



東大FS 活動報告資料

2022.06.01~2023.03.13

活動記録

6月

活動開始

◎FS（フィールドスタディ型政策協働プログラム）とは？

→学生のチームが自治体から与えられた地域の課題に対して事前調査・現地活動・事後調査を行い、1年をかけて解決に向けた提案を行う。甲府市には我々5人が派遣され、「既存の観光資源を活かした都市型観光の確立」というテーマで課題解決に取り組んだ。

9月

第1回現地活動

- ①かすが商店街振興組合、甲府城南商店街振興組合、甲府駅北口まちづくり委員会の方にヒアリング
- ②甲府の中心市街地や観光地を見学

第2回現地活動

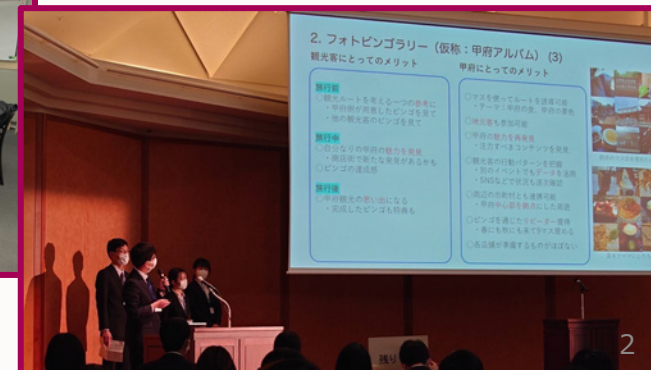
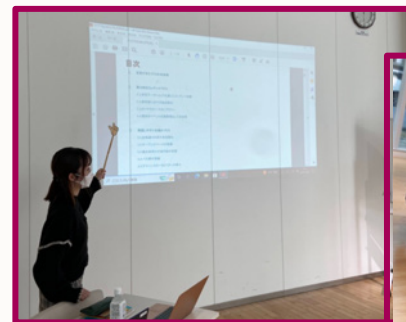
- ①まちづくり甲府、商工会議所の方にヒアリング
- ②商店街に関わる方々とのワークショップ
- ③山梨県立大学の先生とそのゼミ生との意見交換会
- ④甲府城南商店街振興組合の方との意見交換会
- ⑤甲府駅周辺での聞き取り調査（→3頁）

12月

山梨交通の方にオンラインヒアリング

3月

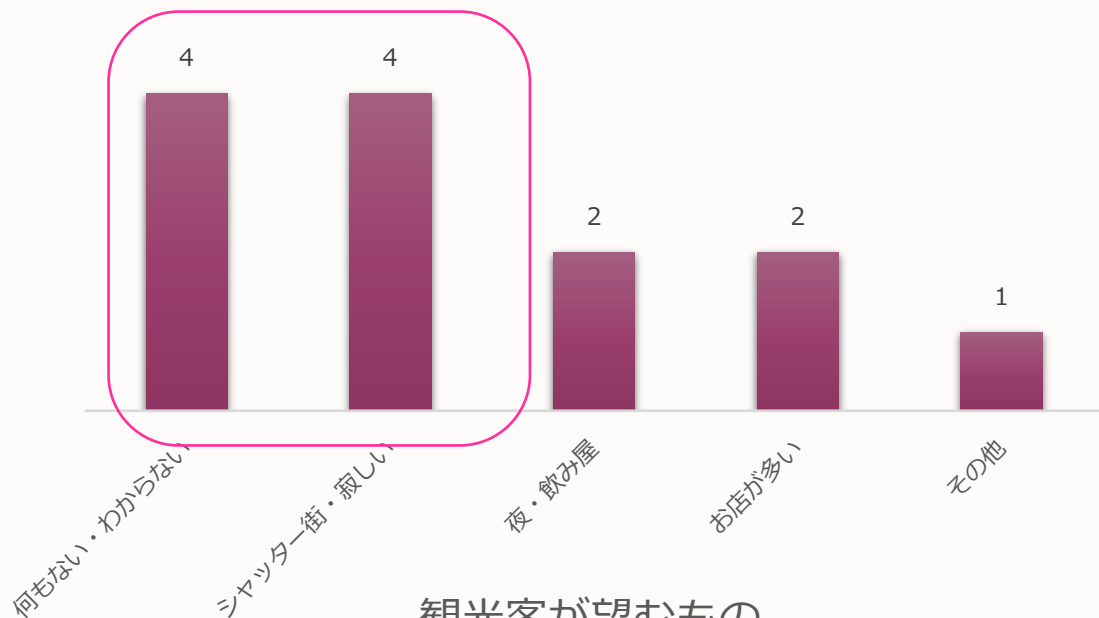
活動成果報告会@甲府市役所
学内報告会@東京大学



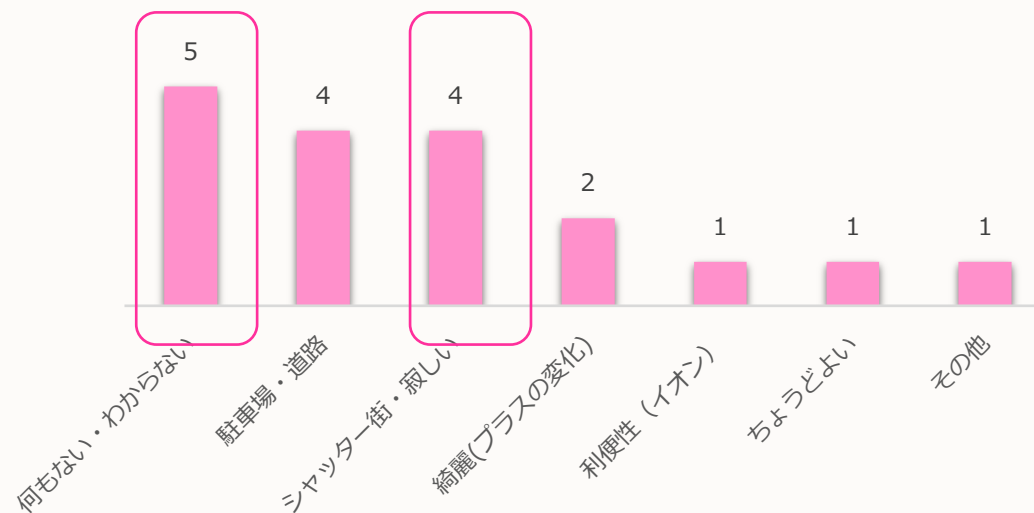
⑤の調査の結果（抜粋）

観光客、住民別々に質問を準備し、計31名に聞き取り調査を実施。
 ⇨中心部のイメージ：双方「何もない、寂しい」との声が多い
 望むもの：観光客→「食」関連、住民→「訪れやすい雰囲気」

