

総務省人材力活性化研究会報告（第四回）

地域活性化システム論カリキュラム研究会 中間報告書
（抜粋）について

内閣府大臣官房審議官 舘 逸志

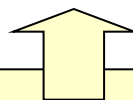
地域活性化システム論の意義

- ①地域活性化システム論の目的
- ②地域活性化のための自主、自立、自考
- ③地域を活性化させる人財
- ④地域活性化の目指すもの

①地域活性化システム論の目的

目的

- 地域の知の拠点である大学を活用し、学生が地域活性化を考える産官学協働での人財育成。
- 地域の担い手となる行政、企業・団体、NPO・市民団体等が集まり、地域課題を発見し、地域活性化案を策定、実践するための知的な場づくり。
- 地域活性化システム論カリキュラム研究会では、各大学で展開される地域活性化システム論のひな形を模索。



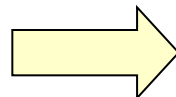
現状

少子化・高齢化が進展し、財政制約も強まる中、地域経済には諸課題が山積しており、各地域が存続していくためには、地域経済の活性化・雇用の創出など、地域特性に応じて地域活性化を効果的に推進する取組が必要となっている。

- 18年度 「地域再生システム論」として北陸先端科学技術大学院大学でモデル実施
- 19年度 10大学で展開
- 20年度 25大学で展開
- 21年度 29大学で展開 「地域活性化システム論」に改称

②地域活性化のための自主、自立、自考

中央集権・国家主導

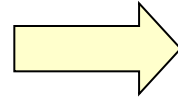


自主、自立、自考の精神

- グローバル化による地域産業の空洞化、高齢化、東京への一極集中の加速が地域経済を疲弊。
- 地域社会を強化する戦略を、国民全体で考えなければならない岐路に。
- 地域からの展開、地域の人々が力を合わせての地域問題への取組みが必要。

③地域を活性化させる人財

まちおこしに必要な要素



『バカ者、若者、よそ者』

【バカ者】

強烈な信念を持ち、周囲からバカと言われようが断固としてやり抜くリーダー。

【若者】

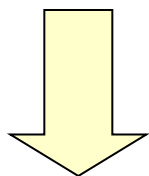
リーダーの情熱に共感し、ともに汗を流し地域のために働く。

【よそ者】

客観的な眼で眺め、必要なアドバイスを行う。

④地域活性化の目指すもの

目標：暮らしやすい地域の再構築



国際社会を生き抜く日本の国力を高める

そのためには、
『バカ者、若者、よそ者』の輪、
『地域の絆』を
強める作業が中核となる。

北陸先端科学技術大学院大学における

地域再生システム論の展開

①最初の地域再生システム論の開講

②地域再生システム論の成果

③北陸先端大の地域再生システム論からの教訓

①最初の地域再生システム論の開講

特徴

- ・受講対象として、自治体関係者、地元経営者、NPO、学生等、産官学の関係者を包含
- ・グループワーク中心、実践的
- ・地域活性化課題に対しての提言をまとめる

②地域再生システム論の成果

- ・「石川県伝統工芸イノベーター養成ユニット」の開始
- ・バイオマスグループが最優秀大臣賞受賞
- ・加賀市「市民発の食品リサイクルによるCO2削減」が優秀賞受賞
- ・「漆のふるさと」山中温泉地域再生計画認定
- ・能美市「まちづくり活動人材育成講座」開催
- ・白山山麓中山間地活性化グループが農林省モデル事業採択
- ・温泉地活性化検討グループが富山県庄川温泉郷で事業開始
- ・他、各グループワークから具体的な地域活性化事業が派生

③北陸先端大の地域再生システム論からの教訓

- ・地域活性化に取り組む現場の人財
- ・自治体、地域活性NPOなど地域の主要なステークホルダーの参加
- ・成果の早期具現化
- ・実施主体の継続意思
- ・座学のみならずグループワークなど地域活性化プロジェクト推進の人的集団を構成する仕掛け作り
- ・地域活性化に取り組む民間経営者の参画

地域経済の活性化手法

地域経済の活性化手法

①地域ブランド

②ソーシャルベンチャー・コミュニティビジネス

③地域におけるイノベーション

①地域ブランド (1)

■地域ブランドの成功要因について

以下の三点が成功している地域ブランドで確認された成功要因である。

①地域特有の環境、気候、技術、歴史などの地域資源を活用、差別化

農産物の地域特性としては土壌環境があり、水産物においては、漁場環境が地域資源となっている。また、畜産物では高い肥育技術とそれを育んできた歴史が地域資源となっている。

②地域ブランドを活用した加工品への拡大

単価の低い農水産物は付加価値をつけ加工品として提供され、インターネット販売などを通じた全国展開も視野にいれながら、地域ブランドの確立を目指すケースが多い。

③ブランド開発・育成・管理面において関係組織の支援の重要性

ブランド開発、トレーサビリティの確保、ブランド管理、販路開拓、広告宣伝活動など、生産者・自治体・農協・漁業組合等が連携して取り組むことで、それぞれの強みを活かしたブランド展開を実現することができる。

①地域ブランド（1—事例）

【農作物】

福井の花らっきょ(福井県)
沖縄黒糖(沖縄県)
新潟茶豆、新潟枝豆(新潟県)
仙台いちご(宮城県)
伏見とうがらし(京都府)
だだちゃ豆(山形県鶴岡市)
大正長いも(北海道帯広市)

【水産物】

関あじ(大分県大分市佐賀関)
明石鯛(兵庫県明石市・神戸市)
あのりふぐ(三重県志摩市)
一色産うなぎ(愛知県一色町)

【畜産物】

神戸牛(兵庫県)
仙台牛(宮城県)
松阪牛(三重県松阪市)
前沢牛(岩手県前沢市)
石垣牛(沖縄県石垣島)

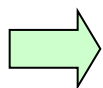
①地域ブランド (2)

■動的活性化要因の抽出

—成功事例と継続的活性化ループとの関

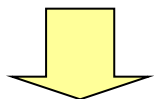
連

「活性化している地域」の定義



活性化が自立的・継続的に進行している街

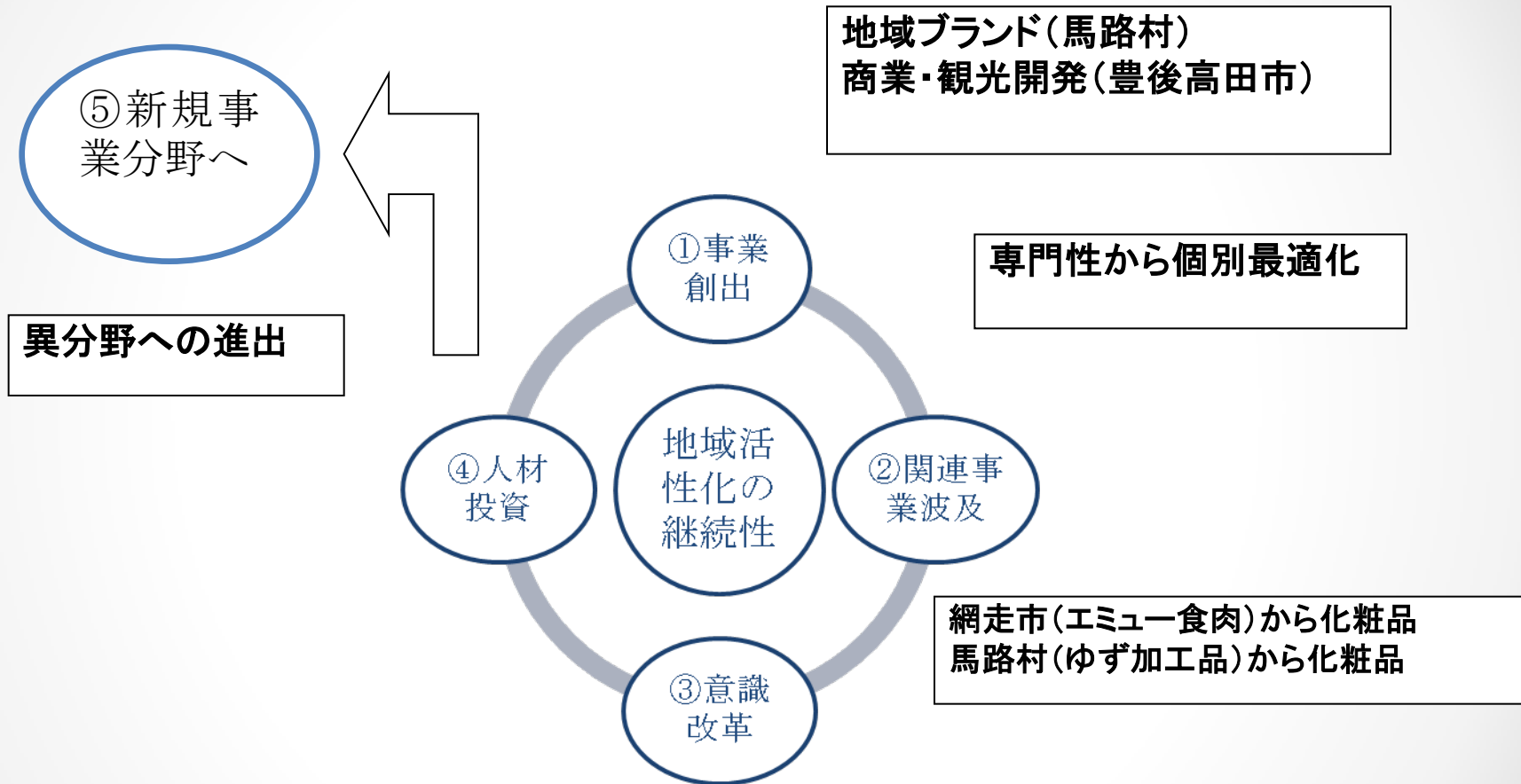
事例を基にその取り組みをトレースし、活性化の成功事例を精査



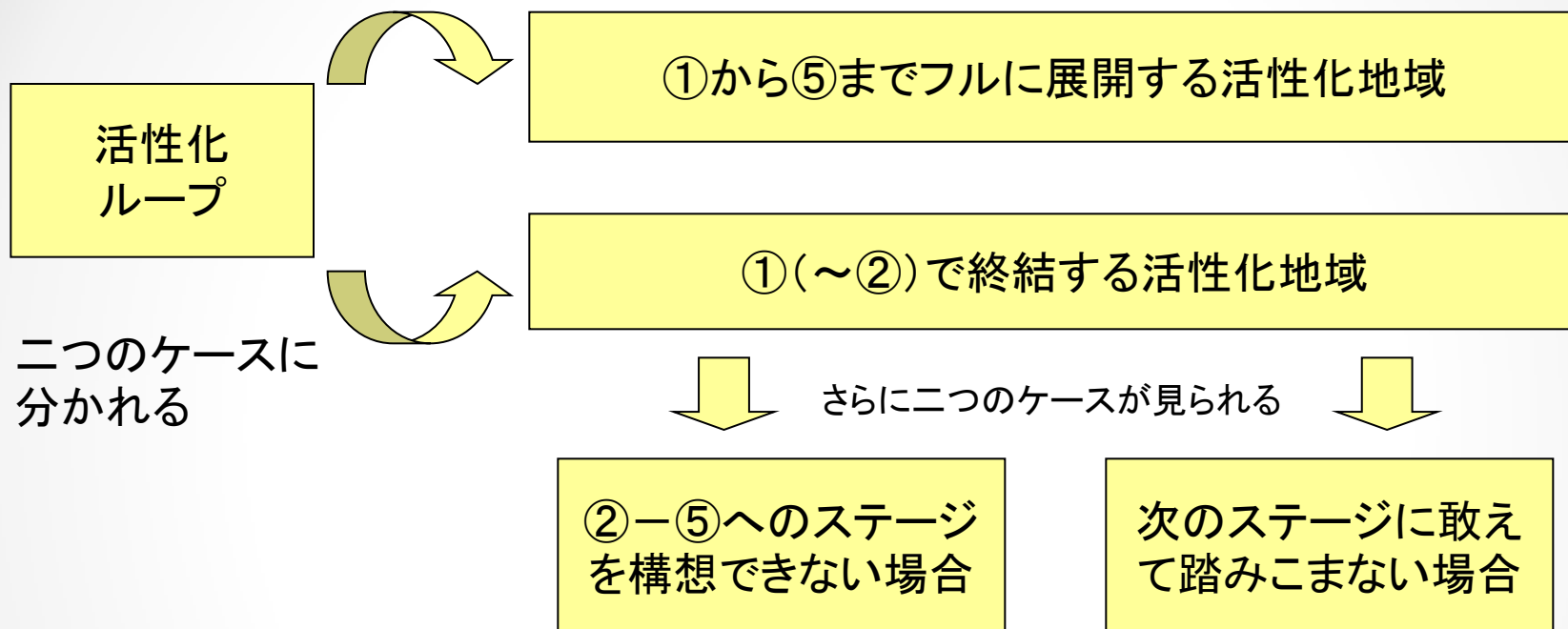
①～⑤のループが見られる

- ①域内の核となる事業の創出
- ②地域ブランドの他分野への事業拡大
- ③自治体首長や事業のキーパーソンらの地域全体最適化志向への意識改革、価値観の転換(イノベーション)
- ④事業展開を維持するための人財の育成の組織的实施
- ⑤新たな核事業への創出、新規分野への事業展開により地域全体への成功の波及

①地域ブランド (3) 持続的活性化ループ



①地域ブランド (4) ループ分析



キーパーソンが自治体首長であれば全住民(納税者)の最適化を目指しフルで展開するミッションを持つが、地域の事業者・NPOのリーダーであれば、より高い専門性を有しているほど①(~②)の部分最適化に留まる場合が多い。

