

海津市 観光振興長期基本計画

【案】

平成 30 年 3 月

海津市

目次

I. 観光振興長期基本計画策定の背景.....	1
I-1. はじめに.....	1
I-2. 計画の目的.....	1
I-3. 計画の位置付け.....	2
I-4. 計画期間.....	5
II. 計画策定における視点.....	6
II-1. 観光産業の振興と地域への波及効果.....	6
II-2. 社会的動向.....	8
III. 現状整理.....	10
III-1. 海津市の概要.....	10
III-2. 海津市における観光動向.....	14
IV. 地域資源・観光資源の整理.....	23
IV-1. 地域資源の整理.....	23
IV-2. 地域資源ワークショップ.....	29
IV-3. 公共交通網.....	31
IV-4. 広域観光圏.....	34
V. 観光振興長期基本計画の基本方針.....	36
V-1. 現状分析と課題の整理.....	36
V-2. 課題を踏まえた実証.....	38
V-3. 基本コンセプトの検討.....	45
V-4. 顧客ターゲットとプロモーション.....	48
VI. 計画推進アクションプラン.....	51
VI-1. 基本方針と施策体系.....	51
VI-2. 具体的な施策の提案.....	54
VI-3. 将来の目標設定.....	60
VI-4. 推進プロジェクト.....	61

VII. 計画の進め方	76
VII-1. 推進方針	76
VII-2. 施策の効果の確認	77

I. 観光振興長期基本計画策定の背景

I-1. はじめに

政府は、国の成長戦略の一つとして、観光立国の実現に向け様々な取組みを進めてきました。その結果、2013（平成 25）年に訪日外国人旅行者数は 1,000 万人を突破し、2016（平成 28）年には 2,400 万人と急増した。東京オリンピック・パラリンピック開催の 2020 年には、訪日外国人旅行者数 4,000 万人¹を目標としています。

地方部においては、人口減少や少子高齢化による地域活力の低下が進み、「地方創生」において観光振興による地域活性化が期待されています。しかし、訪日外国人旅行者の旅行先は大都市圏に集中する傾向にあり、また地方部における外国人観光客受入態勢の整備など、広域連携を含めた多くの課題があります。

そうした中、岐阜県は「岐阜県観光振興プラン」を 2013（平成 25）年 3 月に策定し、宿泊滞在型観光の促進による観光産業の基幹産業化を目指すとともに、「岐阜県成長・雇用戦略 2017」を 2017（平成 29）年 3 月に改訂し、観光の基幹産業化の一段と強力な推進を位置づけるなど積極的な取組みを進めています。

このような背景により、海津市（以下、「本市」という。）においては、2017（平成 29）年度を初年度として 10 年間を対象とした「海津市第 2 次総合計画」を策定し、観光振興について、「自然と調和のとれた 賑わいと活力のある まちづくり」を基本目標とし、重点施策と位置づけ、新たな観光振興の取組みをスタートしたところです。

I-2. 計画の目的

本市は岐阜県の最南端にあり、県庁所在地の岐阜市、政令指定都市である名古屋市と 30km 圏内という東海 3 県の結節点に位置し、西にそびえる養老山地、清らかな水をたたえる木曾三川（揖斐川、長良川、木曾川）の雄大な自然資源、千代保稲荷神社、美濃高須藩ゆかりの地、輪中堤、砂防堰堤などの歴史文化資源、平田靱負桜（大樽川堤）、津屋川の彼岸花など四季折々の景観が彩る観光資源があります。

¹ 2017（平成 29）年 3 月 観光立国推進基本計画より

この豊かな観光資源を最大限に活用し、「海津市第2次総合計画」で目指す「市内滞在型・周遊観光ルート確立」の実現のためには、総合的・効果的な施策が必要であります。

そのため、2017（平成29）年3月に策定した海津市観光創生基本計画（以下、「観光創生計画」という。）では、今後の本市の観光振興の基軸となる基本的な考え方を整理するとともに、具体的なアクションプランの必要性・有用性を海津市観光ビジョン（基本構想）としてとりまとめたところです。

この海津市観光振興長期基本計画（以下、本基本計画という。）は、海津市観光ビジョンを基に、本市が目指す望ましい観光振興施策と、これを実現するための中長期の基本的な方向を示すことを目的として策定するものです。

I-3. 計画の位置付け

本基本計画の内容は、上位計画との整合を図ります。以下に、本基本計画の上位・関連計画からみた位置付けを示します。



図 I-1 上位・関連計画から見た位置づけ

1) 海津市内における上位・関連計画

本基本計画策定に関連する計画として、「海津市第2次総合計画」、「海津市創生総合戦略」「観光創生計画」が挙げられます。以下に概要をまとめます。

■ 海津市第2次総合計画

項目	概要
趣旨・目的	人口減少・少子高齢化、地域活力の衰退の懸念等の課題を踏まえて未来に向かって歩き続けるために、市が目指す望ましい将来とこれを実現するためのまちづくりの基本的な方向を示す
計画期間	2017（平成29）年度～2026（平成38）年度 10年間 （アクションプランの計画期間は3年間とし毎年見直し）
コンセプト 将来像等	水と緑と人がきらめく 輪でつながるまち 海津
基本目標	①だれもが健康で 笑顔あふれる まちづくり【医療・保健・福祉】 ②安全で快適な 住み良い まちづくり【都市基盤・防災・環境】 ③個性と創造性を培う ころ豊かな まちづくり【文化・教育】 ④自然と調和のとれた にぎわいと活力のある まちづくり【産業・雇用】 ⑤協働による 自主的・自立的な まちづくり【協働・行財政】

■ 海津市創生総合戦略

項目	概要
趣旨・目的	本市の特性に配慮し、定住・移住の促進、出産・子育て支援の推進を行い、人口の減少を抑え活気あるまちづくりを進める
計画期間	2015（平成27）年度～2019（平成31）年度 5年間
コンセプト 将来像等	—
基本目標	①まちの魅力の向上、産業振興による定住人口の増加 【移住定住・農林業・産業・教育・文化芸術】 ②海津ブランドの構築と観光振興による交流人口の増加 【観光・販路開拓・スポーツ・地域間交流】 ③子育て世代が安心して暮らせる地域づくり 【出会い、結婚、出産、子育て・ワークライフバランス】 ④地域で連携して防災や高齢者対策等に取り組み、生涯を通じて 安心な暮らしを守る地域づくり【暮らしの安心安全・福祉、医療】

■ 海津市観光創生基本計画

項目	概要
趣旨・目的	観光振興を具体的に進めていくための基本構想として、直近2年間で実施する観光振興施策の具体的事業及びその必要性・有用性について整理する
計画期間	2017（平成29）年度～2018（平成30）年度 2年間
コンセプト 将来像等	木曾三川のしぼりたてーかいづー みんなの笑顔こそ みんなの海津ブランド
施策	①長期的観光振興計画策定 ②東海環状自動車道（仮称）海津スマートインターチェンジ（以下「海津スマートIC」という）を活用した地域内周遊の促進 ③2年間にわたる集中投資

2) 岐阜県

岐阜県は、2012（平成24）年度に「岐阜県観光振興プラン」を策定しており、その中で美しい自然、伝統文化、食、モノ等、全国に誇れる資源を最大限活用し、岐阜県でしか味わうことができない「高品質」かつ「本物」の魅力を満喫し心身ともに癒される新たな宿泊滞在型の旅のスタイル「ぎふウェルネス・ツーリズム」を創出するとしています。また、本基本計画は、施策の展開の第2ステージにあたり、2020年度からは岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化を図る第3ステージとしています。

■ 岐阜県観光振興プラン

項目	概要
趣旨・目的	「みんなで作ろう観光王国飛騨・美濃条例(2007年)」第16条第1項に基づいて策定された第1期計画が、平成24(2012)年度で満了することに伴い新たに次期計画を策定し、引き続き観光振興を進めていく
計画期間	2013（平成25）年度～2017（平成29）年度 5年間
目指す姿	岐阜県ならではの「高品質」かつ「本物」の魅力を凝縮した『宿泊滞在型観光』の促進による観光産業の基幹産業化
施策	①観光資源の掘り起こしとブランディング（2008（平成20）年度～2012（平成24）年度） ②宿泊滞在型観光への本格展開（2013（平成25）年度～2017（平成29）年度） 1)地域特性を活かした宿泊滞在型観光地『清流の国 ぎふ観光回廊』づくり 2)大都市圏をメインターゲットとした国内誘客の促進 3)海外の動向を踏まえた誘客戦略の展開 ③岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化（2018（平成30）年度～）

I-4. 計画期間

本基本計画の計画期間は、2018（平成 30）年度から、2027 年度までの 10 年間とします。

年度		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
年度		H27	H28	H29	H30	H31								
総合計画	観光計画	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 第 2 次総合開発計画 第 2 次総合計画 ・基本構想（～2026 年（10 年）） ・基本計画 [前期]（～2022 年（5 年）） </div>												
	個別計画	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 観光創生計画 ↓ 観光振興長期基本計画（本計画） 課題、コンセプト、方向性の踏襲 </div>												
関連計画	観光計画	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 創生総合戦略 </div>												
関連事項	観光計画	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> ○ 東海環状自動車道 養老 IC 開通 ○ 東京オリンピック・パラリンピック 開催 </div>												

II. 計画策定における視点

II-1. 観光産業の振興と地域への波及効果

本基本計画により、今後、観光振興に努めていくことは観光施設や観光事業者のみにメリットがあるものではありません。人口減少が進む本市にとって、観光産業は交流人口拡大と地域活性化に寄与する重要分野のひとつと捉えています。

◆ 観光消費額と経済波及効果

2015（平成 27）年における国内の観光消費額は、訪日外国人・国内旅行等含めて 25.5 兆円、観光消費額に基づく生産波及効果は 52.1 兆円、付加価値誘発効果は 25.8 兆円、雇用効果は 440 万人と算出されています²。付加価値誘発効果は、国内総生産（名目 GDP）の 4.9% に相当します。

同様に、岐阜県内の観光消費額を基に算出した付加価値誘発額は、県内総生産の 3.4% と発表されています³。産業別でみると輸送用機械、一般機械、金属製品、電気機械に次ぐ規模となっており、観光業は地域の基幹産業のひとつと言えます。また、県内の観光消費額は増加傾向にあり、今後も成長産業になり得ると考えられます。

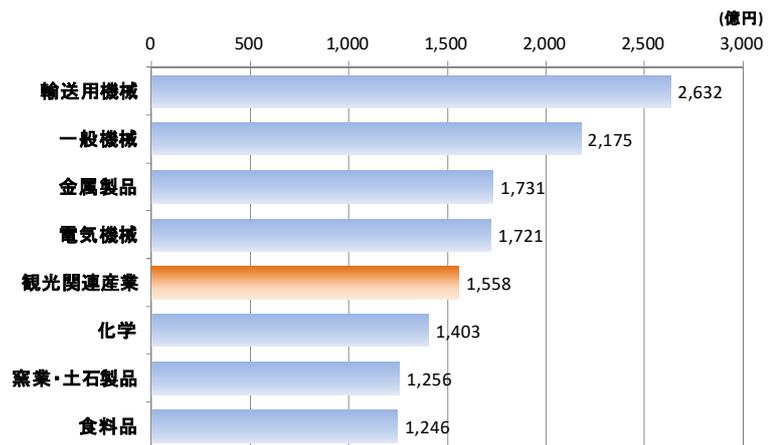
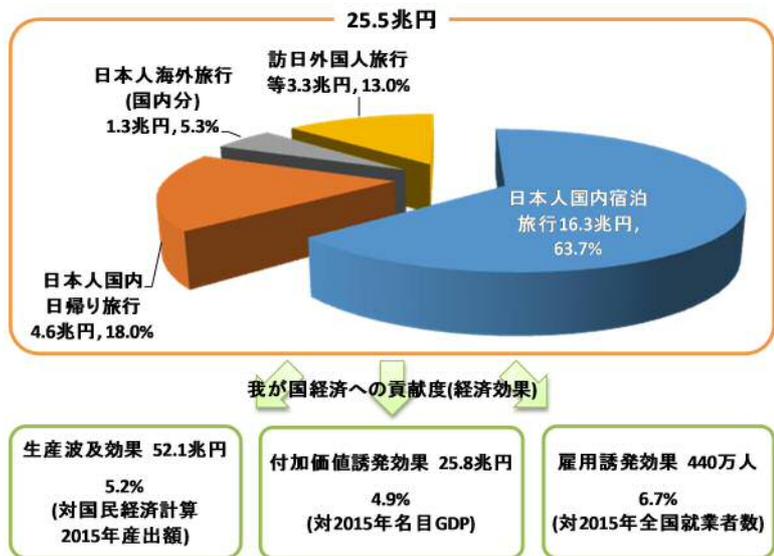


図 II-1 岐阜県内産業別県内総生産額 (2015 (H27) 年)

² 国土交通省 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究 (2017年3月)」より。

³ (株)OKB総研「県内観光消費から推計する観光関連産業の経済波及効果」より。

◆ 経済波及効果と域内循環

観光産業は、特定の商品・サービスを供給しているわけではなく、旅行業、宿泊業、運輸業、小売業、飲食サービス等幅広い産業分野が関連しています。

例えば、地域の特産品を使ったメニューを開発して観光客に提供することは、地域の特色・魅力を観光資源に活用することができるとともに、観光消費の域内循環を進めることで地域活性化にも繋がる取組になります。

◆ 観光とまちづくり

「観光創生計画」では、基本コンセプトを『木曾三川のしぼりたてーかいづー みんなの笑顔こそ みんなの海津ブランド』とし、市民・企業・行政と観光客で海津ブランドを生み、育てることを謳っています。観光に地域で取り組むことは、地域の魅力向上につながり、観光客にとっても、住んでいる人にとっても良い街となり、その効果はいろいろな人に波及します。



地元で採れたものが売れたり、観光客の口に入ったりすると思うとやりがいがある。海津が全国でも有数の農業地ってことを知ってもらえたら嬉しいよ。

昔からずっとやってきた料理や工芸を珍しがって喜ばれるのは嬉しいね。若い人にも伝えないとね。



海津なんて何もない所で、高校を卒業したら出ていこうと思っていたけど、観光客から「いい街だね」って言われてここが好きになってきた。

特技の英語を活かして、外国人への案内サービスを始めたの。仕事は時々しかないけれど、楽しくやっているわ。



本市では『観光』を現在、観光事業に直接携わっていない分野・人にもメリットが波及する地域の成長産業・リーディング産業と捉え、地域の経済活動の活性化も視野に入れ、観光振興に取り組んでいきます。

II-2. 社会的動向

1) 全国的な観光客数・消費額の推移

2016（平成28）年の旅行者数をみると、日本人の国内旅行者数は約6,400万人であり、近年ほぼ横ばいで推移しています。一方で、訪日外国人旅行者数は約2,400万人と2011（平成23）年以降大幅な増加傾向にあり、2013（平成25）年に1,000万人を初めて突破してから3年で2,000万人を大きく越える規模となっています。



図 II-3 日本人および訪日外国人旅行者数・観光消費額

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」

2) 観光の新しい動き

◆ 各地方自治体によるインバウンド観光⁴の推進

訪日外国人の増加に伴い、外国人の観光動向にも変化が見られます。主要観光地である東京―箱根―富士山―京都―大阪を結ぶ「ゴールデンルート」が人気であることはこれまでと同様ですが、訪日外国人旅行者の6割はリピーター⁵ということもあり、ゴールデンルート以外にも行ってみたいというニーズから地方への周遊が進んでいます。

日本人国内旅行者数は横ばい傾向であり、人口減少を踏まえると今後も頭打ちが予想されることから、各地方自治体がインバウンド観光の推進に取り組んでいます。

また、外国人旅行者の傾向として、数年前には中国からの来訪者の「爆買い」が話題になりましたが、外国人旅行者もモノ消費からコト消費へ移行しており、団体

⁴ インバウンド（Inbound）とは、外国人が日本へ訪れる旅行のことや旅行者のこと。これに対し、自国から外国へ出かける旅行（海外旅行）をアウトバウンド（Outbound）という。

⁵ 出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」

旅行から個人旅行(FIT(foreign(free) independent(individual) travel(tour)))への移行も見られます。

◆ 着地型観光・体験型観光への移行

個人旅行化が進み、旅先でしか味わえないものを求める傾向が強まったことから、観光の形態は、主に都会にある出発地の旅行会社が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来の「発地型観光」から、観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する「着地型観光」への移行が進んでいます。

◆ SNS等情報発信手段の活用

観光に関する情報発信の形も近年大きく変わって来ています。SNS(social networking service)によって個人の情報発信が広く拡散するようになり、SNSは旅行における情報入手手段として定着するとともに、プロモーションにおいてソーシャルメディア活用の重要度が認識されました。また、2017(平成29)年は「インスタ映え⁶」が流行語となったように、SNSで発信することそのものが旅の目的となり、写真映えすることが観光地・飲食店・土産等旅先選びの決め手の一つとなっています。

⁶ PC・スマートフォン向け写真共有SNSのInstagram(インスタグラム)に投稿した写真等に対しておしゃれ、見映えが良いという意味で用いられる表現。写真映えする風景、施設、イベント、飲食店等を訪れる観光客が増加した。

III. 現状整理

III-1. 海津市の概要

1) 位置

本市は、岐阜県の最南端に位置しており、西部は三重県いなべ市に、南部は三重県桑名市に、東部は木曾・長良川に沿って愛知県愛西市、稲沢市に、北部は養老町、輪之内町、羽島市に接しています。

本市は、交通、産業、物流等の広域的拠点である名古屋市や岐阜市、四日市市が30km圏内に位置しており、国道258号と養老鉄道養老線が南北に通っています。また、東海環状自動車道の整備に伴って海津スマートICの設置が実現すれば、更に利便性の高い地域になることが期待されます。

市域の中央部を揖斐川が流れ、その東側を流れる長良川との間に平地が広がり、揖斐川より西側は急峻な養老山地と裾野に広がる扇状地・平地からなっており、山地頂上からの眺望は大変良いものになっています。

気候は、冬季に伊吹おろしと呼ばれる北西風が強いものの、伊勢湾等の海洋性気候の影響を受けて概して温暖な地域となっています。

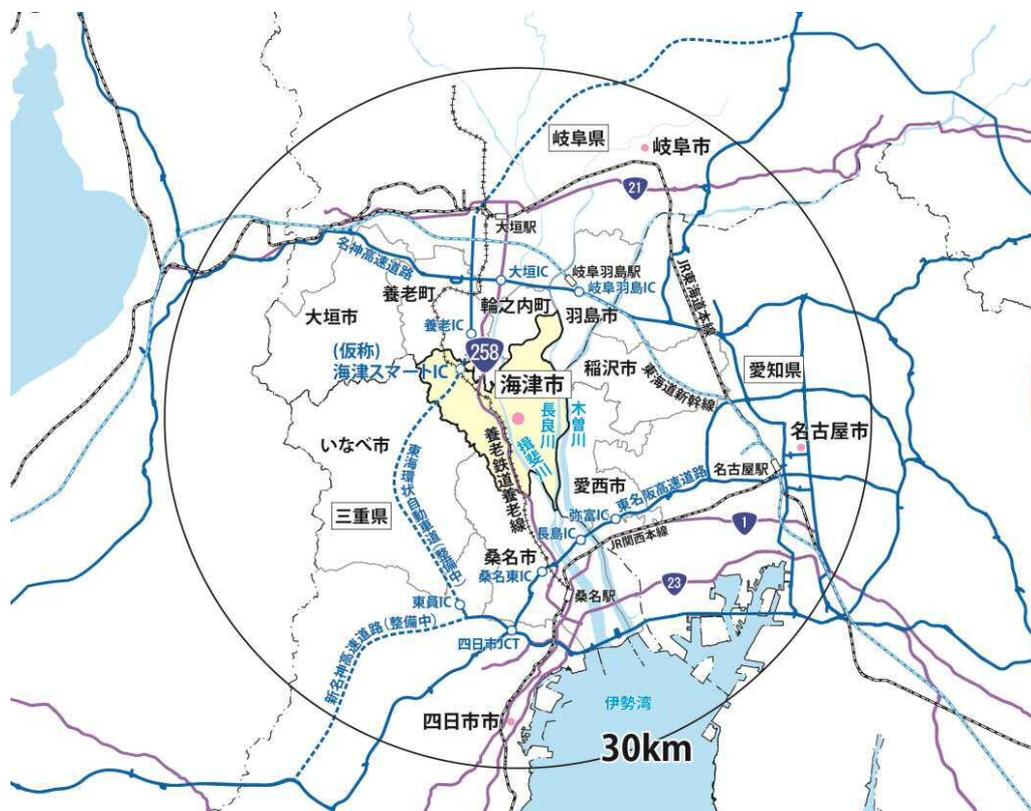


図 III-1 海津市の位置、道路・鉄道網

断面図

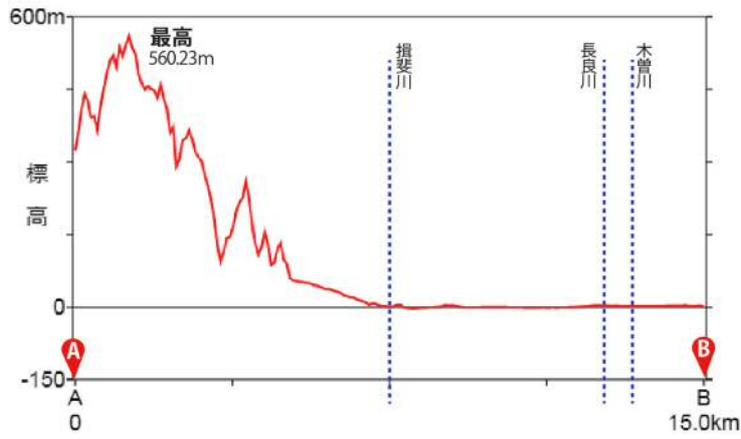


図 III-2 海津市の地形図及び断面図

2) 人口推移

2015（平成 27）年の国勢調査によると、本市の人口は 35,206 人となっています。1975（昭和 50）年から 1995（平成 7）年までは増加傾向にありましたが、その後は減少しています。また、年少人口は 1985（昭和 60）年から減少しているのに対し、老年人口は年々増加しており少子高齢化が急速に進行しています。