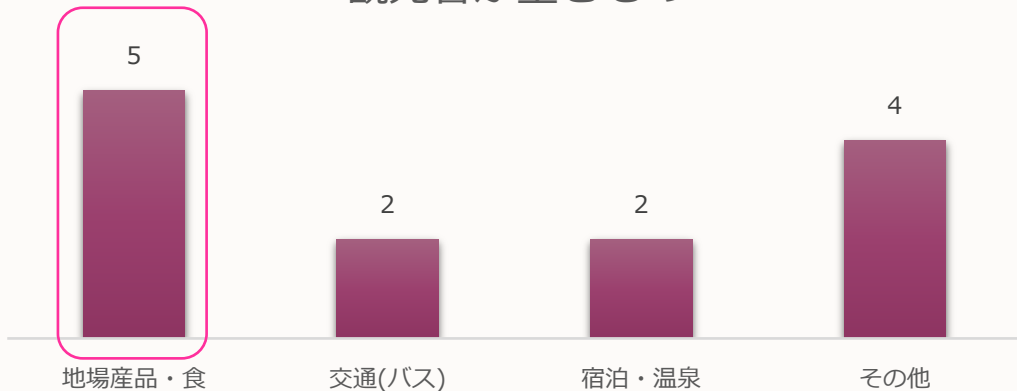
観光客の中心部に対するイメージ



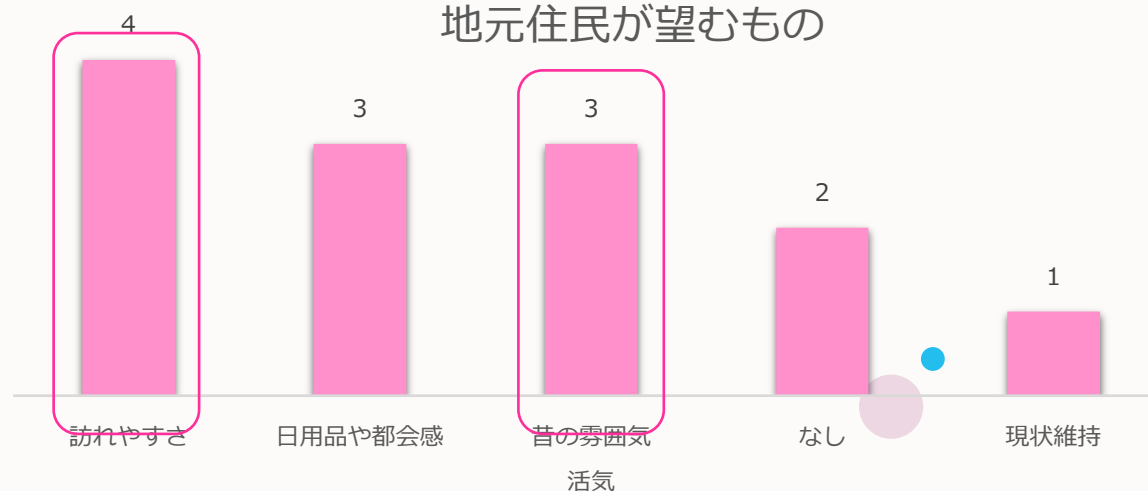
地元住民の中心部に対するイメージ



観光客が望むもの



地元住民が望むもの



提案

訪れたいくなる商店街 × 周辺観光地との周遊性確保

訪れて初めて気づいた
甲府の良さ・強み
(外目線)

- ・ 商店街を案内してもらって...
「知る人ぞ知る」魅力・面白さの発見
→歩きながら見つける楽しみ
- ・ 商店街の方々・お店と関わって...
おもてなし・人の温かさを感じられる
→リピート効果

現状の課題

- ・ 「何があるか」
「核」となるもの・イメージ不足
- ・ 「どう見えるか」
魅力に気づいてもらえるきっかけがない



魅力的なコンテンツづくり

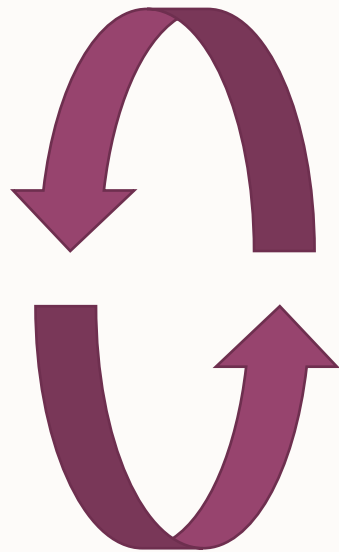
1. 商店街の縮図空間

(仮称：いいさよお～甲府)

2. フォトビンゴラリー

(仮称：甲府アルバム)

