

取組【16】	地域イメージの維持と形成		
観光地の資源特性 ◎：優先的に実施 ○：基本的に実施 ★：特に配慮して実施		実施主体 （特に効果が高いもの）	
★街並み ○スキー場	★都市 ○農山村地	★社寺 ★温泉	○自然風景 <input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input checked="" type="checkbox"/> 観光推進組織 <input type="checkbox"/> 民間事業者
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">取組の狙い</div> <p>○継続的な地域内外への情報発信及び景観の整備等を通じて、定着した地域イメージを長期的に維持する。</p>			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">取組推進・障害打開のポイント</div> <p>○地域内外へのイメージの発信による定着</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光地としての土台づくりの段階において、一定の「地域のイメージ」が掲載される。これを定着させるために、地域住民に対して情報誌等による情報発信を定期的に行ったり、地域づくりに関心のある人々を対象とした各種講習会等を開催することで、地域住民が持つ地域イメージを常に保つことが重要である。 ・地域イメージと住民の日常生活のバランスを確保することも重要となる。そのためには、例えば、地域全戸に地域の歴史や文化等を解説した資料（わかりやすく漫画形式にする等の工夫が必要）を配付する等により、自らの地域を少しずつ理解してもらおうといった方策が想定される。このことにより、住民一人一人が訪れる観光客に対して、自らの地域に誇りを持って説明（簡単な一言で良い）ができるような雰囲気生まれ、地域イメージと日常生活でのバランスを意識面で保つことができるようになる。 ・また、地域外の人々に対してイメージの理解と定着を促進することも重要であり、地域外からそのイメージが再び伝えられることで地域住民の意識向上にも繋がる。 <p>○地域ブランドの保護</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域のブランドイメージの保護を図ることが必要である。例えば、確立されつつある地域ブランドに対しては、「商標登録」の制度を活用することで、他地域との差別化を図ることも考えられる。 			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">期待される効果</div> <p>○長期的に地域が持つイメージを保つことにより、ブランド力を強化することができ、より多くの人々に地域イメージを定着させることができる。</p> <p>○地域イメージを保つことにより、訪れた観光客のイメージとの整合が図られ、満足感を向上させることができる（リピーターの獲得にも貢献）。</p> <p>○地域住民に対してもイメージを浸透させることで、自らの地域に対する誇りと自信を持たせることができる。</p>			
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">連携が必要な取組</div> <p>○地域の実情に応じて、他の取組と適宜連携。</p>			

参考事例

○事例1 「黒川温泉」の商標登録（黒川温泉）

黒川温泉のブランドイメージを維持するため、「黒川温泉」を地域ブランドとしては第1号認可となる商標登録を実施。

<特徴>

- ・同じ名称を利用する地域外事業者の出現に対して、地域の観光地名を商標登録することによりブランドイメージの確保と向上に成功している。

○事例2 遠野物語ゼミナールの開催（遠野）

遠野の民族や民話のより一層の情報発信と市民研究者と域外の研究者との交流により人材の育成と地域イメージの維持に努めている。

<特徴>

- ・地域づくりの精神的な基盤である、柳田國男と遠野物語の世界を地域住民だけでなく、多くの人に知ってもらいためのゼミナールを開催することが、遠野＝柳田國男、民話の里のイメージの維持に貢献している。

○事例3 「景観通信」の配信、景観行政団体（高野山）

景観審議会の内容や景観に関する様々な情報を定期的に配信することとで、住民の意識を向上させ、高野山らしい景観の維持に努めている。また、景観法に基づき「景観行政団体」となることで、景観に配慮した町のイメージをより一層向上させている。

<特徴>

- ・「景観通信」という形で情報発信し、地域住民に景観に配慮した町の意識を維持してもらうことに貢献している。
- ・景観行政団体という形を取ることで、制度の面においても景観維持に配慮するとともに、より一層、景観に配慮した町のイメージの定着が図られる。

○事例4 「鯖街道熊川宿」の創刊（熊川宿）

歴史的街並みの価値を広く情報発信し、住民主体の街並み保存の意識醸成、取組の活性化に繋げることで、将来に渡って地域のイメージを確保できるように努めている。

<特徴>

- ・ニュースレターである「鯖街道熊川宿」の発送対象は、全地域住民、関係機関、熊川宿ファンと広範に及んでいるため、地域外の人々に対しても、熊川宿に対するイメージを構築することができている。

○事例5 内子町美しい景観建造物デザイン賞表彰実施要項の制定（内子）

内子町では伝統的建造物群保存地区以外の地域で、街並みに配慮した景観整備への取組に対して、表彰制度を設け、地域全体で街並みに配慮することで住民の意識向上を図っている。

<特徴>

- ・表彰対象を所有者、施工者、設計者の3者とすることにより、整備に関わったすべての人々の街並みに対する意識の向上を図ることに成功している。