旅行会社と意見交換会開催

松山市

～スペシャルドラマ第二部放送に合わせて～

松山市は11月11日と12日に松山旅行商品説明会と意見交換会を開いた。11日は大阪市北区のガーデンシティクラブ大阪で行われ、旅行会社は8社14人が出席。名古屋ではホテルキャッスルプラザで、10社14人が出席した。今回の説明会では、主に松山を担当する旅行会社の企画担当者を中心に招き、観光プレゼンテーションを行い、旅行会社の担当者から生の意見を聞いた。

旅行商品説明会と意見交換会の概要

松山市旅行商品説明会と意見交換会では、スペシャルドラマ第2部の放送に向けて松山市内の小説『坂の上の雲』ゆかりの地や新たに作られた着地型旅行商品について説明が行われた。松山市は、着地型旅行商品の企画や造成、精算を一元化。さらに「『坂の上の雲』のまち松山」をタイトルや文言の利用が出来るよう司馬遼太郎記念財団との窓口を設定し、各旅行会社で間違いの無い商品の造成が出来るようにした。

松山の商品が掲載された旅行会社のパンフレットは、2年目で約4千万部が制作されている。

昨年造成された商品で松山市内の路面電車を使い、市街地の宿泊客が道後温泉に、道後温泉の宿泊客が市街地の観光などに利用する観光客の往来を目的とした旅行商品「浴衣でいく道後温泉」と「浴衣で夜の松山へ」は合わせて、約15万枚が配布された。また、子規記念博物館、坂の上の雲ミュージアム、松山城に入場でき特典も付く、明治はいからⅢ館パックは1万枚が販売された。これによりクーポンを使って、坂の上の雲ミュージアム、松山城をまわるというまち歩きの観光客が増えたのが目に見えてわかるようになってきた。従来の夕方遅くに道後温泉に入って、翌朝は、別の観光地に向かっていくという傾向から、道後温泉の旅館にチェックインする前や翌日に松山市内観光をするという新しい動線が生まれてきた。

新しい試み松山はいく

今年はNHK大河ドラマ「龍馬伝」のドラマ館が好調と言う事もあり、「坂の上の雲」のまち松山スペシャルドラマ館としては更なる来場者を目指し、スペシャルドラマ館と松山城の入場がセットになった「史跡松山城＋『坂の上の雲』のまち松山スペシャルドラマ館」期間限定パック（大人1200円）の販売を強化している。まち歩きに関しては、修学旅行で実績のある松山はいくを一般旅行者向けに展開する。松山はいくは、ハイキングのハイクと近代俳句発祥の地である松山の俳句をかけたもの。長崎さるくや大阪ぶらぶら歩くのように、松山では、松山はいくといえば、ガイド付きまち歩きツアーとして定着することを目指している。

松山はいくは、次の9つのコースで構成されている。①道後で5つの「しき」を感じる②子規と漱石が愛した松山スイーツ③道後・朝ハイク～あの老舗旅館で一服～④道後の国宝四国八十八ヶ所霊場の砂に想いをよせる⑤子規の青春はいく⑥雲から望む「明治の風景」⑦くいしんぼう子規松山グルメはいく⑧子規と漱石の松山はいく⑨はじめての松山はいく～二大スポットをまちあるき～。

第二部のクライマックス

スペシャルドラマの第2部が始まるので、松山への旅行を提案するのには良いタイミング。特に12月12日の第7話「子規、逝く」では香川照之さんが死と向き合いながら演じる正岡子規の最期は、日本中を深い感動に包み込むものと考えている。これを見た多くの方がこの機会に松山を訪れ、「道後温泉や郷土料理を楽しみたい」というお客様のニーズがより一層大きくなるものと確信している。旅行会社のみなさんとは造成段階から協力して作ってきたので、今回提案の企画商品には手前みそながら自信がある。御出席の皆様の協力をお願いしたい」とアピールした。

名古屋会場

名古屋会場では玉井美里松山マドンナ大使が進行役を務め花を添えた。

名古屋圏では、博物館明治村（愛知県犬山市）で「坂の上の雲」のまち松山フェアが11月13日からスタート。明治村でもスペシャルドラマのロケが数多く行われており、松山市では明治の村と明治のまちとの連携にも取り組み、相互の観光客の増加を目指している。

山口最丈松山市副市長も出席しトップセールスも行った。山口副市長は、「旅行商品造成に積極的に取り組んでいる。12月5日からスペシャルドラマ「坂の上の雲」第2部が始まるので、松山への旅行を提案するのには良いタイミング。特に12月12日の第7話「子規、逝く」では香川照之さんが死と向き合いながら演じる正岡子規の最期は、日本中を深い感動に包み込むものと考えている。これを見た多くの方がこの機会に松山を訪れ、「道後温泉や郷土料理を楽しみたい」というお客様のニーズがより一層大きくなるものと確信している。旅行会社のみなさんとは造成段階から協力して作ってきたので、今回提案の企画商品には手前みそながら自信がある。御出席の皆様の協力をお願いしたい」とアピールした。

