

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設： 鳴子ダム

第 1 稿

作成日： 令和 元 年 12月20日

提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力倍増・通年化プロジェクト】 通年化①すだれ放流の通年実施
企画概要 目的	本企画の概要 ・5月に実施してきたすだれ放流を通年の観光資源として活用する方策(実施の可否、回数など)を検討。 本企画の目的 ・初夏に集中しているダム訪問者の拡散 ・鳴子ダム＝「すだれ放流」を意識したイメージ戦略
連携体制	・治水、利水関係者(放流に関する協議) ・観光協会、大崎観光公社(観光キャンペーン等との連携)
ターゲットと 販売方法	・鳴子温泉・鳴子峡を訪れる一般旅行者 ・鳴子温泉・鳴子峡を含むツアーを企画する旅行会社
企画の要綱	設定期間・設定日 ・ダムの貯水状況等を考慮のうえ、年数回の実施を検討する。 受入可能人数 ・5月実施時と同程度の受入が可能ではあるが、人数を限定した有料化を検討すべき。 収益化の考え方(想定販売価格等) ・ダムの見学単体では有償化・収益化は難しい。 ・ダム下へのガイドツアーや地域の食事・物販との連携を検討
課題の整理	・5月以外の時期におけるすだれ放流の可能性について慎重に検討が必要 ・特に紅葉の時期に可能である場合、道路渋滞や駐車場の確保について検討 ・台風や渇水の際の中止判断基準について事前に検討が必要 ・特に旅行会社ツアーに営業する場合、旅程補償のリスクについて考慮
その他	・可能な時期、回数から少しずつ実施を検討すべき。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鳴子ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月20日
提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力倍増・通年化プロジェクト】 通年化②夏・秋・冬に実施する魅力的な見学プログラムの設定
企画概要 目的	本企画の概要 ・ダム本体の見学プログラムと立地する周辺の自然環境(紅葉・雪など)を組み合わせ、季節ならではの見学プログラムを検討。
	本企画の目的 ・季節ごとの自然環境と組み合わせた鳴子ダムの魅力度アップ。 ・紅葉シーズンの観光客に対するダム見学のアピール。 ・シーズンオフの目玉としてのダム見学の可能性検討。
連携体制	・観光協会、大崎観光公社(各観光資源や季節イベント等との連携)
ターゲットと 販売方法	・鳴子温泉・鳴子峡を訪れる一般旅行者 ・鳴子温泉・鳴子峡を含むツアーを企画する旅行会社
企画の要綱	設定期間・設定日 ・期日限定のイベント企画と、一定の期間内で設定可能なツアー企画を並行して検討する。
	受入可能人数 ・企画内容に合わせて検討(例:ライトアップは300名)
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・ダムの見学単体では有償化・収益化は難しい。 ・ダム下へのガイドツアーや地域の食事・物販との連携を検討
課題の整理	・現在実施しているライトアップ、紅葉ツアーの集客向上(内容の向上、告知方法の検討) ・夏のハイキングや、冬のスノーシューなど、季節に応じたアクティビティと連携した見学の検討。 ・特に冬(積雪期)のダム見学の可否、可能な見学内容の検討と安全性の確保。 ・企画・造成したプランの情報発信、受付窓口の設定。
その他	・大崎観光公社がプラン造成、販売を行うことが可能か、再確認。

インフラツーリズム魅力増進プロジェクトツアー提案シート

施設: 鳴子ダム

作成日: 令和 元 年 第 1 稿
12月20日
提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力増進・通年化プロジェクト】 通年化③鳴子ダムの歴史的な意義を知るプログラムの設定
企画概要 目的	本企画の概要 ・選奨土木遺産に認定されている理由や技術的な特徴を、一般にもわかりやすく・面白く発信する知的な好奇心を刺激するツアーを検討。
	本企画の目的 ・ダムをただ見学するのではなく、その意義や歴史をアピールする。 ・ダムができたことで、地域の生活や産業がどう変わったかのストーリーを策定し、農業遺産等の資源に紐づける。
連携体制	・土木学会(土木遺産の意義に関する資料、ガイドシナリオ作成等への支援) ・観光協会、大崎観光公社(各観光資源との連携)
ターゲットと 販売方法	・知的な好奇心の高い熟年層(「大人の社会科見学」ツアー顧客) ・大崎市を農泊で訪れる教育旅行団体(修学旅行等) 企画・販売を行う旅行会社へ素材提供
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的に通年設定、団体等の希望に合わせて設定
	受入可能人数 ・バス1台(40人)単位で設定。
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・専門的なガイドによる説明、資料提供として有料プログラムとして設定 ・関連する地域の食や農業体験とセットにすることで高付加価値プランとして設定
課題の整理	・選奨土木遺産としての意義、役割を正確に伝えるためのガイドシナリオ、資料の策定。 ・そのうえで、専門的になりすぎない、中学生レベルの知識で理解できる程度の平易な解説と飽きさせない演出の検討。(インタープリテーションの検討) ・洪水対策や震災復興など、防災教育を含めたストーリーの策定。 ・地域の特産品(農産物、発酵食品等)との連携
その他	・ガイドシナリオの策定について、外部のライター等の支援も検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鳴子ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月20日
提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力倍増・通年化プロジェクト】 地域連携①鳴子温泉郷の宿泊プランと鳴子ダム見学をパッケージした特別プログラム
企画概要 目的	本企画の概要 ・自治体観光部署や温泉協会と連携し、ダム見学を目的とした宿泊プランを造成。普段立ち入れない施設の案内や夜間・早朝の特別公開などプレミアム企画を想定。
	本企画の目的 ・ダム見学をフックとして鳴子温泉郷の宿泊者数増加を目指す。 ・地域の滞在時間を延ばすことで、観光消費額の向上を目指す。
連携体制	・大崎市、大崎観光公社、鳴子温泉郷観光協会、旅館組合(各宿泊施設と連携した見学プログラムの設定、販売)
ターゲットと 販売方法	・鳴子温泉に宿泊する一般観光客(県外からの宿泊客) ・各宿泊施設の宿泊プランとセットした販売、及び当日参加可能であれば宿泊施設にて直接受付)
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的には通年設定だが、オフシーズンの集客施策の目玉として設定を検討。
	受入可能人数 ・企画内容に合わせて検討(例:ライトアップは300名)
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・宿泊者限定の特別プログラムとして高付加価値化を図る
課題の整理	・一般客を排除した状態で宿泊者限定のプランが実施可能か検討 ・鳴子温泉の宿泊を促進できるだけの付加価値の設定を検討 ・各宿泊施設からのアクセスを検討(各自か、旅館の送迎バスは可能か、シャトルバスを運行するか) ・宿泊者限定の特典について検討 ・広報発信の方法、同様の各種キャンペーンとの連動を検討
その他	・対象となる宿泊地、施設について、地域で十分に協議が必要。

インフラツーリズム魅力増進プロジェクトツアー提案シート

施設: 鳴子ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月20日
提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力増進・通年化プロジェクト】 地域連携②ライトアップと組み合わせたイベントの実施
企画概要 目的	本企画の概要 ・ライトアップと組み合わせたナイトタイム観光の検討。音楽演奏や伝統芸能との連携を検討。 本企画の目的 ・ダムイベントをフックとして鳴子温泉郷の宿泊者数増加を目指す。 ・地域の滞在時間を延ばすことで、観光消費額の向上を目指す。
連携体制	・大崎市、大崎観光公社、鳴子温泉郷観光協会、旅館組合(各宿泊施設と連携したイベントの設定、販売)
ターゲットと 販売方法	・鳴子温泉に宿泊する一般観光客(県外からの宿泊客) ・各宿泊施設の宿泊プランとセットした販売、及び当日参加可能であれば宿泊施設にて直接受付)
企画の要綱	設定期間・設定日 ・現在、秋に実施しているライトアップの充実として検討 ・秋以外の時期における設定についても検討(夏など) 受入可能人数 ・企画内容に合わせて検討(例:ライトアップは300名) 収益化の考え方(想定販売価格等) ・郷土芸能やコンサートのチケット代として計上 ・人数限定の桟敷席を設定して高付加価値化を図る
課題の整理	・アーチダムをバックにダム下をイベントスペースとして活用を検討 ・ライトアップとともに実施するイベント内容の検討(郷土芸能、邦楽・洋楽コンサート、新能など)と地域との連携、ストーリーの設定 ・イルミネーションやプロジェクションマッピングの上映の検討 ・野外BBQやパーティ等、飲食を伴うイベントの検討
その他	・参加者を限定しての実施が可能か、施設の設定を要検討

