インターネット徹底集客 第78回

集客要素のない時期の対策

前号で、夏休みの準備を一旦終えたことかと思うが、今度はその夏休みまでの期間の集客を考えなくてはならない。一般的にゴールデンウイーク（GW）明けから夏休み前にかけて、個人旅行は非常に弱い傾向にある。そこで今回は「集客要素のない時期の対策」ということでいろいろと考察していきたい。

際立った集客要素のない中でも、各方面で取り上げられるものとしては「ホタル特集」が挙げられる。6月の弱い期間に見ごろを迎えるために、周辺でホタルが観賞できそうな場所はないか探してみるとよい。なお、ある地域では観光の呼び水の一環としてホタルの飼育に観光協会が乗り出し、成功している事例もある地域では「早朝散歩」や周辺の散策路を利用した「ウオーキングプラン」などを作成し、実施している。

このような取り組みにも通じるところがあるが、際立った集客要素がなければ、自施設でイベントを開催してしまえばよいという発想を持つことは大事である。体験型のイベントにしても、そば打ちやケーキ作りなどは、施設内の調理長やシェフの協力を仰げば実現可能かもしれないし、例えば、6月の父の日に合わせて、お父さんに手作り記念品を作るイベントをしてみるというのも面白いだろう。

また少し発想の切り口を変えて、実は6月は、旅慣れてピーク時の旅行を避けようとする一部のシニア層の旅行需要を取れるのではないかと仮定してみて、6月限定のシニア特別割プランを作成してみたり、あるいは梅雨を逆手に取り、雨でも存分に楽しめるコンテンツを打ち出してみたりと、実は打つ手は無限にある。

閑散期だとあきらめるのではなく、楽しみながらお客さまが喜ぶような企画を練ってみるのも面白いだろう。

（株式会社アビリティコンサルタント　的場弘明）

＝隔週掲載

また、GW明けの取り組みとしてみかけるのは「深緑」や「ウオーキング」というキーワードである。昨今の健康ブームもあり、自然の中でのウオーキングやランニングは注目度が高い。こちらに関しても、あるなければ作ってみるというのも大事な姿勢である。