

(3) 講義①「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」 (一社) 豊の国千年ロマン観光圏 事務局長 堤 栄一郎氏

観光振興、観光地域づくりにおける広域連携、官民連携の先進的な事例を学び、九十九里地域の観光振興における地域連携の必要性について意識づけを行った。

自己紹介

・ 堤 栄一郎(つつみ えいいちろう)
(プロフィール)

2005年 大分大学 経済学部 地域システム学科 卒業
2006年 (一社)別府市観光協会勤務(11年)
2010年 豊の国千年ロマン観光圏協議会 担当
2017年 (一社)豊の国千年ロマン観光圏 事務局長就任

(居住/出身)
大分県別府市/ 福岡県柳川市

(好きなもの)
温泉、食べ歩き、神社・仏閣

(自慢)
別府八湯温泉道名人(1735代、2785代)
温泉マイスター
別府市内の食べあるき350店舗以上

豊の国千年ロマン観光圏

本日の項目

豊の国千年ロマン観光圏の取り組み

- (1) 連携の背景・組織の立ち上げ
- (2) 組織の特徴・役割
- (3) これまでの取り組み
- (4) 取り組みの成果
- (5) まとめ

豊の国千年ロマン観光圏

エリア紹介《豊の国千年ロマン観光圏》

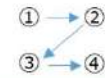


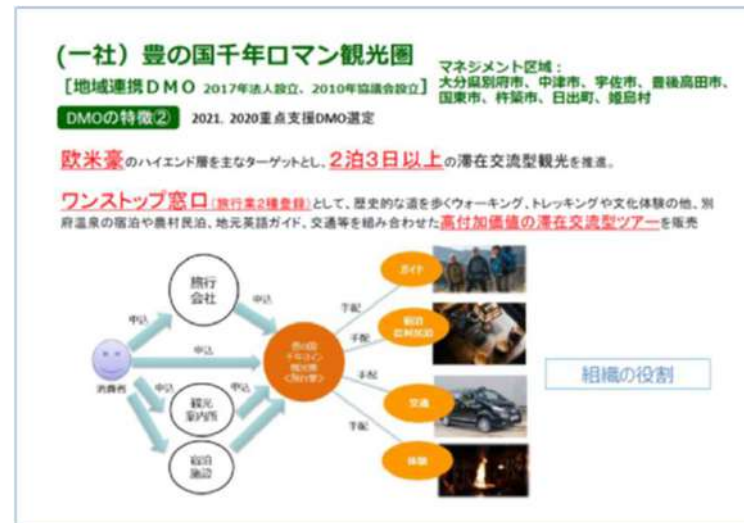
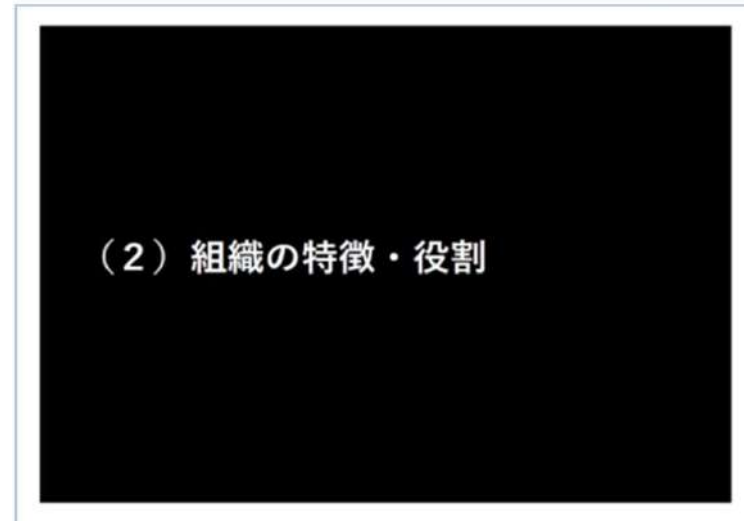
● ブランドコンセプト
「千年の記憶がひもとく 知られざる日本」～千年ロマン時空の旅～

- ・ 千年以上続く宇佐神宮を中心とした国東半島の六郷通山文化。神仏習合発祥の地であり、表舞台の「都」の歴史文化では語られない、もう一つの日本の歴史文化。
- ・ 神代から近代までの千年の時勢の流れに培われた暮らし・生活文化の記憶。

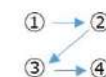


(3) 講義① 「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」





(3) 講義① 「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」



理念・コンセプト

- 理念
この地域ならではの文化を次の千年へと伝えるために
千年の歴史を「今」生きる人が語り紡ぐ
- ブランドコンセプト
「千年の記憶がひもとく 知られざる日本」
～千年ロマン時空の旅～
- 戦略
地域資源の生産的観光

・千年以上続く宇佐神宮を中心とした国東半島の六郷満山文化。神仏習合発祥の地であり、表舞台の「都」の歴史文化では語られない、もう一つの日本の歴史文化。
・神代から近代までの千年の時の流れに培われた暮らし・生活文化の記憶。

豊の国千年ロマン観光圏の役割

＜住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり＞

『滞在・交流型観光』の推進
地域にお金を落とす仕組みづくり →

観光消費額の向上
地域資源の保全
歴史・文化的価値の認知

- ・マーケティング
ブランドコンセプトに沿った滞在コンテンツの造成、販売
観光案内所、宿泊施設での圏域内の滞在コンテンツ・旅行商品販売。
この地域ならではの過ごし方を提案し、心地よくお金を使ってもらう。
- ・ブランディング
世界でこの地域にしかない歴史・文化を活用した観光地域づくり
を推進し、世界に通用する『ブランド観光地域』を目指す。

