

都市観光マーケティング ～桂御陵坂地区の活性化～

京都大学大学院 工学研究科 都市社会工学専攻

近藤竜平 田中光久 丁子信
菱田憲輔 堀慶太 Risye Dwiyani

2008/6/6, page 1

Kyoto University, Dept. of Urban Management

問題意識



2008/6/6, page 2

Kyoto University, Dept. of Urban Management

都市観光マーケティングを用いた 地域活性化

都市観光マーケティング:都市のイメージとブランドを開発し、

潜在的観光客に伝達するプロセス

地域住民と大学の協力

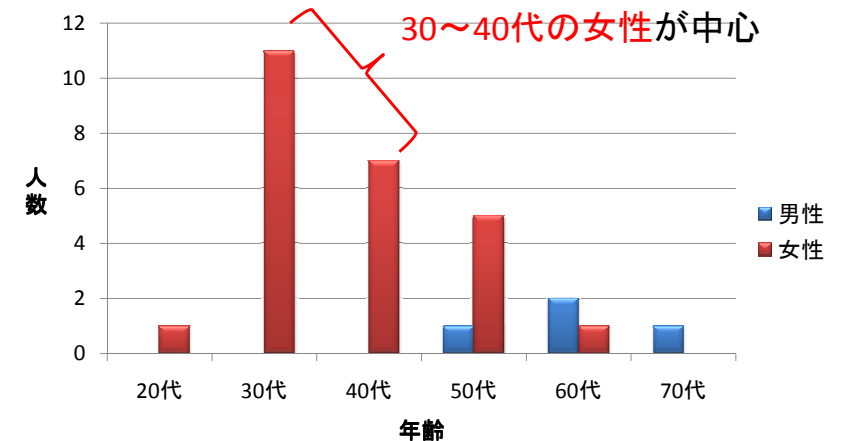
観光地として来訪者数を増加させる

地域の価値UP, 活性化!

2008/6/6, page 3

Kyoto University, Dept. of Urban Management

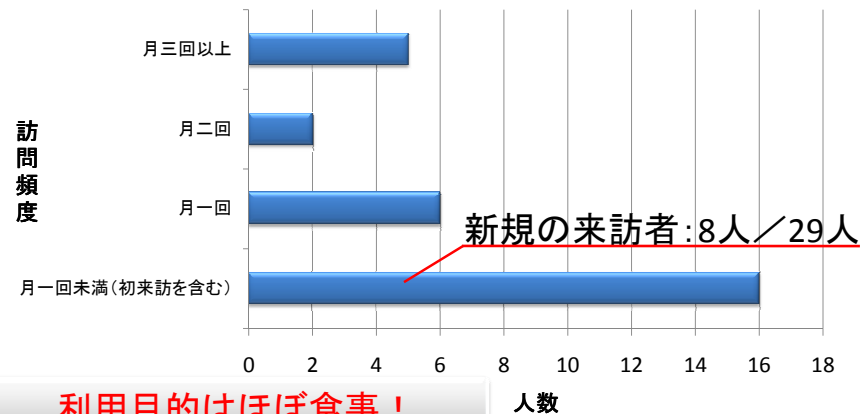
アンケート結果(年齢)



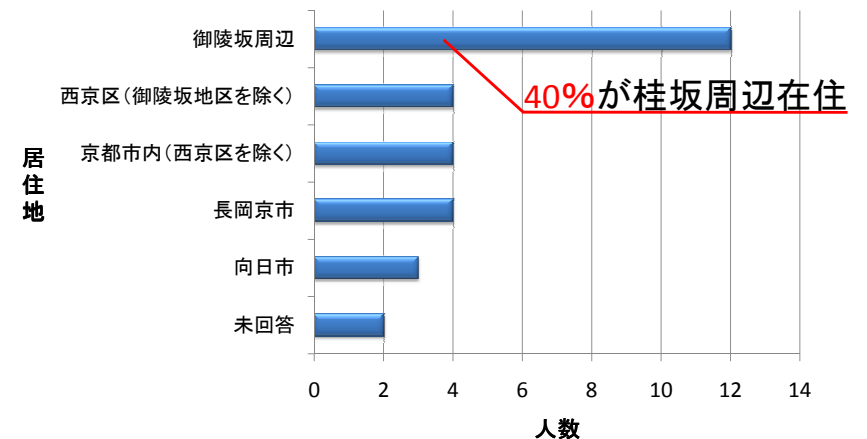
2008/6/6, page 4

Kyoto University, Dept. of Urban Management

アンケート結果(訪問頻度, 目的)



アンケート結果(居住地)



アンケート結果(感想, 意見)



SWOT分析の結果

内的要因	強み (Strength)	京都大学桂キャンパス 夜景, 公園, 御陵坂の並木 キャンパス内の店舗
	弱み (Weakness)	交通の便が悪い 知名度が低い 坂の傾斜がきつい
外的要因	機会 (Opportunity)	桂駅に阪急の特急が止まる バスの増便, 学生数の増加
	脅威 (Threats)	ガソリン代の高騰

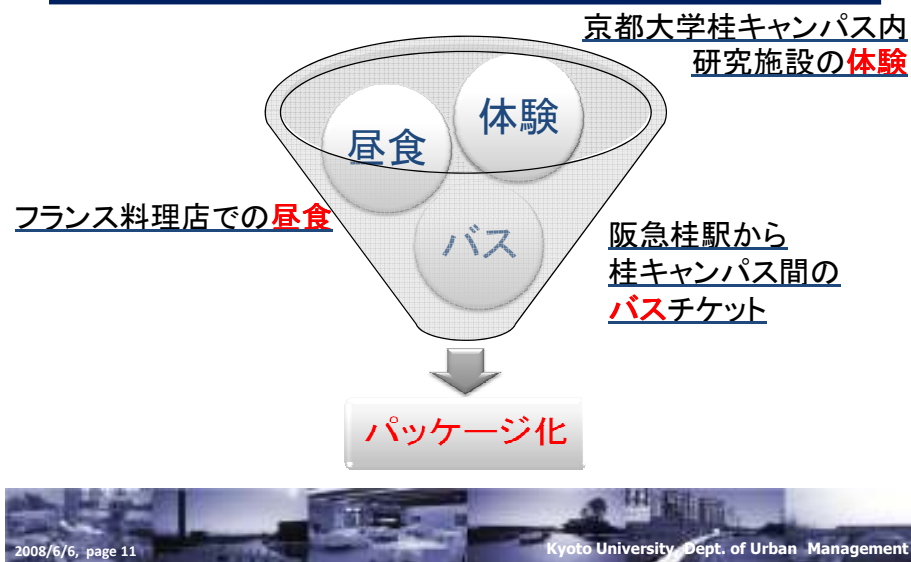
桂キャンパスの強み



観光戦略 ～強みを活かす～



観光戦略 ～弱み、脅威の克服～



観光戦略 ～弱み、脅威の克服～

