

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	こらっしえ稲取大作戦！ローカルエリアプロモーション事業のビジネスモデル確立		
(2) 実施団体名	稲取温泉観光合同会社	(3) 対象地域	静岡県東伊豆町稲取
(4) 代表団体名		(5) 推薦団体名	静岡県東伊豆町、稲取温泉観光協会

(6) 実施した取組の内容	取組①	異業種の水平ネットワークによるケーススタディとビジネス展開への基盤整備	
	実施主体	稲取温泉観光合同会社	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容：①商品提供分野へのアンケート調査の実施②地場製品の創意工夫及び付加価値の検討③新たな市場へのマーケティング、プロモーション方法の検討 ・実施時期：平成20年9、10月 ・実施場所：東伊豆町稲取温泉 ・取組の目的：地域産品を集客力のある魅力的な商品とするため、業種を超えた関係者が協働して地域産品の創意工夫、付加価値の検討や新たな市場へのビジネス展開手法の検討を行うことにより、地域産品の利活用を促進するとともに、業種を超えた連携基盤の構築を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容：①商品提供分野へのアンケート調査の実施②地場産品の創意工夫及び付加価値の検討③新たな市場へのマーケティング、プロモーション方法の検討 ・実施時期：平成20年9～12月 ・実施場所：東伊豆町稲取温泉 ・取組の結果：生産者とあらゆる業態の住民により検討を行ったことで、これまでになかった枠組みの連携基盤が構築された。また、地域における主販路が旅館であることに着目して検討を行ったことで、天草のレシピ集等の作成、伊豆若草石を使った洗顔クリーム等、和風のカーネーション「スターチェリー」の開発に繋がり、地域産品に新たな魅力付けが行われ、域内での地域産品活用目標を達成した。
	取組②	着地型旅行商品の造成と発信、販路開拓によるビジネス展開	
	実施主体	稲取温泉観光合同会社	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容：①モニターツアーの実施②旅行者へ販売プロモーション、現地ヒアリング調査によるニーズ把握 ・実施時期：平成20年9～12月：着地型旅行商品の検討・モニターツアー 平成20年10～11月：現地販売プロモーション 平成20年11～12月：旅行者へのヒアリング調査 ・実施場所：①東伊豆町稲取温泉（モニターツアー） ②大都市圏（販売プロモーション、ヒアリング調査） ・取組の目的：モニターツアー及び販売プロモーションの実証を通じ、大都市圏を対象マーケットとして、送客ニーズ・顧客ニーズに対応した魅力的な旅行商品の造成・発信を行うとともに販路開拓を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容：①モニターツアーの実施②旅行者へ販売プロモーション、現地ヒアリング調査によるニーズ把握 ・実施時期：平成20年9～12月：着地型旅行商品の検討・モニターツアー 平成20年10～11月：大都市圏大手旅行会社への販売プロモーション 平成20年11～12月：旅行者へのヒアリング調査 ・実施場所：①東伊豆町稲取温泉（モニターツアー）…延12回実施、100人参加 ②大都市圏（販売プロモーション、ヒアリング調査）…延4回実施、30社訪問 ・取組の結果：27本の着地型旅行商品を造成、ティー・ゲート社、近畿日本ツーリスト、JR東日本、じゃらん、日本旅行、JTBの大手6社との提携が実現した。季節商品もあるが、造成後（11月以降）のツアー参加者は130人にのぼっている。
	取組③	顧客満足度向上を目指し、案内機能の統一的水準を整備、人材養成	
実施主体	稲取温泉観光合同会社		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容：①稲取版おもてなしマニュアルの検討・作成及びマニュアル活用の啓発 ②人材養成の実施 ・実施時期：平成20年10～11月：マニュアルの検討・作成・啓発 平成20年10～12月：人材養成 ・実施場所：東伊豆町稲取温泉 ・取組の目的：案内機能の統一的水準となる「稲取版おもてなしマニュアル」の検討や域内旅館を対象にマニュアル活用の啓発を行うことにより顧客満足度の向上を図るとともに、プラットフォーム基盤の構築によりマーケティングやプロモーションを担う人材の継続的な養成を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容：①稲取版おもてなしマニュアルの検討・作成及びマニュアル活用の啓発 ②人材養成の実施 ・実施時期：平成20年10～11月：マニュアルの検討・作成・啓発（延べ4回実施、地域住民延べ30人参加） 平成20年10～12月：人材養成（4回実施、地域住民延べ60人参加） ・実施場所：東伊豆町稲取温泉 ・取組の結果：今回作成した、おもてなしマニュアル「稲取ドリル」は、稲取温泉旅館協同組合において、人材養成事業で積極的な活用が決定した。着地型旅行商品の担い手育成事業としてインストラクターの養成を行い、造成後のツアーで活用している。また、プロモーション講座に参加した住民が、取組①の販売プロモーションを実践した。 	

