



VI

計画推進アクションプラン

VI. 計画推進アクションプラン

VI-1. 基本方針と施策体系

観光振興長期基本計画を戦略的に推進するため、3つの基本方針とそれに基づく施策を設定します。

1) 基本方針の設定

基本方針は、海津市第2次総合計画における観光の振興分野の施策の方向、観光創生計画の目標と整合を図り、以下の3つとします。

基本方針1 観光資源の充実と魅力向上

- 観光施設の充実と魅力向上として、既存の観光施設のリニューアル等による魅力向上、新たな観光資源・施設の整備や特産品開発等を進めます。

基本方針2 新しい旅のカタチの提供

- 新しい旅のカタチとして、イベントの充実、体験プログラムの構築を進めます。

基本方針3 観光の推進体制等の充実

- 観光の推進組織や人材育成、サインやICT活用等受入れ体制の強化を進めます。

2) 施策体系

基本方針を基に、施策体系をまとめました。

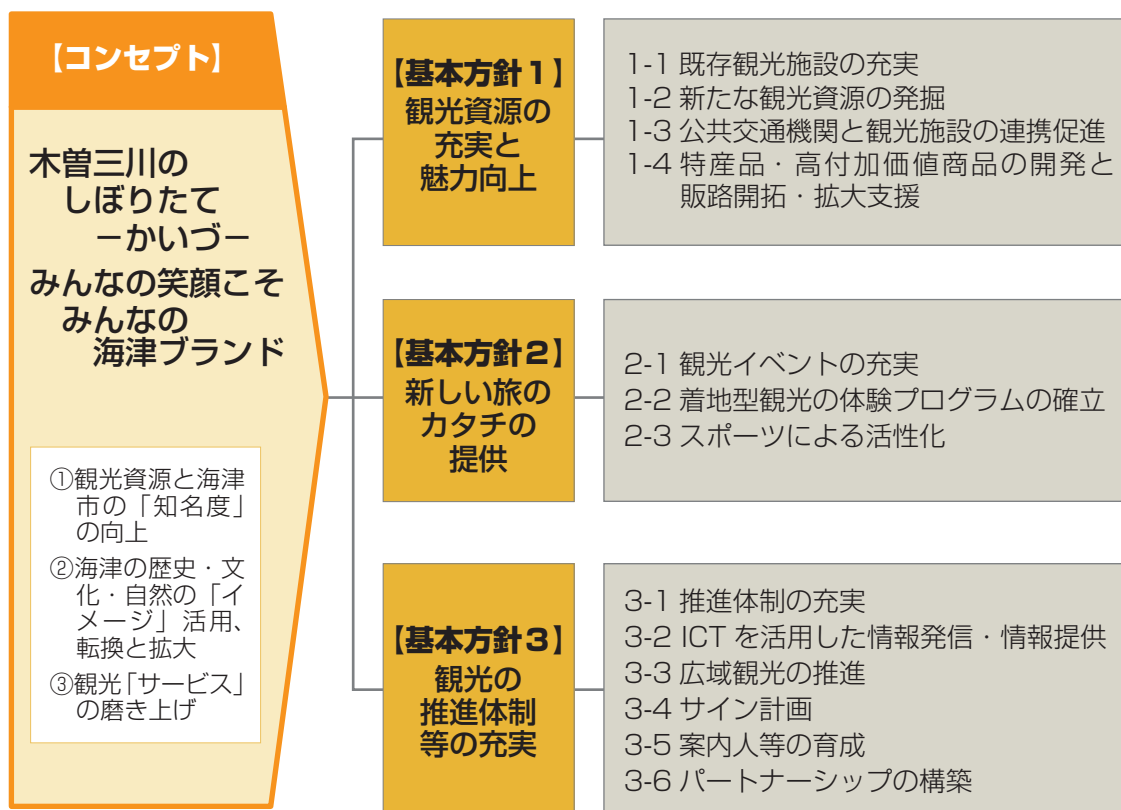


図 VI-1 施策体系

■ 課題と基本方針・施策

基本方針に基づいて施策を検討し、SWOT 分析により抽出した本市の観光振興における課題と基本方針・施策の関係をまとめました。

表 VI-1 基本方針・施策と課題の関係

施 策		課題① 多様な ニーズ への 対応	課題② 地域経済 の活性化 への対応	課題③ 情報発信・ 情報提供 不足への 対応	課題④ インフラ・ ソーシャル インパクト への対応
【基本方針 1】 観光資源の 充実と 魅力向上	1-1 既存観光施設の充実		▲		
	1-2 新たな観光資源の発掘	●			
	1-3 公共交通機関と観光施設の連携促進				●
	1-4 特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援		●		
【基本方針 2】 新しい旅の カタチの 提供	2-1 観光イベントの充実	●			
	2-2 着地型観光の体験プログラムの確立	●			
	2-3 スポーツによる活性化	●			
【基本方針 3】 観光の 推進体制 等の充実	3-1 推進体制の充実		▲		▲
	3-2 ICT を活用した情報発信・情報提供			●	
	3-3 広域観光の推進	▲			●
	3-4 サイン計画				●
	3-5 案内人等の育成	▲		▲	●
	3-6 パートナーシップの構築		▲		●

