

# ニッポン・グリーンツーリズム東京セミナー2014 「新たなGTの方向性：住んでよし・訪れてよしの観光地域づくり」



平成26年7月16日

観光庁 住んでよし事業チーフアドバイザー  
京都府・「海の京都観光圏」総合コーディネーター  
(株)マインドシェア 観光地域づくりプロフェッサー

坂元英俊

## これからの観光地域づくり

### 観光立国の基本理念

「住んでよし、訪れてよし」

観光の原点回帰。現在の“観光”の概念の革新。

「自らの地域を愛し、誇りをもって暮らしている  
ならば、おのずと誰しもが訪れたいくなる」

【観光立国懇談会報告書（平成十五年四月二十四日）】（抄）

**来訪者の満足度を上げたからといって、必ずしも再来訪（リピート）にはつながらない**

「再来訪（リピート）意向」につながる要素として、来訪者にとって、その地域が・・・



- 満足度・紹介意向  
→ 「良い思い出ができた」 「癒された」が上位
- 再来訪意向  
→ 「特別な存在」  
「大切にしたい」  
「今後、期待に応えてくれる」が上位

**“来訪者” と “地域住民” の  
つながりが非常に重要**

(出典：観光庁HP 「観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業 報告書」  
<http://www.mlit.go.jp/common/000118452.pdf> より)

表 「非サービス品質・価値」と「満足度、紹介・再来訪意向」との相関係数の昇順

	満足度	紹介意向	再来訪意向
良い思い出ができた	1	1	10
癒された	2	3	4
リフレッシュができた	3	5	8
心が豊かになった	4	1	5
今後、期待に応えてくれる	5	4	3
わくわくした	6	7	8
ゆっくりできた	7	10	7
大切にしたい	8	6	2
良いイメージ	9	8	9
特別な存在	10	9	1
特別な扱い	11	11	11

※調査方法・・・全国50地域、1地域あたり、調査票2,600票を配布（全国で13万票、日本語のみ用意）。

調査対象地域内に所在する観光施設・宿泊施設等を調査地点として、調査対象地域に来訪した観光客を調査対象者とした。

地域の魅力を来訪者に体感していただくためには、

**来訪者に地域独自の価値を提供**する必要がある

具体的には

地域のDNAを探し、地域のコンセプトを明確化したうえで、

## ○ **「滞在コンテンツ」**の磨きあげ

- ・来訪者に提供する「**滞在コンテンツ**（※）」について、  
コンセプトを踏まえて磨き上げる

※「滞在コンテンツ」：地域を代表する農林水産業等の産業や、伝統、文化、景観等の個性ある資源を活用し、その地域ならではの楽しみ方を加える等の創意工夫のあるメニュー

## ○ **「滞在プログラム」**の提供等

- ・**コンセプトを来訪者に体感してもらう**ために、「滞在コンテンツ」等に  
テーマを設定し、組み合わせた「**滞在プログラム**（※）」等を提供する

※「滞在プログラム」：現地発の半日、または一日のミニツアー（原則として、「交通手段付き」「ガイド付き」）



# ここまでのまとめ 1

- 1. 地域に何度も足を運んでくれるリピータの獲得は、訪れた人にとって「特別な存在」になれること。**
- 2. 行政の農水・商工・観光のプロジェクト化と民間で作るフラットホームの協働体制が必要。**
- 3. 住んでよし・訪れてよしの観光地域づくりは、地域の人、コンテンツ(素材)の有機的な結びつき。素材やプログラムで、何を感じてもらうのかが大事。**  
**インバウンドもここで、日本らしさを提供**

地域の良さや感動の噂話を風が運んで、旅人は出向いていく。  
風は、地域が起こすもの。噂話はお客様(旅人)が伝えるもの。

**話を聞いただけでその地域に行きたくなる。**

観光地域は、その地域に行きたい、そこで、過ごしてみたいという時間・空間を提供し、訪れるお客様に満足して戴くこと。

満足とは、お客様の思いに合致するか、それ以上の価値をお客様が見いだすことでもある。思ったとおり良かったなど。景色や暮らし、そこに住む人々の言葉を受け取り、こういうことに感動するのかというお客様の自分自身を見つけだして戴くこと。

