

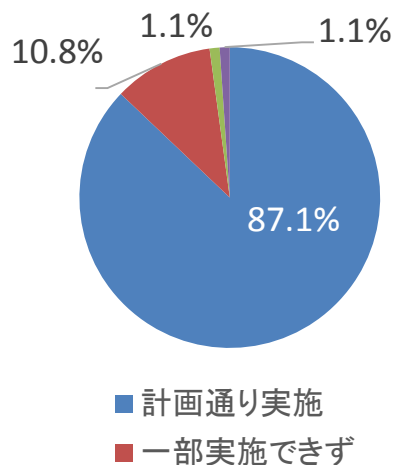
# 上越市第五次観光振興計画の振り返り

---

1. 上越市第五次観光振興計画の振り返り P 3
2. 上越市第五次観光振興計画の進捗状況 P 4 ~ 6
3. 数値目標の状況について P 7

- 上越市第五次観光振興計画に掲げる93項目の取組のうち、「計画どおり実施」は81項目（87.1%）、「一部実施できず」は10項目（10.8%）、「実施できず」は1項目（1.1%）、「事業終了」は1項目（1.1%）という状況であり、概ね計画どおり進んでいる（平成30年度末現在）。
- 具体的には、上越市立水族博物館「うみがたり」及び上越市立歴史博物館のオープン、メイド・イン上越の新たな認証、雪を活用した加工食品や農産物の雪中貯蔵商品等の開発・販売、Wi-Fiの各観光施設への整備など、地域資源の魅力向上や受入環境の整備を図った。また、2020年オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、ドイツのオリンピック体操チームの合宿招致が実現したほか、ドイツ料理教室や選手との交流イベントなどの事業を実施し、受入体制の機運醸成を図ったところである。
- このように計画に掲げた様々な項目に取り組んできたが、数値目標は達成できていない状況である。

■ 第五次観光振興計画に掲げる93項目の実施状況の内訳



←上越市立水族博物館「うみがたり」  
(H30. 6. 26グランドオープン)



←ドイツ選手と新潟県立看護大学生との交流



上越市立歴史博物館→  
(H30. 7. 21オープン)

ドイツ選手と→直江津南小学校の児童との交流



基本方針

基本施策

施策の柱

取組の進捗状況 (H31.3月現在)