● 施策が課題に対応

▲ 施策が課題に間接的に対応

■ 施策の展開と地域の将来イメージ

本計画の計画期間終了時の将来イメージを示します。

海津の良さが地域の方にも観光客にも伝わり、それが海津ブランドとして形成されて多くの観光客を呼び込み、地域の愛着醸成や移住・定住の促進、観光消費額の向上が地域経済へ波及している状態を将来イメージとしています。



	短期イメージ (1～4年)	中期イメージ (5～7年)	長期・将来イメージ (8年～)
【基本方針1】 観光資源の 充実と 魅力向上	● 隠れた魅力が認識され観光資源化 ● 市民も地域の良さ・魅力を認識	● 観光資源の魅力が外国人にも伝わり、文化を楽しむ ● 海津ブランドのイメージが確立され、資源の磨き上げが進む	● 観光消費額が上昇し、経済効果が地域に波及
【基本方針2】 新しい旅の カタチの 提供	● イベント時や主要観光地からのオプションで海津らしい体験プログラムの提供が進み、人気 ● ボート競技等特定分野で海津の知名度が上昇	● 体験プログラムの種類が豊富で人気を呼ぶ ● 体験プログラムを通じて市民と来訪者の交流が生まれ、リピーター獲得につながる	● 海津の文化・生活様式に基づく体験プログラムが評価され、地域の愛着と移住・定住につながる
【基本方針3】 観光の 推進体制等 の充実	● 観光振興に取り組む目的を認識する市民が増加 ● 広域 DMO による取組がスタート	● 案内や体験等来訪者をもてなす住民が増え、活躍 ● 市外に海津ファンが根付き、定期的に来訪	● 海津ブランドが定着し、多くの人に海津市の魅力が認知

VI-2. 具体的な施策の提案

基本方針1 観光施設の充実と魅力向上

観光施設の充実と魅力向上として、既存の観光施設のリニューアル等による魅力向上、新たな観光資源・施設の整備や特産品開発等を進めます。

表 VI-2 基本方針・施策と実施期間・主体（1）

基本方針	施策名	実施期間			実施主体		
		短期	中期	長期	行政	市民	民間等
1 観光資源の充実と魅力向上	1-1 既存観光施設の充実	●	●		●		●
	1-2 新たな観光資源の発掘	●	●	●	●	●	
	1-3 公共交通機関と観光施設の連携の促進	●			●		●
	1-4 特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援		●	●		▲	●

1-1 既存観光施設の充実

- 市内の2つの道の駅は、安定的に観光客が訪れ、地域の農産物等を購入するリピーターも多い施設です。施設の整備・充実を進めており、「道の駅 クレール平田」は、2017（平成29）年11月にリニューアルオープンしています。
- 「南濃温泉 水晶の湯」は、ニーズに合わせたリニューアルを検討します。また、日本百名月「月見の森」に関連した食事メニュー等を検討し、「月見の森」との周遊を促進します。
- 津屋川の彼岸花は、観光客の評価は元々高評価でしたが、近年雑誌で紹介される等知名度が上昇し、観光客が増加しています。ツアーバス駐車場や、周辺の施設を併せた観光ルート検討や施設整備を進めます。
- 大樽川堤は桜の名所として知られていますが、2017（平成29）年7月、宝暦治水工事の偉業を讃え、大樽川左岸道路8kmを「平田靱負ロード」、沿道の桜約1,000本を「平田靱負桜」と命名しました。起終点の標識や距離標設置、桜の季節のイベントやナイトツアー実施等、観光施設としての充実を図ります。
- 「千代保稲荷神社」の門前町自体に観光地としての魅力があり、賑わっています。商店街の方々と更なる魅力向上に向けた取組を立ち上げます。

Topic!

クレール平田リニューアル

道の駅クレール平田は、天然木材の家具を使用した開放的なレストランや、大幅に面積を拡大した直売所コーナーをもつ施設に改修され、2017（平成29）年11月にリニューアルオープンしました。



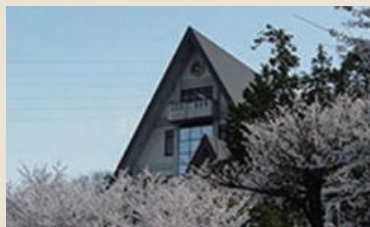
1-2 新たな観光資源の発掘

- 国営木曽三川公園アクアワールド水郷パークセンターにおける再生堀田の活用をはじめ、国土交通省で進めている「(仮称) 大江緑道」を新たな本市の観光資源として活用し PR します。
- 製造業を中心とする本市の産業について、産業観光としての可能性を探り、企業と連携して観光資源化を図ります。
- 新たな観光資源に人を呼び込むため、旅行会社へのツアー企画の提案やモニターツアー実施、バスツアー造成に対する補助を行います。

Topic!

