

2

観光業の再生によって、地域が元気になるために・・・

支援タイプアイコン：課題解決のために活用できると考えられる支援制度の分類を示しています。

起業	起業・創業支援	融資	融資・保証	育成	人材育成
調達	人材調達・雇用	開発	商品開発	PR	プロモーション

「地域再生のための観光業支援事業」の対象となった地域において、観光業における地域課題を整理すると、以下の4つの類型に分類されます。

みなさんの地域は、どのような課題がありますか？

地域課題に合わせて「地域再生のための観光業支援事業」の事例をご覧になり、参考にしてください。



地域に埋もれている魅力ある観光資源の発掘・編集や再評価、地域が一体となって観光振興に取り組む方針（観光ビジョン）づくりなどの課題。
観光客のニーズ把握と、資源を客観的に評価できる外部の視点、さらに地域の関係者における情報共有の場づくりが重要。

観光資源について、地域の特徴を活かしたコンテンツづくりや、回遊性を高める等の相乗効果を生む資源同士の連携、地域固有の資源を活用した新商品開発、ニューツーリズムの創出、ブランドづくりなどの課題。
観光資源をいかに観光客のニーズにマッチさせるかが重要。

他地域に対して優位性のある効果的な訴求ポイントの確立、市場ニーズに応じたターゲットの設定やコンセプトの構築、最適なメディアやツールの選択、時期や方法の設定といったプロモーション戦略の立案と実施、誘客エリアでの販促活動などの課題。
一定の方針のもとで「誰に」「何を」伝えるかを明確にすることが重要。

観光振興へのモチベーションを高める、地域全体の取組に対する当事者意識を高める、ガイドなどの観光客と接する人材の養成、地域の様々な資源や人材を取りまとめる地域コーディネーター（リーダー）の育成、観光振興を推進する体制やコーディネート機能をもった組織づくりなどの課題。
リーダーとそれを支える組織づくりが重要。

光業における地域課題を整理すると、以下の4つの類型に分類されます。

紹介し、合わせて、地域課題解決に活用できる支援メニューを紹介します。



課題類型別の課題検討アプローチ

ここでは、各地域が抱える課題に地域自身が実際に向き合い、どのように課題に取り組み、どのような気づき・変化があったのか、観光庁が実施した「地域再生のための観光業支援事業」から、課題類型別に事例を紹介します。

「地域再生のための観光業支援事業」事業概要

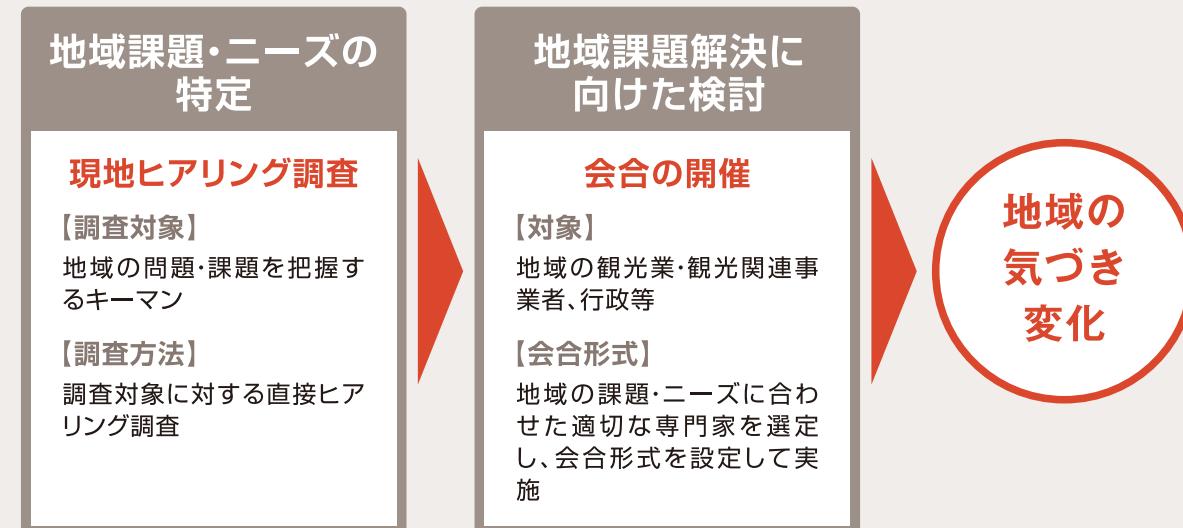
● 「地域再生のための観光業支援事業」とは?