基本方針 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

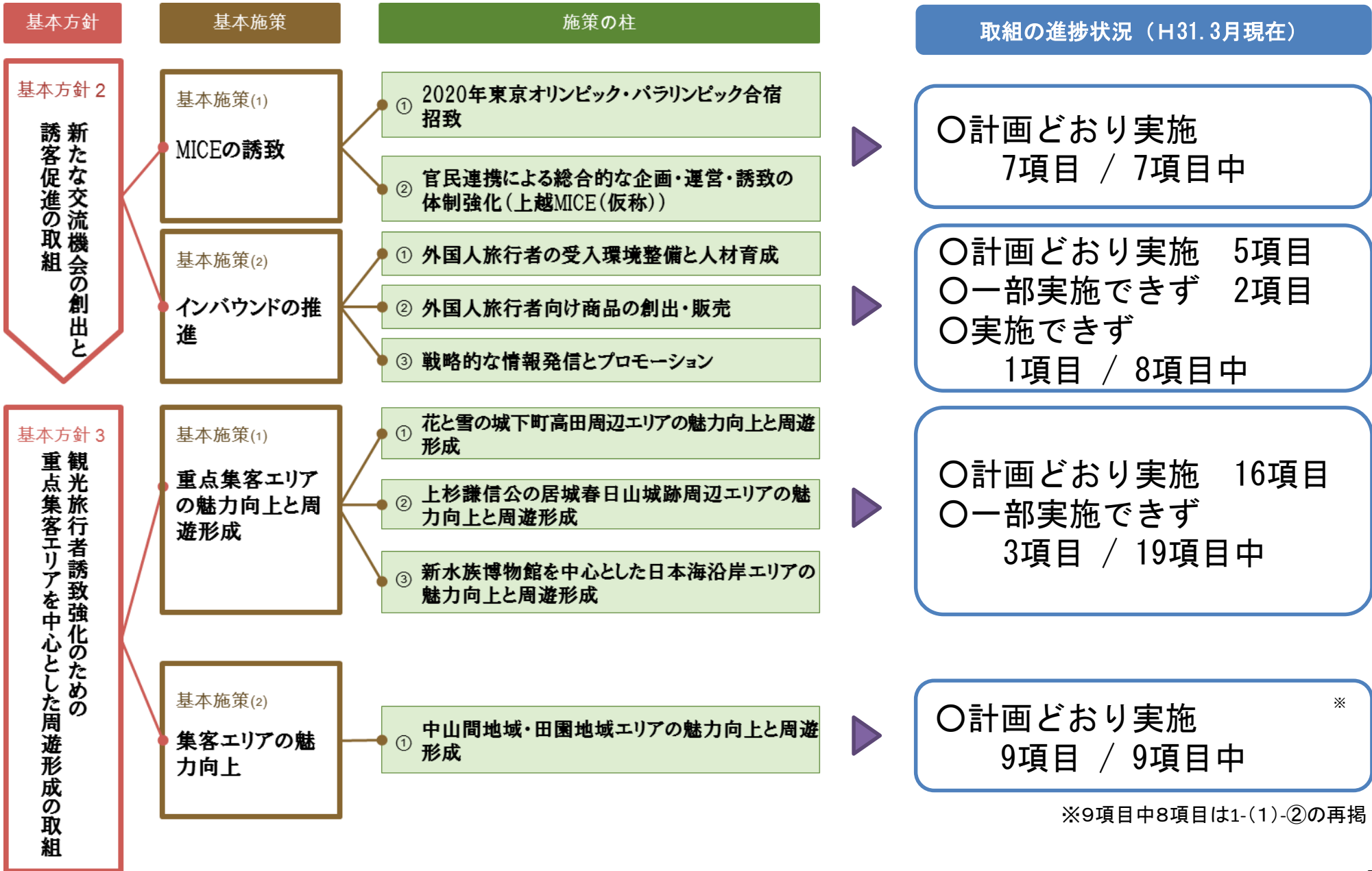


○計画どおり実施  
26項目 / 26項目中

○計画どおり実施 9項目  
○一部実施できず 3項目  
○事業終了  
1項目 / 13項目中

○計画どおり実施  
6項目 / 6項目中

○計画どおり実施 11項目  
○一部実施できず  
2項目 / 13項目中



※9項目中8項目は1-(1)-②の再掲

## 一部実施できず 10項目

| 基本方針 | 基本施策 | 施策の柱 | 具体的な取組・事業   | 主な理由など   |
|------|------|------|---|--|
| 1    | (2)  | ②    | ・利用者のニーズを的確に捉えた観光周遊バス「ぶらっと春日山・高田号」や観光タクシー「ちょこっと観光タクシープラン」等の運行ルートの設定や見直し | ・「ぶらっと春日山・高田号」について、旅行形態及び来訪者のニーズの多様化により、乗車人数が伸び悩んでいること、また、「ちょこっと観光タクシープラン」により、サービスが補完されている状況から、平成28年度をもって事業終了。                                 |
|      |      | ②    | ・駅を起点とするレンタルサイクルの整備   | ・レンタサイクルは上越妙高駅、直江津駅にとどまっており、高田駅周辺における貸出について具体的な進展がなかった。  |
|      | (2)  | ③    | ・上越妙高駅でのルートコンシェルシステム機能の充実   | ・掲載情報が古かったため更新依頼を行ったが、保守中での対応ができず、上越観光Naviを映し出す旨を委託業者と協議したが、機器の仕様上、観光Naviを映すことができなかったため、観光施設の紹介画像(NaviにリンクするQRコード付)をスライドショーで放映するなど、代替策で運用中のため。 |
|      | (4)  | ①    | ・国の統計基準に基づく観光動向調査の実施とビッグデータの活用  | ・各種調査の実施にとどまり、観光客の動向等の分析まで至っていない。  |
|      | (4)  | ①    | ・観光関係団体や観光事業者などの観光に携わる主体との分析結果の共有                                       | ・各種調査結果や分析結果の共有が図れていない。  |
| 2    | (2)  | ①    | ・免税店、クレジットカード取扱店の拡充   | ・タクシーの移動型利用端末機については、機器の日々の進化により新しいものが出てきていることなどから、拡大が進まなかった。   |
|      | (2)  | ②    | ・外国人目線での、誘客素材の絞り込みとツールの作成   | ・外国人を対象としたモニターツアーやアンケートを実施したが、アンケート結果等の分析まで至っておらず、ニーズの把握ができていない。   |

| 基本方針 | 基本施策 | 施策の柱 | 具体的な取組・事業                                 | 主な理由など  |
|------|------|------|---|---|
| 3    | (1)  | ③    | ・直江津駅を中心とした鉄道資産などの地域資源の活用・再生              | ・旧直江津銀行が耐震工事のため閉館となり、予定していたイベント等が実施できなかったため。          |
|      |      | ③    | ・直江津のPR、イベント実施、情報提供・発信                    | ・より集客が見込め、にぎわい創出に寄与する事業を精査した中で、実施しない事業があったため。         |
|      | (1)  | ③    | ・小木直江津航路利用者の市内への立寄りの強化及び直江津港へのクルーズ客船誘致の検討 | ・検討を進める中で、クルーズ船を受け入れる際の岸壁調整や費用対効果の面で課題があることが分かってきたため。 |

## 実施できず 1項目

| 基本方針 | 基本施策 | 施策の柱 | 具体的な取組・事業                 | 主な理由など                    |
|------|------|------|---------------------------|---------------------------|
| 2    | (2)  | ③    | ・姉妹都市交流を通じた外国人観光旅行者の誘致の推進 | ・姉妹都市との具体的な事業の協議まで至っていない。 |

| 目標指標    | 計画策定時                    | 中間数値                     | 目標数値                     | 備考   |
|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| 観光入込    | 5,468,573人<br>(平成26年)    | 4,938,539人<br>(平成29年)    | 7,600,000人<br>(平成31年)    | 「上越市第6次総合計画（後期基本計画）」において、目標値を見直し、平成31年の目標観光入込客数を5,835,000人とした。 |
| 宿泊定員稼働率 | 31.4%<br>(平成26年度)        | 33.1%<br>(平成29年度)        | 43.3%<br>(平成31年度)        | 上越市独自調査。   |
| 観光消費額   | 273億2,900万円<br>(平成26年度)  | 171億300万円<br>(平成28年度)    | 379億3,100万円<br>(平成31年度)  | 調査を休止したため平成29年度、平成30年度の数値なし。なお、平成31年度は実施中。                     |
| 滞在満足度   | 77.7点/100点満点<br>(平成26年度) | 78.1点/100点満点<br>(平成27年度) | 80.8点/100点満点<br>(平成31年度) | 調査団体である信越観光圏がH28に解散したため、以後の数値なし。                               |
| 再訪問意向   | 81.3点/100点満点<br>(平成26年度) | 81.2点/100点満点<br>(平成27年度) | 83.4点/100点満点<br>(平成31年度) | 調査団体である信越観光圏がH28に解散したため、以後の数値なし。                               |

※平成31年（度）は令和元年（度）に置き換える

- 自己紹介、ご自身の団体等における取り組みについて
- 事務局からお示しする今計画策定にあたっての「基本的な考え方」について



# 今計画策定にあたっての基本的な考え方と 今後の進め方(案)

---

|                    |           |
|--------------------|-----------|
| 1. 策定の背景、仮説        | P 3 ~ 7   |
| 2. 策定にあたっての基本的な考え方 | P 8 ~ 15  |
| 3. 検討体制と今後の進め方     | P 16 ~ 18 |

