

おおいたツーリズム大学 第2回オンライン講座 発言要旨

日 時：9月8日14時～15時30分

議題：ものづくり産業から考える今後のツーリズムの展開について

参加者	発言要旨
<p>西原 郁子 氏 (3期生/箸屋一膳)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・箸はギフトに向かない為、花言葉を一膳ずつ付け、箸に意味を持たせて販売 ・一年前に金鱗湖近くで出店。団体旅行より個人旅行になりつつある →今の方が商品への理解があった上で購入してもらえる ・コロナ禍では新規顧客を得るため、他事業と共同し、発信力のある旅館がインフルエンサーを呼び込んで情報発信を行っている
<p>渡邊 由佳 氏 (6期生/やまろ渡邊)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「かんたん」「あんしん・あんぜん」「おいしい」干物づくりに取り組んでいる ・干物は昔からあるが、食べ方や調理の仕方がわからないという意見もあり、レシピを考案している(明るいイメージで) ・コロナ一番の打撃は学校給食。キャンセルが1ヶ月程続いた ・5～8月が普段は動きがない月だが、毎月400セット注文あり。全ては賄えないが、新規顧客が増えた(ピンチもあったがチャンスもあり) ・巣ごもり需要という形になり、新規層からふるさと納税の注文が増え驚いた ・ふるさと納税で送付する際、レシピを添えたり一人ひとりに手紙を書いたり工夫を凝らし力を入れている。リピーターは1,000人程と多い
<p>後藤 亮馬 氏 (10期生/後藤製菓)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・臼杵煎餅をメインに作る老舗菓子店の5代目 ・社是は西村学長から言われた言葉「不易流行」。ずっと同じ事をやっていけばいいのではなく変化をすることが重要と考えており、現在は新規商品やコラボ商品等を作っている ・数年前から年に一度、学校給食にも臼杵煎餅を寄贈している。子ども達に地域の伝統食を知ってもらう機会を作る、未来への投資と考えている ・コロナ禍では体験キットを作り、Zoomでのオンラインワークショップを実施。一週間で企画しGW前に滑り込ませ提供した→新規顧客ファミリー層を獲得。メディアの露出(大分県だけでなく全国区も)の機会ができた
<p>濱原 健 氏 (10期生/カフェド・リモージュ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・軽い気持ちで農業を始めるが、鳥獣被害や病気などで初年度売上8万円。また、中山間地域はとて非効率。田と田の間のり面など生産に関係ないところの整備も必要 ・株式会社LIMOGES(農業所有適格法人)を2016年に設立。フルーツトマトなどの栽培で、年々規模を拡大 ・中山間地域の雇用創出やワークライフバランス推進など地域産業を活性化。持続可能性の高い里山の構築と、農産民泊と連携し大分県を「第3のふるさと」として周遊滞在型観光を提案し続けることで、交流人口と担い手育成を目指す ・コロナでは飲食部門は大打撃、湯布院や湯平の加工場もストップ、旅館への卸もストップし、売り上げが激減 ・必要に迫られJA流通の活用を開始。現在は、発酵事業の準備も進めている ・一般客向けに始めた野菜の販売で穴埋めができ、売り上げに変化なし
<p>学長・チューター</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者側からすると、作られているものの向こうに作っている人の顔が見えるのは安心感がある。それは商品だけではイメージが難しい。手紙は有効な媒体。 ・体験キットに関しては、「作りたて」という良さもあるので ・コロナ禍で新しい旅行のあり方が言われているが、何らかの取組が飽きられないようにしなければならない ・リアルに来れないバーチャルのお客をリピーター化するには、ものづくり産業にとっては思いを乗せて商品を伝えるチャンスかもしれない ・コロナを機に今までにないものをみんな必死に考えている。その中で新しいものを生み出した人が次のステップに行けると感じている ・知恵も簡単にでてくるものではなく、今までの積み重ねがあってこそ ・100年続く企業は何度も危機を乗り越えた上で成り立っている