３）滞在プログラムプランニング＆実行プラン策定合宿

（１）合宿実施内容

滞在プログラムプランニング＆実行プラン策定合宿は、対象地域が一同に会し、本事業で取り組む、滞在プログラムの実行プランを考案することを目的に実施した。実行プランの考案にあたっては、参加者をグループ分けし、グループワークを行うことでより多面的な検討を行うことができるようにした。

また、ＰＲ等について有識者による講義を行い、参加者への情報提供等も行った。

合宿の実施内容は、次頁以降の合宿実施報告の通りである。

■滞在プログラムプランニング＆実行プラン策定合宿　実施報告書

1．実施概要

日時　：　平成24年9月25日（火）　13:00～19:40
　　平成24年9月26日（水）　9:00～15:30

場所　：　株式会社リクルート内　セミナールーム

内容　：

1日目（9 月 25 日）

No.	時間	内容
1	13:00	開会
2	13:00～	挨拶
3	13:10～	有識者委員、ファシリテーター紹介 <10 分>
4	13:20～	事務局挨拶、本日のプログラム説明 <10 分>
5	13:30～	昨年度事業の振り返り <10 分>
6	13:40～	今年度事業の進め方
7	13:50～	個人旅行者の着地での情報収集・計画について／加藤史子（じゃらんリサーチセンター） <35 分>
8	14:35～	顧客志向を体感するウォームアップワークショップ <65 分>※
9	15:40～	基調講演／清水愼一氏（立教大学 観光学部 特任教授）／<30 分>
10	16:10～	自地域の滞在プログラムの棚卸・整理と対象市場を考える <190 分>※
11	19:20～	アンケート記入 <10 分>
12	19:30～	事務連絡

2日目（9 月 26 日）

No.	時間	内容
1	9:00～	オリエンテーション
2	9:15～	自地域の滞在プログラムの実行プランを考える <180 分>※
3	12:20～	昼食
4	13:00～	発地に向けたプロモーション講座 ①着地型観光 PR への取り組み／山下真輝氏（㈱ｼﾞｪｲﾃｨｰﾋﾞｰ 旅行事業本部　観光戦略室） <30 分> ②広報・メディアパブリシティについて／西川裕子氏（㈱リクルート 広報部 社外広報 G） <30 分> ③ソーシャルメディアの活用について／篠塚孝哉氏（㈱Loco Partners） <30 分> ④宿泊予約サイトとその活用について／小関友一氏（㈱リクルート ネットビジネス推進室） <30 分>
5	15:00～	今後の事業実施スケジュールについて <10 分>
6	15:10～	アンケート記入 <10 分>
7	15:30	解散

※印は個人・グループワーク。次ページより実施結果概要あり

2. ワークショップの実施結果概要

■1日目（9 月 25 日）： 自地域の滞在プログラムの現状整理と棚卸し

テーマ1） 顧客志向を体感するウォームアップワークショップ

【目的】 〇グループの参加者同士の理解を深める
〇顧客目線を体感し、頭と気持ちをあたためるウォームアップ

【実施内容】

ステップ①自己紹介（グループ内）
- 名前、所属、最近のマイブームを1人2分程度で自己紹介

ステップ②お客様が「感動する」旅・地域の体験を探る
- 心に残る旅、自身と他者の経験から学んだエッセンスとその理由（個人ワーク）
- 各個人で振り返った自分自身の「体験」と「その理由」をグループ内でシェア（グループワーク）

ステップ③旅行者が地域の魅力と出会う瞬間はどこにあるのかを探る
- 計画していなかった旅先での良い体験のエッセンスとその理由（個人ワーク）
- 各個人で振り返った自分自身の「体験」と「その詳細」をグループ内でシェア（グループワーク）

【実施風景】

全体の様子

個人ワーク

グループワーク（共有）

グループワーク（意見交換）

テーマ2）　自地域の滞在プログラムの棚卸・整理と対象市場を考える

【目的】 ○地域の滞在プログラムを多くの旅行者に提供するため、どのような市場を対象にすべきか検討する

【実施内容】

ステップ①自地域の滞在プログラムの棚卸

- 自地域の商品は「満足型」か「誘客型」か、その理由（個人ワーク⇒同地域内で共有）
- 地域内グループで話し合って合意した内容を同グループの他地域とシェア（グループワーク）

