



大磯の本!?



を

作るプロジェクト

概要

チーム名 チームいそべえ

プラン名 大磯の本を作ろうプロジェクト

テーマ 歴史的資源を使った
若者を誘致するプラン



<https://twitter.com/isotabi>

課題

若者の訪問者が少ない！
あまり町の中を周ってもらえない

観光地としての認知度が低い？



情報発信がうまくいっていないのではないか

知ってもらえるような仕組みを作る

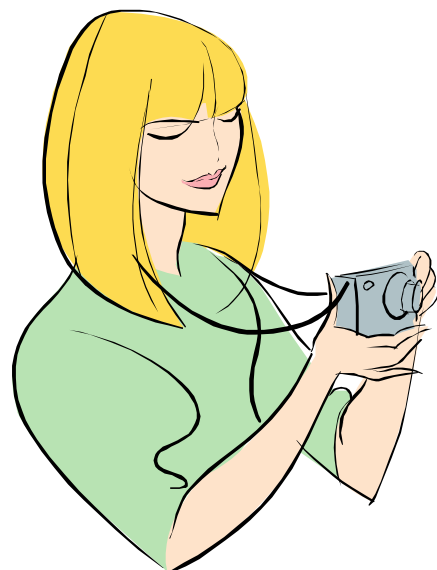
話題性・新規性・参加型

大磯の本を作ろうプロジェクト

大磯の本の作成および関連政策



ただのフリーペーパーではない



来訪者に大磯の写真を撮ってもらい
その写真をまとめた本を作る
ターゲット 10代~20代の男女

磯本とは



- 磯本** 大磯の観光情報を取りあげた
小さな旅行雑誌（無料）
- 期間** 写真提供期間 3月～翌年2月末日
製作期間 提供終了後 約1カ月
配布期間 4月中～
- 様式** 写真をふんだんに使う＋その場所につい
ての短い説明

（写真省略）

プロジェクトの流れ



訪問者

主催者

プロジェクトアピールを行う

大磯へ行き写真を撮る



大磯町に提供する



提供された写真を選別し磯本を作成する

配布

活用媒体

twitter



- ・『磯本プロジェクト』
専用のアカウント作成
- ・プロジェクトのアピール
写真の投稿



SNS利用者の拡大❓
コストの削減
リアルタイム更新

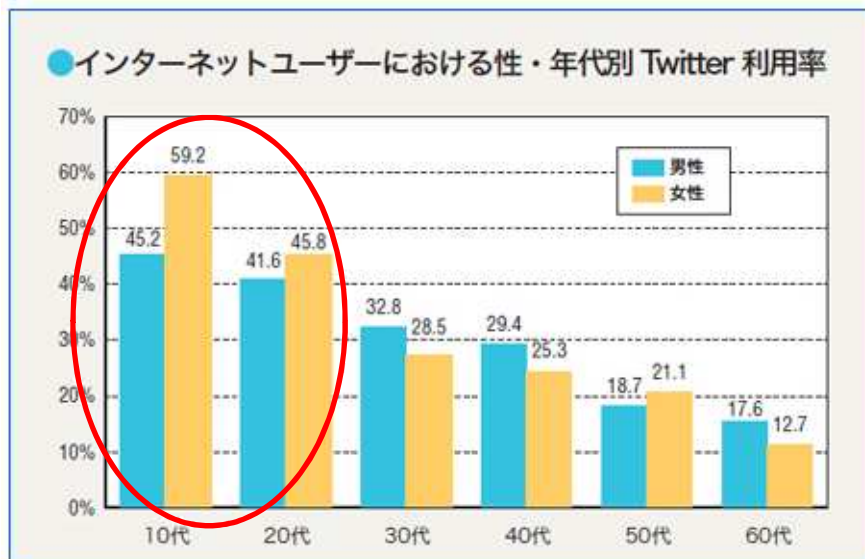
ハッシュタグ **#** をつけて
写真を投稿してもらう
(例) #磯本

活用媒体

Twitterの現在 (2012)

