

# 道の駅しもつけから下野薬師寺歴史館への集客方法の提案



地域名  
下野市・下野市教育委員会事務局文化財課

19班 コミュニティデザイン学科 鈴木詩織 藤嶋美月  
建築都市デザイン学科 伊波香音 百目鬼里桜 船戸基  
社会基盤デザイン学科 伊東拓海 三浦雅久  
グループ指導教員 三田妃路佳

## 背景 ~道の駅しもつけから下野薬師寺歴史館への集客方法の提案~

- 道の駅しもつけ 年間利用者数200万人を誇る直売所、物産販売、グルメなど施設が充実
- 下野薬師寺歴史館 歴史的価値が高く、イベントなども実施一方で…場所が分かりにくい  
認知するきっかけが少ない  
歴史は難しくハードルが高い

→ 課題：歴史館の知名度、立ち寄るハードルの高さ

より歴史館を知り、気軽に行きやすくする解決策が求められる  
これを歴史館や外部（道の駅）の強みからアプローチする

## 目的

仮説 『道の駅に立ち寄る人の目的地は最初から決まっているのではないか』 歴史館に目的地が変わることはないとする

- ①歴史館に行くことのハードルを下げる
- ②歴史館を道の駅のついでによる（気軽に立ち寄る）場所にする  
これらを重視した解決策が有効だと考えられる

## 調査の目的

- 道の駅の利用形態、現状を知る
- 歴史館の利用者の特徴を調査する
- 仮説の検証

道の駅と歴史館を繋ぐ施策の提案

## 調査方法

道の駅：聞き取り式でのアンケート

実施日：9/16 12:00~14:00

質問事項

- 道の駅での利用場所
- 出かける目的
- 道の駅での情報収集方法
- 出かける場所
- 歴史館の知名度

など

歴史館：アンケート用紙を用いた形式

実施日：11/8~11/21

質問事項

- 歴史館を知ったきっかけ
- 歴史館の魅力
- 歴史館の利用状況
- 歴史館の利用理由

など

## 提案「しもつけへの切符」

40代・50代向け

短時間で簡単な内容

最終的に周遊を促す

二段階のスタンプラリー

## イベントの流れ



道の駅しもつけで1枚目の切符を取る

道の駅しもつけに設置してある切符1枚を手に取り、下野薬師寺歴史館に行く



下野薬師寺歴史館で2枚目の切符を取る

下野薬師寺歴史館に設置してあるもう1枚の切符を手に取り、交換スペースに行く



交換スペースで2枚の切符を渡す

交換スペースで切符を合わせてもらい、景品としてガチャガチャが1回できる



下野市のスタンプラリー用紙が貰える

景品と共に下野市を回るスタンプラリーの用紙を受け取る



スタンプラリーが完成したら応募できる

下野市を回るスタンプラリーが埋まったら交換スペースで豪華景品の応募をする



抽選で当たると豪華景品が貰える

抽選で当たると下野市の特産物セットである豪華景品が貰える。

## イベントの景品

①下野薬師寺歴史館に展示されている瓦などのミニチュア

下野薬師寺の様々な種類の瓦や風鐸、甲塚古墳で出土した埴輪をミニチュアのおもちゃにし、ガチャガチャの景品とする。

②下野市の特産物セット

2段階目のスタンプラリーの景品は下野市の特産物セットにする。下野市のふるさと納税を参考にし、5000円程の内容にする。

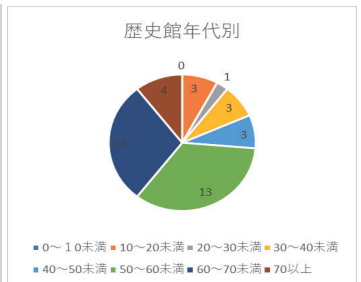
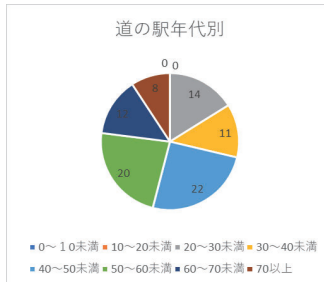
## 費用

切符の用紙	¥56,000	道の駅と歴史館それぞれに400枚。計800枚 切符自体も景品となるため厚手の紙を使用する
スタンプラリー用紙	¥15,000	スタンプラリーで使用する用紙。計400枚 一般的なパンフレットで用いられる紙を使用する
景品のミニチュア	¥40,000	景品のガチャガチャに用いるミニチュア 1つ200円を200個用意する
カプセル	¥12,000	ミニチュアを入れるカプセル 200個用意する（100個で5800円を2個）
ステッカー	¥25,600	スタンプラリーでスタンプの代わりに使用するステッカー スタンプラリーでは6カ所を想定
2段階目の景品	¥22,000	下野市のふるさと納税の返礼品の加工肉セット （¥5400）4セット

## 調査結果

道の駅しもつけでは88の回答、下野薬師寺歴史館では38の回答を集計した。

道の駅の来場者の中で40代、50代の年齢層が目立ち、合わせて全体の約48%を占めていた。また、歴史館においては50代以上の年代の来場者が多く、全体の約77%を占めていたため、歴史に比較的關係がある40~50代をターゲットとした。



道の駅において、ターゲットである40~50代における歴史館の認知度は80%以上が歴史館を知らないと回答した。また、道の駅の利用状況として、農産物直売所や物産品コーナー、トイレの利用が多く見られた。

結果より、ターゲットを40~50代とし、歴史館に初めて訪れる人でも気軽に参加できるものを計画し、歴史館を知らない人が多かったため、情報発信は道の駅でよく利用される農産物直売所付近で行うことがよいのではと考えた。