その一方で世帯数は増加傾向にあり、2015（平成 27）年には 11,513 世帯となっています。こうしたことから 1 世帯当たりの人員は減少傾向にあり核家族化が進んでいます。

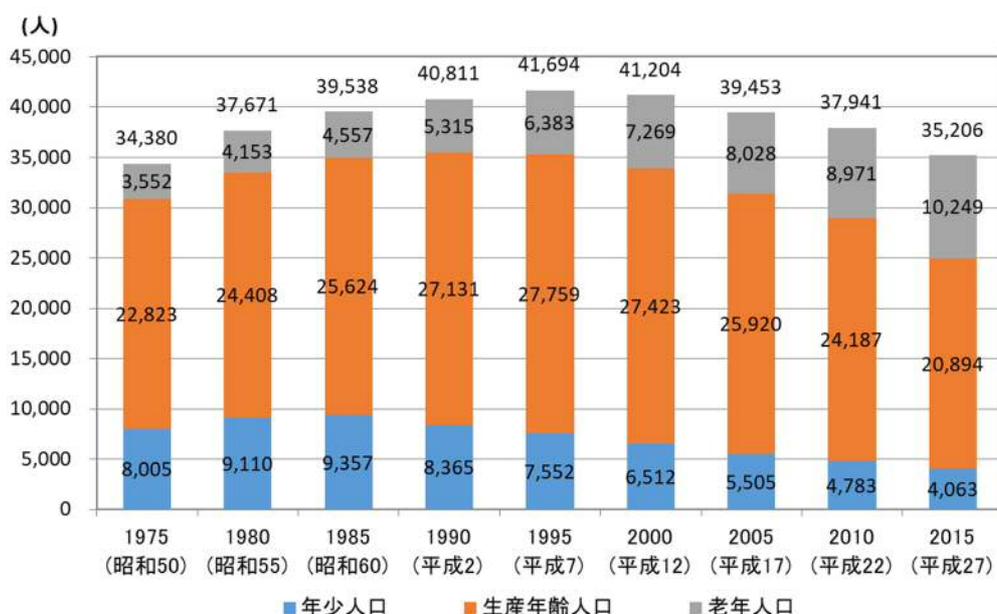


図 III-3 海津市の 3 区分年齢人口及び総人口の推移

出典：国勢調査

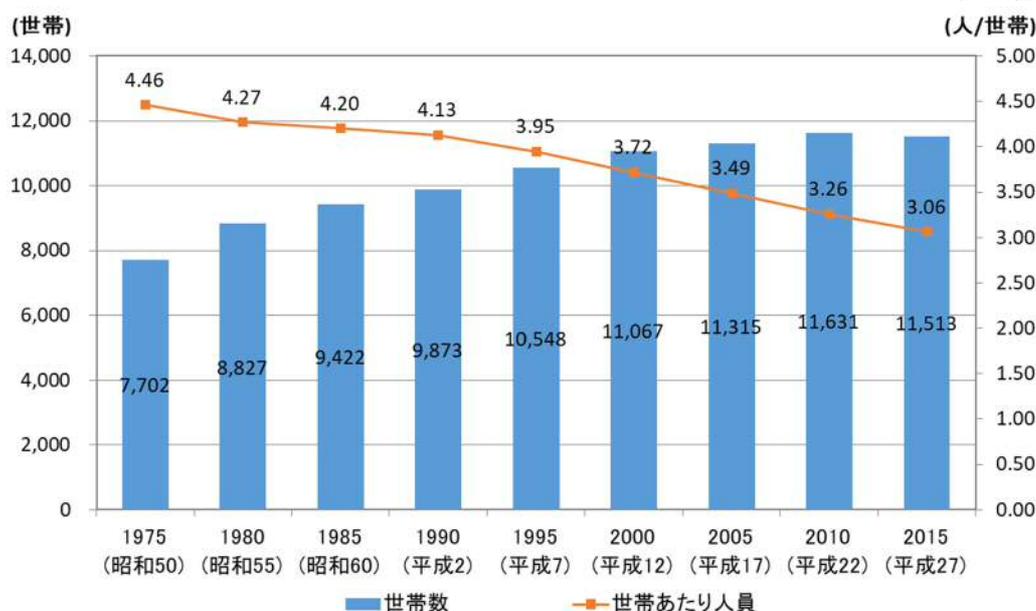


図 III-4 海津市の総世帯数及び世帯あたり人員の推移

出典：国勢調査

3) 産業構造

本市は、製造業と卸売業・小売業が盛んであり、市内産業に占める割合は、事業所数でそれぞれ 18.5%、26.3%、従業員数で 36.8%、16.7%となっています。

一方で、宿泊業、飲食サービス業は事業所数で 9.8%、従業員数で 8.2%であり、ともに市内産業の約 10%を占めるに留まっており、いずれも県全体の割合を下回っています。

表 III-1 岐阜県及び海津市の業種別事業所数と従業員数

産業名	岐阜県事業所数(事業所)		海津市事業所数(事業所)		岐阜県従業者数(人)		海津市従業者数(人)	
		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)
農林漁業	660	0.7	17	1.0	6,931	0.8	157	1.2
鉱業、採石業、砂利採取業	64	0.1	2	0.1	492	0.1	19	0.1
建設業	10,246	10.4	155	9.5	60,994	6.9	885	6.8
製造業	13,748	13.9	301	18.5	223,100	25.1	4,770	36.8
電気・ガス・熱供給・水道業	76	0.1	-	-	2,660	0.3	-	-
情報通信業	553	0.6	3	0.2	6,677	0.8	8	0.1
運輸業、郵便業	1,738	1.8	40	2.5	38,417	4.3	587	4.5
卸売業、小売業	24,065	24.4	427	26.3	173,601	19.5	2,165	16.7
金融業、保険業	1,463	1.5	17	1.0	21,487	2.4	173	1.3
不動産業、物品賃貸業	4,612	4.7	39	2.4	14,077	1.6	120	0.9
学術研究、専門・技術サービス業	3,492	3.5	36	2.2	19,092	2.1	109	0.8
宿泊業、飲食サービス業	12,330	12.5	160	9.8	84,687	9.5	1,064	8.2
生活関連サービス業、娯楽業	8,453	8.6	124	7.6	41,703	4.7	438	3.4
教育、学習支援業	3,051	3.1	37	2.3	21,308	2.4	146	1.1
医療、福祉	6,819	6.9	107	6.6	104,867	11.8	1,686	13.0
複合サービス業	776	0.8	22	1.4	9,212	1.0	163	1.3
サービス業(他に分類されないもの)	6,435	6.5	138	8.5	59,025	6.6	484	3.7
合計	98,581	100.0	1,625	100.0	888,330	100.0	12,974	100.0

出典：平成 28 年経済センサスー活動調査

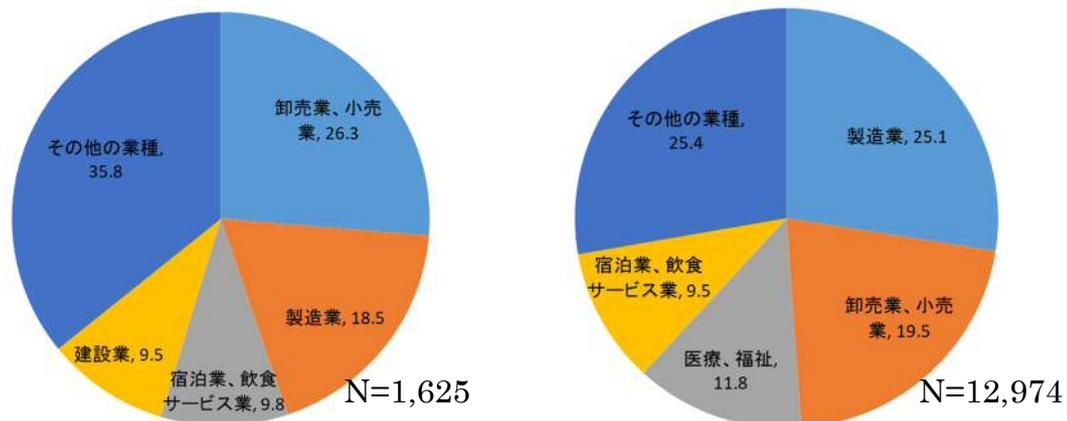


図 III-5 海津市の産業の現状(上位 3 業種 + 宿泊業・飲食業) (左：事業所、右：従業員)

III-2. 海津市における観光動向

1) 観光客数

(1) 海津市主要観光地入込客数の推移

2010（平成22）年から2016（平成28）年の「岐阜県観光入込客統計調査」を基に、本市の主要観光地7箇所の入込客数の推移をみると、入込客数は減少傾向にあり、主要観光地いずれにおいても2016（平成28）年の入込客数は2010（平成22）年よりも減少しています。

表 III-2 海津市の主要観光地入込客数の推移

（単位：人）

観光地名	2010 （平成22）	2011 （平成23）	2012 （平成24）	2013 （平成25）	2014 （平成26）	2015 （平成27）	2016 （平成28）
海津市歴史民俗資料館	20,910	15,965	12,392	14,799	11,936	11,386	11,128
南濃温泉 水晶の湯	160,655	155,045	121,794	136,637	139,354	140,060	138,232
海津温泉	499,446	467,385	420,972	399,803	375,589	373,111	346,450
道の駅 月見の里南濃	552,218	519,824	519,586	531,496	513,536	522,431	514,838
道の駅 クレール平田	614,855	604,224	589,734	576,213	534,517	496,908	506,048
千本松原・国営木曽三川公園	1,666,532	1,507,131	1,301,274	1,447,390	1,547,190	1,533,712	1,449,524
千代保稲荷神社	2,024,040	1,978,035	1,944,482	1,893,819	1,755,008	1,628,892	1,641,990
合計	5,538,656	5,247,609	4,910,234	5,000,157	4,877,130	4,706,500	4,608,210

出典：岐阜県観光入込客統計調査

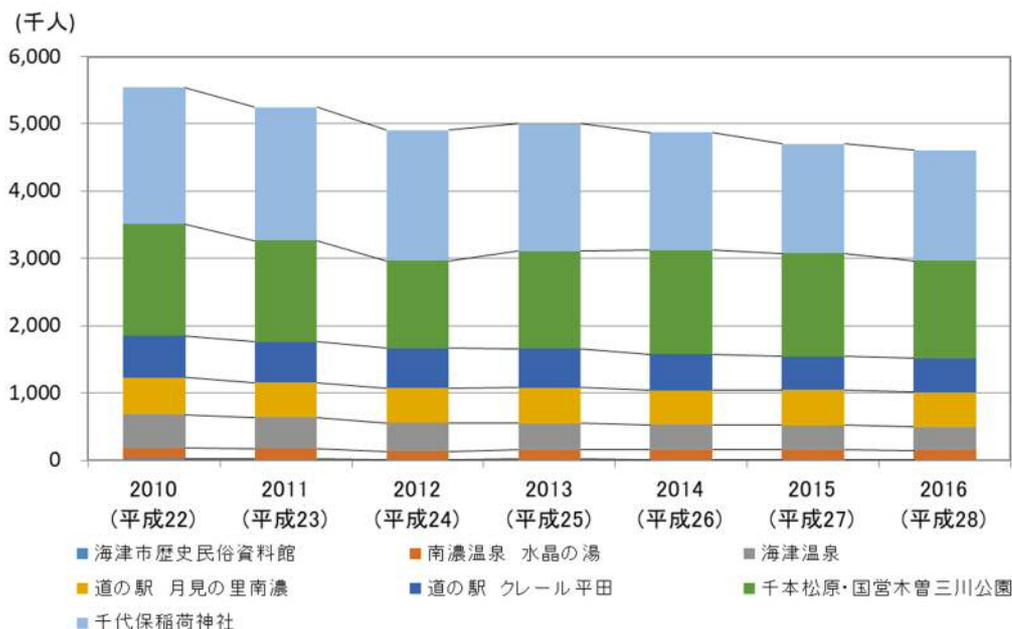


図 III-6 海津市の主要観光地入込客数の推移(単位：千人)

(2) 四半期別入込客数の推移

2016（平成28）年における「岐阜県観光入込客統計調査」から本市における四半期別の入込客数をみると、最も多いのは第4四半期（10～12月）で、最も少ないのは第3四半期（7～9）です。市内において高い集客力を誇る「千代保稲荷神社」、「千本松原・国営木曽三川公園」がともにこの季節での入込客数が少ないことが大きな要因です。夏季の入込客数を増加させることは本市の観光振興のカギとなります。

表 III-3 2016（平成28）年四半期別主要観光地入込客数 (単位：人)

観光地名	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	合計
海津市歴史民俗資料館	1,461	1,726	2,542	5,399	11,128
南濃温泉 水晶の湯	39,302	33,736	33,069	32,125	138,232
海津温泉	105,819	83,310	74,969	82,352	346,450
道の駅 月見の里南濃	143,528	101,040	106,074	164,196	514,838
道の駅 クレール平田	126,084	129,185	121,263	129,516	506,048
千本松原・国営木曽三川公園	321,666	478,327	175,075	474,456	1,449,524
千代保稲荷神社	540,606	384,687	324,178	392,519	1,641,990
合計	1,278,466	1,212,011	837,170	1,280,563	4,608,210

出典：平成28年岐阜県観光入込客統計調査

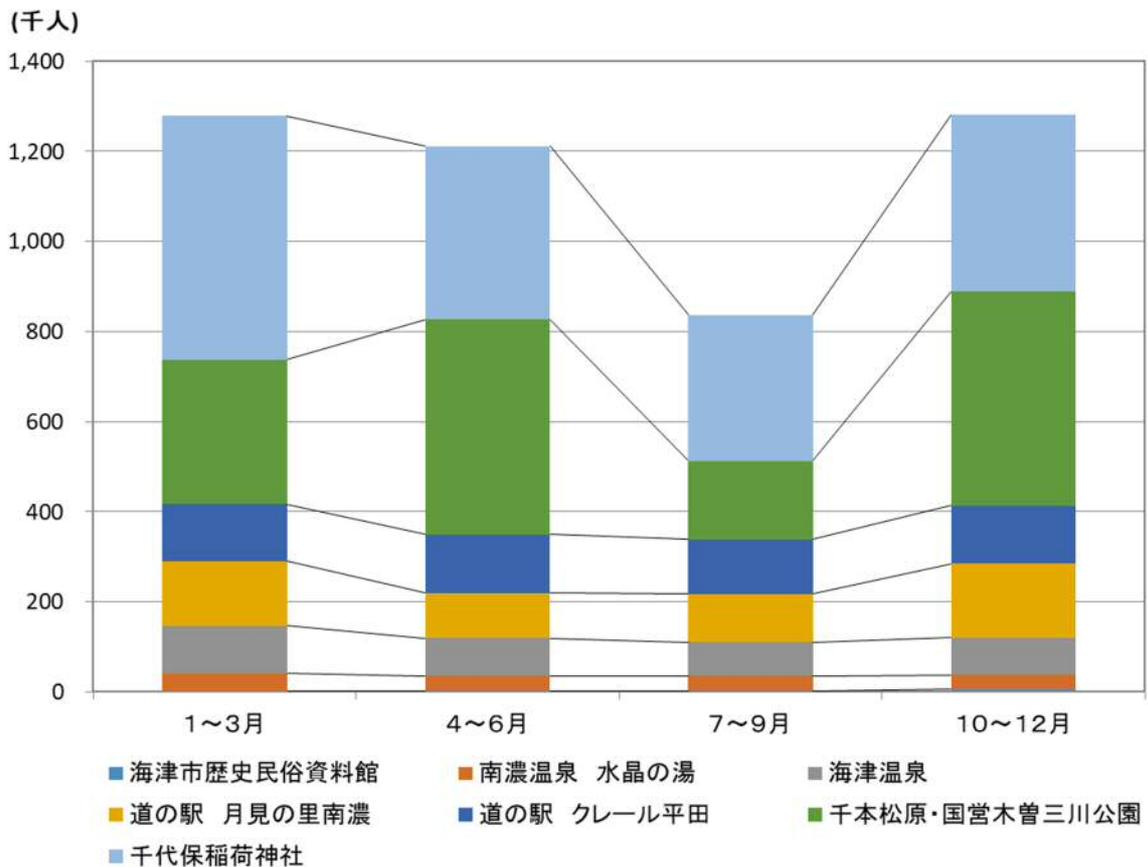


図 III-7 2016（平成28）年四半期別主要観光地入込客数(単位：千人)

(3) イベント別入込客数

2010（平成22）年から2016（平成28）年の「岐阜県観光入込客統計調査」における行事・イベント関係の入込客数は、「チューリップ祭」が圧倒的に多く、全体の経年変化も「チューリップ祭」の入込客数の増減に大きく影響されています。

「長良川国際トライアスロン大会」や「今尾左義長」は、年度で大きく変化することなく一定の入込客数が見込めます。

表 III-4 イベント別入込客数の推移(単位：人)

観光地点名	2010 (平成22)	2011 (平成23)	2012 (平成24)	2013 (平成25)	2014 (平成26)	2015 (平成27)	2016 (平成28)
今尾左義長	7,000	7,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
チューリップ祭	383,860	342,770	157,767	192,958	216,476	143,160	187,498
長良川国際トライアスロン大会	5,000	5,000	5,000	3,850	0	5,000	5,000
海津市産業感謝祭	0	5,000	8,000	0	10,000	22,500	23,400
合計	395,860	359,770	179,767	205,808	235,476	179,660	224,898