インフラツーリズム魅力増進プロジェクトツアー提案シート

施設: 鳴子ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月20日
提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力増進・通年化プロジェクト】 地域連携③鳴子発電所の見学と組み合わせたダムの利水見学ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・東北電力鳴子発電所との連携による、新たなプログラムの検討。 本企画の目的 ・水力発電との関連によるダムの機能に関する発信 ・CO2を排出しないクリーンエネルギーとしての水力発電とダムのアピール
連携体制	・東北電力, 東北電力ネットワーク(送配電会社)(発電所の見学対応・解説)
ターゲットと 販売方法	・知的好奇心の高い熟年層(「大人の社会科見学」ツアー顧客) ・大崎市を農泊で訪れる教育旅行団体(修学旅行等) 企画・販売を行う旅行会社へ素材提供
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的に通年設定、団体等の希望に合わせて設定 受入可能人数 ・バス1台(40人)単位で設定。 収益化の考え方(想定販売価格等) ・専門的なガイドによる説明、資料提供として有料プログラムとして設定 ・関連する地域の食や農業体験とセットにすることで高付加価値プランとして設定
課題の整理	・鳴子ダムと発電所を一体として案内するコース設定、およびガイドシナリオの策定。 ・クリーンエネルギーをテーマとしたストーリーの設定。 ・東北電力と連携した情報発信の検討
その他	・2023年4月運転再開予定の鬼首地熱発電所(Jパワー)との連携も検討

インフラツーリズム魅力増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鳴子ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月20日
提案代表者(幹事)

企画名	インフラツーリズムが東北の復興を応援 【鳴子ダム魅力増・通年化プロジェクト】 地域連携④北上川水系上流のダムから河口(石巻)をつなぐプログラム
企画概要 目的	本企画の概要 ・上流のダム・温泉、大崎耕土の農業(米・日本酒)、河口の石巻の海産物を組み合わせた周遊プランを検討。
	本企画の目的 ・北上川水系を縦糸として、広域周遊観光ルートを設定する。 ・農業(米、日本酒)と石巻の漁業をつなげることで、宮城県の豊かな食をアピール。 ・沿岸部への誘客との連携による復興支援。
連携体制	・石巻市・観光協会、宮城県・観光連盟(広域周遊ルートの設定) ・東北観光推進機構(復興観光、インバウンド誘致との連携)
ターゲットと 販売方法	・首都圏等から東北・宮城県を訪れる一般観光客。 ・インバウンド旅行者。 ・旅行会社へ営業、および県単位でのプロモーション。
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的に通年設定。
	受入可能人数 ・プランにより各種設定(個人向け、団体向け)
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・ダム見学単体ではなく、周遊観光における滞在期間延長と観光消費増を目指す。 ・特に食を中心に据えて、ブランド食材による単価向上を目指す。
課題の整理	・北上川水系を水源から河口までつなぐストーリーの策定と、ダムの意義についてガイドシナリオの検討。 ・「食」をテーマとしたモデルコースの検討とブランド食材の選定。 ・地域の農業・漁業関係者とのふれあいを体験プログラムに取り入れた特別プランの設定。 ・インバウンドへの訴求を視野に入れた周遊コースの検討、受入整備。
その他	・2021年4月～9月に開催される「東北デスティネーションキャンペーン」と連動した展開を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 天ヶ瀬ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月23日
提案代表者(幹事)

企画名	もうひとつの「京都」情報拡大 【天ヶ瀬ダムをコアにした「お茶の京都」魅力発信プロジェクト】 インフラ施設①天ヶ瀬ダム見学ツアーの魅力向上
企画概要 目的	本企画の概要 ・キャットウォークからの見学と他のダムで集客の目玉となっている観光放流を組み合わせた、一般にもわかりやすい見学プログラムの定例化を検討。 本企画の目的 ・現在、旅行会社向け限定で実施している特別見学を、個人向けに実施する。 ・定時出発ツアーに他のツアーを合わせることで、催行率の向上を図る。
連携体制	・DMO、観光協会(現行の特別見学をベースとした個人向けツアーの検討)
ターゲットと 販売方法	・平等院等宇治市を訪れる一般観光客 ・Web等による事前予約と、当日予約なしで受け付ける可能性を検討
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的に通年実施、放流可能な回数について要検討。 受入可能人数 ・ガイド要員の人数により検討(1人あたり10人前後) ・現行特別見学は~40人 収益化の考え方(想定販売価格等) ・現行特別見学と同様、ガイドツアーとして有料にて実施。
課題の整理	・旅行会社向け特別見学の内容、ガイドシナリオ、運営状況の検証、改良。 ・一般旅行者を対象としたツアー主催、販売窓口となる主体を検討(旅行業登録を持つ事業者) ・個人向け受付を始めるタイミングとしての遊歩道整備との連携。 ・宇治市内からダムまでの2次交通の検討。(シャトルバスなど) ・一般向けのツアー情報発信、プロモーションの実施。 ・洪水対応等防災機能、エコエネルギーとしての水力発電についてアピールするシナリオの策定。
その他	・旅行会社枠で押さえた設定日が集客不足で中止となった際の個人向け再販売の可能性、方法を検討する。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 天ヶ瀬ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月23日
提案代表者(幹事)

企画名	もうひとつの「京都」情報拡大 【天ヶ瀬ダムをコアにした「お茶の京都」魅力発信プロジェクト】 インフラ施設②同水系支流ダム見学と組み合わせたダム満喫ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・高山ダム、比奈地ダムなどと組み合わせ、ダムの形式・立地条件・役割の違いについて楽しく学ぶ、ダム好き満足ツアーを検討。
	本企画の目的 ・同水系のダム組み合わせによりダムの機能・役割を発信する。 ・ダムをテーマに南山城地域の広域周遊ルートを設定する。
連携体制	・近畿地方整備局・各ダム管理事務所、水資源機構(各ダムの見学ツアーの調整) ・テーマ旅行・産業観光に実績を持つ旅行会社(顧客を持っている旅行会社によるツアー造成・販売)
ターゲットと 販売方法	・知的好奇心の高い熟年層(「大人の社会科見学」ツアーの顧客) ・ダムマニア、ダムカードコレクター等
企画の要綱	設定期間・設定日 ・通年設定可能だが、設定日を限定・集約して催行率を高める。
	受入可能人数 ・バス1台40人を単位として検討。
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・テーマのあるバスツアーとして食事やツアー限定特典等付加価値を付ける。 ・講師同行(ダムマイスター等)による付加価値向上。
課題の整理	・ターゲット顧客を持つ旅行会社、または任意団体やコミュニティの把握と連携 ・参加が期待されるターゲットに対して情報を確実に届ける手法の検討(SNS等の活用、趣味のネットワークへの発信) ・ダム好きの参加者を満足させ得るストーリー設定とガイドシナリオの策定 ・参加者をリピーターにしていくための工夫(繰り返し参加させる魅力の開発) ・ツアー参加者限定の特典の検討(非公開箇所の見学、ツアー限定のノベルティ等)
その他	・少人数でも催行できるような実施方法・価格設定を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 天ヶ瀬ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月23日
提案代表者(幹事)

企画名	もうひとつの「京都」情報拡大 【天ヶ瀬ダムをコアにした「お茶の京都」魅力発信プロジェクト】 インフラ施設③天ヶ瀬発電所・宇治発電所の見学と組み合わせたダムの 利水見学ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・通常見学を受け入れていない関西電力の発電所との連携による、新たな産業観光プログラムの検討。
	本企画の目的 ・水力発電をテーマにダムの利水機能について発信する。 ・ダム見学のバリエーションとしてリピーター向けプランの設定。
連携体制	・関西電力(発電所管理者として見学受入・解説の可否検討)
ターゲットと 販売方法	・知的好奇心の高い熟年層(「大人の社会科見学」ツアーの顧客) ・修学旅行、工学系学生の研修旅行、技術視察旅行などの団体。
企画の要綱	設定期間・設定日 ・通年設定可能だが、設定日を限定・集約して催行率を高める。 ・各団体の希望に合わせて受入を調整。
	受入可能人数 ・バス1台40人を単位として検討。
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・テーマのあるバスツアーとして食事やツアー限定特典等付加価値を付ける。 ・講師同行(ダムマイスター等)による付加価値向上。
課題の整理	・発電所公開(特に内部見学)受入に関する関西電力との折衝 ・ターゲット顧客を持つ旅行会社、または任意団体やコミュニティの把握と連携 ・参加が期待されるターゲットに対して情報を確実に届ける手法の検討(SNS等の活用、趣味のネットワークへの発信) ・旧志津川発電所遺構の整備・活用に合わせてストーリーを設定する。 ・CO2排出の少ないエコエネルギーとしての水力発電をテーマとしたストーリーの設定。
その他	・少人数でも催行できるような実施方法・価格設定を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 天ヶ瀬ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月23日
提案代表者(幹事)

