

# 出張報告

報告日 2025年4月28日

会派名	柏盛クラブ
報告者氏名	三宮 直人
種別	<input type="checkbox"/> 調査研究（ <input type="checkbox"/> 行政視察） <input checked="" type="checkbox"/> 研修会 <input type="checkbox"/> 要請・陳情 <input type="checkbox"/> 各種会議
用務	研修参加 地域の魅力を活用した観光地づくりに向けて
日時	令和7年4月23日（水）16時00分～17時30分
場所 （会場）	燕三条ワシントンホテル
調査項目等	
概要	<p>講演：地域の魅力を活用した観光地づくりに向けて —「日本らしい体験」の追求と地域の地場産業への期待— 講師：観光庁観光資源課課長補佐 ■■■■氏</p> <p>1. 観光の意義と現状</p> <p>① 観光がもたらす経済効果（2023年）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・日本人の消費額153万円／年人、一人減ると153万円の消費減</li><li>・外国人旅行者6人分、国内旅行者21人分、日帰り旅行者71人分</li><li>・日本は人口減（消費減）、観光で旅行者受入れて消費減を補う</li></ul> <p>② 観光は成長戦略と地方創生の切り札である。人口減少により失われる消費を取り戻し、成長のためのエンジンになる。</p> <p>③ インバウンドは過去最高になったが地方への分散が急務。</p> <p>④ 需要の偏在は一過性ではなく楽観視できない。</p> <p>2. インバウンド旅行者が求めるもの</p> <p>① アジアは有名観光地巡り、EUとUSAは教育的旅行やリゾート滞在、バックパッカーが多い。</p> <p>② 中国人の爆買いは過去のもの。モノ消費からコト消費に変化。旅行者の目的に合わせた商品開発が必要。</p> <p>3. 地域の魅力を活かした体験 時間、空間に特別感を持たせ、高く売る。</p>

	<p>① 能登：輪島塗の漆塗り体験や復興に向けた生き様を売る。</p> <p>② 京都：レトロな商店街で日本の暮らしを売る。</p> <p>③ 金沢：兼六園を夜間開放、普段味わえない特別な時間体験を売る。</p> <p>④ 平戸：お城で宿泊（城泊）することで特別な空間体験を売る。</p> <p>4. 体験商品を造成してく先に</p> <p>① コアバリューの言語化が必要。例えば伊勢神宮という有形価値から日本人はパワーを感じる。これがコアバリューであり言語化する。</p> <p>② コアバリューの言語化には、地元のローカルガイドが必要。</p> <p>③ 体験型観光コンテンツ造成マニュアルおよび販路構築の手引きの活用。</p> <p>④ 自分の街の鉄板ツアーをつくる 「あなたの大切な友人・恋人・家族に、あなたの街を紹介するときに、どこに連れていきますか？」</p>
所 感 等	<p>今回の研修は燕商工会議所の主催で開催された。「お隣の弥彦村にはインバウンドの旅行者が来ているのに、なぜ燕には来てくれないの？」と会議所のスタッフが疑問に思ったことが発端だったそうである。同じように柏崎市においても、外国人旅行者の姿はほとんど見かけない。今後、燕市の産業界がどう行動していくか注視し柏崎市で取り入れられることがないか調べていきたい。</p> <p>今回の研修で欧米の旅行者の目的は、観光地巡りは僅かで多くは教育的旅行やリゾート滞在、バックパッカーであることを知った。柏崎市の観光資源で提供できるコトはないか考えてみたい。</p>