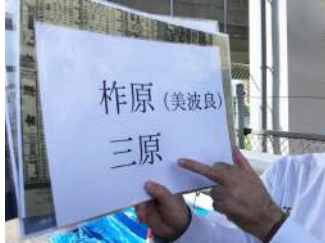


施策	① 旅客受入機会の創出・営業	② 連携・組織化の調整	③ ウェルネスツーリズムの推進
概要	<p>実際のお客さんの誘客・受け入れを実施・推進する過程で実質的なサービスの整備（商品化）や受け入れ環境整備（機運づくり、サービスの改善、観光導線の整備等）の構築を進める。</p>	<p>地域内外の様々な関係者とながり、地域観光がより有効に機能するための組織・人の配置や連携体制の整備、組織化を進める。</p>	<p>三原市独自の地域資源、人的資源、組織的資源を生かしたヘルスツーリズム／ウェルネスツーリズムの推進を多面的に進める。 「健康」という核となるキーワードをもとに、観光にとどまらず、関係人口創出、産業・人材集積、シティプロモーション等とコンテンツや価値を共有し、多面的に活用する。</p>
9月の進捗	<ul style="list-style-type: none"> ✓ インバウンドガイドや東京で活躍する管理栄養士等に対するモニターツアーを実施し、実際のターゲットを想定した旅程や資源の可能性・課題を整理した（※2頁～4頁参照） 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 域内外との意見交換の実施や人的リサーチ ✓ 「三原ウェルネスデザイン・ラボ準備委員会」として、関係者の組織化を進めた ✓ 三原ウェルネスデザイン・ラボ準備委員会を主催としたセミナーの開催（※2頁～4頁参照） ✓ 新旧の協力隊との情報交換と、三原ウェルネスデザイン・ラボを活用した連携について話を進めた 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ウェルネスツーリズムやその価値づくり・まちづくりのための組織化の一歩として「三原ウェルネスデザイン・ラボ準備委員会」を組織した ✓ ウェルネスツーリズムにつながる素材（ヨガ、食、SUP）や人材・組織などを抽出した。
成果	<ul style="list-style-type: none"> ✓ モニターツアーを実施する過程で、地域の中で対応できる資源や人的ネットワーク、今後のオペレーションのための組織化を図ることができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新たな人的関係の構築や情報収集を図ることができたほか、連携に際しての人的基盤づくりが進んできた（ヨガインストラクター、野菜ソムリエ等） ✓ 連携・組織化の基礎を健康や「ウェルネス」というテーマに置くこととし、「三原ウェルネスデザイン・ラボ（仮称）」のような民間組織を組織化し、地域の「ウェルネス」を基軸とした観光振興やその他の取り組みを牽引する母体とする方針を定めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ウェルネスツーリズムや、それに関連するまちづくり、食への取り組み、サービスを提供する推進母体について組織化が進んだ。
課題・機会	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>全体のパッケージング（地域コンセプト、ビジュアルアイデンティティ）とそれに連動するコンテンツや商材を統合的・総合的に整理する。</u> ✓ 統合的に推進する組織化を図っていくこと（施策②） ✓ 商品整備を行い、今回招聘した先にある潜在的顧客への営業と、そのためのコンテンツ・商材をあらためて整理や造成していく。 ✓ サイクリング関係者とのコンタクトやリサーチ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人的な資源について、妥当性の検証や方向性や考え方のすり合わせ等が必要となる。 ✓ 連携基盤となるビジョンや事業性（業務ベースの関わり）について整理していく必要がある。 ✓ 次年度以降の取り組みに関する組織化および財源の議論をスタートさせる。 ✓ 行政や三原地域連携推進協議会とのすり合わせが課題 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>全体のパッケージング（地域コンセプト、ビジュアルアイデンティティ）とそれに連動するコンテンツや商材を統合的・総合的に整理する。</u> ✓ 商品づくりや顧客へのアプローチを具体的に進めていく必要がある。 ✓ 地域における旅行手配機能との連携や強化
10月以降の計画	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>全体のパッケージング（地域コンセプト、ビジュアルアイデンティティ）とそれに連動するコンテンツや商材を統合的・総合的に整理する。</u> ✓ 具体的な商品造成のためのモジュール作成 ✓ コンセプトに基づくモニターツアーの企画整備と催行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 10月29日に地域／事業コンセプト、ビジュアルイメージ、具体的な事業計画、資源調達についてなどを協議するミーティングを実施する。 ✓ 冬に向け、勉強会とアイデアソンを兼ねた企画を計画する。 ✓ 今後については、三原における取り組みを組織的な動きとして展開していけるようにする。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>全体のパッケージング（地域コンセプト、ビジュアルアイデンティティ）とそれに連動するコンテンツや商材を統合的・総合的に整理する。</u> ✓ コンセプトに基づくモニターツアーの企画整備と催行

