

民学連携フィールドワークによる地域再生に資する観光コンテンツ創出研究事業

城下町ガストロノミー協会×跡見学園女子大学 観光デザイン学科 村上ゼミ

1. 研究助成事業の実施内容

当該研究は COVID-19 感染状況を鑑み、地域の高校との連携研究を中止し、城下町ガストロノミー協会と跡見学園女子大学との民学連携事業として下記のとおり実施しました。

- ・新発田、胎内、村上における観光フィールドワークの実施
- ・行政担当者・観光関連事業者むけ観光ワークショップの実施
- ・研究事業成果報告カンファレンスおよび市民向け観光タウンミーティングの開催

※当該研究成果を補完する目的で行った城下町ガストロノミー協会独自事業（独自予算）

- ・YouTuber やアイドルグループを活用した新潟県産品情報の SNS 上の拡散効果実験
- ・MV ロケ誘致によるロケツーリズムの街への実装の効果の実証実験

(1) 新発田・胎内・村上における観光フィールドワークの実施

令和2年9月6日～9月8日実施

令和元年に新潟県新発田地域振興局事業として実施した跡見学園女子大学との合同研究事業をブラッシュアップし、既存コンテンツでは首都圏からの観光需要を惹起しづらいという課題の解決を目指す観光商品モデル造成を目的としたフィールドワークを実施しました。

観光の目的地として訴求するため観光推奨ルートを村上まで広げ、二泊三日の広域周遊観光モデルとして、20～40代の女性FIT旅客（個人旅行客）をターゲットとした観光商品として造成研究を行いました。

また魅力の重層化のため、情報露出が極めて少ない新発田市の中山間地の集落やコンテンツを調査、首都圏在住の学生に体験してもらい、観光推奨プランにインクルードし、ツアーモデルの訴求力の向上を狙いました。



(2) 行政担当者・観光関連事業者むけ観光ワークショップの実施

令和2年9月9日実施

基礎調査により地域の課題として抽出された「注目されるためのPRの方法」の具体的な提案として、新潟県職員・新発田市職員・観光事業者などを招き、村上雅巳准教授による「ロケツーリズムの街への実装」をテーマにした講演会を実施し、併せて観光推奨ルートのコアコンテンツのヒントを地域から抽出するためのワークショップを実施しました。

行政の視点、民間事業者の視点、首都圏の学生の視点から様々なアイデアや意見が抽出され、観光推奨プラン創出の際の大きなヒントとなりました。

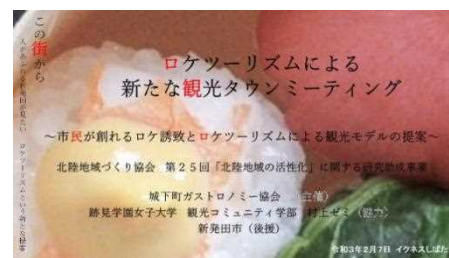
開催の様子は新潟日報（令和2年9月16日の全県版）に掲載されました。

(3) 研究事業成果報告カンファレンスおよび市民向け観光タウンミーティングの開催

令和3年2月7日実施

新潟県内在住者および観光関係事業者に向けて、第25回「北陸地域の活性化」に関する研究助成事業におけるフィールドワーク成果発表カンファレンスと「ロケツーリズムの街への実装」をテーマに、新しい観光需要の作り方を提案するタウンミーティングを実施しました。

ロケツーリズムの具体的な活用事例を新潟県フィルムコミッションの櫻田哲也氏に、被写体側の体験事例発表を「ラストアイドル」の奥村優希氏から発表していただきました。



開催の様子は新潟日報（令和3年2月16日の全県版）に掲載されました。

2. 研究の経緯

新発田市街地における観光関連事業（飲食業や小売業及び観光関連施設）の業績は、市街近隣の月岡温泉等の観光地の誘客数と比較し低いものであり、月岡温泉の入込み数減少と相まって、凋落の一步を辿っています。

地域の事業者の有志を組織の核とする当協会では、観光による直接的な街への誘客や、観光に紐づいたSNS等の情報発信による新たな販路の拡大など、直接的な地域活性の仕組みを研究し、行政任せにしない、街が自走できる誘客方法を研究することとしました。