お客様の感性を引き出すことだ。

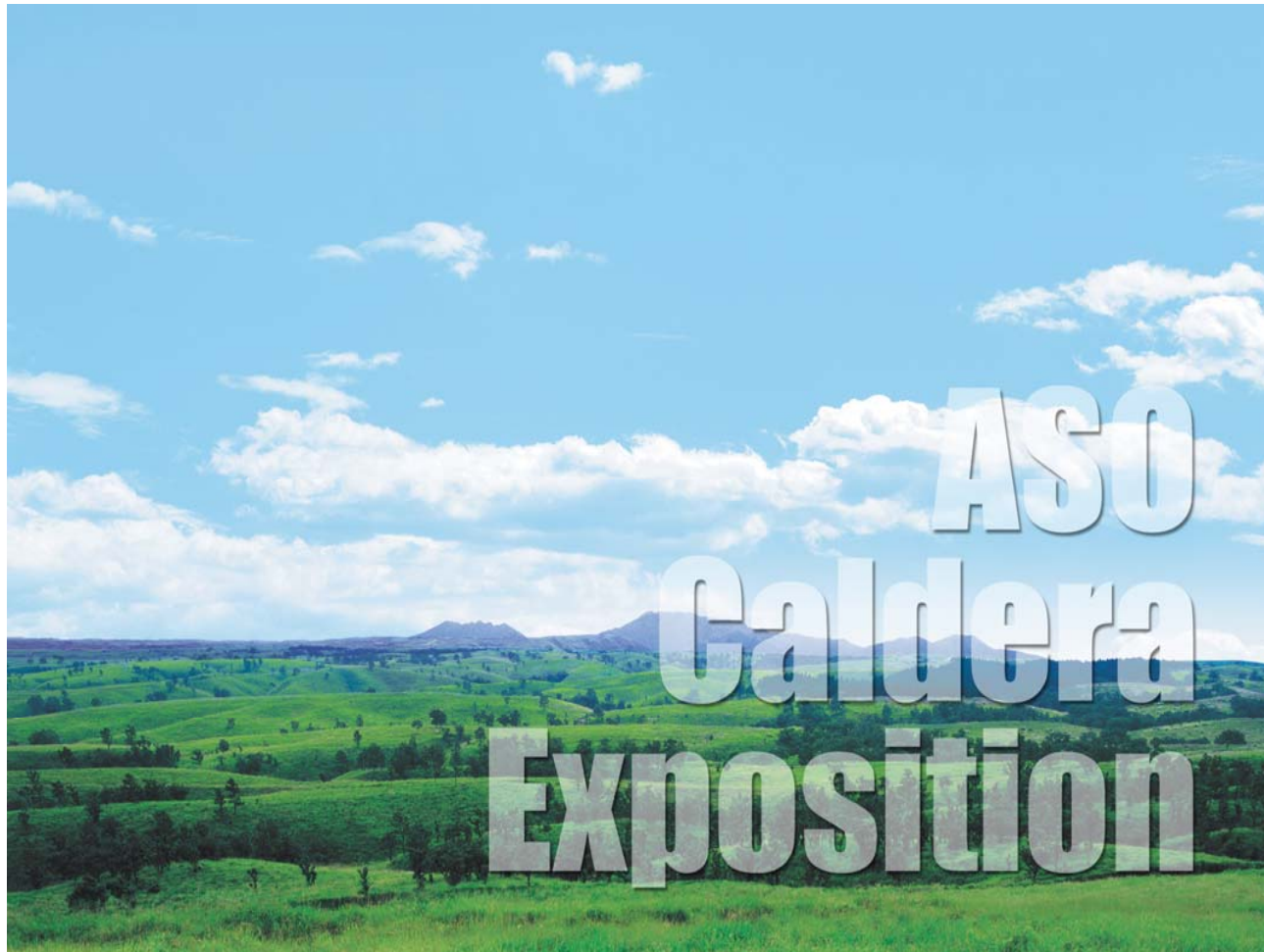
観光地域づくりは、本来の地域が持つDNAを掘り起こし、時代のニーズに合った地域の魅力を最大限発揮できる資源として活用し、その地域での時間の過ごし方を提案できるようになること。

地域住民が地域の“これいいでしょう”と自信をもって言えるようになること。

**その地域に行ってみたら良かった。**

そこに行く、見る、触れる、味わうことによって、訪れた人が変わる。  
お客様自身を変化させた良さを、お客様が語り、噂話になる。

**DNA**とは、地域に人が住み着くようになった起源や歴史の起こり、文化の発展などの基軸になるものである。できるだけ、深掘りをしてぶれない素材を見つけ出すことだ。このDNAから**コンセプト**を導きだし、その**コンセプト**を体感できる**地域のプログラム**ができることが理想的だ。



ステップ①

観光地域づくりの啓蒙と地域のビジョン・コンセプトづくり

観光地域づくりを実践することで、地域に活力が生まれることを観光専門家の講演会を通じて啓蒙していく。講演会は地区の住民に加え、自治体関係者（観光以外の農林水産・商工・社会資本・教育などの担当部局含む）も交えて行う。「この地域に人に来てもらいたい」「自分たちの取り組みに人が集まってくる」という意識を高めていく。

さらに観光圏のビジョンやコンセプトに基づき、各地域のビジョンやコンセプトを話し合いを行う。話し合いを通じて同じ地域に住む人が地域づくりに関してどういう姿勢なのかを明らかにしていく。事前にある程度、観光専門家と地域の取りまとめ役（リーダー）が検討したものをたたき台に話し合いを進めていく。

観光専門家の役割

地域の取りまとめ役(リーダー)の役割

地域DNAに基づいた観光地域づくりの  
ビジョン・コンセプトのたたき台を考える

○地域DNAに基づいた観光地域づくりの  
ビジョン・コンセプトのたたき台を考える  
○実践者のワークショップ呼びかけ

行政・プラットフォームの役割

地元メディアへのリリース 地元メディアに掲載されることで、地域のやる気や積極性を引き出す

○「住んでよし」の観光地域づくり実践による効果(仮称)講演会の実施

○ビジョン・コンセプト設定ワークショップ

○ビジョン・コンセプトの共有

・「なぜこの地域に人が来るのか？」

・「なぜ、地域がこの取組みをするのか？」を明確にする

地域の取りまとめ役(リーダー)の役割

観光専門家の役割

○ビジョン・コンセプトのまとめ  
○地域DNAと地域資源のまとめ

○ビジョン・コンセプトのまとめ  
○地域DNAと地域資源のチェック

行政・プラットフォームの役割

行政の視点で、観光地域づくりに向けた考え方や今後のサポートの方法などを検討する

ステップ②へ

## ステップ②

コンセプトに基づいた観光コンテンツの造成  
 地域のDNAにつながる内容を具現化し、「住んでよし、訪れてよし」の定着を図る

地域の取りまとめ役（リーダー）及び観光地域づくり実践者を対象としてビジョンやコンセプトを具現化する観光コンテンツを造成するワークショップを実施する。コンテンツを実践するための講習会も併せて開催することで、受入体制を整備していく。観光コンテンツを作るプロセスを通じて、地域の魅力を改めて認識してもらうとともに、受け入れるために「おもてなしを含めた自分たちのできること」の意見交換を行い、「住んでよし、訪れてよし」を考えを定着させる。

