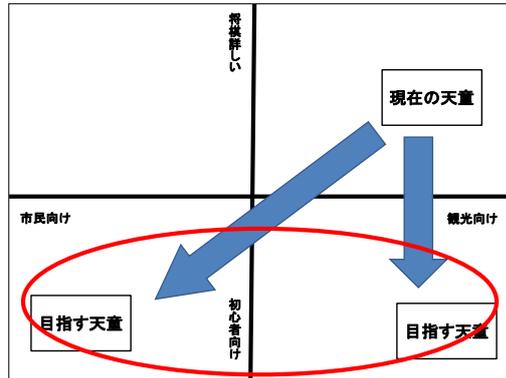
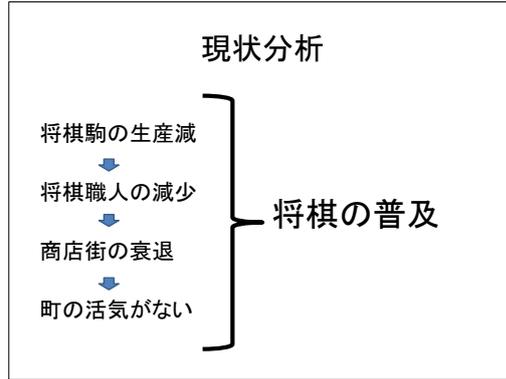


グループ①「将棋駒」, チーム名「将棋維新の会」

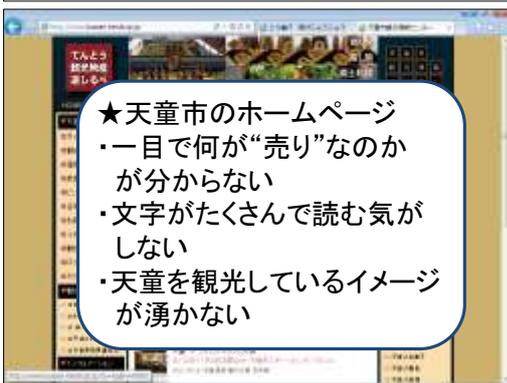


将棋を知ってる人が楽しめる街
↓
将棋を好きになってもらう
将棋を知ってもらえる街へ

将棋パーク概要

- ・うどん県のようなインパクト(宣伝しやすい)
- ・天童のリソースを生かせる
- ・他地域との差別化
- ・将棋関連施設の充実
- ・エリアマップ作成
- ・ゆるきゃら採用
- ・お土産(合角お守りなど)
- ・イベント

一貫した政策提言



キャラクターの効果

- ・市民参加型で市民にも観光への意識を
- ・SNSなどの宣伝で使うキャラクター
- ・パークの名物、中心的存在へ
- ・将棋系(ひっしちゃん、かつくん など)

キャラクターの圧倒的インパクト

ひっしちゃんとかつくん

飛 角



人間将棋

現在年1回実施
プロ棋士によるイベント



↓

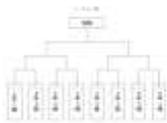
小学校対抗人間将棋大会実施
市内将棋選手権決勝

観光客をターゲットに人間将棋体験(予約制)
月に一回程度を目安

市民ボランティアの協力
500円×40人(駒38人+カメラマン、受付)
=20000円

小学校対抗将棋大会

クラス内で将棋トーナメント(クラス代表決め)
↓
クラスの代表同士が勝負(学校代表決め)
↓
学校対抗人間将棋大会(天童NO1決め)



メリット クラスの一体感 思い出 校庭に線を引いて実施
デメリット 暇な子が出てくる 運営が難しい

将棋交流室

現状

- 施設の方やお年寄りの方が多い
- 週末には将棋教室のために子どもたちも来ることがある

観光客としては入りづらい
市民も入りづらい
体一つで訪れても将棋が無料で打てる素晴らしい施設
もったいない

理想↓



初心者用 駒

将棋交流室を天童の核に

- 詰将棋スタンプラリー-景品交換所併設
- 初心者用将棋の導入
- 子どもや観光客が入りやすい環境づくり

思い出・感動型アトラクション

| 製造見学 | 彫駒 | 書き駒体験 |
|---|--|---|
|  |  |  |
| 将棋駒の製造現場を見ることができる。 | 自分の好きな言葉を職人の方にその場で掘ってもらえる。 | 自分で実際に駒に文字を書くことができ、オリジナルの駒をつくることできる。 |
| 1回 300円程度 | 1回 1000円程度 | 1回 500円程度 |

