

第1回戦略会議レポート

2019/6/3 湯沢町役場



今年から推進協議会が会議運営

議題① 各WGから進捗報告

【雪国文化研究WG(細矢MG)】

今年度は駅から散歩“総合文化材マップ データベース作成”として駅から1～6kmの範囲を対象に文化財やパワースポットなどをプロットする。SCTとの連携も想定。文化財保護法の改正を受けた談話会(11月の土曜日、湯沢町公民館)を開催したい。

【食文化WG(細矢MG)】

第1回魚沼食の学校開催。第一部 からいすけ本舗と里山十帖の取組発表。第二部 固有種の保存発酵文化について。次回第2回魚沼食の学校は、美味しい料理には哲学(わけ)がある。料理で地域を変える。
*7月10日11時から里山十帖にて開催。



【スノーカントリートレイルWG(湯沢町 南雲部長)】

今年度事業としてシールを作って販売し、それで応募する事業を行う。デザイン・サイズ・発行枚数を決定して発行店とシール特典取扱店の募集をしている。机に貼るバナーの制作も今年行う。次回(6月30日)コース状況を各市町村に把握してもらい情報共有を図りたい。谷川と苗場の登山道の情報共有もこの場で行いたい。



SNOW COUNTRY TRAIL

【観光協会連携WG(魚沼市観光協会 星事務局長)】

旅行商品の相互販売の仕上げについて話し合い、共有ファイル等を固めた。旅行商品の販売促進方法の検討、3年後・5年後と中長期にわたる協会のありかたなどについて、話し合いが行われている。

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出会う』

【ブランドWG:フジブランドマネージャー】

雪と旅の編集内容をデザイナーと観光協会で検討していく。テーマは雪国文化で、今は夏号は縄文。佐藤座長より縄文文化についてご講義を頂き、「アカデミックな立場からは言えないようなこと、夢のあるロマンチックなことも伝えられるよう期待をしている。」との言葉を頂いた。雪と旅で縄文の神秘的な所を伝えることを目指したい。

【女性コーディネーター研究会:細矢MG】

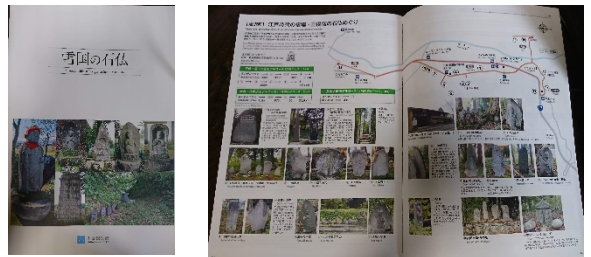
SNS発信を5月27日から開始。1週間を7エリアで割り当てて投稿していく。FacebookとInstagramを連動する。雪と旅のコラムは縄文文化やアンギン、火焰土器などに合うよう、なじもんや十日町市博物館のお土産を女性目線で発信したい。SNSの発信について勉強会も行う。

*アカウント:7snowqueen (Facebook・Instagram)



■冊子発行のおしらせ

・雪国の石仏(多神教の日本文化を伝える)



雪国文化研究WGが1年かけて取材・編集した雪国の石仏冊子。苗場山麓ジオパーク推進室の佐藤氏を座長とし3県7市町村の学芸員を主要メンバーに研究を重ねてきた。インバウンドにも対応するため日英2か国語併記。

・Snow&Journeyガストロノミー編(雪国の食文化)英語版

事業報告と顧客満足度調査のデータ分析

■しよくBiz！観光マッチング商談会 令和元年5月16日

ブース出展や取組ミニセミナー（文化を軸としたブランド戦略）、商談（4自治体：阿賀野市・新発田市・越後長岡観光振興委員会・三条市、4社：MATCHA・三越伊勢丹旅行・リロクラブ・HIS）を行った。