3. 重ね捺しスタンプラリー



周遊しやすい仕組みづくり

4. 交通網の再編

5. 歩行空間の整備

甲府市ならではの都市型・周遊型観光の確立

1. 商店街の縮図空間（仮称：いいさよお～甲府）（1）コンセプト

甲府の良さ

- ◆ 地元の方の温かさ
- ◆ こだわりやオリジナリティのあるお店

既存/過去の取り組み

- ◆ まちゼミ
- ◆ 商店街マップ
- ◆ 一店一品を掲載したチラシ

重視したいコンセプト

- ◆ 地元の方と観光客との直接の会話
- ◆ 一堂に集める

既存の取り組みの発展形

「縮図空間」

そこに行けば、甲府らしい何かに出会える、甲府の地元のだれかと話せる、そんな空間。

アンテナショップ

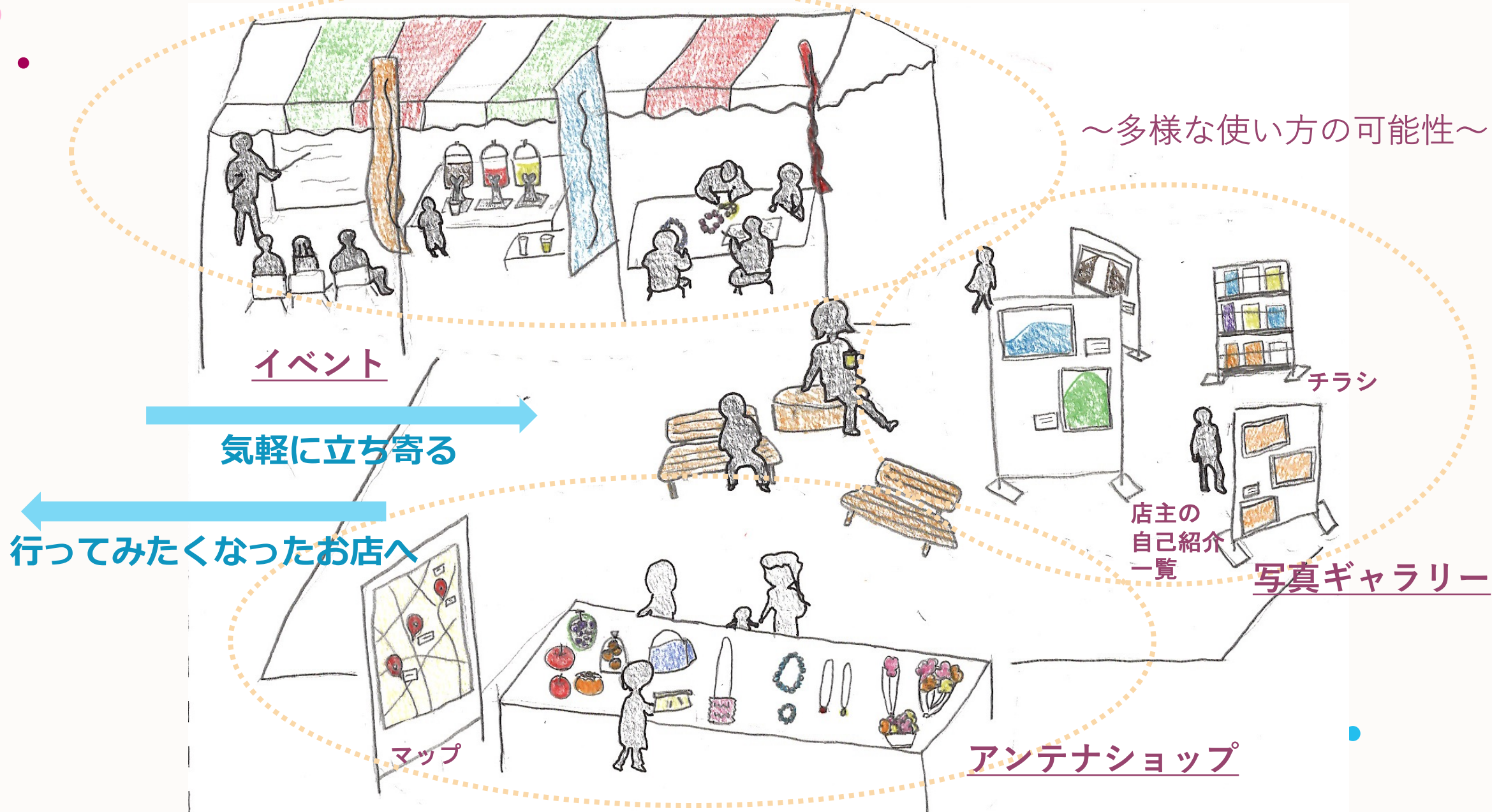
イベント

観光情報

期待される効果

訪問客が縮図空間を出て、商店街へ

1. 商店街の縮図空間（仮称：いいさよお～甲府）（2）イメージ



1. 商店街の縮図空間（仮称：いいさよお～甲府）（3）期待される効果

(3)-1 地元の方（主に商店主）の行動の変化

- ・ 観光客と直接関わる機会が増えることで、観光客を呼び込むことへの理解やモチベーションが高まる
- ・ 観光客と関わり、甲府の外の視点に触れることで、曖昧だった「甲府らしさ」を再発見する
- ・ 将来、縮図空間向けの新たなコト・モノの開発が生まれる可能性→「甲府らしさ」の具体化

✓実際に開発が始まった例も

=青森市新町商店街（出典：https://www.syoutengai.or.jp/jirei/h28/h28_jireishu.pdf）

取り組み内容：観光客に特化した一店逸品運動（+店を回るイベント）

☆最初は看板メニューの出品にとどまっていたが、組合員どうしで話し合いを重ね、観光客の需要を分析し、工夫を重ねていった。その過程で組合員どうしの連携も高まった。

- ・ 地元でお店を持つ人どうしの会話が生まれることで、連携が促進される

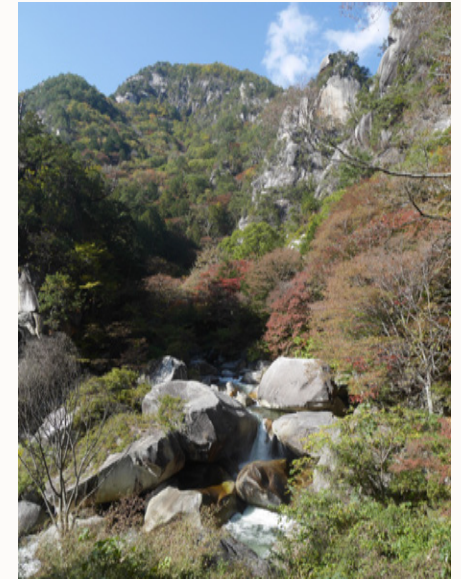
(3)-2 観光客の行動の変化

- ・ 縮図空間で見つけた「お気に入りのお店」に行く過程で周辺のお店にも行く＝波及効果
- ・ 地元の人に「知り合い」ができることで、甲府へのリピート訪問が促進される