② ソーシャルベンチャー・コミュニティビジネス

コミュニティの形成条件

■ コミュニティの形成は、住民相互の作り合う関係性が重視されてきたが・・・



実際は、近隣関係の希薄さや軋轢などから限界が指摘されている。

■ こうした環境の狭間を埋めるものとして、以下のものがある。

- ・ 地域住民のボランティア活動への参加
- ・ それを間接的に補うマッチングギフト制度の導入
- ・ 地域通貨の利用

■ こうした仕組みを活用し、どのように住民参加を促し住民自治の拡大を行うかが問題である。

■ その実現には、住民が中心となって、企業との自助・共助による共働するだけでなく、さらに行政（公）などの公的機関の支援も望まれる。

② ソーシャルベンチャー・コミュニティビジネス

共働のコミュニティ

「私」とも「公」とも異なる「新しいコミュニティ」としての
「私・公・民による共働のコミュニティ」

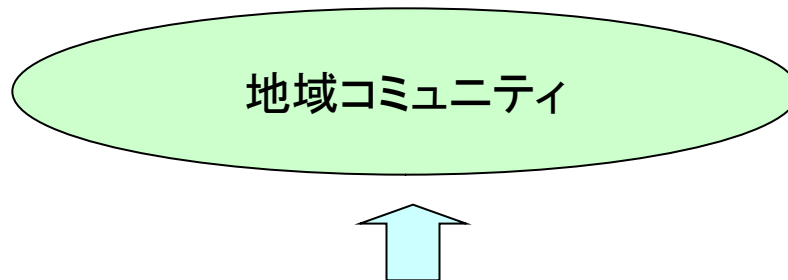


これまでの「公」の部分を拡大して、
民と私による補完的なシステムとして
新しい公共性(市民的公共性)の担い手となる。

■「新しいコミュニティ」は、自立的な個人をベースとした自発的(内発的)な開かれた共同体である。

② ソーシャルベンチャー・コミュニティビジネス

「新しい公」におけるコミュニティの活動領域



住民の自発的な活動に加えて、外部からのボランティア活動の導入やNPOなどによる共助、さらに行政の支援(公助)により形成

※運営には、住民の無償の自発的な活動や外部からの犠牲的なボランティア活動の導入だけでは限界があるため、収益性(採算性)を加味した活動も必要とされ、ここに新しいコミュニティの活動領域を考えることができる。

③地域におけるイノベーション

地域イノベーションの定義

「新たな技術やアイデアの創出によって、社会的意義のある新たな価値を創造し、地域に大きな変化をもたらす自発的な人・組織・社会の幅広い変革」

地域イノベーションのもたらすもの

- ①新たな財貨
- ②新たな生産方法
- ③新たな販路
- ④新たな供給源
- ⑤新たな組織

イノベーションの重要な要素

- ・周りの人々の巻き込み
- ・交通アクセスの改善、ITインフラの充実、国・市町村独自の政策や制度
- ・地域固有の風土や歴史・文化
- ・大学等の研究機関の重要性

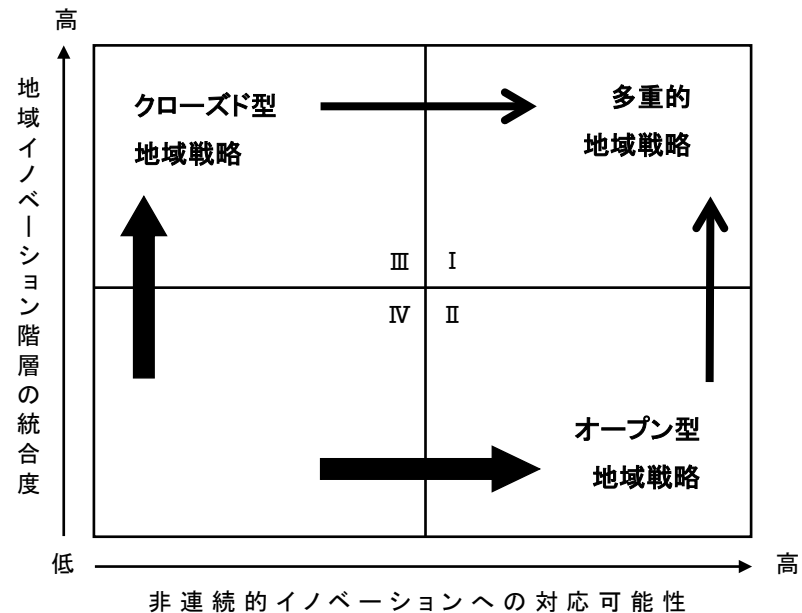
③地域におけるイノベーション

イノベティブな地域の創出

ある地域にイノベーションがおこると、それがまた別のイノベーションを引き起こし、その繰り返しがイノベティブな地域を創る。

内田(2009)は、「ある分野での進化が地域の土壌を作り、それが別の分野での進化を招くという『共進化』の構造がイノベーションには見られる」とし、

「イノベーションが様々なレベルで共進化していく地域に変化していくことが、イノベティブ地域と呼ばれる状態」と述べている。



③地域におけるイノベーション

地域活性化手法としての地域イノベーション

①外発的イノベーション＝企業や大学・研究機関の誘致という手法の有効性と限界

地域イノベーションは本来、内発的な運動であって、外発的イノベーションの成功は、ひとえに誘致企業や機関の内在化にかかっている。すなわち、それらがいかに地域ステークホルダーとして機能するかが重要なポイントとなる。

②新結合の一つの方向性としての6次産業化(1次×2次×3次)

地域産業が生産から加工・販売までの一貫した体制を構築することで、市場からのフィードバックやブランド・マネジメントが容易になり、そのため競争力が格段にあがる。

地域經濟動向分析・把握

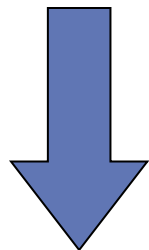
地域経済動向分析・把握

- ①地域景気の早期把握は地域経済政策の基礎
- ②地域の経済政策運営のため必要な主要な経済統計
- ③地域景気動向指数
- ④具体的な地域の景気変動を地域景気動向指数でみる
- ⑤県民経済計算の特徴
- ⑥地域景気動向把握の早期化に向けて

①地域景気の早期把握は地域経済政策の基礎

マクロ経済政策の企画立案の基礎

→ 経済の現状分析



地域活性化の政策立案の基礎は？

→ 地域経済の現状把握と分析

適切な地域経済運営のためには、先ず、基礎となる各種経済統計を整備し、それを早期に公表できるようにすること、同統計を分析して地域活性化のための政策を合理的に立案していくことが重要。

②地域の経済政策運営のため必要な主要な経済統計

- 地域の景気を把握するための地域景気動向指数
- 地域の経済情勢を詳細に把握するための県民経済計算
- 地域の産業構造と産業連関を把握するための地域産業連関表
- 市町村毎の特性を把握するための国勢調査データ
- 市町村よりもより詳細の地理経済情報を分析するための地域メッシュデータ

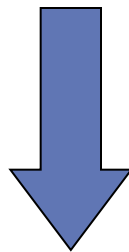
③地域景気動向指数

景気動向指数の基本的性格

生産、雇用など景気動向に敏感に反応し、且つ経済全体に対して代表性の高い各種の経済指標を標準化、総合化して景気の動向を機械的に計算可能にしたものである。

地域の景気判断の材料としては大きな意義。

しかし、現状は...



県別C Iの整備はまだ遅れており、その普及・促進が必要。

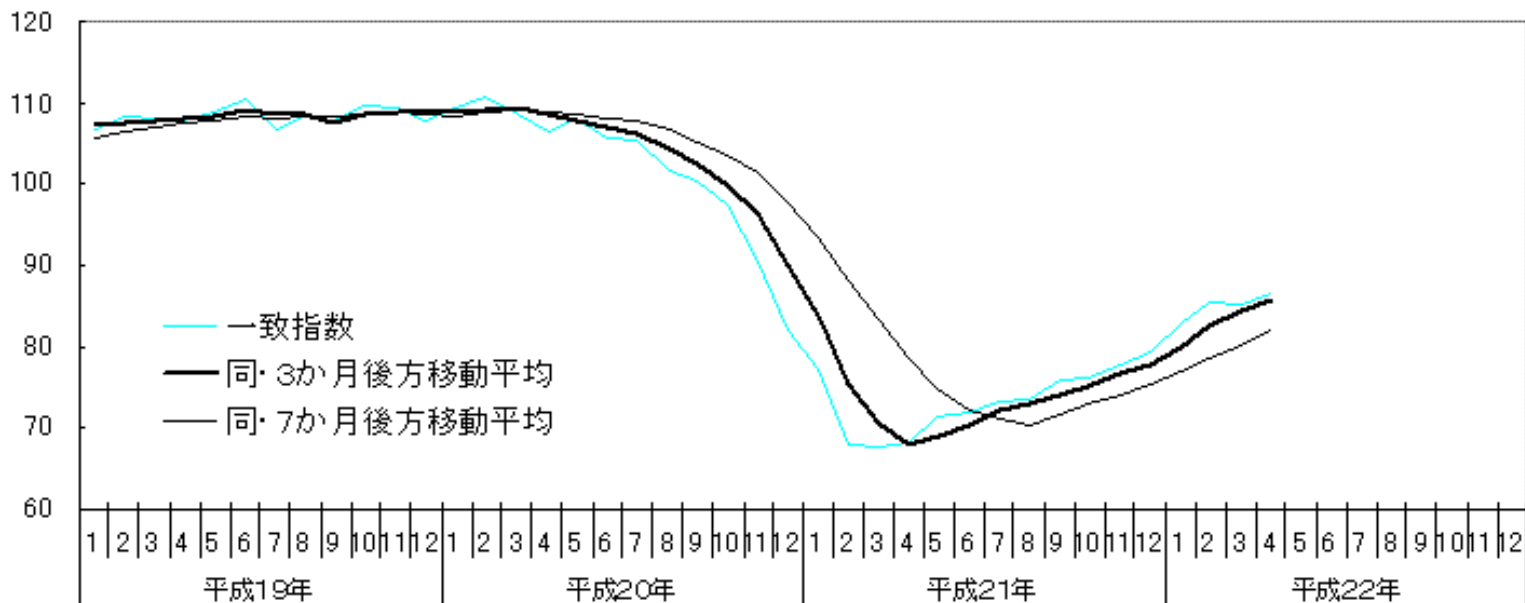
④具体的な地域の景気変動を地域景気動向指数でみる

具体的な地域景気動向指数の現状

→愛知県、東海地方(自動車、機械などの製造業のウェイトの高い地域)

- 90年代後半以降も他の地域に比較して好調な経済状況を示してきた
- 一方で、リーマンショック以降の落ち込みも大きかった。

愛知県の景気動向指数は、谷の付け方において全国のそれに多少遅行する傾向が見られたが、今回の景気循環では暫定的ながら多少先行。



都道府県別景気動向指数の公表状況

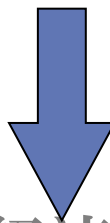
都道府県 (※印の県の作成元は民間団体)	公表開始年月	データ開始年月	CI			(参考)DI	景気基準日付	備考
			先行	一致	遅行			
北海道	—	—	—	—	—	○	○	
青森	—	—	—	—	—	○	○	
岩手	H21.7	H5.1	○	○	○	○	○	H21.4月分から、CI中心の公表形態へ移行
宮城	—	—	—	—	—	○	○	
秋田	H14.6	H8.1	○	○	○	○	○	H21.5月分から、CI中心の公表形態へ移行
山形	H8	H5.1	○	○	○	○	○	
福島	H6	H6.1	○	○	○	○	○	
新潟	H11.10	H7.1	○	○	—	○	○	
茨城	H12.10	S55.1	○	○	○	○	○	
栃木	H15.2	S60.1	○	○	○	○	○	
群馬	H7.7	S58.1	○	○	○	○	○	
神奈川	—	—	—	—	—	○	○	
長野※	S56.10	S55.1	○(総合CI)			○	○	財団法人長野経済研究所
石川	—	—	—	—	—	○	○	
福井	H18.1	H9.1	○	○	○	○	○	
静岡	S60.9	S55.1	○	○	○	○	○	
岐阜	H21.2	H3.1	○	○	○	○	○	H20.11月分から、CI中心の公表形態へ移行
愛知	H2.7	S53.1	○	○	○	○	○	
三重	H10.3	H11.1	○	○	○	○	○	H21.6月分から、CI中心の公表形態へ移行
大阪	H13夏季	S62.1	○	○	○	○	○	大阪府立産業開発研究所
兵庫	H9.4	S56.1	○	○	○	○	○	
奈良	H22.4	H1.1	○	○	○	○	○	
和歌山	S63.10	S55.1	—	○	—	○	—	
鳥取	H20.4	H5.1	—	○	—	○	○	
島根	—	—	—	—	—	○	○	
岡山※	S61.4	H1.1	○	○	○	○	○	財団法人岡山経済研究所
広島※	—	—	—	—	—	○	—	財団法人ひろぎん経済研究所
山口	—	—	—	—	—	○	○	
香川	H12.12	H6.1	○	○	○	○	○	H20.6月分から、CI中心の公表形態へ移行(DIは参考系列)
福岡	—	—	—	—	—	○	○	
佐賀	—	—	—	—	—	○	○	
長崎	—	—	—	—	—	○	—	
熊本	—	—	—	—	—	○	○	
大分	S60.1	S60.1	○	○	○	○	—	
宮崎	—	—	—	—	—	○	○	
鹿児島	H12.3	H6.1	○	○	○	○	○	

