

設楽町観光まちづくり基本計画

アクションプラン

平成 30 年 3 月

設楽町

目次

第1章 はじめに	1
1. 策定の目的.....	1
2. 位置づけ.....	1
3. 計画期間.....	1
第2章 アクションプランの方向性	2
1. 設楽町がめざす観光とは？(設楽町観光まちづくり基本計画より).....	2
2. アクションプラン策定にあたってのこだわり.....	3
3. アクションプランを進めるにあたって.....	4
第3章 取り組みの内容	5
アクションプランにおける取り組みの体系図.....	5
アクション1:住民が興す	6
アクションプラン1「シタラブランド誕生大作戦」.....	6
アクションプラン2「設楽町の魅力、暮らしを伝えたい！」.....	8
アクションプラン3「きもちの良い森づくり」.....	10
アクションプラン4「Let's 民泊」.....	11
アクションプラン5「設楽で遊ぶ人 この指と～まれ☆」.....	12
アクションプラン6「クリエイティブキャンプ」.....	13
アクションプラン7「田口線50年を記念するプロジェクト」.....	14
アクション2:地域が興す	15
「地域観光～地域まるごとで誘う～」.....	15
◆地域のアクション 今、これから	17
アクション3:まちが興す.....	21
「きららの森整備事業～ひとと自然が誘う～」.....	21
「道の駅清嶺(仮称)ならびに歴史民俗資料館(仮称)の整備 ～ひととくらしが誘う～」.....	22
「設楽ダム～インパクトが誘う～」.....	23
第4章 観光まちづくりの推進方策	24
1. 観光まちづくり推進体制の構築.....	24
2. マーケティングの体制づくり	26
(1) マーケティングの専門部署あるいは専門担当者の専門人材の設置	26
(2) 各種データ等の継続的な収集・分析の実施、データに基づく施策の決定	26
(3) マーケットとターゲット設定	26
3. アクションプランの実践の継続.....	28

4. 進行管理と成果検証	30
(1) KPI の設定	30
(2) PDCA サイクルによる成果検証.....	30

第5章 今後の課題の整理 **32**

(1) 推進組織について.....	32
(2) マーケティングについて.....	32
(3) 各アクションプランの進め方について.....	32
(4) ブランドビルディング.....	33
(5) 戦略的な広報・PRの実施.....	33
(6) 商品・サービスの充実.....	33
(7) 安定的な運営・活動資金の確保.....	33

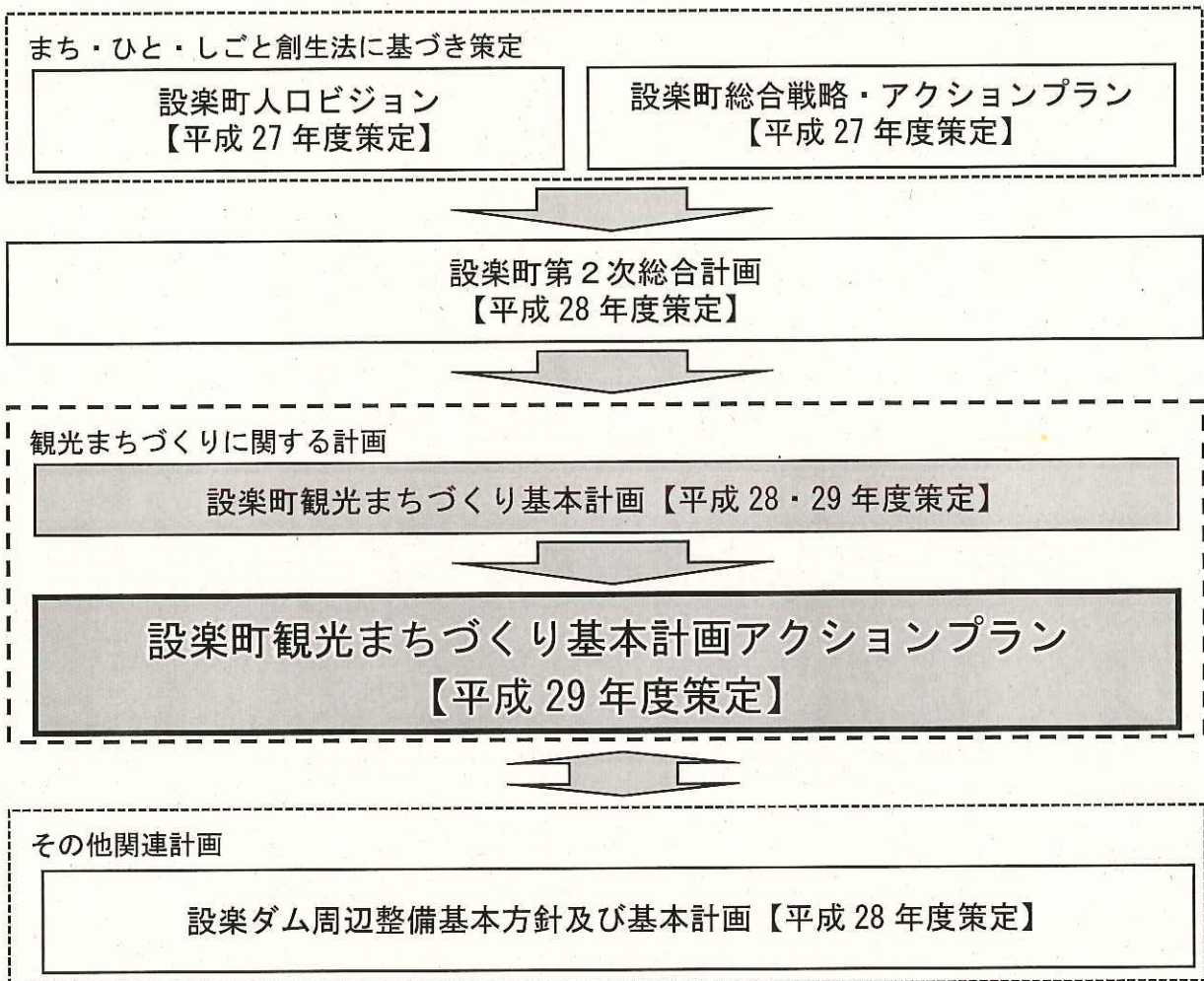
参考資料 ワーキンググループ開催記録（抜粋） **34**

第1章 はじめに

1. 策定の目的

設楽町観光まちづくり基本計画アクションプランは、設楽町まち・ひと・しごと創生総合戦略及び平成28年度に策定した設楽町観光まちづくり基本計画を踏まえ、本町の持続的な観光まちづくりの実現に向けて、地域住民や事業者等の主体的な参画のもと、取り組むべき重点施策の具体的な内容を整理して、プランとしてとりまとめることを目的としています。

2. 位置づけ



3. 計画期間

本プランの計画期間は概ね5年間（平成30年度～平成34年度）とします。

なお、本プランに位置づける各プランは進捗状況に合わせ適宜見直しを実施します。

第2章 アクションプランの方向性

1. 設楽町がめざす観光とは？(設楽町観光まちづくり基本計画より)

■目指す姿

- ①観光を「手段」として使うことによって、設楽町の魅力を守り、楽しく豊かな生活を育んでいく「観光まちづくり」の考え方を中心に据えます。
- ②観光がもたらす多様な力を活用することで、経済（産業）、地域コミュニティ（人々のつながり）、環境（自然環境と生活環境）のバランスが取れた「持続可能なコミュニティ」づくりを行います。
- ③山里に育まれてきた設楽町独自のライフスタイルを大切にした「志高い観光」、「質の高い観光」を実践していきます。

■目指す姿を実現するために守るべき基本方針

- ①多様な体験・交流機会を創出します
- ②民間主導の観光振興を行います
- ③経済効果をきちんと発生させる観光を実践します
- ④ブランド力がある付加価値の高い観光を目指します

■基本方針に基づき、対応すべき設楽町における課題

- ①設楽町ならではの資源の活用とブランド力の向上
- ②町内で滞留できる魅力づくり
- ③観光関連ビジネスの振興
- ④人材の育成確保
- ⑤情報発信の充実
- ⑥観光推進組織の確立

