

3-6. 一般社団法人 立山黒部ジオパーク協会

(富山県黒部市、入善町)

(1) アドバイザー派遣申請の背景

●地域の概要

【人口】黒部市：41,939人、入善町：25,774人（H27年11月末）

【面積】黒部市：427.96k㎡、入善町：71.29k㎡

【地勢】黒部市：黒部川流域 黒部川扇状地では左岸、入善町は扇状地の右岸

【気候、自然】

年間平均気温は平野部で14℃、年間降水量は平野部で2,277mm、山岳部で4,000mm以上と、我が国屈指の多雨多雪地帯となっております。

●アドバイザー派遣申請の背景・これまでの取り組み

立山黒部ジオパークは2014年8月に日本ジオパークに認定された。ジオツアーはジオパークにおける中核事業であるが、独自のジオツアーの企画・販売ができていない。

2013年からジオガイドを養成してきており、ジオツアーの企画・販売を行なう段階にあり、アドバイザー派遣の申請をした。

立山黒部ジオパーク協会内にジオツーリズム部会がありツアーの企画を担当している。部会は山岳ガイド、学芸員、（小規模な）旅行者で構成されているが、直近でモデルコースの作成やモニターツアーの企画を手掛けている段階にある。

(2) アドバイザー派遣の実施概要

日	時	平成28年1月27日（水）～平成28年1月29日（金）
場	所	富山県黒部市宇奈月温泉 宇奈月公民館 黒部市（黒部川扇状地、宇奈月）、入善町内の見どころを視察
アドバイザー		株式会社ピッキオ マーケティングディレクター／取締役 楠部 真也氏
参加者		計24名
スケジュール・方法		【1日目】視察 【2日目】講義、質疑応答、ツアーを企画① 【3日目】ツアーを企画②、販売方法の検討

(3) アドバイスの内容（議事録）

1) 講義1『ピッキオのこれまでの歩み』の概略

- ・ 日本の観光業の歴史は、欧米・東南アジアに比べ浅い。日本の観光は移動費、宿泊費に予算をかけるが、サービスにお金をかけないことが特徴。星野リゾートはこの構造を変えたいと考えている。
- ・ ピッキオは星野リゾートの一部署であったが、現在は別法人。地域資源を活用したエコツアー・環境事業を展開。また、地域資源を保全するためのツキノワグマ保護管理、外来種対策、調査研究を展開。
- ・ 持続可能なエコツーリズムのためには「保全の仕組み」をベースに「エンターテインメント」を取り入れ、「ビジネス」として成立させることが必要である。
- ・ ビジネスとして成立させるためには顧客満足度が重要。ガイドの評価は顧客アンケート結果で行われる。アンケートは後日、郵送してもらうことで客観性を高めている。
- ・ データの蓄積が成功の可能性を高める。インバウンドを強化するためには地域別の特徴を理解する必要がある。
- ・ ピッキオの価格づけは海外やディズニーを参考にしている。国内の価格を調べて参考にすることも有効である。
- ・ ピッキオでの豊富な体験談（失敗の積み重ねがあつて、数少ない成功がある）を織り交ぜての中身の濃い講義であった。

Q： 生涯学習のツアーではあれもこれも入れたくなるが、どう思うか？

A： あれもこれも入れると顧客にとって印象が薄くなるので、絞り込んだほうがよい。

Q： ジオツアーとエコツアーの考え方はいかに。

A： 区分して考えないほうがよい。ジオにこだわると成功の可能性が低くなる。お客さまが楽しめることは何かの視点で考えればよい。結果としてジオの要素も入る。

Q： プログラムの長さはどの程度がよいか。

A： 地域によって違う。軽井沢では2時間程度のを連続で入れる。知床は1日か半日のものが売れる。

Q： 海外にはどのように発信しようとしているのか。

A： BBCの番組やナショナルジオグラフィックはターゲットと考えている。

Q： 地元での発信手段は？

A： 地元向けのモニターツアーを企画し、ホテルのフロントとその家族にも参加してもらう。地元のマスメディアにも来てもらう。

Q： アンケートの工夫は？

A： 郵送してもらう。評価は2.5以上（最高点3点）でないと不満ありと認識。

Q： 売れ行きが悪いツアーを見切る基準は何か。

A： 売れなくても、CSが高いものは改善策を考える。ピッキオでしかできないものは売り方を考える。

2) 講義2『ツアー作成の基本』の概略

- ・ 市場を知ることが大切。ターゲットを絞ったうえで、ターゲットに楽しんでもらえそうな体験型ツアーを男女3～4人のチームで考える。
- ・ 販売方法は多様で正解を探すのは難しい。実施時間が異なるだけで販売ルートは変わる。ターゲットとなるお客様がどのような人たちかを分析して対応すると失敗しにくい。
- ・ いずれにしても最初は売れないことを覚悟。顧客のアンケートを丁寧に分析する等して試行錯誤しながら地道に改善する。