基礎調査として令和元年度より新潟県新発田地域振興局「食の魅力向上事業」により、東京の跡見学園女子大学 観光コミュニティ学科 観光デザイン学部 村上ゼミとの連携フィールドワークを新発田市で実施し、研究の基礎調査を行っています。

令和元年の基礎調査で「どれだけ良いコンテンツを作っても新発田という街の名前が知られなければ観光客はこないのではないか」という素朴な疑問が生じ、課題の解決方法として著名人等を活用したPR効果実証実験を城下町ガストロノミー協会の独自事業として行い、観光商品としての広域周遊プランの創出を跡見学園女子大学村上ゼミと共同で行う事となりました。

3. 地域の課題

城下町から軍都へと街の態様に変化するなかで、隆盛を極めていた新発田市街地飲食業の凋落は特筆するべきものです。

街の経済を牽引してきた大手鉄鋼会社等の大型産業の撤退や、自衛隊の規模縮小などにより、地域内経済の留保金の減少や人口の減少による地域内消費の大幅減少は、主幹産業である農業による外貨収入ではカバーできなくなっており、新たな産業の創出による地域経済再構築は急務となっています。

観光による新たな消費の創出が地域経済再構築の切り札と捉えられるようになってきました。

また跡見学園女子大学との連携フィールドワークの実施により、他県者が感じる新発田地域の印象として「観光地のイメージがない」、「食の魅力」による新発田市単体での誘客だけでは旅行先として訴求しないという課題が上げられていました。

一方、観光商品を企画・販売する旅行会社は、その企画全てを自社開発するわけではなく、地域の観光協会からの観光情報や協力商材を核にして造成することが多いことがわかりました。

公益性や公平性を重視する観光協会の情報は、紹介情報に偏りが生じやすく、紹介情報から漏れてしまう魅力的なコンテンツが多く、情報拡散のスピード感に乏しく「周回遅れ」になってしまうことが間々あり、的確なコンテンツ選択と情報速度が求められます。

4. 研究の成果

本年度のフィールドワークの成果として、過去の基礎調査により課題抽出された「新発田の観光地としての訴求力不足」を補うため、村上市と関川村を観光プランへインクルードし、行政区域を超え周遊できる二泊三日の個人向けおよび団体向け推奨プラン4パターンのプランを創出。

民学連携フィールドワークの実施により、村上市や新発田市の協力体制の構築が実現し、観光による地域の自走の機運が醸成されました。

創出した推奨プランを旅行会社4社に提案し、令和3年度に実際に販売する観光商品として3社で採用となり、現時点では11催行が予定され、地域への観光誘客は220人泊が見込まれます。

成果発表カンファレンスでは、ロケツーリズムの街への実装と観光モデルを融合させる提案を県民に向け行い、一般枠50名の募集枠に対し239名からの応募を受付。

創出した推奨プランの旅行会社による販売が決定し、民間事業者の具体的なプランへの提案が生じ始め、シビックプライドの醸成の兆しが見え始めました。



提案書（フィールドワーク成果品）



実際に販売される観光商品のパンフ

5. 今後の展望等

本年度の研究事業により、地域経済への更なる誘客を実現するには、旅行プランの魅力の重層化だけではなく、地域を効果的かつ際立ったものに見せるPRを実施しなければ、F I T (個人旅行) 旅客を獲得することは難しいという課題が見えてきたため、令和2年度に創出した観光モデルを体験するモニターツアーを、地域出身タレントに実際に体験させ、その様子を動画化してYouTubeなどで配信し、さらに多くの新規層へアピールし、今までになかった誘客手法を取り入れ、地域への具体的な誘客に繋げる仕組み作りを地域の事業者と共に行います。(コミュニティの成立)

また協力する旅行会社やメディアと連携し、旅行商品販売による継続的な誘客を実施し、地域の生産品等の情報発信も合わせて行うことで、具体的かつ継続的な街の活性化を推し進めます。

先進的な情報プラットフォーム構築 (2021跡見×城ガス協・合同研究目標 城ガス協作成)

