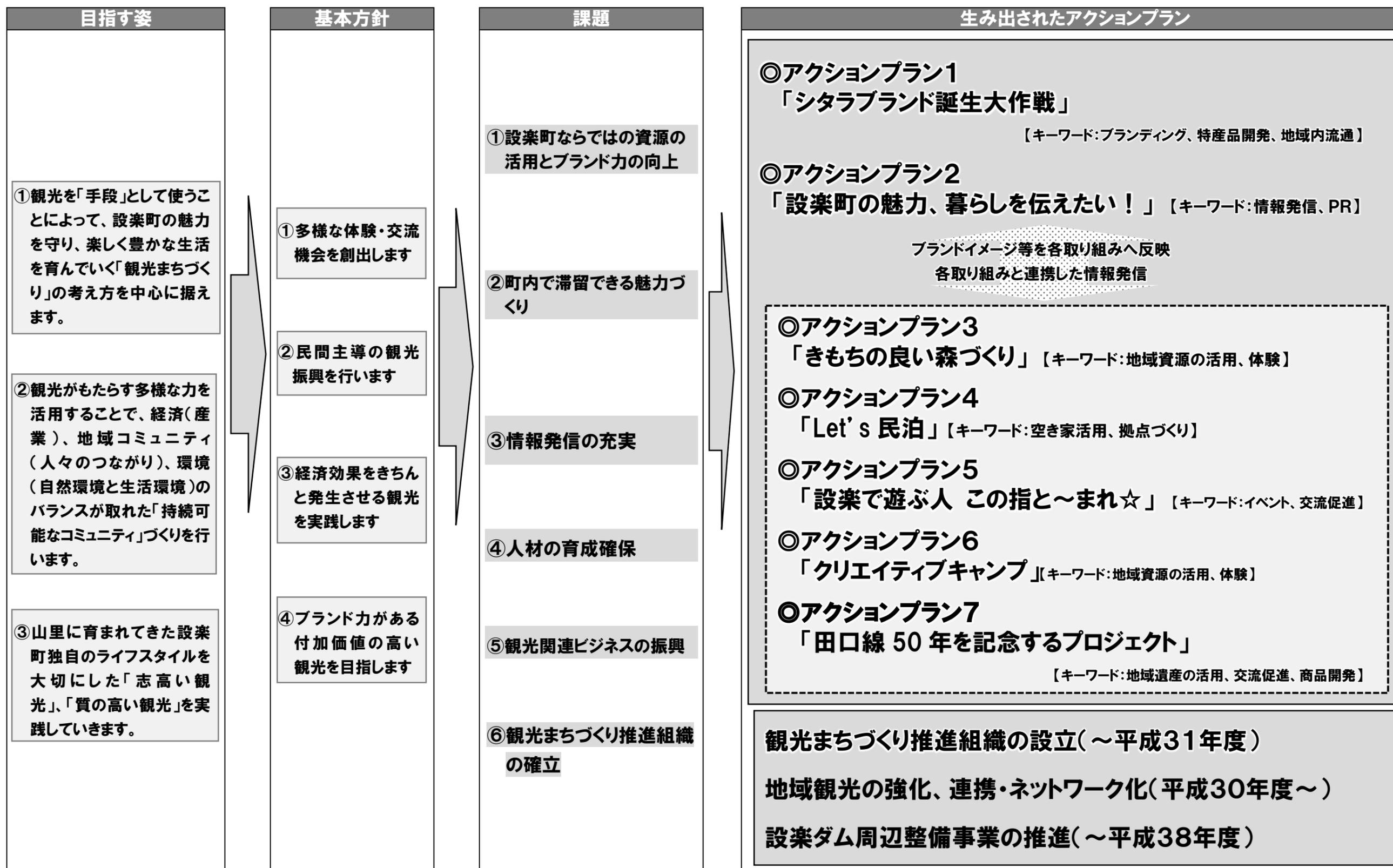


# 設楽町観光まちづくり基本計画アクションプラン 概要版

## ■アクションプランにおける取り組みの体系図



## 今後の観光まちづくりの進め方

### アクションの実践

#### 観光まちづくりに繋がる3つのアクションを興す

##### 【アクションⅠ:住民が興す】

- アクションプラン1 「シタラブランド誕生大作戦」
- アクションプラン2 「設楽町の魅力、暮らしを伝えたい！」
- アクションプラン3 「きもちの良い森づくり」
- アクションプラン4 「Let's 民泊」
- アクションプラン5 「設楽で遊ぶ人 この指と~まれ☆」
- アクションプラン6 「クリエイティブキャンプ」
- 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」

##### 【アクションⅡ:地域が興す】

#### 地域観光～地域まるごとで誘(いざな)う～

地域の祭礼やイベント、自然スポット、さらに趣味や風習を活かした体験プログラムなど、各地域各施設オリジナルの「見て、食べて、楽しむ」観光を繋ぐ。