出典：岐阜県観光入込客統計調査

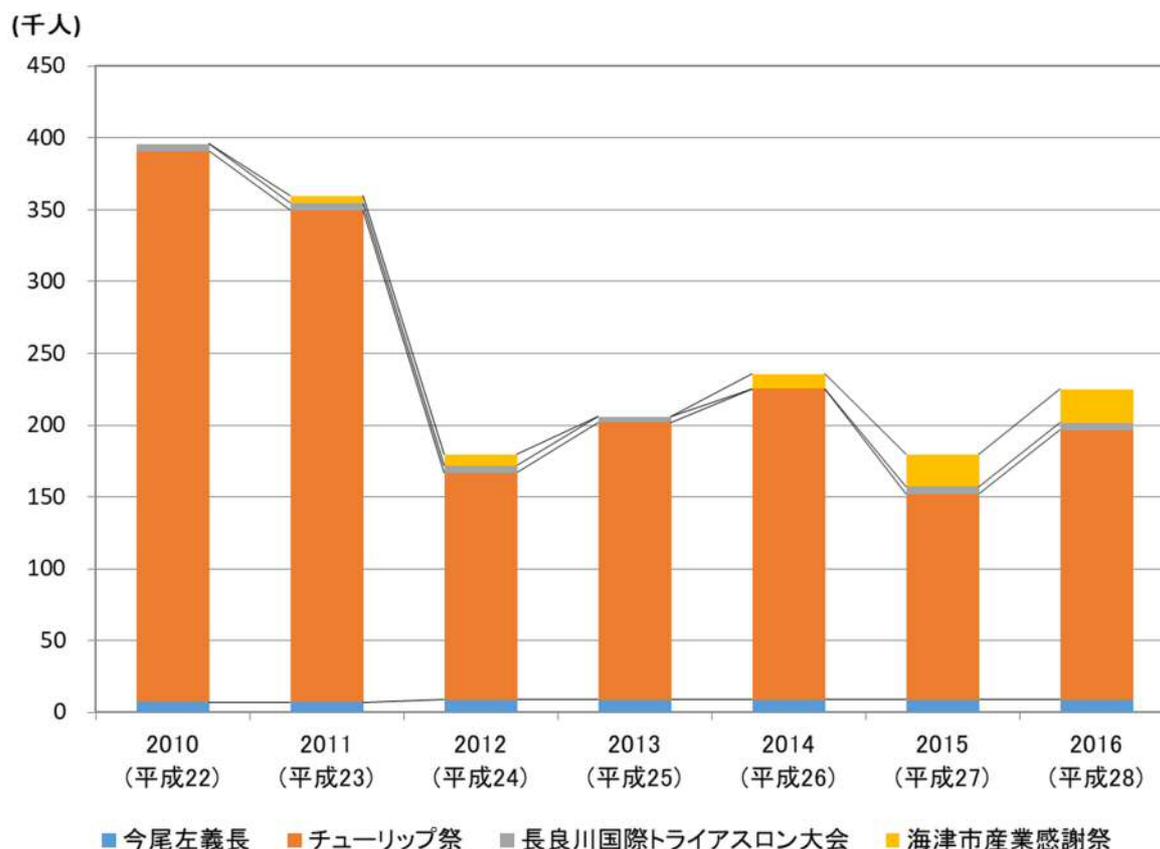


図 III-8 イベント別入込客数の推移(単位：千人)

(4) 市内周遊の現状

2017（平成 29）年に行った本市の主要観光地 7 箇所でのアンケートにおいて、市内周遊の現状を整理しました。観光客の多い「千本松原・国営木曾三川公園」、
「千代保稲荷神社」を含め 7 箇所中 5 箇所において、「調査箇所のみを訪訪」と
の回答した人の割合が 50%を越えており本市内の他の観光施設への周遊は少なくな
っています。また、「他の施設も来訪している」という回答者に着目すると、「海
津市歴史民俗資料館」と「千本松原・国営木曾三川公園」、「南濃温泉 水晶の湯」
と「道の駅 月見の里南濃」の間での周遊率が高くなっています。また「その他」
と回答している人の約 70%は市外の施設を訪れています。具体的には「道の駅 立
田ふれあいの里」等の他の道の駅、養老公園、長島方面、羽島市の大型小売店、多
度大社・多度山等が挙がっていました。

表 III-5 調査地点別周遊行動の把握

選択肢	調査地点						
	海津市 歴史民俗資料館	南濃温泉 水晶の湯	海津温泉	道の駅 月見の里南濃	道の駅 クレール平田	千本松原・ 国営木曾三川公園	千代保稲荷神社
この施設のみ来訪	41.7%	53.1%	78.2%	31.4%	54.2%	64.0%	67.3%
ほかの施設も来訪	58.3%	46.9%	21.8%	68.6%	45.8%	36.0%	32.7%
ほかの 施設も来訪	海津市 歴史民俗資料館	0.0%	0.0%	0.6%	1.0%	0.0%	0.5%
	南濃温泉 水晶の湯	0.0%	0.5%	8.7%	1.5%	1.4%	1.0%
	海津温泉	4.2%	0.8%	2.2%	2.0%	1.7%	0.0%
	道の駅 月見の里南濃	8.3%	24.0%	3.3%	6.4%	3.1%	2.4%
	道の駅 クレール平田	4.2%	1.0%	2.4%	4.3%	2.7%	5.9%
	千本松原・ 国営木曾三川公園	25.0%	2.1%	2.3%	2.2%	1.0%	1.0%
	千代保稲荷神社	12.5%	14.7%	7.1%	13.0%	15.3%	6.6%
	その他	20.8%	10.3%	7.1%	25.5%	24.1%	22.7%
不明	0.0%	0.5%	0.7%	15.8%	0.0%	0.0%	0.5%

□ :5%- □ :10%- □ :20%-

出典:観光動態アンケート結果(H29 年度、海津市)

(5) 交通手段

2017（平成 29）年に本市が実施した市外の中部地方及び関西地方に対する Web アンケートの結果に基づき、居住地から観光地までの交通手段を整理しました。本市内の観光地での交通手段は「自動車（レンタカー含む）」が多く、県内在住者の場合 91.3%が自動車で移動しています。関西地方からの観光者では、本市の観光地に訪れるまでに何らかの公共交通を利用している人の割合は他地域と比べるとやや高く 14.3%となっています。

表 III-6 地域別観光者の交通手段

選択肢	岐阜県(海津市除く)		中部地方(岐阜県除く)		関西地方		合計	
	票数(人)	割合(%)	票数(人)	割合(%)	票数(人)	割合(%)	票数(人)	割合(%)
公共交通のみ	1	1.3	14	6.4	36	12.0	51	8.5
自動車(レンタカー含む)	73	91.3	187	85.0	233	77.7	493	82.2
自動車+徒歩・自転車・バスなど	2	2.5	15	6.8	9	3.0	26	4.3
オートバイ	3	3.8	4	1.8	11	3.7	18	3.0
自転車・徒歩のみ	1	1.3	0	0.0	4	1.3	5	0.8
公共交通+レンタカー	0	0.0	0	0.0	7	2.3	7	1.2
その他	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
合計	80	100.0	220	100.0	300	100.0	600	100.0

出典：Web アンケート結果(H29 年度、海津市)

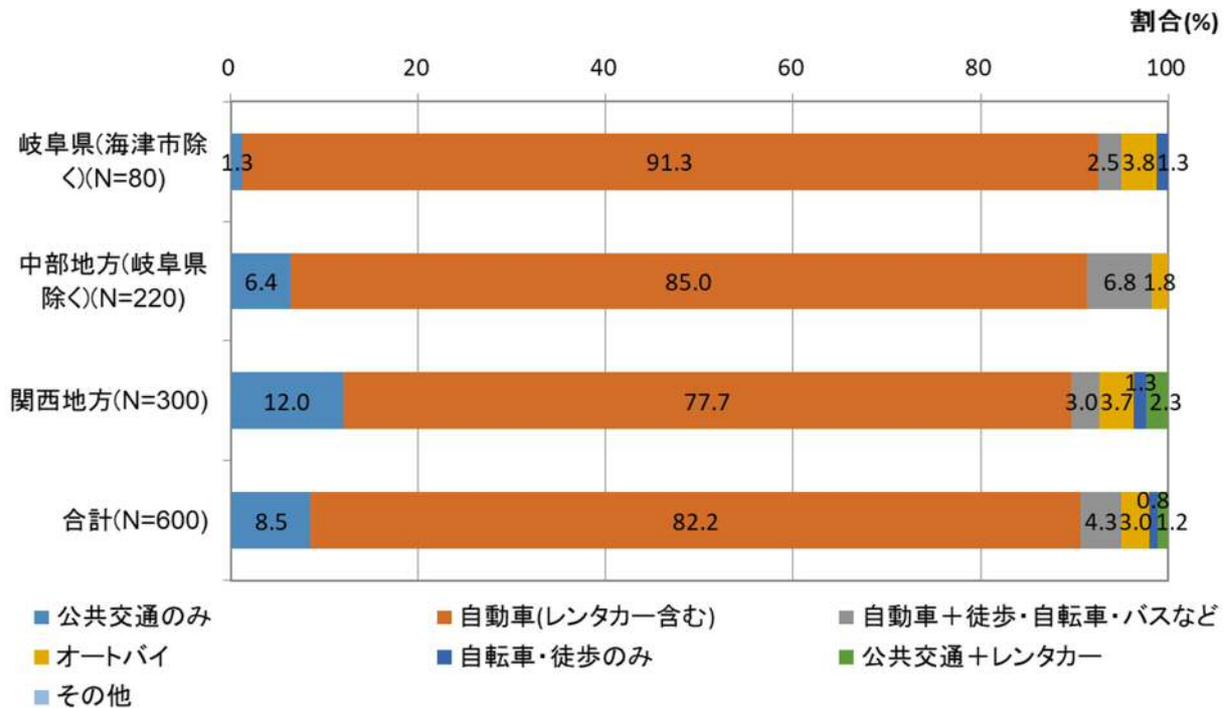


図 III-9 地域別観光者の交通手段

(6) 消費額

2017（平成 29）年に本市が実施した市外の中部地方及び関西地方に対する Web アンケートにおいて、全旅程及び本市内滞在時の消費額を整理しました。全旅程と本市内滞在時の消費総額をみると、全旅程では 1,000 円以下で 44 人、1,001～2,000 円で 83 人、2,001～5,000 円、20,001～50,000 円でそれぞれ約 130 人となっているのに対し、本市内では 1,000 円以下で 146 人、1,001～2,000 円で 139 人、2,001～5,000 円が 175 人と、5,000 円以下が今回のアンケートのサンプル数の 3 分の 2 以上を占めています。

また、本市内滞在時の消費額は、全旅程の 32.2%に留まっていますが、その消費額の内訳は飲食代が最も高く 28.7%、次いで宿泊費、土産代が続いています。

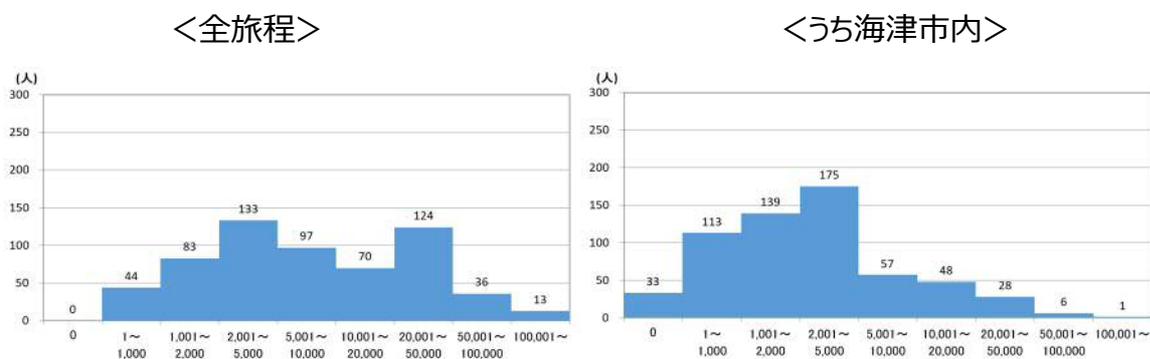


図 III-10 全旅程及び本市内滞在時の消費総額の分布

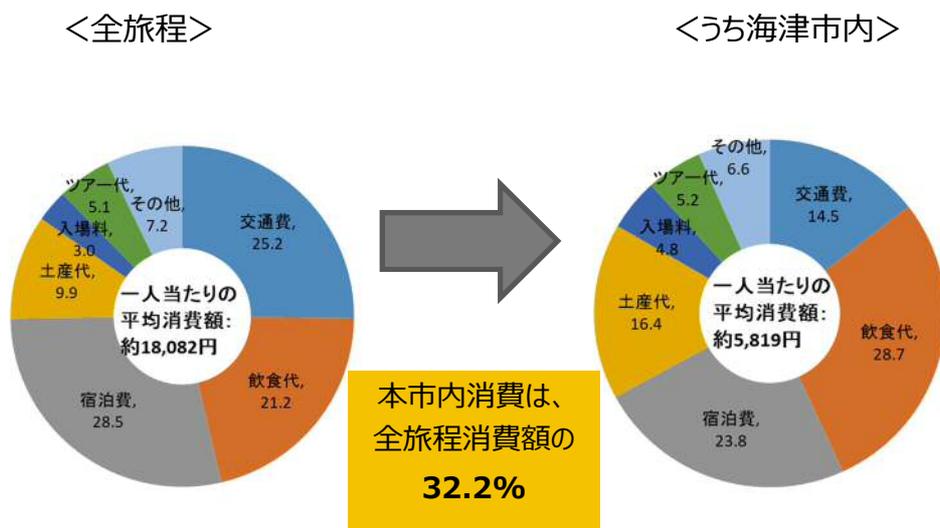


図 III-11 全旅程及び本市内滞在時の消費額の内訳

出典：Web アンケート結果(H29 年度、海津市)

2) 外国人観光客

本市における外国人観光の現状の把握には、地域経済分析システム(RESAS)やTwitter等のSNSでの発信等のデータを用いる手法が挙げられますが、市内においては、外国人観光客の動向を把握するのに十分なデータが存在していない状況であると言えます。

地域経済分析システム(RESAS)の外国人メッシュ分析より、現時点で最新である、2015(平成27)年8月から2016(平成28)年7月のデータを示します。

本市内の外国人の滞在をみると、「千代保稲荷神社」での滞在が最も多く、その他は「道の駅 クレール平田」、「海津市役所」周辺、市南部での滞在がみられます。

広域(東海地方)の外国人の滞在をみると、名古屋市を中心に多くの外国人観光客が滞在しています。他の周辺市町村と比較しても、外国人観光客の本市への来訪が少なくなっています。

今後、外国人観光客は増加すると考えられており、本市でも、外国人観光客の増加のためのデータ収集や外国人観光客の受け入れについての施策が必要となります。

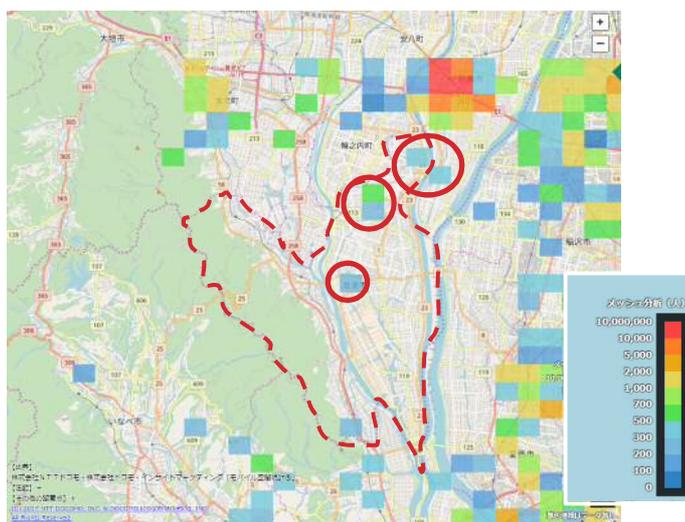


図 III-12 海津市の外国人メッシュ

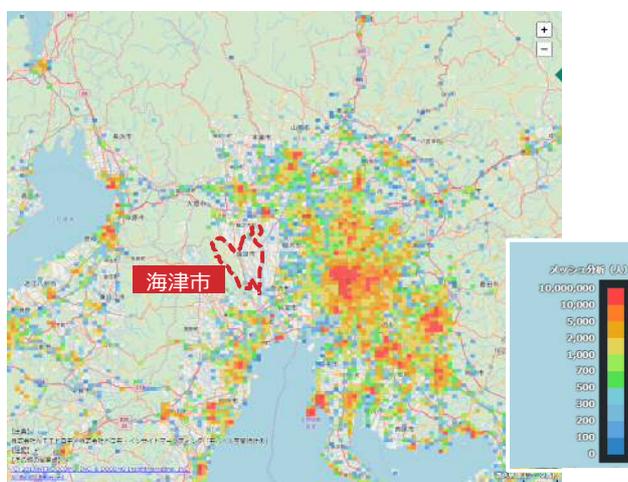


図 III-13 東海地方の外国人メッシュ

3) 地域の取組

本市では近年、将来の観光につながる地域での取組が行われています。

(1) かいづの逸品

海津市観光協会が料理やスイーツ、工芸品等の市内の優れた産品を“海津市のお土産もの”として認定し、観光イベント等で広くPRしていこうと2014(平成26)年から始め、8品が認定されました。2017(平成29)年に認定品の見直しが行われ、新たに9品が認定されました。



海津市長賞 (どら焼き)



海津市観光協会会長賞 (草餅)



海津市商工会会長賞 (サブレ)

平成29年度「かいづの逸品」の一部

(2) 海津市ボランティアガイドの会 ふる里おもてなし隊

本市にあるボランティアガイドの会です。年末年始を除き毎日午前9時から午後4時まで、案内希望日の10日前までに申し込むことで、個人、団体を問わず無料で案内していただけます。案内コースは「テーマ別案内コース」5種類と「町の特色案内コース」3種類が設定されていますが、希望によって組み合わせる等柔軟に対応しています。

(3) 舟運観光

国土交通省中部地方整備局等の協力の下、海津市歴史民俗資料館から高須輪中排水機場の往復という、舟を使った観光を年数回行っています。他ではあまり体験できない観光資源であり、規模の拡大を望む声もあります。

(4) 海津アクアマルシェ ～ふるさと特産市～

国営木曾三川公園・アクアワールド水郷パークセンターで春と秋の年2回行われています。水郷地域ならではの味にこだわった、ここでしか食べられないメニューが並び、コンサートやパフォーマンス、じゃんけん大会等のミニイベントも開催されています。運営主体を徐々に民間に移行しつつあり、集客も期待できるイベントとなりつつあります。



海津アクアマルシェの様子

(5) 海津まる得教室（海津まちゼミ）

本市内で事業をしている店舗が講師となり、プロならではの「知って得する」専門的な知識や情報等を無料（材料費等の実費が必要な講座もあり）で教える少人数制のゼミナール（授業）です。

ゼミの参加者に店舗の存在や特徴を知っていただくとともに、店舗とゼミの参加者のコミュニケーションの場となり、信頼関係を築く事を目的とする“まちおこし事業”です。

まちゼミ お店の人が教えてくれる知って得するゼミナール

海津まる得教室

第8回 平成29年 11月1日水～11月30日木

全19講座

受付開始 10月24日 10:00より

●安心して受講して頂くため、当日お店からの販売・勧誘はありません。

受講料無料!!