組織の役割・連携のイメージ

豊の国千年ロマン観光圏

観光圏・地域連携DMOとして役割

職員数：3名（正職員）

- ・10年以上の連携した取り組みにより関係8市町村の連携が強化。
- ・観光協会（観光地域づくりマネージャー）を中心に多様な関係者と連携
- ・農林漁協など、地域住民とのネットワークが強化

プラットフォーム機能
（旅行業2種免許）

地域一体となる観光地域づくり
＜観光による地方創生＞

役割分担の明確化

組織について／運営体制・合意形成の流れ

豊の国千年ロマン観光圏

運営体制

職員数：3名（正職員）
観光地域づくりマネージャー：11名

- ・観光地域づくりマネージャー（観光協会）との連携
- ・役割分担の明確化①
- ・役割分担の明確化② ※組織内
- ・他団体との連携

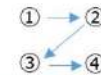
合意形成

組織体制（戦略策定→合意形成）

役割分担の明確化

ボトムアップ型の
戦略策定・合意形成
（意思決定）

(3) 講義① 「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」



(3) これまでの取り組み

滞在交流型観光の取り組み

・滞在コンテンツの充実・販売

体験プログラムを販売できる体制を整備した。
過去に実施した「千年ロマン時空博」で開催した体験プログラムを過年度化。
地域の人が主役となり、この地域ならではの伝統文化、暮らしを体験できる付加価値の高いもの、旅行業2種免許を取得

・広域ガイド「千年ロマンガイド」

圏域内を一人の認定ガイドが案内する千年ロマンガイド。
ボランティアガイド → 有償ガイド
各市町村のガイドが参加する合同研修会を開催。
2019年から英語ガイドを登録。

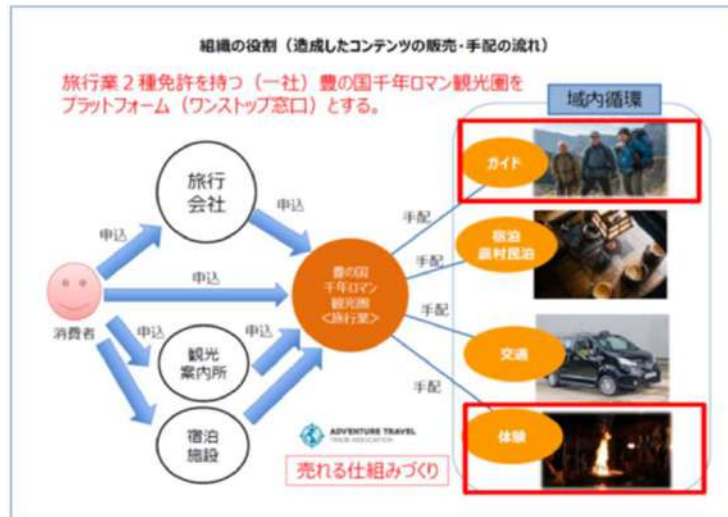
・観光案内所の連携強化

圏域内13箇所の観光案内所を観光圏認定案内所として整備。
圏域内の情報発信を行うことで、周遊・滞在促進に繋げる。

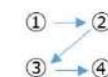
体験プログラムづくり
千年ロマン夜学(企画ワークショップ)

観光地域づくりマネージャー

(3) 講義① 「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」



(3) 講義① 「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」



商品イメージ：滞在交流型ツアーの造成

オーダーメイドツアー × 国内インバウンド旅行会社

売れる商品づくり

ゴールデンルート + 豊の国(2泊3日程度)

商品イメージ：滞在交流型ツアーの造成

オーダーメイドツアー × 海外旅行会社

売れる商品づくり

行程：7泊8日

サイクリングで8市町村制覇！

商品イメージ：滞在交流型ツアーの造成

オーダーメイドツアー × 海外旅行会社

売れる商品づくり

行程：6泊7日

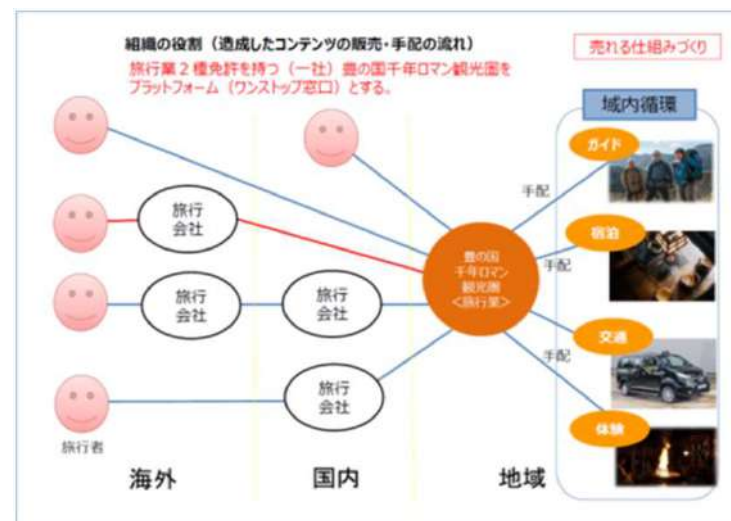
ウォーキングで8市町村制覇！

8 DAY KUNISAKI SPIRITUAL TRAIL

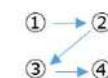
8 day walking tour explores magnificent landscapes and ancient temples including Rakanyi Temple in the Oita mountains, renowned for its magnificent collection of over 3,700 disciples of buddha stone statues.

