

◆ 富良野・美瑛観光圏のロードマップ概略案

※下記のロードマップの概略案ステージ1の登録に向けての取り組むべき概略を暫定的に整理したものです。



「ブランド観光地域(仮称)」ステージ1登録(目標)

【凡 例】 : 本補助事業 : 補助事業ではないが取り組むべき事業 : 他の補助事業

◆ 雪国観光圏のロードマップ概略案

※下記のロードマップの概略案ステージ1の登録に向けての取り組むべき概略を暫定的に整理したものです。

		登録目標の目安	1年目(H25年度)	2年目(H26年度)	3年目以降(H27年度～)		
「ブランド観光地域(仮称)」の要件		マイルストーン:(右) 現状の課題:(下)					
1. ブランド価値	日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」(地域独自の価値)を有し、ブランド・コンセプトとして明確化していること	<ul style="list-style-type: none"> 独自の価値である「雪国文化」自体の更なる深堀が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 雪国観光圏としてのブランド戦略全体の方向性や戦略の構築 雪国観光圏としての推進体制の再構築 各種取組・連携体制の枠組み構築・連携強化 				
2. ブランド価値の提供	来訪者が「地域らしさ」を体感できるような地域の魅力創出	<ul style="list-style-type: none"> ●地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取組み 	<ul style="list-style-type: none"> 次世代に向けた景観・地域資源等の維持・保全のあり方、方向性の再整理が必要 景観整備促進のための関係市町村との連携強化及び実践プラン作成 	<ul style="list-style-type: none"> 松之山温泉空間形成プロジェクト 雪国文学散歩道整備事業 	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくり実践プラン作成(雪国観光圏としての景観・地域資源の維持・保全のあり方等検討) スノーカントリーレールの調査・整備 「次の世代に残したい雪国の自然風景」 	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な景観・地域資源の整備・保全の取組強化 	
		<ul style="list-style-type: none"> ●地域ならではの「食」の提供 	<ul style="list-style-type: none"> A級グルメ、朝ごはんPJの「食」の取組推進 農林部局との連携など、行政内の横断的な連携体制強化 	<ul style="list-style-type: none"> 里山料理開発プロジェクト 大地のレストラン運営事業 	<ul style="list-style-type: none"> 「里山料理人」育成事業 雪国の食ブランド認証事業 		
		<ul style="list-style-type: none"> ●宿泊施設の魅力向上への取組 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設における地域のコンシェルジュ機能強化、サービス品質の向上 地域らしさを感じられるような宿泊施設自体の磨き上げ強化 	<ul style="list-style-type: none"> 冬のかまくらで食事提供 おもてなし総合サービス研修 囲炉裏ダイニング・バー事業 			
	受入環境の整備	国内外の来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在できるための	<ul style="list-style-type: none"> ●滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供 	<ul style="list-style-type: none"> 滞在プログラム・コンテンツの内容充実、ブラッシュアップ 滞在プログラム・コンテンツを流通させるための仕組み、情報発信の強化 ガイドの不足(外国人対応含む) 	<ul style="list-style-type: none"> 里山の達人育成事業 体験プログラムの調査・開発事業(小説「雪国」舞台体験、谷川岳エコバイク等) 滞在プログラムモニター調査 雪国湯治滞在プログラム開発事業 里山ビジターセンター囲炉裏設置 	<ul style="list-style-type: none"> 松之山温泉体験プログラム魅力向上 雪国の星空観賞ツアー構築事業 スノーヒーリング体験モニター事業 魚沼から行く尾瀬ルート魅力向上事業 湯之谷温泉郷、苗場山麓ジオパーク 周遊マップ作成事業 	<ul style="list-style-type: none"> 滞在プログラム・コンテンツの造成・ブラッシュアップ、環境整備促進
			<ul style="list-style-type: none"> ●来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口の整備(情報一元化、予約システム、各観光案内所との連携等) コンシェルジュ機能の強化(インバウンド対応含む) 	<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口機能の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口機能の構築・整備 	<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口機能の整備
			<ul style="list-style-type: none"> ●移動手段(二次交通等)の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 二次交通のあり方検討・整備 		<ul style="list-style-type: none"> 周遊観光バス整備事業 二次交通情報システム構築事業 	
			<ul style="list-style-type: none"> ●サービス品質・安全性の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 「宿泊施設」「ガイド等」の品質保証制度であるサクラクオリティの取組強化 	<ul style="list-style-type: none"> ガイド育成・調査 受入品質管理プログラム 品質認証事業 	<ul style="list-style-type: none"> ガイドの育成(外国人対応含む) 体験プログラムの認証と販路拡大 観光品質認証事業 	
3. ブランド管理	ブランド管理を担うマネジメント体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> ●観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォームの存在 	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりマネージャー、行政関係者等のコアメンバーの連携強化、観光地域づくりマネージャー及び候補者、行政担当者等の人材育成 プラットフォームとしての機能強化 		<ul style="list-style-type: none"> 観光地域マネージャー人材研修 		
		<ul style="list-style-type: none"> ●ブランドマネジメント機能 	<ul style="list-style-type: none"> 中長期を見据えたブランド戦略の構築 マーケティング活動の強化(PDCAサイクルの取組と地域内の情報共有、国内外の来訪者ニーズ調査・把握等) 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング調査事業 	<ul style="list-style-type: none"> ブランド観光地域づくり戦略プラン策定 マーケティング調査事業 ブランドデザイン管理事業 	<ul style="list-style-type: none"> PDCAによる内容見直し・改善 	
		<ul style="list-style-type: none"> ●「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信 	<ul style="list-style-type: none"> 【地域外】地域一体の統合的な情報発信の整備、ターゲットに応じた効果的な情報発信の整備 【地域内】地域住民を含む関係者間での地域らしさ、ブランドコンセプトの情報共有と理解促進 	<ul style="list-style-type: none"> プロモーション事業 	<ul style="list-style-type: none"> 雪国観光圏会員構築事業 雪国の生活文化情報発信事業 		
4. 来訪者の評価	地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること	<ul style="list-style-type: none"> ●官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取組み 	<ul style="list-style-type: none"> 連携体制を更に強化するための定期的な議論の場を整備 		<ul style="list-style-type: none"> 雪国観光圏フォーラムの開催 圏域市町村ワークショップの開催 		
		<ul style="list-style-type: none"> ●地域住民の理解と関与 	<ul style="list-style-type: none"> 他産業との連携関係構築 地域の誇りを醸成し、自らが地域づくりに関与するための機運づくり 次世代に向けた地域の誇り醸成 	<ul style="list-style-type: none"> 住民に対する意識啓発事業 			

