

★九州研修

(1) 実施概要

【日 時】平成 27 年 12 月 1 日（火） 10:00～16:30（受付開始 9:30）

【会 場】くまもと県民交流館パレア 会議室 8（熊本県熊本市中央区手取本町 8-9）

【参加費】無料（お弁当代 900 円別途 ※希望者のみ）

【定 員】30 名

【対 象 者】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 など

【内 容】グリーン・ツーリズムにおけるインバウンド受入を行ってきた長崎県小値賀村、長野県飯山市の先進事例を学び、ワークショップによってインバウンド受入のために必要な要素、DMO への理解などを図ります。

(2) 参加実績

参加者：29 名

アンケート回収数：18 件



(3) 登壇者

○基調講演① 「小値賀の事例を基に必要なDMO機能を考える」



高砂 樹史 氏 小値賀観光まちづくり公社代表取締役

1965年大阪生まれ。立命館大学出身。10年間の「わらび座」での劇団生活を経て、自給生活をめざし就農。2005年に小値賀町へ移住。島でも田畑を耕しながら半自給生活を目標している。

移住当初は、「ながさき・島の自然学校」職員、2007年より「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」の設立に参加。アメリカ高校生の国際交流事業など小値賀町の「島ぐるみによる観光まちづくり」の取組が、2008年度には「JTB交流文化賞最優秀賞」「オーライニッポン内閣総理大臣賞」などを受賞。

また、2010年には着地型旅行会社(株式会社小値賀観光まちづくり公社)を立ち上げ、東洋文化研究家のアレックス・カー氏との連携で、古民家を再生してレストランや宿泊施設に活用する「新しい島旅」事業スタート。2011年に古民家再生事業で「毎日新聞社グリーン・ツーリズム大賞」を受賞。

こうした島ぐるみの観光まちづくりの取組が2012年度「地域づくり総務大臣賞 大賞」を受賞。ホームページは「おぢか島旅」(ojikajima.jp)

○基調講演② 「DMO先進地、長野県飯山市の事例から着地型観光と集客拠点のマネジメント組織について」



木村 宏 氏 北海道大学 観光学高等研究センター研究員 / NPO 法人信越トレイルクラブ 理事

1984年、日本大学文理学部ドイツ文学科卒業後、斑尾高原開に勤務。1993年長野県飯山市斑尾高原にてペンション経営(株)アルペンポスト代表取締役。1996年、飯山市のグリーン・ツーリズム事業に参画。「なべくら高原・森の家」の開業準備。1997年、財団法人飯山市振興公社入社、なべくら高原・森の家支配人。1999年、いいやまブナの森倶楽部を立ち上げ、事務局長。2001年、関田山脈歩くルート設置推進連絡会立ち上げ。2003年、NPO法人 信越トレイルクラブ設立(現理事)。2004年、道の駅、日帰り温泉施設の運営を兼務、施設総括支配人。2010年、一般社団法人信州いいやま観光局へ経営統合し、事業課長兼企画開発室長。2011年、NPO法人日本トレッキング協会(現理事)。2012年、日本ロングトレイル協議会(現常任理事)。2013年、一般社団法人信州いいやま観光局事務局次長。2014年、飯山駅観光交流センター所長を兼務。2015年8月31日、一般社団法人信州いいやま観光局を退職。現在に至る。

○趣旨説明 「DMO (Destination Management Organization) とは？」



福井 隆 氏 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。

○全体進行



山口 久臣 氏 一般社団法人 アイ・オー・イー代表理事 / 日本エコツーリズムセンター理事

1954年、熊本県人吉市生まれ。東海大学海洋学部海洋資源学科卒業。1986年に野外教育、環境教育、国際教育の民間専門事業所「野外教育研究所 IOE」を設立、所長。1991年11月NPOコミュニティ・ネットワーク協会を設立、専務理事。2003年2月、NPO法人コミネット協会(CNA)に移行、理事長。2012年6月、IOEとCANを統合・合併、現在に至る。