産業観光の可能性

産業観光とは、工場や機械等産業整備等を通じて、「ものづくり」の現場を直接目的とした観光です。例えば本市には、氷砂糖のシェアが国内トップの中日本冰糖南濃工場があり、併設された氷砂糖資料館と、南濃梅園は併せて見学ができます。



氷砂糖資料館

出典：中日本冰糖株式会社 HP



南濃梅園

1-3 公共交通機関と観光施設の連携の促進

- 養老鉄道株式会社と連携して本市の観光資源を結ぶサイクルトレインを推進します。
- 少人数でも運行しやすく、コミュニティバスやデマンド交通など公共交通による観光の隙間を埋める役割のある貸切タクシー事業の可能性を調査します。

1-4 特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援

- オーガニック商品の生産と提供（「ぎふクリーン農業」の普及）、JA との連携による農産物加工と付加価値化（例：薬草）に向け、アグリビジネス講座（農業活性化塾）等に取り組みます。事業者は市民やこれらに挑戦する企業を中心とし、行政はそのきっかけづくりを行っていきます。
- 本市だけでなく、中部圏での販路開拓・拡大のため、アンテナショップを積極的に出店します。
- 農林漁業と企業とが連携し、高付加価値化・六次産業化を進めます。そのための新たな企業誘致について調査します。

基本方針2 新しい旅のカタチの提供

新しい旅のカタチとして、イベントの充実、体験プログラムの構築を進めます。

表 VI-3 基本方針・施策と実施期間・主体 (2)

基本方針	施策名	実施期間			実施主体		
		短期	中期	長期	行政	市民	民間等
2 新しい旅の カタチの提供	2-1 観光イベントの充実	●	●	●	●		▲
	2-2 着地型観光の体験プログラムの確立	●	●		▲	●	
	2-3 スポーツによる活性化	●	●	●	●		▲

2-1 観光イベントの充実

- 観光イベントは、期間中の入込客の増加が期待できるだけでなく、本市や施設の認知度を高めブランドを構築するためには重要です。高速道路開通のインパクトに合わせて三重県や関西方面をターゲットとし、誘客の広域化を図ります。
- 食に関するイベントは人気と集客力が高いことから、7月から9月など観光入込客数が少ない時期での実施を目指します。
- 平田靱負ロード・平田靱負桜（大樽川堤）、羽根谷だんだん公園、月見の森のあじさいや観月会、臥龍山行基寺の紅葉等、季節の花等を活かしたイベントを開催し、内容を充実させるとともに、市内・外でPRを行い周遊観光を促進します。
- 千代保稲荷神社の月越参り（毎月晦日）、月見の森の観月会等と併せ、夜桜や紅葉のライトアップ等夜間の観光イベントを充実させます。

2-2 着地型観光の体験プログラムの確立

- 歴史散策と舟運観光・漁業体験との組み合わせや、再生堀田の活用とグリーンツーリズム、食と温泉と健康づくり等、ターゲットに即した複合観光（ポリシーミックス）の体験プログラムを検討します。
- 体験プログラム構築のため、市民、企業等が参加するワークショップを開催し、資源の洗い出しと実施者・関係者の連携を図ります。
- 嫁入り舟等、本市に残る歴史・文化的資産を着地型観光の資源として抽出し体験プログラム等として確立します。
- 現在実施している「まちゼミ」について、集客力のあるプログラムの観光資源化を検討します。
- 一般的な体験プログラムは小規模なものが多くプロモーションが難しいという課題があります。体験プログラムを集めたサイトやパンフレット等を作成し、一体的にPRします。

2-3 スポーツによる活性化

- 本市では、長良川国際トライアスロン大会をはじめ、河川と平坦な地形を活かした大規模なスポーツイベントを支援しています。既存のスポーツイベントを積極的にPRするとともに、各種団体（大学等）や企業が自社でのスポーツイベントを本市で実施する際には、施設や備品の貸出を積極的に実施します。



長良川でのレガッタの様子
(国営木曽三川公園 長良川サービスセンター)

Topic!

体験プログラムの提供

本市の近郊には体験プログラムが盛んな地域があります。岐阜市を中心に美濃市・郡上市等長良川流域で開催する「長良川おんぱく（長良川温泉博覧会）」、同手法を活用した桑名市の「桑名ほんぱく（桑名本物力博覧会）」等です。いずれも店舗や個人が案内人となり、期間中に1日～数日開催のプログラムを多数提供しています。



桑名ほんぱく Web サイト

基本方針3 観光の推進体制等の充実

観光の推進組織や人材育成、サインや ICT 活用等受入れ体制の強化を進めます。

表 VI-4 基本方針・施策と実施期間・主体 (3)

基本方針	施策名	実施期間			実施主体		
		短期	中期	長期	行政	市民	民間等
3 観光の 推進体制等の 充実	3-1 推進体制の充実	●	●	●	●		●
	3-2 ICT を活用した情報発信・情報提供	●	●		●	●	
	3-3 広域観光の推進	●	●		●		
	3-4 サイン計画		●	●	●		
	3-5 案内人等の育成	●				●	●
	3-6 パートナーシップの構築	●	●	●	●	●	●