(7)実施体制	平成20年度の取組実施における体制・役割分担		取組の実施を踏まえた反省点	
	<ul style="list-style-type: none"> ・稲取温泉観光合同会社(主担当:取組①~③) 本取組の提案者であり実施主体。 ・こらっしえ稲取協議会 本取組を総括する協議体組織。以下の8団体により構成され、実施主体と連携して取組。 ・東京経済大学(取組③マーケティング、人材養成) ・東伊豆町商会(取組①伊豆若草石の商品化、販路開拓における協働) ・伊豆漁業協同組合稲取支所(取組①天草活用の商品化、販路開拓における協働) ・伊豆太陽農業協同組合(取組①カーネーション活用における協働) ・賀茂地域支援局、東伊豆町(取組①) ・稲取温泉観光協会、地域住民(取組①②③) 		<ul style="list-style-type: none"> ・このプロジェクトは、地域住民が地域の活性化を目的として出資設立した合同会社が実施主体となり、その企画から実施までの全てを地域住民が熱意を持って取り組んだものであり、地域の基幹産業である観光の振興のみならず、地域の農林水産業にまで効果が波及した。 ・本プロジェクトを支える「こらっしえ稲取協議会」の各構成機関が、それぞれのコネクションを駆使して今回の取り組みを支えたことにより、新たな協力体制が生まれるなどの相乗効果があった。 ・伊豆漁業協同組合稲取支所においては、県漁連にまで販路を拡大するなど役割以上の支援が行われた。 ・伊豆若草石の利活用にあたって、当初計画にはなかった化粧品製造会社の「ケアリングジャパン社」、販売会社の「メール商事」の参画を得たことで、円滑な取組実施が可能となり、想定以上の成果に繋がった。 ・伊豆太陽農業協同組合では、カーネーション部会の協力により、当初予定になかった新種の和風カーネーション「スターチェリー」の発掘・プロモーションに繋がった。 	
(8)取組により得られた成果	○成果1→	域内での地域商品の活用度を向上		
		H19	H20(当初予定していた目標)	
		地域産品の域内での積極的活用がなされていない	地域での活用実績 <ul style="list-style-type: none"> ・稲取産天草(ところてん) 域内協賛旅館80% ・カーネーション 域内協賛旅館50% ・伊豆若草石洗顔ソープ試作 域内協賛店舗10店舗以上 	
		H20(実際に得られた成果)		
		<ul style="list-style-type: none"> ・天草を使った「料理レシピ集」の作成により旅館協同組合の検討を経て、域内旅館の80%でメニュー化促進が実現。 ・カーネーションの利用/バリエーション、フラワーアレンジメントの提案により全ての域内旅館で利活用が実現するとともに、旅館協同組合「雛の館」でイベント開催期間中にカーネーションの展示が決定。 ・伊豆若草石を使った洗顔クリームのサンプルモニターアンケート結果が好評で、若草石関連商品を10店舗にて販売することが決定。 		
	○成果2→	魅力的な着地型旅行商品の造成と大手旅行会社との提携		
		H19	H20(当初予定していた目標)	
		実績なし	<ul style="list-style-type: none"> ○大手旅行会社と提携可能な魅力的な旅行商品の造成 10本以上 ○着地型旅行商品の実施における具体的提携 大手3社 	
		H20(実際に得られた成果)		
		<ul style="list-style-type: none"> ・モニターツアーの実施により、大手旅行会社に訴求可能な着地型旅行27本を商品化。 ・モニターツアー及びマーケティングの実践を経て、ティー・ゲート社(送客)、近畿日本ツーリスト(モニター)、JR東日本(パンフレット掲載)、じゃらん(パンフレット掲載)、日本旅行(パンフレット掲載)、JTB(パンフレット掲載)の首都圏大手6社との提携が実現。造成後(11月以降)のツアー参加者は130人。 		
○成果3→	統一的水準のマニュアルによる意識啓発、人材養成			
	H19	H20(当初予定していた目標)		
	実績なし	域内実施旅館80%		
	H20(実際に得られた成果)			
	<ul style="list-style-type: none"> ・「稲取版おもてなしマニュアル:稲取ドリル」を作成し、全ての域内旅館で人材養成に活用。 ・地域マーケティング、プロモーションを担う人材養成講座(WS)に地域住民60人が参加し、現地での営業活動を実践。 			