東日本大震災の被害を受けた地域のみならず、多くの地域が共通してもつ課題やニーズを特定し、課題の解決に向けた検討を行うため、コミュニティを支える観光業を支援する観点から、観光業の課題、ニーズ、問題意識を踏まえた専門家による相談・アドバイスを行う会合を実施し、地域の再生を図ることを目的とした事業です。

● いつ実施したの?

平成23年12月～平成24年3月に実施しました。

● 事業の流れ



● 主な会合形式



セミナー形式



ワークショップ形式



フィールドワーク形式



**岩手県久慈市
市街地・小袖地区等**



地域の現状

- 風評被害の影響により、観光施設やお祭り等への県外観光客数が大幅に減少した。
- 近年注力してきた体験型教育旅行は、H23年夏の予約もキャンセルが相次ぎ、回復の目処が立っていない。

地域の課題

- 観光客が少ない今、改めて地域の魅力を見つめ直す「機会」として活かす。

【解説】

地域資源を発掘するプロセスに“地元学”的手法を導入、日常生活にある資源を地元住民と外部の参加者双方からの目線で掘り起こす。

ステップ1 » 地元学手法の学習とフィールドワークで「地域資源を探す」

セミナーとフィールドワークで、“地元学”を取り組むためのノウハウと実践手法について体験しながら学んだ。



地域資源を掘り起こすプロセスや成果を体験することによって参加者のモチベーションアップにつなげ、「土の人」(地元住民)と「風の人」(外部参加者)とのコミュニケーションを通し、身近な地域で見落としていた資源を発見できた。



ステップ2 » グループワークで「地域資源をつなぐ」

ワークショップ形式で資源情報を共有化し編集。資源をつなぐ「モデルコース」を設定した。



資源情報を共有し地域に対する視点も共有することで、新たな集客コンテンツの芽を見発することができた。さらに、モデルコースに展開してみると、資源を線としてつなぐとともに、新たな課題を発見することができた。



ひと味違う久慈旅行を提案できる新たなテーマを得た

参加者
の声

- 無いものではなくあるものを使うことが大切だと思った。
- 生まれ育った地元だが、知らない魅力がいっぱい埋まっていることに気付かされた。
- 風の人たちの着眼点が、土の人間である地元の私たちと違い、新しい見方ができ面白かった。
- 今回みつけたスポットは久慈の観光資源として活かせる可能性が十分があるのでツアー企画に取り込みたい。

活用できる
支援事業の一例

地域ブランド活用
観光促進事業

P39参照



群馬県みどり市
旧大間々町中心市街地等



地域の現状

- 日光方面への観光客が激減し、その影響で隣り合うみどり市への立ち寄りも減少、観光関連事業者は打撃を受けた。さらに、中京以西からの観光客も減少している。
- 合併後なかなか一体化できていない(観光のテーマや目標が未確立)観光振興の方向性を見出す必要がある。

地域の課題

- 市内資源の再評価と活用の戦略構築
 - 観光振興に対する関係者の意識向上
- 【解説】
3町村が合併し6年が経過。平成23年7月～9月に実施された群馬デスティネーションキャンペーン効果で定着しつつある「みどり市=観光地」という住民意識のさらなる向上を図りながら、次年度策定する市の観光振興計画に繋がる取組が求められている。

