

第4章. 業務遂行中における業務内容に関する報告

1. 取組の進捗状況の報告

取組の進捗状況について、2週間に1回、期間中(2013年5月16日～2014年3月14日/合計19回)、指定様式に基づき近畿運輸局に報告した。

<進捗状況>

<5/22 第1回打合せ会議の実施(於:吉野材センター内会議室)>

・冒頭、前年度(24年度)の事業で、林業・木材産業観光導入検討調査業務にて、一定の成果があったことが報告され、今年度、さらに充実・発展させていこうとしていたところ、今回の「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業」の募集があり、応募したところ、採択されたことが報告された。

・本事業における観光庁の考え方・趣旨を全員に説明するとともに、今後の事業スケジュール・事業運営体制について関係者全員に共有された。

<6/4 JTBと電通の打合せ(於:JTB西日本奈良支店内会議室)>

・「地域観光マーケティングスクール」について打合せ

今後の進め方、スケジュール等について議論

<6/4 第2回打合せ会議の実施(於:吉野材センター内会議室)>

・「地域観光マーケティングスクール」について過去事例(青森県八戸市、長野県栄村)をもとに説明。

・マーケティングスクール実施準備のための事前ヒアリング。

<6/16-6/30 JTBと電通によるマーケティングスクールの資料作り>

・デスクリサーチ、4万人旅パネル調査、吉野地域カスタマイズ調査の3つのデータから、客観的に「吉野地域」を評価した、観光振興の診断書とでもいうべき、「吉野観光資源カルテ」を作成(全214ページ)。また、マーケティングスクールの資料として、全175ページの教科書も作成。

<7/2-7/4 吉野地域観光マーケティングスクール開催>

・吉野製材工業協同組合の会議室にて、「吉野地域観光マーケティングスクール」を開催。

<7/15~7/31 モニターツアー造成の調整>

<7/15~7/31 タビカレへの提出資料の収集>

・各地域・関連機関への、動画制作用素材の提供依頼 他

<7/26 JTB西日本奈良支店による現地訪問>

・マーケティングスクールのフィードバック及びモニターツアー造成の各種確認

<8/1~9/20 モニターツアー造成の調整>

・関係機関との各種連絡・調整、打合せ

・第1弾のモニターツアーは、日帰りツアーとなり、10/26と11/20の2本を設定。

<8/8 モニターツアー造成の打合せ会議>

・Jプロデュースの会議室でツアー企画について打ち合わせ会議を実施。ダムの扱いについて関係者間で議論を行った。ダムマニア向けに、別ツアーの造成を検討することとなる。

<9/20~10/25 モニターツアーの募集・広報>

- 第1弾モニターツアー(10/26、11/20)の募集・広報 開始
- あべの橋駅デジタルサイネージ 9/20-10/6
- 京都駅デジタルサイネージ 9/20-10/25
- 近鉄沿線各駅ラック 9/20-10/25
- 近鉄電車(南大阪線) 中吊りポスター 9/23-9/29
- 近鉄電車(南大阪線) ADトレイン 9/20-9/29
- 近鉄電車(大阪・奈良線) ドア横額面 9/28-10/4

<10/25 モニターツアー催行に向けた手配確認>

- 台風&大雨のため、10/26のツアーは催行中止の判断。
- 参加予定者へは11/20のツアーを案内。
- 新たな催行日を設定することについて、検討・調整したが、難しいとの判断に。
代わりに、11/20のツアーを、当初15名の予定から30名で催行することで調整した。

<11/1-11/15 大滝ダムモニターツアー造成>

- 12/7(土)発で確定。
- 広報プラン制作中。

<11/20 モニターツアー催行>

- 32名の参加で催行。

<11/15-12/5 大滝ダムツアー 募集・広報>

- 近鉄沿線駅でのチラシ設置(11月23日~)
- 近鉄南大阪線 ドア横ポスター(11月23日~11月30日)

<12/6 モニターツアー(大滝ダム)催行 >

- 30名の参加で催行。

<12/24:モニターツアーの実施報告会を開催(於:吉野材センター会議室)>

- 11/20と12/7のモニターツアーについて、アンケート結果を発表。
今後の事業展開について議論。

<12/15~1/21 大阪駅PRイベント(1/22)の準備>

- 大阪駅でのイベント準備。シナリオ作成、資料準備 他。

<12/15~1/30 タビカレ学園祭準備>

- 東京ビックサイトでのイベント準備。資料集め 他。

<1/20 会議打合せ(於:吉野材センター)>

- 地域・目利き・JTBを交えての今後の商品化に向けた打合せ。

<1/22 PRイベント(大阪駅)>

- イベント実施。

<2/1~2/2 タビカレ学園祭出展>

- イベント出展。

2. 新聞、テレビ、雑誌等のメディア紹介

モニターツアーの紹介については、以下の4社に取り上げられた。

メディア名	掲載日	備考
日経 プレスリリース	9/20	WEB
トラベルナビ	9/24	WEB新聞
Kirei Style	10/2	ポータルサイト
マイライフニュース	10/5	ポータルサイト

