

## 平成 27 年度西村山広域観光戦略推進事業に係る効果検証に対する専門家の意見について

平成 28 年 10 月

山形どまんなか探訪プロジェクト会議事務局

### <概要>

平成 27 年度に実施した西村山広域観光戦略推進事業について、金融、経済及び観光の専門家に効果検証を依頼し、以下の意見をいただいた。

### <専門家>

金融: 日本政策金融公庫 山形支店 中小企業事業 大関 恒治 上席課長代理 (山形)

経済: 公益財団法人 東北活性化研究センター 宮曾根 隆 部長(東北)

観光: 公益財団法人日本交通公社 久保田 美穂子 観光文化情報センター長(首都圏)

### <意見>

#### 【広域連携について】

- ・経済の大きい寒河江市が西村山 4 町をケアしながら率先して観光振興に取り組む必要がある。
- ・「西村山」だけで活動し続けた場合に対外的に訴求力に限界が生じることから、将来的には県内他地域における DMO(又は DMC)との連携も視野に入れるべきである。特にインバウンドに対してはより広い広域連携が必須であり、単独で対応するのは現実的ではない。連携先の検討にあたっては、GAP 調査などを通じて整理した地域内のそれぞれの観光資源と他地域の何の観光資源(出羽三山など)をセットにできるかを一つずつ検討すべきである。

#### 【プロモーション】

- ・市場が大きい遠距離である首都圏などへの営業よりも、県内や隣接している宮城県などをターゲットにした方が現実的である。
- ・山形県内や宮城県へのプロモーションにおいては、県内における西村山の位置づけを再定義して、同じ山形県でもこんな違いがあるという「ニッチな違い」を浮き彫りにして訴求するのも一つの手である。
- ・PR については単なる観光地の紹介では訴求力に欠け、「地域の人々」(無名の方々や名のあるの方々)にも焦点をあてて、「観光地(施設)+人(ストーリー)」の形で PR するのも一つの手である(例えば「鶴岡市立加茂水族館+村上氏(元館長)」や「旭山動物園+小菅氏(元園長)」など)。

#### 【やまがた雪フェスティバルについて】

- ・まずは寒河江西村山の PR を行うことが優先すべきことから、費用対効果をすぐに求めるのではなく、まずは第 1 回目を開催し、イベントを通じた PR などの本格的な観光振興に動き出した点を評価したい。
- ・イベント開催における課題を整理し、継続に向けた改善を積み重ねていき、そして雪のイベントに係るノウハウを蓄積することが重要である。また、県外への PR をどのようにするかが課題である。
- ・第 1 回目の集客成功に安心せずに、イベントの目指すべき方向性(地域性の高いテーマ)や規模を常に

検討し、単なる人集めのものにならないようにするべきである。

- ・開催 2 回目となり勝負の年となる「やまがた雪フェスティバル」は、住民が自己表現できる場を設けるなど、住民を巻き込む仕掛けをしないと長続きするイベントに成長できない。
- ・青森県五所川原市の「雪国地吹雪体験プログラム」など特徴のあるプログラムを行っている地域もあり、他の雪や冬のイベント等を研究すべきである。
- ・イベント会場外における回遊性の向上については、西村山地域には魅力的な企業などもあるので、産業観光とセットにするのも一つのアイデアである。
- ・「長崎さるく」や「新潟市まちあるき」など、住民を巻き込んだ観光地域づくりの手法が色々あるので、先行事例として研究してはどうか。

#### 【その他】

- ・観光に関するデータをほとんど持っていない点を自省し、データ収集・整理から戦略立案までつなげた点は大きな成果と評価できる。
- ・今後もデータを収集・分析したうえでイベントを企画し、その結果による流動人口をしっかりと把握することが大事である。
- ・各事業を連携させながら、広域観光をゴーイングコンサーンの姿勢で取り組むことが大事である。他方、事業実施の度に PDCA サイクルを行い、現場での対応を改善していくことがポイントである。
- ・イベントについては観光客数などの量的評価だけでなく、顧客満足度調査などを通じた質的評価も必須とすべきである。
- ・降雪期である冬季の観光客数の落ち込みも課題だが、冬季ばかりに注力するのではなく、同じく観光客数が落ち込む秋季のテコ入れも必要である。