

みなかみ町観光振興計画



平成25年3月

みなかみ町

目 次

第 1 章 観光振興計画策定の目的	1
（1）計画策定の目的	1
（2）計画の位置づけ	1
（3）観光政策の動向	2
第 2 章 みなかみ町の観光の現状	3
（1）観光に関わる地域資源の状況	3
（2）入込観光客数の推移・背景	9
（3）観光客の利用特性と評価	13
（4）町内関係者の意向	19
（5）みなかみ町の観光の強みと弱み	22
第 3 章 観光振興の基本方針	24
（1）みなかみ町の観光振興の目標	24
（2）みなかみ町の観光振興の基本方針	27
第 4 章 施策の展開	29
（1）施策体系	29
（2）観光振興施策	30
第 5 章 推進方策	45
（1）推進体制	45
（2）施策の推進	46
■付属資料	49
1. 上位・関連計画	50
2. 町内関係者の意向	56

第1章 観光振興計画策定の目的

(1) 計画策定の目的

利根川源流の風光明媚な自然環境が残されているみなかみ町は、高速交通網が早くから整備されたこともあり、かつては「東京の奥座敷」として多くの宿泊滞在客を受け入れていきました。しかし近年は、宿泊客は減り続けており、温泉地では廃業する旅館が出るなど地域経済に大きな影響を及ぼしています。一方、利根川源流域をフィールドとするアウトドアスポーツが盛んに行われるようになり、またスキー場の利用者が増加するなど、日帰りレクリエーション客の増加が顕著となっています。みなかみ町の基幹産業である観光産業を再生させるためには、このような近年の観光動向や観光ニーズの変化に対応した観光地づくりを進めていく必要があります。

みなかみ町では、平成17年10月の3町村合併以降、3地区連携の取組みとして「群馬デスティネーションキャンペーン」や「ググッとぐんま観光キャンペーン」を展開し、一定の成果をあげてきました。みなかみ町全体の観光の魅力を高めるには、今後も地区それぞれの特徴を活かした取組みや、地域住民、観光・商工関係団体、行政等による協働の取組みを推進していく必要があります。

このような背景から、本計画は、みなかみ町の観光振興の指針として、みなかみ町の観光がめざすべき姿とそれを実現するための取組みの方向性をとりまとめるものです。

(2) 計画の位置づけ

本計画は、第1次みなかみ町総合計画『水と森・歴史と文化に息づく利根川源流のまちみなかみ』の実現に向けて、観光振興分野の施策を展開するための方向を示すとともに、以下に示す観光振興に関連する既存計画と連携・整合を図りながら取組む個別計画として位置づけます。

本計画では、20年程度の長期的な視点を持ちながら、目標年次は総合計画と同様に平成29年度とします。

■上位関連計画

町の上位計画	①第1次みなかみ町総合計画(H20)
町の関連計画	②みなかみ町水と森を育むまちづくり構想(H20) ③みなかみハピネス計画(H24) ④谷川岳エコツーリズム推進全体構想
県の関連計画	⑤群馬県新観光振興計画
広域圏の関連計画	⑥雪国観光圏整備計画

(3) 観光政策の動向

わが国では、平成 19 年 1 月に観光立国推進基本法が施行され、同年 6 月には観光立国に向けた総合的かつ計画的な推進を図るため「観光立国推進基本計画」が閣議決定されています。平成 20 年 10 月には国土交通省の外局として観光庁が設置され、観光立国に向けた取組みを推進しています。

また、平成 24 年 7 月に閣議決定された「日本再生戦略」では、更なる成長力強化の取組みとして「観光振興」が位置付けられ、以下に示す重点施策が掲げられています。この中で観光立国に向けて地域が実施できる施策としては、今後成長が見込まれる訪日外国人旅行者の増大に向けたプロモーション活動と受入環境の整備、観光需要を喚起するためのニューツーリズム等による観光の高付加価値化やブランド化等が挙げられます。

■日本再生戦略における観光立国に向けた重点施策

訪日外国人旅行者の増大に向けた取組、受入環境水準の向上
① <u>オールジャパン訪日プロモーション体制の構築と実施</u>
② 市場別誘致目標の設定
③ 訪日外国人旅行者の出入国の円滑化
④ オープンスカイの推進
⑤ 首都圏空港や関空の強化
観光需要の喚起
① LCC の参入促進のための環境整備
② 国管理空港等の経営改革の推進
③ <u>ニューツーリズム（エコツーリズム、グリーンツーリズム、スポーツツーリズム、ヘルスツーリズム、ユニバーサルツーリズム、医療と連携した観光等）の振興</u>
④ 国際会議等の MICE の誘致・開催推進
⑤ <u>評価等を通じた戦略的な観光地域づくりの促進、ブランド化</u>
⑥ <u>魅力ある観光地域づくりのための環境整備</u>
⑦ 休暇改革の推進

※ 下線は、各地域で実施可能な施策

第2章 みなかみ町の観光の現状と課題

(1) 観光に関わる地域資源の状況

1) 温泉地

○温泉地の変遷

みなかみ町では古くから開湯された温泉地が多く、江戸から明治にかけては寒湯治、土用湯治などで主に地元農家が利用していました。昭和に入り、上越線等で土木工事が行われるようになると、水上地区の温泉地では工事関係者の宿泊需要が多くなり、地元農民は新治地区の湯宿、湯島（猿ヶ京）、法師などを利用するようになっていきます。

昭和6年の上越線全線開通により、谷川岳登山や風光明媚な自然景観を求めて、行楽を目的とする観光客が殺到し、水上温泉は「東京の奥座敷」として発展します。しかし、交通網の発達により、東京からは日帰り圏になったため、かつてのような長期滞在客は減少しています。

高度成長期には、企業などを中心に「慰安旅行」で温泉地に訪れる団体客が多くなり、旅館の大型化が進みました。その後の景気低迷や価値観の多様化、マイカーの普及などによって、団体客から個人客に変化しており、利用者ニーズの変化への対応が求められています。特に、水上温泉、猿ヶ京温泉では、宿泊客の減少により複数の旅館が経営破綻しており、温泉街の空き店舗や廃業した旅館の跡地の活用が新しい温泉地づくりに向けた大きな課題となっています。

○温泉保養地としての環境整備の推進

みなかみ町には趣が異なる大小18の温泉地「みなかみ18湯」が点在しており、各地で旅館・ホテル、民宿等、富裕層から大衆まで多様な客層を受け入れることができる温泉保養施設が整備されています。現在みなかみ町の温泉地を訪れる宿泊客は、一部の温泉地では「コンベンション」の需要もありますが、「癒し」を求めて、自然景観を楽しみながらのんびり滞在する人が多く訪れていると考えられます。

各温泉地では、滞在環境の魅力を高めるため、遊歩道の整備や花による修景等を行っています。谷川温泉では、県景観条例に基づく住民協定によって、景観保全を図っています。

また、公共の日帰り温泉施設の整備も進められており、「湯テルメ谷川」「ふれあい交流館」「真沢の森」「三峰の湯」「風和の湯」「遊神館」「まんてん星の湯」の7施設が運営されています。

○体験プログラムの充実化

温泉地独自の体験プログラムとして、昨年から「みなかみオンパク」が開催されています。プログラムは小規模で試行的な取組みとなっていますが、各温泉地の特徴を活かした魅力的なプログラム（平成24年は37プログラム）が実施されています。

また、町内のアウトドアスポーツや工芸体験などのアクティビティの充実化に伴い、アクティビティを組み合わせた宿泊プランを提供している宿泊施設も出てきています。

2) スポーツ・レクリエーションフィールド

○スキー場

みなかみ町は県内有数の豪雪地帯であり、また利根川源流ならではの起伏に富んだ地形から、町内に 10 箇所のスキー場が整備されています。特に水上地区には 9 つのスキー場が整備されており、関東有数のウィンターリゾートエリアになっています。

みなかみ町のスキー場には、スキースクールや雪遊びが楽しめるキッズパークなど、キッズ対応のサービスが充実しており、ファミリー客が多く訪れています。

○登山・ロッククライミング・トレッキング

みなかみ町は、群馬・新潟県境の谷川連峰と、平ヶ岳、至仏山、武尊山などの 2000m を超える山々に囲まれており、登山道も整備されています。谷川連峰には有人の山小屋が 3 棟、無人の避難小屋が 6 棟設置されています。日本百名山に選ばれている山が 5 座あることもあり、登山客が多く訪れています。谷川岳を中心に、「水上山岳ガイド協会」等のベテラン登山家によるガイドが行われています。

一ノ倉岳は、穂高岳、剣岳とともに日本三大岩場と呼ばれ、ロッククライミングの聖地となっています。また、一般的には標高 3000m 級の山でしか楽しめない高山植物を、標高 2000m に満たない谷川岳において見ることができます。

このような谷川岳の魅力に惹かれて、多くの登山客が訪れていましたが、遭難者も多く、登山ブームの昭和 30 年前後には、年間の遭難死亡者が 30 名を超えたこともあります。近年は装備が改善されたことや、冒険する人が減ったことから、以前に比べると遭難者は減少しています。また、トイレが改善されたこともあり、女性の登山客も増えています。

近年は、アドベンチャーレースの著名なアスリートがみなかみ町に在住していることから、トレイルランのフィールドとしても注目されています。

○ラフティング・カヌー

利根川源流域は国内有数のラフティングの適地として知られています。近年は、ラフティングやキャニオニング、カヌー、バンジージャンプといった体験プログラムを提供する事業者が増えています。

利根川源流域でのラフティング・ガイドでは、高い技術レベルが求められるため、安全対策などの技術力の向上を目的に、町内事業者 32 社が参加する「アウトドア連合会」が設立されています。また、町では「みなかみ町アウトドアスポーツ振興条例」を制定（平成 25 年 4 月 1 日施行）し、アウトドアスポーツを安全に楽しめる環境整備に取り組んでいます。

利根川やダム湖では、カヌーを楽しむ人も多く、カヌー大会やカヌー体験イベントが毎年実施されています。NHKカヌー大会は、2009 年までみなかみ町で開催されていました。

○スポーツタウンプロジェクト

平成 23 年 12 月に「みなかみ町スポーツ・健康まちづくり宣言～笑顔っていいよね～」が制定され、宣言に沿った計画として「みなかみハピネス計画」が策定されています。

この計画に掲げられている「スポーツタウンプロジェクト」では、スポーツ用品メーカーのデサントの協賛を得て、デサント藤原湖マラソンやデサントスポーツ教室などが開催されています。

3) 工芸・歴史・文化体験

○文化財

みなかみ町の文化財は、国指定が矢瀬遺跡、旧戸部家住宅、旧雲越家の生活用具及び民家、水上石器時代住居跡の4件と登録文化財が1件、県指定が19件、町指定が31件となっています。縄文時代中期の住居跡があることから、古くから住居に適した地であったことが窺えます。

県指定史跡の名胡桃城址には、歴史ガイドや観光案内の活動拠点として、名胡桃城址案内所が平成22年に開設されています。

○三国街道と清水峠越往還

上州から越後に抜ける街道として、三国峠を通る「三国街道」と清水峠を通る「清水峠越往還」が江戸から明治にかけて整備されたことから、みなかみ町の集落は、宿場、関所、番所により形成されてきました。街道から離れた地域（藤原など）では、中山間地域の農村集落が形成されてきました。

旧街道沿いには石仏や野仏が数多く残されており、須川宿では「野仏めぐり」、猿ヶ京では「猿ヶ京お願しめめぐり」として、歴史的な資源を巡るスタンプラリーが実施されています。

○工芸の匠

伝統的な手工芸や地場の食材を活用した食づくりを体験できる「たくみの里」は、美しい景観づくりの取組みの効果もあって、日帰り観光の立寄り施設として人気を博しており、5軒からスタートした「たくみの家」は29軒まで増えています。以前は温泉宿泊客の立寄りもありましたが、最近は日帰り利用が多く、体験には若年層の参加が増えています。特に雨天時は、アウトドアスポーツを体験できずに「たくみの里」に立ち寄る若年層が増えています。

ガラス工芸を体験できる「月夜野びーどろパーク」や陶芸体験ができる「月夜野焼」では、温泉宿泊客の立寄りもあり、学校の校外学習や宿泊ツアーの体験メニューとして団体客も受け入れています。

○美術館・博物館・資料館

町内には、遺跡や民俗資料を紹介する展示施設は各地区に整備されていますが、みなかみ町の魅力要素の一つである自然環境を紹介する施設は少なく、「谷川岳山岳資料館」が代表的な施設となっています。

また、リゾート客の立寄りが期待できる芸術関係の施設は、谷川温泉の「天一美術館」と猿ヶ京温泉の「三国路与謝野晶子紀行文学館」、月夜野の「ガラスアート美術館」に限られています。

4) 風光明媚な自然景観と自然学習体験

○山岳・森林景観

新治地区の西川・赤谷川源流域と水上地区の谷川・湯桧曾川源流域は、上信越高原国立公園に指定されています。谷川岳から平標山までの稜線は、特別保護地域に指定されています。利根川源流域は、環境省の自然環境保全地域の中の野生動植物保護地区（全国で7箇所）と林野庁の森林生態系保全地域（全国で26箇所）に指定されています。また、群馬県が指定する自然環境保全地域の中の野生生物保護地区は、6箇所全てみなかみ町の地域が指定されています。猛禽類やツキノワグマ等の絶滅危惧種が生息する豊かな自然環境を保全・活用する活動として、「谷川岳エコツーリズム推進全体構想」及び「赤谷プロジェクト」が推進されています。

また、みなかみ町は、群馬・新潟県境の谷川連峰と平ヶ岳、至仏山、武尊山などの2000mを超える山々に囲まれており、町内からは雄大な山岳景観を望むことができます。ロープウェイが整備されている谷川岳天神平や、そそり立つ岩壁と夏場でも雪渓が残る一ノ倉沢は、登山客のみならず観光客も多く訪れています。

○河川景観

利根川はみなかみ町の大水上山（標高1,834m）に水源を發し、大小800にのぼる支川を合わせながら、関東平野を北西から南東へ貫き、千葉県銚子市で太平洋へと注いでいます。支川を含めた流路延長は約6,700kmにおよぶ日本を代表する一級河川であり、流域面積は16,840 km²で日本一となっています。

治水、利水、発電を主目的とするダム・発電所開発が行われ、みなかみ町内にはダムが5箇所、発電所が14箇所整備されています。ダムの整備に伴い、堤体付近に資料館等のPR施設や展望台が整備されるとともに、ダム湖畔では湖畔遊歩道や多目的グラウンド、公園などが整備されています。

岩を削り、飛沫をあげながら流れる河川のダイナミックな景観を楽しめる観光ポイントとして、照葉峡、諏訪峡などの「水上五峡」があり、諏訪峡ではボランティアによるガイドを受けながら散策を楽しむことができます。

○自然学習

みなかみ町では、みなかみ町教育旅行協議会が中心となり、豊かな自然を活かした環境学習や自然保護活動を学習できる各種プログラムを提供しています。

新治地区では、林野庁と自然保護協会が協定を結び、国有林を活用した生物多様性の復元を目指す「赤谷プロジェクト」を推進しており、生態系や生物多様性の意味を実感できるプログラムを提供しています。

○夜の「光」

月夜野地区では、環境庁（現環境省）の「ふるさと百選」選定を契機として「ホテルの里」づくりを推進しており、「月夜野ホテル観賞の夕べ」を毎年開催しています。ホテルは、猿ヶ京温泉やたくみの里・泰寧寺、藤原・明川地区でも鑑賞することができます。

また、谷川岳天神平の「星の鑑賞会」、町内各地の「キャンドルナイト」、月夜野の「指月会」など、夜の「光」を楽しめるプログラムが各地で行われるようになっています。

5) 食と農村体験

○観光農業

新治地区では、「新治村農村公園構想」策定（平成2年）以降、観光と連携した高付加価値農業を進めながら、農村環境と文化を活用し、観光客誘致と農家の所得向上を目指した地域づくりが行われ、「たくみの里」や「ドールランドみなかみ」などが整備されています。「ドールランドみなかみ」は、桃李館から名称を変更したことで知名度が高まり、以前よりも若年層が訪れるようになっていきます。

町では高品質のフルーツが生産されており、月夜野地区と新治地区を中心にもぎ取り体験ができ、沿道の直売所で販売している観光農園が見られます。月夜野地区には、東京の高級フルーツ店にサクランボやリンゴを出荷している農家もいます。

新治地区や月夜野地区と比較して農地面積が少ない水上地区では、田植えや稲刈り、そば打ちなどの体験プログラムが提供されています。

○農地を活用した取組み

新治地区の住民組織「猿ヶ京ネットワーク」では、休耕田を活用した修景緑化活動を行っており、平成18年度からは県及び町の補助を受けて、菜の花エコプロジェクトを実施しています。

農業及び観光産業の連携による営農体制の確立等を目指して平成5年に設立された（財）新治農村公園公社（現在は一般財団法人みなかみ農村公園公社）は、たくみの里を訪れる観光客向けに、そば打ちや豆腐づくりなどを体験できる施設や農産物直売施設を整備し、高齢農家の農地を用いたそばや大豆の植え付けや刈り取り、収穫物の買い上げとその活用等によって中山間農業を支援しています。

水上地区の藤原地域では、「藤原案内人クラブ」と「森林塾青水」が連携し、藤原地区全体を「田園空間博物館」と捉え、フットパス整備や農村体験プログラムの提供を進めています。活動拠点として、遊山館が整備されています。

○食の開発

観光目的にもなる地域の「食」の開発は、現在みなかみ町商工会において「みなかみ薬膳プロジェクト」を試行しており、8件の事業者が参加しています。これまで「すいとん」や「マイタケ」をテーマに実施してきましたが定着するまでには至っていません。

現在販売されている地域のメニューとしては、水上温泉旅館協同組合の取組みによる「みなかみダムカレー」が挙げられます。

(2) 入込観光客数の推移・背景

1) 入込観光客数の推移

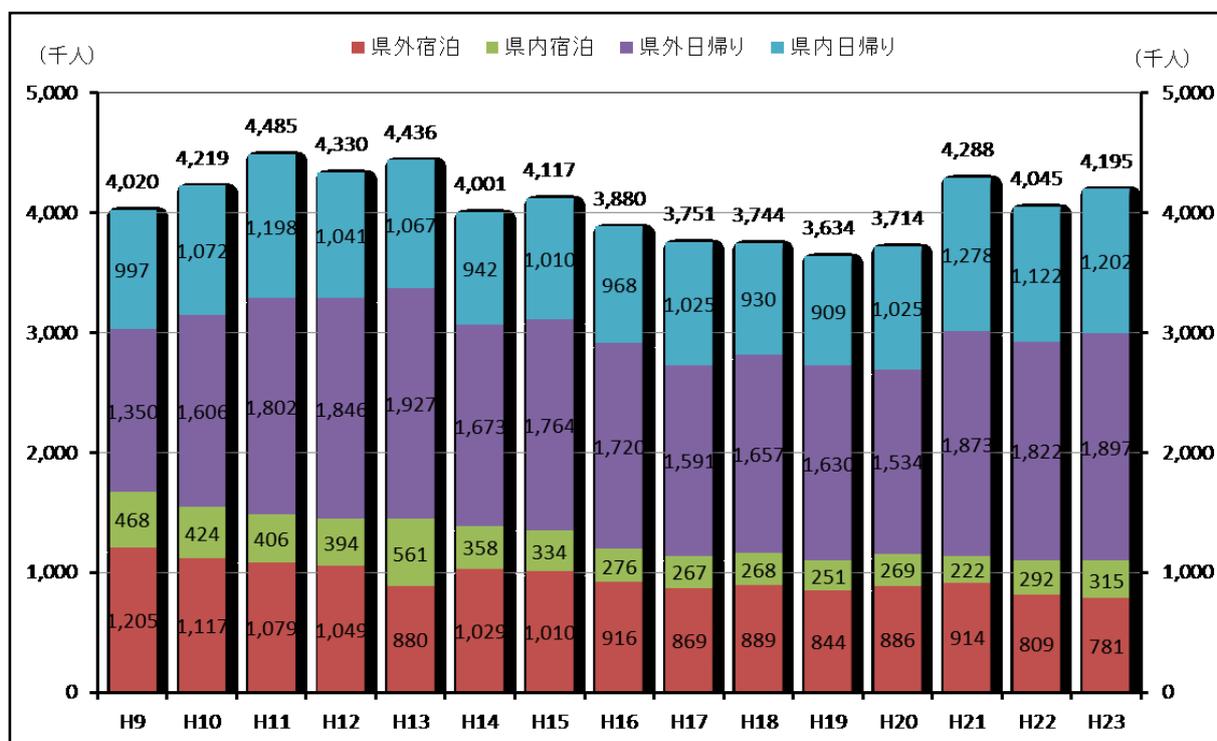
みなかみ町の入込観光客数は、平成9年度から平成23年度までの15年間の推移で見ると、平成11年度の4,485千人がピークとなっており、平成19年度まで減少傾向が続いていました。平成21年度は、これまで算入していなかったスキー場の利用者数を加えたため大幅に増加しており、平成23年度はスキー客の増加によって総入込客数も増えています。

全国のスキー場では低迷が続いていますが、みなかみ町のスキー場では、スキー場が集積している特徴を活かして、エリア全体で積極的にPR活動等に取組んだことにより、全国的にも稀なスキー客数が増加したエリアとなっています。

宿泊・日帰り別で見ると、日帰り客は平成11年度以降横ばいに推移していますが、宿泊客数は減少傾向に歯止めがかからず、15年間で577千人減少しています。国民保養温泉地に指定されている町内の温泉地では、リピーターが多く宿泊客数の推移も堅調ですが、旅館の大型化が進んだ水上温泉や猿ヶ京温泉では宿泊客数が減少しており、温泉地で滞在する魅力が他の温泉地に比べて相対的に低下していると考えられます。

