

プロジェクトリーダー：南山大学 総合政策学部 石川良文教授

事業実績調書

(1) プロジェクト名	ジブリパーク開園を契機とした瀬戸市の魅力発信
(2) プロジェクトの成果（※そのような成果が得られたかについて具体的に記載）	<p>瀬戸市の魅力発信事業の結果として、以下の成果が得られた。</p> <p>1)瀬戸市の魅力を伝えるためにあいち市町村フェアに出展し、イベントに訪れた人たちに瀬戸市の魅力を発信した。イベントでは招き猫の絵付け体験を実施し、用意した100個分（100人以上）の方に体験して頂いた。絵付け体験を通じて瀬戸市の陶器の街としてのPRができた。ブースには東京や海外などの遠方の方々や、小さい子供からご年配の方まで幅広い年代・地域の方に来店していただき、瀬戸市をPRすることができた。またパネル展示のコーナーでは、瀬戸市の来る福招き猫祭まつりin瀬戸に関する紹介や、日本最大の招き猫専門博物館である招き猫ミュージアムに関する情報も掲載することで、多くの方に魅力の一つである瀬戸と招き猫の関わりを発信できた。</p> <p>2)SNSによる情報発信による魅力発信では、①瀬戸市のジブリっぽい写真&エピソードコンテスト、②Instagramを使用したジブリと関連付けた瀬戸市の魅力発信を行った。①の瀬戸市のジブリっぽい写真&エピソードコンテストでは、インスタグラムアカウントghiblina_setomachi（ジブリなせとまち）とメールにて募集を行い、合計91作品が集まった。またその活動の中で、新聞掲載、ラジオ出演、自主制作チラシ約500部配布を行うことで、多くの人に瀬戸市の魅力を伝えることができた。②のInstagramを使用したジブリと関連付けた瀬戸市の魅力発信では、商店街の26店舗、マルセタクシー従業員24名のアンケートを回収することができた。投稿数35投稿、フォロワー数313人、閲覧数の月平均2,700人と、瀬戸市民の方を中心に、市外を含めたくさんの方に魅力を発信することができた。</p> <p>3)観光モデルコースでの魅力発信では、①観光モデルコース作成による観光の需要促進・魅力発信に努め、②瀬戸市の観光についての調査・分析を行った。①の観光モデルコース作成においては、瀬戸市で有名なやきものと、自然・神秘・体験・おしゃれの4つの観点をそれぞれ掛け合わせ、全4種類から魅力発信を行った。そしてモデルコース体験後にアンケートに答えて頂いた方に、抽選でせとものマグカップをプレゼントした。観光モデルコースの宣伝内容としては、広報せとへの掲載をはじめ、市町村フェアでのチラシの配布・地下鉄などの駅へのチラシ設置を行った。②では総合的に見て、結果としての母数があまり多くなかったものの、瀬戸市の観光における課題や分析点はいくつか見つかった。</p> <p>4)Web調査により、東京在住者にとっての瀬戸市内の人気ある観光スポットの抽出ができた。観光スポットとしては「昭和レトロな商店街」が最も人気があり、続いて「道の駅瀬戸しなの」「招き猫ミュージアム」の順に人気があることが分かった。特に20代の来訪意向が高く、26%の人が「非常に行きたい」と回答した。また、ジブリパーク来訪時に宿泊先として瀬戸市内を希望する人が全体の2割を占め栄地区に匹敵する割合であった。これらより、東京など遠方在住者にジブリパーク来訪時の瀬戸市の宿泊施設や中心市街地の商店街のPRが有効であることが判明した。ジブリパーク来訪者の瀬戸市までの交通手段の意向は、鉄道と路線バスが約4割ずつであり公共交通機関の利用意向が高いことが分かった。</p>

(3) プロジェクト実施内容 (※事業の実施方法、時期、場所、回数、市民への周知方法、参加人員等を含め、その内容を具体的に記載)

