

# 観光

Tourism



それぞれの立場で観光に携わる4人が、九重「夢」温泉郷の売り出し方、登山ブームを利用した宿泊客の増加策、マスコットキャラクターの活用などについて知恵を出し合った。アドバイザーの提案に刺激を受け、地域資源を見つめ直し、地域の垣根を越えて連携し、情報発信していくことの大切さを再確認した。

## 温泉地 互いにプロデュース

### 宝泉寺に川遊び施設を

岩本 自己紹介に当たって、自分を漢字1字で表現してみてください。

井上 名前の「直」。まっすぐな人間でありたいという願望があるので。商工観光課で働いて2年目。温泉などの素材を生かして九重町の観光をPRしていきたいです。

高橋 私は旅行が好きなので「旅」。いろんな所に行って地元を見直すといういろんなことが見えてきます。九重「夢」大吊橋もあるし温泉もあるけど、地元の人が思っているほど九重はそんなに有名じゃないと思います。他にない新しいことを地元で見つけていきたい。



若手リーダー  
宝泉寺温泉おかみの会  
関屋典子 さん

関屋 私は「進」。前向きに楽しく頑張っていくのが自分らしいかなと。九重町には飯田高原や龍門の滝という観光名所がありますが、宝泉寺温泉側には何もありません。宝泉寺温泉はホテルが有名な川がきれいなので、川遊びができるような整備ができたらいいなと思っています。

軸丸 観光を考えたときの自分は「固」。生まれたときから旅館業で、「こうせないかん」というのがあって頭が固まっている気がします。でもそれではいかんと思っています。去年から九重町商工会の青年部長をやらせていただいているのですが、立場上いろんな問題も見えてきます。

### 地域の人が働き掛けて

岩本 どんな問題ですか。

軸丸 九重は野上、南山田、東飯田、飯田の4地域に分かれています。部長になって実感したんですが、なかなか一つにまとまらない。文化が違

うのでまとめようというつもりもないんですが、連携が取れたらいいなと思っています。

関屋 何かの流れからずつと四つに分かれたままなんですよね。それではいけないと思って、「野上祇園に宝泉寺温泉おかみの会でカレーを出しませんか」といわれたときに「行きましょう」という話になりました。応援したい人たちがつながって、うまく支え合っていけばいい。私たち世代が頑張らないといけないですね。

井上 イベントをやるにしても各地の観光協会や団体間で温度差があって、行政としては全地域をPRしたいのに「そんなことは望んでいない」という地域もあります。地域が盛り上がりつつに働き掛けてくれれば行政も宣伝しやすい。

関屋 九重「夢」温泉郷は4地区を越えた名称ですが売り方が下手なんじゃないかと思うんです。宝泉寺温泉だけのPRも大事だけど、「九重」というブランドを売っていかないと。

井上 「一つの町にこんなに温泉があります」というのをどうPRしていくかはすごく難しい。温泉地の方からもどんどん注文をつけてください。

### 「九重」付け発信力12倍

岩本 九重「夢」温泉郷のブランド力はあるんですか。

六本木 「九重」の知名度はあまり高くない。読み方もあやふやで全国では「くじゅう」の方が浸透している気がします。別府八湯の各温泉地は、旅行の広告などに載せる際に「別府温泉泊」という表記でもOK、温泉地名を入れるなら「別府・鉄輪温泉のように温泉地名の前に全て「別府」を付けるようにして知名度を8倍に上げています。九重は12湯。温泉地名の前に「九重」温

泉郷」と付ければ発信力は12倍です。そういうセールスがブランド力アップにつながります。

関屋 九重「夢」温泉郷とうたうことで何かしら気持ちが一つになりますよね。

軸丸 時間はかかると思うけど、徐々に意識改革をしないといけないですね。

### 登山用のパンフレット

岩本 地域の魅力はまだあると思います。高橋さんの祭りもその一つ。

高橋 「俺たちのふるさと祭」はスノーボード、音楽、ダンスをする人たちが集まって他にないイベントになっています。スキー場や九重山系、タテ原温泉を売り出しましょう。今はトレッキングや登山ブーム。山ガールのようにファッションから入る若い人への誘いを、スポーツショップなどに行政や観光協会がパンフレットを作って置いたらどうですか。やる気のある旅館がお金を出して作ってもいい。そこに名前を出せば宿泊につながります。登山弁当を作ってくれたり、山から下りてまた温泉に入れたりするサービスもいいと思います。