(備考)内閣府調べ。開始年月は全てCI。一部の県においては、CIもしくはDIが参考系列として公表されている。

⑤県民経済計算の特徴

国民経済計算（SNA）

【地域版】



県民経済計算

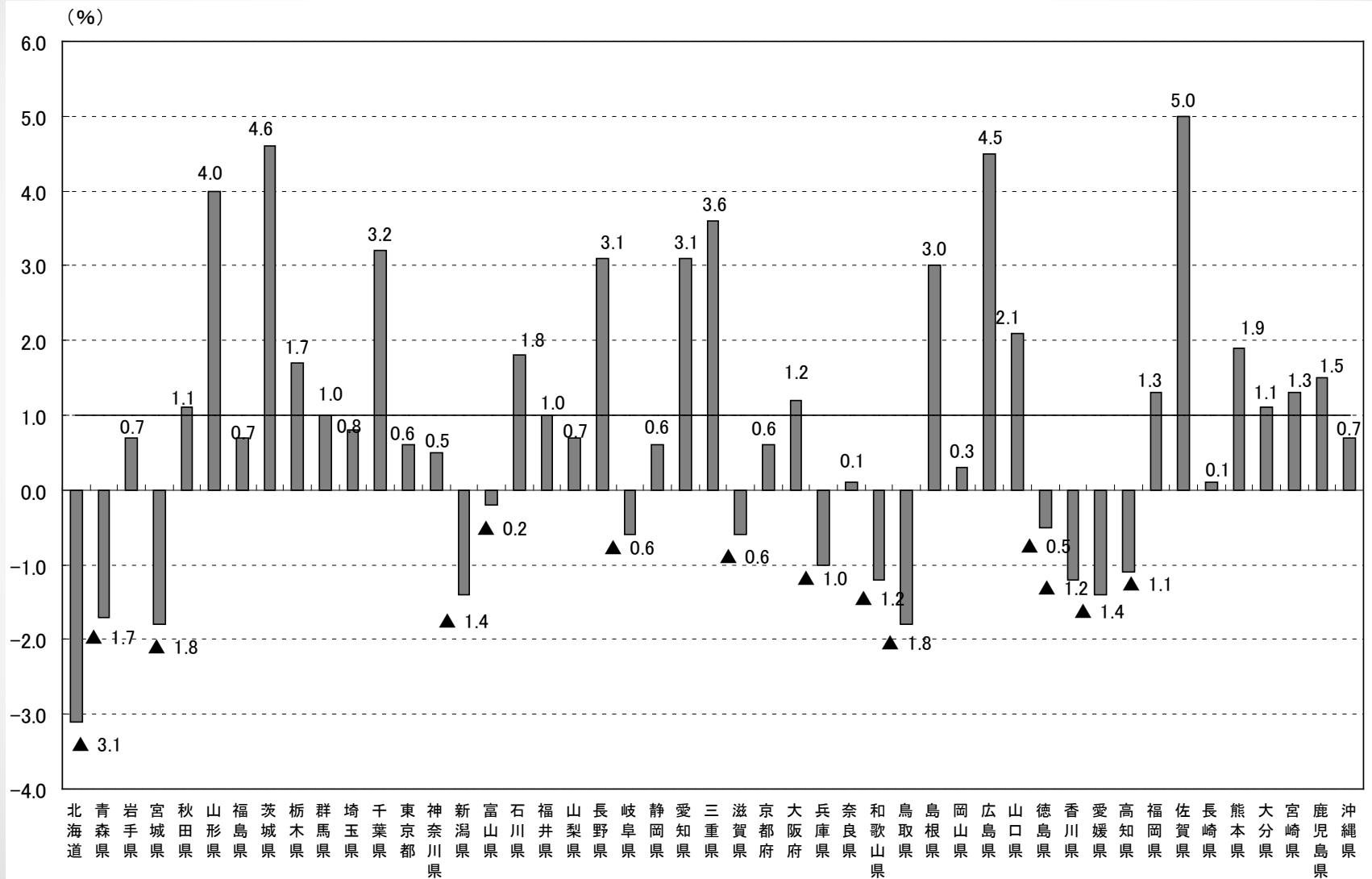
地域の経済循環や景気動向を総合的に表示する統計

県民経済計算の一人当たり県民所得を地域の相対的な豊かさを示す指標として利用。

第14循環の景気拡大局面においては、地域間格差の拡大が指摘されてきた。

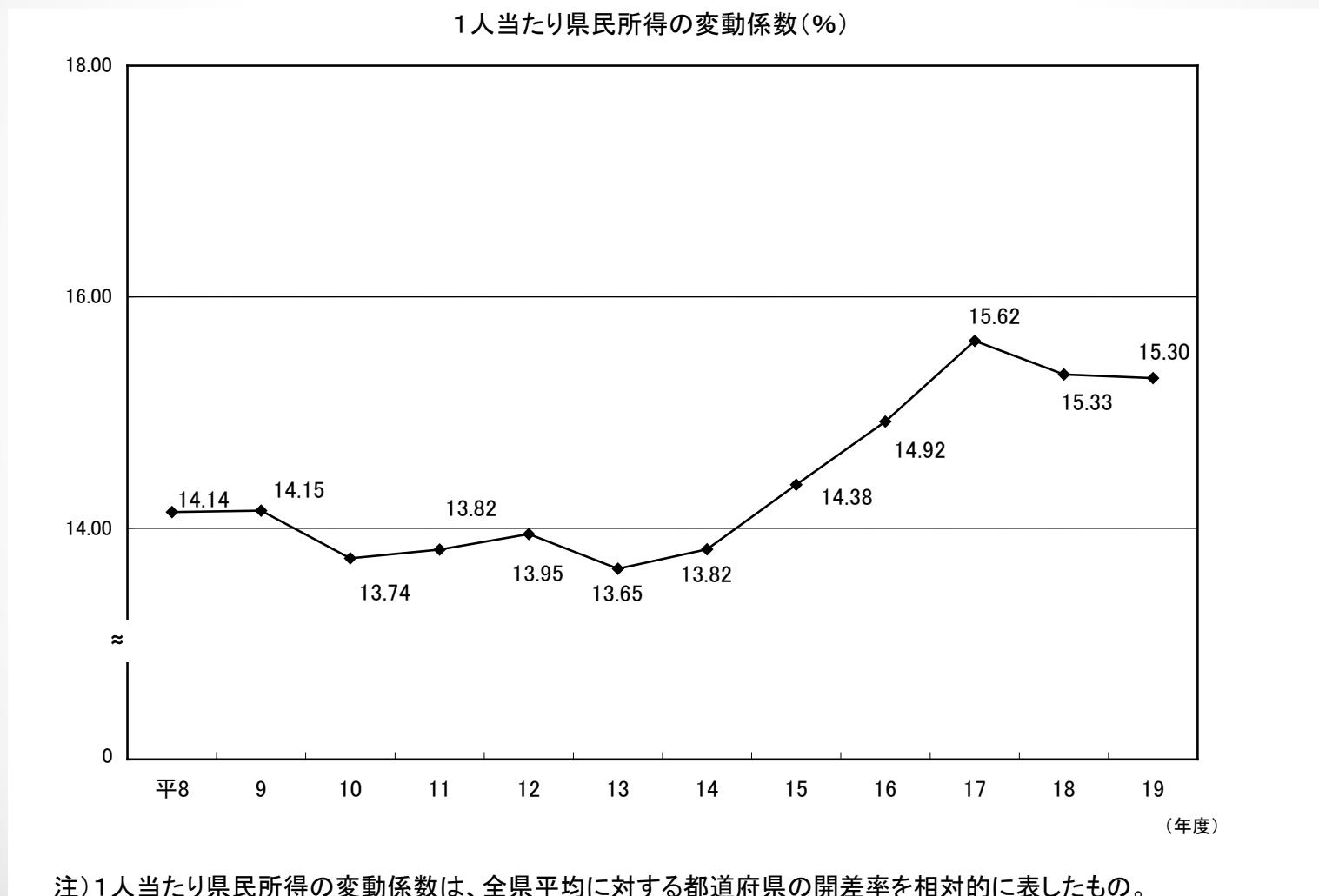
⑤ 県民経済計算の特徴

都道府県別実質経済成長率



⑤ 県民経済計算の特徴

県民経済計算の一人当たり県民所得の変動係数は平成14年度から平成17年度にかけて上昇し、格差拡大を裏付け。



⑥地域景気動向把握の早期化に向けて

地域の景気動向をより早期に把握するためには？

- 県民経済計算（又は地域ブロック経済計算）の四半期速報値の開発を行う方法
- 地域景気動向指数の充実を図る方法

その他、いくつかのアプローチがある。

地域活性化の政策評価

①地域活性化の成果指標

地域活性化の成果指標については、これまで地方自治体ではイベントの実施回数など活動指標で事業報告を行っていたことが多かったが・・・

これからは



事業活動の結果もたらされた成果に基づいた評価が必要になる。



- ・アウトプットとアウトカム
- ・スピルオーバー効果の考慮
- ・定量的評価と定性的評価
- ・地域特性の考慮

②活性化事業の政策評価

【政策評価の考え方】

・行政学や行政の現場における「政策評価」と、政策科学や経済学における「政策評価」の違い

【政策評価手法】

・「セオリー評価」、「プロセス評価」、「コスト・パフォーマンス評価」「インパクト評価」などがある
・インパクト評価について、事前・事後推定、クロスセクション推定、DID推定、定性的評価手法による分析方法

【インパクト評価】

実施された政策によって社会・経済に対して、どの程度の効果があったのかを測定する評価である。事業の効果を直感的に分かりやすい方法で測定することが重要。

③政策評価の具体例

■「やねだん」の事例

人口300人(130世帯)の小規模集落、鹿児島県鹿屋市串良町柳谷地区(通称やねだん)の「**住民参加による集落の活性化と補助金に頼らない地域づくり**」を例に、提案した成果指標と政策評価手法を用い試行的に評価を行った。

それぞれの分析結果からは、活性化策が効果を表していることが推測され、分析の必要性が確認されたが、一方で欠点も確認された。

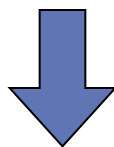
地域住民の参画手法

地域住民の参画手法

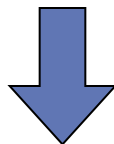
- ①市民社会の到来「共働領域」の拡大
- ②市民参加における自治体の役割
- ③市民参加における市民の役割
- ④市民社会の成熟と地域主権の進展

①市民社会の到来「共働領域」の拡大

効率的及び最適な公共サービスの提供は自治体だけでは限界



民間企業、大学法人、市民、NPOなどの多様な供給機関が必要



「共働」という領域が新たに形成

背景

①自治体の行財政改革が進み、小さい政府への動きが加速していること

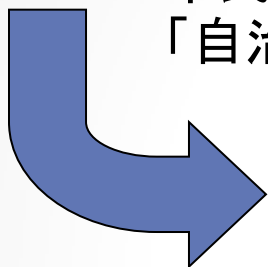
②特定非営利活動推進法（NPO法）の制定を契機として、制度面からも市民の自主的な組織形成・地域活動が促進されたこと

③CSR（企業の社会的責任）等の概念が広まり、企業行動にも変化が生まれたこと

②市民参加における自治体の役割

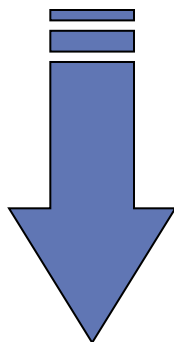
「共働」の参加 の基本は自発的・自立的協力による市民

市民参加を支え、一層の参加を促進するためには、
「自治体」・「市民」双方での役割が大切



自治体の役割

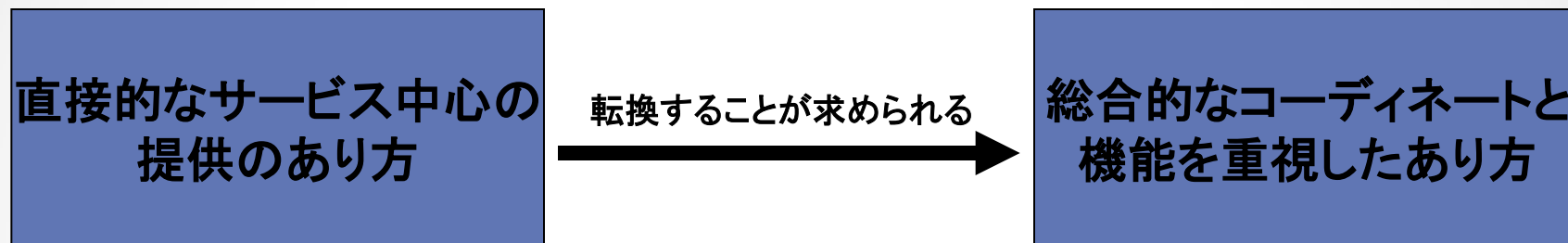
市民の役割



市民を信頼し、市民力を醸成し、まちづくりの主体となる
成熟した市民を形成することにより、地域の自立を図ること

②市民参加における自治体の役割

そのためには...



また、

市民参加が継続的に促進されるよう

情報公開、パブリックコメント手続、住民投票等の権利の明文化

市民が地域情報を把握し、より主体的に参加し活動できるよう

メディアでの情報提供だけでなく、説明会やワークショップ、より一層の

IT技術の活用など、多様で多角的な手法を用いた市民への情報提供

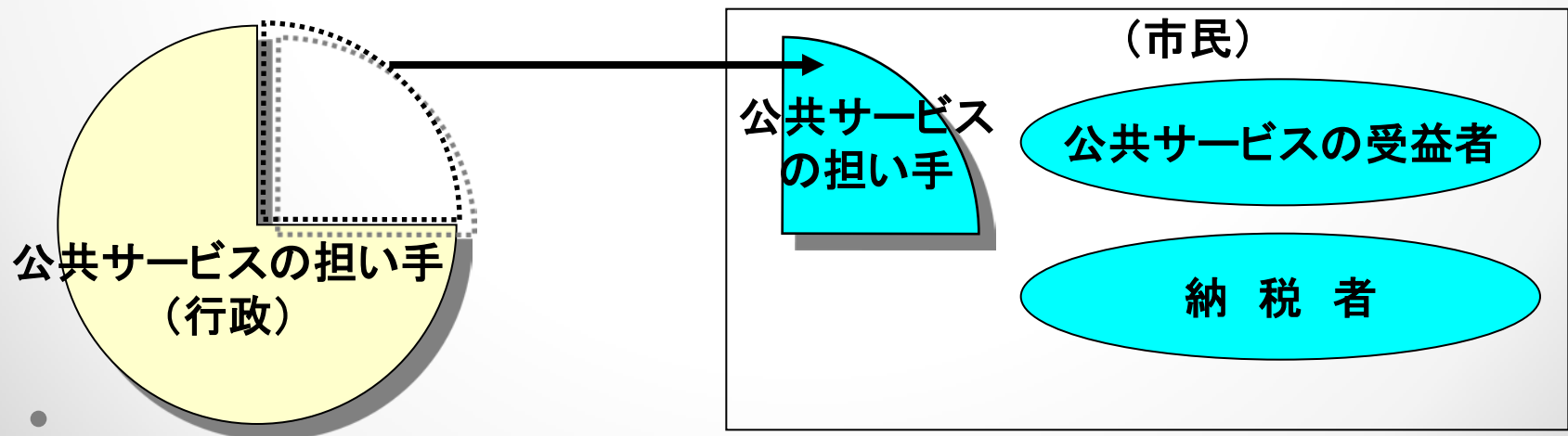
③市民参加における市民の役割

地域社会を通じて社会に貢献したいと考えている人が年々増加

今後、自主的な地域活動が加速すると思われる。

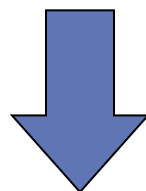
自主的な地域活動を行う上での市民の役割

- ①公共サービスの本質とは何か、自らが必要なものは何かを見極めること
- ②公共サービスや政策への提言、参加、検証を行うこと
- ③アウトソーシング諸制度設計や実施体制へ提言、参加、監視すること
- ④コスト意識をもち、過剰なサービスを要求しないこと
- ⑤市民自らも公共サービスの担い手となること（市民自治の推進）



④市民社会の成熟と地域主権の進展

共働によるまちづくりを進める中で最も重要なこと
実際に共働で事業を実施することにより
市民にまちづくりの主体としての自覚が生まれ、
それによって生じた知財やノウハウが地域に蓄積されることにある。



