

# 広域観光交流促進調査特別委員会 行政視察報告書

広域観光交流促進調査特別委員長 平松 洋一

【視察日程】令和元年11月12日（火）～11月14日（木）

【視察委員】平松洋一委員長，荒井宏幸副委員長，  
阿部松雄委員，佐藤耕一委員，土田真清委員，小野照子委員，  
倉茂政樹委員，宇野耕哉委員，高橋聡子委員，  
志賀泰雄委員，竹内功委員，吉田孝志委員

【視察地】山形県鶴岡市，秋田市，さいたま市

【調査事項】山形県鶴岡市：鶴岡市の観光政策について  
一般社団法人 DE G A M 鶴岡ツーリズムビューローについて  
秋田市：秋田市における観光の広域連携の取り組みについて  
さいたま市：東日本連携と観光政策について

## ○鶴岡市の観光政策について・

### 一般社団法人 DE G A M 鶴岡ツーリズムビューローについて【山形県鶴岡市】

#### 1 鶴岡市の観光政策

##### (1) 鶴岡市の概要

鶴岡市は山形県西部，日本海に面する人口 12 万 6 千人の都市である。市域は，出羽三山から日本海に及び，東西 43.1km，南北 56.4km，面積 1,311.53 km<sup>2</sup>と広域であり，山系からの豊かな水と多様な農林水産物等の食材が地域の重要な特産となっている。産業構造は，第 1 次産業 9.4%，第 2 次産業 28.5%，第 3 次産業 60.3%であり，市内総生産額は 4,207 億円で，市民 1 人当たり市民所得は 251.9 万円である。

鶴岡市街は，旧庄内藩の城下町として，鶴ヶ岡城址をはじめ，国指定史跡の藩校「致道館」や人物資料館「大宝館」，藤沢周平記念館等があり，周辺は鶴岡市の歴史や文化を象徴する地区となっている。

一方で，人口減少，少子・高齢化の進行の対応は鶴岡市においても大きな課題となっており，こうした社会構造の変化に対応する福祉政策の充実，地域資源を活用した交流人口の拡大等が緊要の政策課題とされている。

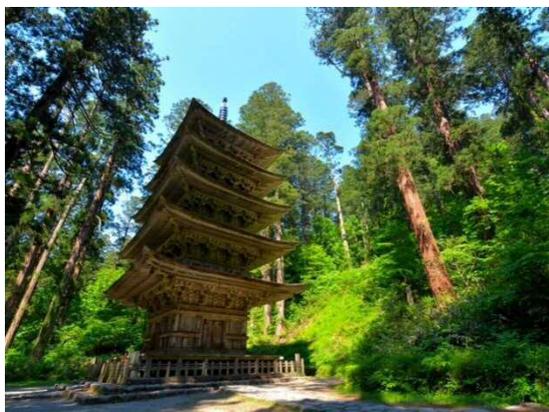
##### (2) 「食文化創造都市」の取り組み

鶴岡市においては，こうした状況のもと，市の今後の発展の重要な柱として「食文化」の振興を位置づけた。地域の多彩な食材の活用，食文化の次世代への継承と第 1 次産業から第 3 次産業までに及ぶ幅広い「食」に関連する産業の振興を目指す取り組みを推進している。年間を通じた多様な食文化を継承・発展させてきた活動が認められ平成 26 年 12 月 1 日，日本で初めて食文化

部門で、ユネスコ創造都市ネットワークに認定加盟。世界の食文化都市として、ネットワークを通じた世界交流を進めるとともに、豊かな食材や伝統的な料理等を活かした地域づくりを進めている。

### (3) 3つの日本遺産

鶴岡市は、地域の歴史的の魅力や特色を通じて文化・伝統を語るストーリーを国内外に発信し、地域活性化を図ることを目的とした「日本遺産」に下記の3つが認定されている。



- ①「自然の信仰が息づく『生まれかわりの旅』～樹齢300年を超える杉並木につつまれた2,446段の石段から始まる出羽三山～」(平成28年4月25日認定)

※江戸時代に庶民の間で広まった出羽三山を巡る「生まれかわりの旅」は、地域の人に支えられ、日本古来の山の自然と信仰の結び付きを今日に伝えている。「出羽三山を巡ることは、訪れる者に、自然の霊気と自然への畏怖を感じさせ、心身を潤し明日への新たな活力を与える」というストーリーの中で、地域的魅力と特色を紹介。このストーリーを構成する文化財には国宝「羽黒山五重塔」をはじめ、六十里越街道、松例祭、精進料理など計30件が含まれている。

