

川崎フィールドワーク報告書

地域から発信せよ！川崎の観光資源

主催：日本学生観光連盟

後援：川崎産業観光振興協議会

September 7, 2012

日本学生観光連盟

24年度代表 藤野 里帆

作成者：遠藤優弥、川崎理美、金野奈緒子、富樫沙貴、林日奈子

目次

<1> 活動について P 3

<2> 活動報告 P 4 ~ P 1 5

1 日目：事前学習（講演会）

工場見学・工場夜景見学

2 日目：討論会・発表

<3> 総括 P 1 6

<1> 活動について

実施主体：日本学生観光連盟

(顧問：桜美林大学 鈴木勝教授、横浜商科大学 宍戸学准教授)

後援：川崎産業観光振興協議会

実施日：平成24年8月8日(水)～9日(木)

企画目的：ニューツーリズムの一つである産業観光が注目されている今、将来の旅行業界を担っていく私たち大学生が実際に触れ、考え、理解することを期待する。また、このフィールドワークをきっかけに、身近な観光資源に気づき、どのように自分たちが地域振興や地域活性化に携わっていけるかを考える機会にしたい。

企画背景：京浜工業地帯の中心である川崎市は、多くの産業遺産を有している。そのため、工業都市としてのイメージを強みとした産業観光の代表都市となっている。立地性・著名な製造業企業の存在・近代化産業遺産の所有・バラエティーの豊富さなど様々な魅力を持ち、すでに完成しつつある川崎市のさらなる魅力づくりに、観光を学ぶ私たちが学生視点から貢献できればと思い、フィールドワークを実施したいと考えた。

企画概要：川崎市には多くの工場・施設等がある。その施設等を見学し、地域の人々や生産に携わっている人々と触れ合い、交流する。そこに生まれる「体験価値」を見出し、新しいタイプの観光「学習型観光」を実体験する。また、地域における企業の地域貢献・社会貢献という役割や、その技術の保全と継承の重要性を理解する。そこで得たものを自分たちなりにまとめ、2日目に討論会を開催し、意見交換を行う。

参加大学：立教大学、横浜商科大学、桜美林大学、文教大学、帝京大学、東海大学、
跡見学園女子大学、高崎経済大学、札幌国際大学

特別参加：川崎産業観光学生プロモーター(明治大学)

計10大学34名の学生が参加

<2> 活動報告

—1日目—

●事前学習（講演会）

「地域観光と旅行業—旅行業界との決別を—」

講師：亀山安之 氏

（川崎市観光協会 産業観光プロデューサー&ツアーディレクター）

インターネットの進展 → 団体型旅行から個人型旅行へとシフト。

膨大な情報量 → 既存の旅では満足できない顧客が増加。

⇒インフラを整備しただけでは顧客を満足させることは不可能。

『ハードの時代からソフトの時代へ』

ただ訪れるだけの旅ではなく、癒しや新たな発見・出会いを求めるようになった。

=旅の目的が高度化

<旅行業>

流行りのツアーや観光地はいずれ勢いが落ちる。永遠はない。

⇒魅せ方を変えていかなければならない。（同じ視点から見ていては進展がない）

成功例 旭山動物園の行動展示

→本来の動物の姿（生活、行動）を見せる。

<これからの観光業のあり方>

どれだけ多くの旅を提供できるかではなく、どれだけ顧客を満足させる旅を提供できるかが本来の目的であることを見直さなければならない。（“量より質”）

◎顧客を満足させるには、**商品力** **発信力** **地域力** が重要。

⇒質を高めるには、旅を提供する側が地域に根づいて、その地域の良さを深く知らなくてはならない。



●工場見学・工場夜景見学

見学先：味の素(株)川崎事務所→JFE スチール(株)東日本製鉄所
工場夜景コース：川崎市臨海部周辺

13:30～14:30 「味の素(株)川崎事務所」 見学



●概要説明／味の素の原料・作り方(30分)

- ・映像「グルタミン酸ナトリウムができるまで」
- ・「みそ湯体験」 実際にうま味を体感。

●工場見学

ほんだし工場・資料展示室の見学(60分)



