



＜令和6年度 第2回水源地域未来会議＞

水源地域の魅力発信 ーファンをつくるためのヒントー

福岡女学院大学
 人文学部現代文化学科 講師

池田 拓朗

《2024年11月1日》



◆自己紹介

- 「池田拓朗（Takuro Ikeda）」(35歳)
- 長崎県長崎市出身
- 長崎国際大学大学院を修了
【博士(地域マネジメント)を取得】
- 長崎県内の特別支援学校(中学部)で講師
➡ 平戸市役所文化観光商工部観光課
(一般社団法人 平戸観光協会に出向)
2019年4月より福岡女学院大学へ



平戸観光協会時代の仕事

○地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人の立ち上げ



「

DMO

」

(Destination Management/Marketing Organization)

➡ マーケティング分析を担当し、平戸市

の観光における現状分析・戦略作り

の基礎を策定

平戸市観光満足度調査ご協力のお願い

現在、平戸市では観光地の魅力向上を目指すため、平戸を訪れた皆様を対象に、満足度調査を実施しています。お忙しいところ誠に恐れますが、何卒ご協力いただきますようお願い申し上げます。なお、このアンケートにより収集した個人情報は、当該事務のみに使用するものとし、それ以外の目的には利用しません。

調査に関するお問い合わせは、(一社)平戸観光協会 池田までお願い致します。(連絡先 0950-23-8600)

Q1 お答えいただきましたご本人様について、教えてください。

性別 男・女 年齢 代 (例: 20代等でお答えください)
居住地 都・道・府・県 (海外の場合:)

Q2 今回の旅行の同行者について、教えてください。(○は1つだけ)

01. 子供連れの家族旅行 (親子・兄弟姉妹・祖父母と孫など) 03. カップル旅行 06. 職場や団体などの旅行
02. 夫婦旅行 05. 友人・知人との旅行 07. その他 ()

Q3 今回の平戸市のご旅行は何日間のご予定ですか? (○は1つだけ)

01. 日帰り 02. 1泊2日 03. 2泊3日 04. 3泊4日 05. 4泊5日 06. 5泊以上

Q4 平戸市への訪問は、今回が何回目ですか? (○は1つだけ)

01. 初めて 02. 2回目 03. 3回目 04. 4回目 05. 5~9回目 06. 10回以上

Q5 平戸市に対してどのようなイメージをお持ちか教えてください。(○は2つまで)

01. 魚 05. 景色 09. キリスト教関連史跡 13. 歴史
02. 平戸牛 06. 海 10. 神社仏閣 14. 買い物
03. 料理 07. 温泉 11. 世界遺産 15. 人情・温かさ
04. 土産物 08. 夕日 12. 松浦藩 (松浦家) 16. その他 ()

Q6 他の都道府県と比較した結果、今回、平戸市を訪れようと思った理由を教えてください。(○はいくつでも)

01. 自然・風景 05. 食事 09. 教会などのキリシタン史跡
02. レジャー(海水浴、キャンプ、釣り等) 06. フーリング・ドライブ 10. 名所・旧跡(城、博物館等を含む)
03. 世界遺産登録 07. ショッピング 11. イベント ()
04. 温泉 08. 以前来てよかった 12. その他 ()

Q7 今回のご旅行で平戸市以外に検討された観光地を教えてください。(○はそれぞれ1つずつ)

1番の目的市町村 平戸市 佐世保市 (ハウステンボス) 長崎市 唐津・呼子 伊万里市 その他 ()
2番の目的市町村 平戸市 佐世保市 (ハウステンボス) 長崎市 唐津・呼子 伊万里市 その他 ()
3番の目的市町村 平戸市 佐世保市 (ハウステンボス) 長崎市 唐津・呼子 伊万里市 その他 ()

Q8 今回のご旅行の情報源を教えてください。(○は2つまで)

01. 知人・友人の話・紹介 04. 宣伝 (TV、ラジオ、新聞、雑誌等) 07. PR (パンフレット・キャンペーン等)
02. 旅行業者の紹介・ツアー参加 05. インターネット 08. SNS (LINE、Facebook、Twitter等)
03. 観光協会の窓口 06. 前回のイメージ 09. その他 ()

