

第 17 回九州観光マスター検定 1 級事例編回答例

第 1 問 (30 点)

(1) 福岡市の屋台のドメイン (事業領域) とは何かを記述しなさい。(15 点)

ドメインとは、誰に (WHO)、何を (WHAT)、どのように (HOW) の観点からなる。屋台のドメインは、福岡市を訪れている観光客に、(福岡市内の日帰り客もいるが)、おでん、焼き鳥、ラーメンなどを、大将やおかみさんとの会話をしながら他のお客様との会話を楽しむといった、居心地良さを提供しているものである。

<採点基準>

ドメインは、誰に (WHO)、何を (WHAT)、どのように (HOW) の観点から記述されていれば、加点する。

(2) 下記の与件を読んで、福岡市の屋台はどうあるべきか、観光マーケティングの視点からあなたの意見を記述しなさい。(15 点)

議論のわかれるところであるが、福岡市の屋台は観光名所の 1 つとして存続させるべきであると考えられる。移動式販売であっても、今や福岡の夜を魅力あるものになっている存在となっている。観光促進の観点から、昼間の観光ルートと夜の観光ルートの 1 つとして捉えられる。各屋台にとっては差異化戦略による特徴を出していただきたいし、屋台の集合体でも、お客様への付加価値をつけることをお願いしたい。たとえば、福岡のまちの魅力や歴史伝統を語って頂きたい。そして、地域住民との共生の意味で、各種トラブルをおこさないように大将をはじめとする経営者が心がけるべきである。同じまちに住んでいる気持ちであり続けてもらいたい。

<採点基準> (2)

主張があること、論理が明確であること、わかりやすいことなどの観点から、記述されていれば、加点する。また、メリットやデメリットの観点からも記述されていれば加点する。

第2問 (30点)

(1) 利用者からみた道の駅の課題について記述しなさい。(8点)

- ① どの道の駅もワンパターンの展開。行政の指導が逆効果になる場合もある。
 - ・ 道の駅の施設が多くなるにつれ、数多くの施設を利用するようになると、どの施設も似たり寄ったりで、最初のころの道の駅に対する期待感が萎みつつある。
- ② 総合スーパーに近づいた道の駅の物販。この傾向は功罪両面がある。
 - ・ 道の駅での商品取り扱い品目が、鮮魚や加工品も多くなり、スーパーとほとんどかわらない品揃えになっている。この傾向は、近くにスーパーなどが無い地域では便利であるが、道の駅の本来の意義を損なう恐れがある。
- ③ 魅力のない情報提供コーナー、持て余している空間。利用客の最も少ない施設。
 - ・ 道の駅の1つの機能である情報提供コーナーが魅力がない。提供されている情報メディアも道の駅ならではの情報はほとんどなく、身近な公共施設やインターネット情報で事前に十分手に入る。
- ④ 地域の連携機能強化と提唱しているが、利用者にはそれが具体的に見えない。
 - ・ 日頃から道の駅を利用しているが、地域連携が目的の一つと主張しているが、何をやっているのか利用者には見えない。本当に取り組んでいるのかを疑問に思う
- ⑤ 地域以外の消費者や住民にとってその存在意義が薄らいでいる。(新しく出来る道の駅に魅力がない)
 - ・ 当初には兼業農家の所得に貢献し、生き甲斐を与えたり、不揃いの農産物を格安で販売するなど、従来のスーパーなどの経営とは異なる意義が見られたが、最近は総合スーパーと全く変わらず、当初の魅力やワクワク感がなくなった。
- ⑥ 高速道路のパーキング、サービスエリアの魅力に比べ見劣りする道の駅が多い。
 - ・ 本来は競合する施設ではないが、マイカー客などからみれば、イメージ的には同類的施設として取らえられる食やお土産関係では、パーキング・サービスエリアが充実しているケースが多いようだ。
- ⑦ 道の駅と同様の趣旨を持つ、まちの駅、川の駅なども話題となっており、道の駅イメージの陳腐化が進んでいる。
 - ・ 道の駅の登録が増加している反面、どの道の駅もほぼ同じ物販でスーパーイメージとほぼ同様の傾向にある反面、まちの駅や川の駅の話題性に存在意義が薄らぎつつある。

