

第2回上越市観光振興計画策定検討委員会

日時 平成27年9月18日（金）午後1時30分～

会場 上越文化会館 1階 中ホール

次 第

1 開会

2 議事

(1) 骨子素案（コア部分）について

(2) 意見交換

3 その他

4 閉会

上越市第五次観光振興計画の骨子素案（コア部分）について

【観光に取り組む意義】

●地域経済の活性化の手段（かね）

観光は、旅行業、宿泊業、運輸業にとどまらず飲食業、小売業、広告業、さらには農林水産業、商業や製造業などあらゆる産業との関連が深く、市内経済への波及効果や雇用創出をもたらすことが大いに期待されることから、地域経済の活性化のための手段と捉える。

●地域への誇りと愛着の醸成、地域資源の保全のための手段（ひと、もの）

観光は、地域の伝統的な行催事への参加など地域を知る機会の提供を通じて、自らの地域の魅力を再認識させてくれるものであり、さらには、長年にわたり地域が守り、受け継いできた自然や食、歴史、文化などの固有資源の魅力を高め、そのことが観光旅行者から評価や満足をいただくことで、地域への誇りと愛着を醸成させてくれるものでもあり、そのための手段と捉える。

●地域住民の豊かな生活空間を形成するための手段（空間）

観光は、地域住民と観光旅行者の双方に配慮した地域づくりに取り組むことで、魅力的な観光地域が形成され、最終的には地域住民の住みよいまちづくりにつながるができる手段と捉える。



【課題の整理】

<ひと・組織>	<地域資源>	<観光基盤>	<PR、プロモーション>	<エリア設定と周遊>	<新たな交流>
・住民や組織・団体に おける観光に対する 意識の醸成 ・観光人材の発掘・育成	・点在する地域資源 の魅力向上 ・魅力を高める食や特 産品の開発 ・地域資源の保全	・多様な主体との連携 強化 ・2次交通の整備 ・情報環境の整備 ・ユニバーサル対応	・認知度および興味・ 関心度向上のため のPR、プロモーション ・旅行満足度向上の ための情報提供	・集客力の高いエリア の魅力度向上 ・市内周遊の整備 ・周辺市町村との連 携による周遊	・インバウンド誘致 ・MICE誘致 ・新たな国内市場開 拓(大都市圏)

【上越市第6次総合計画】

市政運営のテーマ 「選ばれるまち 住み続けたいまち」
重点戦略 「暮らし」「産業」「交流」

【観光のビジョン（めざす姿）】

- 多様な地域資源を融合し、オンリーワンの選ばれる観光を育む。
- 1次産業・2次産業・3次産業すべてが観光にかかわり、観光の力で経済を活性化する。
- 市民が誇りと愛着を持てる、住んで楽しいまちをつくる。

【目標値】

※質的な目標設定を基本として事務局で検討中。第3回検討委員会において検討案提示予定

【重点方針】

- 北陸新幹線の開業後の効果を持続させるための施策の展開
- 農林水産業の振興と中心市街地・商店街の活性化への寄与
- 海水浴場やスキー場の観光レクリエーション産業の振興
- 新水族博物館のオープン効果を生かした施策の展開
- オリンピック・パラリンピック東京の開催を見据えた合宿と外国人観光旅行者の誘致強化

【今後の観光の方向性】

1 魅力ある観光地域づくりのための持続的かつ基礎的な取組（・・・基本方針）

(1) 地域資源の魅力向上 (Product)（・・・基本施策）

①地域資源や技術を生かした食と特産品の魅力向上（・・・施策の柱）

・培われてきた食や技術に付加価値を付け差別化を図るとともに、他の資源との組合せや産業との連携により新たな土産品などの開発を行うなど、1次、2次、3次産業が連携したオール上越による魅力向上を図るとともに、市域内での素材調達により経済循環を図る。

(取組例：付加価値付けによる差別化・ブランド化(メイド・イン上越、発酵食品、上越野菜等)、飲食店での提供の推進、食材等の域内調達の推進、戦略的PR・販路拡大等)

②地域資源の学びや体験を通じた交流促進

・本市の特性である豊かな自然、深き歴史・文化など多様な地域資源に触れ、学び、体験できるようメニューを充実化し、滞在型の観光を推進する。

(取組例：田舎体験交流・都市農村交流の充実、伝統技術体験の創出、登山・キャンプ・トレイルの利用環境の整備)

③地域資源の持続的な活用による保全・伝承

・持続的な観光振興の下支えとなるよう、地域資源の適正な利活用による保存・伝承を行う。

(取組例：上越ゆかりの偉人や伝統芸能の伝承、四季折々の行祭事・イベントの充実等)