■行政の役割

- ①住民が参加できる場づくり
- ②交流拠点を含むインフラストラクチャーの整備
- ③人材育成支援（設楽町の多様な魅力を紹介できるガイドの育成、マーケティングの専門知識をもった人材の育成）
- ④ビジネス支援、創業支援、移住定住支援
- ⑤観光まちづくり組織への支援

2. アクションプラン策定にあたってのこだわり

「みんなで考え、みんなでまずやってみる」

これからの観光まちづくりの主体となる地域住民がアクションプランを提案し、一部プランについては策定までの期間内に試行的に取り組みを進めてきました。

観光に関する取り組みを推進するひとづくり・組織づくりに繋げることを念頭に置きつつ、地域住民が設楽町を盛り上げるために検討したものを、すぐに実行に移すというスピード感のある取り組みに努めてきました。

「地域住民が主体的に動き、行政がサポートする体制をつくる」

試行的に取り組みを進めるにあたっては、地域住民と行政が密に連携し、取り組みの動きを止めることのないよう協働の体制を構築するよう留意しました。

本プラン策定後は、いかに継続的に多くの方々を巻き込みながら取り組みを進められるかが重要であり、次年度以降の取り組みにあたっては地域住民と行政のそれぞれの「できること」を共有しながら円滑に取り組みが進むようなサポートを進めていきます。

「取り組みの内容・思いを伝える」

本プランは地域住民が考え、取り組んだ内容、想いをより多く盛り込んだ計画書となっています。

現在取り組みに参加している地域住民、今後参加する地域住民、行政、そのほか設楽町での観光まちづくりに関心を持った方々が、今後の取り組む内容を共有できるような地域の動きがわかる計画書づくりに努めました。

3. アクションプランを進めるにあたって

本プランに記載する取り組みは、これまでの観光に関する取り組みとは考え方を変えて進めていく必要があります。単に観光客を増やすことを目的とするのではなく、設楽町が持つ資源の付加価値を高め、本当に設楽町の魅力を感じた人との関わりを長く、深く持ち続けながら、観光を手段にまちを豊かにすることを目的としています。そのためにも以下を項目に留意し、本プランに位置づけた取り組みを進めていきます。

観光をまちづくりへ繋げるという視点を持つ

設楽町の観光では、観光関連事業者のみが潤う「観光のためのまちづくり」ではなく、そこに住む人々の生活が潤い、設楽に住むことに誇りを持つような「まちづくりのための観光」という視点から事業を展開することを重要視しています。

本プランで位置づける取り組みには、その視点を持ちながら内容を精査することはもちろん、今後新たな取り組みを検討する上でも、方向性を見失わないように留意することが重要です。

一緒に取り組む仲間の輪を広げる

平成29年度のアクションプランワーキンググループにより、住民主体の取り組みがいくつも生まれ、それぞれ特徴のある素晴らしい動きが町内で育ち始めています。

これらに加え、町内には地域に根ざした既存の活動をはじめ、一般社団法人設楽町公共施設管理協会が実施している事業や個々の民間事業者による活動、町外との広域的な取り組みなどとの連携により、現段階の参加しているメンバーのみに留まらず、広く取り組みの情報発信をしながら、同じ志を持つ仲間を増やしていくことが重要です。

設楽町ならではの魅力を伝える

他地域の取り組みの模倣や他地域での取り組みの誘致をしているだけでは、設楽を訪れる人々に本当の魅力は伝わらず、また、意欲的に取り組む仲間も増えていきません。

設楽町にしかない魅力とは何かを考え、ないものねだりをするのではなく、今ある資源を見つめ直し、磨き上げていくことが重要です。

最終的には経済効果をきちんと出す

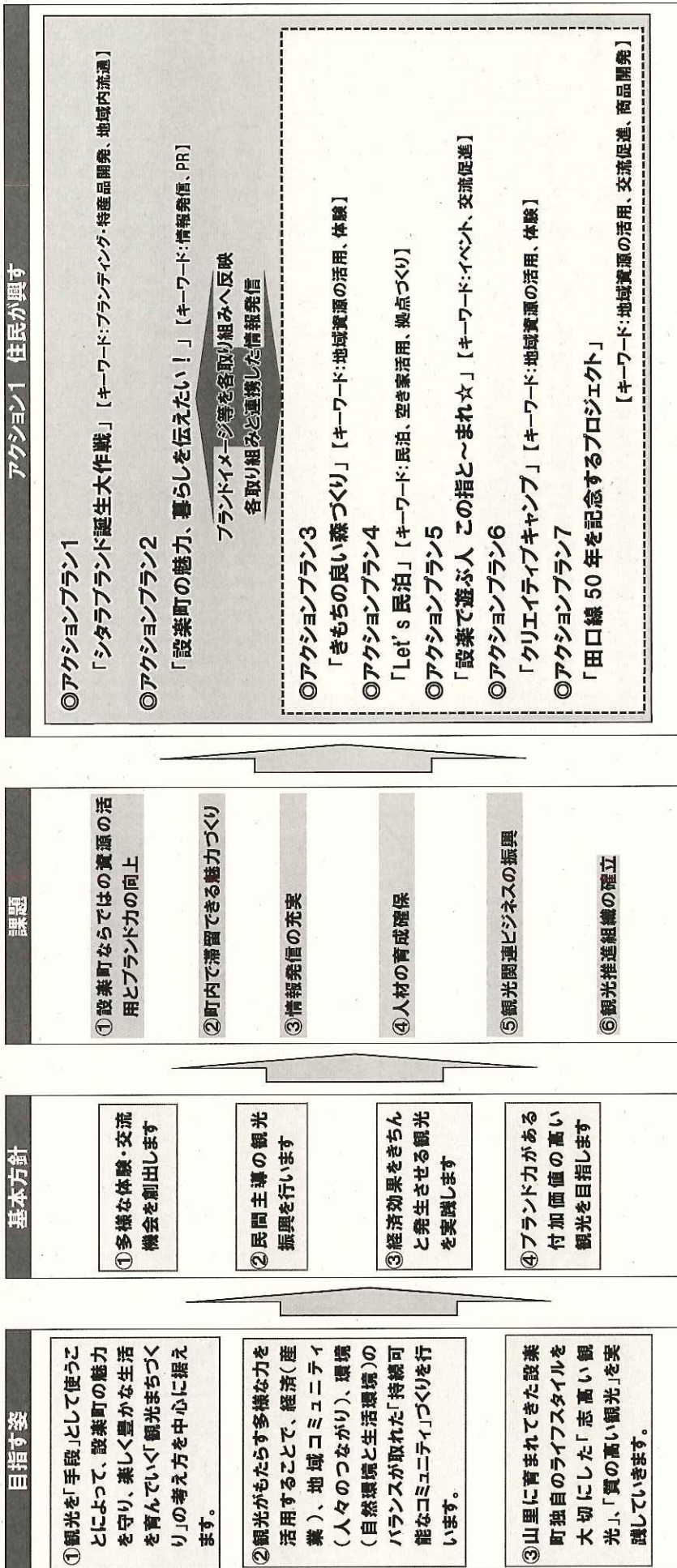
観光まちづくりの成果・効果として、最終的にきちんと経済効果を出すことにつながるよう努める必要があります。

ただし、直接的な経済効果にはつながらないアクションでも重要なものがあります。また、まずアクションを起こすことが重要で、アクションには多くの失敗があるのは当然だということ、長い時間をかけて初めて効果が現れてくるようなアクションもあることを同時に認識して進める必要があります。

第3章 取り組みの内容

アクションプランにおける取り組みの体系図

具体的な取り組み内容のアイデア出し・検討のため、ワーキンググループの全体会としてワークショップを2回実施し、提案された事業についてグループに分かれ試行的に取り組みを行いました。ワークショップから出された提案の試行的な取り組みを踏まえ、今後取り組むアクションプランを以下に定めます。



アクション2 地域が興す

「地域観光～地域まるごと誘(いざな)う～」

アクション3 まちが興す

「きらの森整備事業～ひとと自然が誘(いざな)う～」
 「道の駅清嶺(仮称)ならびに歴史民俗資料館(仮称)の整備～ひととくらしが誘(いざな)う～」
 「設楽ダム～インパクトが誘(いざな)う～」

