

ルへの対応をしっかりとる必要がある点である。待っていたのに、当日になって来ない外国人、連絡の取りようもなく農家にとってはダメージが大きいことである。

すなわち、地域側に農家を肩代わりできる受入体制と現地での旅行者の要望・質問に応えるための窓口が必須である。機能としても「予約決済」、「現地での受入対応」、「周辺地域との連携あっせん」が必要となる。これに対してこれまで、多くの地域は「GT受入協議会」などの組織をつくり対応を行ってきたが、実際には「予約決済機能」を持たないため、事業収益を上げづらく、経営的に自立できていないところが多いのではないだろうか。このままでは現状以上の対応は難しいのではないだろうか。これまでのやり方で外国人を受け入れた場合、お客様への過度な対応を強いられることになるだろう。地域側に価値を生み出すためには、受入体制としてDMO機能を整備することが必要である。

今回の調査した【田辺市熊野ツーリズムビューロー】では紀伊田辺市の駅舎の隣に窓口を持ち、外国人の対応を行なっている。たくさんの外国人観光客が同所を訪れ、熊野古道へ行く前に質問をしている光景に遭遇した。知らない外国の地域へ出かけ、不安な状況で出会うツーリストインフォメーションは、旅人にとってオアシスのようなものである。全国各地の農山漁村に外国人を送客するためには、道の駅のような各地にある「小さな拠点」に、「ワンストップインバウンド対応窓口」を設置することが必要ではないだろうか。

【田辺市熊野ツーリズムビューロー】同様に、【信州いいやま観光局】でも新幹線の飯山駅にカウンターを用意し、外国人の直接の問い合わせに答えられるよう体制を整えている。新幹線の駅に降り、さて目的地にどうやって行けばいいのかと、バス路線などの質問に答えられるようにと、ほとんどの職員が英会話の訓練を受けている。ここでは、既存の観光協会や着地型観光を推進していた組織が一体化しDMO機能を担っているが、観光事業だけではまだ経営は成り立たないという。コミッションベースでも、「2割以上とらないと自立できないのでは？」と調査の中で答えられた。DMOにインバウンドGTの受入体制を期待されているが、今後この事業として自立できる仕組みを実装できるかが焦点となるだろう。

☞ 事業成果として、【北海道宝島旅行社】では忙しい農家が変わって、GTの体験メニューを社員が農家の肩代わりをすることで対応できることが明らかとなった。農業体験や収穫体験を、農家との信頼関係を築き、任せていただくことでプログラム化することが可能である。逆に言うと、この農家のプログラムを支援し、催行する【北海道宝島旅行社】は各地域の魅力を広域的に束ね、DMOとしての機能を備えており、このような組織や機能が必須であることが明らかとなった。

これは、久留米の「まち旅」でのGTプログラムでも、できるだけ繁忙期はツアーを開催しない、そして実際に催行する場合、「まち旅」の事務局が積極的に支援する形で、なるべく農家に負担がかからないよう心掛けていと述べられた。おそらく、農業者が自らGTのプログラムを開発し、ビジネスとして成り立つためには中間的な支援組織が必要で、かつ支援組織も事業として自立できる構造を備えることが必要であることが明らかとなったと言えるだろう。

また、【日本の窓】が送客した外国人には、受入側と落ち合う場所までの細かい乗り継ぎや、タイムテーブルを渡して送り出し、受入側でもGT地域協議会が代わりに迎えに行くなどし、ワンストップ窓口がなくてもスムーズに外国人を受け入れる仕組みが構築された。その成果として、臼杵では2016年3月に300名のイスラエル人を【日本の窓】から、送客、受け入れることが計画されている。

4. マネジメント機能の整備

地域に必要な価値を、持続的に生み出すためのマネジメント機能をつくる必要がある。

本年度のインバウンド受入体制構築事業においてこれまで述べてきたことを、特に重要な整備ポイントとしてまとめると、必要なことは外国人が農山漁村の自然、生活文化、人の魅力を感じ、「行ってみたい」という気持ちを抱いていただくためのマーケティング的なソフト基盤整備。そして、なかなか情報の少ない農山漁村に外国人を集客するための受入側からの情報発信整備。また、地域側にとっては、外国人に安全・安心に来ていただき、喜んで帰っていただくためのソフト整備。これらを言い換えると、「ここにはどんな魅力があるかというコンテンツ情報を発信し、集客する体制に加え、交通インフラ、宿泊などの情報のワンストップ窓口を整え、問い合わせに答えられる体制」が必要であり、加えて「現地での旅人ニーズに応えハンドリングする体制」が必要であるということをごここまで述べてきた。これが今までの体制と大きく異なるのは、受入側から「こんなものがあります」「こんなことができます」と一方通行で情報発信するこれまでの方法ではなく、外国人ニーズの文脈で「我々のところはこんなところ」、そして「こうすれば安心して来ることができます」、「来てくれたら、この地域ならではのこんなことができます」と発信し、答えられるように整備する必要がある点だ。そして、同時にこのことを「経営として」行なう機能が必要なのである。

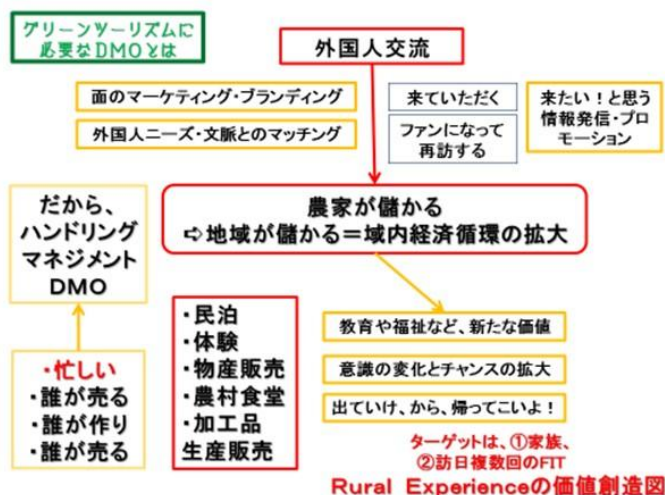
今回の事業ではこのような機能を分担し、すでにある仕組みを組み合わせることでモニターツアーを行なった。実際には、そのまま機能する点もあるが、多くは必要な機能を新たに作り出す必要があった。特に、G Tを始めとする着地型観光や滞在交流型観光と言われる地域密着の事業においては、地域側に「経営」のできる観光マネジメント組織が必要になったことが明らかとなった。

