

## ★現地調査

インバウンド グリーン・ツーリズムの受入にとって、重要な示唆を与える先進的な事例を調査、分析をおこなった。

### 調査地域

1. 島根県玉造温泉、一般社団法人 松江観光協会玉造温泉支部
2. 岐阜県飛騨古川、株式会社 美ら地球
3. 福岡県久留米市、NPO法人 久留米ブランド研究会
4. 長野県飯山市、一般社団法人 信州いいやま観光局
5. 和歌山県紀伊田辺市、一般社団法人 熊野ツーリズムビューロー

調査の内容は、農山村地域の資源を活かし地域に必要な価値を生み出すための機能をにやうDMO機能についての調査を核とし、具体的には3つの機能を軸に置いた。

- ① 価値を上乗せする経営機能（地域に必要な価値を生み出すためのマネジメント機能）
- ② 集客マーケティング機能（農山漁村の魅力を集客につなげるマーケティングとブランディング機能。魅力あるコンテンツなど、情報発信と集客対応の体制づくり）
- ③ コーディネート機能（GTのニーズに応える受入体制（行ってみたい人たちを受け入れる窓口整備））

調査の内容から最後に考察をおこない、最終章の今後のGTインバウンド体制整備に必要な要件において分析検討をおこなった。

i) 玉造温泉 (2015.6.17 訪問)

=====

一般社団法人 松江観光協会玉造温泉支部

事務局長 周藤 実 氏、事務局 角幸 治 氏

=====

DMOの核となる3つの機能を軸に、プロセスを加えまとめた。

①価値を上乘せする経営機能・②集客マーケティング機能・③コーディネート機能

①地域に必要な「価値を上乘せする経営機能」の視点から

**A：明確な事業主体が事業を実施する体制をつくる**

◆地域の関係者が主体的にプロジェクト会議（協議会）を立ち上げた！

平成18年にプロジェクト会議を発足し、観光協会が独立（行政の出向職員を廃し、一般の人材を登用）した。現在は松江観光協会玉造温泉支部が、事業主体として、様々な事業のコーディネートをしている。これに加え、まちづくり会社（1人当たり百万円の出資金）を町の有志で立ち上げ、化粧品販売などの事業に取り組んでいる。DMO機能を三つの事業体でうまく役割分担をしながら実装できている。

◆プロセス

・平成9年の状況

お客様の入込数がジリ貧傾向となっていた。町を見ると昼も夜も誰も歩いていない。

宿泊者数は、年間50万泊でホテルの倒産も現実となった。

行政体制は玉湯町玉造で、人口6,000人の独立した町。これは明治38年より続き、お湯に依存した町の暮らし、行政であり、封建的で旦那衆が中心の町の運営であった。

地域の状況は、周辺農家がサラリーマン化し、同時に宿泊施設内の仕事の多くも外注化傾向が進み、地域の人々の現金収入が減り、観光業者と地域住民の間の溝が広がっていた。

社会的な傾向も変化し、それまで約8割が団体客だった時代から個人客にシフトし、旅の傾向も大きく変わっていた。この危機感からプロジェクト会議が平成18年に立ち上がった。

⇨ここで観光協会事務局長が立てた仮説：

「街そのものが魅力を持たないと人が来ない＝玉造の街をどうしていくか？」すなわち、街づくり「住民も一緒になって、住んでいる街に誇りを持って、魅力をつくりあげていく」ことが重要と認識、行動に移した。しかし、観光業者は人が来ればうれしいが、周辺の住民には人が増えても関係ないという現実がある。自治会関係者が入って1年半に渡って議論、意識の共有を図った。当時の課題は、団体客の減少、閉店していく地域の商店や宿、誰も歩かない街だった。

その中での課題は、観光関係者はハード整備をすれば人が来るという勘違い。そこで、街づくりのコンセプト＝地元の人も参画して（観光業者と住民が一緒になって）、街を誇りに思える（みんなが納得できる）コンセプトが必要と考え作成した。

⇒ ただし、「コンセプト」という言葉は一般的には理解しづらく、ここでは「街づくりのキャッチフレーズ」という言葉を使用した。

⇒ 実際のコンセプトづくりは難航した。事務局で用意した案に対して、「テーマパークを誘致しろ」や「大正ロマンの街づくり」など流行を外から取り入れる従来型の温泉地づくりをしてほしいという声

が多かった。しかし、協議会（議決機関）で観光協会の事務局長が責任を取るからやらせてほしいと、反対を押し切った。

⇒ ここではコンセプトを作成すると同時に、具体的に「来訪者がゆったりと歩いていただく街づくり」を進めた。具体的には「一方通行と歩行者専用道の設置である」。  
（街を誰も歩いていない現状と宿が客を抱え込んでいることを打破するため）

#### ◆価値の上乗せとしての実績

- 平成 18 年、85 万人の入込客数が平成 25 年には 127 万人になった。集客効果、経済効果が確実にあがった。また、福祉施設などの仕事づくりなどにも寄与している。  
結果的に 30～40 代の人口が増え、子供が増加、小学校の教室が不足、新築で拡充することが決まった。
- 考え方は「温泉街全体が店である」。それまで、50 万人来ようが 100 万人来ようが良く知らないと言っていた住民がボランティアでゴミ拾いに参加するようになった。川など含め、少しでもキレイにしておこうという景観価値への意識が生まれた。
- コンセプトに沿ってつくりこむ中で、直接的な経済効果に加え、例えば美肌ラーメンなど地域の事業者が便乗商品で売り上げが増加している。加えて「叶い石」などのグッズを福祉施設に委託するなど、福祉の充実や雇用効果もあがっている。

#### ◆コンセプトづくり

1. 古代からの歴史や文化、自然を活かす街づくりを事業化。
2. 現代において触れられるもの（温泉・神社等）とつなげ、実感できるようにする。
3. 住民が参画できる仕掛けをつくる。  
これにより、地域の歴史が実感でき、さらには、地域住民が関わり地域の生活の一部として使われる状態になっている。
4. ここでポイントとなるのは、地元の住民が納得のいく、共感を得られるコンセプトでないと意味が無いと考え、つくりあげた点が重要である（出雲風土記から紡いだ）。

#### ◆まず取り組んだのは情報発信

コンセプトとビジョンを掲げたら、まずはそのイメージを地域内外に発信。そのイメージを地域が追いかけて、努力し、理想像に近づいていく状況にした。

⇒ コンセプトは「美肌・姫神の湯」として、これが「行ってみたい」を形づくる鍵として情報発信を行った。そして、同時に「来てみたら良かった」を体感していただくための仕掛けを町の中につくり込んでいった。

⇒ お客さまも若い女性に焦点を絞り、まず女性に認めてもらう温泉地を目指した。これは、グループ旅行などの決定権は女性が握っており、あえて姫神＝女性として打ち出した。今では、観光パンフレットも 20～30 歳代の女性に目がけ、写真の一枚も使われない可愛いイラストと文章だけのものになっている。

⇒ 美肌の湯を確かめるため泉質を調査し、その効果が高いことが確かめられたことを活かし、街づくり会社が化粧品をつくり販売、その商品が集客の販促ツールとして機能している。加えて、全国規模の化粧品会社に温泉水を供給し商品化を支援しているが、その条件として「玉造温泉のお湯を原料に作っている」ことを全国規模でプロモーションすることとした。

◆「歩きやすい町づくり」の方針ができればブレないこと！

- ・客がいなくても交通規制
- ・「歩きやすい町」にはどんなソフト事業を展開したらよいかをプロジェクト会議で議論し、使い方に合わせたハード整備を行った。住民アンケートを行って意見を集めた。  
ここでは、とても高いハードルを越えることを目指した。すなわち、すれ違いができず、観光客も歩くことが危ない状況であった生活道路を、一方通行+歩道の整備をすることについて時間をかけ住民に説明。理解を得、実現させた。（最初は、ほぼ100%反対であった）

◆玉造りの「街づくり」事業化に向けての仕組み

1. 玉造温泉活性化プロジェクト会議（自治会・旅館・飲食店・行政など）が意思決定機関  
その①ソフトについての議論をする委員会  
その②ハード事業について議論する委員会（石畳にするなど）⇔両者を擦り合わせ
2. 松江観光協会玉造温泉支部⇔民営化
3. 玉造温泉街づくり会社（まちデコ株式会社）を住民有志で立ち上げ（一人100万円の出資）

⇒この三組織体が、観光地域づくりを有機的につながりながら行なっている。

例えば『まちデコ』が作り、販売する玉造温泉の温泉水の化粧品は、観光協会が進める玉造温泉のプロモーションの一環である。（すでに売上も数億円）

これは、DMO機能として必要なマーケティングを観光協会と販売会社が連動して事業をマネジメントしているから可能となっている。

**B：外への社会的魅力発信機能（CSAやCSRなど社会的課題解決への共感）**

◆公式パンフレットとフリーペーパーに絞る

公式パンフは玉造温泉に来てもらうことを第一の目的に作成。地域に来たら季刊のフリーペーパーで時事ネタを提供し、個別のお店やイベントに足を運んでもらう。

紙媒体を2種類に絞り、チラシの乱立を防ぐことで、地域のブランドイメージを総合的に高めている。また、フリーペーパー（年4回）は地域内全戸に配布し、地域住民が自分たちの街に誇りを持つことを促す情報提供を心がけている。

◆「街全体がお店！」の感覚 ～ 地域の人が自発的に環境整備をしている。

地域の方が（住人と事業者）河原の草刈りをしている。また『まちデコ』のスタッフがゴミ拾いをしながら出勤したり、休憩時間に町を歩いて異常が無いかなどをチェックしている。

**C：地域DNAに沿った基軸となるキラーコンテンツメニュー造成**

◆「美肌・姫神の湯 玉造温泉」のコンセプトに合わせて個々の団体が有機的に動く！

最初は、神社や寺、お湯の噴出口などをコンセプトに合わせ、楽しんでいただくようにつくり込んでいった（観光協会が中心になって）。例えば、年間数百人しか入込のなかった神社に「願い石」、「叶い石」というコンセプトに沿った仕掛けをすることによって、年間25万にもの観光客を集めるキラーコンテンツが誕生した。

「姫神ガールズ」「ビューティーアドバイザー」「美肌料理」など、各温泉宿で「美肌・姫神の湯」のコンセプトにあわせて事業を展開している。「カタチ、キラキラシイ」（出雲風土記）を徹底的に事業化することに成功した。すなわち、古代からの「タマツクリ」という歴史を活かした街づくりの事業化の成功である。

◆地元の人が参画しやすいテーマをトコトン検討。7つの自治会を束ねた。

プロジェクト会議を発足。地元の人が参画しやすいテーマ1年かけて検討。「歩きやすい街」に決定。歩行者優先にし、まだ誰も歩いていないのに交通整理から開始。また、旅館が抱え込んでいるお客を歩かせるために湯巡りチケットやホテル観察などを企画。

◆45日間連続開催！河原を拠点にした夏祭りの実施。

第一部は地元の出演者が自らの活動の発表の場として。第二部は地域の郷土芸能を披露。地域住民のニーズと旅行者のニーズをマッチングさせたイベントが盛況。単発のイベントは、労多くして成果が少ないことの反省から始まった。

◆「おすそわけ茶屋」～玉造流ボランティア

「ちょっとお茶でも飲んでいかんかね？」をコンセプトに、歴史的建造物を活用し、維持管理しながら無料休憩所を運営している。年間2万人が利用し、ボランティアが対応している。ボランティアは有償。年間予算は220万円。現在30名が在籍でシフトを組んでいる。ボランティアになりたい希望者が増えている。この運営経費は、下記のテイクアウトボトルの収益でまかなわれている。

◆旅行者の行動を観察し、ニーズを満たすサービスを提供

温泉街に複数箇所ある無料販売所「おやしる本舗」で、温泉テイクアウトボトル（200円）、恋叶いのえさ（100円）などを販売。年間1,300万円の売り上げ。事務局長が旅行者の行動を観察し、化粧品成分の入った温泉を持ち帰るところ、川のコイにエサをあげている様子を見て、サービスを提供した。

◆古来の風習を分かりやすく表現！

「願い石」や「叶い石」とネーミングし、それらを奉る参拝作法を提示。旅行者が購入し、参拝を体験してもらう仕掛けを作った。購入するだけでなく、それを使って参拝を体験してもらう点が重要。この地域が提供しているのはモノではなく「体験」である。

⇒ 地元の人も忘れていた「願い石」。そこに価値を生みだした。

## ② 外国人集客を図るための「集客マーケティング機能」

◆外国人の集客には、まだ本格的には取り組んでいない。

平成26年は年間5,000人。平成27年は1月～6月で5,000人であり、増加傾向である。

台湾・中国・韓国が主。海外メディアによる取材も増えている。

しかし、事務局長曰く日本人でも外国人でも同じ。すなわち、コンセプトに沿った地域の魅力づくりと受入が、そのままインバウンド観光にも通用するという確信を持っている。

## ③ 受入とツアー実施をスムーズにする、「コーディネート運営機能」

## ◆コーディネート運営における役割の明確化

事務局長周藤実氏が、関係団体との合意形成を行い、事務局員の角幸治氏が計画を実行する役割分担ができています。また、角氏は街づくり会社の社長も兼ねています。

周藤事務局長は、コンセプトを掲げ、それを引っ張っていく旗振り役を担っていた。周りが弱気になり諦めかけても、軸をぶらさずコンセプトを守り続けるように関係者に言い続けた。角氏は、そのコンセプトを守り、ビジョンを実現させるための方策を、ひとつひとつ具現化していった。

**考察：**観光を基軸とした地域づくりが必要という認識を、地域住民も含め認識できたことが明確な観光地域づくりにつながった。

「コンセプト」に基づく観光地域づくりの事業化を推進したことによって、向かうべき事業の方向性が関係者で共有でき、地域が一丸となって魅力を発揮することができた。

三者（プロジェクト協議会、観光協会、街づくり会社）の組織を立ち上げることと並行し、観光地域づくりの意味や意義、手法などについて学び、理解共有し、事業が推進されたことが重要である。すなわち、観光地域づくりのプロセスを共有しながらDMO機能が形成された。

（\*役割分担といっても、より細やかな役割分担と、その役割が全うされているかのチェック機能があるはず。それを詳しくインタビューしたい。マネジメントとして意識されているかもしれないし、偶然うまくいっているかもしれない）

\*玉造温泉は、苦悩の時代から、これまでに至るプロセスが興味深い。諦めなかった事務局長の姿勢、どうしてそこまでコンセプトとビジョンを信じきれたのか、それを後押しした人物や出来事は無かったかを詳しく聞く事で、現在、他の地域で苦勞している人、諦めてしまいそうな人に対して、「〇〇な出来事があれば状況は変わるかもしれない」「〇〇な出来事により、次の展開が生まれるかもしれない」というアドバイスになる。

ii) 美ら地球 (2015.7.22 訪問)

株式会社 <sup>ちゅ</sup>美ら<sup>ぼし</sup>地球 取締役 山田慈芳氏

DMOの核となる3つの機能を軸にまとめた。

①価値を上乗せする経営機能・②集客マーケティング機能・③コーディネート機能

①地域に必要な「価値を上乗せする経営機能」

**A: 明確な事業主体が事業を実施する体制をつくる**

◆有名な観光地、飛騨高山からJRで三つ目の飛騨古川というひなびた町での事業。

すなわち、観光地として人が多く訪れる訳でもない場所での成功である。しかし、この町は2町2村が合併し飛騨市となる10年前以前から、積極的に街づくりに取り組んできた歴史を持っている。

◆価値の上乗せとしての実績

●年間2,000名弱の「里山サイクリング」ツアーへの集客。そのうち6割が外国人。一人当たり平均単価7,000円ほど、売上千数百万円が事業運営の核となっている。

尚、この企業が提供するツアーは世界的な旅行口コミサイトで、4年連続エクセレンス賞を受賞した。スタッフは10人で、1人を除き移住者である。

●「里山の暮らしをガイドする」という集客コンセプトで新しい市場を開拓し、地域の資源をマネジメントしながら事業運営。そして、経済雇用効果、地域への経済波及効果、地域の人たちが外国人と交流する効果を生みだしている。

●地域資源マネジメントとは3つの要素のバランスを取る仕組みを作ることと認識

3つの要素とは「地域環境の質」「地域住民の生活の質」「訪問者の満足」であり、この3つの要素のバランスを取るメカニズムを創出することを事業コンセプトとして打ち出している。

⇒例えば、地域の自転車屋が最新の世界の自転車の品ぞろえができるほどの魅力ある店になっている。それは、『美ら地球』への自転車納品100台、そしてそのメンテナンスがこの店の売り上げとなり経営を支えている。このような地域への波及効果がさまざまな場面で意識され実行されている。

また、GTとしての地域への効果も高く、例えば農家の直売所での新鮮な野菜や加工品の購入などはツアーの定番となっている。また、サイクリングのコースにある「味噌、せんべい」を販売する老舗では「休息中にせんべいを食べる」が組み込まれているが、参加者は終了後せんべいを袋いっぱい買うなど経済効果が日常的にあがっている。また、ランチなども地域の食材を活かしたお弁当屋さんに発注している。

そして、町内のホテルや宿なども斡旋。夜の食事もお勧めの「居酒屋」などに事前に協力を依頼（外国人を受け入れてくださいと根回し）し、送客している。

◆ツーリズムビジネスのバリューチェーンで事業を整理

『美ら地球』では、①地域資源調査 → ②サービス開発 → ③マーケティング → ④サービス提供のバリューチェーンで事業を整理している。重要な点は地域資源調査が地域資源マネジメントに還元される点であり、調査活動そのものが地域住民や地域外への啓発活動となっている。具体的には古民家調査、

地域事業者との連携、日常生活におけるコミュニケーション、勉強会等。

これは、具体的な地域内の空き家などの調査から、その利活用について「コンテンツ開発」「マーケティング」を『美ら地球』、地元行政、地元事業者が一緒に行ない、結果的に「里山オフィス」そして「シェアハウス」として事業が行なわれている。里山オフィスでは地元の工務店に空き家を貸し出し（行政の仲介）、実際の事業として民間企業がそれを借りて営業している。尚、この事業化における期間は2年間。その後『美ら地球』では、「里山オフィス」をHPにおいて「ロングステイ」というコンテンツとしてマーケティングしている。

◆モニター自転車3台から始めた事業が3年目あたりから軌道に乗った。

事業スタートにおいては、岐阜県が公募した「ふるさと雇用事業」の地域活性化案件に応募。「文化調査とサイクリング事業」を提案し、採択されたことがきっかけとなっている。すなわち、2年間の事業実施の中で「自転車をリースで購入利用」できたことが、この事業を立ち上げる大きな支援となった。また、それまでに県の「飛騨地方の自転車活用促進事業」において、自転車をレンタルし、アンケートを採ることを補助事業として受託実施したことも、県の公募案件の応募につながっている。このようなバックアップもあり、ゼロから始めた事業が2年間で形が見え始め、3年目には少しずつ軌道に乗り始めた。それは、地域との良き関係性が構築できたという実感から「事業は軌道に乗っている」と認識した。（現状、地域の人たちの約半数がこの事業を認識していると推定されている）また、この地域との良い関係をつくる上で重要だったことは、①60歳代後半の元役場OBの方を顧問として地域とのつなげ役として置いていること。②地域の関係者の方々に年に一度お礼にうかがっていること。③メディアに積極的に出て、評価されることである。（メディア評価が地元住民の認識・評価につながる）

この事業がスムーズにいった最初のポイントは、岐阜県からの委託事業をとり、サイクリングサービスが立ち上げられたこと。⇨収益事業としてハードルの高い着地型観光事業を軌道に乗せるためには、何らかの公益的なサポートが必要という指摘でもある。

また、この関係から県の観光行政とは良い関係性が続いており、プロモーション目的で一緒に海外へも出かけている。

## **B：外への社会的魅力発信機能（CSAやCSRなど社会的課題解決への共感）**

◆古民家調査（1,300軒）の結果を活用してツアーを実施

県からの委託事業の調査結果から見えてきた課題を解決するための事業を展開している。

行政としても「調べただけ」ではなく、課題解決に向けた具体的行動を起こしているので、支援し易いはずである。（←実際のところはどうか行政ヒアリング必要）

例えば、種倉集落と言う典型的な SATOYAMA の風景の中にある市が整備した古民家を一軒宿として指定管理者として経営している。ここでは、集落を散策するなど、普通の里山の暮らしが提供されている。また、工務店と組んで古民家をレンタルでミーティングなどに利用できるような施設として活用を図っている。

◆「民家のお手入れお助け隊」ボランティアツアーを実施

年1~2回であるが、民家の手入れお助け隊を実施している。これは、上記の工務店との取組にもつながっている。

◆メディアに取り上げられることが地元の人たちにとって認識が深まり良い効果を上げている。（中学生がサイクリングする外国人に手を振ったりしている）



◆「飛驒人に飛驒を学ぶ」地元学プログラムを実施  
地域内広報に効果的、支援者づくりになる。

### C：地域DNAに沿った基軸となるキラーコンテンツメニュー造成

◆「暮らしを旅するガイドツアー」～SATOYAMA Cycling～

美ら地球では、「里山のありのままの暮らし」を欧米系旅行者に対して分かりやすく表現するためサイクリングを選択した。

◆外国人向けガイドの質を高める努力

外国人向けのツアーであるので、当然であるがガイドは英語ができる人を採用している。10名のスタッフ全員が英語を話せ、その内6名のツアーガイド・コーディネーターはサイクリングでの説明等すべて英語対応である。日常業務として、電話でのツアー受付など英語ができないと業務ができない組織である。

◆人気のコンテンツ

外国人に人気のコンテンツは水田（ライスフィールド）を自転車で走り、米について学ぶこと。山田氏によると、里山の水田を走り休息時に米についてのガイドが人気になっているようだ。例えば、「日本の米には、食用米、もち米、酒米の三種類がある」ことを伝えるだけでも喜んでもらえるようだ。すなわち、里山のありのままの暮らしが人気なのだ。（サイクリングガイドが、事前に用意したパネルなどを利用して説明する。）

これは、「ガイドがいたから楽しめた」という声や、豆の乾燥風景などの農村景観や日本のありのままの暮らしやライフスタイルを体験することができたことこそ、「日本を旅するハイライトとなった」という声が外国人から多く出ていることから評価できる。

◆自分自身がマーケット

山田氏は飛驒古川出身ではない。自らが海外を旅した経験をもとに「自分だったらこんなツアーに参加したい」を具体化した。本人は西欧人ではないが、自分を地域外からの旅行者と捉え、自分自身をペルソナとして、そのニーズを深め、それに対応するサービスを考案した。（ペルソナ：人物像、ターゲットをより深掘り、人物の属性を明確にあぶりだし、人物像のニーズに合わせたマーケティング手法をペルソナマーケティングと言う）

◆その日限定。地域（飛驒エリア）の神社のお祭りを紹介

まだ戦略的に商品化はしていないが、個々の神社のお祭りを旅行者に紹介している。この背景には、「山の小京都」というイメージを白川郷などのカントリーサイドの良きイメージを重ねて販売していこうという販売戦略がある。また、「アート&カルチャー」の旅として「Discover Sake」というコンテンツも提供している。これは、飛驒の酒文化として、一升瓶を風呂敷で二本束ね神様に捧げる文化を教え、試飲する旅である。

## ②外国人集客を図るための「集客マーケティング機能」

### ◆ICT (Information and Communication Technology)の活用

トリップアドバイザー 年間 360 件のコメント。(現在 450 件)

