

## 旅をコーディネートする「ワンストップ窓口」の取組について (NPO 法人 おぢかアイランドツーリズム協会)

### 1. 背景

平成の大合併において平成16年、合併しない道を選んだ長崎県小値賀町。同町では、人口減少や県内一の高齢化率など地域課題を抱える中で町を活性化するため、主幹の第一次産業に加えて新たな産業として観光に力を入れていくこととなった。民間組織もこの流れを受け、観光協会・自然学校・民泊組織と3つに分かれていた組織を移住者と地元住民が協働して一本化し、平成19年「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会(以下、協会)」を設立した。協会は、持続可能な島づくり、そのための組織であるために“観光を通して島の課題を解決するソーシャルエンタープライズ”をコンセプトに掲げて活動を始めた。法人化の過程で窓口一本化による集客能力向上や自立による民間経営とサービス向上等を実現し、その効果が実った結果、民泊(島暮らしホームステイ)を中心とした島ぐるみの観光事業の取組は外部からも高い評価を得た\*。

組織体制の変遷を経て、協会では、現在、観光窓口・古民家ステイ運営他、多岐にわたる事業を行っている。その中でも、観光客等からの問合せ対応からプランづくり・旅の魅力向上のための体験プログラム造成・地域内外へ広報活動を行う「ワンストップ窓口」は根幹となる取組である。細かな実務内容は地域の規模等によって実践の困難さもあると思われるが、その取組姿勢や派生する体験商品造成等の取組は他地域の観光協会にとっても参考になると考える。

\*平成19・20年アメリカ高校生の国際修学旅行(PTP)の2年連続「満足度」世界1位評価、平成21年農林水産省オーライ!ニッポングランプリ他、受賞

#### 長崎県小値賀町

- ・人口:約2,300人
- ・交通:福岡県博多港から夜行フェリーで約5時間。  
長崎県佐世保港から高速船で約1時間半、フェリーで3時間。
- ・平成30年世界遺産登録「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産でもある野崎島を含む。



#### NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会

- ・主な業務:観光窓口・古民家ステイ運営・自然体験事業・民泊事務局・野崎島自然学塾村管理他
- ・体制:職員11名。うち地元出身者と移住者の割合は約半々。  
ワンストップ窓口業務は他業務と兼務しながら、約4名で実施。

(令和3年2月時点)

## 2. ワンストップ窓口の実践内容

各地の観光窓口業務では、主に観光客からの電話や訪問等による問合せ対応や観光案内、情報発信等の広報業務を実施しているところが多い。協会のワンストップ窓口では、問合せに対し一つの島体験を「旅」にコーディネートして提供し、自ら商品造成も手掛けていることが特徴である。当初、問合せ対応は個別のおもてなしといった面もあったが、数年かけてルールや体制を整備し、現在では体系化された取組としてチームで対応している。ここからは具体的に実践している内容を紹介する。

### ●問合せ対応～プランづくり（コーディネート）

観光客やメディア等の問合せは、公式サイトでの問合せフォーム経由が大半を占める。フォームに来島手段や過ごし方、任意アンケート等の情報を入力してもらうことで情報を収集し、ニーズに合わせた内容を返信することから対応が始まる。やり取りを重ね、要望に応じて宿泊場所や体験内容、過ごし方を提案することで、プランづくりを進めていく。この過程で地域にないものを求めていることが分かった場合は、正直にお伝えする等して、期待値の調整もしている。プランが確定し、予約手配をする際は、お客様の属性やニーズと商品のマッチング（民泊の場合はどの民家を手配するか、体験の場合はどのガイドを選択するか等）を慎重に行っている。

最終的に、問合せフォームの回答ややり取りから得たお客様情報を顧客シートに記録し、宿やガイドへの情報提供や来島時の会話の糸口にも活用している。来島前に悪天候予報がある場合は個別に連絡をしたり、毎日朝礼と夕礼で全職員が来島者情報を把握する体制を取るなど、協会全体でお客様を迎える準備をし、来島前～来島中も適宜コミュニケーションを取りながらサポートできる体制としている。

メール等での来島前のやり取りは十数回に及ぶことも多々あるが、島旅においては不安や質問を持つ方が多いため、スタッフを介して安心して来島いただけるサポートを大事にしている。観光客にとっては行く前から旅が始まっているような楽しみがあるようで、来島時に窓口で挨拶に来てくれる方も多い。協会にとってはお客様を知る上で大事な工程であり、貴重なマーケティングデータでもある。

