

I. 観光地評価

1. わが国観光の変遷

昭和36年の温泉の湧出に始まる石和温泉。その歴史の背景にあるわが国の観光の変遷は、大略、次表のようにまとめられる。

表 昭和30年代以降のわが国の観光の変遷

年代	わが国の観光の変遷
昭和50年代	<p>【観光の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スキーブーム/海水浴ブーム（湘南） ・ 職場の慰安旅行等による温泉旅行が増加 ・ 国鉄が一般周遊券の発売を開始、旅行需要が急増 ・ 団体型の慰安旅行が増加 ・ 年間延宿泊数が昭和32年度 4,100万人から昭和39年度 8,700万人へ <p>【観光地・地域づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光の大衆化の拡大とともに新しい観光地が登場（大磯ロングビーチ、八方尾根スキー場、富士急ハイランド、苗場国際スキー場の開業） ・ 富士スバルラインを始めとする観光道路の開通 ・ 戸狩スキー場等地元が主体となった地域づくり型のスキー場が登場 ・ 大分県大山町で「NPC運動（いわゆる“ウメ・クリ運動”）」 ・ 北海道池田町で昭和36年ブドウ栽培～39年ブドウ・ブドウ酒研究所設置
昭和40年代	<p>【観光動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 所得水準向上と余暇時間増大に伴う大衆観光の大量化 マイカー旅行の増加 ・ 観光道路 高速道路の整備進む昭和44年東名高速道路全線開通 ・ NHK「たまゆら」で宮崎への新婚旅行の増加 本土復帰前の沖縄観光ブーム ・ 明治村、合歓の郷、常磐ハワイアンセンターなどの開業 ・ 昭和45年大阪の日本万国博覧会で万博パックが登場6,422万人を集める ・ 万博後アンノン族ブーム（小京都などへの旅行がブーム） ・ 「する旅」への関心が高まり観光が多様化 ゴルフの大衆化 ・ スキー民宿、高原リゾートペンション、貸別荘等宿泊形態の多様化 ・ 年間温泉延宿泊数 昭和41年度 9,000万人～昭和48年度1億2,100万人へ <p>【観光地・地域づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 開発に伴う環境破壊や観光地の汚染などが問題化 尾瀬では昭和47年に「ゴミの持ち帰り運動」が昭和49年に「マイカー規制」が始まる ・ 「妻籠宿を守る住民憲章」など、環境保全からのまちづくり・観光地づくり始動 ・ 自然志向千葉県のマザー牧場や相模湖ピクニックランドなどが開業 ・ 大分県湯布院町で昭和46年に「明日の由布院を考える会」が発足 福島県三島町で都市と山村の交流事業「ふるさと運動（特別町民制度）」開始
昭和50年代	<p>【観光動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 週休2日制等で自由時間が増加 物質的な豊かさから精神的な豊かさへ ・ 価値観多様化で観光レクリエーション活動多様化・個性化 少人数グループ化 ・ 国際収支の黒字により国際観光振興の目的は国際相互理解や対外摩擦の緩和に ・ 昭和50年に沖縄国際海洋博覧会が開催 その後沖縄観光がブームに ・ 宮崎サファリパーク、山梨県立美術館ミレー作品など観光対象が多様化 ・ 東京ディズニーランド、長崎オランダ村などテーマパークの先駆施設が開業 ・ 年間温泉延宿泊数昭和50年度1億1,000万人～昭和59年度1億1,100万人に <p>【観光地・地域づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 湯布院町で昭和50年「辻馬車」「第1回ゆふいん音楽祭」を開催 ・ 昭和54年に大分県平松知事が「一村一品運動」を提唱・推進 ・ 小布施町で昭和51年「北斎館」開館 昭和57年「儼然楼周辺町並み修景事業」 ・ 足助町で昭和50年に町並みを守る会発足 昭和55年「三州足助屋敷」開館 ・ 昭和56年 世田谷区と群馬県川場村「健康村づくり相互協力協定『縁組協定』」

年代	わが国の観光の変遷
昭和60年代	<p>【観光動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バブル経済による観光需要の増大 ・海外旅行者数が昭和60年490万人から平成4年1,179万人に ・年間温泉延宿泊数平成4年度1億4,300万人でピーク ・バブル経済がリゾート開発等さまざまな観光開発をブーム化 昭和62年制定のリゾート法が過疎に悩む地方自治体をも巻き込みブームに拍車 ・昭和63年 竹下内閣の「ふるさと創生1億円」も開発ブームに一役 ・昭和60年につくばで科学技術博覧会 以後各地で地方博覧会を多数開催 ・平成2年大阪で「国際花と緑の博覧会」開催 ・地域の身の丈にあった観光地づくり・地域づくりを進める自治体の出現 <p>【観光地・地域づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リゾートやテーマパークなど華々しい開発の影で現在注目される観光地となっている地域が 地域の環境や資源を活かしたまちづくりを開始 ・熊本県の黒川温泉が昭和61年に「湯めぐり「入湯手形」」を発売 地域内の露天風呂が共通して利用できるように 針葉樹の花木や紅葉木などへの植えかえ ・滋賀県長浜市で平成元年に古い建物を再生した「黒壁スクエア」が開業しそこを拠点に 町並みの再生、活用とともにまちづくりが面的に広がる ・群馬県新治村で昭和61年須川宿の町並みを活かした「たくみの里」が開業 ・山形県金山町で昭和61年「町並み景観条例」制定 「金山型住宅」推進 ・長野県小布施町で平成3年に「景観研究会」を設立住宅建築等のアドバイス等 ・熊本県小国町「木魂館」の食事係として地元の農家の主婦のグループが活躍 ・岐阜県明宝町の農家の女性のグループが株式会社を設立
平成5年以降	<p>【観光動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バブル崩壊後の国内観光需要は微減ないし横這いで推移し停滞した状況 ・年間温泉延宿泊数は平成5年度の1億4千万人から横這い ・消費マインドの落ちこみが安近短現象を起し観光消費額は減少 ・エコツーリズム等本物 ふれあい 健康 等観光の興味対象の多様化 ・景観・環境やまちの雰囲気など観光の質へのこだわりの拡大 ・眺めのよい露天風呂や趣のある浴室 泉質良く 風情や情緒がある温泉が人気 ・観光消費が伸び悩む中で興味あるものには支出を惜しまない傾向の高まり ・海外旅行者数平成9年に1,680万人の後微減微増の繰り返し ・経営が悪化し民間では平成10年頃から休業や破綻が相次ぎ自治体も重荷に ・地域の身の丈にあった開発や観光地の質を保ってきた観光地が注目を ・地域の特性を活かした交流施設や道の駅等が新たな地域の拠点として機能 ・新規開発の商業施設やフードテーマパーク等が都市観光の対象として関心を ・建設省の「道の駅」、農林水産省の「農山村でゆとりある休暇を」等様々な施策 ・平成14年構造改革特別区域法制定 翌年グリーンツーリズム特区等が誕生 <p>【観光地・地域づくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バブル崩壊後の観光地・地域づくりで注目される点は環境 住民 食 ・時間を費やして地域を楽しむには環境が重要 いい環境が消費を促進する効果 ・平成5年三重県伊勢市「おかげ横丁」 平成7年～14年北海道層雲峡再開発 平成12年静岡県「御殿場プレミアム・アウトレット」など環境演出型整備 ・地域づくりへの住民の参加の仕方が多様化 ・小布施町の「(株)ア・ラ・小布施」は農林産加工品の開発販売 まちづくりの情報発信 来訪者との交流等 利益は地域に還元するという趣旨で運営 ・四日市市のコミュニティレストラン「こらぼ屋」は空き店舗活用でシェフが毎日交代 利益の一部を提供し経費を捻出 シェフは趣味や特技を活かして参加 ・滋賀県愛東町の「あいとうマーガレットステーション」(道の駅)は花で結びつく女性を中心としたソフトなまちづくりの拠点に ・大分県安心院町「グリーンツーリズム研究会」は農家民泊「農泊」を ・新潟県村上市「町屋商人会」は「町屋の人形さま巡り」 ・群馬県中之条町の薬草農業公園「薬王園」で販売の「はこちゃんまんじゅう」 ・平成6年オープンの「新横浜ラーメン博物館」等のフードテーマパーク

2. 観光のとらえ方（評価基準の枠組み）

（1）観光客の姿（需要／活動・形態）

1）観光活動

どのような観光活動が行われているか、どのような観光活動に対応してきたかという点について、基本的な活動である「みる」、「やすむ」、「あそぶ」とそれに対応する具体的な観光対象の状況から石和の観光を捉える。

「みる」・・・みる、知る、新しいことを発見する、ふれる（みて感じる）等、自然風景、名所旧蹟、祭・行事、生活・産業、歴史・伝統・文化、土産、見学施設等

「やすむ」・・・やすむ、憩う、くつろぐ、食べる、回復する、温泉に浸る等、保養・休養のため施設や屋外空間、飲食施設、温泉施設等

「あそぶ」・・・あそぶ、する、体験する等、スポーツ・レクリエーション、創作活動、田舎体験・産業体験等

2）観光形態

どのような観光行動形態の観光客が訪れているか、どのような形態の観光客に対応してきたか、という観点から石和の観光を捉える。

行動形態： 日 程：日帰り、宿泊

：行動特性：周遊型、滞在型、単一活動[目的]型

旅行形態：同行人数：一人、二人、少人数グループ、団体

：同行者：一人、夫婦・家族、知人・友人、職場、地域

交通形態：アクセス：公共交通（鉄道、路線バス、航空機等）、オートバイ、マイカー、レンタカー、ツアーバス

：域内交通：徒歩、自転車、オートバイ、マイカー、レンタカー、周遊バス、路線バス、ツアーバス

（2）観光地の姿（供給／受入体制・観光地形成）

1）ニーズへの対応

観光客に対し、どのような魅力（観光対象、サービス、環境等）を提供し、また、どのようなアピール（宣伝等）をしてきたかという観点から石和の観光を捉える。

観光資源の活用：温泉、自然資源、人文資源、祭(伝統的)等

観光施設の整備：温泉利用施設、見学施設、公園、土産品・特産品店等

観光客誘致・宣伝：ターゲット(客層)、アピール内容(温泉、料理など)等

接遇・演出・催事：案内所、宿泊施設、飲食施設、特徴のあるサービス、料理、団体客向けのサービスと個別サービス、料金、定期的な催し、季節の催し、祭(新規)、イベント等

環境の整備：温泉街の環境づくり(交通、散策路、修景、休憩・立寄りスポット等)

2）観光地形成の取組み（施策・事業等）

行政、民間、ないしは両者の協働による観光地形成にかかる取組み（施策・事業等）の実施状況から石和の観光を捉える。

行政の取組み：観光地計画等の策定、施設整備、環境整備、宣伝・広報等

民間の取組み：イベント、案内、宣伝、施設整備、環境整備等

協働の取組み：イベント、観光キャンペーン等

3. 石和町における観光地形成過程と問題点

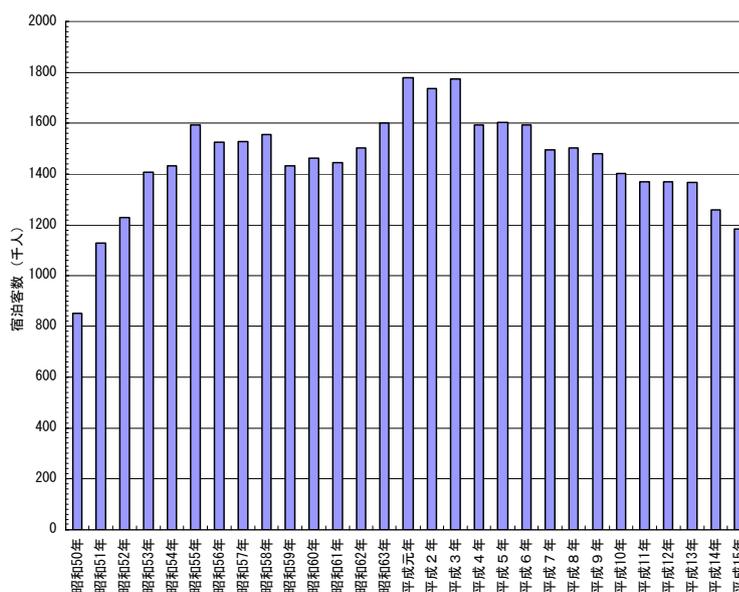
(1) 笛吹市（石和温泉地域）の観光

笛吹市は、甲府盆地の中央部やや東寄りに位置する。笛吹川の支川日川、金川、浅川、境川等によって形成された扇状地と盆地底部の沖積平地が広がり、山裾から平坦地にかけて果樹を主体とした農地が、背後には甲府盆地を構成する御坂山塊や秩父山地の丘陵と急峻な山岳地帯が広がる。

平成 17 年 2 月 1 日現在の人口は、72,633 人（男 35,224 女 37,409）、また世帯数は 25,236 世帯を数え、総面積は 164.77 km²で、土地利用は、宅地 14.1 平方 km (8.5%)、農用地 37.1 平方 km (22.5%)、森林等 83.8 平方 km (50.9%) となっている。

観光資源の筆頭は温泉。全国屈指の温泉郷である石和温泉郷は山梨県観光の宿泊拠点となっている。このほかまつり、縄文遺跡や古い歴史をもつ神社仏閣、果実をはじめとする自然や甲州ワインも名産の一つである。

石和温泉の宿泊客数は、昭和 63 年の NHK 大河ドラマ「武田信玄」の放映をきっかけに伸び、平成元年から平成 3 年にかけては 180 万人に迫ったが、その後、バブル経済や景気の長期低迷により客足を減らし、平成 15 年には、120 万人を割り込んだ。



