



県都・甲府の観光活性化策

若者向け観光政策の提案

伊藤・小倉・大森・岸本・草野・清水・高添・福田・松土

— 目次 —

1. はじめに

2. 甲府市の観光に関する現状と課題

3. 甲府リピーター増加政策

4. SNSを活用した政策

5. 新たな観光イベントの開発政策

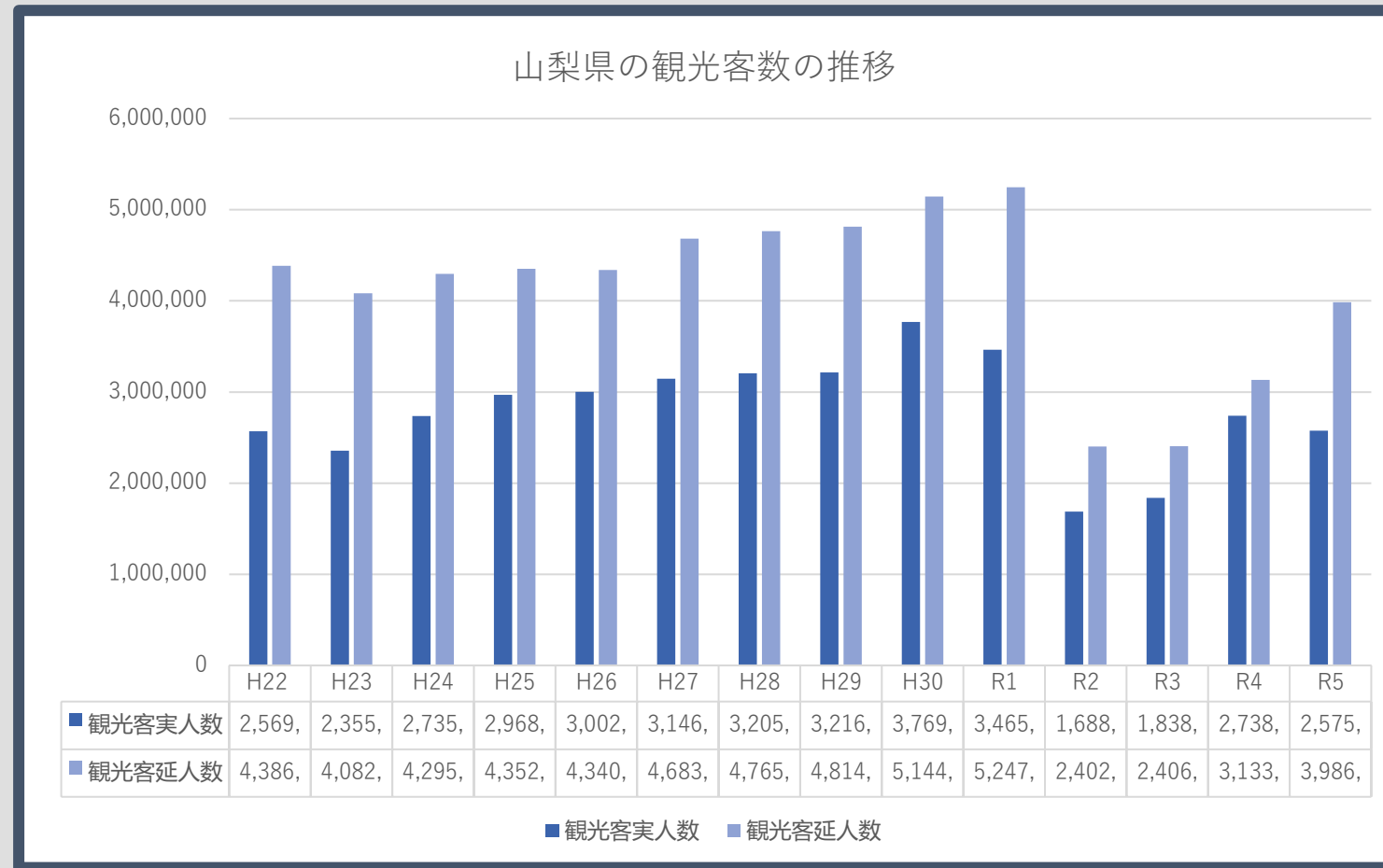
6. まとめ

1.はじめに

- ・今回、甲府市の観光政策を考えるにあたり、甲府市には武田神社や昇仙峡、湯村温泉街など**シニア世代**に人気のある歴史的建造物や自然の楽しめる場所、温泉などがある。

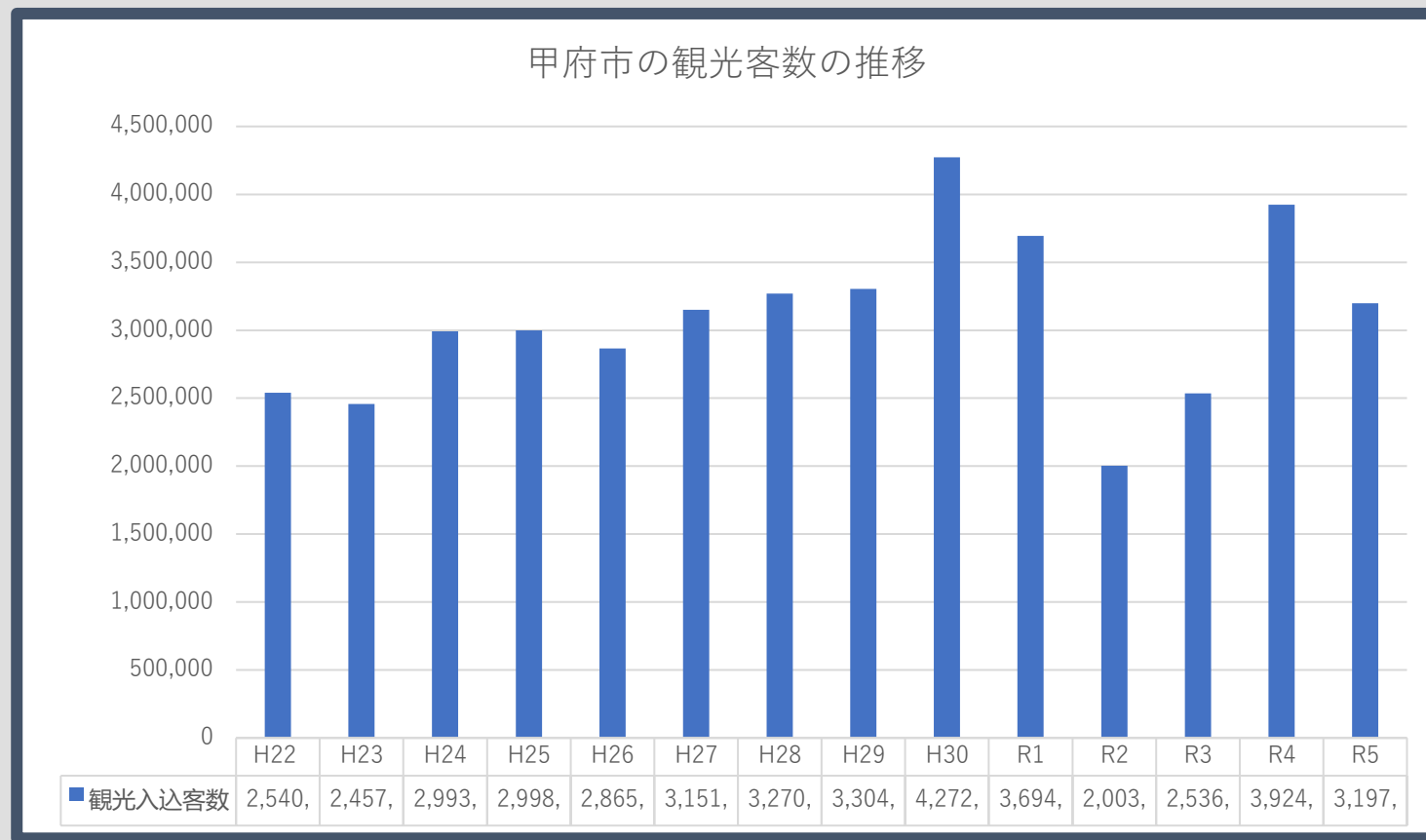
しかし、**若者世代**（ここからの政策では10代後半から30代を若者とする。）の関心が多い**観光イベントが少ない**と感じた。そこで、若者向けの観光政策について考えた。