県内・県外別で見ると、宿泊、日帰りともに県外客の割合が高く、埼玉県と東京都の割合が高いと考えられます。

■みなかみ町の入込観光客数（県内・県外別、宿泊・日帰り別）



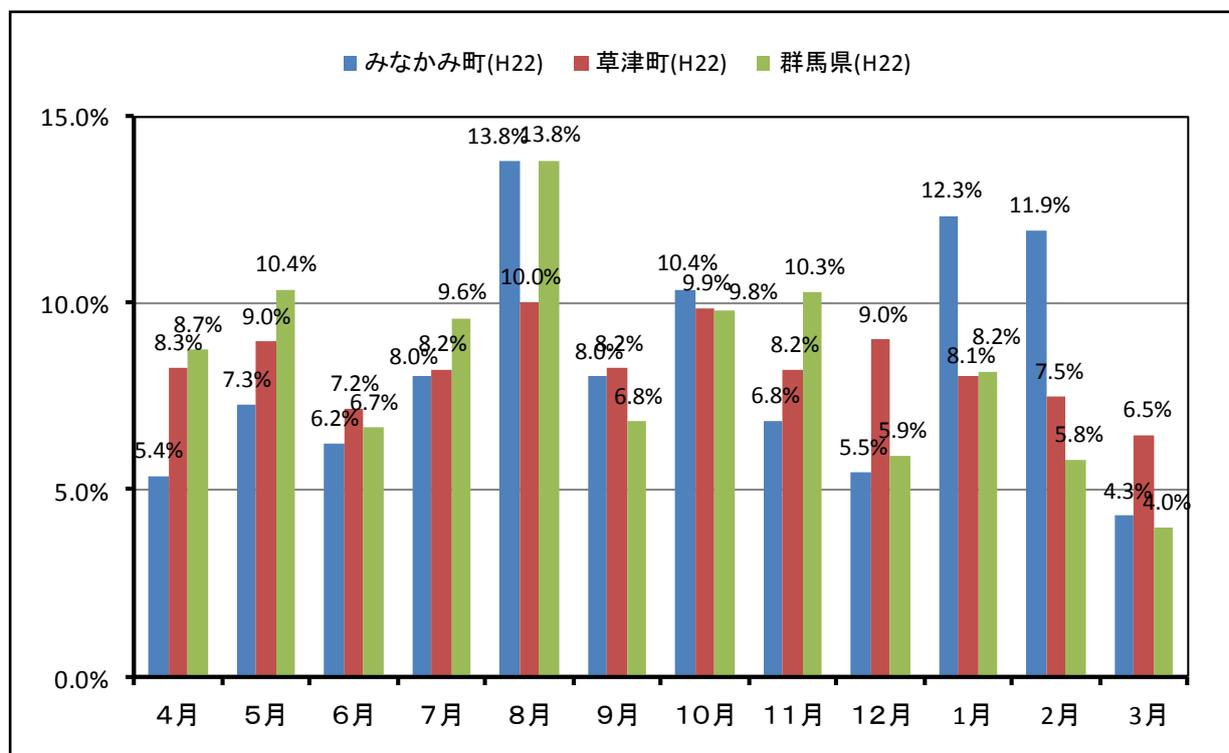
資料：群馬県観光客数・消費額調査（推計）

入込観光客数の月別割合をみると、平成 22 年度のみなかみ町は、夏休みの 8 月 (13.8%)、スキーシーズンの 1 月 (12.3%)、2 月 (11.9%)、紅葉シーズンの 10 月 (10.4%) の割合が高く、3 月 (4.3%) と 4 月 (5.4%) がボトムとなっています。

入込観光客に占める宿泊客の割合が、約 6 割と県内で最も高い草津町の月別割合をみると、どの月も 6～10%に収まっています。

自然環境を売りにしているみなかみ町では、季節による入込客数の変動は避けられませんが、草津町のように偏りがなくなると、事業者の雇用や経営環境が改善されるだけでなく、自然環境への負荷の軽減にもつながると考えられ、利用の平準化は課題として挙げられます。

■月別入込観光客数の割合 (H22 年)



資料：群馬県観光客数・消費額調査（推計）

2) 観光消費額の推移

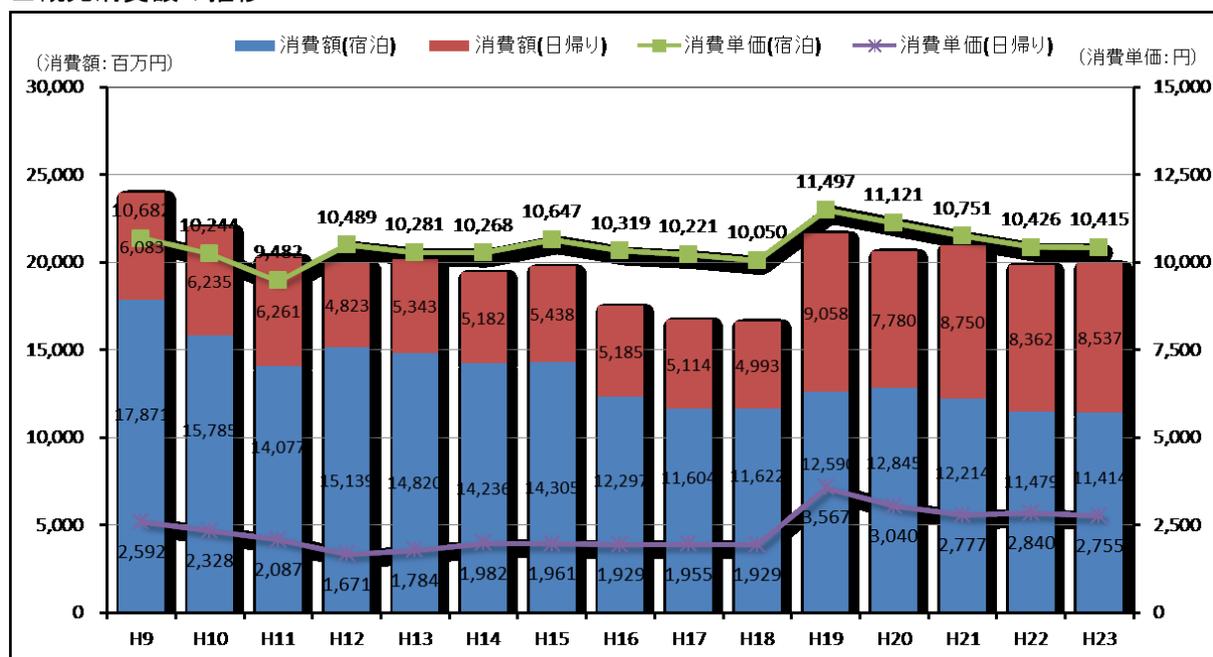
みなかみ町の観光消費額は、宿泊客数の減少の影響で平成9年度から平成18年度まで減少傾向が続いていました。平成19年度には単価の見直しにより増加していますが、それ以降も減少しています。平成23年の観光消費額は、日帰りが約85億円、宿泊が約110億円となっており、消費額に占める日帰りの割合が高まっています。

観光消費額の単価は、宿泊が10,400円、日帰りが2,800円となっています。群馬県全体では、宿泊が11,900円、日帰りが1,900円となっており、みなかみ町の宿泊客の消費単価が低いことがわかります。宿泊客数の割合が高い草津町では、宿泊客の消費単価は16,200円となっています。

観光消費額の推移を草津町と比較してみると、みなかみ町では減少傾向に歯止めがかからない状況であるのに対し、草津町では平成9年と比べて平成16年度には153%にまで増加し、それ以降も高い水準で維持していることがわかります。

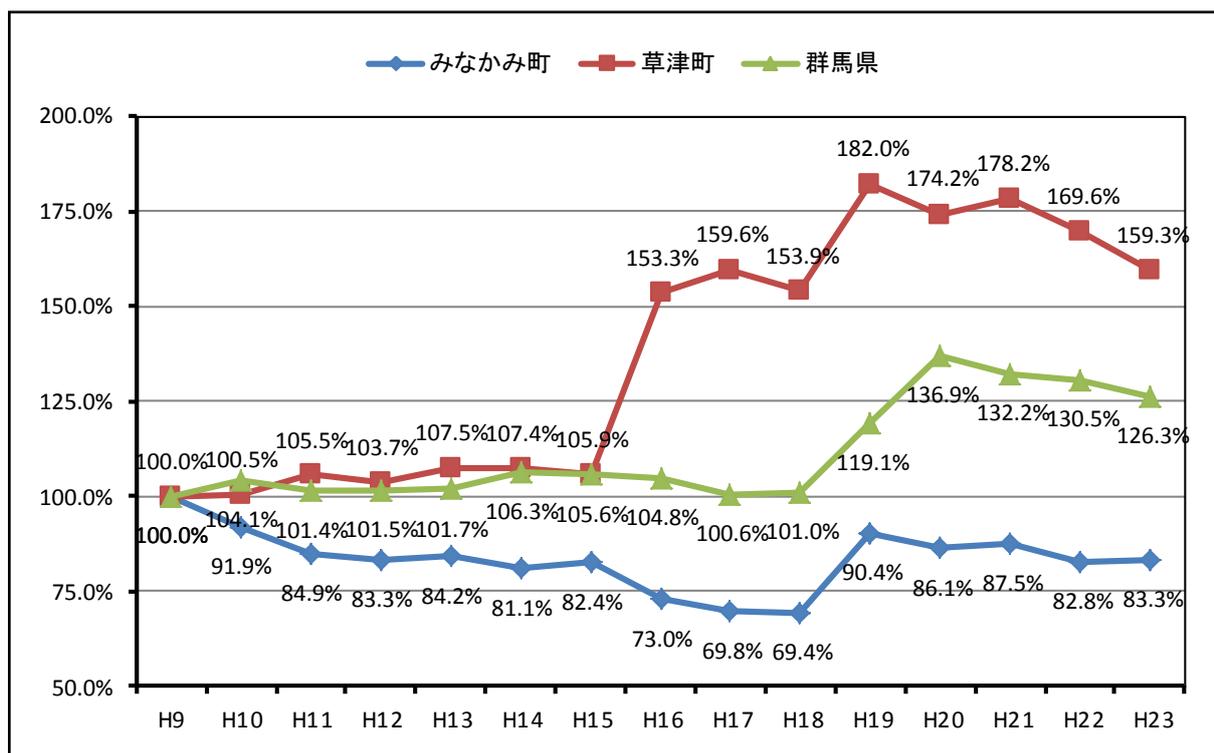
草津町では、観光振興施策に基づく長年の取組みが評価されており、旅行業者が選ぶ人気温泉地「にっぼんの温泉地100選」においても2003年度から10年連続で1位に選ばれています。群馬県の主要温泉地では、草津、伊香保、万座、四万がランクインされており、水上温泉は85位、その他町内の温泉地は圏外となっています。

■観光消費額の推移



資料：群馬県観光客数・消費額調査（推計）

■消費額の増加率の推移（H9年比）



資料：群馬県観光客数・消費額調査（推計）

■にっぽんの温泉地 100 選の順位

温泉地	1990年度	1992年度	1994年度	1996年度	1998年度	2000年度	2002年度	2004年度	2006年度	2008年度	2010年度	2011年度	2012年度
草津	19	35	25	29	13	3	2	1	1	1	1	1	1
伊香保	26	45	19	16	29	8	20	20	18	19	16	17	14
万座						91	77	36	51	35	28	25	32
四万	46	57	60	56	51	46	38	32	24	27	34	38	35
水上	42	93	53	62	57	74	67	97	87	72	83		84
猿ヶ京			85	97									
谷川	63				93	85							
宝川	89												
法師										93			

資料：観光経済新聞社

(3) 観光客の利用特性と評価

みなかみ町の観光に関する3つの調査から、観光客の利用特性と評価を整理すると、以下のようになります。

調査1 みなかみ町来訪者調査

調査期間：平成23年9月～平成24年5月／有効回答：1,240サンプル

調査方法：みなかみ町観光協会・会員施設での配布・回収

調査2 観光回遊調査

調査期間：平成24年9月17～19日／有効回答：145サンプル

調査方法：水紀行館、月夜野びーどろパーク、たくみの里での聞き取り

調査3 みなかみ町ギャップ調査

調査期間：平成24年11月21日／有効回答：1,041サンプル

調査方法：インターネット調査会社「マクロミル」モニタ会員のネット調査

1) 観光客の利用特性

○来訪経験

みなかみ町に訪れた観光客のうち、初めてみなかみに訪れたビギナーは宿泊客で約4割、日帰り客で約3割となっています。リピーターは宿泊客で5割半ば、日帰り客で約6割となっており、日帰り客では6回以上のハードリピーターが約2割を占めています。

○同行者

同行者は、宿泊客では「夫婦」が約4割と最も高く、「家族・親族」が約3割と続いており、身内だけの観光客が約7割を占めています。

一方、日帰り客は「家族・親族」が約2割で最も高く、また身内以外の「友人グループ」「同性の友人」「知人・友人」が宿泊客に比べて高くなっています。

○宿泊数

宿泊施設での宿泊数は「1泊」が9割であり、長期滞在客は少数となっています。

○交通手段

交通手段は「自家用車」が最も高く、宿泊客では約7割、日帰り客では約8割を占めています。

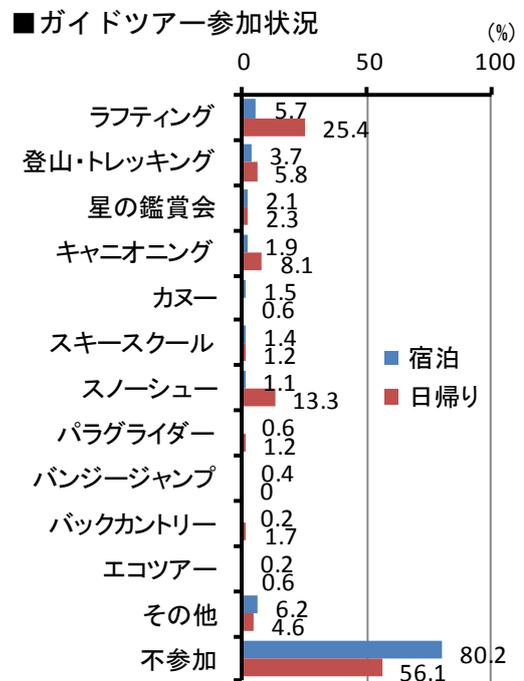
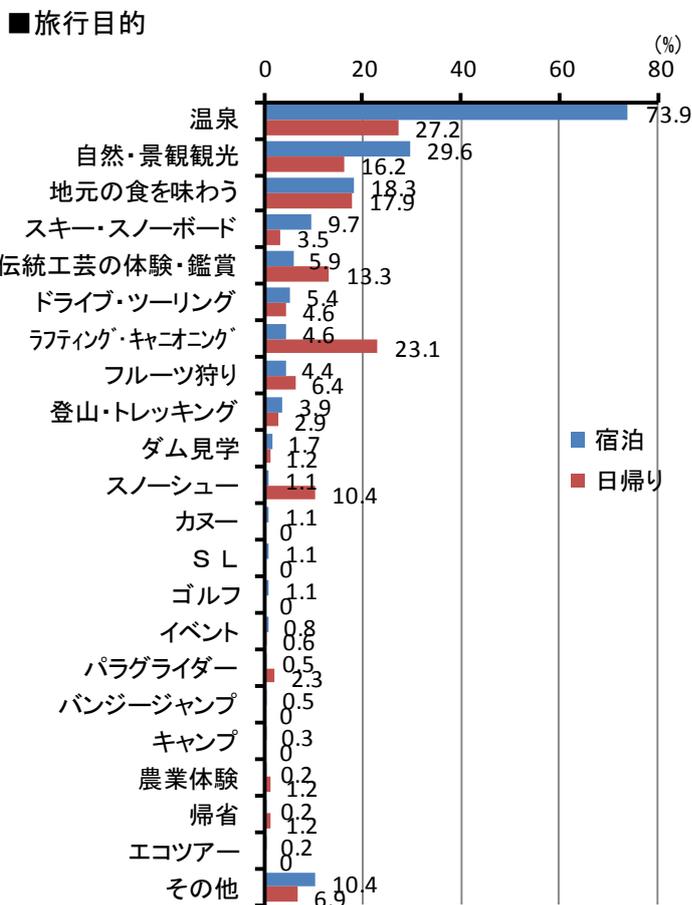
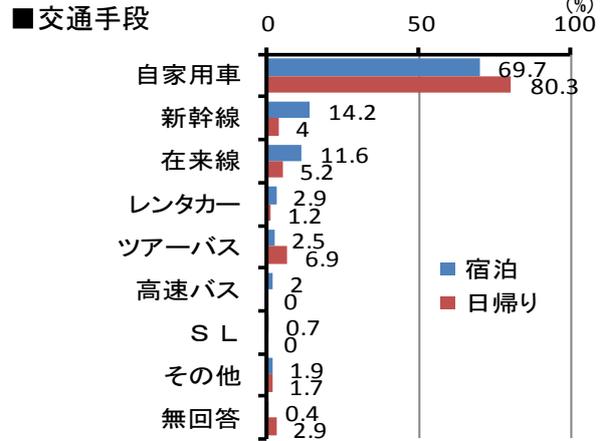
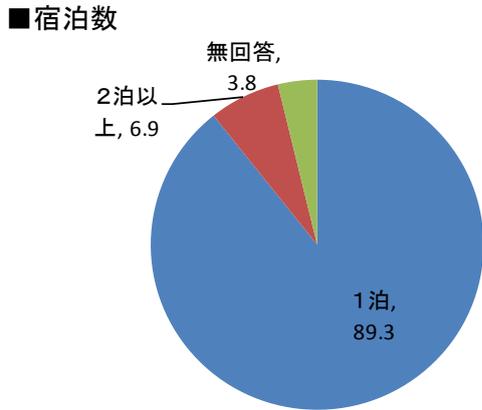
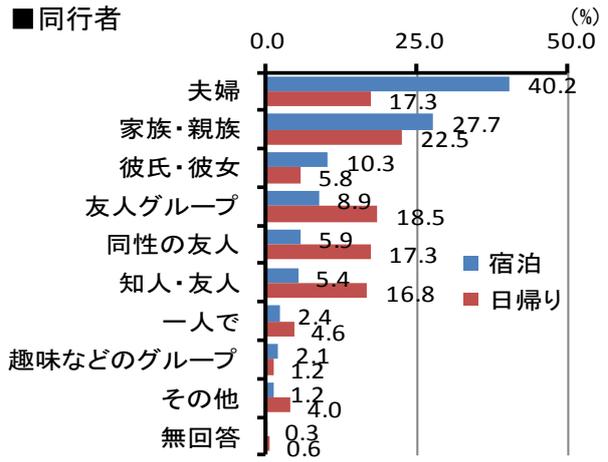
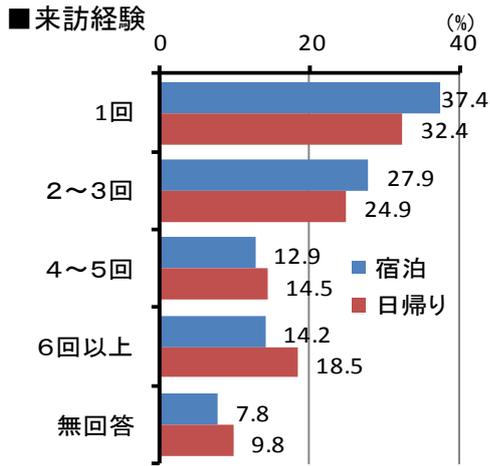
○旅行目的

みなかみ町を訪れている宿泊観光客の旅行目的は、「温泉」が7割以上を占めて最も割合が高く、次いで「自然・景観観光」が約3割、「地元の食を味わう」が約2割となっています。

日帰り客の目的は、「温泉」(27.2%)、「ラフティング・キャニオニング」(23.1%)、「地元の食を味わう」(17.9%)と続いています。

○ガイドツアー参加状況

ガイド付きのツアーの参加状況を見ると、宿泊客の約8割、日帰り客の約6割が「不参加」となっています。日帰り客では、「ラフティング」(25.4%)が最も割合が高くなっています。



