



菊と日本酒と温泉と…

にほんまつ観光DMO

とともに磨く「にほんまつ」ブランド



「にほんまつDMO」の皆さん

J R二本松駅の構内にある二本松市観光案内所を拠点として活動しています。

菊のまち「観光都市二本松」

二本松には江戸時代より菊の愛好者が多く、昭和初期から菊人形が街に飾られ、昭和30年からは、菊の祭典として、「二本松の菊人形」が華々しく開かれるようになりました。

当時、二本松の菊人形は、高度成長期にあった日本の観光ニーズに絶妙にマッチし、最盛期には、44万人もの観光客が訪れました。

二本松は、「菊のまち」「観光都市」として全国に名を馳せてきました。

時は流れ令和の時代。

新たなニーズに寄り添った「新しい観光」が求められています。魅せる観光に加えて「尖がった」観光、「刺さる」観光。

にほんまつDMOは、その「刺さる」ものを「にほんまつブランド」として磨き上げます。

そして、設立から2年を迎えようとする今年も、新たな仕掛けが動き出します。





1_オリジナル升入り日本酒生チョコレート(販売期間終了)
 2_霞ヶ城公園での甲冑着付け体験
 3_伝統の和菓子作り体験
 4_外国人観光客に人気の興に乗る体験(龍泉寺)
 5_日本酒ナビゲーター資格認定証交付式(令和元年5月)

平成30年10月、市内の観光、経済、交通など各分野が協力し、観光地域づくりを担う「一般社団法人にほんまつDMO」(理事長・二本松商工会議所・山口純一会頭)を設立しました。

このにほんまつDMOは、各組織の枠を超えて観光客のニーズを調査し、観光戦略を練って、交流人口の拡大を目指しています。

令和2年1月には、県内で2番目に、日本版DMOの本登録が完了しました。

新しい観光

「いつ、誰と訪れても、何らかの体験を楽しめる二本松」を目指して、体験型観光プログラムを造成。

例えば、「和菓子作り&お抹茶体験」や「ワインのラベル作り」。菊人形会場では、「甲冑着付け体験」も開催してきました。

「提灯の絵付け体験」も実施。「二本松の提灯祭り玉羊羹セット」のパッケージの企画も行い、人気を博しています。

日本酒ナビゲーター

「にほんまつブランド・日本酒」の確立。

35の事業者(45人)の皆さんに「日本酒ナビゲーター」の資格を取得してもらい、ナビゲーター認定店には、DMOオリジナルののぼり旗とポスターを配布。

SNSやガイドブックで認定店の魅力をPRしていきます。

今後、二本松自慢の4蔵元の皆さんとともに企画を展開していきます。

DMO?

Destination Management Organization (destinations・managements・organization)の頭文字の略
 日本語では「観光地域づくり法人」
 二本松語訳では「(D)どんな(M)もんだい(O)おらがまち」

今、日本の観光地では、地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域への誇りと愛着を持つ「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりが必須とされています。

DMOとは、その舵取り役として、さまざまな分野の皆さんと協同しながら、明確なコンセプトに基づき観光地域づくりを実現するための戦略を策定し、着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

その具体的な役割には、

- ・観光地域づくりを行うこと
- ・観光地づくりに関する調整・仕組みづくり
- ・プロモーションを行うこと
- ・データに基づく明確なコンセプトを用いた戦略(ブランディング)を策定し、具体的な数値目標の設定・PDCAサイクルを確立すること
- ・関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり

