

旧多摩聖跡記念館プロジェクト (文章)

P2、P3

私たちは5月のはじめに多摩大学顧客満足ゼミの初めての提案のプロジェクトとして旧多摩聖蹟記念館の来場者アップの提案をしようと思いました。

なぜ旧多摩聖蹟記念館になったのかというと、多摩大学の顧客満足ゼミを受け持っている久恒啓一先生が全国の記念館をめぐるのが趣味でこの旧多摩聖蹟記念館を訪れたときに、なにか寂しさを感じもっと活性化できないかと考えたところから、このプロジェクトは始動しました。

まず私たちははじめに旧多摩聖蹟記念館前、永山駅前、聖蹟桜ヶ丘駅前でのアンケート調査を行いました。このアンケート調査はどのくらい記念館が人々に知られているかを図るための認知度調査の目的で行いました。

このアンケート結果から記念館の認知度は桜ヶ丘公園に比べて低いことがわかり、認知度をアップするには多摩市周辺のメディアに更なるアプローチをかける必要があると思いました。

次に私たちは記念館を訪れて記念館から出てきた人を対象にアンケート調査を行いました。

このアンケート調査の目的は、記念館来場者の声を聞くことで記念館の満足度を調べようと考えたためです。

その結果、木の手入れ、喫茶店をオープンカフェのようにしてほしいなどの要望が出ました。

また記念館のギャラリー(展示物)についての不満や要望が出ました。

私たちはこれら二つ(認知度アップと満足度アップ)をすることで記念館の来場者はアップするんじゃないかと考えました

P4～P9 記念館の認知度調査

旧多摩聖蹟記念館の来場者アップの提案をするにあたって、まず私達は旧多摩聖蹟記念館がどのくらい人々に知られているのか、何が来場者の要望(不満)なのかをしっかりと把握する必要があると思いました。そこで私達は永山駅の前や聖蹟桜ヶ丘駅前、旧多摩聖蹟記念館前(桜ヶ丘公園内)でアンケートをとりました。アンケートは最終的に50部集まりました。

アンケートの結果、桜ヶ丘公園の中を散歩している人たちは記念館の存在を知っている人が多く、聖蹟桜ヶ丘駅周辺や永山駅周辺にいた人は旧多摩聖蹟桜ヶ丘駅の存在を知っている人が少ないということがわかりました。

また聖蹟桜ヶ丘駅周辺にいる人は多摩市外の人が多くいて、多摩市外の人々の旧多摩聖蹟記念館の評価、(また記念館に来たいですかという質問や、記念館に訪れたことがありますかという質問に対してYESと答えた人の割合)が低いことがわかりました。

このことから私達は多摩市以外の人々に多摩市の旧多摩聖蹟記念館の情報を発信する必要があると思いました。

また、このアンケートでわかったことは公園の認知度や記念館の認知度は高いのですが、公園を訪れた人と記念館を訪れた人との人数に差があることがわかりました。

また、ギャラリーの貸し出しを行っていることや、インターネットで記念館の情報を得た人が50人中10人を切っていて、ギャラリーを貸し出している事や記念館のインターネットがあることの情報の発信が足りないと思いました。

こういった認知度不足の問題を解決して記念館を知ってもらう事は記念館の来場者アップにつながるかと思いました。

記念館の認知度をもっとあげる提案として、私達は市のホームページ内の記念館のページの改正と桜ヶ丘公園内の看板数などの改正、多摩市近辺の地域メディアへのアピールの提案です。

他にも多摩市の友好都市である長野県の富士見町への記念館のアピールや、多摩市の聖蹟花火大会でのアピールを提案します。

P10～P12 多摩地域への記念館アピール

私たちはまず多摩地域のメディアについて調べてみました。

多摩ニュータウン地域に発信している「もしもし新聞」というメディアに注目しました。

他にも、市民が普段何気なく見ていると思われる情報の入手先を階層別にまとめてみました。

一番意識しないでみている情報はデパートやスーパーなどでみるような広告で、次に電車やバス（ホームやバス停）の広告で、それからネット（ブログ）、新聞、雑誌、NPO等の団体という順で市民の情報を得ようとする意識が高いと思いました。私たちは、記念館のことをまったく知らない人に向けての情報を電車やスーパーといったところで発信して、記念館のことを知っている人やいったことのある人向けの情報（ギャラリーの貸し出しなど）をNPOの団体を通じて発信したらよいのではないのかと思いました。

多摩市においてはいなげやや西友などのスーパーと、多摩市のコミュニティーチャンネルやFM多摩のメディアにアプローチをかけて新規来場者を獲得する方法がよいと思いました。