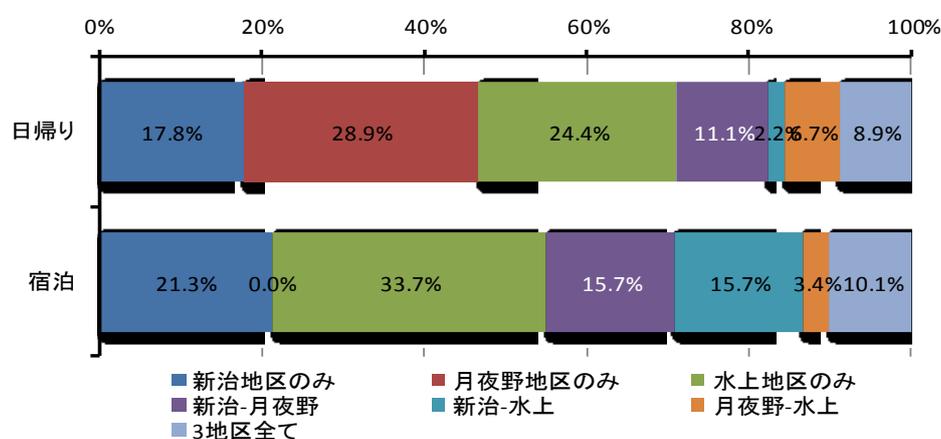
資料：みなかみ町来訪者調査

○町内の周遊状況

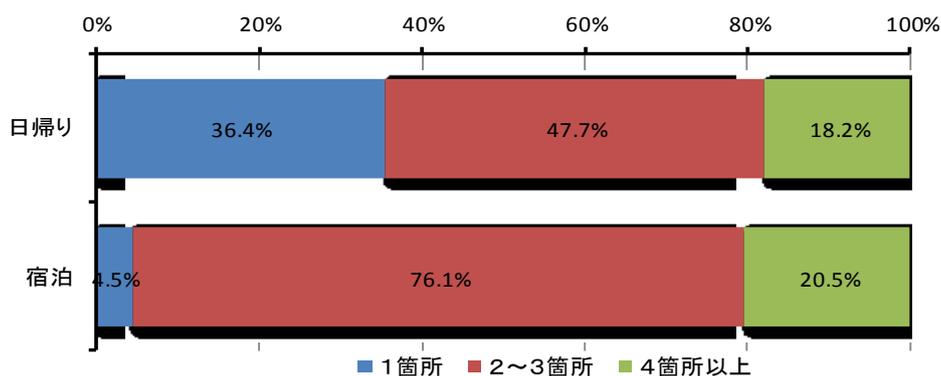
町内の観光立ち寄り拠点となっている「道の駅・水紀行館」「月夜野びーどろパーク」「道の駅・たくみの里豊楽館」において、町内の周遊状況を調査したところ、日帰り客の7割が1地区のみの滞在でした。宿泊客では、約5割が他の地区にも立ち寄っていますが、3地区全てに立ち寄っているのは約1割に過ぎません。

また、立ち寄りの箇所数は、日帰り、宿泊ともに「2～3箇所」の割合が最も高く、日帰り客では約4割が1箇所（水紀行館、びーどろパーク、たくみの里）のみの滞在となっています。町内の各温泉地においても、旅館でのんびりと滞在する利用者が増えており、従来型の観光資源をハイライトで足早に、また広域的に巡るよりも、狭い範囲で滞在を楽しむ観光スタイルが定着しつつあると考えられます。

■立ち寄り地区



■立ち寄り箇所数

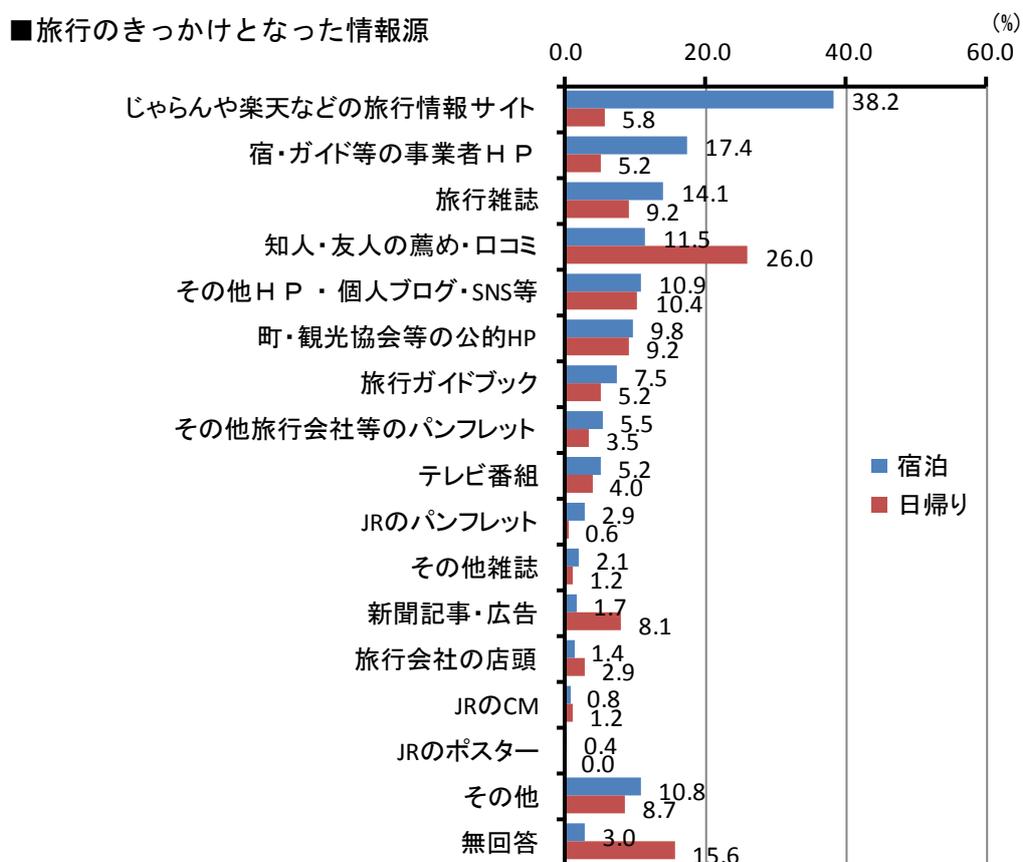


資料：観光回遊調査

○旅行のきっかけとなった情報源

みなかみ町に旅行に行くきっかけとなった情報源は、宿泊客では「じゃらんや楽天などの旅行情報サイト」が約4割と最も高く、次いで「宿・ガイド等の事業者HP」、「旅行雑誌」の順となっています。一方、日帰り客は、「知人・友人の薦め・口コミ」が約3割と最も高くなっています。宿泊、日帰りともに「利用者の評価情報」を参考にしていることが分かります。

「町、観光協会等の公的HP」は、宿泊、日帰りともに約1割と低くなっています。評価情報を掲載するのは難しいですが、地域に密着した公的機関ならではの情報の「信頼性」や現場からの「即時性」を活かした情報発信を行えば、利用が増えていくと考えられます。



資料：みなかみ町来訪者調査

2) 観光客の評価

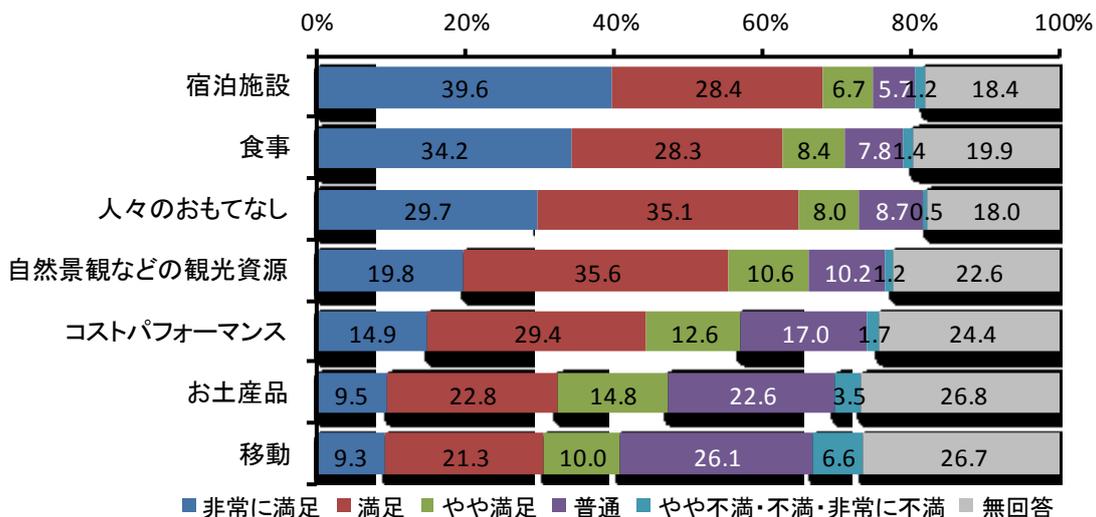
○宿泊客の満足度

宿泊客の満足度で最も評価が高いのは「宿泊施設」であり、約4割が「非常に満足」と評価しています。「非常に満足」、「満足」、「やや満足」を含めた『良い評価』は、「宿泊施設」「食事」「人々のおもてなし」「自然景観などの観光資源」で評価が高くなっています。「お土産品」及び「移動」については、他の項目に比べると評価が低くなっています。

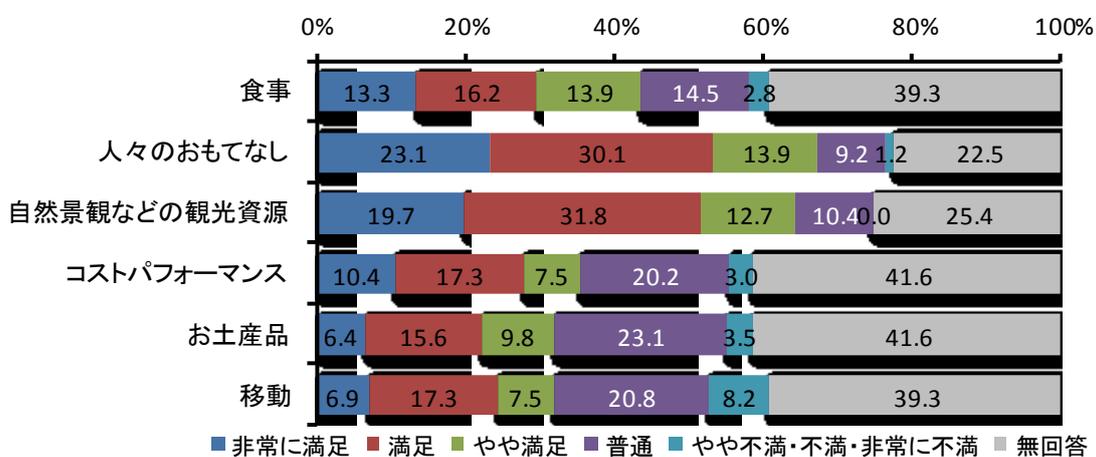
○日帰り客の満足度

日帰り客の満足度は、該当するサービスを受けずに「無回答」とする割合が高く、宿泊客よりも評価が低くなりますが、「人々のおもてなし」及び「自然景観などの観光資源」に対する評価は高くなっています。宿泊客の評価が高い「食事」は、日帰り客の満足度は低く、旅館での食事の有無が影響していると考えられます。また、「お土産品」及び「移動」については、宿泊客と同様に他の項目に比べると評価が低くなっています。

■みなかみ町の観光の満足度（宿泊客）



■みなかみ町の観光の満足度（日帰り客）



資料：みなかみ町来訪者調査

3) みなかみ町の観光資源の認知度と関心度

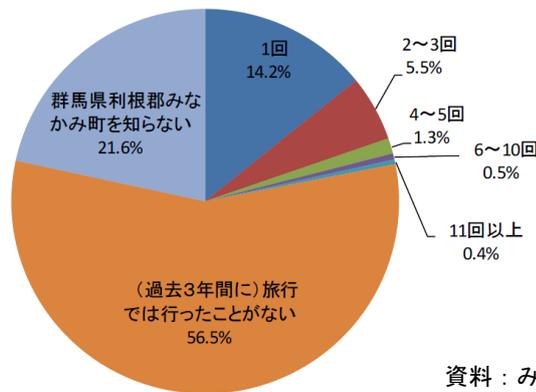
首都圏の20歳以上の男女を対象としたインターネット調査によると、過去3年間にみなかみ町に訪れたことのある来訪経験者は約2割となっています。また、みなかみ町を知らない人は約2割となっています。

みなかみ町の観光資源の中で、最も認知度が高いのは「尾瀬の玄関口」(59.4%)であり、次いで「スノースポーツ」(50.7%)「谷川岳、一ノ倉沢」(48.8%)、となっています。

また、関心度は「フルーツ狩り」(67.6%)、「ホテルの遊歩道」(66.7%)の割合が高くなっています。

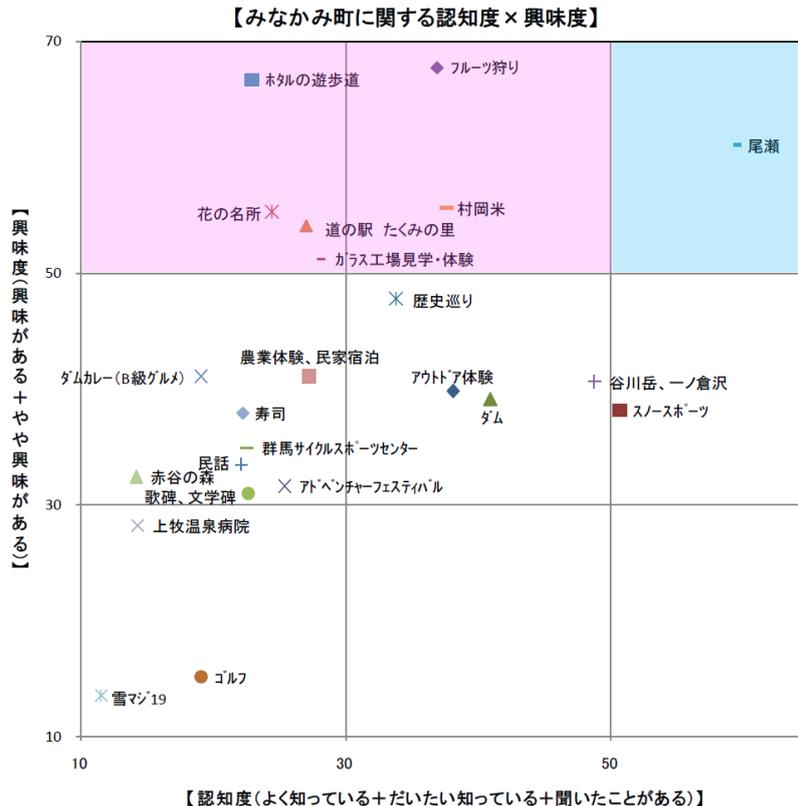
認知度が低く関心度が高い「フルーツ狩り」「ホテルの遊歩道」「花の名所」「たくみの里」「ガラス工場見学・体験」「山菜、野菜、お米などがおいしい」は、効果的にPR活動を行うことで利用が伸びる可能性があると言えます。

■みなかみ町への来訪経験



資料：みなかみ町ギャップ調査

■観光資源の認知度と関心度



資料：みなかみ町ギャップ調査

(4) 町内関係者の意向

みなかみ町の観光の現状及び観光振興に対する地元関係者の意向を整理すると、以下のようになります。

1) 町の観光滞在拠点としての温泉地の再生

○水上温泉

湯原の温泉街は、旅館の廃屋もあり廃れた温泉地の典型となっている。来訪者が気軽に立ち寄れる店舗も少ないため、空き店舗を活用して店舗を増やしていく必要がある。湯原では、温泉、食事、お土産、遊びの4点セットで3時間滞在してもらうことを目標としている。

温泉街の魅力を高める取組みとして、店舗の修景事業は効果的である。外観だけでも街の印象や町並みが変わると感じ、修景事業を申請する人が増えており、早期に実現されることが望まれている。

○猿ヶ京温泉

猿ヶ京温泉は知名度が低く、他の地域に比べて宿泊料金等を高く設定できない弱みがある。また、地域住民の観光に対する意識が低く、まちづくりなどの活動団体は多いがまとまりがないことが問題となっている。このような問題意識から、猿ヶ京活性化委員会が設立され、地域が一体となって、①温泉の見直しと支援事業、②関所の跡地、③大田和牧場④サッカー場誘致、⑤休耕田利用（花が見られる）、について検討されている。

○上牧温泉

上牧温泉では、経産省の認定を受けて、「上牧テラピー」の計画づくりに取り組んでいる。温泉病院を核として、温泉保養地として様々なアクティビティを提供し、長期に滞在したり、リピート客が訪れる温泉地を目指している。

○谷川温泉

谷川温泉では、宿泊施設の関係者だけでなく、地域住民がボランティアで協力しながら沿道の花植えやガードレールの修景など、景観づくりを進めている。自主条例を制定したこともあり、景観に対して意識の高い住民が多く、今後も美しい景観を守り、育てる取組みを推進する意向を持っている。

2) 魅力的な観光資源の充実

○アウトドアスポーツの推進

山岳高原地域の魅力要素である「山」「雪」「川」「ダム湖」を活かしたラフティングなどのアドベンチャースポーツやスキーは、みなかみ町の観光コンテンツの中で首都圏での認知度は高く、繰り返し訪れる可能性を秘めている。しかし、アドベンチャースポーツは、

業者乱立によるサービス水準及び安全性の低下が懸念されている。また、スポーツを観光振興に結びつけていく体制として、「スポーツコミッション」などの推進組織を設立することが提案されている。

○工芸体験・歴史資源の活用

たくみの里は、みなかみ町を代表する観光拠点であるが、首都圏での認知度は低く、今後利用が伸びていく可能性がある。しかし、各工房でサービス水準にばらつきがあり、今後新規参入が増えるとたくみの里の評価が低下する恐れがあるため、各工房の連携・協力体制を強化していく必要がある。

県指定史跡の名胡桃城址は、ボランティアによるガイドが行われているが、観光資源として活用するのであれば、歴史的文化遺産とわかるような最低限の整備が必要である。

○自然環境の保全・活用

上信越高原国立公園のエリアには、「谷川岳エコツアー推進全体構想」及び「赤谷プロジェクト」が推進されているが、現在においてはエコツアーの需要は高まってはおらず、試行的な取組みにとどまっている。

谷川連峰のトレッキング客は増加しており、ビジターセンターとしての山岳資料館の充実と、新たなトレッキングルートの整備が求められている。

○農業と食・店舗の魅力づくり

みなかみ町では、養蚕から転換した果樹栽培が発展し、多様な果樹狩りは観光の魅力となっている。また、質の高い米や野菜類も生産されているが、地元の旅館・飲食店とマッチングするシステムがなかったり、食の開発に十分に活かされていない問題がある。観光農園では、ラフティング事業者やスキー場との連携した新たな取組みがはじめられている。

店舗については、道の駅における農産物の売り方の問題や、観光客が立寄る飲食店が少ないことが改善すべき点として指摘されている。

○イベント・体験プログラムの充実

群馬デスティネーションキャンペーンは、地域資源の掘り起しや市民協働のまちづくりの推進に効果があり、キャンペーン終了後も継続しているプログラムがある。また、「みなかみオンパク」は、小規模ではあるが町民が地域の魅力を体験できる機会として好評で、今後の展開が期待されている。

観光協会主催のイベントに対しては、閑散期のボトムアップを目的に実施することが望まれている。

3) 観光PRの強化

○地域全体のPR戦略の検討

みなかみ町の観光振興を考える際に、誰に対して、みなかみの何をPRし、どのように集客や消費に結びつけていくのかといった、全体戦略を検討する必要がある。ターゲット

については、人口が増えない時代ではインバウンド対策が重要になってくる。

みなかみ町のイメージは、色々な素材があるために絞りにくいですが、組み合わせることでターゲットに訴求できるテーマやキーワードを打ち出していく必要がある。

○情報発信機能の強化

みなかみ町観光協会の取組みによって、メディアに取り上げられる機会が増えているが、観光情報のポータルサイトに位置づけられる観光協会のHPは、更新しにくいシステムになっており、改善していく必要がある。

観光案内所は、上毛高原駅前案内所の機能強化を図るとともに、水上駅前の案内所の運営主体の見直しを行うことが望まれている。

4) 観光を支える基盤づくり

○美しい景観の保全と活用

みなかみ町の観光では、谷川岳ロープウェイやノ倉沢、ダム湖、照葉峡の紅葉など、山岳高原地域の自然景観を目的に宿泊する観光客も多く、自然景観の保全・活用を進めていく必要がある。

谷川温泉や須川宿では、景観条例に基づく景観整備が進められているが、町全体で来訪者を歓迎する環境を整えていくために、景観法に基づく景観形成の規制・誘導を行なう必要がある。

○観光交通基盤の整備

東京からみなかみ町までは、高速交通網が整備され短時間でアクセスできることが大きな強みになっている。しかし、町の玄関口から町内観光地までの二次交通や道路網、案内システムが弱く、充実させていく必要がある。

○地域連携の強化

個々の観光地の魅力で集客するのは限界があるため、広域エリアとして連携し、集客力を高めていく必要がある。群馬県、利根沼田地域、雪国観光圏といったあらゆる枠組みを有効活用し、PRしていくことが求められる。

町内3地区の連携は、合併以降あまり進んでいなかったが、DCをきっかけに広がりつつある連携の輪を強化し、オールみなかみで観光振興を進めていく必要がある。

○観光振興の推進体制の充実

観光振興を推進するための体制については、組織の多さを問題視する一方で、役場や観光協会では地区ごとの担当（支部）を設定し、きめ細かく対応していくことが求められている。

