

【相互学習の事例：観光・まちづくりネットワーク九州】

- ・九州観光推進機構では、九州観光を担う人材育成とネットワーク作りを目的とした人材育成セミナー『観光・まちづくりネットワーク九州』を定期的で開催し、地元キーマンのスキルアップ、交流を促進している。
- ・人と人とのネットワークを強化するために、プログラムは2泊3日を基本としている。

『第9回 観光・まちづくりネットワーク九州』の様相

観光カリスマ鶴田浩一郎氏

フィールドワーク まち歩きの様相

ワークショップの様相



【先行的なニーズに対する実験事業：九州『大人の長旅』】

- ・今後のニーズとして注目される滞在志向に対する実験事業として、4泊程度のプログラムを複数用意し各地で実施するとともに、参加者からの反応をフィードバックさせ、事業化を進めている。

ツアー例	
	<p>竹田 TAKETA 大分県</p> <p>温泉療法専門医が温泉療法をアドバイスします ゆったり 長湯温泉とくじゅう高原で お試し 心とからだをリセットするプチ湯治</p>
日程	<p>①11月23日(日)～28日(金) ⑤泊6日(3延泊可) ②平成21年1月18日(日)～22日(木) ③2月15日(日)～19日(木) ④3月8日(日)～12日(木) ⑤泊6日(延泊可) ⑤7月6日(延泊可)</p>
定員	各1名～8名(最小催行4名)
宿泊費	<p>1名様料金</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Aグレード <ul style="list-style-type: none"> ◇翡翠の庄、丸長旅館、友喜美荘、水神の森(3泊) レゾナイトクラブ(2泊) 1室1名 62,000円 1室2名 54,000円 ●Bグレード <ul style="list-style-type: none"> ◇B&B、上野屋、かどやRe、天風庵(3泊) 久住高原コテージ(2泊) 1室1名 37,000円 1室2名 33,000円 <p>→朝食5回・夕食2回付き、税・サービス料、入湯税込み</p>
体験プログラム	13,000円 温泉館共通入浴券、温泉療法専門医によるミニ講座、薬膳バイキングの歓迎会、コンシェルジュ代を含む
特典	竹田市内の観光・温泉情報等を網羅した「情報誌タケタン」付き
<p>運動法をアドバイス  ガイダンス</p> <p>基本スケジュール</p>	
1日目	到着後、コンシェルジュの挨拶とガイダンス。その後、宿泊先へ。温泉療法専門医・伊藤医師によるミニ講座(体組成チェックは希望者のみ実施) ☑
2日目	ガイドと一緒に「うんちくの温泉街散策」へ。ラムネ温泉入浴後、フリータイム。午後、東洋医学的養生法や運動法のミニ講座(不参加の場合、フリータイム)。夜、薬膳バイキング「天恵整食堂」でウェルカムパーティー ☑
3日目	午前、アンチエイジングのためのフェイシャルマッサージ法のミニ講座。午後、フリータイム ☑
4日目	①久住高原の「くじゅう花公園」へご案内。その後、宿にチェックイン ②～④くじゅう高原フラワーズヴェルネスパークあざみ会へご案内。その後、宿にチェックイン 夜、星空観望会(悪天候の場合、中止となります) ☑
5日目	①ガイドと一緒に久住高原を散策。散策後、フリータイム ②～④コンシェルジュとのティータイム後、解散 ☑
6日目	①朝食後、コンシェルジュとのティータイム(滞在のご感想をお聞かせください)。その後、解散 ☑

