

【「滞在プログラム（着地型観光）推進セミナー」実施報告書】

5. PDCAサイクル、品質向上策の広報・啓発

1) 広報・啓発方法

本事業にて策定したPDCAサイクル・品質向上策について、広く活用されるよう、地域関係者に向けてシンポジウムを開催し、普及・啓発を行った。

2) シンポジウム「滞在プログラム（着地型観光）推進セミナー」の実施

シンポジウムの実施内容は、以下の実施報告書の通りである。

■シンポジウム「滞在プログラム（着地型観光）推進セミナー」実施報告書

1. 実施概要

日 時：平成25年3月11日(月) 13:00～16:00

場 所：株式会社リクルートホールディングス GINZA8ビル 11階ホール

参加者：観光事業関係者(行政・団体職員、旅行業など) 132名

内 容：

1日目(2月5日)

No.	時間	内容
1	13:00	開会
2	13:00～	開会にあたってのご挨拶／観光庁観光地域振興部長 瀧本徹 氏
3	13:10～	基調講演「地域づくりと、滞在プログラム」／立教大学特任教授 清水慎一 氏 <50分>
4	14:00～	休憩 <15分>
5	14:15～	地域の実践事例に学ぶ「地域の魅力を高める滞在プログラムづくり」 地域発表① 志摩市(三重県)「冬季オフシーズンに冬の海の味覚と歴史を組み合わせた街歩きプログラムづくり」／志摩自然学校校長 生賀照央 氏 <25分>
6	14:40～	地域発表② 上山温泉(山形県)「温泉を活用した長期滞在の健康増進プログラム」 ／上山市観光物産協会常務理事 事務局長 馬場誠 氏 <25分>
7	15:05～	地域発表③ 内子町(愛媛県)「芝居小屋「内子座」など、気ままに回る「うちこ町あるき・楽ちんプラン」／内子町 町並・地域振興課 課長補佐 中岡典子 氏 <25分>
8	15:30～	滞在プログラム推進のためのPDCAサイクル推進について ／加藤史子(じゃらんリサーチセンター) <25分>
10	15:55～	事務連絡(アンケート記入) 閉会

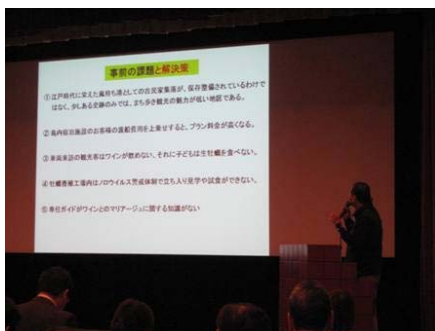
2. 実施風景

(1)基調講演:「地域づくりと、滞在プログラム」立教大学特任教授 清水慎一 氏



(2) 地域発表：「地域の実践事例に学ぶ『地域の魅力を高める滞在プログラムづくり』」

① 志摩市（三重県）



② 上山温泉（山形県）



③ 内子町（愛媛県）



(3) 滞在プログラム推進のための PDCA サイクル推進について



【「滞在プログラム（着地型観光）推進セミナー」アンケート結果報告】

3) シンポジウム実施結果の評価

シンポジウムの実施結果について参加者アンケートにより評価を得た。
評価結果は、以下のシンポジウム結果報告の通りである。

■シンポジウム「滞在プログラム（着地型観光）推進セミナー」アンケート結果報告

1. アンケート調査の概要

- 1) 実施日 平成 25 年 3 月 11 日
- 2) 対象者 シンポジウム参加者 132 名
- 3) 回収数 111 名
- 4) 調査内容 基調講演、地域発表等について以下の 4 段階で評価

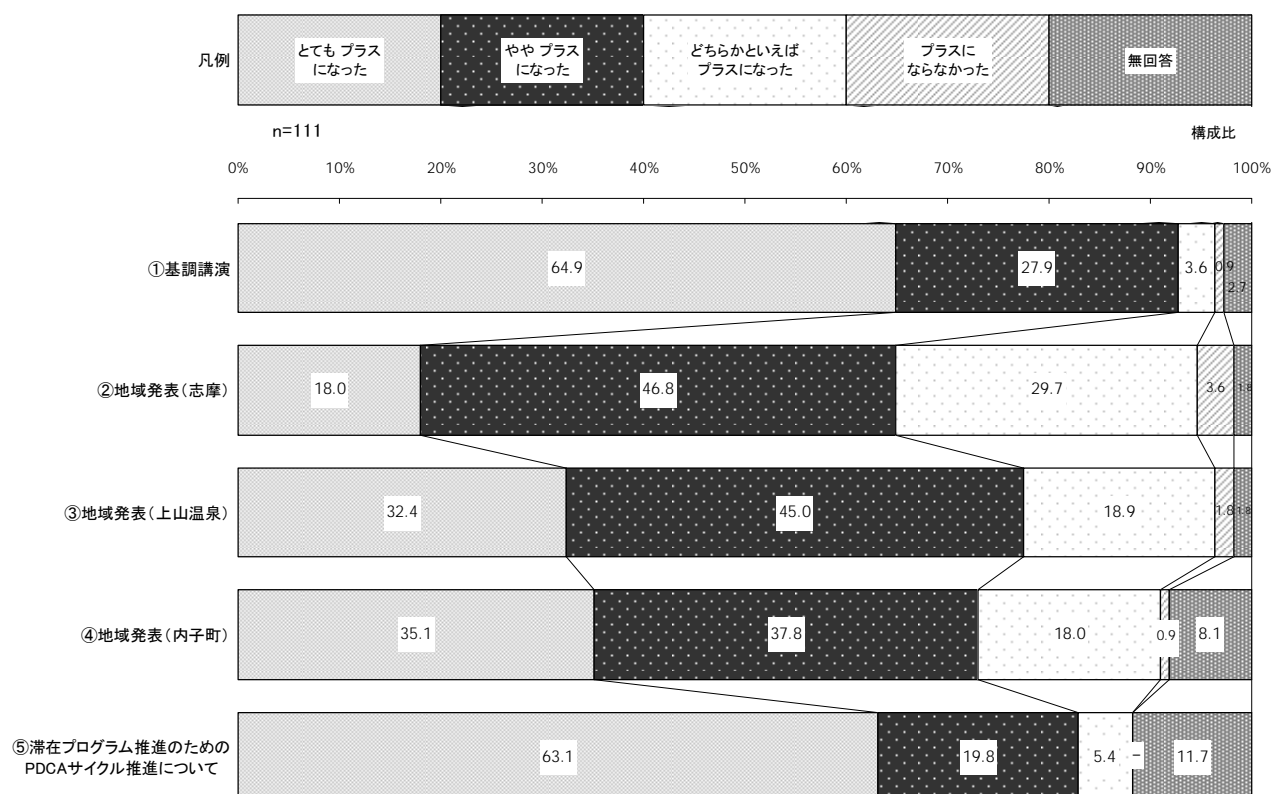
- 「とてもプラスになった」
- 「ややプラスになった」
- 「どちらかといえばプラスになった」
- 「プラスにならなかった」
- ・ 意見、感想もあわせて取得

2. アンケート調査結果

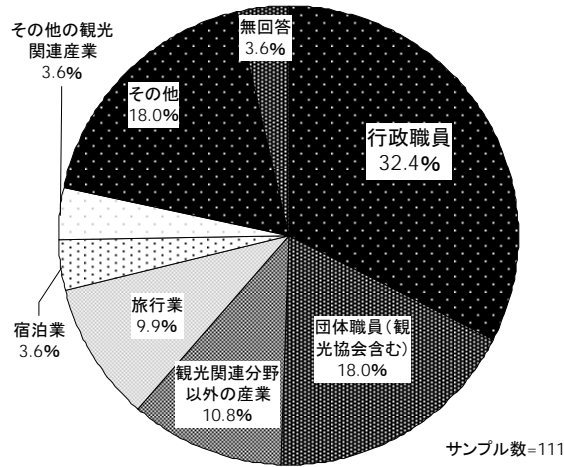
1) アンケート集計結果

(1) 集計対象とした内容

- ①基調講演「地域づくりと、滞在プログラム」
- ②地域発表～志摩（三重県）
- ③地域発表～上山温泉（山形県）
- ④地域発表～内子町（愛媛県）
- ⑤滞在プログラム推進のための PDCA サイクル推進について
- ⑥セミナー全体の意見、感想（フリーコメント）
- ⑦参加者の職業



⑦参加者の職業



(2) 各内容に対する意見・感想（抜粋）

①基調講演

- 地域のDNAを知り、それを伝える滞在プログラムを作る。その一連の経過全体にこそ意味があるというお話が印象に残った。観光の魅力は「非日常」体験ではなく、自分の地元とはちょっと違う暮らしを知る楽しみなのかもしれないと思った。
- 私は観光団体の職員であり地元地域に対して、とにかく押し付けのような感じで観光地域づくりをしがちであったが、今後は地域のやる気をうまく引き出しながら取り組んでいきたい。
- とても役立った。これからどのように役立てるかは自分だけでなく町全体で話し合っていきたい。
- 地域一体の大切さを再認識した。
- 全体的に取り組んでいかなければならないことを再認識した。行政としてどのように行っていけば横断的に取り組めるのか。行政だけが頑張っても、地元商店街が一緒になってがんばっていくという思いがない。行政として引き出す力を身につけなければならないと感じた。
- 各々がそれぞれ取り組むのではなく、同じ目標を持って連動することが大切だということを感じて改めた。

②地域発表～志摩市（三重県）

- よそ者目線の滞在型観光開発が参考になった。
- 志摩が持つ歴史的背景をつなげた「食」の観光スタイルが魅力的だと思った。
- プログラム自体は地域資源を活用しているので真新しさはないが、宿泊（チェックイン）してからの短い時間での申し込みに対応できるのは素晴らしいと思う。課題も整理されていて、事前の情報発信、告知方法など今後どのような手段を使っていくのが注目したい。

③地域発表～上山温泉（山形県）

- いつでも、だれでも、ひとりでも実行できるプログラムが素晴らしく、クアオルト「気候性地形療法」という新しいプログラムネーミングが素晴らしい。
- 暮色ウォーキング⇒当日申し込める、楽な気分で楽しくなれそう！暮色に対する興味を感じる。複数の人の考え、感想、アイデアは非常に参考になることが多かった。

④地域発表～内子町（愛媛県）

【「滞在プログラム（着地型観光）推進セミナー」アンケート結果報告】

- 行政と民間（地域）との関係が含まれていてわかりやすかった。
- 内子の経緯～現状、課題を踏まえた商品開発という説明の流れで非常に分かりやすかった。地元商店街との連携なども参考になった。
- 地元の理解が得られ、地域がお客を迎え入れることが必要なのはよく分かっていても、実際に商店街の理解を得るのは難しく、利益につながるのはもっと難しいのが分かった。
- 相当な努力をしている。観光素材をいかに活かすか、行政としてはここまでで十分。あとは地域が主導とならないと、これ以上の振興は望めない。役所主導意識を変える意識をさせるべきだと思った。
- 内子でも地域内が統一できていない、ということで、着地型商品での地域の一体化の難しさを感じた。その中でこの商品は立派だと思う。
- 細かく人と人をつなげていった結果であると大変感心した。県外から集客も多く、現在に至るまでのプロセスに興味を持てた。

⑤滞在プログラム推進のためのPDCAサイクル推進について

- PDCAサイクル推進は非常に分かりやすかった。各地の着地商品の開発・販売・実施において本資料をテキストに今後も参考にしたい。
- PDCAのうち、特に“C”“A”の必要性を学習した。
- 課題が多く、不確定要素にいろいろ左右される着地型、滞在プログラムの開発であるが、これがずいぶんと体系化されていて分かりやすい。
- PDCAサイクルが簡潔にまとまっていて分かりやすかったし、気付かされた点多かった。
- 着地型観光は一つ一つのステップを踏み、地道に取り組むしかないと理解した。
- 地域の担い手及び関係者へのインセンティブをどのようなものを与えられるかによって継続できるか否かの要因であるとの意見には同感。お金だけではない対価を共有することによってモチベーションが維持できると思う。
- 観光関連事業者・その他すべての地元を盛り上げたいと思っている人に読んでほしい資料である。

⑥セミナー全体について

- 勉強になった。本日議論されたような取り組みが日本全土で行われればよいなと強く思う。自身も当事者として努めていきたい。
- 大変必要なセミナーだった。地域の発表も苦勞が感じられ、大変であることも理解できる。
- 講演、地域発表に共通して、住民が誇りに思える街づくりが核となると思った。観光客のためだけでなく、住民のための取り組みが将来的に観光振興にむすびつく素晴らしいと思う。
- これまで続けてきた従来型の観光から着地型へ変えていくには短時間では難しいが、今回のセミナーを参考にさせていただき、取り組んでいきたい。官民全体の意識変革が必要であると感じた。
- 地域の魅力を発信する側（地元の方々）が満足して、はじめて観光者が来て観て満足できるプランが立てられるのだなと実感し、外部から訪れる客を見つめるのではなく、観光地を見つめ直すことが必要なのだなと改めて感じた。

4) 実施結果について

本事業で取り組んだP D C Aサイクル、品質向上策について広報し、啓発を行うためにシンポジウムを開催した。多くの関係者に効率的、効果的に事業成果を認知させ、活用を促進するためにシンポジウムとした。

シンポジウムでは有識者委員会委員長の立教大学 清水特任教授が基調講演「地域づくりと、滞在プログラム」を行い、P D C Aサイクル推進の事例として支援対象地域である三重県志摩市から「冬季オフシーズンに冬の海の味覚と歴史を組み合わせた街歩きプログラムづくり」、山形県上山市から「温泉を活用した長期滞在の健康増進プログラム」、愛媛県内子町から「芝居小屋「内子座」など、気ままに回る「うちこ町あるき・楽ちんプラン」の取り組み内容が発表された。

そして、本事業の取り組み結果に基づき作成した「地域発 滞在プログラムの手引き」の主なポイントが説明された。

シンポジウムには、観光事業関係者（行政・団体職員、旅行業など）132人が参加し、多くの参加者からプラスになったとの感想を得た。

このようにシンポジウムにより多くの観光事業関係者に対してP D C Aサイクル、品質向上策が広報することができている。

5) 参考資料 (シンポジウム「滞在プログラム (着地型観光) 推進セミナー」の配布資料)

■ 基調講演: 「地域づくりと、滞在プログラム」

滞在プログラムと地域振興

平成25年 3月 11日

立教大学特任教授

清水慎一

会津との絆が「道の駅よつくら港」を復活

平成22年7月グランドオープン(NPO法人よつくらぶ運営、半年で来館者30万人突破)、4月16日再開、平時の絆が災害復旧支援に。平成23年8月リニューアルオープン



消費者心理 どう変わる！

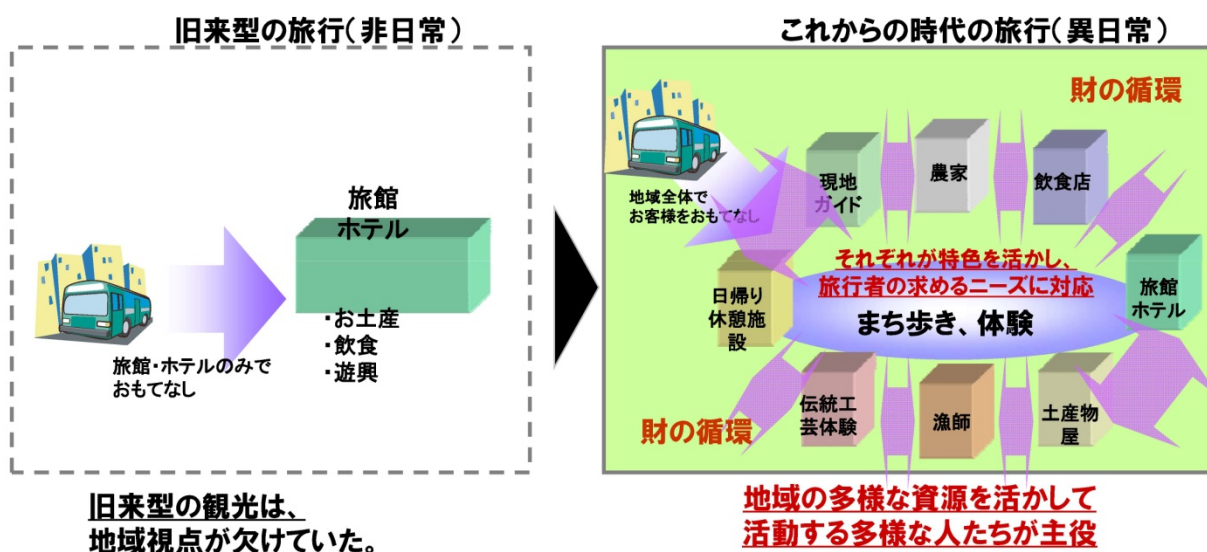
「若い世代で、価値の軸がコミュニケーションや誰かと共有する“場”への貢献にシフトしている。つながりを重視する消費は、社会への貢献を重視する“エシカル”な方向に向かう。震災に配慮し人とつながることが実感できるビジネスでないと今後は続かない。企業はビジネスとエシカルなことをセンスよく両立させてさりげなくお金を使わせることが大事。」