そして、これに加え「地域にとって必要な価値（経済的な価値に留まらない）を生み出すマネジメント体制の整備」が最も重要であることが新たに見えてきた。すなわち、地域に落ちる経済的な価値や雇用を生み出すこと、教育や福祉効果など交流から生まれる新たな価値を生み出すマネジメント機能が重要である点だ。そして、農山漁村は生活・産業の場であることから適切なマネジメントによる観光交流と一次産業の両立を図ること、適度な集客による地域環境への大きな負荷や荒廃を避けるためのマネジメントなどである。このようなことをすべておこなう経営体制を、ここではDMO (Destination Management Organization) と呼んでいる。これらすべての体制を整備することが、外国人観光客側から見ると「行ってみたい」をつくり、「行ってみたいなら良かった、また行きたい」の体制を整備することになる。

☞ 地域に必要な価値を生み出すマネジメントとしての事業成果から

これまで述べてきたことを、「ルーラルエクスペリアンスの価値創造図」として右記に示した。

今回の事業で明らかとなった重要な視点は、「G Tに必要なDMO」として外国人との交流によって農家が儲かり、同時に地域内の経済循環が加速し、地域に経済的な価値をもたらすことが第一である。加えて、教育や福祉的な意味合いでの新たな価値を地域に生み出すことが目的となる。そのための手段とし



て、G Tと総称される農家民泊や農山漁村体験、物産の販売や農村食堂、加工品開発販売などがあり、このG Tから上記の価値を生み出すために経営のできるハンドリング体制が必要であり、その機能を持つ組織をDMOと定義した。そして、価値を生み出すためには「地域を面で捉えたマーケティングとブランディング」が必要であり、外国人のニーズや文脈に沿ってマッチングをする必要性が明らかとなったわけである。その中で、まずやるべきことは戦術的な面ではあるが、当面の外国人集客ターゲットを「訪日複数回数のF I T個人客と家族」に焦点をあて「Rural Experience」として情報発信をしていくことである。

そして、改めてG Tに必要なDMOの内容を示すと、地域の関係者の合意・協働に基づき、「行ってみたい」の魅力を造成し、発信、集客する。そして実際にお客様を受入ハンドリング、加えて交流から地域に価値を落とすマネジメントを行なう機能を持った組織である。

そして事業化において重要なポイントは、

- 1) 個の魅力（民泊、体験）から場の魅力（地域、生活文化）づくりへ
- 2) 「誰でも来てください」から、焦点（ターゲット）を絞った集客へ
- 3) 「ここ」でなければいけない理由をつくる（地域DNAを背景に魅力をつくる）
- 4) 新しいマーケットづくり（物見遊山だけではない滞在型交流型観光商品）

⇨外国人には農山漁村の普通の暮らしが魅力であることが明らかになった。

上記のポイントをうまく実装し、事業を行なう機能を持つことが必要である。それは、地域の人たちとの合意形成と協力によって行なう必要性があり、同時に事業として推進ができる責任の所在が明確な事業体の構築が望まれる。多くの外国人が日本に注目している状況の中、魅力ある農山漁村に集客を果たすため、このような機能を持ったDMOが期待されている。

Ⅱ．事業報告

1. 全国セミナー

★東京セミナー

(1) 開催概要

【日 時】平成 26 年 7 月 7 日（火）10：00～16：30（受付開始 9：30）

【会 場】国立オリンピック記念青少年総合センターセンター棟 416 室
（東京都渋谷区代々木神園町 3-1）

【参加費】無料（定員・先着 100 名）

【参加対象】グリーン・ツーリズムに取り組む自治体、地域協議会、観光協会、宿泊体験施設、NPO 団体、田舎で働き隊員、地域おこし協力隊員など、現在グリーン・ツーリズムに関わる事業を企画・実施・コーディネートし、現在または今後、インバウンド受入を行いたい団体・個人の皆さま

【企画主旨】現状、＜グリーン・ツーリズム＞に取り組む地域には、現状海外旅行者の受入実績が少ない。グリーン・ツーリズムに取り組む地域には、地域のよさを引き出すプログラムづくりやインバウンドのノウハウを取り入れることで、多くの外国人旅行者を惹きつけ、日本の本来の魅力を伝える重要な場となっていく。今回のセミナーは、海外旅行者の受入事例に着目し、その実践を目論む各地の取組を支援する目的に企画した。