プレスリリース

業種 サービス／旅行・ホテル 発表日 2013/09/20
 企業名 JTB西日本 | ホームページ: <http://www.jtb.co.jp/west/>

JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売開始

～木と水のふるさとに、文化の源流を訪ねるニューツーリズム～
 『吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅』モニターツアー9月20日(金)より販売開始

標記のとおり「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを9月20日(金)より販売開始します。

JTBグループは、地球を舞台に人々と文化の交流を創造する「交流文化事業」を事業ドメインとして推進しています。株式会社JTB西日本(本社:大阪市中央区 代表取締役社長 高橋 広行(◇))は、各地域と連携し、固有の魅力の発掘・育成により、「着地型旅行商品開発」や「魅力あるまちづくり事業」など観光を基軸とした交流促進を図る地域活性化事業に取り組んでいます。

◇社長名の正式表記は、添付の関連資料を参照

このたびのツアーは、「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業(※)」として、吉野林材振興協議会、吉野町、川上村の協力のもと、JTB西日本奈良支店が、奈良県南部地域の“吉野杉ブランド”の体験を産業観光として浸透・定着することを目的に企画・実施します。500年前から木を植え、世代を重ね継がれてきた林業・木材産業における生産から製材加工に至る工程の全てを網羅する産業地域として、クールジャパン・日本のモノづくりとしても吉野杉ブランドを位置づけ、全国に情報発信することを目的に企画・実施します。

ツアーの特徴は、水の源流と木が生まれ育てあげる原点からスタートし、原木の競市、製材そして加工と産業の流れをストーリーとして体感できます。大径木競市では、全国各地からブランド吉野杉を購入する活気ある瞬間を見学することができます。吉野杉産業拡大の中で、日本に生まれた画期的な加工品の1つ、梅酒の歴史と文化を味わえます。

ツアーのご参加者には、アンケートにご協力を頂き、その結果を今後の取り組みに反映してまいります。

JTB西日本奈良支店は、今後も、吉野杉ブランドの産業文化の魅力を発掘・発信し、吉野地域の活性化に取り組んでまいります。

(※)観光庁が主導する、旅行商品化することで、地域活性化につなげる取り組み

* ツアーチラシは、添付の関連資料を参照

 プレスリリース
 @press_release

[フォロー](#)

JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売開始 bit.ly/1aPuSla (日経プレスリリース) #nikkei