(松原隆一郎東大大学院教授 日経MJ2011年4月6日)

「観光」が変わった！

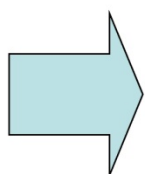
■旅行形態の変化 ～地域全体でもてなす旅の形へ～

かつての旅は、旅館ホテルですべて用が済んでいた。これでは多様化する旅人のニーズに対応することは出来ない。これからの旅は、地域全体で旅人をおもてなしが肝要。そのためには住民の地域に対する誇りと元気な活動が不可欠！



「旅人は生活者」(故木村尚三郎)

観光客は施設を楽しむのではなく、その地域の日常生活を楽しむ。
 だから、旅先で地域の人と同じ暮らしや楽しみをほんのひと時でも味わう
 ことを望んでいる。
 嫌いな言葉は「よそ者」



自然や歴史、伝統、文化、生活、食などの地域資源を活かした
 まちづくりが必要！
 旅行者のための施設や特別な仕掛けは不要だし、逆効果！
 車中心から脱して「歩いて楽しめる」まちづくりが不可欠！

外国人観光客も「まち歩き」や
 「食べ歩き」に高い関心！

Q13. 自由時間の観光スタイル関心

香港

項目	カテゴリ	大変関心がある	やや関心がある	あまり関心はない	全く関心がない	不明	サンプル数 (%ベース)
時間的に徒歩で回れる圏内で観光	件数	367	517	101	15	0	1,000
	(全体%)	36.7	51.7	10.1	1.5	0.0	100.0
短時間でも公共交通機関を利用してなるべく広い範囲に足を伸ばす	件数	365	482	135	18	0	1,000
	(全体%)	36.5	48.2	13.5	1.8	0.0	100.0
タクシー利用で行きたいところをピンポイントで回る	件数	281	413	248	58	0	1,000
	(全体%)	28.1	41.3	24.8	5.8	0.0	100.0
名物料理を少量づつ数軒食べ歩きたい	件数	416	453	108	23	0	1,000
	(全体%)	41.6	45.3	10.8	2.3	0.0	100.0
一軒で多くの種類の料理を飲茶のように食べたい	件数	295	446	197	62	0	1,000
	(全体%)	29.5	44.6	19.7	6.2	0.0	100.0

台湾

項目	カテゴリ	大変関心がある	やや関心がある	あまり関心はない	全く関心がない	不明	サンプル数 (%ベース)
時間的に徒歩で回れる圏内で観光	件数	431	470	82	17	0	1,000
	(全体%)	43.1	47.0	8.2	1.7	0.0	100.0
短時間でも公共交通機関を利用してなるべく広い範囲に足を伸ばす	件数	393	476	115	16	0	1,000
	(全体%)	39.3	47.6	11.5	1.6	0.0	100.0
タクシー利用で行きたいところをピンポイントで回る	件数	208	424	310	58	0	1,000
	(全体%)	20.8	42.4	31.0	5.8	0.0	100.0
名物料理を少量づつ数軒食べ歩きたい	件数	421	442	119	18	0	1,000
	(全体%)	42.1	44.2	11.9	1.8	0.0	100.0
一軒で多くの種類の料理を飲茶のように食べたい	件数	291	469	197	43	0	1,000
	(全体%)	29.1	46.9	19.7	4.3	0.0	100.0

出典：観光庁「北海道における訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る外客受入戦略拠点整備事業」
 (受託会社：じゃらんリサーチセンター)にて実施したウェブアンケート調査より抜粋

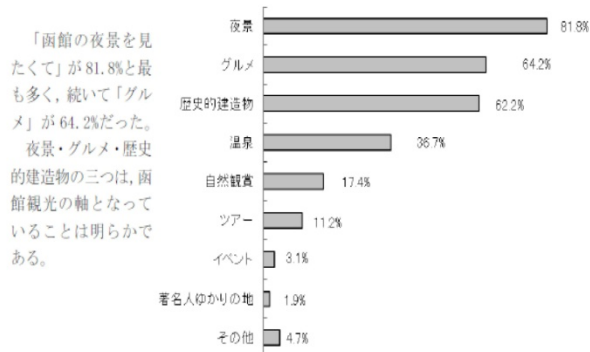
「初めて」のきっかけは夜景、実際の観光は「元町周辺」「ウォーターフロント」

平成23年度 観光アンケート調査の結果

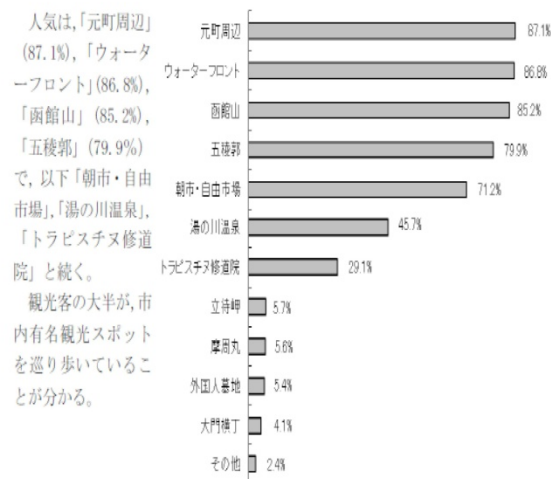
函館市観光コンベンション部観光振興課

(社)函館国際観光コンベンション協会

3-1 函館を選んだ理由 (複数回答)



6 函館の観光ポイントで行った、また行く予定の所は？ (複数回答)



駅から金森倉庫群、更に元町への 動線(ゴールデンルート)沿いの重点整備



観光資源を徹底的に繋ぐ！

ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン 掲載 函館観光スポット

Hakodate sightseeing spots
featured in the Michelin Green Guide Japan
米五つ星観光地—日本観光 刊載地
函館観光スポット
米五つ星観光地—日本観光 刊載地
函館観光スポット
미쉐린 그린 가이드 掲載지
하코다테 관광 명소
Les sites touristiques de Hakodate
notés dans le Guide Vert Michelin – Japon

ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンで栄えある評価をいただいた
21カ所~29の星~のスポットをご紹介します。

21 sightseeing spots in Hakodate, which received a total of 29 star ratings in the Michelin Green Guide Japan, are introduced here.

21 観光地「米五つ星観光地—日本観光」2014年版の19~29星一冊一冊に、掲載されています。米五つ星観光地—日本観光 刊載地 函館観光スポット

21 観光地「米五つ星観光地—日本観光」2014年版の19~29星一冊一冊に、掲載されています。米五つ星観光地—日本観光 刊載地 函館観光スポット

21 観光地「米五つ星観光地—日本観光」2014年版の19~29星一冊一冊に、掲載されています。米五つ星観光地—日本観光 刊載地 函館観光スポット

「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」とは？

2020年からは「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」の掲載地として、日本全国の魅力ある観光地が3冊までのガイドで紹介されています。

What is the Michelin Green Guide Japan?

2020年からは「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」の掲載地として、日本全国の魅力ある観光地が3冊までのガイドで紹介されています。

何谓「米五つ星観光地—日本観光」?

2020年からは「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」の掲載地として、日本全国の魅力ある観光地が3冊までのガイドで紹介されています。

“미쉐린 그린 가이드 日本”이란?

2020년 기준「미쉐린 그린 가이드 日本」은 전국에 걸쳐 3권으로 소개되고 있습니다.

Quelles mots sur le « Guide Vert Michelin – Japon »

À partir de 2020, les sites touristiques de toute la Japon sont présentés dans trois guides.

★★★★★

函館山からの眺望

29の星

★★★★

函館山

26の星

★

18の星

■協力：日本ミシュランガイド株式会社

まち歩き観光(函館バル街)

バル街
BAR-GAI Vol.16 9/9 fri. 14:00~24:00

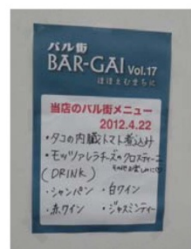
第16回 バル街参加65店舗 ————— **2011年9月9日 金曜日開催**

15枚つづりのチケットとマップを手に、函館西部地区のさまざまな店を訪ね歩くイベント「バル街」!

- !時と人が作り上げた街の町並み、海と山が織り成す風景を新たに感じ取る!
- !弘前、八戸そして山形・鶴岡の名店も出展参加で、東北とのコラボもいろいろ!
- !公民館ライブ、ガチャガチャ市など多彩な協賛イベントがあちこちで!
- !無料バル街電車2本、お帰りバス、増発発着も用意!

当日情報はこちからです。
当日チケットはバル街にて13:30からの販売です。

第16回バル街のチケット予約はこちから!
¥3,500(前売チケット) 当日お引き渡しいたします。



てくてくはこだて

函館まちあるきマップ

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 01. これぞ王道！函館の魅力凝縮コース | 11. きらめきのライトアップ 古き佳き函館編 |
| 02. てくてく坂道 大三坂・八幡坂編 | 12. 函館まちなか美術館 五稜郭編 |
| 03. きらめきのライトアップ 教会編 | 13. 絵になる函館ロケ地巡り |
| 04. きらめきのライトアップ 海辺編 | 14. てくてく坂道 登見坂・弥生坂編 |
| 05. 湯の川あったか散策道 | 15. 真説・五稜郭物語 |
| 06. 幕末の志士達が駆け抜けた箱館 | 16. 幕末の志士達が駆け抜けた箱館〔土方歳三〕 |
| 07. 箱館はじめて物語 | 17. 歌人石川啄木が魅せられた函館 |
| 08. 函館寺社巡り | 18. 新島襄ヒストリー |
| 09. 北の豪商 高田屋高兵衛物語 | 19. もう一つの函館山 |
| 10. ベリーが見たHAKODADI | 20. 美しき新りの山「龜山」 |
| 11. きらめきのライトアップ 古き佳き函館編 | 21. しあわせの隠れ場所を探しに |
| | 22. 再生した「蔵」めぐり |

「函館まちあるきマップ」へようこそ。

函館の街並みを歩きながら楽しめる、全20コースを見ることが出来ます。

「函館まちあるきマップ」は市内観光案内所、函館まち

づくりセンターなどで無料配布中です。配布場所は[こちらをクリック！](#)



はこだてまちあるきイベント

てくてくはこだて 2012

2012.7.1 (Sun) ~ 9.30 (Sun)

ご予約・お問い合わせ (株) 函館観光コンシェルジュセンター
TEL 0138-26-0300 月~金 11:00~17:00
FAX 0138-26-5208
HP <http://www.hakodate-machiaruki.com/>

<p>レギュラーコース 毎日開催 参加費 500円 (小学生以上)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● これぞ王道！函館の魅力凝縮コース ・集合時間 10:00 ・集合場所 函館市地域交流まちづくりセンター ● 真説・五稜郭物語 ・集合時間 10:00 ・集合場所 五稜郭タワーアトリウム ● きらめきのライトアップ教会編 ・集合時間 10:00 ・集合場所 函館市地域交流まちづくりセンター 	<p>特典</p> <p>①てくてくハンドブック ②てくてくバンド</p> <p>ご注文時にてくてくバンドを显示すれば 裏表のご協力店にて記載の特典が受けられます。 (特典はお店によって異なります。)</p>
--	---

 <p>ハートの石</p>  <p>大正館</p>  <p>旧函館洋物店</p>  <p>函館聖ヨハネ教会</p>	<p>プレミアムコース 毎週日曜日開催 *2日前までに要予約</p> <ul style="list-style-type: none"> ● カフェつき これぞ王道！函館の魅力凝縮コース 参加費 1,500円 ・集合時間 10:00 ・集合場所 函館市地域交流まちづくりセンター ・カフェするお店 茶房菊泉 茶房ひし伊 旧相馬邸 カフェやまじよう ● ランチつき これぞ王道！函館の魅力凝縮コース 参加費 2,000円 ・集合時間 10:00 ・集合場所 函館市地域交流まちづくりセンター ・ランチするお店 ハルジオンヒメジオン ボンザミ TACHIKAMA CAFE cafe TUTU <p style="text-align: right;">♪どのお店に行くかは、その日のお楽しみ♪</p>
--	---

いか。ないと。函館



浜松町では遠巻きに見物する人が多く、どこか寂しそうなイカ人形

函館朝市「イメージ向上5か条」



「港に息づく丘の上の異国」

『開港がもたらした歴史の宝箱』

『歴史と光がおりなすエキゾチック空間』

- ⇒馬車、人力車(冬は電気自動車)、市電で移動
- ⇒ガイドが案内
- ⇒旧イギリス領事館で英国式紅茶の入れ方体験
- ⇒旧函館公会堂でハイカラ衣装、昔のカメラで祈念撮影
- ⇒TACHIKAWA CAFE(土蔵造り和洋折衷店舗)
- ⇒外人墓地
- ⇒バルレストラン「ラコンチャ」でワインとピンチョ

これからの観光地域づくり

観光立国の基本理念

「住んでよし、訪れてよし」

観光の原点回帰。現在の“観光”の概念の革新。

「自らの地域を愛し、誇りをもって暮らしているならば、おのずと誰しもが訪れたいくなる」

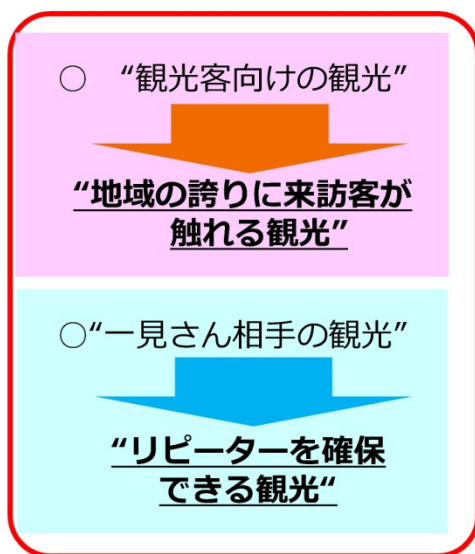
【観光立国懇親会報告書（平成十五年四月二十四日）】（抄）

-14-

観光圏整備法

「住んでよし、訪れてよし」を具現化するための道具だて

目指すのは
“滞在交流型観光”への転換



-15-

なぜ“滞在交流型観光”なのか

- ◇ 旅行消費額の9割は、国内観光。しかし、国内人口は減少
- ◇ 台湾、香港の来訪客の7割、8割が日本のリピーター
近隣諸国は、近い将来に国内旅行者と同等のターゲット層に
- ◇ 旅への動機、旅に求めるものも変化。宿泊ゼロ回層も増加
【※…年間に国内宿泊観光旅行を全く行わない国民の割合は、64.4%（H22年）】

(出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より)

