

## 21. 活動モデル

# 目次

<b>I. 序論</b> .....	<b>1</b>
1. 本活動モデルの目的・概論 .....	1
2. 観光開発の必要性 .....	2
3. 東部地域における観光開発のポテンシャルの高い地域 .....	3
4. 観光開発の推進体制 .....	5
<b>II. 観光委員会（CDT）設立に向けて</b> .....	<b>7</b>
1. 観光委員会（CDT）について .....	7
2. 地域観光委員会について .....	10
3. CORSATUR/CAT について .....	11
4. 市との連携（官民連携）の必要性 .....	12
5. CDT の発展段階と官民連携の質的变化 .....	14
<b>III. 観光委員会の組織体制と活動内容</b> .....	<b>15</b>
1. CDT の組織体制 .....	15
2. CDT の活動内容 .....	17
3. CDT の組織強化 .....	18
<b>IV. 観光開発コンセプトの策定</b> .....	<b>21</b>
1. 観光開発コンセプト策定のプロセス .....	21
2. 観光開発コンセプト策定の参加者と委員会の結成 .....	22
3. 市の観光開発における現状の整理 .....	23
4. 観光開発計画のレビューおよび東部地域の観光開発計画の指針の確認 .....	26
5. 観光開発ビジョンの作成 .....	26
6. 観光開発プロジェクトの選定と短中長期計画の整理 .....	27
7. 優先プロジェクトの選定 .....	28
8. プロポーザルの作成 .....	29
<b>V. 観光開発プロジェクトの実施</b> .....	<b>30</b>
1. 観光資源の認識 .....	30
2. プロジェクト関係者への啓発・研修 .....	30
3. 観光開発プロジェクトの実施 .....	33
4. モニタリング・フィードバック .....	41
<b>VI. 観光商品のプロモーション／マーケティング計画</b> .....	<b>42</b>
1. マーケティング計画 .....	42
2. プロモーション計画 .....	44
3. プロモーション活動への参加 .....	48
4. プロモーションツール作成に関する提言 .....	51
5. 市の観光資源のプロモーション .....	53
6. スケジュール .....	54
<b>VII. フィードバック</b> .....	<b>56</b>

## 添付資料

添付資料 - 1：規約の事例

添付資料 - 2：東部地域における観光開発指針案（ガイドライン）

添付資料 - 3：研修のニーズ調査と実施に関する手順書

添付資料 - 4：観光開発プロジェクトの事例

添付資料 - 5：パイロットプロジェクトの選定経緯

添付資料 - 6：パイロットプロジェクトの手順書

# I. 序論

## 1. 本活動モデルの目的・概論

2010年8月より2013年6月まで、観光省／観光公団（MITUR／CORSATUR）をカウンターパート機関として、エルサルバドル国東部地域において地域コミュニティに裨益する官民連携による持続可能な観光開発の体制を構築することを目的とし、エルサルバドル国東部地域観光開発能力強化プロジェクト（JICAプロジェクト）が実施された。

本活動モデルは、フォンセカ湾岸13市をパイロットプロジェクト地域として実施されたJICAプロジェクトの活動内容を分析・整理し、その成果を、観光資源を持つ東部地域で活用できるようにモデル化したものであり、地域の観光開発を推進する上で、MITUR/CORSATURが観光委員会（CDT）や市と共に活用できるものを意図した。本活動モデルの適用範囲は、第一義的には東部地域4県であるが、その他の地域に活用する場合は、その地域の観光資源の特性に応じて本活動モデルをアレンジしながら適宜活用することが可能である。

また、このモデルは地域の観光開発の実務において中心的な役割を担うCDTを中心とし、関係機関の役割を含めて記述したものである。現在、CDTの無い市においては、先ずCDTの設立を目指し、既にCDTが設立されている市においては、CDTの組織強化を図っていくことが期待される。

次に活動モデルの枠組みを示す（図1-1）。地域の観光開発の振興には、MITUR/CORSATURより支援を受けてCDTを設立し、CDTが地域の中心となり活動を推進していくことになる。活動を通じてCDTの組織強化を図ると同時に、地域の観光開発コンセプトの策定、観光開発プロジェクトの実施、また、開発された観光商品のプロモーション／マーケティング活動を実施し、これらの活動で得られた知見を当活動モデルの該当項目にフィードバックすることが一連の枠組みとしている。

この活動モデルは初版として整えられたものであり、今後本活動モデルを活用しながら、新たな知見を加えて、改訂されていくことが望ましい。

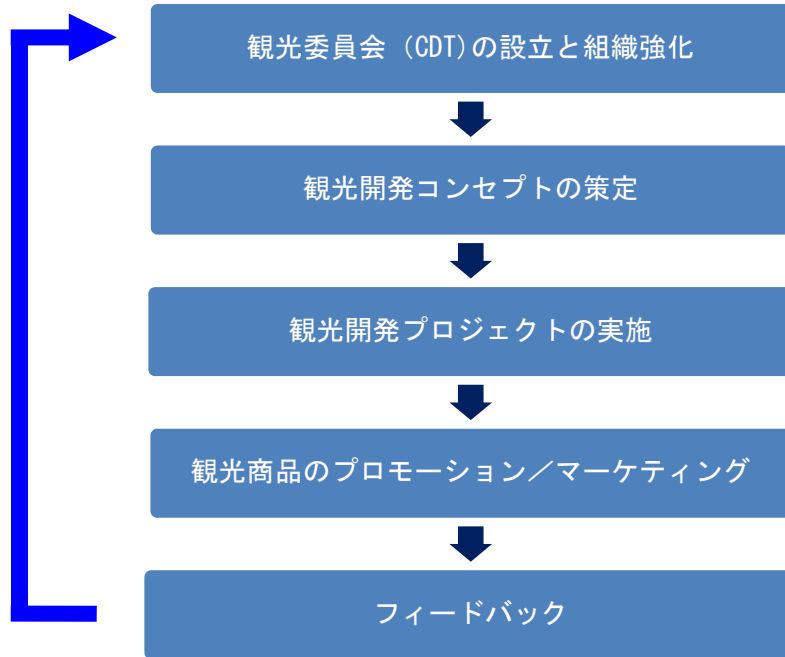


図1-1 活動モデルの枠組み

## 2. 観光開発の必要性

「エ」国では、2004年から2009年の行政計画に基づき、観光開発を国家経済開発における重要な分野と位置付け、経済活動の活性化と雇用拡大、首都と地方の経済格差の是正、地場産業の振興・促進を推進するために、関係機関として観光公団（CORSATUR）、エルサルバドル観光機関（ISTU）、エルサルバドル国家文化委員会（CONCULTURA）に加えて、2004年には観光省（MITUR）を設置し、2005年には観光の基本法である「観光法」の制定、2006年2月には具体的な目標を含む「国家観光計画2014」を策定し各市に観光委員会(CDT)を設置するなど、観光振興を推進している。

その結果、「エ」国における観光産業は、1998年にはGDPの1%を占めるに過ぎなかったが、2004年には2.6%、2006年には4.5%まで成長した。その後の災害や経済危機などにより2008年には3.3%まで減少したが観光産業による収入は2001年以来、海外からの送金に次いで2位となっており、「エ」国にとっては伝統的輸出品目であるコーヒーや砂糖と共に重要な外貨収入源となっている。そのため、観光産業の振興は「エ」国にとって重要な経済開発活動とされ、MITURを政策立案機関、CORSATURを観光開発・振興に関する実務担当機関として、主要な都市にCORSATURが統括する観光振興のための観光公団出先機関（CAT：Centro de Amigos del Turista）を設置している。

一方、開発された観光地の多くが西部地域に偏っており、東部地域においては、火山や湖、ラグーン、湿原、マングローブ林、ビーチなどの豊かな自然や、少数民族の文化、遺跡などの潜在的観光資源がありながら、観光地としての整備は未だ遅れている。そのことから、観光開発・振興に対する地域住民の認識度が十分でなく、観光が地域の経済社会的発展に適切に活用されていな

いことが課題となっている。

CAT ラウニオンが管轄する東部地域のフォンセカ湾岸地域 13 市にて JICA プロジェクトが実施した観光開発の事例においては、「観光環境教育プロジェクト」、「観光地図作成プロジェクト」および「観光標識整備プロジェクト」により地域コミュニティの観光に対する意識を高揚させ、「島めぐりツアープロジェクト」や「マングローブツアープロジェクト」という観光商品を開発し、現在では数千人単位の観光客が訪れるようになっている。さらに民芸品などの研修の成果により、地域の観光地としての認知度を高めると共に、中には民芸品を販売する人も出現し、その地域の観光開発の振興への道筋ができた。こうした取り組みは、東部地域 4 県の各地においても可能であり、計画的な観光開発への取り組みが必要となっている。

### 3. 東部地域における観光開発のポテンシャルの高い地域

#### 1) 東部地域 4 県における観光ポテンシャルの高い地域

MITUR/CORSATUR は「エ」国の観光振興のために観光ポテンシャルの高い地域を回廊（例えば、花の道、考古学の道（マヤ遺跡）、手工芸・工芸品の道、平和の道）に位置づけて分析を行い、この回廊を開発の重点地域としている。東部地域の観光資源のポテンシャルについては、下図（図 1-2）に示す回廊 E,F および G があり、今後の観光開発の重点地域となっている。回廊 E はルータデパス、回廊 F は、ヒキリスコ湾（Bahia de Jiquilisco）を中心とした海岸の観光ポテンシャル、回廊 G は、フォンセカ湾からサンミゲル市に繋がる観光ポテンシャル地域である。

今後、各市の観光開発計画においては、これらのポテンシャル地域との関連性を踏まえ MITUR/CORSATUR の観光開発の方針を確認しながら進めていくことが重要である。

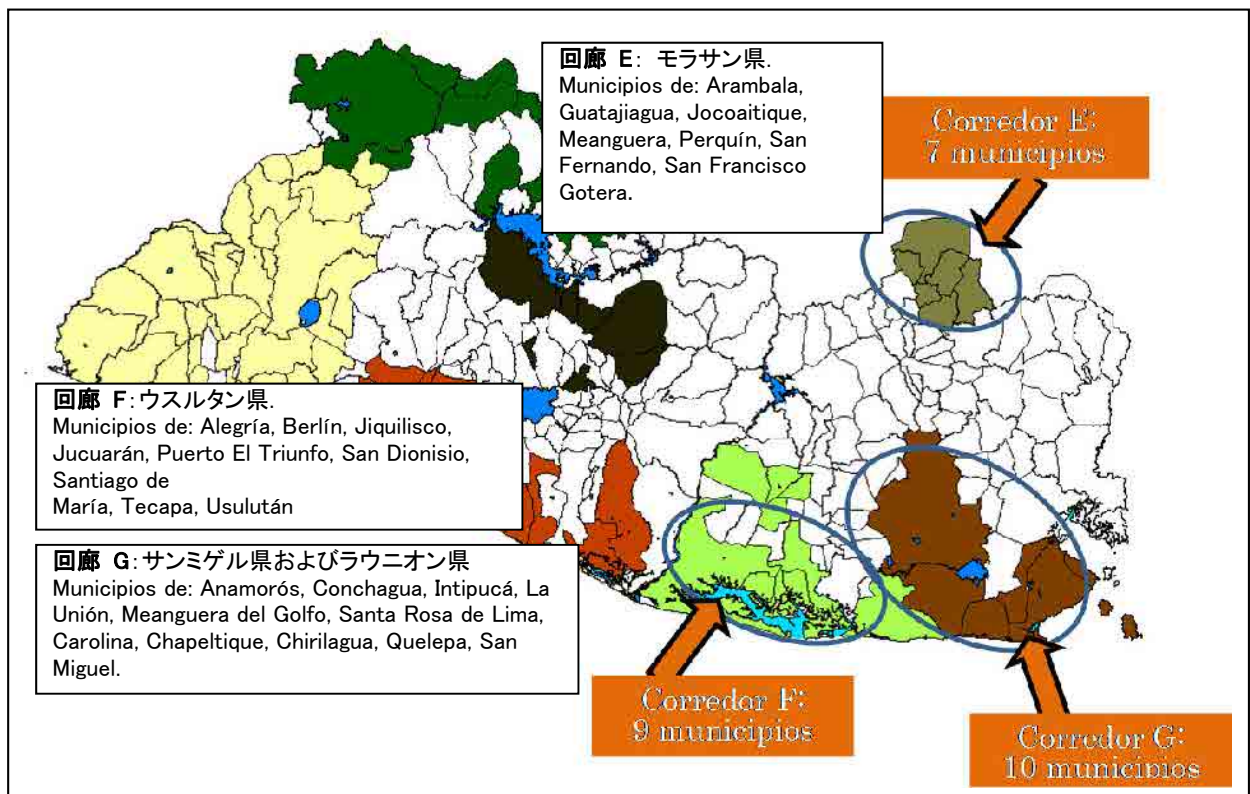


図 1-2 東部地域 4 県における観光ポテンシャルの位置図

## 2) フォンセカ湾岸地域 13 市におけるポテンシャルの高い地域

一方で、全ての市が回廊との係りを持つことは難しく、市独自の観光資源をもつことが重要になる。JICA プロジェクトでは 13 市における観光資源のポテンシャルを認識するところからスタートした。ここでの事例が東部地域での観光資源ポテンシャルの高い地域を認識するときの参考になることが期待できる。

当該地域における観光資源の特徴を、次の図（図 1-3）に示す。海岸地域には、海岸そのものの他に島々、干潟、マングローブ、漁師まちなど「太陽とビーチ」に関する観光資源の他に、火山と丘陵地も海岸からの連続性を保っており、面的に広い範囲で観光資源が認識されている。内陸部においてはそれぞれのコミュニティに関する「農村文化」が特徴的で、内陸部の観光資源は多くない。また、ホンジュラスとの国境地域には「国境ルート」があることが挙げられる。これ以外にも、観光開発に関するコンセプトの策定を通じて提案された観光資源も各市にあり、地域には、まだ埋もれた観光資源があると推量できる。

しかしながら、これらの観光資源のポテンシャルは必ずしも地域住民にとって十分な共通の認識が持たれていない。そのため、観光開発・振興に対する地域住民の認識度が十分でなく、観光が地域の経済社会的発展に適切に活用されていないことが課題となっており、関係者（官民）にて観光開発を再認識し、取り組んでいくことが重要となっている。

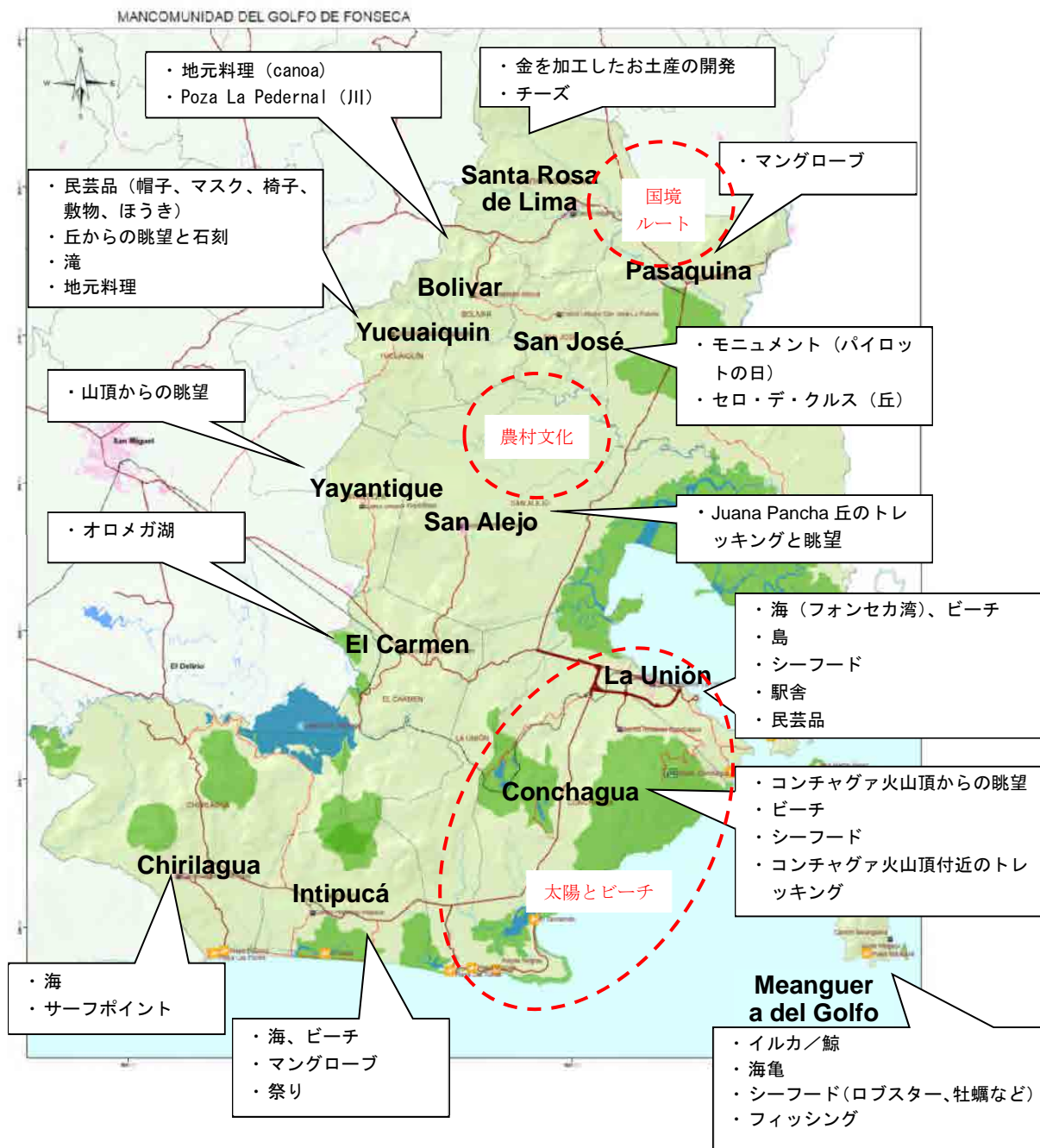


図 1-3 現地調査において確認された観光資源

#### 4. 観光開発の推進体制

現在、全国の 6 ヶ所に CORSATUR の地域出先機関である CAT 事務所があり、各 CAT は、観光資源にまとまりのある地域を管轄している (図 1-4)。



図 1-4 CAT 事務所の位置図

各市で活動している CDT は、地域の観光振興に関する活動のために組織化された地域の代表者グループであり、CORSAUR は、CAT を通じて全ての市において CDT を設立することを目標にしている。

東部地域には 2 つの CAT 事務所があり、CAT La Unión がラウニオン県とウスルタン県を、CAT Ruta de Paz がモラサン県とサンミゲル県をそれぞれ所管している。これらの CAT 事務所が各県下の各市 CDT と向き合いながら普及活動を実施することになる。

プロジェクトの成果を共有しているのは CORSAUR、CAT La Unión およびフォンセカ湾岸地域 13 市の CDT と地域 CDT である。これらプロジェクトの成果を共有する組織が共同して普及活動を支援し、活動モデルを東部地域の全体にも拡大していくことが望まれる。

以下に東部地域における観光開発の推進体制図（図 1-5）を示す。

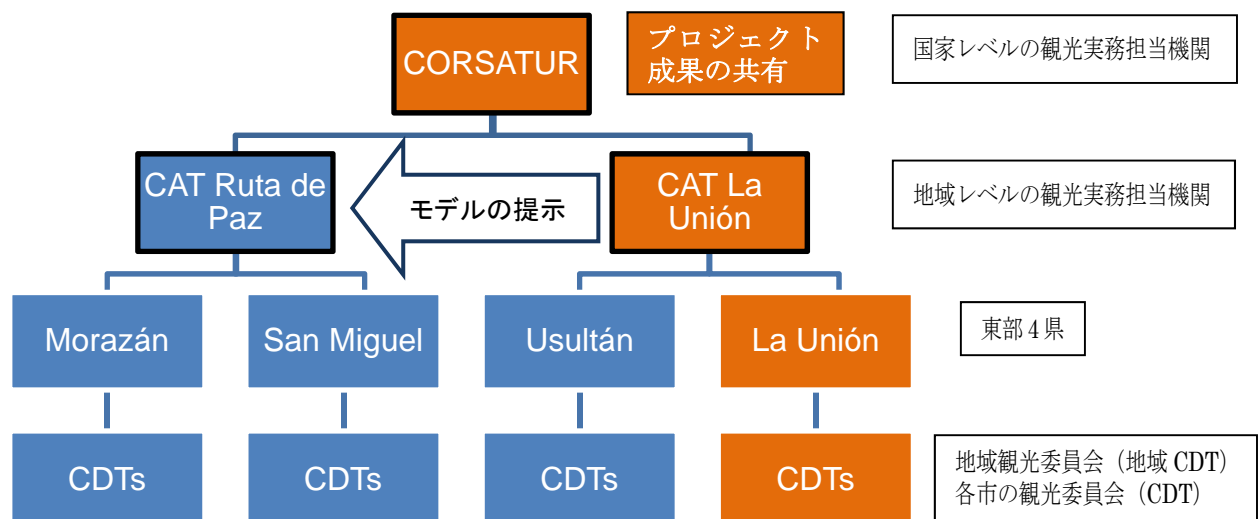


図 1-5 東部地域の観光開発の推進体制



## II. 観光委員会（CDT）の設立に向けて

### 目的：

特にこれから観光委員会（CDT）を設立する官民に対して、活動内容と官民連携の重要性を理解させる。

### 枠組み（内容）：

上記目的に沿って、観光委員会（CDT）の位置付けを明確にするために、1. 観光委員会（CDT）、2. 地域観光委員（地域 CDT）、3. CORSATUR/GAT、および 4. 市との連携（官民連携）の必要性、の内容を説明している。

### 実施にあたっての視点・留意点：

観光委員会（CDT）は、地元の観光開発のために連携可能な各機関、組織を理解すると共に、当該市を中心とする観光事業の振興と地方文化及び産業経済の向上発展に寄与することの重要性を理解する。

### 1. 観光委員会（CDT）について

CDT は地域の観光開発のための活動をする地域の住民代表の組織であり、国の観光セクターに関する主要な構成員となる。よって、地域の観光開発・振興を推進する上では、CDT が主要な役割を担うため、CDT の設立は最初に進めるべきことである。

CDT は CAT もしくは CORSATUR により設立され、支援を受けながら地域の中心となり、その地域の観光に関する活動を行っている。市単位の CDT の他に地域 CDT がある。このように CDT 設立の狙いは、MITUR/CORSATUR と協働する地域の観光開発・振興に関する組織づくりにある。

#### 1) 観光委員会（CDT）の役割

CDT の目的と事業は以下のとおりである。

##### 【目的】

CDT は、市を中心とする観光事業の振興と地方文化及び産業経済の向上発展に資することを目的とする。

##### 【事業の内容】

CDT は、前条の目的を達成するために、次の各号に掲げる事業を行う。内容は難易度の低いものから高度なものまであり、組織のキャパシティや地域の特性に応じて変更することは可能である。

##### i) 日常の地域環境整備活動

- ・ 観光施設の整備・改善及び保全に関すること。
- ・ 観光資源の保護開発に関すること。

#### ii) 各種イベントの開催

- ・ 観光に関する各種催し物などの開催及び参加に関すること。

#### iii) 調査・情報収集

- ・ 観光事業に関する情報の収集及び提供に関すること。
- ・ 観光に関する調査研究に関すること。

#### iv) 地域の観光プロモーション

- ・ 観光地の宣伝、紹介及び観光客の誘致に関すること。
- ・ 観光土産品及び特産品の宣伝紹介に関すること。

#### v) 啓蒙活動

- ・ 観光思想の普及に関すること。

#### vi) その他

- ・ 観光関連団体との連絡に関すること。
- ・ その他協会の目的を達成するために必要な事項に関すること。

## 2) 観光委員会（CDT）の組織体制

CDT は、観光に関するすべての活動を実施するために組織化された市民の代表者によるグループである。CDT は、各市における観光に関する活動のリーダーであり、市役所における活動のパートナーである。

CDT は、その所在する市と連携し、観光開発、観光振興、観光教育などの観光に関するすべての活動をおこなう。特に MITUR/CORSATUR が主催する活動には、市役所と連携し、積極的に参加する。また、市の観光に関する活動をおこなうリーダーとして、地域住民への啓蒙活動をおこない、市の観光に関する活動に参加する人々とのネットワークを構築する。

### CDT のメンバーとなるための条件：

18 歳以上の者で、人種、宗教、政治イデオロギーを問わない。加入を希望するものは CDT の役員会に申請すること。具体的には以下のとおりである。

- ・ エルサルバドル人であること、外国人は法的に移住していること
- ・ 社会的に問題を起すことのないような常識人
- ・ 市民権を享受している人
- ・ CDT のあるところで生まれた人、またはそこに定住している人
- ・ CDT が認めた人
- ・ 観光事業者
- ・ 市の観光開発に興味がある一般市民
- ・ ホテル、レストラン、旅行会社など、旅行セクターの代表者
- ・ 旅行組合の代表者
- ・ 観光には直接関係はないが観光に興味のあるグループの代表者

- 市長が CDT のメンバーになることが望ましいが、それができない場合は、市の代表者が CDT のメンバーになることが望ましい

### 3) 運営体制および予算

上記「CDT のメンバーとなるための条件」を満たした人々が CDT の運営スタッフとなり、「Ⅲ.1.1)CDT メンバーの役割分担」に記載のある役割を決めて自主的に運営される。メンバーの総意として CDT を解散することもできる。

運営予算は会費、寄付、もしあれば CDT の資産（機材など）によるものとする。

### 4) 観光委員会（CDT）の形態

CDT は、上記【事業の内容】に記述したように、i)日常の地域環境整備活動、ii)各種イベントの開催、iii)調査・情報収集、iv)地域の観光プロモーション、v)啓蒙活動、vi)その他など多様な活動が可能であるが、将来国内外の援助団体にその存在をアピールすることによって援助を受けやすくするとか、あるいはプロジェクトの中で営利活動を行う場合には法人化が必要な場合もある。しかしながら法人化するためにはその手続きに長い時間とコストを要し、当面の CDT の活動において、法人化を意識する必要性は低い。実態としても、法人化されている CDT において法人化に見合った活動は十分に行われていない。

CDT は、関連する機関の支援の下、法人格を取得することができ、法人化されると観光委員会が観光協会に名前が変わる。

また、協同組合をつくり営利活動を行うなど観光協会としての活動範囲を広げていくことが可能である。以下に観光委員会／協会の種類を示す（表 2-1）。

表 2-1 観光委員会／協会の種類

観光委員会/協会の種類	申請先	法人化支援機関	特色	備考
観光委員会 /Comite de Desarrollo Turistico(CDT)	CORSATUR/CAT	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の観光活動を行う基本的な組織。各種プロジェクト・プログラムを通じて市の観光開発を促進する。</li> <li>法人化されていないので、他団体より資金の供与を受けることができない。</li> <li>非営利組織なので、営利活動（観光パッケージ・商品の販売等）を行なえない。</li> </ul>	CAT 経由で設立。メンバーは 15 名以上が必要。非営利活動
観光協会 /Asociación de Desarrollo Turístico (ADT)	Gobernación (内務省)	CONAMYPE (所管：経済省)	<ul style="list-style-type: none"> <li>対外的に観光委員会の認知度を高めるときに法人化する。法人化の認可は新聞で官報として発表される。</li> <li>法人化されているので、他団体より資金の供与を受けられる。</li> <li>非営利組織なので、営利活動（観光パッケージ・商品の販売等）を行なえない。</li> </ul>	初期費用(\$300-400)と時間(1年半程度)がかかる。非営利活動。メンバーは 25 名以上が必要。
コミュニティ開発 協会/Asociación de Desarrollo Comunitario (ADESCO)	市	市 (Sindico, Consejo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市の中で法人組織として認知される。但し、会員を 25 人以上募る必要があり、小さな組織では法人化が難しい。</li> <li>法人化されているので、他団体より資金の供与を受けられる。</li> <li>非営利組織なので、営利活動（観光パッケージ・商品の販売等）を行なえない。</li> </ul>	手続きが簡易。費用も時間も少なくて済む(\$100 - \$150)。非営利活動。約 1 か月
協同組合 /Cooperativa	INSAFOCOOP	INSAFOCOOP (所管：経済省)	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光委員会のメンバーが資金を出して、観光に関する営利活動を行う時に団体を結成するものである。CDT とは別組織であるが、CDT メンバーが揃って協同組合のメンバーとなるケースがある。</li> <li>法人化されているので、他団体より資金の供与を受けられる。</li> <li>営利団体なので、営利活動（観光パッケージ・商品の販売等）を行なえる。</li> </ul>	営利活動。約 3 か月。

## 2. 地域観光員会（地域 CDT）について

地域 CDT は、市を横断し広域に観光圏として観光に関する活動を実施するために組織化された各市 CDT の代表者によるグループである。

### 【目的】

地域 CDT は、観光圏における観光に関する活動のリーダーであり、観光圏内の市や各市 CDT のパートナーとして活動することを目的としている。

### 【事業の内容】

地域 CDT は、各市 CDT とのネットワークを維持し、共に地域の観光開発に効果的な各市

CDT との活動の調整を行う。以下のようなプログラムの実施により各市と地域の相乗効果を生み、経験の共有、プロジェクトの実現を行うこととしている。

- インフラや設備の開発
- 文化活動の活性化
- 観光に関する研修と意識改革
- プロモーションとマーケティング
- 組織の強化

プロモーション活動等、個々の市では実施が難しい活動を協働し、地域 CDT が各市 CDT の経験を共有することにより、観光圏内の共通課題の解決や各市の課題解決の支援を行う。特に、MITUR/CORSATUR が主催する活動には市と連携し、各市の活動を支援する。

#### 【組織体制】

地域 CDT のメンバーは、CORSATUR が設定する地域にある各市の CDT 代表者もしくは選出されたメンバーが集まり、以下の役職に就く。その地域で市の CDT の数が多ければ、各役職を 2 名体制（補佐役）とし、それでも多い場合は、理事の人数で調整する。

Presidente／会長、Vice-presidente／副会長、Secretario／秘書、Tesorero／経理、Sindeico／監査、Vocales/理事。それぞれの役職の詳細については、III.1.1).で説明する。

### 3. CORSATUR/CAT について

CORSATUR は、観光開発の促進を目的として設立され、MITUR が定める国の観光政策および計画を実現する機関である。その実現にあたっては CORSATUR の出先機関である CAT を通じて、あるいは CORSATUR が直接 CDT の設立を支援し、指導を行う。

以下に地域の観光開発を推進するための組織の関係を示す（図 2-1）。

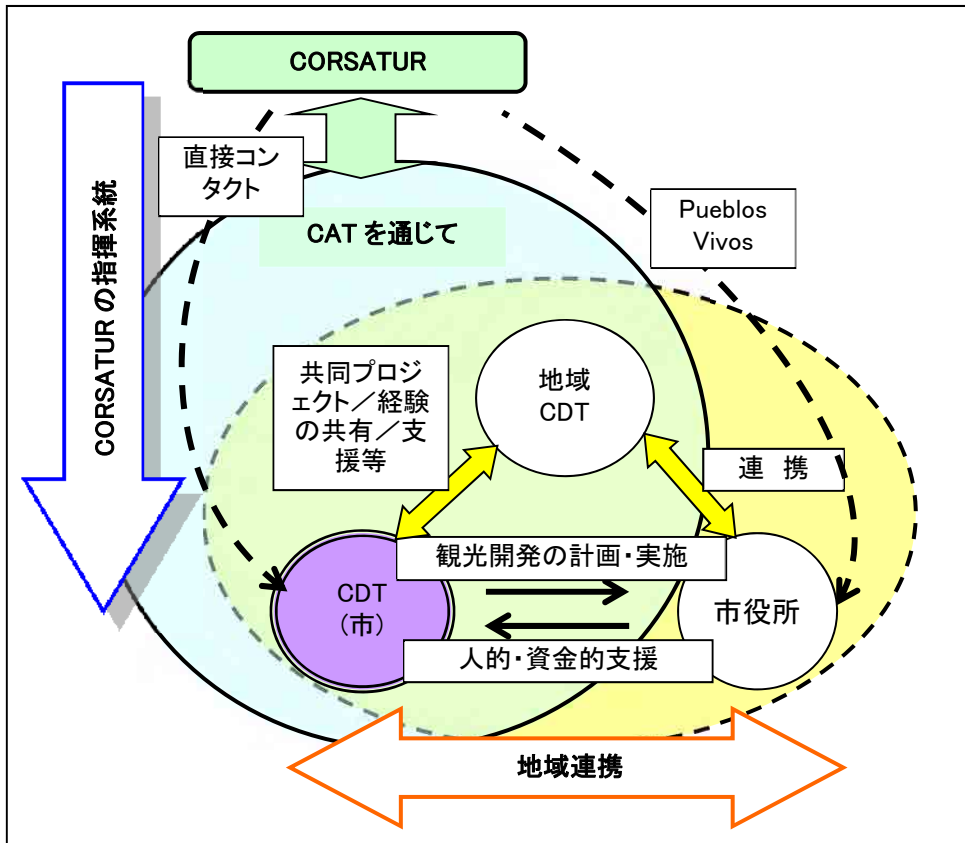


図 2-1 地域の観光開発を推進するための組織の関係

#### 4. 市との連携（官民連携）の必要性

市と CDT は相互補完的な関係にあり、連携するためには両者がそれぞれの強みと弱み、また、官民連携のメリットについて十分に理解して役割を分担しながら活動を行うことにより、地域の観光産業の発展だけではなく、地域そのものの活性化が行われ、地域の魅力が向上する。市の観光開発においては、CDT は観光開発の計画を担い、市役所は観光基盤整備および観光開発の実施を担う。

