

本庄市観光振興計画（案）
【別冊】

本庄市

目 次

1. 観光振興策案について	1
2. 観光振興策案	2
1. 観光資源面 魅力ある観光資源を発掘・創出・活用	2
1-1 観光資源づくり・創出	2
1-2 体験型観光づくり	5
2. PR面 市内外へのPR強化と、ネット&国際化対応	7
2-1 拠点づくり・広域連携	7
2-2 情報発信の強化	9
3. ブランド面 観光ブランド化を通じた満足度の向上	10
3-1 ブランディング	10
3-2 アクセスの向上	12
4. 体制面 市民協働による推進体制の構築と連携強化	14
4-1 官民協働の仕組みづくり	14
4-2 組織体制・連携強化	16

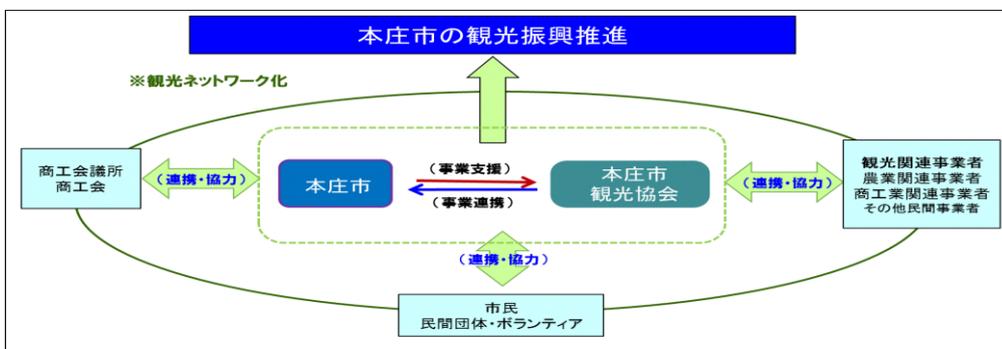
1. 観光振興策案について

観光振興策案の役割と位置づけ

観光振興策案は、計画の戦略を受けて、具体的に中長期にわたって本市の観光振興を実現していくための実践案です。特にKPIを達成するための必要な施策として具体的な取組案を示します。

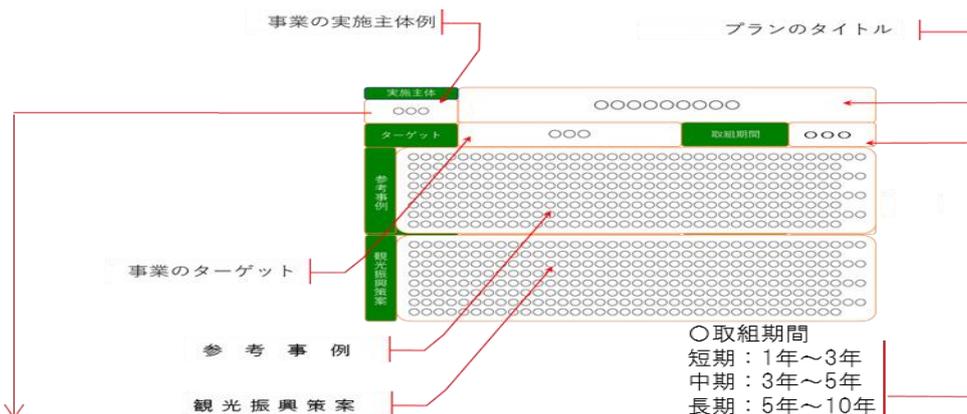
各種観光振興策案の実践にあたっては、官民一体となりながら、それぞれの役割分担、ターゲット、取組期間などを明確にし、着実に取り組めるよう整理しています。この観光振興策案は本市の観光振興を常に進化させていくための取組案（アイデア集）のため、観光に関心のある市民や団体等観光ネットワーク（仮称）からの意見や事業案を募り、単年度での修正、改善を繰り返し、実践しやすい取組を示していきます。

