



J. F. Oberlin

桜美林大学

地域デザイン研究室
(谷ゼミ活動内容紹介)

ビジネスマネジメント学群
@新宿キャンパス

地域デザイン研究室についてー1

観光関連産業の実際の企業や団体との連携を通じて、社会課題や地域貢献に役立つ研究を進めています。

- ・ 観光関連産業の基本的な知識の習得
- ・ 観光関連産業のトレンドの情報収集
- ・ 国内外の観光コンテンツの情報収集
- ・ 観光マーケティング基礎知識の習得
- ・ 観光プロモーション基礎知識の習得
- ・ 地域ネットワーク化に向けた計画策定



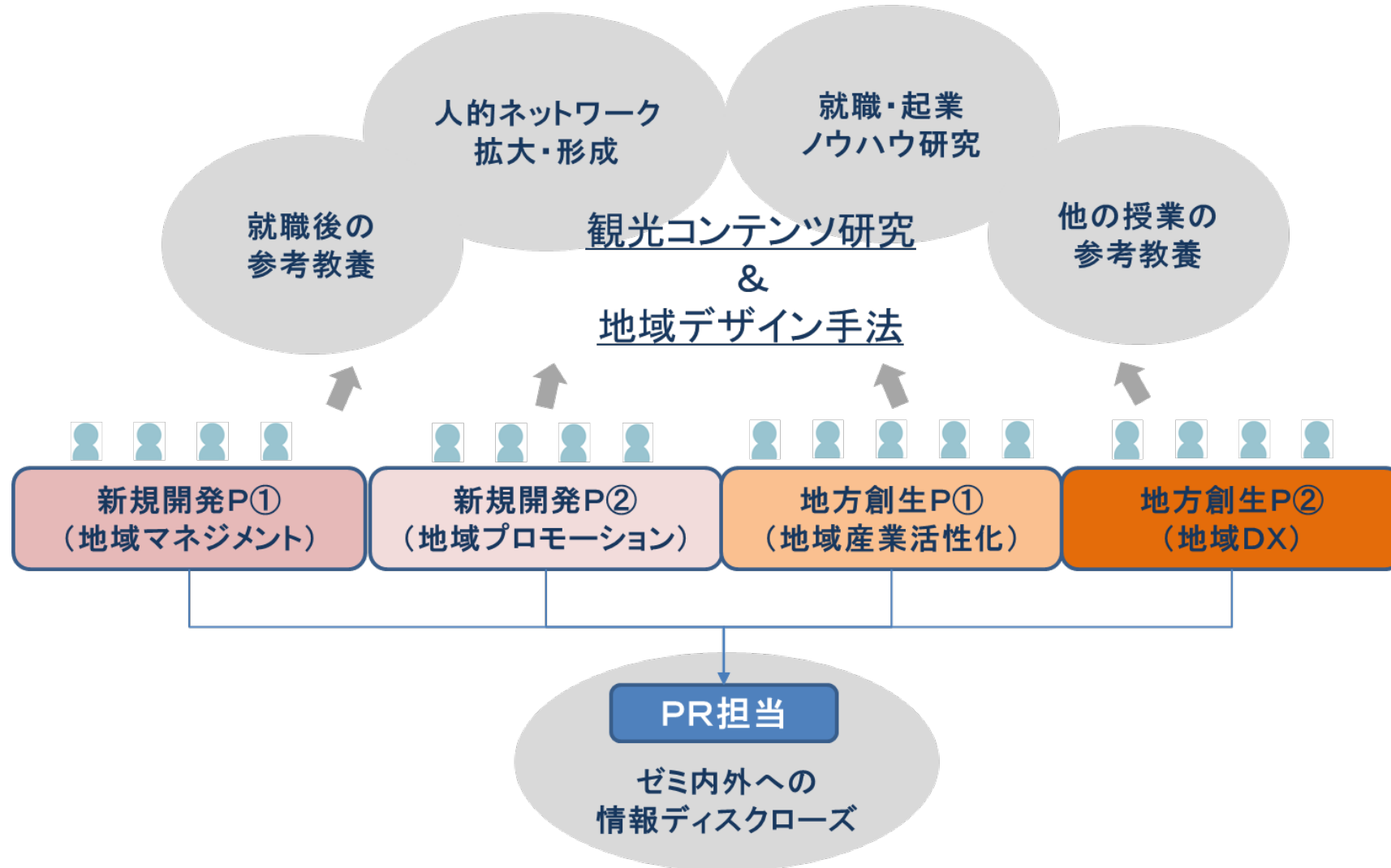
1 期生 (21名)



