

第一次 玉城町観光振興計画

令和2年11月
玉城町

第一次玉城町観光振興計画

目 次

ページ

はじめに	1
第1章 計画策定にあたって	
1 計画策定の趣旨	2
2 計画の位置づけ	2
3 計画期間	2
4 目標値と期待される効果	3
5 計画推進の基本方針	3
6 推進体制	4
第2章 観光の現状と課題	
1 観光を取り巻く状況	7
2 観光の課題	12
第3章 観光振興に向けた施策	
基本方針1 観光資源の発掘と魅力向上	
施策1 新たな観光資源の発掘、整備	15
施策2 玉城町の魅力向上	17
施策3 滞在型観光メニューの開発	17
施策4 四季のイベント	18
施策5 観光資源の保護・再生	19
基本方針2 特産品の振興	
施策1 特産品の発掘	20
施策2 特産品を流通に乗せる仕組みづくり	20
施策3 観光資源と連携した特産品振興	21
基本方針3 情報発信とニーズの把握	
施策1 情報発信	21
施策2 ニーズの把握	22
基本方針4 おもてなしの気持ちの醸成と受入基盤の整備	
施策1 おもてなしの気持ちの醸成	22
施策2 受入基盤整備	23
基本方針5 以上を推進する協働、連携の体制づくり	
施策1 玉城町観光協会の組織強化と活動の充実	24
施策2 歴史文化関連団体との連携	24
施策3 広域観光関連団体等との連携	24
施策4 町内観光関連団体との連携	25

はじめに

平成18年12月、観光立国推進基本法が成立し、初めて観光が今世紀における国の重要な政策の柱として明確に位置付けられました。これと前後して、各自治体でも経済の低迷や少子高齢化などを背景に観光に対する関心が高まっています。

観光を取り巻く状況は、価値観の多様化や旅行形態の変化に伴い、かつてと様相は一変した感があります。これまで観光というと、施設への団体客の誘客がすぐに思い起こされましたが、観光のあり方や楽しみ方が多様化する現在、継続した誘客を図るためには、地域の自然、景観、生活様式などといった日常的なものであっても、観光資源として見直す必要が出てきています。田丸城跡やアスピーヤ玉城などといった観光資源を核としつつ、自由な視点で、より多くの魅力ある観光資源の発掘に努めながら新たな付加価値を創出し、情報発信していくことが強く求められます。

令和元年12月、第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が国から示されました。目的は地方の人口減少の克服ですが、観光資源の発掘は、観光振興と同時に地域の魅力再発見であり、地域内外への発信による定住促進も大きなテーマとして存在します。また、地域外から稼ぐ手段でもあります。これらの活動は、地域の歴史・文化を背景としたアイデンティティの形成にも役立ち、それがまた観光振興の強い活動の源泉にもつながっていきます。

多くの自治体で取り組まれている観光振興ですが、各地で誘致誘客のキャンペーンが盛んになり、地域間競争の側面もあり、いつかは疲弊し共倒れにもなりかねません。そこで玉城町では観光協会、住民、行政が一体となり、無理に背伸びをして何か新しいことをするのではなく、もともと自分たちが体験し、地域にある川遊びや昆虫、自然体験をそのまま観光につなげていく、あるいは生活の一部を商品化していくという考え方のもと、取り組んでいきます。

きっかけは行政だとしても、「わたしは、こんなことができます。」と地元から声が出る様な、観光に対する高い意識をもって、“観光は楽しいもの”と感じていただき、それがまた強い原動力につながるようにしていきたいと感じています。

昨今、旅行業や民泊に関する法改正の動きなど、観光を巡る国や地方、社会の動きは目まぐるしくなっています。観光施設への新たな予算の投入は容易でなくなった現在、私たちも従来の価値観にとらわれることなく、常に方向性や行動のあり方を再検討しながら計画の推進に努めてまいります。

また、観光振興計画が他の計画と大きく異なるのは、積極的な計画推進に伴って、町民や関連団体など観光にかかわる全ての関係者が、目標や計画を共有しなければならないところです。連携、協働していくための設計書として、可能な限り抽象的な表現を避けながら、誰もが計画内容を理解し、具体的方向性をイメージできるよう努めました。

計画書を誰もが分かりやすく示すのは、至極当然のことですが、この計画が特に具体的に示されているのは、以上の理由からです。なお、各章、各項目で繰返し出てくる文言もありますが、どの章から読んでも一定の理解ができるようにしております。

多岐にわたる項目を列挙しておりますが、そのほとんどは、議論がまだまだ初期段階です。実施にあたっては町民、各団体、行政の間で十分な議論の上で、合意形成を図っていく必要があります。もちろん、そのために行政が積極的にかかわっていくこととなりますが、各方面からのご理解、ご協力を賜りますようお願い致します。

第1章 計画策定にあたって

1 計画策定の趣旨

旅行形態が団体型から個人型へシフトし、また、少子高齢化や若者の旅行離れなどから観光産業全体の市場規模が縮小しつつある現在、多くの観光客に「選ばれる町」となるためには、地域の観光資源を最大限に生かした魅力ある町づくりが求められます。

そうした中で、観光資源の発掘など、各団体・個人が協力し地域活性化をしていこうとする機運を芽生えさせていくために、「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」を町民自身が実感できる観光施策のあり方を示すため「第一次玉城町観光振興計画」を策定するものです。

2 計画の位置づけ

現在の玉城町総合計画では、観光にかかわるめざす姿を「地域資源を最大限に活用して魅力的な観光メニューやサービスが提供され、多くの観光客をひきつけています」とし、観光振興施策に取り組んでいます。

しかしながら、観光振興は、県や町など行政のみで推進できるものではなく、観光にかかわる団体、個人、事業者など各関係者が連携して、適切な役割分担のもとに取り組むことが必要です。

本計画は、町が観光振興の基本的方向を定めると同時に、観光協会などの観光関連団体や民間事業者、町民がそれぞれの立場にたって取り組む指針であり、町総合計画を具体化する個別計画として位置づけるものです。

3 計画期間

社会経済や観光分野における環境の変化は著しいことから、中長期的な展望を視野に入れつつ、実効性のある施策を推進するため、本計画の期間は令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

各施策の推進にあたっては、関係者間の合意形成が必要不可欠であることか

ら、計画書の中で、更に議論を深める必要がある“検討する”などとしている各項目について、概ね2年間をめぐり、方向性や役割分担等の結論を出すこととします。

また、随時、計画推進の進捗状況の把握に努めるとともに、新規アイデアの取入れ等、計画内容の見直しについては、柔軟な発想で取り組むこととします。

4 目標値と期待される効果

1) 計画の目標値

玉城町観光振興計画の推進にあたって、評価基準となる目標数値を示します。

指 標	基準値 (2019年)	目標値 (2025年)	備 考
観光目的の交流人口（観光レクリエーション入込客数）	265,901人	280,000人	目標値は、玉城町第6次総合計画の前期基本計画の達成目標とする。

2) 期待される効果

- ①観光目的の交流人口の拡大や地域における経済効果（交流人口の拡大を目指し、人々を呼び込み消費活動を促進することで地域経済の活性化につなげていくことが重要となる）
- ②地域の魅力の増加（独自化やブランド化など）
- ③郷土愛の醸成や定住促進
- ④町民相互理解の増進（多分野にわたる合意形成と連携）
- ⑤地域づくりの活力への貢献
- ⑥町民と他地域との交流連携
- ⑦高齢者も楽しめる地域環境づくり

5 計画推進の基本方針

計画推進のためには、行政のみならず、観光に係わる個人・団体それぞれが「できること」を考えながら、玉城町の新たな魅力づくりのために一体となって取り組む必要があります。

また、計画推進に携わる関係者が、互いに事業を進めるのは自分たちであるという思いを共有し、“無いもの、足りないもの”を求めるのではなく、知恵を集めながら“今あるもの”をどう生かしていくかを重視した取り組みが必要です。

- 1) 行政や玉城町観光協会、その他の多くの団体・個人が協力しながら、玉城町の新たな観光推進に取り組みます。

- 2) 計画推進にあたっては、それぞれの取り組み主体の自主性を尊重しながら、各主体間の連携を強化し、目標を共有しながら協働する取り組みを重視します。
- 3) 観光振興計画の具体的、総括的な取り組みの検討のため、連携体制の整備を図ります。
- 4) 計画推進に必要な予算については、各助成事業の要望等、その確保に努めます。

