

「地方創生カレッジ in 山陰まんなか」の成果のポイント

1. テーマ

、当地域でのさらなるデータ活用を推進するべく、マーケティングやデータについてeラーニングで学んだ後、観光データや観光資源等について専門家の助言を受けながら、ワークショップを通じてターゲットの抽出や地域の新しい魅力を洗い出す。受講者自身がデータに基づいた地域の魅力の再確認・発掘とモデルルート検討のプロセスを辿ることにより、次年度事業への活用、地域での継続したデータ活用とリーダー育成へと繋げる。

2. 現状と問題点

デジタル技術が急速に発展する中、デジタルは地方の社会課題を解決する鍵であり、新たな価値を生み出す源泉となっている。デジタルの力を活用して地方の社会的課題を解決する、政府の掲げる「デジタル田園都市国家構想」の実現には、その担い手の中心となるデジタル人材の育成が必要である。地域の観光振興においては、デジタル技術やそれらを元にした現状把握のためのデータへの理解は進みつつあるものの、観光による効果を地域全体に幅広くもたらすための具体的な事業への活用はまだ不十分である。山陰まんなかエリアにも多様な観光データが存在し、過去にはマーケティング研修等が開催され一部のDMOや行政でデータ活用が始まったところであるが、圏域全体をカバーする事業への具体的な活用はあまり進んでいない。

3. 目指すべき方向性、その実現に向けた具体的施策

山陰まんなかエリアには、2025年秋からはじまるNHK連続テレビ小説「ばけばけ」のモデルである「小泉セツ」縁の地域で、豊富な観光資源・スポットが当時の面影を多く残し現存している。放映をフックに圏域へのさらなる来訪や周遊を即し、圏域全体の活性化につなげていくには、客観的なデータに基づいて観光戦略や事業等を計画することが有効である。

本研修では、データ分析と、文化・歴史等を活かした観光の専門家を講師として招き、観光統計や人流データから来訪者の特性を読み解き、観光施設等磨き上げへの助言を元に、データ分析と圏域の資源特性を踏まえ、受講者自身がモデルコースやコンテンツ等を検討するプログラムを提供する。次年度以降、研修アウトプットのDMO実施事業への活用、地域での継続したデータ活用とリーダー育成へと繋げることとする。

4. 今回の講義やワークショップ、ディスカッションを通じて得た気づき

今回の研修で得た学びとして、

- 人流データをスポットごとに比較するグループワークでの、主な気づきは以下のとおり。
 - ・併用率から拠点スポットやルートを決める、という考え方は参考となった
 - ・データを分析するだけでなく結果をディスカッションできてよかった
 - ・データからより詳細な年齢層・性別の割合などを知ることができ、企画が観光客の層とマッチするか、どの層によりPRするかなどの課題がみえた
 - ・仮説が出来て各自の課題や解決方法など、様々な考え方があることがわかった
 - ・状況把握から仮説設定、仮説検証へと進めていきたい
- 観光資源・施設や受け入れ態勢等についてのグループディスカッションでの、主な気づきは以下のとおり。
 - ・各グループの発表から、各地で縁のある怪談のナイトコンテンツを造成できると宿泊を伴う周遊や圏域への再来訪を促進できるのではないかと
 - ・知名度・認知度の高いスポット(「松江城」)から歴史の好きな男性に刺さるキーワードで売っていく
 - ・「歴史」「文化」「美食」がしっかり残っている点は魅力、認知度向上、来訪者とのコミュニケーション、お互いの文化へのリスペクトが課題
 - ・山陰地方は100年前と変わらない風景や街並みが多く残っているなど、住民が気づいていない「本物の」魅力が沢山ある
 - ・データでの深堀もしつつ、鬼太郎の妖怪と小泉八雲の怪談はサブカルチャーでニッチなコンテンツなので、サブカル層に発信したい

「地方創生カレッジ in 山陰まんなか」の成果のポイント

5. 成果スキーム図

「『小泉八雲とセツ』の世界観を体験できるターゲットを探す」観光データと観光資源の現況から検討

【Ⅰ 事前課題でコア資源をまとめる】

【事前課題】

- ①カレッジeラーニング講座の受講
- ②今回の研修で取り組みたいこと「小泉八雲とセツ」の世界を体験するためにコアとなるスポット、コンセプト、ターゲットをまとめる

【Ⅱ 講義でデータ分析の基礎と活用を学ぶ】

【観光統計の基本を学ぶ】

- I 地域の観光の現況を読むに必要な観光統計
- II 地域における観光統計調査の流れ
- III 観光統計の実践

【オープンデータの活用を学ぶ】

- I RESAS
- II 観光予報プラットフォーム
- III 観光庁実施の各種調査
- IV 観光統計の実践
- V 地域の観光データ、ビッグデータ

【Ⅲ グループワークを通じて、データ、観光資源の現況の両面から、地域魅力やコンテンツ、課題を学ぶ】

【コアメンバー事前勉強会】人流データについて事前勉強会を行い、事前にデータを把握、講師からの助言を得て第1回研修でのリーダー役を担う

事前課題
①、②

講義+個人ワーク
観光消費額の算出方法

【第1回】グループワーク
人流データからコアスポット（事前課題）の来訪者数推移、属性、併用スポットなどを操作しながら把握、周遊ルートなどディスカッション

【視察】歴史や文化資源を活用した旅行商品造成に知見のある専門家が圏域内の観光資源・施設を視察

【第2回】トークセッション
専門家から視察結果報告、圏域には小泉八雲の見た風景がそのまま残っているという魅力、受入れ態勢等の評価、今後についての助言等

【第2回】グループワーク
第1回研修（データワーク）の復習、トークセッションを受け、地域の魅力・コンテンツと課題など専門家も同席してディスカッション、グループごとに提案、共有

【Ⅳ 今後事業に活かせることー第2回グループワークから】

コンテンツ・情報発信

知名度・認知度の高いスポット（「松江城」）から歴史の好きな男性に「日本一ディフェンス力の高い城」で売っていく

怪談のナイトコンテンツで宿泊を伴う周遊や圏域への再来訪を促進

鬼太郎の妖怪と小泉八雲の怪談はサブカルチャーでニッチなコンテンツ、サブカル層に発信

ベースは本物であることのストーリー

継続したデータ活用
現状把握
仮説設定
仮説検証
事業策定
継続性

地域課題

認知度向上

コミュニケーション力

相互リスペクト

インフラ・2次交通

データ分析だけでなく、観光資源等の現況も抑えることで、コアとなるコンテンツ、ターゲット、PR方法などを検討できた。地域としての課題も明らかとなった。