

## 連携先ミュージアム： 京都鉄道博物館 サービス・マネジメントの視点から考える博物館施設の魅力向上

どのようにしてリピーターを獲得していくのかを考える

### ■受講生

新井 創太 (立命館大学経営学部)	中元 優香 (京都外国語大学国際貢献学部)
竹内 ばらと (立命館大学理工学部)	西谷 勝詔 (京都産業大学外国語学部)
辻村 銀太 (龍谷大学先端理工学部)	平田 貴識 (同志社大学文学部)
中村 直輝 (立命館大学法学部)	森岡 拓海 (京都経済短期大学情報経営学科)

### ■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

京都鉄道博物館は開館から5年を過ぎ、引き続き多くの方に来館していただくためには、今後リピーター層の拡大が必要であることから、そのための課題や方策を探るために、下記のような活動を実施しています。

- ①サービス・マーケティング理論の学習
- ②SNSなどを使った調査や他の博物館の事例研究に基づく課題の発見
- ③課題の解決につながる企画の立案
- ④企画の実施
- ⑤実施した企画の結果から今後の改善策を探索



### ◆主な活動(授業や自主活動も含め、自由に記載してください。必要に応じてフォントサイズ等も調整してください。)

2021.5.8 ガイダンス、理論や博物館について学習	2021.10.23 現地での活動(主にカード配布)
2021.5.15 SNS調査結果の検討	2021.10.31 現地での活動(カード配布、SNS呼びかけ等)
2021.5.29 企画案の検討	2021.11.13 現地での活動(同上)
2021.6.12 企画案の検討	2021.11.27 成果発表会資料作成に向けた準備
2021.6.26 鉄道博物館様訪問、企画案プレゼン	2021.12.12 成果発表会
2021.7.24 活動計画案の策定	以下予定
2021.7.24～ 現地での活動の準備	2022.1.15-16 現地での活動(特別企画、展示等)
2021.8.末 各班個別に担当教員と打ち合わせ	2021.1.未定 最終報告の準備
2021.10.9 現地での活動中止に伴ううちあわせ	2021.2.未定 最終報告会

## 活動の成果

### リピーターカード

来館者にカードを配り、そのカードを持っていることで受けられる特典を示し、もう一度足を運んでもらうことを促そうとするものです。子供が来場する際はその家族も一緒にやってくる場合が多いため、子供に興味を持ってもらうことを目標としています。

リピーターカードを中学生以下の来館者に配布し、カードを持参した人は1月15日、16日に実施する車内公開企画に参加できる特典としています。

約1710枚を配布し、33件の投票がありました。

### アンケートカード

アンケートの目的は、来館者の興味などの実態の把握と分析を行うことです。

期待される効果としては、学生が考案した企画についての質問を入れ、その反応を把握することと、2. 実施する企画案を来館者の方に選んでもらい、再来館につなげることです。

1880枚のアンケートカードを配布して、54件の回答結果が得られています。今後その内容を分析していきます。

### SNS投稿促進

リピーターを増やすためにSNSを用いて鉄道博物館を発信してもらうために、博物館の写真を投稿してもらった来館者の方には記念品のポストカードを配付しています。

⇒来館者に宣伝してもらうことと、自ら投稿することで博物館の印象を強くできると考えています。

現在出口にて配布を行い11/7が8枚、11/13が16枚の合計で24枚配布済みで、結果的に当初の予定よりも少ない状況です。配布場所と配り方に問題があるのではないかと考えています。

### フォトスポット

「京都鉄道博物館」を印象付けるフォトスポットを定着化させることが目的です。以下のような流れを作り出すための取り組みを企画しています。

シンボル設定：京都鉄道博物館」の固有性（多施設との差別化）があるスポット

ブランド意識：来場者からの信頼感 「京都鉄博に来たんだな～」

第三者からのイメージ・期待感 「京都鉄博に行ったんだな～」

ロイヤリティ向上：顧客の中に「特別な存在」・「大切にしたい」というイメージをつくる

⇒ファン化

## 活動を振り返って

緊急事態宣言の影響で立ち上がりが遅くなったことなどから、現時点ではまだ活動は進行中です。これまでの活動では、京都鉄道博物館様のご理解も得て、大筋で学生の提案した企画を実施してきました（一部、新型コロナウイルスの感染防止のため見直した企画はあります）。

学生たちは、いろいろな困難をのりこえようとがんばっています。リピーターカードやアンケートカードのとりくみでは、配布枚数を増やそうとすると趣旨を十分に伝える時間がない、というジレンマにぶつかりました。SNS投稿促進の活動では、投稿したその場でお礼のカードを渡すことにする必要があると気が付きました。また、フォトスポットのチラシづくりや、学生の作った説明文を掲示する企画では、博物館で配布・掲示するものとしての正確さや、独りよがりではなく受けての視線でつくることの難しさにぶつかっています。