- ②「サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に会うまち鶴岡へ」(平成29年4月28日認定)

※鶴岡市を中心とする庄内地域は、旧庄内藩士が刀を鋏に替えて開拓した松ヶ岡開墾場の日本最大の蚕室群をきっかけに国内最北限の絹産地として発達し、今も養蚕から絹織物まで一貫工程が残る国内唯一の地である。鶴岡市では、松ヶ岡以外にも六十里越古道沿いの田麦俣集落に、四層構造で暮らし・養蚕などが一つの建物にまとまった多層民家が現存。さらに、国内ではここだけの精練工程が明治時代創業の工場で行われるなど、絹産業の歴史、文化が保存継承されるとともに、新たな絹の文化価値の創出にも取り組んでいる。

- ③「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間 ～北前船寄港地・船主(せんしゅ)集落～」(令和元年5月20日追加認定)

※追加認定では、北前船で栄えた当時の町割りがそのまま残る加茂の町並みや、船主である石名坂家の家屋と蔵、財を成した商人たちから寄進された浄禅寺の釣鐘や善實寺五百羅漢堂、致道博物館所蔵の船主が奉納した関連資料群の5つが構成文化財に追加されており、北前船日本遺産のストーリーがより深まるものと評価された。

### (4) 世界一のクラゲ展示「加茂水族館」

昭和39年に建設された加茂水族館は、存続が危ぶまれる時期もあったが、平成9年からクラゲの展示に特化し、平成12年には日本一のクラゲ展示を達成した。その後、国内の動物園・水族館の最高栄誉である「古賀賞」を受賞。平成24年にはクラゲの展示種類数でギネス記録の認定を受けた。平成26年に約30億円をかけて改築された水族館は、旧館の3倍の施設規模で、世界最大級の直径5mの円形水槽を設置したクラゲシアターにミズクラゲ約1万匹を展示した。住民参加型公募債「クラゲドリーム債」を9億円発行して事業費に充て、地域の観光資源である水族館を市民参

加の形で支えている。

#### (5) 「日本海美食旅」 デスティネーションキャンペーンで新しい旅を提案

鶴岡市は昨年度、鶴岡市観光連盟（以下連盟）と連携して、鶴岡市中期観光振興戦略プランを策定。新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーン（以下DC）を認知度獲得に向けた好機と捉え、歴史・文化・自然・環境などの地域資源を磨き上げ「また来たい、住みたい」と思える地域づくりを進めてきた。

また、市場調査で「どこを観光すればいいのかわからない」という観光客がいることが分かり、観光地でスタンプを押す「手ぬぐいスタンプ帳」を販売。鶴岡市内に長く滞在してもらうため、各観光地を線で結び周遊を促している。

さらに、連盟と協働し、「『詣でる つかる いただきます』キャンペーン」を重点的に推進。旅行商品化による観光誘客やSNS等を使った情報発信等に取り組んでいる。同キャンペーンは、古くから精進修行の山と温泉地を結び付けてきた「精進おとし」の再定義であり、出羽三山や善寶寺、庄内神社等の寺社を詣でた後、市内の温泉につかり、山・川・海等の豊かな食材を堪能する旅行プランを提案。DCのテーマ「日本海美食旅」に沿って、食を育んだ歴史や伝統などの背景と地域の食で鶴岡のストーリーを伝えている。

## 2 DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー

### (1) DEGAMとは

DEGAMは出羽三山のDE、ガストロノミー（食文化）のGA、マネジメントのMの頭文字による造語。ラテン語でdegamは、生きる、修行するなどを意味し、旅を連想させる言葉である。観光庁の日本版DMO（観光地域づくり推進法人）登録を目指して令和元年7月1日に発足。8月7日には「地域DMO」の区分で庄内初の候補法人に登録された。鶴岡市、鶴岡商工会議所等31団体の観光関係者が一丸となって観光戦略を推進し、観光情報サイト「つるおか観光ナビ」等を通じたPRや旅行商品の企画・販売等を行っている。

### (2) DEGAMが目指すもの

DEGAMの設立を機に、目標が設定された。それは、地域資源に恵まれ、観光客数は山形県内市町村最多（約600万人）であることを活かした「世界から認められる観光都市」であり、交流人口の拡大の効果が実感できる仕組みづくりを通じて「観光が産業の柱の一つとなるまち」を目指し、観光客にも地域住民にとっても魅力ある地域づくりを推進するものである。