##### 【アクションⅢ:まちが興す】

#### ①きららの森づくり～ひとと自然で誘(いざな)う～

“きららの森”ビジターセンターを舞台に設楽町の自然の魅力を伝えるガイドを育て、活かし、自然とひとの魅力が一体化した新しい観光を実現。

#### ②道の駅清嶺(仮称)&歴史民俗資料館(仮称)～ひととくらしで誘(いざな)う～

ひと、モノ、くらしの魅力を発信する場、観光アクションプランやビジネスを試みる場として、二つの異なる施設が融合することによる新しい観光を創出。

#### ③設楽ダム～インパクトで誘(いざな)う～

インパクトを与える建造物(ロケーション)として、ダム湖面を中心に積極的に利活用し、民間事業者と連携した新しい観光に挑戦。

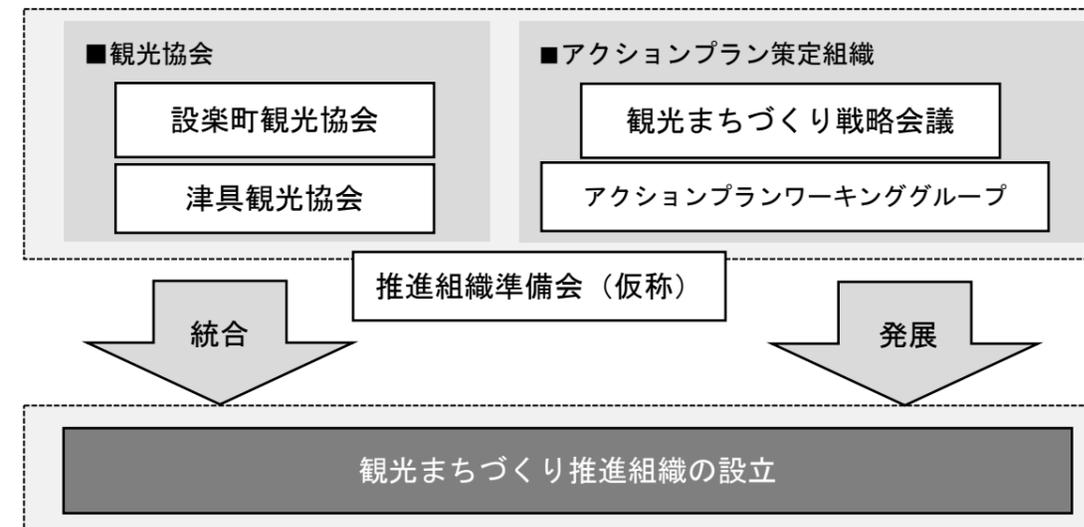
### 観光まちづくりを実現するプラットフォームの構築

#### 観光まちづくりを支える組織をつくる

##### 【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

##### 【組織構築イメージ】



##### 【今後のスケジュール】

	平成30年度	平成31年度	平成32年度
①既存組織の役割等の整理	→		
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	→		
		推進組織の設立	推進組織の運営