

第4章 観光振興の基本的な考え

観光基本計画のあり方と意義を示します。これにより観光基本計画の必要性と具体的なあり方への理解を促します。また、宇陀市のビジョンと基準を定めることで、観光戦略の具体的な施策を立てることができます。

4.1 観光振興の必要性

本市の観光計画の基本的な考えを示します。本市は、観光地としての認知度は高いとは言えません。しかしながら、観光材になりうる地域資源を多く保有しています。これらを活かすことで、観光地としてのポテンシャルを向上させ、市内経済の好循環を生み出すことで魅力あるまちとして、市内外に発信することを目指します。

4.1.1 観光基本計画の目的

本市は市町村合併により新しく作られた名前でもあるため、まだまだ旧4町村（榛原町、大宇陀町、菟田野町、室生村）の名前の方が市内外でより多く知れ渡っています。新しく誕生した本市のPRにこれまでもさまざまな事業等が行われてきましたが、「宇陀市観光基本計画」を策定し、以下の7つの事柄を推進することで本市の観光力や認知度の向上を図り、本市への観光を促します。

4.1.2 交流人口を増やし、持続的発展を目指すまちづくり

光を観る＝観光と言われるように、本市が持続的且つ多角的な“光”を見出し、発信し続けることで市内外から大きく注目され、観光事業のインセンティブによる交流人口の増加、これによる定住人口の促進、人口流出の防止、及び本市経済発展を目指します。

4.1.3 観光おもてなし力の増強によるシビックプライドの増強

多くの地域に見られる人口流出（特に若者世代）を踏まえて、交流人口や定住人口の増加を図り、雇用の安定の促進による地域の活性化を図る。

本市の誇れる産業、文化資源や歴史資源、自然環境を観光者に周知するだけでなく、学校教育・社会教育等を通じた郷土教育の充実を図り、市民に対してもその魅力を積極的に啓発していく。

(1-4) 宇陀市既存の観光材の掘り起こしと増強

室生寺に代表される既存観光材の再PRやその他本市に潜在する多くの観光材を発掘、再生することにより新しいコンテンツとして観光材を創造します。

滞在型、周遊型、体験型コンテンツに組み込んでいく事であらたな魅力をPRします。

4.1.5 ニューモデル、ニューツーリズムの創出

- ・スポーツツーリズム（還暦野球推進事業、インカレ大学軟式野球誘致事業）、自転車のまちづくり推進事業、大和高原スポーツツーリズム推進事業（ハイキング、ウォーキング、登山等）
- ・インバウンド推進事業
- ・民泊関連事業
- ・ニューツーリズム観光（産業観光、エコツーリズム、ヘルスツーリズム、グリーンツーリズム）
- ・文化観光 本市の歴史的な文化財を活用した観光（松山地区での観光戦略等）

4.1.6 ロゴマークなどの作成による観光ブランドイメージ戦略

本市の観光振興を対外的に知らしめ、認知度を高める必要があります。それには、観光材のアピールが欠かせません。

4.1.7 データと根拠に基づく事業展開

本市の観光振興は多様な観光材によっていることから、それぞれの観光材の進捗管理や PDCA（Plan：計画→ Do：実行→ Check：評価→ Act：改善）を行うことの難しさがあります。しかしながら、一つひとつの観光材を効果的に利用するためには、観光材の利用目的や存在意義を明確にし、可能な限りその観光材としての価値を数値で評価し、再計画に反映させなくてはなりません。数値的な評価を適切に行うためには、観光振興の計画段階で、ターゲットや目標値を設定することが大切です。しかしながら、今後の観光材の評価は可能な限り数値的評価だけでなく、数値だけでは評価できない観光材の意義、将来性についても評価対象とします。なぜならこれから育てるべき観光材については数値的効果のみを重視するのではなく、多面的な観光価値を考慮して効果がえられるよう戦略を組み立てる必要があるからです。

4.2 観光の将来ビジョン

本市の将来ビジョンを示します。本市の新たな観光材の開発とその目標地点を示すことで、今後の本市の観光振興に関するイメージを明確にします。本市の観光ブランドを創造するためのビジョンを示し、それに向かう一つひとつの観光施策を打つことにより、本市の観光振興をより活発にすることができるよう。

4.2.1 観光基本計画の位置づけ

本観光基本計画は国の「観光立国推進基本計画」「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」、奈良県の「21世紀の観光戦略」「記紀・万葉プロジェクト基本構想」、また、本市の「宇陀市総合計画」「宇陀市まちひとしごと創生総合戦略」を上位計画として整合性を図ります。さらに、各関係機関との連携を保ちながら本市の観光戦略を創ります。そのためには、本市の将来ビジョンを持つ必要があります。本市の魅力を発信することで、本市の風土が育む資源への郷土愛（シビックプライド）を醸成することを基本計画の旨とします。

