

enocoのそうだん [eno so done!]

## 相談シート11 観光は「どうやったら成功なのか」を明確にイメージすること

[トップ](#) >> [enocoのそうだん \[eno so done!\]](#) >> 相談シート11

### アドバイザー

河井 孝仁（東海大学文学部広報メディア学科 教授）

1958年静岡県生まれ。博士。静岡県職員、静岡総合研究機構研究員を経て現職。専門は行政広報論、シティプロモーション、地域メディア論、NPOと企業の連携。公共コミュニケーション学会会長理事、日本広報学会常任理事、総務省地域情報化アドバイザー、(社)日本広報協会広報アドバイザーなどを務める。著書に『シティプロモーション 地域の魅力を創る』(東京法令出版・日本広報学会賞受賞)『地域メディアが地域を創る』(日本経済評論社)他多数。



### 相談者

島本町都市創造部にぎわい創造課

### 相談分野（キーワード）

[地域活性](#)[市民協働](#)[観光](#)[まちづくり](#)[文化](#)[広報・PR](#)[その他](#)

### 主な相談内容

観光施策を効果的に進めていくためには、具体的にどのように施策を行っていけばよいか。特に知名度・認知度の低い小さな町に見合った観光施策には、どういったものが考えられるか。

#### Q 1

イベントの方針をどのように設定すればよいでしょうか。

#### A 1

まずは現状の集客分析を徹底的に行うことが大切です。現在の来客の分布や町外のどこから来訪するのか、各スポットでの利用者調査、シルバーエイジのニーズなど。旅行会社や一般へのヒアリング、アンケート等も有効です。特に「食」の調査は重要。食べものはリピーターを生む。効果については、「どうなったら成功なのか」を明確化することが大切です。開催するイベントの目的は観光なのか、定住者の促進なのか。その指標は集客なのか経済効果なのか、あるいは税収アップなのかなど、具体的な検討を行うべきです。

#### Q 2

小さな町の観光企画について教えてください。

#### A 2

一ヶ所で完結させるのではなく、町を巡るルートを構築することを考えましょう。他の市町村と観光協定で連携できればなお良い。そして町のカラーコンテンツを考える。名水が有名なら「水」をテーマに、様々な場所やコンテンツをストーリー立てで巻き付けていく。「水と生きる○○町」というブランド戦略。そうするとメディアも取り上げやすくなります。

## 相談者の声

「このイベントはどうか成功と言えるのか」という考え方について学べたことが一番印象に残りました。このような考え方を取り入れることで、自ずとPRの方法も変わってくると思います。また、「現状の把握」や「キラーコンテンツの選定」等、具体的なアドバイスを聞くことができたのも良かったです。

サイトポリシー・ プライバシーポリシー	> enocolについて	いいね! 0 ツイート	
指定管理者	> 事業紹介	> お知らせ・プレスリリース	
バナー広告募集	> フロアガイド	> メルマガ登録	
	> レンタルスペース	> ニュースレター	
	> お問い合わせ	> お問合せ	
	> アクセス		