○ワークショップ進行 梅崎 靖志 日本エコツーリズムセンター共同代表理事

(4) 当日進行

9:30 受付開始

10:00 開会
ご挨拶 農林水産省 都市農村交流課 勝部武之氏

10:05 趣旨説明 「DMO (Destination Management Organization) とは？」
福井 隆 (東京農工大学教授 / 日本エコツーリズムセンター理事)

10:30 基調講演① 「小値賀の事例を基に必要なDMO機能を考える」
高砂 樹史 氏 (おぢか観光まちづくり公社代表取締役)

11:40 基調講演② 「DMO先進地、長野県飯山市の事例から着地型観光と集客拠点のマネジメント組織について」
木村 宏 氏 (北海道大学 観光学高等研究センター研究員)

12:40 昼食休憩・情報交換会

13:40 DMO体制づくりワークショップ

15:00 グループ発表

15:30 まとめ、講師コメント

16:30 終了

(5) 結果報告

i) 趣旨説明 「DMO (Destination Management Organization) とは？」

福井 隆 (東京農工大学教授)

先日行った臼杵でのモニターツアーで集客をお願いしたのが『日本の窓』という外国人専門の旅行会社で、その副社長さんにお話を伺ったところ「日本文化を学びたい、農山漁村に触れ合いたいという外国人はたくさんいます。しかしほとんどの場合、受入先に断られる。」と。外国人を受け入れることで地域にプラスがなければいけない。それをマネジメント、マーケティングする組織が必要であり、その組織こそがDMOと呼ばれる。DMOは最初に観光庁が使った言葉だが、分かりにくいので、今日はグリーン・ツーリズム的にもっと分かりやすい言葉がないか皆さんと一緒に探っていきたい。

本事業の中で先進事例調査やアンケートを踏まえた上でDMOの機能として3つの仮説を立てた。

①経営機能。②集客マーケティング機能。③コーディネート、運営機能。

日本でもDMOの機能を持つところはいくつかあるがまだまだ発展途上。

いろいろとやり方はあるが、DMOの目指すところは「行ってみたい」「行って見たら良かった」を作り出すこと。グリーン・ツーリズムで基軸になる風景・文化・食などの地域資源を活かして地域に必要な価値を生み出していき、そこから交流による価値を創造していく。そして、地域の魅力を面的な事業で行うことだと考える。

ii) 基調講演① 「小値賀の事例を基に必要なDMO機能を考える」

高砂 樹史 氏 (おぢか観光まちづくり公社代表取締役)

DMOという言葉自体は最近出てきたもので、小値賀でもDMOを作ろうとして活動してきたのではなく、結果的にこれがDMOなんではないかという形になった。エコツーリズムはあくまで地域の課題(島の経済の立て直し)を解決するための手段と考えているので、初めに観光ありきではなく、地域課題の解決のために観光を使っている。その考え方を大事にしてきた。

初めはこんな辺鄙な場所に観光で人は来るのかと疑問に感じたが、辺鄙なところだからこそ残っているものがあると発想を変えた。

小値賀にとって最大の魅力は島の人の生活そのものや自然をまるごと体験してもらう「アイランドツーリズム」。平成17年に長崎県が民泊の規制緩和を行ったのを機に民泊を軸にアイランドツーリズムを満喫するプログラムを展開。

島の人たちにとって家に他人を泊めることは抵抗がなかったが、お金をもらうことに抵抗があった。お金をもらうことで責任が発生してしまう。保険やリスクマネジメント講習などを開催して、責任を持ってもらうことが大変だった。また外の人からすれば、お金を払ってでも行きたい魅力的な場所ということが、島民には分からなかった。島民からすれば「普通の生活を送っているだけでお金をもらっていいのか？」と。しかし、それらを乗り越えてもらわなければ、島の経済を大きくすることはできない。

現在、民泊を行っているところは30軒もあるが初めは「島のために」と一肌脱いでくれた7軒だけ。民泊で生まれた価値は、島民自身が自分たちの、また島の価値を見直すことができるものだった。