アクション1:住民が興す

住民主導でトライ！したらの魅力を高めます！！

アクションプラン1「シタラブランド誕生大作戦」

設楽町のブランディングを行い、アクションプラン全体の方向性を定める取り組みです。

■キーワード

ブランディング・特産品開発・地域内流通



■ねらい、想い

設楽町での暮らしをブランド化し、日本や世界中にも知られる設楽町にしたい。

■主な具体的な取り組み

- ・ブランディング戦略の作成
- ・設楽のブランディングに向けたイメージ統一
 - 例：【ブランド名：「シタライフ」】
 - 【キャッチコピー：「はじまりのまち したら」】
 - 【ブランドカラー：森林をイメージする新緑、もえぎ色】 など
- ・ブランドに沿った商品開発、販売
 - 例：ミニハウス 持ち運びできる家「COHACO」

■ブランディングのイメージ



■ 「シタライフ」ブランドに沿った商品化のイメージ

■ 持ち運びできる「家」

ミニハウス COHAKO [コハコ] 特徴

- 1) 2,3mx3,6m 約5帖 建築確認不要 場所さえあればどこでもOK!
- 2) 構造材は100%間伐材でOK!
★地域の活用
- 3) 完成品をトラックで運搬、現場は設案で地元の大工が組み立て
★地域の雇用促進
- 4) 設案のランドマークにもなる
★地域のブランディング
- 5) バリエーションを変えればさまざまな使い方ができる
ミニショップ、コテージ (グランピング) ミニホテル、
個人利用 (隠れ家、書斎、瞑想ルーム等々)



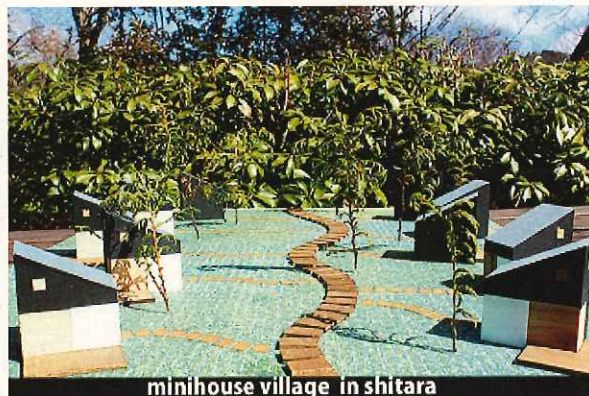
shitalife minihouse

持ち運びできる「家」



shitalife minihouse

持ち運びできる「家」



minihouse village in shitara

アクションプラン2 「設楽町の魅力、暮らしを伝えたい！」

他プランの取り組みの情報や設楽町での暮らしの魅力など、住んでいるからこそわかる情報を発信する取り組みです。

■キーワード

情報発信、PR



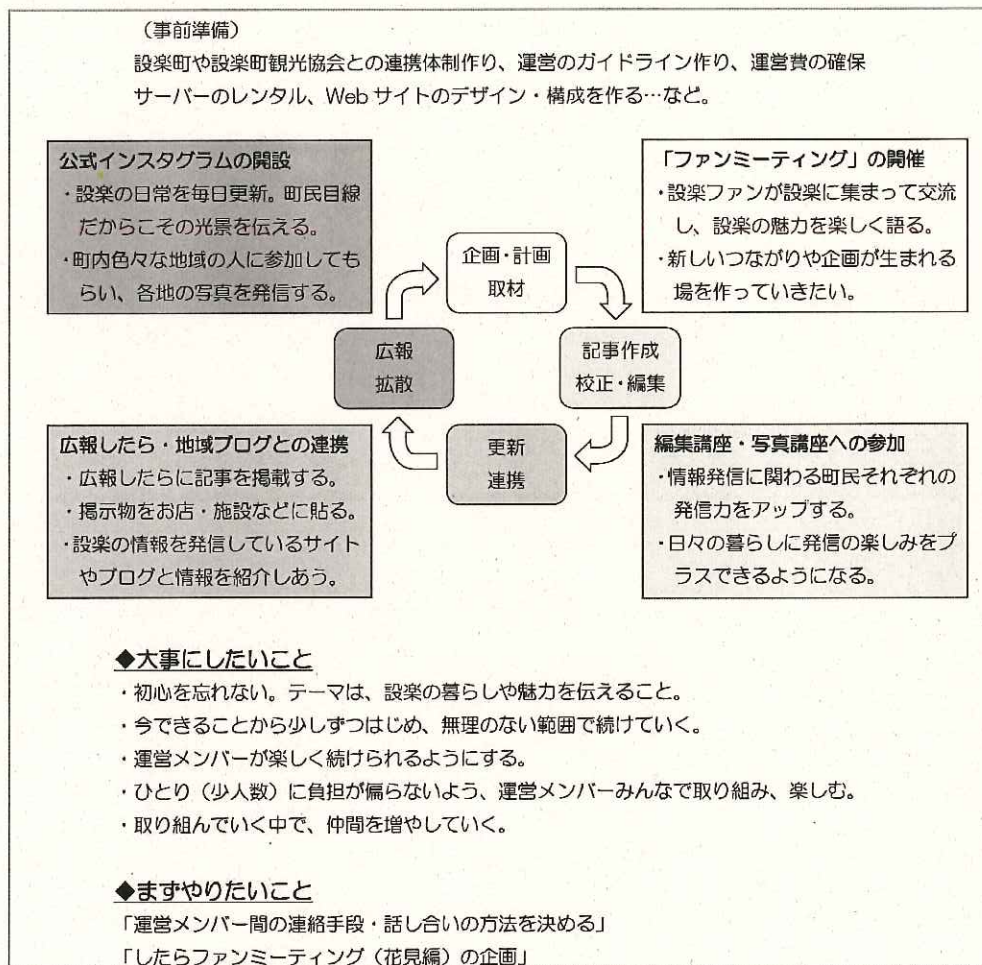
■ねらい・想い

設楽町の魅力を発信することで「設楽っていいなあ！行ってみたいなあ」「設楽に住んでよかったなあ」と感じてもらいたい。

■具体的な取り組み

- ・情報を発信する Web サイトの運営
- ・Web サイトを元にした掲示物での広報

■サイト運営の展望



■記事イメージ

情報発信グループ 記事サンプル

田峯・地域のお母さんたちと一緒に「手前みそ」作り

みその材料は、大豆、塩、こうじです。

こうじの種類や割合を変えることで、できるみその種類が変わります。

今回作るのは「白みそ」です。理由はずばり、熟成期間が短いから！

熟成させたみそも食べたいけれど、早く手前みそが食べたい！ ということで

6ヶ月くらい寝かせれば食べ始められる、白みそを選びました。



(3日間かけてたっぷり水を吸わせた大豆。まだゆでていないのに、おいしそう…。)

みそ作りはまず、大豆の下ごしらえから始まります。

水を替えながら大豆を水に浸すこと、なんと3日。

まん丸の大豆が元の形にふくらみ、水をたっぷり含んでツヤツヤになりました。

その大豆を、大きな圧力鍋で蒸しあげます。

アクションプラン3 「きもちの良い森づくり」

設楽町の森を守るだけでなく活用し、様々な体験として提供する取り組みです。

■キーワード

地域資源の活用、体験



■ねらい、想い

他地域でも森づくりをしている中、設楽町ならではの取り組みを進めて差別化をしたい。

■主な具体的な取り組み

- ・森づくり体験ツアー、散策
- ・森の中での音楽鑑賞
- ・自然学習の森、千年の森等の整備
- ・希少植物の保護活動等の支援

■体験のイメージ（これまでの取り組みより）

- ・「自然学習の森の整備しよう」



- ・「塩津マルバノキを保護しよう」



- ・「子どもたちの森づくりの応援、千年の森の植林活動」



アクションプラン4「Let's 民泊」

民泊の運営と情報提供、活動拠点としての活用など行う取り組みです。

■キーワード

民泊、空き家活用、拠点づくり



■ねらい、想い

- ・民泊の立ち上げを実践していく。外国人観光客・当地の自然や観光資源・民俗芸能等に興味のある旅行者に宿や食事、ガイドなどのサービスを提供する民泊を目指す。
- ・設楽町で観光業や独自のビジネスを立ち上げようとする人々に活動拠点を提供する。
- ・民泊の立ち上げを実践していく中で得たノウハウを文書にまとめ、後に続こうとする人々に資料として残す。
- ・宿泊を伴った観光を発展させ、複数の民泊が連携を取り、旅行者の受け渡しができるような体制を作る。

