

まちづくりビジョン策定委員会

■観光分野における戦略（案）について

○マイレージサービス

- ・来訪者に町内共通のポイントを付与し、ポイントに応じたサービスを提供（事例としては、スイスのツェルマットのロイヤルバッジ）

【検討事項】

- ・来訪者にとってのベネフィットとは？
- ・町内事業者の賛同をどのように得るのか？
- ・一般町民まで巻き込んだ仕組みとするのか？その場合、どのようにして意識を高めるのか？
- ・ポイント付与の手法をどうするか？

○アップセルやクロスセル

- ・観光消費額の単価を上げる。
→アップセル（既存顧客に「より上位のもの」を購入してもらう）、
クロスセル（既存顧客に「別な商品」も購入してもらう）の新しい手法を提案したい。
＝小さな規模ではすでに導入しているが、大きな力にはなっていない。

→多くの事業者の賛同を得るためには、町や観光協会などが実施主体となる必要

→複雑な組織を連携させたり、顧客情報を共有する必要

【現状】

- ・町や観光協会の他にも小さな観光関連組織が乱立しているために力が分散
- ・観光協会などの組織に加盟していない小規模な事業者も多く存在

【検討事項】

- ・利害関係者を巻き込んで合意を形成したり、乱立する組織のあり方

まちづくりビジョン策定委員会

■観光分野における戦略（案）について

○教育的な新商品の開発

- ・たくみの里、アウトドアを活かした研修・体験旅行（大人、子供、外国人対象）

○サッカータウン構想

- ・サッカーグラウンドを整備した合宿誘致、Jリーグとの連携によるユースの招致
- ・温泉エネルギーを活用した融雪施設

○フットパス10選

- ・既存の遊歩道を、テーマや物語をつけてフットパスコースとして整備
- ・スマホと連動したマップや絵地図、解説
- ・里山整備や健康年齢の向上にも寄与

○宿泊滞在型プログラム

- ・ダムや山などを活用したプロジェクションマッピングコンテスト

○みなかみ18湯のブランド化

- ・温泉のブランドが確立しておらず、たくさんの温泉がある強みを活かせていない。
- ・みなかみ18湯のロゴを作製するなどして、各温泉と18湯を連動させる仕組みを構築すればよい。
- ・最も困難で大切なことは、町内の合意を形成すること。

○数値目標の設定

- ・答申には数値目標を含める必要がある。
- ・今回の場合は、目標値を設定してから達成するための手段を検討するという流れがよい。

まちづくりビジョン策定委員会

■農林業分野における戦略（案）について

○農業生産法人の設立

- ・ 目的は、年々増加する耕作放棄地の解消、農業者の経営の効率化、農業ベンチャーの育成
- ・ ホールディングカンパニーのようなイメージで農業者を束ね、加工工場や農業機械を法人が所有し共有できればよいし、教育機関となればよい。
- ・ 法人では生産だけでなく販売までを行う。売ってから作るような仕組みが構築できるとよい。
- ・ 農業ベンチャーを全国から募集して育成するような新たな試み

【検討事項】

- ・ どのような作物を育成すればよいか。
→耕作放棄地の位置を確認し、果樹や野菜、米や穀物等から適した作物を検討
- ・ 法人の資金はどのように確保するか。
→6次産業化の国の補助金を活用できるのではないか。
- ・ 農家を束ね、農地を確保する仕組み
- ・ 安定した雇用体制
→冬場の雇用対策として苗木や接ぎ木の育成などを検討

○安心安全な農産物のブランド化

- ・ 安心安全をキーワードとしたブランド化を町全体で進める。
- ・ 消費者が安全であることを認知できるような仕組みの構築
→低農薬であることや安全な農薬を使用していることをオープンにする。
農産物の安全性を自ら保証する制度を創設する。
- ・ アジア地域をターゲットとした戦略
→中国や台湾など中間層の増加、農産物の安全性に対する意識の高まり、TPPによる関税撤廃
- ・ 温泉やソーラーエネルギーの活用や減農薬生産など、エコというフレーバーを付け加える。

まちづくりビジョン策定委員会

■農林業分野における戦略（案）について

○6次産業化の推進

- ・歩留まりを高めるために、B～C品を加工品として有効に活用すべき。
- ・考えられる加工品
 - 果樹（パックジュース、ジャム、ワイン、梅酒、ドライフルーツ、ドレッシング）、
 - 野菜（カット野菜、冷凍、フリーズドライ、パウダー、レトルト）、
 - 穀物（パウダー、乾麺、冷凍、米粉パン、団子、甘酒）
- ・加工施設は法人で所有する。
- ・加工したものを旅館などで商品として提供したり、加工体験を商品として売り出すことも可能

まちづくりビジョン策定委員会

■健康・福祉分野における戦略（案）について

○高齢者向けテーマパークの誘致

- ・健康な高齢者がリタイア後を生き生きと過ごせる場の提供
→人口の増加、雇用の場の確保、観光や商工業分野への波及効果

【実行案】

- ・町内の遊休土地を活用して、民間によるサービス付き高齢者向け住宅を設置
- ・友好都市とアライアンスを組んで、高齢者を優先的に受け入れる体制
- ・入居資金としては持ち家を担保としたリバースモーゲージ制度などを活用
- ・委員会としてある程度具体的な筋道を設定しないと構想の実現は困難である。