●材料費は講座行に会場にて徴収いたします。
●お申し込みのキャンセル料もありません。

お申込は各店

●「まる得教室」の申込みは、お電話ください。
●受付時間 10:00～18:00

<p>① 自分に合うカラー選び</p> <p>TEL 55-0225</p> <p>11月7日(日) 10:00～11:30 11月25日(日) 10:00～11:30 12月2日(日) 10:00～11:30</p> <p>講師: 佐田美子</p>	<p>② 親子で楽しめる新しい遊び方！折り紙ミックス</p> <p>TEL 090-9932-4181</p> <p>11月14日(日) 9:30～10:30 11月21日(日) 9:30～10:30</p> <p>講師: 高木・美山</p>	<p>③ 新しい寄せ植え教室</p> <p>TEL 090-8677-8052</p> <p>11月 2日(日) 10:00～11:00 11月 9日(日) 10:00～11:00 11月16日(日) 10:00～11:00 11月23日(日) 10:00～11:00 11月30日(日) 10:00～11:00</p> <p>講師: 片野直樹</p>
<p>④ スマホの写真をプリントしてみよう!</p> <p>TEL 66-2521</p> <p>11月15日(月) 14:00～15:00</p> <p>講師: 佐藤伸一郎</p>	<p>⑤ 認知症になる原因の一部である視覚を知ろう</p> <p>TEL 66-2025</p> <p>11月11日(木) 11:00～11:30</p> <p>講師: 高木・美山</p>	<p>⑥ 親子で体験！ひのきの香づくり</p> <p>TEL 66-2013</p> <p>11月 8日(日) 10:00～11:00 11月15日(日) 10:00～11:00 11月22日(日) 10:00～11:00</p> <p>講師: 片野直樹</p>

まちゼミチラシ

IV. 地域資源・観光資源の整理

IV-1. 地域資源の整理

1) 観光資源の整理

本市内の主な観光資源を挙げると次のとおりとなります。

表 IV-1 本市内の観光資源とイベント・行事

分類	所在地	観光資源等
歴史文化系	海津町	歴史民俗資料館、治水神社、千本松原、木彫観音立像（油島）、本町（萱野）、（仮称）大江緑道
	南濃町	さぼろ遊学館、臥龍山行基寺、駒野城跡、羽根谷砂防堰堤（第1堰堤）、高須藩主歴代墓、松山諏訪神社の大クス、津屋川水系清水池ハリヨ生息地
	平田町	千代保稲荷神社、秋葉神社〈今尾左義長〉
食・買物系	海津町	木曾三川ブルーベリーの里
	南濃町	道の駅 月見の里南濃、鷺野農園のイチゴ狩り、南濃町観光みかん狩り組合
	平田町	道の駅 クレール平田、千代保稲荷神社の門前町
スポーツ系	海津町	国営木曾三川公園・長良川サービスセンター〈木曾三川交流レガッタ、長良川国際トライアスロン大会、長良川ふれあいマラソン大会、海津ミナモラソン大会、デ・レーケ記念交流レガッタ〉
癒し系	海津町	国営木曾三川公園・アクアワールド水郷パークセンター〈海津アクアマルシェ、堀田の田植え〉、国営木曾三川公園・木曾三川公園センター〈チューリップ祭、春の花物語・夏の水物語・秋の花物語・冬の光物語〉、海津温泉
	南濃町	南濃温泉 水晶の湯、月見の森（日本百名月）〈観月会〉、あじさいの小径（月見の森遊歩道）、羽根谷だんだん公園（巨石堰堤・桜）、津屋川の彼岸花、吉田出来山公園の桜、南濃梅園
	平田町	平田公園、平田リバーサイドプラザ、平田靱負ロード・平田靱負桜（大樽川堤）、勝賀の大池

〈〉内：イベント・行事

※国指定文化財…油島千本松締切堤（千本松原）、羽根谷砂防堰堤（羽根谷だんだん公園）等
 国指定天然記念物…津屋川水系清水池ハリヨ生息地
 県指定文化財…高須藩主歴代墓、今尾左義長等
 県指定天然記念物…松山諏訪神社の大クス

2) 主要観光資源の評価

次ページより、観光資源の評価および位置図を示します。2017（平成29）年に行った本市以外の中部地方・関西地方に在住の600人を対象としたWebアンケートで、「知っているところ、訪れたことがあるところ」、訪れたことがあるところについて「満足度」を尋ねています。位置図の①～⑳は、アンケートに対応しています。

◆ 位置図





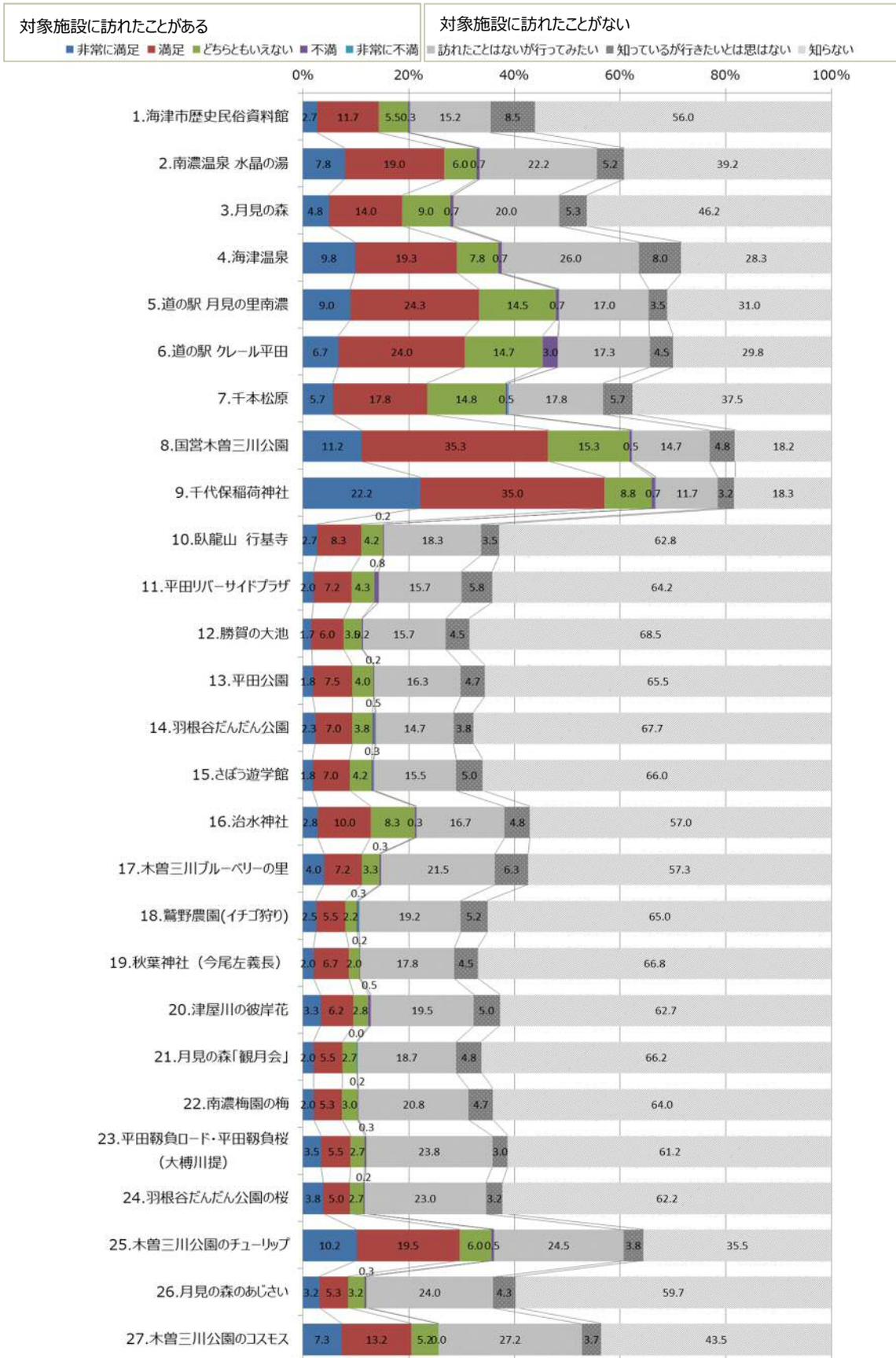


図 IV-1 観光施設の認知度・来訪意欲・満足度
(本市実施による Web アンケート調査結果)

3) 海津市の観光資源の客層（ターゲット）

本市の観光資源について、課題や観光資源の魅力向上、マーケットの参考とするために、現在の客層（ターゲット）の整理を試みました。

表 IV-2 観光資源のターゲットとなる客層

地域	観光資源	分類					ターゲット							
		スポーツ	歴史・文化	食・買物	自然・癒し	イベント	団塊の世代・高齢者層	中高年女性・グループ	若年女性	ファミリー子育て世代	学生、若者、カップル	学校行事	ビジネスマン	外国人
海津町	国営木曾三川公園 (アクアワールド水郷パークセンター)				○	○	◎	◎	○	○	●			
	国営木曾三川公園 (長良川サービスセンター)	○					●		●	◎	◎	◎		△
	国営木曾三川公園 (木曾三川公園センター)					○	○	○	○	○	○	○		○
	歴史民俗資料館		○							○		◎		●
	海津温泉			○	○		◎	◎	○	◎	○		●	△
	治水神社		○									◎		●
	千本松原		○				◎					◎		●
	木曾三川 ブルーベリーの里			○					◎	◎	◎			
	木彫観音立像(油島)		○						○					
	本町 塙 (萱野)		○						○					
	(仮称)大江緑道		○				○	○		○				
南濃町	道の駅 月見の里南濃			○			◎	◎		○			◎	
	南濃温泉 水晶の湯			○	○		◎	◎	○	◎	○		●	△
	月見の森(日本百名月)				○		◎	◎		◎	○	○		●
	羽根谷だんだん公園		○		○		○	○		◎		○		●
	さぼろ遊学館		○									◎		
	臥龍山行基寺		○		○		◎	◎	○		○			△
	鷺野農園(イチゴ狩り)			○					◎	◎	◎			
	南濃町観光みかん狩り組合			○					◎	◎	◎			
	駒野城跡		○				○	○						●
	南濃梅園				○		○	○						
	高須藩主歴代墓		○				○	○						
	松山諏訪神社の大クス		○				○	○						
	津屋川水系清水池ハリオ生息地		○		○		○	○				○		
吉田出来山公園の桜				○		○	○							
津屋川の彼岸花				○		○	○							
平田町	千代保稲荷神社とその門前町		○	○	○	○	◎	◎	○	○	○	○	◎	●
	道の駅 クレール平田			○			◎	◎					◎	
	平田リバーサイドプラザ			○	○		○	○	●	◎	◎			
	平田公園									◎				
	勝賀の大池				○		◎			◎		○		
	平田靱負ロード・平田靱負桜(大樽川堤)				○		○	○						
	秋葉神社(今尾左義長)		○				◎	◎		◎				○

ターゲットの記号の意味：

- ◎：関係が深く、現在の主ターゲットであり、引き続き重点的に呼び込むもの
- ：関係があるが、従ターゲットとして引き続き呼び込むもの
- ：関係が薄いですが、何らかの施策によって新たなターゲットとなるもの
- △：将来検討が必要なターゲット
- (なし)：ターゲットとするのが難しいと見られるもの

団塊の世代・高齢者層や中高年女性・グループが客層となる観光施設が多く、当該客層は、リピーターとして本市の中核となるターゲットです。このリピーターを飽きさせない、他所との競争に負けない新たな魅力を提供する必要があります。

スポーツ系施設については、若い世代への関心の強化（情報提供）を行う必要があります。

また、元気な中・高年者は、アクティブな活動を好みます。スポーツへの取り込み、舟運観光等の体験型への取り込みを検討する必要があります。

IV-2. 地域資源ワークショップ

本市の観光入込客数は460万人(2016(平成28)年)ですが、そのうち千代保稲荷神社と千本松原・木曾三川公園で約7割を占め、観光客の特徴もリピーターが多いのが現状です。

本市が目指す滞在型・周遊型観光を推進するため、隠れた観光資源を再発見する必要があります。

◆ 2017年度観光資源発掘ワークショップ

地域の各分野で活躍する女性を中心に集まっていただき、観光資源の掘り起こしを目的としたワークショップを開催しました。第1回目のワークショップでは観光資源の掘り起こしと観光周遊ツアーの素案作成を行いました。

女性ならではの視点で、あまり知られていない観光資源や、資源を活用できそうな観光ツアーのルート案、現在の本市の観光における課題等を洗い出しました。

表 IV-3 第1回ワークショップの様子



表 IV-4 第1回ワークショップの結果

意見分類	Aグループ	Bグループ	Cグループ
おすすめの 観光資源等	<ul style="list-style-type: none"> ・国営木曾三川公園 アクアワールド水郷パークセンターは、イベントを開催しており活用すべき ・羽根谷だんだん公園の桜 ・千代保稲荷神社の食べ歩きも良いが、豪遊し、きらびやかだった時代も良かった ・歩くには良いところ 	<ul style="list-style-type: none"> ・桜。平田靱負ロード、羽根谷だんだん公園、輪中 ・津屋川堤防の彼岸花は息を呑むほど美しい ・みかん狩り、イチゴ狩り 	<ul style="list-style-type: none"> ・羽根谷だんだん公園。ライトアップしてはどうか。 ・桜・八重桜、紅葉 ・臥龍山行基寺と歴史民俗資料館の連携（お互いが眺望できる）
おすすめの 食べ物	<ul style="list-style-type: none"> ・もろこ寿司、竹寒天等復活したい。お土産化しても良い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・味感チップ ・JAにしみのFM南濃の焼き芋 	<ul style="list-style-type: none"> ・本市文化協会のお茶会も組み込める。 ・飲食店の創作料理
ルート案	<ul style="list-style-type: none"> ●舟運+パークセンター+バス(千代保稲荷神社等) ※嫁入り舟の復活 ●桜めぐり 千代保稲荷神社→平田靱負ロード→【夕方】羽根谷だんだん公園(ライトアップ)→月見の森・南濃温泉水晶の湯 ※ウォーキング 	<ul style="list-style-type: none"> ●「こだわりの食」コース。南濃温泉水晶の湯の地産地消メニューを活用する ●「四季・自然をつなぐ」コース。季節ごとの花+お弁当「三川弁当」。平田靱負ロードを、草もちを食べながら桜。等 ●「歴史」コース。歴史民俗資料館→臥龍山行基寺→治水神社 	<ul style="list-style-type: none"> ●名古屋→国営木曾三川公園→農業→海津温泉 ※家族連れをターゲット、どろんこ体験から温泉 ●歴史民俗資料館→臥龍山行基寺→道の駅→千代保稲荷神社 ※歩く人をターゲット ●羽根谷だんだん公園堰堤にハートの石を設置(SNS)
課題等	<ul style="list-style-type: none"> ・バス駐車場 ・宿泊施設 	<ul style="list-style-type: none"> ・アイスチューリップ等聞いたことはあるがよく知らないものがある ・駐車場が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・国営木曾三川公園から千代保稲荷神社までの間に何かあると良い ・宿泊施設、仕組み ・”海津めし”ができれば良い

IV-3. 公共交通網

本市には、養老鉄道養老線、路線バス(名阪近鉄バス)、海津市コミュニティバス、海津市デマンド交通、タクシーの公共交通機関があります。これらは、地域住民だけでなく、観光客の移動手段でもあります。

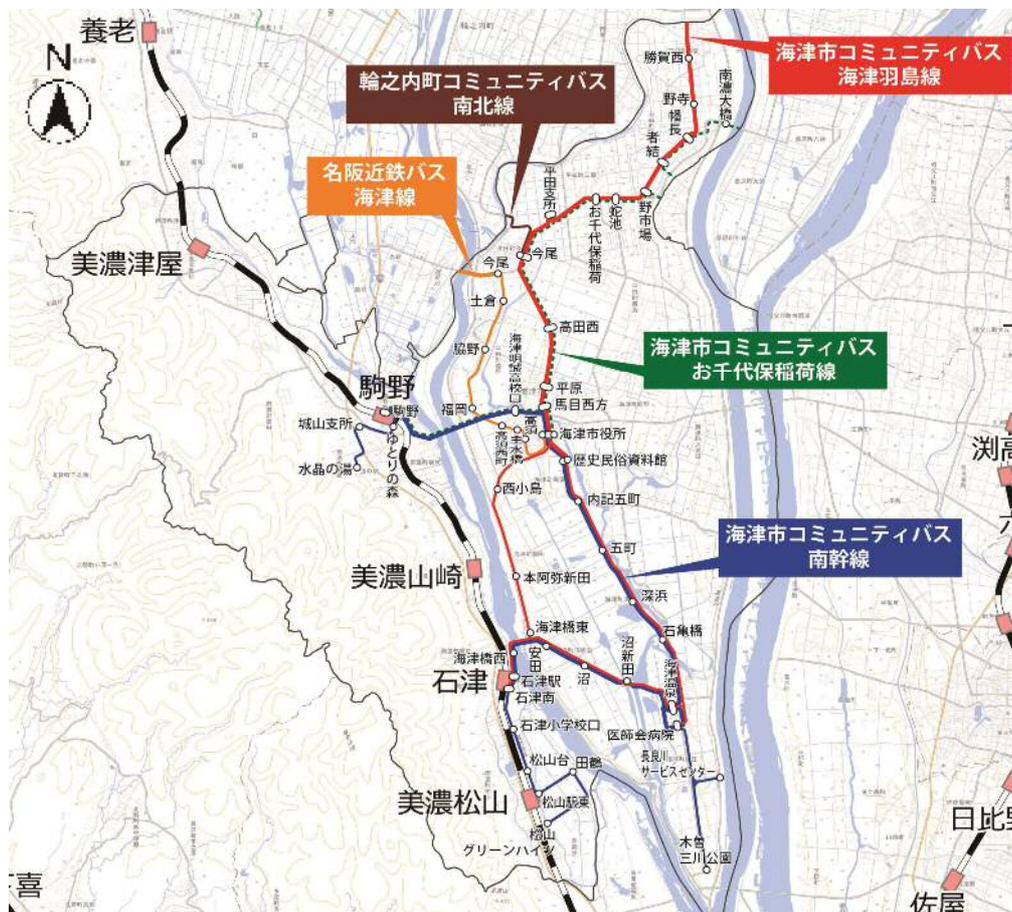


図 IV-2 市内鉄道・コミュニティバス路線図

4) 養老鉄道養老線

本市には、養老鉄道養老線の5つの鉄道駅があります。以下に概要をまとめます。

表 IV-5 市内養老鉄道養老線停車駅概要

駅の名称	所在地	二次交通		乗降者数(人) ⁷	
		コミュニティバス	デマンドバス	平日	休日
美濃津屋駅	南濃町津屋	—	○	293	184
駒野駅	南濃町駒野	○	○	900	449
美濃山崎駅	南濃町山崎	—	○	137	77
石津駅	南濃町太田	○	○	482	250
美濃松山駅	南濃町松山	○	○	733	354

⁷ 平成26年9月「養老鉄道駅別乗降者数・利用者アンケート調査」結果

本市内の鉄道駅からは、大垣方面、桑名方面へ、朝 6 時前後の始発から 23 時代まで運行しています。また、5 駅の両端である美濃津屋駅から美濃松山駅までの所要時間は約 20 分です。

コミュニティバスのバス停は駒野駅、石津駅、美濃松山駅の 3 駅にありで、デマンド交通の停留所は 5 駅全てにあります。

なお、遠方の観光客は、隣接する羽島市の「東海道新幹線 岐阜羽島駅」を利用されます。以下に概要をまとめます。

表 IV-6 東海道新幹線 岐阜羽島駅概要

駅の名 称	所在地	二次交通		乗降者数 (人) ⁸
		コミュニティバス	デマンドバス	
岐阜羽島駅	岐阜県羽島市福寿町	○	—	2,824

5) 海津市コミュニティバス

海津市コミュニティバスは、「海津羽島線(石津南～岐阜羽島駅)」、「お千代保稲荷線(海津市役所～岐阜羽島駅)(大須～海津市役所)」、「南幹線(松山グリーンハイツ～水晶の湯)」の 3 路線で運行しています。料金の概要は以下のとおりです。

表 IV-7 海津市コミュニティバス料金

対象		料金
大人 (高校生以上)	お千代保稲荷線・南幹線	200 円
	海津羽島線 (市内区間)	200 円
	海津羽島線 (市外区間) / お千代保稲荷線 3 便 (市外区間)	300 円
小・中学生		100 円
小学生未満		無料
市内の 65 歳以上の方で、本市発行の高齢者身分証明書を呈示された方		100 円
障がい者の方で、障害者手帳を呈示された方/その介助者 1 名まで		100 円

6) 海津市デマンド交通

海津市デマンド交通は、事前予約乗合制で区域を運行しています。運行区域は本市内全域と市外 3 箇所(羽島市大須、西小藪、オークワ養老店)であり、停留所は 358 箇所存在しています。また、利用時間は 8 時 30 分から 17 時 00 分であり、平日のみの運行となっています。料金の概要は以下のとおりです。

⁸ 平成 28 年「羽島市データファイル (統計情報)」

表 IV-8 海津市デマンド交通料金

対象	料金
大人（高校生以上）	300 円
小・中学生	150 円
小学生未満	無料
障がい者の方で、障害者手帳を呈示された方/その介助者 1 名まで	150 円
運転免許証自主返納者で、運転経歴証明書を呈示された方	150 円

7) 公共交通網の観光への活用

本市において、交通網は充実しており、公共交通機関のみの利用でも市内各地への来訪が可能です。しかし、現段階では、日常生活のための交通機関としての利用が多く、観光のための利用は少数となっています。

今後は、公共交通網を活用し、観光利用の促進に向けた情報発信や観光ルートの作成等の施策を実施していく必要があります。

IV-4. 広域観光圏

1) 周辺の主な観光地

本市は、県庁所在地である岐阜市から自動車です約 50 分の距離にあり、また、東海地方の拠点都市である名古屋市からも 50 分程度の位置です。周辺には、水の都、奥の細道むすびの地である大垣市や、年中を通して集客の多いナガシマリゾートのある桑名市等、観光地として魅力ある地域が多くあります。



図 IV-3 広域観光圏

Topic !