■主な具体的な取り組み

- ・民泊の開業、運営
- ・グループの打ち合わせなどの活動拠点としての活用
- ・アクションプラン2「設楽町の魅力、暮らしを伝えたい！」との連携した情報発信

■民泊に関する情報発信のイメージ



アクションプラン5 「設楽で遊ぶ人 この指と～まれ☆」

イベントの実施や他の取り組み、既存イベントのサポートを行いながら、町民自身が楽しみ、つながりをつくる取り組みです。

■キーワード

イベント、交流促進



■ねらい、想い

- ・町民が設楽町のファンになる。
- ・町民同士が友達の輪を広げ、設楽町でより楽しく暮らす。それを町外から来た人が見て、素敵だと思ってもらえるようになる。
- ・「設楽町での暮らし」がイメージできるイベントを通して、移住を考えている人と町民が友達になる。
- ・現状でも町内のイベントが多く疲弊している。協力できるところは一緒に盛り上げる。
- ・町内のイベントを把握し、橋渡しやマッチングを行えるイベントサポートチームになる。

■主な具体的な取り組み

- ・町内のイベント、行事をまとめたカレンダー作成
- ・イベントへの出展と運営サポート
- ・イベントの開催

例：「ストリート丸ごとフェスティバル」

「ソムリエによる酒と星空に酔いしれる会」

「茶花と茶玉と茶油でお茶の里満喫」

■イベント開催のイメージ（これまでの取り組みより）

カモミッラ
Kamomilla
クリスマスパーティー
2017.12.10(日) 10:00-15:00
★入場無料★

手作り体験
1部:10:00~12:00
ハーバリウム
モザイクアート
2部:13:00~15:00
パステルアート
とんぼだま
※参加費500円～
※上記時間内にお越しください

子どもの遊び場
衣装、ゲーム
お菓子のつかみ取りなど
お楽しみいっぱい♪
※参加費300円～
※未就学児～小学3年生くらいまで対象

その他
お茶オイルのお試し
ハネトーネ試食
軽食販売など

@ Kamomilla(カモミッラ)
住所 / 設楽町清崎字町浦22
電話番号 / 090-8862-2113
<https://www.facebook.com/3kamomilla/>

※駐車場は、清嶺保育園駐車場をご利用ください



アクションプラン6「クリエイティブキャンプ」

設楽町での暮らしの中での当たり前を見つめ直し、体験へと繋げる取り組みです。

■キーワード

地域資源の活用、交流促進



■ねらい、想い

「とがった当たり前」を後世に伝えたい。

祭り、行事、家のこと・・・この地域には、昔から伝わる様々なもの、ことがあります。また、この地域で生きる上で、みんなが当たり前と認識し、普段何気なくやっていることが、時としてとても貴重で、かけがえのないものだったりもします。

そんな、自分たちでは気づかなかったごく普通にある特別なことを、とがった当たり前と名付けました。

でも、そのとがった当たり前は、その人がいなくなってしまうたり、その集落が無くなってしまったりすれば、簡単に失われてしまいます。

この、他では真似することのできない「とがった当たり前」を再発見し、次世代へつなげることで、地域と人、人と人をつなげていきたいと考えました。

■主な具体的な取り組み

・「とがった当たり前を体験して考えよう」

例：米作り、お茶、掘立小屋作り、炭焼き、蔵の改修、山菜取り、お庚申様、狩猟、椎茸栽培、木こり、味噌、こんにゃく、豆腐作りなど

■体験へと繋がる「とがった当たり前」のイメージ



アクションプラン7「田口線50年を記念するプロジェクト」

クラウドファンディングや物販等での資金をもとに、廃線となった田口線の歴史や魅力を次世代へつなぐ取り組みです。

■キーワード

地域資源の活用、交流促進、商品開発



■ねらい、想い

廃線50年を盛り上げ、思い出を次世代へと繋ぐ。また、今後整備が進む「道の駅清嶺(仮称)ならびに歴史民俗資料館(仮称)」への誘客へと繋ぐ。

■主な具体的な取り組み

- ・田口線を通じた仲間のつながり「田口線50の会」の設立
- ・思い出グッズ製作、頒布
例：田口線思い出マップ、田口線思い出切符、田口線思い出フラグ、田口線思い出コースターなど
- ・体験イベントの実施
例：田口線巡りツアー、田口線駅名板作成、設置 など
- ・トンネル映画祭
- ・トンネルに電車を走らせる など

■田口線50の会での取り組みイメージ

田口線50の会

廃線50年盛り上げる
思い出を次世代につなぐ

田口線50の会

事業三本柱

- ・ 思い出グッズ制作／頒布
- ・ 体験イベントの実施
- ・ トンネルで×××

廃線
50年

ダム工事
沿線立ち入り
は今年で
最後

田口線50の会

年間予定

3月	後援・告知
4月	資金調達開始
5月	試作開始
6月	資金調達完了・製作
7月	ツアー1、駅名板、フラグ
8月	ツアー2、販売開始
9月	トンネルイベント
10月	ツアー3
3月	設置物撤去／企画完了

アクション2:地域が興す

観光まちづくりへと繋がる礎をつくります。

「地域観光～地域まるごとで誘う～」^{いざな}

設楽町では、地域地区毎に多くの見処・立ち寄り処が存在し、四季を通じて様々な祭礼・イベントが開催されます。少子高齢化が進む中、地域を持続していくためには、地域のアイデンティティを保つ意味でも、地域が主体となったイベントや活動、見処・立ち寄り処などの「地域の観光」を繋ぎ、盛り上げていきます。

■各地域における観光（誘客）魅力

地域	イベント	祭礼	見処・立寄処	特産品
田口 神田	クリスマス星空フェスタ 奥三河パワートレイル	田口祭り（手筒花火） 黒倉田楽 念仏踊り	岩古谷山 福田寺 奥三河総合センター（花の山公園） こんにやく村 八橋のウバヒガンザクラ 川向のシダレモモ	日本酒 五平餅 ランプシェード エゴマ
清嶺	歴史の里だみね城まつり せいいい縁日 きらら De 山遊び	田峰観音奉納歌舞伎 田峯田楽 参候祭 赤松神社祭礼 （手筒花火） 念仏踊り	田峰観音 田峯城 田峯小学校 おしどりの里 きららの森（段戸裏谷原生林） 観光ヤナ 寒狭川上流釣り	五平餅 絹姫サーモン 淡水魚の甘露煮 鮎塩焼き 田峯そば 田峯紅茶 メープルシロップ
名倉	奥三河アートフェスティバル 奥三河まんぶく祭り アグリステーション春祭り	ちょうちん祭り 棒の手 各地区祭礼 （打上花火）	道の駅アグリステーションなぐら 沖駒地域（千年の森） 清水のコヒガンザクラ 碁盤石山	五平餅 トマト 米 エゴマ とうもろこし 段戸牛
津具	つぐ高原マルシェ したら森林まつり 津具盆踊り ほたる祭り 奥三河高原ジビエの森感謝祭 GP CAMP. 奥三河パワートレイル	花祭り	つぐ高原グリーンパーク （道の駅、グリーンメッセージ） 面ノ木園地 ホソバシャクナゲ 津具川のシダレザクラ	五平餅 天狗なす トマト ジビエ商品 シクラメン あまご塩焼き

*積極的に来訪を呼びかけているもの、観光協会に問い合わせが多いものを中心に掲載。

また、平成27年度の「設楽町総合戦略」の策定を契機に町内各地で地域活性化をめざす団体・組織が誕生しました。これらの団体・組織が今後活動を継続し、自立していく手段として、外部の人を呼び込み、地域の人々が自ら住むまちを誇りに思う「観光まちづくり」の視点を持った活動が期待されます。

