をみて、このまま高齢化が進み街に元気がなくなってしまうのではないかと心配になり若者を街に呼び戻す企画を考えてみました。

(2) ぽん！ぽん！らりー

足利市の魅力を伝え若者を街に呼び戻すために何が出来るか、ブレインストーミングや KJ 法を用いて意見を集約しました。足利市の良いところと、地域を活性化させる際に積極的に行っていきたいことに対する意見を出し合い、歴史ある街並みを生かし、散策することで得られる魅力を伝えられるイベントとして、スタンプラリーを実施することにしました。

2. ぽん！ぽん！らりーの実施

(1) スタンプラリーの内容

私たち高校生が推奨する場所をチェックポイントとしたコースを考えました。コースには寺社や観光案内所などをチェックポイントとし、気軽に参加しやすくするために「ぽん！ぽん！らりー」と名前を付けました。

(2) 実施

各チェックポイントでマップとスタンプカードを配布し、散策していただくことにしました。チェックポイントの目印は
 多くの方が興味を持って参加してくださいました。中でも、高齢者の方と一緒に小さな子が楽しそうにチェックポイントを回っていたのが印象的でした。また、参加意欲を掻き立てるための景品として、地元の洋菓子店と共同してオリジナルクッキーを作り、配布しました。



2. 検証と課題

イベント実施後、私たちは改めて PDCA サイクルを実施しました。参加していただいた方のほとんどは 40 代以上の方でした。若者を呼ぶための企画として実施しましたが、その結果、年齢層が高く、私たちの意図した結果とはなりませんでしたが、アンケートや直接観光客の皆さんと直接話すことで参加者のニーズ・ウォンツを把握することが出来まし

た。地域発展を望む一方、文化や伝統の継承を望む声もありました。若者だけを呼ぶのではなく、地域の高齢化とともに歩むという視点で考えなければならないということもわかりました。

