~雲仙における持続可能な取り組み~

雲仙市観光戦略WG

R2年より毎月実施



地域の課題を可視化し、ワークショップ& フィールドワークを繰り返して具体化へ



価値・ストーリーを 伝えるオススメの場 所・体験を整理、イ ラストで可視化 →体験の仕方を伝え、 来なければ味わえな かったモノ・コト・ 時間・感動を持ち帰 ってもらう



雲仙市観光戦略

環境省 上質化事業の成果

観光庁 地域一体となった 高付加価値化事業の成果

観光庁 サステナブルな 観光コンテンツ強化

モデル事業の成果



雲仙市観光戦略WGより策定 雲仙温泉地区インタープリテーション全体計画

- ■重要な資源
- ■来訪者に望まれる体験

(来訪者にこのような利用をして欲しい)

■お客様と共有したい 雲仙温泉ならではの価値

価値1:火山と人々の暮らし

- ・世界で一番新しい山「平成新山」がある
- ・動き続ける雲仙地獄が、地球の躍動・鼓動を伝えてくれる
- ・雲仙の植生は火山活動と密接に関係している
- ・雲仙温泉街は火山や地獄と共生している

価値2:外国人避暑地としての歴史

- ・世界に開かれた雲仙を今も感じられる
- ・自然を生かした優雅な長期滞在が「ハイカラ文化」 を生み、今尚、その片鱗を見ることができる。

価値3:**雲仙温泉と信仰**

- ・雲仙温泉のはじまりは、九州の守り神、 山岳信仰・修行の山であった
- ・「地獄」はキリシタン殉教の舞台になった
- ・今もなお山に向かって手を合わせる暮らしがある

価値4:**自然の恵みと心身の健康**(ウェルネス)

- ・火山と人が育んで来た豊かな食材がある
- ・滋味豊かなこだわり野菜と料理人の コラボレーションが味わえる
- ・観光と暮らしが近く、共同浴場など、 地元住民と触れ合える機会が多い
- 来訪者層の整理 →既存の媒体(方法) プログラムを可視化

- ○ & A (よく質問されること)
- ■来訪者層の想定 (現状及び今後期待される来訪者)

地域としての戦術を公開・展開し、

成果と反省を繰り返し実施

■コンテンツ・メディアの整理 (WEBサイト・パンフレット) R4年度 サステナブルな

観光コンテンツ強化モデル事業

JR九州ななつ星 全スタッフ

インタープリテーション全体計画をもとに 顧客へ感動を提供 雲仙観光局による出前授業により醸成を図っている

富裕層に認められた雲仙ブランドは、 「憧れ」となり、すべての人に影



他地域にはなく、 雲仙温泉を特徴 づけている、な らではの価値に

四面宫伝説 オオルリ天空 **UNZEN Volcano story** ~Sky · Sea · Earth~ 天幕レストラン雲仙~海~ The Road to UNZEN

観光庁 観光再始動事業

モデル観光地にてブラッシュアップ

雲仙温泉以外の地域においもWGを開催し インタープリテーション全体計画策定中

- ・地域の強みを理解・共有・活用しやすくなる
- ・訴求力・ブランドカの向上
- ・地域内の切磋琢磨による魅力の向上
- ・コラボレーションが生まれやすくなる
- 外部の協力がえられやすくなる(共感)



響・波及する。新しい価値観の醸成 を促し、雲仙のみならず日本の観光 産業全体の押し上げに貢献。



Living with Volcanoes

火山とともに生きる。

ASO

阿蘇エリア

高付加価値なインバウンド観光地づ (通称 モデル観光地)

UNZEN

雲仙エリア

そこには地球の息吹がある。人を誘う魅力がある。 新しい体験がある。その土地の暮らしがある。 見る、感じる、浸かる、味わう、触れ合う。その土地の さまざまな魅力でもてなす 特別な火山ツーリズム。

<滞在価値となる3つの地域資源>

サスティナブルな 暮らし・食文化

火山との共生

現代に息づく 山岳信仰と 歷史文化

暮らしと一体化し た自然とパノラマ 景観

Map data ©2024 Google

サスティナブルな暮らし・食文化

火山との共生の中で生まれた知恵と工夫に満ちた持 続可能な暮らしと生業。大地の恵みを受け継ぐ農水 産業が生み出す至高の食を体感



現代に息づく山岳信仰と歴史文化

KAGOSHIMA

鹿児島エリア

恵みをもたらとともに噴火を繰り返してきた火山を 敬い祈る山岳信仰が現代にも息づく。その共生から 生まれた独自の歴史文化を体感



暮らしと一体化した自然とパノラマ景観

世界最大のカルデラに包まれた生活空間や火山の麓 で形成された街並みなど、火山と一体化した自然、 街並み、パノラマ景観を五感で体感



火山との共生から生まれた滞在価値~Living with Volcanoes~

サスティナブルな暮らし、食文化

火山との共生の中で生まれた知恵と工夫に満ちた持 続可能な暮らしと生業。大地の恵みを受け継ぐ農水



現代に息づく山岳信仰と歴史文化

恵みをもたらとともに噴火を繰り返してきた火山を 敬い祈る山岳信仰が現代にも息づく。その共生から 生まれた独自の歴史文化を体感



暮らしと一体化した自然とパノラマ景観

世界最大のカルデラに包まれた生活空間や火山の麓 で形成された街並みなど、火山と一体化した自然、 街並み、パノラマ景観を五感で体感



ターゲット層

地域×資産額

✓ 中国・アジア×ノーマル

(着地消費額:150万円) ✓ 推定市場規模:121億円

✓ 欧米豪×ウルトラ以上 (着地消費額:900万円~)

✓ 推定市場規模:11億円

価値観

√ Special Interest Luxury : 特定の趣味や関心を旅の主目的 とする行動派

✓ Educated Luxury: 異文化好 奇心を持つ裕福な知識層

課題

- 資源の磨き上げが不十分なため、地域ブランドを象徴するコンテンツ不足
- ✓ 長期滞在エリアとしてのブランディングが不足し、素材を活かしきれていない
- 全体的な認知度不足。エリアの魅力が伝わっていない
- √ 待ち時間削減に向けた特別対応など、高いレベルで受入整備されたヤドの不足
- √ 人材不足・ニーズ理解の不足に起因する顧客要望へのソフト面の対応が不十分
- **√ 高いレベルのガイドスキルを持つガイドが不足**

✓ 顧客の興味に合わせたガイドカ、顧客の生活スタイル・NG行動等への理解

✓ DMCや旅行会社がスキルを有するガイドを把握できていない

- √ ターゲット属性に応じた関係者とのコネクション形成・地域理解促進が不足 ✓ ターゲットにより地域送客のキーマンが異なる
- 上質かつ大きな荷物も搭載可能など一定レベル以上の富裕層向け車両が不足
 - 荷物積み込み・顧客要望への対応等富裕層対応スキルのあるドライバーの不足

取組みの方向性

- √ 3エリア共通の普遍的価値の掘り起こしと継続的なインナーブランディング
- コンセプトを体現するコンテンツ造成と長期滞在を促す過ごし方の提案
- 富裕層の志向性やDMC等独自チャネルを踏まえた戦略的プロモーション
- ✓ 官民の対話を通した受入体制整備の機運醸成
- ✓ 外資ホテルへの派遣費補助などを通じた富裕層のニーズ・要求事項の理解促進
- 事業者ネットワーク構築と改修計画策定・古民家等の宿泊施設化にむけた調査
- ✓ ファイナンス支援方策の検討(新規施設誘致・既存施設改修の支援方法検討)
- ✓ ガイド育成のガイドラインを策定
- ガイド・DMC間の強固な座組形成によるガイドの質の磨き上げの体制づくり
- √ 小規模事業者の自立のためのファイナンス支援検討
- 観光庁事業や海外商談会等の機会を活用したコネクションづくり ✓ マスタープランを通じ、アプローチすべき関係者を特定
- ✓ 上質かつ荷物搭載可能なサイズの車両導入に係るファイナンス支援
- **√ ドライバーの育成・上質なサービス提供に向けたガイドライン策定**

企画立案:九州ボルケーノツーリズム協議会 3エリア合同で行うことが効率的な事業の企画・プロモーション・国施策との連携

携お ける

機能・役割 想定プレイヤー (官)民間事業者の取り纏め DMO/観光協会/自治体、等 (官)行政間の連携強化 国(国土交通省・環境省等)・県・基礎自治体との連携、国立公園満喫PJなど他事業連携 (民)地域の牽引役 下記域内主要プレイヤーにおける中核民間事業者、等 【域内】コアバリューを所有・運営する企業、ラグジュアリーホテルの代表・管理者、 (民)各要素の磨き上げ 地域のガイド組織、地域DMC/ランドオペレーター、JR/航空会社/二次交通事業者、等 【域外】海外エージェント/DMC/OTA、クリエイター/コンテンツ造成ディレクター、等 (民)ファイナンス支援 金融機関、VC、等 (民)経営支援 コンサルティング会社/士業(税理士、会計士)、等