■観光まちづくりの取組が期待される団体・組織・グループ

地区	主な団体・グループ
田口・神田	田口小学校区まちづくり委員会、たあぐっちお。、小長クラブ、設楽武将ッ隊、神田地区有志
清嶺	清嶺地域活性化協議会
名倉	NPO法人名倉の風、名倉高原 山の番人、名倉高原生産組合、名倉南部青年会
津具	津具どっとこい、奥三河つぐ高原グリーンツーリズム協議会
その他	一般社団法人設楽町公共施設管理協会、おくさんさん、奥三河ふるさとガイド

※町内で開催されるイベント等を主催、もしくはイベントに出展（店）・協力している団体・組織・グループを中心に掲載しました。

規模は小さくとも、地域の魅力を伝えたいといった取組が動き、磨き上げられることにより観光へと繋がっていきます。例えば、名倉清水地区のコヒガンザクラは、地元区の観賞用に植えたものが、今では設楽町の春の風物詩になりました。こうした活動を役場等関係機関が連携して支援し、オリジナルの「地域観光」の誕生をめざします。

◆地域のアクション 今、これから

設楽町内の各地区の現状と今後考えられる取り組みについて以下に整理します。

①田峯地区（清嶺地域）

田峯地区は霊験あらたかな田峰観音を中心とした設楽町の代表的な観光スポットです。「田峯田楽」、「田峰観音奉納歌舞伎」、「歴史の里田峯城」、「おしどりの里」といった祭礼や名所が多くの人々を呼び込み、名所旧跡を巡る案内看板や観光バスの乗り入れが可能な駐車場、特産品の直売所といった観光機能を町内で唯一有している地区です。また、秋には住民が一体となって地域を盛り上げようと、「歴史の里だみね城まつり」を開催しています。さらに、最近では田峯地区の観光機能やロケーションを活かし、清嶺地域全体をアピールしようと、清嶺地域活性化協議会が「せいの縁日」を開催するようになりました。

清嶺地域では現在、「道の駅清嶺（仮称）ならびに歴史民俗資料館（仮称）」の整備が進められていますが、施設の整備は地域の魅力に連動し、相乗効果を生み出すものでなければなりません。そのためには並行して田峯地区の観光魅力の拡大、観光機能のさらなる充実に取り組まなければなりません。

■田峯地区の主なアクション

○愛知県大型観光キャンペーンへの参加〈平成29～31年度〉

田峯特産物販売組合と設楽町観光協会が連携し、キャンペーンへの参加を通じて、以下の商品化をめざすことにより、田峯地区を舞台とした新しい観光事業の可能性を探ります。

- ①奥三河ふるさとガイドなどを活用した里山散策「だみね散歩（仮称）」
- ②湯谷温泉→田峯地区→香嵐溪をルートとするツアー

○田峯観光アクションプラン（仮称）の検討〈平成30年度～〉

「道の駅清嶺（仮称）ならびに歴史民俗資料館（仮称）」の整備との相乗効果を生み出すため、地区住民が中心となって田峯地区のさらなる観光魅力の拡大、観光機能の充実をめざしたプランを検討します。

【検討例】「だみね散歩（仮称）」の商品化、SNS映えする撮影スポットづくり、ファンを生み出す田峯城の運営、地域内事業所と連携した新たな特産品の開発、広域観光への取組、案内看板の整理等



②名倉地域

名倉地域には設楽町内でも大きな観光及び産業の拠点となる道の駅アグリステーションなぐらが位置します。また、かつては設楽町を代表するイベント「奥三河食彩フェスタ」が開催され、現在でも「奥三河まんぷく祭り」、「奥三河アートフェスティバル」、「アグリステーション春まつり」といった、農村地帯ならではのロケーションや素材を活かした、設楽町はもちろん奥三河地域でも有数のイベントを開催しています。

このように観光まちづくりをめざす環境と素材が田峯地区に劣らず整っているだけに、これらを繋いで、戦略的に地域の活力へと結びつけなければなりません。

■名倉地域の主なアクション

○道の駅アグリステーションなぐらの戦略的事業展開〈平成30年度〜〉

名倉高原生産組合が中心となり、地域の農産物の拠点としてはもちろん、(設楽町北部の)観光の拠点としても位置づけ、創意工夫を持って戦略的に事業に取り組みます。

○地域づくり組織「名倉高原 山の番人」を核とした観光まちづくりの取組

「名倉高原 山の番人」が活動を通じて、地域内のイベントや行事、地域資源等を戦略的に繋いだ観光まちづくりに取り組みます。



③津具地域・田口（神田）地域

津具地域では、奥三河つぐ高原グリーンツーリズム協議会による「つぐ高原マルシェ」や設楽町産材の魅力拡大をめざした「したら森林まつり」といったイベント、さらには「ほたる祭り」や「津具盆踊り」、「花祭り」など季節の風物詩ともいえるべき祭礼や行事を開催するなど、観光誘客の動きが盛んです。また、愛知県有数のアウトドア施設である「つぐ高原グリーンパーク」では平成30年度から新たなイベント「GP CAMP.」の開催を計画するなど、さらなる顧客の獲得に向けて動いています。

一方、田口地域では星空観察に適したロケーションを活かした「クリスマス星空フェスタ」が平成28年度から始まりました。会場となる奥三河総合センターでは、「クリスマス星空フェスタ」だけでなく、設楽町、奥三河の星空に関するイベントを一般社団法人設楽町公共施設管理協会が定期的で開催するなど、新たな観光素材としての“星空”の魅力を積極的にアピールしています。

両地域には田峯地区や名倉地域のように観光誘客の拠点となるような施設が地域の中心部にはありません。しかし、奥三河最大級のスポーツイベント「奥三河パワートレイル」において、大会参加者から両地域住民のボランティアによる“おもてなし”が高評価を受けている他、津具地域の移住定住を推進する団体「津具どっとこい」では都市部住民を対象とした古民家改修や農業体験といった体験プログラムを積極的に開催するなど、地域住民が持つ観光誘客に対する意欲は田峯地区（清嶺地域）、名倉地域にも負けじと劣らないだけに、これら地域の活力を生み出す取り組みを支え、観光まちづくりへと繋げていかなければなりません。



各地域のつながりをはぐくむ

これら各地域における観光誘客の取組を結んで線とすることにより、各地域、そしてまち全体の魅力が広がります。さらにビジネスの視点を取り込むことで観光となり、経済効果を生み出します。結果、地域のコミュニティは強化され、地域の持続可能性も高まります。町ではこうした観光まちづくりへと繋がる取組を様々な角度から支援します。

■地域の観光を繋げる主なアクション

○季節の催しのご案内（平成30年度～）

季節毎のイベント・祭礼、見処・立ち寄り処を案内するチラシ、ポスターを製作します。

○設楽町観光協会ホームページのリニューアル（平成30年度）

住民有志によるアクションプランにも掲げられた“来たくなる暮らしたくなる”観光情報を発信するホームページにリニューアルします。

○各地域各団体の活動支援

移住定住推進室などの役場関係機関と連携しながら、各地域各団体の観光誘客に関する活動をサポートし、観光まちづくりに向けてお手伝いをします。

【主な支援策】

- ・地域おこし協力隊などの外部人材を活用して、少子高齢化などによる地域の人材不足を補っていきます。
- ・「設楽町イベント補助金制度」、「設楽町物産展等観光PRイベント出店費補助金」、「設楽町起業チャレンジ支援事業補助金制度」といった観光まちづくりに関する施策を継続及び充実していきます。

アクション3:まちが興す

行政が主導する施設づくりに住民(民間)パワーを活かします。

「きららの森整備事業～ひとと自然が誘^{いざな}う～」

豊田市と設楽町の境に位置する愛知県最大級の原生林「段戸裏谷原生林“きららの森”」ではビジターセンターを中心とした「きららの森整備事業」の計画が進んでいます。事業の核となるビジターセンターはきららの森の魅力を伝えることはもちろん、面ノ木園地や沖駒地域など町内各所の高原スポットへと繋がる拠点としても整備します。

