

第2回 しまなみ海道周遊観光ワークショップ

議事概要

テーマ1：来島海峡大橋インフラツアーの魅力向上による「愛媛・しまなみ海道地域振興ビジョン」への達成貢献

(1) 来島海峡大橋インフラツアー（塔頂体験・桁外面作業車体験）

○インフラツアー体制について

- ・ 着地型観光商品として当日購入での体験を実現するための販売の仕組みや体制づくりについてもモデルツアーで検討してほしい。次年度以降の具現化にあたっては、ステークホルダーの巻き込みという観点も必要。
- ・ 桁外面作業車体験は作業車を動かす人間が多く必要になり、料金設定が高くなる。桁外面作業車は動かさなくても面白い体験になるため、動かさずコストを減らして運用することがあってもいいかもしれない。

○ガイドについて

- ・ サイクリングガイドは、ツアーを進めるうちにお客様と仲間になっていくものだが、塔頂体験ツアーに入るときに交代してしまうとトーンが下がってしまうため、可能であれば塔頂体験ツアーや県などのガイド資格もとることを視野に、塔頂体験ツアーにも同行できるとよい。
- ・ ガイド研修の内容については、来年4月にインフラツアーを本格実施する体制が可視化されれば、そこに向けた関係者、その外側のステークホルダーの整理ができ、そこでガイド研修の具体的な内容が見えてくると思う。

○プロモーションについて

- ・ 世界から人が集まる「サイクリングしまなみ」等のイベントのタイミングに合わせて塔頂体験ツアー等のアクティビティを増やしてVIP向けツアーも開催する・日本で発売される雑誌にも台湾で発売されるものがあるためそれを効果的に活用する等のプロモーションも効果的と思う。
- ・ 世界に向けて日本を発信している在日外国人のYouTuberを招聘し、動画で発信してもらうプロモーションもある。在日外国人にも拡散され、そこからSNSでさらに広がる。
- ・ キラーコンテンツはガイド・受入環境等のコンテンツ磨き上げをしたら、売するためのプロモーションが必要になる。ペルソナを明確に設定することが大事。例えば桁外面作業車は価格の高さとキャパシティという課題があるが、富裕層向け・MICE向け等、課題に対して問題ない層に向けて発信する等。

(2)来島海峡 SA の「旅ゲートの出発点」化

- ・ 世界的には、景色が良い場所には良いレストランがあるもの。食事は、もう少し写真写りがよいもの、地元の食材があるものが多い。SA の食事としての豪華なものではなく、外国人や地元の方々も来て食べたくなるものという考え方で開発するべき。
- ・ 来島海峡 SA はツアー申込や食事等、サイクリングツアーの拠点にできそう。この地域は e バイクをメインに、一般の人がサイクリングを楽しめる場所になるとよい。
- ・ 来島海峡 SA にアクティビティセンターを設け、当日に体験希望者が体験を申し込むという流れができると理想的だ。複数事業者が枠を共有する形で、各事業者は小口でも複数事業者がまとまってツアー催行できる、という枠組みができると大きなメリットになる。
- ・ 県の事業である、「5G しまなみロードムービー」撮影用に設置されたカメラシステムについて、設置事業者からの協力も得られるので、SA 起点となるツアーでも活用いただきたい。

テーマII：瀬戸田・しおまちにおける長期滞在化に向けた貢献

(1) 瀬戸田・しおまちの活性化につながるツアー企画

- ・ 大三島の e バイクサイクリングであれば、景観の良い南側ルートを通るのはどうか。大三島鷲ヶ頭山や、岩城島積善山、生名島サウンド波間田キャンプ場等、あまり知られていない良い場所をコースに組み込むのはどうか。
- ・ 提案されたツアー企画に追加で様々な選択肢も考えられるが、これをどう欧米豪や国内等含めたユーザーのニーズに合わせたものに落とし込んで、プロモーションするかが重要な課題と認識。引き続き各所と連携してパイロット事業を企画設計していく。また、瀬戸田・しおまちはしまなみ海道の中心にあり、尾道・今治はじめ瀬戸内海の各地へのアクセスが良いため、長期滞在拠点にしていきたい。
- ・ 持続可能性の推進の一手段として観光がある。住民が核となった地域の持続可能性を考えた取組に、具体的なツアー企画の宿泊や食というエンジンが見えているのはよい。