6 推進体制

1) 玉城町（行政）の役割

- ・各観光関連団体の情報の収集・発信（事業主体の取り組みの支援）
- ・観光交流事業への町民参加を支援（町民の観光に対する理解の増進）
- ・観光基盤の整備・保全、情報発信
- ・見直し（再評価）を含めた、観光資源の発掘（新たな魅力の創出）
- ・県や近隣市町等と連絡調整、連携した広域観光
- ・玉城町観光協会と連携し、計画推進のための具体的戦略を検討
- ・玉城町観光協会との連携のあり方検討
- ・計画の進捗状況の確認と課題等の整理
- ・計画推進のため、助成事業等の財源確保

2) 玉城町観光協会の役割

- ・行政や各観光関連団体等との有機的な連携に加え、様々な課題や推進方法（年次計画や役割分担）などを総括的に整理、検討するため、体制の整備に努めます。
- ・より多くの団体、個人（町民）の協会への加入促進を図りながら、幅広い意見の集約と連携推進に努めます。
- ・観光振興の中核的立場として、情報提供や誘客促進のためのPR活動など、事業の積極的展開に取り組みます。
- ・観光目的の交流人口の拡大については、玉城町観光協会が中心となって、観光関連団体等と連携しながら、観光資源を活用した効果的な事業の推進に努めます。
- ・行政や観光関連団体等と連携して、観光資源の発掘や新たな魅力の創出に努めます。また、その情報発信に努めます。
- ・観光関連団体等の接遇やサービス向上のため、研修制度の充実及びボランティア観光ガイド養成の支援に努めます。
- ・地域の観光地域づくり法人としての役割の検討

3) 観光関連団体・事業者の役割

・各観光関連団体に取り組む事業は、自然、歴史、文化、特産品など多岐にわたることから、それぞれの強みを生かした取り組みを図るため、相互の連携に努めます。

・宿泊、飲食、交通、特産品などの関連事業については、玉城町商工会などが中心となって、産業間の連携体制の充実を図ります。

・観光農業などの関連事業については、J A伊勢・有限会社玉城アクトファームなどが中心となって取り組みます。

・産業観光などをとおして、事業者の知名度やイメージアップを図りながら、観光振興に取り組みます。

・観光客と最前線で接するという自覚を持ち、質の高い「おもてなし」のため、人材育成に取り組みます。

4) 町民の役割

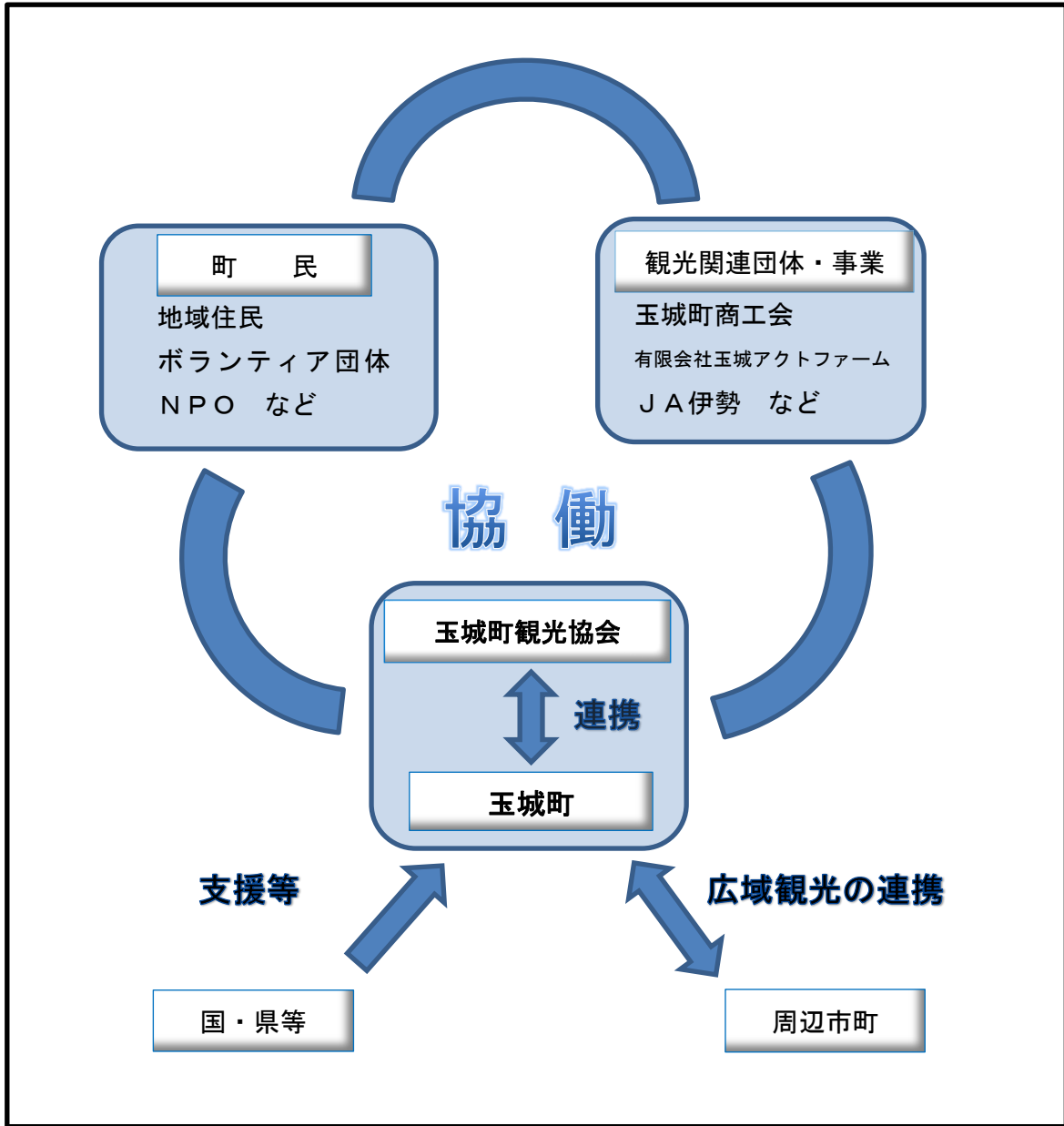
・観光ガイドや交流活動等、観光振興の各施策に積極的に参加します。

・そのため、玉城町観光協会などの取り組みに参画しながら、町民同士の横の連携にも努めます。

※観光客の満足度向上のためには、町民一人ひとりのおもてなしの心が欠かせません。

ただし、町民の役割だとして、義務的に捉えるのではなく、郷土の歴史・文化等について、広く興味を持ちながら、自分が好きなところ、良いと思うものを紹介するなど、楽しみながら観光振興に参画することが大切です。