広域周遊観光の現状

本市に3年以内に観光で訪れた方を対象に実施した市外在住者アンケートにおいて、本市に訪れた際、本市以外に立ち寄った市町村を尋ねたところ、大垣市が最も高く 25.3%でした。その他、岐阜市、高山市、養老町で 20%を超えています。特に決まった広域的な観光ルートはないと言えます。本市以外に訪れていない人の割合は 19.7%で、5人に1人が周辺への観光を行っていません。



2) 西美濃地域

本市は、岐阜県の西美濃地域に位置しています。西美濃地域には、本市のほかにも大垣市、養老町などが含まれています。各市町に観光資源が点在しており、本市を含めた西美濃地域間の連携をとることで観光地域としての強みを伸ばしていく必要があります。そこで2015(平成27)年、持続可能な地域づくりに寄与することを目的に、西美濃地域3市9町による広域連携組織「西美濃創生広域連携推進協議会」が立ち上げられ、観光事業等地方創生を推進するために必要な事業を企画し、協働して事業を実施することで、西美濃地域全体の活性化を推進しています。



図 IV-4 西美濃観光圏のパンフレットの例



図 IV-5 実施された観光事業のパンフレット

V. 観光振興長期基本計画の基本方針

V-1. 現状分析と課題の整理

1) 観光に関するSWOT分析

観光創生計画にてSWOT分析⁹を実施し、課題をとりまとめています。本計画でもこれを踏襲し、再整理しました。

表 V-1 観光に関するSWOT分析結果の整理

	プラス要因	マイナス要因
内部要因	<p>【強み Strengths】</p> <ul style="list-style-type: none"> 千代保稲荷神社があり、リピーターがいる 国営木曾三川公園があり、花のイベントやスポーツイベントが盛ん 集客できる温泉がある 道の駅が市内に2箇所ある 県内有数の高い農業生産力を誇る 営農組織による大規模農業の実施 養老鉄道株式会社の存続（JRと接続する鉄道がある） 国道258号による三重県との交流 国営木曾三川公園では子ども向け環境プログラムが充実している ぎふクリーン農業の普及 周辺自治体との連携体制 充実した公共交通網がある 	<p>【弱み Weaknesses】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本市の観光入込客数が減少している 夏の観光入込客数が少ない 宿泊できる施設が少ない インバウンド対応ができていない サイン（案内看板等）が不十分である スポット観光で、周遊する流れが少ない Wi-Fi環境が不十分である メディア、SNSへの露出、発信力が弱い 知名度の高いグルメや特産品・名産品が少ない 着地・体験型観光商品が少ない 交通アクセス（二次交通）が弱い 大型バスが駐車できる観光施設が少ない 観光消費額が少ない 観光の中核となるリーダーが不足している 観光案内人、観光ボランティアが不足
外部要因	<p>【機会 Opportunities】</p> <ul style="list-style-type: none"> 東海環状自動車道の海津スマートIC開通で高速アクセスが改善される 新名神高速道路につながることでより関西方面からのアクセスが改善される 「2020年東京オリンピック・パラリンピック」の開催により、国内外からの来訪者が増加する可能性がある 体験型観光、健康志向、オーガニック、歴女ブーム、山ガール、サイクリング・トレッキングへの関心の高まり 訪日外国人の急増 西美濃広域観光によって観光客の増加が想定される 	<p>【脅威 Threats】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各自治体が観光振興に力を入れ、他地域のSNS等でのPRで、他地域の観光スポットが注目される 県内へも県外へも転出超過している 観光の担い手、農業の担い手の活力が、高齢化や後継者不足により低下している 東海環状自動車道の開通により本市周辺を通過する交通量の減少が予想される 価値観の多様化により旅行需要が低迷している

⁹ 外部環境や内部環境を強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）、脅威（Threats）の4つのカテゴリで要因分析する戦略策定方法。

2) 海津市の観光における課題

前述の本市における観光に関連する SWOT 分析により、本市が観光振興を進めていく上での課題を導き出しています。

課題①多様なニーズへの対応（「機会」×「強み」より）

外部要因における観光トレンドとして、体験型観光や健康志向（スポーツ体感）等多様なニーズが求められています。一方、本市においては、歴史・文化、スポーツ、癒しに関する観光資源や施設がありながら、スポット観光や限られた方のみが利用する施設となっており、資源を活かし切れていません。

課題②地域経済の活性化への対応（「機会」×「弱み」より）

本市は、水稻を中心に小麦や大豆等穀物類、トマト、イチゴ等施設園芸、南濃地区の丘陵地ではみかん等果樹栽培が行われており、県内有数の農業生産量を誇ります。これらの農産物は、JA、道の駅、千代保稲荷神社の参道等で購入され、リピーターも多数いますが、さらなる高付加価値化を目指した場合、商品開発・特産品開発、ブランド化が求められます。

課題③情報発信・情報提供不足への対応（ICT の活用）（「機会」×「弱み」より）

今後の観光において、各種メディア、SNS 等を活用した情報発信力の強化は重要であり、本市にとっても課題のひとつです。また、インバウンド観光推進のためにも Web 環境整備による情報発信が欠かせません。”海津ファン”の定着には、観光資源を効果的かつ継続的に PR する方法が必要で、ホームページを始めとした情報発信の充実と、観光客が自ら SNS 等を利用して本市の情報を発信する仕組みづくりを進める必要があります。

課題④体制やインフラ等の基盤再整備（「機会」×「弱み」より）

将来的には、東海環状自動車道・海津スマート IC によって、広域からの観光客の増加が見込まれます。一方で、東海環状自動車道の全線開通により通過交通化し、本市への観光客を始めとした来訪者が減少するストロー現象が起きることも懸念されるなど、開通状況によって来訪者の流れが従来と大きく変化することが予想されます。

こうした状況に対応するため、観光情報の発信方法や海津スマート IC から市内への誘導サインの整備等、受入れ体制の整備を進めていく必要があります。

Topic !

着地型観光とは

着地型観光とは、観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者を募る新しい観光の形態です。主に都会にある出発地の旅行会社が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来の「発地型観光」と比べて、地域の独自性を出しやすく、また地域住民が多く関わることで地域の振興につながると期待されています。



V-2. 課題を踏まえた実証

1) 2017（平成 29）年における実証メニュー

前述した観光創生計画における SWOT 分析と課題を踏まえ、2017（平成 29）年に下記の実証的な事業を行い、課題や計画の方向性の妥当性を確認しました。これらを実施した結果を踏まえ、課題の再整理と知見をとりまとめます。

- ①モニターツアー「おいしい秋の海津へ行こう」
- ②観月会による月見の森プロモーション（日本百名月：月見の森から見える月）
- ③海津市ツアー造成事業
- ④SNS を活用した観光情報の発信事業
- ⑤公共交通機関の活用
- ⑥インバウンドニーズ把握調査

2) 実施内容

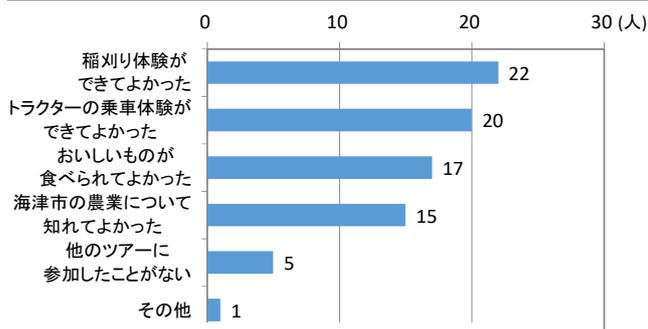
①モニターツアー「おいしい秋の海津へ行こう」

本市では、多くの農産物が生産、販売されています。これを観光に活用し、農業法人が体験型観光を提供する実証をするため、名古屋駅発着のバスを利用したモニターツアーでの農業体験ツアーを行いました。

行程表	
9:00～	JR 名古屋駅集合・出発
10:10～	海津市 おいしい体験！ ・お米の収穫・トラクター乗車体験 ・海津のお米・野菜でつくる昼食
14:45～	千代保稲荷神社自由散策
16:45	名古屋駅着・解散

◆ 参加者アンケートの結果

今回実施したツアーは、他の農業体験ツアーと比較して“体験”の満足度が高いといえます。これより、昔ながらの農業と近代農業の双方を体験できるという点は他都市にはない強みであると言えます。



他の農業体験ツアーとの比較

◆ ツアー中の様子

今回のツアーでは、稲刈り体験、トラクター乗車体験、五平餅づくりの体験・昼食と3種類を行程に組み込みました。特にトラクター乗車体験は他の農業体験ツアーには見られないメニューであり、子どもだけでなく、大人の男女の参加者も楽しんで体験している様子が見られました。



トラクター乗車体験の様子

◆ 実施者（農業法人）の声

これまででも行政や農業団体の視察受入れ、子どもの農業体験支援等がありますが、観光事業として実施することは初めてでした。機械の運転・説明や食事の準備等でスタッフが出社するためボランティアでは出来ないし続きませんが、アンケートの「妥当な値段」程度の支払いがあれば事業として可能と言えます。移動費までは賄えないので着地型での実施となります。

◆ 旅行事業者の声

海津市の最新鋭の大規模農業は、磨き上げれば他地域の体験農業との差別化が図れる資源と言えます。特に再生堀田と組み合わせることで昔の農業と最新鋭が学べ、独自性が出せると考えられます。

◆ まとめ

海津市の農業

本市の農業は、他都市からの研修も受け入れている先進性があり、堀田という歴史・文化があります。参加者は、他のツアーとの比較して、「稲刈り体験」や「トラクター乗車体験」が楽しかったという声が多く聞かれました。他の農業体験との差別化を図り、観光資源として確立させることが可能であると考えられます。

②観月会による月見の森プロモーション（日本百名月：月見の森から見える月）

本市では、月見の森の月見広場において中秋の名月の日（2017（平成29）年は10月4日）に「観月会」を毎年行っています。2017（平成29）年2月に（一社）夜景観光コンベンション・ビューローが「日本百名月」に「月見の森から望む月」を東海3県で初めて認定したことを受け、同年の観月会を更に盛り上げようと企画運営を行いました。

◆ 内容

- ・ 提灯の活用
- ・ 竹灯籠の設置（竹炭愛好会より提供）
- ・ 和傘ライトアップ
- ・ 光のアート（いこいの広場）
- ・ 踊りや琴の演奏（市民による）
- ・ 衣かつぎ（里芋）のふるまい

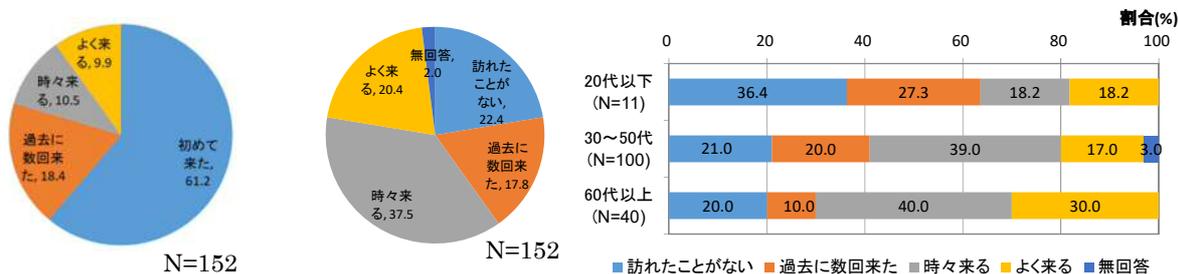
◆ アンケート

観月会開催時間の19時から21時までの2時間の間、人数カウント調査を行ったところ、全体で約900人の来場があり、例年よりも多くの来場数となりました。



ライトアップ企画案と当日の様子

また、イベント当日に、月見広場にてアンケート調査を行いました。30～40代、夫婦・家族での来訪が多く、全体の約60%が観月会へ「初めて訪れた」と回答していました。また昼の月見の森には約22%の人が「訪れたことがない」という回答で、「よく来る」「時々来る」合わせて58%が定期的に訪れています。特に、60代以上において、月見の森の来訪頻度は高くなっています。



観月会の来訪頻度

月見の森（昼）の来訪頻度（右：全体、左：年代別）

◆ まとめ

月見の森のターゲットと誘客策

アンケート結果から、月見の森には60代以上の方を中心に昼の来場が多いこと、夜間のイベントであれば若者の来場も見込めることなどが明らかになりました。月見の森の魅力向上のために、これらのターゲットに対して重点的に誘客対策をする必要があります。

③海津市ツアー造成事業

◆ 実施内容

「海津市ツアー造成事業」は、本市を訪れるバスツアーを造成し、催行する旅行業者に対し助成をするものです。条件は「①バス1台あたり20人以上の参加者があること」「②本市の観光地および道の駅をそれぞれ1箇所以上訪れる旅行商品であること」「③教育旅行・地方公共団体が実施する視察、研修が目的の旅行でないこと」です。

補助金額は以下のとおりです。

- 東海3県発着→海津市の場合、バス1台（団体）あたり1万円
- 東海3県以外発着→海津市の場合、バス1台（団体）あたり2万円
- 広告等による一般募集を行った旅行商品1万円加算
（ツアー名称が海津市のPRにつながると認められるものに限る）

◆ 成果・結果

2017（平成29）年度に補助対象となったツアーは、18事業者、25ツアー、バス176台（1月25日現在）になりました。立ち寄り先は、千代保稲荷神社が多いですが、国営木曾三川公園、津屋川の彼岸花、南濃温泉水晶の湯等も選ばれています。

発着地は愛知県を始めとし、静岡県、愛媛県等遠方からのツアーもあります。

◆ まとめ

- ・紅葉の期間の約1ヶ月、計60台規模のツアー商品も造成され、事業の効果が見られました。
- ・旅行商品ができて、初めて本市のことを知る、本市を訪れたいと考える方も多くツアー商品は大切であると言えます。
- ・南濃温泉水晶の湯をメインとしたツアーが造成され、千代保稲荷神社や国営木曾三川公園以外の資源であっても集客の中心となり得ると言えます。

Topic !

バスツアー造成に対する補助と観光消費

海津市ツアー造成事業では、条件を満たすバスツアーに、東海3県発着の場合1万円/台、東海3県以外発着の場合2万円/台を補助するものです（上限あり）。

では、観光バスが1台訪れることで、どれだけ本市内の観光消費額があるのでしょうか？例えば、条件になっている道の駅に立寄った場合、お土産や食事等で一人当たり1000円程度使います（道の駅調べ）。バス1台に平均30人乗車しているとすると、道の駅に寄っていただくことで30,000円以上の消費があると予想されます。

これらは道の駅の利益になるだけでなく、道の駅では地元の農産品や土産物を多く取り扱っているため、地域の農家や事業者等に波及します。

④SNS等を活用した観光情報の発信事業

観光振興において、SNSを活用した観光情報の発信の重要度が高まっており、これは本市に限ったことではありません。

本市ではこれまでも観光協会等と連携しながら、Facebook、Twitter等のSNSを活用しながら情報発信をしてきましたが、口コミ効果、拡散効果をより発揮するために、スマートフォン等のアプリを活用し、若者の集客を図るとともに観光客自らがSNSにより本市の情報を発信する方策を検討しました

◆ 実施内容

2017（平成29）年12月、写真投稿を利用したスマートフォン用の観光アプリ「海津のお宝場所探し」を開発しました。ゲーム感覚で楽しみながら市内を訪れてもらい、さらにTwitterのシェアを促すことで、交流人口の増加や情報拡散を図るものです。

仕組みは以下のとおりです。

- 毎月1日に“お題”となる市内観光地の写真を提示
- 利用者は、月内に撮影場所を探し当て商品獲得を目指す
- 毎週月曜日に写真が撮影された場所の大まかな地図など、ヒントが一つずつ提供され、4週続く。
- 「お題の写真にそっくりかどうか」「少ないヒントで応募！」
- 「写真をTwitterでシェア」した人に得点が加算され、毎月市の特産品が贈られる。



◆ 成果・結果

アプリは、iOS版・Android版があり、リリースから約1ヶ月で200件を超えるダウンロードがありました。継続することで利用者が増加し、シェアや口コミ効果による情報発信が期待されます。

◆ まとめ

- ・本市には、写真映える観光資源が多数あり、これらを効果的に発信するひとつのツールができたため活用していきます。
- ・アプリのダウンロード・活用を進めるため、イベント開催などを検討し、知名度向上を図ります

⑤公共交通機関の活用

本市は県内でも上位の入込客数を誇り、特に、千代保稲荷神社や国営木曾三川公園は多くの観光客が訪れます。その多くは、自動車を利用して訪れています。

一方、本市ではコミュニティバス、デマンド交通を運行することで、きめ細かな公共交通ネットワークを提供し、学生や高齢者等多くの市民が利用しています。これを観光にも活用する方策を検討します。

◆ 公共交通機関を利用した観光におけるターゲット

今回、現状の公共交通機関のみの利用での市内の周遊観光の可能性を検討しました。今回は、公共交通機関を利用する可能性が高いと考えられる20代女性と50代女性を想定し、ターゲット像の設定をしました。

時間	計画	模擬旅行
9:00		
9:30	岐阜羽島駅	岐阜羽島駅
10:00		
10:30	千代保稲荷神社	千代保稲荷神社
11:00		
11:30		
12:00		
12:30	海津市歴史民俗資料館	海津市歴史民俗資料館
13:00		
13:30		
14:00	治水神社	治水神社
14:30		
15:00	臥龍山行基寺	
15:30		臥龍山行基寺
16:00	道の駅 月見の里南濃	
16:30		
17:00	岐阜羽島駅	岐阜羽島駅
17:30		

計画時とツアー実証時の行動
(着色部：移動時間)

◆ 公共交通機関模擬旅行の実施

市内を公共交通機関のみで周遊する実証実験をしたところ、予定した観光資源のほとんどを巡ることができ、周遊観光が可能であることが分かりました。

◆ デマンド交通の運行

大型車両でないため、少人数のグループや家族での利用が考えられます。また、小回りが利くため市内を網羅するように停留所が設けられており、周遊観光の際に活用が考えられます。大型バスでは行けない臥龍山行基寺にも、運行時間内であれば訪れることが可能です。



海津市デマンド交通の車両

◆ まとめ

公共交通機関を用いた観光

公共交通は、市民のニーズにあった路線・ダイヤであることが第一ですが、観光客への周知を図り、有効活用することが求められます。

デマンド交通は平日の運行のため、平日に観光を楽しむ層(60代以上など)をターゲットとして情報発信や、観光コース設定を提案することが必要です。

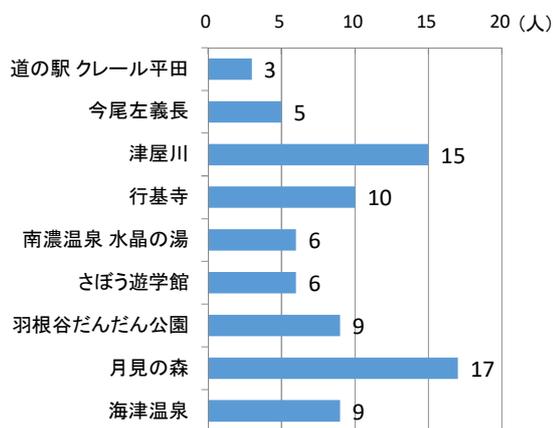
⑥インバウンドニーズ把握調査

現在、本市への外国人観光客の数は少ないため、留学生対象の市内観光周遊ツアー¹⁰を実施し、観光資源に対する評価や今後のインバウンド対策についての課題の抽出をしました。

◆ 留学生アンケート結果

参加者全 26 人の参加者のうち 22 人 (84.6%) が「良いツアーだった」と評価しました。特に、日本での滞在期間が1年未満の留学生の 83.3% が「とても良い」と評価しており、日本に不慣れな外国人観光客でも楽しめる可能性が高いことがうかがえます。

また、本市内の観光資源の写真を見て訪れたいと思うところを尋ねると、月見の森や津屋川の彼岸花等の景色が良いところや自然が多いところが上位となりました。



写真を見て魅力を感じる施設

◆ ツアー中の様子

ツアー中は、英語の話せないボランティアガイド等が観光資源の説明をしていましたが、十分に対応がされていました。ボランティアガイドのサービスは、参加者アンケートでも“良かった”というコメントがあり、また、ツアー中に熱心にガイドの説明を聞く留学生の姿が多く見られました。



歴史民俗資料館で説明を受ける留学生

◆ まとめ

外国人観光客へのアプローチと受け入れ体制

写真を見せて、行きたいと思うところを尋ねた際、景色の良いところが選ばれている傾向にあります。観光資源のPRとして、外国人に対して写真や映像を使ったアプローチが有効であると考えられます。