「ブランド観光地域(仮称)」ステージ1登録(目標)

【凡 例】 : 本補助事業 : 補助事業ではないが取り組むべき事業

◆ ハケ岳観光圏のロードマップ概略案

※下記のロードマップの概略案ステージ1の登録に向けての取り組むべき概略を暫定的に整理したものです。

		登録目標の目安	1年目(H25年度)	2年目(H26年度)	3年目以降(H27年度～)	
「ブランド観光地域(仮称)」の要件		マイルストーン:(右) 現状の課題:(下)				
1. ブランド価値	日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」(地域独自の価値)を有し、ブランド・コンセプトとして明確化していること	<ul style="list-style-type: none"> 価値の差別化が弱く、更なる深掘が必要 天空のリゾートが目指すべき世界観が希薄 		天空のリゾートの世界観をブラッシュアップ (価値のブラッシュアップ)		
2. ブランド価値の提供	来訪者が「地域らしさ」を体感できるような地域の魅力創出	●地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 次世代に向けた自然景観の維持・保全のあり方、方向性の再整理が必要 	森林資源の保全・活用等 (ハケ岳横断歩道整備、創造の森整備、森の小径、不動清水の整備)	森林資源の保全・活用等 (創造の森整備、まるちや湖整備、案内看板整備)	
		●地域ならではの「食」の提供	<ul style="list-style-type: none"> 地域一体で取り組む地産地消の「食」の取組が未整備 農林部局との連携など、行政内の横断的な検討体制 		食のブランド化推進事業 (統一的な食のブランド化検討)	食のブランド化事業の推進
		●宿泊施設の魅力向上への取組	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設における地域のコンシェルジュ機能強化、サービス品質の向上 地域らしさを感じられるような宿泊施設自体の磨き上げとして当該地域の特徴であるペンションの魅力創出(減退傾向) 		宿泊滞在促進事業 (寒いほどお得フェア、オーロラ伝説) ペンション魅力向上のあり方検討 (現状の課題整理、戦略・方針検討)	ペンション魅力向上の取組
	国内外の来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在できるための受入環境の整備	●滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供	<ul style="list-style-type: none"> 滞在プログラム・コンテンツの内容充実、ブラッシュアップ 滞在プログラム・コンテンツを流通させるための仕組み、情報発信の強化 ガイドの不足(外国人対応含む) 	滞在プログラムのモニタリング調査 新たな滞在プログラムの企画・造成促進事業	天空博覧会開催事業 (3シーズン開催費用) 既存コンテンツ強化事業 (湯湯ラリー、ハケ岳そば等)	滞在プログラム・コンテンツの内容充実、PDCAによる既存プランのブラッシュアップ等
		●来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備	<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口の整備(情報一元化、予約システム、各観光案内所との連携等) コンシェルジュ機能の強化(インバウンド対応含む) 		ワンストップ窓口のあり方検討 (現状の課題整理、整備の方向性検討、既存観光協会等との連携体制構築、コンシェルジュ機能強化)	ワンストップ窓口の整備
		●移動手段(二次交通等)の確保	<ul style="list-style-type: none"> 二次交通のあり方検討・整備 	ハケ岳おもてなしツールの作成と研修	二次交通整備に向けた実証実験事業 (清里ピクニックバス、セグエイ、鉢巻リゾートバスの実証実験) 小海線車両ガイド実証実験事業 (小海線ガイドの導入検討)	
●サービス品質・安全性の確保	<ul style="list-style-type: none"> 「宿泊施設」「ガイド等」の品質保証制度等の整備 	ガイドの育成事業 (ネイチャーガイド、サイクリングガイド、ホーストレッキングガイド、QOL向上検証) 富士見・原村ガイド育成事業	ガイド等の品質保証制度のあり方検討 宿泊施設の品質保証制度のあり方検討			
●外国人受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 公共施設における外国人受入環境の整備(多言語化、WiFiスポット整備など) 民間事業者における外国人受入環境の整備 		外国人受入環境の課題整理・整備内容検討	外国人受入環境の整備		
3. ブランド管理	マネジメント体制の確立	●観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォームの存在	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりマネージャー、行政関係者等のコアメンバーの連携強化、観光地域づくりマネージャー及び候補者、行政担当者等の人材育成 プラットフォームとしての機能強化 	人材育成事業	プラットフォームの財源確保の方向性検討	
		●ブランドマネジメント機能	<ul style="list-style-type: none"> 中長期を見据えたブランド戦略の構築 マーケティング活動の強化(PDCAサイクルの取組と地域内の情報共有、国内外の来訪者ニーズ調査・把握等) 	マーケティング調査事業 (満足度調査、ギャップ調査)	ブランド戦略策定事業 (エリア全体のブランド戦略等の検討)	PDCAによる見直し・改善等
	●「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信	<ul style="list-style-type: none"> 【地域外】地域一体の統合的な情報発信の整備、ターゲットに応じた効果的な情報発信の整備 【地域内】地域住民を含む関係者間での地域らしさ、ブランドコンセプトの情報共有と理解促進 	戦略的発信機能の構築と整備事業 (空間マップ作成、アプリ開発、HP情報一元管理開発)	戦略的発信機能の構築と整備事業 (アプリ・HP等の維持管理) 国外に向けた情報発信の戦略策定 地域内への情報発信のあり方検討	国外に向けた情報発信 地域内への情報発信	
地域連携	●官民・産業界・地域間との連携による地域一体の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 連携体制を更に強化するための定期的な議論の場を整備 		他産業、移住者との連携体制構築強化		
	●地域住民の理解と関与	<ul style="list-style-type: none"> 他産業との連携関係構築 地域の誇りを醸成し、自らが地域づくりに関与するための機運づくり 次世代に向けた地域の誇り醸成 	住民意識啓発事業	住民意識啓発事業 (観光地域づくり主体ワークショップ開催、郷土学習のための意識啓発専用冊子の作成)		
4. 来訪者の評価	地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること					

