

第4回 しまなみ海道周遊観光ワークショップ

議事概要

議論テーマ I : (1) 多々羅大橋・来島海峡大橋インフラツアー 魅力度向上による広域周遊活性化について

○瀬戸田しまち周辺多々羅大橋インフラツアーについて

- ・集客がなかなかできなかった点が最大の課題。ツアー全体としてはサイクリング、塔頂、クルーズというすべてを楽しめる贅沢なプランであった。価格帯との調整がポイントと感じている。
- ・平日のみの募集だったこともあり、集客がうまくいかなかった。ツアー自体の満足度は高い。多々羅大橋のメンテナンス等の関係で土日は料金が倍以上かかる。このあたりがやりやすい金額になれば、コンテンツの魅力は高いと感じた。

○今後の販売手法について

- ・広告では人が集まらないので、時間はかかるが体験者の声を届けていくしかない。例えば、アクティブな中高年を対象にした「冥途の土産ツアー」。塔頂というワードは出さないのもひとつの戦略になる。
- ・パッケージ化、ユニット化していくことで売れ方も速くなると思う。
- ・地域の人と交流するイベントが少ないと感じた。FAM をすると「一番の宝はそこに住む人」という話になる。いろいろなコンテンツを用意しても、最終的には人に落ち着く。なるべく地域との交流を創出するプランとして、地元の方のおすすめや、日常的に地元の方が利用する店を訪問できるプランを組めればいいのではないか。
- ・橋が架かったことで過疎化した地域にも人が回るような「島の暮らしとともにあるプラン」があれば地元の方にもわかっていただけるのでは。
- ・知らないことには参加者が増えない。情報発信がまず重要。非日常体験・プライベートツアーなど特別感満載のツアーであること、塔頂時の写真、思わずシェアしたくなる写真が撮れるなどを伝えれば行ってみたいと思う方が増えるはず。
- ・今後インバウンドに向けて、外国人のライターや youtuber などを呼んで情報発信をしてもらうという手もあるのではないか。
- ・盛りだくさんでとてもいいプランだと思うが、地元の方々とのおふれあいがポイントになるので、職人・生産者・漁師などと交流ができるようになれば地元の受け入れもうまくいくのではないかと感じた。
- ・機構がターゲットとする顧客層(富裕旅行者層)からすると、プロダクトの魅力に対する価格は障害に感じていない。プロモーション活動のネットワークの中で旅行商品の行程としてどう組み込むかが課題。そのために商品の造成をして販売をしている国内外の事業者の魅力伝えるためにプレゼンする場をどう作っていくかが、我々が力添えできる部分だと感じた。

○販売価格について

- ・ベストな場所を知りたいが体力には自信がないという方には多々羅大橋を渡って、多々羅しなみ公園で休憩して戻るコースを勧めている。塔頂が入って、クルーズが入って、魅力満載なツアーなので販売が楽しみ。

○今後必要な取組について

- ・電動自転車を使うことで体力に自信のない方やサイクリング初心者に裾野が広がると感じた。ガイド付きツアーなので、事前にどんなガイドが来るのかという情報や、ガイドが付くことの魅力がPRできれば安心感をもって参加できると感じた。
- ・登頂ツアーを旅行として考えるのか？アクティビティとして考えるのか？ということで、スポーツなどアクティビティの募集サイトで告知した方がターゲットに響くのでは？旅行として旅行会社からツアーを買う人が少なく、旅行会社のサイトなどではターゲットに届かないのでは？という感じでした。スポーツイベント募集サイトの方がターゲットに届くのではという気がします。
- ・売り方、ターゲットを明確にしたうえでこれから盛り付けをしていくのが重要。4月5月は毎日のようにガイドの依頼がくる。主に首都圏から。年齢層はツアーで来られる方なので高め。料金の設定は高くてもいいのでは。プレミアム感のある商品と大衆向けの商品を整備していけば面白くなると感じた。

