

# 笛吹市観光振興ビジョン

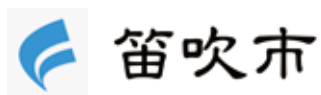
(案)



一宮町より望む南アルプスと桃源郷

～暮らしたくなる旅の地 笛吹桃源郷を目指して～

平成 22 年 3 月



## 笛吹市観光振興ビジョン策定の目的

国内最大規模の温泉郷と果樹地帯を有し、豊かな自然と歴史に恵まれた笛吹市は、まさに観光資源の宝庫であり、観光は市の基幹産業として位置づけられています。新市誕生5周年を迎え、笛吹市の基本計画にあたる「第一次笛吹市総合計画 ふえふき協奏曲第1番」やまちづくりの基本計画である「笛吹市都市計画マスタープラン」が策定されました。「市の基本方針」「まちづくりの基本方針」が策定されたことにより、笛吹市の基幹産業である観光についても、2つの基本方針に基づく観光振興基本構想を策定することが可能となりました。

これから、笛吹市の観光振興を図るうえで、市民や観光関係団体との協働、地域に密着した連携が今まで以上に重要になります。その直接の担い手となる皆様に「笛吹市観光振興ビジョン」という形で本市観光行政の基本構想を提示し、ビジョンを共有化することにより、市民一丸となった観光振興を推し進めることを目的に策定します。

## 笛吹市観光振興ビジョンの構成

	ページ
<b>はじめに 基本的視点</b>	<b>1</b>
笛吹＝温泉 × 果物 × 歴史の再確認とシナリオづくり	
<b>方針 1</b> 笛吹の風景づくり ～地域資源の発掘と保全～	<b>2</b>
<b>方針 2</b> “百人百葉” の笛吹体験づくり ～笛吹を楽しむ 100 のプラン提案～	<b>4</b>
<b>方針 3</b> 甲斐国の都づくり ～歴史・地理を生かした広域観光ルート整備～	<b>6</b>
<b>方針 4</b> ユニバーサルな “情報” のデザイン ～あらゆる人にこたえる情報提供整備～	<b>8</b>
<b>方針 5</b> 笛吹 “つながり” の創出 ～リサーチ & プロモーションの推進～	<b>10</b>
<b>方針 6</b> あたたかくお迎えする人づくり ～笛吹観光教育の推進～	<b>12</b>
<b>方針 7</b> 創発を生むネットワークづくり ～観光効果を最大化する異業種連携～	<b>14</b>
<b>おわりに 今後に向けて</b>	<b>16</b>
<b>暮らしたくなる旅の地 笛吹桃源郷を目指して</b>	
<b>参考資料</b>	
1. 委員名簿	<b>17</b>
2. 笛吹市観光の現状と課題	<b>19</b>
3. 取組事例	<b>22</b>

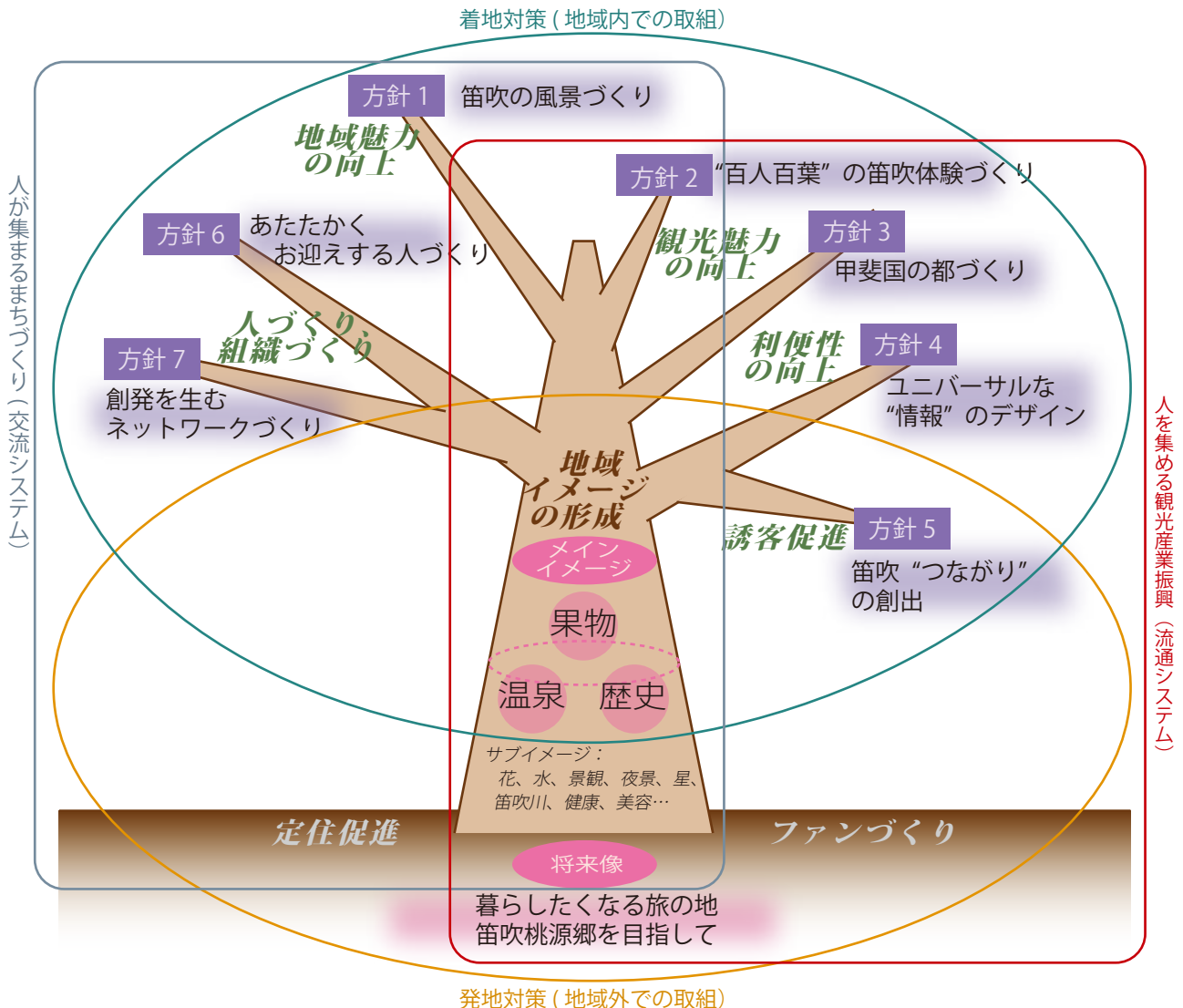
## 笛吹＝温泉 × 果物 × 歴史の再確認とシナリオづくり

笛吹市は、石和温泉、春日居温泉の「温泉」、桃、ぶどうの「果物」、甲斐国千年の都としての「歴史」という全国有数の資源を有しているものの、それが笛吹市の地域イメージとして、市民、観光客に伝わっているかといえは必ずしもそうではありません。

