

1-4-5. 一般社団法人大山観光局（鳥取県大山町）

(1) アドバイザー派遣申請の背景

●地域の概要

【人口】16,750 人（5714 世帯）

【面積】189.83 km²

【主な産業】

- ・主な産業は、農業・畜産・漁業・観光であり、農畜産品としては、水稻のほか、ブロッコリー・白ねぎ・スイカ・メロン・二十世紀梨・ゴールド二十世紀梨・りんご・日本茶・紅茶・畜産品・芝・種苗類・葉タバコ・生乳・ブロイラー・豚ほか、最近ではブルーベリーなども観光農園として好評。
- ・また、日本海に面した地域では漁業も盛んで、沿岸漁業によりサザエ・ヒラメ・ハマチ・タイ・アジなどのほか、ウニ・板ワカメは特産品としても有名。観光は、国立公園大山が中心となっており、大山寺や大山神社などの神社仏閣や名所旧跡、またスキー場や登山道・散策コースなど多様な観光資源がある。

【自然と観光資源】

- ・日本海から大山山頂を含む当町は、まさに海拔 0m から 1709m まで、海と山の双方の恵みをたっぷりいただいた自然豊かな立地で、海と山をつなぐ中腹部では溪流風情と高原風情を楽しめるなど、町内全域が癒しの楽園さながらに、全国でも類を見ない好環境となっている。
- ・近畿山陽圏からの交通アクセスも良く、米子自動車道、山陰自動車道と連結する国道 9 号線が東西に大動脈として走り、大阪・大山町間を車で約 3 時間で結んでいる。さらには山陰の玄関口である米子空港までも一般道にて約 40 分と至便である。
- ・広域観光の視野からは、大山隠岐国立公園の中心地として、また日本海沿いに展開する山陰海岸線観光の中心地として、魅力あふれる近隣観光地との連携をより深め、来訪者の皆様へのサービス向上、ホスピタリティの向上につとめている。

●アドバイザー派遣申請の背景・これまでの取り組み

【背景】

- ・伯耆国大山開山 1300 年祭、日本遺産認定、国立公園満喫プロジェクトなど、大山地域の観光振興の追い風が吹くなかで、訪れたお客様に地域を楽しんで頂くための商品づくりが急務。
- ・大山は、海から山までの距離が近く、多様な自然アクティビティの展開が可能。
- ・町としても、大山エコトラックとして、自転車や登山・カヌーなど、自然を活かしたエコツーリズムを推進していくプログラムを製作中。
- ・大山観光局が出資をして、ツーリズムを推進する組織として、株式会社さんどうを設立するなど、推進体制も整いつつある。
- ・来年春以降に向けて、商品づくりをキックオフする上で、有識者のアドバイスを頂きながら大山の強みを活かした商品づくりの方向性を定め、商品開発をスムーズにすすめていきたい状況。

【地域課題】

- ・大山の自然資源を活かした体験型商品の不足
- ・外国人に対応した受け入れ体制、商品の不足
- ・地域内を移動する交通インフラの未整備
- ・地域の一体的な観光情報の取りまとめと発信の不足

【申請目的】

- ・これから、インバウンドも意識して、自転車やカヌーなどを活かした体験商品をつくっていく上で、モデルケースを作られている有識者のアドバイスを聞き、商品開発を進めていきたい。

(2) アドバイザー派遣の実施概要

日	時	平成 29 年 3 月 9 日（木）～平成 29 年 3 月 10 日（金）
場	所	鳥取県西伯郡大山町
ア	ド	バ
イ	ザ	ー
参	加	者
ス	ケ	ジ
ュ	ー	ル
・	方	法
計 24 名		
大山観光局（7 名）		
大山町観光商工課（2 名）		
大山町地方創生事務局（2 名）		
鳥取県地域振興局西部観光商工課大山振興室（1 名）		
環境省米子自然環境事務所（3 名）		
大山寺郵便局（1 名）		
鳥取銀行名和支店（1 名）		
（株）さんどう（2 名）		
みずのたね（1 名）		
大山さんを守る会（1 名）		
大山寺自治会（1 名）		
森の国（2 名）		
【1 日目】		
移動、大山町役場個別ヒアリング、大山観光局個別ヒアリング、		
（株）さんどう個別ヒアリング、視察、講演会、交流会		
【2 日目】		
アドバイザーによる提案プレゼン（大山町役場）、移動		