平成19年ごろからは海外からも修学旅行生なども受入。海外の高校生(特にアメリカ)は、国立公園の自然そのもの



よりも、自然とともに生活している人たちとの交流をととても大事に思ってくれている。国立公園の中で、自然を使ってインバウンドを受け入れていくヒントがここにはあるじゃないかと思う。

修学旅行だけでなく、(ツアー客ではない) 大人にも来てもらうためにアレックス・カー氏とともに、島内に残っていた古民家を改修した。外国人はプライベートな時間を大切に。民泊ではプライベートな時間を作りやすく、海外のお客さんにはハードルが高い。古民家ならば1棟貸しでプライベートな空間を確保できる。ご飯は近くの食堂やレストラン、またはプチ民泊体験として夕飯を一緒に作って食べて、泊まりは古民家というプログラムも作り、プライベートな空間を保持しつつ、島民との交流を可能にした。個人のお客さんに対しては、泊まる場所、食事をする場所、体験プログラムをワンストップで紹介できる窓口が特に大事。

DMOの役割としては3つあるのではないかと考えている。

一つ目は、ワンストップ窓口の機能。旅行者のニーズと島で提供できるプログラムをマッチングさせる機能。

二つ目の役割としては、島の人達を巻き込みながら体験交流プログラムを作っていく機能。

三つ目は、地域のブランド。これが一番重要。

地域ブランドを考える上で、住んでいる人たちが「ここに住んでいてよかった」を体験してもらうこと。その中身を体験プログラムに落とし込んでいく。「住んでよし」と「訪れてよし」をつないでいくことが地域ブランドをつくっていくことではないかと思う。

iii) 基調講演② 「DMO先進地、長野県飯山市の事例から着地型観光と集客拠点のマネジメント組織について」

木村 宏 氏 (北海道大学 観光学高等研究センター研究員)

全世界の旅行動向の50%以上はヨーロッパ。近年、世界的な旅行動向が全体的に落ちてきている中で、アジア地域だけが伸びている。日本への旅行者は中国人、台湾、韓国、アメリカ、香港と続いて、マレーシアやインドネシアもこれから伸びてくる。ターゲットにするにはチャンス。

では外国人は日本に何をしに来るのか？ 動向としては、

- ①日本食 ②買い物 ③景勝地。2度目以降のリピーターは、
- ①歴史、文化に触れたい ②農山漁村体験。(見学)

お金を落とすのは中国人だけど、個人消費としてはオーストラリア人が一番で、次がイギリス人。総支出額は、研修でやってくるベトナム人。

「交流人口を増やそう！ 観光人口を増やそう！」という流れの中で、今までのままではうまくいかないからDMOという考えが出てきている。「地域に合ったマネジメント組織を作ろう」となっている。

長野県は全国でも行ってみたい旅行先ベスト5に入っている。外国人が多いのは白馬、松本、長野、軽井沢、大町(アルプス)。例えば白馬だと冬場はスキーをしにオーストラリア人がやって来る。最近では夏場にアウトドアで人を呼び込もうとしている。それぞれの町で、何を売っていくのかを考えている。地域に来た人をどうやって滞在させるのか。観光地としても新しいプロモーションが始まっていて、町づくりのプロやデザイナーが地域に入り始めている。

飯山という小さな町が『新幹線の駅ができる』ということで取り組んできたことは、まずは「地域資源を商品に変える。」「商品になるものはなんでも商品にしていこう。」と様々な着地型観光商品作



った。外国人も含めていかに感動してもらえるかが勝負。例えば、そばの農体験プログラムは、種まきをすると収穫して食べるまで参加してくれるのでリピーター率は非常に高かった。

新幹線開通に向けて、信州いいやま観光局の立ち上げ。観光協会と公共施設を管理する団体を一本化し、ワンストップ窓口を作った。着地型観光商品を紹介する『飯山旅々。』には発足当時、プログラムが300くらいあったが、今は季節にあった商品が50程度並ぶ。