(注：あくまで利用者からみた問題点であり、従って、運営・管理者側から見た経営上の課題、例えば売上高の低迷、利用者の増加対策、人材の確保、冬場での農産物の確保、農業従事者の高齢化の問題などは、利用者にとって問題となるような指摘であれば正解とする。)

(2) (1) の課題を解決する方策、または充実すべき機能として、どのようなことが考えられますか。あなたなりの考えを記述しなさい。(8点)

① 地産地消と食文化に関する目玉イベントを展開する。

- ・ 販売されている農畜産品に加え鮮魚なども販売されるようになったが、近隣の道の駅もほとんど同じであり、総合スーパー化している。むしろその地域固有の食文化を創造し、食に関する魅力あるイベントを展開することで、道の駅の存在意義を復活させる。具体的には、新しく地域特性を活かしたメニューの開発、または弁当の開発などを行う。

② “どの道の駅でも似通った品ぞろえ” という評価を打破するための一駅一品運動。

(オリジナル商品の開発)

- ・ その道の駅でしか購入できない、またはサービスが得られないという品揃えや体験を提供する。一村一品ならぬ“一駅一品運動”を展開する。
- ・ 素材で特徴を出すのが困難な場合は、その加工品(調理の工夫)での工夫、または姉妹都市の特産品を仕入れて提供する など。

③ 近隣の道の駅連携イベントの展開による話題性の提供

- ・ 近隣の数か所が連携して共同イベントを展開する。例えば食や弁当、盆栽などの“バトルイベント”(どこの道の駅の弁当が一番売上が多かったかなど)などを展開し、話題性と広域に訪問できる機会を提供する。道の駅はおもしろい、楽しめる施設であるという話題性を喚起する。

④ 名所旧跡など観光施設入場料やお土産店とのタイアップ

- ・ 道の駅での高額購入者には、近くの観光施設の入場料を割り引きしたり、お土産店での割引券が利用できるようにし、地域の他施設との連携を図る。

⑤ 機能の一つである休憩施設への配慮—仮眠施設の提供

- ・ 長距離運転 ドライバーに対する休憩施設の配慮(横になり仮眠ができる空間)をする。できればシャワー施設もあるとよい。

⑥ 地域の隠れた人材や異能の持ち主を紹介

- ・ 地域情報発信活動の一つとして、例えば盆栽の達人、味噌づくりの達人などを紹介し、出前講座などを行い、地域内のみならず地域外の人々と交流の可能性を目指す。

⑦ 防災拠点としての役割を新たに検討する。

- ・ 04年の新潟県中越地震をキッカケに防災拠点としての「道の駅」整備が進んでいる。災害時の避難所や救援物資の物流拠点としての役割や、災害時でもライフラインを確保できる自家発電装置や災害対応トイレなどを備えた「道の駅」が期待されている。

(注: 実現不可能と思われる提案、また公序良俗上問題ありそうな提案は正解としない。)

(3) 特に道の駅周辺の名所旧跡や観光関連の施設を活性化するための活動に絞った場合の、道の駅の活用方法についてあなたの考えを記述しなさい。(14点)

- 観光地スタンプラリーイベントの実施
 - ・ 2～3か所の道の駅が連携し、観光地スタンプラリーを実施する。参加者には道の駅で購入できるサービス券を発行する。
- 観光客の自慢写真展開催
 - ・ 近隣の名所旧跡や観光施設を訪問した観光客または自然風景などの写真を募集し、写真展を情報コーナーで開催するとともに優秀作品を顕彰する。懸賞品は道の駅利用券（グランプリ—5000円相当の利用券1名様、他優秀作品（3000円相当利用券5名様）
- わが町自慢風景夏休み子供絵画コンクール開催
 - ・ 近隣の名所旧跡や観光施設または自然風景の絵画を募集し優秀作品を顕彰する。幼稚園児、小学生、中学生対象に募集する。夏休みの宿題の一環とするために学校側と協議することも考えられる。
- 加工品納入者工場見学会の開催
 - ・ 加工品を納入している業者の工場や作業場見学を実施する。小学生を対象とした校外学習の一環としてもよい。また珍しい農産品の生産者の生産現場の訪問も検討する。
- 「3 駅物語ツアー」の実施
 - ・ 近隣の道の駅3か所と近隣の観光地を連携させたモデルコースを設定し、1日バスツアーを企画する。(3都物語の道の駅版)
- “新しい発見—手作り観光情報”コーナーの新設
 - ・ 小学生の仲良しグループや趣味の仲間などのいくつかのグループに地域の観光地やまたは自慢の風景やその地域しか経験できない風景などをモニターさせて、新しい観光素材を発見し、その素材をもとに手作り観光情報を制作し情報コーナー（道の駅内）で紹介する。
- 観光地、名所旧跡の環境を守るお掃除隊募集と活動実施
 - ・ 施設の周りの環境（雑草やごみなどの回収）を美しく維持するためのお掃除隊を募集し、定期的に掃除を行う。指示、指導、道具などは納品農家の人たちが中心となる。

