講義に対する質問

Q 有名な観光地が近くにあるのですが、こちらまでなかなか来てもらえません。観光客に足を運んでもらうにはどうしたらいいでしょうか。

A 最近では自分の趣味や自分でテーマを作り旅行をする個人ツアースタイルの自由旅行が増えています。彼らの趣味やテーマを把握し観光地や観光ルートを作っていきましょう。

Q 海外や県外のお客さんが来ることがまだ想像できませんが、何から始めればよいでしょうか。

A 地域に合うターゲットを絞るとよいでしょう。有名な観光地に既に来ている観光客を誘致するところから始めてもいいかもしれません。観光ルートや多言語の観光パンフレットを用意するなど、自治体や観光協会との連携も必要ですね。

Q 観光客を増やそうとすると、あまりマナーの良くないお客さんが心配です。みなさんに気持ちよく旅行していただけるような工夫はありますか？

A 観光は具体的な目的をもってくる人が多いです。地域の特性に合う趣味や何か特別な目的を持った旅行者など、できるだけ顔の見えるマーケットにアプローチしてみましょう。

交流会「つながる会議のテーマを考えよう」

江田島
「江田島で活動してる人たちともっとつながろう！」

活動・情報発信をしている個人や団体はたくさんあるが、知り合えてない人が多いという話があがり、「江田島で活動している人同士がもっとつながれる」会にしようとなりました。

大崎上島
「大崎上島で活動している人たちともっとつながろう！」

取り組みたいことがある人、自分にできることがあれば協力したい人が集まりました。「やってみたいこと」「つながりたい人」を知り、それに関係しそうな人を誘ってくることになりました。

忠海
「地域にある魅力を使って、地域の課題に取り組む！」

大久野島にたくさん来ている観光客を、忠海や竹原の町中につなぎ、さらに世羅や三次、庄原へとつないでいくような取り組みを考えることになりました。

音戸
「自分たちの悩みを相談する場にしよう！」

「近隣の地域の人たちで、自分たちの悩みを相談する場にすることになりました。仲間を誘って集まり、自分の地域の中で仲間を増やしていく方法をみんなで考えます。

三原
「参加者の名簿をつくろう！」

三原つながる会議の参加者の名簿をつくることになりました。新たな仲間を誘いつつ、みんなで一緒に取り組めることを探していきます。周辺地域とつながる仕組みを考えます。

内海
「女性が使いたくなる空き家活用のモデルづくり！」

「内海の若い人をこの場に誘って、女性が使いたくなる空き家活用のモデルをつくろう」ということになりました。空き家活用に向けて、みんなで動き出します！

参加者の感想

- 忘れていた課題、今後の課題などが見つかってよかったです。
- みなさんのお話を聞いて、これからやろうとしている事にヒントをもらいました。
- 参加している人たちができることを知り、一緒にできることを探していきたいです。
- 回数を重ねて話し合うことで、とてもいいアイデアが生まれそうだし、そうしたいです！

お知らせ

● 次回のつながる会議
日時：8月24日（月）18：30～21：00
場所：忠海公民館
講師：醍醐孝典氏（studio-L）
テーマ：地域を幸せにするお金の使い方

宿題

● 一緒に取り組みたい人を誘ってきてください
● 地域の魅力を生かして、地域の課題を解決するアイデアを考えて来てください

「忠海つながる通信」Vol.1　発行元：広島県商工労働局海の道プロジェクト・チーム／編集・制作：studio-L ／発行日：2015 年8月 10 日

忠海つながる通信

地域を楽しくする小さなアクション

第1回 忠海つながる会議

日程：2015 年 6 月 28 日（日）
時間：18:30 ～ 21:00
場所：忠海公民館

当日のプログラム

① はじめに
② レクチャー
「ネットで地域の魅力を
世界に広げる７つのポイント」
倉重宜弘氏（ネットイヤーグループ）
③ 質問タイム
④ 交流会
⑤ おわりに

「つながる会議」について

昨年実施した「瀬戸内しまのわ 2014」に引き続き、今年もみなさんが地域を楽しくするための活動をサポートします。
本講座「つながる会議」は、地域内のつながりをさらに深めたり、広げたりしながら、地域をより楽しくしていくためのアクションを生むキッカケの場です。また、しまのわをやる中で見えた、みなさんが知りたい４つのテーマ（①情報発信　②資金集め　③拠点づくり　④仲間づくり）についての講座を開催します。
その他にも、地域外でつながる「瀬戸内シゴトツクール」や、実践をサポートする「個別相談会」も実施しますので、併せてご活用ください。

■今年度実施する３つのサポート

①瀬戸内シゴトツクール
②つながる会議
③個別相談会

講座：情報発信

「ネットで地域の魅力を世界に広げる７つのポイント」

今回は、インターネットを活用した情報発信がテーマです。地域の魅力を発信する際のポイントについて、お話いただきました。アナログの情報発信でもこの視点をぜひ参考にしてください。

くらしげ　よしひろ
倉重 宜弘氏　ネットイヤーグループ株式会社
地域共創グループ グループリーダー

大手企業のデジタルマーケティング戦略立案や新規事業立ち上げコンサルティングなどを数多く経験。2012年より北海道や沖縄などで、地域の観光振興を主眼とした地域共創メディア開発とその事業化に取り組む。現在、瀬戸内ブランド推進連合が推進する「瀬戸内Finder」のプロデュースを手がけている。