■ツーリズムエキスポジャパンブース出展

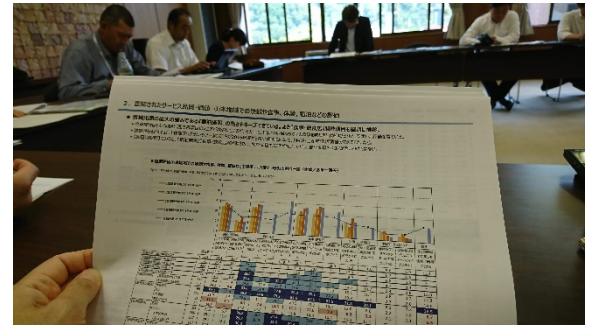
■国民文化祭 雪国文化パンフレット作成について

滝沢印刷に雪国文化パンフレット印刷を委託。小学生5・6年生と保護者を対象に当該地域の魅力を発信すること。雪国の魅力を認識するきっかけとして地域への愛着を醸成する機会づくりとする。その他、里山十帖にて一般主婦向けの料理教室も行う。

2)顧客満足度調査報告 アンド・デイ：橋口氏 *全国13観光圏共通比較データ。

- 1)総合満足度KPI指標
- 2)細かく見て何が評価されて全体に繋がったのかという個別評価
- 3)消費金額 KPIにもつながる

結論：ヒアリング対面調査と宿泊施設留置調査。9割が宿泊者回答データであり宿泊比率が高い（全観光圏平均は日帰り1：宿泊2）年代が少し上がっている。回答者特性なのか、20～30代が減っているのが気になるので他の公的データと結びつけて考えると良い。総合満足度は、トップボックス（7段階の大変満足）を見ると3年間で下降傾向だが全観光圏よりは高く、満足のスコアは高い。初めての方が増え、それらのトップボックスが低いのでこれが原因かと考えられ、初めての方の大変満足をあげるところに課題がある。



【データから見える課題】

- ・物販 この地域ながらの土産が手にはいる、土産店の定員の対応が全国平均より低い。
- ・体験プログラムのスコアがここ3年下がっている。全国平均より下がっている。
- ・2次交通・情報提供 スコアを落とし全国平均より悪く初めての観光客の評価が悪い。

総合満足度が堅調で、キーになるもの（宿泊施設・食事・飲食店）は伸びており全国でもトップクラスで差を広げているが、物販と体験が弱い。初めての方にもっと期待を上回ってほしいので、情報提供ももう一度見直す必要がある。観光圏全体の消費額が減っている中、キープした数少ない観光圏。宿泊の比率が違うので日帰りと宿泊でも数字が出ている。全体満足度は上がっているが総合満足度が減少。大変満足といった方が紹介意向はたかく、満足の人が紹介することは激減するのでトップボックスが重要。

井口代表理事：以前からこういうデータを見ながら戦略会議で議論しており雪国観光圏は宿泊と飲食評価が高く、期待値満足度も高く再来訪に相関性も高くお金も生むということで、しっかりと品質を担保していこうというのがベースの軸。（サクラオリティ・A級グルメ）。今後は雪国文化と体験を組み合わせることで満足度を上げていく戦略を行う。各自治体、ここをどうあげていくかということもありDMOがなぜ必要なのかというのを検討しなくてはいけない。品質向上の大切さを理解して頂きたい議論を進めてほしい。



その他、報告事項

湯沢町 南雲係長：本年度スケジュールを次第に記載している。
7月16日・10月29日・11月15日・1月28日・2月21日に開催予定。ご都合・ご予約をお願いします。

南雲部長：次回は7月16日。7月3日に推進協、総会があるのでそれまでに新規会員の申込み受け付けているので推進協に入りたい方がいらっしゃれば事務局にお知らせを。推進協のみなさまに戦略会議のお知らせをしていく。議事録と資料を配布させていただき、メンバーの皆様にも戦略会議や観光圏の取組をご理解頂きたい。

*次回戦略会議は7月16日（火）湯沢町役場3階大会議室にて13時30分より開催。

連絡先：湯沢町役場産業観光部
新潟県南魚沼郡湯沢町大字神立300番地
TEL025-784-4850 FAX025-784-3582