◎グリーン・ツーリズム、インバウンドの先進事例から学ぶ

◎滞在交流型観光の課題と展望、体制づくりのポイントを知る

(2) 参加実績

申込者数：134 名

参加者数：114 名

アンケート回収数：85

(3) 登壇者

- ①水津 陽子 氏（合同会社フォーティR&C代表／経営コンサルタント）
地域資源を活かした観光や地域ブランドづくり、地域活性化・まちづくりに関する講演、コンサルティング、調査研究、執筆などを行っている。
- ②柴田 さほり 氏（一般社団法人信州いいやま観光局 営業企画課課長補佐兼統括係長）
1978年 愛知県名古屋生まれ。京都府立大学福祉社会学部卒業。名古屋大学留学生センターにて勤務後、国際こども村（C I S V）にボランティアリーダーとして参加。世界中の子供たちとの生活をとおして平和教育に携わる。その後、ワーキングホリデービザを利用してフランスに滞在。帰国後、インバウンド専門の旅行会社にて営業業務（ヨーロッパ、中南米担当）に携わる。2010年10月より農林水産省「田舎で働き隊」研修生として飯山へ移住。信州いいやま観光局・なべくら高原・森の家へ勤務開始。2013年より営業企画課配属。
- ③伊与田 美歴 氏（日本政府観光局 海外プロモーション部次長）
東京都出身。一橋大学法学部第三課程（国際関係）卒業。英国国立ハル大学大学院国際ビジネス法専攻課程修了。1994年、国際観光振興会（通称：日本政府観光局、JNTO）に入会。以来、国際コンベンション誘致センター海外誘致部、総務部企画調査課（次世代情報システム業務担当）、海外宣伝部観光情報システム室などを経て、2003年にJNTO ロンドン事務所 次長に就任。2008年に海外プロモーション部欧米豪グループマネージャー（欧州担当）に就任。2015年4月、海外プロモーション部次長（全体総括及び欧米豪市場担当）に就任し、現職。
- ④青田 真樹 氏（株式会社野生復帰計画）
兵庫県出身。20代は旅と教育の実践を目指して、(財)京都ユースホステル協会へ入職。旅をテーマとして、経験から学ぶための機会と場作りを青少年を対象に実践。総合旅行業務取扱管理者として旅行業務にも従事。2014年3月に退職し、現在は、京都・美山で株式会社野生復帰計画を中心に活動中。
- ⑤鈴木 宏一郎 氏（株式会社北海道宝島旅行社 代表取締役社長）
1965年北九州生まれ。北海道の体験型観光プログラムの検索予約サイト「北海道体験.com」創業。道内各地で観光まちづくり、インバウンドF I T（個人旅行者）送客を実施。同時に都市観光やレジャーと農村をつなぎ、野菜の収穫体験や農家民宿（ファームイン）などグリーン・ツーリズムを紹介している。観光庁観光地域づくりアドバイザー、北海道グリーン・ツーリズムネットワーク事務局長、農林水産省 6次産業化ボランティアプランナーも務め、北海道の農山漁村の魅力を国内外に伝えている。
- ⑥梅崎 靖志（NPO法人日本エコツーリズムセンター代表理事）
埼玉県生まれ。環境省田貫湖ふれあい自然塾（静岡県富士宮市）をはじめ、各地の環境教育拠点施設で体験プログラムの開発、人材育成、滞在交流型観光のための仕組みづくりを担当してきた。現在、山梨県都留市の古民家を拠点に『風と土の自然学校』を運営し、パーマカルチャーや自然農の考え方を基本に都市と農村の交流に取り組んでいる。
- ⑦福井 隆（NPO法人日本エコツーリズムセンター理事、東京農工大学）
三重県生まれ。日本の過疎集落の再生を地域の現場で研究・提言をし、多くの実績を挙げてきた地元学の伝道者として知られる。とくに、研究者が研究の成果を地域に残さない傾向に対して、「すべては地域に還元」を信条に全国をめぐる。農林水産省「農山漁村活性化人材支援バンク」コーディネーター。

(4) 当日進行

9:30 開場・受付開始

10:00 開演・ご挨拶

10:05 第1部・基調講演

基調講演① 「外国人が望む観光コンテンツと受け入れ体制」

水津 陽子 氏 (合同会社フォーティR&C代表)

基調講演② 「長野県飯山で取り組む、地域一体の着地型観光マネジメントの実践」

柴田 さほり 氏 (一般社団法人信州いいやま観光局 営業企画課課長補佐兼統括係長)

基調講演③ 「インバウンド観光の現状」

伊与田 美歴 氏 (日本政府観光局 海外プロモーション部次長)

12:20 昼休憩

13:20 第2部・パネルディスカッション

話題提供① 「京都府美山の取り組みから～地域が地域の魅力に気づくこと」

青田 真樹 氏 (株式会社野生復帰計画)

話題提供② 「北海道宝島トラベルがしていること～インバウンドFIT向けのDMOサービス」

鈴木 宏一郎 氏 (株式会社北海道宝島旅行社)

パネルディスカッション「地域を一体にする力、持続的な着地型観光を地域で育むために」

ファシリテーター：福井 隆 (東京農工大学)

パネラー：水津氏、青田氏、鈴木氏、梅崎 靖志 (NPO法人日本エコツーリズムセンター)

16:20 まとめ・ご挨拶

16:30 閉会



(5) 結果報告

<総括>

2015 年度インバウンド受入体制構築事業のキックオフとなる東京セミナーは、全国から 114 名、地方の観光協会や自治体、企業に加え、旅行業界に就職を考える大学生等の参加者を得て開催した。

基調講演では、水津氏からは取材者の視点から地域の魅力の掘り起こし方をお話いただき、柴田さほり氏からは長野県飯山での実際に行ってきた取組について、また伊与田美歴氏からは詳しい統計データを基に外国人観光客の動向についてお話いただいた。

パネルディスカッションの前には、野生人復帰計画の青田氏と北海道宝島旅行社の鈴木宏一郎氏から話題提供として、青田氏は京都府美山町での活動と昨年度の本事業で行なったモニターツアーについて、鈴木氏からは北海道におけるインバウンドの F I T 専門のツアー会社としての事例をいくつかお話いただいた。その上で、G T における地域の「コンテンツ」「コンセプト」「DMO」について会場からの質問を交えながら議論を深めていった。

観光客の興味を見つけ、ターゲットの設定し、地域の価値をいかに発掘し、地域とどう連携してコンテンツ化していくのか。またそれに対応した環境整備など、様々な視点からの多くの話題が出たが、事例を組み合わせながらの内容であったため、参加者の理解度も高かったのではなかったかと推測する。

今回はキックオフセミナーということもあり、まだまだ議論の足りないところなど今後の 3 回の研修や 2 回のセミナーで今回の内容を共有しつつ、議論を進め、インバウンドにおける G T のあり方や D M O の解釈など内容のブラッシュアップを目指していきたい。さらに 5 回のモニターツアーを通して参加者、地域プレーヤー、地域 D M O を担う組織の実際の問題を洗い出し、それぞれの地域がインバウンドを受け入れる際の参考となる事例を示すことができると考える。

<基調講演>

1) 「外国人が望む観光コンテンツと受け入れ体制」

水津 陽子 氏 (合同会社フォーティ R & C 代表)

数多くの観光地を取材してきた合同会社フォーティ R & C 代表の水津陽子氏からは、観光客と受入地域の価値観の違いを軸に、地域の宝の掘り起こし方、またそのコンテンツ化と広報についてお話をいただいた。