Find out More

life'sanadventure
The Peak Free Walking Experience



(3) 講義①「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」



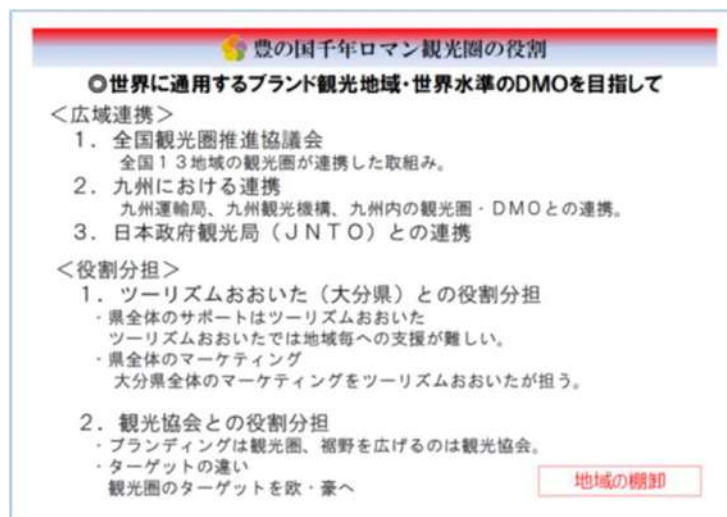
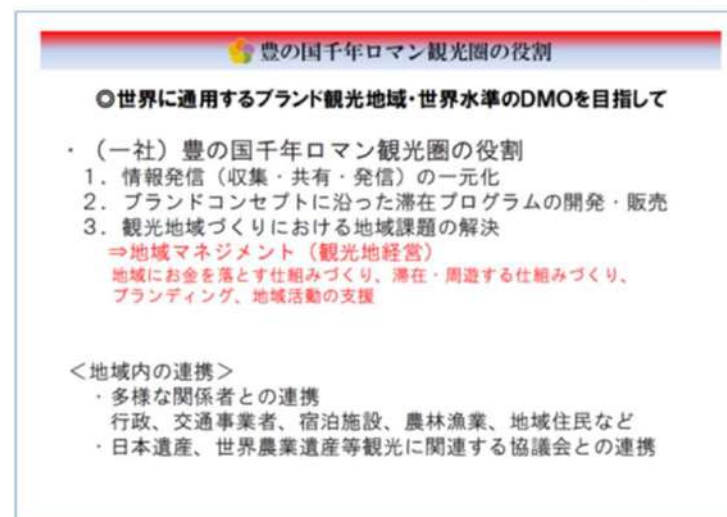
ターゲットと地域にもたらす効果

- ターゲット
欧米豪 富裕層／Modern Luxury
TouristではなくTraveler
- 何を売るか
地域ならではのアクティビティ・自然・交流
本物の体験・交流 × 地域連携(2泊3日以上)
- 地域にもたらす効果
地域貢献、地域との交流、サステナビリティ
→ 地域活性化

ロードマップ(ステップアップのイメージ)



(3) 講義①「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」



(株)JTＢ 総合研究所 主席研究員 山下真輝

```

graph LR
    1((1)) --> 2((2))
    2((2)) --> 3((3))
    3((3)) --> 4((4))

```

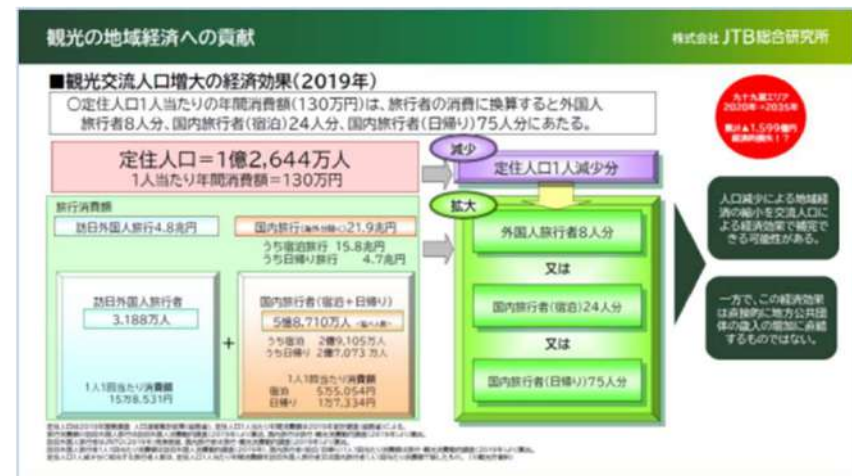
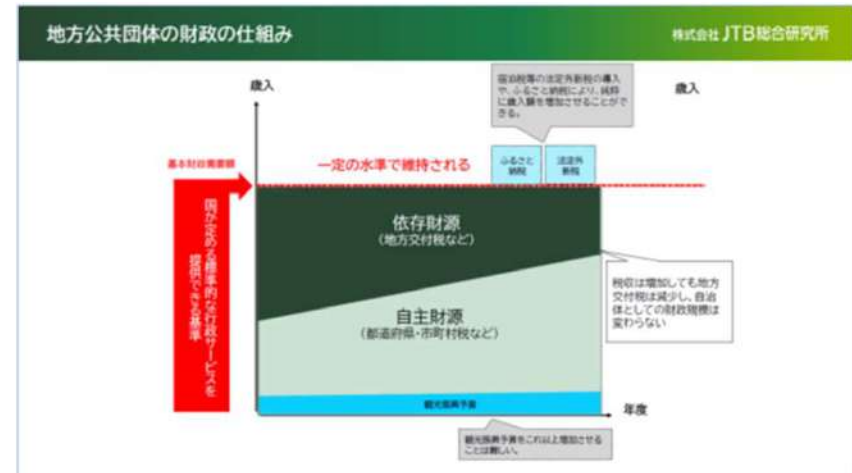
[illegible]

