2021.09.17

荒尾市における観光客の増加につなげるための効果的な情報発信のあり方について

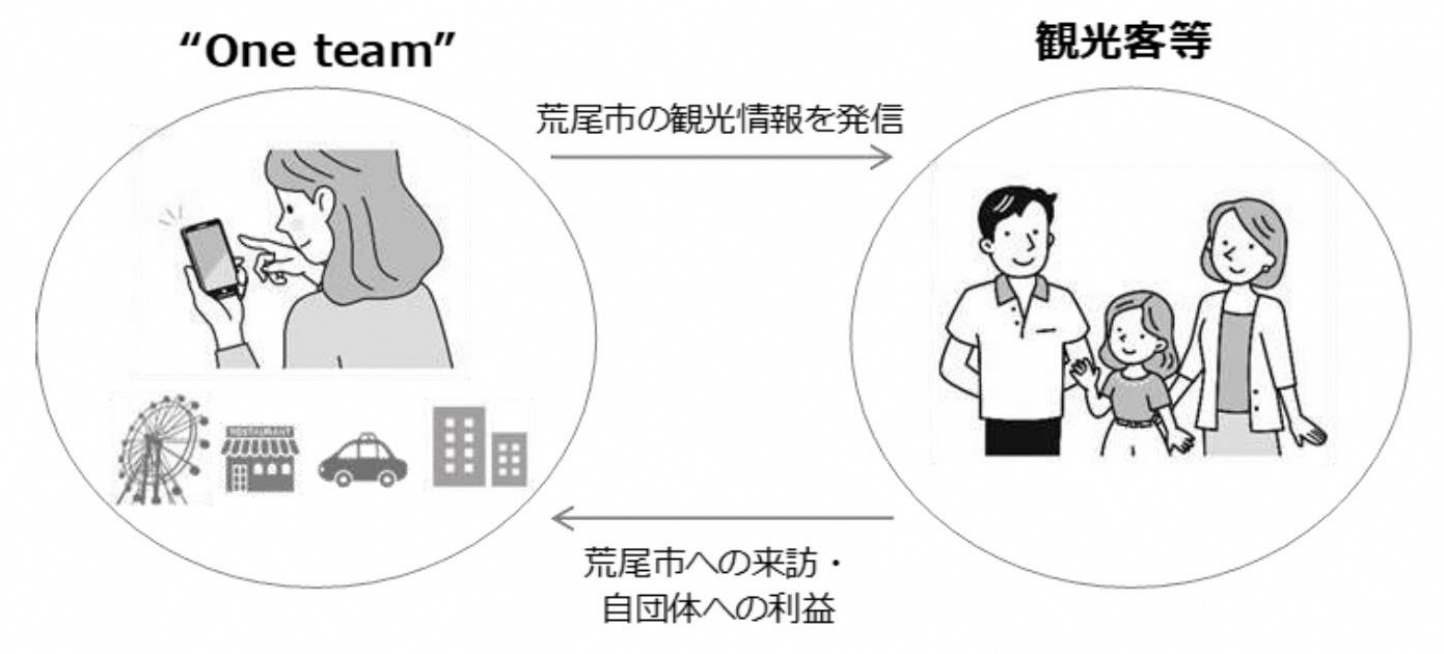
公益社団法人 熊本県観光連盟
地域連携・情報発信アドバイザー　久保 尭之

目次

1.荒尾市における情報発信の意義
2.認知を増やす
3.来訪者数を増やす
4.観光消費額を増やす
5.まとめ

荒尾市 観光振興 推進指針

“One team”による情報発信



イベントなどの観光情報をはじめ、各種取組みの進捗状況等について、各観光施設や宿泊施設、飲食店や交通事業者、地域住民などが“One team”となり、積極的・主体的に情報発信を行う

