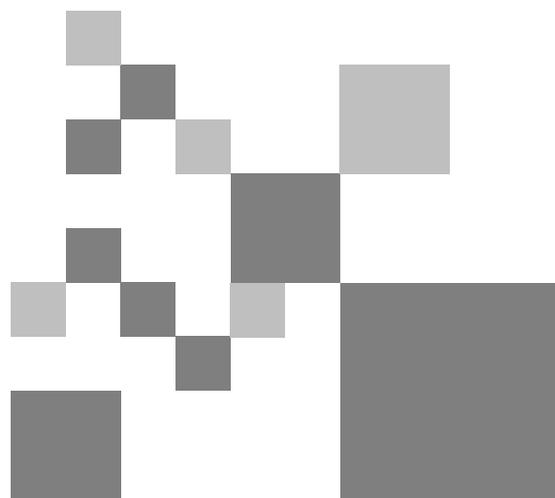




第5章

具体的な施策の展開



1. 訴求すべき観光イメージの確立

推進施策	目的
①観光イメージの見直し	本町の観光資源を見つめ直し、打ち出すべき効果的な観光のイメージづくりを行います。
想定事業・取り組み例	
観光資源の発掘	町民による「まち歩き」などを実施し、本町の新たな観光資源や既存の資源の魅力の発掘を行い、訴求すべき方向性を見出す。
新イメージ・コンセプトの考案	本町観光としての既存イメージを打破し、新たな客層やニューカマーを取り込むため、新たなイメージ・コンセプトの考案に取り組む。

推進施策	目的
②観光イメージ形成、確立に向けた工夫	観光地として他市町との差別化を図り、観光資源の特徴を活かしたイメージを確立していきます。
想定事業・取り組み例	
「南アルプス世界自然遺産登録推進協議会」による連携	南アルプスに関係する3県10市町村により、南アルプスの「世界自然遺産登録」や「ユネスコエコパーク ^(*) 登録」を目指し、豊かな自然環境を有するまちとしてのイメージ形成を図る。
観光地イメージ確立	夢の吊橋が「死ぬまでに渡りたい世界の徒歩吊橋10」に選ばれるなど、町内には観光資源として高いポテンシャルを秘めたものも多数存在することから、それぞれの特徴を活かした独自の観光地イメージを確立する。
観光キャッチフレーズ・ロゴの作成	本町の観光のPR活動の一環として、まちのイメージにあったキャッチフレーズやロゴなどを作成する。
クリエイター等を活用したイメージアップ	著名なクリエイターなどとの連携により、本町の観光資源の魅力を引き出す写真やイラストを使ったポスターの作成を行い、首都圏、中部圏などへのイメージ形成を図る。

(*) ユネスコエコパーク＝ユネスコ（国際連合教育科学文化機関）が、人間と自然との共生を目指すため、1971年に発足させた「人間と生物圏計画（Man and the Biosphere Reserve；MAB（マブ）」の中心となる事業。地域の自然と文化を守りながら地域社会の発展を目指す考え方。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [～3年]	中期 [3～5年]	長期 [5～10年]
①観光イメージの見直し	●	●		●	検討・調整・実施 →		
②観光イメージ形成、確立に向けた工夫	●		●	●	検討・調整・実施 →		



2. 観光・宿泊拠点のイメージアップ

推進施策	目的
①主要観光・宿泊拠点のコンセプトの明確化	町内のエリア毎に魅力的でかつ分かりやすいコンセプトを打ち出すことにより、誰もがイメージしやすく、親しみやすい観光地づくりを目指します。
想定事業・取り組み例	
千頭駅周辺のコンセプトの確立	大井川鐵道の本線と南アルプスあぶとラインの乗り入れる千頭駅を主要な交通拠点として位置づけ、千頭駅とその周辺域の活性化を図るため「レールパーク構想」の策定によりコンセプトを確立させる。
温泉毎のコンセプトの確立	既に寸又峡や接岨峡は、それぞれ「美女づくり」、「若返り」などの親しみ易いネーミングを掲げているが、千頭温泉や白沢温泉にも適当なネーミング設ける等コンセプトの差別化を図る。