2. フォトビンゴラリー（仮称：甲府アルバム）（1）

現状・課題

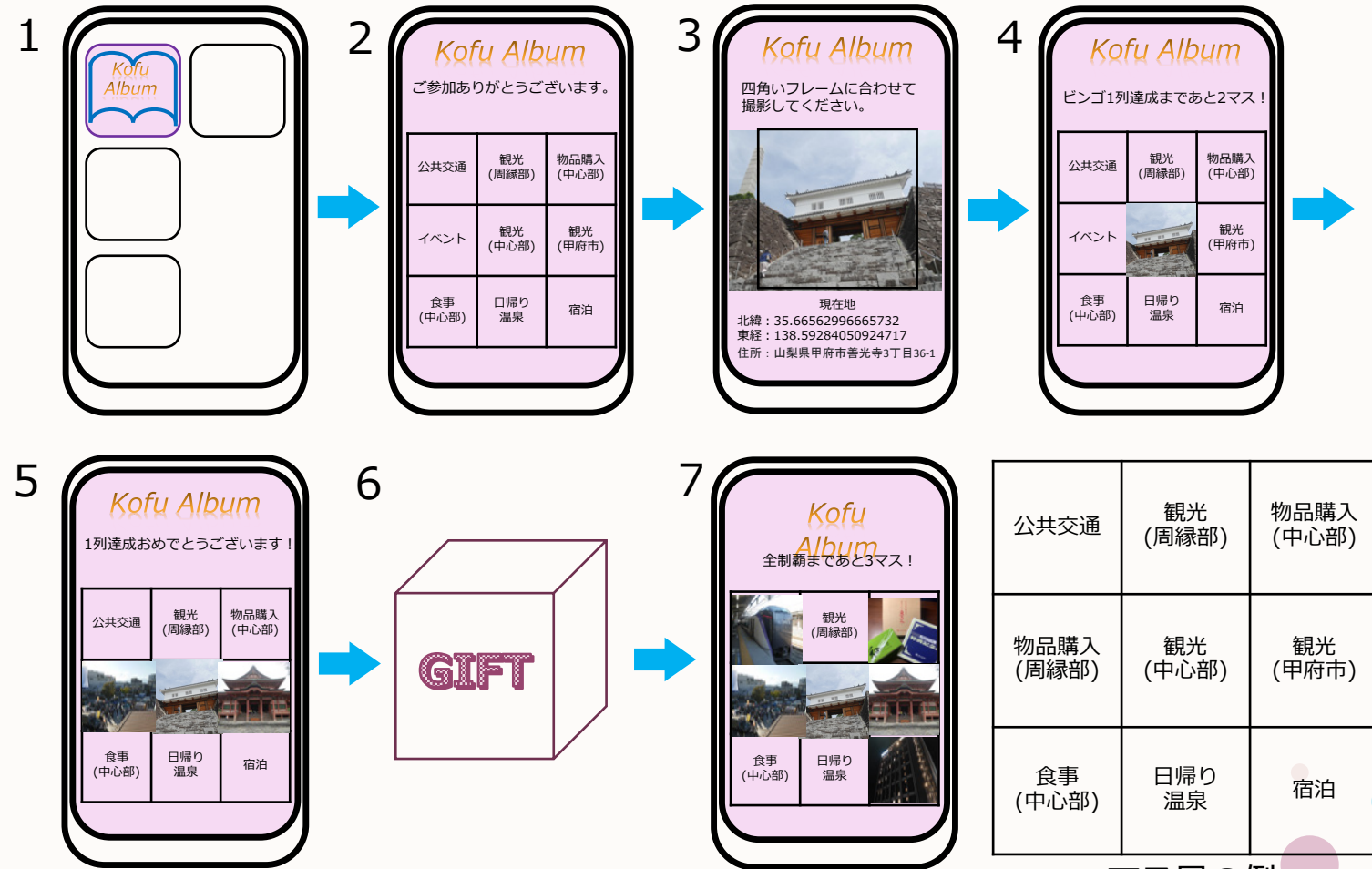
- 観光客が甲府を訪れる理由は様々
 - ・武田信玄のファン
 - ・ワイナリー巡り
 - ・山登りや紅葉狩り
 - それぞれの観光客にとって刺さるポイントは違う
 - 自分好みの情報も、未知だが気になる情報も必要
- 中心部の商店街は個性ある店舗からなる
 - ・何か一つのテーマでまとめるのが難しい
- 各地域の連携が不十分
 - ・一地域で閉じずに広く行えるイベントが必要
 - ・他の様子も知ることで連携しやすい環境へ



2. フォトビンゴラリー（仮称：甲府アルバム）（2）

内容

1. 専用のアプリを開発
2. マスごとに条件を課した3×3のビンゴを用意
3. 条件に合うものをスマホで撮影（位置情報をオンに）
4. 写真でマスが埋まっていく
5. 揃えたら特典獲得
6. 成果をSNSにあげて、さらなる景品の抽選に応募
7. 次に甲府に来たとき、未達成の部分を埋めていく



マス目の例

2. フォトビンゴラリー（仮称：甲府アルバム）（3）

観光客にとってのメリット

旅行前

- 観光ルートを考える一つの**参考**に
 - ・甲府側が用意したビンゴを見て
 - ・他の観光客のビンゴを見て

旅行中

- 自分なりの甲府の**魅力**を発見
 - ・商店街で新たな発見があるかも
- ビンゴの達成感

旅行後

- 甲府観光の**思い出**になる
 - ・完成したビンゴも特典も

甲府にとってのメリット

- マスを使ってルートを誘導可能
 - ・テーマ：甲府の食、甲府の景色
- 地元客**も参加可能
- 甲府の**魅力**を再発見
 - ・注力すべきコンテンツを発見
- 観光客の行動パターンを把握
 - ・別のイベントでも**データ**を活用
 - ・SNSなどで状況も逐次確認
- 周辺の市町村とも連携可能
 - ・甲府**中心部**を拠点にした周遊
- ビンゴを通じた**リピーター**獲得
 - ・春にも秋にも来て9マス埋める
- 各店舗が準備するものがほぼない



例示のマス目を埋めたもの



食をテーマにしたもの

3. 重ね捺しスタンプラリー (1)

特徴・留意点

- デジタルのデメリットの補完
 - ・ラリー用紙を持ち周遊する様子は**イベントを実感**しやすい
 - ・若者以外の観光客にも対応
 - ・スタンプ設置箇所がチェックポイントの機能を果たす
- 集めたスタンプ自体がラリーの賞品に
 - ・デザインが重要（季節毎？）
- 参加しやすいルート設定

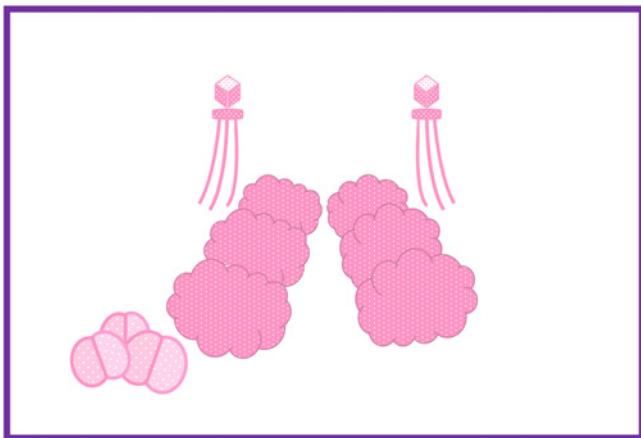
フォトビンゴラリーとの棲み分け

	主な対象	形態	ルートの自由度	観光スタイル
フォトビンゴ	若者	スマホ (デジタル)	高い	宿泊・複数回訪問
重ね捺し スタンプ	家族連れ	紙 (アナログ)	低い	日帰り

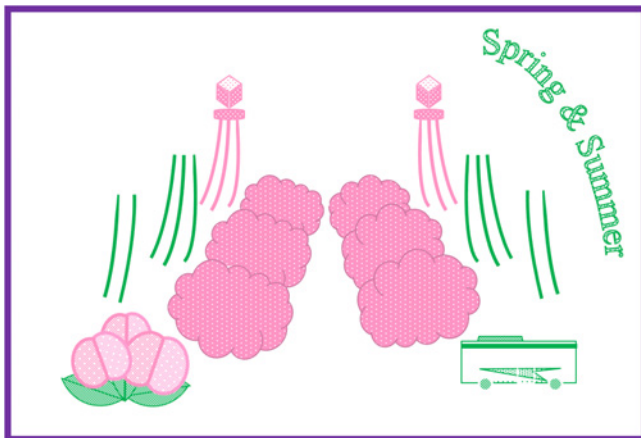
3. 重ね捺しスタンプラリー (2)