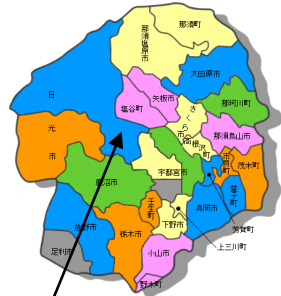
2 期生 (18名)

演習を通じ自身の行動に関するPDCA (Plan-Do-Check-Action) サイクルを体得し、グループ・組織の中での役割を果たすための基礎的・根本的なKnow-Howを身につけることを目指しています。

専攻演習 学修・研究の方向性



「栃木県塩谷町の活性化」



栃木県 塩谷町

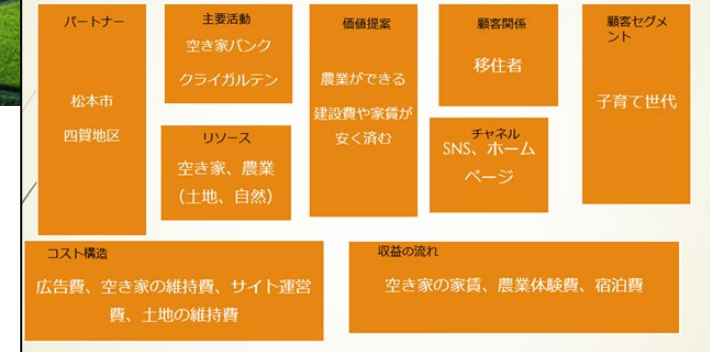


- ターゲット→子供連れ、ペット連れなど
- モバイルスタンプラリー
- 観光スポットに設置（星ふる学校くまの木、尚仁沢名水パーク、オーキャン宝島、尚仁沢はーとランド）
- 電子スタンプ方式（RALLYを使用）
- 景品→お菓子、オリジナルエコバック→スタンプ集めるごとに顔のパーツ集まる

「長野県松本市四賀地区の活性化」



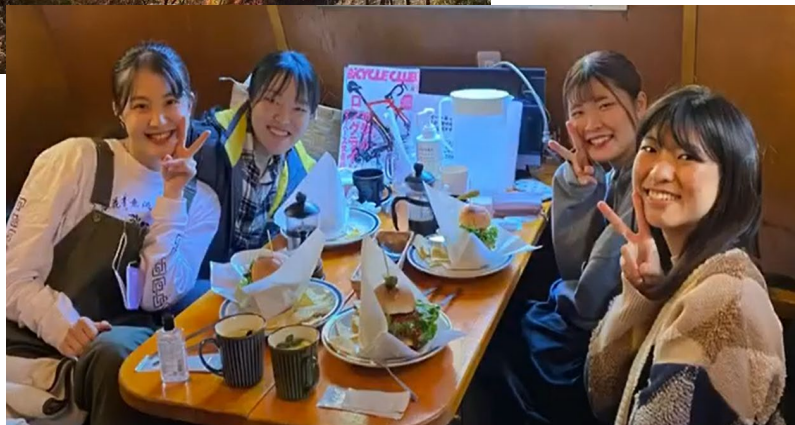
ビジネスモデルキャンバス：移住



- ターゲット→20～40代の子育て世代
- 子育てしやすい、自然あふれた暮らしやすい街
- 空き家を活用した農業
- 移住者と地域住民の交流が生まれる
- コミュニティの活性化に繋がる

