

街道観光「実践オンラインセミナー2023」

第4回 明日からできる！地域の多様な主体が連携し、 事業成功に導く「とっておき」の法則

令和5年8月24日（木）





株式会社リクルート
旅行Division 地域創造部 部長

高橋 佑司 (たかはし ゆうじ)

2006年 株式会社リクルート入社 飲食店支援事業
贅沢を楽しむコンシェルジュマガジン創刊・商業施設活性等を担当

2011年 一般社団法人墨田区観光協会にて観光開発を担当

2013年 じゃらんリサーチセンターにて首都圏・関西のエリアプロデューサー
として地域活性に携わる。

2017年 西日本グループマネジャー、2022年 東日本グループマネジャー

2023年より現在に至る



2023年度の実践セミナーでは、

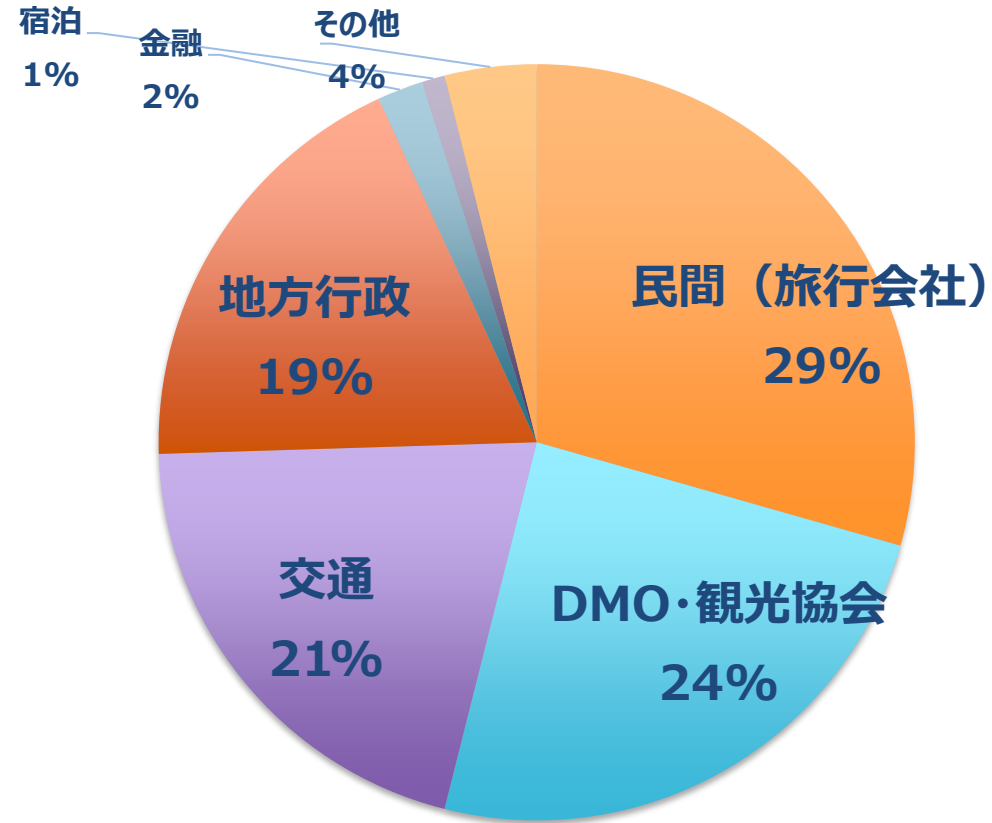
取組を持続可能な姿とするための「多様な主体の参画」をテーマに、

地域が気持ちを合わせていく手法 について、3回のセミナーを通じて考え方をお伝えするとともに、

地域の力を合わせて実際の消費につなげる取組みを実践的に学べる。

	開催日	開催セミナー	講師
第1回	8/2(水) 15:30～ 17:00	人口増が期待できない時の地域づくり ～地域の成り立ちに樹った 文化のネタを見出す～	大下 茂 氏 帝京大学経済学部 観光経営学科 教授
第2回	8/10(木) 15:30～ 17:00	仲間をつくろう ～志の募り方とむすび方～	
第3回	8/22(火) 15:30～ 17:00	行動計画をもとう・つくろう ～シナリオの描き方と動かし方～	大下 茂 氏 帝京大学経済学部 観光経営学科 教授 今野 久子 氏 帝京大学経済学部 観光経営学科 准教授
第4回	8/24(木) 15:30～ 17:00	明日からできる！ 地域の多様な主体者が連携し、事業成功 に導く「とっておき」の法則	高橋 佑司 氏 株式会社リクルート 旅行Division 地域創造部 部長