ツアー例	
	<p>阿蘇 ASO 熊本県</p> <p>究極の阿蘇エコトレッキングで感動 テーマ 世界最大級のカルデラで過ごす 追求 大自然満喫の旅【内牧温泉】</p>
日程	<p>①9月1日(月)～平成21年3月6日(金)の毎週月曜催行 (年末年始を除く) 4泊5日(3泊4日可、延泊可)</p>
定員	各1名～6名
宿泊費	<p>1名様料金</p> <ul style="list-style-type: none"> ●内牧温泉 <ul style="list-style-type: none"> ◇泰山荘 1室1名 26,000円・1室2名 22,000円 蘇山郷 1室1名 34,200円・1室2名 30,000円 湯の宿入船 1室1名 33,950円・1室2名 31,150円 ZENZŌ 1室2名 37,800円(1室1名同料金) ※田舎暮らし体験ができる「阿蘇ゆたっ村」 1室2名利用のみ 10,500円もあります <p>宿は組み合わせできません →朝食4回・夕食1回付き、税・サービス料、入湯税込み</p>
体験プログラム	18,000円 トレッキング、ロープウェイ運賃、農家レストラン昼食、内牧商店街食歩きツアー、2日目と4日目の昼食、コンシェルジュ代を含む
特典	中阿蘇地域路線バスのフリーパス券、阿蘇まめゆりガイドブック付き
<p>南外輪(うそくいの滝)  中央火口丘</p> <p>基本スケジュール</p>	
1日目	阿蘇駅到着後、コンシェルジュの挨拶とガイダンス。農家レストランで昼食後、内牧温泉へ移動し、内牧商店街食歩きツアー。終了後、チェックイン ☑
2日目	内牧温泉から湯山入口へ。阿蘇インフォメーションセンターで昼食弁当配布後、阿蘇自然案内人と北外輪「マゼノ深谷」深流トレッキング～「押戸石の丘」草原トレッキング ☑
3日目	終日フリー(オプションツアーなどで「ゆっくり・のんびり」お楽しみください) ☑
4日目	内牧温泉から阿蘇駅前へ。昼食弁当配布後、阿蘇自然案内人と中央火口丘トレッキング(仙酔峡～阿蘇中岳～阿蘇高岳) ☑
5日目	朝食後、ティータイム(感想をお聞かせください)。その後、解散 ☑

仕掛6 マーケティング調査の継続的实施

マーケティング調査の実施・データ整理

- ・主に三大都市圏の顧客層にマーケティング調査を行い、観光ニーズや北陸地域へのイメージ・認知度、満足度などを継続的に計測し、連携プロジェクトの効果測定や、次の仕掛けを検討する戦略的な情報収集を行う。
- ・国や各県で行っている各種統計を整理し、独自のマーケティング調査を組合せ、観光関係の情報整備を進める。
- ・分析した観光マーケティングデータは、各県や地域キーマン、観光産業キーマンに提供し、次の仕掛けを考える材料とする。

北陸のリピーター客の確立

- ・北陸のリピーター客に「北陸観光ファンクラブ」に入ってもらい、それぞれの顧客特性に応じたメールマガジンの配信を行うとともに、来訪ポイントに応じて「無料ご招待ツアー」や「北陸の旬の地物プレゼント」等を行い、差別化を図り固定客を増やす。
- ・「北陸観光ファンクラブ」のメンバーには定期的にアンケート等に答えていただき、マーケティングに使える顧客情報のストックを進める。

仕掛7 観光案内の連携・機能強化

観光案内所の機能強化

- ・鉄道駅や空港、主要観光地等の観光案内所に対し、北陸全体の情報を把握してもらうためのマニュアルを配布し、共同研修事業等を行うことにより、新しい観光ニーズへの対応や、北陸全域の案内機能の強化を図る。