- ビジョン・コンセプトに基づいた観光コンテンツづくりのためのワークショップ
- 観光コンテンツ(滞在プログラム)づくり講習 ※観光コンテンツに応じて内容は異なる
  - ・お客様視点(マーケティング)
  - ・受入窓口の整備
  - ・旅行商品(コンテンツ)づくりのステップ

### 地域の取りまとめ役(リーダー)の役割

- 再度、メンバーが地域を歩く
- 観光コンテンツ(案)をまとめる



### 観光専門家の役割

- コンセプトとの整合性チェック
- 旅行商品のチェック

- 観光コンテンツ(滞在プログラム)づくりのためのワークショップ
- 観光コンテンツ(滞在プログラム)造成についての意見交換

- ・専門家と企画案再検討
- ・再検討したものをプレゼンテーション

- ・受入体制と役割分担の明確化
- ・プロモーションの手法について



## 海に浮かぶ舟屋の心地よさ ～ 家か?!漁場か?!・窓の下には匂 ～

海に浮かぶ舟屋集落との出会いは、伊根浦に住む暮らしの豊かさと心地よさを教えてくれる。荒らぶる海の時も、穏やかな海の時も、いつも手が届くところに海がある。

澄み切った空気・南向きに丸くなった浦を囲む山々。浦と集落と山々がひとつになった風景。舟屋と蔵と母屋で形づくられた集落。今も昔も変わらない伊根浦の風景が、暮らしとともに残っている。

舟屋から舟が出る。内海を早朝に漁場に向かう舟のエンジン音が覚めまし時計になり、障子がガタガタ揺れるのも、いつものこと。舟が起こすさざ波がピチャピチャと音を立てる。底引き網では、時期の魚が捕れる。海との暮らしでは、さばいた魚の残りを、モンドリに入れておくと、また魚がモンドリにはいつている。一晩中、海につけておくと、朝にはタコがはいつていることもある。あわびやサザエが舟屋に這い上がってくる。イカもタコも目の前で捕れ、夕暮れの食卓にあがる。暮らしの中で循環する魚の収穫。家なのか漁場なのか、窓の下にはいつも匂の魚たちがいる。

そして、何より、舟屋での暮らしは、海に浮かび、海に抱かれる心地よさだ。時の流れを止め、訪れる人びとにも、舟屋での安らぎを感じさせてくれる。

目の前にあるものすべてを味わえる暮らし。その豊かさに驚かされる。



## 『海に浮かぶ舟屋の心地よさ』～家か？漁場か？窓の下には匂～

日 時：平成26年2月27日（木）11:00～15:00

人 数：5名×5組

行 程：伊根浦公園-鳥屋-立石-伊根裏公園

	時間	行程	場 所	内 容
①	11:00	集 合	伊根浦公園	・舟屋群を海側から見る事ができる公園で集合 ・お母さんガイド(漁師の奥さん)と合流
②	11:00 — 11:10	移 動 (徒歩)	伊根浦公園 ↓ 向井酒造	・お母さんガイドによる伊根浦の案内で散策
③	11:10 — 11:40	酒造見学	向井酒造	・ <b>ウェルカム日本酒</b> ・製造者による酒造(蔵)の案内
④	11:40 — 11:50	移 動 (船)	向井酒造 ↓ 鳥屋地区	・向井酒造の浮き桟橋から海上タクシーに乗船
⑤	11:50 — 12:00	移 動 (徒歩)	鳥屋地区 ↓ お母さんの家	・お母さんガイドと一緒に お母さんの家(舟屋)へ
⑥	12:00 — 13:20	体 験 昼 食	お母さんの家	・舟屋の前(海側)に仕掛けてあるモンドリをあげる ・ <b>モンドリに入っていた魚</b> は昼食でいただく ・漁師が普段食べているご飯を食べてもらう ・ <b>日干しされている魚</b> を見る ・食べ終わった人は自由に周辺を散策
⑦	13:20 — 14:00	海上遊覧 (船)	鳥屋地区 ↓ 耳鼻地区	・漁師の船頭による伊根湾遊覧とガイド案内 ・対岸の耳鼻(にび)地区の舟屋で降船
⑧	14:00 — 14:30	散 策 (徒歩)	耳鼻地区 ↓ 立石地区	・お母さんガイドによるガイド案内で散策 ・舟屋と主屋(おもや)との関係などを説明 ・漁師の舟屋内部の見学
⑨	14:30 — 14:50	休 憩	伊根工房	・舟屋1回スペースで目の前の海と舟屋を見ながらコーヒーをいただく ・伊根の歴史通の家主との歓談
⑩	14:50 — 15:00	移 動 (船)	立石地区 ↓ 伊根浦公園	・伊根工房周辺の船が乗れる場所(集会所)から乗船
⑪	15:00	終 了	伊根浦公園	



<p>①伊根浦公園</p>	<p>③向井酒造夫妻</p>	<p>⑤鳥屋地区</p>
		
<p>⑥モンドリ</p>	<p>⑥昼食 (イメージ)</p>	<p>⑦海上遊覧</p>
		
<p>⑧舟屋の町並み散策</p>	<p>⑧舟屋内部</p>	<p>⑨伊根工房</p>
		













## ここまでのまとめ 2

- 1. 地域のDNAを深く掘り下げ、独自の価値を見つけ出す。**
- 2. 地域独自の価値を提供するコンセプトを作り、そのコンセプトを味える滞在プログラムを提供する。**
- 3. 話を聞いただけで行きたくなる、言葉やストーリーは、地元でのワークショップで紡ぎ出す。**
- 4. 案内人が伝える言葉のひとつひとつが、深く響き、お客様にこの地域の何かが、特別な存在になるような気づきをあたえる。**





