

名古屋市を中心とした

東海3県のまちの魅力体験できる

プログラムツアーを企画・運営する

大ナゴヤツアーズ実行委員会。

NPO法人の2代目学長を経て、

新たな観光資源の掘り起こしや、

人と人をつないで

新たなビジネスチャンスを

生み出している、

代表の加藤幹泰さんに

お話を伺いました。

大ナゴヤツアーズ実行委員会

代表 KATO MIKIYASU

加藤 幹泰さん

Committee Data | 委員会概要

大ナゴヤツアーズ実行委員会

【創設】2017年
 【所在地】名古屋市中区大須3-42-30 ALA大須201
 (NPO法人大ナゴヤ・ユニバーシティ・ネットワーク内)
 【問合せ先】info@dai-nagoyatours.jp
 【URL】https://dai-nagoyatours.jp
 【事業内容】名古屋を中心とした東海エリアにおける
 体験プログラムの企画・運営



ナゴヤのまちのファンを増やし 誇れる地元をみんなで作る



大ナゴヤツアーズ実行委員会が主催する体験プログラムは、上限20人の少人数制で1人参加のお客様が60%ほど。初めてでも安心して参加できるように配慮しています。



埋もれている
観光資源の価値を見出し、
ナゴヤの魅力向上を目指す

大ナゴヤツアーズ実行委員会は、NPO法人が運営する大ナゴヤ大学で2代目学長を務めた私が、2017年に独立して立ち上げた事業です。大ナゴヤ大学は正規の大学ではなく、名古屋市を中心とした東海3県のまちの魅力を

楽しみながら学ぶ目的で設立された、まちづくりの活動団体です。そこで多数の講座を受け持ったことは、世間の方々がまちを観光する際に重視しているポイントの変化でした。時代とともに価値観が多様化し、モノからコトへ消費傾向がシフトする中において、定番観光地のパッケージツアーではなく、それぞれ自分の好きなローカルカルチャーを楽しむことを望む傾向が強くなっていったのです。それならば、文化・産業・人といった地域住民の生活に根付いた魅力に価値を見出し、適正な金額を払って楽しむ

マーケットをつくることこそが、地域の魅力発信、ひいては地域振興につながるのではないかと考えました。しかし非営利組織である大ナゴヤ大学は市民ボランティアによる活動が基本です。そこで私は、お客様からいただくツアー参加費で事業運営を行ない自立できるように、大ナゴヤツアーズ実行委員会を立ち上げたのです。

我々が企画するツアーの最大の特徴は、これまで観光資源として認識されていなかった東海3県が持つ魅力を「体験プログラム」として可視化・価値化した点にあります。よく名古屋は「観光不毛の地」と言われますが、当地には、豊かな自然も、独自の食文化も、世界に誇る産業もあり、世間に周知されていない素晴らしい観光資源が数多く眠っています。その日の目を見えない観光資源に光を当てることで、当地の魅力を再認識してもらい、ナゴヤをおもしろがる人を増やしていきたいと考えています。

委員会名の由来 /



“名古屋”の境界線をあいまいにし、より広い範囲で活動していくために、“ナゴヤ”とカタカナ表記にした上で、頭に“大”を付けた団体名としました。あわせて、日常に旅のワクワク感を取り込む意味で「ツアーズ」と付けています。

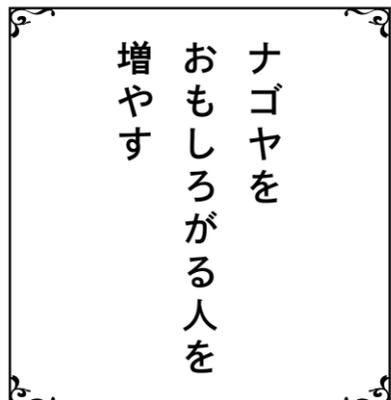
愛用のアイテム紹介 /

ALL-CITYの自転車

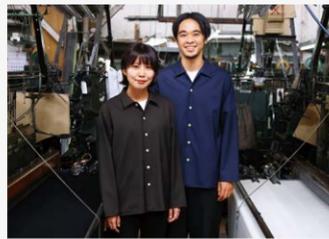


打ち合わせやツアーの下見など、何かと外出が多いため、移動手段には小回りの利く自転車を愛用しています。田舎道や悪路に強い上、スタイリッシュな見た目が気に入っていて、片道1時間程度ならだいたいこの自転車で移動しますね。

仕事で大切にしていることは /



観光業を盛り上げるには、その地域をおもしろくするよりも、おもしろがる人を増やす方が、観光に留まらない大きなメリットを得られると考えています。ここナゴヤは、観光資源のないまちだと言われがちです。しかし、今あるものや文化の見方を変え、“おもしろがる”だけで、工夫や改善がなされ、魅力的なまちへと変化していくのではないのでしょうか。