石和温泉の宿泊客数の推移

(山梨県観光部資料)

石和温泉におけるホテル・旅館は 90 軒で、1 日の収容力は 11,000 人以上、年間収容力は 400 万に達することから、稼働率は 30%程度と推定される。

(2) 温泉掘削と管理

石和温泉郷（旧石和町及び旧春日居町）の温泉湧出量は 10,919 ㍓/分（平成 17 年現在）である。この数字は県営石和温泉源泉からの採掘量 2,563 ㍓/分（252 箇所に分湯）

と 28 人の個人源泉からの採掘量 8,356 ㎥/分を加えたものである。

保健所の資料によると、県営石和温泉の性状は無色、澄明、無味、無臭であり、泉質はアルカリ性単純温泉である。効能は神経痛、筋肉痛、関節痛、五十肩、運動麻痺、関節のこわばり、打ち身、くじき、慢性消化奇病、痔疾、冷え性、病後回復期、疲労回復、健康増進とある。

(3) 石和温泉郷まちづくりの歩み

昭和 30 年代：今まで農村地帯であったところに、突如の温泉湧出によって石和温泉郷として都市化に向かうことになる。都市計画のために区画整理事業を行おうとしたがうまくいかなかった。観光地づくり、観光客の受け入れ体制づくりの基礎として観光協会が設立された。

昭和40年代：石和温泉の受け入れ体制の整備時期である。行政における都市化へ向けての都市施設整備は区画整理事業方式でなく土地買収方式で行くことになった。行政と観光協会を中心とする観光宣伝、祭りの開催、旅館組合をはじめとする各種活動組織の設立と活動の開始、民間におけるホテル、旅館などの宿泊施設の整備、行政と民間の両サイドのゴミ問題に発する街の美化、環境整備がされた。

昭和50年代：国民の所得水準が上昇して生活意識が変化しつつあった時代、世の中の不況にも関わらず、石和温泉の観光客入り込みは増加し、「お客が豪華な施設を望む声」に象徴されるように国民ニーズに対応するように旅館やホテルが新、増改築された。

昭和60年代（～平成4年）：町の政策は歓楽型温泉地から保養型温泉地へと脱皮をめざして、第3次総合計画・スコレー都市石和及び観光振興計画を策定し、それにしたがって観光地としての施設整備に着手した。観光客のファミリー化に対応しつつ、従来型の観光客誘致に力を入れた。

平成5年以降：平成5年以降の観光誘致・イベント事業などに使われているキーワードを取り上げると、「甲州ワイン」、「甲州ぶどう」、「七福神参り（恵法寺、常德寺、妙油寺、常在寺、蓮朝寺、祖師堂、遠妙寺）」、「フラワーフェスティバル」、「街の話題」、「ワイン工場や美術館の見学」、「旬の味覚を楽しむツアー」、「ほうとうづくり」、「連携している町内外の観光農園で石和の味を味わう」、「2000m級の山への登山」、「紅葉の見所百景」、「ワイナリー巡り」、「寺社巡り」など、石和温泉の周辺の観光資源を結びつける観光の努力が見られる。

今まで年間150～160万人の観光宿泊客を受け入れてきた石和温泉郷はバブル崩壊後、観光客減少の一途をたどり、平成15年には年間120万人を切るほどになっている。その間、観光客のニーズは観光活動、行動形態、旅行形態、交通形態などからみて多様化している。石和温泉郷は、温泉資源以外に果実郷としての自然資源、先土器時代から古代遺跡の宝庫である人文資源を、周辺に持っていることを自他ともに認めているが、その観光価値を認めていても、今日まで、その具体的な結びつけをする機運が熟していなかった。平成5年以後、入り込み観光客の減少に直面して、石和温泉郷が保養に向けての温泉資源利用の認識、さらに周辺観光資源との結びつきによる新しい温泉郷への脱皮を図る機運が熟してきたと見られる。

4. アンケート・ヒアリング調査からみた石和観光の実態と課題

本調査では、(1) 来訪者へのアンケート調査および(2) 旅行会社へのヒアリング調査を行った。

(1) 来訪者へのアンケート調査

アンケート結果から、来訪者の個人属性、来訪行動の特性および石和温泉に対する評価について、次表のようにまとめることができる。

表 アンケート調査の結果

アンケート項目の分類	
	アンケート項目の細分類
	アンケート調査の結果
来訪者個人属性・来訪行動の特性	
性年齢階層・居住地	
	<ul style="list-style-type: none"> ・年齢階層では、40代以上が全体の8割を超えており、30代以下が少ない。 ・回答者の居住地では、山梨県：22%となっており、甲府市からの入り込みが全体の8%を占める。また、中央道、中央線利用が考えられる東京都(42%)、神奈川県(7%)、埼玉県(7%)、千葉県(6%)の1都3県で62%を占めている。 ・石和地域の特徴として、高齢者層の構成比率が高いこと、来訪者の居住地分布の集中傾向があげられる。特に高齢者構成割合が高いことは、若年層に魅力的な観光資源、観光周遊コースとなっていない可能性が考えられる。
同伴者形態	
	<ul style="list-style-type: none"> ・以下の4つのグループ分類が考えられた。 1. 夫妻：50代以上の男女各サンプルで20%以上を占める。 2. 家族：50代以下の男女(子供、親、もしくは3世代の家族旅行)で比較的存在。 3. 友人・知人：概ね全年齢階層で20%以上を占める旅行形態 4. 職場等の仲間：男性20-40代で45%以上を占める。なお、新年会も多くを占めた。
来訪目的・旅行日程・代表交通手段・利用情報媒体	
	<ul style="list-style-type: none"> ・石和地区への来訪目的は、温泉浴(8割)、慰安(4割)が卓越しているおり、旅行日程も1泊2日が85%を占めているが、調査方法、時期による影響が推察される。 ・石和地区への来訪経験は、2回以上が7割を占め、初回来訪3割である。代表利用交通手段では、自家用車等：52%、鉄道：31%、高速バス：5%となっている。 ・他地域と比較すると、足助、郡上八幡のリピーター構成比率：5割に対してリピーター比率が石和で高いこと、河口湖町：11%に対する石和町の鉄道利用者割合の高さが特徴的である。 ・温泉等観光の情報収集のための利用情報媒体では、旅行ガイド、雑誌、インターネット、新聞、テレビなどの利用が多い。 ・特に情報提供については、リピーターの醸成や新規来訪者獲得の観点から重要と考えられる。「歴史のわりにいいイメージがない。」という意見がみられる一方、「昔と変わり、道路が広くなり、町並みが変わったことに驚いた。」「10数年前に比べ、イメージチェンジをしている努力がうかがえる。」「八田書院の横の公園が良かった。何度も来ているのに初めて知った。パンフに載せて進めた方がいい。」といった前回と異なるイメージを受ける来訪者も存在する。常に新しい情報の発信に努めるとともに、石和温泉の良い所を積極的にアピールしていくことが望ましい。
石和地区周辺への立ち寄り場所	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「全く立ち寄りなかった」+「無回答」のサンプル数：94(50.5%)となっており、宿泊施設以外の施設や場所の利用が少ない。 ・立ち寄りを行ったサンプルの平均立ち寄り箇所数は、2.14カ所/人となった。 ・他の観光地では、近隣地区の観光施設、観光資源への立ち寄り平均箇所数が河口湖：5箇所、郡上八幡(岐阜)：11箇所、足助(愛知)：4箇所となっている。 ・石和地区における立ち寄り率(指摘数/立ち寄りありサンプル総数)の上位は、モン

表 アンケート調査の結果

アンケート項目の分類	
	アンケート項目の細分類
	アンケート調査の結果
	<p>デ酒造、信玄の里、笛吹き川散策とさくら温泉通りとなっており、お土産購入や地域特有の物産、自然資源の鑑賞となっている。なお、これら施設に対する評価として、「楽しんだ」、「感動した」、「懐かしさを感じた」等を指摘している割合が高い。なお、自由意見の中には、「温泉以外に近くに楽しめる場所や、見学施設が増えることを望む。」といった滞在時の魅力向上を希望する回答や「桜並木の下をウッドデッキの工事をしていたが、桜の咲く時期に来て歩いてみたい。」という今後の取組・来訪に期待する意見もみられた。</p>
	<p>広域周遊について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・81%が「他立ち寄り地無し」であり、温泉浴・慰安目的の直行型旅行形態が多い。 ・立ち寄り有サンプルの平均立ち寄り箇所数：1.17にとどまった。 ・実際に立ち寄った地点として、国中地域の勝沼（86%）、甲府・湯村温泉(45%)に加え、河口湖周辺(立ち寄り率：59%)、山中湖・忍野八海(36%)、本栖湖周辺地域(18%)とつづいている。近隣の勝沼への立ち寄り率が高いため、石和温泉地域とセットとして認知され、周遊されていることが考えられる。 ・「ぶどう狩り、紅葉狩り、ワイン工場見学などいろいろな目的でゆっくり行きたい」、「日本武尊の連歌発祥の地をPRしてはいかが。」との回答もあった。
石和温泉に対する評価	
	<p>石和地区に対する評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3割以上の回答者が高い評価を行った要因として、石和の自然環境(例：初めての雪景色だったが、ゆっくり温泉につかり、雪見が最高だった。遠景のアルプスに感動した。等)、交通の利便性(例：東京から1時間少々で、車の便がよい。石和は気に入っている。)の2つがあった。それに対して、まちの雰囲気、まちの清潔さ、地元の人々の雰囲気、看板・標識等の情報提供、周辺観光地・観光施設に関する評価は、「普通・どちらとも言えない」との指摘が多かった。 ・なお、具体的な改善点として、下記のような項目が指摘されていた。 ・石和温泉らしい街づくりをしてほしい。 ・歓楽街的なイメージから脱皮して、女性に好まれる温泉街らしさが欲しい。 ・夜、温泉街を歩いてみると、「男性が遊びにくるところ」という印象を強く受けた。 ・看板では、名所案内の立て札に目的地までの距離を表示してほしい。 ・町や宿の案内図があると、次回への意欲が増す。 ・道路は整備されていたが、案内板の字がわかりにくい。 ・駅近くの川はごみが多すぎる。 ・川にゴミが多く、町が汚い。 ・山紫水明の地のはずだが、町並みが悪い。 ・いくつか宿もつぶれていて、とても寂しい気がする。 ・道路の空き缶、歩道の雪かき・・・自然と町と商店のコーディネートが必要。 ・石和市内の鉄塔と電線らしき物、考慮して欲しい。 ・浴衣では散策できない感じ。 ・観光地なので車道と歩道を区別し、道路の整備から進めてほしい。 ・河口湖では自然環境に対して「良い」と回答した割合が70%であったのに対し、石和では約30%にとどまっている。さらに、まちの雰囲気、まちの清潔さでは、郡上八幡、足助に遠く及ばない。 ・旅行中に利用した施設とその評価については、「石和」看板を背負っている宿泊施設に「石和らしさ」を過半数が感じていた。好意的評価の割合は価格面で26%（飲食店、お土産店：5%）、印象面：6割（飲食店、お土産店：2割）となった。一部の回答では、「石和は価格が高いというイメージがあり、気軽に行く気になれない。」との指摘もあり、的確な情報提供もあわせて必要と言える。一方、飲食店、おみやげ屋ともサンプルの約半数が立ち寄りしているものの宿泊施設ほど評価は高くなかった。
	<p>旅行全般の評価ならびに再訪意向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行全般の評価は、「良かった」が約6割弱を占め、これら評価に影響を与えた要因

表 アンケート調査の結果

アンケート項目の分類	
	アンケート項目の細分類
	アンケート調査の結果
	<p>として、温泉、宿泊施設、食事の順で指摘されている。なお、「良かった」理由の中で、「接客のよさ」や「従業員の方」、「コンパニオン」、「料理、接客よく、特に女将さんの上品さが印象に残る。」などのおもてなし充実をあげる一方で、「過剰なサービスがないこと」との意見もあった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この中で、高い評価であった食事に関連しても「料理に山のものがあるといい」、「石和温泉独特の料理を考慮してほしい。」等の意見があった。また、宿泊施設でも、「どの温泉宿も親切で、感じがよく、楽しく過ごすことができる。」、「すばらしい庭園と石のつくりに感動した。」、「温泉でリラックスし、すばらしい旅行ができた。」との肯定的評価に対して、「温泉がぬるく残念。」、「トイレの便座が冷たかった」、「風呂上がりに水がなかった。」、「トイレにゴキブリが出た」、「宿では、エアコンのほこりや、すきま風が入るところが気になった。」など、細かな指摘もみられる。非日常空間の体験として観光行動を行っている顧客からみると大きな欠点となることから、継続的な取組、ホスピタリティ性の向上が必要といえる。 ・一方、当該地域への再訪意向では、「来訪したい」：81.5%となっていた。河口湖では87%が再訪意向を示していたのと比較すると、さらに改善の余地があるといえる。 ・年齢階層別再訪意向では、年齢があがるに従い再訪意向が上昇しており、高齢者ニーズとのマッチが考えられる。 ・以上のように、比較的良好な評価を受けており、回答の中でも「老齢に伴い、夫婦の安らげる場所と思って、石和温泉を訪れている。」、「男性の遊び場というイメージが変わった。」、「宿泊施設、従業員の対応良かった。」などもみうけられる。しかしながら、「観光案内所で手数料を取られたことがあり驚いた。」とのコメントもあり、個々の施設はもちろんのこと、地域としての受入体制にも配慮していく必要がある。
	<p>宣伝意向について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回の旅行を他人に宣伝したい意向については、他地域では約7割を上回っているのに対して、石和地区では6割弱となっている。「温泉地に人が少ない。PRをもっとして石和温泉を知ってもらおう。」との意見もあり、口コミによる効果も期待できる。
	<p>「豊かな旅」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「豊かな旅」に対する認識について見ると、石和地区では生活からの解放、旅情・旅愁、楽しめる旅を指摘している割合が高い。他地域では感動できる旅、安らげる旅、楽しめる旅等の指摘が高く、来訪者属性、来訪形態による影響が考えられる。 ・高齢者層ほど、「旅情・旅愁に浸れる旅」や「安らげる旅」を指摘するのに対して、20-30代では「懐かしさを感じる旅」、「快適な思いができる旅」、「新たなことを知ったり発見できる旅」、「普段の生活から解放される旅」等の指摘が多くなっていた。

