

取組【15】	新しい観光魅力創出への取組	
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 □行政 <input checked="" type="checkbox"/> 観光推進組織 <input checked="" type="checkbox"/> 民間事業者
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">取組の狙い</div> <p>○地域観光資源の整備によりできた観光基盤を基に、新たな魅力（付加価値）を創出することで更なる地域活性化を図る。</p>		
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">取組推進・障害打開のポイント</div> <p><b>○地域固有の観光資源を新たな視点や組み合わせで活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域において、これまでにない新たな観光商品を創出する際のポイントとして、①他地域とは違った魅力があること、②地域にある観光資源を活用したものであることが挙げられる。</li> <li>・今ある資源を今までとは違った視点で捉え、その「見せ方」を工夫することで、新たな観光魅力を創出することが効果的である。例えば、道の駅とみうら枇杷倶楽部では、枇杷を農産品として出荷するだけでなく、その魅力をさらに引き出すために、新たな商品として開発している。このように同じ観光資源であっても、違う視点から捉え直すことで、新たな魅力として打ち出すことができる。</li> <li>・既存の観光資源と他のツールを組み合わせることにより、相乗効果を引き出すことも効果的である。遠野での取組のように「運転免許の取得のための合宿」と「地域での各種体験ツアー」を組み合わせることにより、新たな魅力を創出することができる。</li> <li>・新たな事業を展開する前には、様々な分析手法を活用することで、自らの地域の現状を把握することが必要となる。</li> </ul> <p><b>○効率的かつ着実な取組の展開</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな観光資源を発掘する方法として、それまで個人で行ってきた取組に着目し、それを組織（観光協会等）での取組に発展させることも考えられる。その際の方法として、例えば、電子メール（特に関係者全員のアドレスを登録させ一括で送信できるメーリングリスト）によるアイデアの集約が効果的である。会議で直接議論して案を出し合うことも重要だが、その場では思いつかない（言い出せない）ことも多いので、随時、アイデアを受け付けられるような体制をとることが必要である。</li> <li>・これまでにない新たな取組をする際に障害となる要素として、協力を得ようとする地域の主体とのつながりや信頼関係を構築することの難しさが考えられる。その打開策としては、一度に広めようとするのではなく、身近な人の成功事例を実感してもらうことにより、徐々に取組意識を高めていくことが効果的である。</li> </ul> <p><b>○関連する法制度の理解と効果的な活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新産業に関連する法律や規制（例えば農家民泊を実施する際の法律の規制等）を、取組の推進主体となる者が良く理解（法律を使いこなす）することが重要であり、そのことが取組推進のポイントとなる。</li> </ul>		

### 期待される効果

- 地域がブラッシュアップしてきた観光資源を違った形で見せることにより、新たなイメージの創出が期待できる。
- 現状の社会のニーズに合った形で、改めて地域が持つ観光資源を見直すことで、旅行会社、観光客の新たな注目を集めることができる。

### 連携が必要な取組

- 地域の実情に応じて、他の取組と適宜連携。

### 参考事例

#### ○事例1 農業体験修学旅行の受け入れ始動（農家民泊）（田沢湖）

農村滞在型修学旅行ビジネスに取り組む組織として「田沢湖ふるさとふれあい協議会」を立ち上げ、民宿を営む農家等が連携して、年間20校、約2,000人の修学旅行生を受入れている。また、子供だけでなく大人の受入も行っており、農村風景を楽しむだけでなく、農業を通じて都会では味わえない貴重な体験を伝えている。

#### <特徴>

- ・「主役は子供」の理念を崩さず、子供に対して誠意を持って接することで、子供だけでなくその家族にも田沢湖に住む人の良さが伝わっている。
- ・海外への視察の実施が、農家の視野の拡大にも繋がっている。

#### ○事例2 花の宿宣言の展開（南房総）

民宿・旅館が連携して「花の民宿 おもてなし宣言」を実施することで、大勢のお客様を受け入れることが可能になり、さらにはマスコミにも注目されるようになっていく。ターゲットを女性に限定し、女性が喜ぶものは何かということを中心に企画している。

※「花の民宿 おもてなし宣言」：①花のような笑顔で接客します、②玄関に花を飾ります、③お部屋に花を飾ります、④お風呂に花を飾ります、⑤花のある料理でおもてなしの5箇条を各民宿が連携して取り組んでいる。

#### <特徴>

- ・房総の地域資源である花の「見せ方」を工夫することによって、民宿同士の連携を生み出している。また、連携することで、メディアの注目度の向上や団体客、修学旅行の受入の増加等のメリットも生まれてきている（修学旅行の受入に際しても、朝食の食材を全て自分達で調達する朝食体験や海女体験等の他地域とは違った体験メニューを提供している）。
- ・注目すべきは、地元花農家の協力を得て実施した「食用花」を活用した料理で、「花を食べる」という発想の転換が大きな効果を生んでいる。また、食用花を選定する際にも花の成分分析を実施する等の綿密な調査が料理に対する安心感を創出している。

### ○事例3 びわを中心とした加工・商品開発・製造販売の実施（南房総）

天皇にも献上している日本一の枇杷産地として有名であるが、枇杷倶楽部ではさらにその枇杷を活用した商品開発に取り組んでいる。ターゲットを女性に限定し、オリジナリティを出すことによって既存商品との棲み分けを可能にしている。

#### <特徴>

- ・販売ルートに乗せられない規格外の枇杷を利用して加工品を作ることによって農家にもメリットを見いだしている。
- ・現在、食品で 30 アイテム、その他 15 アイテム（枇杷ソフトクリーム、枇杷ゼリー、枇杷カレー等）を開発・販売しており、売れ残りはすべて買い取るという仕組みを取ることで、結果的に店頭には売れる商品しか並ばないようになっている。また、従業員が商品開発の段階からメンバーに加わることで、自分の商品としての自覚を持つことができている。

### ○事例4 遠野ツーリズム体感学習免許プログラムの提供（遠野）

運転免許取得の合宿と遠野ツーリズム（各種体験やツアー）を組み合わせた商品を開発することで、新たな観光対象の開発に成功している。

#### <特徴>

- ・運転合宿の空き時間に、遠野での農泊、伝統食の講習、伝統芸能の学習等を実施することにより、観光地としての魅力を伝える方法として非常に効果的なプランとなっている。

### ○事例5 食と農の体験交流活動の実施（内子）

農産物直売所である「内子フレッシュパークからり」において、都市の消費者を対象とした生産者との交流・体験機会の創出を図っている。また、農業体験をした人が新たな顧客となるケースもでてきており、消費者へは新たな体験を提供しつつ、指導する農家にとっても自らの成長と顧客獲得に繋がっている。

#### <特徴>

- ・農業体験スタディツアー（都市消費者向け）、農業体験学習（小中学生向け）、職場体験、農業体験（高校大学生向け）とターゲット別にメニューを揃えており非常に効果的な制度となっている。また、指導する側の農家の人々にとっても自己発見、自己学習の場ともなっている。

### ○事例6 「どこでも出前」サービス提供（小野川温泉）

コンセプトである「そぞろ歩きできる温泉街」を実現する一環として、河川沿い等に出前ポイントを設置し、携帯電話で、米沢ラーメン、そば等を注文できるような仕組みとなっている。

#### <特徴>

- ・歩いてもらいたいポイントに「出前ポイント」を整備することにより、コンセプトを的確に表現している。
- ・冬期にはかまくらを設置することにより、地域の特性を生かした取組となっている。