同様に稲城市の市民に対しては「みのり」という新聞を通じての記念館の情報発信が有効かと思います。

日野市は「広報日野」をとおしての情報発信が有効かと思います。

パンフレット、看板の改善提案

次に私たちが提案する内容は記念館の近くにある駐車場にある桜ヶ丘公園のパンフレットの改善提案です。

私たちは実際にパンフレットに書かれている散歩コースを歩いてみました。

記念館をスタートし、記念館がゴールの散歩コースでしたが、コースの順路が文字だけで書かれていて、一周するにはちょっとわかりづらいと思いました。

13ページのメモから看板の見づらさやパンフレットの改正が必要だと意識しました。

14ページは地図に！をつけて道がわかりづらくなっているところを記しました。

この！マークのところにもう少し背の高い看板や、大きめの看板を設置するとゴールである記念館に早くたどり着ける人が増えると思います。

15ページは地図に赤い線と青い線を組み込み、従来の文字だけで表記された散歩コースを視覚的にわかりやすくしたものです。

このパンフレットだと散歩コースをスムーズに回れる人が増えるのではないかと考えました。

以上が看板、パンフレットの改正の提案です。

P16～P17 WEB改正

次に私たちは旧多摩聖蹟記念館のホームページの改善の提案をします。

記念館の来場者の多くは記念館のホームページを見たことがないと答えています。
26ページの意見からも伺えるようにホームページの存在が認知されていないようです。

私たちは最近流行しているMIXIやGREEなどのSNSサイト、楽天やYAHOO、アマーバブログなどのサイトでの職員による記念館のブログ更新提案をします。

このブログ開設によって普段は記念館に来ないようなひとでさえブログ閲覧によって、「来たい！」という気持ちが起こるのではないかと考えたからです。

実際に多摩市永山にある多摩永山情報教育センターはスタッフのブログを更新しています。
他にも多くの飲食店などでメニューやサービス内容のブログを更新していたりします。

この提案で普段はあまり記念館にこない人を記念館に来場させることができるのではないかと考えました。

P18～P19 多摩市内、外のイベントへのアプローチ

次の私たちの提案は、多摩市に関連するイベントや友好都市などへの記念館のアピールによる、記念館の来場者アップの提案です。

多摩市の友好都市の長野県富士見町に注目しました。

長野県富士見町の年間観光客数は60万人です。

長野県富士見町に友好都市である多摩市の旧多摩聖跡記念館を紹介して、もしその観光客の1%が記念館にきたら、年間6000もの来場者数アップになります。

次に私たちは多摩市で毎年開催されている聖蹟花火大会に注目しました。

聖蹟花火大会は毎年約23万人の来場者がいます。

この23万人の人々に記念館の存在を知らせる事ができれば、記念館の来場者はアップすると思いました。

もし23万人のうちの1%が記念館に来たら年間2300人の来場者アップになります。

これまでの提案が私たちが記念館の認知度をさらにあげるために、市に掲げる提案内容です

P20～P26 記念館の満足度の調査

これからは記念館の満足度のアップを図る提案を掲げます。

まず私たちは記念館の満足度がどのくらいなのかを知ることになりました。

認知度調査の時と同様にゼミ生全員で記念館を訪れたことのある人に対してアンケートを取ることにしました。

場所は認知度調査の時とは異なり、記念館の前で記念館から出てきた人だけを対象にしました。

そうして37部のアンケートを集めることができました。

P20

アンケートの結果、記念館の来場者の81%が男性で、47%が45歳～60歳の方で、82%が市外からの来場者であることがわかりました。

このことから、私たちは記念館の広報活動は多摩市市外の45歳～60歳の男性に対してアピールしたほうが効果的だと考えました。

P21

また、記念館の来場者の38%が今日始めて記念館に来た人であり、過去に5回～6回来た人は18%、10回以上来た人は18%であることがわかりました。

このことから記念館の来場者は始めてきた来場者か、5回以上来たことのある来場者のどちらかであることがわかります。

私たちは、2回～4回来た記念館の来場者へのアピールをするべきだと思いました。

記念館の来場者数の記念館に来た平均回数は3、81回ですがこれは10回以上来た人が結構多いからこうなっていると思います。

P22

次に記念館の評価や不満についてわかったことを述べます。記念館の不満の内容の30%は展示物に関してでした。

次に多い不満の内容はイベントの少なさの17%でした。

私たちはこの二つに注目して提案をしようと思います。

また記念館の評価を5段階評価でするといくつか？という質問もしました。
だいたいの人が3、または4と答えていて、平均すると3、18でした。

この評価は展示物の内容や、イベントの充実を図ることで改善されると思います。

P23

このページのグラフは市報を見る人とインターネットの利用者数を示したものです。
市報を見る人は少ないけど、インターネットの利用者は多いことがわかります。
16ページの記念館のWEB改善提案が効果的だと考えました。