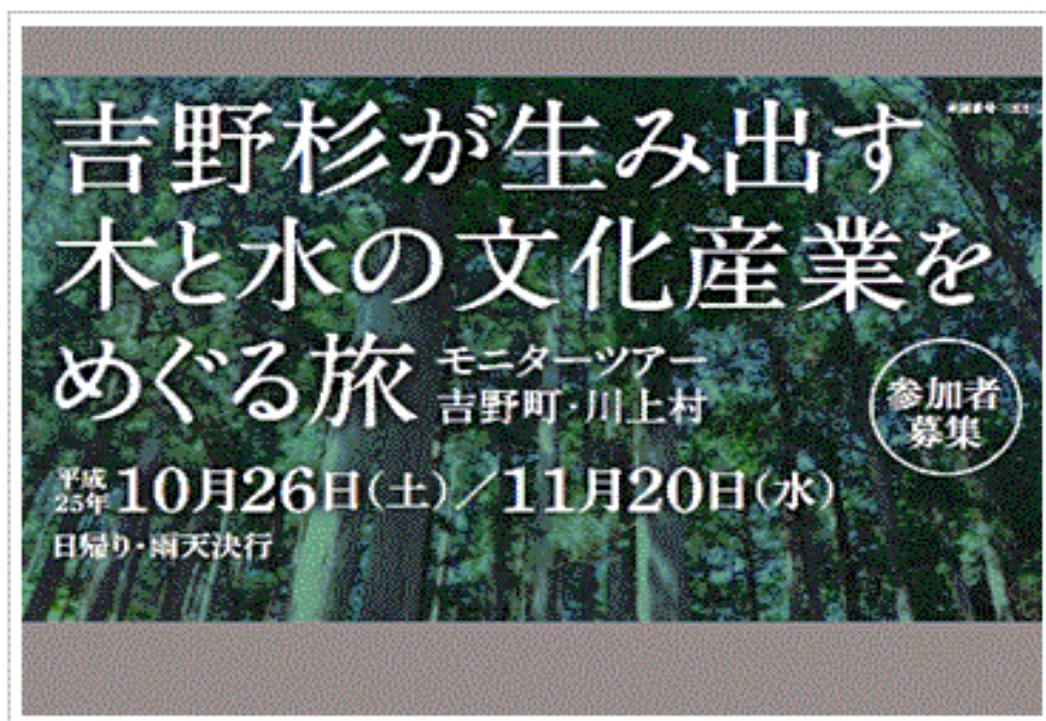
←返信 ツイート ★お気に入り登録 ...その他

20:24 - 2013年9月19日

 しみずしげとし @shigelyobin - 10月3日
 この手の芋ひ茶でお金をとるのは難しいなあ。人様からお金をとるのは難しい。@press_release JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売開始 bit.ly/1aPuSla (日経プレスリリース)

←返信 ツイート ★お気に入り登録 ...その他

JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売



JTBグループは、地球を舞台に人々と文化の交流を創造する「交流文化事業」を事業ドメインとして推進している。

中でも、株式会社JTB西日本（本社：大阪府中央区 代表取締役社長 高橋 広行）は、各地域と連携し、固有の魅力の発掘・育成により、「着地型旅行商品開発」や「魅力あるまちづくり事業」など観光を基軸とした交流促進を図る地域活性化事業に取り組んでいる。

「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーは、「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業として、吉野林材振興協議会、吉野町、川上村の協力のもと、JTB西日本奈良支店が、奈良県南部地域の“吉野杉ブランド”の体験を産業観光として浸透・定着することを目的に企画・実施する。

Kirei Style 今のキレイも、10年後の輝きも powered by *Woman.excite*

 <p>クアラルンプール - Melia Kuala... ¥10,414 予約</p>	 <p>クアラルンプール - Berjaya... ¥11,372 予約</p>	 <p>クアラル - Hotel I ¥10 予</p>
---	---	---

[トップ](#) [アラフォー総研](#) [ワタシStyle](#) [美の賢人](#) [読者エディター](#) [読者モデルブログ](#) [ビューティ](#) [グルメ](#) [ライ](#)
[TOP](#) [イケメン・タレントニュース](#) [ランキング](#) [週間ランキング](#) [ニュース提供社](#) [ヘルプ](#) [RSS](#)

[ニューストップ](#) [恋愛・結婚](#) [美容・ファッション](#) [エンタメ](#) [ライフ](#) [キャリア](#) [写真](#)
[暮らし](#) [トレンド・新製品](#) [グルメ・レシピ](#) [ヘルスケア](#) [レジャー](#) [IT・アプリ](#) [ママ](#)

[ニューストップ](#) > [ライフ](#) > [レジャー](#) > JTBC西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売開始
[前の記事へ](#) [次の記事へ](#)

JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売開始

2013年10月02日 10時35分配信

[ツイート](#) {0} [いいね!](#) {0} [G+](#) {0}



JTBグループは、地球を舞台に人々と文化の交流を創造する「交流文化事業」を事業ドメインとして推進している。JTB西日本は、各地域と連携し、固有の魅力の発掘・育成によって、「着地型旅行商品開発」や「魅力あるまちづくり事業」など観光を基軸とした交流促進を図る地域活性化事業に取り組んでいる。

今回のツアーは、「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業(観光庁が主導する、旅行商品化することで、地域活性化につなげる取り組み)」として、吉野林材振興協議会、吉野町、川上村の協力のもと、JTB西日本奈良支店が、奈良県南部地域の“吉野杉ブランド”の体験を産業観光として浸透・定着することを目的に企画・実施する。500年前から木を植え、世代を重ね引継がれてきた林業・木材産業における生産から製材加工に至る工程の全てを網羅する産業地域として、クールジャパン・日本のモノづくりとしても吉野杉ブランドを位置づけ、全国に情報発信することを目的に企画・実施する。

みなさまの健康と暮らしを応援するポータルサイト



ツイート 1

いいね! 9

B! 0

ホーム

ニュースカテゴリ

特集

アンケート

ホーム > 余暇・トラベル > JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売...



