

岡山県のPR大作戦！

岡山大学 文学部2年 安達友紀

経済学部3年 立神吉基

法学部3年 水田佳那

理学部4年 江尻宏紀

本日の流れ

県庁の方のお話を聞いて

きれいな街
身近な街

まとめ



県庁の方のお話を聞いて

岡山県の広報やPRについて

① 県民の県に対する愛着度が低い

→愛着度を上げるにはどうしたらよいのか

② 岡山県の観光消費額が少ない

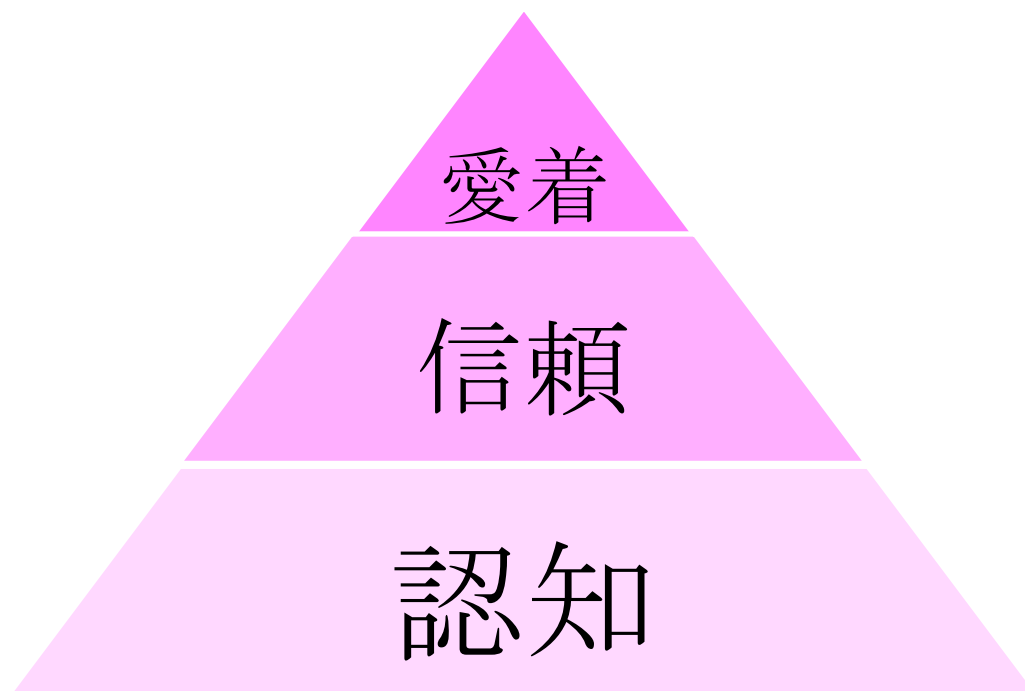
→どうすれば、観光消費額を上げれるのか

③ PRポイントを絞れていない

→PRポイントを何に・どう絞っていくべきか



①県民に県に対する誇りや愛着をもってもらうには...



例えば、人を好きになるときを考えてみよう
→相手のことをよく知りたいと思うはず。

まず、自分が住んでいる町を知る



②観光消費額を上げるにはどうすればよいか

夜のイベントを増やす

宿泊施設を充実させる

「また来たい」と思える街を作っていく

海外からの観光客も増やす

効果的な情報発信の方法を確立していく



以上のことを踏まえて、

我々が提案する岡山県のPRポイントは、

「でーれーきれいで、
ぼっけー身近な街
おかやま」



I. きれいな街

新しい公共

地域のゴミ拾い・清掃活動を企画・参加
街を考える市民講座やワークショップ



街の美化

地域の方々との交流

自分の街の再発見

県民の誇りと愛着度UP

観光客数UP



↑ 「緑のカーテン」事業
写真は山口県の取り組みの様子



I. きれいな街

例えば...