なお、観光窓口業務は町から受託しており、公的な窓口の役割も担っていることから、協会会員か否かに関わらず地域全体の紹介・案内をしている。（令和元年度対応実績：電話約9,800件、メール約12,000件）。

### ●体験プログラム・商品造成

旅のプランづくりにおいて地域に魅力的な選択肢があることは重要である。その選択肢を増やすために、窓口対応でお客様のニーズを把握できることも活かして、体験プログラム・商品造成に取り組んでいる。なかでも、地域の魅力や動向を熟知しているからこそできる「地域住民と連携したプログラム作り」に力を入れている。令和2年は、新型コロナウ

ウイルス感染症拡大の影響により人と密接に触れ合う体験が難しくなったことを受け、下記プログラムを新たに作成した。

### (1)「小値賀しまみちさんぽ」

島内マップを新たに作成し、5月にマップを活用した有料のガイドツアー（八十八か所めぐり編）を作成した。これまで実施していたガイドツアーでは、車に同乗する形式等が多かったが、徒歩または自転車から選択でき、密を避けるツアーとした。10月には商店街のある漁師町のまち歩きをしながらスタンプラリーを楽しめるプラン（笛吹さるく編）を作成した。飲食店や商店内にスタンプを設置することで、来店や消費を促す仕掛けになっており、より島の暮らしを感じ取ることができる。実施したところ、スタンプラリーはコロナ禍の自粛ムードで島外へ遊びに行けない子どもたちを中心とした地域住民にも好評で、家族連れで楽しむ姿を多く見かけたようだ。

### (2)「古民家で島ごはん」

宿泊している古民家ステイに地元の人が訪ね、一緒に島の料理を作るプログラムを11月に作成した。素泊まりの古民家ステイの食事オプションとして人気の体験であった、地元の方のお宅に訪問して食事作りや交流を楽しむ「ぷち民家体験」をアレンジしたものである。交流は料理づくりのみとし、観光客と住民と一緒に食卓を囲まないことで感染症対策をしながらも、観光客が地元の食事を楽しみ、住民と出会うきっかけを作る内容とした。



小値賀しまみちさんぽ



古民家で島ごはん

作成した各体験プログラムは公式ホームページに掲載する他、お客様のプランづくりの際にオススメ体験として提案している。協会で開催する体験については、予約・手配・支払いまで一括して対応完結する。

なお、体験プログラムにおいて、協会所属のガイドは、質と安全性の高い内容を担保することで、プロとして正当な対価をいただくことを設立時より大切にしている。また、地域のプレイヤーを増やすため、住民ガイドの育成も手掛けている。

## ● 広報

情報発信では、営業色を抑え、島の暮らしを前面に出すことを心掛けている。公式サイトでは、いわゆる観光地ではない暮らしの豊かさを伝えるため、コラム「島の暮らし」や組織のミッション紹介など、小値賀島らしさを伝えるメッセージを盛り込んでいる。観光協会の情報発信というと、観光客向けの内容が中心になることが多いが、協会では地域住民や郷土愛の強い島出身者に対するインナープロモーションも意識し、さりげない日常のシーンや島内行事の発信も行っている。

### 3. コロナ禍で発揮された強み

高齢者が多く医療体制が脆弱な小値賀島では、感染症に対する不安が大きく、観光客に対する住民感情は複雑であったようだ。観光事業者においても同様で、受入れに関して慎重な方もいた。そのような中で令和2年4月、町から来島自粛要請が出された後、同月に有志で事業者を募り、将来の旅行で宿泊施設や飲食店を利用できるチケット「こんどおぢかに行く券」の販売を開始した。すぐに誘客促進につながるわけではなく、継続的にファンにアプローチする取組は内外に好意的な反応を得た。その後も、少しでも住民の不安を払拭するため、観光窓口として来島前後の観光客への体調確認を行うことを協会が町に提案し、実施した。

また、10月から町で実施した割引施策（小値賀町ウェルカムバックキャンペーン）においては、協会が事務局を請け負い、地域内の事業者の取りまとめや情報発信を行った。これらの取組は、ワンストップ窓口として日頃から町や観光事業者との信頼関係を築けていたため、スムーズに実施できた。

