

第1回「観光力創造塾」を好評開催

本年3月19日（水）、奈良商工会議所5階大ホールにおいて、シンポジウム「観光力創造塾」を開催しました（主催：南都銀行 協力：南都経済研究所）。全体テーマは「本気で観光、頑張りますか？」。ホテル・旅館、土産物店、市町村の観光関連部署やNPOなどから、113名の方にご来場いただきました。今後も半年に1回程度開催し、誘客に必要なノウハウを学んでいただく予定です。

第I部 基調講演 感動資源を観光資源に！

～なぜ岐阜県が、インバウンドでトップクラスの伸び率を実現できたか？～

講師 古田菜穂子氏

（岐阜県観光交流推進局顧問／プロデューサー）

第II部 パネルディスカッション

パネラー

古田菜穂子氏

鷺見哲男氏（奈良市観光協会 専務理事）

中野聖子氏（ホテルサンルート奈良 社長）

山城 満（南都経済研究所 主席研究員）

コーディネーター

鉄田憲男（南都銀行）



基調講演をされる古田菜穂子氏

第I部 基調講演

1. なぜ宝ものを見つけ出すのか？

観光・食・ものづくりの分野で「選ばれる岐阜県」をめざし、「岐阜の宝もの認定プロジェクト」に取り組んだ。県内外から1,811件の「じまん」を募集し、そこから全国に通用する「岐阜の宝もの」を5件、それに次ぐ「明日の宝もの」を11件認定し、各資源をブラッシュアップして観光資

源化をめざした。これにより、地域資源を活かした観光交流が促進され、まちづくりの機運が高まり、新しい国内外向け観光商品が生まれた。

2. 国内外へのプロモーション展開

岐阜県のブランディングに寄与できる国内外の報道機関や旅行会社などに、徹底的にアプローチ。

また岐阜県を紹介するパンフレット類の写真・デザインのマナー&トーン（雰囲気や調子）を統一し、自由に使える岐阜の写真をWebにアップした。



3. アジアに特化した新たな誘客事例の展開

シンガポールを東南アジア施策の拠点として、「観光・食・ものづくり」の3点パッケージ戦略で、09年から継続的にプロモーション活動を展開。

その結果、同国からの宿泊客数は全国9位、伸び率では全国2位に。タイからの宿泊客数も全国10位、マレーシアは12位（いずれも2012年）。

4. 「地元の良さを100の言葉で言えますか？」

質問です。（水の入ったコップを手に）これは何でしょう。順番に、自分の言葉で表現してみてください。すでに出た言葉を繰り返してはいけません。

（全員に当てたあと）このような訓練をしていると、見え方が広がります。人の意見にどのように反応できるかの訓練にもなります。インバウン

ド（海外からの訪日観光客）にはまだまだ伸びしろがあります。ぜひ国際的な人材を育て、地元が外国人の来訪を心待ちにできる奈良県になってください。大切なのは選択と集中への編集力です。

第Ⅱ部 パネルディスカッション

「観光振興への取り組み」「宿泊客を増やすのに障害となっていること」「インバウンドへの取り組み」の3点につき、ご発言いただきました。

当日のシンポジウム全体を通して、印象に残ったご発言は、以下のとおりです。

古田菜穂子氏

- ・大切なのは成功体験の積み重ね。それが次につながる。またタテ割りでなく、全庁的かつ官民一体での取り組みが進む仕組みを作ろうとした。
- ・例えば行政で観光課と文化財課が分かれ、文化財や伝統文化を観光資源として活かせなかった地域には、民を巻き込んだ連携による観光資源化をめざした。
- ・パンフレット、ポスター、Webの多言語化を進めた。単に言葉を変えるのではなく、国によって琴線に触れるものが違うので、各国のターゲットに合わせ、パンフレットなどのつくりを変えた。
- ・観光客数より、観光消費額のアップをめざした。地域資源を見直すため知事と直談判し、4年間異動なしのスタッフもいた。

鷺見哲男氏

- ・奈良に泊まってもらえる魅力づくりが必要。
- ・個人旅行のフランスやスペインからのお客さまが多い。また個人旅行化の進むアジアの先進的な地域に目を向けないといけない。

中野聖子氏

- ・「なら国際映画祭」最優秀賞の副賞は奈良県が舞台の映画制作権。これは地域振興になる。
- ・ホテルの稼働率は低いが、「安ければ泊まる」という今の風潮を打破したい。

山城 満

- ・県下の宿泊施設は近代化が遅れており、管理会計ができていないところもある。中長期的な設備投資など経営の近代化が必要。
- ・県内の道路は運転していても楽しくない。「〇ロード」のようなPRの仕方もあるのでは。



<来場者アンケートから（複数回答）>

県観光振興に関し、ご来場者にお聴きしました。

(1)奈良県の観光振興における問題点は？

- 1位 情報発信力が弱い（40人）
- 2位 宿泊施設が少ない（13人）
- 3位 関係者の努力（10人）

(2)インバウンド推進上で不足しているものは？

- 1位 情報発信力（60人）
- 2位 多言語対応（11人）
- 3位 観光ガイドをする人（5人）

(3)今後の誘客のため奈良にあれば良いものは？

- 1位 宿泊施設（26人）
- 2位 名物料理（22人）
- 3位 温泉（19人）

インバウンドを含め誘客においては「情報発信力の弱さ」が指摘され、「宿泊施設・名物料理・温泉が必要」とするご回答を多数いただきました。

当日のシンポジウムに関しては、「行政にはない考え方を学ぶ機会になった」「人の心に響くような旅行パッケージを作りたい」「観光・食・モノの3つが連想できるものを創っていきたい」など。

今後とも、多くの方のご参加をお待ちしています。

（南都銀行 鉄田憲男）

南都銀行は4月1日「公務・地域活力創造部」を新たにスタートさせました！

従来の「公務部」を「公務・地域活力創造部」に再編し、観光産業をはじめとした地域産業の活性化に向けた企画・推進体制の一層の強化を図ります。地域活性化のための中核部署の1つとして、これまで以上に地域の成長・発展に寄与してまいります。