

【山陰インバウンドニュース4月号】

令和4年4月28日
(一社)山陰インバウンド機構

米子に山陰の食の魅力発信の拠点オープン～米子のまちづくり賑わい創出へ～

かつて、米子で最も活気のあったエリアとして知られている角盤町エリアに山陰の食の魅力発信の拠点「フードスタジオ カクバン」がオープンしました。同施設は角盤エリアの空き店舗を改造して整備したもので、1階部分で山陰両県の名産品を中心に、お酒やお菓子、惣菜など商品を販売。山陰の食の魅力を発信する新たな拠点として注目を集めています。今回、施設を運営するJU米子高島屋の森紳二郎社長にお話を伺いました。

—最初に、自己紹介をお願いします。—

7年前に米子に赴任する前は京都の洛西高島屋の店長を務めていました。当時は大型ショッピングセンターが進出する中で、商店街をはじめ地域の方々と一緒になって地域の賑わいづくりに取り組んでいました。洛西地域に隣接する大原野地域にはおいしい地野菜が取れるのですが、これを高島屋で売り出しブランド化を目指したりもしました。米子に赴任した時には既に角盤エリアのやよいデパートは閉店しており、前職の経験をここでも役立て行きたいとの思いが現在の自分のベースにあります。

—「フードスタジオ カクバン」についてお聞かせください。—

米子高島屋店長に着任した当初から、半径1キロメートル以内に衣食住全てが揃う「コンパクトシティ」を作りたいという構想を持っていました。かつて角盤町では、手頃な商材を扱うやよいデパートと高価格帯の商材を扱う高島屋との住み分けができていましたが、やよいデパートが閉店して以降、この周辺にスーパーの役割を果たす店舗が消失してしまいました。そうした中で、今回、高島屋の地下1階のテナント化を進め、この6月からは大手スーパーマーケット「マックスバリュ」がオープンする予定です。一方で、これまで地下1階で取り扱っていた商材や新たな名産品を展示・販売する拠点として、「える・もーる」商店街内の空き店舗を改修し、「フードスタジオ カクバン」を整備、この3月25日から営業を開始しています。

現在は、山陰の名産品や地酒、高島屋の強みである全国のお菓子を展示販売していますが、今後は、「入江聖奈選手のカレー」など、ここでしか購入できない商品のラインナップを拡充していきます。

また、今年の6月を目途に当館の2階にテレビスタジオを開設する準備を進めています。ここでは、中海テレビと共同で番組制作を行います。テレビやYouTube等も活用しながら、商店街や高島屋の商品・サービスを全国に配信していく予定です。

これは「フードスタジオ カクバン」を含めた商店街全体の取組なのですが、角盤町商店街と高島屋でTポイントカードサービスを開始しました。今後はTポイントカードを通じて商店街訪問者がどのような商品を購入しているのかをデータとして把握し、新たなテナントの誘致や起業創業支援に活用するという実証実験を開始します。

—現在、インバウンドマーケットは消失していますが、いずれ多くの外国人観光客が山陰に訪問することが期待されます。今後のインバウンド戦略をお聞かせください。—

企業とコラボした新商品の開発や山陰の名産品のラインナップを強化し、「フードスタジオ カクバン」がインバウンドの集客機能を果たせればと考えています。また、2階に設置するテレビスタジオから海外へ情報を発信していくことも検討していきます。

—山陰インバウンド機構に期待することをお聞かせください。—

個々のポテンシャルが大きくても、その取組が点に留まっては十分な成果は得られません。観光で地域の賑わい創出に取り組むプレイヤーを増やしていきながら、お互いに知恵を出し合っていくことが重要だと考えます。いずれ復活するインバウンドを見据え、地域のプレイヤーが連携できるよう支援をお願いできればと思います。



(JU 米子高島屋 森社長へのインタビューの様子)

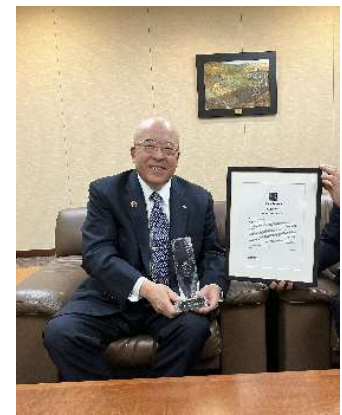


(「フードスタジオ カクバン」の外観)