情報発信は「目的」ではなく「手段」

手段

推進指針

“One team”による情報発信

重点戦略

❶ グリーンランドなどを主軸にした周遊促進

❷ 荒尾市へのリピーター(あらおファン)の拡大

❸ 高付加価値化による消費単価の増加

目的

観光振興の意義

❶ 観光消費額の拡大

❷ 「あらおファン」の拡大

❸ 地域づくりの推進

本日のテーマ

認知度

≠

観光来訪
観光消費

観光客増加・観光消費額増加につながる情報発信のあり方とは？

地域の観光収入を分解する

対象人口 × 認知率 × 行動率 × 旅行頻度

地域の観光収入 ＝ 観光客数 × 消費単価 × 域内調達率

予定消費 ＋ ついで消費

雇用 ＋ 原材料

認知を増やす

自前だけでは難しい

Instagram（2,090人）

HP（99,550人）

来訪目標25万人

情報発生力を高める

「南阿蘇のやさしい氷」ロゴ

阿蘇のシンボルである阿蘇五岳と立ち上る噴煙、そしてお皿に盛られたかき氷をモチーフにロゴを製作しました。
かき氷を「掬う」と「救う」を掛けて、やさしい氷の力で熊本地震とコロナのダブルパンチを受ける南阿蘇を救いたい（盛り上げたい）という願いが込められています。

拡げやすい広報素材（テキストや写真、キャッチコピー）を事業者やメディアに用意してあげる

来訪者数を増やす

観光客目線での行き先の選定

観光客の意思決定プロセス

知る

❶ 行きたい理由
楽しそう、リラックスできそう、等
（期待を超える加点要素があるか）

❷ 行けない理由
予算、日数、アクセス、等
（解消できない減点要素がないか）

行く

行かない

「認知」を「来訪」に繋げるために

万田坑

マジャク釣り

例）万田坑に「行きたい理由」を用意する

- 万田坑は世界産業遺産だ

- 炭鉱の採掘技術を学べる
- 石炭の栄枯盛衰・エネルギー自給の変遷を学べる
- 大正・明治期の情緒あふれるレンガ造りの建物、坑道跡、鋼鉄製の櫓を直接見て、写真を撮ることができる

