開講大学:立命館大学

連携先ミュージアム: 京都鉄道博物館

京都鉄道博物館に地元京都からの来館者を増やすにはどうしたら よいか、調査して提案しよう

対象となる層を3つ選択し、それぞれの来館を促す企画を立案した。

■受講生

立命館大学政策科学部 4回生 毛塚 勇樹 立命館大学産業社会学部 1回生 西尾 樹輝 立命館大学経営学部 3回生 小谷 美奈都 立命館大学経済学部 1回生 平川 幹 立命館大学法学部 3回生 SEO Seoug 立命館大学文学部 2回生 前堂 翔大立命館大学政策科学部 2回生 中野 寧々 立命館大学政策科学部 1回生 渡邊 拓海

■担当教員

近藤 宏一 (立命館大学経営学部 教授)

活動目的•概要

○活動の目的:京都鉄道博物館が、「地域の人々の憩いの場」となることをめざして、地元地域との連携、地域からの来館者増加を課題としていることから、そうした課題に応える活動や企画を立案することを目的としています。

○活動内容:このために、以下のような活動に取り組んできました。

①ニーズの把握

まず、SNSやロコミサイトで、どのような来館者がどのような感想、意見などを記入しているかを調べました。その結果、地域の人 には観光施設で自分たちの行くところではないというイメージがあること、小さな子どもたちには楽しいが中高生にはあまり魅力が感じられていないこと、高齢者は懐かしいものに出会えて喜んでいることなどがわかりました。

②ターゲットを明確にした企画提案

こうした結果から、ターゲット顧客層を、カップルなど若者層、シニア、障がい者、および近隣の 小学校にしぼってそうした人々の来館を促進する企画を立案しました。

立案した企画内容については、1月23日の最終報告会資料(別紙)に示していますので、ご参照ください。

◆主な活動

2020.9.26 京都鉄道博物館見学、ガイダンス、サービス・マネジメント理論の学習①

2020.10.3 サービス・マネジメント理論の学習②、ロコミ等の調査結果を持ち寄り検討

2020.10.17 アンケートの作成

2020.11.7 中間報告へむけた企画提案の作成

2020.11.21 同上

2020.11.28 鉄道博物館のみなさまへ中間報告

2020.12.5 成果発表会動画作成

2020.12.19 最終提案の準備

2020.1.23 最終提案の報告



活動の成果

提案1 地域の憩いの場になるために

来館者の交流の場づくりとして、2つのプログラムを提案します。

①障害者プログラム(Program for the disabled)

自発的に博物館を観覧しにくい身体障害者のための特別プログラムを開発して障害者家族が博物館を利用できる機会を提供します。訪問サービスやオンラインでの展示解説、

②「懐かしの鉄道作品漫談会」~先生を囲んで~

「新しい出会い」「趣味の共有」がキーワード。講師を招いて、少人数で、気楽にフリートークセッションを実施します。来場者同士のコミュニティを広げ、親しみやすいイメージを付加することで鉄道博物館での新たな出会いを期待して、来館者が増えるのではないかと考えました。

提案2 若者が集まる期間限定イベントを

若者やカップルに魅力のある企画で、従来関心のなかった層を惹きつけます。

①『銀河鉄道の夜』をモチーフとしたイルミネーションを展開。

10代後半~30代の若者層も利用できる空間をつくります。毎年作中のシーンごとに演出を変化させリピーター化を狙います。ナレーションを導入して世界観を演出するほか、地域の学生サークルを招き、楽器演奏・合唱等のイベントを開催することで、その友人などの来館も促します。

これにより、憩いの場を誕生させ、地域住民へ新しい来館目的を創出します。また、地域の文化サークル招待し、地域の力で活性化へつなげることができます。

②フォトスポットの設置

昭和・レトロブームに乗って、昭和の駅を使ったフォトスポットを設置します。チェキを使った撮影サービスなども行うことで、鉄道への関心が強くなくても「インスタ映え」を期待する来館者を誘引します。

提案3 小学校への出張授業を来館につなげるプログラムに

小学校を起点にする効果としては、日常に接点を作ることで親近感UP、学校での接触でマニアという印象の改善、そして子どもから大人への波及を促進ということが期待できます。

そこで、小学校に出向き、鉄道に関する仕事や歴史、テクノロジーなどに関する授業を行うことを提案 します。模型やジオラマ、体験型のツールの使用によって、わかりやすくより楽しい授業をつくります。 また、展示物をベースに作れば博物館の雰囲気も伝わるでしょう。