2-1 山梨県の観光客の推移



・平成22年から令和1年まで上昇傾向にあった。新型コロナウイルスの影響で観光客数が落ち込んだものの、令和4年から上昇している。しかし、まだ前のように多くの観光客が増加しきれていないのが現状である。原因としては、「やまなしグリーン・ゾーン旅割」の終了やレギュラーガソリンの高騰が影響していると考えられる。

2-2 甲府市観光客の推移



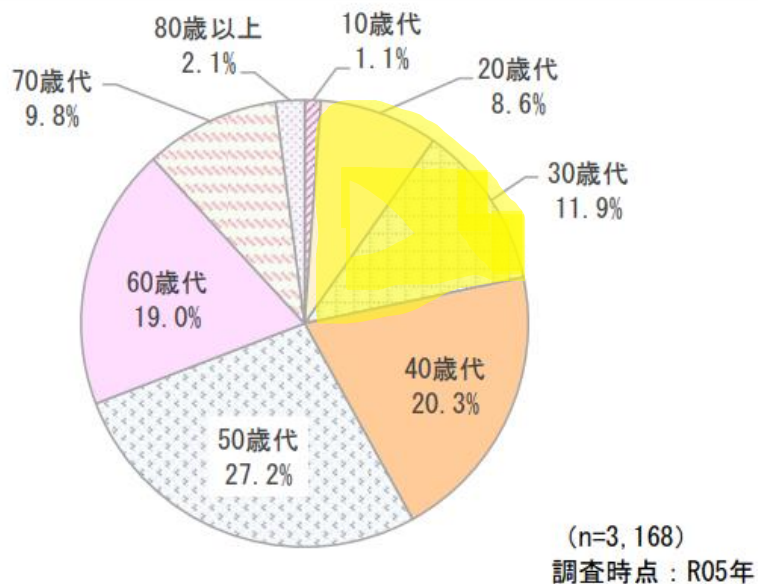
平成22年から平成30年まで上昇傾向にある。

新型コロナウイルスの影響で減少したが、**令和4年には大幅に増加した。**

令和5年は減少傾向にある。原因は、山梨県と同様「やまなしグリーン・ゾーン旅割」の終了やレギュラーガソリンの高騰があげられると考える。

2-3 山梨県の年代別観光客数

令和5年 年代別観光客グラフ



前年対比

カテゴリ	R05年 (%ベース)	R04年 (%ベース)	比較増減 (ポイント)
10歳未満	0.0%	0.0%	0.0
10歳代	1.1%	1.0%	0.1
20歳代	8.6%	8.9%	-0.3
30歳代	11.9%	12.6%	-0.7
40歳代	20.3%	19.8%	0.5
50歳代	27.2%	25.5%	1.6
60歳代	19.0%	19.3%	-0.3
70歳代	9.8%	10.5%	-0.8
80歳以上	2.1%	2.3%	-0.2

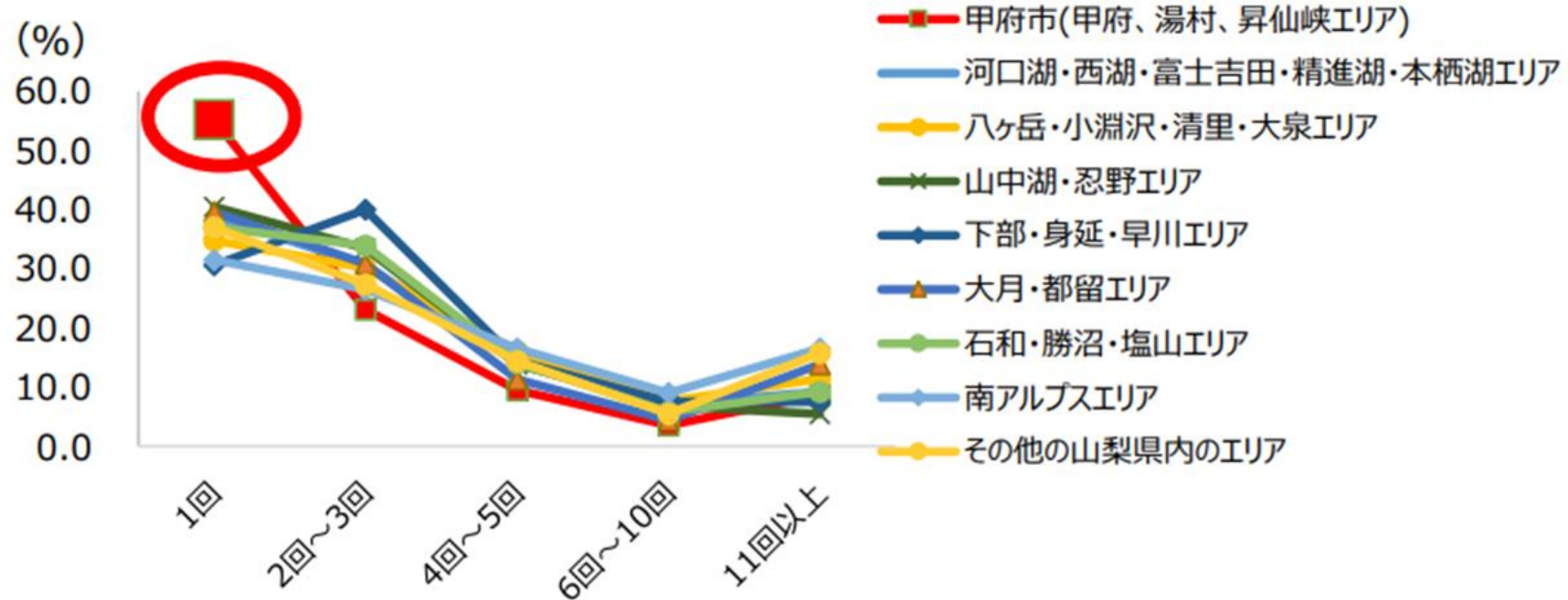
- 令和4年から令和5年にかけて10代と20代の増減ほぼ変化なし。
- 10代と20代を合わせた割合は全体の1割。

