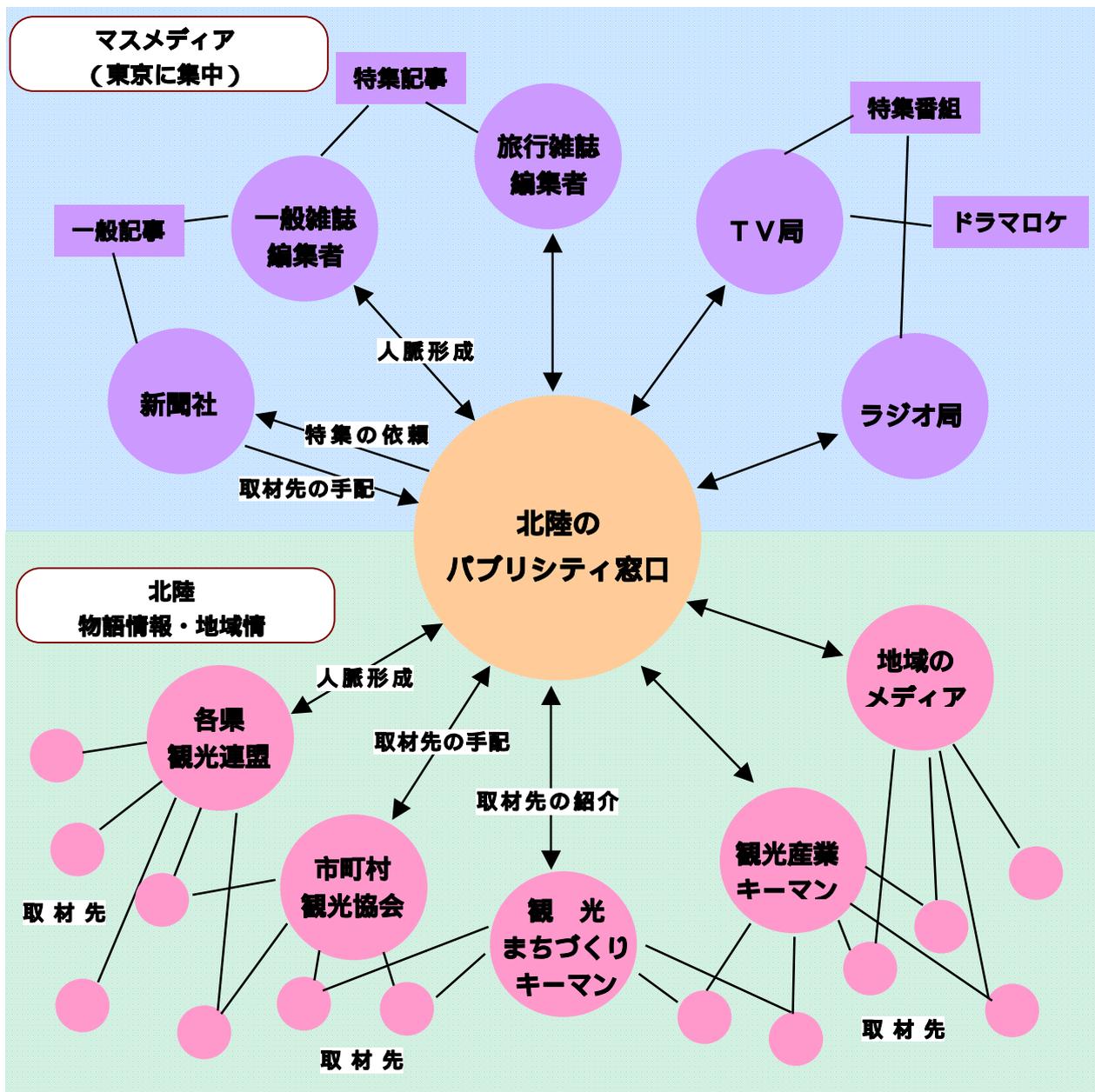


仕掛3 北陸の地域魅力に関するパブリシティ窓口の形成

- ・旅行雑誌社やマスメディアが特集を組む場合、どの地域を選択するかは、各地域のパブリシティ窓口との普段からの関係性が重要な要素になる。
- ・北陸新幹線開業とあわせ、「北陸」地域の特集記事や番組を増やすためには、「北陸」のパブリシティ窓口をつくり、マスメディアとの良好な関係性を構築するとともに、北陸内部の情報ネットワークを強化し、各メディアが取材等をしたい時に支援できる体制を確立することが重要である。
- ・そこで、北陸の地域魅力に関するパブリシティ窓口をつくり、マスメディアと太いパイプを作ることにより、全国発信される北陸の特集、記事、番組の増加を促し、北陸の認知度の向上を図る。