(3) アドバイスの内容（議事録）

【SATOYAMA EXPERIENCE の紹介】

SATOYAMA EXPERIENCE とは、山田拓氏を中心となり制作した日本が誇る里山文化と世界を繋ぎ、フィールドでのアクティビティを体験するための web サイト。

里山で感じることができる、本質的な暮らし。まずは、それを体験できるガイドツアーとして、2010 年に飛騨里山サイクリングをスタートし、世界中から集まるゲストに飛騨の日常を案内してきた。新しく生まれ変わった SATOYAMA EXPERIENCE では、里山に受け継がれてきた文化や歴史を体験できる多くのプログラムを取り揃えている。

暮らしと旅を結ぶツアーを通して、そこでしか体験できない特別な時間を楽しめるツアーとして注目を集めている。

【市場調査の考え方とは？】

「市場規模＝予約件数×一組の人数×単価」が基本である。

＜予約件数＞

年間においてどれくらいの予約件数を確保できるか（新規＋リピーター）

＜一組の人数＞

一組の人数、1回の催行で受け入れられる人数は何人が適正か

＜単価＞

顧客の視点で受け入れられる価格帯はどのあたりか

コストを積算し、どの程度の単価でなら自立を目指せるのか

【商品企画マーケティングの考え方とは？】

1. 商品やサービスを作り出すときのマーケティングの考え方は、釣りとして考えるとわかりやすい。
2. 釣りたい魚はどんな魚か？
3. どれだけ釣ればハッピーか？
4. 釣りたい魚は自分が釣りたいだけいるのか？
5. 釣りたい魚を釣るための仕掛けは何か？来て欲しい顧客が望んでいる価値とは？
6. 釣りたい魚は釣られて幸せか？（顧客満足度の把握）
7. 釣りの成果を定期的に確認しているか？

【顧客満足度を高めることとは？】

顧客満足度の高め方には、以下、2つの考え方がある。

1. 来た人に喜んでもらう
2. 喜んで貰える人にきてもらう

例えば、多言語化について、地域として、顧客満足度を高めるために、どこまで多言語化した情報を整備するかという議論がある。ターゲット次第であるが、旅慣れた人は英語くらい話せる。旅慣れた人をターゲットにする場合は、英語だけで十分である。

【ビジョンの大切さ】

地域の観光ビジョンの策定がとても大事である。

- ・ どんな人が
- ・ どのくらい来てくれて
- ・ どのくらい滞在して
- ・ 何を楽しんでいるのか

などについて、100年後の大山町について、関係者を巻き込んで、地域ビジョンを明確化するべきである。

【その他、大山観光への提言】

- ・ 場所としての潜在価値を感じる。大山から海の景色が美しく、漁村もあり、温泉地もある。農村景観を活用した、自然資源大山と海の農村景観資源をつかって、提供できると良い。
- ・ 立地上、アジア寄りの集客になっていると思うが、アジアマーケットだけでなく、経済的貢献をしてくれるような旅慣れた人たちを視野に入れるべきと感じる。長期滞在できる旅慣れたターゲット層。旅行業界では、フランスとシンガポールの市場を抑えることが重要。フランス人観光客の多くは人と違う事が好きな傾向がある。

- ・ 山田氏の SATOYAMA EXPERIENCE でさえも、軌道にのるまでに数年以上かかっており、何事にも行政等関係機関が一体となって足並みをそろえて長期的な視野で取り組まなければ成果がでないことを感じた。



大山町役場 個別ヒアリング 3/9 13:00～



大山観光局 個別ヒアリング 3/9 14:00～



(株)さんどう 個別ヒアリング 3/9 15:00～



講演会 3/9 18:00～



山田拓氏 提案及びプレゼン 3/10 9:00～

(4) アドバイザーの派遣実施の効果

1) 参加者や関係者に与えた効果

- ・ ビジョン策定の必要性について関係者間で、共通理解ができた。
- ・ 商品やサービス企画の際に、考えるべきことをイメージできるようになった。

2) 今後、期待される効果

- ・ インバウンド観光の体制づくり
- ・ 他地域のエコツアーへの自主参加・視察
- ・ 行政との連携・情報共有

3) 今後の取り組み

- ・ 地域ビジョン（大山にぎわいプロジェクトグランドデザイン）のブラッシュアップ
- ・ ターゲットにあわせた新商品、新サービスの企画

(5) 今後の取り組み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

- ・ SATOYAMA EXPERIENCE
 - 外国人観光客＞日本人観光客

2) その他感想

- ・ 地域ビジョンをもち、地域内で共有することの大切さを学んだ。既に策定している「大山にぎわいプロジェクトグランドデザイン」について、今後も継続的に議論して、100年後の大山の姿について、地域の人々とブラッシュアップをしていきたい。