○橋をいろいろな角度から楽しむアプローチについて

- ・塔頂は特別感を大切にしてほしい。誰でも上がれるのはもったいない。様々な角度から見ることでまた新たな物語が生まれるはず。その方向で人数を稼ぐのは大賛成。
- ・橋を下から見ることについて、橋が見えるキャンプ場などは全国にたくさんある。立石展望台から多々羅大橋も見える。バイクなどで山を登る必要があるがあまり知られていない場所なので「秘密の展望台」のようにシークレットスポットとして売っていくのも面白いのでは。
- ・見る角度について、クルーズだけではしんどいので、橋の下は釣りができる(よく釣れる)。橋の下で釣るなどを入れていけば、潮流体験と橋の下のクルージングと釣りのセットで面白いのでは。
- ・橋を設計した人達はリスペクトをもって働いていると感じた。そういった魅力が伝わればいい。橋そのものを作品として捉えた解説がほしいと体験して思った。

○ガイドについて

- ・「〇〇さんが案内する〇〇ツアー」で十分楽しみができるのではと思うが。海外では「パワーウォーク」などで朝、宿泊客が街の中を結構な速さで歩くイベントなどがある。
- ・ガイド力は地域との交流である。そこからコンテンツは始まっていると自覚し、ガイド力を磨くべき。ガイドとはサービス業。知識をひけらかすのではなく目の前のお客様をいかに満足させられるか。相手が欲しい情報を引き出すのが重要。

議論テーマ I : (2) 来島海峡大橋インフラツアー魅力度倍増プロジェクトの取り組み状況について

- ・塔頂体験参加者の意見は好意的なものが多い。巨大構造物・インフラ自体が魅力、普段行けないところに行ける特別感が相まって、今後コンテンツとして魅力のあるものになると感じた。
- ・工事が聞きたいという意見もあったので、来島海峡大橋をはじめとしたしまなみ海道全体について、役割・目的・効果などをしっかり PR することもツアーの中に組み込んでいければありがたい。

○愛媛県のインバウンド事業について

- ・実施する上で、県の土木関係の職員の活躍の場として活用でき、サイクリングとの組み合わせでは県でガイド養成をしてきた実証の場として期待している。ガイドは 30 名ほど受講者がいたが、活躍の場がなかったため実際動けるのは数名。これから充実を図っていく。
- ・国内のみならず、海外からのお客様に対して販売できる体制整備を行っていききたい。

○今後のプロモーションについて

- ・事業者の PR の時間が短かったことが、人数が集まらなかった要因かと感じた。また天候に左右される企画であり、悪天時にすぐに行ける近場のアクティビティなどがなかった。近隣の宿泊施設などと連携した旅行商品の販売が次回以降重要になってくると感じた。
- ・今年度観光庁の補助金で「くるくる今治」というイベントをしたり、海外向けの映像コンテンツ、ハワイで流す完全英語版の 30 分番組を作るなどしたが、これからも補助金制度を探してその中に塔頂ツアーも組み込んで全国的に PR の連携をとっていききたい。
- ・シニアサイクリングについて愛媛県在住の 60 歳以上にアプローチをする際、どのような PR をとったか、ラジオをよく聞く世代なので、様々な局南海放送のいろいろな番組内で色々時間帯でアナウンサーが同じことをしゃべるといふ広報を打った。このほか、愛媛県内で発信力のあるフジトラベルと組んだため、フジトラベルの親会社のスーパーフジの会員数万人に対して DM でアプローチをした。

○今後の取組について

- ・電動自転車であれば門戸が広がると思う。その起点が来島海峡 SA。SA で申し込んで塔頂体験をする、プラス釣り船や潮流体験を組み合わせればいいと思う。立地的には来島 SA なら可能と思う。

○橋を愛する人、橋好きファンについて

- ・日本でインフラツーリズムというとダムが多いと思うが、橋を使ったツアーであれば、橋の魅力をもっと伝えるべきだと研修会を通して感じた。工事に関わってきた方の橋への思い入れがすごい。それを聞きたいというお客様に届くようなターゲット設定も必要。

