



第1回戦略会議レポート 2017/5/8 湯沢町役場



平成29年度 第1回雪国観光圏戦略会議を開催した。4月の異動もあり多くの新メンバーを迎えたため、自己紹介からスタート。今年度より座長を井口代表、清水先生には引き続きアドバイザーとしてご協力いただく。

平成28年度の事業報告 平成29年度の事業計画

報告についての詳細は添付資料にて。

戦略会議運営・雪国文化WG・食ブランドWG・スノーカントリートレイルWG・観光協会WG・2次交通WG等運営、ブランドデザイン管理、事業評価策定業務一式、全国観光圏共通事業等の補助事業を無事終了。29年度は雪国観光圏、ブランド確立支援事業の最終年度になる。数ではなく質を高めて地域に暮らす人々が地域に誇りを感じ事業を通じて地域が豊かになる仕組みづくりを行う。事業詳細は資料2 平成29年度委託事業一覧参照。
今年度は特に、品質認証(サクラクオリティ)と雪国A級グルメ、雪国ガストロノミー、地元住民への意識啓発に注力していく。



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』

観光庁加藤部長に称賛された 雪国観光圏の取組

清水先生のお話より。阿蘇で行われた観光圏のシンポジウムにて観光圏の取組が大変素晴らしいと以下3点について称賛されていたそうです。

- ブランドコンセプトの確立・発信
- 海外向けUndiscovered Japanの発信
- 品質認証サクラクオリティ

「雪国観光圏の動きが成果となって日本全体をリードする取り組みになればよいと思う。」と清水先生。

WG トピックス 食文化

地域の素晴らしい食材をどう活用していくのか。名料理人や料理研究家をお招きしてフィールドワークや公開講座・料理教室を開催。

- 7月21日 築地御厨(みくりや)内田氏 など。その他各民間施設での取組も盛んに行われている。
- ちとせ 高澤シェフとコラボし美人林ダイニング。
- 里山十帖 京都草喰なかひがしとコラボ など。

WG トピックス 雪国文化

雪国文化WGの研究成果をまとめた冊子、上杉謙信越山の地～甦る戦国時代について～を3300部発行。実際にWGで調べた荒戸城址や魚沼神社などをいれたツアーをつくりこころ号で販売した。今後もこのWGで得た知見を活かしツアー造成や情報発信を行う。
平成29年度は中世の城館址の観光資源としての利活用。11月11日・12日にシンポジウムを湯沢町にて開催予定。1日目は基調講演①城ガール稲本香氏、②文化庁水ノ江調査官にお願いする。観光庁もお招きし、文化庁と観光庁が会すのも全国的にも珍しい取り組み。雪国の文化と観光が寄り添いながら新しい方向性を見出したい。



各WG 29年度の動き

■雪国文化研究WG

全8回のWGを予定。11月11・12日に文化庁調査官、観光庁を招きシンポジウムを開催。

■二次交通検討WG

今年度は二次交通の楽しみ方を主要テーマに検討していく。英語版パンフも検討中。

■スノーカントリートレイルWG

9月にプレスリリースメインのオープニングイベント開催。モデルコース作成にご協力を。

■食のブランド化WG

フィールドワーク・公開講座・料理教室の開催。ブランド化事業としてA級グルメリエンナーレ開催、和食料理人を育成する食の学校検討会。

■観光協会連携WG

観光圏内の地域情報をリストアップして相互案内・販売ができる体制の強化。8月までにリスト化。相互販売に必要な契約に関しては各観光協会間、次回WGで検討。

雪国観光圏全体の動き

■ブランド化

- ・地域独自の価値を体感できるような旅行商品。
 - 【雪旅】雪国の知恵と文化を感じる商品を販売。それ以外の一般商品はスノーカントリーツーリズム(湯沢温泉観光協会運営)にて販売。
 - ・核になるのは品質管理。
- 今年度は、新しくなったサクラクオリティを拡充。

東京からわずか70分。雪国を旅する



真っ白き世界に落ちた知恵に出会う

冬には、いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。

いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。いつか冬は来たよ。



雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY

雪国GASTRONOMY



雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE

雪 SNOW COUNTRY CULTURE



2016年度観光圏 満足度調査

■全国14観光圏にて実施、昨年比較及び他エリア比較が可能。グラフの見方は“全観光圏の合計・平均”と雪国観光圏の今年の結果を見比べる。(詳細は調査報告書を参照)

雪国観光圏の特徴

- ・総合満足度が非常に高い。(大分に続いて2位)
- ・紹介意向・再来訪意向も高い。
- ・反面、地域への愛着が他よりも低く昨年よりもスコアが落ちているので改善の余地あり。
- ・強みは自然景観、食事、宿泊施設。
- ・滞在プログラムの強化を。



松之山温泉ブランディング事業
まなま立ち上げから10年。成果を確認しながら新しいブランドビジョンを定めて松之山ストーリーズとして伝えていく。(資料5)

- ・ブランドビジョン
- ・ロゴマーク
- ・ブランディング・サイト

<http://www.matsunoyama-onsen.com/>
HPを是非ご覧ください。

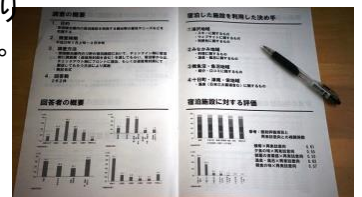
イベント開催効果検証・宿泊者満足度調査(旅先の決め手)

■イベント開催効果検証

- ・来訪者の客単価を把握し経済効果を検証。第68回十日町雪まつり・湯沢温泉雪まつり・みなかみ町キャンドルナイト・津雪雪まつりで実施。(詳細は報告書参照)
- ・県の統計を用いて延べ人数を実人数に引き直して人数測定を行い、日帰り宿泊に按分。按分したものにアンケートの金額をかけて消費支出額を算出。

■宿泊者満足度調査

- 4つの地域で旅先を決める“決め手”に地域特性がでた。
- 湯沢: スキー・WEB・アクセス利便性、みなかみ: 料理・温泉、南魚沼魚沼: 紹介・ロコミ・SNS、十日町: 温泉、日本三大薬湯。
- 個別の評価とリピーターの相関を見ると、接客・温泉の再来訪意向が高い。



連絡先: 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

*次回戦略会議は、7月3日(月)13時30分～湯沢町役場で開催です。