外国人の多くが旅行前に情報を取得する際に個人のブログなどのカキコミによる口コミを多く参考にしており、口コミによる宣伝効果の大きさを示唆。いい口コミが次の顧客獲得につながるため、顧客満足度を上げることが重要となってくると説明。

顧客満足度の獲得のためには、外国人を含め、観光客がどこに興味を持つのかを知ることが重要で、外国人の場合はより「日本らしさ」「地域らしさ」を求めており、地域では当たり前、面白くないと判断されているものが外国人の興味を引くコンテンツであることがよくある。観光資源の価値は、顧客によって認められてこそ出てくるものである。「外から見たら宝になるかも知れない」という視点を持つべきだと提言した。

また魅力を計る指標で「ブランド力評価」は、直接その地域の魅力のあるなしを計るものではなく、地域の魅力をどれだけ発信できているかどうかであると論じ、せつかくユニークなコンテンツがあっても、それが知られていなければ意味はない。地域の認知度を上げて、情報接触度を増やすことが「ブランド



力評価」上昇に繋がることになる」と話した。

地域を知ってもらうためにはオンリーワンを軸にして広く、深く認知されなければいけなく、しかもただ「知らせる」だけでなく、強烈なイメージを打ち出せるかどうか勝負になると言及。そのためには明確なターゲット設定が重要で、「誰に何を提供するのか」が明確になっていなければならないほど、個性的なエッジの効いたコンテンツとなり、人は自然と集まって来る。ターゲットが設定できれば、戦略も立つと力強く論じた。

これからは、小さな農村や宿が日本有数の観光地になるということが増えてくるはずで、その時に重要になるのがブランド力であると話し、講演を終えた。

2) 「長野県飯山で取り組む、地域一体の着地型観光マネジメントの実践」

柴田 さほり 氏（一般社団法人信州いいやま観光局 営業企画課課長補佐兼統括係長）

「田舎で働きたい」の研修で長野県飯山市に関わりを持ち始めた柴田さほり氏は、スキー客がメイン観光客であった飯山市がスキー客の減少と共に自然体験を中心とした観光客の呼び込みに力を注ぎ、着地型観光商品を開発するまでの経緯を紹介した。

飯山市観光協会は2007年に法人化し、翌年には「日本のふるさと」歩くたび事業で15の散策ルートを設定。そこから団体旅行から個人旅行へ、日帰り観光から滞在型観光へと旅行形態が変化していくのに加え、北陸新幹線開業が大きな要因となり、飯山市の着地型観光商品の開発に着手していった。

着地型観光商品『飯山旅々。』は「オリジナルでディープ」「人との関わり」「飯山の資源を体験」とコンセプトを明確にし、それぞれの地域でプランを作成。常時100件ほどの商品がホームページ上で販売されている『飯山旅々。』は順調に業績を伸ばしており、参加者からのアンケート結果をフィードバックすることでより魅力のあるコンテンツに進化させていると説明。

スキー客以外の外国人観光客についても少しずつ増えてきており、細々ながら長い期間、外国人観光客を受け入れられている要因として、旅行者のニーズに合わせて丁寧に対応してきたことを挙げた。

近年では、地域の人材との交流をコンセプトに、地元のおばあちゃんと作るわら細工体験やかまくらでの食事など新しいコンテンツも取り入れている。またインバウンド受入のために宿泊施設への英語教室や飲食店向けのバックアップ、情報発信等に力を入れていると話す。



DMOを担う部門として、現場の力を観光客に伝えることへの注力を一番としながら、持続可能な観光業としての収益とコンテンツへの客観的な評価、それを支える人材教育制度、また世の中の流れを取りこむ情報力などをこれからの課題として地域DMOとしての事例紹介を終えた。

3) 「インバウンド観光の現状」

伊与田 美歴 氏（日本政府観光局 海外プロモーション部次長）

「インバウンド」という言葉自体が経済市場のトレンドワードになっていることを挙げ、豊富な統計資料を基に訪日外国人の現状とこれからの課題をお話いただいた。

近年の訪日外国人旅行客数は大きな伸びを見せており、世界的な金融危機や東日本大震災の影響を受け、年間1,000万人とした目標年度こそ後ろ倒しにしたとは言え、2013年度には1,000万人、2014年度

には1,300万人、今年度も5月までの時点で昨年度の半数以上を記録していることを挙げ、特に中国、韓国、台湾といった東アジア、インドネシア、フィリピン、ベトナムと行った東南アジアからの訪日観光客の増加が多いことを示唆。

2014年、55年ぶりに黒字転化した旅行収支の内訳では、中国の買い物を中心とした消費が2倍以上と劇的な伸びを見せ、次いでタイ、台湾、マレーシアなどのアジア地域の伸びが著しく、加えて個別手配の旅行者が増えており、アジア圏では家族単位、欧米圏では夫婦やカップルでの旅行形態が多いことをデータで示しながら、リピーター率の高さにも注目。日本食、ショッピング、自然観光、温泉といった活動目的に興味が集まっていると説明。



その反面、東京、京都、大阪のゴールデンルートならびに北海道、沖縄以外の地域での外国人宿泊数の少なさ、また日本は国際にトップクラスのブランド力を持ちながら観光客数は世界22位とギャップがあることを挙げ、今後の他国との観光客誘致競争の激化を予測しつつ、国内観光環境の整備といった政府方針と合わせて、地方分散型の観光地域づくりが必要であると話した。

<パネルディスカッション>

i) -1. 話題提供① 「京都府美山の取り組みから～地域が地域の魅力に気づくこと」

青田 真樹 氏 (株式会社野生復帰計画)

京都府美山町は京都府の約7%という広大な敷地を持ち、その90%以上が森林である。そこには現在4,200人が暮らしているが、毎年10%というスピードで過疎化が進んでいる地域で「この地域を持続させるためには何をしたらいいのか」を考えて作られたのが、青田氏の所属する野生復帰計画である。

野生復帰計画では、日本人が培ってきた自然の豊かさを大切に、利用する感覚を取り戻すことを目的に、狩猟を中心とした、人々の暮らしを見つめ直すプログラムを提供している。