(2) 旅行会社へのヒアリング調査

ヒアリングの結果、石和温泉地域に対する主要な意見は次の通りである。

- ・石和温泉駅からの間延びした空間、普通の街並み
- ・「下駄を履いて」回遊とならない・歩いていける資源が少ない
- ・男性客向けの観光地とのイメージ(クラブなどが多い)
- ・旅館の女将が前面に出ていない(きめ細やかさなどの象徴)
- ・若い人の視点で取り組む必要があるのではないか？
- ・食の魅力を考える必要(ほうとう、精進料理でいいのか?)
- ・七福神、夜景など既存の観光資源が主で、新規性:小

- ・河口湖のような多面的な魅力:小→石和は高齢者に偏る傾向
- ・名古屋、大阪など西方居住者にとっての魅力:小
- ・資源が総花的であり、石和の「必然性」が弱い
- ・車がないと観光できず、鉄道利用者への利便性確保が常に課題
- ・観光エリア、宿泊エリア、果実エリアが点在し旅行企画が困難
- ・情報発信が不足している

(3)まとめ

以上の2つの調査結果から、石和温泉の観光地再生の課題を以下にまとめる。

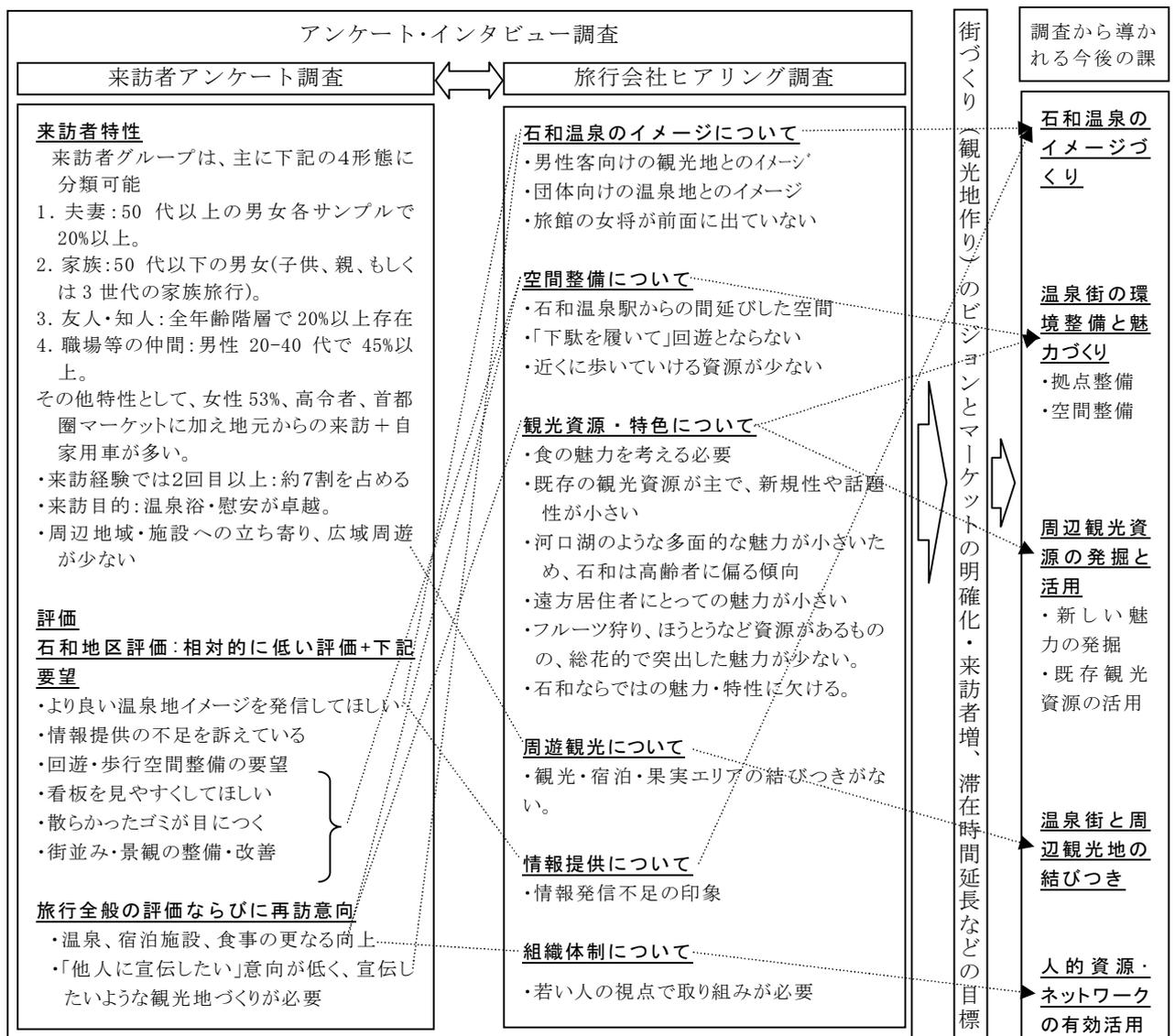


図 2 調査から得られた石和における問題点および今後の課題

II. 石和温泉郷の観光地再生

1. 将来観光の展開

(1) 将来観光地の姿

石和温泉郷の観光の目玉はもちろん温泉であるが、それは地域全体が魅力的であって始めて生きてくるものであるため、明確な方向付けに基づいたまちづくりを推進していく。

(2) 石和温泉郷観光の視点

■地域経営の視点

宿泊施設や観光施設も含めて地域全体の総合的な魅力で勝負する必要がある。

■地域個性の確立

地域個性は、伝統や環境や産業や人柄などの特性と結びついて確立される。

■市場形成（ターゲット）

提供できる魅力やサービスに見合った客層をターゲットとして誘致していく。

■宿泊以外の商品づくり

宿泊だけではなく、飲食、物販にも魅力ある商品づくりを進めていく。

(3) 観光資源の発掘

1) 発掘の視点

地元の人にとってはごく当たり前でありふれているものである、農、歴史、自然、文学作品等の中から観光資源を発掘し、個性ある観光地づくりをめざす。

2) 再発見の視点

観光資源としての魅力はそれほどではないもの、ごく一般的なものなどの中にも、その組合せ、付加価値づけ、季節の演出などによって新たな魅力が見えてくるものがある。そのようなものを再発見し、活用を図っていく。

(4) 観光地形成の視野

1) 観光地形成の主体

観光地づくりにおいて地域が目指す方向や形を決めるのは市民である。また、石和温泉に新たな魅力を付加していくためには、観光事業者だけでなく、市民の中から積極的に関わる人が出てくる必要がある。

2) 観光資源

石和温泉郷における観光は、石和温泉街の中で完結するものではなく、周辺地

季節感豊かな保養地、あるいは、庭園保養都市や公園保養都市などに目標を定めて、地域の魅力とイメージづくりを進めていくことが望ましい。

■まちの環境・雰囲気づくり

泉源、足湯のような直接湯が見られるもののほか、湯けむりに、温泉の熱、湯が流れる音などで、温泉が豊かなところというイメージを演出する。また、保養・療養地としては、落ち着いたまちの雰囲気づくりが大切である。

■温泉が生きるメニューづくり

温泉の風呂場の雰囲気はもちろん、スリッパや下駄など、身につけるもの、肌にふれるものは、品質やファッション性も重要である。温泉に入る前後にどのようなことができるかという点も重要なメニューの一つである。滞在を楽しむという視点から、温泉が生きる多彩なメニューづくりをしていく。

■滞在を支える多様な楽しみの提供

各宿泊施設や観光施設がそれぞれに工夫をして、楽しみ方を提供する。各宿泊施設や温泉街の内部だけで提供できる楽しみには限界があるので、滞在を支える多様な楽しみを提供するものは、外部にも広げて考える必要がある。

(3) 歴史と果実と温泉のまち、笛吹市

1) 歴史と石和温泉

歴史資源は、資源そのものが視覚的に興味を持ってみられる対象化どうかで観光的な価値は変わってくるが、これとは別に、歴史により深く興味を持つことで顕在化する価値がある。この二つの視点から歴史資源を評価して活用を図る。

2) 果実と石和温泉

果実は、花や実がついているときには直接の興味対象になり、そこがモモやブドウ等の産地であることを知らせ、また、まわりの風景とともに一つの絵となる。

果樹の開花は優れた観光対象になりうるが、魅力が十分に発揮されるような見せ方の工夫、記念写真が撮りやすい場の整備を行う。

モモ、ブドウ、カキなどの実の熟し具合とともに見る距離によって感じ方が異なるので、ねらいに応じた見せ方を工夫する。

町中のスポットや旅館の庭等の一画、観光資源の周囲などに果樹を植栽して修景や季節を感じさせる素材として活用する。それにより果実のまちであることの印象を深めていく。

より幅広い活用として、例えば、摘花、果実を使った料理や菓子づくり等の体験、果樹の記念植樹など様々なアイデアを出して試行する。

風景のアクセントや話題づくりのために新種の果樹の植栽など工夫する。

3) 自然と石和温泉

自然が少ないところから訪れてくる者にとっては、自然の印象は重要である。知的な興味対象としての自然、創作活動の場としての自然など、多様な活動の対象となるので、それぞれの場所の自然の特性に応じた活用を図っていく。視点のまわりはできるだけきれいにする。

観光行動は季節によって変わるので、興味対象としてあるいは季節を感じさせる添景としてなど、効果的に見せる環境づくりに努める。

自然は、人が積極的に手を加えることによって価値や魅力が高まるものも少なくないため、現状の自然を適切に評価し必要に応じ手を加え魅力を高めていく。

3. 観光の演出

(1) 観光の演出の必要性

石和温泉地域の再生にとって、笛吹市内全域に眠っている観光資源との連携を強め、そのもてる資質を最大限に生かすことはきわめて有効な方法であり、そのためには、観光資源単体としても、また観光資源群としても適切な演出を施し、来訪観光客が、石和温泉地域をはじめとする笛吹市内の観光地に、少しでも長く足をとどめるよう仕向けていくことが必要である。

(2) 笛吹市における観光の演出の可能性

石和温泉地域および笛吹市においては、石和温泉地域のポテンシャルの大きさ、甲府盆地の中で突出した歴史性、見応えのある遺産の存在、果実郷としてのイメージと環境、古道の存在など、観光の演出にとって好都合にあるといえる。

(3) 観光の演出の方法

1) 温泉郷としての演出

湯煙が立つ風景、そぞろ歩きに好適な見応えのある温泉郷景観、観光客がくつろいで行き交う風景、……………、それが、今の石和温泉には見られない。

個々の旅館・ホテルにおける温泉を使った観光の演出にとどまらず、温泉郷全体が一体となって観光の演出を考える必要がある。例えば、旅館・ホテルのにぎわいが外から見えるような構造を一部に取り入れるといった方法も考えられる。

源泉や引湯管の存在を前面に出すのも一方と考えられる。

2) 歴史性・時代性による演出

■ 笛吹市南部

笛吹市南部は、笛吹川の支川によって形成された扇状地と笛吹川によって形成された河岸段丘の上に位置し、先土器時代からの歴史に彩られた土地柄である。

古墳などの遺跡が分布する中に、今日的な存在といえるワイナリーも営まれている。

このようないわば古代と現代とのコントラストがここにはある。

■ 石和中心市街地

江戸期を中心とした時代性をテーマにした観光の演出が考えられる。山梨県においてもフィルムコミッションが動き出した折でもあり、例えば、江戸期の屋敷や商家を再現した町並みをつくり、ロケ地としてまた観光資源として使うことも考えられる。

■ 古道

笛吹市を通る鎌倉街道および若彦路の2つの古道。沿道には、寺社、道祖神等の石造物など、歴史的・民俗的遺産がそこここに見られる。また、忙しい現代にあっては、その環境、長さ、勾配、周辺の自然など、貴重な環境を有している。

3) 季節性による演出

笛吹市には、1月のイチゴに始まり、一年中、花と果実が絶えない。また、山岳、滝などの自然資源も豊かで、季節をふんだんにとり入れた観光が可能である。

広域的な周遊を前提にした観光の演出についても検討の余地がある。

4) 自然による演出

笛吹市南部一帯は、あたかも甲府盆地に向かって張り出したテラスの様相を呈している。こうした特異な地形条件もまた、観光の演出のテーマになりうる。

5) まつりやイベントによる演出

似たような趣向のまつりやイベントが、各地で同時に行われることが少なくない。観光の目玉のひとつとして考える場合には、日程の調整が有効と考えられる。こうした調整により、祭り巡りのような新たな観光のスタイルが生まれてくる可能性もある。

6) 移動手段による演出

石和温泉郷の場合、直行直帰型が特に多くを占めているため、歩く観光への対応次第では、滞在時間を長くし観光消費を拡大させる突破口になりうる。この際、移動手段そのものに特色を持たせることも観光の演出のひとつになりうる。