HPは、セールストークではなく、ドキュメンタリー風を読み込める内容で、Special Interest Group 向けに発信。→マーケットを絞って発信。

また、終了後参加者には必ず写真を送ることも重要な対応として行なっている。

### ◆地域のブランド化

飛騨古川は、NHK連続ドラマ「さくら」で有名に。景観を守る町に。最近になっても新たに町家ができるのは珍しいと言われている。2町2村が10年前に合併し、合併前の古川町では観光協会が主催して「景観賞」を個人の家に出していた。景観への意識が高かった。また、高山市に海外戦略室があり、高山市のブランド化に力を入れている。外国語のパンフレットも充実している。

### ◆新しい市場の創出 「SATOYAMAをサイクリングしよう」

飛騨古川のDNAを自転車で巡る。そこに「自然な交流」を発生させる企画の深さとガイドの技がある。意外なことだが、外国人に人気のコンテンツは田んぼと米などの農村の普通の暮らしである。日本には米にも色々ある、豆は干して利用するなどの、普通の暮らしの学びに大きな価値を見いだす外国人。

## ③ 受入とツアー実施をスムーズにする「コーディネート運営機能」

### ◆行政の委託で古民家調査を実施

行政のお墨付き(受託事業)で、地域を隅々まで歩き、調査をし、地域の人と知り合うきっかけを得た。

### ◆自らが地域に暮らしている

昼食のお弁当を地域の宿や食堂に依頼するも、安価なプラスチックに包まれて納品されるのを、自分たちで竹皮などにおにぎりを包み直すなどの価値を生み出す努力を、地域の実状に合わせておこなっている。

### ◆評価視点：山田氏

「地域住民が紹介したい・やりたい・必要としていること」を旅行者のニーズに合わせた形で提案できる点。「地域の想いを発見する力」と「お客様の理解」とそれらを調整し、具体的な行程表に落とす力。それを理解して現場で「ちょうど良い距離感」で運営するガイドの力。

**考察：**「里山の暮らしをガイドする」里山サイクリングというコンセプトに凝縮、地域の魅力を編集しマネジメント、マーケティングがシンプルに行なわれ成果をあげている。また、様々な波及効果も意識してマネジメントされ、地域の方々と上手く協働しながら事業が成果を上げている。飛騨古川にある地域資源の調査から、価値をつくりあげるバリューチェーンが構築されており、地域の資源を価値化するDMO機能の中心に据えられている。集客のペルソナは、自分であった。外国人をターゲットに考えた時、自分たちが外国を旅するように、よそものの自分がこの町では外国人と考え、商品を開発した。結果的に、「普通の日本の里山の暮らし」が外国人にとってはキラーコンテンツとなっている。そこを、地域の人たちにも共有してもらいながらツアー商品として価値を生み出すマネジメントとマーケティングが実装化されている。

iii) 久留米まち旅

=====

## NPO法人久留米ブランド研究会

事務局濱砂ミサ子氏、デザイナー高山美佳氏

=====

DMOの核となる3つの機能を軸にまとめた。

①価値を上乗せする経営機能・②集客マーケティング機能・③コーディネート機能

### ①地域に必要な「価値を上乗せする経営機能」

#### A: 明確な事業主体が事業を実施する体制をつくる

◆平成18年～19年 久留米市の外郭団体としてコンベンションセンターが発足。

22名の構成員で観光戦略会議が立ち上がった。JTBがコンサルとして入り、ワークショップを繰り返して、着地型観光を開発する目的で関係者が集められた。この会議の目的は、久留米に新しく新幹線の駅ができるため、その受入コンテンツをつくることであった。

⇨しかし、会議に参加した人たちの思いは、「着地型観光って何？ そんなんでお客様来るの？ そもそもお金とれるの？」という疑問だらけであった。

◆事業主体は、NPO法人久留米ブランド研究会

市⇨コンベンション（もともとは実行委員会8人のボランティア）⇨2012年よりNPO法人へ  
着地型観光の「まち旅」は、実行委員会に加え事務局、実際の運営はボランティア（百数十名の実践者）という体制で実施。これが3年後に市のハンドリング（すべて人選）で民間NPOに移管した。⇨市は手放したかったと言う（事業主体にはなりたくない行政の現実）。

NPO理事長は、当初まち旅に批判的な人だったが、当事者になって変化。現在でも、市から人件費（約600万円）とパンフレット費用（約300万円）が補助金として委託されている。（理事長が市を説得し、補助金の継続を決めた）＝経営を支える資金は補助金である。

他に収益は、ツアー受付手数料と視察受入費用、および特産品開発販売などである。昨年度の事業費合計は、1,260万円となっている。

#### ◆価値の上乗せとしての実績

事業成果は、約2カ月のツアー催行時に約1,500～600人が久留米を訪れ（久留米市内参加者6割、その他4割である）、売り上げ（参加費合計）も500万円ほどになっている。2014年度のツアー事業の成果として、催行率106%、1,751名が参加した。

大変人気になっていて、電話をかけても参加するのが難しいほどである。（ツアーによっては、キャンセル待ち150名など）

●尚、2015年秋実施予定のツアーを100%催行率として計算すると、1,500名ほどの集客予定で、売り

上げは 320 万円ほどである。加えて、年間を通してのツアーも実施されていて、そのツアーの集客予定が大雑把に計算すると、1,300 名ほどの集客数、売上が 300~350 万円ほどになる。合わせても 2,800 名、650 万円の売り上げ。(事務局手数料収入はわずか 50~60 万円) ⇨ ツアーの受付は、事業実施者と事務局の受付(有料)の二本立て。受付費用 100 円・当日対応費用 100 円・保険加入必須で 200 円。ツアーの参加費用の中に組み込まれている

⇒ 第一回のツアーの結果に対して、久留米市議会から 1,000 名ほどの参加ツアーに対して、1,000 万円ほどの補助を出したことから、「一人当たり 1 万円もの贅沢なツアー」という批判があがった。

● 議会からの批判に対して、30 万人都市久留米の美しい歴史や文化、風景などの見直しツールとして、評価の動きが出た。(議員の奥さまがツアーに参加し、高い評価をしたという)

また、久留米は全く観光地でもないところ(産業の盛んな地域)そんな地域で観光課が始めた事業から、地域内のありとあらゆるジャンルの産業(企業:株式会社ブリジストン、株式会社ムーンスターなど、お寺、商店街、農家、その他)が「まち旅」に協力し、ツアーコンテンツになったことが大きな評価になっている。

● 行政からの視点から見ると、観光、商工、広報、企画、農政、教育・・・すべてが関係する事業になっており、2012 年から全課長の連携会議が開催され、事業についての連携が図られている。(2011 年までは観光課の単独事業)

◆ 小さな売上でしかないこの事業の重要な評価価値

**評価 1.** は、「久留米のファンづくり」である。参加した方々が再訪し、自らが宣伝隊として活動してくれている。関係者の人たちは、参加者が自分たちで PR してくれるほどファンになってもらえるようにおもてなしをしていると言う。「失望されると気持ちが離れるのが早いので、ツアーの電話受付の時から緊張して気をつかっている」と事務局。また、書いていただくアンケートの内容にも丁寧に対応している。「毎回ハラハラ、ドキドキ、スタートから気合を入れて対応している」参加者が楽しかったとツアーが終わり、楽しかったと帰っていただくことに気を入れている。一回の「まち旅」のプログラムは、約 80 本。「なんちゃって」のような質の低いプログラム提供は、二度と取り上げることはない。事務局では内容、値段など、すべてにわたってチェックし指導を行なっている。

⇨ 実際に、久留米のファンが増えブログなどで発信してくれる情報価値

**評価 2.** 地元の人にはあたりまえのことが参加者には「宝」であるという「価値の学び」効果が大きい。参加者への「体験の教え」と、参加者との「交流」によって受入側が直に体感し「学ぶ」、それまで宝と思っていなかったものやことに価値を見いだす受入側の効果が大きい。

⇒ 地元にあるものの価値に地元住民が気づく学びの価値

**評価 3.** ツアーの中から新しい人気商品が生まれている、酒蔵ツアーで出された食前酒(ユズリキュール)が参加者から高い評価を得、それを商品化することによって三越に並ぶほどのヒット商品となった。柿狩りツアーを実施した農家は、柿のツアーにコンニャク作りを加えて観光柿狩りを商品化し、人気となっている。また、看板を作ったり、当日のスケジュール表をわかり易く書き配るなど、受入側も様々

な工夫をしながら「リアルなテストマーケティングの機会」が提供されている。その中でも、ムーンスターのマイシューズづくりツアーで生み出された「シューズライクポタリー」というシリーズは、大人気商品となり海外にも輸出されるほどである。

⇒ テストマーケティングの機会がつけられた

#### ◆事業体制の形成と地域住民の内発的なコンテンツ形成プロセス

1. 行政が主体となった新幹線の新駅に対応する着地型観光の造成が動機。
2. 住民関係者が観光戦略会議の名前で集められ、プロ（JTB）の指導によって着地型観光のコンテンツをワークショップによってつくった。⇨当初から導入されたワークショップの効果は、①街の良さに対する気づき、②合併による他の町、地域への気づきが誘発された。これは、地域住民内側の気づきと評価できる。

初年度に、JTBから事業のアウトプットとして市民パンフレットをつくることが要請されたことも良かった。1 か月半に一度のワークショップを繰り返し、旅の提案（アイデア）を入れたパンフレットを作成した。二年目には商品化を図る。すなわち、新幹線が来る前に旅行商品をつくることが至上命題であった。実務を担う組織体として、公益財団久留米観光コンベンション国際交流協会が立ちあがった。現在のキーウーマンである濱砂さんは、二年目から事務局に入った。

3. ツアープログラムを編集し、パンフレットを作り、ツアーをテスト的に実施。60%の催行率と参加者の評価も高く関係者の自信となった。⇨第一回の名称は、「久留米ほとめきまち旅博覧会」2008年10月31日～11月30日で実施。
4. 「まち旅」という「観光地域づくり」のコンセプトに集約し、ワークショップ形式でツアーを造成。⇨第二回から呼称を「まち旅」に統一、2009年10月11日～11月30日で実施。  
この時、まち旅の呼称統一とパンフレットの内容には十人中九人が反対したが、JTBの賛成とコンベンションの常務が賛成し「まち旅」事業が実施された。（反対意見も多い中、トップの判断、責任で進める事ができた。）

5. 販売促進ツールとして質の高いパンフレットを作成し（「行ってみたい、参加したい」をつくることの実現）ツアー参加者を募集した。⇨第三回の「まち旅」から、これまでの旅の商品造成という考え方から「観光まちづくり」にシフトした。同時に「まち旅」の商標権を取得した。

6. 事務局の強力なマネジメント、コーディネートによってツアーの成功と繰り返し（「行ってみたい良かった」をつくりこむ）

⇒ これは、久留米のファンづくり、外側の気づき拡大と評価できる。

7. 事業の成功体験の繰り返しと、PDCAサイクル。

この1～7のプロセスが、うまく機能し成果を上げている

**B：外への社会的魅力発信機能（CSAやCSRなど社会的課題解決への共感）**

◆まず取り組んだのは情報発信：当初からパンフレットとHPで告知を行なった。

内発的に地域資源を掘り起こし、ツアーを造成した。これは、埋もれていた価値への気づきである。そしてそれを基にパンフレットに作成。このパンフレットは、集客ツールでもあるが、同時に街の良さを住民が気づくツールともなっている。

◆ここでの価値評価は、「シティーセールスツール」として議会や市長が注目し、価値を認識していること。多くの市民や周辺住民が「まち旅」を知っていると、久留米の認知度と高感度アップに寄与している。

●しかし、事業の始まった段階では行政の公益の壁が常につきまとった。そこを変えていくのが大きな作業であった。（当初は、パンフレットに住所・電話は入れるな、人や場所が特定できる写真は使うな…。それに対して、市民の企画者を大切に、意見を吸い上げ、ツアーを作って行ったことにより、行政や実施者が変化していった。観光ズレしていない市民が中心になったことにより、まち旅のファンが増えると同時に久留米のファンが増えていった。）

**C：地域DNAに沿った基軸となるキラーコンテンツメニュー造成**

◆ツアーコンテンツの作り方

130名の市民関係者が春に集まって昨年度の反省会を実施する。（ツアーの実施関係者）ここで、会議に来ない人のツアーは採用されない。自発的に来る人が中心となってプログラムは開発される。毎回80本のツアーの内、約20本は新しいものに組み替えられる。

6月に企画会議が始まり、8月にツアーの内容がパンフレットになり、お披露目会をおこなう。10～11月に「まち旅」本番となる。そして、ツアー実施後12月に受入側の人たちが一堂に会し「一分間スピーチ」の報告会がおこなわれる。

●「まち旅」は、久留米の暮らしを手づくりでツアーにして、もてなす商品である。文字通り、久留米のDNAを「まち旅」と表現し、編集したことによって成果につながった。

●秋の「まち旅」の中から、選りすぐりのツアーが1年を通じて体験できるように仕組みが作られた。

●また、全てのツアーについて参加者のアンケートを取り、その結果を観光に反映させている。

●参加者の多くは、「パンフレットに魅かれて参加」している。このパンフレットを最初からデザイン・作成をしてきた高山氏によると、行政の仕事なので公募でパンフレットの質やコンセプトについての理解が無い印刷会社などに回されるリスクが常にあるとのことであった。

●パンフレットは、「愛の伝達ツール」これ以上でも、これ以下でもだめ、と事務局は言う。

旅行商品の代金を決めた。（お金がとれるとは思っていなかった）プログラムシートを作成し、それにそって現在でもツアーを造成している。（内容と採算のマネジメント）

## ② 外国人集客を図るための「集客マーケティング機能」

◆メディアへの露出は、HPとブログ、パンフレットの三本立てである。

●外国語での発信はまだしていない。ただでさえ電話の受付で2カ月間忙殺される状況に、外国語対応が加わったらパニックになる。あくまでも、エージェントを入れない手づくりのツアーである。しかし、実際に田主丸地区でのツアーには外国人が参加している実績も出てきている。

## ③ 受入とツアー実施をスムーズにする、「コーディネート運営機能」

◆マネジメントポイントとして、ツアーをつくる人、参加するお客様、そして行政が何を求めているかを擦り合わせツアーに反映させている。☞地域にある資源を、地域に住むやる気のある人たちがツアーとして提供する仕組みをバックアップする事務局機能がうまく働き成功している。

●個々のツアーを主催する事業者に対しては、「赤字はダメ、過剰なもてなしもだめ」と指導している。また、農家などには農繁期を外すなど、くたくたに疲れることはないように指導している。事務局は、ここでもお客様とツアーの主催者の両方の反応を常にチェックしている。

◆ツアーの受入電話対応にも人気の秘密がある。

重要なことは、二度と行かないと思われぬように電話対応を丁寧なことにすること。

多くの方々は、「内容を聞くだけ聞いて参加を考える」というお客様である。それに対して、事務局の「大丈夫ですよ」という応対の声が心を和らげ予約につながっているという。そして、参加者に内容の予備知識を与え、逆に受入側には参加する人の情報も事前に伝える。その中には、参加者に「遅刻はダメです」など、初歩的な心遣いも多くある。また、ネットで参加予約した人にも必ず電話で事前にコンタクトを取り、参加率が下がらないよう工夫を行なっている。

●ポイントは、受入のプロじゃない地域住民と始めて参加する人のコーディネートを事務局は行なっているという姿勢である。重要なのは「見守る機能」だということ。事務局はツアーの実際においても「紺の久留米がすり」の法被を着用し、柔らかい対応で参加者の気持ちを和らげ、気持ちをほぐす事を心掛けています。事務局対応のシステム化を常に意識しているという。ツアーの終了時にあたっては、名残惜しい参加者にそこでアンケートを配布し、記入してもらうなどあくまでも丁寧な対応をコーディネートしていることである。

**考察：**公的機関からの補助金に支えられたDMO機能の持続・継続のためには、どのような公的価値をもたらすのかが評価の分かれ目となる。実際のツアーの経済効果は、地域に数百万円の小規模な効果でしかない。また、事務局においても手数料等での収入だけでは経営ができない仕組みとなっている。仮に、手数料等でNPOの経営を成立させるためには約10倍規模の売上が必要と思われるので、ツアーを毎月実施するなど実際には実現が困難と思われる。すなわち、地域において着地型の観光メニューをマネジメント・マーケティングする機能を持ったDMOを運営するた

めには公的な支援が必要であると、この事例からは推測される。

また、公的な機関が担う、あるいは支援するためには、すでに指摘したような公益的な価値について評価を行なう必要がある。地域にとって何が必要な価値なのかについて合意形成し、その上で事業支援を行なうことが必要となる。

着地型観光は、ブランド化のプロセスとして有効であることが推察できる。ここでは、久留米ブランド研究会が中心になって地域資源を活用したツアーによって価値が生みだされている。すなわち、DMO機能を担い、久留米の良さを認識してもらう機会（ファンづくりの機会）がつけられている。これは、日本人であれ外国人であれ、地域＝久留米の良さを認識し、地域がブランド化していくプロセスとして大変有効であると思われる。



iv) 信州いいやま観光局

=====

**一般社団法人 信州いいやま観光局 元事務局次長木村氏**

=====

DMOの核となる3つの機能を軸にまとめた。

④ 価値を上乘せする経営機能・②集客マーケティング機能・③コーディネート機能

**①地域に必要な「価値を上乘せ（生み出すための）マネジメント経営機能」**

**A：明確な事業主体が事業を実施する体制をつくる（立ち上げ経緯・経営体制と持続可能性）**

◆信州いいやま観光局を平成22年の4月に設立した。

前市長が飯山市振興公社と観光協会がダブった仕事をしていると判断、新幹線の新駅を迎えるにあたって集約化し、観光局の設立へ至った。お客様の受入プラットフォーム（ワンストップ機能）を担う法人として事業マネジメント機能を備えた。設立の際に、反対勢力があり、宿泊、温泉施設を吸収し、全体を観光協会が面倒をみるとの意見があった。その後、地域密着の観光協会は存続の方向で調整し、独立採算の意識を確認した。信州いいやま観光局は、スタート時80名強の人員体制、現在は90名体制となっている。事務局長は市役所から出向し、次長には民間の木村氏が平成24年に就任した（スタート当時は行政職員が出向。木村氏は事業課長、営業企画課長から事務局次長へ）理事長は、副市長。すなわち、この団体はほとんど行政が主導してつくられた社団法人である。

活動理念として、次の三点を共有し事業を行なってきた。

①お客様の立場に立った商品づくり

（マーケティング視点を重視し、農業や地場産業などと連携し、地域資源を活かした事業を推進）

②観光地を「経営」する視点で事業を行なう

（行政や地域の関係者と連携し、役割分担を明確にしながら、戦略的に事業を実施）

③地域の意欲ある人々の会員参画を促し、地域を挙げて事業に取り組む

（地域にとって、観光街づくりの拠り所となることを目指す）

上記の考え方で事業を行ない、地域に価値を上乘せするために具体的に下記の四点を基軸として事業を推進した。すなわち、「観光誘客力を高め、持続可能な組織づくり」を目指し事業を成功に導くため、

①持続的な事業展開を可能にする。④責任と権限の明確化を図り、⑤収益体制（儲かる仕組みづくり）の構築を図った。

②観光街づくり推進のためのビジョン、目的の共有を徹底した。

③中期的な予算の確保を目指した。④公益事業としての行政予算の確保、⑤会員の拡大を図った。

④多様な主体との連携、協働を推進し事業を行なった。

具体的な事業として、

1. 営業企画部門（着地型観光、営業、広報）

2. 事業所が4つ（道の駅、森の家、温泉、人形館それぞれ指定管理で経営）

3. 別格事業所 飯山駅新幹線観光交流センター（1,000万円を市からの委託で運営）

これら合わせて、事業規模5億3千万円、市税4,000万円が指定管理費等で投入されている。

これまでの観光協会では、広告宣伝事業が中心であったが、ここでは地域を「経営」という体制にシフトしている点が重要である。すなわち、自らの旅行商品を企画販売する観光事業を立ち上げ、事業

化するだけでなく、特産品の開発販売や街づくりの企画立案実施にまで踏み込み、有機的に地域の連携を図りながら価値を生み出す仕組みのプラットフォームを目指している点である。

この中で特筆すべきは、人形館の売上が1億円を超え、これが事業全体のエンジンとなっていることである。また、道の駅なども民間の経営手法を積極的に取り入れ、もうかる体質をつくることに努力を惜しまず、これまで経営を行なって成果を上げてきた。例えば、道の駅の集客ターゲットは小さな子供がいる地元の主婦として、カフェの品ぞろえを徹底してターゲットイメージに合わせている。カフェの運営において、地元の菓子店にも貢献できるようにと、実際のカフェメニューに地元のお菓子を利用、ショーケースを用意し、提供体制を整え、ヒット商品を生み出している。また、道の駅の直売所の品揃えにおいても地元の産品にこだわっている。結果的にマージン率は低くなったが収益はアップしている。すなわち、地域への経済波及効果を優先し、同時に売り上げも上昇するなど大きな成果を上げている。滞在交流型のGTの集客プログラム商品「飯山旅々。」では、当初311本ものプログラムを造成し、販売したが、歩留まりが悪く現状は100本以下に集約している。特に「かまくら鍋」などの、人気となっている集約型のプログラムに事業を集約するよう変化してきている。言い換えると、旅行会社が従来手掛けてきたような、手間をかけないで収益をとりたいたいというプログラムとなっている。そのため、マージン収入は低いものとなっている。ここで、地域側に対して重要視したのは、地域の人たちが参画しプログラムを造成することによって、「売れる商品と売れない商品」の差に自ら気づく「マーケティングリサーチ能力」を身に付けてもらうことだった。すなわち、GTの体験プログラムでありがちな、一過性の体験提供から「何度も来たくなるプログラム」の開発を住民が自らできるようにと取り組んでいる点である。例えば、間伐材でブローチをつくるなどの、ものづくり系の体験はリピート客を集めにくいですが、ソバ畑で農業体験をして旨い手打ちそばを食べるプログラムはリピート率が高いなどのノウハウが蓄積されている。

#### ◆価値の上乗せとしての実績

信州いいやま観光公社の目的は、地域の会員の皆さんの暮らしが良くなることである。民宿、ペンション、旅館のお客さんの入込、巡りが良くなり地域に還元されていくことの仕掛けをつくることが使命と考えている。しかし、この観光局の収益と事業の持続性を重視するとコミッションは20%ほど必要になると言う。実際の実績として「飯山に触れる旅」としての実績は年間165件、404名、売り上げ770万円足らずである。また、冬季の人気コンテンツである斑尾高原のスキーに、インバウンドの入込は2,000人超だと言う。冬の「かまくら鍋」は、予約を断るほど人気となっているが、受入数が制限されるので実際のビジネスとしては大きな売り上げにはつながらないなど、観光局の事業として着地型観光は収益の核にはならないと想定される。

しかしながら、人気の信越トレイルは、多くの人を呼ぶだけでなく「地元の学校教育に積極的に取り入れられ始めている」など、地域の自然を学び体験をおこなう教育的な価値を生み出している。また、地域の人々にとっては、着地型商品で自ら意見を言って宿に泊まってもらうことが大きな力になってきた。すなわち、自己査定能力が備わってきており、地域の特色を出すための農産物の収穫体験や料理体験などはプログラムの主役になるので、地域がお客さん目線で産物を見るようになった。（どうやったら売れるのかを考えるきっかけ）すなわち、交流によってマーケティングの機会がつくられている。ツーリズムの強さは直接お客様のニーズにふれることである。例えば、ここから思わぬ商品が特産品になった。「バナナボート」という古くからの洋菓子が、お客様から高い評価を受け、地域特産のヒット商品に育ったなどである。