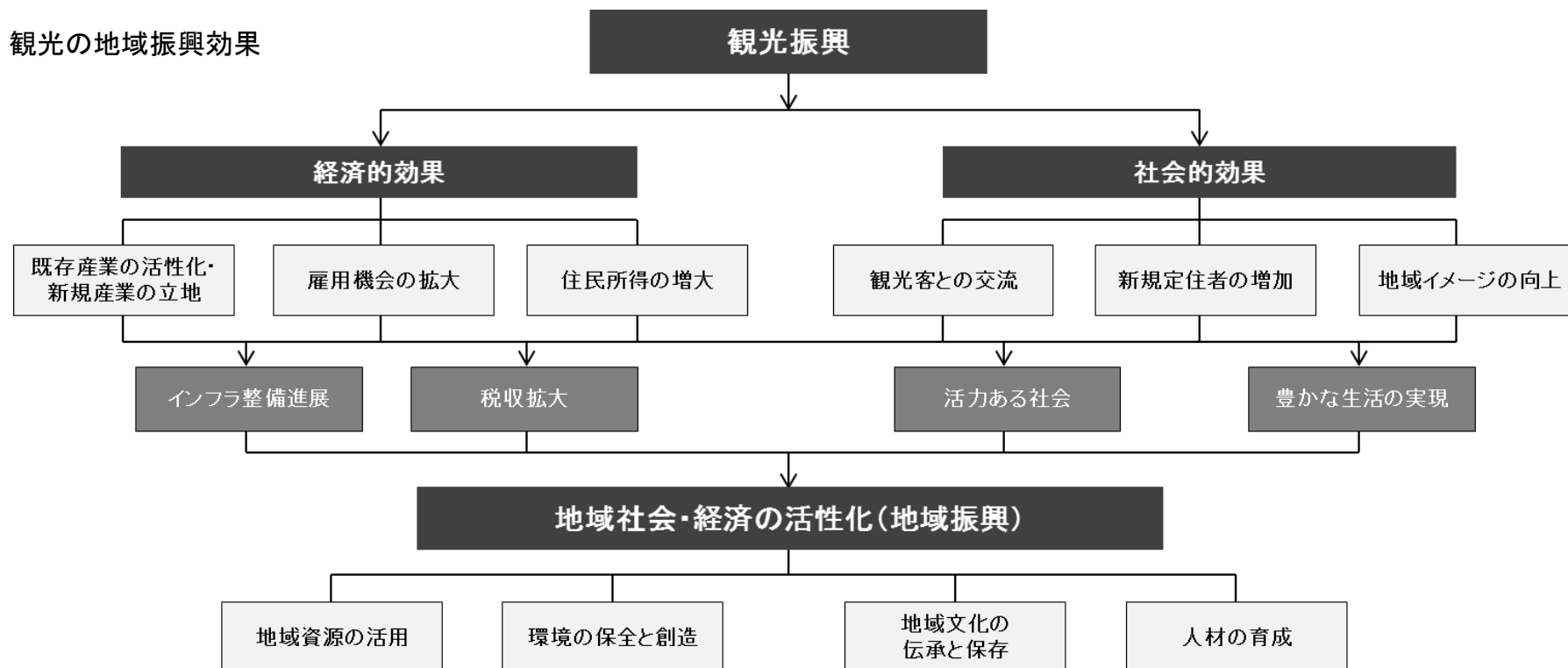
# 1. 策定の背景、仮説

---

# 観光が生み出す効果(一般論)

- 観光が生み出す効果は「経済的効果」と「社会的効果」に大きく分けられる。
- 「経済的効果」とは、来訪者の消費が地域の産業に与える効果であり、市内経済への波及効果や雇用機会の拡大などが期待される。
- 「社会的効果」とは、来訪者と地域住民の交流の活性化が地域へもたらす効果であり、地域住民の地元への誇りや愛着の醸成、観光を足がかりとした移住・定住検討者の増加などが期待される。
- これらが相乗効果を生み出すことで、「地域社会・経済の活性化」が期待されている。また、「経済的効果」だけを目的とした観光振興は、持続可能とは言い難いとも言われていることから、そのバランスが重要である。

図 観光の地域振興効果



# 観光スタイルの変化

- 団体旅行から個人旅行への変化、名所・旧跡を回る「スポット型観光」から「地域の人々と来訪者が触れ合うことのできる観光」へとスタイルが転換しており、さらにその地域にしかない自然や歴史、文化、食、暮らしなど来訪者のニーズが多様化している。
- その変化に伴い、従来の「観光」のイメージに加え、コンベンション、スポーツ大会・合宿、展覧会、出張などで現地を訪れる機会（＝交流）も「観光」の一環として幅広く捉えられるようになってきている。
- さらに、旅行スタイルの変化に伴い、情報収集手法や購入箇所、手配内容、移動手段、内容などもかつての団体旅行中心の時代に対して、大きく変化している。

|           | これまでの観光                                     | 現在～これからの観光  |
|-----------|---|---|
| 旅の形       | 団体旅行  | 個人旅行  |
| 旅のスタイル    | スポット型観光                                     | 地域の人々と来訪者が触れ合うことのできる観光                                      |
| 旅の目的(ニーズ) | 名所・旧跡、温泉、物見遊山                               | その地域にしかない自然、歴史、文化、食、暮らしなど                                   |
| 消費スタイル    | モノ消費<br>(モノを所有することに価値を見出す、欲しいモノを買うことが目的の消費) | コト消費<br>(商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す、何かをするコトが目的の消費)        |
| 情報収集      | 旅行会社(店舗)                                    | ウェブサイト、SNS  |
| 購入箇所      | 旅行会社(店舗)                                    | ウェブサイト  |
| 手配内容      | パッケージ商品                                     | 個別手配、ダイナミックパッケージ(航空機や鉄道などの交通手段と宿泊施設を決められた条件内で自由に決められる旅行商品)等 |
| 現地での移動手段  | 貸切バス  | レンタカー、公共交通機関  |
| 旅行内容      | 周遊観光  | スポーツ、体験、学習  |

# 当市を取り巻く実情の仮説

- 観光を取り巻く変化や第5次観光振興計画の振り返り、各種市民アンケート調査結果などから総合的に考察すると、当市を取り巻く観光の実情において、「地域資源への関心が薄いこと（魅力や発信力に自信が無い）」「主体的に関与しないこと（他人事）」などからバッド・サイクルに陥っているのではないかという仮説が立てられ、これをグッド・サイクルに変える必要があるのではないか。（イメージ図は次ページのとおり）

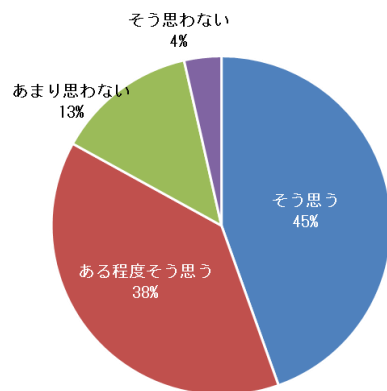
## ■H30年市民の声アンケート結果（H30.1月実施）

- ・「県外から友人を呼んでも連れていけるところが少ない」など、地域資源への関心が薄く、自信が無いと見られる回答が多数あり。
- ・「PRベタなので、もっとPRしてほしい」「資源が豊富なのに活用が下手なので、もっと活用してほしい」など、主体的に関与するのではなく、他人事のような回答が多数あり。

