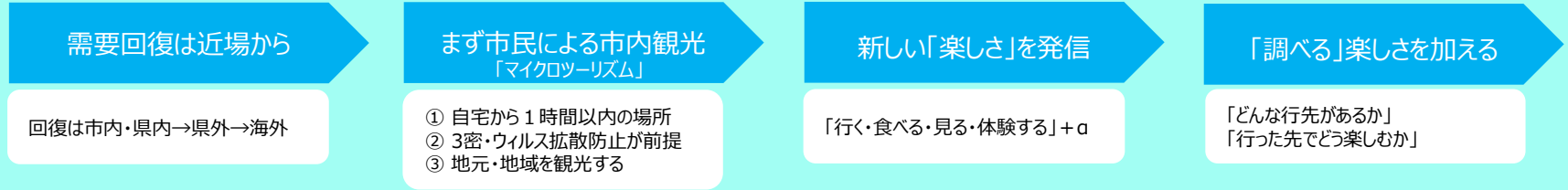
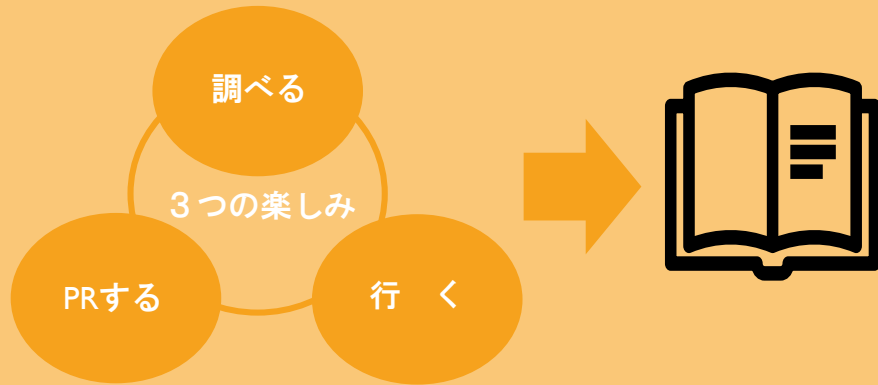


課題(案) 『「調べる」に着目した新観光モデルの検討・検証～わかやマイクロツーリズム「ご近所観光の楽しみ方」の作成～』

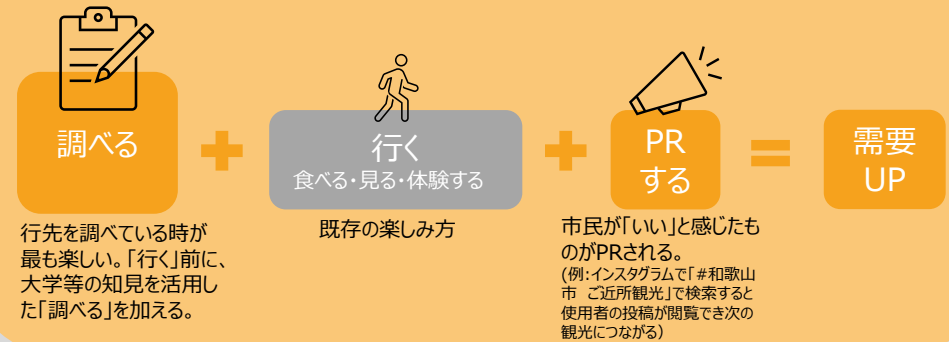
背景 ポストコロナ社会では、市外観光誘客が困難であっても、市内の観光消費を促す仕組みが必要。



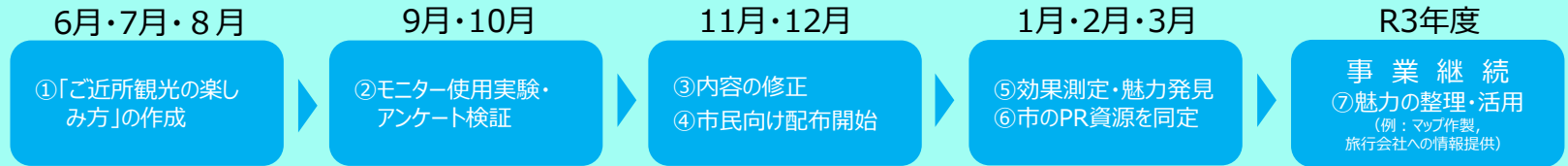
概要 本市と和大大で、「観光の『調べる』・『行く』・『PRする』の楽しさを示した冊子」を作成。モニターの使用を通して効果検証。



効果 ①新たな楽しさ「調べる」の提案で需要喚起。
②市民にPRされる。市がPRする。
③観光消費回復に貢献。同様事態発生時の打撃抑制に寄与。



スケジュール(仮)



大学の成果・役割

知見の社会実装で地域課題の解決に貢献 (紀伊半島価値共創基幹の理念の達成)
→ 「調べる楽しみ」に知見を活用 (目的地候補の調べ方、目的地での楽しみ方 など)
→ 学術的見地からのアンケートの作成・結果分析 (経済効果など)