### 4. 今後の展開について

令和3年2月時点においても、町では、緊急事態宣言が発令された地域からの来島自粛を要請しており、観光分野にとって厳しい状況が続いている。そのような中でも、活用できなかったYoutubeチャンネルを見直し、ガイドツアーや島暮らしの様子を新たに配信したり、オンラインで島民と交流を行う新たな企画や他地域と連携したフォトコンテスト企画等、直接会えなくても今できることを積極的に企画し、実践している。売上の稼ぎ頭でもある古民家ステイは、自炊もできる一棟貸しの宿であり、新たな旅のスタイルが求められる状況が追い風にもなる。協会の戦略と観光客のニーズを受け、次年度の料金設定にあたっては、長期滞在しやすい連泊割引料金の拡大や一人料金の設定変更等の工夫をした。今後は、長期滞在ならではのプログラムも検討するが、その際も住民との交流や海岸清掃といった社会貢献要素のあるもの等、住民と連携した体験造成を手掛けてきた協会らしい内容を検討していく。

設立以降、協会が町における観光の取組の大部分を主導してきたが、設立から10年以上を経て、宿泊施設や飲食店など、観光に関連する新たなプレイヤーが増え、地域の様子にも



変化が出てきた。それに伴い、体験造成等も全てを自分たちで手掛けるのではなく、彼らの取組を紹介したり、観光客と繋ぐような島内のコーディネーターとしての役割も生まれている。そして長年、町で協議を重ねてきた観光ダイビングが今年いよいよ解禁となり、島旅の楽しみ方の選択肢が増える。新たな分野や住民とも協力し、ワンストップ窓口の役割も進化させながら、より魅力的な旅の創出に寄与していきたいとのことだ。



オンラインガイドツアー

## <おわりに>

旅行は何かしらの目的や想いがあるって計画する人が多いと思います。それに応えるファーストステップとして、観光窓口の役割は大きいと感じます。適切な案内によって第一印象を上げる。そして、実際に足を運んでもらうステップとして、地域の魅力を伝える。小値賀島のワンストップ窓口は**地域の魅力づくりを推進**するために、きめ細かい問合せ対応から体験商品の造成等に取り組んでいます。「ここまでの？」と他地域の方に言われることもあるそうですが、おもてなし好きな小値賀島民の気質を、地域を代表する観光窓口として取り入れて実践しているような印象を持ちます。

コロナ禍において、観光客の受入れに対しては、地域内でもさまざまな意見があると思われます。そのような中でも、協会はできることを考えて、また地域住民に寄り添いながら取組を重ねています。協会の木寺さんによると「地元の人もしめる要素も大切だと思っています。例えば、昨年度実施した町と民間事業者とのウェディング企画ではコンセプトを“島まるごとウェディング”として、景勝地での挙式にとどめず商店街で餅まきをして、島全体で祝福し、住民も共に祝いしめる内容にしました」。このように**一つ一つの取組で行政や住民との関わりを地道に続けることが、信頼関係に繋がる**のではないかと感じました。また、協会は職員数や予算に余裕があるわけではないため、企画や体験はお金をかけずに始めるものが多いそうです。お金をかけないので、**必ずしも成功（売れた）**とはいえなくても**大きなダメージと捉えず、お客様や関係者の声を学び**として次の企画に活かすという姿勢が根付いているようです。本文で紹介したオンラインガイドツアーも、ガイド・撮影・編集を全て職員が行っています。お客様の来島が難しい未曾有の事態でも、**技術を学び腕を磨く努**

力を惜しまないことも特筆したいです。

他方で、全国的に都心からのワーケーションや移住の希望が増えているという話も聞きます。小値賀島では、町が10年以上前から移住に力を入れており、令和2年度から離島留学も開始しました。観光窓口にも移住の問合せがあるそうですが、「旅行→長期滞在→移住という形もあるかと思えますし、空き家や求人情報を把握しておくことで話のきっかけづくりにもしています。島に興味のある方からの問合せを縦割りで考えることはありません」と、ご自身も移住者である木寺さんは語っていました。お客様と地域を想う姿勢は、このような対応からも見えるように感じました。持続可能な島を目指す“観光を通じた地域づくり”を実践する協会と島ぐるみで実施される取組にこれからも注目したいと思います。

|         |   |
|---------|---|
| 【取材協力先】 | NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会 木寺 智美 様                                 |
| 【取材日時】  | 令和3年2月4日  |
| 【関連リンク】 | おぢか島旅 <a href="https://oikajima.jp/">https://oikajima.jp/</a> |

(地域振興部事業課 地域支援窓口 島しょ担当 平田)