

6

第六章

災害からの観光復興

災害からの復興にあたっては、地域内外の人的交流を生み出す「観光」が地域の活力づくりに果たす役割は非常に大きい。本章では、東日本大震災及び熊本地震からの観光復興を加速させる取組に焦点をあてる。

CONTENTS

6-1 東北

- 6-1-1 冬の東北「樹氷; TOHOKU SNOW MONSTER」
ブランド化・商品化事業 _____ P214
- 6-1-2 在住の外国人留学生を活用した
インバウンド向け商品造成・海外PRの支援体制の構築 _____ P216
- 6-1-3 DMOを中心とした観光地域づくり _____ P218
- 6-1-4 ホープツーリズムによる福島県の観光復興 _____ P220
- 6-1-5 温泉地の特色を活用した
再生可能エネルギー体験ツアーによる観光復興と地域活性化 _____ P222

6-2 熊本

- 6-2-1 熊本地震からの「観光復興ツーリズム」 _____ P224
- 6-2-2 着地型旅行商品「阿蘇カルデラツアー」の企画、造成、提供 _____ P226
- 6-2-3 熊本地震からの復興に向けた緊急プロモーション _____ P228

- 特集** 広域観光周遊ルートに関する専門家派遣事業 _____ P230



東北

実施主体

東北七新聞社協議会

福島民報社東京支社
 東京都中央区銀座五・十五・八時事通信ビル九階
 TEL: 03-6226-1001

東北6県
 (青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)



樹氷を背景に記念撮影する外国人

冬の東北「樹氷; TOHOKU SNOW MONSTER」 ブランド化・商品化事業

東北の観光復興

ポイント

- 地域特有の冬の事象である樹氷にスポットをあて、旅行商品や体験コンテンツを造成
はり 広域での統一感ある旅行商品の展開、共同での情報発信、PRを実施

取組の概要

東北においては、東日本大震災以降、外国を中心に根強い風評被害の影響が残るなど、全国的なインバウンド急増の効果を享受できない状況にある。根強い風評被害を払拭するには、情報発信だけではなく、個々の外国人に東北を体験させることで、東北の情報を拡散させ、東北6県への外国人の交流人口を拡大させる必要がある。そこで、東北に

おける観光の閑散期にあたる「冬」の観光資源を生かした商品の造成や販売モデルを構築するため、旅行業者と連携し、地域特有の冬の事象である「樹氷」にスポットをあてた旅行商品を造成、販売するとともに、樹氷をテーマとする旅行商品の統一ブランド化に取り組み、平成28年度において1,274人の送客と4,702人泊の宿泊を達成した。

課題とマネジメント体制

東北6県の外国人宿泊者数が全国の1%程度と極端に低い数字に止まっている現状に対し、特に東北の観光の閑散期にあたる「冬」の観光資源を生かした商品が少ないことを課題と捉え、地域特有の冬の事象である「樹氷」にスポットをあてた旅行商品の造成、販売が必要と考えた。事業実施にあたっては、東北の主要地方紙7社で構成する

「東北七新聞社協議会」が、地域の観光関連事業者や関係自治体等で構成する「東北樹氷協議会」を設立。関係者を集めた「樹氷サミット」の開催や、樹氷をテーマとする旅行商品の統一ブランド化(「TOHOKU SNOW MONSTER」)等を通じて、東北地方内の複数地域で統一感ある旅行商品の展開、共同での情報発信、PRを実施した。

樹氷を背景に
記念撮影する外国人太陽に照らされる
山形蔵王の樹氷山形蔵王の樹氷を
楽しむ外国人大きく育った
山形蔵王の樹氷

成功要因

これまでは樹氷を有する地域ごとにブランド化や誘客施策に取り組んでいた状況を、外部団体である同協議会及び旅行会社が地域間を連携させたことにより、外国人観光客の受入体制を

整えた。また、地元自治体や関係施設が推進協議会を組織し、活動の継続化に繋がった。

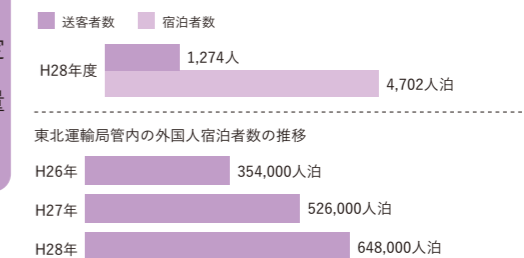
取組の成果

インバウンドの閑散期であった冬の東北において多数のインバウンド誘客の実績を挙げ、風評被害の払拭及び東北の復興の加速化に貢献した。

定性

定量

旅行会社と連携して販売したツアー商品による東北6県でのインバウンド送客数及び宿泊者数



※東北6県における本事例を含む取組等の成果

活用した支援策や資金調達方法

- 復興庁 平成28年度「新しい東北」交流拡大モデル事業

外国人観光客への対応

事前に外国人観光客の受入団体等を対象とするワークショップを開催し、外国人の受入に際して必要な対応や留意点等を共有。

今後の展望

観光関連事業者や関係自治体等を集めた「樹氷サミット」の開催や新たな商品の開発、販売を継続するなど、引き続き「TOHOKU SNOW MONSTER」ブランドの継続的な推進に向けた取組を実施。

東北

実施主体

仙台放送

仙台放送経営企画室
仙台市青葉区上杉五・八・三十三
TEL: 022-267-1215 (仙台放送経営企画室)
URL: <http://gogotohoku.jp/promotion/>

東北6県



山形県酒田市・由良海岸モニターツアー(韓国・インドネシア・中国・ベトナム・ロシア)

ポイント

- ▶ 地域の在住者であるとともに外国人の目線を持った留学生を多面的に活用
- ▶ 外国人目線での動画・SNSを用いた情報発信の仕組み作り及び旅行商品の開発

在住の外国人留学生を活用した インバウンド向け商品造成・ 海外PRの支援体制の構築

東北の観光復興

取組の概要

東北においては、東日本大震災以降、外国を中心に根強い風評被害の影響が残るなど、全国的なインバウンド急増の効果を享受できない状況にある。根強い風評被害を払拭するには、情報発信だけではなく、個々の外国人に東北を体験してもらうことで、東北の情報を拡散させ、東北6県への外国人の交流人口を拡大させる必要がある。そこで、東北在