## ■人口減少に関する市民アンケート調査（H31.4月～R元.5月実施）

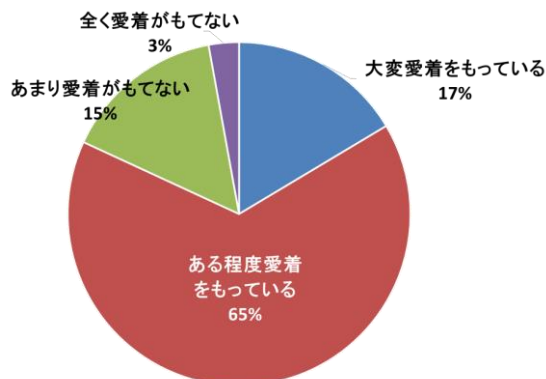
問. さらに観光誘客に力を入れた方がよいと思いますか。

⇒「そう思う」「ある程度そう思う」との回答が **約8割**。



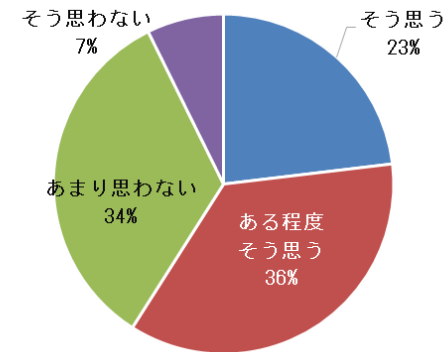
問. 現在の上越市について、どう思いますか。

⇒「大変愛着をもっている」「ある程度愛着をもっている」との回答が **約8割**。



問. 観光客に市内のおすすめの場所などを紹介したいと思いますか。

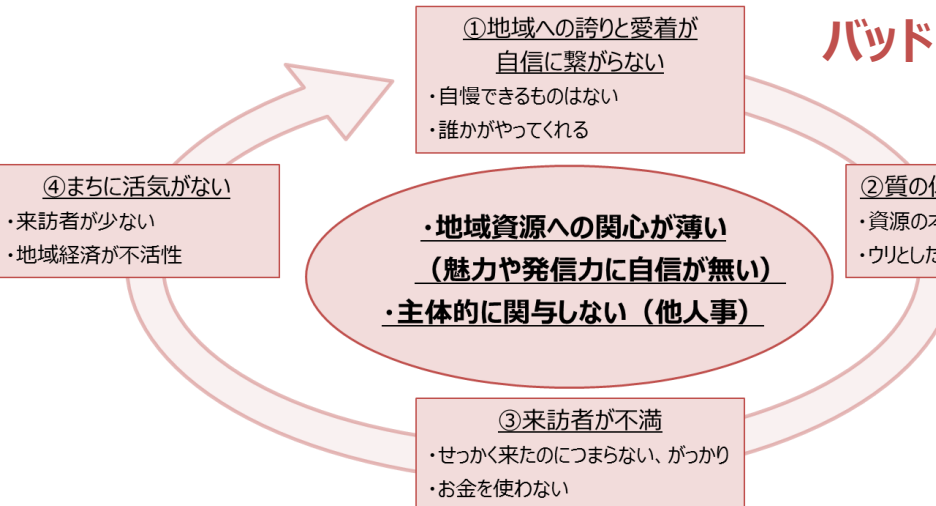
⇒「そう思う」「ある程度そう思う」との回答が **約6割**。



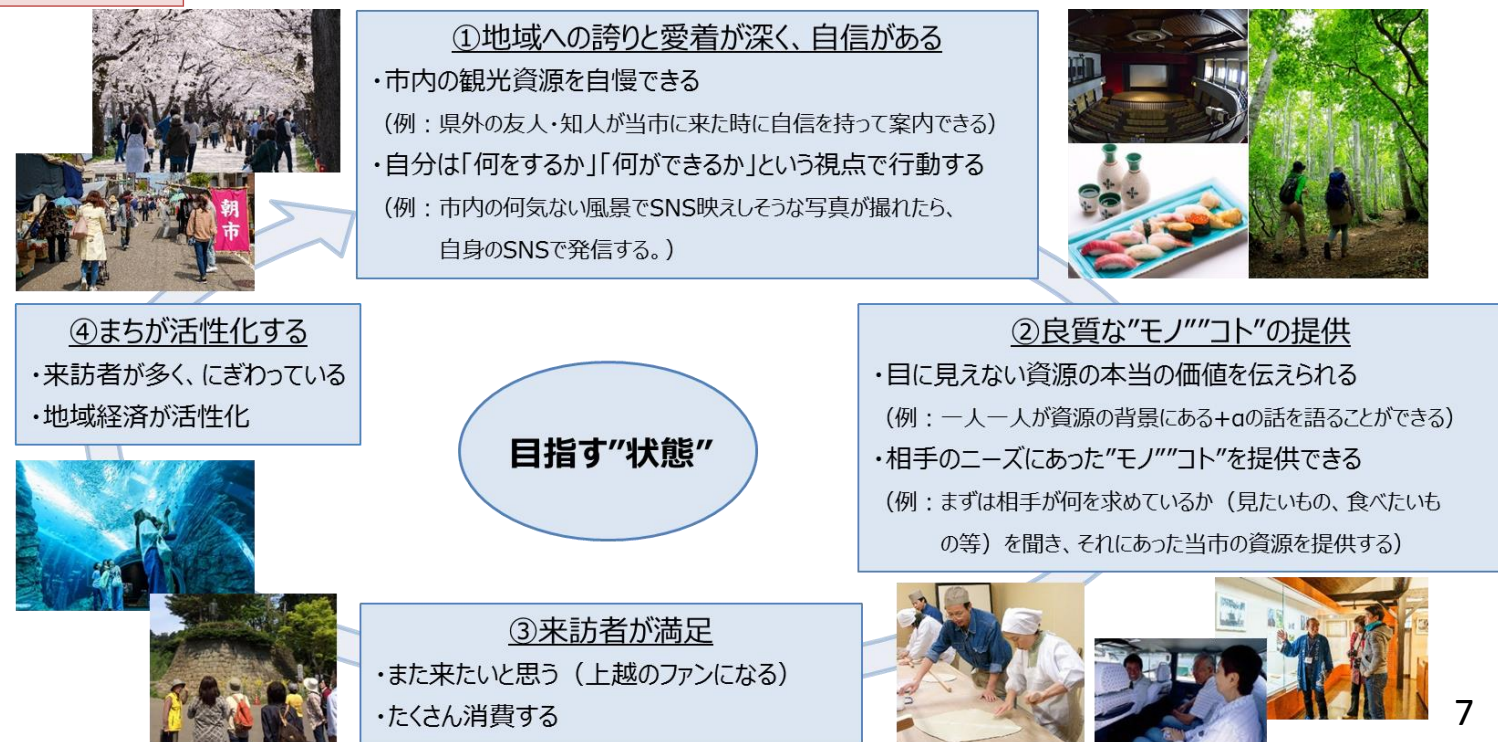
⇒「観光誘客に力を入れた方がよい」「上越市に愛着がある」との回答はいずれも8割近くあるものの、紹介意向が約6割というギャップに着目すると、「地域資源への関心が薄い」「魅力・発信力の自信の無さ」が表れているのではないかと推察。

# バッド・サイクルからグッド・サイクルへ

## バッド・サイクル



## グッド・サイクル



※グッド・サイクル、バッド・サイクルとは

マーケティング用語の一つ。結果としての成功が次の成功を生み出す原因となる循環が回る仕組みになっていること。成功の好循環。バッド・サイクルはその逆のこと。

## 2. 策定にあたっての基本的な考え方

---



## 【見直すべきポイント】

- 従来の計画において、誘客促進策や地域資源の掘り起こし、受入環境の整備などの取組を進めたものの、思うような成果が上がらなかった。 観光を取り巻く状況は変化してきており、それに対応するためには、まずは「何のために観光に取り組むのか（意義）」「当市の目指す観光地域はどのようなものか」など当市の「観光」の概念について、改めて考えることが必要ではないか。
- また、仮説で示したバッドサイクルを断ち切って、グッドサイクルを生み出すためには、担い手一人一人がこうしたことを意識していくことが大切ではないか。



新たな計画は、観光に取り組む各担い手（プレイヤー）が、共感することのできる理念を共に掲げ、地域全体で共有することを目的に、以下の観点を重視して策定することとしたい。

- 「観光」の概念のとらえ直し（P 1 1）
- 担い手（プレイヤー）の拡充と役割の明確化（P 1 2）
- コンパクトで見やすく、「伝わる」内容・構成に（P 1 3～1 5）

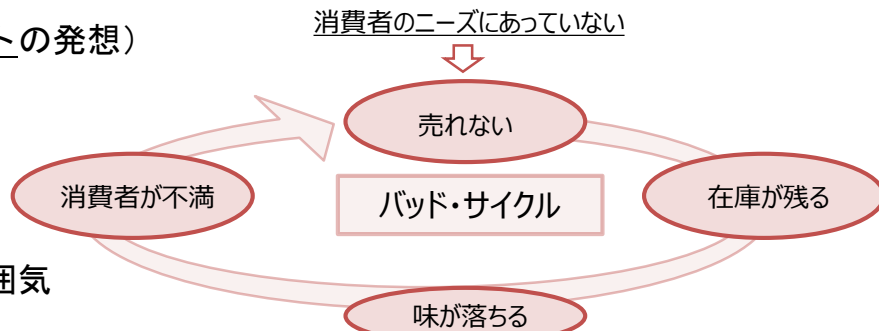
新計画の肝！

# (参考)ビールメーカーA社の業績回復の事例

◎ 従来の作り手の論理・マインドで商品開発（プロダクト・アウトの発想）

- ・ビールは「苦み」がウリ
- ・本格的なドイツのビールのように、重くて苦くあるべき
- ・「消費者に味は分からない」という当時の業界の認識のもと、各社はイメージ広告や特典等の戦略を重視