以下に、CDT および市における「強み、弱み、官民連携のメリット」を整理した（表 2-2、図 2-2）。

表 2-2 CDT と市の強み、弱み、および官民連携のメリット

	CDT	市
強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 政権の交替などに左右されず、活動ができる可能性が高い</li> <li>・ 商品開発など、市民が利益を追求する活動を支援できる。</li> <li>・ 地域ネットワークが構築できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プロジェクトの計画、実施が可能。</li> <li>・ 資金がある。(←予算を確保すれば)</li> <li>・ インフラ整備や資源保護などの基盤整備が可能。</li> <li>・ ドナーとのコンタクトが容易。</li> </ul>
弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 活動の資金が不足している。</li> <li>・ メンバーが少ない。</li> <li>・ 会費を支払ってまで活動しようというメンバーが少ない。</li> <li>・ 観光産業に従事している、または観光に興味のある市民が少ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利益追求型の活動、およびその支援ができない。</li> <li>・ 政権の交替により、政策が大幅に変更になる場合があり、継続的な活動ができない。</li> <li>・ 市長が観光事業に興味があるか否かに左右されやすい。</li> </ul>
連携のメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業展開の前段階で基盤整備を依頼できる。</li> <li>・ 市の助成が得られる。</li> <li>・ 市の後援（協賛）を得ることにより、市民に参加を促すことが可能。</li> <li>・ 東部地域へのPRをしてもらえる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市民活動を支援できる。</li> <li>・ 中小企業支援ができる。</li> <li>・ CDT が構築した地域ネットワークを間接的に活用できる。</li> </ul>
<p>その他：官民連携により整備されている観光地に来訪する観光客のメリット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光客の安全性が確保される。</li> <li>・ 観光客の利便性が向上する。</li> </ul>		

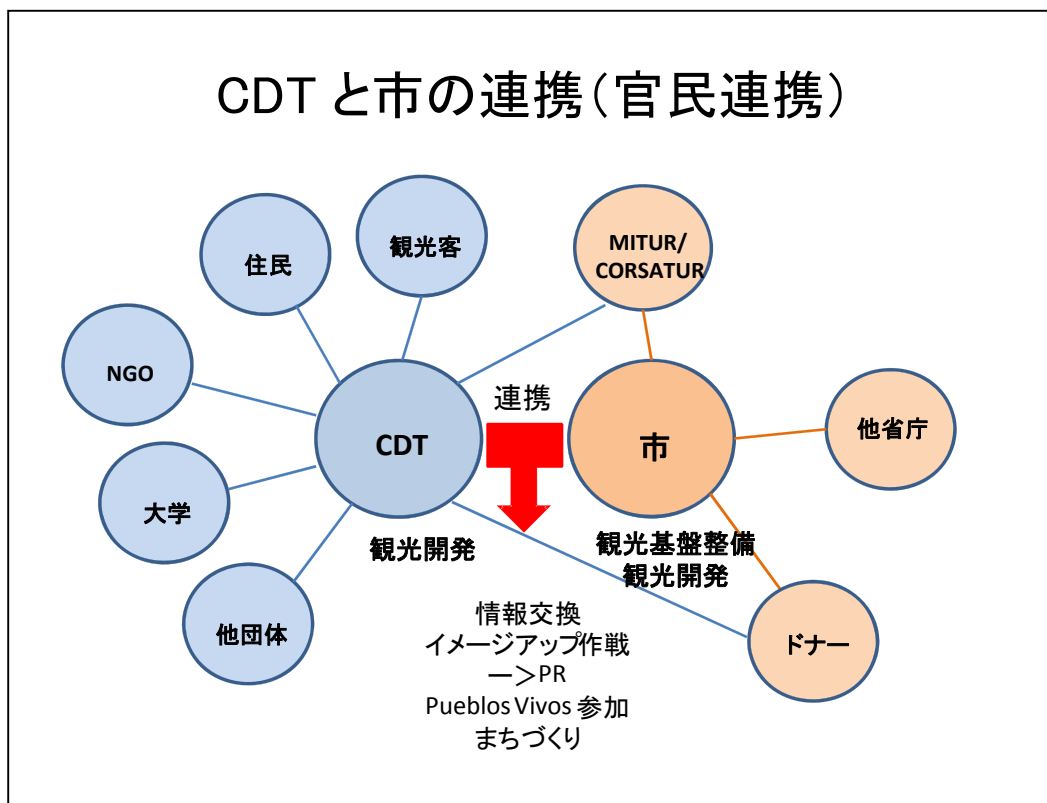


図 2-2 CDT と市の連携

## 5. CDT の発展段階と官民連携の質的变化

市及び住民（代表者）の双方において、地域の観光ポテンシャルに対する意識が高まる。

観光による地域の活性化が官民にとって共通の利益になるという合意が形成され、CDT 設立に向けた動きが開始される。

市の広報や人脈を通じて、観光開発に関心を持ち、CDT のメンバーとして活動できる人材を広く募る。

地元の観光ポテンシャルを認識できる「観光資源マップ」は、観光の方向性を明確にし、CDT 設立に向けた機運を高めることができる。

CDT 設立の要件が固まり、CDT 設立となるが、CDT としての活動内容についてメンバーがそれぞれ意見を述べ、これらを整理して、「年間活動計画書」として取りまとめ、共通の認識とすることが重要である。

CDT としての活動は、CDT の事業内容に記述したように多様なものがあるが、これらの活動をしながら、地元の観光に関係する人々を結集して「観光開発の将来構想」を取りまとめることが重要である（詳細は IV 観光開発コンセプトの策定参照）。

CDT としての活動の実績を積み、CDT の認知度を高め、あるいは営利活動を行うために CDT を法人化することが選択肢の一つとなる。この段階においては CDT として観光開発プロジェクトの計画・実施が官民連携の下にできる体制になっていることが望ましい。下図はこのような流れを模式的に示したものである（図 2-3）。

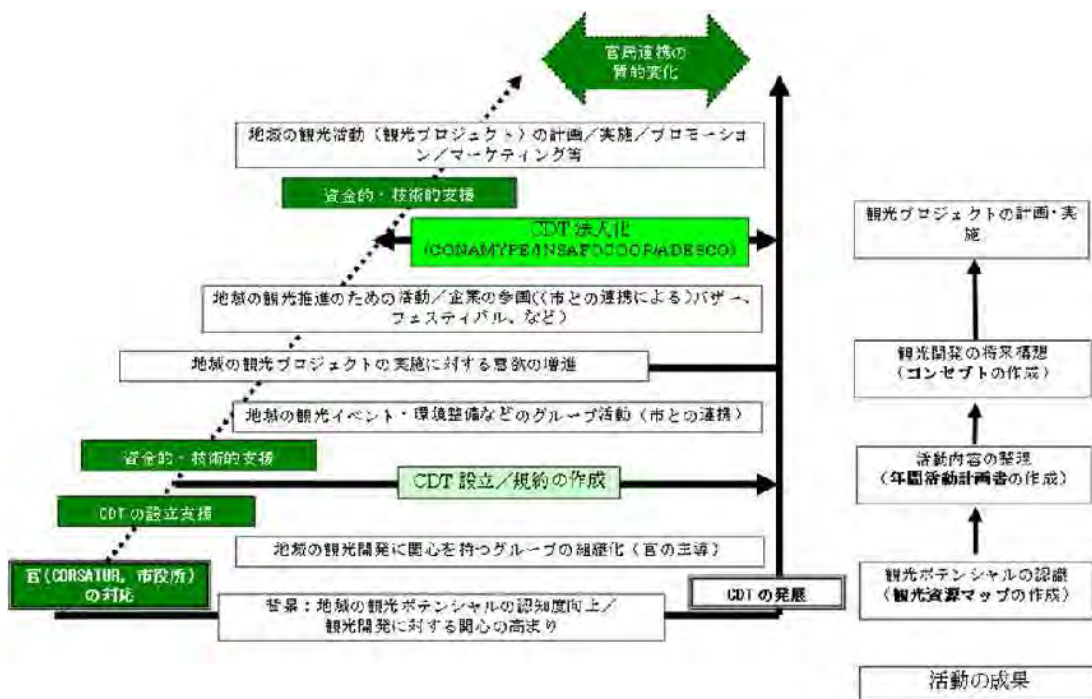


図 2-3 CDT の発展段階と官民連携の質的变化



### III. 観光委員会の組織体制と活動内容

**目的：**

観光委員会（CDT）が、今後どのような活動をしながら組織体制の強化を図っていくかについての理解を深める。

**枠組み（内容）：**

上記目的に沿って、1. CDT の組織体制、2. CDT の活動内容、および 3. CDT の組織強化の内容を説明している。

**実施にあたっての視点・留意点：**

CDT のメンバーの役割分担は決めなければならないが、諸活動への取り組みについては、自分たちの能力から判断して、徐々に高度なものに取り組むというフレキシブルな対応が重要である。

#### 1. CDT の組織体制

##### 1) CDT メンバーの役割分担

委員会に、次の役員を置く。

役職名／定員		役 割
Presidente/会 長	1 名	会長は、委員会を代表し、会務を総括する
Vice-presidente/副会長	1 名	副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する
Secretario/秘書	1 名	秘書は、会長と副会長を補佐し、会長・副会長に事故あるときは、その職務を代理する
Tesorero/経理	1 名	経理は、委員会の経理に関する職務にあたる
Sindeico/監査	1 名	監事は、委員会の会計を監査する
Vocales/理事	5 名	理事は、理事会を構成し、会務の執行を決定する

従って、委員会のメンバーは少なくとも 15 名以上いることが望ましく、また官民連携であることから副会長には市役所の職員が就くなど、これらの役職の他に名誉会員を置き、市長が名誉会員になるなどの工夫が必要となるが、これらは各市の独自性で決めることが望ましい。

CDT の中には民間のメンバー以外にも市長や市役所職員等の官側のメンバーが入ることは可能であり、今後は、全ての CDT において官民連携の観点から、このようなメンバー構成になることが望ましい。

##### 2) 規約の作成

メンバーの役割分担が決まれば CDT としての最低限の活動は可能になる。しかし、CDT として責任ある活動を実施するためには、規約を定めることが望ましい。規約のひな形は添付資料-1 に示すが、以下の内容からなる。

第 1 章 総則： 名称／事務所

第2章 目的及び事業：	目的／事業
第3章 会員：	会員／入会／退会／除名
第4章 役員及び任務：	役員／役員の選任／役員の任期／役員の職務
第5章 名誉役員：	名誉会長／顧問及び参与
第6章 会議：	会議／総会／理事会
第7章 会計：	経費／会計年度／会費／拠出金品の不返還
第8章 補則：	規約の改廃／委任

必ずしもこの通りの内容にする必要はなく、重要なことは自分たちで守れるような内容にする。CDTの活動がより高度になるに従い、その都度変更していくというフレキシブルな考え方をすることがCDTの持続性のためには重要である。

### 3) CDTの活動に関連する関係機関の役割

各機関のCDTへの支援・組織強化にあたっての役割を以下に記す。

#### ① MITUR/CORSATUR/CATの役割

役割はCDTの設立支援だけではなく、CDTに対して観光に関する活動における技術支援を行なっている。具体的には以下の活動が挙げられる。

- 地域観光振興のための観光に関する啓発活動
- 技術を身につけるために必要な研修の実施
- 地域観光振興に向けたCDTと市役所を含む関係者とのネットワークの強化
- イベントの開催およびCDTの参加促進

#### ② 市役所の役割

CDTへの組織強化における市役所の役割は以下のものが挙げられる。

- 市の長期的観光開発：CDTのメンバーや大学、NGOなどの関係機関と協議して市の観光開発計画を検討し、これを策定する。
- 観光活動年間計画：市における年間の観光活動計画（資金計画を含む）をCDTと協議して決める。
- 研修：市にとって有効かつ支援可能な研修についてCDTと協議して検討する。
- イベント開催：CDTと共にフィエスタス・パトロナレス（お祭り）等におけるイベントの開催を行う。
- 観光プロジェクト：観光開発に関するプロジェクトのプロポーザルおよびプランの作成にあたってはCDTを支援する
- 供与、貸与：上記の観光に関する活動における資金供与の検討、イベント資機材及びミーティングスペースなどの貸与

## 2. CDTの活動内容

CDTの活動は、主にI.1.本活動モデルの目的・概観でも説明したとおり、CORSATURの支

援を受けながらも地域の中心として、組織強化を図りながら、観光開発コンセプトの策定、観光開発プロジェクトの計画・実施、観光商品・観光資源のプロモーション／マーケティングおよびフィードバックという一連の活動を通じて市の観光開発を推進していくことである。次に具体的な活動内容を説明する。

## 1) CDT の年間活動計画および資金計画の作成（市への協力依頼）

CDT 規約の第 2 章にそって事業の内容を検討するが、その実施にあたっては、直ちに活動可能なものから始める。

CDT の年間活動として、直ちに予測できる活動は以下のとおりである。

- CDT 全国大会への参加：CDT の能力強化にとって重要な大会である。
- MITUR/CORSATUR が「エ」国内で実施している地域観光開発戦略の一つである「Pueblos Vivos」への参加：市と協力して参加し、市の観光資源のプロモーションを行うとともに東部地域の出展内容からアイデアを学ぶ。
- 地域のイベント：宗教祭や収穫祭など地域の伝統的なイベントを市と協力して実施し、イベントのマネジメントを学ぶ。
- 市の特産品や民芸品を販売するようなバザーを計画する。
- その他、地域の美化運動、環境整備運動などを計画する。

予算が無いといかなるイベントも実施することができないことから、活動計画と同時に資金計画を立てる。

必要な資金は市へ協力依頼し共同で予算額を計画する。市の予算で足りない場合は、地域 CDT、CORSATUR、他の機関へ支援を依頼する。

## 2) 長期計画の検討

II.1.1)観光委員会（CDT）の役割、【事業の内容】で記述したような各種の事業について、定期的にメンバー間で話し合い、CDT としての活動の方向性を常に確認しておくことが重要である。

### i) 日常の地域環境整備活動

- ・ 観光施設の整備・改善及び保全に関すること：各市における既存の観光施設、市の中央公園、ホテル、レストラン、展望台、栈橋、観光標識など
- ・ 観光資源の保護開発に関すること：湖、海岸、マングローブ、トレッキング、滝、川、石刻遺跡、伝統的建造物など

### ii) 各種イベントの開催

- ・ 観光に関する各種催し物などの開催及び参加に関すること：聖人祭、収穫祭、グルメ祭りなど

### iii) 調査・情報収集

- ・ 観光事業に関する情報の収集及び提供に関すること：MITUR/CORSATUR による観光

統計、ツアー利用者数、宿泊者数など

- ・ 観光に関する調査研究に関すること：観光開発プロジェクトのテクニカルファイルなど

#### iv) 地域の観光プロモーション

- ・ 観光地の宣伝、紹介及び観光客の誘致に関すること：観光フェアへの参加、観光宣伝ツール（H/P、DVD、パンフレットなど）、SNS の活用など
- ・ 観光土産品及び特産品の宣伝紹介に関すること：観光フェアでの展示・即売、新規特産品の開発など

#### v) 啓蒙活動

- ・ 観光思想の普及に関すること：市の広報や学校を通じての観光環境教育、各種研修への参加など

#### vi) その他

- ・ 観光関連団体との連絡に関すること：CAT との連携、地域 CDT との協議、近隣市との協議など
- ・ その他協会の目的を達成するために必要な事項に関すること

### 3. CDT の組織強化

#### 1) ネットワークの強化

CDT の組織強化のためには、他の CDT の活動や経験を知り、共有し、学ぶことは重要である。そのためにも CDT 間やその他関連機関とのネットワークの構築および強化が必要になってくる。

##### ① CDT 間のネットワーク

上記の CDT 全国大会および Pueblos Vivos への参加は CDT のネットワーク強化のための貴重な機会となる。参加者との交流を深め、必要な情報を収集していくことが重要である。国内研修や近隣諸国への研修も、いくつかの市が連携して対応することができれば、このような活動からも CDT 間、あるいは東部地域、他国との観光に従事する関係者とのネットワークが構築される可能性が多くある。

また、地域 CDT がいないサンミゲル県およびウスルタン県では、より広域での観光開発に対応できる環境を整備していくという観点から、いずれ地域 CDT を設立することが望ましい。

##### ② 他関連機関とのネットワーク

JICA プロジェクトでは MEGATEC ラウニオン校の観光学科の講師や生徒とのネットワークを構築し、観光環境教育プロジェクトを通じて CDT の組織強化を行った。未来の観光産業を担う学生たちと CDT が交流し、地域の観光産業の現状を知り、将来像を一緒に考えて考えることは CDT への刺激にもなり、重要である。

また、CONAMYPE では組織強化のプログラムを検討する際、法人化や人材育成プログラム、ビジネスプランの作成、プロモーション手法などの相談窓口として有効である。

## 2) 国内研修／近隣諸国研修

CDT の能力強化を図る上で国内西部地域の観光先進地や近隣諸国への研修旅行は、観光先進事例の視察、観光市場に関する知識・情報の獲得、東部地域の観光地への誘客宣伝等の複合的な目的を持つことで、極めて大きな効果をもたらすものである。また、研修中は何日間に関わり地域の観光関係者が寝食を共にすることによって知識や情報の共有が進み、参加者の間で一体感が生まれ、定期的にその地域の観光について考える機会を持つようになる等、組織強化に関する成果も見られる。

国内研修／近隣諸国研修は、基本的には各 CDT の発意と自己予算で実施する。

以下に、JICA プロジェクトで実施した国内研修および近隣諸国への研修の目的、方法を記載する。

### ① 国内研修

#### 【目的】

東部地域の CDT や市役所等の観光関係者が同国の観光先進事例を視察し、主に現地の CDT によるプレゼンテーションの受講、意見交換、観光資源の視察を行い目で見て肌で感じながら、以下の項目を学ぶことを目的とした。

- 「エ」国西部地域の観光における成功事例を学ぶ。
- 「エ」国西部地域の観光市場について学ぶ。
- 「エ」国西部地域のエルコンゴ市での一村一品運動（観光）がどのように実施されているかを学ぶ。

#### 【方法】

研修計画（ルートや参加者など）の実施方法については、既に CORSATUR/CAT が JICA プロジェクトを通じて、経験を重ね、熟知しているため、CORSATUR/CAT に相談する。しかしながら、実施に必要なコストの捻出が課題となるが、複数の CDT が共同で、移動手段（車など）は CORSATUR や市から支援を受けるなど計画し、できるだけコストを下げ方法で実施することを検討する。また参加者も一定の費用（宿泊費や食費など）を負担することにより、参加意識や学習意欲を高める効果もある。

### ② 近隣諸国への研修

JICA プロジェクトでは、グアテマラ（JICA の類似プロジェクト）の他にフォンセカ湾を囲む近隣諸国ホンジュラス及びニカラグアへの研修を実施した。本活動モデルでは、ホンジュラス及びニカラグアで実施された研修の事例を記載する。

#### 【目的】

今後、当該地へ海路での旅行客が期待されることから、その周辺国である、ホンジュラス及びニカラグアを対象とし、他国の観光先進事例の視察、現地の観光関係者との意見交換、

観光資源や観光施設の視察を行い目で見て肌で感じながら、以下の項目を学ぶことを目的とした。

- ▶ ホンジュラス及びニカラグアにてワークショップを開催し、民芸品などの展示即売や、新規観光商品（マングローブツアーや島めぐりツアー）のプロモーションを行い、エルサルバドルの観光を促進する。
- ▶ ホンジュラス、ニカラグアの観光客の動向・形態・嗜好などを理解し、今後のプロモーション／マーケティング計画に資する。
- ▶ ホンジュラス、ニカラグア観光省を含む、各市観光関係者との密なる関係を構築し、今後、双方向の交流に資する。
- ▶ エルサルバドルの CDT に相応する、ニカラグア観光委員会（Gabinete de Turismo）（Tourism Board）、ホンジュラスの観光商工会議所（Camara Nacional de Turismo）との意見交換により、国や市と観光関連者との連携や課題などを学ぶ。

#### 【方法】

国内研修と同じく研修計画（ルートや参加者など）の実施方法については、既に CORSATUR/CAT が JICA プロジェクトを通じて、経験を重ね、熟知しているため、CORSATUR/CAT に相談する。また、スムーズな研修が実現されるためにも、一度計画したルートを視察し、関係者のアポ、宿泊施設、セミナー会場等の準備を行うこととする。実施に必要なコストの捻出方法については国内研修と同様である。

将来予測される観光客の動向（どこから来るか）を見据えて、ターゲットの地域、国を定め、その国を対象に近隣諸国研修を実施することが効果的である。

## IV. 観光開発コンセプトの策定

### 目的：

観光開発コンセプト策定の目的は、以下の2つである。

1. 観光開発コンセプト策定のプロセスを通じて CDT の能力強化を図る。
2. 市の将来における観光開発の方向性を定める。

CDT の活動において市の観光開発の方向性を定めることは極めて重要である。策定されたコンセプトは、市の観光開発に対する理念が反映されたものであり、市の観光についてのプロモーションの材料にも利用できる。

### 枠組み（内容）：

観光開発に関するコンセプトの作成のためのプロセスが中心であり、観光開発コンセプト作成の参加者とコンセプト委員会の結成、市の観光開発における現状の整理、観光開発計画のレビューおよび東部地域の観光開発計画の指針の確認、観光開発ビジョンの作成、観光開発プロジェクトの選定と短中長期計画の整理、優先される観光開発プロジェクトの選定とプロポーザルの作成の枠組から成る。

### 実施にあたっての視点・留意点：

この作業は、CDT のメンバーに限定せずに、広く有識者が結集し作成していく。自分たちの地域にある観光資源を整理して、これを対外的に説明できる観光開発コンセプトにまとめることは、CDT の初期的活動として必要である。ここで記述する活動内容は定期的に見直していくことも必要である。

## 1. 観光開発コンセプト策定のプロセス

以下に観光開発コンセプト策定のプロセスを示す（図 4-1）。

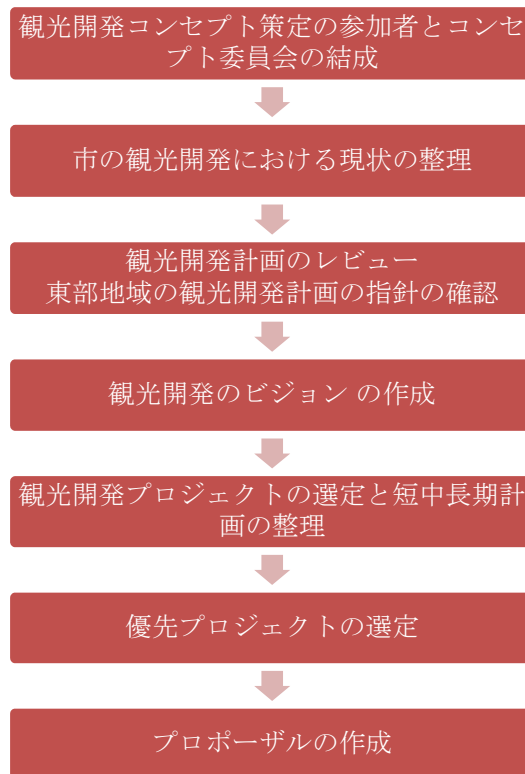


図 4-1 観光開発コンセプトの策定プロセス

CORSATUR/CAT、CDT、地域 CDT、市の関係者などと観光開発コンセプト策定のための参加者とコンセプト委員会を結成する。

委員会を中心に市の観光開発における現状を整理する。

既存の観光開発計画のレビューおよび東部地域の観光開発計画の指針を確認する。

観光開発ビジョンを作成し、その達成に必要な具体的観光開発プロジェクトを検討し、短中長期計画に整理する。

優先される観光開発プロジェクトを選定し、プロポーザルの作成を行う。

## 2. 観光開発コンセプト策定の参加者と委員会の結成

### 【参加者】

これから作成される観光開発コンセプトは、市にとっての観光に関する簡易マスタープランにも相当するものであり、CORSATUR 担当者、CAT スタッフ、各市の CDT メンバー、市役所の関係者、地域 CDT、その他地元の観光業者など、できるだけ多くの人に参加することが望ましい。

### 【観光開発コンセプト策定のための委員会の結成】

関係者が多く、会議などの調整が必要であり、また作成のためには長期間を要することから、中心となるメンバーを決め、この人たちがマネジメントしながら観光開発コンセプト



を作成していく。最低以下の5名のメンバーを決め、それぞれの役割分担を決める。

委員長／副委員長／書記／委員2名

#### 【スケジュールの確認】

可能な限り6か月間程度以内で作成することを目標とする。作業期間が長くなると委員のメンバーの交代なども生じる可能性があり、情報の継続性、作業の効率性という観点からも短期間が望ましい。

#### 【全体での情報共有】

途中経過の情報を他のCDTメンバーに知らせ、彼らからも意見を聞くような機会も必要であり、定期的にCDTの総会を開くことが望ましい。少なくとも以下の内容についてはCDTメンバー全員での情報共有が望ましい。

- (1) 観光開発コンセプトの作成開始（中心メンバーの選定と今後のスケジュール確認）
- (2) 観光資源と観光開発の方向性の確認
- (3) 観光開発のビジョンの確定
- (4) 観光開発のためのプロジェクト選定と優先プロジェクトの選定

### 3. 市の観光開発における現状の整理

最新の市の観光資源の状況を把握することは、今後の計画を策定する上で重要なため、改めて以下の項目について整理する。

#### 1) 現況を把握するための資料

- 観光資源の確認と再認識
- 地域の自然的、社会的、経済的現状の整理
- 東部地域からのアクセス条件
- 観光施設（宿泊施設、レストラン、レジャー施設など）の現状
- 観光客数、観光収入等の観光統計データ
- もしあれば、過去における観光開発活動の確認と見直し
- 市の観光開発に関する指針（添付資料-2：東部地域における観光開発指針案（ガイドライン））

#### 2) 観光資源の認識（観光資源マップの作成）

観光開発の基礎になる観光資源の認識についてはコンセプト委員会が実施し、その方法については、以下のステップ1からステップ4にて解説する。

ステップ1：地域の人々が自分たちの観光資源を知る

CDTや市役所、地元住民との話し合いの中で、自分たちが考える「自分たちの観光資源は何か」という意見を出し合う。現地踏査を行い、実際にその観光資源を目でみて確認することが望ましい。また、地域外から転居してきた人や企業などの発想やアイデアも活かす。地域外の観光資源を知り自分たちの観光資源を再認識する。

## ステップ 2：自分たちの観光資源の特徴を知る

フォンセカ湾の事例や観光資源のカテゴリ分類から自分たちの観光資源の特徴を知る。

フォンセカ湾 13 市において特定された観光資源は以下のとおりである。

- 島と海岸（ビーチ、マングローブ林を含む）
- 火山と眺望
- 農村文化（歴史、文化、祭、農村の風景、特産品、等）
- 旧跡（駅舎、博物館、石刻遺跡など）
- 内陸部の自然（河川、湖沼、山々（トレッキング、眺望）、等）

これらの観光資源をカテゴリ（自然、文化、人造物、グルメ）に分けてみる（表 4-1）。

表 4-1 東部地域の一例

自然	文化	人造物	グルメ
ビーチ	遺跡	博物館	マリスカーダ
島	祭り／踊り	ホテル	チーズ
山	朝市	養殖場	レストラン
眺望		塩田	
マングローブ林		宗教施設	
川		公園	
滝		教会	
湖			
動植物			

分類した結果、自分たちの観光資源の特徴やポテンシャルがわかる。

## ステップ 3：観光資源マップに整理

このように多様なものが観光資源となるポテンシャルをもっており、できるだけ多くの関係者からヒアリングし、市の観光資源を特定し、これらを「観光資源マップ」としてまとめる。この地図情報は、コストをかけない簡易なもので十分である。

観光資源マップは、自分たちの市の観光資源を認識、評価するためだけではなく、観光客に地域の観光情報を提供するうえでも不可欠なものである。また、観光資源は地域のインフラ整備状況やコミュニティからの働き掛けによっても変化していき、さらに市の観光開発に関するコンセプトを検討していくときのベースとなるものであることから、常に観光資源マップを更新して行くことが重要である。また、観光資源マップでは観光資源が視覚化されエリアで把握でき、ポテンシャルがある地域がわかる。応用：単体ではなく複数の観光資源と関連付けることにより、魅力を創出することが可能になる。

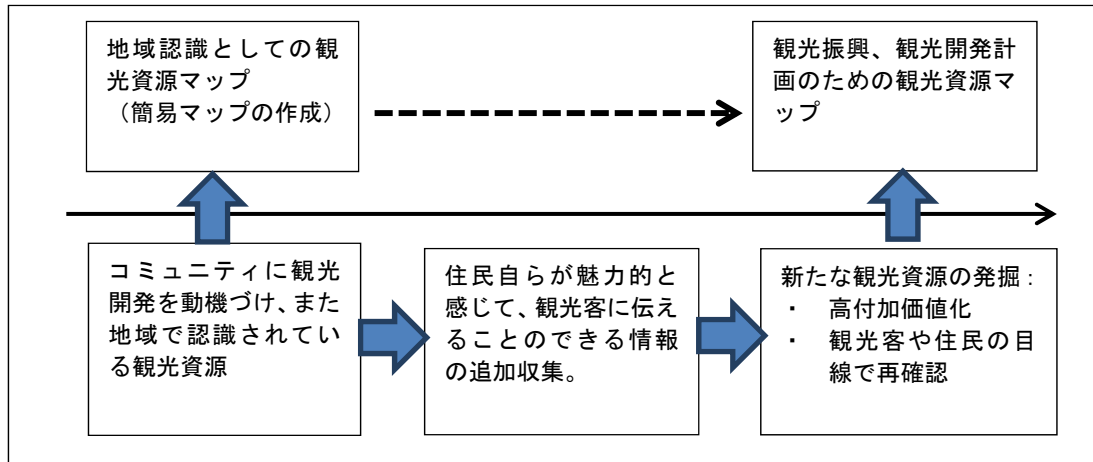
## ステップ 4：MITUR/CORSATUR の評価を得る

自分たちの観光資源の中で特にポテンシャルがあると思うものをいくつか選出し、MITUR/CORSATUR や地域外の人に評価してもらい、自分たちの観光資源のポテンシャルを認識する。

これら整理された観光資源の情報は、観光地図や観光標識を作るにあたってのベースとなる。また、観光開発戦略の基礎情報ともなる重要なものです。

### ステップ5：観光資源マップ

観光資源マップは、観光に関する様々な活動のベースとなるものであり、その時の最新の情報で更新していくことが必要である。



なお、「観光振興、観光開発計画のための観光資源マップ」は、できることならば、別途観光プロジェクトの検討・選定・実施を行う際に「観光地図作成プロジェクト」として扱い、そこで詳細なものを作成、プロモーション資料としても活用することが望ましい。

### 3) 留意点（観光基盤と観光産業）

観光産業が盛んになることの効果は、経済波及効果のみならず、雇用効果や社会的な効果も大きい。まちづくりや地域の活性化の一手法として採用されることが多い。

各地域は、地域の基盤整備（インフラ整備および資源保護）と観光産業の導入による産業基盤の整備について、「どのようなまちづくりをしたいか」という視点から、そのバランスを検討する必要がある。これらの方向性の選択は、保有する地域資源の性質によるところが大きい。

フォンセカ湾岸地域13市の観光開発コンセプトの策定において検討された「優先プロジェクト」を分析した結果、多くの市が観光産業整備（小売・レストラン・宿泊産業）よりも地域の観光の基盤整備（インフラ・組織・教育など）を要望していた（図4-2）。しかし、今後の観光開発を通じた地域の発展を考えると、基盤整備と観光産業の開発のバランスがとれた「まちづくり」が必要である。「住みやすい」、「東部地域の人々にも訪れてほしい」と思う「まちづくり」が必要となる。

「まちづくり」のコンセプトから地域の観光を盛り上げるためには、基盤整備だけをおこなっても、観光産業の開発のみをおこなっても観光を通じた「まちづくり」は不可能であり、基盤整備をおこなう市と観光に従事する市民を代表する組織 CDT の両者の活躍が重要となる。