本日の参加者について



第4回は地方行政・DMO・観光協会・民間（交通事業者・旅行会社）の参加者が多いことを踏まえた内容とします。

なぜ多様な主体が必要なのか？・・・



江戸街道という統一テーマで、広域関東の観光におけるブランド価値を高め、維持し、地域が自立して持続可能な観光で地域消費を高めていく

五街道



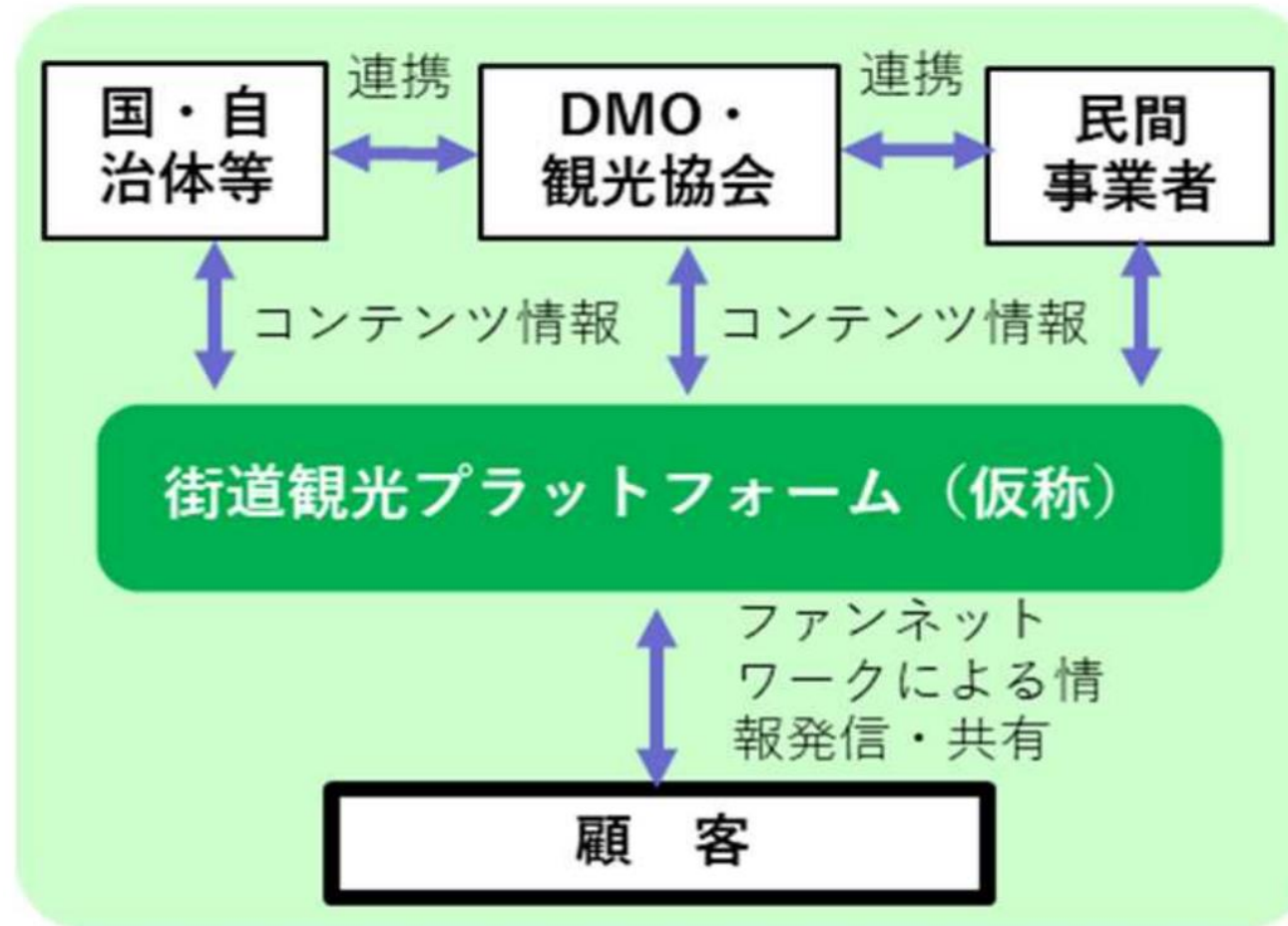
主な協往還



なぜ多様な主体が必要なのか？・・・

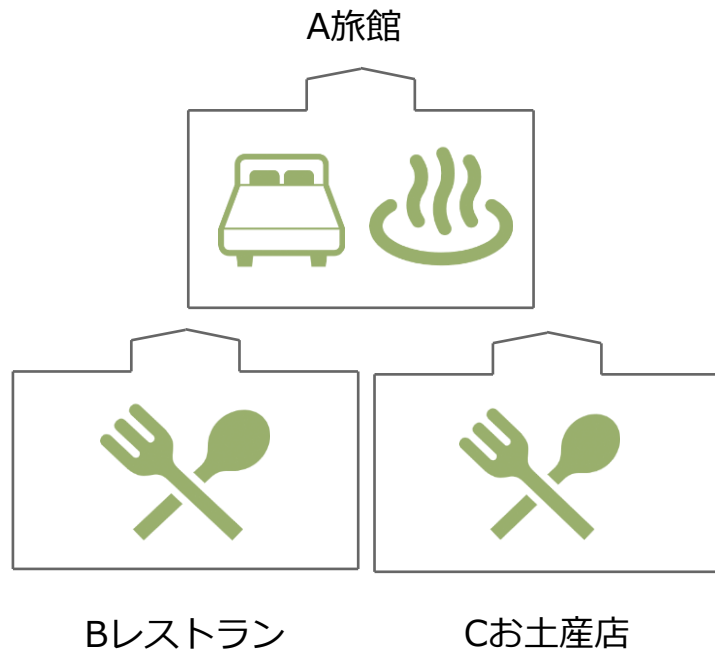


- ◆ BtoC : 一方向な情報発信にとどめず、双方向 ファンネットワークの仕掛けづくり
- ◆ BtoB : 地域の関係者が繋がる場としての機能 構築



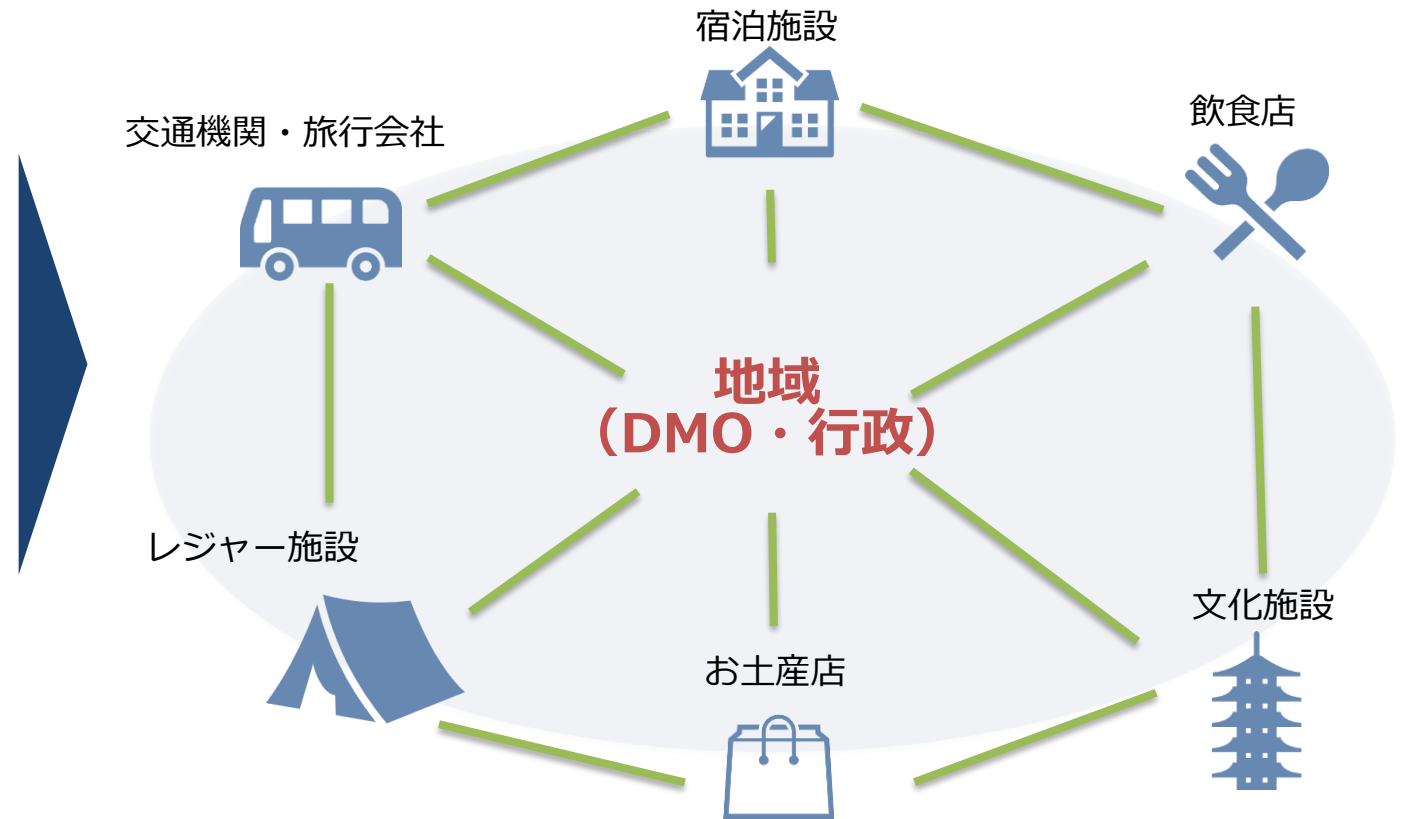
いままで

- 各施設で完結型の観光サービスを提供

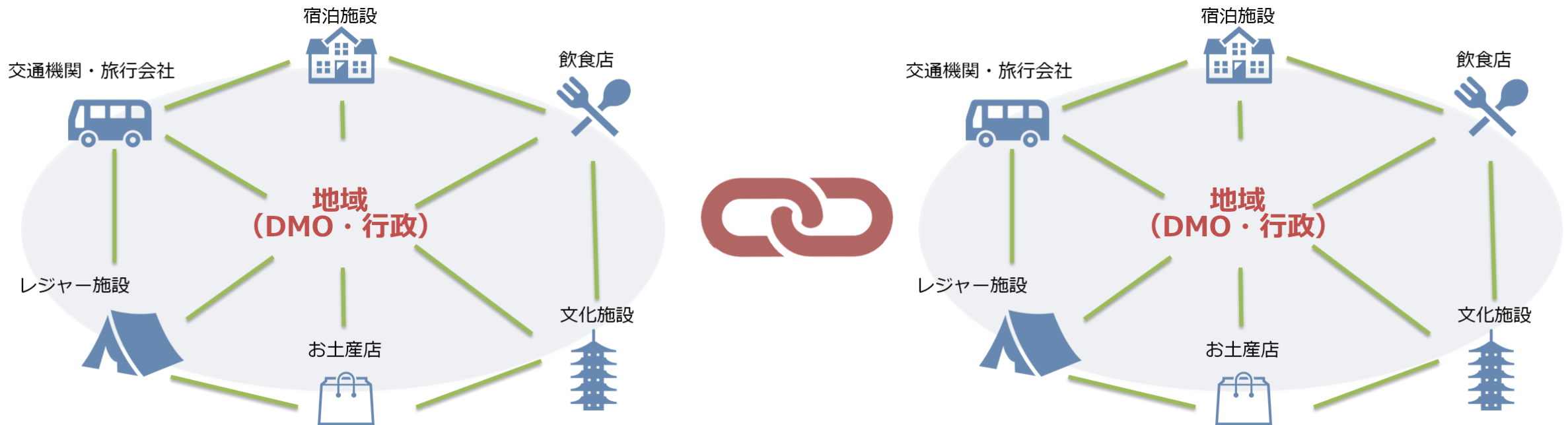


これから(地域内連携)

