

「おとなの長旅・九州」①

通機関とセットにしてモデルプランを案内していた。

本格的な陶芸体験



の近距離圏からという結果になった。

「従来の旅行先選び」とは違う「自分にとっての行きつけの場所探しを近場で」というニーズが確認できた。

チカチに決めてはいけな

い。

一方、17の体験プランを用意して、まったく申し込みのないものもあつた。山歩きや農業体験

「大人の修学旅行」を設定した雲仙地域では、参加が1人だけ。雲仙市観光課の担当者は「精いっぱい考えたプランだが、インパクトに欠けたかもしれない」と肩を落とす。

また、人と人のつながりを大事にする「あの人に会いに行く旅」のスタ

イルへの確かなニーズを感じた。長崎県佐世保地域では、10月に千葉県から来られた3人の家族連れが「本物の釣りをしたい」という話になり、地

他地域にまねできない魅力的な企画と情報発信力がないと、客は集

「陶芸の里で陶芸家に弟子入り、登り窯で陶器を作る1泊15日」「目指せ！温泉殿堂、別府八湯八十八箇所温泉巡りで温泉名人になる1週間」など、団塊世代の大量退職に伴う長期滞在型観光の市場拡大を睨み、昨年1週間以上の長期滞在型の体験プラン「おとなの長旅・九州」を実施した。

きめ細やかな対応を

九州の別府、阿蘇、雲仙、五島、佐世保・波佐見の5地域と九州運輸局、JTB、JTB九州、JR九州、アイデアパートナーズが官民一体で「おとなの長旅・九州」コンソーシアムを設立し、国土交通省のロングステイ

分かった。また、ロングステイ/二地域居住の可能性がある一方、受入態

勢の課題が浮き彫りとなった。

参加者の内訳をみると、1人での参加が約半数で、男性・女性ほぼ半々、そして九州内の人が半数を占めた。東名阪エリアからの人が集まると思っていたが、意外にも自宅から3時間以内

事務局では「陶芸を極める、ホーストレッキング、温泉名人、ヨット三昧」というように各々のプランに明確なテーマを設けた。テーマに興味を持った人は、地域の選定は二

熊本県阿蘇地域では、公共交通機関のバスとセ

としてその可能性を探った。

ただ、「のんびり滞在したい」というアンケート結果が高く、変更の余地のないほどプランを方

ドブックにもまとめ、交

このサービスのきめ細やかに対応するため

このサービスのきめ細やかに対応するため

「人材×情報」で地域観光に活力を

井手修身 アイデアパートナーズ代表取締役社長

いであつちの



モニターとして計47人が参加。事前・事後アンケートから、参加者の大半が満足感を得たことが

ただ、「のんびり滞在したい」というアンケート結果が高く、変更の余地のないほどプランを方

ドブックにもまとめ、交

このサービスのきめ細やかに対応するため

このサービスのきめ細やかに対応するため

(次号続く)