■推進体制イメージ



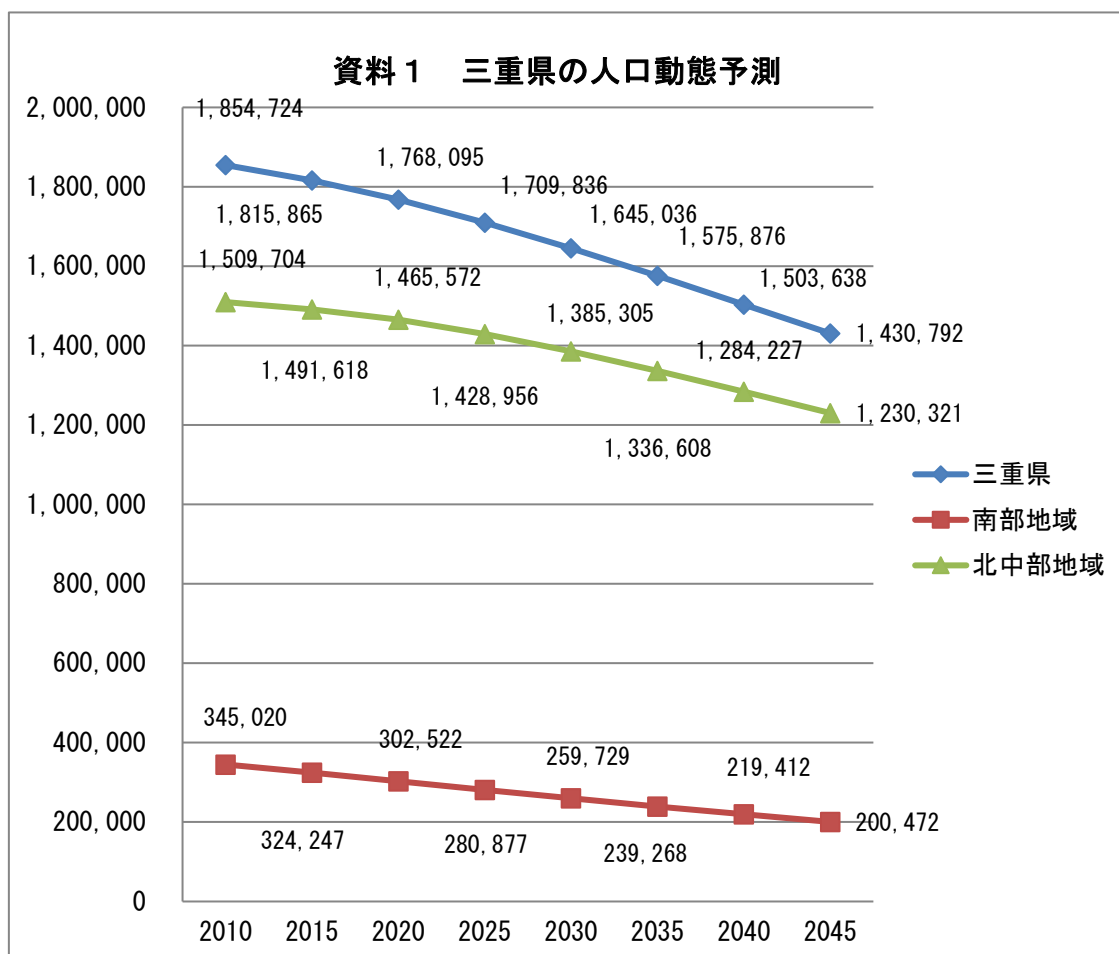
第2章 観光の現状と課題

1 観光を取り巻く状況

1) 少子高齢化、人口減少社会の到来

日本は本格的な人口減少社会に突入しています。三重県の総人口は、全国より1年早い平成19（2007）年をピークに減少が続いています。平成30（2018）年10月1日現在の人口は179万1千人となり11年連続で減少し、地域別に見ると、南部地域では昭和30（1955）年にピークを迎え、その後減少が続いており、北中部地域では、平成20（2008）年を境に減少に転じています。国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」という。）の推計によると、三重県の総人口は、令和27（2045）年には143万人まで減少することが見込まれています。全国では令和27（2045）年には1億642万人まで減少し、平成30（2018）年からの減少率は15.8%と見込まれており、三重県における減少率20.1%は全国平均を上回っています。（資料1）

（単位：人）



三重県：みえ県民カビジョン第三次行動計画

北中部地域：津市、四日市市、松阪市、桑名市、鈴鹿市、名張市、亀山市、いなべ市、伊賀

市、木曾岬町、東員町、菰野町、朝日町、川越町、多気町、明和町

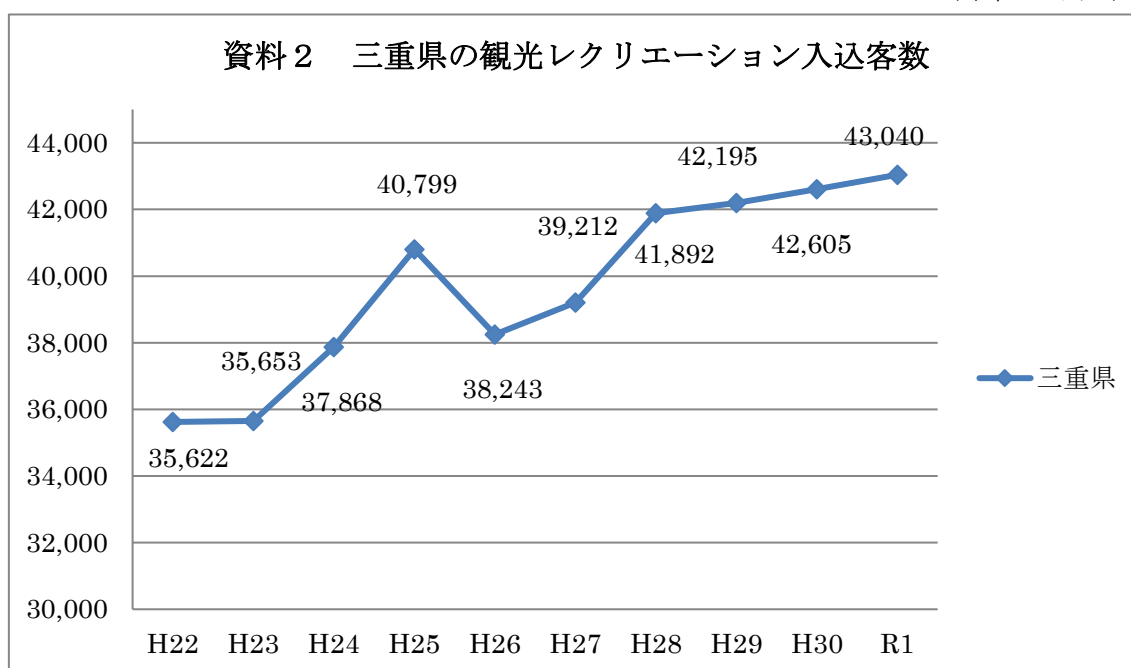
南部地域：伊勢市、尾鷲市、鳥羽市、熊野市、志摩市、大台町、玉城町、度会町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町

2) 観光動向

①三重県の観光レクリエーション入込客数の推移

平成31年及び令和元年（以下、「令和元年」という。）の三重県への観光レクリエーション入込客数は、実数で43,040千人と推計され、前年と比較すると、1.0%（435千人）増加した。地域別に見ると、北勢地域が実数で4.7%（861千人）増加、延数で0.02%（7千人）増加、中南勢地域が実数で12.8%（995千人）減少、延数で1.2%（108千人）増加、伊勢志摩地域が実数で5.8%（634千人）増加、延数で7.1%（1,980千人）増加、伊賀地域が実数で0.8%（24千人）減少、延数で0.7%（31千人）減少、東紀州地域が実数で1.8%（41千人）減少、延数で3.4%（140千人）減少となった。また、各地域の入込客数（実数）が県全体に占める割合は、北勢地域が44.9%、中南勢地域が15.8%、伊勢志摩地域が26.7%、伊賀地域が7.3%、東紀州地域が5.3%となっている。（資料2）

（単位：千人）



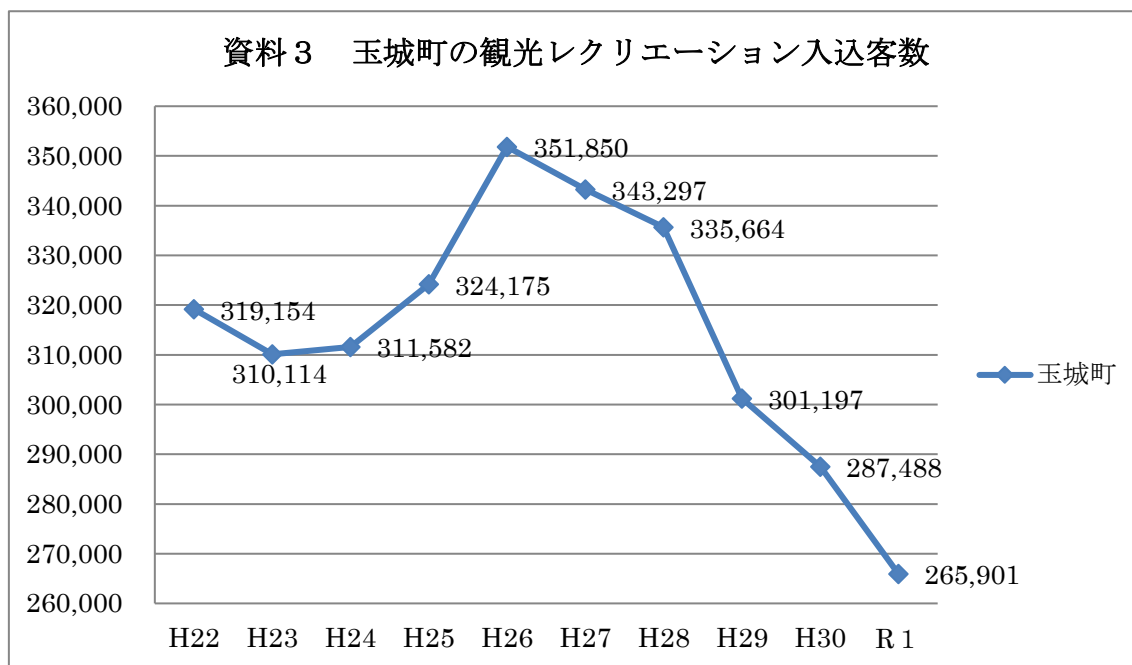
三重県：観光レクリエーション入込客数推計書 観光客実態調査報告書 令和元年

②玉城町の観光目的の交流人口の推移

観光目的の交流人口の拡大を図る目的は、定住人口が減少傾向にある中、その影響を緩和し、地域の活力を取り戻そうとすることにあります。玉城町総合計

画では令和7年度までに、観光目的の交流人口280,000人の達成を目標に掲げています。平成26年度以降、観光目的の交流人口は前年比で減少しており、継続した観光目的の交流人口の拡大を図るためには、長期的視点に立った多面的な取り組みが必要です。(資料3)