食事・レストラン
Food & Restaurant



菓子・ドリンク
Sweets & Drink



健康食品・医薬品
Supplement & Drug



睡眠・リラクゼーション
Sleep & Relaxation



美容・化粧品
Beauty & Cosmetics



余暇・トラベル
Resort & Travel



運動・トレーニング
Sports & Training

Resort & Travel
余暇・トラベル



JTB西日本、「吉野杉が生み出す木と水の文化産業をめぐる旅」モニターツアーを販売開始

2013.10.02 10:35 更新



JTBグループは、地球を舞台に人々と文化の交流を創造する「交流文化事業」を事業ドメインとして推進している。JTB西日本は、各地域と連携し、固有の魅力の発掘・育成によって、「着地型旅行商品開発」や「魅力あるまちづくり事業」など観光を基軸とした交流促進を図る地域活性化事業に取り組んでいる。

今回のツアーは、「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業（観光庁が主導する、旅行商品化することで、地域活性化につなげる取り組み）」として、吉野林材振興協議会、吉野町、川上村の協力のもと、JTB西日本奈良支店が、奈良県南部地域の「吉野杉ブランド」の体験を産業観光として浸透・定着することを目的に企画・実施する。500年前から木を植え、世代を重ね引継がれてきた林業・木材産業における生産から製材加工に至る工程の全てを網羅する産業地域として、クールジャパン・日本のモノづくりとしても吉野杉ブランドを位置づけ、全国に情報発信することを目的に企画・実施する。

ツアーの特徴は、水の源流と木が生まれ育てあげる原点からスタートし、原木の競市、製材そして加工と産業の流れをストーリーとして体感でき



3. 効果指標の設定とその効果

<指標の設定>

モニターツアーを催行することで、地域の認知度が向上し、そのことによる地域への入込客数が増加し、関連する施設利用者が増加することを目標としている。

よって、効果指標は、上記観点から、以下の項目について調べることにした。

【調査対象地域・ツアーの認知度向上】

①「吉野町ピンクル」公式facebookページの「いいね」数

②「ちょっとよってんけ～奈良県川上村」公式facebookページの「いいね」数

* 事業開始のH25年5月の数値と、H26年3月時点での数値を比較する。

【調査対象地域への入込客数の増加】

③奈良県南部地域への入込客数

④吉野町への入込客数

⑤川上村への入込客数

* H23年、H24年、H25年の各月の数値を比較する。

* ③と④については、H25年分の数値は集約中のため、未発表。(H26年5月頃発表される予定)

