しまなみ海道(愛媛・広島)視察



平成30年2月1日~2月3日 大分ウォーターフロント研究会

愛媛県庁訪問 中村県知事と面談



別府湾岸と愛媛県をサイクリングで繋がることを話し合い→合意

- ・最初はしまなみ海道の情報発信を行う程度の気持ちだった
- ・台湾ジャイアント社のキング・リュウ(当時会長)との出会いで変わった
- ・日本では自転車は「移動ツール」世界では「健康・生きがい・友情を伸ばす文化」
- ・目的を「自転車新文化」を創ることにした結果として「観光化」につながった <u>どのように楽しく乗れるか仕組み作りが重要</u>

愛媛県と大分県の今後について

一緒に活動すれば両県とも違った魅力を持つのでより多彩なメニューを提供できる例えば、日本最大湯量の別府温泉と日本最古の道後温泉などを巡るなど・・インバウンドではLCC路線もあるので松山イン・大分アウトなども可能にしてはどうか

1.愛媛県が進める自転車新文化の全体像

理念

自転車新文化の創造

目的

- ◆健康・生きがい・友情づくり
- ◆交流人口の拡大による地域活性化

3つの政策目標

- ①しまなみ海道をサイクリストの聖地へ
- ②県全体をサイクリングパラダイスへ
- ③シェア・ザ・ロードの精神に基づく安全利用

第1ステージ 3つの重点施策

- 〇国際サイクリング大会の開催
- 〇愛媛マルゴト自転車道構想
- 〇自転車安全利用促進条例の 制定

第2ステージの推進施策

- 長●自転車利用の普及・拡大
 - ●おもてなし態勢(環境)の整備
 - ●自転車県としてのブランド化
 - ●自転車の安全利用 シェア・ザ・ロードの普及・啓発

第3ステージ

【更に先へ】

- ◆サイクリングアイ ランド四国
- ◆自転車・歩行 者を主体にした 街づくり など

推進体制の強化

- ・チーム愛媛(県・市町連携)
- オール愛媛(官民連携推進体制の構築)

出典:愛媛県プレゼン資料より

4自転車振興策

4-1 自転車県としてのブランド化

○高速道路や瀬戸内の美しい島々を舞台に行うサイクリング大会

■ サイクリングしまなみ2014

開催日:26年10月26日(日)

参加者:国内外の7,281人

(国内:46都道府県 海外:31の国と地域から525人)

■サイクリングしまなみ2016

開催日:28年10月30日(日)

参加者: 3,539人

(47都道府県、海外は9の国と地域から251人、今後2年ごとに開催)

大会コース:5コース

交通規制:しまなみ海道本線

区間は、今治IC~生口島北IC 上下線

期間は、10月30日(日)6:00~11:00の5時間

○サイクリングしまなみの特徴

- ■高速道路を走行する日本唯一のサイクリング大会
- ■世界有数のサイクリングコースを使ったイベント
- ■しまなみ海道の絶景を堪能する多彩なコース設定
- ■瀬戸内の島ならではの「おもてなし」





サイクリグしまなみ2016

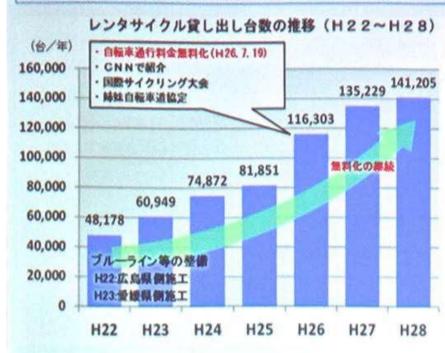


出典:愛媛県プレゼン資料より

4自転車振興策

4-1自転車県としてのブランド化

○瀬戸内しまなみ海道のレンタサイクル貸出台数

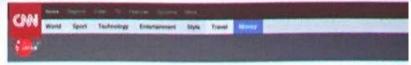


レンタサイクルの貸出台数は、

- 自転車通行料金の無料化
- CNNで世界7大サイクリングコースの1つとして紹介
- 台湾のサイクリングコースと姉妹自転車道協定の締結 等の効果もあり、H28年度はH22年度の約3倍に増加

しまなみ海道の自転車通行料金の無料化は、平成30年3月 末まで延長

○ CNNテレビで世界7大サイクリングルート の一つに選定



Japan's Shimanami Kaido: One of the world's most incredible bike routes





アメリカのCNNテレビ 旅行情報サイトで『世界で最も すばらしい7つの自転車道』の1つとして紹介(H26.5)

