

地域の魅力を伝える「カシオペアブランド」発掘・発信事業

(特産物WG)

【提案概要】

カシオペア地域にある世界に誇る資源を地域内外に周知し認知度の向上を図るとともに、従来以上の収益を地域から引き出すことを目的とし、良質かつ上質な「カタログギフト」を制作し、WEBやマスコミなどを活用したクロスメディア展開による情報発信により、地域の魅力の発掘・発信につなげる。

【背景（提案理由）】

問題点 (現状の課題)

カシオペア地域の弱点は、世界に誇る資源（御所野遺跡、浄法寺漆、甘茶、ハイキュー等）が地域にあるにも関わらず、発信力が脆弱であるため、地域内外における認知度が低いことである。

解決策

良質かつ上質な広報「カタログギフト」の制作と、それに伴う発信・PRをクロスメディア展開により効果的に実施することで、地域製品の認知度の向上を図る。

【実施プラン】

具体的な実施内容

- ①地域製品のマーケティング、資源の掘り起こし、販路開拓
- ②特産品と観光等連携したビジネスモデルのプロデュース
- ③地域の深い魅力を発信するため、縄文や中世などの歴史的文化をはじめ特産品や匠が伝承する技術、カシオペア地域ならではの体験や地域的美食などを紹介するカタログ制作
- ④カタログ制作に伴うWEBやSNS、マスコミを活用したクロスメディア展開

メリット(効果)

- ①地域資源の掘り起こし、再発見
- ②情報発信による地域内外における認知度の向上
- ③特産品販売の向上及び地域への誘客による収益の向上

検討課題(実施主体、導入スケジュール、予算など)

【実施主体】

民間事業者設立
(当初は4市町村が共同で広告代理店等とタイアップして実施し、数年後に民間事業へ移行させることも可)

【導入スケジュール】

4市町村が共同で事業スキーム確認後民間事業者を公募

【予算】

4市町村の出資金及び事業収益で運営

遊休農地を利用した漆原木の確保

(特産物WG)

【提案概要】

平成27年2月に文化庁が国宝・重要文化財の修復等における国産漆を使用する方針を策定したことを受け、国産漆の需要が高まっているが、国宝・重要文化財の修復需要に応えられないのが現状である。国産漆の7割以上のシェアを占める「浄法寺漆」の更なる生産量を確保するため遊休農地への植栽をカシオペア地域で勧めていく。

【背景（提案理由）】

問題点 (現状の課題)

これまで、中国産漆を使用していた修理業者は平成30年より下塗りから上塗りまでの全工程で国産漆を使用するため漆の需要量が増えることが予測されるが、漆を採取する漆原木の確保が出来ていない状況にある。

解決策

農地所有者の高齢化に伴う耕作放棄地の増加が見込まれるため、農作物程の手間がかからない漆苗木の植栽をカシオペア地域全体で勧め、漆原木の確保に努める。

【実施プラン】

具体的な実施内容

- ①遊休農地の活用方法について検討
- ②遊休農地への植栽の推進(啓発活動)
- ③植栽・保育管理・萌芽更新指導(肥培管理等)
- ④植樹祭
- ⑤苗木補助、下草刈り補助の検討

メリット(効果)

- ・遊休農地の活用
- ・漆原木の確保
- ・漆団地形成に伴う漆に対する誇りの醸成

検討課題(実施主体、導入スケジュール、予算など)

【実施主体】

各市町村

【導入スケジュール】

現在漆の苗木も需要に応えることが出来ないため、漆の産地である二戸市を中心に苗木の供給体制を構築すると共に、遊休農地への植栽の啓発活動を実施していく。

【予算】

現在ある既存の事業を活用しながら予算の確保に努める。
(ex. 森林環境保全直接支援事業、日本型直接支払事業等)

カシオペア地域の特産物を使ったカシオペア丼(仮称)の提供事業

(特産物WG)

【提案概要】

カシオペア地域の特産物を使ったカシオペア丼(仮称)を提供することにより、域内での特産物の消費を促すとともに、地域内外に特産物を効果的にPRする。

【背景(提案理由)】

問題点 (現状の課題)

カシオペア地域は農畜産業のウエイトが高く、様々な特産物が生産されているが、PR不足もあって域内消費は多くない。



解決策

カシオペア地域の特産物を使った商品(カシオペア丼)を地域内の飲食店で提供することにより、地元の人に地域の特産物に関心・誇りを持ってもらい、地元消費に繋げる。
また、特産物を複数組み合わせた「カシオペア丼」を観光客にも食べてもらう仕組みをつくり、地域外の人にもカシオペア地域の特産物を効果的にPRする。

