

第7章. 観光庁と連携して実施する業務

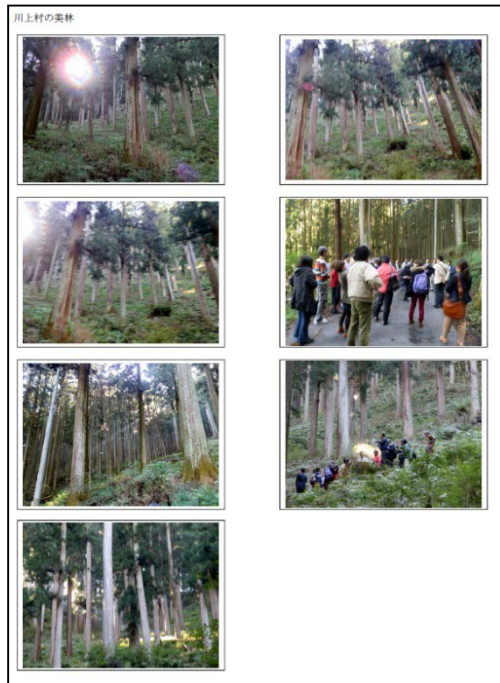
1. ポータルサイトでの情報発信に係る業務

観光庁で開設したポータルサイト「タビカレ」での情報発信やPR映像制作のための映像素材の提供をおこなった。



＜提供資料の一部＞

既存の資料があまりなかったため、コースの下見を何度も行い、利用できそうな写真や資料をまとめて編集の上、提出した。



2. 商談会やPRイベントへの参加に係る業務

観光庁で開催する商談会及びPRイベントに地域が参加する際の展示内容検討や展示物の提供を行った。

①「近畿の魅力ある観光地PR展」“関西タビカレレブンここに参上” in 大阪駅
平成26年1月22日(水) 11:00~17:00

 近畿の魅力ある観光地PR展 ”関西タビカレレブンここに参上” 平成26年1月22日(水) 11:00~17:00 in大阪駅		
ステージプログラム		
11:00 オープニング		
観光PR (第一部)	11:20~11:30	滋賀県全域 ビワイチ! トレイルランニング プロジェクト
	11:30~11:40	京都市 唯一無二の京都 by GO ON
	11:40~11:50	京都市伏見区・宇治市 京都伏見・宇治「悠久の時 酒茶づけの旅」
	11:50~12:00	大阪府富田林市 楽食楽まちじないまち 暮らし文化と食のおいしい旅
	12:00~12:10	神戸市須磨区 神戸発・日本初 “イルカたちと過ごす感動の二日間”
	12:30~12:40	兵庫県播磨地域 はりま酒文化ツーリズム(播磨は日本酒のふるさと)
	12:40~12:50	奈良県吉野町・川上村 ブランド吉野杉が育まれる木と水の文化産業観光
	12:50~13:00	和歌山市 おいしい!楽しい!おさかなリゾート「紀州加太」
	13:00~13:10	和歌山県九度山町 真田幸村が愛した丘状都市・九度山まちなかゆるり旅
	13:10~13:20	和歌山県田辺市 「文化の香りの城下町・口熊野田辺を訪ねて」
観光PR (第二部)	13:20~13:30	和歌山県北山村 流域連携による「筏流し」の歴史探訪
	14:30~14:40	京都市 唯一無二の京都 by GO ON
	14:40~14:50	和歌山県北山村 流域連携による「筏流し」の歴史探訪
	14:50~15:00	和歌山県田辺市 「文化の香りの城下町・口熊野田辺を訪ねて」
	15:00~15:10	滋賀県全域 ビワイチ! トレイルランニング プロジェクト
	15:10~15:20	大阪府富田林市 楽食楽まちじないまち 暮らし文化と食のおいしい旅
	15:40~15:50	和歌山県九度山町 真田幸村が愛した丘状都市・九度山まちなかゆるり旅
	15:50~16:00	和歌山市 おいしい!楽しい!おさかなリゾート「紀州加太」
	16:00~16:10	奈良県吉野町・川上村 ブランド吉野杉が育まれる木と水の文化産業観光
	16:10~16:20	神戸市須磨区 神戸発・日本初 “イルカたちと過ごす感動の二日間”
	16:20~16:30	兵庫県播磨地域 はりま酒文化ツーリズム(播磨は日本酒のふるさと)
	16:30~16:40	京都市伏見区・宇治市 京都伏見・宇治「悠久の時 酒茶づけの旅」
17:00 エンディング		



各種パンフレットの展示



川上村の物販
(すべて完売した)



吉野町の物販



ステージでのプレゼンテーション



ブース訪問者数:約250名
パンフレット配布数:100~250
物販売上:川上村約¥20,000
吉野町約¥6,000

②「タビカレ学園祭」参加
平成26年2月1日(土)～2月2日(日) 東京ビックサイト



ブースの様子。2日間のブース訪問者数約400人。(パンフレットの数から算出)
桜だけではなく、吉野町・川上村のPRができた。



特別な映像等は準備できなかったが、モニターツアーでの美林地区や吉野山のきれいな写真を、ipadのスライドショー機能で、映像のようにして展示した。

第8章. まとめ

1. 本調査業務における成果と課題

今回、選定され支援を受けることが決定した、「木と水の文化産業の源流を訪ねるニューツーリズム」(対象地域:奈良県南部地域:吉野町・川上村)の取組は、林業・木材産業の現場(山林や貯木場・材木製材工場群)と吉野川水系(水源地や大滝ダム他)の資源を使った、ニューツーリズムの旅行商品化への挑戦であった。