また、観光事業を進める上で人材不足が指摘されており、観光に携わる定住人口を増やしていくため、働きやすい環境を整えていくことが求められている。

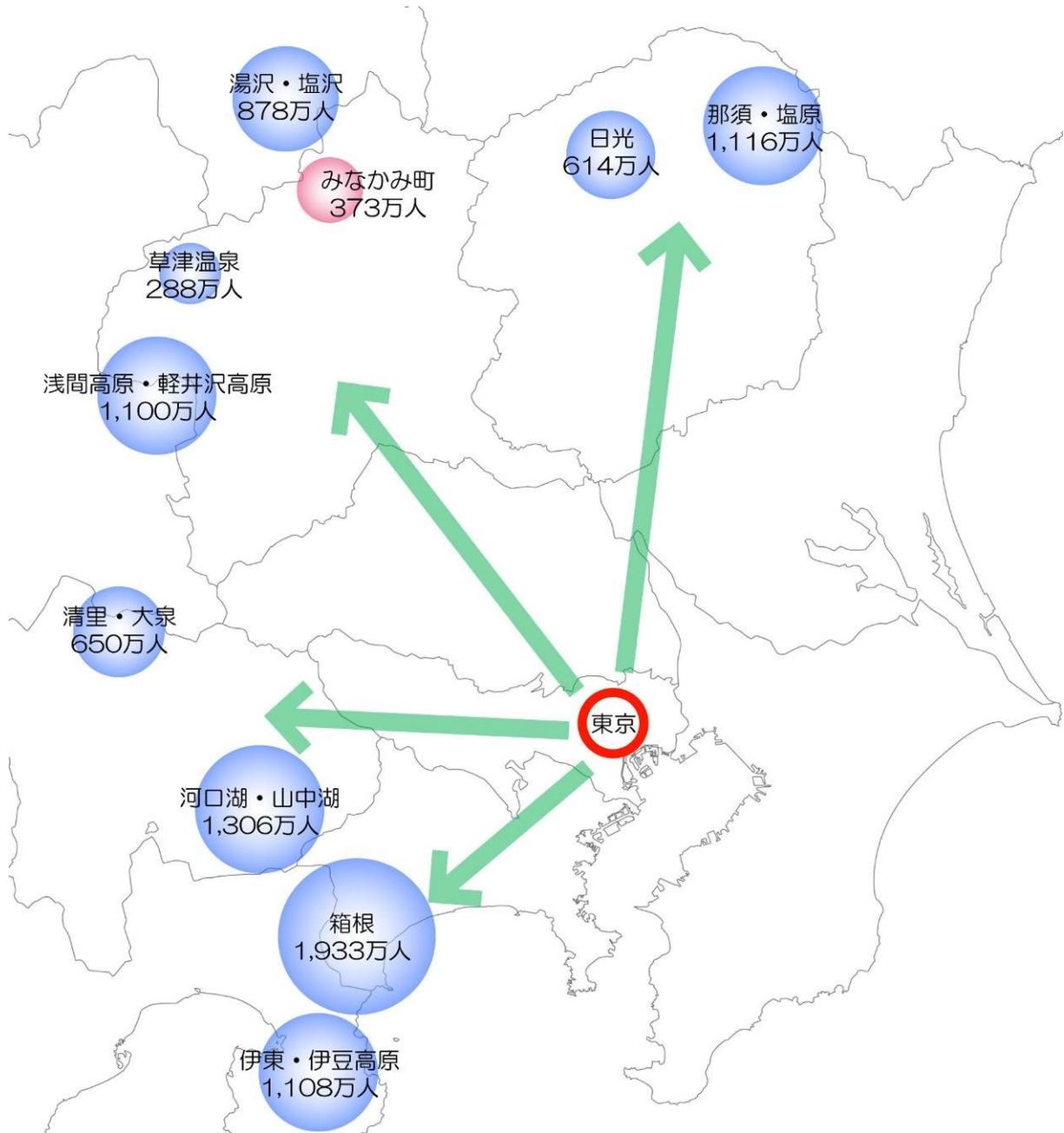
(5) みなかみ町の観光の強みと弱み

先に示した観光の状況や地元関係者の意向を踏まえ、みなかみ町の観光の関する強みと弱みを整理すると、以下のようになります。

強 み	弱 み
<p>①東京圏からのアクセスの良さ 上越新幹線上毛高原駅、関越自動車道月夜野・水上 IC があり、東京圏から容易にアクセスすることができる。</p> <p>②谷川岳と山岳景観 標高 2000m級の山々に囲まれ、雄大な山岳景観を楽しめる。谷川岳はロッククライミングの聖地で、知名度は高い。</p> <p>③一年中楽しめるアウトドアスポーツ ラフティング、登山、スキーなど、体験できるアウトドアスポーツのメニューが豊富である。</p> <p>④生物多様性豊かな森林 東京圏から容易に来訪できる位置にありながら、大型猛禽類が生息する豊かな森林が残されている。</p> <p>⑤リゾートに適した気候条件 標高は 400～2000mで、夏の冷涼な気候と冬の積雪は、避暑とスキーの山岳高原リゾートの適地である。</p> <p>⑥趣が異なる多様な温泉群 近代的な温泉街から山間に佇む一軒宿まであり、富裕層から大衆まで多様な客層を受け入れることができる。</p> <p>⑦高品質な農産物が生産されている農業 月夜野、新治地区では中山間農業が展開されて、高品質な果物等の農産物が生産されている。</p>	<p>①脆弱な二次交通 町内を移動する公共交通機関が不十分で、主要観光施設や温泉地までの移動が不便である。</p> <p>②魅力が低下している市街地・町並み景観 建物の老朽化が進み、空き店舗や旅館の廃屋もみられる。景観整備を進めている観光地に比べて、魅力が低下している。</p> <p>③貧弱な商業機能 店舗が少なく、観光客が立寄る飲食店や小売店が限られている。住民にとっても暮らしにくい町になっている。</p> <p>④不十分な町内連携 町村合併以降、3地区の連携や異業種間の連携が十分ではない。また、観光振興の取組みが町民に十分に伝わっていない。</p> <p>⑤不足している観光人材 観光事業を担う人材が不足しており、観光客を受け入れる体制を整えるのが困難な状況にある。</p> <p>⑥弱い地域イメージ 観光地としての「みかなみ」の知名度が低く、また観光資源も小粒で「みなかみ」全体をイメージしにくい。</p>

みなかみ町の観光の強みを見ると、観光資源としての「山岳景観」とレクリエーション資源としての「アウトドアスポーツ」に優れていることや、アクセスの良さ、気候条件などから、「山岳高原リゾート」としてのポテンシャルを有していると考えられます。主要な誘致エリアである首都圏には、下図のような山岳高原リゾートが分布していますが、これらのリゾートエリアと比較しても、みなかみ町の観光の強みとして示した①～⑤は大きな強みになると考えられます。

■首都圏の主要な山岳高原リゾートエリア



資料：リゾート事業協会「リゾート白書 2006」を参考に作成

第3章 観光振興の基本方針

(1) みなかみ町の観光振興の目標

1) みなかみ町の観光振興の基本理念

みなかみ町では、谷川岳を主峰とする上越国境に連なる山々によって、夏季の冷涼な気候と冬季の降雪があり、その雪と森林によって首都圏を潤す水の流れが生まれ、温泉が湧き、多様な動植物が育まれています。このような豊かな自然環境を求めて、みなかみ町には年間で延べ400万人の観光客が訪れていますが、その多くが日帰り観光であり、観光による経済効果を高めていくには、温泉地を中心とする宿泊滞在型観光を進めることが重要な課題となっています。

近年は、山岳や高原、河川、ダム、空、大地を活かしたアウトドアスポーツの町としての知名度が高まっており、大自然を手軽に体験できるプログラムから本格的なプログラムまで多様な楽しみ方が提供され、スキー、ラフティング、登山などの利用者が増えています。このようなアウトドアスポーツは、首都圏からのアクセスの良さから日帰り観光が中心となっていますが、谷川岳やアウトドアスポーツの誘致力の高さを活かしてビギナーを受け入れ、リピーターとして何度も繰り返し訪れたい地域を目指すことで、徐々に宿泊滞在型観光を拡大させていくことが重要と考えます。

そのためには、観光体験の充実化と滞在環境の魅力向上を図っていく必要があります。みなかみ町の強みを活かしたリゾート地を目指していくことが有効と考えられます。リゾートに対する都市住民の欲求は、ストレス社会の中で今後さらに高まると考えられ、みなかみ町の温泉地では既にその傾向が見られています。風光明媚な場所でのんびりと滞在しながら、都市では味わえない自然や地域固有の歴史、農村文化を楽しむアクティビティを満喫し、心身ともに健康を回復するために繰り返し訪れる地域として、みなかみ町にはそのポテンシャルが十分にあると考えます。

このような考えに基づき、みなかみ町の観光振興の主要誘致ターゲット層と基本理念を以下のように定めます。

○主要誘致ターゲット層

- ①「首都圏」や「県内」から温泉と自然景観や自然環境の享受による保養休養を目的として、週末等に訪れ滞在する「リゾート客」
- ②「首都圏」や「県内」から、地域の歴史文化や景観、農林漁業の体験や学習に訪れる「観光客」、「学校教育団体」等
- ③「首都圏」や「全国」から自然環境を活かしたアウトドアスポーツで訪れる「レクリエーション客」
- ④みなかみ町の自然環境や自然景観、歴史文化、農林漁業等に魅力を感じて、海外から「観光」や「レクリエーション体験」を求めて訪れる「外国人観光客」

○みなかみ町の観光振興の基本理念（案）

**いつ行っても健康で元気になれる
谷川連峰リゾート みなかみ**

◎みなかみ町では、誰もが四季を通じて自然を身近に楽しめる「感動体験」を提供します

◎みなかみ町では、地域固有の歴史・文化に培われた「もてなし」を提供します

◎みなかみ町では、日常を忘れ健康を取り戻す「癒しの空間」を提供します

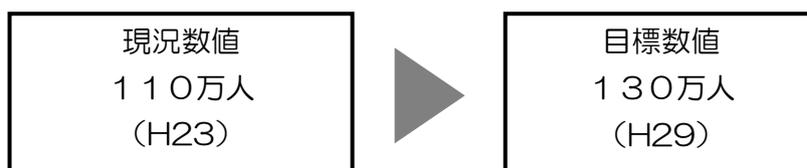
◎みなかみ町では、住民自らリゾート生活を楽しみ地域の「魅力を発信」していきます

2) 観光振興の基本目標

本計画の基本目標を以下のように定めます。

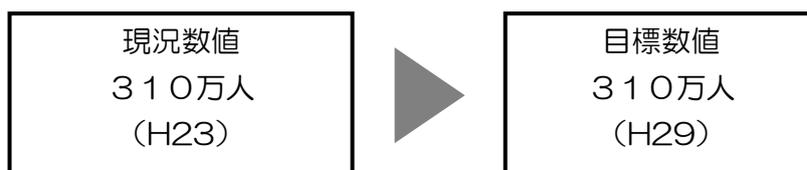
○宿泊客数

宿泊客数は減少傾向にありますが、本計画で減少を食い止め、増加に転じることを目指して、平成23年度実績から2割増の130万人を目標とします。



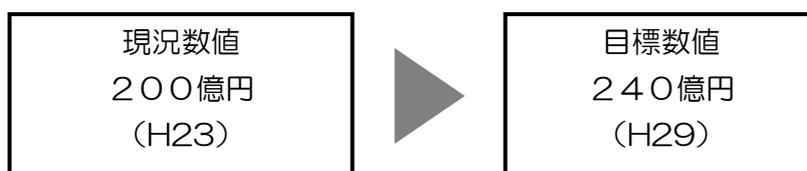
○日帰り観光客数

平成23年度の日帰り観光客数は、群馬デスティネーションキャンペーンによる効果で増加しているため、その反動を食い止め、現状維持にすることを目標とします。



○観光消費額の数値目標

消費単価は減少傾向にありますが、平成20年の水準（宿泊11,150円、日帰り3,050円）に回復させることを目指していきます。



(2) みなかみ町の観光振興の基本方針

前述の基本理念の実現と基本目標の達成に向けて、以下の5つの基本方針に基づき施策を展開していきます。

方針1 観光資源の魅力を高める ～観光資源の有効活用と品質向上～

温泉地等での滞在化や再来訪を促すには、多様な要望に応えることができる観光体験メニューのラインナップを充実させていく必要があります。既存の観光施設や体験メニューを磨き上げるとともに、それらを組み合わせ、テーマ性を持たせた編集によって新たな旅行商品を創出し、観光資源の魅力を高めていきます。

- 新たな観光素材の掘り起し
- 既存観光施設の魅力向上
- 滞在化を促進するプログラムづくり
- 美しい眺望景観の演出

方針2 もてなしの受入体制を整える ～観光客満足度の向上～

観光施設や温泉地などの目的地だけでなく、観光による経済効果を町全体に広げていくため、町内を快適に周遊する仕組みを整え、観光消費を促す商業の充実化を図っていきます。また、観光客の満足度を高めて、リピーターやファンを獲得できるように、町全体で来訪者を温かく迎え入れる体制を整えていきます。

- 食と物産の魅力向上
- 地域商業の充実
- 快適回遊の基盤づくり
- 観光人材の育成
- 推進体制の強化

方針3 美しい郷土景観を整える ～景観づくりの推進～

四季によって表情が異なる美しい自然景観は、みなかみ町の最も重要な観光資源となっています。また、自然景観とともに魅力ある観光地景観への要求も次第に強くなっています。景観づくりはこれまで地域ごとに取り組んできましたが、これからは全町で自然と調和した美しい景観づくりの取組みを推進し、リゾート地として滞在する魅力を高めていきます。

- まちなみ形成活動の推進
- 景観の魅力を高めるルールづくり

方針4 **みなかみ町の知名度・イメージを高める ～観光PRの推進～**

みなかみ町が旅の目的地として選ばれるには、リゾート地としての良好なイメージや魅力的な体験の情報を常に発信し、知名度を高めていく必要があります。そこで、町内の観光情報を集約する機能を強化し、多様な情報媒体を活用して誘客に結びつく効果的な宣伝活動を展開していきます。

- 地域イメージの発信
- 観光情報の受発信機能の強化

方針5 **海外からの観光客を迎え入れる ～国際観光の振興～**

人口減少時代において宿泊客数を増やすには、今後成長が期待でき、国が積極的に推進している外国人観光客の誘致が効果的と考えられます。そこで、東アジアを主要ターゲットとして各国・地域のニーズを踏まえた宣伝活動を展開し、外国人観光客の誘客を促進していきます。

- 外国人観光客の誘致プロモーションの推進
- 受入体制の整備

第4章 施策の展開

(1) 施策体系

基本理念	基本方針	施策	展開施策
いつ行っても健康で元気になれる 谷川連峰リゾート みなかみ	1 観光資源の魅力を高める	1-1 新たな観光素材の掘り起し	①魅力再発見プロジェクトの推進 ②外部の視点を活かした掘り起し ③観光素材のデータベース化
		1-2 既存観光施設の魅力向上	①観光施設の魅力向上 ②歴史街道の魅力向上 ③既存道を活かした散策ルートの整備
		1-3 滞在化を促進するプログラムづくり	①ニューツーリズムの推進 ②宿泊滞在客向けのプログラムづくり ③湯めぐり及び長期滞在化の支援
		1-4 美しい眺望景観の演出	①ビューポイントの環境整備 ②景観道路の整備
	2 もてなしの受入体制を整える	2-1 食と物産の魅力向上	①地元農産物を活用した商品の開発 ②食をテーマにしたイベントの開催 ③品質保証制度の仕組みづくり
		2-2 地域商業の充実	①商業事業者の経営改善 ②空き店舗利用の促進
		2-3 快適回遊の基盤づくり	①二次交通の情報提供の強化 ②町内交通の充実 ③観光コンシェルジュ機能の強化 ④パンフレット類の充実化 ⑤サイン類の充実化
		2-4 観光人材の育成	①みなかみの観光を知る機会の提供 ②おもてなし講座の開催 ③ガイド・インストラクターの育成 ④観光コーディネーターの育成
		2-5 推進体制の強化	①新たな観光事業に対する情報提供 ②マーケティング機能の強化 ③観光プラットフォームの形成
	3 美しい郷土景観を整える	3-1 まちなみ形成活動の推進	①景観づくりの普及啓発活動の実施 ②地区ごとの景観形成活動の推進 ③景観阻害要因の解消対策の実施
		3-2 景観の魅力を高めるルールづくり	①景観法に基づく景観計画の策定 ②地区ごとの景観ガイドラインの策定
	4 みなかみ町の知名度・イメージを高める	4-1 地域イメージの発信	①テーマ・キャッチフレーズの設定 ②地域イメージを発信するツールの作成
		4-2 観光情報の受発信機能の強化	①関係機関と連携した情報発信 ②インターネットによる情報発信 ③マスメディアを活用した情報発信 ④地域情報の収集機能の強化 ⑤(仮称)みなかみファンクラブの設立
	5 海外からの観光客を迎え入れる	5-1 外国人観光客の誘致プロモーションの推進	①海外での誘致活動の推進 ②国内での招致活動の推進 ③訪日教育旅行の推進 ④外国人観光客の満足度調査の実施
		5-2 受入体制の整備	①情報提供機能の強化 ②サイン類の充実 ③外国語対応の支援

(2) 観光振興施策

1 観光資源の魅力を高める

1-1 新たな観光素材の掘り起し

多様化する旅行者のニーズに即した観光を提供していくには、常に新しい地域の魅力を創出していく必要があります。みなかみ町には既に多くの観光客が訪れていますが、いま一度地域資源を見つめ直し、魅力的な観光体験に活用できるか、様々な視点で可能性を検討します。

【主な取組み】

①魅力再発見プロジェクトの推進

群馬DESTINATIONキャンペーン及びみなかみオンパクでは、様々な新しい体験プログラムが提供され、住民にとっても町の魅力を再発見する機会になっています。このような地元関係者が連携した取組みを支援し、新たな観光素材の掘り起しに結びつけていきます。

②外部の視点を活かした掘り起し

地元住民には気づきにくい地域の魅力を発掘するため、専門家による観光資源調査を実施します。また、一般公募のフォトコンテストの開催や、町外出身者の町民によるワークショップの開催など、外部の視点を拾い上げる取組みを推進します。

③観光素材のデータベース化

群馬DESTINATIONキャンペーンにおいて作成した、みなかみ町の観光素材集を基にして、観光関係者がいつでも活用でき、新たな観光素材の追加や既存情報の更新が容易にできるデータベースの仕組みを検討し、運用していきます。

1-2 既存観光施設の魅力向上

町内各地区には道の駅及び日帰り温泉施設が整備されており、指定管理者制度による施設運営が行われています。これまでは、各地区の観光拠点として役割を果たしてきましたが、今後は町全体の観光拠点として連携を強化し、施設の魅力向上を図っていきます。

また、知名度が低い資源を結びつけて観光資源としての価値を高めていくため、既存道を活かして散策や回遊を楽しめるルートを設定し、ルート上の観光施設や休憩施設等の管理の質を高めていきます。

【主な取り組み】

①観光施設の魅力向上

みなかみ町が整備した道の駅や日帰り温泉施設は、多くの観光客が立寄る拠点施設になっています。そこから町内各地への周遊を促すために、全町の観光情報を提供したり、町内の物産の品揃えを強化したりすることで、観光拠点施設としての魅力を高めていきます。また、誰もが安全で快適に利用できるように、施設の維持管理を継続的に実施していきます。

町が整備した観光施設については、定期的に利用実態調査を実施し、観光客の満足度を高められるように改善を図ります。

②歴史街道の魅力向上

旧三国街道沿いの歴史・文化資源を結びつけ、サイン類等の整備やガイドツアーの実施などによって、歴史街道としての魅力を高めていきます。

また、県指定史跡の名胡桃城址は歴史上重要な城であり、また歴史街道の玄関口に位置しているため、歴史街道のPR拠点となるように、活用方法を検討します。

③既存道を活かした散策ルートの整備

自然志向や健康志向の高まりから、トレッキングやウォーキングを楽しむ観光レクリエーション客が増えています。既存の登山道や散策コース、ビューポイント、歴史資源などをつなぎ、美しい風景を眺めながら気持ちよく歩くことができる散策ルートを設定します。高齢者やビギナーでも安心して散策を楽しめるように、トイレ、ベンチ等の休憩施設や歩道の充実化を図ります。

1-3 滞在化を促進するプログラムづくり

宿泊客数や観光消費額を増やしていくには、みなかみ町に滞在する魅力を高め、町内での滞在時間を伸ばしていくことが重要となります。そこで、観光事業者等の関係者との連携を強化し、みなかみ町に訪れたいくなる魅力的で多様な観光体験メニューを創出していきます。

【主な取組み】

①ニューツーリズムの推進

町内で既に進められている以下のニューツーリズムについて、国や県などの関係機関と連携したフィールドの整備や、観光事業者と連携したプログラム開発及び旅行商品の造成等を推進します。

○スポーツツーリズム

アウトドアスポーツ振興条例に基づく安全対策やフィールド整備等の環境整備を行い、大自然を舞台とするスキー、ラフティング、登山等のアウトドアスポーツを存分に楽しめる日本有数のアウトドアスポーツの町を目指していきます。

また、自然環境に恵まれたフィールドや施設を活かし、スポーツ大会やスポーツ合宿の誘致を進めていきます。

○ヘルスツーリズム

温泉やアウトドアスポーツ等を活用した健康回復プログラムの開発、地元食材を活用した健康食の開発等を支援し、温泉地で長期滞在する魅力を高めていきます。

○グリーンツーリズム

各地区で展開されているグリーンツーリズムの取組みの連携を強化し、果樹等の収穫体験、食品加工体験、工芸体験等の各種プログラムの充実化を図ります。

○エコツーリズム

「谷川岳エコツーリズム推進区域」及び「赤谷の森」で展開されている「エコツーリズム」の取組みを支援し、環境保全をテーマとする旅行商品の造成を目指していきます。

②宿泊滞在客向けのプログラムづくり

「星の鑑賞会」や「キャンドルナイト」、「ホテル観賞会」等の夜間のプログラムや「早朝カヌー」、「野菜の朝穫り」、「早朝バードウォッチング」等の早朝のプログラムなど、宿泊者向けのプログラムづくりを推進します。

③湯めぐり及び長期滞在化の支援

町内の温泉地での宿泊需要を高めるため、町内の温泉地に複数回訪れるリピーターや連泊客に対して、インセンティブを付与する取組みを推進します。

1-4 美しい眺望景観の演出

谷川連峰の雄大な山岳景観や歴史と文化に息づく美しい農村景観は、みなかみ町にとって大切な観光資源となっています。町内各地で見られる山岳景観や農村景観等の眺望景観については、町の重要な観光資源として位置づけ、印象深く眺めることができるように景観を引き立てる演出等を行うことで、町内における回遊や滞在の魅力を高めていきます。