セミナー&モニターツアーの記録

ゲスト2名の位置付け

- ✓ セバスチャン・ルモワヌ氏は、フランス人の富裕層向けの地方のガイドプログラムや、外資系企業向けの日本酒のセミナー等を実施している。今回、三原を一つの目的地（デスティネーション）として来訪し、ルモワヌ氏の顧客層に紹介でき、満足いただける資源やサービスの構築の可能性・課題の整理、今後の誘客を自論み、招聘した。
- ✓ 石松佑梨氏は、プロアスリートへの管理栄養指導のほか、東京の企業のオフィスワーカー向けの健康に関する事業等に管理栄養士の立場からサポートをしている。今回、特に石松氏のクライアントとなるそれらの企業や、その顧客となる東京のビジネスパーソンに対し、食や健康的なアクティビティも含めた三原市の提案の方法や価値構築の可能性について整理するとともに、今後のコラボレーションを期待し、招聘した。



セミナー&モニターツアーの記録

今回の事前視察の場所と評価

① 八天堂カフェリエ

- 日本の客層で、すでに八天堂を知っている人々にとっては喜ばれる施設であると感じた。一方、ルモワンヌ氏が対象とする欧米系の富裕層にどこまで魅力と感じられるかは未知数。

② 大和町イベント「きよめきマルシェ」

- 今回は、オーガニック生産者がマルシェを開催しているということで農地ではなくマルシェに訪問した。
- 様々な特産、在来種、農法やそのこだわりがあり、魅力的であるとともに、三原の食（生産）に関するポテンシャルを感じる機会となった。
- 開催地は、西条瓦の赤瓦でできた典型的な農村風景で、ロケーションもユニークであり、この特色についても背景を深掘りできると良い。

③ つばみ（お好み焼き）

- 人によって推奨するお好み焼きの店舗はまちまちと思われる。この場合は、落ち着いた座席を確保でき、三原のタコを食べてもらえるという点で選択した。人数や状況により店舗を選定することが必要となる。
- 広島でなぜお好み焼きか？また三原の特色（もやしがないなど）についても整理する。

④ 尾道見学

- 三原市内との対比ということで尾道市内を簡単に見学した。情緒あるレトロな街並みや造船産業と組み合わせさせた風情、ロケーション、しまなみサイクリングの取り組みなどについては、三原は追従できない部分もある。
- 一方で、尾道にはない価値、共存できる価値を提示していくことは重要である。インバウンドニーズの場合、広島県は宮島と原爆ドームで宿泊なしで関西などに移動するケースもあるようで、備後地区や西条・竹原などで滞在できる環境を整備して東西が補完していく関係になることが望ましい。目的やアイコンとしての安芸地区、滞在型環境としての備後地区の棲み分けを進めていくことが望ましいのではないかと。

