

テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	多賀城市
取組名称	文化・芸術の創造性を活かした人材育成		
概要	これからのまちづくりは、グローバル化の視点が欠かせないものであるが、グローバル化の問題点としてあげられている「対立や格差の拡大」や「画一的な文化の平準化」をもたらすことなく、「調和のとれた多様性を認め合うグローバリゼーション」を伴った地域社会を支える人材の育成を課題とする中、文化芸術が創出される過程で発揮される創造性や革新力によって、感受性や感性を高め、それを通じて多様性を涵養することで、グローバル社会を支える人材の育成に取り組んでいる。 これによって、その人材が「新たな価値を生み出すための社会的資源となること」を目指す。		
予算額	760 万円（ 現地通貨 ）		7 万米ドル（ US\$換算 ）

1. 課題(現在の状況)

本市は、公共交通網が発達し、生活利便性の高い町として緩やかに発展してきており、東北では人口密度が一番高い。一方で、奈良時代の陸奥国府設置から続く歴史的背景を持ちながら、近年は仙台市のベッドタウンとして発展してきたこともあり、いわゆる「へそ」のないまちとして課題を抱えていた。

そのような多賀城を東日本大震災の大津波が直撃し、市域の 3 分の 1 が浸水するなど、甚大な被害をこうむった。復興に向けて多賀城市では、震災前よりもより良い地域社会を構築すべく、被災者の生活再建支援や災害に強いインフラ整備はもとより、創造的復興の拠り所とする中心市街地の再開発によって、「東北随一の文化交流拠点」整備に取り組んできた。これにより図書館と大型書店が共存する「四十五万冊の知の拠点」を形成し、文化芸術との出会いを通じて年代・性別・国籍を問わずあらゆる人々との出会いや交流を創出。

その上で、創造的復興の未来を見据えた「新たな価値を生み出すための社会的資源となる人材育成」を目指している。

これからのまちづくりは、言わずもがな人口問題を抜きにしては考えられず、人口が減少していく地域社会にあってはますますグローバルな視点を持った人材育成が必要となる。

そうした中、グローバル化の問題点としてあげられている「対立や格差の拡大」や「画一的な文化の平準化」をもたらすことなく、「調和のとれた多様性を認め合うグローバリゼーション」を伴った地域社会を支える人材の育成が課題である。

2. 目標(将来像)

文化芸術が創出される過程で発揮される創造性や革新力によって、感受性や感性を高め、それを通じて多様性を涵養し、「調和のとれた多様性を認め合うグローバリゼーション」を伴った地域社会を支える人材が育成されていること。

3. 取組内容

(概要)

○市民文化創造・交流プロジェクト推進事業

新市立図書館・市民会館音楽ホール・県立東北歴史博物館・特別史跡多賀城跡をネットワークで結んだ「東北随一の文化交流拠点」を核に、地域発展の原動力となる文化芸術創造活動を推進することで、感受性や感性を高めるとともに、人と人との多種多様な出会いや交流を創造して価値の違いを互いに認め合うことのできる人材を育成する事業。多様性を涵養し、「調和のとれた多様性を認め合うグローバル化」を支える人材を育成するとともに、文化の多様性により、多元的なものの見方や価値観を重視する意識がはぐくまれ、文化間の創造的な相互関係を促進し、市民生活の豊かさ、地域経済活動の活性化につなげる。

(うまくいっていること)

文化芸術事業の取組みによって、人を惹きつける魅力的な個性が創出され出会いや交流が促進されつつあること。取組みを継続してきたことで、徐々にではあるが、文化芸術を通じた人材育成への取り組みが市民の間に浸透し始めており、今後継続していくことで更なる事業成果が期待される。

(うまくいっていないこと)

取り組みが緒に就いたばかりで、今後時間をかけて段階的に推進していくこととしている。現在は、文化芸術に触れる機会の創出により、多くの市民が文化芸術に親しむ機会は増やすという段階。「調和のとれた多様性を認め合うグローバル化」を支える人材を育成するまでには長期的な取り組みが必要。その長期的な視野に立ったロードマップとしての事業計画の作成が未着手である。

テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	荒川区
取組名称	訪日外国人観光客に対する受入態勢の整備		
概要	○我が国は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会などの国際大会を控え、インバウンドの受入体制の整備が喫緊の課題となっている。 ○政府も観光立国推進基本計画により、2020年までに訪日外国人旅行者数を4,000万人にするなどの目標を掲げ、観光立国の実現に関する施策を総合的に策定、実施している。 ○このような状況において、訪日外国人旅行者に対するホスピタリティを向上させるために、観光案内所の整備や地域の特性を活かした事業を実施している。		
予算額	(現地通貨)	(U\$換算)	