山口最丈松山市副市長がトップセールス（名古屋会場）

ANAセールス販売部
勝田　直浩　マネージャー

JTB中部メディア販売事業部
匹田　晴隆　企画担当課長

JR東海ツアーズ
中村　洋平　課長代理

日本旅行　赤い風船中部事業部
伊神　圭子

阪急交通社　国内旅行課
藤田　太郎　係長

クラブツーリズム
名古屋国内旅行センター　佐橋　涼子

名鉄観光サービス商品事業本部
兼岩　浩　課長

三重交通　旅行営業部
安藤　裕介

名鉄観光バス　旅行営業部
宮園　秀樹　課長補佐

名阪近鉄旅行
高野　慎二　部長

旅行会社の担当者から生の意見を聞く
協力して新しい松山の企画商品を開発

出席した旅行会社の声（名古屋会場）

日本旅行　赤い風船中部事業部　伊神　圭子

―ここまでの松山に向けた旅行商品の知識は無かった。非常に勉強になった。今後の商品造成に生かしていきたい。

阪急交通社　国内旅行課　藤田　太郎　係長

―今回初めて参加。今後はメールで担当者に新しい情報や切り口を頻度を多くしてもらい、発信し続けてほしい。北海道や沖縄の魅力、割安な海外旅行に打ち勝っていくにはどうしたらよいか。商品の造成についても具体的な支援も考えてほしい。

クラブツーリズム　名古屋国内旅行センター　佐橋　涼子

―これまでは道後温泉に泊るだけの商品が多かった。ニーズとして、もっとゆくっり松山に滞在したかったという声もあったので、今回の企画商品を紹介して、半日や一日とより長く松山で過ごすフリープランの商品を考えていきたい。

ANAセールス販売部　勝田直浩マネージャー

―今回の企画商品は自信があると感じた。名古屋と松山の増便があるのでがんばっていきたい。

JR東海ツアーズ　中村　洋平　課長代理

―全体的にバージョンアップしていると感じた。松山の着地型商品を鉄道とどう組み合わせていくかを考えたい。

名鉄観光サービス商品事業本部　兼岩　浩　課長

―今回2回目の参加。着地の旅行商品がこれだけ充実したので、松山の魅力が増し1泊だけでは無く、宿泊施設にも提案しながら連泊の商品造成も考えたい。

名阪近鉄旅行　高野　慎二　部長

―松山は道後だけでないことがわかった。着地が充実していることがわかったので、今回の情報を参考に商品造成したい。

三重交通　旅行営業部　安藤　裕介

―説明会は分かりやすく、資料も充実しており、どれも魅力的な企画商品だった。松山の観光コースに取り入れたい。新たな情報があれば今後も提供してほしい。

名鉄観光バス　旅行営業部　宮園　秀樹　課長補佐

―今年5月に商品を造成し、道後に訪れた。まちなみが整備されていて驚いた。今年は龍馬伝の関連商品が多かったので、今後は松山の商品に取り組んでいきたい。

（大阪会場）

JTB西日本国内商品事業部仕入企画担当　山内　務　課長

―東名大で『坂の上の雲』のまち松山のパンフレットを制作しており、松山はいくをはじめ日頃からお世話になっている。企画とオプションに関して今日の情報は担当者に伝える。

日本旅行西日本営業本部　ジパング企画センター　谷口　忠道　所長

―パンフレットはスペースに限りがあるので、どの旅行商品を載せていくかを相談したい。エスコートでは、松山周辺の観光地と広域の情報があるようなら教えてほしい。

2次交通のフェリーは面白いが料金の問題はどうなるか。また松山観光港からのアクセスについても受け入れ体制を考えてほしい。

トップツアー　前田　奈央子　係長

―いつも多くの素材を提供してもらい助かっている。もぶり飯はおもしろいが、道後の旅館で釜飯を使った商品を販売しているので、企画としてこの2つを組み合わせて欲しい。

東武トラベル西日本仕入センター　荒木　忠司　課長補佐

―いつも新しい商品が出るので楽しみにしている。とくに松山はいくは積極的に販売したい。もぶり飯にも注目している。是非食べてみたい。

読売旅行関西広域企画センター国内旅行部　大谷　良太　主任

―観光地と観光地を結ぶだけの商品は厳しくなっており、掘り下げたものが求められている。誌面に限りがあるので。着地の旅行商品の人気を教えてほしい。

神戸新聞旅行社　山田　陽介　次長

―色々な取り組みをされているので、新聞記事として取り上げやすい。新聞旅行社らしい掘り下げた商品を作ってみたい。

まち歩きは一度行くと二度行かないことが多いので、花見や紅葉など四季を絡ませた飽きない商品を提供してほしい。道後温泉を宿泊地でなく、観光地として取り組んでいるのが良い。これまで着地型の商品を使用していなかったが、今後は見直して利用していきたい。