KPI · KGI

富裕層の3エリアでの消費額

- ✓ 3エリア7市町村の総牛産合計額
- ✓ 訪日外国人消費額・消費単価
- ✓ 顧客満足度
- ✓ DMC視察受け入れ数
- 富裕層向けヤドの部屋数
- ✓ 富裕層対応可能ガイド数
- ✓ コネクションのあるDMC数
- ✓ タクシー会社の高級車保有数

ブランドコントロールの為のメディア連携

◎プレスリリースの配信やメディアタイアップ等の取組について

・雲仙観光局で行う各事業部の取組や地域の取組をより多くの方に届けるために日ごろからメディア各社とのコミュニケーションを行い情報発信依頼を 行っている。

■プレスリリース年間配信リスト

両事業部の取組をBM部が原稿化しメディアへリリース。当日の取材までの対応もフォロー。

| No | タイトル/内容 | 配信日 |
|----|---|------------|
| 1 | 雲仙観光局×メットライフ生命 ミヤマキリシマの下草狩りについて | 2023/4/6 |
| 2 | 【雲仙観光局】「dancyu祭2023」出展決定! | 2023/4/17 |
| 3 | 【雲仙観光局】初開催!ONSENガストロノミーウォーキングin国 見 | 2023/5/9 |
| 4 | 【雲仙観光局】湯にも地獄の物語公式PVリリースのお知らせ | 2023/6/14 |
| 5 | 【雲仙観光局】総会の開催のお知らせ | 2023/6/19 |
| 6 | 【雲仙観光局PR】一次産業者向けECサイト説明会の開催 | 2023/6/29 |
| 7 | 【雲仙観光局PR】農家×小学生×観光局 ひまわりクエストⅢ開催 決定! (仮) | 2023/7/9 |
| 8 | 【雲仙観光局】ひまわりクエスト開始/地元の子供との交流会についてご案内 | 2023/07/19 |
| 9 | 【雲仙観光局】PR_オオルリ天空飛行トライアルのご案内 | 2023/09/27 |
| 10 | 【雲仙観光局】PR_天幕レストラン_トライアルのご案内 | 2023/10/3 |
| 11 | 再送_雲仙観光局PR_ヘリの遊覧飛行について | 2023/10/4 |
| 12 | 【雲仙観光局PR】バークガフニ先生と行くThe Road to UNZEN | 2023/10/23 |
| 13 | 【雲仙観光局PR】雲仙地獄で繰り広げられるショーケース型コンテンツ_四面宮伝説 | 2023/11/6 |
| 14 | 【雲仙観光局PR】シンFindUNZENリリースのお知らせ | 2023/12/20 |
| 15 | 【雲仙観光局_情報提供】ととのい処 ゑびすや プレオープンイベントについて | 2024/1/16 |
| 16 | <取材のお願い>雲仙に残る歴史や伝説を現代版に再現した 外国 人向けサービスのトライアル・体験会を1月23日開催 | 2024/1/17 |
| 17 | 【雲仙観光局PR】雲仙灯りの花ぼうろ2024年 いよいよ開幕! | 2024/2/2 |

■メディアタイアップ

ステークホルダーからのメディアタイアップにはコンセプトワークからご一緒し、 アポイント調整や当日のアテンドなども対応。



BRURUS「おいしい、温泉。」計8P掲載





NHKあさイチ 雲仙特集 (30分程度)



テレQ ぐ!じょぶ! (テレQ) デジマ・ながさき黄金、瑞穂産牡蠣、クラフト素麺・十六穀素麺、温蒸素味

◎上期の雲仙観光局が対応したメディア掲載リスト

(雲仙局職員が対応を行った媒体と確認がとれているメディアのみ)

| No | 媒体名 | 種類 | 取材内容 | 取材日 | 公開 |
|----|----------------------------------|---------|--|------------|-----------------------|
| 1 | ソラタネ | 機内誌 | 界雲仙、雲仙宮崎旅館、H.U.B雲仙、小浜温泉ワイナリー、Pine Tail Farm、温蒸素味Shop&Café、焼肉牛花、タネト | _ | 5月号 |
| 2 | 土曜スペシャル | テレビ | 雲仙地獄 | 2023/4/3 | 2023/4/15 |
| 3 | ミズテル | WEB | 雲仙の魅力、歴史、温泉など | 2023/4/6 | 2023/4/27 |
| 4 | スーパーJチャンネル | テレビ | 宝原園地(メットライフ生命×JEEF ツツジ下草刈り) | 2023/4/9 | 2023/4/14 |
| 5 | | テレビ | はじめての雲仙さがし | 2023/4/18 | |
| 6 | スーパーJチャンネル | テレビ | dancyu祭2023 | 2023/4/22 | 2023/4/27 |
| 7 | 異界Walker | 雑誌 | 雲仙地獄 | _ | 2023/5/1 |
| 8 | おとな旅あるき旅 | テレビ | 雲仙一体 | 2023/04/27 | 2023/6/17 |
| 9 | 長崎新聞 | 新聞 | 仁田峠(ミヤマキリシマ) | _ | 2023/5/9 |
| 10 | るるぶ九州 | 雑誌 | 雲仙地獄 | _ | 2023/7/1 |
| 11 | 旅色 | WEB | 温泉神社、遠江屋本舗、雲仙地獄、グリーンテラス雲仙、オカモト・シェ・ダムール、ほっとふっと105 | _ | 2023/5/14 |
| 12 | 長崎新聞 | 新聞 | ONSENガストロノミーウォーキングin国見 | _ | 2023/5/19 |
| 13 | 悠花のナガサキ街音 | テレビ | 雲仙地獄 | 2023/5/12 | 2023/6/3 2023/6/10 |
| 14 | Fly-Day Wonder3 | ラジオ | ミヤマキリシマ情報、ONガス | 2023/5/12 | 2023/5/12 |
| 15 | news every | TV | | 2023/5/30 | 2023/5/30 |
| 16 | 友近・礼二の妄想トレイン | テレビ | 雲仙地獄、雲仙温泉街 | 2023/6/6 | 未定 |
| 17 | 縁結び大学 | WEB | 雲仙市内 | _ | 未定 |
| 18 | ぎゅっと!長崎 | テレビ | ほっとふっと105(中国の旅行会社の視察様子) | 2023/6/8 | 2023/6/8 |
| 19 | ひるじげどん | TV | ヤマボウシ情報(動画使用) | 2023/6/9 | 2023/6/10 |
| 20 | アシタノ | 雑誌 | 雲仙地獄、雲仙ビードロ美術館、仁田峠、湯にも | _ | 2023/6/16 |
| 21 | KADOKAWA九州ラブウォーカー夏号 | 雑誌 | 宝原園地 | _ | 2023/6/26 |
| 22 | 九州じゃらん | 雑誌 | 雲仙地獄、白雲の池 | _ | 2023/6/30 |
| 23 | るるぶ九州 | 雑誌 | 雲仙地獄茶屋 | _ | 2023/7/1 |
| | BIRTH | テレビ | 小浜温泉ワイナリー | _ | _ |
| 25 | 47都道府県レッツ·ご当地·ジャンボリーミッキー告 知映像 | WEB | 雲仙地獄 | _ | _ |
| 26 | 観光産業ニュース | WEB | インタープリテーション全体計画 | _ | 2023/6/13 |
| 27 | デイリーひまわりtime | テレビ | 諏訪の池ビジターセンター、白雲の池 | 2023/6/22 | 2023/6/27 |
| 28 | 長崎新聞 | 新聞 | 湯けむりスーパーライナー | | 2023/6/22 |
| 29 | 「次課・長州の力旅」 | テレビ | 小浜温泉の風景や湯煙が立つところなど画像3点 | 画像提供 | 2023/7/25 |
| 30 | なな (ななつ星会員用の冊子) | 雑誌 | 雲仙小浜の飲食店や共同浴場など | 2023/7/9 | 未定 |
| 31 | くりぃむクイズ ミラクル9 | テレビ | 小浜温泉(クイズにて紹介) | _ | 2023/9/13 |
| 32 | 潜在能力テスト | テレビ | 雲仙岳が答えのクイズにて活用 | _ | 2023/9/5 |
| 33 | AMU広告 | CM、ポスター | 雲仙地獄 | 2023/8/8 | 2023/9/21 |
| 34 | 西Navi | 情報誌 | 雲仙仁田峠 | 2023/9/5 | 2023/9/25 |