1. 課題(現在の状況)

(1) 訪日外国人観光客の増加と多様化

訪日外国人観光客は平成30年推計値で3,119万人(前年比8.7%増)を記録し、着実に増加している。

また、訪日外国人観光客の割合としては、中国・韓国・台湾・香港などの東アジアが73.4%、タイ・シンガポール・マレーシアなどの東南アジアとインドが11.2%、欧米豪が11.6%となっており、2018年に10万人以上の訪日外国人観光客数を記録した国は19か国に上る。

今後もラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会といった注目度の高い国際大会を控え、訪日外国人観光客の増加が見込まれる。

(2) 受入態勢の必要性

今後も増加と多様化が見込まれる訪日外国人観光客に観光を楽しんでいただくためには、言語に関する不安を解消することが望まれることから、観光案内標識や観光案内所における多言語対応などに代表される受入態勢の整備が求められる。

また、訪日外国人観光客の観光スタイルの傾向として、モノ消費からコト消費へと転換しているとされており、体験型観光を重視する傾向があることから、地域特性を活かした体験プログラムの開発が必要である。

(3) 受入態勢整備における課題

観光案内標識などにおける多言語対応は進んでいるが、旅館業や飲食業などのサービスによっては対応状況に差がある。

訪日外国人の多様化は、対応が求められる言語が多様化するという課題の他にも、イスラム教におけるハラール対応など宗教に対する配慮も課題である。

訪日外国人が参加することができる体験プログラムの充実について検討が必要である。

2. 目標(将来像)

多言語対応を充実するとともに、フリーWi-Fiスポットの整備や手ぶら観光など訪日外国人観光客にとってストレスフリーな受入態勢を整備する。

3. 取組内容

(概要)

(1) 多言語対応の観光案内所の設置

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に伴い、増加が見込まれる観光客に向け、区の魅力ある情報を発信し、区内を観光していただくために日暮里観光案内所を設置している。また、案内所は外国人観光客の利用も想定し、英語または中国語に対応できるスタッフを配置している。

(2) 受入体制の整備

英語・中国語・韓国語に対応した観光マップを作成している。また、観光情報の収集や回遊性を向上させるため、観光アプリの導入やフリーWi-Fiスポットの整備を進めている。

(3) 外国人旅行者向けのイベントの実施

日本文化を体験していただくために、日本舞踊体験や試食ありの商店街ツアーの他、地域の納涼盆踊り大会と連携し、用意した浴衣を着付け、盆踊りを体験していただく取組を行っている。

(うまくいっていること)

観光案内所のスタッフとして、多言語対応が可能なスタッフを配置することで、多くの国内外観光客に観光情報を発信することができていること。

多言語に対応したマップの作成や観光アプリの導入、観光情報を収集するためのフリーWi-Fiスポットの整備など受入態勢の充実に関する取組が実施できていること。

(うまくいっていないこと)

旅館業や飲食業向けに多言語に対応したwebページやパンフレット、メニュー表の作成に対する補助を行っているが活用が進んでおらず、引き続き、事業者へのPRが必要であること。

体験型観光の受入が可能となる観光スポットやプログラムの育成及び検討が必要であること。

4. 参考資料



<補足説明>

観光案内所は以下のとおり運営している。

○2016年度について

10月開所のため、6か月間の実績数である。

○営業日の拡充について

2016年度：金・土・日・祝日

2017年度：木・金・土・日・祝日

2018年度：月・木・金・土・日・祝日

テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	高山市
取組名称	高山市海外戦略の取組		
概要	高山市の海外戦略の柱である「誘客促進」「販売促進」「交流促進」を進める中で、自らの価値に気づき、それをより高めるべく、様々な海外戦略の施策を展開する。ひいては高山市の地域の海外展開に資する人材を育成する。 ・海外からの誘客促進 ・海外への販売促進 ・海外との交流促進		
予算額	92百万円（現地通貨）	840千ドル（US\$換算）	

1. 課題(現在の状況)