インバウンドの受入には、パンフレットやHP広報も大事だけど、人材が一番大事。

旅行の商品を作って、プロモーションして、人材を育てて、ガイドさんを育てて、プロモーションして、そのワンストップ窓口として飯山版DMOが信州いいやま観光局で、その顔となるのが飯山駅。飯山駅の中にある窓口は、観光案内所の職員が交代で担当していて、観光案内もできる。観光案内所は地元の人も含めて入りやすく、お洒落で、外国人対応や二次交通の案内ができるようにし、そして何より自分たちの資金で回せるようにすることが大事。ここではさらに地域で作った商品売っていて、奥にパンフレットの棚がある。パンフレットも地図の番号に連動した形で棚が準備されており、さらには季節にあった特集を組んでいる。また入り口に対してカウンターが横を向いているから人が入りやすい。wi-fiや電源も完備し、誰でもが利用できる場所として使える観光案内所となっている。道の駅も同じコンセプト、統一したデザインで改修した。地元の人が寄ってくれるようになった。

また、新幹線の駅ではおそらく日本唯一のアクティビティセンターを設置。トレッキングシューズ、ウェア、トレッキングポール、テントなどをレンタル、販売している。手ぶらで来てもアウトドアが楽しめる、ワンストップ窓口のアウトドア版となっている。

地域づくり、観光地づくりは、まだまだこれから。サービスの質を上げていくことが我々のミッションだと考えるし、なにより『稼ぐ』ということのマネジメントも大切なキーワードになっている。

iv) DMO体制づくりワークショップ

進行：梅崎 靖志（日本エコツーリズムセンター共同代表理事）

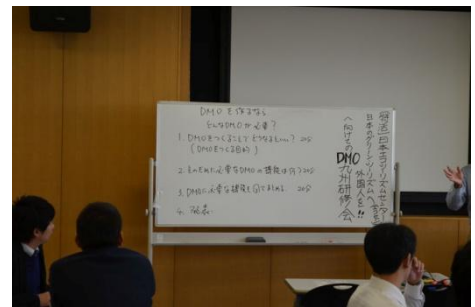
4～5名ずつ5つのグループに分かれて行なった。

①モデル地域を設定

②目的（どういった人を対象として、その地域でやりたいこと）の設定

③目的に必要なDMOの機能を考える

といった手順を踏みながら、DMOへ理解を深める形をとり、グループごとに内容をまとめ、発表を行った。



◇グループ1◇

①モデル：対馬（長崎県対馬市：韓国まで1時間、本土から5時間の離島）

②目的：『国境の離島』、『大陸文化が最初に入ってきたところ』、『稲作の原点がここにある』、『原始的な宗教がある』、『稲作をしていないと生きていけないツシマヤマネコ』といったコンテンツを軸に観光事業を展開する。

③必要な機能：

上記のコンテンツを洗練させるための機能として、

- ・内向きの宣伝機能 ← 島民が島の価値をよく理解していない。
- ・外向きの発信機能

- ・外から迎え入れるための交通インフラ → 特に外部との連携をはかる機能が必要。
- ・ワンストップ窓口 ← 島には入口が 3 つ (空港+港が 2 つ)。窓口が複数必要になる？

◇グループ 2◇

- ①モデル地域：五木村（熊本県球磨郡） キャッチフレーズ『いつきてもいいところ』
- ②目的：入れ込み目標 20 万人（現状 17 万人）、宿泊数 10%（現状 3%）
- ③必要な機能：

- ・周知 → 地域の良さが伝わっていない。イベントをやっても外部から人が来ない。ネット活用、いい写真で伝える。
- ・啓蒙 → 地域住民に民泊へ賛同してもらい宿泊数を伸ばす。
- ・マネジメント
山つながりで他地域とつながり、自然歩道を整備する手もあり。来てもらい、ネットよりいいところだと実感してもらうことで定住人口も増えるのでは？



◇グループ 3◇

- ①モデル地域：特になし（一般的な地域）
- ②目的：『若い世代が帰ってくる』、『地域に住むお年寄りが元気になる』
- ③必要な機能：

地域が主体性を持って活動を行うことは難しい。行政とは関係のない人材が地域に入り込んで関係を築き上げることによって、地域資源を最大限に活用できる。

- ・ターゲットを絞ったコンテンツ開発
- ・地域独自のコンセプトを地域でまとめて作り上げていく
- ・受入側の身の丈に合ったコンテンツ提供を考える
- ・観光客の予算・時間に合わせて地域に振り分ける（ワンストップ窓口）