1. 地方都市が抱える課題と観光振興に取り組む意義

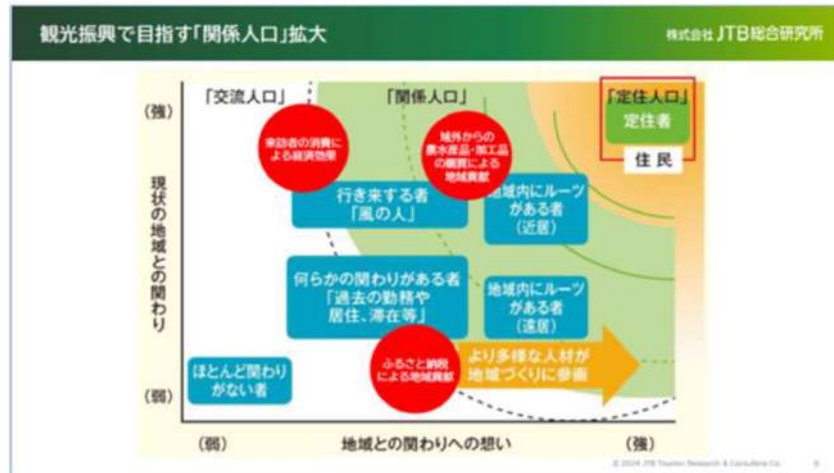
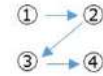

```

graph LR
    1((1)) --> 2((2))
    2((2)) --> 3((3))
    3((3)) --> 4((4))

```



(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



地方都市の抱える課題と対策の方向性

株式会社 JTB 総合研究所

- 1. 地方自治体の厳しい財政状況**
地方都市は地方交付税交付金など国からの依存財源に頼っているが、人口減少により減額が予測され、自治体財政はさらに厳しくなる。自主財源が限られ、地域振興に必要な財源確保が困難な状況が続いており、地域活性化に向けた取り組みを制約している。
- 2. 行政主導の地域振興策の限界**
地方財政が厳しい中、行政主導の地域振興策には予算やリソースの限界がある。既存インフラ維持費の増加により、地域振興に充てられる資源はさらに制約されており、行政単独の取り組みは限界に達しつつある。
- 3. 観光振興による地域経済の活性化**
観光は交流人口を増やし、宿泊、飲食、土産品購入などの経済効果を生む。また、地域の魅力発信を通じてふるさと納税収入の増加も期待できる。観光振興は地方経済を補完する現実的で持続可能な手段である。

© 2024 JTB Tourism Research & Consulting Co.



観光振興異議の(1/2)

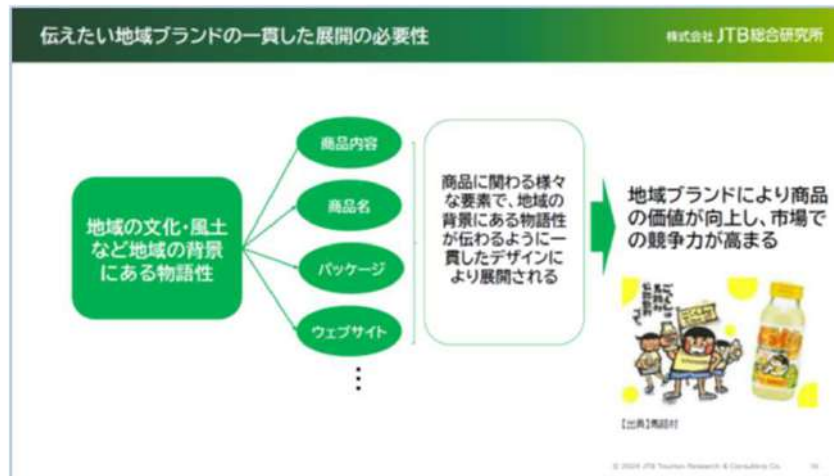
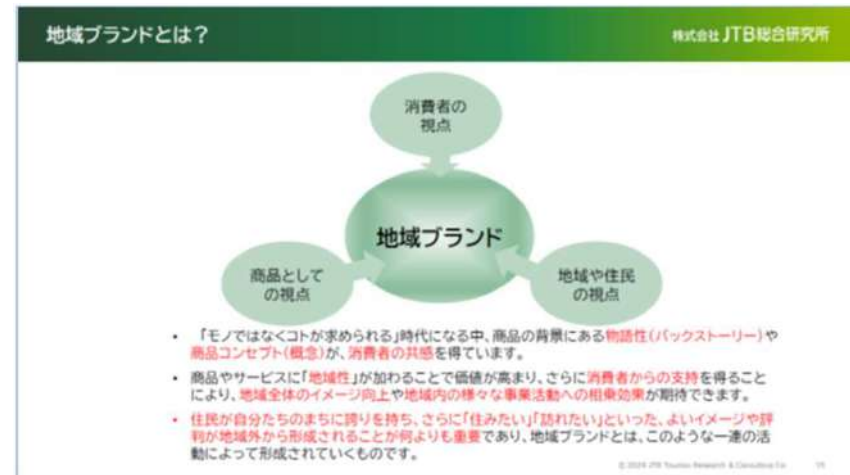
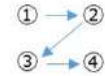
株式会社 JTB 総合研究所

