



# 新しい時代に対応する 観光復興ガイド

— SNSから見える企画のタネ —



PR TIMES



## 目次

- P3-4 ● はじめに（このガイドの趣旨と分析方法の紹介）
- P5-14 ● 分析①：人々の旅行に対する考え方
- P15-37 ● 分析②：旅行意欲を高める20の兆し
- P38-63 ● 旅行者向けの企画の考え方
- P64-68 ● 観光、観光復興の関係者からのアドバイス
- P69 ● チーム紹介

# 新しい時代の、 観光をつくりましょう。

新型コロナウイルス感染症によって観光業界が受けた被害は我々の想像をはるかに上回るものだと思います。長きに渡る休業に、先の見えない将来など不安を抱えているとお察しします。

しかし、人は旅行を、観光を諦めていません。また観光業界の皆さまの力が必要となる日がきます。ただし、旅行に対する考え方や思いは変化しており、以前と同じおもてなし、サービスだと受け入れてもらえない可能性があります。

このガイドでは、コロナによって生まれた人々の新しい心理や行動をSNSの投稿から紐解き、これから中長期的に何を提供すればいいのか、どうすればお客さまが来てくれるのか、考えるヒントをちりばめています。

観光業界の皆さまにとって、このガイドが新しい時代に少しでも希望を見出し、一步を踏み出すきっかけになれば幸いです。

チーム一同

# SNSで起きている会話を調査するソーシャルリスニング。

今回はSNS上の旅行業界の会話を、オンラインの分析ツールを使って紐解いています。  
様々な投稿を見ることで、「どんな会話」が繰り広げられているのか、それが「どれぐらいの量」で語られているのか、その中に潜む「本音」とは何か、その本音に応えるには「どんなことが考えられるか」をそれぞれ調査しました。  
これをソーシャルリスニングと呼びます。

SNS上に広がる投稿は今と今後の兆しを捉えるのにとっても有効な情報源です。SNSで生まれている会話は現在起きていることに対しての自発的な反応なので「本音」に近い情報を得ることができます。

それでは人々の会話を覗いてみましょう。

[分析-1]

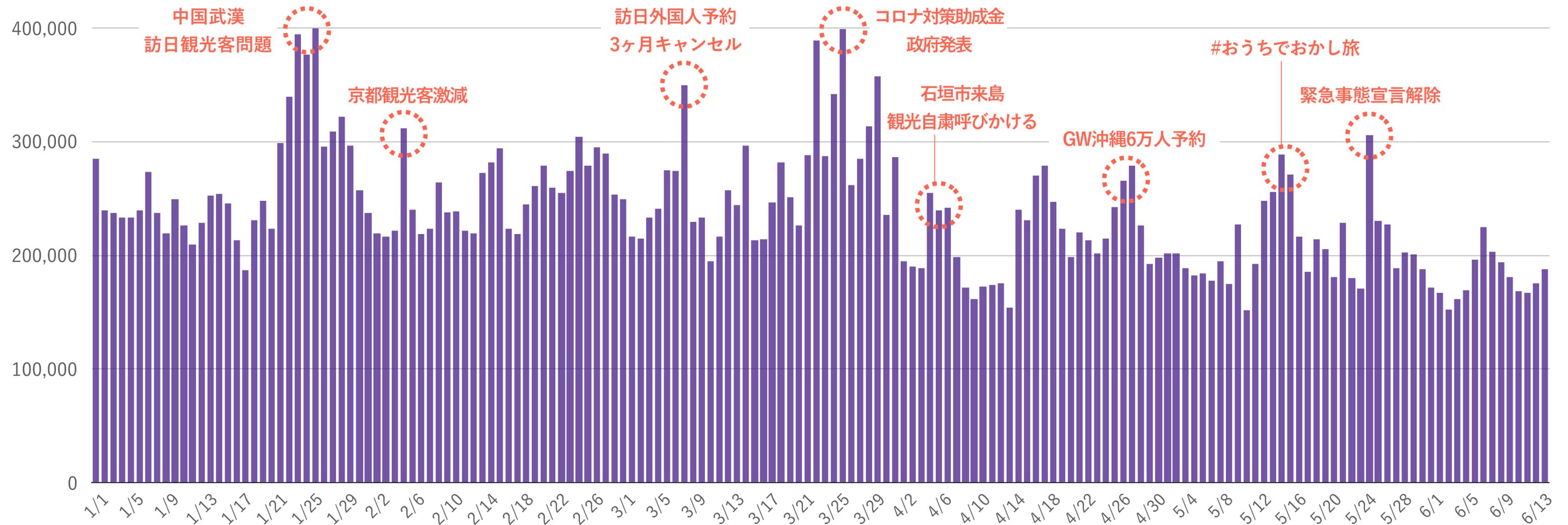
# 人々の旅行に対する考え方

# 発生から現在までの経緯

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿からノイズを除外  
※集計期間：2020年1月1日～2020年6月14日

1月下旬の武漢市コロナ発生のニュースを受け訪日旅行客の移動を警戒する話題が急増。  
その後、訪日観光客の減少もあり各地でキャンセルが相次ぎました。  
4月以降になると緊急事態宣言発令に伴った各県の自粛要請が大きなニュースとなり  
全国的に移動自粛ムードが高まりました。緊急事態宣言解除をピークに、現在はやや落ち着きを見せています。

[旅行に関するSNS投稿の推移(リツイートなど含む)]

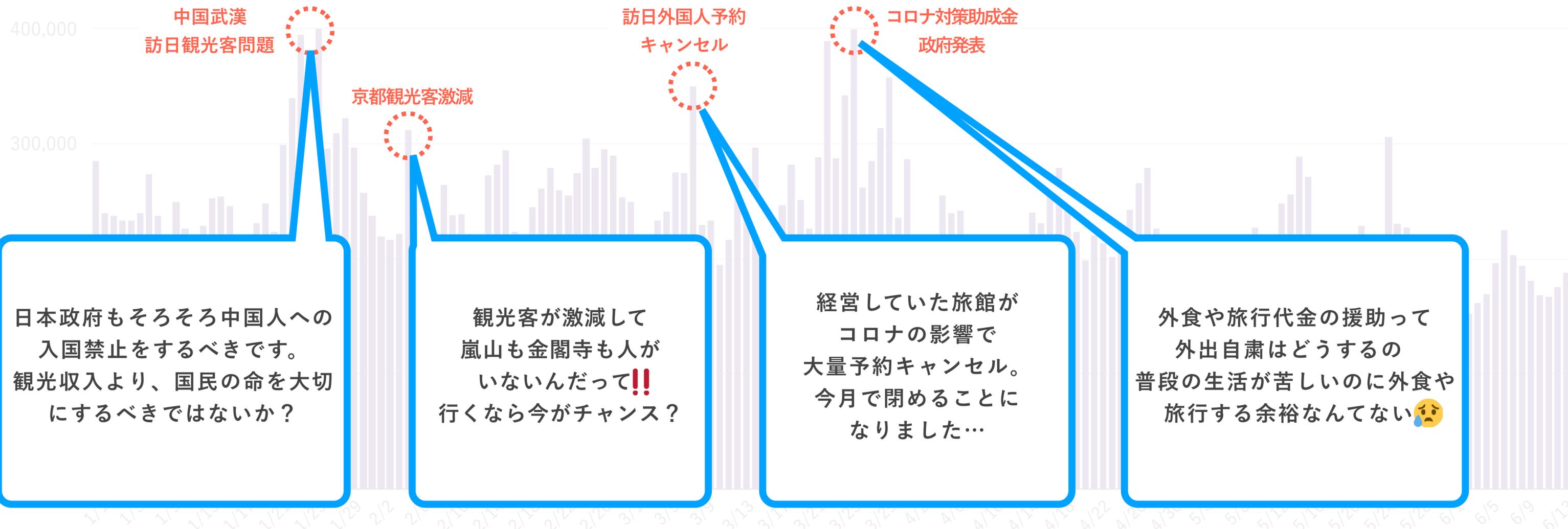


# 発生から現在までの経緯

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿からノイズを除外  
※集計期間: 2020年1月1日~2020年6月14日

1月下旬の武漢市コロナ発生のニュースを受け訪日旅行客の移動を警戒する話題が急増。  
その後、訪日観光客の減少もあり各地でキャンセルが相次ぎました。  
4月以降になると緊急事態宣言発令に伴った各県の自粛要請が大きなニュースとなり  
全国的に移動自粛ムードが高まりました。緊急事態宣言解除をピークに、現在はやや落ち着きを見せています。

## [旅行に関するSNS投稿の推移(リツイートなど含む)]

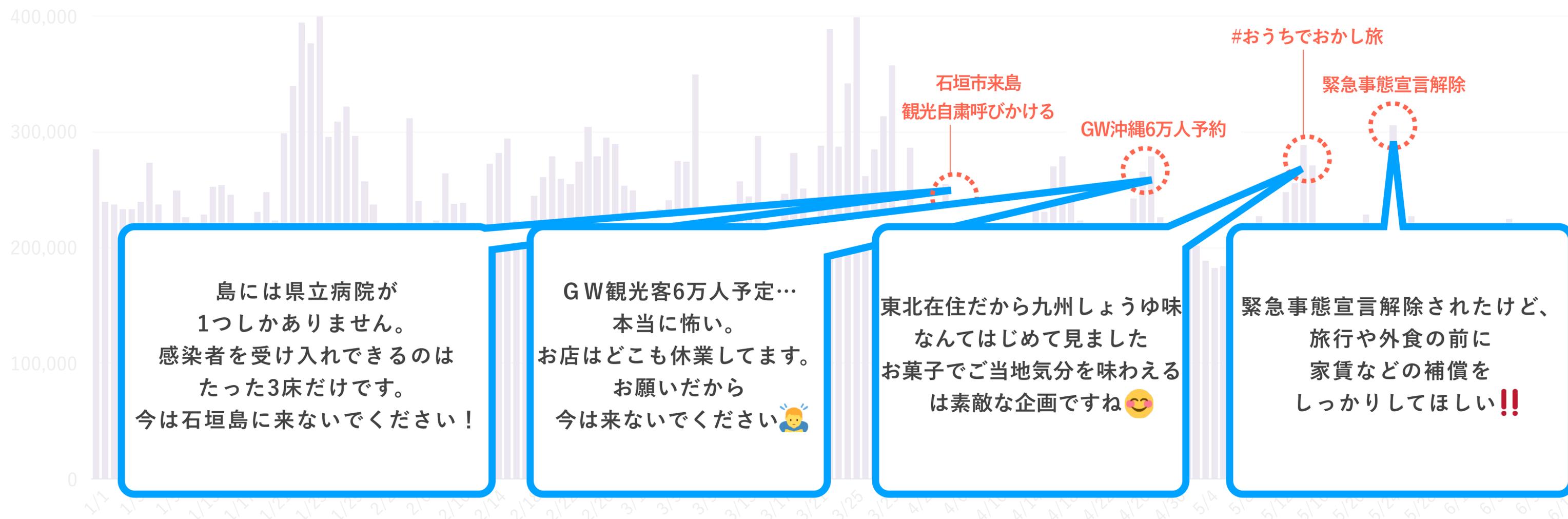


# 発生から現在までの経緯

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿からノイズを除外  
※集計期間: 2020年1月1日～2020年6月14日