田川氏（山陰インバウンド機構会長）が日本人初の世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）のアンバサダーに就任

世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）の年次総会「グローバルサミット」が2022年4月20日から22日、フィリピンのマニラで開催され、コロナ禍からの需要回復とサステナブルな未来に向けて様々な視点からの議論が交わされました。

サミットに先立って行われた WTTC 年次会議の場においては、WTTC の副会長に高橋広行 JTB 取締役会長／日本旅行業協会（JATA）会長が就任。これまで6年間副会長を務めた田川博己 JTB 取締役相談役／山陰インバウンド機構会長は、日本人として初めて WTTC のアンバサダーとして、国内外に WTTC のメッセージを伝える役割を担う予定です。



(WTTC アンバサダーに就任した田川会長)

第4回日本国際観光映像祭で大田市の観光PR動画が最優秀賞を受賞！

3月16日と17日の2日間に渡って鹿児島県与論町で開催された「第4回日本国際観光映像祭」（主催：日本国際観光映像祭実行委員会、後援：観光庁、山陰インバウンド機構ほか）の国際部門「Tourism Destination City」において、大田市観光PR動画「oda/side-A」「oda/side-B」が最優秀賞を受賞しました。

日本国際観光映像祭は、「より良き観光」を目指して観光映像の在り方に注目し、優れた作品や映像制作者の表彰、VR や XR を用いた観光技術の向上などを目的として毎年開催しており、世界最大級の国際観光映像祭ネットワーク CIFTT から、東アジア唯一の正式メンバーに選ばれています。

4回目となる本年は、国際部門1542件、国内部門201件となる過去最高数の応募がありました。詳細については、下記の大田市ホームページをご覧ください。

【大田市公式ホームページ】https://www.city.oda.lg.jp/update_info/5900

「観光まちづくり」に取り組む意義や施策をまとめた動画を公開しました

地域の人口減少はさらに加速していくなか、10年後、20年後にも住んでいけるまちであり続けるため、観光は地域の未来を創造していくための最後の切り札だと考えます。

このような考えのもと、私ども山陰インバウンド機構は観光地域づくりを行うDMO法人として、地域が豊かになるため、「観光」という手段を使って地域活性化を進める「観光まちづくり」に取り組んできました。その一環として、昨年度には、観光で地域を豊かにしていくための取組の考え方や具体的な手法などを記載した「観光商品開発マニュアル」を発刊したところです。

この度、当機構では観光で地域を豊かにするための意義や施策を分かり易くまとめた動画を作成し、誰でも見ていただけるようにYouTube上で公開いたしました。今回の動画を通じて、地域が主体となって持続的な観光地域づくりを行っていくためのきっかけになれば幸いです

①	山陰インバウンド機構 福井代表挨拶	https://www.youtube.com/watch?v=ZIPGM-hK9aE&t=32s
②	観光消費をもたらす市場の縮小	https://www.youtube.com/watch?v=Bkxe3cwsUb8&t=2s
③	地域の観光消費額を上げるためには	https://www.youtube.com/watch?v=YNpQon_3NxA&t=5s
④	観光商品開発マニュアルの狙い ほか	https://www.youtube.com/watch?v=PUitKS87mBs&t=313s

山陰インバウンド機構新入職員紹介

事務局次長 兼 マーケティング部長 黒崎 知

島根県から派遣で参りました黒崎と申します。県庁では様々な分野の仕事に携わってきました。観光の経験も多少ありますが、インバウンドは全く初めてとなります。まだわからないことが数多くありますが、全身全霊で取り組む覚悟です。一緒に山陰を盛り上げましょう！よろしく願いいたします。

観光関連統計等

山陰への訪日外国人延べ宿泊者数※観光庁宿泊旅行統計調査（従業員10人未満の施設を含む）

期 間	山陰への訪日外国人宿泊者数（鳥取/島根）	比 較
2022年1月	900人泊（鳥取140人/島根760人）	（2021年1月）1,450人泊 （2020年1月）16,910人泊
【参考】日本全体の現状（2022年1月） （速報値）	219,780人泊 ※観光庁宿泊旅行統計調査 https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html	（2021年1月）457,580人泊 （2020年1月）10,937,320人泊