



News Letter

ニュースレター

Vol.2



2021.9.30

上越市 産業観光交流部 観光交流推進課

市内で様々な活動をしている“ヒト”同志が知り合い、そのヒトから「気付き」を得る、市内の豊富な“資源”を知り、良いところに「気付く」ことで、新たな事業（プラン・コンテンツ）を生み出したり、既存事業をより充実させる場として、観光地域づくり実践未来塾の令和3年度連続講座を開催しています。



With/afterコロナ期における滞在コンテンツ造成

第2回目は、観光庁観光地域振興課の小林和志さん、えちごトキめき鉄道株式会社の鳥塚亮さん、アイエムタクシー株式会社の牧野章一さんをお招きし、9月7日（火）に上越市市民プラザで開催。残念ながら小林さんはリモートでの出演となりましたが、宿泊、飲食・物販、交通、広告、金融、団体、行政など様々な分野の26人から参加いただきました。

まず、観光庁の小林さんからは、昨年同庁で実施した「誘客多角化等のための魅力的な滞在型コンテンツ造成」の実証事業において、全国各地で造成された観光コンテンツづくりの事例などを紹介いただきました。

また、Withコロナを契機に注目されたキーワードやコロナ期におけるコンテンツ造成のポイントなど非常に参考となるお話をたくさんお聞きすることができました。

裏面もあるので、
読んでいただけると嬉しいです↓

withコロナを契機に注目されたキーワード

観光庁

キーワード	概要	キーワードが生まれた背景、withコロナにおける期待
マイクロツーリズム	外部地域からの旅行者だけではなく、地元住民の方が近隣で過ごす旅のスタイル。	背景・都道府県を超えた広域移動の制限や自粛に伴い注目される。 期待・住民による身近な地域の魅力の再発見や経済の活性化。
ワーケーション	仕事と休暇を掛け合わせて過ごす、新しい旅のスタイル。	背景・働き方の多様化により休暇取得や勤務の分散化へのニーズが高まる。 期待・滞在を通じた産業活性化や空き家活用、関係人口の創出等。
ウェルネスツーリズム	日常から離れた場所での、心身のケアを目的とした滞在する旅のスタイル。	背景・自粛による閉塞感や、健康に対する意識向上によって注目される。 期待・都市部から距離の離れた場所での体験や滞在が好まれるため、旅行地の分散への貢献。
アドベンチャーツーリズム	「アクティビティ」、「自然」、「文化体験」の3要素のうちの2つ以上で構成されるコンテンツが含まれる旅のスタイル。	背景・過密でない場所が候補になりやすく、感染症対策が容易。 期待・自らが身体を動かして体験するプロセスも重視されるため、健康に対する意識が高まるwithコロナにおいて訴求しやすい。
オンライン体験	Webカメラやテレビ電話ツールを使い、自宅にいながら旅を楽しむことの出来る新たなスタイル。	背景・他者とのつながりを求める人々が多く、自宅で交流を目的としたオンライン体験の需要が高まる。 期待・オフライン体験（誘客・来訪）へつながるプロモーション効果。
富裕層	新たな旅のスタイル創出の上で、注目されるターゲット層。	背景・今後、感染症対策を施すことで単価が上がることが予想され、高い消費力を持つ富裕層は、重要なターゲットの一つとなる。 期待・少人数でも高単価で、経済効果が見込みやすい。

15

↑観光庁・小林さんの講演資料（一部抜粋）

withコロナ時代のコンテンツ造成ポイント

観光庁

- 個人旅行が増加することにより、コンテンツを造成する事業者には、**ターゲット・マーケティングへの意識**を高め、**少人数でも成立するコンテンツ**の造成が求められている。
- 少人数でも収益を確保できる、**高単価の高付加価値型コンテンツ造成が促進**され、多くの地域で富裕層へのアプローチが試されている。

①コンテンツの高付加価値化

POINT

- 持続可能性に適應する「高付加価値化」を推進する。
- 造成時に「今だけ」、「ここだけ」、「あなただけ」の3要素をおさえる。
- コンテンツの付加価値を大きく左右する「ローカルガイド」の存在価値を再確認し、育成をはじめ各種施策を行なう。

②サステナブルツーリズム適用

POINT

- 新しい生活様式に應じる必要がある今だからこそ、「持続可能な地域観光」を見つめ直し、未来の地域の在り方を考える。
- 経済の持続・社会の持続・環境の持続の3本柱を検討する。

③他産業連携促進

POINT

- これまで観光業に関わりの薄かった産業は、新たな地域資源として魅力的なコンテンツになり得る可能性がある。
- 地域内でしっかりと連携することで、新たなコンテンツを検討・造成する。