共働領域の形成

共働領域を形成することは、
市民やNPOなどの自主的、自立的な市民活動を尊重し、地域のことは地域に委ねていく地域主権の真髄に立ち戻るということになる。

地域再生実現のためには、こうした成熟した市民による市民社会の強化こそが最強の手法となる。

人的ネットワークの形成法

人的ネットワーク形成法

① ネットワークの意義と視点

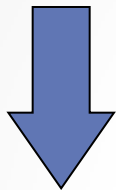
② ネットワークの機能とツール

③ ICT技術を活用したネットワークの
現状と展開方向

④ ネットワーク構築の実践

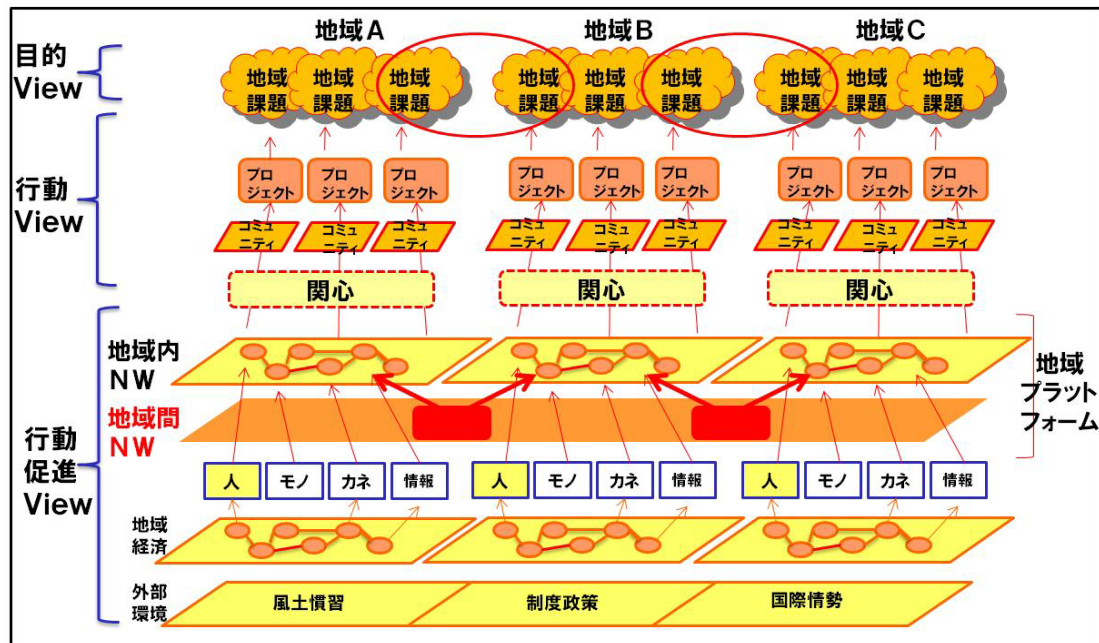
①ネットワークの意義と視点

複雑化する地域課題への対応 → 「ネットワーク」
が重要



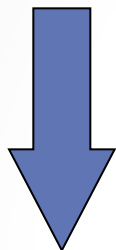
ネットワークは人が共感、共鳴することで発生する

ネットワーク形成のカギ → 参加者の「関心」
どのように「関心」を可視化し、コミュニティを醸成するかという視点
が必要



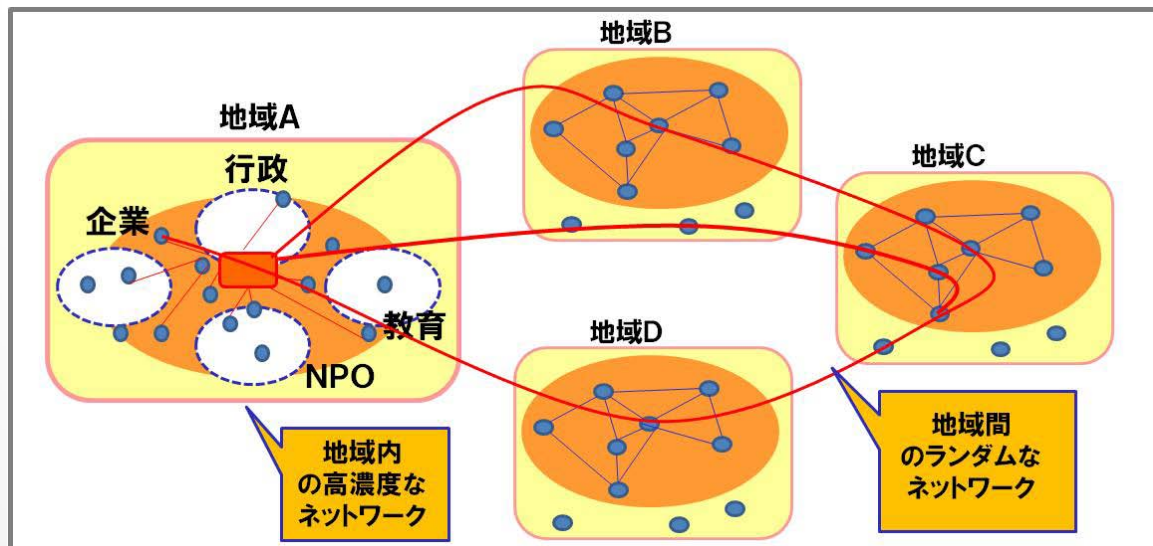
① ネットワークの意義と視点

ネットワークには、**地域内（内部性）**と**地域間（外部性）**がある



外部リソースの必要性
硬直化した地域内ネットワークを活性化

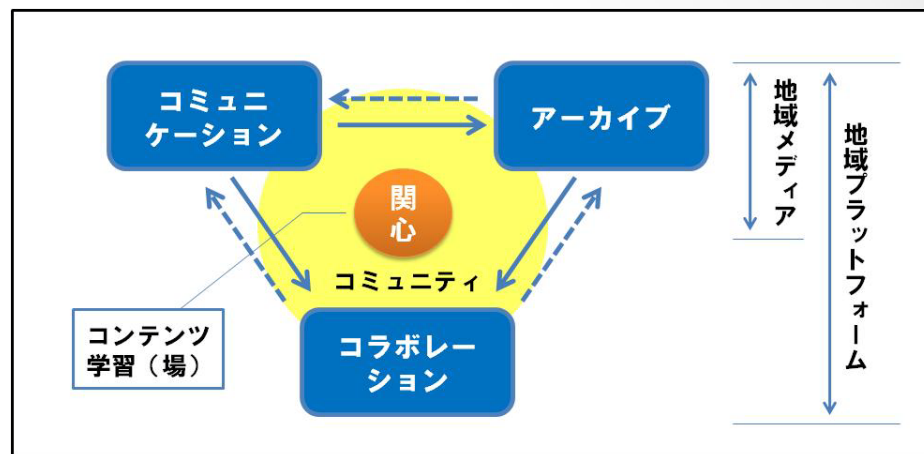
内部性だけでなく、外部性についても、検討することが重要



②ネットワークの機能とツール

ネットワークの機能

- ①コミュニケーション機能
- ②アーカイブ機能
- ③コラボレーション機能

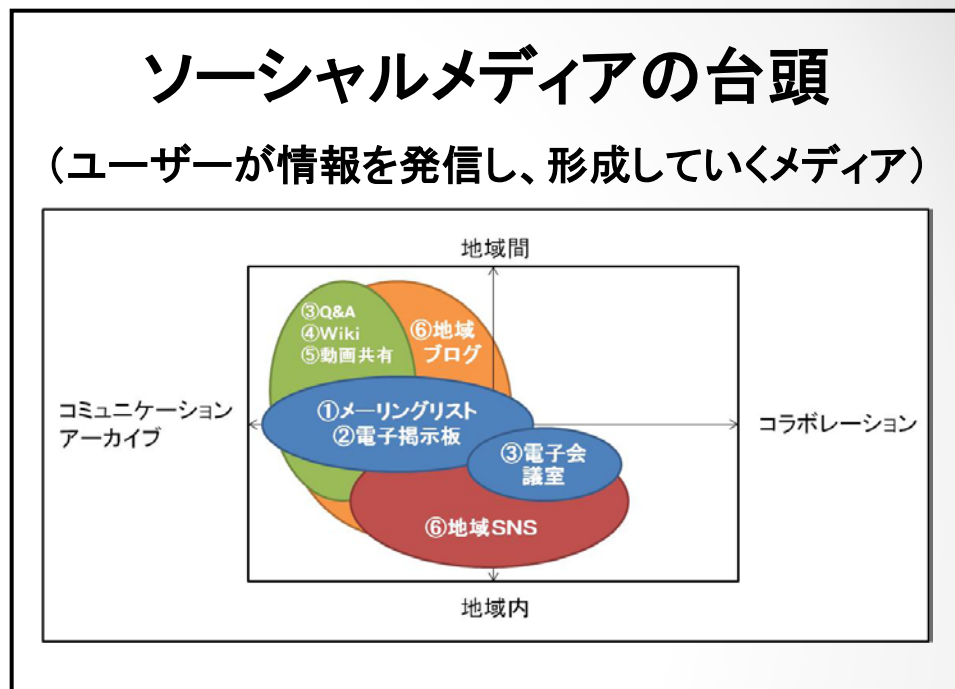
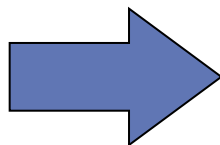


このような機能を実現する方法として、

「リアル」（対面）と「メディア」（ICT）がある。
どちらかひとつを活用するのではなく、地域特性や
その形成段階に応じて組み合わせることが重要。

③ ICT技術を活用したネットワークの現状と展開方向

ICT技術の進展



これら新しいサービスの特徴を上手く理解し、活用することが重要

しかし、時間的、地理的な視点に着目するとギャップが存在している。

- ◆時間的な視点→リアルタイム性を重視したサービスの不足
- ◆地理的な視点→地域間のコラボレーション機能を満たすサービスの不足

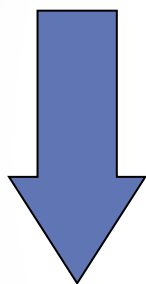
これらのギャップを解消するネットワークデザインをしていくことが重要

④ネットワーク構築の実践

I C T活用には、「情報リテラシー」（情報活用能力）が何よりも重要

リテラシーとして、①受発信力、②編集力、③誘発力の3つの能力がある。

しかし、ツールありきでは地域活性化は起こらない。



ネットワーク構築にあたり目的と手段を取り違えないよう次の7つの視点もって実践することが重要である。

- ①進化を前提とした設計を行う
- ②内部と外部それぞれの視点を取り入れる
- ③様々なレベルの参加を奨励する
- ④公と私それぞれのコミュニティ空間をつくる
- ⑤価値に焦点を当てる
- ⑥親近感と刺激を組み合わせる
- ⑦コミュニティのリズムを生み出す

地域活性化システム論傾向

①開講実績からみる地域活性化システム論

【開講状況】

平成21年度現在、29大学で開講。テーマは、農業、医療・福祉、観光、地域産業の活性化、さらには芸術と地域との関係等。

【受講対象】

大学生や大学院生のみならず、自治体職員、企業（経営者・従業員）、地域住民、NPO等。

【講義形式】

フィールドワークを取り入れているところは4大学
ワークショップの形式を採用するところは17大学
集中講義によるところは8大学

【講座構成】

地域活性化施策に関する総論以外では、地域において喫緊の課題となっている、観光、農林水産、地域産業、環境をテーマとする講座が多い。

②地域活性化システム論の開講事例

■東京藝術大学

【講座の概要】

芸術が社会に対し、どのような働きかけが可能であるかが講座のテーマ。地域と芸術とが関わりあう事例を題材として取り上げた。参加者は、東京藝術大学の学生・大学院生のほか、高校生から社会人まで。

【講座の構成】

集中講義で3日間。各日ともに山梨県北杜市、長野県伊那市、青森県むつ市等、地域と芸術が関係する事例を取り上げ、パネルディスカッション、グループディスカッションを実施。

【講座の特徴】

身近で興味を引く事例を多く取り上げ、参加者の関心が高まるよう工夫。グループディスカッションでは、それぞれの視点・立場から、真摯かつ活発な意見交換が行われた。

モデルカリキュラム提案

①講義内容の構成案

総論：各種、各地の地域活性化に共通する政策論、方法論

+

分野論：各政策領域

+

事例研究

※具体的な講座の内容は地域活性化システム論を主催する各大学の得意とする学問領域、地域活性化の主な対象となる地域特性などに依存する。ここでは、あくまで一つの提案として、それぞれの標準的な姿を提示。

②グループワークの進め方

産官学の多様な参加者が参加するシステム論は、行政（自治体）、民間、NPO、学生が適当に混ざりあったグループ構成とすることが望ましい。

【民間、NPO】

鮮明な問題意識を持つ地域活性化事業の推進役

【行政】

必要な各種規制の緩和や行政手続き、各種支援策の提供や紹介

【学生】

事業の担い手・協力者

③継続的な開講に向けて

初年度開講時の講座の広報は、講座の成否に大きく影響



キーパーソンや主体的に取り組む参加者を産官学に亘って
バランス良く募集することが必要



地域活性化に関連したウェブやグループメールの活用

※システム論から地域活性化計画の具体化や実践活動が生まれていけば、講座も複数年度継続して発展。2年目以降のグループワークや事例研究では、初年度の成功事例のリーダーを講師や助言者として組み入れることが有効。

④今後の課題

効果的にシステム論を運営するために



受講者、主催大学、地域のそれぞれの視点から、
課題とその対応方法を考える必要あり

それぞれの視点から、システム論の受講、主催、
受け入れにどんなメリットが得られるかが大変重要。
システム論の受講により、何らかの資格取得につながれば、
大きなインセンティブとなるであろう。

(参考) 人材力活性化研究会参考資料

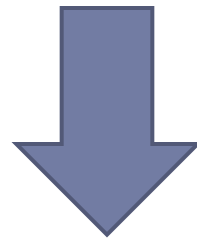
平成22年度北陸先端大 温泉観光グループの発表事例

- ▶ ・延べ30名ほどの参加
- ▶ ・民間の旅館オーナー、NPO、自治体職員、観光協会等団体職員、伝統工芸関係者、学生が参画
- ▶ ・11月6日～12月4日までの隔週土曜日に集中講義プラスグループディスカッションを実施
- ▶ ・11月20日に関係の集中講義を実施
- ▶ ・山代温泉でのセミナー、フィールドワークを実施
- ▶ ・12月4日発表での宿題を受けて現在継続研究中