企画名	もうひとつの「京都」情報拡大 【天ヶ瀬ダムをコアにした「お茶の京都」魅力発信プロジェクト】 周辺観光①宇治市内および地域内宿泊プランと天ヶ瀬ダム見学をパッケージした特別プログラム
企画概要 目的	本企画の概要 ・お茶の京都DMOを主体に自治体観光部署と連携し、ダム見学を目的とした宿泊プランを造成。普段立ち入れない施設の案内や夜間ライトアップなどプレミアム企画を想定。
	本企画の目的 ・宇治市内及び近隣宿泊の誘致による京都市内からの旅行者分散 ・宇治市内の宿泊者増による観光消費拡大
連携体制	・DMO、観光協会、各宿泊施設(宿泊プランの設定、情報発信)
ターゲットと 販売方法	・首都圏などから宇治を含む京都を訪れる一般旅行者。 ・京都を訪れるインバウンド旅行者。
企画の要綱	設定期間・設定日 ・通年設定可能だが、観光・宿泊の各種キャンペーンと連動して設定。
	受入可能人数 ・各宿泊施設の収容力に合わせて設定
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・宿泊とセットすることによる観光消費額の増加。 ・滞在時間が延びることによる観光消費額も増加。
課題の整理	・宿泊を促すための夜間・早朝プログラムの検討(プロジェクションマッピングやライトアップの実施) ・宿泊者限定の見学内容の検討(通常非公開箇所の見学、限定メニューやノベルティの提供等) ・企画に参加する宿泊施設の募集(DMO、観光協会が主体に推進)。 ・ダム見学以外の夜間・早朝プログラムとの連携、開発(平等院ライトアップ、座禅体験等)
その他	・宇治市内におけるナイトタイム観光の開発。(飲食店、エンターテインメント等)

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 天ヶ瀬ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月23日
提案代表者(幹事)

企画名	もうひとつの「京都」情報拡大 【天ヶ瀬ダムをコアにした「お茶の京都」魅力発信プロジェクト】 周辺観光②地域の観光資源(世界遺産・日本遺産)と連携した「もうひとつの京都」ツアー検討。
企画概要 目的	本企画の概要 ・南山城地域の世界遺産(平等院・宇治上神社)、日本遺産(茶畑の景観、日本茶体験)等の観光資源と天ヶ瀬ダムを結ぶガイドツアーの設定と国内外への情報発信を検討。
	本企画の目的 ・宇治市内及び南山城地域への観光客誘致による京都市内からの旅行者分散 ・京都を訪れる旅行者の周遊を促すことによる観光消費拡大
連携体制	・DMO、観光協会、京都府南山城振興局(京都の観光プロモーションと連動した広域周遊ルートの発信)
ターゲットと 販売方法	・首都圏などから宇治を含む京都を訪れる一般旅行者。 ・京都を訪れるインバウンド旅行者。
企画の要綱	設定期間・設定日 ・通年設定可能だが、観光キャンペーンと連動して設定。(京の冬の旅など)
	受入可能人数 ・基本的なダム見学ツアーに合わせて実施を検討。
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・広域周遊することによる地域内の観光消費額の増加。 ・滞在時間が延びることによる観光消費額も増加。
課題の整理	・宇治川の水をテーマとして世界遺産や日本遺産と結ぶストーリーの策定とガイドシナリオの策定。 ・「平等院」「日本茶」をフックに、京都市内の日本文化を宇治・南山城へつなげるストーリー策定と、情報発信の検討。 ・プロモーションの方法(Web、SNSによる発信)、計画の検討。
その他	・京都府の観光プロモーションとの連携を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 天ヶ瀬ダム

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月23日
提案代表者(幹事)

企画名	もうひとつの「京都」情報拡大 【天ヶ瀬ダムをコアにした「お茶の京都」魅力発信プロジェクト】 周辺観光③宇治川を活用したEボート(大型カヌー)の特別運行
企画概要 目的	本企画の概要 ・現在民間組織にて実施されているEボートを利用した川下りとダム見学ツアーの、さらなる充実を検討。
	本企画の目的 ・宇治川をフィールドとしたアクティビティの振興。 ・ダム見学と組み合わせた着地型観光商品のバリエーション造成。
連携体制	・Eボート体験実施事業者(アオキカヌーワークス) ・DMO、観光協会(見学プランとの調整、情報発信)
ターゲットと 販売方法	・アクティビティを志向する若年層、ファミリー層。 ・アクティビティを好む欧米豪からのインバウンド旅行者。
企画の要綱	設定期間・設定日 ・夏を中心にEボート実施可能な時期に設定。 ・当初は限定設定日にて実施。
	受入可能人数 ・基本的なダム見学ツアーに合わせて実施を検討。 (現行のツアーは1回30名定員)
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・アクティビティとセットしたツアーとして付加価値を向上。
課題の整理	・既存商品の実施状況の検証と課題の整理。 ・悪天候時の実施可否の決定と参加者への通知、振替企画の可否。 ・Eボート体験区間、所用時間のバリエーション設定の検討。 ・ダム周辺の自然やダムと宇治川について、エコツーリズム的な視点でガイドシナリオを策定。 ・多言語対応によるインバウンド受入の検討。
その他	・Eボート以外の屋外アクティビティの開発と見学とのセットによる、アクティビティ商品ラインナップの設定を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設： 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日： 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 塔頂体験① 個人で随時予約できる定時出発ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 <ul style="list-style-type: none">・1日3回(10:00～、13:00～、15:00～)のツアーを設定・1回15名(5名×3交代)定員で設定・自転車や定期船・バスなど個人で利用できるアクセスに合わせて設定。 本企画の目的 <ul style="list-style-type: none">・最もベーシックなプランとして一般観光客が気軽に参加できるプランの設定。・定時出発に集約することで、対応職員やガイドのシフト化による効率的な運営。
連携体制	<ul style="list-style-type: none">・各交通機関 →レンタサイクル(サイクリングターミナル)、渡船(有限会社くるしま) 急流観潮船(株しまなみ)、路線バス(瀬戸内海交通)、他・着地型観光販売窓口(DMOなど)
ターゲットと 販売方法	<ul style="list-style-type: none">・しまなみ海道を訪れる一般観光客・しまなみ海道のサイクリングが目的の旅行者・予約サイトによる受付
企画の要綱	設定期間・設定日 <ul style="list-style-type: none">・基本的には通年設定(荒天の多い時期や観光のシーズンオフは回数を減らす)・土日祝日を中心に検討(エレベーターの操作に本四高速職員が必須のため可否を検討) 受入可能人数 <p>1回15名(5名×3班)の定員で設定。</p> 収益化の考え方(想定販売価格等) <ul style="list-style-type: none">・民間ガイドが案内する有料の体験プログラムとして実施。・地域の宿泊や食事などと連携して客単価向上を検討。・他地域事例: 明石海峡大橋ブリッジワールド(大人3,100円)
課題の整理	<ul style="list-style-type: none">① 予約受付窓口の設置(電話、Webによる受付、DMOで対応可能か)② 塔頂用エレベーターの操作に本四高速職員が必須。(民間委託の可否検討、職員勤務体制との調整)③ 案内するガイドの採用・研修。(明石海峡は職員OBがガイド役を実施しているが、今治には少ない。観光ボランティアガイドで対応可能か検討)④ 悪天候時の対応、実施・中止の決定と参加者への連絡方法。
その他	塔頂を実施する馬島までのアクセスルート <ul style="list-style-type: none">① 糸山サイクリングターミナル(今治側)から自転車(約20分)※馬島へは歩行者用エレベーターにて② 波止浜(今治市)から渡船(約20分)※自転車持ち込み可③ 道の駅よしうみいきいき館から急流観潮船④ 今治駅～大三島の路線バス(ほぼ1時間毎)