1月下旬の武漢市コロナ発生のニュースを受け訪日旅行客の移動を警戒する話題が急増。  
その後、訪日観光客の減少もあり各地でキャンセルが相次ぎました。  
4月以降になると緊急事態宣言発令に伴った各県の自粛要請が大きなニュースとなり  
全国的に移動自粛ムードが高まりました。緊急事態宣言解除をピークに、現在はやや落ち着きを見せています。

## [旅行に関するSNS投稿の推移(リツイートなど含む)]



# 旅行に対する考え方の変化

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿からノイズを除外  
※件数はRTを除いた数字

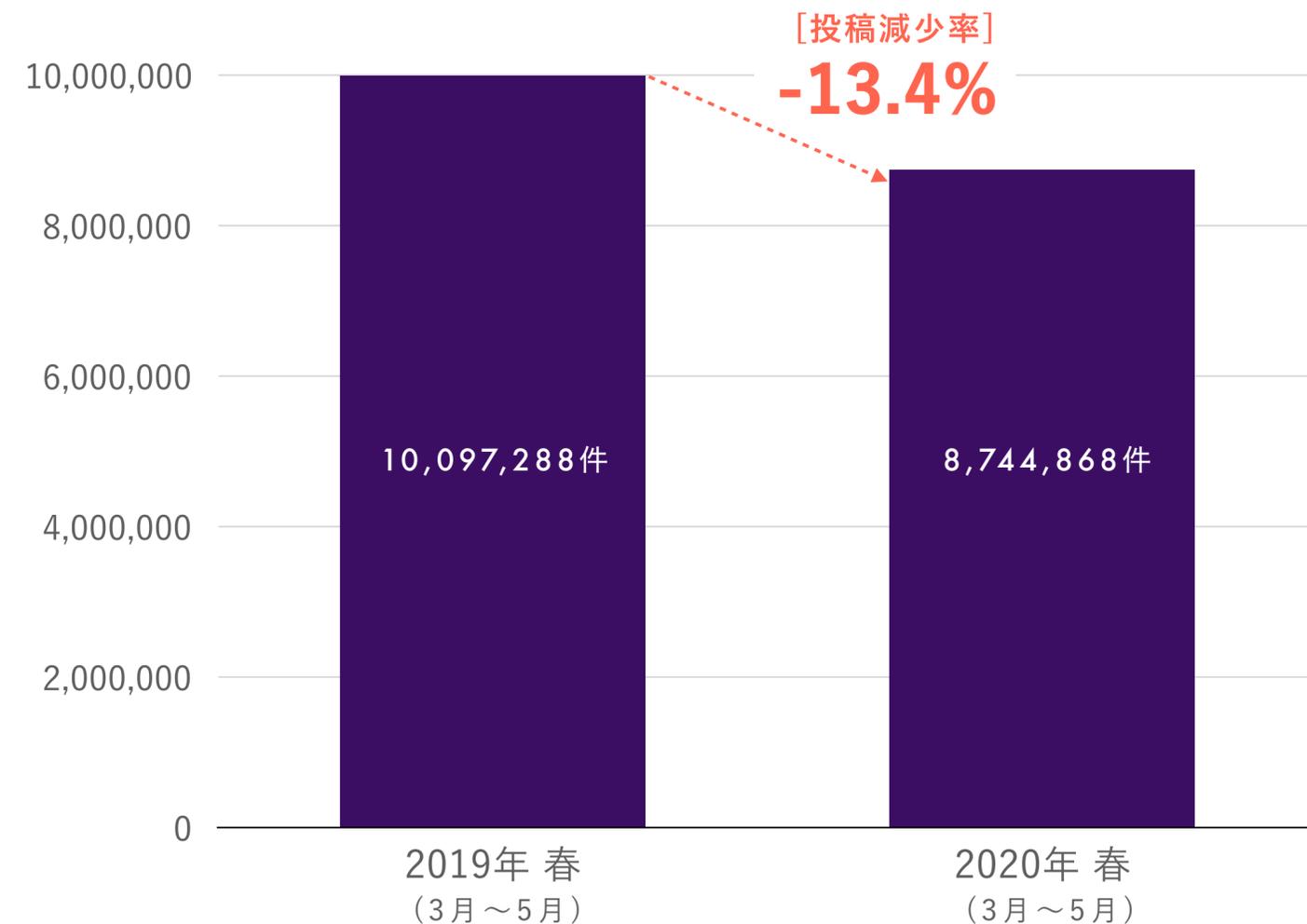
## 旅行に関するSNSでの会話量はコロナをきっかけに大きく減少。

2019年春と2020年春の旅行に関するTwitter投稿数を比較。

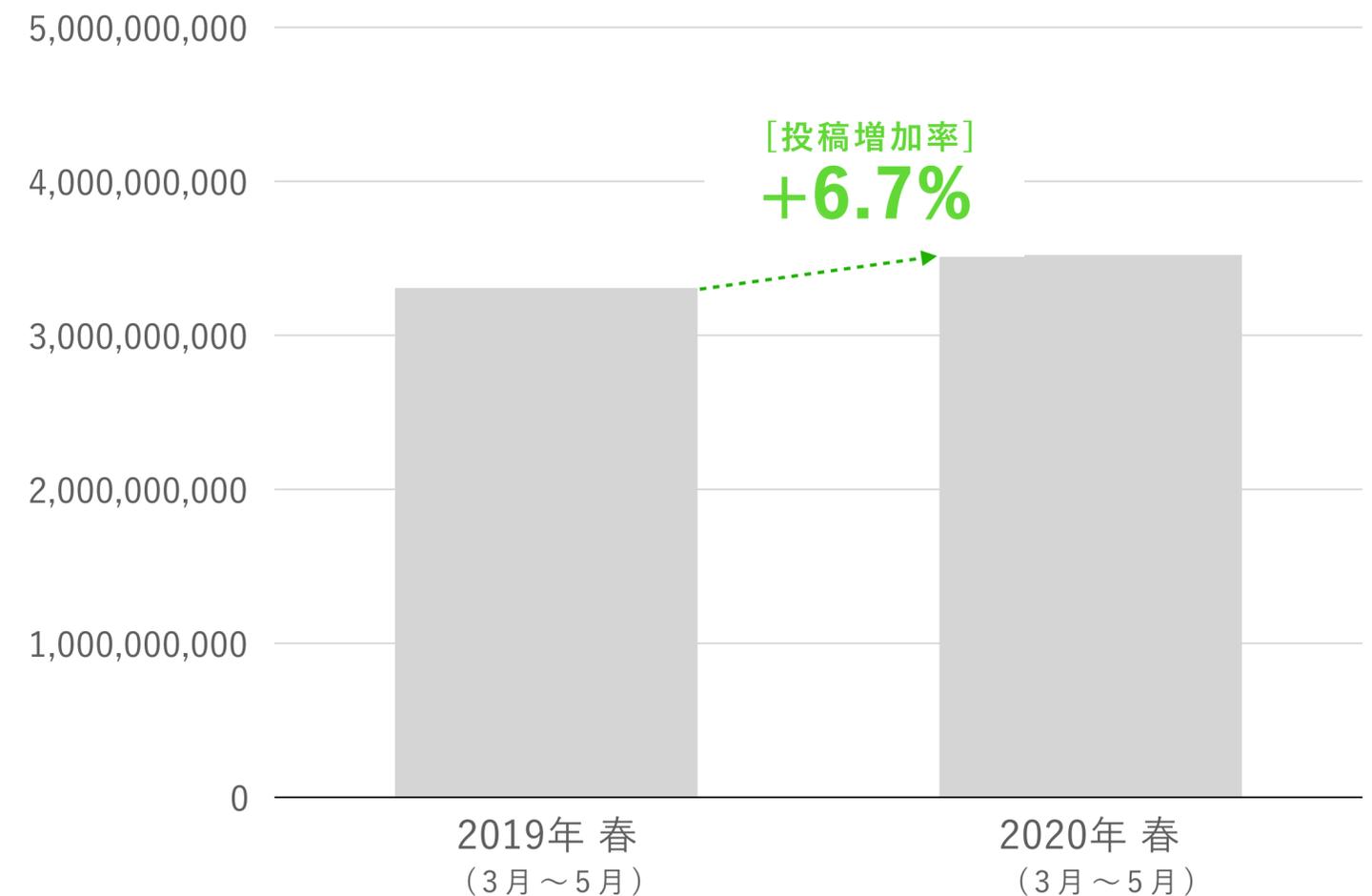
外出自粛等によりTwitterはじめ各SNSの利用が活性化するなかで旅行に関する会話(発言機会)は顕著に減少しています。

背景として、旅行自体ができず、さらに旅行に関する話題を持ち出しにくい社会的空気が影響していると考えられます。

[旅行に関する投稿数]



[参考/Twitter全体投稿数]