※裏面もご記入ください

○私の専門分野がこちらです！

観光社会学、ニューロカリズム、世界遺産、ダークツーリズム
宗教と観光（聖地ツーリズム）、まちづくり、観光倫理



世界遺産に登録されると、その地域にどのような変化がもたらされるのか？そこにどのような問題があるのか？

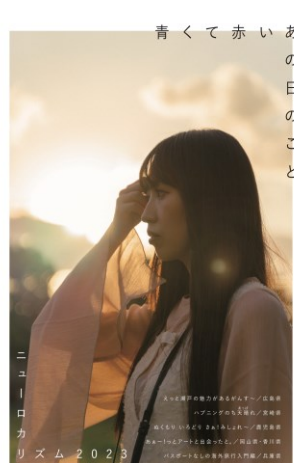
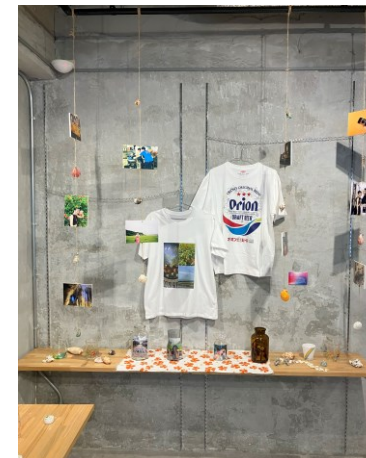
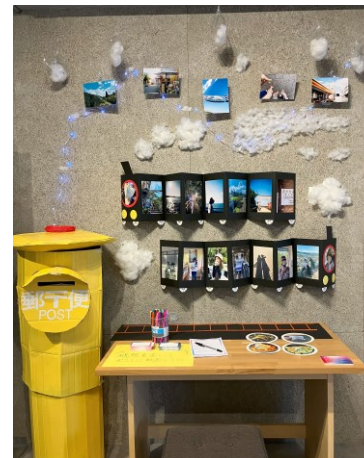
☞ 現在は、コロナ禍を経て女子大生が地域の観光を盛り上げるために何ができるかについて研究しています！！

地域の魅力を発信するため 観光パンフレット作成や写真展を開催！



新潟県は、日本有数の観光地であり、自然・文化・歴史・産業の魅力を発信するため、観光パンフレットの制作を行っています。本パンフレットは、新潟県内の観光地やイベントを紹介し、観光客の誘致を目的としています。

新潟県は、日本有数の観光地であり、自然・文化・歴史・産業の魅力を発信するため、観光パンフレットの制作を行っています。本パンフレットは、新潟県内の観光地やイベントを紹介し、観光客の誘致を目的としています。



○本日のテーマ

:「水源地域の魅力発信ーファンをつくるためのヒントー」

⇒ 観光協会時代の経験だったり、私が現在ゼミ生と取り組んでいる活動についてお話しをしていきます
そのお話のなかで、**地域の魅力**を発信する際に考えるべき重要なポイントを考えていきましょう！

◆観光地に今求められていること

観光地を訪れる
観光客を増やすためには
何をすればいいのでしょうか？

観光客増加のための方策例

地域でイベントを開催



映画の舞台になること



観光客増加のための方策例

インスタスポットを作成



世界遺産登録



観光客が増えたことで・・・



観光客の増加を第一に考えすぎた結果、コロナ禍で解決したような錯覚を覚えた

「**オーバーツーリズム**」の問題が、
またコロナ前と同じように、全国各地で観光の問題点として連日報道されるようになっている



というように実は……

★観光地は単に観光客が増えればいいというわけではない！

↳ 良いことばかりに見える「観光」ですが、当然ながら
デメリットも多いのです！

➡ 国を挙げて観光に力を入れているのは事実ですが、
一方でそれらのすべてが効果を上げているわけでは
ありません

私たちが旅行の情報を得るツールは豊富



Instagram



地域の魅力をPRして多くの観光地が、自分たちの地域に観光に来てもらおうと様々な取り組みを実施

- ➡ 他の地域にない魅力を発信しないと、「いいね！」と観光客に思ってもらえないし、それが一過性で終わってしまい
観光の効果を継続していくことができなくなってしまう

