

「観光圏」形成の必要性

観光圏の目指す方向 一点から線、線から面へ

(1) 地理的広がり

- 宿から街へ
- 街から周辺地域へ

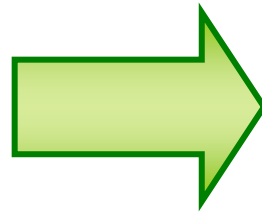
(2) 時間的広がり

- 日帰りから宿泊へ
- 1泊から連泊へ
- 特定時期の集客から通年化

(3) 人的広がり

- 客からファンへ(リピーター)
- 週末住民、二地域居住

そのためには、



3つの連携を強化し、

- ①観光業と他業種
- ②地域産業と自治体
- ③地域と地域

旅行者のニーズをふまえた 具体的な実践活動が必要

<圏域単位でのサービス品質向上とブランド化>

○ 宿泊

- ・泊食分離、地産地消の販路拡大等宿から街への観光客の送り出し
- ・共通入湯券導入等宿泊エリアのもてなしの向上

○ 観光資源

- ・体験・学習・交流・食のメニュー(特に早朝・夕刻)の充実
- ・本物・ゆかり・差別化・こだわりによるブランド化

○ 交通・移動

- ・移動をコスト(負担)からベネフィット(楽しみ)へ転換する工夫
- ・アクセスの改善による集客力強化と域内の移動の容易化

○ 案内・情報提供・マーケティング

- ・観光旅客のニーズ・目的に対応した提案型の観光案内の強化
- ・顧客満足度の向上と予約・販売の共通化、会員制などマーケティング能力の向上