

カプセルトイでまちおこし

1. 研究背景と研究目的・意義

1.1 研究背景

私たちの地元、知多半島は農業や製造業などで昔から栄えた豊かな土地である。しかし近年、観光客の大部分は中部国際空港やその周辺に位置するめんたいパークなどの一部施設に集中し、知多半島に魅力を感じ訪れているとは言い難い状況である。

そこで、私たちはこの知多半島の豊かさを多くの人々へ発信し、地域全体をさらに盛り上げることができるのではないかと考えた。注目したのは、近年急速に人気が高まり、昨年度の市場規模がおよそ1,410億円に達したカプセルトイである。

こうした背景を踏まえ、私たちは知多半島を題材にした、カプセルトイの製作を実施し、知多半島の観光、ひいては半島全体を盛り上げていこうと考えている。

1.2 リサーチクエストと先行研究・事例

リサーチクエスト

「まちおこしに適したカプセルトイの中身を探る。」

先行事例

「奥多摩ガチャポン」

多摩大学事業構想学科の学生が、カプセルトイを用いた奥多摩の町おこしを行った。中身には奥多摩で獲れた鹿の角を用いた手作りのアクセサリを封入。1回300円。

「ちたもんガチャガチャ」

知多市観光協会が販売する知多市の伝統や郷土色豊かな観光資源をモチーフにデザインしたカプセルトイ。中身はまつりや特産品などがあしらわれた缶バッジ、全10種類。1回100円。

1.3 研究の目的・意義

カプセルトイを活用した地域活性化の取り組みにより、知多半島への注目がさらに高まり、観光客の増加が期待される。これにより、半島全体のまちおこしにつながるが見込まれる。

1.4 仮説とその根拠

仮説

知多半島をテーマとしたカプセルトイの内容は、キーホルダーがよい。

根拠

老若男女問わず幅広い層に人気が高く、比較的低コストで製作が可能のため。

2. 研究方法1

2.1 研究の目的とリサーチクエスチョン・仮説との関係

知多半島を題材としたカプセルトイを製作するにあたって、カプセル内の内容を決定する際の参考とするために、事前にアンケート調査を行う。

2.2 研究と分析方法

半田高校二年生(現在三年生)を対象として Google Form を利用して、カプセルトイでよく買う商品、欲しい商品のモチーフ等を調査した。

アンケート項目

1, 普段カプセルトイでどんな商品を買いますか？

選択肢 ①ストラップ・キーホルダー系 ②缶バッジ・ピンズ系 ③フィギュア・マスコット系
⑤ギミック系(変形、音が出る、光るなど) ⑥その他

2, 知多半島をテーマにしたカプセルトイを作る場合、ほしい商品の種類・形態を選んでください。

選択肢 ①ストラップ ②観光マップ ③工芸品 ④アクリルスタンド ⑤フィギュア
⑥お店で使えるクーポン券 ⑦その他

3, どんな要素が欲しいですか？

選択肢 ①知多半島のゆるキャラ ②ランドマーク(観光スポット) ③知多半島や市町の形
④その他

4, いくらまで出せますか？

選択肢 ①200円まで ②300円まで ③400円まで ④500円まで ⑤その他

5, 住んでいる市町村を教えてください。

選択肢 ①半田市 ②常滑市 ③東海市 ④大府市 ⑤知多市 ⑥阿久比町
⑦東浦町 ⑧南知多町 ⑨美浜町 ⑩武豊町 ⑪その他

6, あなたの住んでいる町の魅力(ランドマークなど)を教えてください。

2.3 結果

59件の回答があった。

以下アンケート結果

1: ストラップ・キーホルダー系 57.6%

フィギュア・マスコット系 16.9%

ギミック系(変形、音が出る、光るなど) 16.3%

その他 10.2%

2: ストラップ 35.6%

お店で使えるクーポン券 35.6%

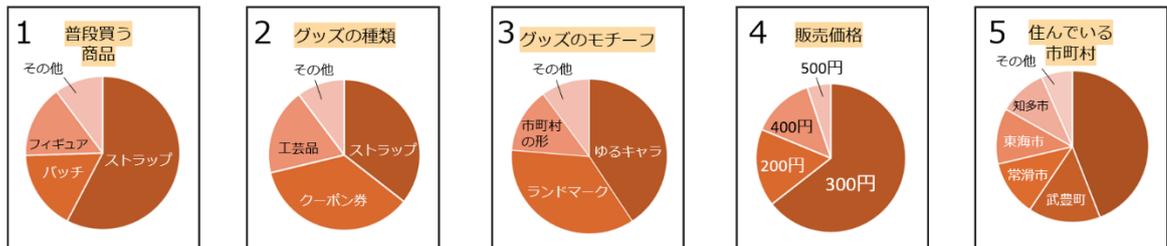
工芸品 18.6%

その他 10.2%

3: 知多半島のゆるキャラ 40.7%

ランドマーク(観光スポット) 35.6%

- 知多半島や市町の形 13.6%
- その他 10.1%
- 4: 300 円まで 64.4%
- 200 円まで 16.9%
- 400 円まで 13.6%
- 500円まで 5.1%
- 5: 半田市 44.1%
- 武豊町 15.3%
- 常滑市 11.9%
- 東海市 11.9%
- 知多市 10.2%
- その他 6.6%
- 6: 半田赤レンガ、ミツカン、味噌、焼き物など