【主な取組み】

①ビューポイントの環境整備

みなかみ町では、町を代表するビューポイントとして「谷川岳八景」を選定し、サイン整備とマップによるPR活動を行っています。このような地元自慢の美しい景観を心地よい環境の中でのんびりと眺められるように、視点場では花による修景やベンチ等の休憩施設の設置等の環境整備を推進します。

ビューポイントについては、「谷川岳八景」のようにテーマごとにPRすることが効果的と考えられ、「農村」、「滝」、「ダム」等のビューポイントのシリーズ化を検討します。

②景観道路の整備

美しい自然景観を楽しみながら観光資源を巡れるように、景観道路（シーニックドライブルート）を設定し、景観道路自体を観光資源化することで周遊観光の立寄りを促していきます。

景観道路においては、花による演出等の沿道景観の修景や、ビューポイントとなる展望駐車場の整備を推進します。

2-1 食と物産の魅力向上

みなかみ町では、おいしい農産物が生産されており、果物や野菜、それらを使った料理は重要な観光資源となっています。みなかみの食や物産の魅力を高めて観光資源として売り出すとともに、地域経済への効果を高めていくため、農業と観光の連携を強化していきます。

【主な取り組み】

①地元農産物を活用した商品の開発

食と物産に対する来訪者の満足度を高めていくため、みなかみ町商工会と連携し、地元農産物を活用した商品開発を推進します。

②食をテーマにしたイベントの開催

みなかみ町の旅館における食事の評価は高く、観光の大きな魅力となっています。その魅力を町内外に伝えるとともに、地元農産品の利用促進を図るため、プロの料理人による調理技術やメニュー開発を競うコンテストなど、食をテーマにしたイベントの開催を検討します。

③品質保証制度の仕組みづくり

みなかみ町で製造されている土産品のPR及び加工業の育成を図るため、みなかみ町にふさわしい土産品を表彰する仕組みや、推奨品を公表する仕組みの導入を進めていきます。

2-2 地域商業の充実

商業は滞在する魅力を高める上で重要な要素になりますが、観光動向の変化による競争力の低下や後継者不足によって閉店が相次ぎ、日帰り観光客や地域住民の買い物・食事の利便性の低下が問題となっています。

商業の活性化については、商工会と連携した取組みを推進していますが、観光振興の観点から、観光客の利用が期待できる商業店舗を誘致し、地域商業の充実化を図っていきます。

【主な取組み】

①商業事業者の経営改善

商工会と連携し、後継者や優秀な経営者の育成を支援するとともに、経営相談や融資制度の運用などを通じて商工業者の経営の安定化を図ります。また、融資制度や補助制度の運用などを通じて、新商品開発や販路開拓、起業等を支援します。

②空き店舗利用の促進

各地域における空き店舗の状況についてデータベース化するとともに、新規に出店が可能な空き店舗に対して、地元関係者と調整しながら、例えばアウトドアスポーツの専門店など、観光客やリゾート滞在客のニーズが高い業種に絞り、テナントを誘致する活動を展開していきます。

2-3 快適回遊の基盤づくり

観光目的となっている谷川岳や温泉旅館等に集中している観光客のまちなかへの立寄りや、次の来訪機会における他地域への立寄りを促すため、二次交通の条件整備やサイン類、パンフレット類の充実化を図っていきます。

【主な取組み】

①二次交通の情報提供の強化

公共交通の玄関口となるJR駅から、既存のバス、タクシー、レンタカーなどの二次交通の利用に関するマップ、時刻表、現地サイン等を改善し、初めて訪れた人でも分かりやすい情報を提供します。

②町内交通の充実

町内の公共交通の利便性が低く、現在は各観光事業者が車両を出して送迎していますが、送迎の効率を高めて経済的な負担を軽減するため、観光事業者の連携による送迎車両の共同運行の仕組みを検討します。

③観光コンシェルジュ機能の強化

観光案内所において、観光客の要望に的確に応えられるように、観光資源の案内だけでなく飲食店や宿泊施設の予約、体験プログラムの申し込み、観光プランの提案等も行える観光コンシェルジュ機能を強化していきます。

④パンフレット類の充実化

観光資源が豊富にあり面積が広いみなかみ町では、観光に関するすべての情報をマップに落とし込むと、利用者にとって分かりにくい情報になってしまいます。そこで、アウトドアスポーツや温泉、食、歴史、農村文化などのテーマに応じて周遊できるマップ類を充実していきます。

⑤サイン類の充実化

観光客が目的地まで迷わずに到達できるように、自動車利用、歩行者利用それぞれに対応したサイン類を適切に配置します。現在は地域によってデザインが異なっていますが、リゾート地としてのイメージを発信していく重要な要素と位置付け、統一感のあるデザインを検討し、サイン整備を進めていきます。

2-4 観光人材の育成

質の高いリゾートを実現するためには、地域全体で来訪者をあたたかく迎え入れることが不可欠です。まずは、町民に観光産業が町の経済を支えていることを理解してもらうことから始め、観光人材として多くの町民が活躍できるように、観光事業者と連携しておもてなしのノウハウを提供していきます。

【主な取組み】

①みなかみの観光を知る機会の提供

観光事業者のみならず、全町民にも観光客をあたたかく迎える意識を持ってもらうため、みなかみ町の観光振興に関わる地域の活動情報を提供していきます。

また、町民が地元の観光体験に気軽に参加できるように、町民向けのイベントの実施や町民優待の仕組みを充実させていきます。

②おもてなし講座の開催

観光客と接する機会の多い宿泊施設、観光施設、交通事業者、店舗等の従業者を対象に、観光関係団体と連携したおもてなし講座を開催し、接客技術の向上を支援していきます。

また、高等学校と連携した教育プログラムや社会教育活動との連携を図り、みなかみ町の観光やおもてなしを学ぶ機会を創出していきます。

③ガイド・インストラクターの育成

各種体験プログラムを推進するため、町内事業者の協力を得て、各プログラムを提供する観光ガイドや登山ガイド、歴史ガイド、スポーツ等のインストラクターを育成する体制を整備していきます。

④観光コーディネーターの育成

各地の観光振興を担っている人材を対象に、観光商品の造成や観光まちづくりのコーディネートに必要なノウハウを学べるように、専門家の招聘や研修のための支援を行います。

2-5 推進体制の強化

群馬デスティネーションキャンペーンでの取り組み成果を踏まえて、観光振興に関わる地元住民、事業者、関係機関、行政等が連携し、観光振興に必要な取り組みを一元的に把握する体制を整え、観光施策の実現性の向上やマーケティング機能の強化を図っていきます。

【主な取り組み】

①新たな観光事業に対する情報提供

新たな魅力的な観光コンテンツが数多く創出されるように、観光協会等の関係機関が協力し、観光事業に必要な情報の収集・提供を行い、観光事業者等が行う新たな観光事業を支援します。

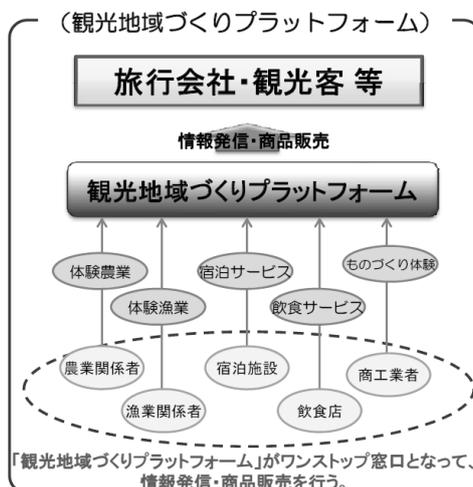
②マーケティング機能の強化

観光客のニーズは時代とともに変化していくため、施策を効果的に展開するには市場動向を常に把握する必要があります。そこで、みなかみ町を取り巻く観光動向の変化を的確に捉えていくため、みなかみ町観光協会と連携して定期的に観光実態調査を実施し、推進組織のマーケティング機能を強化していきます。調査結果から施策を検証し、適宜見直しを行っていきます。

③観光プラットフォームの形成

観光振興に観光に関わる団体・組織は、それぞれ異なる活動エリアにおいて、同様なテーマで観光振興に取り組む組織がいくつもあり、効果的に事業を展開するために分かりやすい組織に改編することが求められています。また、各地区の特色ある観光振興を行うため、住民や事業者等と連携して機動的に動ける推進体制が求められています。

そこで、既存組織の整理・統合を行い、観光庁が推進している「観光地域づくりプラットフォーム」をモデルとして、各地区が連携し、観光案内や旅行商品の企画・販売、観光関連事業のマネジメントを行う「観光プラットフォーム」の形成を目指します。



観光地域づくりプラットフォームの定義

着地型旅行商品の販売を行うため、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体。

既存の観光協会、商工会議所などの組織が、機能を拡充することにより、「観光地域づくりプラットフォーム」となるケースも想定される。

資料：観光庁

3-1 まちなみ形成活動の推進

心地良いリゾート環境を目指して、身近な景観づくりに主体的に取り組めるように、住民に景観資源の魅力を認識してもらうことで景観形成の意識の高揚を図るとともに、周辺環境と調和した魅力的な市街地を創出するため、地域において推進される自主的な景観形成活動を支援します。また、景観を損ねている廃屋や看板等の対策に取り組めます。

【主な取り組み】

①景観づくりの普及啓発活動の実施

みなかみ町に訪れている観光客の評価から、景観資源の魅力を認識してもらい、景観づくりの重要性や景観づくりに参加する意義を理解してもらう啓発活動を実施してきます。

②地区ごとの景観形成活動の推進

各地区で実施されている町並み整備、沿道修景、休耕農地を活用した景観作物の栽培等の景観形成活動を支援します。

③景観阻害要因の解消対策の実施

温泉地で放置されている旅館等の廃屋については、リゾート地としての環境づくりへの影響を考慮し、優先順位を定めて撤去等の対策を実施していきます。

高速道路インターチェンジ付近や、主要道路沿道にみられる大型の看板類については、サイン類の整備と併せて対策を検討していきます。

3-2 景観の魅力を高めるルールづくり

観光の基盤となっている美しい景観を将来にわたって保全していくため、景観形成活動を通じた景観づくりに対する機運の高まりを受けて、全町を対象にした景観形成のルールづくりを進めていきます。

【主な取組み】

①景観法に基づく景観計画の策定

現在は「美しいみなかみの風景を守り育てる条例」による景観づくりが行われていますが、条例によるこれまでの成果を踏まえ、強制力のある景観法に基づく景観計画について、策定に向けた検討を行います。

②地区ごとの景観ガイドラインの策定

景観条例では、地区ごとの特徴を活かした景観づくりを進められるように、「景観協定」及び「景観形成地区」を指定することができます。これまで景観協定4箇所、景観形成地区2箇所が指定されています。地区ごとの景観形成の指針づくりを支援し指定地区を増加させるとともに、将来イメージを共有できる景観ガイドラインの策定を進めていきます。

○景観協定地区：東峰・笠原・谷地地区、湯原地区、鹿野沢地区

○景観形成地区：永井地区、須川地区

■湯原地区のまちなみ協定の概要

方法1. ふれあい通りを「前庭」でつなぐ

湯原温泉街の背骨であるふれあい通りに沿って、来訪客をもてなすための「前庭」（店先の空間）を連続させ、歩行者の安全性を確保すると同時に、お休みどころを作り湯原の季節感やにぎわいを演出するなど、魅力的な通りを創り出します。

方法2. 路地に「小庭」を散りばめる

ふれあい通りから一步入った路地には、手入れのされた小さな庭を散在させることで、来訪客が生活感や情緒を感じられる風景を創り出し、まちの回遊性を高めていきます。

方法3. 素材にこだわる

建物の外観から、庭や垣根、賑わいをつくる物品まで含め、素材にこだわることで価値あるまちなみを創り出していきます。

方法4. 建物で地域性をつくる

建物の新築・増改築・改修などをする際には、古き良きものは受け継ぎながら、眺望やまちなみに配慮をし、まちの賑わいを創り出します

方法5. サインに節度と手づくり感を与える

数や大きさ、安全性などに配慮した上で、こだわりと個性のある看板や案内板をつくります。

4-1 地域イメージの発信

みなかみ町には多様な観光資源があり、観光客によって地域のイメージは大きく異なっています。観光資源の多様性は観光体験を提供する上では有利ですが、地域イメージはぼやけてしまい、PR活動を行っても印象に残らない地域になっていると考えられます。そこで、みなかみ町を端的に表現する地域イメージを確立し、リゾートとして多くの人に選んでもらえる地域を目指していきます。

【主な取組み】

①テーマ・キャッチフレーズの設定

印象に残るように地域イメージを伝えるには、まずは地域を象徴する最も知名度の高い地域資源を活かしたキャッチフレーズ等で惹きつけ、その後、みなかみ町に興味を抱いた人に対して、他の地域イメージを伝えていくことが効果的と考えます。

基本理念として掲げた「いつ行っても健康で元気になれる 谷川連峰リゾート みなかみ」に基づき、町全体及び各地区テーマ・キャッチフレーズを設定し、PR活動に活かしていきます。

②地域イメージを発信するツールの作成

リゾート地としての良好なイメージを伝えるため、谷川岳の山岳景観や四季の自然景観、情緒あふれる温泉などを紹介する映像コンテンツ等のPRツールを作成します。

4-2 観光情報の受発信機能の強化

首都圏をターゲットに、多様な媒体を活用してみなかみ町の露出度を増やし、知名度を高めていきます。地域情報を集約する機能を強化し、年齢層やテーマごとに、旅行者が活用する情報媒体を見極め、ターゲットに応じた情報提供を行います。

【主な取組み】

①関係機関と連携した情報発信

群馬県と連携し、ぐんまちゃん家（ぐんま総合情報センター）を活用した宣伝活動を実施します。また、JR東日本のターミナル駅やNEXCO東日本のSAでの宣伝活動を実施します。

②インターネットによる情報発信

みなかみ町の観光情報が多様な年代に伝わるように、町内関係機関と連携し、携帯サイトやツイッター、フェイスブック等、インターネットを活用した情報発信を強化していきます。

③マスメディアを活用した情報発信

マスメディアを通じたパブリシティを展開していくため、プレスリリースを積極的に実施します。また、旅行雑誌を通じてみなかみ町をアピールするため、旅行会社やトラベルライター等を対象としたモニターツアーを検討・実施します。

④地域情報の収集機能の強化

きめ細かい地域情報を提供できるように、町内関係者と連携を図り、情報を一元化するシステムを構築していきます。また、システム管理者だけでなく、各地区の観光事業者や住民も情報提供に参加できる仕組みを検討します。

⑤（仮称）みなかみファンクラブの設立

町内外のみなかみ町のファン同士が交流できる（仮称）みなかみファンクラブを立ち上げ、みなかみの四季折々の魅力的な情報の配信や宿泊に対するサービスなど、会員限定の特典を設けることによって、みなかみ町への来訪を促していきます。

5-1 外国人観光客の誘致プロモーションの推進

これまでみなかみ町では、インバウンド推進協議会を立ち上げ、群馬県と連携して主に台湾をターゲットとするプロモーション活動を展開しています。引き続き外国人誘客のためのプロモーション活動を実施し、台湾に対する誘致活動の実績を踏まえて、中国、韓国等の東アジアや、オーストラリアなど対象国を広げていきます。

【主な取組み】

①海外での誘致活動の推進

国や県のインバウンドの取組みと連携を図り、現地説明会や商談会等に積極的に参加し、メインターゲットとなる東アジアの国・地域からの誘客を促進します。

また、インバウンド推進協議会によるプロモーションや受入体制づくり等の活動を支援します。

②国内での招致活動の推進

ターゲットとする国・地域においてみなかみ町の観光情報が発信され、旅行商品が販売されるように、海外メディアや現地旅行エージェント、留学生等の在日外国人をみなかみ町に招致する活動を展開します。

③訪日教育旅行の推進

台湾からの訪日教育旅行の誘致を継続的に実施し、台湾におけるみなかみ町のファンを増やし、将来のリピーターの育成に結びつけていきます。

④外国人観光客の満足度調査の実施

みなかみ町に訪訪している外国人観光客の行動特性や満足度を把握する調査を実施し、受入環境の整備や国・地域別のプロモーション活動に活かしていきます。

5-2 受入体制の整備

外国人観光客の誘致プロモーションの推進によって、個人旅行を楽しむ外国人が増加することが予想されます。みなかみ町を訪れた外国人観光客が安心して快適に過ごせるように、環境づくりを進めていきます。

【主な取組み】

①情報提供機能の強化

観光情報を現地で入手できるように「光Wi-Fi・ハピネス スポット」の整備を推進するとともに、観光情報のWebサイトやパンフレット類の多言語化を進めていきます。

②サイン類の充実

外国人観光客が安心して町内を回遊できるように、案内サイン、誘導サインの多言語化、ピクトグラム化を進めていきます。

③外国語対応の支援

観光案内所や観光施設、旅館、店舗等で外国人観光客に対するおもてなしができるように、外国語による接客マナーのスキルアップ講座の開催支援や、コミュニケーションをサポートする方法を充実させていきます。

第5章 推進方策

(1) 推進体制

本計画で掲げている観光施策は、これまでの町観光課の職務分掌を超えた幅広い分野での取り組みが求められるため、観光施策を推進するための総合的な体制を整備する必要があります。

そこで、観光施策に関わりの深い、町（観光課、まちづくり交流課）、みなかみ町商工会、みなかみ町観光協会との連携を強化し、観光施策の推進に向けた検討を行う「(仮称)観光連絡会」を定期的を開催していきます。

「(仮称)観光連絡会」での議論を踏まえ、必要に応じて観光関連組織、観光事業者、住民組織、学識経験者等の参加メンバーを加えていくことが考えられます。

(2) 施策の推進

施策ごとに想定される実施主体及び実施時期を整理すると、以下のようになります。

(●中心主体、○協力主体)

施策	展開施策	取組み主体				実施時期				
		事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
1 観光資源の魅力を高める										
1-1 新たな観光素材の掘り起し	①魅力再発見プロジェクトの推進	○	○	○	●					
	②外部の視点を活かした掘り起し			○	●					
	③観光素材のデータベース化	○	○	●	●					
1-2 既存観光施設の魅力向上	①観光施設の魅力向上			●	●					
	②歴史街道の魅力向上		○	○	●					
	③既存道を活かした散策ルートの整備		○		●					
1-3 滞在化を促進するプログラムづくり	①ニューツーリズムの推進	●	○	●	●					
	②宿泊滞在客向けのプログラムづくり	●	○	●	○					
	③湯めぐり及び長期滞在化の支援	●		●	○					
1-4 美しい眺望 景観の演出	①ビューポイントの環境整備		○		●					
	②景観道路の整備		○		●					
2 もてなしの受入体制を整える										
2-1 食と物産の 魅力向上	①地元農産物を活用した商品の開発	●	○	●	○					
	②食をテーマにしたイベントの開催	●	○	●	○					
	③品質保証制度の仕組みづくり	○		○	●					
2-2 地域商業の 充実	①商業事業者の経営改善	○		●	●					
	②空き店舗利用の促進	○		●	●					
2-3 快適回遊の 基盤づくり	①二次交通の情報提供の強化	○		○	●					
	②町内交通の充実	●		○	●					
	③観光コンシェルジュ機能の強化	○		●	○					
	④パンフレット類の充実化			●	●					
	⑤サイン類の充実化				●					
2-4 観光人材の 育成	①みなかみの観光を知る機会の提供	○	○	○	●					
	②おもてなし講座の開催	●	○	●	○					
	③ガイド・インストラクターの育成	●	●	●	○					
	④観光コーディネーターの育成	○	○	●	●					

(●中心主体、○協力主体)

施策	展開施策	取組み主体				実施時期				
		事業者	町民・団体	観光関連組織	行政	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
2-5 推進体制の強化	①新たな観光事業に対する情報提供			●	●					
	②マーケティング機能の強化			●	○					
	③観光プラットフォームの形成	○	○	●	●					
3 美しい郷土景観を整える										
3-1 まちなみ形成活動の推進	①景観づくりの普及啓発活動の実施	○	○		●					
	②地区ごとの景観形成活動の推進	○	●		●					
	③景観阻害要因の解消対策の実施	○			●					
3-2 景観の魅力を高めるルールづくり	①景観法に基づく景観計画の策定	○	○	○	●					
	②地区ごとの景観ガイドラインの策定	○	○	○	●					
4 みなかみ町の知名度・イメージを高める										
4-1 地域イメージの発信	①テーマ・キャッチフレーズの設定	○	○	●	●					
	②地域イメージを発信するツールの作成	○		●	●					
4-2 観光情報の受発信機能の強化	①関係機関と連携した情報発信	○		●	●					
	②インターネットによる情報発信	○	○	●	○					
	③マスメディアを活用した情報発信	○		●	○					
	④地域情報の収集機能の強化	○	○	●	○					
	⑤(仮称)みなかみファンクラブの設立	○		●	●					
5 海外からの観光客を迎え入れる										
5-1 外国人観光客の誘致プロモーションの推進	①海外での誘致活動の推進	○		●	●					
	②国内での招致活動の推進	○		●	●					
	③訪日教育旅行の推進	○		●	●					
	④外国人観光客の満足度調査の実施	○		●	○					
5-2 受入体制の整備	①情報提供機能の強化	○		●	●					
	②サイン類の充実				●					
	③外国語対応の支援	○		●	●					

■付属資料

1. 上位・関連計画
2. 町内関係者の意向

付属資料 1. 上位・関連計画

①みなかみ町総合計画

■将来像：水と森・歴史と文化に息づく利根川源流のまち みなかみ

■将来像実現のための基本目標

- 1) 誰もが安心でき安全でゆとりを感じるまち
- 2) 豊かな自然と共生するまち
- 3) 交流による魅力と活力にあふれるまち
- 4) 産業が育ち持続するまち
- 5) 豊かな心と文化を育むまち
- 6) 住民とともに歩む健全なまち