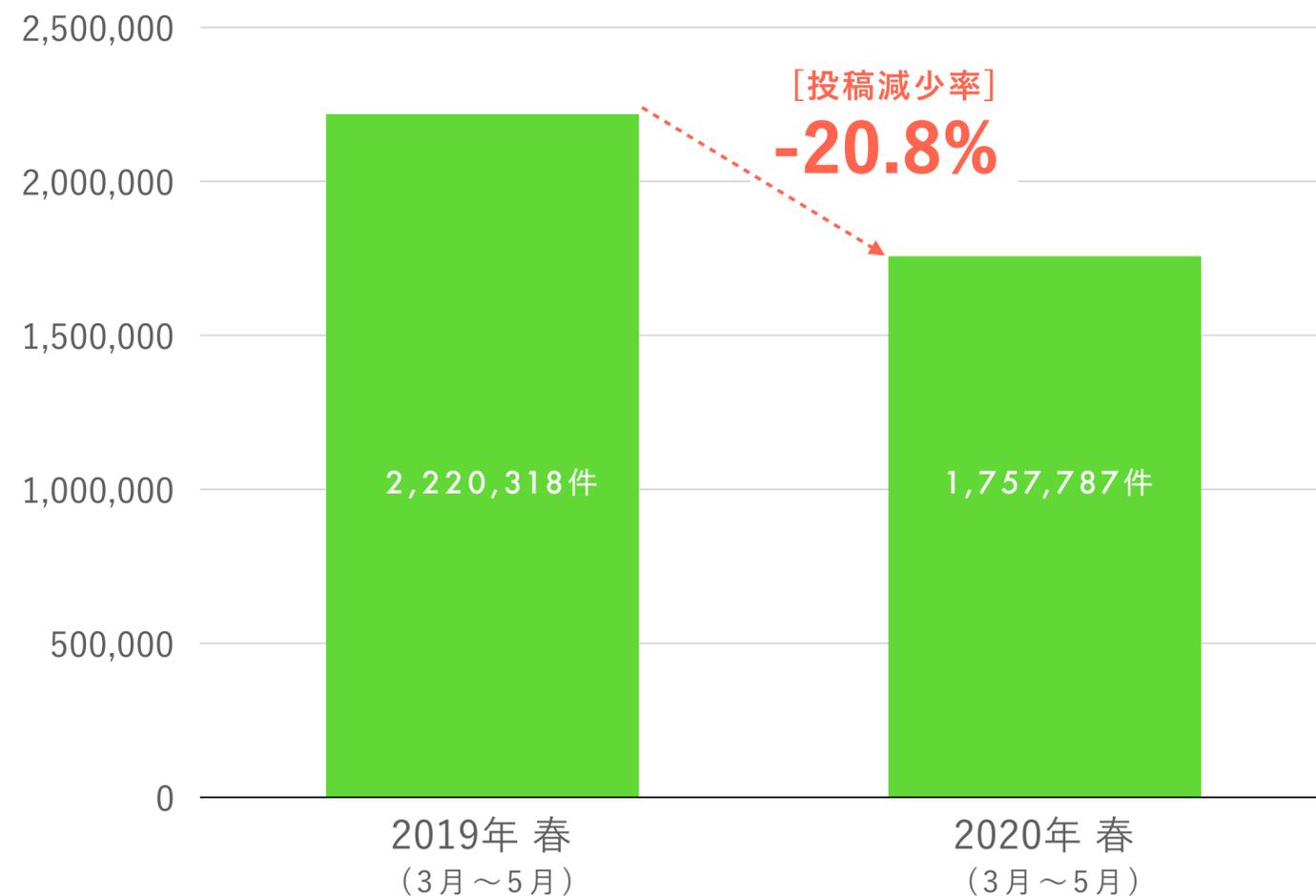
# 旅行に対する考え方の変化

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿からノイズを除外  
※件数はRTを除いた数字

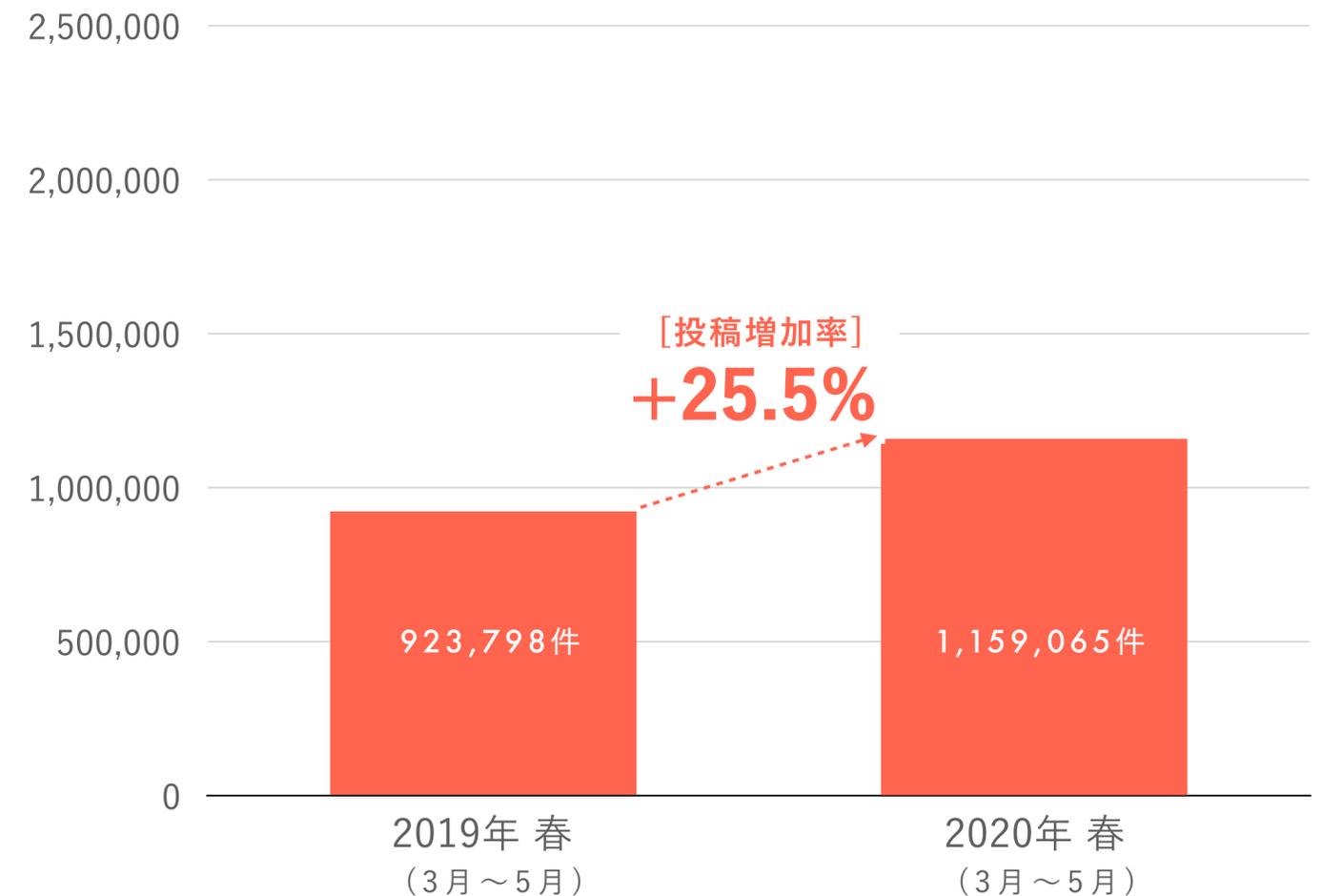
## ネガティブな意識/発話が増加。

旅行に関するTwitter投稿のうち「ポジティブ投稿」「ネガティブ投稿」の件数の変化を2019年/2020年で比較。  
ポジティブな発話は全体と同じく減少している一方で、  
旅行に関するネガティブな意識や発話だけは+25.5%と大きく増加してしまっています。

[旅行に関するポジティブ投稿数]



[旅行に関するネガティブ投稿数]



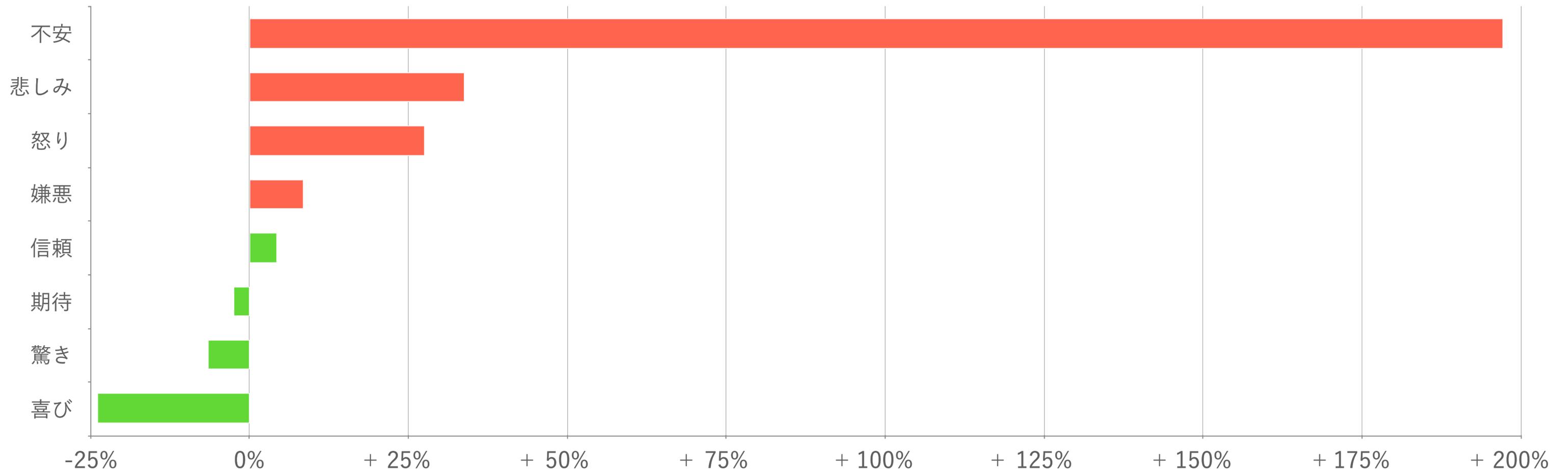
# 旅行に対する考え方の変化

※「旅行」「旅」「観光」を含むTwitter投稿から8種の感情に紐づくキーワードを含む投稿を抽出  
※「2019年春(3月-5月)」vs「2020年春(3月-5月)」の比較

## 特に増加している感情は「不安」。

旅行に関する投稿からさらに8種の感情に紐づく投稿を抽出し2019年\*と比較した増加率を確認。  
悲しみ(卒業旅行キャンセルetc..)や怒り(制度不備etc..)よりも圧倒的に不安が伸長していることがわかります。  
各事業者はこの生活者の不安に添えていくことを求められています。

[旅行に関するSNS投稿の増加率(感情別)]



# 旅行に対する考え方の変化

## 不安① 「密集」

移動手段/観光名所/店舗/イベントはじめ  
旅行先での混雑状況がどの程度かわからず  
不安を感じる。

対応例)

「ブログやSNSで定期的にアナウンスする」  
「ライブカメラで通行量を可視化」など  
旅行者への情報提供を。

## 不安② 「感染予防対策」

施設の消毒や従業員の発熱チェック  
など、基本的な感染予防対策が  
きちんといわれているか気になる。

対応例)