4.2.2 将来ビジョンと基準

本市の将来ビジョンを明確にすることで、本市全体での観光振興の方向性を統一することができます。これにより、観光振興に取り組む者は、観光材の企画、開発段階で、これに沿った具体的な方法を組み立てることが可能となり、方向性を定めやすくなります。また、評価基準を定めることで支援する観光材の選定も明確となり、透明性（*）のある観光振興となるでしょう。

本市の将来ビジョンでは、「かぎろひの印象を強く根付かせ、美しい資源と秀でた個性を持つ観光まちづくり」をかかげています。これを本市の観光材の統一した価値基準として掲げ、観光振興に活かすことで観光圏の経済活動を促し、市民の生活に貢献することを目指します。

また、本観光基本計画を通して「宇陀市民が自らの観光材を誇ることができる。市民生活の中に観光材が根付く観光圏ブランド」として、本市民が誇りを持って観光振興に関わることを本市の観光振興の将来ビジョンの基準とします。

位置づけ

日本

- ・「観光立国推進基本計画」
- ・日本版 DMO「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」観光庁

奈良県

- ・「21 世紀の観光戦略」
- ・「記紀・万葉プロジェクト基本構想」

宇陀市

- ・宇陀市総合計画
- ・宇陀市まちひとしごと創生総合戦略

宇陀市
観光基本計画

将来ビジョン

「かぎろひの印象を強く根付かせ、美しい資源と秀でた個性を持つ観光まちづくり」をかかげ、観光材として有効に活用すること。これにより観光圏の経済活動を促し、市民の生活に貢献することを目指す。

「宇陀市民が自らの観光材を誇ることができる。市民生活の中に観光材が根付く観光圏ブランド」を確立する。

4.3 観光基本計画の意義とあり方

本市の観光基本計画の意義とあり方を示します。観光基本計画は、本市の将来ビジョンへの道筋を示す役割があり、目的とする観光振興へのステップを示します。これは、本市で行われるそれぞれの観光施策の向かう先を統一化させ、それぞれの魅力を集約し、より魅力的な観光振興へと導くことができるでしょう。

4.3.1 観光基本計画を掲げる意義

本市は、これまで観光地として認知度が高いとは言い難く、市民の側からみた本市の観光のポジションについても同様です。今までの本市の観光振興は個々で取り組む程度に止まっており、観光関連産業や観光材の連携が乏しく、相互協力のもと観光価値を高めることができず単発での観光振興に止まっていました。これでは、プロモーションに力を入れることすら困難となり、観光振興の基本である認知度を高める取り組みさえもままなりません。本市には大変豊かな観光材が備わっていることからこれを最大限に活かす必要があり、統一された観光計画のもと観光振興に取り組みながら、それぞれの観光材の価値を高めることで、本市の観光ブランディングの強化を図ります。市民が本市への誇りを持ち、魅力あるまちとして活性化する可能性を生み出すでしょう。

4.3.2 観光基本計画のあり方

本市では、「宇陀市まちひとしごと創生総合戦略」にもある「四季の風薫る健幸で魅力あるまちづくりを目指して」をキャッチフレーズとしており、これを理想としたまちづくりが進められてきました。観光振興を進めるにあたってこれを踏まえ、基本計画を組み立て、下記の3つを大きな柱とします。また、この基本計画を支える4つの基本的枠組みを示します。

<3つ基本計画の柱>

①奈良県東部地域の中心的観光振興の確立

本市は近鉄大阪線により、京都・大阪方面や名古屋・伊勢方面と結ばれており、また、大阪方面から本市への自動車によるアクセスについては、最寄りのICである名阪国道針ICと大阪・松原JCT（西名阪自動車道）とが約1時間で結ばれる距離にあります。また、奈良県の北東部に位置し、北は奈良市、山添村、

西は桜井市、南は吉野町、東吉野村、東は曾爾村、三重県名張市に接しています。この地理的状況と交通アクセスをフルに活用し、本市から近隣地域を結ぶことにより、広域の観光振興を結ぶハブ（*）的な役割を担いつつ、近隣地域との観光連携を確立させることを目標とします。これにより本市の魅力発信、観光施策の充実はもとより地域連携による観光訴求力の強化を図ります。今後、本市の観光の活性化を促す地域連携を行い（地域DMOの設置等）、より広域での魅力発信をするなど視野を大きくした観光振興を基本とし、世界中からの誘客を目指します。

②定住振興施策と交流人口

本市の定住振興と交流人口増加施策の積極的な取り組みを踏まえ、観光振興による地域経済の活性化と移住の定着を目指します。地域経済の活性化は、雇用の創出及び安定化は言うまでもなく、起業も誘発する可能性を有しています。地域経済の隆盛は、市内の雇用を安定化だけでなく起業や雇用の創出を促進します。このように観光振興の強化による人口増加を目指した施策を計画的に実行し、いままでにない観光振興による他地域との施策の差別化を図ります。