◎下期の雲仙観光局が対応したメディア掲載リスト

(雲仙局職員が対応を行った媒体と確認がとれているメディアのみとなって)

| 媒体名 | 依頼者 | 種類 | 取材内容 | 取材日 | 公開 |
|-----------------------------|-------------------|-----|--|---------------|------------|
| 35 讀賣新聞オンライン | 讀賣新聞 | WEB | 雲仙仁田峠(紅葉) | - | 2023/10/25 |
| 36 長崎文化放送 | 長崎文化放送 | WEB | 雲仙仁田峠(紅葉) | - | 2023/10/25 |
| 37 テレビ長崎 | テレビ長崎 | WEB | 雲仙仁田峠(紅葉)・仁田峠事前予約実証実験 | - | 2023/10/25 |
| 38 長崎国際テレビ | 長崎国際テレビ | WEB | 雲仙仁田峠(紅葉) | - | 2023/10/25 |
| 39 NHK | NHK | WEB | 雲仙仁田峠(紅葉)・仁田峠事前予約実証実験 | - | 2023/10/25 |
| 40 長崎新聞 | 長崎新聞 | WEB | オオルリ天空飛行 | 2023/10/10 | 2023/10/26 |
| 41 長崎新聞 | 長崎新聞 | WEB | 仁田峠事前予約実証実験 | - | 2023/10/26 |
| 42 じゃらん | 株式会社リクルート | 雑誌 | 雲仙仁田峠(紅葉) | - | 12月号 |
| 43 西Navi | 京阪神エルマガジン社 | 情報誌 | 雲仙仁田峠(紅葉) | - | 11月発行 |
| 44 みちしるべ | 株式会社一星企画 | WEB | 仁田峠・雲仙地獄 | - | 2023/10/25 |
| 45 るるぶ長崎 | K&Bパブリッシャーズ | 雑誌 | 雲仙灯りの花ぼうろ | 2023/9/12 | |
| 46 ゆこゆこ | ゆこゆこホールディングス株式会社 | WEB | 雲仙灯りの花ぼうろ | 2023/10/5 | |
| 47 じゃらん | aun | 雑誌 | 雲仙灯りの花ぼうろ | 2023/11/7 | 1月号 |
| 48 BRUTUS | マガジンハウス ブルータス | 雑誌 | 小浜温泉・雲仙温泉 | 2023/10/24 | |
| 49 九州じゃらん | 株式会社リクルート | 雑誌 | 雲仙地獄、雲仙灯りの花ぼうろ | 2023/11/10 | 2月号 |
| 50 るるぶ九州ベスト25 | K&Bパブリッシャーズ | 雑誌 | 雲仙地獄・霧氷 | 2023/11/20 | 2月 |
| 51 テレビ長崎 | テレビ長崎 | WEB | https://www.ktn.co.jp/news/detail.php?id=20231128011 | - | |
| 52 テレQ ぐ!じょぶ! | TBQ九州放送 | テレビ | デジマ・ながさき黄金、瑞穂産牡蠣、クラフト素麺・十六穀素麺、温蒸素味 | - | 2023/11/8 |
| 53 天神NOW | テレビ西日本 | テレビ | ながさき黄金・デジマ、パインテールファーム | 2023/12/16 | |
| 54 冒険する長崎プロジェクト | 冒険する長崎プロジェクト実行委員会 | テレビ | ほっとふっと105 | 2023/12/24 | 2024/1/17 |
| 55 att.JAPAN | att.JAPAN | 情報誌 | 仁田峠(霧氷) | - | |
| 56 あさイチ | NHK | テレビ | COCOHARE、蒸し釜や、蒸気家、天洋丸 他 | 2023/12/23,24 | 2024/1/25 |
| 57 TikTok (@gakujin_asia) | テレビ長崎 | SNS | R CINQ FAMILLE、グリーンテラス、福田屋、地獄めぐり、小浜足湯 | - | 2024/12/22 |
| 58 ぶらり探訪珍湯たび | BS日テレ | テレビ | 雲仙九州ホテル、波の湯茜、よしちょう | 2024/2/8 | 2024/3/30 |
| 59 NHKはっけんTV | NHK | テレビ | 灯りの花ぼうろ 紹介 | - | 2024/2/15 |
| 60 Fly-Day Wonder3 | FM長崎 | ラジオ | 灯りの花ぼうろ 電話出演 | 2024/2/16 | 2024/2/16 |
| 61 Fly-Day Wonder3 | FM長崎 | ラジオ | ONガスin雲仙 ラジオ出演 | 2024/2/23 | 2024/2/23 |
| 62 JAL SKYWARD 2月号 (JAL機内誌) | JAL | 雑誌 | 雲仙特集 | - | 2月号 |
| 63 見取り図の長崎ミステリーツアー | 株式会社NBCソシア | テレビ | 湯にも地獄の物語 | 2024/1/12 | 2024/2/17 |
| 64 Instagram (@mayu_ya11) | | SNS | 小浜温泉→普賢岳→雲仙温泉 | 2024/2/12-13 | 2024/2/13 |
| 65 Instagram (@uoza_26) | | SNS | 小浜→雲仙→国見・瑞穂 | 2024/2/14-15 | 2024/2/17 |
| 66 catchy. | 株式会社HIS | WEB | 雲仙温泉・雲仙地獄・仁田峠・小浜温泉 | - | |
| 67 ながさきプレス2月号 | ながさきプレス | 雑誌 | 雲仙灯りの花ぼうろ等 | - | 2024/1/27 |

メディアとの関係性構築とPRの実施

◎ "find UNZEN" Special Lunch with Massif の実施

次年度以降も継続的な情報発信を行うために、メディアとのコミュニケーションを大切にしています。まだ繋がりのない新規のメディア等とのマッチングやぼんやりと持っている雲仙のイメージをポジティブに更に解像度を上げていただくためにメディア向けのイベントを実施。

| | お名前 | メディア名 |
|----|--------|-----------------------|
| 1 | 穂上 愛 | UOMO |
| 2 | 佐竹優季様 | ELLEグルメ |
| 3 | 菊池聡敏様 | CREA |
| 4 | 草野裕紀子 | BRUTUS |
| 5 | 高橋 俊宏 | Discover japan |
| 6 | 垂井様 | SPUR |
| 7 | 出原杏子様 | mimollet |
| 8 | 熊野由佳様 | 旅ライター(Harpers BAZAAR) |
| 9 | 浅香紗織様 | Harpers BAZAAR |
| 10 | 五十嵐あき様 | FIGARO JAPON |
| 11 | 舩川輝樹様 | Frau |
| 12 | 片岡宏樹 | dancyu |
| 13 | 田中 秋 | フードコーディネーター |
| 14 | 桑原 徳子 | フードコーディネーター |
| 15 | 園田 貴子 | 長崎県東京事務所 |
| 16 | 福島 晋一 | 長崎県東京事務所 |



開催場所として2023年にオープンしトレンドに敏感な人達に話題の【Massif】にてメニュー開発を含めてランチコースをご提供

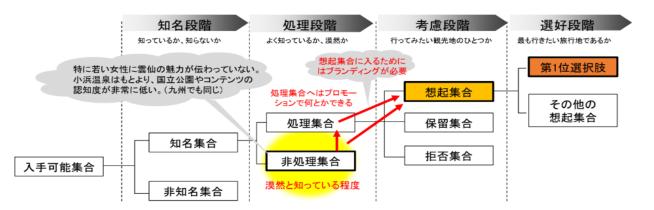




ユーザー属性に準じた情報発信

◎WEBサイト「FindUNZEN」、SNS運用(Instagram/Facebook/X)による情報発信

• 現在雲仙観光局ではInstagram/Facebook/XのSNSを中心に運用し情報発信を行っている。 各SNS毎の特性と利用者層、観光局として狙うブランディングの為の運用ルールを定めて運用。各SNS毎に投稿内容も精査。



非処理集合 ⇒ 処理集合へ

Instagram (FindUNZENの記事との連動)

処理集合 ⇒ 想起集合へ

Facebook (雲仙ポータルとの連動)

■ Instagram

運用方針:日処理集合から処理集合へ移行のための漠然とした雲仙の印象のブラッシュアップと、新しい情報のインプット、FindUNZENの記事の写真と文章の最初だけを記載しWEBサイトへの誘導を図る狙い。ビジュアルに特化したソリューションの特性を生かし、ビジュアルを重視した写真をフックにPRを行い、ブランディングをメインとした活用。

フォロワー数:3,931(3月時点:3,355+576名)

トップの地域 市区町村 国 長崎県 長崎市 12.6% 長崎県 南島原市 9.2% 長崎県 島原市 7.6% 長崎県 藤早市 7% 福岡市 4.9%

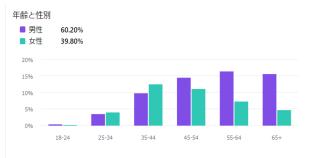


■ Facebook

運用方針:処理集合から想起集合へ。

より具体的に雲仙をイメージした方へのアプローチ。Facebookの特性としてビジネスユースなどが多い。地域の課題と向き合うオープンイノベーションや雲仙の関係人口に届ける情報を発信。雲仙ポータルの記事と連動し、今まさに動いている雲仙の情報を活用してPRを行う。

いいね!数:4,687(4月時点:4,633+54名)



