

公的施設公開に関する考察と提議

仲間が広がる、旅が深まる



クラブツーリズム

平成30年1月23日
クラブツーリズム株式会社

クラブツーリズムの理念

旅を通して、出会い、感動、学び、健康、やすらぎの種を撒き、はつらつたる喜びに満ちた社会を花開かせていく

近年お客様からのニーズが高い分野が「**学び**」「**体験**」

国内外ツアーやバスツアーに加え多様化するお客様のニーズに合わせた『テーマのある旅』を展開。
 (テーマ旅行一例)

ハイキング・登山の旅	初めての山登りから上級登山まで
こころの旅	お遍路旅や百観音めぐり
歴史街道あるき旅	歴史を学びながら健康づくり
こだわりの花めぐり旅	美しい庭園や山野草に出会う
写真撮影の旅	写真講師に学ぶ撮影
おひとり参加限定の旅	行きたい時に行きたい場所へ
ダンス大好き	社交ダンスを通じて仲間づくり
美食探訪	心ゆくまで“食”を堪能
気軽にそとあるき	バスを使わない現地集合・解散の旅



テーマ旅行における顧客ニーズ

①公共機関などの
インフラツーリズム

②明治大正期の
建築文化財の特別見学

非日常的
体験

③異業種企業との
タイアップ企画

④学術機関との提携
による特別体験



公的施設や学術機関等の過去ツアー実績

旅行会社独自の視点で観光素材を価値ある特別感へアレンジ
見るだけの施設から「体験」と「学び」を演出できるのが民間企業の強みである

◆東京藝術大学 赤レンガ一号館特別見学と奏楽堂でのコンサート鑑賞

【交渉先】 国立大学法人東京藝術大学

<ツアーポイント>

- ・大学からの認可を得て「ツアー団体」としてキャンパス内を見学
- ・大学関係者以外は見学不可の都内最古の「赤レンガ一号館」を見学

◆開通前の首都高速 中央環状線ウォーキングイベント

【交渉先】 首都高速株式会社

<ツアーポイント>

- ・非常口から特別に入場し開通前の高速トンネル内をウォーキング
- ・工事に携わった現場スタッフが「リアルな工事話」を案内

◆三菱一号館美術館の裏側と明治生命館地下でのランチ

【交渉先】 三菱地所設計

<ツアーポイント>

- ・一般開放されていない地下部分を特別に三菱地所スタッフが案内
- ・GHQ接收時代の名残を残す地下レストランで昼食

非日常的体験の好事例

迎賓館赤坂離宮を含むツアーの実績

2016年 参加人員：69,200名（新規顧客22,289名）

2017年 参加人員：31,856名（内新規顧客9,395名）



迎賓館赤坂離宮・お客様の声

- 何度も抽選に応募していたので初めて本館内に入れ感動した。（女性）
- 明治時代の面影が残る貴重な文化財に魅了されました。（男性）
- 東京にこんな場所があるなんて知らなかった。海外にある王宮のようでびっくりした。（女性）

○今年度は、明治150年のテーマ性にあわせたツアー企画が人気

明治14年建造 明治記念館本館の「金鷄の間」 各国の国賓に提供されたメニューを特別に再現



明治14年、当時の赤坂仮御所の別殿として今の迎賓館のある場所に建てられた明治記念館本館である「憲法記念館」。
明治21年、明治憲法草案審議の御前会議も開かれ、ご会食所として使用された場所を特別に昼食場所として開放。



「枢密院憲法会議」五姓田芳柳 画 聖徳記念絵画館蔵



明治記念館本館・金鷄の間



明治150年記念復刻メニュー

大人の社会科学見学



クラブツーリズムは2007年5月に「大人の社会科学見学ツアー」を商標登録いたしました。お客様に対して「学びの旅」（知的好奇心を満たす旅）を紹介しております。

クラブツーリズムブランド

大人の社会科学見学

好奇心の強いシニア顧客に人気

メイドインジャパンの価値を上げる場に

学び志向のあるインバウンドへ

<インバウンドを呼び込む大きなツールに>

大人の社会科学見学ツアー過去実例

- トヨタ自動車工場見学
- 新幹線車両基地見学
- お寺で精進料理体験
- 自衛隊演習場見学
- 国会議事堂と造幣局
- ヤフー本社の社員食堂体験
- 歌舞伎/能などの伝統芸能鑑賞
- 相撲部屋の見学

学び志向の強い外国人（インバウンド）への誘客も可能

最新の実例「東京港トンネルツアー」



実施：2017年11月・12月
2018年2月

【ツアー内容】

平成30年度開通予定の東京港トンネル内を特別に散策するツアー
※国土交通省・川崎国道様ご協力のもと実現

⇒各日最大22名様ツアー。パンフレットで販売開始後、3日間で即完売。お客様からは追加日程の要望が多数あり

定常的な公開が決まれば、日本のお客様だけではなく「日本の優れた技術」に興味のある「インバウンド」も顧客対象と伸びる潜在価値が高いのがインフラツーリズム。

企画を実現するにあたっての問題点・課題

- **営利目的での開放は不可**

⇒**公益施設であるほど有料開放に難色。**

【現場での実例】

- 首都圏外郭放水路では、修学旅行での団体見学は可能だが、旅行代金を収受する「旅行会社」の団体見学希望は一切不可と交渉の余地がなかった。
- 皇居一般参観も同様

【改善案】

費用面を民間側で補填することを改善案の一環とし、公的施設を観光資源として活用する方針を国の政策としてサポート

企画を実現するにあたっての問題点・課題

- **複数の日程対応の難しさ**

⇒1回の限定企画では顧客の需要を満たすことはできない

【現場での実例】

- 「一社のみへの対応は無理なので一般開放されている日程でお越しく下さい」と交渉余地なし
- 回数限定公開+応募ははがきという流れでは旅行会社としてツアー造成は困難

