

# 見せ場と魅せ方

8班 倉持由香子 上田亮 戸田絵湖 杉元祐熙

## 動機

- 2009年以来、魅力度ランキングが最下位⇒県外に魅力が伝わっていないのでは？
- 原因はPR方法にあるのではないか
- PR全般に応用したい！！

## 調査

- アンケートによる観光客の意識調査(マレーシアのKLCCにて)
- ◎1. 日本のイメージはなんですか？ -clean, polite, efficient, high technology, messy, high living cost
- ◎2. 何を使って旅先の情報を調べますか？ -Web site(Trip Advisor ...), SNS(Twitter, Face Book, Instagram)
- ◎3. どの写真が一番魅力的ですか？ -冬(47.8%)、春(30.4%)、夏(13.0%)、秋(6.2%)
- 牛久、土浦市役所で行っているPR方法の調査
- 両市共通のPR方法 -パンフレット・ポスター、フィルムコミッション、SNS
- どちらの市もテレビで採りあげられた
- 牛久市 -民放ラジオ、折り込みチラシ、ポスティング
- 土浦市 -観光パンフレット、他の市町村との連携

## 考察 ビジネスプラン

- **見せ場**
- 媒体の特徴を生かしたPR ⇒ 世界中で多くの人が気軽に使える**インターネット**
- **魅せ方**
- 観光は、非日常を味わうためのものであるから、PRする地域ごとの特徴をふまえる ⇒ 非日常を感じてもらうには、文字よりも、**動画**でのPRが良いのでは

どの季節の清水寺に行きたいか