看板や施設の説明の表記の多言語化といった整備も必要ですが、簡易な説明やコミュニケーションはスマートフォンをはじめとした翻訳機能を導入することでも対応可能な部分は多いと考えられます。ガイドや地元店舗の人等とのコミュニケーションの仕組みづくりといった受け入れ体制を強化していく必要があります。

将来的には個人旅行 (FIT) への対応、外国人観光客がガイドの申し込みをできる体制づくりを進める必要があります。

¹⁰ 国営木曾三川公園・治水神社、千代保稲荷神社、海津市歴史民俗資料館、道の駅 月見の里南濃をバスで周遊するツアーを実施

V-3. 基本コンセプトの検討

1) 基本コンセプト

◆ 観光創生計画におけるコンセプト、本計画におけるコンセプト

本計画の起動にあたる観光創生計画では、コンセプトとして以下を設定しています。

木曾三川のしぼりたてーかいづー

みんなの笑顔こそ みんなの海津ブランド

これは、木曾三川の恵みを活かした歴史・文化、スポーツ、食、自然・癒しといった海津の観光資源を「しぼりたて」という新鮮感のある言葉で説明し、一つ目の「みんな」を市民・企業・行政等海津の人たち、二つ目の「みんな」を観光客として、市民・企業・行政・観光客で海津ブランドを生み、育てることを表現しています。

◆ 本計画におけるコンセプト・基本理念

先に策定した観光創生計画は、具体的施策については直近2年間に実施するものに限っていますが、その基本的な考え方は今後の本市の観光振興の基軸となるものです。

コンセプトに出てくる『海津ブランド』という言葉は、海津市創生総合戦略の基本目標等関連計画に頻出するワードですが、特産品やグルメに海津〇〇と名付ければすぐにできるようなものではありません。また、海津ブランドと言ってもその捉え方は人それぞれです。

長期計画である本計画では、観光における海津ブランドの構築を目的に、長い期間をかけて地域資源を活かした観光を磨き上げていくこと、観光施設、各種組合、商工団体、市民、行政等地域の多様な組織が、『海津ブランド』に対する想いを共有し、皆で創り上げることを目指します。

よって、本計画のコンセプトは、観光創生計画のコンセプトを踏襲するものとし、海津ブランド構築のための基本理念を以下のように定めます。

コンセプト

木曾三川のしぼりたてーかいづー
みんなの笑顔こそ みんなの海津ブランド

※観光創生計画を踏襲

海津ブランド
構築の
基本理念

- ① 観光資源と海津市の「知名度」の向上
- ② 海津の歴史・文化・自然の「イメージ」活用、転換と拡大
- ③ 観光「サービス」の磨き上げ

2) 海津ブランド構築の考え方

「地域ブランド」と聞いて連想する内容は、伝統産業で、地域産の食材を活かしたご当地グルメなど様々であり、これらのどれもがブランドの要素と言えます。

ここでは、本市の観光におけるブランド力を構成する要素として『知名度』『イメージ』『サービス』を設定し、これらを掛け合わせたものの積として海津ブランドが構築されるものとします。



◆ 海津ブランド構築要素



知名度

本市の観光資源や特産品の知名度は、今後高めていく余地があります。岐阜県内有数の観光地である「千代保稲荷神社」でさえ、中部（東海4県）・関西地区での知名度は1/3程度になっていません¹³。



イメージ

「海津市」または「海津市の観光」と聞いて、人々が思い浮かべるイメージが強く、多くの人に共有され、かつ、想起される内容が幅広く豊かであるほどブランド力があると言えます。



サービス

ブランド構築には、提供するモノ・体験等サービスが高品質であることが欠かせません。観光資源・コンテンツの魅力を磨き上げていく必要があります。

◆ 海津ブランド構築の戦略

¹³ 2017年11月に実施したWebアンケートによる。に示すアンケート結果は、3年以内に海津市に訪れた方（N=600）を対象を絞って尋ねているが、ここでの数値は対象を絞る前の値。全8,529名のうち、2,759（32.3%）が、海津市の千代保稲荷神社について「知っている」と回答している。

① 市内観光資源の組み合わせ・ストーリーづくり

海津ブランドの構築には、これまでの主要観光地をめぐることに併せて、海津の自然・文化・歴史を基にしたストーリー性のある食や体験を提供する体験プログラムを組合せることが有効と言えます。これまでの観光資源の魅力とあわせ、体験や学びが、旅行をより楽しく印象深いものにし、それがリピーターの確保や海津のイメージ形成に結びつきます。

千代保稲荷神社や国営木曾三川公園等の集客力が高く核となる資源があることを活かし、それらの充実・魅力向上と併せ、体験型の新しい旅のカタチを提供することで、満足度の高い観光ルートを形成し、周遊観光の促進と市内での消費を増加させます。

② 地元住民の観光産業への意識づくり

第2次総合計画策定にむけた市民アンケート調査では、施策の重要度として「観光の振興」「商業の振興」は低く、地域住民の観光への意識や期待が低い傾向となっています。今後、海津ブランドは市民の皆さまとともに築き上げるものであり、地元住民の意識や理解、参加意欲を高める必要があります。

③ 「低地の暮らし」からの発想とイメージ作り

学校教材として扱われる「低地の暮らし」は、学んだことを記憶している方も多く、全国的な知名度があります。しかし、「低地の暮らし」では、水害との戦いや生活の工夫を学びますが、それが観光と結びつく印象はあまりありません。

「低地の暮らし」から発想されるイメージを観光に結び付け、ブランド化を図ることが考えられます。

例えば、県内有数の農業も、水害との戦いというイメージだけでなく、河川が運んだ土壌が生み出したおいしい農産物というポジティブなイメージへの転換が必要です。

Topic !

地域ブランド調査

「地域ブランド調査」は、1,074の地域（1,000市区町村、及び47都道府県）を調査対象とし、全国3万人が各地域のブランド力を徹底評価する消費者調査です。調査はそれぞれの地域に対して魅力度、認知度、情報接触度、各地域のイメージ、情報接触経路、情報接触コンテンツ、観光意欲度、居住意欲度、製品の購入意欲度、地域資源の評価等の質問をインターネット調査したものです。

2017（平成29）年における海津市の魅力度は901位/1000市区町村、認知度は893位、観光意欲度は629位、食品想起率は532位となっています。

「低地の暮らし」を習ったことがあっても、「海津市」という名称を記憶していないことやイメージが結びついていないことが考えられます。

V-4. 顧客ターゲットとプロモーション

1) 顧客ターゲット

2017(平成 29)年に行った WEB アンケートの結果をもとに、顧客ターゲットのポジショニングを検討します。ここでは観光資源を、集客エリア¹⁴(広い/狭い)と観光客特性¹⁵(一般的/志向性・嗜好性が高い)の2軸で整理しました。

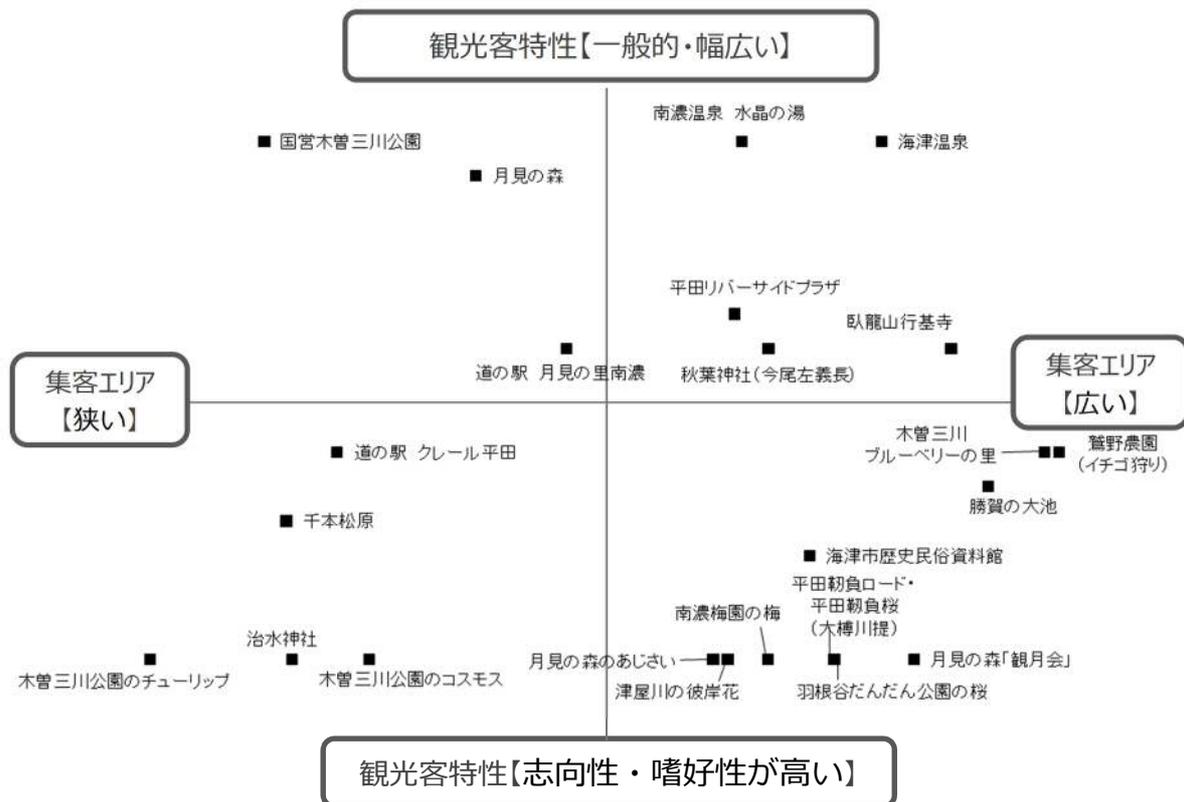


図 V-2 観光施設のポジショニング

¹⁴ WEB アンケートで各観光資源に「1年以内に訪れた」「1年以上3年以内に訪れたことがある」「訪れたことがある(3年以上前)」と回答した人の居住地と海津市間の距離の平均を用いて算出。

¹⁵ 平成 28 年度策定「海津市観光創生基本計画」の観光資源の客層(ターゲット)整理結果より、ターゲットと観光資源の関係の深さで重みづけして算出。

2) プロモーションの考え方

本市への来訪者を増やすため、ブランド化の構成要素である「知名度」「イメージ」「サービス」に基き、「認知度」「来訪経験・来訪意思」「満足度」の把握よりプロモーションの戦略を検討します。その視点を以下に示します。



図 V-3 プロモーションの考え方

上記の視点から、Web アンケートの結果を用いて、本市内の主要な観光資源のプロモーションの方法について検討しました。満足度については「非常に満足」、「満足」と回答した人の割合、認知度については1)顧客ターゲットの整理と同様に、「1年以内に訪れた」「1年以上3年以内に訪れたことがある」「訪れたことがある(3年以上前)」と回答した人の割合を見ました。

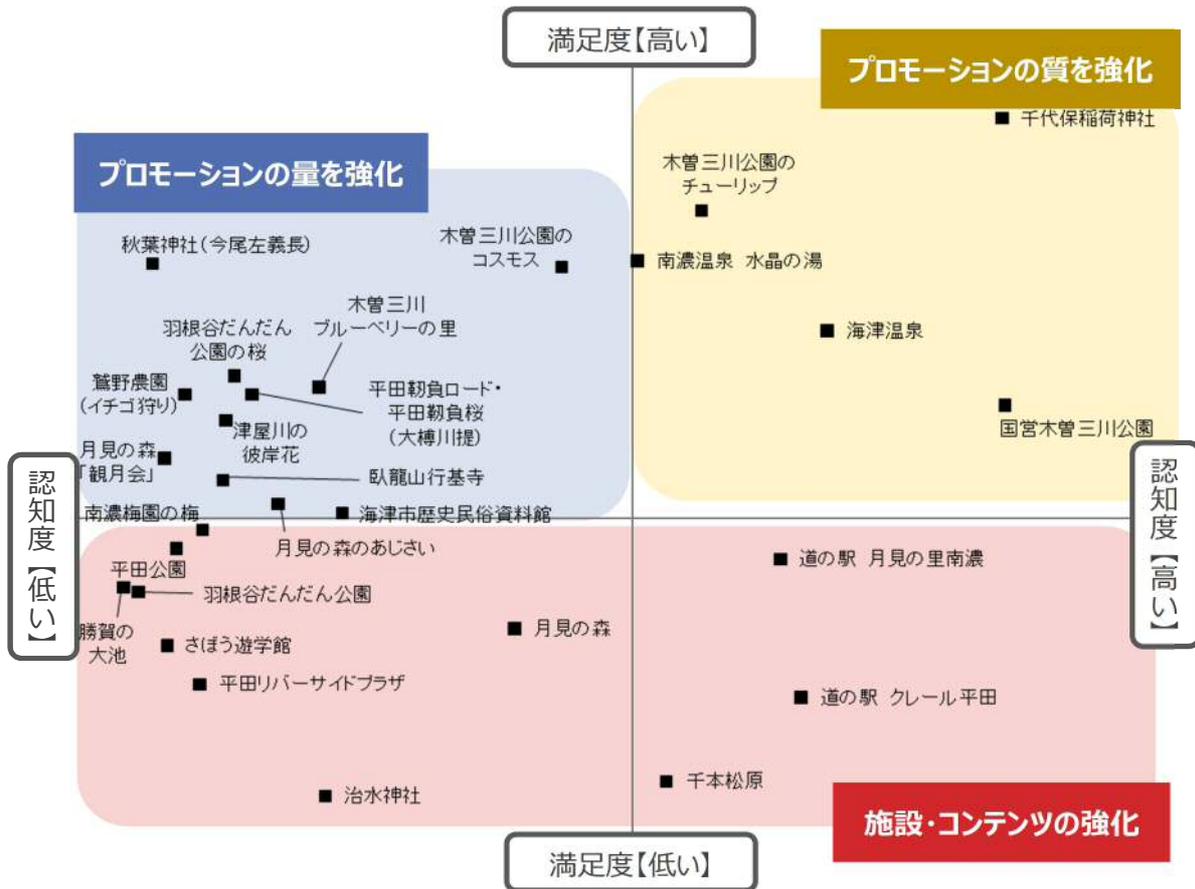


図 V-4 プロモーションの考え方と施設のポジショニング

VI. 計画推進アクションプラン

VI-1. 基本方針と施策体系

観光振興長期基本計画を戦略的に推進するため、3つの基本方針とそれに基づく施策を設定します。

1) 基本方針の設定

基本方針は、海津市第2次総合計画における観光の振興分野の施策の方向、観光創生計画の目標と整合を図り、以下の3つとします。

基本方針1 観光資源の充実と魅力向上

基本方針2 新しい旅のカタチの提供

基本方針3 観光の推進体制等の充実

2) 施策体系

基本方針を基に、施策体系をまとめました。

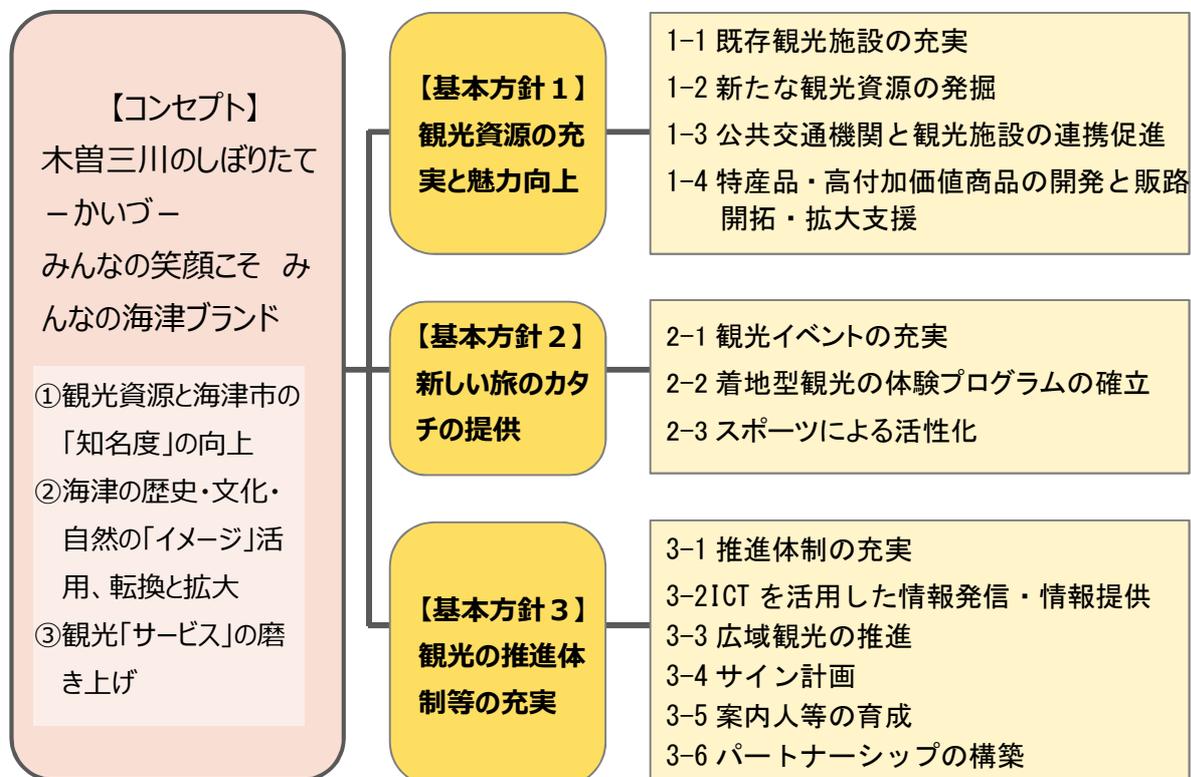


図 VI-1 施策体系

◆ 課題と基本方針・施策

基本方針に基づいて施策を検討し、SWOT分析により抽出した本市の観光振興における課題と基本方針・施策の関係をまとめました。

表 VI-1 基本方針・施策と課題の関係

	施策	課題① 多様なニーズへの対応	課題② 地域経済の活性化への対応	課題③ 情報発信・情報提供不足への対応	課題④ インフラ・ソーシャルインパクトへの対応
【基本方針1】 観光資源の 充実と魅力向上	1-1 既存観光施設の充実		▲		
	1-2 新たな観光資源の発掘	●			
	1-3 公共交通機関と観光施設の連携促進				●
	1-4 特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援		●		
【基本方針2】 新しい旅の カタチの提供	2-1 観光イベントの充実	●			
	2-2 着地型観光の体験プログラムの確立	●			
	2-3 スポーツによる活性化	●			
【基本方針3】 観光の推進 体制等の充実	3-1 推進体制の充実		▲		▲
	3-2 ICTを活用した情報発信・情報提供			●	
	3-3 広域観光の推進	▲			●
	3-4 サイン計画				●
	3-5 案内人等の育成	▲		▲	●
	3-6 パートナーシップの構築		▲		●

● 施策が課題に対応、 ▲ 施策が課題に間接的に対応

◆ 施策の展開と地域の将来イメージ

本計画の計画期間終了時の将来イメージを示します。

海津の良さが地域の方にも観光客にも伝わり、それが海津ブランドとして形成されて多くの来訪者を呼び込み、地域の愛着醸成や移住・定住の促進、観光消費額の向上が地域経済へ波及している状態を将来イメージとしています。



	短期イメージ (1~4年)	中期イメージ (5~7年)	長期・将来イメージ (8年~)
【基本方針1】 観光資源の 充実と魅力向	<ul style="list-style-type: none"> ○隠れた魅力が認識され観光資源化されます ○市民も地域の良さ・魅力を認識します 	<ul style="list-style-type: none"> ○観光資源の魅力が外国人にも伝わり、文化を楽しんでいる ○海津ブランドのイメージが確立され、資源の磨き上げが進む 	<ul style="list-style-type: none"> ○観光消費額が上昇し、経済効果が地域に波及します。
【基本方針2】 新しい旅の カタチの提供	<ul style="list-style-type: none"> ○イベント時や主要観光地からのオプションで海津らしい体験プログラムの提供がすすみ、人気になる ○ボート競技等特定分野で海津の知名度上昇します 	<ul style="list-style-type: none"> ○体験プログラムの種類が豊富で人気を呼んでいる ○体験プログラムを通じて市民と来訪者の交流が生まれ、リピーター獲得につながります 	<ul style="list-style-type: none"> ○海津の文化・生活様式に基づく体験プログラムが評価され、地域の愛着と移住・定住につながる
【基本方針3】 観光の推進 体制等の充実	<ul style="list-style-type: none"> ○観光振興に取り組む目的を認識する市民が増えています ○広域DMOによる取組がスタートします 	<ul style="list-style-type: none"> ○案内や体験等来訪者をもてなす住民が増え、活躍している ○市外に海津ファンが根付き、定期的に来訪している 	<ul style="list-style-type: none"> ○海津ブランドが定着し、多くの人に海津市の魅力が認知されている

図 VI-2 将来イメージ

VI-2. 具体的な施策の提案

基本方針 1 観光施設の充実と魅力向上

観光施設の充実と魅力向上として、既存の観光施設のリニューアル等による魅力向上、新たな観光資源・施設の整備や特産品開発等を進めます。

表 VI-2 基本方針・施策と実施期間・主体 (1)

基本方針	施策名	実施期間			実施主体		
		短期	中期	長期	行政	市民	民間等
1 観光資源の充実と魅力向上	1-1 既存観光施設の充実	●	●		●		●
	1-2 新たな観光資源の発掘	●	●	●	●	●	
	1-3 公共交通機関と観光施設の連携の促進	●			●		●
	1-4 特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援		●	●		▲	●

1-1 既存観光施設の充実

- ・市内の2つの道の駅は、安定的に来訪者が訪れ、地域の農産物等を購入するリピーターも多い施設です。施設の整備・充実を進めており、「道の駅 クレール平田」は、2017（平成29）年11月にリニューアルオープンしています。
- ・「南濃温泉 水晶の湯」は、ニーズに合わせたリニューアルを検討します。また、日本百名月「月見の森」に関連した食事メニュー等を検討し、「月見の森」との周遊を促進します。
- ・津屋川の彼岸花は、訪れた方の評価は元々高かったのですが、近年雑誌で紹介される等知名度が上昇し、来訪者が増加しています。ツアーバス駐車場や、周辺の施設をあわせた観光ルート検討や施設整備を進めます。
- ・大樽川堤は桜の名所として知られていますが、2017（平成29）年7月、宝暦治水工事の偉業を讃え、大樽川左岸道路8kmを「平田靱負ロード」、沿道の桜約1,000本を「平田靱負桜」と命名しました。起終点の標識や距離標設置、桜の季節のイベントやナイトツアー実施等、観光施設としての充実を図ります。
- ・「千代保稲荷神社」の門前町自体に観光地としての魅力があり、賑わっています。商店街の方々と更なる魅力向上に向けた取組を立ち上げます。

Topic !