○ロンリープラネット社のガイドブックで 世界50選の一つに選定(H28.10)

世界的に有名な豪の旅行ガイド本会社ロンリープラネット の「世界の魅力的なサイクリングルート50選」のガイドブック に、日本で唯一瀬戸内しまなみ海道が掲載

出典:愛媛県プレゼン資料より

今治市サンライズ糸山



なぜ利用者が増えたか

利用料金を無料にした→愛媛県とスポンサー企業が負担(1.1千万円) 中村愛媛県知事が台湾へ行きジャイアント社とのコラボ開始→台湾で人気高まる ロンリープラネット社やCNNが世界の美しいサイクリングロードと紹介→欧米で人気高まる

インバウンドの多い国

1. 台湾 (外国人の40%) 2. 香港 (40%) 3. アメリカ、4. カナダ、5. ドイツ、6. フランス 近年、旅行社をとおさない個人旅行者やリピーターも多い 5

サイクリング体験 (来島海峡大橋7Km)



尾道ウォーターフロント開発(株)



尾道市が人口減少が進み 海岸地区のにぎわいづくり対策の施設整備する為に設立 (人口は10年間で15万人→13.5万人に減少)

(湾岸の施設が老朽化、ホテルをメインとした複合ビル建設 事業費21.6億円) (尾道市2億円、民間1億円を出資し設立)

複合ビルと駐車場を建設1997年完成、現在は管理業務のみ ONOMICHI U2開業後、利用者増える 収入1.2億円→1.8億円/年

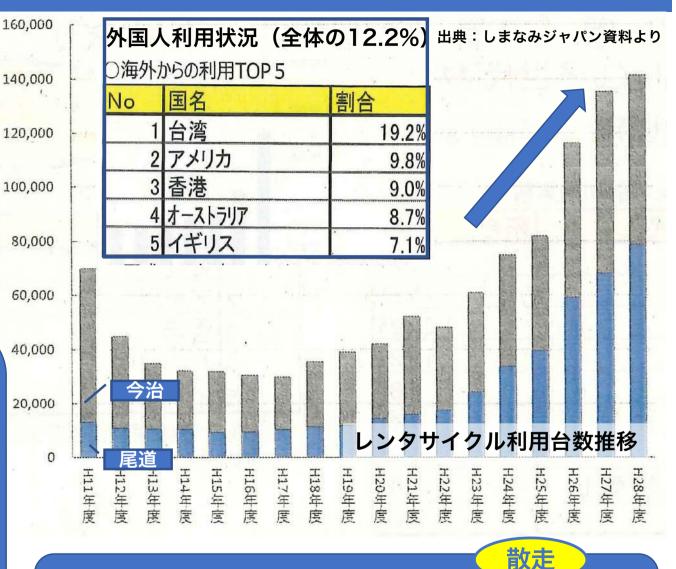
DMO (社)しまなみジャパン ヒアリング



・広島県尾道市と愛媛県 今治市、上島町を中心に 構成された日本版DMO

・エリア全体の一貫した マーケティングを行い、 民間事業者と協働しなが ら広域的に観光産業振興 を図る

・尾道のレンタサイクル 事業を運営



今後は

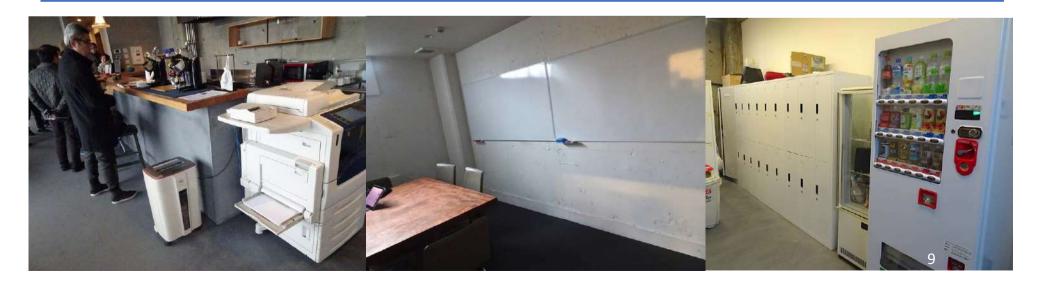
スポーツサイクリングから観光サイクリングへの転換 (気軽にショートサイクル~フェリーで戻る等)。

ONOMICHI SHARE (シェアオフィス)

