

地域文化を活かしたウォーカブル（居心地が良く歩きたくなる）なまちづくりや観光DXに関する研究
（藤枝市スポットランキングとコンテンツ配信による観光DXを活用したプロモーション普及）

静岡産業大学 経営学部 万浪研究室

教 員：准教授 万浪靖司

参加学生：伊藤勇輝、武田明莉、武内亜柳華、梶 帆波、松本一花
岩本華怜、福田幸大、新聞美月、今藤椋右、古林和花

1 要約

藤枝市の歴史・文化のスポットを中心とした観光資源を訪問し、Z世代視点からの静岡産業大学内学生ランキングを実施し、上位3スポットのプロモーションコンテンツ（動画を含む）を作成することにより、藤枝市の観光資源の新たなコンテンツ化と新たな発見につなげる研究とする。

2 研究の目的

Z世代視点から藤枝市の歴史・文化のスポットを対象とした藤枝市の観光資源の新たなコンテンツ化と新たな発見

3 研究の内容

本研究は、藤枝市の観光スポットを学生により選定してプロモーションコンテンツを作成し、上位3スポットを選出する。そのコンテンツについて学生向けアンケート調査よりランキングを作成し、Z世代（学生）の視点でコンテンツ化と観光スポットの魅力度ランキングを作成する。

- ・藤枝市の観光資源の現状分析&現地視察
- ・藤枝市の観光資源の紹介コンテンツの作成
- ・藤枝市の観光資源のランキングアンケートの実施
- ・アンケート結果に沿ったランキングの作成

4 研究の成果

(1) 当初の計画

① ランキング作成Phase（推進時期：2024年6月～10月）

- A) 藤枝市の観光資源の現状分析&現地視察
- B) 藤枝市の観光資源の紹介コンテンツの作成
- C) 藤枝市の観光資源のランキングアンケートの実施
- D) アンケート結果に沿ったランキングの作成

② プロモーションコンテンツ作成Phase（推進時期：2024年11月～2024年12月）

- A) ランキングTOP3の各スポットの現地訪問によるコンテンツ収集
- B) ランキングTOP3の各スポット紹介コンテンツの作成

(2) 実際の内容（Aは予定どおり、Bは一部修正、Cは中止など）とその理由

① ランキング作成・プロモーションコンテンツ作成Phase（推進時期：2024年6月～12月）

- A) 藤枝市の観光資源の現状分析 ⇒ 「A」 予定通り
- 藤枝市の観光資源の現地視察 ⇒ 「B」 一部修正
- B) 藤枝市の観光資源の紹介コンテンツの作成 ⇒ 「B」 一部修正

C) 藤枝市の観光資源のランキングアンケートの実施 ⇒「B」一部修正

D) アンケート結果に沿ったランキングの作成 ⇒「B」一部修正

②プロモーションコンテンツ作成Phase

A) ランキングTOP3の各スポットの現地訪問によるコンテンツ収集 ⇒「B」一部修正

B) ランキングTOP3の各スポット紹介コンテンツの作成 ⇒「B」一部修正

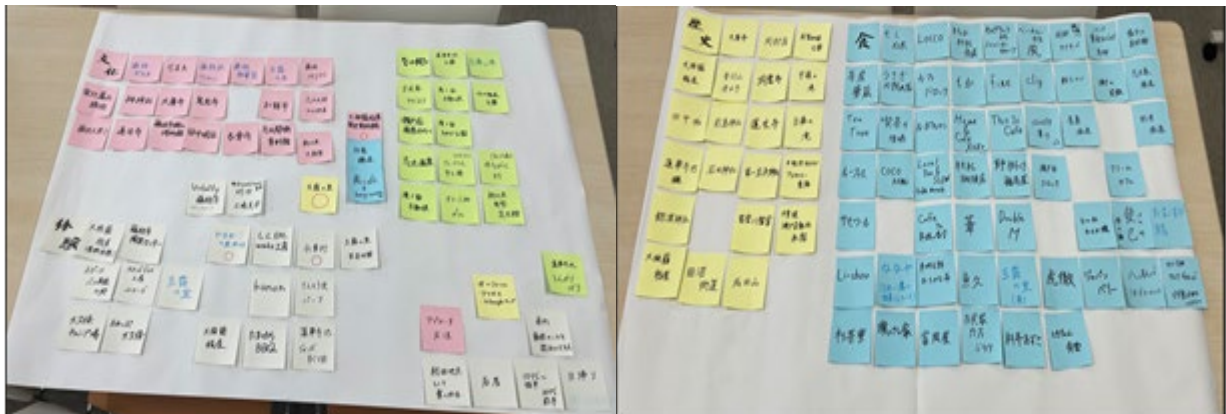
上記②-A)と上記②-B)については、上記①-A)のうち現地視察と①-B)紹介コンテンツ制作に統合して①-A)、①-B)として実施する方針に変更した。

上記①-C)については、TOP3の各スポットの現地訪問によるコンテンツを対象としてアンケートを実施し、上記①-D)を最終ランキングとして整理した。

(3)実績・成果と課題

①-A) 藤枝市の観光資源の現状分析

藤枝市内の観光スポットの整理を行い、学生としての観光客視点より、分析を実施した。



①-A) & B) 藤枝市の観光資源の現地視察&紹介コンテンツの作成

分析結果より、体験コンテンツを中心に9つのコース選定を実施した。

コース1 やまめの里みつの

コース2 玉露の里→ウサギの隠れ家(カフェ)

