

連携先世界遺産：元離宮二条城 価値主導型に基づく文化遺産マーケティング

価値主導型マーケティングの手法から地域活性化の「仕掛け」を創り出す

■受講生

浅原 和奏（京都女子大学・法学部・3年生）、有澤 里奈（京都女子大学・文学部・2年生）、鶴川 結依（同志社大学・政策学部・2年生）、柏樹 沙紀（同志社大学・政策学部・2年生）、川久保 雄貴（龍谷大学・経済学部・3年生）、齊藤 雅也（同志社大学・政策学部・3年生）、實桐 生奈（同志社大学・文学部・3年生）、篠塚 日向汰（同志社大学・政策学部・2年生）、鈴木 美夏（同志社大学・政策学部・2年生）、高倉 歩佳（同志社大学・政策学部・2年生）、谷原 実優（同志社大学・政策学部・2年生）、中谷 亜依（同志社大学・政策学部・3年生）、中屋 真悠子（京都女子大学・法学部名・3年生）、中山 諒（同志社大学・政策学部・2年生）、西垣 優（同志社大学・政策学部・3年生）、西林 凜（同志社大学・政策学部・2年生）、西村 陽介（同志社大学・政策学部・2年生）、西村 圭乃（同志社大学・政策学部・2年生）、平田 萌乃（同志社大学・政策学部・2年生）、升川 桃菜（同志社大学・政策学部・2年生）、丸田 日菜（京都府立大学・公共政策学部・2年生）、美保 佳凜（同志社大学・政策学部・2年生）、山田 理紗子（同志社大学・政策学部・2年生）、山本 和奏（同志社大学・政策学部・2年生）

■担当教員

多田 実（同志社大学・政策学部・教授）

TA：村井 拓人（同志社大学大学院・総合政策科学研究科・博士後期課程1年生）

活動目的・概要

一般的に、地域マーケティングと言えば、特産品や観光名所をいかにうまくアピールするかに力点が置かれますが、知名度の高い文化遺産では、見どころや人気のスポットなどが既に定まっていることが少なくありません。今回のフィールドワークを実施する二条城も、その例外ではなく、毎年恒例のいくつかのイベントでの集客はもちろんのこと、観光客が注目するポイントも特定の場所に限定されているように思われます。しかしながら、特定のイベントが行われない通常の日に繰り返し来場した人の割合（リピート率）や文化遺産修復の一助となる募金をしている人の数は決して多くはないため、価値主導型マーケティングの手法（スピリット・ハート・マインドといった人間の感情的な部分を重視するマーケティング手法）を用いながら、何らかの改善策を模索し提案します。新しいマーケティング思考を考慮したフィールドワークを世界遺産「二条城」で行うことにより、地域マーケティングに関する実践的かつ柔軟な問題発見解決能力が修得できます。その結果を踏まえて、価値主導型マーケティングを考慮したイベントを学生が企画・提案します。



◆主な活動

2021.5.25 オリエンテーション

2021.6.1 マーケティング手法の基礎から応用

2021.6.8 価値主導型マーケティングとその周辺事例

2021.6.15 フィールド現場に関するグループワーク

2021.6.22 ゲスト講義

2021.6.29 価値主導型マーケティングによる企画案のヒント

2021.7.4 フィールドワーク（インタビュー）

2021.7.6 イベント実施に向けての企画・検討・調整

2021.7.13 イベント実施に向けての企画・検討・調整

2021.7.20 イベント実施案チーム別プレゼン

2021.11.30 成果報告会プレゼン準備

2021.12.12 成果報告会

活動の成果

エリアをバズらせるインフルエンサー&サークル巻き込み型マーケティング

◇「クリエイティブ」班

- ◎ **背景** 学生が中心となり二条城の情報をSNSで発信するとどうなるのか。
- **提案** 二条城および周辺の飲食店を面として捉え直すことによる新しい価値の創出。SNSアカウント制作し、インフルエンサーや学生サークルとのコラボレーションによる情報の発信を試み、フォロワー数の伸びを検証した。