今後、アンケートの回答と併せて、特別企画参加者の人数や層などを観察し、それらもふまえて今後に向けた問題提起や提案を検討していきます。

## 担当教員からのコメント

学生たちは現在、当初の企画段階ではわかっていなかった困難に直面しています。「思ったようにならなかった」ことも一つの結果であり、それをふまえて今後の課題や方策を自分たちの力で考えていくことによって、より深く考える力や、自分たちの考えを状況に応じて柔軟に変化させていく力を身につけることができるでしょう。

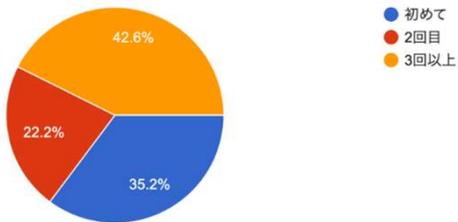
なお、京都鉄道博物館でご担当いただいている廣田様には、特段のお骨折りをいただいております、心から感謝申し上げます。

## 活動資料

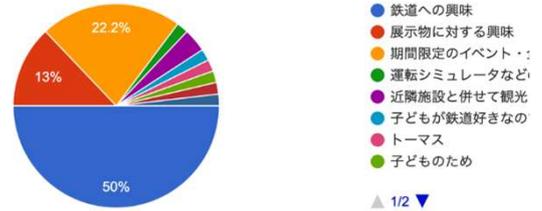


### アンケートカード

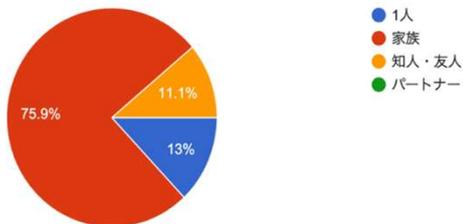
ご来館は何回目ですか  
54件の回答



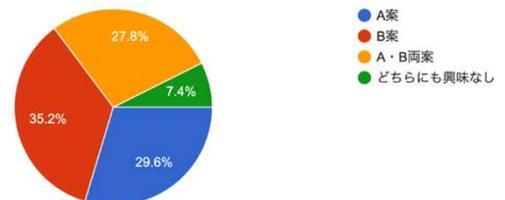
ご来館の動機を教えてください  
54件の回答



今回はどなたとご来館されましたか  
54件の回答



A案：青春18きっぷを使った旅行記の紹介 B案：展示車両に関する動画の展示  
54件の回答



### アンケート結果(抜粋)



### SNS企画用ポストカード

## 活動資料



2022年1月15,16日(11時～15時)にもう一度このカードを持って来てくれたみんなに、特別に展示車両の中を公開します！  
下にある二次元バーコードから公開車両の投票受付中！



『このプロジェクトは、京都鉄道博物館の協力を得て、大学コンソーシアム京都・京都ミュージアムPBL科目の受講学生が企画したものです』

### リピーターカード



すべてのフォトスポットを発見して、とびきりの写真を撮れたあなたは、京都鉄道博物館マスターかも！

今回撮影いただいたとおきの写真をSNSに掲載しませんか？ご協力いただける方は「#京都鉄道博物館#挑戦状」の2つのハッシュタグをつけて投稿してください！

このチラシは大学コンソーシアム京都のPBL科目で授業の一環として大学生が作成したものです。※景品等はありません。

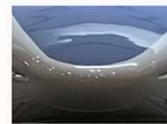
### ～挑戦状～

私たちがおすすめする3つのフォトスポットをあなたは見つけることができますでしょうか？  
ヒントは下の6つの写真です

この3つのスポットで、グループ皆さんの写真を撮ってください！

#### 初級編

まずは初級編です。ここでは、3つの列車が並んでいる場所です。屋内にあるので、いつでも安心して写真を撮ることができますね！  
まずはここで、グループみんなで笑顔の写真を撮ってみましょう



超特急の鼻先ですね。



このヒントは少し難しいでしょうか？

#### 中級編

続いて中級編です。ここでは2つの機関車の迫力ある写真を撮ることができますね。すぐそばに並んで、機関車と大きさを比べる写真を撮ってみてもいいかも！比較的混雑することは少ないので、ゆっくりと素敵な写真を撮ることができるスポットです。

この列車たちが休んでいる建物の前で写真を撮ってみましょう



向かって左側にある機関車で。



向かって右側にある列車の特徴的なマークです。

#### 上級編

最後に上級編です。ここでは京都鉄道博物館を代表する人気スポットです♪たくさんの蒸気機関車や、全国でもめずらしい現役の転車台をバックに、思い出に残る記念写真が撮れますね！

最後に車庫全景と皆さんの笑顔が入った写真を撮ってみましょう



特別なエンブレムですね。



こういうワンポイントを撮るのもおもしろかも♪。

### フォトスポットパンフレット(未定稿)

※カード等に掲載の写真はすべて、学生自身が撮影したものか、または友人から提供してもらったものです。