７つのポイント

①居場所を知る
→ネットユーザーは、ほぼスマホ(アプリ)を使う！

②見られていることを意識する
→「誰にどう見られているか」を意識する！

③ビジュアルにこだわる
→スマホ時代にうける写真のコツをつかむ！

④中身にこだわる
→ひとつに絞って、唯一無二のインパクトを！

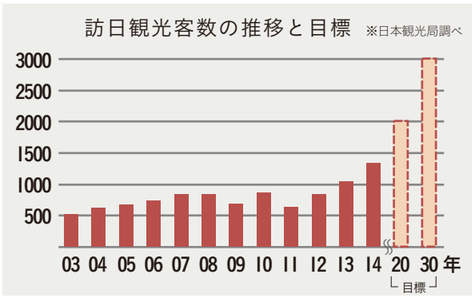
⑤境界線を超える
→地域を超えてつなげる体験ストーリーを！

⑥生態系を作る
→地域でお金を回す地域共生の生態系づくりを！

⑦本気で「世界一」を探す
→地域愛そのものが最良のコンテンツを生み出す！

日本ではインバウンドが増えています

「インバウンド」とは「訪日外国人旅行」のことです。
近年政府は、このインバウンドのマーケット拡大を図っています。
日本の観光市場は GDP の５％で、諸外国平均の半分。
まだまだ成長が見込める分野のひとつです。



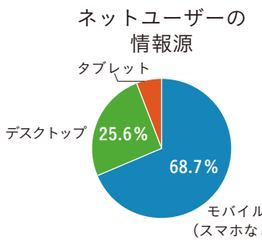
広島県からのお知らせ

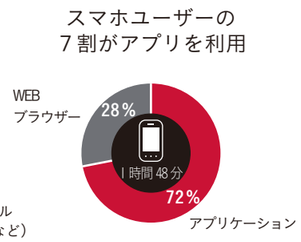
日本版 DMO「一般社団法人 せとうち観光推進機構」設立

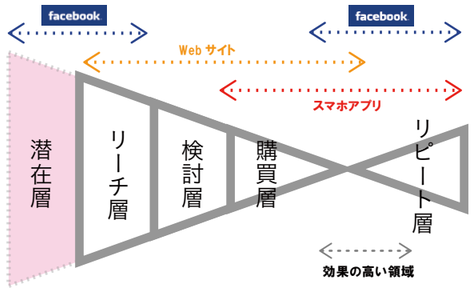
瀬戸内ブランド推進連合は、“瀬戸内” が国内外の多くの人から選ばれる地域（ブランド）となるために、エリア全体を俯瞰してマネジメントできる組織へと発展改組するため、平成 28 年 4 月を目処に、新法人「一般社団法人 せとうち観光推進機構」へ移行することとしました。今後は観光関連事業者や金融機関等と広域に連携し、瀬戸内ブランドの旗艦として推進体制を構築していきます。
※DMO：戦略策定やマーケティング等を一体的に実施する組織体。
※目標：2020 年までに①来訪意向 50％ ②外国人のべ宿泊者数 360 万人泊

観光客の大多数は、スマホで情報を収集しています！

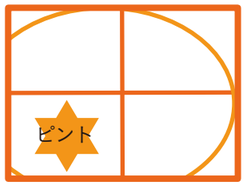
観光客になりうる人の７割が、スマートフォン（アプリ）で情報を収集しています。誰が、いつ、どのように情報を収集しているか把握し、目的によってメディアを使い分けることが大切です。







中身にこだわると、情報が流通しやすい時代



※構図の例

■撮影のコツ
①言いたいことは「１つ」に絞るべし
②構図、フォーカスも工夫すべし
③道具（良いカメラ / アプリ）に頼るべし

狭い地域で「あれこれ」ならべても記憶に残りません。まずは記憶に残るインパクトが必要です。

事例：たまねぎキャッチャー

淡路島の特産品である、玉ねぎをもっと PR しようと面白い仕掛けを企画。Twitter で話題となり 8400 リツイートされ、その後新聞、テレビ Yahoo!! ニュースなど各メディアに取り上げられました。

Win-Winの生態系、チームづくりが必須

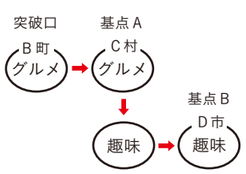
地域内で仕事やお金を回せる仕組みをつくることを意識しましょう。地元企業や事業者からの運営費で、地元カメラマンやライターが仕事をすることができれば、若者が地域で働き、地域に根付くことも期待できます。

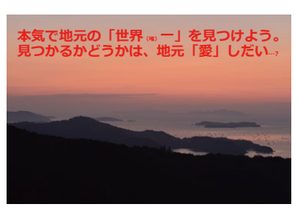
地域で世界一を見つけて集中的にＰＲし、他へつなげるストーリー作りを

一点突破の場所を見つけて様々な所へ流し込むストーリーを作ることが重要です。
PR したい資源が、それを目指して訪れる「突破口」にあたるのか、あるいは「突破口」とあわせて訪れる「基点」にあたるのかを考えたプロモーションが必要です。

一点突破 ➡ 多様なストーリー

地域 / 体験	A町	B町	C村	D市
景色	○	△	○	◎
食事	△	☆	○	△
趣味	×	×	◎	◎
買い物	◎	△	△	×
出会い	○	×	○	◎





０から１を生み出すのではなく、まずは 0.1 でも良いので「これは！」という地域の魅力を探して、１にしていきましょう。