3-1 推進体制の充実

- インバウンド対応や観光地間競争、着地型観光の体験プログラムの推進等、本市の観光誘客力を維持・発展し続けるために、DMO 機能を持った組織を設置します。DMO 機能によって、観光マーケティング、戦略、PR を行うとともに、収益を確保するために旅行業を取得し旅行商品の開発、アンテナショップ、JA と民間企業による六次産業開発を支援します。
- 周遊・滞在型観光を促進するため宿泊施設の誘致を検討し、適地の検討と誘致のための手法を検討します。
- DMO の活動拠点として、海津市観光総合案内所（千代保稲荷神社）を設置します。

3-2 ICT を活用した情報発信・情報提供

- 海津ファンの定着に向けて、集客観光資源を効果的かつ継続的に PR します。情報発信ツールである SNS の活用、ホームページにおける観光情報の充実・更新を図ります。また、本市の多くの観光地でも情報を入手できるよう Wi-Fi 環境を充実させます。
- 観光客は Web 情報（特に口コミ）を活用し、高く評価された観光資源が旅行先として選ばれます。そういった資源に絞り込んだ PR を行うため、Web リサーチや口コミ情報分析（SNS 分析）等、ICT を活用した観光マーケティングに取り組みます。

3 広域観光の推進

- 東海環状自動車道のインパクトに合わせつつ西濃各地の個性ある魅力（観光地）と連携を図り、西美濃周遊観光プログラムを提案していきます。

3-4 サイン計画

- 東海環状自動車道の 2017（平成 29）年度、2018（平成 30）年度の近郊 IC 開通や全線開通のインパクトによって、観光客の流れが従来と大きく変化すると予想されることから、広域からの観光客のアクセス向上を図るため本市全域のサイン計画を作成し、整備を進めます。

3-5 外国人に対応可能な案内人等の育成

- インバウンド対応には、外国語を話せたり、外国人にも話しかけ、地元の情報をしっかりと伝えられたりできる案内人が必要です。
- 最近では翻訳機能をもったスマートフォンも登場しています。長期的にはこうした ICT 技術の活用も含めて観光案内人等の育成を進めます。



外国人観光客への説明の様子

3-6 パートナーシップの構築

- 観光振興には、様々な主体が関わり、それぞれの得意分野を活かすことが重要です。本市の観光振興を取り巻く主体は、行政、企業、市民です。個々に取り組むのではなく、互いに対話をすることでパートナーシップの構築を図ります。

VI-3. 将来の目標設定

本計画の目標値として下記を設定します。

表 VI-5 本計画における KPI

指 標	基準値 (2016)	目標値	
		中間 (2022)	最終 (2027)
年間観光入込客数	469 万人	530 万人	550 万人
外国人観光客数	—	計測開始	1,000 人
着地型観光の 体験プログラム数	—	3 件	5 件
旅行会社 バスツアー造成数	29 件 (2017) ※補助申請数	30 件	40 件
道の駅における来客数	523,731 人	524,000 人	559,000 人

VI-4. 推進プロジェクト

周遊観光や滞在時間延長、観光情報の発信等は、複数の施策分野を横断し、各施策・事業が連携して進めていくものです。そこで、本市として特に力を入れていく推進プロジェクトを設定し、これらを実施しながら、その効果の波及を図ります。

表 VI-6 推進プロジェクトと関連する主な施策

推進プロジェクト	1 観光資源の充実と魅力向上				2 新しい旅のカタチの提供			3 観光の推進体制等の充実					
	既存観光施設の充実	新たな観光資源の発掘	公共交通機関と観光施設の連携の促進	特産品・高付加価値商品の開発と販路開拓・拡大支援	観光イベントの充実	着地型観光の体験プログラムの確立	スポーツによる活性化	推進体制の充実	ICTを活用した情報発信・情報提供	広域観光の推進	サイン計画	案内人等の育成	パートナーシップの構築
1.SNS等を活用した効果的なプロモーションの実施		○				○			◎				
2.自然・文化・歴史・農業を活かした観光振興		◎		○		◎		○					◎
3.月見の森の魅力向上	◎	○			○								◎
4.公共交通を活用した観光ルートの形成			◎					○					○
5.インバウンド観光の推進									◎		○	◎	
6.津屋川の彼岸花周辺の整備と通年観光化	◎	◎			◎	◎							◎
7.観光振興に関連する企業の誘致				◎			○	◎					

◎ 特に関連の強い施策 ○ 関連のある施策

1.SNS 等を活用した効果的なプロモーションの実施

■ 現状・概要

観光情報の発信において、Web 情報の充実と SNS による発信は欠かせなくなっています。Web サイトは、年齢や国籍に関わらず広く利用されており、インバウンド観光推進のためには、Web 環境整備による情報発信が欠かせません。