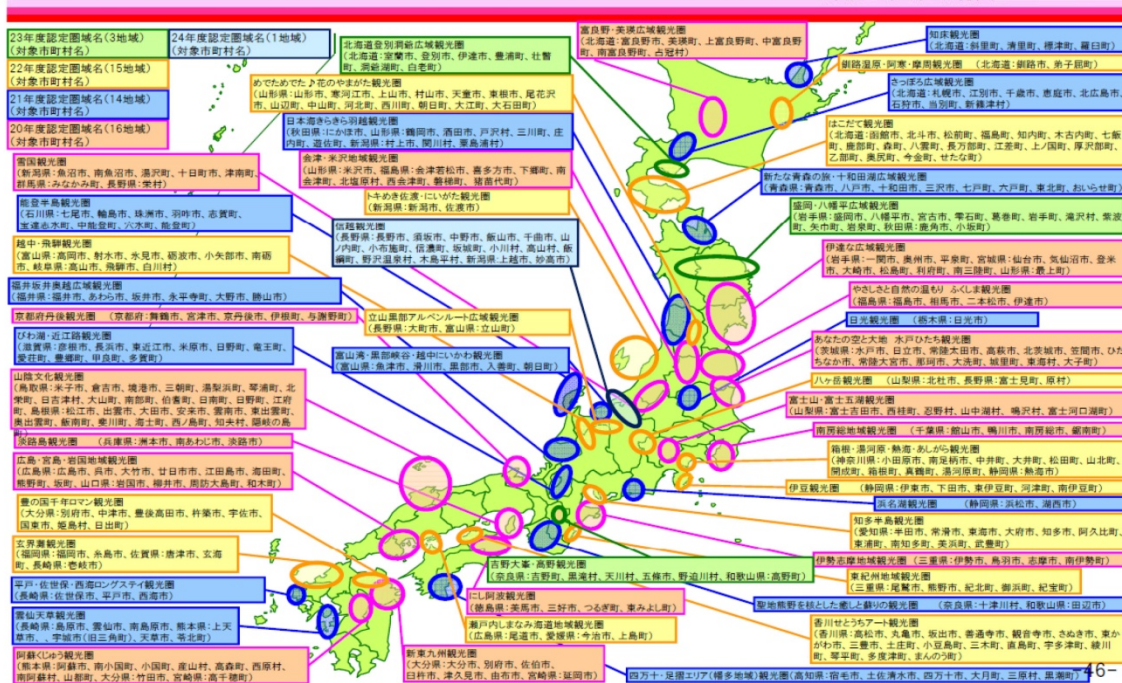
- ◇ **観光スポット・観光施設巡りだけでは、地域の活性化は困難**

等

- ① 来訪客が地域の中を回遊し、滞在時間を増やす取り組み
- ② 地域を愛する人々と来訪客がふれあうことを通じて、リピーターを確保する取り組み

が不可欠 -16-

【参考】観光圏整備実施計画認定地域（49地域）（平成24年4月1日現在）



滞在交流型の観光地域づくりに必要な3要素

① 地域が自ら魅力を来訪客に体感させる取組

② 来訪客と地域が長く結びつくための取組

③ 地域と来訪客をつなぐ活動体の形成

-18-

① 地域が自ら魅力を来訪客に体感させる取組

○ 観光地域づくりのコンセプトの明確化

・他の地域と差別化できる 地域のDNAは何か を探す。

誇りとなる地域の産業、伝統、文化、景観、自然環境、生活様式、食等を結びつける“幹”は何か。

○ 「滞在コンテンツ」の磨きあげ

・来訪客に提供する「滞在コンテンツ（※）」について、コンセプトを踏まえて磨き上げる

※「滞在コンテンツ」：地域を代表する農林水産業等の産業や、伝統、文化、景観等の個性ある資源を活用し、その地域ならではの楽しみ方を加える等の創意工夫のあるメニュー

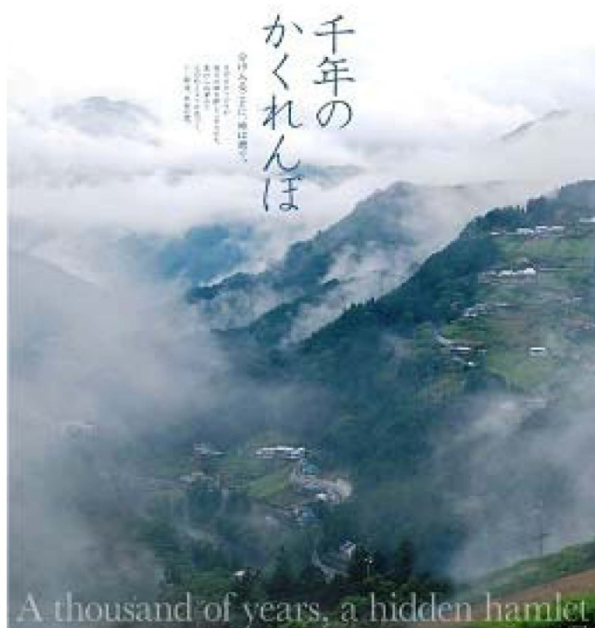
○ 「滞在プログラム」の提供等

・コンセプトを来訪客に体感してもらうために、テーマ性を持って「滞在コンテンツ」等を組み合わせた「滞在プログラム（※）」等を提供する

※「滞在プログラム」：現地発の原則として、「交通手段付き」「ガイド付き」の半日、または一日のミニツアー

-19-

にし阿波～剣山・吉野川観光圏
—世界に通用するブランドづくりのために



四国、大分県・祖谷
http://www.kankoukyou.jp

千年のかくれんぼ

～分け入るごとに、時は遡り～

そびえたつ山々が悠久の時
を閉じ込めたのか。変わら
ぬ営みと人のぬくもりが息づ
く、
にし阿波、無垢の里。



にし阿波～剣山・吉野川観光圏
—世界に通用するブランドづくりのために

・コンセプトを体感するプログラム案

『秘境案内人と巡る、桃源郷の旅』

～秘境・奥祖谷の落合集落の暮らしに触れるボンネットバスツアー～



ボンネットバス



「落合集落展望所」
立ち寄り



古民家「ちいおり」



落合集落内を散策

② 観光旅客と地域が長く結びつくための取組

◆どのようにすれば、リピート化するか

- ・「満足度」が高いからといって、必ずしも「リピート」にはつながらない

※ 「満足度」と「再来訪意向（リピート）」では、要因が異なる

表「非サービス品質・価値」と「満足度、紹介・再来訪意向」との相関係数の昇順

	満足度	紹介意向	再来訪意向
良い思い出ができた	1	1	10
癒された	2	3	4
リフレッシュができた	3	5	8
心が豊かになった	4	1	5
今後、期待に届いてくれる	5	4	3
わくわくした	6	7	8
ゆっくりできた	7	10	7
大切にしたい	8	6	2
良いイメージ	9	8	9
特別な存在	10	9	1
特別な扱い	11	11	11

(出典：観光庁「観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業 報告書」)

-22-

→ “来訪客” と “地域住民”
のつながりが非常に重要

「ひと」を活かす福島県喜多方

「ラーメンのまち」からの脱却

福島県喜多方=200人の住民が200のプログラム



「くまもとまち咲き案内人」



くまもとまち咲き案内人
2011.3 ⇒ 2011.9 vol.01

社団法人 熊本国際観光コンベンション協会
Kumamoto International Convention and Tourism Bureau
〒960-0804 熊本県東区藤崎2-1-15 藤崎ビル
TEL:096-359-1788
http://www.kumamoto-icb.or.jp/
E-mail:kumacom@boranga.ocn.ne.jp



3 これまで取り組んできた活動

阿蘇くじゅう観光圏



域内の観光資源を「パビリオン」と位置づけ、各地域に暮らす人々がコンシェルジュとしておもてなし。



③ 地域と来訪客をつなぐ活動体の形成

● 「観光地域づくりプラットフォーム」の役割

- ・観光地域づくり実施基本方針の策定・共有
- ・マーケティングの実施
- ・各機能の提供に係るマネジメント

等

● 観光地域づくりマネージャー

「観光地域づくりプラットフォーム」が機能するためには、

- ① 地域づくりの方向性等を企画・立案し、関係者間の調整等を行う民間人材としての「観光地域づくりマネージャー」
- ② 「観光地域づくりプラットフォーム」を支えるために、主たる市町村においては、文化、農林水産、商工、社会資本整備、観光部局等からなる「プロジェクトチーム」

が不可欠

-26-

観光地域づくりプラットフォームの設置について

- 地域にいきづく暮らしや文化等を新たな資源として活用する観光地域づくりには、中核人材が不可欠な要素となる。
- 観光地域づくりプラットフォームについては、これまで取り組んできたワンストップ窓口機能に加え、中核人材を中心として、マーケティングの実施・基本計画の策定及び観光地域づくりの取組に係るマネジメントの実施を付加した上、新たに観光圏の認定要件として追加。

観光地域づくりプラットフォーム

- ・地域と来訪者をつなぐワンストップ窓口機能を提供するため「観光地域づくりプラットフォーム」を構築(補助事業としては、H23年度より実施)。
- ・滞在交流型観光をより推進するためには、整備事業実施段階において、地域の具体的な基本計画の策定・共有、マーケティングの実施及び地域全体のマネジメント機能等を最低限確保することが必要。

観光地域づくりマネージャー

- ・商店街や農漁村集落など、地域にいきづく暮らしや文化等を新たな資源として活用する観光地域づくりには、観光地域づくりマネージャーの活動が不可欠。

※観光地域づくりマネージャー

観光地域づくりに関して地域が目指すべき方向性を企画・立案し、関係者との認識共有及び合意形成を行い、かつ、具体的な事業の実務を適正に実施するために必要な知識及び経験を有する者

観光地域づくりマネージャーから構成される観光地域づくりプラットフォームが、観光圏をマネジメントすることが必要。

プラットフォームに求められる機能・要件

今後必要となる主な機能

- 事業実施段階における
 - ・観光地域づくり実施基本方針の策定・共有
 - ・マーケティングの実施
 - ・取組のマネジメント(関係者間の調整、各取組の管理等)

今後必要となる主な要件

- 複数の観光地域づくりマネージャーが、確実に事業実施できる体制の確保。
- プラットフォームの会計を他の事業に係る会計と区分して経理。

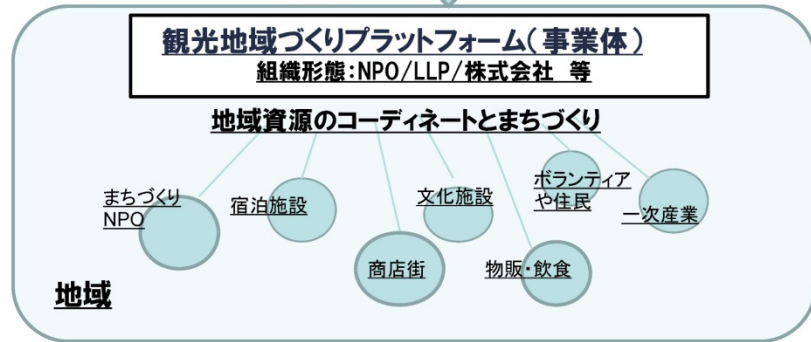
-27-

観光地域づくりプラットフォーム

国内&グローバル マーケット

プロモーションやマーケティング、着地型商品企画・造成・販売=集客の仕組み

ワンストップサービス機能と一元的な窓口



【参考】観光地域づくりプラットフォームに求められる機能

観光地域づくりプラットフォームに求められる機能

<p>地域の基盤の確立 観光地域づくりの基本となるコンセプト、ターゲットとすべき顧客層を明確化し、これに基づく個性ある魅力的な地域づくり、顧客への浸透、地域の魅力の維持・向上を図るための仕組みを構築する。</p> <p>①観光地域づくり実施基本方針の策定 魅力的な空間の形成や受入体制の整備などを踏まえ、観光地域づくりの基本となる他地域と差別化された地域の目指すべきコンセプトを明確化する</p> <p>②マーケティングの実施 自地域の来訪者に関する各種データ等を継続的に収集・分析し、SWOT、ターゲットとすべき顧客層やライバルとなる地域と自地域の関係性(ポジショニング)を明確にする</p> <p>③地域全体の発信 他地域と差別化されたコンセプトに基づく地域づくりの成果である潜在プログラム等を地域内外へ発信し、地域への来訪の動機付けとなる地域の魅力の認識の共有を図る</p> <p>④地域の魅力を維持・向上させる仕組みづくり 関係主体間の連携、調整等により、地域における取組が目指すべきコンセプトに沿って行われ、来訪者の評価等も踏まえて地域の魅力を維持・向上させる仕組みを構築する</p> <p>⑤地域の取組を持続させる仕組みづくり 地域のコンセプトに沿った取組が、来訪者の評価等も踏まえて改善・強化され、経済的・社会的に持続させる仕組みを構築する</p>	<p>地域の魅力づくり 地域の魅力を発掘・共有するとともに、その魅力を維持・向上する</p> <p>①地域の魅力の発掘・共有 地域の多様な主体の連携(官と民の連携、地域の幅広い産業間の連携、地域間の連携)で地域の魅力を発掘し、その魅力を地域内で幅広く共有する機会や場を構築する</p> <p>②地域資源の保全 地域の住民が誇りと愛着を持つ地域資源やその周辺環境について、多様な主体の協力・参画により保全が実施されるよう関与する</p> <p>③地域独自の空間形成 地域の魅力を維持・向上させる景観形成、社会資本整備等への参画や働きかけを行う</p>	<p>誘客・集客の促進 地域の特性を生かした潜在コンテンツや特産品をベースにした魅力ある潜在プログラムを造成し、地域外への宣伝や販路拡大を行う</p> <p>①地域の特性を生かした潜在コンテンツづくり 地域の多様な主体の連携(官と民の連携、地域の幅広い産業間の連携、地域間の連携)で、マーケティング結果や観光地域づくり実施基本方針に基づく地域の特徴を活かした魅力的な潜在コンテンツや特産品を形成するとともに、恒常的に見直しを行う</p> <p>②地域外の顧客に対する潜在プログラムの提案 地域での潜在・回遊に係る各種の情報(潜在コンテンツ、宿泊、飲食、移動等)を一元化して収集・整理し、それらを地域外の顧客の訪問目的に応じて組み合わせ季節に応じた旬な潜在プログラムとして提案する</p> <p>③販売促進活動の実施 地域内外の旅行会社、流通事業者、小売店等とのネットワークをつくり、地域の特徴を活かした潜在コンテンツや特産品の宣伝や販路拡大を行う</p>	<p>受入体制づくり 地域において来訪者が地域の魅力に十分触れ、安心して周遊・滞在できる受入体制をつくる</p> <p>①来訪者及び市場に対するワンストップ窓口づくり 地域での滞在に係る各種の情報(潜在コンテンツ、宿泊、飲食、移動等)や潜在プログラム等を一元化して収集・提供し、来訪者の現地におけるニーズに応じた的確な案内、相談対応、苦情処理等を行う</p> <p>②地域のホスピタリティの向上 地域において、滞在プログラムの魅力を高める質の高いガイドや接客能力の高いスタッフを育成する</p> <p>③事業者のサービス品質の管理 地域内の事業者が提供する潜在プログラム等の品質や安全性を一定水準以上に保つ</p> <p>④移動の利便性・快適性向上 来訪者の動向・ニーズを踏まえ、主たる動線の移動の利便性、快適性が向上するよう、移動手段の整備や需供給に関するマネジメントへの参画や働きかけを行う</p>	<p>各機能の提供に係るマネジメント 各機能の提供に係る戦略の継続的な策定、関係者間の調整、各機能の提供状況の評価等を行う</p> <p>意思決定の仕組み構築 地域が目指す将来像の実現に向けて自律的に意思決定できる仕組みを構築する</p> <p>(プラットフォーム自身が継続的に活動するために必要な要素)</p> <p>中核人材の確保・育成 地域が目指す将来像の実現に向けて中心となって具体的な取組を推進、マネジメントして中核人材を中長期的に確保・育成する</p> <p>支援人材の確保・育成 中核人材の各種活動を支援し、具体的な実務を担う支援人材を中長期的に確保・育成する</p> <p>法人格取得と財源確保 持続的な活動をより円滑に推進するために、法人格を取得し、各種事業や分担金収入等を元に自身の活動に必要な資金を確保する</p>
<p>参加・連携の促進 地域の魅力づくりへの住民参加を促し、観光地域づくりに取り組む多様な主体の実質的な連携を促進する</p> <p>①住民の意識啓発・参加促進 住民が地域の魅力に直接触れ、地域の魅力づくりの取組に意見を言える機会を様々な形で創出し、参加を促す</p> <p>②官民の連携促進 行政と民間主体とが役割分担して観光地域づくりに効果的に取り組めるよう調整する</p> <p>③産業界の連携促進 農林水産業をはじめ商工業の関係者や観光事業者等が役割分担して観光地域づくりに効果的に取り組めるよう調整する</p> <p>④地域間の連携促進 文化圏や住民・来訪者の動線等の観点から共通部分がある周辺地域と役割分担して観光地域づくりに効果的に取り組めるよう調整する</p> <p>⑤地域に対するワンストップ窓口づくり 地域の多様な主体からの観光地域づくりに関する相談や取組内容の調整を一元的に対応する体制を構築する</p> <p>⑥行政機関に対するワンストップ窓口づくり 観光地域づくりを推進する際の国や地方公共団体との調整を一元的に対応する仕組みを構築する</p>				