発表と宿題

- ▶ 12月4日グループワークの発表
- ▶ →オムニバス方式で纏まりがなく実効性に疑問ありとの評価



宿題を受けてリーダーと学生サポーター中心にオフ会



今後の行動計画と各小グループの視点を統合した提案を作成



まとめ：温泉活性化のポイント（山代温泉）

✓ 医農商工漁業連携＋住民参加型まちづくり

今ある地場産業、医療機関等の連携を強化し、新しい顧客源泉と顧客の地元循環を図る。住民参加による地域活性化、加賀の観光資源としての景観、まちづくりを図る。

✓ 新しいマーケットの開拓

日本の湯治場として国内外より誘客する。受入体制として医療機関や地場産業との連携し、魅力あるサービスを提供する。IT、放送メディアを活用し情報コンテンツを発信をする。

✓ 今後の実行予定計画（別表）

今後の実行予定計画

	グループワークの内容	現状	今後の計画
地域再生システム論 温泉観光チーム	第四回グループワーク、オフ会でぐるたびに山代温泉の掲載を申し出する事を決定	チームメンバー、山代温泉観光協会でコンテンツを考案中	ぐるたびに掲載依頼
金沢大学地域プランニングコース	第二回グループワークで原案提出し、意見調整後、リメイク	12月4日加賀市担当部署の紹介を受ける	加賀市に対し提案予定
佐川急便広報部	第一回グループワークでCSR、地域PR方針説明	北陸朝日放送で山代温泉(れんの羊羹)パブリシティ放送した	CSR活動継続予定



加賀温泉の観光を中心とした活性化について

総論

■参加メンバー

■フィールドワークについて

■討議内容の総括

■グループとしての方向性

など

☆山代・北陸先端グループ

山代温泉の食と観光の
コンテンツづくり

☆金大生グループ

学生提案

☆ITグループ

IT活用による地域活性化提案

☆企業のCSR

ぐるなびの地産地消
CSRサイト
ぐるたびの活用

左記の4つのグループ
発表の要素を組み合わせ
た統合的な提案をする

ぐるたびへの提案

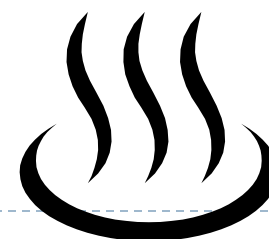
テーマ：学生が提
案する山代温泉
の楽しみ方



温泉観光チーム発表

地域再生システム論2010

はじめに



過去三回のグループワークまとめ

山代温泉活性化に向けた計画

山代ブランド作り(企業のCSR活用実践例)

学生提案による山代温泉活性化案

観光振興のためのIT活用方策と政策提言



グループワーク総括



- ▶ 形成されたチームにおいて以下を行った
 - ▶ 石川県の温泉観光がより盛り上がるのに重要と思われる「内的要因」「外的要因」の抽出
 - ▶ 発散的思考による温泉観光にかかる意見の抽出
 - ▶ フィールドワークによる温泉観光地の現状把握

- ▶ 参加者は市役所職員から、NPO参加者、伝統工芸従事者まで、出身地域は石川を初め、長野、沖縄まで、幅の広い層から意見交換がなされた。
- ▶ この項では意見交換により得られた知見を構造化し、発表する。

内的要因・外的要因の抽出（抜粋）

強み

温泉が多い、観光資源が多い

里山、里海がある

都会にない料理、素材、生活文化が当たり前にある

温泉でホスピタリティがある

温泉に効用がある（黒髪、肩こり改善等）

弱み

温泉に集客が少ない。リピーターが少ない。
合併町村の合併効果が出ず、縄張り意識がある。

地域リーダー不在

排他的、囲い込み的な商慣習がある

加賀温泉郷は、地理的に遠く、顧客サービス提携の連携取りにくい

SWOT分析マトリックス

機会

北陸新幹線開通による効果

チャーター便による国際アクセス増

ITによる情報化出来る素地がある

大学等多く、学生がレンタルできる

脅威

白山/人口の減少・高齢化

おもてなしの心が薄れている

（サービス業の人間力、教養、間接表現力がなくなっているのではないか）

成熟社会が求める“おもてなし”

全世界の歴史に例のない均質で豊かな成熟社会の日本、サービスの先に“おもてなし”を求める。

求められた本当のサービスは？



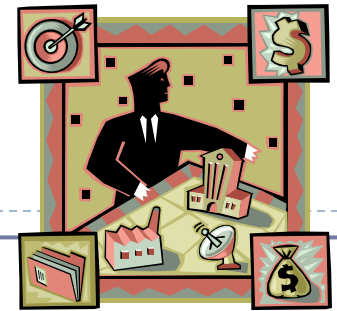
伝統的な“おもてなし”の本質を伝える伝説は忘れられつつある。
しかし、この理念は現在にも生きていると確信する。

“旅人”には一番大事なものを



アフガンが国の命運を賭けてアルカイダを匿っているのは、彼らが旅人として訪れていたからだと聞く。
日本の風土に共通するのかも？

抽出された意見



▶ 計画性＋スピード

- ▶ 2014年北陸新幹線開通までに整備するべきものを考えるべき
- ▶ 顧客との関係構築には経験上10年くらい必要だが、事業採算は3年。時代はスピードを求めている
- ▶ 情報提供はターゲットを定める必要がある
- ▶ 北海道は地元放送局が台湾のケーブルTVに提供。北海道は台湾からの集客に成功している。
- ▶ 新しい施設を建てるだけでは陳腐化してしまう。顧客の嗜好に対し、強いセールスポイントを持つことが必要。
- ▶ リアルとバーチャルとプロモーションをトータルで考える必要がある。



抽出された意見

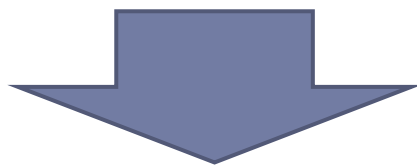
▶ 地元の良さを活かす

- ▶ 地元の人が地元の魅力を知らない
- ▶ 地元の人々の口コミに従って行動したら、凄く満足できた。同じ有名どころばかりを紹介したらリピーターにならない
- ▶ 漁港ではその場で地場の魚等を味わえる
- ▶ 見るメディアによって、記述してあることがバラバラであることがある。地元固有の歴史をでたらめに変えない方が良い。
- ▶ 温泉観光においては「人間の交流」「繋がり」というものがキーワードになるのではないか



石川の伝統工芸を活かすには？

- ▶ 伝統工芸は36品目、認知度が低い
- ▶ 生き残るための決め手が無い
- ▶ 売れるものにするにはニーズや理由が必要
- ▶ 中国観光客の投機目的での購入はあっても、良さを理解してもらえらるとは限らない
- ▶ 絵付け等、「体験」をすることで販売に繋がる
- ▶ 作るだけでなく、「使う」ことも大事



「良さ」を知り、売っていく為には
市場や顧客にとっての「入り口」が重要！

山代温泉フィールドワーク



フィールドワークから

- ▶ イベントの参加者は地元の人
がほとんどであった
 - ▶ 蟹鍋終わったら人が居ない
 - ▶ 商店の中には客がおり、楽し
んでいる様子だった
 - ▶ 自然が多い道は風が心地よく、
空気が美味しいと感じた
 - ▶ ウォーキングロードの予定地
は歩く距離も長くなく、さほど多
くない時間で山道を回れる
 - ▶ 太鼓をたたく男が観光客から
写真を沢山撮られていた
 - ▶ 昔ながらの湯治、その効能に
感動した！
- ▶ これまでいろいろやったがなか
なか改善されなかった普段の
生活リズムからくる体調不良
が改善された。
 - ▶ 古総湯の3階から見える景色
は昔教科書等で見た挿し絵と
良く調和し、風情を感じられた。
 - ▶ 山手の道は自然豊かで、見晴
らしもよく、ぶらぶらと歩くと心
地よかった

参加者二人の感じたままの
感想より

山代温泉：地域一体再生構想

山代を世界の
湯治場に！



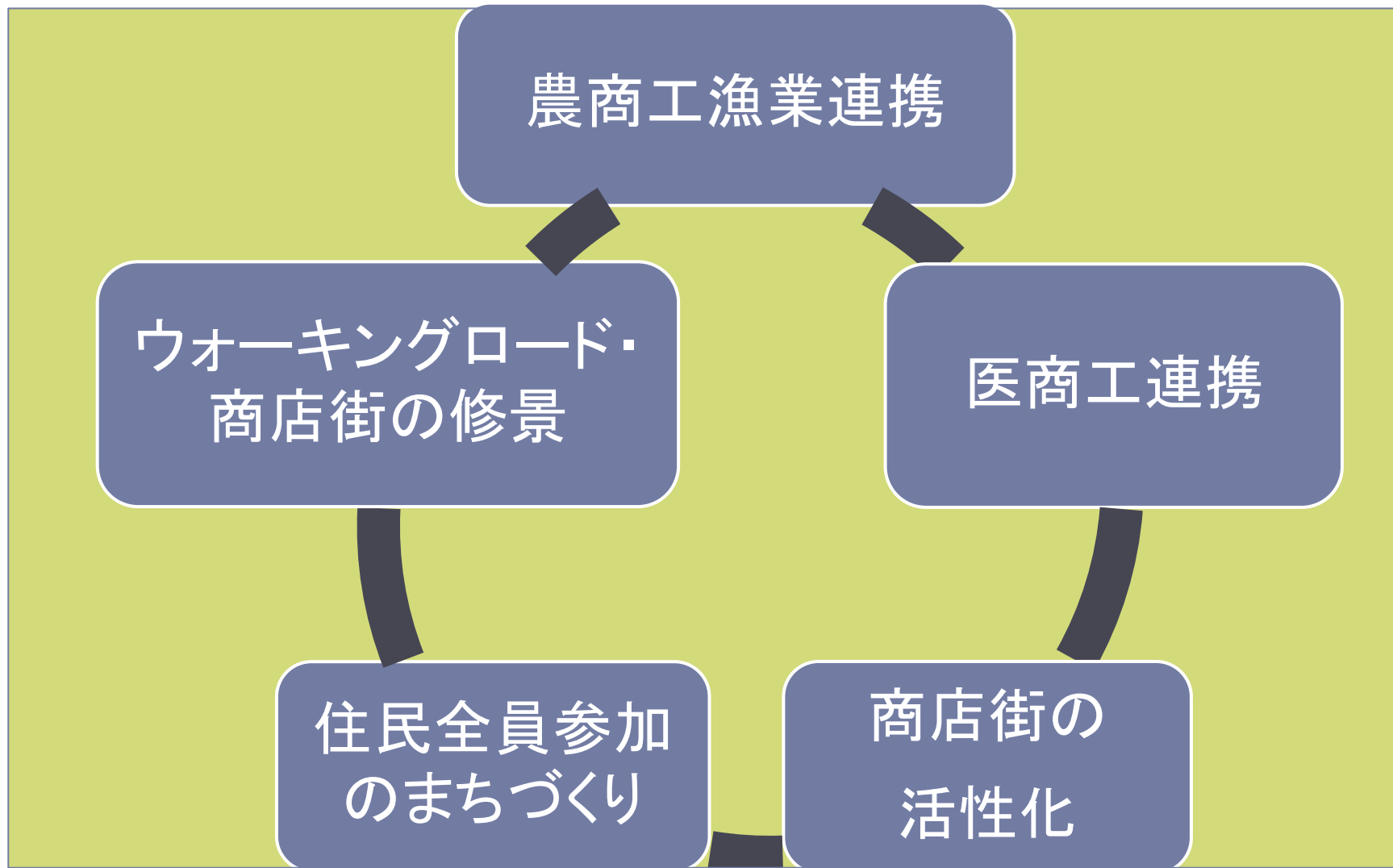
キーワードは

「医農商工漁業連携」

どのようにして山代温泉を再生するか？

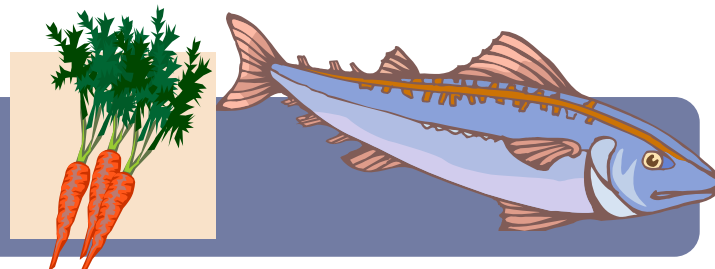


山代温泉まちづくり5つのポイント



まちづくりのポイント

農商工漁業連携



- ・ 地元の食材・食品・名産を活かした「加賀ブランド」を構築する
- ・ 加賀ブランドをアピールするイベントの開催
- ・ 長期的には「加賀グルメモール」の構築を目指す

医商工連携



- ・ 医療関係機関と連携しヘルスツーリズムを取り入れた温浴療法の確立する
- ・ 長期的には生活習慣病予防センターの誘致を目指す。
- ・ 湯治場としての新しい形を市場に提供する

まちづくりのポイント

商店街の活性化



- ・「やる気人材」を育成・登用したチャレンジショップを展開する

ウォーキングロード・商店街の修景



- ・歩行空間の整備、道路の整備、東山の竹林景観を整備する
- ・長期的には、豊かな自然を取り入れた回遊可能なウォーキングロードを構築する
- ・降雪時にも歩ける商店街になるようにバリアフリー化する



住民参加型のまちの活性化

- ・小学生をはじめ、住民全員が観光ガイドになることを目指す
- ・ホスピタリティの向上や観光ボランティアガイドの育成をする

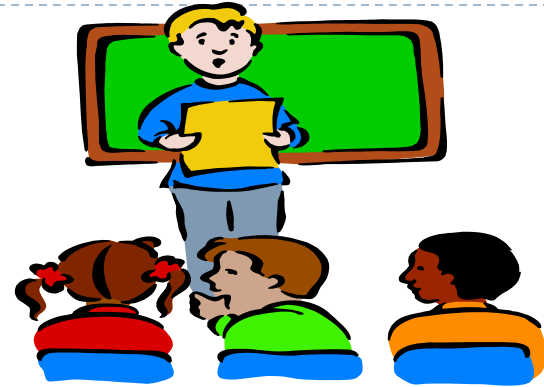
住民全員参加型のまちの活性化



住民参加型のイベント



自転車パーツ・ロードレース etc



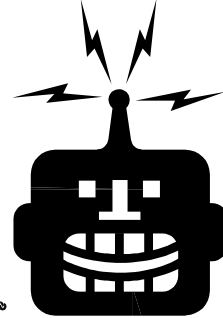
人材育成



よそ者



若者



ばか者

検索結果一覧へ戻る

そぞろ歩きが楽しい温泉街 何でもランキング 外湯訪ねてカラコロン

2010/12/4 4:00 | 日本経済新聞 電子版 | 1424文字

記事を保存しました
保存記事一覧へ

小 中 大 保存 印刷

いよいよ師走。寒い季節に体が温まる温泉がひびきたりだ。町並みに風情があり、共同浴場(外湯)や店が充実しているそぞろ歩きが楽しい温泉街を専門家に選んでもらった。

城崎温泉(兵庫県豊岡市)