「ブランド観光地域(仮称)」ステージ1登録(目標)

【凡 例】 : 本補助事業 : 補助事業ではないが取り組むべき事業

◆ にし阿波～剣山・吉野川観光圏のロードマップ概略案

※下記のロードマップの概略案ステージ1の登録に向けての取り組むべき概略を暫定的に整理したものです。

		登録目標の目安	1年目(H25年度)	2年目(H26年度)	3年目以降(H27年度～)	
「ブランド観光地域(仮称)」の要件		マイルストーン:(右) 現状の課題:(下)	<ul style="list-style-type: none"> ●にし阿波としてのブランド戦略全体の方向性や戦略の構築 ●各種取組・連携体制の枠組み構築・連携強化(2市2町の連携体制強化及び、他産業との連携構築含む) 			
1. ブランド価値	日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」(地域独自の価値)を有し、ブランド・コンセプトとして明確化していること	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 価値の深堀 →世界農業遺産を目指す取組を深度化 →地域システムとして一体的な維持保全、次世代への継承の取組を仕組化 		<ul style="list-style-type: none"> 多様性農業システム発展事業 ブランド維持・管理事業 (コンセプトブック作成、PR映像等) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ブランド戦略プランに基づく各種取組・連携体制の強化 ●マーケティング強化による来訪者評価の獲得(インバウンド集客・受入含む) 	
2. ブランド価値の提供	地域の魅力創出 来訪者が「地域らしさ」を体感できるような	●地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域本来の自然景観・集落景観への修景 ➢ 地域住民、外部協力者による農村集落保全の仕組化 ➢ 景観形成・インフラ整備等について、整備主体となる行政内の横断的な検討体制 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波景観形成調査事業 歴史的風景地区維持向上事業【国交省】 三好市景観条例・景観保全事業【国交省】 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波景観形成調査事業 2市2町ハード整備連携促進検討・連携体制構築 	
		●地域ならではの「食」の提供	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地産地消の「食」の取組を仕組化、地産地消メニュー不足、次世代への継承を含め、地域の食文化、伝統農法などの保全・維持の取組 ➢ 農林部局との連携など、行政内の横断的な検討体制 	<ul style="list-style-type: none"> 滞在促進地区宿泊サービス改善向上事業 (地産地消メニュー開発・販売及び企業化支援) 	<ul style="list-style-type: none"> 滞在促進地区宿泊サービス改善向上事業 (地産地消メニュー開発・発信) 風景街道まほろば魅力向上事業 	
		●宿泊施設の魅力向上への取組	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 宿泊施設における地域のコンシェルジュ機能強化、サービス品質の向上 ➢ 地域らしさを感じられるような宿泊施設自体の磨き上げ(場の設えなど) 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設魅力グレードアップ事業 (宿泊施設による滞在プログラムの販売、プラン作成) 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設の魅力向上のあり方検討 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設の魅力向上事業
	受入環境の整備 国内外の来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在できるための	●滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 滞在プログラム・コンテンツの内容充実、ブラッシュアップ ➢ 滞在プログラム・コンテンツを流通させるための仕組み、情報発信の強化 ➢ ガイドの養成 	<ul style="list-style-type: none"> ガイド養成・コンテンツ等作成事業 剣山ミステリースポット魅力創造事業 剣山再発見・古代ロマン探求事業 ブランド体現達人コンテンツパンフレット作成等事業 	<ul style="list-style-type: none"> ガイド養成・コンテンツ等作成事業 剣山ミステリースポット魅力創造事業 観光圏ニューツーリズム商品開発事業 交流地区魅力向上事業 コンセプトロード整備発信事業 	
		●来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ワンストップ窓口の整備(情報一元化、予約システム、各観光案内所との連携等) ➢ コンシェルジュ機能の強化(インバウンド対応含む) ➢ 観光協会等の関係者間の連携体制強化 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波コンシェルジュ機能強化事業 (ワンストップ窓口構築調査、予約システム導入) 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波コンシェルジュ機能強化事業 (グランドデザイン案検討、サイト構築調査) 	
