

(4) 当日進行

- 12:30 開場・受付開始
- 13:00 開演・ご挨拶
- 13:05 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)
- 14:05 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)
- 14:55 休憩
- 15:05 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)
- 15:50 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 氏 (東京農工大学客員教授)
パネラー：多田氏、荒井氏、李氏、青田 真樹 氏 (株式会社野生復帰計画)
- 16:30 会場とのセッション・質疑応答
- 16:55 クロージング
- 17:00 終了

(5) 結果報告

<総括>

第2回の京都セミナーは、京都を中心に30名、行政関係者や観光協会や自治体、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、多田氏から熊野がどのようにしてDMC (Destination Management Company) を立ち上げ、現在に至ったかの過程をお話いただいた。次に、荒井氏から全国約90カ所の外国人受入を行っている観光協会や旅行者などから回答をいただいたアンケート結果に基づく外国人受入地の現状と課題および先進的な事例の紹介を基調報告していただいた。

パネルディスカッションの前には、日本の窓の李氏から実践報告として、外国人から見た日本におけるインバウンドの現状についてお話いただいた。その上で、GT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。

今回は、11月の観光シーズン真っただ中ということもあり集客の面においては非常に苦労した。ただ、少数ではあったからこそ会場と講演者との距離感が近く、参加者のニーズにも応えることができる内容となった。その結果、参加された方からのアンケートには、「様々な具体的な事例を紹介いただきよかった」や「地域にとって合う形のDMOが必要」などとあり、今回のセミナーの当初の目的を達成できたと考えている。

i) 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

国内におけるDMOの先進地である田辺市熊野ツーリズムビューロー会長多田氏より、「世界に開かれた持続可能な観光地をめざして ～熊野古道に外国人観光客を呼び込む着地型観光～」ということで、DMOを軸とした地域ブランディングと、外国人を受け入れるための地域づくりについてお話をいただいた。

特にポイントとして「観光戦略の基本スタンス」と「戦略を実行するための体制づくり」の2点について話された。



まず「観光戦略の基本スタンス」では、「持続可能で質の高い地域ブランディング」を前提に置きながら、自分たちが伝えたいこと（メッセージ）が何かを明らかにする。そして、メッセージを伝える対象（ターゲット）は誰か、そのターゲットに対して伝える「方法」とターゲットの「感性」にあわせた「発信」をすることの重要性を、事例からお話をいただいた。

次に、「戦略を実行するための体制づくり」では、ビューローの立ち位置から、官民協働の場合としての事例の紹介をいただいた。その中での情報提供として①報発信 ②現地のレベルアップ ③着地型エージェントの3つのテーマから話された。

①情報発信：一地域にとどまらず関連する周辺地域を巻き込んだ「情報発信の一元化」を行うことで地域ブランディングを確立されることが重要であると話をされた。

②現地のレベルアップ：これまで狭義で捉えられていた観光関係者を広義にとらえ、地域住民一人ひとりが観光関係者である「まちじゅう観光」という意識の醸成の重要性の話をされた。

③着地型エージェント：熊野古道沿線の宿は、民宿のような規模の小さな宿が多く、大手との契約をしているところはおろか、インターネットに情報すら出ていないところがほとんど。外国人が「熊野に行きたい」と思っても簡単に来られる場所ではなく、『運ぶ仕組みもないのにプロモーションをすることは無責任』という考えが、着地型エージェントとして動くきっかけとなった。着地型観光、特に、FIT（外国からの個人旅行者）向けのサービスは、ハイリスク・ローリターンであり、大手旅行業者は手を出さない領域。これをビューローが担い、外国人旅行者と地域を繋ぐ役割を果たしている。具体的には、旅行者からの予約申込みを受付け、地域の宿と空室状況の確認、カード決済までをビューローが担当。観光客と地域をスムーズに繋ぐことができている。ビューローで予約を始めたころは、ほぼ100%ビューローからの紹介であったが、現在ではその割合は減少しながらも予約の利用件数が大幅に伸びており、まだまだ伸びしろがありそうだという。また、「手数料等地元へ利益を還元する（雇用も含めて）」「旅行者に対する現地情報や地域ネットワークを活かしたきめ細やかなサポート」「ワンストップ機能」を意識した運営が必要であると同時に、経営の持続性を担保するための財源の確保についての重要性も話をいただいた。

最後に、旅行者をも巻き込みながら持続的な観光資源化について熊野の場合では「道（熊野古道）の風景を完成するのは、歩く人（観光客）」を意識した観光マネジメントと話をされた。

ii) 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

今年度、日本エコツーリズムセンターが全国で行われている「外国人旅行者を受け入れている地域の受入団体に対するアンケート」に基づいた現状と課題についての報告、先進事例地である「玉造温泉のコンセプトづくりと実践」、「飛騨古川 SATOYAMA CYCLING」、「北海道宝島トラベル 北海道のDMO」での調査および、DMOの機能と今後の方向性に関する提案がなされた。



まず、アンケート結果より、受入地が希望する来訪者と実際の来訪者の国籍の合致。また、観光コンテンツ（自然・風景・農業体験・住民との交流など）も「外国人に人気のあるコンテンツ」と「地域が紹介したいコンテンツ」は一致しているということがわかった。

一方で、多様な良いコンテンツがあるが、旅行者（特に外国人）からは分かりにくく、実際にそのコンテンツ自体を認知されていないことが明らかになった。この背景には、地域の観光戦略の基本スタイルが不明瞭であることや、人材不足（言語対応、コーディネーター）や資金不足が主たる原因として引き起こされているとの分析であった。