推進施策	目的
②重点的整備機能の明確化	上記①のコンセプトや観光・宿泊拠点に合わせ、必要な機能の整備を明らかにし、事業の展開を図ります。
想定事業・取り組み例	
寸又峡露天風呂の建設	老朽化した寸又峡露天風呂を新たに建設して、日帰り温泉としての機能強化と観光誘客を図る。
「おもてなしの店づくり整備事業」の実施	商業の活性化、町並み形成によるイメージアップを図るため、共同により店舗を新築又は増改築、備品や設備の新設、更新を行なう商店等に補助金を交付する。
電気自動車（EV）等の充電インフラ整備	環境に配慮した観光地づくりの一環として電気自動車（EV）等の充電インフラの整備を行う。
観光拠点のバリアフリー化	段差の解消やスロープの設置など、観光拠点におけるバリアフリー化を行う。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①主要観光・宿泊拠点のコンセプトの明確化		●	●	●	検討・調整・実施		
②重点的整備機能の明確化			●	●	検討・調整	実施	



3. 多種多様な観光商品の展開

推進施策	目的
①春夏秋冬の通年観光商品の開発	年間を通じて安定した観光客の確保を図るため、季節性や観光資源の特性を考慮した商品開発を行います。
想定事業・取り組み例	
徳山の桜まつり等の開催の支援	蕎麦粒山や大札山周辺のアカヤシオやシロヤシオ、徳山地区のソメイヨシノや枝垂桜など、春に開花時期を迎える町内の花の名所において開催される各種イベントを支援し、春のシーズンに誘客を図る。
大井川流域を活用した体験型観光等の工夫	カヌーなど、大井川流域を活用した川遊びや体験型、自然探訪型の観光商品を開発し、夏休みの期間や春・秋など家族やグループなどで楽しむことのできる商品の提供に努める。
紅葉シーズンにおける集客の確保	接岨峡や寸又峡をはじめ、紅葉の名所と町内を走るSLやアルプス式鉄道を活用した紅葉絡みの観光商品を開発し、誘客を図る。

推進施策	目的
②多様なニーズに対応した観光商品開発	個人や小グループなどの観光客が増えるなど、ライフスタイルの多様化に対応するため、着地型観光を含めた多種多様な観光商品の開発を行います。
想定事業・取り組み例	
登山客向けの観光商品の開発	登山客向けに、登山コースと温泉を組み合わせたプランの考案や送迎サービスを含めた観光商品の開発を行う。
修学旅行客や教育旅行向けの観光商品の開発	体験や学習が主流の修学旅行や教育旅行をターゲットに、自然環境を活かした観光商品の開発を行う。
モニターツアーの開催	各種モニターツアーを開催し、観光客のニーズを把握し、まちに適した観光商品の開発を行う。
エコツーリズム団体の活動推進	川根本町エコツーリズムネットワークを代表とする各種のツーリズムグループの地域資源を活かした観光誘客の取り組みを推進する。

推進施策	目的
③宿泊利用に結びつく観光商品開発	日帰りでの観光客が多いため、数日間の滞在が可能な観光商品の開発を行います。
想定事業・取り組み例	
宿泊プラン、滞在観光利用促進プランの開発	宿泊利用を前提に、食や様々な体験観光をセットにした多様な宿泊・滞在プランを開発する。
農家民泊の推進	農業体験やその他の各種の体験プログラムを通じて、地域住民との交流や本町の自然を満喫できる機会を提供する。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①春夏秋冬の通年観光商品の開発	●	●	●	●	検討・調整・実施 		
②多様なニーズに対応した観光商品開発		●	●	●	検討・調整・実施 		
③宿泊利用に結びつく観光商品開発	●	●	●	●	検討・調整・実施 		

4. 地域のブランド創造の促進

推進施策	目的
①観光の将来像・イメージと関連づけた地域ブランドの創造	観光の将来像や訴求イメージと関連づけた「地域ブランド」の創造へ向けて、地元企業をはじめ、観光に係わる事業者と協力し、観光商品や特産品のイメージアップとブランド力を高めていきます。
想定事業・取り組み例	
川根茶ブランドによるイメージアップ	たびたび農林水産大臣賞を受賞する程の銘茶「川根茶」を生産するまちとして、全国的なPRや洗練されたパッケージ・広告づくりなどにより、ブランドイメージを高める。
茶葉生産工場の見学受け入れと、ツアー商品の開発	主要産業である茶の生産工程を見学・体験することを通して、川根茶の質の高さや生産者のこだわりなどを伝え、消費者の理解を促進するべく、生産工場での見学受け入れや「見学ツアー」の開発に取り組む。