など

第3問 (40点)

(1) スポーツ・ツーリズムの対象領域は、大枠として以下の3種類に分けられる。その分類内容と背景についてそれぞれ記述しなさい。(12点)

ア. ホールマーク・イベント (Hallmark Events)

折り紙付きの保証されたイベントで、国際的にはオリンピック、FIFA ワールドカップ、スーパーボールなどのメガイベントや国内的には J1 サッカー、大小各種の国内有名スポーツ交流等がある。

イ. アウトドア・レクリエーション

主として自然の中でのスポーツ活動を指し、カヌー、スキー、サーフィン等およびアドベンチャー・ツーリズムも含む。

ウ. ヘルス／フィットネス関連観光

療養温泉や周辺のリゾートにおけるテニスやゴルフなどの活動を含む。

(2) スポーツ・ツーリズムを振興することの意義と効果について考えられることを記述しなさい。(10点)

ア. オンシーズンとオフシーズンの格差の是正と雇用効果の創出

イ. 新たな専門性を持った観光関連の人材づくり

ウ. スポーツの周期性による集客効果と経済効果の推進

エ. 国内外からの観客の増加への貢献

オ. スポーツ・ツーリズム先進地のイメージの定着と向上を通じた観光の展開

(3) スポーツ・ツーリズムを推進するための戦略面からみた対象分野について記述しなさい。

(8点) [例]観戦者中心のスポーツ・ツーリズム

ア. 市場性の最も高い「観戦者中心のスポーツ・ツーリズム」

イ. 参加者中心のスポーツ・ツーリズム

ウ. 副次的スポーツ・ツーリズム ⇒ 旅行の主目的がスポーツではなく、時に応じて参加もしくは見学するもの

エ. 懐古趣味的スポーツ・ツーリズム ⇒ スポーツ関連の博物館や競技場、野球場等への個別訪問やツアー参加など

(4) スポーツ・ツーリストにとって欠かすことのできない要件について記述しなさい。(10点)

【例】良好な天候

- ア. 短距離旅客市場向けの便利なアクセス
- イ. 良好な天候 ⇒ 風、積雪、海等のコンディション
- ウ. 高評価 ⇒ スポーツ・ツーリストを魅惑する強い影響力
- エ. 多様性 ⇒ 一般スポーツ・ツーリストの多くは旅行地でほとんどの時間を過ごすため、多様な混合施設が必要
- オ. 本物性 ⇒ 旅行目的地に深い関係のある経験を積むこと

【回答例キーワード・ポイント】

- (1) 折り紙付きの保証されたメガイベント、アウトドア・レクリエーション：主として自然の中でのスポーツ活動、アドベンチャー・ツーリズムを含む、療養温泉や周辺のリゾートにおけるテニス等の活動
- (2) オン・オフシーズンの格差是正と雇用効果の創出、観光関連の人材づくり、スポーツの周期性による集客効果と経済効果の推進、国内外からの観客の増加への貢献、スポーツ・ツーリズム先進地イメージの定着
- (3) 観戦者中心スポーツ・ツーリズム、参加者中心スポーツ・ツーリズム、副次的スポーツ・ツーリズム（旅行の主目的がスポーツではなく、時に応じて参加・見学）、懐古趣味的スポーツ・ツーリズム（スポーツ関連の博物館、競技場、野球場等への訪問）
- (4) 便利なアクセス、良好な天候、高評価、多様性（多様な混合施設等）、本物性（旅行目的地に深い関係のある経験を積む）

【採点基準】

- 回答例に例示したキーワード・ポイントの記述内容を勘案しつつ、提示した課題別に配点を行う。

【重要キーワード】

- 模範解答を参照のこと