## ◆地域への波及効果

滞在交流型商品のプログラムにおいて、質的な要素が高く評価されている。すなわち、観光公社の約5年間のうち、プログラムの案内をするガイドなどの養成に力を入れてきたことにより、質的な部分で改良が施され人気となっている。また、ある集落で取り組まれている「かまくらで集客するプログラム」では、集落の関係者が一丸となって価値を生み出す努力が続けられ、その上、平成27年度の地方創生の補助金を取得し、事業を推進している。信州いいやま観光局が核となって地域の交流DMOをになっているが、受入組織においても自発的に事業が行なわれる体制ができあがってきた。

## ◆地域資源マネジメント

飯山市は、集客の核コンテンツとして「里山をはじめとする日本の原風景」を打ち出している。これは、「ウサギ追いし里山」で知られる唱歌「ふるさと」の誕生の地であることから、ここを価値の源泉として位置づけている。そのため、駅を降りてからの実際の風景に齟齬があるといけないとの思いから、市民の力で風景をつくる努力を続けてきた。行政においても、景観条例を制定し、看板の規制や電柱の地中化を行なうなど積極的に風景を整える努力をしてきた。ともすれば、観光交流によって景観が破壊されることもあるが、ここでは積極的に修景をおこなうマネジメントが行なわれている。

「もの」においても、道の駅を核にして若い人たちが一般流通に乗らないカレーなどをヒット商品に育て上げている。例えば、道の駅のお菓子の仕掛け。カフェで地元の洋菓子や和菓子が食べられ、同時に買うこともできる仕組みを作った。そのことによって、カフェが地域のアンテナショップになっている。そこに行けば買える商品が、根付き始めた。カフェで買えるだけではなく、そこに備え付けのマップによって実際の商店に誘導し、購入を促す仕掛けも取り入れている。

**B：外への社会的魅力発信機能（CSAやCSRなど社会的課題解決への共感）**

◆信州トレイルのルートづくり整備では、延べ3,000名のボランティアがコース整備を手伝った。また、雪掘りボランティアや耕作放棄地にソバ畑なども人気となっている。これは、コーディネートさえしっかりすればボランティアニーズが大いにあり、お互いにありがたい仕組みである。「限界に近い集落だと、やっていること自体の意味を考えてしまうが、自分たちが求めたことと違う効果があることもあり、まずは地域に人が来ることが大事である。」（木村氏談）

**C：地域DNAに沿った基軸となるキラーコンテンツメニュー造成**

◆信州いいやま観光局のメニューは、「日本のふるさと、原風景」を基軸にして、そぐわないものは外す。地域の人たちが売りたいものを優先した。数がたくさんあったほうが、多様なニーズに対応できると思ってやった。（311種ものプログラム開発）

## ◆人気のコンテンツ

かまくらなどの農村文化とトレッキング系が強い。お祭り系は日程調整がハードルとなる。ヨガも流行った。ロングステイプラン（2011年）避暑のステイが人気になったこともある。（5～20泊が当初、3～7泊が現状となっている）

## ② 外国人集客を図るための「集客マーケティング機能」

◆インバウンドについては、まだまだであるがHPとチラシ（最初の二年）を積極的に発信している。特に、新幹線の駅でのワンストップ窓口としての観光案内所や、自転車をはじめとするアウトドアギアのレンタルなどの整備の成果で外国人の入込が増加し始めている。

◆地域のブランド化として「飯山は、日本の原風景、ふるさとのイメージ」を核として、景色などの市民自らの修景を通じた価値のアップに取り組んでいる。

### ◆新しい市場の創出

G Tで、農家と一緒に続けて行くのが難しい（忙しい）という状況もある。そこで、施設運営の核にする意味で「森の家」が自然体験施設として、事業のマネジメント、運営を主になって行ってきた。6,000万円（1,000万円程度委託費）の売り上げとなった信越トレイルを始めとする自然保護、自然教育の公益的意義から、有機的、一体的な事業運営によって地域の負担を減らしながら価値を生み出す仕組みがつくられている。そこから、農家自らが観光客のニーズを掘り起こしながら商品を開発する仕組みを作り上げている。

## ③ 受入とツアー実施をスムーズにする「コーディネート運営機能」

◆農家と続ける難しさ、半年間の耕作期間（豪雪地帯）、高齢化などが大きな課題となっている。実際に、農業体験は、播種から収穫体験までは出来ない、収穫体験のみだから、リピートにはならないのが実態である。（農村活性化にはつながっていない）

全国のG Tの取組を見ても、この路線でいったところは、長続きしなかった。すなわち、地域資源、農業農村を包む周辺までの資源を活かす必要がある。受け入れることから元気になって行くことが重要である。地域の中で、都会では味わえないプログラム（生活そのもの）農山村の集落生活体験、快適な空間、食、飽きない仕組みなどが重要である。信州いいやま観光局では旅行業の二種免許を取得し、積極的に地域の農家や地域の観光協会と協働しながら事業を行なっている。重要なことは、G Tを提供する民宿は、おもてなしで疲れてしまっただめだということ。飯山ではその点を意識し、事業をハンドリングしている。特に、どうしたらお客様が喜んでいただくかをわかってやっている点も重要である。結果的に、受入側の住民が自らマーケティングセンスを持つことを促したことを評価している。

◆飯山は、コンテンツの引き出しが多いから複合型になっている。実際に、地域に価値を生み出しながら、事業が持続的に行われるためには、これぐらいやらないとダメ。しかし、インバウンドでの地域の受入は、もっとワンストップになる必要がある。「日本の窓（京都のインバウンド旅行会社）」型のように、ワンストップで、何でもやってあげる必要がある。（木村氏談）

**考察：**信州いいやま観光局は、観光業務の運営から観光地域づくりの「経営」を担うプラットフォームである。地域の資源を把握し、地域の関係者と協力し、交流を通じて地域に必要な価値を生み出す事業体を形成するという明確な目的を持って設立されている。農村地域の資源を活かしたG Tにおいても、インバウンド需要を取り込み、地域に必要な価値を生み出すためには、飯山が取り組んできたような地域の関係者が積極的に参画できるようなプラットフォームづくりが欠かせないだろう。そして事業からの収益体制を築き、同時に公益を担う事業としての財政的なバックアップができるよう行政との信頼関係を構築する必要がある。農家が主体となったG Tの場合、あくまでも事業の基軸となるのは農業である。農業を主にしながらも、地域の人たちと協働しながら

ら特産品を生み出したり、何より交流による「マーケティングセンス」などを磨きながら、地域に価値を生み出す仕組みづくりが欠かせないことが調査結果から明らかになった。

v) 熊野ツーリズムビューロー

=====

**一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー 会長多田稔子氏**

=====

DMOの核となる3つの機能を軸にまとめた。

①価値を上乘せする経営機能・②集客マーケティング機能・③コーディネート機能

**① 地域に必要な「価値を上乘せ（生み出すための）マネジメント経営機能」**

**A：明確な事業主体が事業を実施する体制をつくる（立ち上げ経緯・経営体制と持続可能性）**

◆2005年5月1日、田辺市は2町2村1市の合併により新市が誕生した。

観光行政についても、市内5観光協会の統合を目指して田辺市観光協会連絡協議会が同年9月に設立された。しかし、田辺市は1,026㎢もの面積を誇る近畿地方で一番大きな市となり、流域も4本の河川が流れる文化の多様な行政区である。そのため、各行政区で観光振興を図ってきた協会もそれぞれ地域によって役割が異なっていた。そこで、観光協会を合併させるのではなく、それぞれが役割を持ち、地域密着の事業を存続させながら、同時に「全体にかかわるプロモーションやDMC（Destination Management Company）事業に特化した新組織を立ち上げ、事業的な住み分けを行うこととなった。最初からカンパニーという立ち位置で、地域を観光という切り口でマネジメントをおこない価値を生み出す仕組みをつくる視点で組織がつけられた。

◆地域観光の事業主体は、田辺市熊野ツーリズムビューロー（KTB）である。

5つの旧行政区をまたぐ広域をカバーする組織であり、特に2004年に登録された世界遺産「紀伊山地の霊場（高野山）と参詣道（熊野古道）」をコンテンツの核として事業をおこなう官民協働のさきがけ事業として船出した。

**◆価値の上乘せとしての実績**

KTBの旅行取扱の事業実績は、2011年度4,000万円の売り上げだったのが2014年度で約1億5,000万円となっている。取り扱いの人数的には、1,900人が6,700人に増加、その内外国人は3,600人と54%となっている。また、直接取り扱いではない数字を加えた外国人の田辺市への宿泊数を見ると、2014年度には11,852人と2010年にKTBが旅行業事業を開始した年の数値2,510名に比較して約5倍となっている。その上、この宿泊者数の内8割が「欧米豪」となっている。尚、この取り扱い事業の売り上げ1億5,000万円の内、エリア外での売り上げは28%である。この事業を支えるKTBのスタッフは14名で、搬送サービスで契約している業者は3社ある。このような着地側での旅行業社が地域にあることによって、手数料が地元にとどまり、雇用も生まれていることは地域の大きな経済効果となっている。ここでは、地域すべての事業者がKTBの登録メンバーとなることができ、すべての業者を一つのサイトにまとめることによって、地元の人々に利益が落ちる仕組みが整えられた。実際に、語り部の会等のガイド組織が6つ存在しており、それら団体には年間数千万円の売り上げ収益があるという。このような地域への経済的な波及効果にとどまらず、地域の人たちが熊野の良さを誇りに思い、積極的に外国人を受け入れる姿勢に変わってきたことが大きな成果ではないだろうか。

### ◆事業体制の形成と地域住民の内発的なコンテンツ形成プロセス

KTBの事業コンセプトは、「世界に開かれた、持続可能な質の高い観光地を目指す組織」である。2004年、熊野古道が世界遺産に登録されて起こったことは観光客の殺到であった。熊野大社本宮には一日100台もの観光バスが殺到し、短時間の回遊で「道や自然を荒らしてしまう」という地元には有り難くない状況が発生した。また、せっかく来てくれた観光客にとっても情報が少なく「ただの山道」という評価、すなわち地元側が足元の受入準備を全くしていないことが露呈してしまった。

そこで、語り部たちが感じたことは「ゆっくり」と「熊野の良さが伝わるように」したいということ。そこで、このKTBが中心となって「目的意識をもって旅をする人たちに熊野の良さを伝える」ことを行なう、そして集客のターゲットは「個人客」。それも意識の高い「欧米豪」の外国人に絞り、その上「熊野古道」に特化した一点突破で事業を推進した。これは事業評価として、行政においては公平性の観点から、地域内にあるたくさんの観光コンテンツの中から古道に特化して焦点を絞った事業を行なうことは難しく、民に軸足を置いた組織だからこそ可能となった取り組みである。

KTBと地域が取り組んできたことは、地域住民が観光開発のプロセスに積極的にかわり形を作り上げてきたプロセスである。それは、KTBが地域の住民と相談の上で「観光のビジョン」、「予約システムの構築・運営」、「受入のインフラ改善（標識の設置など）」の受入態勢を整備してきたことである。また、グローバルな事業を行なう上で注意すべき点はICTでの悪い評価が一瞬にして世界中に広まることである。そのため、受入地域のレベルアップを図るためワークショップ形式を取り入れた研修会を延べ60回近くも開催するなど、地域での受入態勢の質を高める努力を行ってきた。

### B：外への社会的魅力発信機能（CSAやCSRなど社会的課題解決への共感）

#### ◆行政との関係

KTBの売り上げは1億5,000万円に達してはいるが、その収益率は1割程度である。手がかかるが利益の少ない事業である。しかし、地域には大きな貢献をしているところから市から3,000万円のプロモーション費用が投入されている。また、ここまで事業を行なう中で、国や県の制度資金を積極的に活用し、事業の離陸を図ってきた。

#### ◆責任ある観光客

熊野の地域では、「責任ある観光客」を望んでいるという。特に重視したのは、たくさんの観光客が来て短い時間の滞在で帰るより、観光客は少数でもゆっくりと滞在し、熊野のファンになって地域と交流してもらおうことを目指した。そして、世界に開かれた、上質な観光地を目指す中でこのような「インバウンド観光の推進」は地域にとって初めてのことであり、様々な反対意見が出そうな局面でも「みんなの意識をまとめるのにうまく利用ができた。」（多田氏）という。

### C：地域DNAに沿った基軸となるキラーコンテンツメニュー造成

#### ◆ツアーコンテンツの作り方

熊野古道に焦点を絞った取組であるため、古代からの熊野が持つ「精神性」に旅の魅力の核を置いている。そして、カナダ人のスタッフによって外国人の文脈で地域の良さを編集し、伝えることを実践している。住んでいる住民には比較するモノサシがないので見えない良さも、外国人によって地域の良さを掘り起こし伝える仕組みができあがっている。

## ② 外国人集客を図るための「集客マーケティング機能」

### ◆メディアへの露出

HPとブログが中心となっているが、最初はパンフレット、マップ、ポスターなどを日英併記で作成した。この機能を中心的に担うのはカナダ人のスタッフである。これは、外国人を呼び込むためには外国人の感性が必要だということから国際観光推進員として雇用した。

第一に重要なポイントは、外国人の感性に合わせた「質の高い翻訳」を行なうこと。日本の歴史や文化に知識のない外国人にもわかり易く、理解しやすいようにする必要があるということ。例えば、大塔温泉という地域の紹介に関して、調べてみると道路標識の表記が 30 以上あった。「OOTOU HOTSPA」「OUTO ONSEN」など様々な表現が使われていたのを「Oto Onsen」に統一することにした。これは国土交通省の道路表記や観光庁においても全国の温泉について「Onsen」と表記することにもつながった。また、温泉というのは日本の文化としてわかり易く伝えることもHP等で行なっている。

第二に、国籍によっても興味を持つポイントが異なるので、それに合わせた言語表現を行なっているという。例えば、熊野古道を日本人は「歴史文化が評価された世界遺産」の魅力として捉え訪れるのだが、ヨーロッパの人たちには「巡礼の道」としてマーケティングを行なっている。スペインの巡礼の道「サンティアゴ・デ・コンポステラ」（世界遺産）観光局ともタイアップし、共同で「巡礼の道」プロモーションを行なうなどである。また、米国人には「ロングトレイル」としてアウトドアコンテンツとしてのプロモーションを行なうなど、国によって文化によってマーケティング手法を変えているという。

第三に、マーケティングの基軸として、次の 8 つの考え方を基本として事業を行なっている。

- ① 東京の焼き直しはしない（都会を求めて人が来るのではない）
- ② 田舎の生活文化（田舎の普通の文化こそ魅力として捉えられる）
- ③ 精神的な文化（熊野の持つ精神性を前面に出す）
- ④ 体験（積極的な体験メニュー開発）
- ⑤ 伝統的な宿（日本人には当たり前の旅館が好まれる）
- ⑥ 文化としての温泉（外国人だからとおもねることなく裸の付き合いを勧める）
- ⑦ 川の参詣道（流域の道を意識する）
- ⑧ 熊野のやさしい人柄（人柄こそ魅力となる）

この基本の中で、これまで熊野に来訪した 97 カ国の観光客にとって人気の核となった要素は、「精神的な文化」であった。

## ③ 受入とツアー実施をスムーズにする、「コーディネート運営機能」

### ◆受入と観光プロモーション（運営から経営へ）

これまでの大半の観光行政においては、県などと一緒に観光プロモーションを行ない、集客を図るのが一般的であった。例えば、一緒に海外のフェアに参加し、プロモーションをしてモニターツアーの受入などを行ってきた。しかし、実際にはエージェントからの送客がほぼ見込めないまま、ただ「来てください、ここは良いところ」という情報の垂れ流しが実態であった。特に、この熊野古道の地域は小さな民宿や旅館がほとんどで大手の旅行社の契約対象にはなっていないところである。実際に、英国でのプロモーションにおいて、自社スタッフが海外エージェントに営業した際の反応として「行ってみたいけど、どうやって行くの？」と質問を受け、困り果てた経験がある。旅の基本情報である「宿、移動交通、食事」が提供できておらず、「運ぶ仕組みがないのに、無責任なプロモーションを繰り返していた。」

（多田氏）と反省をしたという。



そこで、行き届いた対応をするために組織設立 5 年目の 2010 年 5 月に組織を法人化し、第二種旅行業登録を取得した。ここではじめて「プロモーション」と「運ぶ仕組み」という旅客誘致に必要な両輪が整った。行なったことは「予約決済」、「旅行プランニングサポート」、「現地での受け入れ対応」、「地域広域連携」である。特に、この K T B は田辺市の事業体であるにもかかわらず、例えば三重県や奈良県の民宿とも提携し、宿泊手配等を旅行者のために行っている。それは、当たり前だが熊野古道を和歌山県側から歩き、峠を越えて宿泊をしようとしたら三重県や奈良県になる。旅行者には行政の区画は関係ないからである。つまり、旅行者のニーズに沿った旅客の受入を徹底して行なっている。提携をしている宿泊施設は 102 カ所、案内を行なう語り部は 21 名、店や交通機関は 16 である。そして、バス時刻のタイムテーブルなどを案内するなど、外国人が熊野に来てもらう体制がわかり易く整えられている。遠い外国からのお客様との対応はメールが中心となっている。一件の旅行者との相対のやり取りは 30 回以上にも及び、スタッフの対応に多くの手間がかかっている。同時に、宿の経営者は高齢者が多くパソコンが使える人も多く、そこで宿の予約はスタッフが電話で行なうなど、旅行者と受入側の中間支援の事業をしっかりと行なっている。このように、宿泊等の受入側とのやり取りもあり、手間がかかる割に収益が上がりづらい事業となっている。

**考察：**地域が 100 年続くことをやりたいと多田会長はおっしゃった。あくまでも地域に価値が生まれること、そしてその結果、地域がより良く持続していくことが事業の目的となっている。ただ、外国人がたくさん来てくれればよいのではなく、地域にとって必要な価値を生み出すためには誰に来てもらえばよいのかについて見極め、それに沿った事業コンセプトを立てて実践する経営能力が問われている。K T B では、熊野の精神性が「欧米豪」の人たちに受け入れられると見極め、事業の実践を全力で行なってきた、その成果である。ともすれば G T を始めとする観光行政においては、とにかく誰にでも来てほしいという考え方が大勢を占めているが、地域の魅力を商品として打ち出し、集客を図るためには誰に来てほしいのか、そしてどんな観光をしてもらうのが重要であることがここでは明らかとなった。

熊野ツーリズムビューローは、組織設立時から地域の資源を活用し DMC を目指す事業体として立ち上がった。地域にある既存の観光協会を統合するのではなく、観光協会との役割の住み分けを行ない事業化したところが成功のもう一つのポイントである。地域の事情に即したマネジメント組織（DMO）が必要なのである。



## ★相談窓口の設置

7月7日の東京セミナーでの窓口設置の案内を行い、8月末に以下のサイトを開設した。その後、当センターからの周知活動を行うが、問い合わせは以下の1件のみに留まった。

その要因として考えられるのが、当センターの認知度の低さや情報の展開に有効な拡散が図れなかったことが挙げられるが、本格的に外国人旅行者を受け入れようとするところはずでに情報を持ち独自に体制整備を進め、一方で外国人旅行者の受入に対し地域づくりから捉えて取り組むことに関心を持たない地域との乖離が見受けられる。外国人の受入を表面的にとらえれば、多言語の案内や情報発信で十分として、地域のマーケティングやマネジメントというレベルでとらえる地域がそれほど多くないことの表れともいえよう。

今後の外国人旅行者の動向に大きくよるが、状況に応じての対処や対応を求める相談は、今後も増加が予想される。当センターでは、より本質的に地域づくりから取り組むことが末長いグリーン・ツーリズムの成長につながるものと考えており、そうした意識を持たれた地域に対して必要なアドバイスや支援を図れるよう準備するものである。



<http://ecocen.jp>



[http://ecocen.jp/inb\\_consulting](http://ecocen.jp/inb_consulting)

### ○埼玉県からのご相談

#### ①関東圏で観光農園を主としたインバウンド受入事例について

(回答) 千葉県2件、栃木県1件、神奈川県1件、群馬県1件、静岡県2件の事例を把握しています。

#### ②県内の事業者への調査や研修の可能性について

(回答) いずれもお受けできます。

## II. 事業報告

### 4. モニターツアー

## ★倉敷モニターツアー

## (1) 実施概要

【日 程】平成 27 年 10 月 19 日（月）～10 月 20 日（火）

【参加費】無料

【宿 泊】有鄰庵（岡山県倉敷市本町 2-15）

【現地対応】有鄰庵

【設定料金】30,000 円

【概 要】倉敷の暮らしにとって経済的、社会的に重要な河川である高梁川の流域を「水」「伝統」「くるま座」「繋がり」「持続可能」の 5 つのテーマを持って周る。倉敷およびい草の産地である早島、古代の米作り総社の歴史や文化、生活に触れるツアー。

【目 的】倉敷を起点に高梁川流域の農山村に観光客を送り込むためのツアーモデルを組み、様々な地域からの参加者を募ることで、それぞれのコンテンツならびにツアー全体への評価の差を検証する。

## (2) 参加者ならびに同行者

## ○参加者

国籍	年齢	性別	職業	備考
アメリカ	55	M	無職	
オーストラリア	20	M	学生	
韓国	22	F	学生	泊まりなしで 2 日間参加
フランス	22	M	スポーツトレーナー	
スペイン	44	M	教師	2 日目の刀鍛冶まで参加
スペイン	43	F	教師	2 日目の刀鍛冶まで参加
ベトナム	18	F	学生	体調不良により 2 日目だけ参加
アメリカ	30	M	アメリカ海軍	2 日目だけ参加
オーストラリア		M	行政職員	通訳を兼務して参加

## ○同行者

- ・勝部 武之 氏（農林水産省 農村振興局 農村政策部 都市農村交流課）
- ・春名 秀樹 氏（中国四国農政局 農村振興部 農村計画課）
- ・増田 周一 氏（中国四国農政局 農村振興部 農村計画課）
- ・影山 茂樹 氏（中国四国農政局 農村振興部 農村計画課）
- ・福井 隆（東京農工大学 / 日本エコツーリズムセンター理事）
- ・伊藤 博暁（日本エコツーリズムセンター事務局）

## (3) プログラム及び概要

◇1日目 (10月19日)