P24

このページでは記念館のギャラリーの認知度とギャラリーを利用したい人の数を聞き出しました。
ギャラリーの貸し出しを知っている人は3人で、ギャラリーを利用してみたいという人は3人でした。
このことから、ギャラリーの貸し出しを行っていることをもっとアピールしたらギャラリーの貸し出しが増えると思いました。

P25

このページのグラフを見て、記念館をまた訪れたい人は31人なのに記念館を友達に紹介したい人は26人であることがわかります。
このことから記念館を訪れるだけでなく、知人に紹介して記念館の認知度をあげ、来場者をアップするようにしたらいいのではないかと考えました。
口コミによる記念館の来場者アップの提案はP29の記念館の中にある喫茶店の有効利用の提案のなかでまたふれたいと思います。

P26

このページには私たちが記念館の前でアンケートを取ったときに、記念館の来場者から聞いた不満の声、記念館のすばらしいと思うところ、「こうして欲しいなど」の来場者の声を書き出してみました。
これから私たちが市に掲げる提案内容の多くはこのページから抜き出したものです。

P27～P32 満足度調査の結果を踏まえての 提案

P27 ラリーの提案

22ページのグラフで「記念館の不満の内容」についてのグラフがありますが、このグラフの中で17%の人が「イベントが少ない」ということを不満の内容としてあげています。

また、P26にも「演劇をして欲しい」「桜が綺麗なんだから桜祭りをしてほしい」などの記念館中心としたイベント開催の要望が来場者から出ています。

そこで、私たち久恒ゼミは「記念館を中心としたラリー開催」を提案します。

まず、サイクリングラリーとウォークラリーですが、これを開催する季節としては、3月～5月、9月～11月が良いと思います。紅葉や花見を見に来た人に対して、ラリーに参加してもらった上で記念館に来場していただくのが狙いです。

これらラリーのターゲットですが、ウォークラリーは市内の小学生、中学生、大学生や健康に気を使っている主婦層をターゲットにします。

サイクリングラリーに関しては、ターゲット顧客層を健康に気を使っている20代～30代、親子連れに特定します。

特定する理由に関しては28ページの「自転車の貸し出し」についてのスライドで説明します。

また、ラリーのスタート地点とゴール地点についても、各ターゲット顧客層ごとに変えるなどします。

サイクリングラリーを開催しようという提案について話あっているうちに、私たちのゼミでは「じゃあ、自転車の貸し出しをどうしようか？」という提案が出てきました。

次のスライドでは「自転車の貸し出し」についての説明をします

P28 自転車の貸し出しについて

サイクリングラリーの開催について提案するとき、自転車を持っていない人をラリーに参加させるためにはどうしようか考えました。そして私たちのゼミが考えた結果が、記念館の周辺で自転車の貸し出しを行うのが良いのではないかと考えました。

そして、貸し出し用の自転車をどこから借りるかについてですが、多摩市の唐木田にあるリサイクルセンターが自転車の貸し出しを行っていると知りました。

貸し出し時に1000円徴収して、6時間以内に返却したら900円が戻ってきます。

このことから、もし一日だけで終わるようなサイクリングラリーを開催する場合、朝の10時から午後4時までラリーを開催すると、自転車を持ってない人は参加費用100円でラリーに参加できるというイベントができると考えました。

しかし、リサイクルセンターで貸し出しを行っているのは大人用の自転車のみなので、顧客対象を健康に気を使っている社会人と、自転車を持っている子供をつれた親子連れに限定しました。

P29 ギャラリーの改善提案

次に私たちが提案したい内容はP22の記念館の不満の内容のグラフで30%の人が不満内容としてあげた、ギャラリー(展示物)の改善提案です。

まず記念館にどのような展示物があるのか調べに行きました。

その結果、記念館にはよくわからない展示物10個、多摩市の資料32個、公園内の写真など23個、昔の資料が37個あることがわかりました。

またアンケートの来場者の声から「なぜ‘旧’多摩聖蹟記念館なのか」「中身(展示物)がよくわからない」「見たいものが展示されていなかった」とあります。

実は、旧多摩聖蹟記念館の名前の由来は記念館の中に説明しているパネルがあります。

展示されているのに内容が良くわからないというのは「記念館の中のどこに、どのような展示物があります」という案内が不足しているからだと思いました。

このことから私たちは記念館の入り口に記念館内部の地図(どのような資料が展示されているか示したもの)を作るべきだと考えました。

また、記念館の来場者の声の中に「明治時代の資料を時々入れ替えて欲しい」「昔の写真とかがあるのはいいけど、昔からずっと変わっていない気がする」「新しい展示があればそれを告知して欲しい」と言った声があります。