活動事例として、昨年度の農林水産省の本事業において、京都市内に暮らす外国人に参加してもらったモニターツアー「日本一の田舎体験」の例を示し、参加した外国人の反応、受入側が感じたことを説明。

最後に青田氏自身が共感を受けたという野生復帰計画代表の「田舎の活動がビジネスになれば、自分たちの暮らし、周辺の自然を守ることができる。」の言葉を残し、話題提供を終えた。

i) -2. 話題提供② 「北海道宝島トラベルがしていること

～インバウンドFIT向けのDMOサービス」

鈴木 宏一郎 氏 (株式会社北海道宝島旅行社)

北海道に魅せられIターンで北海道に移住した鈴木氏が、一つ一つ手作りで作り上げていった北海道宝島トラベルはインバウンドのFIT、しかも英語圏の富裕層をターゲットにして、豪華で唯一、高付加価値のツアーを提供しており、地域のプレーヤー、観光客、手配した旅行会社の誰もがハッピーになるコンテンツを取り扱っている。具体的なツアーの話も交えながら、地域DMOとして活躍する北海道宝島トラベルでの事例を発表いただいた。

国がインバウンドの受入、観光立国を宣言したことを受けて、観光地域づくりは、地域にどうやってお金を落としてもらうかがグリーン・ツーリズムにインバウンドを受け入れる意味であると話し、通過型ではなく滞在型、つまり宿を作らなければお金は落ちないと示唆。さらに、地域に来てもらうため

には理由付け・ストーリー作りが必要であり、そのためには『地域のDNA』＝「歴史」「文化」「産業」「プライド」の掘り起こしが重要であると説いた。

旅行形態に関しては、すでに発地型コーディネート型ツアーは限界を迎えており、特別な体験を求めるにはDMOによる着地型オーダーメイドのコーディネートが必要となる。しかし、インバウンドを受け入れる側の課題としては、通訳案内士の圧倒的な不足、ホテル、食事、交通などの対応、特に通訳案内士に代わる英語のできる運転手が少なく、これからのインバウンド受入に対しての対応不足を投げかけた。

これらを踏まえた上で、北海道宝島トラベルではSIT (Special Interesting Tour) コンテンツや各月理想のモデルアイテナリーの提示、ワンストップのオーダーメイドツアーコンシェルジュサービス、In から Out までの丁寧なコーディネートなど付加価値の高いツアーを提供していることを挙げ、ツアー参加者の体験談が溜まることで勝手にマーケティングが広がっていくと説明。

最後に、地域のことは地域に住む人が一番知っており、地域が利益を最大限に享受するためには、小さなエリア、例えば市町村より少し広域のDMOが必要で、それらを北海道宝島トラベルが広域DMOとしてネットワークするような仕組みを作っていきたいと話し、発表を終えた。

ii) パネルディスカッション

話題提供をいただいた青田氏、鈴木氏に加え、基調講演をいただいた水津氏、日本エコツーリズムセンター共同代表理事の梅崎がパネラーに参加。ファシリテーターを福井隆・東京農工大学客員教授が務めた。

パネルディスカッションに入る前に基調講演、話題提供を受けてグリーン・ツーリズムのコンテンツ、コンセプト、DMOの3つの柱について要点を整理する形で福井より説明。会場からの質問も挟みながら3つの柱について議論を深めていった。

○どうやって地域のコンテンツを見つけて来るのか？

→地域の本当の物語は文字になっていないことが多い。

(鈴木氏) 地元史を読み込み、文化の掘り起こしを行う。また地域の老人から聞くなど。それを第三者の目から判断する。

→地元の人すら地域の歴史・文化を理解していないことが多い。どうやって掘り起こすのか？

(青田氏) 古い文化を残すことも重要だが、新しい技術を取り入れた上での文化も重要。両輪でやっていければ。

→外国人に一番人気のある農業体験とは？

(鈴木氏) 五感を使うプログラム。特に『味わう』は絶対に必要。

○ターゲットについて。人を選ばないと人は来てくれない。

(水津氏) ターゲットを絞る＝嗜好性に切り込んでいく。50%の満足度ではダメで、実は 100%でも足りない。120%、200%の満足度を与えることができれば口コミもものすごい褒め言葉になる。それを引き出すために、ターゲットを絞る。

※岡山県倉敷市の『有隣庵』中村氏のペルソナ設定

徹底したターゲット設定を行うことで「その人のためのサービス」が可能になる。「その人のためのサービス」は100人のうちの1人で構わない。そうすることで、いい口コミが広がることが分かっている。『有隣庵』にはエアコンがついていないが、それが逆に『エアコンがついていないのになぜそんなに人気なんだ?』となる。

○内容が決まって、次の「行ってみたら良かった」の部分で、初めから農家の人に任せていたのか？

(鈴木氏) 初めは会社でやっていたが、やっていけなくなり、募集した。初めはつきっきりでガイドを教えた。グリーン・ツーリズムって農家に全て任せるのは無理なので、旅行会社がどこまで巻き取れるかだと思う。

○エコツアーとしてはインタープリテーションを大切にしている。

(梅 崎) 地域の通訳者。地域のツボが分かっている、参加者と地域プレーヤーを円滑にコミュニケーションさせることが重要。

○外国人が説明されることで気づくことがあった、事例など

(水津氏) どのような体験をどのように体験できるのか設計して、参加者に説明して、理解させることがインタープリターの役割。

○グリーン・ツーリズムに対して北海道ではどうやって価値をつけているのか？

(鈴木氏) 北海道に関して言えば、専業農家が基本。GTをやるのはほとんどいなかった。イタリアのアルベルゴ・ディフーズ(分散型ホテル)、地域全体が大きなホテルとなる仕組み作りをやろうと思っている。

○関係性をどのようにつくっていくのが大事。

○農村で観光客を呼ぶコンセプトとは？

(梅 崎) 地域のDNA発掘がカギ。なんでもないものにどうやって価値をつけていくことが大事。観光客が地域に来てもらって、自分たちにどういった意味があるのか？大目的がコンセプトと近いことが重要。