地域の資源は、市民や関係組織において価値あるものとして共有され、地域外へ発信し、観光客に認識されることにより観光資源としての価値を持ちます。またそれが定着することにより地域全体としてイメージが形成され、地域ブランドとして確立するものです。

笛吹市にとって「温泉」「果物」「歴史」が地域を代表する価値ある資源であることを、まず市民が再確認することから、笛吹市の観光振興が始まります。そして、「温泉」「果物」「歴史」に続く、笛吹川・水、花・景観、星・夜景、健康・美容など豊富な観光資源や要素でつなぎ、大きなひとつの物語として観光客へ発信することが大切です。

本観光振興ビジョンにおいては、笛吹市の地域イメージは「温泉」「果物」「歴史」を掛け合わせたものから生まれるということ、それを市民全員で共有し地域外へ発信していくことを基本的視点として捉え、実現に向けた7つの方針を掲げます。



笛吹市には、今までの歴史の中で培われてきた様々な資源がありますが、それが観光資源として顕在化していないものも少なくありません。まずは、潜在的な資源を掘り起こし、それぞれを丁寧につなぎ合わせることで、笛吹の風景として作り上げることを目指します。そのためには、観光開発＝地域資源の使い捨てにならないよう、資源の魅力を持続的に向上させることが求められます。

### ■市民による地域資源の開発、再発見

市民の普段の生活の中で、普通に楽しんでいることが観光客にとっては新鮮な魅力となることもあります。また、一部の市民にしか知られていない資源もあります。

市民自ら資源を発掘し、共有することを進めます。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・とっておきの場所の発掘
- ・アトピーによいとされる桃の葉の活用
- ・境川の俳句を広める
- ・素晴らしい飲み水・川の水の活用
- ・シンボルとなる歌づくり
- ・生活道路のまち歩きできる回遊道路として整備
- ・硬い桃の活用



水芭蕉の植栽に成功し観光客も増えた境川町の藤袋の滝



## ■伝えたい風景・景観の選定と整備

市民の誇りとなる風景や景観は、市民の生活の中にあるものです。観光客の目で磨かれることはあっても観光客を受け入れることによって無くすものではありません。

観光客と共に後世に伝えたい風景・景観を市民自ら選定し整備していくことを進めます。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・ 笛吹川の利用
- ・ きれいな星、夜景を売り出す
- ・ 子供に地域の素晴らしさを伝える
- ・ まちの写真を飾る
- ・ 温泉地に来た実感をもてる駅づくり
- ・ 市内に限定しない笛吹市が美しく見えるポイントの選定



河川整備により復活した四ツ沢川の蛍



日本の原風景を残す  
芦川町のかぶとづくりの古民家

## ■環境容量をふまえた目標設定（上限としての目標設定）

これからの観光振興にはまちづくりの視点は不可欠です。観光開発による環境破壊を起こすのではなく、環境保全や市民の定住環境の向上を図る必要があります。

観光客を際限なく増やす目標ではなく、適正規模を踏まえた目標を設定し観光振興を図ります。

\*環境容量：carrying capacity。人間活動によって自然浄化能力が損なわれない限界量、もしくは許容量

### 策定委員会・検討会での意見

- ・ 環境をきれいにする
- ・ 桃・ぶどう畑など独特の景観の維持

いまの観光は、1つのものに大勢の観光客が訪れるというものではなく、個人それぞれの趣味、趣向にあったテーマを求めて旅をします。

温泉、果物、歴史など笛吹市の豊富な地域資源や産業を生かし、様々なターゲットにそれぞれの観光テーマをあわせ笛吹を体験、体感していただく、笛吹を楽しむ 100 のプランを提案します。

また、現地のを現地で体験（消費）することが観光の大きな特徴・効果であり、食のみならずさまざまな地産“地消”を進めます。

### ■ターゲット設定と地産地消の観光ネタづくり

観光客が求めるものは、旅行の個人化・小グループ化が進むなかで多種多様になっています。百人いれば百人の旅のスタイルがあるといっても過言ではありません。

百のターゲットを設定するとともに、地産地消の視点にたった観光ネタづくりを進めます。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・ 4つの直売所による地産地消の推進
- ・ 宿泊につながる夜の過ごし方の提案
- ・ 冬の閑散期対策としてのワインの活用
- ・ 若い少人数グループ客、カップル客をターゲットにした新しいメニューづくり
- ・ 先を見越した果樹観光ニーズへの対応
- ・ 石和温泉への美容や健康の要素の付加
- ・ 温泉でのくつろぎ度の数値化



夜景 100 選に選ばれた八代ふるさと公園からの夜景

## ■体験・学習観光 100 選

見るだけでなく、笛吹を体験する、学習することは、より多くの感動を生みます。また、上限を設定することは、1つ1つを充実させることにつながります。

百も作るのではなく、百までしか作らないという視点で体験・学習観光プランづくりを進めます。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・公的に認めた散策、ウォーキングコースづくり
- ・滞在時間3時間延長に向けた方策づくり
- ・それぞれが楽しめるプランづくり
- ・ワインなどアルコールを楽しむプランづくり
- ・桃、ぶどうに土いじり、ジャガイモ掘りなどを加えた通年型の体験プランづくり



体験参加型イベントで人気の  
川中島合戦戦国絵巻



代表的な体験型観光のぶどう狩り

## ■市民による楽しみ実践（テストマーケティング）

市民が魅力を感じるプラン、市民が楽しめるプランは、観光客にもその魅力は伝わります。つまりはそれを求めて観光客は訪れます。

市民自ら楽しむことから始める魅力あるプランづくりを進めます。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・みんなで楽しめるビジョンづくり
- ・市民が地域の良さを知る、イメージできる仕組みづくり

笛吹市は、古代から武田家により甲府に居城を移されるまでの千年間、甲斐国の都があった地です。市制5周年の記念式典の際には「甲斐国千年の都」宣言をしています。また、地理的にみると、笛吹市は山梨県の中心に位置し、一時間圏内で県のどこへでも行くことができます。

この歴史的・地理的特性を生かし、県内観光地と広域に連携した観光振興を図ります。

### ■広域観光テーマの設定

広域で観光振興を進めることは、笛吹市単体では成しえない観光地域としての価値を向上させることや観光のテーマ性を強化することができます。

甲斐武田、笛吹川、友好都市などの特性を生かした広域観光のテーマを設定します。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・県内一の集客力をほこる富士五湖地域との連携
- ・イベントでの広域連携
- ・甲斐国千年の都の実現
- ・山梨県の中心に位置する地理的特性を生かした連携促進
- ・友好都市との連携強化による魅力づくり



峡東地方四大火祭りの一宮町の大文字焼きと春日居町の笄形焼



## ■インバウンド観光の推進

人口減少社会のなか外国からの観光客を広く受け入れる取組が国をあげて進められています。富士山を有する山梨県は日本を象徴する魅力ある地です。

日本、山梨の魅力を伝える一役を担うべく、笛吹市においてもインバウンド観光を推進します。

\*インバウンド：海外から日本への入国旅行。日本から海外への出国旅行はアウトバウンド。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・北関東、新潟、長野、山梨を巡る広域の新たなゴールデンコースの作成
- ・県内を訪れる外国人をターゲットにした観光の推進
- ・県内を巡って石和温泉に泊まる仕掛けづくり
- ・外国人への富士山→山梨→温泉→笛吹市というイメージの訴求