4. 石和温泉郷の観光地形成

(1) 個別計画の試み

全体構想の提案に先立って、石和温泉郷の観光地形成の重要な骨格をなすと考えられる個別計画を先行的にとりあげ、検討を試みた。

1) さくら温泉通り街づくりの試み

■ 笛吹市の中での位置付け

「石和温泉」ブランドを笛吹市の観光戦略ブランドと位置付け、石和温泉郷を観光発展の牽引役とする。

■ 温泉郷ディストリクト

温泉郷の空間的なまとまりを明確にするため、その範囲を明示的な境界線で規定し、個別要素のデザインや土地利用パターンに緩やかな共通性を与える。

■ 沿道空間利用

ホテル・旅館の車寄せが道路に面しているため建物の入り口までの空間が歩行者には大きすぎ、道路沿いに農地や駐車場が介在し連続性がないことなどの問題点がある。

a. 沿道の連続性創出

空き地、農地、駐車場、旅館・ホテル車寄せのうち、道路に沿った土地を小規模の店舗や工房とし、街路としてのモザイク的連続性を作り出す。

b. 商業進出の機会提供

自分の作品を公開する場や販売する場を求めているアーティスト・工芸家などに店舗や工房を安く貸してまちづくり活動の一員になってもらう。

c. イベント誘致

通年で来訪者を確保するため、季節ごとにエンターテインメント企画を招致するなど、季節的な来訪者数の変動を小さくすることを考える。

■ 足湯公園の整備内容

足湯自体は単体では目新しさに欠けると考えられるため、本地域のまちづくりのテーマの一つである「健康とまちづくり」に関連付けて、単に足浴だけではなく、健康増進とアミューズメント性を兼ね備えしかも安価に利用できる複合的施設を提案する。

a. 徒歩湯

足湯の中で歩く徒歩湯。血行が良くなることに加えて、水中歩行により脚の筋力アップが図られ、高齢者の体力維持、各種リハビリテーションの場とすることができる。

■源泉の認知度

石和温泉は、首都圏から容易にアクセスできる平地に位置することで、温泉が湧いているというイメージが不足している。そこで、温泉通りに源泉があることを広く認識してもらう仕掛けとして、次のようなことが考えられる。

a. 源泉の観光資源化

源泉地に温泉情報センターのような施設を整備し、湧き出している湯を直接見ることができるようにして、その様子をインターネットで配信する。

b. 源泉存在の広報

源泉の源泉地に整備する施設に、温泉が湧き出た当時の写真や情報を掲示するとともに、観光パンフレット等の様々な観光情報メディアに掲載するようにする。

■笛吹市とその周辺の農産物

笛吹市は桃・ブドウ・柿の産地として知られ、周辺地域では多くの種類の野菜を生産している。農家の女性により既に行われているの農産物販売を発展させる。

a. 地産物販店

温泉通りに沿った土地の一部を提供してもらい、沿道の連続性を創出することもかねて、地産の野菜・果物を扱うパイロット店的な飲食店や販売所を設置する。

b. 笛吹市とその周辺の農家との連携

消費者ニーズに合わせ多品種少産とする。また、生産したものが確実に消費者に購入されるような独自の販売システムを構築する。

■情報発信の工夫

ホテル・旅館のホームページ等において独自に情報を発信するだけでなく、他とリンクして広がりを持つようにする。携帯電話の機能を利用した割引券等を考える。

■地域の他のまちづくり活動との連携およびネットワーク化

「まちづくり」や「地域活性」に関係する団体や個人のネットワークを形成する。

■さくら温泉通り会の活性化

まちづくりの問題を自分のものとして捉えるため、まちづくり NPO やアドバイザーの参加を求めたり自身がまちづくり NPO に参加する。

■景観法の活用

景観法の適用により、景観計画の策定、地域住民の活動と連携た地域の一体的整備や個性の創出を行うことが考えられる。

2) 女性のまちづくり参加

■女性の視点でのまちづくりの必要性

今までの自治会活動やまちづくりの中心は自営業者や引退をした勤労者、男性を中心とするメンバーであった。これからは昼間は別の勤務地で働き、夜のみ帰宅する、休日にいる住民、女性たちも含めた全世代の住民が様々な形で地域の活動やまちづくりに参加する方向が求められてきている。

■観光スタイルの変化と農業へのまなざし

現代社会では高齢化、情報化、国際化が進んでおり、多様な楽しみを多様な世代が持てるようなまちづくりが、レジャー志向と共に求められてきている。観光のスタイルも慰安を目的とした団体旅行から小グループ・個人旅行に移行し、目的も多様化している。一方、人々の農業へのイメージや農業そのものの在り方も変わってきている。

■観光と朝市の意義

都市住民の自然志向、観光に自然を求める傾向は「食・農・やすらぎ」などにあらわされる。これからのまちづくりのキーワードとして「自然、産業、人」が挙げられ、笛吹市に当てはめてみると「自然：温泉、産業：農業＋観光、人：女性の参画」となり、これら3つが一緒になったまちづくりをしていくことが大切である。

■提案と今後の課題

- ・ さくら温泉通りのウッドデッキや温泉街を利用して、女性の活動を展開させる。
- ・ 観光客の求めるニーズについて調査し、女性の活動に活かす。
- ・ 農と食との連携として、体に良い料理を考え、地元産の農産物を使って調理する。
- ・ 笛吹市の地域に伝わる郷土料理・食材等を調査し、郷土食を発信していく。
- ・ 今回は、石和中心の女性の活動から笛吹市レベルに拡大する。
- ・ これまでは農業や朝市が中心であったが、それだけではなく様々な分野に広げて、さらなる女性のグループの発掘を行う。
- ・ 相互の情報を交換し、互いを高めていくための組織をつくる。互いに切磋琢磨し、実際に活動していく中で、相互協力ができる組織をつくっていく。

3) 健康とまちづくり

石和温泉において、「温泉利用プログラム型健康増進施設」が認可された場合の保養プログラムについて検討した。

■健康増進プログラム

石和温泉旅館協同組合加盟の18施設は、平成16年に温泉利用プログラム型健康増進施設認定の申請を行った。健康増進プログラムは、「自然環境」、「温泉」、「食事」、「医療」の4要素を組み込んだ滞在型宿泊プログラムである。

- 「自然環境」・・・森林浴などの周辺の自然を利用した適度な運動プログラム
- 「温泉」・・・健康増進施設の認定を受けた旅館の温泉への入浴
- 「食事」・・・地元栄養士による献立を旅館が提供
- 「医療」・・・「温泉利用診断書」を渡す

■モデルコースの踏査・選定

90分あるいは半日程度の周辺の自然を利用した散策を想定して、現場踏査を行い、時速4km/hで指定された時間内で散策できるように経路を設定した。

■大蔵経寺コース

山神宮入口あるいは大蔵経寺入口駐車場を起点、終点とする90分コースと半日コースを設定した。

■市部通り・さくら温泉通り・湯けむり通りコース

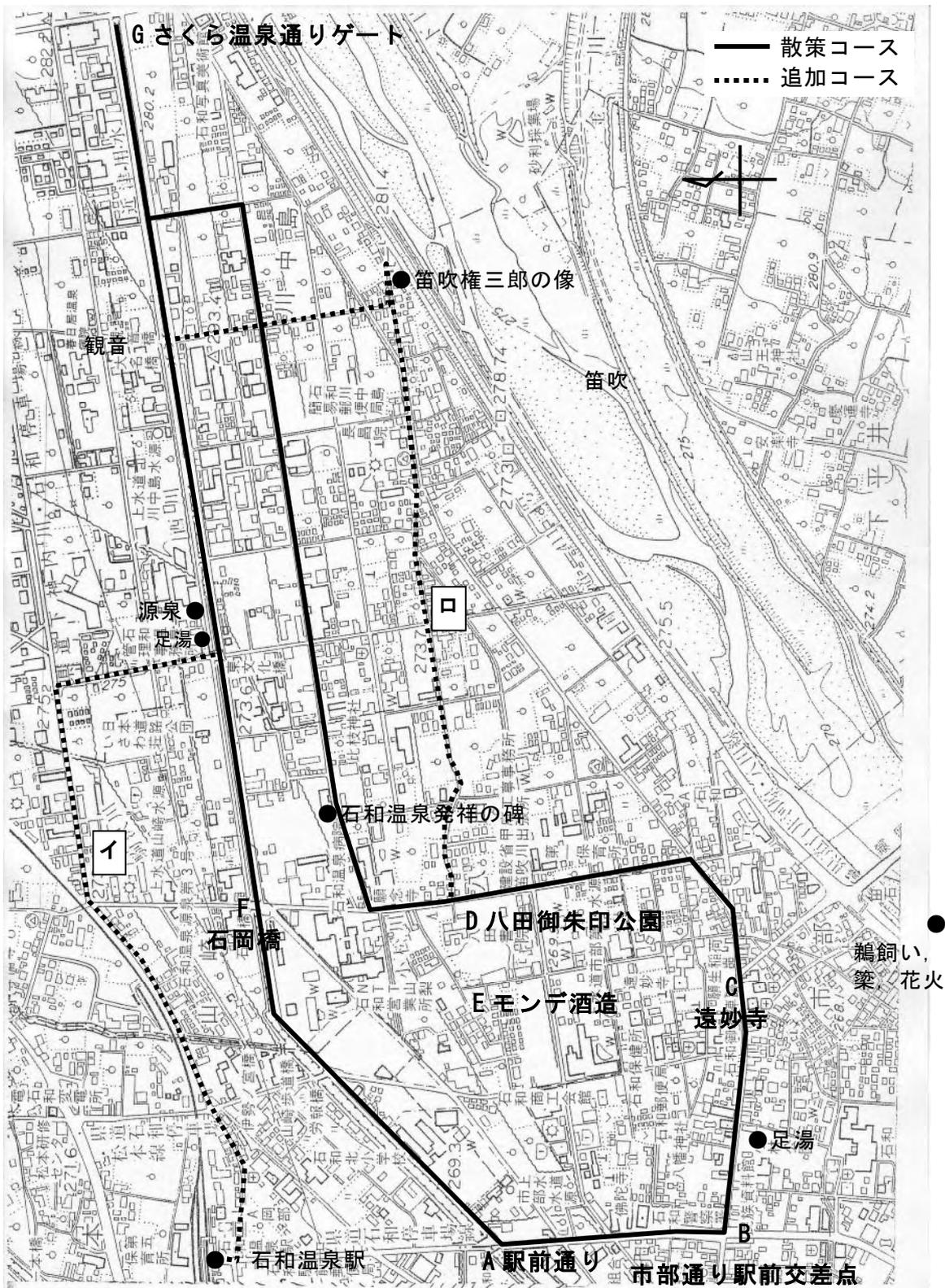
市部通り・さくら温泉通り・湯けむり通り一体を対象に、宿泊施設を起点・終点とする90分コースを基本コースとして設定した。さらに、鉄道利用客の湯けむり通りへの誘導、散策コースの変化づけのため、接続する2つの追加コースを設定した。

■保養プログラム実施における提案

- a これらの散策コースを記入したマップを作成する。マップは、実際の地図にコース、距離、高低差、トイレ、休憩所、見所などが書き込まれたものがよい。
- b 大蔵経寺山コースでは、新たな見所の確保、トイレ、休憩所、サインの整備も含め登山道を整備する。さらに維持管理のためファンクラブ的な組織を立ち上げる。
- c 市部通り、さくら温泉通り・湯けむり通りコースについては、寺社、公園、石和温泉発祥の碑、源泉等を観光資源として整備し、景観および歩道を整備する。
- d 2つの追加コースのうち、石和温泉駅からさくら温泉通りおよび湯けむり通りへの誘導路は、石和温泉の第一印象を左右する。観音橋から八田御朱印公園へのルートではポイントとなる水路や景観の保全あるいは復活に取り組む。



大蔵経寺山散策コース



市部通り， さくら温泉通り・湯けむり通り散策コース

4) 笛吹市の玄関口の整備

今回実施したアンケート調査の結果によれば、石和温泉への来訪観光客の利用交通手段は、自家用車・レンタカーが52.2%と過半数を占め、鉄道が30.6%でこれに次いで多い。これに次ぐのが高速バス利用であるが、4.8%にとどまっている。これにより、石和温泉郷一笛吹市の玄関口は、石和温泉駅および一宮・御坂インターチェンジなどであることが明らかである。

今後、進展すると見られる高齢化や手軽な旅行の志向の高まりなどを考えると、特に鉄道利用の場合の主要な玄関口となる石和温泉駅のあり方が課題となる。

交通結節点として求められる公共輸送機関であるバス路線との接続がほとんどなく、タクシーに頼っているのが実情であるが、このタクシーの評判も必ずしも芳しくはない。また、石和温泉郷一笛吹市の玄関口にふさわしい雰囲気や装いが見られず、錯綜していて、駅前広場としての機能上からも好ましい状態とはいえない。案内施設があるが、観光客から寄せられる不満も多く、運用上、まだまだ工夫の余地がある。

これには、石和温泉郷の場合、宿の車が駅まで出迎えるスタイルが一般的で、観光客が駅周辺を歩くことがほとんどないことも手伝っているものと思われる。現在、駅南部で土地区画整理事業が進行中であることも玄関口としての印象を悪くしている。

このため、まず、交通結節点としての基本的な機能であるバス等の公共輸送機関との接続をスムーズにすることが重要であり、また現在錯綜を極めている、車、タクシー、自転車、歩行者などの動線の整理も求められる。加えて、今後増加すると見られる「歩く観光」（自転車利用も含む）への対応も重要である。

こうした駅あるいは駅前広場としての基本的な機能の仕上げとして、駅周辺を含むトータルデザインが必要となる。

規模や装飾がいたずらに目立つ駅をめざすのではなく、温泉、歴史、自然などの面での個性がそこここに光る、必然性が充分に感じられるデザインの駅でありたい。

また、施設面やデザイン面と同時に、場合によってはそれ以上に、駅頭に降り立った観光客に、すぐさまもてなしの心が伝わるような接遇の姿勢が重要である。

自動車利用の場合の玄関口である一宮・御坂インターチェンジ周辺についても、石和温泉駅の場合に準じた交通拠点としての機能の確保に加え、「歩く観光」（自転車利用も含む）への対応や観光情報の提供が重要である。