→関心の低い地域の住民とどのようにしてGTを作り上げていくべきか？

(鈴木氏) ヤル気のない地域では無理です。僕らの仕事はいかに地域をヤル気にさせるかなので、方法論としては、僕らが素直に感動すること。その次にモニタリングがあるのですが、モニタリングツアーの目的はちゃんと考えなければいけない。それをコーディネートするのもDMOの役割。

○DMOに必要な人材とは？

→育成のプログラムとかあるんでしょうか？

(水津氏) 最近では大学でも観光科ができてはいるが、まだ使えない。どこの地域でもいいので1年、2年でもそこで活動をすればやることが見えてくる。あとは何かスペシャリストになるものを一つ持つ事。

(鈴木氏) いわゆる旅行会社に入らない方がいい。今の僕たちとは正反対だから。

(青田氏) 美山が好き、想いがあって入った。地域に無いスキルを持っていた。

○DMOについて

→DMOの必要性は理解できるのだが、行政や観光業界などの地域の既存の団体が中心になってもダイナミックな動きができないと思う。組織づくりで気をつける点は？

(鈴木氏) どこがやっても構わないですが、異動する人はやめた方がいい。地域との関係は人についてくるので、人が変わると関係性はゼロになる。今ならば観光協会を一般社団法人化することをお勧めする。

→複数（5～10）の団体が連携してDMOを作っている例はあるか？ また、その課題は？

（水津氏）飯田市やニセコ、富浦市、阿寒など。阿寒は多様な業種が入っている。

初めから一気に参加することは少なく、軸がしっかりと立ったところに徐々に乗っかってくるのが現状。いずれにしても最終的には一つの組織にすることが必要。

（鈴木氏）北海道では、広域でDMO機能をしている所が少ない。広域でやると深く掘り下げられない。このバランスが難しい。観光だけでは生活はできないので、物産なども取り入れていかなければならない。

→地域の受入体制はどうあるべきか？

（青田氏）宿泊と体験がうまく連動していない気がする。来てもらって、泊まる、食べるをできるようにするべき。責任を持つ事業者を中心にやっていかなければならない。

（鈴木氏）アルベルゴ・ディフーズ。理想は地域の魅力をプログラム化して、宿泊、食事、二次交通まで差配する地域DMOをつくってほしい。

○DMOを一言で表すと？

（梅 崎）地域のつなぎ役、窓口。ここにはこんなものがあるよって幟を立てるような存在。

（青田氏）世話焼きパパア。

（鈴木氏）対外的な地域の総合窓口。

（水津氏）地域の資源を発掘するようなコーディネート、商品を造成するような力、それを売っていく旅行業。それらを一体化するマネジメント。

最後に福井氏から「DMOというのは、『地域に価値を生み出していくための対外的な窓口』という機能である。」と、本日のまとめの言葉でパネルディスカッションが締めくくられた。



(6) アンケート結果 (総数 : 85 件)

1. 今回、当セミナーに参加した理由・きっかけをお答えください。(複数回答可)

G Tに関心がある	37	43.5%
インバウンド受け入れに関心がある	59	69.5%
講演者に関心がある	15	17.3%
地域での着地型観光マネジメント組織(DMO)に関心がある	47	55.3%
既に企画・実施中のG Tでインバウンド受入を実施したい	5	5.9%
その他	6	—
<input type="checkbox"/> 民間企業の協力。 <input type="checkbox"/> 卒業研究の勉強のため。 <input type="checkbox"/> 前日のイベントに合わせ、参加できるセミナーを探していたため。 <input type="checkbox"/> 観光について学ぶため。 <input type="checkbox"/> 会社ですすすめられたため。 <input type="checkbox"/> 毎回参加させていただいています。		

2. 関心があるのは具体的にどのようなことですか(複数回答可)

インバウンドの現状	33	38.8%
G Tでのインバウンド受け入れの先進事例	36	42.4%
インバウンド向けツアー企画	22	25.9%
地域での着地型観光マネジメントとはどのようなものか	54	63.5%
地域での着地型観光マネジメント組織の作り方	44	51.8%
インバウンドを受け入れながらの地域づくり	46	54.1%
その他	4	—
<input type="checkbox"/> インバウンドとアウトバウンドの連携(相乗効果)の戦略 <input type="checkbox"/> 地域での着地型観光のコンテンツ <input type="checkbox"/> 民泊の可能性、あり方について、先進事例の取組み <input type="checkbox"/> 受け入れ体制の構築の仕方		

3. セミナーの感想をお聞かせください。

・ 基調講演「外国人が望む観光コンテンツと受け入れ体制」

大変満足	66	82.5%
満足	13	16.3%
不満	1	1.3%
大変不満	0	0.0%

・ 基調講演「長野県飯山で取り組む、地域一体の着地型観光マネジメントの実践」

大変満足	40	50.6%
満足	31	39.2%
不満	7	8.9%
大変不満	1	1.3%

・基調講演「インバウンド観光の現状」

大変満足	27	35.1%
満足	36	46.8%
不満	12	15.6%
大変不満	2	2.6%

・パネルディスカッション「地域を一体にする力、持続的な着地型観光を地域で育むために」

大変満足	53	70.7%
満足	20	26.7%
不満	2	2.7%
大変不満	0	0.0%

・セミナー全体

大変満足	53	67.1%
満足	24	30.4%
不満	2	2.6%
大変不満	0	0.0%

※ 参考になった点、もっと聞きたかった点などご自由にお書きください。

- 北海道宝島トラベルの鈴木様のお話は、課題が明確であり、具体例も分かりやすく参考になりました。コンセプトとターゲットがはっきりしてはいない仕事をしていることを改めて反省しました。
- 着地方観光の具体が分かった。
- 鈴木さんのお話は、現場、現実のお話がうかがえてたいへん興味深かった。ただし、共感できない何かを全体的に感じた。富裕層をターゲットに地域を商品化し、消費していく競争的モデルは、かつての価値観ではないか。人口減少時代をむかえ、パラダイムシフトがツーリズムのあり方にも求められているのでは。
- 自身の国のことでも、新たな情報を聞くことで興味がわきました。これらを上手に外国の方々に配信する重要性を感じました。インバウンド、アウトバウンドいろんな国の旅行者がネット上ばかりでなく、実際のコミュニケーションの中で交流できる場の創出を我々の会社として何かできればと感じました。
- 北海道宝島トラベルの鈴木社長の話が面白かった。実践に基づいた話は迫力があって面白い。コンサルの評論は当たり前の話ばかりでつまらない。
- 各地域でのインバウンド受入体制の現状と課題を聞くことができた。地元でのプログラム作りのポイントは理解することができたが、どうやって顧客をひっぱってくるか、その方法をもっと聞きたかった。
- とても興味深いお話でとても良かったです。今後ともこの様なセミナーを開催していただけたらと思います。ありがとうございます。
- 農家と農村漁村でのプログラム
- さまざまな地域さまざまな熱意のあるみなさまのお話を伺う機会をいただきとても感謝しております。地元にもどり具体的な事業として取り組んでゆきたいと思っております。ありがとうございました。
- DMO