詰将棋

現在 問題が難しい
時間がかかる
(詰むまで7手など)

改善 簡略化
「あと一手ヒント」の利用
スタンプラリー化で興味



スタンプラリー 1000円未満

No3エリア
次の一手 角7-二

No4エリア
次の一手 角6-四



エリアマップの作成

- 天童市はエリアごとにわかれている
- 例)ファミリーエリア/温泉エリア/観光エリア/ア/歴史エリアなど
- より関係のある分野がわかる
- スタンプラリーの位置もわかる



観光パンフレットの利用

- エリアマップとして利用
- 受け渡、場所、難易度
- ※今のA特、追加して観光協会に行くと可
- ※B4用紙で天童市のホームページに掲載
- ※観光協会が印刷できるように

ホームページ+観光協会



ヒントの紙は将棋交流室で

お土産

現状 お守り・根付が人気
新たな消費を生ませる

しかし 現在は将棋知ってる人向け

- 将棋をほとんど知らない人にも売る
- 合角/飛躍の年に/一歩一歩着実に/金運/金より良いものを/
- 観光客は何か天童特有の何かをお土産としてほしい

将棋が詳しくない人も

上級者 → 将棋の街 天童 → 合角 金運 → 初心者

将棋を知ってる人が楽しめる街

↓

将棋を好きになってもらう
将棋を知ってもらえる街へ

観光客にも有効だが

市民に対しても有効

天童の若者

将棋駒の街 天童で育ち ← 将棋の街 天童

幼いころに詰将棋をみて関心をもち ← 詰将棋スタンプラリー

スタンプラリー一冊して、善悪がわからず ← ヒントの紙

将棋交流室で将棋を味わり ← 小学校対抗人間将棋

クラス対抗・学校対抗人間将棋で盛り上がり ← 小学校対抗人間将棋

天童で過ごした若者が就職などで東京などに出てしまう。地元に残る人もいる

天童出身の若者が家族を持った時に子どもに将棋を教える ← 駒による感動・思い出

※現在将棋を知っている、将棋ができる人の割合は緩から教えてもらったというデータあり

費用

- ・パンフレット印刷費 現在と変わらない
- ・ヒントの紙 印刷費 5円×10000枚=50000円
- ・お守り 新規開発費 現在の根付をアレンジするため、費用は少ない
- ・将棋文楽堂 初心者用将棋 ×2 3000円程度
- ・小学校対抗人間将棋 予選は校庭に線を引いて実施など低く抑えられる
- ・観光客人間将棋 ボランティア運営 → 地域へのコミットメント
- ・アトラクション 既存のものを改良することで可能
- ・情報発信 行政の方、または学生(明治大学生も含む)
- ・イベント 内容による

つまり費用はほとんどかからない
小さい工夫で大きく天童を変える

それが天童将棋ランド それが将棋維新の会

グループ②テーマ「温泉」、チーム名「ドンと来い！天童温泉」

成果報告

ドンと来い！天童温泉



課題

- ・観光客の減少
- ・団体客から個人客へ

観光客減少に伴い必要なこと

- ①知名度を上げる
- ②滞在時間を延ばす

ツアーの提供



メリット

- ・行程を調整できる
- ・使いたいものを使える
- ・ターゲットを明確化

デメリット

- ・天候が関係する
- ・どの旅館にするか？
- ・価格調整が難しい？

提案

- ①異業種との連携 ②ストーリー性



①-1 出羽桜



①-2 天童木工



②-1 勝ち運



②-2 子宝・安産



× 天童

②-3 縁結び



市民に対して

問題点

温泉が旅館に併設されているため
市民が利用ににくい

提案

各旅館、週替わりで温泉の開放

結論: あるものを磨き、
市民一体となって
温泉を盛り上げよう!!