(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

山田 拓氏（株式会社美ら地球）

1) 地域における取組の現状と課題

①現状の取組

②課題

現状の当該エリアの主だった課題は以下と感じた。

- 長期ビジョンの欠如
- 関係者間の信頼関係の欠如
- 目的が不明確な事業が推進されている

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

地域資源は言わずと知れた大山エリアの大自然。インバウンドツーリズムを加味する場合は、素晴らしい国立公園エリアと海辺との距離感や瓦の色が整った農村、漁村集落も十分魅力的な地域資源であると言える。

②上記地域資源に魅力を感じた理由

欧米豪を中心とした外国人旅行視点は、既に全国各地のローカルエリアに目が向いているが、それらのニーズと対峙しているエリアは圧倒的に少ない。このエリアは大山といった山間エリアと漁村エリア、皆生温泉といった外国人が魅力を感じる地域資源が比較的コンパクトに集積しており、現状あまり活用されていないように感じられるから。

3) アドバイス（講義等）の概要

二日間にわたり、以下の活動を実施した。

- 地域関係者対象の講演
- 地域資源インスペクション
- 個別 QA セッション
 - 大山町役場
 - 大山観光局
 - （株）さんどう
- 全体 QA セッション

地域関係者向けの講演要旨は以下の通り。

- SATOYAMA EXPERIENCE の概要
- 世界のツーリズム事情
- 美ら地球が提唱するエコツーリズム方法論

参加者の中には、大山エリアでの国内観光客の賑わいが減り、今後の新たな方向性を探っている方々

も少なからず存在し、外国人の目から見ると、地域住民からは当たり前で価値を感じられないような地域の日常でも興味の対象となることを知り、同様の方向性を当該エリアでも検討できるのではとの機運が少し生じたような感じであった。

QA セッション等では、若手関係者からは具体的なビジネス手法やプロモーション手法などに関する多くの質問が出た。

それに対し、DMO のあるべき姿や、マーケティングの基本的な考え方、多岐にわたるニーズが顕在化するインバウンドマーケットにおけるターゲティングの考え方など、具体的な質問に対して、時間をかけてアドバイスした。

着地型ツアー事業についても、事業立ち上げ時の資金調達法や集客の流れに関する質問も多く、これらも自社で取り組んできた実践内容を惜しみなく共有し、当該エリアでの立ち上がりを支援した。

地域おこし協力隊や観光局の子会社などには、比較的若手の職員が集っているが、それらの人材と役員クラスや観光産業のキーマンとの間の意思疎通が円滑に進んでおらず、予算や可能性がありながら、本来推進すべきことが思い通りに進んでないように感じた。

若手関係者の中には、上層部に自分たちの思いが伝わらないもどかしさを感じている側面もあったが、地域に根付くために、発言権を得られるように信頼を獲得することに注力すればと助言を付与した。

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

該当なし

②全体構想策定への意向について

該当なし

③全体構想認定に向けて、今後必要なこと

該当なし

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）

豊富な資源を有し、早いタイミングで観光局が組織されていることは全国的には恵まれている状況にあると感じられるため、本来向き合い取り組むべきことを明確化し、関係者と共有し、地域の衰退を減速させる本質的なツーリズムが導入されることを期待する。

地域のツーリズムのビジョンが描かれていないことや、ターゲット顧客の選定が曖昧なところが、根本原因と考えられるが、大上段に構えてこれらを描こうとすると時間も労力も要するため、まずは、現在動いている若手関係者による小さくても何らかの新たな成功が生み出されることに注力すれば良いのではと思う。

現状、リーダーシップが欠如しているようにも感じられるため、地域のコンセンサスを醸成するために、外部コーディネータの投入も視野に入れても良いように感じた。

恵まれた環境でめぐまれた条件を持っているので、踏ん張って、やり続けて、新たな方向性を見出してほしいと切に感じている。