■発行年月：平成 20 年 3 月

■計画期間：平成 20 年度～平成 29 年度の 10. 年間（基本構想、基本計画）

■観光に関する基本政策：地域資源で交流の輪を発信するまち

■基本施策（観光関連）

①水と森林を生かした観光・交流推進体制の構築

【目標】

地域資源を活用した多彩な交流活動により、人で賑わうまちにします。

【主要事業】

- ・観光・交流振興ビジョンの策定
- ・各種団体との連携強化
- ・観光情報の充実拡大
- ・広域観光連携の推進

②地域性を生かしたイベントの充実

【目標】

地域や各種団体と協力し合いながら地域イベントを盛んにします。

【主要事業】

- ・地域イベントの展開
- ・地域イベントの誘致

③多くの人を訪れる観光の振興

【目標】

魅力ある観光地を形成します。

【主要事業】

- ・観光施設の整備
- ・地域資源の保全・活用
- ・温泉資源保全活用
- ・観光地環境の整備
- ・国際観光の推進
- ・観光関連業の育成
- ・観光地のネットワーク強化
- ・エコツーリズムの推進

④活発な産業間交流の推進

【目標】

交流・観光を中心とした各産業が連携したまちにします。

【主要事業】

- ・企業異業種間交流の促進
- ・特産品等の開発の推進

②みなかみ町水と森を育むまちづくり構想

■計画のテーマ：谷川連峰と利根川源流域の広大な森林に抱かれた「水と森を育む町みなかみ」

■整備イメージ：水と森を育むエコタウンみなかみ

■まちづくりの考え方

- 1) 谷川岳に抱かれた豊かな自然環境や自然景観を保全する仕組みを整え、自然に抱かれたまちづくりを進めます。
- 2) 地域の歴史文化や固有の景観を保全し、文化が醸成されるまちづくりを進めます。
- 3) 町民がより地域に魅力を理解し、町の魅力を高めるための仕組みづくりを進めます。
- 4) みなかみ町の魅力に引かれて訪れる人々を、温かく迎える意識を醸成します。
- 5) 住民と事業者、行政がそれぞれの役割を担い、相互に連携してまちづくりを進める体制づくりを進めます。

■計画内容

1 「山と森と川」を保全する仕組みづくり

(1) みなかみの「山と森」の保全

①自然公園、自然環境保全地域等の保護・保全、②エコツーリズムの推進、③谷川連峰を核とした周辺地域との連携

(2) みなかみの「川と水」の保全

①水源涵養と地球温暖化防止への取り組み、②水質維持への取り組み、③ダム機能の拡大

(3) みなかみの「里と農」の保全

①林地・農地の管理・支援体制の構築、②放棄農地・林地の活用促進、③グリーン・ツーリズムへの支援拡大

2 地域への理解と魅力向上策の展開

(1) みなかみの「山と森と川」や「農林漁業」への理解促進

①水辺環境や森林環境等の学習機会の拡大、②自然体験・農林漁業体験プログラム等の充実、③展示・体験施設の充実と連携

(2) 地域づくり活動への支援体制の整備

①地元地域づくり組織等への支援窓口の整備、②来訪地域づくり組織の対応窓口の整備、③まちづくりへの啓発事業の展開、④農村文化等の継承と新たな食文化の創造、⑤交通や情報のネットワーク化

(3) 地域の魅力の保全と創出施策の検討・推進

①環境基本計画の策定と推進、②景観条例、景観計画等の策定と推進、③地域・観光計画の策定と推進

3 交流・定住の仕組み作り

(1) 交流の受け入れ体制の整備

①ガイド・インストラクターの育成、②アウトドアレクリエーション事業の充実、③野外学習センターの充実（インフォメーション機能の充実）

(2) 地域情報の発信体制の整備

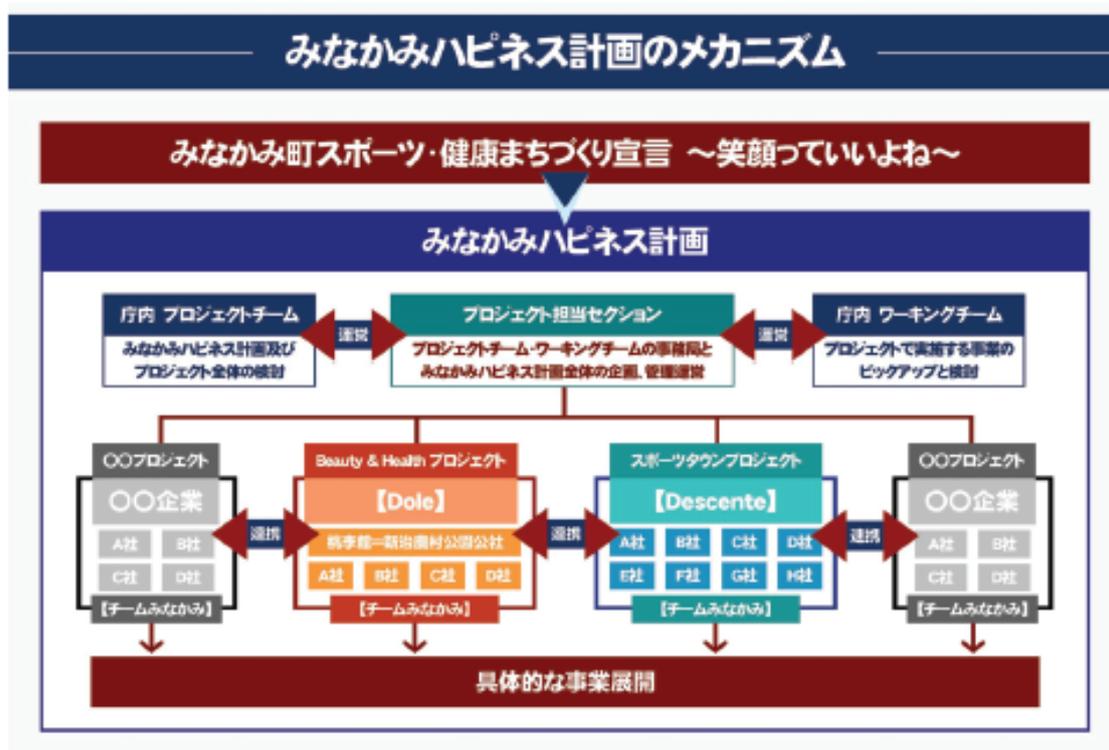
①交流・定住向け地域情報の受発信体制の整備、②コンベンション等の誘致開催

(3) 二地域居住、定住等の受け入れ体制の整備

①行政内受け入れ支援窓口の整備、②民間側受け入れ支援体制の整備

③みなかみハピネス計画

■計画のメカニズムと各セクションの役割



■展開する事業の概要

- 1) スポーツタウンプロジェクト
 - ・町民を対象とした講演会・健康教室・スポーツ教室
 - ・アウトドアスポーツに関するツアー・イベント・コンペティション
 - ・町内のスポーツ団体等を対象としたユニフォームに特別価格オーダーメイドシステム
- 2) ビューティー&ヘルスプロジェクト
 - ・フルーツ公園及び桃季館をリニューアルしたドールランドみなかみの管理運営
 - ・ドールランドみなかみを活用したツアー・イベント
 - ・町民を対象とした講演会・健康教室・料理教室・食育教室
 - ・地元の食材を使用した商品の開発・市場開拓
- 3) 文化と芸術のまちプロジェクト
 - ・みなかみを訪れた文人墨客をモチーフにした広告宣伝・ツアー・イベント
 - ・東京藝術大学とのプロジェクトを活用した芸術振興
 - ・伝統文化の伝承、文化財の保存
- 4) みなかみブランドマーケティングプロジェクト
 - ・質の高い特産品のブランド化
 - ・質の高い特産品とコラボレートしたパッケージの開発
 - ・みなかみブランドの質と流通確保の町内システム構築、および市場開拓と販路拡大
 - ・新規産業の調査・研究
 - ・フィールドのブランディングとロケ誘致
- 5) みなかみ移住・定住プロジェクト
 - ・移住・定住支援モデル事業の展開
 - ・古民家再活用事業

④谷川岳エコツアーリズム推進全体構想

■推進の基本的な方針

- 1) 守る…美しい山・川・森を守り、将来へ継承する
- 2) 活かす…美しい自然の恵みを活かし、持続的に発展させる
- 3) 交わる…美しい自然を通じて地域住民と訪れる人が交流できる環境を提供する

■エコツアー実施の基本的な考え方

- 1) 守る…美しい山・川・森を守り、将来へ継承する
エコツアーリズムを推進するにあたって最も重要なのは、この谷川岳の自然です。私たちは自らの世代だけがその恩恵にあずかるだけでなく、この恵みを子孫に引き継いでいくため、この美しい山・川・森を守り、将来へ継承します。
- 2) 活かす…美しい自然の恵みを活かし、持続的に発展させる
エコツアーリズムは、美しい自然を保全しつつ、その恵みを活かすことで成り立ちます。様々なエコツアーを通じて、私たちの美しい自然を守りながら、地域の観光や地域そのものを持続的に活性化していく取組みを進めます。
- 3) 交わる…美しい自然を通じて地域住民と訪れる人が交流できる環境を提供する
エコツアーリズムは、美しい自然を通じて地域住民と国内外からの観光客の方々とが交流を深める取組みでもあります。私たちはこのような交流がより広く、深くなる環境を提供します。

■主な案内（ガイドンス）及びプログラムの内容

① 山岳地形の魅力を活用したエコツアー

- ・山岳を巡る
- ・トレッキング
- ・地形・地質を学ぶ
- ・フリークライミング、等

② 湯檜曾川を利用したエコツアー

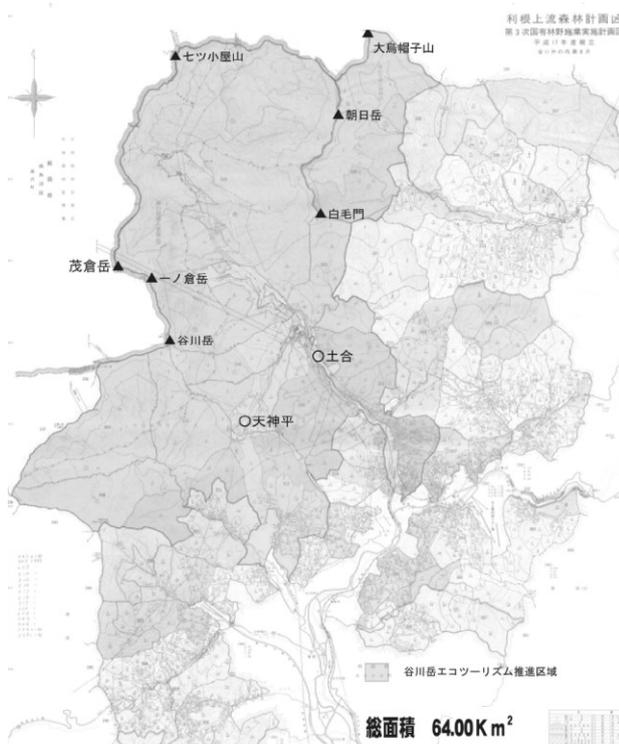
- ・沢そのものの体感（キャニオニング等）
- ・魚や両生類、水生昆虫の観察・解説、等

③ 動植物の魅力を活用したエコツアー

- ・高山植生や本地域の特異な環境に生育する植物・花の観察
- ・ユビソヤナギの観察
- ・本地域に生息する野生動物の観察（ムササビなど）
- ・カモシカなどの生態の体感、学習
- ・魚や両生類、水生昆虫の観察・解説（再掲）、等

④ 地域の歴史を活用したエコツアー

- ・山岳信仰を学ぶ
- ・清水峠道の歴史を学ぶ、等



⑤群馬県新観光振興計画（原案）

■計画年次：平成 25 年～平成 27 年度

■基本理念

探そうぐんまの宝、究めようぐんまの心 歴史、文化の薫り高い自然豊かな観光県ぐんま

■基本方針

- 1) 魅力ある観光地づくり
- 2) 戦略的な情報発信
- 3) 国際観光県ぐんまの推進

■基本目標

- 宿泊観光客数 875 万人 (H23) → 928 万人 (H27)
- 外国人宿泊客数 4.9 万人 (H23) → 10 万人 (H27)
- ボランティアガイド数 969 万人 (H23) →1,200 万人 (H27)

■基本計画

- 1) 魅力ある観光地づくり
 - 推進体制の確立：ググっとぐんま観光宣伝推進協議会の機能強化 等
 - 受入体制整備：観光施設等の整備、ボランティアガイド団体への支援 等
 - 新しい観光素材の発掘と磨き上げ：地域と連携した観光素材の掘り起しと磨き上げ、観光キャンペーンの推進、歴史文化遺産等を活用したテーマ性のある観光素材の整理 等
 - 新しい旅行形態への対応：ニューツーリズム推進、着地型旅行商品開発の推進、コンベンション誘致の推進
 - 食や特産品・物産品の魅力向上：物産・特産品の掘り起しと磨き上げ、地産地消や農業観光の推進
- 2) 戦略的な情報発信
 - 観光県ぐんまのイメージづくり：群馬県の観光イメージづくり 等
 - ターゲットを重視した宣伝活動：ぐんまちゃん家等を活用した首都圏でのパブリシティ活動、民間とのタイアップによる情報発信 等
 - 媒体の特性を生かした効果的な宣伝活動：テレビでの関心喚起、インターネットや紙媒体での具体的な情報提供、リピーター獲得のための宣伝、宣伝ツールの作成、効果検証
- 3) 国際観光県ぐんまの推進
 - 受入体制整備：ウエルカム・ぐんま国際観光推進協議会の活動強化、外国人を受け入れるための体制整備 等
 - 効果的な宣伝活動：トップセールス、インターネットを活用した情報発信 等
 - 海外事業所の活用：本県情報の・現地情報収集、旅行会社・メディアへの売り込み 等
 - 市場別の戦略：国・地域別の旅行形態等の特性に応じたアプローチ
- 4) 地域別施策の方向性
 - 利根沼田エリアの施策の方向性
 - ・エコツーリズム推進に向けた取組の支援
 - ・グリーンツーリズムによる教育旅行等の誘致の推進
 - ・アウトドアスポーツの推進、着地型の旅行商品づくり等の支援で滞在時間の延長を促す
 - ・雄大な自然と集客力のある観光地、温泉地をセットにした PR で宿泊客の増加につなげる
 - ・スキーと温泉地及び新幹線や高速道路などの高速交通網と一体化した PR を行い冬季の誘客推進を図る

⑥雪国観光圏整備計画

■基本コンセプト

雪国の自然環境と文化の魅力を国内外にアピールし、観光客の来訪および滞在促進をめざす雪国観光圏ブランドの確立

■キャッチコピー

「こころ、真っ白」

■基本方針

- 1) 「雪を通じた国際観光の展開」
- 2) 「雪国らしい新たな観光産業の形成」
- 3) 「滞在型観光の促進」
- 4) 「地域づくり・人づくりの推進」

■整備事業

○宿泊の魅力向上に関する事業

圏域の滞在促進地区のベースとなっている温泉観光地の魅力を引き出し、磨きだすことを目指し、そのグレードアップを図ることを中心として、温泉外湯巡りや泊食分離クーポンの発行、雪国会員構築事業、雪国の環境保全事業、温泉街朝散歩促進事業などを行う

○観光圏イベント開発事業

観光イベントである各地区の雪祭りをネットワーク化することにより利用しやすい形態とし、時間(日程)や地域間をつないだ「スノーカントリーフェスティバル」として新たな観光ブランドを創造する。

また地域に残る三国街道などの古道を活かし沿道にある温泉や史跡などを組み合わせたトレッキングコースやドライブコースを設定する。この他に恵まれた山岳や森林の自然資源を活用したアウトドアイベントを開発する。

○観光資源活用事業

圏域の資源を見直し、雪国や地域の特長のあるものをうまく活用する。田園、棚田、アート、尾瀬、宿場、など雪国の原風景の活用、スキー場の魅力向上、雪を資源活用する事業など。

○人材育成事業

圏域の各地域において「おもてなしの心」を育む人材育成事業を展開する。雪国の人々の素朴さと人の良さそして人情味ある暖かさ大切にしながら、国際的な観光地として外国の人々も受け入れられるように圏域の人々全体に受け入れの体制を醸成する。

○二次交通促進事業

既存交通手段を活用し、その接続など現状を改善していくなかで利便性向上を図る。

○観光圏ブランド構築事業

観光圏ブランド構築に資する各種事業を行う。観光圏認定案内所、国際観光受け入れ基盤整備、観光圏の広報など。

○観光圏モニタリング調査

宿泊客アンケート調査やモニターツアーを実施

○雪国観光圏ブランド計画の整備

ロゴマークやシンボルカラー、シンボルキャラクター、キャッチフレーズなど統一ブランド計画とマニュアル作成、それを活用したPR 活動の展開。

付属資料 2. 町内関係者の意向

1) 温泉地の再生

温泉地の再生に向けた取組みは、各温泉地の特性を活かした事業が検討されており、水上温泉では温泉街の空き店舗対策及び町並みの修景、猿ヶ京温泉では新規に立ち上げた活性化委員会による温泉活用事業、上牧温泉では温泉病院を活かした「上牧セラピー」、谷川温泉及び湯宿温泉では、美しい景観づくりを推進する意向を持っている。

また、温泉地の「賑わい」を取り戻すよりも、周辺のアクティビティを目的とする来訪者の滞在拠点にしたり、日帰り客を積極的に受け入れていくことが現実的との意見もある。

<水上温泉>

- みなかみ町の温泉地では、団体から個人へのシフトができていない。わかりきっていることだが、旅館の規模が大きいと方針転換にも限度がある。大きいが故に、薄利多売路線になっている。
- 現状では、湯原の旅館をお客さんにとってもおすすめできない。
- 湯原の現状は、夜などはゴーストタウンとなって、廃れた温泉地の典型になっている。あそこを浴衣着て歩きたいと思えない。
- 気軽に入れる店がほとんどない。歩いていて中が見えるような店がないから怖くて入れない。
- 温泉街では店舗数が少なく、巡り歩く魅力が少ないので、来た人をどうとどめるかが課題になっている。商工会で空き店舗事業等やっているが、出店したい人がいても家主さんが貸してくれない。
- 宿泊観光客のニーズは変化しており、純和風旅館は高級な旅館に限られる。
- 温泉街の飲食店としては、まちづくり交付金事業で整備した駐車場の効果は大いにある。日帰り客も多いし、店を目的に来訪する客は多い。
- みなかみの中心は湯原。湯原の活性化はやはり重要だと思う。
- 減少を食い止めるには、リピーターをつかむことが大切。新規を増やすのは難しい。
- 湯原では、温泉、食事、お土産、遊びの4点セットで3時間滞在してもらうことが目標。
- 魅力付けに必要なものは、店舗数と統一感。まちの構成、ゾーニングが必要。
- 店舗の修景事業を実施しているが、外観だけでも街の印象や町並みが変わると感じ、修景を申請する人が増えてきた。修景事業の補助申請は20~30件出しており、早期実施に向けて力を入れてほしい。

<猿ヶ京温泉>

- 猿ヶ京に泊まらないといけないという理由がない。東京・埼玉からだと日帰り圏内である。
- モニターツアー的な観光は少なくなっている。宿の世界を味わいにくるお客さんが増えた。料理に対する評価は十人十色である。泉質への目は厳しくなった。
- 猿ヶ京では観光に携わっている人が少ない。一般住民の観光に対する意識が低い。まちが活性化すれば、一般の人の利益にもなるはずだが、その意識が薄い。
- 温泉地としての知名度が低いと、高い料金を設定できない。
- 猿ヶ京温泉といえば「街道文化（三国街道）」であり、その象徴として関所は重要。
- 商品でお客さんと呼んで、なにかを企画して収益に結び付けるという意識が低い。自分の

やりたいことをやって、結果としてお客さんが来たらいいなあというくらいの意識しかない。お客を呼ぶことが一番の目的ではない状態になってしまっている。また、話し合いをする体制が整ってない。各団体が独立してやりたいことを好き勝手にやってしまっている状態。

- 猿ヶ京活性化委員会は、猿ヶ京のまとまりのなさを解消する目的に立ち上げた。猿ヶ京活性化委員会で検討する主な事業は、①温泉の見直しと支援事業 ②関所の跡地 ③大田和牧場 ④サッカー場誘致 ⑤休耕田利用（花が見られる）。
- DCがきっかけで地域資源を洗い出したところ、猿ヶ京で今後活用していく資源は温泉であり、温泉を有効活用することが重要と結論に至った。
- 源泉トータルで毎分およそ 2000ℓの湯量がある。現時点では、利用していない源泉が 2 つある。1000 t くらいのタンクがあれば、各旅館の泉質が良くなる。土日温泉かけ流しで、お客さんに提供できる。
- 山登りのお客さんが増えてきている。山登り時に売りになる商品の開発が課題。
- ホテルはメディアにも取り上げられている。少人数でゆっくり観察できることを売りにしており、じわじわと人気になっている。ホテルが猿ヶ京への誘客のきっかけになれば良い。

<上牧温泉>

- 上牧温泉では、経産省の地域資源の認定を受けて、「上牧セラピー」の計画づくりに取組んでいる。目指すところは、温泉病院を核とした、保養温泉地。
- アクセスが良く、アクティビティが豊富なことを活かして、中高年が平日に来て、リピートしてくれる温泉地にしていきたい。
- 温泉病院で診察を受け、「歩きましょう」「ラフティングが良い」「フルーツ狩りが良い」など、処方箋のようなものを作りたい。食も地場のものを使って、料理教室をするなど交流ができないかと思う。癒しを求める傾向があり、予防医療のような「セラピー」のニーズは高い。