地域の評価が上がり → リピーターが増える → 地域にお金落ちる → 若い人が帰ってくる、お年寄りが元気になる。地域経済の持続可能性が安定することで初めてDMOが機能していると言える。

◇グループ 4◇

- ①モデル地域：臼杵市（大分県）

臼杵市と野津町が 10 年前に合併。現状、臼杵市にも野津町にも観光協会がある。グリーン・ツーリズム協会として野津町を母体に進めてきたが、今では臼杵市も認知されてきている。

- ②目的：自分の地域が好きと思える地域づくり
- ③DMOに求める機能：

『行きたいをつくる』、『行ってみる』、『行ってみたら良かった』をつくる。

- ・地域との信頼関係の構築
- ・地域資源の連携 → 歴史、文化、地域の食、湧水、有機野菜を使ったプログラムづくり。
- ・コンセプトの構築（重点項目を設定）
- ・プロモーション
- ・ワンストップ窓口

ファンづくり、リピーターづくりを通して、最終目標として定住につなげていく。
これらが PDCA サイクルで回るような機能。

◇グループ 5◇

①モデル地域：星野村（福岡県八女市：ボランティアに行っていた）

過疎化が進んでいる村で、3年前の台風で棚田が被害を受け、修復に人手、特に若い人材が足りない。

②目的：地域が元気になってもらい、地域内経済循環を回すことで若者が住める地域に。その対策としてインバウンド受入が一つ方法ではないかと考えた。

③DMOの機能：

『昔の日本にタイムスリップ』というテーマで

- ・情報発信（特に海外向け）
- ・人材育成（現状、動いているのはNPOのトップだけ）
- ・交通手段（インフラの改善）
- ・ガイド・翻訳の機能



(6) アンケート集計 (総数: 18)

I. あなたの地域について教えてください。

1-1. あなたが所属する組織について

行政(観光)	5	行政(農業)	1
一般企業(観光)	1	一般企業(農業)	0
観光協会	4	NPO・NGO法人	2
農家	0	宿泊・飲食施設	1
学校など教育組織	0	学生	1
地域おこし協力隊	1	無職	0
その他	2		

1-2. あなたの地域について

長崎県佐世保市	4	長崎県対馬市	2
熊本県熊本市	2	大分県臼杵市	2
福岡県福岡市	1	長崎県小値賀町	1
熊本県山鹿市	1	熊本県宇城市	1
宮崎県延岡市	1	宮崎県五ヶ瀬町	1
岩手県釜石市	1		

2. DMOについて

2-1. あなたの地域にDMOの機能を持つ組織はありますか？

2-2. 「ある」と答えた方は、具体的に組織名を教えてください。

ある	4	22.2%
<input type="checkbox"/> おおちかアイランドツーリズム <input type="checkbox"/> 観光物産協会 (対馬市?) <input type="checkbox"/> うすきツーリズム活性化協議会 <input type="checkbox"/> (公財) 佐世保観光コンベンション協会		
ない・わからない	14	77.8%

2-3. 「ない」と答えた方は、地域DMO構築の進行状況を教えてください。

DMO組織を構築中	4	22.2%
DMO組織構築を計画中	6	33.3%
計画の前段階、具体的な話はまだ	2	11.1%
今のところDMO組織構築の計画はない	1	5.6%
その他	0	—

※白紙回答: 1

3. あなたの地域でインバウンド受入を行う上での課題や問題点は何ですか?(複数回答可)

言語	13	72.2%
人材・人手	14	77.8%
資金	5	27.8%
二次交通のインフラ	7	38.9%
地域(受入先)への説得	10	55.6%
wi-fi などの通信インフラ	7	38.9%
海外への発信力	8	44.4%
宗教・生活様式などへの対応	0	0.0%
行政の支援	1	5.6%
地域内と地域外(事業者等)をつなぐ役割がない	1	5.6%
地域を統一するコンセプト作り	5	27.8%
その他	0	—