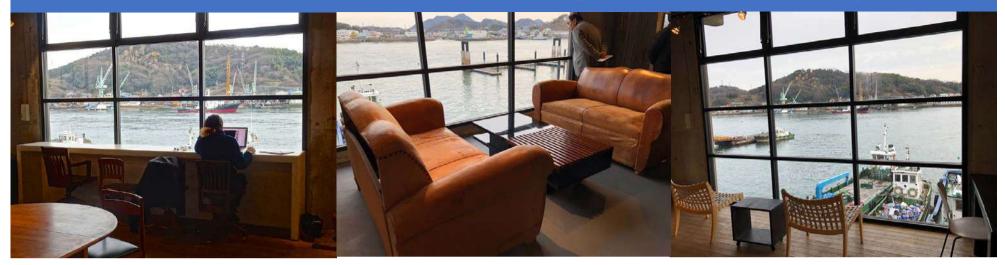


ウォーターフロントエリア尾道市の旧文書館をリノベーションしてシェアオフィスに (24時間利用可能)

個人の起業家や会社や事業所のサテライトオフィスとして 会議やミーティング、コンシェルジュサービス、各種アクティビティ予約



ONOMICHI SHARE (シェアオフィス)



県外利用者多い(東京本社、本人のみ移住者、契約社員など) クリエーターの利用が多い→クリエイティブ・ハブとして付加価値を生む期待 尾道住民と県外の人と、クリエーターが混じり交流する場としても機能 刺激と仲間づくりに役立つ デザインを活用した



ONOMICHI U2

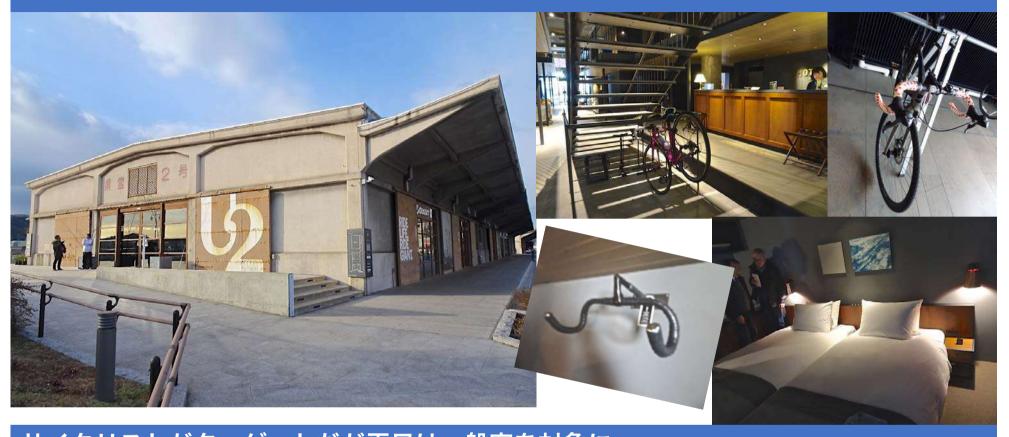
街の中に衣食住の小さな街を(U2)つくるホテル、レストラン、カフェ、ライフスタイルショップ、ジャイアントショップ(自転車店)、バー、ベーカリーの7店舗複合施設



せとうちホールディングスが海岸倉庫の利活用公開プロポーザルで受託 2014年3月開業 く目的>

地元の雇用が減るなか雇用の受け皿になる組織に(現在100名) しまなみ海道のサイクリング文化と産業支援のため 賑わいのある尾道駅の東側から、人の少ない西側へ誘客し回遊性を高めるため

ONOMICHI U2



サイクリストがターゲットだが平日は一般客を対象に 現在は街の回遊性や観光にも大きく寄与 インバウンドの宿泊利用者が多く伸びている(30%)リピーター率も高い(30%) インバウンド利用多い地方(1. 欧州、2. アジア、3. アメリカ、4. オセアニア) ホテルのインバウンド率を50%まで高めたい 平日利用率促進になる インバウンド60%以上がサイクリング目的 サイクル観光客 日本人は自転車に乗る目的なので他の消費は渋いが、外国人は楽しも うという意欲強くレストラン含め消費額大

ONOMICHI U2 成功した理由「ニッチにとがる」



建築とデザインにこだわり、先進性を大切に先行事例に取り組む 街に10年~50年先に残せるロングライフなことを目的にした 売れているデザイン性に追従しない、統一したデザインコンセプト(キャッチーでクリ エイティブ)でセレクトしてトータルなブランド創り 地元産品を利用するこだわり

店舗は全て直営 コンセプトをコントロールして一貫性をだす 経営者が先進性のバランスをとり、各部門責任者へ説明し共有する



ONOMICHI U2 の周囲