併せて、設楽町観光協会が現在、運営を手がける「奥三河ふるさとガイド」の活動を支援し、ビジターセンターの機能を充実していく上で必要な人材を育成します。さらにビジターセンターを拠点に展開していく観光誘客事業については、奥三河ふるさとガイドをはじめとした町民有志による「きららの森デザイン会議」により企画立案していきます。

■主なアクション

- きららの森デザイン会議の運営（整備事業に対する提案や観光誘客事業の企画立案等）
- 奥三河ふるさとガイドの育成と活動支援
- きららの森、沖駒地域、面ノ木園地を繋いだ観光事業の検討

【今後のスケジュール】

- ・平成30年度 ビジターセンター等の基本設計
- ・平成31年度 ビジターセンター等の実施設計
- ・平成32年度～ ビジターセンター等の建設工事



「道の駅清嶺(仮称)ならびに歴史民俗資料館(仮称)の整備 ～ひととくらしが誘^{いざな}う～」

町の南の玄関口に道の駅清嶺(仮称)と歴史民俗資料館(仮称)を整備します。従来の道の駅が持つ魅力と機能は、食事、物販、休憩ですが、歴史民俗資料館(仮称)のコンセプト「地域のくらしを伝える」を踏まえ、まちの人やくらしが醸し出す地域の魅力を体感できる場をめざします。そのためにも地域住民が中心となり、周辺事業所と連携した組織による運営体制を構築します。さらには、起業創業にチャレンジする場としても活用することにより、しごとづくりや雇用を生み出す、観光まちづくりを実践していきます。

■主なアクション

- 道の駅清嶺(仮称)運営組織の発足
- 道の駅(仮称)・歴史民俗資料館(仮称)運営会議の発足
- エリア内事業所連携会議(仮称)の発足
- 町内道の駅連絡協議会(仮称)の発足

【今後のスケジュール】

- ・平成30年度 建設工事着工
- ・平成31年度 建設工事完了
- ・平成32年度 オープン



「設楽ダム～インパクトが誘う～」^{いざな}

設楽町にとって長年の課題であった設楽ダムは平成38年度の完成をめざし、現在着々と工事が進んでいます。設楽ダムにおいても、全国のダムと同様にダム堤体の見学、ダム湖周辺の散策ルートや公園の整備といった観光活用を計画しています。

また、ダム堤体建設現場ツアー、ダムロケーションを利用したスポーツ大会など、企業や団体とも連携した観光事業も計画しています。こうしたダムを活用した観光の中で期待されているのが、湖面を利用した観光事業です。全国的にみても事例が少ないことから、ダムが持つ新しい魅力を打ち出し、多くの来訪者を呼びよせるインパクトが期待できますが、一方で湖面利用におけるルールづくりや主体となる事業者の確保といった課題をクリアする必要があります。

■主なアクション

- ・平成29年度～ ダム堤体建設現場ツアーの実施
- ・平成38年度 ダム湖周辺の整備（散策路、公園等）
ダム湖面観光事業の企画立案
- ・平成38年度～ オープニングイベントの開催
各種ダム観光事業の実施

※上記アクションは平成28年度策定「ダムインパクトビジョンの実現に向けて～設楽ダム周辺整備基本方針及び基本計画～」から抜粋しました。

第4章 観光まちづくりの推進方策

1. 観光まちづくり推進体制の構築

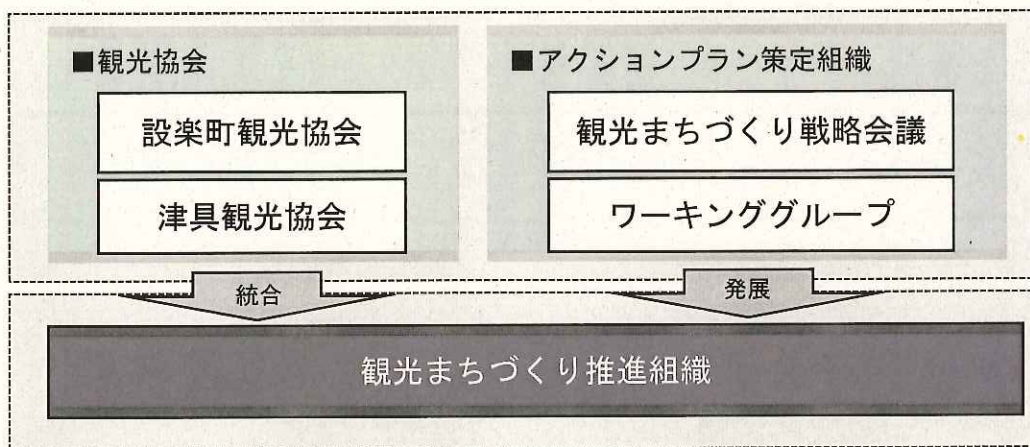
観光まちづくりを支える組織をつくる

観光まちづくり戦略会議やアクションプランワーキンググループ、観光協会など、これまでの観光に関する取り組みをしてきた組織について整理し、今後の取り組みの展開を支え、効果的に観光まちづくりを進められるよう組織の再編を行います。また、平成30年度以降の新しい観光まちづくり推進組織設立に向け、観光まちづくり戦略会議内に準備会を設立します。

■具体的な取り組み

- ①既存組織の役割等の整理・観光協会の統合
- ②観光協会の統合
- ③推進組織準備会の設立及び役割等の検討

〔組織構築イメージ〕



〔新しい観光まちづくり推進組織がめざす役割（案）〕

設楽町の観光のマネジメント、マーケティング、ブランディング

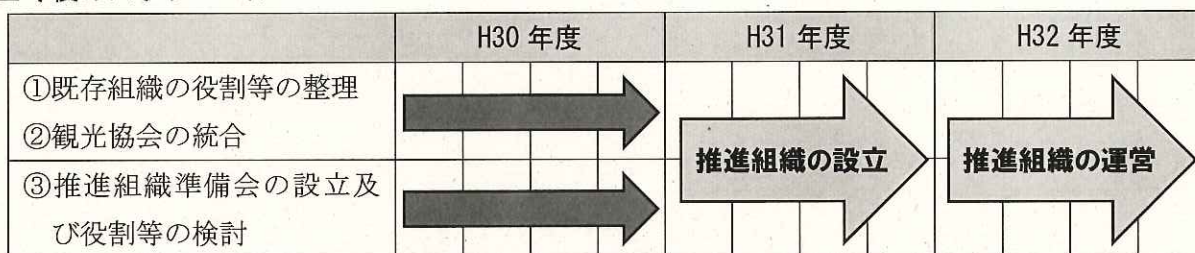
- ・体験プログラム等着地型観光商品や特産品のプランニング
- ・町内外への情報発信（プロモーション）
- ・奥三河ふるさとガイドなど観光を担う人材の発掘・育成
- ・民間事業者と連携した設楽ダム観光事業の企画運営
- ・新しい観光事業の発掘（アクションプランの支援）
- ・地域への経済効果

など

【推進組織を立ち上げた際の留意点】

- 新しい観光まちづくり推進組織を設立しても多くの場合、地域は各主体が実施しているイベント等の事務局や設営・運営の機能を観光推進組織に求める場合が多い傾向にあります。
- 各地域で実施している観光的な事業における地域主体と、今後立ち上げる推進組織の役割分担を明確にしておく必要があり、片方に過度な負荷がかからないようバランスを調整しながら連携するよう留意します。

■今後のスケジュール



2. マーケティングの体制づくり

観光まちづくりを通して“稼ぐ”持続可能な体制をつくる

今後、観光まちづくりを進めていく上では、平成 31 年度に設立予定の新しい観光まちづくり推進組織を中心として、マーケティングを最重視し、市場において成果を確実に生み出せる体制を創ることが最も重要となります。

そのために必要な項目を、以下に整理します。

(1) マーケティングの専門部署あるいは専門担当者の専門人材の設置

平成 31 年度中に設立する予定の新しい観光まちづくり推進組織は、「まちづくり」の視点に立った舵取り役として、関係するすべての主体と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光まちづくりを実施するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えていなければなりません。明確な成果を上げて行くためにもっとも重要な役割を果たすのがマーケティング機能です。専門の部署あるいは専門の担当者を設置することが必要となります。