推進施策	目的
②新たな特産品・食の商品開発	この土地ならではの食文化を味わい、楽しむことができるよう、観光客の嗜好に合わせた魅力ある特産品や食の商品開発を図ります。
想定事業・取り組み例	
地場特産物を活かした料理の開発	茶や山菜、椎茸のほか、イノシシやシカなどのジビエ料理の考案を行い、食事処や宿泊施設で本町ならではの食を味わうことができるようにする。
特産品・ブランド認定の実施	本町の特産品としてブランド認定し、町としてPR活動や販売促進を支援する。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①観光の将来像・イメージと関連づけた地域ブランドの創造		●	●	●	検討・調整	実施	→
②新たな特産品・食の商品開発	●		●	●	検討・調整	実施	→



5. 多彩な人材の発掘と育成

推進施策	目的
①商品開発の協力者の発掘と育成	新たなイベントやプログラムを開発・提案していくための協力者を発掘及び育成し、多様な事業の展開につなげていきます。
想定事業・取り組み例	
観光案内人養成講座の開設	本町の観光資源に関する知識や見識などを身につけた、町公認の案内人を育てるための養成講座を開設する。
「川根本町売れるものづくり事業」の実施	町内の中小事業者等が行う新商品の開発や新ビジネス展開に係る事業、販路開拓に係る事業に対して補助金を交付して支援する。

推進施策	目的
②ガイド・インストラクターの育成	本町の自然や生活文化の魅力を伝え、まちの案内を行うガイドの育成や、多様な体験型観光を指導するインストラクターの育成を行います。
想定事業・取り組み例	
エコツーリズム推進事業の実施	町内のエコツーリズム推進のためのキーパーソンとなるエコツーリズムコーディネーターの活動を支援し、エコツーリズムによる地域活性化につなげる。
森の案内人養成講座によるガイドの養成	まちづくり観光協会が開催する森林療法ガイドの養成講座を「森の案内人養成講座」として指定し、ガイドの養成を行う。

推進施策	目的
③町内の各種団体との連携	観光に携わる各種地域団体やNPOなどと連携・協力し、観光によるまちづくりのための人材育成及び体制の充実を図ります。
想定事業・取り組み例	
共同での事業実施	まちづくり観光協会や寸又峡美女づくりの湯観光事業協同組合、川根本町エコツーリズムネットワークなどとの相互協力により、観光誘客を図るための事業を推進するとともに、人材育成体制の充実を図る。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①商品開発の協力者の発掘と育成	●		●	●	検討・調整・実施		
②ガイド・インストラクターの育成	●	●		●	検討・調整・実施		
③町内の各種団体との連携	●	●		●	検討・調整・実施		