＜推進体制イメージ＞



観光振興策案の構成

次頁以降に掲載されている各種観光振興策案の記載内容は以下の通りとなっています。



- ・市：年度予算に沿って、観光振興の方向性の策定や果たすべき実務を行います。
- ・観光協会：本市観光振興の礎として、観光実務のあり方の提言や実務を行います。
- ・市民：本市観光振興に対する意見を述べ、自ら観光振興に関わります。
- ・民間団体：本市観光振興に積極的に関与し、本市発展のために観光振興に携わります。

2. 観光振興策案

1. 観光資源面 魅力ある観光資源を発掘・創出・活用

1-1 観光資源づくり・創出

実施主体	観光資源発掘キャンペーン		
市・市民			
ターゲット	市民	取組期間	短期

参考事例

<地元を知ることが観光振興>

大分県別府市では、地域のイベントを地域内外の人々に楽しんでいただき、賑わいを創出する取組「ハットウオンパク」が定着しています。現在ではその仕組みが全国60地域以上にフランチャイズ展開されており、地域の取組としての盛り上がりを定着させると同時に、地域を越えた横のつながりも強固になってきています。



<画像提供 (一社)ジャパンオンパク>

観光振興策案

市内の観光資源の詳細や、魅力に対する市民の認知がまだまだ十分ではありません。市民が市内の観光施設を巡り、資源価値を深く知ることにより、市内の観光資源を市民が自信をもって紹介できるレベルまで引き上げていくための、市民向けキャンペーンを行うことで、市民の本市観光資源への気づきが生まれます。

実施主体	花めぐりシステム		
市・観光協会			
ターゲット	訪日外国人	取組期間	中期

参考事例

<回遊に便利なフリーパス>

北海道帯広市では、十勝平野に広がる観光施設と連携し、入場券の割引や、観光地を訪れやすくする仕組み作りが行われ、来訪者から好評を博しています。今までひとつの施設だけしか訪れていなかった人々に、市内の有力な観光情報を提供することにより、十勝エリアを回る理由付けや何度も訪れたいくなる仕掛けが行われています。点から線、そして面で捉えた観光が、十勝エリアの魅力を伝えています。



<画像提供 (一社)帯広観光コンベンション協会>

観光振興策案

四季を通じて花のある本市において、花の名所をめぐる仕組みづくりは有効な手段です。スタンプラリーやベストシーズンに行われる各種フラワーイベントの紹介等、何度も本市を訪れる人々への利便性や、また訪れてみたいくなるきっかけづくりに一役買えるような利便性と機能性のあるチケット類を販売することにより、人の流れを作ることが可能です。

実施主体	旧日本庄商業銀行煉瓦倉庫の活用		
市民			
ターゲット	市民	取組期間	中期

参考事例

<空間としての活用が話題づくりに>

新潟県新潟市では、国の重要文化財である旧新潟県議会議事堂を指定管理者制度で運営し、施設をギャラリーとして貸し出しています。明治の雰囲気漂う館内に合わせ、結婚式や地域で行われるイベント会場等、利用方法も多岐にわたり、新潟を代表する使用可能な観光施設として活用が進んでいます。



<画像提供 新潟県>

観光振興策案

明治の趣が感じられる旧日本庄商業銀行煉瓦倉庫は、歴史的建造物としての評価が高い一方、かつて店舗として活用された時期もあり、非常に使い勝手のよい施設です。建造物を空間として活用することにより、さまざまな催し物会場や、東京で開催されるアパレル業界やファッション関係のイベントスペースとしての需要が見込めます。

実施主体	イルミネーションの活用		
市・市民			
ターゲット	市民・市外・訪日外国人	取組期間	中期

参考事例

<棚田が幻想的な舞台装置に>

石川県輪島市の白米千枚田では、10月～3月の間、大規模なイルミネーションイベントが行われ、多くの観光客が来訪しています。何もない海辺の棚田に注目が集まって約10年、今では自然景観を楽しむ観光地として、輪島市の朝市と並ぶ名観光スポットになりました。夜の集客イベント効果として宿泊客の定着にも一役買っています。



