

まちづくり会社が考える ウェルネスツーリズムの ビジネスモデル

一般社団法人伊豆長岡温泉エリアマネジメント



目次

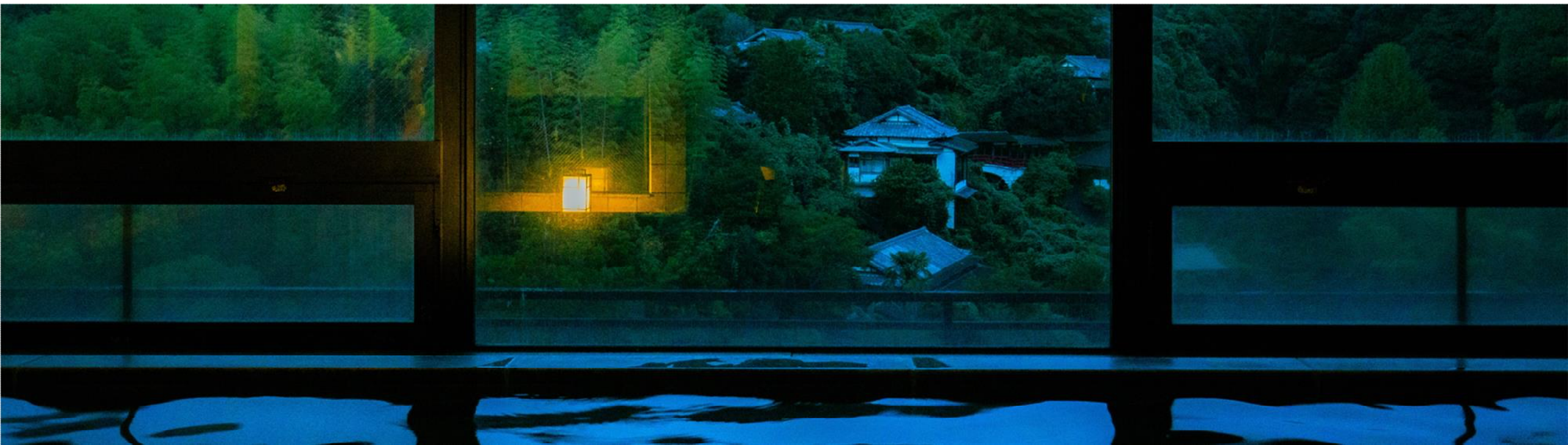
- ・ウェルネスツーリズムの全体像・テーマ
- ・提供するサービス
- ・事業主体
- ・実施プロセス
- ・ビジネスモデル（収益化ポイント、お金の流れなど）
- ・まちづくり団体による事業展開の可能性