ステップ1》観光振興に対する自らの位置づけを明確にする

フィールドワークで地域資源を再評価しながら、ターゲットを絞り新しい魅力を打ち出していくなど、具体的かつ実行可能な取組の方向性について検討した。



来て欲しい人と来ている人を考えることで課題が明確になり、何をすべきかを明らかにすることことができた。そのうえで、地域の魅力向上には地域内で連携した取組が必要であることを認識した。



ステップ2》今後の観光振興の方向性と自己評価、連携に向けた方策を検討

ワークショップ形式で自らの組織・団体・活動について点検しながら、市全体の観光振興のあり方を話し合った。



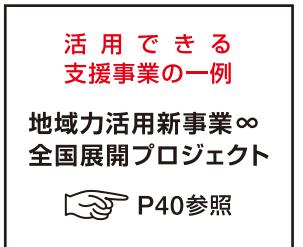
市民が楽しめること、市民がよく知ることが大切であると確認。市民が共有できるみどり市らしさとは何か、そのみどり市らしさをどう観光につなげ、どう取り組むべきか、それぞれの立場を理解しながら協調と連携の重要性を改めて認識できた。



集客対象と出来ることを明確化することで協調と連携の重要性を再認識



- 自分たちの活動についてどのようなことを目指していたのか、改めて確認してみると、課題も明確になった。
- それぞれの施設間連携はあまり意識していなかったが、連携するストーリーや対象者を考え、今後の展開を検討したい。
- ターゲットは意外に近いところにいるのだと気付いた。その結果やるべきことも見えてきた。



宮城県松島町
松島海岸地区



地域の現状

- 被災するも他の沿岸地域に比べると被害は少なく、現在90%程度は復興している状況である。
- そのため、震災前からの観光ニーズの変化に対応したサービスの開発・充実が課題となっている。

地域の課題

- 観光ニーズ変化への対応
- 「食」資源の開発と市場ニーズへの適合

【解説】
松島町では日本三景をはじめ有力な資源を有しているが、「食」については、地域資源として十分な位置づけが行われてこなかった。

ステップ1》食による観光資源強化の可能性と地域の“食”資源開発を検討

ワークショップ形式で、松島の地域資源の中で、食による効果の向上の可能性を検討し、特徴ある地域の食資源を抽出した。



ポテンシャルの高い「未来のお宝」として多種多様な食材が出されたことにより、これまで観光資源とは認識していないかった特色ある資源が、数多く埋もれていることに気づいた。



ステップ2》地域の“食”によるサービス開発を検討

ワークショップ形式で、魅力的な食資源を中心に、松島を楽しめる滞在プランを検討した。



魅力的な食資源と周辺資源と組み合わせ、連携することで、ユニークな地域資源を活用した滞在プランを考案できた。また、素材から滞在プランを考案する経験をすることで、今後、観光客にむけた魅力をつくるためにはどうすればいいのか、という思考スタイルを認識することができた。



「食の松島」としての総合的な食資源開発とプラン造成の機運を醸成することができた



- 宮城に求められていることがわかりやすく、よかったです。
- 松島にこんなに食材があるということに驚かされました。
- 食材一つでいろいろな広がりになったこと、宿泊プラン等を作る際の参考にしたい。





福島県福島市
高湯温泉地区



地域の現状

- リピーターや県内客は戻りつつあるが、県外客や子供連れ客が減少しており、2012年5月期の宿泊客数は前年比44%減。
- 2006年に旅館協同組合で購入したゴルフ場跡地(一部)の資産活用が手つかずの状態。