「東京都檜原村のPR動画作成」

- 現地調査
- Instagram, TikTokへの投稿

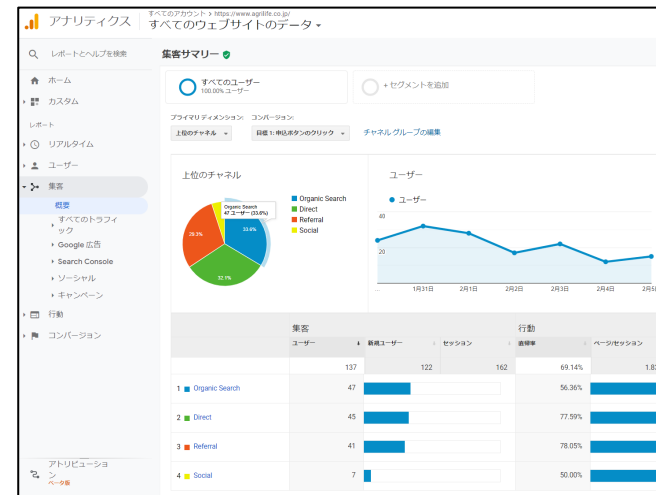


「羽田空港周辺活性化」

- 集客率を上げるには何をすべきか
- 課題発見 (充実度や満足度の調査)



- **ウェブサイト制作**
Wordpressの学習・使用
<https://obirin-bm.com/>
- **グーグルアナリティクス**の活用
UA・Search Consoleへの応用
- **Instagramアカウントの開設・制作**
活動内容の投稿・訪問者分析など
- **YouTubeアカウントの開設**
動画のアップロード



