

取組【9】	観光の立ち寄り、情報拠点となる施設の整備	 連携④⑥
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 ◎都市 ◎社寺 ◎自然風景 ◎スキー場 ◎農山村地 ◎温泉		<input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input type="checkbox"/> 観光推進組織 <input checked="" type="checkbox"/> 民間事業者
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 取組の狙い </div> <p>○各観光地域で見るべき場所（見せたい場所）を効果的に伝えるため、観光資源の情報発信、周遊ルートの提示、休憩施設等の機能を目的とした立ち寄り・情報拠点となる施設を整備する。</p>		
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 取組推進・障害打開のポイント </div> <p>○適切な立地の選定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の情報拠点としての機能を持たせるため、施設を整備する場所は地域への入り口となる道沿いや駅、周遊ルートの一部に整備するなど、立地の選定には十分配慮することが必要である。また、外観等についても地域のコンセプトに沿った形で整備することが重要となる。 <p>○観光客に対する適切な情報の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客の地域での行動を方向づける施設であるため、提供する情報についても、地域のコンセプトに沿った形で、地域で見てほしいものを明確にする必要がある。 <p>○複数機能の導入による相乗効果の発揮</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設には、情報提供機能だけでなく、休憩機能や物販機能など複数の機能を備えることが望ましい。観光客からすれば、移動してきて初めて立ち寄る施設となるため、無料で休憩できるスペースを確保することが望まれる。また、物販機能については、地域の特産品等を展示販売することで、地域のイメージをより深く理解してもらうことに繋がることになる。 ・観光客に対してだけでなく、イベントや文化事業の開催スペース等の交流拠点としての機能を持たせ、地域住民の交流の場とすることで、地域の生活文化を観光客が肌で感じ取れるような施設とすることも重要である。 		
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 期待される効果 </div> <ul style="list-style-type: none"> ○地域観光資源（施設、イベント等）との最も効果的な接し方を情報発信することにより、地域への理解を深めることができる。 ○観光拠点を中心とした周遊ルートの定着に繋がる。 ○各観光資源のイメージをより効果的に定着させることができる。 ○地域の交流拠点ともなる。 		

連携が必要な取組

- 観光地づくりの基軸となるコンセプトの発見・創出 (No.2)
- 発見・創出されたコンセプトの各種構想・計画への位置づけ (No.3)
- 環境・景観保全のための条例、協定、制度の策定 (No.4)
- 各種支援制度の効果的活用 (No.5)
- 観光資源を体験するプログラムの発掘・実施 (No.6)
- 観光資源を表現する施設の整備 (No.7)
- 環境・景観の保全、整備 (No.8)
- 観光客の足となる二次交通手段の整備 (No.10)
- 観光客の移動をサポートする仕組みの導入 (No.11)
- 発見・創出されたコンセプトを表現するイベントの実施 (No.12)
- 観光資源を広めるための広告宣伝活動 (No.13)

参考事例

○事例1 道の駅「とみうら枇杷倶楽部」の設立 (館山・南房総)

海水浴客の減少や地域観光の衰退を背景に、地域の新たな交流拠点となる「とみうら枇杷倶楽部」を設立している。特産の枇杷を活用した新たな商品開発や一括受発注システムの開発による団体客の誘致、地域の文化振興等を実施しており、地域の情報発信源としてだけでなく地域住民の産業・文化の拠点として機能している。また、従業員はほぼ地元住民で構成されており地域雇用の場ともなっている。

<特徴>

- ・特産品である枇杷を新たな視点から見直し、商品開発をしている。その商品数は多数におよび、売れ残った商品はすべて買い取りを基本としているため、店頭には売れない商品は並ばないようになっている。
- ・各施設が連携して地域全体で受け入れ体制を作ることが、団体の受け入れに繋がると考え、「一括受発注システム」を構築している。地域資源（食事施設、宿泊施設、体験プログラム等）を効果的に活用できるように、枇杷倶楽部がコーディネーターの役割を担い旅行会社との窓口となっている。このことにより今まで手薄だったオフシーズンの団体客の誘致にも成功している。
- ・旅行会社からの送客を主な集客の手段とし、旅行会社に手数料を支払う代わりに団体客には必ず枇杷倶楽部に立ち寄って買い物をしてもらうなど、収支のバランスを考えた仕組みを構築している。
※一括受発注システム：専任スタッフ2名を配置して、企画営業、集客配分、代金精算、クレーム処理まで一括して実施
- ・文化事業にも取り組んでおり「人形劇」をまちの文化として取り込み、民話や伝説を題材にすることで地域に根付かせることに成功している。また、併設しているギャラリーにおいては、プロ・アマ問わず広く出品者を募り展示することによって、地域の文化振興に大きく貢献している。

○事例2 「七日町浪漫ステーション開発事業（駅カフェ）」（会津若松）

玄関口となる駅舎をJRから借り受け街のコンセプト（大正浪漫）にあった洋館に改修することで、地域情報の発信拠点を確保している。

また、駅舎内に会津地方特産品のアンテナショップ「駅カフェ」を設けることで、地域のPRとイメージの定着を図っている。

<特徴>

- ・地域への導入機能を持つ駅に情報拠点となる施設を併せて整備することで、情報発信の場として効果的な役割を果たしている。
- ・電車やバスを待つ間にも「駅カフェ」を利用することができる。

○事例3 産直施設「内子フレッシュパークからり」のオープン（内子）

平成9年に設立した農産物直売所である「内子フレッシュパークからり」では、町内特産品にこだわった少量多品目の商品（加工品も含め約800種）を販売している。内子町、JA愛媛、内子町民が出資する㈱内子フレッシュパークからりには5つの部門があり、中でも「からり直営所運営協議会」は、約400人の構成員のうち7割が女性、構成員の過半数は60歳以上の高齢者となっている。

<特徴>

- ・本格的な稼働の前に産直実験施設である「内の子市場」を開設しており、売り上げの予測、実践に向けた課題を見いだしている。
- ・男性社会だった農業経営において、「内子フレッシュパークからり」ができたことによって農業分野においても女性の進出が可能となり、地域女性の自己表現の場となっている。
- ・地理的条件等からも農家をやめる者も出てきた中において、「内子フレッシュパークからり」がスタートしたことによって、今までになかった消費者と交流や農家レストランの運営、農業体験等を実施することで農業をやることの誇りと喜びを実感できるようになっており、現在では地域の交流拠点、人材育成の場ともなっている。