若手リーダー  
野上祇園実行委員  
高橋憲治 さん

六本木 今、年配の方の関心が高いのはコンピュータ、健康食品、ウォーキングの三つ。ハイキング、トレッキングも需要は増えています。まずコンセプトをどこに持っていかを考えましょう。宿泊客をいつ増やすかの、季節を絞るところから入った方がいい。10年後、20年後の夏、九重「夢」温泉郷が登山客でこた返している様子が目に浮かぶようなら、そこにつながる動きを全体でしていけばいいんです。

関屋 うちにも山ガールが泊まりに来るんです。宝泉寺でも登山客向けのプランをやりたい。町はスポーツショップなどにパンフレットを持

て行ってるんですか。

井上 登山マップを送っている店はあるけど、既存の物を置くのと登山客向けに新しい物を置くのではインパクトが違いますね。

高橋 パンフレットを作ったら直接お店に持って行って話をしないと。ただ送ってもお店はその辺に置くだけです。山までの行き方と上り下りのコース、休憩スポットや湧き水スポット、登山のルールなどいろんな情報が載ったパンフレットにしましょう。

関屋 やりましょうよ。

軸丸 そういところで連携したいですね。

岩本 それなら行政にお任せではなく、みんなで作ることができる。

高橋 町とかが絡まない方がいいかも。やる気のある所だけでやっていかないと話が進みません。

井上 まず一つ作って、「うちも」というところがあればから入れたらいいです。六本木 一つ何の花が咲いているかという花暦も入れるといい。また、ガイドブックに書いてあるレベルで十分なので、旅館にブックについて話せる人かいるといいですね。旅館紹介に「山の案内人います」と一言書くだけで宿泊客は増えます。

軸丸 山の話を知りたいというお客さまは結構います。安心していただきたいと思います。

六本木 あと、登山する人は山に登っている間の荷物の置き場所に困ります。登山口までの足も必要で、「荷物を預かります」「送迎を出します」というサービスで宿泊客は増えると思います。



若手リーダー  
九重町商工会青年部長  
軸丸幸義 さん

### 駅を町の観光案内所に

岩本 地域にはまだ資源がありますよね。

軸丸 筋湯温泉には花火大会があるけど、筋湯は広告が下手。自分たちでも分かっているけどなかなか難しいんですね。イベントなどへの協力態勢も変えていかないと。

高橋 野上には九重インターチェンジ（IC）とJR豊後中村駅があります。ICを下りる車を何とか駅の方に呼び込みたい。かやぶき屋根の珍しい駅を町の観光案内所にして、九重町の観光のスタート地点にしたらどうでしょう。ギャラリーをつくらたりカフェをつくらたり。駅周辺で月1回ぐらい九重の農産物を売っても面白いかなと考えています。

井上 公共交通の拠点となる駅に観光案内所を設けるというのは利にはなっていない。私の出身の東飯田には龍門の滝や宝八幡宮、瑞巖寺の崖屋などがあり、平家の落人伝説もあります。今の時代背景とうまく絡めながら生かしていきたい。

### オルレコースを検討中

岩本 高齢者の関心が高いキーワードとしてウォーキングが出ましたが、ウォーキングコースの構想はあるんですか。

井上 韓国・済州島発祥のウォーキング「オルレ」のコース選定を考えています。県内の奥豊後コースには、今年に入って海外からの観光客がかなり来ているようです。オルレは「庭先に通じる道」という意味で、舗装していない道を歩くのが基本条件。韓国からのお客さんはもちろん、地域の皆さんが歩いてても魅力的な道にして地元の資源を見つめ直すきっかけにしたい。

六本木 ニーズに合った情報発信が大切で

す。いつどこに行けば何が見られるか、点と点ではなく、背景に物語や歴史を付けて示してあげましょう。「未舗装の道を通りたい人はかやぶ



アドバイザー  
阪急交通社大分支店営業係長  
六本木武史 さん

き屋根が好きだろう、じゃあ古い九重を見せる素材を集めて提供しよう」というやり方が、町とお客さんの両方が望んでいる形に近いと思います。

岩本 まず皆さんがそれぞれの地域で「自分の所にはこんな素材がある、これはみんなに発信できる」と気付いて、誇りを持ってそれを発信するということ。そして連携してやっていくことが大事なことですね。でも意外と地元の人の方が地域の魅力に気付かないんですね。

六本木 筋湯温泉のプロデュースを宝泉寺温泉の方かして、宝泉寺温泉のプロデュースを筋湯温泉の方かするというのは面白いと思います。お互いによく魅力を知っているようです。