例）マジャク釣りに「行けない理由」を減らす

観光客が欲しい情報（例）

- 受付・申請の有無
- 推奨される装備・服装
- 駐車場・トイレ情報
- ごみ処理ルール
- 自然・天候リスク

→ “公式”WEBサイト

→ “公式”パンフレット

→ 看板（現地案内）

補足）ポジティブリスト型のルール発信

観光客の多様化で、マナーが混在

ex.）年配者「昔はこんな感じだった」、若年者「ルールが分からない」、外国人「私の国ではこうだ」

→常識・共通の前提に基づくマナーを期待することの限界あり

→**ネガティブリスト型ではなくポジティブリスト型でのルール整備・発信が必要**

ネガティブリスト型

（注意事項を規定）

- ✓ ごみを捨ててはいけません
- ✓ ここは駐車禁止です
- ✓ 保護区域に入ってはいけません

ポジティブリスト型

（模範行動を規定）

- ✓ ごみは分別して〇〇に捨てましょう
- ✓ 車は〇〇駐車場をご利用ください
- ✓ 黄色い目印が遊歩道です

※模範行動を規定できない＝環境整備が必要

観光消費額を増やす

観光地での動き方

予定消費（主目的）

グリーンランド

万田坑

マジャク釣り

松永日本刀剣鍛錬所

ついで消費

高専ダゴ

荒尾梨

物産館

荒尾干潟

旅ナカでのついで消費を促進

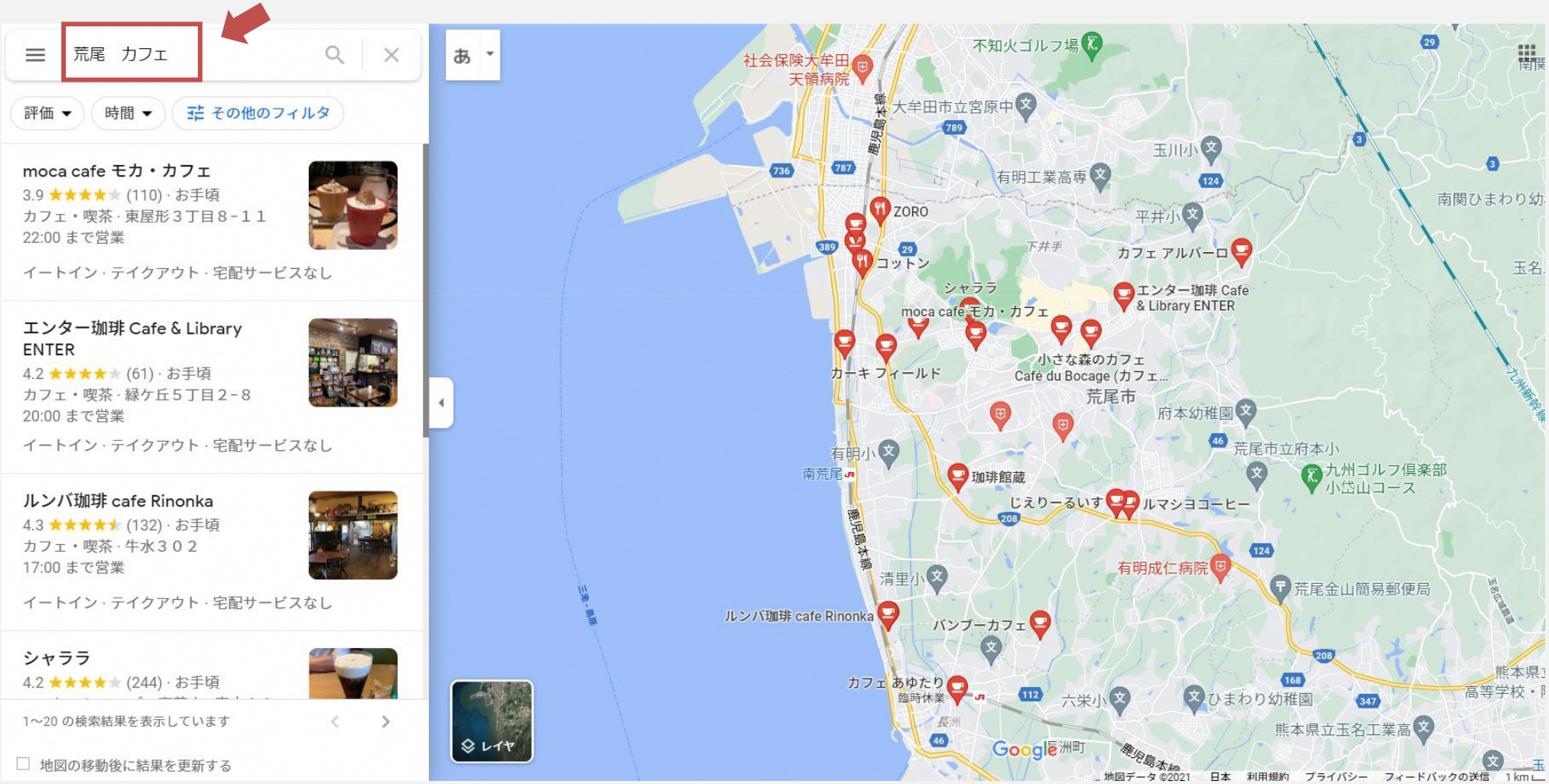
荒尾干潟の夕焼け

「夕焼けが綺麗」という情報をポスターで見る

それまで荒尾周辺で時間をつぶそう

周辺で何かないかな？→旅ナカ検索
「荒尾　カフェ」「荒尾　お土産」

Googleマイビジネスの活用



接客する人みんなが観光案内所

観光業界で働く人は、勤務体制的に観光スポットを回りにくい
→従業員・事業者向けツアーを順番に実施していく

まとめ

■ 認知度を高めるために

・メディアや口コミの広がりを意識した発信を設計しよう

■ 来訪者数を増やすために

・観光客が「行きたい理由」を用意しよう
・公式情報を整理して「行けない理由」を減らそう

■ 観光消費額を増やすために

・旅ナカの情報提供の充実で、「ついで消費」を増やそう
・域内の観光事業者で相互案内しよう