- これらのグラフから山梨全体で若者(10代~20代)の観光客数が少ないということが分かる。
- 甲府市でも同じ課題を抱えているのではないか？

2-4 山梨県の過去5年の各エリアの訪問回数

ー各エリアのリピート率ー

図24 過去5年以内の各エリアの訪問回数

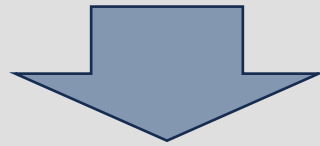


- ・ 甲府は1回目に訪問される率が高い。
- ・ 2回目からはガクッと訪問される回数が落ちる。

2-5 観光客数から見た課題

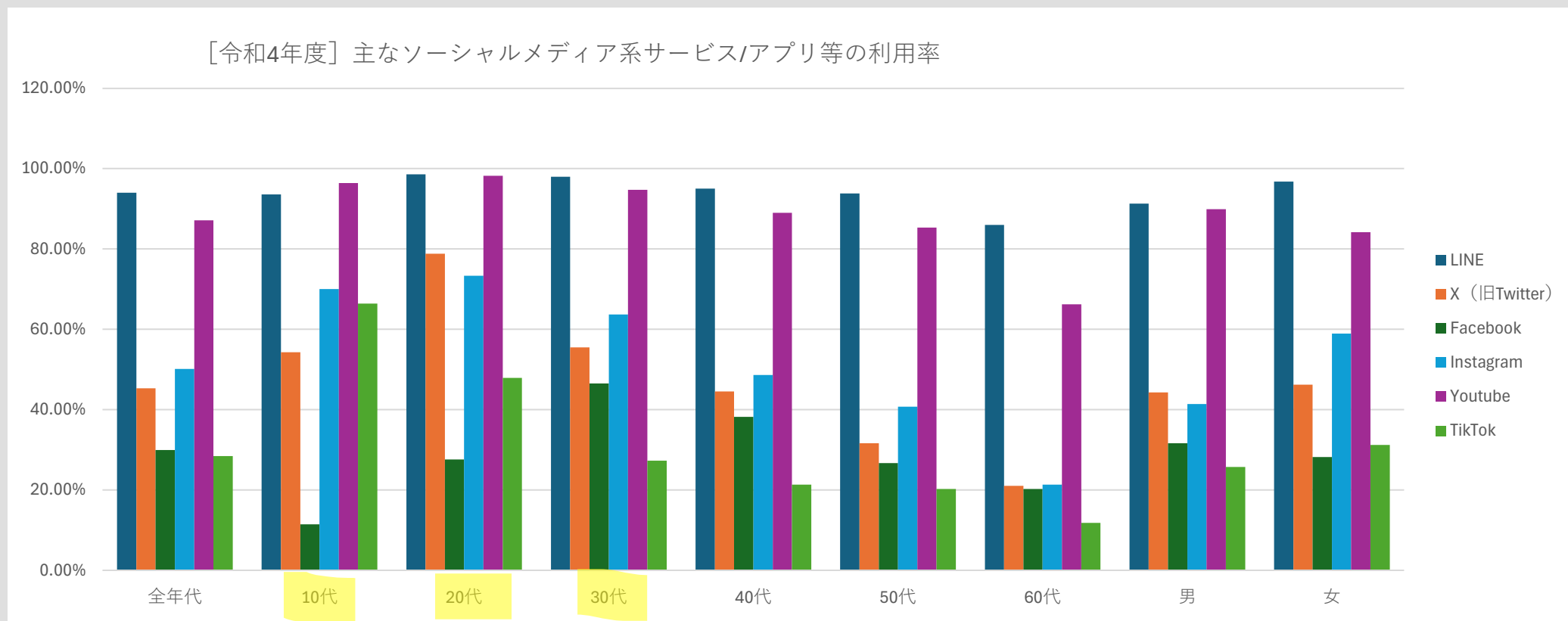


- ・ 甲府市の観光客数はコロナ禍と比べれば**増加**しているが、**現在は減少傾向**にある。
- ・ 山梨県全体で若者の観光客数が割合として少ないということは、甲府市でも同じことが言えるのではないか。
- ・ 甲府市の**リピート率**が低い。



- ・ 観光客数増加には少ない層**(若者)**を**増加**させるのが有効！！
- ・ 甲府市の**リピート率**をあげて、何度も甲府を楽しむ政策が必要である。

2-6 SNSの利用状況



全年代では、「LINE」の利用率は一貫して増加し、90%を超過。年代別でも、10代から50代で90%を超過。動画共有系では「YouTube」の利用率が高く、10代から30代で90%を超過。「TikTok」は10代で60%を超過。「Twitter」は全年代では横ばいだが、20代では78.8%と高い利用率。「Facebook」の利用率は、全年代で減少。「Instagram」の利用率は、全年代で一貫して増加しており、「LINE」に次ぐ利用率

2-7 甲府市のSNSの現状

SNS	フォロワー
LINE (甲府市公式)	18,019
X (観光課)	16,047
Instagram (観光課)	4,104
Facebook (観光課)	2,469
YouTube (KofuCityOffice)	1,140

LINE：1番フォロワーが多い。LINEから市のSNSに入ることができるが、投稿には観光関連がない。

X：こまめにポストはされているが、いいね数が少ない。年内で一番多いいいね数は452。

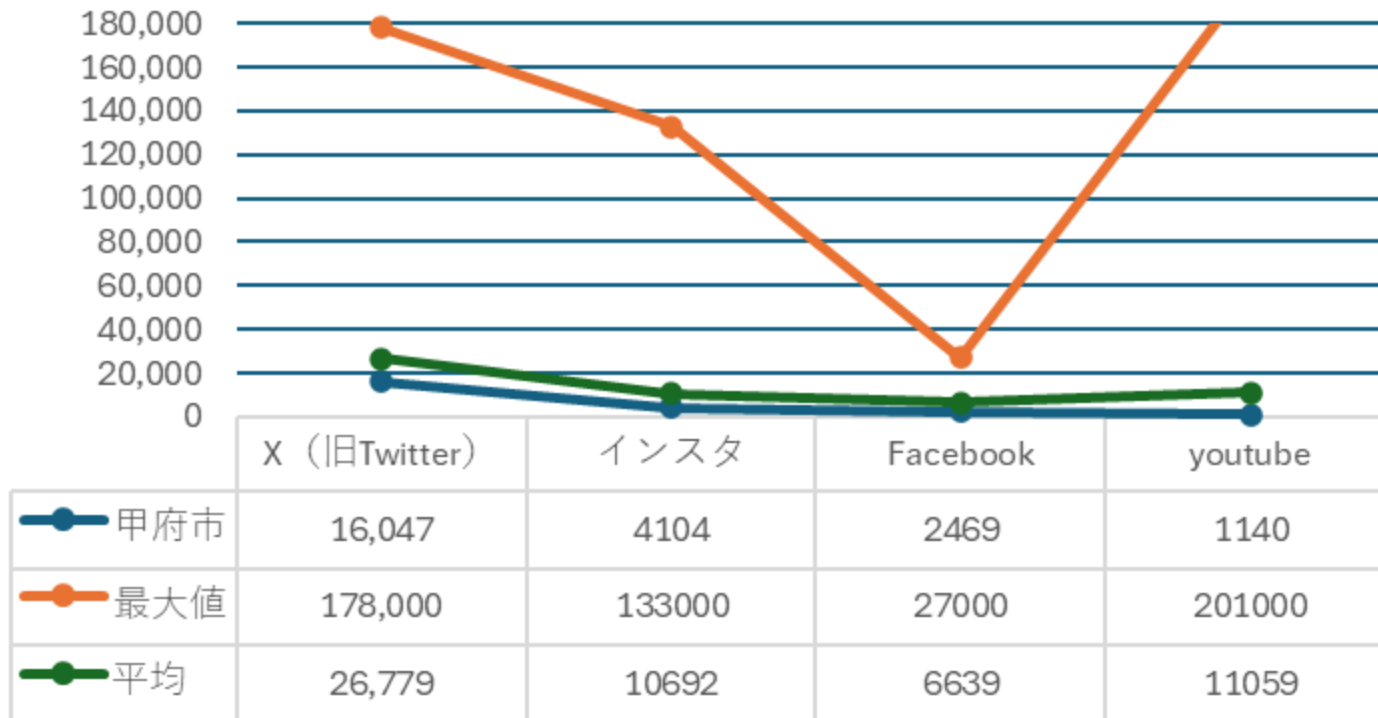
Instagram：今年の投稿は6つ。ハイライトは一昨年
から更新されていない。