<画像提供 輪島市>

観光振興策案

歴史や伝統で知られる本市の賑わい創出策として、イルミネーションを市内各所において展開します。自然と調和した本庄の夜の魅力的なプログラムは、市民はもちろん、周辺地域からの来訪動機に結びつきます。

実施主体	魅力的な公園づくり		
市・市民			
ターゲット	市民・市外	取組期間	長期
参考事例	<p data-bbox="255 488 651 519"><全国から人々を集める公園></p> <p data-bbox="255 533 973 900">静岡県掛川市の22世紀の丘公園は、市民がのんびり暮らしを楽しむために設立され、みんなで創り、守り、育てていく公園です。大型遊具で遊んだり、プールや多目的広場で楽しむことが出来るほか、森を育てるエリア、農業体験が出来るエリアと、地域の暮らしと結びついた自然景観を守る気持ちを育む施設としても活用され、市民はもちろん、市外の多くの人々に愛されている公園です。</p> <div data-bbox="1008 546 1423 819" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="1066 833 1362 864"><画像提供 掛川市></p>		
	観光振興策案	<p data-bbox="255 963 1417 1137">住みやすいまちには、公園が不可欠です。本市には総合公園があり、市民の憩いの場として活用されています。子育て世代が過ごしやすい公園にするため、総合公園をリニューアルし、遊具の設置やバーベキュー広場の充実により、市民はもちろん、周辺地域からの来訪需要を喚起することが可能です。</p>	

1-2 体験型観光づくり

実施主体	体験型観光の推進		
市・市民			
ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期

参考事例

<常に案内可能なガイドシステム>

熊本県山鹿市の、豊前街道と菊池川交わる惣門地区には、今でも風情ある街並みが残っています。その惣門地区にある商店主たちが、豊前街道沿いの店舗や寺社等『米』をテーマに案内する街歩きの型の散策ツアーを行っています。ただ案内人が歴史や蔵を案内するだけでなく、歴史に詳しくない方や、若い方々にも楽しく参加して頂けるよう工夫しています。それぞれの店や寺社が責任を持って対応し、お客様をバトンタッチする形で案内を行います。これにより、誰かしらが常に案内可能な体制を整えることが出来ました。



<イメージ>

観光振興策案

市内の豊富な観光資源を活用した、体験型観光を推進することにより、観光客に何度も来てもらえる市内回遊型体験観光の仕組みづくりが必要になります。

実施主体	本庄の祭り体験		
観光協会			
ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期

参考事例

<祭り体験によるつながり>

福井県坂井市では、ふるさと納税の返礼品に、北陸三大祭りのひとつに数えられる三国祭の山車曳き体験を取り入れました。祭りに興味のある人々とのつながりを作り、観光資源を活かした交流を創造しています。運営は地域の保存振興会が行っており、ふるさと納税を行わなくても、ボランティアとして、参加することも可能です。地域の伝統を守るため、伝統を踏まえた上で祭りの門戸を開き、市外からも協賛金や納税による寄付を募る形で、市民の心の拠り所である祭りを守り続けています。



<画像提供 三国祭保存振興会>

観光振興策案

都市部では本格的なお祭りを目にする機会が減っています。お囃子の太鼓を叩く、祭りの衣装でおめかししたい、山車を引っ張ってみたい、といった貴重な体験をプログラムとして市外の観光客に提供することが来訪者の増加につながります。

