

令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用
専門家派遣事業
実施報告書

令和4年3月

令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用専門家派遣事業
実施報告書 目次

報告書要旨.....	1
第1章 事業全体の概要	3
1.1 背景・目的.....	3
1.2 事業の内容.....	4
1.3 事業実施体制及びスケジュール.....	5
1.4 専門家について	6
第2章 城泊・寺泊の取組の周知.....	7
2.1 城泊・寺泊ランディングページの改修	7
2.2 観光庁 note「歴史的資源を活用した観光まちづくり」への寄稿.....	8
2.3 城等の歴史的資源における保存と活用に関する意識調査の実施.....	10
(1) 実施概要	10
(2) 調査票の作成.....	10
(3) 調査後のフォローアップ.....	13
2.4 城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナーの開催	16
(1) 開催概要	16
(2) 観光庁との事前協議.....	17
(3) セミナー開催の告知.....	20
(4) セミナー開催の準備.....	20
(5) トークセッションの内容.....	22
(6) アンケート結果	30
第3章 専門家派遣のエントリー	34
3.1 エントリーシートの作成.....	34
3.2 動画コンテンツについて.....	35
3.3 選定基準の作成	36
3.4 エントリーの告知・営業活動	37
3.5 支援地域の選定	38
3.6 支援地域、専門家との調整.....	39
第4章 専門家派遣の実施.....	41
4.1 事前準備.....	41

4.2	支援地域概要及び結果	42
	城泊	
	(1) (一社)丸亀市観光協会	42
	(2) BiosophyArchives, LLC	44
	(3) (公社)津山市観光協会	45
	(4) 恵那市	47
	寺泊	
	(1) (一社)丸岡城天守を国宝にする市民の会	49
	(2) 楞巖寺	50
	(3) 宝寿寺・覚円寺	52
	(4) 栗東市	53
	(5) 築田寺	54
	(6) 大慶寺	56
	(7) 弘前市	57
	(8) (株)SAMURAI SQUARE	59
4.3	フォローアップの実施	60
第5章	事業全体の考察	61
5.1	事業の総括	61
	(1) セミナーの実施について	61
	(2) 専門家派遣のエントリーについて	61
	(3) 専門家派遣の実施結果について	62
	(4) 専門家派遣の成果と課題について	62
5.2	専門家からの講評	64
5.3	今後の城泊・寺泊の推進への提案	69
	(1) 城泊について	69
	(2) 寺泊について	69
	(3) 城泊・寺泊の市場創造に向けて	70
巻末資料		72
①	オンラインセミナーアンケート	72
②	支援地域の事業計画書	76
	(1) 城泊	76
	(2) 寺泊	117

報告書要旨

「令和3年度版観光白書」において、城や社寺を城泊や寺泊としての活用をはじめ、地域の創意工夫による新たな宿泊コンテンツの開発を進めるため、日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として活用することを目的に、専門家によるアドバイス、滞在・宿泊型コンテンツ造成の支援等を行う方針が示されている。一方で日本全国に城や社寺は点在するものの、「城泊・寺泊」としての活用事例は一部の城や社寺にとどまっており、全国的な取組に至っていないのが現状である。

本報告書は、「城泊・寺泊」の取組を全国に展開することを目的に、城や社寺を日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として活用することに意欲がある事業者に対して、地域住民や自治体への理解・事業化を進めるための専門家派遣及び初動支援について、本年度の実施結果を取りまとめたものである。観光庁が示す事業内容について、同庁より委託を受けた一般社団法人全国農協観光協会が事務局として実施し、本報告書を作成した。

事業内容・事業の流れ

①城泊・寺泊の取組の周知	<ul style="list-style-type: none">・ランディングページの運営・「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の実施・観光庁 note における関連情報の発信
②支援地域の選定および支援内容の調整	<ul style="list-style-type: none">・エントリー地域から派遣実施地域を選定・地域の意向や現状に対して、専門家をマッチング
③専門家の派遣・支援の実施	<ul style="list-style-type: none">・現地訪問、Web 会議を実施し、地域の課題の洗い出し及び解決に向けた初動支援
④フォローアップ調査の実施	<ul style="list-style-type: none">・事業結果の確認及び効果の検証・昨年度支援地域における進捗の調査
⑤報告書・ナレッジ集の作成	<ul style="list-style-type: none">・事業内容の取りまとめ、結果報告・城泊・寺泊の横展開、事業化に向けたマニュアル作成

実施結果

○セミナーの実施について

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、セミナーは完全オンラインで実施し、城泊編・寺泊編を各2回開催し各回で200名以上の方に参加申し込みを頂いた。また6~7割以上が「城泊・寺泊の意味や観光庁の施策内容が分かった」「城泊・寺泊の国内における先進事例を理解した」と回答しており、取組の周知という目的は一定達成することができた。

トークセッションは昨年度専門家派遣にて支援した地域のご担当者様と支援を担当した専門家から昨年度支援の過程や結果を伝え、視聴者に自分たちの近い未来像を明確にイメージして頂くことを目標に、取組意欲醸成及びエントリー促進を図った。またセミナー申込時や開催中に事務

局まで寄せられた質問を数多く取り上げ、視聴者が知りたい情報を少しでも多く届けられるよう努めた。

今年度は昨年度よりもセミナー回数を増やし、更なる取組周知と掘り起こしを目指したが、各テーマについての時間を長く確保することができず、各テーマの深掘りまでは至らなかった。城泊・寺泊の取組を検討するための情報（取組のポイントや課題解決方法など）がまだ少ないため、今まで蓄積したナレッジを更に広く周知を図り、議論を促すきっかけ作りが必要である。そのため今後は地域が取組を検討する材料として、様々なテーマを深掘りした情報の発信を今後もセミナーなどで取り組んでいくべきと考える。

○専門家派遣について

専門家派遣のエントリーにあたり、エントリーシート・動画の提出及び事前ヒアリングの実施を求め、より感度の高い地域の選定を目指した。その結果、4件、寺11件、合計15件のエントリーを頂くことができた。

エントリー内容に関するヒアリングや専門家の意見も踏まえ、城4件、寺9件と当初の予定よりも多い件数を採択した。寺泊の選定に当たっては、社寺だけでなく行政、民間など多様な事業推進者によるエントリー地域を採択し、今後の市場拡大に向けたナレッジ獲得を目指した。

支援は新型コロナウイルス感染症の感染拡大を考慮し、オンラインによる打ち合わせを中心に各回の目的やゴールを定め、着実に事業が進むよう設計した。また支援内容によって、より専門的な知見による幅広い支援を実現するため、事務局が選定した準専門家による支援を実施した地域もあり、地域の状況に合わせて深みのある支援を行ったことで地域の課題解決に向けてより具体的な提案ができた。

城泊の専門家派遣を実施する中では、自治体の協力を得ることが必要不可欠であることから、自治体の年間のスケジュール等に合わせて事業を進めることが大切であった。今年度どこまで事業を進めるのか、来年度以降に向けてどこまで進めなければならないのかなど、城泊事業におけるゴールから逆算して今後の具体的なアクションを明確にすることで、関係者の具体的な道筋を示すことが重要であった。

寺泊では次年度以降のアクションを事業計画にまとめ、一部の地域では社寺や周辺地域を巻き込んだ展開を検討することはできた。一方で富裕層向けのコンテンツ作りを目指す地域が少なかったことやノウハウの検討・蓄積が不十分であったことなどにより、政策の当初の目標である富裕層向けのコンテンツ開発検討には至らなかった。

また城泊・寺泊どちらも共通して、熱意ある担当者と決定権者の正しい理解醸成が大切であった。取組意欲はあるが実現までの課題が具体的に把握できていない段階の地域では、現状整理及び課題の特定に時間がかかり、事業を大きく進めることができなかった。事業初期段階の十分な検討がその後の事業展開に影響を及ぼすため、関係者の特定及び意向確認などできる限り早急に対応することが望ましく、これらの整理を意識させる取組が必要である。

第1章 事業全体の概要

1.1 背景・目的

平成28年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」において訪日外国人旅行者数及び旅行消費額等2020年までの目標数値及び、目標達成に向けた改革の一つとして我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設や文化財を観光資源として活用することが謳われた。政府は同28年より「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」を立ち上げ、古民家を始めとした歴史的資源を観光資源として再生・活用する取組を官民連携で推進している。

そして「観光ビジョン実現プログラム2019」において、地域に点在する城や寺といった歴史的資源を活用し「本物の体験」を提供しうる新しい体験型コンテンツについて積極的に支援し、先行事例を作り上げ、横展開する方針が示された。

また「令和3年度版観光白書」においても、城泊や寺泊をはじめ、地域の創意工夫による新たな宿泊コンテンツの開発を進めるため、城や社寺を日本ならではの文化が体験できる宿泊施設として活用することを目的に、専門家によるアドバイス、宿泊コンテンツ造成の支援等を行う方針が示されている。

しかし、日本全国に城と寺は点在するものの、活用事例は一部の城や寺にとどまっており、全国的な取組に至っていないのが現状である。その理由として何点か想定される課題がある。

- ①地域における城や社寺は、資料館などの利用を通じて広く公共施設として認識されてきたため、城泊・寺泊などの新しい利活用に対しては、所有者、関係者及び地域住民を含めた地域全体の理解促進や機運醸成が必要である。
- ②城泊・寺泊は先行する「歴史的資源を活用した観光まちづくり」の取組と同様に、まちづくり・地域づくりとしての観点、文化財の保全を前提とした民間活用（官民連携）の観点や持続性を前提とした収益の担保（税金の活用を前提とした保存ではなく民間の経済活動による歴史的資源の保存）などを検討することが重要であるが、その前段階として自治体等の所管団体において関連する法制度の課題整理が必要である。

このような背景を前提とし、本会は「城泊・寺泊」の取組を全国に展開することを目的に、既に城泊・寺泊に取り組んでいる専門家・自治体関係者による課題把握・アドバイスなど、城泊・寺泊という新たな利活用に向けた課題を整理・解決する初動支援を行う事務局として「城泊・寺泊による歴史的資源の活用専門家派遣事業」を提案した結果、観光庁より本事業の事務局に採択された。

1.2 事業の内容

本事業では、地域への初動支援を行う事務局として専門家の派遣業務のほか、城泊・寺泊の知名度向上に資する業務、また、城泊・寺泊が持続可能な地域のコンテンツとなるための取組を支援する様々な業務を行い、城や寺などの歴史的資源を活用した体験型宿泊コンテンツの取組の全国的な展開を図ることが求められる。

本事業に含まれる主な活動は以下の通りである。活動の詳細は第2章以降に示す。

①城泊・寺泊の取組の周知

城泊・寺泊の取組の周知と専門家派遣にエントリーする地域の掘り起しを目的にランディングページを運営し、城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナーを実施する。また、観光庁 note「歴史的資源を活用した観光まちづくり」にて、城泊・寺泊及びセミナーの概要や先進地域の事例紹介を継続的に発信する。

②支援地域の選定及び支援地域、専門家との支援内容の調整

既に城泊・寺泊に取り組んでいる専門家による課題把握・アドバイスなど、城泊・寺泊という新たな利活用に向けた課題の整理・解決を目的とした専門家派遣を行うため、支援地域の選定及び支援内容の調整を行う。

③専門家の派遣による支援の実施

エントリー内容を検討し、各地域の課題に合わせ、専門家の現地派遣や WEB ミーティングなどで助言支援を行う。専門家派遣による支援の終了後、支援の効果を検証するため、フォローアップ調査を実施し、城泊・寺泊を推進するためのナレッジを取りまとめる。

また本事業は取組2年目に当たり、昨年度から取組内容の改善や新規取組の追加を行った。詳細は第2章にて記載する。

表 新規・改善した取組

項目	内容
①取組における前提条件の周知・確認	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年度の事業より明らかとなった事業推進における重要な点である①新しく地域ビジネスに取り組むという意思決定②地域住民や組織内部における理解醸成・合意形成③関連する法制度の確認、の3点について、セミナーや note 記事などで周知する。 ・エントリー時点で上記3点を確認（もしくは認識）していることを支援地域選定の際に確認する。
②質の高いきめ細やかな支援の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・エントリー前に地域の目指す姿（ゴール）をイメージさせることを目的に、先進事例の紹介や昨年度支援地域の紹介をセミナーや note 記事などで実施する。 ・専門家派遣において、必要に応じて先進地視察を実施する。 ・支援地域の細かいニーズに対応するため、専門家4名の他に各分野に精通する有識者を「準専門家」として独自に選定し、幅広くかつ深い支援体制を構築する。
③城泊・寺泊に興味関心の高い地域への専門家派遣の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・取組に関心の高い地域を掘り起こし、確実な事業化を推進するために、動画コンテンツを活用した選考を行う。 ・応募に迷っている潜在層の掘り起こしを目的に、相談窓口を設けてフォローアップを行う。

1.3 事業実施体制及びスケジュール

本事業を効果的・効率的に実施するために、以下の実施体制を整えて、活動スケジュールを計画した。

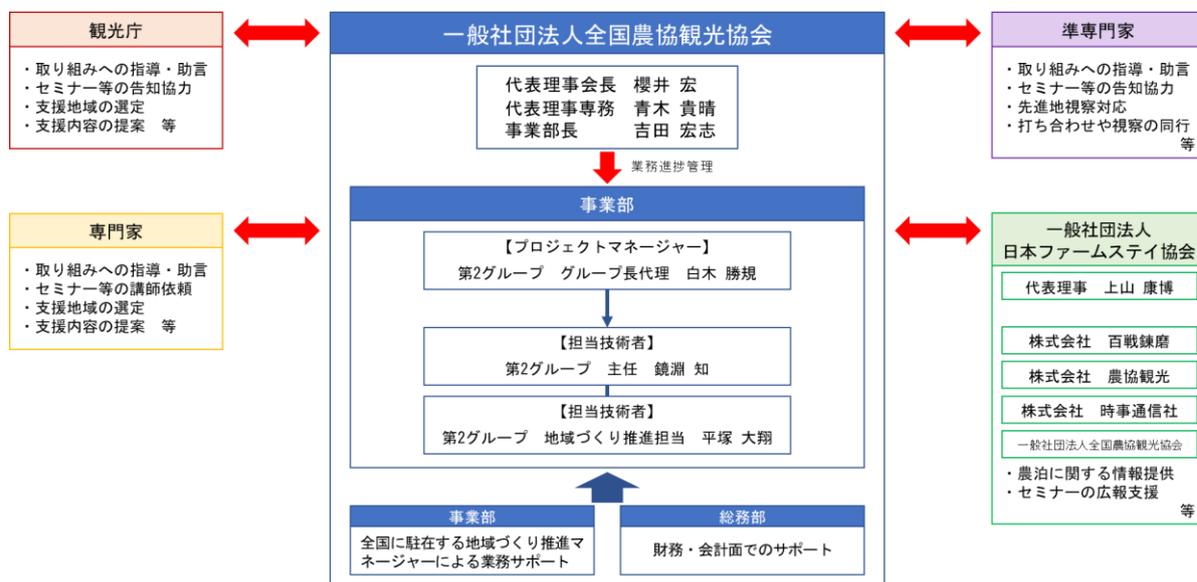


図 事業実施体制図

取組内容	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
(1) 広報・PR											
①セミナー											
③LPの改修											
④メディアの掲載											
(2) エントリー～選定											
①エントリー期間											
②事前ヒアリング											
③選定案の作成											
④選定会議											
⑤選定地域の決定											
(3) 専門家派遣の実施											
①初回打ち合わせ											
②専門家による支援											
③取りまとめ											
(4) フォローアップ調査											
(5) 成果物作成											

図 活動スケジュール

1.4 専門家について

専門家については、城泊・寺泊に既に取り組む民間事業者の内、歴史的資源を活用した観光まちづくりの観点など専門的知見を有した方を観光庁が選定した。選定した専門家は以下の4名である。専門家には各地域への初動支援の他、取組の周知を目的としたセミナーに講師として登壇頂いた。

○城泊

氏名	役職	城泊取組地域
上山康博氏	株式会社百戦錬磨 代表取締役社長	平戸城（長崎県平戸市）
他力野淳氏	バリューマネジメント株式会社 代表取締役	大洲城（愛媛県大洲市）

○寺泊

氏名	役職	寺泊取組地域
佐藤真衣氏	株式会社シェアウィング 代表取締役社長	高山善光寺（岐阜県高山市） 他
和栗隆史氏	一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長	三井寺（滋賀県大津市） 他

また、各地域の支援をより細やかに行うため、事務局が独自選定した以下の準専門家から適宜助言を受けながら支援を行った。

○城泊

氏名	役職
村中元氏	一般社団法人キタ・マネジメント 事務局次長
鞍掛齊也氏	株式会社狼煙 代表取締役
笹岡周平氏	株式会社ワサビ 代表取締役
池上順一氏	バリューマネジメント株式会社 店舗統括部 ゼネラルマネージャー

○共通

氏名	役職
小野田峻氏	小野田高砂法律事務所 代表弁護士

第2章 城泊・寺泊の取組の周知

2.1 城泊・寺泊ランディングページの改修

城泊・寺泊の取組の周知、「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の開催告知及び参加登録、城泊・寺泊専門家派遣のエントリーを目的として、昨年度開設した専用のランディングページ（WEB サイト）を今年度対応の状態にアップデートした。

ランディングページのサイトマップ、及び各ページの説明は以下の通り。「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の参加申込み、及び城泊・寺泊専門家派遣のエントリーは WEB から出来るように設定した。また、城泊・寺泊の概要やセミナーで伝えきれない先進地の情報については、観光庁 note「歴史的資源を活用した観光まちづくり」にて情報発信を行い、それら記事にランディングページから直接アクセスできるようにした（記事の詳細については、次項に示す）。また、利便性を考慮し、スマートフォンからのアクセスも考えたページデザインとした。

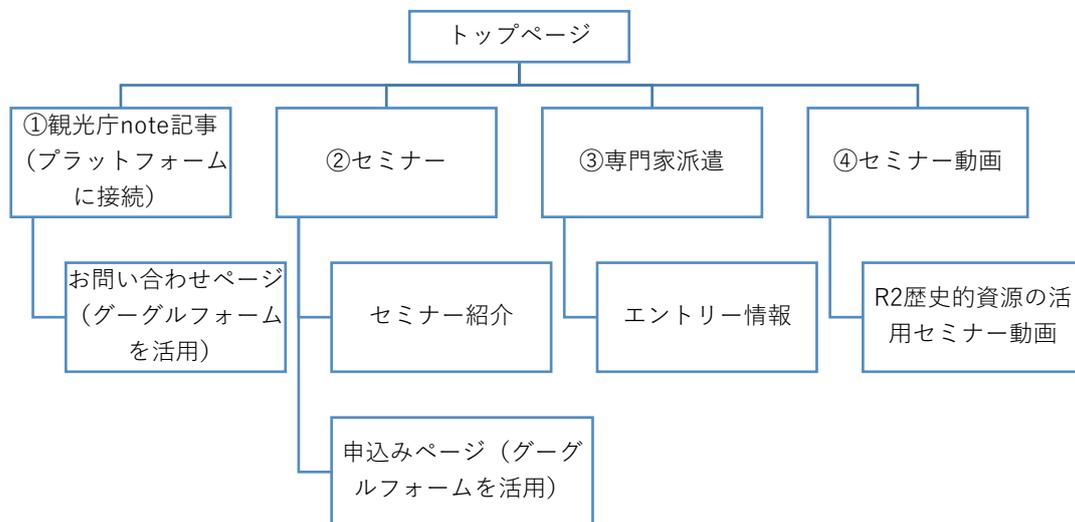


図 ランディングページのサイトマップ

表 ランディングページの内容

ページ	内容
①観光庁 note 記事	<ul style="list-style-type: none"> ・城泊・寺泊及び専門家派遣の概要、先進的取組事例の紹介など（詳細は事項に示す） ・城泊・寺泊、セミナーや専門家派遣などについてのお問い合わせ窓口を設置（Googleフォームを活用）
②セミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」の概要 ・参加申込みページのリンク（Googleフォームを活用）
③専門家派遣	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家派遣の概要 ・エントリー方法の紹介、及びエントリー関連資料のダウンロード
④セミナー動画	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度開催「歴史的資源の活用セミナー」のアーカイブ動画4本及び関連資料（城泊トークセッション①②、寺泊トークセッション①②、観光庁施策説明（資料）、事務局説明（資料）

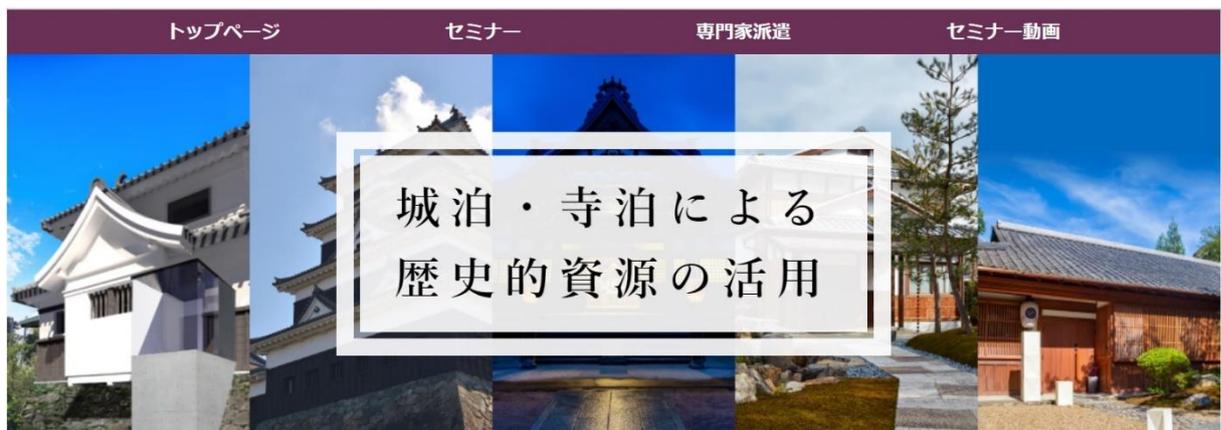


図 ランディングページのトップページ

<https://shirohaku-terahaku.com/>

2.2 観光庁 note「歴史的資源を活用した観光まちづくり」への寄稿

城泊・寺泊の認知度向上及び専門家派遣エントリー促進を目的として、観光庁 note「歴史的資源を活用した観光まちづくり」に記事を9本寄稿した。城泊先進事例の紹介記事は、日本全国の城に精通し、城郭ライターとして活躍されている萩原さちこ氏に記事の執筆を依頼し、各記事のターゲット読者に合わせた内容とした。記事概要は下記の通り。

表 note 記事の内容

タイトル (投稿日)	内容
①【観光庁】城泊・寺泊に取り組む地域募集。無料で?! 専門家があなたの地域に向き合います。(2021年7月26日)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家派遣事業の趣旨 ・支援内容・昨年度の支援具体例 ・オンラインセミナー及びエントリー概要
②観る文化財から「体験できる文化財」へ! 【主催:観光庁】城泊・寺泊セミナー@8/5・8/6(2021年8月3日)	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー概要・参加方法 ・各セミナー登壇者説明 ・セミナーの参加のメリット ・昨年度セミナーアーカイブ動画紹介

<p>③天守を貸し切りに！夢の城主体験「大洲城キャッスルステイ」の魅力～歴史・文化・食を堪能できる、日本初の「城泊」とは～ (2021年8月27日)</p>	<p>・大洲キャッスルステイ概要 ・取組の魅力紹介 (①文化的価値を維持した活用②高い満足度につながるストーリー③地元産食材を活かした現代風アレンジ)</p>
<p>④まち並み消滅危機から起死回生の一手。～「城泊」を中心としたまちづくり、成功の秘訣とは～ (2021年9月13日)</p>	<p>・一般社団法人キタ・マネジメント村中事務局次長にインタビュー (①取組の経緯②事業コンセプト)</p>
<p>⑤「城泊」からはじめるサステナブルな地域づくり～「大洲城キャッスルステイ」取材後記～ (2021年9月14日)</p>	<p>・取材の感想 (①城泊の意義②城泊の可能性)</p>
<p>⑥日本初！常設宿泊施設「平戸城 CASTLE STAY 懐柔櫓」とは～絶景を独り占めして、ラグジュアリーな城主体験を～ (2021年9月28日)</p>	<p>・平戸城 CASTLE STAY 概要 ・取組の魅力紹介 (①海に面する絶景を最大限活用②平戸の伝統・文化を集約③平戸島が紡いできた歴史と文化を五感で体感)</p>
<p>⑦常設宿泊施設「平戸 CASTLE STAY 懐柔櫓」の挑戦～「城泊」から広がる地域振興の可能性～ (2021年9月29日)</p>	<p>・株式会社狼煙鞍掛代表取締役役にインタビュー (①取組の経緯②今後の課題と可能性)</p>
<p>⑧天守がなくても開拓できる「城泊」と体験型観光コンテンツ～「平戸 CASTLE STAY 懐柔櫓」取材後記～ (2021年10月1日)</p>	<p>・取材の感想 (①地域における城の価値②地域ならではの個性とコンテンツ)</p>
<p>⑨仏教のとらわれ過ぎない寺泊の挑戦～京都府綾部市 正暦寺～ (2022年3月17日)</p>	<p>・正暦寺における寺泊概要 ・専門家派遣エントリーまでの背景と支援の成果 ・今後の展望</p>

2.3 城等の歴史的資源における保存と活用に関する意識調査

(1) 実施概要

城泊専門家派遣のエントリー促進を行う前段階として、全国の自治体を対象に、城等の歴史的資源の保存・活用に関する実態把握を目的とした調査を実施した。アンケートでは、自治体の所管する城等の関連文化財、それらの保存・活用方針、保存・活用に当たって直面している課題及び活用に関する検討の進捗などの回答を求めた。また、本調査は総務省の一斉文書システムを使用し、6月15日から7月9日まで行った。

(2) 調査票の作成

「城等の歴史的資源の保存と活用に関する意識調査」として、観光庁より各市町村にお送りしたアンケート内容は下記の通り。

表 調査票の質問一覧

問い	内容
問 1	ご回答頂いた自治体、担当部署をお聞かせください。
問 2	貴市町村に現存する城等の歴史的資源にはどのようなものがあるかお聞かせください。 ※城等の歴史的資源とは、天守や櫓、石垣などの城郭に存在する建築物や遺構、城下町に残る古民家など、城郭周辺に現存する歴史的資源（文化財指定を問わない）を指します。 (自由記述)
問 3	貴市町村における「城郭内」の歴史的資源（天守・櫓・城郭等）について、保存と活用の方針について、下記選択肢より、該当するもの全てをお選びください。 (選択回答) 選択肢 A：保全の観点に則り、拝観等の公開を行っている。 選択肢 B：保全を前提とした活用を考えている。 選択肢 C：既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。 選択肢 D：該当なし。

問 4 「城郭内」の歴史的資源（天守・櫓・城郭等）の手段として、次のような活用を実施することについて検討の進捗をご教示ください。最も当てはまるもの1つに「○」をつけてください。

（選択回答）

選択肢 1：既に取り組んでいる

選択肢 2：具体的に検討している

選択肢 3：興味がある

選択肢 4：興味がない

①観光客等に向けた有料での公開

②カフェやレストランとしての活用

③宿泊施設としての活用

④MICE としての活用

問 5 貴市町村における「城郭外・城下町」の歴史的資源（古民家・武家屋敷・蔵等）について、保存と活用の方針について、下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

（選択回答）

選択肢 A：保全の観点に則り、拝観等の公開を行っている。

選択肢 B：保全を前提とした活用を考えている。

選択肢 C：既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。

選択肢 D：該当なし。

問 6 「城郭外・城下町」の歴史的資源（古民家・武家屋敷・蔵等）の手段として、次のような活用を実施することについて検討の進捗をご教示ください。最も当てはまるもの1つに「○」をつけてください。

（選択回答）

選択肢 1：既に取り組んでいる

選択肢 2：具体的に検討している

選択肢 3：興味がある

選択肢 4：興味がない

①観光客等に向けた有料での公開

②カフェやレストランとしての活用

③宿泊施設としての活用

④MICE としての活用

問7 貴市町村における城等の歴史的資源について、保存と活用に当たり、直面している課題や今後改善していきたい点を下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

(選択回答)

選択肢A：税金保全の限界

選択肢B：法整備の課題（建築基準法・文化財保護法・旅館業法・都市計画法・景観法・消防法等）

選択肢C：運営主体の未特定

選択肢D：観光地域づくり法人（DMO）の不在・体制不足

選択肢E：地域住民や関係者の活用への理解

選択肢F：ファイナンス・資金調達方法

選択肢G：自治体所有ではない

選択肢H：その他

問8 城等の歴史的資源の保存と活用について、国に期待することがございましたらご自由にお聞かせください。

(自由記述)

城等の歴史的資源の保存と活用に関する意識調査

国土交通省 観光庁
観光地域振興部 観光資源課

観光庁では、平成28年に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき、2030年の訪日外国人旅行者数6,000万人の誘客、旅行消費額15兆円という目標達成に向けて取り組みを進めているところです。

城や社寺、古民家等、歴史的資源の保存と活用を推進し、ユニークな体験型宿泊コンテンツ（城泊・寺泊・古民家泊）を整備することで、観光滞在消費額の向上・地方誘客の促進を図る取組を進めています。

歴史的資源を活用した観光まちづくりを全国的に展開する一環として、城等の歴史的資源の保存と活用について、自治体の皆様から抱える課題意識等を把握し、今後の観光庁の政策及び、事業に生かしていきたいと考えており、本アンケートを実施いたします。

お忙しい中恐れ入りますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力頂きますようお願いいたします。

問1 ご回答頂いた自治体、担当部署をお聞かせください。

自治体名	
担当部署	

問2 貴市町村に現存する城等の歴史的資源にはどのようなものがあるかお聞かせください。
※城等の歴史的資源とは、天守や櫓、石垣などの城郭に存在する建造物や遺構、城下町に残る古民家など、城郭の周辺に現存する歴史的資源(文化財指定を問わない)を指します。
例)〇〇城の天守・白祈櫓・城下町の古民家10棟等

問3 貴市町村における「城郭内」の歴史的資源(天守・櫓・城郭等)について、保存と活用の方針について、下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

A) 保全の観点に拘り、拝観等の公開を行っている。
B) 保全を前提とした活用を考えている。
C) 既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。
D) 該当なし

問4 「城郭内」の歴史的資源(天守・櫓・城郭等)の手段として、次のような活用を実施することについて検討の進捗をご教示ください。最も当てはまるもの1つに「○」をつけてください。

	既に 取り組んでいる	具体的に 検討している	興味がある	興味がない
観光客等に向けた有料での公開	1	2	3	4
カフェやレストランとしての活用	1	2	3	4
宿泊施設としての活用	1	2	3	4
MICEとしての活用	1	2	3	4

問5 貴市町村における「城郭外・城下町」の歴史的資源(古民家・武家屋敷・蔵等)について、保存と活用の方針について、下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

A) 保全の観点に拘り、拝観等の公開を行っている。
B) 保全を前提とした活用を考えている。
C) 既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。
D) 該当なし

問6 貴市町村における城等の歴史的資源について、保存と活用に当たり、直面している課題や今後改善していきたい点を下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

A) 税金保全の限界 B) 法整備の課題(建築基準法・文化財保護法・旅館業法・都市計画法・景観法・消防法等) C) 運営主体の未特定 D) 観光地域づくり法人(DMO)の不在・体制不足 E) 地域住民や関係者の活用への理解 F) ファイナンス・資金調達方法 G) 自治体所有ではない H) その他

問7 城等の歴史的資源の保存と活用について、国に期待することがございましたらご自由にお聞かせください。

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

観光客等に向けた有料での公開	1	2	3	4
カフェやレストランとしての活用	1	2	3	4
宿泊施設としての活用	1	2	3	4
MICEとしての活用	1	2	3	4

問4 貴市町村における「城郭外・城下町」の歴史的資源(古民家・武家屋敷・蔵等)について、保存と活用の方針について、下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

A) 保全の観点に拘り、拝観等の公開を行っている。
B) 保全を前提とした活用を考えている。
C) 既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。
D) 該当なし

問5 「城郭外・城下町」の歴史的資源(古民家・武家屋敷・蔵等)の手段として、次のような活用を実施することについて検討の進捗をご教示ください。最も当てはまるもの1つに「○」をつけてください。

	既に 取り組んでいる	具体的に 検討している	興味がある	興味がない
観光客等に向けた有料での公開	1	2	3	4
カフェやレストランとしての活用	1	2	3	4
宿泊施設としての活用	1	2	3	4
MICEとしての活用	1	2	3	4

問6 貴市町村における城等の歴史的資源について、保存と活用に当たり、直面している課題や今後改善していきたい点を下記選択肢より、該当するもの全てお選びください。

A) 税金保全の限界 B) 法整備の課題(建築基準法・文化財保護法・旅館業法・都市計画法・景観法・消防法等) C) 運営主体の未特定 D) 観光地域づくり法人(DMO)の不在・体制不足 E) 地域住民や関係者の活用への理解 F) ファイナンス・資金調達方法 G) 自治体所有ではない H) その他

問7 城等の歴史的資源の保存と活用について、国に期待することがございましたらご自由にお聞かせください。

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

図 アンケート回答票

(3) 調査後のフォローアップ

アンケートでは1742の市町村を対象に調査を行い、29の回答があった。この中から、城・城跡を有し、城郭内外の歴史的資源の活用を検討している、もしくは興味があると回答した5つの自治体へ電話でヒアリングを行い、城泊に対する理解促進のため、オンラインセミナーの参加を促した。その結果、1件のセミナー申込促進に成功した。アンケート結果は下記の通り。

問3：城郭内における歴史的資源の保存と活用について

保全を大前提として拝観等の公開を行っている自治体は10%程度であり、今後活用を考えている地域を含めても、活用に向きな地域は回答数の3分の1程度に留まった。また、今回回答のあった自治体では、指定管理や業務委託等による民間運営が行われていないことがわかる。これらことから、多くの自治体で城等歴史的資源の活用の機運があまり高まっていないことが考えられる。

選択式	回答数	割合
A：保全の観点に則り、拝観等の公開を行っている。	4	13.7%
B：保全を前提とした活用を考えている。	7	24.1%
C：既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。	0	0%
D：該当なし。	0	0%

問4：城郭内における歴史的資源の活用に関する検討の進捗について

城郭内の歴史的資源について、多くの自治体で活用を検討していないことが各項目の数値に現れた。観光客等に向けた有料での公開に関しては、既に取り組んでいる地域が30%程度確認できたものの、宿泊施設としての活用に対しては、今回回答のあった全ての自治体で前向きな回答を得られなかった。特に城泊は、現状であり事例がなく一定の成果を上げているものの全国的な取組には発展していないため、城郭のある自治体において、取組の認知があまりされていないことが想定される。そのため、城泊の取り組む意義や利点などに関して、今後も継続的に発信していく必要があると考える。

項目①観光客等に向けた有料での公開（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	9	31%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	2	6.8%
4：興味がない	16	55.1%
項目②カフェやレストランとしての活用（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	1	3.4%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	0	0%
4：興味がない	26	89.6%

項目③宿泊施設としての活用（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	0	0%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	0	0%
4：興味がない	29	0%

項目④MICEとしての活用（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	2	6.8%
2：具体的に検討している	1	3.4%
3：興味がある	0	0%
4：興味がない	25	86.2%

問5：城郭外・城下町における歴史的資源の保存と活用の方針について

城郭内における歴史的資源の活用と比較すると、既に公開等活用を行っている地域や活用を検討している地域が明らかに多いことがわかった。しかし、城郭外の歴史的資源における活用として、拝観等の公開が最も多く、消費単価の高い活用はあまり検討されていないことが考えられる。

選択式	回答数	割合
A：保全の観点に則り、拝観等の公開を行っている。	6	20.6%
B：保全を前提とした活用を考えている。	5	17.2%
C：既に指定管理・民間委託等を利用し、法人や団体が運営・活用を行っている。	2	6.8%
D：該当なし。	16	55.1%

問6：城郭外・城下町における歴史的資源の活用に関する検討の進捗について

興味がないという回答が全ての項目で過半数を上回る結果となった。これは歴史的資源を活用するという選択肢自体があまり議論の俎上に上がっていないため、活用手段に関して興味がないという回答が多くなったと考えられる。そのため、前項でも触れたように歴史的資源を活用する意義を継続的に発信することが重要である。

項目①観光客等に向けた有料での公開（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	5	17.2%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	3	10.3%
4：興味がない	17	58.6%

項目②カフェやレストランとしての活用（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	3	10.3%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	1	3.4%
4：興味がない	21	72.4%

項目③宿泊施設としての活用（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	2	10.3%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	0	0%
4：興味がない	24	82.7%
項目④MICEとしての活用（選択式）	回答数	割合
1：既に取り組んでいる	2	6.8%
2：具体的に検討している	0	0%
3：興味がある	1	3.4%
4：興味がない	24	82.7%