①「吉野町ピンクル」 公式facebookページの「いいね」数



H25年5月 いいね 72件

→ H26年3月 いいね 169件

②「ちょっとよってんげ〜奈良県川上村」 公式facebookページの「いいね」数

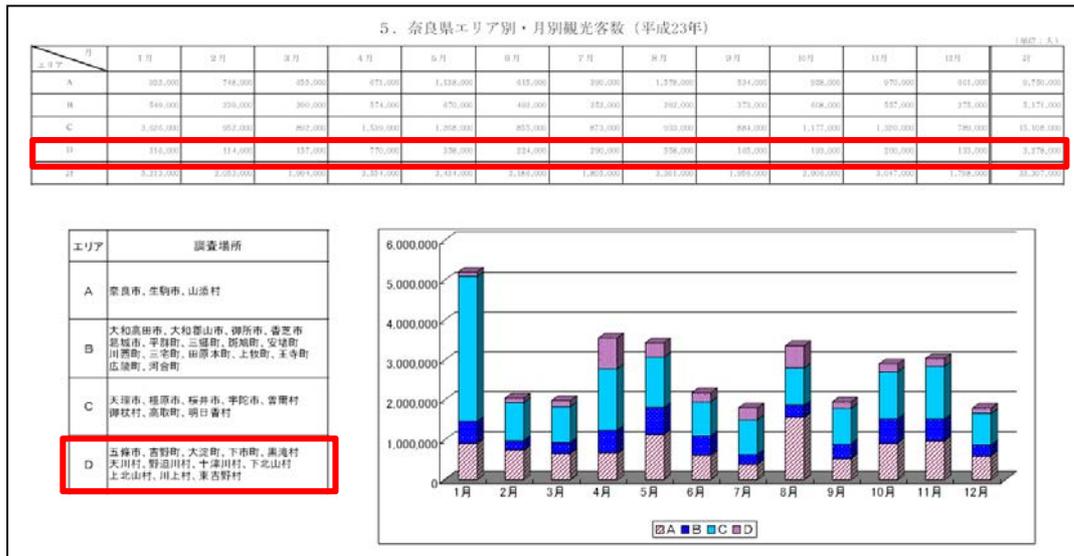


H25年5月 いいね 173件

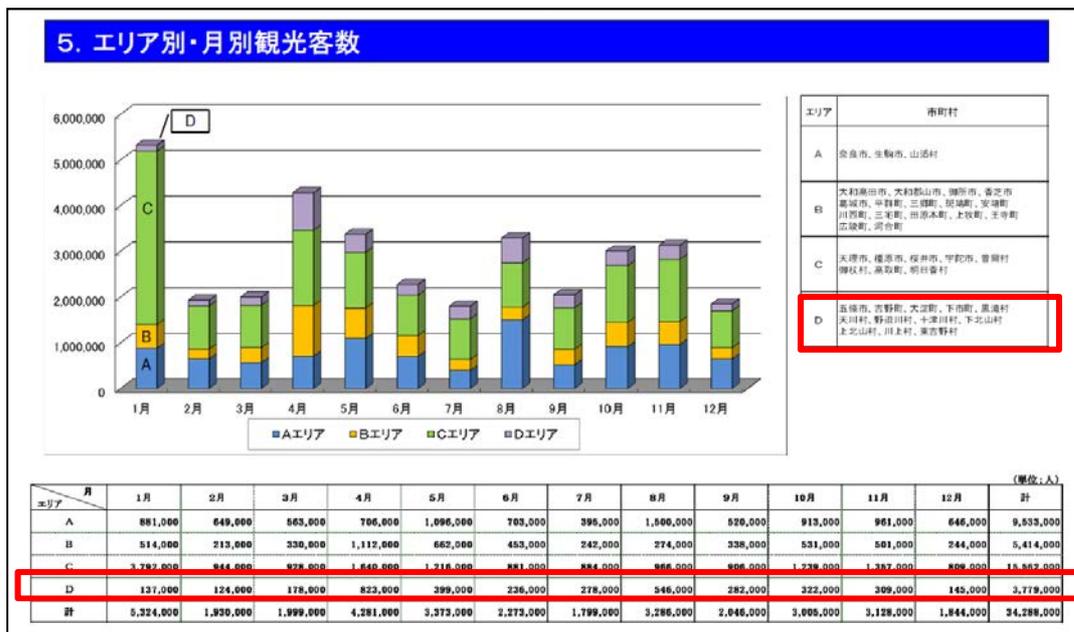
→ H26年3月 いいね 363件

③奈良県南部地域への入込客数

奈良県観光客動態調査報告書(平成23年)より



奈良県観光客動態調査報告書(平成24年)より



上記、赤く囲ったところを、抜粋。

Dエリア：五條市、吉野町、大淀町、下市町、黒滝村、天川村、野迫川村、十津川村、下北山村、上北山村、川上村、東吉野村

Dエリア	年別入込客数												(人)
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
H23年	116,000	114,000	157,000	770,000	358,000	224,000	290,000	338,000	165,000	193,000	200,000	133,000	3,278,000
H24年	137,000	124,000	178,000	823,000	399,000	236,000	278,000	346,000	282,000	322,000	309,000	145,000	3,779,000
H25年													

H25年分の数値は集計中。H26年5月頃に発表される予定。

④吉野町への入込客数

吉野町役場からの提供データ(H26年3月10付)

地区名	吉野山												単位:人
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
23年	21,352	15,821	20,514	298,261	80,438	44,661	27,166	30,148	26,735	27,502	42,272	14,565	649,435
24年	23,124	14,930	15,706	336,109	126,424	59,536	23,814	25,728	23,273	44,787	72,082	17,990	783,503
25年													
地区名	吉野川												単位:人
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
23年	1,943	2,202	2,429	4,202	7,948	11,778	22,137	39,596	12,004	4,339	4,154	2,072	114,804
24年	1,497	1,779	1,943	4,119	7,350	11,398	21,338	37,085	11,407	2,506	2,983	1,425	104,830
25年													
地区名	津風呂湖												単位:人
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
23年	4,685	5,437	10,815	19,499	26,795	16,965	21,997	27,928	16,875	16,866	13,773	7,886	189,521
24年	3,881	4,637	8,340	17,496	22,874	15,016	17,865	22,464	16,166	17,549	12,471	7,070	165,829
25年													

H25年分の数値は集計中。H26年5月頃に発表される予定。

⑤川上村への入込客数

川上村役場からの提供データ(H26年3月10付)