日本が誇るおもてなしの心を学ぶため受け入れている中国研修生

## ■着地型旅行商品の造成

山梨県では（社）やまなし観光推進機構を中心に着地型旅行商品の造成・販売を促進しています。地域主導の旅行商品造成を進めることは、地域にとってはビジネスチャンスを生みます。

山梨県と連携し、市をあげての着地型旅行商品づくりを進めます。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・農業と観光をつなげる仕組みづくり
- ・泊食分離の推進
- ・観光以外の産業にお金が循環する仕組みづくり
- ・タクシーと農家の連携強化

笛吹市情報の伝達においては、だれもが使いやすい、アクセスしやすい情報環境を整備するユニバーサルデザインの視点は不可欠です。

また、情報の中身においても観光資源や施設の紹介にとどまらず、市民が普段の生活の中で楽しんでいるものの情報がこれからの観光には求められます。

市民の個々の情報を収集し、ユニバーサルに発信する情報環境の整備を進めます。

#### ■地元のコア情報の収集・発信体制整備

地元の人しか知らないコアな情報を観光客は求めています。地元の人が普通に食べていた食事が、いま「B級グルメ」として注目を浴び、地域活性化の手段として取り入れられています。

市民の生活の中の小さな情報を集め、発信する仕組みづくりを進めます。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・地元の人しか知らないコアな情報を発信するシステムづくり
- ・ペット同伴、障害者などそれぞれのターゲットへ向けた情報提供
- ・市内で撮影した番組等の情報（放映日、時間、TV局等）を市民に周知するシステムづくり
- ・必要な情報を必要なときに提供できる仕組みづくり
- ・ユニバーサルデザインを含めたサイン計画の徹底
- ・積極的なおすすめ情報の提供



地元では硬いまま食べるとしてTV番組で取り上げられた日本一の桃

## ■情報提供媒体・ツールの開発

外国人にとっても、障害を持った人や高齢でパソコンを使わない人など、だれでもわかりやすく情報を得る手段を提供する必要があります。

ピクトグラム、指さし会話帳、音声ガイドなどあらゆる情報提供媒体・ツールの開発を進めます。また、あわせて標識や案内板を設置するなど積極的な情報提供を図ります。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・歴史好きな人を対象にした専門パンフレットの作成
- ・案内の多言語化
- ・ピクトグラムの掲示
- ・ホームページのテーマ、ジャンル分けによる魅力向上
- ・石和温泉駅に着いた後の案内の充実



誰でも散策できるように整備された  
近津用水沿いのウッドデッキ



市部通り小林公園前  
音声案内付案内看板

## ■Face to Face の観光案内の徹底

観光地に行ってその人しか知らない情報やその人のお勧めする情報を得ることも観光の魅力であり醍醐味です。市民との出会い・交流は、なにものにも代え難い体験です。

すべてをインターネット等の情報技術に頼るのではなく市民の顔の見える情報提供を進めます。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・観光案内所へのボランティアガイドの常駐
- ・観光案内のプロ化
- ・情報の質を確認できる人からの情報提供

# 方針 5

## 笛吹 “つながり” の創出

### ～リサーチ & プロモーションの推進～

インターネット社会となった今では、多くの情報が氾濫しています。情報をただ発信しただけでは観光客には届きませんし、メディアにも取り上げられません。ねらいを定めた計画的なプロモーションが求められます。そのためには、情報を受け取る側の情報を知る必要があるとともに、一度つながった関係を維持していく必要があります。

観光客の情報を得るとともに販売促進を行うリサーチ & プロモーションを進めます。

#### ■観光動向調査の実施

旅行の個人化、小グループ化により観光ニーズが多様化したことは事実であり、どのように変化しているか、何を求めているかということは絶えず観察する必要があります。観光客のニーズを細かく把握するために、定期的な観光動向調査を進めます。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・先を見越したニーズへの対応
- ・近隣、関東圏、中部圏などエリア別の観光需要の分析

#### ■プロモーション対象の設定と実施

スポーツをするために笛吹市へ訪れる観光客などプロモーションの対象を絞り込むことにより、伝えるメッセージの内容がより明確になり、訴求力も強くなります。

観光動向調査などのデータを基にしたターゲットを絞ったプロモーションの展開を図ります。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・プロ野球の日ハムファンなどターゲットを絞った広告の実施
- ・東京事務所の開設によるエージェント訪問の徹底
- ・他の市との連携によるPRの実施
- ・温泉や桃などを使ったイメージキャラクターの一般公募
- ・高速道路のSA・PAでのPRの実施
- ・職人など人の魅力によるPRの実施



首都圏を中心とした  
桃の枝配りキャンペーン



外国人観光客の誘客促進と果樹の販路拡大を目的として行われる香港トップセールス

### ■観光客と直接つながる仕組みづくり

旅行の個人化が進む中では、観光客と直接つながる、旅行商品の流通を地域自ら行うことも必要になります。市民と観光客の交流はリピーターの獲得にもつながります。

個と個のつながりを大切にしたいプロモーションを推進します。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・ふるさと大使との協力による誘客促進
- ・リピーターを生むサービスの向上



リピーターも多い御坂ぶどう祭り

観光は、観光業に従事する関係者だけではなくすべての人に関係するものです。市民の力なくしては観光は成り立ちません。市民が誇りを持ってお客様をあたたかくお迎えることから笛吹の観光が始まります。

市民が笛吹のことを知り、あらゆる情報を共有する、だれもが笛吹を語れるまちを目指した観光教育を進めます。

### ■市民の情報共有の推進

観光資源情報はもとより、行政における観光振興の取組、観光業における取組、市民によるまちづくりの活動など、いま笛吹で観光について何が行われているか共有することは大切です。

観光に関連するあらゆる情報を市民すべてが得ることができる環境づくりを進めます。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・市民との情報の共有化
- ・市民全員で観光客を出迎えるような考え方の統一

### ■観光教材の開発と提案促進

子供の頃から地域について学ぶことは地域への愛着を生む第一歩です。そのために観光の視点を活用し、地域の観光を紹介するテキストづくりが各地で進められています。

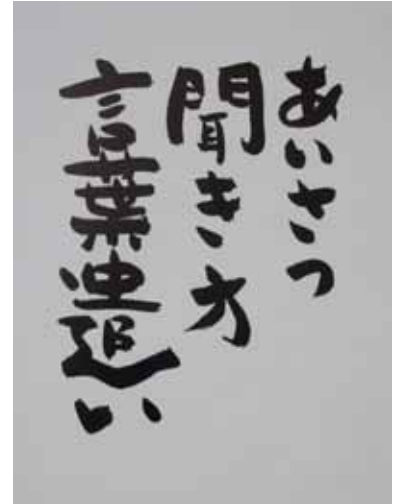
笛吹市を紹介する観光教材の開発とだれでも観光に関する提案を行える体制づくりを進めます。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・若い子供の観光に対する意識を変化させる仕掛けづくり
- ・笛吹市としての観光教育の推進
- ・観光副読本づくり
- ・子供に地域の素晴らしさを伝える仕組みづくり
- ・子供達の教育の場となり歴史を学ぶことにもつながるイベントの実施
- ・挨拶の徹底