住の留学生(約170名、28か国程度)による「東北アンバサダークラブ」を組織し、仙台放送の監修のもと観光PR動画作成やSNS記事投稿による情報発信の仕組みを構築した。また、国内旅行会社のインバウンド向けの商品の企画アドバイス及びPRに活用事例を創出することで、外国人消費者目線を組み込んだ商品造成のプラットフォームを整備した。

課題とマネジメント体制

東北6県の外国人観光客数が全国の1%程度と極端に低い数字に止まっている現状について、外国人観光客に対する東北の認知度やブランド力の低さを課題と捉え、解決に向けて外国人目線を取り入れた観光資源の評価及びプロモーションが必要であると考えた。仙台放送社内に事務局

を設置。東北在住の留学生による「東北アンバサダークラブ」を組織し、国内大手旅行会社、地元旅行会社、地方自治体等と連携することで旅行商品の開発、観光プロモーションに取り組み、風評被害の払拭及び認知度の向上を図った。



宮城県蔵王町(蔵王大釜)
モニターツアー
(ガーナ・インドネシア・
ロシア・台湾・中国)



秋田県羽後町
(農家体験)
モニターツアー
(ベトナム・インド・韓国)



青森県黒石市
モニターツアー
(ベトナム・インドネシア・
台湾・ドイツ)

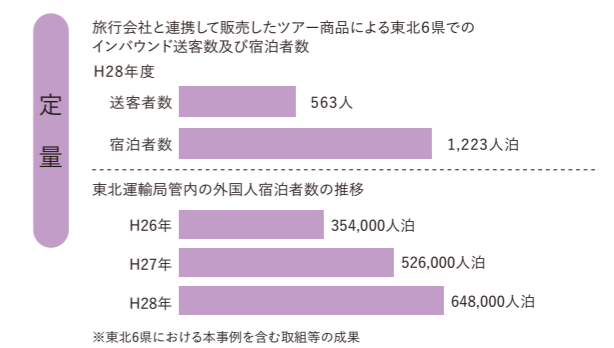
成功要因

外国人目線を持ち、かつSNSなどを駆使する発信力が高く感性に優れた、在住外国人の留学生という人材をプロモーションの媒体として活用できたことが、取組成功の大きな要因に挙げられる。留学生は居住している東北地方に貢献したいという強

い動機も兼ね備えており、積極的にプロジェクトに参加してくれた姿勢も成功の背景にあった。また、実際に現地に居住している発信者であるために、継続的な発信が可能になったことも大きなプラスと言える。

取組の成果

留学生によるモニターツアーを東北6県で実施。留学生が東北6県の観光スポットを楽しむ様子を動画にまとめ、口コミとともにSNSやYouTubeにより発信することで、母国における東北観光の認知度向上と風評被害の払拭、東北の復興の加速化に貢献した。



活用した支援策や資金調達方法

- 復興庁 平成28年度「新しい東北」交流拡大モデル事業

今後の展望

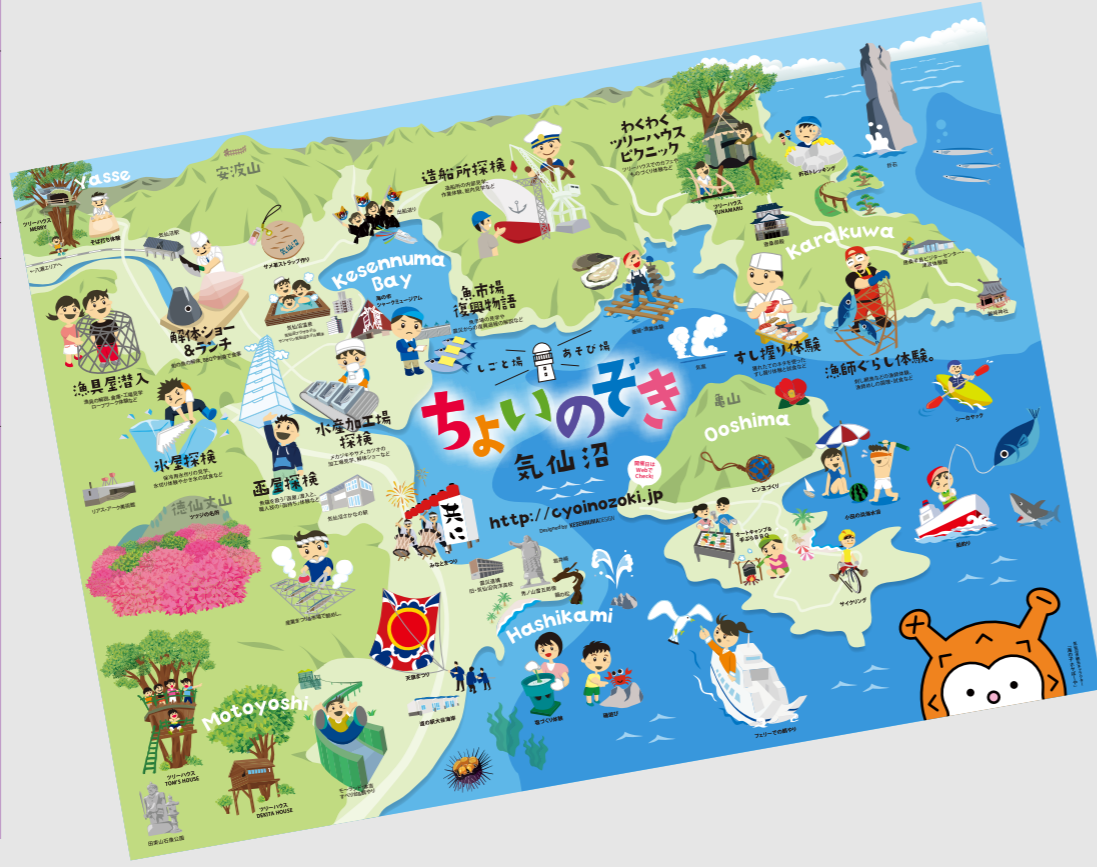
更なる東北のファンを獲得するため、引き続き留学生を活用し、東北の「暮らし」そのものに関心や興味を抱かせようとするような動画制作等のプロモーションに取り組む。

東北

実施主体

気仙沼市、(一社)気仙沼観光コンベンション協会、気仙沼市商工会議所、本吉唐桑商工会、地区観光協会、物産振興協会、商店街連合会、農協、気仙沼漁協、気仙沼遠洋漁業協同組合、宮城県漁協、宮城県北部産物漁業組合、魚市場買受人協会、スローフード気仙沼、気仙沼信用金庫、(一社)気仙沼地域戦略