④潜在的な地域資源の魅力の発掘と向上

・市域内に存在する地域資源を発掘・再生し、有効な活用策を検討する。

(取組例：レジャー観光の再生(海水浴場とスキー場)、景観の活用、まち並み整備等)

(2) 受入環境の整備 (Place)

①快適な空間の提供

・今後の新たなターゲットである外国人や高齢者など、多様化する旅行者に配慮し、安心して快適に旅行することができる環境整備を進める。

(取組例：食を楽しむ空間と宿泊施設の魅力の向上、高齢者・障害者・外国人に配慮した環境整備、環境美化や景観保全、トイレ・休息所等の充実等)

②交通利便性の向上と活用

・1次交通拠点である上越妙高駅における2次交通への接続改善による利便性の向上と、バスやタクシー、並行在来線(えちごトキめき鉄道、ほくほく線)などの交通機関の観光面の利活用を図る。

(取組例：公共交通機関同士の連携強化による接続改善、並行在来線の活用、観光周遊バス・観光タクシー等の改善等)

③観光情報基盤の整備

・観光資源が市内に点在しているため、観光案内所の情報の充実のほか、コンビニやガソリンスタンドなど、気軽に立ち寄れる場所での観光案内機能の充実化を図る。また、情報通信環境(Wi-Fi等)の整備を進め、円滑な観光情報の受発信環境を整える。

(取組例：観光案内所の機能充実、観光公衆無線LAN、観光インフォメーション利用環境の整備等)

(3) 人材育成、組織強化 (People)

①地域資源を知る機会の充実

- ・地域住民の地域資源に対する興味・関心を喚起し、住民自身が地域資源の現状と魅力を知ることにより、観光振興に向けた気運を醸成する。

(取組例：小中学校における職場体験の充実、市民向けの地域の魅力を学ぶ機会の充実等)

②観光に携わる人材の育成と活用

- ・市民の観光に対する意識を醸成し、観光振興の一翼を担う意欲を高めるとともに、観光に携わる人材の育成とレベルアップを図る。さらに上越の観光をリードするコア人材を発掘・育成する。

(取組例：観光ガイドの育成と質の向上、観光産業としての意識・おもてなし意識の醸成、観光をリードする人材の発掘・育成等)

③観光に関連する団体・組織の連携強化

- ・市内の観光関連団体や組織が連携するとともに、他産業（1次産業・2次産業・3次産業等）にも働きかけ、積極的・主体的に観光産業に関わる意欲を高める。

(取組例：上越観光コンベンション協会を中心とした観光関係団体等との連携強化、行政内部の意識改革と連携強化、日本版DMOの研究等)

(4) 観光情報の充実と効果的な情報発信、プロモーション (Promotion)

①多様化する観光市場の動向とニーズの把握・分析

- ・多様化する観光動向や市場ニーズ、観光旅行者の発段階での旅行検討動向・実態、着地後の旅行行動・実態を把握し、観光地や地域資源の情報として、いつ、どのような内容が求められているか分析し、それを活用した情報発信とプロモーションを展開する。

(取組例：観光市場の動向とニーズの把握、観光消費額・経済波及効果の調査、観光関係団体等とのデータの共有化、データに基づく効果的な情報発信とプロモーション戦略の検討等)

②観光旅行者の旅行行動を捉えた情報発信

- ・観光旅行者の旅行行動の各段階（旅行意欲が喚起される段階/旅行計画段階/旅行中/旅行後）に応じた必要な情報を的確に提供できるよう情報内容を編集・整理し、各段階にマッチしたツールやメディアを活用した情報発信を行う。

(取組例：旅行意欲を喚起させるための一般情報誌や交通広告などへの掲載、旅行計画に活用するための旅行情報誌や旅行情報サイトを活用した情報発信、滞在観光旅行者向けの観光パンフレットや道路マップの作成、携帯情報サイト・アプリの活用等)

③戦略的プロモーションの強化

- ・近隣自治体、広域連携都市等と相互連携による誘客エリアとテーマを絞った観光周遊ルートの形成とプロモーションの強化を図る。

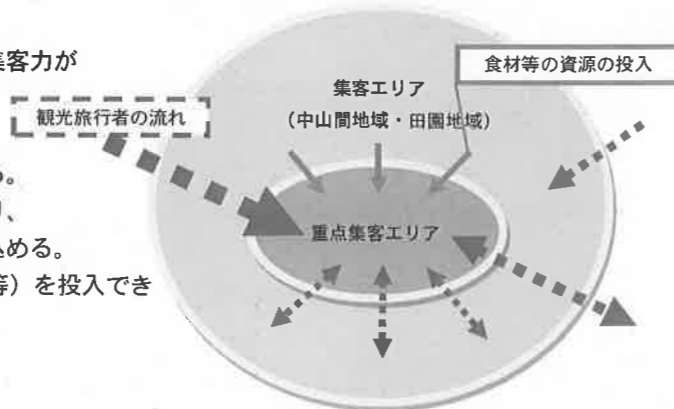
(取組例：観光セミナーとキャンペーンの実施、広域連携によるプロモーション強化、JRやメディアとのタイアップ等)