【記録写真】



入善町 「杉沢の沢スギ」視察（1月27日・午後）



プレゼン中の様子（1月28日・午前）



ツアーの素材を洗い出し中（1月28日・午後）



ツアー企画（1月28日・午後）



ツアーの販売・発信方法を検討中（1月29日・午後）

(4) アドバイザー派遣実施の効果

1) 参加者や関係者に与えた効果

宇奈月温泉の青年部でもツアーをやりたいとの声はあったが、実施されずにいる。
今回企画したツアーをジオガイド、青年部が実行部隊として実施できそうな実感を得た。
赤字の事業を試行錯誤しながら黒字化した体験が、ツアー黎明期の当地の参加者にとって貴重な話が多く、参考になった。

2) 今後、期待される効果（具体的な活動の展開など）

持続可能性が大前提であることの認識が高まった。自然保護の啓蒙要素をツアーのなかに取り入れていくことが期待される。

3) 今後の取り組み

自然資源を活かした体験型ツアーの開発・販売を実施していく。

(5) 今後の取組推進にあたり参考となった事項、その他感想

1) 参考となった事項

アドバイザーが話された内容はピッキオでの実践に基づくもので大いに参考になる内容でした。その結果として、ジオ、エコにこだわらず、自然資産を活かしたお客さんが楽しめる体験型ツアーの企画・販売の全体的な流れを理解できました。当協会の今後の活動の指針になると確信しています。

2) その他感想

ピッキオが赤字から黒字転化する過程の努力を垣間見ることができた。ジオツアーをビジネスとして成立させたいと当協会も考えていますが、その道のりは険しいと覚悟し地道に継続していく必要があると思っています。

(6) エコツーリズム推進アドバイザーから地域へのアドバイス

楠部 真也氏 (株式会社 ピッキオ マーケティングディレクター/取締役)

1) 地域における取組の現状と課題

①現状の取組

立山黒部ジオパーク協会を中心にジオツアーの取り組みを実施している。

②課題

ガイドの担い手が少なく、実業として成立していない。

2) 特に魅力を感じた地域資源等

①魅力を感じた地域資源

宇奈月温泉、立山黒部アルペンルート

②上記地域資源に魅力を感じた理由

地域資源としては、近隣の地域と大きな違いはない一方で、宇奈月温泉という温泉地（観光地）があり既に一定の観光客が滞在している。この点は近隣地域と比べて圧倒的に有利となる。

3) アドバイス（講義等）の概要

- ピッキオの取り組みの説明とこれまでの歩みについて
- 体験プログラムを作るノウハウと実際のプログラムの立案サポート

4) エコツーリズム推進全体構想への取組状況・意向について

①全体構想への取組状況について

現段階は市町村レベルでの合意形成はなく、これから検討を始めるという段階

②全体構想策定への意向について

宇奈月温泉に具体的なメリットがあるのであれば検討に入る可能性はあるかと思われる。

③全体構想認定に向けて、今後必要なこと

まず、地域にとって体験プログラムがプラスに作用するという認識を高める必要があると思われる。

5) 地域に対する印象、今後地域に期待すること（メッセージ）

黒部・宇奈月温泉の地域は立山・黒部アルペンルートにも近く、また日本海も非常に近いこともあって、自然資源は非常に豊富であると感じました。宇奈月温泉と黒部市のエリアだけでは厳しいのですが、前述のエリアを含めて考えていくのであれば、望みはあると思います。その点において今回の講習会の参加者の中に立山・黒部アルペンルートの方や隣接する自治体の方も含まれていたことはよかったと感じました。

また、ジオツーリズムにしてもエコツーリズムにしても必要となる宿泊施設が多数あることはプラスと考えられます。自然体験プログラムは単独では余程の自然資源があるか、非常に効果的な販売促進策を行っていない限り集客効果は期待できません。一方で観光地にとってはその満足度を上げる効果が期待でき、その地域の宿泊施設にとっては、リピーター増⇒閑散期対策にもつながっていく可能性があります。

今回も一部の宿泊施設の方々にはご協力いただいております、この流れがもう少し強くなればガイド業で生計を立てられるような人材も現れるのではないかと期待します。