20

えちごトキめき鉄道・鳥塚さんとアイエムタクシー・牧野さんのお話

続いて、えちごトキめき鉄道の鳥塚さんから、豊富なアイデアを次々と生み出し、**実践されてきたこれまでの実体験**をお話いただきました。また、続いてアイエムタクシーの牧野さんからは、昨年の観光庁「誘客多角化事業」の採択事業の**事例紹介と合わせて多様なタクシーサービスを展開していることへの思い**などをお話いただきました。

いずれのお話もアイデアや思いを形にし、実践されている方ならではのお話で、参考となるお話が

盛りだくさんの内容でした。（お二人とも非常に興味深く内容盛りだくさんでしたが、全てはご紹介できませんので、ポイントをまとめてみました）



鳥塚さんのお話のポイント（思考法等）

①切り口を変えてみる

前鉄道会社時、鉄道と言えば男の趣味だけど、もっと女性に来てほしい・・・
→ムミンのラッピング電車を走らせたらどうか？
→多くの女性が訪れるようになり、OZマガジン「かわいい電車の旅」の表紙に！

②マーケットインの発想

運行日によって電車のヘッドマークを変える
→違うヘッドマークを見たり撮影するためにファンが毎回足を運ぶ＝鉄道ファンの心をよく掴んだ（＝マーケットイン）発想から生まれた仕掛け

③上越市内の事業者の皆さん、今ですよ

今年7月から運行している観光急行目当てに多くの乗客、沿線の撮影客がすでに来ている
→能生駅では笹寿司を地元の人が販売し、毎回ほぼ完売している
→この機を活かすのは、今ですよ！

牧野さんのお話のポイント（思考法等）

①やってみないと分からない

シニア層をターゲットとし、電動車いすを活用したツアー（ユニバーサルツーリズム）の実証を実施
→実施結果から、シニア層からは否定的な意見もあり、メイン関心層ではないということが判明。一方、40、50代には「自身の親御さんによい」という良い意味で「想定外」の結果もあった
→やってみると、意外な成果を得ることができる

②タクシーの存在意義⇒多能工化

電動車いす、電動自転車、電動キックボードなど、新しいモビリティが台頭＝タクシーそのものの存在意義を考えなければ生きていけない
→タクシーによる多様なサービスを提供（お墓参り・お墓掃除代行サービス、事前確定などの新運賃の導入等）
→人材を強化し、多能工化を目指して取り組んでいる（お墓参りの作法等を学ぶ研修実施など）

ワークショップ「アイデアのGive&Take」

講座の最後に「同じテーブルの人からアイデアをもらう・あげる・一緒に考える」というテーマでワークショップを実施。

事例発表を終えた鳥塚さんや牧野さんも交えながら、各テーブルでアイデアが活発に話し合われました。今回話し合われたアイデアの中で、具体的に実現に向けた動きがあれば、ぜひ事務局にご相談いただけると幸いです。



担当者のキモチ

第2回目の連続講座にご参加いただいた皆さん、ありがとうございました。今回はワークショップ（以下WS）に対する「キモチ」を少し書かせてもらえればと思います。

前回と今回でなぜWSやグループワークを行ったのか。それは、この実践未来塾の中では、「対話」を重視しているからです。

皆さんも「共働」「協働」という言葉をご存じかと思いますが、「共働」はいきなり始まらず、「対話」を通じて、互いの思いや考え方を「共有」「共感」というプロセスを経て、「共働」

して「共創」につながると言われています。

従って、前回と今回のWSでは、まず各テーブルで「とにかく盛り上げてほしいな」ということを個人的な第一目標と考えていました。

そのため、話し合われた内容そのものに価値を感じた方、またそうでなかった方など様々かもしれませんが、広い市内の事業者の皆さん同士（初めましての方もそうでない方も）でひとつのテーマについて「対話」することで、互いの思いや考え、そのヒトそのものを知るといった機会をこの2回の講座で感じていただけると嬉しく思っ

ています。（前回同様「席替えをしてほしかった」というお声を頂戴しました。個人的にもそういった部分とできない部分のジレンマに襲われています。今後の自身の課題でもありますね）

さて、いよいよ次回の講座からは、より具体的なスキルを学ぶような講座内容としたいと考えています。当市の「今ある資源を活かす」ことを前提とした「新たな観光プラン・コンテンツづくり」のため、ぜひ皆さんからのご参加をお待ちしておりますし、「具体的にこんなことを学びたい」などのお声もお待ちしています！（373）