問7：市町村における城等歴史的資源の保存と活用に関する課題

自治体所有でない（31%）や法制度の課題（27.5%）、ファイナンス・資金調達方法（20.6%）などが回答の上位となった。地域として歴史的資源を活用した観光まちづくりに取り組んでいく際には、自治体所有でない物件に対しても受け皿となる組織が必要であるため、自治体が地域の歴史的資源を残していくための体制づくりに参画していくことの大切さを発信し、理解醸成に取り組むことが重要である。

選択式	回答数	割合
A：税金保全の限界	4	13.7%
B：法整備の課題（建築基準法・文化財保護法・旅館業法・都市計画法・ 景観法・消防法等）	8	27.5%
C：運営主体の未特定	4	13.7%
D：観光地域づくり法人（DMO）の不在・体制不足	3	10.3%
E：地域住民や関係者の活用への理解	5	17.2%
F：ファイナンス・資金調達方法	6	20.6%
G：自治体所有ではない	9	31%
H：その他	13	65.5%

2.4 城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナーの開催

(1) 開催概要

城泊・寺泊の周知、及び専門家派遣事業のエントリー地域の掘り起こしを目的に、「城泊・寺泊による歴史的資源の活用セミナー」を実施した。開催概要は下記の通り。

表 歴史的資源の活用セミナー概要

項目	内容
目的	・本事業におけるエントリー地域を掘り起こす。
参加対象者	実施主体の活動範囲に城や社寺があり、「城泊・寺泊」として活用を検討している、又は意欲がある事業者等 ・地方公共団体・民間事業者（宿坊経営者、社寺関係者含む） ・観光地域づくり法人（DMO） ・その他民間団体
実施形態	Youtube 配信によるオンラインセミナー（事前申し込み制）
城泊編	大阪城 西の丸庭園 大阪迎賓館（大阪府大阪市中央区大阪城2）
日時	令和3年8月5日（木） ①10：30～12：00 ②13：30～15：00
申込者数	①201名 ②241名
講演者	城泊① （ファシリテーター 萩原さちこ氏） 10：30～10：40 城泊・寺泊等歴史的資源の活用について（録画） 観光庁 観光資源課 課長 星明彦氏 10：40～11：50 城泊の取組トークセッション 株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博氏 岸和田市 市長 永野耕平氏 岸和田市 魅力創造部 観光課 観光振興担当長 高橋宏和氏 11：50～12：00 専門家派遣について 一般社団法人全国農協観光協会（事務局） 城泊② （ファシリテーター 萩原さちこ氏） 13：30～13：40 城泊・寺泊等歴史的資源の活用について（録画） 観光庁 観光資源課 課長 星明彦氏 13：50～14：50 城泊の取組トークセッション バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳氏 白杵市 副市長 田村和弘氏 白杵市 都市デザイン課 総括課長代理 広瀬隆氏 白杵のんき屋 副理事長 齋藤行雄氏

14：50～15：00 専門家派遣について
 一般社団法人全国農協観光協会（事務局）

寺泊編	日蓮宗 松流派 正伝寺（東京都港区芝1丁目12-12）
日時	令和3年8月6日（金） ①10：30～12：00 ②13：30～15：00
申込者数	①226名 ②191名
講演者	寺泊① （ファシリテーター 一般社団法人全国農協観光協会 白木勝規） 10：30～10：40 城泊・寺泊等歴史的資源の活用について（録画） 観光庁 観光資源課 課長 星明彦氏 10：40～11：50 寺泊の取組トークセッション 一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏 黄檗宗 眞福山 宝林寺 新堂 海野峻宏氏 11：50～12：00 専門家派遣について 一般社団法人全国農協観光協会（事務局） 寺泊② （ファシリテーター 一般社団法人全国農協観光協会 白木勝規） 13：30～13：40 城泊・寺泊等歴史的資源の活用について（録画） 観光庁 観光資源課 課長 星明彦氏 13：40～14：50 寺泊の取組トークセッション 株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣氏 高野山 眞言宗 正暦寺 住職 玉川弘信氏 14：50～15：00 専門家派遣について 一般社団法人全国農協観光協会（事務局）

（2）観光庁との事前協議

上記セミナーに先立ち、セミナー開催イメージのすり合わせと、今後の進め方を確認することを目的として、観光庁観光資源課と打合せを行った。協議事項は下記の通り。

表 観光庁との事前協議事項の概要

開催目的	本事業専門家と昨年度城泊・寺泊専門家派遣事業の支援を受けて事業が進み始めた支援地域が討論することで、来場者に対して城泊・寺泊の実施イメージ及び専門家による支援イメージをお伝えし、取り組む際のポイントを理解いただくことで、専門家派遣のエントリー地域を掘り起こす。
開催方法	YouTube を活用したオンラインによる開催とする。
開催回数	城泊・寺泊各2回
開催地	城及び寺において活用が進んでいる施設
開催時期	令和3年8月上旬

対象者	自身の活動範囲に城郭や寺があり、体験型宿泊コンテンツとして活用を検討している、もしくは意欲がある方。新しい体験型宿泊コンテンツに興味がある方。地方自治体、観光地域づくり法人（DMO）、旅行会社、宿坊経営者、寺社関係者、その他民間団体など。※一般の方も含む。
構成	<p>3つのパートに分けた構成とする。</p> <p>①城泊・寺泊等歴史的資源の活用について 観光庁より城泊・寺泊の施策説明を頂き、城泊・寺泊の意義をお伝えする。</p> <p>②城泊・寺泊トークセッション 専門家・昨年度専門家派遣事業にて支援を受けた地域の関係者に登壇頂き、専門家による支援内容やその成果、今後の展望等を紹介頂く。</p> <p>③専門家派遣について 事務局より、専門家派遣の事業概要やエントリー方法、エントリーのポイント等を説明し、専門家派遣のエントリーを促す</p>
トークセッションのテーマ	<p>昨年度の城泊・寺泊専門家派遣事業による支援内容を中心に紹介し、これからエントリーしようとする地域に対して、気づきの提供や意欲を喚起させる。</p> <p>①専門家派遣にエントリーした経緯 【支援地域】 城泊・寺泊専門家派遣のエントリーを決めたきっかけ・動機、地域における改善したい課題 【専門家】 支援地域の第一印象（良い点、課題）、支援方針とその理由、エントリーの際に確認頂きたいポイント（事前に知りたかったこと）</p> <p>②支援内容 【支援地域】 支援の過程で考えたこと・変わってきたこと （地域内部の意識・取組など） 【専門家】 具体的な支援内容、支援の過程で感じたこと・考えたこと</p> <p>③結果及び今後の展望 【支援地域】 支援を受けた結果（取組方針や事業計画の内容）、現在の進捗状況 【専門家】 支援を通して地域の良かったポイント・今後の課題、地域に今後期待すること、専門家派遣において支援が成功するポイント</p>

④まとめ

【支援地域】

今年度エントリーを考えている地域へのメッセージ

【専門家】

今年度エントリー地域に期待すること

登壇者	専門家派遣事業専門家、及び昨年度専門家派遣事業にて支援を受けた地域
	城泊① 天守を活用する「城泊」について
	株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博氏
	岸和田市 市長 永野耕平氏
	岸和田市 魅力創造部 観光課 観光振興担当長 高橋宏和氏
	城泊② 城郭内の武家屋敷と城下町に広がる歴史的資源を活用した「城泊」について
	バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳氏
	白杵市 副市長 田村和弘氏
	白杵市 都市デザイン課 総括課長代理 広瀬隆氏
	白杵のんき屋 副理事長 齋藤行雄氏
	寺泊① 「寺泊」を始めるために必要なこと
	一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏
	黄檗宗 眞福山 宝林寺 新堂 海野峻宏氏
	寺泊② 地域の特性を活かした「寺泊」について
	一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史氏
	高野山 真言宗 正暦寺 住職 玉川弘信氏

(3) セミナー開催の告知

前述のランディングページにセミナーの告知ページを作成し、開催概要の周知とグーグルフォームによる参加申し込みの受け付けを行った。

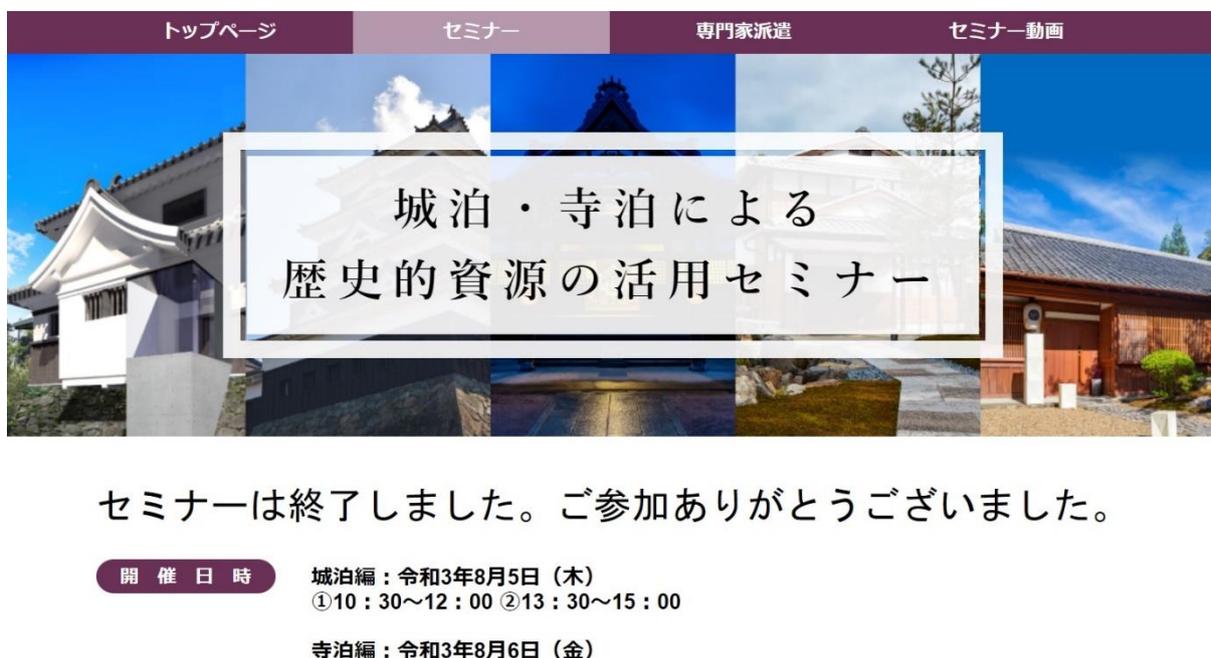


図 セミナーの告知ページ

併せて、本セミナーへの参加告知では、上記ランディングページでの告知や本会から e-mail による関連する団体・企業への参加呼びかけ、関連メディアへの広告出稿などに以下の協力を得ながら広く周知を図った。本セミナーの告知に関する詳細は、以下の通り。

- ・観光庁・各地方運輸局：観光庁 HP 内での告知、自治体や DMO 地域への告知
- ・農林水産省・各地方農政局：農泊取組地域や自治体への告知
- ・文化庁、総務省：関連自治体への告知
- ・日本ファームステイ協会：メールマガジンによる関連団体・企業、農泊取組地域への告知
- ・城等の歴史的資源の保存と活用に関する意識調査回答地域への告知
- ・その他関連するメディアへの記事・広告出稿
- ・プレスリリース

(4) セミナー開催の準備

① アンケートフォームの作成

更なる城泊・寺泊の推進に向けた課題を明らかにすることを目的として、本セミナーでは来場者に対するアンケート調査を実施することを決め、観光庁との協議を経て、アンケートフォームを作成した。

オンラインセミナーのため、アンケートはグーグルフォームにて作成した。案内のメールにアンケートの URL を添付することに併せて、セミナー当日は QR コードを案内し、手軽にアンケートを回答出来るようにした。(アンケートの詳細については巻末資料参照)

図 城泊セミナーアンケートページ

②資料の準備

本セミナーで準備した資料は下記の表の通りである。セミナー当日は配信システムの画面共有機能を使い資料を用いながら進行した

表 配布資料一覧

資料名	作成者・特記事項
セミナーの案内	・事務局
城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業	・観光庁（施策情報説明資料）
講演資料	・講演者（発表用プレゼンテーション資料）
城泊・寺泊専門家派遣について	・事務局（専門家派遣事業説明資料）

③配信システムの準備

本セミナーはYouTubeのライブ配信機能を基本として、登壇者が配信会場まで集合できない回においては、Zoomを併用して実施した。当日の視聴URLは、事前に申し込みいただいた方のメールアドレスに案内することで対応した。

オンライン配信するに当たり、安定したセミナー視聴を提供するため、配信業者に機材のセットや撮影を一部委託し、セミナー前後の案内や資料の切り替えなどは事務局が対応した。

また、セミナー当日は参加できないが視聴したいという声が多かったため、セミナー実施後に配信した映像をYouTubeにて限定公開し、参加申込者に限定する形で内容を公開した。

(5) トークセッションの内容

本セミナーでは下表の通り、11名（城泊①3名、城泊②4名、寺泊①2名、寺泊②2名）の専門家・昨年度専門家派遣支援地域関係者にトークセッションに登壇して頂いた。以下、トークセッション（城泊編：8月5日 寺泊編：8月6日）での議論の概要を記載する。

表 トークセッション登壇者一覧

講演者（敬称略）	会場
①株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博	城泊①
②岸和田市 市長 永野耕平	城泊①
③岸和田市 魅力創造部 観光課 観光振興担当長 高橋宏和	城泊①
④バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳	城泊②
⑤白杵市 副市長 田村和弘	城泊②
⑥白杵市 都市デザイン課 総括課長代理 広瀬隆	城泊②
⑦白杵のんき屋 副理事長 齋藤行雄	城泊②
⑧一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史	寺泊①
⑨黄檗宗 眞福山 宝林寺 新堂 海野峻宏	寺泊①
⑩株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣	寺泊②
⑪高野山 眞言宗 正暦寺 住職 玉川弘信	寺泊②

①株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 上山康博

KLab 株式会社取締役事業本部長を経て2007年、楽天トラベル執行役員に就任。数々の先進事業を開発、新規サービスの立ち上げに従事したのち、楽天トラベルを退職。2012年株式会社百戦錬磨を設立し、同社代表取締役社長に就任。ICTを活用した需要創造型の新たな旅行サービスを切り開く。観光庁観光産業政策検討会委員等を歴任し、合法的民泊を推進している事業者として、自民党の観光立国調査会、内閣官房の規制制度改革分科会等の各種会議に参加。現在は日本ファームステイ協会 代表理事、住宅宿泊協会 代表理事、歴史的資源を活用した専門家会議 構成員に就任。

- ・城泊の意義：今までお城は主に税金や資料館としての運営のみで賄ってきたが、それが財政的に厳しくなってきた。そのため、地域固有のハード資産である城を中心に地域の歴史文化を伝える体験（ソフト）と組み合わせて、新たな価値観で伝えようとするのが城泊の取組である。その結果として、関係人口や交流人口の増加やシビックプライドの醸成、地域経済の活性化につながる。
- ・取組のポイント：ほとんどのお城は行政が所有しているため、行政が主体となって動いていかない限りは事業が前に進まない。そのため、首長が城泊など歴史的資源の活用を図ることについて決断することが大切である。それにより、庁内における法制度の整理などが始まり、それら課題に対する解決手段の検討を進めることができる。

- ・支援のポイント：城泊と言っても天守を宿泊施設化することだけが城泊という訳ではなく、城をテーマに地域の歴史文化を体験してもらうコンテンツが城泊であるとお伝えした。その上、この取組は城郭内だけでなく、城下町も含めてフィールドになることを示した。それらを理解した上で、優先順位を定めて魅力的な取組とするため、まずは城下町における空き家を活用した取組の実現を目指し、地域住民にこうした取組を理解してもらえようなセミナー開催などの準備を行うこととした。
- ・面的な観光まちづくり：地域の歴史文化に合わせた姿を目指して地域全体をデザインする。地域の暮らしを体験する観光コンテンツにより、滞在型観光を促進する。それを求めて地域に人が訪れるようになり、地域住民の誇りにもなる。
- ・今後の課題・期待すること：昨年度の専門家派遣事業内で作成した3カ年計画をベースに準備を進めてほしい。推進していくためには行政だけでなく、地域や地域外の民間をどう巻き込むかが大事になるため、うまく連携できる方法を模索してほしい。城泊による利益は地域内に落ちる仕組み作りを検討していくべきと考える。
- ・今年度エントリーを考えている地域に期待すること：城泊は日本を象徴する取組になり得る。地域のシンボルでもある城を活用する方法を共に検討していきたい。

②岸和田市 市長 永野耕平

1978年4月25日生まれ。2004年に関西学院大学法学部政治学科を卒業後、2008年より児童養護施設岸和田学園の副園長を務める。2009年何回福祉専門学校福祉士養成通信課程卒業、2012年大阪健康ほいく専門学校精神保健福祉養成通信課程卒業。2015年大阪市立大阪大学院経営学研究科(MBA)前期博士課程修了。2015年の大阪府議会議員選挙に立候補し初当選。2018年2月に岸和田市長選にて初当選し、市長に就任し現職。観光分野においては、岸和田城をはじめとした地域資源を活用した賑わいづくりに取り組んでいる。

- ・城泊に取り組もうと思ったきっかけ：岸和田市はだんじり祭りが有名で、日本遺産に認定された葛城修験や世界一甘い桃など農産物、大阪府全体で漁獲量が7~8割を占める海産物など他にも魅力が多くあるもののあまり知られていない。また人口減少の時代を迎えており、交通インフラの維持や空き家の増加などの課題が加速している。そのため、それらの課題解決に向けて岸和田城及びその城下町にある歴史的資源を活用して何かできないかと考えていたところで城泊を知った。
- ・具体的な支援内容：専門家によるアドバイスによって、岸和田城における観光分野での可能性に気づかされた。岸和田の人間として地域に魅力はあると思っていたが、観光における魅力については自信がなかったため、専門家からの意見によって取組に対する意欲が高まった。
- ・今後の展望：令和4年度の市制100周年記念イベントの一つとして、城泊及び城下町泊の実証実験を行う予定。イベントを実施していく中で地域住民の理解を得ていきたい。

③岸和田市 魅力創造部 観光課 観光振興担当長 高橋宏和

- ・エントリーのきっかけ・動機：市長を含め様々な方面から岸和田城の更なる活用について意見をもらっていた。しかし、具体的な取組や目指す姿などのイメージは湧いていなかった。そんな中で専門家派遣事業を知り、活用方法のアイデアや進め方の部分について具体的なアドバイスをもらいたいと思ったため、エントリーした。
- ・具体的な支援内容：専門家から城泊の進め方について道筋のアドバイスをもらったことで、取組が明確になり具体的な検討を進めることができた。また、岸和田城でのグランピングや水回りの仮施設など城泊実現に向けて様々なアイデアをもらったことで、城の活用方法や周辺の古民家との連携など、広い視点で事業を考えることができた。
- ・今後の展望：3カ年の計画として、段階的に事業を推進していく。今年度は二の丸広場を活用したグランピングによる宿泊体験、来年度は城泊にまつわるイベント開催する。その後も、継続的に城泊定着に向けた仕組み作りに取り組む予定である。

④バリューマネジメント株式会社 代表取締役 他力野淳

2005年バリューマネジメント株式会社設立、代表取締役に就任。文化財など伝統的建造物、行政の遊休施設の修復運用や、ホテルや旅館、結婚式場などの施設再生を行う。「施設再生から地域を活性化に繋げ、日本独自の文化を紡ぐ」がテーマ。グローバル起業家団体EO OSAKA (Entrepreneurs Organization) 元会長。地域づくり活動支援組織地域資産活用協議会 (Opera) 副会長。婚礼業界活性化組織 次世代ブライダル協議会代表理事、一般社団法人インバウンドベンチャー会会長。内閣官房観光戦略実行推進室 歴史的資源を活用した観光まちづくりユニットメンバー。

- ・城下町を活用する意義：城下町にはそれぞれ異なる歴史文化がある。そこにクローズアップした体験型コンテンツを旅行者に提供することで、旅行者の地域に対する深い理解醸成が促される。地域住民にとっては外からの注目によって、魅力を再認識し、誇りにつながる。
- ・歴史的資源の民間による活用：税金でお城など歴史的資源は保全されてきた。しかし、民間が保全を前提として有効活用をすることで、更に人々が来訪するきっかけを作ることができる。また、歴史的資源のマネタイズにより、持続的に歴史的資源を残していくことに貢献できる。
- ・支援のポイント：城下町の町並みの整備は既に取組が進んでおり、歴史的資源を活用した観光まちづくりにおいて次のフェーズに進むかどうかの段階であった。地域の行政や民間が共に取組に意欲的だったため、投資と回収が確実に進むような事業性の整理を中心に支援した。また、民間だけでは事業が進まないため、官民連携による事業スキームの組成に関して整理するアドバイスをした。

- ・ 今年度エントリーを考えている地域に期待すること：城泊は歴史的資源を活用した観光まちづくりであるため、一過性で終わらない取組にしなければならない。来訪者の滞在時間が延びることで地域内における消費額の増加や深い理解の促進につながる。歴史的資源の価値や安全を担保して活用していくことは、このように様々な利点が存在するため、他地域においても城泊の推進を前向きに検討してほしい。城泊は国内外の人々に向けて、地域のアイコンとなり得る可能性を秘めた取組である。

⑤白杵市 副市長 田村和弘

白杵市職員を経て平成 25 年 4 月より白杵市副市長に就任、現在 3 期目となる。職員時代は、企画、都市計画、地域情報化推進等の業務に携わり、現在の白杵市の基盤づくりを進めた。平成 18 年 4 月からは市長室長、福祉保健部長、議会事務局長を歴任。副市長になってからは、市長のサポートに努めながら、市の顔となる城下町景観の保全、街中の活性化に注力。プライベートでも、時間を見つけては市内の町並みを“散策”&“探索”。

- ・ 歴史的資源に対する考え：城下町には武家屋敷や寺町、商家の町並みが今も生活の中で息づいており、城下町で受け継がれてきた文化と共にこれらを守ってきたことは市民の誇りである。白杵市の総合計画では、「日本の心が息づくまち」を掲げ、昔からある失ってはならないものを育て未来につなぐまちを目指していて観光客にはこれら本物の文化体験を提供したい。
- ・ 観光分野における課題：これまでは白杵石仏などを目的とした団体旅行の受け入れが中心であったが、個人旅行へのトレンドの変化により、これまでの取組だけでは経済効果が小さいという課題が浮き彫りとなった。そのため、これからのトレンドに合わせた体制及び環境整備が急務となっている。
- ・ 歴史的資源の維持：稲葉家下屋敷など公共施設として歴史的資源を持っていても、年間で 9000 人程度のみ入館者数に留まっていた。維持管理料は日々かかっているため、有効な活用方法を模索していく必要があった。そのため城泊として、地域に残っている歴史的資源と食文化などを組み合わせ、地域を訪れ、滞在する環境を整備することで、来訪者や観光消費額の増加を目指していくこととした。
- ・ 今後の展望：城泊の取組と併せて観光分野の体制整備と食文化の発信を同時に進めていく。

⑥白杵市 都市デザイン課 総括課長代理 広瀬隆

- ・ 具体的な支援内容：まずは白杵市において観光まちづくりを基幹産業の一つとして取り組む意思決定をすることが大切という話があった。取り組むに当たっては、持続的な事業とするため、文化財の保全を前提として投資と回収のバランスの取れた事業設計を立てられる事業者と協力することが大切だと説明があった。また、目に見える形として成果を出すことで取組に対する地域の理解が深まるため、スモールスタートでスピード感を持って取組始めるべきというアドバイスももらった。その他、城泊事業の進め方や事業スキームの立て方などに対する助言や市長へ城泊の意義や取組イメージの説明をしてもらった。

⑦白杵のんき屋 副理事長 齋藤行雄

- ・ エントリーのきっかけ・動機：歴史的資源が多く残っているものの、活用に関して行き詰っていた。また、人口減少によって中心地の空洞化が顕著であり、城下町の賑わいが失われていることに危機感があった。そんな中で専門家派遣事業を知り、歴史的資源を活用することによって、これらの課題解決が出来ないかアドバイスをもらおうと思い、エントリーした。
- ・ 支援を受けた効果：白杵市としての方向性を決める際に、城泊実践者である専門家から意見をもらえたことは検討する際にとっても参考になった。
- ・ 事業計画・今後の展望：白杵には天守が残っておらず、城泊は厳しいのではとの声もあったが、移築された建物など多くの歴史的資源が残っていたため、それらの本物の建物を活用することで独自の展開を図ることができると考えている。この取組によって町並みの保全や観光振興だけでなく、伝統的な大工の技術継承や食文化の掘り起こしなど今まで注目されていなかった地域の魅力を発掘していきたい。

⑧一般社団法人全国寺社観光協会 企画室長 和栗隆史

旅・グルメ・情報番組を手がける放送作家・プロデューサーを 30 年、大阪府公立学校長（府立高校校長）を経て現職。雑誌『寺社 Now』の連載「テラハク」にて、近年全国各地で新規開設の動きが見られる宿坊の先進事例を取材する一方で、宿坊のポータルサイト「テラハク」を企画監修。また、大阪府立大学大学院に在籍する社会人ドクター（経済学専攻／観光・地域創造分野）として、古代インド・西域から現代の日本まで宗教施設による宿泊供給の諸相や宿坊経営の実態、宿坊を活用した観光まちづくりなどをおもなテーマに実践的な研究活動を展開している。

- ・ 寺泊にまつわる近年の動向：寺泊は体験型宿泊コンテンツであり、宿坊は宿泊を提供する施設のことである。宿坊は全国で 500 以上あり、そのうち 1 割以上が直近 5 年で開業している。また、新規開業した宿坊の約 30%が過疎地に存在することから、既存の観光地に限定されない取組になっているとわかる。寺泊においては、活用する建物がお堂に限らず、境内の様々な建物や空き寺、廃寺、地域の空き家などを活用するケースが出てきている。これは、寺泊の取組が社寺で完結するものでなく、地域をフィールドにしているためである。
- ・ 取組のポイント：これまでの観光の概念から考えると宝林寺周辺の地域は何もない所だが、魅力的な空間と時間を味わえる環境の存在を伝えることができるよう意識して支援した。また観光地でなくても、寺泊に取組始めることで仲間や地域が連動し、地域全体が動き出すことがある。専門家派遣によって進み始めた寺泊が地域におけるきっかけとなるような地固めを行った。今後、地域全体で何かを始める際の可能性を見出す取組にもなると感じている。

- ・ 事業が進むポイント：地域の協力者含め、当事者の抱く「地域として目指す場所へ向けて取り組んでいく意志」の強さが大切である。地域全体で何か新たな風を吹かせようという気持ちを持っているかどうかは事業の推進に大きな影響を与える。取組への熱意は最初からあるとは限らないが、自治体や DMO、意志のある事業者などが地域の社会的な課題を解決しようと動き出すことで、地域全体にその熱意が広がることは多い。社寺は地域内のネットワークを持っていることも多いため、その中心となるポテンシャルを秘めている。
- ・ 寺泊が成功するポイント：社寺を中心に地域全体で取り組む覚悟が大事だと考える。社寺が寺泊を始めるきっかけとして、社寺の生存戦略の一つとして取組始める例もある。しかし、社寺と地域は相互に影響し合っているため、地域として寺泊に取り組むという視点を持って事業を開始することが成功のカギとなる。
- ・ 今年度エントリーを考えている地域に期待すること：専門家派遣における最終ゴールは事業計画書をまとめることになる。そのためには事業を通して地域の様々な人と関わり、寺泊の実現を検討することになるが、そのプロセス自体が地域にとって価値あるものになる。今後の地域を考えるきっかけになる事業であるため、前向きに検討してほしい。

⑨黄檗宗 眞福山 宝林寺 新堂 海野峻宏

株式会社 GLOCAL マネージャー。大本山萬福寺専門道場にて修行。(株)よりそうにて数百のお寺との関わりを持ち、リアルな現場の声を聞き、「死」から始まる接点ではなく、「生」、いまを生きる方々との接点を増やすためには、古来よりお寺が営んできた宿坊こそカギになるはず！と思い立ち、(株) GLOCAL にて小規模不動産の商用化、ゲストハウスの開業・運営支援を行う。未来の住職塾 NEXT1 期生。自坊で法務を行いつつ事業を行う。

- ・ エントリーのきっかけ：元々社寺を活用した宿泊業には興味があったが、市街化調整区域に該当する地域であることなどから活路を見出せずにいた。しかし、専門家や観光庁の支援を受ける機会があることを知り、活用に向けたきっかけを得ることができると思ったため、エントリーした。
- ・ 具体的な支援内容：支援開始直後に現状の課題や考えを整理した上で支援の方向性を専門家との協議の下、決定した。その後、現地訪問などを経て、社寺や地域の可能性について検討した。また、市街化調整区域に位置するため、旅館業法取得に向けて県との協議を専門家と共に行った。最終的にはそれら協議・確認内容を反映した事業計画を作成した。事業計画を作っていく中で事業の立ち上げにかかる費用感などについても専門家に相談することができた。
- ・ 地域を巻き込む過程：支援地域として採択決定後、役場に足を運び、担当者と協議を重ねた。話をしていく中で役場として抱えていた課題と寺泊の展望の方向性が合致していることに気づき、連携して取り組んでいくこととなった。また、宿泊業を行う上で行政担当者に確認・相談することは事業を進めていく際に大きな後押しとなる。

- ・ 今後の展望：取組始めた段階から地域に応援してもらっているため、期待に応えられるようにまずは開業を目指したい。社寺が地域の窓口となって、地域内外の人々が交わるきっかけとなり、良いサイクルを生み出していきたい。社寺だけが潤うのではなく、地域全体を活性化できる取組にしたい。
- ・ 今年度エントリーを考えている地域にメッセージ：取り組む上で専門用語など様々なハードルはあるが、専門家からのアドバイスなどによりそれらは乗り越えられる。まずはトライしてみることに意義があると思う。寺泊という体験型宿泊コンテンツを提供することは、社寺に滞在する時間が延びることにもつながり、社寺の魅力を伝える機会の創造にもなる。宝林寺においては、社寺や宗派、地域の魅力を体感してもらえるコンテンツを作っていきたい。

⑩株式会社シェアウィング 代表取締役社長 佐藤真衣

埼玉県浦和市生まれ。早稲田大学スポーツ科学科卒業。学生時代にインターンシップでベンチャースピリッツに触れ将来の独立を決意。独立系ベンチャーキャピタルウィルキャピタルマネジメント株式会社にてライフスタイル分野の投資先発掘、投資育成を担当。担当投資先のアロマ空間演出メーカーに転職。2006年26歳にてスパプランニング会社、有限会社ホットマーク創業。14年で120か所以上の岩盤浴、ホットヨガ施設を企画、施工。2016年に長年縁ある雲林院奈央子と上田浩司の3人でシェアウィングを共同代表取締役として創業。ホットでほっとできる、わくわくする場づくりが趣味でもあり、ライフワーク。

- ・ ウェルネス産業の可能性：現在、日本だけでなく世界的にウェルネスツーリズム及びスピリチュアルツーリズムの関心が高まってきており、寺泊はこのどちらの分野にも属している。単なる観光目的のみならず、継続的に心身を整える機会にもなり得るコンテンツであり、成長が期待される。
- ・ 支援のポイント：既に社寺で取組始めているものの社寺の魅力が十分に伝わっていないと感じたため、消費者目線による運営及び情報発信について重点を置いて支援した。また、持続的な経営をテーマにビジョンや目的の整理に取り組むこととした。情報発信については、オンラインでどのように魅力を伝えるかが重要になるため、ホームページの運用に関してアドバイスをした。
- ・ 寺泊における全国的な課題：取組において、自分たちで完結させようと思える範囲のみで取り組む社寺が多いため、ビジネスとして具体的なビジョンを持っていないケースが散見される。事業に取り組む際には、一定の投資と労力は必要であるため、その覚悟や計画等を持つマインドセットが必要である。また宿泊業においては稼働率が大切であるが、社寺の行事などにより自分たちだけでは対応できず、休業日としてしまうケースがよくある。社寺や地域の魅力を伝えるという夢があって取り組んでいるのであれば、外の力を借りて営業日数を確保するなど事業を大きくしていく考えを持ってほしい。

- ・ 具体的な支援内容：社寺の強みや弱みを話し合いながら、今後の戦略を検討していった。取り組む目的・夢から逆算して、社寺や地域の持つ魅力をどのように引き出せばその実現に近づくのか、オンラインによる情報発信や運営体制など弱点の部分はどのように解決するのかなどを専門家の知見も参考に協議した。その結果、ターゲット顧客を絞り、特化させたブランディングに取り組んでいくことを決め、具体的な戦略を模索した。
- ・ 今年度エントリーを考えている地域に期待すること：自分たちにとっての成功や目的を明確にして取組を検討してほしい。寺泊の取組においては社会貢献も一つの観点になると思うが、社寺による小さな一歩から地域課題解決のきっかけとなる可能性を秘めている。

⑪高野山 真言宗 那智山正暦寺 住職 玉川弘信

高野山真言宗那智山正暦寺 20 世住職。1970 年生まれ。高野山大学社会学部卒業。20 代前半は飲食業経営を志向するも、25 才僧侶になるべく修行。28 才で正暦寺副住職に就任。まちづくり団体に所属しつつ、寺内では檀信徒の居場所づくり、御詠歌教室・独居高齢者を主な対象とした食事会等の常設のコミュニティー活動の他、住職が企画添乗員を担当する各種旅行・3 世 100 人が楽しむ BBQ 大会・境内にリングを架設するプロレス等のイベント実施、宿坊や御朱印などの広義広域の布教・運営の新展開を模索している。

- ・ エントリーのきっかけ：建物や未指定文化財を継続的に残していくためには多額の維持費が必要であり、それを確保するため寺泊として社寺を活用できないかと考え、エントリーした。また、社寺として人々に広く開かれた存在であるため取組を決意した。
- ・ 寺泊の夢：海外から訪日観光の目的地になることを目標にしている。正暦寺における体験や出会いを目的として日本を訪れてくれたらうれしい。また、来訪者に良い体験を提供し続け、期待に応えられるコンテンツを築き上げたい。
- ・ 地域の力を借りること：従来は社寺の掃除などでしか協力をいただいていたが、着物の着付けやその他の体験など地域一体でおもてなしを行うことになった。それにより、運営チームの組成や地元の食材提供など地域ならではの寺泊を作り上げられている。こうした機会がリアルな地域を体感してもらう機会を宿泊者に提供できるだけでなく、地域住民にとっても生きがいの一つになっている。周りを巻き込んでいくことによって、地域全体で正暦寺の寺泊を盛り上げていく機運が醸成されている。
- ・ 今後の展望：PR や体験コンテンツの充実にも取り組んでいきたい。また、農泊の取組などと連携して地域全体の活性化に取り組んでいく。また、持続的な取組にするため事業の拡大や体制整備について、総合的に検討していきたい。

(6) アンケート結果

ここではセミナー参加者のアンケート結果を示す。各回の回答者数と回答率は下記の通りである。オンライン配信のためか、回答率が低い結果となった。アンケート協力の周知を強化する必要があると考えられる。

会場	回答者数	回答率
城泊編	36	14.9%
寺泊編	8	3.5%

①回答者の属性

参加者の所属団体の上位3つを見ると、地方自治体（25%）、旅行会社（22.7%）、観光まちづくり法人（15.9%）という結果であった。セミナーの主な対象としていた事業に直接かかわる自治体や観光まちづくり法人を中心にご参加いただくことができたものの、寺社関係者の参加はアンケートからは確認できなかった。

項目	城泊編	寺泊編	合計
所属団体			
観光まちづくり法人（DMO）	5	2	7（15.9%）
地方自治体	9	2	11（25%）
中央官庁（出先機関も含む）	1	0	1（2.2%）
観光協会	4	2	6（13.6%）
まちづくり組織（農泊協議会など）	1	0	1（2.2%）
寺社関係者（寺社経営者、宿坊経営者、関連団体）	0	0	0（0%）
教育機関	0	0	0（0%）
金融機関	0	0	0（0%）
旅行会社（関連団体）	8	2	10（22.7%）
その他民間団体	5	0	5（11.3%）
個人	3	0	3（6.8%）

②セミナー開催を知ったきっかけ

主なセミナー開催に関する情報源は、半数が観光庁のホームページであった。その他、上位には所属団体内での案内（22.7%）や観光庁のニュースリリース（11.3%）、行政からの案内（11.3%）などという回答があったため、観光庁ホームページにおける案内だけでなく、様々な組織やメディアの協力を得て多角的に情報発信することが結果につながったと考えられる。

