

奥会津・只見線沿線の活性化

インバウンドの促進

A2201506 上野 真陽 A2201511 菊地 美里

A2201514 佐藤 あかね A2201527 渡部 友菜

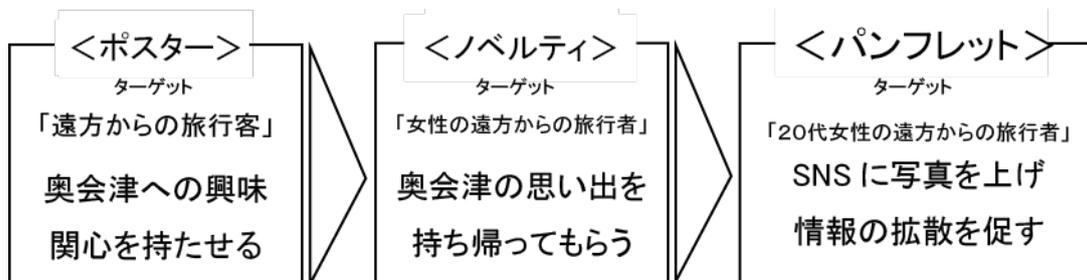
研究の背景

奥会津地域はシンボルである只見線をはじめ、豊かな自然、名所の数々など、魅力ある観光資源を十分に秘めている。しかし、奥会津地域は現在、少子高齢化や若者の流出、過疎化などの問題を抱えている。

そこで、本研究では、これまで当該地域では取り組む機会が少なかった新たなアプローチで奥会津・只見線沿線の活性化を目指すことにした。

研究の目的

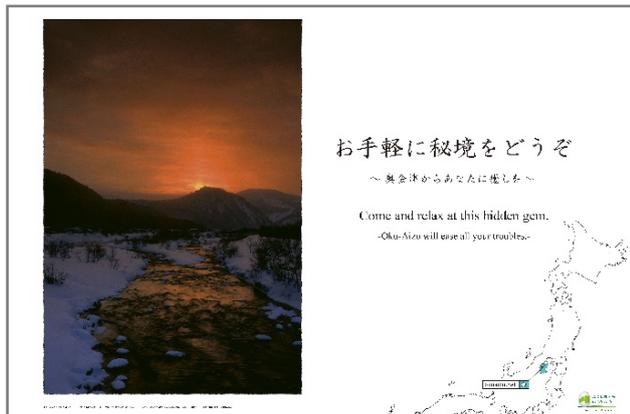
これまで学んできたグラフィックデザインの知識を生かし、対象とするターゲットを絞り込みながら、奥会津の魅力をPRし、奥会津への関心や来訪を促す。



研究のプロセス

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
調査 取材	奥会津探索 只見線乗車					郭先生取材 奥会津訪問	奥会津振興 センター訪問		実地 テスト		
他大学との 合同研究			ミラノ大学生 との交流		他大学 合同合宿	会津大学生と 打ち合わせ		首都圏大学生 との交流			
ポスター	デザイン案決定 夏バージョン制作		秋バージョン制作				冬バージョン制作		春バージョン制作		
ノベルティ			デザイン案決定 制作、入稿								
パンフレット						パンフレット企画・取材・編集制作・配布					

成果物(完成作品)



○ ポスター【全 9 種類】

首都圏において奥会津の魅力伝えるため、「お手軽に秘境をどうぞ」というキャッチコピーと、奥会津の雄大な自然の写真を季節ごと大きく配置した駅貼りおよび中吊り広告。外国人旅行者にも訴求するため、英文も併記している。

夏・秋・冬・春の順番で、都営地下鉄全車両や主要駅に提出された。



○ ノベルティ【全 4 種類】

付箋、風呂敷ハンカチのノベルティを制作。

付箋は只見線モチーフ、ひめさゆりモチーフの 2 種類を制作し、使用する用途も分けている。

風呂敷ハンカチは奥会津地域 5 町村の特産物をモチーフにしたもの、また箱を包むと只見線キハ 40 系になるデザインのもの 2 種類を制作した。



○ パンフレット

「パンフレットを片手に奥会津の写真を撮影してもらおう」というコンセプトで制作し、1 万部印刷・配布。

パンフレットの内容も写真やイラストを多用し、文字情報を少なくしている。

また、パンフレットの WEB 版を会津大学生と連携して制作し、詳しい位置情報や多言語にも対応している。

考察

本研究では奥会津・只見線沿線の取材・調査を行い、新たな視点で魅力を発見することができた。その魅力を今回制作した媒体を通して、設定したそれぞれのターゲットにアプローチすることができた。

私たちの研究によって新規の顧客獲得に繋がり、それによる奥会津の活性化を期待する。