次に「経営機能」「集客マーケティング」「コーディネート運営機能」がDMOの核となる機能であるという仮説に基づき、先進事例地ではそれらが、どのように機能させているのかについての調査した結果を発表された。

調査の結果、先進事例地では、「経営機能」として地域理念を追求し、地域資源を活かしながら、地域の価値を高めていくことを前提しながら、地域の役割に応じたDMOのあり方を考え実践されていることが明らかになった。

今回の調査を通じてDMOには「集客マーケティング」として、「地域外のマーケティング・集客を行うDMO」と「地域の価値創り込みDMO」の2種類が存在し、前者が、中広域を地域の取りまとめを行いながら、地域外からの旅行者に対しての情報提供や問い合わせ対応、コンサルティングの実施を行い、後者が、旧小学校区から町村単位での地域商品の企画、ニーズと現場との微調整をツアーの実施を行うものであることがわかった。DMOを考える上でも自分たちの基本スタイルを明らかにしいずれの立ち位置なのかいずれでもないの見極めることが大切である。

経営的に自立したDMOを運営するには、高額なツアー造成でしか成り立たない。高額なツアーでも来る人を見つけるためのマーケットを広げる、つまり国内（1億人）ではなく海外（60億人）を相手にすること＝外客を誘致することも一つの選択肢ではないかとの投げかけ、締めくくられた。

アンケートからの考察

- ◆「外国人に人気コンテンツ」と「地域が紹介したいコンテンツ」は一致している。
- ◆多様な良いコンテンツがあるが、ブランディングされていない。分かりにくい⇒認知されていない。
- ◆課題
 - ・ブランディング⇒認知されること
 - ・人材不足(言語対応、コーディネーター)
 - ・資金不足(英語表記のサイン、コーディネーター配置)

仮説: DMOの核となる機能

- ①『経営機能』
地域理念を追求し、地域資源を生かしながら、地域の価値を高めていく
- ②『集客マーケティング機能』
外国人のニーズを把握し商品化し、集客を図る
- ③『コーディネート運営機能』
ツアー受入と実施をスムーズにする

iii) 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 日本の窓

オランダ人のインバウンド旅行者を中心に京都市内にとどまらず、全国各地の「い・な・か」へ送り込んでおられる「日本の窓」の李氏より現代におけるツーリズムの意義・役割から経験手に基づくツーリズムを海外からの旅行者が求めているという話を、本モデル事業を実施している臼杵市での事例と合わせて発表いただいた。

現代のツーリズムの意義・役割では、それぞれの地域や社会のみに存在していた集合記憶が、インターネットや、交通機関等の技術に発展により、グローバルアイデンティティへと変わりつつある。それに伴って、人々が知的に知り得た情報を真正でかつ双方向での活動によって五感を刺激し、自らの経験によって習得する経験的なツーリズム（＝観光経験）を求めている。この観光経験の特徴としては、「何かを覚える」ことであり、これまでマスツーリズムで行われている観光商品「何を買うのか」とは大きく違うものである。

今後ますます、日本人のみならず、外国人たちは観光経験を求めて世界中へと旅を行うだろう。

それはすでに、多くの旅行者からの要望からも見受けられるが、自分自身の中で失われた時間を取り戻すために、ローカルな経験を地元の人と一緒にやる。人と人とのつながり、互助的、暖かいコミュニティに出会うことを求めるという行動に現れている。現在多くの旅行者が求めている経験が出来る環境こそ「い・な・か」にはあると話された。



iv) パネルディスカッション～質疑応答

「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」

ゲストの多田氏、荒井氏、李氏に司会の青田真樹氏（株式会社野生復帰計画）が加わりパネラーに参加。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、真正性や生活文化、集落文化を基軸にしたグリーン・ツーリズムインバウンドを行っていくにあたって、地域の特別な価値、「地域の宝が何か」を明らかにし、精製する機関や機能がDMOではないかという整理をファシリテーターから行なった。



○地域でどのように旅行商品を造成するのか

→農家さんとどのように連携するので行なっているのか？

(荒井氏) 北海道の農業は機械化されていて、繁忙期に受け入れることが不可能である。

農業体験は基本受け入れしてもらえない。唯一積極的に行っている地域は長沼町。約 200 人の農家民泊が可能。町として農家さんは感動の生み方の研修をしている。ただこれは例外的であり、普通ではできない。農家さんの事情に合わせて見つけていくことでしかなく、難しいのが現状である。

→農山漁村での外国人向けの可能性はあるのか？

(李氏) 伸びる。真正性を求められている。ただ、オリジナルツアーをつくるのが大変。

独特な商品づくりやコーディネート機能をもつDMOができればインバウンドをつなげることができる。期待している。

○どのような内容にニーズがあるのか？

→日本人と外国人の方とのニーズの違いはあるのか？

(李氏) 日本人と外国人の大きな違いは、外国人は日本らしい体験（例えばウォシュレット）を求めている。ただこの視点は日本人からだと気付かない。外国人の目からでないと見えない。旅慣れた外国人と初めて来る外国人の違い。リピーターが増えてきている。初めてのお客さんでも田舎と都会に行ってみたいという人が増加している。

→田辺市にはどんな人が来ている？

(多田氏) 熊野古道に来る人のみにプロモーションを行ってきた。わかりやすさできている。

(荒井氏) カウンターに座らせて目の前で上げてくれる天ぷら屋さんなど、他では経験できない特別な体験ができることを求めている。コーディネートする側は興味が明確であればコーディネートしやすい。ツアー中に起こる偶然を必然とする工夫も大切。

○DMO・DMCについて

→DMO・DMCにどのような機能が必要か

(多田氏) FITに絞ったDMCを行ってきた。そこで大切なのは細かな情報提供を正確に行うこと。その情報は観光情報だけでなく生活情報も。旅行者以上に地域が幸せになることに軸足を置いておく大切にする。お金だけでなく地域が持続すること、風景を作ることを大切にする。