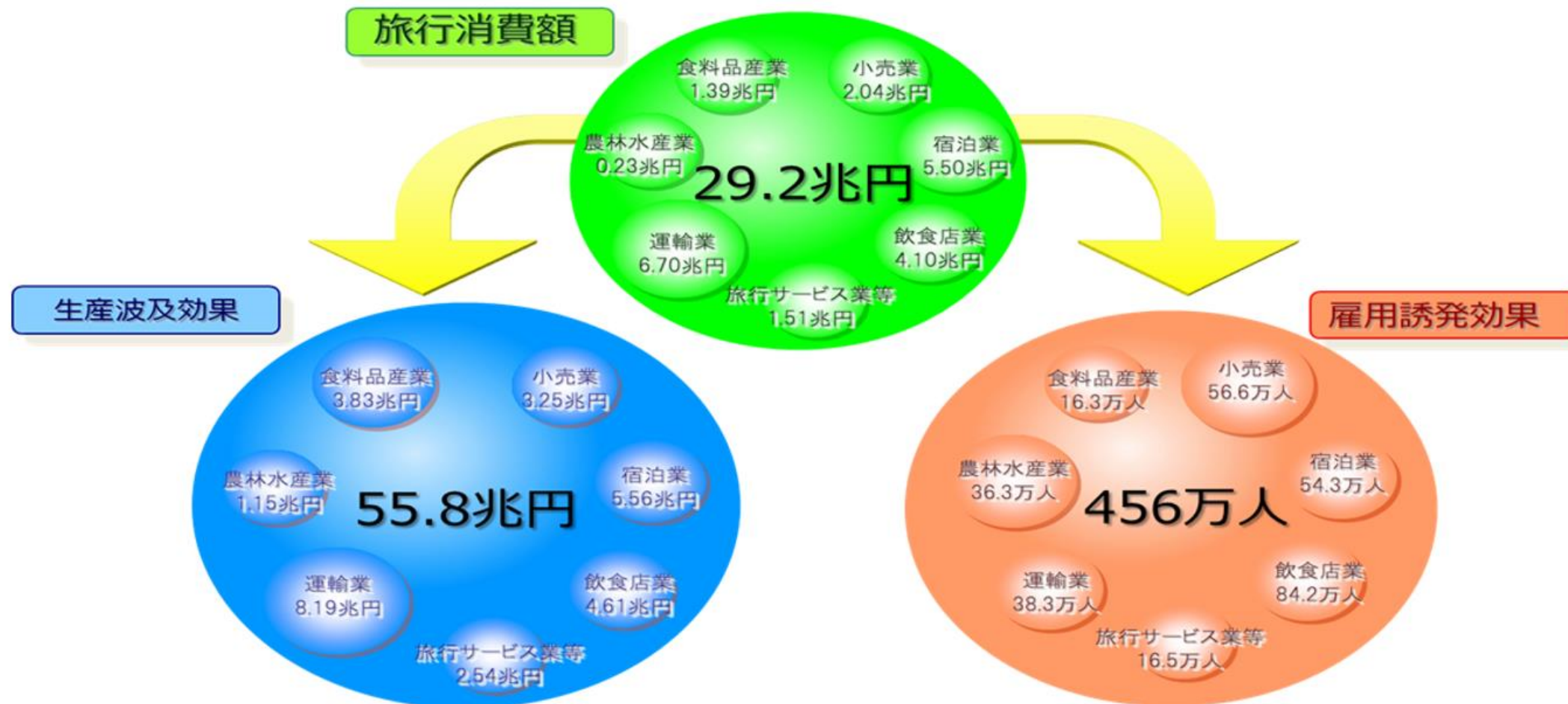
- 多様な関係者との連携により戦略を実現



これから(地域間連携)



旅行・観光消費の生産波及効果（2019年）－ 観光は波及する



◆生産波及効果

新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したもの。(例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料(中間財)を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの)

※ 旅行消費額については、

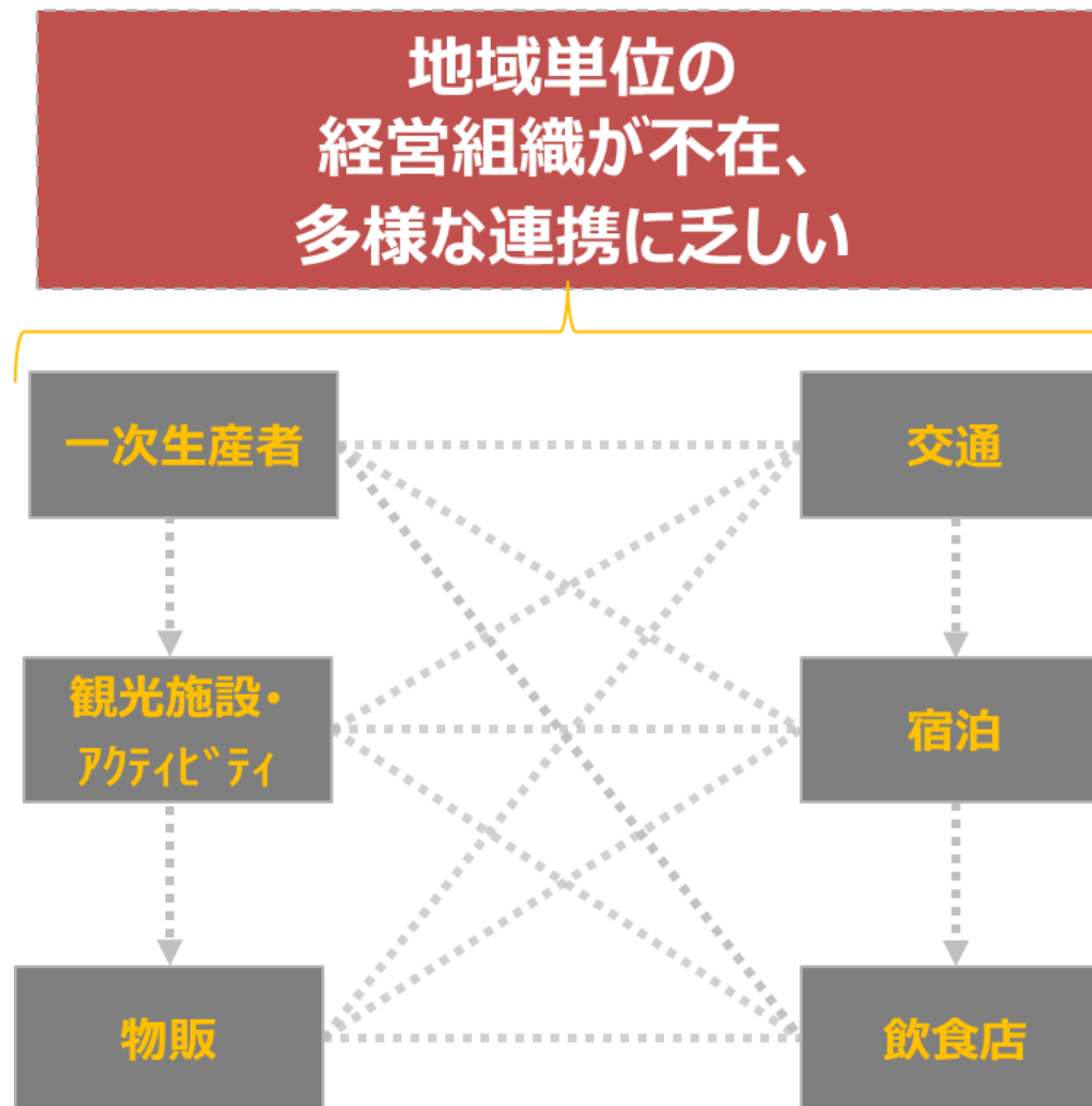
- ・ 日本人国内旅行(宿泊旅行および日帰り旅行)、日本人海外旅行の国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。
- ・ 国際基準(UNWTO)に則り算出。P4の額に、別荘の帰属家賃等を追加計上。

出展:観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」



多様な連携 = 互いの「課題」で繋がる = 自分ゴト化

地域内を誰がとりまとめるのか？



根本課題：地域の持続可能な成長ができていない

何の為に(目的)	計画・合意形成	1	地域経営組織(DMOなど)の司令塔的役割が機能していない
		2	2030年の観光により実現するビジョン、ありたい姿がない
		3	それを実現する、計画がない
		4	ビジョン・ありたい姿・戦略(計画)の地域の合意形成ができていない
何をするのか(手段)	戦略・戦術	5	高付加価値化ができていない
		6	訪日富裕層のポテンシャル層が獲得できていない
		7	国内の新しい市場開拓が獲得できていない
		8	IT技術とデータの活用ができていない(観光DX課題)
	基盤	9	サステナブルが根付いていない
		10	地域経営組織のやるべきことが整理できていない。PDCAが回っていない。
		11	地域経営組織づくり、人づくりの基盤が整っていない