(単位：人)



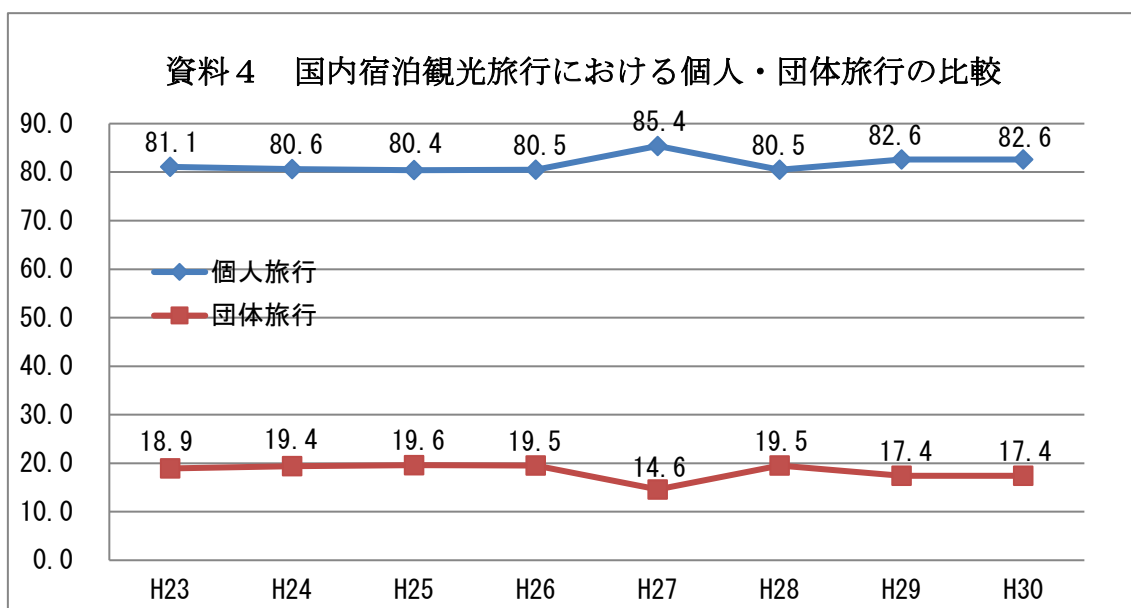
三重県：観光レクリエーション入込客数推計書 観光客実態調査報告書 令和元年

3) 旅行形態

①個人・団体旅行の推移

国内宿泊観光旅行の形態をみると、団体旅行は全体の2割も無く、個人旅行の比率が8割以上を占めています。(資料4)

(%)

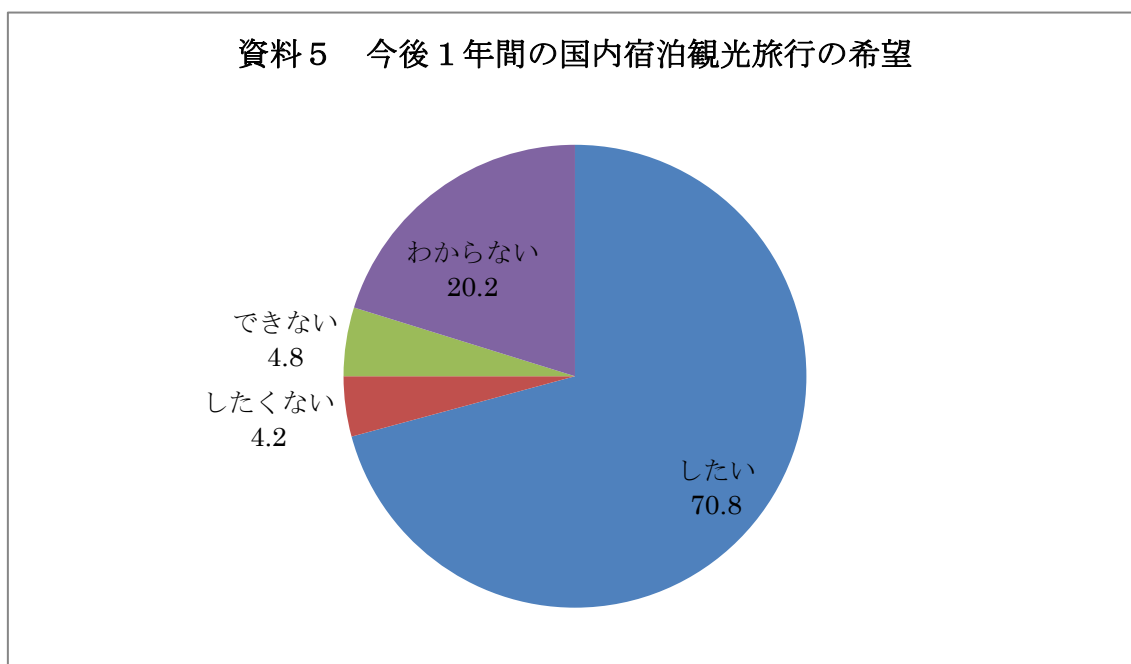


社団法人日本観光振興協会：「令和元年度版 観光の実態と志向 第38回国民の観光に関する動向調査」

②今後1年間の国内宿泊観光旅行の希望

今後1年間に国内の宿泊観光旅行を「したい」という人は、全体の70.8%を占めている。実際に過去1年間に国内の宿泊観光旅行をした人は50.1%で、希望と実際の差は20.7ポイントである。(資料5)

(%)