→DMO・DMCを行う上での失敗談

(多田氏) 観光プロモーションばかりしていて受け皿を作らなかった。発信は簡単なんやけど

(荒井氏) 地域らしいが『快適でないところ』では支持されない。オーセンティックで面白いけど…。計画がいいんだけど『快適ではない』は機能しない。マズローの欲求 5 段階に沿って旅行造成を行う。ただ、宿泊施設において地域にないことが課題である。

→DMOの課題

(荒井氏) 自分の事業規模での等身大を設定し、その規模をどう確保し、人材を雇用するのかを見極めることが出来た上での組織整備。

(多田氏) 働き手の不足。観光を支える地域人材が不足してくる。これをいかに補っていくか。

(李氏) コンテンツのコーディネートが大変。外国人対応に必要な以上の時間が大切。閑散期になるとスタッフを派遣して地域資源の掘り起こしを行っている。DMOができればもっと楽になる。

→現場での英語対応ができていない。人材育成をどうすればいいのか？

(李 氏) 10年間やって思うことは、本当に英語が出来る人が地域にいない。ただ、実際には言語だけでなくコミュニティをとれるものである。恐怖感や緊張感がある人は言葉を発しない。ウェルカムな姿勢。ワークショップなど。地域にいきなり人を入れることが出来ないが、コンテンツさえあれば人材を送る。

→実際にゼロからやろうとしている上での課題

(青田氏) 単独でやろうとすることは難しい。自分で出来ないことは、うまく周りで出来る人との協働を。自分で抱え込まない。『外国人だから』ということを受け入れない。イメージではなく、相手のことを知った上で、自分たちで出来るできないを常に理解しておく。

→受入組織の経済的な持続可能性をどう担保するのか。活動の価値や教育効果があれば、行政からの支援を受けてもいいものか？

(多田氏) 田辺市熊野ツーリズムビューローでは、地域の中間組織であり半官半民の立場をうまくつかっている。事務局長も名刺の表と裏で肩書が違う。これまで行政への内部営業を行ってきた。

(荒井氏) 行政からの支援を得ながら行なうのがいいのでは。残りの部分僕らは、地産品を販売しながら、利益を得るのが望ましいと考えている。宝島旅行社は、行政からの支援を受けずに、自らの売上によって経営している。これは、自らを律して『商い』することの基本である。

(多田氏) 必ず各行政が大きなプロモーション費を持っている。この費用の配分をどうするのかというコンセンサスを取りながら行う。現在多くの地域で観光として行っているが、これらは、まちづくりとつながっている。

(福 井) 玉造温泉はまさに観光で地域づくりを行っている。

○会場から

→(参加者) コミュニティとのコンセンサスができていない場合に苦情になった場合の方策をどう考えるのか？

(多田氏) 10年してやっと世界遺産が地域に定着した。それまで各地域で、住民と行政がしっかりとコミュニケーションをとってきた。

(李 氏) 旅行会社としては課題が多い。文化や成果、風土の違いなど通訳案内士やガイドさんを通じて禁止事項を伝える。

(荒井氏) もしなんかあったら真剣に謝りにいく。やりながら、地域を広げていく。

最後にファシリテーターの福井より、これから地方は、京都になってはいけないし、由布院になってもいけない。地域としてのメッセージを明確にし、自分たちが望む人たちだけがきてくれるようになるようなブランディングの重要と話されて、本会は閉会した。



(6) アンケート結果 (総数 : 25 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)

GTに関心がある	11	44.0%
インバウンド受け入れに関心がある	16	64.0%
講演者に関心がある	5	20.0%
地域での着地型観光マネジメント組織(DMO)に関心がある	15	60.0%
既に企画・実施中のGTでインバウンド受入を実施したい	0	0.0%
その他	3	—
○関係者のお誘い		
○役職の立場上		
○上司とともに		

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	9	36.0%
GTでのインバウンド受け入れの先進事例	14	56.0%
インバウンド向けツアー企画	7	28.0%
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	16	64.0%
地域での着地型観光マネジメント組織の作り方	12	48.0%
インバウンドを受け入れながらの地域づくり	12	48.0%
その他	1	—
○全般について関心を持つ必要がある		

3. セミナーの感想をお聞かせください。

・ 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」

大変満足	17	70.8%
満足	7	29.2%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

・ 基調講演「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～

大変満足	17	68.0%
満足	8	32.0%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

・基調講演「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」

大変満足	13	52.0%
満足	12	48.0%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

・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」

大変満足	18	75.0%
満足	6	25.0%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

・セミナー全体

大変満足	17	70.8%
満足	7	29.2%
不満	0	0.0%
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。

- 差別化とコスト意識、日本人客との付き合いについてももっと知りたい
- コーディネートの方、インバウンドでそのような会社があるのか知れたこと。
- オーセンティックなものの重要性和オーセンティックなものの目利きが大きな課題だと気付いた。機織りはどうなんだろうか…。
- 受入側で重要なアクターとしている宿泊施設の経営者の考え方を聞きたい。
- ネット上ではわからない、日本のグリーン・ツーリズムのインバウンド戦略について知ることができました。ありがとうございます
- 日本を元気に！！ 地域を元気に！！ いかに広げていけるかが、鍵ですよ。
- 様々な具体的事例を紹介いただき参考になった。
- 着地型観光の実態が知りたかったので最後のパネルディスカッションで聞けてよかった。
- 地域がもっと自信を持つこと、失敗しても続けることが重要ではないかと思った。DMOの重要性が今回のセミナーで認識することができた。体験→価値（お金）にいたるシステム作りをしてDMOは重要な役割ということが理解できた。
- 地域の人が幸せになれることを一番に考えることが、観光地をして成功することの重要という言葉、胸に刻みたいと思います。ありがとうございます。
- 対象客を明確にし、自分の理想像を具体化することが大切だと学びました。国籍によるニーズ差をもっと聞きたいと思った。
- インバウンド受入やDMCについての認識が少なかったため、すべての情報が大変参考になった。自分がDMOを担うわけではないが、地域にどのような組織が必要なのかを考えるいい機会となった。
- インバウンド集客手法、プロモーション、DMO、インバウンド企画による収益構造がもっと聞きたかった。
- 受入れをすることにより地域の価値を高めること。地域にとって合う形のDMOが必要。