旅館・ホテルとの連携

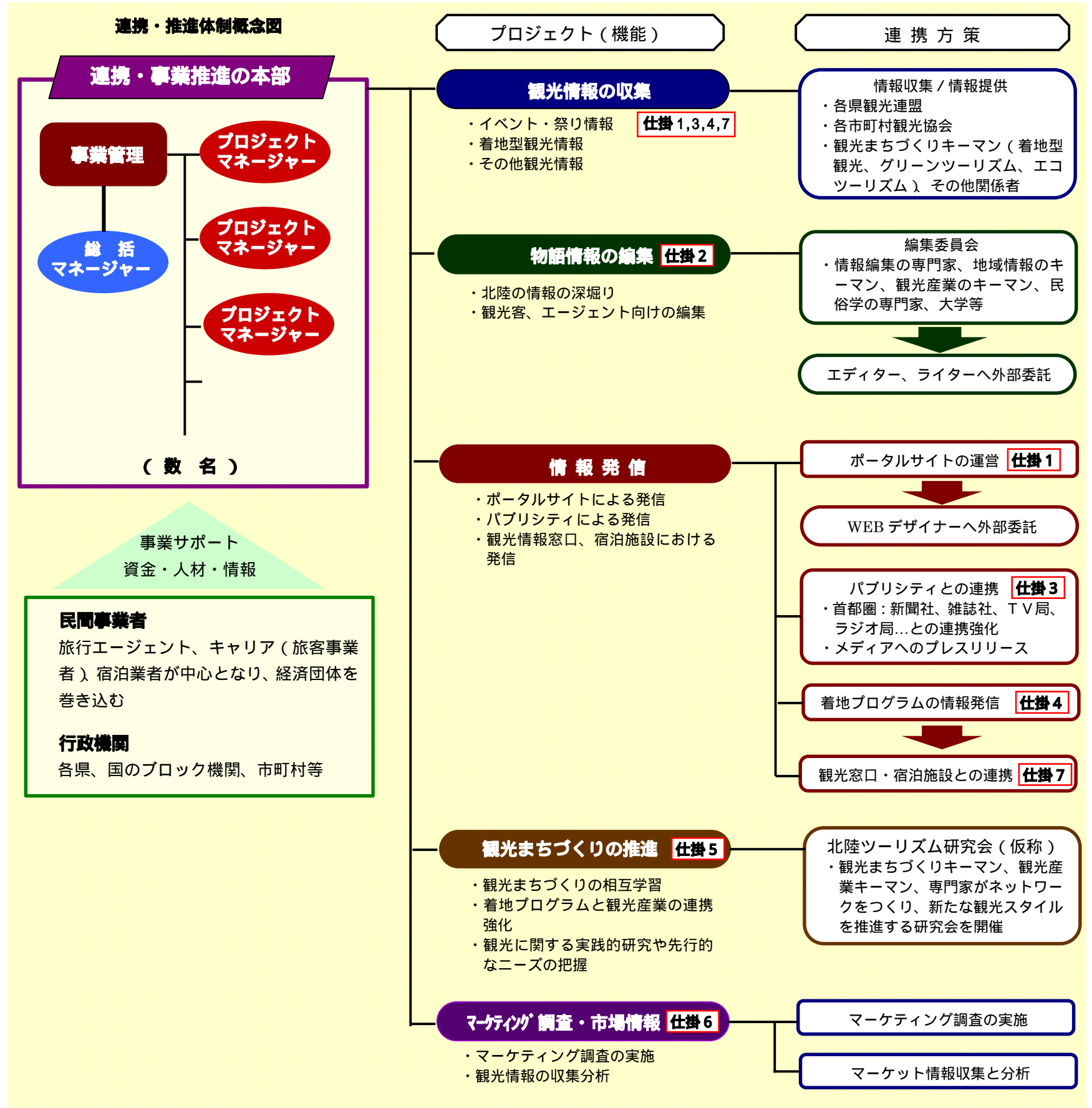
- ・宿泊先で、北陸の観光案内が受けられるように、フロントや接客係への情報提供を強化し、北陸に訪れた旅行者が北陸の魅力を体験できるように、ニーズに応じた情報提供を行う。

仕掛7は方向性3に基づく具体的施策であるが、地域資源を活用した取組みとして方向性2と合わせて記載している。

4 - 3 実現化方策

(1) 連携・推進体制

コンセプト	コンパクトでネットワークを活かした分散型組織 中心の組織をあまり大きくせず、北陸圏域内の既存の活動主体を活かして取り組む形態 プロジェクトを中心とした柔軟なプロジェクト体制 民間が中心となり、行政がサポートする体制 観光・旅行における民間の力を中心に、行政がサポートする体制づくり
機能の整理	事業管理 ・組織目標に基づき事業計画を立案し、事業管理を行う。 観光情報の収集 ・イベント情報、着地型観光情報の収集（観光連盟、観光協会、観光まちづくりのキーマン等と連携） 物語情報の編集 ・編集委員会の運営（情報編集の専門家、観光産業のキーマン、民俗学の専門家等で編成） ・地元編集者へ外部委託 情報発信 ・ポータルサイトで発信（外部発信） ・パブリシティを使った発信（定期的なプレスリリースとリレーションの確立） ・観光案内所や旅館・ホテルなどへ情報を発信（内部発信） 北陸観光まちづくりの推進 ・北陸ツーリズム研究会（仮称）を設立し、定期的な開催を行う。 ・既存観光資源と着地型観光の連携強化を図るとともに、先行的なニーズに対する実験事業を行う。 マーケティング調査・市場情報の分析 ・観光情報の収集分析や独自のマーケティング調査の実施を行う。
民間と行政の連携方法	民間がイニシアティブを発揮する。 ・旅行マーケットに詳しく、関係者との人脈を持つキーマンが中心となり、事業計画を立案し組織を運営する。 ・旅行エージェント、キャリア（交通事業者）、宿泊業者が中心となり、経済団体を巻き込む。 行政がサポートする ・各県を中心に人・金・情報等の面でサポートし、体制の維持を図る。