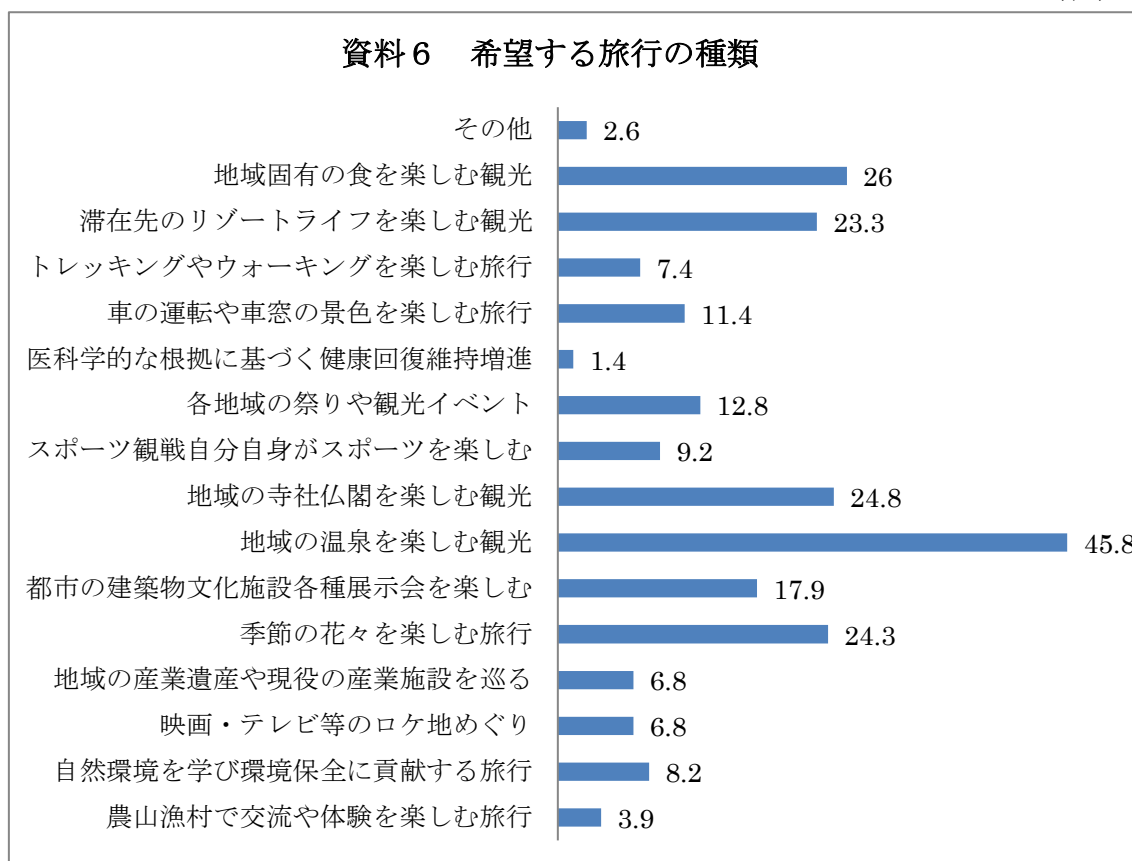


社団法人日本観光振興協会：「令和元年度版 観光の実態と志向 第38回国民の観光に関する動向調査」

③希望する旅行の種類

ぜひ行きたいと思う旅行を3つまで上げてもらったところ、「温泉を楽しむ」(45.8%)が最も多く、以下、「地域固有の食を楽しむ」(26.0%)、「地域の寺社仏閣を楽しむ」(24.8%)と続く。(資料6)

(%)

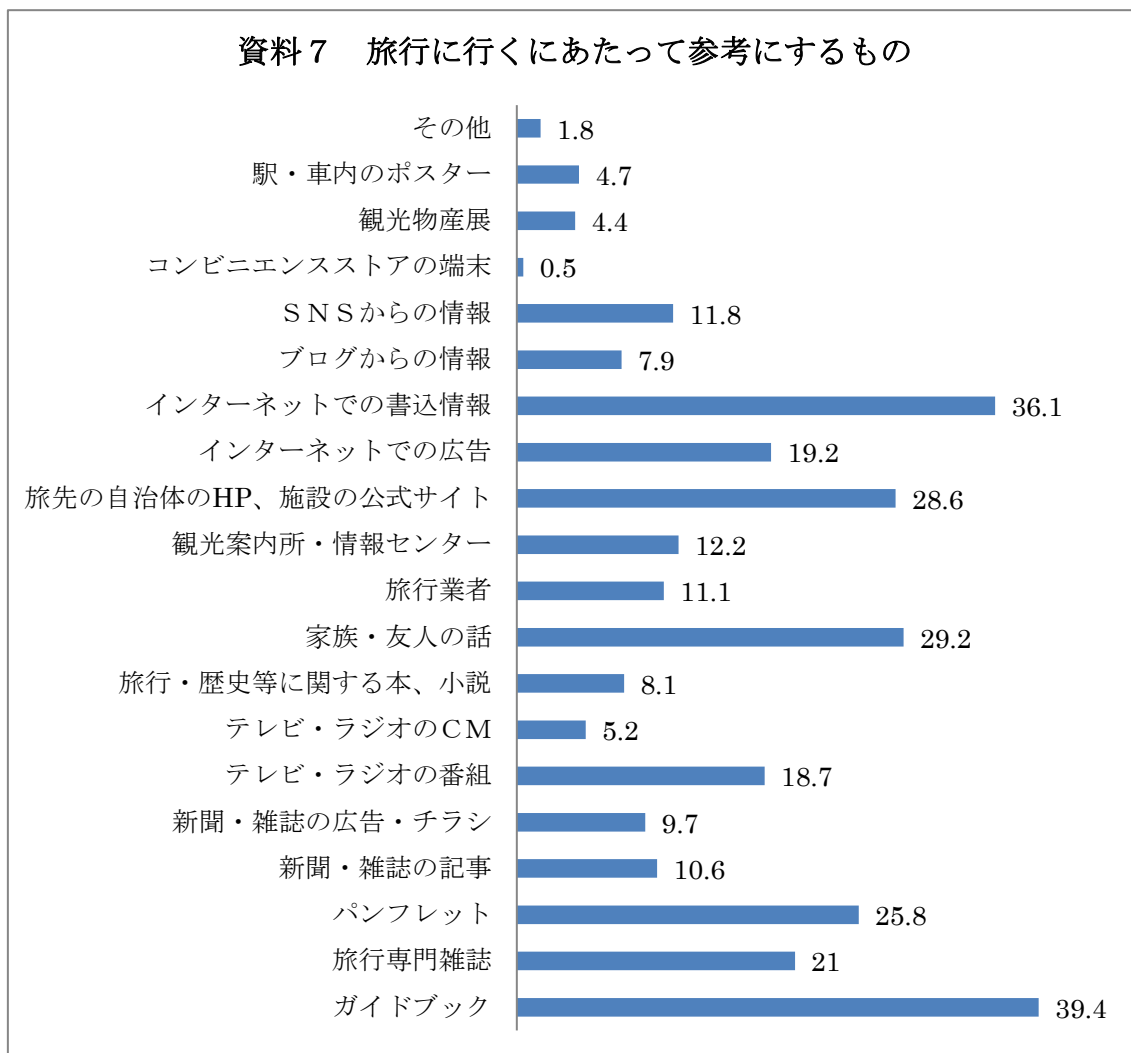


社団法人日本観光振興協会：「令和元年度版 観光の実態と志向 第38回国民の観光に関する動向調査」

④旅行に行くにあたって参考にするもの

宿泊観光旅行の目的地を決定する際に、参考にするものは「ガイドブック」が最も多く39.4%となっている。(資料7)

(%)



社団法人日本観光振興協会：「令和元年度版 観光の実態と志向 第38回国民の観光に関する動向調査」

2 観光の課題

玉城町には、観光資源に成り得るものが豊富にあるものの、それらを十分に生かしきれてない現状があります。見直しによる再評価を含め、恵まれた素材をどう発掘し磨き上げ、何を優先させるか、またどう活用しながら新たな価値を創造し、発信していくか、十分な検討が必要です。次に示すものは多くの観光地に共通するテーマも多いですが、これらも踏まえながら玉城町の実情に即した振興策について検討していきます。

1) 旅行者ニーズの変化への対応

従来型の団体旅行から個人旅行へのシフト、交通手段の発達による日帰り旅行の増加、見る観光から触れる観光への関心の高まりなど、旅行者ニーズが大きい

く変化しています。

また、少子高齢化も大きく影響しています。近年、テーマパーク等の子供向け観光需要が減退傾向にある半面、高齢化の進展により、自由時間の多い高齢者向けの観光需要が今後、増加していくものと思われます。従って、これらの変化を的確に見極めながら、対応のあり方を検討していく必要があります。

2) 情報発信のあり方

玉城町には、田丸城跡をはじめとする歴史や文化、玉城のフルーツを体感する収穫体験施設、畜産、温泉など多種多様な観光資源があります。

しかしながら、知名度はまだ十分とは言えず、情報化が進む昨今、観光情報の発信も時流に乗ることが求められています。これまでの紙媒体中心から、インターネットを中心に、情報サイトやSNS等の情報ツールなどを活用し、より幅広い世代、地域への情報発信に努める必要があります。

また、従来から知られている観光資源については、どこにどのようなものがあるか、その価値を再評価しながら、観光客が即座に視認し、円滑に移動できる仕組みづくりが必要です。

3) 観光資源の発掘と育成

観光客は、“見たい”“食べたい”“体験したい”といった目的を持って来ます。その対象が観光資源となることから、誘客につなげるためには、それらを発見・維持・改善していく必要があります。

また、観光資源を発掘するためには、外部の視点も重要です。観光資源は日常風景の中にも多数存在していることから、地元住民だけでは、それが特別であるという自覚に乏しいばかりでなく、観光客が“見たい観光”と、地元視点の“見せたい観光”に隔たりが生じる恐れがあります。

一方で、地元視点であっても観光客に対し価値を理解してもらう活動も必要です。そのためには誰もが分かりやすい情報発信に努める必要があり、また、少し視点を変えるなどにより、新たな価値の創造に取り組む必要があります。