解決の流れ

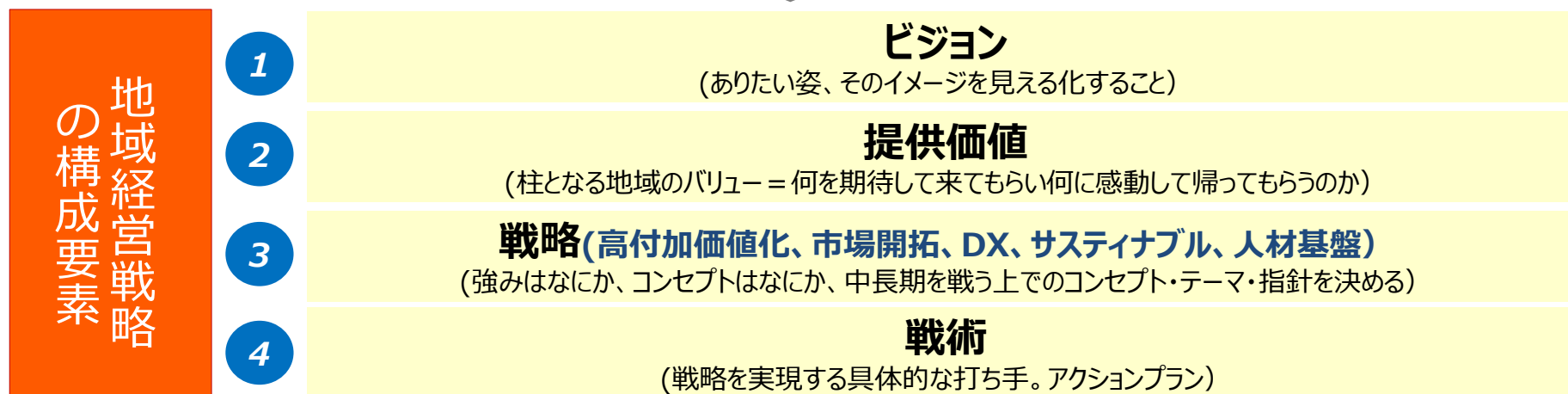
理想的な状態：持続して成長し続ける地域観光～地域の成長なくして産業の成長なし～



- ・ 国・行政の支援により地方を投資価値の高い市場に育て、民間投資も誘発し、
- ・ 持続可能な成長を創出する

■ 理想的な状態→地域と産業界の連携





地域内合意形成を取り、ここに**投資・リソースを集中**させ、**地域ブランドを確立**する。そして10年、20年、30年とかけて、**エリアブランディングを定着**させていくことが必要。

大事なポイント

◆第三者視点のプロのファシリテーター

◆正確なデータからの現状分析

◆地元の若手のコア層も原案作成に関与

◆専門家チームがサポート（ファシリテーター、事業開発、経営者視点）

◆首長、商工会議所会頭、観光協会会長、DMO会長の目線が揃う

◆行政は環境を整備

高付加価値化とは？(課題⑤)



- 国・行政の支援により地方を投資価値の高い市場に育て、民間投資も誘発し、持続可能な成長を創出する

高付加価値がゴールではない

ゴールは地域のいい仕事を生み出すこと
(=地域の憧れの仕事がうまれる事)

好循環となる連関性

高付加価値化 > 高満足 > 高単価 > 高収益 > 高待遇 > いい仕事



2つのご当地グルメ開発連携事例



①兵庫県 淡路島

(3市連携)

淡路島えびす鯛グルメ



2021年

②兵庫県 南あわじ市

×徳島県 鳴門市

(県またぎ2市)

うずの幸グルメ



2022年

①兵庫県 淡路島（3市連携）淡路島えびす鯛グルメ



グルメ名	淡路島えびす鯛
事務局	食のブランド「淡路島」推進協議会
開発期間	1年 2020年 グルメ開発 2021年 秋デビュー
推進方法 (WS=ワークショップ)	リアルWS（3市の間地点で6回程度実施）
食材	淡路島（3市の漁港）で揚がった 天然マダイ
コンセプト・テーマ・ルール	淡路島天然マダイのブランド化 歴史ある伝統料理～島らしい新グルメまで
完成グルメ	①王道・伝統料理＋②鯛×飯＋③島らしい鯛グルメ
プロモーション	1年目は3市共同＋県で予算を捻出 2年目は協議会より予算を捻出



①兵庫県 淡路島（3市連携）淡路島えびす鯛グルメ



WS参加者 淡路・洲本・南あわじ
3市の飲食店・宿泊施設・各市職員・県・漁協組合など

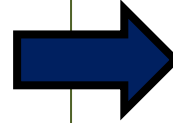
現状：地域の課題

水産課題

- ・淡路島の天然マダイの価格が下落
- ・近隣にブランド鯛（明石鯛・鳴門鯛）
- ・淡路島の鯛としてブランド化していない

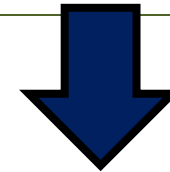
観光課題

- ・目的となる**秋の食材がない**
- ・昔は、鯛料理目当てに人が来ていたが、今は少ない
- ・島の飲食店の人が天然マダイの価値を感じていない



淡路島天然マダイ差別化ポイント

- ・3大海峡に囲まれている
- ・献上鯛として奉納されていた歴史がある
- ・多数の漁協があるので安定供給
- ・年間提供可能 **（特に秋がおいしい）**
- ・昔から鯛の伝統・王道料理がある

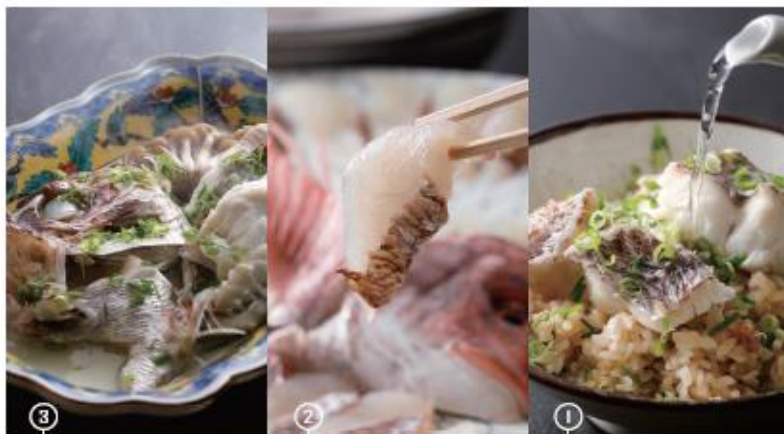


- ・淡路島天然マダイのブランド化
- ・ネーミングを決める
- ・昔からある伝統的な鯛料理
+ 新たに島らしい鯛グルメの開発

伝統・王道のマダイ料理の情報を整理

島の王道 鯛料理

浜松県で「割料理」といえば、多くの店や店で用意するのがこちら。元々興味が盛んな浜松町の
家庭料理として食べられていたものが元になっており、料理のアレンジも多種多様。



鯛酒蒸し

食生活の地味さに飽きない要素は料理。鍋の下に昆布を敷いて蒸し、旨みの抽出効果を狙うところもある。ふんわりと蒸し上がった鍋の身はしっかりとてっぺんに仕上がり、ボコボコと弾力がある。

調しやふ

見た目も美しい透明感のある顔の
語り手。出汁の中でしゃぶしゃぶに
刺身の身が驚愕り状態になったことを
いいたく、口の中にもりもりと
入りが広がる。刺身とは一味違う食
と刺し方を堪能したい。

鯛茶漬付

朝飯食けとりとことん煮てお肉は
はち、さずくおにのるおにのる
は、煮けやおに、おにのるおにのる
おにのるおにのるおにのるおにのる
おにのるおにのるおにのるおにのる
おにのるおにのるおにのるおにのる



鯛めし

劇とお茶を土鍋で炊き込みごはんには人に「劇を丸一匹読む時間から、切り身だけ、漬物などのあるだけを食べるもの。煮た魚は煙や炭ごとの油で、どれか味の付け加えに漬物の旨みがいっしょに炊き込んで、

鯛のあら炊き

園の名所地では数々の俳句のあらも常に新鮮！果汁で甘く食欲減
と、旨みさらに凝縮されて喉に沁みくる。同時にほろろと
こどわけがあり、園路の中でもその地を歩みに誘われるような

島の伝統 鯛料理

昔から祝事などハレの日の料理として食べられてきた伝統料理3品。見た目にもおめでたい
姿のままの鯛を料理する楽しいものが多く、鯛の美味しさを丸ごと満喫できる!



