

| 取組【1】 | 地域現状把握のための調査 | | |
|--|--------------|---------------------|--|
| 観光地の資源特性 ◎：優先的に実施 ○：基本的に実施 ★：特に配慮して実施 | | 実施主体 (特に効果が高いもの) | |
| ◎街並み ◎スキー場 | ◎都市 ◎農山村地 | ◎社寺 ◎温泉 ◎自然風景 | <input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input checked="" type="checkbox"/> 観光推進組織 <input type="checkbox"/> 民間事業者 |
| <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">取組の狙い</div> <p>○様々な角度から継続的に各種の調査を実施することにより、自らの地域の現状や各種の取組の進行状況とその効果を把握する。このことにより、観光地域づくりにおいて見落とされがちなチェック機能が働くことになり、今後の取組の方向性に反映させることができる。</p> | | | |
| <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">取組推進・障害打開のポイント</div> <p>○定期的かつ継続的な調査の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の現状や取組の成果を把握・評価し、その結果を次の取組に適切に反映させることは観光地域づくりの基礎となる。そのためには定期的かつ継続的な調査が欠かせない。例えば、入込調査やアンケートによる満足度調査、モニターツアーなどを実施することで、観光客の動向や地域の取組に対する評価、抱いているイメージなどを最新の状態で把握することができる。 <p>○総合的、多面的な視点にたった調査の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査の実施と評価に当たっては、単に観光客の伸びなどの数値面の動きを見るだけではなく、変動の要因（成功要因もしくは失敗要因）なども含めて総合的に事象を捉えることが重要である。 ・また、様々な視点に立って実施することも必要となる。例えば、市町村合併等の機会を通じて、合併前の旧市町村の地域をお互いの視点で調査することで、外部の視点から地域の現状を把握するとともに、新たな視点から観光資源の発掘に繋げることができる。また、海外を含めて先進的な事例を視察することで、自らの地域の現状を客観的に把握でき、観光地域づくりに対する取組主体の意識や知識が向上することが期待できる。 <p>○調査結果の反映の仕組みの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査の実施に当たっては、何のために実施し、結果をどのように実際の事業に結びつけていくかを想定し、結果を的確に反映させるための仕組みを整えておくことが重要である。また、様々な取組を実施する前に、期待される効果を明確にすることが必要である。 ・例えば、イベントやキャンペーンはその効果を明確な形で把握することが困難なことがあるので、地域に求められているニーズと地域の目指す方向性を事前に確認することで、実施すべき内容を明確にすることが必要である。 | | | |
| <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">期待される効果</div> <ul style="list-style-type: none"> ○地域づくりの方向性をより明確にすることができる。 ○その後の事業をより効果的に実施することができる。 ○費用対効果を的確に見極めることができる。 | | | |

連携が必要な取組

○すべての取組と常に連携。

参考事例

○事例1 日本全国の町づくり事例のリサーチ（豊後高田）

全国の事例から町づくりの手法を学び、自らの地域の現状と比較することで、コンセプトである「昭和の町」のテーマが観光素材として耐えうるかどうかを検討している。

<特徴>

- ・日本各地の資料収集、現地視察を実施している。
- ・地域の現状を全国の事例と比較することで、自らの地域のポジションを把握している。
- ・地域のコンセプトである「昭和の町」が、時代の流れ（ブーム）とマッチしているかどうかについて検討している。

○事例2 地域資源活用構想策定等支援調査（館山）

集客の4要素（交通、情報、魅力、おもてなし）に基づく基礎調査と地域資源を活用したモニターツアーを実施する過程において、地域の現状把握と地域資源の掘り起こしを実施している。

<特徴>

- ・調査を実施することで、今まで注目されていなかった資源にスポットを当てた新たなモデルコースを策定することに成功しており、着地型旅行商品の開発の契機となっている。

○事例3 ヨーロッパへの視察団派遣（安心院）

グリーンツーリズムの姿を学び、自らの地域の活動に取り入れるため、滞在型の都市農村の先進地であるヨーロッパに視察を実施している。海外の先進地と自らの地域を比較することによって、地域の現在の取組方法と参加者の知識面での現状を把握することに成功している。

<特徴>

- ・参加した農業を営む人々の意識の向上に大きく貢献している。
- ・先進地と地域の取組を比較することで、現在の地域の水準を把握することができている。

○事例4 旧3町村を舞台とするモニターツアーの催行（角館・田沢湖）

合併を契機に新たなモニターツアーを実施している。合併前に既に有名である観光名所はあえて外し、それぞれの地域が他の地域の現状把握、新たな地域資源の発掘をすることで、自分達では見えてこなかった資源を活用したツアーを実施することに成功している。

<特徴>

- ・角館商工会が田沢湖のルートを開発し、田沢湖商工会が他の地域をといたように、お互いに新しい視点で観光資源の発掘を行うことで、その地域の現状把握と新たな資源の発掘に大きく貢献している。
- ・モニターツアー後はアンケートを実施（その場で次回のツアーの参加希望も取っている）し参加者の反応を確認するとともに、ツアールート及びアンケート結果を地域の宿泊施設に送付し、観光客からの問い合わせに対して対応できるようにしており、観光地が不足しがちな地域の現状のチェック及びそこから導き出した結果を次のアクションに繋げることに成功している。