項目	城泊編	寺泊編	合計
観光庁のホームページ	18	3	21 (47.7%)
城泊・寺泊のホームページ	0	0	0 (0%)
観光庁のニュースリリース	3	2	5 (11.3%)
観光庁 note 「歴史的資源を活用した観光まちづくり」	0	0	0 (0%)
日本ファームステイ協会のメールマガジン	0	0	0 (0%)
Facebook, Twitter などの SNS	0	0	0 (0%)
友人・知人	2	0	2 (4.5%)
行政からの案内	5	0	5 (11.3%)
所属団体内での案内	7	3	10 (22.7%)
中外日報・文化時報などの新聞メディア	0	0	0 (0%)
寺社 NOW・お寺のじかんなどの Web メディア	0	0	0 (0%)
その他	1	0	1 (2.2%)

③セミナーの感想

セミナーの感想は、6割～7割程度の方が「城泊・寺泊の意味や観光庁の施策内容が分かった」「城泊・寺泊の国内における先進事例を理解した」と回答した。また、3割程度の人から取り組む意欲が高まったとお声を頂いた。一方で、専門家派遣事業にエントリーする意欲が高まったと答えた人は13.6%に留まっているため、専門家派遣の支援によって取組を推進することができるといったメリットの伝え方を工夫する必要がある。

また具体的に参考になった内容や更に知りたい内容として、城泊では、「“できない”を地域内にあるもので“できる”に変えていく視点が大切である点が参考になった」や「単純に天守での宿泊を目指すものではなく、城下町全体の歴史文化を体験するきっかけであることが分かった」など本セミナーの目的としていた内容が視聴者に伝わっていることが確認できた。

また、具体的な運営方法や開業までのスケジュール、投資と回収の具体的な方針などを知りたいという意見もあったことから、段階別によるセミナー開催などの情報発信を求められていると考えられる。

寺泊では、「境内外の空き家を活用するなど地域を巻き込む必要性」など、寺泊が単なる宿坊の開業ではなく、コミュニティビジネスであるという点をお伝えすることができた。その他、寺泊編においても、具体的な運営方法を知りたいという回答があった。城泊・寺泊どちらも従来の宿泊施設運営に携わっていない事業者がスキームに深く関わる必要があるため、宿泊施設の運営に関する情報発信をしていく必要があると考えられる。

項目	城泊編	寺泊編	合計
城泊・寺泊の意味や観光庁の施策内容が分かった	21	6	27 (61.3%)
城泊・寺泊の国内における先進事例を理解した	28	6	34 (77.2%)
昨年度を取組事例から、 城泊・寺泊に取り組む際のポイントが分かった	9	3	12 (27.2%)
専門家派遣事業の支援内容・効果を理解し、 事業にエントリーする意欲が高まった	5	1	6 (13.6%)
既に城泊・寺泊に取り組んでおり、 更に意欲が高まった	2	0	2 (4.5%)
城泊・寺泊に興味があり、取り組む意欲が高まった	8	4	12 (27.2%)
城泊・寺泊に興味はあるものの、 取り組むには難しいと感じた	0	0	0 (0%)
その他	7	0	7 (15.9%)

④取り組む上での課題

城泊・寺泊に取り組む上での課題として、開業までの必要な資金がない（25%）、地域の合意形成が取れない（18.1%）、取組始めるために何から手を付けていいか分からない（15.9%）、事業を進める中心人物（リーダー）がいない（15.9%）、事業に関わる法規制が分からない（15.9%）などが上位を占めた。これらの課題は、専門家による支援を通して検討及び解決していくことのできるものである。そのため、今回多くの回答のあった課題に対する解決策については、観光庁 note「歴史的資源を活用した観光まちづくり」などを活用して情報を残しておくことで、今後継続的に事業者の疑問に答えられるものになると考える。

項目	城泊編	寺泊編	合計
取組始めるために、 何から手を付けていいか分からない	5	2	7 (15.9%)
地域の合意形成が取れない	6	2	8 (18.1%)
事業を進める中心人物（リーダー）がいない	6	1	7 (15.9%)
組織の立ち上げ方が分からない	2	2	4 (9%)
開業までに必要な資金がない	7	4	11 (25%)
事業に関わる法規制が分からない	5	2	7 (15.9%)
訪日外国人や富裕層の 求めるニーズが分からない	1	2	3 (6.8%)
魅力的な地域資源が分からない	1	0	1 (2.2%)
取り組む予定はない	13	3	16 (36.3%)
その他	10	0	10 (22.7%)

第3章 専門家派遣のエントリー

3.1 エントリーシートの作成

本事業では、専門家派遣を希望する地域を公募し、応募があった地域から選定基準に基づいて選考をした上で支援地域を決定する方式を採用した。

そのフローの最初として、支援を希望する地域にエントリー頂くため、昨年度使用したエントリーシートに改善を施して活用した。作成したエントリーシートを以下に示す。

エントリーシートでは、地域の概況や活用したい城/寺の概要のほか、地域の抱える課題や目指す事業構想（どのような城泊/寺泊を目指すのか）、専門家に相談したい内容、エントリーした動機などの質問項目を設けた。また、昨年度の事業より明らかになった事業を進めていくために大切な4項目（①事業実施推進者②ステークホルダー③法制度④資金調達方法）について、記述欄を追加した。これにより、専門家支援を行う段階でエントリー地域において事業の下地が整った状態を目指した。各項目については、出来るだけ詳しい内容を採点に反映するため、ほとんどの項目を自由記述に設定し、記載頂きたい内容及び評価ポイントを解説した記入例を作成し、ランディングページに掲載した。

記入例 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業 城泊・寺泊専門家派遣 エントリーシート	
<p>■地域の状況、事業構想について 全項目必ずご記入ください</p> <p>① 地域の状況 実践しようとしている地域の現状・課題をご記入ください。</p> <p>地域の現状・課題について、数字の根拠と併せて記載</p>	<p>〇〇市は10年ほど前の市町村合併により出来た市であり、県内でも人口・面積ともに多数の広さを誇ります。市の西部は日本海に面している一方、南東部は山間地域であり、古くから修験道を中心とした山岳信仰の場として栄えました。現在でも門前町には宿坊が残り、歴史的な街並みを形成しています。</p> <p>市の中心部は江戸時代に藩庁であった城があり、城下町として栄えました。現在、城の建物は残っており、城跡は公園として活用されています。</p> <p>また江戸時代に始まった蕎麦・餅産業はその後の市の中心産業として栄え、当時の工場などは産業遺産として今も地域に残っています。</p> <p>歴史的な街並みや建築物が多く残ることから、市は歴史的風致維持向上計画を策定し、国からの認定を受けています。加えて、日本遺産にも認定されています。</p> <p>このように魅力的な観光資源が多い一方で、観光客は減少傾向にあります。また冬は観光客が著しく少なく季節変動が大きいため課題となっています。<u>過半数以上の年代が60代以上</u>の年代が多く、<u>周辺からの来訪者の割合が目立つ</u>などです。訪日外国人や若年層など新たな客層の取り込みや、滞在時間の増加が課題であり、訪日外国人の取り込みと宿泊を織り込んだ体験コンテンツの造成が必要と考えています。</p>
<p>② 活用したい城・寺の詳細 ※関連する資料、写真等がございましたら添付ください。 ※城・社寺との関係性文は、協力体制について具体的に記載ください。</p> <p>活用の推進体制の現状を具体的に記載</p>	<p>活用を検討しているのは以下のエリアです。</p> <p>①修験道の聖地と宿坊群 この地が開山したのは588年といわれており、この地にある山それぞれに神社が立っており、古来より修験道の聖地とされ、江戸時代には日本三大修験山に数えられました。現在でも多くの修験者が修行しています。</p> <p>修験道の聖地として栄えたことに伴って形成された宿坊群には、現在でも30軒程度の宿坊が残っています。それぞれの宿坊で山伏修行体験や精進料理の提供を行っています。</p> <p>②禅寺での宿泊・雑体験 〇〇宗三大祈禱所の一つである禅寺で、平安時代が始まりとされています。龍神の伝承があるため、龍神信仰の寺として航海安全を祈願する海運関係者や大漁を祈願する漁業関係者などから信仰されています。</p> <p>座禅や精進料理などの雑体験を行っています。</p> <p>その他、歴史的風致維持向上計画に認定されている歴史的な街並みも順次活用していきたいと考えています。 地域の課題に含むれた事業構想を記載</p>
<p>③ 事業構想 実践しようとしている事業について、現在のイメージをご記入ください。別資料等がございましたら添付ください。</p> <p>新求するターゲットとターゲットのニーズを具体的に記載</p> <p>活用する物件と活用方法を記載</p> <p>事業で連携するステークホルダーを記載</p> <p>地域資源の画一的な活用の観点(加減) ①二つのバリュー等の活用の観点(加減)</p>	<p>①宿坊群 宿坊群を訪日外国人旅行客向けの宿泊施設に改善して活用したいと考えています。また訪日外国人向けに山伏の修行体験や雑体験などを考えています。</p> <p>②禅寺での宿泊・雑体験 宿泊及び雑体験、作務、折禱、精進膳などの体験を考えています。<u>若い女性向けのストーリーとして、禅寺でのヨガ体験や健康食としての精進料理などを作っていきたい</u>と考えています。精進料理はヴィーガン・ベジタリアンの方向けの料理として提供も可能です。</p> <p>③事業のゴール及び計画 境内の活用していない施設を改善し、精進料理を気軽に食べることのできる食事処、宿泊施設として活用したいと考えています。</p> <p>施設の改善には2,500万円を見込んでおり、<u>国に連携する地方自治体や市と連携して交付金を活用し、3年程度かけて改善する見込みです。</u></p> <p><u>その他にも日本遺産に認定された江戸時代の蕎麦の歴史や餅産業など、歴史的建造物も多く残るため、宿泊や飲食施設として活用を検討しています。</u></p> <p>DMOでは、修験道をはじめとする精神文化や城下町、蕎麦・餅産業のストーリーを重要な観光資源に挙げており、<u>最終的には市に点在する歴史的資源を画一的に活用し、DMOの主力商品の一つにしていきたい</u>と考えています。</p> <p>事業のゴールを記載</p>

図 エントリーシートの記入例

3.2 動画コンテンツについて

エントリーシートの作成と併せて、応募の経緯や取り組む場所、取り組みたいことなどを紹介する動画コンテンツの提出をエントリー地域に求めるため、その仕様を作成した。動画コンテンツの提出を選考するための基準に加えた目的としては、エントリー地域の雰囲気や事業に対する熱量を事前に把握することである。これにより、エントリーシートに書かれている文章だけでは図り切れない意気込みなどを確認することが可能となるため、より感度の高い地域を選定することを目指した。

撮影機材などで印象に差が出ないように配慮するため、スマートフォンによる動画の撮影を求めた。また、エントリー完了までの時間を考慮して、動画は無加工・無編集を基本とした。動画全体で①応募の経緯（専門家派遣にエントリーしたきっかけ・理由）②取り組む場所（活用したい物件や取り組む周辺地域）③取り組みたい内容（城泊・寺泊で実現したいこと）を中心に10分以内にまとめた動画を提出いただいた。

■専門家派遣のエントリー方法と流れ 6

②動画の撮影

今年度はエントリーシートと併せて、**動画の提出が必須**となります。

- ・エントリー地域の実際や雰囲気、エントリーシートでは表現しきれない皆様の想いを把握する目的で提出頂きます
- ・スマートフォンによる動画の撮影
-スマートフォンのご準備がない場合はご相談ください
- ・無編集、複数ファイルの投稿可
- ・動画では「応募の経緯」や「取り組む場所」、「取り組みたい内容」をお聞かせください

【動画に盛り込む内容】
→3点を中心に10分以内にまとめる

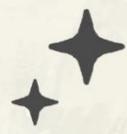
応募の経緯	取り組む場所	取り組みたい内容
		
・専門家派遣にエントリーしたきっかけ →なぜエントリーしたか	・活用したい物件(城・寺・古民家など)や 取り組む地域の周辺 →取り組む地域はどんな様子か	・城泊・寺泊で取り組みたいこと

図 動画コンテンツの撮影条件・内容（セミナー資料より抜粋）

3.3 選定基準の作成

エントリーシート及び動画の内容を採点し、選考するための基準を作成した。審査については、観光庁及び専門家からの意見を頂き、「コンセプトの有効性」「事業に対する熱意」「事業の具体性」という基本的な3つの視点からなる評価項目と、加点要素となる評価項目に分類の上、それぞれに採点基準を設けた。各評価項目及び採点基準は下表の通り。

表 エントリーシート・動画の採点基準

評価項目		
基本的評価項目：下記3つの視点から評価 →評価項目ごとに5点満点で採点し、評価係数を乗じたものを基本点とする。		
エントリーシート		
基本的な視点	評価項目（着眼点）	評価係数
1	コンセプトの有効性 ・地域の状況について、数字の根拠を伴う記載されていること。 ・地域の抱える課題に対する解決策（事業構想）が合致していること。 ・地域の観光資源の特色を踏まえた事業構想が示されていること。 ・事業構想に面的な活用（物件の複数活用、もしくは地域の観光資源と組み合わせた事業構想）の観点が含まれていること。	1.0
2	事業に対する熱意 ・城泊・寺泊に取り組むべき理由（動機）が明確に記載されていること。 ・事業実施の結果、地域の観光まちづくりにおける目標（ゴール）が記載されていること。	2.0
3	事業の具体性 ・訴求するターゲットが具体的に記載されていること。 ・活用する物件が特定されており、活用方法が具体的に記載されていること。 ・事業の実施に向けて連携すべきステークホルダーが特定されていること。 ・相談内容が明確に記載されていること。	1.0
加点項目：エントリーシートに記載があった場合、右の点数を加点する		
加点項目	点数	
観光地域づくり法人（DMO）が申請主体である、もしくは事業における連携が想定されている	5点	
地域の関連団体が連携した城泊・寺泊の活用の推進体制が検討されている	3点	
訪日外国人旅行者（富裕層を含む）をターゲットとした事業構想となっている（対象とする層が根拠とともに明確に示されている）	5点	

事業を推進するにあたって中核となる人材の特定がされている、もしくは人材育成の仕組みの考慮がされている	5点
事業構想にユニークベニュー等（文化財、重要伝統的建造物保存地区、歴史的風致維持向上計画認定地域、農泊地域等）の活用の観点が含まれている	1点
事業構想に数字の伴う事業計画が含まれている	1点

エントリー動画

基本的な視点	評価項目（着眼点）	評価係数
1 事業に対する熱意	<ul style="list-style-type: none"> ・取り組むべき理由（動機）が明確に示されている。 ・取組の目標や進捗、悩みが明確に示されている。 	2.0
2 実施個所	<ul style="list-style-type: none"> ・取組の実施場所について明確に撮影されている。 ・取組みたい内容が明確に示されている。 	1.0
3 話し方	<ul style="list-style-type: none"> ・話す内容がコンパクトにまとまっている。 ・結論が明確に示されている。 	1.0
3 デジタルリテラシー	<ul style="list-style-type: none"> ・動画ファイルが適切に送信出来ている。 ・適切な音量で動画を作成出来ている。 	1.0

評価点について

エントリーシートの基本点と加点項目の点数（80点満点）及びエントリー動画の点数（50点満点）を合計して評価点とする。

3.4 エントリーの告知・営業活動

エントリーシート、エントリーシート記入例、及びエントリーの注意項目・ポイントを、先述のランディングページ及び観光庁のホームページにて掲載し、エントリーの周知を図った。併せて城泊・寺泊セミナーにおいても、事務局より事業概要と併せてエントリー方法とエントリーシートのポイントについて説明を行った。

また、セミナー参加者には、後日メール及び電話にてエントリーを促した。城泊・寺泊に興味を持っているが、エントリーを決断するに至っていない地域に対しては、抱えている悩みや課題のヒアリングを行い、専門家派遣でサポートできる範囲について、丁寧に説明した。その中で、エントリー及び取組の推進を地域が決断する際、城泊であれば決定権限を持つ所管部署の管理職、寺泊であれば住職が事業の趣旨を理解していることが重要であることが明らかとなった。特に自治体においては、担当者レベルでは本事業で開催した「歴史的資源の活用セミナー」を視聴済みであっても、管理職が未視聴であることも多く、首長を含めた決裁者に対する城泊・寺泊の理解醸成が大切であると考えられる。

① 「城泊・寺泊による歴史的資源の活用」のホームページ及び観光庁のホームページより **エントリーシート** をダウンロードいただき、必要な事項を記入してください。
 ・応募の経緯や取り組む場所、取り組みたいことを **動画** で撮影してください。
 ・上記2点を準備し、専用の応募フォームからお送りください。
エントリー締め切り: ~8/20 17:00 必着

② より詳しいお話を伺うため、エントリー締め切り後に **面談** を実施します。

③ お送りいただいたエントリーシートと動画、面談の結果を基に支援地域を選定します。

④ 選定した地域の方には、頂いたメールアドレス宛に選定の旨と派遣内容、スケジュール等の調整をご連絡いたします。

⑤ 調整内容、スケジュールに基づいて派遣開始となります(9月~2月終了予定)

図 エントリー及び専門家派遣の流れの説明資料（セミナー資料より抜粋）

3.5 支援地域の選定

支援地域の選定に際しては、前項の選定基準のほか、エントリー内容についてのヒアリングを観光庁同席のもと実施した。これはエントリー頂いた方との面談を通じ、エントリーの経緯や事業への熱意などエントリーシートには書かれていないが事業の立ち上げに不可欠な要素を聞き取ることで、本事業に適した地域を選定する精度を高める（専門家派遣を実施することで事業の立ち上がりを促進させる可能性が高い地域を選定する）目的で実施した。ヒアリングは全て Zoom を使ったオンラインミーティングで実施した。実施概要は下表の通り。

表 地域選定のためのヒアリング概要

事前ヒアリング実施概要	
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域選定の正確性向上 ・ エントリーシートでは読み取れない地域の熱量の把握
内容	事業を推進する上で重要な3点を中心にエントリーシートの深掘りを行う ①事業推進主体者（事業推進主体者の特定具合、合意形成の取れ具合） ②ステークホルダー（物件の所有者・管理者への事前相談の有無や温度感、市長や檀家総代など組織の代表者への意向確認や温度感、関係する部署への意向確認や合意形成、地域団体や地域住民への合意形成有無や温度感） ③法制度（活用予定物件及び区域の文化財指定状況、市街化調整区域の指定状況、旅館業法申請の確認、その他関連する法制度の確認） ④エントリーシートの深掘り（課題と解決すべき点・支援すべきポイント）
出席者	エントリー頂いた方、観光庁、事務局

3.6 支援地域、専門家との調整

エントリーシート of 採点及び事前ヒアリングの内容を一覧表に取りまとめ、城泊・寺泊それぞれの専門家と打ち合わせを通じて、選定地域及び選定に関する考え方などの意見を伺った。その内容を踏まえ、観光庁との協議の結果、城泊4件、寺泊9件、合計13件を採択した。

支援地域が決定した後、早期の事業実施を目指し各地域及び専門家との初回の打ち合わせを設定した。初回の打ち合わせはヒアリングと同様 Zoom を使ったオンラインミーティングで行い、事務局進行のもと、解決すべき課題の洗い出しや専門家派遣の目的のすり合わせ、今後のアクション（現地視察日程の調整やそれまでに準備することなど）について確認した。採択結果及び初回打ち合わせの概要は下表の通り。

表 初回打ち合わせ実施概要及び採択結果概要

初回打ち合わせ実施概要			
目的	エントリー頂いた地域の状況や相談内容を共有する。その上で課題の洗い出し・整理を行い、専門家派遣の中で解決するテーマ及び支援の方針を決める		
内容	①事務局より事業内容、目的について説明 ②エントリー頂いた方より相談内容について説明 ③専門家からの意見、及び意見交換 ④まとめ、今後のアクションについて		
出席者	エントリー頂いた方、専門家、観光庁、事務局		
採択結果概要			
城泊			
応募団体名（地域名）	担当専門家	対象物件	初回打ち合わせ日時
（一社）丸亀市観光協会 （香川県丸亀市）	他力野淳氏	丸亀城	10月21日 11時30分
BiosophyArchives,LLC （宮崎県綾町）	上山康博氏	綾城	11月1日 16時
（公社）津山市観光協会 （岡山県津山市）	他力野淳氏	津山城	10月21日 9時
恵那市役所 （岐阜県恵那市）	上山康博氏	岩村城	10月19日 17時
寺泊			
（一社）丸岡城天守を国宝にする市民の会 （福井県坂井市）	和栗隆史氏	妙光寺	10月18日 16時
大泰寺 （和歌山県那智勝浦町）	佐藤真衣氏	楞嚴寺	10月19日 10時30分

宝寿寺 (福岡県豊前市)	佐藤真衣氏	宝寿寺	10月20日 11時
覚円寺 (福岡県上毛町)	佐藤真衣氏	覚円寺	
栗東市役所 (滋賀県栗東市)	和栗隆史氏	金勝寺 廣徳寺	11月5日 10時30分
築田寺 (東京都町田市)	佐藤真衣氏	築田寺	10月21日 14時
大慶寺 (静岡県藤枝市)	佐藤真衣氏	大慶寺	10月25日 10時30分
弘前市役所 (青森県弘前市)	和栗隆史氏	久渡寺 最勝院	10月19日 15時
(株) SAMURAI SQUARE (福岡県福岡市)	和栗隆史氏	周辺の社寺	10月19日 13時30分

第4章 専門家派遣の実施

4.1 事前準備

専門家派遣を開始するにあたり、支援地域に関する情報をまとめた支援カルテを作成した。これはエントリーシートや地域選定の事前ヒアリングなどの情報をまとめ、専門家へ共有する資料として作成した。前章に記載した初回打ち合わせについては、この支援カルテを専門家に共有した上で、エントリーシート及び支援カルテに基づいて実施した。支援カルテの記載内容については下表の通り。

表 支援カルテの記載項目

項目	説明	記入項目
1 地域概要	専門家派遣をするに当たって、地域の概要についてエントリーシートを基に取りまとめ。事業展開における課題や支援方針を立てるために内部環境（活用できる地域資源や強み、特徴）と外部環境（周辺地域の観光の状況）を分析。また、事業を推進する上で大切な①事業推進者及びステークホルダーの特定②関連する法制度の確認について、チェックリストを作成。	エリア住所（地図など） 団体名 団体の活動概要 内部環境 外部環境 物件概要 事前チェックリスト
2 相談内容	エントリーシートに基づき相談内容を整理。また相談者側でイメージしている事業内容（将来像）や城泊・寺泊、及び専門家派遣にエントリーした動機をエントリーシートや事前ヒアリングの内容を基に取りまとめ。	相談内容 事業構想
3 支援方針	地域概要、相談内容に基づいて、城泊・寺泊実施に当たって解決すべき課題（仮説）と対応策、地域の目指すべき姿（城泊・寺泊に取り組んだ結果、どのような地域になるべきか）を整理。その中から、今回の専門家派遣事業で取り組む支援の目標を記載。支援スケジュールや各回のゴールについて、決まり次第記載。	地域の課題と対応策 地域の目指す姿 支援全体のゴール 支援予定日と各回の目標
4 支援内容	各回の支援内容について、議事録を記載。各回の所感や今後の支援内容（ToDo）を整理。	支援内容の議事録 今後の ToDo

4.2 支援地域概要及び結果

本項では各支援地域の概要及び専門家派遣の実施結果の概要を報告する。なお各地域の事業計画書は巻末に掲載する。

城泊

(1) (一社) 丸亀市観光協会

1. エントリー概要	
エントリー主体	(一社) 丸亀市観光協会
対象地域	香川県丸亀市
2. 支援概要	
Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月21日 11時30分 第2回 2021年11月15日 11時30分 第3回 2021年12月23日 10時 第4回 2022年 2月 9日 15時30分
支援方針	・次年度以降の本格的な事業化に向けて、具体的な事業計画及びスケジュールを策定する。
専門家視察	2022年 1月26日
専門家からアドバイスした内容	・行政の仕事は面的な観光まちづくりを支援するプラットフォームづくりであり、運営面は民間が取り組むべき。 ・市として文化財をどのように保存していくのか方針を決めることで活用に向けた細かな仕様を検討していくことができる。 ・持続的な取組とするため、投資と回収のバランスを考慮して、事業の規模などを検討すべき。
準専門家による支援内容	2021年11月 5日 株式会社ワサビ 代表取締役 笹岡周平氏 ・延寿閣の活用に向けた改修費見積作成のため、現地にて図面の作成などを実施した。

3. 専門家からの講評 (他力野氏)

国指定重要文化財の丸亀城は、現存木造12天守の一つであり、大手門を有する国内有数のお城である。昨年度は、城泊等文化財の保存と活用を先行して進めてきた大洲の現地視察を通し、城郭内にある京極家延寿閣の保存と活用の具体的な検討を進めていった。結果、城泊について丸亀市の観光戦略プランに記載され、文化財の保存活用計画の基本構想にも城泊の検討について加えられ、観光まちづくりを契機に滞在型観光へのシフトを行う土台を構築できた。

今年度は、昨年度の取組を活かし、中長期的なゴールを設定し具体的な計画の素案作り、新市長に対しての城泊事業に対するご理解を頂くことがゴールであった。昨年時点で、丸亀市、

観光協会（DMO）、香川県観光協会の理解は得られていたため、今年度は具体的に城泊事業を前に進めるフェーズであり、主に以下の2点のご支援を行った。

一点目として、延寿閣の具体的な活用イメージの作成・アドバイスである。文化財的な価値を損なわないため、文化財的に価値のある場所・変更が可能な場所を明確に分けた上で、顧客の体験価値及び実際の運営面からゾーニングを行い、設計士の方とともに延寿閣の活用イメージを作成した。そのイメージをもとに丸亀市やDMOの皆様と摺合せを行い、耐震調査・改修工事等の今後のスケジュール・必要な投資と回収のバランスについて等、具体的なアドバイスを行った。

二点目として、新市長へのご説明及び理解醸成である。当方からは、観光庁様とともに、丸亀市が城泊に取り組む意義や効果、具体的な活用方法・スケジュールに関して、ご説明させていただいた。具体的には、丸亀市が海と共に発展してきたストーリーを伝えるきっかけとして「城泊」を位置づけた。そのストーリーの体験こそが、丸亀市に訪れる理由・目的となり、体験を通じ国内外の旅行者は、地域に対する深い理解につながる。城泊を契機に、地域を面的に整備することで、滞在時間の延長、雇用の創出及び経済効果が生まれることにつながる。市長からは、市長が考えるまちづくりとも合致する部分も多く、取組に対して非常に前向きなコメントをいただき、城から市内・港から塩飽諸島にかけてを繋ぎたいという構想もご示唆いただいた。

今後の展望としては、観光庁が出されている令和3年度補正予算にチャレンジされ、令和6年度の延寿閣の城泊開業に向けた計画を進めるとのことだが、観光まちづくりを推進するにあたり官民連携を中心に、地域の金融機関や県も参画いただきながら、役割を分担し取組を進めていくことが望ましい。そして、城泊を中核にした面的な取組として、中津万象園や塩飽諸島における重要伝統的建造物群保存地区、多度津町の歴史的資源の活用を行い、観光まちづくりが推進されることを期待する。

(2) BiosophyArchives, LLC

1. エントリー概要

エントリー主体	BiosophyArchives, LLC
対象地域	宮崎県綾町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年11月 1日 16時 第2回 2021年12月 8日 14時
支援方針	・取組を推進していくための現状整理と活用計画の検討を行う。
専門家視察	2021年12月20日
専門家からアドバイスした内容	・事業の構想が広範囲に広がってしまっているため、何から取り組むべきか優先順位を検討すべき。 ・役場と連携して、施設管理運営に関する現状とそれに関する手続きを整理すべき。 ・事業の目的に応じた新規組織を組成して、取り組む方法も検討してほしい。
準専門家による支援内容	2021年12月20日 株式会社狼煙 代表取締役 鞍掛齊也氏 ・専門家現地訪問に同行し、平戸城キャスルステイの立ち上げ及び運営の経験を基に綾町の方角性に関する協議に参加した。

3. 専門家からの講評 (上山氏)

昨年度から担当させて頂いている地域であり、地域の民間事業者と町役場の若手職員が連携しながら地域づくりに取り組んでいるのが印象的な地域である。

今年度はより具体的に城を活用した観光まちづくりを検討するため、綾城の指定管理を受けることが出来るよう、町役場も交えた協議の場を設けた。また昨年度から農泊の活用を希望されていたため、準専門家として(株)狼煙の鞍掛氏に協力を頂き、農泊等の補助金採択に向けた事業内容の整理を進めた。鞍掛氏については、今後の支援についても了解を頂いた。また地域 DMO の組成も検討し国の予算を活用しつつ綾町を巻き込んでいく方が現実的であると思われる。

地域全体としては、アドベンチャーツーリズムを構成する要素は数多く、オーガニックに対する取組は世界的評価に値する。しかし、城泊という点においては要件整理が充分ではなく、より具体的な企画実施案が必要である。その検討の為に自治体側の協力が必須であるが、その前提に予算、人材などの協力が必要であると考えます。

城泊に関する、より具体的且つ実現可能な実施計画が必要であり、どの建物をどのようなコンセプトで予算を獲得し、誰がどの様に運営をしていくのか、具体的な城泊事業全体の事業計画が必要である。

綾町は慎重な姿勢であることから、国及び宮崎県を巻き込んだ対策会議を検討したい。その際には地元選出の議員も巻き込んで推進力をつけること検討されると良い。

(3) (公社) 津山市観光協会

1. エントリー概要

エントリー主体	(公社) 津山市観光協会
対象地域	岡山県津山市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月21日 9時 第2回 2022年 1月27日 13時30分 第3回 2022年 2月14日 14時
支援方針	・津山城及び2つの重伝建地区を活用した事業計画の検討を行う。
専門家視察	第1回 2021年11月26日 第2回 2022年 3月 2日
専門家からアドバイスした内容	・城郭内及び重伝建地区の歴史的資源について、相当傷んできており、改修のタイミングを迎えている。保全修理を行ってから活用を検討するのではなく、活用を前提とした改修計画を定めてほしい。保全改修後に、活用のための改修を行うことになると、余計に建物を傷めてしまう恐れがある。 ・市としてのビジョンを定め、そこまでの道のりを逆算して取り組むべきことの優先順位を検討してほしい。
その他の支援内容	2022年 1月11日～12日 ・城泊の実施イメージを持つため、先進地である大洲の視察研修を実施した。
準専門家による支援内容	2022年 3月 2日 バリューマネジメント株式会社 店舗統括部 ゼネラルマネージャー 池上順一氏 ・専門家現地訪問に同行し、来年度以降の事業の進め方などに関する協議に参加した。

3. 専門家からの講評 (他力野氏)

津山市は、美作地方における政治・経済・文化の中心地として栄えた城下町である。現在は、津山城の天守閣は残っていないものの、市のシンボルとして愛される「津山城跡」と城内の歴史的資源（備中櫓・鶴山館）、大名庭園である「衆楽園」、城下町には全国的にも稀有な歴史・背景の違う「城東」「城西」2つの重要な建造物群保存地区等が存在している。

多くの歴史的資源が引き継がれ現存している津山市であるが、観光課題として、岡山県には瀬戸内側に有力な観光地（倉敷等）や周辺には有名温泉地が存在しており、地域の魅力向上及び地域の滞在消費額の向上があげられる。今後は、国内外の高付加価値旅行者から瀬戸内の中で選ばれる地域となるため、魅力的な宿泊施設の整備とともに、面的なまちの整備を行う必要がある。

現地視察時の協議及び助言として、津山市の観光まちづくり計画等の地域ビジョンから逆算して、活用計画を立てる必要があるとお伝えした。もし、地域ビジョンがなく歴史的建造物の保存のみを目的とした改修ののち、観光活用の展開を検討する場合、行政で新たに再改修のための予算を獲得することは困難であることが多い。それでも観光活用を実施する場合、投資ができる民間を探すしかなく、ハードルはかなり高いように思える。そのため、”（歴史的資源

の価値の保存を前提とした) 高付加価値な活用を行うための改修“という視点を持つ必要がある。

また、津山市における町並みの保全と活用や城泊の位置づけに関して、関連部署及び観光協会において、各物件をどこまで活用を許可するのか、又は保存するのか、合意形成を取った上で進めてほしいとお伝えした。民間が活用を図る場合、その自由度によって事業性が決まるため、制限とゆとりのバランスについて見極めが大切である。

そして、二度の市長のご説明の機会をいただき、市長が掲げる博物館都市構想を実現のための「城泊及び歴史的資源を活用した観光まちづくり」推進であり、「城泊」をシンボルに「分散型ホテル」等の面的な整備を収益の出口として、活用を進めることが重要であるとお伝えした。また、津山の城泊事業における可能性と実現性をご説明し、市長からご承認・応援のお言葉を頂いた。

今回の専門家派遣を経て、更なる推進に向けた官民連携での推進体制の構想と次年度の具体的なスケジュール案や活用のアウトラインを描くことができ、市長及び自治体の皆様や観光協会様の合意を得ることができた。次年度以降は、引き続き城郭内の歴史的資源の保存・活用検討を自治体内で進めるとともに、城泊及び観光まちづくりの計画や具体的な改修計画を策定し、必要なステークホルダーとして民間事業者や地域の金融機関の参画を促すことが必要である。また、SAVOR JAPANにて認定された津山の食文化や地域の博物館や資料館の活用を一体的に推進することが望ましい。

(4) 恵那市

1. エントリー概要

エントリー主体	恵那市（観光交流課）
対象地域	岐阜県恵那市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月19日 17時
支援方針	・岩村城・城下町及び周辺地域と連携した面的な歴史的資源の活用計画を作成する。
専門家視察	2021年12月24日
専門家からアドバイスした内容	・今後の旅行のトレンドとして、地域の暮らしを体験する観光が求められる。城下町において、分散型ホテルを展開することで、城下町の保全と活用を実現できると感じる。 ・観光整備を行う上でその基準は欧米的価値観に合わせるべき。欧米的価値観は、観光ヒエラルキーで上位に位置しており、そこで評価を得ることでその他の価値観を持つ旅行者も恵那市を目指す流れを生む。

3. 専門家からの講評（上山氏）

初回の打ち合わせ及び現地訪問を通して、活用できる観光資源は十分あるのだが、具体的な活用方法を認知理解していない印象を受けた。現地の観光に対する熱量も偏在化していて、特に行政サイドは活動しにくそうであった。首長の意向、議会の認識不足、予算不足なども大きく影響していると思われる。また地元観光協会はあるが、地域商社兼地域 DMO である一般社団法人ジバスクラム恵那との関係性が希薄のように感じられた。

また、観光 DX など観光業界では必須となりつつある領域に関しての意識及び取組はほぼ皆無であり、そういったことから DX 推進派と思われる首長の理解が進んでいないように見受けられた。

城址という建造物がほぼ無い地域での城泊の在り方を検証する場であることから、以下の 3 点について検討頂くようにアドバイスをした。

- 1) 城址そのものを活かした城泊の在り方
- 2) 近隣地域（城下町）を活かした滞在の在り方
- 3) 中長期的に改装、新設の可能性を含めた検討

併せて、岩村城の持つ女城主の悲哀の歴史は、地域の特徴がよく表現されているため、恵那市における城泊のコンセプトの一つとして可能性があることを伝えた。

今年度については上記の観点の整理が不十分となったため、来年度以降の更なる検討が望まれる。まずは①市長及び行政機関へのはたらきかけ②新しい取組への予算の確保が必要である。

①市長及び行政機関へのはたらきかけ

→（歴史＋文化）×DX などの取組を提唱するなど、市の施策とも相乗効果を生む様な提案をまとめ、具体的に市長及び行政関係者、DMO への提案を行う。機会を頂戴できるなら城泊

関係者で市長へ表敬訪問を行う。

②新しい取組への予算の確保

→次年度以降の観光庁補助金等支援メニューの提示、もしくはそれらの獲得を前提とした支援が必要である。特に岩村地区の空き家となっている古民家を活用した分散型ホテルとしてアルベルゴ・ディフーズ（AD）の取組の期待があるため、この取組に対する地域住民の理解醸成を目的としたセミナーを開催することも良いと考える。

また来年度以降の取組の方向性として、以下の観点での検討が必要と考えられる。

- 1) 来年度に予定されている山城サミットでは、岩村城の知名度の向上、城泊に取り組むことを印象付けるため、陣を張り軍議を行うような環境を整え、野営を行うなど、今までの城ではなかったコンセプトをメインとしたプロモーションの検討を検討頂きたい。
 - 2) 岩村城の城泊の価値及びストーリーをより高めるため、まち全体を活用して安定的な観光収入を確保するため、先に示したアルベルゴ・ディフーズの検討を進める。例えば2022年6月下旬に来日される予定のアルベルゴ・ディフーズ・インターナショナルのダッラーラ会長の視察研修を受けるなども検討されると良い。
 - 3) 城は本来的に軍事施設であるため、戦争の悲しい部分をクローズアップすることも良い。前述の通り岩村城にはそういった歴史があるため、親和性が高いと考えられる。多面的な視点を持つことが岩村城の個性ではないかと考える。
-