地域を学ぶため作成された  
社会科副読本「私たちの笛吹市」



小中学校を中心に展開されている  
「あいさつ聞き方言言葉使い」運動

### ■おもてなしの心の醸成

観光においては、お客様をあたたかくお迎えする心が基本です。おもてなしの心を醸成するために「笛吹しあわせ運動」を実施します。（「し」親切に「あ」明るく「わ」分かりやすく「せ」誠意を持って）また、笛吹市の魅力を伝えるガイドの存在は不可欠です。ガイドによる案内があることで、より深い知識や感動を得ることができます。

市民のだれもがあたたかくお客様をお迎えし、ガイドできるよう、研修やフィールドワークなどの人材育成を推進します。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・市外から来るお客様に「親切、丁寧だな」と思わせるような市民運動の実施
- ・既存のボランティアへの対応
- ・ボランティアガイドに何でも聞ける環境づくり
- ・外国人を含めた全ての人に自分の話ができる環境づくり
- ・ハードに頼らない市民自らの変革による観光の推進



観光客に説明をするボランティアガイド笛吹メンバー

観光は、あらゆる生業からなる裾野の広い産業であることから、これからのリーディング産業として期待されています。したがって、観光事業者だけではなく、地域全体が豊かさを享受し、誇りを持てるような観光による地域づくりが求められています。また、観光は、地域内で完結するものではなく、地域と観光客の住む市場と観光客と観光地をつなぐ送客や情報産業などの流通が三位一体となって成り立つものです。

観光による経済的・文化的効果が、笛吹市のあらゆる産業に循環し、笛吹市全体で潤うよう、地域内外における人・産業の連携を推進します。

### ■異業種交流の場の創出

観光のためではなく、観光により地域の産業をどう活性化していくかという視点が必要です。地場産業が元気でなければ、持続的な観光振興も成り立ちません。

地域の産業が観光の視点からつながるような、異業種交流の場の創出を図ります。

#### 策定委員会・検討会での意見

- ・農・観・商・工の連携
- ・市の観光課と民間の組織の連携



日本一の生産量を誇り農業の中心となっている桃・ぶどう



市内に13のワイナリーを有し市の代表的産業となっているワイン



## ■中間的役割を担う組織の強化

観光にはあらゆる産業の横のつながりを生み出すという重要な役割があります。産業間の連携を円滑に進めるためには、それをコーディネートする組織が必要となります。

観光協会など、地域内や地域外との連携において中間的な立場で支援する組織の強化を図ります。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・核となる組織づくり
- ・各団体の横のつながりの強化

## ■異業種連携事業の創出

観光による経済的・文化的効果を最大限にするためには、笛吹市のさまざまな産業や市民が関わりをもって観光事業を進めていく必要があります。

笛吹市の農業、商業、工業と観光業の連携による観光事業の創出を図ります。

### 策定委員会・検討会での意見

- ・行政や民間の横のつながりによる大型事業の実施
- ・幅広い観光として、地域循環により元気になる仕組みづくり



地元農家との共同イベント・ハウス桃宴



異業種連携イベント・ヌーボーで乾杯！カウントダウン

## 暮らしたくなる旅の地 笛吹桃源郷を目指して

桃源郷とは、俗界を離れた別世界、理想郷をいいますが、観光も、普段の生活から離れたところに、自分の知らない世界を求めるものです。

現在の日本人の観光は1泊2日型が主流ですが、短い滞在では地域への経済波及も少なく、また、本当はゆっくり滞在したいという観光客の希望もあります。そこで、各地で長期滞在型の観光や二地域居住への取組が進められるようになりました。

首都圏からも近く、温泉や果物など豊かな資源のある笛吹市は二地域居住へのポテンシャルも高く、暮らすような旅を提供できる地であるといえます。

笛吹市における観光振興で最終的に目指す姿は、1泊2日型の観光からの脱皮、暮らすように過ごすまち、さらには移住、定住の地であるといえます。「暮らしたくなる旅の地 笛吹桃源郷」を目指します。

笛吹桃源郷づくりは、訪れた観光客1人1人に市民の1人1人が優しく、おもてなしの心を持って接することから始まります。

単なる観光客から笛吹ファンをつくっていく必要があります。大量の観光客を受け入れて経済的に潤う一過性の観光を目指すのではなく、数は少なくとも繰り返し訪れていただく観光地を目指します。

そして、最終的には、笛吹ファンと一緒に観光地域づくりを進めるような関係性を築いていくことを目指します。

最後に、本観光振興ビジョンは、笛吹市の観光行政の基本構想を示したものです。今後の観光行政の基本的な姿勢を市民全員で共有化することにより、市民一丸となって観光振興を推し進めることを目的として策定しています。つまりは、市民の市民による市民のための観光振興ビジョンです。

したがって、具体的な観光振興計画やアクションプランについては、今後、市民やあらゆる関係者との協議により策定することとなります。

これからの観光振興は、観光によりまちづくりを進めていくことであり、単年で大きく変わるものではありません。

計画策定→社会的実験・実践→結果・効果の検証→計画策定（見直し）→実践→…というサイクルを絶えず繰り返し、笛吹市の観光振興として、たとえば、観光客来訪→滞在時間増→経済波及増→新たなビジネス創出→新たな定住者創出→新たな観光客創出→…というような良い地域循環を生み出すことが求められます。その実施主体は市民であり、計画を推進する協議会などの組織や計画実施を促す市民参画などの制度の整備も求められます。

1. 委員名簿

○笛吹市観光振興ビジョン策定委員会委員名簿

(順不同・敬称略)

氏名	組織・役職名
吉田 均	山梨県立大学准教授
山下 政樹	石和温泉観光協会会長
河野 東洋男	御坂町観光協会会長
山下 実千男	一宮町観光協会会長
岩下 和也	八代町観光協会会長
大久保 一吉	境川町観光協会会長
生原 洋征	春日居町観光協会会長
若杉 成剛	笛吹市商工会会長
山下 安廣	石和温泉旅館協同組合理事長
白鳥 公昭	春日居温泉旅館組合組合長
關本 得郎	笛吹農業協同組合組合長
中山 仁	フルーツ山梨農業協同組合組合長
新屋敷 重弘	J R石和温泉駅駅長
小池 洋一	石和タクシー組合会長
中村 長年	連合区長会会長
市川 栄治	検討会代表
望月 健二	笛吹市副市長
山田 武人	笛吹市教育委員会教育長
梶原 清	笛吹市総務部長
池田 聖仁	笛吹市経営政策部長
保坂 利定	笛吹市産業観光部長

