

第1回戦略会議レポート 2016, 4, 22 湯沢町役場



雪国観光圏の理念

『100年後も雪国であるために』

ひとつずつでは埋もれてしまう地域資源を発掘し、つなぎ合わせ、磨き上げることで世界に通用する価値を生み出します。

雪国観光圏のブランドコンセプト

『真白き世界に隠された知恵に会う』

一般社団法人雪国観光圏事務局
新潟県南魚沼郡湯沢町大字湯沢2431-1
TEL025-785-5353 FAX025-785-6767

ようやく見えてきた雪国観光圏のターゲット

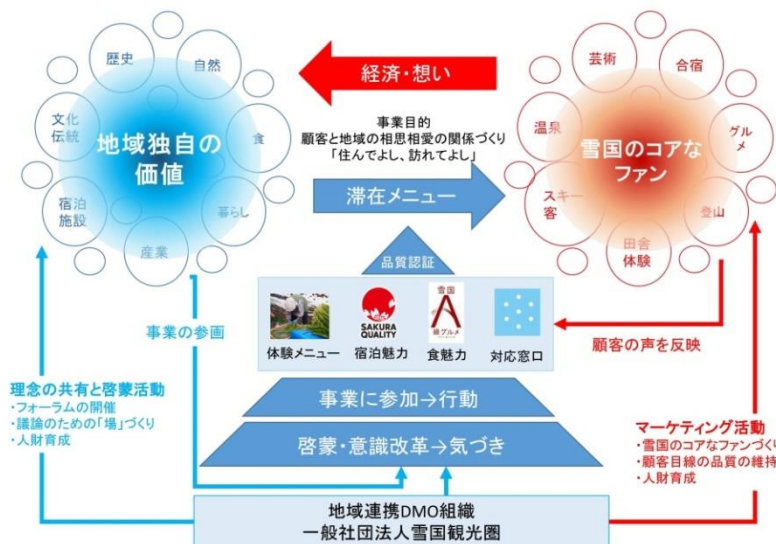
雪国のよさをわかるのはどんな人？

都内在住の高学歴・高収入の旅行好きな40代独身女性：今井 薫さん43歳と仮定します。
20代～30代は海外のリゾートや絶景スポットに旅行したが、今は地方の田舎でなじみのおじいちゃん、おばあちゃんに会いに行くのが楽しみです。

ここは8000年前から雪と共に寄り添い暮らしてきた雪国の地。そこは知恵の宝庫であり、日本人が忘れかけた真の豊かさが残っています。豪雪地帯がゆえに育まれてきた雪国文化を経験することで『真白き世界に隠された知恵に出会う』ことができます。

“今井薫さん”を雪国観光圏のコアなターゲットとして軸を合わせて『真白き世界に隠された知恵に出会う』滞在メニューをしっかりと提供し、リピーターになってもらい、“今井薫さん”の期待に添う滞在メニューや、宿泊施設、食事、コンシェルジュ機能の提供が必要です。

品質管理として雪国観光圏ではサクラクオリティーや、雪国A級グルメがあり、啓蒙活動としてフォーラム、地域づくりセミナーの開催や、フラットな場での情報交換の場などをつくります。



雪国の良さをわかる人



今井 薫
43才・女性
IT関連会社に勤務
埼玉県出身
都内在住
独身
年収900万円

各課題別のワーキンググループの進捗状況

雪国文化研究WGでは、今年のテーマは「戦国時代の城跡と街道」中世の歴史にスポットをあてて、学芸員や専門員の方々、学術的なことを観光の視点で調べていただき、滞在メニューづくりに役立てます。

スノーカントリーレイルWGでは、平成29年度オープンを目指し、雪国文化研究WGと連携し、中世の城跡や街道などの歴史・文化をコース上に色づけて進めていきます。

観光協会連携WGでは、各観光協会の情報を共有し、旅行商品造成委員会で魅力的な滞在プログラムをつくっていきます。



雪国文化研究WGでは「真っ白き世界に隠された知恵と出会う」をテーマに、雪国文化の調査・研究を進めています。

これまでの成果を、江戸時代の食を中心に「雪国の風土とフード」という冊子にまとめました。

必要な方は(一社)雪国観光圏事務局にございますので、お問合せください。

これからの観光地域づくりに必要なもの

今年度は体験メニューの充実、宿泊や食の品質の担保に重きを置いた事業を中心とするため、ガイドの人材育成、“真白き世界に隠された知恵に出会う”世界観を共有する勉強会、観光地域づくりマネージャー研修による人材育成等を行っていきます。

各観光協会で行うイベントはお客様が本当にリピートするものなのか？アンケート調査で効果測定をして検証します。旅館でやっていることも本当に再来訪意欲につながっているのか？感覚的にやっているだけではないだろうか？顧客満足度調査で再来訪意欲に繋がる要因を導き出します。

再来訪意欲に繋がる要因とは、独自の地域らしさが体験できること

全国の10の観光圏共通のフォーマットにて顧客満足度調査を雪国観光圏域内の温泉地や道の駅などで夏と冬の2回実施し、集計と分析を行いました。

他の地域で体験できることではなく、その地域らしさや、そこに行ってから発見できることなどがあることが重要であることが数字から示され、1ヶ所の観光地集中型は再来訪意欲に繋がらないという結果がでました。

やはり、宿泊が軸となり、宿泊からどう体験をさせていくのかを考えていかないとリピーターに繋がらないということと、ターゲットを絞らないと万人受けする宿泊施設と体験では1回でいいやとなってしまう。宿で体験を売り、フロントで案内することが重要と思われま。