大ナゴヤプロダクツ ONの日のシャツ

地場産業のものづくりを通して、まちの魅力を感じ取ってもらう商品の第1弾。世界3大毛織物産地・尾州の高級ウール生地で作製した光沢感とハリのあるシャツで、特別な日に袖を通したくなる逸品です。11月より販売開始。



味噌煮込みうどん手打ち体験セット

ツアーの受け入れ先である企業が、コロナ禍の巣ごもり需要に応える形で売り出した自宅体験キットです。ツアー参加者の声を参考にして、新商品開発につなげられました。



個性豊かなガイドさん

大ナゴヤツアーズの企画・運営を支える、その道のプロの方々です。地元企業の社長や大学教授、ラジオDJなど様々な専門家が、独自の視点でナゴヤの魅力を語り尽くします。



オーダーツアー(社員研修にも)

HPで公開しているツアーだけでなく、希望に合わせて個別でツアーをオーダーすることも可能です。企業の社員研修や、子供たちの情操教育など、様々な場面で活用されています。

先日始動した「大ナゴヤプロダクツ」は、おかげさまで目標金額の149%に到達し好評を博しました。今後はほかの地場商品でも実施したいと考えています。第2弾では陶磁器の一大産地「美濃焼」の商品づくりに取り組みます。地元で暮らす「器好き」の方々から「こんな器が欲しい」というアイデアを募集して、夢の商品を形づくり、ものづくりの面白さを伝えていきたいです。この大ナゴヤプロダクツを新たな事業の柱に据え、機会さえあれば何事にも挑戦したいと思っています。新商品企画、消費者モニター、企業間コラボレーションなど、地元企業も巻き込んで「ナゴヤをおもしろがる」お客様づくりのお手伝いもさせていただきますね。

人と人をつなぎ、
ナゴヤを盛り上げる
事業パートナーとなる

世界に誇る
ナゴヤの「ものづくり」から、
まちの魅力を再認識する



コロナ禍の逆境を
商機と捉え、
商品の購買体験企画を始動

当委員会のツアーは、基本的に私がすべて企画しています。新規ツアーを立ち上げる際の基準は、自分が面白いと思うかどうかです。私の目的は、先述したとおり「ナゴヤをおもしろがる人を増やす」とことで、そのターゲット第1号が私自身だと考えるからです。これまで企画したツアーは、熱田神宮参拝などの、比較的多くの方が好みそうなテーマから、町中華での短歌作りといった個性的なテーマまで、その内容は多岐にわたります。現在リピーター率は約60%と上々で、それぞれの「好き」をベースにした当地のファンが、着実に増えている実感があります。

先ほど述べた、まちなかでの体験プログラムツアーにフォーカスした観光事業は、これまであまり類を見ないため、創設時は価格設定に頭を悩ませました。判断基準は、新規ツアーを立案する際と同様に自身の消費者感覚がベースです。1回2,000円〜3,000円が主流で、正直に言えばあまり利益は出ていないためツアー単価を上げたのですが、今はファンづくりの時期と捉えて、参加しやすい価格帯を遵守しています。

また、当ツアーに欠かせない存在なのが、個性豊かなガイドの方々です。ツアープログラムはすべて、ガイドの案内でまちの魅力を体験していく形式を採っているため、常に興味を惹かれる人がいないか

探していますね。現在は、各分野の専門家に総勢100人ほどご協力いただいています。皆さん、地元企業の社長や大学教授などほかに本業があり忙しい方々ですが、当ツアーへの企画は、エンドユーザーと直接かかわれる貴重な機会と捉え、社員教育や新商品開発などの一環としてうまく活用いただいています。

創設から3年を経た2020年、ようやく事業が軌道に乗ってきたときに新型コロナウイルスが到来しました。観光産業が軒並み大打撃を受ける状況は、当委員会も例外ではありません。緊急事態宣言下には全ツアーを中止し、一時は平常時の4割程度まで客足が減少しました。そんな状況を打破しようとして始動したのが「大ナゴヤプロダクツ」です。大ナゴヤプロダクツは、地場産業の作り手と使い手をつなぎ、共同で製作するものづくり事業です。地元でつくられた日常使いの商品を通じて、暮らしの中からまちの魅力を感じ取ってもらう企画です。「ものづくりのまち」である東海エリアの誇れる地場産業をもっと発信したいとの想いを形にした格好です。第1弾では世界3大毛織物産地・尾州の高級ウール生地を活かしたシャツづくりに挑戦しています。実施にあたっては、初めてクラウドファンディングを利用。不安もありましたが、コロナ禍で急速にクラウドファンディングの利用者が増えたことも手伝って、東海3県以外の方からも申込みをいただき、当地の新たなファン開拓にもつながりました。