645ポイント

個性の違う7つの外湯が楽しめる。外湯を生かすため、各旅館の風呂の大きさを制限するなど町ぐるみで協力。飲食店や土産物店なども並び、楽しく歩ける。志賀直哉など文豪が滞在したことでも知られ、至る所に記念碑もある。同温泉街では浴衣が正装で、着こなしを助言する「ゆかたご意見番」を約30店に配置しており、浴衣での町歩きが気軽にできる。



「中心を流れる川には柳が揺れ、木蔭橋がかかってお絵になる。湯めぐりのほか、冬は松葉が二が咲く(坪田三千代さん)。「駅が玄關、通りが廊下、外湯がお風呂、土産屋がお土産コーナーと町全体が一つの旅館のよう(富本一幸さん)。(1)JR山陰本線・城崎温泉駅で下車(2)0796・32・3663(城崎温泉観光協会)

波温泉(長野県山ノ内町)

535ポイント

木造の旅館が並び、石畳の路地が縦横に走る温泉街。路地を歩けば、昔ながらの射的場やスマートボール、卓球場などに出合える。宿泊客は町に点在する9カ所の外湯に無料で入浴できる。回った外湯のスタンプを押す「巡浴祈願手ぬぐい」など町歩きを楽しむ手掛りも。温泉まんじゅうも有名で、クリームじゅうや酒まんじゅうなど店ごとに様々な風味を楽しめる。



「温泉めぐりのほか、そばの食べ歩きもおすすめ(小林しのぶさん)。「木造多層の宿が多く残り、歴史を感じる町並み。食事どころや飲み屋なども充実しており、1人で楽しめる(野口冬人さん)。(1)長野電鉄・湯田中駅から上村行きバスで約7分(2)0269・33・2921(波温泉旅館組合)

野沢温泉(長野県野沢温泉村)

240ポイント

中心部の「大湯」など地元の人が管理・利用する13カ所の共同浴場がある。源泉で町の人が野菜や卵をゆでる光景が見られる。冬はスキー客でにぎわう。鳥煙を上げる源泉で野菜をゆでる風景は「必見」(小林さん)。「外湯めぐり楽しい(野村菜津子さん)。(1)JR飯山線・戸狩野沢温泉駅からバスで約20分(2)0269・85・3155(野沢温泉観光協会)



山代温泉(石川県加賀市)

230ポイント

明治時代の共同浴場を復元した「古経湯」が今秋完成。同浴場を囲むように宿などが並び、帯は「湯の曲輪(ゆのがわ)」と呼ばれ、風情ある町並み。足湯やわき水スポットも。「北大路魯山人が滞在した建物や修業した窯元を訪れるのも楽しい(坪田さん)。(1)JR北陸本線・加賀温泉駅からバスで約12分(2)0761・77・1144(山代温泉観光協会)



ランキングの上位におもぎやかな温泉街が並んだが、自然に囲まれた静かな温泉街を推す声も多かった。その代表が、黒川温泉(熊本県南小国町)だ。大分県との県境に近い山間部にあり、川沿いの雑木林の中に旅館や店が点在する。温泉街共通の「入湯手形」を買えば、旅館3軒の露天風呂に入浴が可能で、森林浴を楽しみながら、温泉につかることができる。