1) 「あいち市町村フェア出展」による瀬戸市の魅力地域資源の情報発信

愛知県が愛・地球博記念公園で開催した「あいち市町村フェア (2022年の11月25日～11月27日)」にブース出展し、以下により瀬戸市の魅力を発信した。

①ワークショップ「招き猫の絵付け体験」

瀬戸市の魅力発信事業として、招き猫の絵付け体験を実施した。幅広い年代の方々に楽しんで頂き、3日間で体験者は計100人であった。

②観光PR「パネル展示：猫スポット・招き猫知識」

瀬戸市に関連する招き猫の情報や、豆知識を掲載した計3点のパネルを展示した。

③絵付け体験に役立つように、あげている手の意味や色について紹介した。

④観光PR「パネル展示②『なんだかジブリなせとまち』」

⑤観光PR「パネル展示③『ジブリっぽいフォトコンテスト』参加写真」

⑥観光PR「チラシ設置①『モデルコース4種類』」

⑦観光PR「チラシ設置②『フォトコンテストのPR』」

⑧観光PR「瀬戸市内のお店のパンフレット」

2) SNSによる瀬戸市魅力発信事業

①瀬戸市のジブリっぽい写真&エピソードコンテスト

瀬戸市内でジブリっぽいと感じた写真を、エピソードを付けて10月1日から11月30日までの2か月間にInstagramとメールで募集した。その結果、91作品集まり、最優秀賞1つ、優秀賞2の賞を授与した。コンテストの募集は、Instagram、チラシ、ラジオ、新聞などを通してPRを行った。

②Instagramを使用した、ジブリと関連付けた瀬戸市の魅力発信

魅力スポットの選出のため、瀬戸市の店舗及びマルセタクシーに瀬戸市のおすすめ店舗やジブリっぽいところを伺うアンケートを実施した。掲載許可を頂いた店舗については、週2回のペースでInstagram (ジブリなせとまち) でお店の紹介やアンケート回答内容を投稿し、マルセタクシーさんのアンケートはおすすめのドライブコースについてなど、タクシー会社さんならではの情報発信の内容にした。投稿数は35投稿、フォロワー数は313人、閲覧数は月平均2,700件となった。

3) 観光モデルコースによる魅力発信事業

モデルコースを設定し、観光の需要促進、魅力発信を行うと共に人気のスポットを調査した。

設定したモデルコースは全4種類で、やきものを軸に、自然・神秘・体験・おしゃれの4つの観点を掛け合わせた。モデルコースを体験した方に事後アンケートを回答していただき、せとものマグカップを抽選でプレゼントした。期間は11月1日～1月10日。

<観光モデルコース全4種類 (それぞれ実際に訪れた後に決定) >

A : やきもの×自然

定光寺・上川養鱒場・銀座通り商店街・末広町商店街・瀬戸蔵ミュージアム

B : やきもの×神秘

岩谷堂公園・雲興寺・凧山椿の森・窯垣の小径・末広町商店街・銀座通り商店街・瀬戸蔵ミュージアム

C : やきもの×体験

銀座通り商店街・瀬戸蔵ミュージアム・末商店街・窯垣の小径・喜多窯広町霞仙

D : やきもの×おしゃれ

銀座通り商店街・深川神社・瀬戸蔵ミュージアム・おしゃれなカフェ・末広町商店街・窯垣の小径

○アンケート詳細と景品について

- ・モデルコースを体験した人の中から抽選でせとものマグカップをプレゼントした。

○参加方法の手順

- ①モデルコースを体験：特にオススメする1カ所を含めた計3カ所へ行き、そのスポットを撮影
- ②アンケートへの回答：モデルコースを体験した感想等の記入
- ③後日、当然した方へ景品を配送

○魅力・情報発信方法

- ①インスタグラム AT.SETO（あつと瀬戸）、ジブリなせとまち

ストーリー投稿数 [13]、投稿数 [5]、延べリーチ数 [5405]、延べインプレッション数 [6547]

- ②チラシ配布、設置

配布：11月25日～27日 市町村フェア 12月11日 道の駅瀬戸しなの

- ・内訳：自然60枚・神秘50枚・体験50枚・おしゃれ70枚

- ・居住地：東京、栃木、静岡、豊田、刈谷、豊橋、小牧、瀬戸、熱田区など

設置：愛・地球博記念公園駅・藤が丘駅・名鉄大曾根駅・名古屋大学駅・瀬戸蔵ミュージアム

- ・配布数 約30枚 内訳：自然20枚・神秘10枚

- ③石川ゼミナールHP 「知ってせと、住んで瀬戸。」（市町村フェア時の閲覧割合が高かった）

- ・閲覧（11月1日～1月10日）訪問者数 [1771] ページビュー [3647] うちモバイル [77%]

- ④広報せと11月号（全戸配布）

○瀬戸市の観光についての調査・分析結果

モデルコース体験者のアンケート回答結果（n=12）

- ・性別：女性約90%、年齢：20代50%、10代25%、居住地：名古屋市約40%、岐阜県約33%
- ・体験したモデルコース：自然1人、神秘2人、体験2人、おしゃれ7人
- ・満足度の高いスポット：瀬戸蔵ミュージアム
- ・交通手段：自家用車