「感染予防の取り組みを公式サイト  
に掲載」など丁寧な情報発信の取り  
組みを。

## 不安③ 「不歓迎」

他県からの移動者を非難する「他県ナン  
バー狩り」が自粛期間中大きく話題に。  
事業者/地域住民から歓迎されているか不安。

対応例)

「宿泊予約のリマインドメールで  
歓迎の意思を伝える」など  
細やかなフォローを。

## 不安④ 「自粛圧力」

旅行に対する社会の目が怖い。  
旅行に行く/行ったという事実や発信が  
周囲から不謹慎に思われぬか心配。

対応例)

「SNS投稿大歓迎！」など旅行者が  
気兼ねなく楽しめる後押しを  
事業者からも。

# 旅行に対する考え方の変化

## 不安⑤ 「いつから」

旅行に行きたい気持ちはあるが  
いつから行ってよいものかタイミングが  
わからず踏み出せない。

---

対応例)  
「営業再開へ向けた準備の様子」  
「現在の利用状況」など  
コロナを乗り越えつつある現地の状況を発信。

## 不安⑥ 「補償」

状況の急変によるキャンセルや宿泊先の  
倒産など不測の事態が起こった場合の  
補償や規定がわからず心理的負担に。

---

対応例)  
「キャンセル規定」や「第2波発生時の  
対応」など生活者の関心が想定される  
項目を明文化。

## 不安⑦ 「営業状況」

コロナにより店舗/施設の営業状況は  
一変。最新の営業情報が不明で  
行程に組み込んでよいか自信がない。

---

対応例)  
「最新の営業時間/休業予定」を  
公式サイトで頻度高く更新。

## 不安⑧ 「特別な配慮」

妊婦/乳児/障がい/持病etc。  
特別な配慮や緊急時の対応が必要なとき  
周囲から快く協力が得られるか不安。

---

対応例)  
「不要な接触は避ける」一方で  
「必要な接触は厭わない」  
おもてなしのバランスに留意。

## 「旅行に対する考え方の変化」にどう対応するか

様々な不安に寄り添い、  
旅行意欲を高める兆しを掴む。

旅行前や旅行先で生活者が感じる不安に対して寄り添う対応を地道に積み上げていくことが事業者側に求められる第一歩の対応だと考えます。そのためにも旅行者の気持ちを理解し想像することはとても重要です。

しかし、ただ寄り添うだけでは不安は軽減できません。生活者の旅行に行きたい気持ちを刺激し、旅行に対する前向きな声を世の中に再び広げることも重要です。

とても難しい課題ではありますが、「旅行意欲を高める兆し」は見えてきています。そのヒントを垣間見れるのがSNS。次の分析では、生活者の新しい行動や考えを紹介していきます。

[分析-2]

# 旅行意欲を高める20の兆し

## 旅行意欲を高める20の兆し

ここでは、旅行に行きたい人が今、何を望み、どんな体験を求めているかをSNSの投稿をもとに紐解いています。見えてきたのは「20の兆し」でした。

1  
大自然

2  
応援

3  
再訪

4  
趣味旅

5  
旅館風景

6  
検討リスト

7  
おひとり様

8  
地元色

9  
写真好き

10  
補助制度

11  
ペット愛

12  
コロナ貯金

13  
下調べ

14  
バーチャル旅

15  
ワーケーション

16  
マイクロ  
ツーリズム

17  
リベンジ帰省

18  
おこもり  
ステイ

19  
貸切旅

20  
卒業旅行

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 1 大自然

## 高まる 「大自然」への欲求。

自宅待機からの解放。そして”密”ではない安心感。山/海原/夜空/島風..など自然を求める欲求が高まっています。周辺の自然に着目した内容を発信してコロナのストレスに疲れた生活者の気持ちを捉えるのが有効と考えます。

島風を浴びて  
心と体を癒したい…

自然、海、島、波の音、温泉、  
久々に癒されすぎた🥰🥰

在宅ばかりで自然が足りない！  
補給したいぞ😓

なつかしの旅の思い出!!  
白根山の大自然はすごかった🏔️

雪の日で 白く染まる庭  
美しかったな…

波の音と、星がすごい綺麗で、、  
屋久島また行きたい💕

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 2 応援

応援させて。「応援/支援」  
は旅行の動機に。

観光産業における「応援消費」の流れはさらに  
活性化しています。応援/支援したいと思ってくれる  
常連客の気持ちに応えるメニュー開発も有効です。

地元へ貢献するため贅沢に宿泊！  
温泉最高 😊

地元応援しよう的な旅行クーポン  
さっそく使ったよ！  
一人旅史上 1番いいお値段のする部屋  
明日は一人で目一杯贅沢する～～！！

まだまだ観光業界は大変かと  
思いますが応援しています

グルメで旅気分いいですね 😊  
まだまだ旅行は行けないですし  
お取り寄せで応援したい！！

航空会社への応援を込めて  
チケット購入完了！👏

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 再訪

掘り起こされる思い出。  
再訪欲求の高まり。

コロナ下で時間の余った多くの方が昔の写真や記憶を掘り起こしています。「過去の写真を提示すると割引」など再訪キャンペーンには高い可能性があると思われる。

うおーん、旅行行きたいよー  
また沖縄の海でジャンプしたいよー

また旅行行きたいな  
北海道行きたい🍈

旅行行きたい福島行きたい  
また五色沼行きたいの😞

小学生の頃家族で東北旅行いった写真。  
奥入瀬溪流もう一度行きたいなあ

北海道また行きたい!!  
コロナのばかやろー  
なんとなく行きづらいよね…  
旅行行きたーい😞😞

ちゅら海水族館にも  
また行きたいねえ

# 旅行意欲を高める20の兆し

## 4 趣味旅

押さえつけられていた  
趣味への渴望。

押さえつけられていた趣味への深い渴望。  
車好き/鉄道好き/神社仏閣ファンはじめ趣味を  
主軸においたサービス・施策は有効なる可能性を  
秘めています。

115系の窓から眺める雪の景色  
日本に生まれてよかったなあと思う  
瞬間早く旅行したい！

宇奈月ダム行くの本当に  
大変だったなあ  
やっと休みとお金と時間かけて  
でもそれでもやっぱり行きたい

絶対絶対絶対絶対絶対  
秋にはカーフェス行く(血涙)

### [参考/〇〇好き例]

- |            |            |              |
|------------|------------|--------------|
| - 鉄道       | - トレイルラン   | - 滝/百名瀑      |
| - 神社仏閣     | - 地方野球     | - 化石/恐竜      |
| - 聖地巡礼     | - Jリーグ     | - クラシック音楽    |
| - ロードバイク   | - 城巡り      | - ボランティア     |
| - ミリタリー    | - 御朱印集め    | - 海釣り/川釣り    |
| - ダム       | - 廃墟       | - バードウォッチング  |
| - 水族館/いきもの | - 写真/カメラ   | - 祭り         |
| - カーマニア    | - 温泉巡り     | - 将棋         |
| - 昆虫       | - パワースポット  | - 花火大会       |
| - カフェ巡り    | - キャンプ     | - 陶芸/工芸      |
| - 山登り      | - サバゲー     | - 学生スポーツ     |
| - 工場見学     | - 日本酒/酒造巡り | - 地方史/郷土料理   |
| - アート/美術館  | - ツーリング    | - 秘境巡り       |
| - 天体観測     | - スイーツ     | - ワイン        |
| - ご当地グルメ   | - バー巡り     | - サウナ/銭湯 ... |

5 旅館風景

旅の良さをあらためて  
感じる生活者たち。

旅行が制限されたことで旅館やホテルの様々な箇所に旅の良さを感じる生活者たち。当たり前のものでこそが、人を振り向かせる鍵になります。

また泊まりたいなあ  
旅館とかで食べる朝食ってなんで  
あんなに美味いんだろ😊

こういう畳のお部屋でお料理食べる  
お宿いいなあ😞

あああ～～旅館泊まりたい!!  
山なのに海鮮料理どっさり食べてローカル  
テレビ見てゆっくり温泉堪能したあと卓球し  
てまた温泉入ってふわっふわでちょっとひん  
やりした布団にダイブして地酒ちびちび飲み  
ながら寝落ちしたいzz翌朝早起きして  
朝風呂満喫して例のスペースで朝ごはん  
までの間外を眺めてぼんやり過ごしたい

車で旅行いきたい  
いい雰囲気旅館に女の子と泊まりたい  
着物で古い宿場町を闊歩したい  
よおおおおお!!😞😞

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 検討リスト

# 行きたいところ リストに入ろう。

自粛期間中に行きたい場所リストを作りストレスを  
発散する生活者たちには行きたい場所が沢山あります。  
早めの訴求展開で検討リストに入れてもらう工夫が  
重要です。

あー旅行行きたいー  
地球儀眺めながら  
ルート考えてたら興奮  
しすぎて叫んじゃった😅

行きたい場所をMapアプリに  
ブスブス刺してったら  
ピンだらけになった📌📌📌

解禁になったら何しようか  
考えてる

- ①海行きたい
- ②バーベキューしたい
- ③素敵なホテルに泊まりたい
- ④映画館に行きたい....

最近買った絶景辞典を見て📖  
解禁されたらどこ行くか妄想してる

おひとり様

# 唐突な旅行衝動を受け止めるひとり旅。

自粛期間中唐突な「旅行いきたい！」衝動に駆られる生活者たち。じっくり比較検討しない旅行の姿もあるのではないのでしょうか。唐突な衝動を受け止められる一人旅にはニーズの伸びしろが感じられます。

昨晚唐突に旅行行きたい病にかかって予約サイトポチリそうになった

草津温泉は一人旅で行った場所。また行きたい！！！！

旅行行きたい行きたい行きたい  
行きたい行きたい行きたい

1日何回か、「旅がしたい、世界が見たい」と呟いてしまう

ひとり旅にでたくなりました。探さないでください😓😓

一人でこそっと行って美味しいもの食べたい😊😊

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 地元色

## 地域を感じる お土産/名産品。

行きたくても行けない旅行への欲求を紛らわすために、  
地域の品々を飲食する人々があります。  
地域を感じられるお土産は今後一つの価値を  
構成すると考えられます。

取り寄せたバターサンド美味しい！  
早くまた北海道旅行いきたいねん

お菓子里に手紙が入ってた、素敵✨。  
お家で観光気分が味わえる。

観光地行くの難しいから、  
通販で気になるお菓子を取り寄せ



旅行行けないから気分だけでもって  
広島のお土産セットを買ってみた！

お土産で余韻に浸るの楽しい😊

次の旅行までお土産で我慢😁

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 写真好き

# ネットにアップを始める 写真好きたち。

旅行が気晴らしである以上に自己表現の場であった  
写真好きたち。彼らのニーズを捉えた  
パッケージプランは高い訴求力を持つと考えられます。

久しぶりにカメラもって  
撮影旅行いきたいな📷

撮影しつつ旅行も楽しめるのは最高！

早く大手を振って旅行いける  
世の中にな～れ～～～。  
#写真好きな人と繋がりたい

コロナ落ち着いたら電車のって  
写真撮りにいきたいな🚆

江ノ電に乗りたい🚆！撮りたい！

ひまわり祭りが中止で残念。また  
良い時期になったら撮りにいく。

10  
補助制度

# 補助制度の わかりやすい説明。

還元条件など支援制度の説明も生活者にとって重要です。  
政府/自治体ごとの支援策の内容/適用条件等 宿ごとに  
具体的な説明ができるとお客様に喜ばれます。

補助制度とかできるみたいだけど、  
どのタイミングならセーフなの？

県内旅行補助制度を活用して  
優雅なことしたい🍷✨!