雲仙観光における情報発信のハブとなる基盤整理

◎雲仙観光情報サイト -Find UNZEN- フルリニューアル

雲仙観光局となり、市全域の観光及び観光×他産業のPRを行うための情報のプラットフォームとなるWEBサイトをフルリニューアルした。

「誰の為に、何の為に観光サイトはあるべきか」という根本的な部分を見直し、来訪者の方が雲仙に行きたくなるWEBサイトを目指している。

旧両観光協会時代から蓄積されてきたドメインパワーや情報をしっかりと引継ぎ、必要な情報の探しやすさを向上させ、現状の旅行ニーズなど観光動向のデータに基づきサイトを構築。その土台の上に、エリアや趣味嗜好、またその日の気分で検索できるような機能を実装。旅は楽しいもの。雲仙に来る前から、ワクワクしながら雲仙の知ってほしい魅力や想いに触れていただけるようなサイト構成を目指している。

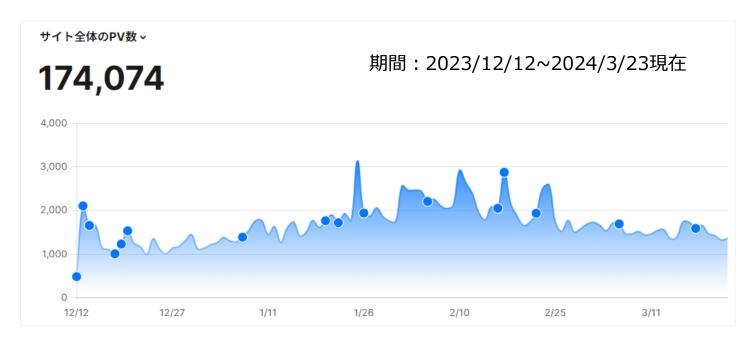


トップ画面(PC)



配信記事一覧(計77本の記事をアップ)

記事のテーマ 雲仙の豊かな自然を体感し、チームの絆も深められるブッシュクラフト 歴史を感じる古典的グランピングが、今ここに復活!雲仙の魅力を天幕の下で味わい尽くす。 霊験あらたかな雲仙の魅力を再発見!「四面宮御朱印巡り」 地熱体験ココタッチ 雲仙できのこもぎとり体験を楽しもう 雲仙ビードロ美術館でガラス作り体験!子どもも大人も楽しめるフュージングとは? 雲仙焼 窯元でロクロ体験!世界で一つだけの陶器を雲仙で作ろう スリル満点の"バギー"で、雲仙の自然を思いっきり満喫! 雲仙地獄~地球の躍動・鼓動を感じる~ 時空を超えた夜の地獄へ誘う、世界観を味わう過ごし方の提案 雲仙の海の魅力は、旧き歴史と新しい挑戦 そして、それを繋げる海人たちにアリ! 雲仙がもっと楽しくなる!ぶらり雲仙地獄ガイド体験 女子旅×カメラで楽しむ「しまてつカフェトレイン」 息を呑む自然と景観に感動!雲仙トレッキングガイト 夜しか聞こえない声が聞こえる!?雲仙「地獄のナイトツアー」を体験してきた 雲仙地獄の夜の案内人「さるふぁ」佐々木雅久さんとは? 雲仙で歩く!食べる!第3回「ONSEN・ガストロノミーウォーキングin雲仙温泉」体験レポート これも温泉!? ちょっと変わった温泉3選! このんびり、きままに。"しまてつ"と駅の旅 つわものどもが夢の跡……。歴史浪漫を感じる、知る人ぞ知る秋の雲仙・紅葉スポット 旧小浜鉄道の廃機跡を巡る映画の世界の様な没入感に没る旅 遊具豊富で見晴らし良好!百花台公園で子どもと、めいっぱい遊ぼう 地域の歴史が込められた「小浜ちゃんぽん」を堪能 雲仙を味わい尽くす~とっておきのこだわりグルメ、加工品天国~ 無関で終わいた。ソービンリスのというにイナックルン、加工の人国・ 雲仙市が考える・ワーケーション ハ斗木地区産、たくましさいっぱいのブランド白葱、八斗木白葱生産部会 雲仙の山の砂髪 プ陽、オット 3選 春の小浜温泉を彩る桜とスイーツ!レンタル電動自転車でカフェを巡る UNZEN 旅チャリ 110年の歴史と風情、自然情景を楽しむリゾート感◎の雲仙ゴルフ場で特別体験を。 勝負どころは鮮度に品質。雲仙ブロッコリー部会 雲仙・小浜 湯めぐりの提案 風情ある武家の町を歩き、今も暮らす人たちの歴史に触れる【神代小路地区】 レトロな邸宅で学ぶ、小浜温泉の歩みと文化【小浜歴史資料館】 オオルリ天空飛行~空から見る島原半島~ 潮騒の中で過ごす贅沢時間 天幕レストラン雲仙~海 ここでしか買えないお土産もゲット!小浜温泉街でカフェ巡り 小浜温泉の海沿いをドライブしてカフェ巡りしよう! 湯けむりの中を散策!雲仙温泉でカフェ巡り 美容コラムニスト・福本敦子が出会う美しの湯・食・景色 登山好き&温泉ソムリエ・山下舞弓と巡る自然と温泉と人に癒される2日間 仁田峠 春 42 43 仁田峠 夏 冬の仁田峠 ~ 霧氷の美しい景色と冬鳥のいる風景 ~ 45 おしゃピク 46 F-Rike 47 温泉を持って帰るシリーズ 48 白雲の池体験 温泉を持って帰るシリーズ 49 小浜温泉の歴史 歴史シリーズ① 雲仙カトリック 歴史シリーズ② 雲仙避暑地時代 歴史シリーズ③ 雲仙を形成した人々 UNZEN City Photogenic tour UNZEN City Photogenic tour 2 観光再始動 The road to UNZEN 観光再始動 四面宮伝説 アズマルショ 瑞穂牡蠣祭り 湯祭り・オバマルシェ 観櫻火宴 フラッとHAWAIIAN in 小浜温泉 ひまわりクエスト 雲仙を味わい尽くす_いち 雲仙を味わい尽くす_オリーブ 雲仙を味わい尽くす_じゃがいも 雲仙を味わい尽くす_雲仙こぶ高菜 雲仙を味わい尽くす_えたり 雲仙市グルメ旅(千々石、愛野編) 雲仙市グルメ旅(国見、瑞穂編) おすすめドライブコース 雲仙岳の魅力満載トレッキング 家族連れにもおすすめの体験① 遊学の館 家族連れにもおすすめの体験② ペガサスライディングパーク 雲仙の花シリーズ



ユーザーのWEB上の導線を意識し、「イベント」や「モデルコース」等の検索数の多い(=ニーズの高い情報)と雲仙としてPRしていきたい強みとなる情報をしっかり整理し計画的に運用を行っている。次年度は更に更新頻度と質を上げていき、ユーザーにとって、会員にとって、雲仙にとって強力なPRツールとなるWEBサイトを目指す。

IHFindUNZEN

前年同期間対比:11,949PV

→約1,456%増

旧雲仙温泉観光協会HP

前年同期間対比:134,387PV

→約130%増

合計値

→約119%増

リニューアルポイント

①完全スマホファーストで 構成されたデザイン

情報を収集する際の手段として一番使われることの多いスマートフォン。過去運用していた雲仙観光局の各サイトの利用も平均して約70%のユーザーがスマートフォンで情報収集を行っている。ビジネス上はパソコンでの作業が多いため、WEBサイトはパソコンで見やすいものになりがちだが、あくまでも来訪者の利便性に特化するため徹底したスマートフォンファーストで作成している。

②カスタマージャー二ーに沿った 情報提供

従来のWEBサイトは、地域の人にしかわからない特有のエリア分けや、一緒くたにされたお店情報や見どころが多く掲載され、来訪者にとっては必要のない情報が掲載されているケースも多く見受けられる。本サイトでは「モデルコース」「旅のテーマ」「今の気分」などカテゴリー別に入り口を準備し、雲仙の基礎情報が全くない人でも気軽に検索がしやすいサイトにしている。

③ビジュアルベースでの訴求と 情報量・メッセージの精査

行ってみたい、やってみたい、食べてみたいとファーストインパクトは旅の大きな決め手となる。本サイトを見たことで、そう思ってもらえるようなビジュアルが際立つデザインを起用した。また最適な情報を最適なタイミングで伝えれるように導線や情報量についてこだわって作成した。シンプルなあしらいでストレスなくWEBサイト内を回遊いただけるように更に改良と運用を行っていく。