※点線枠の機能については必須。それ以外の機能については、観光地域づくりプラットフォーム自体又は他の事業者等との連携により提供。いずれの場合にもマネジメントは必須。29-

観光地域づくりマネージャー

- 長期的な地域づくりを行い、観光スポットだけでなく、地域（自然・農村・商店街等）も活用
- 地域づくりと同時に、地域づくりを実践する地域住民も育成

プラットフォームを有効に機能させるために、プラットフォームにおける計画づくり、企画立案、調整等を担う **観光地域づくりマネージャー**が必要

◆ 観光地域づくりマネージャーとしてふさわしい人とは・・・

- 組織・集団をまとめる役割を担うリーダーとしての**組織管理**、**戦略的思考**等の理解や、**洞察力**、**構想力**のある人
- 利害関係者の相互理解や信頼関係を構築する**対人対応力**、**対話力**がある人
- 事業に潜む各種の危険性に備える**リスク分析**や**危険回避策**、**不測の事態が発生した際の効果的・効率的な対応**がとれる人
- 地域資源を活かした観光地域の形成を促進させる**観光戦略プラン**の策定、**地域づくり**、**環境の整備**等が推進できる人

等々

観光地域づくりマネージャーで構成された
観光地域づくりプラットフォームの形成



地域が目指す姿の実現

観光地域づくりに不可欠な官民協働の体制

- 「観光地域づくり」に不可欠なのは、官民が協働して観光地域づくりに取り組める体制
- しかし、現状の問題として、行政の体制不備が存在
- 行政は、観光地域づくりに関わる部局員で構成された「プロジェクトチーム」の組織化が必要であり、民間と両輪になることで、初めて観光地域づくりを推進するための体制となる

◆なぜ観光地域づくりに民間の参画が必要なのか

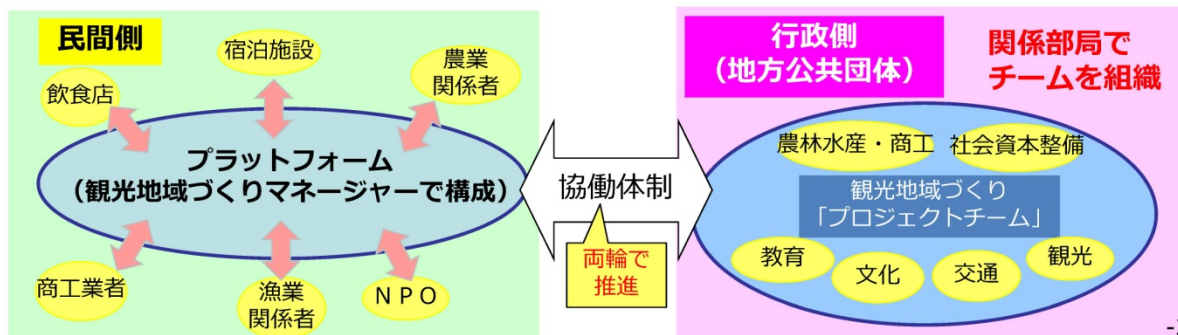
- ・ 行政がやると民間は手を引く
- ・ ビジネスにつなげるためには、持続性が必要（行政は人事異動等で、持続性が難しい）
- ・ 行政界の問題

一方で、**行政にしかできないこと**も存在

観光地域づくりの課題は・・・

→ **地方公共団体に観光地域づくりの仕事が位置づけられていない**

◆官民協働の観光地域づくりに必要な体制（イメージ）



-31-

【参考事例】 信州・観光地域づくりマネジメント塾

長野県の「観光地域づくり」を牽引する中核的な人材を育成するため、「信州・観光地域づくりマネジメント塾」を開講し、次代の人材を育成する仕組みを構築する

「観光地域づくりの中核となる人材」の姿

1. **【リーダーシップ】** 観光地域づくりを貫くコンセプトにより、地域住民を巻き込み、牽引する人材
2. **【地域戦略の企画・立案】** 地域資源の磨き上げとそれらを活かしたプログラムづくりの中心となる人材
3. **【地域全体のマネジメント】** 地域が主体の流通・販売・サービス体制を作り、その運営の中心となる人材

中核人材を
育成するために

「信州・観光地域づくりマネジメント塾」の開講

- 主催：長野県、社団法人信州・長野県観光協会
- 共催：信州・観光地域づくり支援機構
- 塾長：清水 慎一氏（立教大学観光学部 特任教授）
- 講師：山田 雄一氏（公益財団法人日本交通公社主任研究員）
- 受講者：24名（平成24年度）
 - ・地域全体のプロモーション、誘客の仕組みづくりの実務経験がある者を選考
 - ・2年間の受講修了後、次期マネジメント塾では講師を務める予定
- 受講期間 ・2年間（年間10回開催）
【基礎編】平成24年度 【応用編】平成25年度（予定）
- 受講料
・3万円/年（他に受講に要する旅費、資料代の負担あり）

- 受講生（修了生）同士のネットワークを構築
- 人材が人材を育成していく仕組みを構築



グループワークの様子
（第8回合宿研修）



長野県の「観光地域づくり」を牽引していく中核人材を持続的に輩出し、観光振興を推進



三重県志摩市

志摩自然学校とは？

- 平成16年10月 志摩郡五町が合併、志摩市誕生
 - － 観光振興施策として志摩自然学校設立準備事業開始
- 平成17年6月に「志摩自然学校」開校
 - － 志摩市商工観光部観光戦略室が担当部局
 - － 民間委託事業者（一般社団法人 志摩ネイチャー倶楽部）が請け負い今年で8周年を迎える
- 県内外の家族や学校団体が主な利用者で、アウトドアのスポーツアクティビティがメイン
 - － 17年度550人 18年度2850人 19年度2600人 20年度4400人 21年度5800人 22年度6500人 23年度6800人 今年度はずでに7000人を超える利用者

志摩自然学校の設立経緯・運営について

- ・平成10年に京都市内から志摩市へ田舎暮らしを求めて移住
- ・志摩の海に遊びで潜り、海の森を見て感動する
- ・志摩なら一生食っていける！ことを確信（海女漁1000年～）
- ・定置網漁船の乗組員として海の仕事に就く
- ・3kどころか6kの毎日だが、喜びや感動も多い仕事
- ・自然の「理」を学び、人は知恵を結集して漁をし、恵みがある
- ・自然界のバランスが崩れていく要因が沢山あることを知る
- ・漁獲量は落ち込み、会社は解散 →時に自然学校設立の話
- ・自然を大切にしようとする心を育む入口は、自然体験が良い
- ・自然の中で楽しく遊べるプログラムを自分の物差しで考える
- ・参加者の笑顔が仕事の励み、観光は「感幸」と「関考」の生業

志摩自然学校の課題・背景

- 志摩自然学校の集客事業は、主に**海辺のアウトドア体験事業**を運営しており、**繁忙期間は、4月から10月の半年間**
- 逆に**冬季は、集客数が激減するのでオフ期対策**は、**年間通した集客は、需要の平準化**にとって重要な課題
- **伊勢神宮より車で約40分の距離位置にある、「御食つ国志摩」は、アワビ、伊勢海老、安乗ふぐ、国内牡蠣（的矢カキ）の名産地**として知られる**冬の味覚と温泉**を堪能できる旅宿が多い地域である。

伊勢神宮は今年
第62回神宮式年遷宮



御食つ国 志摩

御存知のとおり、三重県は広く海に面し、海の幸には大変恵まれたところです。

中でも、志摩地方は、その種類も豊富で、古代には「御食つ国」、すなわち天皇の食料を献上する国として知られていました。『万葉集』には、大伴家持（おおとものやかもち）が詠んだ歌で「御食つ国 志摩の海女ならし 真熊野（まぐまの）の小舟に乗りて 沖へ漕ぐ見ゆ」という歌があります。この歌の意味は「小舟に乗って沖へ漕いでゆくのが見えるが、それは志摩の海女であろう」というもので、「御食つ国」が志摩の枕詞として使われるほどでした。

また、平城宮跡からは、鮫（あわび）6斤（名錐（なきり）郷）、海松（みる）6斤（船越郷）、海鼠（なまこ）（船越郷）・海藻六斤（和具郷）等が記された木簡が出土しており、志摩国から朝廷に海産物を納めていたことが裏付けられます。さらに、平安時代初期の法律書である『延喜式』には、志摩国に税として鮫や海藻・ところてん・真珠等を納める義務のあることが記されています。

こうした朝廷への食料の献上は、飛鳥・奈良時代以前にも行われていたようで、『古事記』の中にも「島之速贄（しまのはやにえ）」という言葉が出てきます。この「贄」という言葉も「朝廷（神）に捧げるみやげの魚など」という意味ですが、鳥羽市内の海辺には「贄遺跡」と呼ばれる古代の遺跡があります。開発事業に伴い、昭和47・48年及び60年に発掘調査が実施され、多くの貴重な遺物が発見されました。特に金銅製の帯金具は、極めて身分の高い役人が身に着けていたもので、この地にこういった人物が足を踏み入れていたことを物語っています。それに、国の役所等に納めたとされる「美濃」という地名の刻まれた須恵器（土器）や和同開珎をはじめとした古銭も出土しており、朝廷への海産物献上に関連する施設が存在した可能性がうかがえる。

このように、志摩地方は朝廷の食料に海産物を納める「御食つ国」として重要な地位を占めていました。志摩国が「御食つ国」となったのも、そこには、自然が育んできた豊富な海の幸があったからです。志摩のイメージは、風光だけでなく、歴史的にも美しい自然の中で保たれてきたようです。

新しい滞在プログラム開発の目的

- 海のアクティビティとしてはオフシーズンの秋冬に、魅力のある滞在プログラムを開発し、閑散期の需要増加をはかる
- 旅の楽しみの上位にある、食（郷土料理や特産物）を体験と組み合わせて活用する
- 秋冬ならではの海の恵み（的矢かき）を活用し、生産現地の人や背景や、まちの歴史も含めて味わえるような“まち歩き”を企画し、産地現場を「学び、歩き、食べ」など、五感で、体感できるようにする



地域資源① 的矢力キ

● 的矢力キ

- 的矢地区でカキの養殖を始めたのは、水産学者佐藤忠勇。1927年（昭和2年）、真珠養殖筏に付着して成長するカキを偶然発見し、養殖に乗り出す。的矢では当時の他の産地よりカキの生育が早く養殖に適することが分かり、研究の成果を商業化する。



● 清浄かき

- 生でも安心して食べられる「無菌かき」作りの研究を行い、1945年（昭和20年）、紫外線で殺菌した海水を利用したカキの浄化法を考案、1955年（昭和30年）に「オゾン・紫外線併用殺菌海水装置」の特許を取得。この技術は的矢かきのブランド力を一層高め、欧米にも知られることとなった。



地域資源② 風待ち港の歴史

● 的矢湾は江戸時代に廻船で賑わう

- 的矢の港は水深が深く良港とされ江戸と上方を結ぶ菱垣廻船等が寄港する風待港として渡鹿野島とともに賑った。この頃、船宿と呼ばれる商店が軒を連ねた
- 多いときに300隻を超える帆船が係留され、小伊勢と呼ばれるほど繁栄
- また、船人達の為に芝居小屋や船頭、船宿も多数あり、船乗り達に欠かせない「米屋・油屋・八百屋・風呂屋」などの屋号や、船宿は「土佐屋・阿波屋・日向屋・新宮屋」など全国の地名を屋号にもつ家が現存



▲江戸時代の的矢湾



地域資源③ 志摩自然学校のガイド



メタボのケンボー



3児のママ 要



菜食タケチャン



引退願望の校長



シンガー綾乃

● 専任ガイドスタッフ5名（♂3名♀2名）

夏は炎天下のもと、日本カヌー連盟JRCA公認インストラクター/エコツアーガイドとして、約3000人の参加者の安全管理と真珠が育つ里海を案内する体力と接客力の高い人材です。

アウトドアで鍛えたガイドスキルでまち歩きを企画



新企画

“的矢”風待ち港のまち歩き 牡蠣とワインのマリアージュ

冬の味覚
(的矢かき)



生み出す
産業背景



的矢の歴史



里海「志摩」を歩き、
学び、食べる街歩き

● ターゲット

- 冬の味覚を楽しみに的矢あるいは近隣エリアに宿泊旅行をする夫婦、家族、カップル、女子旅など少人数のグループ
- ブランド牡蠣を味わうだけでなく、産地となっている土地の歴史や背景、産業の成り立ちなども含めて興味関心を持っている方々

地域
協働

地域産業（牡蠣養殖） 宿泊施設、地域交通（渡し船） に趣旨説明と協働のご依頼

- 地域産業 → 的矢かきを生み出した「佐藤養殖場」
【依頼】工場見学の対応と牡蠣の小売
- 宿泊施設
「福寿荘」 「アジアな宿 はいふう」
「海辺のホテル はな」 「サンペルラ志摩」
【依頼】各施設の宿泊者への滞在プランの案内
- 地域交通 → 渡鹿野島 渡船事業者
【依頼】島にある三つの宿の旅行者を送迎して
まらう

地域
協働

協力事業者からの声

- 地域産業
 - 無菌牡蠣の製造工程など実際に見知っていただき、地域ブランドを高める取り組みに賛同
- 宿泊施設
 - チェックアウト後も、地域内で過ごしていただき、地域の満足度が上がる取り組みに賛同
- 地域交通（渡し船）
 - 宿泊施設からの交渉にて、割安にて引き受け。今後の需要増に期待

お泊りのお客様へ
思い立って、明日のチェックアウト後に 参加してみませんか♪

的矢“風待ち港”のまち歩き & 牡蠣とワインのマリアージュ 2時間プラン

明日チェックアウトした後、約2時間の ちょこっと旅のご提案。
「風待ちの港」の歴史を感じるガイド付きの街歩き。江戸時代の的矢港には千石船が矢村から対岸の三ヶ所村まで届くほどの船が係留され賑わいをみせた「風待ちの港」その歴史風情が残る可並みをガイドいたします。三重ブランド的矢力キの佐藤養殖工場を見学。清浄化牡蠣の養殖技術を学習した後で、味わう的矢力キとワインのマリアージュは絶品です。気軽に「ちょこっと的矢旅」を体験しませんか。

※旅行のお荷物は、送迎船に預け貴重品のみ持って、まち歩きを楽しみましょう。
※車両運転手または、不飲酒の方はノンアルコールワインをご用意しています。
※生牡蠣を食べられないお客様は、ご当地生ハムをご用意しています。

<タイムスケジュール> ※12月29日～1月6日、佐藤養殖場休業日、天候荒天時はお休みたいします。
10:00 チェックアウト後 船着場まで徒歩移動 送迎船(約10分)にて的矢漁港着 集合・受付確認
10:15 ガイド付きまち歩き 開始 的矢神社→島田清峰句碑→禪法寺→弥瓶画廊(抽象絵画展)
11:00 佐藤牡蠣養殖場着 工場見学 ⇒11:30 駐車場へ移動⇒牡蠣とワインのマリアージュ講座
(牡蠣剥き体験、牡蠣試食、ワイン試飲) ⇒12:00 終了 送迎船にて遊覧野島対岸へ送迎



的矢シェル生力キ(2個)と白ワイン、最高のマリアージュ。(写真はイメージです)
※お客様は牡蠣とワインの試食はございません



江戸時代は多くの船が係留され、船人達の為の芝居小屋や縁廊・遊郭・船宿も多数ありました。

参加費 ★2名様以上の参加となります
1名様 大人2500円/小人2000円
要予約 申込み先 志摩自然学校
☎0599-72-1733
希望日前日の18時に受付〆切り

● 旅館・ホテル宿泊者をターゲットに

- ①チェックイン時にフロントでご案内
- ②客室には、パウチした案内チラシを置く
- ③チェックイン当日の夕方 18時までの受付
- ④翌日チェックアウト後 朝10時～12時の2時間プログラム
的矢まち歩き→工場見学、
2個の牡蠣殻むき体験→
ワインとのマリアージュを楽しむ

- 集客目標：50名 2月末まで

事前の課題と解決策

- ① 江戸時代に栄えた風待ち港としての古民家集落が、保存整備されているわけではなく、少しある史跡のみでは、まち歩き観光の魅力が低い地区である。
★歴史あるブランド牡蠣の産地としての魅力を案内する。
- ② 島内宿泊施設のお客様の渡船費用を上乗せすると、プラン料金が高くなる。
★宿泊ホテルの契約船なので、ホテル側で値下げ交渉してもらい、結果的に安くなる。
- ③ 車両来訪の観光客はワインが飲めない、それに子どもは生牡蠣を食べない。
★ドライバーはノンアルコールワイン、子どもはご当地生ハムとジュースで対応する。
- ④ 牡蠣養殖工場内はノロウイルス警戒体制で立ち入り見学や試食ができない。
★工場敷地の外部通路から屋内をのぞき見る程度なら可能と了解を得る。
試食は工場前の駐車場にある、バスの待合所の建家の使用許可を得る。
- ⑤ 専任ガイドがワインとのマリアージュに関する知識がない
★日本ソムリエ協会 認定ワインエキスパートの方からワイン講習会を受講する



① 環境保全 関係者各社様



② 湖上公園(別荘街) 湖上公園 湖上公園 湖上公園 湖上公園 湖上公園

実施風景



③ 同行者はどれですか?