<p>(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点</p>	<p>・本年度開発を行った地域産品の新商品モデルは、アンケートにより一定の評価を得たが、今後、持続的な事業化に向けては、安定供給体制の確立とともに新たに開発した商品の価値や認知度の向上に関する取り組みが必要である。また、多くの地域関係者に地域産品の利活用の理解を得たが、さらに地域外への浸透を図るため、主要ターゲットである首都圏でのアンテナショップ開設やこれを活用した市場調査など、事業展開の発展が必要である。</p> <p>・本年度アンケート調査から、発地側旅行会社では着地型旅行商品の流通がまだ厳しい状況と見込んでいる者が多いことから、発地に向けた情報発信を継続的に行うため、伊豆の魅力を一元的に発信するポータルサイトの開設や、これを活用した市場調査が必要である。また、着地型旅行商品の特性を利用した教育旅行誘致の取り組みや海外マーケットからの顧客獲得に向けた新たな仕組みづくりが求められる。</p> <p>・本年度事業により、当初23年度以降に計画していた「着地型旅行案内所」の設置が21年度から本格化することになったため、これに配置しうる人材(稲取コンシェルジュ)養成とともに拠点におけるイメージづくりが必要である。</p>	
<p>(10)平成21年度以降の活動の見込み</p>	<p>当初提案に予定していた平成21年度以降の展開</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 旅行業としてのビジネス展開(H21年度) ・魅力的な着地型旅行商品の大都市圏での販路拡大 2. 観光地として顧客型にシフトするためのニーズ調査(H21年度) ・リピーター確保のための仕組みづくり、具体的な実証実験実施 3. 特産品の販路拡大のための基盤構築(H21年度) ・大都市での市場調査と拠点づくり、コンソーシアム設立 4. 域内で人材養成を継続的に行うための仕組みづくり(H21年度) ・稲取コンシェルジュ養成講座 ・歴史、山野草、達人等着地型旅行担い手育成 ・顧客満足度やニーズ調査 5. ローカルエリアプロモーション事業の拠点整備(H22年度) ・着地型旅行案内所設置 6. "まちの駅"着地型旅行のテーマパーク構想のハード整備によるローカルエリアプロモーション事業の本格展開(H23年度) <p>上記2、4から分割</p>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 旅行業としてのビジネス展開(H21年度) ・実施主体:稲取温泉観光合同会社 ・着地型旅行の新販路の開拓。体験型教育旅行に着目した大手旅行会社修学旅行担当部門への市場調査・プロモーションと中国旅行会社との提携による日本国内旅行手配の仕組みづくり。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額 1000万円)] 上記1及び下記7に分割 3. 特産品の販路拡大のための基盤構築(H21年度) ・実施主体:稲取温泉観光合同会社 ・上記1に伴う拠点設置。首都圏でのアンテナショップ開設実験による地場産品の市場拡大。 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額 1000万円)] 4. 域内で人材養成を継続的に行うための仕組みづくり(H21年度) ・実施主体:稲取温泉観光合同会社 ・稲取コンシェルジュ養成講座(下記5に配置する特別な人材養成講座) [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額 100万円)] ・実施主体:稲取温泉観光協会 ・歴史、山野草、達人等着地型旅行担い手育成 [活用を希望する制度:無し(東伊豆町の委託費により実施予定)] 5. ローカルエリアプロモーション事業の拠点整備(H21年度～) ・実施主体:稲取温泉観光協会(平成21年度協会事業費の予定) ・着地型旅行案内所の設置 [活用を希望する制度:無し(自主財源により実施予定)] ・実施主体:稲取温泉観光合同会社 ・拠点を活用した稲取のイメージアップ(稲取ブランドによるインフォメーション実証実験) [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額 200万円)] 6. "まちの駅"着地型旅行のテーマパーク構想のハード整備によるローカルエリアプロモーション事業の本格展開(H23年度) ・実施主体:東伊豆町 ・稲取文化公園と海岸をつなぐ温泉場のメインストリートの整備 [活用を希望する制度:自主財源の予定] 7. 情報発信及びニーズ調査(H21年度) ・実施主体:稲取温泉観光合同会社 ・伊豆の魅力を発信するポータルサイトの構築 ・ポータルサイトによるマーケット調査 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額 400万円)]

