

R4 地域協働研究（ステージⅠ）

R04- I -30 「久慈地下水族科学館もぐらんぴあの魅力化促進と誘客策の検討－三陸沿岸道路全線開通及び広域道の駅開業を見据えて－」

課題提案者 有限会社あくあぷらんつ

研究代表者 総合政策学部 三好 純矢

研究チーム員 宇部 匠（有限会社あくあぷらんつ）、円舘 広世志（久慈市産業経済部商工観光課）

〈要旨〉

「久慈地下水族科学館もぐらんぴあ」では、Covid-19による影響から来館者の減少が続いている。そこで本研究では、近年明確に把握できていなかった来館者にとっての魅力度を明らかにし、三陸沿岸道路全線開通及び広域道の駅「いわて北三陸」の開業などの機会を活かした誘客策を考察した。具体的には、もぐらんぴあ水族館の魅力度を整理するため、リソースを整理し、来館者に対してアンケート調査を実施したことで、その魅力を明確にした。

1 研究の概要（背景・目的等）

もぐらんぴあ水族館は平成23年の東日本大震災により被災し休館を余儀なくされた。しかし、平成28年度に営業再開することができた。施設運営に当たっては、令和5年度に年間入館者100千人達成を目標としている。入館者数の推移に関し、平成28年度は約108千人であったが、平成29年度以降減少が続いており、平成31年度には約55千人（H28比▲49%）、令和2年度にはCovid-19による影響等により約31千人（H28比▲71%）まで減少している。

特に、Covid-19の国内流行前後の変化で特に顕著なのが、繁忙月の喪失である。平成28年度から平成31年度（令和元年度）までは5月と8月が繁忙月であったが、令和2年度は年間を通じてほぼ横ばいの状況となっており、流行前の入館を取り戻すための取組が必要である。

また、10月以降の下半期は、Covid-19の国内流行前後に関わらず低調で推移しており、企画展の開催などにより入館促進に取り組んできたところであるが、下半期における入館者の低迷を解決するほどの入館者の獲得に結び付いていない状況である。

一方、令和3年12月18日に全線開通した三陸沿岸道路の整備により、これまで当施設への来訪が僅少であると思われていた沿岸地域在住者（宮古市、釜石市、大船渡市など）の入館も確認されている。また、令和5年度には久慈広域市町村連携による「広域道の駅」整備・オープンが予定されており、三陸沿岸道路の全線開通による沿岸・沿線地域在住者の誘客の追い風となることが期待される。

Covid-19で減少した入館者数確保や下半期における入館者のニーズ喚起など、職員・関係機関一丸となって目標達成・課題解決に取り組む、久慈市の主要観光スポットであるもぐらんぴあ水族館への誘客を促進することで、地域・観光の振興に寄与することが必要である。

2 研究の内容（方法・経過等）

本研究では、4つの達成目標を設定し、以下の取組を実施した。

達成目標1：もぐらんぴあ水族館の魅力となる資源を整理する。

もぐらんぴあ水族館の資源についてハード面とソフト面とを区別しながら整理を行った。もぐらんぴあ水族館の施設規模は、他の水族館と比較しても決して充実しているとはいえない。しかしながら、県内唯一の水族館施設であり、久慈国家石油備蓄基地の作業坑を活用した日本初の地下水族館施設で、石油の備蓄等に関する展示も充実している。また、世界で唯一「南部もぐり」の潜水実演と「北限の海女」の素潜り実演を行っている。館内は小規模であるが故に、来館者とスタッフとの距離が近いことも特徴である。さらには、魚類学者で東京海洋大学名誉博士・客員准教授のさかなクンが応援団長となっている。

このように、もぐらんぴあ水族館には魅力となるべく多くの資源が存在していることが想定されるが、来館者にとっての魅力が明確ではない。本研究では「もぐらんぴあ水族館のスタッフの想定する魅力」を確認し、その結果に基づき、「来館者が認識した魅力」をアンケート調査によって明確にすることで、もぐらんぴあ水族館のスタッフと来館者との認識の比較を行った。アンケート調査の概要は以下の通りである。
調査目的：来場者の属性や来場者にとっての魅力の把握
調査方法：アンケート調査（館内に紙媒体の調査票を設置）

※回答者へのインセンティブとして賞品あり

調査対象者：久慈地下水族科学館もぐらんぴあの来館者

調査期間：2022年11月12日～2023年1月8日

回答者数：243件

分析ソフト：IBM SPSS Statistics 29

達成目標2：来館者に関する情報を継続的に取得する仕組みの検討・構築及び情報の分析をする

Covid-19に関連した来館者情報の記録として、来館者の基本的な情報は取得できているが、必要な情報について整理し、アフターコロナの状況においても継続して来館者の情報を取得し、分析が可能な仕組みを構築する。