振り返り 実行プランの結果①

- 参加者：16名
 - － 実施期間 2012/12/20～2013/2/28
 - うち年末年始休業期間 2012/12/29～2013/1/6
 - 内訳：12月24日（月・祝）2名（夫婦）／12月26日（水）4名（親子家族）1月20日（日）6名（家族, 中年女性グループ）2月17日（日）4名（夫婦2組）
- 参加者日程・人数振り返り
 - － 3連休最終日や土日連休の日曜日など宿泊客の多い日の翌日（チェックアウト日）に参加が集中する傾向である。
 - － 今回、最も宿泊客の多い年末年始は9日間のプランを休業
 - ホテルの繁忙期で送迎船の予約利用が困難
 - 牡蠣養殖工場（佐藤養殖）も正月休業

振り返り

実行プランの結果（アンケートより）

- 参加者の参加動機
 - －牡蠣が好き>>> 40代, 男性、(家族連れ)
 - －養殖工場に興味ある>>> 新規事業の勉強(夫婦)
 - －牡蠣とワイン>>> フランスへ旅する医師(夫婦)
 - －景色を楽しみたい>>> 50代, 女性(中年女性G)
 - －ホテル周辺でゆっくりしたい>>> 50代, 女性(夫婦)
 - －的矢地区のことを知りたい>>> 40代, 女性(夫婦)

振り返り

実行プランの結果（アンケートより）

- 参加者の満足度
 - － 詳細学習ができた
 - － 牡蠣がおいしかった
 - － 画廊が素敵だった
 - － 牡蠣剥き体験が大収穫
 - － ガイドがGood
 - － 歩きやすい道のりでした
 - － 盛りだくさんのコースで興味をもって歩けた
- 今後のリピート意向
 - － 他の街歩きも参加したい15名　したくない1名

協力事業者からの声（振り返り）

- 地域産業
 - 清浄かきの製造工程の見学や、牡蠣についての疑問に答え、ブランドとしてのこだわりが理解できる取り組みに賛同
- 宿泊施設
 - チェックアウト後も、地域内で過ごしていただき、地域の満足度が上がる取り組みに賛同
- 地域交通（渡し船）
 - 宿泊施設からの交渉にて、割安にて引き受け。今後の需要増に期待

2月5日～6日

滞在プログラム実行振り返り&改善策検討合宿
において、他地域からだされた助言や提案

- ★牡蠣の出荷荷物にツアー広告を入れてみては・・・
- ★宿泊プランとしてセット販売してみては・・・
- ★ガイド収益だけでなく、物販もからめて収益増を図る
- ★ワインにこだわらず、地酒とのマリージュもいいのでは・・・
- ★牡蠣試食を2個だけではなく、もっと多く食べれるプランも・・・
- ★海上牡蠣養殖の生産現場の見学や採取体験はできないか
- ★着地販促より、発地先での販促宣伝を強化すべき
- ★ハート型の島（渡鹿野島）の活用をするべき

今後の改善事項

<マーケティング> ~アンケート結果や合宿研修を踏まえて~

- ◆ターゲット
夫婦、カップル、女子旅など少人数グループ → 今後も個人旅行者をターゲットにしていく
- ◆ニーズ
三重ブランド“的矢かき”の産地学習願望や試食 → さらに満足度を高めたい
2500円の基本プランに加え、さらに多くの牡蠣を食べたい人向けに選択できるオプションを複数用意し、満足度アップと利益率向上を目指す
- ◆プロモーション
宿泊施設からの告知販促(部屋置き、ブログ、イベントなど) → 強化する
 - ・宿泊施設従業員を対象にしたモニターツアーの実施
 - ・現在4施設に協力いただいているが、今後は市内全域の施設にPRする。
 - ・着地先だけでなく、都会への発信(AGオプションプラン、旅行雑誌など)
- ◆価格について
コスト計算からすれば、現状の価格2500円(船なし2000円)より値下げできない。
参加されたお客様から適正と評価されているので、現状価格で継続
満足度を高めるには通常プランとオプションプランを付加した選択料金を提示する。

今後の展開

志摩市内各地の観光資源の見直しや住民の協力のもと、地域の魅力度を高め、ご当地ならではの“まち歩き”プランを造成し、様々な地域事業者との連携のもと、情報発信力を強化し、旅行者に満足度の高い滞在プログラムを提供していきます。

ご静聴ありがとうございました。

～専任ガイドと里山を歩く 楽しく頑張らない「気候性地形療法」体験ウォーキングプログラム～

「クアオルト暮色ウォーキング」 実行プランの実施内容と結果



上山市観光物産協会 常務理事 馬場 誠

観光庁地域の観光資源の魅力を活かした顧客満足型旅行商品推進事業(平成24年度)
滞在プログラム(着地型観光)推進セミナー資料 2013/03/11

1

かみのやま温泉の位置

東京から新幹線で2時間40分
仙台から車で1時間



2

かみのやま温泉のご紹介



後30年後には消えてしまうと言われている 樹氷 日本で2か所だけ



和かんじぎトレッキング



積雪2m 標識と同じ高さのウォーキング

5

ビタミンたっぷり フルーツの宝庫

柑橘系以外の果物ならなんでも取れる、恵まれた環境。





温泉 城下町歩き



囲炉裏(いろり)で、
・ワラない体験
・納豆あぶり餅
・民話語りべetc...



じいちゃんズクラブ
案内人 遠藤さん

羽州街道櫓下宿 館内見学 入館料無料／4軒 ガイド有料



左下／斎藤茂吉記念館 右／映画「おくりびと」ロケ地

9

背景

かみのやま温泉取り組みの背景①

山形県の宿泊客数がH16DC以降大きく減少

2004(平成16)年度

2008(平成20)年度

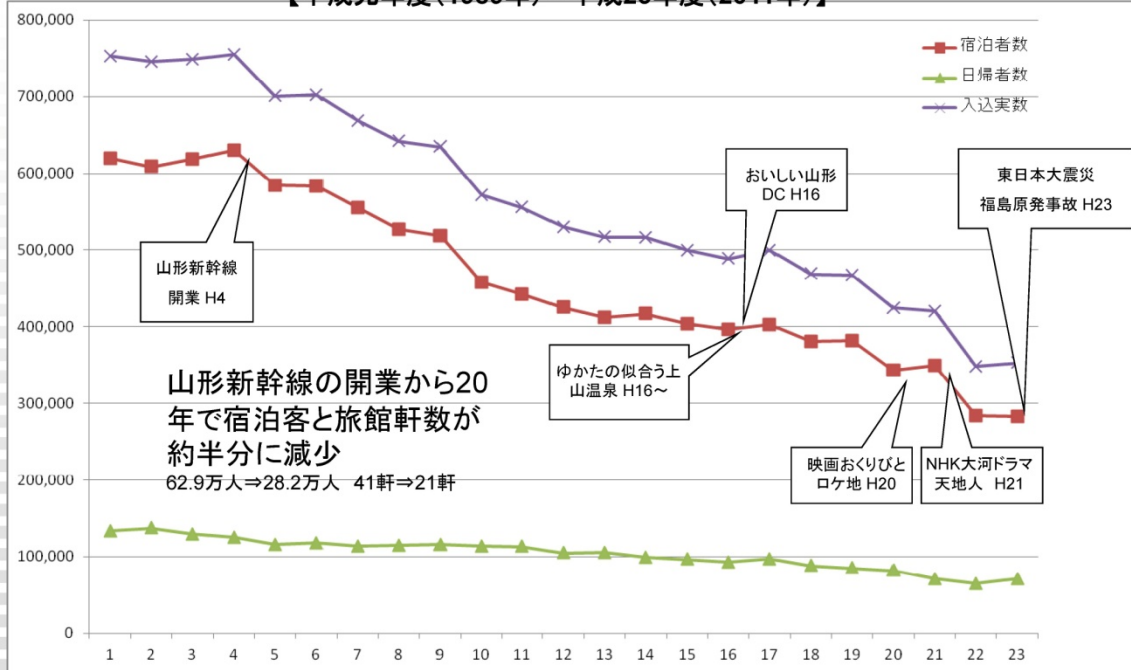
宮城県	794万人	804万人↑《101%》
福島県	644万人	642万人↓《100%》
山形県	499万人	367万人↓《74%》
岩手県	525万人	436万人↓《83%》
秋田県	409万人	352万人↓《86%》
青森県	481万人	430万人↓《89%》

*「JTB宿泊白書2009」による(青森県、山形県は2007年度、福島県は2006年度)

10

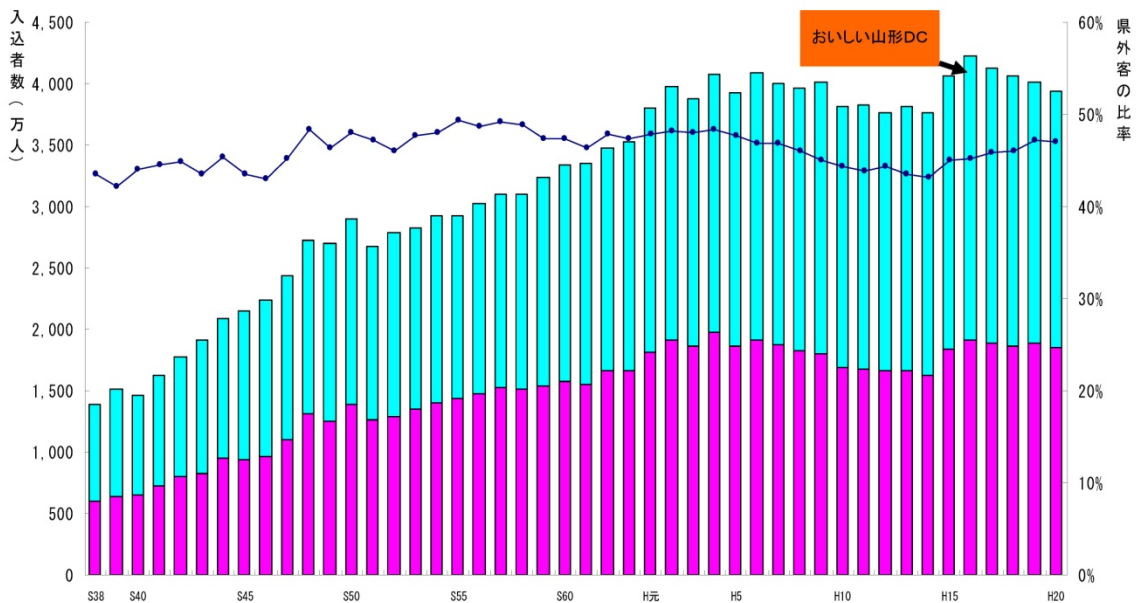
かみのやま温泉入込数の推移

【平成元年度(1989年)～平成23年度(2011年)】



山形県の観光入込客の状況

平成16年(2004年)の4,226万人をピークに減少傾向
県外客の比率は微増傾向



資料：山形県観光者数調査

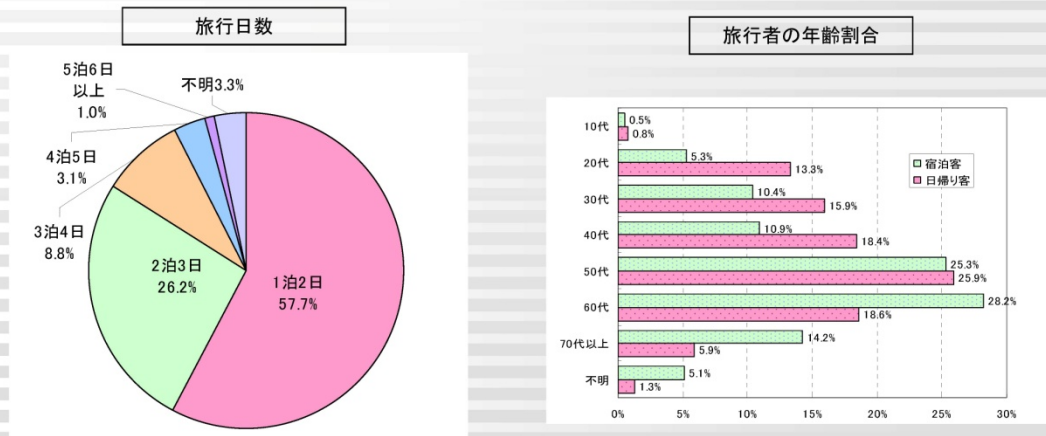
県外観光客の旅行日数及び年齢割合

○宿泊者の旅行日数

- ・ 1泊2日と2泊3日で全体の8割

○年齢割合

- ・ 宿泊者の年齢割合では、50歳以上が全体の7割弱



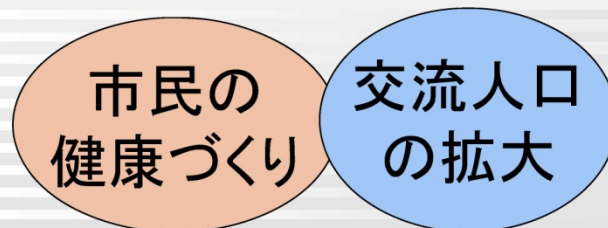
資料：山形県「顧客満足度調査」（平成19年）

13

背景

かみのやま温泉取り組みの背景②

1. かみのやま温泉の地形や自然資源を生かした保養地づくり（平成20年度～地方の元気再生事業）
2. 観光の変化に伴う滞在型プログラムづくり
3. ヘルスツーリズムという新たな概念に挑戦



4. 気候性地形療法による健康ウォーキングをスタート（公認コースづくり、ガイド育成、市民参加によるエビデンス、イベント実施、先進地視察、職員養成 etc）

14

背景

かみのやま温泉取り組みの背景②

1. 観光協会は財源がなくなり収益性をあげる必要に迫られていた。更に、協会職員の高齢化という課題。
2. 旅館組合は顧客ターゲットが旅館毎にまちまちで、一緒に共通してやってきた「ゆかたの似合う町づくり」も限界だった。滞在時間が短く2泊3日移行は困難。
3. 着地型といえど課題が多く、糸口を探すのが大変。
 - ①手が掛かって儲からない。
 - ②ワンストップ窓口ができていない。
 - ③二次交通と連動していない。
 - ④商品企画～流通～実施～精算といった一連の実務について知識がない。

15

背景

かみのやま温泉取り組みの背景③

●馬場の思いとビジョン

- ・かみのやまの地域資源を最大限に活かし、長年かけた滞在型観光地域づくりへの取り組みがクアオルトのビジョン。
- ・しかし、健康ウォーキング＝クアオルトというイメージが先行
- ・「健康、環境、観光」をキーワードに、「EVエコタウンプロジェクト」「由布院、熊野古道、かみのやま温泉によるクアオルト研究会」「めでためでた♪花のやまがた観光圏クアオルト事業」などで、広がりがある取り組みであることをアピール

