



大洗町から見る地域活動について

研究目的

- 大洗町における地域活動から、他地域にも通じる地域観光事業活性化仮想モデルの作成
- 上記の目的に伴う地域の効果的な取り組み方の検証
 - ・ SNSマーケティング
 - ・ 交流ノート
 - ・ 心理効果
- 仮想モデルにより予想される影響、効果の検証

仮想大洗モデル作成にあたり

- 大洗町における人々のリピート率の高さ
 - 人が継続的に訪れるサイクルの研究
- 交流ノートが担う役割と効果
 - 設置までの経緯や、ノートに書き残していく人の心理、店側の影響と効果の研究
- SNSでのPR回数と発信の継続日数による効果とリピート率について
 - 心理的に店舗と顧客が接近することの影響と効果
- 大洗町の聖地巡礼が今もなお続いている、それどころか増加している
 - 単発で終わってしまわない取り組み
- 町や個人が開催するイベントの頻度と規模、内容について
- 大洗町の聖地巡礼活動は他と異なるフェーズに移行しているのではないかと
 - 地域観光事業のフェーズについて

地域に眠る魅力の火種

- どの地域にも魅力となるものは存在する。それは飲食店や景観、人や企業、イベントなど多岐にわたる。しかし実際には、確かにそこに存在しているにもかかわらず発見されていない魅力が少なからず存在するものだ。そこで私はこの未発見の魅力を燻っている存在であり、大切にしなければ簡単に消えてしまうもの、つまり、地域に眠る火種と名付けた。そしてこれらは、発見された際に火種となり、成長させることで大きな炎、魅力となるのだ。
- なお、この火種は発見するだけでなく、自ら作ることもできる。これは大洗町におけるガールズアンドパンツァーや日本一星がきれいな村として売り出したことで観光客を急増させた、阿智村の星といったものである。
- 当然この地域に眠る火種や火種、炎は地域に一つとは限らない。大洗町で例えるなら、炎は海やコンテナツーリズム、種火は商店街、地域に眠る種火はサイクリングとなる。

仮想大洗モデルにより考えられる影響と効果

- 人々の暮らしへの影響

- 魅力への理解、観光客のニーズの理解、継続的な活動

- 人々の意識への影響と効果

- 資源や商品が認知販売されていく中で、それまで持っていた営業形態や商品への考え方、見方の変化が起こり得ることについて

- 魅力の分岐

- 新たな魅力の発見により、さらにそこから様々な魅力の可能性が広がる

- 魅力の継続性

- 魅力を長期的に運用することが出来る体制

その他研究事項

- あんこう祭りのオンライン開催について、内容と顧客のニーズ。来年からの体制と内容について。
- 現地で暮らす人々、現地付近で暮らす人々、遠方に住む人々という見方と、それぞれの人々への情報発信。
- コアな人々、好んでいる人々、通常の人々という見方と、それぞれの人々への情報発信。
- 関係人口という言葉だけでは言い表せない範囲の人々を定義付ける。
- 地域の魅力を知っているのは当事者とは限らない。第三者やそれ以外の人々だけが知っている魅力というものもある。
- 各々が撮った写真を、個人が知る魅力として掲載するシステムとしてのフォトコンテスト。