_____ ブランドステートメント

雲仙を見つ自分らしい

け

る



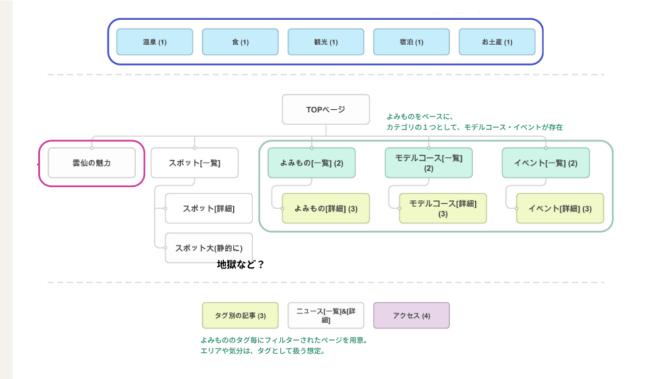
火山の上に織りなす、あまりにもあまりにも多種多様 な雲仙のたからもの。

あなたが望む旅の出会い。あなたが思い浮かべる雲仙 の表情。それは山か空か海か。それとも温泉か湯煙 か。あの人かあの場所かあの風景か。

何にふれるか、どこに行くのか、誰とであうのか。 そのきっかけをFindUNZENで見つけてください。

目線をあげれば、色鮮やかな自然に包まれる山肌。歩けば、からだをまとう湯煙。あいさつからはじまる、なにげない会話。開湯1300年を誇る乳白色の硫黄泉、雲仙温泉。橘湾の海岸線に広がる、熱量日本一の小浜温泉。火山がもたらす肥沃な大地には、多様な雲仙野菜が実り、山間部では酪農が盛んです。 火山に降り注いだ雨が流れ、滲み出る水と養分は、 有明海を豊かな漁場にしています。 雲仙市の海の玄関口、多比良港。そして、海岸線を沿うように走る鳥原鉄道。城下町の佇まいを残した町並みと神社仏閣。日本最初の国立公園は、自然の脅威と恵みを学ぶ場であり、地獄と共に生きる暮らしと誇り。これだってきっと一握り

サイトマップ



記事参考





マーケットインとプロダクトアウトを両立させるプロモーション計画

◎最適な情報発信の為の素材の整理と配信計画の設計

Find UNZEN



Find [] UNZEN

▼役割:ユーザーからのニーズで括る

サイト訪問者に対して、スポットや読み物などを知りたい情報を大まかに括るための特設ページ。(既存ページの「テーマ」に少し近い)季節や特に推したいジャンルについて特設ページを作ることでユーザーの好奇心に訴求する。

▼例

- · Find [spring] UNZEN (季節で括る)
- ・Find [rainy] UNZEN(天候で括る)
- ・Find [outdoor]UNZEN(嗜好で括る)

Persona article

※ペルソナプロモーション

▼役割:資源とユーザーニーズの掛け合わせを表現

サイト訪問者の個性や嗜好性にフォーカスし、 過ごし方を具体的に提案するページ。(既存ページの「モデルコース」に近いイメージ) ターゲット範囲が限定的になるため、WEBの 機能面に加え、情緒面がより重要になる。 (=リッチデザインの必要性个)

▼例

- https://www.unzen.org/article/mountain_mo delcourses
- https://www.unzen.org/article/beauty_model courses

etc...

季節ごとに魅力が移り変わる雲仙の魅力を最適化した情報発信

◎シーズンプロモーションの実施

- ・マーケティングデータより年間を通した雲仙への関心度や来訪客数を分析。
- ・シーズンに合わせた雲仙のコンテンツの強みを整理し最適なターゲットに向けてリブランディングし届けることでより興味 関心の高い層に雲仙の新しい側面をPRすることが出来ると考える。

■雲仙霧中散歩

雲仙市のみならず全国的な傾向として梅雨時の6月から7月は来訪者の出足が鈍くなるシーズン。雲仙観光局ではこの時期の誘客促進を図るため、雲仙市の同時期の特徴である「霧」や「湿度の高さ」、「湯煙のまちのイメージ」などを活かした新たなプロモーション戦略を展開。その名も「雲仙夢中散歩」。この時期ならではの雲仙市の楽しみ方や高湿度を活かした美容や健康との連携企画など積極的に発信。



■春のプロモーション

秋季と並ぶ雲仙のハイシーズンであるゴールデンウイーク。 自然(ミヤマキリシマ、ヤマボウシ、桜)と体験(登山、アウトドア アクティビティ、キャンプ)、食(春野菜 等)を中心にニーズの高 い情報を整理して提示。サイトトップページの上部に設置することで ユーザーのストレスを無くし、快適な情報収集を促す。

- ※次年度春夏秋冬前シーズン整備
- ※3月末アップ予定



多様な雲仙の魅力をニッチに特化した編集で情報発信

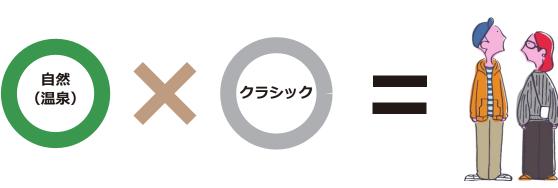
◎ペルソナプロモーションの実施

- ・マーケティングデータに則ったマーケットイン型のシーズンプロモーションと対になるプロモーション。
- ・雲仙の多様な素材を最適な形で求める人に最適な方法で届けるニッチな情報発信を行う。
- ・細かい詳細なペルソナを設定し、そのターゲットに準じたプロモーションを実施する。



■資源×トレンドでペルソナの粒度の細分化

例えば漠然と「あの人は温泉が好きだ」と言われるよりも、「あの人は趣のある温泉巡りをするのが好きだ」と言われた方が、その人のキャラクターがより明確になる。この考えに基づくと、資源×トレンドよって設定されたペルソナは、粒度が細分化できる。



趣のある温泉との 出会いを楽しむ湯人

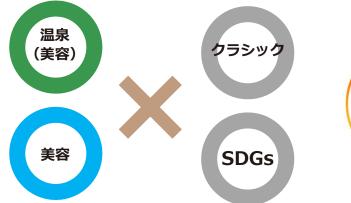
歴史ある温泉施設に目がない湯人。長期休みが取れるたびに全国の湯巡りをするのが趣味にも関わらず、関東在中による縁のなさからか、雲仙に素晴らしい温泉があることは知らない。

多様な雲仙の魅力をニッチに特化した編集で情報発信

◎ペルソナプロモーションの実施 ~属性特化のインフルエンサータイアップ~

FUKUMOTO ATSUKO (@uoza 26) : 6.5万人フォロワー

美容コラムニスト 「コスメキッチン」に14年間勤務後、独立。 オーガニックに精通した知識と独自のオーガニック美容論が、20代~30代の女性を中心に世代を超えて支持されている。





uoza_26 🤣 フォロー中 🗸 メッセージを送信 均 👀

投稿**2068**件 フォロワー**6.5万**人 フォロー中**796**人

福本 敦子/ATSUKO FUKUMOTO◎

▲ #敦子スメ の福本敦子です。

美容コラムニスト/ 著者ム

Podcast 「福本敦子のきくこすめ」/ YouTube

▼ link

@ linktr.ee/uoza_26?utm_source=linktree_profile_share<sid=79bd5ddf-8c

フォロワー: shinji_nakayama0625、asamitase、classy_mag_insta、他13人

YAMASHITA MAYUMI (@mayu ya11) : 3.7万人 / YOUTUBE チャンネル7.5万フォロワー

YouTubeで「オトナ女子の山登り」チャンネルを運営するモデル。2023年には「わたしの山登りアイデア帳」を出版し、モデル業にとどまらずアウトドア関連の情報を発信中。









投稿**1408**件 フォロワー**3.6万**人 フォロー中**1154**人

Mayumi Yamashita

@ mayu_ya11

山下 舞弓 / model (モデル歴24年)

■2023年8月初著書出版

#わたしの山登りアイデア帳

○YouTube #オトナ女子の山登り で検索♀

登録者7万人

お仕事のご依頼・ご相談はDMか下記 へお願いします。 otona.yamanobori@gmail.comお知らせ&詳細は 👇

⊘ lit.link/mayumiyamashita + 1

フォロワー: hikertrash_official、oharuchanbanzai、yas_guess_gear、他12人

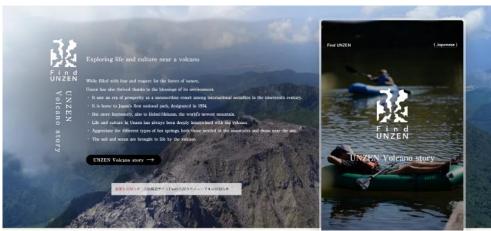
インバウンド向け情報発信

◎インバウンドターゲットに向けた情報整理とPRツールの作成

モデル観光地認定、観光再始動事業を始めとしたインバウンド向けの情報発信のPRツールや情報発信の為の基盤整理等を実施。

動画制作

UNZEN Volcano story (インバウンド向けサイト作成)









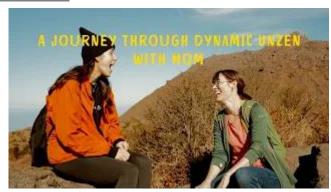








動画制作



タイトル: A JOURNEY THROUGH DYNAMIC UNZEN WITH MOM 総務省事業を活用してNIBと連携して作成。 ターゲットはニュージーランド/オーストラリア