【検討事項】

- ・施設を整備する場所、誘致する手法や相手、施設をどのくらいの規模（戸数）とするのか、介護や医療とどのような仕組みで連携するのか など
- ・温泉を活用した暖房を設置するなど、エコを絡めた商品とする。

問題点

- 1、複数の団体(観光課、観光協会、温泉組合、おかみ組合等)がそれぞれ独自の活動をしておりMarketing, Communicationの投資対効果が散漫である。
- 2、町内に多くの観光に関するサイトがあり、情報の量質共にばらつきがある。
顧客にとり情報過多に起因する情報不足
- 3、ブランディング。みなかみの強みは町内に18の源泉を持つ事であるが、それぞれの温泉地が独自のマーケティング・訴求をしているためみなかみ温泉の統一イメージが希薄化、さらに「みなかみ」と「水上」の混在で市場に統一されたイメージが伝わりにくい。

観光； 問題点と改善案-2

改善案

- 1-1、団体を統一するというよりもむしろ、横グシをさしてCommunication net workを構築する。官の主導というより民の主導によるオンライン・オフラインCommunicationの活性化。

- 2-1、じゃらん、楽天トラベルなど外部の資源を使ってみなかみに集客する戦略を構築する。観光課はバックアップ機能を強化、各サイトへのtrafficの増大に勤める。

- 3-1、みなかみ18湯それぞれのブランドの個性を活かしながら、全体のイメージを強化する戦略の構築。グループブランドと個別ブランドの差別化と一体化。

市場の競合関係とそれぞれの役割

群馬

草津

伊香保

箱根

伊豆

那須塩原

四万

湯檜曾
宝山
ペンション
上牧
谷山
民宿
法師
温泉旅館
水戸
湯宿
猿ヶ京

自由競争

観光課・観光局

県観光局

ブランディングの差別化と一体化(案)

グループブランド	個別ブランド
TOYOTA	クラウン カローラ プリウス
Coca-Cola	Georgia 綾鷹 ファンタ
みなかみ十八湯	猿ヶ京 宝川 湯宿



みなかみ一八湯

ロゴの使い方の例



みなかみ農業法人ホールディングス株式会社(案)

設立の目的

町づくりビジョンに則り、みなかみ町の地場産業を振興させ、雇用を増やし、気ある町をつくるために農業法人を設立し、町外の農業ベンチャーを誘致、安心安全な農産物を生産し、国内、海外の市場に供給する。

課題；

資本政策、助成金の確保

農地中間管理機構との協業

地主の権利担保

全体のビジネスモデル構築

新規販売チャネル(ダイレクト、EC)の開発

ベンチャー誘致・支援のためのプログラム作り

エコ型農産物加工工場の試案作り

みなかみ農業法人ホールディングス社の組織(案)

親会社

親会社の機能
チャンネル開発
販売管理
加工工場
大型農機管理

農業ベンチャー

個人事業主

親会社経営

みなかみ農産物安全協会(案)

設立の目的

- 1、みなかみ産農産物の最大の特長「安心・安全」を訴求するため農産物安全協会を設立して他地域との差別化を図る。
- 2、協会は農産物の品質を保証するものではなく、農産物に添付された農薬・肥料などの使用履歴(コンテンツ)が正しく記載されている事を保証するものである。
- 3、みなかみ産の農産物出荷には全てに農薬・肥料使用履歴と協会のシールを貼る。
- 4、みなかみ町の定めた農薬・肥料使用規定は、国・県が定めた規定より厳しいものでなくてはならない。

Key words:

みなかみ産は情報が公開されている、正直である。だから、安心・安全

みなかみ町人づくり計画(案)

目的

来るべきユネスコエコパーク認定に向けて、役場内に環境やエコロジーの専門知識、ならびに英語でcommunication・交渉能力を持つグローバル人材を育成する。

戦略

語学研修は3年後に全職員の(10%)が何らかの型で英語で仕事ができることを目標に、各自を3つのグループに分け、それぞれの目標を設定、定期的に進捗をチェック。重点部門は町づくり交流課、観光課、総合政策課企画GP、環境省派遣職員、(他)。

プログラム:

語学: 使命された職員、ならびに希望者

エコロジー; エコロジーの専門家を育成または外部より招集する。職員の国内、海外留学ネットワーク; ユネスコ、エコロジー、環境などそれぞれの分野で外部組織との関係を強化する。

ユネスコ、環境省、エコロジー研究所などへ派遣

英会話研修グループと目標値(案)

	グループ A (1-2%)	グループ B (3-5%)	グループC (5%)
目標	TOEIC SW 800	TOEIC SW 650	TOEIC SW 450
	外国人を案内して町内を詳しく説明することができる	外国人を案内して町内を説明することができる	外国人を町内案内できる
	ビジネスメールやプレゼンテーションが作れる	ビジネスメールが書ける	簡単なメールを書く事ができる
	海外でプレゼンや交渉が出来る 簡単な通訳ができる	一人で海外出張に行ける	電話の対応ができる。