ステップ②対象となる市場を考える

- 「対象近隣市場」と「そこからの交通アクセス」を想定する（個人ワーク⇒同地域内で共有）
- 地域内グループで話し合って合意した内容を同グループの他地域とシェア（グループワーク）

ステップ③対象となる市場の旅行者との接点を考える

- 自地域・近隣地域で旅行者（地域住民）の接点になりそうな場所・人・メディアなどを具体的に棚卸し（個人ワーク⇒同地域内で共有）
- 地域内グループで話し合って合意した内容を同グループの他地域とシェア（グループワーク）

【実施風景】

全体の様子

個人ワーク

グループワーク（共有）

グループワーク（意見交換）

■2日目（9 月 26 日）： 自地域の滞在プログラム実行プランの検討

テーマ3） 自地域の滞在プログラムの実行プランを考える

【目的】 ○地域の滞在プログラムを多くの旅行者に提供する「実行プラン」を検討する

【実施内容】

ステップ①商品企画・磨き上げ

- 自地域の滞在プログラムの中から、本事業でPDCAサイクルを実践しながら売り出す商品を1～2つ決める（同地域内グループワーク）
- 選んだ滞在プログラムの魅力アップのためにやりたいこと、エントリーモデルに必要な適用可能な要素の棚卸し（個人ワーク⇒同地域内で共有・合意形成）
- 地域内グループで話し合って合意した内容を同グループの他地域とシェア（グループワーク）

ステップ②流通・PR 施策

- 具体的に実施したい着地での PR 施策のアイデア出し（個人ワーク⇒同地域内で共有・合意形成）
- 地域内グループで話し合って合意した内容を同グループの他地域とシェア（グループワーク）

ステップ③実施体制・スケジュール

- 商品内容および流通・PR 施策の確定について「いつ、だれが行うか」を話し合う（同地域内で共有）

【実施風景】

全体の様子

個人ワーク

グループワーク（共有）

グループワーク（意見交換）

テーマ4）　今回の PDCA サイクルを通して改善したい項目をイメージする

【目的】 ○PDCA サイクルを通じ、確認し、今後改善していきたいことを明確にする

【実施内容】

ステップ①検証改善事項の棚卸し

- 今回の PDCA サイクルを通じて確認、今後改善したい項目を洗い出す（個人ワーク⇒同地域内で共有・合意形成）
- 地域内グループで話し合って合意した内容を同グループの他地域とシェア（グループワーク）