具体的な内容はよく分からないけ  
ど有効活用したい！

政府の方針で旅行補助制度って  
本当に大丈夫なの？

岐阜県は補助金みたいののでらしいけ  
ど、他の県はどうなんだろう🤔

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 11 ペット愛

## ペットの笑顔。

自粛でストレスを抱えたペットの屈託無い笑顔を求めて飼い主は旅行先を探します。ドッグランや近隣の公園/専用施設などペット連れの喜ぶ情報はペットを愛する飼い主に訴求力抜群です。

広いドッグランで  
ワンちゃんをのびのび  
走らせたいなあ

ペット用のベッドまで用意してくれた  
あの旅館、また行きたい💕

1年前に猫ちゃんと一緒に旅行し  
た動画見てたら癒されました💕

海とか山とか、一緒に走れる  
ワンちゃんがいると楽しさ倍増！

近場の旅行も、ワンちゃん達と  
一緒だと楽しいね！

うちのネコちゃん、どこに行っても  
写真が映えるから旅行楽しい🌟

12  
コロナ貯金

# 貯金を始める生活者たち。

「コロナ後何しよう？」財布のピンチを予感しつつ  
明るい生活者たち。思い切って贅沢を楽しむ可能性も  
存在します。

今日のご飯は30%値引きの節約  
菓子パン。コロナが明けたら  
贅沢旅行するんだ…

温泉入りたいし、美味しいもの食べ  
たいし自粛明けたら一気に  
お金出ていきそう😁

そろそろ前の生活に戻ってきた  
からコロナ貯金の出番きたかな

自粛してて意識してなかったけど  
コロナ貯金できてる…何に使おう？

コロナ貯金と給付金を合わせたら  
ものすごい贅沢できるんじゃ…？

コロナ明けたら、頑張ってるあの人  
にお疲れ様旅行をプレゼントする  
ためにコロナ貯金、継続中🔥

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 13 下調べ

## 下調べが今は楽しい。

旅行番組のまとめ視聴や記事/雑誌を読み込み  
旅行に行けないまでも文脈を蓄える生活者たち。  
事前コンテンツを提供すると効果的です。

前のめり過ぎるけど、この夏の旅行  
計画既に7割完成してますw

自粛期間中に旅行番組を一気見！  
いろんな観光地を調べちゃった～✈️

旅行の下調べしている時が幸せ💕  
自粛時期だから尚更捗る！

コロナ明けに行きたい近代建築リスト  
たくさんありすぎて困る～！😅

コロナ明けは観光地も対応が様々だから  
下調べ、めちゃくちゃ重要だな！🔥

全然行ったことない近場、下調べす  
ると面白そうなスポット見つかるか  
ら色々調査するの、オススメ😊

## 旅行意欲を高める20の兆し

### バーチャル旅

# バーチャル旅行が登場。

オンラインの地図やVRを用いた新しいサービス  
バーチャル旅行が登場。まだ一般的とはいえないがゆえに  
この文脈での施策は注目必至です。

何となくMapアプリを触ってるうち  
に全然知らない土地を  
調べてましたw

自粛で滅入るから動画でも観て  
映画のような旅を満喫してやる！

オンライン宿泊で仲良くなった人  
とリアルで旅行する  
約束しちゃった！

ライブ動画で観光スポット巡り!!  
勉強になるし、いろんな人と仲良くな  
れるし結構ありかも？

Mapアプリのストリートビュー機能、  
知らない土地の知識を学べて、  
行ったつもりになれるからオススメ！

テクノロジーに頼らずとも、  
俺は路線図と時刻表を使って  
バーチャル旅行。  
妄想を掻き立てられる！

## 旅行意欲を高める20の兆し

### ワーケーション

## “観光地で仕事”が新しいスタイルに。

密を避けつつ、気分を高めながら仕事を進めるための“観光地で仕事をする”が新しいワークスタイルに。Wi-fi環境の設置など、仕事用設備の充実が新しい利用客獲得の切り札になりえます。

自粛中にモバイルWi-fiを契約して  
キャンプ場で働く新しい働き方、  
編み出しちゃいましたw

水曜日は近場の海辺のコテージへ。  
仕事の休憩中に水平線見るの最高…

リモートワーク、大分慣れてきた  
から旅行先で仕事するとか、  
なんかできる気がしてきたな🔥

観光地のビジネスホテル、休憩スポット  
もコンビニも近いしWi-fi完備って  
ワーケーションの聖地では？

リゾート地で仕事するとか  
憧れのワークスタイルが今なら  
実現しやすいのかも..？

1週間くらい会社の人と古民家借り  
てワーケーション合宿するの  
すごい充実した時間過ごせそう🌟

## 旅行意欲を高める20の兆し

### マイクロ ツーリズム

## 高まるマイクロ ツーリズムの機運。

「海外から国内へ」「遠方から近隣へ」近場で楽しむ  
マイクロツーリズムは大きなうねりに。  
日帰り等需要を受け止める準備をしましょう。

地下鉄で行ける距離の  
旅行もいいよね～

家の近くの海が  
めっちゃキレイだった✨

近場で旅行だと安い!!

飛行機はしばらく乗れないからな～  
近くの観光スポットでも行くか

近所のホテルなら  
仕事終わりでも行けるな

近所にも発見があって面白い!

## 旅行意欲を高める20の兆し

### リベンジ帰省

## コロナの反動。 リベンジ帰省。

コロナの影響で実現できなかった帰省/帰郷は反動での増加が見込まれます。帰省者や帰省家族へ向けたサービス開発をしてみましょう。

地元の夏の景色が大好き  
帰りたいなあ～

おかんの料理が食べたい・・・

オンライン帰省してみたけど  
やっぱり帰れないのは辛い

今年は里帰りすら厳しそうだ  
来年は帰りたい！

地元で帰省してたら  
今ごろBBQだったのに🥲

## 旅行意欲を高める20の兆し

おこもり  
ステイ

ストレスからの解放。  
何もしない旅。

海を見ながら。空を見ながら。何も考えずぼーっとする。  
ただただリラックスするための旅行ニーズが増加。  
部屋や周囲の散策にフォーカスしたプランなどニーズを受け止めるサービス開発は検討の余地あります。

とりあえず  
ホテルか旅館でゴロゴロしたい！

3密を避けながらできる  
おこもり旅がいい

旅館に行って  
ぼーっと海を眺めたい

何もしなくて  
温泉🌋入って、美味しい料理🍽️  
楽しむって最高！

あ～眺めのいいホテル🏨に  
泊まりたいよおおお

快適なホテルでおこもりしたい

19  
貸切旅

民宿ごと貸し切る。  
貸切旅が新しい選択肢に。

感染リスクや精神的な負担を解決する旅の形として「貸切」の価値が急浮上。貸切プラン/時間貸/占有など欲求に応えるサービス開発をしてみましょう。

民宿って日帰りでも  
貸し切れるんだ、  
いろんな使い方できるかも

田舎の民宿に貸し切れば  
安全な気がするぞ

民宿貸しきって仲間と  
釣り🎣を思いっきり楽しみたい！

泊まる場所を民宿にして  
貸切にすれば、他人との接触が  
少ないからちょっと安心

貸切の民宿でBBQとか・・・  
ありだなw

## 旅行意欲を高める20の兆し

### 卒業旅行

キャンセルでは収まらない  
思い。卒業旅行。

多くの高校生/大学生が卒業旅行をキャンセル。諦めきれない学生たちは時期をずらして旅行を計画しています。学生にフォーカスした特別プランは明るく受け止められる可能性大です。

卒業旅行あきらめたから  
せめて夏は旅行させて！

夏にはコロナ収束してくれ!!  
卒業旅行に行かせてくれ!!