こらっしえ稲取大作戦！

ローカルエリアプロモーション事業のビジネスモデル確立(静岡県東伊豆町稲取地域)－稲取温泉観光合同会社－

◆主な実施取組の内容◆

取組①：異業種の水平ネットワークによるケーススタディとビジネス展開への基盤整備

実施主体：稲取温泉観光合同会社

実施内容：地場製品の創意工夫や付加価値の検討
新規市場へのプロモーション

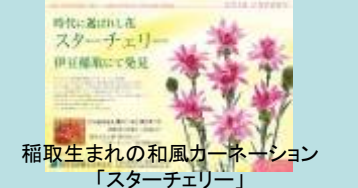
取組結果：生産者とあらゆる業態の住民により検討を行ったことで、これまでになかった枠組みの連携基盤が構築された。また、地域における主販路が旅館であることに着目して検討を行ったことで、天草のレシピ集等の作成、伊豆若草石を使った洗顔クリームの開発、和風カーネーション「スターチェリー」の発掘に繋がり、地域商品に新たな魅力付けが行われ、域内での地域商品活用目標を達成した。



伊豆若草石を使った
「洗顔クリーム」



天草レシピ本「天草のおかげ集」



稲取生まれの和風カーネーション
「スターチェリー」

取組②：着地型旅行商品の造成と発信、販路開拓によるビジネス展開

実施主体：稲取温泉観光合同会社

実施内容：モニターツアー実施・販売プロモーション

取組結果：27本の着地型旅行商品を造成、ティー・ゲート社、近畿日本ツーリスト、JR東日本、じゃらん、日本旅行、JTBの大手6社との提携が実現し、商品造成数、提携数とも目標を大きく上回った。季節商品もあるが、造成後(11月以降)のツアー参加者は130人にのぼっている。



27本の着地型旅行商品



JR東日本のパンフレット
に掲載



おもしろ屋号看板

取組③：顧客満足度向上を目指し、案内機能の統一的水準を整備、人材養成

実施主体：稲取温泉観光合同会社

実施内容：稲取版おもてなしマニュアル作成・活用
人材養成

取組の結果：今回作成した稲取版おもてなしマニュアル「稲取ドリル」は、稲取温泉旅館協同組合において、人材養成事業で積極的な活用が決定した。着地型旅行商品の担い手育成事業としてインストラクターの養成を行い、取組②で造成したツアーで活用している。また、プロモーション講座に参加した住民が、取組①の販売プロモーションを実践した。



人材養成ワークショップ



インストラクターの実施養成



稲取版おもてなしマニュアル
「稲取ドリル」

◆取組実施による成果・今後の展開◆

- ・本プロジェクトは、地域住民が地域の活性化を目的として出資設立した合同会社が実施主体となり、その企画から実施までの全てを地域住民が熱意を持って取り組んだものであり、地域の基幹産業である観光の振興のみならず、地域の農林水産業にまで効果が波及。
- ・地域商品によるプロモーションにあっては、今後、商品の安定供給体制を確立するとともに、商品価値や認知度の向上に関する取り組みを計画。さらに地域外への浸透を図るため、主要ターゲットである首都圏でのアンテナショップ開設など、新たな事業展開を行う。
- ・発地に向けた情報発信を継続的に行うため、伊豆の魅力を総合的に発信するポータルサイトの開設や、これを活用した市場調査を計画。着地型旅行商品の特性を利用した教育旅行誘致の取り組みや海外マーケットからの顧客獲得に向けた新たな仕組みづくりを計画。