9 エリア展開(阿蘇エリア)



第2章

日本ジオパーク認定の雄大な阿蘇を、  
見て感じて楽しもう！

エリアダイジェスト PART.1 [阿蘇市・産山村]

# 阿蘇エリア

世界最大級のカルデラや雄大な外輪山、  
迫力満点の中岳火山口など、  
阿蘇ならではの見どころがいっぱいの「阿蘇エリア」。  
大自然の麗に身をまかせ、  
休中で地球の脈動を感じてみよう。

## 火の国・熊本のシンボル、阿蘇

「美しくダイナミックな自然の雄姿を堪能」

阿蘇を語る上で欠かせないのが、阿蘇神社の存在だ。次々と噴出した阿蘇山の噴火は、阿蘇神社の歴史と深く関係している。阿蘇神社は、阿蘇山の神として、阿蘇の人々に信仰されてきた。阿蘇神社の歴史は、阿蘇山の歴史と深く関係している。阿蘇神社の歴史は、阿蘇山の歴史と深く関係している。

阿蘇神社 阿蘇市  
〒961-8601 阿蘇市  
電話 0967-23-0004  
0967-23-0004











# 4 パビリオン展開の例(阿蘇神社門前町パビリオン②:タウンツーリズム)



町並エリア  
 公園エリア  
 商店街エリア  
 旅館エリア



**学びらしく肌理感を生きた空間を演出**  
**アイリス** **カフェ**  
 アイリスの古道具やインテリアなど、アンティークの生花や雑貨をレイアウトショップ。自然素材の美しい花や草木が、アンティーク調の空間を演出している。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11700 (0)1200-11700-7474



**古道具や民芸品の展示を添えて**  
**阿蘇古美術 古川** **カフェ**  
 オーナーが20年かけて収集した古道具や古美術品が、古道具屋の雰囲気を演出している。人気が高く予約が殺到するので、来店に予約を要する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の山菜やそばで自然の恵を味わう**  
**かんざし山菜 山菜** **カフェ**  
 阿蘇の山菜やそばをメインにした、地元産の山菜やそばを使ったメニューが人気。山菜の旬に合わせてメニューが変化する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の地産野菜ランチとジャマイカカレー**  
**Good Wood Dining menu** **カフェ**  
 2011年夏にニューヨーク市内の料理リニューアル。阿蘇の地産野菜を使ったランチと、本格的なジャマイカカレーが人気。地元産の野菜や肉を使ったメニューが豊富。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**自然素材を使ったお粥の阿蘇ごぼろ**  
**お粥系 ながさる** **カフェ**  
 阿蘇のごぼろの健康でおいしいお粥をテーマに、自然素材を使ったお粥や、お粥を使ったスイーツが人気。地元産の食材を使ったメニューが豊富。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**心も体も温かくなるお粥の阿蘇ごぼろ**  
**お粥系 ながさる** **カフェ**  
 阿蘇のごぼろの健康でおいしいお粥をテーマに、自然素材を使ったお粥や、お粥を使ったスイーツが人気。地元産の食材を使ったメニューが豊富。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**フランスの食文化やワインを楽しむ**  
**Tien Tien** **カフェ**  
 シンガポール発のフランス風カフェ。フランスの食文化やワインを楽しむことができる。地元産の食材を使ったメニューが豊富。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**目にも心にも優しいお粥の阿蘇ごぼろ**  
**お粥系 ながさる** **カフェ**  
 阿蘇のごぼろの健康でおいしいお粥をテーマに、自然素材を使ったお粥や、お粥を使ったスイーツが人気。地元産の食材を使ったメニューが豊富。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした**  
**阿蘇古美術 古川** **カフェ**  
 オーナーが20年かけて収集した古道具や古美術品が、古道具屋の雰囲気を演出している。人気が高く予約が殺到するので、来店に予約を要する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした**  
**阿蘇古美術 古川** **カフェ**  
 オーナーが20年かけて収集した古道具や古美術品が、古道具屋の雰囲気を演出している。人気が高く予約が殺到するので、来店に予約を要する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした**  
**阿蘇古美術 古川** **カフェ**  
 オーナーが20年かけて収集した古道具や古美術品が、古道具屋の雰囲気を演出している。人気が高く予約が殺到するので、来店に予約を要する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした**  
**阿蘇古美術 古川** **カフェ**  
 オーナーが20年かけて収集した古道具や古美術品が、古道具屋の雰囲気を演出している。人気が高く予約が殺到するので、来店に予約を要する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**全体的な印象を演出する**  
**アトリエ** **カフェ**  
 阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした、地元産の山菜やそばを使ったメニューが人気。山菜の旬に合わせてメニューが変化する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**ハム職人が作る**  
**ピリカカフェ** **カフェ**  
 阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした、地元産の山菜やそばを使ったメニューが人気。山菜の旬に合わせてメニューが変化する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484



**阿蘇の古道具や民芸品をテーマにした**  
**阿蘇古美術 古川** **カフェ**  
 オーナーが20年かけて収集した古道具や古美術品が、古道具屋の雰囲気を演出している。人気が高く予約が殺到するので、来店に予約を要する。  
 営業時間 9時～18時30分 (P)30分  
 011200-11800 (0)1200-11800-8484





5

パビリオン展開の例(名水の里・手野パビリオン:グリーンツーリズム)