(参考) 先行事例の推進体制

九州観光推進機構

【民間と行政の関係】

・「九州全体の官民合同による推進主体」の設置

・行政と民間から資金と人員を提供

資金：各県等からの負担金 2.2 億円

企業・団体からの会費 2.8 億円

合計 5 億円

人員：各県から 1 人ずつ 7 名

民間から 17 名 合計 24 名

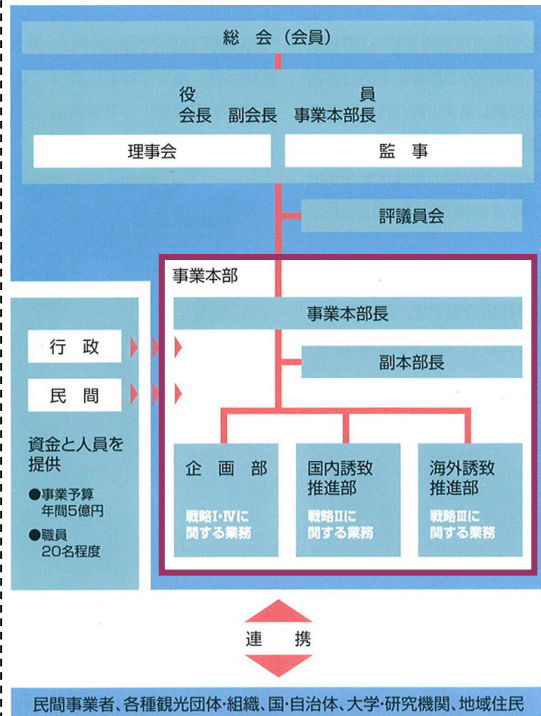
九州経済連合会の協力により、旅行エージェント、交通事業者（鉄道、航空、バス）等の観光関係企業をはじめ、NTT等の観光に直接関係の無い企業からも資金・人員が出ており九州が一丸となって連携している。