時間	場所	内容・説明など
10:00	有鄰庵	ツアー参加者受付
10:30	有鄰庵	オリエンテーション ・自己紹介 ・2日間の日程の確認 ・ツアーの目的、注意事項の共有など
11:20	有鄰庵	昼食 ー高梁川流域の野菜を使った鯛飯ランチを食体験
12:10	バス移動	
12:45	八幡山麓	<b>【注意事項】</b> ・本来ならば参道は端を歩かなければならないが、脇にうるしの木があるので、鳥居以外の参道は真ん中を歩いても良い。
13:05	八幡神社	参拝後、本殿と神社裏手の絶景ポイントを見学。 赤米の甘酒を飲みながら、地元の方から八幡神社の歴史を聞く。 <b>【八幡神社】</b> ・御神体は七柱。1500～1600年前からこの地に存在し、本殿は室町時代の神殿造りとなっている。 ・八幡山は別名、「流れ山」「さかづく山」「神体山」「龍山」とも呼ばれ、麓には龍に関係した地名が多く、山頂は「龍の辻」＝龍が昇天する場所と言われている。 ・日本で2カ所しかない蛍石の産地だったが、山裏を通る新幹線や高速道路のため見つからなくなった。 <b>【赤米】</b> ・大陸から日本に初めて渡ってきたお米。当時の米は貴重なものだったので、神様に奉納をしていた。現在では、総社、種子島、津島でしか作られていない。
14:05	兜山窯	お茶を飲みながら、岡本先生から窯の歴史を聞く。 岡本先生は、兜山窯に残る唯一の職人。祖父の祖父から焼物職人。 <b>【兜山窯】</b> ・80年前、祖父の代にこの窯を開いた。昔は何軒も窯焼きの家庭があったが、現存するのはこの窯だけ。 ・交通は川を渡るしかないところだったが、土が出るので、この地に窯ができた。 <b>【焼物の作り方】</b> ・土を水と混ぜ、石やごみを沈殿させ、上澄み液を分離。数回繰り返した後に乾燥させ、粘土にする。 ・轆轤などを用いて成型、低温で素焼きを行い、釉薬を塗ってから窯で焼き上げる。
16:10	バス移動	
16:15	水江の渡し	高梁川の歴史と渡しの現状を聞きながら対岸へ渡る

		<p><b>【水江の渡し】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の生活道路として高梁川対岸とを結んできた。昨年度は学生の利用者が 3 人いたが、今年から 0 に。すぐ脇に橋が掛かり、来年の開通と同時に渡しの廃止が決められている。</li> </ul>
16:30	水江の渡し (対岸)	駐車場まで移動
16:40	バス移動	
17:05	備中国文寺	<p>赤米コーヒーを飲みながら夕日が沈むのを眺める。 備中の歴史とここに国分寺がある理由を聞く。 日本の稲作の歴史を学ぶ。</p> <p><b>【備中国分寺】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総社、倉敷がまだ海だった頃、吉備路の交通の要所として栄えた場所。</li> </ul>
17:45	バス移動	
18:15	有鄰庵	チェックイン
18:30	有鄰庵	夕食 ーバラ寿司、手巻き寿司
20:00	えびす湯	銭湯 ー入浴

## ◇2日目 (10月19日)

時間	場所	内容・説明など
7:40	有鄰庵	集合、出発
7:45	阿智神社	<p>参拝 日供祭に参加</p> <p><b>【日供祭 (につくさい)】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・その日、最初のお食事を神様にお供えする儀式。365 日、毎朝行われており、一般の参拝者も参加が可能。</li> </ul>
9:00	有鄰庵	<p>朝食 ー地元の米、卵を黄ニラ醤油で食べる卵かけご飯。 材料となるお米や醤油の仕込みの水はもちろん、卵を産むニワトリのエサまで高梁川の水の恵みに支えられた豊かな暮らしを体感。</p>
9:40	有鄰庵	有鄰庵前で集合写真
9:45	バス移動	
10:05	早島公園	<p>高台より早島の地形を確認</p> <p><b>【早島】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・かつては日本で一番のいぐさの産地であった場所。</li> <li>・いぐさは塩分に強く、もともと海の底だった早島地区ではいぐさぐらいしか育つものがなかった。現在では田んぼになっている。</li> </ul>
10:15	バス移動	
10:25	いかしの舎	<p>タタミ、いぐさと早島の歴史を聞いた後に「花ござ」製作体験。 編んだ花ござはコースターとしてお土産に。</p> <p><b>【いぐさ】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・いぐさは育てるのに大変な植物。</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・泥に漬けることで独特のいぐさの香りが出てくる。</li> <li>・早島でのいぐさを絶やさないために活動中。</li> </ul> <p>【花ござ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・いぐさを染色してカラフルな模様には織り上げたもの。</li> </ul>
12:15	バス移動	
12:45	酒津公園	<p>昼食 ー地元食材を使ったお弁当（地産地消の恵みを体験）</p> <p>【酒津配水池（さかづはいすいち）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の農業用水確保のため、高梁川より水を取りこみ、6方向に振り分ける池。この水の利用、治水が全ての暮らしの基礎となっていることを実際の分水の仕組みを見て理解する。</li> </ul>
13:50	移動	公園内を徒歩で移動
14:00	刀剣工房	<p>青江の刀鍛冶の作業を見学し、ペーパーナイフ作りを体験</p> <p>【刀づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一振の刀を創るためには約 8kg の玉鋼を使う。</li> <li>・ここでは昔ながらの製法で精鉄に木炭を使っているが、一般的にはコークス（石炭）が主流。</li> <li>・木炭で精鉄を行っていると、おわん形のガラスの塊ができる。それが出土すると、考古学では鍛冶場があった証拠になる。</li> <li>・刀の真には柔らかい鉄を使い、刃の部分に硬い鉄を用いる。刃を付ける際に日本刀独特の曲がり生まれる。</li> <li>・鍛冶場では鍛冶研ぎと言われる状態まで作る。鍛冶研ぎでも人間の腕くらいなら切り落とせるくらいの切れ味。</li> <li>・中国地方は、砂鉄、森林（燃料）、豊富な水があって製鉄や鍛冶が発達したことを学び、実際にペーパーナイフ作りを体験する。また、古代の暮らしにおいては、鍛冶は農作業に必要な鋤や鋤をつくるためにも重要な技術であったことを学ぶ。</li> </ul> <p>【備中青江】</p> <p>長船と並び称される刀鍛冶の地域。長船より栄えた時期もあった。「にっかり青江」が有名。刀鍛冶の匠は、有名なアニメ「エヴァンゲリオン」の刀を制作した人というインフォメーションに、参加者は驚きの表情。</p>
16:15	バス移動	
16:45	有鄰庵	振り返り、アンケート記入
18:00	有鄰庵	解散



(4) ツアー写真



オリエンテーション



1日目の地元食体験



八幡神社に向けて石段を登る



地元の方が八幡神社の由来を説明



兜山窯での陶芸体験



窯の前で



高梁川唯一残った渡し



交通の要所だった備中国分寺



水田に植えられているのは赤米



ままかりを使ったバラずしと手巻きずし体験

事業報告 4-1. 倉敷モニターツアー



銭湯を体験



くるま座になって感想を述べ合う



有鄰庵の前で集合写真



日供祭 (につくさい)



いぐさ



「花ござ」制作体験



刀打ち体験



刃に浮き出る文様を確認

(5) 参加者アンケートから

1.このツアーであなたにとって「この場所で特別なもの」になったことはありますか？

- ・ たたみ
- ・ いろいろなことが勉強になり、日本らしいという倉敷だと思います。
- ・ 備中国分寺と夕日。もっとあの場所で長いこといらればよかったです。美しい景色でした。
- ・ 備中国分寺と赤米の歴史。ジェームス・ベンソン氏（そしてスタッフのみなさん）、素晴らしかったです。
- ・ 特別だったことはいろいろありますが、一番は知らなかった人たちと友達になって素晴らしい体験ができたこと、そして親切なかがたとともに日本の昔について新たな発見ができたことです。
- ・ 私にとっては二つ、「特別なもの」がありました。まず、私が出会ったフレンドリーで親切な、心温かい人々です！ 有鄰庵のスタッフも、地元の方々も。そして二番目は高梁川です。この川のおかげでたたみ作りやボート乗り、地元のおいしい食事を楽しむことができ、なにより持続可能であることがいかに必要かわかったからです。
- ・ 刀鍛冶、そして私たちがイグサを編んだ場所の建物の建築。
- ・ ツアーのどの場面も特別なものを提供してくれました。地域を深く愛する方々からその歴史や文化を学ぶのは本当に楽しかったです。この地をより身近に経験したいと願う日本そして海外から来る人々に、歴史を教えてくださいました方々がいまのやり方を続けてほしいと願います。

2.今回訪ねた場所を友達に薦めたいですか？ そうであれば、どのように紹介しますか？

- ・ たたみ。日本でいぐさの産地で有名だった。早島で、日本のたたみと日本の歴史の流れを感じてみませんか。
- ・ 友達に紹介したいと思っているところはいぐさと日本刀ワークショップです。そこでは、先生に教えてもらった、自分でやったらすごく楽しかったからです。
- ・ はい、長い歴史と伝統、そして美しい風景のあるとても興味深い地域だと紹介します。
- ・ はい！ 古く、とてもよく保存された町で、美しい自然に囲まれ、人は親切なところだと紹介したいです。
- ・ もちろんです。刀のワークショップは面白い経験をするために、窯元はリラックスした時間を過ごすために、そして訪れたほかの場所は友達や家族とおしゃべりをしながらすごい景色を眺めて散歩をするために、薦めたいと思います。
- ・ もちろん薦めます！ フェイスブックに倉敷で過ごした時間を写真と共に投稿しようと思います。また友達に直接会って話、一緒に旅行する計画をします！ たくさんの友達が旅行好きで、倉敷についていろいろ聞きたいと思うからです！
- ・ はい、たくさんの歴史的建造物や地域について。
- ・ はい！ここで経験したことをいつまでも覚えていて、友達や家族にこのツアーがもたらしてくれた同じ学習や喜びを体験してほしいです。

### 3.このツアーで不自由だったところはありますか？

- ・伝える意欲が大きくて、聞き手を配慮してくれなかった説明の仕方。対象の範囲が広すぎて、満足度が落ちた。短時間、色々を見せたかったため、伝えようとしたことがちゃんと伝わっていない。
- ・満足です。
- ・来る前に与えられた情報が足りませんでした。ホームページで英語を話さない外国人により多くの情報をお願いします。
- ・神社で少し居心地の悪い思いをしました。私は宗教的な人間ではないのですが、ツアーでは宗教的儀式にとっても重きをおいていたからです。旅行前の情報があまりはつきりせず、ウェブサイト等は主に日本語で書かれていて読めませんでした。
- ・焼き物体験で、金甲山の職人の作品を作る全行程を見たかったです。それだけです。
- ・私には不便な事はありませんでした！日本語や日本文化があまりよくわからない外国人にはもっと不都合を感じることはあるかもしれませんが、このツアーに参加した人たちはとてもよく日本文化全体をわかっていました。
- ・お昼の時間を短くして、刀鍛冶のところにもっと時間がほしかった。
- ・焼き物ツアー：職人が焼き物を作る工程を全部、ほんとうに見たかったです。そして彼の小さな作品を私自身の思い出と友人や家族に見せるために買うことができたらよかったです。刀づくり：ツアーに行く前にビデオを事前に見ておく方がよかったですと思います。ゲストハウスかバスの中で。そしてビデオは 20 分ほどの長さに短ければよいと思います。

### 4.旅をするとき、どのように情報を集めますか？

出発前と旅行中の主な情報収集の手段を具体的に教えてください。

- ・有鄰庵から大学へ。大学から自分に。
- ・Achi shrine と Igusa の作り方と日本刀のやり方。
- ・主にインターネット、グーグル、トリップアドバイザー、旅行ガイド（ロンリープラネット）
- ・グーグル+サーチエンジン、トリップアドバイザーなどのウェブサイト、旅行ガイド、友達の経験や口コミ。
- ・伯父が日本に来るようにアドバイスをくれました、アドバイスがない場合は日本のブルーガイドをチェックしてこの国を旅する刺激をもらいます。私は日ごと、週ごとに旅するのが好きです。
- ・友達の口コミとオンライン検索。とくにウィキトラベルをよく使い、旅をしたいと思う町や県のページに飛びます。岡山、倉敷とその周辺エリアについてウィキトラベルにあげてリンクをすれば良いと思います！
- ・行ったことのある友達にきいたり、ガイドブックを見たり。あとインターネット。
- ・旅に出る前は訪れる地域を思い浮かべて日記に書き、旅の間はたくさん写真を撮り、帰ってきたら旅での経験を日記に書く。

### 5. 今回のモニターツアーの感想や地域の人へのメッセージ

- ・(歴史があってどうのこうのではなく、) 非日常を楽しむことも良いんですが、日常を楽しめるツアーも良いのではないかと思います。
- ・初めてこういう体験がありますので、素晴らしいと思って楽しかったです。2日間ですが、体調が悪いから、1日目をとばしました。とても残念でしたが、2日目にいろいろなところへ行って、勉強になりました。一緒に参加した人と教えてくれた人にありがたいという気持ちになって、伝えたいと思っています。
- ・私にはとても面白い経験でした。地元の方々がその伝統を守り、文化的遺産のなくしていないことが素晴らしいと思いました。
- ・とてもポジティブな印象をもっています。地元の方々へのメッセージは、どうかご自分たちの過去に誇りをもちつつ豊かな未来へむかってください、ということです。
- ・私の印象はひとことであらわせます：OOww! 素晴らしい冒険でした、みんなに、そして親切な地元のみなさんに出会えたことに感謝します。
- ・このツアーを通し、倉敷への愛をお伝えしたいと思います。日本の伝統を保存し、持続することの必要性を強く感じました。地元の方々は私たちを歓迎して受け入れてくださり、たくさんのことを教えてくださいました。私もほかの参加者も、地元の方々と交流するのが大好きですし、彼らがいなければツアーはこのように素晴らしいものにはならなかったでしょう。
- ・このツアーはとてもよくできていたと思います。おもてなしに感謝いたします。
- ・この地域の歴史、人間、文化について地元の方々から学べたことがとても楽しかったです。このツアーを企画して、私に素晴らしい倉敷体験の機会をくださりありがとうございました。倉敷の方々、あたたかくもてなして下さったことに感謝いたします。

### 6. 今回のツアーの満足度

大変満足：5      満足：2      どちらでもない      不満：1      大変不満

## (6) 現地開催者からの所感

## 1. ツアーの企画、内容について

## 【良かった点】

今回のツアーでは、多くの地域の方が協力をしてくれた。今までに良好な関係を続けている地域の皆さんに加えて、今回ツアーを企画するにあたって初めてアポイントをとった方も好意的にツアーに協力をしてくださった。地域の皆さんと改めてたくさん話をする機会をいただけたと思っている。またツアーのコンセプトは「高梁川の水を基軸としたくらしたび」であったので、高梁川流域の歴史を再調査をした。そして改めて倉敷での高梁川の役割に気がつくことができ、それらを地域の付加価値として活かしていく準備ができたように思っている。

## 【悪かった点】

コンテンツの量が多く、一つ一つにかけられる時間が少なかったと思っている。しかし、今回のモニターツアーでたくさんの情報を得られることができたのは大きな収穫である。ひとつのものに焦点を当てて掘り下げていくツアー内容も研究中である。

## 2. 参加者への広報、集客について

## 【良かった点】

様々な国から参加者が集まり、ヨーロッパ、アジア、アメリカ、オセアニアの人の参加があり、価値観や宗教観、経済的な状況の違う人から、意見を聞くことができた。また、有鄰庵に来たことがあるゲストさんの紹介などで来てくれた参加者もいた。彼らは有鄰庵 FB のツアーに関する記事のシェアされたのを見て興味を持ってくれた。倉敷まちなか居住『くるま座』有鄰庵という宿が持つメディアとしての機能を活かすことができた。総合的に、今までにやったことがないツアーという事業での集客方法を考え、学ぶ機会となり、大変感謝している。

## 【悪かった点】

ツアー開催が近くなってから、参加者のキャンセルなどがあつた。キャンセルに関して事前に対策を講じるべきであつた。(キャンセルした場合、キャンセル料発生の取り決めなど)

## 3. 当日の運営について

## 【良かった点】

危機管理を重点に置き、安全なツアーを送ることができた。  
また、スケジュール通りに進むことができた。

## 【悪かった点】

実際にツアーを行ってみて、1 日目は自由時間が少ないように感じた。そこで、2 日目は自由時間を多めにして、それぞれの参加者が自由にその土地楽しめるような時間を設けた。

## 4. 今後に向けて課題と展望

今後は、アンケートをもとに一つ一つのコンテンツの内容をさらに充実させていきたい。そして、ターゲットを絞り、それぞれの国に適したコンテンツを実施していく予定だ。そしてツアーを通して、倉敷市の中心地からその周辺地域に毎月 20 人を紹介する(初年度)。徐々に規模を拡大して、年間 1,000 人以上を農村に案内し、彼らに SNS で日本の地域の魅力を発信していただく。

記入者：山根 樹生（有鄰庵）

## ★かみえちごモニターツアー

## (1) 実施概要

【日 程】平成 27 年 11 月 3 日（火）～11 月 4 日（水）

【参加費】無料

【宿 泊】くわどり湯ったり村（新潟県上越市大字皆口 601）

【現地対応】NPO 法人かみえちご山里ファン倶楽部

【設定料金】30,000 円

【概 要】「日本の原風景に出会う旅」と題し、「稲作文化とケの暮らし」・「食」をテーマに、地域文化の体験プログラムを提供する。様々な形で華やかな発展を遂げた現代文化とは対象的な、しかし自然に呼応した、素朴で美しい「ケ」の暮らしに触れ、肌で感じ取ってもらうために、地域の人との触れ合いを大切にしながら、散策お茶飲みや食材調達、郷土料理体験などを行う。

【目 的】①日本的な農山漁村の暮らしや伝統を基軸とした体験メニューの構築と基盤整備。  
②現在の日本を形作る「素・祖」を感じてもらうことで地域のファンを増やし、国外の目線からその価値を再評価することで、文化や景観を守ることに繋げる。

## (2) 参加者ならびに同行者

## ○参加者

国籍	年齢	性別	職業	備考
中国	33	F	会社員	家族 A
中国	4	M		家族 A
中国	61	M	定年	家族 A・祖父
中国	65	F	定年	家族 A・祖母
中国	30 代	F	銀行員	家族 B・ベジタリアン
中国	20 代	M	不動産業	家族 B
中国	7	M		家族 B
中国	3	M		家族 B

## ○同行者

- ・福井 隆（東京農工大学 / 日本エコツーリズムセンター理事）
- ・森 高一（日本エコツーリズムセンター共同代表理事）

## (3) プログラム及び概要

◇1日目(11月3日)

時間	場所	内容・説明など
10:27	上越妙高駅	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京発金沢行新幹線到着</li> <li>・ツアー参加者受付</li> </ul>
10:45	上越妙高駅	<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自己紹介</li> <li>・地域の地理的情報の紹介</li> <li>・2日間の日程の確認</li> </ul>
10:45	バス移動	<p>バス移動(中ノ俣集落へ)</p> <p><b>【南葉林道・中ノ俣牧場跡】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・紅葉を楽しんでもらいながら、この地域の植生(炭焼きに寄る広葉樹の2次林、ブナ林帯等)を紹介。</li> <li>・中ノ俣牧場の跡地を見ながら、集落の畜産の歴史や高齢化による閉牧の経緯について説明。</li> </ul>
11:35	中ノ俣 (上越市地球環境学校)	<p>ツアー開催地域と、日常の暮らしのマナーについて説明</p> <p><b>【中ノ俣集落の文化背景や食文化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・衣食住を自分たちで「まかなう」ことのできる自給力の高さ。</li> <li>・人が暮らすことで守られてきた景観や、自然を持続可能な形で利用することのできる知恵と技術。</li> </ul> <p><b>【日本の日常の暮らしを体験するにあたってのマナー】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・初めて日本の文化に触れる方へ(食事やトイレ、靴や挨拶などの礼儀作法についてイラスト入りのものを準備)</li> </ul>
12:10	中ノ俣集落内の古民家	<p>地元の有志団体主催の収穫祭「芋煮会」で、地元で採れた野菜やお米をふんだんに使った料理を昼食としていただく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主催する地域の方と直接話をする。</li> <li>・神棚を見ながら、これから散策で紹介する神社やお寺など日本の宗教について簡単に説明。</li> </ul>
13:50	中ノ俣集落内	<p>中ノ俣集落を散策。下記をポイントに中ノ俣集落の暮らしを紹介。</p> <p><b>【水と暮らし】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・川の力を利用した道具「芋車」の実演。芋車自体も周辺の森の木や竹から作った道具であり、この地域の人々は身の回りのものを上手く使って様々なものを作り出す技術を持っている。</li> <li>・上水道が整備される1970年以前は飲料用水として縦井戸や横井戸が使用され、井戸の掘削、維持管理をする技術が残っている。(地勢条件を利用した生存技術)</li> </ul> <p><b>【風土と暮らし】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・民家の山手側にある消雪池「タナイ」や3mを超える降雪量に耐える民家の構造など、豪雪に耐えるための生活様式を紹介。気候条件に対して合理的なだけではなく、周辺の森林から建築部材などを調達する環境合理性をも併せ持った暮らしがある。</li> </ul>



		<p><b>【稲作文化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・約 1200 年前に建立したと伝わる気比神社を見学。6 体の御神体を祀っており、毎年春と秋に祭りがある。</li> <li>・祭りの際は、本殿が開かれ、神輿を住民が担ぎ、集落中の家々を練り歩く。本殿ではこの地域の里神楽の発祥とされる里神楽の舞が奉納される。春の祭りは、農作物（特に米）の豊作を祈り、秋は収穫に感謝を込めて行われる。この集落は稲作を中心とする民俗文化が色濃く残っており、稲作文化に付随する生活技術や様式が現代においても残っている。</li> </ul> <p><b>【棚田】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・角間と呼ばれる約 220 年前に集落民が手堀りで水路を開き、開拓した棚田を眺望できるポイントで紹介。前述の稲作を中心とした民俗文化として、春秋の祭りのほかに稲ワラから様々な道具を生み出し、暮らしに利用してきた文化がある。古民家でお茶休憩をしながらセナコウジ、草履、フカグツなど様々な用途のワラ細工を見てもらう。</li> </ul>
15:15	有間川（桑取川河口）	<p>バス移動。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・桑取川鮭採抱所にて、鮭の遡上と漁協の方々による鮭捕獲の実演を見学。</li> </ul>
16:30	くわどり湯ったり村	チェックイン。入浴、休憩
17:45	移動（徒歩）	<p>くわどり湯ったり村から平左衛門カフェまで徒歩移動。足元が暗がりのため提灯を使用。</p> <p>途中、くわどり生活デザイン参考館で、古民具などを見学。併設の地域資源を活かした雑貨店で買い物。</p>
18:30	横畑集落（古民家平左衛門）	<p>古民家平左衛門カフェで夕食</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元で捕れた鮭や野菜を使った料理を提供。</li> <li>・かみえちごの地元理事も参加し、ツアー参加者との交流を図った。</li> </ul>
20:10	くわどり湯ったり村	くわどり湯ったり村まで送迎

## ◇2 日目 (11月4日)

時間	場所	内容・写真
8:45	くわどり湯ったり村発	中ノ俣へバス移動
9:00	中ノ俣集落 (角間棚田)	前日の集落散策で紹介した角間の棚田を上から見下ろせる展望所に案内。写真掲示物を使って棚田風景の四季の移ろいを説明する。 <b>【棚田の機能】</b> ・棚田を維持することは、景観や米を収穫することだけでなく、地すべりを防止し、生態系を保全する機能もある。
9:30	中ノ俣集落 (個人宅)	2グループに分かれ、それぞれ集落散策しながら、地域の重要な情報交換、文化醸成のための場である「お茶飲み」を体験する。また昼にかけての郷土料理体験のための食材調達も行う。 <b>【地域の暮らし】</b> ・地元の方のお茶や手作りの漬物、煮物、お茶菓子などをいただきながら、この地域の暮らしの様子や文化について(田んぼや畑の仕事、牛飼いの仕事、古民家の構造など)様々な話を聞いた。
11:00	中ノ俣 (金左衛門)	地元講師指導で郷土料理体験を行う。 <b>【「カラアエ」、「ケンサイ」の調理】</b> ・カラアエ(大根の炒めもの)、ケンサイ(焼きおにぎりにくるみ味噌やゴマ味噌を付けたもの)の作り方を指導。ケンサイのごはんはヌカ窯(籾殻で炊く窯)を使った。 ・郷土料理「のっぺ汁」は時間がかかるため、予め作っておいてもらい、説明のみとする。
12:40	中ノ俣 (金左衛門)	昼食 ・地元講師も交え、作った郷土料理をいただく。「ケンサイ」は囲炉裏端で焼きながら食べる。
13:00	中ノ俣 (金左衛門)	休憩 <b>【縄ない体験】</b> ・わら細工の基本技術である縄ないを地元講師指導で体験する。
14:00	中ノ俣 (金左衛門)	かみえちご山里ファン倶楽部専務理事による話 <b>【農山村地域におけるNPOの活動について】</b> ・かみえちご山里ファン倶楽部が活動を進める中で重要と考える、自然の偉大さ、それを活かした暮らしの尊さ、自分と他者が共に生きることなどについての考え方は、中国古典をお手本としたものである。
14:30	中ノ俣 (金左衛門)	振り返り、アンケート記入
15:00	バス移動	中ノ俣→上越妙高駅
15:45	上越妙高駅	上越妙高駅着。解散