⑤ 佐木島ウォーキング

- 素晴らしいロケーションや美しい海、また船で移動することによって感じることで自然と調和した時間感覚など、魅力を感じていただけた部分は多くあった。
- 一方で、祭りの準備ということもあり、住民の顔が見えなかったこと、交流があまりできなかったことは残念な点として挙げられた。
- 今回、コロナの影響やお祭りの影響で佐木島や小佐木島での宿泊は叶わなかった。素晴らしいロケーションでありながら、それを活用した宿泊施設の数に限られているのも三原の課題であるとともに、事業機会としても存在する。

⑥ 六文銭（居酒屋）

- 地域の食を気軽に美味しく楽しめる居酒屋として最適であった。また、地酒酔心の取り扱い種類が多いこともポイントとして高く、インバウンドのお客さんにも推奨できるものであると思われる。

⑦ 一棟貸し宿泊施設（木原）

- 素晴らしい海を前にした素晴らしいロケーションであるとともに、オーナーの親族が欧州に在住し国際結婚していることなどもあり、欧米人の価値観への理解やコミュニケーションに慣れていることも一つのプラス要因である。
- ここでは、レンタサイクルや釣りの道具なども借りられ、前の海で泳ぐこともできるなど穴場であり、欧米や遠方の滞在型観光の関係者にオススメである。

⑧ 白龍山／龍泉寺

- 素晴らしい景色や登り甲斐のある登山道、お寺や山頂の岩盤への彫刻など、非常に魅力的な場所であり、午前中のアクティビティとして来訪した関係者も多いに満足した。
- ここでお寺のアクティビティや宿坊などで宿泊できるとなると良いとの意見が出た。

⑨ 高坂ぶどう園（Rocto）

- ぶどうの生産や新たなワイン用ぶどうへの取り組みなどを聞くことができた。
- ロケーションとして、ここでバーベキューなどができると良いと思ったが、それは実現しなかった。

⑩ 高坂自然休養村センター／備後バーベキュー協会

- 向井氏によるバーベキュー体験の実演備後バーベキュー協会の向井氏のプレゼンテーションは非常によく、地域の食材やぶどうの枝をスモークにつかうなど、魅力的な提供方法で皆を楽しませていただいた。
- ロケーションとして風が強く、場所的にはもう少し風情な場所で行えるとよかった。
- 地域の関係者との交流も貴重な機会となり、日本みつばちの発信などもできた。

⑪ 佛通寺

- ソーシャルディスタンス座禅という形で座禅体験などを実施した。
- 併せて素晴らしいお寺や周辺環境の紹介を行ったが、これらはそれぞれ任意で歩いて楽しむということだった。佛通寺をはじめとした高坂のガイドコンテツがあれば良いと感じた。

⑫ 山根本店（酔心）および広島県内の酒蔵巡り

- 9月28日からは、セバスチャン・ルモワンヌ氏と県内の酒蔵および広島県庁海外ビジネス課との意見交換を行った。外国人にとってはアイコンック（象徴的）な宮島や原爆ドームなどは、目的地となるが滞在時間は非常に限られる。そのような点で三原を中心とした備後地域で滞在環境を提案し、相互補完的な環境を築いていけると良い。



セミナー&モニターツアーの記録

セミナーを通じて浮かび上がった可能性の芽

① ロケーション × サービス × 人の供給パターンづくり

- 今回の視察を通じて、まだ顕在化していない人材やサービスがあることを改めて発見した。個々の人脈の中にある資源はあるものの、それが地域の中で共有や表面化されていないということがあり、その人、コンテンツ、サービスを集約・集積させていくことが第一に必要な。
- ロケーションは良いが、楽しめるサービスがそこにない場合もあるが、人やその人の持つ引き出しと組み合わせることで相乗効果を発揮することができる。例として、今回の場合、高坂自然休養村と備後パーベキュー協会（向井氏）の例があるが、そのほか佐木島のビーチとSUPヨガなどを提供している団体、竜泉寺と宿坊、ジビエ猟師とギークハウス広島など様々な組み合わせのオプションの中で来訪者に提供できる価値やサービスの幅が広がっていく。
- もっと海を活用したアクティビティを開発・提供していくことは何れにしても必要と思われ、課題でもある。