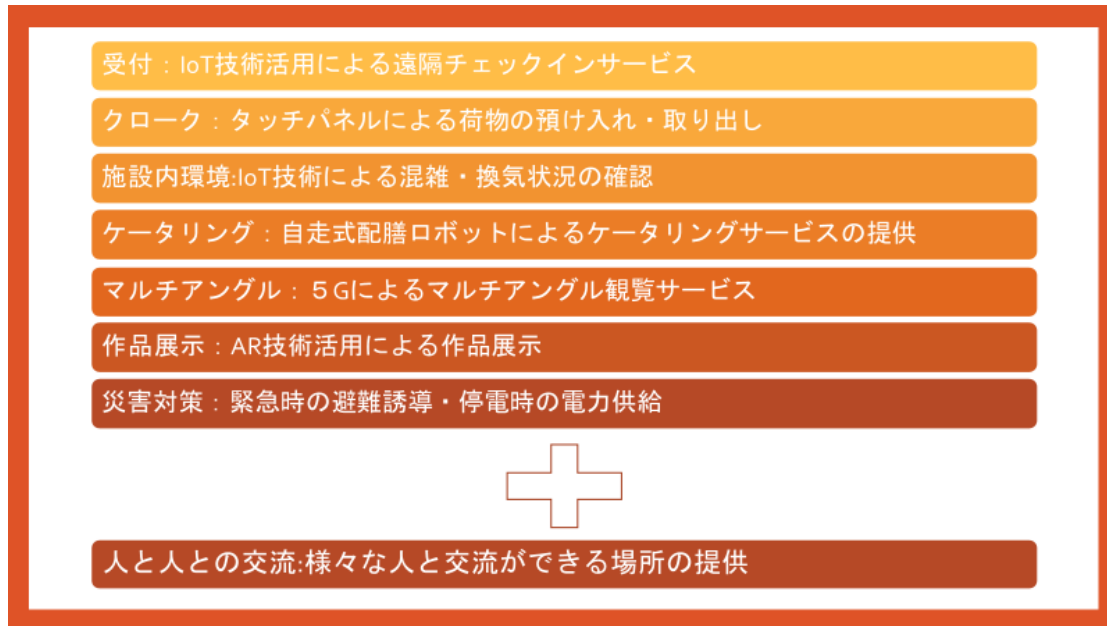
テーマⅣ「MICE（大規模イベント）研究」（1期生）

「地域活性化イベント運営know-how研究」 & 「テーマパーク運営know-how習得」

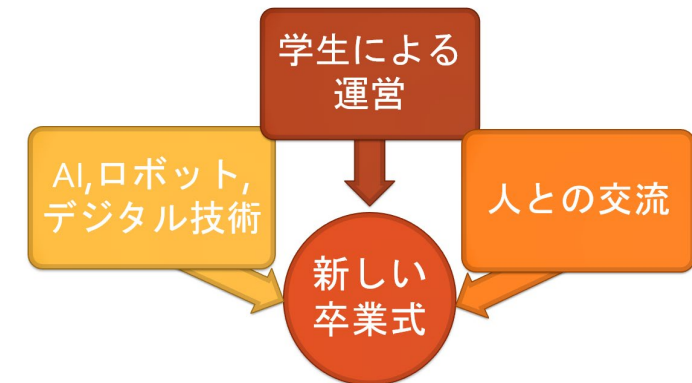
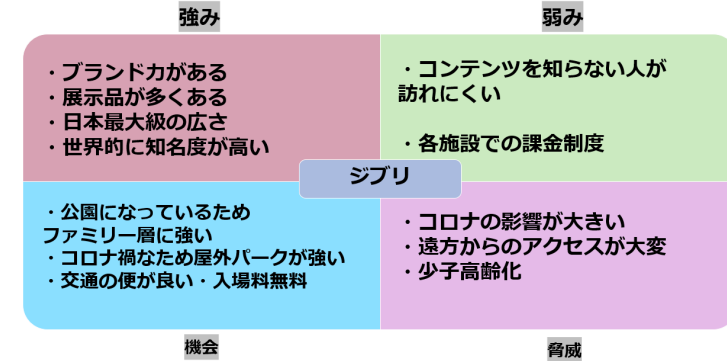


事例研究：ジブリパーク、ムーミンバレーパーク、
ウーブンシティ、柏の葉スマートシティ

研究成果：桜美林大学の新しい卒業の形の提案



SWOT分析



テーマⅤ 「農水事業活性化（アグリライフ倶楽部・愛菜畑）」（1期生）

サポート事業：リゾート型貸し農園（カズサ愛菜ガーデンファーム）を管理・運営する（株）アグリライフ倶楽部のプランニングアドバイザー業務。

2020年から農水省の農山漁業振興交付金事業農泊体験プログラムの開発や、アグリライフ倶楽部やカズサの郷愛菜畑を含むアグリアドバンスグループのエリア活性化プランのサポートを実施。