一般社団法人 気仙沼地域戦略
宮城県気仙沼市魚市場前七番十三号
海の市三階
TEL: 0226-25-7115
URL: <http://k-ships.com/>



「しごと場・あそび場ちよいのぞき」のポスター

DMOを中心とした 観光地域づくり

世界水準のDMOの形成・育成

ポイント

- 水産業とあわせて観光業を震災復興の重点事業とし、地域経済の再生に取り組む
- 水産・農業事業者等が参画する体験型観光プログラムの開発
- ▶ 気仙沼クルーカード発行によるマーケティング体制の構築

取組の概要

東日本大震災からの復興の長期化が懸念される中、気仙沼市は半年後には震災復興計画を発表し、水産業と並び「観光業」を重点事業として地域経済の再生を掲げた。その中で①観光・水産・飲食店・他事業者と連携し、豊富な水産資源やリアス式海岸の自然を生かした「体験型」の市内観光プログラム商品の開発、②市内の飲食店、物産展、宿泊施

設地で利用できるポイントカードを発行。消費者の購入データを蓄積し、地域全体の顧客リストを増やす「気仙沼クルーカード」発行によるマーケティング体制の構築、③「ば!ば!ば!プロジェクト」など、地元の魅力を再発見し発信できる人材を増やす、地元市民の観光意識醸成を目的としたワークショップやイベントの開催に、主に取り組んできた。

課題とマネジメント体制

国立公園の景観と新鮮な海の幸など、食や自然の豊かさを強みにしていたが、観光としては旅行者の多様なニーズにこたえていく発想や仕組みが十分ではなかった。そこで水産の復興と並行させながら「観光戦略会議」を組織し、市内有識者、観光関係者と地元事業者により、水産と観光の融合を推進する観光戦略

を始動。その実行を担う中核組織として、「一般社団法人リアス観光創造プラットフォーム」(現:(一社)気仙沼地域戦略の前身組織)が組成された。それまで行政、商工会議所、観光コンベンション協会で行われていた気仙沼市の観光にプラットフォームが加わり、四位一体で観光を推進する体制を整えた。



気仙沼
クルーカード



体験型プログラム
氷切り体験



地元市民の
観光意識醸成を
目的とした
「ば!ば!ば!
プロジェクト」

成功要因

地域の多様な関係者と合意形成を取るのが難しい中、スイス・ツェルマットのDMO視察を通し、商工会議所、観光コンベンション協会(ならびに各地区協会)、市行政が定期的集い、市観光施策の戦略策定と意思決定を行う「気仙沼観光推進機構幹事会」を設立。そこから重点項目となり得るテーマが発生した場合、そのテーマ推進のための部会体制を同時に発足する。市一丸となった取組を目指す中で、現場レベルで各団体と連携しながら上記幹事会で事業進捗が把握できる体制を整えた。

取組の成果

体験型の市内観光プログラム商品「しごと場・あそび場ちよいのぞき」の魅力の一つは、観光業以外の水産業や農業に従事する事業者が参画していることである。平成27年に不定期のイベントとして始まり、ボランティアツアーや企業視察旅行の受入もあり、初年度は約800名のお客様が参加した。平成28年度には毎月開催、新しくプログラムを運営する事業者も増え、年間通しての受入数は約2,200名に達する。平成29年度には毎週開催へとステップアップを遂げている。市外の近隣地域のお客様や自治体の視察など、交流人口の増加にも繋がっている。

失敗談とその対応

前述の4者で行っていた観光施策だが、誘客営業や観光コンテンツ開発、イベント対応など業務の「ダブリ」、観光戦略設計はどこも行っていない「モレ」があった。そこで地域を一企業に見立て、モレやダブリを解消した組織づくりを検討。今後地域経営として継続的に推進していくため、DMO体制を整え、地域全体としての共通目標と役割分担を決定した。

活用した支援策や資金調達方法

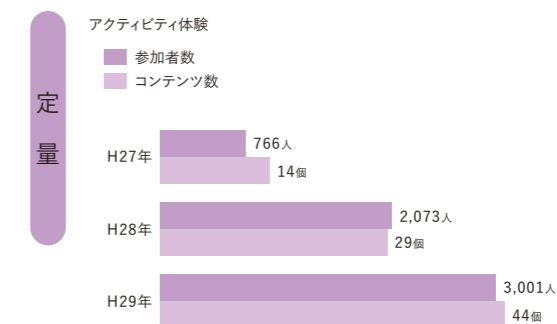
- 気仙沼市からの補助金

外国人観光客への対応

県と連携した市内事業者の理解促進のための講座を開催。また、近隣自治体と連携したツアー商品の造成および磨き上げ、インバウンド向けのウェブサイトの構築を行っている。

今後の展望

現在力を入れている体験コンテンツの開発による受入マージンをはじめ、地域ポイントカード発行におけるポイント失効益やその顧客データベースを生かしたマーケティング調査費などを中心とした、自主財源づくりの検討を行う。



東北

実施主体

公益財団法人 福島県観光物産交流協会、
福島県

公益財団法人 福島県観光物産交流協会
福島市三河南町一番二十号 コラッセふくしま七階
TEL : 024-525-4060
URL : <https://www.facebook.com/hopetourism/>

福島県



福島の問題を「他人事」から「自分事」へ

ホープツーリズムによる 福島県の観光復興

東北の観光復興

ポイント

- NPOとの協働による、地域と一体となった事業の推進
- 一般観光として取り扱うことの難しい、震災・原発事故後の「ありのままの姿」や「人」のコンテンツ化
- 旅行業の登録を行い、協会自身によるツアープログラムの開発

取組の概要

震災・原発事故の影響が今なお残る福島県において、ホープツーリズム(※復興に正面から向き合う「人(団体)」や「福島のあるままの姿(光と影)」に焦点を当て、実際に見て、聞いて、学んで自分を成長させるオンリーワンの旅)という福島でしか体験できない新たな旅行商品により、観光誘客を図ると共に地域の復興・活性化を促進する。商品造成に

あたっては、地域で活動しているNPO等の団体を中心にワーキンググループを立ち上げ、コンテンツやターゲットの検討を行った。また、ツアー参加者の状況を詳細に掴み、課題の把握と対応案の作成等協会が主体性を持って取り組んでいくため、旅行業に登録しツアーを催行している。