第2章

阿蘇パビリオン

小国パビリオン

高森パビリオン

手野パビリオン

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

阿蘇パビリオン

小国パビリオン

高森パビリオン

手野パビリオン

**神話伝説が残る  
ヒーリングスポット**

**阿蘇市**

**Minakawa Tama Pavilion**

**名水の里・手野**

**パビリオン**

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

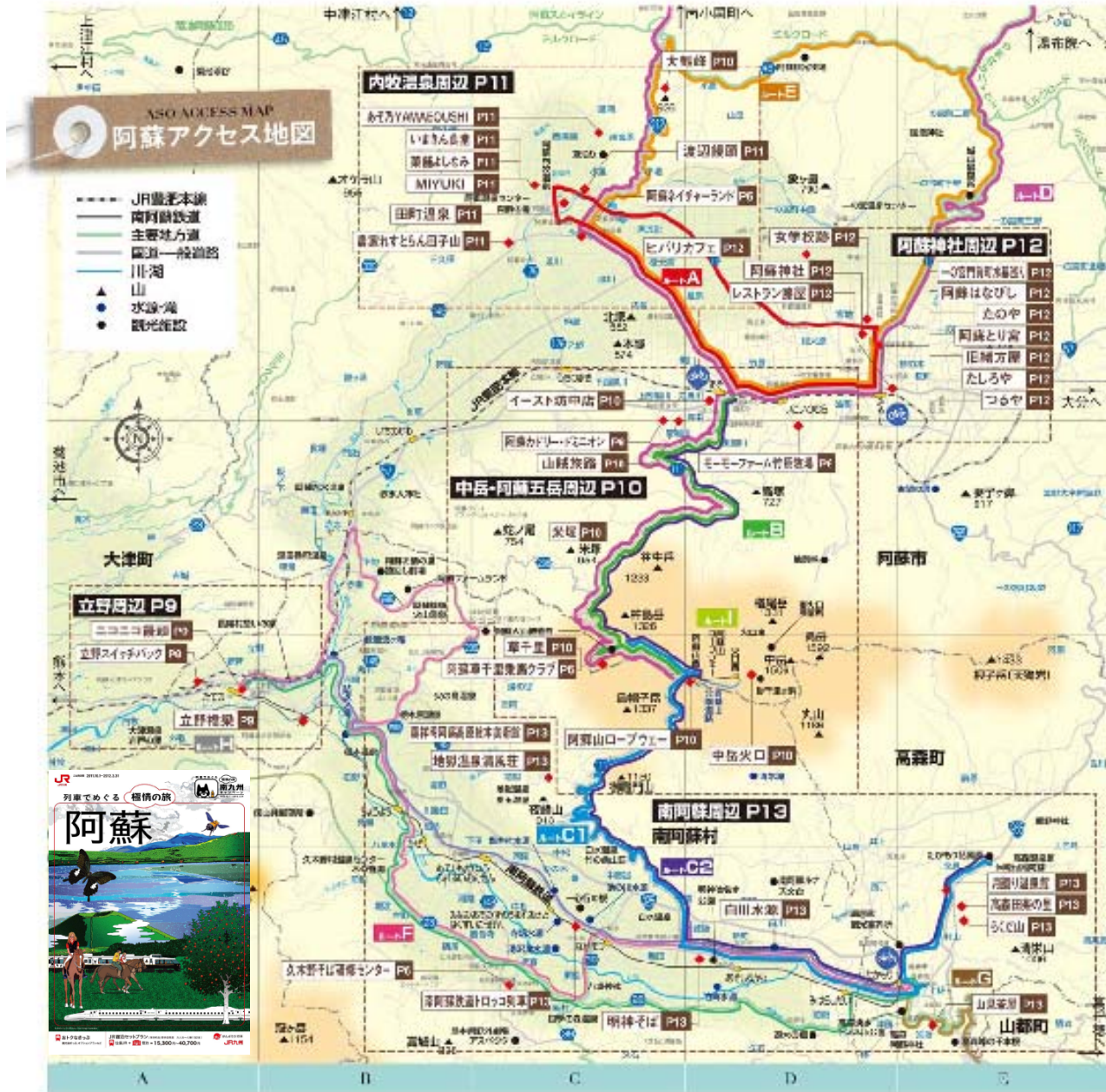
**緑の森**

緑の森 緑の森

緑の森 緑の森

22





### 阿蘇観光に便利なバス/乗り物

**→A 阿蘇市環状線バス** 阿蘇駅北口〜阿蘇市役所〜阿蘇神社前〜阿蘇市役所

JR阿蘇線/阿蘇駅前	阿蘇市役所	阿蘇神社前	阿蘇市役所	JR阿蘇線/阿蘇駅前
乗車時間	54分	10分	10分	54分
乗車料	842	1018	1205	842
乗車料	908	1036	1226	908
乗車料	946	1058	1251	946
乗車料	984	1080	1276	984
乗車料	1022	1102	1301	1022
乗車料	1060	1124	1326	1060
乗車料	1098	1146	1351	1098
乗車料	1136	1168	1376	1136
乗車料	1174	1190	1401	1174
乗車料	1212	1212	1426	1212
乗車料	1250	1234	1451	1250
乗車料	1288	1256	1476	1288
乗車料	1326	1278	1501	1326
乗車料	1364	1300	1526	1364
乗車料	1402	1322	1551	1402
乗車料	1440	1344	1576	1440
乗車料	1478	1366	1601	1478
乗車料	1516	1388	1626	1516
乗車料	1554	1410	1651	1554
乗車料	1592	1432	1676	1592
乗車料	1630	1454	1701	1630
乗車料	1668	1476	1726	1668
乗車料	1706	1498	1751	1706
乗車料	1744	1520	1776	1744
乗車料	1782	1542	1801	1782
乗車料	1820	1564	1826	1820
乗車料	1858	1586	1851	1858
乗車料	1896	1608	1876	1896
乗車料	1934	1630	1901	1934
乗車料	1972	1652	1926	1972
乗車料	2010	1674	1951	2010
乗車料	2048	1696	1976	2048
乗車料	2086	1718	2001	2086
乗車料	2124	1740	2026	2124
乗車料	2162	1762	2051	2162
乗車料	2200	1784	2076	2200
乗車料	2238	1806	2101	2238
乗車料	2276	1828	2126	2276
乗車料	2314	1850	2151	2314
乗車料	2352	1872	2176	2352
乗車料	2390	1894	2201	2390
乗車料	2428	1916	2226	2428
乗車料	2466	1938	2251	2466
乗車料	2504	1960	2276	2504
乗車料	2542	1982	2301	2542
乗車料	2580	2004	2326	2580
乗車料	2618	2026	2351	2618
乗車料	2656	2048	2376	2656
乗車料	2694	2070	2401	2694
乗車料	2732	2092	2426	2732
乗車料	2770	2114	2451	2770
乗車料	2808	2136	2476	2808
乗車料	2846	2158	2501	2846
乗車料	2884	2180	2526	2884
乗車料	2922	2202	2551	2922
乗車料	2960	2224	2576	2960
乗車料	2998	2246	2601	2998
乗車料	3036	2268	2626	3036
乗車料	3074	2290	2651	3074
乗車料	3112	2312	2676	3112
乗車料	3150	2334	2701	3150
乗車料	3188	2356	2726	3188
乗車料	3226	2378	2751	3226
乗車料	3264	2400	2776	3264
乗車料	3302	2422	2801	3302
乗車料	3340	2444	2826	3340
乗車料	3378	2466	2851	3378
乗車料	3416	2488	2876	3416
乗車料	3454	2510	2901	3454
乗車料	3492	2532	2926	3492
乗車料	3530	2554	2951	3530
乗車料	3568	2576	2976	3568
乗車料	3606	2598	3001	3606
乗車料	3644	2620	3026	3644
乗車料	3682	2642	3051	3682
乗車料	3720	2664	3076	3720
乗車料	3758	2686	3101	3758
乗車料	3796	2708	3126	3796
乗車料	3834	2730	3151	3834
乗車料	3872	2752	3176	3872
乗車料	3910	2774	3201	3910
乗車料	3948	2796	3226	3948
乗車料	3986	2818	3251	3986
乗車料	4024	2840	3276	4024
乗車料	4062	2862	3301	4062
乗車料	4100	2884	3326	4100
乗車料	4138	2906	3351	4138
乗車料	4176	2928	3376	4176
乗車料	4214	2950	3401	4214
乗車料	4252	2972	3426	4252
乗車料	4290	2994	3451	4290