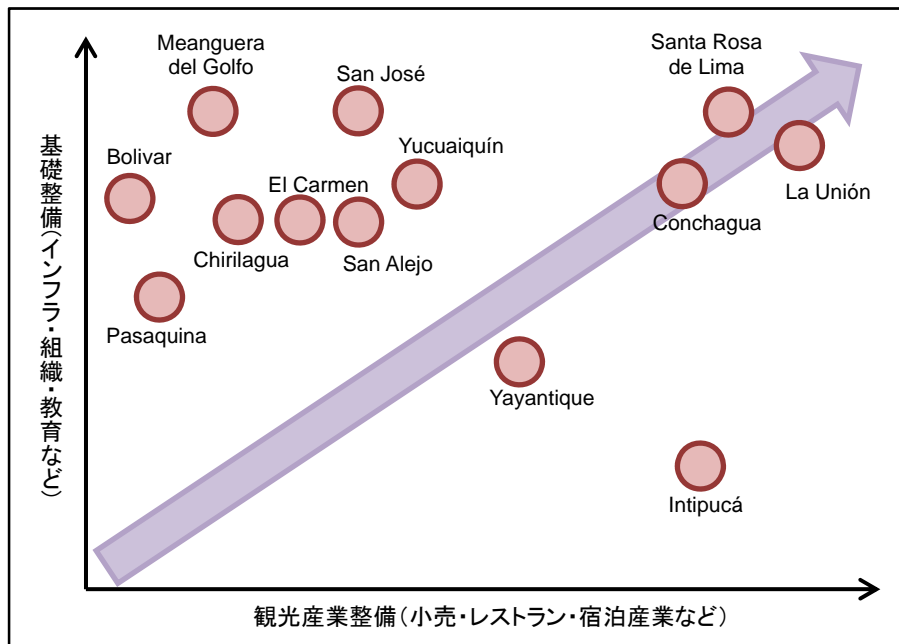


図 4-2 : CDT の要望するプロジェクト

#### 4. 観光開発計画のレビューおよび東部地域の観光開発計画の指針の確認

当該地域に関する既存の観光開発計画の存在を確認する。特に CORSATUR が設定する観光ルートに含まれているかの確認をする。含まれているのであれば、観光ルートと関連する観光開発ビジョンの作成や観光開発プロジェクトの選定の参考にする。また、添付資料 - 2 : 「東部地域における観光開発指針案 (ガイドライン)」が作成されており、この内容と当該地域の関連性について確認する。

#### 5. 観光開発のビジョン の作成

観光開発のビジョンは、現在の観光の実態を踏まえ、15 年から 20 年後の市において観光産業がどのような役割を果たしているかを思い描きながら作成する。例えば、

- 市への観光客数が XXXX 人になる。
- 市の収入における観光の割合が XX% になることを目標にする。
- 市内に XX 室の宿泊施設を確保する。
- 現在の観光客の滞在時間を XX 時間から YY 時間に延長させることを目標とする。
- 「エ」国の中で重要な観光地として位置づけられる。
- 観光地として国際的に認知される。

というような観光開発計画を立てる上でのビジョンを設定する。ここでは、CDT としての願望のようなものでも良い。これは今後、市の観光開発を考えていくうえでのベースとなるもので、CDT の活動の中で適宜見直されていくものである。

## 6. 観光開発プロジェクトの選定と短中長期計画の整理

観光開発のビジョンを達成するために必要で具体的な観光開発プロジェクトを検討する。プロジェクトを検討する際のワークショップにおける参加者は CDT メンバーに限定せず、観光開発に関心のある、関係者が出来るだけ多くの集まることが望ましい。

提案された観光開発プロジェクトは必要な期間によって短期間で完了するもの、中期、長期かかるものを以下の図（図 4-3）に整理する。

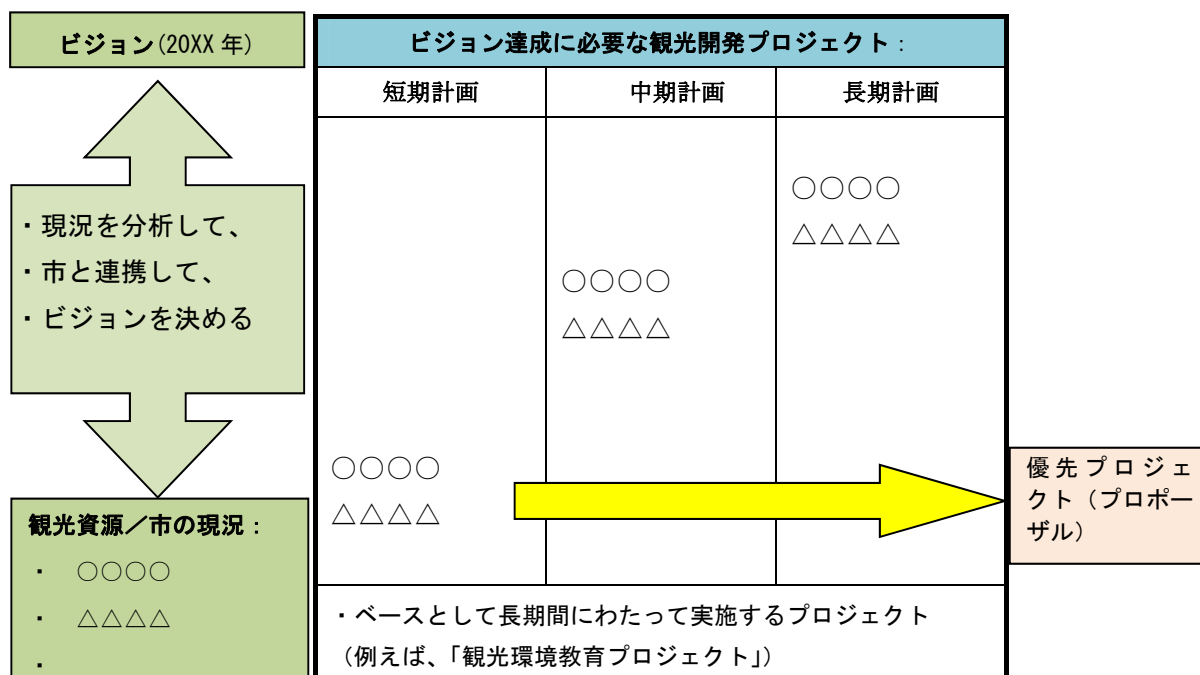


図 4-3 観光開発コンセプト作成のイメージ

**短期計画**：比較的簡単に市などの予算でできるようなプロジェクト。即効性があり、成果が目に見えやすいものを計画する。観光地図、観光標識、清掃キャンペーン、軽微な観光施設の整備、簡単に設備投資でできるもの（周遊バス、グルメフェアなど）

**中期計画**：コンポーネントが複数あり、市などの予算では対応できず、実施までに時間を要するプロジェクト。中規模な観光インフラ（道路整備や栈橋建設など）整備や公園の整備など。

**長期計画**：国家政策等と連携した広域的なプロジェクト。観光の基礎インフラ（ホテル、レストランなど）が整備されていることが前提で、ウォーターフロント開発、鉄道整備、水族館、遊園地など。

それぞれの観光開発プロジェクトは、以下の内容を盛り込み、レターサイズ 1 ページ程度にまとめるとわかりやすい。

- ・プロジェクトの概要
- ・開発目標
- ・プロジェクトの実施主体と関係者

- ・ 投入量（概略のコスト）
- ・ 効果（直接、間接）
- ・ 想定される支援先

観光開発のビジョンを達成するために、段階を追って、短・中・長期の観光開発プロジェクトを実現させていくことが重要である。

## 7. 優先プロジェクトの選定

### 1) プロジェクトの選定基準

JICA プロジェクトの中のパイロットプロジェクトの選定基準は以下の通りであった。

- RELEVANCIA/（関連性）：
  - ・ コミュニティプロジェクト（地元観光資源を利用した住民参加型のプロジェクト）であること。
  - ・ 短期／中期／長期で分けると、短期プロジェクトであること。
  - ・ ステークホルダーの要望が強いこと
- IMPACTO/（効果）
  - ・ モデル性があること
  - ・ 見える効果（可視化）が期待できること
  - ・ 成果が期待できること
- MADUREZ/（成熟度）
  - ・ 即効性（条件が整っていること）
  - ・ 実施主体が明確であること
  - ・ 実現可能性が高いこと

JICA プロジェクトではプロジェクトのロングリストからこの基準で絞り込み、プロジェクトを選定した。市のプロジェクトの選定にあたっても以上のような基準をベースにして行うことが望ましい。

### 2) 優先される観光開発プロジェクトの選定

上記の絞り込みで選定されたプロジェクトについて、再度以下の観点から確認し、また、東部地域における観光開発指針案（ガイドライン）との整合性も確認する。

- 予算規模が単年度でできる程度のものであること。
- プロジェクト完成後の運用・維持管理が CDT の能力で対応できること。
- 地域の観光開発の起爆剤となるプロジェクトであること。

## 8. プロポーザルの作成

プロポーザルには以下の内容を取り込むが、内容に応じて変化があっても問題はない。

- プロジェクト名：プロジェクトの内容が想定できるものとする

- 実施機関：市の担当課、CORSATUR など、責任者を明確にする。また CDT としての役割は何かを記述する。
- プロジェクトの背景と必要性：観光開発のコンセプトとの関係の記述が好ましい。
- 現況分析：プロジェクトの対象を客観的に記述する
- 目的：観光客を増やす、観光客の利便性を高めるなど、具体的に記述する
- 便益：地域の観光の関係者が受ける便益をできるだけ具体的に記述する
- インパクトおよび成果：プロジェクトから期待できる波及効果などを記述する
- 手法：プロジェクトの内容をハードとソフトに分けて、プロジェクトのコンポーネントを明確にする。
- コスト：直接費、間接費、維持管理費を明確にする
- スケジュール：準備、計画、実施のスケジュールを明確にする。
- 添付資料：設計図など、対外的に説明できる資料を用意する。

### 【資金の協力先】

プロジェクトを実施するにあたり、資金調達が難しい場合が多い。その場合、特に資金面での協力先を探す必要がある。

優先されるプロジェクトの規模や内容により、協力先を検討する。もっとも協力を仰ぐべきは市役所の観光担当である。市役所での対応が難しい場合は、CAT を通じて、MITUR / CORSATUR、他省への協力要請をおこなう。

銀行によっては、観光業に限らず中小企業支援のための資金援助やプロジェクトがある可能性があるため、CONAMYPE に問い合わせをおこない、協力要請をおこなう。

NGO や国際協力機関などへの協力要請も可能であるが、手続きなどの詳細は、CAT や CORSATUR、CONAMYPE に相談をする。

観光開発コンセプトを作成し、ビジョン達成に必要な観光開発プロジェクトを実施することで、その地域の観光開発・振興が推進され、観光への意識が高まることが期待される。

## V. 観光開発プロジェクトの実施

### 目的：

フォンセカ湾岸地域 13 市で行われた観光開発に関するパイロットプロジェクト・研修の内容、実施方法を理解して、市の将来のプロジェクトの選定や実施方法の参考に資する。

### 枠組み：

13 市で行われた研修および 5 つのパイロットプロジェクトの実例をベースに、これを敷衍してできる観光開発プロジェクトの事例を示している。

### 実施にあたっての視点・留意点：

ここでは実際に行われた研修・プロジェクトに基づいて記述しており、CDT が研修やプロジェクトを計画するときの参考になるものである。計画したプロジェクトについて CDT の関与度、コスト、難易度がどの水準にあるのかを確かめてプロジェクトを進めることが望ましい。

### 1. 観光資源の認識

観光開発コンセプト策定の中で選ばれた観光開発プロジェクトを実施するにあたり、選定された経緯や目的を関係者間で共有する。

### 2. プロジェクト関係者への啓発・研修

#### 研修のニーズ調査と実施

IV で選定した観光プロジェクトを実施するにあたり、これと並行・前後してプロジェクトを実施するための人材育成を行なっていく必要があるため、関係者への研修を実施する。

研修は、CDT を含む地域住民に対して、CAT 事務所が主体となって実施される。CAT 事務所の役割として研修にかかる調査・計画・実施及び評価を行なう一方で、研修の講師および研修参加者との連絡・調整業務がある。研修の講師、そのコンタクトリスト等の詳細は添付資料 3 研修業務における手順書を参照。

#### 研修の必要性（背景）：

エルサルバドルでは国家戦略の中で、観光業を産業の一つとして強化し、定着させることを挙げている。観光産業の発展は、外貨を獲得することにより国レベルでの経済波及効果があるだけでなく、その地域における住民への裨益にもつながる。これを実現するためには、産業インフラの開発・整備等も挙げられるが、地域住民が観光とは何かを理解すると共に、その地域にて観光業を営む人材の育成が必要である。

そのためには、地域住民が観光への意識を高め、地元の観光関係者は、観光客の嗜好を分析し、顧客へのサービス向上、観光商品の開発などの観光に関する知識・技術を身につけることが求められる。



しかしながら、エルサルバドル、特に東部地域のコミュニティの多くでは、観光を仕事として営んでいる人材が少なく、また、営んでいても、観光客が満足するだけのサービスや商品が提供されていないのが現状である。その原因としては、職業訓練を行う機関・団体の数・資源の少なさが考えられるが、地域住民の観光業に対する関心の低さ、またサービスおよび商品開発に関する知識・技術レベルの低さが挙げられる。

したがって、観光産業の発展には、地域住民と地元の観光関係者とが一体となり、観光への意識をより高めると同時に、観光客を満足させるためのサービス・商品を提供できるように料理、接客、民芸品作製などの技術を身につけることが必要である。

#### **研修の目的：**

- (1) CDT を含む地域住民が観光に関する知識・経験を深め、また手工芸等の技能を身につけることを通じて、観光に関するサービスの向上、観光商品開発が行なわれる。
- (2) 上記に加え、CDT を含む地域住民が販売促進に係わる経験・ノウハウを向上させることによって、地域の観光産業を支え、かつ発展に貢献する人材が育成されることを目標とする。

#### **研修手順書（添付資料 - 3）の目的および活用：**

- 1) 本書は、JICA プロジェクトにて実施した地域住民への研修の結果をまとめ、そこで得られた成果・教訓を踏まえて上で、研修の実施方法を手順書として纏めたものである。
- 2) 実施された研修にて、CDT 及び地域住民に対して一定の成果があがった。具体的にはセミナーによる観光への関心・興味の向上、民芸品作りによる販売収入等である。これらは東部 4 県でも適用されるものである。
- 3) CAT 事務所が東部 4 県の CDT を対象にして研修を実施するための手順書とする。

#### **研修の内容およびフロー：**

研修の内容および実施の流れを以下の図（図 5-1）に示す。研修業務の手順として、調査から始まり、計画、実施、モニタリングを経て、実施された研修の評価を行う。なお、計画段階にて、研修のプロジェクトを策定し、各研修に適した講師・研修参加者が選定される。

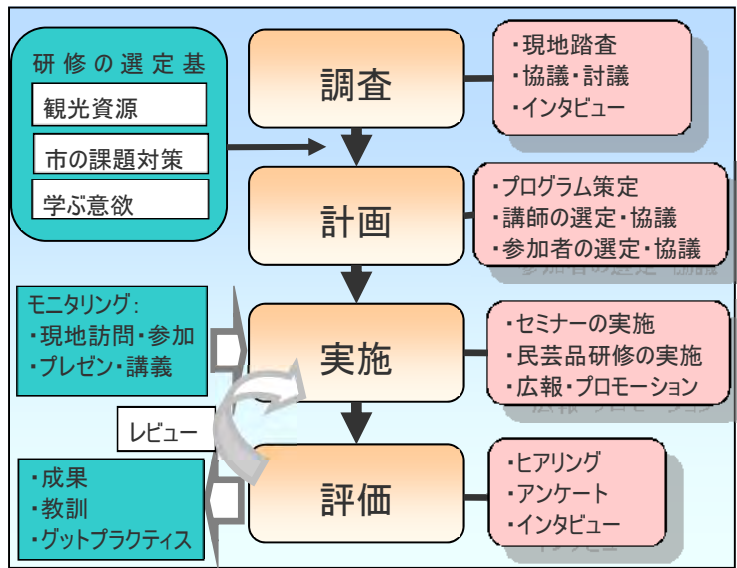


図 5-1 研修の内容および実施の流れ

### 関係者の役割分担

研修実施にあたり、関係者の役割分担は以下（表 5-1）のとおり。

表 5-1 関係者の役割分担

機関・組織名	研修における役割
CAT 事務所	<ul style="list-style-type: none"> <li>計画、実施、モニタリング、評価の実施</li> <li>研修内容の検討（研修参加者・講師を含めた各関係者との調整、協議）</li> <li>研修成果の達成状況における進捗の管理、研修後のフォローアップ、評価</li> <li>CDT、市役所を通じた研修参加者の招集・ミーティングの主催</li> </ul>
CORSATUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>CAT 事務所と研修内容討議、</li> <li>東部地域の研修に関する知見・経験の共有</li> <li>CAT 事務所からの報告および現地視察を通じた研修の進捗管理</li> </ul>
市役所	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修参加者の招集、CAT 事務所との研修準備に関するミーティング参加</li> <li>研修ファシリティーの貸与・用意</li> <li>研修準備・実施にあたっての CAT 事務所との協議</li> <li>研修成果の共有</li> </ul>
CDT	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修への参加、技術の取得</li> <li>参加者の招集、CAT 事務所との研修準備に関するミーティングの参加</li> <li>参加者の出席進捗管理</li> </ul>
研修講師	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の講義、技術の教授</li> <li>教材・マテリアルの準備、CAT 事務所との研修に関するミーティングの参加</li> <li>研修進捗管理、理解度・習得度の評価</li> </ul>
研修参加者	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修への参加、技術の習得</li> <li>地域資源マテリアルの用意（手工芸・民芸品）</li> <li>研修で得た技術を活用し、自ら産業活動・販売活動の実施</li> </ul>
CONAMYPE	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修実施に向けた支援（研修講師に関する情報提供等）</li> <li>ラウニオン地域・観光産業に関する CAT 事務所との協議</li> </ul>

（添付資料-2 参照）

### 3. プロジェクトの実施

#### 1) 代表的な観光資源／観光開発プロジェクトの参考例

JICA プロジェクトの実施を通して認識された、13 市における潜在性の高い観光資源から観光開発プロジェクトを検討し、その観光開発に必須な整備の投入を挙げた。①観光振興の基礎的の整備と、②自然・文化観光資源の開発に分類し、各々の地域の観光プロジェクトの概要を解説する。

##### ① 観光振興の基礎の整備

- ・ 観光地図
- ・ 観光標識
- ・ ガイド育成
- ・ 関係者への教育・研修

これらのプロジェクトは JICA プロジェクトで実施されており、それぞれのパイロットプロジェクトの手順書（添付資料 - 6）を参照。

##### ② 自然観光資源の開発、文化観光資源の開発

次表（表 5-2）では、13 市にて特定された観光資源を自然観光資源の開発と文化観光資源の開発に分類し、それぞれの開発のためのプロジェクトを想定し、観光資源の開発を観光インフラ整備（観光関連施設の新設、修繕、保全など）や観光運営システムの整備（観光客への円滑な運営に資する仕組み）に分け、整理したものを例示した。項目に挙っている各プロジェクトの詳細については、添付資料-3 を参照。表中の 1)島めぐりツアー、2)マングローブツアーは JICA プロジェクトで実施されており、詳細については添付資料 - 6 :パイロットプロジェクトの手順書を参照。





プロジェクトの内容（ハードまたはソフト）、契約額、資金の協力先、請負者などによって異なると思われるが、観光プロジェクトの実施主体は CDT となり、関係者（CDT、市、CAT など）の役割分担を決めて対応することが望まれる。

#### 【プロジェクトの契約】

法人化された CDT（観光協会：ADT）がプロジェクトの契約をすることになる。しかしながら観光協会（ADT）としては、契約書の作成、プロジェクトの発注などの契約行為は未経験であることから、観光開発プロジェクトの契約は市の担当課の支援を受けて実施することが望ましい。但し、これらの一連の業務については、ADT のメンバーも学習することとする。

#### 【工程管理】

プロジェクトの開始前にプロジェクトを請け負った業者と十分に工程を打合せ、この管理を行うものとする。当初の予定と異なる状況が発生したときには、速やかに関係者で協議して、対応するものとする。

#### 【資金管理】

市の資金の場合にはその管理は容易であるが、CORSATUR や協力先の資金の場合には、先に資金を市に入れるとか、請求書を協力先に送り、その都度そこから支払うとかの方法を検討して置くことが必要である。

前渡金、中間払い、精算などの支払い方法を契約書の支払い条件に定めて置くこととする。

#### 【運営管理】

整備された観光インフラや観光運営システムを適切に維持管理していくものとする。

#### 【モニタリング・フィードバック】

プロジェクトの実施計画と実績をモニタリングし、これらに相違が生じた場合には、その理由を明らかにし、この経験を CORSATUR 内で共有できるようにする。

## 2) パイロットプロジェクトについて

JICA プロジェクトの 5 つのパイロットプロジェクトに関し CDT が実施主体となり、CORSATUR や関係機関の支援の下に実施された。

① パイロットプロジェクトの内容：

プロジェクト名	プロジェクト目標	成 果	対象市
観光地図の作成	対象 CDT が観光地図情報システムの運用を継続的にできる	1 観光地図情報システムが開発される 2 地元ネットワークによる観光地図配布システムが構築される 3. CDTによる観光地図情報システムの運営維持管理体制が確立される	ラウニオン／コンチャグア／サンタロサデリマ
観光標識の整備	関係者が活動を通じて観光標識の整備に関わるノウハウと教訓を得る	1 CDTと CORSATUR が協働して標識で案内する観光資源が選定される 2 CDTと CORSATUR が協働して魅力的な観光標識が設置される 3. 観光標識の管理体制が構築される	ラウニオン／コンチャグア／インティプカ
観光環境教育	1. 子供たちへの観光環境教育を通じて地域のホスピタリティを高める 2. 観光環境教育のためのプロジェクトのメカニズムが構築される	1 パサキナに CDT が中心となった観光環境教育のための委員会ができる 2. 観光環境教育ためのプログラムが作成される 3. 子供への教育を通じてその成果が各家庭につながる 4. 観光環境教育を普及するためのプロジェクトのメカニズムが構築される	パサキナ
マングローブツアー	受益者はマングローブツアーを自立発展的に開発・促進することができる	1 対象地域におけるマングローブツアーの資源と可能性が抽出される 2. マングローブツアーの実施団体が設立される 3. マングローブツアーの商品が開発される 4. 実施団体のツアー実施・促進能力が強化される	インティプカ
フォンセカ湾島巡りツアー	CDT と地元関係者が島巡りツアーを運営できるようになる	1 島巡りツアーに係る可能性と資源が抽出される 2. ツアーの実施体制が構築される 3. 島巡りに係る観光商品が開発される 4. 島巡りツアーを調整する CDT の能力が強化される	ラウニオン／コンチャグア／メアンゲーラデゴルフオ

これらのプロジェクトの手順書を添付する（添付資料-6 参照）。

② CDT の活動内容とプロジェクト・研修の関係

JICA プロジェクトでは、5 つのパイロットプロジェクトと民芸品開発などの研修を実施した。パイロットプロジェクトについては、結果的に i)観光意識向上（観光環境教育）、ii)観光地の情報整理と広報（観光地図、観光標識）、iii)観光資源開発（マングローブツアー、島巡りツアー）に分類できた。

研修については、パイロットプロジェクトとは別に実施したものであり、民芸品開発、接客、料理、起業セミナーなど地域の観光産業の人材育成を目指したものである。図 5-2 は JICA プロジェクトと CDT の活動内容との関係を示したものである。

CDT としては先ず、市としての地域のイベントの開催などを通じて、観光への意識を高めた後に観光資源の開発に向き合うことが望ましい（図 5-3 パイロットプロジェクトにおける CDT の関与度、コスト、および困難度の関係を参照）。

また、パイロットプロジェクトの普及に対しては、普及地域の観光資源の特性を考慮する必要がある。

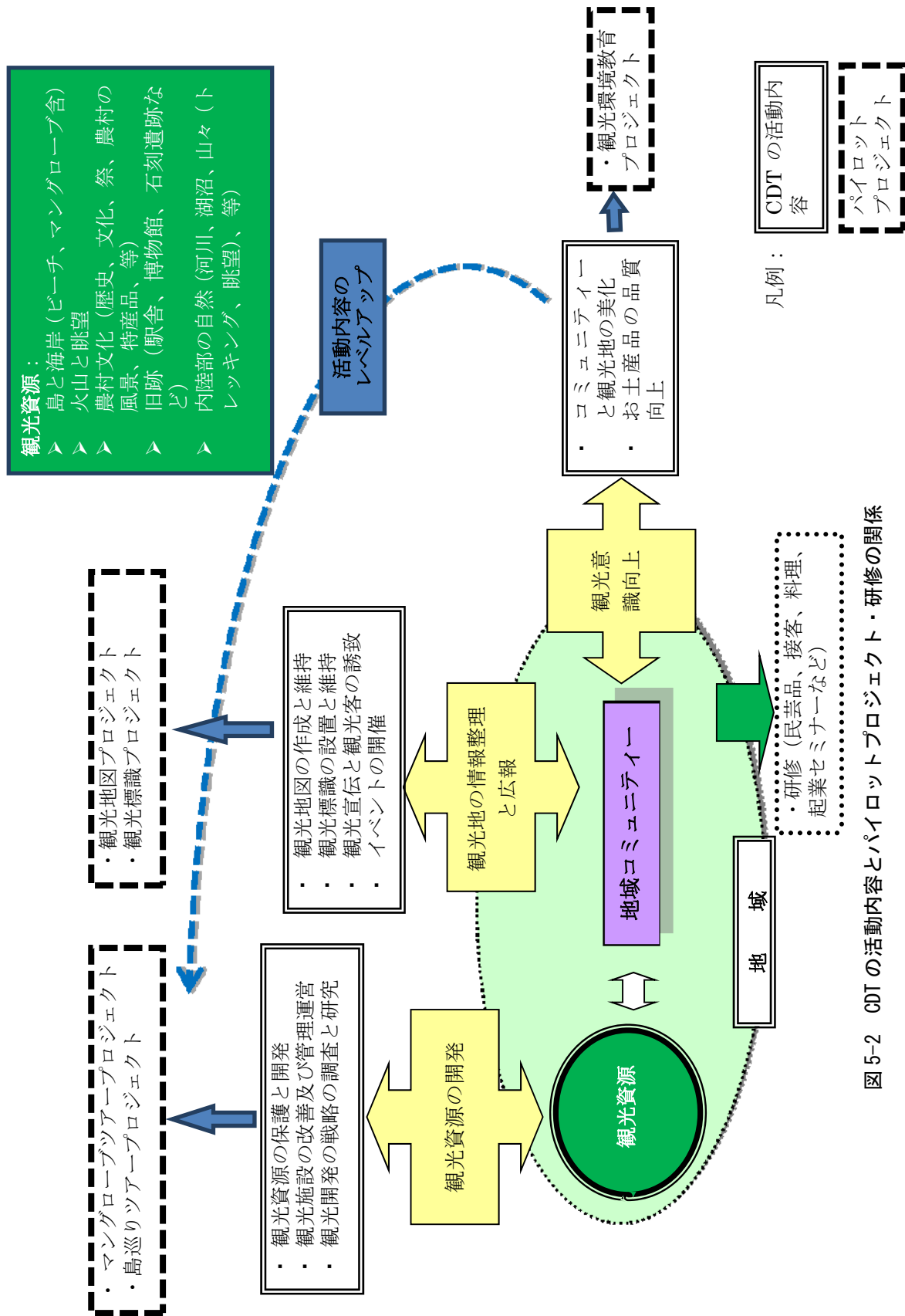


図 5-2 CDT の活動内容とパイロットプロジェクト・研修の関係



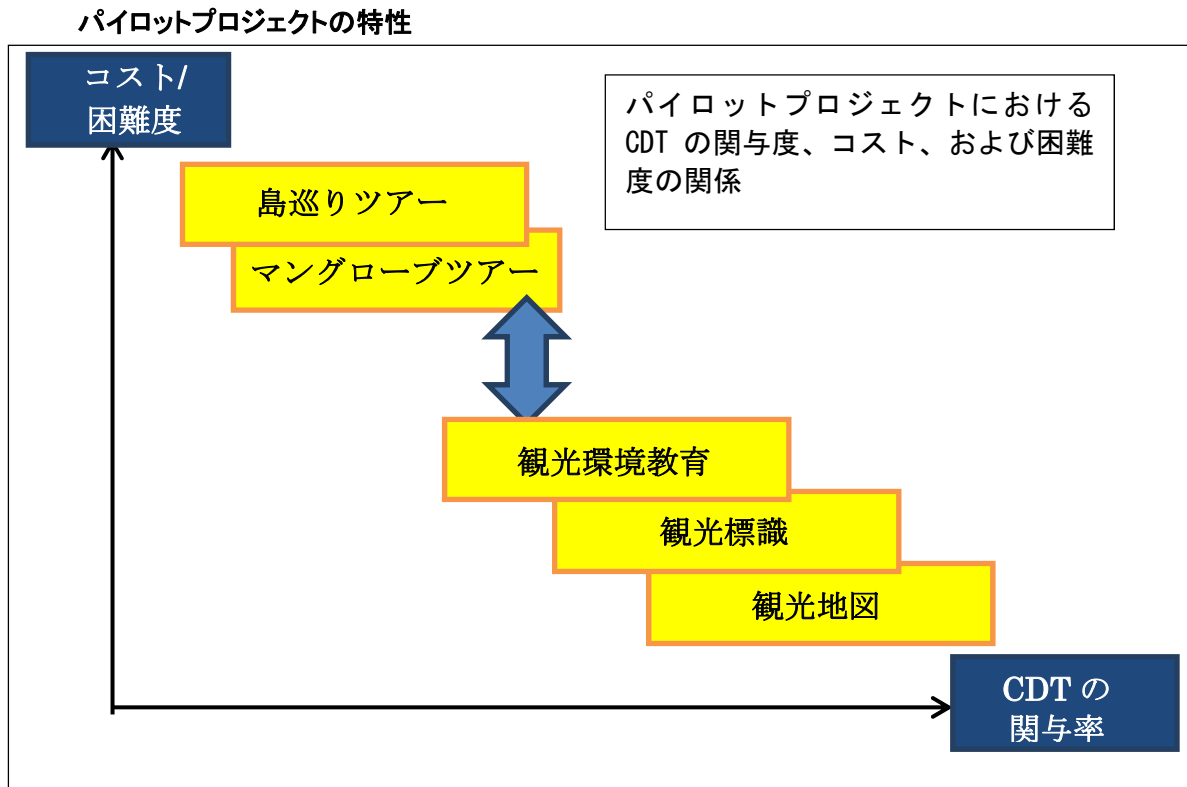


図 5-3 パイロットプロジェクトにおける CDT の関与度、コスト、および困難度の関係

パイロットプロジェクトと普及対象地域との関係	
パイロットプロジェクト	普及対象地域の特徴
観光地図	集客可能な観光地があること
観光標識	
観光環境教育	限定なし
マングローブツアー	マングローブ林があること
島巡りツアー	島があること／船があること

### 【CDT の関与の必要度】

パイロットプロジェクトは CDT の能力強化の手段として実施したものであるが、今後同じプロジェクトを東部地域で実施する場合には、必ずしも CDT の関与を必要としない。島巡りツアーのように数市にまたがる観光開発プロジェクトは、観光業者の影響が強く、各 CDT の組織を超えたグループが形成されるからである。但し、この場合においても CORSATUR や地域の他のプロジェクトとの連携を保ち、観光プロモーションを効果的に実施していくことが重要である。

#### 「観光地図」:

特にそのプロセスを通じて地域の理解が深まることから、これは CDT の能力強化にとっては極めて有効な手段であり、市の観光資源を的確に理解することにより、観光標識の設置や観光開発のコンセプト作成の基礎ともなる。

**提言：**

- ・ 観光地図は常に新しい情報を改訂する必要がある。
- ・ 利用者の声をモニタリングし、より魅力ある改訂版を参考とする。
- ・ 定期的な改訂ができる資金調達のみカニズム（販売・寄付）を構築する。

**「観光標識」：**

観光地図と同時に実施されれば、CDT の参画は可能であるが、工事を伴うことから標識設置の専門業者が費用を負担する実施機関の監督下で実施される可能性が高い。（盗難やメンテナンスの観点からは CDT を設置工事に関与させることにより、防止策がとれる可能性が高い。

**提言：**

- ・ 歓迎用標識については、地元風土に考慮し、地元の材料（木材）で作成することを推奨する（温かみのある印象、地元雇用の創出など）。
- ・ 維持管理の他、損傷や盗難対策を検討する。
- ・ 観光客の声をモニタリングし、より魅力ある観光標識をデザインする。

**「観光環境教育」：**

将来本件の経験者が増えて、全国共通のテキストができれば、本件を学校の授業の中に取り込んでいくことが可能となるが、当面は MEGATEC などの専門機関と連携しながらプロジェクトとして実施していき、観光教育の裾野を広げていくことが必要である。

**提言：**

- ・ 教育プログラムの中に遠足を取り込む。
- ・ 講師の量と質を確保していく。
- ・ 授業の対象者は小学校高学年周辺とする。

**「マングローブツアーおよび島巡りツアー」：**

プロジェクトの立ち上げ時には CDT が関与し、地域のプロジェクトをフォローしていく必要があるが、プロジェクト操業のステージに入れば、プロジェクトの受益者が実施主体になる。ツアーのプロモーションに関しては CDT 間や CORSATUR、その他のネットワークを利用することが重要になってくる。

**提言：〈マングローブツアー〉**

- ・ カヤック乗り降り場はアクセスのよ良いところに確保。
- ・ マングローブ林の育成を組み合わせた環境保全。
- ・ 観光環境教育プロジェクト等と組み合わせる。

**提言：〈島めぐりツアー〉**

- ・ 商品化のためには定期的かつ継続したプロモーションキャンペーンを行う。
- ・ 地域住民間でより公平に利益配分を行うためには、民芸品やグルメ関連のプロジェクトを強化する。

- ・ 船頭や漁師のトレーニングプログラムを継続して実施する。

#### 【予算】

パイロットプロジェクトの実施に費やした直接費用は、観光地図、観光標識および観光環境教育が1市（校）あたり1万ドル前後、マングローブツアーおよび島巡りツアーの観光資源開発プロジェクトが約3万ドルであった。