【実施プラン】

具体的な実施内容

カシオペア地域の選りすぐりの特産物を集めたカシオペア丼(仮称)の提供

- ・「カシオペア丼」の定義を定める。
 - 食材：きらほの米を使用、地元でとれた鶏肉や旬の野菜を使用 等
 - 食器：地元で作った漆器を使用、地元で作った箸を使用 等
- ・カシオペア地域の飲食店において、各店舗の特色を活かしたメニューを販売する。
- ・観光客向けにカシオペア地域を訪れた際に食べるマストグルメとしてPRする。
- ・各飲食店が提供する「カシオペア丼」を食べ比べてもらうようスタンプラリーを行う。
- ・大型イベントの開催(肉祭)

メリット(効果)

- ・地域内外において、カシオペア地域の特産物の良さが伝わり、消費が増える。
- ・定義を工夫することで、特産物のみならず伝統工芸品のPRにも繋がる。
- ・多くの飲食店で「カシオペア丼」を提供することで、域内を回遊する人が増える。
- ・「カシオペア丼」を食べるために来訪する観光客が増える。

検討課題(実施主体、導入スケジュール、予算など)

【実施主体】

カシオペア青年会議所、カシオペア地域の各商工会

【導入スケジュール】

関係者と「カシオペア丼」の定義について検討した上で、カシオペア青年会議所と各商工会が連携し、地域内の飲食店に「カシオペア丼」の提供を依頼する。

【予算】

必要に応じて要検討

カシオペア地域共通商品券事業

(観光資源WG)

【提案概要】

域内の消費を喚起するため、カシオペア4市町村で利用可能な共通商品券を発行する。

【背景（提案理由）】

問題点 (現状の課題)

- 既存の商品券は、発行元の市町村に使用範囲が限定されている。
- ⇒①観光客...現行の仕組みでは、観光スポットから商店街等に観光客を誘導することができていない。
- ⇒②地元住民...自ずと近隣店舗の利用に限られるため、域内消費の活性化につながりづらい。

解決策

- 観光客を地域商店街等に誘導するための施策及び利便性の向上により域内消費の活性化を行う。
- ⇒カシオペア地域共通商品券の発行
 - ①利便性向上により消費を喚起
 - ②キャンペーン等による呼び込み

【実施プラン】

具体的な実施内容

- カシオペア4市町村で利用可能な共通商品券を新たに発行する。

メリット(効果)

- 市町村の垣根を超えた新規顧客の来店が期待できる。
- 利用範囲を4市町村とすることで、特定の地域以外にも観光客の関心を向けるきっかけとすることができる。
- 地域や店舗の単独実施よりも、より効率的・低コストでPRやキャンペーンを行うことが可能。
- 商品券付きのツアーを企画するなどの旅行者向けの展開を行うことで、旅行者の消費喚起に繋げることができる。

検討課題(実施主体、導入スケジュール、予算など)

【実施主体】

発行主体を新設する
各商工会のノウハウを活用する

【その他】

- プレミアム(ex.1,000円商品券を900円で販売)などの特典を付与することで、利用を促進することができる。
- 有効期限を発行日から1カ月などの短期設定にすれば、旅行者にターゲットを絞ることも可能。
⇒旅行中の利用を促し、加盟店を訪れる機会を創出する。
- 商品券付きツアーやセット販売の考案など、有効な販売方法の検討が必要。
- 将来的には、マーケティング強化のため、ポイントカードの発行等についても併せて検討する。

カシオペア周遊ツアー企画事業

(観光資源WG)

【提案概要】

域内の観光セクションと民間旅行事業者が連携し、カシオペア地域を周遊できるツアーを企画する。

【背景（提案理由）】

問題点 (現状の課題)

- 観光資源が各地に点在しているため、周遊ルートを示さないで、単一の観光スポットから他の観光スポットに観光客を誘導しづらい。

解決策

- カシオペア地域を周遊できるツアーやモデルコースを企画し、単一の観光スポット以外についても知ってもらう。

【実施プラン】

具体的な実施内容

- 車移動が基本となるため、借上げタクシーやバスを活用した周遊ツアーを企画
⇒史跡や歴史、漫画の聖地巡礼、体験型など目的やターゲットを絞ったツアーを企画することで、集客力を高める。
- 周遊ツアーの実現にあたり、民間旅行事業者と協議
⇒旅行事業者主催ツアーへの追加設定を目指す
- 「カシオペアブランド発掘・発信事業」と連携し、クロスメディア展開による観光情報発信
⇒域内を周遊できるモデルコースを紹介する。

メリット(効果)