実施主体	地産地消系食フェス”ベジタブル本庄”の開催		
市民・民間団体			

ターゲット	市民・市外	取組期間	中期
-------	-------	------	----

参考事例

<近くてお洒落な農のある暮らし>
 福岡県糸島市は、福岡市の西隣に位置し、通勤圏として近年人口が増加しています。綺麗な海の景観を活かしたお洒落なカフェがここ10年で増え始め、今ではドライブでわざわざ訪れる観光スポットになりました。カフェで使われる近郊野菜も新鮮でおいしいと評判で、近隣の農産物直売所の売上は全国1位に輝くほど賑わっています。



<イメージ>

観光振興策案

本庄野菜を有力な資源として位置づけ、市民の認知、市外からの誘客などを目的に地産地消型の新しいイベント（フェス）の実施を目指します。特に、キッチンカーの動員、市内の飲食店などとも連携して、市内全域を一つの会場としたテーマパーク型イベントとして実施します。従来の街バル型の事業などとの連携等によって、観光客の昼夜の滞在時間の拡大につなげていきます。

実施主体	本庄名物の発信		
市民・観光協会			

ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期
-------	----------	------	----

参考事例

<郷土料理が市民権を得る>
 大分県では、郷土料理として「だんご汁」が定着しています。小麦粉を団子状にして具だくさんの野菜と煮込んだ料理は、本市のつみっこ同様、全国的には「すいとん」として知られています。しかし、大分県の県民食として、その名が全国的に広がり、空の玄関口である空港や駅前の料理屋、居酒屋等でも郷土料理として提供されています。普段食する当たり前のものを、市民が食べ続けることにより、その暮らしに根付いた食は、郷土の資源として認知されていきます。



<画像提供 大分市>

観光振興策案

養蚕文化とともに本市の食文化も発達しました。小麦粉を団子状にした「つみっこ」は、農作業の合間に食べられており、地域を代表する郷土料理です。現在でも、家庭や店舗、イベント等で食されており高品質な地元の小麦や野菜で作られたつみっこを市外に発信することにより本市の強力な食資源として、来訪動機の1つになりえます。

2. PR面 市内外へのPR強化と、ネット&国際化対応

2-1 拠点づくり・広域連携

実施主体	観光情報集約拠点設置の検討		
市・民間団体			
ターゲット	市民・市外	取組期間	長期
参考事例	<p><新しい旅行スタイルの提案></p> <p>NEXCO東日本では、ドラぷらの旅という、車で現地集合し、その地域のプログラムを楽しむ新しい旅のスタイルを紹介しています。基点となるのは各地のサービスエリア等で、地元ならではの特別な体験メニューが紹介されています。</p>		
観光振興策案	<p>本市の観光情報を集約し、発信する施設の設置について、整備を検討する機会を設けます。</p>		



<画像提供 NEXCO東日本>

実施主体	市内空きスペースを活用した観光PR		
市・観光協会			
ターゲット	市民・市外	取組期間	中期
参考事例	<p><観光の玄関口を意識した取組></p> <p>長野県飯山市では、北陸新幹線開通にあわせJR飯山駅舎をリニューアル。その際構内に観光案内所を併設しましたが、単なる観光案内所ではなく、地域の観光をわかりやすく楽しんでもらうために、アウトドアをテーマとした、体験型観光の発信基地として営業しています。</p>		
観光振興策案	<p>市内の集客エリアや周辺の空きスペースを活用し、観光案内や広域観光情報の拠点として有効活用を進めることにより、市内外への本市観光の認知度が高まります。また、単なる観光パンフレットの設置にとどまらず、特産品の販売や、市内で開催されるイベントや季節の花の見ごろの案内を行い、本市の観光の様子が常に目に付く環境を整えていくことが必要です。</p>		



<イメージ>

実施主体	広域連携型の情報発信		
市			
ターゲット	市外	取組期間	中期

参考事例

<道を活かした広域発信>

長野県南部の木曾エリアでは、国道19号線沿いの市町村が連携し、地域の郷土料理を食べたり購入できるイベント「スローフード街道フェスタ」を同時開催し、1箇所では届かない小さな情報を地域全体で行う相乗効果で認知を拡大、今では秋の風物詩として、中京圏からの集客を安定化させました。