これらの費用にはマンパワーの費用は含まれていないので、今後これらのプロジェクトの継続においてはこの費用を考慮する必要がある。

#### 【難易度】

観光地図、観光標識、および観光環境教育は対象が明確で、システムが単純であることからパイロットプロジェクトのモデルを共有するためのワークショップを実施し、この理解のもとにプロジェクトを実施することは比較的容易である。しかし、マングローブツアーや島巡りツアーのように観光客にサービスへの対価を求めるプロジェクトは、それに見合う能力や施設の整備が必要であり、難易度は高く、これらの観光ポテンシャルを十分に調査したうえでプロジェクトを実施する必要がある。

#### 【普及対象地の特定】

「観光地図」と「観光標識」は、ある程度の集客可能な観光資源を持っているところが優先される。「観光環境教育」は場所を選ばないが、ここでもプロジェクトの効果を考慮すれば、ポテンシャルの高い観光資源を持つ市を優先することになる。

マングローブツアーと島巡りツアーはプロジェクトの前提となるマングローブ林や島などの観光資源があり、これらのプロジェクトを希望する受益者がいるところに限定される。

#### 【他プロジェクトへの応用】

マングローブツアーと島巡りツアーは、地元の観光資源を利用してその地域の観光ポテンシャルを高めるものであり、これらのプロジェクトで実施した手法は他の観光資源に対しても応用可能である。

## 4. モニタリング・フィードバック

- ① 観光振興の基礎の整備に関しては、既にパイロットプロジェクトで実施したので、CORSATUR、CAT、CDTが経験を共有し、引き継がれており、今後これらの活動の中で新たな知見が得られるならば、これらの知見を本活動モデルにフィードバックする。
- ② 自然観光資源の開発、文化観光資源の開発に関するプロジェクトに関しては、CORSATURやCATを中心としてモニタリングを実施し、また、類似プロジェクトの経験を持つCDTとの情報を共有しフィードバックする。

## VI. 観光商品のプロモーション／マーケティング計画

### 目的：

JICA プロジェクトの中で実施されたプロモーション／マーケティング活動の内容、実施方法を理解して、新たな観光商品および市の観光資源のプロモーションの参考に資する。

### 枠組み（内容）：

JICA プロジェクトでの事例をベースに、これを敷衍してできるプロモーション／マーケティング活動の事例を示している。

### 実施にあたっての視点・留意点：

常に市場の動向を調査し、観光客の立場で、プロモーション／マーケティング活動を実施することが重要である。また、インターネット等のツールを有効に活用し、HP などへのアクセス数、書き込み、コメント、問い合わせ等を集約し、定期的な見直しの中で、計画の修正を計り、効果的な実施に努める。市の観光商品や観光資源のプロモーションに関しては、Pueblos Vivos や国内外の観光フェア等プロモーションの場があるので、それを有効活用することで、市の観光の評価（順位）がわかり改善点が明確になる。また、東部地域の類似する観光商品・観光資源の比較から、どのように東部地域と差別化するかを学ぶ。

上述の「V. 観光開発プロジェクトの実施」で述べたプロジェクトを実施後、その観光商品を販売・促進するためには、観光商品のプロモーションとマーケティング計画が重要となる。

市の観光商品・観光資源について、本プロジェクトでは2通りのプロモーションを計画する。

- ・ 観光商品のプロモーション
- ・ 市の観光資源についてのプロモーション

観光商品のプロモーションとは、パイロットプロジェクトにおける旅行商品開発（マングローブツアー、島巡りツアー）や工芸品（エルカルメンにおける水葦をつかった工芸品開発）などの商品の販売に関するプロモーションとした。

市の観光資源は、Pueblos Vivos などのイベントにて、将来の可能性を秘めた観光資源を含む市全体の魅力をプロモーションすることで計画した。

CORSATUR/CAT や CDT はパイロットプロジェクトを通じてプロモーション活動やマーケティング計画を実施しており、ここから得られた成果、教訓をベースにして、今後 CDT の活動の中で、参考になるプロモーション／マーケティング計画について記述する。

### 1. マーケティング計画

#### 1) 市場動向の把握

プロモーションの対象となるターゲット・セグメントの選定には、まず旅行市場（国内・国外）の動向を把握することが必須である。可能であればマーケットリサーチ（市場調査）の実施が望まれるが多額の費用が必要なため市や CDT による実施は難しい。MITUR/COOSATUR による全国的又は地域的マーケット調査やそれに伴うマーケット部門による講習会（セミナー）の実施が期待される。

CORSATUR のマーケット部門は国際観光フェアへの参加や国内観光フェアの開催を通して観光商品造成への知見を有し、国内の旅行動向にもっとも精通している。CORSATUR は旅行動向に

関する定期的なワークショップの開催や、または全国 CDT 大会などにおいて旅行動向の現状が発表されれば、CDT はターゲット設定や観光商品造成の基礎的知見が学習できる。

## 2) 商品購買層の選定

前述の市場動向の主要な部分であるが、可処分所得の増大や中間富裕層の拡大に特に注視する必要がある。観光（旅行）市場は経済活動と密接にリンクしており、所得の増大なくして観光市場の拡大は基本的にない。従って、商品価格や旅行日数（日帰り・宿泊）により購買層はセグメントされ、的を絞ったプロモーションの展開が必要となる。海外からの観光客は為替動向にも敏感であり、相対的な商品価値が高いものでなければ外国人（特に隣国）には購買意欲は湧かない。

## 3) ターゲットの設定

観光商品のプロモーションをする上で、ターゲットをどのセグメントに設定するかはマーケティング計画の中核となる。JICA プロジェクトでは、商品特性により、下記のようにターゲット・セグメントを設定した（表 6-1）。

表 6-1：ターゲット・セグメントの設定

観光商品	地元	近隣地域	国内	近隣諸国	海外
島めぐりツアー	△	○	◎	○	○
マングローブツアー	△	○	◎	○	△
火山トレッキング	◎	○	△		
祭り	◎	○			
グルメフェア	○	◎	△		

想定するターゲット層の重要度は◎：上、○：中、△：下

祭りやグルメフェアは「エ」国西部地域での国内研修にて、参加者が触発され、ラウニオン CDT では旧駅舎を利用し毎週土曜日に開始されている。

特に、観光地・観光資源周辺の観光施設（ホテル、レストランなど）の質や量、価格設定などにより、滞在時間や訪問可能なターゲット層は大きく変化する。

## 4) ターゲットの変化

現在の観光（旅行）市場はグローバル化に伴い、急速な発展と変化が頻発している。経済動向やアクセスの改善、風評や評判などによりターゲットの変化も急激（劇的）に発生することも多々ある。従って、フィードバックともなるが CDT は、旅行者へのアンケート調査などにより、常に顧客の意見・感想・クレームに注視することにより、顧客嗜好や顧客動向の変化を把握し、いち早くターゲットに変化の把握に帰する必要がある

## 5) 新たなマーケット開拓

「エ」国の観光は発展段階初期と考えられ、まずは国内マーケットの充実が期待される。同時に隣国からの訪問客をターゲットとするも、隣国の経済状況・可処分所得を考慮すれば暫くは多くは望めない可能性もある。

そのような状況のなか、人数的には限られているが欧州の観光客がエルサルバドルを中継（ニカラグア～エルサルバドル～ホンジュラス）する数が増えている。また、「エ」国西部のアカフトゥラ港には北米クルーズ船の定期寄港も着実に増加し、ラウニオン港への寄港も期待が膨らむ。

## 2. プロモーション計画

プロモーション活動を集約し、以下の2つの項目に分ける。

- ▶ プロモーションツールの作成
- ▶ プロモーション活動への参加

### 1) プロモーションツール作成の前に行うこと

観光開発コンセプトの作成で確認された観光資源などの基本情報を再確認し、観光客がプロモーションツールを使って直接観光資源にアクセスできる様に、観光資源の位置を正確に把握した、観光資源マップを作成する。観光地図によっては、デザインを優先し、位置関係が正確でないものも多いが、観光客の利便性を考えると正確な位置情報の掲載が望ましい。

観光資源以外にも観光客にとって、病院や市役所（緊急時の連絡先）などの有益な情報を地図上にプロットする。

各市の特徴を象徴するアイコンを作成し、プロモーションツールに統一して使用する。アイコンは、以下のようなものを決定する。

- ・ キャッチフレーズ：例) 「レンカ文化」、「エコツーリズム」、「マングローブツアー」
- ・ 色：例) 「海の色（青）（ラウニオン市）」、「火山の色（茶色）（コンチャグア市）」
- ・ ロゴ、キャラクター：例) 「戦闘機（サンホセ市）」「オロメガ湖（エルカルメン市）」、「伝統舞踊マスク（ユクアイキン市）」
- ・ 以上を整理すると以下（図 6-1）のようなイメージになる。

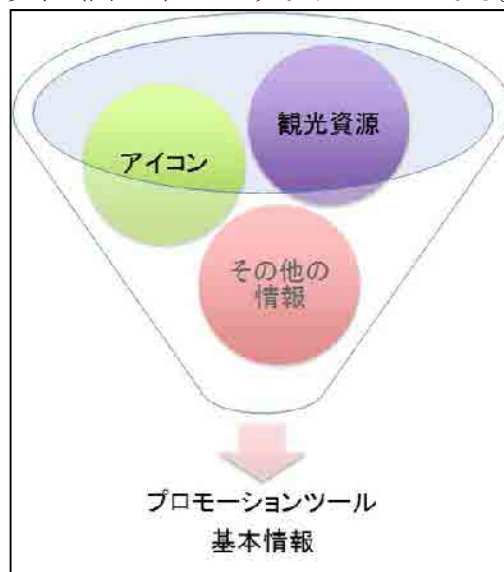


図 6-1：プロモーションツール作成のイメージ

## 2) 観光マップの作成

以下の活動を行うが、詳細は手順書「観光地図」を参照のこと。

### ① デザイン

CDT のメンバーの中に地図などのデザインが可能なメンバーがない場合は、地図のデザイン会社を決定し、共同作業をおこなう。また、デザインの最終化は、市の観光担当者や CORSATUR 担当者と相談をしておこなう。

上記で作成した素材を利用して地図をデザインし、紙はカラー印刷用紙とし、サイズは A2 やタブロイドサイズにて、折りたたんでポケットに入るサイズとし、見やすさや持ち運び等を考慮し観光客にとって利便性の高いものを検討する。

### ② 広告の掲載

観光客にとって有益なレストランやホテルなどの広告を観光マップに掲載することを検討する。広告の掲載にあたっては、印刷費用を捻出するために、観光客が利用するレストラン、ホテル、お土産屋などの観光関連業者より広告費の徴収をおこなうよう努める。広告の掲載により、県内外の観光客への宣伝効果が期待できることから積極的にスポンサー（レストラン、ホテル、お土産屋）と交渉する。

### ③ 印刷

観光マップを印刷する際は、観光客数を想定して、印刷部数を決定する。最低 1000 部を想定する。印刷にあたっては、印刷会社を決定するが、デザイン会社が印刷も請け負う場合もある。

### ④ 配布計画

観光マップの配布先や配布方法を計画する。

観光客が立ち寄りそうな場所を特定し、配布を依頼する。その場合、住民一緒になって街の観光を盛り上げよう、機運を高めようと協力してもらう。

特に、車での移動が多いエルサルバドルでは、ガソリンスタンドでの配布は観光客にとって利便性が高い。そのため、ガソリンスタンド所有各社に配布を依頼する。

観光地図の配布方法は大きく分類すると、パンフレットスタンドを用意し、観光客が自由にピックアップする方法と、手渡しにて配布する方法がある。

観光地図を手渡しで配布する場合には、観光客への簡単なアンケートが実施可能なため、簡単なアンケート票を用意し、観光目的などについて調査することにより、地域観光を知るためのフィードバックを得る。

観光地図を置く側にも実質的なメリットを与えるように工夫する。具体的には、配布先を広報し客の増加を見込む、観光地図の販売による手数料、クーポンの掲載など。

## 3) パンフレットの作成

パンフレットは、インターネットにアクセスできない高齢者や帰宅後に観光地について情報

を知りたいと考える人々にとって、非常に有益なツールである。

また、後述する観光フェアなどでの配布にも有効なため、パンフレットを作成する。

#### ① 用途の明確化

作成するパンフレットの用途を明確にする。一般的な観光情報のパンフレットでは、観光資源および地域の一般情報を掲載する。グルメフェアの場合は、食欲をそそるような地元グルメなどアピールしたい写真を掲載する。クルーズシップ誘致用には、クルーズ船は朝から夕方まで停泊するのでクルーズ会社がお客様に販売する上で最もセールスポイントとなる視点、上陸して一日どのように過ごせるかのメニューと価格を重点的に記載する等、それにふさわしいように掲載すべき内容を検討する。

#### ② デザイン

CDT のメンバーでパンフレットのデザインができない場合には、パンフレットのデザイン会社に依頼して、ここと共同作業を行なう。また、デザインの最終化は、市の観光担当者や CORSATUR 担当者と相談をして行なう。紙はカラー印刷用紙とし、サイズはレターサイズを三つ折りする等ポケットに入る幅とし、観光客にとって利便性の高いものを検討する。

#### ③ 価格の表示

パンフレットに掲載するツアーなどの観光商品の価格については、パンフレットに記載するのではなく、価格表を別紙で挟みこむことも検討する。価格変更を頻繁に行う場合にパンフレットを長く使うためにも有効な手段である。

#### ④ 広告の掲載

2) 観光マップの作成、②を参考とする。

#### ⑤ 印刷

パンフレットを印刷する際は、用途に応じて、印刷部数を決定する。なお、デザイン会社が印刷も請け負う場合もある。イベントの規模や過去の来訪者数を調査し、印刷部数を計画する。

#### ⑥ 配布

パンフレット作成の用途にあわせ、観光フェアなどにて配布する。観光フェアには多くの旅行会社が新商品開発のために参加しているので、配布の際には名刺をもらい、コンタクトリストを作成する。彼らに定期的に情報を送ることで、送客の可能性を高めることができる。

### 4) インターネットの活用

観光客が安価に多くの情報を手に入れることができるため、インターネットを活用した観光情報の獲得が主流となってきている。観光マップやパンフレットなどの媒体は再版に費用がかかるが、無料で使用できるサイトや SNS などを利用すれば、制限はあるものの最新情報を安価に世界中に発信することができる。



## ① Web サイトの作成

### サイトの管理担当者の決定：

情報発信用の Web サイトを作成する前に、サイトの管理担当者を決める。Web サイトは作成することが目標ではなく、その後、いかに新しい情報を発信できるかが重要な課題になる。定期的に情報をアップデートし、新着情報を掲載する担当者が必要である。

### 無料サイトの利用：

Web サイトの作成・管理は、CDT にとっては費用負担が大きく、作成できない場合もある。その時は、無料で Web サイトの作成を可能にしてくれるサービス（Weebly など）を利用する。無料のため制限もあるが、情報を発信することが第一の目的の場合、まずは情報を発信してみる大切である。

また、Web サイト管理のためのソフトウェアはプロが使用する様な難しいものではなく、誰もが使えるものを利用する。担当者の交替によって、新しい情報が発信されない状況は避ける。

Weebly

<http://www.weebly.com/?lang=es>

メールアドレスとパスワードで登録すると、作成の説明の画面になるので、それに沿って HP を作成することが可能。

Soporte→beginners guide で開始の方法を説明している。

(<http://help.weebly.com/beginners-guide.html>)

### サイト分析：

Web サイトを作成したら、どれくらいのアクセスがあるか、どこからのアクセスが多いかなど、Web サイトへのアクセスに関する分析をし、より観光客の利便性が高い Web サイトの運営を目指す。分析には、プロの業者に頼むこともできるが、資金面などの問題もあるため、当面は、Google Analysis を利用する。このサービスは、無料で利用できる部分があるため、利用しやすい。

## ② SNS の活用

SNS はインターネットさえ繋がれば、無料で利用できるものが多く、これらの利用により、安価に最新情報を発信することが可能となる。また、Facebook の「いいね！（Like!）」やコメントの様に、情報受信者の反応をダイレクトに受け取ることができる。

Facebook などを利用する前に、管理担当を決定する。Web サイト同様、迅速な情報発信、「いいね！」やコメントへの迅速な対応など、ページを作成する以上にその後の運営が重要となる。

以上、プロモーション計画の作成工程を整理すると以下の図（図 6-2）となる。

まず、基本作業として情報収集を行い、ツールを作成し、情報を発信する。その後、フィードバックすることで、ツールの品質を高めていく。



図 6-2 プロモーション計画の作成工程

### 3. プロモーション活動への参加

上述のプロモーションツールを活用して、有意義な活動を行なうことにより、観光客に新しいデスティネーションの提供を可能にする。観光客の増加は、地域住民の商業活動を活性化し、雇用の増加など社会的な効果が期待できる。

#### 1) Pueblos Vivos や CDT 大会への参加

##### 市との協働：

CDT や市は CORSATUR 主催の観光フェアに参加する。このイベントに参加するには、市長による参加申込書へのサインが必要なため、市の観光担当との協働は必須である。どのような協働体制が可能か検討する。

##### Pueblos Vivos の評価：

Pueblos Vivos 「元気な町」は、毎年 MITUR/CORSATUR が「エ」国内で実施している地域観光開発戦略の一つである。国民の人気観光地の投票および審査員による評価を経て、順位が決まる。上位に位置した市のどのようところが評価されたか（人気がある）を考察することは意義があるため、どのように東部地域と差別化するかを学ぶ。

##### 新規顧客の開拓：

政府機関によるイベントのため、多くのメディア関係者も参加しているため、パブリシティに取り上げられ、国内での地域や観光商品の知名度をあげる絶好のチャンスとなる。

### 国内地域とのネットワークの構築：

国内の観光開発に興味のある東部地域との意見交換は、知識や経験が共有され、国内ネットワーク構築に寄与する。国内研修旅行（実施されれば）や CDT 全国大会での講演、ワークショップ、体験発表会、懇親会などを通じての意見交換が、ネットワーク構築に大きく寄与するため、積極的に話しかけることが重要である。また、CDT 全国大会などにおいてパフォーマンスの機会を積極的に設ける。具体的には各市 PR のプレゼンテーションや地元郷土芸能の披露などにより、相手側からのアプローチをも働きかける。

## 2) ツアーオペレーターへの PR

首都サンサルバドルの旅行会社は国内外の観光客の送客を行なっているため、彼らとの意見交換、情報共有により、新しい商品の開発の機会が得られる。また、地域住民では気がつかない地域資源の開発や改善点の指摘など、中長期における地域の行動計画作成に役に立つ。

国内外の観光フェアには内外ツアーオペレーターが多数訪れ、新しい destinations や新しい取引先を開拓する。CDT は名刺交換や具体的な商取引による積極的なコンタクトで国内外の旅行会社との密なネットワークを構築することにより、多方面からの送客が可能となる。特に、ニッチマーケットを顧客としている旅行会社は、会社が小規模な場合でもコアな顧客リストを所有しており、リピーターも多い。そのため、彼らとのネットワークの構築は重要である。プロモーション材料（ホームページ、DVD、ブローチャー）の作成や観光フェア等でのその配布を行う。また、旅行会社や観光関係者による国内外へのキャラバンツアー（PR 活動）の実施や国内外からのファムツアー（招待旅行）の計画・実施が有効である。以下に JICA プロジェクトでのフォンセカ湾で関係した、国内外のツアーオペレータを図に示した（図 6-3）。



図 6-3 JICA プロジェクトで関係した国内外のツアーオペレーター

### 3) ファムトリップの実施

#### ツアーオペレーターによる現地調査：

CDT や市は旅行会社へのファムトリップを実施する。彼らは直接送客を行なうため、顧客のニーズに適う観光地であるか否かを現地調査する。その際は、必ず地域の観光関係者と旅行会社参加者による意見交換の場を設け、新しいアイデアや改善点の指摘を受け、観光客のニーズを知る。参加者に十分なキャパシティが感じられた場合は、新しい観光商品造成による観光客の送客という即効性がある。

#### メディア関係者による現地調査：

CDT や市はメディア関係者へのファムトリップを実施する。彼らは直接送客を行なうことはないが、テレビ番組や雑誌の記事、新聞記事の影響力は大きい。また、これらのマスメディアに広告を出そうとすると、莫大な費用がかかり、実現は難しい。しかし、メディア関係者による自主的な情報発信は、信頼度も高く、CDT による広告費の捻出は必要としない広告・宣伝が可能となるため、新聞社やテレビ局などのメディアへ招待旅行を実施し、その代わりに紹介記事を掲載してもらってメディアファムトリップを実施する。

### 4) 観光フェアへの参加

#### ① 国内観光フェアへの参加：

CDT や市は国内で開催される観光フェアに参加することにより、メディアへの取り上げや参加者の口コミ等により、国内での認知度を上げることができる。住民は自分たちの地域（市）は十分に「エ」国内に認知されていると思いがちだが、自分たちが他の地域を知らないと同様に他の地域住民も東部地域への認識は乏しい。従って、その前提にたち、東部地域と差別化したインパクトのあるプロモーションを行なう。マングローブツアーのプロモーション時には、イベント会場にカヤックやマングローブの写真を展示し、ブースに訪れた人が実際にマングローブツアーをしているような写真を撮れるなどのインパクトのあるプロモーションを実施した。

フェアの来場者へのインパクトを十分検討して、楽しい仕掛けを行なう。来場者が実際に体験できる「体感型情報」の発信により、双方向のコミュニケーションの場を演出する。

#### 市との協働：

市の代表として CDT が観光フェアに参加するためには、市役所との協働は必須である。具体的に、日当宿泊費等の資金援助、展示機材の貸出、交通手段の提供をはじめ、市役所との様々な協力体制を構築することで、活動が可能となる。

#### CORSATUR との協働：

観光フェアは、主に MITUR や CORSATUR によって主催される。そのため、彼らとの協働は必須である。参加に必要な人材や展示物や配布物の手配、移動手段、必要な宿泊費等の支援、また、東部地域での開催への働きかけ等、どのような協働が可能か、事前に打合せを行ない、有意義な情報発信を行なう。

#### コンタクトリストの作成：

観光マップやパンフレットの配布を通して、名刺交換をおこない、コンタクトリストを作成し、その後の丁寧なコンタクトをおこなう。

#### ② 国際観光フェアへの参加：

CORSATUR が参加する国際観光フェアの中には、CDT や市が参加できるものもあるため、事前にその詳細情報の提供や参加依頼について CORSATUR と相談する。参加した場合は、プロモーション活動を積極的に実施し、国外での認知度を上げる。特に展示や配布するプロモーションツールの言語は、英語もしくは現地の言語を使用する。参加が難しい場合は、CORSATUR に DVD やパンフレットの委託配布を要請する。

#### 市との協働：

国外でのフェアの参加には、多くの資金がかかるため、市や CORSATUR との協働が必須であり、具体的にどのような協働体制ができるのか、十分に検討する。1 市による参加は難しいため、数市が共同で参加することも検討する。

#### コンタクトリストの作成：

観光マップやパンフレットの配布を通して、名刺交換を行ない、コンタクトリストを作成し、その後の密なコンタクトを行なう。

## 4. プロモーションツール作成に関する提言

今後の観光による地域の活性化が具体的に見込まれてきた場合には、更なる発展のために、いくつかの提言をおこなう。

### 1) プロモーションツールに関する提言

#### ① 西英両表記による情報発信

国外からの観光客が増加した場合、西語だけによる情報発信は、新しい観光客の来訪の妨げになる可能性があるため、情報発信は西英両表記により発信する。

#### ② 名刺の作成と配布

名刺はコンタクトした人々を結ぶ重要なメディアである。むやみに配布することは避けた方がいいが、観光フェア参加の旅行会社などとは積極的に名刺交換を行ない、コンタクトリストを作成する。このリストをもとに、最新情報の発信を行なうことにより、一方向の告知型情報発信ではなく、双方向による情報の送受信が可能となる。

#### ③ 観光マップやパンフレット再版のための資金調達

観光客の増加に伴い、観光マップやパンフレットは再版する必要がでてくる。観光客の利便性を考え、もっとも新しい情報を発信したいが、再版のためにはその資金が必要となる。再版資金調達のために、観光マップやパンフレットへの広告の掲載による広告費の徴収を検討する。

広告費を徴したい場合、市や CORSATUR と相談し、それらのロゴマークの使用について、協議する必要がある。

## 2) プロモーション活動に対する提言

### ① 全国にある6つのCATへのプロモーション

国内の6地域にあるCAT（Centro de Amigos del Turista）におけるプロモーション活動を行なう。異なるタイプの観光地と意見交換を行なうことにより、これまでの体験を共有し、CAT間の交換送客を目指す。

各市の観光担当と協力し、プロモーションのためのプレゼンテーション素材を作成する。写真や資料の提供、資金援助などについて、協議を行ない、地域全体で観光地を盛り上げる。

現在、CATを管轄しているのはCORSATURであり、彼らの協力は必須である。交通手段の供与、資金援助、会場の提供などについて、CORSATURと協議をする。

### ② フォンセカ湾観光フェアの開催

国際観光客の獲得は、近隣諸国からの観光客の受け入れが重要な課題となる。そのため、隣接する3国（エルサルバドル、ニカラグア、ホンジュラス）による共同開催が望まれる。既にJICAプロジェクトではホンジュラス・ニカラグアを対象に第三国研修を実施し、CORSATURは各国の観光関係者とのネットワークが構築されているため、それを利用する。フォンセカ湾の観光フェアの実施については、CORSATURが主となりCDTと連携し、各国の観光省とコンタクトを取りながら3国持ち回りで3回観光フェアを開催するなどを検討する。

観光プロモーションにとどまらず、「持続発展可能な」観光開発のあり方について、地域の大きな観光資源となるフォンセカ湾について、観光関係者および環境、教育関係者の参加も望まれる。

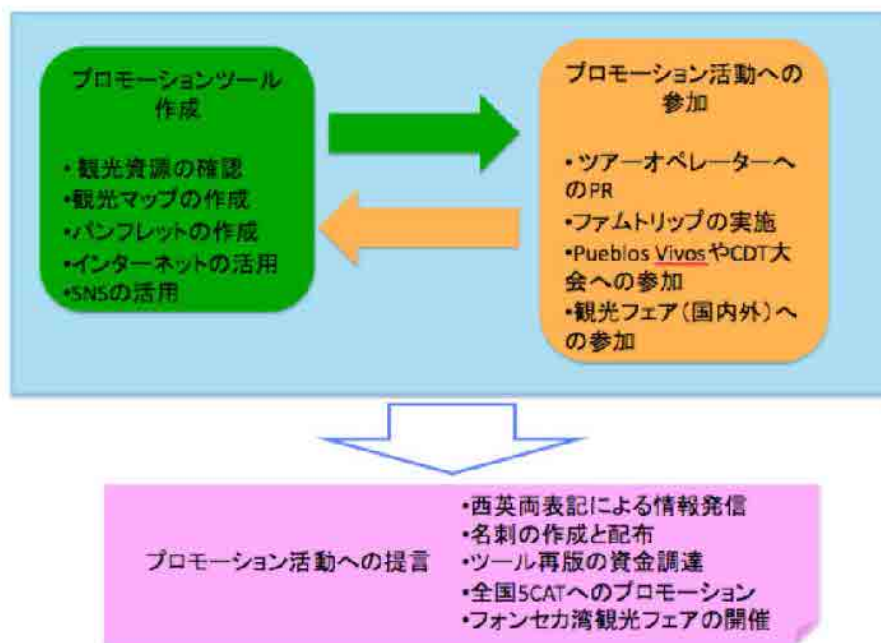


図 6-4 プロモーション活動への提言

## 5. 市の観光資源のプロモーション

CDT や市は本プロジェクトを通して、自分たちの市にも観光資源になりうる資源が存在することを理解しつつある。今後は CDT と市が共同でこれらを観光資源に昇華するための整備が必要である。インフラの整備やガイド養成等などのソフトの整備と同時並行して、「我が市を知ってもらおう」プロモーション活動が必要となる。以下の①～④の活動を繰り返しおこなうことにより、徐々にさらなる観光資源化が進むことが期待される（図 6-5）。

### ① 観光資源の認識

観光資源の認識方法は「IV.3. 2）観光資源の認識（観光資源マップの作成）」を参照。

### ② 市民へのプロモーション（啓蒙）活動

市民にとっては何でもない事柄が観光資源になることも多く、①において観光資源としての可能性を認識された資源を観光客が楽しめる観光資源にするためには、市民もその観光資源を認識し、大切にし、育てていかなければならない。そのためには、啓蒙活動を通しての清掃活動などを実施する必要がある。

パイロットプロジェクトにおいて、パサキナ市でおこなわれていた観光環境教育を活用し、まずは市民へのプロモーションをおこなう。

### ③ プロモーションツールの作成

市を観光地として PR するためのプロモーションツールを作成する。ラウニオン、サンタロサデリマ、コンチャグアでパイロットプロジェクトをおこなった「観光地図」を作成する。地域 CDT には「観光マップ委員会」があり、彼らは 3 市でおこなった観光マップ作成のプロセスを把握している。彼らの支援を受けながら、各市の観光マップを作成する。地図作成に関する詳細は、「パイロットプロジェクト観光マップ」の手引書を確認する。

### ④ Pueblos Vivos や CDT 大会への参加

3. プロモーション活動への参加、1）を参照とする。



図 6-5 市の観光資源のプロモーション

## 6. スケジュール

ある程度長期スパンの中でどのような活動をしていくのかということを意識しながらプロモーション／マーケティング活動を行っていくことが重要であるため、以上の様な計画を今後10年間（2013年～2023年）でどのように実施していくかを以下の図（図6-6）に例示した。観光における流行の移り変わりは早いため、計画は10年のスパンで検討する。

### 1) プロモーションツールの作成

#### 観光マップとパンフレットの作成：

観光マップとパンフレットは、情報のアップデート、観光客の増減により、その都度、発行部数を検討し、再版を重ねる。配布部数と必要部数の関係にもよるが、1年に1度以上、掲載情報の確認を行なうことが望ましい。再版にあたり、既掲載情報の確認と新規情報の収集、デザインの変更、広告の掲載による広告費の徴収などについて、CDT内で検討委員会を開く。

#### Webサイト（SNS）の運用：

Webサイトはその作成よりもその後の運用が重要であり、定期的に新着情報のアップデートやサイト来訪者のコメントなどへのきめ細かい対応が必要である。担当者をおき、1日に1度以上のアップデートが望ましい。

### 2) プロモーション活動への参加

#### 東部地域のCATへのPR、旅行会社へのPR：

東部地域や旅行会社へのプロモーションは定期的に行なわれることが望ましく、最低でも1年に1度は実施する必要がある。観光客が増加し、地域への注目度がアップした場合は、さらにきめ細かい実施が必要であり、半年に1度、3ヶ月に1度程度の実施が望まれる。

#### Pueblos Vivos や国内観光フェアへの参加とプロモーション：

Pueblos Vivos や国内観光フェアは1年に1度程度開催されているため、これらへの参加が望ましく、構築されたネットワークの継続のためにも、それぞれに参加する必要がある。これらの観光フェアは時期が定まっておき、参加スケジュールの計画が立てやすいため、プロモーションの機会を計画しやすい。また、その場には、観光関係者が多く、CDTや市はPRしやすい環境を持つことができる。

#### ファムトリップの実施および国際観光フェアへの参加とプロモーション：

これらへの参加は、大きな資金が必要になるため、自力資金では2年に1度程度、実施されることが望ましい。市やCORSATURからの支援がある場合はその限りではなく、1年に1度程度の実施が可能になり、様々な機会を通して構築してきたネットワークを密なものにできる。



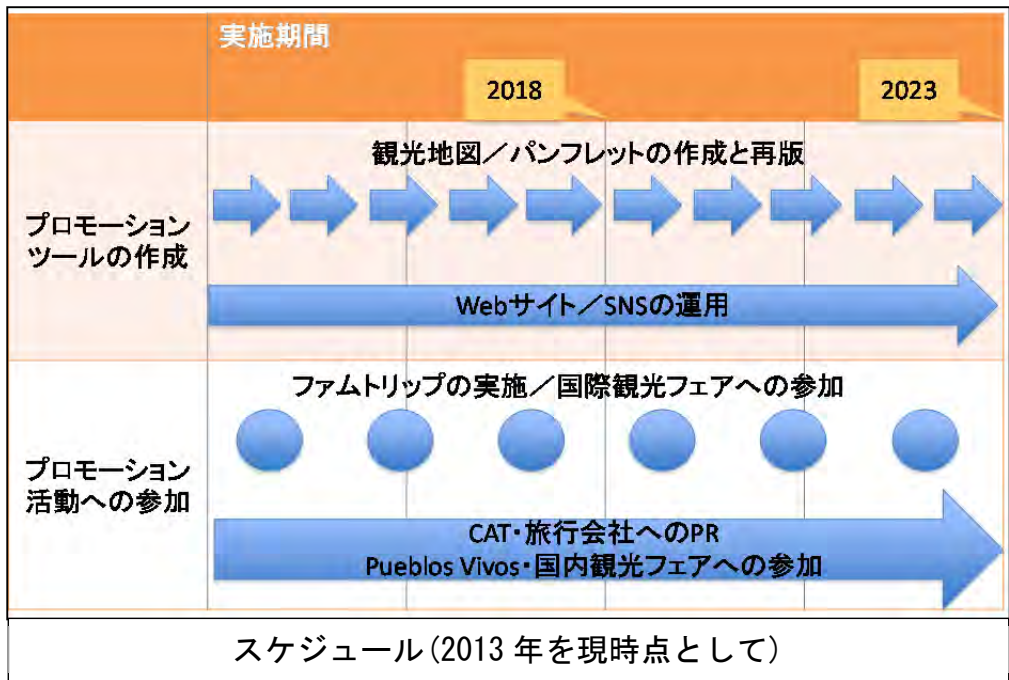


図 6-6 プロモーション／マーケティング活動のスケジュール

## Ⅶ. フィードバック

本活動モデルは、2010年8月より2013年6月まで、MITUR/CORSATURをカウンターパート機関として、エルサルバドル東部地域において実施された「エルサルバドル国東部地域観光開発能力強化プロジェクト」における活動の成果をベースにして記述されている。