商店街との協働による、夏に若者を呼ぶメニュー開発と芝生で食のイベント

◇「商品開発1」班

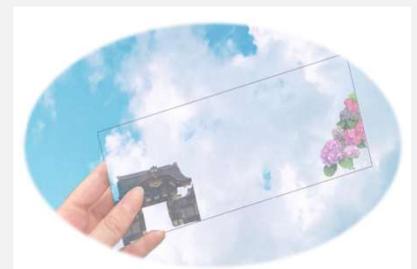
- ◎ **背景** 来場者数は夏場、そして若者の来場者が少ない傾向にある。
- **提案** 三条会商店街とのつながりにより、食材等を提供いただき、メニュー開発。そして、敷地内の芝生上で、夏季限定のイベントを実施し、さらに三条会商店街のSNSで宣伝も行うことで、課題解決に結びつけることができるのではないか。



既存メニューを活用した季節のイベントと「映(ば)える」チケットデザイン

◇「商品開発2」班

- ◎ **背景** 入場者が思っていたよりも、少ないのではないか？
- **提案** 季節のイベントにあわせた期間限定チケットを販売（和楽庵の既存の和菓子付き等）。季節ごとにチケットのデザインを変えるとともに透明化する。入場者がチケット越しに食事や風景などを撮影し、SNSで拡散しやすい仕組みを構築する。



梅林エリアに人を呼び込む「香りと未来予想」のコト消費

◇「イベント」班

- ◎ **背景** 梅が咲いていない時期の梅林スペースを持って余している。
- **提案** 本丸御殿裏の休憩所までは、人が来ている。疲れを癒してもらうために、「ききお香」の実施とともに「花みくじ」を括り付ける木を、梅林エリアに設置し誘導する等、商店街との連携イベントを実施する。



活動を振り返って

☆「クリエイティブ」班

普段では知ることのない、元離宮二条城での京都市の施策を知ることができました。入学してから初めて自分たちで企画実行する経験でした。SNSのフォロワー数の目標を明確に決めたものの、数字が伸びない現状や発信力の足りなさを実感しました。行動を成果に結びつける難しさを学び、そして、とてもやりがいも感じました。



☆「商品開発1」班

観光客ではなく、運営側目線で考えることは良い経験になりました。二条城という規模の大きいものに対しては、そこに関係されている方の数も多く、何かを企画・実行する上で、重視しなければならない点でした。商店からどのようなすればご協力が得られるのか、好印象を貰えるのかなどとても試行錯誤でしたが、社会に出ても活かせる経験だったと思います。



☆「商品開発2」班

限られた時間や様々な規則の中で、チームとして工夫することの大変さや楽しさを体感しました。実際に現地に行くことで得られる新たな情報が多かったため、自分で体験することの大切さを感じました。企画内容については、今までの既存の企画でも面白さに欠けるが、あまりにも現実味のない企画でも実現不可能なので、そのバランス感覚を学びました。



☆「イベント」班

出店依頼時に、誰にどんなメリットがあるか伝わるよう、様々な視点から整理する必要性を学びました。想像以上に、大学生を応援してくれる方が多く、やろうと思えばできないことの方が少ないという気づきを得ました。梅が咲いてない時期の活性化策には苦慮しましたが、仲間と分担して企画を考えることで、現場からのチームビルディングを体感しました。



担当教員からのコメント

● 同志社大学政策学部 多田実

例年どおり、特定のミッションなどを事前には定めない（プロジェクト型ではない）問題発見解決型のPBL（Problem Based Learning）で開講したところ、改善点の発見や新たな企画の模索に加えて、二条城から徒歩圏内の三条会商店街との連携を考えた班もあり、商店街の店主さんと交渉をして具体的な連携イベント実施に向けたお膳立てをした行動力は高く評価できると思われま。本クラスは次年度も継続して開講する予定ですので、2022年度を受講生が引き継いで、いくつかの提案やプランが授業期間内に実現できることを期待しております。皆さん、コロナ禍が収まらない状況での諸活動、大変お疲れ様でした！

活動資料



#初会議 #二条城企画立案 #話し合い #グループワーク #熱心に



#レクチャー #教えて先生 #先生と相談 #マーケティング知識 #アドバイス



#やってきました #二条城入門 #フィールドワーク #おさらい #地図確認



#花より団子 #和楽庵 #食べたい #甘味処 #連携できるかも



#最高の仲間と共に #気づきを得て #思い出 #集合写真 #全員集合 #マスク着用



#穴場発見!? #紫陽花 #アジサイ #お花畑 #秘密基地