		●移動手段(二次交通等)の確保	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 二次交通の整備 ➢ 歩くための環境整備 	<ul style="list-style-type: none"> 二次交通推進事業 (滞在促進地区内における二次交通のあり方調査) 	<ul style="list-style-type: none"> 二次交通推進事業 (滞在促進地区内における二次交通のあり方調査) 	<ul style="list-style-type: none"> 二次交通の整備事業 (実証実験、交通機関との調整等)
●サービス品質・安全性の確保	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「宿泊施設」「ガイド等」の品質保証制度等の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 滞在促進地区宿泊サービス改善向上事業 (観光品質基準策定) 	<ul style="list-style-type: none"> ガイド等の品質保証制度のあり方検討 外国人受入環境の課題整理・整備内容検討 (再掲)にし阿波コンシェルジュ機能強化事業 (訪日旅行向け情報発信サイトの構築) 			
●外国人受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 公共施設における外国人受入環境の整備(多言語化、WIFIスポット整備など) ➢ 民間事業者における外国人受入環境の整備 					
3. ブランド管理	マネジメント体制の確立 持続的に地域のブランド管理を担う	●観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォームの存在	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光地域づくりマネージャー、行政関係者等のコアメンバーの連携強化、観光地域づくりマネージャー及び候補者、行政担当者等の人材育成 ➢ そらの郷のプラットフォームとしての機能強化 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波観光まちづくり活動推進事業 (地域資源調査、人材発掘育成、先進地視察等) 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波観光まちづくり活動推進事業 (観光まちづくり検討会、観光地域づくりマネージャー研修) 	
		●ブランドマネジメント機能	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中長期を見据えたブランド戦略の構築 ➢ マーケティング活動の強化(PDCAサイクルの取組と地域内の情報共有、国内外の来訪者ニーズ調査・把握等) 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング調査事業 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波ブランド化計画調査事業 (ブランド戦略、ロードマップ策定等) 	<ul style="list-style-type: none"> にし阿波ブランド化計画調査事業 (ブランド戦略等のPDCAによる見直し・改善等)
	地域連携 地域の多様な関係者との	●「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 【地域外】地域一体の統合的な情報発信の整備、ターゲットに応じた効果的な情報発信の整備(インバウンド向けの統合的な情報発信ツールの整備など) ➢ 【地域内】地域住民を含む関係者間での地域らしさ、ブランドコンセプトの情報共有と理解促進 	<ul style="list-style-type: none"> 戦略的情報発信事業 (海外向け情報発信、コンセプトブック等) 	<ul style="list-style-type: none"> 戦略的情報発信事業 (インバウンド・ASEAN情報発信、旅行商品造成強化) 戦略的情報発信事業 (国内:ツーリズムEXPOジャパン出展) 戦略的情報発信事業 (あわこい!集客情報発信) 	
		●官民・産業界・地域間との連携による地域一体の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 連携体制を更に強化するための定期的な議論の場を整備 		<ul style="list-style-type: none"> 地域内への情報発信のあり方検討 コアメンバー及び地域関係者との連携・検討体制を整備 	<ul style="list-style-type: none"> 地域内への情報発信強化 コアメンバー及び地域関係者との連携・検討体制強化
●地域住民の理解と関与	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 世界農業遺産を契機とし、地域の誇りと自信を取り戻し、自らが地域づくりに関与するための機運づくり ➢ 学校等の教育関係者と連携した郷土学習の場づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 住民に対する意識啓発事業 	<ul style="list-style-type: none"> 住民に対する意識啓発事業 			
4. 来訪者の評価	地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること					