具体例

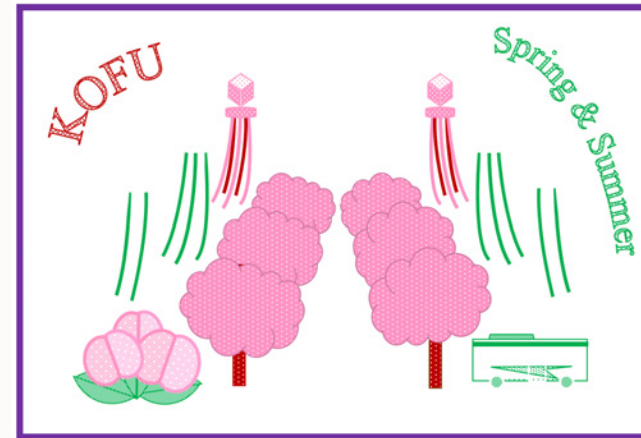
1. 武田神社



2. 甲斐善光寺

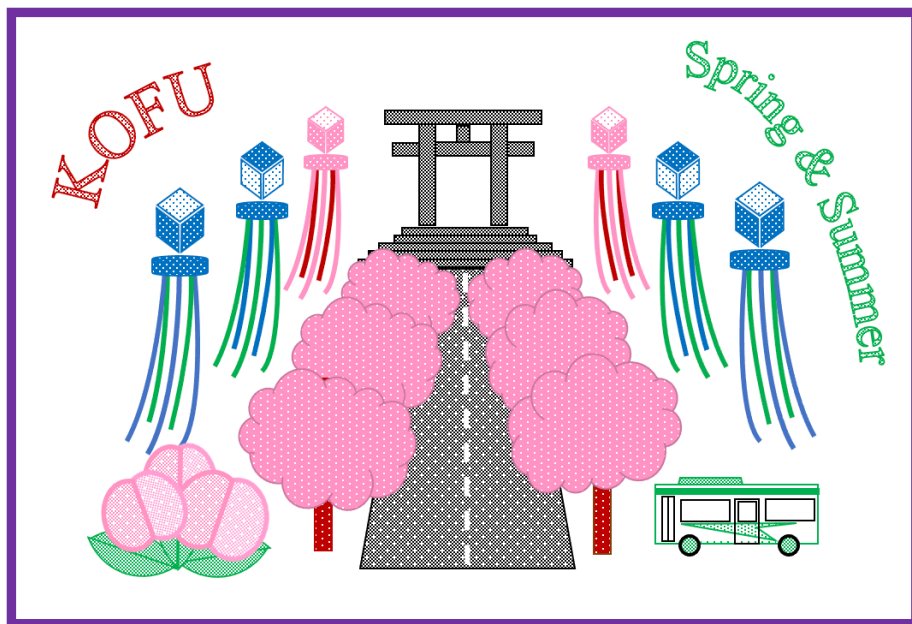


3. 甲州夢小路

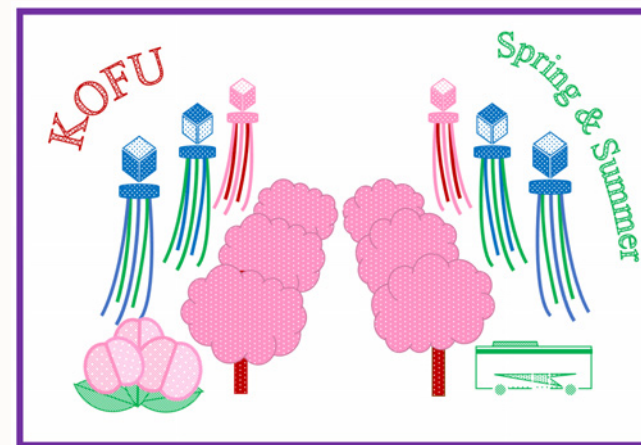


5. 縮図空間

(いさよお～甲府)