(4) ツアー写真



南葉林道で記念撮影



地球環境学校にてスライドを使った地域紹介



芋煮会場の古民家玄関



芋煮会で地元住民の紹介



集落散策・芋車の設置に挑戦



集落散策・縦井戸の見学



集落散策・椎茸のホダ木を見学



集落散策・気比神社見学



桑取川河口にて鮭漁の見学



古民家で地元住民と交流を兼ねた夕食



二日目 棚田説明



お茶飲みで中ノ俣の住民と交流



中ノ俣散策にて軒先の干し小豆



地元のお母さんの指導で郷土料理作り



ヌカ窯を使ってごはんを炊く



郷土料理体験 (カラアエ)



郷土料理体験（ケンサイ）



作った郷土料理を全員でいただく



わら細工体験



集合写真

(5) 参加者アンケートから

1.このツアーであなたにとって「この場所で特別なもの」になったことはありますか？

- ・昔のもの、伝統などをよく引き継いでいるところに感動しました。外国人として西洋人も東洋人もなかなか見られないものがいっぱいありました。提灯を持ちながら夜空の星を見上げたり、昔の建物と現代のものを組み合わせてオシャレなカフェなど。そして藁細工など、中国でも昔にありましたが、今はほとんど残ってなくて、やはり、表面的な観光ではなく、深いところの日本を分かりたい人にとって特別なところでした。
- ・人情が深いということは心の中に残っている。スタッフに皆様も（集落）地域の皆様も、明るく情熱を感じられました。こういう所は旅行の人にとって特別なことです。
- ・すべて素敵。自然、紅葉の色も南仏のようで印象深かった。30 数年の中で提灯を持って歩いたことが一番良かった。初めての経験が多かった。郷土料理作り、古民家体験などの日本の農家の文化が良かった。
- ・日本の農村文化が体験できました
- ・温泉が印象深かった。釣りはちょっと大変でした。地域社会の気風がよく、人々は礼儀正しい、誠意をもって接してくれました。

2.今回訪ねた場所を友達に薦めたいですか？ そうであれば、どのように紹介しますか？

- ・勧めたいと思います。“自然に帰る”ということで特に子持ちの友人に勧めたい。大都会で毎日追われている大人も子供もやはり、自然に触れながらのんびり過ごせる所がいいと思います。
- ・友人に勧めたいと思う。風土人情が一番勧めたい。あとは、景色がきれい、食べ物も美味しいです。
- ・勧めたい（すでにブログを更新した）。アドバンス向けのツアーをしてほしい。ディープに日本文化に触れ合う。豊かな自然の良さ（山も海も）+文化（集落）など。集落に入ったことが初めてだった。「集落文化」の実態に触れた感じがした。
- ・交通不便なので友人にはあまり勧められないと思います。
- ・ここの風土、人情、もてなし、美しい風景を友人に勧めたい。私たちのような高齢者にとって格好な旅行先です。

3.このツアーで不自由だったところがありますか？

提供されればよりよくなるサービス、必要のない要素があったら教えてください。

- ・特に不自由に感じたことはないです。2 で書いたように、子供がいる家族にいいと思います。もっと参加できるイベントが追加できたらと思います。例えば、芋掘り、釣りなど。
- ・ツアーについて、別に不自由に感じたことはないが、山、村落以外には海のところがまだ良さを感じてない。海のいいところをもっと紹介したほうがいいと思う。
- ・トイレとオムツ変え用のゴミ箱が少ない。朝、コーヒーがなかった。自由に行ける café があると良い。遊べる場所と移動を考えると小さな子連れには向いてないかも。個人では来れないところなので、このようにツアーにしてもらえると良い。
- ・ホテルに櫛がない（のが不便でした）。今回のツアーにはとても満足しています。
- ・足が弱い高齢者にとって難しいかもしれない活動内容がありました。総じて、今回のツアーにとても満足です。

4.旅をするとき、どのように情報を集めますか？

出発前と旅行中の主な情報収集の手段を具体的に教えてください。

- ・ 口コミ、インターネットで収集します。
- ・ 地球の歩き方、事前のネット情報収集（レストラン等の情報まで集めて booking）＋ 口コミ（現地の友人など）、自分のブログで質問する。
- ・ 主に子どもに調べてもらっています。
- ・ 主に友達の紹介。

5.今回のモニターツアーの感想や地域の人へのメッセージ

- ・ とても感動させてくれるツアーとなりました。大変ですが、地域活性化できるように役に立てればと思います。
- ・ すごく伝統文化を大切にしていることを感じ、古くからの生活の知恵を大切に、次の世代と海外に発信して欲しいです。
- ・ この地域の日本人はみんなとても親切でした。
- ・ この地域にいい発展がありますように！

6.今回のツアーの満足度

大変満足：1      満足：2      どちらでもない      不満      大変不満  
無記名：2

(6) 現地開催者からの所感（1～3はそれぞれに良かった点、悪かった点）

1.ツアーの企画、内容について

- 受入側として、娯楽を求めて参加する観光客ではなく、「地域を尊重し、日本文化の深いところを学ぶ意識のある人」に伝えるための企画、内容であったが、その点で高い評価が得られた。
- 今回はたまたま理解のある参加者だったので評価が得られたと思うが、受付の段階でその意識を確認することはなかなか難しいため、一歩間違えば利便性や学習要素の部分で、参加者のイメージとのギャップによるクレームにもつながりかねない。来て欲しいターゲットをピンポイントで呼び込むことの難しさを感じた。

2.参加者への広報、集客について

- × 今回は日本エコツーリズムセンターを通して首都圏での広報、集客とその効果を期待し、現場での広報の動きは当初行わなかった。しかし、予定されていたサイトへの掲載や、準備した広報媒体の利用もほとんどなかったため、〆切間際になって自分で声かけを行ったが、集客には至らず、主体的な動きが必要だったという反省点が残る。
- 首都圏方面での広報ツールを確保する課題がある一方、上越市内を広報で回る中で、日本在住の外国人から「友人が来日する際に、このようなツアーを是非紹介したい。普段は街場でない奥地は、交通手段が限られ、不安なので行くことができない。」「もう少し告知が早ければ、興味のある人がたくさんいたのに」という声が聞かれ、都心に向けた直接的な広報でなくとも、地方在住の外国人にうまく伝われば、集客につながる可能性を感じた。

- × 実施ぎりぎりまで参加者が集まらなかったことがあり、前述のターゲットとのギャップを妥協せざるを得なかったことや(大人向けのツアーだったが子供も受け入れた)、仲介者があることで参加者と直接連絡が取れず、コンセプトを伝える上では重要な役割を果たす広報媒体や詳細資料が参加者に直前まで届かなかったこと、参加者の詳細情報が当日までわからなかったことなど、かなりリスクのある集客だったといえる。

### 3.当日の運営について

- × 車での移動が多く、山道でもあるため特に子供が車酔いをし、行程にも影響が出た。見学場所を優先する部分と移動のバランスを考え、なるべく効率良い移動を考える必要がある。
- 想定していない子供を含む家族連れの参加で労力を割かれた部分が多かったが、全体的な行程にある程度の余裕をもたせていたため、予定を崩さず実施できた。
- 協力者として依頼した地元住民(15名程度)や関係各者には事前に十分連絡を取っていたため特に問題なく、地域に大きな負担をかけることなく実施することができた。

### 4.今後に向けて課題と展望

- ・費用対効果ならびに、労力に見合う成果(ツアーを通して地域のファンを増やし、外国からの再評価を受けることで、国内での文化・景観保全にも寄与する)がどれだけ見込めるかが今後の実施の鍵となる。今回のモニターツアーを受けて、実施における費用面、労力面の試算をした上で、以下、今後開発したいプログラムと合わせて検証を行う。

#### 【今後開発予定のプログラム】

##### ①子供、家族連れに特化したプログラム

→今回の企画は大人向けであったが、ニーズとしては「家族連れで楽しみたい」というものや「子供に体験をさせたい」という声があったため、もっと易しく、時間的にもゆとりのあるプログラムも準備したい。

##### ②海・山両方の自然と文化を体感できるプログラム

→今回は山間地域が滞在の拠点だったが、参加者からは「海も見たい」という強い要望があった。海即山というのがこの地域の特徴でもあるため、それを存分に活用できるものにする。

##### ③日帰り単位での現場受け入れのみのプログラム

→今後のツアー実施においては、旅行代理店や、旅行業取扱いの資格を持つ団体との連携の中での実施が現実的である。そのため、他のツアーの一部として組み入れてもらえるようなプログラムを準備する必要がある。

- ・今回、英語による案内や資料を準備していたが、参加者は在日の中国人で日本語でのガイドを希望されたこともあり、英語での案内についてのモニタリングや通訳が入った際の時間的なシミュレーションができなかった。スタッフが対応するには現段階ではかなりの不安があり、最低限の言語能力の習得や、通訳できる人材の確保が大きな課題である。

記入者：桑原 鉄太郎・河野 充美・三浦 絵里

(かみえちご山里ファン倶楽部)



## ★北海道モニターツアー

## (1) 実施概要

【日 程】平成 27 年 11 月 4 日（水）～11 月 6 日（金）

【参加費】無料

【宿 泊】村瀬農場、カントリーパパ（ファームイン）

【現地対応】NPO法人北海道ツーリズム協会 武田 耕次

【協力団体】NPO法人ねおす、株式会社北海道宝島トラベル

【設定料金】50,000 円

【概 要】食糧生産基地北海道。十勝地域の食物自給率は 1,200%あり日本の食卓を支えている。これらの畑は、大雪山・十勝岳連邦から太平洋に向かってなだらかに広がる十勝平野を開拓し、近代農業により発展してきた。これからは持続可能な社会に向けた環境に優しい取り組みがなされている。このツアーでは、十勝の自然と開拓の歴史に触れ、この土地に適した農業を理解する。更には十勝の人が描く持続可能な未来を共有する。旅のスタイルはコテージでの滞在型。1 グループ 1 コテージで、牧場での暮らしを体験し、牧場を拠点にテーマにあわせて鹿追町の各所をめぐる。

【目 的】ファームインの反応をみる。ストーリーが上手く伝わるかを検証する。地域DMOと広報DMOの役割分担とその成果を検証する。

## (2) 参加者ならびに同行者

## ○参加者

国籍	年齢	性別	続柄	備考
マレーシア	51	F	妻	ゼネラルマネージャー、広告業
〃	49	M	夫	マーケティングコミュニケーションコンサルタント
〃	57	F	姉妹	主婦
〃	64	F	姉妹	元看護婦長
〃	43	M	父	マネジメント
〃	42	F	母	主婦
〃	14	M	子	中学生
〃	10	M	子	小学生
〃	9	F	子	小学生

## ○同行者

- ・武田 耕次 氏（NPO法人北海道ツーリズム協会 理事長）
- ・川田 美沙 氏（株式会社北海道宝島トラベル）
- ・武田 恵 氏（株式会社北海道宝島トラベル）
- ・荒井 一洋 氏（NPO法人ねおす理事 / 日本エコツーリズムセンター世話人）
- ・伊藤 博暁（日本エコツーリズムセンター事務局）

(3) プログラム及び概要

◇1日目 (11月4日)

時間	場所	内容・説明など
09:30	札幌市内	前泊している各ホテルで5名をピックアップ
10:30	新千歳空港	空港で5名をピックアップ
10:30	バス	オリエンテーション <ul style="list-style-type: none"> <li>・自己紹介</li> <li>・3日間の日程の確認</li> <li>・ツアーの目的、注意事項の共有など</li> </ul>
12:00	そば屋「しかめん」	昼食 鹿追特産の蕎麦を味わう。名物「こぼ天そば」。自由に追加注文。
13:30	バイオガスプラント	<b>【レクチャー】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャガイモ畑、ビート畑。開拓の歴史（明治・昭和初期）。</li> <li>・日本の食糧基地北海道、効率的な大型農業での最先端。</li> </ul> <b>【バイオガスプラント見学】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・家畜の糞尿を使った発電施設。農業の副産物でエネルギー自給率を高め、持続可能な地域社会に貢献。</li> <li>・余熱を使ったマンゴー栽培、チョウザメ飼育で様々な活用方法を検討。十勝管内だけでなく研究事例としてそのモデルを全国で活用。</li> </ul>
17:30	大草原の小さな家	<b>【ウェルカムパーティー】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の農家さん、農業を支える行政の方、グリーン・ツーリズムで十勝の農業を世界に発信する北海道ツーリズム協会のメンバーが集まり、夕食。ジャガイモと放牧豚がメイン。ビートの天ぷら・きんぴらで十勝の農業を食した。</li> </ul>
20:30		<b>【チェックイン】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・カントリーパパと村瀬牧場のコテージに宿泊。</li> <li>・コテージの使い方レクチャー、翌日の予定確認。</li> <li>・各グループで思い思いに過ごす。</li> <li>・困りごと、質問などは各牧場で対応。手を掛け過ぎない。相談があれば応える方針で、ゲストの主体性に任せる。</li> </ul>

◇2日目 (11月5日)

時間	場所	内容・写真
～9:00	各コテージ	<b>【自由散策】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コテージの周りの牧場を自由散策。キャッチボール、写真撮影など思い思いに過ごす。</li> </ul> <b>【朝食】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・でーでーぽっぽのヨーグルトを出す。</li> </ul>
9:30	然別湖	<b>【バス内レクチャー】</b> ボレアルフォレスト 阿久津氏 <ul style="list-style-type: none"> <li>・十勝平野の全体像、開拓により多くの木が切られた。</li> <li>・明治時代の入植の頃の森を見に行き、原始の北海道をイメージする。</li> </ul>

		<p><b>【原始の森街路ウォーク】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 然別湖の特徴、トドマツの森、木と動物の関係について。</li> <li>・ ナキウサギ探し、雪あそび。</li> </ul> <p><b>【コーヒーブレイク】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 森で時間を過ごすと、森に慣れてくる。感性が開けてくる。この経験を繰り返して森とつながってほしい。森とつながると今まで気づかなかったが見えてくる。森から出ても同じ。様々なことに気づくだろう。午後は農業を深く体験する。この感覚を大切に農業に触れてほしい。</li> </ul>
11:30	三部牧場	<p><b>【バターとピザづくり】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ツリーハウスの下で牛乳を振ってバターを作る</li> <li>・ ツリーハウスの中で生地に食材を載せてオリジナル石窯ピザを作る</li> </ul> <p><b>【昼食と食後ののんびりタイム】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 羊と遊ぶ、薪を割る、ブランコ・ハンモックで過ごす、周りを散歩するなど、各自が自分の興味ある活動を楽しみ、牧場の暮らしを体験。</li> </ul>
13:30	村瀬農場	<p><b>【農業体験】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビートタッピング作業。（ビート堀りと葉っぱの切り落とし）</li> <li>・ 様々な用途のトラクターの見学、試乗。</li> <li>・ どこまでも続く防風林、十勝の農業についてのお話。</li> <li>・ そのほかの季節の農作物について。</li> </ul>
15:00	村瀬牧場	<p><b>【ビート糖蜜づくり】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビートの皮をむき、味見。</li> <li>・ 細かく刻んで薪ストーブで沸かしたお湯にかけて煮詰める。</li> <li>・ 薪割り、農家さんとの団らん。</li> <li>・ 砂糖がどのようにできるかを体験。出来るまでの行程を体験し、砂糖になるまでにどれほどの手間がかかるかを実感。</li> </ul>
16:00	コテージ	<p><b>【休憩】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各自のコテージで牧場の生活を楽しむ。</li> </ul>
17:00	カントリーパー	<p><b>【夕食】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 鹿追の食材でのディナー。</li> <li>・ お互いの経験を共有。</li> </ul>
21:00	コテージ	<p><b>【自由時間】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 星空観察</li> </ul>

## ◇3日目 (11月6日)

時間	場所	内容・写真
～9:00	各コテージ	<p>【自由散策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コテージの周りの牧場を自由散策。写真撮影など思い思いに過ごす。</li> </ul>
9:30	My Stable 大草原の小さな家	<p>【引き馬とトレッキング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・馬場で、馬の歩かせ方を学ぶ。</li> <li>・30分程度のトレッキングに出かける。</li> <li>・十勝平野の開拓に馬は深くかかわっている。60年前はほとんどの農家で馬を飼っていたが今はトラクターに変わった。このような歴史もあり、馬は地元の人に深く馴染んでいる動物である。</li> </ul> <p>【牧場散策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・豚や馬の見学。</li> <li>・十勝の農業は畑作だけではなく畜産も多い。</li> </ul> <p>【馬の道散策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・5km程度の馬の道を散策。</li> <li>・防風林の中を歩き、防風林の役割、牧草地や畑の植物を学ぶ。</li> </ul>
12:00	海老金	<p>【昼食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鹿追の食材を天ぷらにさせていただく。</li> <li>・3日間のふりかえり</li> </ul>
13:30	出発	札幌へ向かって移動
17:00	札幌市内	解散

(4) ツアー写真



十勝平野から見る大雪山国立公園



入植当時、馬を使った開拓の様子を説明



バイオマスプラント見学



発電の余熱を使った温水でチョウザメの飼育



村瀬農場のコテージにチェックイン



コテージの中でリラックス



鹿追の食材でウェルカムパーティー



出発までの時間、ゆっくりと散歩



大雪山国立公園・然別湖へ向かう途中



然別湖畔で大雪山の自然について学ぶ



残雪での雪遊び



初めての雪



予定コースが閉鎖のため道路を歩いた



三部牧場。ランチ会場はツリーハウス！



バターづくり



石窯ピザづくり。自分の好みのトッピングで



広大な畑の管理には様々なトラクターが活躍



ビートの収穫



十勝の農業を体感



収穫したビートを薪ストーブで煮詰める



My Stable でホーストレッキング



馬のいる生活は今も十勝に残っている



3日間のふりかえりと意見交換

(5) 参加者アンケートから

1.このツアーであなたにとって「この場所で特別なもの」になったことはありますか？

- ・ 1. バイオマス工場 2. バター作り この二つは私にとって特別です。  
他には美味しい郷土料理、素晴らしい英語ガイドさんです。
  - ・ ツアー全部がよかったです、特によかったのはバター作りと森や公園でのハイキングです。  
食事やコテージも素晴らしかったです！
  - ・ ピザをツリーハウスで作ったのが一番よかったことのひとつです。村瀬農場のコテージでのファームステイもスペシャルでした。テンサイの収穫は私の国では経験できないことです。このツアーは私たちを原点に立ち返らせてくれました。バイオガスは実に有益です。
  - ・ はい、いろいろな企画は楽しくて、興味深くてよかったです。いちばんよかったのはトラクターを運転したことです。
  - ・ ここで特別だったのは新しい友達ができたと、ガイドさんと自然の中を歩いたこと、雪で遊んだり馬に乗ったりしたことです。
  - ・ はい、乗馬したことです。とても面白くてワクワクしてすごかったです。
  - ・ 北海道の食べ物。いままで人生で食べたなかでいちばんおいしいカボチャ。地元産の本物の食材。360度の信じられないような風景。旅の企画全てを楽しみました。
  - ・ この旅で、日本、特に北海道における休暇の過ごした方についてとてもよい知識が得られました。北海道人のもつ天性のやさしさ、あたたかなおもてなしによって、素晴らしく爽快な体験をすることができました。新鮮な野菜を使ったほんものの農家料理はどれも美味しかったです。特にカボチャは最高でした。企画された全てを楽しむことができました。
  - ・ ツリーハウスとピザ作りがとてもよかった、バター作りも楽しかったです。自分の子供たちが楽しそうに木を切ったり、ブランコをしたりするのを見て不思議な気持ちになりました、「上質な時間」とでもいいでしょうか。
- ピザ作り大会のようなお楽しみをしたらいかがでしょうか（例えば、ピザを作ってからピザの説明（具材、デザイン、見栄えなど）をして点をつけ、勝った人がビールをもらえる、とか）。

2.今回訪ねた場所を友達に薦めたいですか？ そうであれば、どのように紹介しますか？

- ・ ツアー内のどの企画も友達にオススメできるものです。学べて楽しめるツアーだと紹介したいと思います。私はこのグリーンツアーで多くを学びました。
- ・ はい！ー湖畔や山、郷土料理、サッポロビール！ー  
屋外での活動と美しい景色。
- ・ もちろんです。  
1、フェイスブックに撮ってきた写真を投稿します。友達が見られるように。  
2、友達や家族に口コミで私の体験をシェアしたいと思います。
- ・ うーん、そうですね。ここで何を話したかを話したいと思います。
- ・ はい、お天気のこと、雪があること、楽しく過ごせて新しい友達ができること、日本の歴史や日本語が覚えられることをお友達に教えてあげたいです。
- ・ 北海道グリーン・ツーリズムはいいよ、お父さんやお母さんにもっと何回も連れてきてってお願いしたらいいよ、って教えてあげたい。
- ・ はい、もちろんです。フェイスブックに投稿して友達や親戚に私たちのこの旅行を写真で紹介したいと思います。



- ・はい、必ず友達や親戚に勧めて、北海道、特に人がどんなに素晴らしいかを伝えたいと思います。ソーシャルメディアを使います。
- ・はい、私はファームステイは忙しくてストレスのたまった親が子供たちと絆を確かめ合う時間を過ごすのにとっても向いていると思います。オーガニックフードや乗馬体験、バイオガス工場見学などとてもよかったです。(ビデオのストーリーは改善の余地あり、特に大事なところをパワーポイントでプレゼンするなど) ファームステイは若い人、大人、そしてお年寄りにみんなが楽しめるレジャーだと思います！

### 3.このツアーで不自由だったところがありますか？

提供されればよりよくなるサービス、必要のない要素があったら教えてください。

- ・これ以上に良くしようとするならば、歴史や訪問先について英語と中国語（北京語）の情報がもっとほしいです。
- ・英語の標識や説明書、通訳、地元のガイドが必要。
- ・唯一不便だったのは、機械類（電子レンジや洗濯機など）の説明書が日本語で書かれていたことです。提案：別に英語のマニュアルを準備する。
- ・おみやげ屋さん連れて行って、夕飯はもっと遅くしてほしい。
- ・十分に良かったです。もっとよくなると思います。
- ・英語はもっと大きな声ではっきりと。ごはんはもっと少なくてもいい。もっと写真を撮って。もっと一緒にいて、プリンとアイスとケーキをもっと食べよう！
- ・不便はありませんでした、素晴らしいツアーガイドさんでした。
- ・不都合なことなどありませんでした。すべてがほぼ完璧でした。期待はずれなことは思いつきません。めぐみさん、めぐみさん、みささん、その他のみなさんも。素晴らしかったです。
- ・説明書やメニューに英語のものがあればよかったです。あとはパーフェクトでした。  
提案：地元の珍しい植物がたくさんあったので、葉っぱを拾って葉にして参加者がおみやげに持ち帰るなんていうことも企画に加えてはいかがかと。朝食用にじゃがいも、さつまいも、トウモロコシをキッチンに置いておいてもらえれば、一泊以上滞在する場合、朝ごはんをいろいろとアレンジできると思います。