4) 着地型観光の推進

旅行者の価値観が多様化し、近年は着地型観光商品の充実が求められていることから、玉城町も他地域との差別化を図りながら、町の魅力を発信していく必要があります。

固有の歴史文化、自然や環境、産業など、独自の個性や特色を最大限に生かした体験型観光メニューの開発、食材や加工品など特産品の発掘や宣伝、既存の観光施設の維持管理や活用など、素材の磨き上げや観光客の受け入れ体制の整備が欠かせません。

※着地型観光

観光客の受け入れ先が企画・実施し、参加者が現地集合、現地解散する観光の形態。

主に都会にある出発地の旅行会社が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来の「発地型観光」と比べて、地域の振興につながると期待されている。

5) 観光推進体制の充実・強化

強固な観光推進体制のためには、現場に立つ個人・団体と行政が互いの役割を認識しながら一体となって取り組む必要があります。

例えば、町内での〇〇体験等は、それぞれの受入団体ごとの個別対応となっておりますが、今後、より多くの誘客につなげるためには、体験メニューの充実に向け、関係する団体が集まり、それぞれの強みを生かした取り組みが必要です。

その意味で、玉城町観光協会については、中核としての役割を担うため、組織として活性化され、充実した活動を展開できる体制づくりが課題となっております。

また、関連団体の中には高齢化により、将来的な運営、存続が不安視されているところもあり、そのことに対する何らかの対策も今後、検討する必要があります。

6) 玉城町観光協会の今後について

現在の玉城町観光まちづくり協会は、実質1名（3名のアルバイト）で事業を行い、会計は商工会が管理しています。令和3年度以降の職員については、業務内容をもとに配置していく必要があります。また、存続に向けた収益力の強化も求められます。

一方、同協会の定款には「玉城町における観光資源の開発と自然保護の調和を図り、地方文化の向上につとめ、地域振興と観光産業・物産振興に寄与することを目的とする。」と記されており、地域振興を目的としている以上、そこから大きく逸れることはできません。その役割は、各観光関連団体や個人との連携や調整を図りながら、玉城町の観光を支える基盤として、あるいはイベントなどの事業の実施、観光の情報発信、先進的な情報の収集と活用による観光振興・物産振興など、多岐にわたります。

短期的には、町づくりへの貢献を意識しながらも、自立化に向け、観光資源を活用した商品の販売などに経営資源を優先的に振り分けながら、収益性の高い事業を育てることが急務です。

また、今後は、同協会の町の中での位置づけ（役割）について、更に整理するとともに、広く関連団体や町民への活動の認知を図ることも必要です。

7) 広域観光の推進

鉄道や高速自動車道等、交通網の整備により、各観光地までの時間距離は確実に短縮しており、観光客の行動範囲も広がっています。このため、イベントや訪日外国人観光の推進など、共有する観光テーマに応じて、近隣の観光地同士が互いに補完し合いながら、拡がりある観光地づくりが求められています。

第3章 観光振興に向けた施策

基本方針1 観光資源の発掘と魅力向上

誘客を図るためには、魅力ある観光資源が必要です。玉城町には有名観光施設は少ないものの、視点を変えることで、観光資源に成り得るものが多数存在しますが、それらが十分、生かされていない現状があります。

一方、旅行形態が団体から個人へシフトしていることから、俯かん的に周遊ルートイメージした場合、観光メニューの開発にあたっては、様々な旅行者ニーズを想定した多種多様な観光資源の発掘が必要になってきます。

具体的な観光資源の例を下記に列挙しますが、地元住民だけでは気づきにくい観光資源も多く、外部の視点も取り入れながら、それらの発掘に取り組み、観光メニュー開発やマップによる情報発信などへの活用を図ります。

施策1 新たな観光資源の発掘、整備

観光資源は、従来のものに加え、次のような多種多様な素材から発掘していきながら、新たな付加価値の創出に取り組みます。

例えば、町内には様々な素材（街道や道標など）があります。古図を使いそれらを発掘した上で、どのような歴史があって今のような街が形作られていったのかなど、検証しながら観光資源としての付加価値の創出や情報発信に努めます。

また、稲作エリア、畑作エリア、歴史街道エリア、旧宿場町エリア、外城田川忍の作品モデルエリアなど独自化や物語性にも配慮しながら、地域住民のみならず、外部の有識者やモニターを活用するなど、地元でも知られていない、気づかない観光資源の発掘に努めます。

1) 自然環境からの発掘

■身近な自然からの発掘

生活環境の変化から自然や地域への関心が高まっています。自分たちが体験した川遊び、昆虫採集、自然体験などは、そのまま観光につなげていきます。

・ホテル、サワガニ、ミカドアゲハ、珍しい植物など、観光スポットの発掘に努めます。

・珍木も従来から人気の観光資源です。町指定木の魅力向上などを含め、更に発掘に努めます。

・星空や夜景など、ビュースポットの発掘に努めます。

・玉城10名水（仮称）の認定と整備を検討します。

・地域住民の方と協力連携しながら自然体験ガイドや自然観察会の態勢整備に努めます。

・また、これらに係わる観光案内人（地元自慢ができる人材）の発掘、育成に努めます。

・主に地域住民（多面的組織などの団体との連携を含む）による自然環境の維持保全（水生生物や環境指標調査、親水イベントを含む）を図ります。

・地域住民による観光スポット整備を支援します。

■里山、森林川の魅力発掘

・登山関係団体などと連携しながら、季節の魅力向上のための花の名所や紅葉の名所など、登山道付近の観光資源の発掘に努めます。

・併せて、国東山や的山のハイキングなどのルートの整備に努めます。

・水辺の楽校の活用に努めます。

2) 歴史・文化遺産からの発掘

■熊野古道などの歴史古道の活用

・熊野古道等の歴史的な道について、その歴史や言い伝え、道標、石像物、旧宿場、当時の名物料理、産業、集落の暮らしなどを楽しめる観光資源としての活用（ガイド付きハイキングコースなど）を図ります。

・そのための勉強会、見どころや昔料理などの研究に努めます。

■玉城の民話の選定

・町内の歴史、郷土資源に関する逸話などを更に掘り起こしながら、多くの物語を集め、玉城の民話としての作成を検討します。

・併せて、関連する観光ポイントの位置情報の発信などに努めます。

■山神獅子舞などの伝統行事の活用

・山神獅子舞など、地域性ある伝統行事の活用を図るため、誘客のための魅力発掘と情報発信のあり方を検討します。

3) 産業観光からの発掘

歴史・文化以外にも、産業など個人のニーズに沿った、様々なテーマの観光が求められています。

・農業については、田植え、麦踏み、米・麦・蕎麦の収穫体験、キャベツなどの野菜の収穫体験、こびる体験、果てはセミ捕りまであらゆるものを観光資源として、その活用を検討します。

・町内企業などの協力を得ながら、工場見学などの産業観光推進に努めます。

- ・近代産業の名残（石工など）についても検証、発掘を行います。
- ・併せて、商店などとの協働によるまち歩きマップの作成を検討し、商店の売上拡大・観光目的の交流人口を増やす一助とします。

■その他

- ・例えば、玉城弘法温泉や旧金森家別邸「玄甲舎」（茶室）等の共通入場券導入など、観光資源の相乗効果を高めるための方策について検討します。
- ・遊休農地を、花畑、スポーツイベントなど話題性のある観光資源として、活用を検討します。
- ・話題性のあった出来事跡、若年層向けに歴史ストーリーを基にしたパワースポットの選定なども検討します。

施策2 玉城町の魅力向上

■四季をとおして楽しめる城山公園の整備

- ・地元関係団体等と城山公園やその周辺整備のあり方について協議、検討します。
- ・必要に応じて整備計画書の策定を検討します。

■着地型観光コースの魅力向上

- ・メニュー開発にあたっては、見せる側だけでなく、見る側の視点を重視します。
- ・観光資源の発掘に努めるとともに、目的やテーマごとのコースの設定をします。
- ・コースの設定にあたっては、玉城弘法温泉や産直施設の活用など消費や経済効果を図ります。
- ・また、健康増進も兼ねたコース設定の工夫に努めます。
- ・歴史や自然以外にも、朝日新聞創始者 村山龍平やオブラートの発明者 小林政太郎など、文化人関連の魅力の取り入れに努めます。