【組織形態】

・企画部、国内誘致推進部、海外誘致推進部の三部門からなる事業部制組織。

【外部連携】

・民間事業者、各種観光団体・組織、国、自治体、大学、地域住民と連携して進める。



東北観光推進機構

【民間と行政の関係】

・「観光戦略推進のための総合的な役割を担う体制づくり」

・行政と民間から資金と人員を提供

資金：各県等からの負担金 1.1 億円

企業・団体からの会費 0.9 億円

計 2.0 億円

人員：各県から 1 人ずつ 7 名

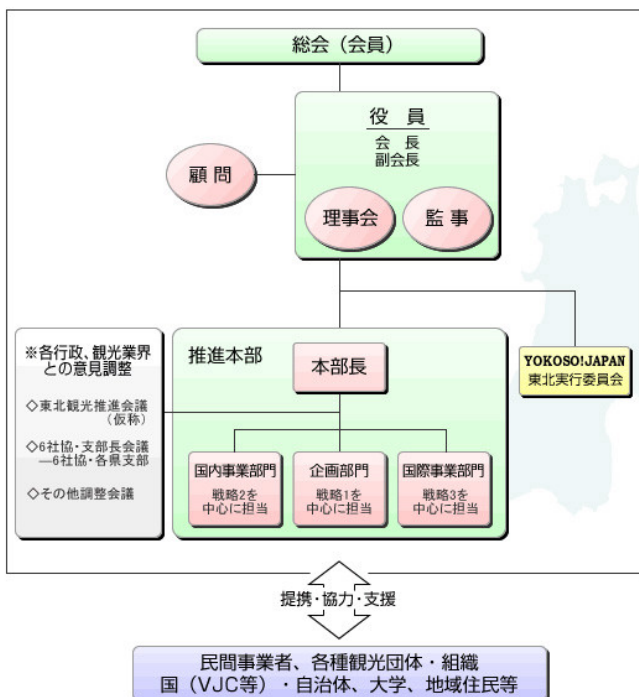
民間から 8 名 合計 15 名

【組織形態】

・企画部門、国内事業部門、国際事業部門の三部門からなる事業部制組織。

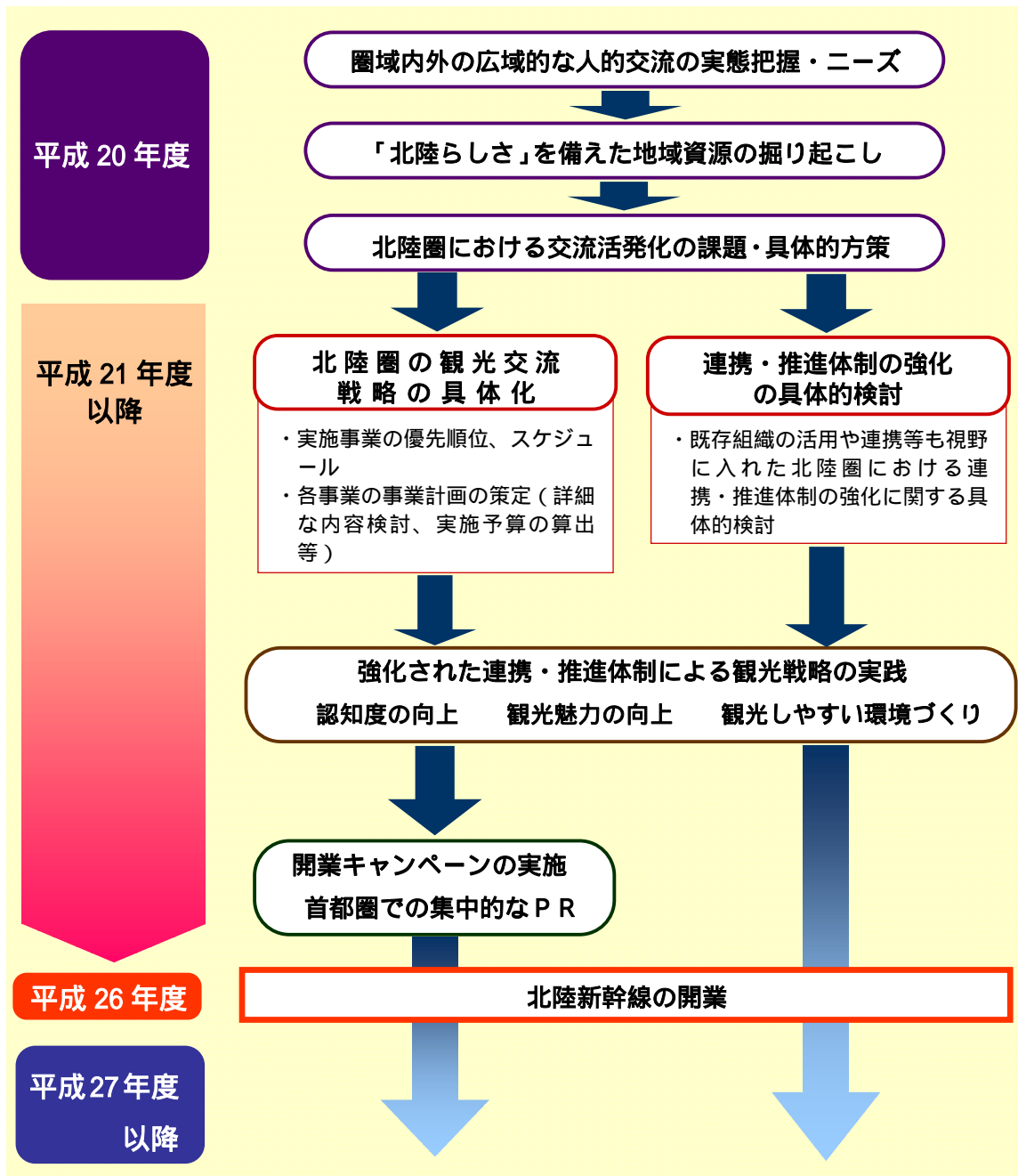
【連携・協力・支援】

・民間事業者、各種観光団体・組織、国（VJC等）、自治体、大学、地域住民



(2) スケジュール

- ・今年度は、北陸圏が連携して取り組むべき具体的方策（仕掛け）の検討を行った。
- ・平成 26 年度の北陸新幹線開業に向けて、認知度の向上、魅力の向上を進めていくためには、次年度より、観光交流戦略の具体化及び連携・推進体制の強化の具体的検討を行い、早い段階で戦略の実践段階に移ることが望ましい。



調査のまとめ

北陸圏（富山県・石川県・福井県）は地理的条件や歴史的な特性から一体性の強い地域であるとともに、伝統、文化、自然、食などの地域資源に恵まれた圏域である。一方、人口減少時代を迎えるにあたり少子高齢化が最も急速に進む圏域の一つであると予想されている。北陸圏においては、定住人口が減少する中で、交流人口の拡大による地域社会の持続的発展が模索されており、北陸新幹線開業効果の活用が今後の地域社会の発展を左右する大きなポイントになる。交流人口の拡大のためには、北陸圏のそれぞれの地域が効果的な取組みを進めるとともに、北陸圏が連携した交流活発化のための一体的な仕掛けが必要となる。その仕掛けを検討することが本調査の目的である。