ツーリズムの全体像・テーマ

伊豆地域のありのままを感じ、自分と向き合う旅。

雄大な自然の中での運動と深い呼吸、山と海に恵まれた伊豆の食。

暮らしの質を高め、well-beingな生活へのヒントとなる旅を提供する。



提供するサービス

伊豆の豊かな地域資源を「ウェルネス資源」として改めて掘り起こし

ここでしか体験できないサービスを提供する



温泉



歴史・文化



自然



アクティビティ



食



知恵 izunagaoka onsen area manager 観光施設



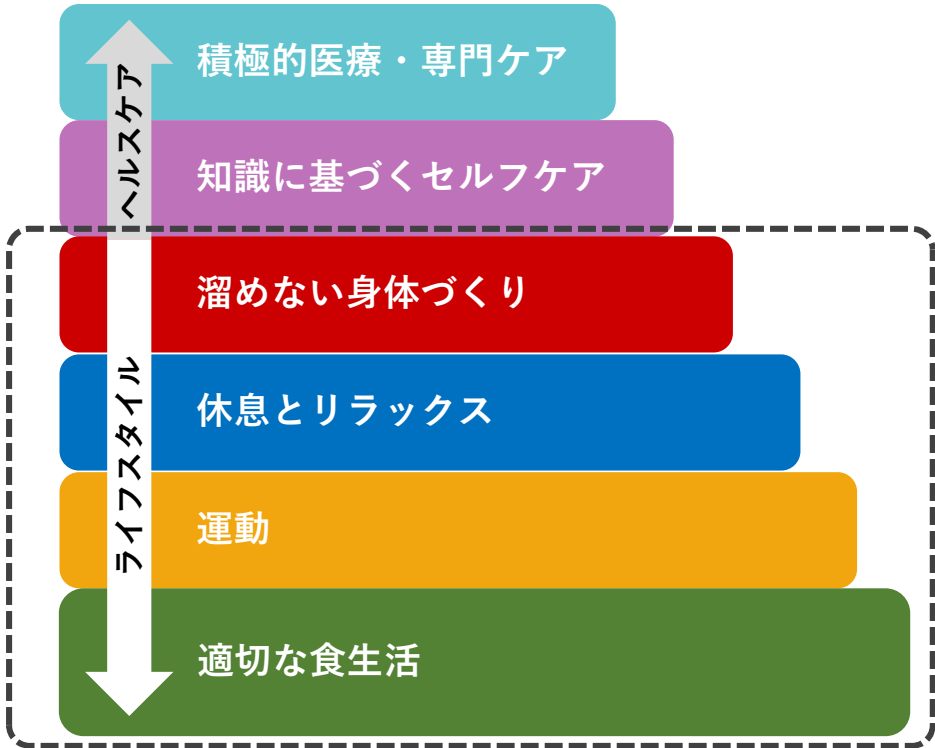
観光施設



人

提供するサービス

日常の”選択”をウェルネスに変えていく
キッカケづくりになる旅、人との交流を



ウェルネスピラミッド



事業主体

事業の担い手として想定される組織・団体

- ・観光協会
- ・DMO
- ・まちづくり団体 等

例) 官民連携を活かしたまちづくり団体の強み

- ・ 日常的な交流や人的ネットワーク、事業者のコンテンツ（地域マルシェ、アクティビティ等）を活かすことができる。
- ・ 官民連携プラットフォーム間の積極的な誘客・企業研修による集客、特に地域課題である平日客の獲得。
- ・ 地域を大事にする他地域のまちづくり団体との連携が可能。

※担い手としての条件

「報酬」を得て、「旅行業務」を取り扱うことを、「事業」とする場合には、**【旅行業の登録】**が必要

旅行業務（一部抜粋）：

旅行者の募集のためにあらかじめ、又は旅行者からの依頼により旅行の計画を作成するとともに、旅行者に提供する旅行サービスに係る契約を「自己の計算」により運送等サービス機関と締結する行為（企画旅行の企画・実施）

引用：『旅行業の法令と、旅行業登録・申請「旅行業」とは【「旅行業」の定義-旅行業法第2、3条】』,一般社団法人日本旅行業協会

https://www.jata-net.or.jp/membership/member-information/membership01_02/page-2287/