II. 今回の研修について

1. この研修に参加した目的は何ですか?(複数回答可)

DMOのことを学びたかった	11	61.1%
インバウンド受入について知りたかった	5	27.8%
グリーン・ツーリズムに興味がある	2	11.1%
先進事例を知りたかった	8	44.4%
地域の魅力の掘り起こしがしたい	1	5.6%
自分たちの地域について個別に相談がしたかった	1	5.6%
他の参加者とのコミュニケーションをとるため	3	16.7%
その他	1	—
○モニターツアーを開催したため		

2. 研修について

2-1. 研修目的「DMOとは？」

大変満足	6	35.3%
満足	8	47.1%
どちらでもない	3	17.6%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

2-2. 講義①「小値賀の事例を基に必要なDMO機能を考える」

大変満足	12	70.6%
満足	5	29.4%
どちらでもない	0	0.0%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

2-3. 講義②「着地型観光と集客拠点のマネジメント組織について(長野県の事例から)」

大変満足	8	47.1%
満足	9	52.9%
どちらでもない	0	0.0%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

2-4. DMO体制づくりワークショップ

大変満足	6	33.3%
満足	8	44.4%
どちらでもない	4	22.2%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

2-5. グループ発表

大変満足	6	33.3%
満足	7	38.9%
どちらでもない	5	27.8%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

2-6. まとめ・講師コメント

大変満足	8	44.4%
満足	9	50.0%
どちらでもない	1	5.6%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

2-7. 研修全体

大変満足	8	44.4%
満足	10	55.6%
どちらでもない	0	0.0%
不満	0	0.0%
大変不満	0	0.0%

3. この研修で得られたことはどのようなことですか？

- DMOの基本と、講師陣の方のお話の中にキーワードがたくさんありました。地域を大切に想う、同じ情熱の人と、今まで少しずつ築いてきた地元の人との関係性や共有している夢などを、耳の痛い行政のありがちなポイントや、地域の弱みなどを克服しながら、一緒になってやっていけたらと思います。私が「好き」「大事」と感じるふるさと(半Iターンですが)を、一人でなく力を合わせて元気にしたいです。
- DMOの意味、大切さを改めて少し理解が深まった。「自分の地域を好きになること」「信頼関係を築くこと」が大切ということ。
- DMOの概要がわかりました。
- まずは、観光地域づくりのための課題が東北だけでなく日本全国共通しているという実感を持ったこと。
- DMOに求められていることが少しはわかった気がする。経営を成り立たせるためには、一番に地域との信頼関係が大切であることがわかった。
- 組織づくりの重要性。
- 他の団体と意見交換、ネットワーク。
- 他自治体、団体との情報共有。
- DMOの意味の再確認。
- 地域に認められる組織体の品質もDMOには必須であることが再認識できた。
- 基本的な事。
- DMOのあり方、あるべき姿を再確認することができた。また、他参加者の方のDMOの考え方を知ることができた。
- 地域経営の視点を学べた。地域のリーダー像が感じられた。
- DMOとは何か、その機能がわかった。また、社会人の方ばかりでその前でプレゼンテーションをする機会ももらい、いい人にたくさん出会えてよかった。観光の天才みたいな人たちの話も聞けて、興味がわき、モチベーションがあがった。

4. このような情報が欲しい、このような研修内容を欲しているというのがあればお書きください。

- DMOを立ち上げた「後」の話や、立ち上げ実践の更に一段階上のお話も聞きたい。(グループワークの時間ももう少しあったら)
- DMO設立までの過程を詳しく紹介してほしい。
- ぜひ本研修を東北でもお願い致します。
- 地域の核となる人材のを見つけ方、関係確立の方法。
- DMOをつくる上でのスタッフをどう集めるか？(行政主導で一度失敗しました。)

