公募事業に積極的に手を挙げていく

～観光マーケティング・下呂市DMO事業・持続可能な観光地戦略～

特別インタビュー

下呂温泉郷公式アプリがスタート
エコツーリズム大賞の特別賞受賞

着地型日本版DMOの成功モデルとして各地のDMOや経済団体、大学の視察が増加している下呂温泉（岐阜県下呂市）。コロナ禍では感染症対策を進めながら、数々の新事業もスタートしている。2021年度の前半の戦略を瀧康洋・下呂温泉観光協会長に聞いた。

瀧　康洋 氏
（一社）下呂温泉観光協会長

――コロナ禍の影響でありながら非常に注目を集めている

瀧　2020年度中から公募事業には積極的に手を挙げるようにしている。目玉のひとつが観光情報アプリ「下呂温泉郷公式アプリ」の提供開始だ。このアプリに関しては観光客向けのサービス向上の部分と、私の講演などでも話すDMOやマーケティング、マネジメントなど専門性の高い部分の両方について、観光関係者には知ってもらいたい。このアプリは観光庁が行う「DMO（観光地域づくり法人）による宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」の一環。利用者の様々なデータを収集でき、属性などの分析結果も即座に確認できる。下呂温泉観光協会ではホームページのアクセスなどをgoogleアナリティクスを利用して分析結果を活用している。今回のアプリでは観光客のニーズや行動をgoogleアナリティクスのように簡単に分析できるようになる。DMO認定の当初からもマーケティングのシステムは存在したが高額であったのと、今回のアプリのように操作方法も簡単ではなかったというのが印象だ。もちろん今後アプリに付加される機能として予定されているデリバリーやテイクアウト、行政からの災害情報などは想定も無かったはずだ。公募の条件を読んだ際には、地域性や加盟店舗のランニングコスト面など気になる点もあったが観光協会でカバーできると思い応募した。観光協会ではすでにデータ収集やまとめといった入力作業は通常業務化しているので、とくに問題無い。我々はこういった部分をクリアしているので国の公募事業には応募しやすいのだと改めて感じた。

――アプリの状況は

瀧　この事業には全国で4地区が参加した。今後2カ所が加わると聞いている。下呂では加盟店数38店でスタート。旅館ホテルをはじめ、飲食店や土産物店などになる。地域の飲食店や土産物店でこれまでポイントが付与されるサイトに参加してこなかったところにも参加してもらえたが売り上げや利益率など、ポイントに対するコストを想定していない料金や代金の場合は負担になるので、観光協会で当初は補填する。参加店舗数が一定数を越えてこないとアプリのメリットだけでなく、収集するデータも少なくなりマーケティングに活用できなくなる。同時に重要となるのは登録してもらう会員数だ。利用者数ももちろん大事だ。登録時にポイントの付与は表に現れているのでわかりやすい施策だと思う。我々は参加してくれた店舗を支援する施策として、新規の会員獲得に関してインセンティブを付けるようにした。補助でなく販売促進にしたことで、店舗を助けながら我々に必要なマーケティングの元になるデータ量を確保していく。提供開始1カ月でありがたいことに約3千人に会員登録してもらえた。この当初1カ月で3千人登録も高く評価してもらっている。花火の予算の時と似ているが観光協会は現場に即した動きをスピーディーに行っている。前月のデータは当月の冒頭には速報値で出る。これにより的確に素早く施策を打てる。アプリの周知にはポスター、チラシ、POPなどを制作して市内各所でPRしている。スマホを普段そこまで使っていない

アプリを操作

シニア層などにはポイントがプレゼントされることを知ってもらうことで会員登録に繋がる。グループ客や家族客にも有効だ。旅館ホテルのチェックイン時などの待ち時間、客室で休んでいる時間に自然に知ってもらうことは重要だ。