ここで実施されたパイロットプロジェクトはCATラウニオンと該当するCDTに引き継がれており、今後CAT事務所はこれらの活動をモニタリングしていき、ここで新たな知見が得られるならば、これを本活動モデルにフィードバックする。

以下、フィードバックする主要なポイントについて記述する。

### 1. 観光委員会／観光協会の規約と年間活動計画

CDT/ADTの活動は規約に集約される。

多くのCDT/ADTのメンバー構成は数名の市役所の職員と数名の民間人からなるケースが多く、メンバー数も10人程度の最少人数となっており、活発な活動が行われていないのが実情である。またメンバーが途中で抜けていき、崩壊状態に陥っているCDTもある。活動が伴わなければ、フィードバックする材料も出てこない。

フォンセカ湾周辺13市におけるCDT設立の経緯は、海外のプロジェクトに後押しされた結果でもある。規約の作成も同じである。地道な日常活動の中でCDTの必要性が市の中で自然に認識されてCDTが設立され、市の特性を踏まえた事業内容が検討され、そして規約が作成されていくことが期待される。

今後は積極的に観光に興味を持つ人々をCDTのメンバーに加え、各市における観光活動の幅を広げていくことが重要である。このような活動を通じて、市独自の規約の作成・更新や年間活動計画の形が整っていく。CORSATURはこのような事例を整理して、当該活動モデルの規約の内容にフィードバックしていくものとする。

### 2. 観光開発コンセプトの策定

組織強化の手段として、市の将来の観光開発の姿を描くことは極めて有効である。このような活動を継続する中で、市の共通認識となるような「観光開発コンセプト」が策定されていくものと期待される。

CORSATUR/CATは、これらの事例を集約し、CORSATURとしての各市の観光開発に対する支援方法を探ると同時に、隣接する市との連携、より広域での観光開発などに対する手法を検討していき、これらの成果を当該モデルのコンセプト策定の中で、特に「観光開発プロジェクトの選定」にフィードバックするものとする。

### 3. 活動モデルの効率的普及

当該活動モデルを普及していく上で、CORSATUR/CATにおいては、管轄するエリアが広く、ア

アクセス手段が限定的であるという課題もあり、遠方の市や CDT とは疎遠になりがちである。

今後は CAT 事務所が管轄する全ての CDT を集めた集会を定期的を開催することは重要である。また、全ての CDT が参加する CDT 全国大会や全国の市が参加対象となる Pueblos Vivos を利用して、効率的な普及に努めるものとする。

#### 4. フィードバックのサイクル

各 CDT の日常活動とそれを支援・モニターする CORSATUR/CAT の活動、CAT 事務所間および CORSATUR と CAT 事務所の情報交換の中からフィードバックする材料が得られる。CORSATUR がそれらを集約・整理して、見直した「活動モデル」を各 CDT に提示していくものとする。当該モデルの改定は 2 年後を目標とする。以下、フィードバックのサイクルを図に示す(図 7-1)。

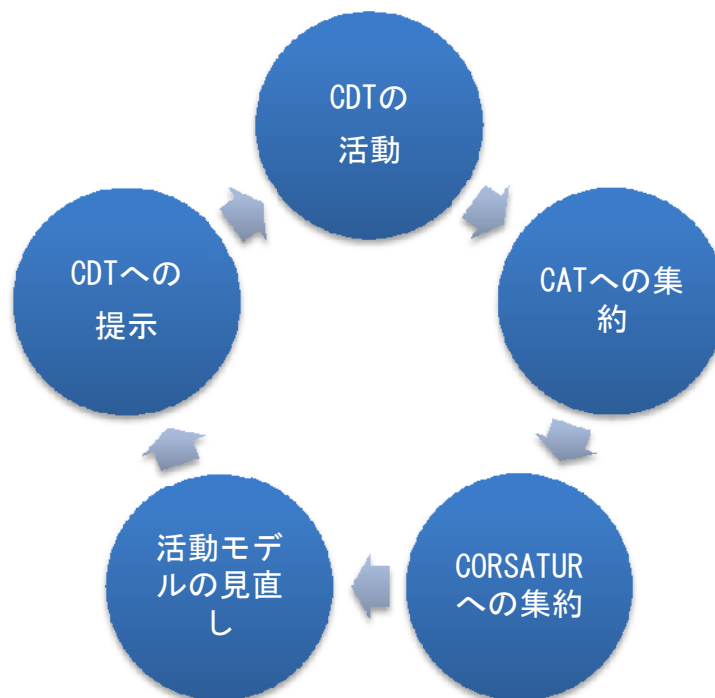


図 7-1 フィードバックのサイクル

# 添付資料

添付資料— 1 : 規約の事例

添付資料— 2 : 東部地域における観光開発指針案（ガイドライン）

添付資料— 3 : 研修のニーズ調査と実施に関する手順書

添付資料— 4 : 観光開発プロジェクトの事例

添付資料— 5 : パイロットプロジェクトの選定経緯

添付資料— 6 : パイロットプロジェクトの手順書

- A. 観光地図
- B. 観光標識
- C. 観光環境教育
- D. マングローブツアー
- E. 島巡りツアー（船頭・漁師およびその家族の参加による湾岸地域でのツアー開発マニュアル）

## 添付資料一1：規約の事例

## 規約の事例

XXXX 市観光委員会規約	コメント記入
(設立 XX 年 XX 月 XX 日) (改定 XX 年 XX 月 XX 日)	規約タイトルの次行に、右寄せにて 設立年月日を記載する。規約の一部 改定がおこなわれた場合は、設立年 月日の下に改定年月日を記載する。
第 1 章 総 則	
(名称)	
第1条 本会は、XXXX 市観光委員会（以下「観光委員会」という。） と称する。	名称が必要である。
(事務所)	
第2条 観光委員会の事務所は、XXXX 市役所 YYYYYY 課内に置く。	現在各 CDT の事務所がない。事務所 を市役所のしかるべき場所に設定す ることが望ましいが、各市によって 課が一定していない。
第 2 章 目的 及び 事業	
(目的)	
第3条 観光委員会は、XXXX 市を中心とする観光事業の振興と地方 文化及び産業経済の向上発展に資することを目的とする。	
(事業)	
第4条 観光委員会は、前条の目的を達成するために、次の各号に掲 げる事業を行う。	追加すべき事項があるか？
(1) 観光地の宣伝、紹介及び観光客の誘致に関すること。	
(2) 観光施設の整備改善及び保全に関すること。	
(3) 観光資源の保護開発に関すること。	
(4) 観光思想の普及に関すること。	
(5) 観光土産品及び特産品の宣伝紹介に関すること。	
(6) 観光に関する各種催し物などの開催及び参加に関すること。	
(7) 観光事業に関する情報の収集及び提供に関すること。	
(8) 観光関連団体との連絡に関すること。	
(9) 観光に関する調査研究に関すること。	
(10) その他観光開発委員会の目的を達成するために必要な事項に関 すること。	
第 3 章 会 員	
(会員)	
第5条 観光委員会は、第 3 条の目的に賛同する個人及び団体・法人 をもって組織する。	
(入会)	
第6条 入会を希望する者は、会長に届け出て、観光委員会に加入す ることができる。	
(退会)	
第7条 退会を希望する会員は、会長に届け出たうえで、事業年度を もって退会することができる。	
(除名)	
第8条 会員がこの法人の設立趣旨に反する行為をした時は、総会に おいて、会員の3分の2の同意を得て、その会員を除籍する ことができる。	総会における会員の同意数につい ては、検討の必要がある。
2 その会員を除名しようとする時には、その会員にあらかじめ通知す るとともに、当該会員の除名の議決をおこなう総会において、弁明 の機会を与えなければならない。	
第 4 章 役員 及び 任務	
(役員)	
第9条 観光委員会に、次の役員を置く。	
(1) Presidente 会 長 1名	

(2) Vice-presidente 副会長 1名	
(3) Secretario 秘書 1名	
(4) Tesorero 経理 1名	
(5) Sinteico 監査 1名	
(6) Vocales 理事 5名	
(役員を選任)	
第10条 会長及び副会長は、理事会で選任し、総会において承認を得るものとする。	
2 秘書、経理、監事及び理事は、総会において会員の中から選任する。	
(役員任期)	
第11条 役員任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。	
2 補欠により就任した者の任期は、前任者の残任期間とする。	
3 役員は、任期満了後においても、後任者が就任するまでの間は、その職務を行う。	
(役員職務)	役員との整合性を取る。
第12条 会長は、観光委員会を代表し、会務を総括する。	
2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。	
3 秘書は、会長と副会長を補佐し、会長・副会長に事故あるときは、その職務を代理する。	
4 経理は、観光開業会の経理に関する職務にあたる。	
5 監事は、観光委員会の会計を監査する。	
6 理事は、理事会を構成し、会務の執行を決定する。	
第5章 名誉役員	
(名誉会長)	
第13条 観光委員会に、名誉会長を置く。名誉会長は、XXXX 市長をもって充てる。	市との連携を強化するには有効である。市長が役員でない場合は、市長を名誉会長とする。
(顧問及び参与)	
第14条 観光委員会に、必要に応じ、顧問及び参与を置くことができる。	
2 顧問及び参与は、会長が理事会の承認を得て委嘱する。	
第6章 会議	
(会議)	
第15条 観光委員会の会議は、総会及び理事会とし、会長が召集してその議長となる。	
2 会議の議事は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは議長の決するところによる。	
(総会)	
第16条 総会は、定期総会及び臨時総会とする。	
2 定期総会は、毎年1回会計年度終了後2カ月以内に開催する。	
3 臨時総会は、会長及び理事会が必要と認めるとき、及び会員の5分の1以上の請求があったときに開催する。	請求時に必要な会員数については、検討の必要がある。
4 総会の付議事項は、次の各号に掲げるとおりとする。	
(1) 事業計画及び予算に関すること。	
(2) 事業報告及び決算に関すること。	
(3) 役員を選任又は承認に関すること。	
(4) 規約の改正に関すること。	
(5) その他、観光委員会の運営に関する重要なこと。	
5 総会の議事は、出席会員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。	
(理事会)	
第17条 理事会は、会長、副会長、秘書、経理、理事及び監事をもって構成し、総会前又は必要に応じて開催する。	
2 理事会の付議事項は、次の各号に掲げるとおりとする。	
(1) 総会提出案件に関すること。	

(2) 役員及び名誉役員の選任又は承認に関すること。	
(3) 第4条に掲げる事業の推進に関すること。	
第7章 会計	
(経費)	
第18条 観光委員会の経費は、会費、補助金、寄付金及びその他の収入をもって充てる。	
(会計年度)	
第19条 観光委員会の会計年度は、毎年1月1日に始まり、翌年12月31日に終わる。	エルサルバドルの習慣に合わせる。
(会費)	
第20条 会員の年会費は、総会で定める金額を所定の納期までに納入しなければならない。	会費の記述をどうするか検討が必要である。
(拋出金品の不返還)	
第21条 会員が既に納入した会費及び拋出金品は、理由の如何を問わず返還しない。	
第8章 補則	
(規約の改廃)	
第22条 規約の改廃は、総会において出席者の3分の2以上の賛成を得て決する。	
(委任)	
第23条 この規約に定めるもののほか、観光委員会運営に必要な事項は、会長が別に定める。	
附則	
この規約は、××××年××月××日から施行する。	いつからこれが施行されるか、という年月日を記述する。
附則	
この規約の一部改定は、××××年××月××日から施行する。	改訂されたことを記録として残す。



添付資料-2：東部地域における観光開発指針案  
(ガイドライン)

# 東部地域における観光開発指針案（ガイドライン）

## 1. 目的

「地元資源を使ったコミュニティ・ツーリズム開発により東部地域への国内外観光客を誘致する」

## 2. ガイドラインの基本的枠組み（Framework）

- 1) 「観光開発戦略計画フォンセカ湾連合」、「観光国家計画 2020 年」および「東部地域経済開発」を基調とする。
- 2) ワークショップにおける住民の意見を尊重する。
- 3) MITUR/CORSATUR（Pueblo Vivos および CDT）の観光基本戦略と協働する。
- 4) エルサルバドル国内の観光開発先進・先行事例を範としてフォンセカ湾連合地域へ積極的に取り込む。

## 3. 指針案（ガイドライン）

### 1) 競争力の強化

観光客誘致には魅力ある観光商品による観光需要の創出とともに国内外の観光地との競争が必要となる。

#### a. 国内競争力の育成・強化

国内先進地域を参考に特徴ある観光商品・観光ルートによる国内競争力を育成・強化する。

- ① 国内競争力のある観光地づくり
- ② 競争力のある観光商品づくり（料理・民芸品・イベントなど）
- ③ Pueblo Vivos との綿密な連携
- ④ 国内成功・失敗事例の積極的な取り込み
- ⑤ 国内近隣大都市からの誘客（サンサルバドル／サンミゲール）
- ⑥ 近隣観光地（モラサン／ウスルタン）との連携
- ⑦ 安全委員会
- ⑧ 機関間調整

#### b. 国際競争力の育成・強化

東部地域は国内競争力の育成・強化に優先的取り組むが、合わせて海外からの観光客誘致にも取り組む。近隣諸国への取り組みにおいては、その地理的状況からホンジュラス、ニカラグアを優先的な対象とする。

- ① 国際競争力のある観光ルート・観光商品づくり
- ② 国際的に競争力のある魅力ある観光地づくり
  - I. 外国人にやさしい観光地
  - II. 外国人に魅力ある観光地
- ③ 観光地としての認知度の強化
  - I. 各市(CDT)としての取り組み
  - II. 地域としての取り組み

- ④ 国際的基準のサービスの提供（宿泊施設・レストラン・住民）
  - ⑤ 官民共同による積極的な誘致活動
- c. **Golfo de Fonseca 地域ブランドの確立**
- 観光客のリピートや滞在日数の増加には地域としての取り組みが必要となる。地域としてのイメージの定着を目指す。
- ① 推奨周遊ルート等の観光新商品の開発
  - ② ブランドイメージ（含む、ロゴ・キャラクター）への取り組み
  - ③ 共同マーケティング活動の実施
  - ④ 地域観光委員会の設立
- 2) **競争力を高めるための地域住民の組織化と意識の向上**
- 競争力の源は地域住民の観光への意識の高さであり、組織化はそのための必要条件である。MITUR/CORSATUR との協働によりその強化を図る。
- a. **各市 CDT の設立と整備**  
各市全てに CDT の設立し、その法人化に取り組む。CDT の設立は Pueblo Vivos 参加の必要条件でもある。
  - b. **官民連携の強化**  
官民連携は競争力強化の必須条件であり、市の CDT への積極的参加を図る。併せて、公的機関による民間への観光開発指導の強化を図る。
  - c. **住民の観光への参加意識の向上**  
住民の観光への参加率の高さや意識の高さが観光客への Hospitality の源である。観光がもたらす効果の認知による参加意識の向上への取り組みを行う。
- 3) **観光開発と環境・文化保全との調和**
- a. **観光地の環境整備（クリーンアップ）**  
多くの観光客が観光地に求める重要な要件は“安全”と“清潔（衛生）”である。清潔な観光地は観光客誘致の絶対条件とも言える。観光地の環境保全に向けての住民運動の推進が必要となる。
  - b. **エコツーリズムの推進**  
エコツーリズムは自然を活かした旅行商品の開発と共に、環境や文化の持続的保全が推進される。
- 4) **東部地域開発プログラムとの連携**
- a. **ラウニオン港との連携**
    - ① 乗客船の誘致
    - ② 港の観光的利用
  - b. **MEGATEC ラウニオン校**
    - ① パイロットプロジェクトへの学生の参画
    - ② 施設の利用（料理・工芸など）
    - ③ 講師の派遣要請

添付資料-3：研修のニーズ調査と実施に関する  
手順書

# 研修のニーズ調査と実施に関する手順書

## 序章

### 研修の必要性（背景）：

エルサルバドルでは国家戦略の中で、観光業を産業の一つとして強化し、定着させることを挙げている。観光産業の発展は、外貨を獲得することにより国レベルでの経済波及効果があるだけでなく、その地域における住民への裨益にもつながる。これを実現するためには、産業インフラの開発・整備等も挙げられるが、地域住民が観光とは何かを理解すると共に、その地域にて観光業を営む人材の育成が必要である。

そのためには、地域住民が観光への意識を高め、地元の観光関係者は、観光客の嗜好を分析し、顧客へのサービス向上、観光商品の開発などの観光に関する知識・技術を身につけることが求められる。

しかしながら、エルサルバドル、特に東部地域のコミュニティの多くでは、観光を仕事として営んでいる人材が少なく、また、営んでいても、観光客が満足するだけのサービスや商品が提供されていないのが現状である。その原因としては、職業訓練を行う機関・団体の数・資源の少なさが考えられるが、地域住民の観光業に対する関心の低さ、またサービスおよび商品開発に関する知識・技術レベルの低さが挙げられる。

したがって、観光産業の発展には、地域住民と地元の観光関係者とが一体となり、観光への意識を高めると同時に、観光客を満足させるためのサービス・商品を提供できるように料理、接客、民芸品作製などの技術を身につけることが必要である。

### 本書の目的および活用：

- (1) 本書は、JICAプロジェクト(東部地域観光開発能力強化プロジェクト)においてフォンセカ湾13市にて実施した地域住民への研修の結果をまとめ、そこで得られた成果・教訓を踏まえて上で、研修の実施方法を手順書として纏めたものである。
- (2) 研修は、関係者との参加型にて実施され、CDT及び地域住民に対して一定の成果があがった。具体的にはセミナーによる観光への関心・興味の向上、民芸品作りによる販売収入等である。これらは東部4県でも適用されるものである。
- (3) CAT事務所が東部4県のCDTを対象にして研修を実施するための手順書とする。

## 研修の内容およびフロー：

研修の内容および実施の流れを以下の図に示す。研修業務の手順として、調査から始まり、計画、実施、モニタリングを経て、実施された研修の評価を行う。なお、計画段階において、研修のプログラムを策定し、各研修に適した講師・研修参加者が選定される。

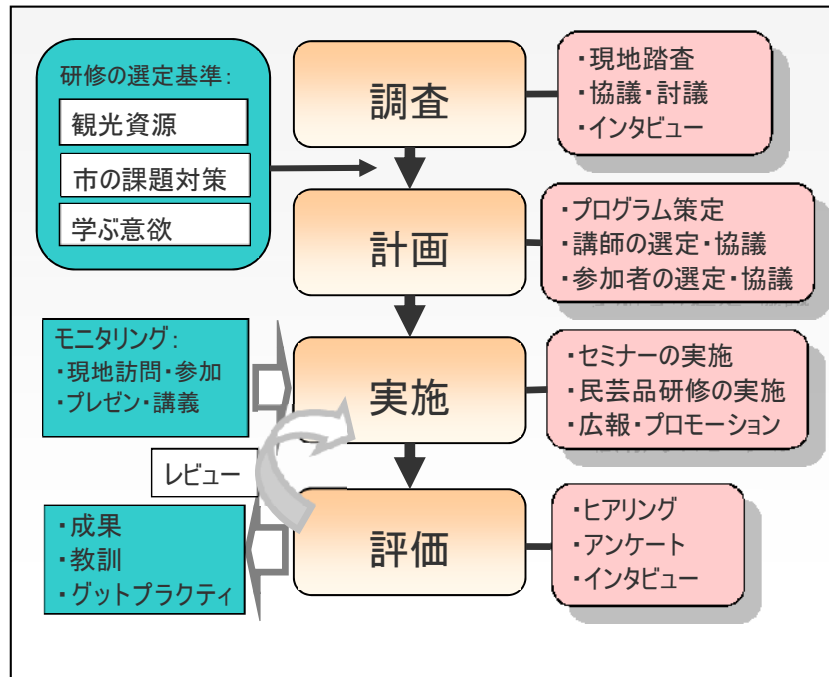


図 研修実施フロー

## 第1章 調査

### 1.1 調査

#### 1.1.1 観光資源調査

観光資源調査では、各市に存在する観光資源を明らかにすることにより、観光資源に関するデータを収集することを目的としている。研修業務に関しても、各市の観光開発が継続的かつ持続的に行われるために、活用されるうる観光資源の情報を必要とする。そこで研修を実施する市にどのような観光資源が存在するか入念に調べる必要がある。

観光資源の調査方法として、以下が挙げられる。

- ・ 現地踏査
- ・ 住民へのインタビュー
- ・ 文献調査

注意点として、住民が思う観光資源と、研修実施者が考える観光資源には価値観・考えの違いが存在する。住民が思う観光資源と研修実施者が考えるそれとは必ずしも一致しないことが多い。観光資源を調査する場合は、現地踏査にて、住民と共に現場におもむき、実

際にその観光資源を目でみて確認することが望ましい。

以下の表に、観光資源の調査の例を示す。

表 1.1 観光資源調査の例

市	観光資源	カテゴリー
XX 市	・ビーチ ・火山	自然観光資源
XX 市	・石刻（ペトログラバード） ・伝統舞踊	文化観光資源

### 1.1.1 市が抱える課題の分析

どんな研修を実施するかを決定するにあたって、市の抱える課題は何かを分析することが重要である。研修は市が抱える課題を解消するためのものでなくてはならない。

分析方法としては、具体的な情報を得るためインタビューが望ましい。

- ・ インタビューの対象者 -CDT メンバー、市長、観光関連業者

研修実施に必要な基本的な情報を得るための基本的な質問項目を以下に挙げる。

- ・ 市の課題は何か
- ・ 市においてこれまで解決しようと取り組んできた課題は何か
- ・ どのような観光商品が存在するか
- ・ これまでどのような研修を受けてきたか
- ・ どのような研修を受けていく必要があると思うか。
- ・ 研修後、市の観光開発に向けてどんなことに取り組んでいくつもりか

### 1.1.3 研修のニーズ分析

観光資源調査、市が抱える課題の分析を終えた後、研修のニーズ分析を行なう。研修を受ける対象者にとってその選定された研修が必要であり、かつ有益であることを確認する。確認方法として、以下が挙げられる。

- ・ 観光資源が活用される。
- ・ 研修が、市の観光開発の課題対策となっていること
- ・ 研修参加者が選定した研修に対して学ぶ意欲を示している。

表 1.2 研修のニーズ分析

市	観光資源	市の課題	必要とされる研修
XX 市			
XX 市			
XX 市			
XX 市			

以下に研修のニーズ分析の 1 例を挙げる。

表 1.3 研修のニーズ分析の例

市	観光資源	市の課題	必要とされる研修
XX 市	・木の実(ヒカロ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市に木の実が多くあるが、それらが活用されていない</li> <li>・観光商品がない</li> <li>・住民の現金収入が少ない。</li> </ul>	木の実を使った民芸品の研修

このように、観光資源が活かされ、市の課題に対して、研修がその一つの解決策になっていることを確認する。それと同時に、研修参加者とのミーティングを通じて、参加者がその研修に対して興味をもち、学ぶ意欲を示していることを確認する。

## 第 2 章 計画

### 2.1 計画

#### 2.1.1 研修プログラムの策定

- ・ 研修の目的、内容、期間、場所（市）などを検討して決定する。
- ・ 実施する市において観光資源は何かを再確認し、その観光資源を活かした研修内容になっているか確認する。
- ・ 研修の目標を明確に決め、その目標を達成できるための研修内容になっているか確認する。また、研修生がしっかりと技術を身につけられるように、目標達成に必要な研修回数をしっかりと検討する。

表 1.4 研修プログラム

No	研修名	場所	目標	実施内容	期待される成果	期間/ 研修回数
1	研修 XX					
2	研修 XX					
3	研修 XX					
4	研修 XX					
5	研修 XX					

#### 2.1.2 研修教材（簡易テキスト）の作成・準備

テキストは基本的に講師からの提案でつくる。ただし、講師が作ったテキストは、研修の内容が、本来目指す成果や内容と異なる場合があるので、適宜修正する。特に以下の点に注意する。

- ・ 観光開発の視点はしっかりと入っているか。
- ・ 研修目的と合致し、それに見合った成果を得るための内容になっているか。
- ・ 研修参加者にとって分かりやすい内容となっているか。
- ・ ワークショップを行う際、テキストは使われる表・図の説明書きがしっかりと記載されているか。



### 2.1.3 民芸品デザインの検討

民芸品研修にとって、デザインの計画・決定がもっとも重要なポイントとなる。というのは、研修が始まってからでは、研修で学ぶデザインを変更することは難しいからである。基本的には、講師によりデザインを検討してもらう。しかし、研修参加者および講師は必ずしも観光客が好むデザインを知っているわけではない。したがって、観光の知見をもつ研修実施者が、研修が始まる前に入念にデザインを検討し、デザインを決定する必要がある。

デザインを検討する際に有効な手段は以下。

- ・ インターネット（Google の画像検索等）
- ・ 他の市の視察（アタコ、ラパルマ、イロバスコ等の民芸品の先進地を視察）

これらによって得られた画像・写真を、研修を実施する前に必ず講師に渡す。

また、民芸品デザインの留意点として、

- ・ 民芸品のデザインは、観光客がお土産品として持って帰れるように比較的軽量のものにしなければならない。
- ・ 彫機（ピログラフォ）による彫り・絵画が入っているものなどが好まれる。
- ・ 民芸品には、実施した市もしくは地域の名前を入れるようにする。

### 2.1.4 講師の選定

講師選定の基準として以下の点に留意する。

- ・ 該当する研修において技術がある。
- ・ 実施するプログラム（観光開発）への理解がある。
- ・ コミュニケーション能力に長けている。-研修生のお話をしっかり聞けることができ、彼らが抱える問題への対処策を提示できる。

選定方法は以下とする。

- ・ 講師からの実施する提案書を精査する。
- ・ 他機関または他者より講師に対する定評を聞く。
- ・ CONAMYPE より研修の講師を紹介してもらう。
- ・ 面接をする。
- ・ 履歴書による面接だけでなく、実際に期待される成果物の現物（講師が作った民芸品・料理など）を見る。

### 2.1.5 講師とのミーティング

研修の講師は必ずしも観光のことについては知見・経験をもっていないことから、観光開発を目的とした研修内容とするために、観光の視点を十分に講師と共有する必要がある。お主に、講師と確認する点は以下。

- ・ 研修で期待される成果

- ・ 研修の内容は十分に観光開発の視点が含まれているか
- ・ 研修の日程・スケジュール
- ・ 研修場所
- ・ 実施する市の情報（地理）
- ・ 実施予定の研修テーマに関する参加者の知識・技術レベル
- ・ 研修で用意する物の確認\*
- ・ 研修費用（講師への支払額を確認）

特記事項\*：

民芸品研修にて用意する物の確認において、民芸品を作る材料を CAT 事務所が用意するか、講師が用意するか決定する必要がある。講師の方が材料の知見があるので、基本的には、講師にお願いすると良い。その場合、その分の予算を講師に払う必要がある。但し、実施段階の途中で新たな材料を購入することが多々あるので、CAT 事務所は予算を余分に確保しておくことが望ましい。

## 2.1.6 研修参加者とのミーティング

研修の開始日の約一ヶ月前に、研修参加予定者とミーティングを持つ。そして以下のことを説明確認する必要がある。

- ① 研修内容、および研修で目指す成果の説明
- ② 研修スケジュールの説明および確認
  - － 研修の日程、期間を説明し、参加者が責任を持って最後までそのスケジュールに参加できるかを確認。
- ③ 軽食、昼食の有無の確認
  - － セミナーの場合は(期間が1日や2日間の場合)、軽食や昼食を出してもよい。民芸品研修では、実施期間が長いことから、軽食や昼食を出さない方が望ましい（出すとコストが必要以上にかかる）。民芸品研修の場合は、参加者の協力・理解を得て、各自の家で昼食を取ってもらうことを確認。
- ④ 参加者による材料の調達の確認
  - － 民芸品研修の際、地域の資源である原材料（マテリア・プリマ）は必ず、参加者が調達を行うようにする。研修開始日に各自にそれらを持ってきてもらうことを確認。
- ⑤ 研修予定者の確認
  - － スケジュール説明後に、研修参加候補者にリストにサインするようお願いする。
- ⑥ 研修開始予定日の確認 -参加者の大多数が研修に参加できる日にちを聞く。
- ⑦ 研修場所の確認

## 2.1.7 研修参加者の選定

上記の研修参加者とのミーティングの際に、参加者を確定する必要がある。しかし、研修には効率的に学べる人数制限があるので、例えば民芸品研修では上限 15 人、セミナーでは上限 25 人と設定することが望ましい。そこで、研修参加希望者が多い場合などに、参加者を選定する必要がある。選定する基本的な基準は以下。

- ・ 参加者、研修で学ぶ意欲が十分にある。
- ・ 研修実施期間、休まず責任を持って研修に参加することができる（研修期間が長い場合等は、6 割から 8 割以上の出席率が見込めることを確認する）。
- ・ 研修終了後、学んだ知識・技術を活かして自ら活動する意欲がある。

## 2.1.8 研修実施に向けてのロジ業務

- ・ 参加者への招待状送付
- ・ 研修場所の最終確認
- ・ 軽食、昼食の準備（必要な際は）

研修の講師は、研修を実施する地域の情報・知見が乏しいので CAT 事務所が上記の事項を行う。

また、講師と以下のことを確認する。

- ・ 研修教材（簡易テキスト）の印刷（講師が行うか、CAT 事務所が行うか確認）
- ・ プロジェクターの使用有無の確認

## 2.2 関係者の役割分担

研修実施にあたり、関係者の役割分担は以下のとおり。

表 1.5 関係者の役割分担

機関・組織名	研修における役割
CAT 事務所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・計画、実施、モニタリング、評価</li> <li>・研修内容の検討（研修参加者・講師を含めた各関係者との調整、協議）</li> <li>・研修成果の達成状況における進捗の管理、研修後のフォローアップ、評価</li> <li>・CDT、市役所を通じた研修参加者の招集・ミーティングの主催</li> </ul>
CORSATUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CAT 事務所と研修内容討議</li> <li>・他地域の研修に関する知見・経験の共有</li> <li>・CAT 事務所からの報告および現地視察を通じた研修の進捗管理</li> </ul>
市役所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修参加者の招集、CAT 事務所との研修準備に関するミーティング参加</li> <li>・研修ファシリテーターの貸与・用意</li> <li>・研修準備・実施にあたっての CAT 事務所との協議</li> <li>・研修成果の共有</li> </ul>
CDT	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修への参加、技術の習得</li> <li>・参加者の招集、CAT 事務所との研修準備に関するミーティングの参加</li> <li>・参加者の出席進捗管理</li> </ul>
研修講師	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修の講義、技術の教授</li> <li>・教材・マテリアルの準備、CAT 事務所との研修に関するミーティングの参加</li> <li>・研修進捗管理、理解度・習得度の評価</li> </ul>

機関・組織名	研修における役割
研修参加者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修への参加、技術の習得</li> <li>・地域資源マテリアルの用意（手工芸・民芸品）</li> <li>・研修修了後、研修で得た技術を活用し、自ら産業活動・販売活動の実施</li> </ul>
CONAMYPE	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修実施に向けた支援（研修講師に関する情報提供等）</li> <li>・研修に関する CAT 事務所との協議</li> </ul>

## 第3章 実施・モニタリング

### 3.1 実施

#### 3.1.1 セミナーの実施

研修では、観光パッケージプランの作成、起業セミナーに代表されるように、1日から2日間にて実施のセミナー形式の研修がある。セミナーにおける基本的なプロセスを以下に示す。

- ・ 講義の概要説明
- ・ 理論の講義
- ・ ワークショップ（プランの作成など）
- ・ 研修生による発表
- ・ 発表に対するフィードバック

注意点として、理論の説明の講義でも講師が長く話していると生徒は退屈してくるので、以下のような工夫が必要である。

- ・ 随時、研修生に質問を投げかけ参加型形式を確保する。
- ・ 生徒が学びやすいように、随時質問を受けつける。
- ・ また参加者同士が相談しやすいように少人数での席を確保する。

特記事項：

- 1) 研修時間、基本的に1日 8:00-16:00
- 2) 研修場所は、市役所や CDT の家など無料で使える所を確保する。
- 3) セミナーでは、基本的に軽食や昼食を出す。
- 4) 出席簿を用意する。

#### 3.1.2 民芸品研修の実施

民芸品研修では、研修生が民芸品の作り方の技術を身につけ、その販売を通じて現金の収入向上につながることを目的としている。したがって、研修では、それらを含む内容とならなくてはならない。基本的な研修実施のプロセスは以下のとおり。