【改善案】

管理面を民間に委託することで複数回実施可能に。日本人を優先している現状から、インバウンド受け入れ余剰まで対応可能

企画を実現するにあたっての問題点・課題

- **直接関連機関へのアプローチ方法**

⇒利用についての質問等、どこに連絡していいか不明確

【現場での実例】

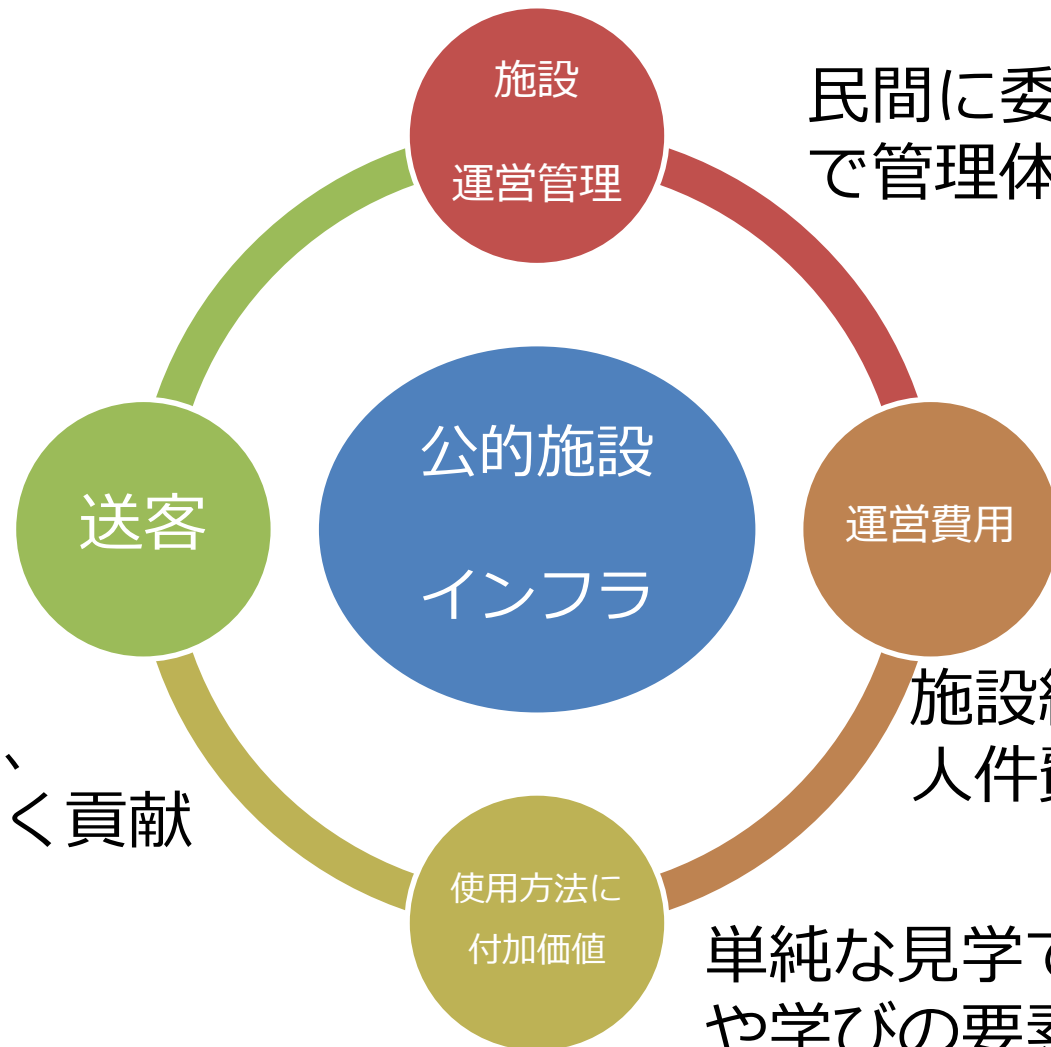
- 直接連絡した際、関係各所に聞かなければわからない等、話を進めづらい

⇒その時点でツアー造成は難航化

【改善案】

- 該当施設の交渉窓口を一本化し、各省庁が対応可能な施設一覧を公表
- 定期的な官民の連絡会議を行い進捗を図ることで、管理体制から公開日程などが調整可能

公的施設公開に伴う旅行会社が担う役割



民間に委託することで管理体制の負担減

施設維持費や受け入れ人件費を民間で補える

単純な見学ではなく、歴史や学びの要素を組み込んだ価値を創造

お客様への告知、集客などで大きく貢献