グループ③テーマ「フルーツ」、チーム名「フルーツ薦隊」

フルーティ薦隊

第02話 天童フルーツで地域活性化!の巻

メンバー

経営学部2年 川村 康太 商学部3年 木田 直規
経営学部2年 高橋 幸花
農学部1年 竜澤 はるか 国際日本学部1年 松田 安友子

前回までのあらすじ

天童フルーツをブランド化させたい!

↓
そのためには天童フルーツの認知度を上げなければ
ならない!!

↓
私たちは前回の中間発表において以下の提案をしま
した。

- ↓
- ①天童フルーツのPRブックの作成及び設置
 - ②カットしたラ・フランスを宿泊者へ提供

なぜこの企画案が生まれたのか？

●人間将棋や平成鍋合戦などのイベントについて掲載してあるパンフレットはあるが、フルーツに特化した情報が記載されているものはなかった。→PRブックの作成・設置

●非正規品の多くは、親戚や隣人などにおすそ分けとしている慣行があるが、その味に問題はない。→ラ・フランスを宿泊者へ提供

PRブックの作成と設置①

< 内容 >

- ・天童フルーツに特化した情報を入れる。
- ・写真を多く取り入れ、視覚的な情報を多く与えることで、食べた時などのことをイメージしやすくする。
- ・豆知識や旬の時期、おいしい食べ方、販売先などの詳細な情報も入れる。
- ・字のフォントを大きくすることによって高齢者の方やお子さんにも読みやすいよう配慮する。
- ・持ち帰りは自由！

PRブックの作成と設置②

< 設置場所 >

- ・旅館の各部屋に置いて頂く。
- ・旅行会社や新幹線のパンフレットに同封する。
- ・上記のほかにも、駅や果樹園、道の駅、若松寺などの観光スポットといった人の出入りの多い場所に置いて頂く。

PRブックの作成と設置③

< ポイント >

- ・旅館の各部屋に置くことは、駅などにおくよりも目にとまりやすくなる。
- ・持ち帰りできるので手元に残る。
- ・二つ目の企画案とリンクしている。

ラ・フランスの宿泊者への提供①

< 内容 >

- ・非正規品のラ・フランスを了承して頂いた旅館に無償で提供
- ・カットしたラ・フランスをウェルカムフルーツとして宿泊客に提供
- ・カットしたラ・フランスは天童焼の器に盛り付ける
- ・宿泊客に提供する際にラ・フランスの説明も合わせてして頂く。

→しかし、双方にメリットはあるのか？

ラ・フランスの宿泊者への提供②

< 双方のメリット >

- 旅館側
 - ・ラ・フランスをウェルカムフルーツとして出すことによって通常の宿泊にプレミアムが付く。
 - ・ラ・フランスを他の料理に使用すれば、材料費の節約になる。
 - 提供側(JAてんどう)
 - ・認知度が上がれば、ラ・フランス製品の売上高の上昇につながる。
- ある程度のボランティア精神が必要！

私たちの最終目標



私たちは天童フルーツの認知度を向上させて、現在の天童駅という駅名から...
「ラ・フランス天童駅」に改名したいと考えています！！



ご清聴ありがとうございました。

グループ④テーマ「歴史」、チーム名「You're beautiful」

舞鶴山観光拠点案

政治経済学部2年 林竜也
経営学部2年 久野 晃弘

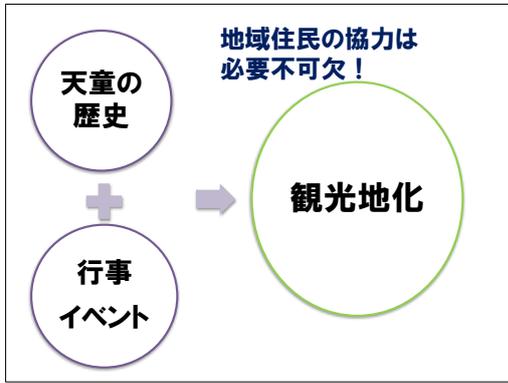
訪れたくなる山～舞鶴山～

現状

- ・歴史を感じる特徴的な山だが表面に出きれていない
- ・人間将棋会場を有効に活かしてきれていない
- ・歩道が無いため歩きたがらない

観光拠点にするための改善の余地はある！





政策提言2



- ・イベントの増加
人間将棋、桜祭りだけでなく年間を通して、「また来たい！」と思わせる。
- ・便利な移動手段の確保
(バス、タクシー、レンタサイクル)
→1番に舞鶴山へ訪れてもらう

