

取組【12】	発見・創出されたコンセプトを表現するイベントの実施			連携②⑤
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; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <b>取組の狙い</b> </div> <p>○創出したコンセプトを基に、地域観光資源を活用したイベントを実施することで、地域活性化と観光客へのイメージの定着を図る。</p>				
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <b>取組推進・障害打開のポイント</b> </div> <p><b>○発見・創出したコンセプトの適切な反映</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントは、地域観光資源を見せるための一つの手段であり、例えば、喜多方の蔵を活用したイベントのように、地域のコンセプトを適切に表現するものとするのが重要である。</li> </ul> <p><b>○取組の継続と効果の検証</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・継続的にイベントを開催し地域の魅力を発信するためには、イベント単独で収入が確保できるような仕組み（地域商品の出品の実施）を構築することが必要である。</li> <li>・イベントの実施による入込増加などの効果を測るには、少なくとも3～5年間継続して実施し、その後、様々な視点（集客力、経済効果、地域住民の意識の変化等）から効果を検証することによって、その後の継続の判断をすることが望ましい。</li> <li>・イベントへの誘客に際して旅行会社との連携が課題となるが、開催期間を長く設定することで、旅行会社の目にとまりやすくなりタイアップに繋げていくことが可能となる。また、単発的な広告宣伝活動と比較して、継続的なイベントは地域住民との連携の促進や地域コンセプトの共有に役立つといった効果も期待できる。</li> <li>・イベントを訪れた観光客からの意見（苦情）を、次回のイベントで改善するのではなく、そのイベントの期間内に反映させることで、満足度を高めることができる。</li> </ul> <p><b>○地域の理解醸成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントの趣旨や効果に対する地域の理解醸成が重要なポイントとなるが、常に地域との連携（様々な機会を通じての意識の統一）を密にして情報共有を図ることで、段階的に地域住民の信頼を得ることが必要である。</li> </ul> <p><b>○年間を通じた魅力発信の手段としての活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントを年間を通じた魅力発信の手段としても活用することも重要になる。例えば、富士河口湖町の「河口湖紅葉まつり」、「冬花火・湖上の舞」のようにオフシーズンにおいても地域の観光資源の新たな魅力を伝えるイベントを開催することで、年間を通じた地域の活性化に寄与する。</li> </ul>				

## 期待される効果

- 各団体（行政、商工会等）の参加により地域連携が促進される。
- 継続的に実施することで宣伝効果を発揮することができる。
- コンセプトに即したイベントの展開により地域イメージを定着させることができる。

## 連携が必要な取組

- 観光地づくりの基軸となるコンセプトの発見・創出（No.2）
- 発見・創出されたコンセプトの各種構想・計画への位置づけ（No.3）
- 観光資源を体験するプログラムの発掘・実施（No.6）
- 観光資源を表現する施設の整備（No.7）
- 観光の立ち寄り、情報拠点となる施設の整備（No.9）
- 観光資源を広めるための広告宣伝活動（No.13）

## 参考事例

### ○事例1 「河口湖ハーブフェスティバル」の開催（富士河口湖）

河口湖ハーブ館の開館後、ハーブをテーマとしたイベント「河口湖ハーブフェスティバル」（24日間）を開催、そこから派生した「ハーブサミット」（各都市持ち回りで開催）もスタートさせている（どちらも毎年継続的に実施）。

#### <特徴>

- ・河口湖ハーブ館の開館に合わせ、同じコンセプトで継続的なイベントを実施しており、そのことがイメージの定着と観光客の誘客に貢献している。また、ハーブフェスティバルについては、開催時期が梅雨の時期ということもあり、旅行会社へのセールスも難航していたが、粘り強いセールスによって成功に導いている。
- ・訪れた観光客から生の声を聞き取り、イベント期間内に改善するよう心がけている。

### ○事例2 「河口湖紅葉まつり」、「冬花火・湖上の舞」の開催（富士河口湖）

富士河口湖町では、富士山と湖の自然の魅力を生かし、秋と冬のオフシーズンにおいても目玉となるようなイベントを開催することで、通年を通して観光できるイメージの定着と観光収入の安定化に繋げている。また、長期間のイベント（紅葉まつりは24日間）の開催が、新聞・広告によるPRより話題を呼び、効果を上げている。

#### <特徴>

- ・紅葉ライトアップ等の見せる仕組みだけでなく、地域の連携により収入を得る仕組みを作ることがイベント単独での地域活性化に繋がっている。

### ○事例3 「ダイハツミゼット」昭和の町に集まれ！の実施、レトロカーで行く「昭和の町」懐古ストリートの実施（豊後高田）

地域のコンセプトである「昭和の町」のイメージにあったイベントの開催が地域イメージの定着に繋がっている。

#### <特徴>

- ・どちらのイベントも地域のコンセプトに即した形で実施されている。
- ・官民一体となってレトロカーをレンタルしている。

#### ○事例4 蔵のまちアート・ぶらりーのスタート（喜多方）

美術館、博物館、ギャラリー、蔵等が連携して10日間にわたり、市内20ヶ所で展覧会を開催している。喜多方ならではの「蔵」をアートと結びつけることで、新たなイメージの定着に繋がっている。

##### <特徴>

- ・「蔵」において美術品を展示するという発想が、蔵の新たな活用に繋がっている。
- ・市内20箇所という協力店の多さがイベントの成功に貢献している。

#### ○事例5 蔵のまち喜多方冬まつりのスタート（喜多方）

喜多方の名物ラーメンを活用した「全国有名ご当地ラーメン集合ラーメンフェスタ」、各家庭の蔵でお雛様を公開する「ひなの蔵めぐり」等、地域観光資源を効果的に活用したイベントを開催している。

##### <特徴>

- ・冬のオフシーズンにおいても集客力のあるイベント構成となっている。
- ・地域の観光資源を的確に把握したイベントであり、訪れた観光客にとっても高い満足度を提供できている。