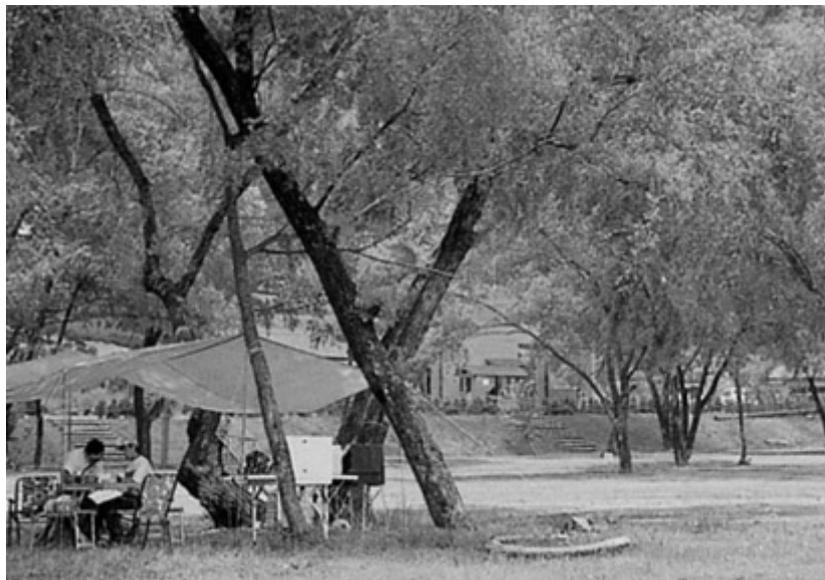


6. ホスピタリティ(おもてなしの気持ち)のしくみづくり

推進施策	目的
①町民も巻き込んだおもてなしの展開	観光関係者はもとより、それ以外の地域住民も観光振興の一役を担っていることを意識づけるとともに、町民との協働による観光の推進を図ります。
想定事業・取り組み例	
住民による自主的な観光イベントの支援	奥大井ふるさと祭りや寸又峡温泉美女づくり観光事業共同組合等住民が主体となって主催する各種のイベントを支援する。
観光ガイド・インストラクター養成講座への参画	観光ガイドや各種ツーリズム・インストラクターなどの養成講座等の開催に関する情報を町内に発信し、町民の参加を促す。
まち歩きへの参加	身近な観光資源の良さを認識し、町民の観光への関心を高める。

推進施策	目的
②観光・宿泊施設等におけるおもてなしレベルの向上	観光客から喜ばれ、「また来たい」「またこの人に会いたい」と思わせるおもてなしが行えるよう、観光・宿泊施設等における意識の醸成や知識・スキルの習得などを進めます。
想定事業・取り組み例	
宿泊施設での呈茶	「おもてなしの茶箱」の作成や呈茶教室やお茶の入れ方講習会の開催を経て、美味しいお茶の入れ方を学び、宿泊施設での「川根茶」の提供を行う。
ホスピタリティ講習の実施	質の高い観光客へのおもてなしなどを学ぶための講習会・セミナーを開催し、おもてなしレベルの向上を図る。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①町民も巻き込んだおもてなしの展開	●			●	検討・調整・実施 →		
②観光・宿泊施設等におけるおもてなしレベルの向上		●	●	●	検討・調整・実施 →		



7. 効果的なプロモーション

推進施策	目的
①メディア戦略の推進	テレビ局やラジオ局、新聞社や出版社などに向けて、本町の観光の強みをベースにした様々な魅力づくり、商品開発の取り組みなどについて情報発信を行い、広く宣伝します。
想定事業・取り組み例	
テレビ局等とのタイアップによる観光PR	ドラマや映画、旅番組などの撮影にも利用される本町の観光資源を有効に活用し、観光キャンペーンやイベント、PR活動など、テレビ局やラジオ局等とのタイアップにより紹介する。
フィルムコミッションと連携した誘致	フィルムコミッション ^(*) との連携により、本町の自然景観や町並みなどの映像を発信し、観光振興やロケ支援活動に取り組む。
マスメディアに向けた観光情報・観光魅力づくり・商品開発情報のリリース	テレビ局や新聞社等に向けて、本町の様々な観光情報や観光魅力づくり・商品開発等に関する取り組みについてリリースし、取材や放映・報道紹介を促進する。

(*) フィルムコミッション＝映画等の撮影場所誘致や撮影支援をする公的機関。

推進施策	目的
②インターネットを活用した情報提供	インターネットの普及とともに携帯端末の利用も増加し、場所や時間を問わず、様々な場面での情報取得が容易になったことを受け、これらの環境を活かした効果的な情報の発信を行います。
想定事業・取り組み例	
町のHPでの情報発信	町やまちづくり観光協会、その他関連団体との連携により、それぞれのHPで一元化した各種観光情報の発信を行う。
「見頃情報」や登山情報等の発信	桜やアカヤシオ、シロヤシオの開花情報や紅葉情報、さらに登山に関する情報の収集や発信をリアルタイムで効果的に行う。
AR技術 ^(*) などを活用した情報発信	携帯端末によるAR技術などを使った専用のアプリ ^(*) を活用しながら、視覚的に楽しめるとともに実用的な情報の発信を行う。

(*) AR技術＝目の前に見える現実の世界の上に、コンピュータ内に存在する、関連した情報を重ね合わせて表示する技術。

(*) アプリ＝アプリケーション。スマートフォンにインストールして使用するソフトウェア。

推進施策	目的
③旅行会社等への情報提供の工夫	個人・団体に係わらず観光誘客を行うため、旅行会社等への情報提供、販売促進を行います。
想定事業・取り組み例	
旅行会社企画ツアーへの協力とモニターツアー等の実施	旅行会社が企画・実施する本町へのツアーに対して側面からの支援、協力を行なうとともに、島田市との連携によるモニターツアーやファミトリップ ^(*) を行なう。
新たな魅力に関する観光情報の提供	本町ならではの新たな体験観光の魅力や「食」の魅力を中心に、旅行会社等へ情報提供をする。その際には、対象客層も明らかにする。
旅館・民宿や飲食店との連携	旅館・民宿などと連携し、宿泊施設の特徴と町内の周遊観光と合わせたコースの設定やキャンペーンを実施する。