これは、記念館の展示物の更新情報がうまく市民に伝わっていないのではないかと考えられます。

それを解決するために、私たちは「来場者にアンケート(住所記入欄は任意)」を書かせて、記念館の情報を記入してもらった住所ハガキやメールで知らせる」という提案です。

この提案は記念館に2年～3年に一度しかこない来場者に記念館の情報を伝えることができると考えました。

P30 記念館の中の喫茶店の改善 提案

次に私達が提案したい内容は記念館内部にある喫茶店の改善提案です。
記念館の来場者のなかで「喫茶店がやっているのかわからない」といった声や
「喫茶店のメニューを注文しづらい」というような声がありました。

「コーヒーがすぐ出なくて帰った」「従業員がすぐ動かなかった」というような声もあります。
このようなことをなくすために私たちは、
記念館来場者を満足させるための接客マニュアルの作成を提案します。
また、コーヒーを記念館の来場者に持っていかなせるのではなく記念館の職員が持っていくなどしたほうがいいと思います。

喫茶店のメニューについてですが、「飲み物があるのは良いと思うけど、飲み物と一緒に食べるクッキーのような
食べ物が欲しい」や「春の桜の時期にたこ焼きでも販売したら買いにきたい」
という声もありました。
だから私たちは記念館の中の喫茶店で食べ物(クッキーやタコ焼きなど)の販売を行うべきだと思いました。

もしも記念館の中で食べものを食べることが問題なら記念館の外にテーブルと椅子を置いてオープンカフェのような雰囲気にするのもよいと考えました。

また口コミによる来場者アップの方法として記念館のコーヒー1杯無料権の提案をします。

これはコーヒーを1杯買った人に記念館の人がサインした日付入りのチケットを半分に切ったものをあげて、
次に来たときにコーヒーを1杯無料にするという提案です。
この提案が実行されれば、記念館のリピーターは増えると思います。
このチケットを友人に譲っても有効にしてしまえば、記念館の新規来場者のアップも見込めると考えました。

P31木の手入れの提案

次に私たちが考えたのが旧多摩聖蹟記念館周辺の木の手入れを行うことです。26ページの記念館来場者の意見の中に、「聖蹟桜ヶ丘の方が見えたら良いのに」や「緑が多くてよくわからない」といった意見がありました。

記念館来場者の中には「自然というのは放置しつづければよいというものではない。適度に手入れされた自然が綺麗だと思う」という意見もありました。

そこで私たちは実際に記念館の周辺の木が少なくなったらどうなるか、合成写真を作成しました。合成後の写真だと、聖蹟桜ヶ丘周辺の町並みが良く見えて、夏にある聖蹟花火大会が一望できたり、聖蹟桜ヶ丘周辺の町が見えることの景色の良さから記念館の来場者がアップするのではないかと考えました。

P32 久恒ゼミの提案の有用性の実証

最後に私たちは久恒ゼミの記念館の来場者をアップさせようという提案が本当に市民にとって良いことなのかアンケート調査によって調べました。

場所は旧多摩聖蹟記念館前や一本杉公園前、多摩市総合福祉センター、都立桜ヶ丘公園内などです。

P32

まず私たちは、記念館前や桜ヶ丘公園内などで記念館を訪れたことのある人にアンケートをとりました。

アンケートの内容としては、

- ①記念館の展示物変更の情報をメールやハガキで通知したら便利ですが？
また、そのようなシステムがあれば利用したいですか？
- ②記念館の入り口に記念館内の展示物の場所をしめした館内地図は必要と思いますか？
- ③記念館の中にある喫茶店のメニューに新しいメニューを追加したら利用しますか？
- ④記念館の外にテーブルがあり、そこでコーヒーを飲めるようにしたら利用したいですか？
- ⑤記念館内にある喫茶店のコーヒー無料券があったら利用したいですか？

という内容です。

これらの質問をした後、自分達の提案を説明して、⑥これらの提案が実証されたら記念館の評価は上がりますか？

という質問をしました。

これらの質問で久恒ゼミの提案が市民の要望に沿っているか図るのが目的です。

この質問の結果

記念館の展示物の変更を自宅や携帯メールに知らせるようにしたら利用したいという人が15人中10人(約66.7%)

記念館の内部の地図は必要だと考える人は15人中9人(60%)

記念館の喫茶店にたこ焼き、おしるこなどの季節限定メニューを追加したら利用したいという人が15人中14人(約93.5%)

記念館の外にテーブルがあって、そのテーブルを利用したいという人が15人中14人(約93.5%)

記念館の中の喫茶店のコーヒー無料券があったら利用したいという人が15人中14人(約93.5%)

でした

そして久恒ゼミの提案が実現したら記念館の評価が上がるという人は15人中10人(約66.7%でした)

このことから久恒ゼミの提案が実証されれば今までの記念館来場者約64%は評価が上がると思えました。