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	6	24.0%
個別にG T インバウンド受け入れについて相談したい	1	4.0%
引き続いて情報提供	14	56.0%
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	1	4.0%
その他	0	—

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	4	15.4%
日本エコツーリズムセンターからの案内	7	26.9%
ウェブでの検索	2	7.7%
各種メールニュース・メルマガ	1	3.8%
その他	6	—
FaceBook	1	3.8%
知人より紹介	4	15.4%
無記名	1	3.8%

★北海道セミナー

(1) 開催概要

【日 時】平成 28 年 2 月 24 日（水）13:00～17:00 受付開始 12:30

【会 場】北海道立道民活動センター かでる 2・7 7 階 710 会議室（札幌市中央区北 2 条西 7 丁目）

【参加費】無料（定員・先着 100 名）

【参加対象】グリーン・ツーリズムによるインバウンド（訪日外国人）の受入に取り組む、または取り組みたい組織・団体、個人。

例）・自治体、地域協議会、観光協会、NPO 法人

・宿泊施設や体験施設の関係者

・地域おこし協力隊で、GT 等観光関係に従事する若者 など

【企画主旨】今年 1 年間かけて行なってきた事業のまとめ報告を行いながら、それぞれの事例を掘り下げていき、グリーン・ツーリズムでインバウンドを受け入れる体制について話し合う。体制の中心となる DMO の役割や機能について多方面から意見を出し合い、課題や問題点を浮き彫りにしていく。

(2) 参加実績

申込者数：71 名

参加者数：65 名

アンケート回収数：52 件



(3) 登壇者

○基調報告 「日本エコツーリズムセンターが実施したこれまでの調査から見えてきた
インバウンド グリーン・ツーリズムの方向性・先進事例報告」



福井 隆 東京農工大学客員教授 / NPO法人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。



森 高一 NPO法人日本エコツーリズムセンター共同代表理事

1967年、東京生まれ。立教大学大学院異文化コミュニケーション研究科博士前期課程修了。参画・協働型の場づくりを第一に、環境教育施設の企画・運営をはじめ、企業や行政の環境コミュニケーションの現場をつくる環境プランナー。エコセン共同代表のほか、株式会社森企画代表取締役、NPO法人「持続可能な開発のための教育の10年」推進会議（ESD-J）理事、大妻女子大学・大正大学で非常勤講師。

○パネルディスカッション 「インバウンドグリーン・ツーリズム実施に向けた体制整備のポイント」



コーディネーター

鈴木 宏一郎 氏 株式会社北海道宝島旅行社

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FIT（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。



パネラー

武田 耕次 氏 NPO法人北海道ツーリズム協会

1946年北海道生まれ。1990年から鹿追町を活動の舞台にグリーン・ツーリズムの事業化に取り組む。2000年NPO法人他移動ツーリズム協会を地元農業者とともに設立。北海道ツーリズム大学の運営に当たる。この間、地域資源を活かし鹿追町内で15事業以上を創出してきた。現在NPO法人北海道ツーリズム協会理事長の他、NPO法人アグリマンまごはんや理事、神田日勝記念美術館運営協議会委員長、同友の会会長として活動。



パネラー

金澤 佑 氏 鹿部町地域おこし協力隊

1981年北海道函館市生まれ。およそ3年前より現在の鹿部町で活動。観光課もなかった町でゼロから町職員、漁業者、漁協女性部、仲買人、惣菜店その他町民を巻き込み、鹿部町にある魅力を抽出中。誰よりも鹿部町と筋トレを愛す。



パネラー

川田 美沙 氏 株式会社北海道宝島トラベル

千歳市出身。地方の情報誌勤務を経て単身マカオへ渡り、現地ガイドを務めた後、フリーランス編集兼ライターとして活動。以後台湾、上海と渡り、帰国後北海道宝島トラベルに入社。トラベルコンサルタントとして、インバウンド客をターゲットに、地方と旅行者の出会いを創出する体験型旅行の提案を行っている。

(4) 当日進行

12:30 受付開始

13:00 ご挨拶

農林水産省 農村振興局 農村政策部 都市農村交流課 都市農業企画係長 勝部 武之氏

13:10 基調報告 「日本エコツーリズムセンターが実施したこれまでの調査から見えてきた
インバウンドグリーン・ツーリズムの方向性・先進事例報告」
福井 隆（東京農工大学客員教授）
森 高一（NPO法人日本エコツーリズムセンター共同代表理事）

15:00 休憩

15:10 パネルディスカッション

「インバウンド グリーン・ツーリズム実施に向けた体制整備のポイント」

コーディネーター:鈴木 宏一郎 氏(株式会社北海道宝島旅行社)

パネリスト:武田 耕次 氏(NPO法人北海道ツーリズム協会)

川田 美沙 氏(株式会社北海道宝島トラベル)

金澤 佑 氏(鹿部町地域おこし協力隊)