◎ 業界3位で良しとする（現状維持で満足する）という社内の雰囲気



→消費者の求める「味」ではなかったためなかなか売れず、業界シェアが低迷し、右図の「バッド・サイクル」に陥った

1980年代前半に改革

○ **意識改革のための6つの柱からなる新たな経営理念の策定**

「消費者志向」「品質志向」「人間性尊重」「労使協調」「共存共栄」「社会的責任」

○ 消費者のニーズを捉えた新製品の開発

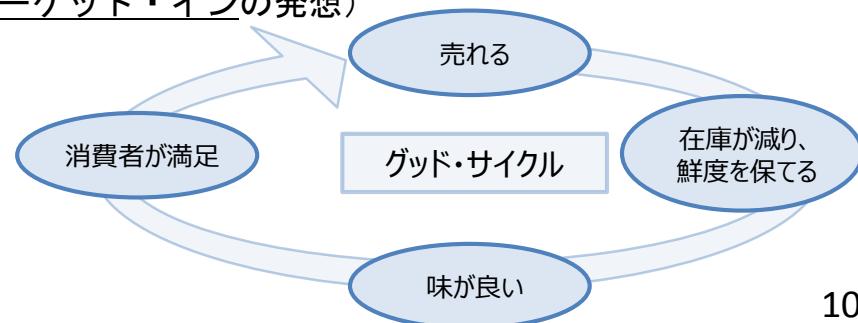
- ・食品の味＝流行の移り変わりの早さに左右されるもの
- ・生産陣に市場調査をさせ、選ばれない個性のないビールとは何かを意識改革「苦い、濃い」は求めておらず、辛口の「コクとキレ」を求めていると認識

◎ 意識改革と合わせて市場調査に基づき、消費者目線で商品開発（マーケット・インの発想）

- ・ビールの味を変えろという業界のタブーを打ち破り、消費者が求める辛口の「コクとキレ」のあるビールの開発

・従来の在庫を一斉に廃棄

→消費者に銘柄を選んでもらうために消費者のニーズを意識した商品開発をしたことで、業界シェアが回復し、右図の「グッド・サイクル」を生み出すことができた

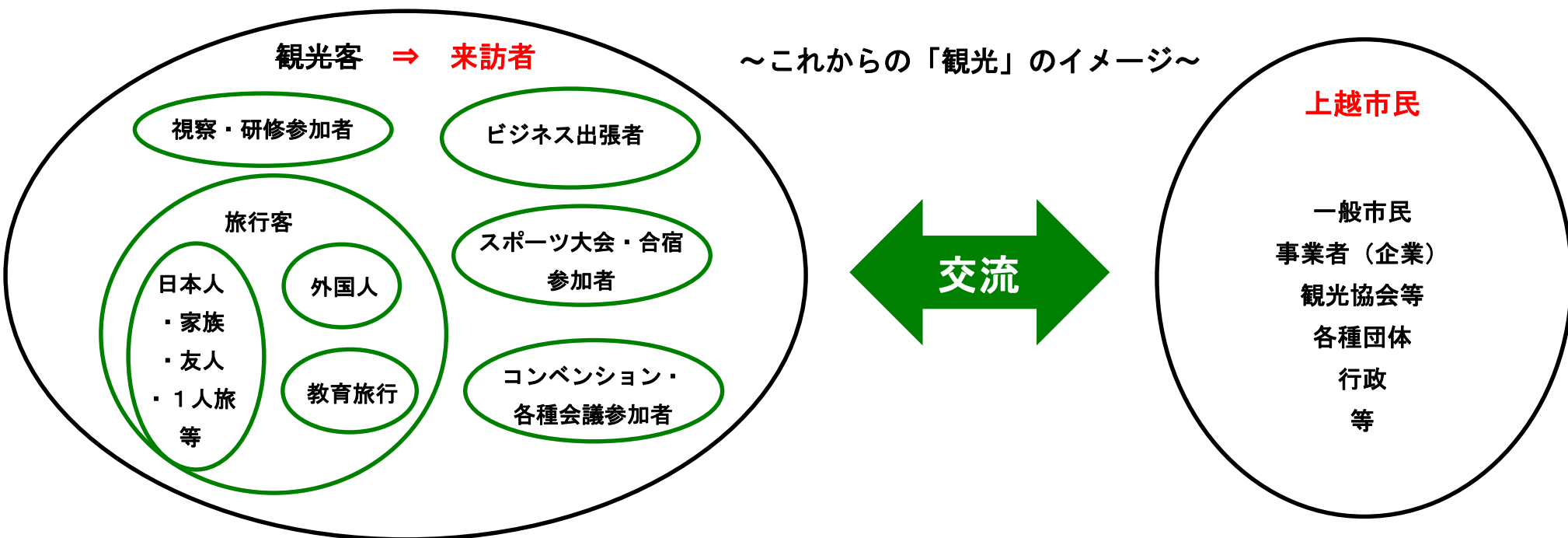


# 「観光」の概念のとらえ直し

- 観光を取り巻く変化に伴い、名所、旧跡などを訪ねる従来の一般的な「観光」のイメージに加え、MICE（※）に代表されるように、コンベンション、スポーツ大会・合宿、展覧会、出張などで現地を訪れる機会（＝交流）も「観光」の一環として幅広く捉えて各種事業に取り組むべきではないか。
- また、北陸新幹線沿線地域を見ても、金沢や長野などのいわゆる「観光地」の資源と比べると、一見すると「伝わりにくい」部分もあると思われるが、日本海に接する海岸部から山岳部までの変化に富んだ地勢と雪国の気候風土、奥深い歴史文化に育まれた多種多様な地域資源が存在しており、「本物」が備わっていることを「再認識」して、市民や事業者等がもっと自信を持つべきではないか。