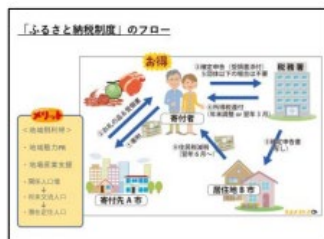
< 千葉県君津市 久留里地区 >

直売所(マルシェゾーン)	カフェ(飲食ゾーン)	隣接農園(体験ゾーン)
<p>新鮮野菜の直売所 近隣住民も日常的に利用できるよう、年間を通じた品ぞろえで、旬で新鮮な野菜を提供します</p> <p>野菜の良さを活かしたお土産品 隣接している加工場で作ったドレッシングやジャム、野菜カレーなどのオリジナル商品と、地域のお土産等の仕入れで、品ぞろえを充実させます</p>	<p>サラダバイキング 朝獲れサラダのバイキングとパンで、野菜の美味しさを提供します</p> <p>都内有名店のピZZAを提供 敷地内で獲れるトマトやパルメザンを使い、都内の有名店プロデュースの窯焼きピZZAをご提供します</p> <p>君津の食材を活かしたフードコート 卵や野菜を活かした究極のたまごサンドやラーメン、スイーツをご用意します</p>	<p>体験型リゾート農園 集客の核となるリアルな農業体験エリアで、日帰り収穫体験での利用や、年間会員でファームオーナーとなる事もできます</p> <p>イチゴ園 1月～5月までの期間限定で、イチゴ狩りが体験できます</p> <p>カズサとまとガーデン 日本デルモンテが永年かけて開発したこだわりの様々なとまとを、年間を通じて楽しめるとまと摘み取り園です</p>
<p>周辺施設</p> <p>周辺施設との連携 近隣のキャンプ場や、ホテルや観光施設と連携し、日帰り需要だけでなく、君津エリア全体で楽しむ方法を提案します</p> <p>ワークショップスペース(イベントゾーン)</p> <p>ワークショップやイベントの開催 通常はカフェ利用の2Fで、定期的にイベントを開催します。究極のたまごサンドを作る料理教室や、食育ワークショップ、季節ごとのイベントを実施し、食に関する学びを提供します</p> <p>貸しスペースとしての利用 市民や団体利用者向けに、貸し切り利用として使用する事も可能です</p>		

全体平面計画

「ふるさと納税返礼品登録相談会」運営補助業務

- ・ふるさと納税制度の事前学修
- ・相談会参加企業対応業務
- ・相談会の内容把握、議事録作成



店舗内1Fでのご案内



店舗2F受付



「ふるさと納税制度」の地方自治体へのメリット

メリット① 地域の魅力・地場産品の魅力を知ってもらうことができる

1つ目のメリットは、地域の魅力に対する認知拡大です。納税者は納税先の地域を決めるにあたり、その地域のことを知ろうとします。特典にあたる返礼品以外にも、その地域の特産物や独自の魅力など、多面的にリサーチを行う方が少なくありません。人があがる善意で積極的に「地方の情報を集める機会」からこそ、地方自治体側は「いかに地域の魅力や地場産品をアピールするか」の勝負どころといえるでしょう。

メリット② 地域との関わりを増やしてもらうことができる

2つ目のメリットは、観光などの形で人々との関わりを拡大できることです。納税者の中には、その地域の魅力を知ること「実際に足を運びたい」と考え、具体的なアクションを起こす方も珍しくありません。これまでに知ることのなかったふるさととの魅力に魅れ、次の旅行の候補地になったり、カタログやネット経由で地場産品を購入したりするケースも出てきています。まずは多くの人に地域の魅力を知ってもらい、より深く関わりをもらうための行動を起こしてもらい、この一連の流れを積み出し、一人でも多くのファンを創出することが、地方自治体のふるさと納税への取り組みとして求められています。

メリット③ 定住人口の増加につなげることができる

3つ目のメリットは、定住人口の創出、ゆくゆくは定住人口の創出にもつなげられる点です。ふるさとと納税者との最も理想的な関係は、向かいの形で関与が継続できる形です。そこで、2018年4月からは国が地方自治体を支援する新たな取り組み、移住交流の推進を回る「ふるさと移住交流推進プロジェクト」が開始しています。「クラウドファンディング型ふるさと納税」とも呼ばれるこの取り組みは、事業に共感して寄付を行った方を「ふるさと未来投資家」と位置づけ、継続的なコミュニケーションを図るものです。

株式会社ディリー・インフォメーション PRADIMEから引用



2F会議室での相談会

テーマVI 「イベント運営サポート②」 (1期生+2期生)

■名称：「信金じもと飯」

城南信用金庫がコロナ禍の影響を受けている飲食店のサポートを目指し東京都内や神奈川県内の各地域で、テイクアウトサービスやメニューのPR等を通じ事業者の売上向上支援を目指すイベント

■日時：2021年10月16日(土)

■場所：ぽっぽ町田

■主催：城南信用金庫 原町田支店・すずかけ台支店・小山田支店 ・玉川学園支店・本町田支店

■協力：町田市

町田市観光コンベンション協会 (MTCB)