寺泊

(1) (一社) 丸岡城天守を国宝にする市民の会

1. エントリー概要

エントリー主体	(一社) 丸岡城天守を国宝にする市民の会
対象地域	福井県坂井市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月18日 16時 第2回 2021年11月 9日 13時30分
支援方針	・既に開業している妙光寺宿坊について、事業の軌道修正を検討する。 ・社寺単体の取組ではなく、地域活性化に寄与する取組とするための面的な事業計画を検討する。
専門家視察	2021年12月 2日
専門家からアドバイスした内容	・丸岡城という地域の強みと相乗効果を生むため、地域の社寺と丸岡城を結ぶストーリーに沿ったコンテンツ開発を検討すべき。 ・地域を訪れる人や寺泊に興味を持つ人がどのようなことを求め、何に価値を置いているのかなどを考え、宿泊施設のサービス内容や価格設定を考えてほしい。

3. 専門家からの講評 (和栗氏)

エントリー時点で、すでに空き寺を活用した民泊新法による寺泊の各種許可がクリア済みであったものの、コロナ禍の影響で実質開店休業状態となっていた。事業主体は、城下町のシンボルである城の天守閣を国宝にしようと活動している NPO で、県の北陸新幹線開業助成金が付いていた。ただし、構想の軸はあくまでも城が中心であり、寺泊については少額な活動予算の範囲内でボランティア的に運営するリーズナブルな素泊まりの民宿といった印象であった (当初価格設定 1泊素泊まり 6,600 円)。

そこで、そもそも福井の「城下町の寺に泊まることの意味と価値」を問い直して、面的な観光まちづくりの文脈に改めて位置付けることを目指した。そのうえで複数寺院の活用を想定した視察なども行われたが、コロナ禍にあってオミクロン株の感染拡大と県の移動制限を潮目の境として、宿泊を伴う観光や寺泊について構想すること自体が躊躇されるムードとなってしまった。このように、一義的には収益を目標としていないボランティア的な NPO が事業主体であった場合、事業の継続性に課題が残る。ただ、逆に不確かな社会状況で平時ではないこの時期だからこそ、中長期的に将来を見据えた準備や思考実験が可能であり、そうした取組が期待される。

(2) 楞嚴寺

1. エントリー概要

エントリー主体	楞嚴寺
対象地域	和歌山県那智勝浦町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月19日 11時 第2回 2021年11月12日 11時 第3回 2022年 1月28日 18時
支援方針	・開業に向けて具体的な①施設整備②資金調達方法③楞嚴寺の所有方法の3点を検討する。 ・檀家及び地域住民に取組の意図を説明し、活用していく方針に合意をもらう。
専門家視察	2022年 2月 3日～4日
専門家からアドバイスした内容	・施設整備は捻出できる費用感による。どの程度資金を使えるかが明確になってから設備の質やデザインを具体化していくべき。 ・社寺の残し方については、継続的に地域と対話を続けてほしい。社会の自然淘汰に負けないためには、新たな価値を見出してお金の流れを生まなければならない。
準専門家による支援内容	2022年 1月28日 18時 小野田高砂法律事務所 代表弁護士 小野田峻氏 ・現地訪問に向けて、現地訪問の目的や内容に関して協議・確認する打ち合わせに参加した。 2022年 2月 3日～4日 小野田高砂法律事務所 代表弁護士 小野田峻氏 ・専門家現地訪問に同行し、檀家及び地域住民を対象としたワークショップを実施した。 ・楞嚴寺を未来に残すために重要な3つの観点①変化を創り出すきっかけを作る②応援してもらいやすい仕組みを作る③時を越えていく体制を作る、について事例を参考に説明した。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

昨年度に引き続き、今後のお寺の利活用と運営体制の検討を実施した。昨年度からの進展としては、文化庁から登録有形文化財として正式に認定をされたことと、建築士や行政機関による現地調査実施結果を基に、建物の修繕の概算見積もり積算や宿泊などの事業に必要な要件の整理ができている。宗教法人を解散した場合、地域住民やこのお寺の維持存続の事業化に関わる事業者などとどのような法人を立ち上げることが最適かなど、檀家の寄付ではない運営形態を模索することを専門家派遣事業でのゴールとした。

宗教法人の解散はお寺を廃業する場合の手続きとして実施されることが一般的で、解散後にお寺の新たな運営形式を目指すために新たに法人を設立するケースが現在はなく、他の参考事例、成功事例もない。宗教法人ではない別の分野での先進事例を参考に研究することとした。社会起業家を専門で支援する小野田弁護士を講師とし、那智勝浦町の現地を視察いただき、檀家や関係者、本計画に関心を持つ地域住民の方たち約 20 名にお集まりいただき、今後の楞嚴寺について話し合い、意見を交わすワークショップを実施した。具体的な解決策や結論を出すことや今後の方針を打ち出すことを目的とせず、まずは楞嚴寺が新たな道を模索し始めることと問題意識について地域の皆に関心を持ってもらうということを第一とした。小野田弁護士が関わる地域住民や事業者により行われている事業や活動のケーススタディを紹介いただき、その後、一人一人よりどのような思いでこのワークショップに参加いただいたか、今後どんなことを期待しているか、自らは何を行いたいと思っているか、参加者から意見を頂くことができたことは一歩前進と言える。年に 4 回のお寺の行事で使用したいという要望が叶えば、それ以外の期間はどんな使用用途であっても構わず、良い形でお寺が残ることが概ねの総意であることが改めてはっきりとした。住職自身が地元での様々な社会活動をしており、対話を重んじる人柄と行動により地域住民より厚い信頼があることが大きな点で、今後の展開についても一任されている土壌が形成されている点が非常に大きい。今後の課題としては、観光とは無縁の地にあって、一般的な宿泊事業だけで資金調達や事業者を呼び込むことは困難であることは明確なので、改修にあたっての資金調達の用途は宿泊事業、宿坊に限定せず、広く模索を継続する、という結論に至る。

(3) 宝寿寺・覚円寺

1. エントリー概要

エントリー主体	宝寿寺・覚円寺
対象地域	福岡県豊前市・上毛町

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月20日 11時 第2回 2022年 2月 8日 14時
支援方針	・2カ寺を中心に地域として取り組む寺泊の可能性を検討する。
専門家視察	2021年12月 6日
専門家からアドバイスした内容	・近隣には有名温泉地も存在するため、単なる宿泊施設の開業を目指すのではなく、社寺や地域を訪れる目的を創出して誘客を図りたい。そのため、まずは地域のビジョンを検討して明確にしてほしい。 ・宿泊者として呼びたい層や人数を具体的にすることで収支の目安を固めることができる。そこから投資可能な金額や更なる設備投資について検討していくべき。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

北九州空港から1時間ほど車で離れた場所に位置する2寺院。地元によく根付くお寺であり、周辺は豊かな自然と農地に囲まれる。本専門家派遣のエントリーや連絡業務がオンラインを通じて行う必要があるため、覚円寺の副住職を中心に進められた。今後もこうした形でインターネットでの業務が得意ではない住職を若手層の同地域住寺院の僧侶が支援し、地域の魅力を複数の寺院で活性化していく事例が増えていくことが期待される。宝寿寺、覚円寺ともに庫裡の一部を宿坊すること可能であるが、通常の旅館業法にて営業許可を取得するには投資がかさむため住宅宿泊事業法（民泊新法）にて登録し、宿坊開業準備を進めることとした。

今後の展望としては、周辺寺院、地域で活躍する事業者や農業体験など地域資源と宿坊滞在と組み合わせ、地域観光のハブとなることで、観光消費額の増加を見込むことが可能となる。もう一度来たくなる“第2の故郷”のようなブランディングを目指し、継続的に取組を進めていただくことが非常に重要となる。

(4) 栗東市

1. エントリー概要

エントリー主体	栗東市（商工観光労政課）
対象地域	滋賀県栗東市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年11月5日 10時30分 第2回 2021年3月4日 11時
支援方針	・市として取り組む面的な寺泊について、まずは2カ寺を中心に方向性を検討する。
専門家視察	2021年12月9日
専門家からアドバイスした内容	・寺泊事業で目指すのは、単なる社寺の宿泊施設化ではなく、社寺を拠点として地域を味わうコンテンツの提供である。地域の資源とどのように組み合わせた展開が図れるのか検討してほしい。 ・社寺に関連する施設だけでなく、地域の空き家を活用する展開も考えられる。寺泊の取組を通して、空き家の増加など地域の課題解決に貢献できる手段も視野に考えていくべき。

3. 専門家からの講評（和栗氏）

JRA のトレーニングセンターも所在する、琵琶湖を望む湖南アルプスに位置し、トレッキングの拠点としても最高のロケーションにある活用候補寺院のほか、市の積極的な関与により、将来的には空き寺を含む複数施設の活用が想定されている。当初は市の観光協会が事業主体となり、地域のステークホルダーを巻き込んだエリアマネジメントを展開する体制が想定されている。

周辺の自然環境を活かして、ウェルネスツーリズム、アグリツーリズム、グリーンツーリズムなど、寺院での宗教文化体験と併せて心と身体を癒す宿泊滞在型の施設となる可能性を秘めている。県が推進している「やまの健康」推進事業ともリンクして、地域団体と連携した農業体験や伝統行事体験、林業体験やマウンテンバイクでのトレイルや、国内有数のスラックイン施設などを軸にした森林空間の利活用なども可能だ。また、市では寺泊とは別に、林野庁「森林サービス産業」創出に向けた「地域版プロモーション戦略支援」を受け、ウェルネスツーリズムを標榜して観光庁「域内連携促進による地域資源の磨き上げ実証事業」を実施するなど地域の自然資源の活用に積極的だ。栗東市での寺泊は、寺院を活用した宿泊施設の運営という枠を超えて、こうした各種の取組を立体的・横断的に組み上げる重要な接着剤になる。

(5) 築田寺

1. エントリー概要

エントリー主体	築田寺
対象地域	東京都町田市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月21日 14時 第2回 2021年12月16日 14時
支援方針	・開業に向けて持続的な事業を目指し、集客の見込める事業計画を作成する。
専門家視察	2021年11月10日
専門家からアドバイスした内容	・事業のビジョンやコンセプトは当初の計画で問題ないと感じた。一方、集客方法や予約対応など実務面については、あまりイメージが湧いていない様子。実際の運営に関して、具体的な例を用いて意見交換を行い、微調整してほしい。 ・販売方法に関して、体験コンテンツメインの誘客は確立されたチャンネルがないためハードルが高い。宿の魅力を発信して集客し、宿泊と付随して体験や食事などにお金を落としてもらおう戦略を基本として展開を検討してほしい。
その他の支援内容	2022年 1月27日 14時 観光庁 民泊担当 ・運営を想定している住宅宿泊事業法について、観光庁の担当者に直接話を伺った。 ・宗教法人の社員(構成員)が民泊の届け出をした場合、法人が届けたことになる。その際、法人は人格がないため、家主不在型になる。個人名で届出を行う場合は、宗教法人など社寺を所有するものと個人の間で使用に関する契約を結ぶ必要がある。 ・管理業務を外部に委託する場合は、国土交通省に登録された住宅宿泊管理業者に委託する、もしくは、委託先事業者を住宅宿泊管理業者に登録する必要がある。

3. 専門家からの講評 (佐藤氏)

本プロジェクトはお寺の庫裡の一部を改修し宿坊とカフェを開業し、食とお寺での体験を通じた滞在型リトリート施設の計画である。企画を推進する副住職自身がお寺の運営する学校法人の理事長として保育園事業の経営、運営を行っているため、経営の経験、知識を持ち、資金調達や事業計画についても精通している点が強みである。宿坊の計画についても、プロジェクトチームを発足させ、年数をかけて計画をしており、エントリー時よりプロジェクト構想や建

築計画が練られていた。宿泊事業の経験者がプロジェクトチームにおらず、専門家派遣を通じて「販売戦略」「運営体制」、「緻密な収益シュミレーション」この3点を中心にアドバイスし、開業支援を実施した。

築田寺は東京郊外にあるお寺としては珍しく緑あふれ、山や池を敷地に持つ資源豊かな美しいお寺で、広大な敷地を活かした事業計画は広がりを期待できる。地元で長年密着するお寺で、敷地に隣接し保育園もあり、イベントや地域活動にお寺を開放しているため、人が集まる土壌ができている。宿坊ができることで、地域外から人が集まる流れができ、地域の人が集まるお寺カフェは地域内外の人を繋ぐ役割も果たすことになる。

アドバイス過程で、法的な課題や疑問点も見えてきたため、共に検証を行った。築田寺が住宅専用地域にあるため、通常の宿泊営業許可取得ができないため、住宅宿泊事業（新法民泊事業）での営業許可取得を目指すこととし、それにあたり不明瞭な点を住宅宿泊事業に詳しい観光庁のご担当者様にアドバイスを頂く機会を頂けた。住職個人ではなく、法人格（宗教法人）が営業許可の申請主となる場合、住職が寺院敷地内に居住していたとしても法人は「人」ではないため、家主不在型となり、家主不在型の場合に必要な住宅宿泊管理業者となる法人を立ち上げる必要があることなど、開業にあたり必要な実行計画をたてることができた。

東京都内で食、宿泊、体験と総合的に心身を調えることのできる宿坊開業に向け、議論が深まり、計画のスケジュールを前倒しにできたことは本事業の成果といえる。

(6) 大慶寺

1. エントリー概要

エントリー主体	大慶寺
対象地域	静岡県藤枝市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月25日 10時30分 第2回 2022年 2月18日 10時30分
支援方針	・新築の宿泊施設建設に向けて、具体的な事業コンセプトなどを検討の上、事業計画書を作成する。
専門家視察	2021年11月30日
専門家からアドバイスした内容	・投資資金の回収を考えるとイニシャルコストはできるだけ低くしたい。ハード整備だけでなく OTA の導入やリネン代などソフト面でも費用が必要になる。それらを考慮して収支計画を検討してほしい。持続的な取組にするために、利益は減るが自らの負担を考えると運営面で外部からのサポートを受けることも考えた方が良い。 ・1室のみの収益では、ある程度上限が見えてしまい限界がある。体験コンテンツの開発や連泊の促進など利益を最大化するための戦略を考えてほしい。 ・住職は以前からまちづくりの活動に参画しているため、地域内の様々なネットワークを活かして地域の活性化に貢献する活動を目指してほしい。

3. 専門家からの講評（佐藤氏）

地方創生事業を藤枝市密着で行っている住職による自坊を基軸にした地域活性化事業構想で、地域振興のリーダーとして住職がすでに活動をしており、いくつもの空き家再生事例が実現している点が非常に先進的である。お寺の遊休スペースに新築で1日1組の宿坊を新築する計画で、大まかな計画とスケジュール構想はあるので、具体的な事業計画をつくることを本専門家派遣でのアウトプットとした。ターゲット顧客、売上、運営体制、支出計画など住職の想いや頭の中にある計画を紙に落とす議論を重ねた。実際に現地で宿坊建設予定地を拝見し、また現在住職が地域の仲間と別法人を設立し、空き家や空きテナントを活用したリーシング事業を視察する。カフェや飲食店、物販店に貸しイベントスペースなど、古い建物をリノベーションし、地域の事業者へ貸し出し、運営することで新たな商業集積地を生むことに成功している。現在観光客は少ないものの地元住民に愛されている地域であるが、ここに付加価値の高い宿坊が加わることで、着地型観光としてより発展していくことが期待される。

大まかな宿坊事業計画を完成させることができ、収支計画をもとに宿坊初期投資をいくらにするか、運営体制をどうするかなど、より具体的な議論を詰めていくステップに進むことができた。宿場町復活をビジョンとする本プロジェクトを地域内外の力を引き出し、地域の観光推進体制の構築を進めることが非常に重要である。

(7) 弘前市

1. エントリー概要

エントリー主体	弘前市（観光課）
対象地域	青森県弘前市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月19日 15時 第2回 2022年 2月24日 11時
支援方針	<ul style="list-style-type: none">・弘前市における寺泊の方針について、2カ寺を中心に検討し、事業計画を作成する。・各社寺における取組について、それぞれの強みを活かしてどのような展開を図ることができるか検討する。
専門家視察	2021年11月22日
専門家からアドバイスした内容	<ul style="list-style-type: none">・多くのステークホルダーが存在する場合、事業推進者（責任者）を明確にすることが大切になる。寺泊のために新たな組織を立ち上げるなど地域として取り組むに当たっての座組みを検討してほしい。・取組の演出方法によって、リーチできる顧客層が異なる。寺泊の展開によっては、アドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズムなど様々な要素を持つと思う。また、宗教色を大きく出すよりも日本文化体験という表現の方が特に訪日外国人観光客には好まれる。・自治体が最初の段階から参画しているため、今回支援している2カ寺やこれから後続く事業者のためにも市として方向性を示してほしい。

3. 専門家からの講評（和栗氏）

市の積極的な関与による調査の末、弘前を代表する古刹2寺院が寺泊への参加を表明。地域資源豊富な「まちの寺」と、世界的にも稀な1000種類もの苔が自生する圧倒的な自然に恵まれた「山の寺」を、公宗民連携でいかに展開していくかというモデルケースになりうる。両寺院の宿泊施設は各種制限により民泊新法による営業となるが、行政の後方支援も見込まれる。弘前市は文化庁の「文化資源の高付加価値化事業」にも取り組んでおり、潜在価値は非常に高い。

運営に関しては、市の調整により、山のホテルを運営している地元の第三セクターが実際のオペレーションを担当し、旅行会社の海外OTAを販売チャンネルとすることが想定された。旅行会社が客室を買い取ることも検討されている。今後ラグジュアリー層をターゲットにするのであれば、富裕層を顧客とすべく、集客やオペレーションについてより精度を高めていくことが求められるであろう。

さらに課題としては、2寺院が持つ空間やコンテンツを孤立させず活かすために、弘前城を中心とする城下町や寺町、古民家の街並み、そのほか食文化等々の地域資源を有機的に結びつけ

ること。またそうしたプロジェクト全体を責任持って推進していくコアなプレイヤーは、おそらく行政ではなく一体誰なのかを明確にすること。そして、寺院固有の課題と地域課題を共有し、地域ぐるみで持続的な取組としていくための機運の醸成や、体制の構築、そして何より覚悟が求められる。しかしそうしたハードルをクリアすることができれば、中長期の滞在も可能な、四季折々の魅力あふれる特別なデスティネーションになることが想像される。

(8) (株) SAMURAI SQUARE

1. エントリー概要

エントリー主体	(株) SAMURAI SQUARE
対象地域	福岡県福岡市

2. 支援概要

Web 打ち合わせ日時	第1回 2021年10月19日 13時30分 第2回 2022年 2月10日 18時
支援方針	・寺泊の展開を図る社寺や地域を特定し、今後の動き方などを含めた事業計画書を作成する。
専門家視察	2022年 1月19日 ・民間主導で社寺を含めた様々な関係者が関わる取組となるため、事業スキームは具体的に協議・検討してほしい。お金の流れや業務分担など具体的に決めていく必要がある。
専門家からアドバイスした内容	・今回の事業を通して様々な地域や社寺と新たな関係性を築くことができた。全ての地域ですぐに事業化することは難しいと思うが、今後も継続的に関係を持ち続けることが大切である。広域の面的な展開も模索してほしい。

3. 専門家からの講評 (和栗氏)

福岡市を拠点に県内にネットワークのある事業者は、不動産・リノベーション・民泊事業を営んでおり、初めての寺泊に意欲的であった。当初予定されていた寺院が門徒会の反対で計画が頓挫したため、活用寺院の選定から支援に入ることに。一例として、福岡市の協力により、およそ半世紀前に市が寄贈された公園として管理している古刹とその境内地が候補に上がったが、手続きや制度変更など相当な時間を要することが予想されたため、今後の検討に回すことにした。ただし、都市公園法上の公募設置管理制度 (Park-PFI) の活用など、公民連携による寺泊の新たな選択肢が見えたことは将来に向けて評価でき、また地道に実現に向けて粘り強く検討を続けてほしい。

本事業としての候補寺院は最終的に、近年各地で見られる「空き寺の利活用事例」を紹介したことを契機として、博多湾に浮かぶ離島・能古島の2つの空き寺(お堂)を、島ぐるみのプロジェクトとして展開していくことに。島のキーマンでもある住職が居住する寺院をチェックインのためのレセプション棟とし、宿泊棟となる2つのお堂へゲストを誘導する分散型ホテルのスタイルが考えられる。柑橘類の栽培が盛んな島の農業関連団体のほかさまざまなステークホルダーを巻きこんだ地域ビジネスとして展開していく道筋も見えてきており、農林水産省が進める農泊の活用なども十分可能性があると考え。課題を共有し、覚悟を決め、地域資源を最大限に活用したサステナブルな「離島の寺泊」誕生が大いに待たれる。

4.3 フォローアップの実施

専門家派遣が終了した後、必要に応じて事務局にてフォローアップを実施した。

○昨年度支援地域に関するフォローアップ

昨年度、城泊・寺泊専門家派遣事業において支援を実施し、今年度観光振興事業費補助金（城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業）にて支援を受けた4つの地域を対象に、ヒアリング調査を行った。主には、今年度取り組んだ内容と昨年度からの変化（支援を受けてどのようなことが進んだか）を確認した。また、この調査結果を基にしたインタビュー記事は、今年度のナレッジ集に掲載し、今後取組を検討する地域の参考となるよう発信する。

①インタビュー（リアル）

日時 2022年1月25日

相談者 正暦寺 玉川氏

ヒアリング内容

- ・取組の経緯
- ・今年度取り組んだ内容、昨年度からの変化
- ・今後の展望

②インタビュー（オンライン）

日時 2022年2月16日 10時～12時

相談者 白杵城泊研究会 齋藤氏、桑原氏

ヒアリング内容

- ・取組の経緯
- ・今年度取り組んだ内容、昨年度からの変化
- ・今後の展望

③インタビュー（メール）

日時 2022年3月1日

相談者 福山城築城400年記念事業実行委員会 事務局
甲斐氏

ヒアリング内容

- ・取組の経緯
- ・今年度取り組んだ内容、昨年度からの変化
- ・今後の展望

④インタビュー（オンライン）

日時 2022年3月11日 10時30分～12時

相談者 方広寺 巨島氏

ヒアリング内容

- ・取組の経緯
- ・今年度取り組んだ内容、昨年度からの変化
- ・今後の展望

第5章 事業全体の考察

5.1 事業の総括

(1) セミナーの実施について

セミナーは城泊・寺泊の取組の周知、及びその後の専門家派遣希望地域の掘り起こしを目的として城泊及び寺泊にそれぞれフォーカスした内容を各2回実施した。専門家派遣の具体的な支援内容を明らかにするよう、各回とも昨年度専門家派遣にて支援した地域に関するトークセッションをメインとして、専門家による支援内容やその成果、今後の展望などを紹介した。

また今年度も新型コロナウイルス感染症の流行状況を考慮してセミナーはオンライン限定で開催した。特に今年度はオンライン配信事業者と連携することで視聴者にとってストレスのないセミナー配信に努め、実際に民間による活用がされている大阪城大阪迎賓館や正伝寺にてセミナーを開催し、城や社寺の活用が進んでいるイメージを持ってもらえるよう心掛けた。

オンライン開催によって参加の物理的ハードルが下がったため、各回200名前後の申し込みがあった。視聴者アンケートでは、6~7割以上が「城泊・寺泊の意味や観光庁の施策内容が分かった」「城泊・寺泊の国内における先進事例を理解した」と回答しており、取組の周知という目的は一定達成することができた。一方で多くの回答を集めることを目的に設問数を絞ったアンケートを用意したが、回答率はあまり高くなかった。城泊・寺泊に興味関心のある視聴者の感想や悩みは、今後取組を推進していく上で貴重な意見となるため、アンケートの実施方法など更なる工夫が必要と考えられる。

トークセッションでは、昨年度専門家派遣にて支援した地域と支援を担当した専門家から昨年度実施した支援の過程や結果を伝えることで、視聴者に自分たちの近い未来像をイメージさせ、取組意欲醸成及びエントリー促進を図った。またセミナー申込時や開催中に事務局まで寄せられた質問を数多く取り上げ、視聴者が知りたい情報を少しでも多く届けられるよう努めた。

昨年度の歴史的資源の活用セミナーは城泊・寺泊で各1回の開催であったが、今年度はより多くの開催による事例紹介によって、更なる取組周知と掘り起こしを目指した。しかし、セミナー回数を増やしたものの、各テーマについての時間を長く確保することができず、各テーマの深掘りまでは至らなかった。城泊・寺泊の取組を検討するための情報（取組のポイントや課題の解決方法など）がまだ少ないため、これまでの取組で蓄積した城泊・寺泊に関するナレッジなど更に広く周知を図り、議論を促すきっかけ作りが必要である。そのため地域が取組を検討する材料として、様々なテーマを深掘りした情報の発信を今後もセミナーなどで取り組んでいくべきと考える。

(2) 専門家派遣のエントリーについて

専門家派遣のエントリーに当たって、エントリーシート・動画の提出及び事前ヒアリングの実施を求めた。エントリーシートでは、地域に関する情報やエントリーに至るまでの背景などを表現していただいた。加えて昨年度の事業より明らかになった事業検討段階において確認すべき3つのポイント（①事業実施推進者②ステークホルダー③法制度）や持続的な取組を目指した資金調達方法などについても、エントリー段階で確認を促すことにより、地域に対して取組ポイント

の意識づけを促した。またほとんどの回答を自由記述として、その書き方のイメージを持ってもらうために記入例はホームページで公開した。エントリー動画では、エントリー地域の雰囲気や事業に対する熱量を把握することを目的として、応募の経緯や取り組む場所、取り組みたいことなどを紹介した動画を提出してもらった。その他事前ヒアリングにて、①事業推進主体者②ステークホルダー③法制度についての深掘りを行い、より感度の高い地域の選定を目指した。

結果城4件、寺11件、合計15件のエントリーを頂き、城・寺合計10件の目標を達成した。一方でエントリー促進の電話ヒアリングでは、セミナーなど情報発信を通して興味は湧いたが検討までには至らないという声が多く聞こえた。検討に至らない理由としては、「所管する部署や人の理解醸成ができていない」「取り組んでいくための人手が足りない」などが挙げられた。そのため歴史的資源を所有する自治体や社寺に向けて取り組む意義や価値を伝え、議論の俎上に上げる取組が今後も必要である。

(3) 専門家派遣の実施結果について

エントリー内容に関するヒアリングや専門家の意見も踏まえ、城4件、寺9件と当初の予定よりも多い件数を採択した。寺泊の選定に当たっては、社寺だけでなく行政、民間など多様な事業推進者によるエントリー地域を採択し、今後の取組拡大に向けたナレッジ獲得を目指した。支援は新型コロナウイルス感染症の感染拡大を考慮して、オンラインによる打ち合わせを中心に各回の目的やゴールを定め、着実に事業が進むよう設計した。また取組の検討段階である地域に対しては、来年度以降も取組を推進していくことのできる地盤固めを、取組の推進段階にある地域に対しては、来年度の国の補助を含めた予算獲得を目指したサポートを実施した。

支援内容によって、より専門的な知見による幅広い支援を実現するため、事務局が選定した準専門家による支援を実施した地域もあった。準専門家によって支援地域の状況・課題に合わせ、的確且つ具体的な支援を行った。

支援の結果として、各地域の課題整理及び課題解決に向けた取組を進めながら事業計画を作成いただき、次年度以降も具体的に事業を推進できる整備を進めることができた。

(4) 専門家派遣の成果と課題について

城泊においては、城を所有している自治体の動きに合わせて事業を進めることが大切であった。例えば、今年度の事業目的の一つが「次年度以降の当該事業に関わる予算獲得」であれば、議会の日程等予算検討のスケジュールに合わせた支援を行った。スケジュールを含めた今後の具体的なアクションを明確にし、関係者の具体的な道筋を示すことで、4件中2件は次年度以降の補助金等申請に向けた取組に進むことができた。

寺泊ではそれぞれの地域において、今後の取組内容の整理や次年度以降のアクションを事業計画にまとめることができた。また一部の地域では、周辺地域を巻き込んだ展開を検討することはできた一方で、本事業の目標の一つとしていた高付加価値旅行者向けのコンテンツ開発には至らなかった。要因として、高付加価値旅行者向けのコンテンツ作りを目指す地域が少なかったことやノウハウの検討・蓄積が不十分であり、検討しづらい状況であったことなどが考えられる。専門家派遣を通して関連する法制度などの整理は既にできているため、今後は高付加価値旅行者専

門の旅行会社を運営している有識者等に地域コンテンツの磨き上げをご助言頂く等、高付加価値な寺泊の検討を進めて行く必要がある。

また城泊・寺泊どちらも共通して、熱意ある担当者と決定権者の正しい理解醸成が大切であった。決定権者とは多くの場合、城泊では市長（首長）や所管部署の管理職、寺泊では住職や檀家総代に当たる。取組においてこの関係性及び意向の確認や合意形成ができていない地域であるほど事業が前進した。一方、取組意欲はあるが事業実現までの課題が具体的に把握できていない段階の地域では、現状整理及び課題特定に時間を要し、事業を大きく推進することができなかった。事業初期段階の十分な検討がその後の事業展開に影響を及ぼすため、関係者の特定及び意向の確認などできる限り早急に対応することが望ましく、観光庁としては事業に取り組む以前に取り得るべきアクションを整理、周知を行っていくことが必要である。

5.2 専門家からの講評

(1) 城泊

上山氏

2年間で6件の支援を担当し、多くの地域で小さいながら一歩ずつ歩みを進めて頂いたと感じている。その上で、今後も城泊が推進されていくために個人的な意見を述べさせていただく。

今年度のセミナーについては、昨年度の担当した岸和田市とのトークセッションであり、参加者にとっても分かりやすい内容が伝えられたと感じているが、城泊が日本の代表的な観光コンテンツとして認識され、訪日外国人にも魅力的なコンテンツとしていくためには、セミナーの対象を外国人記者クラブや各大使館関係者などに対して行うべきであると考え。また、JNTOが各国の観光関係者向けにも情報提供しつつ、同時に各国の城や文化財に関する要望等をヒアリングできる機会を作ることが必要である。

昨年度の松江市についても言えるが、法令の解釈について自治体で協議が止まってしまう事例が多く、今後の城泊に取り組む地域の拡大においてはこの課題を解決する必要がある。特に文化財保護法が重要と考えられるため、文化庁の規制範囲に関して、具体的にどこまでが現行法で許されていて、自治体判断はどこまでできるか、城泊を前提にして裁量行政ではない一定の水準を示していただきたい。

城泊の今後の展開においては、既存観光高付加価値事業のような事業対象に城泊も事例として取り込むことが重要である。また、地方創生交付金、官民ファンドのみならず、企業のCVCが出資する可能性など多様な金融調達方法も検討していただきたい。

他力野氏

■講評にあたり

新型コロナウイルス感染症等の影響が広がる中、令和3年度観光庁事業「城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業（城泊・寺泊専門家派遣）」にて、城泊専門家として観光庁様、事務局の皆様、エントリーいただいた地域の皆様とともに、今年度も「城泊」の取組を推進出来たことに感謝の意を述べたい。

弊社は、創業以来「日本の文化を紡ぐ」をテーマに、全国各地の歴史的建造物の保存と活用、歴史的資源を活用した観光まちづくりを通じ、地域が税金等に頼らない持続可能性の高いまちづくりの推進に寄与すべく事業に取り組んできた。特に国や行政が保有していることが多い「城・城郭」等の歴史的資源は、これまで税金保全が一般的であったが、地方部においては人口減少、若年層の流出、労働人口の減少により、税収が減り、税金保全の限界を迎えている。ゆえに、保存のみではなく、民間の資金・運営により活用し収益を上げることで、維持する循環を作ることが必要不可欠である。

当方は、地域の方々と共に、日本全国の歴史的資源の保存と活用・観光まちづくりを推進してきたことから、昨年度より専門家派遣事業の城泊専門家としてご依頼をいただき活動をしてきた。昨年度ご支援した地域「臼杵市」と「福山市」においては、令和3年度にて観光庁の「観光振興事業費補助金（城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業）」にエントリー・採択され、更なる城泊事業の推進に向け、具体的に事業を進めていることは大変喜ばしいことである。

今年度事業においても、次年度以降の事業化に向け、本事業にエントリーいただいた地域の力になるべく、観光庁様、事務局の皆様と連携しながら地域に伴走してきた。以下専門家派遣事業の講評について述べる。

■本事業全体を通しての講評

今年度の城泊専門家派遣事業は、4つの地域から城泊の取組にエントリーいただき、昨年度から専門家派遣事業にてご支援させていただいている「丸亀市」と今年度から新たにエントリーいただいた「津山市」の2つの地域を担当した。

今年度も地域募集の段階から城泊セミナーの開催、記事発信サイトの「note」の活用を行い、「城泊」の理解・啓蒙に力を入れて取り組んで頂いたことは更なる理解啓蒙にあたり重要であった。セミナーは、「大洲市」における取組事例の紹介を中心に、昨年度ご支援させていただいた「臼杵市」とのトークセッションにて臼杵市の城泊事業の取組「前後」における地域の変化や実際の助言の内容等をお伝えした。最終的には、のべ600名程度の方々に視聴いただき、次年度以降の城泊の取組に意欲的な地域が増えることを期待する。

専門家派遣実施においては、昨年度の課題を踏まえ、実施主体である地方自治体や地域DMOの皆様に対し、「建築物に関わる法令」等を、事前に自治体の文化財部局や都市・建設部局等の担当者に確認いただき、おおむねスムーズに事業を開始できた。そのため、前提条件をそろえたうえで、具体的な活用のイメージを共有し、メリット・デメリットやリスクを整理し事業を推進できた。

2年間地域に伴走し、城泊専門家派遣事業に携わってきた立場から、城泊推進における課題を

2点述べる。

一点目は、地域における城泊の興味・関心度の低さである。日本全国には200城程度存在しているが、未だに認知がない地方自治体・自治体担当者も存在している。もしくは、城泊の認知はあったとしても興味・関心が薄く、取組の検討まで進んでいないケースも散見される。次年度の事業推進にあたり、城等を保有する地方自治体一つ一つに対し理解促進を行い、城泊推進セミナーへの参加を経て、エントリーを頂けるよう事前の設計及び地道な啓蒙を行うことが肝要である。

二点目は、歴史的資源の保存と活用における、地方自治体の担当者の活用判断を助ける制度やガイドラインの設置である。昨年度・今年度の支援の中で、文化財の活用判断の責任が個人の担当者であることから、現状維持（税金等による保存）が優先されてしまう傾向がある状況が散見された。そのため、城泊の推進における専門家派遣を行うとともに、文化庁等と連携し、文化財等の保存・活用方針を具体的に相談できる窓口の設置や保存・活用の判断を助けるガイドラインの策定に取り組んでいただきたい。

アフターコロナの訪日外国人旅行者誘致に向けた反転攻勢のため、また地域における持続可能な文化財・歴史的資源の維持・保存やまちの発展に寄与するため、「城泊」を契機に国内外の高付加価値旅行者の旅の目的となる地域づくりを観光庁主導のもと、官民連携にて推進していただきたい。

(2) 寺泊

佐藤氏

本事業も2年目を迎え、1年目に続きコロナ制限下での専門家派遣でした。昨年度の経験より、オンラインでの実施に募集側の観光庁、事務局、我々専門家そして募集者も慣れてきており、オンラインを前提にした設計が去年度の課題を解決する形で実現した点がよかったと感じる。8月に実施したセミナーでは1年間派遣事業を経験した住職との対談形式をとり、派遣事業の実施内容を具体的にお話しすることができた点は昨年度以上に参加者にとっても分かりやすかったのではないと思う。昨年度の反省点として、応募書類とオンラインの面接だけでは十分にその寺院の持つ潜在的な可能性や応募者の熱意などが計り知れなかったため、今年度は動画でのプレゼンテーションを応募条件に加えた点が、最も今回の派遣地域選定に効果的であった。文字やプレゼンテーション資料の情報量より、検討している地域や寺院の映像情報は計画の実現可能性や実行力の判断材料として最適であった。またコロナの緊急事態宣言下で、すぐに派遣先への訪問が実現しないため、オンラインの面談から開始したが、動画で現場の状況がある程度把握できていたためアドバイスがしやすく、支援開始当初から具体的に議論に進むことが出来た。

今回の派遣では宿坊をすでに開業している案件はなく、すべて立ち上げ支援であった。宿坊の立ち上げと一言でいっても、住職のビジネス・経営経験の有無や新築か既存施設の利用かなど状況の違い、宿坊単体での事業か複合業態か、など事業モデルも異なり、それぞれの置かれる条件に合わせ課題を明確にし、本派遣事業のゴールを共有することを大切に、事業計画と運営体制づくりを前進させる成果があった。

この2年間では歴史的資源活用という視点で幅広く寺院を募集し、寺院や事業規模の大小など問わず、寺泊全体像をとらえ、その課題や可能性を探る機会を頂いたと感じている。寺院は古民家や城と違い生きた文化遺産であり、存在の役割を現在も現役で果たしている点が特徴であり、宿泊事業としての経済的なインパクトだけではなく、地域での存在意義や周辺への影響力が魅力である。そのような意味で、2年間の支援事業を通じ、多様な寺泊の在り方と支援、ノウハウや情報を公開することで、今後も寺泊を実施する寺院が増えてくることは社会的に大きな意義をもたらしたといえる。