なぜ、地域に訪れてもらうのか？

その地域が独自に持つ歴史、文化、自然、産業、生活、コミュニティなどの地域資源を観光を通じて「体験」することで精神的な価値へと結びつく。

精神的価値 ⇒ 地域ブランド化

(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～

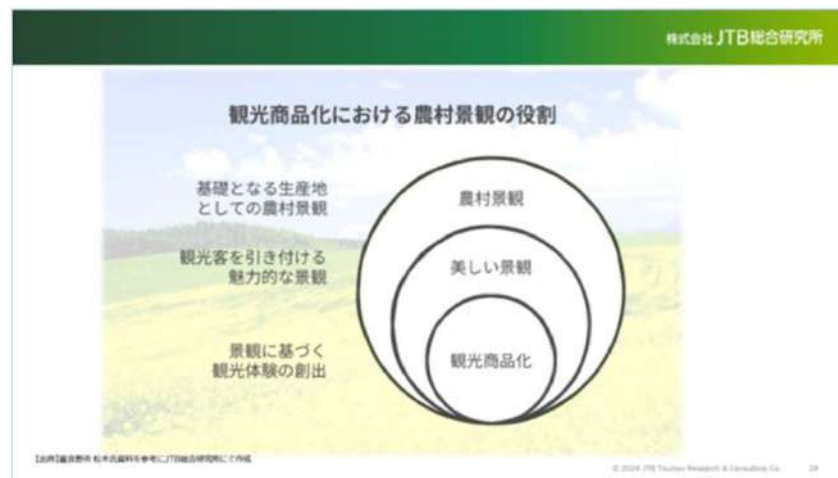
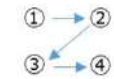



```

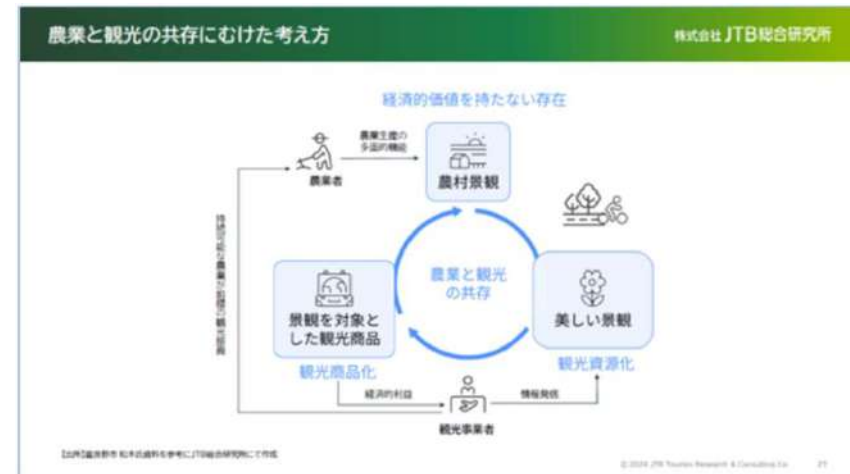
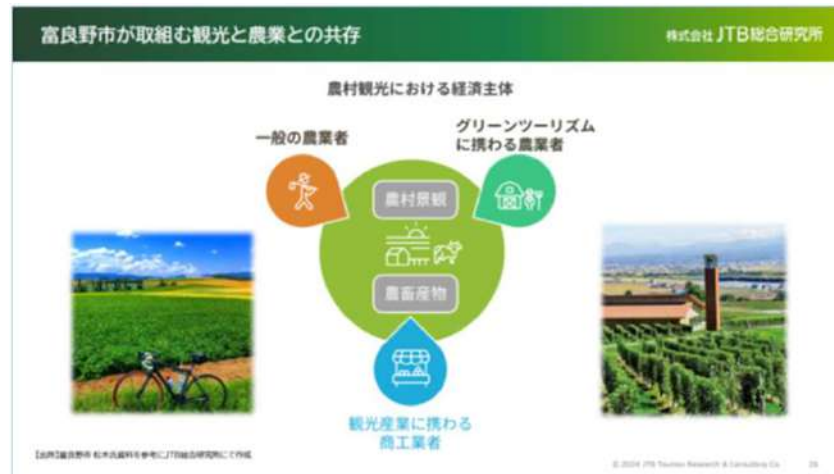
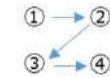
graph LR
    1((1)) --> 2((2))
    2((2)) --> 3((3))
    3((3)) --> 4((4))
  
```



(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～




```

graph LR
    1((1)) --> 2((2))
    2((2)) --> 3((3))
    3((3)) --> 4((4))

```

【富良野・美瑛 観光圏】 観光地域づくりの考え方(理念)