乗車料	4328	3016	3476	4328
乗車料	4366	3038	3501	4366
乗車料	4404	3060	3526	4404
乗車料	4442	3082	3551	4442
乗車料	4480	3104	3576	4480
乗車料	4518	3126	3601	4518
乗車料	4556	3148	3626	4556
乗車料	4594	3170	3651	4594
乗車料	4632	3192	3676	4632
乗車料	4670	3214	3701	4670
乗車料	4708	3236	3726	4708
乗車料	4746	3258	3751	4746
乗車料	4784	3280	3776	4784
乗車料	4822	3302	3801	4822
乗車料	4860	3324	3826	4860
乗車料	4898	3346	3851	4898
乗車料	4936	3368	3876	4936
乗車料	4974	3390	3901	4974
乗車料	5012	3412	3926	5012
乗車料	5050	3434	3951	5050
乗車料	5088	3456	3976	5088
乗車料	5126	3478	4001	5126
乗車料	5164	3500	4026	5164
乗車料	5202	3522	4051	5202
乗車料	5240	3544	4076	5240
乗車料	5278	3566	4101	5278
乗車料	5316	3588	4126	5316
乗車料	5354	3610	4151	5354
乗車料	5392	3632	4176	5392
乗車料	5430	3654	4201	5430
乗車料	5468	3676	4226	5468
乗車料	5506	3698	4251	5506
乗車料	5544	3720	4276	5544
乗車料	5582	3742	4301	5582
乗車料	5620	3764	4326	5620
乗車料	5658	3786	4351	5658
乗車料	5696	3808	4376	5696
乗車料	5734	3830	4401	5734
乗車料	5772	3852	4426	5772
乗車料	5810	3874	4451	5810
乗車料	5848	3896	4476	5848
乗車料	5886	3918	4501	5886
乗車料	5924	3940	4526	5924
乗車料	5962	3962	4551	5962
乗車料	6000	3984	4576	6000
乗車料	6038	4006	4601	6038
乗車料	6076	4028	4626	6076
乗車料	6114	4050	4651	6114
乗車料	6152	4072	4676	6152
乗車料	6190	4094	4701	6190
乗車料	6228	4116	4726	6228
乗車料	6266	4138	4751	6266
乗車料	6304	4160	4776	6304
乗車料	6342	4182	4801	6342
乗車料	6380	4204	4826	6380
乗車料	6418	4226	4851	6418
乗車料	6456	4248	4876	6456
乗車料	6494	4270	4901	6494
乗車料	6532	4292	4926	6532
乗車料	6570	4314	4951	6570
乗車料	6608	4336	4976	6608
乗車料	6646	4358	5001	6646
乗車料	6684	4380	5026	6684
乗車料	6722	4402	5051	6722
乗車料	6760	4424	5076	6760
乗車料	6798	4446	5101	6798
乗車料	6836	4468	5126	6836
乗車料	6874	4490	5151	6874
乗車料	6912	4512	5176	6912
乗車料	6950	4534	5201	6950
乗車料	6988	4556	5226	6988
乗車料	7026	4578	5251	7026
乗車料	7064	4600	5276	7064
乗車料	7102	4622	5301	7102
乗車料	7140	4644	5326	7140
乗車料	7178	4666	5351	7178
乗車料	7216	4688	5376	7216
乗車料	7254	4710	5401	7254
乗車料	7292	4732	5426	7292
乗車料	7330	4754	5451	7330
乗車料	7368	4776	5476	7368
乗車料	7406	4798	5501	7406
乗車料	7444	4820	5526	7444
乗車料	7482	4842	5551	7482
乗車料	7520	4864	5576	7520
乗車料	7558	4886	5601	7558
乗車料	7596	4908	5626	7596
乗車料	7634	4930	5651	7634
乗車料	7672	4952	5676	7672
乗車料	7710	4974	5701	7710
乗車料	7748	4996	5726	7748
乗車料	7786	5018	5751	7786
乗車料	7824	5040	5776	7824
乗車料	7862	5062	5801	7862
乗車料	7900	5084	5826	7900
乗車料	7938	5106	5851	7938
乗車料	7976	5128	5876	7976
乗車料	8014	5150	5901	8014
乗車料	8052	5172	5926	8052
乗車料	8090	5194	5951	8090
乗車料	8128	5216	5976	8128
乗車料	8166	5238	6001	8166
乗車料	8204	5260	6026	8204
乗車料	8242	5282	6051	8242
乗車料	8280	5304	6076	8280
乗車料	8318	5326	6101	8318
乗車料	8356	5348	6126	8356
乗車料	8394	5370	6151	8394
乗車料	8432	5392	6176	8432
乗車料	8470	5414	6201	8470