### 4.旅をするとき、どのように情報を集めますか？

出発前と旅行中の主な情報収集の手段を具体的に教えてください。

- ・主にインターネット経由、ie、グーグル検索。友人の体験談。
- ・ビジュアルツアーがとてもよいです。ie バイオマス工場見学／キャビア養殖／グーグルは私の友達／ユーチューブ／地図／SNS ミーティング／友人に聞く
- ・インターネットで情報を集めます。日本旅行のサイトや日本に来たことのある友達にきく。旅行パンフレットも役に立つ。
- ・情報は集めません。脳ミソが記憶します。
- ・お父さんとお母さん！
- ・ソーシャルメディア、フェイスブック、友達
- ・姉がすべての計画をやってくれました。めぐみさんとeメール、アプリと電話で。
- ・グーグルをチェック、トリップアドバイザーやホテルのレビューを見る、旅行代理店。たまにフェイスブックなど友達のオススメの口コミ。

### 5. 今回のモニターツアーの感想や地域の人へのメッセージ

- ・清潔で、きちんとしていて、親しみやすく。その良い仕事をどうか続けてください。
- ・素晴らしいツアーです！ エコツーリズムの考え方ー歴史、食べ物、エコの技術、未来の計画を紹介するーがとても気に入りました。この地をローカルなまま保ってください。観光客を受け入れるために変えたりしないでください。郷土料理、地元の習慣など。
- ・ワオ！ すごい！ 地元の方々は私たちを迎えるためにとてもいろいろやってくれました。本当にあたたかく、オープンで親切でした。この三日間、私はほんとうに、ほんとうに、幸せでした。
- ・農場はものすごく現代的で、私が思っていたのとはまったく違っていました。地元の方々は親切で、礼儀正しく、優しかったです。大好きです。
- ・はい、とても親切にしてくれて、助けてくれて、速くしゃべって、礼儀正しかったです。
- ・村瀬牧場のオーナー、ひろしさんへ。扇風機のスイッチをオンにしてくれたらと思います。お兄ちゃんに運転させてもらったトラクター、それからあなたが作ったかわいいコテージも大好きです。
- ・素晴らしかった。心優しく、フレンドリーで親切な、とても謙虚な人々。
- ・このツアーは私が経験した中でいちばんのものでした。さまざまな活動はよく計画され、いま北海道にあるものが見事に反映されていました。情報は老いにも若きにも十分でした。私が滞在したコテージは山の中の小さな村の、素晴らしく澄んだ空気の中にある、いわば「夢のコテージ」でした。優れた、優しい人々。彼らは素晴らしいし、そうであることを知ってほしいです。その姿勢を持ち続けてください。旅人はみな、それが嬉しいでしょう。わたしは旅行者がたくさん来て恵みを運び、あなたの農場をうるおすよう祈っています。
- ・村瀬ファームのやりかたは正しいと思います。彼はマレーシア人や香港人などを雇っていますが、それにより彼も家族も外国の人々が何を好み、好まないかを知る手がかりになっているからです。また、通訳の助けにもなり、彼はさらに外国からの旅行者を受け入れ、魅了できるようになっていきます。

### 6. 今回のツアーの満足度

大変満足：6      満足：2      どちらでもない      不満      大変不満  
 無記名：1

(5) 現地開催者からの所感 (1～3 はそれぞれに良かった点、悪かった点)

1. ツアーの企画、内容について

【よかった点】

- ・ バイオマス見学を入れることで、学習する楽しさを提供できたと同時に、農村の先進的な取組を紹介することができた。
- ・ 旅程の内容が、詰め込みすぎず、かつ間延びすることもなく、心地よく過ごしてもらえる時間割になっていた。それぞれの訪問場所でゆっくりと過ごすことができたので、農村の生活の一端を体感・理解していただけた。
- ・ 宿泊場所であるカントリーパパおよび村瀬ファームのコテージが設備・ロケーションとも素晴らしく、宿での休憩時間すら楽しんでもらえた。
- ・ 直前の台風による然別湖トレッキングコースの変更や、最終日に時間の余剰が生まれた際に急きょ近辺の散歩道や地元のケーキショップへ案内するなど、臨機応変な対応ができた。

【悪かった点】

- ・ 11月の実施だったため、収穫体験に甜菜畑を訪れ甜菜シロップの作り方を簡単にレクチャーしたが、本来の楽しみ方である「自分で採ったものをその場で味わう」体験ができなかった。
- ・ 子供を含む5人家族と、大人のペアが2組という組み合わせだったため、体験プログラムが子供中心になってしまう場面があった。
- ・ 宿やレストランに英語表記がなかった。今回のツアーはスタッフも多くフォローできたが、個人で訪問した場合にどう対応するかが見えず、再訪や知人への紹介の際に、不安要素となったかもしれない。
- ・ 参加者の一人から事前にナッツアレルギーの申告があったにもかかわらず、現場でナッツ入りのパンを提供してしまった。ナッツアレルギーは重篤な症状を引き起こすこともあるため、今後はより慎重な対応が求められる。

2. 参加者への広報、集客について

【よかった点】

- ・ 自社サイトとSNSを活用することで期間内に必要数を集めることができた。

【悪かった点】

- ・ 募集期間からツアー開始日までの期間が短く、仕事の休みが取れないからと諦める申込者が複数いた。また、一般応募のみで集めるべきなのか、クチコミ力を重視して情報発信力のある人に声掛けするべきなのか、ターゲットの選定が曖昧だった。(最終的には一般応募のみで選考)

3. 当日の運営について

【よかった点】

- ・ コーディネーターの武田氏の手配および当日のマネジメントのおかげで、ストレスなく旅程を進めることができた。
- ・ 通訳案内士を含めスタッフ5名でアテンドし、うち4名が英語スピーカーだったため、それぞれの参加者によく目が行き届き、お客様との距離が縮まった。
- ・ 参加者全員が「このツアーを楽しもう」というポジティブな姿勢でいたため、現場の一体感を生み出すことができた。

## 【悪かった点】

- ・甜菜シロップの作り方をレクチャーする際、肝心の収穫した甜菜を畑に忘れてきてしまった。

## 4. 今後に向けて課題と展望

## 【課題】

国内有数の食料生産基地である十勝に位置する鹿追は、広大な畑を有し、北海道内での農村体験にふさわしい土地である。町からは十勝連峰が臨めるほか、今回トレッキングを実施した然別湖は、湖上露天風呂が登場する冬のイベント・然別コタンで近年海外でも知名度を上げている。町内には宿泊場所が乏しいが、設備の整ったログハウスやツリーハウスを宿として提供する有志がおり、車で 30 分足らずの新得町には温泉宿もある。その他、本格的な犬ぞり、乗馬、熱気球など人気の高いプログラムも催行可能で、観光素材には非常に恵まれている。しかし、鹿追町の知名度は低く、町内では英語による案内がほとんど見受けられない。また、目玉となる体験プログラムを通年で有することから、体験プログラムの前後に 1、2 泊してもらうような誘致も考えられるが、この場合は旅行者にある程度自主的に動いてもらえるよう、多言語の周辺地図やレストランメニューを用意したい。

すでに販売できる商材がある程度揃っている鹿追町の今後の課題は、海外に向けた PR と受け入れ態勢の整備である。

## 【展望】

宿泊を伴う農村体験に関しては、趣旨に賛同したお客様のみを迎えて丁寧にケアするようなツアーを主としたい。受け入れる人数は制限されるが、鹿追町のファンを確実に育成することで、その口コミと農村体験の内容に共感した人が鹿追町を目指して訪れるような仕組みが、息の長い集客に繋がるように思う。

ターゲットとしては、公共交通機関が不便な土地柄であるため、特に雪のないシーズンにはレンタカー利用者も視野に入りたい。また、レンタカー利用者にはリピーターが多く、より深く北海道を知ることができる農村体験に興味を持つ可能性が高い。ただし通訳者が同行しないため、宿、店舗、レストラン等における英語の案内を充実させることと、問題発生時の対応についての準備が先決である。

情報発信の方法としては、独自のサイトのアクセス増には多大な時間と労力を要するため、TripAdvisor 等外部サイトに露出し、別途独自のサイトに詳細な情報を掲載する方法が望ましい。尚、インバウンド客に対しては、アクセス情報を充実させることを忘れてはならない。また、体験旅行は国内・国外を問わず今最も注目を集めている商材であるため、旅行会社を通じた集客も効果的だと思われる。その際旅行会社は、闇雲にツアーを売ることがせず、顧客のニーズと鹿追のツアー内容のマッチングを見極め、ツアー中にインバウンド客・現場スタッフ双方が戸惑うことのないよう、細心の注意を払うべきである。

記入者：川田 美沙（株式会社北海道宝島トラベル）

## ★白杵モニターツアー

## (1) 実施概要

【日 程】平成 27 年 11 月 6 日（金）～11 月 8 日（日）

【参加費】無料

【宿 泊】吉四六さん村グリーン・ツーリズム研究会 農泊家庭

【現地対応】うすきツーリズム活性化協議会

【設定料金】50,000 円

【概 要】白杵市野津町では昔から生活の中に竹の存在があった。しかし近年では活用する人々も減少しており、町内の竹林も荒廃が進んできている。猪や鹿の増加の影響で、竹の子が食べつくされてしまい、竹林が消えている地域も生まれている。そのような環境を危惧し、現在グリーン・ツーリズムメンバーを中心に、竹の活用を見直そうという活動が少しずつ広がってきている。さらに野津町の山間部に位置する西神野（にしかみの）地区では、その昔、竹工芸品の製造など竹を収入源としていた歴史もあり、今でもなお地域の人々にとって竹は近く尊い存在である。また竹文化の象徴として、毎年 11 月に開催される竹活用のイベント「うすき竹宵」では、城下町周辺に約 2 万本の竹灯籠が並べられ、幽玄な竹灯りに照らされていた昔ながらの街並みを楽しむことができる。竹イベントとしては全国に先駆けて始めており、竹灯りイベントのパイオニアとなっている。今回の旅では竹を通して様々な文化、そこで生きている地元民の熱い心に触れ、この地域ならではの暮らしを体感できる内容とする。

【目 的】外国人受け入れ体制の可能性を探るため、実際のツアーを想定してモニターツアーを催行する。これまでにつながりのある京都のインバウンド専門旅行会社『日本の窓』にも協力を仰ぎ、送客サイドの意見も参考にしつつ、実際の個人旅行客のツアーに盛り込める内容であるかを確認する。また今回のモニターツアーを通して、地域内での新たな繋がりを構築し、外国人受入のみにとどまらない関係性を築く。

## (2) 参加者ならびに同行者

## ○参加者

国籍	年齢	性別	職業	備考
中国	40	F	旅行会社役員	ファミリー①
イスラエル	12	F	中学生	
イスラエル	7	F	小学生	
ドイツ	46	M	会社役員	ファミリー②
イタリア	44	F	建築士	
ドイツ	12	F	中学生	
ドイツ	9	F	小学生	
オランダ	42	M	会社員	ファミリー③
オランダ	39	F	会社員	
オランダ	7	M	小学生	
オランダ	5	F	幼稚園	

台湾	47	M	日本画家	ファミリー④
台湾	39	F	主婦	
台湾	12	M	中学生	

## ○同行者

- ・小嶋 佳希 氏（臼杵市役所 地域振興部 市民生活推進課 総務調整グループ）
- ・福井 隆（東京農工大学 / 日本エコツーリズムセンター理事）
- ・梅崎 靖志（日本エコツーリズムセンター共同代表理事）

## (3) プログラム及び概要

## ◇1 日目（11月6日）

時間	場所	内容・説明など
14:00	ほんまもんの里農業推進センター	<p>参加者集合 オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歓迎の言葉、配布資料の確認</li> <li>・エコツーリズムセンターより事業の説明</li> <li>・スタッフの紹介、参加者自己紹介</li> <li>・スケジュール、ツアー目的の説明</li> <li>・臼杵市の簡単な紹介</li> <li>・注意事項</li> <li>・吉四六さん村グリーン・ツーリズム研究会農泊家庭の紹介 【吉四六さん村グリーン・ツーリズム研究会】</li> <li>・2002年よりグリーン・ツーリズムの取組を行ってきた地域の任意団体。</li> <li>・メインの取組は農村民泊体験だが郷土料理作りや地域の素材を使ったものづくり体験、農作業体験なども提供している。</li> <li>・平成26年度は年間約1700名の来訪者があり、そのうちの約半分が外国のお客様である。</li> <li>・学生団体の受入も多く、各農泊家庭のオリジナルの体験を提供し、農村の暮らしを来訪者に知ってもらおう取組も行っている。</li> </ul>
15:00	移動	各農泊家庭の車で各自帰宅
15:30	各農泊家庭	<p>各家庭での体験 【竹細工体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1つの家庭では竹で一輪挿しを作る体験。</li> <li>・2つの家庭は地域で竹細工を行っている広瀬さんという方の元を訪れ、竹ひごの籠作りを体験。広瀬さんは約10年前から竹細工に取り組み始め、別府市などで経験を積んだ方で、現在は趣味の範囲で竹細工に取り組んでいる。</li> </ul>
17:00	各農泊家庭	<p>夕食の準備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・夕食は持ち寄り料理を囲んでの交流会のため、各農泊家庭で郷土料理作り体験を行い、その料理を持ち寄って交流を行う。</li> </ul>

18:00	移動	各農泊家庭の車で交流会会場へと移動
18:30	へもどっちき亭	<p>参加者、農泊家庭が一同に会しての交流会 終盤にはへもどっちき亭のおばあちゃんが舞踊を披露</p> <p><b>【へもどっちき亭】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今回の会場は農村民泊体験を提供している家庭の1つ。</li> <li>・「へもどっちき亭」とは農泊家庭の屋号。吉四六さん村グリーン・ツーリズム研究会の農泊家庭は各家に屋号を設定している。 「へもどっちき亭」の意味は臼杵の方言を活用した屋号。“へもどる”が“戻る”という意味で、『またいつでもここに帰ってきてね』という意味を込めている。</li> </ul> <p><b>【料理内容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・柿なます、里芋の煮物、カボチャサラダ、鶏天、白菜鍋、サツマイモケーキなど地元食材と旬の野菜を活用したものがメイン。</li> </ul> <p><b>【へもどっちき亭のおばあちゃん】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在 82 歳で詩吟や舞踊、ゲートボールなど多彩な趣味を持っている。郷土料理も得意。</li> <li>・外国の方が泊まりに来ることを伝えたところ、それならばぜひ踊りを披露したいとのことで、お願いをした。</li> </ul>
20:20	へもどっちき亭	おばあちゃんの舞踊の後に全員で記念撮影 終わりの言葉
20:30	移動	各農泊家庭の車で帰宅
21:00	各農泊家庭	入浴、就寝

◇2 日目 (11 月 7 日)

時間	場所	内容・写真
8:00	各農泊家庭	朝食
9:30	移動	各農泊家庭の車で西神野地区に移動
10:00	西神野地区ふれ愛センター グラウンド	<p>西神野地区の人々と竹を通して交流をする</p> <p><b>【西神野地区】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・臼杵市野津町の山間部に位置する集落。現在は人口約 100 名、高齢化率約 50%。</li> <li>・昔は竹細工や炭焼き、林業で生計を立てていた。竹細工は竹かごなどを製作し、業者に買い取ってもらい、その竹かごは船で関西方面に運ばれていた。</li> <li>・時代の流れと共に、竹かごの製造数は減少し、竹細工の会社も無くなってしまったこともあり、現在は竹かごを作れる人はほぼいなくなりました。</li> <li>・西神野地区は獣害被害も多く、猪が竹の子を食べつくしてしまったため、竹林もほぼ消滅してしまいました。</li> </ul> <p><b>【西神野地区ふれ愛センター】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・廃校となった小中学校の利活用として、数年前に市が整備をした</li> </ul>

		<p>交流センター。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・集会室、調理室などが整備され、現在では地域の老人クラブの方々の集まりや地区の行事などを行う大事な拠点となっている。</li> </ul> <p>【体験内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西神野地区の人々が各人得意とする体験を提供。</li> <li>・竹箸作り、竹かご作り、竹コップ作り</li> </ul>
11:00	西神野地区ふれ愛センター調理室	<p>竹細工と並行して、地区のお母さんたちと一緒にだんご汁作り、昼食作り体験</p> <p>【だんご汁】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大分県に伝わる郷土料理。</li> <li>・汁に入れるだんごは小麦粉を練ったもので、この地区ではその団子を細長く手で伸ばして入れる。(きしめんのようなイメージ)</li> <li>・根菜を多く使うため、秋口からよく食べられている。</li> </ul> <p>【昼食作り】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西神野地区名産の椎茸を西神野地区作った炭で直火焼きにする</li> <li>・竹で作った器に各料理を盛りつける</li> <li>・筒状の竹の中に野津地域で作られた日本酒を入れて火にくべて温める『かつぼ酒』作りも体験</li> </ul>
12:30	西神野地区ふれ愛センター集会室	<p>西神野地区の方々との交流会</p> <p>【交流会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・バイキング形式で中央に料理を並べ、周りにテーブルを並べて食事をとりながら交流を行う。</li> <li>・野津地域で作られた日本酒も一緒に並べる。</li> <li>・老人クラブの寄り合いなどでも同様の交流会を良く行うとのことで、この交流会では日頃の暮らしの中にある地域の和気藹々とした雰囲気を感じてもらおう。</li> <li>・竹を使った器、竹に入れて温めるかつぼ酒で食事の場面でも竹を利活用。</li> </ul>
14:00	移動	徒歩でふれ愛センターから久保ん谷湧水へ
14:15	熊野神社	<p>久保ん谷湧水へ移動する途中で熊野神社を通過</p> <p>【熊野神社】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西神野地区にある地区の方々大切に管理をしている神社。</li> <li>・神社の上部と下部に 2 つ鳥居があり、鳥居から入り、鳥居から出ていくルート。</li> <li>・神社に向かう参道の途中に樹齢約 900 年（地区の人の推測）の大きな杉の木がある。</li> <li>・参道より谷間に流れる川を眺めることができ、とても神聖な空気の中の散策を楽しんでもらう。</li> </ul>
15:00	久保ん谷湧水	<p>久保ん谷湧水にて日本酒とお団子を手に休憩</p> <p>【久保ん谷湧水】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西神野地区に湧き出ている水源。地区の方々の日頃から管理され</li> </ul>



		<p>ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・湧水から竹を通して水が流れており、そのまま飲用も可。</li> <li>・湧水の側には川が流れており、浅瀬もあるので、夏の間などは子どもたちの遊び場になるなど、避暑地として親しまれている。</li> </ul> <p>【大吟醸“龍梅”】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・野津町の酒造会社「藤居酒造」が作っている日本酒。</li> <li>・久保ん谷湧水の水を利用して作られている。</li> <li>・久保ん谷湧水の水をまず飲んでもらって、日本酒を試飲。</li> </ul>
16:00	移動	タクシーで久保ん谷湧水より臼杵市中心部へ
16:30	臼杵市中心部 竹宵会場	<p>うすき竹宵を散策（フリータイム）</p> <p>【うすき竹宵】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎年 11 月の第一土日に開催されている竹明かりイベントで今年 19 回目の開催。</li> <li>・大分県では竹灯りイベントがいくつか開催されているが、うすき竹宵は最初に竹ぼんぼりを並べ始めたということで竹灯りイベントのパイオニアとなっている。</li> <li>・竹を切り出して、竹ぼんぼりや竹灯籠をボランティアの方々が作成し、臼杵市内の城下町一帯に約 2 万本設置して火を灯し、竹灯りに照らされる城下町を楽しめるお祭り。</li> <li>・臼杵に代々伝わる般若姫伝説に基づき、煌びやかな着物に身を包んだ行列“般若姫行列”もみることができる。</li> </ul>
19:30	移動	タクシーで臼杵市中心部より野津中央公民館へ
20:00	移動	各農泊家庭の車で野津中央公民館より農泊家庭に移動
	各農泊家庭	入浴、就寝

◇3 日目（11 月 8 日）

8:00	各農泊家庭	朝食
	移動	各農泊家庭の車で野津中央公民館へ移動
9:30	野津中央公民館	<p>アンケート記入</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・滞在中の写真をスクリーンに映し、ツアー内容を振り返り。</li> </ul>
10:00	野津中央公民館	<p>振り返り</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・最初に全員に感想を話してもらう。</li> <li>・その後、臼杵市に滞在してみて気づいた点、今後にかけるアイデアをディスカッション。</li> </ul>
11:30	野津中央公民館	解散

(4) ツアー写真



オリエンテーション



家庭別体験【竹細工体験】



家庭別体験【竹馬遊び】



1日目の夕食準備



1日目の交流会



1日目の交流会料理



1日目交流会での舞踊披露



西神野地区の説明

事業報告 4-4. 白杵モニターツアー



竹かご作り体験



竹コップ作り体験



地元ケーブルテレビの撮影



郷土料理作り体験



椎茸の炭焼き体験



2日目交流会の料理



西神野地区の方々との交流



西神野地区の方々がお見送り



熊野神社入口の鳥居で神社の説明



熊野神社に向かう途中の洞窟



熊野神社に向かう途中の大杉



久保ん谷湧水付近を散策



久保ん谷湧水を直接飲む



湧水を使った地元の日本酒を試飲



久保ん谷湧水で記念撮影



竹宵会場の説明



竹宵会場を散策



3日目の振り返り



農泊家庭とのお別れ



解散後のお見送り

(5) 参加者アンケートから

1.このツアーであなたにとって「この場所で特別なもの」になったことはありますか？

- ・まずなにより、素晴らしい三日間を過ごさせていただき皆さんのおもてなしに感謝いたします。
  - 1、ホストファミリーが素晴らしかった！心からくつろぐことができ、特にうちの子どもたちが本当に楽しんでいました。
  - 2、地元のお食事がおいしかったです！初日の夜は夕食も踊りも、なにかも最高でした。
  - 3、竹ツアー、素敵でした。地元の方々のおもてなし、お昼ごはん。すべてがよかったです。
  - 4、森を通ってお寺を訪れるツアーが楽しかったです。
  - 5、ひとことで言うなら、素晴らしい三日間でした。
- ・私のホームステイのご家族がとても親切で、文化のことを教えてくださいました。この地域では竹をじつにさまざまな方法で利用していて、特産品です。
- ・竹細工、だんご汁作り、ホストファミリー。
- ・今回私は初めてオーガニックな生活を白杵でやってみました。白杵では町なかには感じることのできないなにか特別なものをたくさんいただきました。白杵は素敵な場所でしたのでまた来て楽しく過ごしたいです。ホストファミリーのみなさん、ありがとうございました。
- ・私はホストファミリーのお家において故郷に帰ったような気持ちになりました。たぶん季節の果物、柿や花を見てこのような気持ちになったのだと思います。この初めてのホームステイの経験はとても面白かったです。日本語の学習はとても複雑ですが、ホストファミリーのあたたかい歓迎のおかげで自分の気持ちを日本語で表現することができました。
- ・竹
- ・私にとって一番特別なのは、ホストファミリーからたくさんのお話をうかがうことができたことです。特に踊りも詩を読むこともできる 83 歳の女性の精神には感動しました。