「ブランド観光地域(仮称)」ステージ1登録(目標)

【凡 例】 :本補助事業 :補助事業ではないが取り組むべき事業 :他の補助事業

◆ 阿蘇くじゅう観光圏のロードマップ概略案

※下記のロードマップの概略案ステージ1の登録に向けての取り組むべき概略を暫定的に整理したものです。

		登録目標の目安	1年目(H25年度)	2年目(H26年度)	3年目以降(H27年度～)		
「ブランド観光地域(仮称)」の要件		マイルストーン:(右) 現状の課題:(下)	<ul style="list-style-type: none"> ●世界農業遺産の認定 ●世界ジオパークネットワーク国内候補地 ●内閣府の地域活性化総合特区区域指定(千年の草原継承と創造的活用総合特区) 	<ul style="list-style-type: none"> ●2014年秋:世界ジオパーク認定 ●ブランド戦略全体の方向性や戦略の構築 ●外国人受入環境の整備強化 ●民間事業者との連携体制構築強化 	<ul style="list-style-type: none"> ●ブランド戦略プランに基づく各種取組・連携体制の強化 ●マーケティング強化による来訪者評価の獲得(インバウンド集客・受入含む) 		
1. ブランド価値	日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」(地域独自の価値)を有し、ブランド・コンセプトとして明確化していること	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 価値の深堀(名実ともに日本を代表する価値であることを実証) 		<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">世界ジオパーク認定、千年の草原継承等の取組を通じた価値の深堀</div>			
2. ブランド価値の提供	来訪者が「地域らしさ」を体感できるような 地域の魅力創出	<ul style="list-style-type: none"> ●地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取組み 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 内ノ牧温泉地区の温泉街の景観形成促進 ➢ 地域住民、外部協力者による保全の仕組化 ➢ 景観形成・インフラ整備等について、整備主体となる行政内の横断的な検討体制 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">案内板設置・修景 (奥豊後オURRE、阿蘇カルデラ)</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">草原再生後継者育成活動</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">主たる滞在促進地区の空間形成</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">高千穂めぐり誘導案内システム構築</div>		
		<ul style="list-style-type: none"> ●地域ならではの「食」の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地産地消の「食」の取組を仕組化 ➢ 農林部局との連携など、行政内の横断的な検討体制 		<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇スローフードフェスタ開催</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">地産地消による「食」の仕組検討 (地域一体によるあり方を検討)</div>		
		<ul style="list-style-type: none"> ●宿泊施設の魅力向上への取組 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 宿泊施設における地域のコンシェルジュ機能強化、サービス品質の向上 ➢ 地域らしさを感じられるような宿泊施設自体の磨き上げ(場の設えなど) 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">滞在強化検討</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">滞在強化検討(宿コンシェルジュ等)</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">宿泊施設自体の魅力創出の取組検討</div>		
		<ul style="list-style-type: none"> ●滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 滞在プログラム・コンテンツの内容充実、ブラッシュアップ ➢ 滞在プログラム・コンテンツを流通させるための仕組み、情報発信の強化 ➢ ガイドの養成 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇カルデラツアー催行の充実</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">滞在プログラム開発等 (阿蘇カルデラ、草原活用プログラム、秋元集落等)</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇火山博物館映像システム改良</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇カルデラツアー催行の充実</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">滞在プログラム開発 (阿蘇カルデラ、ホーストレッキング、秋元集落等)</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">道の駅そよ風パーク魅力アップ</div>		
	国内外の来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在できるための 受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ワンストップ窓口の整備 ➢ コンシェルジュ機能の強化(インバウンド対応含む) 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">観光窓口機能の確立</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇・旅の市場(阿蘇ナビ)機能強化</div>			
