

前号に引き続き「フォトスポット」のようにサインボードをテーマに述べてたい。前号では、「料理とフォトジェニック」を例で敢えてそういった一見無に挙げたが、他には館内に駄にも思えるゾーンを館内においてもフォトジェニックに作っておき、現在の情報な視点が用いられているか、配信時代に備えている施設確認したい。端的に言えばもある。

「撮影スポット」が用意さ
れているかということであ
る。自施設内に思わず写真
でも取り入れられてお

インターネット 第166回

徹底集客

を撮りたくなるようなスポットを用意しておけば、お客さまはそこで写真を撮り、言わば勝手にSNSを介して知人、友人に情報配信をしてくれるのである。

一例で言うと、かつての観光地にもあったいわゆる顔出しパネルの現代版のようなものを作し、それを写真映えのするスポットに配置しておき、「撮影ス

フォトジェニック②

た写真が話題となり、マスメディアにも取り上げられ、観光地化する結果となった。

わが地域にも負けないくらいに素晴らしい景色や観光地があると感じたのであれば、ぜひその情報発信を実施いただきたい。それが一大観光地化するまでには至らないとしても、その地域に行こうと思っている人には、とてもうれしい情報となり得るからである。

フォトジェニックな視点はSNSを駆使する若い世代を中心に、特に大事な視点となっており、検索においてもInstagramを使う世代がいるくらいである。これからの時流の一つとしてとらえて取り組みを実施してみたい。

(アヒリティコンサルタント・ブライムコンセプト取締役 内藤英賢)