【実施風景】

全体の様子

個人ワーク

グループワーク（共有）

グループワーク（意見交換）

3. 講演・講座の実施結果概要

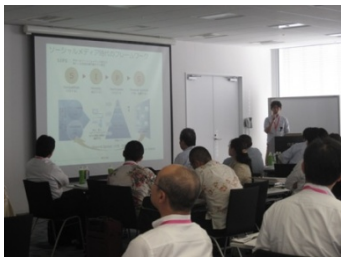
■1日目(9 月 25 日):基調講演

【基調講演】
講演者　　：清水愼一氏（立教大学 観光学部 特任教授）
講演テーマ：『ニューツーリズム＝滞在プログラム』

■2日目(9 月 26 日):発地に向けたプロモーション講座

【講座①】
講演者　　：山下真輝氏（㈱ｼﾞｪｲﾃｨｰﾋﾞｰ 旅行事業本部 観光戦略室）
講座テーマ：『着地型観光 PR への取り組み』

【講座②】
講演者　　：西川裕子氏（㈱リクルート 広報部 社外広報 G）
講座テーマ：『広報・メディアパブリシティについて』



【講座③】
講演者　　：篠塚孝哉氏（㈱Loco Partners）
講座テーマ：『ソーシャルメディアの活用について』

【講座④】
講演者　　：小関友一氏（㈱リクルート ネットビジネス推進室）
講座テーマ：『宿泊予約サイトとその活用について』

（２）合宿実施結果の評価

合宿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、以下の合宿アンケート結果報告の通りである。

■滞在プログラムプランニング＆実行プラン策定合宿　合宿アンケート結果報告

１．合宿アンケート調査の概要

１）実施日　平成 24 年 9 月 25 日～26 日

２）対象者　地域からの合宿参加者 15 地域 31 名

３）回収数　31 名（対象者全員）

４）調査内容　ワークショップ、講座について以下の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

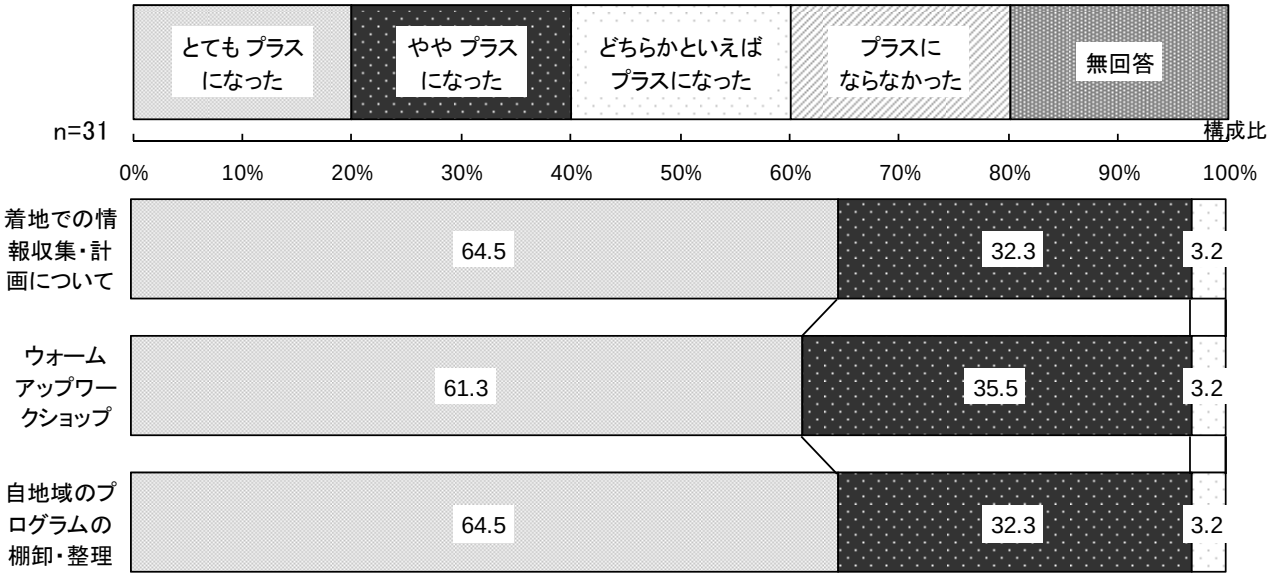
２．合宿アンケート調査結果

１）合宿１日目の各ワークショップに対するアンケート結果

(1)　集計対象としたワークショップ

①個人旅行者の着地での情報収集・計画について
②顧客志向を体感するウォームアップワークショップ
③自地域の滞在プログラムの棚卸・整理と対象市場を考える

図表１　合宿１日目の各ワークショップに対する集計結果グラフ



１日目の内容については、全ての参加者が「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」を選択し、なんらかプラスになったと評価されている。「とてもプラスになった」という評価が６割を超えている。

⑵　各ワークショップに対する意見・感想（抜粋）

①個人旅行者の着地での情報収集・計画について

- すき間の時間の利用法にいかに効果的にアピールできるかが課題と感じた
- 着地でも情報収集している人が48%というのはとても勉強になった
- 当団体は現在、急な体験プログラム etc に対応していない。必要性を感じることができました。

②顧客志向を体感するウォームアップワークショップ

- 同席の方々の体験談はとてもおもしろく、共通点を探すきっかけとなった。
- サプライズ、人との交流がキーであるとわかった
- みずからの活動を振り返る機会が少ないので、良かったと思います。