- やはり人材育成について。現状維持ではなく、成長していける、事業を伸ばすことのできる人材の育成には何が必要か、ロールモデルがない中で考え続けている方に具体的なお話を聞きたいと思いました。
- 各々で抱える問題は様々かもしれないが、悩みを抱える者同士相談しあえるような場となり、とても身になった。参加者同士が交流するような場がもう少しあったら良いなと感じた。
- インバウンドで地方活性化の事例を学べて参考になった。
- 本日はありがとうございました。とても勉強になりました。
- Promotion 方法、集客方法、コンタクトポイント
- 市町村レベルの広域運動の現状と課題。1人ひとりの客に寄り添ったインフラ整備のあり方。6次産業化の三次産業としてツーリズムを捉えてほしい。
- 北海道宝島トラベルの鈴木社長のお話、とても興味深かったです。長年、アウトバウンドのDMOに従事していたので、発地型のツアーの難しさ、限界を感じていた理由も明確になりました。同時に(飯田の柴田さんもそうですが)日本人の創造力は外国より何倍もすごいと思います。
- 着地型の旅行を地域と作ることであったと感じた。*急用のため途中で退席してしまい申し訳ありません。
- 集落がまるごとホテルのとりくみを、日本版として導入する話。ペルソナ化の大切さ(その地域のDNAにそって出来れば良いなど)
- 体制について具体的な解決法が見えているようすばらしいです。
- インバウンドを使った地域づくり。流通を否定することからG Tが始まるのか? 資源を見つける 資源を使う。人が来る=お金にならない。どうする? これを変えるのがDMO?
- DMO地方版の構築
- 瀬戸内海の大島でインバウンドの受け入れを実現するべく活動しているので、どの講演も参考になる情報がいっぱいありました。インバウンド受け入れ関連の参考図書が website など、講演のなかで使われていたものを一覧でいただけると大変に助かったと思う。
- 水津さんのマーケティングの考え方はわかりやすく参考になりました。又、いろいろな地域に足を運び、よく勉強されておられ、インバウンドの地域への誘客の参考になりました。
- インバウンドに対応したアプリ構築およびDMOのシステム構築に参画する協議をしていますが、グリーン・ツーリズムについて他事例をうかがうことができとても勉強になりました。
- 鈴木氏の事業として「地域にいかにか外貨をもたらすか」の考え方にとても共感した。行政の干渉ややる気のない人・地域に対していかにかやる気を起こさせるか、もっと話を掘ってほしい。
- 日本人にとっては当たり前の事が外国人にとっては魅力的だとは、知識として知っていても実際の例を見たことで更に認識を強くできた。もっと知識を深めたい。
- 鈴木さんのところに修行に行きたくなりました。ありがとうございました。
- 水津陽子さんの講演をもっと聞いてみたいと思いました。
- 自分の考えが整理されていて、分かりやすく話せる人が少なかった(水津さん、鈴木さんは良かった)
- 行政や公益社団法人がG Tの促進にどのようにかかわっていけるのか、先進的な事例があればもっと聞いてみたかった。
- 地域プラットフォーム作りの重要性、行政とのかかわり方、連携。インバウンド受入は地方の宝の山かもしれない・・・
- すべての講演において、大変勉強になりました。ありがとうございました。

- DMOと地域内コミュニティ（より観光よりも暮らし、生活に近い部分）の関係性、協働の可能性などについても聞きしたかったです。
- インバウンド関係の話がもう少しほしかった。
- パネルディスカッションについて不満な理由。
コーディネーターを含むエコセン側と、講演者とのズレがあり少し不満。もっと講演者中心にした方が良かったのでは。コーディネーターの意見の押し付けが目立った。
- 伊与田氏の講演について、インバウンドの現状をJNTOはどのようにとらえているのか、JNTOとしての今後の戦略、視点などをもっとお伺いできればと思いました。パネルディスカッション、DMOの考え方については大変勉強になりました。
- DMOの役割、必要なことがわかりました。
- 現状、そして必要性についてよくわかりました。具体的な取組み例、成功事例などがあればもっと知りたいです。
- DMOの役割、立ち位置について理解できた。地域の資産を生かして、120%の満足に加工し、提供することの重要性。
- 地元の資源や現状について、考えるきっかけができました。何があるか、何ができるか、今一度調べ、学びたいと思います。
- 地域の特性を見出すため、細かく掘り下げて取り組む必要があること、ビジョンを明確にしなければ実現の道(軌道にのせること)は難しいという事がわかり、とても勉強になりました。ありがとうございました。
- 実際に第一線でやっている方のお話だったので、貴重な情報がたくさん聞けたと思います。ありがとうございました。
- DMOをGTの視点で棚卸しされていた点は良い構成だったと思います。
- 具体的な事例を大変沢山ご紹介いただきありがとうございました。インバウンドは多くのお客様にご来場いただいています。地域のグリーン・ツーリズムとの連携をしていきたいと強く感じました。
- 旅行業だけではなく、総合的に取り組むべき、という点。体制の拡大の仕方。
もっと聞きたかったこととして、語学、外国語の習熟度のものさし、そういった点の協力者の選び方。
- グリーン・ツーリズムについて、理解を深め、自分に何が出来るのか考えるきっかけとなりました。
- 期待・メッセージ：お世話になります。
日本のグリーン・ツーリズムは里山機能が源泉となっていると思います。新しい農政改革により数年先には、農地の売買が活性化されると思いますが、観光をベースとしたグリーン・ツーリズムが維持されるのでしょうか？少し広めな視点での話しも聴けたらと思っています。*昨日、農水省の話しにも、農家さんの所得増が最優先とありました。