■重点集客エリア

- ・現状で高い集客力を持つ、または、今後（近い将来）集客力が高まることが予測できる。

■集客エリア

- ・体験や登山、アウトドアなど特定の目的で集客力がある。
- ・重点集客エリアの地域資源や集客テーマに関連性があり、保有する地域資源のブラッシュアップ次第で周遊が見込める。
- ・重点エリアに対して魅力的な資源（食材、商工業製品等）を投入できる。



2 観光旅行者誘致強化のための重点集客エリアを中心とした周遊形成の取組

(1) 重点集客エリアの魅力向上と周遊形成

①花と雪の城下町高田周辺エリア

- ・訴求性の非常に高い観桜会を軸とし、集客ターゲットを明確化した誘客促進を図るとともに、座禅体験や伝統技術体験なども盛り込んだ「まち歩き観光」による高田中心市街地への回遊など、エリア内の魅力の向上を図り、江戸時代を想起させるような古いまちなみのイメージを作る。
- ・重点集客エリアを中心としてストーリーを設定し、ストーリーに紐づいて市内の地域資源をめぐる周遊コースを設定する。
- ・上越市に隣接する妙高市や佐渡市などと連携し、重点集客エリアを組み込んだ周遊ルートを設定し、重点集客エリアの新たなストーリーと価値を創造する。

②上杉謙信公の居城・春日山城跡周辺エリア

- ・上杉謙信公ゆかりの地の観光地として、春日山城跡の環境整備を進めるとともに、春日山城跡に滞在時間を確保できるコンテンツを作るなど、エリア内の魅力向上を図り、戦国時代を想起させるような「上杉謙信公のふるさと・上越」のイメージを作る。
- ・重点集客エリアを中心としてストーリーを設定し、ストーリーに紐づいて市内の地域資源をめぐる周遊コースを設定する。
- ・上越市に隣接する妙高市や佐渡市などと連携し、重点集客エリアを組み込んだ周遊ルートを設定し、重点集客エリアの新たなストーリーと価値を創造する。

③新水族博物館を中心とした日本海沿岸エリア

- ・今後、大きな集客力が発揮されることが期待できる新水族博物館を中心とし、食や海でのアクティビティ、温泉等の組合せや直江津中心市街地への回遊などエリア内での新しい魅力の創出を図り、近代的なイメージを作る。
- ・上越市に隣接する妙高市や佐渡市などと連携し、重点集客エリアを組み込んだ周遊ルートを設定し、重点集客エリアの新たなストーリーと価値を創造する。

(2) 集客エリアの魅力向上

①中山間地域・田園地域エリア

- ・田舎体験交流、都市農村交流など体験型メニューの提供や、登山やアウトドア、トレイルなど自然とふれあう機会の提供など地域の特性を生かした滞在型観光を推進する。
- ・重点集客エリアのイメージと関連する地域資源を活用して観光旅行者を誘致する。また、ほくほく線など在来線の利活用を推進する。
- ・重点集客エリアへの特色ある食材等の提供を通じて、市域内の経済循環と重点集客エリアの集客支援を図る。

3 新たな交流機会の創出と誘客促進の取組

(1) MICEの誘致

オリンピック・パラリンピック東京の合宿をはじめ、全国規模の大会・会議、競技会、イベントなどの誘致強化に向けて、官民連携による総合的な企画・運営・誘致のための体制を強化し、誘致に必要な要件を調査・分析するとともに、戦略的な情報発信とプロモーションを展開するなど誘致強化を進める。

①官民連携による総合的な企画・運営・誘致の体制強化（上越MICE（仮称））

②MICEの受入環境整備

③戦略的な情報発信とプロモーション

④アフターミスの充実

(2) 外国人旅行者の誘致

ターゲットとする外国人を設定し、そのニーズ把握を行い、本市が保有する地域資源との整合を分析し、近隣自治体との相互連携による誘致強化を進める。

①外国人旅行者の受入環境整備と人材育成

②外国人旅行者向け商品造成・販売

③戦略的な情報発信とプロモーション

上越市の観光に関するSWOT分析結果

内的要因

強み

□地域資源

- メイドイン上越、発酵食品、上越産コシヒカリ、日本酒、上越野菜など、食に関する優れた地域資源がある。
- 観桜会、謙信公祭、蓮まつりなど、四季ごとに開催される集客力のあるイベントがある。
- 信越トレイルなど、豊かな自然に触れ合える体験や、四季折々の自然の豊かさを活用した田舎体験ができる。
- 日本海の夕日や棚田など、日本の原風景がある。
- 春日山城跡、高田城、雁木などの歴史的資源や、スキー場、海水浴場などのスポーツレジャー施設、水族博物館、温泉など、多様な観光シーンに対応できる施設がある。
- 水族博物館における日本一のマゼランペンギン、高田公園における東洋一の蓮、日本一の長さを誇る雁木通りなど、オンリーワンの地域資源がある。

