

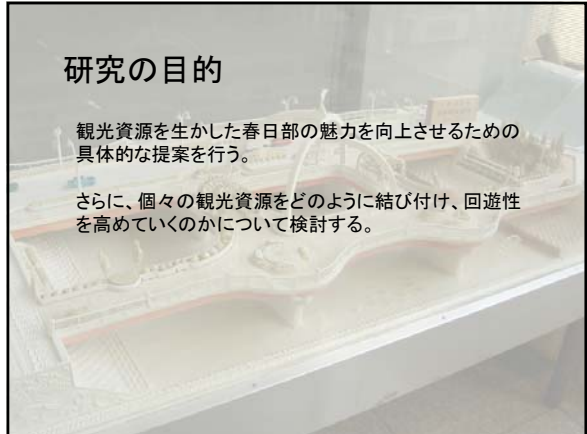
春日部市の観光資源魅力向上策

共栄大学 山田耕生・山田研究室

研究の目的

観光資源を生かした春日部の魅力を向上させるための具体的な提案を行う。

さらに、個々の観光資源をどのように結び付け、回遊性を高めていくのかについて検討する。



発表の流れ

1. 春日部市の観光についての現状分析

2. 各地の事例紹介および春日部市との比較

3. 春日部市の観光資源魅力向上に向けた具体的提案

1. 春日部市の観光についての現状分析

- ・H21年度に実施したイメージ調査の結果
- ・山田研究室ゼミ生による現地調査の結果
- ・「春日部市の魅力について」答申書意見

春日部市の観光資源の特徴を整理し、今後の方向性を提示

・H21年度に実施したイメージ調査の結果

□春日部のイメージ・アピールすべきもの

- ①外部住民、自治体に圧倒的な知名度を持つ**アニメキャラクター**
- ②知名度が高い**大酺、藤**
- ③知名度が低い**伝統工芸品**
- ④アピール要素としての潜在力の高い**地下巨大水槽**

□春日部の魅力づけに向けた今後の方向性

「田園的」、「庶民的」イメージの定着と活用
パンフレットやHP、イベント等でのPRの重要性
多種多様な地域資源とその組み立て
春日部の**“食”**の発掘
各組織の横断的な連携

・山田研究室ゼミ生による現地調査の結果

実施日：2009年12月5日(土)

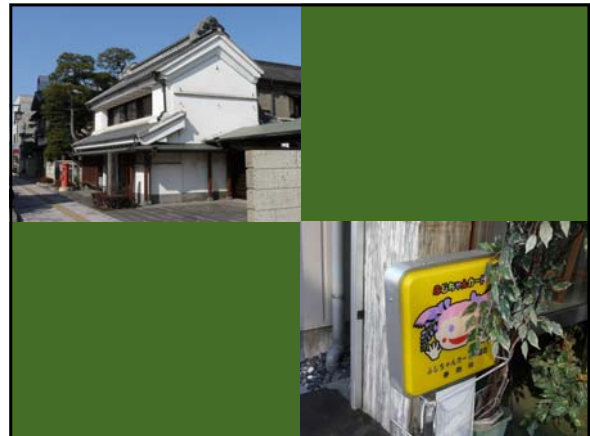
参加者：共栄大学山田耕生ゼミナール3年生11名、山田耕生

調査対象範囲：春日部駅から徒歩圏の市街地



春日部の良さ

- ・道幅が広く、散歩しやすい歩道が多い
- ・特産品が多い
- ・ブロンズ像が街中に設置されている
- ・駅前(西口)に特産品展示施設がある
- ・春日部ならではのアニメキャラクターがある
- ・点在している老舗の和菓子店は素敵
- ・旧粕壁宿の風情ある建物が残る
- ・飲食店が多く、ふじちゃんカードなどの特典もある
- ・西口駅前通りがフジで統一されている
- ・東口の駅前通りの歩道に小川が流れている



春日部の問題点

- ・クレヨンしんちゃんのアピール不足
- ・ゆるキャラがよく分からない(可愛くない、センスがない)
- ・特産品の活用が今ひとつ
- ・古利根川や公園橋が汚い
- ・東口ロビンソン前の通りは活気がない
- ・ブロンズ像の活用不足(目立たない)
- ・若者向けの店が少ない
- ・西口の特産品展示施設は中の展示品が分かりにくい
- ・市街地の町並みに統一感がない
- ・案内標識やパンフレットが不足している



「春日部市の魅力について」答申書意見

提案の多かった地域資源

- ・藤
- ・大風
- ・龍Q館(外郭放水路)の活用
- ・伝統的工芸品の魅力の創出
- ・粕壁宿の整備
- ・駅前を中心とした市街地の活性化
- ・水辺を生かしたまちづくり
- ・自然を生かしたまちづくり
- ・農業の活性化
- ・歴史・文化・芸術を生かしたまちづくり