そして、本事業の令和4年度以降の継続については、支援対象の絞り込みや目的を明確にすることでより良い発展に繋がるのではないかと個人的には提唱する。寺泊の事業規模、市場規模を拡大させていくことがやはり現段階では一番の課題であると認識しており、地域や周辺事業との連携など宿泊業にとどまらない発展形態や他業種とのコラボレーションなど新たな挑戦を次年度以降に模索していくことが期待される。“生きている文化遺産”でもある寺院をどう活用するか、文化財保護や利活用だけではない意味と難しさもあり、政教分離など根強くある意識の改革も含め、国の支援の重要性がより明確となっている。本事業は国が資金を投じて実施する対象事業のため、幅広い目的で宿坊の数を増やすことを目的とするのか、雇用や納税につながるような経済的インパクトを生み出す事例を創出すること、育成することを目的とするのか、目的の明確化と支援の対象の絞り込みによる今後の支援拡充を強く期待する。

和栗氏

令和2年度と3年度にわたって実施された本事業では、ほとんどのケースで結果的にゼロイチでの施設立ち上げ準備のお手伝いをさせていただくことになった。活用候補として選定された寺院は、高野山や出羽三山に代表される信仰の山の伝統的な宿坊とはほとんどが異なり、ときには過疎地に立地している地域の寺院であることも珍しくなかった。人口減少社会にあってそうした寺院は、地縁・血縁・仏縁といった経済的な基盤を失いつつあり、生存戦略の一つとして、また併せて地域活性の起爆剤となることを願って、寺泊に取り組むことを決めている。その決意と覚悟が、檀家や門信徒に限らない地域のステークホルダーを巻き込んで、地域ビジネスとして面的な展開を志向している。これは正に寺院を拠点としたコミュニティ・ベースド・ツーリズム(CBT)といえるだろう。令和2年度と3年度の支援事業は、そうした機運の醸成に寄与し、本事業で獲得したナレッジは後継のチャレンジャーへの一つの道しるべになる。

その一方で、今後に向けて考えなければいけないこともある。そもそも本事業は、政府が観光立国の旗印を掲げ、インバウンドをターゲットにした歴史的文化財・ユニークベニユアの活用、古民家再生による観光まちづくりの文脈で登場してきたと理解している。となるとその出自から、インバウンドを誘客することで労働を分配して質の高い雇用を拡大し、また域内生産額を向上させ、地域経済への波及効果を目指すことが求められるのは自明の理である。長い歴史のなかで地域コミュニティのハブとなり、ソーシャルキャピタルを築いてきた寺院の活用メリットは、決して経済効果に限定されるものではないとは考えるが、本事業の趣旨としては寺院と地域が課題を共有し、決意し、覚悟を決めて取り組むことが望まれている（とはいえ、宿泊ゲストの前でそんな悲壮感を漂わされてはかなわないが）。

また、事業の本来の趣旨からすると、ゼロイチの立ち上げ支援から、次年度以降は次のステップに進むことが期待されている。観光立国を成立させるための各種試算やデータに基づいて、1泊で100万円を使うことを厭わないハイエンド層や、1泊15万円以上を使うラグジュアリー層といった、いわゆる富裕層をターゲットにする寺院を活用した宿泊の供給には、いかなるスタイルがあるのか、その可能性を根拠に基づいて検討する段階にある。そのためには、寺院や地域側の事情や思いが溢れたプロダクトアウトな発想から脱却して、顧客目線のプロダクトインの視点から、寺泊に求められているものが一体何なのかを考える必要がある。そのために、たとえば世界のハイエンドやラグジュアリー層をリアルに顧客としている海外のトラベルエージェントやコンシェルジュなどの知見なども交えて、今後活かせるデータの収集や分析をすることが求められるだろう。なぜならば、コロナ禍やロシアによるウクライナ侵攻など先がまったく読めない時代に突入している中で、「寺泊」はレジリエンスの高い持続的な地域ビジネスを構築する絶好の契機となりえるのだから。

最後になりましたが、全国各地のお寺様や事業者様、自治体ほか関係各所の皆様方に多大なるご協力を賜りましたことこの場をお借りして御礼を申し上げます。引き続き各地の動向をフォローして参りますので、またお逢いしましょう。ありがとうございました。

5.3 今後の城泊・寺泊の推進への提案

本事業は城泊・寺泊の推進における根幹の部分を担当し、城泊・寺泊という新しい概念とそのポテンシャルの周知、地域に対する理解・意識醸成、個別の専門家派遣による取組推進支援を行ってきた。事業の成果及び今後の課題については前項までを見て頂きたい。

また本事業は実施2年目であり、今年度は昨年度の結果も踏まえ集大成として取り進めてきた。その中で、今後更に城泊・寺泊を推進し我が国における代表的な観光コンテンツとして確立するためには、新たな試みを検討する必要があるという結論に至った。

本項では、今年度の事業の振り返りを踏まえて、本事業の今後の実施方法に関する提案と、城泊・寺泊の推進全体における新たな展開に関する提案の2点を示す。

(1) 城泊について

今年度はオンラインセミナーの回数増加、各自治体への直接のヒアリング等、城泊の周知、母集団の形成について昨年度から取組強化を図り、城泊の認知拡大は進んだ。その一方で、各自治体の意欲の向上、エントリーまで至らず、城泊の取組拡大が進んだとは必ずしも言えない結果である。城泊の周知を目的とした情報発信の強化はもちろんのこと、城泊への取組意欲向上を図る必要がある。城泊の政策背景（各自治体の取り組む意義、必要性）の他、取り組む価値があると思わせる情報、取組における課題や解決方法に関する情報の提供など、城泊に取り組むに当たっての道筋の可視化、情報共有を進める必要がある。

城泊の施策全体の展開については、特に他省庁含めた関連する法制度の整理について、以下の通り提案したい。

・他省庁含めた関連する法制度の整理

2年間の専門家派遣事業を経て、城泊の推進にあたって課題となる法律の整理は進んだものの、各法律の解釈や実際の運用レベルでの検討が進まない地域があった。こうした課題の解決にあたっては、歴史的資源の活用について、省庁の垣根を超えて推進していくという姿勢のもと、各省庁の所管する法令について見解及び運用方法を整理し示すことが必要である。国としての方針を示すことで、城泊に取り組む地域の課題解決が促されるだけでなく、城泊にハードルの高さを感じ迷っている地域にとって、一步を踏み出す契機となる。観光庁を中心として、城泊に取り組むに当たっての国の方針を示した手引きの作成が求められる。

(2) 寺泊について

寺泊は昨年度とは異なり、様々な事業推進者によるエントリーがあった。具体的には、市民団体や自治体、民間事業者、必ずしも住職が自身の寺で取り組むことを志向しない事例等である。また周辺の社寺が連携して取り組む事例も見られ、多様な寺泊の可能性を検討することが出来た。こうした多様なステークホルダーによる寺泊の試行は寺泊の更なる推進には重要であるため、今後もこうした流れを推進できるよう、情報発信が重要である。

一方で今後の寺泊の推進についての課題も見られた。①「国内外の観光客を惹きつける上質な宿泊コンテンツ」のモデル造成②寺泊のビジネスモデルの確立の2点について提案したい。

①「国内外の観光客を惹きつける上質な宿泊コンテンツ」のモデル造成

本事業の当初の目的は「国内外の観光客を惹きつける上質な宿泊コンテンツ」として城泊・寺泊を造成することであった。新型コロナウイルス感染症の感染拡大により訪日外国人旅行者の受け入れが難しくなり、人数の拡大から消費単価の向上に舵を切っている状況から、より上質な宿泊コンテンツとして城泊・寺泊を位置づける重要性が高まっている。

城泊においては、現在計画中のもの含めほとんどの事例が高付加価値旅行者、もしくはアップーミドル層以上をターゲットとした取組を展開している。一方寺泊では、高付加価値旅行者向けの展開を図っている社寺も存在はするが、少なくとも本事業の支援地域においてそれらの展開を志向し、当該方針で支援を進めた事例は見受けられなかった。

観光庁が取り組んだ「上質なインバウンド観光サービス創出に向けた観光戦略検討委員会」のまとめによると、高付加価値旅行者の受け入れに当たっては上質な宿泊施設だけではなく、上質な体験やサービスの整備など、ソフト面の充実の重要性が指摘されている。

上質な体験について先の検討委員会のまとめた報告書では、高付加価値旅行者に人気が高いコンテンツとして、「自然、食、伝統文化、芸術、風俗習慣、歴史」が挙げられており、「本物を求める旅行者のニーズに沿って、コンテンツの背後にある本質を掘り下げつつ、旅行者自身の知識や関心事に関連させた形で伝える工夫を行う等の磨き上げが必要」と指摘され、関連施策として城泊・寺泊の推進が挙げられている。社寺は仏教という長い歴史と文化が集積された施設であり、高野山や比叡山など広大な自然も有することも多い。また精進料理などの特徴ある食文化も有しており、ハラルやビーガンなど食の多様性にも対応が可能である。加えて精神的なよりどころであった歴史からも、ウェルネスやリトリートなどの健康関連のコンテンツも提供可能である。

このように社寺の持つ資源は高付加価値旅行者にも人気が高く、高付加価値旅行者を惹きつけることが出来るだけのポテンシャルを持っている施設である。こうした情報を寺社関係者にも正しく周知し、どのような観点を磨き上げるべきか調査することが必要である。

②寺泊のビジネスモデルの確立

今年度の専門家派遣において、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による人流の制限、檀家や関係者の意向によりリスクを必ずしも取らない寺泊の推進等により、年間の収益が低く、事業性が薄い事業計画に落ちてしまっている地域がいくつか見られた。しかし、全国的に人口減少が一層進んでいく中で、社寺の存続だけでなく地域を存続させていくためには、これまで以上に外部からの外貨の獲得が必要であり、寺泊はその中核を担う取組になり得るポテンシャルを秘めている。

寺泊は、収益性を高め、その収益を社寺及び地域に還元できる仕組み作りが重要であり、本事業でそのモデル確立を促す必要がある。前述の高付加価値旅行者向け寺泊のモデル構築と併せて、地域におけるコミュニティビジネスとしての寺泊の支援を進めるべきである。

(3) 城泊・寺泊の更なる推進に向けて

前述のとおり城泊・寺泊とは、国内外の観光客を惹きつける滞在コンテンツの一つとして取組が推進されてきた。その中で本事業では、城泊・寺泊取組に関心の高い地域を対象として事業化に向けた初動支援を2年間行ってきた。その結果、令和2年度に城泊7件、寺泊13件、令和3年

度に城泊4件、寺泊9件を選定し、合計で城泊9件、寺泊22件の地域を支援した。また本事業を経て取組が大きく進み、継続して観光庁による支援を受けている地域もあり、令和2年度の専門家派遣事業年度の専門家派遣事業で支援を受け、令和3年度観光振興事業年度観光振興事業費補助金（城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業）の補助を受けて、取組を進めている地域が4件ある。また昨年度に引き続き、農林水産省の農泊との親和性が見られ、農泊の支援を受けながら取組を推進している地域も生まれた。

今後更に城泊・寺泊を推進するためには、引き続き城泊・寺泊の母集団形成を進めることと並行して、「国内外の観光客を惹きつける上質な宿泊コンテンツ」として、高付加価値旅行者向けの展開促進（特に寺泊）が必要であると考え。城泊・寺泊の取組はこれまで内閣官房が主導してきた「歴史的資源を活用した観光まちづくり」の文脈と親和性が高く、地域の観光事業者だけではなく多様なプレイヤーとの連携を基に、地域産業全体に対する経済波及効果拡大を目指し、更なる取組を進めていく必要がある。波及効果を最大化するためには、国内外の高付加価値旅行者もターゲットに設定し、受入環境整備を行うことで、宿泊単価の向上、ひいては域内消費額を向上させることが重要であり、城泊・寺泊を中心とした観光まちづくりのモデル地域を創出し、そこで得られたナレッジを整理し、理解啓蒙・横展開することが肝要である。

巻末資料

① オンラインセミナーアンケート

今回実施したオンラインセミナーにおいては、アンケートはグーグルフォームにて作成した。
なお城泊編、寺泊編でほぼ同一の質問内容のため、ここでは城泊編のみ掲載する。

令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用 セミナー 参加者アンケート（8月5日 城泊編）

この度は本セミナーにご参加いただき、大変ありがとうございました。
今後、城泊・寺泊による歴史的資源を活用した観光まちづくりをより推進するために、本アンケートの結果を活用させていただきます。皆様の率直なご意見をご記入ください。ご協力よろしくお願いいたします。

メールアドレス*

有効なメールアドレス

このフォームではメールアドレスが収集されます。 [設定を変更](#)

Q1-1 お名前

記述式テキスト（短文回答）

Q1-2 所属団体名

記述式テキスト（短文回答）

Q1-3 所属団体 *

- 観光まちづくり法人（DMO）
- 地方自治体
- 中央省庁（出先機関も含む）
- 観光協会
- まちづくり組織（農泊協議会など）
- 寺社関係者（寺社経営者、宿坊経営者、関連団体）
- 教育機関
- 金融機関
- 旅行会社（関連団体）
- その他民間団体
- 個人

Q2 このセミナーをどちらでお知りになりましたか。 *

- 観光庁のホームページ
- 城泊・寺泊のホームページ
- 観光庁のニュースリリース
- 観光庁「歴史的資源を活用した観光まちづくり」note
- 日本ファームステイ協会のメールマガジン
- Facebook, TwitterなどのSNS
- 友人・知人
- 行政からの案内
- 所属団体内での案内
- 中外日報・文化時報などの新聞メディア
- 寺社Now・お寺のじかんなどのWebメディア
- その他...

Q3どちらのセミナーに参加されましたか。 *

- 午前の部（10:30～12:00）
- 午後の部（13:30～15:00）
- 両方

Q4-1セミナーをご覧頂いた感想を教えてください。（複数回答可） *

- 城泊の意味や観光庁の施策内容が分かった
- 城泊の国内における先進事例を理解した
- 昨年度の取り組み事例から、城泊に取り組む際のポイントが分かった
- 専門家派遣事業の支援内容・効果を理解し、専門家派遣事業にエントリーする意欲が高まった
- 既に城泊に取り組んでおり、更に意欲が高まった
- 城泊に興味があり、取り組む意欲が高まった
- 城泊に興味はあるものの、取り組むには難しいと感じた
- その他...

Q4-2 上記の回答について、具体的に参考になった内容、更に知りたい内容をご記入ください。 *

記述式テキスト（長文回答）

Q5-1 今年度の「城泊専門家派遣」にエントリーを希望されますでしょうか。 *

- エントリー済み
- エントリーを希望する
- 今回はエントリーしないが、今後検討したい
- エントリーの予定はない

Q5-2 「エントリー済み」「エントリーを希望する」「今回はエントリーしないが、今後 *
検討したい」と回答された方にお聞きします。これから城泊に取り組んでいく上で、専門
家に協力を仰ぎたい課題は何ですか。（複数回答可）

- 取り組みを始めるために何から手を付けていいかわからない
- 地域の合意形成が取れない
- 事業を進める中心人物（リーダー）がいない
- 組織の立ち上げ方がわからない
- 開業までに必要な資金がない
- 事業に関わる法規制がわからない
- 訪日外国人旅行者や富裕層の求めるニーズがわからない
- 魅力的な地域資源が見つからない
- 取り組む予定はない
- その他...

② 支援地域の事業計画書

専門家派遣は「城泊・寺泊に取り組むための事業計画書の作成」を目標とし、専門家からのアドバイス、各種支援の成果として各支援地域に事業計画書を作成頂いた。ここでは支援地域の事業計画書を掲載する。なお都合上一部項目のみの掲載となっている地域がある。

(1) 城泊

① (一社) 丸亀市観光協会

丸亀城三の丸延寿閣を活用した「城泊事業」

☆城泊事業について☆

平成28年度、政府が立ち上げた「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」で示された「観光ビジョン実現プログラム2019」において、地域に点在する城や寺といった歴史的資源を活用し、「本物の体験」を提供しうるユニークな新しい体験型宿泊コンテンツである「城泊・寺泊」を積極的に支援する取り組み。(観光庁事業)

☆事例(愛媛県大洲市)☆

復元木造天守での宿泊。重要文化財の櫓での食事。臥龍山荘での食事。大名体験プログラム。

藩主屋敷、武家屋敷を改修しての分散型ホテル(NIPPONIA HOTEL 大洲城下町)。



☆専門家派遣事業☆

城泊・寺泊実現のため、専門家を派遣し助言を得る、観光庁の事業。
丸亀市では（一財）丸亀市観光協会がエントリーし、令和2年度、3年度と採用された。

（事業内容）

- R2.11.2 打合せ
専門家（バリュー・マネジメント代表）、観光庁、本事業委託業者（農協観光）、市観光協会、市産業観光課、市文化財保存活用課
- R2.11.16 リモート会議
- R2.12.15 大洲城視察
- R3.1.26 リモート会議
- R3.3.18 多度津町街並み（合田邸、家中舎ほか）、中津万象園視察。市長面談。
- R3.10.21 リモート会議
- R3.11.2 専門家の派遣した設計士による延寿閣視察（改修・活用についての打合せ）
- R3.11.15 リモート会議
- R3.12.1 市長、副市長等への説明（教育部長、産業文化部長、文化財保存活用課長、観光協会）

☆事業目的☆

これまで本市が培ってきた歴史や文化を体験できる施設として丸亀城を活用し、国内外に日本文化が体験できる場所として提供することを目的とする。

史跡丸亀城跡保存活用計画において観光庁が推進する「城泊」については、観光部局と実現の可能性について協議を進め、具体的な手法としては延寿閣を丸亀城の魅力伝えるため「城泊」などの施設活用や必要な整備を検討する。延寿閣を整備し宿泊型の滞在型観光を誘致し、観光消費を促進していき、丸亀市の魅力発信と城泊で獲得した資金をもとに文化財保護に資金の調達を図るものである。

☆延寿閣☆

構造 木造瓦葺平屋 37坪

床の間15帖・次の間10帖・和室3帖 2間・2帖 1間・浴室・トイレ

沿革 昭和7年京極高修侯より5,000円、松平頼壽侯より3,000円の寄付をえる。

昭和8年12月城内三の丸に延寿閣が竣工される。延寿閣は、丸亀京極藩六代藩主 京極高朗侯の隠居部屋であった。これに連なる貴賓室として別館（特別室）が建築され、会議、宴会、茶会、行事の控えの間、客間として活用された。

別館は京極家江戸藩邸（芝）の建物の一部部材（床まわり・天井・長押・欄間・飾り金具など）を移築使用して建設されている。



延寿閣 (特別室)



床の間

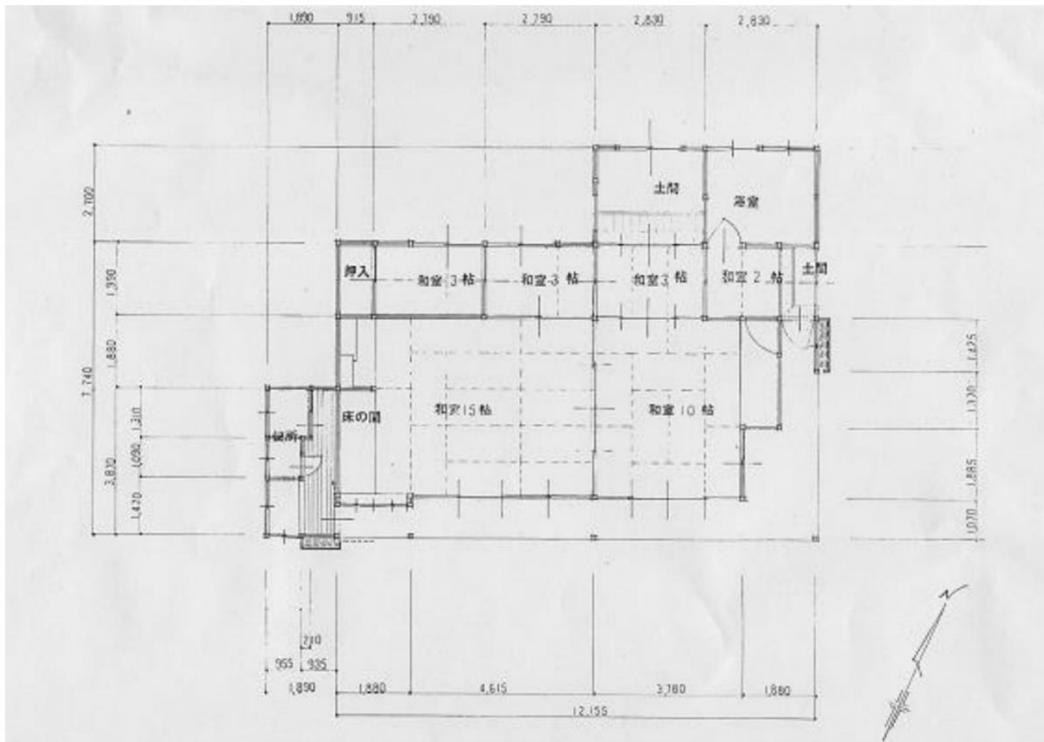


欄間と次の間



延寿閣からの景観

延寿閣平面図



「事業収支見込」

①事業開始までの収支見込（費用精査中）

収入 観光庁からの補助金、企業版ふるさと納税、市費、観光協会
 支出 令和4年度 耐震調査費、設計委託費、事業計画費、合意形成費
 令和5年度 実施設計及び改修工事費等

②経常業務収支見込（BS）

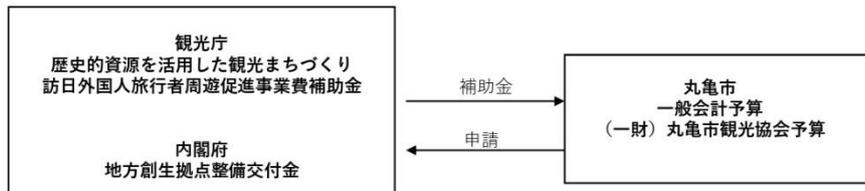
令和6年度～ （一財）丸亀市観光協会へ指定管理（管理運営）
 観光協会から宿泊運営事業会社へ運営委託
 （宿泊運営事業会社の選定）

延寿命改修に係る資金（案）

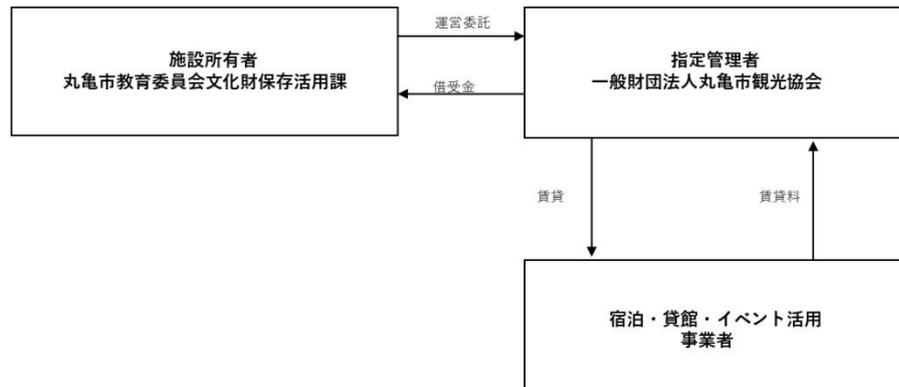
- 1 令和4年度 耐震調査・修理設計、事業計画作成・セミナー等開催
 業務委託
 （補助金＋一般会計）



- 2 令和5年度 実施設計及び改修工事
 （補助金又は交付金＋一般会計）



城泊（延寿閣）に係る資金（案）



里山・文化体験

アドベンチャーツーリズムの拠点 綾城

歴史資源のインバウンド対策活用

背景

■ 日本最大級の照葉樹林を抱かれた自然と人間の共存する町

[地域の概要]

綾町には、東アジアの照葉樹林帯の北限付近にあり、約2000haにも及ぶ日本最大級の原生的な照葉樹林、848種類の植物、希少種であるクマタカ、イヌワシをはじめ、ニホンカモシカ、ヤマネなどの多くの野生動物が生息。
また、1988年に全国初の「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定し、農作物の安全性の確保、自然環境と調和した農業の推進、自然と人間の共存に配慮した地域振興を町全体として取り組んでいる。
これらの取組が評価され、2012年には国内では5箇所目となるユネスコエコパークに登録された。

[これまでの取り組み]



照葉樹の森



ユネスコエコパーク



自然と調和した農業

観光産業としてまとまったコンセプトでの取り組みができていない

観光地マスタープランの整備をきっかけに
「森林資源の魅力向上による、世界のリゾートと競い合える観光地を目指す」

綾全体のエリア構成

綾川荘周辺エリア

綾川荘周辺の宿泊、キャンプ、森や農村地域の散策、川遊びやホテル鑑賞など、長期滞在しながら様々なアクティビティを堪能できるエリア。少し足をのばせば、釈迦ヶ岳などエコパーク核心地域を中心とした本格的トレッキングも可能。

川中公園・照葉大吊橋エリア

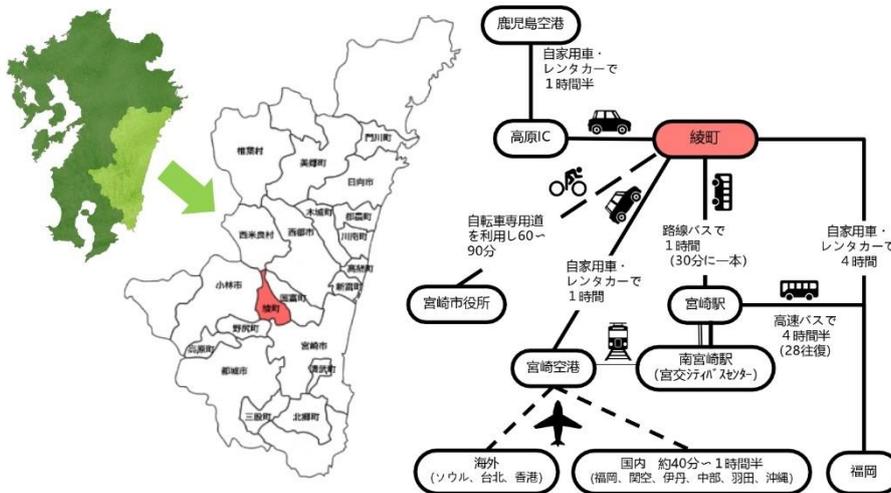
綾町における自然との共存の象徴である照葉大吊橋、森林セラピー基地である川中自然公園など、訪れた人が雄大な自然を守りつつ、その魅力を最大限享受できるエリア。

中心市街地周辺エリア

手作りほんものセンター（有機野菜の直売所）、自然生態系農業により収穫された綾町の食材を使ったカフェや飲食店などが立ち並ぶ市街地エリア。毎年春には、自然の中に飾りつけた「雛山」が町内約20カ所の商店や家々に飾られる。

綾までの交通アクセス

- 宮崎空港、宮崎駅からバスや自家用車、レンタカーで1時間程度。バスの運行頻度はおおむね30分に一本。
- 大都市圏福岡から宮崎までは飛行機で40分、高速バスで約4時間程度、綾町までは自家用車等で4時間程度。



綾の特徴①

■ 日本最大級の照葉樹林を崇拝し守りながら、森林セラピーやトレッキング、山の暮らし体験や猟師体験など様々なアクティビティが楽しむことが可能。

自然・環境 日本最大級の原生的な照葉樹の森と豊かな水、里山・里地の農村風景

約1,700haに及ぶ日本最大級の照葉樹林地帯があり、シイ類やカシ類など照葉樹林を構成する植物が848種、また野生の動物や鳥類・昆虫類・その他の生物が数多く生息している。多様な自然生態系を保持した豊かな森であることから1982年に九州中央山地国定公園の指定を受け、その後「日本の自然百選」「日本の名水百選」等々に選定された。



照葉樹の森を全国の人々に普段見られない視点から見て、自然の恵み・自然生態系のすばらしさを感じ、自然の大切さを認識してもらうことを目的に作られた。



狩猟・山樺・農耕など豊かな照葉樹林とともに生きていた人々の暮らしの中で生み出された多くの生活用具、照葉樹林に生きる動植物を展示している。



照葉樹林地帯から生み出される水は湧水群を形成し、水量・水質ともに良好な状態であることから、日本の名水百選にも選定されている。



照葉大吊橋を起点に右手に綾南川、照葉樹林の山々を眺めながら川中神社まで歩く、往復約11キロメートル、約200分のトレッキングコースが設定されている。



森林セラピー、森林ヨガ、森の中を乗馬をしながら散歩をする森林ホースセラピーなどが楽しめる。



森のなかで、自分たちで火を起こし、スウェディッシュトーチを使ってお米を炊いたり、ドングリクッキーを作るなど、山の暮らしを体験できる。



国内2〜3番目の巨木で、ホルトノキでは、唯一の国指定天然記念物である。土地の人は、この地を播磨山と言い、この山の草木を採取することを禁じてきた。



綾町には昔ながらの農村風景が多く残されており、希少な昆虫類・魚類をはじめ、ムササビ、サワガニ、豊かな里地里山生態系のシンボルであるサンバ・オオタカなど里地里山に特徴的な種が多く生息している。

綾の特徴②

■ 自然生態系農業を実践している綾町では、収穫された豊かな農作物を使った自然食や薬膳などの店が多くあり、またそれを町内外の人々に伝えていくための食の学校などの取り組みも進められている。

食・食文化 森との共存で生まれた自然生態系農業、いのちの中の食（自然食）



自然生態系農業を推進している綾町では、自然農、自然栽培農業、有機農業、高炭素循環型農業などの農法が行われている。また自然生態系農業の体験も可能である。



年間約300頭の出荷で希少性が高く、肉質等級4以上が約60%と宮崎県内でもトップクラスの成績を誇るブランド牛。



綾の清らかな水で育った鮎は、「黄金の鮎」と絶賛され、江戸時代には鮎奉行（日本唯一箇所）がおかれ、島津藩主に献上されていたといわれている。



自然生態系農業により収穫された綾町の食材を使ったカフェや飲食店が多い。
 ・Cafe山猫（カフェ、自然食）
 ・オーガニックごうだ（薬膳）
 ・立町カフェ（自然食、野菜料理）
 ・グリーンガーデン（自然食、バイキング）
 ・綾わくわくファーム（自然食、創作料理）他



綾町の中心市街地にある直売所「綾手づくりほんものセンター」では、有機無農薬の野菜、果物、自然食品や加工品が並べられ、地元の主婦をはじめ、観光客、町外からの買い物客も多く訪れる。



「薬膳ふうと食の学校」は、命をつなぐ本物の食、五味調和の薬膳を学ぶ場であり、体の状態、季節の食材、風土などを考え合わせて、座学を踏まえながら簡単な調理法を用いて実際にレシピを作っていく実践の場である。



綾の名水で造った本格焼酎や綾ワイン、綾の地ビール等を地元の料理と共に楽しめる館内のレストラン、お酒の試飲コーナーのある売店のほか、酒風呂等様々な湯を楽しめる温泉や宿泊施設も完備している。



年間を通して様々なイベントも開催しており、特に蔵元ならではのお酒まつわりのイベントが人気となっている。
 ・4月「地酒蔵蔵蔵まつり」（清酒）
 ・7月「綾の地ビールまつり」（地ビール）
 ・9月「綾ワイン収穫祭」（ワイン）
 ・11月「日向木挽新酒まつり」（本格焼酎）

綾の特徴③

- 綾雛山祭や綾神楽の復活など、歴史と伝統を後世に伝える取り組みが行われている。
- 綾町で最も多くの観光客が訪れる酒仙の杜の他、綾国際クラフトの城では綾町のモノづくり文化が体験できる。

歴史・伝統 森を起源とする綾神楽や雛山祭などの伝統



綾神楽
綾町に一番だけ残っていた「神楽」は現在、地元の若者を中心に三十三番までの復元、森での披露、町外や海外に向けたPRなどの取組が進められている。



綾城
綾城のはじまりは、今からおよそ660年前の元弘年間。現在の綾城は昭和60年に戦国初期城模建造物として構築された。



綾雛山祭
粘土で土人形や木の枝で木製の人形などを作り、山や川で拾ってきた巨木や古木、奇岩、奇石を飾り付け、花木などを持ち寄って奥座敷に山の神が住む風景を再現したものが「ひな山」の始まりであると伝えられている。

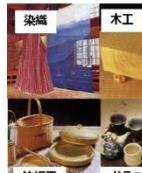


馬事公苑
昔から競走馬・農耕馬を育成が盛んであった綾町には、宮崎有数の乗馬クラブ「綾馬事公苑」がある。馬事公苑では、引馬体験や乗馬体験など誰でも気軽に人馬一体となる楽しさを味わうことができる。

工芸 綾の地域資源を活かしたクラフト産業



綾国際クラフトの城
クラフトの城では、伝統工芸を多くの方に楽しんでいただくために手づくり工芸品の展示販売をはじめ、各工房の案内、工芸教室、お茶処や国外の優れた工芸品の展示を行っている。



綾町には多くの工芸品等を製作するクラフト作家が多く工房を構えている。

着番から織りまでの工程を一貫して手作業で行う染織、綾町深山の希少価値の高い銘木カヤ、ケヤキ等を使った木工、竹細工、ガラス工芸や陶芸、刀剣の製作及び研磨など、その種類は多種多様である。

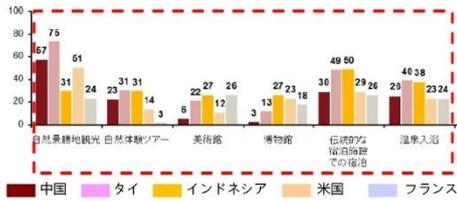
- 宮崎県の観光消費額は、県外宿泊者は全国19位だが、外国人宿泊は全国7位と全国的にも高い。
- 県内を訪れる外国人観光客を綾町に誘客することで、地元への経済効果が期待できる。



地域の事業コンセプト（有効性） ターゲット層

■ 欧米人を中心にアジア圏内でも自然体験などに対する価値観は高くなっており、綾町のリゾート地開発のターゲットとなると考えられる。徹底した自然を活かした地域の価値拡大が重要となる。