結論

歴史に興味がある人が
楽しく回れる仕組み
作ればいい。

この問題を解決するのが
電子観光案内板



例えば、「見る」の「寺社」を選択

見る
寺社・遺跡
美術館
スポーツ

政策提言

- ・史跡の整備 (建勲神社・愛宕神社)
織田信長、最上義光ゆかりの地として
より知名度を上げる。
- ・遊歩道の整備
→大人も子供も登りやすい山となる。
→自然・歴史をより身近なものにする。



電子観光案内板

明治大学政治経済学部政治学科 河邊崇弘

天童市が抱える3つの問題

①天童市内のオススメ観光スポットはどこだろう?
②どこをオススメすればいいのだろうか?
③観光客のニーズを反映していない観光案内パンフレット

観光客
観光施設スタッフ

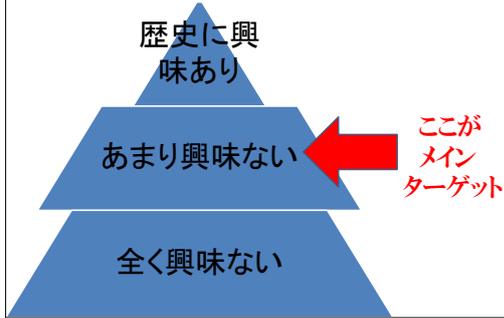
画面はこんな感じ



| 寺社 | 説明 | 連絡先・行き方 |
|-------|---|--------------------------------------|
| 若松寺 | 若松寺は縁結びの神様として、最上三十三観音の第一札所として知られています。また、若松寺観音堂は国指定重要文化財になっています。 | 0236534138 天童駅から車で10分 「地図」「音声」 |
| 建勲神社 | 建勲神社は、天童織田藩の始祖である織田信長をまつた神社です。アカマツの林は建勲神社社叢として市の指定天然記念物となっています。 | 0236530289 天童駅より徒歩10分 「地図」「音声」 |
| 格知学舎 | 明治の教育に異彩を放った儒学者、本沢竹雲が開学し、近郷地主層の子弟が学んだ明治時代の私塾。県指定の史跡になっており、秋になると趣きをかもしたす鮮やかな紅葉も有名です。 | 0236537468 天童駅より車で15分 「地図」「音声」 |
| 西沼田遺跡 | 西沼田遺跡は古墳時代のムラの跡で、聖徳太子が生きていた頃のムラの様子を知ることができる遺物が出土したことから国指定史跡になりました。 | 0236547360 天童駅より車で3分 「地図」「音声」 |
| 佛向寺 | 一向上人の命日である11月17日には、全国でも珍しい踊り念仏の一種「踊舞念仏」がおこなわれています。また、境内には、天童で将棋駒が作られるきっかけをつくったと言われる天童織田藩の家老・吉田大八のお墓もあります。 | 0236532276 天童駅より徒歩10分 「地図」「音声」 |

この観光案内板によって
「歴史に興味のある人」を
ターゲットに
まずは天童の歴史を認知させ、
巡ってもらおう

ここでのターゲットは？



このターゲットに
興味を持たせる仕組み

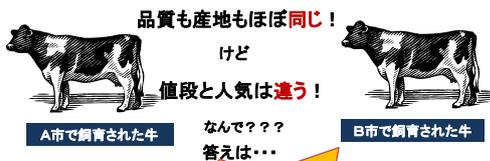
- ▶物語性を取り入れる
(他の観光スポットと組み合わせる。)
 - Ex) ①阿弥陀クジ形式
②電子観光案内板にルーレット
- すべて回ったら自分だけの「天童物語」
ができています！