【パブリシティ戦略で重要な視点】

・第4回ワーキングにおける旅行雑誌編集者からの話題提供、検討結果より重要な視点をまとめる。

メディアとの関係構築	<ul style="list-style-type: none"> ・「北陸」としてパブリシティ戦略を行う場合、東京に広報担当者を配置して対応する形が有効。 ・パブリシティ担当者の人間性が重要。 ・熱心に顔を出す担当者、編集者にとって有益な情報を持ってきてくれる担当者、しつこくない担当者がメディアサイドから好まれる。 ・取材アポイントメントをとってくれたり、宿や航空券の手配をしてくれたり、予算が無い時に編集協力金をつけてくれるような、編集者のアシスタント的な役割をしてくれる担当者が好まれる。
どのメディアを対象とするか	<ul style="list-style-type: none"> ・パブリシティ戦略を行うメディアを選択する際、全国に発信力があるメディア、北陸のブランドイメージを高めることができるメディアを選択する必要がある。 ・現在の売れ筋を把握し、対象を絞り込む必要がある。 ・たくさんのメディアと太い関係性を作ろうとすると難しい。絞り込んで個別対応するほうが効果的である。
どのような情報（プレスリリース）が好まれるか	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアサイドは、北陸という「面」、 県という「面」で紹介すると読者の興味を引くことが難しく部数増につながらない。 ・メディアは読者の求めるピンポイントの情報、つまり魅力的な「点」情報を探し求めている。
プレスツアーの開催	<ul style="list-style-type: none"> ・いろいろな種類のメディア担当者呼んで、プレスツアーをする場合があるが、婦人誌とスポーツ新聞では関心事が異なるためうまくいかず、有効でない場合が多い。 ・絞り込んだ個別対応が望ましい。
メディア戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・広告宣伝、インターネットとパブリシティを高度に組合せ、露出度を高めていくことが重要である。