■訪日外国人旅行者の消費行動とニーズについて（JNTO資料）



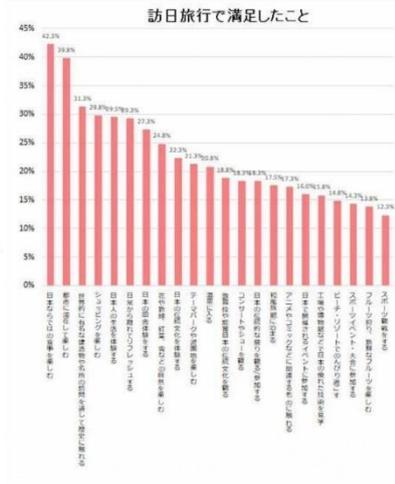
■2つの資料より

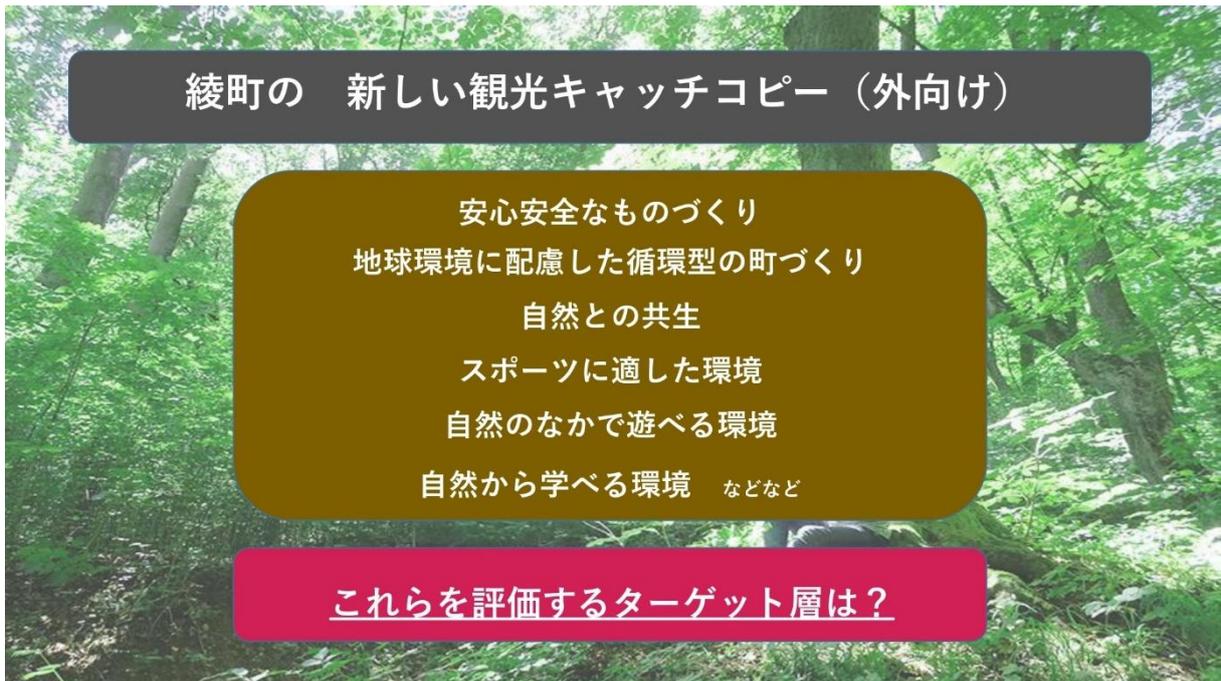
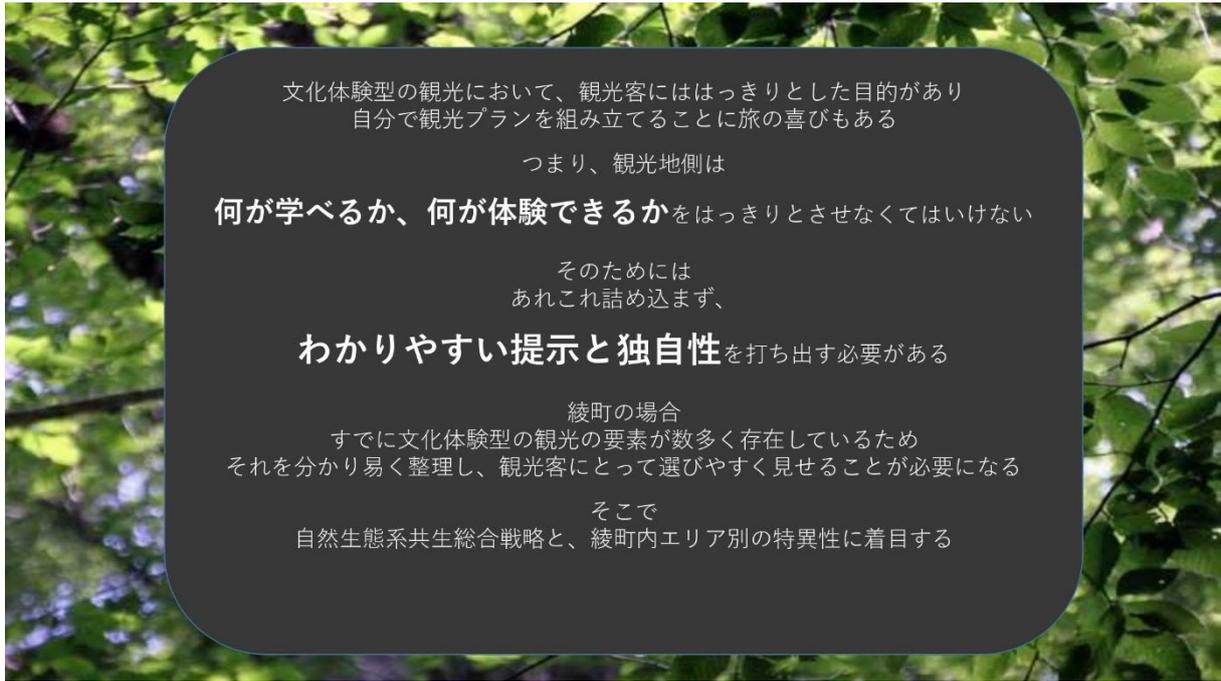
外国人の旅行ニーズとして、自然景観鑑賞、歴史建造物への訪問、アクティビティ体験等のコト消費は訪日外国人の消費として定着している。

外国人が地方旅行に行った活動は、自然景勝地観光が全市場に共通して体験率が高い。その他にも自然体験ツアーや伝統的な宿泊施設なども体験率が高い。

また、欧米人を中心に「リフレッシュ」や「田舎体験」含めた自然体験への興味関心が高いことがわかる。

■訪日市場動向について（JTB資料）





キャッチコピー考察①

多くの女性有名人などが発信する美容法は

オーガニックな食事 と 適度な運動

これらが当たり前となり、
多くの女性に取り組み始めたのは周知の事実

実のところ

これらは綾町が評価を受けてきた健康な町づくりと**全く一致**している。

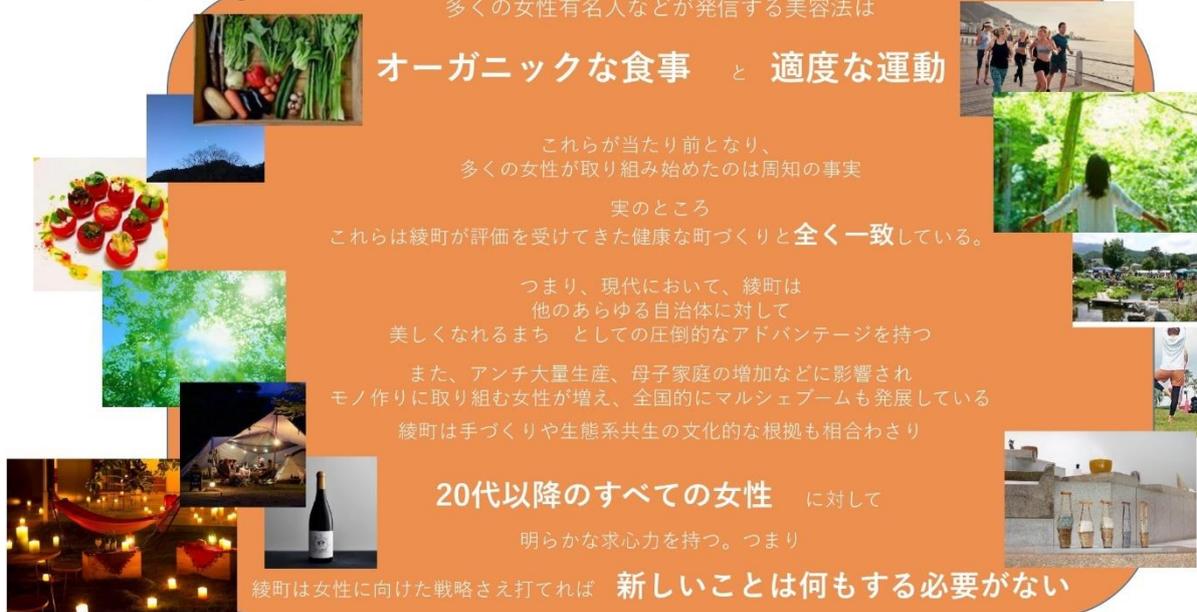
つまり、現代において、綾町は
他のあらゆる自治体に対して
美しくなれるまち としての圧倒的なアドバンテージを持つ

また、アンチ大量生産、母子家庭の増加などに影響され
モノ作りに取り組む女性が増え、全国的にマルシェブームも発展している
綾町は手づくりや生態系共生の文化的な根拠も相合わさり

20代以降のすべての女性 に対して

明らかな求心力を持つ。つまり

綾町は女性に向けた戦略さえ打てれば **新しいことは何もする必要がない**



キャッチコピー考察①

国内観光客向けのキャッチコピー

キャッチコピー考察①



美しくなれる町の
観光資源



キャッチコピー考察②

外国人観光客に向けたキャッチコピー

キャッチコピー考察②

綾町が進めてきた自然循環型の取り組み

照葉樹林文化を活用した 工芸やイベント、まつり



そのまま
体験型の観光

インバウンド向けの企画になる

工芸体験
農業体験
照葉樹林セラピー
乗馬 etc.

雛山まつり
工芸まつり
神楽 etc.

キャッチコピー考察②

自然や文化を、冒険を通じて体験する旅

総じて
アドベンチャーツーリズム戦略



日本文化のルーツを体験できる町 綾

拠点として
FOOKとして

綾城に宿泊できる

というコンテンツを使う

綾のこれまでの取り組み

■ 照葉樹林帯や湧水群を守り育ててきた綾町では、これらの自然を活用した酒造り、クラフト、自然生態系農業などの取組が進められている。また、近年では神楽などの歴史と伝統を復活させ、後世に伝える活動も進められている。

綾町の自然を守り育てる取り組み



日本最大級の照葉樹林帯が国定公園に指定された後、自然の大切さを認識してもらうためにあえて人工物である吊橋を1982年建設した。その後、綾川湧水群が名水百選、21世紀に残したい日本の自然百選、森林浴の名百選などに指定されている。また昔ながらの農村風景が残る農山村集落である食輪・釜年田地区は、環境省の生物多様性保全上重要な里地里山として指定され、多様な自然の適正な管理が行われている。

綾町の自然を活用する取り組み

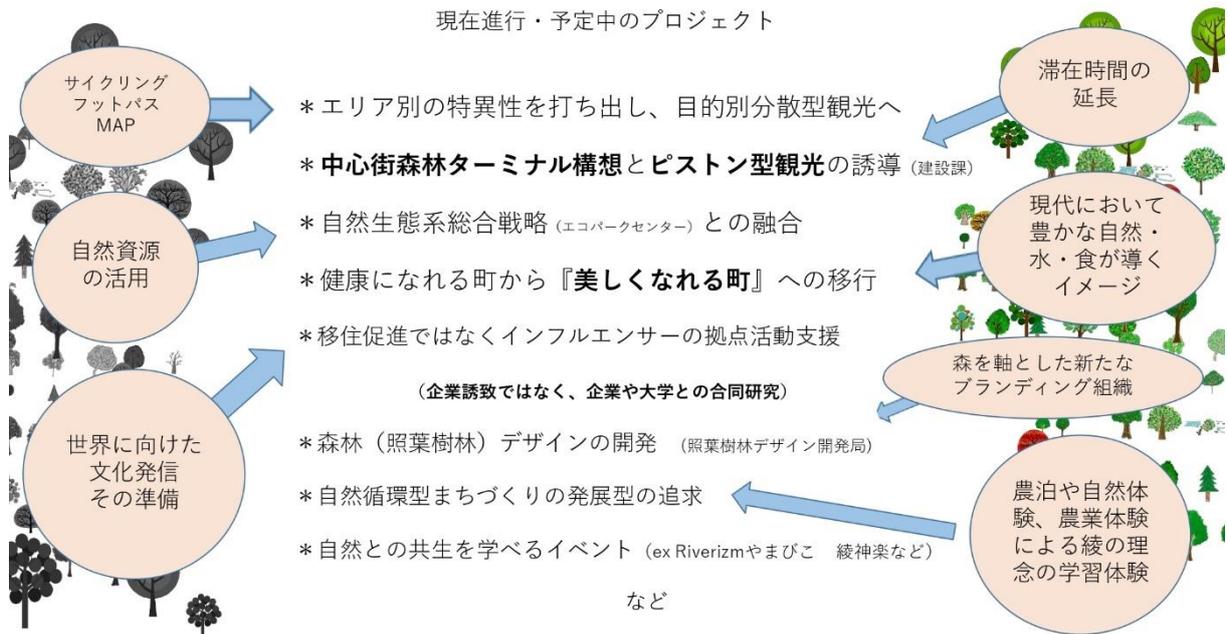


綾町では森からの恵みを活用した木工や竹細工、清らかな水を活用した染物や酒造りが行われている。農業についても1988年に全国初の「自然生態系農業の推進に関する条例」を制定し、自然農、有機・無農薬農業など自然環境と調和した農業が進められている。これらの人と自然との共生に関する取組が評価され、2012年には国内では5箇所目となるユネスコエコパークに登録され、2018年にはエコパークの理念や綾町の取組についての情報発信、研究・調査を支援するためのエコパークセンターが開業している。

歴史と伝統を継承し、後世に伝える取り組み

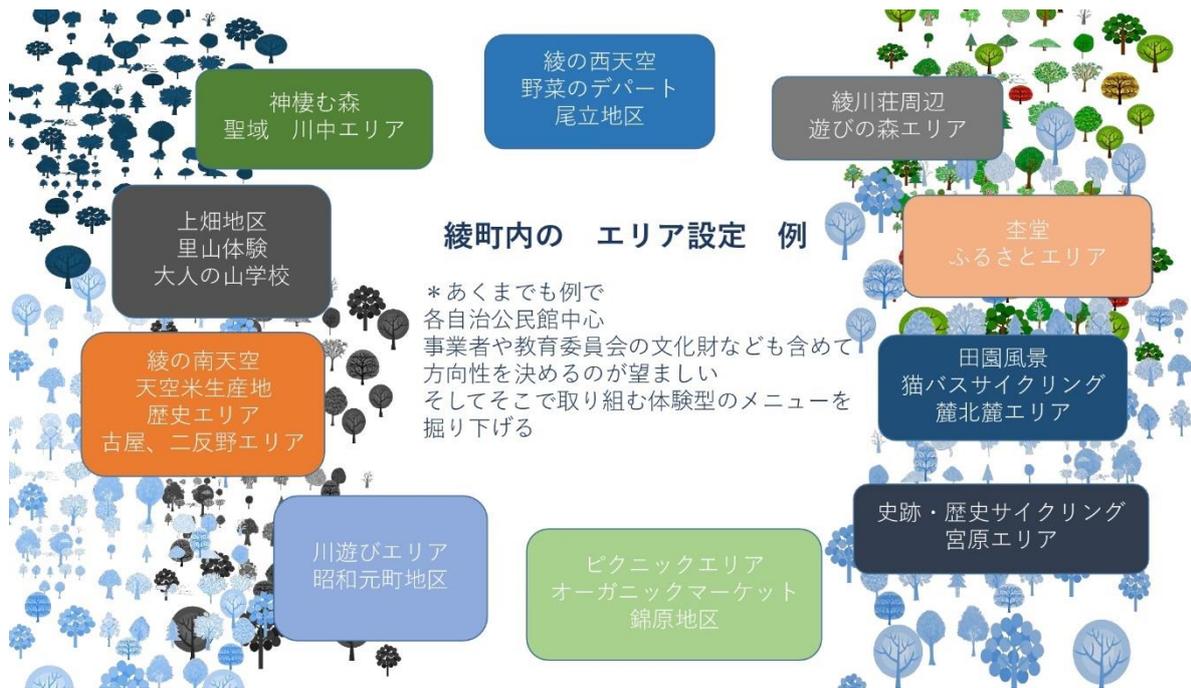


宮崎県には多くの地域に山と森の神を祀る神楽が残っている。綾北川の源流に近い山奥にある川中神社も狛助や木地助が信仰した山の神の神社であり、綾町では綾神楽復元の一環として、神社参道での神楽の上演や舞人の育成などの取組が進められている。また自然生態系農業を推進している綾町は「オーガニックの聖地」として多くの来訪者や移住者があり、自然食を味わえる飲食店だけでなく、命をつなぐ本物の食を学ぶ「食の学校」が開校されている。



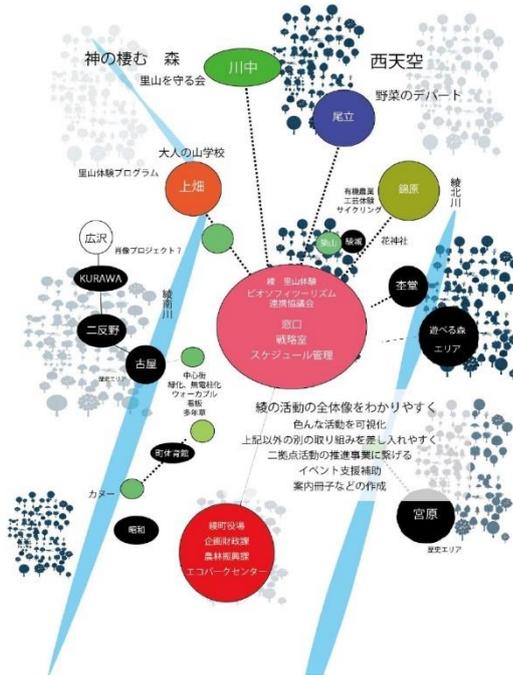


綾の周遊コースを設定できる
エリアの紹介



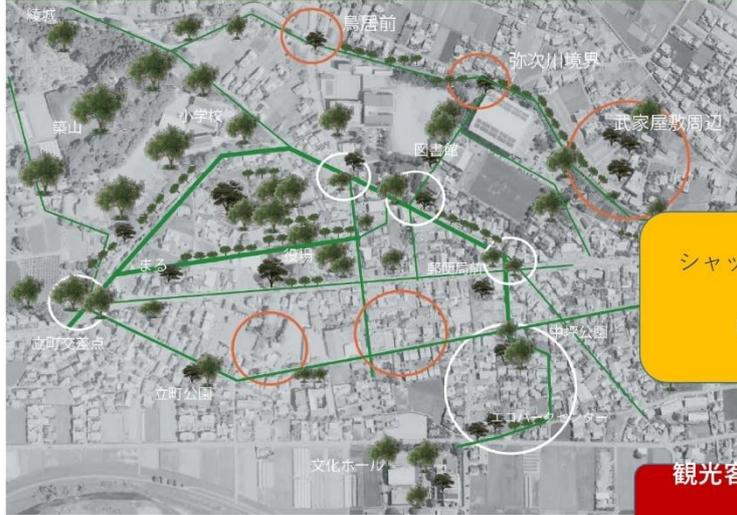
エリア別戦略の例

現在準備中の
農泊を切口にした
連携協議会の図



中心街森林ターミナル構想とピストン型観光

100年の策 中心街の森林ターミナル構想（綾町建設課）



○の周辺を緑化することで
オセロのように
森林に包まれた町に
無理なく
変化させられるのではないかと
○は繋ぎ目、要所として
優先的に手を打つべき場所

中心街で買い物をさせることや
シャッター街の解決に目を向けるのではなく
高齢者や子供など
町民を中心にいかに人が休めるか
快適に過ごせるかに重点を置く

結果
観光客にとっても快適な空間作りになる



アドベンチャーツーリズムの実施団体

里山STAY

綾 農泊コンソーシアム

綾町は、自然資源とともに
自然を活用した体験コンテンツが非常に充実している。
町が推進してきたSDG's な取り組みはそれ自体
学習や体験を軸に於いた観光資源となっている。

官民一体となって世界に発信することが要される。

農業体験からはじまった農泊であるが、
農村体験と定義を広げ

特に綾町では、
照葉樹林文化を基軸に
自然生態系農業や自然資源の工芸活用などを
積極的に進めてきた。

里山体験としての、農・工芸・照葉樹林 を総括し

インバウンド対策として
SATOYAMA STAY

という表現を使っている。

SATAYAMA STAY を アドベンチャーツーリズム
として再認識する試みも始まっている。

ロゴ作成

メインロゴと各事業者独自のロゴ

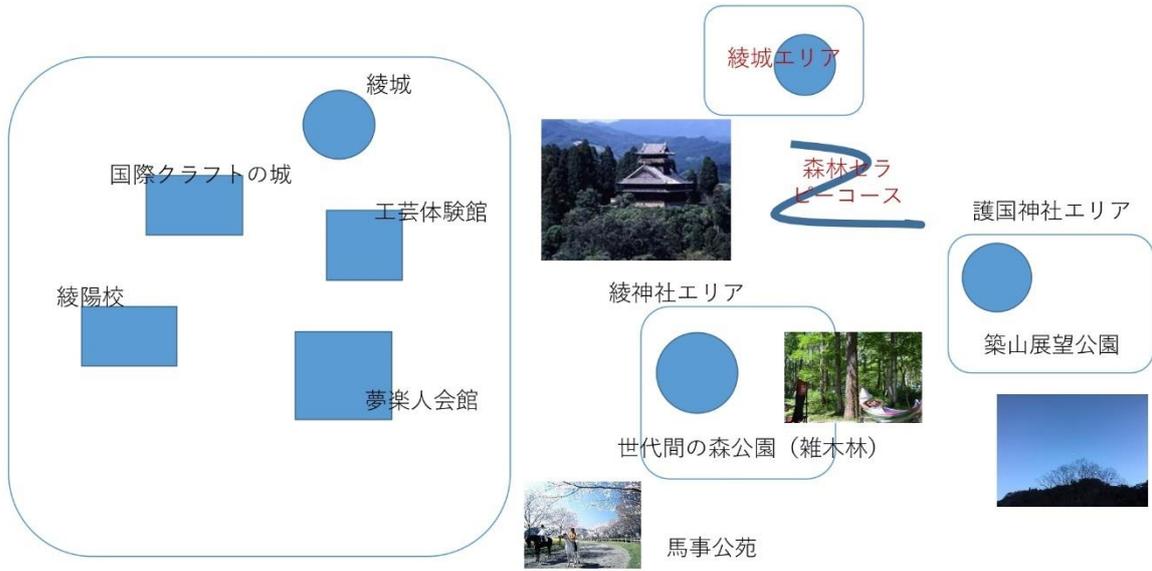
メインロゴ



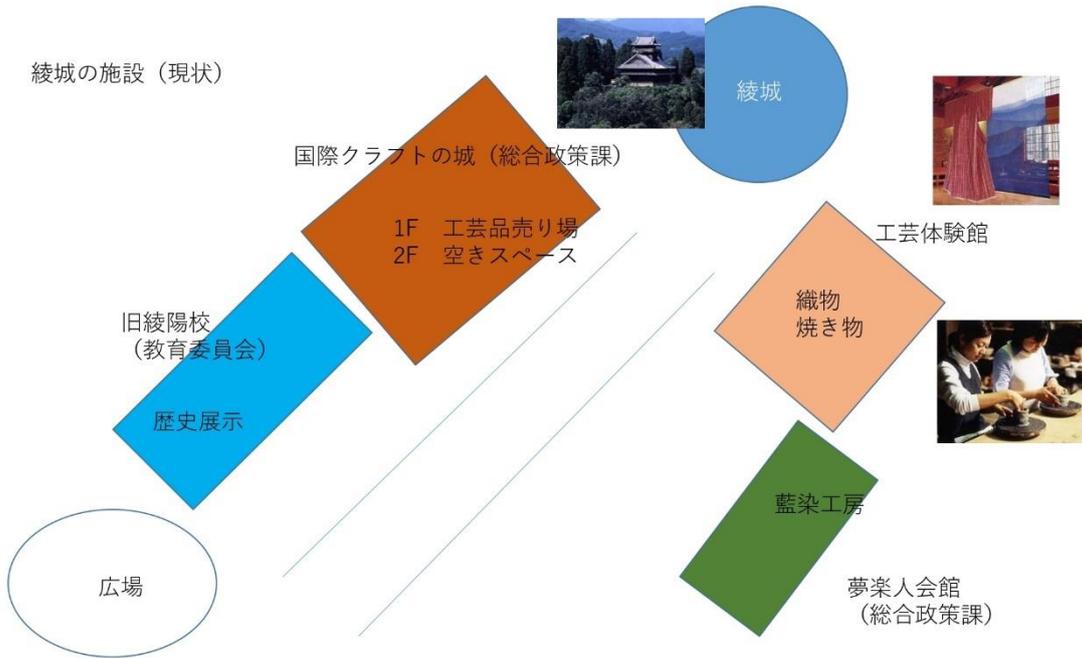
アドベンチャーリズム（農泊）の拠点

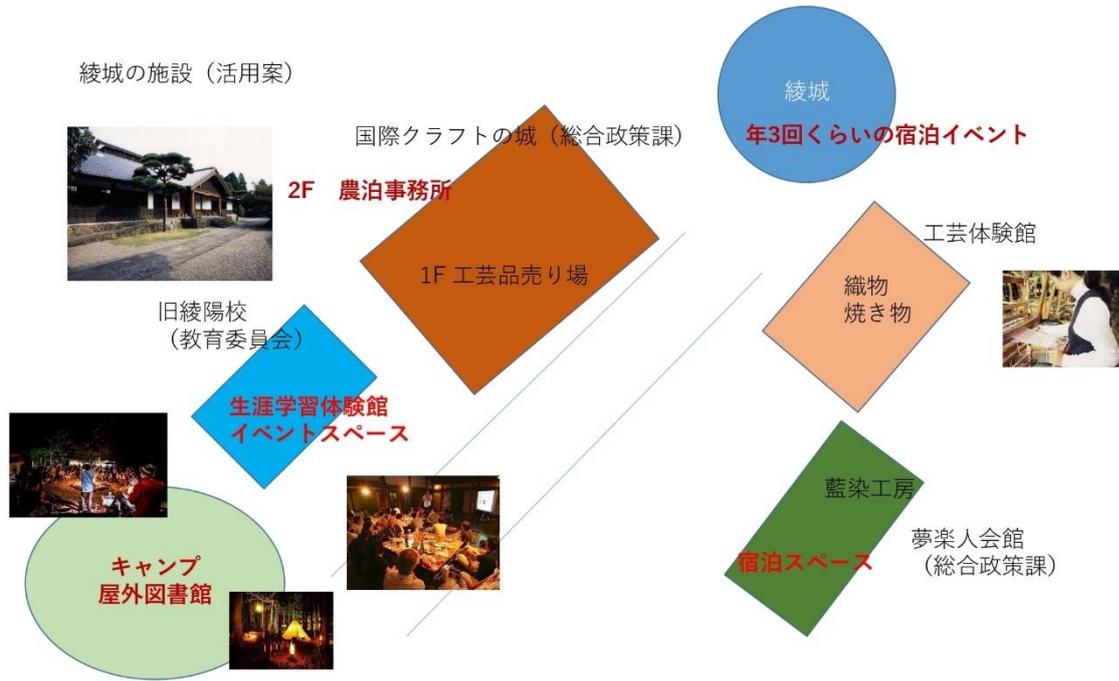
綾城の具体的な活用法

綾城、綾城周辺略図

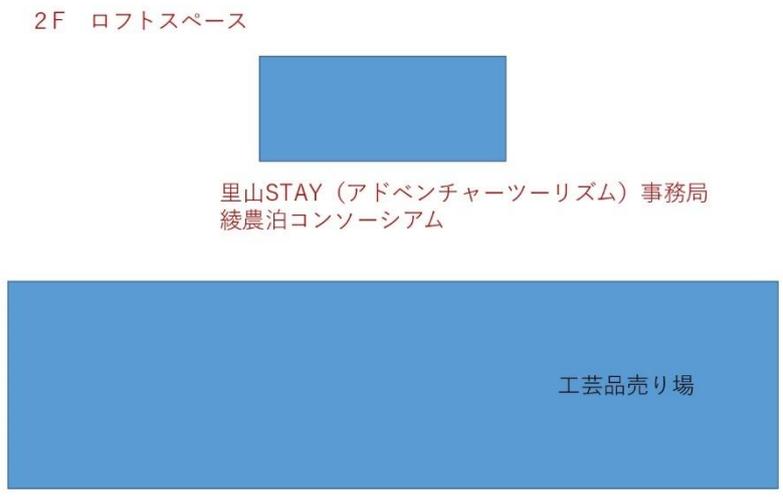


綾城の施設 (現状)





国際クラフトの城 使用例



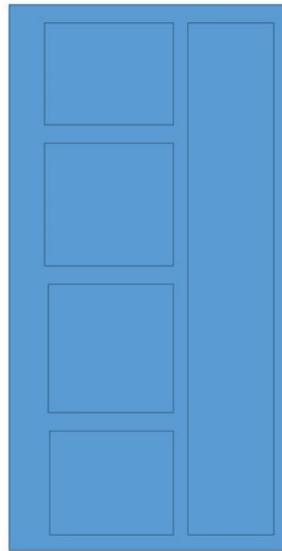
綾陽校 例

**生涯学習体験館
イベントスペース**

店舗
工房
ワークショップスペース

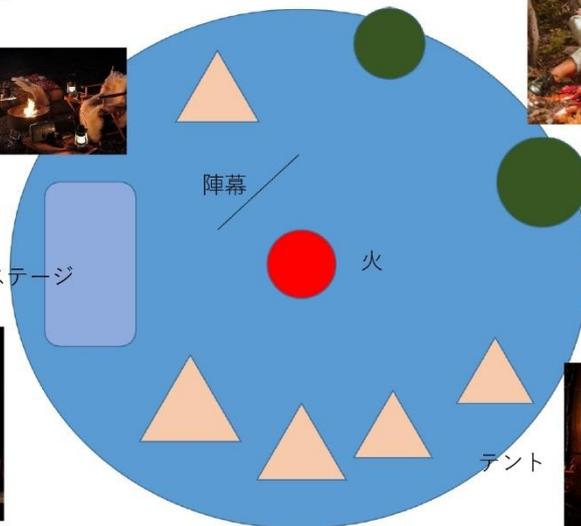
家賃収入

改装における
法整備など調査中



広場 使用例

**キャンプ
屋外図書館**



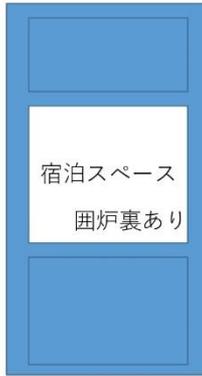
夢楽人会館 使用例

簡易宿泊スペース

施設貸し切り使用料

予想 50000円程度

改装における
法整備など調査中



岡山県津山市

城下町つやまを歴史体験の博物館に！

文化財・歴史遺産を活用した 観光まちづくり事業計画書

(令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

(公社) 津山市観光協会
古川秀紀

① 地域概況



② マーケティング コンセプト

【顧客】

- ・ 訪日インバウンド & 日本国内の富裕層
- ・ 日本の歴史文化を愛していただける旅行者（宿泊を含む日本歴史文化体験＝コト消費）
- ・ 中高齢者層のみならず、若い旅行者（30～40代）も取り込む

【顧客にとっての悩み？】

- ・ 日本歴史文化を見るだけではなく、実体験ができるコンテンツが欲しい。体で感じる思い出をつくりたい。
- ・ 自分や家族だけの夢やパーソナルニーズを可能な限り実現させたい。
- ・ わざわざその土地に行き、それ相応のお金に見合う価値を味わいたい。
- ・ 若い旅行者も楽しめるコンテンツが欲しい

【私たちは、どのように貢献／解決するか】

- ・ 津山に多く残る歴史文化遺産を活用したコンテンツ（宿泊体験・文化体験など）を提供する。
- ・ お客様のニーズに寄り添い、あらゆる素材と知恵を活用して、可能な限りリクエストに応える。
- ・ お客様の想像を超えるような高付加価値のコンテンツとサービスを提供する。
- ・ 若い人も楽しめる洗練された場所を提供する。（各種ショップ等）

③-1 基本の事業コンセプト



城下町つやまを「歴史体験の博物館」に！
文化財・歴史遺産を活用した観光まちづくり



③-2 津山市が城泊・歴史観光まちづくりに取り組む意義

城下町つやまを「歴史体験の博物館」に！
文化財・歴史遺産を活用した観光まちづくり

津山の歴史的資源について

- ・大型建物が多く残っている。津山藩の「力」「格式」が高かったため、石高の割には大きい施設が多い。
- ・全般的にいい状態で残っている建物が多。今、手を入れれば、今後100年残することができる。
- ・しかし、今すぐにでも手を入れなければ、(数年で)手遅れになる部分も大きい。特に屋根の傷みが進んでいる印象。温暖化による集中豪雨や長雨傾向もあり、屋根の補修改修は待ったなしであること。

城泊に取り組む意味

- ・城泊というキーワード自体が「ユニーク」「キャッチー」であるため、津山は「歴史のある城下町」ということが「ワンメッセージ」で「広く(国内外へ)」伝わること。
- ・日本には「重伝建地区」は117もあり、「情報発信するだけ」では埋もれてしまうこと。
- ・「観光まちづくり推進」や「プロモーション拡大」等の努力を続けても、「収益」という出口がなければ持続可能とはならない。そのための仕組みを考えること。
- ・城は「アイコン(象徴)」となり注目や人流を集めること。「収益を稼ぐ」のは城下町エリアで一体となり、各施設で役割を分担していくこと。

④-1 活用物件

鶴山館(津山城三の丸)

史跡津山城跡保存整備計画(第II期)の一環として、改修計画の具体的検討に入る。

「城のガイダンス拠点としての機能」をベースにした「宿泊体験を含む歴史・文化体験施設」「学ぶための施設(もともとは藩校)」「イベント用施設」「公園管理のための施設」等の活用案がある一方、「取り壊し案」もある。

城外から移設された建築物ではあるが、津山藩の藩校として歴史的価値が十分にあること、観光振興の見地からも絶好の場所にある物件であり、このまま取り壊しになることは津山市にとってあまりに大きく、取り返しのつかない損失となると考えている。



④-2 活用物件

備中櫓(津山城本丸)

津山城跡は史跡名勝天然記念物。建築基準法の適用除外物件であり、今後の活用拡大にはクリアすべき課題が多いが、景観的にもシンボル性が高く、本来は軍事施設でありながら内部の御殿建築が見事な備中櫓において「宿泊体験を含む歴史文化体験コンテンツとしての活用拡大」を検討・推進することは、「城を中心とした観光まちづくり」及び「歴史文化に誇りをもつ城下町・津山」を全国に発信するもっともインパクトの強いメッセージ、アイコンとなる。

・1階「御茶室」

当時を忠実に再現しており、通常の茶室とは違う構造であること(床の間が無いこと、掛け軸や茶釜の吊し方、茶室内に矢狭間がある等、全国他にはない珍しいもの)

・2階「御上段」

女性を美しく見せるための壁の色、消防法クリアのための窓柵等の様々な工夫など。



④-3 活用物件

衆楽園(迎賓館・余芳閣・風月軒・清涼軒)

国指定名勝の中の構成要素としての建築物。建築基準法の適用除外物件。余芳閣での宿泊滞在体験、迎賓館の大広間での各種MICE(会議・イベント等)開催、2つの園内茶室を使った「日本文化・お茶席体験」等で活用を図りたい。

・迎賓館

台所等の水回り関連設備が弱いため、広間での大人数による活用(結婚式場ほか)のためには検討が必要。

・余芳閣

衆楽園内における宿泊施設とする。迎賓館とは一体となった活用方を検討(一棟貸しの宿泊施設、結婚式場の控室など)。

・風月軒

池に浮かぶ小舟に乗っているような風景が楽しめる。

・清涼軒

少人数での使い勝手がよい。



④-4 活用物件

城東むかし町家(旧梶村邸)

重伝建地区において、ただ無料で見学するだけにとどまらない「宿泊体験を含む各種歴史文化体験(リビングヒストリー)」の拠点施設として活用を検討したい。籠乗り体験等

- ・座敷2階(通常は立入禁止)
改修が必要だが、庭園の眺めがよく宿泊や滞在に活用するには最も魅力的と思われる。2階から見えてしまう宮部自転車の「YAMAHA」の赤い看板は「修景計画」にて対応予定。
- ・庭園
座敷2階から見ることを意識した造りになっている。大岩から段をつたって泉水へ水が流れ落ちる仕掛け
- ・洋館&奥座敷(通常は立入禁止)
天井の水漏れ、畳の傷みへの対応が急務。北側の窓から「北隣の工場」が見えてしまうことがネックだが、独立した2階建物であることが魅力。
- ・蔵(東蔵、西蔵)
北側の壁の意匠もすばらしいが、現在は「北隣の工場」のため見えにくいのが残念。敷地北側の「林田溝(水路)」の上に屋根部分がはみ出しており、厳密には「重伝建エリアの外」となっている。



④-5、④-6 活用物件

知新館(平沼騏一郎別邸)



立石家



その他民間物件

- ・**城東や城西地区**をはじめ、市内の**空家などの民間物件**を随時選定し、所有者とサブリース方式等の最適な活用方法を協議・改修・運営することで、**地域全体に展開**していく。

※古民家、産業施設(例えば酒蔵)など

- ・**分散型ホテル**や**洗練されたショップ群**を形成する。
(旅行者のみならず、地元の若い人も楽しめる場所、働ける場所、都会から帰ってきたくなる場所をつくる)

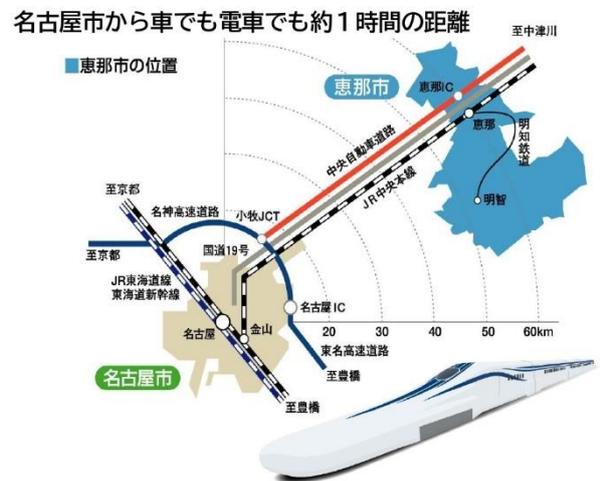
④恵那市

令和3年度 観光庁 城泊・寺迫による歴史的資源の活用



1. 恵那市の概況

エリア	岐阜県 恵那市 岩村地区
市町村概要 (人口)	岐阜県 恵那市 48,765人 (令和3年4月1日現在)
主な地域資源	恵那峡、明知鉄道、日本大正村、 岩村城と城下町、中山道大井宿、 坂折棚田 など
アクセス	※右図参照
観光入込客数 (年間)	○コロナ前 約 416万人 ○現在 約 307万人