- ・海外の社会経済情勢の変化などに対応するため、様々な国や地域からの観光客の誘致を促進する必要がある。
- ・多様化する外国人観光客のニーズに応えられるよう、受入体制を強化する必要がある。
- ・地場産品の海外への販売を促進するため、海外での宣伝活動を推進する必要がある。
- ・他都市などとの交流の推進による様々な分野における活性化、異文化への理解を深め、広い視野を持った人材を育成するため、海外との交流を促進する必要がある。
- ・本市の発展の礎となる「平和」の重要性を改めて認識するとともに、海外における飢餓や貧困などにも目を向け、恒久平和の実現に貢献する必要がある。

2. 目標(将来像)

- ・「飛騨高山」の魅力が伝わり、多くの外国人観光客でにぎわうこと。
- ・海外において飛騨高山ブランドの地場産品が活発に販売されること。
- ・高山市と姉妹・友好都市との間において、互いの特徴を生かしながら様々な分野における交流が行われること。
- ・様々な分野において海外との交流が活発に行われること。
- ・国内外に恒久平和実現に向けた情報が発信されていること。

3. 取組内容

(概要)

○海外からの誘客促進

- ・多言語パンフレット・ホームページ等の充実やフェイスブックをはじめとする SNS の活用などによる情報発信
- ・トップセールスや海外旅行博への出展、海外メディア・旅行関連事業者等への情報発信、国内の各国政府機関・企業等への PR、日本政府観光局や県との連携などによる宣伝・誘客活動の推進
- ・国際イベント・国際会議・教育旅行の誘致や自然・食文化・伝統文化等の地域の魅力に触れることができる着地型ツアーの造成・活用などによる誘客活動の推進
- ・外国人観光客向け公衆無線 LAN サービスの提供や案内表示の多言語化、通訳ガイドの育成・確保、文化的・宗教的背景を持つ観光客に配慮したサービスの充実などによる受入体制の強化
- ・昇龍道や北陸・飛騨・信州3つ星街道等の広域的な連携などによる魅力ある観光エリア・周遊ルートの形成

○海外への販売促進

- ・海外市場の調査・分析や海外への販売の可能性のある物産発掘などによる事業者の販売活動への支援
- ・海外展開に関する研修会の開催や海外の輸入関連事業者等との商談機会の提供などによる海外進出に意欲のある事業者の育成
- ・トップセールスや海外見本市への出展、海外メディアや輸入関連事業者等への情報発信、国内の各国政府機関・企業等へのPR、日本貿易振興機構や県との連携などによる宣伝・販売促進活動の推進
- ・分かりやすい商品・購入方法の説明やメニュー等の多言語化、クレジットカード決済システムの導入などによる外国人観光客への販売環境の充実

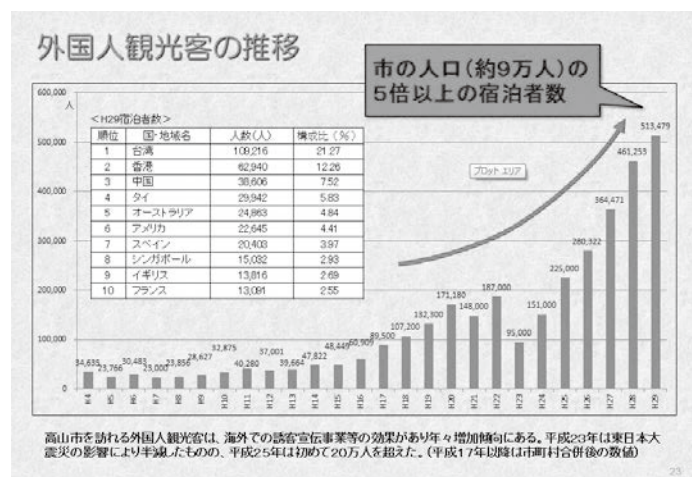
○海外との交流促進

- ・海外の姉妹・友好都市等との教育・文化・芸術・産業等の様々な分野における交流や新たな都市間交流の推進
- ・市民海外派遣や英語スピーチコンテスト・外国語講座の開催などによる国際的視野を持つ人材の育成・強化
- ・市民と在住・来訪外国人との交流促進や国際交流員の招致、民間交流団体への支援などによる異文化に接する機会の提供
- ・国内の各国政府機関との関係強化などによる世界各国の都市・地域との交流推進
- ・紛争・飢餓・環境等の国際問題に対する意識の高揚や恒久的平和実現に向けた国内外への情報発信などによる国際社会への貢献

(うまくいっていること)