まず、旅行商品化には、観光マーケティングが重要であり、本事業の取組では、このマーケティングを重視して実施するとともに、取組を通じた地域プラットフォームの設立や中核人材の発掘・育成を目指した。

地域観光マーケティングスクールを実施した事により、吉野町・川上村での主要な関係者だけでなく、細かく実働部隊で動いていた関係者が一同に情報を共有する機会が生まれた事によって、さらに広域目線での活動が活発化したことは、大きな成果であるといえる。

既に、「森林セラピー」、「水源地の森ツアー」、「森林・林業学習」等が、地域で実施され、『奈良グリーンツーリズム』として取り上げられており、需要と供給の規模を増幅させることが必要と言えよう。

また、森林と水との共存をテーマに自然災害との共存を学ぶため、モニターツアーの中で大滝ダムの施設見学を取り入れた。通常解放されている学べるステーション以外にも学ぶ・体感するために、普段は入る事ができないコンジットゲート室、ダイナミック広場を特別に解説付きで案内を実施したが、大変好評であった。

また、目利きからの助言にもあったとおり、2014年夏に映画「ウッドジョブ」が上映されることもあり、世間的にも林業というキーワードに注目がくる事が想定されることや、林業に関心を抱く「林業女子会」や「ダムブーム」など年々高まりを見せていることは、追い風であるといえる。

さて、このような状況のなか、旅行商品化を目指したのであるが、そこには様々な課題も浮き上がった。

課題①ハード面での整備不足

- コンテンツまでの導線(道) ※大型バスが入れないような場所が多い
- 施設自体のキャパシティ ※団体を受入れる形では大型バス1台でも難しい場合もある
- 公共交通のみでは現地まで不便(川上村)

課題②未契約施設

- 村の中心的な旅館・食事施設が旅行会社との施設契約が、未契約により利用がしにくい(川上村)

課題③ガイドの育成

- まだまだ語れる人間が少ない
(モニターツアーでは、添乗員がすごく勉強して説明していた。)

課題④土産物の開発

- 土産物を買える場所が少ない。地酒、醤油、吉野杉の木工品など、一部に高品質な土産物はあるが、魅力的な土産物が少ない。高価なものが多い。

課題⑤食事メニューの開発

- 「食」の魅力づくりが必要。また、テーマに合った料理等の開発が必要。

課題⑥募集に係る事項

- 広域エリア(2市町村)での、お問合せワンストップ窓口の整備

課題⑦大滝ダム

- 今後、お客様から依頼があった場合の受け入れ側として恒常的に体験を提供できるものなのか、管理者との調整はどうするのかなどの整備がまだまだ必要。
好評だっただけに、早急に進めるべきである。

今後は、更なるコンテンツのブラッシュアップと、受け入れスキームの構築が求められる。また観光客による地域での消費を促し、観光により地域の経済が活性化する仕組みづくりが求められる。

2. 解決策と次年度以降の商品化に向けた見通し

今年度事業では、吉野町と川上村の自治体、観光関係者、林業関係者、水源関係者、旅行会社によるコラボレーションと協働により、地域の観光マーケティング、旅行商品化、モニターツアーが実施され、モニターツアー参加者から一定の好評価を獲得できた。

前項で記載した各種課題はあるものの、地域内の異業種の関係者が集まり、ひとつの事業を遂行できた経験は、とても意義のあるものとなった。

今後も、せっかくできたこの異業種による枠組みを継続し、地域内での議論を深め、協働することが、今回のテーマ(木と森の文化産業の源流を訪ねる)をより充実させることに繋がる。定期的に、地域内の観光について議論することが、各種課題を解決する方法である。

議論を進め、取組を進化させる上では、地域内の観光関係者、旅行会社等のイニシアチブが必要であると考え。観光をやる気になった林業関係者や水源関係者の理解を一層深めるためには、このイニシアチブが必要である。

また、今回のモニターツアーでは、取り組めなかった季節やファミリー層に対するテストマーケティングなどは、ぜひ次年度以降に実施するできであると考え。

上記の取り組みが順調に進み、地域内での連携が進化する中で、地域内でのプラットフォームが形作られ、中核人材が育成されていくと考えられる。

今回、地域と一緒に事業に取り組んだ旅行会社は、事業領域の拡大として「旅行業から、交流文化産業へ」を目標としており、各府県毎の「ディステーションマネジメント」を実施しようとしている。本事業の今後の展開にも、十分協力はしてくれることになっている。

前項であげた課題を、地域の関係者で解決し、地域での受入プラットフォームが実現すれば、本事業のテーマでの旅行商品化は実現できると思われる。

また、この事業に取り組んだ旅行会社では、当面協力できることとして、地域側のテーマ(素材)を全国の営業担当者に紹介する動きもはじめることになっている。