(2) 旅行者のニーズ

○新たなキーワードについて

- ・ コロナ流行を含めた世界の環境変化により、旅行者のニーズが変化している。キーワードはリフレッシュ・リラックス・ネイチャー・プライベート・ウェルネス。今回提案の内容には新たなニーズを満たす要素がたくさんあり、磨き上げ次第でインバウンド受入が戻ったときにすぐ売り出せる。
- ・ コロナの影響で健康意識が高まり、心身の健康状態を高めるウェルネスツーリズムが注目されている。サイクリング・ヨガ・マリンスポーツ・バーベキュー・ピクニック

等、景色が良いところでリフレッシュする需要は高い。疲れすぎない適度な初心者向けのアクティビティコンテンツを組み合わせたツアーの展開は女性旅行者や長期滞在者の満足度は高いだろう。

- ・ 今年9月に北海道でアドベンチャーツーリズムの世界大会が行われる。瀬戸内にあるコンテンツ素材もまさにアドベンチャーツーリズムに対応したものであり、その観点においても訴求していくのも一案である。

○選択肢を増やす重要性について

- ・ 瀬戸内海は様々なコンテンツがあり、様々なモビリティで近くまでアクセスできる。例えばクルーズに参加する高齢者は、すべて自転車での移動となると体力的に厳しい一方で、地元の人との接点を持ちたい人は多い。滞在の部分で連携をとり多くの選択肢を提案できるとお客様に有利に働く。
- ・ 今回提案のツアーは3泊4日を標準としているが、旅行者のニーズに合わせて1泊2日や2泊3日等のセレクトティブなプランを提供可能にしておくことが重要。複数の組み合わせを準備できれば、旅行者はもちろん旅行会社も行程に組み込みやすくなり誘客の拡大につながりやすくなる。
- ・ ヨーロッパの山岳リゾート等で長期滞在する人は、終日ツアーにはあまり参加せず、短時間のコンテンツを少しずつ体験する人が多い。短い時間で楽しめる釣りやサイクリングや、塔頂体験でも1日1回ではなく何度も実施するなど、選択肢があることが大事。

(3) その他

- ・ 中国地方は他地域と比べて観光消費額が低い。地域に経済的恩恵が届く構造を作っていく必要がある。
- ・ しまなみ全体で盛り上がる必要がある。しまなみの風景やサイクリング要素はとても魅力的だが、発信力が追いついていない。立ち止まって消費額を増やす取組もまだ足りない。
- ・ サイクルツーリズムにおいては自転車を「どう止めるか」が重要。止まったときに消費やSNSでの拡散等が生まれる。
- ・ 着地型観光商品の申し込みを受け付ける際に、ホテルが直接手配するパターンや、ツアーデスクに様々なホテルが申し込むパターン、ホテルのパンフレットから直接旅行者が申し込むパターン等があり、安全等の責任がどこにあるかは注意が必要。

(4) まとめ

- ・ 提案されたツアー企画に追加で様々な選択肢も考えられるが、これをどう欧米豪や国内等含めたユーザーのニーズに合わせたものに落とし込んで、プロモーションするか

が重要な課題と認識。引き続き各所と連携してパイロット事業を企画設計していく。
また、瀬戸田・しおまちはしまなみ海道の中心にあり、尾道・今治はじめ瀬戸内海の各地へのアクセスが良いため、長期滞在拠点にしていきたい。

- ・ モデル事業推進会議の構成員だけでは、将来的に売れる商品にする・観光消費額を増やすことについての検討が弱い。宿泊・サイクリング・飲食等の観光事業者をどううまく巻き込むかが重要。また、受入・販売・プロモーション体制について民間事業者が主体となる際に底上げできる公募条件を取り入れたい。
- ・ 来島海峡 SA は本四高速の SA であり、どのようなサポートができるかの集合体・推進体が必要と認識。目標があったほうがわかりやすく、サイクリング国際大会等をターゲットにプレイヤーが集まり、販売促進等様々な面で仕組みがつくれる仕掛けをつくりたい。そのことにより愛媛県のしまなみ海道地域振興ビジョンにも貢献できる。

以上