(2) 全体構想

1) 要素図

観光対象となる可能性のある資源の分布について、「要素図」として整理することとした。10項目の要素図のうち、次頁以下に示すのは次の8項目である。

先土器時代～古代の遺跡等分布図
果樹園とワイナリーの分布図
笛吹市文学碑分布図
公園貴重植物群生地と山梨百名山等をめぐるハイキングコース
笛吹市の神社仏閣と鎌倉街道・若彦路沿線文化財分布図
鎌倉街道沿線文化財分布図
若彦路沿線文化財分布図
石和温泉郷 山辺と市街地 散策道マップ

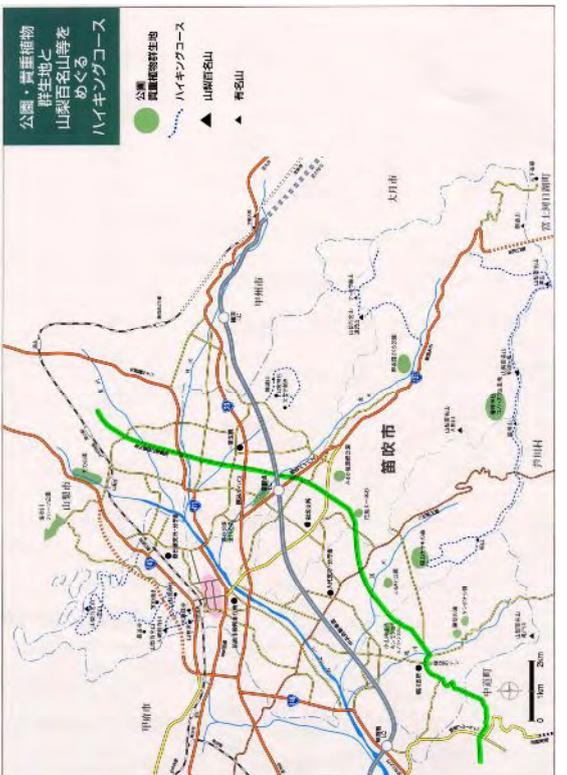
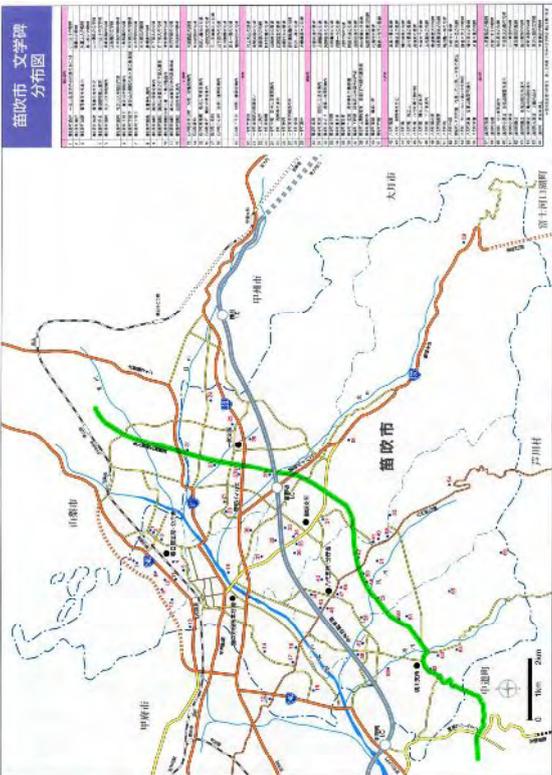
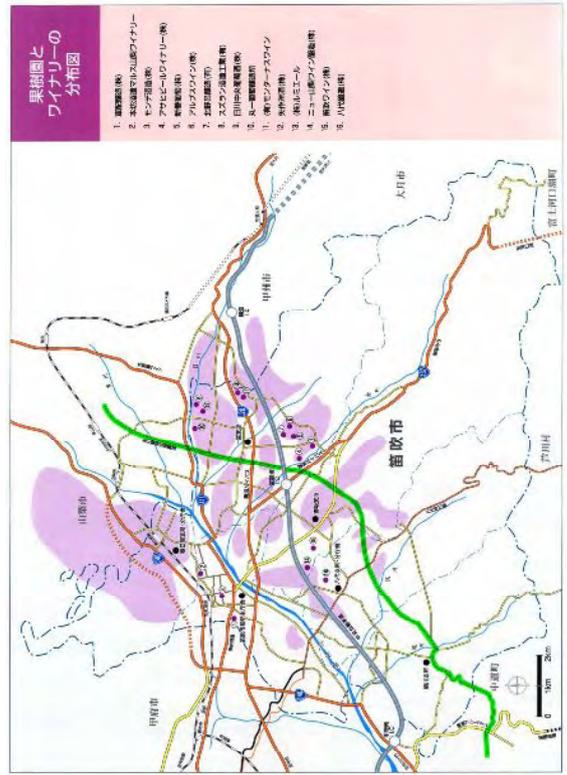
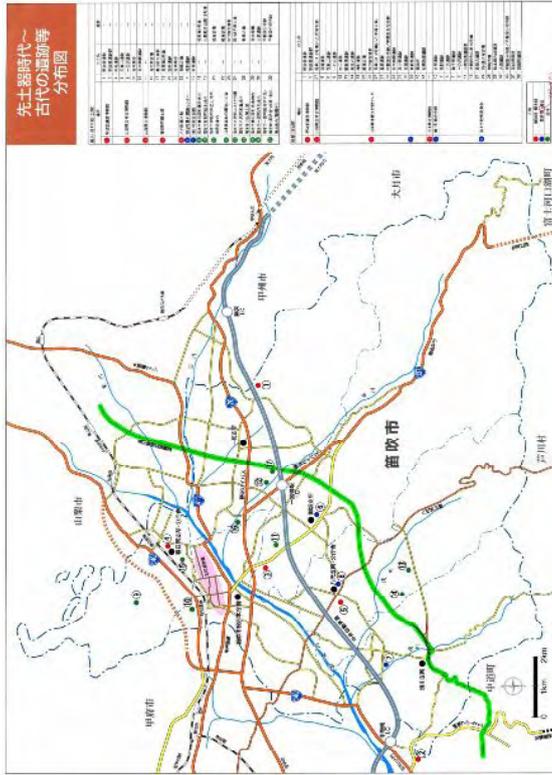
古代遺跡、果樹園、ワイナリー、文学碑、神社仏閣などの分布は、笛吹川左岸段丘上に集中する。笛吹川支川によって形成された扇状地にあり、東日本最大の古墳も存在する。ここは甲斐の国発祥の地とされ、古代から中世に至る歴史遺産の宝庫である。

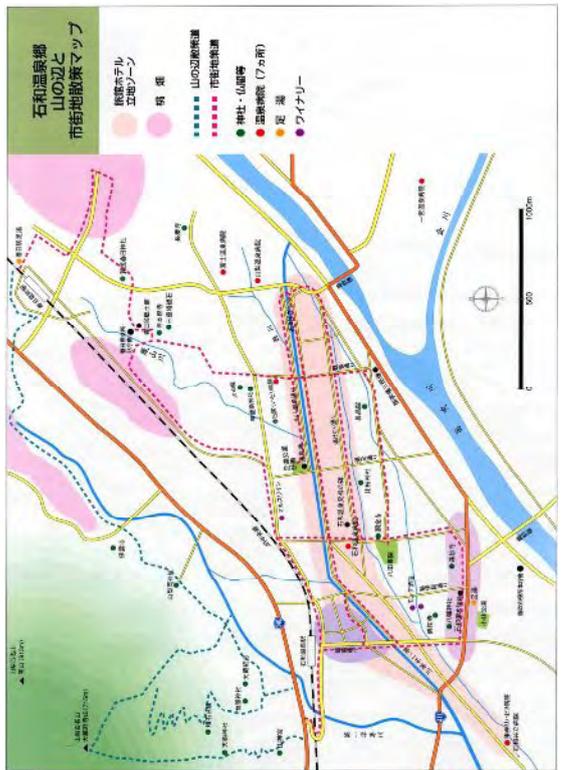
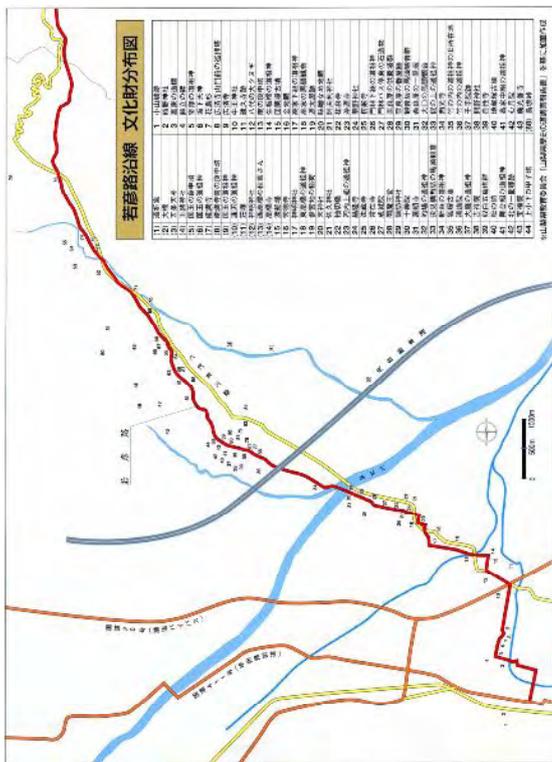
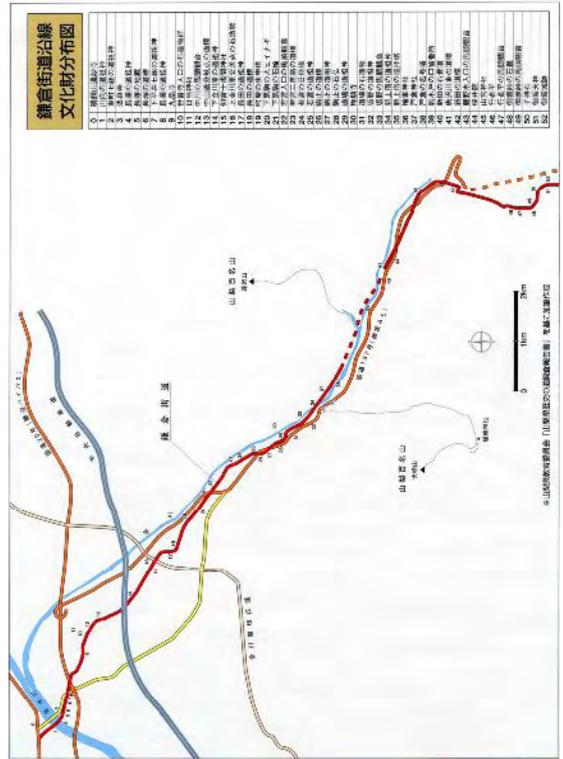
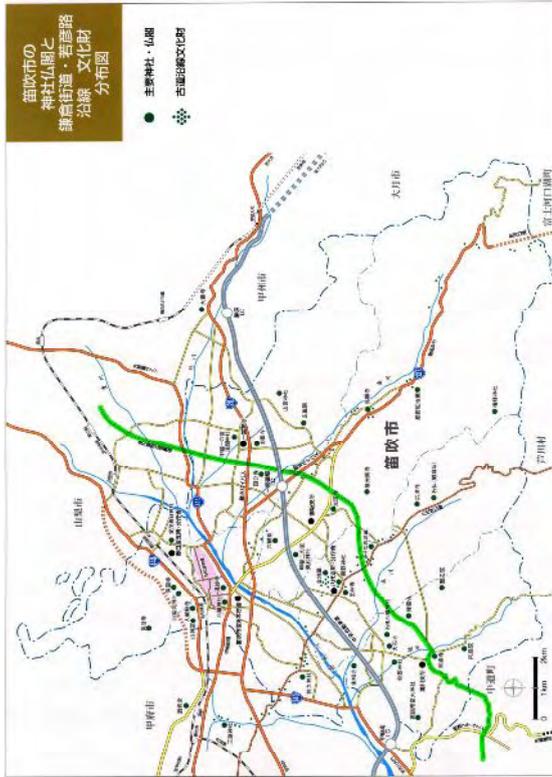
この河岸段丘面上を、南西～北東に貫いているのが金川曾根広域農道である。古代遺跡、果樹園、ワイナリー、文学碑、神社仏閣等、これからの観光の対象となりうるこれらの資源の多くがその沿道に位置している。

金川曾根広域農道と並び、将来の観光動線として重要性なのは、2筋の古道、つまり鎌倉街道と若彦路である。いずれも笛吹市を北西～南東に貫いており、金川曾根広域農道とほぼ直角に交わる。甲斐の国を代表する寺社が沿道に控えているほか、道標、一里塚、道祖神、馬頭観音など、古くからの街道ならではの石造物が数多く分布する。2筋の古道に沿って現道が通っているため、古道の観光面に特化した利用も考えられる。周辺の自然環境、森林などと一体化した緑道的な空間として考えられる。

旧春日居町域も含め、石和温泉郷は平坦地にあり、周囲を住宅街に囲まれているところも少なくない。ブドウ園が介在するものの、温泉郷の内部には緑の空間がほとんどないため、潤いに乏しいとの指摘が多い。これを補っているのが近津用水の水辺環境であり、現在進められているウッドデッキの完成により、少なくともさくら温泉通りについては、かなり改善されるものと期待される。