――アプリの利便性は

瀧　下呂温泉のアプリとしてはこれまで低コストのオフラインアプリを採用してきたが今回の「下呂温泉郷公式アプリ」に変更したことで本格的なオンラインのアプリとなる。わかりやすい変化は位置情報を元に目的地までのルート案内が搭載されたこと。外国語対応は英語について、表記でなく会話形式による対応になったこと。下呂温泉独自のサービスの実現のために早期の温泉街の5G化もお願いしている。モデルコースの案内も利用に直結できるようになった。温泉街のまち歩き観光をはじめ、下呂市内広域のモデルコースも紹介している。エコツーなどのコンテンツも充実させた。今回のアプリの提供時期とタイミングが良かったのは下呂温泉街では、まち歩き観光が非常に伸びている。温泉の魅力が高い下呂は観光は弱いのではないかと思われてきたが昼間のまち歩き観光、とくにスイーツめぐり、カフェ巡りが、食事についても伸びてきている。目立つのは下呂プリン、ミルクスタンド、郷土料理「けいちゃん」専門店。下呂スイーツはDMOの事業として試験的にスタートしたが現在は定着。今年度も新規2店舗が参加している。下呂出身者や下呂出身者が配偶者などのUターンやIターン、新規出店も増えている。下呂の観光客数は入域でなく宿泊者数でカウントしているのは何度もお話ししてきた。今、下呂の観光が良いのはチェックイン前や後、チェックアウト後の温泉街への滞在時間が伸びてきているところ。温泉目的と観光のバランスが非常に良いように感じる。昼間の観光客が多いのを見てもらうと新規出店の希望や、UターンやIターンのきっかけになっている。自然発生的に店舗が集まってきた。観光協会やDMOは観光地をマネジメントして良い観光地を目指すことで民間が参入しやすい土壌を作ってきたのだと思う。市役所側にある商店街に近い出雲大社飛騨教会は昨年末に改修している。まち歩きエリアも確実に拡大している。来年度は旧下呂館跡地に観光交流センターがオープンする。当初計画ではここに観光協会が運営するカフェを計画してきたが温泉街に新規のカフェがオープンし始めたことで観光協会運営のカフェは不要だろうということになった。増加する観光客、とくに近年はコロナ対策とうことで広いスペースが求められていることもあり、オープンエアーの開放的なスペースが増えることはメリットが大きい。旧下呂温泉病院跡地では、開発を待っている空き地を臨時駐車場として活用している。旅館のチェックアウト後に駐車できるスペースが多くあるのも昼間観光客増や花火目当ての観光客の受け入れ部分でも役立っている。コロナ禍など車利用の観光客は増加することを考えると空き地にハード整備という思考でなく、臨時駐車スペースの確保や自動車観光の受け入れ強化も必要ということを念頭に入れた開発が必要だろう。

――エコツーの状況は

瀧　エコツーに関しては、商品化だけでなく、MICEとしても伸びてきた。

第16回エコツーリズム大賞の特別賞受賞

昨年11月15日と16日に全国エコツーリズム大会in下呂市を開催した。コロナ対策を行いながら全国から関係者約280人に参加してもらえて無事終了できた。コロナ禍の下呂のMICE成功モデルといえる。環境省と日本エコツーリズム協会が主催する「第16回エコツーリズム大賞」でも特別賞に選ばれた。2年前には優秀賞も受賞している。DMOの先進事例地、エコツーの先進事例地、エコツーとDMOを組み合わせたE―DMOなどの視察や研修も増えている。私も下呂市内や全国で講演する機会も増えた。視察で訪れてもらうと温泉以外に豊かな自然観光資源があることに驚いてもらえる。ヒット商品も生まれてきているのでスイーツ同様のエコツー商品の定着や拡大を期待している。昨年、民間認証ながら、SDGsの認証を収得した。持続可能な観光地としての視察のニーズも増えると期待している。

――花火イベントについては

瀧　夏のイベント下呂温泉まつりなど密を避けるために中止し、その予算を振り分けて、打ち上げ時間も短くし開催日を増やした花火イベント「天壌無窮（てんじょうむきゅう）悪疫退散　下呂温泉花火物語」（主催・下呂温泉花火ミュージカル冬公演実行委員会）を開催した。コロナの第3波により、1月から2月分は延期し4月と5月に実施する。今年度も大型イベントの花火ミュージカルは実施せずにこの花火イベントを開催する予定。全国的に花火イベントが中止となる中で、非常にこの花火イベントは喜んでもらっている。密を避けるためにもオフ期での開催を検討している。

緊急事態宣言の発令により、延期となった1月16日～2月28日までの振替公演を開催。振替開催日は、4月3日、4日、10日、11日は実施。4月は17日、18日、24日、25日。5月は8日、9日、15日、16日、22日、23日。

新型コロナウイルス感染症対策を行いながら、来場者にはマスクの着用、手指の消毒などを呼び掛ける。各週のテーマは以下の通り。4月17日、18日は「滝開き花火」。下呂市の北に位置する、飛騨小坂の滝開きを記念した花火を打ち上げる。24日、25日は「ギフチョウ花火」。下呂市で初めて発見され春にのみ姿を見せるギフチョウをイメージした花火。5月8日、9日は「母の日花火」。母の日に感謝を込めカーネーションの赤等を基調とした花火を打ち上げる。15日、16日は「こいのぼり花火」。天高く泳ぐこいのぼりの姿をイメージした躍動感のある花火を打ち上げる。22日、23日は「ラブレター花火」。大切な人へ思いを込めた情熱的な花火を打ち上げる。