単に観光客の数を増やすだけでは不十分！

★その地域の「**(熱烈な)ファン**」を増やすこと
＝ 多様なコンテンツをきっかけに訪れた観光客を地域のファンにし、その地域や地域の人々との深い関わりの創出につなげる

☞ その地域のファンは何度もリピートして来てもらう存在
(＝「**リピーター**」)になる可能性が高い

◆地域の「ファン」を増やすためには何が必要？

- 現代の観光にとって重要なポイントは「ファンを増やすこと」ということはお分かりいただけましたか？
 - ➡ここでみなさんが疑問に思うのは、「どうやったらファンを増やせるの？」という点ではないでしょうか？



重要な点は

「いかに“「**共感**」”させられるか」

= 簡単に言うと「**あるある！**」な気持ち

にさせられるか、というのが重要！

実はこの「共感」という点は
商品販売や大学でも
観光でも同じなのです！



○私が観光業界で働いていたとき

- ・うちの観光地にはこんなに良いところがあります！
- ・アピールしたいポイントがたくさんあるんです！

という声をよく聞くことができましたし、観光客を迎え入れる側も自分たちの地域のいい点をたくさん話してくれました

➡ これ自体はすごく良いことなんです！

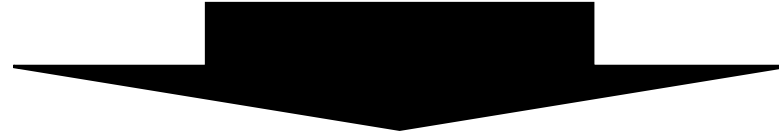
例) たとえば平戸の海がきれいでも・・・

○海がいくらきれいで観光資源となりうるとしても・・・

日本にきれいな海は数多く存在するし、「海」ときくとイメージされるのは「沖縄」だったりしませんか？

➡ 福岡なら「糸島」だってきれいですよね・・・？





どんなに良い商品であっても、どんなに素晴らしい観光地でも「**ターゲット**」を定めて、**効果的にアピール**をしないと人は振り返ってくれないし、注目してくれない

👉 特に観光の場面においては

「**リピーター**」＝「(熱烈な)**ファン**」にはならない

要するにこういうことですね

宿題やったの？
勉強しなさい！！



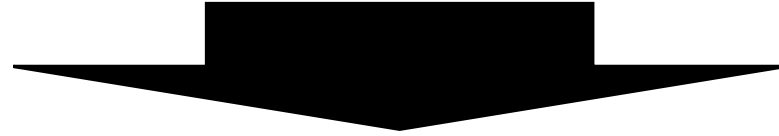
今やろうと思ったのに...
(やる気なくなっちゃったな)

<みなさんはこういう経験ないですか？>

・親としては「宿題をやってほしい」という
思いからこの発言をしている

⇔ このような言われ方をしたら、真逆の
行動をしたくなってしまう

(この例の場合、宿題をやりたいたと思
わなくなってしまう)



言い方を間違っただけで、結果が全く変わってしまう

➡ 観光も同様で、その地域の魅力の言い方を間違ってしまうと観光客にはその地の魅力は伝わらないばかりか、そもそも訪問先として選ばれないし、選ばれたとしても「また行こう！」ということには決してならない！！

観光の魅力は
「**そこでしか体験できない何か**」

現地に行かなければ
体験できないことこそ観光の魅力！



観光地の魅力を伝えるために重要な点は

情景 > 情報

情報だけでなく情景を伝える

A solid green horizontal bar at the bottom of the slide.