福井 隆

16:10 質疑応答

16:30 クロージング・事務局連絡

(5) 実施内容

<基調講演>

「日本エコツーリズムセンターが実施したこれまでの調査から見えてきた

インバウンドグリーン・ツーリズムの方向性・先進事例報告」

森 高一（NPO法人日本エコツーリズムセンター）

日本エコツーリズムセンターはエコツーリズムで地域を元気にするため、外国人旅行者向けの受入体制の構築事業を展開している。平成 27 年度は、滞在プログラムの企画等に関するセミナー（今回が 3 回目）、研修会、調査、窓口対応などを行ってきた。平成 27 年度に重視したのは DMO（地域の受入マネジメント）整備、地域の良さコンセプト整備、中身のコンテンツブラッシュアップである。

今年度実施したセミナーのうち、東京セミナーは東南アジアからの旅行者が急激に伸びているので、DMOを鍵とした地域の経営感覚が求められている内容であった。京都セミナーでは和歌山県田辺市熊野古道の取組（看板類整備、スペインの巡礼とのタイアップ、「日本の窓」ウェブの活用）などと、GT以外でのインバウンド受入事例に学ぶことが多いことがあげられていた。

研修会は長野県飯山市、北海道鹿追町、熊本県熊本市で行われた。

また、アンケート調査では 2015 年 5 月～6 月にかけて 228 件に送付し、87 件の回答を得た。外国人旅行者を受け入れたいか、現在どこから来ているか、期待していること、人気のあるコンテンツ、情報発信はしているか、DMO組織はあるか、課題、必要な人材といった内容で、回答の約半分が受け入れていたが、受け入れたいがどうしたらいいか分からないこと、アジア圏から団体客フリー客が多く、欧米圏から来てほしいこと、イスラム圏も伸びていることなどが分かった。受入側は地域の自然風土伝統文化に触れる事・農山村漁村体験・普通の暮らしの体験を望むが、コンテンツづ

くりは未開拓でDMOに取り組むのは約3割、まだ外国語対応ができておらず、広報が弱いことも分かった。

次に先行事例として、島根玉造温泉（V字回復、DMOのしっかりとしたコンセプトビジョン）、岐阜県高山市（美ら地球、外国人人気、広報でうまい取組）、福岡県久留米市（「まち旅」、市民が集まってプラン決め）を紹介。

モニターツアーは、岡山県倉敷（外国人客多いゲストハウス中心）、新潟県かみえちご（日本の原風景に出会うコンセプト）、鹿追町（ハイクラスの旅行者向け）、大分県臼杵（竹、情報サイト「日本の窓」、京都美山・与謝野（『狩猟』がテーマ）の5カ所で行なったと説明。

大分県臼杵で今回のモニターツアーを受入、当地でグリーン・ツーリズムを手掛けている小金丸さんからグリーン・ツーリズム以外の地域の人や限界集落の方からも協力を得て、「日本の窓」ウェブで集客し、おもてなしの気持ちでできることを笑顔でや

ったこと、忙しすぎず無理しない受入を事務局サイドでも調整したこと、田舎でも英語を話せる人がいて夕食後の2時間だけ通訳にきてもらったこと、行政との関係がよいことのコメントを頂いた。また、臼杵市役所の方から行政として関わったのは地域の活性化のため、お年寄りにも生きがいをもってもらい、効果を波及させ、地域の生業を体験化して損のない収入も得られればとコメントを頂いた。



(4) 受入れ体制の構築に関する検証

・滞在プログラム造成とその検証となるモニターツアー開催(5地域)

④大分県臼杵

「竹と暮らす臼杵時間」

2015年11月6日(金)～8日(日)

宿泊：家族ごとに農家に分宿

参加者：14名(イスラエル、ドイツ、イタリア、オランダ、台湾)

- ・情報サイトとのタイアップによる誘客システム確立
- ・地域に根ざした活動団体によるDMOの確立
- ・外国人向け人気メニューのモデル構築と地域コンセプトの確立

【概要】

- 農家民泊家庭での竹に関する体験
- 参加者、農泊家庭、スタッフによる交流会
- 竹文化の説明、竹細工体験
- 地域の方との交流会
- 久保ん谷湧水散策
- 竹育見学
- ふりかえり



(4) 受入れ体制の構築に関する検証

5つのモニターツアーで見えてきたもの

【広報・集客に関する考察】

- すでに世界的に認知されるインバウンド受入の情報サイトによる集客が効力を発揮している
→「日本の窓」「MATCHA」「北海道宝島トラベル」...
- 外に広がる大きなDMOと地域につながる小さなDMOの二重の構成が機能する
→外へのマーケティングに長けた世界的な発信力のあるDMOと、地域を束ね支援する地域のDMOの二重構造
- すでに外国人旅行者が訪れる宿泊拠点が活かせる
→訪日外国人がすでに拠点としている所が、地域のDMOとなっている
- 在日外国人(リージョナル)のネットワークが活かせる
→日本の在住している外国人のネットワーク、情報発信も力になる

福井 隆（東京農工大学客員教授）

臼杵市役所は地域おこし協力隊の活用が全国一。わざわざ遠くから行くのでお客側がクレームを言うこともあるが、臼杵のモニターツアーでは別れ際に涙があった。行ってみたいや興味につなげるブランディング → 情報発信して、集客につなげる → 実際行って、混乱なく楽しめる → 客が集中したときのマネジメントが大事である。ブランディングでは言葉を相手文化にも届くように翻訳しなければならない。『グリーン・ツーリズム』は和製英語で外国人には通じない。(ベジタリアンツアーだと思われる。)『Rual Experience』の方が伝わる。