- ・ 開会式の実施
- ・ 民芸品研修の開始
- ・ 民芸品研修の実施
- ・ モニタリング（CAT 事務所が行う）

- ・ イベントへの参加（フィエスタス・パトロナレス（お祭り）やフェリアなど）
- ・ 修了式の実施 - 修了証の授与

注意点として、民芸品研修では、反復練習が大事になってくる。各研修生が、より技術を身につけるように、以下のことを留意する必要がある。

- ・ 同じデザインの民芸品を必要に応じて繰り返し練習する。
- ・ 宿題を出す（翌週までに同じデザインのを各自宅で作ってくる）。
- ・ 絵柄入りやイラスト入りの民芸品は技術を身につけるのに時間・訓練が必要となるので、それらも何度も練習する。

特記事項：

研修時間、基本的に1日 8:00-16:00

- 1) 研修場所は、市役所や CDT の家など無料で使える所を確保する。
- 2) 修了の基準は、出席率 6 割以上
- 3) 出席簿を CAT 事務所が用意し、それを講師に渡し、講師に生徒の出席確認をお願いすると良い。
- 4) 民芸品では、実施期間が長いことから、軽食や昼食を出すとコストが必要以上にかかるので、出さない。計画段階の参加者とのミーティング時に必ず、参加者に軽食と昼食は出さない旨を伝えておく。これらは、参加者の協力・理解を得て、各自の家で昼食を取ってもらうようにする。

### 3.1.3 CAT 事務所による説明・プレゼンテーション

研修の講師は必ずしも観光のことについては知見・経験をもっておらず、観光開発を目的とした研修内容とするために、観光の知見について、自らプレゼン・説明する必要がある。

- ・ 民芸品研修では、モニタリング時に講師・研修生に対してデザインなどのアドバイスを行う。ただし、講師も研修生も、外部の人からは、なかなかアドバイスに応じてはくれないので、日頃から密にコミュニケーションをとり、時には CAT 事務所自身も民芸品作りに参加し、かれらと同じ目線に立った上でアドバイスを行う。
- ・ セミナーでは、各研修で観光開発の内容・観点を研修生に直接伝えるために、講師によるプレゼンだけでなく、適宜、CAT 事務所もプレゼンを行っていく。

## 3.2 モニタリング

### 3.2.1 モニタリング方法

実施最中のモニタリング方法として以下が考えられる。

- ・ 現場訪問 （最低週 1 回）

また、民芸品研修など期間が長く毎週のモニタリングが困難な場合は、

- ・ 講師・参加者への電話確認

- ・ 講師・参加者へのメールでの確認
- ・ 講師・参加者から CAT 事務所への訪問および確認

しかし、民芸品研修では、講師が常にいるものの、講師だけでは判断が難しく研修実施者の判断が必要な場面が多く、それらの課題に対処するためにも最低週 1 回は現場を訪れるべきである。

また、民芸品研修では、実施の期間が長いことから、研修を実施する現場では、様々な問題が起こる。以下に主要な問題を提示して、その対処策を記載する。

表 1.6 実施における問題及びその対処策

よく起こる問題	対処策
研修の材料(民芸品の材料)が足りない。	材料は、実施中に足りなくなることが多々あるので適宜購入する。その分の予算を十分に確保する。
民芸品、新たなデザインを作りたい。	研修生からの要望にこたえるため、研修生・講師と相談し、インターネットなどを用いてデザインを探す。
講師の判断で、計画と異なることが進まれる。	この問題を避けるために、モニタリングは最低週 1 回行い、現場の状況を把握し、講師とコミュニケーションを密にしていく。

### 3.3 広報・プロモーション

#### ① イベントへの参加

特に、民芸品作りでは、その観光商品としての宣伝として、広報が大事になってくる。

- ・ フィエスタス・パトロナレス（お祭り）への参加 - 飲食・民芸品の販売
- ・ エキスポ・バケーション（展覧会）への参加 - 飲食・民芸品の販売
- ・ プエブロス・ビボスへの参加 - 飲食・民芸品の販売

#### ② プロモーション・ツール

- ・ 民芸品ブランドの立ち上げ（ブランド名、参加者、販売場所等を決める）
- ・ 民芸品ブランドのロゴをつくる。（デザインを講師等に描いてもらい、パソコン取扱店（シーベル）等でデジタル化を行う）。
- ・ 名刺の作成（民芸品ブランドの責任者のメールアドレス、連絡先を確認）
- ・ フェイスブックの活用（専用ページを作成、写真の展示、イベント日程の提示）

#### ③ マスコミからの取材

- ・ マスコミからの取材 - 研修でできた成果品、民芸品等について取材の協力を依頼する。

## 第4章 評価

### 4.1 評価

研修において、実施中の研修をより良くするため、また、次回に向けてより良い結果を得るために、研修を通じてどんな成果が得られたか、何が課題であったかを評価する必要がある。また、評価を通じて得た成果や教訓をもとに、研修のグットプラクティスを見出し、

それを他の地域へ普及していく意味においても評価は重要となる。下記に、評価主体者、評価方法および評価内容を記載する。

#### 4.1.1 評価主体者（誰からの評価か）

研修において様々なアクターが存在し、各アクターの考え・評価によって結果が異なることから、研修業務の改善に向けて情報を整理するために、誰からの評価が明確にしていく必要がある。基本的には、以下の3者に分類される。これら3者の考え・評価をしっかりと整理しておく。

- ・ 講師からの評価
- ・ 研修参加者からの評価
- ・ 実施者である CAT 事務所からの評価

#### 4.1.2 評価方法

評価方法としては、研修の関係者に対してヒアリング、アンケート調査等が挙げられる。また、研修でどれだけ身につけたかを把握するため研修生に対してテストなども用いられることもある。誰による、どの評価方法かを分類したものを以下に示す。

(研修を改善するために)

- ・ 講師へのヒアリング
- ・ 講師へのアンケート調査
- ・ 講師へのインタビュー調査
- ・ 生徒へのヒアリング
- ・ 生徒へのインタビュー調査
- ・ 生徒へのアンケート調査
- ・ 生徒に対する点数付け（テスト）
- ・ 実施者である CAT 事務所からの評価（所見）

一般的には、生徒へのアンケート調査が良く用いられる。その中で、研修における満足度や不満をもった点などを探り、改善点を考えていく。また、研修実施者による評価も重要である。実施を通じて、自らの行動を振り返り、次回の研修に向けての改善策を見出す。

#### 4.1.3 評価内容

研修の評価にあたって、研修参加者に対する基本的な質問内容を以下に示す。

- ・ 研修は満足だったか
- ・ 研修でどれぐらいの技術を身につけることができたか
- ・ 研修で不満を持った点はなにか
- ・ 研修でよく学べた点はなにか
- ・ 自分にとって課題はなにか
- ・ 今後、研修で学んだ技術を活かしてどのようなことに取り組んでいきたいか

下記に、研修参加者への質問票の例を添付する。

質問票	
氏名 _____	市 _____
研修名 _____	日付 _____
(1) 研修は満足いくものであったか。 <input type="checkbox"/> 大変満足 <input type="checkbox"/> 満足 <input type="checkbox"/> 不満足 満足していないという場合、理由を下記に記載。 【 _____ 】	
(2) 当研修にてどの程度の知識・技術を身につけたと思うか。 <input type="checkbox"/> 100% <input type="checkbox"/> 75% <input type="checkbox"/> 50% <input type="checkbox"/> 30%	
(3) 研修で良かった点は何か。 【 _____ 】	
(4) 研修での問題点・改善点は何か。 【 _____ 】	
(5) 今後、知識・技術を磨くにあたって課題は何か。 【 _____ 】	

質問票の詳細は、添付資料に添付する。

## 第5章 研修プログラムの例およびコスト

### 5.1 研修プログラムの例およびコスト

下記の表は、JICAによる「東部地域観光開発能力強化プロジェクト」2010-13の実施期間中に、フォンセカ湾13市を対象に行った研修である。当章では、それを例として挙げる。

研修目標、研修内容及び目標達成に必要な研修回数およびコストは以下のとおり。



表 1.7 研修プログラムの例

No	研修名	対象市/ 参加人数	目標	実施内容	期待される成 果	研修回 数	コスト
1	料理	ラウニオン/ 6名(1クラ ス)	地域のサービ ス向上に向け て、魚介類を 活用した料理 の技能が向上 する	1. 料理の品質に関 する講義 2. 市の地域資源を活 かした魚介類料理 の実践	(1) 料理の品質 に関する知 識の向上 (2) 魚介類料理 に関する技 術の向上	9回 (3回× 3箇所)	<u>USD940</u> 講師代 USD540 (1日60×9日) 材料費 USD400
2	リーダー育成 (観光パッ ケージプラン)	13市対象/ 40名	地域の観光発 展に向けた CDTによる観 光パッケージ プランが作成 される	1. CDT活動の実践例 より事例の紹介お よび講義 2. ラウニオンにお ける CDTリーダ ーによる活動紹介 3. 観光パッケージ プラン作成にお ける演習	(1) 参加者が他 市の CDT活 動の良い事 例を知る (2) 観光パッ ケージプラン が作成され る	最低 1回 (1日)	<u>USD850</u> 講師代 USD170 日当 USD80 食事代 USD500 印刷費 USD100
3	観光開発基礎 セミナー(イ ベント開催)	ヤヤンティ ケ・チリラ グア/ 各研修25名	地域の観光の 発展に向け て、研修参加 者のイベント 開催プランの 作成能力が向 上する	1. イベント開催 プランのついで の講義 2. イベント開催 プラン作成にお ける演習	(1) 観光コン セプトにお ける知識の 向上 (2) イベント 開催プラン が作成され る	2回 (2日間)	<u>USD750</u> 講師代 USD340 (1日170×2日) 日当 USD160 (1日80×2日) 食事代 USD200 印刷費 USD50
4	起業 セミナー (観光関連)	ユクワイ キン・イン ティ ブカ・サン アレホ・ボ リバル・サ ンホセ・サ ンタロサ ・バサキ ナ・メアン ゲ ーラデル ゴルフォ/ 各研修25名	地域の観光の 発展に向け て、研修参加 者の起業の プラン作成能 力が向上する。	1. 起業コン セプトにつ いての講義 2. 経営、利益 /損失、 企業競争に ついての講 義 3. 起業プラン 作成にお ける演習	(1) 起業に関 する知識が 向上する (2) 起業 プランが 作成され る	2回 (2日間)	<u>USD750</u> 講師代 USD340 (1日170×2日) 日当 USD160 (1日80×2日) 食事代 USD200 印刷費 USD50
5	接客サービス ホテル・レ 스토랑	サンタ ロサ・ラウ ニオン/ 各研修10名	地域のサー ビス向上に 向け、研修 参加者の接 客サービスの 質が向上 する。	1. サービス 向上に関 する講義 2. 顧客、人 材、接客 方法の講 義 3. 接客サー ビスの良 い例に関 する演習	(1) 接客サー ビスの知識 が向上す る (2) 接客サー ビスの良 い例を身 につける	2回 (2日間)	<u>USD950</u> 講師代 USD340 (1日170×2日) 日当 USD160 (1日80×2日) 食事代 USD200 会場代 USD200 印刷費 USD50
6	手工芸・民 芸品(竹)	コンチャ グア/15名	地域の産業 発展に向け て、竹を活 用した民芸 品作りの技 術・技能を 身につける	1. 当市の竹 を活用し た民芸品 作りの実 習 2. 民芸品 適用に 向け竹の 扱い方 について の演習 3. 市場・ 販売先 へのア クセス の演習 (フェ リアへ の参加 等)	(1) 研修参 加者が 当民芸 品作 りの技 術・技 能を 身に つけ る (2) 市場 ・販売 先へ の ア ク セ ス が 向 上 す る	22回 (22日間)	<u>USD4,405</u> 講師代 USD1760 (1日80×22日) 日当 USD2145 (1日65×33日) 材料費 USD500
7	手工芸・民 芸品(貝)	イン ティ ブ カ・チ リ ラ グ ア/ 各 研 修 20 名	地域の観 光産業 発展に 向け、 地域 資源 (貝) を活 用し た 民 芸 品 作 り の 技 能 を 習 得 す る。	1. 当市 ビーチ にお ける 貝殻 を活 用し た 民 芸 品 作 り の 実 習 2. 販売 の仕 方 (接 客) の 実 演 3. 市場 ・販 売 先 へ の ア ク セ ス 方 法 の 演 習 (フェ リア へ の 参 加 等)	(1) 研修 参加 者 が 当 民 芸 品 作 り の 技 術 ・ 技 能 を 身 に つ け る (2) 販 売 の 仕 方 が 身 に つ き 、 市 場 ・ 販 売 先 へ の ア ク セ ス が 向 上 す	9回 (9日間)	<u>USD2,600</u> 講師代 USD1080 (1日120×9日) 日当 USD720 (1日80×9日) 材料費 USD800

No	研修名	対象市/ 参加人数	目標	実施内容	期待される成 果	研修回 数	コスト
8	手工芸・民芸 品 (水草)	エルカルメ ン/15名	地域の観光 産業発展に 向けて、地 域資源（水 草）を活用 した民芸品 作りの技能 を習得す る。	1. 湖に存在する水草 を活用した民芸品 作りの実習 2. 民芸品適用に向け た水草の取り方・ 扱い方について演 習 3. 市場・販売先への アクセス演習（フ ェリアへの参加 等）	(1) 研修参加者 が当民芸品 作りの技 術・技能を身 につける (2) 販売の仕方 が身につく、 市場・販売先 へのアクセ スが向上す る	36回 (36日間)	<u>USD6,800</u> 講師代 USD2880 (1日80×36日) 日当 USD3120 (1日65×48日) 材料費 USD800
9	手工芸・民芸 品 (ヒカロ：木 の実)	ラウニオン・ コンチャグ ア/ 各研修15名	地域の観光 産業発展に 向けて、地 域資源（ヒ カロ）を活 用した民芸 品作りの技 能を習得す る。	1. 当市にあるヒカロ /ヤシの実を活 用した民芸品 作りの実習 2. 民芸品適用に向け たヒカロ/ヤシ の実の取り方・ 扱い方について 演習 3. 市場・販売先への アクセス演習（フ ェリアへの参加 等）	(1) 研修参加者 が当民芸品 作りの技 術・技能を身 につける (2) 販売の仕方 が身につく、 市場・販売先 へのアクセ スが向上す る	4回 (4日間)	<u>USD680</u> 講師代 USD320 (1日80×4日) 日当 USD260 (1日65×4日) 材料費 USD100
10	手工芸・民芸 品 (アルミ)	エルカルメ ン/ 10名	地域の観光 産業発展に 向けて、新 たな民芸品 作りの技 術・技能を 身につける	1. 民芸品適用に向け たアルミの扱 い方・染色の 仕方について の講義・実 習 2. 民芸品作りにお ける演習	(1) 研修参加者 が当民芸品 作りの技 術・技能を身 につける (2) 販売の仕方 が身につく、 市場・販売先 へのアクセ スが向上す る	9回 (9日間)	<u>USD1,305</u> 講師代 USD720 (1日80×9日) 日当 USD585 (1日65×9日) 材料費 USD400

### 添付資料 3-1 観光資源調査の結果及び研修案の例

市	各市観光開発の基本方針	観光資源	パイロットプロジェクト案もしくは研修案	研修案
ラウニオン	(市街)	海 (フォンセカ湾)、ビーチ	①コミュニティマップ	接客サービス (レストラン)
	1) 知名度の向上とイメージの改善	島	②グルメコンテスト	工芸品
	2) 観光文化の活性化と観光商品の充実	シーフード	③観光標識 (Playita, Chiquirin)	
	3) 研修を通じた観光サービス向上	駅舎	④ラウニオン市の観光開発計画の策定支援	
	(ビーチ沿い/チキリン、プラジータ、サカティージョ島)	民芸品	⑤工芸品セミナー及びコンテスト	
	1) 観光客への観光サービス基盤作り		CDT からの要望	
	2) 海岸地域のメリットを活かす商品作り		1) 民芸品の改善 (木材・貝を使った民芸品及びアクセサリーの改善)	
	3) アクセスの改善に向けての施策づくり		2) イベントの開催	
			3) 料理	
コンチャグア	(市街)	コンチャグア山頂からの展望 (山頂は2箇所あり)	①観光委員会内規作り	工芸品 (貝、ヒカロ (オルチャータという飲み物の材料となる実)、ヤシの実)
	1) 観光地としての認知度の向上	ビーチ	②パンフ作り (スポンサー及びドナー確保)	
	2) 競争力のある商品作り	シーフード	③観光標識の整備 (各ビーチ、コンチャグア火山 (一部有)、市街)	
	3) ポテンシャルの高い観光資源の有効活用	コンチャグア山頂付近のトレッキング	④グルメコンテスト	
	(ビーチ沿い)		⑤コミュニティマップ	
	1) 宣伝活動を通じた観光地としての認知度の向上		CDT からの要望	
	2) 地域観光資源を活用した観光アトラクション作り		1) 観光パンフレットの作成	
	3) 観光活動の主体性および観光サービスの向上		2) Folklore の保存 (フォルクロール・ダンス)	
			3) 観光標識の設置	
サンタロサデリマ	1) 観光地としての町の知名度アップ	金を使ったお土産の開発	①民芸品の開発	接客サービス (ホテル)
	2) 観光関係者 (ホテル・ツアーオペレータ等) の技術の向上とサービスのレベルアップ	チーズ	②コミュニティマップ	商品化に向けたセミナー (事例紹介)
	3) 潜在的観光資源 (土日フェア・金鉱・チーズ) の観光商品化とそのプロモーション		③観光地 (市) のクリーンアップ	工芸品 (金使用)
			④グルメコンテスト	料理
エルカルメン	1) 観光地としての認知度の向上 (チリラグアと連携)	オロメガ湖	①三市共同オロメガ湖クリーンアップキャンペーン	接客サービス (レストラン)
	2) プロモーション活動の実施		②イベントの開催	Ninfa (湖の植物) を使った民芸品
	3) 研修及びセミナーの確保を通じた観光サービス向上		③コンチャグア市と連携した料理の開発	
バサキナ	1) 観光委員会の活性化	マングローブツアー	①マングローブツアー	工芸品 (国境沿い、宣伝に繋がるような工芸品)
	2) 観光への住民意識の向上		②プロモーションマテリアル	接客サービス

市	各市観光開発の基本方針	観光資源	パイロットプロジェクト案もしくは研修案	研修案
	3) 観光商品づくり		③クリーンアップ活動	起業セミナー（ホテル）
			④小学校における観光意識向上活動	
			CDTからの要望	
			1) 観光への住民意識の向上	
			2) リーダーシップ研修	
			3) 接客サービスの向上	
サンアレホ	1) 観光産業の育成（起業）	Juana Pancha 丘のトレッキングと展望	ダンスコンテスト	接客サービス
	2) 官民連携による魅力ある観光商品（ダンスカーニバルなど）の促進により観光客を誘致する	祭り	工芸品セミナー及びコンテスト	工芸品
	3) 観光への住民意識を向上させ、観光サービスのレベルアップを図る		グルメコンテスト	ツアーガイドトレーニング（マングローブ）
サンホセ	1) CDT の活動活性化によるオリジナル観光商品の創出	モニュメント（パイロットの日・イベントの活用）	①セロ・デ・クルス（丘）クロスカントリー（土地の問題あり）	工芸品
	2) 環境整備の推進による市のクリーンなイメージアップによる観光地づくり	セロ・デ・クルス（丘）	②モニュメントによる新しい観光商品づくり	
	3) SME への支援による観光サービスの充実		③観光標識(Bolivar でのサンホセ案内標識)	
	4) 観光インフォメーションの整備による地元観光(Local Tourism)の推進			
ユクァイキン	1) 集客のある観光商品（イベント等）及び地域特有の料理の開発により町の知名度を高める	民芸品（帽子、マスク、椅子、敷物、ほうき）	①トレッキングツアー	料理
	2) 地元産品（キャンドル等）を観光資源として活用し、その販路と雇用の拡大を行う。	丘の展望と石刻	②工芸品セミナー及びコンテスト	工芸品
	3) 観光活動への青年の参画を促進し、CDT との連携により中心的役割を担う	滝	③町の景観作り（例：家の壁、絵画による統一）	起業セミナー（ホテル若しくはレストラン）
		地元料理	③観光標識	
			CDTからの要望	
			1) 語学研修（英語及び日本語）	
			2) マスク作り、藁のご座敷作り、様々な材料の表面に絵を描くこと、パッケージ作りおよびその販売に関する新しい技術及び改善のための研修	
			3) 小さなホステルの起業および経営に関する支援、あるいは研修	
インティプカ	1) 観光地としての認知度の向上	海、ビーチ	①マングローブツアー	ツアーガイド
	2) 魅力ある観光商品の開発	マングローブ	②工芸品セミナー及びコンテスト	工芸品（土器、ヒカロ、ヤシの実）
	3) 観光を促進する主体的組織の強化	祭り	CDTからの要望	
			1) 市の観光計画作り（自然保全を含む）	
			2) CDTの組織強化	
			3) 青年および中小企業経営者への職業訓練	
			4) エコロジの建設	
ポリバル	1) 魅力ある観光商品の開発	地元料理（canao）	①スポーツイベントの開催	工芸品
	2) 観光産業の育成（起業）	Poza La Pedernal	②工芸品セミナー及びコンテスト	起業セミナー（ホテ

市	各市観光開発の基本方針	観光資源	パイロットプロジェクト案もしくは研修案	研修案
		(川)		ル、レストラン)
	3) 観光活動への青年の参画を促進し、CDT との連携により中心的役割を担う		③グルメコンテスト	
			CDT からの要望	
			1) 工芸品（土器）の開発	
			2) 展望台の設置	
			3) サッカーコートを設置	
メアングーラデ ルゴルフ	1) 魅力ある観光商品の開発	イルカ	①コミュニティマップ（観光資源、アトラクションの整理）	商品化に向けたセミナー（事例紹介）
	2) ポテンシャルの高い観光資源（イルカ・鯨）の観光商品化	鯨	②鯨、イルカ、海がめウォッチングツアー	
	3) 観光を促進する主体的組織の形成	海亀	③グルメコンテスト	
	4) 島へのアクセスの向上（緊急の課題）	シーフード（ロブスター、牡蠣など）		
		フィッシング		
チリラグア	1) 観光への住民意識向上を図り、観光開発を促進する	海	①三市共同オロメガ湖クリーンアップキャンペーン	リーダー育成（観光の基礎知識の向上を含める）
	2) 官主導の観光開発により競争力の強化を図る	サーフポイント	②観光委員会パンフ及び内規作り	
	3) CDT の育成により、既存の観光商品（サーフィン等）のさらなる活性化を目指すとともに新たな商品に取り組む			
	4) 環境を整備することにより観光客の満足度を高める			
ヤヤンティケ	1) 魅力ある観光商品づくりによる観光客誘致	—	工芸品セミナー及びコンテスト	リーダー育成（観光の基礎知識の向上を含める）
	2) CDT の組織づくりによる観光への住民参加の推進			工芸品
	3) 観光の裨益のメカニズムの周知による住民意識の向上			
	4) 援助要請方法などの支援を行う			

## 添付資料 3-2 研修スケジュールの例

### 2011 年実施の研修スケジュール

		2011年10月	2011年11月	2011年12月	2012年1月
現地研修名	樟益市				
1	起業セミナー (観光関連)				
2	起業セミナー (観光関連)				
3	起業セミナー (観光関連)				
4	接客サービス (レストラン)				
5	接客サービス (レストラン)				
6	接客サービス (ホテル)				
7	手工芸・民芸品 (貝)				
8	手工芸・民芸品 (貝)				
9	手工芸・民芸品 (水産)				
10	手工芸・民芸品 (ヒカロ)				
	ラウニオン市におけるバザー参加 (手工芸・民芸品)				

### 2012 年実施の研修スケジュール

		2012年9月	2012年10月	2012年11月	2012年12月
研修名	樟益市				
1	料理研修				
2	リーダー育成 研修				
3	手工芸・民芸品 (貝)				
4	手工芸・民芸品 (竹)				
5	手工芸・民芸品 (アルミ細工)				
6	起業セミナー (観光関連)				
7	起業セミナー (観光関連)				
8	観光開発基 礎セミナー				
9	観光開発基 礎セミナー				

### 添付資料 3-3 質問票の例

#### 質問票 (例)

氏名 \_\_\_\_\_ 市 \_\_\_\_\_

研修名 \_\_\_\_\_ 日付 \_\_\_\_\_

- (1) この民芸品の研修は満足いくものであったか。  
 大変満足       満足       不満足

満足いくものでなかった場合、理由を以下に記載。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (2) 当研修にてどれぐらい学ぶことができたか。  
 100%       75%       50%       30%

- (3) 研修で良かった点は何か。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (4) 研修での問題点・改善点は何か。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (5) 研修で学んだ商品を開発していくのに課題は何か。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (6) 今後、知識・技術を磨くにあたって課題は何か。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (7) どこでその商品を販売しようか、現在どこで商品を買っているか。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (8) 当研修にて身につけた技術を他の人、例えば友人や家族に教えているか。

はい       いいえ

- (9) 当研修を通じて収入は上がったか。

はい       いいえ

もし上がったという場合、記載が可能であれば月にどれぐらい上がったかを記載。

【 \_\_\_\_\_ 】

- (10) 今後どのような新たな商品を開発、またどのような活動をしようと考えているのか。

【 \_\_\_\_\_ 】

### 添付資料 3-4 講師のコンタクトリスト

	講師氏名	研修名	E-mail アドレス	電話番号
1	Mr. Juan Moises Flores	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業セミナー（観光関連）</li> <li>・接客サービス（ホテル及びレストラン）</li> <li>・観光パッケージ（リーダー対象）</li> <li>・イベント開催</li> </ul>	moisesturismo@yahoo.com	7877-5766
	Mr. Juan Carlos Chavez Gonzalez	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手工芸・民芸品（水葦）</li> <li>・手工芸・民芸品（ヒカロ：木の实）</li> <li>・手工芸・民芸品（竹）</li> <li>・手工芸・民芸品（アルミ）</li> </ul>	artesaniasciudadvieja@hotmail.es	7211-2476 2306-3862
	Ms. Claudia Rodríguez	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手工芸・民芸品（貝）</li> </ul>	claudia.azul@gmail.com	7886-3893
	Ms. Karen Elena González Mayorga	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手工芸・民芸品（貝）</li> </ul>	mayorga.karen@gmail.com	7861-1721 2274-3865
	Mr. Rigobert Mejía Alvarenga	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魚介類の料理</li> </ul>	rigoberto.mejia@r-hr.com	7972-8533



## 添付資料 3-5 写真一覧

### 1. 料理

		
料理研修の様子 1	シーフード・パスタ	料理研修の様子 2

### 2. リーダー育成（観光パッケージプラン）

		
リーダー育成講義の様子	ワークショップの様子	観光パッケージのプラン

### 3. 観光開発基礎セミナー（イベント開催）

		
イベント開催の講義 1	イベント開催の講義 2	作成されたプラン

### 4. 起業セミナー（観光関連）

		
起業セミナー講義の様子	ワークショップの様子	作成されたプラン

5. 接客サービスホテル・レストラン

		
<p>接客サービス講義の様子</p>	<p>CAT ラユニオンと共にホテル経営者へのインタビュー</p>	<p>作成された自己評価表</p>

6. 手工芸・民芸品（竹）

		
<p>竹・民芸品研修の様子 1</p>	<p>作製された民芸品</p>	<p>研修の様子 2</p>

7. 手工芸・民芸品（貝）

		
<p>貝・民芸品研修の様子 1</p>	<p>作製された民芸品</p>	<p>貝・民芸品研修の様子 2</p>

8. 手工芸・民芸品（水草）

		
<p>作製された水草の民芸品</p>	<p>手工芸・民芸品（水草）の研修</p>	<p>オロメガ湖をモチーフにしたロゴ</p>

9. 手工芸・民芸品(ヒカロ：木の実)

		
<p>手工芸・民芸品(ヒカロ)の研修の様子 1</p>	<p>手工芸・民芸品(ヒカロ)の研修の 様子 2</p>	<p>手工芸・民芸品(ヒカロ)の研修の 様子 3</p>

10. 手工芸・民芸品(アルミ)

		
<p>アルミ・民芸品研修の様子 1</p>	<p>作製された民芸品</p>	<p>アルミ・民芸品研修の様子 2</p>

## 添付資料-4: 観光開発プロジェクトの事例

## 観光開発プロジェクトの事例

### <自然観光資源の開発>

- 1). **島巡りツアー**：パイロットプロジェクトを実施。今後も開発の潜在性が高い。パイロットプロジェクトでは、地域資源の観光利用にあたり、その資源を島々や海とせず、それらの資源を利用して生活をしている人々とし、かれらの「生活を商品化」した。「生活の商品化」とは、各地での特徴的な事象に関わる人々の生活を観光客に見える様にするることである。例えば、漁師による釣りの技術は一般的に漁師たちだけのものであるが、それを観光客に披露し、体験できるようにすることにより、漁師は自分達の生活の一部を観光客に商品としての「釣り」として提供することが可能となる。生活の商品化のために、パイロットプロジェクトを通して、観光ガイドの育成やそのシステムの構築がおこなわれた。今後は、更なる商品化のスキルアップとこれらの無形資源を最大限活用するためのインフラの整備が必要である。特に、トイレやシャワーのある休憩所などの整備は必須である。
- 2). **マングローブツアー**：パイロットプロジェクトを実施。今後も開発の潜在性が高く、プロジェクト化しやすい。ツアーをつくり上げるためには、カヤックや救命胴衣をはじめ、機材の購入が必要となる。また、マングローブ林の自然に精通するガイドの育成が必要である。今後は、自然資源の保護の観点から、バードサンクチュアリーなどの野生動物の観察ができる施設および整備が望ましい。
- 3). **眺望開発（火山・内陸の山々）**：コンチャグア火山にはエコパークなどの施設がある。パイロットプロジェクトにおいて観光標識が設置されたことにより、観光客のアクセスが容易になった。今後はビジターセンターの改善を検討する必要があり、環境省との連携が必要である。その他の内陸の地域の多くでも、山地が観光資源として認識されており、これらの頂上または見晴らしのいい場所を利用した眺望は観光資源化の可能性がある。これらの整備にあたっては、環境への負荷を検討する「環境アセスメント」をおこなってから、計画の実施を検討する。また、ビジターセンターを設置し、環境保護の啓蒙や地域の生活（コーヒー農園の復活等）を紹介する。
- 4). **ハイキングコースの開発（火山・内陸の山々）**：コンチャグア火山のビジターセンターを中心にハイキングコースを設定し、観光客の滞在時間の延長を図る。その他の内陸地域でも、上記の眺望開発とともにハイキングコースの設定が可能である。コースの設定においては、私有地の通過の可否などを検討する。ハイキングコースには、観光客の利便性を十分検討し、歩きやすい道の整備や観光標識、休憩所などを整備することが必要になる。
- 5). **エコパークの開発**：自然資源を観光利用する際に、環境に配慮しつつ、それらの魅力を最大限観光利用する1つの方法として、エコパーク開発がある。コンチャグア火山に整備されているものがその1つの例であるが、改善の必要が多い。特に、既存の宿泊施設の改善は必須である。コンチャグア火山のエコパークはラウニオン地域の避暑地としての機能があり、宿泊施設のポテンシャルは高い。内陸地域の山々でも、エコパークの開発は可能であり、初段階では、ビジターセンターの整備、インタープリターの養成などが必要となる。最終的には、

宿泊施設を完備した自然との一体感を感じられる整備が求められる。

- 6). **ビーチの開発**：沿岸部にはポテンシャルの高い海岸線があり、これらの観光利用は地域経済への影響力が強い。東部地域において最もポテンシャルが高い資源である。ビーチの開発には、「環境アセスメント」と土地の権利問題を解消しなければならない。そのためには、環境省との連携が必須である。基本インフラとしてはトイレやシャワー完備の休憩所があり、小規模企業による経営が可能である。観光客の滞在時間の延長を考えるならば、レストラン（特に、地域の海産物や野菜が食べられる）や宿泊施設も必要である。また、ライフセーバーを常設させ、ビーチの安全を確保する。そのための施設の整備、ライフセーバーの育成が必要である。ビーチサッカー場などのスポーツ施設を整備することにより、若者の健全なレクリエーションを啓蒙できる。また、チキリンビーチの様に、アルコールを提供しないビーチの整備といったコンセプトを明確に観光開発の目標を立てることにより、ニッチなマーケットに働きかけることができる。
- 7). **湖の観光開発**：オロメガ湖などの湖も観光資源として利用することが可能である。湖でのレクリエーションとしては、遊覧船や遊覧ボートによる湖の周遊、釣り堀などの体験型アトラクションが検討できる。また、静かな湖畔のレストランでの地域食材を利用した食事の提供は、「ここでしか食べられない！」といった「地域限定」という付加価値をつけることが可能となる。
- 8). **滝の観光開発**：山地における滝へのアクセスとして、ハイキングコースの設置が検討できる。「環境アセスメント」の実施、私有地の通過の可否確認などが必要であり、環境省との連携も必須である。滝までのハイキングコースが観光客に分かりやすくするための観光案内板や標識を整備する。また、エルサルバドルでは飲料水を購入することが一般的であるため、滝や川の「おいしい水」を加熱処理しボトルにつめ、ブランド化して地域産品として販売することも検討できる。