15:00～17:00 「JFE スチール(株)東日本製鉄所」 見学

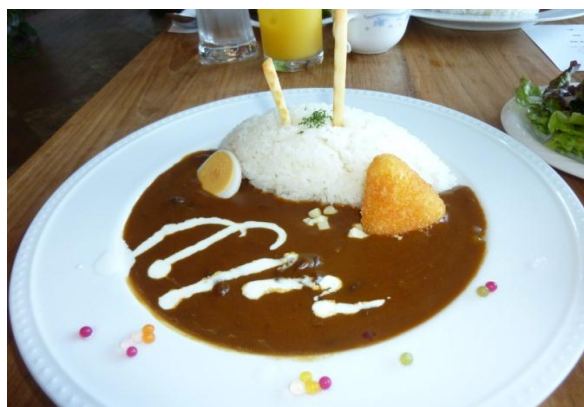


●概要説明

●工場見学

鉄の製造工程を見学。

17:30～18:30 夕食（川崎マリエン「フロンティア」にて工場夜景カレー）



18:30～20:30 工場夜景見学（チャーターバスに同乗し、臨海部の夜景スポットを見学）
亀山様、ワカイ様によるガイド付き





ー2日目ー

● **討論会・発表**

1日目の体験をもとにし、「地域から発信せよ！川崎の観光資源」をテーマに5グループに分かれ、討論会・発表を行いました。

<グループ1>

① フィールドワーク前の川崎のイメージ

プラスイメージ

- 駅前がきれいで栄えている
- 夜景がきれい
- 最近メディア等に取り上げられ、有名になってきた

マイナスイメージ

- 駅前以外何もない
- 工場夜景以外の魅力がない
- 日帰りの観光地
- 高速道路でただ通り過ぎるだけ
- 工場が多く、汚い

② フィールドワーク後の川崎のイメージ

- 魅力的な工場が多い
- 積極的に産業観光に取り組んでいる
- 駅前以外にも魅力的な場所がある
- 工場夜景がきれい（女性目線）
- 工場夜景はあまり感動しない（男性目線）

③ フィールドワーク前の産業観光のイメージ

- 小学校の頃の社会科見学の延長
- 勉強するために行くので観光ではない
- 工場オタクが利用する
- 男性が多く、女性は回避してしまう
- 工場 PR のための取り組み
- はじめて聞く言葉、馴染みがない

④ フィールドワーク後の産業観光のイメージ

- 工場自体がテーマパークでそのアトラクションを体験している感覚であった
- 小学生の頃には体験できなかった大学生だから得られる感動がある
- 工場のガイドさんの話が面白い
- 観光用ガイドではなく、現場の従業員ならではの面白さがある
- ヘルメットや工場ユニフォームを着るので興奮する
- 初めて体験する観光
- 味の素は観光客用のガイドであった

意見交換会で以上の意見が挙げられた。そこで挙げられた意見から、今後「産業観光を学生に広めるために」というテーマで話し合った。話し合いの中で、こんな企画があったらサークルのような学生団体が川崎の産業観光を訪れるというコンテンツを作成し提案した。

○コスプレで回る産業観光ツアー

意見交換で得られた「工場自体がテーマパークでそのアトラクションを体験している感覚であった」、「ヘルメットや工場ユニフォームを着るので興奮する」という意見を参考に、今回の FW を通して、産業観光という今までとは違った観光の形態であり、新しい非日常的体験ができること、ヘルメットや工場ユニフォームの工場コスプレを着ることによる興奮を掛け合わせることで観光魅力につながると考える。今日の学生はディズニーリゾートなどのテーマパークで大学サークルのグループ全員が統一のコスプレや上着を着る傾向がある。この傾向を利用し、工場をコスプレで回るツアーを行う。工場という日常では関わりのない場所で日常ではできないコスプレができるというイベントを企画することで、多くの学生が利用すると考える。さらにメディアで取り上げられ、川崎や産業観光の PR にもなる。そして新たな日本の観光魅力となり、外国人観光客誘致にもつながるだろう。

<グループ2>

① フィールドワーク前の川崎のイメージ

プラスイメージ

- 住む町というより工業の町
- 若者が多い、交通のアクセスがいい
- 広い（地区が多い）

マイナスイメージ

- 自然が少ない、空気が汚い
- 工場が多くゴチャゴチャ、商店街が長い
- 足を止めようと思わない

② フィールドワーク後の川崎のイメージ

- 知っている企業が多く、親近感が持てた
- 住宅地と工業地がしっかり分かれていた
- 川崎市と工場の人たちの提携が見られた
- お店が多くて便利サラリーマンが多い
- 環境問題に取り組んでいる
- 一つの工場が広く、まとまっていた
- 空気は思ったよりきれい、東京よりいい
- 埋め立て地、住みやすそうな町