- ・ 5年以上日本に住んで、日本や日本人のことはかなりわかったと思っていました。しかしながら、この場所では簡潔に言えば「真の日本を体験する」ことができます。とてもあたたかく愛情深い雰囲気の中、日本文化と呼べるたくさんものものごとに触れることができました。

## 2. 今回訪ねた場所を友達に薦めたいですか？ そうであれば、どのように紹介しますか？

- ・ 必ず友達に勧めたいと思います。すでにフェイスブックで私の体験してきたことをシェアしました。子どものいる家庭にとってここは休暇を過ごすのに最適な場所です。自然、家族、文化。日本文化を体験できます。
- ・ ホームステイをすると日本語や日本文化が学べること、これは臼杵について勉強できるネイチャーツアーだということをお伝えします。
- ・ フェイスブックや SNS で勧めたいと思います。
- ・ 台湾と日本の友達に、臼杵は良いところで、当地のオーガニックな生活はとても楽しいことを伝えたいです。臼杵には三万人が住み、皆が毎日料理をしていると思いますが、臼杵のことをよく知らない人が多いと思います。(?)
- ・ 私は友達に素晴らしい景色やおいしいオーガニック料理を勧めたいと思います。ですからフェイスブックの日記で次に臼杵に行ってみたい人がいるかを聞き、彼らと共にまた訪れたいです。
- ・ はい、ここは美しい自然、日本の日々の暮らし、そして普通の日本の人々に会える場所であると伝えます。
- ・ 必ず伝えます！ おおげさなアトラクションは期待しないで、そういうものはないから。個人の生活や地域の活動にとっても深く、しっかりと関わるつもりで来てください。この訪問が長いこと心に残るようになる、ちいさなきらめきにたくさん出会えることでしょう。

## 3. このツアーで不自由だったところはありますか？

提供されればよりよくなるサービス、必要のない要素があったら教えてください。

- ・ 街中を歩くツアーがあったらよかったです。見るべきもの、行くべき場所、買うべきものがたくさんあるでしょうから。
- ・ たまに話が長いと感じました。すべての詳細を伝える必要はないかもしれません。日本語があまり話せない家族には、重要単語や写真ののった絵本のような小冊子があれば、互いに理解しあえてよいと思います。
- ・ 自由時間をもうちょっと短くしてもいいと思う。
- ・ 臼杵については2つのオプションを提案したいです。
  - 1、電車の駅、バス、舟がもっとあればより快適で楽しい旅ができる。
  - 2、買い物のためのスーパーや運動場がもっとあるとよい。
- ・ 日本語をもっと書くことができれば、食べたもののレシピを全部書くことができたのと思います。食事のすべてがおいしかったので、書ければよかった、と。(日本語で読めた方が良いでしょう)
- ・ 待ち合わせ場所までの交通手段が大変だった。
- ・ ホストファミリーのための「おみやげ」を持っていかなかったこと、これがこの旅の私たちの失敗かな。

#### 4. 旅をするとき、どのように情報を集めますか？

出発前と旅行中の主な情報収集の手段を具体的に教えてください。

- ・普通はインターネット、雑誌、友達から情報を集めます。ホテルはブッキングドットコムで予約し、訪問先にはトリップアドバイザーを使います。トリップアドバイザーには吉四六の里を強く勧めたいと思います。里やグリーン・ツーリズムの宣伝になるでしょう。
- ・私は情報を実際体験してみます。ものを作ったり、地元の方と話すのは楽しいです。建造物を見たり、その地域を知っている人たちの話を聞くのが好きです。
- ・人に聞く、体験する
- ・その場所に行ったことのある知り合いに聞きます。また、ホームページやトリップアドバイザー、日本語のガイドのホームページやブログなど、ネットサーフィンでチェックします。もし自分がヨーロッパにいたら、本屋さんで歴史や文化を調べると思います。
- ・人に聞く、調べる
- ・インターネットと旅行ガイドブック、地域のオフィシャルサイトのチェックが主な方法です。
- ・ロコミ、パンフレット類、インターネット

#### 5. 今回のモニターツアーの感想や地域の人へのメッセージ

- ・日本が大好きです。美しく、文化が豊かで親切な方々がたくさんいます。私たちは「文化」「自然」「子どもたちが楽しめる場所」に惹かれます。私たちがお世話になったホストファミリーは子どもたちをととても楽しませてくれました。彼らが言うには「おばあちゃんちみたい」だったそうです。
- ・それぞれの街によって文化がとても異なるということ。言語、日本語を理解すること。
- ・文化、そこに住み人々。
- ・神道。茶室。木造建築。藁ぶき屋根。  
神道のお家にステイして、興味深いお話を聞いたのがとてもよかったです。
- ・文化、道具、歴史
- ・美しい自然と地域の文化
- ・訪れた先やイベントとつながる特別な思い出として自分の中に残るなにかを見たりやったりすること。

#### 6. 今回のツアーの満足度

大変満足：7      満足：1      どちらでもない      不満      大変不満

(6) 現地開催者からの所感 (1~3 はそれぞれに良かった点、悪かった点)

1. ツアーの企画、内容について

【よかった点】

- ・今回は竹宵の時期に合わせた開催となったため、竹をテーマとおいたことはとてもよかった。
- ・これまであまり深く関わることのなかった西神野地区の人々に協力をいただいたことで、新たな繋がりが発生し、今後の臼杵市での取組の幅が広がる可能性がある。
- ・人の温かさを一番に伝えたい部分があり、2泊農泊家庭での農村体験を含めてみたが、予想以上の感動と称賛の意見をいただき、農泊家庭の方々も自信を持つことができた。
- ・ゆとりを持ったスケジュールにしていたため、ツアー中は特に慌てることなく、ゆったりとした臼杵の時間を感じてもらえたのではないと思う。
- ・2日目のうすき竹宵会場ではフリータイムで、会場は人であふれるため、子どもたちが迷子になる可能性があった。そのため子どもたちに迷子カードを持たせて、もし迷子になったときは近くの大人にカードを見せるように説明したところ、実際に迷子になってしまった子が実践していた。そのときはすぐに見つかったが、今後も必要な取組だとの意見があった。

【悪かった点】

- ・解散日に参加者の解散後のスケジュールに余裕がなく、お別れの際にばたばたとなってしまった。
- ・あまり難しい竹細工体験を含めると、教える人数がごく少数になってしまい、参加者の数人は待ち時間が発生してしまうため、切り出しなどの作業からトータルで竹を感じてもらう内容にして、体験内容自体はごく簡単なものにした方が、意義があるように感じた。
- ・竹細工体験の際の危機管理にはより配慮が必要。刃物や機械を参加者が使う際には必ず指導者がそばについて離れないようにするということの徹底が必要。

2. 参加者への広報、集客について

【よかった点】

- ・日本の窓さんに協力依頼をしたところ、快く引き受けていただき、すぐに参加者が集まったため、これまでのつながりを活かすことができた。

【悪かった点】

- ・日本の窓以外の外国人の方々へ情報が届いていたのかが不明。日本の窓さん以外からの申し込みはゼロだった。

3. 当日の運営について

【よかった点】

- ・関係各団体、臼杵市役所の方々が一括的に協力してくれて、スムーズな運営が可能となった。
- ・地元タクシー会社とも連携し、移動もとてもスムーズに行うことが出来た。

【悪かった点】

- ・記録を写真のみでしか撮っていなかったため、映像素材がなかった。
- ・西神野地区に到着後に不足物があったため、片道 20 分程かけて買い出しに行くことになってしまった。



## 4. 今後に向けて課題と展望

## 【課題】

臼杵市は素材は十分にあるものの、うまくつなぎ合わせることがまだまだ出来ておらず、それぞれの内容はとても良いとの感想があったが、統一したコンセプト・テーマ設定がまだ確立していない。また、街中には日本語の案内しかなく、駅に着いた外国の方が迷ってしまう恐れがある。

農村民泊についてはとても高評価であったが、忙しくなってしまうとこの良さが薄れてしまう恐れがあるため、忙しくなりすぎないようにとの意見があった。集客と現地の受皿との調整や受入対応の可否判断など、今後ますます重要になると予測する。体験に関しては、プログラム化などされていないため、現時点ではオプション商品としては売り出せていない。

Webでの情報発信はかなり遅れており、せっかく来たのに友達に勧められないとの指摘があった。

## 【展望】

臼杵特有のゆっくりした時間の中で、臼杵の魅力を体感してもらえよう、無理のない受入が出来る体制作りを進めていき、農村民泊に滞在した時には本当の家族と思ってもらえるような心のゆとりを持った受入を大事にする。体験に関しては、季節ごとに応じた一覧表などを作成し、実施可能な条件などを整理して、プログラムとして販売していくように整備を進める。

Webでの情報発信は今後とても重要になると捉え、トリップアドバイザーやFacebookなどをより活用し、実際に訪れた人が口コミを投稿してもらえるように誘導するなど、臼杵の来訪者にも広報面で協力してもらえるようにすることが重要。

今回、さらに繋がりが深くなったインバウンド旅行会社の日本の窓と、今後もより一層連携を図っていき、来訪者のニーズをくみ取った受入態勢を構築。一度訪れた人がまた来たい、ぜひ知人にオススメしたいと感じてもらえるプログラムを日本の窓と協力して作っていくことで、現在の価格設定や内容について、旅行のプロからのアドバイスをもらえる機会を活用する。

記入者：小金丸 麻子（うすきツーリズム活性化協議会）



## ★美山、与謝野モニターツアー

## (1) 実施概要

【日時】平成27年2月19日（金）13:00～2月21日（日）17:00

【参加費】10,000円（宿泊費、食費として）

【宿泊】1泊目 田歌舎（京都府南丹市美山町田歌上五波1-1）  
2泊目 かや山の家（京都府与謝郡与謝野町字温江1401）

【現地対応】野生復帰計画（与謝野町観光協会）

【設定料金】50,000円 ※2泊6食・通訳付、交通費別（実費から算出）

【概要】京都では、短期日本滞在の外国人をターゲットにして、美山町（森の京都）と海の京都のグリーン・ツーリズム、暮らし体験複合メニュー企画、実施予定。美山町では、猟師とともに山野を歩き、雪山での暮らしと狩猟を体験し、地元食材を食すること中で参加者が出会い、学ぶ活動とする（昨年度も実施）与謝野町では、「織物」「造り酒屋」といったモノづくりのある生活に触れる活動を実施する。

【目的】地域で予約・問い合わせ、調整等を担う窓口づくり、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カ所）26年度に引き続いて、地域の受入プログラムの企画造成を地域とともに丁寧に進め、その検証としてのモニターツアーを実施。外国人の視点から、アドバイスを引き出すものとする。今回は、特に受入団体としてのDMO機能拡充を重視。すでに機能しているところ以外は、協働による育成を心がける。また集客についても事後の実践に活かせるよう、地域に合わせて予め外国人集客ができるメディアとの連携をとるものとする。加えて、地域の良さ、特徴を伝えるための戦略的事業コンセプト整備、地域の人気コンテンツの確立とブラッシュアップを重点目標とする。

## (2) 参加者ならびに同行者

## ○参加者

国籍	年齢	性別	職業	備考
インドネシア	21	F	学生	ハラル
インドネシア	20	M	学生	
ニュージーランド	44	F	自営業	
イスラエル	37	F	博士課程学生	
日本	40	F	旅行代理店	
オーストラリア	24	M	ツアーデザイナー	
アメリカ	30	M	旅行業	

※全体で15名の応募があったが、申込後のキャンセルが発生し7名の参加となった。

## ○同行者

- ・福井 隆（東京農工大学 / 日本エコツーリズムセンター理事）
- ・伊藤 博暁（日本エコツーリズムセンター事務局）

(3) プログラム及び概要

◇1日目 (2月19日)

時間	場所	内容・説明など
13:15	京都駅	参加者集合・点呼 (※参加者が 15 分遅れたため)
13:20	バス移動	車内でオリエンテーション
15:00	かやぶきの里	<p><b>【かやぶきの里】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・美山町を含めた 5 つの地区が 2006 年に合併して現在の南丹市へ。</li> <li>・かやぶきの里のある北村地区は 50 戸中 38 戸が未だにかやぶき屋根の家に住んでいる。</li> <li>・かやぶき屋根のふき替えは 20~30 年ごと。1 面ずつ行う。</li> <li>・かやぶき職人は美山に 2 軒しかない。</li> <li>・昔は地元のかやを使っていたが、現在では他の地域から持ってきている。</li> <li>・30 年前にかやぶき屋根保存の声が上がったが、それに乗ったのは北村地区だけ。現在では美山に来る観光客のほとんどがまずここに来る。</li> <li>・1993 年に国の重要伝統的建造物群保存地区に指定されている。</li> </ul>
15:20	バス移動	
15:40	八坂神社	<p>旅の安全祈願のため、神社へお参り。 参拝の仕方や地域の信仰について話を聞く。</p> <p><b>【八坂神社】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・この地区の山の神様は女神であり、毎年、7 月 10 日前後のお祭りの際には男性が女装して舞を舞う。</li> </ul>
15:55	バス移動	
16:00	田歌舎	<p>チェックイン 田歌舎の自給的な暮らしを紹介。</p> <p><b>【田歌舎の自給的な暮らし】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・水は山の湧水を引いてきて、タンクで寝かせて使用。</li> <li>・葉物の野菜はハウスで育てている。</li> <li>・お米や野菜は貯蔵庫で保管。</li> </ul> <p><b>【鹿の解体】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・後ろ脚を片方吊るし、後ろ脚から頭に向かって皮を剥いていく。</li> <li>・関節にナイフを入れながら部位ごとに解体。</li> <li>・慣れると 1 頭あたり 30~40 分くらいで解体できる。</li> </ul>
16:30		
17:10	バス移動	
17:30	美山町自然文化村 河鹿荘	入浴
18:00	バス移動	
18:30	田歌舎	<p>夕食。田歌舎スタッフとの交流会。 美山町の暮らしと狩猟に関するレクチャー</p>

◇2 日目 (2月 20日)

時間	場所	内容・説明など
8:00	田歌舎	自給的暮らしの朝食。
9:00		狩猟体験 ・オリエンテーション <b>【狩猟】</b> ・必要な装備は鉄砲、猟犬、GPS、トランシーバー。 ・美山では11月15日～翌年3月15日までが猟シーズン。 ・それ以外では害獣駆除として請け負った分だけ猟をする。 ・移動 ・作戦の説明 <b>【作戦】</b> ①猟犬を山に放ち、鹿を追わせる。 ②鹿は走り疲れてくると沢に降りてくるので、出現の可能性の高いところ(イチマチ、ニマチ)から順に打ち手を配置。 ③GPSで猟犬の動きを確認しながら、待ち伏せる。
9:30		・第1ゲーム開始
11:00		・第2ゲーム開始
12:15		・ふりかえり
12:30		移動
12:50	田歌舎	昼食。鹿肉のローストとカツ。
13:40	バス移動	美山を出発
15:20	阿蘇シーサイドパーク	※雨のため、天橋立見学は中止。 与謝野町の歴史、文化、気候、風土について話を聞く。 <b>【野田川～阿蘇海と鮭】</b> ・野田川の鮭は1,300年前から奈良に献上されていた。 ・一時は、阿蘇海への生活排水流入が問題視されていたが、市民運動が起これ、現在では市民の努力により環境が守られている。 ・阿蘇海に流れ込む野田川は市民の生活に近い川にも関わらず、鮭が遡上し、卵を産卵する。 ・放流をしない、天然の稚魚が確認できたのは与謝野町が初めて。 <b>【与謝野町】</b> ・死火山である大江山から出る湧水が野田川に流れ込み、米作りや酒作りに使われている。 ・一年を通して湿度が高く、この湿度がちりめんを作るのに重要。家庭ごとに湿度が違うため、ちりめんの縞りも違う。蚕産業も盛んであった。 ・酒、食材、ちりめんを天皇家に献上していた。 ・古墳が多く、そのことから天皇家に所縁のある豪族が多かったことが伺える。
16:20	バス移動	

事業報告 4-5. 美山、与謝野モニターツアー

16:45	与謝娘酒造	酒蔵の社長で杜氏でもある西原さんより、酒蔵での生活や酒作りについてお話を聞く。麹室の見学や醸造樽の攪拌など普段はなかなかできない体験をする。
18:10	バス移動	
18:20	かや山の家	チェックイン
19:00	地元の方との交流会	与謝娘酒造さんや地元農家さんとの交流夕食会

◇3日目 (2月21日)

時間	場所	内容・説明など
7:30	移動	まさ農園まで歩いて移動
7:45	まさ農園	農家での朝食作り。 農家の暮らしや風土を体験。
9:15	移動	かや山の家へ、出発準備
9:30	バス移動	
9:50	与謝野町観光協会	
10:00	ちりめん街道	ちりめん街道散策 【旧尾藤家住宅】 ・江戸時代から丹後ちりめん財をなした地元の名士の住宅跡。和と洋が融合する豪華な作り。2002年に京都府指定有形文化財に指定。
11:30	与謝野長観光協会	ちりめんコースター制作体験
12:20	バス移動	
12:30	千年椿の里 ちんざん	昼食。地元食材を使ったカモ汁そばを食体験。 振り返り、アンケート記入
14:40	バス移動	
17:00	京都駅	解散

(4) ツアー写真



集合場所



かやぶきの里を望む



八坂神社で旅の安全祈願



八坂神社で旅の安全祈願



鹿の解体体験



鹿の解体体験



1日目の夕食は鶏、鹿、猪の3色すき焼き



田歌舎の活動説明



狩猟体験



猟犬の位置をGPSで確認

事業報告 4-5. 美山、与謝野モニターツアー



鹿が山から下りてくるのを待ち伏せ



田歌舎のスタッフと



阿蘇ビジターセンター



与謝娘酒造の麹室見学



発酵樽



搾りたての日本酒を試飲



酒蔵の暮らしを聞く



地元の方との交流会



阿蘇海の鍋を囲んで



与謝娘酒造のお酒も



事業報告 4-5. 美山、与謝野モニターツアー



朝ごはんの準備をお手伝い



朝ごはんは地元の農家で



ちりめん街道散策



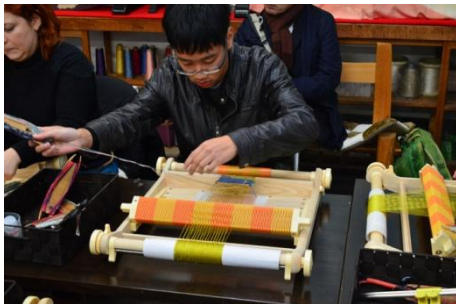
古い町並みが並ぶ



丹後ちりめんに触れる



丹後ちりめんの着物試着



ちりめんを使ってのコースター作成



集合写真

(5) 参加者アンケートから

1.このツアーであなたにとって「この場所での特別なもの」になったことはありますか？

- ・長い時間をくだけた雰囲気と一緒に過ごした人たち。皆さんご自身の住んでいる地域や生き方にすごく情熱を持っており、それらを私たちと分かち合っているいろいろお話を聞かせてくださいました。また、美しい景色、おいしい食事や飲み物、そして面白い宿。
- ・はい、美山では自給自足のライフスタイルが本当に気に入りました。野菜と米を育て、鹿を狩り、独自の生活スタイルを自分たちで作りに上げていることが実に驚きでした。与謝野ではサケとアユが人里近くで卵を産むというのにとっても驚きました。私は大学で、それが健全な自然環境の指標だと習ったからです。与謝野の方々が大変な努力で自然を守ってきているのが素晴らしいと思います。
- ・はい、美山での狩猟体験が「自然に帰る」感覚を呼び覚ましてくれました。一度も田舎に住んだことがなく、子供のころから市街地にのみ住んでいた者として、食物を自分で集め、日常生活に必要なものすべてを自分で整えるという個人的体験をできるとは思いもつかないことでした。このプログラムでもっと自然に親しみ、他の生き方を体験できて幸運でした。
- ・「特別だ！」と思ったものがいくつかあります
  - 1、美山で八坂神社に行ったとき。神社の周りの自然がとても美しく、水墨画のようでした。
  - 2、自給自足の体験はとても興味深かったです。田歌舎の藤原さんや彼の周りの方々がゼロから作り出していること、すべて自分たちで建て、野菜を作り、獲物を狩り、若い世代に自然の中で生きる術を伝えていることが見られてよかったです。
  - 3、二日目のお昼が特別でした。おいしかった。
  - 4、与謝野の皆さんがすごく親切に歓迎してくださったこと。ありがとう！
  - 5、みおさん（通訳案内士）は本当に素晴らしいインタープリターでした！
  - 6、とてもおいしいサケ（日本酒）でした。
  - 7、与謝野の着物が美しかった。
- ・このツアーで「特別なもの」になったものは特になかった。
- ・酒蔵が最高でした。田歌舎のレストランも気に入りました。
- ・狩猟はすごい体験でした。酒蔵がいちばん良かったです。

2.今回訪ねた場所を友達に薦めたいですか？ そうであれば、どのように紹介しますか？

- ・はい、ぜひそうしたいです。ソーシャルメディア（フェイスブックやインスタグラム）やEメールを通して友達に勧めます。美山と与謝野に友達やその家族を連れて一緒に来るか、彼らを来させたいです。
- ・はい！ 私はこの三日間の経験をフェイスブックに書き、良い写真をたくさんアップします。そうすることで私の友人たちもこの地域を訪れてみたくなると思います。
- ・はい、友達も私と同じように都市部にしか住んだことがないので、このような地域に来れば新しい経験や日常生活に対する新しい見方もできるようになると思います。この地域へのツアーは彼らにとってもきっと忘れがたい思い出となるでしょう。
- ・今回ツアーで行ったすべての場所を友達に勧めたいです。でも、公共の交通機関でたどり着くのは大変だし、地元の良いガイドさんや会って一緒に過ごす地元の人がいなくてそんなに面白くないかもしれません。この地域を紹介するなら、美しい田園地帯で伝統的な生活の知恵が地元の方々によってまだ引き継がれており、与謝野にはとてもあたたかく迎えてくれる人たちが

いると伝えます。

- ・この地域に特に興味のある人でなければ勧めない。
- ・こんどは夏に天橋立を訪れたいです。友人にもこの訪問を勧めたいです。お昼の鹿肉レストラン、あれはおいしかった。
- ・はい、勧めます。田歌舎の哲学を伝える必要と、美山-与謝野をワンルートにする必要があります。もし個人で行くならレンタカーを勧めます。