石和温泉郷の至近には、大蔵経寺山、兜山などの山梨百名山のもつ自然環境、その山裾に点在する大蔵経寺山、山梨岡神社などの歴史遺産、笈形焼きなどの伝統行事などがあるだけに、石和温泉郷に歩く観光をとりいれる上では、これらとの連携が成否の鍵を握ると考えられる。





2) 全体構想

■ゾーン区分

●Aゾーン（石和温泉郷ゾーン）

もてる豊富な温泉資源と宿泊機能の集積を最大限に生かし、宿泊拠点としての地位を不動のものにする。これには経営者自身が自覚と不断の努力が必要である。最近人気があるかけ流しの湯については、温泉郷全体としても検討する価値がある。

小グループ化など、旅館側がニーズの変化に応じて変わることが必要である。

鉄道利用者の玄関口にあたる石和温泉駅については、交通結節点としての機能の充実と石和温泉郷および笛吹市内各観光地に関する情報サービス機能の確保を図る。

朝市にしろ、温泉にしろ、観光客にはもちろん、一般住民にもアピールする、喜ばれるようなものにする必要がある。市民に愛される観光地でなければ生き残れない。

またとかく批判の多いサービス業関係者の接遇の洗練などに取り組む必要がある。

市の印象を決定づけるゾーンであるため、周辺に点在する観光資源の発掘・演出を積極的に行い、じっくり時間をかけて巡るきめ細かい散策ネットワークの構築を図る。

●Bゾーン（国見テラス東ゾーン）

甲斐の国発祥の地にふさわしく、古代遺跡群や神社仏閣、文学碑など歴史遺産が重層に分布する。我が国屈指の果樹地帯でもあり、古くからワインの醸造が行われている。現在13のワイナリーがある。

歩く観光をはじめとする「じっくり時間をかけて巡る観光」への志向の高まりから、古代から現代にわたる多彩な歴史遺産を巡る特色ある散策コースを設定する。

一宮・御坂インターチェンジは、自動車利用の場合の笛吹市への玄関口であり、石和温泉駅と並ぶ交通拠点にあたることから、駐車場等の交通結節点としての機能の整備を図る。さらに、笛吹市全域の観光に関する情報サービスの充実を図る必要がある。

●Cゾーン（国見テラス西ゾーン）

笛吹市で最も自然環境が豊かなゾーンである。笛吹市の奥座敷に相当すると考えることができる。山稜に囲まれた地形、静謐な環境、奥深い自然等をできるだけあるがままに保全し、石和温泉郷と連携した観光による活性化方策を模索する。

優れた自然環境を生かし、境川の山里風景を詠んだ名句で知られる俳人蛇笏の生家を中心に、文学碑、貴重な植物の見られる自然公園、古代遺跡等を包括する「文化の古里（ふるさと）」として性格づける。また平成9年にスタートし全国規模に発展した

俳句会など、農村部固有の文化を観光に生かすことについても検討する必要がある。

また、石和温泉郷での観光を奥行きのあるものするため、農業を利用した観光の仕掛けづくりについて、国土交通省等の施策の導入を含め検討する。

●Dゾーン（山麓ゾーン）

笛吹市の南東端にあたり御坂山地の一角を形成する。標高 1,000mを超える数多くの山梨百名山を擁する山岳地帯であることから、塾度に応じた山歩きを楽しむことができるゾーンとして位置づける。名づけて「健康トレッキングゾーン」。

健康とまちづくりをキーワードとする石和温泉郷にとっては、発展的なトレーニングの場として活用することが可能と考えられる。このため、「健康トレッキング」を軸とした観光の誘導を図る。

■主要動線

●金川広域農道

石和温泉郷を中心とするAゾーンとテラス上に位置するB～Dゾーンとを結ぶ観光コリドーとして、主要結節点の整備（駐車場、情報発信機能、便益施設等）と併せ、散策路網の設定と環境整備が期待される。

●古道軸Ⅰ（鎌倉街道）

沿線の数多くの文化財を観光対象化し、これらをつなぐ古道の再生をめざす。山梨県全体の中での主要な観光動線と位置づけ、河口湖から富士山へとつながる国道の整備と併せ、古道にふさわしい道路環境整備、案内誘導設備の整備などが期待される。

●古道軸Ⅱ（若彦路）

古代の記憶が多く残る若彦路は、文化の古里を中心に、南は、古来から笛吹市とも縁が深い芦川村を經由して富士山に至り、また北は、県都甲府市へと導く、鎌倉街道と並ぶ重要動線。鎌倉街道とひと味違う古道環境の創出を図る。

●その他

これらの主要動線については、沿道における駐車場の整備、駐車帯の設置、きめ細かいサインや案内板の設置、安全・安心して利用できる歩道や自転車道の整備など、観光利用を最大限重視した整備を図ることが求められる。

ここにあげた以外でも、幹線的な動線については、主要動線に準じた整備を図り、笛吹市全域において「じっくり時間をかけて巡る観光」のための道路ネットワークを形成する必要がある。

5. 観光の連携

(1) 周辺観光地との連携

現状では石和温泉郷の来訪者で他の観光地に立ち寄る人の数はあまり多くはない。しかしながら、今後石和温泉郷での滞在客を増やし十分に楽しんでもらうためには、周辺観光地との連携は不可欠である。石和温泉郷が周辺の観光地等と観光連携を推進する際の“ねらい”は次のような点である。

- ① 宿泊者に対し多様な活動メニューを紹介し、また、利用の際の便宜を図る。
- ② 周辺の観光地の来訪者に対し、石和温泉郷についての情報を提供してもらう。
- ③ 宣伝・プロモーション活動を共同で行い広域的な観光の魅力をアピールする。

周辺観光地との連携は相互にプラスとならないとうまくいかない。その意味で、石和温泉郷自体がより一層魅力を高めることが前提となる。

(2) その他の連携

1) 市民との連携

市民には、お客さんがきた時に“石和温泉郷に案内して温泉に入り食事を楽しんでもらう”というような形での利用や、折にふれて石和温泉郷を“口コミ”で宣伝してもらうというようなことが期待される。そのために石和温泉郷の側では、市民に石和温泉郷をよく知ってもらうことが大切である。

多数の市民が参加して楽しめるようなイベントの開催、近隣の観光地の訪問、あるいは健康増進講座というようなメニューと合わせた、市民のための石和温泉郷体験ツアーなどを実施して、「市民にとっての石和温泉郷」のイメージを醸成していく。

2) 農産物等の生産地との連携

朝市やその他のイベントの際の参加・出店者、石和温泉郷に食材を納入している産地、あるいは今後の石和温泉郷の観光地づくりの中でより大きな関わりを持つと思われる有機農産物や健康食材・食品の生産者等との関わりは大切である。それらの関係者に、市民と同様に石和温泉郷についてよく知ってもらうとともに、石和温泉郷の関係者ないし市民がそれらの生産の現場についてよく知ることが大切である。石和温泉郷で扱っている食材・食品について関係者が熟知し、いつでも説明できるような態勢でいることは、保養地・療養地づくりを目指す石和温泉のイメージづくりの一部として欠かせない。

Ⅲ. 石和温泉郷再生の実現に向けての取り組み（課題整理と留意事項）

1. 笛吹市全体構想の必要

（1）全体構想と都市計画マスタープランの必要

観光は笛吹市にとって重要な分野である。産業としての観光だけではなく、市民がする観光は様々な楽しみや感動をもたらし、来訪者の目は地域の新たな発見に役立つとともに、景観・環境の改善の後押しとなることもある。また、『日本一の果実郷』を標榜する地域としては、当然観光客の評価は欠かせない。農産物は観光消費の一部となり、グリーツーリズムは農業従事者と観光客とのふれあい・交流を生む。このように、観光がもたらす効果、観光に関係する分野は多岐にわたる。

したがって、観光の振興が笛吹市にとって重要な施策であり、一般市民にとっても大きな意味を持つことが、市の全体構想（総合計画、基本構想、基本計画等）に位置づけられるとともに、そのことが市民に浸透しなければいけない。

石和温泉の観光の再生・活性化には、石和温泉自体の魅力を高める必要があることはいうまでもないが、それだけでは十分な効果は期待できない。石和を訪れて石和温泉郷だけで過ごす観光客は限られており、石和温泉郷と周辺の地域、とりわけ石和温泉郷をとりまく笛吹市全体が一体となって魅力を高め、観光客に多様な楽しみ方を提供する必要があるからである。そして、石和温泉郷における観光の振興が持つ意味は、単に石和温泉郷の観光事業者のためだけではない。観光消費に伴う経済波及効果は広く市内の産業に及ぶし、温泉は市民の大切な財産であり、石和温泉郷は市民が好んで訪れ楽しむ場としての機能も持つ必要がある。

つまり、石和温泉郷における観光振興は、笛吹市における観光振興と同じ意味を持ち、そこに展開される施策は、市全体の観光振興と同じ認識のもとで進められる必要がある。

現在、笛吹市では「新市建設計画」が策定され、市が目指す方向の大枠が定められ、その中に観光振興が重要な施策として位置づけられている。しかしながら、誕生して間もないため、市民への浸透と市民の一体化はこれからの重要な課題である。笛吹市の全体構想は、笛吹市の特性を十分に把握した上で、できる限り多くの市民の参加を得て、市民への浸透を図りながら策定されることが必要である。

石和温泉郷は温泉保養都市づくりを目指しているが、どのような環境や機能を

持った地域（都市）を目指していくかについて、より具体的に描いた上で施策を実施していく必要がある。また、笛吹市の田園地域や自然地域は、石和温泉郷にとっても重要な観光資源を有するところであり、無秩序な市街地のスプロールによって損なわれないようにしなければならない。

全体構想の策定と合わせ、笛吹市の将来像と都市づくりの基本的な方針とともに温泉保養都市づくりの方向を示す『都市計画マスタープラン』を、全体構想と同様に市民参加と市民への浸透、市民の一体化を推進しながら策定することが必要である。

（２）観光基本計画（観光ビジョン）の必要／個別計画への展開

石和温泉郷の観光振興の取り組みが十分な効果をあげるためには、笛吹市全体の観光振興が目指す方向と同調して進められる必要がある。観光振興の施策が効率的かつ効果的に実施されるためには、市内の各観光地がそれぞれの特性を活かした役割を果たし、相互に連携する必要があるからである。例えば、複数の観光地で似たような観光施設がつけられたり、新規に整備される観光施設が既存の観光資源・施設とは離れた場所、一緒には利用しにくい場所につけられたりしたら、無駄が多く十分な効果は期待できなくなる。同じ時期に複数の観光地で大きなイベントが開催されるというのも同様である。

石和温泉郷を始め、個々の観光地が個性を持つことはもちろん大切ではあるが、笛吹市全体での地域のイメージ・個性がはっきり形成されていた方が、マーケット（観光客）に対しアピール（訴求）力を持ち、個々の観光地の個性も生きてくる。

また、観光が関係する分野は多岐にわたるが、各々の分野で実施される観光関連の施策を調整して進めるためには、笛吹市の役割が重要である。観光客のニーズの動向を把握したり、市内にある新たな観光資源を発掘したりする際にも、市が中心となって実施するのが効率的である。

したがって、必要な観光調査を実施し、笛吹市の観光振興の基本的な方向と方策（全体計画）と、それにもとづいた石和温泉郷を始めとする各観光地及び関連する地域の観光振興の施策（個別計画）を定める『笛吹市観光基本計画（観光ビジョン）』を策定することが必要である。

2. 笛吹市における景観計画・景観整備の必要性

(1) 観光基盤としての景観整備の必要性

笛吹市は、笛吹川と支流の金川、浅川、境川の形成する扇状地から山岳地へと連続する、変化に富みかつまとまりのある空間を有している。土地利用は、平坦地に広がる住宅・商業地を低湿地の水田と山裾まで広がる果樹を中心とする農業地帯が囲み、山岳の森林へ繋がっているというように、この地形に規定されている。このような地形と土地利用が作り出す景観は、御坂山系の背後に見える富士山の頂ともあいまって当地域に特徴を与えている。特に、盆地一面に桃が満開となる時期はまさに桃源郷と呼ぶにふさわしく、大スケールの景観が当地域の魅力となっている。また小さなスケールにおいても、平等川や近津用水を始め金川、浅川、境川流域には用水が流れ、笛吹川の大きな水景に対して小さな水景があり、その他市内にはまとまった農村集落や浅間神社、甲斐国分寺跡など史跡等の文化財が広く分布する。これらの小さな景観から地域の歴史を見て知ることができる。このような多様性と階層性を有した景観は、当地域の財産であると言える。

ところが、最近 20 年の変化を見てみると、むしろ景観を破壊してきたと言わざるを得ない。20 号バイパス沿道は大型店舗によって典型的なバイパス景観を呈しており、さらにラブホテル街が御坂みち（137 号線）との合流地点に立地し、当地域のイメージを損ねている。また、御坂みち自体についても法面がコンクリートで覆われているなど、景観という面については様々な問題を指摘できる。市内の河川や水路は味わいある石積み護岸がコンクリートに張り替えられ、川沿いの並木が切られるなど風情や地域個性が失われてしまった。旅館・ホテル・商業施設などの建築物も、形態・意匠・色彩に共通性、地域性が無いだけでなく、周囲に対して規模が大きく、町並みの中で突出している。田園の中に立地する新住宅地は、古くからある伝統的個性的な農家建築や街道建築とはまったく異なるプレハブ住宅が多数を占める。地域の顔となる石和温泉駅前には大型のスーパーが立地し、温泉郷のイメージを期待して駅に降り立つ観光客の期待を裏切っている。これは、大型バスで訪れる団体客をホテルの中でもてなすという時代から、多様な要求を持った個人や少人数のグループが町中を散策して、地域の歴史文化や田園を味わう観光対応へと観光のあり方が変化している今日において、当地域にとって大きなマイナス要因である。