事業者連携を促進するビジョン・体制の構築

地域共有ビジョンの存在

例) 伊豆長岡温泉 未来ビジョン



未来ビジョンのコンセプト図

地域共有のビジョン、目指す方向を揃えるための目標が

事業に対する理解・賛同を促進し、

宿泊施設や飲食店等との連携を活性化する

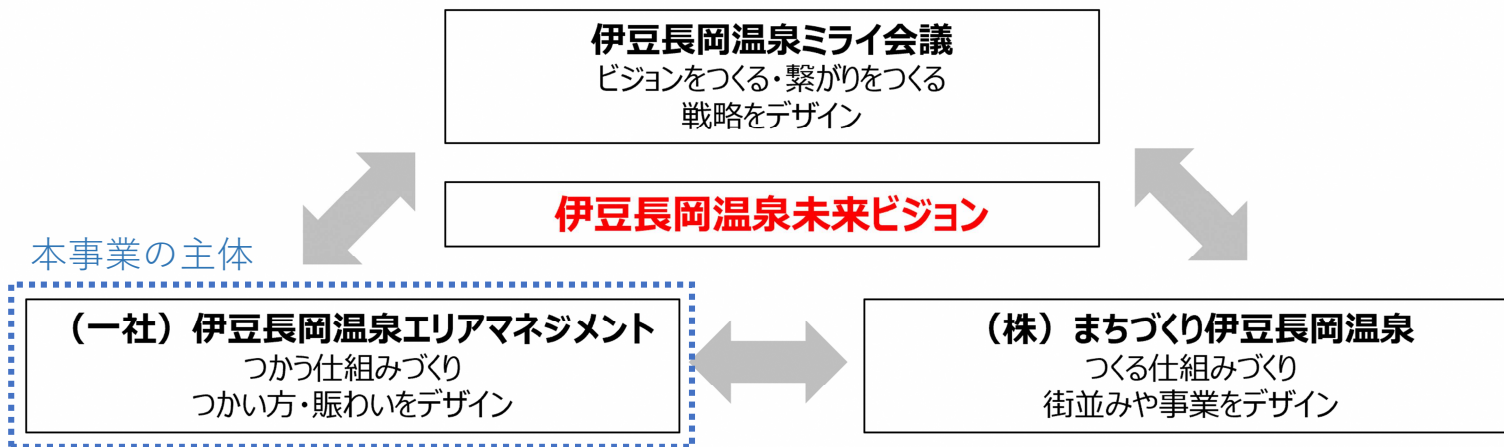
伊豆長岡地域では、令和元年度より、「温泉のある暮らし」の実現を目指す「温泉」「健康・福祉」「自転車」をテーマにしたまちづくり活動を実施。

地域事業者と共にウェルネスツーリズムの土台を構築してきた。

事業者連携を促進するビジョン・体制の構築

まちづくりの体制

例) 伊豆長岡地域のまちづくり体制



【エリマネ会員（一部抜粋）】

- ・ミライ会議参画団体
- ・温泉場通りお散歩市出店者
- ・温泉場住民団体
- ・学生（大学生、高校生）
- ・伊豆の国市民

など

- ・地域ビジョンを生み出す「ミライ会議」
 - ・ソフト事業を担う「伊豆長岡エリマネ」
 - ・ハード事業を担う「まちづくり会社」
- の3者で体制を構築、まちづくりを推進している。エリマネは会員制度をとり、広く伊豆の国市内外の事業者や市民からの支援を得ながら活動を行っている。