これまでの観光案内

観光スポット型の観光案内 : 供給側の発想からの観光案内(プロダクトアウト型)

観光案内  
の課題

- 観光スポット、大規模観光施設等の回遊にとどまり、地域との関わりは浅い
- 地域や地域の人々とのふれあいが少なく、地域のファンになりピーターとなるお客様が少ない

これからの観光案内

滞在交流型の観光案内 : お客様の視点に立った観光案内(マーケットイン型)

観光案内  
の目標

- 観光スポットに加え、地域の個性、伝統文化に根ざした地域の、日常空間を含めた回遊促進
- お客様ニーズに対応した地域の“おもてなし”を実現するための幅広い情報収集と発信
- お客様と地域の人々とのふれあいのシーンを作り出す

範囲	情報	役割
(従来) 自分達の市町村・活動エリアのみ ↓ (今後) <u>お客様ニーズに対応した地域</u>	(従来) 観光スポット、大規模観光施設等の情報 ↓ (今後) <u>従来に加え、地域の日常空間にある幅広い情報</u>	(従来) 案内【情報提供がメイン】 ↓ (今後) <u>お客様と地域の人々のつなぎ役【コミュニケーションがメイン】</u>

地域のファンになり、リピーターとなるお客様の増大



# ○観光地域づくりに不可欠な官民協働の体制を整備する

## ◆なぜ観光地域づくりに民間の参画が必要なのか



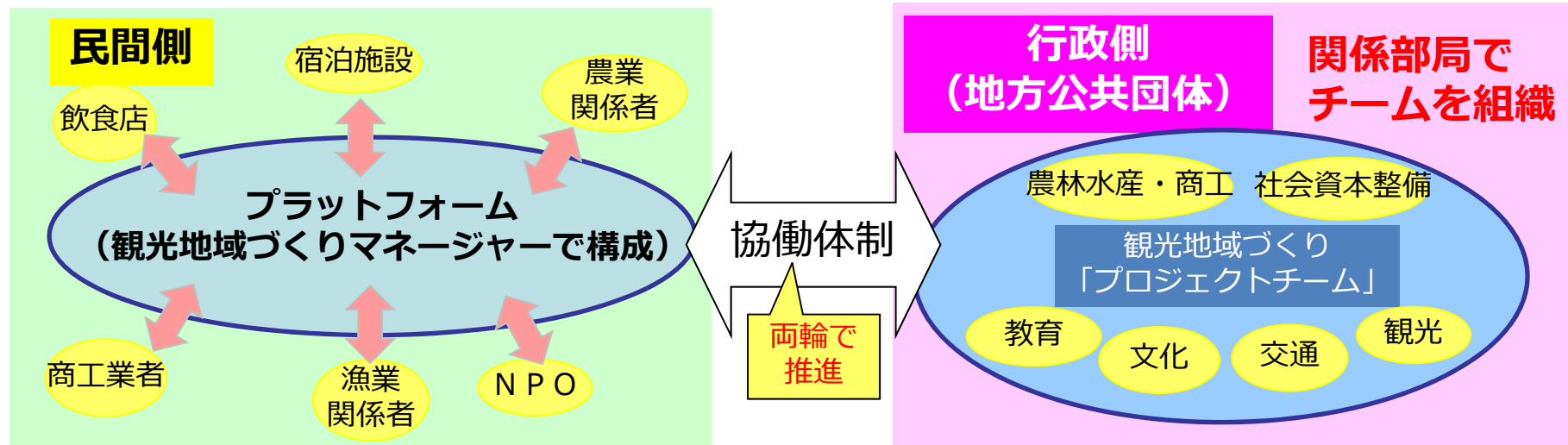
- ・行政がやると民間は手を引く
- ・ビジネスにつなげるためには、持続性が必要  
(行政は人事異動等で、持続性が難しい)
- ・行政界の問題