- ・高山市を訪れる訪日外国人の増加
- ・官民連携した宣伝活動の実施
- ・広域的に連携した宣伝活動の実施
- ・海外都市との多様な分野における協力交流

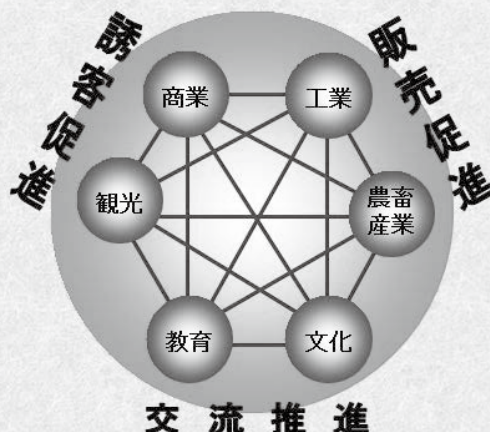
4. 参考資料



高山市の海外戦略

◆ 基本的な姿勢

- 自らの価値に気づき、それをより高める
- 海外からの誘客、海外への販売、海外との交流の一体的な取り組み
- ターゲットを明確にした海外からの誘客、海外への物販の促進
- 相互の実績に結び付く広域連携の推進
- 消費増加につながる取り組みの強化
- 相互の利益につながる各分野での都市間交流の推進
- 平和の推進



テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	橿原市
取組名称	奈良の新しいイメージ創りと広域観光の推進		
概要	・大仏と鹿だけ見る日帰り観光から宿泊する観光へ。そろそろ「大仏・鹿」のイメージから変わりたい。 ・奈良県には魅力的な観光資源が多いが、自治体も多い。広域的な観光の推進が必要		
予算額	197,654,000円(2019年度予算 観光費総額)	1,865,716(US\$換算)	

1. 課題(現在の状況)

- 何のための観光振興なのか？ 地域に経済的効果をもたらすことへの期待。そのためには泊ってもらわないと！
- 大阪・京都に宿泊し、大仏と鹿を見るためだけに日帰りで奈良公園に来る。よって奈良県の宿泊人数は全国最低
- 大仏と鹿は既に世界的に有名になっている。奈良県の中南部をPRしないと奈良市、奈良県には泊まらない。
- 奈良公園にあふれかえる外国人観光客。大部分は奈良公園だけの見物で終わり、奈良県中南部に周ることはない。
- 清水寺は京都市、嵐山も京都市、伏見稲荷も京都市、貴船も京都市。これに対して、奈良県の観光資源は、長谷寺は桜井市、法隆寺は斑鳩町、吉野山は吉野町、大仏・鹿は奈良市等自治体が別である。観光に行政界は関係ないが…
- 奈良県中南部の観光地は、知名度の割には各自治体の規模が小さいため、体力的に海外営業など大規模なプロモーションを実施できない。

2. 目標(将来像)

- 奈良県での宿泊を増やすために必要なこと。
 - ⇒奈良県中南部の観光が活性化すれば、奈良県観光の選択肢・目的・周遊に深み生まれ、奈良市及び奈良県中南部のいずれでも宿泊客は増加する。
- 観光は広域でないと効果はない。
 - ・奈良県のイメージ構造は、北偏奈良市の大仏・鹿に一極集中しており、新しい奈良イメージが必要
 - ・奈良県中南部、特に中部の観光地はバラバラで統一イメージが無い。
 - ⇒奈良県中部の観光圏域を強化して新しい地域ブランドを創り、統合的な観光政策を展開していきたい。
- (奈良公園の)外国人観光客を南へ誘導する施策が必要
 - ⇒「山辺の道～大神神社～飛鳥～吉野山」という南北線は、奈良公園から地域として連続しており、世界遺産級の観光資源も多い。また、JR線沿いでもあるため外国人観光客も利用しやすい。

3. 取組内容(概要)

- パンフレット、観光地図の広域化
 - ＝観光客は行政境界など気にせず行動する。パンフレットや地図が自治体の範囲内では役に立たない。橿原市だけではなく周辺エリアを含めた広域的なパンフレット・地図を積極的に作成している。
- イベントからプロモーションへ
 - ＝イベントを目的に来てもらう観光をやめ、魅力的な観光資源は既に存在しているという視点により、市外・県外(特に首都圏)からの来訪を増やすことを主目標にして広報・プロモーションに重点を置いた施策に転換。中高年層をターゲットにした特集記事の掲載、特長のあるSNS、そして東京での講演会の開催などを行っている。プロモーションはできるだけ奈良県中南部地域と連携するようにしている。
 - ＝飛鳥川流域の5市町村により自動車のご当地ナンバー「飛鳥」の来年度での発行が確定。走る広告塔に。