■出展：町田市内飲食事業者 全10社 出店



テーマVI 「イベント運営サポート③」 (1期生+2期生)

- 名称：羽田スマートシティEXPO 2021
- 目的：イベント運営計画・手法の研究
- 主催：羽田みらい開発株式会社
- 業務：「羽田日本一周マルシェ」運営サポート
- 出展：福島県・千葉県・静岡県・和歌山県・
熊本県等 10自治体



Season 2 新規研究テーマ① (2期生)

各チームのテーマ設定・チーム名決定

スタートアッププロジェクト

キッチンカー
プロジェクト

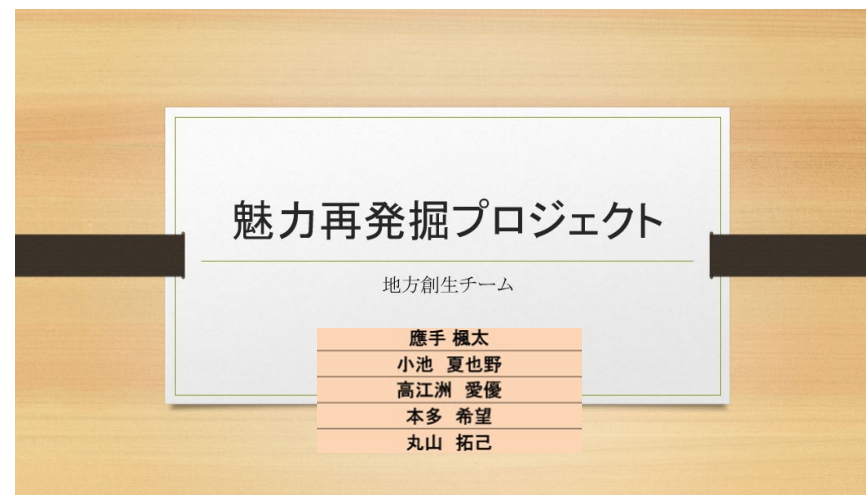
★220c0023 安藤美風
220c0404 松野千笑
221c6001 金春花歩
220c0058 井上美佑



魅力再発掘プロジェクト

地方創生チーム

應手 楓太
小池 夏也野
高江洲 愛優
本多 希望
丸山 拓己



Public relations team

メンバー
阿久刀川・荒井・貫井・由島



SNS観光班

・岡 航大 220C0097 ・金子 はおり 220C0130
・高橋 南津花 220C0548 ・山内 花音 220C0433



Season 2 新規研究テーマ② (2期生)

各チームの具体的な研究・活動内容



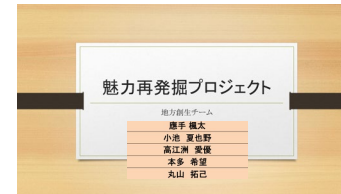
「キッチンカーのスタートアップ」

- ①キッチンカーの新規事業計画作成
- ②計画シミュレーションの調査・教科書の学修
- ③キッチンカー見学フィールドワーク (中野)
- ④車の購入・メニュー・営業・資金計画案作成
- ⑤新規事業計画の発表



「ゼミ公式インスタの活用ノウハウ研究」

- ①ゼミⅡ期生のインスタグラム立ち上げ
- ②インスタグラムの基本機能研究
- ③フィールドワーク (明治神宮)
- ④動画作成×2 フィード投稿反応の比較チェック
- ⑤インサイトの分析と有効コンテンツ化発表



「埼玉県越生町への移住促進計画」

- ①メンバー各人の出身地域の情報交換
- ②対象地域の決定と地域課題の抽出
- ③埼玉県越生町の地域活性化案作成
- ④現地フィールドワーク (不動産・家具屋ヒアリング)
- ⑤首都圏からの移住促進案の発表