課題とマネジメント体制

東日本大震災の影響もさることながら、原子力発電所事故による住民避難と風評により、沿岸部である浜通りを中心に様々な産業が痛手を被った。観光業も例外ではなく、震災から5年が経過しても震災前の状況には戻らず、新たな取組が求められていた。このため、ホープツーリズムを柱の1つに掲

げる地域連携DMOとして観光庁の日本版DMOに登録し、多様な関係者と連携しながら取組を進めることとなった。県内旅行会社から出向の専門人材を担当部長に据え、専門チームを形成すると共に、外部の意見を取り入れるワーキンググループも設置した。



光も、影も。
福島の「いま」を見る



豊かな福島の
食を味わう



中核人材

支倉 文江 (はせくら ふみえ)
公益財団法人 福島県観光物産交流協会 ホープツーリズム担当 部長

平成28年4月に福島交通圏から出向。県内観光についての深い知識と経験を有すると共に、震災後に地元のNPO等と組んで「ふくしま復興かけはしツアー」などの被災地視察旅行を実施していたことからホープツーリズムの中心を担う。福島の復興にかける人一倍強い想いが、多くの人の信頼と協力を得る大きな力となっている。

成功要因

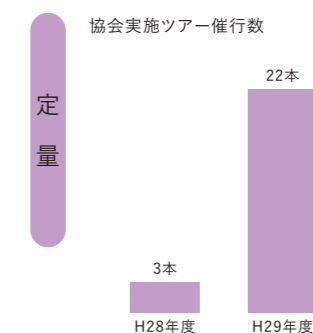
ホープツーリズムの実施に当たり、地域のNPO等を中心としたワーキンググループの設置が商品造成におけるターゲットの選定やコンテンツの検討に生かされ、地域における受入体制の構築に繋がった。また、商品展開においても、ターゲットの選定やブランディングを意識することで、情報発信の機会を得られ、効果的な展開ができています。コンテンツとなる「人」については、様々な分野の人々から了解を得ており、その力を発揮する場の一つとして関係を築けている。

失敗談とその対応

地域の「ヒューマン=人」がコンテンツになることから、既存のツアーに比べ調整に手間がかかることや宿泊キャパシティ、ツアーアテンダー不足により大規模な実施が難しいことが挙げられる。多様な分野でのヒューマンを発掘することにより協働する連携先を拡大。さらに、比較的高いスキルが求められるツアーアテンダーの人材を確保するため、指導教材を作成し育成をしていくことでツアープログラムの幅も広くなり、旅行関係者の参入も促している。

取組の成果

被災地において、ホープツーリズムを理解してもらうことにより“交流人口の拡大”という観点から、推進の必要性が認識され、新たな観光産業として地域活性化の一助となっている。ツアーの参加者からは高く評価され、特に高校生については成果を文化祭で発表するなど、学校に戻ってからも継続して考え、行動を続けている。



活用した支援策や資金調達方法

- 地方創生推進交付金
- 地域創生加速化交付金

外国人観光客への対応

2020年の東京オリンピック、パラリンピック時に向け、福島地域通訳案内士等を「ホープツーリズム」のツアーコーディネーターとして育成していく。

今後の展望

ホープツーリズムの取組は、現在教育旅行を中心に推進しているが、企業研修やインバウンドについても大きな可能性を秘めている。これらのターゲットに対する商品の造成と販売を通じて、受入側である地域の体制整備を強化していくとともに、旅行エージェント等にも働きかけ、大規模な商品造成・販売を展開し、新たな観光産業の育成を推進していく。

東北

実施主体

土湯温泉町地区まちづくり協議会、
土湯温泉観光まちづくり協議会、
湯遊つちゆ温泉協同組合、
(株)元気アップつちゆ

(株)元気アップつちゆ
福島県福島市土湯温泉町字下ノ町十七番地
TEL : 024-594-5037
URL : <http://www.genkiupcity.jp/>

福島県福島市
土湯温泉町



土湯温泉

温泉地の特色を活用した 再生可能エネルギー体験ツアーによる 観光復興と地域活性化

東北の観光復興

ポイント

- 東日本大震災によりダメージを受けた土湯温泉等の復興と地域活性化
- ▶ 次世代エネルギーパークを観光資源として活用
- ▶ 複数の再生可能エネルギー施設や関係施設を連携させ、土湯温泉を含めた地域の魅力を発信

取組の概要

土湯温泉町では、東日本大震災によりダメージを受けた温泉地の復興と地域活性化を目指し、地域に豊富に存在する温泉熱を活用した地熱バイナリー発電、急峻な地形のため従来から存在していた砂防堰堤を活用した小水力発電といった、地域の特色を活用した再生可能エネルギー発電設備を整備。再生可能エネルギー体験ツアーを実施して

いる。これらの施設は、福島市が平成27年に経済産業省資源エネルギー庁から認定を受けた「福島市次世代エネルギーパーク計画」の関連施設に位置付けられている。また、市内に存在する他の関連施設と組み合わせた見学コースにも組み込まれており、市内の再生可能エネルギー施設を見学する人々へも土湯温泉町の魅力を発信している。

課題とマネジメント体制

東日本大震災と原発の風評被害により、宿泊や日帰り入浴などの観光入込客数が落ち込み、16軒のうち5軒の旅館が廃業に追い込まれた。このため発生から7ヵ月後に有志29名によって「土湯温泉町復興再生協議会」を設立。5項の基本理念を掲げ、原子力や化石燃料に依存しないエコタウンの形成に向けた作業を開始した。

協議会の会長には加藤勝一氏を選任。また、基本理念を実現するために「湯遊つちゆ温泉協同組合」と「NPO法人土湯温泉観光まちづくり協議会」の出資により、「(株)元気アップつちゆ」を創立し、加藤氏が社長に就任。温泉観光地として希な、再生可能エネルギーによる地域活性化を第一段階として建設することとした。



再生可能エネルギー
体験ツアーの様子
(土湯温泉16号源泉
バイナリー発電所)