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 塔頂体験② 日時を限定した少人数・高付加価値ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 <ul style="list-style-type: none">日の出、日没、海面の霧など、特別な景観を塔頂から堪能するツアーを企画。人数を限定、ハイグレードな飲食等とセットして高価格・高付加価値を目指す。 本企画の目的 <ul style="list-style-type: none">塔頂エレベータの人数制限(操作職員1+参加者5)の弱みをプラスに変える。客単価を上げることで収益性を向上する。インバウンドで期待される富裕層向けのコンテンツを目指す。
連携体制	<ul style="list-style-type: none">国内外の旅行会社(パッケージツアーのオプションツアーとしての販売を提案する)地域のホテル・宿泊施設(宿泊予約者に向けた情報発信)旅行メディアなど(企画自体の広報発信、プロモーションの働きかけ)
ターゲットと 販売方法	<ul style="list-style-type: none">しまなみ海道を訪れる一般観光客(比較的高額なパッケージツアー利用者)写真撮影を趣味にしている層(インスタグラムなども含む)予約サイトによる受付、旅行会社を通じた代理販売。
企画の要綱	設定期間・設定日 <ul style="list-style-type: none">年間に数回の特別なプランとして設定する。海霧などの出やすい時期に設定する。(出現確立や晴天率を告知する) 受入可能人数 <ul style="list-style-type: none">最大5名(塔頂での滞在時間を確保するため1班限定にて実施) 収益化の考え方(想定販売価格等) <ul style="list-style-type: none">写真や気象(海象)の専門家の解説によるセミナーツアーとして単価向上。塔頂に食事などをセットしたパッケージツアーとして単価向上。他地域事例:トマム雲海テラス(ゴンドラ往復1,900円、宿泊者限定)
課題の整理	<ol style="list-style-type: none">日の出、日没の時間帯の塔頂可否の検討(安全性の確保、職員の勤務体制)ツアーの魅力・特別感について、何を組み合わせでどう見せるかを慎重に検討情報発信、プロモーションを計画的に実施、ニーズのある客層に情報を届けるための工夫が必要。気象・海象により見られないリスクを検討。中止の判断、見られなかった場合の代案や返金方法について、次回に再度来てもらえるような工夫が必要。
その他	<ul style="list-style-type: none">テーマとなる特別感のある景色について、本四高速へのヒアリングにより候補を挙げ、関係者や写真家など専門家の視察による検証が必要。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 塔頂体験③ フォトウェディングなど貸切塔頂プラン
企画概要 目的	本企画の概要 ・1組限定貸切にて、塔頂でのフォトウェディング、プロポーズ等の「個人のイベント」応援プランを企画。 ・インバウンドへの対応も検討。 本企画の目的 ・高付加価値ツアーの発展形として1組限定の貸切による見学代金の確保。 ・写真、着付け、食事などブライダル支出との組み合わせによる客単価の向上。
連携体制	・今治市内のホテル、結婚式場など(着付けや食事、写真とのパッケージ化) ・香港などアジア圏のインバウンド取り扱い旅行社(新たなコンテンツとして) ・香港などアジア圏の旅行メディア(雑誌・情報サイト)
ターゲットと 販売方法	・香港など日本へのフォトウェディングのニーズが高いアジア圏の旅行者。 ・現地旅行会社への販売(県と連動したプロモーションに参加)
企画の要綱	設定期間・設定日 ・予約ベースで設定(締め切り時期を要検討) 受入可能人数 ・現地最大5名(カメラマン、介添え役なども含む) 収益化の考え方(想定販売価格等) ・貸切プランとして1組あたりの料金を設定する。(1~2名でも同額) ・写真、衣装、食事などとのパッケージによる単価の向上。 ・他の事例:ロケーションフォトウェディング(相場15万~20万)
課題の整理	①盛装での塔頂の可否、塔頂可能な婚礼衣装について検討。 ②悪天候による塔頂不可の場合のリスク。中止決定のタイミング。 ③特にインバウンドに対応するための多言語対応。 ④安全確保と演出との調整。
その他	・しまなみWedding(しまなみジャパン)のメニューとして設定を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設： 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日： 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 周辺地域の観光資源との連携① 村上海賊(日本遺産)構成遺産と連携したツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・しまなみ海道沿線の村上海賊関連スポット周遊と、塔頂から海賊の根拠地等を俯瞰。歴史講師や武将隊によるガイド、VRの活用を検討。
	本企画の目的 ・今治市として推している「村上海賊」と連動した観光コンテンツの造成。 ・急な潮流と島々を結ぶしまなみ海道の役割を、歴史に関連付けたストーリーとして構築する。
連携体制	・村上水軍博物館、および日本遺産構成遺産 ・地元歴史ガイドや郷土史家など、歴史を解説できる語り部 ・歴史雑誌や出版社など歴史ファン向けのメディア
ターゲットと 販売方法	・歴史に関心の深い熟年層、および歴女などの歴史ファン ・専門雑誌とのタイアップや、カルチャー講座、テーマ旅行企画会社との連携
企画の要綱	設定期間・設定日 ・バスツアーとして設定日を限定して募集。
	受入可能人数 ・15人(5人×3班)を基本単位として30人前後を想定
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・歴史講師同行ツアーとしてのテーマ性による単価向上。 ・バスツアーとして設定し、食事、買い物、宿泊を組み合わせた消費額向上。 ・他地域事例：塩飽水軍海賊の島と白石島(19,800円：クラブツーリズム大阪発日帰り)
課題の整理	①バスツアーの人数(30~40人)を円滑に見学させるためのルート検討。 ②橋と村上海賊の関連を強調するためのストーリー策定。 ③ストーリーに沿って案内するためのガイド育成、歴史講師の人選。 ④参加ニーズが期待できる歴史ファンを顧客として持っているチャンネルとの連携 ⑤海賊船団のVR映像など、塔頂からの景色と村上海賊を結びつけるためのコンテンツの開発
その他	・橋脚のある馬島の他、周囲の島における歴史や伝統についての調査 ・郷土史家など「語り部」との交流などの演出

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設： 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日： 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 周辺地域の観光資源との連携② しまなみ海道サイクリスト向けスタンプラリー
企画概要 目的	本企画の概要 ・しまなみ海道沿線および四国島内のスポットと塔頂体験を同時体験した旅行者に特典を提供。自転車による広域周遊を促進。 本企画の目的 ・例年3月に開催されている徒歩・自転車によるスタンプラリー「しまなみ縦走」の拡充を図る。 ・自転車による旅行者に塔頂体験をアピールする。
連携体制	・「しまなみ縦走」の主催団体(本四高速、しまなみジャパン) ・今治市、尾道市および連携する近隣自治体
ターゲットと 販売方法	・しまなみ海道のサイクリングを希望する自転車旅行者(インバウンド含む)、及び徒歩旅行者
企画の要綱	設定期間・設定日 ・「しまなみ縦走」の開催時期に合わせて設定。 受入可能人数 ・定時出発ツアーを基本に設定(1回15名) ・期間限定で出発時間を追加設定 収益化の考え方(想定販売価格等) ・「しまなみ縦走」自体は参加費無料イベントのため、サービスエリアや、道の駅で使用できる割引クーポンを発行し、旅行消費を促す。 ・沿線の宿泊施設の宿泊プランへの組み込みによる単価向上。
課題の整理	①塔頂体験参加者への特典提供(ノベルティなど)の検討。 ②「しまなみ縦走」の告知と連動した塔頂プランの告知活動 ③無料・予約不要イベントとの連携のため、参加者人数の把握方法や当日希望者が出た際の対応について準備が必要。
その他	・「しまなみ縦走」自体はスマホアプリ「しまなみ海道」による参加登録のため、アプリとの連携を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設： 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日： 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 周辺地域の観光資源との連携③ 橋を立体的に眺めるツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・観潮船で海上から見上げる橋や亀老山山頂からの遠望等、橋を外から立体的に眺める。渦潮・日没、夜景など「映える」時間帯に設定。 本企画の目的 ・来島海峡大橋を取り巻く「ビューポイント」をつなぐことによる周遊観光ルートの設定 ・橋の「構造美」を求めるインフラファンへの訴求。
連携体制	・急流観潮船など観光船運航主体(株しまなみ) ・建築デザインや写真のファン向けの雑誌等メディア
ターゲットと 販売方法	・橋や構造物の写真撮影を趣味にしているインフラマニア、写真ファン ・専門雑誌とのタイアップや、カルチャー講座、テーマ旅行企画会社との連携
企画の要綱	設定期間・設定日 ・バスツアーとして設定日を限定して募集。 受入可能人数 ・15人(5人×3班)を基本単位として30人前後を想定 収益化の考え方(想定販売価格等) ・周遊観光ルートを設定することによる地域全体の消費額向上
課題の整理	①テーマ・ストーリーを橋の技術、デザインとして設定するために関連させる観光資源の発掘。 ②橋のストーリーを正しく、楽しく解説できるガイドの人選。 ③写真撮影に適した光線状態の角度、時間帯と効率的に周遊するルート設定との調整。
その他	・個人・小グループ向け企画としてのタクシープランの検討。 ・建築・デザイン関連の企業・団体・学生を対象とした視察・研修ツアーとしての可能性を検討。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 来島海峡大橋