**3.このツアーで不自由だったことがもしあれば、それはなんでしたか？あればよかったと思われるサービスや必要ないと思われる内容があれば教えてください。**

- ・あの状況-寒くて濡れている-での説明が長すぎるときがありました。だいたいの話は面白かったのですが、一度私にも知識があるテーマの時には、このバックグラウンドがある人間には説明がもっと詳しく専門的であってくれたらと思いました。「センセイ」が最後の「ヒトコト」で説明をさらにリアルにしてくれたのが嬉しかったです。
- ・ないと思います。私は日本文化をたくさん学んできたので、お話が本当に面白かったです。  
提案：街歩きがもっとできると良いと思います。
- ・天橋立近くのインフォメーションセンターで聞いたような数か所は、話が長すぎてその話題（サケ？）に興味のない人にはあまり面白くありませんでした。そしてほとんどの説明が日本語だったので日本語を解さない外国人にはどうなのだろうかと思いました。
- ・1、かやぶき屋根の家に住んでいる人に会ってみたい。  
2、もしツアーが冬に行われるのなら、もっと温かい施設が必要だと思いました。2日目は狩りの間とても寒く、そのあと与謝野に着いてからもずっと寒いところを移動したので。  
3、冬なら雪用靴か濡れても大丈夫な靴を持ってきたほうが良いです。参加者には冷たい川をスニーカーで渡っていた人もいて、そのあともずっと同じ靴を履いていたので具合が悪くなってしまうと思いました。
- ・美山の宿は外国人観光客には不向きである。さらに、外国人観光客は始終寒い中にいるのは得意ではない。
- ・魚に関するレクチャーは必要なかったです。その他はこのツアーのサービスはどれもよかったです。もし外国人に売り込むなら、朝銭湯に行くというのがあるといいです。そしてたいていの外国人は和室に座るのが苦手なので、椅子のある食堂というのがよいアイデアなのではないかと思います。
- ・田歌舎の宿泊ですが、冬は外国人旅行者には厳しいのではと思います。近隣にもっと快適なところを見つけてあげたほうがよいでしょう。与謝野町のはじめのところの説明とビデオがやや退屈でした。コースターづくりはどちらかというと子供向きです。ちりめんの本格的な製作過程を見るチャンスがありませんでした。

4. 旅をするとき、どのように情報を集めますか？出発前と旅行中の主な情報収集の手段を具体的に教えてください。

- ・ 地元のインフォメーションセンター、ガイドブック、ソーシャルメディア、インターネット、友人、旅仲間。
- ・ 友人や年上の人に聞く、ウェブサイトを見る、(グーグルにキーワードを入れてみる)、ガイドブックを読むなど。主にインターネットに頼っています。
- ・ ウェブサイトを見て、目的地に関するあらゆる事柄について調べます。宿泊場所に始まり、食べ物、生活の場など。

出発前にデータを集めておくと、旅の最中にするより時間もお金も節約できます。

- ・ (このツアーの) 出発前には情報を集めることはせず、プログラムを読んだだけでしたが面白そうだと思いました。OKU ツアー代理店で働いている友人のチサトが勧めてくれてこのツアーに参加できてよかったです。旅の間はメモを取り、地元の方々と話す時に質問をしました。
- ・ 旅をする前に行先のリサーチをし、訪ねたい場所をリスト化する。しかし、地元の方のオススメによってプランを変えることもある。
- ・ 「Japan-guide」のようなウェブサイトやロンリープラネットのようなガイドブック。そして駅か観光案内所で街の地図をもらいます。
- ・ 出発前にインターネットとガイドブック。旅の間は観光案内所に行きます。

5. このツアーの印象はいかがでしたか？地元の方々になにかメッセージはありますか？

- ・ 全体的にとっても楽しかったです。  
(みんなが選べるオプション的な活動があったらよかったのかな、と思います。人はやりたいことに対してはもっと興味をもてるものなので。)
- ・ 藤原さん、かわいさん、まいさん、田舎舎と美山のみなさん、生活をシェアしてくださってありがとうございます。
- ・ うえださん、ゆきこさん、やすださん、にしはらさん、そして与謝野町の皆さん、心を開いてお家を開放してくださりありがとうございました。
- ・ みお、まさきさん、伊藤さん、「センセイ」、この企画を、また楽しく美山と与謝野を紹介してくださってありがとうございました。皆さんは自分たちの仕事が好きで、それを他の人たちと分かち合うのも大好きなんですね。これからもいい仕事を続けてください。
- ・ 素晴らしかったです、とても気に入りました。  
どうか私たちの未来の世代のために、自然を守り続けてください。若い人たちが村に戻ってくるといいですね。美味しい食事や素敵な宿をありがとうございました。美山と与謝野の両方に観光のポテンシャルがあると思います。
- ・ このツアーに参加できて本当に良かったです。ほとんどすべてが新しい体験でとてもワクワクしました。地元の方々はとても親切で、言葉の壁はコミュニケーションをとるのにハードルにはならないことを教えてくださいました。
- ・ 1、このツアーはとっても楽しかったです。与謝野の地元の方々はとても素晴らしく、楽しかったです。それでもなお鹿を殺すことについてはずっと考えています。鹿肉はおいしかったけれど、あんなに穏やかな動物を殺すのは私にはまだとても難しいです。特に弾が頭に当たらず死ぬまでにとっても苦しんでいるのが。地元の方々が命をいただく動物に対して深い感謝の念を持っていることはわかりましたが、実際に見るのは簡単なことではありませんでした…

2、また帰ってきて樺の木を見にいき、与謝野地区の自然の中をトレッキングしたいです。

3、着物を着て与謝野を歩いてみたいです。

4、またモニターツアーに参加してみたいです。オーガナイザーの皆さん、ツアーリーダーの皆さん、素晴らしい企画を、そしてご親切にしてくださってありがとうございました。

どうもありがとうございます！とても良い旅だった！

・日本の田舎に行く普通のツアーで、特に悪くもないが面白くもなかった。

・楽しかったです。食べ物はおいしく訪問先は面白く、酒蔵はとてもよかったです。あたたかなおもてなしをくださった皆さんに感謝いたします。

美山町のほうが与謝野町よりよかったです。酒蔵と、杜氏との夕食は本当に良かった。与謝野町の他のところはローカルでつまらなかったです。外国人観光客に対して心をひらいた態度というのはとても大切です。

## 6. 今回のツアーの満足度

大変満足：4      満足：1      どちらでもない：2      不満      大変不満

### (6) 現地開催者からの所感（1～3はそれぞれに良かった点、悪かった点）

#### 1. ツアーの企画、内容について

##### ① 美山町

- ・これまで何度か行ってきたツアーをベースに行ったので、ある程度参加者から出る反応を想定しながら出来た点では、今後インバウンドを受け入れる点において再確認出来る機会となった。
- ・活動として焦点を当てて行ったという点においては、美山町全体としてのブランディングがターゲット設定とこの事業の位置づけをリンクさせて考えるまでには至っておらず、DMO機能の拡充という目的からすると不十分である。
- ・参加者にとっても、一施設のスタッフとの交流要素は強いが、住民との出会いという点においては欠けたあたりも反省である。

##### ② 与謝野町

- ・着物体験では女性はとても喜んでもらったが、着物を着てからの楽しみ方まで準備できればなお良かった。加えて、週末で機場が休みだったので出来なかったが、実際に反物を織っている職人との交流も合わせれば、着物の良さを味わってもらえると考える。
- ・ちりめん街道内の機場を見学することは可能だが、休日で見学ができなかった。手織り体験も生の機場を見てから体験することで魅力が増すので、体験だけではイメージが沸きにくかったかもしれない。大きな手織機も協会を持っているので、その活用も見据える必要がある。
- ・酒蔵見学は杜氏のキャラクターのよさもあり参加者にとっても喜ばれた。この町の産業を作り上げてきたのが、約4億6000万年前に誕生した「大江山」から染み出す「水」。この水があるから人々の暮らしがあり産業（織物・農業・漁業）がある。もう少しこの「水」や地域形成の話ができていればよかったのかもしれない。
- ・日本の農家に入っただけの朝食は参加者にとって貴重な体験となった。しかし、時期的に収穫できる食材がなく、食べるだけになってしまった。収穫・調理・食べる、を一貫して体験できるプログラムとして今後は組み立てていく。

③全体として

- ・全く違う2つの地域での活動であり、それを一つのツアーとしてコーディネートするためのコンセプトとツアーターゲットを絞り込みが甘かった。
- ・一方で2つの地域がもっている素材そのものを出し、評価してもらい、次につなげるモニターツアーという点においては、良くも悪くもすべて出すことが出来た。

2.参加者への広報、集客について

- ・直前まで活動として流動的になり、本格的な広報が遅れた。
- ・主に「京都府」および「日本の窓」主たる2つの広報先から人を集めることが出来た。
- ・今回、参加費を1万円として実施して行ったが、これが実際に設定しようとする価格で今回の内容を発信した場合の集客を想定するとかなり不安が残る。
- ・地域として多様な地域からの参加者があり、活動を評価する上での参考になる。特に今後伸びるであろう、東及び東南アジア圏からの問い合わせ、参加が合った点についてこのような活動へのニーズを感じることができた。
- ・広報時に他のツアーが無料に対して、試験的に料金をとる本ツアーが、参加者にとって混乱させたようであり、参加費に関するアナウンスをした時点で多数のキャンセルが発生した。事前告知の方法や、モニターツアーというネーミングについても注意が必要である。

3.当日の運営について

- ・通訳および現地受入施設、与謝野町観光協会のみなさんの丁寧な関わりにより、当初予定していた内容については滞りなく開催できた。
- ・特に、通訳の方と事前に実施地域への下見および活動体験を丁寧に行っていたことが、当日の参加者への説明等につながり、そのことで、参加者自身の満足度につながったように感じる。
- ・ただ、2つの地域で2つの仕組み（指揮命令系統）を統合する方法で行ったために、実際に起こる状況から鑑みて活動を変更するなどの調整がうまく行うことができなかった点もあった。
- ・より地域と活動への参加を行った

4.今後に向けて課題と展望

①美山町

【課題】

- ・美山町としてターゲット設定が必要であると改めて感じた。これは国籍別というよりも、美山町が発信したいイメージやメッセージ（これが結果としてまちづくりの基礎になる）を明らかにした上での興味や嗜好別でのターゲット設定が必要である。
- ・特定地域（かやぶきの里や芦生の森）に偏っている観光客をほんとうの意味で地域全体に来てもらえるように、コンテンツや事業者の掘り起こしとそれらの連携がこれからの課題である。

【展望】

- ・今回の美山町全体をフィールドした際に、今回の活動を基軸として、他の活動がどの位置づけ（ターゲットや目的、季節など）にあるのかを可視化した上で、そこから見える美山町全体の風景を映し出すことができるような地域の価値創り込みDMOの構築を行いたい。
- ・そのためのステップとして、現在ある美山町の観光に関する各種団体へのとりまとめを南丹市美山エコツーリズム推進協議会と行いつつ、販売・営業してもらえる協力者探しをしたい。

②与謝野町

【課題】

全体を通して、ターゲット設定ができておらず何を伝えたいのか、また味わってほしいのか、が見えなかった。この町で何に価値があるのか、ないのか、を試させてもらった部分が大きかったので参加者には不満が残る場面もあった。また、全体的にプログラムを詰め込みすぎていることも問題だと考える。

【展望】

今回外国の方から、自然を活かした自転車の活用や文化面の活用など貴重な意見をいただいたので、地域にフィードバックして新たなプログラム設計に繋げていきたい。ターゲットを女性に絞り「着物・織物」といった産業をより深く味わえる部分に更に力を注ぎ新たなブランディングを生み出したい。

③全体

- ・「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種類のうち今回の野生復帰計画の位置付けとしては、前者かもしれないが、より地域の前者を例えば「日本の窓」のようなすでに、多くのインバウンド旅行者を取り扱う旅行会社に委ね、後者の機能を野生復帰計画および与謝野町観光協会が担っていくというのが、DMOとして望ましい形でありそうだという仮説が導ける。
- ・このように整理すると、後者がその地域におけるターゲット設定（特に誰に来て欲しいのか？誰に来てほしくないのか）と地域ブランディング（自分たちがどのような地域でありたいのか）を明確にし、それを理解して送客してくれる前者との関係性を構築することが極めて重要であるように感じる。
- ・また同時に、一体型は別として、前者は広域的なDMOではなく、ターゲット別やコンテンツ別の方が有効に機能するのではないかと感じている。

記入者：青田 真樹（野生復帰計画）

記入者：安田 光樹（与謝野町観光協会）





## ★モニターツアーから見えてきたインバウンド受入の方向性

第 I 章で全体的な総括と考察を行っているが、今回実施したモニターツアーでは個別に以下の事項が抽出できた。

### ①広報・集客に関する抽出事項

#### ・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

北海道鹿追でのモニターツアーでは、海外からの観光客にすでに広く認知利用されている『北海道宝島トラベル』がモニター募集を行い、マレーシアからの訪日観光客をモニターとして参加いただいた。また大分県臼杵では、こちらも世界的に認知され利用者の多い『日本の窓』がモニターを募集し、すぐに参加者が集められた。

一方で、東京のユースホステルに集客の協力を依頼した新潟県かみえちごのツアーでは、予想に反してモニターの応募が伸び悩む結果となった。都内のユースホステルには、連日多くの外国人旅行者が宿泊し、ここでの口コミによる情報発信も期待される。ユースホステルやゲストハウスを利用している旅行者には、岡山のように拠点から手軽に参加できるツアーには参加が集まりやすいが、移動距離が長く時間がかかるものはハードルが高い。その地域内をめぐるものが有効と思われる。

また、外国人にとっての知名度があるかどうか大きなポイントになると見られる。名前を知っている、ここに行ってみたいと思わせるわかりやすい訴求（決定的な景観など）が大きい。外国人の出身国によっても傾向が異なるが、それぞれの属性に通じる言葉やイメージを用意する必要がある（例えば、ヨーロッパ人なら馬の文化からとか、アメリカ人ならロングトレイルを歩くアドベンチャーであるとか、中国人なら生活文化からなど）、ユースホステルを利用する外国人旅行者に合わせたマーケティングや広報戦略が求められる。

ネット上の情報で世界から集客している『日本の窓』としては、送客元と受け入れ先とでしっかり対応のできる信頼関係があることと、地域の方とのつながり、柔軟な対応力が求められる。一概に何らかの条件を示してクリアする関係ではなく、臼杵の事例がモデルとなるが、受入地域ができることを越えずにコーディネートする体制が重要と指摘される。

#### ・「DMO」と「DMC」の二重の構成が機能する

北海道の関係者により既に仮説化がなされているが、インバウンドを語る時の「外に向けたプロモーションに重きを置いた Destination Marketing Organization」と「現地で顧客に経験を提供する Destination Management Company」の二重の構造が、地域に根差したグリーン・ツーリズムを海外マーケットに届ける際の理想的な形であると言える。その背景には、現実的にマーケティングとマネジメントを一つの組織で行うことが難しいことがある。DMOとDMCの二重構造で対応することで、質の高い展開へとつなげられるが、同時にコストアップにも通じることが指摘される。

これは他の地域にもあてはまり、いかに地域で質の高い旅行商品を作っても対外的に認知の進まない状況では集客にはつながらない。一方で国際マーケットの動向に集中するDMOが、国内の多種多様な観光商品の質を管理するのは無理がある。各地域の観光商品の質は、その地域を熟知したDMCが地域独自の価値を創り込むことで日本らしいグリーン・ツーリズムとなる。今後の全国での展開の可能性を考えれば、北海道のようなケースのほか、地域ごとに形成されるDMCをつなぎ、外に向けたDMO機能を果たせる組織、もしくは情報サイトと連動していくスタイルが期待を持てる。

・すでに外国人旅行者が訪れる宿泊拠点を活かす

岡山県倉敷ではすでに多くの外国人旅行者が利用している有鄰庵が拠点となり、モデルプランの立案、地域のコーディネート、モニターの募集を行った。有鄰庵のように地域精通を図り、かつすでに多くの外国人旅行者を集める実績をつなげることで、新たなDMCの形として機能できると捉えられる。有鄰庵は1軒の宿というよりはDMCと位置づけられよう。

有鄰庵は、立地的には農村エリアではないものの、まずは旅行者が多い都市部の宿泊地を拠点として現在でも多くの外国人が利用している。高梁川をテーマに、そこのお米、水、玉子で卵かけごはんを開発し、宿で出すほか、その生産地をめぐるツアーを企画し、その地域の価値を創り込み高めている。

そうしたゲストハウスが集客装置になること。つまり既存の外国人からの口コミと外国人ライターを起用したブログや動画発信で自らが集客し、地域にお客を送るDMOの機能を果たそうともしている。DMOとは本来は、より広く大規模なプロモーションを行う組織であるが、小さな農村にはそんな大人数の旅行者はキャパシティオーバーとなる。そう考えると、DMCがDMOを担うことも、規模によっては効率的で有効と思われる。

宿泊拠点がDMCとして機能していく形の場合、送客エリアや交通手段については、旅行者にとって参加しやすさがポイントであり、近隣地域で日帰り、またストーリーとして魅力的なコンテンツの充実が求められる。

・日本在住の外国人（リージョナル）のネットワークを活かす

新潟県かみえちごでのツアーでは、在日の中国人ネットワークでモニター募集の情報を流したところ、かなりの反響を得た。モニターツアーとしては参加年齢のしぼりを行ったため人数は少なかったものの、すでに日本に住む外国人にも日本のグリーン・ツーリズムのコンテンツは魅力的であり、これまで情報としても得ていなかったものだという。

日本在住の外国人の間での情報網がしっかりとできているほか、本国への情報発信にも効果が期待できる。今後、在日外国人への情報提供ははじめ、しっかりと顧客開拓のアプローチすることにより、訪日旅行者の増大につながる可能性が高まる。

影響力のあるブロガーを巻き込むという手段もあるが、訪日外国人への広がりを考える上で、日本在住の外国人からの情報発信に期待が寄せられる。それぞれの言語圏や外国人コミュニティが形成されてきているので、はじめから膨大な数の世界の未知なる旅行者に発信するのではなく、母国語で同郷者が語る情報から広げていくという発想である。SNSで発信する人を増やすことについて、発信したいと思わせる現地での体験、風景や食、人との交流、その地ならではのものなど、絵としてわかりやすいものの提供が重要となる。

②ツアーでのプログラムの組み立て方

・1つのツアーで多くの体験を盛り込みすぎない

モニターツアーでは、現地の要望から外国人旅行者に試したいコンテンツを盛り込んでいたが、実際のツアーメニューでは、多くのコンテンツを詰め込み過ぎず、シンプルなテーマ性やストーリー性を際立たせたものが求められる。

今回のモニターツアーでも、京都でのツアーではターゲット層の設定と中身のコンテンツの量とで、参加者から指摘があった。岡山のツアーでもコンテンツが多すぎる指摘があった。同じ2泊3日でも白杵のツアーでは、柔軟な地域の対応が加わり、参加者の印象も良く、1泊2日のかみえちごでも時間の取り方に余裕を持たせたことで、参加者にとってもストレスのないプログラムとなった。

ツアープログラムを作る際、どうしても参加者へのサービスも意識して、多くの体験プログラムを入

## 事業報告 4-6. モニターツアーから見えてきたインバウンド受入の方向性

れがちになるが、旅行者は必ずしも対価のかかる特別な体験を求めているのではないことがうかがえる。グリーン・ツーリズムでいえば、その地域の普通の暮らしや時間、人との交流にニーズが寄せられる傾向が見られる。

時刻みのプログラムは好まれず、ゆっくり旅行者の感覚で地域に入る構成が望まれる傾向があった。ツアーとして組むのであれば、多くても2つ3つの要素にとどめ、できる限りそのつながりや流れをつけることに留意したい。合わせてコンテンツやストーリーをシンプルにすることで、地域の魅力を端的に表現できる。

### ・地域の人との普通の交流、地域の普通の時間が何より重要

インバウンドの受入にあたり、多くの地域で言葉の問題や慣習の違いが心配されるが、モニターツアーの実績からみると、受け入れ地域での特別な対応や、精度の高い通訳力は重視されていない。むしろ、地域のいつもの暮らし方、自然な人とのコミュニケーションに外国人旅行者は魅力を感じており、特別な食事や体験よりも「その地域の日常」「普通の時間」が求められる。ツアー実施の場合、全体をコーディネートするコンダクターには外国語によるコミュニケーションが求められるが、地域の人との交流にはできる範囲で人同士がコミュニケーションしていくスタイルで十分と言える。

### ・その地域ならではの、その時期ならではの魅力を打ち出す

当然のことながら、どこの地域でも同じ体験ができるものは魅力とはならない。その地域のDNAに照らし、地域全体でこの地域はこうであるというコンセプトの構築が何より重要となる。1つのツアーであれば、なおさらコンセプトがしっかりと通ったものである必要があり、その地域に来たことの喜びを最大限伝えられる構成が望ましい。

合わせて、地域に置いての「旬」に意識を向けておきたい。上越後のモニターツアーでは、サケの遡上と新米の時期にあたり、これがツアーの魅力となって打ち出せた。合わせて紅葉が美しい時期であり、参加者はこうした時期の特別性に大いに魅力を見出している。

## ③広報や情報面でのインフラ整備

### ・まず最低限に英語による発信ツールを持つ

モニターツアー参加者のほとんど全員が、ツアーでの体験を大変喜ぶ。そしてどうしてこうした情報がないのか疑問を投げかける。どこで情報が得られるのか、外国語のホームページはないのか、そこへの行き方はどうしたらいいのか。外国人旅行者にとって（在日外国人にとっても）、どこで、どんな魅力ある体験や交流ができるのか、それはどうすればアクセスすることができるのかなどの情報をまず求めている。現状では多くのグリーン・ツーリズムの存在についても、それぞれの特性やその地ならではの魅力的なコンテンツが届いていない。基本情報として外国語で用意すべき内容をまず理解し、その適切な表現で用意する必要がある。

### ・公共交通機関の拠点に、まずは外国人向けのインフォメーションを

先行事例として広く取り上げられ今回も研修会の現場として選定した長野県飯山では、北陸新幹線の開業とともに駅舎がリニューアルされ、カフェやインフォメーションを行う情報拠点、駅から動けるレンタサイクルや装備のレンタル、地域でのプログラム予約などを一括してできる仕組みを作り上げている。

外国人旅行者は、新幹線で駅まで到着すれば、地域の情報や移動手段がそこに揃っており、駅でプロ

## 事業報告 4-6. モニターツアーから見えてきたインバウンド受入の方向性

グラムも宿泊も予約することができるサービスができている。

そのためにそれらの提供を可能とする予算や運営組織が必要となるが、飯山市の場合、信州いいやま観光局という組織がそれを担っている。地域版のDMOである。ここではいかに外国人旅行者が地域を旅行しやすくなるかの視点で、基本的なインフラの整備が進められ、地域とともに外国人旅行者の受入が進められている。

### ・ どのような人に、どのように来てもらいたいのか、地域としてのイメージを打ち出す

グリーン・ツーリズムでは、端的に入れ込み客の増大のみを目的とし、だれかれ構わず受入の数を上げることを望んではいない。主たる生業は一次産業であり、生産を第一にとらえるのは当然のことである。生産の妨げにならず、外国人旅行者を無理なく地域のキャパシティで受け入れることで、地域の産物の販路拡大や六次産業化の実現に寄与することが求められる。

そのため、地域側から対象となる旅行者像やそこでの過ごし方を示したり、イメージさせる打ち出しをすることも重要となる。地域で求めていること、慎んでほしいこと、こんな過ごし方、楽しみ方を奨励していることなどを、動画などを使い発信することが望まれる。

農林水産省  
平成 27 年度 都市農村共生・対流総合対策交付金事業  
(広域ネットワーク推進対策)  
教育・観光・健康福祉と連携した取組の推進  
＜外国人旅行者向けの受入体制の構築事業＞

＜本事業についての問合せ先＞

NPO法人 日本エコツーリズムセンター  
〒116-0013 東京都荒川区西日暮里 5-38-5  
Tel : 03-5834-7966 Mail : desk@ecotourism-center.jp

---

資料作成：日本エコツーリズムセンター 2016年3月  
※本資料について無断での複写、複製、転載等を禁止いたします。  
ご希望の際には上記連絡先までご一報ください。