北海道では切り立った峡谷に囲まれた層雲峡温泉(北海道十川町)の名もあがった。1月には氷のトンネルなどをライトアップする祭りもある。

山奥の湯治場、肘折温泉(山形県大蔵村)を推す声もあった。冬は雪見風呂を楽しめ、4〜11月には「毎日、地元農家の朝市が立つ」(野

口さん)。

2010年12月4日
日本経済新聞の紙面に掲載！

「そぞろ歩きが楽しい温泉街 何でもランキング」

山代温泉は全国で10位に選ばれる

山代ブランド作り（企業のCSR活用実践例）



特集 湯河原・真鶴

Special Feature Yugawara & Manazuru



湯河原って？



湯河原々々
担きそば



今夜は湯河原
に帰ろう！



美観



くーぽん



旨



学生の、学生による、学生のための
加賀市誘客推進
プロジェクト

金沢大学 地域創造学類

地域プランニングコース2年

中西省吾 川口大貴 杉本亜紀代

澤田美久 出口未由羽

はな宴

中山 史規

●ルロワ東出さんとの出会い

2010年6月19日。社会起業家をめざす若者のための「起業支援プログラム」説明会での出会いがきっかけでした。・



●私が学生から学んだこと

『素人目線はプロを超える？』

→プロの業者が知恵をしぼって考えたプランより、素人の客の意見をシンプルに形にした方が大ヒットプランが生まれるかも・・・

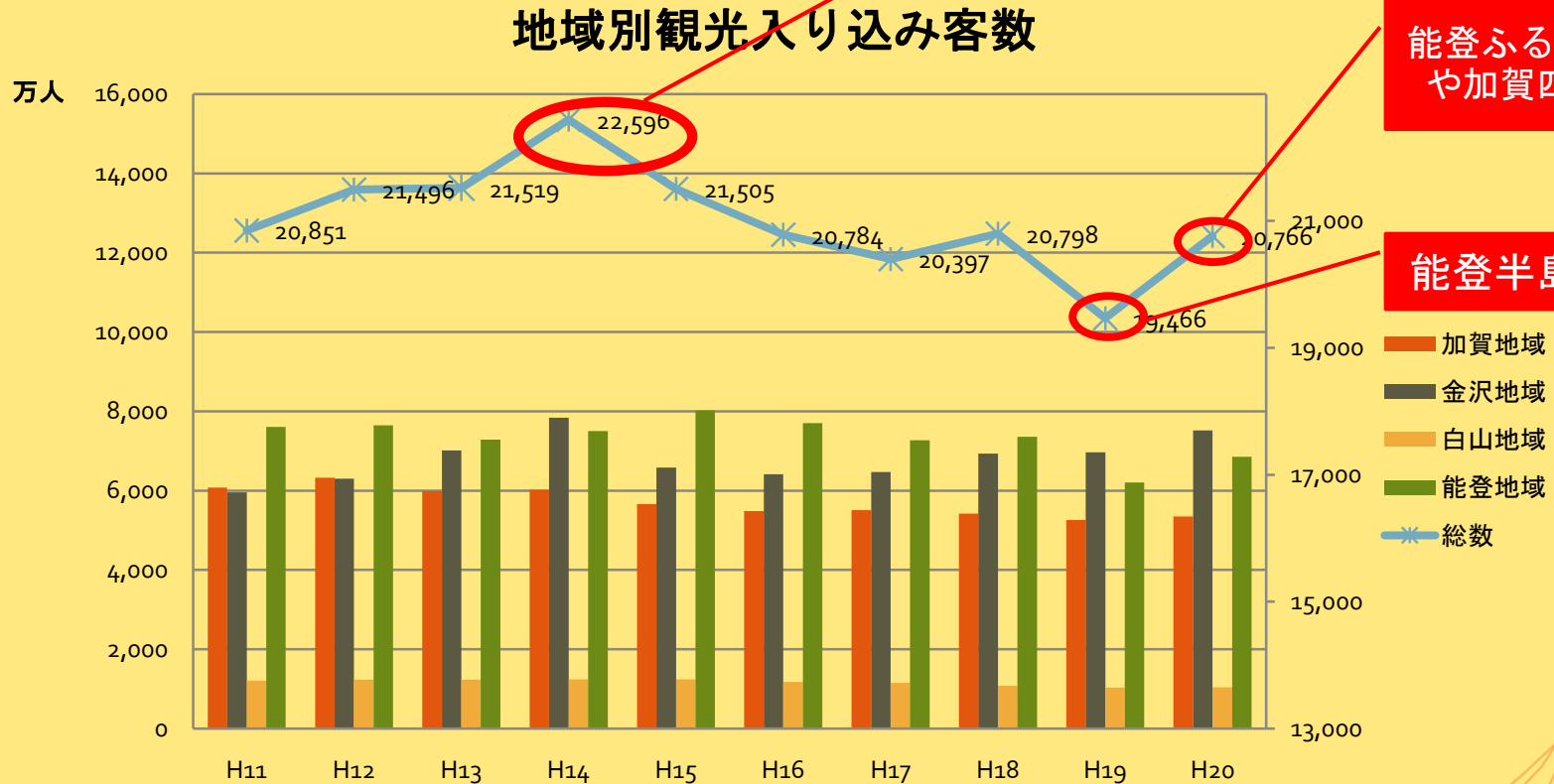
I. 加賀市の現状

● 地域別観光入込客数の推移

NHK大河ドラマ
や加賀百万石博

能登ふるさと博
や加賀四湯博

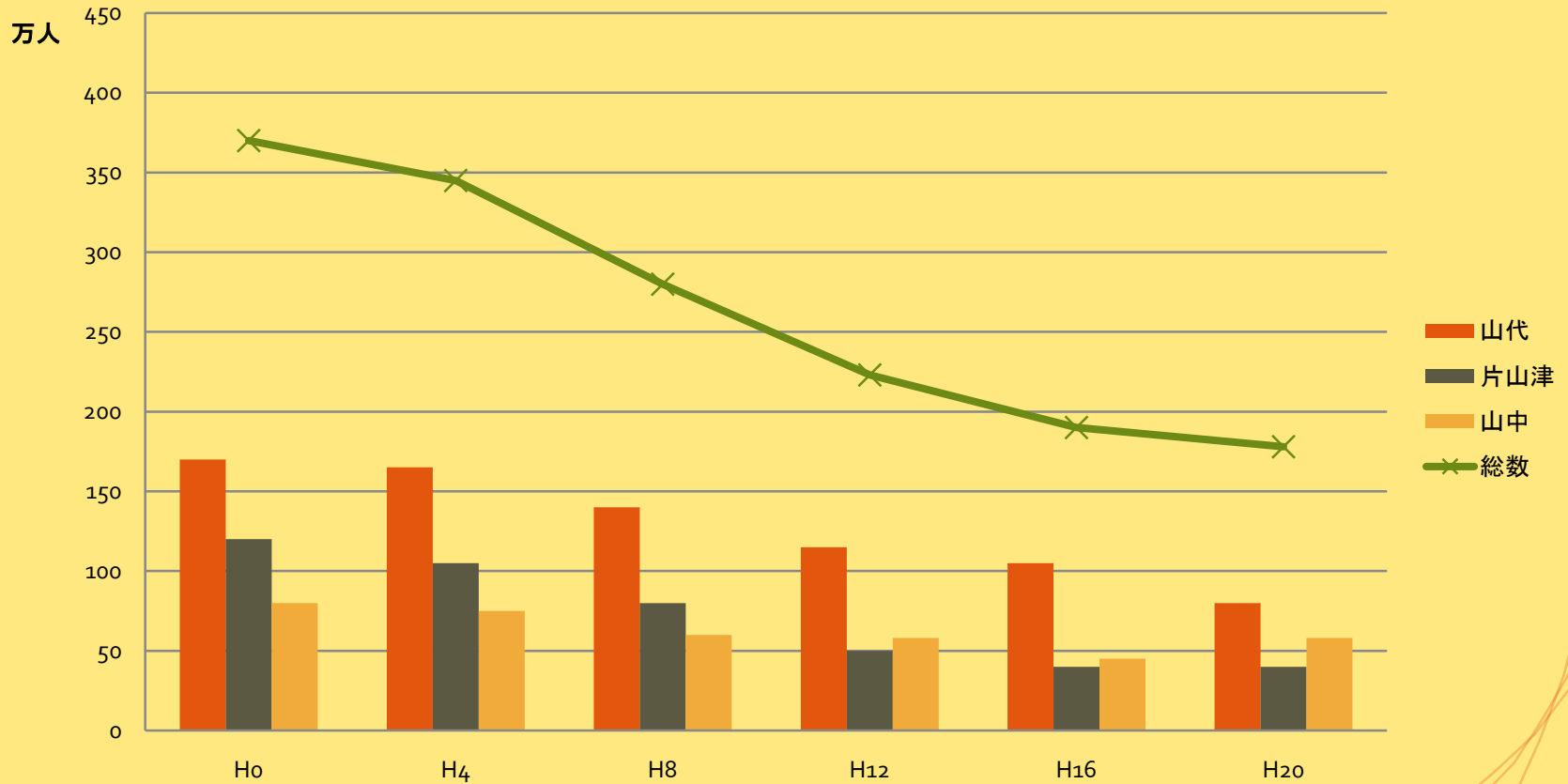
能登半島地震



近年、金沢・能登地方より下回る

加賀温泉の宿泊者の推移

加賀温泉 宿泊者・日帰り年度別推移

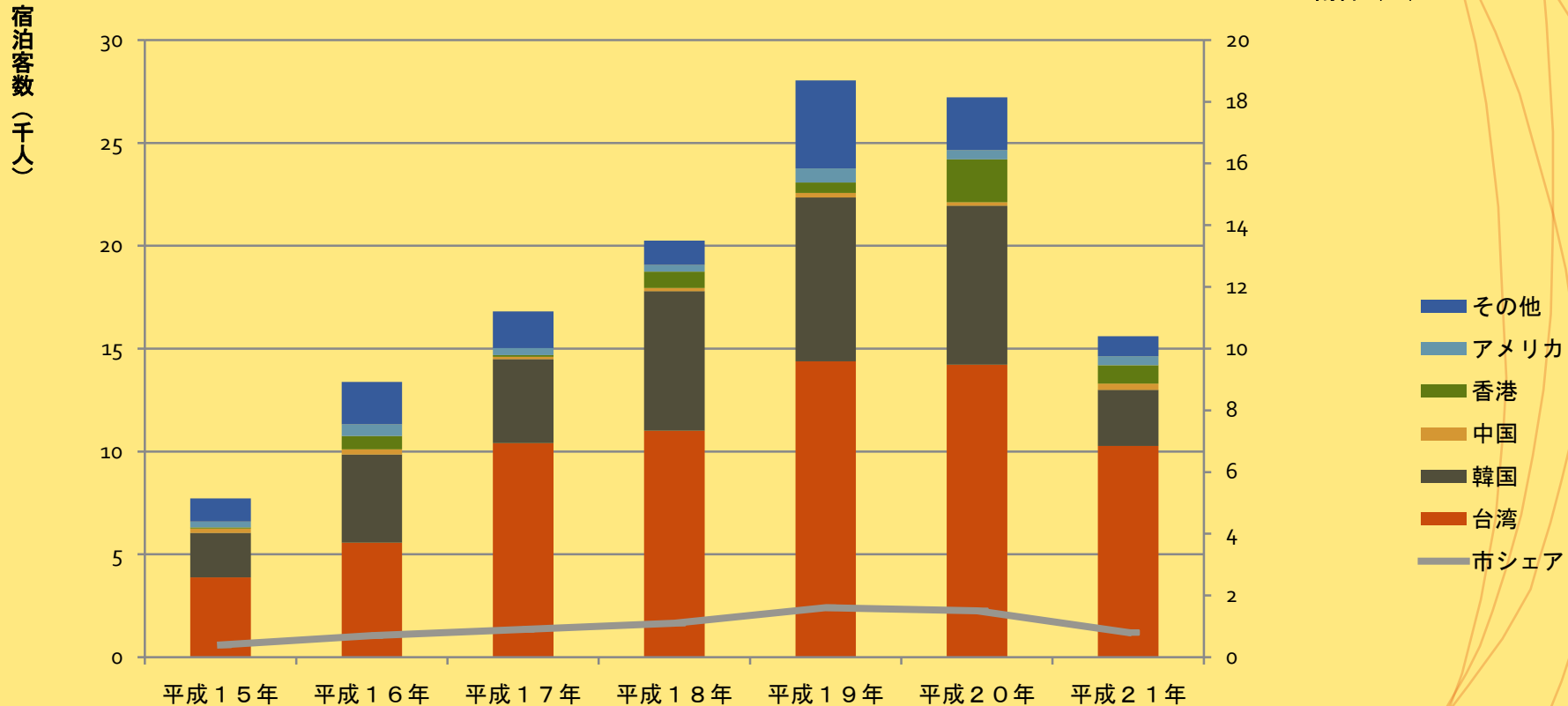


→ピーク時の約半数に...!

I .加賀市の外国人宿泊客の推移

加賀市内外国人宿泊客の推移

割合 (%)



→能登空港からの台湾直行便など急増するアジア諸国やヨーロッパからの海外旅行の対応は能登エリアに大きく後れをとっており、加賀エリアの外国人対応は急務

加賀温泉の3つの課題と対策

課題1. 市場環境の変化

- ・ 近接観光地（金沢、能登エリア）との競合
- ・ 新勢力（低価格旅館、スーパー銭湯）の台頭
- ・ 観光客の嗜好の多様化への対応

→ 新しい魅力創出の必要性

- ① 観光顧客の老齢化と
- ② 外国人観光客への対応の遅れが加賀温泉の重要課題だと考えました！

課題2. 観光顧客の老齢化

→ 若年層の獲得の必要性

課題3. 外国人観光客への対応の遅れ

→ 外国人向けのニーズの把握、プランの充実

重要課題への提案

重要課題① 『観光顧客の老齡化』

には若年層である私達学生自身が魅力を感じるプランを、

重要課題② 『外国人観光客への対応の遅れ』

には海外から大学に学びに来ている留学生自身が魅力を感じるプランを考えてきました

提案:

28445人の**金沢の学生**と
1576人の**外国人留学生**が
気軽にコミュニケーション
できる場をつくりたい!



名付けて...

Cool or Fever?!

★That's ENKAI tainment★

～日本の温泉文化を体感しよう～

That's ENKAItainmentとは
加賀温泉で学生と留学生が
お互いの文化を紹介しあいながら
飲みにケーションすること **1**



加賀温泉

2

学生
(日本人 ×
留学生)



3

飲みに
ケーション



1.学生のホンネ

金沢大生が思う加賀市のイメージ

「加賀？温泉地しか思い浮かばない」

「泊まりに行くなら、県外がいいなあ・・・加賀は中途半端に遠い」

「観光するところ何かあったっけ...」

2. 学生(日本人×留学生)

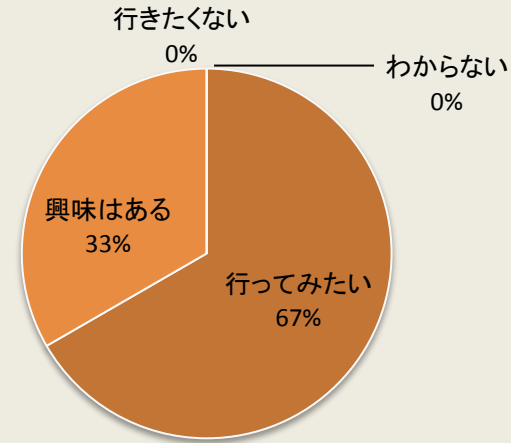
なぜ学生は旅行をしなくなったのか？

- ・ 旅行を控え、巣ごもり消費
 - ▶▶▶ 第三のビールを買って自宅で宴会、近くのスーパー銭湯に行く
- ・ インターネットの普及でモノ・情報が溢れている
 - ▶▶▶ ネットを開けば世界へ旅行した気分になれる
＝非日常を求める気持ちの薄れ・・・？

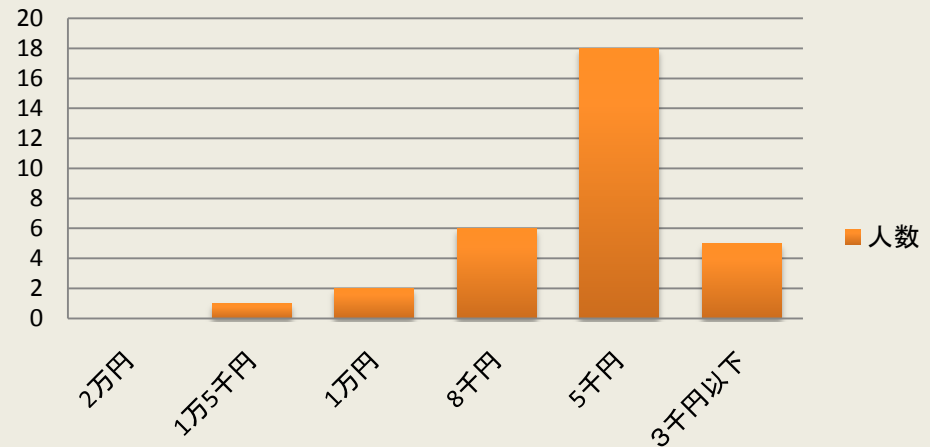
⇒でも、本当は人と人とのつながりを感じることが出来る『**コミュニケーションの場**』を求めている！

金沢在住留学生へのアンケート調査

学生温泉宴会に行ってみたい？



料金がいくらまでなら行きたいと思う？



学生温泉宴会マラソンに関する緊急アンケート調査【氏名記入不要】
The questionnaire of student's communicating of a hot spring inn / 学生温泉宴会企画チーム

ご住所 address 金沢市内 金沢市部外 金沢大学
性別 sex 男 女 年齢 age 24
国籍 nationality 中国

【Q1】日本に来てから温泉 (onsen) に行ったことはありますか？ ないと答えた人はその理由も載せてください。
Have you ever been to a hot spring since you come to Japan? If your answer is "No", please explain the reason.
1. あり Yes 2. ない No 理由 ()
理由 (温泉がないです)

【Q2】Q1で温泉 (onsen) に行ったことがあると答えた方に質問です。具体的にいった場所や旅館名を教えてください。
If your answer is "Yes", which place have you been to?
1. 加賀温泉 Kaga onsen 2. 湯涌温泉 Yuwaku onsen 3. 和倉温泉 Wakura onsen 4. その他の温泉 ()温泉 Others
5. 近所のスーパー銭湯 Spa near your house

【Q3】地元の学生と交流できる宴会があったら、行ってみたいですか？
Would you like to join a Japanese style party with local Japanese students?
1. 行ってみたい Yes 2. 興味はある I'm interested in it 3. 行きたくない No 4. わからない I don't know 理由 () reason

【Q4】平日一泊2食付きの学生温泉宴会がいくらまでであれば、行ってみたいですか？
How much can you pay for the Japanese style "onsen" party?
A. 2万円まで up to 20,000 Yen B. 1万5千円まで up to 15,000 Yen C. 1万円まで up to 10,000 Yen D. 8000円まで up to 8,000 Yen
E. 5000円まで up to 5,000 Yen F. その他 ()円まで others (up to () Yen

【Q5】日本文化のどの伝統ものに興味がありますか？ 神社・折り紙・浴衣など具体的に教えてください。
Among the various Japanese cultures, please indicate the most attractive to you. For example, shrine, origami and yukata.
(温泉、神社等)

【Q6】地元の学生と交流できる機会があればどんなことを聞いてみたいですか？具体的に教えてください。
If you have a chance to join the Japanese style "onsen" party with the local Japanese students, what kind of topics do you want to know from the Japanese students?
(日本の習慣と日本人生活について、興味は何ですか、外国と交流が楽しみです)

【Q7】学生温泉宴会に関して意見・要望があれば、ご自由にお書きください
Free space. Please tell us your ideas for communicating between international students and Japanese students!
(温泉の場所が知りたいです、ぜひ教えてください)

※このアンケートは北陸先端科学大学院大学 地域再生システム部 温泉観光チームで発表するための参考資料になります。

⇒『日本人の友達が一人もいない・・・』
留学生も日本人との『コミュニケーションの場』を求めていた！

3. 飲みニケーション(学生と留学生のニーズ)

* 日本の学生のニーズ

・サークルの新歓や合コンなど初めて会う人と仲良くなるためにはまず、飲み会！

* 留学生のニーズ

日本人の学生と交流したい！
畳、浴衣など日本の伝統文化を体験したい！

…のに、いい機会がなかなかない！

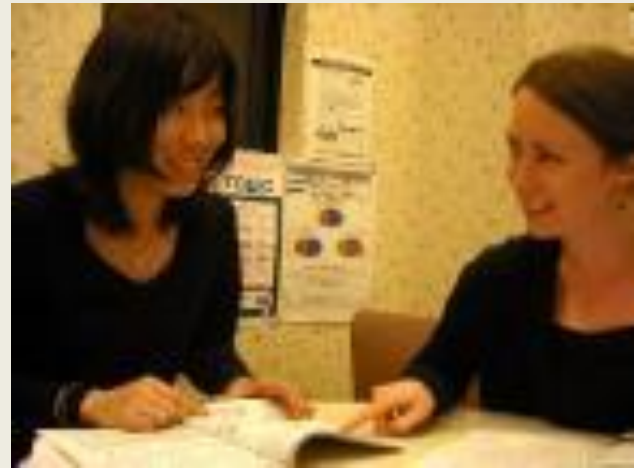


気軽に、交流
できる場がほしい！



私達がやりたい3つの理由

- 1. 外国語が話せることで深まる友人関係もある



- 2. 外国語で説明するために日本や地元の文化を学ぶことで『ふるさとの魅力』を再発見できる

- 3. 自分が生まれ育った文化を『自分の言葉』で説明できる国際性ある人間になれる

1泊2
日

＜学生温泉宴会プラン＞

平日限定一泊二食付プラン:

■学生一人当たりの費用

①日本人学生・・・8000円

②留学生・・・・・・・・・・5000円

■一部屋あたり単価

①4万2000円(日本人4人、留学生2人の場合)

②2万9000円(日本人3人、留学生1人の場合)

■金沢～加賀温泉までの交通費

宿泊先旅館に送迎バスの負担していただく



日程

【1日目】

バスでレクリエーション！

ONSENカルチャー体験！

浴衣に着替えて・・・

みんなで宴会！

いつもとは違う、特別な時間・空間を共有



日程

【2日目】

- ・ 歴史ある加賀温泉街、大聖寺の船下り、九谷焼美術館等の「まち歩きツアー」
- ・ 伝統工芸体験ツアー(CANBUSを利用)
- ・ ものづくり見学ツアー(南加賀産業観光)
- ・ 海カフェ&パワースポットツアー



九谷焼
絵付け体験



船下り



まち歩き

宴会ですてしてみたいこと

アイス
ブレイク



折り紙
など日本文
化を紹介

日本の遊び
・百人一首
・坊主めぐり

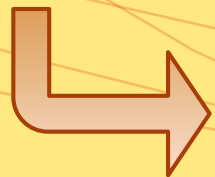


留学生の
浴衣体験



菖蒲湯など
季節限定
企画

サプライズ
企画



やってみないとわからない!