また訪れた観光客が自ら情報発信したくなるような SNS の活用促進を進める必要があります。

本市では、このような状況を踏まえ、2017（平成 29）年 12 月に観光アプリ「海津のお宝場所探し」をリリースしました。これらを効果的に活用し、情報発信手段とコンテンツの充実を図る必要があります。

■ 目標像・将来イメージ

観光アプリ「海津のお宝場所探し」を活用し、本市の写真映えするスポットに人を誘導するほか、それを来訪者に SNS で発信してもらうことで情報の拡散、口コミ効果による更なる集客促進を図ります。

また、ホームページでは動画コンテンツや 360 度画像・動画を充実します。これは、国内旅行者はもちろんですが、外国人観光客への PR と説明に活用可能です。Web サイトの多言語化も重要ですが、「動画」という言葉を使わない方法（非言語による方法）で本市の魅力を広く伝えます。

一時的なインパクトを狙う動画コンテンツも効果が期待できますが、地域ブランド力を更に高める良質な PR とするため、Web リサーチや口コミ情報分析（SNS 分析）等 ICT を活用した観光マーケティングに取り組みます。



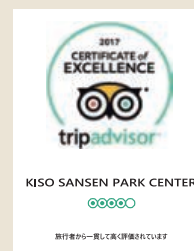
ドローンを用いた動画

Topic!

トリップアドバイザー エクセレンス認証 2017 の受賞

トリップアドバイザーの Certificate of Excellence（エクセレンス認証）は一貫して最高のホスピタリティを提供し続けている、厳選された宿泊施設、観光名所、及びレストランに与えられます。受賞するには、トリップアドバイザーのバブル評価で 5 段階中 4 以上の総合評価を維持しており、最低限の口コミ数を獲得しているほか、トリップアドバイザーへの掲載期間が 12 か月以上である必要があります。

日本でトリップアドバイザーに登録されている施設は約 70 万件ありますが、そのうちエクセレンス認証 2017 を受賞したのは僅か 0.96%の施設です。その中の 1 施設が国営木曽三川公園 木曽三川公園センターです。



■ 実施計画

事業内容	実施計画									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
① 観光アプリ「海津のお宝場所探し」の利用促進										
② 動画コンテンツの充実										
③ Webリサーチや口コミ情報の分析によるPR方法の効果検証										

ICT を活用した観光マーケティング

① 観光アプリ「海津のお宝場所探し」の利用促進

- ・ アプリを活用した写真映えするスポット、花等季節のスポットへの誘導
- ・ 写真映えするスポットの SNS 拡散による集客促進

② 動画コンテンツの充実

③ Web リサーチや口コミ情報（SNS）の分析による PR 方法の効果検証

- ・ 動画コンテンツ等の効果の把握
- ・ 口コミ情報（SNS）の分析による施設評価
- ・ 分析に基づく観光マーケティングの実施

本市が公開した動画コンテンツ閲覧者を分析することで、PR 方法の効果検証をします。



2. 自然・文化・歴史・農業を活かした観光振興

■ 現状・概要

歴史民俗資料館のほか、国営木曽三川公園アクアワールド水郷パークセンター内にも全国的に珍しい堀田が整備されており、今後の観光の目玉として期待できるものです。

本市は県内有数の農業生産量を誇り、特に営農組織による近代的な大規模農業が進んでおり、市内の自然・文化・歴史のうち今後観光資源となり得るものの発掘が必要です。

■ 目標像・将来イメージ

社会科教育の教材としても取り上げられ、知名度が高い「低

地の暮らし」が持つ河川の氾濫のマイナスイメージを、「河川の氾濫によって運ばれた肥沃な土壌」に恵まれた農産物の「おいしい」のイメージに変換できれば、海津市「ブランド」となり得ます。

これに合わせて「昔からの農業である堀田」と、「近代的な大規模農業」を組み合わせれば、全国にも類を見ない農業体験と産業観光が可能です。農業関係者が観光事業への関わりを持つことで、観光事業者以外の観光事業への参入を目指します。

また農業以外の産業からも観光振興につながる可能性がある資源を掘り起し連携することで、着地型観光の推進を図っていきます。



Topic!

農業を活かした観光振興

農業が盛んに行われているという市の資源を観光に活用するため、農業体験を行程に取り入れた市内周遊モニターツアーを実施しました。昔からの農業である手での稲刈りと、現在のコンバインによる稲刈りの双方の体験や大型トラクターの運転体験等をメニューに組み込み、子ども、女性にも好評でした。



整備中の再生堀田



農業体験モニターツアーの様子
(2017年実施)

アクアワールド水郷パークセンター内で、2018（平成30）年4月オープンする再生堀田も、今後新たな農業観光の資源として活用していきます。

■ 実施計画

事業内容	実施計画									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
① 農業従事者等の観光事業への参入可能性調査										
② 「堀田」および（仮称）大江緑道の積極的活用による体験ツアー										
③ 舟運観光の有効活用										
④ 自然・文化・歴史・農業等の資源を活用した体験型メニュー構築										
⑤ 産業観光、学習観光としてのPRと旅行商品造成										