現地の「ありのまま」を伝えるのではなく、、、、
そこであなたが感じた気持ちを人に伝えてほしい
= 共感させてほしい
= 伝えるためには「**言い換え**」が大事

○例えば「美味しいから」「きれいだから」は事実だけど、それだけの情報だと共感されにくい

➡「情景」を伝える、すなわち「自分たちらしく」伝えるためのポイントは、

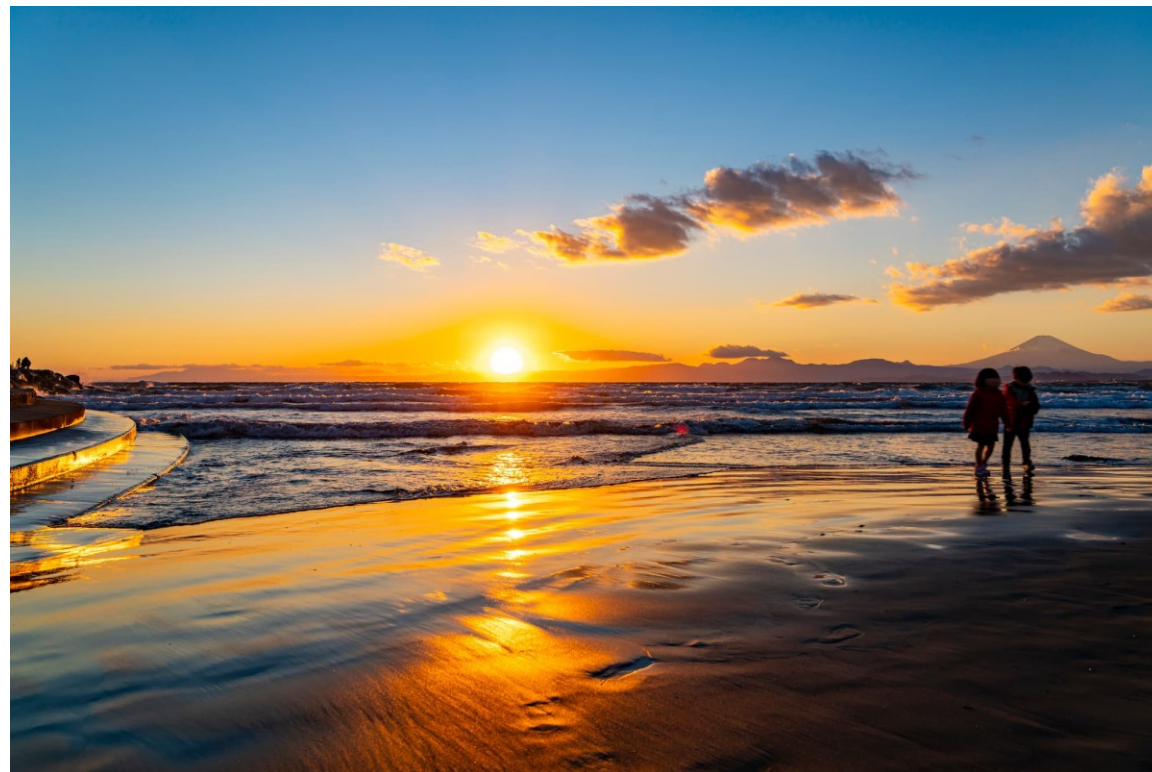
「美味しいから」+「〇〇な気持ちになる」というような感情を言葉にすると伝わりやすい！

例えばこんなイメージですかね！

きれいな夕陽



きれいな夕陽を見ながら、
今日も1日お疲れ様と言われた気がした



朝倉市様とのつながり

○2021年に水資源機構様よりお話を頂き、
これまで朝倉市の水資源の魅力を発信する
ための方法を協働で考えてきました

➡ 現在は、朝倉市役所水のまちづくり課・
商工観光課と協働で、ファン作りにつな
げるためのサポートを実施



さいごに

○人に何かを伝えるときに重要な点は「共感」

➡ ありのままを伝えるのではなく、自分は何を伝えたいのかを
しっかり整理し、そのために必要な情報を精査し、しっかり言
い換えをしてから伝える

👉 自分の地域の魅力を相手に理解してもらうためには、
どのような点に共感してもらいたいのかを意識すると良い！



ご清聴ありがとうございました