<画像提供 木曾広域連合>

観光振興策案

本市の立地特性などを考慮し、より広範な地域との連携による総合的な知名度、認知度を向上させていくことが重要です。特に現状の絹産業遺産群や、有効な資源である祭りや桜、さらには今後開発していくコンテンツ等に関わる他自治体との広域連携による情報発信が効果的です。

実施主体	上武絹の道の活用		
市・民間団体			
ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期

参考事例

<民間主導の観光プラットフォーム>

新潟県、群馬県、長野県、3県7市町村にまたがる広域の観光振興組織が（一社）雪国観光圏です。冬の間は雪に閉ざされる非常に不便な生活を、雪国が伝統的に守ってきた文化として紹介し、都心では味わえないコンテンツとして提供しています。行政主導では難しい広域連携を、民間主体で事業を行うことにより、官民双方の強みを活かした事業モデルとして全国から注目を集めています。



<画像提供 (一社)雪国観光圏>

観光振興策案

世界遺産となった富岡製糸場と絹産業遺産群のストーリーを活用し、本市の観光価値を高めるとともに、広域連携による観光客誘致活動や観光受入体制整備を行っていきます。

2-2 情報発信の強化

実施主体	情報発信のリンク		
観光協会			
ターゲット	総合	取組期間	中期

参考事例

<テーマを明確にして情報を一元化>

鳥取県境港市では、観光協会のHPに観光情報を集約、キラーコンテンツであるアニメのキャラクター関連情報や買い物、地元境港で水揚げされた新鮮な魚介を使用した食の情報等、境港に興味を持った人がワンストップで情報を得られるよう、工夫がされています。



<画像提供 境港市観光協会>

観光振興策案

現在、個別に行われている各団体の情報発信体制を集客という観点から、一元化を図っていきます。地域の子供たちの参加、シンボルとしてのはにぼんの起用、観光情報ツールとして定着したSNSなど、これまでの手法にとらわれず、観光振興の誘客プロモーションすることにより、本市の情報をこれまでと違ったルートで拡散させることが可能となります。また、観光情報の多言語化等も含め訪日外国人にも対応することが、新たな誘客機会を創出します。

実施主体	広報観光大使・はにぼんの活用		
市・観光協会			
ターゲット	総合	取組期間	短期

参考事例

<市外へ旅立つ若者を大使に>

山梨県富士吉田市では、高校を卒業して大学等に進学する生徒に対して、「富士吉田ふるさと大使」を任命し、専用の名刺を活用したPRを依頼することで、育ったまちの素晴らしさを改めて認識し、愛着を持ち、市の知名度向上やイメージアップにも繋げていきます。また、全国各地で活躍している富士吉田出身者や、ゆかりのある人々を「富士吉田ふるさと応援団」として任命し、同様の活動を行っています。



<画像提供 (一財)ふじよした観光振興サービス>

観光振興策案

2017年には5人の本庄市広報観光大使が就任しました。彼らの活躍によって、これまで本市と接点のなかった人々からの注目と新たな来訪需要を期待することが出来ます。また、ゆるキャラ®グランプリ2016で第2位となったはにぼんの観光PRへの積極的な活用は、本市の知名度向上に大いに貢献することが期待できます。