○宿泊客の増加策

＝県内交通の要衝である大和八木駅前に PFI によりホテルと分庁舎等からなる複合施設を建設。その後、奈良県中南部においてもホテル建設が相次いでいる。

(うまくいっていること)

○宿泊客の増加 ＝ 122,000 人(2011 年)から 186,000 人(2018 年)に

○観光客の増加 ＝ 3,700,000 人(2011 年)から 4,900,000 人(2018 年)に

(うまくいっていないこと)

○奈良県中部エリアのブランドイメージがなかなか創れない。観光の広域化が進まない。

○(奈良公園の)外国人観光客が奈良県中南部へほとんど周ってこない。誘致がまったくできていない。

4. 参考資料

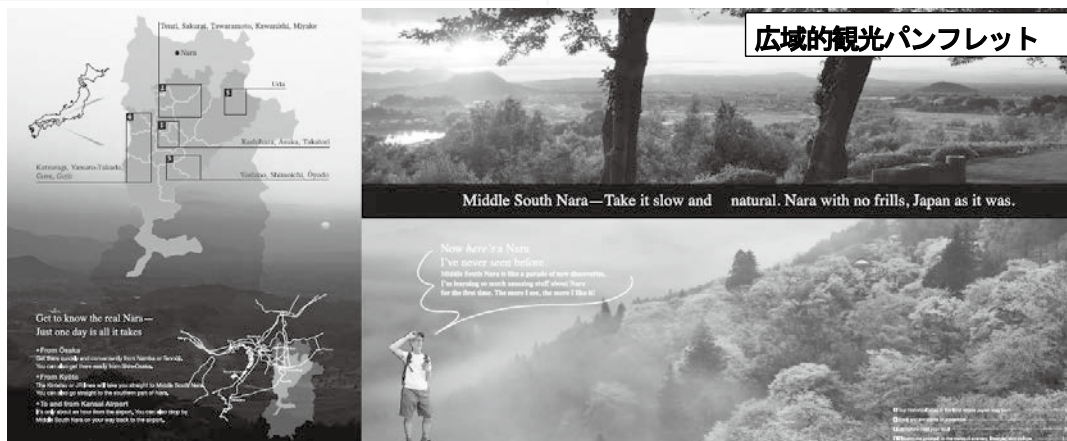
ホテル&市役所の複合施設「ミグランス」



奈良県及び奈良盆地の自治体



広域的観光パンフレット



テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	葛城市
取組名称	相撲観光プロモーション事業を中心としたインバウンド対策		
概要	葛城市は、日本で最初に相撲をとった力士「當麻蹶速」の出身地であり、全国的にも珍しい相撲の資料館「けはや座」がある。同館には、本場所と同サイズの土俵があり、男女を問わず土俵に上がることができる。このことを活かし、相撲の実演、相撲甚句（力士が興行で唄う歌）をメニューとして国内外の観光向けに売り出し、平成 30 年度は約 1500 名の来館者があった。		
予算額	(現地通貨) 14,000 千円	(US\$換算) 131,384 US\$	

1. 課題(現在の状況)

■インバウンドによる訪日外国人の増加

◇相撲館への入館者は増加しているが、市内で滞在できる場所が少なく、當麻寺を含めた市内への波及効果がない。

◇来館者の多くはツアー会社を通じての団体旅行者である、個人客による訪問者が少ない。

2. 目標(将来像)

■インバウンドによる訪日外国人の市内周遊

◇ホテル誘致も含めた、ハード面の整備。国際交流ボランティアの育成を行うことで、訪日外国人に市内を周遊してもらいたい。

3. 取組内容

(概要)

