

取組【6】	観光資源を体験するプログラムの発掘・実施  連携②③④⑤⑥	
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
<p><b>取組の狙い</b></p> <p>○地域が持つ観光資源を施設の整備等により「見せる」だけでなく、実際に「体験できる」形で提供することにより、さらなる地域の魅力向上を図る。</p>		<input type="checkbox"/> 行政 <input checked="" type="checkbox"/> 観光推進組織 <input checked="" type="checkbox"/> 民間事業者
<p><b>取組推進・障害打開のポイント</b></p> <p>○地域資源の特徴を活かしたプログラムの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光客の満足度を向上させるためには、そこでしか体験できない、地域ならではの特徴を生かしたプログラム内容とすることが重要である。また、同じ観光資源を活用する場合でも、修学旅行、大学生、社会人、家族など対象とする客層（ターゲット）ごとに、その特徴やニーズに応じたプログラムを準備することにより幅広く活用してもらうことが可能となる。</li> </ul> <p>○観光客の知的好奇心を満たす内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>最近の観光客の動向として、ただ体験するだけでなく、そこから何らかの知識を得ることを求める傾向がある。そのようなニーズに対応するため、体験する観光資源の対象を地域にある「もの」だけでなく、伝統的に受け継がれている食文化や歴史的背景等の「知識」面にも広げることで、対象とする客層にとっての選択肢を広げることが重要である。</li> </ul> <p>○ガイドによる解説とガイドの育成の重要性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プログラムの企画・実施に当たっては、ガイド（インタープリター）が観光客に対して直接解説や案内を行うことで、地域の魅力をより効果的に伝えることが可能になる。そのため、例えば地域住民を対象とした勉強会や講習会の開催により、ガイドとしての育成を図ることも重要になる。</li> </ul> <p>○地域固有の資源の活用による差別化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>体験プログラムを作成する際には、その地域にしかない固有の資源を活用することで、他地域との差別化を図ることがポイントとなる。また、既によく知られている観光資源だけでなく、地域住民しか知らないような資源を活用することでプログラムの魅力が増し、滞在時間の増加などに繋がる。</li> <li>既存の観光資源であってもその活用方法を工夫することによって、「見る」だけでなく、「体験」できる資源にすることができる。例えば、南房総の千倉では、観光資源の花を「見る」だけでなく、フラワーアレンジメントや食用花の開発により「体験」させることにも成功している。</li> </ul>		
<p><b>期待される効果</b></p> <p>○観光客に観光資源を直接体験してもらうことにより、観光地のイメージを直接アピールできる。</p> <p>○歴史や文化を吸収することにも繋がり地域に対する理解を深めることができる。（リピーターの獲得にも繋がる）</p>		

## 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・創出したコンセプトの各種構想・計画への位置づけ (No.3)
- 環境・景観保全のための条例、協定、制度の策定 (No.4)
- 各支援助制度の効果的活用 (No.5)
- 観光資源を表現する施設の整備 (No.7)
- 環境・景観の保全、整備 (No.8)
- 観光の立ち寄り、情報拠点となる施設の整備 (No.9)
- 観光客の足となる二次交通手段の整備 (No.10)
- 観光客の移動をサポートする仕組みの導入 (No.11)
- 発見・創出されたコンセプトを表現するイベントの実施 (No.12)
- 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 体験観光50選の創設 (館山・南房総)

観光プロデューサーの提案により、地域住民にも知られていない観光資源の発掘を実施している。その中でもNPOの提案や活動をもとに海の自然体験をメインとした50の体験メニューを創設している。

#### <特徴>

- ・館山のNPOの人々は他地域からの移住者が多く、当時としては画期的だった観光プロデューサーの提案に対しても理解を得ることができている。
- ・個々のNPOの活動が基盤としてあったため、新たな体験メニューの軸となる部分については、NPOの意見を多く取り入れている。
- ・修学旅行にターゲットを定め教育旅行用のプログラムを作成することで、受入校数も年に38校から54校と大幅に増加している。
- ・教育旅行の受入の増加に伴い、体験メニューを提供する農家、漁家、宿泊施設とも連携体制が構築されてきている。

### ○事例2 宿坊体験の実施 (高野山)

高野山の各宿坊では、以前より写経体験、阿字観体験、精進料理の提供等により地域の特質を生かした活動を実施している。

#### <特徴>

- ・高野山ならではの宿泊体験の提供であり、他地域との差別化が可能となっている。

### ○事例3 入湯手形の販売開始 (黒川温泉)

黒川温泉では個別の旅館の温泉の泉質や環境を売りにするだけでなく、「泊まっている宿に関係なくどの旅館の温泉でも体験できる」という新しい温泉の楽しみ方を提示する仕組みとして入湯手形を導入している。

#### <特徴>

- ・敷地に余裕が無く露天風呂が設置できない旅館に対する救済策にもなっている。
- ・入湯手形収入は組合活動の大きな柱となっている。
- ・一人は皆のため、皆は一人のためという理念のもとに成り立っている (後のコンセプト「黒川一旅館」に繋がる)。

#### ○事例4 ラフティング事業の開始（H7～）（ニセコ）

優れた自然を生かした夏の楽しみ方を提案するため、NAC（ニセコアドベンチャーセンター）を設立して、当時まだ、日本で馴染みの無かったラフティング事業を開始している。

<特徴>

- ・通年型の体験としたことで、従業員の通年雇用、優秀な人材の育成に繋がっている。
- ・オーストラリア人の視点からの発想が基盤となっている。