リニア中央新幹線開通の場合 東京から約1時間

1. 恵那市の概況（観光資源）



2. 計画地の概況

岐阜県恵那市岩村町

日本百名城「岩村城」



国の重要伝統的建造物群保存地区

「岩村城下町」



朝の連続テレビ小説

「半分、青い。」の舞台地



3. 課題の整理と方向性

(1) 人材育成と組織の役割分担の見直し

岩村の町内イベントやお祭りは、近隣地域と比較して非常に多く開催されている。しかしながら、実際に携わっている人は少なく、このままではイベントの継続が困難となってしまう。今後、イベントに携わる仲間を増やす必要がある。また、観光協会、城下町ホットいわむら、商店会など観光に関わるイベントを開催している団体により、組織体系やイベントの再調整などをする必要がある。

観光ガイドについては、現在では、観光協会岩村支部で有料にてガイドを行っている程度に留まっている。町内の女性（おかみさん）により組織した「いわむらせんしょ隊」は、親しみの湧く新しいスタイルのガイドとして期待も大きく、育成していく必要がある。

※「せんしょ」とは、この地方の方言で「おせっかい」を意味する言葉

3. 課題の整理と方向性

(2) 広域観光や滞在型観光への展開と観せ方の創意工夫

2027年リニア中央新幹線の開業に向けた、広域観光を視野に入れた取り組みが必要である。この取り組みと同時に宿泊施設の不足を補う対策や、滞在時間を長くする方策などを検討する必要がある。

関東圏を中心とした都市部へのPR活動と共に、町内の既存イベント・伝統的祭事・史跡など、都市部から「行ってみたい」と感じさせる観せ方の創意工夫や新たなPR活動が必要である。

観光関連施設整備では、社会資本整備交付金事業により、古い町並みの電線類の地中化工事で誕生した素晴らしい景観や、観光案内標識、観光トイレ等の関連施設整備が完了しているが、その後において、観光トイレの不足問題や岩村振興事務所庁舎の空きスペース問題による観光的利活用の検討など、直面した課題も多くある。

3. 課題の整理と方向性

(3) 町並みの活性化と儲かる仕組みの確立

いわむら城下おかげまつり等のイベント開催時には、町並みは多くの方が訪れ大変な賑わいとなるが、それ以外の時は、賑わいが乏しい状況であり、賑わいのある町並みづくりに向けたの対策が必要である。

近年では、空き家も目立つようになってきており、特に上町地区ではその状況が顕著な状態であり、そのため空き家対策を講じ始めたところであるが、今後も、町並みの活性化という観点を加えた考え方で取り組んでいく必要がある。

企業による新たなお土産の開発や、地域内の個人やサークル活動で作成した農産物や商品等が売れる場所の提供などを検討し、地域が儲かる仕組みづくりを考える必要がある。

4. 将来像 「イメージとキャッチフレーズ」

①岩村の観光まちづくりの将来像をイメージさせるキャッチフレーズ

「ゆかしき里いわむら」

②具体的なイメージ

「本物にふれられるまち」

③対外的なPR活動でのキャッチフレーズ

「女城主の里」

5. 基本方針

岩村の最大の魅力は、岩村城を中心として整備された城下町と、それを支える入り四郷や飯羽間、富田が一つとなり、豊かな歴史的風致を形成していることである。

「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」（歴史まちづくり法）では歴史的風致を「地域におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動とその活動が行われる歴史上価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境」と定義している。

岩村の歴史的風致は、先人たちがその営みの中で800年以上前に築城された城と城下町の上にその時代の新たな価値を積み重ね続けてきた結果であり、現代的な価値を有するものとして今ここにあるものである。

これこそが「女城主の里いわむら」の本質的価値であり魅力となる。この価値を磨き上げ、高めていくことを取り組みの土台として、様々な事業や施策を展開していくことが重要である。

5. 基本方針

■基本方針1 人を高める

岩村に人を呼び、訪れた人をもてなすためには、住んでいる人が岩村を知り、次世代に伝えていかなければならない。30年先を見据えて、将来担い手となる子どもたちを巻き込んで、岩村を知る、岩村を伝える活動を進めていく必要がある。

■基本方針2 まちを高める

岩村は江戸時代にプランニングされた城下町の都市計画そのままに現代の町が形成されている。その典型が伝統的建造物群保存地区に選定されている本通りの町並みであり、その都市計画の理念を活かしながら町全体の歴史的風致の向上に努め、風格ある町を創出していくことが重要である。

■基本方針3 モノ（食・物産・情報）を高める

江戸時代の岩村は、岩村藩三万石の城下町であり、物流と情報の拠点であった。今ある食や物産を一層磨き上げるのはもちろんのこと、原点に立ち返り、広く恵那市のモノを集め発信していく場としていくことが重要である。

6. 観光まちづくりの目標

①明日の宝ものから岐阜の宝もの、そして全国の宝ものへ磨きあげる。

平成23年度に岩村城跡と岩村城下町が岐阜県「明日の宝もの」に認定され、平成29年度には「岐阜の宝もの」に認定された。

今後は、全国でも認められるような観光資源へと磨きをかけていく。

②本物の観光地を目指す。

本物の観光地を目指す指標として、100万人の入込客を目指す。

【目標指標】

観光施設入込客数

※イベント参加者数を含む

【備考】

2018 (H30) 実績 419,926人

2019 (R1) 実績 253,447人

2020 (R2) 実績 105,853人

2021 (R3) 実績 74,446人

※イベント参加者除く

※2018年度は「半分、青い。」放映

年 度	入込客数	備 考
2012 (H24)	193,866人	実 績
2015 (H27)	203,000人	
2018 (H30)	210,000人	
2023 (H35)	272,000人	
2028 (H40)	500,000人	リニア開業1年後
2033 (H45)	1,000,000人	

7. 施策の方針

観光まちづくりの目標を達成するため、3つの基本方針に基づいて、6つの施策方針を設定する。

□施策方針1 新たな観光資源の発掘

他地域と差別化した魅力を付加し、新たな観光需要を生み出すため、農林業や農山村を生かした田舎暮らし体験ツアーや健康志向を取り入れた観光メニュー開発など、新たな観光資源の発掘、活用等により、個性的な観光魅力の開発・充実を図る。

□施策方針2 既存観光地・施設等の再生

多様化する観光ニーズに対応した施設整備など、魅力ある観光地や観光施設にするための再生を図る。明知鉄道の観光的な活用促進を図るとともに、既存の観光地との連携により、目的性のある観光ルートを設定するなど、地域連携や広域連携の促進を図る。

□施策方針3 観光PRと交流イベントの充実

国内外に恵那の観光の魅力を広く発信し、恵那イメージの向上と交流人口の拡大を図るとともに、観光客向けの祭りやイベントにレベルアップを図るなど、観光・交流イベントの活性化を図る。

7. 施策の方針

□施策方針4 観光交流産業の活性化

民間事業者による取り組みを支援しながら、観光産業を活性化させるとともに、見る、遊ぶ、買う、食べる、泊まるなどに関わる観光サービスの充実を図る。

□施策方針5 住民・企業・行政による観光推進体制の構築

市民の地域に対する愛着心や誇りを醸成しながら、観光客をおもてなしの心を持って受け入れ、観光振興を支える人材の確保・育成と観光を推進する組織体制の強化を図る。

□施策方針6 観光交流を支える環境づくり

誰もが安心して快適に観光が楽しめるよう、観光客を受け入れるトイレ、案内サイン、景観などの環境づくりに取り組むとともに、快適で円滑な移動ができるような交通アクセスの改善に努める。

8. 施策方針と基本施策（主要事業）の体系

施策方針	基本施策	主要事業
1. 新たな観光資源の発掘	1. 本物にふれられるハード整備	・藩主邸の復元 ・柳町通りの電線類の地中化 ・まちかど資料館の整備
	2. 新たなイメージ戦略	・イメージキャラクター ・飯羽間の新たな魅力の発掘
	3. 新しい見所の提案	・フィールドミュージアム化 ・情緒ある夜の本通りをPR ・癒される場所の提案
	4. 着地型観光の提案	・岩村版の「えなか」の推進
2. 既存観光地・施設等の再生	1. 既存施設のリニューアル	・岩村庁舎を観光の拠点施設へ
	2. 既存史跡等の本格活用	・城跡を国指定史跡へ ・城跡からの眺望環境の整備 ・文化施設の見せ方の工夫 ・武家屋敷地区の整備 ・カラー舗装の整備 ・藩主邸通用口（搦め手）の整備
	3. 本通りのイメージアップ	・休日の本通りの駐車抑制 ・本通りの一方通行逆走車両対策 ・伝建地区保存会との連携 ・ポスター掲示等の統一
	4. 市内観光地との連携強化	・恵那峡や大正村との連携

8. 施策方針と基本施策（主要事業）の体系

施策方針	基本施策	主要事業
3. 観光PRと交流イベントの充実	1. 観光プロモーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 営業的な観光PRの展開 ・ 岩村大好き会の結成
	2. 観光交流イベントの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・ 女性受けするイベントの企画 ・ 本通りに放送設備を整備 ・ 文化施設での体験イベントの開催 ・ 富田ウォーキングコースの活用イベント
	3. 新しい観光情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 目的別ガイドMAP・チラシの作成 ・ リピーターを増やす観光看板の整備 ・ 小中学生によるDM発送 ・ 大河ドラマ化運動
4. 観光交流産業の活性化	1. 民泊の仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民泊の仕組みづくり ・ 空き家を宿泊施設として活用
	2. 特産品の開発・販売の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 岩村の名物・特産品の認定制度の創設 ・ 空き家の軒先を店舗・展示に活用 ・ 100円商店街の定着 ・ 岩村駅での物販 ・ 6次産業化の推進

8. 施策方針と基本施策（主要事業）の体系

施策方針	基本施策	主要事業
5. 住民・企業・行政による観光推進体制の構築	1. 観光まちづくり体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域イベントの集約化 ・ 観光関連組織の一体化 ・ イベントお助け隊の発足 ・ 岩村を担える後継者の育成 ・ ふるさと活性化隊員等の継続的な活用 ・ 観光案内のスキルアップ ・ 若年者のイベントへの参加 ・ まちづくり人の紹介
	2. 町民のおもてなしの向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ せんしょ隊の育成 ・ 商店のトイレ貸し
6. 観光交流を支える環境づくり	1. 観光客の受入環境の整備、充実	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光団体用トイレの増設 ・ 駐車場の確保、整備 ・ 駐車場の有料化 ・ 空き家前にMAPや掲示板を整備 ・ 休憩椅子（ホットする椅子）を設置 ・ 休日の本通りの遊歩道化 ・ 外国人観光客の受入環境整備 ・ Wi-Fi環境の整備
	2. 円滑な域内交通の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 城跡観光道路の整備 ・ 域内観光交通の整備 ・ 自転車周遊コースの設定
	3. 本物が感じられる観光案内の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 城下町の入り口門を整備 ・ 観光案内動画の整備

9. 城泊・寺泊による歴史的資源の活用専門家派遣事業を受けての具体的な検討

1. 城跡そのものを活かした体験メニューの検討

- 城という空間を体感するメニューの開発
(軍議・野営・甲冑体験 など)
- 城・城下町の光アートなど夜間楽しめるコンテンツの開発

2. イベントを活用した誘客の検討

- 全国山城サミット恵那大会の開催
- 既存の地域イベントを活用した誘客推進
(夏まつり大変装行列、ザ・縁日、薪能、ふれあいウォーキング、秋まつり神輿渡御行列、おかげまつり、ひなまつり)

3. 滞在型観光のあり方の検討

- 空き家・空き店舗を活用した滞在型施設の整備
- 体験メニューの充実による宿泊者の獲得
- アルベルゴ・ディフーズの取り組み

9. 城泊・寺泊による歴史的資源の活用専門家派遣事業を受けての具体的な検討

4. 他地域との連携による検討

- 明知城など恵那市内の山城や歴史遺産と連携した取り組み
- 東美濃の山城との広域連携
- 岐阜県戦国武将観光連絡会などとの広域連携

5. 人づくり・次世代育成の検討

- 観光ガイドの養成
- 次世代に向けた勉強会の実施

6. 中長期的なビジョンや新設の可能性を含めた検討

- 「女城主」をテーマとした他地域との差別化戦略
- 文化財施設の活用やお城の新設
- ストーリーを軸としたプロモーションの実施
- 地域住民の前向きな検討

(2) 寺泊

① (一社) 丸岡城天守を国宝にする市民の会

坂井市丸岡地区 事業計画書

(令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

団体名：一般社団法人丸岡城天守を国宝にする市民の会

氏名：理事長 大濃孝尚

① 地域概況

エリア名	北陸地区：福井県
市町村概要 (名称・人口)	坂井市丸岡町（人口約93千人）
主な地域資源	現存12天守の丸岡城を核として丸岡産の「おろし蕎麦」 産業としては越前織・細幅織物・リボンなど
アクセス	JR 福井駅から京福バスにて丸岡城へ約30分 JR 丸岡駅からタクシーにて丸岡城へ約10分（徒歩1時間） JR 芦原温泉駅から京福バスにて丸岡城へ約30分 自家用車の場合丸岡インターより丸岡城まで約5分
その他	丸岡城へは約40万人 (有料入場者数12万人)



丸岡城桜まつり
(4月1日～4月20日)



国神社社祭礼
(10月15日～17日、
4月15日～17日)



丸岡古城まつり
(10月頃)



丸岡城プロジェクションマッピング
(夜間観光の演出) 20:00～



今年度から始めた「(仮称)丸岡トラディショナル」
「着初め式」10月16日(日程変更予定)



② マーケティング コンセプト

顧客はだれか (WHO) 「城×寺! 城下町巡りの宿泊拠点としての寺泊」
→城好き・寺好きな人を最重要ターゲットとする。



顧客にとっての悩み/痛みはなにか (WHY)

- ・当地域における宿泊施設が無い。
- ・公共交通機関のアクセスが非常に悪い。
- ・地元の方にとってはお寺に泊まる価値観が違う。
- ・食事をするところが少ない。
- ・夜間の観光場所が無かった。
- ・コロナ渦で観光客が激減。
(12万人→4万人、観光バスは2年間ゼロとなった)
- ・負のスパイラルに陥っている。
(お客が少ない→飲食店の撤退→お客が他所に行く)

どのように貢献/解決するか (HOW)

- ・宿坊・妙光寺のPR活動を行う。(チラシは作成済み。配布は2000枚行った)
- ・公共交通機関のアクセスについてもPRを行う。
- ・宿坊妙光寺宿泊者に対して食事の割引券等を考慮する。
- ・夜間観光については「丸岡城プロジェクションマッピング」等夜間観光を意識した催しなどが開催されつつある。

③ 基本の事業コンセプト

「自分を見つめ直す安らぎの宿」
「何もないのいいね！」

どこからでも丸岡城が見える街並み。



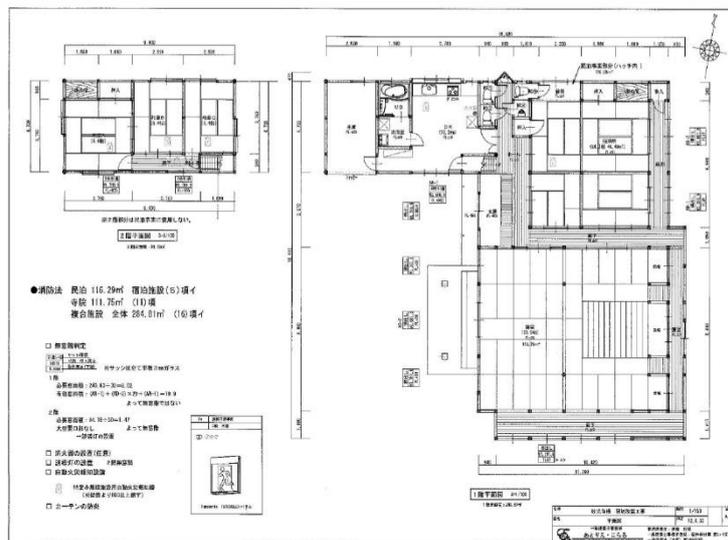
(一社)丸岡城天守を国宝にする市民の会(以下市民の会)が運営している、城下町巡りの拠点施設「城小屋マルコ」をレセプション棟として、地域内に順次整備していく寺院を活用した宿泊棟へゲストを案内する。

城ファンに人気の丸岡城だが、地域に宿泊施設が無くこれまで素通り観光となっていたため、この課題解決の一つの策として、寺院を活用した滞在型観光をめざす契機とする。

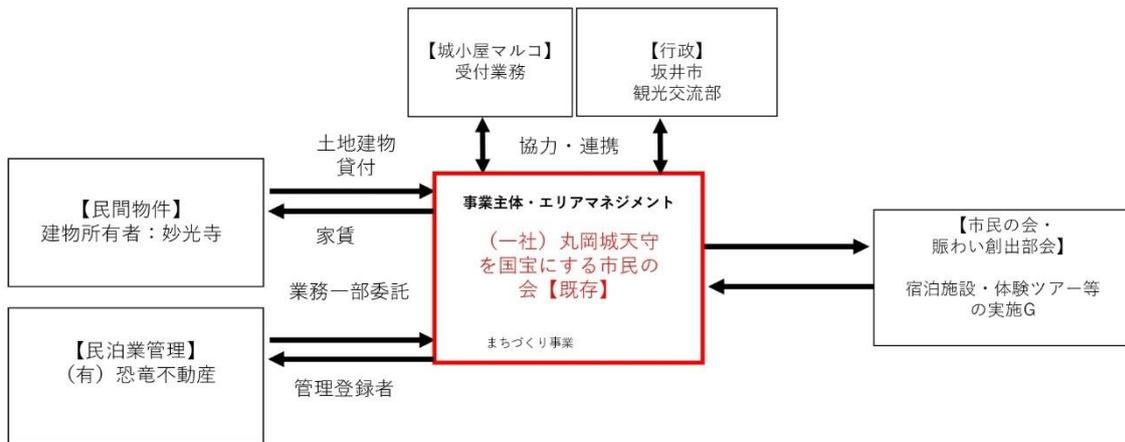
なお、レセプション棟の「城小屋マルコ」は市民の会が2018年に策定した「丸岡城賑わいのまちづくりビジョン」事業の一環で、翌2019年「福井県ふるさと茶屋」構想により完成しました。

また寺泊も2020年新幹線開業アイデアコンテストで「城下町に素泊まりホテルをつくる」が入賞採択されている。市民の会・坂井市・福井県とが連携して事業を進めていく。

④ 活用物件平面図



⑤ 事業スキーム



⑥ 宿坊チラシ



②楞嚴寺

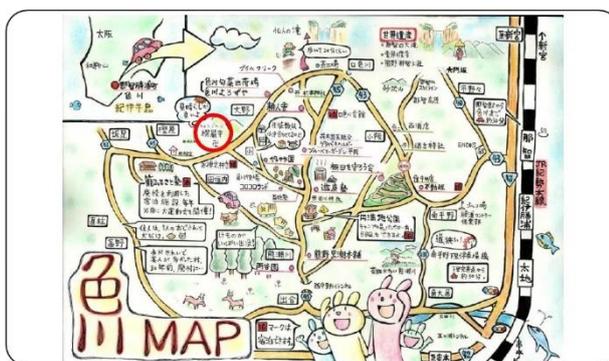
那智勝浦町色川地区 楞嚴寺宿坊事業計画書

(令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

宗教法人 大泰寺
代表役員 西山十海

① 地域概況

エリア名	那智勝浦町色川地区
市町村概要 (名称・人口)	那智勝浦町・人口約1万4千人
主な地域資源	那智の滝、青岸渡寺、マグロ、温泉 熊野古道、ビーチ
アクセス	大阪・名古屋から約3時間半
その他 (年間観光客入 数など)	135万1千人(宿泊・日帰り含めた総数)



② マーケティング コンセプト

海外の富裕層

- ・日本の文化を体験できる特別な滞在施設がない。
- ・観光地化されていない地方に泊まり特別な体験をしたい。

※宿泊施設を開業するに当たって、下記3点をご検討ください。

- ①誰に来てほしいか（顧客）
- ②顧客の悩みは何か
- ③その悩みを開業する宿泊施設でどのように解決するのか

地方のお寺を宿坊として提供することで、他にない風景、他にない居心地を提供し、一生の思い出に残る滞在を提供する。

③ 基本の事業コンセプト

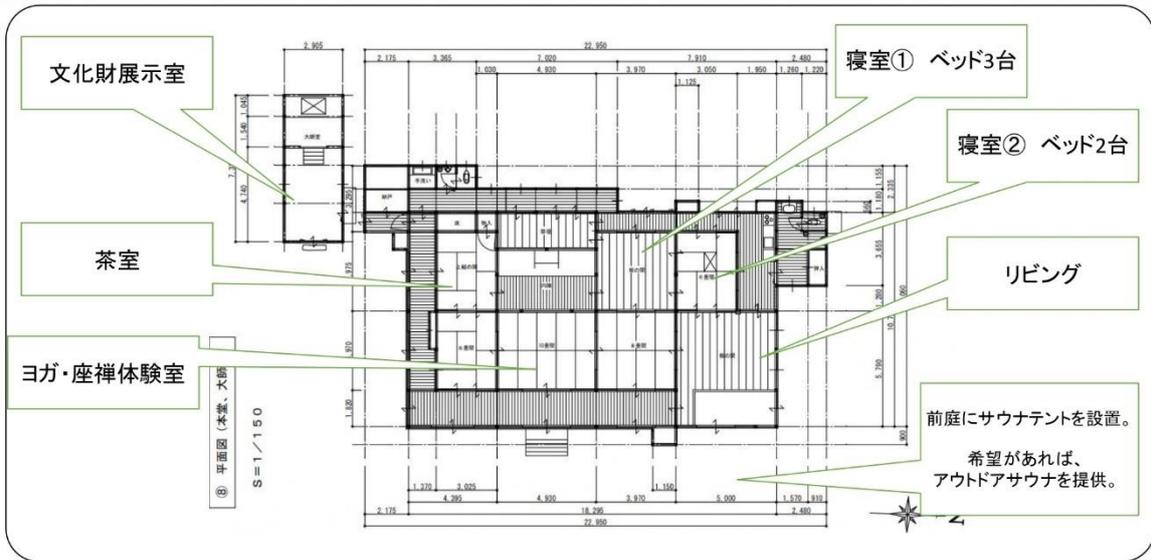


天空の古寺で楽しむ日本の原風景

那智勝浦町の色川地区は、昔ながらの棚田が残り、日本の原風景を今に伝える。また、那智の滝から本宮へ至る道程にあり、熊野古道の中継地でもあり、多くの滝や切り立った山々などダイナミックな自然も残っている。その色川地区の中心に位置する大野地区を一望できる高台にある楞嚴寺。本堂の戸をあげれば眼前に雄大な紀伊山地の山々が連なり、眼下には美しい棚田が広がる。その唯一無二の風景をメインに、ここでしか味わえない体験と滞在を提供する。



④ 活用物件平面図



⑧ 楞厳寺の事業スケジュール

- ①令和4年度 楞厳寺の新規所有法人について秋までに方向性を決める。
一旦、簡易な法人に所有を移し、宗教法人の解散手続きに入る。
- ②令和5年度 所有法人の形態・意志決定組織を決定し、所有権を委譲。管理運営法人と賃貸借契約を結ぶ。
農山漁村振興交付金の施設整備補助金を利用。
修復及び宿坊としてのリフォームを開始。
年度末までに簡易宿所の営業許可取得。
- ③令和6年度 観光振興事業費補助金（城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業）などの補助金を活用し、ホームページを整備。本格的な販売を開始。
- ④令和7年度 インバウンドの旅行客も完全に戻り、黒字化を果たす。

③宝寿寺・覚円寺



お坊さんは
ヘルシーツーリズムの
コーディネーター

あなたのための
アクティビティプランを提案します



課題意識

お寺をトリガーに地域の魅力的なアクティビティを体験してもらう

地域では既に
ヘルシーなアクティビティが
行われているものの
散乱してしまっている



お寺を起点に僧侶が
コーディネーターとなり
地域のアクティビティを
利用する個別の
ヘルシーツアーを
策定する



お寺アクティビティ

お寺に泊まる 読経 作務 法話聴聞
写経 ヨガ 修験道登山 僧侶と語らう

森林セラピー 有機農法農業体験 里山体験
薬草散策 パンづくり 郷土料理 温泉

自然アクティビティ



ツアープラン例

3月15-16日 (一泊二日) 宝寿寺

1日目

13:00 宝寿寺到着
14:00 仏教体験 (読経・法話)
14:30 森林セラピー
16:00 温泉
18:00 夕食 (住職・坊守との歓談)

2日目

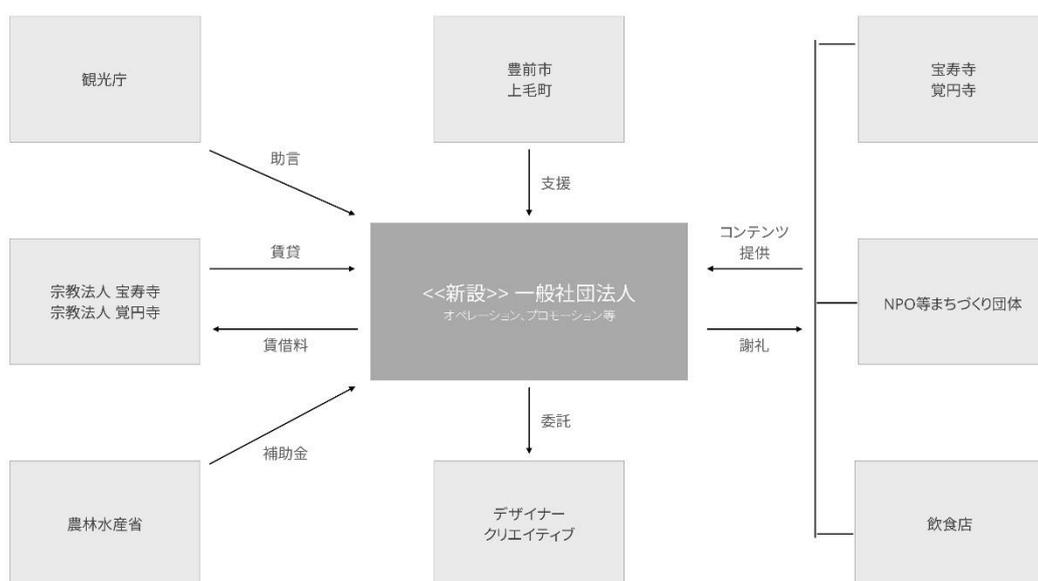
8:00 仏教体験 (読経・法話)
8:30 朝食
10:00 里山体験 (薬草散策)
12:00 昼食
13:00 宝寿寺出発

申込方法

あなたのためのプランをつくる



事業スキーム



ターゲット

それぞれのお寺の特徴を活かして

宝寿寺

- 旅館業法申請見込み
- 50代以上
- 夫婦
- ゆっくりしたい人
- 自然にふれあいたい

覚円寺

- 民泊新法申請見込み
- 20-40代
- 友人
- アクティブに体験したい人
- 将来に不安や悩みをもつ

④ 築田寺

多摩地区 築田寺リサイズ 事業計画書

(令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

団体名 宗教法人築田寺
氏名 齋藤紘良

① 地域概況

エリア名	東京都多摩地区
市町村概要 (名称・人口)	町田市忠生 人口約43万人
主な地域資源	小田急線とJR横浜線が交差し、1日約50万人の 交通量がある都市。
アクセス	町田駅から公共バスにて約20分+徒歩5分 (小田急町田駅→神奈中バス→徒歩)

地域の地図



② マーケティングコンセプト

WHO>顧客(ターゲット) = 呼び込みたい人は誰か

国籍: 日本7割、海外3割
年齢層: 30~50代
性別: 女性6割、トランス2割、男性2割

WHY>ニーズ>提供できる価値

心身の不調を整えるための空間と時間を提供、仏教に興味がありかつ日常に持って帰れる場所

HOW>貢献、解決>顧客の課題解決方法

ファスティングよりもお金のかからない(購入物など)断食の魅力を体感する
断食にプログラムに対して丁寧なカウンセリングを行い、身体から仏教を知る
囲い込むような布教要素を出さず、利用者自らが興味湧くようなコンテンツ
他のコンテンツが充実しており、さまざまな入り口から寺院と関わるきっかけがある
オンラインで気軽に予約できるようなシステムを構築
都心から1時間圏内で訪れることができる利便性と小旅行感を味わえる

運営形態>どのような運営でターゲットにあった戦力を立てるか

事業: 食堂、宿坊(民泊)

飲食店営業
民泊新法(年180日/週3~4日) 外部事業者 合同会社めて(新規立ち上げ)

③ 基本の事業コンセプト

事業コンセプト
いつも 人がいる寺

訪れた方々が美しさや安らぎを感じ、ゆるやかな賑わいのある場所を目指します。

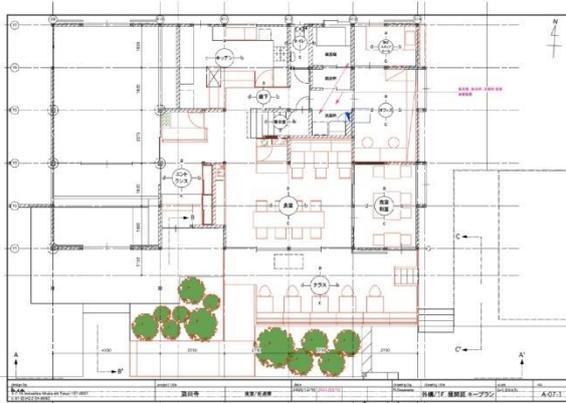


▲ 建築設計: 株式会社 〇〇〇

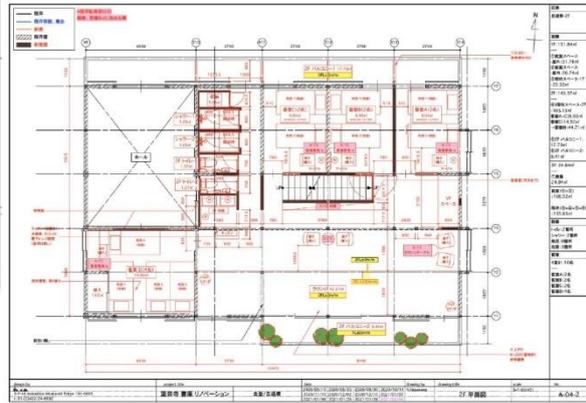


④ 活用物件平面図

1F (食堂)



2F (宿坊)



⑤大慶寺

大慶寺宿坊事業計画

大場唯央

大慶寺 daikeiji

藤枝宿のほぼ中央に位置

770年の名刹 元中本山

日蓮聖人お手植えの「久遠の松」

静岡県天然記念物

日本の名松100選

日本遺産構成文化財

外部環境

静岡県藤枝市 旧東海道/蓮華寺池公園エリア

静岡県のほぼ中央に位置する

人口約14万人の都市

東海道21番目の宿場町

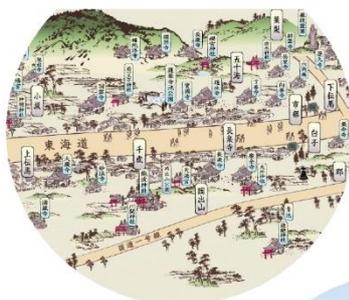
令和2年 東海道が日本遺産に認定

近くに「蓮華寺池公園」があり、
市内外から年間140万人の来訪がある

大慶寺住職が仲間と共に活動してるSACLABOが
エリアリノベーションを行っており
4年間で15店舗の新規店舗がOPEN
現在注目を浴びている

ただ現状はデイトタイムの来訪者のみで
立寄型になっている

また、このエリアにビジネスホテル以外の宿がない





内部環境

大慶寺には50軒 県外の檀家さん

大慶寺には明治以降から県外の檀家がいる

住まいは静岡県外だが、お寺は藤枝という家は
今後ますます増加する見込み

今後、定住が当たり前でなくなっていくと
「ふるさと」がないという人も出てくる



ニーズに合わせた宿坊ではなく
大慶寺が繋がりたい人に
来ていただく宿坊をつくる

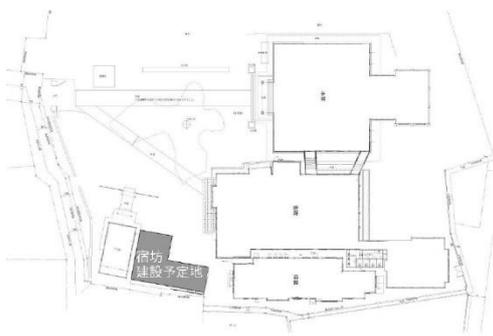
そのために

お寺を「別荘」と見立てる

単なる「観光客」ではなく「所有者」を増やしていく

「ただいま」と毎年訪れ、
滞在しながらエリアを楽しめる拠点をつくる

久遠の松が一番よく見える場所に



一棟貸しの宿坊

親子三代での宿泊も可能

気の合う仲間での貸しり利用

長期滞在も推奨



飲食提供は基本なし
「まちやどスタイル」

朝は
藤枝名物「朝ラーメン」や
「おかゆ」のお店もあります

夜は、
地域の飲食店へ出かけたり
仕出しを注文したり
自分たちで料理をしたり
BBQをしたり

1 宿坊の概要
2 宿坊の環境
3 A-style
4 宿坊のジム工房 中島のスイープ
5 beautyup bath
6 宿坊の設備
7 宿坊のサービス
8 宿坊のアクセス
9 La Page
10 宿坊の周辺施設
11 宿坊の周辺施設
12 宿坊の周辺施設
13 relaxation & Yoga Kamata
14 ヨギーニ bygg
15 宿坊の周辺施設
16 宿坊の周辺施設
17 おむすびごはん ますの
18 めぐろ橋
19 宿坊の周辺施設
20 あずま
21 マツクラコ
22 宿坊の周辺施設
23 宿坊の周辺施設
24 宿坊の周辺施設
25 宿坊の周辺施設
26 宿坊の周辺施設
27 宿坊の周辺施設
28 宿坊の周辺施設
29 宿坊の周辺施設
30 宿坊の周辺施設
31 宿坊の周辺施設

できること

お寺体験プログラム

朝のお勤め&掃除
写経
瞑想体験
死の体験旅行®
いのちの積み木ワークショップ
夜供養（グリーフケア）
水行体験
etc

体験プログラム

リフレクションダイアログ
焚き火
BBQ
ウェルビーイングダイアログ®
寺シネマ
まちあるき
etc

地域体験プログラム

藤枝おんぱく行われている
体験プログラム

朝ラーデビューツアー

歴史まちあるき

闘茶体験

石仏ツアー

陶芸体験
etc



より「別荘感」を出すために

会員制を導入

会 員

繁忙期や数ヶ月前の予約が可能

体験プログラムの予約が可能

長期滞在が割安

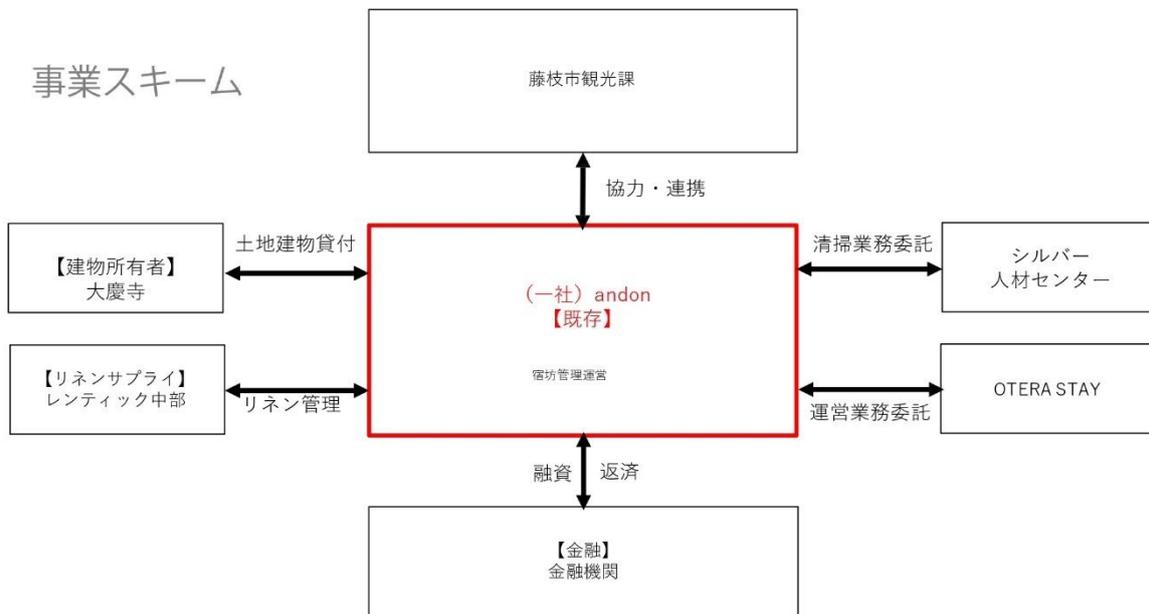
ビジター

予約は3ヶ月先まで

当日予定が空いていれば
体験プログラムも受入可能



事業スキーム



青森県弘前市 寺泊推進事業計画書

(令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

護国山観音院久渡寺／金剛山光明寺最勝院
青森県弘前市

※本計画書に使用している写真はすべてイメージです。

はじめに

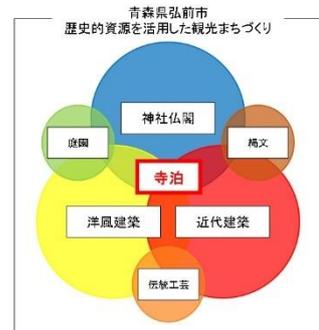
青森県弘前市は、1611（慶長16）年の弘前城築城以来、津軽地方の政治・経済・文化の中心として発展してきた城下町で、国内現存12天守の1つの「弘前城天守」、日本一と呼び声が高い「弘前公園の桜」、日本一の生産量を誇る「りんご」が有名で、数ある観光地の中から弘前を旅行先に選んでいただくうえでポイントとなるコンテンツである。