③自地域の滞在プログラムの棚卸・整理と対象市場を考える

- 今後パンフレットを設置する場所を検討するにあたって大変参考になりました。
- 新たな発見ができた。対象市場との連携が必要と感じた。
- 情報を発信する具体的な場所を明確にすることができました。

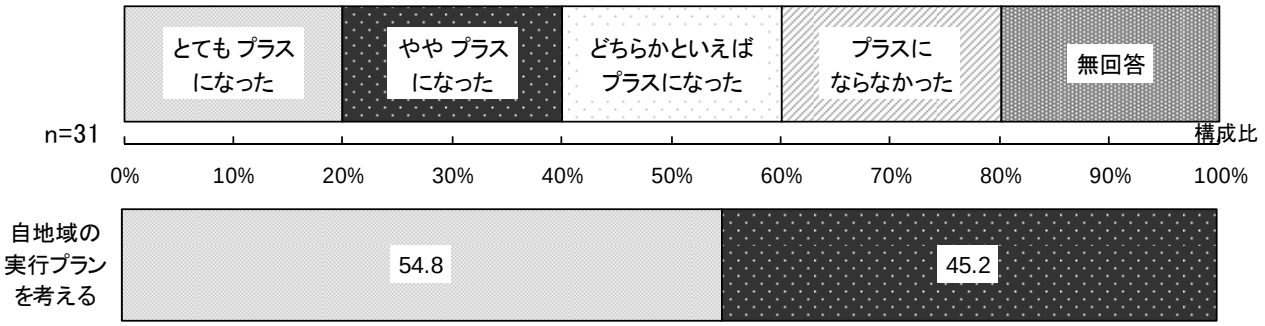
⑶　１日目の合宿全体に対する意見・感想（抜粋）

- 個人事業では手に入らない情報を頂き大変参考になりました。
- 他地域の事例が参考になった。
- 普段、現場が多く、このような機会に参加させていただけて良かったと思います。ありがとうございます。
- わかっているようで、担当者同士でも見方が違うものだと感じた。
- とても具体的な手法でワークショップと講義が組み合わせてあり、変化に富んでいた。着地の情報発信がおろそかにならないようにしなければならないと痛感した。
- 具体的に一つ一つの項目を文字にして目で見ると、新たな考え方が生まれてくるし、何だか「まだまだがんばってやらなくては！」と意識が高まった様です。今日のこの作業は、持ち帰って皆と共有して、定期的に行いたいと思いました。