(2) 各種データ等の継続的な収集・分析の実施、データに基づく施策の決定

新しい観光推進組織においては、旧来の経験や勘等に頼るのではなく、各種調査等を通じた明確な数値的なデータを基にした施策の決定の必要です。また、後述する K P I と実績、修正などもデータに基づいた施策が必要です。

(3) マーケットとターゲット設定

観光を通じたまちづくり（地域づくり）が実効性のあるものとなるには、何よりも「マーケット」に正対した組織を創り、マーケットによる評価を数値化してそれを絶対的な基準としなければなりません。設楽町への訪問客の中で下に述べるターゲットが持った設楽町訪問時の感想・意見などをきちんと収集分析し、速やかに実働的に反映させる仕組みが必要です。

すべてのお客様に高く評価されることは非常に難しいことであり、現実的には不可能なことです。またすべてのお客様に高く評価されることを目指した場合、結果としてすべてのお客様からの評価が低いものになりません。どのような来訪者が設楽町の観光まちづくりに最もふさわしいか選択し、そこに経営資源を集中してより高い効果を得るように務めることが重要です。すなわちターゲティングが効果の出るマーケティングの重要な要素となります。

■ターゲティング例

居住地	名古屋市ならびにその周辺（特に名古屋市の東部隣接地域） 浜松市を中心とした静岡県西部地方
経済的な区分	世帯収入 600 万円以上の経済的に少し余裕のある層
年齢層	30 歳～60 歳を中心とした層
性別	男女ともターゲットとする
その他	主要ターゲットは日本人 主な交通手段として自家用車利用を想定 知的好奇心の高い方 自然を好む層 インバウンドは個人旅行者に限定

3. アクションプランの実践の継続

立ち上がった住民主体の取り組みを大切に、サポートを続ける

設楽町の観光振興の主役は、設楽町で暮らす地域・住民、事業を営む事業者などの民間であり、町は、民間の主体的な取り組みが円滑に実践されるような環境づくりや支援を行うことが重要になります。

こうしたスタンスを基本としつつ、新しい観光まちづくり推進組織を中心として、地域・住民、事業者と行政、また、設楽町を含む広域観光の実践を担う(一社)奥三河観光協議会等の観光関連団体が、それぞれの役割を担いながら、設楽町の観光振興に向けたアクションを連携・協力して推進していきます。

町は、これまでと同様に住民主体の取り組みへのサポートを続け、アクションプランを継続的に支援していきます。取り組みを進めるにあたっては、取り組み内容の共有・情報発信を図り、多くの人を巻き込みながら取り組みが内輪の中だけに留まらないよう留意します。

■アクションプランの実践に向けた各主体の役割分担

地域・住民の役割	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の魅力を再認識し、それぞれの暮らしの中で地域の魅力を大切にしておいて次代に継承する。 ○自らの暮らしや地域活動の中で、無理なくおもてなしの心を持って来訪者を迎える。 ○観光まちづくりに関心を持ち、新しい観光まちづくり推進組織への参加・協力等を行いながら、地域づくりに主体的に参画する。
事業者の役割	<ul style="list-style-type: none"> ○自らの事業展開の中で、観光まちづくりに積極的に参画し、新しい観光まちづくり推進組織への参加・協力等を行いながら、来訪者と地域を結びつける役割を果たす。 ○着地型観光への意識を高め、他の産業との連携・協力のもとに新たな観光需要の開拓、新たな観光の魅力を創出する。
観光関連団体 (一社)奥三河 観光協議会)の 役割	<ul style="list-style-type: none"> ○奥三河地域全体の観光まちづくりを先導し、新しい観光まちづくり推進組織との連携のもと、行政と民間を繋ぐ役割を果たす。 ○広域的な観光振興の視点でマーケティングを行い、各地域の観光推進組織・事業者等が必要とする情報を提供する。 ○滞在型旅行商品を開発・販売するなど、各地域の観光推進組織・事業者等と連携し、観光で稼ぐ取組を展開する。
行政(設楽町) の役割	<ul style="list-style-type: none"> ○観光まちづくりの取組に全庁を連携して積極的に取り組む。 ○新しい観光まちづくり推進組織をはじめ、地域・住民や事業者等と連携し、地域の観光まちづくりの取組に必要な支援・調整を行う。 ○観光振興に資する基盤(施設・インフラ等)の整備推進に取り組む。 ○市町村の区域を越えた連携を推進する。

4. 進行管理と成果検証

「実践」を重視しながら、数値による成果の評価を行う

観光まちづくりは実践できることから取り組みをはじめ、トライ&エラーを繰り返し、成果や失敗を検証しながら、継続的に実践を積み重ねていくことが重要になります。

(1) KPI の設定

本プランを推進するにあたっての成果の指標となる数値目標については、平成 30 年度の推進組織準備会内で協議し設定します。推進組織設立以降は、設定した数値目標に基づき取り組みの成果検証を行います。

*K P I とは、Key Performance Indicator=重要業績評価指標の略です。設楽町の観光まちづくりが目指す姿を具体的な数値で示したもので (2) に記載する PDCA サイクルの C : Check 評価・検証はこの K P I の達成状況を主な指標として行なわなければなりません。

■KPI の項目例

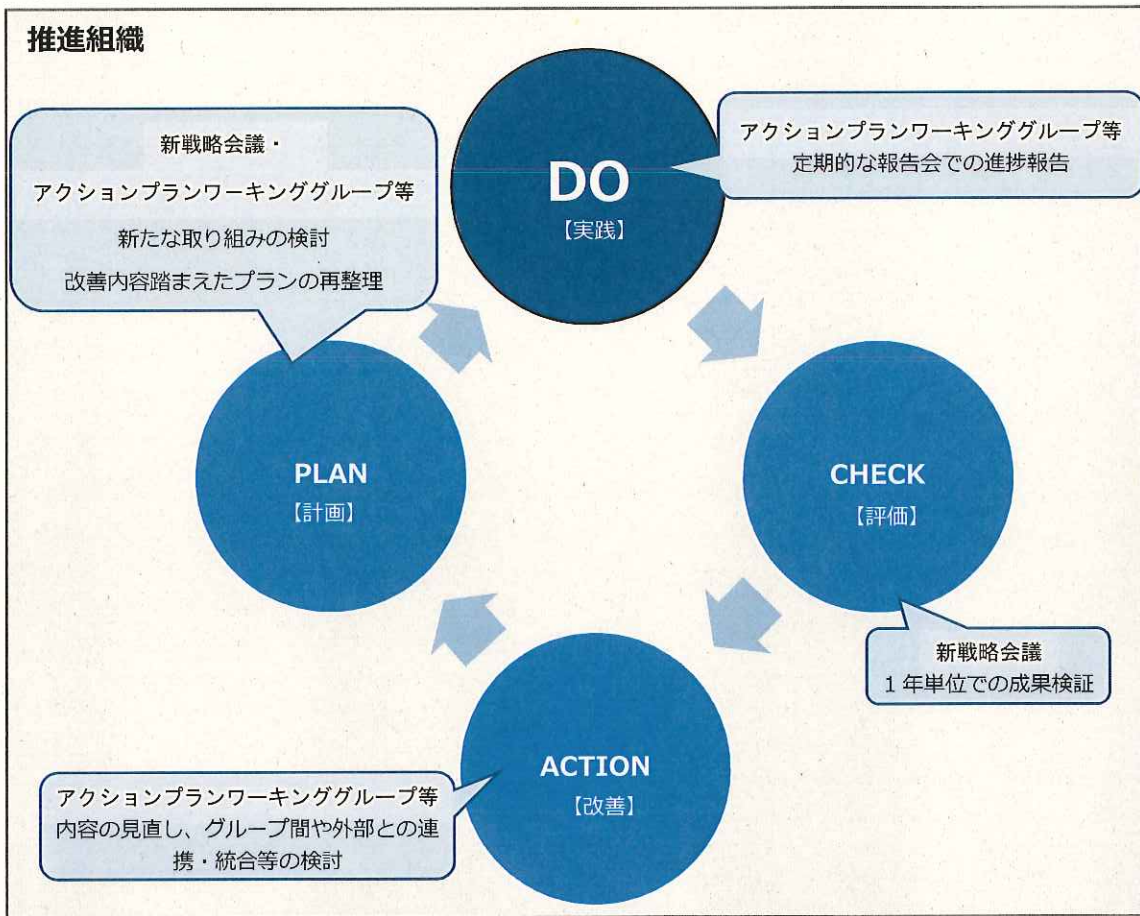
項目名	根拠資料把握方法
住民主導の取り組み数	ワーキンググループでの取り組み数
ワーキンググループメンバー数	ワーキンググループ参加登録者数
雇用数	アクションプランの実践を通して雇用した数
経済波及効果	物販や飲食等の消費額から試算
設楽町内で使う予算	来訪者アンケート
道の駅（物販）の来場者数	レジ通過数
町外からの入込客数	愛知県観光レクリエーション利用者統計
イベントリピーター数	ワーキンググループ開催のイベントでのカウント
移住者数	設楽町へ移住してきた人の数