3. ブランド面 観光ブランド化を通じた満足度の向上

3-1 ブランディング

実施主体	<p style="text-align: center;">あかり 本庄・近代の灯ブランディング計画</p>		
観光協会			
ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期
参考事例	<p><昔の賑わいを今に伝えるまちづくり></p> <p>新潟県村上市では、古い町並みを活かしたまちなかブランディングを市民が主体となって進めた結果、季節ごとにまちを魅せる取組が定着し、小さな田舎町の商店街が年間200万人以上の集客を誇る観光地へと進化しています。また、大分県豊後高田市では、昭和の街をテーマに空き店舗やさびれた街を活用したブランディングを仕掛け、懐かしさを求めた観光客が全国各地から訪れるようになりました。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: right;"><画像提供 村上市観光協会・豊後高田市></p>		
	観光振興策案	<p>市内の明治、大正期の眠っている資産（古着や着物、家財等）を活用した近代の本市の魅力を伝える本庄ブランディング活動を展開します。特に、現行の祭りの多くが明治期以降に栄えるようになったこと等も受けながら、祭りの今後の在り方なども含めた総合的なブランディング活動を目指します。</p>	
実施主体		<p style="text-align: center;">本市の偉人の功績を広める</p>	
市・民間団体			
ターゲット	市民	取組期間	中期
参考事例	<p><文豪への共感が観光メニューに></p> <p>愛媛県松山市では、市内各地に90か所以上の俳句ポストが設置されています。松山市にゆかりのある正岡子規・夏目漱石等の文豪の記念事業として、俳句を募集したことをきっかけに、俳句のまちにふさわしく、市内随所で多くの人々に俳句を詠んでもらう仕組み作りが進んでいます。現在では県外の都市や海外にもポストが設置されています。毎年応募のあった俳句から優秀作品を表彰し、俳句文化の魅力を市内外へPRしています。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p style="text-align: right;"><画像提供 松山市></p>		
	観光振興策案	<p>本市の偉人である塙保己一の偉大な功績を広めていくことは、本市の知名度向上には欠かせない取組です。市民参加による塙保己一ゆかりの地を紹介する定期的なプログラムの開催やイベントを行うことにより、市民に流れる塙保己一の道德感を市外へ広めることが期待できます。</p>	

実施主体	フィルムコミッションの推進		
市・民間団体			
ターゲット	総合	取組期間	短期

参考事例

<九州本土最西端の島はCM界のレジェンド>

長崎県平戸市は九州本土最西端に位置し、東京よりも中国の上海に近いほど遠方にあります。市内で最も西にある生月島には、毎年多くのCM撮影スタッフが乗り込み、新車の撮影が整然と行われています。なぜ生月島なのか、そこには車をよく見せたいという撮影スタッフの思いと、その思いに応えようとする島民の受入体制によって生まれた信頼関係が存在していました。CM撮影のために地域全体が協力できるワンストップサービス可能な島だったのです。



<画像提供 平戸市商工会>

観光振興策案

フィルムコミッションは、本市の知名度向上に有効な取組です。しかし、全国各地に同様の場所があり、差別化を図ることは難しくなっています。単なるロケ誘致ではなく、ロケを行う側が撮影しやすい環境を一元管理し、撮影する側が使いたいロケ体制を整えているフィルムコミッションとして、テレビやCM、映画関係者へプロモーションを行っていきます。また実例を増やし、ロケ地マップ等で紹介することにより市民の関心を高めていきます。

実施主体	はにぼんと連携した知名度向上		
市・観光協会			
ターゲット	総合	取組期間	短期

参考事例

<キャラクターによる観光グローバル化>

熊本県PRキャラクター「くまモン」は、現在では世界に知られるキャラクターとして活躍しています。熊本県のPR以上に、その愛くるしい様相が県民の心を掴み、自らの郷土をPRするために、外部へ発信し続けた結果が今の姿です。キャラクターは手段であり、観光PRを行うのは県民ひとりひとりであることを気づかせてくれた格好です。



©2010熊本県くまモン#K001

観光振興策案

ゆるキャラ®グランプリ2016で全国第2位に輝いた「はにぼん」の認知は、市内の若い世代を中心に広がっており、市民に愛されています。この流れを観光活性化に積極的に活用することは有効な手段です。はにぼんをデザインした推奨土産品マークを作成し、市内外で積極的に販売を行うことで、観光PRとともに本市の知名度向上に大いに役立ちます。