### (3) DEGAMの役割

DEGAMが一般社団法人を選択した大きな理由は、「地域で稼ぐ仕組みづくり」のためであり、それを達成する役割として下記の3つを掲げている。

#### ①観光の司令塔

様々な関係者と協働し、観光地域づくりの方向性を示すこと

#### ②観光の満足度を高める体制（公益的）

2次交通、観光案内所などリピーターにつながる観光基盤、受入体制づくり

### ③新たな商品・サービスの開発（収益的）

地域が観光で稼ぎ出す現地発商品，旅行関係サービスづくり

### （4）DEGAM設立によってできること

- ①ニーズに合った観光案内，各施設の情報に加え，交通，宿泊，飲食などを含めた観光全般の案内，手配
- ②マーケティングに基づく事業展開，各種統計や観光客の動態調査・分析に基づく事業の企画実施とDEGAM会員への情報提供

### （5）DEGAMの重点観光資源

DEGAMでは，下記の鶴岡市内の重点観光資源を活かし，旅行商品の企画・販売を通じて新たな観光振興の展開を図っている。

- ①「出羽三山」日本遺産 生まれかわりの旅
- ②「食文化」国内唯一ユネスコ認定食文化創造都市
- ③「酒井家とシルク」日本遺産 サムライゆかりのシルク
- ④「4つの個性ある温泉郷」精進おとし ゆかりの温泉
- ⑤「北前船寄港地」日本遺産 船主集落
- ⑥「加茂水族館」ギネス認定クラゲ展示日本一

### （6）DEGAMの主な事業

#### ①地震への対応「鶴岡 観光 元気 宣言」

DEGAM発足日とあつみ温泉営業再開，月山山開きが重なった7月1日に発表。「元気です！！」ビラを作成し鶴岡の観光は元気だというメッセージと夏の観光情報を県外に発信した。

#### ②地震への対応「4温泉支援」

「鶴岡酒蔵応援 4温泉宿泊プラン」

4温泉が行う，地酒を飲んで鶴岡の酒蔵を応援する宿泊プランを支援した。

#### ③DC「詣でる つかる いただきます」

出羽三山の旅は，「精進潔斎」生まれかわり，下山後は温泉に浸かって俗世に戻り，地酒や旬の幸を頂く「精進おとし」を楽しむ伝統がある。「詣でる つかる いただきます」は，遠くの神仏に出逢い，大地の恵みに感謝していただく，日本古来の自然と信仰の縁を今に伝える新しい楽しみ方の提案である。

#### ④DC「鶴岡駅からの2次交通を充実」

##### ●出羽三山

毎日2便，観光ハイヤー運行。斎館精進料理と羽黒山昇殿参拝



- 日本海と食

DC期間中「海里」運転日に定期観光バス運行。致道博物館→酒蔵→善寶寺→加茂水族館

- 日本遺産

松ヶ岡開墾場，湯殿山への連絡バス（土日）

⑤DC「食の競演 2019」

- 「出羽三山 過去・現在・未来の膳」

地元+東京の有名料理人による料理イベント。商工会議所「食と酒の語らいの旅」との連携

- JR系旅行会社による旅行商品化

「行くぜ東北 冬のごほうび」キャンペーンとのタイアップ。最上川舟下りなど広域周遊による冬の誘客

- 鶴岡市内4温泉でも開催予定

### 3 所見

#### (1) 広域観光連携

一般的に「旅」は、一つの市町村、一つの都道府県で完結するものではなくなっている。旅行者は一日に100 km, 200 kmを簡単に移動し、各所を巡ることが主流である。こうしたことから、これからの観光政策にとって重要なキーワードは「広域観光連携」である。

広域観光連携の推進は、これまで「1つの観光地を訪れる観光」から「1つないし2つの観光エリアでじっくり滞在する観光」や「複数の観光エリアを訪ねる観光」へ転換を目指すものである。

2泊以上の旅行の場合、1つの観光地だけで観光客を満足させることはなかなか難しい。特にインバウンドについては、旅行日程が長いことから、特にその傾向が強い。また観光客のニーズはますます多様化している。こうした旅行者の行動範囲の拡大や旅行ニーズの多様化に応じて、広域的に観光を回す必要性が生じている。したがって、旅行者の行動範囲にふさわしい、広域的に整合性のある観光行政、観光施策の展開が必要と言える。