【北陸の地域魅力に関するパブリシティ例：婦人画報の特集「あたたかな北の宿」】



日経新聞や婦人画報など、質の高いメディアに取り上げられることにより、北陸の認知、ブランド力が高まる。

出所：婦人画報2009年2月号より

方向性2 北陸の魅力を高める・旅行者の満足度を高める

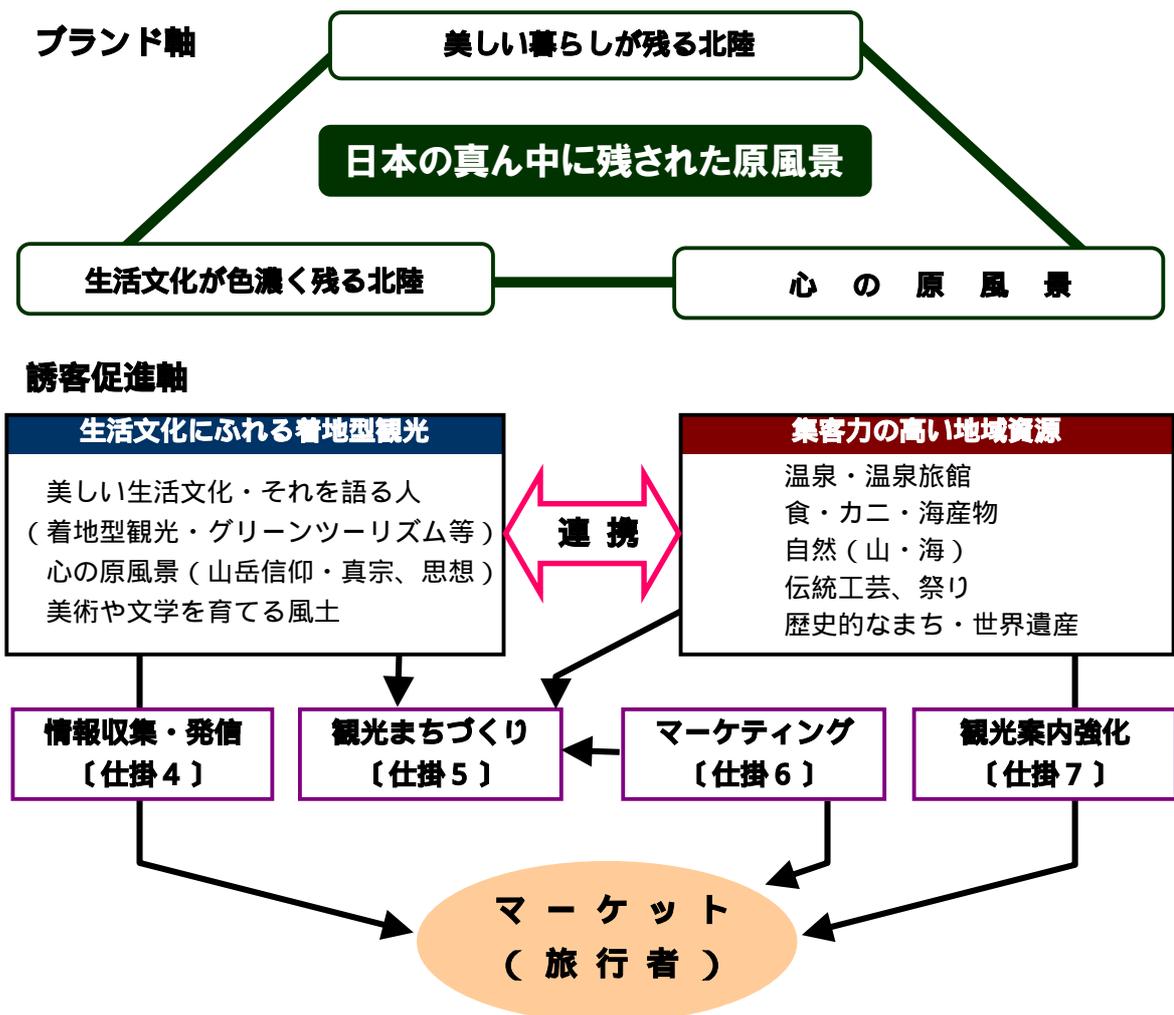
北陸らしさを活かした観光まちづくり（リピーター創出）

旅行者のニーズが成熟化、多様化する中で、着地型観光等、地域の風土を感じさせる取組みが重要な役割を担う。

着地型観光等の情報を総合的に発信するとともに、集客力の高い観光資源との連携を強化し、旅行者の満足度を総合的に高める取組みを進める。

（1）地域資源の連携方法

- ・北陸の新しいブランド軸として「日本の真ん中に残された原風景」を提案している。旅行者のこれからのトレンドとして「地域の風土を肌で感じるホンモノ志向」が求められており、北陸の魅力である美しい生活文化に、着地型観光によってふれてもらうことが、大きな満足度につながる。
- ・集客力の高い温泉、食、自然、伝統・歴史等の資源と、新しいブランド軸である、美しい生活文化、心の原風景、美術・文学を育てる風土などを組み合わせることが、北陸の魅力を高め、旅行者の満足度を高めるために必要である。



例1) みんなで農作業の日 in 五箇山

生活文化にふれる着地型観光
集落での農業体験



集客力の高い地域資源
世界遺産 五箇山集落



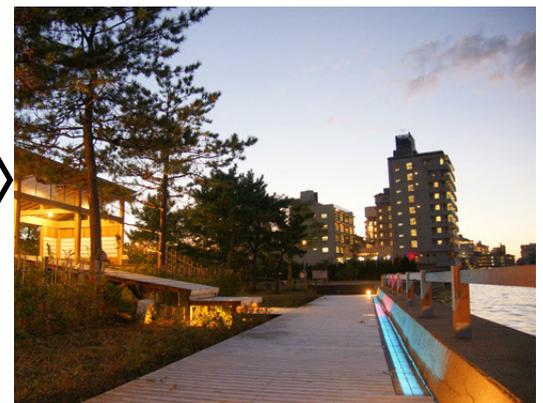
- ・世界遺産集落で農業体験をすることにより、五箇山が歴史的に培ってきた奥深い生活文化、食文化にふれることができる。
- ・世界遺産集落を見るだけでなく体験の場とすることで、魅力を伝え、リピーターを増やしている。

例2) 七尾のまちなか・ふれあい観光

生活文化にふれる着地型観光
一本杉商店街の語り部処



集客力の高い地域資源
和倉温泉



- ・和倉温泉に近い七尾のまちなかにおいて、各商店がそれぞれの商いに関する情報や、まちの歴史を伝える語り部処になることにより、旅行者は能登の生活文化を知り、感動する。
- ・当初 13 軒から始まった語り部処は 68 軒に増え、平成 20 年は 170 の団体と個人が訪れておりリピーターが増えている。
- ・和倉温泉からはミニ定期観光バス「華の香号」が運行され、連携を強めている。

着地型観光と集客力の高い地域資源の商品化例〔 J A L 旬感旅行・和倉温泉×花嫁のれん展 〕

WEB 123 歴史・伝統文化・芸術の章

加賀友禅に込められたはなむけの美
北陸伝承 能登・七尾の
花嫁のれん展 2日間

お申込はこちら



幕末から明治初期のころ、能登・加賀・越中に伝わる嫁入り道具「花嫁のれん」

娘の幸せを託して、生家の紋を染め抜き、嫁ぐ娘に持たせる花嫁のれん。それは、慈しみ育てあげた娘へ、前途良好であれとの親の願いであり切ない気持ちでもあります。鮮やかな色で描かれたおどろり、花車などのおめでたい絵柄。加賀友禅の技と心を結晶させたこの美しいのれんは、花嫁が嫁いだ日の華やきと各家の変遷を見つめながら現在も受け継がれている地域の伝統美です。