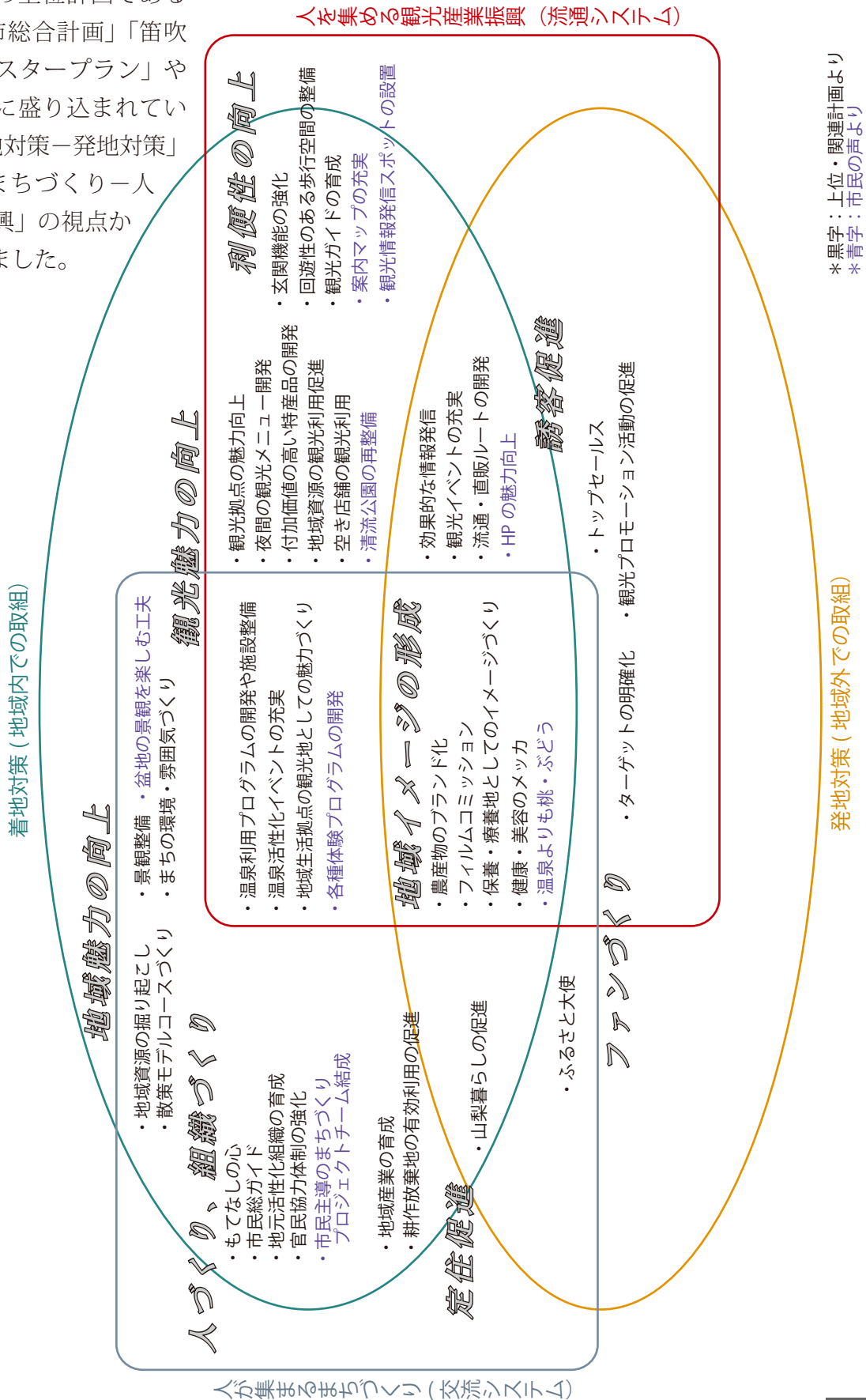
○笛吹市観光振興ビジョン検討会委員名簿

(順不同・敬称略)

氏名	組織・役職名
安部 志美子	木創りの宿きこり
佐藤 正典	華やぎの章慶山
古宮 満	英トラベルビューロー
山下 実千男	一宮町観光協会
前島 一仁	一宮町観光協会
橋田 幸三	(株)石和タクシー
島田 邦久	(有)岡部タクシー
古屋 昭一	ボランティアガイド笛吹
宇佐美 喜之	ボランティアガイド笛吹
早川 弘太	(株)沢田屋薬局
小山田 幸紀	(株)ルミエール
武井 浩幸	本坊酒造 (株)山梨マルスワイナリー
市川 栄治	オートキャンプすずらん
伊藤 瞳	山梨県立大学国際政策学部3年
羽山 千尋	山梨県立大学国際政策学部3年
小栗 萌	山梨県立大学国際政策学部1年
久留 飛雄己	山梨県立大学国際政策学部1年
石川直樹	山梨学院大学現代ビジネス学部 現代ビジネス学科3年
岩田 佳央梨	山梨学院大学現代ビジネス学部 現代ビジネス学科2年
李 昂	山梨学院大学現代ビジネス学部 現代ビジネス学科2年
中村 奈津希	山梨学院大学商学部 商学科4年

○笛吹市観光振興の関連計画等整理

本ビジョンの上位計画である「第一次笛吹市総合計画」「笛吹市都市計画マスタープラン」や関連計画などに盛り込まれている施策を「着地対策－発地対策」「人が集まるまちづくり－人集める観光振興」の視点から整理を行いました。