国内外での観光地間競争が激化するなか、観光地間・観光エリア間の連携により観光資源を相互に結び付けることで、個々の資源の魅力を増強することができる。これまであまり知名度の高くなかった潜在力のある観光地を知名度の高い観光地と併せて広域の周遊ルートに組み込むことにより、知名度アップが期待でき、その結果として地域の活性化に繋げることができる。このたびの新潟県・庄内エリアDCは、その具現化の1つと言える。

#### (2) 日本版DMO

欧米にある観光事業組織を参考にした「日本版DMO」は、観光庁を中心に、観光地域づくりの舵取り役を担う法人として2015年頃から組織形成が進められ、2019年3月末時点で、広域連携DMO10件、地域連携DMO63件、地域DMO50件の計123件が登録されている。

観光庁によれば、日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとと

もに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。

これまでの地域における観光は、来訪者に商品・サービスを提供する観光関連事業者と地域全体のプロモーションを担う地域行政を軸に回ってきた。近年、少子高齢化、地域経済の衰退、ひいては地域消滅の危機が叫ばれ、観光産業の地域に対する経済効果や雇用効果への期待が高まっている。その戦略的な組織としてDMOが登場した。多くのDMOが、これまで観光政策を担ってきた行政のガバナンスの下、民間企業のノウハウを入れる形で組織を形成している。「儲かる観光」の実現には、戦略性が求められ、民間的な手法が馴染みやすい。「公平・平等」を旨とし、儲からないことでもやらなければならない行政組織だけでは限界がある。新潟市の観光政策、新潟観光コンベンション協会の今後の在り方について、示唆に富んだ視察であった。



## ○秋田市における観光の広域連携の取り組みについて【秋田市】

### 1 市内観光の現状について

秋田市の総合計画「新・県都『あきた』成長プラン」では5つの将来都市像ごとに、政策や施策を体系化している。観光分野は「豊かで活力に満ちたまち」に位置付けており、「交流人口の拡大と移住促進」と「にぎわいの創出」の2つの施策のもと、様々な事業を行っている。中でも「クルーズ船誘致」と「インバウンド誘客」について報告する。

同市へのクルーズ船の寄港回数は年々増加(H25：3回→R元：21回)、特に外航船が増加。最大13万tの大型クルーズ船の寄港が可能で今後22万tまで受け入れ体制を整える計画である。寄港の際、港では歓迎イベントや物販、観光案内などを行い、昨年4月に国の「地方創生拠点整備交付金」を活用してクルーズターミナルと屋根付き通路などの整備を行い、クルーズ旅客の満足度向上及び更なる寄港促進を図っている。

またH29年8月に貨物線を利用したクルーズ列車のトライアル運行を行い、H30年4月から本格運行を実施。下船後、秋田港駅までシャトルバスでつなぎ、秋田駅まで約15分という二次交通整備を図っている。

県の港湾空港課は、クルーズ船客が秋田県に消費する額は、1人当たり12,000円とする秋田大学の調査結果に触れ、今後の更なる大型クルーズ船寄港による経済効果に期待している。

### 2 県との連携、役割分担について

クルーズ船誘致については県を事務局とした「あきたクルーズ振興協議会」を組織しており、官民が連携し一体となって受け入れを行うこととしている。従来は県が外航船、市が内航船の受け入れを

行っていたが、今年度から県と市が協定を締結し、市が受け入れ全体を業者委託し、県から負担金をもらう形で実施している。

インバウンド誘客については、県の事業である海外での商談会トップセールスに市も参加し、関係団体も含めて全県域で実施している。チャーター便のお出迎えは、県と秋田県観光連盟、秋田空港ビル、秋田市の4者で実施。

### 3 市内のハード面(クルーズターミナル、臨時駅等)の整備状況について

クルーズ船寄港時のお出迎えには岸壁に仮設テントを張って受け入れ対応をしていたが、雨風対応において不親切であった。平成30年4月に秋田港クルーズターミナルが完成したことで天候に左右されない観光案内や特産品などの販売が可能になったほか、船客や乗船スタッフの交流スペースができたという点で利便性が向上した。

また、クルーズ列車運行に伴い、秋田港駅では昨年8月にホームを整備し、10月には県が待合所を整備した。市はクルーズ列車の安全運行を担い、ガードがない線路沿いへの警備員配置を行っている。