③ フィールドワーク前の産業観光のイメージ

- 近代以降に作られた工場を観光する
- 知らないし、聞いたこともない
- 産業を観光するという概念が無い
- 小中学生が行くもの、社会科見学

④ フィールドワーク後の産業観光のイメージ

- バスに乗って楽しめる、サファリパークのよう
- ガイドのお話が面白い、地元の方だからよかった
- 工場地帯をドライブするだけでも楽しい
- 環境や、地域とともに成り立っていた
- 幅広い年代が楽しめるツアー
- 新鮮なイベント
- JFE はアトラクションのよう、綺麗にまとまっていないのがいい
- 味の素は綺麗にまとまっていた
- もう一度行きたいが一人だと行きづらい、ハードルが高い
- 企業と町が共存できる
- 体験を伴うツアーなので、学びがあった

話し合いの中で、今まで知らなかった産業観光も、こうしたイベントを通じて参加すると楽しい、魅力的という意見が多く聞かれた。一人だと参加しづらい産業観光も、団体で参加するとその楽しさに気付ける。仲間と参加することで、その魅力をより強く感じられるという点に着目し、**学生団体の交流イベントの場として川崎の観光を広めるためにどのようなコンテンツが必要かを提案した。**

▽僕らのナイトミュージアム in 川崎

*川崎を学びの場、大きなミュージアムととらえる

- ①大型の窓を搭載した貸し切りバスで市内を周遊
- ②工場見学では体験できるコーナーを増やし、より印象的な旅に
- ③学生はもっと食べたい！工場夜景カレーに加えて、特大サイズのフードメニューを考案
(みんなで食べられる→団体の一体感を高める)
- ④夜景を見ながら食事ができるスポットを整備
- ⑤集合写真を全員で撮りたい→セルフタイマーを利用して、ベストショットを全員で取れるシャッターポイントを作る。(シャッターポイントをめぐるコース設定も)
- ⑥おもしろガイドさん・・・やはり川崎市の人が良い。川崎検定の受験者を用いる
- ⑦工場夜景を見ながらスイーツを食べたい！
→みんなで食べることが出来る巨大パフェ4～5人前を創作
 - ・石炭、鉄鉱石、石灰をイメージしたアイス
 - ・煙突をイメージしたホイップ&炎
 - ・きらめく光をイメージした星が煙に見立てた綿あめを持っている
 - ・川崎の地層をイメージした土台は下からゼリー、ウエハース、石チョコ、まっちゃんケーキ、コーンフレーク
- ⑧川崎も名物のくずもちをお持ち帰り



<グループ3>

①川崎のイメージ

プラスイメージ

- ・大都市圏と近く、普段から気軽に行ける
- ・ショッピングモールや映画館・スポーツ施設など、施設が整っている

- ・取扱量国内上位の貿易港
- ・工業地帯

マイナスイメージ

- ・学生のイメージではない
- ・ランドマークがなく、隣接都市に埋もれ目立たない
- ・イメージカラーがなく、ぱっと思いつくイメージがない
- ・街全体がごちゃごちゃとしている

②「産業観光」へのイメージ(フィールドワーク参加前・参加後)

フィールドワーク参加前

- ・観光というより社会科見学などで訪れるイメージ
- ・女性が行くイメージがない
- ・かたく、とっつきにくい
- ・興味はあるが一步が踏み出せない
- ・授業で取り扱った程度の認識
- ・中高年層が行くイメージで、学生が参加するものではない

フィールドワーク参加後

- ・意外と緑化がされていて綺麗だった
- ・工場夜景(特に肉食系の光)が印象的だった
- ・バスガイドさんによる解説があり、観光らしかった
- ・「観るため」に施設が整えられていて、もう少し近くで現場を見たかった
- ・見所などを記載した地図があればより楽しめたのではないか

③学生のイメージ

- ・安さを第一に求めるものの、「特別感」「プレミア」「特典」も同時に求める
- ・暇そうに見えて実は忙しいため、時間の使い方をよく考えている
- ・インターンや学生団体に参加し、企業との繋がりを求めている

ブレインストーミングの結果、②のフィールドワーク参加前で記述されているように「産業観光」を知ってはいるものの、学生が行くものではないという認識をされている現状が浮かび上がった。しかし今回のフィールドワークで産業観光を体験したことによりその魅力に気づくことが出来たので、学生がより産業観光に興味を持つような体験学習の一つを提案した。