クレール平田リニューアル

道の駅クレール平田は、天然木材の家具を使用した開放的なレストランや、大幅に面積を拡大した直売所コーナーをもつ施設に改修され、2017(平成29)年11月にリニューアルオープンしました。



1-2 新たな観光資源の発掘

- ・国営木曾三川公園アクアワールド水郷パークセンターにおける再生堀田の活用をはじめ、国土交通省で進めている「(仮称)大江緑道」を新たな本市の観光資源として活用しPRします。
- ・製造業を中心とする本市の産業について、産業観光としての可能性を探り、企業と連携して観光資源化を図ります。
- ・新たな観光資源に人を呼び込むため、旅行会社へのツアー企画の提案やモニターツアー実施、バスツアー造成に対する補助を行います。

Topic !

産業観光の可能性

産業観光とは、工場や機械等産業整備等を通じて、「ものづくり」の現場を直接目的とした観光です。例えば本市には、氷砂糖のシェアが国内トップの中日本氷糖南濃工場があり、併設された氷砂糖資料館と、更には同社が経営している南濃梅園を併せて見学ができます。



氷砂糖資料館



南濃梅園

1-3 公共交通機関と観光施設の連携の促進

- ・養老鉄道株式会社と連携して本市の観光資源を結ぶサイクルトレインを推進します。
- ・少人数でも運行しやすく、コミュニティバスやデマンド交通など公共交通による観光の隙間を埋める役割のある貸切タクシー事業の可能性を調査します。

1-4 特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援

- ・オーガニック商品の生産と提供（「ぎふクリーン農業」の普及）、JAとの連携による農産物加工と付加価値化（例：薬草）に向け、アグリビジネス講座（農業活性化塾）等に取り組みます。事業者は市民やこれらに挑戦する企業が中心であり、行政はそのきっかけづくりを行うこととします。
- ・本市だけでなく、中部圏での販路開拓・拡大のため、アンテナショップを積極的に出店します。
- ・農林漁業と企業とが連携し、高付加価値化・六次産業化を進めます。そのための新たな企業誘致について調査します。

基本方針 2

新しい旅のカタチの提供

新しい旅のカタチとして、イベント充実、体験プログラムの構築を進めます。

表 VI-3 基本方針・施策と実施期間・主体 (2)

基本方針	施策名	実施期間			実施主体		
		短期	中期	長期	行政	市民	民間等
2 新しい旅のカタチの提供	2-1 観光イベントの充実	●	●	●	●		▲
	2-2 着地型観光の体験プログラムの確立	●	●		▲	●	
	2-3 スポーツによる活性化	●	●	●	●		▲

2-1 観光イベントの充実

- ・観光イベントは、期間中の来場者が期待できるだけでなく、本市や施設の認知度を高めブランドを構築するためには重要です。高速道路開通のインパクトに合わせて三重県や関西方面をターゲットとし、誘客の広域化を図ります。
- ・食に関するイベントは人気と集客力が高いことから、7月から9月のイベント入込客数が少ない時期に実施を目指します。
- ・平田靱負ロード・平田靱負桜（大樽川堤）、羽根谷だんだん公園、月見の森のあじさいや観月会、臥龍山行基寺の紅葉等、季節の花等を活かしたイベントを開催し、内容を充実させるとともに、市内・外でPRを行い周遊観光を促進します。
- ・千代保稲荷神社の月越参り（毎月晦日）、月見の森の観月会等と合わせ、夜桜や紅葉のライトアップ等夜間の観光イベントを充実させます。

2-2 着地型観光の体験プログラムの確立

- ・歴史散策と舟運観光・漁業体験との組み合わせや、再生堀田の活用とグリーンツーリズム、食と温泉と健康づくり等、ターゲットに即した複合観光（ポリシーミックス）の体験プログラムを検討します。
- ・体験プログラム構築のため、市民、企業等が参加するワークショップを開催し、資源の洗い出しと実施者・関係者の連携を図ります。
- ・嫁入り舟等、本市に残る歴史・文化的資産を着地型観光の資源として抽出し体験プログラム等として確立します。
- ・現在実施している「まちゼミ」について、集客力のあるプログラムの観光資源化を検討します。

- ・一般的な体験プログラムは小規模なものが多くプロモーションが難しいという課題があります。体験プログラムを集めたサイトやパンフレット等を作成し、一体的にPRします。

2-3 スポーツによる活性化

- ・本市では、長良川国際トライアスロン大会をはじめ、河川と平坦な地形を活かした大規模なスポーツイベントを支援しています。既存のスポーツイベントを積極的にPRするとともに、各種団体（大学等）や企業が自社でのスポーツイベントを本市で実施する際には、施設や備品の貸出を積極的に実施します。



長良川でのレガッタの様子
(国営木曽三川公園 長良川サービスセンター)

Topic !

体験プログラムの提供

本市の近郊には体験プログラムが盛んな地域があります。岐阜市を中心に美濃市・郡上市等長良川流域で開催する「長良川おんぱく（長良川温泉博覧会）」、同手法を活用した桑名市の「桑名ほんぱく（桑名本物力博覧会）」等です。いずれも店舗や個人が案内人となり、期間中に1日~数日開催のプログラムを多数提供しています。



桑名ほんぱく WEB サイト

基本方針 3 観光の推進体制等の充実

観光の推進組織や人材育成、サインや ICT 活用等受入れ体制の強化を進めます。

表 VI-4 基本方針・施策と実施期間・主体 (3)

基本方針	施策名	実施期間			実施主体		
		短期	中期	長期	行政	市民	民間等
3 観光の推進体制等の充実	3-1 推進体制の充実	●	●	●	●		●
	3-2 ICT を活用した情報発信・情報提供	●	●		●	●	
	3-3 広域観光の推進	●	●		●		
	3-4 サイン計画		●	●	●		
	3-5 案内人等の育成	●				●	●
	3-6 パートナーシップの構築	●	●	●	●	●	●

3-1 推進体制の充実

- ・インバウンド対応や観光地間競争、着地型観光の体験プログラムの推進等、本市の観光誘客力を維持・発展し続けるために、DMO 機能を持った組織を設置します。DMO 機能によって、観光マーケティング、戦略、PR を行うとともに、収益を確保するために旅行業を取得し旅行商品の開発、アンテナショップ、JA と民間企業による六次産業開発を支援します。
- ・周遊・滞在型観光を促進するため宿泊施設の誘致を検討し、適地の検討と誘致のための手法を検討します。
- ・DMO の活動拠点として、海津市観光総合案内所（門前町）を設置します。

3-2 ICT を活用した情報発信・情報提供

- ・海津ファンの定着に向けて、集客観光資源を効果的かつ継続的に PR します。情報発信ツールである SNS の活用、ホームページにおける観光情報の充実・更新を図ります。また、本市の観光地でも情報を入手できるよう Wi-Fi 環境を充実させます。
- ・観光客は Web 情報（特に口コミ）を活用し、高く評価された観光資源が旅行先として選ばれます。そういった資源に絞り込んだ PR を行うため、Web リサーチや口コミ情報分析（SNS 分析）等、ICT を活用した観光マーケティングに取り組みます。

3-3 広域観光の推進

- ・東海環状自動車道のインパクトに合わせつつ西濃各地の個性ある魅力（観光地）と連携を図り、西美濃周遊観光プログラムを提案していきます。

3-4 サイン計画

- ・東海環状自動車道の2017（平成29）年度、2018（平成30）年度の近郊IC開通や全線開通のインパクトによって、来訪者の流れが従来と大きく変化すると予想されることから、広域からの観光客のアクセス向上を図るため本市全域のサイン計画を作成し、整備を進めます。

3-5 外国人に対応可能な案内人等の育成

- ・インバウンド対応には、外国語を話せたり、外国人にも話しかけ、地元の情報をしっかりと伝えられたりできる案内人が必要です。
- ・最近では翻訳機能をもったスマートフォンも登場しています。長期的にはこうしたICT技術の活用も含めて観光案内人等の育成を進めます。



外国人観光客への説明

3-6 パートナーシップの構築

- ・観光振興には、様々な主体が関わり、その人たちの得意分野を活かすことが重要です。本市の観光振興を取り巻く主体は、行政、企業、市民です。個々に取り組むのではなく、互いに対話をすることでパートナーシップの構築を図ります。

VI-3. 将来の目標設定

本計画の目標値として下記を設定します。

表 VI-5 本計画における KPI

指標	基準値 (2016)	目標値	
		中間 (2022)	最終 (2027)
年間観光入込客数	469 万人	530 万人	550 万人
外国人来訪者数	—	計測開始	1,000 人
着地型観光の体験プログラム数	—	5 件	10 件
旅行会社 バスツアー造成数	25 件 (2017) ※補助申請数	30 件	40 件
道の駅における来客数	523,731 人	524,000 人	524,000 人

VI-4. 推進プロジェクト

周遊観光や滞在時間延長、観光情報の発信等は、複数の施策分野を横断し、各施策・事業が連携して進めていくものです。そこで、本市として特に力を入れていく推進プロジェクトを設定し、これらを実施しながら、その効果の波及を図ります。

表 VI-1 推進プロジェクトと関連する主な施策

推進プロジェクト	1 観光資源の充実と魅力向上				2 新しい旅のカタチの提供			3 観光の推進体制等の充実					
	既存観光施設の充実	新たな観光資源の発掘	公共交通機関と観光施設の連携の促進	特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援	観光イベントの充実	着地型観光の体験プログラムの確立	スポーツによる活性化	推進体制の充実	ICTを活用した情報発信・情報提供	広域観光の推進	サイン計画	案内人等の育成	パートナーシップの構築
1.SNS 等を活用した効果的なプロモーションの実施		○				○			●				
2.自然・文化・歴史・農業を活かした観光振興		●		○		●		○					●
3.月見の森の魅力向上	●	○			○								●
4.公共交通を活用した観光ルートの形成			●					○					○
5.インバウンド観光の推進									●		○	●	
6.津屋川の彼岸花周辺の整備と通年観光化	●	●			●	●							●
7.観光振興に関連する企業の誘致				●			○	●					

● 特に関連の強い施策

○ 関連のある施策

1. SNS 等を活用した効果的なプロモーションの実施

現状・概要

観光情報の発信において、Web 情報の充実と SNS による発信は欠かせなくなっています。Web サイトは、年齢や国籍に関わらず広く利用されており、インバウンド観光推進のためには、Web 環境整備による情報発信が欠かせません。

また訪れた観光客が自ら情報発信する SNS の活用促進を進める必要があります。

本市では、このような状況を踏まえ、2017（平成 29）年 12 月に観光アプリ「海津のお宝場所探し」をリリースしました。これらを効果的に活用し、情報発信手段とコンテンツの充実を図る必要があります。

目標像・将来イメージ

観光アプリ「海津のお宝場所探し」を活用し、本市の写真映えするスポットに人を誘導するほか、それを来訪者に SNS で発信してもらうことで情報の拡散、口コミ効果による更なる集客促進を図ります。

また、ホームページでは動画コンテンツや 360 度画像・動画を充実します。これは、国内旅行者はもちろんですが、外国人観光客への PR と説明に活用可能です。Web サイトの多言語化も重要ですが、「動画」という言葉を使わない方法（非言語による方法）で本市の魅力を広く伝えます。

一時的なインパクトを狙う動画コンテンツも効果が期待できますが、地域ブランド力を更に高める良質な PR とするため、Web リサーチや口コミ情報分析（SNS 分析）等 ICT を活用した観光マーケティングに取り組みます。



ドローンを用いた動画

事業内容

- ①観光アプリ「海津のお宝場所探し」の利用促進
 - ・アプリを活用した写真映えするスポット、花等季節のスポットへの誘導
 - ・写真映えするスポットの SNS 拡散による集客促進
- ②動画コンテンツの充実
- ③Web リサーチや口コミ情報（SNS）の分析による PR 方法の効果検証
 - ・動画コンテンツ等の効果の把握
 - ・口コミ情報（SNS）の分析による施設評価
 - ・分析に基づく観光マーケティングの実施

実施計画

事業内容	20	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
	18										
①観光アプリ「海津のお宝場所探し」の利用促進	■										
②動画コンテンツの充実	■										
③Web リサーチや口コミ情報の分析による PR 方法の効果検証			■								

Topic !

観光アプリ「海津のお宝場所さがし」

「海津のお宝場所探し」は、毎月アプリに掲載される写真と同じ場所を見つけ、同じように撮影して応募し、審査員の評価でポイントが最も高かった人に賞品が贈られるアプリです。

お題は、毎月1日に発表され、順番にヒントが出されます。「お題の写真にそっくりか?」「少ないヒントで応募」と合せ「Twitterでシェア（アプリから可能）」するとポイントが付与されるため、SNSによる拡散が期待できます。

本市には、桜、彼岸花、臥龍山行基寺、月見の森等写真映えするスポットが多くあります。これらに人を誘導するとともにその写真の SNS 発信が期待できます。



観光アプリ画面

2. 自然・文化・歴史・農業を活かした観光振興

現状・概要

本市の「低地の暮らし」は、全国の社会科教育の教材として取り上げられており、習ったことがある人が多く知名度が高いといえます。歴史民俗資料館の他、国営木曾三川公園アクアワールド水郷パークセンター内にも堀田が整備されていますが、これらは市の文化・歴史として存在してはいるものの、観光の中に更に活かしていくことが課題です。

また、本市は県内有数の農業生産量を誇り、特に営農組織による近代的な大規模農業が進んでおり、他にも市内の自然・文化・歴史のうち、今後観光資源となり得るものが隠れています。

目標像・将来イメージ

現在、知名度が高い「低地の暮らし」が持つ河川の氾濫のマイナスイメージを、「河川の氾濫によって運ばれた肥沃な土壌」に恵まれた農産物の「おいしい」のイメージに変換できれば、海津市「ブランド」となり得ます。

これに合わせて「昔からの農業である堀田」と、「近代的な大規模農業」を組み合わせれば、全国にも類の見ない農業体験と産業観光が可能で、農業関係者が観光事業への関わりを持つことで、観光事業者以外の観光事業への参入を目指します。

農業以外にも漁業等他の産業から観光の可能性のある資源を掘り起し、観光振興につなげていくことで、着地型観光の推進を図っていきます。



事業内容

- ①農業従事者等の観光事業への参入可能性調査（モニターツアー等）
- ②「再生堀田」を含めた（仮称）大江緑道の積極的活用による体験ツアー
- ③舟運観光の有効活用
- ④自然・文化・歴史・農業等の資源を活用した体験型メニュー構築
- ⑤産業観光、学習観光としてのPRと旅行商品造成

実施計画

事業内容	20	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	18									
①農業従事者等の観光事業への参入可能性調査										
②「堀田」および（仮称）大江緑道の積極的活用による体験ツアー										
③舟運観光の有効活用										
④自然・文化・歴史・農業等の資源を活用した体験型メニュー構築										
⑤産業観光、学習観光としてのPRと旅行商品造成										

Topic !

農業の観光事業への導入

本市は、耕地面積が大きく、農業が盛んに行われています。こうした市の資源を観光に活用するため、農業体験を行程に取り入れた市内周遊モニターツアーを本市で実施しました。昔からの農業である手での稲刈りと、現在のコンバインによる稲刈りの双方の体験や国内でも有数の大型トラクターの運転体験等をメニューに組み込み、子ども、女性にも好評でした。

アクアワールド水郷パークセンター内で、2018（平成30）年4月オープン予定再生工事が行われておりました。今後、再生堀田も新たな農業観光の資源として活用していきます。



農業体験モニターツアーの様子（2017年実施）



整備中の再生堀田

3. 月見の森の魅力向上

現状・概要

月見の森の展望台「月見台」から見える月が、2017（平成 29）年 2 月に東海 3 県では初めて「日本百名月」に認定されました。標高約 180m の高台にある月見台からは名古屋駅周辺等濃尾平野が一望でき、夜になると濃尾平野の夜景に浮かぶ美しい月が眺められます。また、あじさい等四季折々の美しい姿が楽しめる遊歩道があります。

これらを活用し、将来全国的な知名度につながる観光資源として、魅力向上に取り組む必要があります。月見の森では、毎年十五夜（中秋の名月）の日に「観月会」を開催しているほか、日本百名月の認定を受けて本来の月の魅力と併せてあじさいが咲き誇る月見の森にスポットをあてた、「月見の森あじさい祭」と題したイベントを 2017（平成 29）年に初開催しました。

目標像・将来イメージ

昼間は「ハイキングに最適」という健康志向につながるイメージを確立し、集客力を高めます。また夜間の観光スポットとしても充実を図ることで、観光客の市内滞在時間や宿泊観光客の増加を図ります。具体的には、遊歩道等の恒常的なものの充実のほか、毎年開催されている「観月会」の企画内容の充実と、夜間観光スポットとして日常的な利用促進を目指します。



月見の森からの夜景

事業内容

① イベント企画の検討・実施

- ・月見の森でのイベントの検討・実施（写真コンテスト等）
- ・月見の森周辺施設（水晶の湯、道の駅、等）との合同イベント企画の検討・実施
- ・他の日本百名月認定地との合同イベント企画の検討・実施

② 月見の森を含めたツアー造成の検討

- ・①で実施するイベント企画等を含めたツアー造成の検討

③ ハード整備（月見台の補修、散策路の補修、植栽）

- ・必要に応じて月見台までの散策路や道の駅月見の里南濃からの山道の維持管理、月見台の補修を行います。

④「観月会」のブラッシュアップ

- ・水晶の湯駐車場～月見広場までの車道路肩部分へのアート作品の展示
- ・月見広場での光アートの充実
- ・竹灯籠づくりワークショップの実施 等

⑤夜間観光の充実（紅葉のライトアップ）

- ・月見広場までの沿道の紅葉のライトアップ。夜間観光スポットとしての充実を図る。

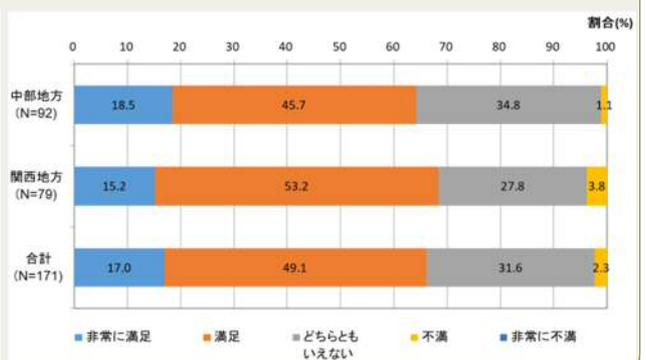
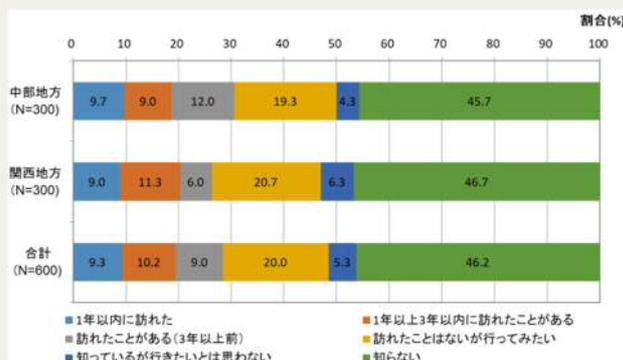
実施計画

事業内容	2018	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
①イベント企画の検討・実施	■										
②月見の森を含めたツアー造成の検討		■									
③ハード整備（月見台の補修、散策路の補修、植栽）	■										
④「観月会」のブラッシュアップ	■										
⑤夜間観光の充実（紅葉のライトアップ）					■						

Topic !