「SNSによる観光活性化コンテンツ研究」

- ①観光値のSNSによる活性化調査
- ②対象地域の設定 (静岡→都内へ変更)
- ③フィールドワーク (早稲田・新大久保)
- ④インスタ・インサイト反応分析
- ⑤観光コンテンツへの有効性研究の発表

Season 2 テーマ I 「WEB+MICE集客①」 (1期生+2期生)

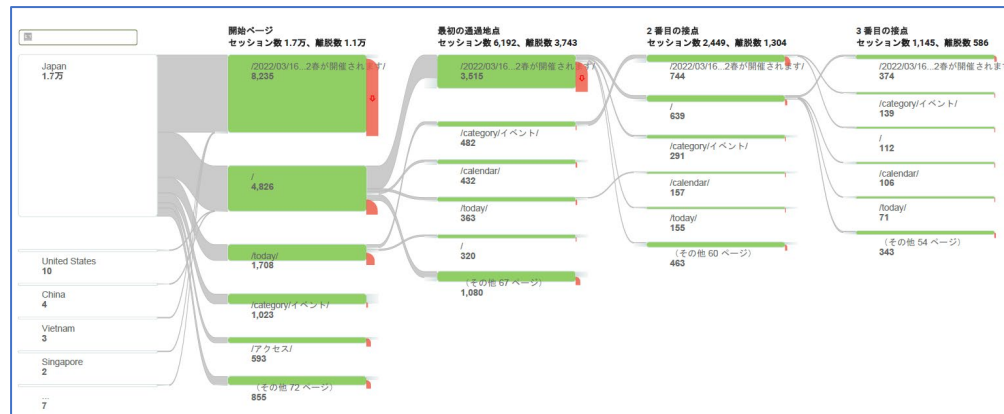
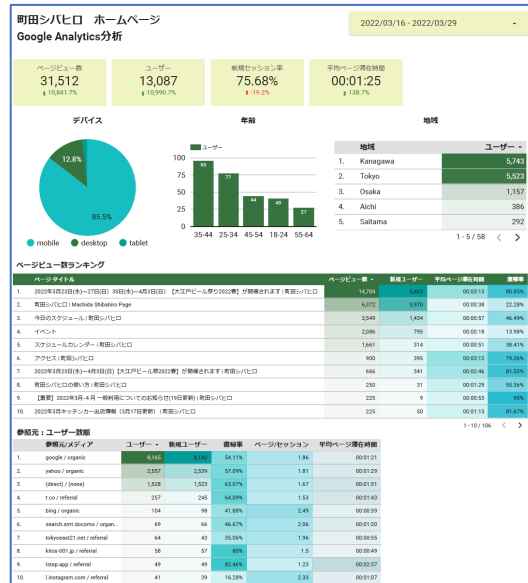
・WEBサイト分析ツール設置

Google Analyticsの運用 (受託研究)