		<ul style="list-style-type: none"> ●移動手段(二次交通等)の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 二次交通の整備 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">二次交通機能検討</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">循環バスカラーリング・多言語化</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">循環バスカラーリング・多言語化</div>		
		<ul style="list-style-type: none"> ●サービス品質・安全性の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「宿泊施設」「ガイド等」の品質保証制度等の整備 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">ガイド育成・ガイド連携システム</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">地域コンシェルジュ育成研修</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">ガイド育成・連携事業</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">地域コンシェルジュ育成研修</div>		
		<ul style="list-style-type: none"> ●外国人受入環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 公共施設における外国人受入環境の整備(多言語化、WIFIスポット整備など) ➢ 民間事業者における外国人受入環境の整備 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">多言語化対応事業 (南阿蘇トロッコ列車、奥豊後オURRE)</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">宿泊施設への多言語音声ペン設置</div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">外国人受入環境整備の促進</div>	
		持続的に地域のブランド管理を担う マネジメント体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> ●観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォームの存在 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光地域づくりマネージャー、行政関係者等のコアメンバーの連携強化、観光地域づくりマネージャー及び候補者、行政担当者等の人材育成 ➢ プラットフォームとしての機能強化 		<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">人材育成事業</div>	
			<ul style="list-style-type: none"> ●ブランドマネジメント機能 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中長期を見据えたブランド戦略の構築 ➢ マーケティング活動の強化(PDCAサイクルの取組と地域内の情報共有、国内外の来訪者ニーズ調査・把握等) 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">滞在モニタリング調査</div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">滞在モニタリング調査</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">ブランド戦略の策定等</div>	
<ul style="list-style-type: none"> ●「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 【地域外】地域一体の統合的な情報発信の整備、ターゲットに応じた効果的な情報発信の整備(インバウンド向けの統合的な情報発信ツールの整備など) ➢ 【地域内】地域住民を含む関係者間での地域らしさ、ブランドコンセプトの情報共有と理解促進 		<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">観光プロモーション活動</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">観光ビジュアルイメージ創出</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇温泉郷イメージ創出</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">観光ツーリストマップ作成</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">観光プロモーション活動</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">観光ビジュアルイメージ創出</div> <div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇温泉郷イメージ創出</div>			
<ul style="list-style-type: none"> ●官民・産業界・地域間との連携による地域一体の取組み 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 連携体制を更に強化するための定期的な議論の場を整備 		<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇くじゅうブランドセミナー開催</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇くじゅうブランドセミナー開催</div>			
地域の多様な関係者との 地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ●地域住民の理解と関与 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域住民が地域の誇りと自信を取り戻し、自らが地域づくりに関与するための機運づくり ➢ 学校等の教育関係者と連携した郷土学習の場づくり 	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇ジオパーク地域住民啓発</div>	<div style="border: 1px solid purple; padding: 2px;">阿蘇ジオパーク地域住民啓発</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">次世代に向けた郷土学習の取組</div>			
	4. 来訪者の評価	地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること					