(*) ファムトリップ＝観光地などの誘客促進のため、旅行事業者等を対象に現地視察をしてもらうツアー。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①メディア戦略の推進			●	●	検討	調整	実施
②インターネットを活用した情報提供		●	●	●	検討	調整	実施
③旅行会社等への情報提供の工夫		●	●	●	検討・調整	実施	

8. 情報提供体制の整備

推進施策	目的
①パンフレット・マップ類の見直し、充実	様々なニーズに対応させるため、既存のパンフレット・マップ類の内容の精査を図り、情報の最新化と用途に合わせた作成を行います。
想定事業・取り組み例	
パンフレット等を含む情報発信媒体の多言語化への対応	パンフレット等の情報発信媒体を英、中、韓の多言語表記化して外国人観光客への対応を図る。
各種パンフレット、ガイドマップの整理・統合及び改訂	対象市場・客層や用途、その情報内容を精査し、既存のパンフレット・マップ等を整理・統合して、より効果的なものに改訂する。
散策マップ作成	駅や町営バス運行路線周辺の散策コース案内マップを作成する。
観光資源のデータベース化	刻々と変化する情報に対応するため、観光資源の情報を整理し、データベース化することで、効率的な管理を行う。

推進施策	目的
②観光案内所の整備	観光案内の拠点となる案内施設の整備に取り組みます。
想定事業・取り組み例	
観光案内所の整備	観光客の多様なニーズに対応するため本町南部（旧中川根町）エリアにおける観光案内施設の整備を図る。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①パンフレット・マップ類の見直し、充実		●	●	●	検討・調整	実施	
②観光案内所の整備				●	検討	調整	実施



9. 景観形成と景観修景

推進施策	目的
①自然景観の見せ方の工夫	本町の豊富で多彩な自然環境を最大限に活かし、観光客へ自然の魅力を伝えていきます。
想定事業・取り組み例	
エコツーリズム、グリーン・ツーリズムの推進	エコツーリズムやグリーン・ツーリズムを推進し、観光客等に自然環境や地域固有の魅力を伝え、理解を深めてもらうことにより保護や保全を図る。
森林療法ツアーの実施	森の案内人のガイドにより、豊かな緑、澄んだ空気や清らかな水等がもたらす癒しの効果を感じるとともに、温泉や地域の食材等など本町の魅力を体感する。
「展望・眺望ポイント」を定め、周辺の環境整備を実施	自然景観の優れたポイントを選定し、展望地・眺望地として周辺の環境整備を進める。
登山道の整備	森林レクリエーション推進協議会や町の単独事業として、案内板の設置、登山道維持・補修等を行い、登山者の安全対策を図る。



推進施策	目的
②里山景観の修景	常に美しい里山の景観を維持するため、保全活動等を推進します。
想定事業・取り組み例	
環境保全活動の推進	地域住民の協力のもと、田畑の保全、また地域の美化活動に取り組み、美しい里山環境の保全を図る。



推進施策	目的
③温泉集落の修景	町内4つの温泉地の特性を活かしながら、温泉集落としての景観づくり、環境整備に取り組み、観光客の印象に残る「美しい温泉地」として修景・整備していきます。
想定事業・取り組み例	
温泉地としての景観に配慮したまちなみ整備	周辺の自然環境との調和を図りながら、温泉集落一体で、建築物や工作物の形態や意匠、また花や樹木の植栽等に配慮し、統一の取れた美しい景観形成と、周辺の自然環境との調和を図る。
温泉集落のイメージづくり	集落内すべての旅館や民宿経営者の意識改革を図るとともに、温泉集落としての雰囲気・イメージづくりに取り組む。



推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①自然景観の見せ方の工夫		●	●	●	検討・調整	実施	→
②里山景観の修景	●	●		●	検討	調整	→ 実施
③温泉集落の修景	●		●	●	検討	調整	→ 実施