5 その他、ご意見やご感想などがございましたらご自由にお書き下さい。

- 資料としても極力入手したいのが当然だと思うのですが、手元にはないスライドの写メ撮影(音や回数)が気になったので、資料として用意してもらえるものは紙で用意いただけるとありがたいです。参加者の構成(県・市町村/所属等)がわかっただけで良かった。
- 大変お世話になりました。
- インバウンドはいろいろお意見を聞きながら試したいので、情報がほしいです。

Ⅱ．事業報告

3. アンケート、現地調査・分析

★アンケート

(1) 実施概要

全国のグリーン・ツーリズムを行っている団体、観光協会、行政など 228 団体にインバウンド受入やDMO構築に関するアンケートを 6 月に送付。87 団体から回答があった。

(2) アンケート内容

質問 1. 外国人旅行者の受け入れについておたずねします。

① 外国人旅行者を地域に受け入れたいですか？（以下の中から一つを選択してください）

- A. すでに受け入れている（具体数があれば：H26年度実績数）
- B. 積極的に受け入れたい
- C. 受け入れたいが、どうすれば良いかわからない
- D. 要望があれば受け入れるが、特別な対応をするつもりはない
- E. 受け入れる予定はない
- F. 外国人受け入れに関心が無い（Fの回答者のみ：その理由はなんですか？）

（

⇨ D. E. Fと回答された方は、**質問 2**に飛んでください。（ページ4の1行目へ）

② 主にどのエリアから外国人旅行者が来訪されていますか？（特に多いと感じるエリアを選択。複数も可）

- A. アジア圏からの団体客
- B. アジア圏からのグループ、フリー客
- C. 欧米系（オーストラリア含む）
- D. 中南米、アフリカ系
- E. イスラム圏
- F. その他
- G. 特にターゲットとする国があれば記入してください（

③ どのエリアの旅行者の来訪を希望・想定していますか？（来てほしいと思うエリア。複数も可）

- A. アジア圏からの団体客
- B. アジア圏からのグループ、フリー客
- C. 欧米系（オーストラリア含む）
- D. 中南米、アフリカ系
- E. イスラム圏
- F. その他
- G. 特にターゲットとする国があれば記入してください（

- ④ 外国人旅行者の来訪に期待していることはなんですか？（該当するものを全てお答えください）
- A. 観光施設の利用による地域産業の活性化（宿泊、飲食含む）
 - B. 地元産物の販売促進
 - C. 滞在・交流による相互の理解促進
 - D. 地域活性化と新たな雇用創出
 - E. 世界的な知名度アップによる地域のブランド力強化
 - F. その他（ ）
- ⑤ 受け入れ地域で外国人の方々に人気のコンテンツは何ですか（想定も可）？（複数回答可）
- A. 地域の自然・風土全般
 - B. 農林水産業などの体験
 - C. 農家レストランや民泊での食事
 - D. 農家等への宿泊による交流
 - E. 地域の伝統・文化にふれること
 - F. 温泉
 - G. なにもしないゆったりした時間
 - H. 田舎の人情など人とのふれあい
 - I. その他（ ）
- ⑥ 特に、外国人向けに意識して提供するコンテンツはありますか？
（自由記載： ）
- ⑦ 外国人向けに情報発信をしていますか？（該当するものを全てお答えください）
- A. 外国語でホームページを制作している。そうであれば、言語に○をください。
（ 英語 中国語 韓国語 インドネシア語 タイ語 アラビア語 その他： ）
 - B. 地域の表示など、ガイドラインに基づき外国語表記を行っている
 - C. 印刷物など外国語版の準備をしている
 - D. 地域で通訳のできるポイント（インフォメーションや通訳ガイドの存在）がある
 - E. フェイスブックやブログなど、外国語に対応した SNS を活用している
 - F. 海外旅行者が情報源とする旅行情報サイトへ情報を流している
 - G. 外国人旅行者を誘致するため、旅行エージェントや海外メディアなどに働きかけをしている
 - H. 外国人向けの情報サイトを積極的に活用している
 - I. その他、情報発信で取り組んでいることがある（ ）
- ⑧ 地域の中での外国人受入についての意識はいかがでしょう（以下から1つを選択）
- A. 地域全体で外国人旅行者の受入を積極的にしたいという人が増えている
 - B. まだ一部にとどまるが、外国人旅行者の受入に前向きである
 - C. 外国人旅行者の受入拡大は消極的である
 - D. 外国人旅行者の受入は否定的な人が多い
 - E. 外国人アレルギーがある