▽「職場体験」

今回フィールドワークで訪れた工場は「見学」という面が強く、一步外から見ている感覚

だったため、より踏み込んだ「体験」をプラスしてはどうかとの意見が出た。BtoB企業など普段はあまり知ることのない企業の見学も兼ね、また、食堂など普段社員が食べているものを食べる事が出来るようにすることで、就活を控えた学生や女子学生といった、新たな客層の獲得が見込めるだろう。

<グループ4>

①産業観光に対する事前イメージ

- ・社会科学見学でしか行かない。
- ・マニアしか行かない。
- ・華やかさに欠ける、地味。
- ・展示物や展示方法に工夫がなく、おもしろくない。

②実際に産業観光を体験して感じたこと

- ・アニメの世界のようで印象的であった。(工場夜景、JFE スチール)
- ・迫力があり、好奇心をそそられた。(工場夜景、JFE スチール)
- ・味の素の演出が素晴らしかった。(五感をつかって感じる事ができた。)

※マイナス面

- ・既定ツアーへの参加であれば問題ないが、自力では無理がある。(特に移動手段)
- ・工場内での撮影規制が厳しいのが残念。もっと思い出を写真に残したい。
- ・バスの座席によって夜景の見え方に差があるため、値段に差をつけるべき。
- ・宣伝が弱く、産業観光の魅力が世間にはあまり伝わっていない。

などの意見が挙げられた。

以上のように、事前イメージではマイナス面が多かったが、実際に参加してみると意外と楽しかったというように好感をもつ人が多かった。しかし②のマイナス面でも挙げられているように、知るきっかけやロコミがない限り自ら行こうとは思わない上、そもそも全く関心のない学生を呼び込むには無理があるという意見が出た。

そこで、予備知識のある理系男子学生をターゲットにしたイベントの実施を提案した。

▽『産業観コン』～産業観光×街コン～

目的：理系男子学生に出会いをプロデュース

⇒普段あまり女子学生との関わりが少なくであろう理系男子学生に、自分のフィールドで女子にPRできる出会いの場を提供する。

対象：理系男子学生（産業観光の予備知識あり）

+

文系女子学生（将来に安定を求める傾向？）

内容：産業観光（理系男子の頭脳をアピール）

工場夜景 ←合コン形式で屋形船を利用。

<グループ5>

①「川崎のイメージ」②「産業観光へのイメージ（フィールドワークに参加前、参加後）」

③「フィールドワークに参加したきっかけ」について考ブレインストーミングを行った。

①「川崎のイメージ」

マイナスイメージ

- ・観光として見るものがなさそう
- ・横浜は人がモノを動かすイメージだが、川崎は工場が立ち並んでいるだけのイメージ
- ・外国人が多く、繁華街に入ると怖い
- ・そもそも川崎がどこにあるかわからなかった
- ・工場が多いため、空気が悪いイメージ

プラスイメージ

- ・人が多く賑わっている
- ・ショッピングモールが多く、栄えている
- ・東京に近い
- ・映画館が多い

その他

- ・マンションが多く、ベットタウン
- ・工業地帯

②「産業観光へのイメージ（フィールドワークに参加前、参加後）」

フィールドワーク参加前

- ・つまらなそう
- ・観光のイメージがない
- ・小・中学生のころ行った社会科見学
- ・夏休みに家族連れが行くイメージ
- ・人気なところは予約待ち（工場好き、マニアがいる）
- ・観光の要素として「工場」が思い浮かばない
- ・「産業観光」という言葉は授業で聞いたことはある
- ・「工場萌え」という言葉を聞いたことがある

フィールドワーク参加後

- ・観光として感じられた
- ・楽しかった
- ・味の素工場は見るための施設となっていて、工場らしさがなかった
- ・お土産をもらえることで満足感が得られた
- ・JFE スチール株式会社は工場内を実際に回り、熱さや爆音などを肌で感じることでより体感的に楽しむことが出来た
- ・ヘルメット・軍手・作業衣を装備することで工場らしさが感じられた
- ・バスツアーによるガイドにより一層観光らしく感じられ、楽しかった