Facebook：今年の投稿は3つ。グルメ系の情報が少なめ。Xと比べいいね数は多め。一桁いいねはほぼ無し。

YouTube：1番フォロワーが少ない。観光関連の投稿はほぼされていない。一番多い再生数は約3万。再生数が万単位である観光関連動画はなし。

2-8 各県庁所在地との比較

各県庁所在との比較



←横浜市のInstagram



神戸市の
↓ Youtube

各SNSが平均値よりも下回っており、まだまだ活用の余地があるといえる。

2-9 甲府市のSNSの現状



- ・ シンプルな写真
- ・ # もシンプル



- ・ ショート動画を用いて発信している。



2-10 甲府市のSNSの現状<他都市との比較>



- ★写真の彩度が低く、食べ物の良さが出し切れていない。
- ★ハッシュタグの数や使い方、オリジナリティに欠ける。

良い事例【神奈川県三浦郡葉山町】

葉山町はSNSの効果で移住者数が増えた実績がある！



hayama_official • フォロー
三角屋根 パンとコーヒー



hayama_official
朝に余裕のある人になりたい

#葉山歩き
#葉山 #hayama
#三角屋根パンとコーヒー #ワッフル
お久しぶりの #葉山食べ歩き は
#週末 #お庭 席で #朝活 #朝ごはん
#coffee #breakfast #japanesefood
#早起き した日は一日が長い
#早起きは三文の徳 どころじゃないね
#葉山の朝ご飯情報コメントください
#今日もおつかれさまでした

153週間前



wakako_sekine_mikami 大好き過ぎるカフェです 🍵



いいね！1470件

2021年12月14日



コメントを追加...

投稿する



- ★写真の彩度が高く、食べ物のおいしさを引き立てることができている。
- ★ハッシュタグをたくさん用いることでヒット数を上げている。

2-11 SNSの現状から…

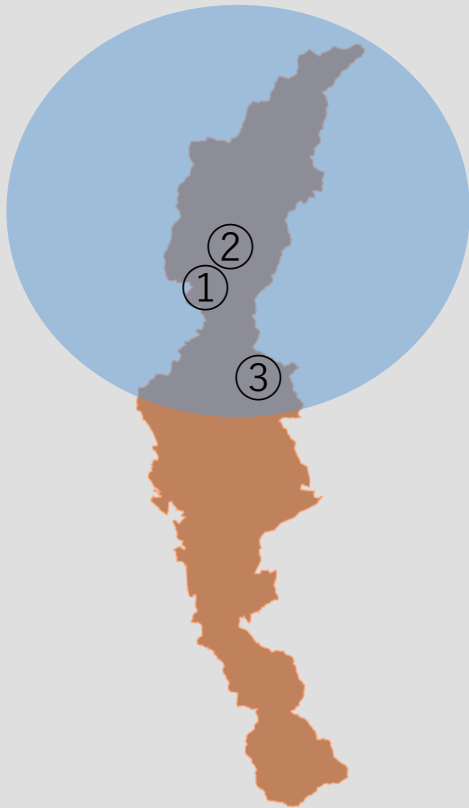
★観光に関するSNSの活用に工夫が少ない！



- ★SNSは情報収集のためのツールでもあるので、工夫をすることで甲府市の魅力をもっと知ってもらえると思う。
- ★今よりも活用することで観光客数増加を見込めるのではないか。
- ★SNSを使って若者にフォーカスした政策を作れるのではないか。