- ⑨ 貴地域で今後外国人旅行者を受入れることを想定し、取り組んでいることがあればお教えてください。
 (自由記載:)

質問 2. 貴地域でのグリーン・ツーリズムの取り組みや、推進する組織についておたずねします。

① 地域の取り組みの広報・情報発信について教えてください

- | | |
|--|-----|
| A. 地域を紹介するホームページ(日本語)はありますか? | 有・無 |
| B. フェイスブックやブログなどソーシャルネットワークサービスはありますか? | 有・無 |
| C. 地域を紹介するパンフレットなど印刷物はありますか? | 有・無 |
| D. キャンペーン、イベントなど実施していますか? | 有・無 |
| E. その他、情報発信の取り組みがあれば教えてください | |

()

② 地域全体で、その地域の魅力を積極的にブランディングしていますか? (以下から1つを選択)

- A. 地域全体で、その地域の特色をわかりやすく打ち出し (キャッチフレーズや地域コンセプトを共有できている)、徹底している
- B. 統一したキャッチフレーズや地域コンセプトを決めたが、地域全体で共有できていない
- C. 統一したキャッチフレーズや地域コンセプトを検討している
- D. 特に地域でまとまった打ち出しはしていない (個別に打ち出している状況)

③ 地域のグリーン・ツーリズムの取り組みを全体で取りまとめ、旅行者に対して情報提供、予約の取次など、戦略的なマネジメントを行う機関や事業者 (俗にDMO: Destination Management Organization と呼ばれます) についてお答えください。 (以下から1つを選択)

- A. DMOの重要性を認識し、機能する組織を持っている
- B. DMOとは意識していないが、地域をとりまとめ戦略的にマネジメントする組織がある
- C. DMOの理解はあるが、まだ整備できておらず、今後取り組みたい
- D. それにあたる機能はない
- E. DMOの意味がわからない、必要性を感じない
- F. はじめて聞いた言葉だ

④ ③でAまたはBに回答された方におたずねします。

DMOの役割を果たしている事業主体、もしくはグリーン・ツーリズムに取り組まれている事業主体はどこですか。事業主体者の名称を教えてください。

事業主体名: ()

⑤ その事業主体がネットワークしている組織・団体についてお教えてください。(複数回答可)

- A. 役所
- B. 旅行会社
- C. 地域の観光協会
- D. 地域の協議会・農家
- E. 地域の観光事業者 (宿泊、飲食、施設など)

F. 地域の体験活動事業者（自然学校、アウトドア事業者など）

⑥ 現状で認識されている課題や問題点などありましたら、お教えてください。（複数回答可）

- A. 地域全体で統一した地域コンセプトができていない
- B. 旅行者の受け入れに関して、地域内の意見の相違が大きい
- C. 旅行者の受け入れにあたり、おもてなしのしかたがわからない
- D. 地域内や旅行者、関係する事業者をつなぐ役割がない
- E. 人材（担い手）がない
- E. 最寄りの主要な公共交通基点からのアクセスが不十分
- F. 広報・情報発信の機能が弱い
- G. 外国語対応ができない
- H. 行政の理解や支援が得られない
- I. その他

()

⑦ グリーン・ツーリズムに取り組まれている事業主体が求める人材についてお答えください

（A・B・Cから各1つ、お選びください。）

A：年代

- a. 大学生
- b. 社会人経験者
- c. 経験豊富な定年退職者

B：スキル

- e. ITスキルを有する者
- f. 広報・広告業務経験者
- g. 財務・金融等の専門知識を有する者
- h. 旅行業経験者
- i. 英語など外国語ができる者

C：その他（敢えて選ぶとするとどちらですか）

- j. 地域外からの移住者
- k. 地域内の者

D. その他、求める人材があればご記入ください

()

ありがとうございました。