

地域性の商品化

～板室温泉の入浴剤開発～

赤池俊哉 臼井琴美 大江あずさ 大橋絵実
菊地あゆみ 成田洋行 福永泰大 町田典秀

要 旨

今回の私たちに課されたテーマは、「黒磯・板室地区の活性化」でした。そこで私たちは、まずこの地区の問題点を探るため、黒磯観光協会の方にヒアリング調査をしました。そこで分かったのが、黒磯・板室地区の最大の問題点は「宿泊客の減少」であるということでした。私たちは、その問題点の良い解決方法はないかと考えていましたが、私たちが行ったアンケート調査やFW調査、2次データ収集により、宿泊客の減少には様々な原因が絡まっていることが分かり、単に宿泊客の減少を打開するための提案をすることは困難であると判断しました。そこで私たちは、その宿泊客の減少の原因の1つである黒磯・板室地区の認知度が低いことに着目しました。黒磯観光協会がPR活動行っているにも関わらず、なぜ認知度が低いのかを考えたところ、最終的に効果的なPR活動が行えていないという答えにたどり着きました。

そこで私たちがその問題を解決するために提案したのが、「板室温泉の入浴剤を開発し、販売を通じてPRする」ということです。板室温泉は、昔から湯治場としての役割を果たしており、その地区をアピールするのに最も適した場所だと考えました。また、その場所に訪れる人は、昔からシニア層が多いということからターゲットをシニア層に当てました。

PRの手段として入浴剤を用いることで、「黒磯・板室地区＝板室温泉」と消費者に認知させることができるうえ、視覚や聴覚だけでなく、肌で感じてもらうことができ、印象に残すことができます。

入浴剤の開発は、(株)環境科学に依頼して作製します。

また、販売場所として栃木県的那須地区のアウトレット内の「ロコマーケット」という店舗に置きます。そこに来店するお客様が、私たちのターゲットと合致していたため、PRには有効な販売場所だと考えました。

以上のように入浴剤を開発し、販売することで黒磯・板室地区をイメージできる特産品ができ、県内外のたくさんの人の目に触れ、認知度を向上させることができます。

最大の問題点である宿泊客の減少を解決するには、まだまだ時間がかかりますが、私たちの提案が少しでも活性化のお役に立てれば幸いです。