「ブランド観光地域(仮称)」ステージ1登録(目標)

【凡 例】 : 本補助事業 : 補助事業ではないが取り組むべき事業

◆ 「海風の国」佐世保・小値賀観光圏のロードマップ概略案

※下記のロードマップの概略案ステージ1の登録に向けての取り組むべき概略を暫定的に整理したものです。

		登録目標の目安	1年目(H25年度)	2年目(H26年度)	3年目以降(H27年度～)	
「ブランド観光地域(仮称)」の要件		マイルストーン:(右) 現状の課題:(下)	<ul style="list-style-type: none"> 佐世保・小値賀観光圏としてのブランド戦略全体の方向性や戦略の構築 各種取組・連携体制の枠組み構築・連携強化 外国人受入環境の整備強化 民間事業者との連携体制構築強化 		<ul style="list-style-type: none"> ブランド戦略プランに基づく各種取組・連携体制の強化 マーケティング強化による来訪者評価の獲得(インバウンド集客・受入含む) 	
1. ブランド価値	日本を代表する、他地域と差別化された「地域らしさ」(地域独自の価値)を有し、ブランド・コンセプトとして明確化していること	<ul style="list-style-type: none"> 価値の深堀 →世界農業遺産を目指す取組を深度化 →地域システムとして一体的な維持保全、次世代への継承の取組を仕組化 	ブランドコンセプトのブラッシュアップ			
2. ブランド価値の提供	来訪者が「地域らしさ」を体感できるような 地域の魅力創出	<ul style="list-style-type: none"> 地域独自の景観形成・地域資源の保全等の取組み 	<ul style="list-style-type: none"> 地域本来の自然景観・集落景観への修景 地域住民、外部協力者による農村集落保全の仕組化 景観形成・インフラ整備等について、整備主体となる行政内の横断的な検討体制 		<ul style="list-style-type: none"> 景観等の改善・魅力維持・向上事業 (創造の森整備、入笠山整備、眺望案内板) 	
		<ul style="list-style-type: none"> 地域ならではの「食」の提供 	<ul style="list-style-type: none"> 地産地消の「食」の取組を仕組化、地産地消メニュー不足、次世代への継承を含め、地域の食文化、伝統農法などの保全・維持の取組 農林部局との連携など、行政内の横断的な検討体制 		<ul style="list-style-type: none"> 地産地消による「食」の仕組検討 (地域一体によるあり方を検討) 	
		<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設の魅力向上への取組 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設における地域のコンシェルジュ機能強化、サービス品質の向上 地域らしさを感じられるような宿泊施設自体の磨き上げ(場の設えなど) 		<ul style="list-style-type: none"> 宿泊拡大企画開発事業 	
	国内外の来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在できるための 受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 滞在交流型観光を推進するための滞在コンテンツ・プログラムの造成・提供 	<ul style="list-style-type: none"> 滞在プログラム・コンテンツの内容充実、ブラッシュアップ 滞在プログラム・コンテンツを流通させるための仕組み、情報発信の強化 ガイドの養成 	<ul style="list-style-type: none"> ブランドコンセプト体感のための滞在コンテンツ企画 	<ul style="list-style-type: none"> 事業可能性調査 (遊漁船、佐世保港クルーズ、観光バス、宇久・小値賀クルーズ) 滞在コンテンツ・プログラム企画造成 	