こうして、鉄博について改めて知ってもらえることで、観光地・マニア向けの場所というイメージの払拭につながり、また展示物を元にした学習ツールを使えば、来館の「目当て」が見つかることになり、離れつつある層との接点が持てます。鉄道に興味を失いつつある層に、もう一度興味を持って もらう機会になります。保護者とセットの来館にも期待が持てます。



活動を振り返って

受講生の感想から。

- ・他の学年、学部の友達や先輩が出来て良かった。
- ・ (自分の学部ではとりあげない) マーケティングが勉強できてよかった。
- ・他のオンライン授業ではできないような経験をたくさんできて楽しかった。プレゼンテーションや、現地調査など、この授業でしか経験することがない「実践的な学び」をすることができて楽しかった。
- ・実際に博物館の方々にプレゼンテーションを見ていただき、意見を頂けたのは貴重な経験だった。
- ・調査を反映した提案、それに対して博物館の方々からのフィードバックをいただいた上で再度提案するという1歩深く踏み込んだ内容の授業はとても面白く学びにもなった。
- ・企業との連携することで1つの企画を実践するためにどのようなステップを踏まえているのかを知ることができたことが良かった。特に何かをやろうと思っても、具体案や理由を常に求められ、それに上手く答えられない事があった。しかし出来なかった経験を通して、今後の活動の糧にしていきたい。
- ・受動的に授業を聞くのではなく、アンケートや見学など、能動的に学習でき、とても楽しかった。答えがない中、提案するのは難しくも楽しかった。
- ・鉄道博物館という独特なテーマで討論授業を受けることができたので能動的な授業が可能だったと 思う。これからの授業でこのような経験が生かせると思う。

担当教員からのコメント

まず、今回の活動にあたり、全面的にご協力をいただいている京都鉄道博物館のみなさまに、心から感謝申し上げます。Covid-19対応でもご心労が多い中、見学の受け入れや中間発表でのご助言もいただき、ありがとうございます。

また、学生のみなさんも、リモートと対面を行ったり来たりの作業になり、思うように意思疎通が 図れずに苦労したところも多いと思います。また、力をいれて作ったアンケートが思うように集まら ず、結果を待たずに中間報告に行かざるを得なかったところも、残念でした。

しかし、そうしたなかでも最大限智恵をしぼって、限られた情報からでもできるだけ根拠のある企画提案をつくり出そうとみんな努力しました。今回の提案が、京都鉄道博物館のご発展に少しでも寄与できるものになれば幸いです。

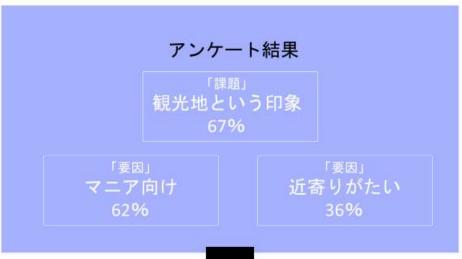


鉄道博物館訪問・見学(9月)





最終報告書から(全文は別紙)



出張授業をする意義 (社会科見学との違い) は?

①地域とのつなが り の強化

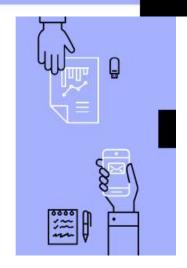
社会科見学を受け入れるよりも施設 外に積極的に赴く方が地域との関係 構築がしやすいのでは?

②少敷だが確実な 宣 伝効果

広告ほど大勢に見てはもらえないが、 確実に一定の人数に届く発信ができ

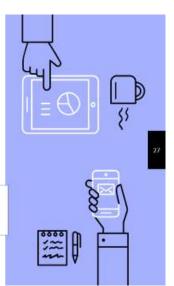
③来館時の満足度

出張授業をきっかけでの来館、事 前学習などで期待感を高めてから の来館のほうが満足度が高く、リ ピートも期待できる



まとめ







最終報告書から(全文は別紙)

「地域の憩いの場」とは?

自ら出向きたくなる場所

- 「鉄道博物館が地域の人同士を繋ぐ」
- 「来場者さん同士でコミュニティを 作ってもらう」



★ 一方的なイベント



○ 相互参加を目指す!