16

かみのやま温泉取り組みの背景③

- ・イベント型の観光協会⇒I-site 着型プランを販売できる観光協会への移行が目標
「いつでも、だれでも、ひとりでも」
- ・ガイドのプロ化を図り、①まちあるき ②健康ウォーキング ③トレッキング まで、対応できるように
- ・蔵王との広域連携で2次交通の課題を解決
- ・クアオルトの拠点施設として温泉浴運動施設「テルメ」の実現

17

上山型温泉クアオルト事業

質の高い滞在型健康保養地(クアオルト)づくり



■クアオルトとはドイツ語で保養地の意

クアオルトは、ドイツ語で「療養地」を指す言葉。ドイツでは温泉や海、泥、気候、水治療などで疾病を治療、緩和、予防する自然療法が医療行為として認められている。その治療先として整備された、長期滞在型の療養地がクアオルトと呼ばれる。有名なバーデンバーデンやバードクロッツインゲン、由布院がまちづくりのお手本にしたバーデンバイラーなどが温泉クアオルトである。現在ドイツ国内に374カ所あり、厳しい審査の基準があり国が認定している。



18

クアオルトとは

クアオルト＝療養地、健康保養地 kur:療養＋ort:地域

クアオルト 5.26泊
医療保険の適用

法律(州法)による厳格な基準
療養プログラム / 環境保全
土地利用計画 / クアパーク
多彩な滞在プログラム

3%
374

法律の認定
健康を中心としたまち

ルフトクアオルト
(空気療養地) 1,000
エアフォルングスオルト
(保養地) 4,000

40%
5,000

ドイツの自治体数

12,315

19

ドイツ バートクロツィンゲンのテルメの看板



20

かみのやまの特長
2つの異なる気候がある

標高1000mの準高地
(蔵王高原坊平)

30分で移動可能

標高180-300mの
里山・温泉街 (中心市街地)



ナショナルトレーニングセンター
蔵王坊平アスリートヴィレッジ



かみのやまの特長 蔵王高原坊平
ーNTC 蔵王坊平アスリートヴィレッジー
(財)日本オリンピック委員会認定 陸上競技強化センター



上山型温泉クアオルト事業の取り組み

上山市、上山市観光物産協会、かみのやま温泉旅館組合がクアオルトに取り組んでいる3つのこと

クアオルトのキーワード

健康

環境

観光

クアオルト健康ウォーキング EVエコタウンプロジェクト

暮色ウォーキング
企業健保ウォーキング
旅行商品化
めでためでた♪
花のやまがた観光圏連携
東北観光博

健康

クアオルト健康ウォーキング

～いつでも、誰でも、一人でも～

- 毎日ウォーキング（対象は主として市民、他に近隣市町、県外客）
＜平成23年度実績＞
360日開催 2～4時間のプログラム、コース日替わり・申込不要
年間2,765人（H23）＜市内59%、市外28%、県外13%＞
＜今年度事業＞
平日コース日替わり、土日は弁当付き、ロングコースなどイベント化
料金改定 500円/回 ⇒ 2000円/月（1回で1ヵ月何度でも有効というパス）
旅館のお風呂優待券（500円）、市内の共同浴場無料券を配布⇒人気
- 早朝ウォーキング
年間約4,500人（H23） 旅館のご主人らが率先して実践



健康

+ 観光

企業健保ウォーキング

- 企業とのコラボウォーキング（50人～80人規模）
 - ・ 健保組合事業…… JR東日本健保、市町村共済、山形銀行
 - ・ 企業協賛事業…… 山形パナソニック、でん六（今年度実績）
 - ・ POINT ⇒ 市をあげて取り組んでいる気候性地形療法で歩くことの気持ちよさと効果の医科学的な説明
最新ヘルスケア機器を体験して健康状態の見える化



観光

+

健康

暮色 (KUREIRO) ウォーキング



H24年4月～開始

チェックイン前の約2時間を利用して、専任ガイドと歩く里山ウォーキング。光や風を感じながら、木漏れ日の傾斜地を歩きます。楽しくラクに頑張らないで効果があがる「気候性地形療法」が体験できるウォーキング。

27

観光

+

健康

暮色 (KUREIRO) ウォーキングの狙い

- 狙い：旅行者とクアオルトの接続

チェックイン～夕方まで楽しめるガイドツアー

旅館フロントで申込み可能なオプションツアー

当日朝10時までの予約に対応

料金2600円 宿泊者割引600円



計画

旅行者向け実行プランの概略

- *目標 参加人数 30名 売上 78,000円 (@2600円で試算)
- *対象期間 平成24年10月20日～11月30日
- *ターゲット 近隣県、首都圏在住
30代～70代
夫婦、親子、友人同士
- *価格 1人2600円 (市内旅館にお泊りの方2000円)
- *プロモーション計画

発地 ①当協会HP、旅館HP、楽天トラベルかみのやま美旅特集、ティーゲート旅の発見による発信
②旅館の宿泊プランへの組み込み

着地 ①駅案内所、市内観光施設など観光客が立ち寄りと考えられる場所にポスター・チラシを設置する

29

事前想定

旅行者向け実行プラン実施前の想定

■紅葉の見ごろ時期のため春以上の集客を期待

- 懸念点としては寒さによる集客減
- 当日、着いてから認知した人は装備などが不十分の可能性
- 時期ならではの安全配慮 (熊・蜂の出没)

■宿泊施設を通じた当日申込み増の期待・宿泊施設向けモニターツアー実施による商品理解の期待

- ポスターチラシなどを宿泊施設に設置した
- 暮色ウォーキングの時間が14時～16時のため、パターンとしては、①初日参加 (午前中に市内入り) ②翌日参加 (宿をチェックアウトしてから夕方参加) の2つが考えられる

30

結果

旅行者向け実行プランの結果①

■参加者数 15名 6回実施

- 目標の30名には届かなかったが、春の実施に比べ回数は1回減に対し、参加人数は**2名増え、微増**
- 特徴としては、**当日参加が30%増えた**
 - 紅葉の見ごろという季節的勝因と受け入れ態勢の柔軟化が効果

■参加者に見る申込みパターン

- 市内に午前中到着して申込み・参加が大半
 - 宿のホームページなどで、暮色ウォーキングの存在を認知しウォーキングをするつもりで午前着
 - 当日の天候・体調など鑑み、現地で申込み
- 翌日参加はなし
 - チェックアウトの日の午前10時申込みで夕方参加する参加者はいなかった
 - 時間帯が14時~16時のため、自宅帰路へつく時間帯の可能性

31

結果

旅行者向け実行プランの結果②

～参加者アンケート結果より～

Q.クアオルト健康ウォーキングに参加して良かったか。

大変良かった	85%
おおむね良かった	15%
普通、やや不満、不満	0%

Q.また参加したいと思うか。

ぜひ参加したい	32%
機会があれば参加したい	68%

(自由記述)

良い気分転換になった／景色がきれいで、歩いていて気持ちよかった／ガイドさんに知らなかったことを説明してもらって勉強になった／個人的に一人で歩くより楽しかった。

●参加者の満足度は高い

→より多くの人に参加してもらうことが必要

●強いリピート意向は3割程度

→季節ごとに違う魅力などのPRが必要か？

32

旅行者向け実行プラン振り返り

■当日申込みは二ーズあるが、参加者増のためには事前認知が必要

- 暮色ウォーキングは、時間帯が14時～16時のため、宿についてから認知・申込みをして翌日参加は難しかった。
- 初日での参加がほとんどになるため、朝10時申込み切のためには、事前に認知し、暮色ウォーキングに参加のつもりで来てもらうことが必要

■着いてから認知・申込みのためには開催時間の検討および装備・服装の貸し出しなどが必要

33

宿泊施設向け モニターツアーの実施

【目的】

- ①旅行者・宿泊者と接する機会の多い宿泊施設の従業員・スタッフに、「暮色ウォーキングモニターツアー」を実施し、良さを体験してもらう
- ②スタッフ自ら体験してもらうことで、旅行者に実感をもって伝えてもらう材料とする。
- ③意見・感想などをいただいてプログラム改善に反映する

【実施概要・結果】

2012年11月28日（水）・2012年11月29日（木）

両日、各1社参加（「和みの宿 かみのやま」「月岡ホテル」）

各施設参加者ともに、「初めての、暮色ウォーキング体験」だった。

☆参加者からの感想：思っていたよりも楽に歩くことができた、お客様に薦めていきたい、展望台から見える景色がよかった

【今後の予定】

都合悪く参加できなかった宿泊施設からも、「春に是非、実施を」という声があり、今後も粘り強く実施していきたい

34

改善

今後取り入れていきたいこと①

*参加目的別にターゲットを絞る

日帰り+温泉 近隣県 ⇒宮城県（仙台）、
旅行 首都圏 ⇒団塊世代の夫婦、親子（母+娘）
リラクゼーション 首都圏 ⇒仕事疲れのOL
ビューティー 女性 ⇒独身、収入の多い30~40代のOL
夏休み・森体験 ファミリー⇒小学生程度の子連れ

*価格

通常 1人2600円（市内旅館にお泊りの方2000円）
だが、①付加価値をつけた料金の設定が魅力になるのでは？
②プログラムを充実させて3500円とかの価値付けでは？

*プロモーション計画

発地 ・各旅館の宿泊プランへの組み込みを増やす・・・現在1軒
・26DCに向けた（仮）山形女子旅への組み込み

着地 ・各旅館従業員、市内観光施設従業員からお客様への紹介
⇒関係者向けモニターツアーを実施し、良さを体感して
もらう。感想や意見をいただき反映させる。

35

改善

今後取り入れていきたいこと②

*顧客満足度調査の徹底、項目の追加

- ・認知ルート
- ・計画～旅行に至るまでどの時点で申し込みをしたか
- ・ガイドの対応について
- ・参加の動機になった理由
- ・一番よかった、心に残ったポイント

*他地域のウォーキング商品との差別化

・「気候性地形療法」「日本初で唯一、ミュンヘン大学認定」という要素を強く押し出し、“かみのやま温泉でしか体験できない”ということをアピール

36

改善

今後取り入れていきたいこと③

*気軽に参加しやすい環境づくり

- ・当日参加申し込みOK、シューズ・ウェアの貸出体制を整える

*付加価値をつける

- ・ウォーキング+（プラス）温泉、食事
- ・ウォーキングでの健康効果を可視化できるようなアイテムを導入

*その他

- ・観光客と直接かかわる機会の多い旅館の従業員向けモニターツアーを根気強く実施
- ・チラシ・ポスターは“上山でしか体験できない”“目にすることができない”をアピールすることができる内容にする
- ・影響力のあるメディアの活用

37

改善

今後の展開

- ・販路の確立
- ・ターゲットの絞込み
- ・商品内容の魅力UP、商品の露出UP
- ・着地前の情報の提供
- ・営業力の強化
- ・県内他地域との連携
- ・どこにでもある“里山”というイメージを“ここにしかない里山”に格上げ
- ・山形と言えば「蔵王」「さくらんぼ」という認知度の高いものとの結びつける

38

平成24年度愛媛県内子町（うちこちょう）の取り組み事例発表

観光庁「地域の観光資源を活かした顧客満足型商品推進事業」

地域の概要

内子って、どこ？

- 四国瀬戸内海側・愛媛県のほぼ中央にあるまち
- 日本最古の湯「道後温泉」の松山市、夏目漱石「坊っちゃん」の舞台となった松山市から南西に約40キロの山間
- 江戸時代末から明治時代にかけてハゼノキの実から搾り取って得た木蠟（もくろう）生産で栄え、重厚な民家が建ち並ぶ一角がある

内子って、どんなまち？



2

歴史的な町並み保存から始まった

- 1970年代から続く町並み保存事業の取り組み
「まちづくり型観光振興」
- 市街地から里へ、里から山へ。生活文化を守り
景観保存の取り組み
「町並みから村並み、山並みへ」
- 高次元農業の取り組み
「道の駅内子フレッシュパークからり」の発展

3

1916年創建の芝居小屋「内子座」のあるまち：芸能好きな町民！



4

内子町の観光振興への取り組み

- 内子町が着手した保存事業は、地域のアイデンティティを取り戻す事業。
- 伝統的な町家の保存と共に、現代的再生を果たして暮らし継ぐための手法であり、地域のためのもの。観光客を呼ぶための事業ではない。
- 暮らしを大切にする文化的環境整備事業に共感し、感銘を受ける人々のみ来てほしい。
- 本物の伝統技術などに支えられた佇まい、誇りある町民、品格のあるまちこそ「まちの光がみえる」
- まちづくり型観光は、「まちの光」をともし事業

5

内子町の観光振興への取り組み

- NPO法人は、行政で取り組んでいない分野を企画し実施していこうと、商店街の若手中心で結成された。二次交通解消と観光案内所



観光案内所「旅里庵」



ボンネットバス「ちゃがまる」 6

内子町の観光振興の課題

- 年間100万人を越える来訪者がいるが、滞在時間は個人客平均2時間弱。滞在環境が整えられていない。
 - 観光客のニーズや条件に応えられていない、観光メニューが十分知られていない。
- 観光振興の取り組みと地域の商店等との連携がまだ十分ではない。
 - 観光振興に伴った観光産業が十分に興っていない。

商品開発の目標と方針

- ①新たなプランにより来訪者のニーズに応える
→方針：マーケットインでの商品開発
- ②地域関係者に観光振興の取り組みが理解される
→方針：インナーマーケティングの推進

※インナーマーケティング：内部関係者に対してビジョンや理念、価値観等の浸透を啓発すること

8

プランニング<①マーケットイン対応>

来訪者のニーズと条件を捉える

- ターゲットとする観光客のニーズ
→十分な下調べをしないで、町並みを手軽に見たいという観光客。JRを利用してきた観光客。
- 条件
→調べたり決めたりしていない
→決められた時間しかない
→往復はしたくない

※来訪者の様子や観光案内所での会話等から分析

9

プランニング<②マーケットイン対応>

ニーズ・条件に応える商品開発

- 内子の町並みや文化施設のポイントを押さえたルート設計
- 所要時間は2時間程度
- 片道はタクシーかバスを利用可能
- 予約不要で到着してすぐに使うことができる

10

プランニング<②インナーマーケティング対応>

地域関係者への取り組みの理解促進

- 現状
 - NPO等が観光振興に取り組んでいるが商店等とはまだ距離がある
- 要因
 - 町並み保存が主で観光があまり意識されない
 - NPO等の取り組み、観光と商店等のつながりが目に見えにくい

11

取り組み理解を促進する商品開発

- NPO関係者が、商店等にプランへの協力を依頼する
- プランの商店等への波及効果を見えるように、商店で使えるチケットをプランに組み込む

12

毎日催行プランの開発

- 「うちこ町あるき・楽ちんプラン」
- 往路はバスかタクシーで送ってもらう
- ポイントを押さえたルートマップ付き
- 代表的な文化施設3館の入場券付き
- 町のお店で使える食事・お買い物券付き
- 予約不要で観光案内所等で申し込んですぐに使える
- ガイドは付かず、気ままに回れる
- 価格は1名2000円と手軽な金額

13

チラシ

プランニング<具体的な商品開発>

うちこ町あるき・楽ちんプラン

乗り物券・3館入場券・食事お買い物券付き3フリープラン

■出発日：平成25年1月12日～9月30日(毎日) ■所要時間：2～3時間
 ■集合場所：JR内子駅前（旅里庵・たびりあん） ■受付時間：9時～15時(当日)
 ■催行人員：1名様から出発（9分～1名利用は、300円追加）
 ■参加費用：2,000円(高校生以上)
 1,200円(中学生)
 1,100円(小学生)

【楽ちんプランの内容】

乗り物(1つ選択) ①小室タクシー ②ポネットバス ③レンタサイクル	3館入場券 高校生以上：900円 小学生：450円 ●内子産 ●上野舞鶴 ●思いのまましの博物館	お食事・お買い物券 ●大人：1,000円券 ●中学生：900円券 ●小学生：500円券
--	---	---