■神社仏閣等の魅力向上

- ・祭礼、パワースポット、名刹巡りなど、魅力向上や情報発信に努めます。

施策3 滞在型観光メニューの開発

■宿泊型体験メニューの開発

- ・宿泊を伴わないと体験できない星空観賞会やホテル観賞会、野菜の朝採り、卵の朝採りなどの早朝や夜間の体験メニューの開発を検討します。
- ・宿泊型体験メニューの開発にあたっては、農家民宿や民泊、又キャンプ場の検討に取り組みます。

■ツーリズムの推進

地域の生活文化に触れる機会の提供等により、個人参加型、体験型など多様化する旅行者ニーズへの対応に努めます。

<グリーンツーリズム>

- 定住促進を重要なテーマとしながら、次のような取り組みに努めます。
- ・農家等での農業体験、収穫体験、食品加工体験などの推進を図ります。
 - ・連泊型の農林業体験（畜舎での牛の世話など）の推進を検討します。
 - ・ただし、受入農家負担の軽減を図るため、宿泊は宿泊施設、体験は有料にするなど柔軟な発想で取り組みます。
 - ・畑付きの空き家などを体験型の観光資源として、あるいは空き家のリノベーション（シェアハウスや婚活等との組み合わせなど）として検討しながら、情報発信し、定住促進を図ります。
 - ・定住促進については、必ずしも農業に限定せず、子育て環境など地域の魅力を発信するなどの取り組みに努めます。
 - ・ホームページによる情報発信はもちろん、首都圏の大学、企業へのPRに努めます。また、大学ゼミなどの積極的な受入を推進します。
 - ・JAなどと連携したツーリズム商品の開発を検討します。

<エコツーリズム>

- ・環境保全をテーマとする商品の開発に努めます。
- ・ホテルの観賞など自然と親しむ場の提供に努めます。
- ・玉城10名水（仮称）の認定や整備の検討など、憩いとやすらぎの場の提供に努めます。〔再掲〕
- ・また、森林浴や座禅体験も組み合わせながら「癒しと心の健康ツーリズム」としても需要喚起の検討に努めます。

<スポーツツーリズム> ※スポーツをとおして観光目的の交流人口を増やす観光

- ・本町にはスポーツ関係施設があることからその有効活用を図ります。
- ・大会など多くの来町者が期待される行事には、観光スポットや飲食店、物産などの情報を提供します。

■高齢化に対応した事業の推進

高齢化を背景に、健康づくりへの関心が高まっています。急激な高齢化に対応するため、観光振興と併せ、高齢者も楽しめる地域環境づくりを図ります。

- ・全国540歳野球大会など、高齢者スポーツ大会（仮称）などユニークな大会の開催（手始めにデモンストレーション的な開催など）を検討します。
- ・参加者にはアスパia玉城ふれあいの館（玉城弘法温泉）などへの斡旋も行います。
- ・健康づくりを兼ねた、「まち歩き」「里歩き」「山歩き」に向けた、観光資源の発掘、魅力向上、メニュー開発に努めます。
- ・ウォーキングツアーなどは、熟年世代でも安心して散策を楽しめるコース（休憩所やトイレの設置など）や参加対象年齢の工夫（高齢者限定など）に努めます。

施策4 四季のイベント

年間をとおして様々なイベントを企画し、地域を盛り上げるとともに観光目的の交流人口の増加を図ります。

■桜まつり

- ・城山公園の地元関係団体との協力のあり方を検討しながら、より自立型のイベントとなるよう、連携した取り組みを行います。
- ・桜の老齢化が進みつつあることから対策について検討します。
- ・桜まつりへの関心を高めるため、開花状況など、今後も動態情報の発信に努めます。

■夏まつり

- ・町外の方へのアスピア玉城夏祭り等のPRの仕方を考えます。

■秋のええやんまつり

- ・統廃合を含め、抜本的見直しを検討します。
- ・なお、その他のイベントについても目的や必要性など随時、事業評価をします。

■冬まつり

- ・アスピア玉城のライトアップ等のPRの仕方を考えます。

施策5 観光資源の保護・再生

■消失しつつある（消失した）観光資源の保護・再生

文化財保護法などにより指定されている史跡や文化、景観等は注目度も高く保護もされやすいです。しかしながら、それ以外のものの中には、何ら痕跡を残すことなく消えてしまうものがあります。

その範囲は、文化的景観・風習、民俗芸能などの地域伝統、遺跡、僅かに残った近代産業の痕跡、一部の愛好家にしか知られていない希少植物など幅広くあります。年配の方々の記憶の中にもみ存在するものもあり、それらはやがて忘れ去られてしまいます。少し性質は異なるかもしれませんが、最近、話題になっている不動産のリノベーションなどは、取り組みの一つとして注目される現象です。

ここでは、具体的な中身や方法は示しませんが、「学び」という観点で、知的好奇心を刺激しながら検証し、継承や保存のあり方等、議論のきっかけや、更には観光資源として新たな活用方法の見直しなどにつながることを期待するものです。

基本方針2 特産品の振興

既存特産品の発掘を重視しながら、流通に乗せる仕組みづくりなどに努めます。

また、玉城町には多くの特産品に恵まれながら、強く印象付けるものが少ない現状であることから、特産品振興のあり方を検討しながら、関連商品の発掘や情

報発信に努めます。

施策1 特産品の発掘

■埋もれた特産品の発掘

- ・各地区を代表する特産品リストを作成し、インターネットなどによる情報発信や観光資源マップへの活用を検討します。
- ・売行きや評価を踏まえながら、売れない理由や売るための方策について整理検討します。
- ・計画期間の前半には特産品認証制度（玉城プライド：仮称）の導入も含めた振興策の検討をします。
- ・6次産業化推進に向けた支援協力を努めます。
- ・地元のワイン・ビール・酒づくりに向けた支援協力を努めます。

施策2 特産品を流通に乗せる仕組みづくり

■流通関係企業と連携した特産品振興

流通関係企業と生産者との連携や、商品開発のコラボレーションなどの支援を検討します。

- ・大手から中小まで、多くの取引先を持つ流通関係企業のノウハウの活用を図ります。
- ・そのためのバイヤーへの発掘商品の紹介や情報交換に努めます。
- ・併せて、パッケージングなど販売戦略上の工夫等について、生産者などとの情報共有を図ります。

■特産品販売所（取扱店）の確保

- ・玉城町の特産品取扱店の確保に努めます。
 - ・営業展開を図るため、認証制度などの推奨商品の選定について検討します。
- 〔再掲〕

■インターネットなどによる特産品の情報発信

- ・インターネットを活用した、玉城町の特産品のPRに努めます。
- ・駅や集客施設、イベント等を活用し、町民も対象とした特産品のPRに努めます。

■首都圏等での物産展参加、PR活動

- ・東京三重テラスなど、機会を捉えて物産展に参加し、販売・PRに努めます。

■海外への情報発信等

- ・課題等を整理しながら、可能性や情報発信のあり方などを検討します。
- ・そのための生産者（工芸品含む）や流通関係者との意見交換や町内在住の外国人モニターの活用も検討します。

施策3 観光資源と連携した特産品振興

■玉城のフルーツならではの特産品振興

現在、フルーツ狩り体験を実施していないものを含め、町内の生産果物には、ブドウ、ブルーベリー、柿、イチゴ、スイカ、瓜、桃、クリ、いちじく、梨、梅などがあります。

- ・関係団体と連携しながら、フルーツ狩り体験について、既存施設を含め、広く発掘、情報発信を図ります。
- ・フルーツ狩り体験について、他の観光資源と組み合わせながら、ツーリズムとしての活用を図ります。
- ・フルーツ加工食品など関連商品の発掘、情報発信に努めながら、玉城のフルーツのイメージ向上と消費拡大を図ります。

■食文化の発掘と発信

観光客の多くは伝統的な地元の郷土料理に高い関心を示します。

- ・郷土料理としての伝統食、行事食などの発掘に努めます。
- ・例えばモチ料理は、文化、伝統的な背景と関連付けながら味やレシピの幅を広げるなどし、観光資源として活用、発信に努めます。
- ・また、モチ振る舞いなどの機会を捉えて、新メニューの紹介などにより消費拡大に努めます。

基本方針3 情報発信とニーズの把握

玉城町は、自然や歴史・文化、温泉などの地場産業、豊富な食材等、多くの観光資源に恵まれています。知名度で際立つものがなく、ブランド力に乏しいのが実情です。玉城町にどのような人が訪れ、何を感じ、求めているのか、ニーズの把握に努めながら、優先順位や費用対効果などを含め戦略的な情報発信を図ります。

