

東郷湖・未来創造会議 観光・物産の活性化、顧客満足度開発チーム

◆検討結果

※「温泉資源の戦略的活用」「地産地消システムの構築」「その他」の柱で整理、集約する。

[□：アイデア、提言／■：指摘事項など]

【温泉資源の戦略的活用】

<特色ある旅館づくり関係>

[充実プラン]

- 客のニーズに基づいた食事の選択制度
- サービスの選択制度（フルサービス or ノーサービス）
- エステプランの設定（健康・女性を視点）
- 周遊プランの設定
- 温泉宿泊者へのプレゼント企画
 - ◇町産果物の加工品プレゼント（ジュース、ソフトクリーム、ケーキなど）
- 旅館のお茶請けに地物を活用
- 料理をテーマごとに設定
 - ◇いくつかの旅館が同じテーマで料理を提供（キーワード：健康／天女など）
- 旅館の各部屋に内風呂（個人／家族対応）

<イメージ創造関係>

[はわい温泉、東郷温泉を統括するイメージづくり]

- 「縁結び」「パワースポット」をキーワードに設定
 - ◇色々なものをハート型にする（幸せ感の醸成）
 - ◇ハート型のモニュメントを作製（記念撮影ポイント）
 - ◇紹介パンフレットの作成
- 「子宝の湯」をキーワードに設定
 - ◇伯耆一ノ宮／下照姫命（子宝の神様）－他の温泉地との差別化
- 温泉を統一するイメージとして「天女」をキーワードに設定
 - ◇現在ある地域資源を天女に結び付ける
 - ◇女性が天女気分になれる仕組みづくり
 - ◇PRにはすべて天女を使う
 - ◇天女にちなんだイベントの開催
 - ◇天女にちなんだ土産物、スイーツの開発
 - ◇燕趙園コスチュームで天女の羽衣

- 土産品などにおみくじ的な楽しさを演出
- 「湯船」の復活
 - ◇湖底から湧く温泉の特色を活かす
 - ◇湖上露天風呂のイメージ
- 「温泉の素」の作製
 - ◇南国ハワイ、子宝などをキーワード
- 地熱発電施設の検討

【健康的な温泉のイメージづくり】

- ウオーキングのまちづくり
 - ◇インストラクターの養成
 - ◇どこの旅館、宿泊施設に泊まってもインストラクターの指導が受けられる
- 宿泊者に体育施設を優先提供（特典）
 - ◇優先的に先行予約
 - ◇安価な料金設定
 - ◇合宿プランの設定
- 人間ドックと温泉宿泊のパッケージ

【ヘルシーなイメージづくり】

- 「肌がツルツルになる」「美容にいい」をキーワードに設定
 - ◇「肌にいい」「美容にいい」食材を使った料理の提供
- 年配の方向けのプランの造成
 - ◇アンチエイジング料理月間の設定
 - ◇精進料理月間の設定

<足湯関係>

【温泉への親しみ、気軽さを演出】

- 風情のある足湯の設置（木のぬくもりなど）
- 付帯サービスの充実
 - ◇タオルの自動販売機
- グッズの製作（タオルなど）
 - ◇町内産のものを活用して染色<地産地消>
 - ◇訪れやすい環境整備
- 足湯プラスワン（温泉たまごなど）
- 安心感の創出
 - ◇汚いイメージ（病気がうつった／水虫がうつったなど）の払拭
 - ◇安全・安心のための表示の掲出（「検査に合格」など）

- ◇熱くて入れないことがあるので、自由に温度調節できる機能装置
- 足湯のつながりを持たせる仕組みづくり
 - ◇町内に6箇所の足湯（はわい温泉地内4箇所／東郷温泉地内2箇所）
- 足湯に関する設備の充実（壁／案内）

<温泉関係>

- 温泉の活用
 - ◇発電、エステ、料理
 - ◇温泉熱を利用した野菜などの栽培<地産地消>

【地産地消システムの構築】

<新商品の開発関係>

- 珍しいスイーツの開発
 - ◇地元の農産物を活用
 - ◇商品コンテストの開催
 - （例）野花豊後を使った季節限定のスイーツ
 - 題材を決めた（ジャム／ソフトクリームなど）商品コンテスト
 - ◇プロジェクト項目に合致する取り組みへの補助制度を創設
- 素材を活かしたアイスクリームの開発
- 観光客が体験できる商品づくり
 - （例）ミニ畳づくりなど
- 「見て楽しい」をコンセプトにした土産、菓子の開発
 - ◇女性をターゲットにミニチュア的かわいさを演出
- 土産品の付加価値造成
 - ◇オマケ、おみくじ付き
- 土産品の入れ物を工夫
 - ◇町内産の材料を活用
- 工芸品の作製
 - ◇町内産の材料を活用した染物、焼き物

<ヘルシーメニュー関係>

- 健康志向の追及
 - ◇「野菜たっぷり」「昆布だしで油控えめ」健康志向を前面に打ち出したメニューづくり
 - （コテコテの牛骨、トンコツもいいが・・・）
 - ◇健康的弁当（ヘルシー弁当）づくり（コンビニ弁当との差別化）
- 「何歳若返る」「美しくなる」をキャッチフレーズに設定（ヘルシーさを演出）
 - 「地元の食材を使って」ではインパクトが弱い

■おいしさはあたりまえ！

<選べるバリエーション関係>

[商品のコンセプト]

- 色々な施設でバラエティ豊かに販売
 - ◇そこに行かないと買えない仕組みづくり
 - (例：施設間で連携したソフトクリームラリーなど)
 - ◇全部食べないと気が済まない気持ちにさせる仕組みづくり
- 季節限定商品の開発、販売
 - ◇一年中販売しないで、季節ごとにリレー
 - (例：季節限定ソフトクリーム 春は〇〇味、夏は〇〇味・・・地物の活用)
- ジャム+ソフトクリーム（付加価値の造成）
 - ◇すぐに消費できる仕組みづくり
- 足湯につかりながら食べることを前提とした特色あるスイーツの開発
- 小さいサイズの菓子、スイーツの開発
 - ◇食べくらべの楽しさを演出（一つではなく三つ、四つ食べられるサイズ）
 - ◇ケーキ、プリン、ゼリー、パン、ソフトクリームなど
- 商品の選択肢を増やす
 - ◇多くの種類を作り、選ぶ楽しさを演出（コンセプト）
 - (例：蒜山のハチミツ 花の種類により何十種類のハチミツを販売)
- 小売りスタンドの開発
 - ◇手軽なサービスシステムの構築

<販路開拓関係>

- 地域通貨で地産地消できる仕組みづくり
 - ◇物々交換できる仕組み
 - 本物の通貨よりお得感がないと定着しない

<その他>

- 地産地消を促しながら景色を楽しむ仕組みづくり
 - ◇カニバス（冬季誘客イベント）、合宿客、自動車学校生徒などの取り込み
 - ◇他との差別化を通じてリピーターの増加を図る
- システムの事業化、仕組みづくり
 - ◇①そこで食べる ②買ってそこで食べる ③土産として買う・・・
 - 想定する場面を分けて事業化

【その他】

- 天女凧の作製
- 貸自転車の充実
- 貸自転車の広告費