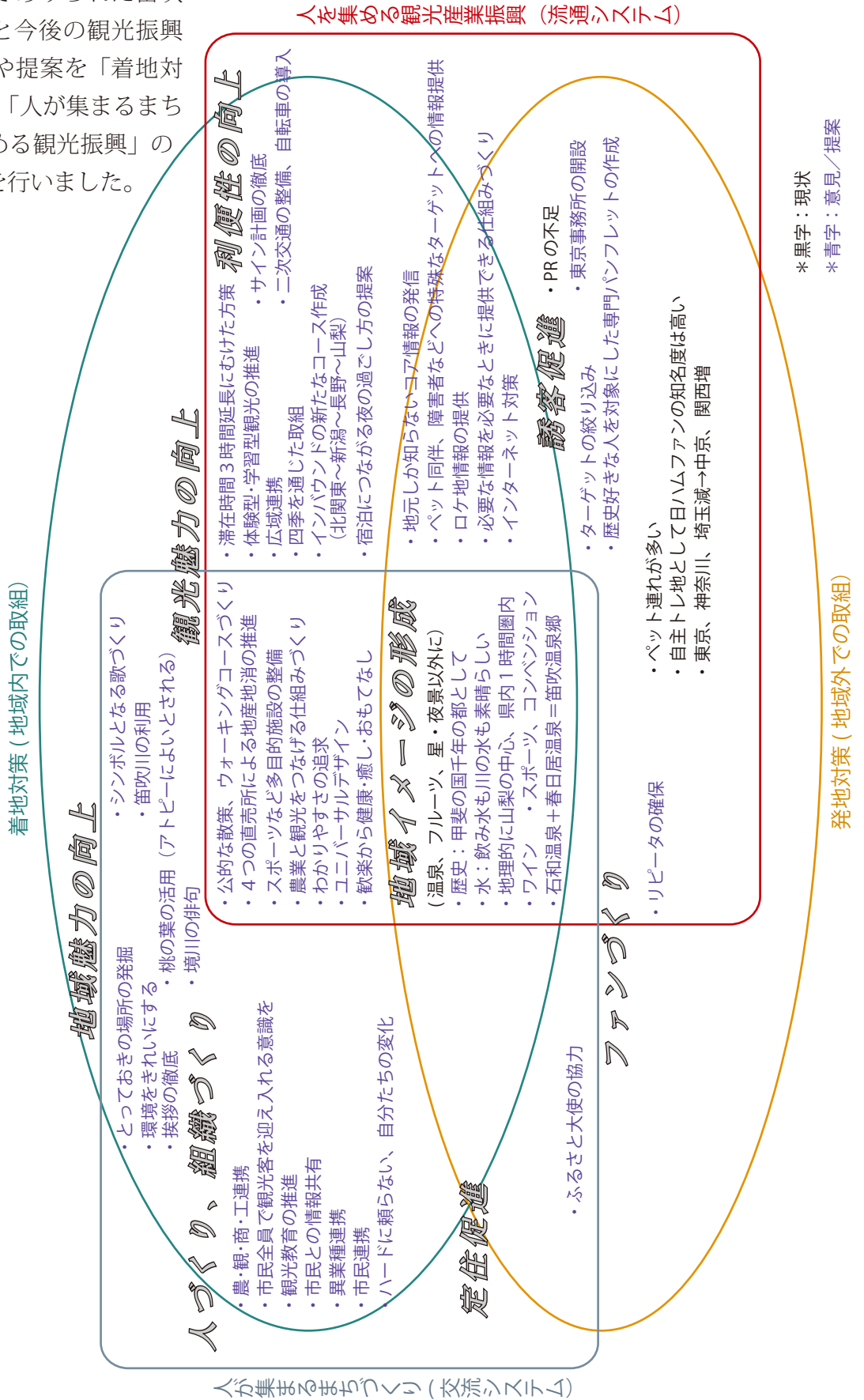


\*黒字：上位・関連計画より  
\*青字：市民の声より

発地対策（地域外での取組）

# ○笛吹市観光振興ビジョン策定委員会意見整理

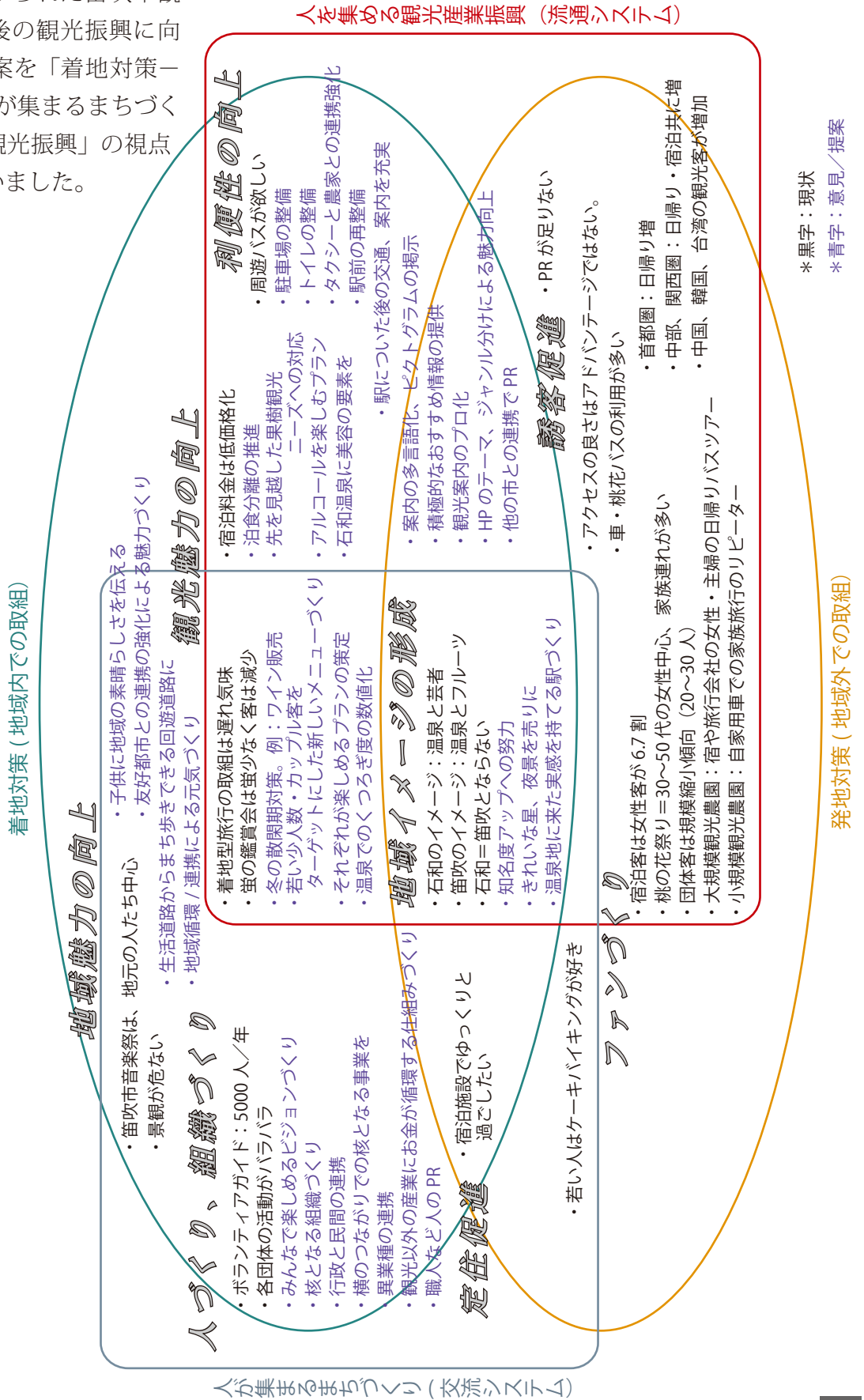
策定委員会であげられた笛吹市観光の現状と今後の観光振興に向けた意見や提案を「着地対策－発地対策」「人が集まるまちづくり－人集める観光振興」の視点から整理を行いました。