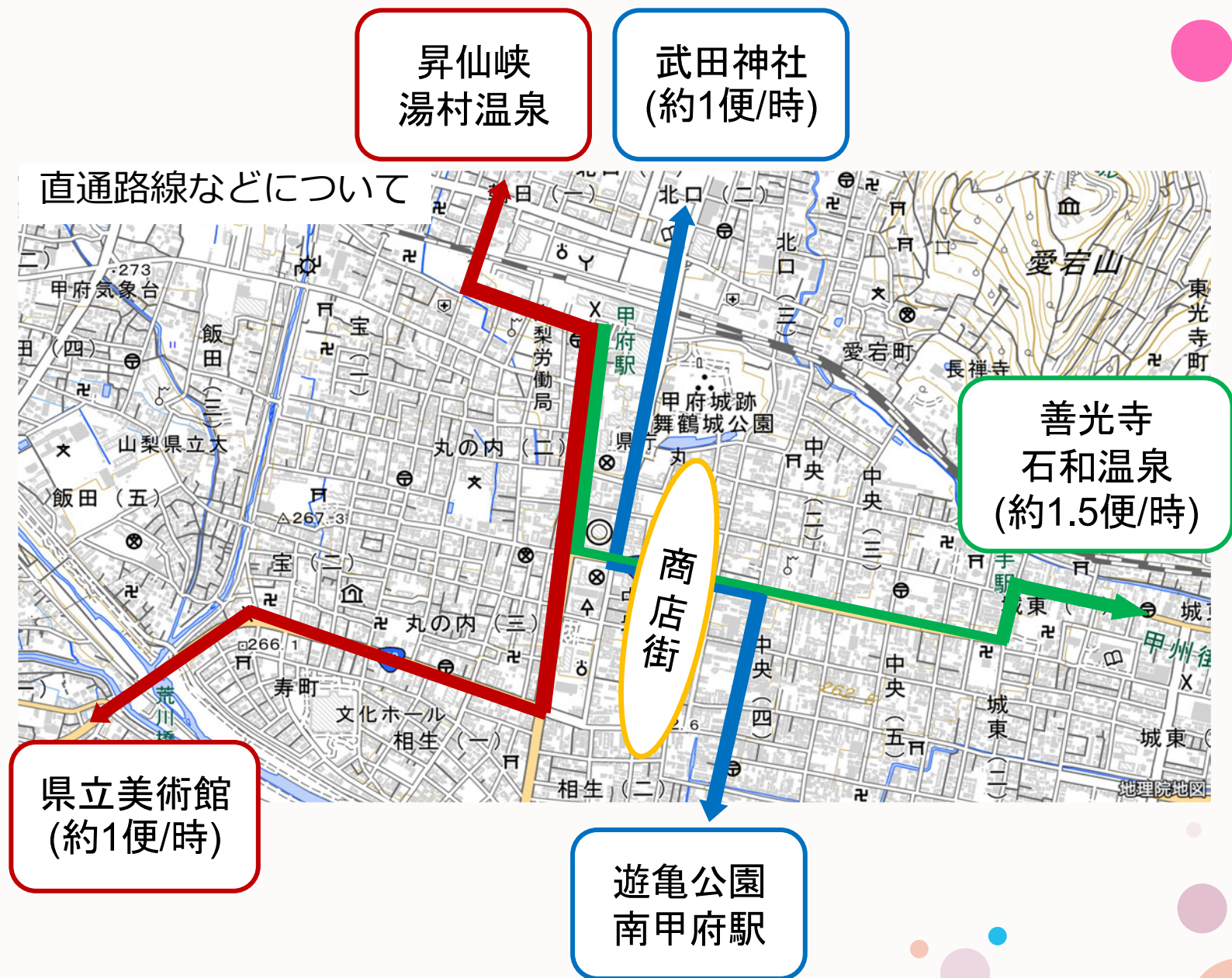
4. 舞鶴城公園



4. 交通網の再編 (1)

現状の交通網の問題点

- ・バス利用客から
商店街が見えない
- ・観光地と商店街の結びつき、
駅の南北の結びつきが弱い
- ・中心市街地を周遊する手段は
主に徒歩か自転車となり、
体力が必要



4. 交通網の再編 (2)



10人乗り



11人乗り



18人乗り

甲府駅～かいてらすの
バス路線をサドヤワイ
ナリー経由へ

中心市街地を結ぶ
小型のモビリティ
(グリーンスローモ
ビリティ)の導入

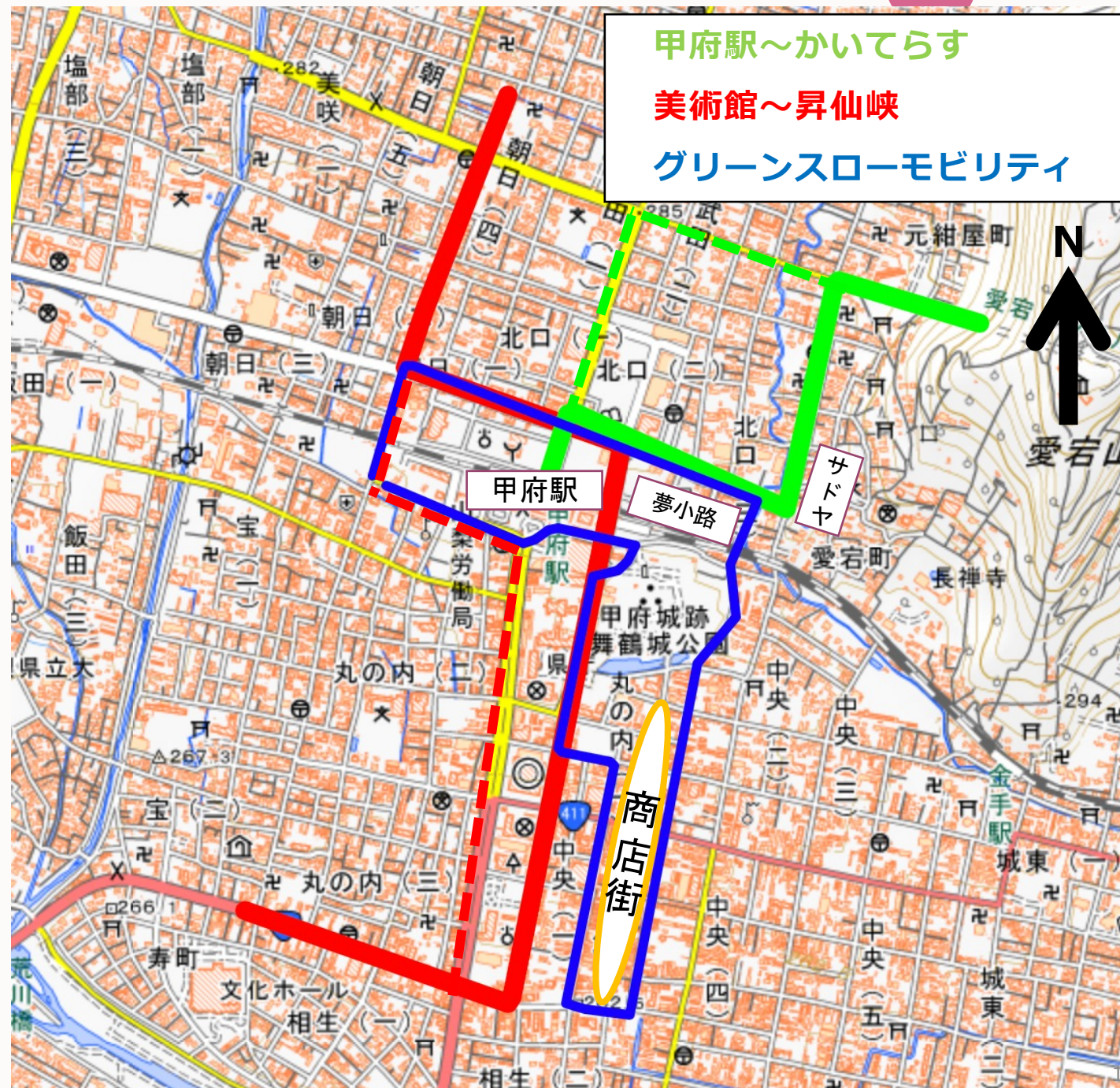
美術館～昇仙峡の
バス路線を舞鶴
通り・北口経由へ



4. 交通網の再編 (3)

ルート案

- ・ 商店街寄りを通る
→ 商店街・イベントを知る・訪れる
- ・ 北口を北側観光地の玄関口へ
- ・ グリーンスローモビリティは山梨交通が運行、市や商店街が資金面で協力
→ 乗車記録の提示で商店街で割引を受けられる制度をつくることで各関係者の協力体制を築く＋街全体の経済効果を「見える化」



5. 歩行空間の整備 (1)

少し工夫を加えることで
駅にいる観光客を中心部に誘導できるのでは...?

【現状】 → 周遊のしにくさ...?