宝楽焼き

奈良時代、宮田の力を海防島の三原山城を防いだ際に、海の巻を石にのせて野焼きにしたのが巻土りといわれる。現代では流木の宮崎県で巻土焼きに。素材は霞や硝子により様々で、調の狂み、海苔やすげ、玉ねぎなどがのるところも。

鯛そうめん

おめでたい祝いの席で振る舞われてきたという一品。鯛を一尾丸ごと揚げて旨みを閉じ込め、味噌と砂糖の平塩平鰯とともに煮込んでいく。鯛の旨味と平塩平鰯ならではのコシを両立させる。鯛の旨みが詰まった汁も絶品。

鯛の活け造り

生葉から揚げたばかりの餅を湯け
解めたにた選り。因の上でまだ
ビクビクと動くほどの新鮮さは、
餅屋が法人を運営するのでは」ブ
リブリの惣菜たえと上品な食感を
追求したい、蒲鉾屋の惣菜「うめふ
」が蒲鉾の味と評判といわれている。

2021年秋発行
淡路島えびす鯛
ご当地パンフレット

①兵庫県 淡路島（3市連携） 淡路島えびす鯛グルメ



鯛×飯 淡路島のお米を使うコト



＊参画店舗数 46店舗

＊売上食数 2万1,347食

販売期間2021年9月～2021年11月末

＊売上金額 3億375万8,036円
(宿泊プランを含む)

②兵庫県南あわじ市×徳島県鳴門市 県またぎ2市 うずの幸グルメ



グルメ名	うずの幸グルメ
事務局	兵庫県南あわじ市＋徳島県鳴門市
開発期間	1年 2021年 グルメ開発 2022年 3月デビュー
推進方法 (WS＝ワークショップ)	南あわじ市と鳴門市各エリアでWS実施 (連日でWSを行い、すぐさま内容を共有)
食材	鳴門海峡の渦潮が育んだ四季折々の海の幸
コンセプト・テーマ・ルール	365日毎日が最高のひと皿 渦潮が育んだ海の幸3種類以上＋2市の食材を使用
完成グルメ	宿泊プランはじめ、すし、パスタ、オードブル、宝楽焼き、通販など多彩なバリエーション
プロモーション	国の補助金＋2市の予算





南あわじ市

鳴門市

WS参加者

2市の飲食店・宿泊施設・通販事業者・直売所・
各市職員など

現状：地域の課題と調査結果

観光課題

- ・うずしお+αがない
- ・通過型観光（滞在型でない）
- ・観光客の年齢層が高い

調査結果

- ・うずしおのイメージはあるが、海の幸や海鮮のイメージがない
- ・両市共に、海の幸がおいしいというイメージがなく、旅行の目的になっていない

うずしおエリアの差別化ポイント

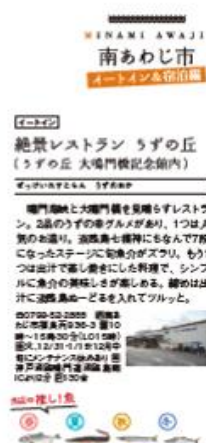
- ・鳴門海峡のうずしおは全国的に有名
- ・この地域では365日毎日おいしい魚が取れる
- ・玉ねぎ・鳴門金時などブランド食材も豊富
- ・飲食店や宿泊施設が多い
- ・毎月旬のオシ魚がある
- ・漁港が近いので鮮度抜群・コスパも良い

- ・365日・毎日が最高のひと皿を「コンセプト」に、年間提供グルメを開発
- ・うずの幸としてデビュー
- ・うずの幸マイスターの育成も視野に

②兵庫県南あわじ市×徳島県鳴門市 県またぎ2市 うずの幸グルメ



鮨、オードブル、通販、お土産、定食など



2022年春発行うずの幸ご当地パンフレット

出典：じゃらん観光振興セミナー2022

②兵庫県南あわじ市×徳島県鳴門市 県またぎ2市 うずの幸グルメ



お蕎麦や丼、ホテルのカジュアルランチなども

イートイン **うずの幸グルメ**

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

イートイン **うずの幸グルメ**

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

イートイン **うずの幸グルメ**

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

イートイン **うずの幸グルメ**

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

お蕎麦

3つのうずの幸グルメが誕生。
握りやちらしで、地魚を存分に！

うずの幸プレート
2750円
※予約推奨

うずの幸コース
5500円
※予約推奨

うずの幸プレート
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

うずの幸コース
2200円(タイアサヒ100円)
※予約推奨

2022年春発行うずの幸ご当地パンフレット

出典：じゃらん観光振興セミナー2022

[illegible][illegible][illegible]

※本施設で飼育の「預け魚」は入荷状況により、メニューにのらない場合もあります。

15

＊参画店舗数

25店舗

＊売上食数

1万9386食

＊売上金額

4億4194万1736円

※2022年3月18日～2022年12月末



訪日富裕層のポテンシャル層が獲得できていない(課題⑥)



- ・ インバウンドの傾向として意識すべきことは下記
- ・ これらを磨き上げることで、アジアの富裕層もフォローすることが可能になります

内面の変化への期待を持ってもらうこと



唯一性の資源×ガイドを
磨き上げること

ポテンシャルテーマを
取り込むこと



サステイナブルであること

訪日富裕層のポテンシャル層が獲得できていない(課題⑥)



京都ビジャーズホスト



ニックネーム	対応言語	評価	自己紹介	対応/料金
 ハルナ 	英語	 1(5.0)	京都の地にて、昔から脈々と続き、現代にも息づく京都の伝統工芸...	
 コージ(観光タクシー) 光タクシ	英語	 8(5.0)	こんにちは！ガイド付き観光タクシーで、快適な旅を楽しみません...	¥ 53,100/日
 リック	英語	 9(5.0)	プロフィール：京都生まれの京都市育ち。大手家電メーカーP社に...	¥ 35,000/日
 カトちゃん	フランス語		30年間日本で暮らしています。京都に来たのは10年になります...	¥ 25,000/日

田辺市熊野ツーリズムビューロー（先駆的DMO）

（概要）

2006年設立 スタッフ20名
和歌山県田辺市の地域DMO



和歌山県田辺市にある観光振興組織で主に熊野古道を活かしたツーリズムを行っている

（主な事業）

- ①市観光プロモーション事業（市事業委託）
- ②**旅行業（主に欧米豪インバウンド客の旅程造成・ガイド）**
- ③田辺市観光センター（観光案内所）の指定管理

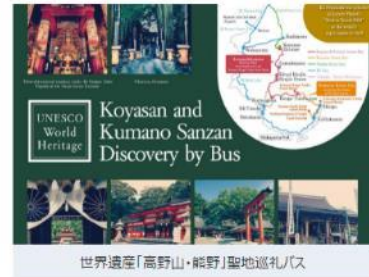
トラベルサービスタイプ



搬送(荷物/車両)