\*黒字：現状  
\*青字：意見/提案

# ○笛吹市観光振興ビジョン検討会意見整理

検討会であげられた笛吹市観光の現状と今後の観光振興に向けた意見や提案を「着地対策」「人が集まるまちづくり一人集める観光振興」の視点から整理を行いました。



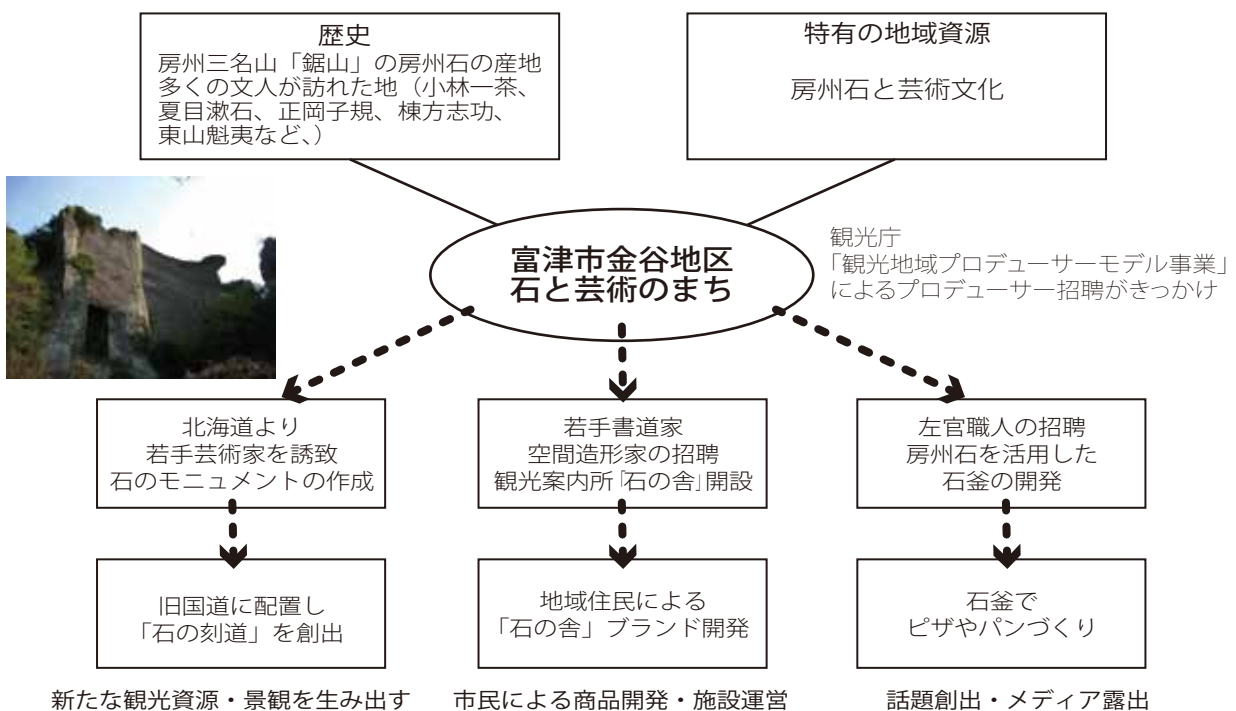
\* 黒字：現状  
\* 青字：意見/提案

発地対策 (地域外での取組)

ここでは、本ビジョンで掲げた7つの方針に基づき今後観光振興を推進していくうえで、参考となる取組事例を挙げています。

方針1には事例1、方針2には事例2のように、それぞれの方針に対応するように整理しています。

事例1 千葉県富津市「石と芸術のまちの創出」



資料：「観光地域プロデューサーモデル事業報告書  
金谷ストーンコミュニティホームページ





## 事例2

### 北海道函館市「湯の川オンパク」

#### 函館湯の川温泉 「はこだて湯の川オンパク」



函館以外にも、能登、いわきなどには取組拡大中!

オンパクとは、

オンパクとは大分県別府の温泉地、「別府八湯」を中心に始まったイベント。「温泉泊覧会」を略して「オンパク」別府の「ハットウ・オンパク」の仕掛け人を招聘し、別府の仕組みを移植。

オンパクのねらい（出典：ハットウオンパクウェブサイト）

- ・地域の資源（温泉、自然環境、町並み、人材など）を活かした多彩なプログラムの提供を通じて、各種のサービス産業が成長すること。
- ・オンパクに参加する事で住民が健康で前向きな暮らし（ウェルネスライフ）を送る事ができ、生活の質（QOL）の向上につながる事
- ・旅行者がオンパクに参加し、各種の体験や交流の機会を得る事で別府八湯のファンになっていただき、リピート化や長期滞在化を実現する事

第5回はこだて湯の川オンパクのプログラム

- ・湯の川温泉満喫企画! 10,000円でご宿泊
- ・雑巾がけレース in 湯の川温泉
- ・湯の川温泉の「朝食」を楽しむ
- ・アナタも寿司職人
- ・地元魚介を使用した料理教室
- ・ホテルの料理人に学ぶ料理教室 など 全33プログラム

オンパクの効果

- ・地元目線での地域資源の発掘・観光的価値付加・育成
- ・住民を対象にすることで着地型旅行商品のテストマーケティングに

資料：はこだて湯の川オンパク、ハットウオンパクホームページ

## 事例3

### 奈良県「カーたびによる奈良の再発見」

カーたびとは…クルマでの旅。自動車観光推進機構（カーたび機構）では、旅に関係する企業や団体が協力して、情報、場、サービスの提案などを進め、新しいクルマの旅を創造しています。



カーたび機構  
〈自動車旅行推進機構〉

奈良県のカーたび機構との連携

うごく!プロジェクト  
(ニッポン〈生〉)たびキャンペーンへの参加

ドライブルート例 地のものを食べたい  
大和の秋は柿づくし〜柿を学び、柿をだべる西吉野の旅〜



新しい視点でのドライブルートの開発  
特に、クルマの旅が中心となる中・南部地区  
周遊に向け、テーマ開発と発地での発進力強化

ドライブテーマブックを中京・大阪のガソリン  
スタンド、カーディーラーで配布など、車で  
日常訪れる場での広報



プロジェクトメンバー  
JTB、KNT、トヨタ、デンソー  
日観協、博報堂など

協力  
奈良県、三重県、岐阜県  
観光協会、全石連など

資料：カーたび機構、うごく!プロジェクトホームページ

## 事例4

### NPO 法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会

NPO 法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会

「やさしい、まなざし計画」をスローガンに掲げ、「文字の使い方」や「色の使い方」などに様々な配慮や工夫を加えることで、高齢者・障がい者・色覚障がい者など、誰もが使いやすく、見やすいメディアを提供し、メディアのエキスパートとしてより良い社会づくりに貢献することを目指す組織。