3-1 広域連携による相撲発祥の PR 活動を通じた相撲観光の発展・推進事業

■外国人への PR のため相撲 PR 映像を製作

◇平成 30 年度に3種類の DVD を製作。「観光」・「相撲の歴史」・「大相撲の名勝負」。

◇「観光」は相撲館内大画面で随時放映。「相撲の歴史」・「大相撲の名勝負」は、団体客来館時や各種イベントで放映し、活用している。今後、更なる活用方法を検討中。

■共同での相撲観光イベントの開催

◇同じく相撲発祥を掲げる、桜井市・香芝市の「すもう観光協議会」において、共同で相撲観光イベントを開催。

3-2 国際交流ボランティアの育成

■国際交流を推進するにあたり、国際交流事業に積極的な市民の協力を得て、外国人との相互理解、友好親善を図ることを目的に、外国語での支援をメインに育成する。

◇外国語の通訳案内又は翻訳。

◇華道、茶道、書道、武道等の特技を生かし、本市を訪れる外国人に、日本文化の紹介・指導をする。

3-3 国際交流員(CIR)を中心とした国際交流事業

■国際交流員(CIR)を中心に友好自治体の提携に向けた交流事業を進める。

◇令和元年度7月より国際交流員(CIR)が着任。

◇SNS等を使って、国内外に葛城市をPRする。

◇友好自治体の提携に向け、子どもたち同士の交流から始める。

(うまくいっていること)

■相撲館の訪日外国人は増加している。

■相撲実演者への出演料が入る。

■SNS等でのシティープロモーションにつながっている。

(うまくいっていないこと)

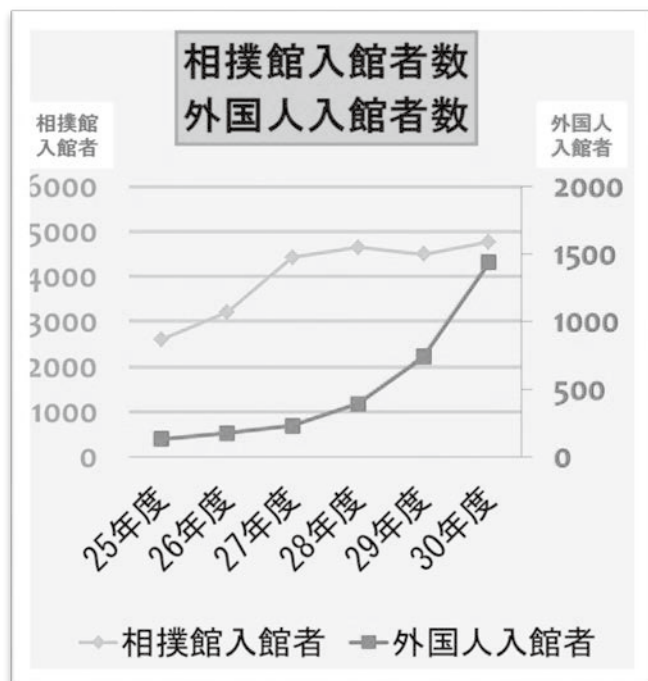
■相撲館以外の観光施設、飲食店への波及効果がない。

■外国人観光団体客は、相撲館入館時にアマチュア力士と土俵で相撲をとる体験ができるパックツアーがある。その間は一般のお客さんは土俵がある1階には入れなくなる。現在、解決策を検討中。

■外国人観光客に対する職員の対応スキルが足りない。

■宿泊客室数が確保できない(民泊もできていない)。

4. 参考資料



テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	斑鳩町
取組名称	「聖徳太子1400年御遠忌」に向けた観光まちづくりについて		
概要	・斑鳩町には、年間約98万人（平成30年度）の観光客が訪れているが、そのほとんどが法隆寺だけを拝観し、当町での滞在時間の短い「拠点通過型観光」であり、「散策・回遊・着地型観光」への転換の実現を推しすすめている。 ・観光客により長く、多く、深く斑鳩町を楽しんでいただけるように、宿泊施設等を誘致し、今日まで皆無であった「夜の観光」の実現・拡充をすすめていく。 ・2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年の聖徳太子1400年御遠忌など、ビッグイベントが控えており、今後国内外からの観光客の増加が見込めると予想している。 ・特に、2021年の聖徳太子1400年御遠忌については、元号が令和に変わり、「聖徳太子のまち 斑鳩町」を広くアピール・発信する絶好の機会であり、法隆寺参道を中心に「あかり」を灯し、聖徳太子が唱えた「和」の心を想いながら、聖徳太子を偲ぶ「和のあかりプロジェクト」事業をすすめている。 ・新元号「令和」の出典となった万葉集に詠われている竜田川が名前の由来となった「竜田揚げ」を、当町のソウルフードにするべく積極的にPR活動している。		
予算額	約109,000千円（令和元年度） （現地通貨）	約102万米ドル（令和元年度） （US\$換算）	