アンケート結果をもとにカプセルトイの企画をした。商品内容は“知多半島のランドマークをイラストにしたキーホルダー”を、価格は 300 円に設定した。販売方法はカプセルトイの筐体を設置することとした。

2.4 考察

この内容を基に日本政策金融公庫の出張授業に参加し、カプセルトイの製作に関してアドバイスをいただき、現在の問題点を洗い出した。

- ①『知多半島』というピンポイントなモチーフで販売するのは難しい
- ②実際に観光につながりづらい
- ③ターゲットを詳しく絞ったほうがよい

そこで、このプランを改良し、高校生ビジネスプラン・グランプリに応募することとした。

3. 研究方法2

3.0 仮説の見直し

考察にて、キーホルダー等のグッズでは知多半島の外に PR するには弱いのではないかと考えられたため、仮説を見直すこととした。

新たな仮説

観光客を呼び込み、産業を興すにはある程度高価格なものを web 上で提供する方がよい。

根拠

日本政策金融公庫の方から、『低価格でやれることは少なく、観光客は多少の値段よりも満足度を重視する』とのアドバイスをいただいたため。

3.1 研究の目的とリサーチクエスト・仮説との関係

キーホルダーよりも知多半島の観光に結びついた商品を探り、実現可能性を高めるため実際に仮説の内容をプランとして形にすること。

3.2 研究と分析方法

日本政策金融公庫の出張授業に参加していただいたアドバイスを基に、研究1で作成したプランを改良する形でプラン2を作成した。2.4 のアドバイスの②より、実際にカプセルトイの商品として知多半島に来てもらえるプランとするように、③からターゲットを外国人観光客と設定した。

そこで、知多半島の工芸品や特産品などのお土産や農業体験プランを web サイト上でランダム形式に販売することにした。

具体的には、サイト上で商品を購入する。ランダムに商品内容が変わり、購入された商品のシリアルコードを通じて体験を受けることができたり、ギフトコードを基に自宅に特産品ギフトが届いたりするシステムを考えた。価格はお土産、体験ともに 3000 円とした。

以上の内容を高校生ビジネスプラン・グランプリに応募した。

3.3 結果

残念ながら、結果は落選となったが、日本金融公庫の方からフィードバックを頂くことができた。

評価点

「自分たちの住む知多半島の魅力を多くの人に伝え、併せて地域活性化にもつなげたいという皆さんの思いが伝わってくるプランです。誰でも気軽に購入できるカプセルトイに着想を得て、Web上でランダムに販売できることでわくわく感や期待を演出できるユニークなサービスを構築できました。」

アドバイス

「ガチャ自体は Web 上で提供するため、誰でもどこにいてもすぐに購入できると思うのですが、実際に体験をするには知多半島に来てもらう必要があると思います。ガチャを実際の旅行にどう結び付けることができるか、どうすれば実際に旅行者を呼び込めるかが鍵になりますね。知多半島に目を向けてもらうきっかけとしては面白いものだと思いますので、その後の展開も見据えてぜひ検討を進めてみてください。皆さんの今後の活躍を期待しています。」

3.4 考察

フィードバックを踏まえ、考察を行うと共に、問題点を洗い出した。

知多半島の魅力を外に発信するにはこれらプランは有効であると思われるが、モチーフとする地域や体験の範囲が広いと、購入した後の想像が難しく買いにくいと考えられる。この点は商品にテーマを持たせたり、地域を狭くしたりすることで改善されるのではないかと。

また、実現に当たっては企業に協力を求めるのが難しく、企業側に利益を生み出せるのかが不透明である点があげられる。また、媒体となる Web サイトの作成技術がないことや検索しないとヒットしないため情報の届け先が限定されることから、現地販売を行った方が良いのではないかと。

4. 展望と今後の展望

4.1 結論

私たちは研究1の考察から、地域のオリジナルのグッズを商品とするよりも、農業や工芸品づくりなどの体験を商品にする方が直接観光につながりやすいと考え、研究2のようなプランを作成した。しかしながら研究2のプランは体験場所の範囲が広く、多くの企業の協力やwebサイトの作成技術などが必要となってしまう、実現可能性が低いプランとなってしまった。

4.2 今後の展望

成果発表会にて、半田信用金庫の方へ体験とカプセルトイと、軸が2つあるので軸を絞ると良いかとアドバイスを受けた。そこで、原点に立ち返り「知多半島の観光を盛り上げる」ということを念頭に置き、改めて案を考えることとした。

5 謝辞

本研究を進めるにあたり、日本政策金融公庫の工藤秀利さんには、熱心なご指導を頂きました。心から感謝いたします。

6 引用文献・参考文献

一般社団法人日本カプセルトイ協会(2025)「2024年度カプセルトイ市場動向調査結果報告」
<https://www.japan-cta.org/news/jacta2025/>

愛知県企画課(2023)「あいちレポート 2022」『第2章県内各地域の現状と本県の主な取組—知多地区』
2-2-chiita.pdf

TOKYOMX+(2020)「奮闘！学生がガチャポンを使って『町おこし』東京・奥多摩」
<https://s.mxtv.jp/tokyomxplus/mx/article/202003251050/detail/>

中日BISナビ(2024)「ちたもん缶バッジ、ガチャでゲットを 知多市観光協会が27日お披露目」
<https://biz.chunichi.co.jp/news/article/10/87568/27/>