株式会社 JT B総合研究所

ビジョン(運営理念)

豊かな自然と美しい田園を

100年後の子孫に今以上にしてお返しする

豊かな森が育むきれいな空気と水、その自然の恵みを活用して営まれる農業
先人が守り育ててきたこの財産を、未来の子孫に返し続けていく

クレド(価値基準)

- 富良野美瑛への旅を通じて、人々の暮らしをよくするために、地域に根ざした「ほんもの」の価値を常に磨き上げ、持続的かつ明確にシンプルなメッセージで共感していただくように、四季折々のここだけの「至福の句感」を追及していきます
- 自然と共生してきた先人の営みを敬い、知恵と想いを継承するために、豊かな自然を未来の子孫に返し遺すものとして保全に尽力します。
- 寛農種がくつつき、ふくらみ、共感しあい、新しい価値を創造し、「体験」以上の「経験」を、お客様と共に感動しあいます。
- 「おもてなし」の前に「おもいやり」を持って、我々の豊かな暮らしを“おすすわけ”することを重視します。

官民連携の「コンシェルジュフロノ」

株式会社 JTB総合研究所

フロノ コンシェルジュ

4階 懸賞取込施設本館・空のガーデン

3階 懸賞取込施設

2階 懸賞取込施設 [ビー・ホール]

OMO = 観光マゼナント

広域連携 OMO

商工会議所 観光協会

広域観光協会

観光人の権利協会

1階 農村 レストラン

物販

マーケティング ショールーム

観光協会

地上 イベントスペース

H30.6月～

フロノコンシェルジュ

本店

支店

広域 DMO

ブランド観光圏

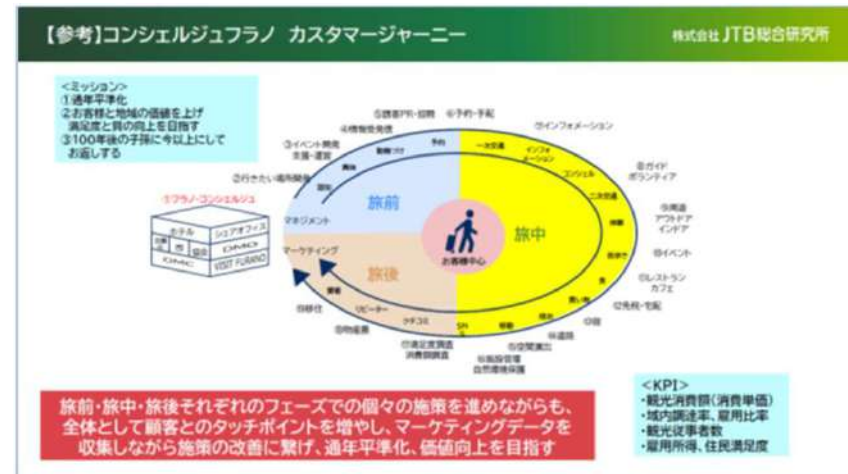
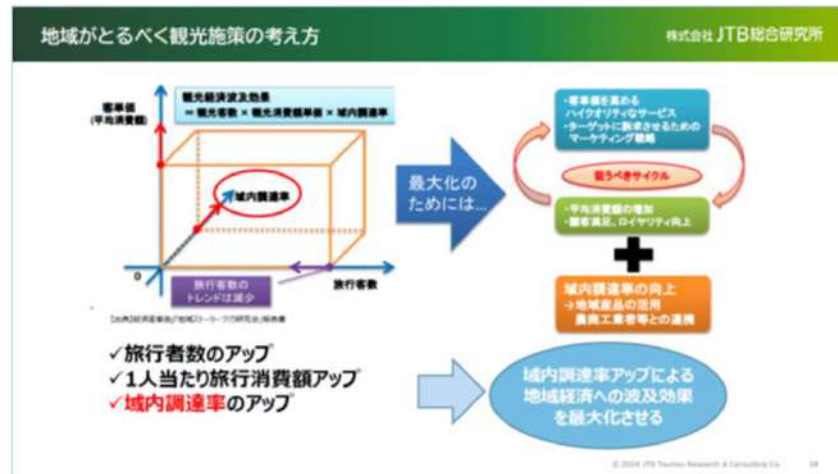
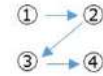
H30.3月認定

新機

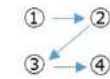
インフォメーション

あひの観光協会

(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



【にし阿波～剣山・吉野川観光圏】観光圏の圏域 株式会社 JTB総合研究所

ビジョン（運営理念）

「次世代に繋ぐため、魅力ある地域を創造します」

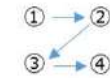
目標 豊かな地域資源を連携させ、個々を超える魅力を創造し、世界に通用する競争力の高い観光地域を目指します

取組方針

- 世界レベルで通用する、「魅力」を追求し「品質」を提供します
- ほんものの「食文化」、伝統的な「生活文化」を守ります
- 当地ならではの、人の暮らしが育む美しい「景観」、「環境」を守ります
- 地域が元気になり、誇りをもてる「住んでよし」のまちづくりを進めます
- 「訪れてよし」を実現するため、お客様目線の取り組みを行います
- 国際競争力の高い「ブランド」を確立します