- Twitterの日本アクティブユーザは約2000万人程度
- 10代のTwitterのハッシュタグ利用者は約50%程度

●2-1-104 テレビ視聴中のハッシュタグ利用率(性・年代別)



いまさら聞けないマーケ担当者のためのソーシャルメディアマーケティング マイナビ
<http://news.mynavi.jp/series/socialmarketing/001/> (2013)

Twitterユーザーの利用動向の実態は？『ソーシャルメディア白書2012』掲載データを公開！ MarkeZine
<http://markezine.jp/article/detail/15298> (2012)

SNSと旅行との関係性

マクロミルとインモビジャパンの共同調査によると

旅行中はSNSの投稿が増える

旅行・レジャーでのSNSとの関係



旅行でのスマホ利用用途



プロジェクトがより盛り上がる方法①

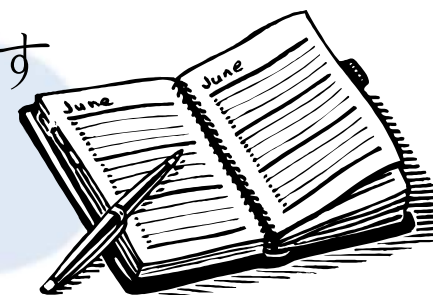
1か月に1回定期的にお題を出す

例 季節に合わせたお題を出す

4月 オープンガーデン

5月 大磯市

6月 カフェ



ただ写真を撮るだけでは、あまりにも長いスパンで行うので記憶にとどまりにくいのではないかと？

定期的に変化することによって再認識が行われる

プロジェクトがより盛り上がる方法②

投稿された写真をまとめた
サイト（ページ）などを作ってみては？

- 旬な情報をリアルタイムで共有することができ
さらに情報として利用することができる
- 自分の撮影した写真が利用されることによる満足感
- 磯本の作成過程でも楽しめる



訪問者主体の観光サイトを作ることができる

ホーム

イベント

体験・遊ぶ

みる

食べる・買う・泊まる

→大磯の魅力

アクセス→

例

バックナンバー



12月版

これは色々な方々に大磯の写真を撮ってもらい、それを一冊の本にしてしまおうというプロジェクトです

(写真省略)

コンセプト（最も重視している点）

自律的観光の促進
地域ブランドの発掘

従来 型にはまった観光

観光地の没個性化



現在 個人に合わせて多様化

選好されるまちづくり

これらの時代のニーズと合わせて
考えていかなければならない

観光者を巻き込んでいく

効果



- ・最終的には本にするという比較的新しい試みを行うことで話題になり参加意欲につながるのではないか
- ・誰でも簡単に参加することができる
- ・イベントのように決まった日に集中的に集まるものではなく継続的に行われリピーター獲得につながる
- ・地元の人と交流のきっかけが生まれコミュニケーションが生まれる

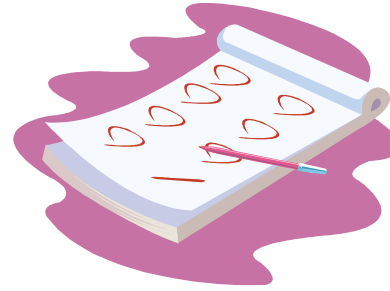
写真で訪問者の需要が把握できるのではないか

観光地先導型

訪問者先導型

今後のニーズとなる自律的観光＝旅行の多様性
に対応することができる！

課題



- 継続的に行うので大がかりなものになってしまう
- 参加者の人数次第では地道な活動になる
- 住宅が多いため住民のプライベートをどう守るか
- 作成主体をどうするか（HP・本）
- デザイン性をどう追求するか
- 一カ月で作成できるのか
- コストに関して
- 設置場所の確保
- その他私たちが知らない都合の悪いこと



ご清聴ありがとうございました