<谷川温泉>

- 客のニーズは千差万別。6月と8月の売上が3倍違う。谷川温泉の旅館では、前日から当日までで、22部屋中8部屋が急に予約で埋まったことがある。社員の配置が難しい。各旅館シフトの対応で苦慮している。
- “観光地成功の秘訣は行政が手を出さないこと”とよく言われるが、道沿いの花植えなども地域住民がボランティアで行っている。そういった意識の高い方が谷川温泉を作り上げている。今後も谷川温泉は、景観を守っていく。

<湯宿温泉>

- 地域の人の湯宿温泉景観への意識は高く、湯宿区評議会での話し合いにより、花を植えて景観を大事にしよう、掃除をしよう、道を整備しようなどの活動につながる。
- 高齢者（半数以上が一人暮らしの高齢者）が多く、家が空き家になってしまうと、整備・掃除などの人手が足りなくなってしまう。

<その他>

- マーケットは東京、神奈川、千葉、埼玉がほとんどで、地元は少ないが、地域に支えられているので、地域の人に使ってもらえるような温泉・宿にならないといけない。
- 医療法人施設とのコラボなどはないので、医療的なビジネスと連携できると良い。

- なんだかんだ言っても、みなかみのメインは温泉。昔ながらの雰囲気の良い温泉街。
- 旅館は減少の一途であろう。温泉街としての考え方を変えないといけない。違う方向にもっていくのは、まともな判断であろう。
- みなかみの温泉街に、「温泉街としての賑わいを味わいたい」という理由で訪れるお客さんがどれだけいるのか。日本全国に温泉街はたくさんある。みなかみに来なければ、温泉街の賑わいが味わえないということではない。条件的には、草津・伊香保のほうが整っているだろう。
- 日本人の旅行者は確実に減少する、中国人などのインバウンドもなかなかうまくいかない、という状況の中で、温泉街としての賑わいを取り戻すことに固執するのではなく、いま盛んになってきているアウトドア、アクティビティに力を入れて、それ目的でみなかみを訪れる消費者のニーズに合わせるような取り組みをしていったほうが、この先 10 年、20 年のことを考えれば、現実的なのではないだろうか。
- 宿泊に特化しないでも、日帰り温泉を利用してもらえそうな温泉街の活用方法を考える。アウトドアに来ている人を温泉街にどのようにして取り組むのか。

2) アウトドアスポーツの推進

ラフティングなどのアドベンチャースポーツやスキーは、みなかみ町の観光コンテンツの中で首都圏での認知度は高く、繰り返し訪れる可能性を秘めている。しかし、アドベンチャースポーツは、業者乱立によるサービス水準及び安全性の低下が懸念されている。また、スポーツを観光振興に結び付けていくための「スポーツコミッション」の設立が求められている。

<スポーツ振興>

- ハピネス計画を発展させ、スポーツ振興のための企業協力を斡旋して欲しい。子供達にスポーツを通じて夢を与えるため、スポーツができる環境を整えてもらいたい。
- みなかみ町は、アウトドアスポーツの町として売り出せば良いと思う。その推進組織として「スポーツコミッション」を新たに立ち上げてはどうか。
- アウトドアスポーツが盛んになるように、町には「許可申請」で協力してもらいたい。レースなど、申請してもすぐに許可が下りない。
- 国にも協力してもらいたい。奈良俣湖で夜ボート漕ぐのもダメ、ロックフィルを歩くのも、足元を完全に明るくしないとダメなど規制が多い。やりにくい環境になってしまうと、他の場所でやろうということになってしまう。
- 今ならまだ全国的に 1 番になる可能性がある。町が完全にバックアップしているところなどない。

<スキー>

- みなかみ町の観光客数 200 万人のうち、50 万人がスキーで訪れている。しかし、これまで町ではスキー場の PR 活動が十分でなかった。
- スキー場連絡協議会では、2,3 年前に共通の twitter のアカウントを取得し、情報を流し始めた。スキー場に来る動機はどこで調査しても「口コミ」が多い。
- スキー場のパンフレットは、手にしてもほとんどが捨てられてしまうため、温泉割引券などのクーポン付にして「湯ったりスノー」として発信している。「湯ったりスノー」は twitter で公募した。お湯に入ってほしい「お湯とスキー」という意味を込めて。

- スキー客も宿泊しないという難点があったが、その理由は温泉のイメージが弱いから。草津に比べたら、温泉地としてのブランド力・認知度が低い。スキー場来訪者のアンケートでも来訪者の半数が知らなかった。
- スキー場の近くなのに、乾燥室のない温泉が多い。利用者は使いにくい。
- スキー場はエリア全体で取組まないと、各スキー場に人は来ない。スキー客は、行き先をエリアで決めている。

<アドベンチャースポーツ>

- 水上地区でラフティングを始めたのは 94 年から。水上の利根川は、雪解け、夏の湧水期など変化に富んでおり、レベルが高いので、トレーニングが必要。
- ガイドは、川でのレスキュー、メディック（治療）の資格が最低限ないとできない。連合会の中にジャッジがいて、ガイド一人ひとりの認可をしている。
- 行政への要望としては、一つは河川整備（ラフティングの発着場）をしてほしい。もう一つは、水量（ダム）、例えば夏の日中の安定放流が必要。水が無いと、ラフティングが渋滞をおこし、ラフトが繋がってしまう。また、環境・生態系のことを考えても必要だと思う。アウトドアのことだけではなく、全体としてとても重要と思う。
- 河川は自由使用なので、勝手に参入してくる可能性がある。そこで、安全性を確保するために、屋外スポーツ条例や安心安全のレギュレーションで参入障壁を設ける動きがある。そのような受け皿としてアウトドア連合会がある。
- 連合会の活動は、専従のスタッフを置かないと、安心のレギュレーションづくり・運営、イベントなどの運営はきびしいと思うが、予算もなく、事務局機能が発揮されていない。関係者は本業が忙しく片手間でしかできない。
- フィールドができれば、スタートポイントの立ち入りを管理するなどの規制ができる。
- 料金が安いという声も聞くが、高いから来た（安心感で）という客は多い。事業者は事故を起こさないために取組んでいる。
- アウトドア派はみんなで騒ぎたいが、それに応じられる店舗や、仲間と一緒に宿泊できる施設もない。
- ラフティング、キャニオニングなど、いつまで続くのか。廃れることはないと思うが、他の所がやりだして競争になる。そのときにどれだけ差別化できるかが問題。それだけに頼らないようにしないと難しいと思う。
- みなかみならアクセスとアウトドアが切っても切れない差別化のキーワードだと思うので、そういったものを客に絞り込んで提案できれば良い。
- アウトドアはガイドがしっかりしている。インタープリターがいるのが良いと思う。
- アウトドアは有効なコンテンツだが、アウトドアは来ても 10 万人くらいのもので、そこを伸ばすのは大変。アウトドアで来ても、宿泊せず、そのまま帰る人が多いなどの問題もある。秋、冬の客を伸ばした方が良いと思う。
- アウトドア、スキーのお客さんは、泊まるなら 2 回来た方が良いと考える人が多く、旅館とのパック商品はあまり効果がない。

3) 工芸体験・歴史資源の活用

たくみの里は、みなかみ町を代表する観光拠点であるが、首都圏での認知度は低く、今後利用が伸びていく可能性がある。しかし、各工房でサービス水準にばらつきがあり、今後新規参入が増えるとたくみの里の評価が低下する恐れがあるため、各工房の連携・協力体制を強化していく必要がある。

<たくみの里>

- たくみの家で好き勝手にいろんなことをやっている傾向がみられ、今一度たくみの里の原点に戻る必要がある。
- 人数が増えて、サービスの内容にも変化が出始めた工房もある。体験を教えるのが雑になってしまっている。
- たくみの里の原点である「ほのぼの」「匠に触れる」ことが失われつつある。
- 本来のたくみの里の姿としては、農村景観の振興、食文化の開発、伝統手工芸、景観対策が中心にある。
- 景観条例で新治の景観を守ってきたが、景観法を活用した取組を行うべきである。
- たくみの里はみなかみ観光のプラットフォーム。農村景観を守るという理念をしっかり守る。もう一度再考する。
- たくみの家が点在しており、バスの運行を確立しないと、歩きの範囲にあるところでしか利用がない。
- 苦情で多いものとしては、職人が偏屈なところや、体験しようとして実際行ってみると閉まっていることなど。ひとりでやっているのだから、なかなか大変。
- 時間の縛りがなく、席が空いていればすぐに体験できる。他地域の類似施設は、時間が細かく決まっているので、その体験イベントを中心に旅行のプランを立てないといけない。
- たくみの家の参入の条件としては、同業種は作らないことと通年営業することであるが、法的な縛りが無いので、蕎麦打ち体験のだぶりなども出てきてしまう。誰彼構わず参入してしまうと、雰囲気は壊れる可能性もあるが、いまのところは問題ない。

<歴史資源>

- 名胡桃城址は、観光資源として活用するのであれば、少しは再現（塀など）したほうが良い。現在のままでは、何が何だかわからない。歴史的文化遺産として再現すれば観光資源になるのではないか。

4) 自然環境の保全・活用

上信越高原国立公園のエリアには、「谷川岳エコツアーリズム推進全体構想」及び「赤谷プロジェクト」が推進されているが、エコツアーの需要は高まっておらず、試行的な取組みにとどまっている。

谷川連峰のトレッキング客は増加しており、ビジターセンターとしての山岳資料館の充実と、新たなトレッキングルートの整備が求められている。

<谷川岳>

- 山岳ガイドは公認資格ではないので、公認化する動きがあるがそこまでいってない。ガイドを生業にしようとする人は多い。他にアルバイトをしながらなど、片手間でやるのならそれなりの収入が得られるようになってきた。一ノ倉沢では易しいコースでも5万円/1人

くらい。

- 登山人口は多いが、教える体制がなくなった。上から押さえられるのを嫌ったり、運動離れなどが原因ではないか。
- エコツーリズムは自然のうまい保全・利用だと思う。持続可能な共生ができる。
- 湯原の山岳資料館との連携は全然できていない。最近はそのことを知っている人が交代で詰めるようになって多少良くなったが、それまでは全く山を知らない人が詰めていた。温泉街の中の活性化という予算でやっているのだから、やめるわけにいかないが、本来なら一本化した方がよい。
- 一ノ倉沢を訪れる人は多い。一ノ倉沢が自動車通行規制になっても「やはり歩いた方がいいね」という意識の人が多く思う。通行止めにしたから寂れたという人もいるが、むしろそれを売りにできるのではないかと。ここから電気自動車で行くことも考えられる。
- 谷川岳の資料館では、図書・道具の展示スペースがもっとあればいいと思う。他地域の施設では県が運営しているので、もっと規模が大きい。
- 谷川岳エコツーリズムは、来訪者のニーズに合致していない。欧州の人たちに比べると、環境保存に対する国民の意識の低さがある。エコツアーへの取り組みは焦らず、じっくり機会をうかがう。政治の取り組みにおいてもエコに関して先行きがまったく見えない。
- エコツアーを役場主導でやるのは難しい。民間におろして、活用してもらいたい。
- 登山ブームで人は増えているが、大半が湯脛曾からのルート登山である。谷川岳登山の魅力を高めるためにも、谷川温泉からマナイタグラまでの登山ルートを整備してほしい。
- ロープウェイの料金が安い（他と比較すると）のは問題と思う。行きたいけどいけない人が多いと思う。一ノ倉沢規制でお客さんが減っている部分もあると思う。今のマイクロバスでは対応できていない。電気自動車を導入してはどうか。
- バブル期は規制の必要があったと思うが、今は必要ないのではないかと。反面、マイカー規制でハイキング客は歩きやすいといったメリットもあるので、そのバランスが難しい。

<赤谷の森>

- 赤谷プロジェクトのエリアでは、素晴らしい自然が残っており、エコツアー、環境教育の場となっている。専門的すぎるため、教育旅行は適しているが一般客には難しい。今後、手を入れつつ、どう守りながら活用し、子供たちの世代に伝えていくかが重要。
- 赤谷の森は、「エコパーク」でやろうという考えがある。この森はクマタカ、イヌワシもいる。日本海と太平洋の両方の特性がある。本州にいる9割以上の哺乳類が存在するなど貴重なものがある。今後もこれらを残した上でエコツーリズムをやっていければ、世界的な規模の観光地になっていくかもしれない。エコパークになれば、町が動いて、地元も動くと思う。すると、猿ヶ京にも人が来るようになるかもしれない。

5) 農業と食・店舗の魅力づくり

みなかみ町では、養蚕から転換した果樹栽培が発展し、多様な果樹狩りは観光の魅力となっている。また、質の高い米や野菜類も生産されているが、地元の旅館・飲食店とマッチングするシステムがなかったり、食の開発に十分に活かされていない問題がある。観光農園では、ラフティング事業者やスキー場との連携した新たな取組みがはじめられている。

店舗については、道の駅における農産物の売り方の問題や、観光客が立寄る飲食店が少ないことが改善すべき点として指摘されている。

<食材>

- 旅館では、できれば地消したいが、地域の野菜が継続的に入らない。安定供給の仕組みがあればと思う。もともと他の地域のものを使っていたのが悪かった。双方の歩み寄りで地消に取り組めれば良い。
- 「水月夜」ブランド米は、1 kg 700 円で販売する予定。商工会が中心になって売り込もうとしている。
- 心ある宿は、地消を心掛けている。そうすることで客と繋がる。「この食材は、ここで売っています」といった具合に。
- 最近、意識的に地産を使おうと思う店主が増えている。特に、旧水上地区は高い意識を持った人（仲間）が多い。
- もったいないと思うのは、農家がいろいろな野菜を作りたいという思いはあっても、売り方がわからない。西洋野菜など、結局作っても家族も食べないから捨てるなどしている。
- 行政によるネットワーク、地元の掘り起しが足りない。例えば、役場が飲食店にどんな野菜を使うか聞いてもらえれば良いと思う。それをもとに農家につなぐなど、スムーズな意見の交換が行われるようにしてほしい。
- 農家と飲食店、ホテル・旅館をつなげようという議論は前々からあるが、生産者からしてみれば、本当に安定して買ってくれるか、購入する側からすれば、本当に安定供給されるのかという不安がある。
- どこかで注文を受けて、それがどこに届いて、それを配達するなどのひとつのシステムができれば利用者は多いと思う。やはり、地元の野菜などは、観光客への受けがいい。
- 草原サミットは、地元藤原地区の方が食べ物を提供した。山菜、きのこ、ギンヒカリというニジマスを使ったり、こんにやくなど、地元の食材をつかった料理が目白押し。コーヒータイムには、地元産の芋を使ったスイートポテトなども出た。本気でやれば、みなかみは「食」でいけるのではないかという手ごたえを感じた。
- 地元産など使わずに、仕入れも適当に、というのが通っていた時代が長いので、既存の飲食店、旅館・ホテルのそういう意識を変えていくことも重要。
- 漬物を製造・販売しており、原材料は群馬県内の農家から仕入れている。使えれものがあれば将来的には水上内の農家から入れていきたいが、作られている野菜の情報が入らない。新治、月夜野では出荷は多いようだが、情報が共有できていない。
- 観光客のための2次交通を考え、農産物の運搬にも活用できると良い。農家としても有益になるだろうし、出荷というよりも加工用として、旅館用として考えてみるのも良いと考えている。

<食の開発>

- みなかみの「食」は良い素材はたくさんあるが、上手な加工・販売ができていない。
- たとえば、リンゴであれば、各農園がいろいろなアップルパイを作る、シードルを作るなど。農家は作るだけでなく、客の口に入るところまでを考えてやっていかないともったいない。
- 外で食べるからおいしい「アウトドア料理」(BBQ、鍋など)のコンテストをする。「あの空気とあの川のせせらぎで食べるからうまい」それが差別化になる。
- みなかみにはそば屋が多い。そば屋のカツ丼(地元の豚)が意外とウマイ。みなかみ町のそば屋のカツ丼(たとえば)という一種のブランドを作ってはどうか。
- 商工会では「薬膳」のプロジェクトは2011年から取組んでいる。健康ブームと、ある程度地元素材で対応できると考え、薬膳をテーマにした。客への反響はいまいち。薬膳は、苦いというイメージがついてしまう。事業に乗ってくるメンバーは決まっているが、もっと人気店の協力などが得られると良いと思う。
- もう一つのテーマは「発酵食品」で、「みそ」「チーズ」「漬物」を活かした食の開発・PRができればと考えている。
- 食の開発は、旅館では板前がいるので、何でもできるが、まち全体で出せるものがない。
- みなかみの観光では、食が弱い。素材を生かきれていない。黒豆で有名な丹波篠山のよように、素材の活用法を共有していく必要がある。

<観光農園>

- この辺りは、近隣の地域と比べて土壌、日光に恵まれており、高品質の果樹を生産することができる。以前はあわてなくても売れていた。
- 季節の始めに、東京の高級果物店で特別な品種を高価格で少量出荷し、人気が出たら出荷を止め、現地への来訪を促すことも行っている。
- 直売店でも仕入れて売っているところもあるが、産地偽装は許されない。地域で守らないとならない。
- 観光農園には、役場から多大な支援をもらっている。みなかみ町観光協会は、観光農園部会(農家の集まり)があるのが誇り。観光協会員が減少をたどる中、観光農園部会は増えている。
- 同業者同士の足の引っ張り合いにならないように、意識の高いリンゴ農家、ブルーベリー農家、野菜、いちご、さくらんぼ農家、桃農家などで「アグリクラブ」という少数精鋭の組織をつくった。
- ラフティング事業者との連携もある。ゴール地点の矢瀬親水公園の上りにんご畑をつくって、りんご狩りとセットで販売している。ラフティングのスタッフが、オフシーズンにりんご農園でアルバイトをするという連携の形もある。
- ノルン水上スキー場で、「もったいないリンゴ」として崩れりんごをカットフルーツにして売っている。
- 農業の6次産業化は難しい。販売に力を入れすぎれば農業ができない。

<飲食店>

- 新治地区には飲食店が少ない。交通量が少ないからペイしない。打ち合わせで使いたいが、食べる場所がない。通りの交通量を増やして、新治の通りに店を作るべき。空き店舗活用などでなんとか対応できないか。

- 「食」は重要なキーワード。飲食店を充実させることが観光地づくりの最優先課題。観光客数に対する飲食店数が少ない。冬は、スキー客が多いが、コンビニでご飯を買って、直行・直帰のパターンが多い。

<農産物の販売>

- 北毛地域の野菜は総じておいしいが、正直なところ、生産者によってばらつきがある。
- 昭和、片品の農村物は、都会の人は喜んでくれる。
- 道の駅の販売方法には問題が多い。レジが詰まる、照明の方法、商品を直置きしているなど、売り場の出来がよくない。
- 「月夜野は一べすと」は行かない。売り方が大事。なすの時期はなすしか置かない。農産物直売所ではダメ。「マルシェ」じゃないと。色物をおいてみたりしないと。
- 直売所では、日常的に買い物をするスーパーと差別化を図ることが重要で、試食ができること、買う楽しみを創造すること、生産者の顔が見えることが大切である。
- 販売に行政が介入して、横並びにしてしまうのは良くない。消費者による「チェック」が必要。
- 農家の人がどのようにして売り上げを上げていくかが大事なことである。気候にあった農産物・特産物を作り出す。
- 公社が中心となって農産物・特産物を作り、農家の人が自立して稼いでいけるようにしていきたい。
- 農村風景を守るには、きちんと農業を行うことが大事である。農業でお金を取る。農家にしっかりお金を落とす。美味しい地場産品と作ることが大事。

<物産販売>

- 商売をする上において、商圈人口は狭いが、観光地なので来訪者が多いことと、都会からの客層は高品質で良いものにはある程度高い金額のものが売れる。
- 昔に比べると安いものを買いたがる。また、お土産をたくさん買って帰る時代ではなくなった。
- 客の志向は変化が速いので、お土産も難しい。温泉まんじゅうは苦戦だが、機械の初期投資にお金がかかっているため、なかなか変えられないのが現状。
- アウトドア派が増えてきているため、道の駅にアウトドアショップが出来ると良い。

6) イベント・体験プログラムの充実

群馬デスティネーションキャンペーンは、地域資源の掘り起しや市民協働のまちづくりの推進に効果があり、キャンペーン終了後も継続しているプログラムがある。また、「みなかみオンパク」は、小規模ではあるが町民が地域の魅力を体験できる機会として好評で、今後の展開が期待されている。

観光協会主催のイベントに対しては、閑散期のボトムアップを目的に実施することが望まれている。

<群馬デスティネーションキャンペーン>

- DCに実施した星の鑑賞会は、晴天率の問題は多少あるが、採算ベースに載っており、続いていけるのではないかと。
- キャンペーンは暇な時期にこそやってほしい。夏やっても受け入れがない。受け入れ体制

を無視して集客ばかりに目が行くと、悪いことばかり印象がついて、かえって悪い宣伝になる。今後、受け入れ体制の見直しが大事。

- DCの影響は大きい。イベント等浸透まで、一般的には5年程度かかるが、例えば「星の鑑賞会」などは、1年で一気に広まった。大変大きかった。「みんなが集まればこれだけできる」というモデルケースになった。
- 「星の鑑賞会」は3年間ボランティアで大変だったが、まちでの輪が広がったし、参加して良かった。昨年は、8,800人、今年は日数が少なかったが5,500人が星を見るために来ている。星を見に来るために宿泊した人も多い。
- 夜のイベントは宿泊につながるので大きい。玉原ラベンダーパークなどが追随してきた。