モデルツアーを実施し、パンフレットを作成

モデルツアーを行い、
実際に宴会を体験！



調査・アンケートを実施し、
外国人、若年層対応のノウハウを蓄積
モデルツアーで残した写真を活用してパンフレット
『学生温泉宴会ガイドブック（仮称）』を作成

じゃらん、ネットなどのメディアを活用し関西
圏、首都圏からの集客も視野に戦略的に告知。
温泉文化を体験するなら『加賀温泉』のイメージ
づくり（ブランド化）を県外、海外にもPR。



2014年新幹線開通までのスケジュール

学生の総数と留学生数

	学生総数	留学生
石川県	28445	1576
近畿	595771	23085
首都圏	1243110	65008

2011年 金沢の学生誘客

2012年 金沢の学生のモデルツアーの写真
を活用して**関西の学生のモデルツアー実施**

2013年 関西の学生のモデルツアーのノウハウ
を活用して**首都圏の学生のモデルツアーを実施**

2014年 金沢、関西、首都圏のモデルツアーの実施で
得たノウハウを活かして新幹線開通とともに**首都圏の学
生を加賀温泉に誘客**

外国人にも同時にPRすることで
日本の湯治場だけではなく、
世界の湯治場へ！！



参考資料：

アンケート調査における他項目とその回答

Q1. 日本の何に興味があるか？

浴衣、着物、祭、神社、寺、温泉、三味線、折り紙、生け花、弓道、剣道、和食

Q2. 地元の学生にどんなことを聞いてみたいか？

おすすめの観光地、温泉の種類・効能、全国の有名な温泉、温泉の入り方、方言、金沢について、日本文化、風景、日本料理、日本の歌、行事、若者の考え方、化粧、アニメ・小説、日本の学生の興味、生活、仕事、経済

Q3. 学生温泉宴会への意見・要望

たくさんの交流の機会を用意する、自由に意見を交換できるように、留学生を理解しようとして欲しい、自然の温泉に入りたい等

留学生アンケート調査協力者の男女比と国籍

国籍

フランス	1人
韓国	5人
ドイツ	1人
ベトナム	1人
タイ	1人
台湾	1人
中国	23人

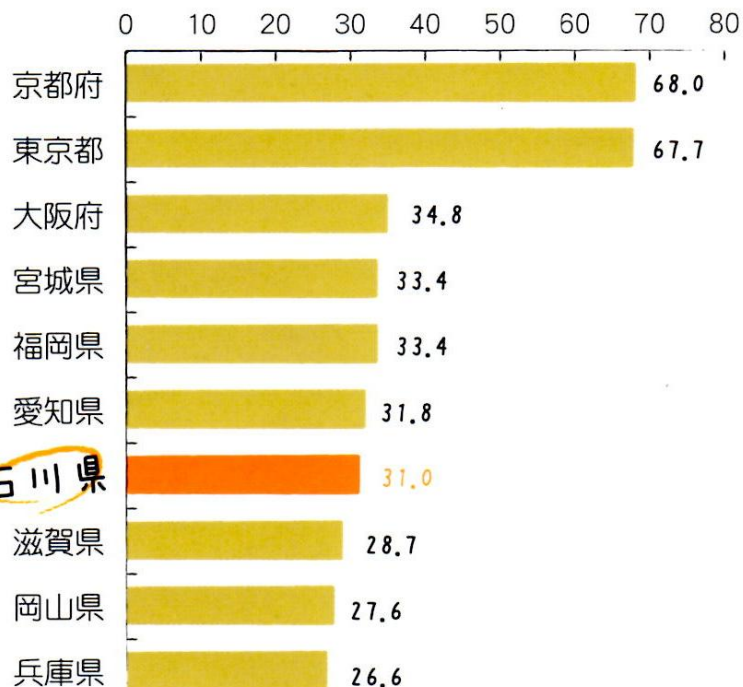
男女比

男性	11人
女性	22人
総数	33人

参考資料： 学生のまち・石川県の統計データ

人口1,000人当たりの学生数

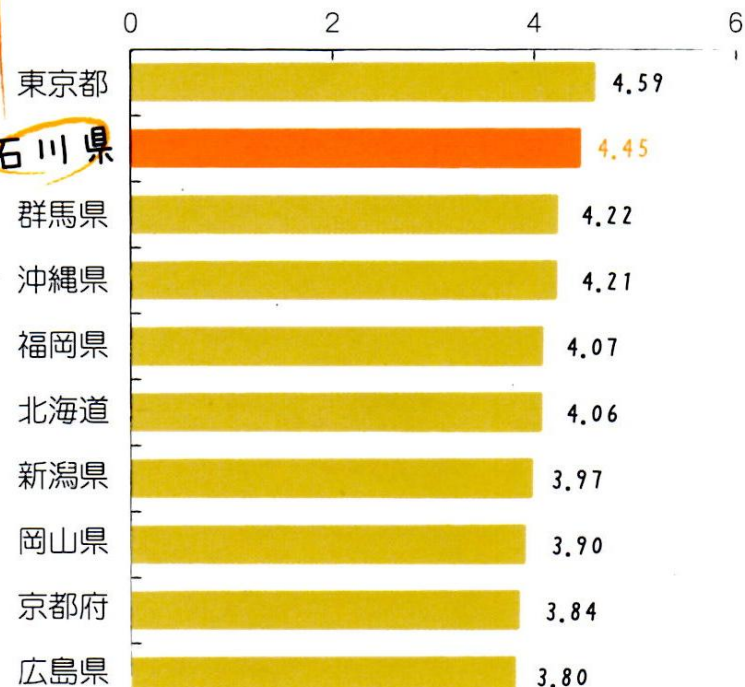
(学生数/1,000人)



都道府県 (上位10位)

人口10万人当たりの高等教育機関数

(高等教育機関数/10万人)



都道府県 (上位10位)

※人口は、H20.10.1現在の推計人口

※学生数および高等教育機関数は、平成21年度学校基本調査 (H21.5.1現在) のデータ

参考資料： 若者の情報収集行動

- 口コミは友達で情報通（インフルエンサー）に聞く。
- ネットで検索。口コミ情報を収集。
- 旅行雑誌（じゃらん等）、旅行代理店のパンフレット、ネットを組み合わせで複合検索

観光振興のためのIT活用方策と政策提言

5.1 環境整理

- ① 社会成熟化に伴う 観光市場の個人化・多様化
特に女性化
 - ② 交通・通信の発展に伴う
市場の広域化・商品個性化・強特徴の要求
 - ③ 日本経済収縮に対応して市場のグローバル化
 - ④ ICT革新による情報流通メディアの多様化
 - ⑤ ICT革新による情報発信の多元化と
アマチュア化に伴う消費者情報の活用
 - ⑥ 情報の正確性・高効率化への要求
-



5.2 情報・コンテンツ発信の課題

① 消費者要求の多様化・個性化・個人化への対応

② 情報メディア多様化への対応と
メディアミックスの活用

③ 市場のグローバル化に伴う 多言語化への対応

④ 消費者発信情報の活用

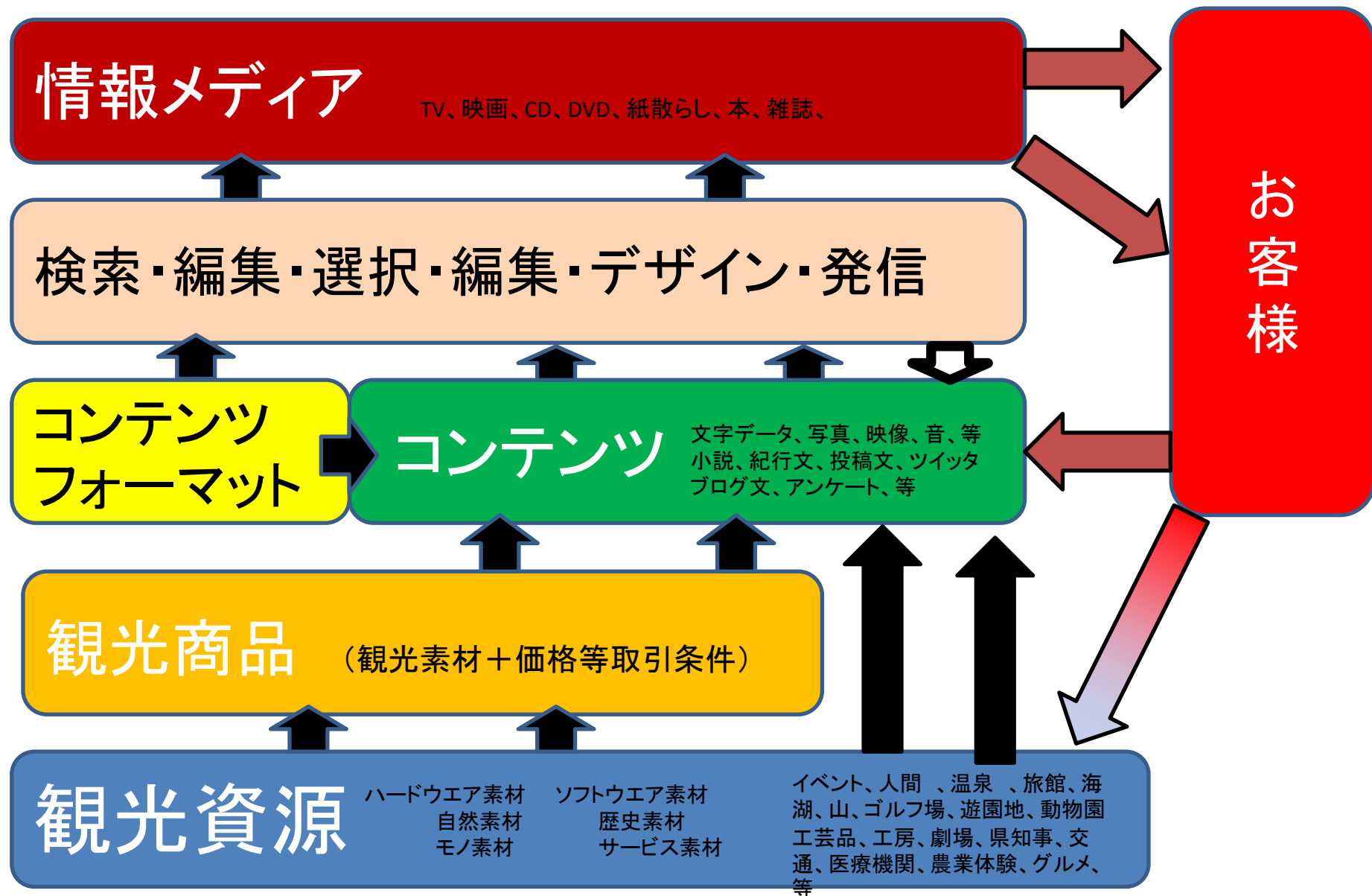
⑤ 情報発信をどうしやすくし・メンテナンス性の向上

多種観光資源素材情報の発信

⑥ 情報正確性の向上

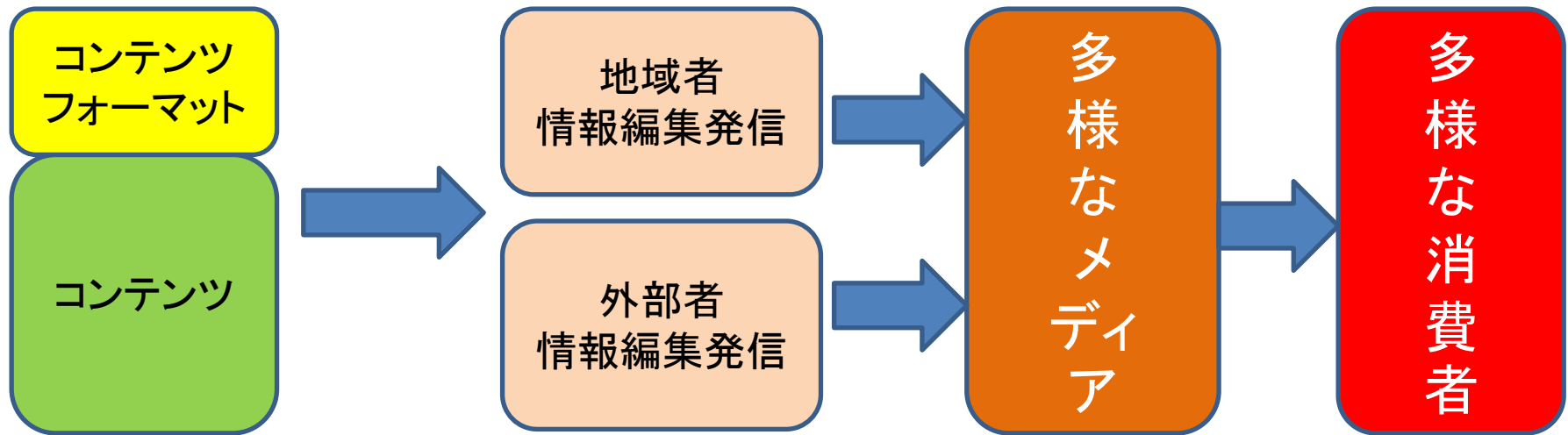
⑦ 加賀地域・白山地域の多様な観光資源を売り出す

5.3 観光情報・コンテンツ／観光素材の整理

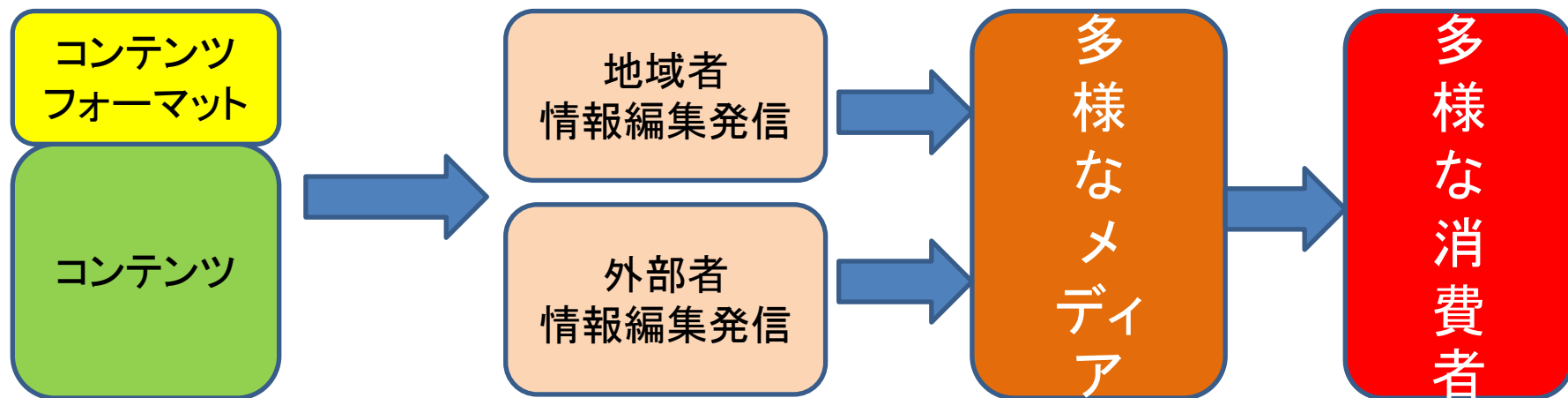


5.4 加賀・白山の観光情報発信への提言

- ① 観光素材・商品毎コンテンツフォーマット **開発・公開**
多言語対応フォーマット
- ② コンテンツをインターネット網に **一元保持管理**
- ③ コンテンツの所在を公的に **一元管理**
- ④ 多様消費者向け観光情報発信プログラムを開発



5.5 提案の整理



- ① コンテンツフォーマットを決めると コンテンツを造りやすくなる
- ② コンテンツを観光素材所有者など一番観光素材に近い人が開発管理することによりコンテンツが正確になりメンテナンスが確実になる
- ③ コンテンツの簡単な入手により多様向けの情報発信が開発しやすくなる

5.6 観光情報発信今後の展開

- ① コンテンツフォーマットを世界基準で開発し
世界に発信する——>加賀・白山観光情報発信者
を世界に創る
- ② 他地区が同方式を採用することにより
——>他地区との連携商品を作りやすくなる
- ③ 観光情報発信の世界標準を創ることにより
観光情報産業を起業し地域産業を開発できる