２）合宿２日目のワークショップ、講座に対するアンケート結果

(1)　「実行プランを考える」に対する集計結果

図表２　実行プランを考えるに対する集計結果グラフ



「実行プランを考える」については、全ての参加者が「とてもプラスになった」54.8%、「ややプラスになった」45.2%という結果であった。

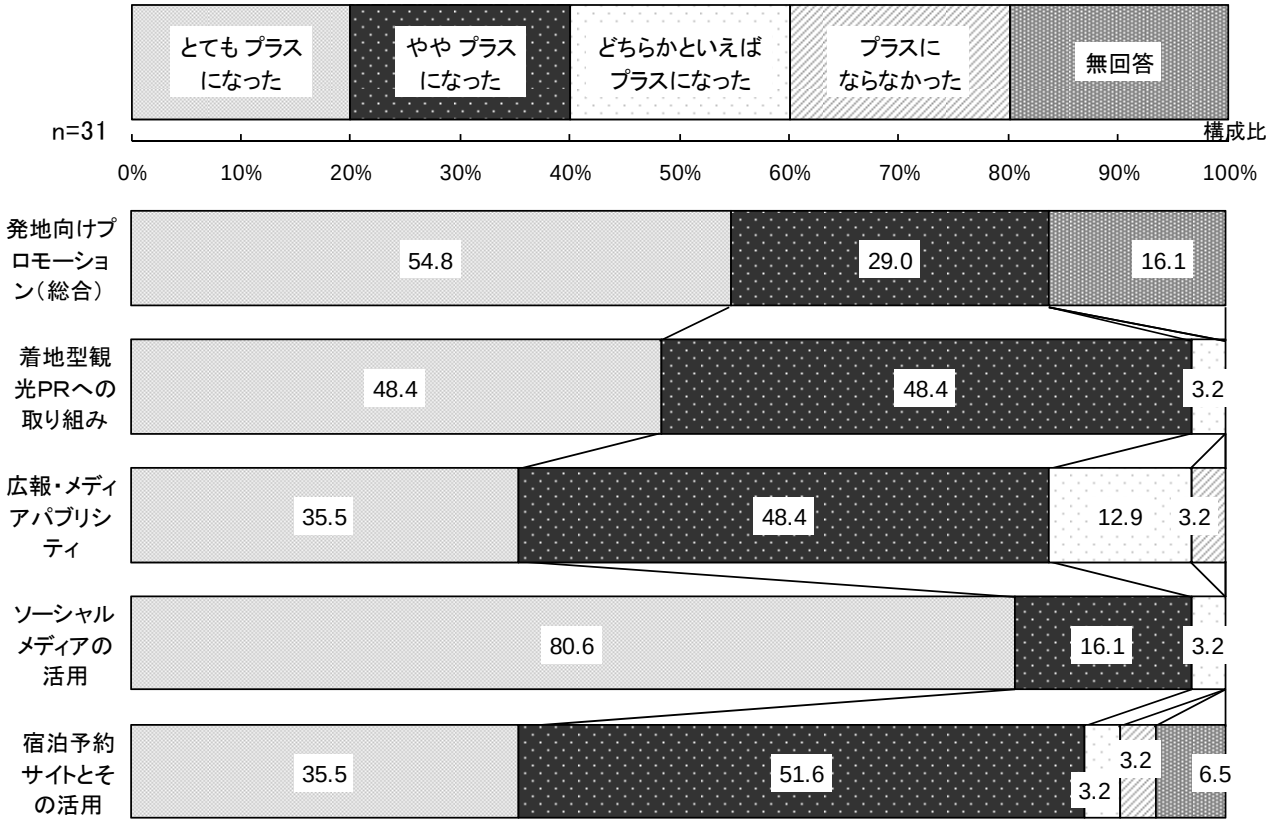
(2)　「実行プランを考える」に対する意見・感想（抜粋）

- 他地域の方の案やアドバイスをいただき、より明確なプラン作りができる勉強になりました。
- 地元の観光資源や、今あるプランや今後やりたいプランを他の地域の方やアドバイザーなどからのアドバイスをいただいたり、プランニングを通じて見つめ直すことができ、有意義な合宿だった。
- 結構、自分たちは考えていたのだと気づいた。さらに細かいことをしっかりＰＤＣＡサイクルでやることの重要性を認識した。問題は間もなく冬になってしまうということ。
- １１月に催行される誘客型のモニタープランについて、実際に誘客につなげるための具体的な仕組みを考えることができて良かった。
- 資源をいかして旅行商品にする際、何もかも寄せ集めるのではなく、体験のメリハリをつけ、連携できる団体とつながり、カテゴリーに分けて、実行プランを作ることができた。
- 現行プログラムのブラッシュアップが出来ました。問題点が山積でした。
- 現在すすめている企画をこれからどのように発展させていくのか。それに向けて具体的な方法を研修できてよかった。

(3)　「発地に向けたプロモーション講座」に対する集計結果

①着地型観光ＰＲへの取組／山下真輝氏（㈱ジェイティービー 旅行事業本部 観光戦略室）
②広報・メディアパブリシティについて／西川裕子氏（㈱リクルート 広報部 社外広報 G）
③ソーシャルメディアの活用について／篠塚孝哉氏（㈱Loco Partners）
④宿泊予約サイトとその活用について／小関友一氏（㈱リクルート ネットビジネス推進室）