自然・文化・歴史・農業を活かした観光資源



3. 月見の森の魅力向上

■ 現状・概要

月見の森の展望台「月見台」から見える月が、2017（平成29）年2月に東海3県では初めて「日本百名月」に認定されました。標高約180mの高台にある月見台からは名古屋駅周辺等濃尾平野が一望でき、夜になると濃尾平野の夜景に浮かぶ美しい月が眺められます。また、月見の森にはあじさい等四季折々の美しい姿が楽しめる遊歩道があります。

これらを活用し、将来全国的な知名度につながる観光資源として、魅力向上に取り組む必要があります。

■ 目標像・将来イメージ

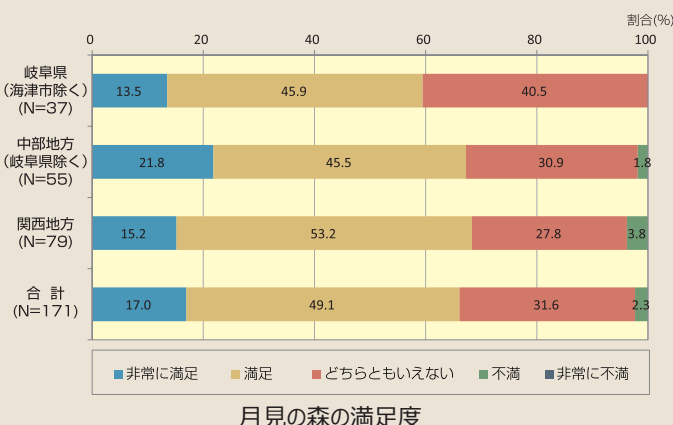
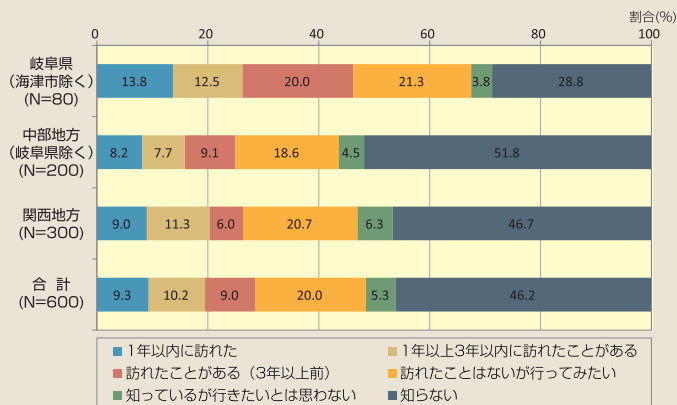
昼間は「ハイキングに最適」という健康志向につながるイメージを確立し、集客力を高めます。また夜間の観光スポットとしても充実を図ることで、観光客の市内滞在時間の増加を図ります。

具体的には、遊歩道等の施設の充実のほか、毎年開催されている「観月会」の企画内容の充実と、夜間観光スポットとしての日常的な利用促進を目指します。

Topic!

月見の森来訪頻度の認知度、満足度

本市に3年以内に観光で訪れた方を対象に実施したWebアンケートでは、岐阜県外の人々の月見の森の認知度は約50%、来場経験者数の割合は約30%でした。また、来場者の満足度は高く、適切なPRを行えば、多くの人に満足してもらえる施設と言えます。



■ 実施計画

[illegible]

イベント企画の検討・実施

- ・月見の森単体でのイベント（写真コンテスト等）
- ・月見の森周辺施設（水晶の湯、道の駅）との合同イベント
- ・他の日本百名月認定地との合同イベント（百名月めぐり等）

イベント企画等とも絡めた、ツアー造成の検討

月見の森の既存資源の活用



4. 公共交通を活用した観光ルートの形成

■ 現状・概要

本市には、公共交通機関として、養老鉄道養老線、路線バス（名阪近鉄バス）、海津市コミュニティバス、海津市デマンド交通があり、それぞれ市民の足として大切な役割を担っています。

しかし観光では多くの人が自動車を利用しており、公共交通機関の活用は少ない状況です。

■ 目標像・将来イメージ

市民の足である海津市コミュニティバスや海津市デマンド交通を観光に活用し、市内公共交通機関を用いた市内周遊観光の促進をします。

既存の公共交通である養老鉄道の観光への活用の一環として、サイクルトレインのコースやハイキングコースの作成を行います。

また、鉄道やバスなど既存公共交通機関の活用と併せて、岐阜県タクシー協会西濃支部（スイトラベル株式会社、岐阜近鉄タクシー株式会社、大垣タクシー株式会社、中部交通株式会社）の協力のもと、観光タクシー事業を推進します。

現在、観光においては自動車が主な移動手段ですが、公共交通機関の活用により、自動車を利用しない観光客層を新たなターゲットとして取り込みます。観光客の層を拡大し、本市の新しい観光のかたちをつくります。



既存公共交通と観光タクシーの活用案

Topic!