2-12 甲府市の各エリアの観光資源

< 北部 >



① 昇仙峡



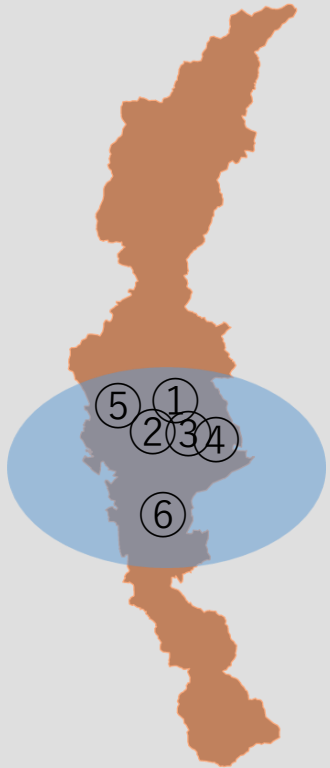
② 金櫻神社



③ 積翠寺

2-13 甲府市の各エリアの観光資源

< 中部 >



① 武田神社



② 舞鶴城公園



③ 甲州夢小路



④ 甲斐善光寺



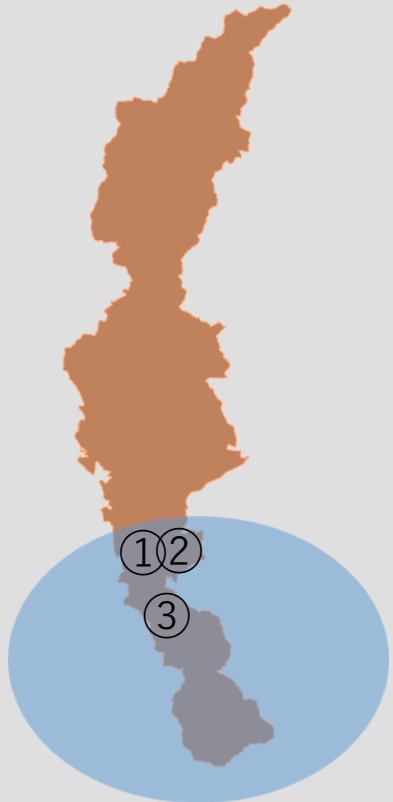
⑤ 湯村温泉



⑥ 小瀬スポーツ公
園

2-14 甲府市の各エリアの観光資源

< 南部 >



① 銚子塚・丸山塚
古墳



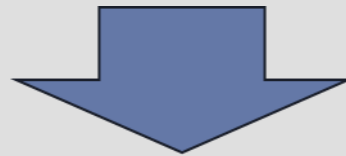
② 曽根丘陵公園



③ 右左口の里

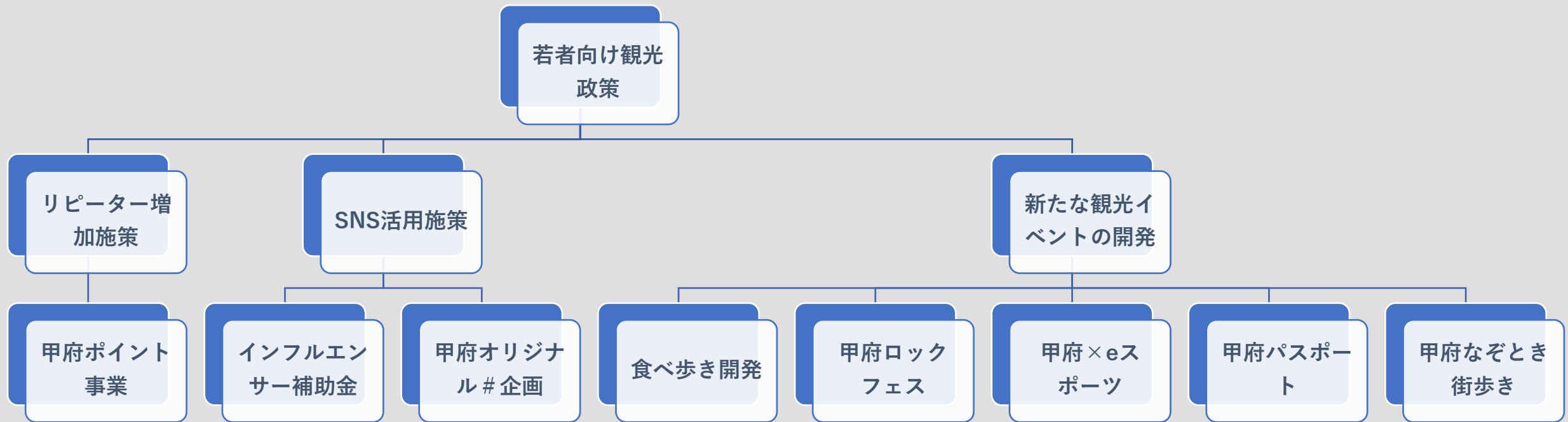
2-15 甲府市の各エリアの観光資源から分かること

- ・観光資源としては、歴史的建造物や自然を楽しめる公園が多い。
- ・甲府中心に観光地が集中している。
- ・**高齢の方や家族連れ向けの観光資源が多い。**



- ・**若者向けの観光イベント**を作り、多くの人に来てもらう必要がある。
1回だけでなく、**何度も甲府を楽しんでもらえる政策**が必要だ。

2-16 現状の課題から目的と手段の連鎖構造図



3. 甲府リピーター増加政策

3. 甲府リピーター増加政策

★甲府ポイント事業

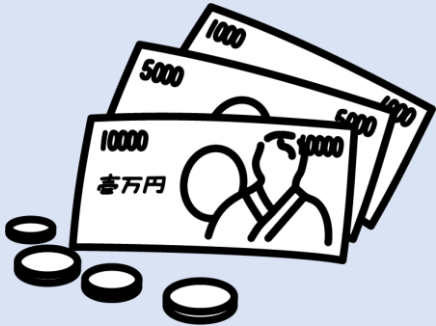
- ・ 甲府市内での食事やお土産代で甲府ポイントが貯まる。



3-1 甲府ポイント詳細

【甲府市内でのお食事・お土産の購入などによって**500円**で
1ポイント貯まる仕組み】

- ・ 甲府ポイントとは、甲府市内でお買い物やお食事をした際に
- ・ ポイントを貯めることができ、その**ポイントの特典と交換**することができる制度。



- ・ 甲府ポイントは、Webサイト上に専用画面を作り、
- ・ その画面内にあるバーコードを読み取ってもらうことで
- ・ **お支払い500円分が1ポイントへ換算**されるようになる。

- ・ そして、その貯めたポイント数に応じて

- ・ 甲府の特産物や割引クーポンなどの特典と交換できる仕組みになっている。



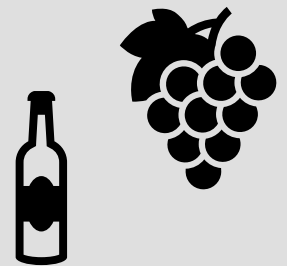
3-2 甲府ポイントの交換について

- **10ポイント** = 温泉宿宿泊施設の割引券（2000円）
- **20ポイント** = 山梨の特産物詰め合わせ
（季節によって桃、シャインマスカット）
- **30ポイント** = 高級ワイン



- 交換をするときに、桃がアレルギーで食べられなかったり、お酒を飲める年齢に達していなかった場合などのケースが考えられる。
- その時は、先ほどの商品をもろう代わりにポイントの商品と同等の金額になるようにクーポン券に変えてもらう。

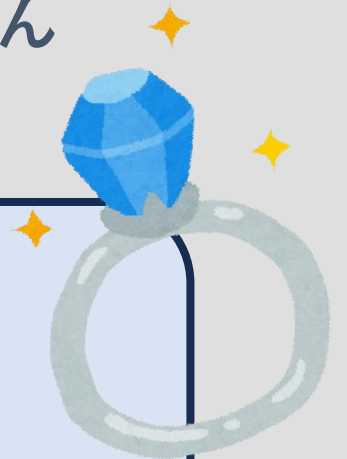
* 500円 = 1ポイント



3-3 クーポンを適用する店舗

クーポンを適用するお店はセレオ甲府の2階にあるお土産屋さん
に限定し、以下の店舗を対象とします。

- ・ カフェ＆ワインバー葡萄酒一番館（カフェ＆ワインバー）
- ・ ベルディア（印伝・水晶）
- ・ 甲斐の味くらべ（お土産）
- ・ ワインセラー（ワイン・和洋酒）



3-4 保有ポイントの保有期限について

- ・ ポイントの保有期限は、**2年**とする。

- ・ 県民に関わらず利用できるとしている。

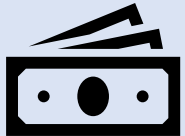
→コンスタントに来てもらえるようにするため。

- ・ 期間が長すぎてポイントがたくさん溜まりすぎたときのことを考慮して。

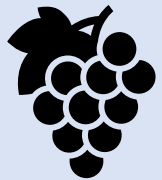
3-5 甲府ポイントのメリット



★甲府市の**リピーター増加**につながる。



★甲府ポイントを貯めて、お気に入り店舗等での**クーポンを配布**することで、もう一度甲府市に訪れる機会を作ることができる。



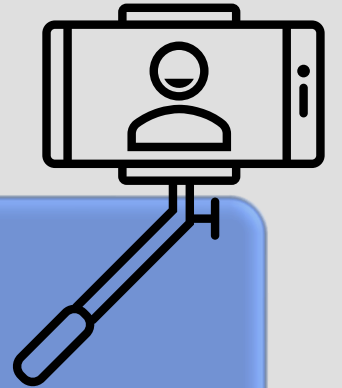
★特典に**甲府市ならではの特産品**を選ぶことで、甲府の味を楽しんでもらえる。

4. SNSを活用した政策

4.SNSを活用した政策

1. インフルエンサー委託金

- ・ 甲府市の観光地や観光イベントをインフルエンサーに拡散してもらう。



4-1-1 インフルエンサー委託金の詳細

 YouTuberやインスタグラマーなど**フォロワー1万人**のインフルエンサーを募集し、甲府市の観光地やイベントに参加してもらい、感想などを投稿してもらう。

 甲府市は、投稿をあげることに加え、期間を定めた上で再生回数やいいね！の件数によって補助金をあげ、**最大10万円の補助金**を出す。

4-1-2 インフルエンサー委託金のメリット

 ★フォロワーの多いインフルエンサーに魅力を伝えてもらうことで、**甲府市への関心を高める**ことができる。

 ★好きなインフルエンサーの行ったところを回る**聖地巡礼効果**も期待できる。

 ★インフルエンサーの投稿によって甲府市に初めて**関心をもってもらいきっかけ**になる。

4.SNSを活用した政策

2. 甲府オリジナル#企画

- ・ SNS内で甲府市ならではのオリジナル#をつけて投稿してもらう。

4-2-1 甲府オリジナル# 企画の詳細



荘川イルミ
を付けて
Instagramに
投稿しよう！

INSTAGRAM フォトコンテスト開催！

in 荘川の里イルミネーション 未実会 presents

だれでも参加OK!