実施プロセス

①地域調査：ツアーコンテンツとなる地域資源の調査

- ・対象地域でしか体験できないコンテンツの掘り起こし
- ・事業者との打ち合わせやヒアリングで、事業や地域への思いを共有



②商品開発：地域資源の選定、ツアー行程

- ・ターゲットの設定
- ・テーマ・コンセプトにあった事業者の選定



③販路：販路

- ・ターゲットに合わせた適切な販路開拓が必要。
- ・メディア露出など分かりやすい安全材料があると集客しやすい。



④ツアー実施：事前準備、当日運営

- ・事前に協力事業者との打ち合わせ
- ・参加者への案内（持ち物、アレルギー、保険加入等）



⑤地域へのフィードバック：振り返り、ブラッシュアップ

ビジネスモデル

収益化のポイント

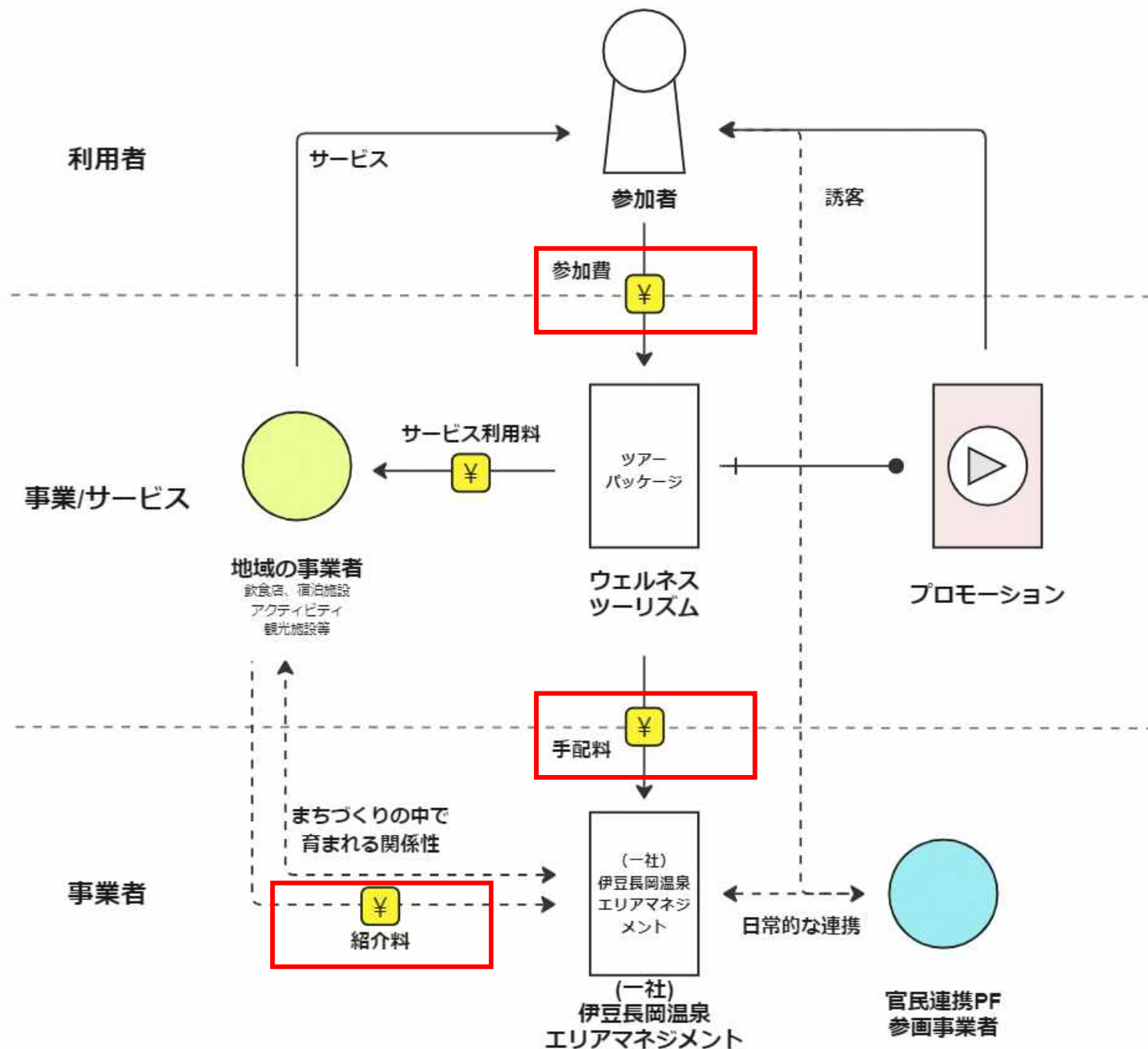
① ツアー手配料金

ツアー企画・手配による手数料
(旅行業取扱料金表に従う)