1. 課題（現在の状況）

- 斑鳩町には、年間約98万人（平成30年度）の観光客が訪れている。しかし、観光客のほとんどが、世界文化遺産である法隆寺を拝観された後、次の観光地へ移動されるため、斑鳩町に滞在される時間が短い。
- 観光客が斑鳩町で消費される機会が少なく、食・体験・宿泊などの経済効果が発現できていない。
- 歴史的な建造物の老朽化に伴う空き家の発生や建替え、滅失などによる町並みの連続性の消失や開発等の進展による沿道景観との不調和などが発生している。
- 斑鳩町ならではの特産品がなく、旅行商品の重要なコンテンツである「食」の開発・充実が必要である。

2. 目標（将来像）

- 法隆寺観光を中心とした「拠点通過型観光」から、楽しみながらまちを巡ってもらうことに加え、宿泊していただける「散策・回遊・着地型観光」を目指し、町全体の地域活性化、地域経済の循環につなげる。

3. 取組内容

（概要）

（1）「宿泊施設の誘致等」

- ・平成26年2月に奈良県下の市町村で初めて国からの認定を受けた「歴史的風致維持向上計画」にもとづき、同年10月に、法隆寺周辺において、建築物の建築制限を緩和する「特別用途地区」を施行し、歴史的な町並みを活かした、まちあるき観光の拠点となるべく、飲食店、アトリエ、宿泊施設等の立地を促す。

テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

■平成26年度 和カフェ「布穀藪」



■平成27年度 チャレンジショップ「ikarucoki」



■令和元年度 宿泊施設「和空 法隆寺」



■令和2年度 宿泊施設「法隆寺パークホテル」



(2) 特産品の開発(「竜田揚げ上げ↑プロジェクト」、「斑鳩ブランド2019の認定」)

- ・斑鳩町を流れる紅葉の名所「竜田川」が、竜田揚げの名前の由来といわれることから、この竜田揚げを斑鳩名物にしようと積極的にプロモーションを行っている
- ・地域資源を生かした商品を、「斑鳩ブランド」と認定し、町内外津々浦々に発信している。

■竜田揚げ食べ歩きマップ



■竜田揚げ



■斑鳩ブランド2019



(うまいっていること)

- ・平成26年11月の旧北畠治房男爵邸を活用した和カフェ「布穀藪」のオープンを機に、店舗展開が順調。

(うまいっていないこと)

- ・斑鳩町に「夜の観光」のイメージがなく、宿泊施設オープン後における地域経済活性化の持続可能性。

4. 参考資料

■令和元年度 宿泊施設「民泊 いかるが日和」



聖徳太子 1400 年御遠忌
宣伝隊長「うまやどさん」じゃぞ！



テーマ1：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	明日香村
取組名称	滞在型観光の推進～屋根のないフィールドミュージアム「明日香まるごと博物館」づくり～		
概要	○ 村単独にかかる「明日香法」により、「日本国誕生の地」としての豊かな歴史文化資源と、のどかな田園風景が特別に保全されており、観光資源が豊富である。 ○ 建築制限により、観光サービスを提供する施設が不足しており、観光消費は少なく、また雇用場所の不足から人口減少が進んでいる。 ○ 従来の「見るだけの観光」ではなく、「食事」「体験」「買い物」「宿泊」の充実化により、五感で体感できる「明日香まるごと博物館」づくりを推進し、消費と雇用の拡大により地域の活性化を目指している。		
予算額	81,640,000 円	US\$ 765,783.20	

1. 課題(現在の状況)

- 人口は 1990 年の約 7,300 人を境に減少が進み、現在は約 5,500 人である。
- 観光客数は、大半が日帰り観光で、観光消費額は少ない。1982 年の約 175 万人をピークに減少していたが、近年 20 年間は年間約 80 万人程度で推移している。
- 村内宿泊者数は観光客数同様、減少傾向が続き、年間 1 万泊まで低下していたが、近年、滞在型観光の推進により約 2 万泊まで回復してきた。

2. 目標(将来像)

- 地域資源を活かした滞在型観光を推進し、年間宿泊者数が 5 万人を目指す。
- 宿泊、飲食、販売などの観光コンテンツの充実化により、観光消費額を増やす。
- 観光産業の拡充により、地域雇用の増加や農業生産額の向上など地域を活性化させる。

3. 取組内容

(概要)

(1) 観光周遊の拠点として「道の駅 飛鳥」をオープン

観光の玄関口として、近鉄飛鳥駅前の国道沿いに「道の駅」を整備し、2018 年 9 月にオープン。観光情報の提供を行う観光総合案内所、村内の農産物や加工品が購入できる直売所があり、観光周遊の拠点や地域の魅力発信の場として機能している。