岐阜県高山市の【美ら地球】は「SATOYAMA Experience」とした自転車の田んぼのツアーは人気で、7,000円のツアーを2,000人が利用している。

かみえちごは限界集落が人気で、田舎の普通の作業の説明と食場が魅力。

倉敷は【有鄰庵】が川の流域文化・赤米神事・流域の食材だけの食事・イグサ文化を体験できる拠点となっている。文化と歴史を学ばない体験のみはツアー客に笑顔がない。また欧米で人気ブロガーが紹介し、YoutubeでPVもある。

臼杵はファームステイをし、竹と暮らして地域に豊かさをもたらしたのを実感してもらっている。暮らしの中にあるものの体験が大事である。

京都は「ジビエ」をテーマにしており、外国人にとっては狩猟＝ハンティング（ゲーム）と考える人が多い中で、日本の狩猟は生活・文化と密接に関わっていることを伝え、安全祈願と供養を先にしている。コンテンツ説明が伝わったため、ハラルの方も鹿の解体体験を行っている。

玉造温泉は女性客にターゲットにしたが、女性だけでいいか批判もあった。しかしターゲットが不明であれこれあってもお客側にとっては不満なものである。有名な地域なら行ってみたいものだが、知らない地域の発信にはコンテンツ説明と安心できる情報は必要である。ターゲットを明確にし、ビジュアルの説明も必要である。

【田辺市熊野ツーリズムビューロー】は欧豪客をターゲットにした場合は神秘性を打ち出し、アメリカ人には山岳トレイルとして発信している。「温泉」は文化として「温泉」で標示している。

以上の事例に含まれる反省点はレジメにもあり、今後の受入体制については、臼杵はイスラエル人300名が訪れる予定なのでイスラエル文化を学ぶため行政がバックアップ、倉敷では地域おこし協力隊を【有鄰庵】に増やすと紹介があった。

これからはGTだけでなく複合的に行うべきで、地域に経済をどう落とすか合意形成のマネジメントに一步踏み込む必要がある。農家が儲かり、子どもが戻ってくるような「交流から地域に価値をおとすマネジメント」は一人ではできないし、地域がかなり変わらなければならない。

質問タイムでは、地域の中の公平性と情報発信について質問があり、「全員賛成のコンセプトは難しいができるだけ沢山のひとと合意形成を。」「情報発信は全部自分たちでやらず任せてもいいのでは。」とアドバイスを頂いた。

今、地域に人を呼び込み活性化につなげるために、何が必要なのか？
下記機能を備えた組織が必要

インバウンドGTにおける必要な④つの体制整備ポイント

- ① 農山漁村の魅力を興味につなげるマーケティング + ブランディング機能
- ② 魅力あるコンテンツ情報や基本の旅行情報など、情報発信と集客につなげる機能
- ③ GTの旅行者ニーズに応える受入体制
- ④ 地域に必要な価値を生み出すためのマネジメント機能

Rural Experience

農林水産の生活文化の旅をする (=GT)

- 北海道、京都、臼杵、倉敷、上越後の順番に集客がし易かった。特に、上越後は苦労した。これは、有名な地域であるほどGTの集客が容易ということ。つまり、GTと言う言葉は、外国ではあまり使われていない用語。そこで、**Rural Experience** という用語で情報発信することを提案する。同時に、外国人に理解できる文脈で日本の文化を魅力的に翻訳発信する。



<パネルディスカッション>

「インバウンド グリーン・ツーリズム実施に向けた体制整備のポイント」

コーディネーター：鈴木 宏一郎 氏（北海道宝島旅行社）
 パネリスト：武田 耕次 氏（北海道ツーリズム協会）
 川田 美沙 氏（北海道宝島トラベル）
 金澤 佑 氏（鹿部町地域おこし協力隊）
 福井 隆



（鈴木氏）まずはインバウンドの視点を交えて自己紹介です。

（武田氏）25年前からグリーン・ツーリズムをやってきましたが、違和感がずっとあって、先ほどの福井先生の「ルーラル・エクスペリエンス」とう農村の暮らしを体験してもらうことに納得しました。インバウンドを意識してやってはいないが、狙いは団体客ではなく個人客。都会で広報もしたが、団体で来られても農家は受け入れられない。15年前から意識を変えて、今は家族の人たちや地元の人にも手伝いに来てもらっている。11月のマレーシア人のモニターツアーのときは季節がら何もなくて、どうしようかと思ったが、あるがままの暮らしを見せたら評判がよかった。現在マニュアルを作って、季節ごとの魅力を整理しています。

（鈴木氏）11月のモニターツアーは何をしたのですか？

（武田氏）森の散策です。雪は積もっていませんでしたが雪のない国の人たちは少しでもあるだけで感動していました。農家のトラクターに乗る体験、薪割りとピザ作り体験などをしました。

（鈴木氏）バイオマスのプラント見学も好評でしたね。

（武田氏）農業のすばらしさを伝える機会としてとてもよかったです。

（金澤氏）本州の子どもたちとイカの一晩干しをやったときの漁師さんと子どもたちの笑顔がよかった。マレーシア人を地域全体で受け入れたとき、地域の人たちから面白い人がたくさん来てくれてうれしいと言われました。

（鈴木氏）金澤さんが 来てから鹿部の町おこしは変わりましたか。

（金澤氏）普通の暮らしが魅力として売り出されるようになってきました。食の部分では、浜のお母さんの料理体験、たらこづくりや釣りの道具を無料で貸し出して、てんぷらを作ったりしました。近所の方が家庭料理を持ってきてくれることもありました。