観光再始動コンテンツPR動画×4種

旅ナカで最初に出会う検索の中のお店の「第一印象」を整える

◎Google Business Profile (GBP) 登録・活用支援企画について

11月14日(火) 13:30~16:00

11月20日(月)13:30~16:00

@雲仙BASE

@国見町農村環境改善センター 1階集会室

2. エリアコンパス導入編(14:45~15:45)

2. エリアコンパス導入編(14:45~15:45)

設、商業施設、観光施設を運営する事業者

事業の魅力をより多くの人々に伝えたい方

•ロコミやレビュー対策に興味がある方

エリアコンパスを使ってみたい方

飲食店、お土産店、体験プログラム提供場所、宿泊施

•Googleビジネスプロフィールを始めて利用する方

1. 登録&活用編(13:30~14:30)

1. 登録&活用編(13:30~14:30)

オンラインでの配信も同時刻で実施

- ・GBPを活用することで、旅行者は正確な営業時間、場所、サービス内容などの情報を簡単に入手できる。これにより、計画を立てやすくなり、不 必要なストレスや時間の浪費を防ぐことができる。旅行者が目的地での活動を計画する際、インターネットでの情報収集は不可欠で、特に雲仙工 リアの飲食店などでよく見られるのが、ウェブ上の情報と現地の状況が一致しないケース。これは旅行者にとって大きな失望を引き起こし、雲仙 エリア全体に対する評価を下げる可能性がある。
- ・GBPを効果的に活用することで、このような問題を最小限に抑え、旅行者に対するサービスの質を高めることが可能。その第一歩として、GBP上 の情報を常に正確かつ最新に保つ為に、説明会と運営勉強会を下期に実施。事業者と伴走を行いながら店舗数の拡大と利用率の上昇を目指す。

■登録支援・勉強会の実施



今年度限定で登録支援から サポートまで無償提供!

運用方法、活用方法を一から ご紹介します!

既に登録済の事業者様もさらに 使いこなせるように!

推進セミナー、運用セミナーの 開催やお問合せ対応までサポー トも安心!

Googleビジネスプロフィールとは? Googleビジネスプロフィールは検索した時に表示されるGoogle フップトの情報を整理できるツールです。 エリアコンパスとは?

エリアコンパスとはGoogleビジネスプロフィールのデータ活用を目的 とし、運用における改善点をAi自動で提案してくれるプラットフォー ムです。本施策では、Googleビジネスプロフィールのご支援に加え、 こちらの「エリアコンパス」を実証期間中、無償提供します!

実施期間: 11/14(火)13:30~16:00 国見町農村環境改善センター1階集会室 11/20(月)13:30~16:00 雲仙BASE

> ①登録&活用編(13:30~14:30) ②エリアコンパス導入編(14:45~15:45)

支援企業:一般社団法人雲仙観光局、株式会社リーゴ



写直投稿機能 お客様がイメージしやすい!

クチコミ機能 お客様に安心感を与える!

営業時間などお客様が迷わない!

商品・メニュー登録機能

お客様のストレスを減らす!

ORコードより

お願いいたします→

1. 登録&活用編

Googleビジネスプロフィールとは?

•効果的な活用方法を知りたい方

•なぜ今、GBPが重要なのか

•GBPの基本的な登録方法

• 効果的な情報の提供方法

・レビューやロコミの管理方法

2. エリアコンパス導入編

•エリアコンパスとは?

•AIによる改善点の自動提案機能

エリアコンパスを活用した事例紹介

・実際の導入手順とポイント

■GBP参考画面





| KPI名称 | KPI詳細 | 目標値 | 実績 | 差分 |
|------------------------------|---|-----|-----|----|
| 新規GBP登録事業 者数 | GBP未登録者の中で、新規に GBPに登録した事業者数 | 15 | 9 | 6 |
| エリアコンパス登録事業者数 | GBP登録者の中で、エリアコ ンパスに登録した事業者 | 27 | 16 | 11 |
| エリアコンパス導 入事業者のアクシ ョン数 | 支援期間中(12月~3月)に支援対象の 5割以上 が、写真・投稿・口コミ返信の内どれか1つ項目を1回更新する | 8 | 8 | 0 |
| 観光局からの改善 提案に対するアク ション数 | 観光局側から改善点を提案した「GBP活用重点支援対象事業者」の3割以上が、実際にアクションを自ら実行する | 30% | 71% | |

A おばまdiningかん

シビックプライド醸成につながる仲間づくりの取組

◎インナーブランディング(LINE配信/マーケティングレポート/雲仙ポータル)

- ・雲仙観光局としての取組を会員の皆様を始め、地域の皆様に知っていただくために各施策を実施。
- ・シビックプライドの醸成は地域のブランディングにも大きく関係していると考えており地域一丸で各取組を実施していくためにも、更なるインナーブランディングの為のプロモーションを実施していく。
- 公式LINEの運営

現フォロワー数:76名 上期投稿数:12回配信

下期投稿数:7回配信

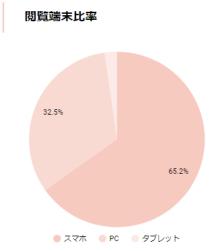


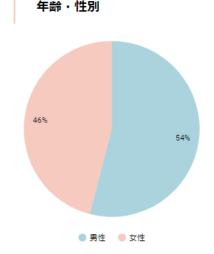
■雲仙ポータルの運用

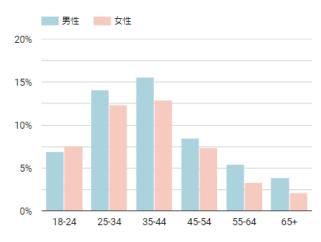
観光戦略で謳っている"途中を見せる"をコンセプトにしたインナーブランディングを 日的としたWEBサイト

目的としたWEBサイト

上期投稿数:24回 / 下期投稿数:27回







■マーケティングレポートの発行







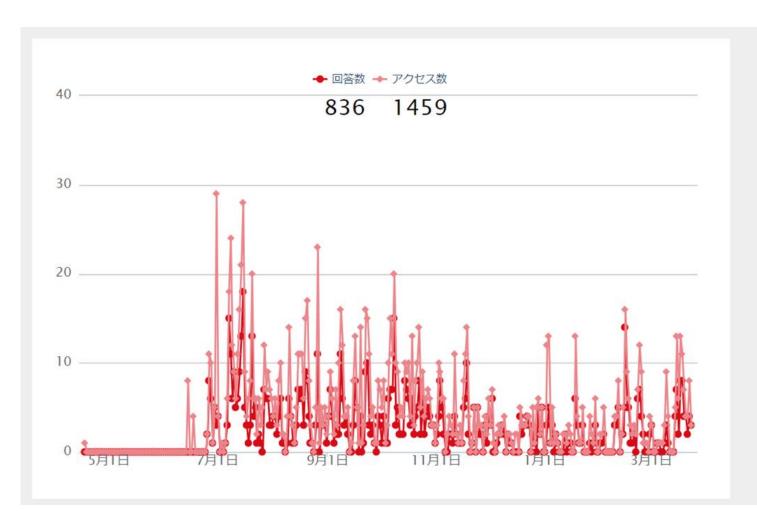




訪問客アンケート調査

◎訪問動機や訪問地、満足度、消費単価をリアルタイムで把握するアンケート調査を実施

- 観光地域づくりマーケティングの基礎データとなる訪問客アンケート調査を継続的に実施。
- 雲仙観光局が展開する各種事業の企画立案のほかターゲッティングや事業内容への反映、事業評価・改善など多様な活用を推進している。





◎長崎県みんなで磨く! 観光まちづくり推進事業

365日の食と人と大地の祝祭事業



JR九州 ななつ星 夏のコンテンツ開発

雲仙市へ訪れる来訪者の満足度向上を行い、地域全体への滞在時間の延長、消費額の向上、リピート率の向上、 並びに、関係事業者のモチベーションの向上に寄与する。また、着地型観光コンテンツの集客力向上を通じての 雇用の拡大、地域全体への波及効果の拡大に寄与する。



JR西日本 「大地のチカラ」農業連携



アドベンチャーツーリズム 商品開発



インタープリター確保と育成

関係人口拡大による長期滞在促進事業

雲仙市全体を広く見て、暮らしや一次産業等の生業の中にある様々な日常的なコンテンツや地域住民との出会いや交流を、価値・コンテンツに変えられる。そのことで、雲仙温泉や小浜温泉などのいわゆる観光地だけでなく、雲仙市全域を踏まえた、雲仙市ならではの面的資源を、魅力に変え、長期滞在を促す価値に変えられる。 滞在中の体験がより豊かになり、長期滞在が促されるとともに、お客様の満足度が高まる。長期滞在客が増えることにより、地域内での消費単価が上がり、経済効果が高まる。