土湯温泉
東鴉川水力発電所



中核人材

加藤 勝一

代表取締役社長であり、湯遊つちゆ温泉協同組合代表理事および土湯温泉町地区まちづくり協議会会長を兼任。
生来の土湯人であり、まちの捲土重来を期す。

成功要因

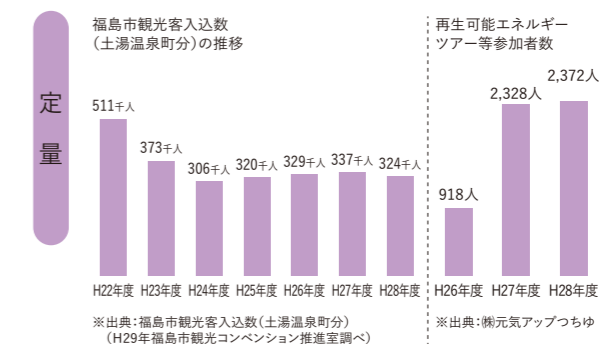
平成27年4月に全国でも稀な国の砂防堰堤を活用した「小水力発電所」と同年11月に九州以北で初の「温泉熱を活用した地熱バイナリー発電所」が商用運転を開始したことで、全国津々浦々より、視察・研修の地として、誘客に成功した。また、これらの施設は「福島市次世代エネルギーパーク計画」の関連施設に位置付けられており、エネルギーパークの見学を目的とした観光客数の増加も成功の一因となっている。視察者の約6割は当地に宿泊し、地元の経済効果に寄与している。

取組の成果

地区の観光協会と連携して再生可能エネルギー体験ツアーを実施することで、従来の観光資源である温泉地を目的とした観光客に対し、地域の新たな魅力を発信することができた。また、地域独自の情報発信に加え、福島市との連携から「福島市次世代エネルギーパーク計画」のモデルコースに土湯温泉町が組み込まれて情報発信されたことが、従来と異なる分野からの誘客につながり、地域として新たな観光資源の創出につながることとなった。

失敗談とその対応

地熱バイナリー発電所および小水力発電所の建設運営については、地方公共団体や電力会社が当時は主流であり、一民間企業が参入することが金融機関等で高いハードルとなった。特に地熱バイナリー発電所については、官公庁でも前例がないため許認可について相当の時間を費やすこととなった。また、小水力発電所は天候と流入する葉類が蓄積すると発電量に影響するため、除塵や流入を防ぐスクリーン等を製作し、発電量低下を防ぐ工夫を現在も実施している。



活用した支援策や資金調達方法

- 再生可能エネルギー事業のための緊急検討委託業務
- 福島県市民交流型再生可能エネルギー導入促進補助金(水力)
- 再生可能エネルギー導入促進補助金(地熱)
- 地熱開発理解促進事業支援補助金
- 地産地消型再生可能エネルギー的利用構想事業(事業化可能性調査)

外国人観光客への対応

土湯温泉観光協会ホームページの多言語化、土湯温泉旅館協同組合主催による英会話講習、福島大学国際交流センター主催のツアーを実施している。

今後の展望

地熱バイナリー発電後の熱水を利用した「オニテナガエビ完全養殖」を実施し、現在、30,000匹を育成中。平成30年4月を目処に温泉街へ「エビ釣堀」を完成させ、更なる誘客を実施する。また、発電事業の収益を地元へ還元する取組として「土湯温泉足軽サービス(75歳未満)」へバス定期券の交付を継続予定。更に、土湯小学校の児童へ給食費、副教材費の無償援助を実施する。また、地域内でのEMS構築やエネマネアグリゲーター等の活用、ベースロード電源の自給率向上に向け、地域の特色に合った発電所の増設を行う等、温泉街における更なる再エネの活用や省エネの推進に取り組んでいく。

熊本

実施主体

熊本市、一般財団法人熊本国際観光
コンベンション協会

熊本市観光政策課
熊本県熊本市中央手取本町一―
TEL : 096-328-2393
URL : <http://www.city.kumamoto.jp/>

熊本県熊本市



復旧工事が進む熊本城

熊本地震からの 「観光復興ツーリズム」

広域観光周遊ルートの世界水準への改善

ポイント

- 復旧していく熊本城そのものの姿を観光資源として活用し、新たな価値・魅力を創造
- 大規模災害後の風評被害対策と記憶の風化防止にもつなげる

取組の概要

平成28年4月に発生した熊本地震により、市民・県民の暮らしを見守ってきたシンボルであり、また、年間を通じて国内外から多くの観光客が訪れる観光資源であった熊本城をはじめ、重要文化財や城下町の風情が残る町並みも大きな被害を被った。さらには、周辺市町村への風評被害も重なり、近年増加傾向にあった観光客が大きく減少することとなった。

今後の復興の指針となる熊本市震災復興計画において、「復興していく熊本城を観光資源として活用する」方針を定め、熊本城の復旧工事や崩落した石垣の見学・スタディツアー、熊本地震の記憶の伝承など、同市以外の被災地域との連携を図りつつ、震災からの観光復興に向けた取組を進めている。

課題とマネジメント体制

平成28年4月に発生した熊本地震により、熊本城をはじめ、重要文化財や城下町の風情が残る町並みが大きな被害を受け、また、周辺市町村への風評被害も重なることで観光客が大きく減少。観光客回復に向けた対策に取り組む経緯となった。「観光復興ツーリズム」の実施体制として、熊本市は復興

過程の観光資源を活用したコンテンツの制作・発信を、(一財)熊本国際観光コンベンション協会はモニターツアーの実施等を、それぞれ担当した。(一財)熊本国際観光コンベンション協会では、ボランティアガイドなど地域との取組を従前から実施しており、円滑な事業実施につながった。



被災した
熊本城宇土櫓



ボランティアガイドによる被災した
熊本城の案内



ボランティアガイドによる被災した
熊本城の案内

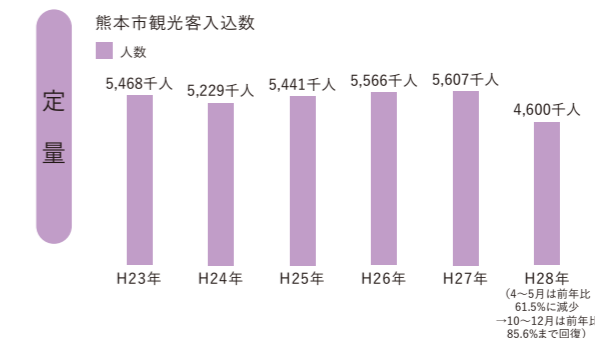
成功要因

ポスター等のプロモーションツール制作やWEBによる発信などに、復旧工事中の熊本城を積極的に活用したことが挙げられる。このことにより、「観光復興ツーリズム」を復興に向けた前向きな