コース3 大久保キャンプ・大久保グラススキー

コース4 ティーテラス市ノ瀬

コース5 陶芸センター

コース6 むかし田舎体験 水車村

コース7 つたの細道公園→岡部宿大旅籠柏屋

コース8 蓮華寺池周辺

コース9 藤枝駅周辺

	9 月								
	10	12	13	16	17	19	24	29	30
	火	木	金	月	火	木	火	日	月
伊藤勇輝				○	○		○	○	○
武田明莉		○	○	○				○	
武内亜椰華								○	
梶 帆波					○	○	○		
松本一花				○			○		
岩本華怜						○	○		
福田幸大	○	○	○	○	○				
新聞美月						○	○		
今藤棕右	○	○			○		○		
古林和花			○		○		○		
参加者数	2	3	3	4	5	3	7	3	1
コース	コース 7	コース 5	コース 3	コース 6	コース 8	コース 2	コース 9	コース 1	コース 4

①-B) 藤枝市の観光資源の紹介コンテンツの作成

上記9コースの視察を実施して、以下7コースのコンテンツ素材より紹介コンテンツを作成した。

コース1 やまめの里みつの

コース2 玉露の里

コース3 大久保キャンプ・大久保グラススキー

コース4 ティーテラス市ノ瀬

コース5 陶芸センター

コース6 むかし田舎体験 水車村

コース7 岡部宿大旅籠柏屋歴史資料館



上記の7つの観光資源について、観光客の視点から、「楽しむ目的」となるテーマを「自然」「文化伝統」「食」「健康」「学び」「体験」と設定した。その中でZ世代（学生）の視点より「自然」「食」「体験」を組合わせて体験できるコースとして3つのコースを選定した。

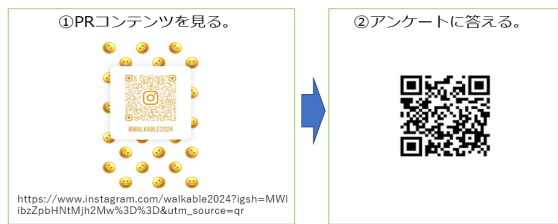
	「自然」	「食」	「体験」
コース1 やまめの里みつの	○	○	○
コース6 ティーテラス市ノ瀬	○	○	
コース3 大久保キャンプ・大久保グラススキー	○	○	○

①-C) 藤枝市の観光資源のランキングアンケートの実施

上記3つのコンテンツについて、Instagramに写真と共に記事投稿した。この投稿を学生に閲覧してもらい、アクティビティとして惹かれる場所（行ってみたい場所）を学生に選んでもらうアンケートを実施した。

ご協力をお願い事項

藤枝キャンパスのプロジェクトメンバーが、藤枝エリアのPRコンテンツを作成しました。
右記のリンクより、内容をご一読いただき、アンケートにお答え下さい。



①-D) アンケート結果に沿ったランキングの作成

学内でのアンケートを実施した（n=86）結果、下記の様なランキング順位となった。

学生アンケート結果 (n = 86)		
第一位	コース 1 やまめの里みつの	41
第二位	コース 6 ティーテラス市ノ瀬	26
第三位	コース 3 大久保キャンプ・大久保グラススキー	19
合計		86

上記の様に、コンテンツ制作がZ世代(学生)の視点よりテーマを設定して作成したことにより、閲覧するZ世代(学生)の視点でも受け入れやすいアンケートとなった。このランキングより、第一位と第三位が「自然」「食」「体験」を組合わせた体験型プランであり、第二位が「自然」「食」を組合わせたものとなった。特に、第一位の「やまめの里」での体験は約50%の学生が体験したいと回答する結果となったことは、「自然」「食」「体験」の組合せが閲覧側に代わりやすく伝わったことが影響していると考えられる。

(4) 今後の改善点や対策

今回のコンテンツについては、SNSの中でも写真（動画を含む）とテキストコンテンツより構成されるInstagramを活用したコンテンツ制作となった。従い、InstagramというSNSのツールによる実証のみとなった。今後について複数のSNSを活用したランキングを実施し、動画によるコンテンツ化と写真、テキストによるコンテンツ化を比較した実証に取り組むことが必要であるとする。

5 地域への提言

今回の研究により、コンテンツ制作者とコンテンツの閲覧者の両方においてZ世代（特に学生）視点の特徴を活かした実証を行うことが出来た。現在の各地域における観光スポットのプロモーションコンテンツについては、コンテンツ作成者がターゲット顧客（閲覧者）と世代が異なるケースが多く存在する。今回の研究のように、ターゲット顧客（閲覧者）と制作者を同じ世代として推進することが望ましいと考える。

6 地域からの評価

地域の活性化を推進する目的で、観光スポットのコンテンツ配信において、Z世代をターゲット顧客としたコンテンツ制作については非常に期待が大きい。今回の研究のようにターゲット顧客層向けのコンテンツについては、同世代のコンテンツ制作者を活用することが産官学連携において大きく期待されている。