

『はち包』による地域ブランドの認知度向上の提案

Proposal for raising awareness of regional brands by "HACHIDUTUMI"

八王子を包み隊

恋塚基¹⁾, 辻村清奈¹⁾, 前田菜の子¹⁾, 毛姜楠¹⁾,
指導教員 永見 豊¹⁾

1) 拓殖大学 工学部 デザイン学科 シビックデザイン研究室

私たちは八王子市の地域ブランドの認知度向上を目的とした、新しいお土産『はち包』を提案する。この提案は八王子市の素敵な特産品をお土産という形で知ってもらうことで、観光客自身にもお土産を受け取る人にも八王子市の魅力をより伝えるためのものである。『はち包』とは、八王子市の地域ブランドである多摩織物で八王子の地酒を瓶包みにして販売するというものである。ターゲットは外国人観光客と設定し八王子市の地域ブランドの認知度を向上させていく。

キーワード：地域ブランド・外国人観光客・お土産・高尾山

1. はじめに

近年、日本では外国人旅行者数は増加しており2017年には2869万人が日本に訪れた。観光庁は2020年までに訪日外国人旅行者数を4000万人にするという計画を決定しており、今後も外国人観光客は増加する見込みである¹⁾。そして八王子市でも連日多くの外国人観光客が高尾山に訪れている。

地域ブランドに対しては道の駅『八王子滝山』で地元の野菜や製品などを取り扱っており、他にも八王子市役所やHPには特産品の展示やふるさと納税の紹介などもされているなど多くの八王子ブランドの活性化のための企画を行っている。

しかし、その一方で八王子市の地域ブランドの製品はあまり浸透していないように見受けられる。

そこで、私たちは八王子市の地域ブランドの認知度向上を目的とした、新しいお土産『はち包』を提案する。この提案は八王子市の素敵な特産品をお土産という形で知ってもらうことで、観光客そしてお土産を受け取る人にも八王子市の魅力を伝えるためのものである。

2. 背景

当大学で八王子市の地域ブランドの認知度についてのアンケート調査を実施した。知っている回答したのは37%であり、高いとは言えない結果と

なった(図1)。また、外国人観光客の八王子ブランドの認知度に関してはこの結果と同等、またはそれ以下と考えられる。

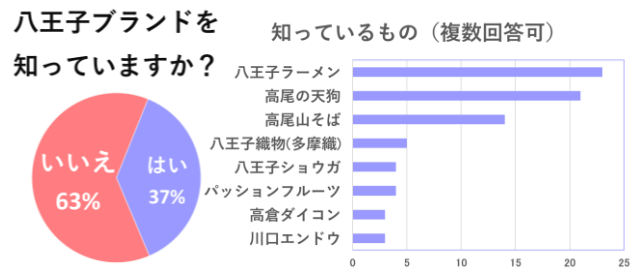


図1 アンケート結果

そして高尾山を訪れる多くの登山者は下山後、里を回遊せずに家路を急ぐ。高尾の里の商店街は、登山の観光客が里を巡り回遊してくれること、そして食事や土産品の購買等をしてくれることを期待している。しかしながら、里に回遊する魅力に乏しいことや寄ってみたいと思わせる観光拠点等が存在しないのが現状である、という記録もある²⁾。

3. 前例

前例としては、石川県の特産品『ルビーロマン』が挙げられる。ルビーロマンは1房約2万~3万という高級特産品である。図2を見て分かるように約1億4千万円の売り上げが出ており、成功していることが分かる。

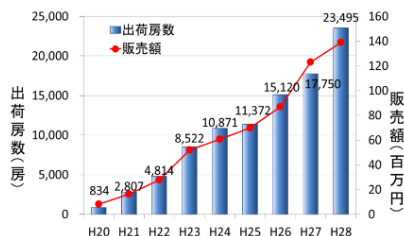


図2 ルビーロマンの売上推移³⁾

4. 『はち包』とは

私たちが提案する『はち包』とは、八王子市の地域ブランドである多摩織物で八王子の地酒を瓶包みにして販売するというものである(図3)。ターゲットは外国人観光客と設定し八王子市の地域ブランドの認知度を向上させていく。

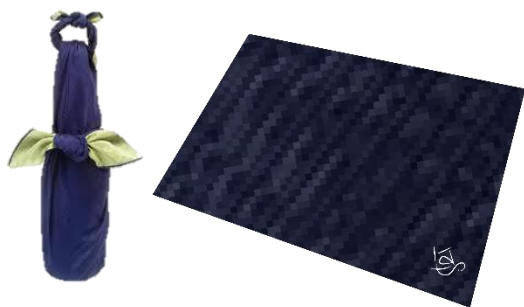


図3 イメージ画像

また、ターゲットユーザーとなる外国人観光客が多く訪れることから高尾山付近での販売を想定している。

私たちは今回この商品を提案するのに多摩織物と地酒を選定した。

第一に日本のお土産といえば扇子や手ぬぐいなどまさに『日本』というものが喜ばれていることから多摩織物のような美しく多彩な模様をもった日本らしさのあるものの方が外国人観光客に好まれると考えた。高尾山には多くの外国人観光客が訪れていることから外国人観光客に喜ばれるお土産は需要が高いためである。

第二に地酒などの日本のお酒は海外では『SAKE』と呼ばれとても親しまれている。また瓶や見た目の日本らしさからコレクションとして飾る人も多いという。そして地酒はその土地でしか味わえないという特別感があるためお土産に適している。

第三に風呂敷という形は瓶包みだけではなく多

様な使用方法があるため手に取りやすい。そして普通の風呂敷ではなく多摩織なので丈夫で長く使うことができる。

この商品は多摩織で作られた風呂敷で酒瓶をつつんだものである。大きさは720mLの日本酒を丸々包み込んだものと300mLの日本酒を包み込んだもの、2パターン作る。理由としては大きくしっかりとしているがよく見かけられるサイズの750mLと外国人観光客などが自国に持ち帰りやすいサイズの300mLをつくることでお土産としての幅を広げるためである。

また、ブランドの価値を高めるためロゴを制作した(図4)。このロゴは『包』を『は』



『ち』でやわらかく表現し親しみやすさをだした。

更に風呂敷の様々な使用方法を多言語で記載したリーフレットを付属することで風呂敷の瓶包みとしてだけでなく他の様々な使用方法を国内外問わず知ってもらう。これにより購入後も日本の昔ながらの文化に触れるきっかけをつくる。

値段的には決して安いとは言えない価格での販売になるが、石川県の例のように魅力のあるものは高額でも売れるという前例があるため『はち包』もまた経済効果を生むことができると私たちは考えている。

5. 地域観光振興関係団体への提言

私たちは八王子の特産物をコラボレーションすることで、新たな八王子ブランドを提案した。八王子の観光がより発展することを期待して、ぜひ地域観光振興関係団体には、この企画の推進をお願いしたい。

参考文献

- 1) 国土交通省 観光庁 HP『「観光立国推進基本計画」を閣議決定』より
(http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000307.html)
- 2) PDF『観光客の動向 高尾山の観光客は』八王子市
- 3) PDF『ぶどう「ルビーロマン」の生産拡大と ブランド化の推進』農林水産省