取組として、地域及び旅行者へ印象付けることに寄与したものと考えている。

取組の成果

復旧工事が進む熊本城やその他被災地域の観光資源を活用したモニターツアーを開催するなど、被災観光資源の見方を変えることによる新たな価値・魅力の創造と、ボランティアガイドなどの地域活動を通じた熊本市民の元気づくりに努めてきた。その後、復興に向けた前向きな取組としての「観光復興ツーリズム」の商品造成が旅行会社により幅広く進められ、「観光復興ツーリズム」が被災地域の観光復興に有効な施策の一つとして成功し、減少した観光客の回復と新たな観光客の集客につながっている。



活用した支援策や資金調達方法

- 地域資源を活用した観光地魅力創造事業

今後の展望

平成28年熊本地震により、地域産業の多くが大きな被害を受けており、特に、観光産業においては、熊本城や水前寺成趣園をはじめとする観光資源が軒並み被災し、観光客も大きく減少している。

熊本市としては、被災した観光資源の復興過程を魅せると共に、新たな観光資源となる地域資源の発掘、積極的な情報発信を行うことにより、観光客の回復と今後の更なる発展を目指し、「新しい熊本」の創造に向けた取組を進めていく。

熊本

実施主体

阿蘇温泉観光旅館協同組合

阿蘇温泉観光旅館協同組合
熊本県阿蘇市小里七八一
TEL: 0967-32-3330
URL: <http://onsen.aso.ne.jp/>

熊本県阿蘇市



阿蘇の大草原を駆け抜けるホーストレッキング

着地型旅行商品

「阿蘇カルデラツアー」の
企画、造成、提供

観光関係の規制・制度の総合的な見直し

ポイント

- 「阿蘇にしかない季節ごとの絶景や体験を楽しんでもらうこと」をコンセプトにした旅行商品
宿泊者を対象とした魅力ある旅行商品を提供することで、宿泊者数の増加、延泊を期待
- ▶ 「平成28年熊本地震」からの復旧復興と共に後世へと語り継いでいく旅行商品

取組の概要

阿蘇には先人たちが守り、育んできた美しい景観や豊かな自然、貴重な文化遺産があり、「阿蘇くじゅう国立公園」、「世界農業遺産」、「世界ジオパーク」といった形で認められている。地域の魅力ある資源を組み合わせることで、滞在時間の延長と再来訪の促進を図っている。また、物見遊山的に周遊するので

はなく、地域の人しか知らない場所、時間等の案内を含めたガイドや、地域ならではの体験を商品として提供することで、地域の個性・魅力を旅行者に伝えている。体験型コンテンツとしては、熊本地震による被災状況を見聞する周遊プログラムや夜空を楽しみながらの乗馬体験などを実施し、地震によって減少した宿泊客の誘致に向け取り組んでいる。

課題とマネジメント体制

当時(平成21年)の阿蘇地域には、年間およそ1,800万人もの交流人口があったが、宿泊客数は約80万人前後で推移し、宿泊に結び付けることが出来なかった。阿蘇温泉観光旅館協同組合が第三種旅行業を取得(平成21年12月)し、「阿蘇カルデラツアー」のブランドで、「涅槃像雲海ツアー」「満天星空ツアー」等、着地型旅行商品の開発・販売

を開始することで、宿泊客の満足度の向上、また宿泊施設の魅力向上によるリピーターの確保に努めた。ただし、数日前からの予約が必要であり、提供できる旅行者には限りがあったため、ガイドや事業者との協議を通じて、宿泊予約時にホテルに申し込むこと、当日予約可能なプログラムを提供できる体制を整え、充実を図っている。

阿蘇ジオパーク
トレッキング

雲海ツアー



熊本地震

復興ツアー
(阿蘇神社)

成功要因

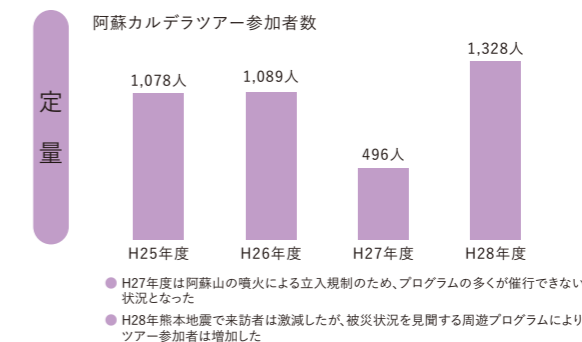
観光圏整備法に基づいた認定観光圏を構成する地域であり、旅行業法の特例を活用し、旅館・ホテルが「阿蘇カルデラツアー」を提供。朝、夜のプログラムを中心に企画し、民間事業者と連携して当日予約可能なガイド付プログラムも提供する事によって滞在時間を有効に活用できるようにした。継続した取組により来訪者の受入れが地域の活性化に繋がるということについて、地元住民や事業者の意識が醸成されてきたことが挙げられる。

取組の成果

観光圏、国立公園、世界農業遺産、世界ジオパーク関係団体との連携やガイド、住民の来訪者受入れに対する意識醸成が図られている。また、地域住民の理解と協力によって通常立ち入れない区域での体験プログラム造成が可能となっている。

失敗談とその対応

地域の都合で次々に商品化し、中には参加者実績0名のプログラムが出てくるなど、来訪者の目線に立ったプログラムに成っていなかった。多くのプログラムを提供したことによって、旅行者が求める商品のニーズ調査を実施していた結果となり、参加者が多かった商品をブラッシュアップしていくことで、地域ならではの商品を確立する事が出来た。



活用した支援策や資金調達方法

- 熊本県緊急雇用創出基金事業補助金(平成21～26年度) ツアーガイドの件数
- 阿蘇市「草・観・然」活性化事業助成金(平成21年度～現在に至る) ツアー造成・運営費
- 平成25年度新事業活動・農商工連携等促進支援補助金(地域資源活用新事業展開支援事業)
- 「阿蘇高原滞在型ダイエットプログラム」商品開発・販売促進費
- 観光圏整備法の特例(旅行業法特例)

外国人観光客への対応

ホームページの多言語化と、2019年女子ハンドボール世界選手権大会や、ラグビーワールドカップ2019、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に訪れる外国人観光客の受入れの充実と併せ商品造成を検討している。