観光客 ⇒ 来訪者

～これからの「観光」のイメージ～



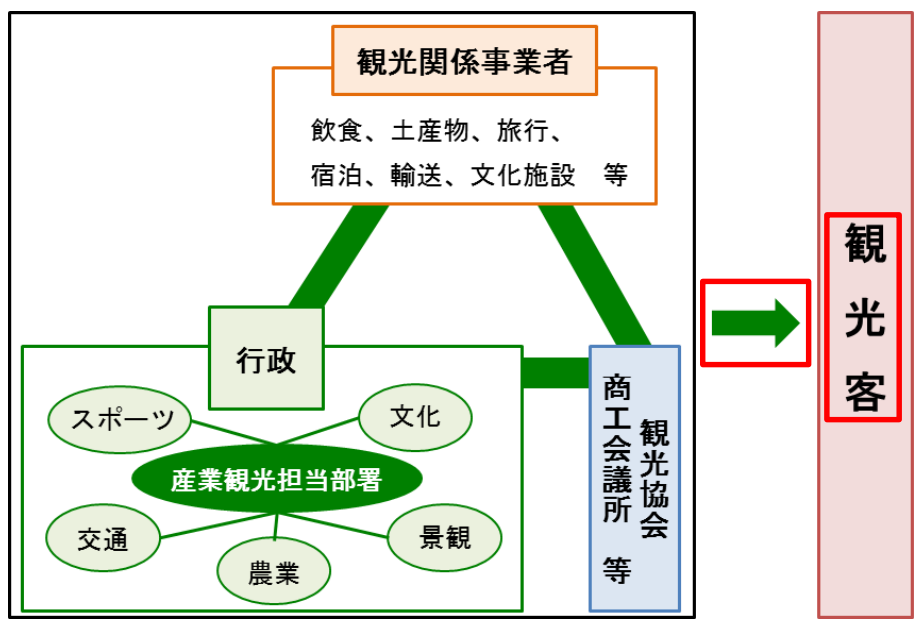
※MICE（マイス）とは（観光庁ホームページから）

MICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

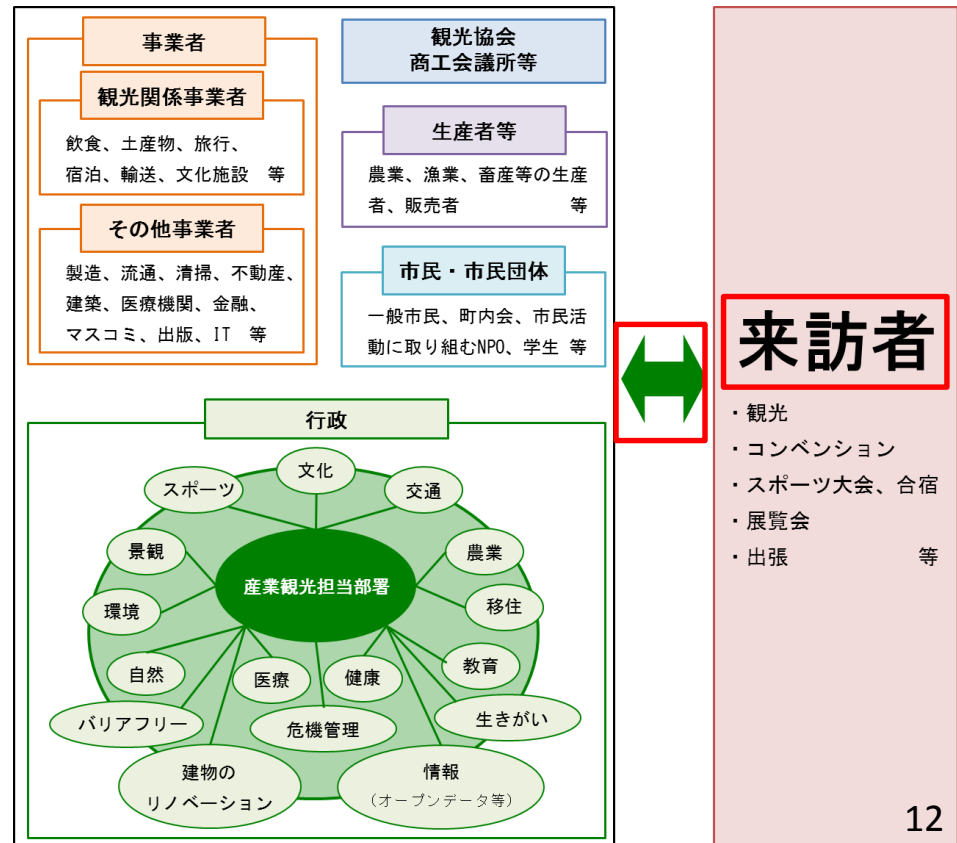
# 担い手(プレイヤー)の拡充と役割の明確化

- 観光事業者（旅館、土産物屋等）、観光協会・商工会議所、行政が主体となって進めてきた従来型の「観光地」づくりでは変化に対応することは難しく、従来の主体に加え、これまで観光との関わりを意識してこなかった事業者や生産者、市民・市民団体なども観光の担い手（プレイヤー）となって、地域全体で「観光地域」づくりに取り組む必要がある。
- 新たな担い手とこれまでの担い手が、“対等”に連携しながら地域全体を活性化していく姿勢を共有化していく推進体制を構築することが重要。また、行政内部においても、より幅広い分野に関わる取組となることから、それぞれの部署で「観光」の視点を持ち、連携を密にしていく必要がある。

～これまでの担い手のイメージ～



～これからの担い手のイメージ～



# 名称について

- 「理念」を各プレイヤーにしっかり伝え、共有するためには、まずは物理面で「手に取って読んでもらう」「最後まで読んでもらう」ことが重要であると捉え、「コンパクトで読みやすい」ものにする必要があるのではないか。
- また、内容面でも、前計画のように観光関連施策を網羅的に記載した「実施計画」のような性質ではなく、「上越らしい観光で目指すものは何か」「各プレイヤーの役割は何か」などのマインド部分の内容に重きを置いた「ビジョン≒理念計画」のようなものが望ましいと考える。
- 上記を踏まえ、意識改革のためには、まずは従来の計画と性質が異なることを印象付けることも重要と考え、名称を「上越市観光振興計画」から「(仮称)上越市観光交流ビジョン」と変更する。（以下、考察も参照）

## パターンA.今回想定している「ビジョン≒理念計画」

対比

## パターンB.従来型の「実施計画」

### <メリット>

- ・ 目指すべき方向（＝理念、マインド）を伝えやすい
- ・ 時流の変化に合わせた柔軟な施策が可能
- ・ コンパクトでよみやすい

### <デメリット>

- ・ 評価検証が難しい
- ・ 施策の具体性が見えにくい
- ・ スケジュールが見えにくい

### <メリット>

- ・ （他部局を含む）観光関連施策を体系化・具体化できる
- ・ 進捗管理しやすい
- ・ 実行スケジュールが明確

### <デメリット>

- ・ 総花的で取組の強弱が分かりにくい
- ・ 環境変化により施策が硬直化しやすく、進捗管理も形骸化しやすい
- ・ ボリュームが多くなり、伝えたいことがぼけやすい

### <上記比較を踏まえた考察>

- ・ 「伝わる」ということに重きを置く観点からAのメリットを重要視。
- ・ Aのデメリットは、例えばビジョンにぶら下がる「アクションプラン」を別途策定することで補完できる。

結論 = パターンAとしたい。

# 体系について

- 「ビジョン≒理念計画」のデメリットを補うため、かつ観光のスタイルの変化に対応し、時節を捉えた施策展開をするため、「(仮称)上越市観光交流ビジョン」に掲げた理念等を具現化する観点から、市としてその年に取り組むべき観光関連施策について予算化した事業や、民間事業者等がそれぞれ取り組んでいく事業を取りまとめた「(仮称)上越市観光交流アクションプラン」を策定する。

## ～体系イメージ(新旧比較)～

### (仮称)上越市観光交流ビジョン

#### (仮称)上越市観光交流ビジョン

- 観光を取り巻く情勢、変化と課題(国、県、市)
- 第5次観光振興計画の総括
- 観光交流ビジョンの概要
  - － 基本的な考え方
  - － 基本理念
  - － 共通の視点
  - － 施策の方向性