3-2 アクセスの向上

実施主体	観光客に親切な受入整備		
市・観光協会			
ターゲット	市外	取組期間	中期
参考事例	<p><民間主導の観光プラットフォーム></p> <p>石川県金沢市は、北陸を代表する有名な観光地です。北陸新幹線の開通以来、都心からの時間も大幅に短縮され、非常に多くの観光客が訪れています。ここでは市内の混雑緩和のため、市内の路線バスの1日乗車券を購入すると安価で駐車場に停めることが出来る、パーク&ライドシステムが導入され中心市街地の渋滞を少しでも減らす取組が進められています。</p>		 <p><画像提供 金沢市></p>
観光振興策案	<p>交通利便性を活かした観光を推進します。そのためには、観光客が来訪した際、中心市街地や市内の観光の核となる場所を移動して巡るために、駐車場の整備や移動の際に便利なガイドマップや観光案内看板の設置等、来訪者の視点で広い本市を短時間でスムーズに移動できる支援体制づくりが必要です。</p>		
実施主体	ダイレクトアクセス本庄の整備		
市・観光協会			
ターゲット	訪日外国人	取組期間	中期
参考事例	<p><海外では当たり前のフリーバス></p> <p>世界の有名都市には、トランジットツアーやフリーシャトルバスといった名称で、空港発着の無料の観光目的のバスが運行されています。乗り換えで時間に余裕のある旅行者や、まだ行き先の決まっていない観光客を対象に空港周辺の観光地へ案内する仕組みが世界の当たり前となっている今、ラグビーワールドカップや東京2020オリンピック・パラリンピックを控える日本でも早急に取り組むことが必要となっています。</p>		 <p><画像提供 仁川国際空港ホームページ></p>
観光振興策案	<p>埼玉県内に3つしかない新幹線駅を活用し、訪日外国人を降車させるための仕掛けづくりを行います。また、県内市町村と連携したフリーシャトルバスを利用する外国人誘客の検討を進めます。交流人口として経済効果が高い外国人を安定的に取り込むことにより、本市の観光のグローバル化と観光による新たな収益事業の可能性を高めます。</p>		

実施主体	催事アクセスの改善 “フェスティバス” の運行		
観光協会			
ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期
参考事例	<p>＜観光客対応が地域のメリットに＞</p> <p>北海道釧路市の阿寒地区では、観光客の回遊性を向上させることを目的に阿寒湖周遊のシャトルバスを無料で運行しています。バスの定期運行実現により、観光客だけでなく、地域の足として地元の学生や高齢者も利用するようになり、バスに乗車することで地域住民との交流も楽しめるようになりました。</p> <div data-bbox="901 548 1428 806" data-label="Image"> </div> <p>＜画像提供 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構＞</p>		
観光振興策案	<p>祭りや各種イベント時の市内の2次交通体制を強化します。JR本庄駅、JR児玉駅、JR本庄早稲田駅、さらには本庄児玉ICにおけるパーク&ライドなどの展開により、市内の交通渋滞の緩和や観光客の利便性を高めます。高齢化社会が進む中、車を持たない高齢者の参加なども見込まれます。</p>		

4. 体制面 市民協働による推進体制の構築と連携強化

4-1 官民協働の仕組みづくり

実施主体	市民観光啓発運動の推進		
市民			
ターゲット	市民・市外	取組期間	中期

参考事例

<子ども観光大使が描く未来>

近年子どもたちによる観光振興を進める自治体も増えてきました。子ども目線で考える観光まちづくり活動として浸透しています。地域のことは地域を担う世代が率先して考える取組として、身近な資源を掘り起こして、自分の言葉で伝えることが、市民の観光への気づきにつながっています。



<画像提供 静岡県>

観光振興策案

人口減少問題と観光振興の必要性などを総合的に啓発する運動を展開します。また、市民から見た本市の観光資源を紹介しながら、暮らしやすいまちであることをメッセージに、市外から訪れたいくなるまちになるよう、積極的に本市の魅力を発信します。

