|  |  |
| --- | --- |
| **タイトル** | 地域引力を生み出す 観光ブランドの教科書 |
| **著者** | 岩崎 邦彦 |
| **内容**  「来て下さい」よりも、「行ってみたい」に。  「誘致・誘客」から「引力ある地域の創造」へ。持続可能な観光への条件を明らかにする。  本書のテーマは、「観光におけるブランド構築」である。今日、全国各地で観光による地域振興への機運が高まり、顧客争奪戦が激しくなる中、観光ブランド・地域ブランドへの関心が高まっている。  これまでの観光マーケティングは、「ぜひ、来てください」という誘致型のプロモーションが主流だった。本書では「ぜひ、行きたい」とお客さんを引きつけ、地域の魅力を高めるにはどうすべきかを提示する。強いブランドには“引力"がある。京都に来る観光客は、誘致されたからではなく、京都に引きつけられたからやって来る。  本書では、地域が観光客を引きつける力を「地域引力」と表現し、いかに「地域引力」を向上させるか、どうすれば強いブランドが生まれるのかを内外の消費者調査をもとに分析している。  **感想**  観光大国や観光立国は幸福度が高くなく、観光する国民が多い国が幸福度が高い点は興味深かった。観光客も地域の人も元気になることが観光振興の目的であることを再認識できた。お互い持続的な関係が築ける観光客に来て貰うための地域引力としてブランドイメージの向上を図る必要があって、地域で共有し盛り立てていく事が大切である。  コロナウイルスが蔓延した現状は、さらに厳しい現実ではあるが新たな観点を取り入れられたように感じた。 | |