

第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは?～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

(上越市観光イメージポスター)



(公社)日本観光振興協会が主催する「第67回日本観光ポスターコンクール」に応募したところ、オンライン投票部門で6位入賞しました。

第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

1. イントロダクション ～自己紹介タイム～
2. 前回の振り返りと本日のテーマ
3. グループワーク① 身近なところから「イチ個人」として観光を
考えてみよう
4. グループワーク② あなたの立場でできることを考えてみよう
5. まとめ



皆さんが気持ちよくお話しできるように♪

1. 自分ばかり話しません！
2. 人のお話は批判・否定せず、
「それいいね！」の気持ちを忘れずに！
3. 楽しい雰囲気大切に！



会場後方にある「おやつコーナー」も適宜ご利用ください♪

第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

1. イントロダクション ～自己紹介タイム～
2. 前回の振り返りと本日のテーマ
3. グループワーク① 身近なところから「イチ個人」として観光を考えてみよう
4. グループワーク② あなたの立場でできることを考えてみよう
5. まとめ



グループで自己紹介しましょう

以下について話してみましょう

- ・ 所属
- ・ 自分の仕事や取り組んでいること
- ・ 実は○○なんです。
(趣味、好きな物、興味のあるもの、性格
などなど・・・)

第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

1. イントロダクション ～自己紹介タイム～
2. 前回の振り返りと本日のテーマ
3. グループワーク① 身近なところから「イチ個人」として観光を考えてみよう
4. グループワーク② あなたの立場でできることを考えてみよう
5. まとめ



グループワーク① 何のために「観光」に取り組むのか

- わが町の素晴らしいところを知ってほしい
- 地域の文化、歴史の伝承
- 交流人口を増やして刺激、元気をもらう
- 消費増加により暮らしをよくする。
- 若い人が元気に働ける、雇用創出
- ビジネスの創造
- 人に来てほしくない、静かに暮らしたい人も一定数いる



グループワーク② 10年後どんな「観光地域」にしたいか

- 「来てもらった人に対してどんな『観光地域』としたいか」
の主なコメント

- また来たい！と思えるように喜んでもらえる
- この地域を好きになってもらえる、ファンになってもらえる
- 見るだけでなく、そこに住む人と交流できるような
- 行きたいところにスムーズに行ける

- 「住んでいる私たちにとってどんな『観光地域』としたいか」
の主なコメント

- 地域の良さをより実感できる
- 子どもたちが残りたいと思える
- 市内横の他地域と協力し合える、横のつながりが強い
- ゴミのないきれいで清潔感のある

今回のワークショップでは

観光地域づくりのために私たちは

「何をするのか」 「何ができるのか」

観光スタイルの変化

- 団体旅行から個人旅行への変化、名所・旧跡を回る「スポット型観光」から「地域の人々と来訪者が触れ合うことのできる観光」へとスタイルが転換しており、さらにその地域にしかない自然や歴史、文化、食、暮らしなど来訪者のニーズが多様化している。
- さらに、旅行スタイルの変化に伴い、情報収集手法や購入箇所、手配内容、移動手段、内容などもかつての団体旅行中心の時代に対して、大きく変化している。