これらの強力なコンテンツに隠れた、弘前が他地域と明確に差別化が図れる魅力として、「各時代の文化資源が重層的に存在していること」が挙げられる。藩政時代の面影が漂う町並みや神社仏閣などの建造物、キリスト教の浸透や軍都・学都化の中で独自に発展した明治・大正期の洋風建築、近代建築の巨匠・前川國男のデビューから晩年の作品まで、各時代の文化資源が重層的に存在しており、さらにはそれらにまちの発展の中で培われた伝統・文化が様々なかたちで息づいており、いわば「屋外の博物館」のようなまちである。

点を持つ価値・魅力で地域ブランドを構築するまちは日本全国津々浦々にあれど、面的な地域ブランドを構築することができるポテンシャルを秘めたまちは全国でもかなり少ないものと思われる。

「屋外の博物館」といえるまちを構成している主要な文化資源の一つである「久渡寺」及び「最勝院」での寺泊事業を通じて、文化資源の新たな活用モデルを提示し、他の文化資源の活用も促進し、面としての地域ブランドをいっそう強固なものにしたいと考えている。

今回、久渡寺及び最勝院で行おうとしている寺泊事業については、アドベンチャー（日本ならではの伝統文化体験、豊かな植生や四季が織りなす美しい自然景観）やウェルネス（寺泊による高い精神性の体感や贅沢な時間の使い方による心と体の健康増進）といった様々なツーリズムの要素を包含するもので、さらに大きな視点では地域内経済循環を促進することで地域の観光・経済・自然環境の持続可能性を高めていく「サステナブルツーリズム」に繋がるものであり、寺泊の向こう側にはワーケーション、移住・定住促進、ユニークベニューなどでの文化資源の多様な活用を見据えながら、弘前市（行政）としては市総合計画事業「歴史的資源を活用した観光まちづくり事業」を推進していくことで、寺泊の取組みと連携・協力しながら、弘前の文化・観光振興や関係・交流人口の拡大を図っていくこととする。



1. 護国山観音院久渡寺

久渡寺の概要

- JR弘前駅から車で約30分、市郊外・市街化調整区域内に位置する山奥の寺院。
- 江戸時代からこの地で続く信仰「津軽三十三観音霊場巡り」1番札所で、津軽地域巡礼はじまりの地。
- チベット仏教の教えから着想を得た「オシラ講の風習」が有名。
- 足なし幽霊をはじめて描いたとされる江戸時代の名絵師・円山応挙が描いた国内唯一の幽霊画「返魂香之図」を所蔵。
- 敷地内に林間学校「こどもの森ビジターセンター」（管理運営：弘前市）を併設。
- 本尊の特別開帳、限定朱印の提供、護摩祈祷体験などを通じて、寺院を活用した観光・地域振興策に積極的に取り組んでいる。

久渡寺の課題・意向

○ 課題

- ・ お檀家様からのお布施収入を中心に寺院運営を行ういわゆる檀那寺ではない。主な収入源は、ご信徒様からのご祈祷料、お守りやお札などの販売料。
- ・ 地域では少子高齢化による人口減少が加速度的に進んでおり、今後はご信徒様からのご信仰だけでは寺院運営が立ち行かなくなる可能性あり。

⇒ 地域の人口減少の波に飲み込まれない財源を自力で確保する必要あり。

○ 意向

- ・ いまあるものや環境を活かして、財源を確保し、経済基盤の強化を図りたい。
- ・ 地域に迫る人口減少の波をただ眺めているのではなく、この久渡寺を活用することで地域に賑わい（＝関係人口の拡大）を創出したい。

⇒ 久渡寺のポテンシャルを活かせる＋関係人口の拡大につながる経済活動＝「寺泊」と捉えて取り組んでいく。

久渡寺の強み・弱み

○ 強み

- ・ 山奥の寺院という魅力的なロケーション。
- ・ 津軽地域巡礼はじまりの地というスピリチュアル性・唯一無二性。
- ・ 護摩祈祷や山伏体験といった文化的体験、円山応挙の幽霊画・多種多様な仏像彫刻といった芸術品など、寺泊の醍醐味といえる日本の伝統文化を感じることができるコンテンツが豊富。

○ 弱み

- ・ 豊富なコンテンツ・高いポテンシャルを活かすだけのマンパワーが十分でない。
- ・ 宿泊施設に求められる環境や設備が十分でない。
(宿泊室付近にトイレやWi-Fi環境がない、携帯電話の電波が弱いなど)

寺泊コンセプト

- 住宅宿泊事業法（民泊新法）による寺泊
 - ・ 用途地域（市街化調整区域）の制限をクリアするため。
 - ・ 商品流通支援（受付～決済）や宿泊環境整備（送迎・食事・リネン）など久渡寺で担任することが困難なものは地元事業者へ外部委託。
- 1日1組限定（春～秋で年間30日程度）
 - ・ 宿泊者にとっては、「わたしだけ」の特別感。
 - ・ 久渡寺にとっては、弱みの「マンパワーが十分でない」をカバー。
- アドベンチャー（文化体験・自然・アクティビティ）やウエルネス（心と体の健康）などの要素を包含した「サステナブルツーリズム（地域内経済循環の促進による地域の観光・経済・自然環境の持続）」に位置付けて展開
 - ・ 弘前が他地域と明確に差別化が図れる魅力である「各時代の文化資源が重層的に存在していること」を旅行先を選んでいただくうえの大きな売りにしながら、アドベンチャーやウエルネスなどの様々なツーリズムの要素を包含した「サステナブルツーリズム」に位置付けて展開していくことで、ワールドツーリズム的観点の中で「日本の弘前にある久渡寺」ならではの価値・魅力を発揮。

ターゲットとする顧客層

国内外問わず、東北・青森・弘前を旅行先を選ぶ

- ・ 寺泊の醍醐味である日本の伝統文化を体感したい方。
 - ⇒ 「せっかくだから特別な宿泊・体験をしたい」「だけでもそれってどこで出来るんだろう」「宿泊+体験プランがあればいいのに」といった顧客の悩みにアプローチするため、宿泊に体験を自由に組み合わせることが出来るダイナミックパッケージで販売。
- ・ 自身が体感したいと思った行為・体験に対してはお金に糸目をつけない方。
 - ⇒ ≠富裕層のため、国内OTAでは楽天・じゃらんなどに並んで代表的なサービスである「るるぶトラベル」にて販売。「るるぶトラベル」に搭載することで、インバウンド向け予約サイト「JAPANiCAN.com」に自動搭載できるため、インバウンド導線も確保。ターゲット層への訴求力を高めるためにより有効な流通チャネル確保（Airbnbなど）についても引き続き検討。

寺泊イメージ

時間帯	宿泊者の動き
夕方	● 198段もの石段を登ってチェックイン(キャンドルイルミネーション) ● 住職による久渡寺ガイドツアー
夜	● 護摩祈祷@本堂 ● 夕食・入浴@星と森のロマンピア ● セルフベッドメイキング(敷ふとん)
朝	● ふとん片付け ● My作務衣に着替え ● 阿字観@聖観音堂 ● 朝食(自炊) ● 境内地の掃除
日中	● 山伏体験@久渡寺山登山道



石段キャンドルイルミネーション



住職と巡る久渡寺ガイドツアー



護摩祈祷@本堂



セルフベッドメイキング



My作務衣



阿字観@聖観音堂



朝食(自炊)

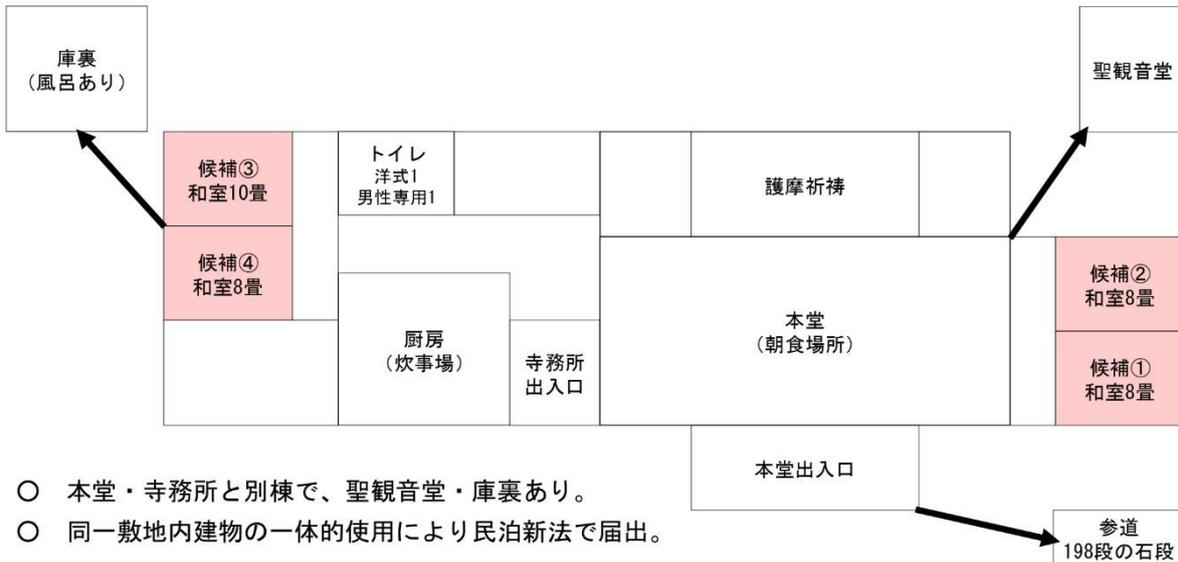


境内地の掃除

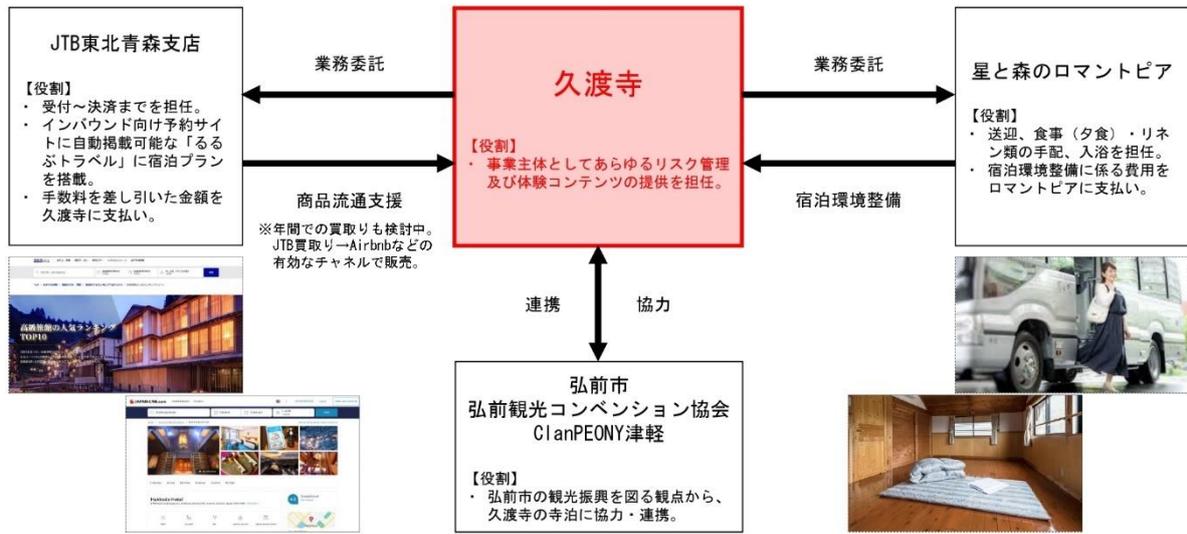


山伏修行@久渡寺山登山道

活用物件平面図



寺泊スキーム



+ α 案

- 敷地内の林間学校「こどもの森ビジターセンター」（管理運営：弘前市）とタイアップした「寺キャンプ」・「寺サウナ」も検討中。



2. 金剛山光明寺最勝院

最勝院の概要

- JR弘前駅から車で約10分、市街地・第一種中高層住居専用地域内に位置する寺院。
- 青森県初の国重要文化財で、東北地方第一の美塔と称された「最勝院五重塔」があり、その四季折々に見せる姿は圧巻。敷地は「津軽氏城跡弘前城跡新寺構」として国史跡に指定されている。
- 周辺には弘前市最大の歓楽街「鍛冶町」、国内外の先進的なアートを収集・展示する「弘前れんが倉庫美術館」、東急電鉄から譲り受けた東急7000系の車両が現役で走る「弘南鉄道」があるなど、観光コンテンツが豊富。
- 市内循環バスルート沿いに位置することで、交通の利便性が高く、「弘前公園」、「弘前市りんご公園」、「津軽藩ねぷた村」など主要観光スポットへのアクセスが容易。
- 今年度は文化庁の「ウィズコロナに対応した文化資源の高付加価値促進事業」にも取り組むなど、寺院を活用した観光・地域振興策を積極的に展開。

最勝院の課題・意向

○ 課題

- ・ お檀家様からのお布施収入を中心に寺院運営を行ういわゆる檀那寺だが、地域では少子高齢化による人口減少が加速度的に進んでおり、今後はお檀家様からのご信仰だけでは寺院運営が立ち行かなくなる可能性あり。

⇒ 地域の人口減少の波に飲み込まれない財源を自力で確保する必要あり。

○ 意向

- ・ いまあるものや環境を活かして、財源を確保し、経済基盤の強化を図りたい。
- ・ 地域に迫る人口減少の波をただ眺めているのではなく、この最勝院を活用することで地域に賑わい（＝関係人口の拡大）を創出したい。

⇒ 最勝院のポテンシャルを活かせる＋関係人口の拡大につながる経済活動＝「寺泊」と捉えて取り組んでいく。

最勝院の強み・弱み

○ 強み

- ・ 宸殿（高僧が使用する部屋）から眺める五重塔という圧巻のロケーション。
- ・ 焼納祈願や月輪観などの文化的体験、通常立入禁止の五重塔の初重部分を住職案内のもと巡るプレミアム体験など、寺泊の醍醐味といえる日本の伝統文化やプレミアム感を感じることができるコンテンツが豊富。
- ・ 宸殿が兼ね備える宿泊機能性の高さ。（ハード面の初期投資が不要）
- ・ 周辺の多様なコンテンツも活かすことで旅行者の幅広いニーズに対応可能。

○ 弱み

- ・ 豊富なコンテンツ・高いポテンシャルを活かすだけの十分なマンパワーの確保が難しい。

寺泊コンセプト

- **住宅宿泊事業法（民泊新法）による寺泊**
 - ・ 用途地域（第一種中高層住居専用地域）の制限をクリアするため。
 - ・ 商品流通支援（受付～決済）や宿泊環境整備（送迎・食事・リネン）など最勝院で担任することが困難なものは地元事業者へ外部委託。
- **1日1組限定（オールシーズンで年間60日程度）・最勝院にとって特別な部屋「宸殿」を宿泊室として提供する寺泊**
 - ・ 宿泊者にとっては、「わたしだけ特別な場所で宿泊」のプレミア感。
 - ・ 最勝院にとっては、弱みの「十分なマンパワーの確保が難しい」をカバー。
- **周辺が多様なコンテンツも活かした旅行者の幅広いニーズに訴求する寺泊**
 - ・ 日本の伝統文化やプレミア感を感じるコンテンツに加え、周辺にある多様なコンテンツも絡めることで、様々な興味・関心層へのアプローチが可能。
- **アドベンチャー（文化体験・自然・アクティビティ）やウェルネス（心と体の健康）などの要素を包含した「サステナブルツーリズム（地域内経済循環の促進による地域の観光・経済・自然環境の持続）」に位置付けて展開**
 - ・ 弘前が他地域と明確に差別化が図れる魅力である「各時代の文化資源が重層的に存在していくこと」を旅行先を選んでいただくうえの大きな売りとしながら、アドベンチャーやウェルネスなどの様々なツーリズムの要素を包含した「サステナブルツーリズム」に位置付けて展開していくことで、ワールドツーリズムの観点の中で「日本の弘前にある最勝院」ならではの価値・魅力を発揮。

ターゲットとする顧客層

国内外問わず、東北・青森・弘前を旅行先に選ぶ

- ・ 「とにかく特別な場所に宿泊したい」という方。
 - ⇒ 最勝院にとって特別な部屋「宸殿」への宿泊を提供。「寺泊ついでに特別な体験もしたい」という方には五重塔の初重見学、焼納祈願、月輪観などの文化的体験を合わせて販売するが、主眼は「特別な宿泊施設を提供する」というところに置く。
 - ⇒ 富裕層であるかなしかは問わないため、国内OTAでは楽天・じゃらんに並んで代表的なサービスである「るるぶトラベル」に搭載することで販売動線を確保。「るるぶトラベル」を選定した理由として、ここに搭載することで、インバウンド向け予約サイト「JAPANiCAN.com」に自動搭載でき、インバウンド導線も確保できるため。ターゲット層への訴求力を高めるためにより有効な流通チャネル確保（Airbnbなど）についても引き続き検討。

寺泊イメージ

時間帯	宿泊者の動き
夕方	● 住職による最勝院ガイドツアー@五重塔初重部分など
夜	● 焼納祈願@護摩堂 ● 月輪観@本堂 ● 夕食（ケーターリング@宸殿、外食@周辺料亭など） ● 夕食ケーターリング→五重塔バックに津軽三味線生演奏、夕食外食→れんが倉庫美術館ナイトミュージアムなど
朝	● 朝食（ケーターリングによる精進料理@宸殿）
日中	● 弘前市内を自由に観光



焼納祈願@護摩堂



宸殿から五重塔を眺めながらの夕食



月輪観@本堂



宸殿から五重塔鑑賞



津軽三味線生演奏

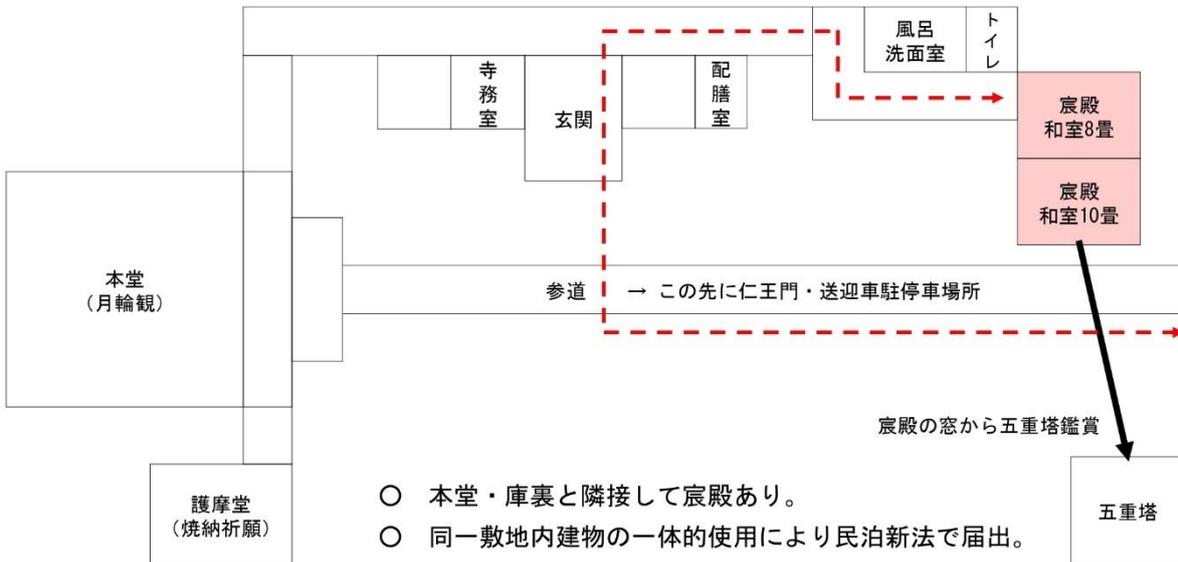


弘前れんが倉庫美術館ナイトミュージアム

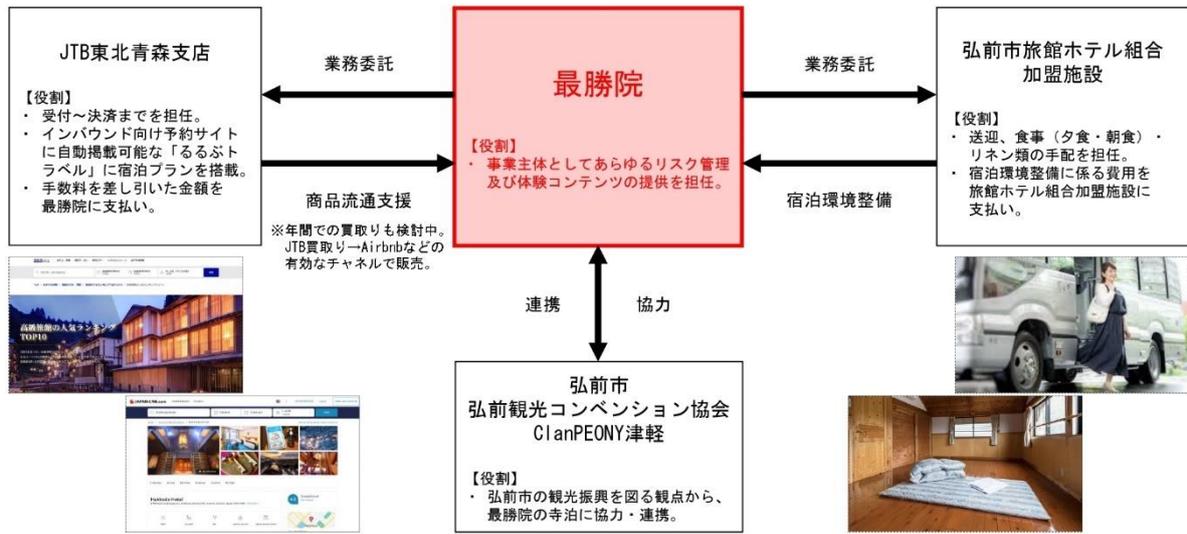


朝食（精進料理）

活用物件平面図



寺泊スキーム



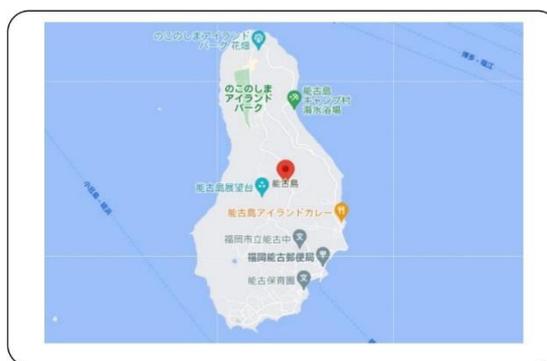
能古島地区 テラハク事業計画書

(令和3年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用)

団体名 株式会社SAMURAI SQUARE
氏名 桑原 和寛

① 能古島エリアの概況

エリア名	能古島エリア
市町村概要 (名称・人口)	福岡市全域：1,619,797人 福岡市西区能古地区：666人
主な地域資源	能古島アイランドパーク、農園
アクセス	福岡市営渡船 能古・姪浜航路 約10分
その他 (年間観光客入 数など)	(令和元年) 福岡市全域：2,148万人 福岡県全域：8,953万人



② 能古島の概要

能古島は、福岡県福岡市西区に所属する、博多湾の島である。福岡市の中心部から、船で10分程度で来られるため、行楽地として利用されている。

能古島は自然豊かな島ということもあり、は四季折々の花を楽しむことができる。春は菜の花、夏はひまわり、秋のコスモス、冬には水仙の花が咲き乱れ、これらが咲く時期などは島内が混雑する。

これらの花を存分に楽しめる場所として能古島の島内にある久保田観光株式会社が運営する国定公園「のこのしまアイランドパーク」へ訪れる観光客が非常に多い事も特徴として挙げられる。春や夏のシーズンで1,000~2,000人、1番人気のコスモスのシーズンでは1日当たり3,000人も観光客が訪れる福岡県内でも有数の観光地である。

他にも海に囲まれた島ということから夏は海水浴へ訪れる方も多く、島内には「のこのしまキャンプ村」という海浴いに位置するキャンプ場も非常に賑わっている。



島全体としては農業が非常に盛んで、特にレモンや甘夏、ニューサマーオレンジといった柑橘類を始め能古島発祥のピーナッツもやしなどが有名である。農作物の生産・加工・販売といった6次産業を行う「のこのしま加工部会」という団体もあり、島で獲れた柑橘類をジャムやジュースなどに加工して販売を行っている。「のこのしま加工部会」にて部長を務め自身も柑橘農園を営む明石栄美子さんには島を活気づけるための協力は惜しまないと仰ってくださっている。

③ マーケティングコンセプト

日本人及び外国人観光客

観光客は何を求めて能古島に訪れるのか

- ・都会の喧騒から離れ能古島の豊かな自然に触れ、現地の人たちと触れ合えるような旅をしたい。
- ・ガイドブックに載っていないような現地でなければならない経験(農業体験等)をしたい。
- ・能古島でなければ味わえないようなご当地品を食したい。

観光客の欲求を満たすには

- ・お寺への宿泊に付随して、島内の各名所を巡るツアーや、近隣の農家とタッグを組んでの農業体験、飲食店での地元の食材を食す食体験などお寺を拠点として宿泊のみならず島全体を巻き込んだコンテンツ、宿泊プランの造成・提供を行っていくことが必要である。

④ 基本の事業コンセプト



能古島のリアルな文化を体験しよう♪

能古島を代表する観光資源と言うと「このしまアイランドパーク」であり、島へ訪れる観光客のほとんどがパークを目指してやってくるという状況にある。このことからパークが島全体の産業を支えており、能古島にとってパークの存在は非常に大きいものと言える。「このしまアイランドパーク」の他にも島内は豊かな自然や特産品、歴史的資源など魅力的なコンテンツで溢れているので、そういった部分の体験して能古島の魅力を体感してもらいたい。



⑤ 現状及び問題並びに課題

(現状)

現在、能古島内で2施設でのテラハク開業を目指し動いている。①北浦観音堂と②西観音堂の2つの施設である。これらの施設は住職のいない完全な無人のお堂で地域の方々が管理をしている。普段は地域の方々の集会所としてそれぞれ利用されているとの事。電気・ガス・水道が通っており、お手洗い及び炊事場もあることが確認が取れている。

現地へ視察へ行ったところ、能古島と福岡市本土を繋ぐ渡船場から徒歩圏内の場所に位置しており、インターネットやガイド本にも掲載されていない地元の方々でなければ知らないような場所であった。普段から地域の集会所として利用されていることもあって建物自体も非常に綺麗にされており、お風呂もしくはシャワーの設置は必要であるものの、その他は大きな修繕は必要が無いように見受けられた。

(問題並びに課題)

本事業は、地域社会における住職のいない「空き寺やお堂の活用」というテーマを併せ持った社会課題の解決を目指す挑戦でもある。

全国のモデルケースとするするためにも、当該地域コミュニティにとって理想的で持続可能な事業となるべく、プロジェクト実現に向けてより丁寧なコミュニケーションと事前準備が求められる。

本事業最大の理解者でもありキーマンとなる能古島内唯一の寺「永福寺」住職や、島の農業関連団体「JAのこのしま加工部会」部長などとも連携し島の人たちの生活スタイルや信条に寄り添いながら本事業を進めていくことが本事業を成功に導く大きなポイントとなると考えている。



⑥ 宿泊施設運営について

宿泊施設の運営については基本的に弊社が実施していくものとする。住宅宿泊管理業者としてこれまで培ってきた知識・経験をフルに活用して宿泊客の募集、チェックイン・アウトの対応等接客、清掃等全て一元管理して執り行うことでスムーズな事業運営を展開していく。

(宿泊者の募集について)

宿泊者募集はOTAサイトを使用して行います。主にAirbnbの利用を予定しており当サイトであれば多言語対応しており、外国人の宿泊客とのやり取りもスムーズに行うことが出来ます。また宿泊のみならず体験アクティビティの参加者の募集も可能となるため本事業に必要な機能は一通り兼ね備えています。



(食事について)

宿泊施設となるお寺では食事の提供はしないこととしています。食事を提供するとすると飲食業の許可の取得が必要となるためです。そこで、食事については、近隣の地元の飲食店と提携しテラハク用のオリジナルのコースメニューを提供します。複数の飲食店提携し、複数のメニューをあらかじめ作成し、それらのメニューから予約の段階にて宿泊客から希望を聴取したうえで提供します。食事の料金を含めた宿泊プランを作成し、宿泊客から料金を徴収し飲食店へ食事代金を支払います。



(清掃について)

清掃については、可能な限り弊社スタッフにて対応しますが、シルバー人材センターを活用して島内の方を雇用して清掃業務に従事していただく事も検討しています。



⑦ 提供するコンテンツ

本事業ではお寺での宿泊のみならず、お寺を軸として能古島のあらゆる産業が発展していくことが本来の目的である。その為、島内の様々な事業者と連携を取りながら能古島の魅力を旅行者が体感できるアクティビティを提供していきます。アクティビティごとに料金を設定し、希望されるアクティビティごとに宿泊プランを作成し、料金はお客様から一括して徴収し、各アクティビティ提携事業者に配分します。

① 座禅・写経体験

能古島唯一の曹洞宗の寺院の『永福寺』にて仏道修行とされる座禅と写経の体験アクティビティを提供します。座禅と写経で心を落ち着かせ心身ともにリラックスして頂きます。必要な道具は全てこちらで用意して手ぶらでお越し頂いてご参加戴けるような内容とします。



② 農業体験

能古島内の複数の農家と提携し果物狩りや野菜の収穫体験を始め、能古島加工部会にご協力いただき、加工場の工場見学などサービスを提供します。現在、明石農園でのミカン狩り、小川農園でのブルーベリー狩りの提供を予定しており、季節によって内容は随時更新していきます。

③ トゥクトゥクレンタカー

島内を周遊するために三輪自動車のトゥクトゥクを有料で貸し出します。三輪自動車はEV仕様の車体を使用し、環境に配慮したサステナブルな事業を目指します。また、宿泊者以外にも島へ観光へ来られた方への貸し出しも行います。当然ながらレンタカー業の許可の申請も致します。





④船釣り体験

島内の漁業従事者の方にご協力いただき、釣り船に乗船しての船釣り体験の提供をします。釣った魚は、島内の連携する飲食店にて調理して食すことが出来るような仕組みをつくります。

⑤のこのしまアイランドパーク、のこのしまキャンプ村との連携

のこのしま随一のテーマパーク「のこのしまアイランドパーク」及び「のこのしまキャンプ村」の入場チケット及びパーク内で食事や買い物、有料のアクティビティの利用に使えるきる金券が付いたプランを作成します。入場料及び金券については後日精算する形になります。



その他、島内はもちろんのこと、島外からも連携希望事業者を募り、随時新たなアクティビティを提供できるように施策していくことでマンネリ化を防ぎリピーターの獲得を目指していく。

⑧ 資金計画

テラハク事業を開始するにあたって必要となる初期費用及び運転資金については現時点では自己資金並びに補助金を活用することで賄うことを念頭に置いている。歴史的資源の活用の観点からも可能な限り手を加えずに現状を維持した状態でのサービス提供を目指しており、それに伴い修繕費等も可能な限り安価に抑えるものとします。

金融機関からの借り入れは月々の返済や利息の支払いによりキャッシュフローを悪化させる要因となるため、自己資本並びに補助金を活用し、出来る限り避けて通るものだと考えています。

活用を検討している補助金(一部)

- ①事業再構築補助金
補助率 2/3 補助額 100～4,000万円
- ②ものづくり補助金
補助率 2/3 補助額 100～1,000万円
- ③観光振興事業費補助金
補助率 1/2 補助額 上限1,000万円
- ④農山漁村振興交付金
補助率：1/2 補助額：上限1,000万円

⑨ これからの流れ

①協議会の設立

テラハク事業の開始に先立って事業主体となる「能古島テラハク協議会」を立ちあげます。先述した永福治の宇賀住職、のこのしま加工部会の明石氏、弊社の3者を主軸とし、テラハク事業に賛同して下さる事業者を募集し、能古島全体を巻き込んだプロジェクトへと発展させていきます。

②施設利用の承諾

利用を検討している北浦観音堂・西観音堂の2施設を管理している地域の自治会の方々から施設利用について承諾を得るために、説明会を開催します。事業計画書を作成し地域の事業者で構成する協議会が自治会の方々へ説明することで承諾を得ることを目指します。

③旅館業取得並びにテラハク開始に向けた施設の整備

利用施設の状況を把握し、施設の構造や備品等をくまなくチェックし旅館業の取得及びテラハクの開始にあたって改修すべき点や必要な備品などを全て洗い出し、改修が必要な部分については専門業者に依頼して改修費用の見積もりを出し、事前に作成した資金計画と照らし合わせながら補助金の申請等資金調達を開始し施設の整備を開始。整備の完了と同時に旅館業許可取得の申請をすることでテラハク施設の完成を目指す。

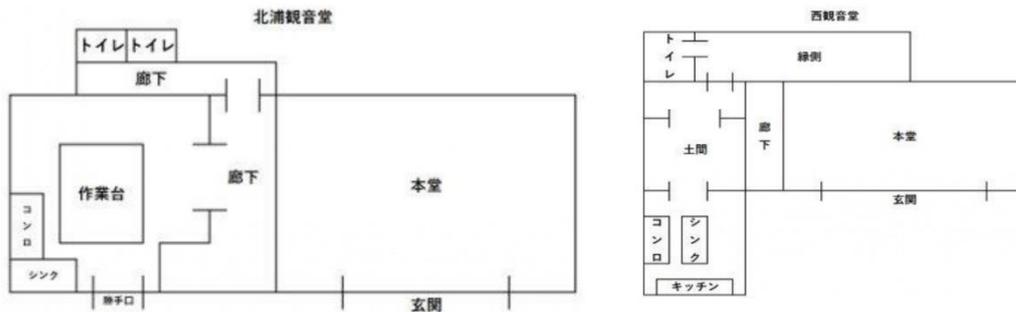
④利用者の募集並びに宣伝広告

施設の整備が進み、段階で宿泊者の募集並びに宣伝広告を開始します。募集につきましては先述の通りAirbnbなどのOTAサイトでの募集を予定しています。宿泊のみならず体験アクティビティの参加者の募集も可能なサイトのため、宿泊のみのプラン・体験アクティビティのみのプラン・宿泊と体験アクティビティを併せたプランなどお客様のニーズに柔軟に対応できるプランを作成します。宣伝広告につきましては、インスタグラムやフェイスブック、Twitterのアカウントを作成し運用していき、他にも寺社NOWや地域誌など様々な媒体を活用してテラハクの認知度の向上を図ることとしています。

⑤ テラハク事業の開始

施設の整備及び旅館業許可の取得が完了し、宿泊客の予約が入り次第、テラハク事業の本格的な開始へと移る。事前に運営マニュアルを作成しマニュアルに則った運営を実施する。ご利用いただいている最中は弊社スタッフも常駐することとします。利用の受付、ご利用方法の案内、注意事項の喚起等を行い、万が一トラブルが発生した場合の対応等も行います。実際に運営することで改善すべき点など出てきた際は適宜マニュアルの修正をしていくことで、よりスムーズな運営を目指す。また、宿泊者すべてにアンケートを実施する。宿泊をしてみたいの感想をはじめ、他にどのようなサービスを希望するかや不満だった点などを聞き取りし今後の運営に活用していく。

⑩ 活用物件平面図



⑦ 事業スキーム