天童ブランド確立に向けて

～「歴史」と「努力」の結晶を未来に残そう～

法学部法律学科3年高久承実

地域ブランド化ってどういうこと？



ブランド価値の有無！！！！

次に

「あまり興味のない層」に
興味を持たせる
仕組みを用意

ちなみに
この第2層の
ターゲットを掴めれば
当然に第1層の
ターゲットも掴める

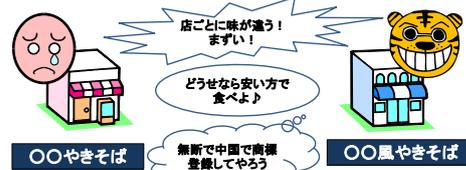
ブランドとは



観光客の満足度を
最大化することである。と考える。

地域団体商標って何？

地域の特産品等を「地域ブランド」として保護する制度



ご当地名物の信頼と誇りを守るために
地域団体商標は誕生

地域団体商標登録のメリットは？

- ・ブランド価値向上、顧客吸引力を発揮
- ・偽物を排除し、事業者の信頼を守る
- ・地域の人々の誇り、励みになる

市川の梨



シンボルマークを付した商品が全国区で
発売。商標が有効活用され地域経済に
貢献できていると実感。



長崎カステラ

商標登録後に実施した認定審査会や技術講習会
などがテレビ、新聞各社により報道され、一般消
費者からの問い合わせが多数寄せられた。



天童名物の登録状況は？

山形県の登録案件

平田赤ねぎ：酒田市平田地区産の赤ねぎ

刈屋梨

米沢

山形

山形

置賜

米沢

「天童将棋」「天童温泉」「天童ラ・フランス」等が並んでいてもおかしくない！

「歴史」と「努力」で育てあげた天童名物を未来に残すためにはどうしたらいいか...
今こそ**市民一丸**となって考えるべき！

グループ⑤テーマ「ホームタウンスポーツ」、チーム名「一紫入魂」

ホームタウンスポーツ

○社会活性化

×経済活性化

直接的経済活性化ではなく、
地域を活性化することで**間接的経済活性化**を目指す

天童



将棋駒といで湯とフルーツと**スポーツ**の街

という共通認識が持てる街づくりを行う

取材を通して見えた課題

①意思疎通ができていない

⇒組織の活動が天童市の掲げる「スポーツの町としての天童」の成立に結びついていない

②各団体が独自事業を行うための資金、時間には制限がある

⇒ホームタウン推進に向けた新たな取り組みを生み出しにくい

解決策

主体の明確化

- 意見交換の機会を設ける
- 各団体の事業内容、課題を共有する
⇒ホームタウンTENDO推進協議会内部に主体部署を設置したらどうか？

市民の意識向上

- 天童市の一体感を目に見えるようにする
- 市民レベルで継続的に問題定義をしてもらう

企画案一覧

- リストバンドを作って繋がりを形にする
- スポーツビジネスコンテストを開催する
- スポーツ標語募集
- 天童市スポーツ応援歌を作る
- スポーツ関係者交流会を開く
- 団体関係図を作り知ってもらう
- 目安箱の設置
- Webサイト、SNSの活用

リストバンド作成

目的...つながりを形にする
スポーツ意識の向上

対象...天童市民

手段...駅や市内の商店に協力してもらい、低価格で提供する

※配布ではなく**購入**してもらうことで、
高い意識を持ってもらう

スポーツビジネスコンテスト

目的...市民のスポーツに対する関心を高める
斬新なアイデアを発掘する

対象...柔軟な発想を持った若者

手段...SNSなどを利用して公募する

※優秀なものは市で実施を検討する

スポーツ標語

目的・・・スポーツが盛んであると認識させる

対象・・・市の小、中学生

手段・・・学校を通し、長期休暇などの宿題として提出してもらう

※選考で選ばれたものは道路沿いの看板に掲載する

スポーツの街“天童”の創造