ガイドブック



世界遺産「高野山・熊野」聖地巡礼バス



タクシー



お弁当



レンタカー

- 新型コロナウイルスが生んだ、【旅から始まる、新しい地方活性の兆し】を掴むことが重要

「こころの故郷さがし」

コロナ禍を背景に、解放感と地域への深い共感・貢献感など心が満たされる場所（＝こころの故郷）を持ちたいというニーズが高まっている。

「こころの故郷」を探す旅とは、観光を目的にしていない、現地の暮らしを体験したり、文化に触れたり、現地の人達と交流するという新しい旅の形。

「こころの故郷」ができることで、週末にリセットできたり、自分の生き方を見つめなおすことも。

もうひとつのふるさとから新しい生活、人生がはじまる。



背景としてある、ふるさとを持ちたいという気持ち



- ・ 帰省しているような感覚を感じられる場所、を探したいニーズが増えている

YES
56%

生まれ育った地元以外にも
"帰省しているかのような
感覚を感じられる場所"
が欲しいと思いますか？

YES
39%

その気持ちが
コロナ禍で
強まりましたか？

コロナ拡大後の
帰省の頻度は？

全くなし
32%

Yes65%のうち

No
35%

あなたには
現在、
"帰省できる
地元"が
ありますか？

"帰省しているかのような
感覚を感じられる
場所を訪れること"
をテーマにした旅行や
プランがあった場合に、
内容に興味がありますか？

YES
47%

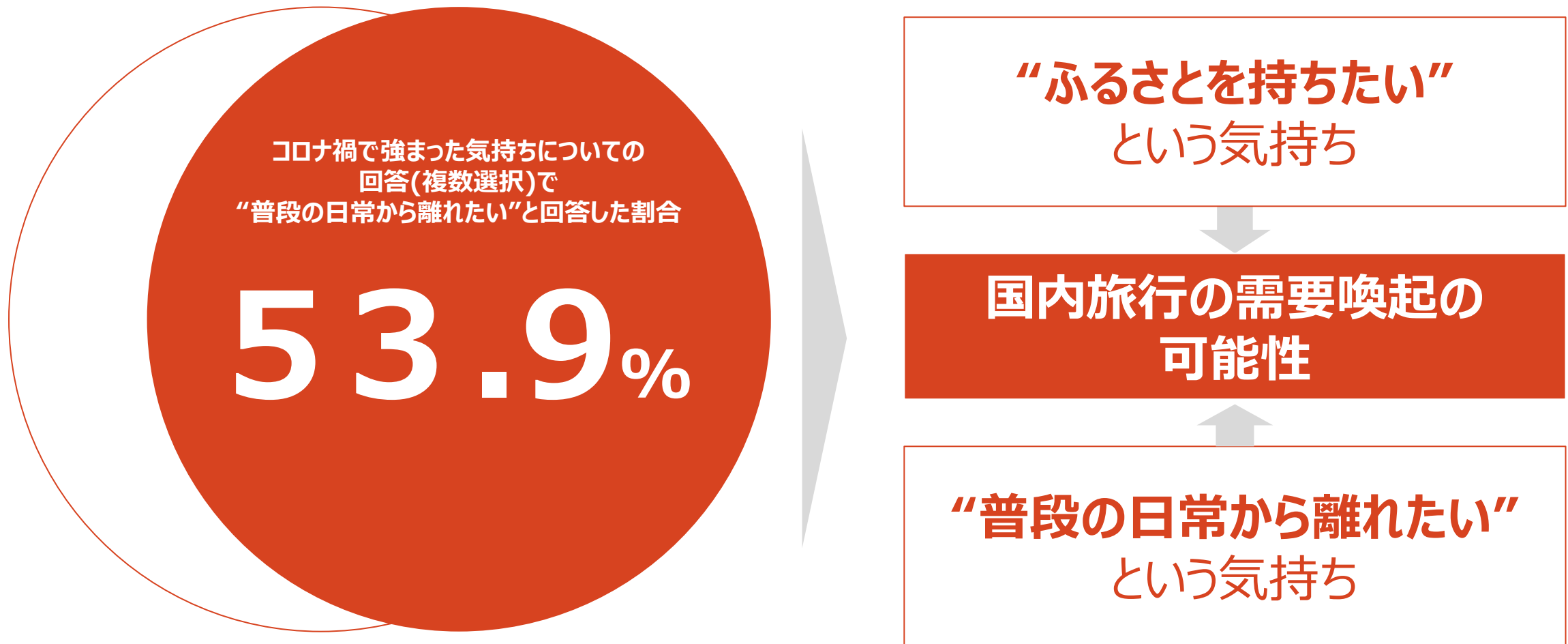
YES
54%

"帰省しているかのような
感覚を感じられる場所"を
探すために、今後(も)
今まで訪れたことのない
場所へ行ってみたい
と思いますか？

「非日常」への憧れもある



- ・ コロナ禍で「普段の日常から離れたい」などが強まったが50%以上



「こころの故郷さがし」によってもたらされる変化



未来に起きる可能性

- ・街への愛着を持つことで、交流者が、ゲストからホストにニーズを変化させる可能性
- ・共感型リピート、プロボノ、副業などの増加が期待でき、そこから関係人口、二拠点居住、移住につながる
- ・地域にあったが表出化していない視点や文脈やビジネスが地方の活性化、持続発展につながっていく

旅行者の変化

自分が満たされる時間
(自分を取り戻す・見つめなおす・リフレッシュ)



そこで過ごす時間を
定期的に求めるように

現地での体験

異日常
心のゆとりや癒し
「本質的な価値」との出会い
何か役に立つことをしたい
接点のない人との触れ合い

街の変化

著名観光地でない地域でも
交流人口の獲得が可能

ロイヤルカスタマーの発展

国内新市場の獲得(課題⑦)



一般社団法人 雪国観光圏



10月「雪国 帰る市」(イベント運営で地域交流)



9月「帰る農園ランチ」(農業お手伝いで地域交流)



9~11月「帰る森」(森の再生×新たな価値創造)



11月~「さかとけ」(場と仕事を共用する、家系の拠点)

「さかと」は、新潟県南魚沼市坂戸地区の地名から
「ヶ」は、人と人を結ぶよりどころ、気軽に帰る「家」のような拠点（場）と
ハレとケの「ヶ（日常）」の意味を込めて名付けられました



さかとヶ公式
サイト



【NEWS】

2023年6月、第26回「人に優しい地域の宿づくり賞」（主催：全旅連）にて、さかとヶの取り組みが評価されryugonがの全旅連会長賞を受賞しました



家系な拠点、さかとケ。

ごめんなさい。さかとケは普通のホテルではありません。

祖父母や親戚の家に来た気分で、

ハウスワーク(家業のしごと)をお手伝いしながら

ハウスステイする「家系」な拠点です。

ハウスワークを通して、人や気づきに偶発的に出会い

旅先に「ただいま、おかえり」の関係性を見つけられますように。



料金

ハウスワーク5時間 素泊まりプラン

宿泊料免除

1泊2日あたり、最大6泊まで。
ハウスワークの時間帯は予約時に選択制。
仕事内容は当日相談となります。

① 17:00～22:00

② 7:30～12:30



ハウスルール

さかとケのとりせつ

社名や肩書ではなく「素の自分」としてお互いに接することで
「仲間」としての関係性を育む場づくりを目指してます

◎ 持ち込み歓迎

ハウスワーク以外の時間はフリー

自分のしごと

自分の趣味

自分の食材・衣類

場を活用した主催企画の提案

利他的な気持ちと行動

川・山もありゲレンデも近い環境で、自分の趣味に没頭できたり。駅前にあるスーパーで食材を調達して料理を振る舞ったり。オーナーと相談してイベントを主催してみたり。誰かのためになる変革の提案也大歓迎です。

△ 持ち込み不要

この場にそぐわないもの

肩書き

利己的な気持ちと行動

肩書きはいりません。個人としてお話ししましょう。またもちろん自分を犠牲にはしてほしくないですが、人と環境を敬う気持ちを忘れずにご持参ください。

「さかとケ」プロジェクト（場としごとを共用する、家系の拠点）

さかとケ公式
サイト



運営面
プロジェクトリーダー
萩野さん
(宿泊業)

メンバーシップ登録+予約のスキームづくり



滞在する拠点の過ごし方の整備



LINEオープンチャットで
事前・事後のコミュニケーション



いつでもだれでも手伝えるしごとの提供方法



レクチャー動画

さかとケメンバーがつながる仕組み



近隣のお薦め店
を各自が紹介



オーナー
井口さん

帰る旅参加ユーザー

体験後コメント

- お手伝いをしてみたら、**思った以上に期待されている役割が大きくてうれしい驚き**だった。宿で働くスタッフさんと一緒に作業しながら、ここで働いている理由を聞いたり…会話のきっかけが生まれ、話すうち徐々にチーム感も出てきた。お手伝いが終わってみると**想像以上の居心地のよさ**を感じた。(20代女性)
- 帰る旅プロジェクトの紹介を聞いて参加してみた。神奈川県横浜市出身で親戚も周辺、同級生が田舎におじいちゃんたちがいるのがうらやましい、**もしも自分にも田舎があったら人生が豊かになるな**…と漠然と思っていた。今回体験してみて、これからの自分の仕事や、今後のキャリアとして**地方部で働く選択肢を考えることにもつながる**、とても貴重な経験になった。(20代女性)
- 地域創生に興味があり、**地域の役に立ちながら遊ぶこともできる点が魅力的**だった。また、参加者や宿の方とお話する機会も多く、地元の人しか知らない観光地や食べ物などを教えていただいたり、**人や土地とつながりができるきっかけともなった**。旅先でありながら、ある意味、**自分の居場所のような感覚**を持つこともでき満足であった。(20代男性)



(2022年10月23日～2023年1月25日集計、WEBアンケート調査、n=14)

箱根DMO

【戦略策定】 オンハンド情報などから需要予測を抽出し、
飲食店・土産物店・観光施設などに情報提供できないか

箱根町の観光戦略
(DMO策定)