□観光基盤

- 新幹線、高速道路、鉄道、航路の結節点があり、乗換時の立寄り機会が多い。

□新たな交流機会

- オリンピック・パラリンピックのキャンプ誘致に向け、新体操や器械体操の設備がそろった大潟体操アリーナや、新たに建設を予定している県立武道館（仮称）が活用できる。

弱み

□地域資源

- イベント中心型の集客が主であるため、通年での安定的な集客力が弱い。
- 米や日本酒、発酵食品といった優れた食材のほかに、訴求力のある食が少ない。
- 田舎体験やまち歩きなど、着地型旅行商品が少ない。

□観光基盤

- 上越妙高駅での新幹線から従来路線への接続性が悪く、また、市内に分散している地域資源を結ぶための移動手段が車以外にないなど、2次交通が弱い。
- 宿泊施設の不足やユニバーサルデザインへの配慮不足など、多様な観光旅行者に対応できる受入体勢が整っていない。
- 駅前施設や中心市街地の閑散化、中山間地域の衰退など、地域力が低下している。
- 市の財政の見通しが厳しく、取り組むべき施策を絞り込む必要がある。

□人材、組織

- 観光振興の主体となるべき観光関係団体等の組織の連携が不足している。
- 上越市の人口減少、少子高齢化、過疎化等によって観光に携わる担い手が不足している。

□観光情報とPR、プロモーション

- 情報発信が不足しており、市の観光イメージが弱い。
- 観光旅行者のニーズに合わせたタイミングで必要な情報を的確に発信できておらず、集客に有効なプロモーション活動ができていない。

□域内外の周遊

- 地域資源が分散して存在するため、時間をかけて移動することが必要であり、周遊が非効率的である。
- 中心市街地への回遊が不足している。

外的要因

機会

□ターゲット

- ターゲットエリア（地元圏・近郊圏・首都圏）において「上越市」の認知度が高い。
- スマートフォンやタブレットなど、モバイル機器の利用率が向上し、情報収集の機会が拡大している。
- 高齢化によりシニア層の人口が増加する。
- シニア層や女性層を中心に健康志向が高まっている。
- 外国人観光旅行者が飛躍的に増加している。

□1次交通

- 北陸新幹線の開業、高速道路の整備（4車線化など）によって、日帰り圏が拡大する。

□将来の展望

- 上杉謙信生誕500年（2030年）を機会に、様々な観光振興（イベント開催、PR活動、ブランド化等）の展開が期待できる。
- NHK大河ドラマ「真田丸」の放映（2016年）により、上越市への来訪意向の高まりと、観光関連事業者の意欲の向上が期待できる。
- 佐渡金銀山の世界遺産登録に向けて佐渡への観光旅行者が増加することが予想され、佐渡への渡航の結節点として、市内の地域資源への立寄りが期待できる。
- 東京オリンピック・パラリンピックの開催（2020年）に伴い、参加者のキャンプ・合宿地としての誘致や、外国人観光客の誘客が期待できる。

脅威

□ターゲット

- 国内旅行機会が減少傾向にある（消費額、宿泊日数、宿泊回数）。
- 可処分所得が減少傾向にある。
- ターゲットエリアの人口が減少し、集客競争が激化する。
- スキー場の利用客が減少している。
- 海水浴は日帰りが多く、誘致圏が狭い。
- ターゲットエリアにおける宿泊旅行の目的地は首都圏が多く、上越市は宿泊先としての認識が低い。

□1次交通

- 上信越自動車道の利便性向上（4車線化）により、日帰りが促進され、滞在時間の減少や宿泊の減少につながる。
- 北陸新幹線開業により、上越市を通過してしまう観光旅行者が増加（ストロー現象）する懸念がある（富山や金沢へ行ってしまう）。

□競合

- 水族館や田舎体験は競合が多く、優位性を高めるための付加価値づくり等、集客のための各種施策が必要である。
- 妙高市はスキー、トレッキング・登山を目的とする旅行が多く、自然をテーマとした観光地として認識されている。
- 金沢市は伝統工芸や歴史文化資源を中心とした通年型の観光を実現しており、集客力が非常に強い。
- 特産品は新潟県全体のイメージから米や酒があげられやすく、上越市の特産品として認識されているか不明である。