

峡南歴史・文化ツーリズム構想の概要

1. 構想策定の背景・意義

本県への観光入込客数の動向

- ・H27年度の観光客数は3,146万2千人となったものの、約半数が富士北麓地域に集中する状況は変わっていない。
- ・滞在別では、全体の約72%が日帰りであり、また12月～1月の冬の観光客が依然として少ない。
- ・宿泊数別に見ると、全体の約8割が1泊である。
- ・また、首都圏及び静岡県、長野県からの入込が大半を占めており、中京圏以西からの入込が非常に少ない。

構想の意義

- ・県では、やまなし観光産業活性化計画を策定し、観光産業自体がその魅力、商品力を高め、集客力の向上を図ることにより「稼ぐ力」を高めることとしている。
- ・峡南地域は、日蓮宗総本山である身延山をはじめとする歴史文化資源や、和紙や花火、印章など、本県の主要な伝統産業を有する地域であり、また中京圏からの南の玄関口である。
- ・このため、「歴史・文化」を地域の稼ぐ力と位置付け、官民が連携して誘客を図るための具体的な手法を明示する。
- ・この方向性を5町の関係者が共有し、地域が一体となって新たな観光地づくりを進め、富士北麓地域及び中京圏からの観光客を周遊へと誘導するためのビジョンとして位置付け、広域の取り組みによるスケールメリットの認識を共有する。

2. 観光を取り巻く状況の変化

個性ある地域資源を学び・体験旅行の需要増加

- ・団体旅行から個人・小グループ旅行にシフト。
- ・観光情報の入手も容易になり、個人の好みや興味・関心に合わせた行動が増加。
- ・個人のニーズに合致した個性的な取り組みが必要。
- ・特に欧米人を中心に歴史・文化の体験旅行へのニーズが高い。

3. 本県の観光の現状

- ・観光入込客数調査のアンケートでは、観光の目的では自然を楽しむ、温泉を楽しむ、ショッピングに加えて、名所・旧跡・歴史を楽しむ旅へのニーズが高い。
- ・県内5圏域の観光入込客数では峡南地域の入込が最も少ない。
- ・魅力ある地域にも関わらず発信力が弱いこと、また交通網が脆弱であることなどが考えられる。

4. 峡南地域の観光の現状と課題

観光キャンペーンにおけるアンケート

- ・H28.7.22～23《愛知県岡崎SA 362サンプル》
- ・H28.10.13《JR名古屋駅 51サンプル》
- ・H28.10.14《JR浜松駅 323サンプル》

[結果分析]

- ・地域、年代を問わず温泉での癒しを求める傾向
- ・年代の上昇に応じて歴史文化への関心が高い
- (静岡県男性)
 - ・20代～30代 観光イベントへの関心が高く、次いで温泉、文化体験等となっている。
 - ・40代～50代 温泉やウォーキング、地場産品への関心が高まっている。
 - ・60代以上 歴史探訪への関心が高く、次いで温泉となっている。
- (静岡県女性)
 - ・20代～30代 温泉への関心が高く、次いで地場産品、歴史探訪となっている。
 - ・40代～50代 温泉への関心が高く、次いで自然探訪、歴史探訪となっている。
 - ・60代以上 温泉への関心が高く、次いで歴史探訪、自然探訪となっている。

- (愛知県男性)
 - ・20代～30代 温泉への関心が高く、次いで地場産品、ウォーキングとなっている。
 - ・40代～50代 温泉への関心が高く、次いで歴史探訪、観光イベントとなっている。
 - ・60代以上 温泉への関心が高く、次いで歴史探訪、ウォーキングとなっている。
- (愛知県女性)
 - ・20代～30代 温泉への関心が高く、次いで自然探訪、ウォーキングとなっている。
 - ・40代～50代 温泉への関心が高く、次いで自然探訪、歴史探訪となっている。
 - ・60代以上 温泉への関心が高く、次いで歴史探訪、ウォーキングとなっている。



地域や年代の特性に応じた効果的なPRの検討

静岡県(20代～30代): 若年層の読者率の高いフリーペーパーやHPによる温泉、地場産品、観光イベント情報の発信など

中京圏の旅行者等へのファムトリップにおけるアンケート

- ・平成28.12.7～8 対象4社
- [結果]
 - ・峡南地域は歴史や文化を題材とした「体験」に強みがある。
 - ・情報発信の強化、教育旅行など体験型の旅行へのアプローチが必要。
 - ・町単位では弱いしが5町の連携によって魅力が高まる。

5. 峡南地域の観光の課題

「稼ぐ力」としての観光資源の磨き上げ、有効活用、情報発信の不足

稼ぐ力としての温泉や歴史文化資源の魅力が高く、情報発信力を強化する手段の不足。
地域の観光資源のブランド化・顕在化の不足
 地域が持つ歴史文化、温泉などを地域のブランド化するイメージや全体の意識共有の不足。
インバウンド対応の不足
 インバウンド受入れのための環境整備の不足。

6. 峡南地域が目指すもの

各町の個別のイベントや、身延線沿線観光振興協議会による広域の取り組み、また中部横断自動車道開通を見据えた取り組みも行われてきたが、地域の強みとなる資源を共有し有効に活用する魅力づくりを行う中で、地域の「稼ぐ力」を高めていく必要がある。
 中部横断自動車道開通の際には、新たな人・車の流れはできる反面、通過点となる危険。峡南地域の強みである歴史・文化資源を磨き上げ、また有効活用し、地域への誘客と周遊・滞在を目指す。