公共交通を利用した周遊観光

2017（平成29）年度に本市が実施した観光動態調査の結果によると、本市内の観光に用いられる交通手段は「自動車」がほとんどです。また、観光バスによる来場もありますが、臥龍山行基寺等大型バスでは行けない場所もあります。

本市には養老鉄道養老線、コミュニティバス、デマンド交通等があり、既存の公共交通機関のみを利用した周遊観光も可能です。

2017（平成29）年10月にパンフレット「公共交通で行ける観光施設」を発行し、公共交通機関を活用した観光周遊の促進を進めているところです。



公共交通パンフレット
2017年発行

5. インバウンド観光の推進

■ 現状・概要

現在、全国的に外国人観光客が急増しており、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて更に外国からの来訪が増加することが予想されています。

本市においては、現在、外国人観光客の数はあまり多くありませんが、今後10年間の観光振興を推進するにあたり、外国人観光客を新たなターゲットとして追加することを考えていきます。

しかし、現状として十分なインバウンド対策がされていないため、外国人観光客を受け入れる体制を構築するための対策を考えていく必要があります。

■ 目標像・将来イメージ

日本人が海外旅行をする場合、教会やモスク等宗教的施設は観光スポットのひとつであるように、外国人観光客にとっても寺社仏閣は人気の来訪先となります。

本市においては、例えば千代保稲荷神社の東大鳥居の前に外国人対応を想定した観光案内施設を設置し、実践的な外国人観光客とのやり取りを通じ、施設の評価や問題点を把握し、本市に適したインバウンド対策を検討します。併せてそのための人材育成を進めます。

また、インターネットへのアクセス方法は多様化していますが、外国人観光客の受入れにおいて当面、無料Wi-Fiの設置は必須です。現在、外国人観光客数の把握方法がないため、無料Wi-Fi接続時の実態を把握し、対策の効果検証を行います。



無料 Wi-Fi スポットイメージ

Topic!

外国人留学生と市内観光資源

2017（平成29）年度に国土交通省 木曽川下流河川事務所と海津市の共同企画で外国人留学生を対象に千代保稲荷神社や国営木曽三川公園を訪れる市内観光周遊ツアーを実施しました。その様子から、表示や説明等の表記が日本語のみであっても、ボランティアガイドが丁寧に説明すれば、参加者は内容を十分に理解でき、楽しめたようでした。外国語対応ができるガイドの確保・育成ができればハード面の対策が発展段階である施設でも外国人観光客の受け入れが可能であると言えます。

みかん狩りも楽しまれており、説明さえ伝われば、十分に外国人観光客の誘客を狙える観光資源であると言えます。



ボランティアガイドの案内の様子

■ 実施計画

事業内容	実施計画									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
① 無料Wi-Fiの設置と接続時の履歴による実態把握										
② 言語パンフレットの普及・パンフレット減少数による外国人観光客数の把握										
③ 外国語スキルのある人材の確保・育成、ICTの活用										
④ 多言語サインの構築										

多言語に対応した外国人観光客の受け入れ態勢

インバウンド観光を進めるためには、外国人観光客に対応していく必要があり、市内の飲食店・観光施設の協力が不可欠です。例えば、岐阜県では、簡単な操作で外国語（英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語の4言語）でお店の料理メニューの作成や、指差しでコミュニケーションをとるツールを掲載した多言語メニュー作成支援サイト「EAT 岐阜」を開設しています。

市内飲食店等と連携しながら、外国人観光客の受け入れ態勢を整えます。

外国人観光客に対応するには簡単な操作で、お店のメニューを多言語で作成できます。外国人観光客とのコミュニケーションに役立ち、お店の売上に貢献します。



出典：EAT 岐阜



市内を観光する外国人観光客

6. 津屋川の彼岸花周辺の整備と通年観光化

■ 現状・概要

9月中旬から下旬にかけて津屋川堤防沿いの約3kmにわたり、10万本ほどの彼岸花が彩り、多くの観光客やカメラマンが訪れています。週刊誌の花特集に掲載される等、その景色が評価され年々知名度も上昇してきており、見頃の期間は短いにも関わらず4,000人の来場者があるほどです。

養老鉄道・美濃津屋駅から徒歩で10分という距離にあり、また、見頃の時期は地元団体がお茶を振る舞う等していますが、駐車場までのサイン設置など受け入れ体制の更なる充実が望まれています。

また、東海環状自動車道 海津スマートIC整備予定地に近接するため、周囲の観光資源と合わせて、本市の観光の玄関口として機能することと、通年観光への対応が求められます。

■ 目標像・将来イメージ

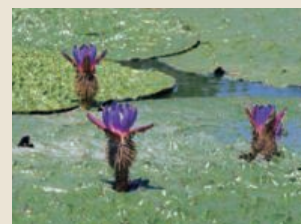
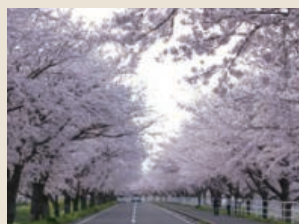
津屋川の彼岸花、南濃梅園とハリヨ¹⁴池、中日本氷糖の氷砂糖資料館等近隣の資源を連携させ、本市の観光拠点のひとつとして一体的に整備を進めます。梅園の梅は現在でもこだわりの梅酒として販売されていますが、生産量日本一を誇る氷砂糖と組み合わせて、工場見学・梅酒作り体験等体験型観光プログラムとして提供するとともに、六次産業化、通年観光化を図ります。

海津スマートICからの案内サインとプロモーション活動を充実し、広域からの誘客を図るとともに、秋の彼岸花、早春の梅と合わせ、桜、ハス、あじさい、紅葉等の旬な観光情報を提供し、本施設を出発地として市内周遊観光を行うための情報発信を行います。

Topic!