①タクシー②ポネットバスモデルコース（所要時間：2～3時間）※ポネットバスは土日祝日限定

③レンタサイクルモデルコース（所要時間：2時間～3時間）

JR内子駅前(11時)→(7km/9分)→(バス)→(八日市周辺の観光【本芝舞鶴 入場5分】→(徒歩5分)→【食事お買い物 30分】→(徒歩5分)→【思いのまましの博物館 入場5分】→(約300m/5分)→(内子産 入場5分)→(約600m/13分)→JR内子駅前

JR内子駅前(11時)→(7km/15分)→(八日市周辺の観光【本芝舞鶴 入場5分】→(徒歩5分)→【食事お買い物 30分】→(徒歩5分)→【思いのまましの博物館 入場5分】→(約300m/5分)→(内子産 入場5分)→(約600m/5分)→JR内子駅前

●大船渡川漁具展示館

明治の漁具、江戸時代～昭和の各年代の釣り具、白銀と黒銀の釣具、内子産の漁具を展示。展示品は、展示品として10種が展示。展示品は、展示品として10種が展示。

●思いのまましの博物館

江戸時代～昭和の各年代の釣り具、白銀と黒銀の釣具、内子産の漁具を展示。展示品は、展示品として10種が展示。

●内子産

大正時代～昭和の各年代の釣り具、白銀と黒銀の釣具、内子産の漁具を展示。展示品は、展示品として10種が展示。

●ちかだま

江戸時代～昭和の各年代の釣り具、白銀と黒銀の釣具、内子産の漁具を展示。展示品は、展示品として10種が展示。

株式会社 J J 旅行センター NPO法人 Project A. Y. 【旅里庵】
 0893-44-5788 0893-43-1450

14

食事・お買い物券協賛店とマップ

プランニング<具体的な商品開発>

うちこ町歩き・楽ちんプラン：協賛店リスト

■お食事処・レストラン

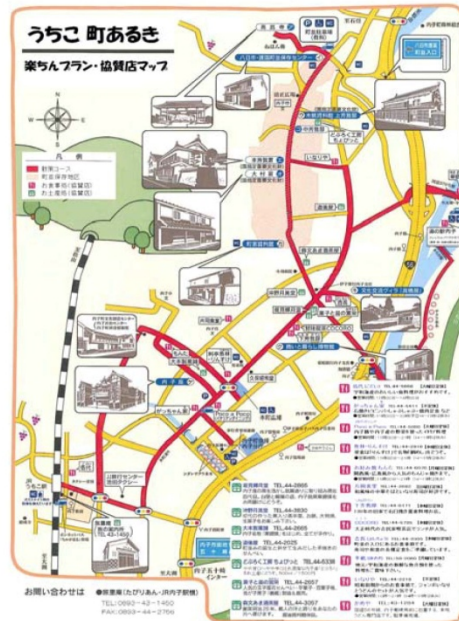
- 11** 店代(たに) TEL:44-5666 【大塚日定休】
宇和漁産のおいしい魚料理がおすすめです。
●営業時間：11時00分～14時00分
- 11** がっちゃん家 TEL:44-6411 【不定休】
石焼きピザ・ハンバーガー・焼肉・焼定食 など
●営業時間：11時30分～23時(平日14時～17時28分)
※年中無休
- 11** Poco a Poco TEL:44-5000 【大塚日定休】
内子産や内子産の野菜を使った49種料理
●営業時間：11時00分～21時 (土・日・19時28分)
- 11** 魚林・りんすけ TEL:44-2810 【大塚日定休】
昼食はりんすけで名物「鯛」をどうぞ。
●営業時間：11時00分～21時 (土・日・19時28分)
- 11** お好み焼 ほんた TEL:44-6070 【月曜日定休】
関西風・広島風から人気のもんじゃ焼きまで。
●営業時間：11時00分～21時 (土・日・19時28分)
- 11** 月間食堂 TEL:44-2662 【日曜日定休】
和風味の中華そばとしゃぶが好評です。
- 11** 下芳我邸 TEL:44-6171 【大塚日定休】
130年の旧家で石臼挽き蕎麦料理お店。
- 11** OOOORO TEL:44-5735 【大塚日定休】
大正時代の名民家喫茶店でランチが人気。
- 11** 吉長 (よしなが) TEL:44-2035 【大塚日定休】
町並の入口にあるお食事処です。
寿司や和食の各種定食をご用意しています。
- 11** 幸風 (ゆきかぜ) TEL:50-2060 【月曜日定休】
地元・宇和漁産の新鮮な魚介類を使った料理をご用意下さい。
- 11** いなりや TEL:44-2219 【不定休】
昭和初期のお食事処で、ジャンボいなりとどんどのセットが人気です。
●営業時間：10時～21時 (14時～17時は休み)
- 11** かめや TEL:43-1204 【大塚日定休】
国道6号線、内子郵便局前に位置する、本格うどん専門店です。駐車場完備。

■お土産

- 11** 坂野舞鶴 TEL:44-2865
内子産の果物を活かした果物詰り取り詰め現在
四代目、白銀と黒銀の店、内子産の果物をお土産にどうぞ。
- 11** 沖野舞鶴 TEL:44-3830
初代の作った果入り果茶、お餅、大判焼、生菓子をお楽しみ下さい。
- 11** 大木製菓 TEL:44-2665
内子名産「栗」をほしめ、全てが手作り。
- 11** 道徳屋 TEL:44-2025
町並みの原色と併せて生み出した手焼きのせんべい。
- 11** どぶろく工房 ちよびつと TEL:44-5338
やや甘ローや辛口お高麗な内子産「どぶろく」をお土産にどうぞ。500ml / 1500円
- 11** 菓子と茶の道 TEL:44-2657
人気の玉子落花生んべい、芋菓子・煎菓子等、我が子菓子(煎餅)製造販売。
- 11** 森文あま湯茶屋 TEL:44-3057
創業明治26年、菓子の誇りをあなただけへ届けます。 産地直産品提供。

■タクシー会社

- 池田タクシー(株) TEL:44-2191
- ジャンボタクシー 3台
- 小型タクシー 4台
- ハイブリッドタクシー 2台
- 内子タクシー(有) TEL:44-2345
- ジャンボタクシー 1台
- 小型タクシー 5台



15

実施結果

- 1月12日からプランを販売開始
- 内子駅構内の旅行案内所「旅里庵」等で販売
- 2月末までに100名近くが利用
- 利用者の多くは県外からの来訪者
- 半数以上が満足と回答
- 食事券、買い物券も使われている

16

検証

- 来訪者のニーズ・条件に応える
 - 販売状況から、来訪者のニーズ・条件には有る程度応える商品となっていると考えられる
 - ただし、十分な下調べをしていない観光客には、「満足」だが、「普通」の感想の観光客も居る。このプランは全ての来訪者を満足させることはできない。
- 地域関係者の理解を促進する
 - 食事券・買い物券が利用されることで、波及効果が商店等に見える化された
 - 観光振興の取り組みが商店等にも効果があることの理解が広がり始めた

17

改善点

- 商品ラインナップの取りそろえ
 - リピートしないと意味がなく、楽ちんプランを「さわり」として、もっとおもしろい、魅力的なプランを揃えることでリピートや滞在時間の延長につなげる
 - 内子町来訪の期待から来訪者をセグメントし、多様なニーズに応え、内子らしさを理解いただき提供できる商品ラインナップを広げることで、満足度も向上させる
- 地域連携の促進による収益化の実現
 - 現在は原価ぎりぎりまで収益化に至っていないが、地域関係者への理解を促進し、スポンサーや食事・お買い物券利用分の協力金などにより収益化を目指す

地域発 滞在プログラムの手引き

－地域の目指す姿に近づくためのPDCAサイクル推進－

2013年3月

1

地域発 滞在プログラムの手引き

- **滞在プログラムの手引き(案)のご紹介**
 - ☞ お手元の手引き(案)を参照しつつ、スライドで補足しながらご紹介
- **第1章 滞在プログラム(着地型観光)に取り組む前に**
 - ☞ 滞在プログラムの在り方とPDCAサイクル推進を活用する理由
- **第2章 滞在プログラム推進のためのPDCA**
 - ☞ 本事業の対象地域となった16地域から実例を交えながら

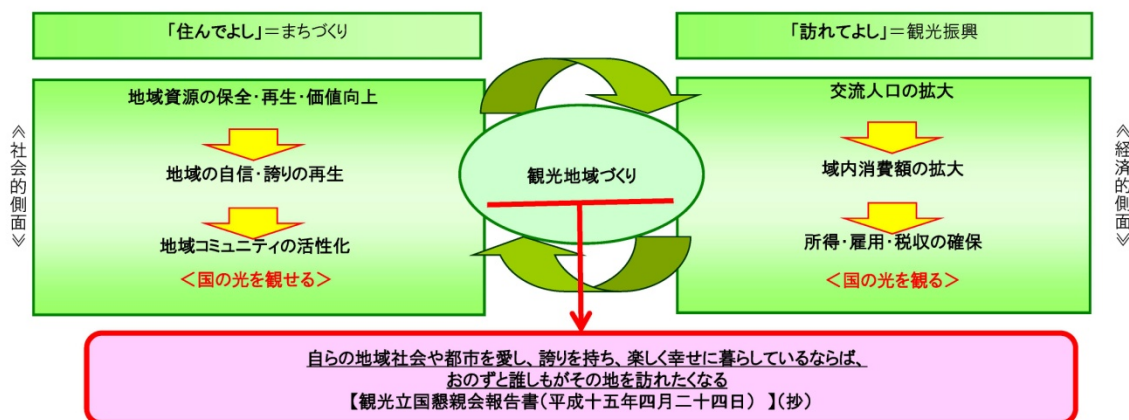
2

第1章 滞在プログラムに取り組む前に

3

滞在プログラム(着地型観光)に取り組む前に

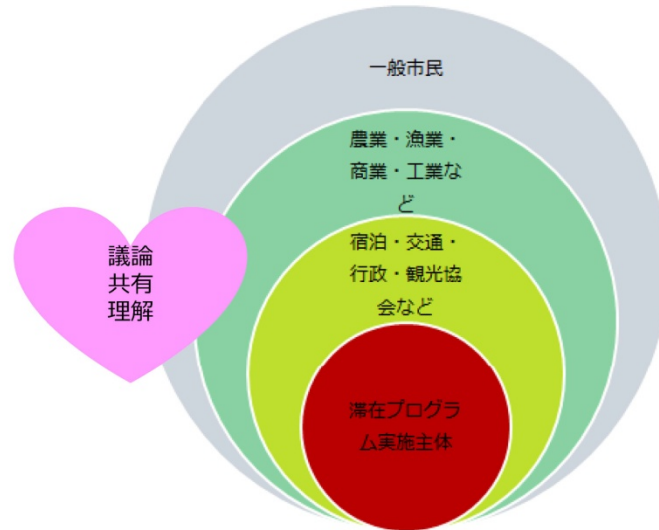
- 地域の資源を組合せた魅力ある滞在プログラムの開発・造成により、地域の魅力を旅行者に提供することを通じて、滞在・再来訪を促進を図ることは、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを推進するために重要



4

滞在プログラムの関係者

- 旅行者が、従来の名所旧跡に加え、商店街や農山漁村など、地域の日常生活を回遊し、地域の住民と旅行者の交流を促進する滞在交流型観光には**多様な関係者**が必要



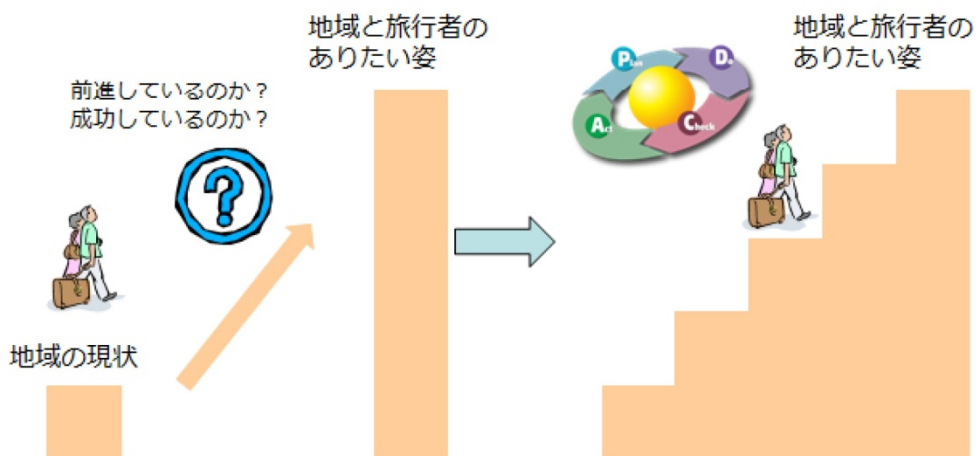
5

PDCAサイクル推進の果たす役割

- 地域連携・継続的な取り組みの鍵は「手応え(前進・反応・成果)を目に見えらるようにつること」

● 目標に向けて、進んでいるのかがわからない

● 目標に向けて、今、どこにいるかがわかり1歩ずつのぼる



6

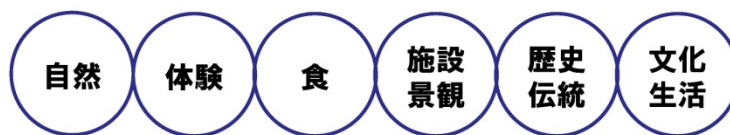
第2章 滞在プログラム推進のための PDCAサイクル

7

地域資源の棚卸・洗い出し

■ 様々な地域資源の棚卸・洗い出し

- ☞ 地域関係者を巻き込み多様な視点で
- ☞ 既存の観光資源にとらわれず幅広く

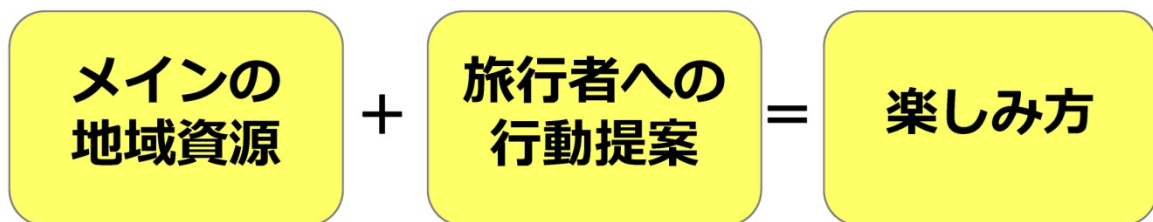


8

地域資源＋行動提案＝楽しみ方

■ 地域資源に「行動」を付加していくことで「楽しみ方」になる

- 行動は「動詞」。「見る」「味わう」「触れる」「聞く」「嗅ぐ」「学ぶ」「作る」「歩く」「遊ぶ」「めぐる」「買う」「体験する」「寝る」「読む」「売る」「撮る」「採る」...など様々考えられる



9

事例)網走「大雪原をひとりじめ」

■ 秋～冬の休耕畑「大雪原」+「字や絵を描く」



10

対象者(ターゲット)を想定する

■ どのような旅行者がプログラムを楽しむのか

☞ 地域資源と行動の組み合わせの前にターゲット設定する場合も

地元の「ココがいい！」に共感してくれそうな人へ来てほしい人 を具体的に想像してみる

名前：

年齢：

住んでる場所：

性格：

独身or既婚

週末遊びに行くのは：

仕事：

年収：

遊びに使う金額：

行動パターン：

その他の特徴：

_____さんが旅に出る理由

■ どうして旅に出ようと思ったのでしょうか？

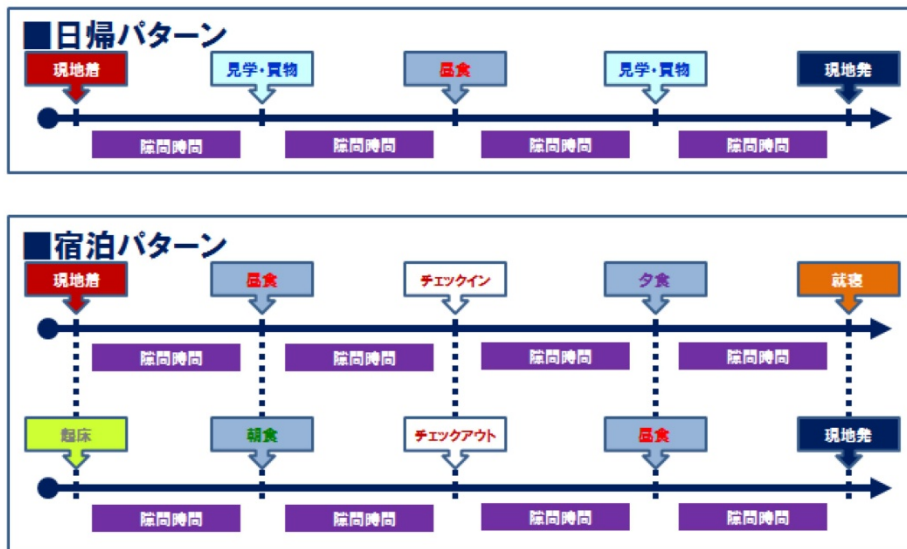
■ 旅の形態・同行者・移動手段
(例：1泊2日女子友達との旅行、家族旅行)