地域の課題

- ゴルフ場跡地の保全と利活用策の検討

【解説】
組合資産であるゴルフ場跡地の活用策、維持管理、運営方法についてはかねてからの地域課題。自然と温泉を活かした高湯らしい跡地利用を模索している。

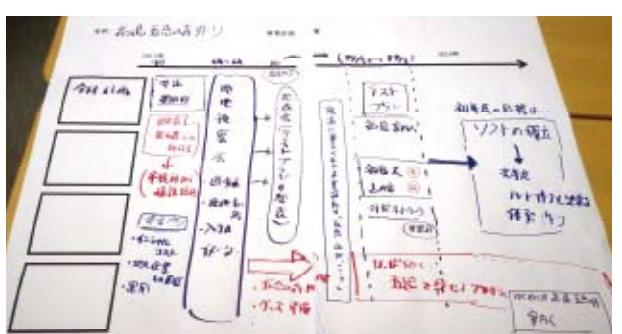
ステップ1》高湯温泉の魅力を高めるゴルフ場跡地の活用イメージを検討

ワークショップ形式で、「ゴルフ場跡地をどうするのか」ではなく、「高湯温泉地の魅力を高めるための広場活用」について検討した。



ステップ2》ゴルフ場跡地のネーミングと取組内容・ステップを検討

ワークショップ形式で、ゴルフ場跡地のネーミング及び事業計画案を検討した。



「高湯五感の森～高湯五感の山がっこう～」整備計画案を作成

参加者の声

- ゴルフ場跡地の方向性、そこでやれうことの意識が共有できた。
- 「ゴルフ場跡地」が「高湯五感の森」という名前になったことで、自分なりにも組織としても、これから何をすべきか明確になった。
- 地元に住んでいて気付かなかったところがいっぱいあった。あらためて高湯のすばらしさを見つけることができた。

活用できる支援事業の一例

農山漁村活性化
プロジェクト支援交付金
 P38参照

地域の
魅力を
伝える

福島県猪苗代町
葉山地区等



地域の現状

- 風評被害による影響は甚大。教育旅行などをはじめ、入り込み客数、宿泊数など大幅な落ち込み状態が続いている。
- ペット観光に関する47事業者で連携を図っているが、一般観光事業者などとの地域連携が弱いのが現状。

ステップ1》地域の魅力を高めるための連携強化を検討

セミナーとパネルディスカッション形式により「地産地消」をテーマに異業種を含めた連携強化と地域の魅力づくりについて検討した。



ステップ2》受け入れ態勢強化のための視点と共同プロモーションを検討

猪苗代周辺地区ペット観光の受け入れ態勢についての課題を引き出し、改善策と共同プロモーションについて検討。



地域共通の取組に対する各施設の関わり方を見いだすことができた

参加者の声

- 地域資源のつながりの必要性と観光地としての意識を改革することの重要性。
- 原発の影響で足踏み状態が続き、先行きが不安で参加してみたが、ペット観光の受け入れをしっかり考えたい。
- 風評被害エリアの共同プロモーション戦略として、HP等での統一化、ターゲット明確化、リピートの確保等の方法が見えてきた。

活用できる支援事業の一例

農商工等連携対策
支援事業
 P36参照



福島県いわき市
湯本地地区



地域の現状

- 原発事故の実害・風評被害など自助努力で克服できない問題からモチベーションが低下。
- 復旧関係者の減少後の観光客への切り替え、観光客との共存が可能かどうか心配。
- 震災後、顧客の変化をつかみ切れず、今後の方針性が見出せない。

地域の課題

- 事業者のモチベーションアップ
- 課題の特定・整理とロードマップ作成

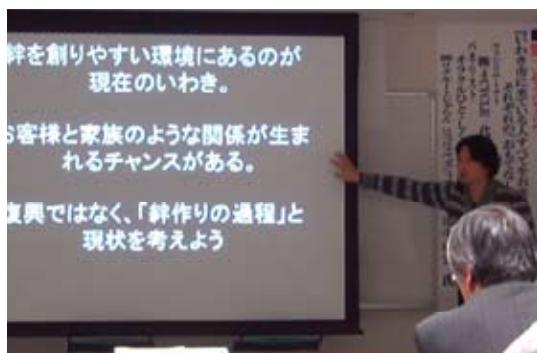
【解説】
事業者のモチベーションアップとともに、震災以降変化した新規客への対応を中心として、課題整理・ロードマップ作りを目指す。