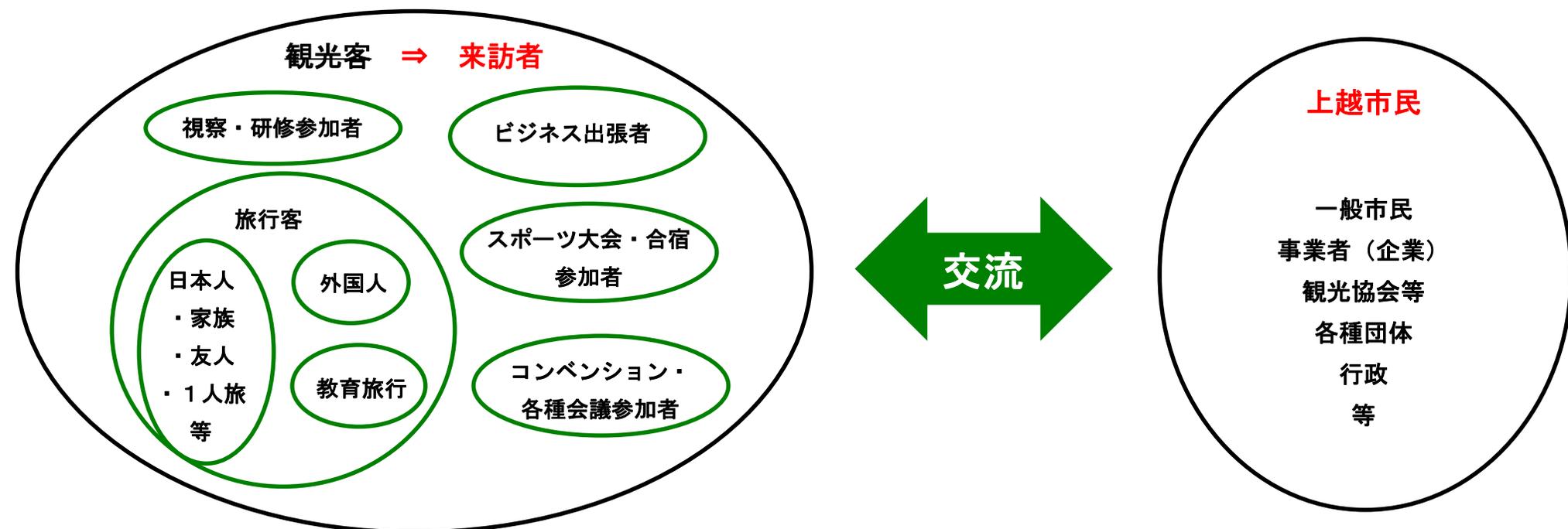
	これまでの観光	現在～これからの観光
旅の形	団体旅行	個人旅行
旅のスタイル	スポット型観光	地域の人々と来訪者が触れ合うことのできる観光
旅の目的(ニーズ)	名所・旧跡、温泉、物見遊山	その地域にしかない自然、歴史、文化、食、暮らしなど
消費スタイル	モノ消費 (モノを所有することに価値を見出す、欲しいモノを買うことが目的の消費)	コト消費 (商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す、何かをするコトが目的の消費)
情報収集	旅行会社(店舗)	ウェブサイト、SNS
購入箇所	旅行会社(店舗)	ウェブサイト
手配内容	パッケージ商品	個別手配、ダイナミックパッケージ(航空機や鉄道などの交通手段と宿泊施設を決められた条件内で自由に決められる旅行商品)等
現地での移動手段	貸切バス	レンタカー、公共交通機関
旅行内容	周遊観光	スポーツ、体験、学習

参考：観光庁「平成30年度版観光白書」、観光庁「観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2015」、公益財団法人日本交通公社「観光と文化vol.234」

「観光」の概念の変化

- 観光を取り巻く変化に伴い、名所、旧跡などを訪ねる従来の一般的な「観光」のイメージに加え、MICE（※）に代表されるように、コンベンション、スポーツ大会・合宿、展覧会、出張などで現地を訪れる機会（＝交流）も「観光」の一環として幅広く捉えられるようになってきています。