受賞者には後ほど賞品の発送をさせていただきます（フォトコンテスト審査会にて審査）
受賞者の作品は「未実会ホームページに掲載」いたします
最優秀賞に選ばれた作品は翌年のイルミネーションの「ポスター背景」に設定させていただきます

応募方法

STEP 1 公式アカウントをフォロー
QRコードを読み込んで、「イベント公式アカウント」をフォロー。

STEP 2 お気に入りの撮影
カメラ、スマホ、タブレットなどで、会場内の写真を撮影。

STEP 3 ハッシュタグ投稿
写真に、ハッシュタグ「# 荘川イルミ」を付けてInstagram投稿。

STEP 4 いいね！
ステキな写真を投稿してたくさん「いいね！」をゲットしよう。

賞品

最優秀賞 1名
桜肴の湯入浴ペアチケット！

優秀賞 3名
地酒！どぶろく荘川桜

優良賞 10名
地元限定！荘川桜さるぼぼ

※写真はイメージです

○受賞については、未実会ホームページにて発表すると共に、InstagramのDMを通じて受賞者のアカウントに連絡いたします。○応募条件は国内居住者に限ります。○応募作品は、未実会ホームページまたはイベントのPRのため翌年のポスター等に活用させていただくことがあります。



- 甲府市で観光し、その思い出をSNSに投稿する際に #〇〇〇 をつけて投稿してもらおう企画。また、定期的にこの#を用いて **Instagramでフォトコンテスト**を開催する。このフォトコンテストの上位3名に甲府市の名産をプレゼントするキャンペーンも行う。
- 甲府市は今後SNSを投稿する際には、必ずオリジナル#をつけるようにする。

4-2-2 ハッシュタグの効果

①「低コストで広範囲での広告効果が得られる」

⇒情報を拡散することで広範囲でのイベントの告知や店舗等の宣伝に期待できる。

②「関連投稿を探せる」

⇒#で投稿を絞り込むことで、短時間で目当ての情報が見つけやすい。

③「キャンペーンに参加できる」

⇒#をつけて投稿を条件にすることで気軽に参加でき、参加者を増やせる。

④「口コミ効果の拡大」

⇒ユーザーが投稿をシェアすることで、自然な形で観光地の情報が広まる。

4-2-3 独自のハッシュタグを使用した事例

1. 青森県「#青森時間」キャンペーン

- ・青森の観光スポットや食文化を紹介する写真を募集。投稿者に抽選で地元特産品を贈呈。結果的に観光地の魅力が幅広く共有された。

2. 長野県「#信州絶景」キャンペーン

- ・四季折々の美しい風景を共有する取り組み。
公式アカウントが投稿をシェアし、多くのフォロワーを獲得。

3. 香川県「#うどん県旅」プロモーション

- 「うどん」に限らず、観光地や名産品も併せてPR投稿された写真を活用して観光パンフレットやウェブ広告に二次利用した。

4-2-4 独自ハッシュタグの利用方法の提案

- ・「継続的に利用者が増える#を利用する」

⇒「#甲府の四季」など、年間を通じて使えるテーマにし、シーズンごとにテーマを変え、連続性のある投稿を促す（例: 春は桜、夏はぶどう狩り）。

- ・「#を観光地ごとに分ける」

⇒人気のある観光地に投稿が集中し、他のスポットが埋もれることを防ぐ。
また、マップ形式で投稿を紹介し、地元全体の観光地を網羅する投稿を促す。

- ・「特典付きコンテストの開催」

⇒特定の#を付けて投稿した中から抽選で地元の名産品（ぶどう、ほうとう等）をプレゼント。

- ・「公式アカウント運用強化」

⇒年に数回テーマを変えた投稿を募集し、投稿者の写真を積極的にリポストして甲府市の魅力を継続的に発信する。

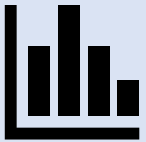
4-2-5 独自ハッシュタグの例

- 「#甲府散歩」
 - 「#甲府日和」
 - 「#甲府物語」
 - 「#まるごと甲府」
 - 「#甲府時間」
 - 「#甲府ライフ」
 - 「#甲府の日常」
 - 「#甲府アドベンチャー」
- 「#甲府の四季」
 - 「#昇仙峡ハイキング」
 - 「#武田神社散歩」
 - 「#甲府フォトスポット」
 - etc.

4-2-6 甲府オリジナル#企画のメリット



- 個人の投稿や簡単なハッシュタグで終わるのではなく、ユニークな#をつけて投稿することで甲府市に親しみを持ってもらいやすくなる。



- オリジナル#で検索することで、より多くの人の観光情報を手に入れることができる。



- 定期的にフォトコンテストを行うことで、自発的に甲府市の様子を掲載するようになり、甲府市への関心を高めることができる。

4-2-7 ハッシュタグの周知方法について

- ・ インフルエンサー等の協力で独自#を活用し、シェアしてもらう
- ・ 写真コンテスト等のSNSイベントで独自の#を入れることを条件にする
- ・ 地元の雑誌や新聞等で独自#について取り上げてもらう
- ・ 甲府市公式ホームページに独自#について掲載する
- ・ 甲府市の祭りやロックフェス等で#を紹介し、参加者にSNS等でシェアしてもらうように促す

5.新しい観光イベントの開発

5.新しい観光イベントの開発

1. 食べ歩き開発

- ・ 甲府市の中心商店街を昼から盛り上げるべく、甲府ならではの味が楽しめる食べ歩きの開発。
- ・ 甲府といえばといえる食べ歩きのアイコンメニューの開発。

5-1-1 食べ歩き開発の詳細

夜に飲み屋街が展開している中心商店街に食べ歩きできるお店を作り、昼から中心街を活発にしようというもの。



- ・この食べ歩き店舗は、募集式を取る。それぞれ食べ歩きメニューを開発してもらい、中心商店街で甲府・山梨ならではの味を手軽に楽しめるようにする。
- ・加えて、食べ歩きの中でもアイコンとなるメニューを各店舗が考え、北口広場で美味しかったところに投票する形式（B級グルメのように）で競ってもらい決定する。

5-1-2 食べ歩き事例

名古屋 犬山城下町



名古屋鉄道と観光協会と犬山市が協力して行われた「犬山キャンペーン」により食べ歩きが活性化された。

「とにかく串にささっていればいい」というテーマで参加店を募集したところ、現在の「串グルメ」の誕生に至った。



注目を浴びやすい「SNS映え」に特化したフード開発をすることで、若者層の集客にもつながっている。

5-1-3 食べ歩きイメージ図

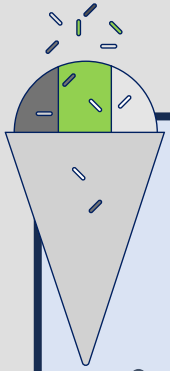


←食べ歩き商店街イメージ

休憩スポット/フリーWi-Fi→



5-1-4 食べ歩き開発のメリット



- 名古屋の犬山城下町のようにその地の味を手軽に楽しめるようになる。
- 中心商店街で行うことで、夜だけでなく**昼の活性化**につながり、中心商店街に昼間も足を運んでもらう機会づくりにつながる。
- 甲府の**アイコンメニュー**の開発によって、甲府の食べ歩きのイメージ浸透につながる。



5.新しい観光イベントの開発

2. 甲府ロックフェス

- ・ 甲府南エリアで音楽と甲府・山梨の味が楽しめるフェス

★音楽フェスとは

たくさんのアーティストが集まって、コンサートを行う音楽の祭典である。

- ・ 山梨県では、山中湖で行われるSPACE SHOWER SWEET LOVE SHOWERが有名だ。このフェスは1996年から28年続いているフェスである。スピッツやサカナクション、THE YELLOW MONKEYなど有名アーティストから若手アーティストまで多くのアーティストが集い、3日間で約8万人もの参加者が音楽を楽しんでいる。