図表３　発地に向けたプロモーション講座に対する集計結果グラフ



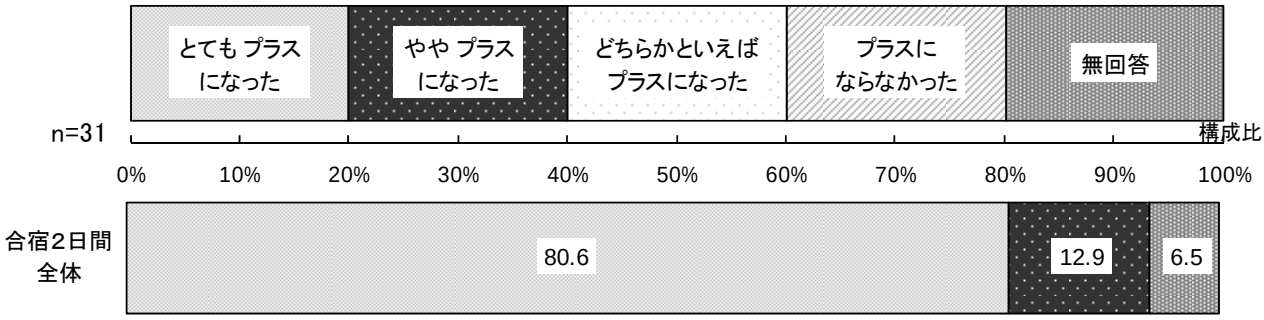
「発地に向けたプロモーション講座」全体に対する評価は、一部無回答はあるが、「とてもプラスになった」54.8％「ややプラスになった」29.0％という結果であった。
各講座の中では、「ソーシャルメディアの活用について」が「とてもプラスになった」80.6％と高く評価されている。

(4)　「発地に向けたプロモーション講座」全体に対する意見・感想（抜粋）

- フェイスブックは、始めるべきか迷っています。。。検討したいです。ネット情報がとにかく一番である事からＨＰの見直しもしたいです。
- お客様にアプローチする方法は多様で、日々変化していくが、自分たちがターゲットにしたいお客様にあった形でプロモーションしていくということが大切だと思った。
- 観光＝仕組みということが印象であった。365 日受け入れるオペレーション、またリスクマネジメントの点からいうと、当町はまだまだであったと思う。資源のブラッシュアップに限らず、つないでいく、受け入れていくネットワーク形成が最も急務であることに気づかされました。ダイナミックプランも魅力的でした。

(5)　「合宿２日間全体」に対する集計結果

図表４　合宿２日間全体に対する集計結果グラフ



合宿２日間全体に対する評価は、「とてもプラスになった」80.6%と高い評価となっている。

(6)　「合宿２日間全体」に対する意見・感想（抜粋）

- 最先端の情報を知ることができた。普段なかなか集中してプランを社内で話し合うことができていなかった。よいきっかけとなった。２日間、ありがとうございました。講師の先生、スタッフの皆様、ご苦労様でした。
- とても勉強になる２日間でした。他地域の現状を聞けたり、同じ悩みをもって頑張っている方々がいる事にも気が付けて良かったです。今回の計画を詰めて、今年の冬から、お客様を呼べるようにしたいです。ありがとうございました。
- ＰＲについてＷＥＢを活用する部分が今まで足りないと感じていたのですが、あらためてＷＥＢ（ＳＮＳ）の有効性を知ることができましたので、今後活用していきたいです。とても勉強になりました。
- 地域側（ＮＰＯや行政）は成果も課題も共有できていると思う。旅行業界などビジネス的な変化、動向を知ることが勉強になった。エージェントなどの意見ががっつり聞けるワークショップのプログラムづくりをしてみたい。（営業、企画、広報が参加）
- 今ある商品、これから造成していく商品が、どういった視点で造られているのか、気づくことができました。また宿泊地との連携は必要不可欠だと痛感しました。ワークショップで発言したり様々な方の講義を聴かせて頂いたりすることで、「いかに分かりやすく物事を伝えるか」という視点でも学ぶことができました。ありがとうございました。
- プラン作りも大切ですが、販売チャネルやメディアの活用によるプロモーション等　大変参考になりました。スマートデバイスの利用にもＰＲできる事など、勉強になりました。

×もう少し先進事例紹介があった方がよかった。

×横のネットワーク作りが弱い。