春日部市の観光資源の現状の整理と今後の方向性

- ・クレヨンしんちゃんなどのアニメキャラクターは外部に向けての大きなアピールポイントになるが、生かし切れていない
- ・大風や龍Q館(外郭放水路)は魅力度が大きい観光資源として認識されているが、春日部駅からは離れているため、外部には伝わっていない
- ・伝統工芸品は種類も多いが、外部へのアピールが不足している
- ・ブロンズ像が東口に点在しているが、あまり目立たない
- ・個別の店舗では魅力的な菓子・料理があるものの、春日部=食というイメージが湧いてこない
- ・粕壁宿の面影が残る建物がいくつかある

2. 各地の事例紹介および春日部市との比較

“食”の開発事例(煮ぼうとう:深谷市)



特産品の活用事例(うちわの港ミュージアム:丸亀市)



特産品の活用事例(うちわの港ミュージアム:丸亀市)



特産品の活用事例(そばん博物館:小野市)



特産品の活用事例(春日部市。羽子板の形をした「らきすた」グッズ)



特産品の活用事例(春日部市。藤うどんおやしストラップ)



特産品の活用事例(春日部市。桐でできたハガキ)



特産品の活用事例(春日部市。子供用のかわら帽子)



特産品の活用事例(巨大なしゃもじ:宮島)



特産品の活用事例(春日部駅西口の特産物展示場。特産品の種類が多いためか、わかりづらい)



特産品の活用事例(焼き物が両サイドに埋められている歩道:瀬戸市)



特産品の活用事例(焼き物散歩道:常滑市)



特産品の活用事例(足袋の博物館:行田市)



特産品の活用事例(町内のミニ美術館化:金沢市)



像・モニュメントの活用事例(シンガホール。周囲に溶け込んでいる)



像・モニュメントの活用事例(特産品のリンゴのモニュメント:弘前市)



像・モニュメントの活用事例(行田市)



像・モニュメントの活用事例(春日部市。周囲の環境(景観)がいかに大事か。また、もう少し、見る人との距離が近ければいい)



像・モニュメントの活用事例(春日部市。台を取り払い、周囲に溶け込めば、隣に人も座るだろう)



像・モニュメントの活用事例(春日部市。像の周囲の環境(景観)に配慮すれば、作品も引き立つ)



アニメキャラクターの活用(東京:上井草駅周辺)



芸術のまちづくり(水戸市)



宿場町の整備(北千住)



宿場町の整備(北千住)



宿場町の整備(春日部。風格のある蔵が点在しているが)



宿場町の整備(郷土資料館にある旧粕壁宿の模型)



回遊性のある仕掛けづくり(伊香保温泉。かつての写真を通りに展示)



回遊性のある仕掛けづくり(別府温泉。かつての写真を通りに展示)



回遊性のある仕掛けづくり(香取市佐原。まちぐるみ博物館)



回遊性のある仕掛けづくり(香取市佐原。まちぐるみ博物館)



回遊性のある仕掛けづくり(豊後高田市。昭和の町)



回遊性のある仕掛けづくり(豊後高田市。昭和の町)



回遊性のある仕掛けづくり(豊後高田市。昭和の町。一店一宝運動)



回遊性のある仕掛けづくり(豊後高田市:昭和の町。一店一宝運動)



郷土資料館に展示されている昔の春日部の写真



郷土資料館に展示されている昔の春日部の写真



郷土資料館に展示されている昔の春日部の写真



回遊性のある仕掛けづくり(飛騨古川:ユニークな看板)



回遊性のある仕掛けづくり(小布施:地元には伝わる民話の紙芝居を点在させ設置)



3. 春日部市の観光資源魅力向上に向けた 具体的提案

1 “食”の開発

フジや特産品とのコラボレーション

春日部の特徴であり、観光資源であるフジや特産品と食を組み合わせた商品開発を行う。

1) フジ+シャンパン=フジシャンパン

→紫色のシャンパンはおしゃれ

→シャンパンだと、若い年代にも受け入れられる



1 “食”の開発

フジや特産品とのコラボレーション

春日部の特徴であり、観光資源であるフジや特産品と食を組み合わせた商品開発を行う。

2) フジ+ラーメン=フジラーメン

→うどんよりもラーメンの方がなじみやすい

→フジが持つ効用(生活習慣病予防効果)をアピールし、ヘルシーさで売る



1 “食”の開発

フジや特産品とのコラボレーション

春日部の特徴であり、観光資源であるフジや特産品と食を組み合わせた商品開発を行う。

3) アニメ+“食”=しんちゃんパン、らきすた牛乳

→「しんちゃんのほっぺ」など、柔らかさを連想させるユニークな商品名にしても面白い

→らきすたがパッケージに描かれた牛乳。おまけにらきすたグッツ



2 特産品の活用

特産品を観光資源ととらえ、外部に向けて広くアピール
これだけ多くの伝統がある特産品を有する地域はほかにない。観光活用するのを一つに絞るのはもったいない。そこで、それぞれの特産品をそれらに合う形で活用