- カシオペア地域内での滞在時間が長くなり、消費につながる。
- 情報の発信力を高めることにより、集客力の向上が期待できる。

検討課題

【実施主体】

観光セクション(岩手県観光部門、市町村観光部門及び観光協会)、民間旅行事業者、いずれはDMOに移行を検討

【ツアーの内容】

実施主体で協議

【その他】

クーポン券や限定商品を付けた付加価値の高いツアーの検討。
カシオペア地域共通の観光ポータルサイト設立の検討。

ロードサイド観光拠点の整備

(観光資源WG)

【提案概要】

カシオペア地域内の市町村間を結ぶロードサイド(幹線道路)沿いに、地域内の特産品を取り扱う観光拠点を新たに設置することで、集客力向上及び滞在時間の拡大を図る。

【背景(提案理由)】

問題点 (現状の課題)

・観光スポットが分散している
⇒魅力的な観光資源を有しているものの、複数の観光スポットを巡る際に移動に多くの時間が取られることから、観光客の足を遠ざける一因になっている。

【実施プラン】

解決策

・新たな観光拠点をカシオペア地域内の市町村間を結ぶ幹線道路沿いの要所に設置する。
⇒(イメージ)観光客が”寄り道”あるいは”一休み”できるような地元ならではの観光拠点の創造。

具体的な実施内容

・市町村間を結ぶ域内幹線道路沿い(ex.一戸⇄二戸間、二戸⇄軽米間、軽米⇄九戸間、九戸⇄一戸間など)に、地域内の特産品を取り扱う新たな観光拠点を設置する。

メリット(効果)

・集客力が高まることに加え、域内の周遊行動が促されるため、滞在時間の拡大も見込める。
・地域の文化や歴史、特産品などの情報発信の場としての活用も可能となり、宣伝効果も期待できる。
・来訪者のみの集客に留まらず、地元の商品製造、販売員の雇用の創出。

検討課題(実施主体、導入スケジュール、予算など)

【実施主体】

・検討主体...設置場所をつなぐ”両”市町村のメインプレーヤー(地公体、商工団体、金融機関)
⇒設置のメリットが設置場所をつなぐ両市町村に及ぶため、拠点の所在市町村単独の取組みではなく、連携して取り組む。

・運営主体...民間事業者、第三セクター、あるいは(仮称)カシオペア地域連携DMO

【導入スケジュール】

- ・設置場所の検討
- ・設備内容の検討(以下、WGにおける検討案)
 - ① 特色ある郷土料理が楽しめる飲食店⇒特産物WGの「カシオペア丼」を活用することも可能
 - ② カシオペア地域の特産品や農産物を販売
 - ③ 観光客向けに体験プログラムを提供(竹細工、漆塗、南部ほうきなど) etc...

【その他】

・観光拠点のモデルとしては、特定テーマに絞った小規模施設や、「道の駅」のような総合施設が考えられる。
(「道の駅」⇒基点となりうる知名度を持つため、観光客の誘導効果が期待できる。なお、国道4号沿いでは岩手町から青森県三戸町間に「道の駅」が未設置の状況となっている。)

カシオペア地域連携DMOの設立

(WG全体)

【提案概要】

カシオペア地域の観光地域づくりの舵取り役としての役割を担う法人を設置し、様々な広域連携策を機動的、継続的に実施するための態勢を整備する。

【背景（提案理由）】

問題点 (現状の課題)

- 観光資源が点在化
⇒個別の取組みでは、潜在的な観光客を呼び込めていない可能性あり
- 広域連携の実施主体が不在or流動的
⇒広域施策を提起できても、実施に至る調整で苦慮

解決策

- 観光客を呼び込むためには、広域連携での取組みが必要であり、確たる実施主体も必要
- 各種施策の効果を検証し、次に活かす(改善)ための専門人材によるマーケティング調査が必要

【実施プラン】

具体的な実施内容

- ①各種広域連携策の実施(ex.各WGで提言されたアイデア)
- ②観光施策のマーケティング調査
- ③補助金を活用した大掛かりな仕掛け(インバウンド需要対策も仕掛けることが可能)
- ④他DMOと連携した規模を拡張した取組み
- ⑤観光庁等の専門支援を活用したインバウンド対策事業

メリット(効果)

- ・広域連携の施策を機動的、継続的に実施することが可能。
- ・観光庁の認定を得れば、専門家によるバックアップが見込める。
- ・専門人材のマーケティング機能を活かせば、施策の「改善」が見込める。
- ・DMOによる自助収入を活用し、行政補助頼りにならない観光施策が可能。

検討課題(実施主体、導入スケジュール、予算など)

【実施主体】

(仮称)カシオペア地域連携DMO

【導入スケジュール】

設立準備会を設置の上で継続協議

【予算】

当初は出資金及び補助金で運営。将来的には施策の収入も活用。