達成目標3：スタッフが来館者とどのように相互作用することで価値が創造されるのかを明確にする

来館者に対して、半構造化インタビュー調査を下記の通り実施した。

調査目的：スタッフとのインタラクションが来館者の価値に

与える影響を確認する

調査方法：館内見学後に半構造化インタビュー調査

調査対象者：アンケート調査に回答頂いた方

調査期間：2023年2月26・3月4日

回答者数：2件

達成目標4：時機を活かしたもぐらんぴあ水族館の魅力化促進・誘客策について検討する

達成目標1～3を踏まえて、もぐらんぴあ水族館への誘客策について検討した。

3 これまで得られた研究の成果

本研究では、来館者が認識したもぐらんぴあ水族館の魅力を明らかにするために、アンケート調査を実施した。回答者は8割以上が家族で来館しており、居住地は八戸市の回答が最も多く、続いて、久慈市、盛岡市が多い結果となった。回答者の約4割が初めての来館で、3割以上回答者は5回以上訪れている。また、もぐらんぴあ水族館の魅力については、下記のことが明らかになった（達成目標1）。

- 水族館展示や石油備蓄基地、売店などから魅力を感じた人ほど、満足につながっている。一方で、学習関連の展示が満足にはつながっておらず、期待しているのは水族館の展示だと想定される。
- 5回以上来館している回答者はもぐらんぴあに対して久慈の地域性を認識しており、さらにスタッフとのインタラクションも魅力に感じている。
- 「写真を撮りたい」や「飽きない内容」といった要素が、来館者の満足や推奨意図に影響している。
- 広報媒体はホームページを確認している回答者が多い。リーダーほど、InstagramやTwitterの閲覧をしている。

また、アンケート回答者のうち同意頂いた2名の回答者に対して、追加でインタビュー調査を実施した（達成目標3）。インタビュー調査からは、スタッフのとのインタラクションの重要性や、来館者の価値創造に影響する文脈の変化、そして、もぐらんぴあ水族館やスタッフを応援したいという顧客エンゲージメントの重要性が示唆された。

実務的な成果としては、上述のアンケート調査をベースに、来館者の情報を継続的に取得する顧客アンケートを作成した（達成目標2）。

これらの取り組みの成果を整理すると同時に、広域道の駅「いわて北三陸」の施設やサービス内容を調査し、誘客策を検討した（達成目標4）。その結果、来館者に応じた次の誘客策を提示する。

①新規顧客を獲得するために、来館回数少ない来館者、あるいは顧客エンゲージメントが低いと考えられる来館者でも魅力を感じている、地下洞窟の雰囲気や、さかなくんコーナー、クラゲコーナーなどの情報を特に広域道の駅「いわて北三陸」をきっかけに遠方から久慈に訪れている人々に対して発信する。道の駅の出張展示コーナーを活用が重要と考えられる。広域道の駅「いわて北三陸」で扱っているポケモンと地下洞窟の雰囲気は親和性もあると想定され、今後、連携した取り

組みを進めることで、一般的な水族館のイメージとは異なる独自のアピールが可能と考えられる。

②頻繁に来館している周辺地域の来館者、あるいは高い顧客エンゲージメントを有する来館者については、繰り返し来館しても楽しめるように、展示の変化や手書きの説明等を工夫することが重要といえる。また、スタッフとのやり取りも有効で、エンゲージしている顧客は自ら関与するが、スタッフは顧客が望んだ際に関わりやすい体制をとる必要がある。話題にしやすいSNSでの投稿などもスタッフと関与するきっかけになっている。そのようなスタッフとの関わりの中で、臨機応変にバックヤードの案内なども実施することで、来館者は通常の見学以上の価値を認識する。さらに、来館者に好きな生き物（推し）を認識してもらうことで、同じ水族館でも変化を感じてもらえることができる。このような取り組みから、もぐらんぴあをさらに応援したいという顧客がより一層増加すると考える。

一方、リピート来館者は、繰り返し長期的に来館する中で、家族構成や来館者自身の文脈などが常に変化する。したがって、スタッフは来館者の変化を把握し、文脈をマネジメントし、適切な提案をすることで価値を認識してもらうことが重要となる。

図表1 顧客エンゲージメントによる価値への影響

	価値創造 (顧客単独)	価値共創 (直接的相互作用)
エンゲージメント 低	<ul style="list-style-type: none">地下洞窟の雰囲気さかなくんコーナーの展示クラゲコーナー	<ul style="list-style-type: none">お土産購入の際に親切に教えてもらった
エンゲージメント 高	<ul style="list-style-type: none">子どもの成長の実感・思い出推しの生き物手書きPOP時期によって変化する展示さかなくんとのつながり	<ul style="list-style-type: none">自分からスタッフに関与するスタッフによる生き物の説明スタッフによる生き物やバックヤードの案内

出所：筆者作成

4 今後の具体的な展開

本研究では、実務的な成果を中心として、もぐらんぴあ水族館の魅力の具体化や、継続的な顧客情報の取得体制構築、そして、誘客策の提示を行った。誘客策については、今後実施をしながら検証し、必要に応じて軌道修正をしたいと考える。特に、広域道の駅「いわて北三陸」と連携した取り組みについては駅長を通じて検討・実施したいと考える。

一方、スタッフとの相互作用に関する調査については、完全にデータ不足である。しかしながら、学術的な示唆として、スタッフに対する顧客エンゲージメントの重要性が明らかになった。今後、R5地域協働研究を予定しており、来館者とスタッフとのインタラクションを基盤とした顧客エンゲージメントと価値共創との関係について、理論的な側面からも検討を続けたいと考えている。

5 その他

本研究では、達成目標1～4について、概ね達成することができたと考えております。本研究の調査に御協力頂いた皆様のおかげであり、ここに深く御礼申し上げます。