■ 旅の予算は？

■ この地域を選んだ理由・目的は？

過ごし方の想定～どの時間で楽しむか～

■ 旅行者の時間の使い方をイメージする



事例)南富良野 ナイトピクニック

■ 冬場凍結する湖で夜のプログラム



13

滞在プログラムの位置づけ整理

- **その滞在プログラムはそれ自体が旅の目的になるものか？あるいは、既に旅している旅行者がそれを体験すると、満足度が上がるものか？**

■ 参考:「ミシュラングルメガイド」の例

- ☞ ★★★: そのために旅行する価値がある卓越した店
- ☞ ★: そのカテゴリーで特においしい店
- ☞ 通常「外食」というものは生活圏内(家族との外食 → 居住地の近く/仕事仲間との外食 → 職場の近く)ミシュラングルメガイドは、レストランなのに「生活圏」を飛び越えるというコンセプト(理由: ミシュランはタイヤメーカーだから)

14

滞在プログラムの位置づけ整理

- 誘客型にて集客増を目指すか、満足型にて満足度向上や滞在時間延長を目指すか

☞ 誘客型は、その地域でしか見られないもの、食べられないものといったものに限られる場合も

三ツ星の滞在プログラム
=「誘客型」



そのために旅行する価値がある
そこでしか体験できない旅・地域体験
これを目的に「人が呼べる」=「誘客型」

一ツ星滞在プログラム
=「満足型」

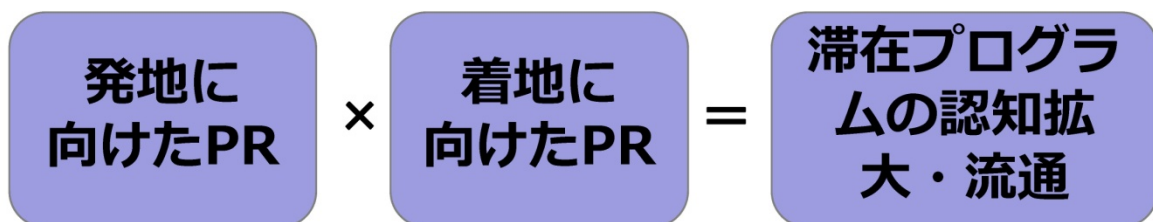


近くにあったら、是非参加したい旅・体験
これを体験できると、その旅はさらに
思い出深く満足する=「満足型」

15

流通・プロモーション計画立案

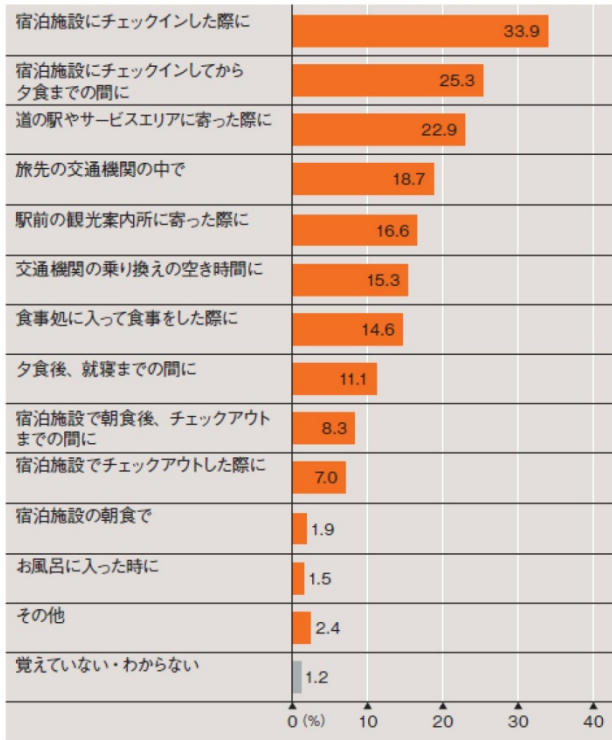
- 継続的な滞在プログラムの実施のためには、多くの旅行者に体験してもらうことが重要



- 「誘客型」については発地PR、「満足型」では発地はもちろん着地PRに力を入れる

16

着地（旅行先）で情報を入手したタイミング
（着地で情報に接触した人のみ／複数回答） (n=673)



参考：着地での 情報入手タイミング

- 宿泊施設は、とても重要な旅行者との接触タイミング
- チェックイン時は、何かしら会話など旅行者とのコミュニケーションが発生
- 特にすることがないすきま時間や、施設に立ち寄った「ついで」のタイミングが重要

関係者との連携構築 事例)大分県 竹田

「ぶらり、ひとつま味」城下町散策＋商店街

関係者との連携構築 事例)広島県 湯来

■ 江戸時代のおもかげを辿るプログラム造成



19

関係者との連携構築 事例)山形県 上山

■ 上山温泉の温泉旅館・ホテル各社を対象に「暮色ウォーキングモニターツアー」開催

- ☞ 旅行者・宿泊者との重要な接点を持っている宿泊施設のスタッフが実際に体験することが重要



20

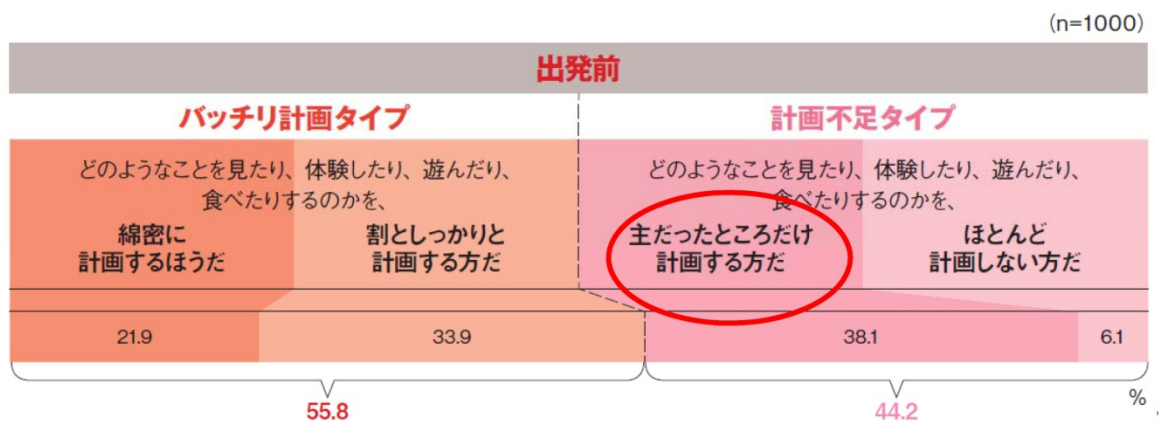
地域内での滞在プログラム周知

- 増加傾向にある個人手配旅行者は発地では「1次交通手段」「宿泊施設」については決定・購入が多いが、「**旅先での過ごし方**」(どのようなことを見たり・体験したり・遊んだり・食べたりするか)については、**柔軟に考えている場合が多い。**

21

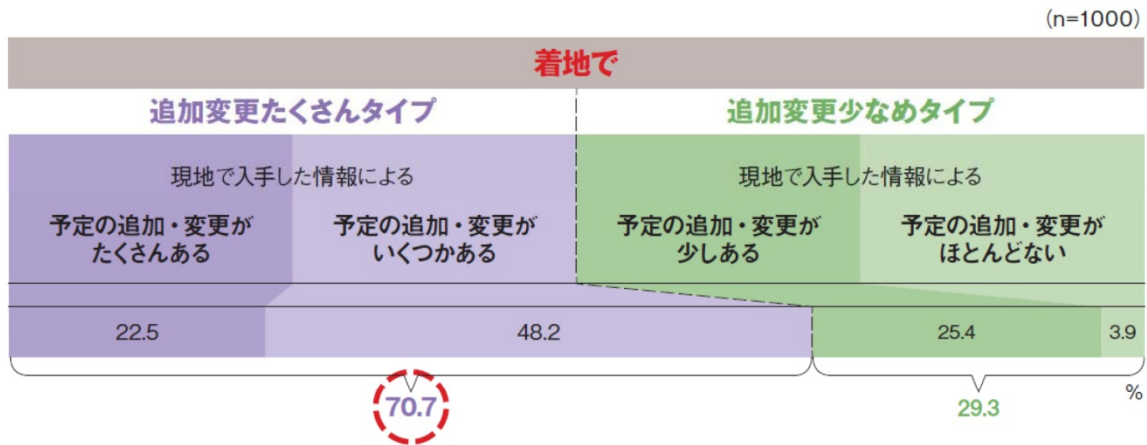
参考：旅先(着地)での行動計画タイプ 出発前において

- 4段階に分類した出現率は以下
- 「**主だったところだけ計画**」が約4割
 - ☞ 1番行きたいところだけを決めて、その他の行動は特に事前には決めないタイプ



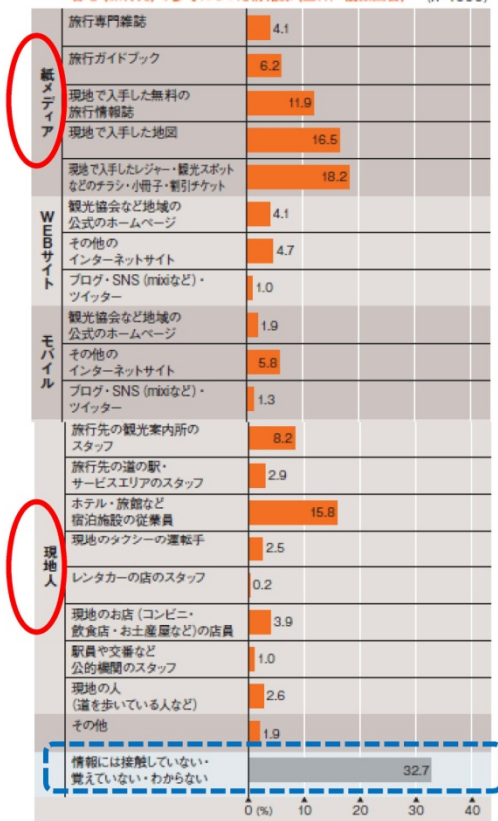
参考：旅先(着地)での行動計画タイプ 到着した後(着地)において

- 現地で入手した情報にて、計画を追加・変更していくことが多いタイプが7割以上



23

着地(旅行先)で参考になった情報源(全体/複数回答) (n=1000)



旅行先で参考になった情報源は「紙」と「人」が強い

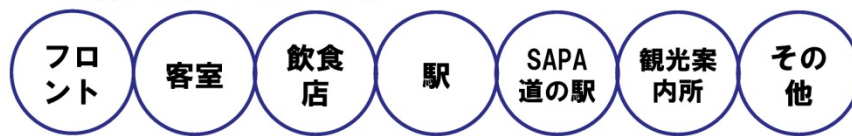
- ☞ チラシ、小冊子、割引チケット、地図、旅行情報誌など、紙メディアの活用度の高さが目立つ
- ☞ 「人」では、宿泊施設の従業員が高い
- ☞ 「情報には接触していない・覚えていない・わからない」が単独の回答では最も高く、機会損失も

24

地域内での旅行者接点の洗い出し

- 地域内で旅行者が多くいる場所、よく見るもの、よく話す人など、「旅行者」と「地域」の接点となるものは何か？

・着地で旅行者の接点がある場所・人の例



25

事例)大分県 竹田 ぶらり、ひとつま味

- 店頭タペストリーと行列が地域内で目立つ



26

事例)南富良野 ナイトピクニック

■ フロントにチラシとデジタルフォトフレーム



27

事例)三重県志摩「風待ち港のまち歩き」

■ 宿泊施設にて「お泊りのお客様へ 思い立って明日のチェックアウト後に参加してみませんか？」と呼びかけ

お泊りのお客様へ
思い立って、明日のチェックアウト後に 参加してみませんか?

的矢「風待ち港」のまち歩き & 牡蠣とワインのマリアージュ 2時間プラン

明日チェックアウトした後、約2時間の ちょこっと旅のご提案。
「風待ちの港」の歴史を感じるガイド付きの街歩き。江戸時代の的矢港には千石船が的矢村から対岸の三ヶ所村まで届くほどの船が係留され賑わいを果たした「風待ちの港」その歴史風情が残る町並みをガイドいたします。 三重ブランド的矢力牛の生産者職工場を見学。清浄化技術の最先端技術を学んだ上で、味わう的矢力牛とワインのマリアージュは絶品です。気軽に「ちょこ」と的矢旅を体験しませんか。

※旅行のお荷物は、送迎船に預け貴重品のみ持って、まち歩きを楽しみましょう。
※車運転の手配または、不飲酒の方はアルコールワインをご用意しています。
※生牡蠣を食べられないお客様は、ご当地生ハムをご用意しています。

<タイムスケジュール> ※12月29日～1月6日、休館最終休館日、天候悪化時はお休みいたします。
10:00 チェックアウト後 船着場まで徒歩移動 送迎船 (約10分) にて的矢港集合 集合・受付開始
10:15 ガイド付きまち歩き 開始 的矢村～船着場(約15分)～船着場～的矢港(約15分)～的矢港(約15分)
11:00 自前生牡蠣試食(生食) 11:30 船着場～的矢港～的矢港のワインのマリアージュ試食
往復船に体験、牡蠣試食、ワイン試飲 ⇒ 12:00 終了 送迎船にて船着場対岸へ送迎

的矢シェルス生かき(2粒)と白ワインは、最高のマリアージュ。(写真はイメージです)
※お子様は牡蠣とワインの試食はございません

参加費 ★2名様以上の参加となります
1名様 大人2500円/小人2000円
要予約 申込み先 志摩自然学校
☎0599-72-1733
希望日前日の18時に受付メ切り

江戸時代は多くの船が係留され、船人達の為の芝居小屋や様々、遊郭・船宿も多数ありました。

28

参加者からの評価・振り返り

■ 定性調査(見る・聞く)

- ☞ 主に同行ガイドや添乗員から...
 - ・ 行動観察
 - ・ ヒアリング
- ・ 場合によっては...モニターツアーを催行し、その後グループインタビューをセットする手法も

■ 定量調査(記入式)

- ☞ 参加者アンケート

29

実施主体者内で振り返り

■ まず大切なのは主体者が内部で振り返りを実施すること

- ☞ 目的は「良かった、悪かった」を論ずることではなく「兆し・気付いたこと」「改善点・今後の可能性」などについて議論すること
- ☞ 定量・定性調査を元に議論の“素材”を準備
- ☞ 結果は協力・連携者共有用に資料にまとめる



30

協力・連携先とともに振り返り会を実施

- 「やりっぱなし」はNG！「やってみて、果たしてどうだったのか」を必ず関わった人々に伝え、議論する場を設ける
 - ☞ 会議の位置づけ・趣旨説明の後、実施主体者の振り返り結果をプレゼンテーションする
 - ☞ 協力・連携者の立場からの気づき・意見出し
 - ☞ 改善・進化に向けてさらなる連携体制を確認



31

改善と継続的行動

- PDCAサイクル推進そのものが地域連携を強化する
- C(評価)とA(改善)を意識し「やりっぱなし」にしない
- 「1度やって成功」はない。PDCAサイクルは継続的に回していくもの



32

**ご清聴ありがとうございました！
手引きの完成は3月末を予定して
おります**