4. 今後、本事業に関してどのようなご希望がございますか。(複数回答可)

研修に参加したい	29	34.1%
個別にG Tインバウンド受け入れについて相談したい	5	5.9%
引き続き情報提供	66	77.6%
具体的にインバウンド受入体制構築の指導を依頼したい	4	4.7%
その他	5	—
<input type="checkbox"/> 情報交流の場の機会 (出席者間や講師) <input type="checkbox"/> 訪日外国人受け入れを希望している人の相談 <input type="checkbox"/> 行政への指導(教育?) <input type="checkbox"/> 連携の模索 <input type="checkbox"/> インバウンドは既に多数受け入れているので、地域と連携しG Tにも連動したい。		

5. このシンポジウムについてどこで知りましたか?

農水省・都道府県	8	9.0%
日本エコツーリズムセンターからの案内	28	31.5%
ウェブでの検索	19	21.3%
各種メールニュース・メルマガ	14	15.7%
その他	20	—
Twitter	1	1.1%
知人より紹介	15	16.9%
やまごころ HP	3	3.4%
前回も参加	1	1.1%

★京都セミナー

(1) 開催概要

【日 時】平成 26 年 11 月 19 日（木）13:00～17:00（受付開始 12:30）

【会 場】キャンパスプラザ京都 4F 第 3 講義室（京都市下京区西洞院通塩小路下る）

【参加費】無料（定員・先着 100 名）

【参加対象】グリーン・ツーリズムに取り組む自治体、地域協議会、観光協会、宿泊体験施設、NPO 団体、田舎で働き隊員、地域おこし協力隊員など、現在グリーン・ツーリズムに関わる事業を企画・実施・コーディネートし、現在または今後、インバウンド受入を行いたい団体・個人の皆さま

【企画主旨】現状、＜グリーン・ツーリズム＞に取り組む地域には、現状海外旅行者の受入実績が少ない。グリーン・ツーリズムに取り組む地域には、地域のよさを引き出すプログラムづくりやインバウンドのノウハウを取り入れることで、多くの外国人旅行者を惹きつけ、日本の本来の魅力を伝える重要な場となっていく。今回のセミナーは、海外旅行者の受入事例に着目し、その実践を目論む各地の取組を支援する目的に企画した。

◎グリーン・ツーリズム、インバウンドの先進事例から学ぶ

◎滞在交流型観光の課題と展望、体制づくりのポイントを知る

(2) 参加実績

申込者数：35 名

参加者数：30 名

アンケート回収数：25 件



(3) 登壇者

○基調講演

「インバウンドグリーン・ツーリズムにおけるDMOの在り方」



多田 稔子 氏 一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー会長

和歌山県生まれ。1980年和歌山大学教育学部卒業。
2005年～2009年、田辺観光協会会長をつとめる。2006年5月、田辺市内5つの観光協会で組織する「田辺市熊野ツーリズムビューロー」会長に就任。2010年5月、法人格を取得し一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューローが設立。代表理事となり、会長に就任する。その他主な公職、田辺商工会議所常議員、和歌山県景観審議会委員、関西広域連合協議会委員、近畿財務局財務行政モニターなど。

○基調報告

「今後のインバウンドグリーン・ツーリズムのあり方向かうべき方向性と課題について
～先進事例地域での調査とワークショップから～」



荒井 一洋 氏 NPO法人ねおす理事

札幌市出身。ニュージーランド・Lincoln Uni. で国立公園管理と自然保全を専攻。北海道大学大学院・観光創造専攻では「エコツアーのコスト構造とシャドーワークに関する研究」を行った。NPO法人ねおすには2000年から参画。「大雪山自然学校」を設立し、エコツアーや子どもの自然体験活動の実施と、大雪山国立公園・旭岳エリアの自然保護対策事業を請け負い「利用者による環境保全の仕組みづくり」に取り組んでいる。また、北海道全域を対象とした活動では「北海道サマーキャンププロジェクト」「ふくしまキッズ」「都市と農山漁村の交流推進」「海外旅行者向けエコツアー」に取り組んでいる。これらの活動を通して、「人が育つ島・北海道！」と「利用者による環境保全」を実現したい。

○実践報告

「インバウンドグリーン・ツーリズムの受け入れの実態について」



李 文文 氏 株式会社日本の窓

1975年中国上海生まれ。上海外国語大学日本語学科を卒業後、日本へ留学。京都大学人間環境学研究科にて文化人類学を専攻し、博士号を取得。大学院では異文化交流について「日常」に着目しながら、複眼的に見ることを身につけた。2005年イスラエル人の夫とともに、インバウンド専門の旅行会社株式会社日本の窓を起業。海外の裕福層を対象にユニークかつ高品質なオーダーメイドのツアー商品およびきめ細かなサービスを提供し、地元にとっても持続的責任のあるツーリズムを目指している。

○パネルディスカッション 「インバウンドグリーン・ツーリズムの体制整備のポイント」



コーディネーター

福井 隆 東京農工大学客員教授 / 日本エコツーリズムセンター理事

三重県生まれ。日本の過疎集落の再生を地域の現場で研究・提言をし、多くの実績を挙げてきた地元学の伝道者として知られる。とくに、研究者が研究の成果を地域に残さない傾向に対して、「すべては地域に還元」を信条に全国をめぐる。農林水産省「農山漁村活性化人材支援バンク」コーディネーター。



パネラー

青田 真樹 氏 株式会社野生復帰計画

大学卒業後、(財)京都ユースホステル協会へ入職し、旅を軸にした青少年の学びの場づくりを実践。2014年より株式会社野生復帰計画に参画。行政や教育機関、企業、各種団体の架け橋となり、「野人の調整役」と「地域の総務」の役割を担う。現在は主に獣肉の流通革命を起こす仕組みづくりや、エコツーリズムガイドの仕組みづくりに取り組む。