10. 道路環境の整備

推進施策	目的
①主要幹線道路の整備の推進	マイカーやバスで町内に訪れる観光客のスムーズな移動が行えるよう、高速道路のICからのアクセス、町内の周遊に供する主要幹線道路の環境整備を推進します。
想定事業・取り組み例	
景観間伐の実施	国県道を中心に、景観や安全な通行などの観点から交通往来の多い路線を中心に人工林の景観間伐を行う。
国県道の渋滞対策の実施	ゴールデンウィークや秋の紅葉シーズンに、国県道の2箇所では休日の交互通行を実施し、渋滞緩和を講じる。
狭隘な道路区間の整備	円滑な入り込み、町内周遊に供する主要幹線道路について、狭隘箇所の改良やバイパス化などについて要望します。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①主要幹線道路の整備の推進			●	●	検討	調整	→ 実施

11. 交通環境の整備

推進施策	目的
①二次交通の整備	観光客の利便性の向上や交通弱者への対応として、鉄道等で訪れる観光客に対し、千頭駅をはじめ交通拠点から観光地点までの移動や、観光地点間の円滑な周遊を可能とする二次交通の整備に努めます。
想定事業・取り組み例	
季節型のシャトルバスの運行	桜や紅葉のシーズンにおいて、観光客の利便性の向上や交通の充実を目的にシャトルバスの運行を行う。
パークアンドライドの推進	ピークシーズンにおいて、駅や観光・宿泊拠点などにおける駐車場の充実を図り、バスなどの公共交通機関による移動を推奨する。

推進施策	目的
②案内・誘導サインの整備	観光客の利便性の向上のため周辺環境に配慮しながら誘導や紹介のための効果的なサインの設置を行います。
想定事業・取り組み例	
観光看板等の設置	本町へのアクセス道沿線及び大井川鐵道や JR の駅等の他、バスや鉄道車両内に、観光 PR のための看板や広告掲示を行う。
文化財案内板の設置	町内における国、県、町の文化財の看板を設置する。また、修繕の必要な看板は随時改修を行う。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①二次交通の整備			●	●	検討	調整	実施
②案内・誘導サインの整備			●	●	検討	調整	実施



12. 観光施策推進に向けた連携体制づくり

推進施策	目的
①観光協会の組織強化	まちづくり観光協会と商工会、地元事業者など、観光振興に携わる各種組織との役割分担を明確にしながら、本町の観光の中核を担う組織として、主体的な活動を推進していきます。
想定事業・取り組み例	
観光情報の提供	町の観光における総合窓口として、情報の提供や観光商品の提供を行う。
組織の基盤強化	まちづくり観光協会の活動を円滑に進めるため、人材と財源の確保を図る。

推進施策	目的
②多様な主体の連携による体制強化	本町における観光振興を図るため、町内外の様々な活動主体と協力・連携による体制を強化し、観光地としての発展を目指します。
想定事業・取り組み例	
NPO等の民間団体との連携	多様化する観光ニーズに対して、きめ細かな対応を図るため、本町の観光振興に携わるNPOや地域団体との連携を図る。
地元事業者との連携	町内外で開催される観光イベントなどへの参画や物販施設への出店・出品を推進し、販路拡大などを支援する。
大井川流域の市町との連携	大井川流域や周辺の市町と広域連携による観光誘客、観光PRを行う。

推進施策	目的
③行政内関係各課の連携体制づくり	地域住民や事業者等の協力に加えて、行政内においても関係各課の連携を深め、庁内の広域的かつ機能的な協力体制づくりを推進します。
想定事業・取り組み例	
本計画の進捗管理・評価	観光振興に係わる事業の進捗、実施状況を年度ごとに管理・評価し、3年ごとに施策や事業の見直しを行う。
所管課との連携	河川、森林、公園等の庁内各課が所管する資源について、観光振興の視点による情報提供・発信や協力を行う。
トップセールスの推進	町長自らが町の紹介、情報発信を行うなど、観光地としてのプロモーション活動を推進する。

推進施策	推進主体				実施期間		
	町民	地域団体・NPOなど	事業者	行政	短期 [~3年]	中期 [3~5年]	長期 [5~10年]
①観光協会の組織強化				●	検討・調整・実施		
②多様な主体の連携による体制強化		●	●	●	検討・調整・実施		
③行政内関係各課の連携体制づくり				●	検討・調整・実施		