#### (仮称)上越市観光交流アクションプラン

- 毎年の観光関連施策(≒行動計画)

### 上越市第5次観光振興計画

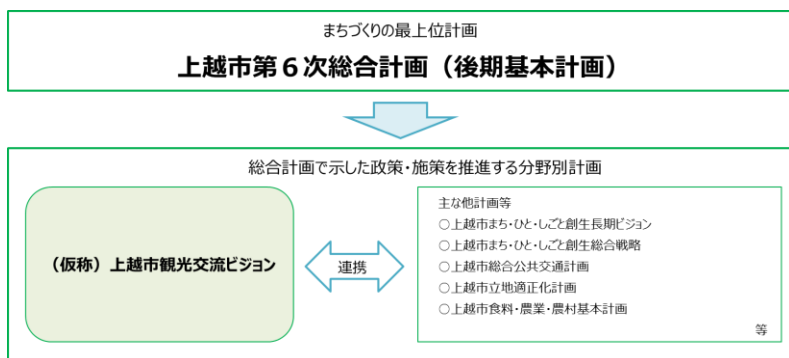
#### 上越市第5次観光振興計画

- 観光に取り組む意義
- 観光を取り巻く情勢と課題
- 第4次観光振興計画の総括
- 第5次観光振興計画の概要
  - － 目指す姿
  - － 重点方針
  - － 数値目標
  - － 基本方針に基づく施策の体系
- 計画の推進体制
- 計画推進に向けたシナリオ(行動計画)

# ビジョンの位置付け

- 上越市第6次総合計画（後期基本計画）で示した政策・施策を推進する分野別計画の一つであり、同計画の「産業・経済分野」で掲げる目標の達成に向けた「上越市らしい」観光地域づくりの指針等を示すものとする。
- 期間は、令和2年度を初年度として、令和5年度までの4年間とする。

## 上越市第6次総合計画 すこやかなまち ～人と地域が輝く上越～



### ■産業・経済分野の基本施策（後期基本計画）

#### ○観光の振興

- － 市民が当市の風土、歴史、文化等の魅力を一層意識し、地域への愛着や誇りを持って観光振興に参画しようとする機運を高める
- － 賑わいを点から面に広げ、市内観光の回遊性を高めていく
- － 広域交通インフラを最大限活用し、広域からの誘客促進に取り組む

#### 施策の柱

1. 当市ならではの観光地域づくり
2. 広域交通網をいかした誘客促進
3. 市内の回遊性の向上

#### ○交流機会の拡大

- － 広域交通網の整備によるアクセス性等をいかし、大学、企業、関係団体等との連携を図り、多様な交流機会を創出する
- － 各種コンベンションやスポーツ大会等の積極的な誘致に取り組む
- － アフターコンベンション情報を提供し、交流機会をいかした地域の活性化に取り組む

#### 施策の柱

1. 各種コンベンション等の誘致
2. 誘致効果の拡大



### 3. 検討体制と今後の進め方

---



## 上越市観光振興計画策定検討委員会

(仮称) 上越市観光交流ビジョン (案)

意見反映

意見反映

庁内検討体制

政策監会議

調整担当副課長会議

各総合事務所

### 市民・関係事業者ワークショップ

- 一般市民、観光事業者、交通事業者、商店、観光協会など、当市の観光地域づくりに欠かせない関係事業者（主に現場レベルの人）を対象として、実施。
- 各担い手の役割分担、受入態勢（インバウンド対応、二次交通等）、横のつながりなどのテーマをセットして、複数回開催予定。
- 策定委員会のメンバーも出席していただき、議論された内容を検討委員会会議の場でフィードバックしてもらうことで、ビジョンへ意見を反映させる。
- 各主体の役割等を議論する中で出てくる「具体の方策」については、アクションプランの中に組み込む予定。

### 出前意見交換会

- 市内の各団体等の会議に出向き、意見交換を実施。
- 事業者や事業者団体等との個別の意見交換を実施。

市民・事業者

策定段階から各部局のそれぞれの立場の職員に参画してもらうことで、当市の観光の理念を共有することを狙いとする。

策定段階からそれぞれの立場で参画してもらうことで、当市の観光の理念をともに構築し、共有することを狙いとする。

■ 今後の検討は、下記のスケジュールで進める予定。

## ○ 上越市観光振興計画策定検討委員会

| 回数  | 日時                          | テーマ  |
|-----|-----------------------------|--|
| 第1回 | 令和元年8月27日(火)<br>14:00~16:00 | ・上越市を取り巻く観光の現状<br>・今計画策定にあたっての基本的な考え方と今後の進め方 |
| 第2回 | 令和元年9月17日(火)<br>14:00~16:00 | ・骨子素案(コア部分)について<br>－基本理念(ビジョン)案について          |
| 第3回 | 令和元年10月上~中旬                 | ・骨子案について<br>－フレーム(章立て)案                      |
| 第4回 | 令和元年11月下旬                   | ・計画案について<br>－各章の説明                           |

## ○ 市民・関係事業者等ワークショップ

| 回数  | 日時                                      | テーマ  |
|-----|---|--|
| 第1回 | 令和元年9月3日(火)<br>17:30~20:00              | ・「何のために観光に取り組むか」「10年後、どのような観光地域にしたいか」をテーマとして、ワールドカフェ方式を採用したワークショップを実施。 |
| 第2回 | 令和元年10月下旬~11月上旬<br>(第3回委員会と第4回委員会の間を想定) | ・ビジョンに基づき、「自分は何をするか」「自分には何ができるか」をテーマとして、ワークショップを実施。※手法は今後検討。           |

## ○ その他の取り組み

市内の各団体等の会議に出向き、意見交換（令和元年5月～11月の間で随時）

事業者や事業者団体等との個別の意見交換（令和元年5月～11月の間で随時）

観光地域づくりモデル事業における市民・事業者等向けセミナー（令和元年10月に市内視察・ワークショップを実施予定）

# 上越市第五次観光振興計画の 各取組の進捗状況（H31.3時点）

---

# 基本方針 1 - (1) - ①

## 【基本方針 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

### 基本施策 (1) 地域資源の魅力向上 (Product)

#### 施策の柱① 地域資源や技術をいかした食と特産品の魅力向上

| 具体的な取組・事業  | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・食の資源の整理とブランド化への研究と取組  | 計画どおり実施          |
| ・メイド・イン上越の認証を通じた特産品の開発や販路開拓の支援   | 計画どおり実施          |
| ・地域一丸で取り組む選ばれる“上越ならではの産品”づくり   | 計画どおり実施          |
| ・雪を活用した加工食品や農産物の雪中貯蔵商品等の開発と販売  | 計画どおり実施          |
| ・発酵食品の掘り起こしや開発、飲食店での発酵食メニューの開発などを通じた「発酵のまち上越」の発信                           | 計画どおり実施          |
| ・市内各地域の伝統料理や郷土料理、地域主体で創作された地域食などを提供する店舗の掘り起しと、食に関するデータベースの構築による一元的な食の発信の強化 | 計画どおり実施          |
| ・首都圏や関西圏で開催される物産展等でのメイド・イン上越や発酵食品、農産物、農産加工品等などのPRや販売促進                     | 計画どおり実施          |