- ・ 駅から商店街へのつながりがわかりづらい...
- ・ ただ歩くだけだとあまり楽しみがない



① 紅梅通りの歩行者空間化

- ・ 人が集い、滞在する空間づくり
- ・ 東西方向の人流の形成

- ・ 休めるスペースが少ない
 - ・ 大通りに面した中央公園はあるが物寂しい
- 商店街の方が見づらく、訪れる動機が生まれにくい



② オープンスペースの確保

- ・ 中央公園の拡張&整備
 - ・ まちなかに小公園を設置
- 駐車場は入口部に

- ・ 観光用の地図がなく、初めて訪れる人にとってはわかりにくい...
- ・ 南側にどんなお店があるか載っていない、わからない



③ 観光客向け案内板の設置

- ・ 位置関係が一目でわかる
- ・ 商店街の入口に詳細地図を設置

5. 歩行空間の整備 (2) 具体的なイメージ①②



甲府銀座通り商店街と弁天通りが交わる地点にある駐車場



甲府銀座通り商店街にある小さなオープンスペース

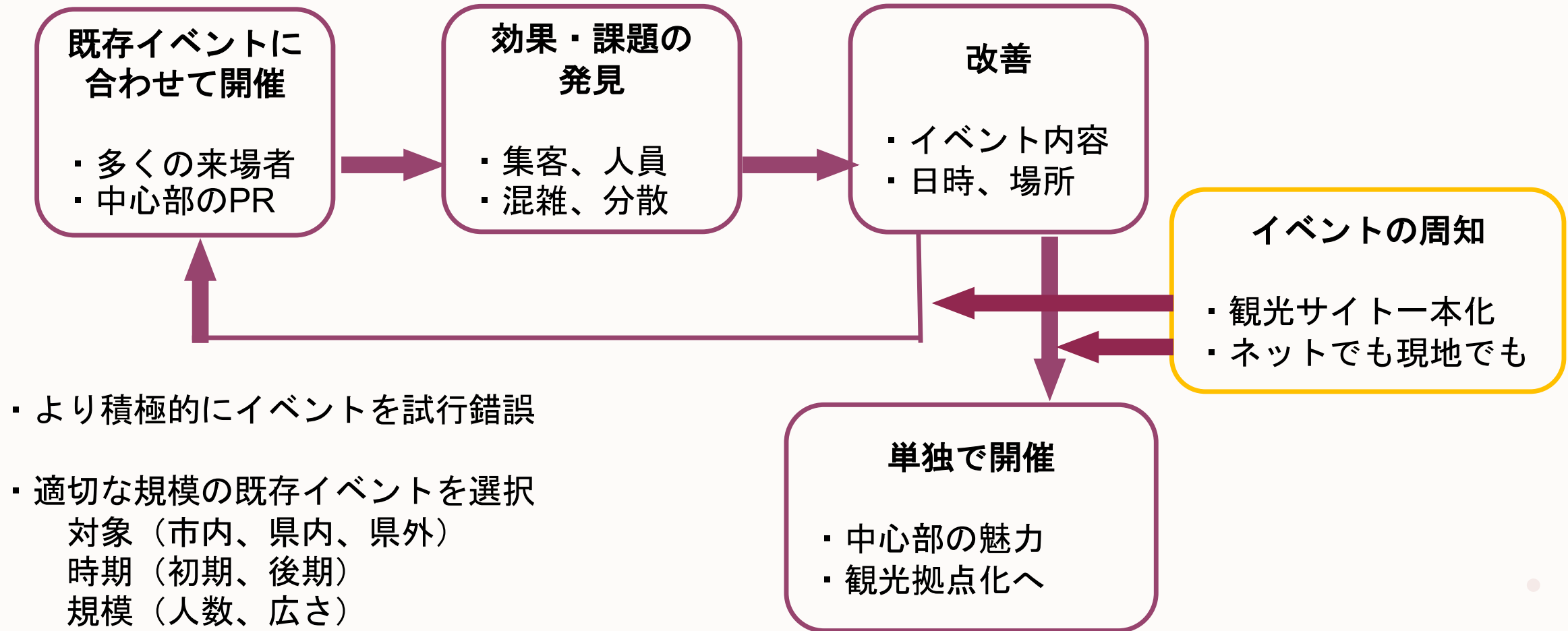
実施のスキーム

	phase1	phase2	phase3	phase4
予想される環境の変化	岡島百貨店移転オープン(2023.3)		城下町整備プラン(2025供用予定)	リニア開通(2027予定) 岡島百貨店再開発(2028竣工予定)
目的	①甲府の魅力を発見・創出する ②「観光」の土台づくり	魅力的なコンテンツ作り	周遊しやすい仕組みを <u>実験的</u> につくる	都市型観光の確立
手段	①市民ワークショップの開催 ex)「甲府市の観光の未来を考える」 ②既存の観光客向け大規模イベント(信玄公祭等)に合わせて生活者向け小規模イベント(商店街単位でのイベント等)を開催	①商店街のアンテナショップを設置 ②スタンプラリー・カードラリーの実施	①紅梅通りの歩行者空間化 ②オープンスペースの整備 ③観光客向けの案内板設置 ④バス網の再編 ⑤グリーンスローモビリティの導入	
実施主体	①学生 ②商店街・甲府市	①商店街の各店舗・学生団体・まちづくり会社など ②甲府市	甲府市、交通事業者を中心に	
効果	①甲府の新たな魅力が発見・創出され、市民の観光に対する意義が高まる。 ②小規模イベントを観光に用いることができるかの実験・検証がなされる(どの程度集客できるか、どの程度観光客を受け入れられるか、イベントの効果・課題は何か、等)。	①住民：観光客と関わることで、観光への理解を深め、「甲府らしさ」を再発見する。また、他の店の人々との連携強化にも繋がる。 ②観光客：他の店に行ってみるきっかけ(波及効果)ができる、リピート訪問が促進される。	①駅→商店街のアクセス向上により、無理なく歩けるまちづくりを目指す。 ②統一感のある空間整備により連続性を創出することで、北口や商店街における人の「通過」を防ぐ。 ③実施にあたり、街全体の経済効果を「見える化」することで、皆さんが一体となってまちづくりを進めていくきっかけとなる。	

【ゴール】

- ・ 甲府市内の主要観光スポットと中心市街地が強く結びついているまち
- ・ 甲府駅を中心とした観光拠点が確立されているまち
- ・ 住民にも観光客にもメリットのあるまち