四季の花

本市には津屋川の彼岸花だけでなく、平田靱負ロード・平田靱負桜（大樽川堤）や羽根谷だんだん公園の桜、木曽三川公園センターのチューリップやコスモス、アクアワールド水郷パークセンターのハス、月見の森のあじさい等、季節ごとに楽しめる花・自然があります。それぞれの見頃は限られますが、組み合わせることで、花は通年で楽しめる観光資源となります。



¹⁴ ハリヨとは、岐阜県西濃地方と滋賀県東部地方にのみ生息する日本固有亜種の淡水魚で、湧き水のある所だけに生息します。津屋川水系のハリヨ生息地は、平成24年に国の天然記念物に指定されました。

■ 実施計画

事業内容	実施計画									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
① 桜、ハス、紅葉・彼岸花、梅等、季節の観光コースの商品化（ツアー造成）										
② 南濃梅園、ハリヨ池、工場見学等を組み込んだ体験型観光メニュー構築										
③ 梅・みかん・柿・メロンなど果物を活用した特産品の開発										
④ 津屋川周辺の観光サインの整備										



3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
桜 ・平田鞆負 ロード・平 田鞆負桜 (大樽川堤) ・背割り堤 ・羽根谷だ ん公園 ・専通寺(シ ダレザクラ) 等		藤 ・平田公園 ・白山公園 等		カイクウス ・薩摩カイクウス街道	ハス ・アクアワールド水 郷パークセン ター		彼岸花 ・津屋川 堤防		紅葉 ・臥龍山 行基寺 等		梅 ・南濃 梅園
			あじさい ・月見の森				コスモス ・木曽三川公園 センター				
	チューリップ ・木曽三川公園 センター										

花カレンダー

7. 観光振興に関連する企業の誘致

■ 現状・概要

本市の人口は減少傾向にあり、海津市第2次総合計画や海津市創生総合戦略等の上位・関連計画においては、人口減少の抑止策として雇用の場を確保して定住人口を増加させるための企業誘致の必要性が掲げられています。

また、東海環状自動車道 海津スマート IC を整備予定であり、これは誘致を進める際のメリットとして働くものと期待され、企業誘致の取組を進める好機であると言えます。

誘致する業種として、雇用創出・定住促進の面からは本市の主要産業である製造業や物流企業等が想定されますが、それらと併せて観光振興に資する企業の誘致を検討する必要があります。

■ 目標像・将来イメージ

企業誘致において、製造業等とともに観光施策と連携可能な企業を誘致します。具体的には、本市の特性である優良農地を活用し、農産物の高品質・高付加価値化やブランド化を進める農業の六次産業化に関する企業、日帰り観光中心の形態から周遊・滞在型観光への転換を図るための宿泊施設等です。

企業誘致は他都市・他地域との競争であり、企業に選ばれるため、誘致する業種等に適合した優遇制度を検討し実施します。

宿泊施設においては、誘致候補地を決定するとともに、地域性に適合した宿泊スタイルを提供できる施設誘致を検討します。

Topic!

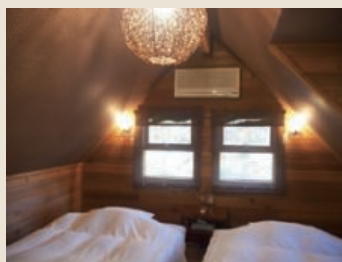
グランピング

観光振興を踏まえた宿泊施設の誘致では、ホテル誘致のほかに、近年、人気を博している「グランピング」が考えられます。

これは、グラマラス（Glamorous＝魅力的な）とキャンピング（Camping＝キャンプ）を組み合わせた造語で、キャンプ道具を持って行ったり、テントを張ったりすることなく、気軽にキャンプを楽しめる新しいスタイルのことです。

施設は、高級ホテル並みの高品質なサービスを提供するタイプから、コテージ、テント泊等キャンプ気分を提供してくれるところまで様々です。

本市の豊かな自然を活用した観光とも相性が良いと言えます。



グランピング イメージ

■ 実施計画

事業内容	実施計画									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
① 観光施策と連携した企業業態の検討										
② 農業の高付加価値化・六次産業化に資する企業の誘致										
③ 宿泊施設を誘致する適地および誘致促進策の検討										
④ 宿泊施設等の誘致活動										

施設誘致検討

趣の異なる資源が海津・南濃・平田エリアに点在