例えば、先々の来訪者人数予測＝需要予測が把握でき、
それらの情報を地域事業者に共有することで、
地域消費額をUPさせたい

納入元



生産計画

土産物店



仕入れ計画

飲食店



受け入れ対策

- ・メニュー開発
- ・案内板設置

など

サプライチェーン
にも貢献できるはず

箱根エリア全体の観光消費額向上を目指したい



写真1 「箱根 DMO TOUCH!」



写真2 「箱根 DMO TOUCH!」 人流予測など

分類

経済のサステナビリティ

文化のサステナビリティ

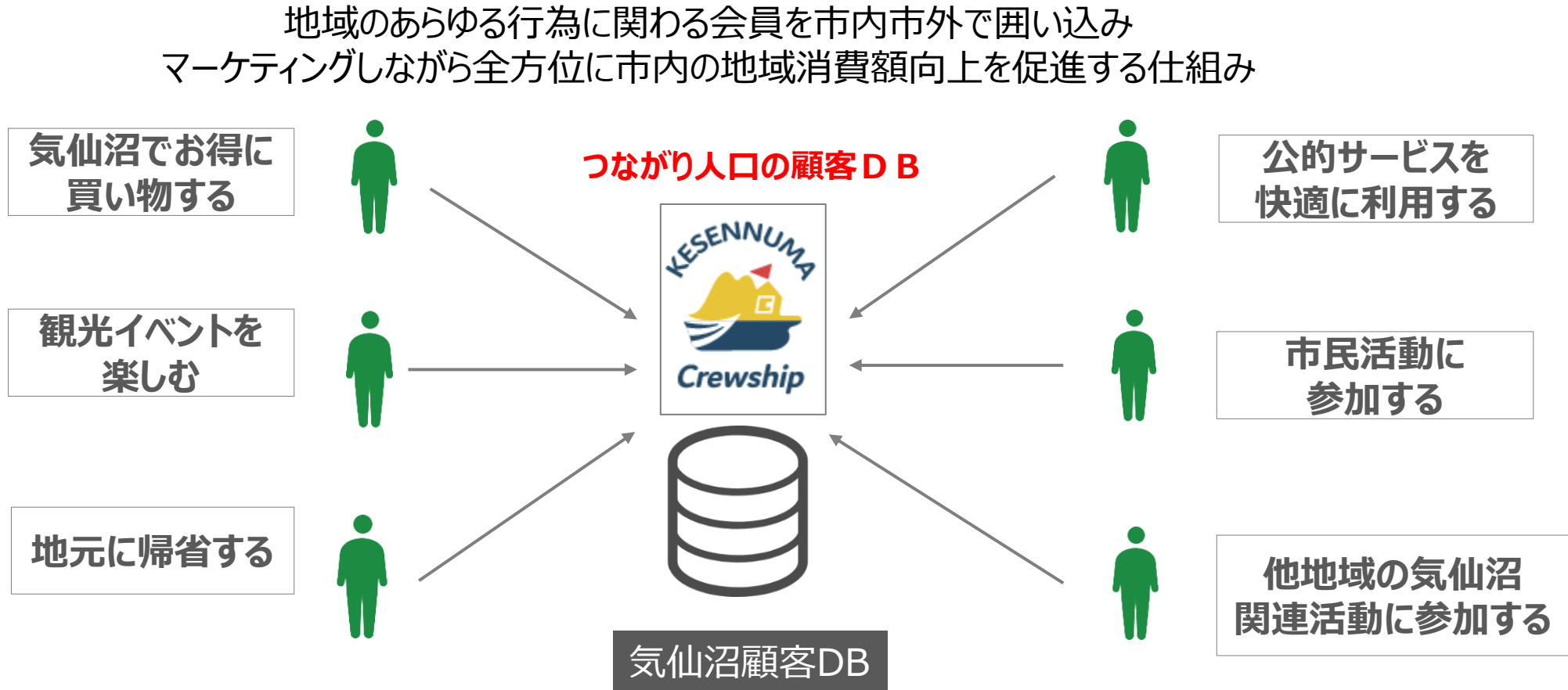
環境のサステナビリティ

持続可能な経営

すばやく検証し、改善点を得る為の仕組(課題⑩)



気仙沼クルーカードによる顧客DB構築により、コスト・工数をかけずに、「検証」・「改善」を実現
訪れた際の満足度と、その後のCRM(カスタマーリレーションシップマネジメント)により、ロイヤルカスタマー化する



すばやく検証し、改善点を得る為の仕組(課題⑩)



下呂市DMO（先駆的DMO）



出典：下呂市DMO 形成・確立計画
国土交通省サイト「下呂温泉観光協会 下呂市DMOの取り組み」

理想的な人材フォーメーション



経営者

- ・地域を変えたい経営能力ある人物
- ・1人でなく、コアチーム(4~8人)で動く
- ・パッション・行動力・学ぶ姿勢を持つ

信頼者

- ・地域愛着経営者の応援団長
- ・自身が抵抗勢力の壁となる
- ・地域に影響力ある有力者・改革者

専門家

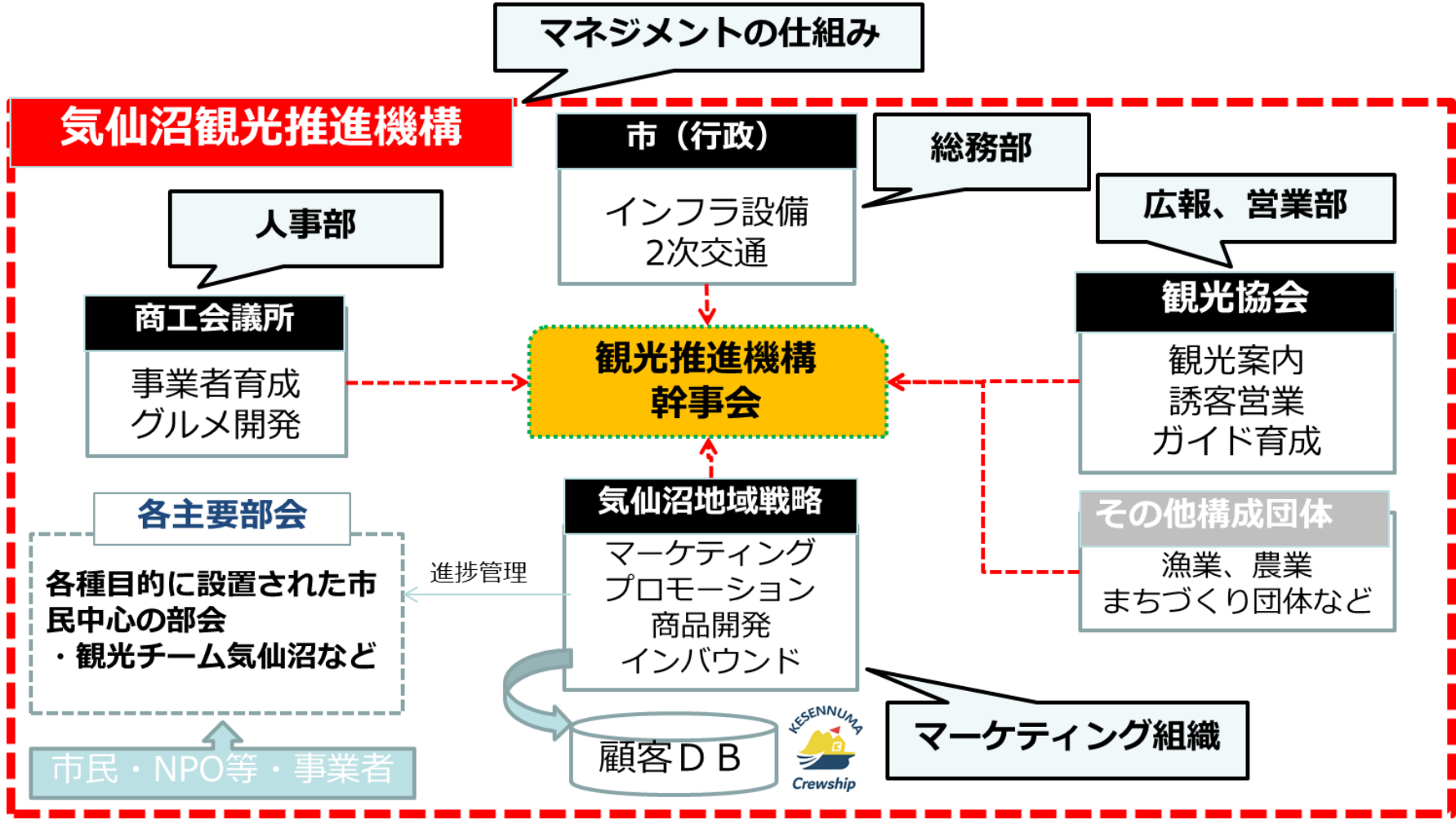
- ・専門能力を持つ
- ・地元と同じく地域の未来に責任を持つ
- ・2、3年、地域に入り後継を育てる

行政

- ・環境(財源・情報・ネットワーク)を整える
- ・リスクを察知し、リスクを排除する



公的組織の役割分担を明確化してDMO法人の公益性成果と公的財源を市全体でオーソライズを取る仕組み

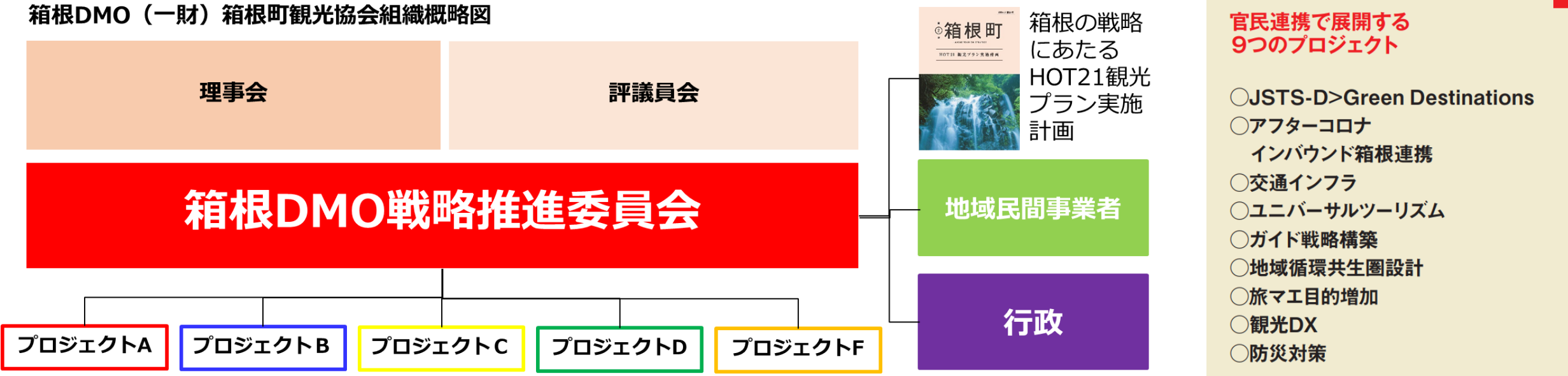


箱根DMO戦略推進委員会を中心とした地域一体「ALL箱根」で、プロジェクト体制により事業を推進

戦略（箱根町HOT21観光プラン）の設計と執行を箱根DMO戦略推進委員会が行い、必要な事業を行うためのプロジェクトを組織し、官民から必要な人員をアサインして事業を具現化する