### ミヤちゃん子ども浴衣

岩本 町花のミヤマキリシマのイメージキャラクター「ミヤちゃん」はどう生かしていけばいいでしょうか。

軸丸 プロダクションが管理しているので使い方が難しいんですね。

井上 軸丸さんと2人で使いやすい体制を考えているところです。

関屋 私はまだ会ったこともないんです。大吊橋に行けばいつも会えるキャラクターにしたらどうですか。

高橋 着ぐるみは何体か作れるんですか。

井上 それはできます。

軸丸 今、町内に泊まった人だけが着られる子ども用の浴衣を考えています。

関屋 宝泉寺温泉おかみの会は九重産のシタケと九重「夢」ボークを使って、宝泉寺の水で

九重米を炊いて作る「なばカレー」をイベントで販売しています。九重町にはこれというお土産がないので、銀座のアンテナショップ坐来（ざらい）の料理長さんにプロデュースしてもらってレトルト商品を作って、パッケージにミヤちゃんのイラストを載せたら完璧じゃないですか。どこまで売りに行きましょ。

岩本 お土産には商工会が作った「九重四季サイダー」もありますね。

軸丸 価格は200円。利益を上げるより九重の名前を売るという感じでやっています。

関屋 お土産として旅館に置いたらすぐなくなると思う。ただ200円で売ると他の飲み物が売れないから置きたくないというのがあります。

高橋 でも普通の人は高いです。

軸丸 今はブルーベリーを使った新しいサイダーを考えています。シタケサイダーというの味はともかくインパクトはありますね。

六本木 シタケサイダーを500円で売ったらどうですか。ここでしか買えないとなれば、ホテルの白内いでの旅行のときに買わなくてもいい。値段が価値を上げることもあるので安くなくもいいんです。その商品に合った販売価格を付けたいと売れません。

軸丸 ブルーベリーサイダーには町内産のブルーベリーを使いたいけど高いんですね。

高橋 農家の立場からすると、町内で消費してもらいたいけど、町内に卸すと安く買いたたかれるというのがあります。

軸丸 買いたくわけではないんですが、このくらいまでなら価格を下げられるという話があればいいなと思うんです。こちらまでできるだけ地元の物を使いたい。

### 「やるから連携しよう」

岩本 そこは連携ですね。今後も皆さんがそれぞれできるところから話を始めて、「一緒にやりましょ」とか輪を広げていってほしい。

井上 今日はいくまで実践したい話がたくさん出ました。登山関係の話は他のいろんな分野でも生かれます。温泉PRの仕方も少しずつ考え直していきたい。若い自分が進んで皆さんとコミュニケーションを取っていきなさい。

軸丸 今日の話で初心に戻ることができました。最初は固まっていた頭もかかかなくなって、これで終わってしまったら何も始まらないので、今後の取り組みが大事ですね。

高橋 今「九重ファンクラブ通信」というメールマガジンの配信も考えています。パンフレットとメルマガ、アナログとデジタルの両方で九重をPRできればいい。夢は「俺たちのふるさと祭」を「フロックフェスティバル」みたいなイベントにすること。たくさんの人を町内に呼んで、泊まって自然や音楽、その他のイベントを楽しんでもらいたい。

関屋 あるものを大切にしつつ、やっぱり進んでいかないと。私たちがこの世代でこの町を元気にしたい。今日は「このメンバーで何かできたらいいな」という夢を描くことができました。無理なことと思うことも可能にできるようなつながりになったらいいなと思います。

六本木 「連携してやりましょ」といって「やるから連携しませんか」という動きの方が九重町には合っている気がします。「来なくてもやります。でも一緒にやりたいから一緒にやりましょ」と。その中で外部の意見を取り入れながら進んでいけば、10年後、20年後に宿泊客が増えていますよ。

感謝をこめて、  
20th  
夏祭り  
2012 docomo Summer Model

手のひらに、明日をのせて。  
docomo

何かご用ですか

【お問い合わせ】ドコモの携帯電話からは局番なしの151（無料）一般電話等からは0120-800-000（番号をよくお確かめのうえ、おかけください。なお、一部のIP電話からは接続できない場合があります。）  
※商品写真および画面はイメージです。※商品は順次発売予定です。発売時期・各サービスの対応状況につきましては、「ドコモのホームページ」でご確認ください。

わかるポイント  
モバイル決済  
おサイフケータイ  
マネーもいっしょに携帯しましょ。