下呂温泉花火物語

「天壌無窮（てんじょうむきゅう）悪疫退散　下呂温泉花火物語」

下呂市総合観光情報アプリ「下呂温泉郷公式アプリ」ポイントプレゼントキャンペーン

下呂市の観光情報や旬な情報を発信する下呂市総合観光情報アプリ「下呂温泉郷公式アプリ」ではサービス提供開始を記念してポイントプレゼントキャンペーンを実施中で、アプリをダウンロードして会員登録すると、下呂市内の加盟店で使用できる500ポイント（1ポイント1円）が先着4千人にもらえる。

会員登録方法は①アプリをダウンロード②会員登録コードを読み取り③必要事項を入力④会員証を加盟店で提示するとポイントを貯めたり、使ったりできる。

アプリは無料でダウンロード、使用できる（インターネット接続が必要、通信費は利用者負担）。

下呂温泉素肌美人プロジェクト　素肌美人スイーツ

下呂温泉をはじめ周辺の温泉郷には美肌効果をのぞめる良質な湯や美容や健康に嬉しい特産品が豊富。旅をしながらきれいを目指すのが「素肌美人プロジェクト」。

地元シェフやパティシエが工夫を凝らして創作した「素肌美人スイーツ」が各店舗で味わえる。新作も登場。

エコツアー（カヤックツアー）

出雲大社　飛騨教会

素肌美人スイーツ

素肌美人スイーツのラインナップ

「下呂シューパルフェ」（水明館）、「〝和〟MORI盛りパフェ～地元味噌を使ったオリジナルソース～」（幸月本家）、「ジミソースの温玉ソフト」（ゆあみ屋）、「下呂茶ップリン」（Rigolo×Rigolo）、「栃の実シフォンのチョコパフェ」（千寿堂）、「和パフェ『胆』（なごみパフェ『みかづき』）」（水鳳園　飛騨牛茶寮神月）、飛騨りんごと馬瀬のとちみつのスムージーミルク（GEROGEROみるくスタンド）、「わらびもちソフトポン」（舞台峠観光センター）、「Coco　Cafe」、「とちの実クラッシュアイス」（ペリゴール）「タピオカジュース」（小川屋かなれ）。

下呂のエコツアー（主に夏秋期）

東仙峡金山湖のカヤック&SUP（スタンドアップパドルボート）ツアー

日本でも有数の美しさを誇るロックフィル式ダムの岩屋ダム。その美しい東仙峡金山湖を周遊するレイクツアー。自然豊かな湖をカヤックやSUPに乗って周遊する。タンデム艇なら小さい子供も乗ることが可能。湖畔の雄大な自然や四季を肌で感じることができる。

実施時期は7月～11月（天候や水量により中止する場合あり）。所要時間は10時30分～12時30分、13時30分～15時30分。集合場所は岩屋ダム展示館（下呂市金山町卯野原6―27）。料金は大人4300円から、小人3千円から。定員2人～最大12人。DAiseN TouRs ℡0800・3049・1146（大川）9時～19時。http://nbghjklop1101.business.site/

小坂なシャワークライミングWith高濃度天然炭酸泉

子供の頃のように全力で川遊び体験ができる。ほぼ身一つ、最小限の装備で川や滝を楽しめる。夏場でも水温が15度程度と冷たく透き通るような水にウエットスーツを着て滝に打たれて飛び込めるのは小坂の滝ならでは。真夏に全身ずぶ濡れになる爽快感が人気だ。

実施時期は6月下旬～9月下旬の毎日開催。所要時間は10時～14時（4時間）。集合場所は道の駅はなもも（集合時間は9時）。料金は基本料金8千円（税別）から。定員2人～最大15人まで。要予約。持ち物は水着、着替え、バスタオル、健康保険証。小坂の滝めぐり事務局 ℡0576・62・2215。https://www.osaka-taki.com

出雲大社　飛騨教会

飛騨で唯一の出雲大社教で商売繁昌、縁結びの神様として知られる出雲大社の流れをくむ神社。

下呂の大黒様と地元では親しまれ、毎年、十日えびすがある。

昨年末、古い柱やはりなどを残して改修された。場所は下呂市森。