月見の森の認知度、満足度

本市に3年以内に観光で訪れた方を対象に実施した Web アンケートでは、月見の森の認知度は約 50%、来場経験者数の割合は約 30%でした。また、来場者の満足度は高く、適切な PR をし集客を図れば、多くの人に満足してもらえる施設と言えます。



4. 公共交通を活用した観光ルートの形成

現状・概要

本市には、公共交通機関として「養老鉄道養老線」「路線バス（名阪近鉄バス）」「海津市コミュニティバス」「海津市デマンド交通」があり、それぞれ市民の足として大切な役割を担っています。

しかし観光では多くの方が自動車を利用しており、公共交通機関の活用は少ない状況です。

目標像・将来イメージ

市民の足である「海津市コミュニティバス」や「海津市デマンド交通」を観光に活用し、市内公共交通機関を用いた市内周遊観光の促進をします。

また、鉄道やバスなど既存公共交通機関の活用と併せて、タクシー協会の協力のもと、観光タクシー事業を推進します。

現在、観光においては自動車が主な移動手段ですが、公共交通機関の活用により、自動車を利用しない観光客層を新たなターゲットとして取り込みます。来訪者の層を拡大し、本市の新しい観光のかたちをつくります。



既存公共交通機関と観光タクシーの活用案

事業内容

- ①公共交通のガイドマップの普及、観光ルートの検討・PR
- ②観光タクシーの試行・観光タクシーを用いたツアープランの確立
- ③広域的な観光タクシー推進体制づくり
- ④公共交通機関・観光タクシーを用いた観光のPR活動
- ⑤養老鉄道（サイクルトレイン）を利用したサイクリングコースの作成
- ⑥養老鉄道を利用したハイキングコースの作成

実施計画

事業内容	20	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	18									
①公共交通のガイドマップの普及、観光ルートの検討・PR	■									
②観光タクシーの試行・観光タクシーを用いたツアープランの確立	■									
③広域的な観光タクシー推進体制づくり		■								
④公共交通機関・観光タクシーを用いた観光のPR活動						■				
⑤養老鉄道（サイクルトレイン）を利用したサイクリングコースの作成						■				
⑥養老鉄道を利用したハイキングコースの作成						■				

Topic !

公共交通を活用した観光

2017（平成29）年度に本市が実施した観光動態調査の結果によると、本市内の観光に用いられる交通手段は「自動車」がほとんどです。また、観光バスによる来場もありますが、臥龍山行基寺等大型バスでは行けない場所もあります。

本市には養老鉄道養老線、コミュニティバス、デマンド交通等があり、既存の公共交通機関のみを利用した周遊観光も可能です。

2017（平成29）年10月にパンフレット「公共交通で行ける観光施設」を発行し、公共交通機関を活用した観光周遊の促進を進めているところです。



2017年発行公共交通パンフレット

5. インバウンド観光の推進

現状・概要

現在、全国的に外国人観光客が急増しており、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて更に外国からの来訪が増加することが予想されています。

本市においては、現在、外国人観光客の数はあまり多くありませんが、今後10年間の観光振興を推進するにあたり、外国人観光客を新たなターゲットとして追加することを考えていきます。

しかし、現状として十分なインバウンド対策がされていないため、外国人観光客を受け入れる体制を構築するための対策を考えていく必要があります。

目標像・将来イメージ

日本人が海外旅行をする場合、教会やモスク等宗教的施設は観光スポットのひとつであるように、外国人観光客にとっても寺社仏閣は人気の来訪先となります。

本市においては、例えば千代保稲荷神社があり、東大鳥居の前に外国人対応を想定した観光案内施設を設置し、実践的な外国人観光客とのやり取りを通じ、施設の評価や問題点を把握し、本市に適したインバウンド対策を検討します。併せてそのための人材育成を進めます。

また、インターネットへのアクセス方法は多様化していますが、外国人観光客の受入れにおいて当面、無料Wi-Fiの設置は必須です。現在、外国人観光客数の把握方法がないため、無料Wi-Fi接続時の簡易アンケート等を実施して実態を把握し、対策の効果検証を行います。



無料Wi-Fiスポットイメージ

事業内容

- ①外国人観光客の動態調査・基礎調査
- ②無料Wi-Fiの設置と接続時の履歴・アンケートによる実態把握
- ③多言語パンフレットの普及・パンフレット減少数による外国人観光客数の把握
- ④外国語スキルのある人材の確保・育成、ICTの活用
- ⑤多言語サインの構築

実施計画

事業内容	20	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	18									
①外国人観光客の動態調査・基礎調査										
②無料 Wi-Fi の設置と接続時の履歴・アンケートによる実態把握										
③多言語パンフレットの普及・パンフレット減少数による外国人観光客数の把握										
④外国語スキルのある人材の確保・育成、ICT の活用										
⑤多言語サインの構築										

Topic !

外国人留学生と市内観光資源

2017（平成 29）年度に国土交通省 木曾川下流河川事務所と海津市の共同企画で外国人留学生を対象に千代保稲荷神社や国営木曾三川公園を訪れる市内観光周遊ツアーを実施しました。その様子から、表示や説明等の表記が日本語のみであっても、ボランティアガイドが丁寧に説明すれば、参加者は内容を十分に理解でき、楽しめたようでした。外国語対応ができるガイドの確保・育成ができればハード面の対策が発展段階である施設でも外国人観光客の受け入れが可能であると言えます。

みかん狩りも楽しまれており、説明さえ伝われば、十分に外国人観光客の誘客を狙える観光資源であると言えます。



千代保稲荷神社参拝の様子



ボランティアガイドの案内の様子

6. 津屋川の彼岸花周辺の整備と通年観光化

現状・概要

9月中旬から下旬にかけて津屋川堤防沿いの約3kmにわたり、10万本ほどの彼岸花が彩り、多くの観光客やカメラマンが訪れています。週刊誌の花特集に掲載される等、その景色が評価され年々知名度も上昇してきており、見頃の期間は短いにも関わらず4,000人の来場者があるほどです。

養老鉄道・美濃津屋駅から徒歩で10分という距離にあり、また、見頃の時期は地元団体がお茶を振る舞う等していますが、駐車場までのサイン設置など受け入れ体制の充実が望まれています。

また、東海環状自動車道 海津スマート IC 整備予定地に近接するため、周囲の観光資源と合わせて、本市の観光の玄関口として機能することと、通年観光への対応が求められます。

目標像・将来イメージ

津屋川の彼岸花、南濃梅園とハリヨ¹⁶池、氷砂糖資料館等近隣の資源を連携させ、本市の観光拠点のひとつとして一体的に整備を進めます。梅園の梅は現在でもこだわりの梅酒として販売されていますが、生産量日本一を誇る氷砂糖と組み合わせ、工場見学・梅酒作り体験等体験型観光プログラムとして提供するとともに、六次産業化、通年観光化を図ります。

海津スマート IC からの案内サインとプロモーション活動を充実し、広域からの誘客を図るとともに、秋の彼岸花、早春の梅と合わせ、桜、ハス、あじさい、紅葉等の旬な観光情報を提供し、本施設を出発地として市内周遊観光を行うための情報発信を行います。



事業内容

- ①津屋川周辺の観光サインの整備
- ②南濃梅園、ハリヨ池、工場見学等を組み込んだ体験型観光メニュー構築
- ③梅・みかん・柿・メロンなど果物を活用した特産品の開発
- ④桜、ハス、紅葉・彼岸花、梅等、季節の観光コースの商品化

¹⁶ ハリヨとは、岐阜県西濃地方と滋賀県東部地方にのみ生息する日本固有亜種の淡水魚で、湧き水のある所だけに生息します。津屋川水系のハリヨ生息地は、平成24年に国の天然記念物に指定されました。

実施計画

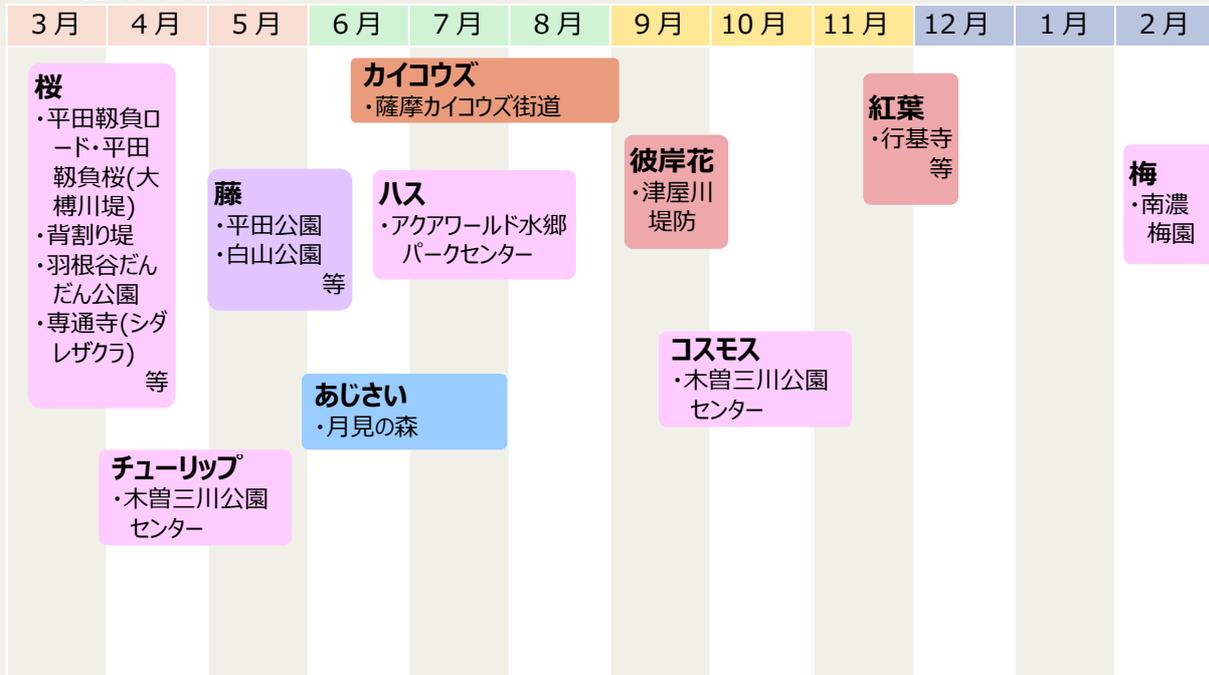
事業内容	20	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	18									
①津屋川周辺の観光サインの整備										
②南濃梅園、ハリヨ池、工場見学等を組み込んだ体験型観光メニュー構築										
③梅・みかん・柿・メロンなど果物を活用した特産品の開発										
④桜、ハス、紅葉・彼岸花、梅等、季節の観光コースの商品化										

Topic !

津屋川の彼岸花と四季の花

本市には津屋川の彼岸花だけでなく、平田靱負ロード・平田靱負桜（大樽川堤）や羽根谷だんだん公園の桜、木曾三川公園センターのチューリップやコスモス、アクアワールド水郷パークセンターのハス、月見の森のあじさい等、季節ごとに楽しめる花・自然があります。それぞれの見頃は限られますが、組合せることで、花は通年で楽しめる観光資源となります。

●花カレンダー



7. 観光振興に関連する企業の誘致

現状・概要

本市の人口は減少傾向にあり、海津市第2次総合計画や海津市創生総合戦略等の上位・関連計画において、人口減少の抑止策として雇用の場を確保して定住人口を増加させるための企業誘致の必要性が掲げられています。

また、東海環状自動車道 海津スマート IC を整備予定であり、これは誘致を進める際のメリットとして働くものと期待され、企業誘致の取組を進める好機であると言えます。

誘致する業種として、雇用創出・定住促進の面からは本市の主要産業である製造業や物流企業等が想定されますが、それらと併せて観光振興に資する企業の誘致を検討する必要があります。

目標像・将来イメージ

企業誘致において、製造業等とともに観光施策と連携可能な企業を誘致します。具体的には、本市の特性である優良農地を活用し、農産物の高品質・高付加価値化やブランド化を進める農業の六次産業化に関する企業、日帰り観光中心の形態から周遊・滞在型観光への転換を図るための宿泊施設等です。

企業誘致は他都市・他地域との競争であり、企業に選ばれるため、誘致する業種等に適合した優遇制度を検討し実施します。

宿泊施設においては、誘致候補地を決定するとともに、地域性に適合した宿泊スタイルを提供できる施設誘致を検討します。



事業内容

- ①観光施策と連携した企業業態の検討
- ②農業の高付加価値化・六次産業化に資する企業の誘致
- ③宿泊施設を誘致する適地および誘致促進策の検討
- ④宿泊施設等の誘致活動

実施計画

事業内容	2018	19	20	21	22	23	24	25	26	27
①観光施策と連携した企業業態の検討		■								
②農業の高付加価値化・六次産業化に資する企業の誘致	■									
③宿泊施設を誘致する適地および誘致促進策の検討		■								
④宿泊施設等の誘致活動	■									

Topic !

グランピング

観光振興を踏まえた宿泊施設の誘致では、ホテル誘致のほかに、近年、人気を博している「グランピング」が考えられます。

これは、グラマラス (Glamorous=魅力的な) とキャンピング (Camping=キャンプ) を組み合わせた造語で、キャンプ道具を持って行ったり、テントを張ったりすることなく、気軽にキャンプを楽しめる新しいスタイルのことです。

施設は、高級ホテル並みの高品質なサービスを提供するタイプから、コテージ、テント泊等キャンプ気分を提供してくれるところまで様々です。

本市の豊かな自然を活用した観光とも相性が良いと言えます。



出典：(一社) グランピング協会

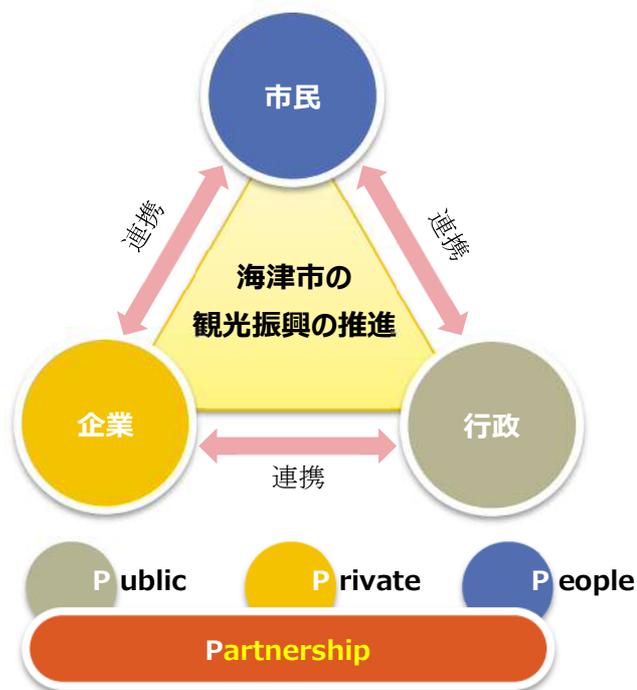
VII. 計画の進め方

VII-1. 推進方針

1) 官民連携および役割分担

本市の観光振興については、来訪者の受入れ体制整備、スキル・ノウハウ・人材の育成等、多くの課題があります。戦略的かつ長期的な視点で観光振興を推進するため、行政主導ではなく様々な主体が各々の役割を担いつつ、それぞれの得意分野を活かし連携・協力していく必要があります。本市の観光振興の推進主体は、行政、企業、そして市民です。

市全体が一丸となって観光振興を推進するため、これらの主体間の対話を進め、相互のパートナーシップの構築を進めます。



主体例		役割分担の例
市民	市民一人ひとり、各種活動やボランティア等を行う任意の市民団体、特定非営利法人等	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の魅力の再認識・観光地域づくりへの参画 ・おもてなしの心で来訪者を迎える ・市民からの観光のボトムアップ ・海津市のことを学び誇りや愛着を持つ ・得意分野における観光振興への寄与
企業	観光関連企業、観光協会、商工団体、商店・飲食店、これまで観光に携わっていない企業（営農法人）、新規参入企業等	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地域づくりへの参画 ・地域資源の発掘・活用、新たな観光需要の開拓 ・企画力、経営力の強化、顧客満足度の向上 ・観光振興の担い手としての人材育成、活用 ・インバウンド対応の改善 ・体験型観光等新しいメニューの発案・導入 ・行政と企業あるいは市民とのコーディネート
行政	市役所、関連する各種行政機関	<ul style="list-style-type: none"> ・計画策定と実施・進捗管理・評価・改善 ・関係団体の協力・協働体制の構築 ・計画に基づく各種ハード整備・情報発信 ・庁内、企業、市民等の調整やパートナーシップの構築 ・人材や企業の育成 ・観光事業のハード、ソフト両面の支援 ・他自治体等との調整・連携による広域観光の推進

2) 西美濃DMO

国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略（2015年改訂版）」では、「地域経営の視点に立った観光地域づくりや地域ブランドづくりの視点に立った観光地域づくりや地域ブランドづくりの中心となる日本版DMOなどの新たな事業推進主体の形成」を示しています。

このため、本市の観光振興を推進していくためには、本市内のみならず周辺の自治体とともに広域的な連携を図ることが必要です。

インバウンド対応や県外等の観光地間との競争、着地型観光の体験プログラムの推進等、本市の観光誘客力を維持・発展し続けるために、DMO機能を持った組織が必要です。DMO機能によって、観光マーケティング、戦略策定、観光資源のPR等を行うとともに、「観光による地域経営」の視点から収益を確保していくのが望ましいと考えられます。

こうした、地域の観光マネジメントとマーケティングの機能を有する観光推進組織である「西美濃DMO」との連携を強化し、西濃における広域観光交流促進の中に本市を確実に位置づけていきます。

VII-2. 施策の効果の確認

本市の観光振興にむけて、PDCAサイクルを確立し、本計画において実施された施策の効果を評価・検証し、本計画や具体的事業の見直しを行っていきます。

基本方針に掲げる数値目標は、各施策やプロジェクトの結果が、関連し合って達成されるものです。施策の効果の確認は、このKPIの数値をモニタリングすることで行います。

施策の実施状況が不十分であったり、また実施されていても効果発現が見られなかったりする場合は、KPIの再設定も含め見直しと改善を図ります。

この見直しと改善は、基本的に毎年度行い、基本方針の数値目標は5年ごとに確認します。

海津市観光振興長期基本計画

発行 平成 30 年 3 月

発行者 海津市

<http://www.city.kaizu.lg.jp/>

編集 産業経済部 商工観光課

〒503 - 0695 岐阜県海津市海津町高須 515

TEL 0584 - 53 - 1111 FAX 0584 - 53 - 1569