(2) PDCA サイクルによる成果検証

本プランで位置づけた取り組みは新しい観光まちづくり推進組織が進捗管理の機能を担い、組織内においても役割を明確にしながら PDCA サイクルによって数値目標のもと進捗管理を行う仕組みを構築します。今後は、新しい観光まちづくり推進組織が中心となり、計画 (PLAN)、実践 (DO)、評価 (CHECK)、改善 (ACTION) を繰り返し、「やりっぱなし」ではなく、数値による成果の評価のもと着実に前に進めていきます。

特に PDCA サイクルの中でも DO (実践) を重視し、トライ&エラーを繰り返しながら住民主導でより多くの方々を巻き込みながら取り組みを進めていきます。

■新しい観光まちづくり推進組織におけるPDCAサイクルのイメージ



第5章 今後の課題の整理

平成 28～29 年度の 2 カ年に渡る設楽町観光まちづくり基本計画、設楽町観光まちづくりアクションプランの策定を通じて、設楽町が目指すべき新しい観光の輪郭が明確になり、また、アクションプランのワーキンググループの活動を通じて、新しい観光を推進する担い手が生まれてきました。

平成 30 年度は、それらを持続的かつ真に設楽町の観光まちづくりに寄与するものにするべく新しい観光推進組織のあるべき姿を含めた設楽町の観光まちづくりを具現化する年となります。

次年度以降の継続的な取組に向けて、検討が必要な事項を、以下に整理します。

(1) 新しい観光まちづくり推進組織について

- ・法人化についての検討
- ・役員、従業員、その他メンバー（会員・ボランティアスタッフなど）の確保・育成
- ・事務所の確保、活動拠点づくり
- ・他の団体との関係性、役割分担の整理と連携のあり方
- ・PDCAサイクルを効率的に進める仕組みづくり
- ・意思決定のルールづくり
- ・予算・収支予測など予算管理と決算方法の決定
- ・詳細な事業計画、組織の経営計画、スケジュール（ロードマップ）の作成

(2) マーケティングについて

- ・KPI の設定
- ・ターゲット設定
- ・マーケティング担当者の設置
- ・集客方法、集客ルートの確立
- ・マーケットの実態を把握するための調査・検証方法

(3) 各アクションプランの進め方について

- ・より多くの住民、組織が参加、連携できる「観光まちづくりの輪」の拡大
- ・地区ごとの活動（コミュニティ活動等）との連携
- ・行政の継続的（段階的）な役割と支援

(4) ブランドビルディング

- ・設楽町ブランドのコンセプト等詳細決定
- ・ロゴ、コピーなどの決定
- ・ブランド運用マニュアルの作成
- ・ブランド維持、発展のためのルールづくり

(5) 戦略的な広報・PRの実施

- ・広報・PRの基本方針の決定
- ・情報発信のためのツールや方法の選定
- ・広報、PRを担当する人材確保、育成
 - *観光まちづくりの輪を広げていくために町外だけでなく、設楽町内への広報・PR活動も重視する。

(6) 商品・サービスの充実

- ・一般的な旅行商品だけに偏らない商品、サービス候補の洗い出し
- ・ブランド維持、品質の確保のための仕組みづくり
- ・商品、サービス別の開発（交通、宿泊、物販、飲食、体験、イベント等）
- ・商品の販売、広報計画作成
- ・商品、サービスに関わる人材の確保・育成

(7) 安定的な運営・活動資金の確保

- ・新しい観光まちづくり推進組織だけでなく、設楽町の観光まちづくり全体の資金の確保
- ・自主財源の確保に向けた事業（取組）の洗い出し
- ・各種補助金等の研究
- ・国、県、周辺県、市町村、広域団体との連携等による資金確保の研究

参考資料 ワーキンググループ開催記録（抜粋）

■第1回全体会(ワークショップ①)

【開催概要】

- 日 ち：平成29年9月23日（土・祝）
時 間：10:30～16:00
場 所：設楽町役場議場
参加者数：21名
内 容： 1. あいさつ
2. ワークショップの目的とスケジュールについて
3. オリエンテーション
・大澤教授講演
・設楽町作文
4. ワークショップ
【テーマ①「設楽町の魅力」】
【テーマ②「設楽町の夢」】
⇒3つのグループに分かれワーキング
・「設楽町ファースト」・「わっ」・「IKEBANA」
5. グループ発表と今回のまとめ
6. おわりのあいさつ

【開催の様子】



■第2回全体会(ワークショップ②)

【開催概要】

日 ち：平成 29 年 9 月 29 日 (金)

時 間：19:00～21:00

場 所：設楽町役場議場

参加者数：32 名

内 容： 1. あいさつ

2. ワークショップの目的とスケジュールについて

3. ワークショップ (60 分)

【テーマ：「地域で進める連携 「共有」と「協働」の技術】

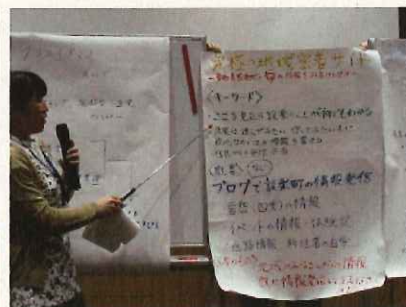
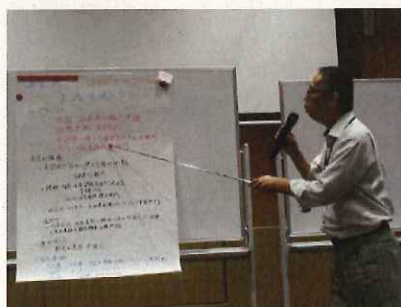
⇒前回からの宿題 (事業案書き込みシート) をもとに 7 グループに分かれワーキング

4. グループ発表と今回のまとめ

5. おわりのあいさつ



【開催の様子】



■第3回全体会(中間報告会)

【開催概要】

日 ち：平成 29 年 12 月 15 日 (金)

時 間：19:00～21:00

場 所：設楽町役場議場

参加者数：31名

- 内 容：
1. あいさつ
 2. 各グループからの中間報告 (70 分)
 3. 意見交換 (40 分)
 4. その他



※12月13日(水)には中間報告会に向けてスペシャルワークショップとして合同会社オフィスキャンプ代表役員の坂本大祐氏をゲストアドバイザーに迎え、各ワーキンググループの活動内容に関する意見交換を実施。

【開催の様子】



■第4回全体会(最終報告会)

【開催概要】

日 ち：平成30年3月10日(土)

時 間：19:00～21:30

場 所：設楽町役場議場

参加者数：65名

- 内 容：
1. 町長あいさつ
 2. 各グループからの報告(90分)
 3. 大澤教授よりコメント
 4. その他

ゲストコメンター：坂本大祐(合同会社オフィスキャンプ 代表社員)

有城辰徳(一般社団法人 DA MONDE 代表理事)

コメンター：大澤健(和歌山大学経済学部教授)

横山光明(設楽町長)

コーディネーター：青山和志(木と革 aoyama)



【開催の様子】