(2) パンフレット・ホームページなどの情報発信機能を充実

滞在型観光としての魅力発信や来訪者の周遊促進のため、来訪者ニーズにあった情報提供を意識し、SNS の活用やホームページのリニューアル化、新たなパンフレット作成に取り組んでいる。外国人来訪者に対しては、多言語対応の観光案内サインの設置、Wi-Fi 環境の整備、多言語観光パンフレットやホームページによる情報発信に取り組んでいる。

(3) 旅行商品・体験プログラムの造成

多様化する旅行者のニーズに対応し、地域性を活かした滞在型観光コンテンツの充実化を図るため、新たな旅行商品・体験プログラムの造成に取り組んでいる。観光協会が主体となり、村内の文化財関係者、社寺、農林商工業者等あらゆる分野の団体をつなぐ役割を果たすことで、複合的で付加価値の高い魅力ある商品造成を目指している。

(4) 教育旅行の推進

2011 年より体験型教育旅行の受入を推進している。運営団体は昨年、一般社団法人化した「大和飛鳥ニューツーリズム」で、主に国内外の学生を対象に、民家での農業体験や料理体験などホームステイ型の体験プログラムを提供している。開始当初は 1,000 泊に満たない受入だったが、2018 年には 5,600 泊を超える受入となっており、その約半数は台湾などアジアを中心とした外国人来訪者が占めている。

(5) 広域連携・企業連携による観光地の魅力向上に向けた取り組み

2007 年に暫定リストに登録されている「飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群」の世界遺産登録推進について、奈良県・関係市と連携し取り組んでいる。また、新たな宿泊施設「星野リゾート」の誘致など、民間企業と連携しながら、観光地としての魅力向上に取り組んでいる。

(6) 観光実態調査の実施

来訪者の満足度を向上させ、滞在時間の延長や観光消費額を増大させるような魅力あるコンテンツ造成及び環境整備に向けて、来訪者に対し、観光調査を実施している。

(うまくいっていること)

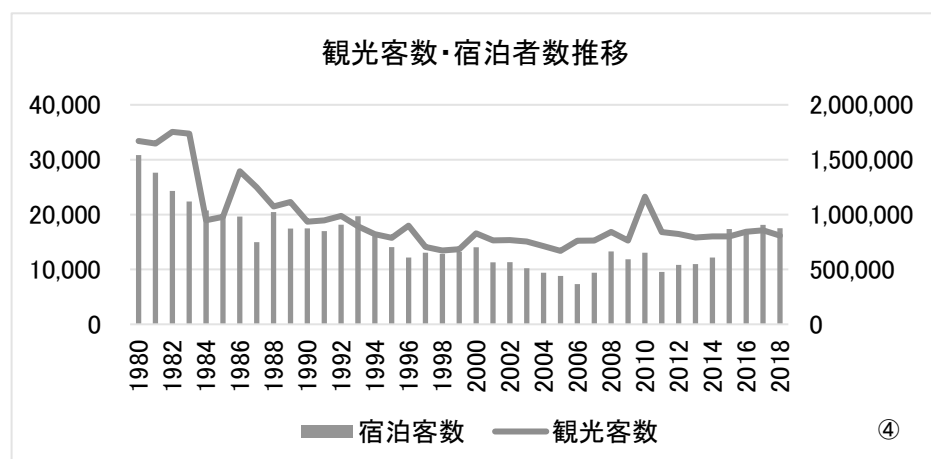
○行政単独ではなく、観光協会や民間事業者、関係市町村と連携した観光 PR や商品造成を進めており、情報発信力強化や着地型コンテンツの充実化に向けた連携体制が整いつつある。

○ホームステイ型体験プログラム(民家ステイ)は、住民と共に生活をしながら、歴史文化・農業・食事などの経験を通じ、「明日香まるごと博物館」を体感できるような内容となっており、地域活性化に寄与している。

(うまくいっていないこと)

○明確な地域雇用の増加や観光消費額・農業生産額増加には及んでいない。今後、観光実態調査と分析・効果検証を繰り返しながら、事業手法に反映していく必要がある。

4. 参考資料



- ① 石舞台古墳 ② 棚田の風景
③ 「明日香まるごと博物館」イメージ
④ 「観光客数・宿泊者数推移」グラフ
(出典: 明日香村)