(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



【にし阿波～剣山・吉野川観光圏】ブランド・コンセプト

株式会社 JTB総合研究所

千年のかくれんぼ
～分け入るごとに、時は通り～

そびえ立つ山々が悠久の時を閉じこめたのか。
変わらぬ営みと人のぬくもりが息づく、
“にし阿波” 無垢の里

コンセプトの考え方

「千年」
ゆっくりと流れる時の経過の中に刻まれた歴史・伝統が
先人たちの叡智の結晶として暮らしの中に今もなお息づく

「かくれんぼ」
地形により閉ざされた空間、妖怪伝承・平家伝説など、
誰もが求めていた神秘的な魅力や懐かしさ、秘めやかな、
懐かしさ、純真さ

→長い歴史の中で隠された山里の密やかで
豊かな暮らしの魅力を発信

千年のかくれんぼ

A thousand of years, a hidden hamlet

祖谷に眠る、神秘の日本。
日本三大秘境のひとつ
「大歩危峡・祖谷」。

秘境なればこそ守られてきた歴史のヒミツが、ここには、数多く眠っています。その不思議と神秘にふれ、朝霧のベールにそっと分け入るようなときめく旅があるのです。

日本史の深淵をのぞく、民俗の魂にふれる。千年変わらぬ風景にふれる。時を経て、山々が守ってきたものには、驚くほどのチカラがあります。厳しい自然と寄りそう生き方には、涼とした美しさがあります。

おそらく、わたしたちの先祖たちは、長い時代同じように自らの手で、さまざまなものを切り開き、生み出したのでしよう。その自然と闘う力強い生き方を祖谷で思い出してみませんか。静寂の中でいのちの声を聞いてみませんか。

大歩危・小歩危は“千年のかくれんぼ”。日本の宝はひっそりと、あなたが見つけてくれる日を得ていたのです。

© 2018 JTB Tourism Research & Consulting 001

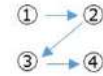
【にし阿波～剣山・吉野川観光圏】主な滞在プログラム

株式会社 JTB総合研究所

秘境案内人と巡る、桃源郷への旅

「千年のかくれんぼ秘境・奥祖谷ツアー」
二重かすら橋や急傾斜に張り付くような集落、茅葺民家など、
歴史や秘境感を味わうツアー

(3) 講義②広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



全国的に注目される徳島県にし阿波地域の取組み

株式会社 JT B 総合研究所

（一社）そのの郷（マネジメント区域：徳島県美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町）

○豊かな自然や温泉に加え、山岳集落ならではの歴史文化や伝統料理、ライフスタイルといった地域の魅力を効果的に発信するとともに、それらを体験プログラムとしてコーディネートし、観光客に提供。

○また、三好市東祖谷の落合集落（重要伝統的建造物群保存地区）において、8 棟の空き古民家をリノベーションし、宿泊施設「茅葺民家スタイル」として活用しており、近年外国人観光客からの人気が高まりつつある。

4 年間で域内の外国人延べ宿泊者数は約 5 倍に
（H24:2,363 人泊－H27:11,735 人泊）









© 2024 JT B Tourism Research & Consulting Co., Ltd.

阿波地域の農家民宿に滞在する外国人旅行者も増加

株式会社 JT B 総合研究所

豊かな料理や望山の風景を求めて多くの外国人旅行者が訪れています。

農家民宿経営 工藤 昌弘 さん

年間700人以上の旅行者が宿泊

「今までお宿舎になった旅館で客迎へがたい。そんな思いに駆られ、三好市山崎町の自宅で6年前に民泊経営も始めた工藤さん。すべてが手探り状態で始めた民泊経営でしたが、初年度から150人を超える旅行者が訪れました。」

「実は紀元前へさき宮宿の第1号が、オーストラリアの方でした。その後も年々宮宿は増え続け、昨年は約700人の観光客に宿泊していただきました。そのうちおよそ120人が外国人旅行者です」

アジアから欧米まで、訪れる旅行者の国籍もさまざま。「この見聞したい望山の風景に価値があることを、彼らに教えてもらいました」と話します。

にし阿波独自の交流体験を提供

工藤さんが経営する農家民宿の特徴は、自宅や近所の農家で採れた食材をふるまふこと。お米や山菜、こんにゃく、アズキなど、どれもバリエーション豊かに食文化を楽しんでもらっています。

「うちでは、旅行客同士が同じ空間で交流しながら食事を楽しみます。そんな経験こそが、外国旅行者にとって思い出になっているようです」

また、農家民宿が増えることで地元の色が守られ、故郷の風景を守ることにもつながっていると工藤さん。

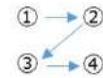
「食と自然景観地として、より多くの方々を招き入れるためには、その土地の食や文化を持続できる農家民宿の数が増えることが重要。経営者のノウハウがない方は、まず地産旅行や体験学習といった教育旅行の受け入れから始めれば良いと思います」と新規参入へのエールを送っています。

【出典】<http://www.pwv-net.co.jp/magazine/pwv-net-magazine/362/5.html#id=2020>

© 2020 JTB Tourism Research & Consulting Co., Ltd.

