

取組【18】	周辺地域との広域的な連携		
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）	
<input type="radio"/> 街並み <input type="radio"/> スキー場	<input type="radio"/> 都市 <input type="radio"/> 農山村地	<input type="radio"/> 社寺 <input type="radio"/> 温泉	<input checked="" type="radio"/> 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; margin-bottom: 10px;"> 取組の狙い </div> <p>○個々の観光地での取組だけでなく、観光地間が連携し、お互いに不足している観光資源を補いながら魅力アップを図ることで、各地域での滞在時間（滞在力）の向上を図る。</p>			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 取組推進・障害打開のポイント </div> <p>○連携す組織や団体間での役割分担の明確化</p> <ul style="list-style-type: none"> それぞれの地域で活動していた組織や団体を、広域的な視点で統括する組織を設立することが連携への第一歩となる。その際のポイントとしては、個々の団体が広域連携を進めていく上で、どの部分の役割を担うことができるかを明確にすることである。このことによって、例えば広域的なキャンペーンのスムーズな進行や、支援制度の効果的な活用が期待できる。この際、連携する前提として、個々の団体が役割を果たせる程度に自立していることが必要となる。 <p>○各地域の特徴を活かした相乗効果の発揮</p> <ul style="list-style-type: none"> 市町村単位ではなく、観光地としてのイメージを定着させるために、広域連携による統一的なプロモーション活動を展開することが効果的である。 異なるタイプの観光資源が多数存在する場合は、個々の地域の観光資源を的確に把握し、それぞれのコンセプトを明確した上でエリアを設定することで、お互いの長所を引き出すことが重要である。 <p>○長期的な視点や成功事例の提示による理解促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 広域連携を進める際に、地域間に温度差があるため連携がスムーズに進まない場合がある。その打開策としては、①長期的な視点の提示、②まず成功事例を見せる、③他の地域のために自分達ができることをまず考える（他の地域があって自分達の地域も生き延びられるという発想の転換）といったことが重要である。 			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 期待される効果 </div> <p>○個々の観光地域の滞在力の向上が図られる。</p> <p>○広域連携により受け皿が大きくなり支援制度を有効に活用できる</p> <p>○連携により地域のキーマンとなる人材が増えることで、地域づくりが促進する。</p>			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 連携が必要な取組 </div> <p>○観光地づくりを担う人材の発掘・育成（No.19）</p> <p>○観光地づくりに関する協議・連携組織の育成（No.20）</p> <p>○観光地としての地域経営を担う組織の設立（No.21）</p> <p>○他の取組と適宜連携</p>			

参考事例

○事例1 広域連携組織「極上の会津プロジェクト協議会」の立ち上げ（会津若松）

会津地方では、会津ディスティネーションキャンペーン（DC）を一過性のものにするのではなく、そこで得た各団体の連携を活用し広域連携組織となる「極上の会津プロジェクト協議会」を立ち上げ、DCの効果を継続的なものに行っている。

主な施策として、①地域特性を活かしたエリアごとの施策の展開、②エリア毎や隣県との連携による周遊型・滞在型観光ルートの確立、③「会津」一丸となつてのプロモーション事業、を展開している。

<特徴>

- ・会津 DC で得た地域間の繋がりやイベント等を継続的なものにするため、広域連携組織を立ち上げることで、自らの観光地だけでなく、他の観光地も含めた広域的な視点から各種施策を実施している。
- ・単に観光客のニーズのある周遊ルートを設定するのではなく、広域連携により発掘された観光地として通ってほしいルートを観光客に勧めることが可能となっている（観光客が気づいていない新たなルートの提示）。

○事例2 「富良野・美瑛広域観光推進協議会」設立（富良野）

ラベンダーに次ぐ新たな観光資源の発掘のため、富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町（富良野4市町）、美瑛町、占冠村の6市町村の連携による「富良野・美瑛広域観光推進協議会」を設立し「体験」と「農業」をキーワードにした広域観光へ目標を置いている。

<特徴>

- ・広域の連携体制の確立が、以降の観光情報発信やキャンペーンに大きく貢献している。
- ・共同でのキャンペーンにより市町村単位ではなく、観光地域として「富良野・美瑛」のイメージの定着が図られている。