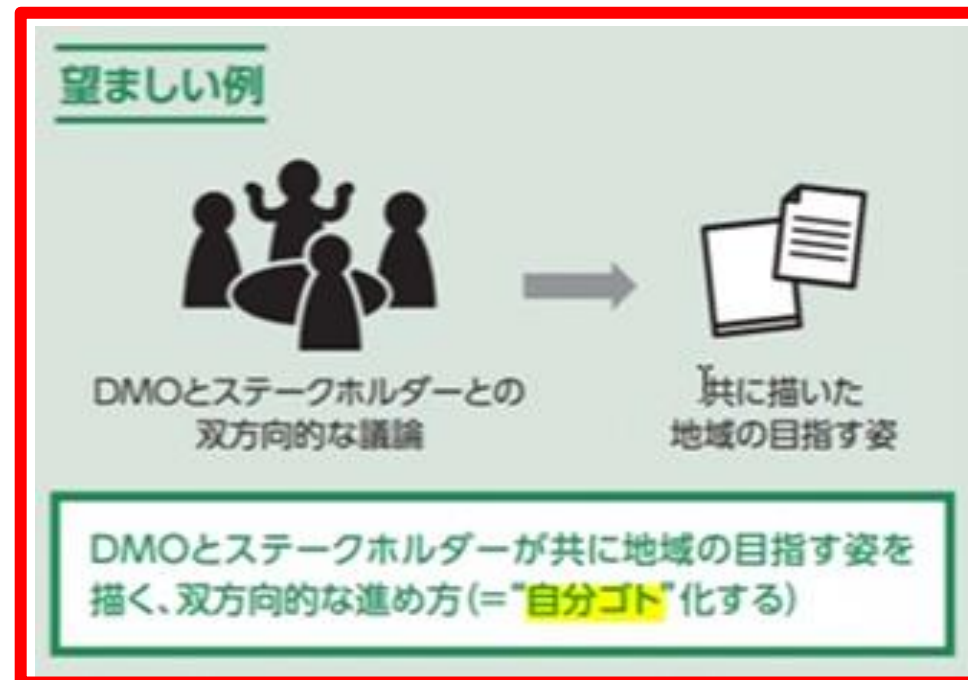
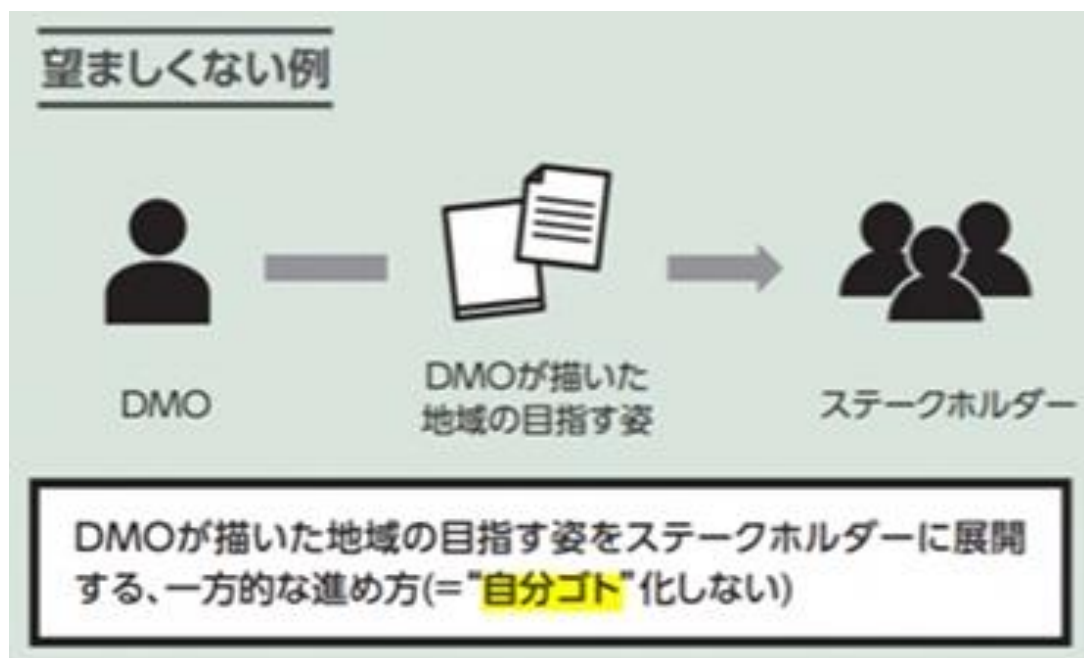
経営ボード（理事会・評議員会）と事業運営ボード（戦略推進委員会各プロジェクト）が一体となり地域経営を推進している

箱根DMO（一財）箱根町観光協会組織概略図

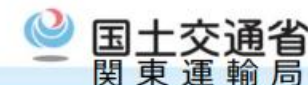


出典：じゃらん観光振興セミナー・とりまかしvol.67

- 目指すべき観光経営の進め方（イメージ）
➡DMOだけでなく、地域の観光関連事業者の双方が『**自分ゴト**』化することが重要



令和5年度 江戸街道観光を促進するための専門家マッチング事業



江戸時代に江戸と各地を結んだ幹線道である五街道と、それ以外の主要な街道である水戸街道や成田街道等の協往還については、現在においても歴史的な観光資源はもとより、食や文化など魅力的なコンテンツが豊富に点在していることから、これらを「江戸街道」という統一テーマによってブランディングすることが出来れば、地域における誘客促進と経済の活性化に大きく貢献することが出来る。

一方で、これまでも街道に関する様々な取り組みが地方公共団体やDMO、民間事業者等によって進められているところであるが、様々な課題に対してそれぞれの地域が悩みながら街道観光を模索しているのが現状である。

当事業では、関東運輸局が窓口となり、地域からの相談に基づいて様々な課題を解決することを目的に専門家の協力を得ながらアドバイスをを行い、「江戸街道」というテーマのもとに観光を促進し、地域の活性化を支援する。

【対象者】

- 広域関東圏内（※）の地方公共団体・DMO（登録、候補含む）・民間事業者等
（※福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県）

【相談募集期間】

- 令和5年7月20日（木）～10月31日（火）
（相談後のマッチングは11月以降も実施します）

【専門家】

- 相談内容に応じて関東運輸局が選定

【対象となる相談内容】

- 江戸街道の観光全般に関する事項
 - ・観光資源の磨き上げの手法
 - ・PR手法やマーケティングに関すること
 - ・地域関係者のまとめ方 等



●想定する相談内容（例示）

- ・街道に関して御宿場印や温泉などの取り組みで盛り上げていきたいが、具体的にどのように進めていけばよいか。
- ・以前から街道に関する取り組みを行っており、観光商品も造成したが、今後どのようにPRを進めていけばよいか。
- ・これから江戸街道に関する取り組みを進めていくに当たって、マーケティングの手法を教えてもらいたい。

【注意事項】

- ・当事業は単年度の事業です。
- ・専門家への諸謝金は当局負担となります。
- ・専門家を現地へ派遣するなど、旅費交通費が発生する場合は、原則相談者負担となります。
- ・相談者多数により予算の上限に達する見込みになる場合は、専門家のご紹介のみになる場合がございます。

まずはご相談を！

※相談内容に関する様式をお送りいたします。

関東運輸局観光部
観光地域振興課
TEL : 045-211-7265
MAIL : ktt-kanko-chiiki@gxb.mlit.go.jp



ご清聴 ありがとうございました

【お問い合わせ先】
株式会社リクルート
じゃらんリサーチセンター 高橋 佑司
yuji@r.recruit.co.jp

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。事前に当社までご連絡ください。
使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>

[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail : jalan_rc@r.recruit.co.jp

- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。
本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。