第 1 稿
作成日: 令和 元 年 12月19日
提案代表者(幹事)

企画名	瀬戸内を観光のトップランナーへ【しまなみ海道魅力拡大プロジェクト】 周辺地域の観光資源との連携④ 富裕層向け特別プラン
企画概要 目的	本企画の概要 ・瀬戸内海のクルーズ船「ガンツウ」と連携、船上からの見学に解説者を派遣。乗船者限定の特別塔頂(日の出鑑賞の後、船上で橋を見上げながらシャンペンブレイクファスト等)の検討) 本企画の目的 ・アートを中心に国内外の富裕層の誘致に力を入れている瀬戸内海の周遊ルートとして、付加価値の高い塔頂プランを造成する。
連携体制	・せとうちDMO(せとうち観光推進機構) ・せとうちLTKトラベル(ガンツウのクルーズ企画・実施)
ターゲットと 販売方法	・国内外の富裕層(主にインバウンド)
企画の要綱	設定期間・設定日 ・ガンツウのクルーズ中のコンテンツとして、運航日に合わせて設定。 受入可能人数 ・15人(5人×3班)を基本に設定 収益化の考え方(想定販売価格等) ・高価格、高付加価値のクルーズ企画へのコンテンツ提供による単価向上。
課題の整理	①富裕層を満足させることのできる船上からの見学、塔頂プランの企画。 ②船上から橋に関し、興味深く解説できる人材の発掘、ガイドシナリオの策定。 ③日の出鑑賞など、通常の塔頂と異なる時間帯の実施可否。 ④悪天候による塔頂中止の際の振替企画の検討。 ⑤特にインバウンド対応をするための多言語対応。
その他	・クルーズ中のアクティビティの一環として、他では体験できない特別感の演出が重要。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿

作成日: 令和 2 年 1月20日
提案代表者(幹事)

<p>企画名</p>	<p>【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体①: 小中学生に向けた教育旅行(社会科見学、修学旅行など) (仮)鶴田ダム防災体験ツアー</p>
<p>企画概要 目的</p>	<p>本企画の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子供たちが自然災害、温暖化、洪水被害などに興味を持ち、インフラの大切さを認識する新たなプログラム ・災害時における家族や自身の取るべき避難行動についても鶴田ダムをフィールドに集中した防災学習を実践。 ・座学とダム体験から防災を学ぶ。 ・時間によってはペーパークラフト作成や鶴田ダム模型の体験 ・ダムレンジャーによる操作室やゲート室での説明 <p>本企画の目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インフラ施設(鶴田ダム)の意義・技術に関する認知度向上 ・修学旅行や社会科見学場所としての誘致 ・体験学習の場を設定することによる、周辺地域への教育旅行誘致
<p>連携体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島県観光連盟(鹿児島県への教育旅行誘致活動) ・沿川自治体観光課・観光協会(教育旅行誘致のコンテンツとして) ・地域内のグリーンツーリズム関連団体(農家民泊との連携) ・地元教育委員会や各校長
<p>ターゲットと 販売方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島県(九州)を修学旅行先としている地域の学校および教育旅行取扱旅行会社 ・九州へ教育旅行を実施している海外(台湾・中国等)の学校および旅行会社 ・取扱旅行会社を通じた団体販売
<p>企画の要綱</p>	<p>設定期間・設定日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本的に通年設定(団体の希望に対応) <p>受入可能人数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クラス単位(40人×クラス数)の受け入れを要検討(班分け対応含めて) <p>収益化の考え方(想定販売価格等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ダムの見学単体では有償化・収益化は難しい(学校団体は公益事業?) ・地域内の団体食事・宿泊を組み合わせた販売を設定
<p>課題の整理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行の誘致は県単位で行っているため、鹿児島県観光連盟と連携したターゲット設定 ・コンテンツ作成を行うとともに、県の誘致活動(送り出し地域へのキャラバン等)への参加を検討する。 ・教育旅行(修学旅行)は最低2年先の実施に向けた営業活動となるため、計画的な推進が必要。 ・社会科見学コースへの組み込み ・地域内の観光消費に結びつけるため、クラス単位で食事・宿泊が可能な施設と連携した誘致を実施する。 ・地域内のグリーンツーリズム(農家民泊)と連携した体験学習企画の検討。 ・海外からの教育旅行への対応(受入体制・旅行博などにおける誘致活動)の検討。
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットとする地域の特性(旅行実施形態・学年規模等)の把握と、対応できる企画の設定。 ・「ダムレンジャー」の擬人化計画(別業務にて進行中。操作室やゲート室内でのバーチャルな映像による説明等) ・ここしかないおみやげ ダムコンクリートの固結化(要検討)

■鶴田ダム防災体験ツアー(案)

①鶴田ダム集合

↓

②オペレーションルームにて座学・・・(基礎的な学習 概ね30分)

- ・川内川・鶴田ダムの概要を交えながら全国、九州の直近の災害、雨の降り方の変遷や気候変動、温暖化への理解、ダムの役割など基礎的な説明
 - ・説明は擬人化したダムレンジャー(PC上)
 - ・FAQの作成
- ※これらは別件業務にて一連での資料作成を発注(R2早々)

↓

③ダム堤体へ移動・・・(10分)

- ・ダム堤体中央エレベーターにて地下1階へ降下
- ・既設1号コンジット室(イエローの部屋)着
- ・他にも同様に2号～3号ゲートが存在(ピンク、ブルーの部屋)
- ・コンクリート壁面に投影したダムレンジャー1号による説明(ゲートの働き、機能を説明)

↓

④減勢工・・・(15分)

- ・エレベーターにて地下3階へ降下
- ・監査廊内を徒歩にて移動(ダムのトンネル、湖の中、水の滴りなどを体験)
- ・扉を開けた途端開放感と迫る巨大構造物

↓

⑤新設ゲート室・・・(10分)

- ・監査廊内を徒歩にて移動(階段有り・・・少しキツメ)
- ・新旧トンネルの境目(約50年後の繋がり)
- ・巨大なゲート
- ・ゲートの色分けの意味

↓

⑥コンジット広場(10分)

- ・ゲート室から階段を使って広場へ
- ・ダムを直下から見上げる壮大な空間
- ・クレストゲート(堤冠)の巨大さを実感

↓

⑦帰還・・・(15分)

- ・コンジット広場→新設ゲート室→監査廊→エレベーター→徒歩→ダム管理所 着
- ・若しくはコンジット広場から直接車にて帰還も可能

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿

作成日: 令和 2 年 1月20日

提案代表者(幹事)

<p>企画名</p>	<p>【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体②: 高齢者・障がい者に向けたバリアフリー見学ツアー (仮)だれでも楽しめる「やさしいダム見学」</p>
<p>企画概要 目的</p>	<p>本企画の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・急で長い階段の昇降等、従前のツアー内容を見直し高齢者や障がい者にとって新しいインフラ観光、やさしいダム観光を提案。 ・手すりや昇降の緩和のためのハード面の整備(将来) <p>本企画の目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢化社会・共生社会の進捗に対応したダム見学の市場拡大、および地域への誘客拡大 ・ハード面の整備による、一般見学者も含めた安全の確保。
<p>連携体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・社会福祉協議会や自治体の福祉関連部署、民生委員、地域老人会 ・鹿児島県観光課(ユニバーサルツーリズム普及事業に取り組んでいる) ・沿川自治体観光課・観光協会(地域全体での受入整備を検討) ・NPO法人かごしまバリアフリーツアーセンター(候補として検討)
<p>ターゲットと 販売方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・既存バリアフリーツアーの参加者(顧客を持つ旅行会社)、関連団体 ・ツアー全体として取り扱い実績のある旅行会社を通じた団体販売
<p>企画の要綱</p>	<p>設定期間・設定日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本的に通年設定(団体の希望に対応) <p>受入可能人数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者に必要な援助のレベルと、受け入れ状況を個別に考慮(手話対応など) ・恒常的なハード・ソフトが整えば、個人単位の受け入れも検討 <p>収益化の考え方(想定販売価格等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福祉(ボランティア)的な趣旨ではなく、あくまで有償(サービスの提供)を念頭 ・地域内の観光・食事・宿泊との組み合わせによる客単価の向上
<p>課題の整理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・バリアフリーツアーに詳しいアドバイザーによる計画策定支援 ・現状の把握、ハード面の整備が必要なもの、ソフト面の対応が必要なものを把握 ・障害等の種別・程度別の課題整理(高齢者、視覚・聴覚・肢体障がい) それぞれの障がいに応じたガイドブックなどの整理 ・ダム自体および地域全体での受入に向けた研修の実施 ・既存のバリアフリーツアー参加者顧客層を対象としたモニターツアーの実施 ・社会福祉協議会をメインに関係者6名で鶴田ダムを見学した後に意見交換会(1月23日)やさしいダム見学に必要なものは何か。 ・直ぐに実施、短期、中・長期的な整備など仕分け
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島県による地域観光資源磨き上げ事業(ユニバーサルツーリズム普及事業)との連携を検討