笛吹市が将来に渡り観光地として存続していくためには、温泉だけではなく景観を観光基盤と位

置付け、早急にその保全と整備に取り組む必要がある。これは、従来の点と線の観光地整備から面的整備への移行を意味し、観光産業に直接関わる者だけではなく、地域全体がその日常において温泉郷のイメージ形成に参加する必要がある。

一方景観は住民の日常生活に深く関わる環境であるにもかかわらず、その重要性の認識が薄い。日本ほど日々汚い景観を見ている先進国はないと言われるくらい、電線類と電柱、看板標識案内板類、老朽建築施設、コンクリートのよう壁や護岸などが氾濫している。住民生活の日常風景を快適にする景観を意識する必要がある。

2004年に施行された景観法は、やる気がある地方自治体が景観行政団体となり、景観計画を策定し、景観地区、景観計画区域、景観重要建造物・樹木、景観重要公共施設を定めることが出来るようになった。例えば、石和温泉郷および笛吹市一帯に広がる農地を景観計画区域に指定することで、桃源郷の姿を維持することが出来るようになり、さらに石和温泉郷を景観地区に指定することにより、温泉郷のイメージを有する町並みを誘導することが出来るようになる。また、さくら温泉通りを景観重要公共施設に位置付けることにより、電線共同溝整備道路の指定を受けることが出来るようになり、現在通りの美観を損ねている電線と電柱を地上から撤去することが可能となる。これらの例のように、景観法を活用して地域の一体的整備や個性の創出を行うことができるので、早急に景観計画を策定することが望まれる。

(2) 住民意識の高揚および住民の計画策定への参画と主体的実施

近津用水沿の地区の旅館・ホテルで構成されるさくら温泉通り会は、行政に全てを頼るのではなく「自分達に出来ることは自分達でやろう」という意思を公にし、まちづくりを自分たちの問題として捉え活動している。また、山梨県内には「まちづくり」や「地域活性」に直接的、間接的に関係する活動をしている団体や個人が多数存在する。

景観計画策定の根拠となっている景観法では、良好な景観を形成するにあたって地域住民の役割を重要視するとともに、役割を果たすことを責務であるとしている。景観計画は行政側だけではなく住民・NPOが提案することも可能となっており、土地所有者等の合意により締結できる景観協定と合わせて、景観法では具体的に住民参加の形を明確に示している。

しかし、日常の景観の主役でありながら、観光業に直接携わらない町の住民や、観光農園以外の農業に従事する住民に地域景観と自分自身との関わりを理解してもらい、

さらに参加をしてもらうことが困難であることは容易に想像できる。また、観光業に関わる者に自身の商業活動よりも地域のまとまりを優先させて考えてもらうことも容易なことではない。実際に、さくら温泉通り会でも実質的な活動をしているのは中心となっているメンバーだけで、必ずしも地域の住民全体が参加しているわけではなく、他の個人・団体も個別に活動している状況である。

そこで、景観計画を実施するにあたり地域住民に自身の役割を果たしてもらうためには、何よりも先ず地域住民全体の景観に対する意識を高揚することが必要である。まちづくりや景観に関するワークショップの開催であるとか、専門家の講演会や市の広報を通じてアピールすると共に、地域の小中学校で景観に関する特別授業を継続的に行うことも考えられる。さらに、地域の人的財産を結び付け、ネットワークを形成することを援助し、そこに参加する団体と個人の活動を発展させ、地域全体を活性化するのも良い。またそのようなことに並行して、一部の意識が高い住民には景観計画策定に参加するような機会を設け、景観計画を実施する段階で住民の中心的役割を果たしてもらうということも考えられる。

また田園地域の集落環境や農地の保全はこの地域の課題でもある。集落の日常景の重要性は指摘したが、農業経営の観光との結びつきも地域産業活性化の上では効果的である。桃の花祭り、観光ブドウ園、観光桃園など農業観光が盛んであるが、花や果実のみでなく、地域の歴史文化資源や集落の景観との結びつきも深めることで、集客や滞在の効果を高める効果が期待される。こうした地域の景観の形成には集落単位での、計画づくりへの参加と合意が必要である。住民による景観整備で観光客の増加の効果は、古くは倉敷や妻籠、最近では川越などの事例が認められる。第三次産業の基盤として有効な景観整備は住民の参加と合意は欠かすことができない。

このようなことから、笛吹市における景観計画の策定及び、住民の計画への参画が今後の産業基盤形成と産業の活性化上の有効な手段となるであろう。また全国の観光地との競争条件にあり、時代を先取りすることも必要であるが、地道な景観整備による長期的な観光基盤形成を早急に着手する事で、他地域との差別化を図ることが可能となる。

3. 協働のまちづくりの推進体制

(1) 専門委員会と調査検討委員会

観光地づくりは観光資源の発掘とその観光対象化と、観光対象を結びつける交通施設の整備である。道路を例にとれば、観光は道路を辿って行われる。観光地の入り口の演出、観光対象は何か、移動に伴う風景の見せ方、観光対象の出し方の順序、休憩、食事、宿泊場所の配置等、交通軸上で観光は演出される。

交通は無いに越したことはないという必要悪の観点から、日常生活に必要な一般交通の扱い方の目安は「早く、便利に、安全に、安く」である。これに対して、交通自体が目的にもなる観光（活動）では「楽しく、愉快地、安全に、リーズナブルに」というのが観光交通の扱い方の目安である。市町村道路のような末端部で、環境整備のためにこれらのきめの濃やかな施設を一体的、総合的に建設するための技術指針というものは無いに等しい。

このような市町村レベルの観光地づくり体制をどうすればよいか。

1) 高速道路建設（日本道路公団）と高速道路調査会の関係

武部健一氏の『道のはなし』（技報堂出版）の中に次の記述がある。

日本の高速道路建設は名神高速道路に始まるが、その技術を日本はドイツに学んだ。その指導的立場にあったコンサルタント、ドルシュ（Xaver Dorsch）氏から「世界に道路の数は多いが、名神高速道路ほど周囲にすばらしい景観を持つ道路は他にはない。このように風致的に優れた地帯を通る区間では、できるだけ風景との調和を計らねばならない。」との提案があった。

続いて、武部氏は“ドルシュ氏の哲学に賛成し、まだ経済効率が優先していた時代に、美しい道づくりを実践に移したのは、高速道路建設を担当していた日本道路公団でした。民間出身の岸道三総裁が、かねてから過去の文化遺産を大事にし、自然保護に配慮する考えを持っていて、部下を指導していたこともドルシュ哲学が素早く根付いた一つの要因でしょう。高速道路調査会で「道路景観設計指針」を作成した委員の一人である塩田敏志東大教授（当時）の言葉を借りれば「日本の道路景観の歴史は、日本道路公団の発足、歴史と共に歩む」といっても差し支えないものです。”と述べている。1960年頃、昭和30年代後半、日本の高速道路建設において、機能的、能率的な道づくりに、美しい道づくりが加味された。

この引用文から市町村の観光道路や遊歩道の計画に応用できると考えられるこ

とは次のことである。

2) 県や市町村における観光のための道路の実現

高速道路においては、道路公団と独立の高速道路調査会に道路景観設計委員会を設置して、そこで道路景観設計指針が作られ、事業主体である道路公団の技術陣はこの指針に基づいて計画・設計に反映させて美しい道路づくりを実践に移した。さらに、景観上重要な箇所については景観設計委員会においてスタディされ計画・設計が行われた。県道、市町村道レベルの道路や歩道を観光道路に仕立てていくためには、独立的な高速道路調査会のような専門知識を結集する場所が必要である。そして一方で、これらレベルの道路を観光地にふさわしい観光道路に整備するには住民の協力が必要であり、住民や観光客のニーズをキャッチしながら、観光地づくりの一環として観光道路を整備しなければならない。そのため、住民参加による計画検討委員会的組織と、専門的技術を結集する専門委員会的組織の両方が必要である。

このような市町村レベルの段階で観光まちづくりには、従来のシステムを改良した新しい計画／事業化システムを検討する必要がある。そして、これらのシステムを支援するための国レベルでのシステムも必要である。そして、県や市町村レベルでは人材養成と人材の結集が必要である。

これを支援するために、技術集団としての力を持った NPO のようなまちづくり組織の役割が重要性を増すものと思われる。

3) まちづくりにおける専門組織の介在

上の例は国土の根幹をなす国家事業で、地方から見れば豊富な予算と人材の存在がバックにあった。一方、市町村レベルの観光道路建設はいわば毛細管に相当するもので場所によって異なる対応を個々に行わなければならない事業である。そのための専門委員会的組織を地方に作るのは予算も人材も格段に少ない地方においてはシステムの的に困難を伴う。しかし、これは個性あるまちづくりのために是非とも必要な新しいシステムであろう。

一方、現実の地方行政はより住民に近いので、当然のことながら住民の知恵を基本的に重視する方向性になっている。それが住民参加という形をとって、いろいろな懇談会や検討会が開催される。しかし、実践段階において、その成果をどのように技術に翻訳し、転換していくか、つまり実施していくかにおいて、一般

にまちづくりの推進体制が整っているとは言えない。事前確定的な国家プロジェクトの場合においては専門委員会なるものがあるが、そこで主体的にスタディをして答えを出すことが行われるが、県レベル以下の事業においてはそれが上手く行っていない。今日においては、細部のコミュニティのまちづくりに関し、住民参加が盛んになって、住民の意見を聞いて、スタディはコンサルタントがやって、行政が調整役をやって、学識経験者という名の専門家に意見を聞くようなやり方になった。このやり方は住民の意見を取り入れる体制として適正であると考えられる。しかし、これを道路公団と高速道路調査会との関係と比較するとき、住民の意思を翻訳して物的な計画に反映させる技術がその中に埋没されてしまうか、またはないがしろにされている。行政の実務及びコンサルタントのスタディが物的な計画を推進する現在のまちづくり体制は、基本計画策定から個別計画の実施段階で、末端のきめ濃やかな質のよい物づくりに繋がるシステムに必ずしもなっていない。行政とコンサルタントや住民の調整役、結びつけ役が必要である。

しかし、地方行政側から言えば、地方には予算も人材も限られているのだから、そのような役割を果たす独立の専門委員会的組織を作るとは無理だし、トップからの命令でもない限り、余計な仕事がまた増えるだけだから、出来ることなら既存の法律を守ってやって行くのが正常だと思えるのが普通だろう。だからきめ濃やかなプロジェクトの推進体制を作り、それを実践に活かすような新しいことに予算を創出しない場合が多い、つまり初めからそのような調整役、結びつけ役に必要な予算をつけない。しかし個性ある魅力あるまちづくりの実践のために、行政間および行政と民間の間の調整役または結びつけ役が必要であり、そのようなシステムづくりが必要である。

このとき、独立的に調整や結びつけの技術とまちづくり技術の両方を有するNPOのような組織が行政と住民とのきめ濃やかな協働のまちづくりに介在する体制をシステム化することがその一案として提案される。

以上は、まちづくり一般に該当することである。

(2) 住民と行政の協働と役割分担

1) 協働のまちづくり－近津用水環境整備の事例－

観光の多様化の中で、温泉観光地への入り込み客が減少する傾向が続き、石和温泉においても温泉街の再生の動きが温泉街市民の側から起こって来た。これを

受け止めた行政は 2003 年（平成 15 年）近津用水環境整備（景観形成）の事業化に着手した。さくら温泉通りの市民から起こったウッドデッキの建設による地区環境整備の事業化のまちづくりであり、コンペによる設計コンサルタントの選定、近津用水環境整備検討委員会の設立を通じて事業化を計る計画であり、現在 2004 年（平成 16 年）度の完成を目指して施工中である。

この計画は地区住民の構想原案に基づく基本計画の策定、実施計画における行政と地区住民との詳細部に至る話し合い、維持管理についての取り決めがなされて行政と民間（地元組織）の役割分担が決められた。

近津用水環境整備事業は、以上のように、地域市民と行政が一体となって協同して実現したまちづくりであり、**協働のまちづくり**の一つの姿である。

このときの検討委員会において、今後のまちづくりのあり方の**提案**がなされている。すなわち、

- ・ウッドデッキ整備の効果を高めるためには、利用、宣伝・PR、維持管理などに対し、地元、地域住民の継続的な理解と協力が不可欠である。
- ・そのための組織として「(仮) さくら温泉通りまちづくり委員会」を設立する。
- ・この委員会には住民、企業、各種団体、NPO、行政などが参画するものとし、それぞれの責任、役割を果たし、協働した環境、景観づくり、地域づくりを進めていく。
- ・多くの人々が、憩い・集い・賑わう場の形成を目指し、望ましい利用やサービスの提供、情報発信等の企画、運営を地域主導、住民主導で進める。
- ・沿川のホテルや旅館と一体となり、楽しく過ごすことの出来る魅力的な空間づくり、滞在型の観光地づくりを進める。

2) 新しい試み、石和まちづくり

このような経緯の中で、協働のまちづくりを石和温泉街全体に展開することが必要だということも委員会の中で話し合われた。

一方、まちづくり技術を持ち、調整／結びつけ機能を果たすことを目的にして人々が集まって結成した「NPO CCCM（コミュニティ コミュニケーション コンサルタント）まちづくり」が 2004 年 3 月に設立された。

NPO CCCM まちづくりは、近津用水環境整備事業検討委員会における今後のまちづくりの提案を拡大し、石和温泉街全体のまちづくりとしての取り組みを行うべきことを荻野石和町長（現笛吹市市長）に**提案**した。

協働のまちづくりは、行政と市民が一体となって協同して行うものである。行政と市民の協働のまちづくりの**試み**として町長は、調整役を持つ NPO CCCM まちづ