川上村	年別入込客数												(人)
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
23年	2,071	1,910	3,856	6,774	11,636	6,517	9,449	16,461	2,882	5,283	6,100	3,367	76,306
24年	3,178	2,392	4,238	7,208	11,082	5,120	8,422	13,657	8,241	8,732	7,698	2,815	82,783
25年	3,432	2,892	5,309	8,861	13,670	7,473	10,608	14,602	8,976	7,360	10,017	3,001	96,201

H25年分の数値については、暫定数値。

第5章. 日利きの派遣

1. 目利きの決定

目利きの決定においては、地域より希望のあった以下の2名を選定し、派遣した。

[目利き①]

氏名：石村 英之 氏(JTB西日本 地域交流ビジネス推進室 観光開発プロデューサー)

分野：旅行商品開発、観光プログラム造成

年	実績等
平成21年	兵庫県姫路市「家島」商品開発担当
平成21年	兵庫県養父市「地域資源∞プロジェクト」担当
平成21年～23年	兵庫県姫路市観光ワーキングプロジェクト座長
平成22年～23年	兵庫県朝来市「竹田地区観光まちづくり事業」担当
平成23年	兵庫県「あいたい兵庫プロモーション事業」担当
平成23年	兵庫県赤穂市「赤穂まるごと大博覧会」アドバイザー
平成24年	JTB西日本地域交流ビジネス推進室マネージャー (大阪府・奈良県・和歌山県担当プロデューサー)
平成25年	JTB西日本地域交流ビジネス推進室観光開発プロデューサー

[目利き②]

氏名：松本 奉士 氏(地域活性化プランナー／京都造形芸術大学 非常勤講師)

分野：地域の魅力開発、地域活性化

年	実績等
平成17年～	近代産業遺産アート再生学会 理事(地域活性化分科会・担当理事長)
平成18～21年	大和高田商工会議所「地域振興∞プロジェクト」地域振興アドバイザー担当
平成19年～	京都造形芸術大学「ワークショップ」「地域資源の古代史」非常勤講師
平成20年	移動・交流推進機構／総務省「都市での移住・交流情報戦略委員会」アドバイザー
平成21～23年	社会福祉法人 視覚障害者文化振興協会「JBS日本福祉放送」評議委員
平成24年～	(株)JTB西日本 業務委託契約プランナー(地域活性プランナー)
	【主な企画・調査のサポート業務】※平成22年度以降～
平成22年～	泉佐野市「訪日外国人旅行者の受入環境整備事業」企画立案
平成23年	近畿運輸局「台風12号の被害による観光風評被害対策調査事業」報告書作成
平成23～24年	奈良県「うだ・アニマルパーク地域振興拠点对策事業」企画・報告書作成
平成24年～	∞全国展開プロジェクト「大人の修学旅行&斑鳩ステイ事業」企画・調査報告書
平成24年	2012「関西広域連合トッププロモーション事業」企画サポート
平成24～25年	奈良県「林業・木材産業観光導入調査業務」企画・調査・報告書(25年2月末迄)
	※その他、多数の地域振興に関するマーケティング&プロモーションの企画・調査

1. 目利きの派遣

<目利きの活動状況>

[目利き①]

氏名：石村 英之 氏(JTB西日本 地域交流ビジネス推進室 観光開発プロデューサー)

分野：旅行商品開発、観光プログラム造成

観光開発プロデューサーとして、地域の観光資源の発掘や磨き上げを行い、モニターツアーの企画造成等、観光資源にストーリー性をもたせ確実な旅行商品化のための指導、助言等を行った。