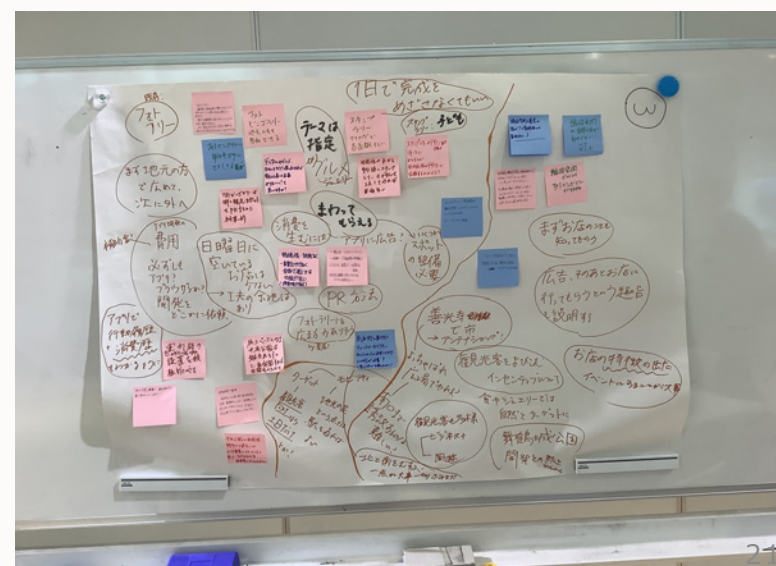
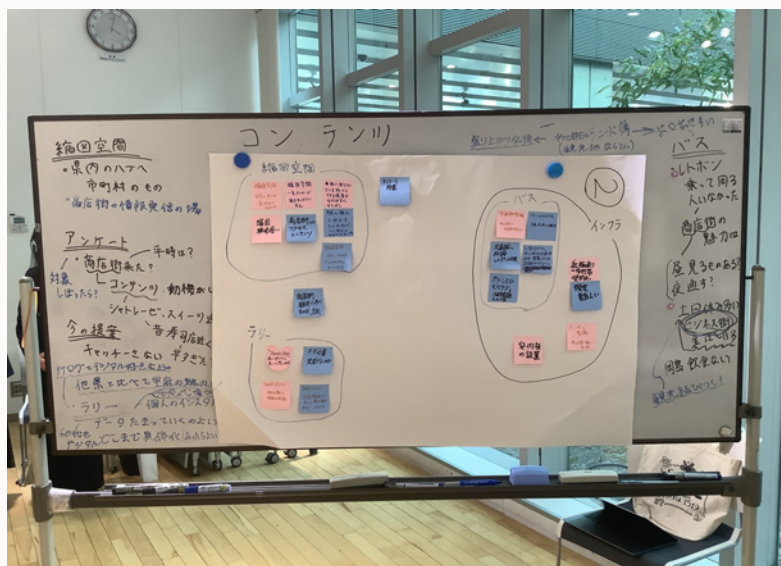
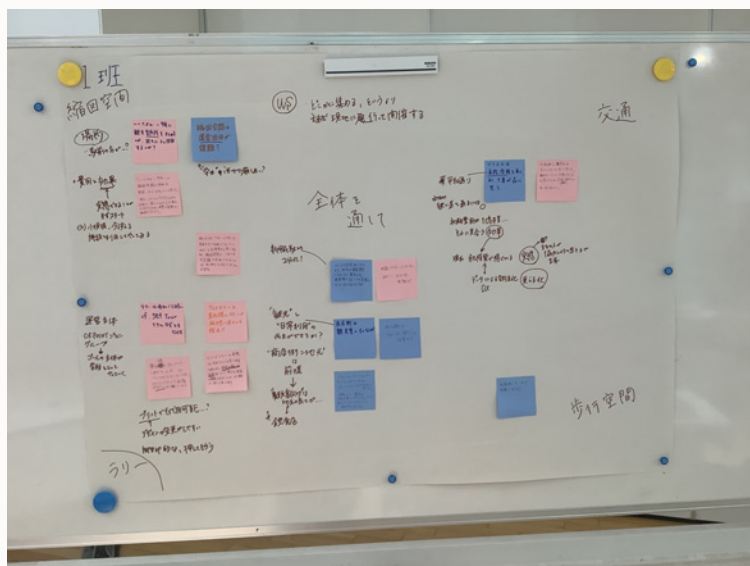
既存のイベントを実験場として活用する



- ・ より積極的にイベントを試行錯誤
- ・ 適切な規模の既存イベントを選択
 - 対象（市内、県内、県外）
 - 時期（初期、後期）
 - 規模（人数、広さ）
- ・ 統合した情報源による徹底した周知も不可欠

活動成果報告会(2023/3/10)

- 今までヒアリング等にご協力いただいた商店街の方々や交通事業者の方々、市役所の方々をお招きし、1年間の活動を経て考えた提案（本資料4~20頁）を発表。
- また、発表の後、3グループに分かれて提案を聞いて取り入れたい点や難しい・不安な点について議論を行うワークショップを開き、提案の実現に向けたブラッシュアップの機会となった（下の写真：議論の様子）。



ワークショップで出た皆さんの意見

	良かった点	改善点・疑問点
① 縮図空間	<ul style="list-style-type: none"> ・内容自体は好評◎ ・まちゼミなど既存の取り組みから試験的に形にできそう 	<ul style="list-style-type: none"> ・効果が不明瞭→小規模からスタートして拡大 ・目的は「販売」でなく「広報」である点の明確化が必要 ・場所：新設でなくても既存の観光スポットの近くに設置でも良いのでは
②③ ラリー	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の人々も参加できる、楽しそう ・実現可能性の高さ→反応◎ ・観光のPRに一番効果的 	<ul style="list-style-type: none"> ・誰が運営するのか ・③→デザインを定期的に変えていくのも◎ ・「消費」に結びつけるためにもスポットの整備は必要
④⑤ 交通・空間整備	<ul style="list-style-type: none"> ・緑のスペースとしても中央公園は再開発において重要な場所 	<ul style="list-style-type: none"> ・巨額の費用はどうか →データを用いて街全体に対する長期的な効果を「見える化」して関係者の理解を得ていく必要

全体を通して

- ・そもそも商店街は地元の方々のもので：日常利用と観光は両立するのか
- ・中心街に来るインセンティブとなるキャッチーなコンテンツの不足

今後の展望：提案実現に向けて

これらの提案を実現に移していくためにはまだまだ改善点が多いことがわかった。

1年間の活動や最終発表を経て出てきた主な課題は以下の4点にまとめられる。

- ①**具体的な実行手段**：特に**運営団体、場所**の詳細について要検討。

- ②**効果の可視化による街全体での協力体制**

①を含め、案を動かすためには**費用対効果の検証**が必要。

⇒まずは小規模なイベントやインフラから**実証実験**を行い、試行錯誤を経て意見を出し合い、**甲府の観光の方向性を皆で共有**することがまちづくりの第一歩となる。

今後の展望：提案実現に向けて

- ③ 「核」の発見と魅力の発信

インフラ整備がいくらできても「**中心市街地でこれを見たい**」と思わせるキラーコンテンツが伝わらないと人が集まらない。

⇒何に魅力を感じるかについてのデータ収集&SNSでの発信力としての「**フォトビンゴラリー**」の有効性。

- ④ ターゲットの明確化

「誰のため」の商店街かという視点で、**地元の方々に愛される商店街の創生**という基軸が不可欠。そのためにも各提案やエリアがどのようなターゲット層を狙いとするかを明確にする必要がある。