くりの機能に着目して、そこに協働のまちづくりを委託した。

3) 石和まちづくりの内容

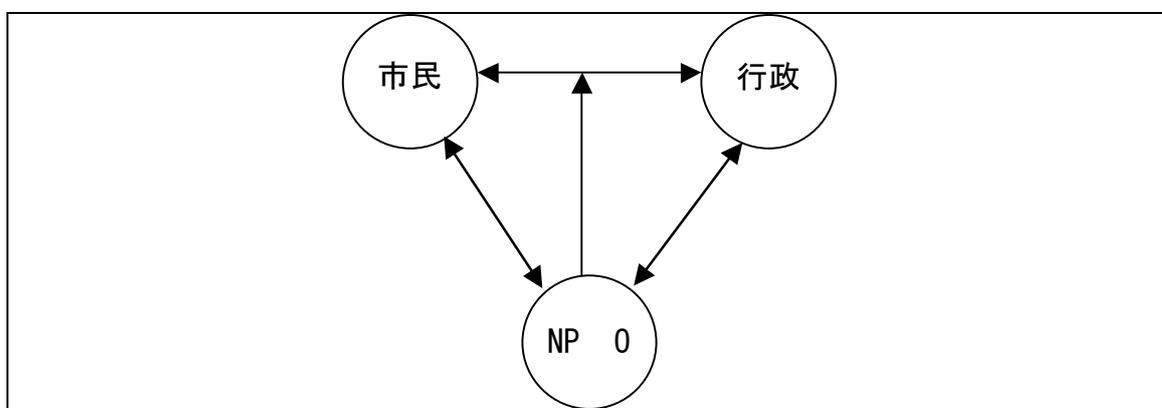
NPO CCCM まちづくりは、石和まちづくりに当たり、次のように企画した。

1. 石和まちづくりの目的

スコレー都市石和の実現であり、観光を介したまちづくりである。

2. 石和における行政と市民の協働のまちづくり体制

石和まちづくりは市民と行政と NPO CCCM まちづくりが一緒になって行うまちづくりであり、これを協働のまちづくりと呼ぶ。その体制は市民と行政及び NPO CCCM まちづくりの三者から成るまちづくり組織である。このとき、NPO CCCM まちづくりは、市民及び行政を対等の立場に置く調整役及びまちづくり推進役としての働きをする。



3. 石和まちづくり委員会

このまちづくり組織を「石和まちづくり委員会」と呼ぶ。この委員会は NPO CCCM まちづくりの中に位置づける。

4. 石和まちづくり委員会の内容 (二つの目標)

石和まちづくり委員会の活動面と組織体制面の内容は次のようである。

○活動

協働のまちづくりを街全体に広げる必要がある。そのために観光まちづくりに関し、次に示す5つのテーマを設定して、これらの課題への取り組みを行うこととした。

○組織体制

各課題に作業グループ (WG) としての分科会を設立する。5つの分科会のメンバーの適任者 (自薦/他薦) を市民、行政、NPO の三者から選出した。各分科会のメンバー数は10名前後であった。その中でリーダー、サブリーダーを決められた。

4) 石和まちづくり委員会の活動記録

各分科会はリーダー、サブリーダーの指揮の下に活動を行った。

各分科会の相互調整と総括責任は NPO の事務局が当り、各分科会の全てに顔を出し、節目においてリーダー/サブリーダー会を開催し相互連携を保った。

活動内容その他についての詳しくは『石和まちづくり委員会活動報告書』に記されている。

(3) NPO の役割

1) 分科会の活動から

5つの分科会の名前をあげると次のようである。

- ①石和温泉郷の観光客の実態把握
- ②石和温泉の歴史情報収集
- ③健康とまちづくり
- ④女性とまちづくり
- ⑤さくら温泉通りまちづくり

このうち、①、②は石和観光の全般に関する基礎的知識についての検討である。石和温泉が温泉という観光資源を入浴という活用にだけ頼りにして、年間 100 万人位の宿泊客を誘致して来たことは、関係者の努力の賜としてむしろ驚くべきことである。ピーク時には年間 170 万人に達したが、最近では 100 万人を切るようになっており、歓楽街として栄えてきた石和温泉も本格的に内容を変え、イメージチェンジする必要に迫られているという意識を市民の全員が認識することが大切である。それは、ここの立地性及び現代ニーズの観光資源性から見て、笛吹市がよって立つ産業は観光であると考えることが妥当だと思われるからである。

協働のまちづくりのきっかけとして③、④、⑤のテーマをあげたのは、この三つの視座から眺めれば、これが三原色的に全体を照らし石和観光の全貌が見渡せ、そして問題点が摘出でき、さらに解決策も思い浮かぶのではないかと考えた。その結果指摘できることは「楽しく歩ける街」、「食材を活かしたおいしい食べ物」、「地産の土産」、「まちの景観整備」、「ニーズ対応の宿泊施設」などの必要があげられる（下記「分科会の横断的吟味」参照）。

楽しく歩ける街の条件は、まずまちの中に観光スポットが整備されていなければならない。観光スポット相互間がいろいろな散歩コースで結ばれ、それらのコースが快適で楽しいアメニティに富むものでなければならない。そして、そのコースは当地の生活が伺われ、まちの活動が見え、その雰囲気石和独特の何かを醸し出しており、観光スポットとは言わないまでも、途中で立ち止まる風景があったり、一休みできる場所があったり、気の利いた飲食や土産物店があったりす

ることが望ましい。勿論、ゴミが散らかっているようなところではない。観光客はそういうところを無意味に歩き回ることにより満足し、日常から離れたひとときを過ごすと共に、そこに安らぎを感じ、風景に印象づけられて、また来よう、ここに住みたいと思うようになるのである。実はそういう場所を観光地図としてパンフレットにしてお客に配りたいのだが、石和にはそういう場所が少ないものだから満足な観光地図が作れない。観光地づくりとは観光スポットや雰囲気の良い場所を観光対象として石和の中に、そして笛吹市の中に整えて結びつけていく行為である。

石和及び笛吹市には観光資源は豊富であるが、観光対象が少ない。つまり温泉資源だけに頼って、観光地づくりの努力が足りなかったのではないかと感ぜられる。

石和温泉郷は温泉資源に恵まれていることは市民の誰でも認めている。さらに石和温泉郷は周辺に優れた歴史的資源と、果物を中心とする農村自然景観に恵まれていることを市民の誰もが認めている。それにもかかわらず、温泉と歴史と農村景観／文化の三つをどのように**結びつける**かについて具体的な計画をもっていない。それは観光基本計画を持っていないことを意味する。さらに次のステップに向けての協働が必要である。

2) 組織体制の運用について

市民と行政の協働のまちづくりの試みとして NPO CCCM まちづくりが介在した。当初の組織体制の計画を実行した結果の感想を列挙して後の参考に供する。

- ① 5つのテーマの選定には既存資料の読み込みの予備知識を持って集まったコアメンバーによって作られたものである。調整役の機能が発揮される場面である。
- ② 分科会が目的とする主旨をメンバーに理解してもらうことがまず必要である。それが出来れば、後はリーダー主導で検討会は展開する。ただし、石和まちづくり委員会の総括者は調整機能、問題提起などを行い、分科会の方向性をチェックすることが重要である。それゆえ、総括者は5つの分科会の全ての会合に出席してアイデアを出し、時には必要に応じてメンバー補充の処置をする必要があった。
- ③ 複数のテーマ設定によりまちづくりを考える手法は、具体的な個別課題を発見しそれを積み上げて全体の基本計画を策定するものであり、戦略的である。こ

の方法は実践的計画に適している。しかしこの方法は帰納的であるために、限定された範囲でのこじつけの批判を受ける可能性もある。それを防ぐには地域密着の予備知識が必要である。

④複数のテーマから要素を取り出し、横断的に吟味して共通の要素と、テーマ特有の要素を仕分けて、前者と後者の組み合わせにより石和観光の総合化、方向性の明確化が可能となる。

「分科会の横断的吟味」
 健康とまちづくり 病院、旅館、散歩道、食事、土産、 エステ、
 女性とまちづくり 交流、 食事、農産物、農村風景、生活、
 さくら温泉通りまちづくり 旅館、散歩道、外食、土産、 温泉街、 生活、エステ、

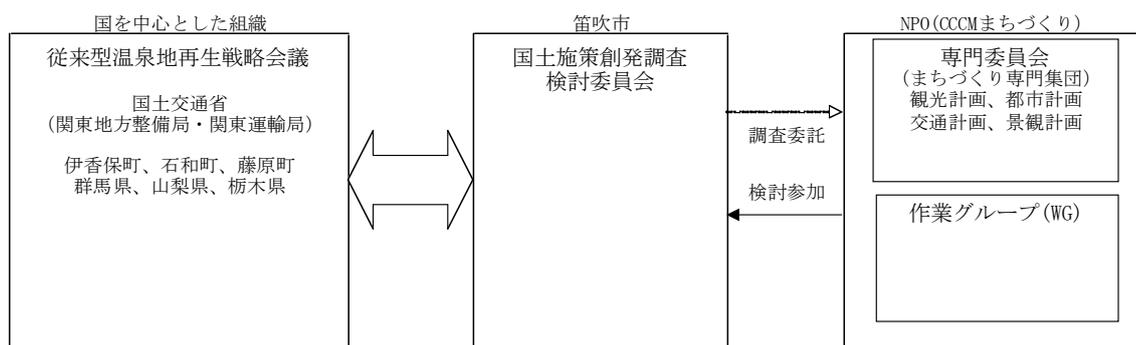
3) 本調査の推進体制

本調査は石和まちづくり委員会による先行活動を踏まえて行われた。調査の検討体制を下図に示す。

受託者であるNPO CCCMまちづくりは、業務目的、業務内容を履行するために組織内に作業グループ(WG)と専門委員会を設置した。

WGは、専門委員会並びに委託者が別に設置した検討委員会に調査検討材料を提供し、そこでの討議結果をふまえて報告書作成の事務を行った。

専門委員会は専門的見地から検討委員会やWGの顧問的役割及び施策の事業化を検討することを目的として市長を含む市行政幹部、NPO内外の専門家を構成員とする委員会とした。



笛吹市・国土施策創発調査 検討体制

4. 提案

(1) 協働のまちづくり方式の提案

この調査において、行政と住民及び NPOCCCM まちづくりの、協同の活動による協働のまちづくりの試みを行った。この試みは主として旧石和町を中心に展開したものであったが、この方式は新笛吹市のまちづくりに拡張できるし、きめ細やかなまちづくりにも適用できる。

(2) プロジェクトの提案

石和温泉郷再生を柱にした新笛吹市観光の今後の取り組みを「七大プロジェクト」として整理すれば以下のようなになる。

プロジェクト1：「笛吹市観光基本計画の策定」の必要性

「新笛吹市の観光」にとって「石和温泉郷の再生」が大きな役割を果たすことは言うまでもないが、同時に旧石和町以外の町村の観光事業をどうするかは新笛吹市にとって極めて大事である。農業、農村集落あるいは中山間地の観光活用を含めて早急に検討すべきである。さらに新笛吹市域の観光交通計画、観光的土地利用計画（観光地区、観光スポット、観光対象等）を中心とした関係者の共通の目標となる「観光基本計画」の策定は急務である。（企画系）

プロジェクト2：「ウッドデッキ事業」の推進

個別事業はどれも大事だが、「ウッドデッキ事業」は「石和温泉郷再生」のシンボル事業と位置づけ推進する必要がある。さくら温泉通り地区の街並み整備や電線類の地中化により景観的な魅力を増大するとともに、この事業が石和温泉郷を自動車に煩わされずに“歩いて楽しい”“楽しく歩ける”歩道のネットワークづくりにリンクして行かなければならない。この整備が「健康とまちづくり」の基盤整備にも繋がってくる。（土木系、街路整備）

プロジェクト3：「健康・保養温泉観光地」へチャレンジ

石和温泉郷再生への「カギ」は名実ともに「健康・保養温泉観光地」に衣替え出来るかどうかに係っていると断言しても過言ではない。既に石和温泉旅館組合によって進められている「健康増進プログラム」について市場調査、モニターツアー実施など、さらなる具体化を進める必要がある。（厚労省系）

プロジェクト4：豊富な埋蔵遺跡の調査とカルチャーパーク構想の検討

縄文文化遺跡の観光対象としての評価は改めて検討する必要がある。専門家も

含めて将来の「カルチャーパーク」（公園事業）をイメージして検討する。

プロジェクト5：農山村地区とグリーンツーリズム、農村で休暇を…

等の具体化の可能性

周知のように観光活動の一環としての農業体験、農村集落、農家での滞在や宿泊あるいは居住などが注目されている。農水省の事業メニューを検討し、この地区への導入を検討する必要がある。

プロジェクト6：観光消費の地域経済への波及効果調査の必要性

地域外から百万人以上の観光客が石和温泉郷に宿泊することによってこの地域で消費するお金が地域経済に及ぼす波及効果について具体的に把握することは極めて意味があり、説得力も出てくる。四季を通じた観光客実態調査を行うとともに、旅館組合を中心に事業者の協力を得て実態数字の把握も含めて一度きちんと調査しておくべきであろう。（企画、商工観光）

プロジェクト7：観光事業における人材養成とスコレー大学の活用

「事業は人なり」の格言に従えば、観光事業も例外ではない。観光行政のプロ、観光事業経営のプロあるいはガイドや学術員等の育成は急務である。同時に一般市民に対して観光旅行の楽しさ、上手な観光旅行術などの市民講座を開講し続けることは極めて大事である。つまり、市民一人一人に「貴方も観光客」、観光客の立場で観光客を迎える。おもてなし上手な市民を育てることも新笛吹市観光にとって大事である。（商工観光、教育委員会）