- ・橋が好きな人は海外にもいるはず。このエリアにこれだけの橋が架かっているのは強みである。工事に携わったOBがガイドをしていたり、その出会いがおもしろい。景観に配慮し、生活の利便性も考慮して、地域の方の意見も踏まえるなどそのロマンが伝わるPRができればいい。まさに教材にもなる。真の意味で「インフラを活かす」ことができる。
- ・最近インスタグラムで「〇〇好きのグループ」のようなグループを作れる。橋が好きな人のグループにこの告知をすればいいのでは。
- ・塔頂体験をしなくても地元の人や子どもたちが橋について学べる機会をどう作っていくかが重要だと思う。SAを活用できれば地元の方の集客につながるはず。
- ・橋にもコアなファンがいるはず。橋好きな方にアプローチするのが今後のカギになる。

○教育旅行について

- ・教育旅行は適していると思う。事前学習・事後学習ができる。SDGsに関して学校でも取り上げている。FAMだけでなく教育旅行関係者もゲストとして招くようにするべき。

議論テーマⅡ:ゆめしま海道のコンテンツを活用した交流人口増加について(上島町)

- ・離島だが距離が近いので、ほどよい便利さもあり、居心地の良い島だという印象。安全性の保たれた中の離島はリゾート感もあっていい。手つかずの自然、プライベートビーチでのグランピング、地元の農家を訪問して食材を調達するなどゆっくりと時間を過ごすプランがこの土地に合っているのではないか。
- ・通過点ではなく、宿泊を狙いたいので朝早くのプラン、夜の星空のプランなど滞在の意味を考えなければならない。
- ・現地に行って「ととのう旅」というのを感じた。島が一つの宿になっている。すぐにでも上島町で暮らすような旅ができる。
- ・「足のある旅行者」ということで、現在RVユーザーが増えている。RVパークの登録をすれば日本全国からやってくる。キャンプ場ではなく、「軒先キャンプ」という民家の空き地で泊まって地元の人と触れ合うジャンルもある。
- ・「おてつ旅」といって、島の課題と一緒に解決してくれる旅行者、そんな体験コンテンツも触れ合いになるのでいいと思う。
- ・つめこまない行程をお願いしたいと話した。特に今売れているツアーは、「予告・余白・余韻」の3つの魅力があるかどうか。「次、いつ誰と何しにおいで」と必ず言えるガイドを養成してほしい。
- ・自力で計画を練るときにモデルコースがあると助かる。いくつかモデルコースがあれば旅のヒントとしてわかりやすい。「アートとカフェ巡りコース」「ヒーリング旅」などネーミングも女性客呼び込みのためには重要。
- ・体験型のメニューが充実しているのはすばらしい。この地ならではの体験も多く、地元の人と交流できるコンテンツは海外の方からもウケがいい。しかし3日～10日前の事前予約が必要なものもあり、旅の計画時にそういった情報が得られることが重要。英語など外国語での発信もして

ほしい。

- ・「なにもない」も実はコンテンツである。スロートラベルという切り口がぴったりではないか。ゆっくり流れる島時間を贅沢に過ごす。

○カタマランヨットツアーについて

- ・ニュージーランド出身のインストラクターに「弓削島どうですか」と聞いたら「こんなすばらしい所はないですよ」と大絶賛だった。外国人の方にこう思わせる場所という自信をもって引き続き取り組んでいただきたい。

○サイクリングについて

- ・ゆめしま海道はアップダウンが多いため E-BIKE 活用はカギになってくると感じる。その際にレンタサイクルの金額が問題になってくるためレンタサイクル事業者が収益を上げられるようにする必要はある。自転車を載せられる船がある。全島に高速船が走っているので、サイクルシブ的に、疲れたらワープできるようになればいいのでは。
- ・全国的な話だが「信号がない街」は非常に魅力的。それだけでもインパクトがある。岩城橋の開通で交通の流れが変わって死亡事故など大きな事故が起こると信号が設置されてしまう可能性も。その前に対策をしてもらいたい。

○町に対する要望について

- ・ゆめしま海道はお金を使わない。無料で楽しめてしまうため、島にお金を落とすにはどうしたらいいのかずっと考えて聞いていた。弓削島に店舗も増えてきてはいるが、平日にサイクリングに行くと休みの店が多い。先ほど調べたら日曜休みの店も現状多い。せっかく来たけど何も食べられず、店が閉まっていて帰ってしまうというパターンは避けた方がいいと思う。
- ・飲食のコンテンツを提供できればさらに魅力的になるのでは。たとえばキッチンカーの活用で、ツアー催行時にはキッチンカーも一緒に移動して景色のいい場所でコーヒーが楽しめるなどのサービスが提供できればいいのではないかな。

