

10 観光レンタサイクルを活用した観光振興への取り組み

OKBikeプロジェクトによるDMOの事業支援

岐阜県・大垣市 | 大垣共立銀行

古くから「水の都」として名高い大垣市。発達した水路と風情のある街並みを、緑のプレートの自転車が風を切る。「脱・銀行」、「全国初」などのユニークな経営姿勢で知られる地元の地方銀行が、地元観光協会とレンタサイクル事業で連携。「稼ぐまちづくり」に向けて走り出す。



大垣市の概要

【人口】160,671人（2021年2月28日現在）

- ・大垣市は、東京と大阪の間に、また名古屋のすぐ北西に位置しており、大都市へのアクセスが良好な地域。
- ・1,600年の関ヶ原合戦の際に西軍・石田三成の本拠地となった大垣城がある。
- ・また、大垣は、俳人松尾芭蕉が「奥の細道」の旅を終えた地としても有名で、ここから船に乗り、水門川を下っていったとされている。周辺には「奥の細道むすびの地 記念館」等の観光スポットがある。



大垣城周辺の水門川 (Microsoft Bing)

DMOの自走化に向けて

大垣市観光協会は、大垣市を中心とする岐阜県西美濃地域の3市9町の観光地域づくりの役割を担うDMO法人^(注)として、主に地元地域の観光ニーズの収集と分析を行っている。また、事業の一つとして、大垣市の助成を受け、大垣市を訪れた人々が市内の観光施設などを手軽に散策できるよう、リサイクル自転車を無償で貸し出すレンタサイクル事業を市内12か所で展開してきた。

(注) Destination Management/Marketing Organization：地域の観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。

こうした中、同観光協会とともに大垣市の観光活性化に取り組む大垣共立銀行は、「無償で自転車を貸し出すだけでは、税金依存の事業体質から脱却できないし、観光まちづくりにも繋がらない」と分析。「観光振興に取り組むDMOとして、自らの事業収入で持続的な事業ができるように支援できないか」と考え、レンタサイクルの有料化実証実験（2019年3月から2年間）を提案した。



大垣市のシンボルの大垣城 (Microsoft Bing)

利用者の観光消費を喚起

大垣共立銀行は、事業性評価の知見を活かし、持続可能なレンタサイクル事業のビジネスモデルを検討。利用者数や稼働率の予想、収支計画の策定などのコンサルティングを行った結果、大垣市を訪れる観光客をターゲットに、新型自転車を使った有料レンタサイクル事業（1回300円）を実施する案を策定。大垣駅の最寄りのサイクルポート（ホテル施設内）に6台の自転車を導入して事業をスタートさせた。

また、観光客による利用促進のため、レンタサイクルの利用者には、地域の観光・文化施設（奥の細道むすびの地記念館）で使える割引クーポン券の配付や、地域産品の物販店（大垣共立銀行のパートナー企業が運営するOKBショップ、OKB牧場）への来店時のポイント進呈などの特典を付与。これによって観光消費の喚起も狙っている。



奥の細道むすびの地記念館 (Microsoft Bing)

ネーミングライツで効果的にPR

有料レンタサイクルの事業の初期コストを支援するため、大垣共立銀行は大垣市観光協会からネーミングライツを取得。自行のブランドネーム「OKB」にちなんで、自転車を「OKBike」と命名。観光協会のホームページ等で「OKBike」をPRすることで、有料レンタサイクル事業の広告宣伝を行いつつ、観光協会の事業運営のサポートに役立っている。

また、レンタサイクルの利用時には、利用者に目的や行先、居住地、年代等のアンケートに回答してもらい、その結果を観光協会のマーケティングに活用することとしている。

銀行、観光協会、運営事業者との連携

有料レンタサイクル事業の運営のため、大垣共立銀行は、社内横断的なプロジェクトチームを設置するとともに、大垣市観光協会やサイクルポートを設置するホテルの従業員とも合同推進体制を構築。月1回の定期会議を開催し、計画と実績の管理、課題と改善策の検討など、PDCAサイクルを重視して様々な工夫を重ねてきた。

「以前の無償レンタサイクル事業の実績を踏まえ、稼働率の目標を3割と設定し、運営経費等を加味して収支計画を立案しました。その結果、実証実験の初年度（2019年度）は、目標を達成することができました。ただ、観光・文化施設の割引クーポン券の利用実績は、コロナ禍の影響で観光客が減少していることから目標には達しておらず、別の施策を検討中です」と語る（大垣共立銀行）。



レンタサイクルOKBike (クインテッサホテル大垣ホームページ)

今後の展望

大垣共立銀行の担当者によると、「レンタサイクル事業は、コロナ禍においても、マイクロツーリズムをターゲットにした稼ぐまちづくりの一つの手段になりうる」とのこと。「本ビジネスモデルをブラッシュアップしていきながら、DMOと連携を図りつつ、地域の観光の活性化に繋げていきたと考えています」と意気込みを語る。



レンタサイクルの利用者 (Microsoft Bing)

Column

地域の魅力発信に向けたワークショップの開催（愛知県春日井市）

愛知県春日井市は、名古屋市の北部に位置し、名古屋のベッドタウンとして繁栄した人口約31万人の都市であるが、歴史的資源や地域ブランドの知名度が低く、シビックプライドが醸成しにくいことが課題となっていた。

春日井市は、このままでは、将来、他地域へ人口が流出してしまうのではないかと危機感から、2019年4月、シビックプロモーション戦略を策定。子育て世代の移住定住を促進するために、「子はかすがい 子育ては春日井市」宣言を行うなどシビックプロモーションに注力するとともに、更なる市の認知度向上や魅力発信の方策について、大垣共立銀行に相談した。

春日井市の単独指定金融機関を務める大垣共立銀行は、こうした春日井市のニーズに対して、「エンターテインメント性が有効なのではないか」との観点から、地方創生事業で業務提携していたポニーキャニオンと連携し、市民向けの「インフルエンサー養成ワークショップ」という取り組みを企画。ワークショップのテーマを「アイデア発想法」と「SNSと自己表現」とし、ファシリテーターには、ポニーキャニオンからの紹介で、SNSで発信力のあるアートディレクターや地元出身で観光大使を務めるモデルが登場。

ワークショップの集客にあたっては、大垣共立銀行の春日井市内の全支店にポスターやチラシを掲示して開催をPRし、ワークショップの運営の際には、銀行の本部や支店行員も協力した。その結果、ワークショップには約30名の

参加者が集まり、「春日井市には魅力がたくさんあるので、その魅力をSNSで発信していきたいです」等の声も寄せられた。

大垣共立銀行の担当者からは「引き続き、新しいアイデアで県内地公体のシビックプロモーションに協力し、首都圏から地方へ人の流れの創出にチャレンジしていきたいと考えています」との声が聞かれる。地域のことをよく知っている地域住民が、その地域ならではの魅力を発信することで、移住者が増え、地域に活気が集まる。そしてそれがまた人を呼び込む好循環へと繋がっていく。



(左) 大垣共立銀行土屋頭取、(右) ポニーキャニオン吉村代表取締役社長 (大垣共立銀行提供資料)