実施主体	市民観光ネットワーク化		
市・市民・民間団体			
ターゲット	市民	取組期間	中期

参考事例

<官民協働のパートナーシップ>

栃木県大田原市には、行政と地元企業18社の共同出資によって設立された(株)大田原ツーリズムがあります。地域内のネットワークを活かした農村体験や農家民泊など、田舎を体験する多彩なプログラムが充実し、安らぎと憩いの場を求める首都圏の需要を取り込んでいます。地域内のコンセンサスを得るために、専任職員は関係者との連携を密に、常に情報交換をしながら、事業運営を円滑に進めています。



<画像提供 (株)大田原ツーリズム>

観光振興策案

定期的に情報交換を目的とした市民観光ネットワーク連絡会を開催し、観光に関する連携や協働事業の推進を図ります。

実施主体	まちの駅との連携		
市民・民間団体			

ターゲット	市民・市外	取組期間	中期
-------	-------	------	----

参考事例

<また会いたくなるお休み処>

新潟県佐渡市では、毎年5月に佐渡島内の外周約210kmを自転車で巡る「佐渡ロングライド」を行っています。島内の一部には観光とは無縁の集落もありますが、地域の協力で民家を立ち寄りスポット「寄れっ茶屋」として活用を始めました。今では、大会のない日に、サイクリストが寄れっ茶屋のおばさんとの交流を目的に島を訪れています。



<画像提供 (株)コラポル・佐渡観光協会>

観光振興策案

全国的にみても設置数の多いまちの駅と連携し、本市のおもてなしレベルの向上と、人と人とのふれあいを通じた観光情報の提供や、来訪者のリピーター化を推進していきます。

実施主体	観光みらい支援プラン（仮称）の設定		
市・民間団体			

ターゲット	市外	取組期間	長期
-------	----	------	----

参考事例

<ないものはないが地域ブランドに>

島根県隠岐の離島の小さな町である海士（あま）町。人口は約2,600人、本土に比べ人口流出が激しい離島ながら、過去10年で人口が増加している魅力的な町です。島の厳しい暮らしを逆手に「ないものはない」を島のキャッチフレーズに、島でしか出来ないことや島の不便ながらも工夫して生活する姿そのものを観光資源として活用しています。そんな都会にない暮らしを求めて観光客が訪れるようになった結果、島からなくなったりリネン業が若者の起業により復活、観光振興による地域活性化が日々進んでいます。



<イメージ>

観光振興策案

特に人口減少問題を意識し、観光振興の領域における関係人口の増加を目指した起業支援事業を準備します。本庄の街並や資源を題材に、ビジネスやアートなど、観光活性化に寄与できるチャレンジングな起業・活動に対し各種の支援体制を強化していきます。

4-2 組織体制・連携強化

実施主体	観光協会の運営体制の見直し		
市・観光協会			
ターゲット	市外・訪日外国人	取組期間	中期
参考事例	<p><観光協会の多角経営></p> <p>北海道ニセコ町、訪日外国人であふれるこの町の観光協会は全国でもいち早く株式会社化したことで知られています。しかし観光協会を運営していくには、会員からの会費収入だけでは難しいため、観光協会としてさまざまな事業に着手し、収益を確保しています。現在ニセコ町には、冬を中心に非常に多くの外国人が訪れます。外国人向けの着地型観光メニューやアウトドアのアクティビティが充実し、一部の人気メニューは採算が合うものもある一方、採算の悪い観光メニューもあります。そこで観光協会の安定経営を図るため、JRニセコ駅の運営を受託し、駅の改札業務等を観光協会が行っています。</p>		
	観光振興策案	<p>観光協会の財源確保の観点から、協会運営の収益モデルを調査研究し、安定した財源確保のための必要事項や課題を整理し、新たな組織変更の見直しを行います。</p>	



<イメージ>