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿

作成日: 令和 2 年 1月20日

提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体②: 高齢者・障がい者に向けたバリアフリー見学ツアー (仮)だれでも楽しめる「やさしいダム見学」
企画概要 目的	本企画の概要 ・急で長い階段の昇降等、従前のツアー内容を見直し高齢者や障がい者にとって新しいインフラ観光、やさしいダム観光を提案。 ・手すりや昇降の緩和のためのハード面の整備(将来)
	本企画の目的 ・高齢化社会・共生社会の進捗に対応したダム見学の市場拡大、および地域への誘客拡大 ・ハード面の整備による、一般見学者も含めた安全の確保。
連携体制	・社会福祉協議会や自治体の福祉関連部署、民生委員、地域老人会 ・鹿児島県観光課(ユニバーサルツーリズム普及事業に取り組んでいる) ・沿川自治体観光課・観光協会(地域全体での受入整備を検討) ・NPO法人かごしまバリアフリーツアーセンター(候補として検討)
ターゲットと 販売方法	・既存バリアフリーツアーの参加者(顧客を持つ旅行会社)、関連団体 ・ツアー全体として取り扱い実績のある旅行会社を通じた団体販売
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的に通年設定(団体の希望に対応)
	受入可能人数 ・参加者に必要な援助のレベルと、受け入れ状況を個別に考慮(手話対応など) ・恒常的なハード・ソフトが整えば、個人単位の受け入れも検討
	収益化の考え方(想定販売価格等) ・福祉(ボランティア)的な趣旨ではなく、あくまで有償(サービスの提供)を念頭 ・地域内の観光・食事・宿泊との組み合わせによる客単価の向上
課題の整理	・バリアフリーツアーに詳しいアドバイザーによる計画策定支援 ・現状の把握、ハード面の整備が必要なもの、ソフト面の対応が必要なものを把握 ・障害等の種別・程度別の課題整理(高齢者、視覚・聴覚・肢体障がい) それぞれの障がいに応じたガイドブックなどの整理 ・ダム自体および地域全体での受入に向けた研修の実施 ・既存のバリアフリーツアー参加者顧客層を対象としたモニターツアーの実施 ・社会福祉協議会をメインに関係者6名で鶴田ダムを見学した後に意見交換会(1月23日)やさしいダム見学に必要なものは何か。 ・直ぐに実施、短期、中・長期的な整備など仕分け
その他	・鹿児島県による地域観光資源磨き上げ事業(ユニバーサルツーリズム普及事業)との連携を検討

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿
作成日: 令和 2 年 1月20日
提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体③: 旅行会社とタイアップした鶴田ダムインフラツアーの受け入れ (仮)話題のインフラツーリズム・鶴田ダム満喫ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 <ul style="list-style-type: none">・旅行会社と連携するとともに、企画するツアー受け入れ体制の早期化、充実化。・防災を軸にした体験型ツアー 本企画の目的 <ul style="list-style-type: none">・防災への関心・理解・鶴田ダムおよび周辺地域への誘客ツアーの定番化・点検放流の団体枠設定による集客の核設定
連携体制	<ul style="list-style-type: none">・九州内のバスツアー等を企画・販売している旅行会社 (商品企画の営業先として)・かわまちづくり観光振興部会の各観光協会
ターゲットと 販売方法	<ul style="list-style-type: none">・一般旅行者(バスツアー等パッケージツアー利用者)・旅行会社のパッケージツアー商品に組み込み販売(ネット・媒体販売、店頭販売)
企画の要綱	設定期間・設定日 <ul style="list-style-type: none">・季節感のある素材との組み合わせ(ホテル舟、ドラゴンボート大会など)・点検放流、発電所遺構への船等の実施可能時期・極力、複数設定日が可能であることが望ましい 受入可能人数 <ul style="list-style-type: none">・大型バス(40名)単位での受入が望ましい・最少催行人員は25~30名程度(各社の規定による) 収益化の考え方(想定販売価格等) <p>想定販売価格(旅行会社への卸価格) 1人あたり1,000程度を想定 ※天ヶ瀬ダムの事例:20人まで2万円、以降40人まで1人1,000追加</p> <ul style="list-style-type: none">・地域内の観光・食事・宿泊・物産等とのパッケージ化による客単価の向上
課題の整理	<ul style="list-style-type: none">・過去、九州地整主導で商品化(モニターツアー含む)されたツアーの実績、参加者アンケート結果の評価、分析による課題抽出・九州観光推進機構等の旅行会社スタッフ視察の意見集約・観光振興部会および各観光協会・DMOと連携した営業活動・旅行会社の商品企画意欲をそそる限定プランの設定(ホテル舟確保など独占企画)・既存ツアーの情報共有やマッチング、掘り起こし
その他	<ul style="list-style-type: none">・各旅行会社とも新規商品を企画・販売するためには告知に必要な費用(広告費、モニターツアーであれば助成金)の提供が条件となることが多い

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

作成日: 令和 2 年 第 2 稿
1月20日
提案代表者(幹事)

<p>企画名</p>	<p>【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体④:ダムの建設、治水技術を学ぶテクニカルビジット(技術視察) (仮)鶴田ダムに学ぶ土木スタディツアー</p>
<p>企画概要 目的</p>	<p>本企画の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内外の土木技術者に向けた、ダム再開発技術や治水技術等を近隣事務所とも連携しわかりやすく発信する専門性の高いツアーの企画。 <p>本企画の目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土木関連企業・団体・学生の視察・研修旅行の地域への誘致 ・九州島内で開催される土木関連の学会・国際会議のエクスカージョンの地域内誘致
<p>連携体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・九州地方整備局(情報発信、解説者の紹介) ・日建連およびダム関連企業(ゼネコン等) ・土木学会、ダム工学会、および学会主催者(大学、会議運営者PCO等) ・九州内のコンベンション誘致組織、九州観光推進機構 (いずれも情報発信、関連する学会・会議への組み込み)
<p>ターゲットと 販売方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・土木専門家、専攻学生および組織団体を対象 ・視察プログラムとして団体等へ販売、および会議を運営する旅行会社・PCOへ販売
<p>企画の要綱</p>	<p>設定期間・設定日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本的に通年設定(団体の希望に対応) <p>受入可能人数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門的な解説者(管理所職員等)が対応可能な人数を検討(1班10名前後?) <p>収益化の考え方(想定販売価格等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域内の観光・食事・宿泊と組み合わせたパッケージでの提案 ・地域内DMOのコーディネート料を計上した価格設定の検討
<p>課題の整理 箇条書で</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・専門的な見地から鶴田ダムの特色や注目点について整理 ・専門的な解説・案内が可能なスタッフの確保(職員、事業者、学識経験者等) ・配布資料、レクチャー用パワポ等の整理 ・九州島内の他インフラ施設との連携による学会・会議の誘致 ・国際会議・学会への対応に向けた外国語対応 ・会議・学会参加者にアピールする視察以外の観光の魅力UP ・別件業務にてガイドブックなど専門誌として整理
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・再開発に関する技術、災害対応(治水技術)、環境への配慮(SDGs)等、タイムリーなテーマ設定を検討