今後の展望

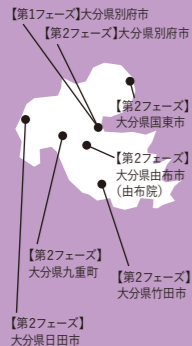
阿蘇・内牧温泉は自然と歴史・文化にあふれる観光資源を有しているが、熊本地震によって甚大な被害を受け、主要道路の寸断やJR豊肥本線の一部寸断など、周辺の環境が大きく変わってしまった。交通網の復旧に、あと3年かかるという課題はあるが、地震による体験を風化させずに後世に伝えていくために、被災箇所の見聞やこれまで育んできた自然や歴史の観光資源を有効に活用していきたい。また、国道、JR線復旧後に増加が見込まれる来訪者を受け入れるための準備を進めていきたい。

熊本

実施主体

おんせん県観光誘致協議会

大分県企画振興部観光・地域局観光・地域振興課
大分県大分市大手町三丁目一、一
TEL: 097-506-2112



「大変なときこそ、クスッと笑える広告を」をコンセプトにできた新聞広告第一弾。(左) 広域で連携した新聞広告の国東市バージョン。(右)

熊本地震からの復興に向けた緊急プロモーション

広域観光周遊ルートの世界水準への改善

取組の概要

熊本地震後の観光客の激減に対処するため、復興プロモーションを実施。その際、フェーズごとにターゲットと目的を明確に設定した。まずは、大分自動車道が不通となっている等、アクセスの手段が整っていないことから、ターゲットを「大分県民」、目的を「地元(別府)で遊んでもらう」と設定し、地元紙において県内向けプロモーションを開始。その際、「同情で人は来てくれない。人は元気な町にやって来る。」との考えをも

と、「今の別府にとって、お客様は(マジで)神様です。」をはじめとしたスローガンを掲載するとともに、神様グッズを作成し、「期間限定で神様になれるキャンペーン」も実施。その後、大分自動車道復旧を受けてターゲットを「福岡都市圏」と再設定し、福岡都市圏のマーケット規模等に対応するため、誘客する地域として由布院、日田、九重、竹田、国東を加え、目的を「大分で遊んでもらう」と再設定しプロモーションを展開。

課題とマネジメント体制

県大手旅館代表者を会長とし、大分県・別府市・別府商工会議所・別府市観光協会・別府市旅館ホテル組合連合会・観光施設連絡協議会で構成する「おんせん県観光誘致協議会」において実施。(事務局は大分県旅館組合)

同協議会は、県内旅館等によって構成されるマーケティング部会を有しており、マーケティングアドバイザーとして旅行会社なども加入している。

ポイント

- フェーズごとにターゲットと目的を設定のうえ、復興プロモーションを展開
- プロモーションを展開する際、笑顔を誘うユニークなキャッチコピーを採用



神様キット



広域で連携した新聞広告



中核人材

西田 陽一

ホテル白菊代表取締役社長。おんせん県観光誘致協議会の会長として、官民一体となった、「おんせん県おいた」の取組の中心的な役割を担い、地域磨きを大切にしながら、売る、検証する、広げるまでを包含された活動を展開している。

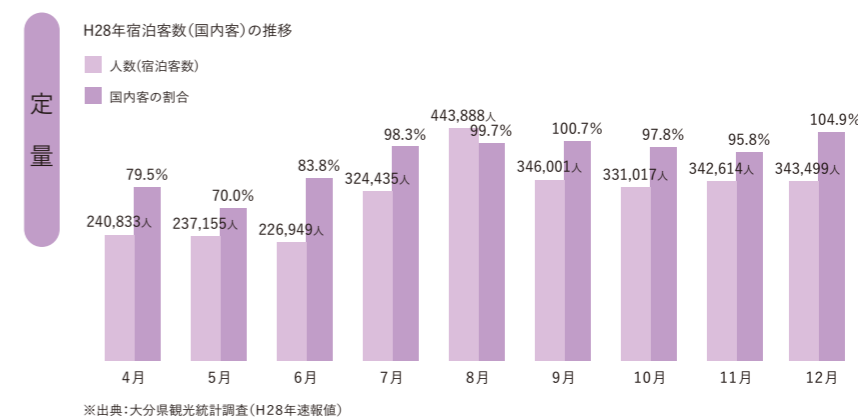
成功要因

緊急事態下のプロモーションであるにもかかわらず、フェーズごとにターゲットと目的を明確かつ丁寧に設定するとともに、「大変なときこそ、クスッと笑える広告を」というユニークな視点を

加味してプロモーションを展開。その結果、単なる新聞広告がSNSで全国に拡散する等、大きなうねりへと繋がり、いわゆる「別府温泉の奇跡のV字回復」を成し遂げた。

取組の成果

別府の一部地域だけでなく、市全域、他市町まで波及し、関係自治体の一体感が生まれた。SNSなどで拡散されることで、県内の新聞広告にとどまらず、全国へ広く情報発信することに繋がった。



活用した支援策や資金調達方法

- 地域活力づくり総合補助金(大分県)

今後の展望

震災による影響からは立ち直ったものの、平成29年には九州北部豪雨災害で被災するなど、本県観光には未だ逆風もある。本件のようにターゲットと目的を明確化したプロモーション

を実施し、国民文化祭(平成30年)やラグビーワールドカップ(2019年)を確実に本県観光の成長に結びつけられるよう、引き続き関係者と連携して取り組んでいく。

特集

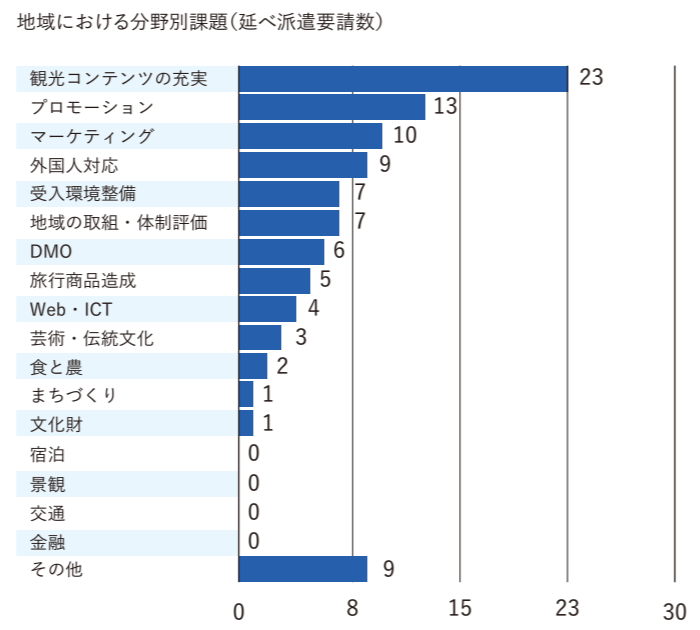
広域観光周遊ルートに関する 専門家派遣事業

観光庁では、平成29年度において「広域観光周遊ルート形成促進事業」により、外国人旅行者の地方への誘客を図るため、複数の広域観光周遊ルートを認定し、地域が推進する取組を支援し、海外に強力に発信する取組を実施している。
本事業では、広域観光周遊ルートの形成を進める地域に専門家