<https://machida-shibahiro.jp/>

・トラッキングデータの分析

- ・ユーザーの分析
- ・各ページ機能の分析

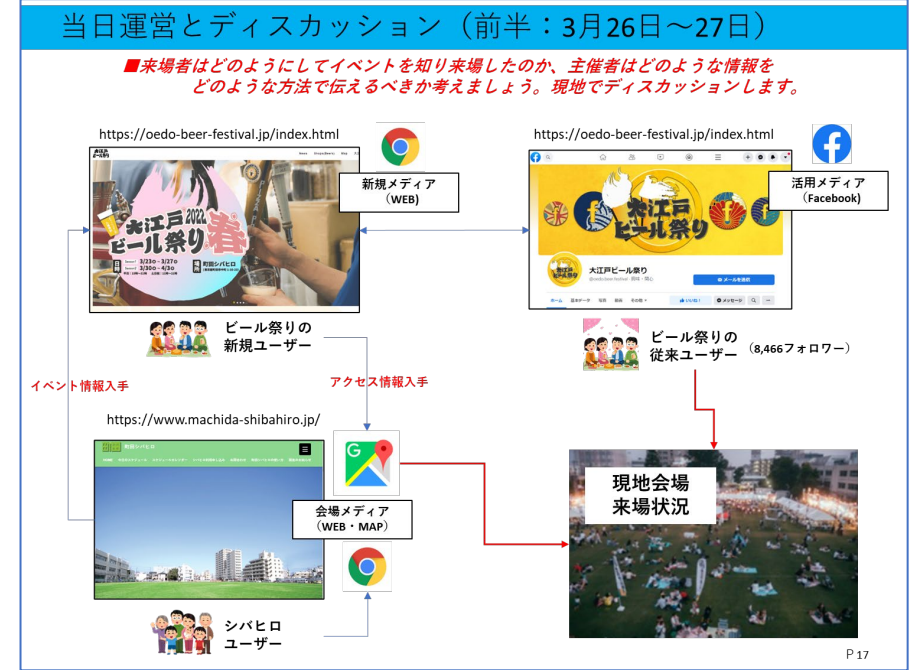


・ イベント集客・WEBサイト連携

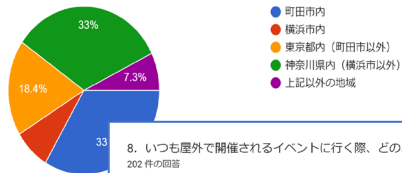
<https://machida-shibahiro.jp/>
<https://oedo-beer-festival.jp/>
 両WEBサイトの連動・連携分析

・ 会場運営／アンケート分析

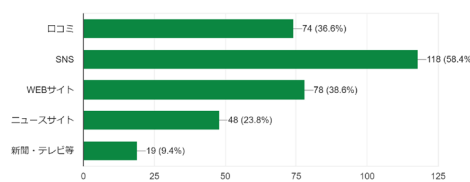
来場者への来場動機・満足度分析



2. あなたのお住まいを教えてください。
 206 件の回答

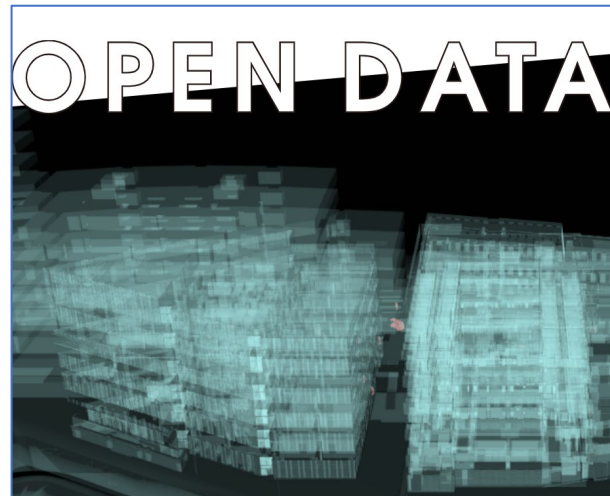


8. いつも屋外で開催されるイベントに行く際、どのように情報を入しますか? (複数回答OK)
 202 件の回答



 HANEDA INNOVATION CITY

- ・ HICity見学II / 観光DXの可能性
 - ・ 羽田出島 Ennichi by 1→10
 - ・ ロボティクス実証実験
 - ・ イノベーション会議スペース
 - ・ ビーコンアクセスデータ分析



◎共同研究のご提案

1. 共同ワークショップ

地域活性化、集客プロモーション、新規事業アイデアのプランニング

2. イベント運営サポート

イベント運営のお手伝い・運営マニュアル作成

3. オウンドメディアのプロモーション

保有メディア（WEB/各種SNS）の学生×企業プロモーション活動

< 私たちの強み >

- Z世代の学生、留学生の研究&ビジネスアイデア視点でご提案
- 観光・エンタテインメントの流行、トレンドに敏感
- SNS（Instagram = Z世代女子・F-1層）マーケティングに強い