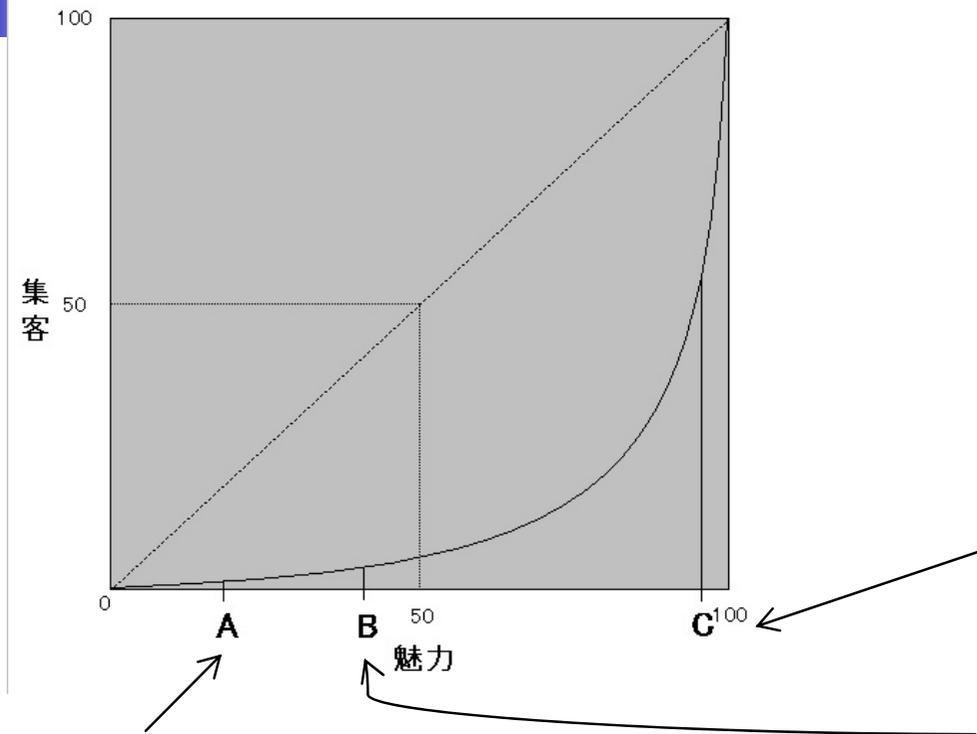


「ホスピタリティ表現による魅力」と「集客」との関係



C: 道を魅力的に整備すれば人が集まる条件が整う



A: 道に魅力がないと、人も来ない



B: 金をかけて街路整備(花壇や歩道の舗装、石のボラードなど)をしても、ホスピタリティの魅力がじゅうぶんでないと、ほとんど集客しない

最終成果イメージ:

わかりやすい表現

- 専門用語を極力使わず、ビジュアルに整理する

車が来ないから
安全に歩けるな

緑が
気持ちいいなあ

この先にも楽しめそ
うなお店がありそう。

ホスピタリティ表現 =
自分を大切にしてくれる
表現に溢れている

歩き疲れたらい
つでも休める



最終成果イメージ:

ビフォー・アフターによる

「ホスピタリティ表現」とその集客効果の解説

- 整備前後の対比を用いて、ホスピタリティ表現の集客効果がよく理解できるように配慮する。



ビフォー: 宿泊客は旅館から出てこず、旅館街は閑散としていた。



アフター: ホスピタリティ整備で雰囲気が一変し、全体で30%宿泊客が増加した。

最終成果イメージ:

対比による事例紹介と解説

- ホスピタリティ表現の事例解説も良いものと悪いものを対比的に紹介することで、要点がわかるように配慮する。

事例: 舗装 ホスピタリティの観点からは「人間のスペースは端だ」という表現になる歩車分離明確型(左)よりも、「真中も人間の空間」と見える分離不明確型(右)の方が、好ましい。



舗装を美装しても、歩車分離が明確だとホスピタリティ表現は低くなる



歩車分離が明確でないと、ホスピタリティ表現は高くなる