[illegible]

(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～



『世界農業遺産「にし阿波の傾斜地農耕システム」ブランド』認証品 株式会社 JTB 総合研究所

にし阿波地域(美馬市・三好市・つるぎ町・東みよし町)で生産された農産物やその加工品を認証品とし、ブランド化を推進するとともに、世界農業遺産に認定された「にし阿波の傾斜地農耕システム」やにし阿波地域を国内外に発信し、その認知度向上やイメージアップを図ることを目的とした制度。

【出所】にし阿波の傾斜地農耕システム 公のHP <https://glahs-tokushima.jp/>

徳島県南部地域「みなみ阿波」のブランド化(みなみ阿波観光局) 株式会社 JTB 総合研究所

4. 九十九里エリアのポテンシャルを活かしたブランド形成

九十九里地域の特徴 株式会社 JTB 総合研究所

九十九里地域の特徴

産業の特徴

- 漁業: 魚子漁業を中心に、全国有数の水揚げ量を誇る。養介類の加工業も盛ん。
- 農業: サツマイモ、スイカ、トマトなどの特産物が豊富。地元ブランド品も多数。
- 観光業: サーフィンや地引き網体験、登山での農業体験など多様な観光資源。

自然の特徴

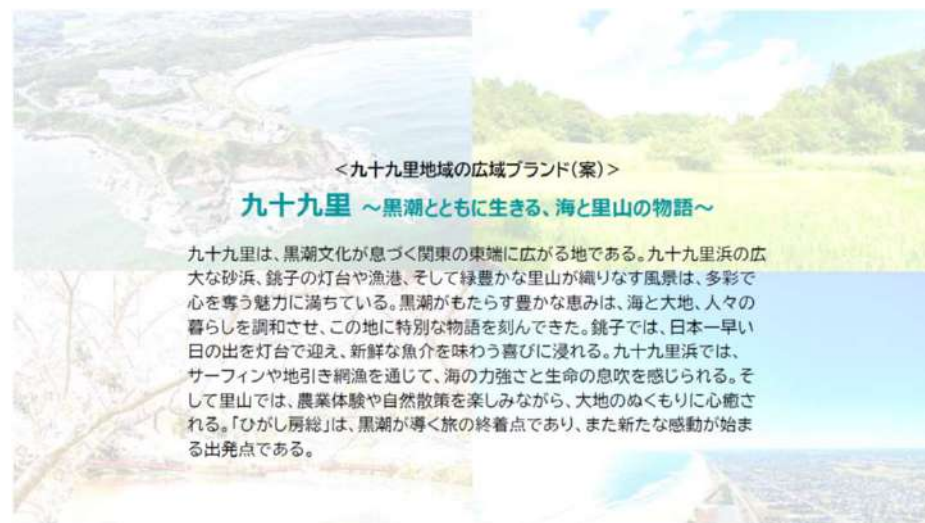
- 九十九里浜: 日本最大級の連続砂浜(約6km)。サーフィンや海水浴のメッカ。
- 風潮の影響: 波豊かな地形が育む豊かな海洋資源。イサシやサバなどの漁獲も豊富。
- 登山の風景: 緑豊かな山頂と市街地、農業や自然環境の魅力を堪能。

文化の特徴

- 海洋文化: 地引き網漁や漁漁の伝統。漁港を回る祭りや漁を学ぶ体験の場。
- 農村文化: 伝統的な稲作などの伝統工芸が数多く残る。農山漁村文化。
- 歴史と知識: 江戸時代から物流拠点として発展。自然災害への備えも文化に反映。

(3) 講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味 ～広域地域ブランド形成を目指して～

山下氏による九十九里地域全体のストーリーの提案



● 講義後の質疑応答

講義後の参加者との質疑では、民間参加者からの広域連携でブランディングを進めていくプロセス、推進主体等についての質問に対し、講師・アドバイザーと意見交換が行われた。

＜山下氏の講義後のメッセージ＞

九十九里地域は、日本最大級の直線砂浜を有し、豊かな里山や漁業文化といった多彩な観光資源を誇ります。首都圏からのアクセスの良さを活かし、観光誘客を促進するためには、市町村の枠を超えた広域的な観光圏の形成が不可欠です。観光庁が提唱する「観光圏」は、複数の自治体が連携し、広域的な観光地経営を行うことで、滞在型観光を促進し、地域経済を活性化させる戦略ですが、広域の観光地ブランドの形成を図る上で参考になる考え方です。

九十九里地域においても、海・里山・文化を融合させた観光コンテンツを一体的に発信することで、単なる通過型観光から「滞在したくなる地域」へと変革することが求められており、観光圏の考え方に基づいた観光地経営を目指してもらいたいと思います。具体的には、九十九里浜のマリンアクティビティと、漁業文化、内陸部の農村体験を組み合わせた周遊ルートを開発し、様々な過ごし方を提案することで、観光客の滞在時間を延ばす施策が有効です。

また、同地域が全国的にみてどうユニークであるかが、観光地ブランドを形成していく上で重要になりますが、講演の中で提示させていただいた「九十九里～黒潮とともに生きる、海と里山の物語」のような統一ブランドのもと、ウェブサイトやSNSを活用した一貫性のある情報発信を強化することで、国内外の観光客に向けた訴求力を高めることができます。

さらに、同コンセプトに基づいた体験型観光や食の魅力発信にも今後取り組んでいくべきではないかと思います。今こそ行政・観光事業者・住民が一体となり、九十九里地域の未来を見据えた広域連携による持続可能な観光地域づくりを進めるべき時ではないかと思います。

＜市川氏コメント＞

お二人の講話はとても内容のあるもので、今後の九十九里観光振興に大いに参考になるものだと思います。今回のワークショップの内容も含め、各市町村での議論を促すような取り組みが必要だと考えます。