<みなかみオンパク>

- オンパク37プログラムでは、いままで自分たちが気付かなかった、滞在時間を延ばすための資源の掘り起こし。最初から観光客にではなく、まずは、地元が案内し、案内されという中でやって、そこから観光客に広げていくというプロセスで考えている。
- 「小・集・短」がオンパクのコンセプト。リスクを小さくしてチャレンジを促す仕組み。「上牧セラピー」も実験している。
- 温泉博覧会（オンパク）のプログラムは、受入規模が少人数なので参加しやすい。さらに地域の人の認知度を上げることができる。プログラム内容も質も年々上がっていると考えられる。珍しい企画が多く、地域を知るきっかけになる。
- 地元の人がみなかみ町について知るきっかけとして、オンパクは良い。オンパクが地域ごとの交流のきっかけとなれば。
- 町民が実態をよく知らない。体験したもの（オンパクなど）は人に強く説明できるため、地元の人がもう少し観光体験をすべきである。
- オンパクは地道な取り組みで経験を積み上げていくことで成果を出す、即効性のない事業、まだ浸透していない。まちの埋もれた魅力を引き出してくれるという意味では良い。「裏路地の店飲み歩きツアー」などは、お店のモチベーションアップにつながっている。

<あかりイベント>

- 観光協会がギャップ調査をした際に参考になったキーワードに「あかり」があった。ホテル、月あかり、星あかりなど。ホテルを浴衣で案内ナイトツアーは人気がある。星の鑑賞会、上毛高原駅裏山の寺（ホテルをみるところ）中秋の名月の観月会や、千数百のキャンドルを灯すこともやった。

<イベントへの協力>

- 観光協会からイベントを持ち込まれても、対応がなかなか難しい。旅館の運営を少人数でやっているところもあり、参加の気持ちがあってもなかなか出てくることができない。自分の旅館を運営・維持していくことで精いっぱい余裕がない。
- イベントは閑散期にこそ開催してほしい。むしろ現状ではイベント等でギャップを大きくしている。ピークの波がなくなると、雇用も良くなるし、サービスも良くなる。環境負荷も減る。

7) 地域全体のPR戦略の検討

みなかみ町の観光振興を考える際に、誰に対して、みなかみの何をPRし、どのように集客や消費に結び付けていくのかといった、全体戦略を検討する必要がある。ターゲットについては、人口が増えない時代ではインバウンド対策が重要になってくる。

みなかみ町のイメージは、色々な素材があるために絞りにくいですが、組み合わせることでターゲットに訴求できるテーマやキーワードを打ち出していく必要がある。

<全体戦略>

- 集客よりは、今来てくれているお客さんの満足度をアップする。集客はそうすればついてくる。
- スキーなどの日帰り客は、飲食にお金を使わなくなった。どのように観光客にお金を使ってもらえるか。どうすれば波及効果を高めることができるのかが一番の問題である。
- マスコミ対策として誘客、発信はしているが、まち全体の柱がぼやけている。たとえば群馬を売るときには、草津、伊香保を目立たせて、そこからみなかみを知ってもらってチャンスを得ようというしたたかな戦略が重要だと思う。
- まち全体の約5割が観光関連で、旧水上は約7割が観光を生業としている。旧月夜野地区は、観光とは関係ないという意見もあったが実際は違う。サラリーマンや農家は多いが、配偶者などがパートで観光事業に関わっていることが多い。
- 各分野・地域にはやる気のある方が結集しているにも関わらず、旗振りの旗がない。理念、コンセプトがない。「こうして行こう」「みなかみ町は何の町」というのがない。
- 温泉、アウトドア、スキー、リンゴなど、いろいろあるが単体のキーワードでは弱い、「アウトドアと雪」、「スキーと温泉」など合わせ技にしなければならない。
- エリアで分担ではなく、「温泉」「アウトドア」「水」「水のチーム」「山のチーム」「自然」「食」などのキーワードごとの分担でやっていくと、うまく進むのではないか。
- 「みなかみ町は何の町」なのか思い浮かばない人が多い。水なのか、温泉なのか、何なのか。キーワードがはっきりしていない。
- みなかみの売りを決めていくのが難しいところである。中途半端に売りになるものをたくさん持ちすぎている。
- 先を見越した取り組みをしなければならない。将来像を想定して、その将来像に合うような観光振興が必要で、後手を踏む取り組みでは弱い。これまでのどんなビジョンも将来像についての議論を無視している。

<インバウンド>

- 外国人の旅行者は、温泉旅館での滞在を目的にしている。旅館の食事とお風呂が中心で、ほかにはどこにも寄らずにそのまま帰る。
- インバウンドの取組みは、県や各自治体ではアジアをターゲットにしているが、県旅館ホテル組合青年部では、欧州をターゲットとしてPRツアーを実施している。
- ルクセンブルクの大使にみなかみ町を含む群馬県を紹介したところ、欧州と比較的似ている美しい自然と景色が評価された。また、歩けるところや歩くマップがあるともっと良いという意見があった。
- 群馬そのものがインバウンドは難しい。どうしても「ゴールデンルート」が強いので、東京や東北と絡めていかないと難しい。

- 町ではもともとは旅館だけでやっていたが、スキー場やラフティング事業者なども役員に入っており、広がってきた。みなかみに来てからの楽しみ方を提案している。
- 町では親日度アジアナンバーワンの台湾をメインターゲットにしている。台湾の次は、中国、韓国、香港、シンガポール、オーストラリアなどをターゲットにする。
- 香港からグルメツアーが来ている。香港の団体は2泊みなかみで、初日は群馬県の美味しいものを食べに行き、翌日はフルーツ狩りをして、本物の温泉に入る。香港人は温泉好きで買い物好き。
- 外国人客は、自然景観よりも、宝川温泉や法師温泉などの本物の温泉を求めているのではないか。
- 課題はサイン、パンフレットなど英語表記がされていないこと。
- 道の駅が中心になってアイサイトを運営していくのが良い。パンフレットなども同じ体裁で並べておくことが望ましい。
- クレジットが使える売店を増やしていく必要がある。
- 病院のインフォメーションなど、緊急時の対応も考える必要がある。
- インバウンドを考えるなら、ヘリポートは必要。町でヘリポートの利用、インフォメーションを考えて欲しい。

<町のイメージ>

- みなかみはいろいろな温泉がある。外から見てもよくわからないので、いろいろな温泉をひとつにして「みなかみ温泉郷」にしてはどうか。
- るるぶガイドなどでも「草津→伊香保→みなかみ」と掲載されている。せっかくだんだん認知度が高まっているのだから「みなかみ」を使うべき。大きなくくりの方が良いと思う。
- 合併した際に思ったのは、月夜野は、チェコ・プラハのようなイメージで100年の歴史のあるガラス工房、ジュニアオーケストラなど。谷川岳は、アルプス スイスのツェルマツトのようなイメージ。猿ヶ京は、農家が元気でドイツっぽい土のイメージがある。
- イメージチェンジをするか、古き良き時代への回帰なのか。考えなければいけない。とはいえ、温泉街に人がたくさん来るようなことは考えにくい。
- みなかみといえばアウトドアというイメージがあると良く聞かすが、単にラフティング、キャニオニングなどだけでなく、エコツアー認定を受けた谷川岳も含めて、売っていけないか。温泉+食、アウトドアなど、もっと絡めていければ良いと思う。
- 新幹線の駅名が「上毛高原」ではわかりにくい。「みなかみ温泉郷」にしてはという話がある。
- いろいろ素材があるが、それが故にイメージが薄くなっている。
- 町全体で売り出していくキーワードとしては、四季がはっきりしていること。
- 東京から来て感じたみなかみ町のすばらしいところは、まずは、水がおいしいこと。また、強烈な印象は、夜こんなに星がきれいなのかとびっくりした。それから、野菜がおいしいということ。

8) 情報発信機能の強化

みなかみ町観光協会の取組みによって、メディアに取り上げられる機会が増えているが、観光情報のポータルサイトに位置づけられる観光協会のHPは、更新しにくいシステムになっており、改善していく必要がある。

観光案内所は、上毛高原駅前案内所の機能強化を図るとともに、水上駅前の案内所の運営主体の見直しを行うことが望まれている。

<情報発信>

- 観光協会のHPではリアルな情報は上がってこない。現場に行ってリアルな情報を仕入れることが大事である。リアルな生の情報をお客さんは求めている。
- 猿ヶ京のポータルサイトは、ひとりでHPを高頻度で更新したり、運営していくのが難しいので、Blog を開設した。参加者は 20 名。
- 情報提供の一本化が必要である。現在の観光協会のHPはリンクを飛ばすためのトップページでいいのではないか。
- 最近是新治、猿ヶ京などの宣伝が少ない。PR方法を工夫しなければいけない。たくみの里を知らないひとも多い。
- 各施設のPRしたい部分を確認し、観光協会のパンフレットを見直すことで、宣伝の効果が高まる。観光協会も役場も担当者がすぐ変わってしまうので、情報連携がうまくいかない。
- 役場、観光協会には観光農園をもっとPRしてほしい。ありきたりのものではない「売る」ノウハウ、情報をもっと提供してほしい。
- 青年会議所ではFacebookを活用し、生息、食べ物、祭りなど利根・沼田のいいところを紹介している。ボリュームゾーンは20代、30代、40代前半。この町がなにを持っているのかを集約して、情報収集する。
- 新規顧客開拓も大事だが、既存の客へのPRの方が響くのではないか。
- みなかみの町としての問題は、現状、お客さんに便利さが伝えきれていないこと。いかに便利で近いかを知らせないといけない。
- 水上温泉旅館協同組合のHPは、今までは水上町観光協会としてのHPでもあり、旅館以外の観光情報も掲載している。人気があったため合併後も運営を継続しているが、運営は協賛企業の出資で行っている。
- 観光課、観光協会が、一生懸命情報発信しているので、TVにも取り上げられている。TVの影響は大きい。
- みなかみ町観光協会のHPは、業者を介さないと更新できないシステムであるため、リニューアルに向けて準備している。
- 観光協会のブログと、新着情報は不更新が長いのは、担当者が決まっていなような形になっているから。イベント・アテンド(TV局等の取材)などで更新できるひまがないほど忙しい。
- 町役場・観光協会はいろいろ窓口や部会などが増えて、いままでになく一生懸命いいことをやっているが、担当者だけで動いている印象で、情報が町民に伝わっていない。もっとよい方法で、告知を増やしてほしい。特に谷川岳がエコツーリズム地区に認定されたことも町民は知らない

- 情報発信は消費者のすべてのニーズに対応するのは無理。売り込むところを一つに集中させて取り組まなければならない。

<観光案内所>

- 上毛高原のセンターにガイドセンターを併設し、駅を降りたらアウトドアの格好をした人がいる、ボートが飾ってある、ピッケルが立っているなどそれくらいのイメージ戦略が必要。「尾瀬の玄関口」というイメージも使うべき。
- 上毛高原駅近くのギャラリーをカウンターバーにして、地ビールを生で飲ませる。生ハムとソーセージも提供。地元産野菜のピクルスも売る。(全てテイクアウト可) でいろいろと良く売れると思う。
- 上毛高原駅は、駅を降りたときに旅の玄関口としての魅力が何もない。
- オーストラリアやNZは、観光ビジネスで先を行っている。海外ではインフォメーションセンターがあって、そこがブッキングなどもやっている。
- 駅前の旅館組合の事務所は旅館への斡旋がメインのはずだが、そうもいかず、観光全体のこと、観光協会がやるようなこともやっているのが現状である。本来、組合のお金は組合員のために使いたいが、それをできるような状態ではない。旅館組合に加入するメリットがなくなっている状況なので、改善が必要。
- 旅館組合が水上駅前から撤退したら、駅前にはお客さんの問い合わせに答えられるような施設が何も残らない。例えば、水上支部を作って、スタッフを2,3人観光協会から常駐させてくれば楽になる。
- 水上駅前の観光案内所は、建物に入りにくい。街の玄関口なので案内所に入りやすく、外観を改善して欲しい。

9) 美しい景観の保全と活用

みなかみ町の観光では、谷川岳ロープウェイや一ノ倉沢、ダム湖、照葉峡の紅葉など、自然景観を目的に宿泊する観光客も多く、自然景観の保全・活用が重要である。

谷川温泉や須川宿では、景観条例に基づく景観整備が進められているが、町全体で来訪者を歓迎する環境を整えていくために、景観法に基づく景観形成の規制・誘導を行なう必要がある。

<景観整備>

- みなかみ町の観光と言えば、自然環境（川、山、紅葉など）である。自然をきれいに保全することが、お客さんのリピートにつながる。
- 花が咲いているなど、街がきれい、看板がきれいなことは観光にとって大事。
- 世界と比べると景観面が弱い。難しいが、ポテンシャルはあるはず。
- あんなに廃屋があったのでは、イメージが悪い。せめて道路などの整備を徹底した方が良い。
- スイスの観光を見習うと良いのでは。環境整備、廃業旅館の撤去、老朽化建造物の外壁の塗り直しなどが必要になる。
- 投資をするのはなかなか厳しいかもしれないが、例えば掃除を徹底する、ぴかぴかに磨くことも一つ重要なことで、お金をかけなくてもできることはある。
- 景観が乱れてしまう可能性があるため、景観法を活用することが考えられる。理屈ばかりこねて、変なことをいう企業もいる。

- まち全体を活性化するのは難しいため、成功のモデルケースをひとつ作ってはどうか。例えば、水上駅周辺をきれいに整備していく。駅前がキレイならまた来たいと思ってくれるはずである。現在のみなかみの町並みでは、もう一度来たいと思ってもらえない。温泉街としての情緒をつくっていく。

10) 観光交通基盤の整備

東京からみなかみ町までは高速交通網が整備され短時間でアクセスできるが、町の玄関口から町内観光地までの二次交通や道路網、案内システムが弱く、引き続き充実させていく必要がある。

<交通基盤>

- 公共交通（バス、電車）は頼りない。ラフティングの送迎システムは参考にしたい。
- 首都圏から、疲れたと思って、会社が終わってからでも来られる距離。2次交通が弱いの人を知っている人はトレン太くん。冬以外はぜひ使ってほしい。レンタカーを使わないと良さを知る前に不便さばかりが印象に残ってしまう。
- 月夜野のホテルも半月で5,000人など良いが、星の鑑賞会と同様、各旅館が送迎をするのは大変。町が送迎をバックアップしてほしい。送迎の当番制など。
- 国道291号は、計画路線をつくって県が整備する。そうすると、景観も生きる。まわりの農村・山林も生きる。道を整備すると、新しいイベントの開催や新たな周遊ルートの作成にもつながる。

<案内サイン>

- 他の地域では、有名なスポットの看板が出ているが、誘導サインについては、有名なスポットの努力が足りない。看板がきたない。せめて公的施設は整然と表示させる必要がある。たとえば源流の森の大きな水檜の木の表示がない。ダムが表示がない。道の駅もない。

11) 地域連携の強化

個々の観光地の魅力で集客するのは限界があるため、広域エリアとして連携し、集客力を高めていく必要がある。群馬県、利根沼田地域、雪国観光圏といったあらゆる枠組みを有効活用し、PRしていくことが求められる。

町内3地区の連携は、合併以降あまり進んでいなかったが、DCをきっかけに広がりつつある連携の輪を強化し、オールみなかみで観光振興を進めていく必要がある。

<広域連携>

- 新潟県側と連携した「雪国観光圏」の取組みを積極的に展開してはどうか。FUJIROCKなどがあると交通量が増える。交通量が増えれば、コンビニも、ガススタもお客が増える。県をまたいだ観光マップなど作成し、気軽に行き来できるような体制を整備すべきである。
- 「雪国観光圏」で旅館の評価制度の導入を検討しているが、その「アクティビティ版」をつくりたい。
- ゆくゆくは信越トレイルとつながるような壮大なイメージを持って、ロングトレイルなどやりたいと思っている。山だけだとつまらないので、里に下りて温泉宿などに泊まってもらいたい。
- 利根沼田地域で広域に連携する必要がある。

<町内連携>

- 農業、建築、酒屋などの連携、オールみなかみでやっていくことが重要。ある試算では、旅館・ホテル業は24%の経済波及効果をもっているといわれている。地元の人の世話になって、細かいお店にも支えてもらって、地元の人に世話になって成り立っている。一緒に成長していくような仕組みができると良い。
- 旧3町村の連携があまりうまくいっていないといわれるが、様子見をしているのだと思う。方向が決まってくれば、乗ってくる人は乗ってくると思う。
- 観光客のニーズに応えるには、地域全体で連携することが重要である。例えば、お客さんに聞かれたものが無かった場合は、他のお店を紹介する。そういった助け合い・連携こそが必要だと思う。旅館がランチを紹介・連携するといった「辰巳館」のような動きも良いと思う。
- 自然、山などはどこにでもある。人気・元気がある地域は結局、やる気がある、地元がしっかり結束しているといったところではないか。
- アウトドアスポーツ、体験プログラム、スキーなど、客層によっても異なるがアクティビティがみなかみの中で伸びてきており、旅館が手を組もうとするのは、経営戦略としては当然である。
- 3地区はこれまで個々にやってきたが、DCからはまとまり感が出てきた気がする。

12) 観光振興の推進体制の充実

観光振興を推進するための体制については、組織の多さを問題視する一方で、役場や観光協会では地区ごとの担当（支部）を設定し、きめ細かく対応していくことが求められている。また、観光事業を進める上で人材不足が指摘されており、観光に携わる定住人口を増やしていくため、働きやすい環境を整えていくことが求められている。

<推進組織>

- 現状、いろいろな組織が多すぎる。一本化してはどうか。週5,6日とられてしまう。一本化すると交流活性化にもつながるはず。家業に精をだせない。ロスだと思う。
- 観光振興の取組みは、もともと水上は旅館組合、新治は役場、月夜野は機能していないなど、バラバラの状態だったものが一緒になるのは難しいと思う。
- 湯めぐり手形も、本来みなかみ町全体でやりたいが、現状は地域ごとになっている。

<役場の体制>

- 役場にそれぞれの地域担当がいたほうがいろいろな相談事ができて良い。会議にもよく参加するが、専門分野と関係ない議題が多い。
- 役場には、観光、商業に関わる専門部隊を作って欲しい。良い人材も部署がなければ引っ張ってこれない。ランドスケープや観光プロモーションが得意な人を呼びやすくする。

<観光協会>

- 観光協会も人数が増えて、マスコミの露出も増えた。いい方向に行っている。観光協会の職員が仕掛けている。中で人を育てるなどそう簡単にはできないので、即戦力が入ってくれたのが大きい。
- 観光協会の支部を設立しないといけない。観光振興をひとつに任せてはダメ。
- 支部で地域のことをまとめて、観光協会にあげて観光への魅力づくりなどの取り組みをし

ないといけない。観光協会が支部ごとの連携を結び付けるのが理想。広範囲の地域をひとつの観光協会で行き届かせることはできない。

- みなかみ町観光協会は、上毛高原駅前の施設では賄いきれないので、地区ごとに協会支部でわかれてやるのが理想である。
- 観光協会では、窓口とマーケティングの仕事の分担を行わないといけない。
- 観光協会はがんばっていると思うが、イベントに追われている感はある。観光協会の HP の更新が滞っている。フェイスブックとの連動もすれば良いと思う。そこで、イベントのボランティアの募集などもできればすばらしい。
- みなかみ町観光協会は、総合案内所なのか、マーケティング戦略部なのか、明確ではない。クイーンズタウンには「ディステーションクイーンズタウン」というマーケティングに特化した部門があった。みなかみもこうなると良いと思う。
- 観光協会の活動は広報に振れすぎている。HP に意志を感じない。春はこれ、夏はこれ、冬はこれといった目玉が必要。全体を見た上で、優先順位を決めて売っていく必要がある。

<基礎データの収集>

- 自家用車と電車で来ている人の割合、行動パターンなどの基本的な調査も必要。車で来る人と電車で来る人の行動パターンは違う。
- 観光統計はあやしい。1 人の人が 10 箇所まわったら 10 名になってしまうのが問題。県の統計もあやしいので、現場の感覚に頼るしかないのが現状。
- 入込数を正確に把握するためにも、入湯税をしっかりと納めてほしい。

<人材の確保>

- 森の散策、案内する人がほとんどいないので、増やしていかないといけない。これからは、谷川岳のネイチャーガイドと一緒にやって幅を広げていかないとならない。
- 一町民として、生活しやすい環境になればよいと思う。住みたい人が住み続けられる環境が必要。人々が若者を中心にどんどん減ってきている一方で、高齢者が増えている。仕事がない。住もうと思っても住めない。
- 遊びに来るには良いが、住むのはダメというのでは長続きしない。クイーンズタウンは、生産人口が増えすぎて規制をしているくらい。生産人口を増やす活動を、適切な人口を調べたりしながら中長期計画で行う必要がある。
- 生産人口のひとつが、観光業、その中にアウトドアがあると思っている。クイーンズタウンは、すべての業種の人に観光税がかかる。
- 「この町は観光でやる町」ということを貫いて、町をあげてやっていかないと、観光産業のスタッフの確保ができず、受け入れ体制が整わない。生活できる環境がないと成り立たない。クイーンズタウンでは、週末に子供を預けられる施設がある。
- 夏休み前は、町内の飲食店同士でアルバイトの取り合いになる。店舗数が増えると人材不足になる。最大の悩みは「どう人手を確保するか」。がんばれば頑張るほど、客増えれば増えるほど悩みは大きくなる。
- 若い世代を引き込むための方法を考えなければならない。人材難は大きい。若年層が定住したくなるような仕掛けが足りない。
- 夏、冬スポーツで若い人が季節労働で来て、気に入ってとしても住みやすいと思ってもらえないと変わらない。定住するための環境を作っていくことが重要である。

みなかみ町観光振興計画
平成25年3月

発行：群馬県みなかみ町
編集：観光課