提案

「懐かしの鉄道作品座談会」〜先生を囲んで〜

- ★「新しい出会い」「趣味の共有」がキーワード
- ★講師を呼び、少人数で、気楽にフリートークセッション
- ★題材:鉄道題材の文学・映像作品をテーマにシリーズ化 (例)銀河鉄道の夜、三四郎、999など



私の考える計画案

- ①高齢者も楽しめる
- ・②鉄道の歴史を題材にする
- ・ ③旅行気分が味わえる
- ④新型コロナウイルスの影響も加味して、少人数で行う。
- •⑤専門家の方に解説して頂き、その後、かつての自分たちの経 験などについてディスカッションを行う。
- →全国各地の鉄道の歴史を題材にした展示会を行うというのは どうだろうか?



最終報告書から(全文は別紙)

障害者プログラムのポイント

● 障害者の為の接近性

単純に物理的接近性を高めるだけでなく知的、感覚的に障害者が接近しやすい 空間を作るべき 鉄道博物館の観覧において最も重要な感覚は視覚と聴覚 視覚と聴覚を補うプログラムと空間が必要。

視覚のためのプログラム

視覚障害者のための案内点本を制作 単純に点字の説明だけが書かれているのではなく、展示物の構造が把握できるようにデコボコな絵を挿入

また音声案内オーディオ機器を通じて音声案内 を支援。形態、大きさ、色に対する説明を一緒 に案内



期待効果

- ①来場者同士のコミュニティを広げ②親しみやすいイメージを付加することで
- 鉄道博物館での新たな出会いを期待して、
- 来館者が増えるのではないか。





最終報告書から(全文は別紙)

提案内容

- ①『銀河鉄道の夜』をモチーフとしたイルミネーションを展開。10代後半~30代の若者層も利用できる空間をつくる。毎年作中のシーンごとに演出を変化させリピーター化。
- ②ナレーションを導入して世界観を演出する。
- ③地域の学生サークルを招き、楽器演奏・合唱等のイベントを開催^{ナラ}

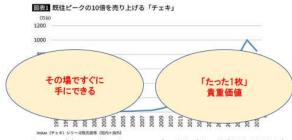


期待できる効果

- ・憩いの場の誕生。地域住民へ新しい来館目的を 提供できる。
- ・地域の『銀河鉄道の夜』ファンへの 興味喚起ができる。
- ・京都市はイルミネーション等イベントが 少ないので、地域住民にとって貴重な空間となる。
- ・地域の文化サークル招待し、地域の力で活性化できる。

①チェキ 無料撮影&1枚プレゼント

→チェキで撮影した「レトロな写真」 (エモい写真)が大人気





低コスト

https://news.livedoor.com/article/detail/18911399/



アンケート: 設問と選択肢①

	設問番号	設問項目	選択肢1	選択肢2	選択肢3	選択肢4	選択肢5	選択肢6	選択肢7	選択肢8	選択肢9	選択肢10
	(なし)	回答票通番	(回答票番号を記入)									
	1-1	性別	男性	女性	その他	回答しない						
	1-2	年齢	10歳まで	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上		
	1-3	居住地域	博物館周辺(京都市・ 山城・乙訓・南丹)	その他								
	1-4	職業	学生※下欄参照	勤労者・ 自営業	主婦/主	退職者・ 年金生活 者	その他					
			小学生はa、中学生は b、高校生はc、その他 はdと入力									
	1-5	休日の使い方	趣味	家族・恋 人との時 間	友人との時間	資格など の勉強	これと いってな い	その他				
こ 凹合頂	1-6	休日の過ごし方	家で過ごすのが好き	外出する のが好き								
く方ご自	1-7	外出時の情報収集手段	テレビCM	テレビ番組	ラジオ番組	新聞・雑誌	友人から の口コミ	行先を ネット検 索	SNS			
	1-8	休日の移動手段	電車・鉄道	バス	車	徒歩・自 転車						
	1-9	口コミ影響の度合い	大きく影響される	自分と似 たところ のある人 の口コミ は参考に する	多少影響される		ほとんど 影響され ない	口コミは調べない				
	1-10	鉄道への興味	大いにある		どちらか といえば ない	ほとんど ない						
	1-11	1-10で選択肢1または2と回答した人のみ:鉄道への興味詳細項目	車両のデザイン	鉄道を 使った旅 行	グッズな どのコレ クション	駅弁・鉄 道飯	ダイヤ・ 時刻表な ど	アナウン スや駅メ ロ、走行 音など	歴史・文 化	技術・テ クノロ ジー	その他	
	2-1	京都鉄道博物館への来館回数	10	2~4回	5~10回	10回以上	訪館した ことはな い					
	2-2	京都鉄道博物館の所在地認知	知っている	知らない								
鉄道博物 館のイ メージに ついて	2-3	京都鉄道博物館の情報入手手段	テレビ	新聞	雑誌	友人・知 人等から の紹介	Google、 Yahooな どの検索 エンジン	インター ネット広 告	メールマガジン	その他	京都鉄道 博物館を 知らな かった	
	2-4	来館時の想定グループ構成	一人	夫婦	家族連れ (親子)	三世代 (親、 子、孫)	友人	カップル				
	2-5	知り合いを誘うかどうか	そう思う	どちらか といえば そう思う	どちらか といえば そう思わ ない	そう思わ ない						
	2-6	誘われたら行きたいか	そう思う	どちらか といえば そう思う	どちらか といえば そう思わ ない	そう思わ ない						