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

作成日: 令和 2 年 第 2 稿
1月20日
提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体⑤:ダムマニア満足ツアー (仮)鶴田ダム300%満喫ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・ダムマニアの要望に応える満足度の高いツアーの企画。 本企画の目的 ・鶴田ダムのファン作りによる、繰り返し訪問するリピーター化 ・「ダムマニアの聖地」として、九州外からの新たな訪問者を開拓 ・ダム初心者にダムの楽しさ・面白さを伝えることによるファン作り
連携体制	・日本ダム協会、ダム工学会等関連団体および各ダムマイスター各氏 ・日本ダムアワード選考委員会 (ダムマニアへのダイレクトな情報発信)
ターゲットと 販売方法	・ダムナイト等関連イベント参加者、ダムマイスター各氏フォロワー等のダムマニア ・インフラツーリズムポータルサイトやSNS発信による告知
企画の要綱	設定期間・設定日 ・点検放流(11月実施)に合わせて実施 ・その他の時期において、参加者限定のイベントや体験の設定も検討 受入可能人数 ・限定少数の受入とし、抽選によるプレミアム感の創出も検討 収益化の考え方(想定販売価格等) ・非売品グッズや限定メニュー、ダム職員やダムマイスター等との交流イベントの実施により客単価の向上を検討
課題の整理	・他のダムでは体験できないこと、一般の見学では体験できない普段は立ち入り禁止箇所を設定(クレストゲート通路など) ・関係各団体との連携により、ターゲットとなるダムマニアを把握する ・効果的に情報発信できるルート(SNS等)を探り、口コミによる拡散を図る ・繰り返し参加したくなる魅力的な体験プログラムを設定するとともに、毎年すこしずつ新しい内容を開発し、マンネリ化を防ぐ ・参加者との意見交換た、要望を反映した企画作りを検討 ・「鶴田ダムファンクラブ」組織化によるリピーター化 ・ダムマニア、大人の社会科見学など主宰する方々に来所いただき喜ぶツアー内容、場所などについて意見交換(1月28日)
その他	・人気ダムマイスター同行ツアーや、「ダムマンガ」(井上よしひさ作:少年画報社)とのコラボ等、サブカルチャー的な企画も検討 ・こじかかないおみやげ ダムコンクリートの固結化(要検討)

ダムマニア満足ツアーのイメージ(例)

- 1 鶴田ダムフォトコンテスト参加ツアー あなたの写真がダムカードになる！
鶴田ダムを被写体としたフォトコンテストを実施、参加を組み合わせたツアーを企画。
近隣施設に宿泊し、夕刻・夜間・早朝の写真撮影も送迎付き。
最優秀作品はダムカードの写真として採用する。
- 2 ダム職員と語ろうツアー
ダム特別見学の後、宮之城温泉に宿泊、ダム職員との懇親パーティを実施。
ダムの魅力や管理業務の苦労などを語りあう。

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿

作成日: 令和 2 年 1月20日

提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 団体⑥: 焼酎貯蔵記念体験 (仮)鶴田ダム焼酎貯蔵タイムカプセルツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・地元の焼酎蔵元と連携し記念日まで鶴田ダム監査廊に焼酎を貯蔵する企画 本企画の目的 ・鶴田ダムに焼酎を貯蔵する日と合わせてダム見学 ・家族、恋人、記念日など特別な日のためのダムの活用 ・自身の焼酎を預託することで、繰り返し鶴田ダムを訪れる仕組みづくり。
連携体制	・さつま町内焼酎蔵元3社 ・さつま町、さつま町観光特産品協会、協会加盟の販売店(5~6社) ・さつま町内の宿泊施設・飲食店(ダム焼酎の提供) ・鹿児島県酒造組合(薩摩焼酎PRの一環として告知を連携)
ターゲットと 販売方法	・全国の焼酎ファン、ダムファン ・さつま町内の焼酎販売会社と連携し焼酎本体、年間管理費、化粧瓶彫り代、手数料などを徴収 ・インフラツーリズムポータルサイトやSNS発信による告知
企画の要綱	設定期間・設定日 ・毎月定期的な鶴田ダムへの搬入と合わせた貯蔵場所への案内とダム見学 ・その他の時期において、他のイベントと合わせた試飲会 受入可能人数 ・限定少数の受入とし、抽選によるプレミアム感の創出 ・若しくは当該月に購入・搬入する対象者すべて 収益化の考え方(想定販売価格等) ・さつま町内の焼酎販売会社と連携し基本料、焼酎本体、年間管理費、化粧瓶彫り代、手数料などを徴収(20年間貯蔵で1本/約2万円など)
課題の整理	・焼酎瓶試作品の完成と保管棚の搬入(1月) ・さつま町長とダム管理所長との「焼酎貯蔵管理に係る協定書」の取り交わし(2月) ・試験的搬入(3月に概ね60本) ・正式受け付け開始(5月~) ・平行して河川管理施設として「都市・地域再生等利用区域」(いわゆる特区)制度を活用するが試行的に貯蔵を開始 ・予算次第ではプレミアム感を出すため焼酎瓶に薩摩焼を使用するなどの可能性
その他	・他の焼酎蔵元(さつま町以外)からの参画もあり得る ・今後貯蔵年数が経過する頃に試飲会イベントの企画(5年、10年、20年等)

焼酎貯蔵タイムカプセルツアーのイメージ(例)

- 1 自分だけの焼酎づくり体験
連携する蔵元で焼酎づくりの工程を体験(可能であれば)
例、芋の皮むき、蒸留、瓶詰、オリジナルラベル作り(写真)など
焼酎ファン向けに、各季節ごとの体験会を実施しても良いかも。(宿泊はさつま町内)
- 2 監査廊貯蔵庫への預託に立ち合い、ネームプレート付け、ボトルキープレ札授与
- 3 記念日宿泊と地産地消スペシャルメニューの提供(さつま町内宿泊)

※ふるさと納税の返礼品としても検討

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿

作成日: 令和 2 年 1月20日
提案代表者(幹事)

<p>企画名</p>	<p>【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 個人①:近隣温泉施設(宮之城温泉、紫尾温泉等)の宿泊プランと鶴田ダム見学をパッケージした特別プログラム (仮)宿泊者限定・鶴田ダムの裏側潜入プラン</p>
<p>企画概要 目的</p>	<p>本企画の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体の観光部署や温泉協会と連携し、ダム見学を目的とした宿泊プランを造成。 普段は立ち入れない施設へ案内するなどのプレミアム企画。 <p>本企画の目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ダム見学をフックにした新たな宿泊客層の開拓 宿泊客に対する新たな観光プログラム提案による、再訪の提案 宿泊とセットすることによる見学者数の事前把握
<p>連携体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地域の温泉組合・観光協会、自治体の観光部署 (宿泊誘致キャンペーンとしての企画設定、告知活動) 各施設が契約している宿泊予約サイト(宿泊プランの販売)
<p>ターゲットと 販売方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> 各施設の宿泊者、リピーター ダム見学を目的に旅行しているダムファン 各施設サイトによる直販、宿泊サイトへの掲載
<p>企画の要綱</p>	<p>設定期間・設定日</p> <ul style="list-style-type: none"> 通年設定は可能だが、宿泊のオフシーズンの販促プランとして検討 <p>受入可能人数</p> <ul style="list-style-type: none"> 設定する特別な企画内容の受入可能人数に限定 <p>収益化の考え方(想定販売価格等)</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設とコラボした鶴田ダム大鶴湖遊覧船(NPO主催)による乗船料 他のツアー企画とのコラボによる販促につながる候補地を選定
<p>課題の整理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊者限定とできる企画の設定(日帰り見学ではできない内容を検討) ※夜間・早朝のプログラムを設定できれば宿泊と親和性高い 各宿からダムまでの送迎の要否検討(送迎あれば行程管理が可能) 地域連携による特典の提供(特産品プレゼント等) ホテル舟、たけのこ掘りなど夜間～早朝の体験プランとのセット検討 大鶴湖遊覧船乗船との連携 宿泊金額や食事内容等の統一など、地域への誘客キャンペーンを企画
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> 鶴田ダム焼酎貯蔵タイムカプセルツアーとの連携 旅行者が購入すれば貯蔵エリアの特別見学、限定焼酎(後年度)の試飲会等 ダム点検放流とのコラボ(午前中の点検放流とセットで) ここしかないおみやげ ダムコンクリートの固結化(要検討)