### 4 広域観光周遊ルートの取り組みについて

県内の4市(秋田市、大仙市、仙北市、男鹿市)が連携し、東北観光復興対策交付金を活用して広域周遊タクシープランなどの二次交通整備を進めている。また、男鹿市との連携で、秋田市・男鹿市間を観光タクシーを時間単位で貸し切って格安で利用できる観光m y タクシー事業を実施。市の補助により正規料金の65%の割引率で運賃設定が為されている。例えば4時間27,520円のところ63.95%の割引率で17,600円の運賃設定、最終的に客は14,000円で利用することができ、差額は2市で半額ずつ負担している。

### 5 北前船日本遺産推進協議会に向けた取り組みについて

平成29年4月に秋田市を含む11市町が日本遺産認定されて以降、平成30年5月に27市町が新たに追加、令和元年5月にさらに7市町が追加認定され、現在の認定自治体は45市町となっている。

秋田市は協議会副会長、認定地域活性化部会長。これまで北前船の普及及び啓発や、人材育成など受け入れ体制の整備に力を入れてきたが、令和元年度はその集大成として認定自治体を巡る「広域観光周遊ルート」を参考として、北前船寄港地をきっかけとした広域的な交流人口の拡大につなげていきたいと考えている。

また、今年11月からWEB版北前船講座と北前船検定制度がオンライン講座「ドコモg a c c o」が開設。今後は北前船寄港地のガイドの育成にも活用していく予定である。

### 6 秋田・酒田交流事業について

#### (1) 経緯

平成26年4月に秋田市で開催された北前船寄港地フォーラムに、酒田市は官民合わせて80名以上の参加者があったことを受け、かつて北前船寄港地であった両市が連携し交流を深めようという両市長の提案のもと、歴史や文化、祭りや食などの地域資源を活用した交流事業を開始した。

## (2) 交流事業

事業を実施するための組織として、両市の民間団体、自治体による実行委員会を平成27年3月に立ち上げ、同年5月の酒田まつり宵祭りで両市長が交流提携書を交わした。その後、モニターツアーや相互のまつりの派遣、中高生による吹奏楽の交流、スポーツ推進員によるスポーツ交流など、様々な分野での交流事業を実施している。

## 7 所見

本県では、空港利用の活性化について、新潟空港整備推進協議会を通して、県をはじめとする関係団体と共同でエアポートセールスや航空会社に対する運行費の補助などを行っている。(協議会への負担金の割合：県7：市3)

全国空港乗降客数の平成30年度の統計によるとトップは羽田空港、次いで成田、関空、福岡、26位に秋田空港が入っている。新潟空港は29位。また本県の出国率は平成29年においては5.7%で全国第38位。空港の利用促進に向けて県民の出国率向上が必須である。新潟空港が環日本海の拠点空港としての発展が期待されるなか、大規模地震時における緊急物資輸送や人員輸送基地としての役割を担っている。ここに責任感と使命を持って積極的にインフラ整備に力を注ぐべきである。しかしそうは言っても現段階ではハード面での限界がある以上、まずは小規模ながらも利便性の高さをアピールしていくことである。クルーズ船の誘致及び寄港時の対応については県と共同で行っており、経費については双方同等の負担をしている。大型船は東港区、中小型船は西港区に寄港する。クルーズ船寄港時の受け入れ対応は、まさに旧秋田港と同じく天候に左右されるテント型である。早急にターミナルを創設し、特産品の販売だけでなくゆっくり選べる観光案内サービスを提供すべきである。また観光で市街地への誘導を図るときには、雨風に関係なく楽に移動できるインフラ整備も必要不可欠だと考える。基金残高を増やすことは災害時において特に必要大事であるが、思い切った財政出動で一気にインフラ整備を行い、観光で稼げる政令指定都市を目指すべきだと考える。



## ○東日本連携と観光政策について【さいたま市】

### 1 東日本連携の経緯と取り組み概要

#### (1) 東日本連携の経緯

さいたま市では、北陸新幹線、北海道新幹線の延伸開業を契機として、平成27年から新幹線沿線を初めとした東日本地域の自治体へ呼びかけ「東日本連携・創成フォーラム(首長会議)」を開催した。このフォーラムにおける「東日本連携・創生フォーラム宣言」を基に、東日本の地方創生に向けた連携拠点、情報発信拠点の設置について検討し、さいたま市として整備を進めてきた。

## (2) 東日本連携・創生フォーラム宣言による取り組み概要

- ①地域資源の相互活用による、相乗的な地域活性化の促進・交流人口の拡大
- ②経済活動促進のための広域的取組の実施
- ③新たな可能性、地域課題解決に向けた連携