アンケート: 設問と選択肢②

	設問番号	設問項目	選択肢1	選択肢2	選択肢3	選択肢4	選択肢5	選択肢6	選択肢7	選択肢8	選択肢9	選択肢10
京都鉄道 博物館に 対する印	2-7-1	観光地-憩いの場	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-2	デートスポット-1人で行く場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-3	子供の行く場所-大人も楽しめる場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-4	万人受けする場所-マニア向けの場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-5	親近感がわく場所-近寄りがたい場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
象	2-7-6	おしゃれな場所-地味な場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-7	騒がしい場所-静かな場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-8	心が落ち着く場所-緊張する場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-7-9	自分と親和性が高い場所-自分とは合わな い印象	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-8-1	観光地-憩いの場	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
博物館・	2-8-2	デートスポット-1人で行く場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
美術館に	2-8-3	子供の行く場所-大人も楽しめる場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-8-4	万人受けする場所-マニア向けの場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
対する印象	2-8-5	親近感がわく場所-近寄りがたい場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
38	2-8-6	おしゃれな場所-地味な場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-8-7	騒がしい場所-静かな場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-8-8	心が落ち着く場所-緊張する場所	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
	2-8-9	自分と親和性が高い場所-自分とは合わな い印象	前者強	やや前者	中立	やや後者	後者強					
鉄道博物館の今後の企画について	3-1	京都市民が参加できる鉄道博物館とのコ ラポイベントで良いと思う企画	定期的なイベント(週1 回~月1回)		地元の小学生向けイベント							
	3-2	期待するコラボ企画	ドラマ	映画	歌手	アニメ	スポーツ	その他				
	3-3	コラボ企画の具体例	車体とのコラボ	限定コラ ボ商品の 販売	コラボ駅弁の販売	ゲーム・ アニメと のコラボ						