日本一の長さを誇る105メートルの足湯 「ほっとふっと105」でワーケーション



2本のポールを使って歩くノルディックウォーキング 街中ウォークや簡単な登山など様々なコース



標高1000mの仁田峠などE-Bikeなら楽々



地域住民との出会いや交流が 付加価値コンテンツへ

◎長崎県みんなで磨く! 観光まちづくり推進事業

ジュニアパークレンジャー コンテンツ開発事業

国内で最初に国立公園に指定された特色ある背景を持つ雲仙地域をフィールドに「楽しむ、学ぶ、守る」をコンセプトとした「ジュニアパークレンジャーコンテンツ開発」を図ることで、子供向けの新たなコンテンツを長崎大学経済学部津留崎ゼミ・NPO法人Slopeersと共同で3コースの造成を行った。子供たちがインタープリターと共にフィールドを散策することで、深い体験や学びが得られるツアーとして令和6年夏季を目処に販売を開始する。









モニターツアー









◎ 市道仁田峠循環線利用適正化協議会_仁田峠渋滞対策実証実験事業

雲仙仁田峠渋滞緩和に向けた実証実験プロジェクト

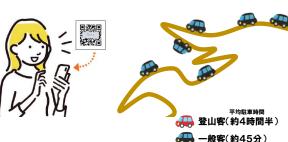
雲仙の秋といえば仁田峠の紅葉狩り。しかし、 仁田峠循環道路では最大3時間という慢性的な 渋滞が 毎年発生していました。 そこで、雲 仙観光局では渋滞解消のための 実証実験をス タート!予約制やパークアンドライドなど、 これまでにない取り組みを行い、期間中の渋 滞ゼロを実現しました!

実験日(ピーク時で渋滞が予想された5日間) 10/29日・10/30日・11/3・11/5日・11/6日

<実証実験の概要>

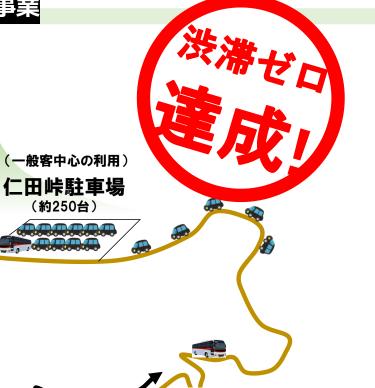
事前予約制を導入し通行車両をコントロール。 登山客をパークアンドライドへ誘導。 仁田峠駐車場の回転率を高め スムーズな流れを実現!

(理想的な車両の流れ)



渋滞の要因は 山頂駐車場への・・・

- ・ピーク日への来場車両の集中
- ・山頂駐車場における長時間駐車車両 (登山者など)の存在





(登山客の利用) パークアンドライド駐車場











自主事業等_受入体制の強化

◎施設運営

• 来訪者の窓口案内、電話案内、メール問合せなどを通常業務を行いつつ、イベント等の最新情報の発信や、有益な情報を日々蓄積し共有を行った。

















ほっとふっと105 ほっとスポット105

雲仙地獄工房

白雲の池

諏訪の池ビジターセンター・園地

令和5年度年間利用者数・売上実績

| | 年間 | 利用者数 (人) | 売上 (+m) |
|--------------|-------|----------|---------|
| 雲仙地獄工房 | 令和5年度 | | 12, 190 |
| 会训心外工场 | 令和4年度 | | 4,966 |
| ほっとふっと105 | 令和5年度 | 108,815 | 7, 123 |
| ほっとスポット105 | 令和4年度 | 95, 536 | 6,658 |
| 諏訪の池ビジターセンター | 令和5年度 | 10,405 | 3 0 7 |
| | 令和4年度 | 9,768 | 2 8 9 |
| 白雲の池キャンプ場 | 令和5年度 | 7 6 4 | 1, 455 |
| | 令和4年度 | 6 5 9 | 1, 135 |

自主事業等_受入体制の強化

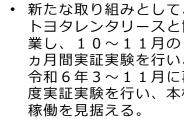
◎二次交通対策

- 昨年度に続き観光庁補助金を活 用し、長崎空港及び諫早駅から の二次交通の充実を図るため、 長崎バス観光と連携し、シャト ルバス(片道2,000円)の 運営に協力した。(運行7月1 日~12月31日)
- 昨年度より拡充し、毎日2便運 行、季節に合わせた車内アナウ ンスを、雲仙観光局職員とひま わりてれびによる協業で実施し た。
- 1461名が乗車したが、損益 分岐点を達成できず、次年度の 定期運行は断念。成果と反省を 踏まえ、モデル観光地において、 新たな施策を検討する。



• 新たな取り組みとして、 トヨタレンタリースと協 業し、10~11月の2 カ月間実証実験を行い、 令和6年3~11月に再 度実証実験を行い、本格

- 雲仙よか湯駐車場を貸出 費は無料。1回15分よ り利用が可能。
- セスの充実を図ることで、 滞在時間の延長や観光消



- 場所とし、24時間アプ リで予約、出発、返却が 可能であり、入会金や会
- 課題である旅ナカのアク 費額増を図る。

◎ONSEN・ガストロノミー 雲仙温泉

- 令和6年3月雲仙温泉にて開催し195名が参加した。
- 昨年も雨であったため、再度楽しみたいと思い参加を して、結果、メモリアルホールでゆっくりと美味しい 食事を堪能できたので良かった、雨天のための変更が 非常に大変だったと思うが地域でおもてなしをされて いる感じがして良かったなど意見をいただいている。







◎雲仙灯りの花ぼうろ

- 令和6年2月~3月に開催し、期間中の土曜日は"花ぼおろ花火の宴"を開催 し、閑散期である冬の雲仙に多くの来訪者が訪れました。
- 温泉街を散策しながら謎解きをする"謎解き! 雲仙地獄からの招待状"も開催し、家族連れを中 心に楽しんでいただいた。
- 令和7年の開催については、ビックデータを活 用し来訪者の行動履歴など調査を図ることを検 討する。

参考数值) 雲仙温泉街来訪者 対前年325% 対前月965%











自主事業等_受入体制の強化

◎ワーキング(WG)の開催

- 地域における課題抽出と解決策を議論する場として、令和元年9月より現在 まで毎月開催しており、毎回雲仙市内外より30~50名参加している。
- 観光戦略策定や施策推進の中核となる多様なオープンイノベーション、異業種交流の場(多様な利害関係者)として継続している。
- 各テーマのファシリテーターは雲仙観光局が担当しており、今年度下期より「国見の良さを伝えるWG」として4度開催し、国見地区インタープリテーション全体計画の策定を検討しつつ、3つの体験コンテンツを開発した。なお、国見地区インタープリテーション全体計画は、令和6年5月末目途に策定予定。
- 令和6年7月より橘湾地区(千々石・小浜・南串山)インタープリテーション全体計画を策定と体験コンテンツを開発するWGを検討している。
- 雲仙地区インタープリテーション全体計画は、現在、各宿泊施設へ出前授業 を実施しており、毎年4月に開催している「はじめての雲仙さがし」にも活 用予定。
- 雲仙地区インタープリテーション全体計画を参考に、各国立公園で策定が始まっており、その問い合わせをはじめ、雲仙への視察が相次いでいる。

















◎自社商品の販路拡大

● 雲仙レモネード

会員からの紹介もあり、島原地区と小浜地区を中心に約30ヶ所への新規営業を行い、売り場が従来の2倍の合計60ヶ所ほどを確保できた。結果、目標収入2,500千円に対する期末着地予想は2,968千円(119%)を見込んでいる。来期に備え、販売管理及び在庫管理プロセスの厳格化も進めている。自社の売り場での売上増をもくろみ、ほっとふっと105での販売方法を工夫した。具体的には、足湯に浸かりながらレモネードを楽しんでもらうべく、従来の瓶での販売より透明プラカップに移し替え冷凍レモンスライスを入れ見栄えを良くしたところ、今のところ販売数は従来よりも増加し順調に推移している。今後は市内産の冷凍いちごやブルーベリー、県内産の冷凍みかんなど、定期的に様々なフルーツを入れたレモネードを予定している。追って温泉蒸し玉子の販売方法の改善の実施も予定しており、ご当地名物としての魅力的な演出を目指す。

●雲仙・小浜・島原美人フェイスマスク

在庫管理と販売管理のプロセスを見直し、厳格に運用した。物価高騰による値上げも行い、Find UNZEN ネットショップ、ふるさと納税、会員を中心に新規の売り場を拡大した。結果、目標2,500千円に対する期末着地予想は2,681千円(107%)を見込んでいる。

一方で、上記商品の自社売り場拡大に向け、まずはほっとふっと105にて取組みを行い、温泉蒸し玉子も含めご当地名物としての魅力的な演出を目指している。加えて、売上増及び管理の合理化に向けて、販売管理ソフトの導入、インボイス制度に即対応するなど基礎的な対応を着実に行った。