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

作成日: 令和 2 年 第 2 稿
1月20日
提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 個人②:一名からでも受け入れ可能な満足度の高い個人客受け入れツアー (仮)1名から実施、鶴田ダム見学ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・ダム見学者が利用しやすいように、60分コース、90分コースを設定したツアー企画 ・ゆうゆう館での昼食をセット 本企画の目的 ・鶴田ダムを舞台に洪水に対するダムの役割を正しく理解してもらい、自主防災への喚起を行う。 ・最もベーシックな見学プランとして、気軽に参加できるプランを設定 ・ダムコンシェルジュとダムレンジャーによる案内
連携体制	・ゆうゆう館(ツアー集合場所として、ダムカレーセットプランの設定) ・着地型観光販売システム運営者(予約受付の方法として)
ターゲットと 販売方法	・地域を訪れる一般旅行者 ・地域の体験プログラムとして告知活動(パンフレット、Webサイト等)に掲載 ・Webサイト上で予約受付
企画の要綱	設定期間・設定日 ・基本的には通年設定(管理所閉庁日は休館) ・コンシェルジュのシフト体制によっては定休日や受付不可日を設定しWebにて告知 受入可能人数 ・コンシェルジュ1名にて対応可能な人数(10名程度)を定員 ・最少1名から実施とし、予約制(当日の依頼は不可) (中止となる条件については予約受付Webサイトに明記) 収益化の考え方(想定販売価格等) ・将来はDMO等への民間委託による有料ツアー化→土日、祝日も催行可能 ・特別メニューの食事や非売品グッズ等とのセットにより客単価を向上
課題の整理	・安定的にツアーが実施できるコンシェルジュ要員の確保、新規養成 ・各ツアーの内容を均質化するためのガイドマニュアル作成、研修 ・民間委託へ移行させるための制度上の整理(入構許可、安全管理等) ・予約受付・集客管理を行うシステムの検討(外部システム利用含む) ・コンシェルジュを補完するダムレンジャー擬人化が進行中。操作室やゲート室での説明
その他	・コンシェルジュの民間委託の計画的進行 ・地元NPOによるダムコンシェルジュを採用しツアー企画内容によっては収益も可能

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 1 稿
作成日: 令和 2 年 1月20日
提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 個人③: 鶴田ダム大鶴湖遊覧船の期間限定特別運行 (仮)ダム湖から訪ねる旧曾木発電所遺構と鶴田ダム見学
企画概要 目的	本企画の概要 <ul style="list-style-type: none">ダムから旧曾木発電所遺構まで船を利用することによりダム見学と発電所遺構を一体の企画として実施。NPOが所有する船を利用した遊覧ツアーの検討。接岸施設整備等により運航の拡大を検討。 本企画の目的 <ul style="list-style-type: none">旧曾木発電所遺構をセットしたダム見学のレベルアップダム湖水位により上陸可否・見え方が変わることによる限定感創出
連携体制	<ul style="list-style-type: none">地域NPO団体(所有する船の運行)地域DMO(交通機関がセットとなる募集型企画旅行のため、旅行業登録が必要)伊佐市役所(旧曾木発電所遺構への上陸・入域許可)
ターゲットと 販売方法	<ul style="list-style-type: none">一般旅行者(特に写真撮影やInstagram利用者)地域DMOが企画・募集する募集型企画旅行としてWebサイト等で販売
企画の要綱	設定期間・設定日 <ul style="list-style-type: none">旧曾木発電所遺構付近からの乗船→将来的に接岸施設整備冬場など落ち着いた水位時に設定 受入可能人数 <ul style="list-style-type: none">船の乗船可能定員による参加費用と船の運行コストから最少催行人員を検討 収益化の考え方(想定販売価格等) <ul style="list-style-type: none">募集型企画旅行として収益の確保を前提とした参加費用を設定食事・グッズ等のセットによる客単価の向上旅行代金の一部を発電所遺構の保護に充当する検討
課題の整理	<ul style="list-style-type: none">遊覧船運行に関する法的な手続の対応、救命胴衣等安全対策の整備発着地の乗船施設の整備(船着き場、駐車場、トイレ等)悪天候や水位の増減による運航可否の判断と告知方法発電所遺構における注意事項・禁止事項等の確認(安全上・保護の目的)遊覧船運行要員の確保
その他	<ul style="list-style-type: none">旧曾木発電所遺構は伊佐市および周辺地域におけるキラーコンテンツとなり得る写真撮影会やフォトコンテスト等、イベントをフックとした集客も検討三池炭鉱万田坑(熊本県)や川棚町魚雷発射試験場跡(長崎県)等の九州のレンガ造りの産業遺産との広域連携も検討

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

第 2 稿

作成日: 令和 2 年 1月20日

提案代表者(幹事)

企画名	【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 個人④: 観光(点検)放流の実施 (仮)鶴田ダム秋の風物詩・点検放流ツアー
企画概要 目的	本企画の概要 ・今年度初めて11月に地域のイベントとも連携し点検放流を実施。 ・毎年11月を目途に鶴田ダムを通じた地域の風物詩として根付かせる鶴田ダムフェア(仮)を実施していく予定。 本企画の目的 ・各地のダムで人気の観光(点検)放流の定例化により見学者誘客の核を作る ・地域の事業者と連携したマルシェ等と連携し、観光イベントとして定着させる
連携体制	・地域の自治体、観光協会、物産協会など(マルシェ等連携イベント実施) ・近隣道の駅・バス会社(パークアンドライドによる駐車場・道路混雑の回避) ・バスツアー実施旅行会社(見学ツアーへの素材提供)
ターゲットと 販売方法	・一般旅行者(ダム自体に興味なくても放流の迫力をアピール) ・Webサイト等での受付、旅行会社バスツアー等への組み込み
企画の要綱	設定期間・設定日 ・11月初旬の曾木の滝もみじ祭り前後にて設定(定例化による認知度アップ) 受入可能人数 ・見学場所や駐車場のキャパシティから定員を検討の方がベター 収益化の考え方(想定販売価格等) ・マルシェにおける物産販売、季節イベントとしての近隣宿泊への波及 ・テラス最前列等に特別観覧席を設置(ダム汁浴び)して有料化を検討
課題の整理	・イベント運営体制の充実(観光振興部会等との連携、実行委員会設置検討) ・マルシェ出店者の募集・管理、各種届出の総括 ・来場者整理、駐車場管理、誘導、安全確保等の体制 ・地域イベントとしての年間計画の告知活動(自治体・観光協会) ・悪天候、増水・渇水による実施可否の判断 ・旅行会社バスツアー枠の設定と営業活動
その他	・今年度の実施により概ねの規模感を把握。 ・次年度以降は放流量を増大しダム汁を浴びる規模感

インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトツアー提案シート

施設: 鶴田ダム

作成日: 令和 2 年 第 2 稿
1月20日
提案代表者(幹事)

<p>企画名</p>	<p>【さつま観光未来プロジェクト】鶴田ダム活性化大作戦 個人⑤: 水力発電施設の見学と組み合わせたダムの利水見学ツアー (仮)エコパワー・水力発電所見学ツアー</p>
<p>企画概要 目的</p>	<p>本企画の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Jパワー発電所とダム管理所の連携による、新たな見学ツアー。 ・Jパワー非売品グッズの提供などプレミア企画。 <p>本企画の目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地球温暖化に対応したクリーンエネルギーである「水力発電」をアピールする。 ・多目的ダムである鶴田ダムのもう一つの役割をアピール ・通常、見学が難しい発電所タービン室見学による産業観光プログラムの設定
<p>連携体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・Jパワー(見学の受入、解説、Jパワーの見学プログラムとして告知) ・テーマ型ツアーに実績を持つ旅行会社(自社顧客への告知、ツアー実施)
<p>ターゲットと 販売方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・一般旅行者(「大人の社会科見学ツアー」に興味のある知的好奇心の高い層) ・基本的に旅行会社の募集ツアー(テーマ型ツアー)として販売 (ツアー参加者の集客管理、ツアー実施の際の旅程管理を効率化するため) ・DMOの着地型観光プランとしての個人受付について検討
<p>企画の要綱</p>	<p>設定期間・設定日</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Jパワーの受入可能な時期・設定日に合わせて検討(限定日を想定) <p>受入可能人数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Jパワーの受入可能な人数にて設定 ・可能であればバス定員(40名)が望ましい、2班に分けてダムと発電所の入れ替えも検討 ・最少催行人員を設定し、早期に実施の是非を検討(旅行会社が判断) <p>収益化の考え方(想定販売価格等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域内の食事・物産等を組み合わせた観光プログラムとして旅行会社へ提案 ・DMOが旅行会社への提案窓口となり、「企画料」を取れる体制を検討
<p>課題の整理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・Jパワー発電所見学の受入可否・条件を確認 平常時は委託しかいないためJP職員は不在(要予約制) ・特に保安上の理由による制限(参加者名の事前登録等)あれば確認 ・ダム見学との連携、ルート設定および案内者の解説内容のすり合わせ ・水力発電のメリット(エコなエネルギー等)に関する周知 ・団体④技術視察、団体⑤ダムマニア満足ツアーへの展開の検討 ・非売品グッズについては本社含め要検討
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・他のJパワー発電所見学プログラムとの広域連携 ・SDGsの観点から、CO2排出削減等についてアピール