卒業旅行はリベンジだあああ！

みんなで思い出作りできなかったな  
どっかで行けないものか・・・

卒業旅行が中止でそのまま  
社会人だから今年は無理そうだ😞

# 旅行意欲を高める20の兆し

1  
大自然

2  
応援

3  
再訪

4  
趣味旅

5  
旅館風景

6  
検討リスト

7  
おひとり様

8  
地元色

9  
写真好き

10  
補助制度

11  
ペット愛

12  
コロナ貯金

13  
下調べ

14  
バーチャル旅

15  
ワーケーション

16  
マイクロ  
ツーリズム

17  
リベンジ帰省

18  
おこもり  
ステイ

19  
貸切旅

20  
卒業旅行

# 旅行者向けの企画の考え方

# 自社がやるべきことを考えましょう

ここまでの兆しをご覧いただき、自社がやるべきことが明確になった方はさっそく行動を起こし、そうでない方はもう少しお付き合いください。

## 自社がやるべきことは明確になりましたか？

はい

早速行動に  
起こしましょう。

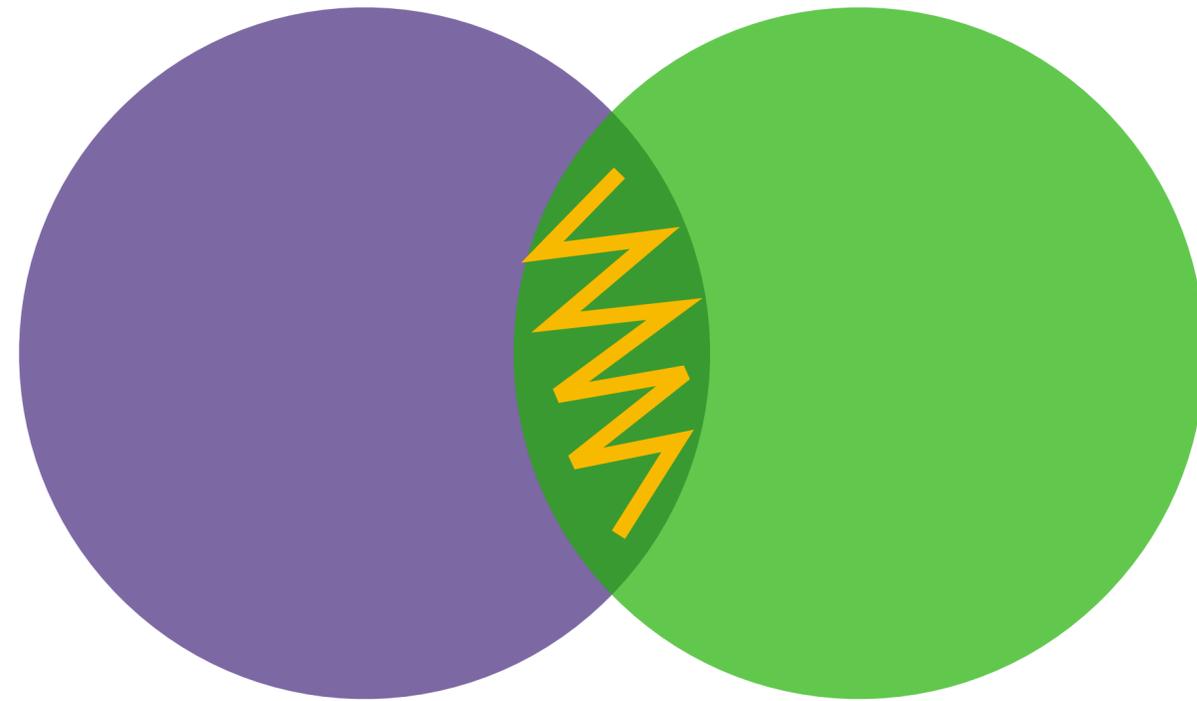
いいえ

次ページ以降を参考に  
考えてみてください。

# 企画の考え方

今後の兆しに対応すべく、自社の資産をどう活用して何をすべきなのか、考えてみましょう。

ここまでご紹介してきた  
旅行意欲を高める兆し



自社でできること  
使えるもの = 資産

自社がやるべきこと (企画)

# 企画を考える公式

3ステップで、自社がやるべき企画を考えてみましょう。

①兆し



×

②資産



=

③企画 を考える



### ③企画を考える-1

観光業界の兆しの中で、自社にとって特に重要なものを選びましょう。



### ③企画を考える-2

いま自社でできること、使えるものはなんでしょうか。洗い出してみましよう。

## 自社の資産

例えば...

### モノ

- ホームページ
- SNSアカウント
- 店舗・施設
- 商品
- 車・バス
- など

例えばこれを選んでみると

### ヒト

- ホテルスタッフ
- 料理人
- 販売員
- 運転手
- ガイド
- など

### 情報

- 顧客リスト
- 接客ノウハウ
- 料理方法
- 交通情報
- 観光知識
- など

### ③企画を考える-3

選んだ兆しに対して、資産をどう活用できるか考えてみましょう。

※飲食店を例に考えた場合

兆しにどう  
対応するか

①兆し

②資産

③企画 を考える



青空テラス席

# 企画例：宿泊施設の場合

①兆し



②資産



③企画 を考える



# 企画例：観光施設の場合

①兆し



②資産



③企画 を考える



# 企画例：土産物店の場合

① 兆し



② 資産



③ 企画 を考える

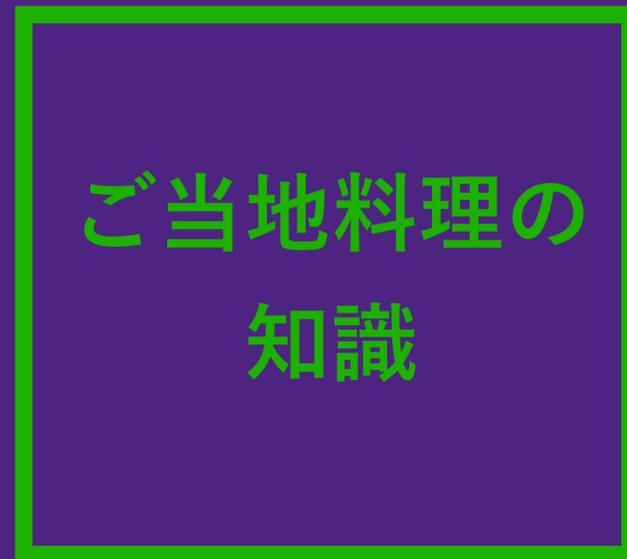


# 企画例：飲食店の場合

① 兆し



② 資産



③ 企画 を考える



# 企画例：観光イベントの場合

① 兆し



② 資産



③ 企画 を考える



# 企画例：交通機関の場合

①兆し



②資産

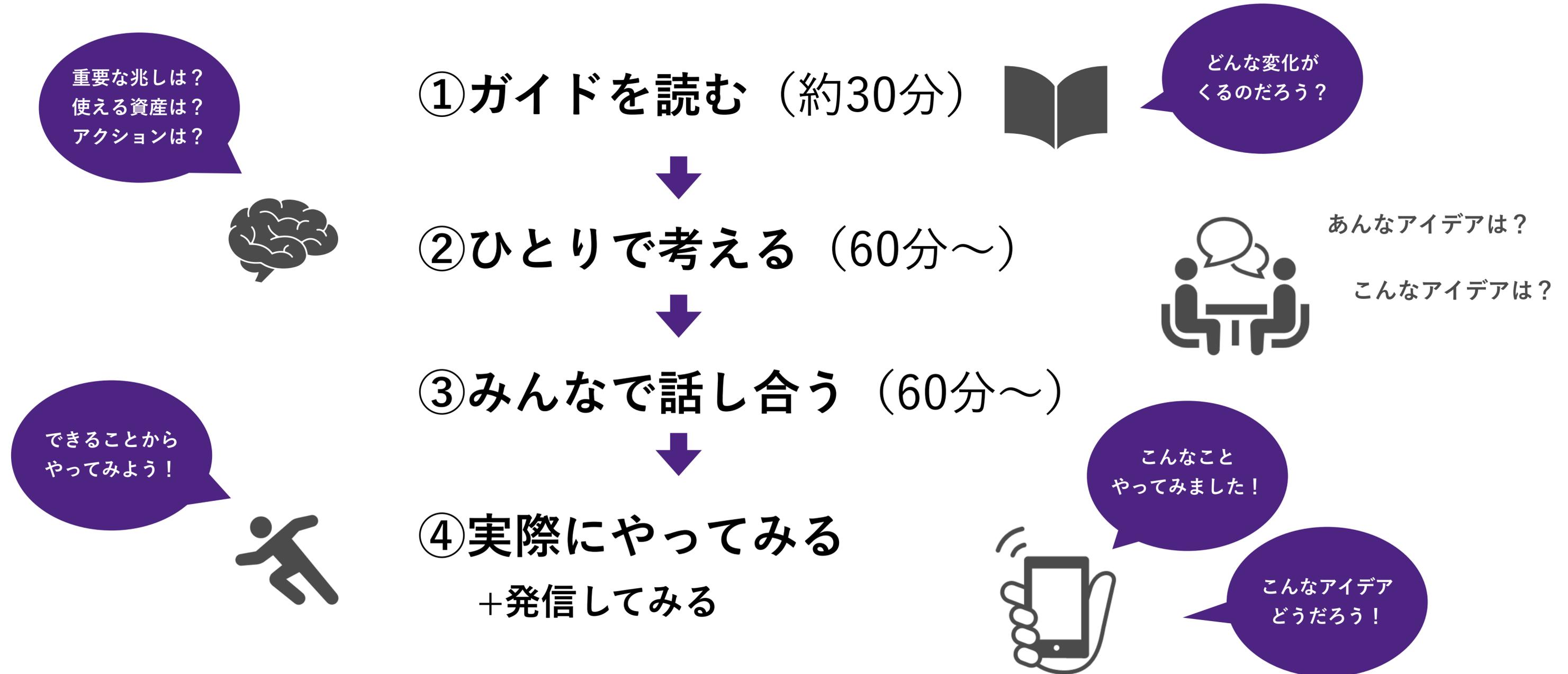


③企画 を考える



# ガイドの使い方

ひとりだけでなく、みんなで考え、行動し、アイデアや結果を発信しましょう。



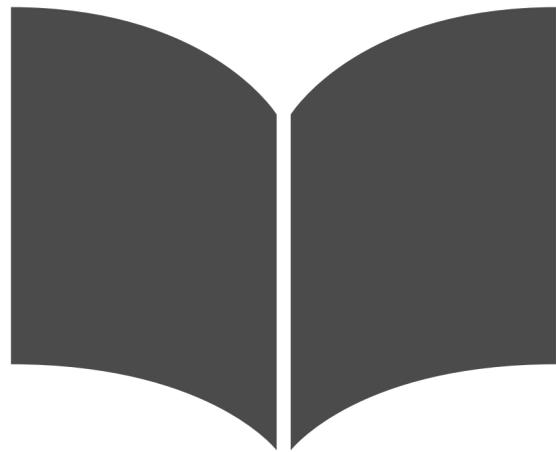
# 考えながら読む

「自分だったらどうするか」考え、メモを書き込んでみましょう。

- ①ガイドを読む
  - ②ひとりで考える
  - ③みんなで話し合う
  - ④実際にやってみる
- +発信してみる

ガイドをさらに有意義にするために意識するポイント

- 自社に影響を与える兆しは何か？（予測）
- 兆しを表すお客さんはいるか？（具体例）
- 兆しに対して何ができそうか？（行動）
- 今やるべきことは何か？（優先順位）



# アイデア出しに困ったら…

思い切って“今までと違う考え方”をしてみましょう。

- ①ガイドを読む
  - ②ひとりで考える
  - ③みんなで話し合う
  - ④実際にやってみる
- +発信してみる

例えば、

- 使う資産 → 今まで使ったことのない資産は？
- 使い方 → 今までと違う資産の使い方をすると？
- お客様 → 今までと違うタイプのお客様は？
- 時間 → 今までと違う時間に営業すると？
- 場所 → 今までと違う場所で商売をすると？