（鈴木氏）どうしてそういうことができるようになったのがポイントです。手伝いに来てくれたり、顔を出したりしているうちに地域の信頼を得たということです。

（金澤氏）昨年から『たらこ唇選手権』っていう世界選手権をやっています。夏の花火大会だけではなく、地域でたらこをで押ししていこうと意識が変わった。

（川田氏）わたしは北海道宝島トラベルで、インバウンド対応を担当しています。東南アジアからのお客さまを中心に、地域の方々と繋がれるプログラムでツアーを組んで、お客さまにご提案しています。

（鈴木氏）鹿追でのプログラムを考えているそうですが…。

（川田氏）鹿追でゆったりするプログラムです。家族で5人、2泊3日。初日は然別湖のネイチャートレッキング、2日目はサイクリングで自由散策、3日目は手作りピザ体験。全日程11泊あるツアーの中で鹿追での2泊3日。内容は武田さんがコーディネート、いくつかプログラムを考えてくれています。

- (鈴木氏) 鹿追では武田さんがまとめ役をされていて、ひとつの体験だけではなくいろんなプログラムを組み合わせていますよね。
- (武田氏) 今まで組み合わせたことはなかったのですが、100kmを2泊3日で巡るようなロングトレイルという考え方をしました。サイクリングで街を巡ったり、街で食材を買って食事を準備したり…。自分たちで作っていくようなプログラムの方が、満足度が高いと思います。
- (鈴木氏) 昨年の北海道グリーン・ツーリズムフォーラムでは一次会のあとに街中の居酒屋さんに参加者が4軒に分かれて訪れた。地域にお金が落ちる仕組みを考えていますよね。こういうコーディネートは一人でやっているのですか。
- (武田氏) 私が70歳なのでそろそろ人材育成やDMOの体制を整えていきたいです。海外の方々へ魅力をどうやって伝えていくかや翻訳などを勉強していきたい。
- (鈴木氏) 武田さんや金澤くんが人を連れてくると地域の人が「君が連れてきてくれるなら」で対応してくれるのがすごいですね。
- (金澤氏) 地域の人々がコンビニやスーパーには行かず、直接生産者から買ったりしている日常を海外の方にアピールしていきたいです。
- (鈴木氏) 遠くから来るお金がある方々はそういった暮らしを体験したいと思っています。
- (川田氏) アメリカの裕福なお客様に、あえて安い宿をご紹介しますこともあります。
- (鈴木氏) 廃校やテント泊が人気ということは豪華さではない、何か違うものを求めているのですよね。例えば、滞在して地元の人たちと交流することとか。
- (武田氏) 自分たちでできないところは集客すること。これからは自分たちで売りたいものをブラッシュアップして、情報発信していきたいです。
- (金澤氏) 新幹線開業で道の駅がオープンするので、たらこ料理を押ししていきたい。英語のガイドは、今後通訳を増やして対応していきたいです。食の話、和食に対する海外の方のニーズは高い。昆布の出汁の取り方体験は評判がいいです。
- (福井) 鹿部では浜でしっかりたらこを手づくりしていることをもっとアピールしたほうがいいですね。
- 重要なのは信頼を持って役割分担をすること。これから集中型効率から分散型のニーズになっていきます。周辺地域の価値を生み出す経営をしていかないと地域がついてこないと思います。中間支援組織である日本エコツーリズムセンターのノウハウをぜひ使ってほしいです。



(6) アンケート結果 (総数: 52 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	32	61.5%
インバウンド受け入れに関心がある	32	61.5%
講演者に関心がある	9	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	30	57.7%
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	6	11.5%
その他	4	—
○インバウンドの受入体制の構築が町の未来を、町のロジックを構築させる上での方法を知りたい。 ○仕事として、インバウンドに関わる事業を行っているため、関心があった。マンネリ化した観光ではなく、新しい事業をする中で、G Tにも関心があった。 ○自分の仕事に関係があるから。 ○鈴木宏一郎さんと荒井さんに会いたかった&イルピーノでの懇親会。		

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	17	32.7%
G Tでのインバウンド受け入れの先進事例	29	55.8%
インバウンド向けツアー企画	22	42.3%
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	24	46.2%
地域での着地型観光マネジメント組織の作り方	26	50.0%
インバウンドを受け入れながらの地域づくり	22	42.3%
その他	1	—
○協力をしてもらおう農家さんをどうやって増やすのか? 地域の人にどうやって受け入れてもらうか?		

3. セミナーの感想をお聞かせください。

・基調講演「日本エコツーリズムセンターが実施したこれまでの調査から見えてきた

インバウンド グリーン・ツーリズムの方向性・先進事例報告」

大変満足	28	54.9%
満足	23	45.1%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

・パネルディスカッション 「インバウンド グリーン・ツーリズム実施に向けた

体制整備のポイント」

大変満足	28	60.9%
満足	17	37.0%
不満	1	2.2%
大変不満	0	0.0%

・セミナー全体

大変満足	26	54.2%
満足	21	43.8%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%
※ 普通	1	2.1%