### <文化観光資源の開発>

- 1). **石刻遺跡の観光利用**：地域の山中にある石刻遺跡も観光資源となりうる。しかし、考古学的な視点からの調査研究が必要で、石刻遺跡の価値を特定する必要がある。また、価値を特定された遺跡は、保護計画をたて、保護しながら利用する体制を構築しなければならない。その上で、遺跡までのハイキングコースの設定、案内板や標識の整備をおこなう。
- 2). **伝統的建造物の利用**：ラウニオンのエスタシオン（旧駅舎）において伝統的建造物の活用が見られる。これらは観光におけるランドマークとなり、観光案内所、イベント会場、市民の憩いの場の提供など、様々な活用が見込まれる。伝統的な建物を博物館の様に凍結してしまいうのではなく、建物を活用しながら生活し、その生活のすべてを観光資源とする（生きた博物館化）は、建物にさらなる魅力をあたえ、また地域の盛り上がりや経済的な効果を生む可能性がある。しかし、これらの建物は経年劣化も見られるため、どのように保存しかつ利用するかについてルールを作成し、共有する必要がある。また、建物（あるいは地域）に小規模の「地域博物館」を併設し、地域の生活を紹介する。
- 3). **農村文化紹介ツアー開発**：地域が保有する文化は、当地の住民には当たり前すぎて何でもな

い事柄でも、他地域の人々からみると非常に興味深い場合があり、観光資源となる可能性がある。大規模なインフラ整備が必要ないため、比較的導入しやすいコンセプトであり、パイロットプロジェクトの「島巡りツアー」のプロセス（「生活の商品化」）を活用できる。しかし、観光資源となりうる事柄の収集や発信方法の検討、ツアーガイドの育成、公衆衛生面での問題解決など、システム・ソフトの面で多大なる開発が必要となる。また、苦勞して開発した割には、地域にあてる経済的なインパクトは大きくないため、地域住民の理解を得るのが難しい。しかし、地域住民が十分に理解しプロジェクトに参加することにより、継続性のある観光資源の開発が可能になる。特に、ツアーには地元食の提供を必ず組み込むことで、地域住民への経済的な効果、また、地域の伝統食保存の文化的な効果を得られる。

- 4). **祭りの観光利用**：観光客は旅先の祭りを観光消費する可能性があり、祭りを観光利用することが可能である。大きなインフラ整備が必要ないため、比較的着手しやすい。13市の地域にはホテルなどの宿泊施設が整っていないところも多いため、ラウニオンやサンタロサデリマに宿泊の観光客を送迎する安全な臨時バスの運行が必要となる。危険を伴う様な祭りの場合は、どこまで観光客の参加を認めるかを検討しておく必要がある。また、観光客（特に外国人観光客）は必ずしも祭りの時期に来訪するとは限らない。そのため、中央公園や祭りがおこなわれる場所に祭りについての案内情報板を設置し、観光客にアピールし、再来訪を促す。
- 5). **中央公園整備**：各市にある中央公園の整備は多くの市の観光開発計画に挙っている。日曜日の礼拝後の市民の憩いの場を提供することは、レクリエーションを内発し、ホスピタリティの向上など観光の啓蒙に繋がる可能性がある。簡易な観光案内所の設置運営、クリスマス時のイルミネーションなどの実施が比較的着手しやすい。しかし、最初に着手すべきは、公園の清掃である。また、治安の維持も重要な課題となる。自警団の結成や警察との連携を検討する。ラウニオン市では、中央公園に交番を設置し、市内の治安改善に着手している。
- 6). **工芸品センターの開発**：地域の工芸品を販売するセンターの整備運営である。工芸品のアーティストは作品を作成してもその販売ルートを確保するのが難しいことが多い。この問題を解消すべく、工芸品センターを開発する。特に、ラウニオンやパサキナなどの「エルサルバドルの顔（国境に面している地域）」にあたる地域には、帰途につく観光客が土産品を求める傾向にあるため、有効である。工芸品センターでは「実演販売」や体験コーナーをもうけ、体感型のセンターを目指すことにより、来訪者の滞在時間の延長が可能になる。また、観光客の消費傾向を把握し、工芸品の価値と土産品としての利便性を兼ね備えた商品開発のためのマーケティング・セミナーも実施する。
- 7). **伝統芸能（踊り）の観光利用**：伝統ダンスを観光利用した例としては、バリ島のケチャツやバロン・ダンスなどがあり、ダンスの観光利用により、地域のアトラクションの造成が可能になる。単に伝統ダンスを見せるのではなく、芸術的な演出などを施す必要がある。そのため、ダンサー向けのダンスセミナーを実施し、定期的に技術の向上を図る。また、コンクールを開催し、競争関係を生み出すことにより、芸術的価値の向上を図る。
- 8). **地域グルメの観光利用**：地域の食材を利用した地域食の開発は、インフラ整備などが必要ないため、比較的着手しやすい。これも島巡りツアーにおける「生活の商品化」のコンセプトを適用し、普段、家庭で食されている食事をもちより、そこから商品として観光客に提供で

きる地域グルメを検討する。食は単に舌だけで楽しむものではなく、まずは第一印象として目で楽しむものである。そのため、デコレーションも重要なグルメのファクターであり、ヒカロや竹など地域素材を使った器やフルーツ（ベジタブル）カービングなどによるデコレーションを検討する。料理方法だけでなく、公衆衛生、デコレーションについてセミナーをおこない、伝統食の保存や地域食の開発をサポートする。また、料理コンクールをおこない、競争関係を生み出し、料理の質の向上を図る。

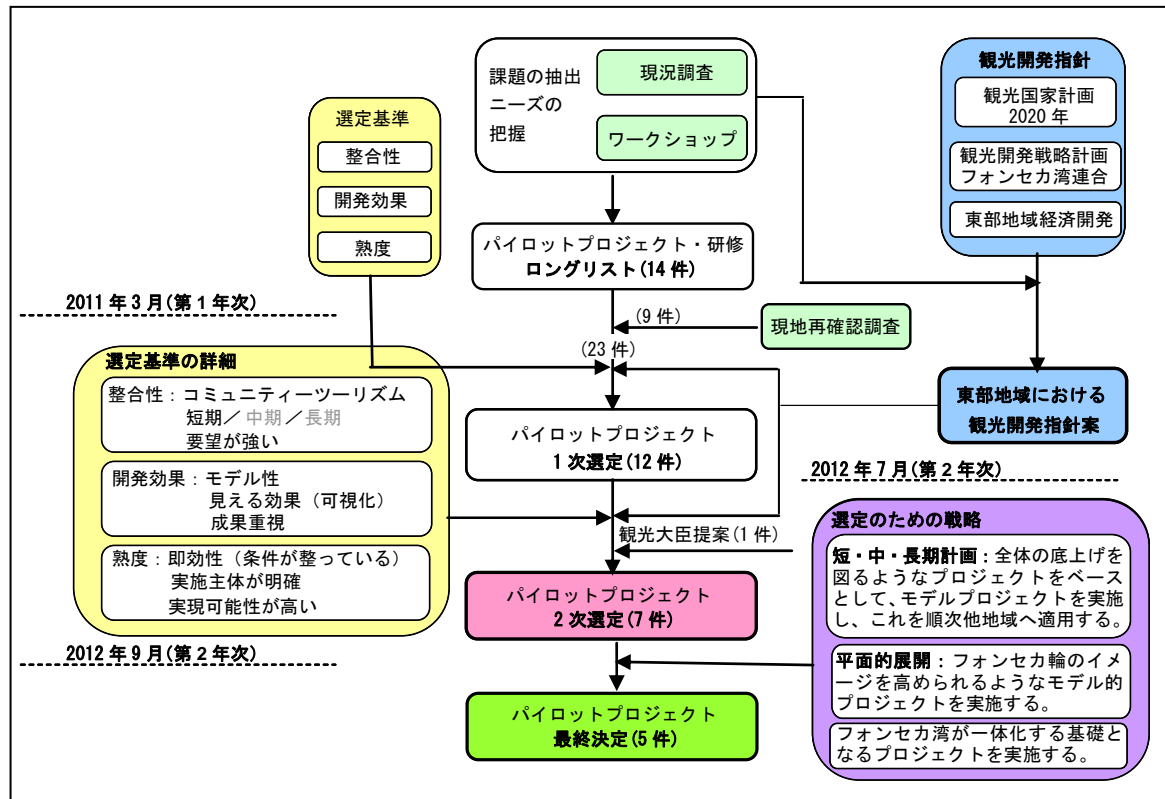
9). **観光ルート開発**：エルサルバドルでは、「Ruta de las Flores（花のルート）」をはじめ、多くの観光ルートが設定されており、観光客が各地を周遊する利便性を高めている。また、ルート化することにより、地域を点ではなく線で捉えてプロモーションをおこなうことができ、地域の連携が強化される。観光ルートは、各市内で完結するものや同種の観光資源を結んだ広域に広がるルートなど様々な設定ができる。既存の資源を結ぶコンセプトを創り出すため、大規模なインフラ整備は必要ない。新しい観光ルートを設定した場合は、観光客がガイドなしでもルートを楽しめる様に、観光地図の作成や観光標識の整備が必要である。観光ルート設定だけでなく、「スタンプラリー」などの工夫をすることにより、ルートへの来訪者の増加、来訪者の滞在時間の延長、またはリピーターの増加が可能になる。



添付資料-5：パイロットプロジェクトの選定経緯

# パイロットプロジェクトの選定経緯

## 選定プロセスのフロー :



パイロットプロジェクトは、第1年次には「現況調査」および13市における「ワークショップ」、第2年次には「現地再確認調査」を実施し、CDTから要望や現況の確認を踏まえてプロジェクトのロングリストを作成し、同時に選定基準及び観光開発の指針の作成を行い、そして1次選定、2次選定へと進み、最終的にはMITUR/CORSAYURが選定した。

## パイロットプロジェクトの選定のプロセス

	ロングリスト		第1次選定	第2次選定
	最初の調査で検討されたリスト	再確認調査で追加		
1	コミュニティマップの作成			採択
2	観光標識の整備			採択
3	グルメセミナーとコンテスト			
4	工芸品セミナーとコンテスト		研修対応	
5	サンサルバドルでのフォンセカ湾岸地域観光セミナーの開催		3年次検討	
6	フォンセカ湾マングローブクルーズ		15に集約	
7	観光委員会の内規作りの支援		別途対応	
8	観光委員会パンフの作成		3年次検討	
9	着地型旅行会社(DMC)の育成		対象企業なし	
10	観光意識向上キャンペーン		23に集約	
11	クリーンアップ・キャンペーン		23に集約	
12	観光技術に関する研修		研修で対応	
13	地域観光委員会の立ち上げ		別途対応	
14	NGOへの観光技術移転		NGO消滅	
15	マングローブツアー			採択
16	キーホルダー/石の飾り物			研修で検討
17	マスク・ペタテ			研修で検討
18	駅の博物館			
19	モニュメント			優先度低い
20	ビーチサッカー/ソフト			優先度低い
21	ニンファ			研修で検討
22	土器			研修で検討
23	親子観光環境教育			採択
24	Golfo de Fonseca 島めぐりツアー		JCC会議で提案	採択

ロングリストとして23件が上がり、1次選定でプロジェクトの集約や研修での対応に回すことによって11件を削除すると同時にJCC会議で1件の追加があり、1次選定では13件が残った。2次選定では、さらに選定基準を整理して7件に絞り、この中からMITUR/CORSATURが5件を確定した。

様々なプロセスを経て実施している5件のパイロットプロジェクトの性格を見ると以下のようになる。

- a. 観光を推進するうえでは極めて基礎的なもの
  - 観光標識整備
- b. 地域の観光資源を商品化するもの
  - マングローブツアー
  - フォンセカ湾島巡りツアー
- c. 観光を推進するうえでは極めて基礎的なものではあるが、地域の観光資源を広報するもの
  - 観光地図(WEB)

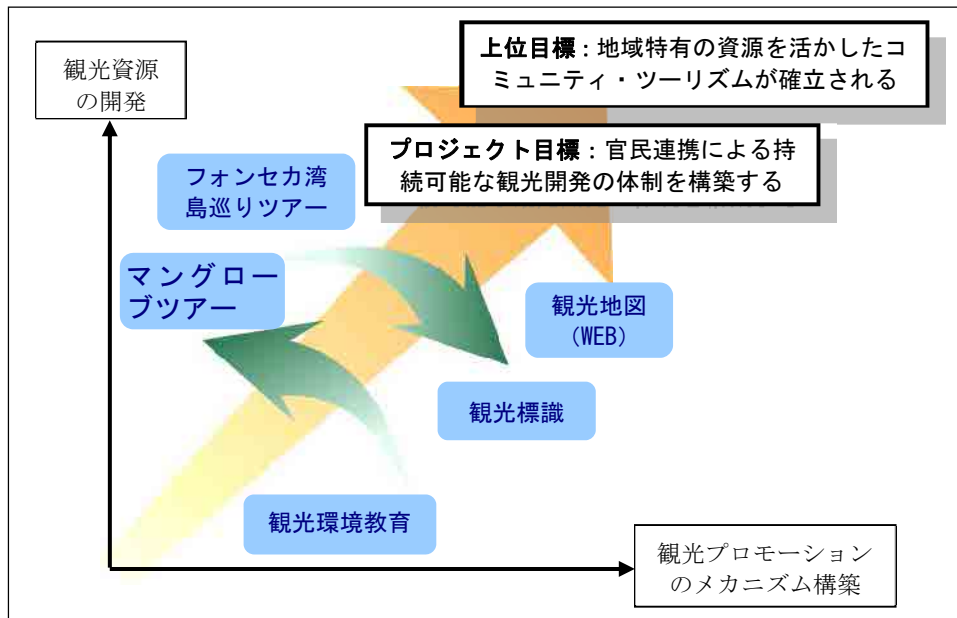
地域的に、あるいは対象市が偏っているとの指摘はあるが、当該地域で観光を推進していく上では結果的にバランスのとれたパイロットプロジェクトが選定された。

当プロジェクトのプロジェクト目標「官民連携による持続可能な観光開発の体制を構築する」

を達成するためには、①プロジェクトを推進していくためのシステム構築と、②具体的な観光資源の開発が並行的に進むことが必要不可欠であり、これらが相乗的な効果を発揮していくことによって、プロジェクト目標が達成される。

次図は、5件のパイロットプロジェクトとプロジェクト目標の関係を概念的に示したものである。

パイロットプロジェクトとプロジェクト目標の関係：



## 添付資料-6：パイロットプロジェクトの手順書

- A. 観光地図
- B. 観光標識
- C. 観光環境教育
- D. マングローブツアー
- E. 島巡りツアー（船頭・漁師およびその家族の参加による  
湾岸地域でのツアー開発マニュアル

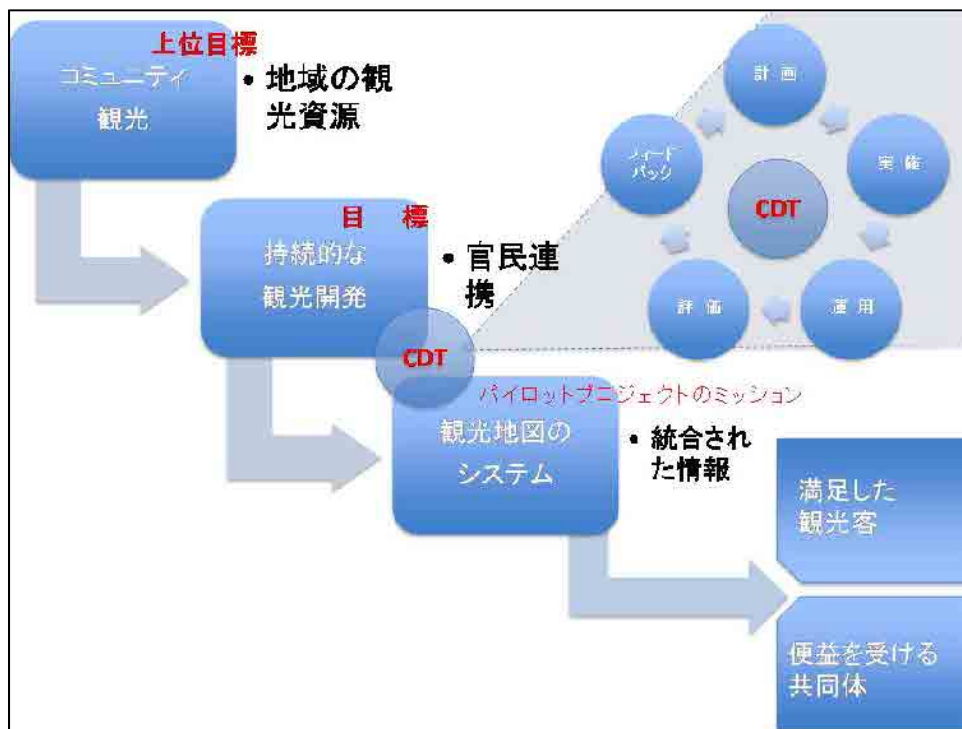
## A. 観光地図

## 観光地図

### マニュアルの目的

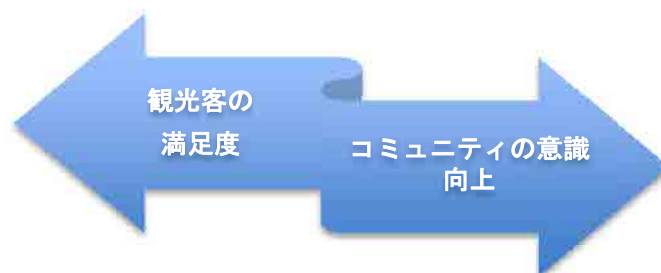
パイロット・プロジェクトの実施プロセスで得られた教訓における様々な経験と宣伝活動から言えることは、「観光客に正確な情報を提供するため、CDTを通じて効果的かつ持続的な観光地図情報システムを構築することである」。

### プロジェクトの枠組み



### 1. プロジェクトの重要性

観光地の正確な情報が整備されること、特に、観光資源、レストラン、ホテル、ショッピングなど観光客が必要とする基本データが掲載された地図が整備されると、a) 観光客の満足度向上、b) 受け入れ住民の観光意識の向上、という二つの側面でプラス効果のあることが、これまでのさまざまな活動でも明らかにされている。



### a) 観光客の満足度

観光地までのアクセス方法やアクティビティが不明確だと、観光客は不安を感じ、高い満足度が得られない。逆に、情報が得られることで、安心感や満足感が得られ、滞在費、交通費を含む支出行動が刺激され、再び訪れたいという気持ちが高まる。現在、観光情報不足により、高い満足感を得られない状況にあるため、その改善の余地は大きい。

### b) コミュニティの地元オーナーシップ

観光客を受け入れる住民側は、地図情報のシステム化の重要性を認識し、観光客に地元の観光資源や地理情報を提供することで、それがコミュニティにとってモチベーションとなり観光・文化・環境資源の認知ともなり、これらを楽しみ、したがってその利用と管理と普及までやる気を起こさせる。知識習得に熱心な人ほど、例えば教師に刺激が与えられるのでコミュニティの人々は地元の教師だと自覚し、情報作製に参加する際には、自尊心を高め、訪問者とホストの間で同等の対話を可能とする。

## 2. アクターの役割

プロジェクトの実現には、市 CDT、地域 CDT、CONAMYPE ワークショップ、観光地図作製業者、協力学校の学生、アクターが直接参加する。それぞれの役割を以下表に示す。

アクター	役割
市 CDT	観光地の情報提供とロゴ選定
地域 CDT	プロジェクト実施責任者であり、増刷できるメカニズムをつくり、長期的にプロジェクトを維持する。
市役所	CDT を支援する。
CORSATUR	CORSATUR の成功事例となるよう、プロジェクトの進捗状況の把握にあたる。情報及び基本方針を提供する。CORSATUR の WEB サイトに観光地図のリンクを貼る。
CAT ラウニオン	プロジェクトにあたり CDT を支援する。
コミュニティ	プロジェクトへの協力
CONAMYPE のモデレーター	地図化に必要な手法を提供するワークショップを実施し、地図情報を作成する。
学生	情報収集の協力
観光地図業者	参加者の指示とおりにツールのデザインを行う。CDT と密接に連絡をとりあい、マーケティング に関する専門的なアドバイスを提供する。

## 3. 地域のリーダーとなる委員会

このプロジェクトは市 CDT でも出来るが、以下の理由で地域 CDT で実地した方がいい。

- グループでやると強さが増し、共同で取り組めば、より効率的に資金源を探して使うことができる。
- 多くの市役所や異なるセクターで活躍する会員から構成されたこの協会は、プロジェクトを妨げる政治的、行政的な変化に影響を受けにくい。
- 進んでいる CDT の支援によりレベルの低い CDT もこのプロジェクトをまね出来る。



● 例

フォンセカ湾のJICAプロジェクトでは観光地図パイロットプロジェクトは地域 CDT と実施して、パイロットプロジェクトの参加者の同席で地図委員会が立ち上がり、当地域の残りの 10 の市役所の的確な地図製作及び配布が約束された。目標は、本プロジェクトを長期的に維持することである。



## 4. 参加型プロセス

### 4.1. 担当委員会

参加型プロセスを実現するには、下記に示す 2 つの危機的状況を回避するために、プロジェクトのリーダーシップの責任者、又は委員会を指定することが必要となる。

1. 数人がダブって同じ仕事をして予算と労力を無駄にする危険性がある。
2. 誰がどの仕事をすればよいのかが不明確で、誰もその仕事を実行しない。

例：パイロットプロジェクトの実施委員会の形成は以下の 3 段階で行われた。

#### **第 1 段階：市レベルの地図作成委員会**

初期段階では、パイロットプロジェクトに参加した 3 つの市 CDT の下に地図委員会がワークショップ及び地図デザインに必要な情報の準備のため形成された。

ファシリテータが多数のワークショップで地図に載せられるコミュニティのアイデンティティを示す要素（地理、場所、色、アイコン）を選定した。

市レベルの地図作成委員会は以下の役割を果たす。

1. 各コミュニティのニーズ、現状に応じたワークショップ会場及び日程の選定
2. CDT のメンバー及び、重要性あるワークショップ参加者の召集
3. ファシリテータとの連絡をとる。
4. 市レベルの地図作成委員会が収集した情報を地図作製業者に渡す。
5. 各場所の情報収集の補足を問題なく行うため、情報収集について指導する。

#### **第 2 段階：地域の全ての CDT に対する、地域地図作成委員会の設立**

本段階では、複数の CDT が参加する時、地図が持続的になるように方法が必要である。三つの市地図作成委員会は地図販売及びその配布の面では、共通の係りがより効率的だと判断した。したがって、地域 ADT の枠組みで地域地図作成委員会が形成された。

#### **第 3 段階：1 つの地域地図作成委員会と多くの市地図作成委員会**

本段階では、地域地図作成委員会の必要性が定められた。地域地図作成委員会の役割は、地域的なプロ

プロジェクトのリーダーシップ、管理、運営を行い、既に存在する地図の発行継続と、他のコミュニティで市地図作成委員会の形成を促進し、各コミュニティのプロジェクト参加を確保する。

効率の悪さや官僚的な問題を防ぐため、地図作成委員会の会員数が最高5人までと薦められた。

したがって、フォンセカ湾で実施された観光地図パイロットプロジェクトには地図作成委員会のタイプが2つあり、その役割は以下の通りである。

地図委員会タイプ	特性	役割
地域地図作成委員会 (地域 ADT)	全ての市から最高5名：運営維持を可能にするためにプロジェクトに関心がある人。	新地図の作製の調整。 持続的な戦略を構成し、実施する。 教訓をシステム化させ、普及する。
市地図作成委員会(市 CDT)	最高5名：彼らの地域でリーダーシップがあり、その知識がプロジェクトに貢献する。	地域のメンバーの参加の調整。 地域の情報収集。

#### 4.2. ワークショップ及び参加型計画会議

参加型計画プロセスにおいて、地域での体験が強化され、プロジェクトのモニターが容易になるような、訓練されたモデレーターが必要である。知識が普及され、情報収集も行われ、合意に達する機会が与えられ、地図作製プロジェクト及びプログラムを実行するコンセプト、方法論、ノウハウの学習意欲も高められる。

ワークショップにおいて以下の指導法が行われる：

- **講義のテーマ**：ヴィジュアル資料を活用し市場動向、競争力の概念、持続可能性、マーケティング、マッピングの方法論とその事例について
- **分析の課題**：参加者の地図作製プロジェクト及び周辺的环境に対するニーズ、希望、好みを理解する機会となる。又は、参加者が一定のテーマについて意見交換をし、同意・不同意を確認する場となる。
- **実践練習**：方法論の応用及び内容の理解を容易にする。
- **グループ活動**：参加者の絆が深まり、共通の資源やその分析を容易し、決議と今後の活動を定める。

#### 4.3. 情報検証

ワークショップで収集された情報の検証においては、場所とその場所の正確な情報を地図作製時に確認するために、フィールドワーク用の分類カードをもって現場で確認することが重要である。この作業では、本プロセスに協力したい生徒達の協力も可能であり、かれらもこの作業を通じて学べる。

例：フォンセカ湾のパイロットプロジェクトでは3つのカードを作製した。一つは市/村のカード、一つは市内の観光資源と観光サービスのカード、もう一つは市街の観光資源と観光サービス。

## Atractivo o servicio urbano

Fecha _____	Localidad _____
Encuestador _____	Municipio _____
Supervisor _____	Departamento _____

### Información del negocio

Nombre _____
Conocido como _____
Dirección _____
Cómo llegar _____

### Clasificación

Para dormir	Para comprar	Para visitar	Misceláneos
Hotel	Artesanías	Parques	Grupos musicales
Hostal u hospedaje	Supermercado	Iglesia	Salas de belleza
Motel o autohotel	Mercado	Estadio	Parqueo
Campamento	Tienditas	Centross recreativos	Centro de oficina
Casa	Joyería	Monumentos	Fotoestudios
Otros _____	Papelería	Miradores	Salas de recepciones
Para comer	Ropa	Centros culturales	Telefónicas
Restaurantes	Ferretería	Molinos	Empresas y fábricas
Pupuserías	Agroservicios	Gimnacios	Bancos
Comida a la vista	Zapatería	Cementerios	Funerarias
Chalet al aire libre	Centro comercial	Museo	Cerrajerías
Otros _____	Otros _____	Otros _____	Otros _____
Instituciones	Para información	Para educarse	Para curarse
Alcaldía	CAT	Casa de la cultura	Hospital o centro médico
Centro de Gobierno	Touroperadores	Ecuelas e institutos	Unidad de salud
Gobernación	Canales de cable	Otros _____	Farmacia
Ministerios y oficinas nacionales	Radio	<b>Para autos</b>	Otros _____
Servicios públicos	Circuito cerrado	Carwash	<b>Para emergencias</b>
Otros _____	Otros _____	Gasolineras	Policía
Para transportarse	Para finanzas	Lubricentros	Migración
Terminales	Cajero automático	Talleres	Bomberos
Taxis	Banco	Para llantas	Fuerza naval
Muelles	Casa de cambio	Venta repuestos	Otros _____
Otros _____	Otros _____	Otros _____	

Descripción
-------------

GPS	N _____	W _____	A _____
	Le gustaría un anuncio	SI Tel(_____)	NO

## Atractivo o servicio fuera del casco urbano

Fecha _____		Localidad _____	
Encuestador _____		Municipio _____	
Supervisor _____		Departamento _____	
Información del sitio			
Nombre _____			
Conocido como _____			
Dirección _____			
Cómo llegar en auto _____			
Cómo llegar en bus _____			
Clasificación sitios			
Naturales	Históricos	Contemporáneo	
Playa	Cueva	Petrograbados	Estadio
Laguna	Gruta	Vestigio arqueológico	Mina actual
Río	Sierra	Vestigio colonial	Zoológico
Ciénega	Montaña	Antigua Mina	Balneario
Cascada	Concentración flora y fauna	Zona arqueológica	Vivero
Ausoles			
Servicios			
Alojamiento	Mirador	Centro cultural	Gasolinera
Restaurante	Tirolesa	Museo	Lubricentros
Tienda	Balneario	Centro interpretativo	Talleres
Baño	Complejo recreativo	Venta de artesanías	Para llantas
	Tienda de Buceo		Venta repuestos
	Estación de Pesca		Terminal de bus
			Sitio de taxi
			Muelle
			Otros _____
Descripción			
GPS	N _____	W _____	A _____
GPS	N _____	W _____	A _____
GPS	N _____	W _____	A _____
GPS	N _____	W _____	A _____
	Le gustaría un anuncio	SI Tel(_____)	NO


## 5. 観光地のアイデンティティ表現

参加型計画のワークショップの参加者は地理とアイデンティティの内容を検討しなければならない。観光地を表現し、観光地の情報を提供するためには、地図には 4 つの要件を含むことが大切である。

要件	特徴
機能	機能的な表現は、論理的な考え、環境把握、検討されたオファーと関係がある。実用的な情報を提供する。この情報は観光地、サービスの情報を提供し、交通案内やその観光地で何ができるのかが示される。
感情	ニーズより希望と関係があり、観光地、又は観光商品に対してネガティブ、又はポジティブな感情を起こす。地図があると、利用者には安心感がでる。
感覚	観光地において、聞いて、見て、匂うものをイメージできる表現をする。
自己表現	地図を通して伝えたいことを表現する。アピール要素がある。

アイデンティティの表現はコミュニティを表すアイコン作成の基盤である。

フォンセカ湾の観光地のアイデンティティアイコンの例。

ラウニオン	コンチャグア	サンタロサデリマ
		
ラウニオンには港があり地域の代表的観光地である	文化的伝統のコンチャグア	商業都市としてのサンタロサデリマ

## 6. 地図の内容

コミュニティに対しての目的、観光客に対しての目的をそれぞれ達成するためにコミュニティの地図に含めるべき重要観点。

### 6.1. 地理情報

まずは、地域の地理、山地地形、水圏、地形図を含める。これらは重要な山、流域、他の土地の陥没等、又は川、湖や他の地形要素のことである。観光地図には、これらに関する小さな情報は、観光者にとって判断が混乱するので地図に載せない。

観光地図においては地理、幹線道路の情報が優先され、これらは観光客の位置確認、及び地域内の移動には重要である。







フォンセカ湾でのパイロットプロジェクトの最終段階で、次の色を使った。

地形タイプ	例
例のように地面の色は色彩番号 EEE6CF、枠は内径 0,5mm 色は色彩番号 877F6B	
湖及び川のような水でできた面積は色彩番号 6897BA 色で、湖や池の縁の色は、色彩番号 31C2E0 で線の太さは1ポイントを持つ。	
例のように重要な山地の影の部分には色彩番号 D6D0C4 で、明るい部分には色彩番号 E1DAC9 が使用される。断崖、峡谷のような陥没には同じ色が使用されるが、使用対象は逆である。	
不透明率は 35%で、マングローブ、ジャングル、森の地面には色彩番号 90C375, 3C9608, 4FCC06 の色がそれぞれ使用される。	

### 6.1.1. 幹線道路情報の線

観光客は地図を利用して現在位置を確認し目的地まで移動するので、鉄道、海路、歩道、道は明確な表示は最も重要である。線の太さは地図の大きさ、幹線道路の重要性とその規模による。





フォンセカ湾でのパイロットプロジェクトの最終段階で、幹線道路の示し方は以下の通りである。

幹線道路タイプ	図	色	太さ
高速道路		色彩番号 FFF100 と ED1D24	3ポイントのうえに1,5ポイント
舗装道路		色彩番号 F05A28	1ポイント
未舗装の道路		色彩番号 C6AF75	1ポイント
四輪駆動車の道路		色彩番号 C6Af75	1ポイント
遊歩道		色彩番号 AFD135	0,5ポイント
海路		色彩番号 F70808	0,5ポイント

### 6.1.2. 場所のタイプ

地図で注目を引かせたい観光地の識別は地図のデザインのプロセス前に行っておくと地図作製がよりスムーズにできる。居住地域にも様々なカテゴリがあり、地域によっても多くの居住地域が見られる。地図作製時、居住地域のカテゴリを観光客のため分かりやすく示すことが重要である。

以下、居住地域のタイプを区別する図

居住地域タイプ	定義	図	図色
観光都市	2千人以上の人口で観光設備所有		色彩番号 ED1D24、縁は000000 内径1ポイント
観光村	2千人以下の人口で観光設備有		色彩番号 F7911D、縁ED1C24 内径1ポイント
リクエーションセンター	ホテル及び商店有り、リクエーションセンター居住地域ではなくても良い		色彩番号 F26D21
小さな村	公共サービスが完備されていない小居住区域		色彩番号 000000

## 6.2. ロゴ情報

ロゴ情報は、言語を問わずどの人にも分かりやすいものでなければならない。アイコン及び記号で伝えたいものがどの言語の人にも伝わる。大半の観光客はエルサルバドル人で、旅行の目的が観光のみには限らないことを忘れるべきではない。地図に載せたい居住地域の規模は情報の計画・選定・伝達に大きな影響を及ぼす。

観光地の魅力が写真で表現され、その居住地域のアイデンティティーがアピールされると、観光地図はより魅力的で個性的になる。

- アンケート調査された人々は、特に観光地図のためデザインされたアイコンが気に入っていた。大半の人々には読むことよりも、一目で分かるほうが好まれる。盗作や知的財産の盗難に関連する法に触れないよう、アイコンは地図作製委員会のメンバーが作ったものを使用するか、他のデザイナーの著作権を購入することに注意すべきである。
- アイコンは、教会、記念建造物などの魅力的な建築物や、お祭りや踊り、ある種の日常活動や動植物、又は観光地を代表する特徴の有る地形でも良い。これらのアイコンを観光地図にバランスよく載せることで地域の多様性とアイデンティティーがアピールされる。

フォンセカ湾で参加者が選んだアイコンの例

メアングラ	チリラグァ	エルカルメン	オロメガ湖	サンアレホ マングローブ
				

## 6.3. 観光スポットの資質

観光地の魅力や提供するサービスを地図に載せるためには、その観光スポットの資質を考慮する必要がある。例えば：

- 商業都市では、商業取引を目的とするすべての商店の位置情報を載せるのが重要である。
- 各県の県庁所在地では、手続きや情報収集のために人々が訪れるので全ての役所の情報が重要である。
- 民芸品をつくっている村では、民芸品を観光客がを見つけやすくするために、又製作者ができる限り商品を観光客に展示して販売できるようにすべての製作者を探す必要がある。
- 同じく、コミュニティの全ての観光地を調べ、観光客に最も重要な御当地情報を提供することが大切である。

## 6.4. サービス

観光客は睡眠、ショッピング、食事などのニーズを満足させられる場所を探す。それだけにとどまらず、コミュニティに観光客が訪れることで、コミュニティと生活を共にし、できるだけ多くの住民に利益が届く。国際組織作製のアイコンを幹線道路の表示のために使用することは可能だが、自作で分かりやすくしてシンプルなアイコンも地図上の混乱を防ぐために使用できる。

CORSATUR はエルサルバドルの観光標識システムのデザインマニュアルにより、OMT のアイコンを利用するよう推薦する。

The image displays a comprehensive set of 100 blue icons arranged in two columns of 50 icons each. These icons represent various services and facilities, such as medical services (hospital, pharmacy), food and drink (restaurant, cafe, bar), accommodation (hotel, hostel), recreation (zoo, park, sports), and general information (information center, map, compass). Each icon is accompanied by a small text label in Spanish, such as 'HOSPITAL', 'RESTAURANTE', 'HOTEL', 'ZOO', 'PARK', 'COMIDA', 'BEBIDA', 'INFORMACION', 'MAPA', 'COMPAS', etc.