歴史・文化や関連資源の連携による新たな観光地づくり
 = 歴史・文化ツーリズム構想を策定
 (構想の期間: H29～H31)

7. 本構想の基本方針

“地域の歴史・文化を核とした観光地づくりによる観光産業の活性化と地域経済の発展を目指す”

8. 峡南地域各町の稼ぐ力

- ・5町が持つ「稼ぐ力」としての観光資源を洗い出し、顕在化するとともに地域全体で共有

9. 峡南地域共通の「稼ぐ力」

“歴史探訪” 身延山久遠寺など史跡や文化財にストーリーや体系を見出し、地域全体の魅力として発信 歴史文化を体験する旅への人気に訴求し「稼ぐ力」とする。
“観光イベント” 神明の花火や南部の火祭り、鯉沢の落語や市川三郷町の歌舞伎などの祭りや伝統文化、和紙や印章、親などの体験をアピールし「稼ぐ力」とする。
“地場産品” 大塚にんじんやあけぼの大豆、ゆば、ゆず、たけのこ、お茶など地域農産物の宿泊施設等での活用、新たな地場産品の創出により「稼ぐ力」とする。
“温泉・宿泊” 身延山周辺の宿坊や下部温泉、西山温泉などの宿泊施設や温泉、農家民泊など、ニーズに応じた滞在メニューの提供を通じて「稼ぐ力」とする。
“健康・趣味” 桜の名所、身延山久遠寺や大法師公園、大柳川渓谷や福土川渓谷、ダイヤモンド富士などの景観と健康づくりを連携させ「稼ぐ力」とする。

現行

峡南地域歴史・文化ツーリズム振興会議
【構成員】
 山梨県(観光部、県民生活部、森林環境部、農政部)
 峡南5町(市川三郷町、富士川町、早川町、身延町、南部町)
J R 東海(静岡支社、身延駅)

連携

中部横断道活性化ビジョン

10. 構想実現の方策・体制

推進体制

行政: 広域周遊の仕組みづくり、関係者間の連絡調整
 観光事業者: 地元食材の活用、おもてなしの推進
 宿泊事業者: 地元食材の活用、地域情報の発信
 身延山等: 体験・文化メニューの構築、インバウンド対応
 観光協会等: 歴史・文化イベント実施、おもてなしの研修
 旅行者: 歴史文化を体験できる着地型旅行商品の造成
 大学生等: 若者による地域の魅力再発見、情報発信
 富士川観光センター: 広域の情報発信、地域イベントの実施

連携

中部横断道活性化ビジョン

11. 構想推進の柱

身延山を中心とした誘客の取り組み

- ・身延山でのコンサート、ツアーなど
- 歴史・文化・自然体験メニューの充実**
 - ・歴史や文化を体験できるイベント・メニューの構築
 - ・市川三郷町や身延町の和紙や印章など伝統的な「ものづくり」文化をPRするイベントや、森林体験と温泉など地域の魅力を体感できる仕組みの構築など
- 中部横断自動車道開通を契機とした取り組み**
 - ・NEXCOやJR、地域の官民が連携し、歴史・文化を中心とした関連イベント、各町におけるイベントを実施
- 情報発信の強化**
 - ・ホームページやSNSの充実・強化
 - ・中京圏・関西圏へのキャンペーンの強化
- インバウンドを含めたおもてなしの体制整備**
 - ・地域限定特例通訳案内士や学生ガイドの活用
 - ・他言語表記の案内(パンフレット等)の充実

12. 具体的な取り組み(例)



【学ぶ】

(地域の歴史・文化を知るためのセミナー等の実施など)



【歩く】

(地域ならではの神社仏閣などの歴史・文化資源を巡る広域のウォークイベントなど)



【食べる】

(宿坊や宿泊施設、飲食店で地域の食材を使った料理を堪能)



【感じる】

(身延山を活用したコンサートの開催、林業体験と温泉で地域を深く知るツアーなど)



【見る】

(ダイヤモンド富士など地域ならではの自然景観を楽しむなど)

統一テーマ:「癒し」の提供

13. 「稼ぐ場」づくり

宿泊

- 【温泉】**
 - ・短期から長期までニーズに応じた様々な滞在・湯治メニューの提供
- 【宿坊】**
 - ・伝統体験や地元食材による食の提供
- 【農家民泊】**
 - ・田舎体験、農業体験と宿泊の提供
- 【グランピング、車中泊】**
 - ・新たな宿泊形態の導入
- 道の駅、直売所**
 - ・中部横断自動車道開通を見据えた販売強化、体験イベントの実施
- 飲食店**
 - ・地元食材を使ったメニューの充実

14. 受入環境整備・情報発信強化

【情報発信】

- ・地域の情報発信拠点の整備検討
- ・地域や年代に応じた情報発信媒体の活用
- ・広域で統一的な情報発信を可能とするHPの充実強化
- ・キャンペーンの強化
- 【受入環境整備】**
 - ・宿泊施設におけるおもてなしの充実
 - ・インバウンド対応の充実
 - ・歴史・文化を案内できる人材の育成
 - ・移動手段(交通インフラ)の充実
 - ・地域の観光を一元的に推進する体制及び拠点づくり
 - ・観光客が安心・快適に周遊するための観光案内機能や荷物預かりなどのサービスの充実