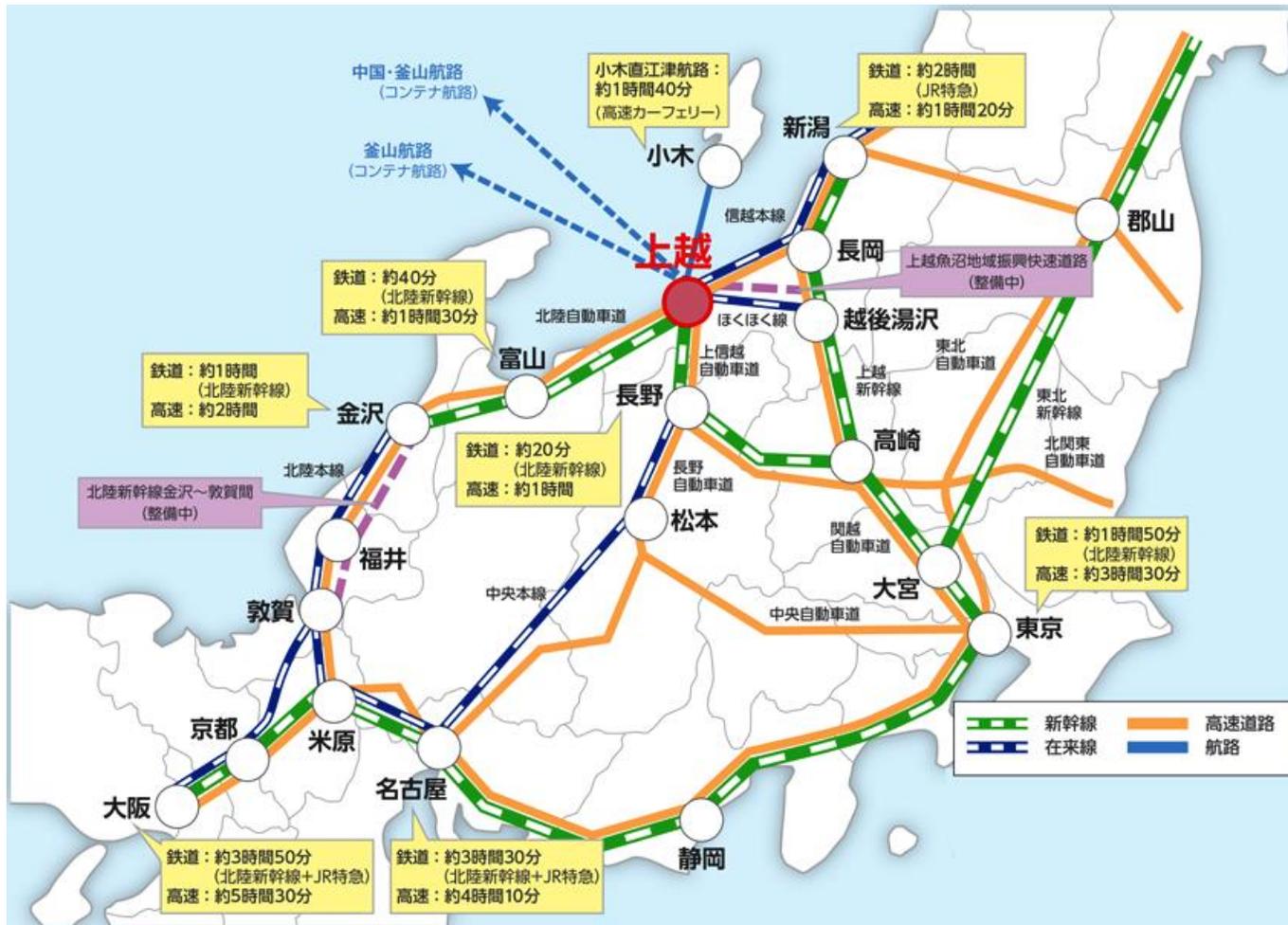
～これからの「観光」のイメージ～



※MICE（マイルス）とは（観光庁ホームページから）

MICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

- 古くから海陸交通が発達し、人や物資の行き交う地として栄えてきた当市は、現在も直江津港や北陸自動車道・上信越自動車道、そして北陸新幹線で内外をと結ばれており、日本海側の広域交通網の結束点である上越市は、旅行者（日本人、外国人）、ビジネスマン、スポーツや学会などの各種大会・会議等の参加者など、様々な「来訪者」と市民が「交流」する機会（チャンス）に恵まれています。



第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

1. イントロダクション ～自己紹介タイム～
2. 前回の振り返りと本日のテーマ
3. **グループワーク①** 身近なところから「イチ個人」として観光を
考えてみよう
4. **グループワーク②** あなたの立場でできることを考えてみよう
5. まとめ