## 6.5. 広告

観光地図には、観光ツアー、ショッピング、レストランやその地各種の広告も載せると良い。これにより、観光客は旅行をよりよく計画でき、コミュニティが訪れて欲しい場所にも寄りやすくなる。



例：フォンセカ湾の市の地図の  
広告の例



## 6.6. 緊急情報

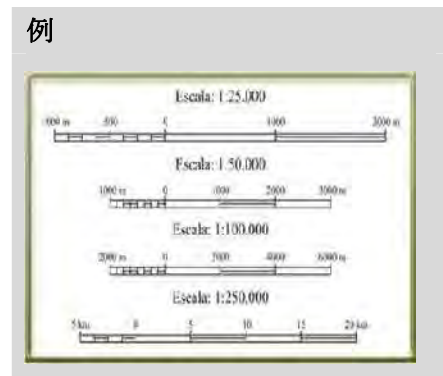
観光客の安心のため、緊急情報は観光地図の空白部に入れる。

## 6.7. 位置情報

### 6.7.1 スケール表示

現在位置が分かるため、観光地図にスケール表示を含めることが大切である。当然ながら、実際の距離は地図に載っている距離より大きい。地図はその場所をより理解するために役立つ表示である。実際の距離は、スケール表示で簡単に計算できる。

例



## 6.8. 東西南北

地図には羅針図が東西南北が分かるためとても重要である。これにより、地図の読み方も容易になる。

例



## 6.9. 文字の大きさ

地図においては、文字で表現されなければならない要素は多い。同形の文字タイプは整頓された感覚を与えるとされる。そして、どのパソコンやプログラムでも見られる文字が選ばれると、読者にとって安心感を与えるので、Arialの黒文字が選ばれた。

例：プロジェクトの最初の段階では、小さすぎる文字が選ばれ、地図が読みにくくなり不快であったので、以下の文字が表示される大きさより小さくないことが望ましい。

情報	文字の大きさ	注意点
居住地域名	10 ポイント	最初の文字は必ず大文字で
湖・池 名	10 ポイント	
国立公園名	12 ポイント	太字
川名	10 ポイント	太字/川の線の上で
国	21 ポイント	大文字/太字/黒い線に囲まれた白文字
海及び海洋	12 ポイント	太字/大文字

## 6.10. 紙質

物の手ざわりは感覚に影響があり、馴染み又は拒否の感覚を起こす。特に地図の紙質と合うか合わないかが大切である。それで地図に使用される紙の手ざわりはとても大切である。手ざわりは、2つの感覚で知覚される：

- 触覚：紙のなめらかさやしわには意味がある。
- 視覚：グラフィックテクシチャーのことで、でこぼこ、透明、なめらかさ又は、プリントの感覚が与えられる。

紙は、入手の簡易度、値段、表したいこと、紙の特徴やそれが伝えることを基にして選ばれるものである。

例：パイロットプロジェクトにおいては、艶がなくなめらかで柔軟しかも丈夫だという理由でボンドペーパーが決められた。これらの特徴は、自然観光地の情報を現したいことと一致していて、アンケート調査された人々の意見では、艶のない紙がふさわしいと答えている。また手ざわりが気に入ったほかに地図に載っているコミュニティの素朴で伝統的な特徴が出ているということであった。

## 7 フォーマット

### 7.1. 地図の大きさ

地図の大きさは、使用する紙の大きさに左右される。紙の大きさは地図のコストとデザインに影響を与えるので、最初の段階から考えなければならない点である。標準化された紙を利用すると、生産が効率的で有益になり、印刷業者の標準化されていない紙に対する余分な費用はかからない。エルサルバドルで最も適した紙のフォーマットは ISO A2, ISO C2、又はタブロイド紙である。A タイプの紙が一般的で手に入れやすいので、ISO A2 が勧められる。それで、グラフや文字で表した情報を見にくくならない程度で地図に載せられる。

## 7.2. 地図のます目

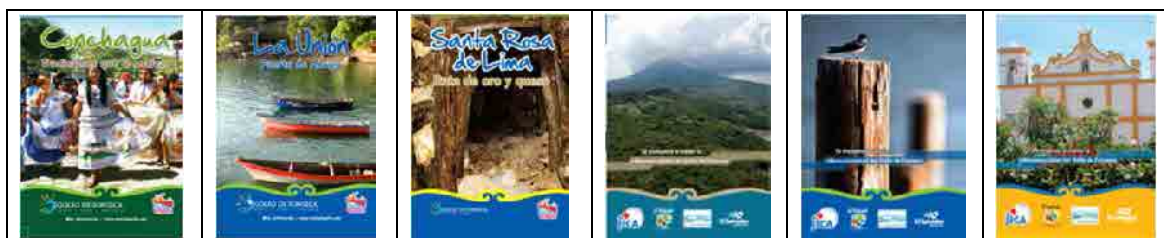
<p>観光客が地図である場所を探す時参考になるものがあると助かる。このため、地図にマス目を入れるととても便利である。ます目は、地図の上に同じサイズのます目を引いて、各行に英文字を、各段に数字を与ふる。</p> <p>GPS を利用できる人が位置を測定し、それに相当するマス目の情報を記述する。</p>	Ejemplo				
		A	B	C	D
	1				
	2				
	3				
4					

## 7.3. 内部の配置

<p>地図のデザイン作成の前に内部の配置を決める。</p> <p>フォンセカ湾のコミュニティ地図の例。</p>	<p><b>Mapa del territorio municipal</b></p> <table border="1" style="width: 100%; height: 100%;"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Contra portada</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>								Contra portada															
					Contra portada																			
<p>Portada</p> <p>Distancias Simbología</p>				<p>Mapa de ubicacion</p>																				

## 7.4. 表面と裏面

同じ地域の観光地図の表面は、オーナーシップのため大変重要である。



## 8 最終な姿

### 8.1. 解像度

解像度は、画像と文字の鮮明さのことである。コンピューターで地図を作製する場合は、デザイン完成後、質の良い作品に仕上げるため印刷に注意する必要がある。

どの画面情報もピクセルで表される。ピクセルとは、色を持った小さなドットである。DPI は（英語では、dots per inch、日本語では、1 インチの幅の中でのドット密度）パソコンで画面の情報の精度を設定するため用いられる。

画像を pdf, jpg, png, tiff 等のようなファイルフォーマットで作ると、DPI 設定が可能である。設定方法は、使用されるプログラムによる。デザイン専門のプログラムの使用がお勧めである。そして、最低として 260dpi を設定し、写真映像の印刷の場合は、最低として 300dpi で、インターネットに載せられる画像の場合は、最低 72dpi の設定が求められる。

## 8.2. 鮮明度

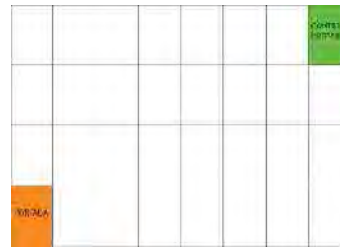
プリンタの種類は2つあり、プリンタと同じフォーマットでファイルを保存することが大切である。これにより、印刷された色が殆どの場合まったく同じではなくとも、画像に最も近いものになる。印刷のフォーマットはファイルの保存時、又は印刷設定の時に設定される。

多くの家庭用やオフィスにある一般的なプリンタは、CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, black) 印刷フォーマットを使用する。

一部の高質印刷用のインジェクションカラープリンターは RGB (英語、Red, Green, Blue) システムを利用し、赤、緑、青のインクを使う。コンピューターもこのフォーマットを使うので、インターネットやプレゼンテーションの画像に使われるフォーマットである。

## 8.3. 折り目

理想として、折った観光地図は8センチ×11センチの幅を持ち、ポケットに入れやすいサイズにする。この地図は折りたたみやすくされ、読みやすいグラフで情報が表現される。使いやすいアコーディオン式の折り方で、観光地図の表紙と裏表紙が外側になるようにする。



## 9 配布

観光地図は観光地内に既にある観光客向けのものなので、観光地外においては効果がなく、有益ではない。この観光地図は、観光客の満足度を高め、出費を促し、その後の推薦を高めるためのものであり、地域以外では配布されるべきではないとなっている。

初期段階では、本観光地図は観光フェアで配布すれば、観光客の魅力を引けると思われたが、厳密な JICA の専門家の調査で観光客がインタビューされ、この地域観光地図は現地で使用されるのが最も効率が高くて、圏外ではそうではなかった。

観光客を増やす最良の方法は、観光地を訪れた人々に安心感が与えられ、その満足した観光客のロコミである。

### 9.1 配布対象

観光地図配布の対象者は3つのグループに分けられる。

- A. 認定配布者 (スポンサーや他の観光バリューチェーンに関わるアクター)
- B. コミュニティで観光客とコンタクト取れる人々
- C. 観光地に滞在している観光客

以下の図は、配布者の目標及び特徴を省略するためにパイロットプロジェクト時に作られた。

対象者	A. 配布者		B. コンタクトする人	C. 観光地内にいる観光客
	スポンサー	他に認定者		
特徴及び、選択基準	プロジェクト開発に協力したスポンサー	観光バリューチェーンの者で、ワークショップに参加した者	コミュニティに住んでいる者、観光客と触れ合う者	観光地内にいること
目標	プロジェクトに対して忠実な人を強化する。観光客に情報を提供するツールとして利用する。	以降の地図版に参加を希望させ、観光客に観光情報を与えるツールとして利用する。	アイデンティティを強化し、観光客の説明能力を向上し、地元の市役所へ訪問を促進する。	地域内を旅行する意志を向上させ、観光客に安心感を与え、出費を促し、後に当観光地を推薦する。

## 9.2 認定配布者

認定配布者とは、まずプロジェクトに関心を示した広告者で、観光客に情報を提供する関心を示した者である。観光地図は彼らに対する感謝及びモチベーション目的としたイベントで初めて配られる。

配布率を高めて、他のアクターにも観光地図のスポンサーとしてプロジェクトに参加させるため、CDT 及び、CAT が以下の条件を満たす広告者でない企業を認定できる。

- 観光バリューチェーンに関わりのある人、又は会社であること（ホテル、レストラン、民芸品屋、タクシー会社、商売人、オペレーター等のような観光客と接するアクターであること。
- 観光客に観光地図を配り、適切でタイミングよく情報を提供する約束する者。
- 職員を観光情報提供者とするためにトレーニングする者。

## 9.3. コンタクター

地元の人には歩行者もそうだが、特に一般の人と接触がある職場の人間で観光客とコンタクトとる人々は、観光客にとって最大の情報源である。地元の特徴や資源についての情報を知っているほど地域コミュニケーションの政策がより成功し、観光客が安心して、満足する。他方、観光客に目的地として選ばれた場所の人間は地元を誇りに思え、親しみを感じる。

## 9.4 観光地に既に滞在中の観光客

観光地図は受け入れやすいように、認定配布者により手渡しで観光客に配られる。

観光地図の配布はとても重要なプロセスである。この役割を果たす者は観光地図の以下の重大なツールであることを忘れるべきでない。

- 地元で観光客に安心と満足を与える。
- 一般のエルサルバドル人及び、地元の人について良いイメージを持たせる。
- 地元の人が優れたものを作れると認めさせられる。
- 滞在中、観光客の楽しみを増やし、観光客の消費を増やす。
- 家族、親戚や親友の間で口コミさせること。

## 10 長中期持続性

地域観光地図作製プロジェクトの最大のチャレンジとして挙げられるのは、地図委員会が現在存在する観光地図を改善し、ローカル CDT が他の地図開発を作製するための経済力を持つことである。

以上を踏まえ地域 ADT の観光地図委員会は、観光地の条件に合っていると CDT が判断した、以下に示す資金回収とスポンサーを提案した。

- A. 観光地図に載せられる広告スポンサー
  - 地元のスポンサー
  - 地域以外のスポンサー
- B. 観光地図を受け取るスポンサー
  - 客に情報を提供したい会社
  - 観光地にいる観光客
  - 地元の組織
- C. 外国、国、地元によるスポンサー
  - 市役所
  - 観光省、又は他の政府機関
  - NGO及び、観光開発プロジェクト、又は地域経済開発プロジェクト

得られた資金は、他の市役所の観光地図作製に貢献し、フォンセカ湾の地域が的確な観光情報を提供できるように貢献し、持続性ある地域開発のためにもなった。

## 11 ユーザー登録：

予算のコントロールと透明性を記録できるフォーマットを決めることが重要である。

配布者は以下のユーザー登録に記入し、フォンセカ湾の地域 ADT の係りが渡す。

名前	住所（国、市役所）	@	さらに観光情報が要りますか。	コメント
			はい____ いいえ____	
			はい____ いいえ____	
			はい____ いいえ____	

**観光地図の申請：** 地図の保管係りに渡す

申請者 _____
会社 _____
申請理由と配布方法 _____
_____
配布された地図 数 _____ 申請した地図数 _____
スポンサー額\$ _____ ( _____ )
受け取った金額 _____ 受け取った地図数 _____

**財政報告書:** 財政が関わる CDT の全てのプロジェクトで実地されるのと同様に、資金プロセスの透明さを保証するために CDT 及びスポンサーに渡して報告する。

(1)名前	(2)内容	(3)収入	(4)出費	(5)合計*
現物ドナー	プラットフォーム, デザイン及び、地図印刷	XXX	XXX	\$ 00
広告者	献金 地図 1 枚	Xxx		+\$ xxx
広告者	献金 地図 3 枚	Xxxxx		+\$ xxxxx
ワークショップの主催者	献金管理委員会		Xxx	-\$ xxxxx
演習の概要		+ xxx	- xxx	\$ xxx

## B. 觀光標識



## 観光標識

関係者が活動を通じて観光標識の整備に関わるノウハウと教訓を得ることをプロジェクト目標とし、  
そのことにより、観光客が地元の観光資源を認識するようになり、

### 観光標識設置までの流れ

観光標識の申請



設置計画  
設置箇所の検討  
デザイン



設置  
設置許可  
設置方法・実施



観光標識の維持管理

## 1. 観光標識の申請方法

CDT は観光標識が必要な観光資源・観光施設の詳細情報を申請書に必要事項を記載し、CAT 事務所または CORSATUR へ申請する。観光標識の申請書（フォーマット）は添付資料 1 に記す。

CORSATUR は受領した申請書を下に、地元の CAT や CDT と共に申請内容を確認する。

観光標識の申請書については、優先順位を付け、資金が調達された順に実施していくこととする。

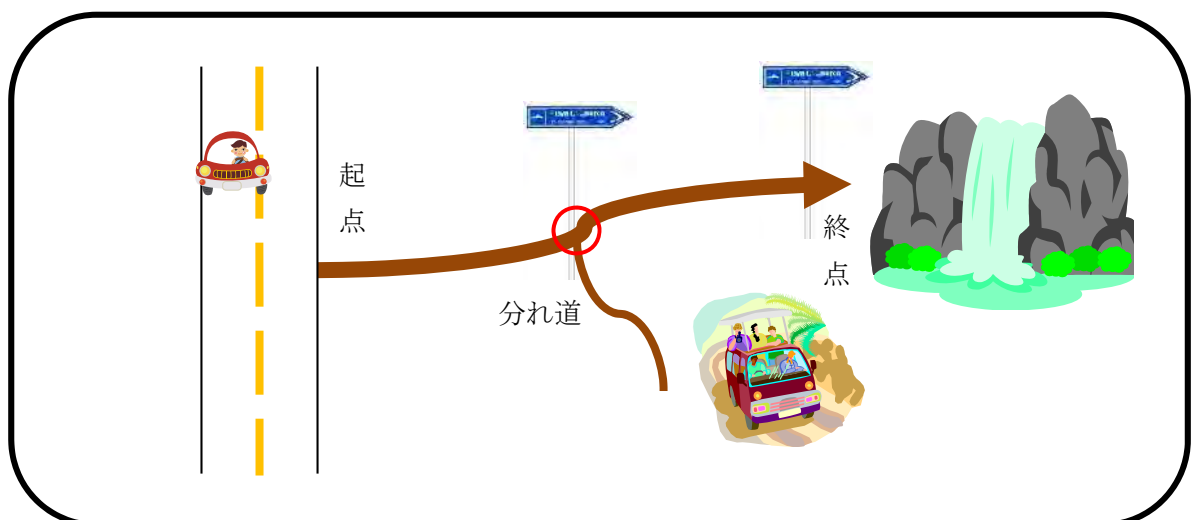
## 2. 観光標識の種類を選定（道順、歓迎用標識、観光情報板）

観光標識が必要な観光地が確認されたら、申請者と共に現地を視察し、CORSATUR は以下の種類の観光標識をどこに設置するのが適切か検討する。

### 2-1 道順を案内する観光標識

#### 2-1-1 計画

- 1) どこからどこまで観光標識が必要か起点～終点を地図上にポイントを落としていく
- 2) 観光客が迷わず観光地にたどり着けるかを常に考えながら計画する。
- 3) ルートが複数ある場合はより安全なルート（治安）を計画する。また車の車種により通行できないルートはなるべく計画しないようにする。
- 4) 分かれ道がある場合には必ず標識を設置する。
- 5) 案内する観光標識には観光地までの距離を記載し、1km ごとに標識を設置するよう計画する。
- 6) 案内する観光標識の起点は国道からの入り口とし、終点は観光地とする。国道上の入り付近から 50~100m 程離れた地点には、観光標識（2.4m X 0.4m /1 枚。詳細は 2-1-2 デザイン 7）を両側に設置する。



## 2-1-2 デザイン

- 1) 基本的に CORSATUR の観光標識マニュアル「Manual de Diseño del Sistema de Señalización Turística de El Salvador」を準拠する。
- 2) 文字のフォントは“CgGaramond”を使用することとする。
- 3) 記載する文字は西語・英語併記とし、文字の大きさは西 1x、英 0.75x 程度の大きさ比を保つレイアウトとする。
- 4) 観光標識の背景の色については、水に関係する観光資源には青色、土に関係する観光資源は茶色を使用することとする。
- 5) ピクトグラムは上記 3) と同じ色とする。
- 6) 文字はいずれも白色とする。
- 7) 新しいデザインを計画する際は、周りの環境と調和させ派手にならないよう考慮する。
- 8) 国道上の標識に関しては、幅 2.4m、高さ 0.4m を 1 枚とし、4～5 枚を最大とする。メリットとして、損傷があった場合や新たな観光資源情報の掲載が必要になった場合など、標識を簡単に付け替えることが可能である。



- 9) より観光客へのインパクトを与える場合は以下の観光標識を利用する。



10) 矢印型の標識に関しては、幅 1.5m、高さ 0.3m とし、目的地までの距離 (Km)、観光資源のピクトグラム、目的地の名称 (西語、英語) を記載する。

11) 右、左へ誘導する際は、下図のような矢印型の観光標識を利用する。



森林のピクトグラム

12) 直進を誘導する場合は、下図のような長方形型に矢印を上向きに記載した観光標識を利用する。



トレッキングのピクトグラム

13) ピクトグラムに関しては、目的の観光地に属するピクトグラム (Manual de Diseño del Sistema de Señalización Turística de El Salvador 参照) を連続させ記すことで、目的地へ辿り着くまでに観光客へ高揚感を与えることが可能となる。

例：コンチャグア火山では、森林、トレッキング、展望台などが楽しめるため、いくつかのピクトグラムを連続させ記している。



展望台のピクトグラム

本パイロットプロジェクトにより設置された観光標識



エルエステロンビーチ（インティブカ市）



コンチャグア火山（コンチャグア市）

## 2-2 歓迎用の観光標識

### 2-2-1 計画

- 1) 観光地に訪れる観光客の動線をシュミレーションし、観光地への入り口や正面、観光客が必ず通過する場所、より観光客へインパクトを与える場所、など最適な歓迎用観光標識の設置場所を検討する。
- 2) 設置場所は周辺環境にも配慮した上で検討することとする。
- 3) 観光客を温かく迎え入れるというコンセプトの下、地元で入手可能で維持管理がしやすい地元の特徴のある材料（木材など）を使用することを推奨する。

### 2-2-2 デザイン

- 1) 維持管理の観点から、材料は極力その地域で入手可能なものとする。
- 2) 形状などのデザインについては CORSATUR が積極的に地元 CAT および CDT の意見を集約し作成する。
- 3) 木材に彫り込む文字のフォントは Helvetica とする。
- 4) 木材を使用する際は、文字、ピクトグラム、ロゴの色はなるべく派手にならないよう、配慮することとする。
- 5) 木材には仕上げにニスを塗ることを推奨する。特に海に近い場所に設置する際は、マリン用ニスを塗ると長持ちする。



サカティージョ島



コンチャグア火山



ラウニオン市棧橋

## 2-3 観光情報板

### 2-3-1 計画

- 1) 観光情報板の情報が読みやすいように、アウトプットされる地図等の情報のデータは解像度を高くし、印刷する。
- 2) 情報板の設置の位置は観光客の目線に合わせた高さとし、また、いたずらされにくい高さにすることも検討する。地面から 1.35m 程度の高さを表示面の中心とすることを標準とする。
- 3) 観光情報板の構造については、屋外に設置する際は、以下のとおりとする。地図等の情報をデジタルプリントシールとして印刷し、ラミネート加工で保護する。その上にアクリル板 (3 mm) を設置し 2 重の保護を行う。
- 4) アクリル板に関し、損傷や過度のイタズラ書きがあった場合は取り換え可能とするため、取り外し可能な設置方法とする (ネジ留め)。





島めぐりの情報板



マングローブツアーの情報板

- 1) 木材を使用する際は、ロゴの色はなるべく派手にならないよう、配慮することとする。
- 2) 木材には仕上げにニスを塗ることを推奨する。特に海岸に近い場所に設置する際は、マリン用ニスを塗ると長持ちする。
- 3) 海岸に近い場所に設置する際、ボルト、ナット、ワッシャー等は防錆仕様を使用することとする。

#### 2-4 観光標識のデザインのフォローアップ

- 1) 観光標識が設置された観光地を訪れる観光客に対し、口頭、もしくはアンケートによって以下の項目について質問し、その回答を参考に今後の観光標識のデザインに反映させることとする。

##### 観光標識に関する観光客へのアンケート

- 1) 迷わず目的地に辿り着くことができたか。

はい      いいえ

いいえの場合はどこで迷ったか。

対応策：設置場所を再検討する。損傷や盗難が無かったか再確認する

- 2) 視認性

・標識の文字は見やすい大きさか

はい      いいえ

・標識の色は見やすいか

はい      いいえ

・観光情報板の情報、距離やピクトグラム等の適切な情報が読み取れたか

はい      いいえ

いいえの場合

対応策：文字の大きさ、色調など改善策を再検討する。

- 3) インパクト



・観光標識をはじめに見た印象はどうだったか。

コメント：

例) 早く観光地へ辿り着きたいという高揚感を持った等

・歓迎用観光標識をはじめに見た印象はどうだったか。

コメント：

例) 歓迎された印象を持った等

以上

### 3. 観光標識の設置方法

#### 3-1 観光標識の設置場所の許可

- 1) 観光標識の種類、設置個数、設置場所の計画が固まった段階で、市役所や関係省庁より設置の許可を得る。特に **CORSATUR** は地元 **CAT** や **CDT** と共に申請を行うことにより、手続きがスムーズにいく可能性が高い。また、**CDT** の中には市役所職員がメンバーになっているところもあるので、協力を依頼しスムーズな申請許可を得られるよう努める。

環境保護区など場所によっては、環境省や他省庁の許可が必要になるため、**CORSATUR** なども積極的に省庁間で働きかけ、申請許可を少しでも早く得ることが重要である。本パイロットプロジェクトでは、環境省の許可申請を取得するまでに約半年程かかったため、なるべく早く許可を得られるよう関係者が連携することが重要である。

- 2) 観光標識の設置許可の申請レター（フォーマット）は添付資料 2 に記す。

#### 3-2 観光標識の設置方法

- 1) **CORSATUR** が中心となり、地元 **CAT** および **CDT** の協力の下、観光標識を設置することを推奨する。特に設置する場所に間違いがないか、適切な場所に設置するためにも地元住民の確認協力が必要になる。
- 2) 本件パイロットプロジェクトでは観光標識の設置に関して、標識会社と地元 **CDT** が連携し、観光標識を設置した。特に **CDT** や **CAT** の手により、設置に必要な箇所の穴掘りや資材の搬送などが行われ、彼らの手により観光標識が設置された。これは国内で初めての事例となった。
- 3) これら設置工事に地元 **CDT** や関係者が実際に携わることにより、観光標識を大切にしている意識が高まり、それが良好な維持管理につながっていることが確認されている。



エルエステロンビーチ（インティプカ市）



コンチャグア火山（コンチャグア市）



ラウニオン市棧橋（ラウニオン市）



サカティージョ島（ラウニオン市）

### 3-3 観光標識の設置場所の調査

- 1) 本パイロットプロジェクトではコンチャグア市とインティプカ市それぞれで、設置された観光標識 1 箇所（計 2 箇所）が何者かに切断され行方不明になった。これら 2 箇所には、設置された場所は夜になると人通りがなくなり、また、それらの周辺は治安が良くないという共通点が判明されている。
- 2) 設置する場所が決まった段階で、市役所や周辺住民に設置する場所周辺の治安の確認を行うことを推奨する。治安が悪い場所には観光標識を設置しても、損傷や盗難の可能性が高いため、設置しないことを勧める。
- 3) また、少なくとも設置する箇所周辺に 1 つ以上の民家があり、損傷や盗難されないよう見守ってもらうよう協力依頼を行うことが重要である。

## 4. 観光標識の維持管理

### 4-1 緊急連絡先

- ・ CORSATUR のプロジェクト・投資部門（Gerencia de Proyectos e Inversión）が観光標識を担当しているので、観光標識に関する情報の入手や報告については、CAT 事務所を通じて、もしくは直接 CORSATUR に連絡することとする。

1) CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo)  
Gerencia de Proyectos e Inversión

**Licda. Martha Cristina Morales**

Gerente de Proyectos e Inversión  
E-Mail: mmorales@corsatur.gob.sv  
Tel. (503) 2243-7835

**Arq. Manuel García**

Coordinador de Infraestructura Turística  
Unidad de Infraestructura Turística  
E-Mail: mgarcia@corsatur.gob.sv  
Tel. (503) 2243-7835

**Arq. Marta Calderón**

Especialista en Infraestructura Turística  
Unidad de Infraestructura Turística  
E-Mail: mcalderon@corsatur.gob.sv  
Tel. (503) 2243-7835

2) CAT La Unión (Centro de Amigos del Turista)

**Ing. Sandra Natzumin Fuentes Sánchez**

Técnico

**Lic. Raúl Alcides Torres**

Técnico

E-Mail: cat.launion@gmail.com  
Tel. (503) 2604-0470

## 4-2 使用材料の入手方法

本パイロットプロジェクトで製作された観光標識に使われている材料に関する仕様や購入店、価格については、メンテナンスや部品交換のし易さの観点より、維持管理マニュアルにまとめている。

## 4-3 維持管理計画

### 4-3-1 技術的な維持管理計画

観光標識を構成する以下の項目に関し、維持管理のポイントを記す。

- 標識の支柱と基礎
- ボード
- 固定材

- ビニール、反射板
- 木材

以下のポイントを参考に設置された観光標識の維持管理を実施することとする。

- 1) 固定材が緩んでいないか、締まり具合を確認する
- 2) ビニールや反射板に空気が入り、気泡になっていないか確認する。
- 3) 標識の基礎部分に大きなひび等が無い確認する。
- 4) 鉄部に錆が無い確認する。錆が見つかった場合はそれを取り除き、防錆剤を塗布する。
- 5) いたずらされたロゴマークを直す。
- 6) 観光標識の視認性を邪魔する、枝、落ち葉、ほこり、落書き、ステッカーなどが確認された場合は、それらを取り除くためにクリーンアップを実施する。
- 7) 観光標識に使用した木材にマリン用ニスを塗布した場合は、少なくとも1回/年以上は塗り直す。
- 8) 観光情報板等に使われるアクリルの損傷が確認され、視認性が低下した場合は新しいものと取り換える。
- 9) 観光情報板等に湿気が入り込み、視認性が低下した場合には、アクリルを取り外し、湿気を取り、再設置する場合にはシリコンで周りをシールする。
- 10) 海岸地域に設置されたスチール製の観光標識については、防錆剤などを塗布し錆ないように注意する。
- 11) スチール製の観光標識が曲がるなどの損傷があれば元にも戻す。

維持管理を徹底することにより、観光標識の現状を保ち、視認性も継続して確保する。

観光標識をデザインし、製作・組立、そして設置する一連の過程を実施するにあたり、傷ついた標識の補修、損傷された部品の交換、行方不明になった標識の補給などの損傷事例を考慮する必要があり、以下のように維持管理項目を整理した。

#### 標識の支柱と基礎:

- 1) 曲がったものやペンキが剥げた支柱の補修
- 2) 損傷された支柱の交換
- 3) 傷ついた支柱の補修

#### ボード:

- 1) 湾曲したボードの矯正
- 2) 損傷されたボードの交換
- 3) 傷ついたボードの補修

#### 固定材:

- 1) 損傷された固定材の交換

#### ビニールと反射板:

- 1) 損傷されたビニールの交換
- 2) 傷ついたビニールの補完

#### 木材:

- 1) 損傷された木材の交換

#### 4-3-2 維持管理計画の手法

- 1) 観光標識に不具合が発見された場合には、維持管理シートに必要事項を記載し、地元の CAT 事務所もしくは CORSATUR 提出する。維持管理シートは添付資料 3 に記す。
- 2) 維持管理の実施に関しては、添付資料 4 の維持管理プログラムを参照し、維持管理項目やそのタイミングを確認しながら実施する。
- 3) CDT を中心とした地元住民のグループを組織し、維持管理計画を実施する。必要な場合は市役所、コミュニティ開発地域組織 (ADESCO)、警察、軍隊にも協力を依頼し、損傷や盗難の監視を行う。
- 4) 設置された観光標識の周辺にある家やコミュニティに協力を依頼し、損傷や盗難のないよう観光標識の監視を行う。
- 5) 観光標識に何らかの問題を発見した場合には、CDT 代表もしくは CAT 事務所に連絡する。CAT 事務所を通じて CORSATUR の担当者にも報告される。上記 4.1 を参照。
- 6) 観光標識を構成する部材に不具合が生じ、自分たちで対応できる場合は、維持管理マニュアルに記載された使用材料の記録を参照し、必要部材を調達する。もしくは、上記 4-1 に記載された担当者に連絡し対応する。

#### 4-3-3 その他

- 1) 観光標識はいたずら書きや損傷などにより、観光客はその地域に対し悪い印象を持つ可能性が高いことから、地元住民を巻き込み、常に目を配りながら観光標識の維持管理を行っていくことが重要である。
- 2) 本パイロットプロジェクトの実施の中で、切断され行方不明になったコンチャグア火山までの標識について、盗難被害発覚後、CAT ラウニオンや地元 CDT が自主的にメディアへの広報（盗難対策）、や周辺住民への呼びかけを実施した。設置に参加した CDT メンバーには自分たちで汗を流し設置した観光標識が盗難に遭い、悔しい気持ちが生まれ、また今まで盗難対策が無かったこともあり、これを教訓に自分たちが設置した標識を大切にし、観光に対する意識が向上される結果となった。今のところ、これ以上の被害報告は無く、この自主的な活動は一定の効果があったと思料される。今後は、損傷や盗難に遭わないように地元住民を巻き込んで CDT や CAT が標識の見回りも含めて、観光ルートを巡回する等の対策をとることが重要である。
- 3) 観光標識の維持管理に関しては、ラウニオン市、コンチャグア市、インティプカ市にて作成された維持管理マニュアルを添付資料 5 に記す。