# 企画例 | 宿泊施設の場合

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる

大自然

1  
屋上キャンプ

応援

2  
自宅で宿泊  
体験セット

再訪

3  
来館記念日  
メール

趣味旅

4  
趣味満喫  
プラン

旅館風景

5  
SNSシズル投稿

検討リスト

6  
部屋の画像を  
オンライン会議の  
背景として提供

おひとり様

7  
究極プライベート  
プラン

地元色

8  
地元食材  
フルコース料理満喫  
プラン

写真好き

9  
館内フォトスポット  
案内

補助制度

10  
補助金使い切り  
プラン

ペット愛

11  
ペットOKプラン

コロナ貯金

12  
贅沢プラン

下調べ

13  
エア宿泊動画

バーチャル旅

14  
オンライン宿泊

ワーケーション

15  
執務スペース用意

マイクロツーリズム

16  
華金プラン

リベンジ帰省

17  
おかえり  
家族プラン

おこもりステイ

18  
全ておまかせ  
ぐうたらプラン

貸切旅

19  
民宿貸切プラン

卒業旅行

20  
元学生プラン  
卒業後1年OK

# 企画例 | 観光施設の場合

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる

大自然

1  
施設周辺  
景観紹介

応援

2  
オンライン入場  
(神社仏閣)

再訪

3  
思い出を残せる  
スポット紹介

趣味旅

4  
○○ファン別に  
施設案内

旅館風景

5  
近隣温泉宿紹介

検討リスト

6  
施設の画像を  
オンライン会議の  
背景として提供

おひとり様

7  
おひとり様専用  
周遊チケット

地元色

8  
オリジナル  
グッズ開発

写真好き

9  
写真コンテスト

補助制度

10  
GoToキャンペーン還元対応  
ツアープラン開発

ペット愛

11  
ペット待機  
スペース

コロナ貯金

12  
専属ガイド

下調べ

13  
見所スポット  
サイト紹介

バーチャル旅

14  
オンライン  
館内ツアー

ワーケーション

15  
PC作業スペース  
開設

マイクロツーリズム

16  
ご近所割

リベンジ帰省

17  
職場向け  
おみやげセット

おこもりステイ

18  
人数限定 ゆったり  
ナイトツアー

貸切旅

19  
施設まるごと貸切観光

卒業旅行

20  
学割延長

# 企画例 | 土産物店の場合

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる

大自然

1  
地元の植物販売

応援

2  
お土産前払い  
(EC)

再訪

3  
人気土産物  
今昔比較

趣味旅

4  
聖地グッズ開発

旅館風景

5  
シズル土産

検討リスト

6  
毎日限定品販売

おひとり様

7  
おひとり晩酌セット

地元色

8  
直筆メッセージ付き  
ご当地限定土産

写真好き

9  
写真映えする  
商品ディスプレイ

補助制度

10  
地域共通クーポン  
使い切りコーナー

ペット愛

11  
ペット待機  
スペース

コロナ貯金

12  
豪華土産セット

下調べ

13  
味見セット通販

バーチャル旅

14  
お土産  
ライブコマース

ワーケーション

15  
仕事グッズ土産  
(マウスなど)

マイクロツーリズム

16  
ご当地マスク

リベンジ帰省

17  
語れるお土産  
会社で配る時のネタも提供

おこもりステイ

18  
お宿へお届け  
お土産屋台

貸切旅

19  
開店前貸切入店

卒業旅行

20  
友達割  
みんなで買えば安くなる

# 企画例 | 飲食店の場合

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる

大自然

1  
青空テラス席

応援

2  
先払い食券販売

再訪

3  
来店感謝カード

趣味旅

4  
歴史メニュー

旅館風景

5  
浴衣/着物で  
来店割引

検討リスト

6  
デカ盛り

おひとり様

7  
お部屋で食べる  
テイクアウト  
メニュー

地元色

8  
地元食材しぼりの  
メニュー

写真好き

9  
盛りすぎ！  
刺し盛りセット

補助制度

10  
地域共通クーポン  
限定割

ペット愛

11  
ペット用  
メニュー

コロナ貯金

12  
コロナ  
特別地酒

下調べ

13  
ご当地料理  
うんちく

バーチャル旅

14  
オンライン  
レシピ公開

ワーケーション

15  
商店街ランチ巡り  
ラリー

マイクロツアーリズム

16  
隠れご当地料理

リベンジ帰省

17  
帰っておいで  
SNS投稿

おこもりステイ

18  
お部屋  
デリバリー

貸切旅

19  
早朝貸切朝食

卒業旅行

20  
学割メニュー

# 企画例 | 観光イベントの場合

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる

大自然

1  
自然満喫イベント  
(登山など)

応援

2  
お困りごと  
情報展示

再訪

3  
過去参加者への  
暑中見舞い&開催案内

趣味旅

4  
趣味コンテンツ  
追加  
(レトロカー集結!etc)

旅館風景

5  
周辺  
名旅館紹介

検討リスト

6  
〇〇系イベント  
一覧公開

おひとり様

7  
お一人様向け  
楽しみ方紹介

地元色

8  
ご当地イベント

写真好き

9  
フォトラリー

補助制度

10  
還元額使い切り  
お土産

ペット愛

11  
ドッグラン  
スペース

コロナ貯金

12  
宿/移動/有料席etc..  
コミコミプラン

下調べ

13  
イベントサイトの  
充実

バーチャル旅

14  
オンライン  
イベント

ワーケーション

15  
短時間ワーケーション  
スペース

マイクロツーリズム

16  
ディスカヴァー  
地元フェア

リベンジ帰省

17  
地元割

おこもりステイ

18  
イベントグッズ  
宿でも販売

貸切旅

19  
快適! 有料  
グループ観覧席

卒業旅行

20  
20代以下  
限定特典

# 企画例 | 交通機関の場合

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる

大自然

1  
レンタサイクル  
増加

応援

2  
鉄道ファン向け  
グッズ通販

再訪

3  
過去搭乗者向け  
2度目割

趣味旅

4  
廃止路線を  
歩くツアー

旅館風景

5  
レトロ駅舎

検討リスト

6  
期間限定  
ラッピング車両

おひとり様

7  
おひとり様専用  
バスツアー

地元色

8  
ご当地キャラ  
ガイド

写真好き

9  
車両撮影会

補助制度

10  
GoToキャンペーン還元対応  
宿泊セットプラン

ペット愛

11  
ペットバス

コロナ貯金

12  
貸切ツアー

下調べ

13  
職員オススメ  
ルート紹介

バーチャル旅

14  
車窓動画

ワーケーション

15  
充電設備拡充

マイクロツーリズム

16  
ご近所日帰り  
ツアー

リベンジ帰省

17  
帰省割

おこもりステイ

18  
沿線  
おこもり宿紹介

貸切旅

19  
時間別貸切バス  
1日貸切より安い

卒業旅行

20  
元学割

# もしアイデアがたくさん出てきたら…

3つの視点でアイデアを絞ってみましょう。

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる
- +発信してみる



①有効性

「お客さんは“本当に”喜んでくれるか？」

②持続性

「お客さんは“求め続けて”くれるか？」

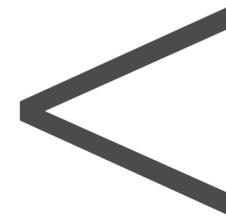
③独自性

「“自分たちらしい”アクションか？」

# アイデアが決まったら

実行してみましよう。

- ①ガイドを読む
- ②ひとりで考える
- ③みんなで話し合う
- ④実際にやってみる
- +発信してみる



考えすぎて動けないより、

**まずはやってみましよう！**

# さらに余力があれば

お客さんや同じ業界の人に知ってもらうため、  
考えた企画や実施した結果をSNSやプレスリリースで発信をしてみましょう。

- ①ガイドを読む
  - ②ひとりで考える
  - ③みんなで話し合う
  - ④実際にやってみる
- + 発信してみる



(SNSアカウントが無ければ) 開設

企画を考えたら**SNS投稿** / **プレスリリース**\***発信**

よければこちらのハッシュタグを  
つけて投稿してみてください。

企画をやってみたら**投稿** →  **#観光復興ガイド**

企画を考えるヒントに**検索**

\*プレスリリースとは、企業が報道関係者や生活者に向けて直接企業活動を発信できる手段です。  
企画実施前や実施後の結果を伝えることで、ニュースで取り上げられたりSNSでの話題化が期待できます。

# ガイドは誰がどう使うのか

観光事業者の方も、行政や観光協会の方も一緒になって企画してみましょう。

## 観光事業者

- ・新しい魅力をつくる企画を社員みんなで考える
  - ・企画を実際にやってみる
  - ・うまくいった企画は街やSNSで共有する
- など



## 行政・観光協会

- ・地域の事業者がみんなで考える場を用意する
  - ・新しい魅力を地域外に広げる
  - ・新しい日常に備えた仕組みづくり
- など

# 観光、観光復興の関係者からのアドバイス

# 宿泊事業者の視点から — オンライン宿泊 —

テレビやWebニュースなどで有名な「オンライン宿泊」を始めたWhyKumano 代表 後呂さんに“オンライン”のコツを教えてくださいました。

## 1. オンラインで地域のファンをつくろう

これまで“現地に行かないと受けられなかったサービス”がオンラインならいつでも受けられます。オンライン宿泊に参加された方の感想は「実際に現地に行ってみたくなった。」という感想が一番多いです。ポイントはただオンラインにするのではなく、ファンになるための工夫をすること。

## 2. 全国各地に地域のファンコミュニティをつくることも

一度ファンになったら、全国各地に参加者のコミュニティを作ることができます。各地域ごとにオフ会をやってファン同士で親睦を深めたり、オンラインにとどまらず、オフラインを使って一時的な関係から継続的な関係になる新しい価値を創造できます。

## 3. 自分のメディア化も忘れずに

オンラインにしても、オフラインにしても、最後はキャラクターが大事。オンラインといえど、どのようにして自分らしさができるか考え尽くしましょう。そして、SNSやメディアでしっかりアピールしていきましょう。



オンライン宿泊で流すショートムービー



オンライン宿泊に参加した全国の参加者



SNSの投稿例

オンラインは「その場に行かないと経験できないことがある」と気づかされます。街の雰囲気、圧倒される自然、そして人の温かさ。オンラインは旅への思いを強くするきっかけになります。

地域の特産品を持って参加者の住んでいる地域でオフ会を開催することもできます。観光は地域に来ていただくことだけではなく、こちらから出向いて新たな地域のコミュニティを生むことも可能です。

SNSでの投稿はこまめに行う。自分のキャラクターが出るようにするのはもちろん。毎日のように投稿してファンの人と継続的に繋がるように心がけています。



## WhyKumano Hostel & Cafe Bar 後呂 孝哉

1989年和歌山県新宮市生まれ。大学・就職で約10年間関東で過ごし、「地元、熊野の魅力を世界へ広めたい」想いから新宮市へUターン。2019年7月、和歌山県南部・熊野エリア観光の拠点となる那智勝浦町にホステル・カフェバー「WhyKumano(ワイクマノ)Hostel&Cafe Bar」を開業。新型コロナウイルス感染拡大防止のため、2020年4月から実店舗を一時休業し「オンライン宿泊」を開始。開始から3ヶ月で宿泊者は約400名に達する。コロナ禍以降の新しい社会の宿泊の概念をつくるべく活動中。

