

平成21年6月30日～7月2日

富山県南砺市において「短期派遣事業」を実施

地域に求められる戦略・政策等を提言する「地域再生人材相談事業」。

今回は、同事業紹介の第4弾として

富山県南砺市の実施概要を取り上げます。

ふるさと財団では「地域再生人材相談事業」を平成20年度からの新規事業として立ち上げ、その一環として「地域再生マネージャーによる短期派遣事業」をスタートさせました。

この事業は市町村の抱える地域課題を解決するために、それに相応しい地域再生マネージャーを短期派遣し（一般には3日以内）、地域課題や地域資源の診断、地域の活動主体の診断（行政、NPO、民間企業、地域住民等の活動や連携の在り方ほか）、地域において今後求められる戦略あるいは政策等を提言いたします。

地域再生マネージャーという外部

の専門家による診断結果や戦略・政策の提示が、市町村の地域振興に向けた取り組みのヒントやトリガー（きっかけづくり）になれば幸いです。本年度は、全国17地域で実施する予定ですが、今回は富山県南砺市での「短期派遣事業」の概要をご紹介します。

◆富山県南砺市

世界遺産に登録されている合掌造り集落を核とし、観光振興の戦略を検討しました。

●地域再生マネージャーから指摘さ



日本情緒あふれる合掌造り集落

れた課題

地域再生マネージャーからは、「近隣エリアからの日帰り客が多く、観光収入に結びついていない」「世界遺産という強みをもっていないながら、その強みが十分に活かされていない」「今も使われている合掌家屋はめずらしく、本来受け取れるはずの高い客単価が享受されていない」「世界遺産としての対外的な認知度が十分でない」——等々の課題が指摘されました。

●提言された戦略・対応の方向性

指摘された課題に関して、次のよ

うな戦略・対応の方向性が提言されました。

1つ目は「南砺市観光の対外的な位置づけの再定義」です。現状の南砺市観光は客単価がそれほど高くなく、観光客が感じる価値も世界遺産という強みがあるにもかかわらず高くありません。そうした位置づけを「単価は高いけれども、お客様の感じる価値も高い」という位置づけに変える必要性があります。

そのためには打ち出すべきテーマを明確にし、訴えかけるためのストーリーづくりとストーリーに基づいた観光拠点・施設・物品・サービスの関連づけを行います。

さらには、それらの取り組みを地域社会がサポートすることが求められています。

2つ目は「単価は高いけれども、お客様の感じる価値も高い」という対外的な位置づけに基づく「高付加価値施設（特に宿泊施設）の開発」です。

高い客単価・高いお客様が感じる価値という位置づけに基づくターゲット顧客の明確化、ターゲット顧客に対しての適切な価格帯の設定（現行の価格帯の引き上げ）、ターゲット

**ふるさと財団
「短期派遣事業」の実績**
(平成21年度6月～8月末日現在)

富山県南砺市

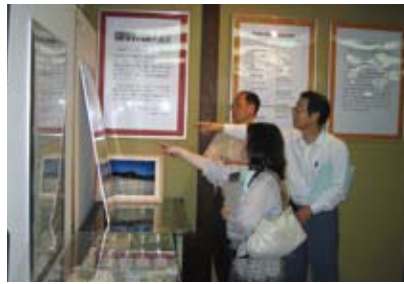
平成21年6月30日(火)～7月2日(木)
地域再生マネージャー
谷本 互(財団法人地域振興研究所)
フードコーディネーター
つぐまたかこ

**とみぐすく
沖縄県豊見城市**

平成21年8月9日(日)～11日(火)
地域再生マネージャー
高橋一夫
(流通科学大学サービス産業学部教授)
地域再生マネージャー
柏木千春(株式会社JTB法人東京)

沖縄県石垣市

平成21年8月20日(木)～22日(土)
地域再生マネージャー
中島 淳
(株式会社カルチャーアットフォーシーズンズ)



上/地域再生マネージャーによる合掌造り集落の視察
左上/幻想的な合掌造り集落の遠景
左/地域再生マネージャーによる観光関連施設の視察

ト顧客に対する提供アイテム(サービ
ビス、料理、接客、宿泊設備)の関
連づけを行い、統一感をもたせるこ
とが求められます。さらに、この方
針に基づき、主要な宿泊施設に対し
ては個別にマーケティング戦略立案
の指導が行われました。

3つ目は「プロモーション(広報・
PR)戦略の拡充」です。これま
で南砺市では、キャンペーンを中心
としたPRが実施されていましたが、
ターゲット顧客に合わせてメデ
ィアを使い分けること、訴求する情
報を「生活が残る合掌家屋の世界遺
産」を核とした情報に絞り込むこと
、口コミ・マーケティングを活用する
こと——等々が提言されました。

提言の全体像 (①～④が主要な提言された戦略・対応の方向性)