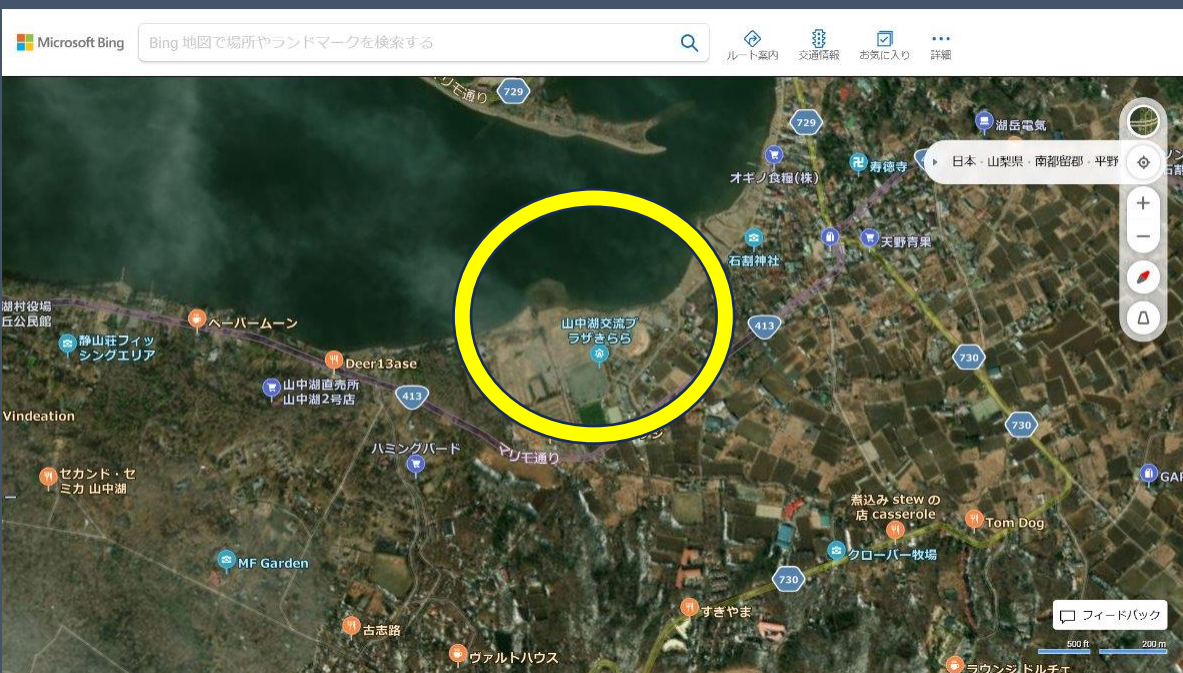


5-2-1 甲府ロックフェスの詳細

現在、**観光資源の少ない甲府南エリア**で大型ロックフェスを開催する。

前提：土地の決定や交通整備は市役所、フェスの運営はイベント会社へ委託する。

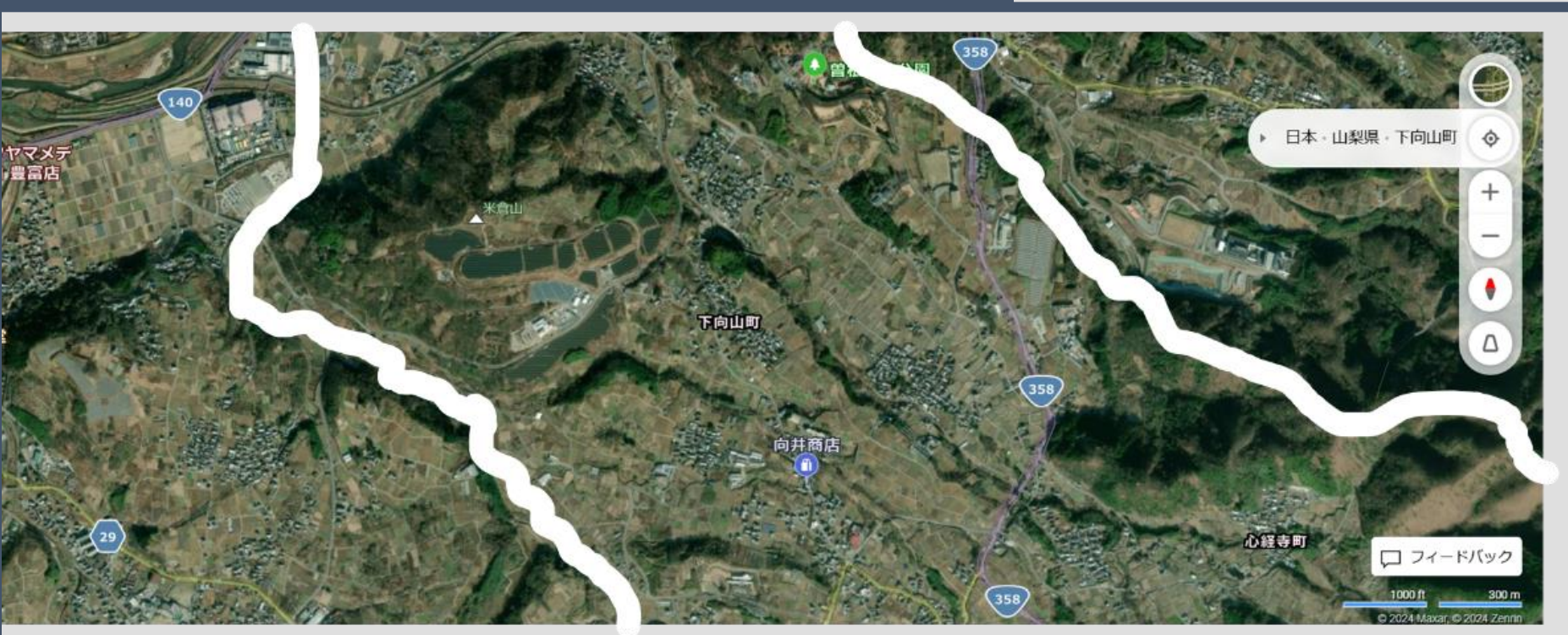
- ・山梨にゆかりのあるアーティスト（マカロニえんぴつ、藤巻良太、erica など）を呼び、コンサートを行ってもらう。
- ・甲府南エリアには、甲府南インターチェンジやリニアの駅が建設予定であり、**交通の便が良いエリア**といえる。
- ・フェスの中では、甲府市や山梨県で活躍しているキッチンカーに出店していただくことで、音楽とともに**甲府や山梨の味が楽しめる**。



← SWEET LOVE SHOWERの開催位置

甲府南インターチェンジ

↓ 曾根丘陵公園の南にあたるエリア





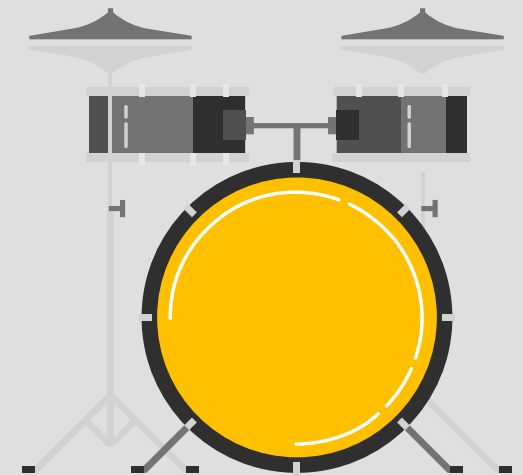
←会場イメージ図

キッチンカーイメージ図→



5-2-2 フェスによる経済効果

- ・開催地域周辺の宿泊施設や交通機関の利用、レストランなどで多くの消費活動が行われ、**地域の売り上げ**につながる。
- ・開催することで、地域の観光地や名所が注目を浴びる。地域の魅力が広く知られることで、**観光客の増加**や**新たな観光ルート**の形成につながる。
- ・フェスの運営には、スタッフやボランティアが必要であるため、**地域の雇用創出**にもつながる。