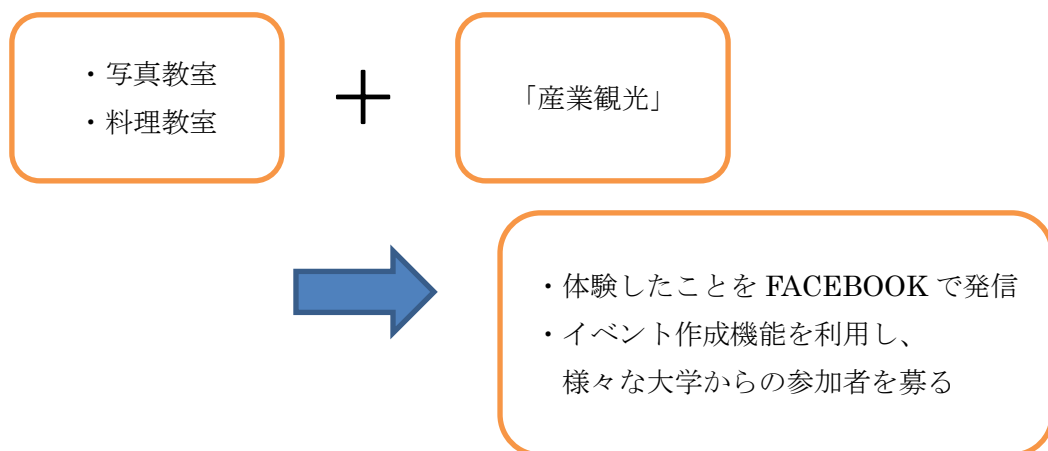
③「フィールドワークに参加したきっかけ」

- ・チラシを見た際に「産業観光」ってなんだろうと興味を持ったから
- ・一人では行かないが、学観連のような学生団体が企画していたので参加してみようと思ったから
- ・他大学の人と交流できると思ったから
- ・視野が広がると思ったから
- ・授業で産業観光という言葉は聞いたことはあったが実際は行ったことがなかったから

以上のブレインストーミングを行った後、学生・家族連れがどのようにしたら「産業観光」に興味を持ち、川崎を訪れたいか話し合った。

何かしたいけれど何をすれば良いかわからない大学生に、「学生の集まる場」を提供する産業観光に最初から興味を持ってもらうのは難しいと考えた。

そこで、大学生同士の交流の場として人を集め、人数が集まり次第「産業観光」を実施する。また、夜景工場の際写真が上手に撮ることが出来なかったのが、写真教室とセットにすると写真に興味のある学生の参加も見込める。（「カメラ女子」という言葉があるようにカメラにこだわりのある女性も増えているので需要があるのではないかと考えた。）味の素工場を見学した際にレシピを持っていく学生が多かったのが、大学生（特に一人暮らしの大学生）を対象にした料理教室と組み合わせても面白いと考えた。



「工場カード」を作成し、家族連れをターゲットに複数の工場を回ってもらう
既存のダムカードのように、工場ごとにカードをもらえるようにし、一つの工場見学にとどまらず、多くの工場をまわってもらえるようにする。まずは、収集癖のある工場好きのコレクターたちから始まり、いずれは家族連れに浸透できればよいと考えた。

<3> 総括

川崎市を訪れたことのない学生が多くいましたが、今回の産業観光フィールドワークを通じて川崎市の観光の魅力に気付くことができ、とても良いきっかけとなりました。しかし、やはり産業観光のみでは、学生同士で川崎市を訪れるきっかけとしては弱いという意見も挙がりました。

2日目のグループワークでは限られた時間の中ではありましたが、学生らしい自由な発想で様々なプランが提案されました。今回は学生らしい意見を、ということで現実性は考えないで自由に意見を挙げていきましたが、今後よりレベルの高い活動を目指していくには、実態を把握した上でより現実的なプランを提案することが社会貢献につながるというアドバイスもいただきました。

全体を通しては、今回の産業観光を体験したことで、観光の力で新たな魅力を発信することに力を入れている川崎市の事例から、「地域の魅力」や「まちづくりの難しさ」に気付くことができ、学生である私たちにとって実社会をより身近で感じることのできる良いきっかけとなりました。しかし先ほども挙げたように、より充実したレベルの高い活動をするのはもちろんですが、協力して下さる企業や行政の方々にも何らかの形で貢献できるような活動をしていかなければならないと実感させられました。

【終わりに】

本フィールドワークにご協力いただいた、川崎市観光協会産業観光プロデューサー&ツアーディレクターの亀山安之様や、川崎産業観光振興協議会をはじめ多くの皆様にはこの場を借りて改めて、厚く御礼申し上げます。また、フィールドワークにご参加いただいた学生の皆様にも、深く感謝申し上げます。

日本学生観光連盟は、今後も様々な企画を開催して参りますので、是非とも宜しくお願い致します。