グループワーク①

身近なところから「イ千個人」として 観光を考えてみよう

- ・ 普段の生活の中で観光にどう関わられるでしょうか？
- ・ 上越市に来た人に対して、来てもらうために・・・
- ・ 出来る、出来ないは気にせずにありたい姿を想像してどんどんアイデアを出してみましよう

第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

1. イントロダクション ～自己紹介タイム～
2. 前回の振り返りと本日のテーマ
3. グループワーク① 身近なところから「イチ個人」として観光を考えてみよう
4. **グループワーク② あなたの立場でできることを考えてみよう**
5. まとめ



グループワーク②

あなたの立場でできることを考えてみよう

- ・あなたの所属している企業、団体、仕事、取組ではどう観光に関わられるでしょうか？
- ・上越市に来る人に対して、来てもらうために
- ・出来る、出来ないは関係なくありたい姿を想像してアイディアを出してみましよう。

「立場」の例

- ・ 宿泊
- ・ 土産物
- ・ 飲食
- ・ 交通
- ・ 旅行
- ・ 文化・芸術
- ・ 博物館・美術館
- ・ 製造
- ・ 流通
- ・ 清掃
- ・ 不動産
- ・ 建築
- ・ 医療機関
- ・ 金融
- ・ マスコミ
- ・ 出版
- ・ IT
- ・ 観光協会
- ・ 商工会議所・商工会
- ・ 商店街組合
- ・ 農業・漁業従事者
- ・ 物産等の生産者・販売者
- ・ NPO など

第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

1. イントロダクション ～自己紹介タイム～
2. 前回の振り返りと本日のテーマ
3. グループワーク① 身近なところから「イチ個人」として観光を
考えてみよう
4. グループワーク② あなたの立場でできることを考えてみよう
5. まとめ



第2回上越市観光地域づくりワークショップ

～イチから考える「上越の観光」とは？～

観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」

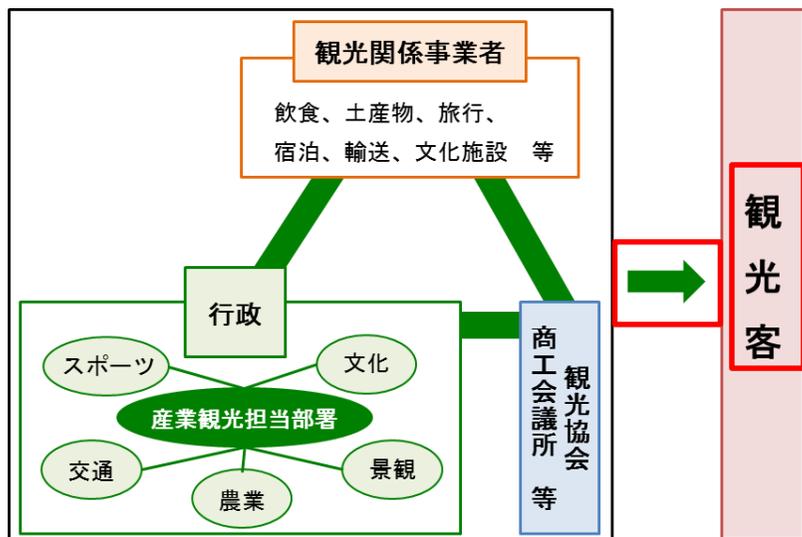
- **観光地域づくりのために私たちは「何をするのか」「何ができるのか」**

あなたの立場（所属している企業・団体・仕事）では観光の分野でこういった取り組みができるかを語りあってもらいました。

「ONE TEAM(ワンチーム)」を目指して...

- 観光事業者（旅館、土産物屋等）、観光協会・商工会議所、行政が主体となって進めてきた従来型の「観光地」づくりでは変化に対応することは難しく、従来の主体に加え、これまで観光との関わりを意識してこなかった事業者や生産者、市民・市民団体なども観光の担い手（プレイヤー）となって、地域全体で「観光地域」づくりに取り組む必要があります。
- 新たな担い手とこれまでの担い手が、それぞれの立場での役割を主体的に果たしながら、地域一体となって連携していくことが重要です。

～これまでの担い手のイメージ～



～これからの担い手のイメージ～