こうした中、北陸圏の交流について現状整理を行った結果、交流人口は伸び悩みの傾向にあり、近畿圏、中部圏からの旅行者が多い反面、国内最大のマーケットである首都圏からのシェアが小さいこと、また、「北陸」のイメージ不足に起因する北陸の認知度の低さが旅行動機に結びつかない原因であることが課題として整理された。

また、地域資源の掘り起こしを目的に、「北陸らしさ」について再整理を試みたところ、北陸には高度経済成長期に日本が失ってしまったもの、大切に残したいものが生活文化として色濃く残っているという視点から、「日本の真ん中に残された原風景」という共通特性が抽出されるとともに、自然、温泉、歴史的都市、農山漁村など、北陸らしい地域資源を活かした新しい観光の取組みが北陸の各所で進みつつあることが確認できた。

今後、新幹線の開業効果を持続的に活かすためには、「北陸」のイメージづくりによる認知度向上とともに、観光コンテンツの魅力を高め旅行者に高い満足度を与える必要があるが、観光ニーズは大きく変化しつつあり、個人化、多様化が進む中で、地域風土を肌で感じるホンモノ志向の着地型観光へのニーズの高まりや滞在指向へのシフトも指摘されている。そのような観光ニーズの変化をふまえ北陸圏で不足している取組みを整理したところ、認知度の面では北陸の再ブランド化が進んでおらず情報発信のブランド軸が定まっていないこと、魅力向上の面では、「北陸らしさ」を活かし旅行者のニーズに対応する新しい観光スタイルの推進が一体的に進んでいないことが課題として浮かび上がってきた。

本調査では、取り組むべき課題に対し、具体的な方策（仕掛け）を7つ提案している。中でも認知度向上の面では「仕掛2 北陸・物語情報の編集」及び「仕掛3 北陸の地域魅力に関するパブリシティ窓口の形成」、魅力・満足度向上の面では「仕掛5 北陸の観光まちづくりの推進」に対し、委員会、ワーキングにおいて重要性を指摘する声が多く聞かれた。

最後に具体的な方策を実施する連携・推進体制のあり方について提案を試みている。北陸の各地で活躍している観光まちづくりのキーマンと連携したネットワーク型の体制を構築することが提案内容である。

本調査は北陸圏の観光行政、観光事業者、観光まちづくりのキーマンの方々に、計7回の会議にお集まり頂き、ご意見を頂いた内容を取りまとめたものである。次のステップとして、連携・推進体制の検討を進め、交流活発化の仕掛けの早期着手が望まれる。