## 2 東日本連携センター設置の経緯と施設概要

### (1) 設置の経緯

大宮は、北海道、東北、上越、北陸など6新幹線の結節点で、新幹線の主要な駅から直通でアクセス可能なだけでなく、最短22分で東京に行くことができ、また、大宮駅の1日平均乗車人員は約25万人と東日本屈指の商業拠点でもある、広域交通の上で抜群の地の利を活かし、東日本の連携拠点、情報発信拠点となるべく、通称「まるまるひがしにほん」と呼ばれる施設を、旧金融機関の建物をリノベーションし平成31年3月に、さいたま市が開設した。

### (2) 施設概要

1階は、シティプロモーション機能として、イベント・企画展示スペースの管理・運営とイベントの開催支援、試食・テスト販売・フィードバックによる特産品等のPR支援、各自治体紹介コーナー（ラックや動画）酒サーバー・酒ウォールの管理・運営。

2階は、ビジネスマッチングの推進と環境整備の取り組みとして、ビジネスサロンフロアの管理と効果的な運営、マッチング事例・展示やセミナー・商談会等効果的なビジネス機会の創出、マッチングコーディネーターによる各種相談・受発注情報・企業間マッチングの支援を行っている。

## 3 連携による効果と課題

シティプロモーションの現状として、2019年3月28日のオープンから231日が経過し、打ち出した企画は42件。連携センターの来場者は46万7,000人で1日平均2,021人となり、年間で70万人を超える見込みとなっている。

9月に実施した「新潟×佐渡×会津若松 SAKEでつながる美食旅」では、来場者が9,494人であった。

商品を販売するには事業者の参画で売り上げに大きな違いが出るため、交通費や宿泊費の支援をどうバックアップできるか、事業者が商品を売るために、いかに能動的にセンターに来ることができるか、プログラムをどう作るかが大きな課題となっている。また、イベントがある時には変化があり多くの人に来てもらえるが、イベントのない時はいつもと同じだという感じになってしまうため、そこをどうしていくかも課題となる。

## 4 さいたま市の観光の現状と取り組み

### (1) 観光の現状について

さいたま市では、国際的なスポーツ、文化・芸術イベントやコンベンションの開催、鉄道博物館の開館などで全国的な観光資源が生まれつつあるものの、全国的な観光需要の伸び悩みともあいまって、観光入込客数は平成20年をピークとして、近年は一進一退の状況が続いている。

## (2) 取り組みについて

- ①さいたま市の特色を生かしたスポーツ観光やMICE等の推進
- ②食と土産品の魅力アップと販売・提供手段の充実
- ③観光資源の連携の強化・回遊性の向上, 受け入れ環境の整備
- ④埋もれている・磨けば光る観光資源の魅力の向上
- ⑤ターゲット(地域・客層)を見据えた情報発信, PR・宣伝の強化
- ⑥観光振興維持に向けた体制と人材の強化

## 5 観光における広域連携の状況

当初, 平成 27 年では 17 だった連携都市が, 現在は 25 都市に増加。東日本連携各都市間の広域連携による物産・食・文化・祭・イベント等の地域資源の相互活用によって, 相乗的な地域活性化の促進・交流人口の拡大を図る為, 広域観光周遊ルートの策定を行っている。

## 6 市の観光政策における東日本広域周遊ルートの位置づけ

東京 2020 大会に向けてアメリカをターゲットにしたプロモーションを行うことで, 東日本地域の認知度向上, 誘客促進を行い, 周遊ルートの国際的な観光認知度の向上を図ることを目的としている。

## 7 今後の観光政策の課題

PR後はいかに東日本へ誘導していくのか, また, さいたま市内には宿泊施設も少ない為, 温泉地等へ交通の拠点としてどのように誘導していくのか, 2020 年をピークにどう観光客を増やしていくのが課題。

## 8 所見

観光誘客を図るには, 他地域との明確な差別化を図る必要がある。そのため, 各地域がそれぞれの特色ある地域資源を活用し, 魅力を引き上げ, それを効果的に情報発信すべきだが, 本市は「田園」「日本酒」「温泉」「芸妓」と良い資源がありながら, その発信力は弱いと思われる。観光関係団体や行政, 地域住民が一体となつてのPR, 受け入れ体制を整備していくことが重要と感じた。

また, 東京 2020 大会へ向け外国人の誘客を見込むのであれば, 外国人観光客に分かりやすい案内版や案内所の整備, 通訳ガイドの育成等の言葉の問題を解消し, 旅行しやすい環境作りが不可欠であると考える。