◎新規自社商品の開発

• 入浴剤「おうちで雲仙の湯・おうちで小浜の湯」開発

ワーキングにて課題に挙がった、更なる雲仙温泉と小浜温泉の象徴する土産品として、女性をターゲットとして入浴剤を開発した。他商品と差別化を図るため試行錯誤を重ね、香りをできる限り本物に近く、且つクセになる感覚を重視した。加えて、両温泉地を想起させるパッケージを採用した。単に土産品としてだけではなく、美容やリラックス需要にも対応し、また行きたい、行ってみたいという継続的なファンづくりにも有効と考え、旅アトにおける雲仙温泉と小浜温泉のブランディングにも寄与できると考えている。

食品と違い、賞味期限等の取扱いが楽になることもポイントの一つと考えている。

4月より発売開始し、様々な販路を拡大しつつ、現自社商品と並ぶ土産品に昇華させ、地域の消費額増に貢献する。





◎雲仙市ふるさと納税

- やみくもにPRをせず、メリハリをつけてターゲットに直接情報を届けること を前提に、年収700万円以上の50歳以上をターゲットとしてPRを実施し た。(収益4,375千円/対目標96%)
- コンセプトは「"雲仙で過ごす"という時間を贈ろう」とした。自分への贈り物 として、あるいは家族への贈り物のような時間をイメージした。
- 特設WEBサイトの改修を行い、既存のWEBサイトの世界観を踏襲しつつ、配 色を変え「注目の返礼品」や「特集記事」の項目を追加するなど、ユーザーに も運用においても更に使いやすくした。結果、特にSNS広告の反応が良く、 WEBサイトへの流入が増加した。
- 令和6年度向けに新規商品の造成を行った。現在の商品のデータを収集し、金 額やデザイン性をマッピングにて整理し、新規商品の構想を固め、金額とデザ イン性を両立させた、雲仙の食や温泉が過程で楽しめる商品の組み合わせとし た。



草野春奈さん

高い志を持った若者たちも集まる小浜エリ ア。老舗旅館もまた、新しい感覚と現代的 な意識を取り入れ始めています。伊勢屋の 女将・草野春奈さんは、「宿でのおもてた しの時間だけじゃなく、『それまで』と 「それから」の時間も大切」と話します。 旅行計画や準備、お土産選びや帰路の過程 もまた、大事なファクターだから。「伊勢 屋旅館を「点」として、まちや人たちを含 めて「面」でもおもてなしできる、そうい うまちづくりと受け入れ態勢を作りたいで すね」と笑顔で話します。



宮田和晃さん

(ミヤタファーム)は、雲仙市名産のジャ ガイモを中心に、プロッコリーやシシト ウ、ビーツなど、さまざまな作物にも挑戦 しています。農場を切り盛りする宮田和晃 さんにとって、「大好きな雲仙で農業をす るなら、いっそ楽しく」という想いが活力 源。結果、異業種の人たちとのつながりが 生まれたりと、彼の世界も広がっていま す。時期によって農業体験も受け付けてい るので、興味がある人はご相談を。いつも 一緒に活動しているご夫婦の仲睦まじい姿 も、ぜひ見てみてください。



雲仙

久山由紀子さん

有明海で獲れた鮮魚を原料として、古くよ り多比良名物として愛されてきた蒲鉾とち くわ。75年以上の歴史を持つくみゆき蒲 錠〉には現在、若女将の久山由紀子さんが 笑顔で働いています。「創業当初から愛さ れている味を落とさないように、と毎間 中。代々受け継がれてきた味は、人が人へ とバトンを渡していくもの。まだまだ女将 も健在。人情味あふれる蒲鉾・ちくわのお いしさはもちろん、それを仕立てる人たち の心意気にも、ぜひ出会い、味わってみて

商品マッピング

楽天ふるさと納税のデータを金額・デザイン性を基準にマッピングしたのが下図になります。金額が比較的高いセット商品にはお酒が絡んでいることがわ

かります。その中でも、デザイン性の高いものは現状少ないので、金額とデザイン性を両立することで、選ばれる商品を造成します。

デザイン性・高 ¥12.000 ¥19.000 今回の商品造成エリア ¥24.000 ¥43,000 ¥10.000 ¥11,000 こうぶつのカケラ ことばに包まれた薬用入 浴剤「HAA for bath 日々」 セット パレット/ポ ロック/ステッチ/タ ¥13,000 糖度13度以上1濃

一味同心 焼酎6本おつ まみセット

¥24.000

しぐれ者をまり漬け

¥30.000

【楽天ふるさと納税より_金額1~4万円_人気セット商品抜粋】

::::XIIXII







甘酒5色ギフト

歴光よもづくりの芸術質炎期が予がけるご言葉フェイスマスタ。ツバキの社やビ マの第エキス、実質の雑臭をたっぷりと配合した「実施炎人」は、ぶっくりとした

個化物製である小製図製の開発が50%配合された「小製夫人」は、強パッタの ような化上が9年等数できます。引き締め物製だがではなく、マリンコラーゲンキ 海洋性スタメンス会まれており、みずみずし(関づつや 乳質へと導きます。



「通れて毎6人活料-おうちで雪仙の場」は、こ在宅のお底品で雪仙道魚にさ かっている気分を味わえる人浴料です。芸仙温泉は乳汁色で健康効果のあ 経費室が特徴で、「美観の様」としても人気です。

連れて帰る入浴料・おうちで小浜の湯 小浜電点は平面祭の塩化物点で、場上が54ガカボカと塩か(管理機能が高い ところが特殊的です。 報告の掲で整え、小浜の掲で仕上げる。二つの人溶料(





◎長崎県「農」ビジネスモデル構築支援事業

都市圏の客層をターゲットとした、雲仙・島原半島産品の PR メニュー創出

目的)雲仙観光局、生産者、販売者らが連携体を組み、東京都内の青果小売店、 ㈱アグリゲートの協力を得て、都市圏の消費者へのマーケティングを行いながら、 雲仙市や周辺地域の農畜産物を使用したご当地調理メニューを創出することによ り、雲仙市及び島原半島を中心とする長崎県産品の PR および消費量のアップを 図る。

● 雲仙の農業イメージを伝えるポスターを 作成し、都内の青果小売店で掲示



●開発メニュー

- ・市産アスパラガスを使用した総菜、弁当 6種類
- ・市産豚肉加工品を使用した総菜 4種類
- ・市産じゃがいもを使用した総菜 3種類



事業期間:2023年8月~2024年1月









- ・SNS(旬八青果店Instagramフォロワー37,206人)を通した島原雲仙の食材やメニューについての発信や店内でのPRを通して、都市圏の消費者に「雲仙島原地域のものは美味しい」という認識を広め、雲仙島原の食材の購買意欲を高めることに繋げた。また、バイヤーに現地を視察してもらい、直接生産者の話を聞いてもらうことで、雲仙島原産の素材の味や特徴をより活かしたPRメニューを創出することができた。
- ・実績(旬八青果店5店舗、その他都内のカフェ3店舗) 馬鈴薯惣菜20食、アスパラガス惣菜89食、豚肉加工品惣菜6食、 弁当259食 合計167,595円(次年度売上目標約2,000,000円)
- ・雲仙市内での試食会を通して、雲仙島原食材の新しい可能性を連携体事業 者同士で共有できた。今後は雲仙市の広報誌や雲仙観光局のSNS等でレシピ 等の発信を検討する。

◎コーディネートの実施(大丸・ポケットマルシェ)

- 大丸福岡天神店からの依頼によりテレビショッピング「てんじん NOW!」にて、雲仙の商品を2度取扱い総額3,553千円を売り上げた。いずれの商品も即完売し、福岡市場における雲仙の産品の更なる魅力の訴求に加え、販路拡大の可能性を実感した。
- 令和6年度はお中元を実施し、お歳暮市場への商品展開を検討している。
- 上述のように実績の積み上げから、エルガーラ・パサージュ広場において「万博に行くぞ!九州」体験・展示コーナー出店など依頼があっている。(出店検討中)









- 新たなEC販売を行う生産者を増やすことを目的に、一次産品の生産者を対象にしたインターネットサイト「ポケットマルシェ」の説明会を実施した。参加者(11名)からは、実際に活用している事業者からの意見が大変参考になった、販売のコツを知ることができたなど、アンケートからも満足との回答があり、ポケットマルシェの販売にトライしたいとの意見を多くいただいた。
- ・ また、ポケットマルシェでの販売において、それぞれの生産者が抱える課題の解決・スキルアップをすることを目的に、ポケットマルシェ登録検討者や、登録済みで販売に悩んでいる事業者向けに説明会を実施した。参加者(5名)からは、事例をもとに詳しく聞くことができ有意義だった、全く違った視点のアプローチ方法があることができ参考になったなど、アンケートからも満足との回答があり、このような機会があれば再度参加したいなど意見をいただいた。
- 上述のように説明会を実施したことに加え、送料無料キャンペーンなどを実施した結果、雲仙市内事業者合計における売り上げが、約800,000円と過去最高となった。