※ 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。

- 知らなかったことばかりでした。とても良い勉強になりました。自分の菩提寺で外国人の体験（仏教的）を考えています。発端は毎週日曜日の朝の環境整備、写経、粥座の時、住職からの提案でした。外国人の僧侶とのつながりから実施できるかな、などと考えています。本当に参考になりました。
- ソフト面の構築の仕方、あと、協力体制の作り方など。DMOで生活をしていく方法等、残念ながらボランティアではできないので片手間で出来るものなのか？ 初期の話をくわしく聞きたい。
- 一昨年、上富良野のモニターツアーに関わらせていただきました。（バスのコース組、同行して説明*英語は話せません）地元でも十分、GTが出来ると手ごたえはありましたが、自分が実際に活動するにはどの様にしていけばいいのか？…そこでつまづいてしまいました。鹿部の金澤さんのように自分が行けば地域の人に協力してもらえとは思いますが。ただ、当面の生活費を得るあてが無かったため、一度あきらめてしまいました。どの様な立ち位置（立場）でGTをするのがいいのでしょうか？ 役場職員?観光協会? どこかの会社員? それとも、自分で組織を立ち上げる? 個人で?
- グリーン・ツーリズムに関心があり参加しました。ノウハウなど何もない中で、いろんな事例をお聞きできて良かったです。
- 平均的な万人にうけるメニューではなく、目的をしばったメニューづくりがとても印象に残りました。
- インバウンド対応として、受入地域としてやるべきこと（押さえておく事）が理解できました。ありがとうございます。
- 鹿追町、鹿部町の取組は大変勉強になりました。
- 農業と地域づくりと、町の方々との協力づくりとインバウンド、移住や すみかとなる家や町を考えていきたいと思いました。
- 仲間づくり、成功事例の内容
- 福井さんの「外国人のことを本気で考えているか」という言葉がとても胸にささりました。GTに限らず、インバウンドの受入全体に活用できるような話ばかりで、大変参考になりました。
- 鹿追町、鹿部町の受入体制の現状がよく理解できました。インバウンド中国富裕層の体験日程を将来組み入れたい。それ以外の地域とも協力したい。
- いろいろなヒントをいただきました。
- 初参加にて、全部勉強になりました。
- インバウンドにおけるアウトドアの需要の状況など、ねおすさんがいらしたので、伺いたかったです。（増えているとは聞くのですが、実際のところどんな感じなのかと思っているので。）
- インバウンド受入の先進事例について、臼杵市の方から実際の話聞くことができ、とても参考になりました。
- 地域・現場のみなさんの生の声が聞けて、本当にためになりました!! それぞれ地域の人々が、その地域に愛着を深め、それを発信することの大切さを改めて実感いたしました!

- DMOが全てをやるのではなく、既存組織のできることをそこをお願いしたい、ということ。(地域関係者のマネジメント)Rural Experience を使っていきたい。言語を直訳しない、魅力のニーズに沿った言語化、文化の翻訳。地域の文化・歴史に根差したコンテンツづくり、魅力を発信。
- インバウンドと受入地域との関係性、インバウンドは地域の活性化にどのように寄与しているか。
- 地域への効果を高めていきたいと思った。
- 武田さん、金澤さん、共に地元の方々としっかり交流されているということがお話から伺うことができた。内容が濃く、インバウンドの概要や雰囲気がわかって良かったです、地域おこし協力隊の研修も面白いのですが、テーマを絞ったセミナーというのは本当に面白いです。余談ですが、札幌清田中学校の3年生のときに岩内には駅伝に行きました。
- 臼杵の事例、鹿部の事例を聞いて、地域の人が元気に活動していることがわかり、これが目指す姿なのではないかな、と思った。自分なりに得るものがあった、とてもよいセミナーでした。ありがとうございました。
- 然別湖の釣りの話などをもっと聞きたかったです、価値がわかる人にターゲットをしぼるという話が印象的でした。ペルソナという概念。
- 売りをどこにするかは意外なところも多く、自然や人、笑顔が、第二の売りになっている。本当に素敵な北海道を素敵なお客様に売り込みたいと思いました、伝えていきたいです。
- それぞれのモニターツアーの特徴、反省。臼杵の成功例など、とても参考になった。福井先生のお話、とても新しい知識で、GTに対する考えがより深まりました。
- ありがとうございました。
- 福井先生の分析、興味深く勉強になりました。英語での表現を変えるだけで、魅力的なツアーに変わる、rural experience という言葉に納得しました、「コンテンツの磨き方、暮らしを見せて行く」これから旅程を作る上で、北海道を知っていただきたい思いが強いので参考になりました。貴重なお話が聞けて、来て良かったです。ありがとうございました。
- インバウンドだけでなくDMOもからめて地域にメリットのある受入とはどういうものなのかを知ることができた。
- 外国人になった感覚での構築の必要性。または外国人そのものによる発信、構築の必要性、が参考になりました。
- 森さんの話はペーパーにまとめて10分位ですませたはず。せっかく九州からの2人が来ているのにもったいない！2人の話を30分以上聞きたかった。<全体構成があまりよくない>福井先生(90分)、臼杵事例(30分)、鹿追(20分)、鹿部(20分)、事業説明(10分)、質疑応答(40分)、予備(10分)、休憩(10分)
- 韓国語の翻訳や通訳ガイドをしているので、福井先生のお話は大変参考になりました。
- GTに必要な4つのポイントがとても分かりやすく整理されていた。パネルディスカッションでは鹿追町や鹿部町の具体的な取組がおもしろい。外国人だけでなく、日本人にも売り込める内容だと思う。
- 金澤佐さんが、とても緊張されていて本領発揮できていないようで気の毒でした。前半はおもしろかったのですが、これからはがんばってください。

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	26	50.0%
個別にGTインバウンド受け入れについて相談したい	5	9.6%
引き続き情報提供	25	48.1%
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	7	13.5%
その他	2	—
○DMOとは? マネジメントとは? というもう少し深い内容どうすればなれるのか、実際の方の話を聞いてみたい。		
○大都市、札幌でも考える必要がある。		

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	6	12.5%
日本エコツーリズムセンターからの案内	3	6.3%
ウェブでの検索	6	12.5%
各種メールニュース・メルマガ	0	0.0%
その他	33	—
FaceBook	10	20.8%
知人より紹介	13	27.1%
どさんこガイドネット (通訳案内士メール)	7	14.6%
○	3	6.3%