		<ul style="list-style-type: none"> 来訪者及び市場に対するワンストップ窓口の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口の整備(情報一元化、予約システム、各観光案内所との連携等) コンシェルジュ機能の強化(インバウンド対応含む) 観光協会等の関係者間の連携体制強化 		<ul style="list-style-type: none"> ワンストップ窓口予約システム構築 コンシェルジュ機能の強化 	
		<ul style="list-style-type: none"> 移動手段(二次交通等)の確保 サービス品質・安全性の確保 外国人受入環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 二次交通の整備 歩くための環境整備 「宿泊施設」「ガイド等」の品質保証制度等の整備 公共施設における外国人受入環境の整備(多言語化、WIFIスポット整備など) 民間事業者における外国人受入環境の整備 		<ul style="list-style-type: none"> 観光バス整備事業 【再掲】事業可能性調査 (遊漁船、佐世保港クルーズ、観光バス、宇久・小値賀クルーズ) おもてなし講演会事業 させぼ観光マスター検定事業 外国人受入環境整備の課題等の検討・整備の方向性検討 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人受入環境整備促進
3. ブランド管理	持続的に地域のブランド管理を担う マネジメント体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりマネージャーと観光地域づくりプラットフォームの存在 	<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくりマネージャー、行政関係者等のコアメンバーの連携強化、観光地域づくりマネージャー及び候補者、行政担当者等の人材育成 そらの郷のプラットフォームとしての機能強化 		<ul style="list-style-type: none"> 人材育成事業 組織等基盤づくり事業 	
		<ul style="list-style-type: none"> ブランドマネジメント機能 	<ul style="list-style-type: none"> 中長期を見据えたブランド戦略の構築 マーケティング活動の強化(PDCAサイクルの取組と地域内の情報共有、国内外の来訪者ニーズ調査・把握等) 	<ul style="list-style-type: none"> 地域ビジョン策定及び具現化プロセス設計 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング調査事業 地域ビジョン策定 (ワークショップによる観光地域ビジョンの策定) 	
	地域の多様な関係者との 地域連携	<ul style="list-style-type: none"> 「ブランド・コンセプト」に基づく、地域内外への統合的な情報共有・発信 	<ul style="list-style-type: none"> 【地域外】地域一体の統合的な情報発信の整備、ターゲットに応じた効果的な情報発信の整備(インバウンド向けの統合的な情報発信ツールの整備など) 【地域内】地域住民を含む関係者間での地域らしさ、ブランドコンセプトの情報共有と理解促進 		<ul style="list-style-type: none"> 体験型プログラム集パンフレット制作 観光圏ホームページ制作事業 外国人向け情報発信事業 観光圏総合パンフレット制作事業 	
		<ul style="list-style-type: none"> 官民・産業間・地域間との連携による地域一体の取組み 地域住民の理解と関与 	<ul style="list-style-type: none"> 連携体制を更に強化するための定期的な議論の場を整備 世界農業遺産を契機とし、地域の誇りと自信を取り戻し、自らが地域づくりに関与するための機運づくり 学校等の教育関係者と連携した郷土学習の場づくり 		<ul style="list-style-type: none"> 観光地域づくり情報発信・共有事業 九十九島の日啓発事業 	
4. 来訪者の評価	地域側の各種取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていること					

「ブランド観光地域(仮称)」ステージ1登録(目標)

【凡 例】 : 本補助事業 : 補助事業ではないが取り組むべき事業