を派遣し、これまで地域内では気づかれていなかった魅力・課題の発見並びに施策への提案を行うとともに、地域の関係者のスキル向上を支援することにより、訪日外国人旅行者の誘客に向けた地域の取組を支援している。

● 専門家派遣制度について

平成29年度に実施した「広域観光周遊ルートに関する専門家派遣事業」では、専門家の謝金、旅費を観光庁が負担し、地域における訪日外国人旅行者の誘客に関する課題について、1年間で42名の専門家を派遣し助言を行った。各地域の課題を分野別に見ると延べ100件程度の課題があり、観光コンテンツの充実に関する分野が23件で最多となった。マーケティングやプロモーション、DMOなどの分野については、同じ専門家の方を定期的に受け入れることで、取組の進捗状況を専門家と共有しながら助言等を受ける傾向が見られた。



観光コンテンツに関する派遣事例 (北海道釧路市)

世界的なトレンドとなっているアドベンチャー・ツーリズム市場に対応していくため、釧路市にある阿寒観光協会まちづくり推進機構では、自然・アクティビティツアーのコンテンツ開発・商品化を行っている。その商品の魅力向上を行うべく、日本各地で自然を活用してアウトドアツアーを国内外に発信している株式会社キャニオンズ代表のマイクハリス氏を派遣した。

助言を受けた担当者からは、日本語で対応いただき、阿寒地区の環境や現地の規則などをきちんと理解した上で、フィールド内における様々な取組方やツアーを行うための準備、安全対策、商品販売造成、情報発信など必要だと思われる事全てにおいて、的確なアドバイスをいただいき、今後に向けての取組の中でも改めて重要になる事や魅力的なものを再確認することができたとの感想をもらっている。



マーケティングに関する派遣事例 (一般社団法人せとうち観光推進機構)

せとうち観光推進機構では、新たな外国人旅行者のターゲットとして欧米人を考えていたが、どのような手法が効果的であるか、また、どのような機会を通じて、プロモーションを行っていくべきかが明らかになっていないという課題があったため、米国の外国人旅行者誘致機関であるBrand USAでの経験を有するホワイト美佳氏を派遣した。助言を受けた担当者からは、市場別プロモーションに関して、欧米市場での関係者間の適切な役割分担、連絡報告体制、活動指標などについて、Brand USAでの経験から事情を知るホワイト氏に整理、助言していただき、今後の事業方針を決めるにあたり大変参考になったとの感想をもらっている。



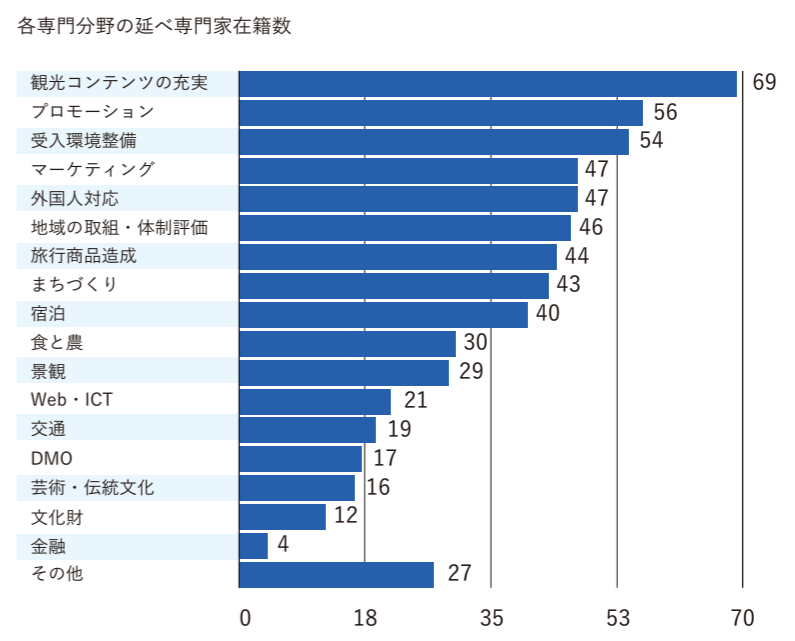
地域の取組・組織体制に関する派遣事例 (徳島県美波町)

町にある様々な観光資源について、今のニーズに合ったものが何であり、どのようにPRすれば国内外の観光客増加に繋がるのか明らかではなく、また、観光協会はこういった組織体制を作っていけば良いのかわからないといった課題を抱えていたため、外国人修学旅行生の受入や地域おこし協力隊などの経験を有する鍋島悠弥氏を派遣した。助言を受けた担当者からは、観光協会などへのガイド技術指導や美波町に対応した観光計画の策定に関するガイドライン作成などによる「地域主導型観光」について適切なアドバイスを頂くことができ、自分たちでは気づけなかった多くの点に気がつくことができたとの感想をもらっている。



● 専門家について

訪日外国人旅行者の広域周遊観光に関する18の分野において、活動実績のある方を観光関係者や地域の方の意見を元に発掘し、専門家としての要件を満たしており、本人の承諾を得られた方を専門家に登録している。平成30年1月29日現在で、106名の方が本事業の専門家として登録されており、今後も専門家を拡充し、外国人の目線等から地域が抱える課題の解決に向けた支援を充実させる予定である。



観光地域づくり事例集
グッドプラクティス2018

編集：国土交通省・観光庁
発刊日：平成30年3月
協力先：復興庁 文部科学省 農林水産省 経済産業省

お問い合わせ先：
観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課
〒100-8918 東京都千代田区霞が関2-1-3
tel. 03-5253-8328
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>