「メディア・ユニバーサル・デザイン」5原則

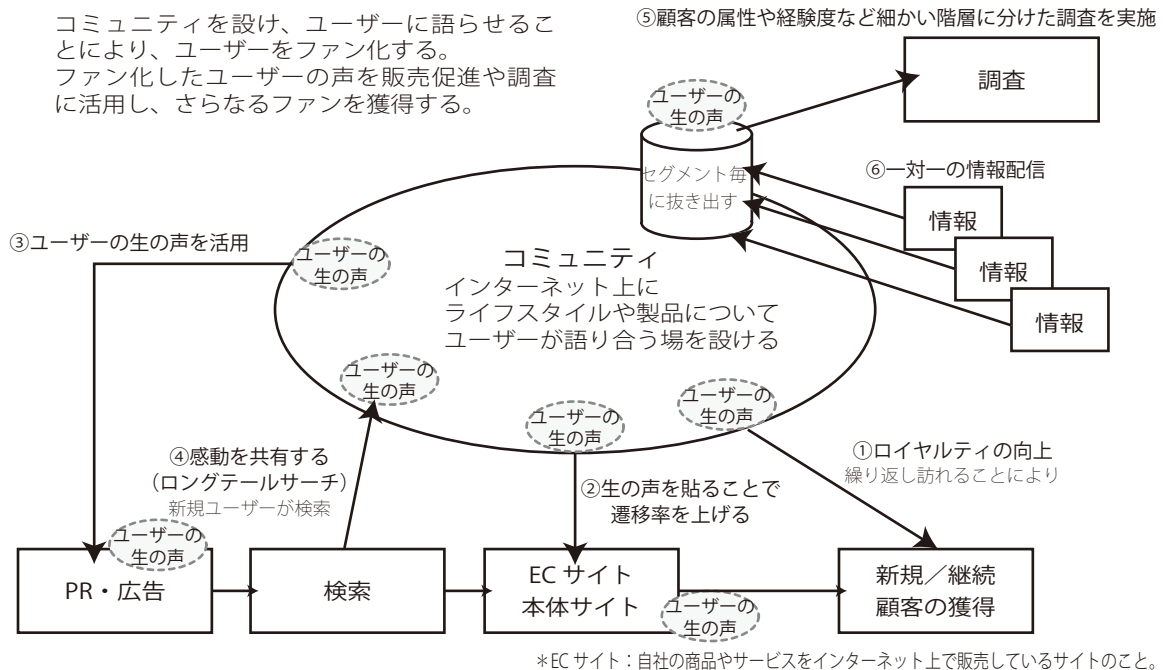
1. 必要となときに必要な情報が得られること	【アクセシビリティ】
2. 利用状況に関係なく、さまざまな人が見やすく使いやすいこと	【ユーザビリティ】
3. 言語や表現の工夫で、さまざまな人が内容を理解できること	【リテラシー】
4. 情緒に訴え、行動を誘発するデザインであること	【デザイン】
5. 人体や環境にやさしく、メディアの持続可能性が確保されていること	【サステナビリティ】

資料：NPO 法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会ホームページ  
「広報」No.690 (社)日本広報協会

## 事例5

### CGM マーケティング

日本最大級の双方向 CGM マーケティングを展開している(株)エイバック研究所の CGM 施策



資料：AvecDAY 2009 WINTER (Open House Seminar) (株)エイバック研究所主催の企業 CGM セミナーより

事例6

観光甲子園

観光甲子園

高校生が主役となって地域をアピールし、実際に商品化を目指すことのできる「地域観光プラン」を募集するコンテスト。

第1回観光甲子園：2009年4月1日 募集開始 7月10日 締切  
7月21日 予選結果発表 8月23日 本選開催



全国の高等学校 69 校から寄せられた 157 プランの中から本選に進出した 10 校が高校生独自の視点からの「地域発、観光プラン」を発表

グランプリ

文部科学大臣賞・島根県立隠岐島前高等学校

「ヒトツナギー人との出会いから始まる君だけの島前三島物語」

プランの特徴：観光名所に行かせない

旅の参加者は本土の中高生 10 名と島前の中高生 10 名、2 人一組となって旅する。

旅の企画 / 運営はすべて隠岐島前高生が行う

観光庁長官賞・横浜市立みなと総合高等学校

「ヨコハマ・シネマ・スター・ツアー ロケの街、ヨコハマで、あの映画、あのドラマの主人公になろう！」

プランの特徴：映画やドラマの主人公になってもらい、映像として思い出に残す。日本文化、学生と社会、街、

海外とつなげる企画。

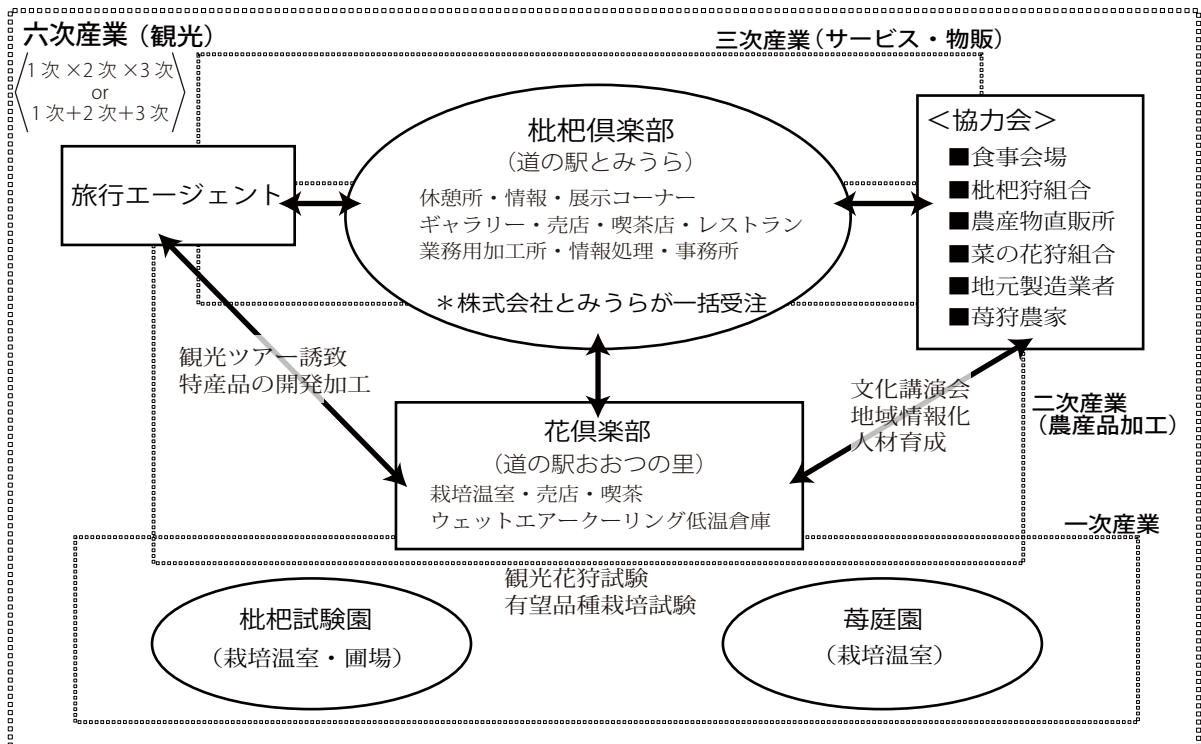
グランプリの 2 つのプランは、地域の条件は違うものの、コンセプトは共に「つなぐ」

資料：観光甲子園ホームページ（神戸夙川学院）、季刊「観光とまちづくり」2009・秋号（社）日本観光協会

事例7

千葉県南房総市「枇杷倶楽部」

枇杷倶楽部の事業体系：一次～三次産業の発展基盤の上に「観光」（6次産業）が開花



資料：（社）日本観光協会講演資料

笛吹市では **しあわせ** がお迎えます。

親 明 分 誠  
切 る か り 意  
に く や す く 持  
つ



芦川町新道峠より望む富士山

## 笛吹市観光振興ビジョン

笛吹市 観光商工課

〒406-8510 山梨県笛吹市石和町市部 777

tel 055-262-4111 fax 055-262-8507

URL <http://www.city.fuefuki.yamanashi.jp/>