1) 春日部街なか博物館

・商店街の各商店の協力を仰ぎ、桐箆箆・桐製品・羽子板・麦わら帽子といった春日部の特産品をショーウィンドーにディスプレイする

→各商店に展示された特産品が点在することで、街なかを一つの博物館ととらえ、来訪者に町歩きを楽しんでもらう

→春日部駅西口の特産物展示施設にて各店舗で展示されている内容を伝える

→「桐」、「麦わら帽子」、「凧」のようにテーマを設定した時期を年に数回つくる



2 特産品の活用

特産品を観光資源ととらえ、外部に向けて広くアピール
これだけ多くの伝統がある特産品を有する地域はほかにない。観光活用するのを一つに絞るのはもったいない。そこで、それぞれの特産品をそれらに合う形で活用

2) 特産品の体験機会を増やす

・かつては正月に子供が遊ぶ代表格だった凧上げや羽子板を復活

→凧揚げ選手権、羽子板甲子園などを企画。優勝者を“名人”として表彰

→対象は、高校生以下などに限定し、さらには市内の小学校や中学校などで予選を行ってもらい、各校の対抗戦なども実施

→子供のころから触れさせることで、大人になっても地元の春日部に愛着をもってもらう



2 特産品の活用

特産品を観光資源ととらえ、外部に向けて広くアピール
これだけ多くの伝統がある特産品を有する地域はほかにない。観光活用するのを一つに絞るのはもったいない。そこで、それぞれの特産品をそれらに合う形で活用

3) 製造工程の見学・体験などの拡大

・麦わら帽子、羽子板などの製造工程を分かりやすく説明、場合によっては製造体験を実施

→詳しい説明を聞くことで、購買意欲が増し、消費の拡大につながる

→製造工程を理解したり、体験してみたいという現在の観光のニーズに対応



説明を聞き、商品に対する理解が深まれば、「買ってみよう」という気が起こる

3 文化・芸術の活用

アニメやブロンズ像、旧粕壁宿などの活用

現在もっとも春日部を有名にしているアニメ(クレヨンしんちゃん、らきすた)、東口に点在しているブロンズ像、旧粕壁宿といった観光資源をさらに磨きあげ、魅力アップさせる

1) アニメキャラクターの活用

- ・アニメのふるさとということで春日部に来訪する人々をがっかりさせないようにするのは最低限の仕事
- 外国人用に英語(外国語)のパンフレットを作成
- 「春日部に来た」という写真を撮りたい観光客のため、駅周辺にモニュメントを整備
- 「春日部に来た」という記念の品を手に入れたい観光客のために、手軽なグッズを開発。既存商品を販売している店を紹介するマップなども作成



今のままではクレヨンしんちゃんを目当てに来た観光客はかわいそう

3 文化・芸術の活用

アニメやブロンズ像、旧粕壁宿などの活用

現在もっとも春日部を有名にしているアニメ(クレヨンしんちゃん、らきすた)、東口に点在しているブロンズ像、旧粕壁宿といった観光資源をさらに磨きあげ、魅力アップさせる

2) ブロンズ像の磨き上げ

- ・東口に点在しているブロンズ像はどれもすぐれた作品だが、それらの作品の良さが全然伝わっていないので、見せ方を工夫する
- 周囲の景観を整備し、作品が引き立つようにする
- 作品についての分かりやすい説明板を設置
- 作品に触れると願い事がかなうなど、それぞれの作品に気を引くストーリーをつける
- 作品と鑑賞者の距離を近くして、親近感をもたせる



ユニークな豚の像。現在のシアトルの観光名所の一つになっている



一工夫加えることで、さらに作品の魅力が増す

春日部市の観光資源魅力向上に向けた具体的提案

- 1 “食”の開発 **フジや特産品とのコラボレーション**
 - 1) フジ+シヤンパン=フジシヤンパン
 - 2) フジ+ラーメン=フジラーメン
 - 3) アニメ+“食”=しんちゃんパン、らきすた牛乳
- 2 特産品の活用 **特産品を観光資源ととらえ、外部に向けて広くアピール**
 - 1) 春日部街なか博物館
 - 2) 特産品の体験機会を増やす
 - 3) 製造工程の見学・体験などの拡大
- 3 文化・芸術の活用 **アニメやブロンズ像、旧粕壁宿などの活用**
 - 1) アニメキャラクターの活用
 - 2) ブロンズ像の磨き上げ