京都新聞企画事業　川上　賢憲　旅行事業部長

―新聞系の旅行会社なので、その媒体を使った旅行商品に挑戦したい。制作費用面でも詰めた話をしたい。記事としても松山はいくは面白いと思う。

神姫バス旅行事業部　中村　睦哉　係長

―エスコートで11月まではいからⅢ館パックを利用した商品を販売している。瀬戸内海の動線を意識した松山、広島への高速バスの路線を宿泊、着地型商品と組み合わせたパーソナル向けのバス商品を販売したい。

大阪会場でのプレゼンテーションの様子

日本旅行 西日本営業本部
ジパング企画センター
谷口　忠道　所長

JTB西日本国内商品事業部
仕入企画担当
山内　務　課長

トップツアー　国内旅行部
前田　奈央子　係長

東武トラベル　西日本仕入センター
荒木　忠司　課長補佐

読売旅行　関西広域企画センター
国内旅行部
大谷　良太　主任

神戸新聞旅行社
山田　陽介　次長

京都新聞企画事業
川上　賢憲　旅行事業部長

神姫バス　旅行事業部　ツアー企画販売課
中村　睦哉　係長

大阪会場

大阪会場では、松山市が龍馬ブームの沈静化や九州新幹線全線開業に危機感を募らせ出席者に引き続きの商品造成、送客の協力を求めた。とくにメディア系旅行会社に向けて松山はいくのようなユニークなまち歩き旅行商品を松山の記事広告やPRの下に掲載するなどの宣伝手法についても松山市から提案があった。

また、松山市は正岡子規が最後の旅で詠んだ句「柿くへば鐘が鳴るなり法隆寺」が縁となり、このエリアでもある奈良との連携にも取り組んでおり、俳句で結び付けた商品造成の依頼も行った。

出席した旅行会社の声（大阪会場）

JTB西日本国内商品事業部仕入企画担当　山内　務　課長

―東名大で『坂の上の雲』のまち松山のパンフレットを制作しており、松山はいくをはじめ日頃からお世話になっている。企画とオプションに関して今日の情報は担当者に伝える。

日本旅行西日本営業本部　ジパング企画センター　谷口　忠道　所長

―パンフレットはスペースに限りがあるので、どの旅行商品を載せていくかを相談したい。エスコートでは、松山周辺の観光地と広域の情報があるようなら教えてほしい。

2次交通のフェリーは面白いが料金の問題はどうなるか。また松山観光港からのアクセスについても受け入れ体制を考えてほしい。

トップツアー　前田　奈央子　係長

―いつも多くの素材を提供してもらい助かっている。もぶり飯はおもしろいが、道後の旅館で釜飯を使った商品を販売しているので、企画としてこの2つを組み合わせて欲しい。

東武トラベル西日本仕入センター　荒木　忠司　課長補佐

―いつも新しい商品が出るので楽しみにしている。とくに松山はいくは積極的に販売したい。もぶり飯にも注目している。是非食べてみたい。

読売旅行関西広域企画センター国内旅行部　大谷　良太　主任

―観光地と観光地を結ぶだけの商品は厳しくなっており、掘り下げたものが求められている。誌面に限りがあるので。着地の旅行商品の人気を教えてほしい。

神戸新聞旅行社　山田　陽介　次長

―色々な取り組みをされているので、新聞記事として取り上げやすい。新聞旅行社らしい掘り下げた商品を作ってみたい。

まち歩きは一度行くと二度行かないことが多いので、花見や紅葉など四季を絡ませた飽きない商品を提供してほしい。道後温泉を宿泊地でなく、観光地として取り組んでいるのが良い。これまで着地型の商品を使用していなかったが、今後は見直して利用していきたい。

京都新聞企画事業　川上　賢憲　旅行事業部長

―新聞系の旅行会社なので、その媒体を使った旅行商品に挑戦したい。制作費用面でも詰めた話をしたい。記事としても松山はいくは面白いと思う。

神姫バス旅行事業部　中村　睦哉　係長

―エスコートで11月まではいからⅢ館パックを利用した商品を販売している。瀬戸内海の動線を意識した松山、広島への高速バスの路線を宿泊、着地型商品と組み合わせたパーソナル向けのバス商品を販売したい。

問い合わせ先は　松山市観光産業振興課
TEL：089-948-6558　FAX：089-934-1764
旅行商品に関しては事務代行
株式会社観光販売システムズ TEL：052-589-0200