が挙げられています。



DMOが仕掛けるにほんまつ観光2020 ①

あだたら ADATARARI リトリート

「岳温泉の強みを生かした新たなプロジェクト」

「仕事や家庭、人間関係から少し距離をおく。

日々の忙しい生活から離れて、自分だけの時間を持つ。

リラックスして、疲れを癒す。」

今、話題の「リトリート」。

今までの観光旅行とは異なる新たな旅のスタイル。

都会にはない場所、豊かな自然、温泉でくつろいだ後のカラダが喜ぶ食事。

安達太良山が育む豊かな自然、癒しの温泉、ほんとの空、清々しく流れる水。



「岳温泉」には、日常の喧騒から離れられる緑の絶景や、美と健康にこだわった特別なプランが堪能できる温泉宿が数多くあります。

また、ほんとの空の下でのハイキングや、安達太良山の絶景を眺めながら行う「高原ヨガ」など、大自然をまるごと感じる「あだたらアクティビティ」が楽しめます。

DMOが仕掛ける

にほんまつ観光2020 ②

城(蔵)デイナー

二本松だけの唯一無二の商品づくり。

提供される料理は、もちろん全てが二本松の料理。

箸や器、テーブルに並ぶもの全てが二本松の伝統工芸品。

訪日外国人からも関心が高い「日本酒」「お城」「温泉」「歴史文化」の全てを詰めたプラン、全てが二本松の自慢。

今年の秋は、日本の歴史文化の象徴ともいえる「蔵」で堪能することが出来ます。

来年は、菊人形会場で楽しみましょう。

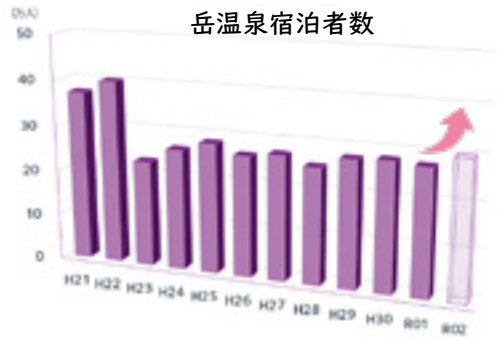


SAKBE 日本酒 × ONSEN 温泉

昨年商品化し、現在発売中の「肌とじ」。

二本松が誇る美肌成分である「岳温泉の源泉」と「4蔵元の日本酒」から抽出した美容成分「アミノ酸」がたっぷり入ったフェイスマスクを開発。

多くの方々から、軽くて「お土産に最適」と人気になり、すでに700セットを販売。リピーターも多く、好調な売れ行きを見せています。



観光客UPへ！

DMOは、客観的な指標に基づき、具体的な数値目標(KPI)を設定して、常に検証を行い「にほんまつ」というブランドを磨き、育てていきます。

今年は「ADATARAR Aリトリート」プロジェクトによって、首都圏在住の30代女性をメインターゲットに、新たな顧客の開拓を目指しています。



にほんまつDMO
事務局長 伊藤 美香 さん

すごいでしょ！
にほんまつの魅力

「安達太良山」「岳温泉」「お城山(霞ヶ城公園)」、「日本酒」に「夢ワイン」に「お菓子」、「菊人形」に「提灯祭り」に「幡祭り」と、挙げたらキリがないです。
人口約5万人のエリアに、こんなにも観光資源があるのは本当に素晴らしい！
大きな声で「すごいでしょ！」と自慢したいです。

ただ、今の二本松は、その「観光の素材」を活用しきれないように思います。「にほんまつDMO」では、その状況を打破して、しっかりと観光資源を生かしたコンテンツを造成していきたいと思っています。

(株)リクルートライフスタイルから出向。二本松に来る前は「じゃらん」北陸エリアの責任者。趣味は、ゴルフ・旅行・ホットヨガ。ラブ^{×2}の夫を福井県に残して単身赴任中。



にほんまつDMO QRコード

私たちの活動エリアは市内全域。二本松市在住でも、案外「あそこには行ったことがないな…」という場所があったりしますよね。

私たちはあらゆる「コト」をしっかりと把握しておくことが大切なので、色々なエリアのさまざまな「モノ・コト・ヒト」に対して「それは知らなかった」ということがない状態にしています。

一番の魅力は、「ヒト」

いろいろなシーンで二本松市の魅力を聞かれます。その時にいつも自信を持って、「最大の魅力はヒトです！」と答えています。そして、そう答えられることを誇りに感じています。

二本松の皆さんは本当に「受容力」に長けています。私たちが新しいコトに挑戦する際、「面白そう！」「やってみよう！やってみよう！」と、協力や応援をしてくださいます。

ネガティブな発言を聞くことはなく、受け入れてくれる。それも笑顔で大きく両手を広げて…。

当たり前前のコトが
おもてなし

二本松市に暮らす人達にとっては「当たり前前のコト」が、実は他所から来た人達にとっては「温かいおもてなし」だったり「優しさ」だったりします。

その当たり前前の魅力の前で、訪れた人は、二本松のヒトの虜(こぼ)になってしまします。

一緒に、「二本松にしかない唯一無二の財産」を創っていきましょう！