# WhyKumano Hostel & Cafe Bar “オンライン宿泊”

## 家にいながら旅の気分を味わうことができる”仮想宿泊体験”

「オンライン宿泊」とは、Webシステムを活用してゲストハウスの施設案内やお客様同士・スタッフとの交流、和歌山熊野エリアの観光スポット紹介など”旅先での出会い”を疑似体験するサービスです。

### - オンライン宿泊の流れ -

#### 【チェックイン】 20:00 Zoomへ参加

実際にゲストハウスを訪れた気分を体感していただくためゲスト目線のカメラを使用し館内をLIVEでご案内します

#### 【交流】 チェックイン後は 仮想ラウンジへ

画面越しに乾杯！  
自己紹介を交えてお互いに旅の思い出を語り合う様子はさながら本物のラウンジのよう

#### 【チェックアウト】 翌朝 チェックアウトの メッセージと動画をお届け

熊野エリアの魅力がぎゅっと詰まった5分間のショートムービーでお見送りします

### - オンライン宿泊を始めたきっかけ -

4月以降の宿泊予約は、コロナウイルスの影響で全てキャンセルになりました。しかし、キャンセルされたお客様は”行きたいけど、行けない”という方ばかり。外出自粛が続く状況で我々が皆様に提供できることは何か…、そこで思いついたのが「オンライン宿泊」でした。旅行に行きたいけど行けない方へ、そしてWhyKumanoへ泊まりたいけど泊まれない方へ、少しでも旅の気分を届けたい。これがオンライン宿泊を始めたきっかけです。



館内の案内はゲスト目線でお届けします



観光名所や熊野オススメスポットをご紹介します

# 観光復興の視点から — 支援の力をつかむために —

政府の観光復興のお手伝いをしてきたTBWA HAKUHODO 木村から“復興”のコツをご紹介します。

## 1.SNSを活用して主体的に情報発信をしよう

いくら新しいことをやっても情報が伝わらないと思っているかたは多いと思います。ただ、今の時代SNSでだれでも情報を発信できます。しかも、復興となれば、応援したいと思う人の目に止まることも多いです。ハッシュタグを使って効果的に発信してみましょう。使い方がわからない場合は地域の若い人たちに聞いてみましょう。

## 2.発信にとどまらず継続的な関係の構築にも繋げよう

一度SNSで繋がると、情報発信はもちろん、何かあった時に連絡する関係にもなります。一方的な情報発信だけでなく、今後につながる関係をつくるように、メッセージを送りあったり、フォローしたり、SNSの機能をうまく活用しましょう。

## 3.困ったことを逆手に取った取り組みをしてみても

困った時はお互い様。大変な人を助けようと思ってくれる人は大勢います。そこで、困っていることは隠さずそれをうまく活用した企画をしてみましょう。困っている部分が見えることで、より多くの人の支援につながります。



### 木村充慶

TBWA HAKUHODO PRディレクター / 一般社団法人 FUKKO DESIGN 理事

東日本大震災の後から公私ともに復興支援を行っており、近年では、西日本豪雨、北海道胆振東部地震、山形県沖地震、台風15号、19号など様々な自然災害後の復興事業のお手伝いをしている。



## FUKKOツイート旅

北海道地震が起きた後、風評被害に悩む北海道の応援をすべく、現地に行ってツイートをして応援する取り組みを実施。「#北海道のここがえぞ」を使い、多くの人が投稿をした。

## CtoCによる ボランティア募集

SNSを通じてボランティアをマッチングする「スケット」を活用してキャンプ場の支援を行なった。ボランティアから、継続的なファンとなった人が数多く現れた。

## もっけだの鶴岡

山形県沖地震で被害のあった酒蔵の支援プロジェクト。ラベルのついていない様々な種類のお酒が散乱してしまったが、それを逆手に取り、何が入っているかわからないラッキー日本酒ボトルとして販売した。

# 行政の視点から — 話題にするために —

行政の広報として様々なものを話題にしてきた佐久間さんに“PR”のコツを教えてくださいました。

## 1. やることを目的化しない

なぜその事業を行うのか、その目的とは何かを明確化せず「やること」が目的化してしまうと全体がぼやけてしまいます。しっかりとしたフレームを作り、質の高い観光戦略を行うためには、この資料を元に課題を改善できるフローを作ることが最善の近道となるのではないのでしょうか。

## 2. ダイヤの原石を研磨して行動変容に

地域には地元の人たちが気づいていない「ダイヤの原石」がゴロゴロ転がっています。例えば三芳町では東京から一番近い町にも関わらず蛍が観れますが、地元の人たちはその価値を知らずにいました。それを広報紙などで研磨し発信した結果、今では観光スポットに。

地域を知る→発信→認知→行動変容に繋げる仕掛けが重要です。

## 3. 地域のFAN=FUNを作るキーは人。“共感”と“ストーリー”

新型コロナウイルスによって、日帰りで帰れるような「地元」に観光するマイクロツーリズムの時代になると予想します。インバウンドの訪日外国人が観光地に落とすお金と日帰り観光客のお金はほぼ変わらない事実をご存じでしょうか。これからは地域のFAN=FUNを作ることが重要であり、そのためには「人」がキーとなります。その人が持つストーリーが共感を生み出し、地域にさらなる付加価値を与えるのです。それを見える化するために、SNSや広報を有効的に活用していくことがポイントになります。



### 原石を研磨

東京から一番近い「町」、三芳町。蛍が飛ぶことをSNSなどを活用することにより都内からの観光客が訪れる町いち押しの観光スポットに生まれ変わった。



### FAN=FUN

三芳町が好きだから——。住民が自発的にマルシェを開催。町の特産「さつまいも」をPR。その歴史を伝えることで共感を生み、多くの人がマルシェに参加。



### PRDESIGN JAPAN

#### 代表取締役 佐久間 智之

元埼玉県三芳町職員。現中野区広報アドバイザー等。地域に寄り添った広報やPRを行い自治体広報日本一に。グラフィックデザインや写真、プロモーションで三芳町の訪来者を増やした。ハロプロとのコラボも。

# チーム紹介

\ TBWA \ HAKUHODO

---

## 65dB TOKYO (65デシベル TOKYO)

はじめまして。人々がSNSに投稿した言葉や感情を分析する組織65dB TOKYO(65デシベル東京)です。SNSに広がる様々な会話を分析し、人が、今、どんな考え方をしているか、何に重きを置いているか、どう行動しているかなど時代の潮流を把握することを得意とします。また分析結果から得られた人々の心理をもとに、今後起こりそうな変化の兆しも示唆することも生業にしています。この我々の得意分野を活かし、観光業界の皆様にご貢献していきたいと考えております。



## (ディスラプション・コンサルティング)

私たちは、企業の新しい成長領域を発見するコンサルティング・ユニットです。私たちが目指すのは既存の価値観を超えた先にある理想的な未来像を作り出し、その実現のための創造的な戦略を開発すること。今回は、そんな私たちの考え方がコロナによって変化した生活者に合わせた施策を考える際のヒントになるのではないかと思います、本プロジェクトに参画しました。みなさんがご自身のアクションを考える際に、今回ご提供した考え方やアイデアが少しでもお役に立ちますと幸いです。

---

## PR TIMES

懸命に行動し続ける身近なヒーローの情報を届けたい、そして、その行動が復興の足がかりになるよう、広く知らせて利用者や協力者が集まるお手伝いをしたい、そう考えています。広く知らせる方法はSNSだけではありません。プレスリリースという、報道機関と一般生活者の両者に向けて発表する方法があり、誰にでもニュースの主役になれる可能性が開かれています。この観光復興ガイドとの出会いから始まる新たな企画の発表に、PR TIMES特別プランをご活用いただき、プレスリリース発信いただきたいと思っています。みなさまの行動が、より広く伝わり、人の心を揺さぶり、少しでも多くのお客様が戻りますように。私たちにできるお手伝いをさせていただきます。



私たちは企業や行政、団体などの有志が集まって復興支援をお手伝いする一般社団法人です。広告代理店のクリエイターやメディアのディレクター、百貨店のバイヤー、Webデザイナー、官僚OBなど様々なメンバーが所属しています。今回も今までの支援の活動でお世話になった方々にお声がけし、様々なメンバーのアドバイスをいただき、全体の監修をしました。困っている観光従事者が少しでもよくなるヒントとなれば幸いです。

## あなたは以下の条件に従う限り、自由に：

**共有** / どのようなメディアやフォーマットでも資料を複製したり、再配布できます。

**翻案** / マテリアルをリミックスしたり、変更したり、別の作品のベースにしたりできます。営利目的も含め、どのような目的でも。

## あなたの従うべき条件は以下の通りです。

**表示** / あなたは適切なクレジット(会社名)を表示し、ライセンスへのリンクを提供し、変更があったらその旨を示さなければなりません。これらは合理的であればどのような方法で行っても構いませんが、許諾者があなたやあなたの利用行為を支持していると示唆するような方法は除きます。

**継承** / もしあなたがこの資料をリミックスしたり、変更したり、加工した場合には、あなたはあなたの貢献部分を元の作品と同じライセンスの下に頒布しなければなりません。

**追加的な制約は課せません** / あなたは、このライセンスが他の者に許諾することを法的に制限するようないかなる法的規定も技術的手段も適用してはなりません。

## ご注意：

あなたは、資料の中でパブリック・ドメインに属している部分に関して、あるいはあなたの利用が著作権法上の権利制限規定にもとづく場合には、ライセンスの規定に従う必要はありません。

保証は提供されていません。ライセンスはあなたの利用に必要な全ての許諾を与えないかも知れません。例えば、パブリシティ権、肖像権、人格権などの他の諸権利はあなたがどのように資料を利用するかを制限することがあります。



## 継承 4.0 国際 (CC BY-SA 4.0)

出典を表記していただければ、どなたでも資料をご活用いただけます。

「出典：新しい時代に対応する観光復興ガイド」と記載ください。

ありがとうございました

資料に関するお問い合わせ

TBWA HAKUHODO 担当: 木村充慶

メールアドレス: [mitsuyoshi.kimura@tbwahakuhodo.co.jp](mailto:mitsuyoshi.kimura@tbwahakuhodo.co.jp)