② 紹介料

地域事業者へのお客様紹介料

③ 宿泊による収益

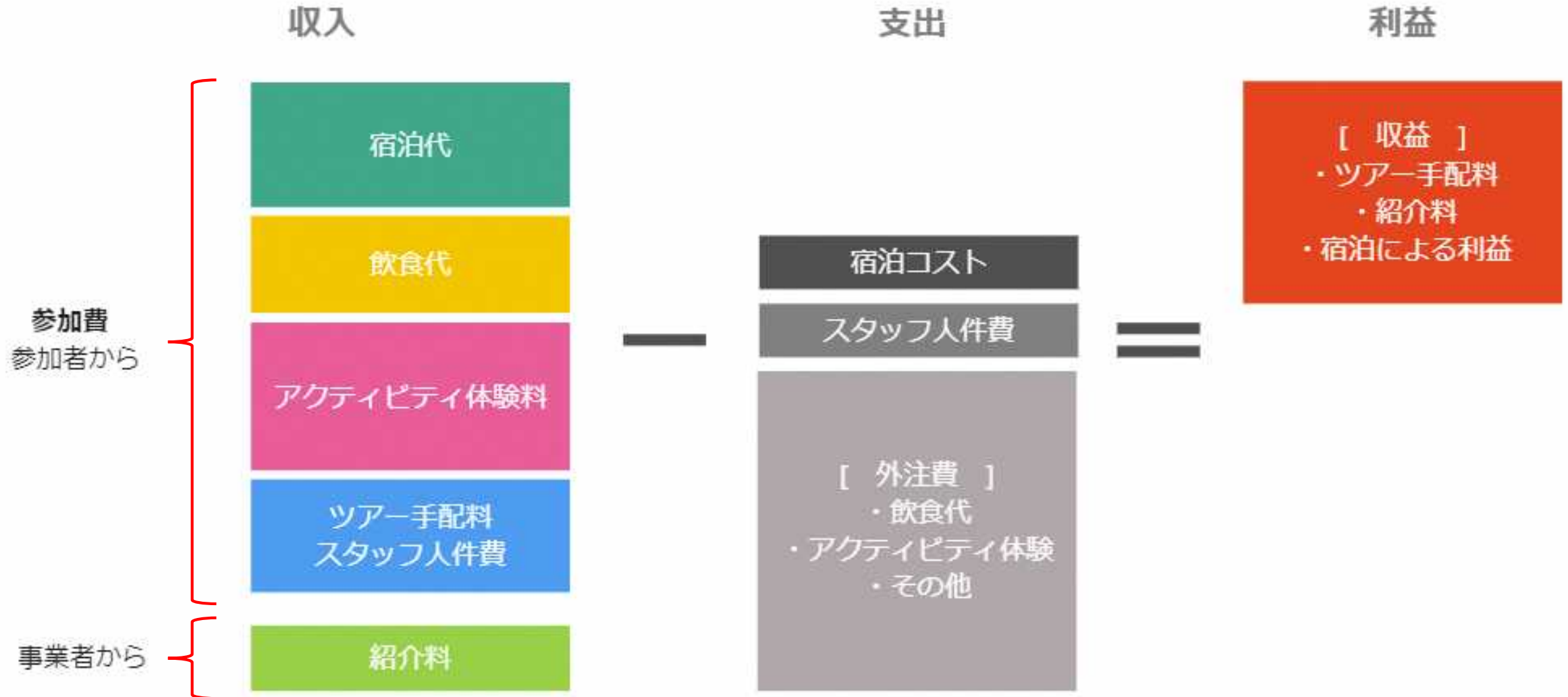


コスト構造

地域事業者を多分に活用する事業である為、外注費用の占める比率が高い。

ツアーによる収益は、

- ・ツアー手配料金（参加費・内容により変動）
- ・事業者からの紹介料（参加人数により変動、5%程度を想定）
- ・宿泊利益（宿泊代－宿泊コスト）



ビジネスモデルの実現に向けた課題

アクティビティ毎の理想人数

今回のモニターツアー実証時、アクティビティ毎に理想の参加人数が異なることが課題として挙げられた。

サイクリングツアー	10～15人	:	1ガイド5人のアテンドが限度、参加者レベルにより人数の調整も必要
ヨガ	10～20人	:	会場の規模にもよるが、多すぎると指導・アドバイスが困難
座禅体験	5～25人	:	体験内容や時間帯により異なる
味噌づくり体験	10～20人	:	お店の規模・備品の限界

今回のツアー内容における理想参加人数は10～15人といえる。

最低決行人数と最大受入人数の差が小さい方が事業者にとっては都合がよい。

サイクリングは人数が増えると、1人あたりの料金が割安に。その他の体験も事業者との調整が可能ではある。事業者との参加者情報の共有により細かな仕様を詰めていく必要がある。