ステップ1 》 新しい着眼点の提示と強み・弱みの検討

セミナーとワークショップ形式で、震災復興関係者も含めたいわき市に来ている人全てをお客様として捉え、永遠のファンにすることの必要性を認識し、観光資源の棚卸しを行った上で強みと弱みを検討した。



今来ている人との絆づくりの重要性を共有できた。また、地域の良さを改めて見直すことができ、今後の取組へのモチベーションアップに繋がった。



ステップ2 》 アピールポイントといわき観光のストーリー検討

ワークショップ形式で、いわきの強みをアピールポイントとして魅力的に伝えるワードを検討した上で、いわきの良さを伝えるストーリーの検討をした。



発信側の一方的な見方ではなく、情報の受け手のことを考えたアピールの必要性を認識。若い女性グループ旅行の可能性や被災地応援ツアーなど、いわき全体で新しい魅力を伝えるためのストーリーを数多く出せたことで、宿泊施設と商店街・飲食店との連携の重要性が共有された。



モチベーションアップ&今後の方針性のヒントを得た

- 参加者の声
- 湯本温泉は今の状況を「不本意な現状」ととらえられていて、その後はどうなるのだろうと多くの人達から心配されている。そうとらえるのではなく、セミナーで学んだ「感性情報※」を探しあてれば多くのヒントがある。
 - 湯本を見直し、活用し、元気な湯本に戻すことを商店街と共にやっていきたい。
 - 湯本全体、いわき全体で新しい魅力を伝える事を考えていくべきだと思った。とても参考になった。

※「感性情報」：買いたい、行きたいという気持ちにさせる情報

活用できる支援事業の一例
中心市街地商業等活性化支援業務等委託費事業
 P31参照



茨城県つくば市
宮前地区



地域の現状

- 筑波山中腹にある地区。30軒ほどの観光関連施設が並ぶ。
- 風評被害により入り込み客数が減少。特に団体客が皆無の状態。
- 一部の観光関連施設において、おもてなしの意識が低く、地区全体のイメージに影響を及ぼしており、全体的に諦めムードが蔓延。モチベーションが低下している。

地域の課題

- 事業者のホスピタリティの向上とモチベーションアップ
 - 地区内事業者連携の促進
- 【解説】**
2010年、地域の問題点に危機意識を持った一部の事業者により「宮前振興会」が発足。定期的な会合を開くものの、問題解決には至らず、方策を模索していた。

ステップ1 》 よいお客さまを増やすために自分達ができる検討

ワークショップ形式で、「自分がお客として嬉しかった体験」「自分達が楽しく仕事できた体験」などを振り返り、それぞれの要因を議論。



仕事を楽しくすることがモチベーションをあげる要因であることに気付き、そのためにはお客さまとのコミュニケーションが重要であることを認識。



ステップ2 》 地区全体でできること・アクションプランを検討

ワークショップ形式で、お客さまとのコミュニケーションをよくするためにできることを検討。



できることとして6つのテーマを設定。それについて「いつ」「誰が」「何をするか」というアクションプランが完成。その日のうちに、アクションプランに沿って行動を起こした人もいた。



課題解決に向けた地区全体の共有意識が生まれ、実行を伴った意識変革に成功

参加者の声

- 自分が客の立場で嬉しかった事、楽しかった事を考えたことで、今までの接客の自分勝手さを思い知った。
- 会合で知り合った方々と具体的にアクションしていきたい。
- 一人一人が筑波山のイメージキャラクター。多くを学び、お客さまに筑波山の良さをアピールしていきたい。

活用できる支援事業の一例
地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト
 P40参照