5.新しい観光イベントの開発

3.観光 × eスポーツ

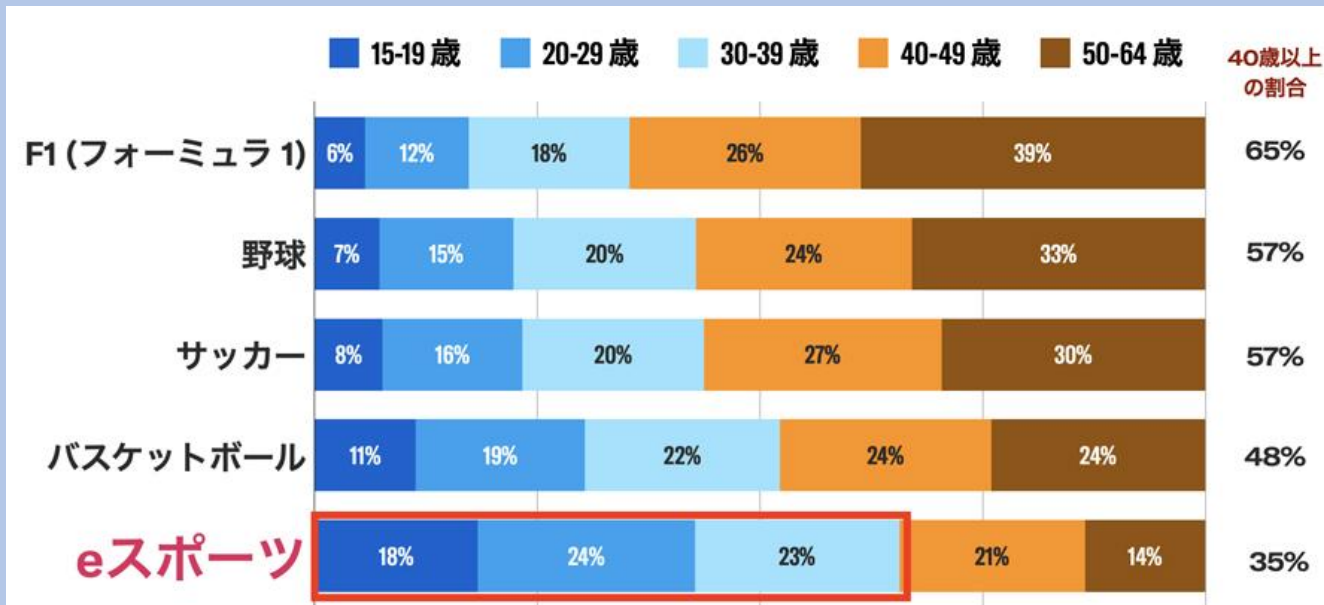
- ・ 甲府市の観光資源とeスポーツを融合させることで若者の集客を狙う。eスポーツツーリズム。

5-3-1 観光×eスポーツ

eスポーツとは？

「eスポーツ（eSports・エレクトロニック・スポーツ）」とは、広義には電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般を指し、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉えるものである。

各スポーツ興味関心層の年齢構成比較



eスポーツはほかのスポーツよりも若い世代の関心度が多くなっており活用することで若者の集客ができると考える。

5-3-2 eスポーツを活用した事例①

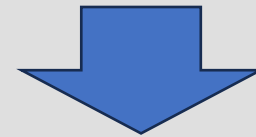
・小田原市 歴史×eスポーツ



出典 小田原市ホームページ

概要

小田原城という歴史的な場所で2日間行われた屋外eスポーツイベント。歴史を知ってもらおうと共にゲームを楽しむことができる。勝利チームには小田原市の名産品などがプレゼントされた。



ゲーム目的で来た人も観光のきっかけになり、市の特産品などのアピールなどにもつながる。

5-3-3 eスポーツを活用した事例②

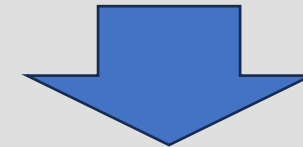
・富山県 酒蔵×eスポーツ



出典 若鶴酒造ホームページ

概要

酒蔵で開催されたeスポーツイベント。
200名を超える参加者が、オールナイトで地酒を味わいながらeスポーツを楽しんだ。



その土地伝統のものとeスポーツを合わせることで、**普段来ない若者層の集客**を狙える。

5-3-4 観光×eスポーツの提案の詳細

観戦

- ・プロeスポーツチームなどを招致。

エキシビジョンマッチを開催して集客。

参加

- ・一般の人が参加できるゲームを使った大会を観光スポットで行う。

甲府の文化や魅力に触れながら。

交流

- ・甲府市の観光スポットや文化をデジタル空間で再現。

ゲームと融合しながら甲府を知ってもらう。

5-3-5 観光×eスポーツの提案の詳細

甲府市の歴史×eスポーツ

甲府市の歴史的観光

舞鶴城、甲府夢小路 など



甲府市の特産品×eスポーツ

甲府ブランドの活用

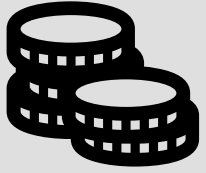
ワイナリーや印伝、水晶

大会賞品などに地元の特産品をプラス
することでアピール。



※扱うゲームの種類などは市内の学校などにアンケートを行い、人気の高いゲームを選ぶ。

5.新しい観光イベントの開発のまとめ



①甲府市リピーター増加政策

→ポイントを貯めて、何度も甲府市に訪れる機会の創出。



②SNSを活用した政策

→インフルエンサーによって、甲府市の魅力を拡散。

→オリジナルハッシュタグで甲府市の観光を広める。



③新たな観光イベントの開発

→食べ歩きで甲府の味を手軽に楽しめる。

→ロックフェスで音楽と甲府の味を堪能できる。

→eスポーツを用いて甲府市の魅力を楽しめる。

6.まとめ

山梨県に訪れる観光客は40代から60代が多く、また山梨県の観光客の実人数、延人数からも分かるように、若者向けの観光イベントを開発することで甲府市に若い年代の観光客を増加させることができるだろう。

また、提言した事業をすることで甲府市の観光客数を増加させることができると考えた。

7.参考文献

- ・ 第3次甲府市観光振興基本計画 kihonkeikaku3.pdf
- ・ 令和5年山梨県観光入込客統計調査報告書（令和5年から平成22年分）
03houkokusho2023.pdf
- ・ 甲府観光ナビ - 甲府市観光協会公式サイト
- ・ 甲府市観光ガイドブック
- ・ 募集要項南アルプス市市民参加型シティプロモーション事業
- ・ 実施計画について
- ・ <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001742893.pdf>
- ・ 甲府市／甲府市SNS公式アカウント・アプリ一覧
- ・ 令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書
000887659.pdf
- ・ 10代がSNSを使う理由 1位は？ | NHK文研
- ・ 第105回 日米で異なる若者に人気のSNS：教育とICT Online

- 
-
- ・総務省 | 令和5年版 情報通信白書 | SNS
 - ・Z世代の旅行・おでかけに関する意識調査 | SHIBUYA109 lab.
 - ・ハッシュタグ（#）とは？付け方や歴史、活用方法を解説