また、地域マーケティングスクール後のフォローアップにおいても、課題整理及び解決方法等を検討、助言を行った。

具体的な取組みは以下のとおり。

- 5/22 打合せ会議に参加
目利きとして、提案者や関係者に対し、今後の目指すべき方向性や目標を助言し、全員と共有した。
- 6/04 打合せ会議に参加
地域観光マーケティングスクールを開催するに当たり、目利きとしての、観光資源の整理について、助言等をおこなった。
- 7/2-7/3 マーケティングスクール参加
観光開発プロデューサーとしての視点から、提案者や地域の関係者に対し、観光資源の発掘方法・磨き上げ方法等、わかりやすく指導・助言した。
- 7/24 商品造成に関する打合せに参加
マーケティングスクール後のフォローアップとして、発掘された観光資源の課題を整理し、解決方法の検討・助言をおこなった。
- 8/08 打合せ会議に参加
モニターツアー造成に当たり、選定した観光資源を商品化するための準備、方法等について助言を行った。結果、モニターツアーは2種類設定することになった。
- 8/12 商品造成に関する打合せに参加
選定した観光資源の商品化に向けた検討・助言を行った。
- 9/04 商品造成に関する打合せに参加
選定した観光資源の商品化に向けた検討・助言を行った。
- 9/13 商品造成に関する打合せに参加
選定した観光資源の商品化に向けた検討・助言を行った。
- 9/19 商品造成に関する打合せに参加
選定した観光資源の商品化に向けた検討・助言を行った。
- 9/26 商品造成に関する打合せに参加
ツアールートストーリー性等について助言を行った。
- 10/25 台風接近に伴う直前打合せ
リスクマネジメントに関する検討・助言を行った。
- 10/28 商品造成に関する打合せに参加
大滝ダムの商品化に向けた検討・助言を行った。
- 11/13 商品造成に関する打合せに参加
大滝ダムの商品化に向けた検討・助言を行った。

- 11/20 モニターツアー参加
ツアールートや観光資源の課題の確認を行い、課題整理と解決策の検討を行った。
- 12/11 JTB奈良支店ツアー終了後打合せ
モニターツアーにおける、ツアールートや観光資源の課題の確認を行った。
- 12/24 ツアー実施報告会参加
モニターツアーにおける、課題整理と解決策の検討・助言を行った。
- 12/27 商品造成に関する打合せに参加
次年度以降の商品造成に向けた検討・助言を行った。
- 1/20 打合せ会議に参加
次年度以降の地域の取組の検討会に参加し、助言を行った。
- 1/22 大阪駅でのPRイベントに参加
目利きとして、地域の今後のPR手法について助言を行った。

[目利き②]

氏名：松本 奉士 氏(地域活性化プランナー／京都造形芸術大学 非常勤講師)
分野：地域の魅力開発、地域活性化

前年度の奈良県の取組である「林業・木材産業観光導入検討調査事業」においても、地域活性化プランナーとして参加しており、特に、林業・木材産業を観光資源として磨き上げるための指導、助言等を行った。

モニターツアーの造成においては、ストーリー性を持った旅程を組むための助言は、大いに役立った。ツアー終了後も、課題の整理と解決法等に関して検討会に参加し、助言を行った。

具体的な取組みは以下のとおり。

- 5/22 打合せ会議に参加
林業・木材産業を観光資源としてとらえ、磨き上げるための考え方、方法などについて検討・助言を行った。
- 7/2-7/4 マーケティングスクール参加
地域活性化プランナーとしての視点から、提案者や地域の関係者に対し、林業・木材産業が観光資源になりうることを、わかりやすく指導・助言した。
- 9/26 商品造成に関する打合せに参加
モニターツアーの旅程作成におけるストーリー性について、検討・助言を行った。
- 11/20 モニターツアー参加
ツアールートや観光資源の課題の確認を行い、課題整理と解決策の検討を行った。
- 12/07 モニターツアー参加
ツアールートや観光資源の課題の確認を行い、課題整理と解決策の検討を行った。
- 12/24 ツアー実施報告会に参加
課題整理と解決策の助言を行った。

目利きの意見(11/20 モニターツアー参加後)

<目利き2名の意見>

- 地元の取り組みについては、たいへん熱心で、参加者に「地域は頑張ってる」という印象は与えられた。
- 一方で、今後の改善点としては、まず、配布される資料が煩雑で多く、整理した冊子を制作していく必要がある。
- まだまだ「人を引き付けられる」ほどのガイドング力もなく、人材育成については、引き続き必要である。
- 美林地区での景観は圧巻であったが、1拠点だけで説明を受けるのではなく、もう少し回遊・体験できる（大木を抱っこできるような体験・森林セラピー体験など）ようなものを組みこめば、なお素晴らしい。
- セリ市については、年間スケジュールが決まっているのであれば、事前に着地商品を造成し、前広に告知していくのが望ましい。
- また、セリ市についても、ただ簡単な説明を受けるだけでなく、林業に生きる「人」にスポットを当てたツアーの造成ができればと感じた。（製材所の社長にスポットを当ててもいいかも・・・）
- 車の行き来の激しい場所を徒歩で移動する場面もあり、インフラ整備も必要である。
- 吉野・川上村の交通が不便で、今回のようなバスで周遊するには適しているものの個人でまわるには、2次交通の整備が必要である。

「森林と水の共存してきた吉野地域文化を学ぶ旅」モニターツアーの感想

2013. 12. 8

目利き: 松本 幸士 (PURE CIRCUS)