<考察>

- ・体験者数こそ少ないが瀬戸市の観光について県内外問わずアピールできた
- ・女性の若者の瀬戸の観光に対する関心が高く、特におしゃれスポットが人気
→やきものの町である特長を活かした、若い世代による個人店が多いことが一因だが、
営業時間などわかりづらい点がいくつかあったとの意見もあった。

<提案>

- ・関心が強かった層（若者）は、Google mapやインスタグラムなどでお店の営業時間などを調べるため、きめ細やかな情報発信が必要である。一方で高齢者やその他世代にもわかりやすいように、紙媒体などでの情報発信も必要である。
- ・せとものを使ったおしゃれなカフェが数多くあるため、名古屋方面の若者女性やカップルにアプローチをする必要性がある

4) Web調査による魅力スポットと瀬戸市来訪の可能性調査

東京在住者（回答者数523人）に対して以下の設問の調査を行った。

- ・ジブリパークの来訪、宿泊地、交通手段に対する意向
- ・瀬戸市内観光スポットの来訪意向、ジブリパークから瀬戸市内までの交通手段意向

(4) プロジェクトの今後の課題と展望

○調査・試行事業により、ジブリパーク来訪者を瀬戸市に呼び込むためには様々な課題があること発見したため、来年度の石川ゼミ生に引き継ぎ、新たな施策を検討・実行する。

○長期的な効果を期待し、試行事業の一部を来年度も継続する。

<参考>

1) 「あいち市町村フェア出展」による瀬戸市の魅力地域資源の情報発信

① ワークショップ「招き猫の絵付け体験」



② 観光PR「パネル展示①『猫スポット・招き猫知識』」



2) SNSによる瀬戸市魅力発信事業

① 瀬戸市のジブリっぽい写真&エピソード
コンテストチラシ

ジブリパーク開園 応援企画!

瀬戸市のジブリっぽい写真&エピソード 募集中心!

みんながジブリなせとまらコンテスト

主催 南山大学総合政策学部石川ゼミナール-Standせとまら Up
【お問い合わせ】 ichisawa2022@gmail.com
Instagram: 南山大学石川ゼミナール有志団体
ジブリなせとまら @shibuna_setomachi

テーマ
愛知県瀬戸市にはジブリっぽいレトロさや自然、人の優しさがたくさんあります。皆さんが「ジブリっぽい!」と感じた瀬戸市内の風景やスポットなどを自由に撮影して、エピソードをつけて応募してください! 詳細は裏面及びこちらをご覧ください。

募集期間
2022年10月1日(土)~11月30日(水)

賞品
<最優秀賞>1名 10,000円分の商品券 <優秀賞>2名 5,000円分の商品券
受賞結果はInstagramとホームページ「知ってせと、住んで瀬戸。」でお知らせします。

ホームページ「知ってせと、住んで瀬戸。」

最優秀賞



優秀賞



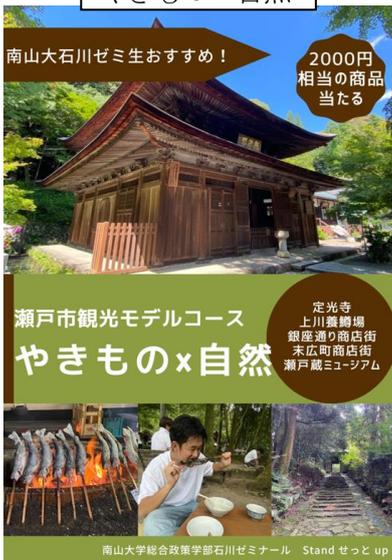
② Instagram を使用した、ジブリと関連付けた瀬戸市の魅力発信



3) 観光モデルコースによる魅力発信事業

①観光モデルコース 4種

やきもの×自然



やきもの×神秘



やきもの×体験



やきもの×おしゃれ



③観光モデルコース魅力・情報発信

投稿内容例 (Instagram)



HP 閲覧数詳細



4) Web 調査による魅力スポットと瀬戸市来訪の可能性調査

- 東京からジブリパーク来訪者のうち約 2 割が瀬戸での宿泊を希望している。(60代は 3 割)
- 瀬戸市内の行きたいランキングでは、①昭和レトロな商店街、②道の駅瀬戸しなの、③招き猫ミュージアムの順
- 「昭和レトロな商店街 (銀座通り・末広町商店街)」は特に20代で人気 (非常に行きたい・行きたい 6 割)

年代別宿泊したい地域の割合



観光スポット別来訪意向割合 (n=521)



年代別「中心市街地の商店街」の来訪意向割合

