

< 【観光交流】分科会 トピックス >

活動スタッフや観光客、地域のサービス利用者を巻き込むためには
それらにあった付加価値づくりや情報発信を行うこと。

1. 地域資源を活かして付加価値を高める工夫

●社会傾向にマッチさせた付加価値づくり

- ・古民家宿泊体験は、より付加価値の高いものを求め、普通の宿に泊らなくなってきている若者にうけている。
- ・長期滞在してもらう方が地域にはお金が落ちるため、いかに長期滞在してもらえる環境を作っていくかが重要であり、そのなかでもネット環境は大事である。
- ・びわ湖1周サイクリング参加者に対しては、携帯電話のQRコードを使ったポイント加算だけでなく、WEB（スマートフォン）で最寄りの協賛店（宿、飲食店など）情報の提供など、行った人に、行ったことに対する付加価値を付けていくことが大事である。

●地域資源を生かす工夫

- ・古民家宿泊体験は、貸し別荘なので人手がかからないが、儲けが出るわけではなく、儲けを増やすために、宿泊者に対して地元料理の提供を検討している。

2. 活動スタッフや観光客、地域のサービス利用者にあわせた情報発信

●ニーズや時代にあった情報ツールの利用

- ・留学生をインターンとして受け入れ、それを契機に大学と連携し外国語のチラシを作成した。
- ・情報提供をスマートフォンとツイッターで発信。現在、外国人観光客のほとんどがスマートフォンを持っている。また、ツイッターは、どういう情報が欲しいかすぐに戻ってくる。さらに、観光客につながるよう、検索エンジンで上位になるよう努力している。
- ・オンデマンド（事前予約）バスは、行きは予約できるが、帰りにバスを拾えないという課題がある。スマートフォンなら、今バスがどこを走っているかがわかり、バスを拾いやすくなる。
- ・情報発信のためのコンテンツづくりは、地域の魅力を知っている人、共感を呼びたい人が作るべきである。
- ・京都の某タクシー会社は、京都の花に関する情報を、長年、出し続けたことで、それが、ツイッター等で広がり、利用客が増えた。

●対象者に合わせた情報発信と巻き込む工夫

- ・子ども達を対象とした行灯作りワークショップは、当初、小学校に相談、校長の賛同を得て、地域内の学校に広がった。
- ・高齢者には新しいことは受け入れられない。地域の特性から、連合会長から区会長、自治会長へと順に説明を行った。また、かわら版（団体の情報誌）の活字は大きくしている。