なお、歴史・文化については、観光の視点を踏まえた魅力の発掘・向上を図る必要がありますが、情報発信にあたって、歴史を振り返りながら、史実に基づくのか、伝説の類なのかなど、基本事項を守りながら正確な情報発信に努めます。

施策1 情報発信

■インターネットを活用した情報発信

- ・スマートフォンやタブレットなどの携帯情報端末を活用した情報発信を図ります。
- ・観光に関する幅広い情報（インターネット、パンフレットなど）を集約し、更新など適切な管理を行います。
- ・観光資源の発掘に併せ、マップづくりや位置情報の発信などにより、視認性の向上に努めます。

- ・チラシ情報サイトを活用したタイムリーな情報発信を行います。
- ・定住促進のため、玉城町の魅力や子育て・住環境などの情報発信に努めます。

〔再掲〕

■田丸駅等を活用した情報発信

・田丸駅利用者に対する観光情報発信のため、駅への情報表示板の設置を検討します。

- ・駅やイベント等を活用し、町民も対象とした特産品のPRに努めます。〔再掲〕

■伝統芸能を披露する機会の創出

- ・結婚披露宴等の祝い行事など、幅の広い機会の確保を図ります。
- ・そのための仕組みづくりや、ホテルなどへの営業の展開を図ります。

■旅行代理店、バス運行会社等への営業展開

- ・観光資源の紹介や観光メニューの企画の提案を図ります。

■案内看板の整備

- ・観光スポット周辺の案内看板やトイレの整備を図ります。

施策2 ニーズの把握

■各種調査の実施、分析

- ・観光資源の認知状況、満足度や意見等について随時、調査するなどにより、課題や効果的な取り組み、情報発信について検討します。
- ・入込客数など定期的な調査を実施します。

基本方針4 おもてなしの気持ちの醸成と受入基盤の整備

観光関連団体や事業者のみならず、町民一人ひとりが自ら地域の良さを知って、自信や誇り、愛着を持つことが、おもてなしの気持ちにつながります。そこで、地域の理解やおもてなしの気持ちの醸成を図るため、人材育成など、各種の取り組みに努めます。

また、様々な目的を持って訪れる旅行者が、楽しく快適に過ごせるよう基盤の整備に努めます。

施策1 おもてなしの気持ちの醸成

■観光案内人の発掘、人材育成

- ・温泉、産直、タクシーなど観光産業全体のおもてなしの心の醸成のため、おもてなし講座を開催します。
- ・多様化する旅行者のニーズに臨機応変に対応できる人材の育成や、歴史・文化等、必要な知識習得のためガイド講習会の開催に努めます。
- ・観光資源の発掘に併せ、歴史・文化等、分野ごとの優れた案内人を発掘し人材バンクとして登録、紹介、派遣します。
- ・地域住民による観光スポット整備等、機会を捉えて、地域の歴史の青空勉強会

の開催などを検討します。

施策2 受入基盤の整備

■観光案内機能の強化

・駅には、案内を分かりやすく表示するなど、デザイン性だけでなく機能を重視した取り組みを検討します。

・観光資源の発掘に併せ、インターネット上のマップづくりと位置情報の発信により視認性の向上に努めます。〔再掲〕

・また、マップへのナビ機能搭載など観光客が円滑に移動できる環境の整備に努めます。

・スマートフォンやタブレットを活用した観光案内などについて検討します。

■景観にも配慮した観光案内看板の整備

・デザインの統一性に努めながら、史跡案内の標柱等、観光スポット周辺の案内看板の設置を図ります。〔再掲〕

・寺・神社など周辺景観に配慮した案内看板の整理統合を図ります。〔再掲〕

・駅前の観光案内看板について、まちなか観光などを踏まえた分かりやすい表示に努めます。

■観光施設の維持管理と整備等

・温泉施設については、引き続き、サービス内容の充実を図ります。

・高齢者や障がい者が利用しやすい施設づくりを図ります。

・国東山・的の山登山道など、利用者の安全確保のため、定期的な維持管理を行います。

・史跡等の歴史文化関連施設の修復と保全に努めます。

・駐車場、トイレなど観光関連施設の維持管理に努めます。

■二次交通手段の整備

・e-bike・クロスバイクなど自転車の楽しさを体感できるレンタル用自転車の導入整備を検討します。

・タクシー利用のための分かりやすい連絡先表示などにより、旅行者の利便性向上と二次交通の需要確保を図ります。

・元気バスの観光への利用促進を検討します。

基本方針5 以上を推進する協働、連携の体制づくり

観光は間口が極めて広い分野です。その範囲は、サービス業以外にも、農業や製造業、輸送業といった各種産業から、歴史や文化芸能、環境など地域の伝統や生活にも密接に関連します。

その一方で、近年、観光は地域間競争の時代に入ったとも言われ、その推進には個々の事業者や地域だけでは限界があります。個人、団体が年齢や業種・業態などを超えて相互に連携して、観光振興の取り組みができるよう、その体制づくりに努めます。

施策1 玉城町観光協会の組織強化と活動の充実

■組織の強化

・会員の確保などの収入確保に努め、財政基盤の確立と活動に対する町民理解の増進を図ります。

・スムーズで主体的な活動に取り組むため、必要な知識の習得や研修等の開催を図ります。

・ボランティアガイドの検討やそのネットワークづくりを図ります。

・また、観光に対する興味や関心を高めるため、観光によるまちづくりをテーマにしたシンポジウムの開催を図ります。

■町全体の観光振興を図るための総合的、組織的な活動の実施

※4ページ、「玉城町観光協会の役割」を参照

施策2 歴史文化関連団体との連携

■町内の文化財を活用する取り組み

・町内に存在する文化財を指定・未指定に係わらず幅広く捉え、価値を再評価しながら、活用の道を探ります。

■近隣市町の観光協会等との連携

・パンフレットの相互設置を図ります。

・伊勢神宮摂社末社等を巡る観光ツアーの開発に努めます。

施策3 広域観光関連団体等との連携

■三重県との連携

・三重県では、三重県観光振興計画の中で、県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民が連携しながら施策を実施していくとしております。

具体的な施策は次の6つです。

- 世界から選ばれる三重の観光のブランディング
- 観光資源の磨き上げ・オンリーワンの観光の魅力づくり
- 三重県の立地を生かした国内外からの誘致
- 旅行者目線に立った旅行環境の変革
- 観光産業を担う人材育成、若者定着
- 観光産業に関わる組織改革・連携強化

玉城町としても、特に観光人材の育成や二次交通の整備、国際観光の推進については、町単独よりも、県と連携することで効果的な実施を図ることができます。

なお、三重県の外国人観光客の入込客数は、全体の7割以上が中国をはじめとするアジア諸国で占められております。将来的には外国人観光客も団体旅行から個人旅行へ移行しながら、地方への入込が徐々に増えると見込まれており、誘客にあたっては、単独の自治体ではなく、より広域なエリアでの観光ルートの提

案が求められています。

■近隣市町との連携

・伊勢市の祭りなど、近隣市町のイベントも観光資源としての活用を図ります。

■地域間交流

様々な理由でつながりを見つけ、関係団体との相互交流を深めていきます。

姉妹都市でつながる沖縄県南城市（旧玉城村）

施策4 町内観光関連団体との連携

■観光案内ボランティアとの連携

観光資源の発掘と並行して、魅力を伝えるためのガイドシステムの確立が不可欠です。

現在、観光ガイドとして活動している“語り部”等と連携し次の事項を行います。

・専門的なガイドや楽しさを演出できるガイドを増やすため、人材の発掘を行います。〔再掲〕

・また、現在も個人で活動している方々との連携も図ります。

・観光ガイドの養成研修会を開催し、研修生の中からガイド希望者を募ります。

・ガイド登録制度の設置などを検討しながら、組織の若返り化、活性化の支援を図ります。

・観光案内の収入確保に配慮しながら、継続的で無理のないガイドに努めます。

・そのための新たな基準づくりに努めます。

■学校等との連携

・小学校の校外学習の場として、地域や商店街などの歴史、生活、文化などに関する学習機会の提供と観光資源の活用を図ります。

・子ども会行事の一環として、観光資源の活用、情報の提供に努めます。

・郷土芸能の伝承については、学校や子どもの家などと連携した取り組みを検討します。