○インバウンドを含めた広域周遊について

- ・ゆめしま海道のセールスポイントで1番の魅力は暖かい島民との触れ合い、閉鎖的でないことだと思っている。このように暖かく迎え入れてもらえることはインバウンドにおいても高いポテンシャルになる。
- ・一方、課題としては受け入れ態勢とガイドが挙げられている。アドベンチャーツーリズムの促進、集客のためにはガイド・コーディネーターの育成が重要だと思う。
- ・宿泊施設のキャパシティの問題について、たとえば五つ星がないとインバウンドが来ないとかそういうことではない。狭くてもアットホームで地域との交流ができればそれほど気にすることではないと考える。

○モデルプランについて

- ・いわゆる「上島町のゴールデンルート」を設定して、そのルートにはガイドあるいは説明できる人がいるという、成功のルートを作って徐々にそこから横展開していくのがいいのでは。
- ・人がいっぱい来るような場所にはしてほしくない。ゆっくりのんびりできてこそ満足度の高い旅になると思う。

○尾道観光協会の取組について

- ・今までも、しまなみ海道の沿線で上島町と色々イベントをした。これからもタッグを組んでやっていきたい。尾道の課題としてはしまなみ海道には人が多く来るが、因島の南側は来ない。因島の中心まで観光客・サイクリストが足を延ばしてくれないという課題があった。

○しまなみジャパンの取組について

- ・実際に行った体験を投稿すると「いいね」の数が多い。こんな体験ができます、この宿がいいですという投稿よりも読まれる。しまなみジャパンとしても、引き続き、体験エピソードをPRしていきたい。

まとめ

○中国運輸局

- ・観光関連の回復に向けた環境がそろっていく期待がある。次年度は瀬戸内芸術祭がある。2025年の大阪万博も。国内外のより多くの方にしまなみはもちろん瀬戸内全体に来ていただけるよう引き続き情報発信、受け入れ環境・コンテンツの充実等一緒に取り組んでいきたい。
- ・中国地方の課題としては、観光客に対して宿泊者数や消費額が低い。消費を上げていく。人数だけでなく消費を増やす、満足度を上げていく、そういったところが課題。
- ・地域にお金落ちる仕組みを作る。持続可能性を高めていく観点。ガイド、地域の案内人の重要性。そういった仕事の方がそれで食べていけるように。今後とも、しまなみ・瀬戸内エリアの観光振興に努めていきたい。

○四国運輸局

- ・インバウンドの復活に対する期待が大きい。2025年の大阪万博に向けてがんばろうという声大きい。インバウンドのお客様をどうやって瀬戸内に呼び込むのか考え始める時期になった。しまなみはコンテンツも充実している。いかにインバウンド向けに提供できるか、PRできるか、作戦を練っていく必要がある。
- ・観光庁の事業も活用してほしい。地域の取り組みに寄り添って一緒に頑張っていきたい。
- ・「橋の魅力は地域の魅力」。広域周遊には必要不可欠。3年前からこのワークショップを始めて間違いなく前進している。今回指摘されたペルソナに対してのプロモーション、地域の人々の活

用など様々なヒントがあった。今後はもっとより深い議論ができるように続けていきたい。

○本四高速

- ・本日いただいたご提案を踏まえながら、来年度もしっかりFAM ツアー等々実施していきたい。参考資料として本四高速の地域連携の取り組みをご紹介させていただいた。当社は地域連携ということで、インフラツアーだけではなくて、サイクリング、あるいは美術館ネットワーク、サービスエリア、パーキングエリアの活用など、いろいろな形で地域と連携して取り組んでいるのでこのようなことを皆さんと一緒にできればと思っています。
- ・このワークショップは今後も続けますが、しまなみエリアだけではなくて、瀬戸内全体で一緒に何かをやっていくというようなことを考えていく必要があると思っており、3ルート一体となった瀬戸内全体で議論する機会というものも作っていきたいと思っているので、その際は是非ご協力をお願いします。

以上