花嫁のれん(イメージ)



花嫁のれん(イメージ)



花嫁のれん(イメージ)

百数十枚の「花嫁のれん」に彩られる400メートルの能登の歴史街道「一本杉通り」

かつて一本杉通りは、七尾の中心部を東西に貫く街道でした。明治時代に二度の大火に見舞われながら、光徳寺の門前町として栄えた面影は、現在5件の商店が登録文化財に指定される町並みに窺うことができます。仏壇店、時計店、海産物店、陶器店等々、かつて北前船の寄港地として栄えた港町・七尾らしい個性的な商家が建ち並び、当時、「七尾の銀座通り」に店を構えることは、商人の誇りであり、その商家の嫡男に嫁がせる娘の親は相応の準備に心を砕いたといえます。長い年月を経て登録文化財を中心に始められたまちづくりで新たに甦り始めた一本杉通り。現在400mほどのこの通りには、港町七尾らしい個性的なお店が多く残り、まちなかのそぞろ歩きも十分に楽しめます。単荷や長持ちに取められたまま、ほとんどが人目に出る事がなかった「花嫁のれん」が、再びその艶やかさを見せるのは、ほんの数日間のこと。通りに面するお店の殆どに語り部さんがいらっしやるので、華やかなのれんを見ながら、ちょっと立ち寄りてみてはいかがでしょうか。その一枚一枚にある物語や嫁いだ日の華やきを目ごみながら自由に語ってくださいます。JAL旬感旅行では町会長の北林昌之氏より「花嫁のれん展」についてのお話を伺います。



一本杉通り(イメージ)

和倉温泉 多田屋で能登の自然・湯・食を堪能

能登の伝統と風土を象徴する花嫁のれんが一躍知られるようになったきっかけは、2007年3月の能登沖地震から3ヶ月後の6月にNHKで放映された和倉温泉多田屋のドキュメンタリー番組でした。千葉から能登・和倉温泉の老舗旅館へと嫁いだ若女将の清々しくひたむきな姿が、震災復興への願いとともに視聴者の胸を打ち、再放送に至るほどの大反響を得ました。JAL旬感旅行では、「花嫁のれん」をより愉しんでいただくために、多田屋のご宿泊をご用意いたしました。七尾湾に沈んでいくかのような素敵な夕日と、開湯1200年を誇る温泉と、能登の食材をふんだんに使った料理をご堪能下さい。



多田屋から眺める夕日(イメージ)



花嫁のれん / 多田屋 若女将所有

「出典: JAL 旬感旅行」

旅行代理店が展開する着地型観光の予約・販売サイト「旅の発見」

- ・近畿日本ツーリストと角川グループが業務提携し、日本各地の体験プログラム・アクティビティを検索・予約できるサイト「旅の発見」を運営。



観光資源の宝庫、日本の魅力を3つの側面から伝えます！

やりたいことが必ず見つかる！ 旅のテーマパーク

世界遺産の雄大な自然や野生動物の生態観察、時代を革新した偉人達の足跡、各地の古都巡り、間近に見る伝統工芸や蕎麦打ちなど職人のワザ、トレッキングやセラピー体験で知る癒しと遊びの醍醐味…。「旅の発見」は、体験したいことが即座に見つかる「旅のテーマパーク」です。



多彩なアクティビティで 地域起こしを応援！

アクティビティを中心とする商品は、全国の自治体・企業・民間の宿泊施設及び観光施設・旅行業に携わる指導員やボランティアと協力しながら開発。地域の貴重な観光資源を守りながら後世に伝えていきます。そして事業を通し、地域社会の発展と繁栄に寄与することをめざします。



人と町、人と村を結ぶ 旅のネットワークを作る！

「旅の発見」は、日本各地に残る豊かな文化と、新たな交流を求め人々をつなぐ場です。地域での農林業や漁業体験、実際に現地に滞在しながら地産地消の食材を味わう口い生活…。先人の教えと暮らしの知恵に出会える「旅のネットワーク」を築きます。



【ツアー例】 魚の達人による築地買い物&魚料理満喫ツアー 東京・築地／鮮魚の達人が案内する築地市場



東京の台所、築地市場は日本最大の魚市場。“魚の達人”の後に続いて、多くの魚が並び場内市場へ。場内をじっくり1周半ぐらい見て回ってから、築地の魚が堪能できる飲食店へ。魚の魅力が存分に味わえるツアー。

【ツアー例】 ～ 三日坊さんの旅 ～ 遠州の古刹を巡る癒しの体験ツアー



遠州袋井は寺処として有名で、古刹や名刹が集まっている。現代でも旅人の疲れをよわらかく癒すおもてなしの心が息づいている。お坊さんと同じ修養をすることで得られる癒しを体験するツアー