② 全体をつなぐコンテンツ整備を進める

- 様々な魅力ある人、サービス、ストーリーが三原にあることがわかったものの、それが表面化し、三原全体としてアピールや構築ができていないことも課題として挙げられた。例として、最初に訪れたピオマルシェ（ひよめきマルシェ）では、訪ねて話すことで個々の生産者の多様なこだわり、品種などについてをうかがい知ることができ、魅力的であったものの、それをコンテンツ化したり集約し、支えていくことにより、より潜在的な発信力や発展の余地があると思われる。
- 農や生産者に関することのみならず、体験など様々な要素を包括・総合し、外部へのわかりやすい発信から個別コンテンツ、体験や商品、サービスなどの一貫した接続性・情報の体系を整備していくことが今後取り組む余地がある。

③ 市場との繋がりを育む

- 今回のゲストの先には、三原市の潜在的な顧客がいるということをゲストを含めた皆が確認した。その素材が存在しているながら、顧客のいる場所やニーズとつながっていなかったのが現状である中で、その顧客とつながる接点やそこに向けた作り込みをどうしていくか、今後もゲストの力も借りながら、具体的な市場との結びつきを拡張させていけると良い。

④ 市域にとらわれない広い連携も想定する

- 東京という市場や外国人の視点から見ると、三原だけを来訪目的にする以外のことも想定される。セバスチャンの切り口である日本酒であれば、竹原や西条など県内の酒蔵との組み合わせも考えられるし、サイクリングを考えるのであれば、尾道を組み込んだルートづくりも考えられる。外国人観光客の多くはアイコンである宮島や原爆ドームを訪れるが、備後地区であれば、より滞在型の環境やサービス等が想定される。
- そのような点では、三原の価値を高め、来訪動機や機会を増やし、接点づくりや消費額の増加を増やす意味でも周辺資源との組み合わせも想定することが良いと思われる。ただし、その効果を高める上でも、ロケーションを生かした宿泊施設や体験コンテンツの強化、さらにそれらを提案や手配できる総合的な窓口を築いていけると良い。

⑤ 連携のための今後の展望

- 連携のための今後の展望として、地域の様々な関係者と新たな視点（脱・予定調和）から地域観光を推進するための推進組織を立ち上げ、コンセプトの統合、個々の魅力やサービス、人との接続性、手配や流通などのロジスティックとの接続性を持ったプラットフォームを整備することが望まれる。
- 地域が一体となった取り組みの中に、今回のゲストも含めた三原を中心とした価値の輪を広げていく。

体験型観光増やすには

三原 外国人ら招き意見交換



三原の観光や地域おこしの戦略について意見交換したセミナー

首都圏から外国人や食の専門家を招き、三原市の観光や地域おこしの戦略を探るセミナーが同市城町の多目的スペース「サテラス」であった。体験型の観光メニューを増やすアイデアなどを巡り意見交換した。

市の観光振興に携わる地域おこし協力隊員の宮田久司さん(37)たちが企画し、市民約20人が参加した。宮田さんは「三原城跡ややさ祭りといった観光資源以外にも、市外の人を引きつ

ける魅力はあるはずだ」と問題提起した。

外国人向けの旅行ガイド業を東京で営むセバスチャン・ルモアンヌさん(53)は「旅慣れた外国人は、誇りを持って米作りや養蜂に励む農家の話に感動し、住職との出会いや座禅の体験を喜ぶ」と指摘。交流の体制づくりや、英語による情報発信を促した。

東京を拠点に、食や健康を軸にした地域づくりを提案している管理栄養士の石松佑梨さん(40)は「体験活動と食を結び付けると、地域固有の価値が生まれる」と強調。釣った魚を料理人

に調理してもらえるサービスを例に「豪華さより、ストーリー性を磨いてほしい」と話した。(馬場洋太)