一方で、**行政にしかできないこと**も存在

観光地域づくりの課題は・・・

→ 地方公共団体に観光地域づくりの仕事が位置づけられていない

## ◆官民協働の観光地域づくりに必要な体制 (イメージ)





## 地域と来訪者をつなぐ活動体の形成

### ● 「観光地域づくりプラットフォーム」の役割

- ・観光地域づくり実施基本方針の策定・共有
- ・マーケティングの実施
- ・各機能の提供に係るマネジメント

等

### ● 観光地域づくりマネージャー

「観光地域づくりプラットフォーム」が機能するためには、

- ① 地域づくりの方向性等を企画・立案し、関係者間の調整等を行う 民間人材としての「観光地域づくりマネージャー」
- ② 「観光地域づくりプラットフォーム」を支えるために、  
主たる市町村においては、文化、農林水産、商工、  
社会資本整備、観光部局等からなる 「プロジェクトチーム」

が不可欠

6 事業計画

## 6-2. 事業の推進体制

### (3) コンシェルジュと情報のシステム

#### “地域と観光の情報収集”と“各種手配の実施”のしくみづくり

佐世保・小値賀地域全体の観光に関わる情報を手早く検索及び提供し、必要に応じて体験プログラム予約等の手配や、コーディネートが仕組み的に行うことができるようにする。

#### ①観光情報の収集

佐世保・小値賀地域全般の観光情報（固定的及び流動的の情報全て）をインターネットで検索することが出来る仕組みをつくる。

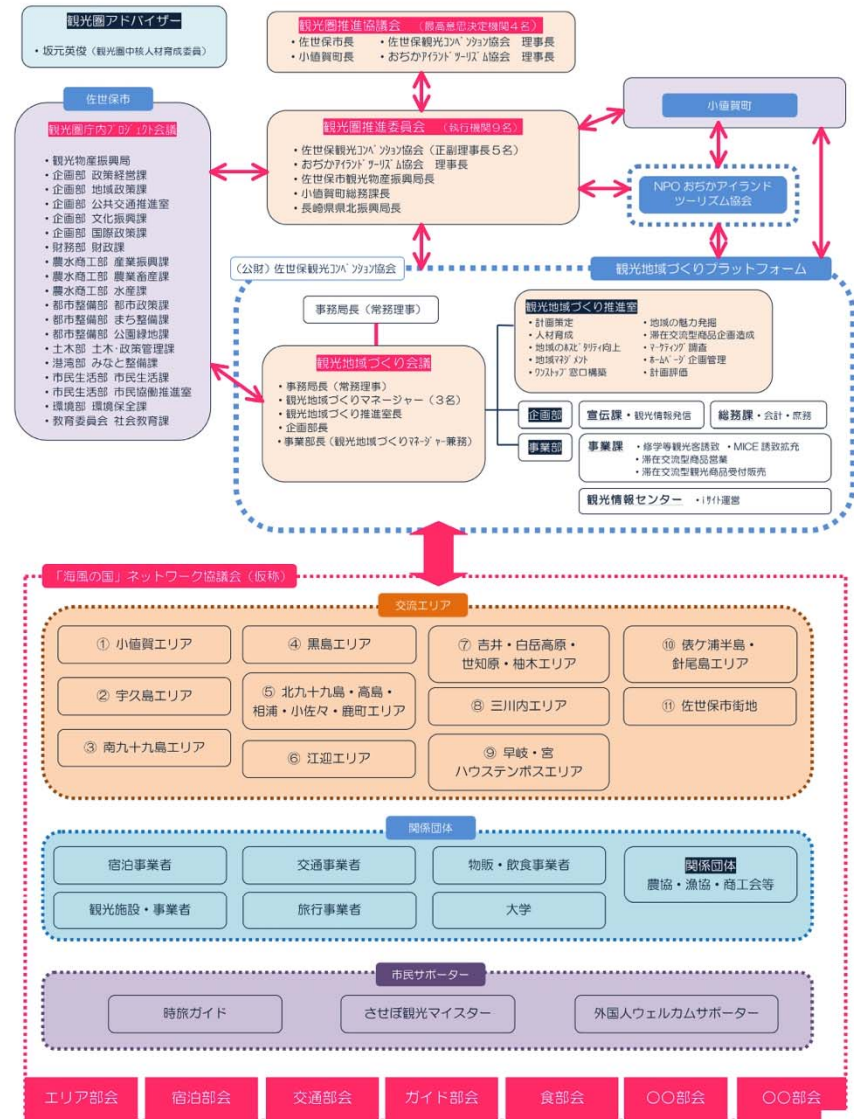
↓  
佐世保・小値賀地域全般の地域と観光情報（観光ポイント、イベント、体験プログラム等）の収集を行い、旅行者からの相談に対応できるようにする。

地域や観光情報の収集においては、主にPC(Web サイト) やスマートフォンを活用する。

#### ②体験プログラム予約（コンテンツ）等の手配

体験プログラム等の実施主体との連絡方法を確立する。

旅行者の要望に応じて、佐世保・小値賀地域全般の施設等に対して体験プログラム予約等の手配を行うようにする。佐世保・小値賀地域全体の体験プログラムについての予約ルールを理解し、迅速な手配を可能にする。



■図13：「海風の国」佐世保・小値賀観光圏 事業体制構想図（案）

## ここまでのまとめ 3

1. 観光で人を呼んでも、地域とはつながっていないことが多い。
2. 地域に人を呼ぶためには、選ばれる地域としての魅力づくり(人・食・案内・景色空間・展示物としての素材)が必要。
3. 観光地域づくりは、地域づくりをすることで人が集まってくること。**フラットホームの役割が大きい。**
4. 地域の面的な取り組みを確立し、公共交通で、それぞれの面が連携することで、インバウンドもやりやすくなる。

**ご静聴ありがとうございました。**