③市民が支える観光振興によるまちづくりの実現

本市の総人口は、平成7年までは4万人台前半で推移していたものの、平成12年には4万人台を割り込み、平成27年現在は31,516人と減少傾向が続いています。これらは全国的な傾向ではありますが、本市においてはその減少を緩やかにするために、IターンやUターンのような定住促進を視野に入れる施策が必要と考えられます。そのためには、市民自らの郷土愛が大切です。

市民に、愛されるまちづくりを実現するためにも、観光振興による効果を改めて、市民に認識をしてもらうことが重要です。したがって、新たな観光振興の施策に対して市民の理解が得られるように取り組むとともに、新たな観光振興施策によって、地域の観光材に新しい価値を生み出すことができるよう図ります。これらの継続的な取り組みにより、市民一人ひとりが本市への郷土愛（シビックプライド）を育み、誇りを持って生活ができる観光まちづくりを目指します。

そのためには本市が誇る観光材の見直し、掘り起こし、新規創造に力を入れ観光の活性化を図ることが重要です。

4.3.3 基本計画を構成する4つの枠組み

基本計画を構成する4つの枠組みを示します。これにより、具体的な行動指針が示されます。

(枠組み1)として、「適切な観光材の把握と観光価値の創出」を掲げ、そのためには、温故知新の観光材の発掘、市内外関係者との協働による観光開発、観光ブランドの確立を目指す必要があります。

(枠組み2)として、本市の魅力を感じる回遊ルート設定、ストーリー性のある回遊ルート設定、交通網・案内板・案内媒体の適切な設置を目指す必要があります。

(枠組み3)として、「観光ブランドが根付き、市民が自信を持って大切にできる観光振興」を掲げ、観光材の魅力創出を自ら確立する仕組み、開発した観光材を支援するための仕組み、もてなす心の育成とその実践によるアイデンティティの醸成を目指す必要があります。

(枠組み4)として、「宇陀市の次の世代の子供達が愛することのできる観光まちづくり」を掲げ、本市の子供達のワクワクできる魅力の創出、本市の子供達の学びの場所の創出、子供達の心に残る観光振興を目指す必要があります。

これらの4つの枠組みを具体的な観光施策に含めて、展開することで2つの大きな柱である基本計画に沿った観光促進が成り立つでしょう。

枠組み1 適切な観光材の把握と観光価値の創出

- 温故知新の観光材の発掘
- 市内外関係者との協働による観光開発

枠組み2 資観光材の回遊性と経済性を考えた効果的な観光圏

- 地域の魅力を感じる回遊ルート設定
- ストーリー性のある回遊ルート設定

枠組み3 観光ブランドが根付き、市民が自信を持って大切にできる観光振興

- 観光材の魅力創出を自ら確立する仕組み
- 開発した観光材を支援するための仕組み

枠組み4 宇陀市の次の世代の子供達が愛することのできる観光まちづくり

- 地域の子供達のワクワクできる魅力の創出
- 地域の子供達の学びの場所の創出

図表 基本計画を構成する4つの枠組み

4.3.4 主な取り組みの手順

ここでは、実際に観光振興に関わるプロジェクトを作る際の手順を示します。あくまで事例であり、観光事業に関わる人々によって、多少の変更はあるでしょう。

商品達成では、旅行商品の開発、具体的な商品の内容、観光認証制度、観光案内表示が必要です。これは、本市観光基本計画に沿った観光材の統一されたイメージの打ち出しにより、市内外に本市の観光ブランドを強く印象付けます。この地道なブランディングの積み重ねにより本市の観光イメージを作ることが大切です。

品質管理では、クオリティマーク、認定グルメマーク、良質認定マークなどの観光材の品質を保証することが求められます。本市の観光ブランドに必要な統一されたブランドイメージをまとめるルール設定とそれを保証する認定マークの促進を行い、観光材の信頼と価値を向上させることが重要です。

プロモーションでは、今後つくっていく広報媒体の活用、現在の広報媒体の展開と連携母体を増やし拡大すること、SNS 等による情報発信と運用を担う人材の育成が大変重要です。広報媒体の関連図を作成し、経費と効果などを具体的に取りまとめて、作られた観光材が適切に人々に届くよう戦略を立てる必要があります。また、新たな広報媒体である IT ツールや SNS などで広報をするときは、それに特化した人材の育成が大変重要です。

その他の取り組みでは、観光地域づくり人材研究、戦略会議・まちづくり観光チーム育成、地元資源調査、人材育成・企業マッチングなど観光材の開発や運用、管理を担う母体の育成が必要です。観光振興に取り組むことのできる人材や母体を育成し、それらの活動が成長するよう本市が支援します。そのためのワークショップや企画案の開発支援を行い、それぞれの観光プロジェクトにマイルストーンを定めマネジメント能力をつけることで自活力を育てます。