ゴミアート大会 を開催してみる



メリット

街がきれいになる

今後、捨てなくなる

楽しくゴミ拾いできる

一定期間、その作品は展示される(芸術作品として県内外にPR)

話題性が伴えば、企画の継続につながり、PR効果も期待できる

様々な人との出会いや交流(県外からも)

街の再発見及び愛着度UP



I. きれいな街

行政

✓ゴミに関する条例を設ける

ポイ捨て禁止

分別ルールを厳しくする

レジ袋有料化

✓規制の看板設置

✓教育(総合的な学習等)、市民講座 → 県民の意識を変えていく

「捨てない！」ことの重要性



Ⅱ. 身近な街

川や山、緑が豊か

晴れの日が多く、天候に恵まれている



✓キャンプやアウトドア、屋外イベント

✓夜のイベント(ホテルや星などを鑑賞)

✓グリーンツーリズム(果物狩りや田植え体験)



Ⅱ. 身近な街

➤ 自然を活かした**観光ボランティア団体**を結成する

地域の人々が主体となって、県のPRを進めていく市民団体、ボランティア団体

ボランティアの主体となる人

◆大学生

- ・時間に余裕がある
- ・ボランティア精神がある
- ・いろいろな人との交流の機会が持てる

◆シルバー世代

- ・時間に余裕がある
- ・経験豊か→いろいろなことを知っている
- ・日々の生きがいになる



Ⅱ. 身近な街

具体的な活動

●普段

公民館などの施設を開放して、憩いの場を提供

宿泊、郷土料理を振る舞う

観光案内

グリーンツーリズム

●長期休暇

普段より大きいイベントを企画

ホテルや星の鑑賞、キャンプ → 自然を楽しむ



Ⅱ. 身近な街

◆ メリット

- ・地域住民との交流の機会がもてる
- ・自分の地域の良さを再認識できる

**地元の人が自分たちの住んでいる街を知れる
(再発見)**



Ⅱ. 身近な街

◆ メリット

- 県外の人に身近な岡山を知ってもらおう
- 岡山県民と仲良くなれる
- 海外からの観光客もウェルカム！（日本での生活が分かる）
- 生の方言に触れることができる

住民目線の身近な岡山に触れることができる



Ⅱ. 身近な街

PR方法

- ボランティア団体の名称や観光キャラクターを一般公募
←FB、マスコミ、広告(電車の中張り広告、公共交通機関の施設内)
- パンフレットに掲載
- アプリ
- 主要な駅や空港にガイドの人を配置

①その団体の存在を認知してもらう

②団体を市民目線で捉えてもらう



Ⅱ. 身近な街

①地元の人自分たちの住んでいる街を知れる
(再発見)

→**愛着度UP**

②住民目線の身近な岡山に触れることができる

→**また来たい岡山**



まとめ

でーれーきれいで、
ぼっけー身近な街
おかやま

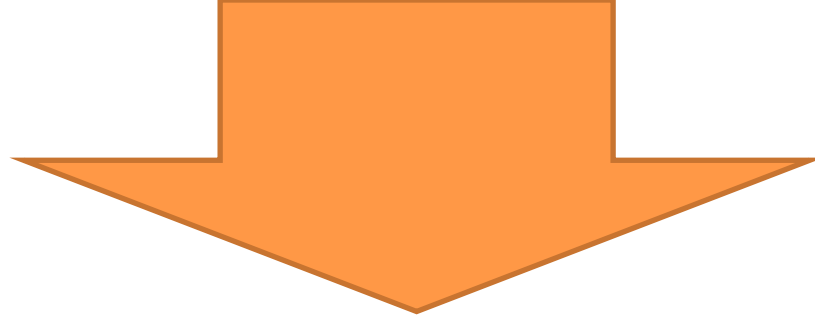
きれいな街

- ✓「拾う」より「捨てない」気持ち
- ✓ただ単にゴミを拾うのではなく、楽しく拾えないか
→ゴミアート大会の開催

身近な街

- ✓観光ボランティア団体による案内
→マスコットキャラクター等を公募募集
(団体の認知にもつながる)





①市民主体の活動

②誇りと愛着度UP

③「また来たい」と感じてもらえる

④観光客・観光消費額UP