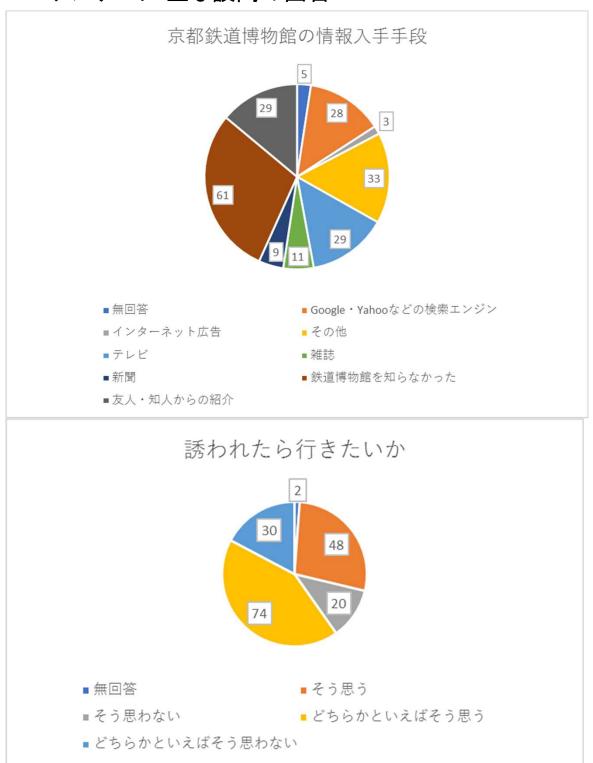


アンケート: 設問と選択肢③

	設問番号	設問項目	選択肢1	選択肢2	選択肢3	選択肢4	選択肢5	選択肢6	選択肢7	選択肢8	選択肢9	選択肢10
	4-1	鉄道博物館の訪問理由	鉄道に興味があったた め	特定の展示物に興味があったため	子供のため	暇つぶし	学校での 活動や仕 事のため	観光の一環	水族館のついで		カップル で2人の 時間を過 ごすため	その他
	4-2	4-1で選択肢6の場合のみ:他に訪れた観 光地	(記載内容を記入)									
	4-3	4-1で選択肢9の場合のみ:2人で楽しみた い季節行事	正月	ゴールデ ンウィー ク	お盆・夏休み	クリスマ ス						
	4-4	4-1で選択肢8の場合のみ:鉄道博物館と 写真のコラボ企画として楽しそうなもの	インスタグッズ展	鉄道博物 館自身の 写真展	鉄道の構 造写真展	鉄道絶景 写真展						
	4-5-1	ベンチなどの休憩スペースは充実してい た	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-5-2	館内案内や係員の対応はわかりやすかった	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-5-3	館内移動の際に、不便はなかった	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-5-3の理由		(記載内容を記入)									
	4-5-4	レストランの料理は楽しめた	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
鉄道博物	4-5-4の理由		(記載内容を記入)									
館を訪問 した印象 などにつ	4-5-5	周辺にある飲食店や売店に興味・関心を 持てた	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
いて	4-5-6	鉄道展示(列車など)には満足できた	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-5-7	博物館資料 (歴史資料など) は満足できた	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-5-8	体験プース(運転ンミュレーションなど)は満足できた	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-5-9	入館料に見合った経験・体験が出来た	そう思う	少し思う	どちらと もいえな い	あまり思 わない	思わない					
	4-6-1	ベンチや休憩スペースの拡張	(回答があれば1とす る)									
	4-6-2	館内に地域店舗を紹介した広告の設置	(回答があれば1とす る)									
	4-6-3	レストランで実際の駅弁販売	(回答があれば1とする)									
	4-6-4	写真映えするおしゃれなカフェの設置	(回答があれば1とする)									
	4-6-5	街中に鉄道資料の無料展示	(回答があれば1とする)									
	4-6-6	年間パスの作成	(回答があれば1とする) (同答 ばまねば1 b ま									
	4-6-7	京都市民割引の実施	(回答があれば1とす る)									
	4-6-8	最寄駅名の改称(「JR梅小路京都西」→ 「JR京都鉄道博物館前」)	(回答があれば1とする)									

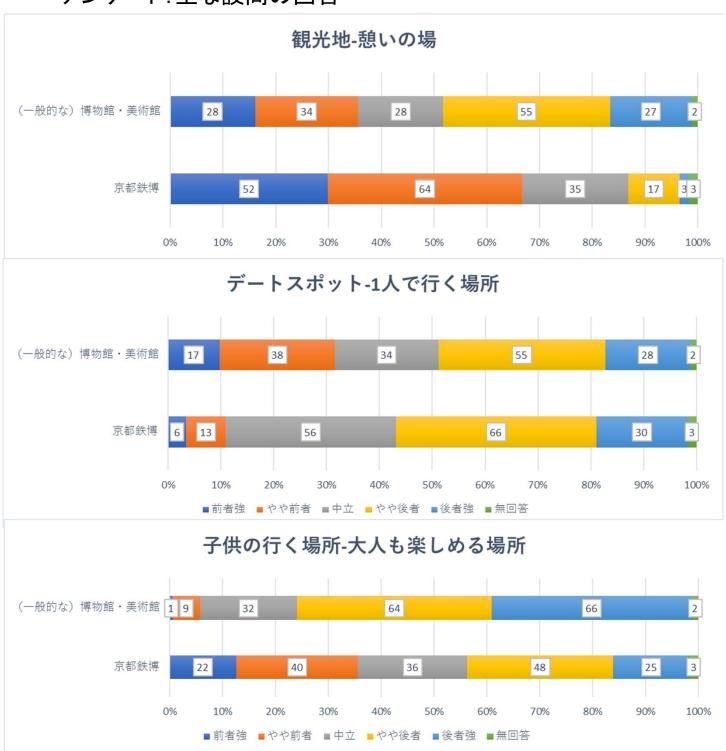


アンケート: 主な設問の回答





アンケート: 主な設問の回答





アンケート: 主な設問への回答