思いのほか『森林と水の共存してきた吉野地域文化を学ぶ旅』は、参加者には好評だったように感じた。午前中の「美林地区」⇒「森の水の源流館」では、川上村の森と水の環境への取り組みが関係者からの説明を受け、また参加者からの質問もあり、大変興味を抱く方々が多かったように思えた。

そして、やはり今回のツアーの目玉とも言えたのが近年に完成した「大滝ダム」のバックヤード見学と「学べる防災ステーション」だったと言える。本モデルツアーの参加者には施設スタッフが楽しく、分かりやすく、ダムの実験用模型（ペットボトルを造作した道具）を用いた説明と、そして通常、関係者以外には入れない領域をサプライズとして案内いただき、最近、増加傾向にあるダム愛好者やバックヤード見学等を考慮すれば大変面白い観光資源と言えた。

但し、この時期（冬場）をダムの貯水が多いと言う理由で開催時期の設定の有利性を説いていたが、やはり夏の吉野川での川遊びやリパースポーツと絡ませ、また美林ではなく源流、水源地を体験する事の方が、もっと魅力的なものになったと言える。最後に残念だったことは、「大滝ダム」での時間が押した為、「学べる防災ステーション」では時間がない分、端折った説明と流れ作業的な“豪雨体験”が少し残念だったと言える。

以下は、箇条書きにて全体的に気づいた点（利点、課題、改善など）を挙げる・・・

1. “吉野地域文化を学ぶ旅”とタイトルにあるが、川上村オンリーでのプログラムとなっており、また川上村に関する事前説明が無かった。但し、パンフレット類は配布されたがあまり読まれていなかった。
2. 1日のプログラムを紹介する上で、午前の「美林地区」・「森の水の源流館」から「大滝ダム」へと突然行くよりは、先に「学べる防災ステーション」へ行って事前学習の後に「大滝ダム」の方が流れるに良かったと思う。特にダム建設の反対や村の人々の思いと森林・水を守る志しを最初に知る方が得策だと思った。
3. ただ観光プログラムとしての訪問地は、川上村の魅力と地域ブランドとされる“吉野杉の美林”“奈良盆地の水壑・大滝ダム”を入れることは大変良かった。特に自然と人工的に作ったこの景観そのものを目の当たりにするインパクトは参加者も納得の観光・地域スポットと言える。
4. 特に「大滝ダム」におけるバックヤード見学は、説明・案内をして頂いた方々が、まさにダムを動かし、そこで働くスタッフの方々であり、今年3月に完成したばかりで試行錯誤しながらガイドをする部分では大いに共感し、また実験や通常は入れない場所に案内されるというお得感が得られた。
5. 「大滝ダム」をバックに、通常は入れないダイナミック広場からのベストフォトアングル、また施設スタッフによる写真撮影サービスや様々な疑問をその場で即答いただくなどお・も・て・な・しの心得と手作り感覚の説明パネルで好感を抱かせたと思う。何よりもダム愛好者には人気のある“ダムカード（各ダムで配布されているDAM-DATA）”を参加者に進呈したのは嬉しい記念品となった。

6. 今回、食事に大和地鶏のすき焼きとサーモンのマリネ、ご飯と香物、デザートが昼食に出たが、紙鍋での火力が弱く、固形燃料を足すなどの不手際も気になった。
またお土産を買うタイミングが、このホテルの昼食・休憩時で、その品揃えと価格、鮮度を考えれば“道の駅”での買い物をプログラムすべきだったと言える。
 7. ツアー参加費が5,000円と言う設定は、バスや食事、施設利用とガイド等を考えれば妥当なところと参加者も認識していたが、やはり村役場の職員や記念館・館長、ダム施設スタッフ以外に、村全体での名物ガイドを語るガイド養成が今後の課題と言える。
また、地元の食材で作る・出せばいいと言うものではなく、本ツアーの“森林と水の共存”のテーマに合致した調理法、料理を工夫すべきだし、美味しく満足いただけることが重要である。
- ・・・以上、モニターツアーを通じて、プログラムや訪問先（観光資源）を再度ブラッシングし、また最適なターゲット層、シーズン、見せる時間帯、ガイドの育成、体験と学び、お土産品や料理の開発、そして受け入組織（プラットフォーム）づくり、地元の儲かる仕組み等を課題として次年度に向けた取り組みを早々にスタートする必要があることも分かった。
それは11月20日に実施している『吉野杉が生み出す水と木の文化産業をめぐる旅』も同様の課題を感じている。