## 【基本方針 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

### 基本施策 (1) 地域資源の魅力向上 (Product)

#### 施策の柱② 地域資源の学びや体験を通じた交流促進

| 具体的な取組・事業                               | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・全市的な事業展開に向けた民泊家庭、受入地域の新規開拓             | 計画どおり実施          |
| ・受入地域外からの人材活用・育成                        | 計画どおり実施          |
| ・教育旅行における体験プログラムの拡充に向けた検討と実施            | 計画どおり実施          |
| ・個人・団体旅行向け体験プログラムの開発と受入システムの構築に向けた検討と実施 | 計画どおり実施          |
| ・首都圏大学との交流事業の推進                         | 計画どおり実施          |
| ・農園オーナーや首都圏生協組合員を対象とした田植え・稲刈りツアー等の実施    | 計画どおり実施          |
| ・信越トレイルの施設等整備                           | 計画どおり実施          |
| ・ホームページ等による情報発信                         | 計画どおり実施          |

## 【基本方針 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

### 基本施策 (1) 地域資源の魅力向上 (Product)

#### 施策の柱③ 地域資源の持続的な活用による保全・伝承

| 具体的な取組・事業  | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・田園景観、市街地景観、まちなみ景観づくりの推進                                       | 計画どおり実施          |
| ・景観アドバイザーを活用した市内の修景  | 計画どおり実施          |
| ・魅力ある景観ポイントの発掘とホームページ等を通じた情報発信                                 | 計画どおり実施          |
| ・パンフレットの作成などによる情報発信  | 計画どおり実施          |
| ・年間を通じての市民に対する上杉謙信公の生き様や精神、春日山及び17支城を取り巻く歴史や謙信公を育んだ上越の歴史・文化の伝承 | 計画どおり実施          |
| ・小林古径、前島密、川上善兵衛等に関する展覧会や講演会、講座等の開催                             | 計画どおり実施          |
| ・地域イベントの情報の整理及びホームページ等を通じた情報発信による地域の魅力のPR                      | 計画どおり実施          |
| ・指定無形民俗文化財等への補助金交付による保護・伝承及びホームページによる市内の指定無形民俗文化財等の情報の公開       | 計画どおり実施          |

## 【基本方針 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

### 基本施策 (1) 地域資源の魅力向上 (Product)

#### 施策の柱④ 潜在的な地域資源の魅力の発見と活用

| 具体的な取組・事業                                     | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・観光客閑散期における事業展開や旅行商品の創出の検討                    | 計画どおり実施          |
| ・スキー発祥記念館におけるスキー産業の歴史調査、展示及び各スキー場との連携、イベントの実施 | 計画どおり実施          |
| ・市内文化財の保護及び伝承、文化財に関する講演会、講座等の実施               | 計画どおり実施          |

# 基本方針 1 - (2) - ①、②

## 【基本方針 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

### 基本施策 (2) 受入環境の整備 (Place)

#### 施策の柱① 快適な空間の提供

| 具体的な取組・事業          | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--------------------|------------------|
| ・魅力ある宿泊・観光エリアの環境整備 | 計画どおり実施          |
| ・観光案内表示の整備         | 計画どおり実施          |

#### 施策の柱② 交通利便性の向上と活用

| 具体的な取組・事業   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・利用者のニーズを的確に捉えた観光周遊バス「ぶらっと春日山・高田号」や観光タクシー「ちょこっと観光タクシープラン」等の運行ルートの設定や見直し | 一部実施できず          |
| ・観桜会など集客が見込めるイベントの開催に合わせた公共交通の確保  | 計画どおり実施          |
| ・駅を起点とするレンタルサイクルの整備   | 一部実施できず          |
| ・駅と観光施設を結ぶ二次交通路線図(鉄道、路線バス等)の作成・配置                                       | 計画どおり実施          |
| ・観光周遊バス「ぶらっと春日山・高田号」と「えちごトキめき鉄道」の相乗効果を図る連携商品の創設                         | 事業終了             |



## 【基本方針 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

### 基本施策 (2) 受入環境の整備 (Place)

#### 施策の柱③ 観光案内機能の充実

| 具体的な取組・事業   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・上越妙高駅でのルートコンシェルシステム機能の充実                               | 一部実施できず          |
| ・案内、手配(ツアー、送迎、宿泊施設などの手配)に関するワンストップサービスの提供               | 計画どおり実施          |
| ・鉄道駅や道の駅、高速道路サービスエリア、佐渡汽船ターミナルなど本市の玄関口付近での早い段階での情報提供の強化 | 計画どおり実施          |
| ・首都圏、関西圏及び中京圏への情報発信の強化                                  | 計画どおり実施          |
| ・情報の一元化や情報発信量・発信手段による情報発信強化                             | 計画どおり実施          |
| ・Wi-Fi環境整備の促進   | 計画どおり実施          |

# 基本方針 1 - (3) - ①、②、③

## 【基本方針 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

### 基本施策 (3) 人材育成、組織強化 (People)

#### 施策の柱① 地域資源を知る機会の充実

| 具体的な取組・事業   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・生活科、総合的な学習の時間等における、地域の自然や歴史、文化などの地域資源を対象とした活動充実のための指導、支援(情報提供、研修会の開催等)及び観光につながる地域のよさや自慢の発表や広報活動の推奨 | 計画どおり実施          |
| ・謙信KIDSプロジェクトの推進  | 計画どおり実施          |
| ・市民の観光に関する意識の醸成に向けた機会の創出  | 計画どおり実施          |

#### 施策の柱② 観光に携わる人材の育成と活用

| 具体的な取組・事業                              | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・専門家を講師に招いたスキルアップ研修の実施による観光ガイドのプロ意識の醸成 | 計画どおり実施          |
| ・市内で活躍する観光ガイドの連携体制の構築                  | 計画どおり実施          |

#### 施策の柱③ 観光に関連する団地・組織の連携強化

| 具体的な取組・事業                                   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・正確なデータによる観光マーケティングに基づく各組織(地域)との連携によるDMOの研究 | 計画どおり実施          |

# 基本方針 1 - (4) - ①

【基本方針 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

基本施策 (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)

施策の柱① 多様化する観光市場の動向とニーズの把握・分析

| 具体的な取組・事業                         | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|-----------------------------------|------------------|
| ・国の統計基準に基づく観光動向調査の実施とビッグデータの活用    | 一部実施できず          |
| ・上越妙高駅や佐渡汽船ターミナル等における利用動向調査及びその分析 | 計画どおり実施          |
| ・観光関係団体や観光事業者などの観光に携わる主体との分析結果の共有 | 一部実施できず          |

# 基本方針 1 - (4) - ②

## 【基本方針 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

### 基本施策 (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)

#### 施策の柱② 観光旅行者の旅行行動を捉えた情報発信

| 具体的な取組・事業   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・「上杉謙信公のふるさと・上越市」という観光イメージの情報発信媒体を使用したPRの強化                       | 計画どおり実施          |
| ・「上越忠義隊けんけんず」や「越後上越 上杉おもてなし武将隊」による観光旅行者へのおもてなしや首都圏や関西圏などでの観光PRの強化 | 計画どおり実施          |
| ・大河ドラマ「真田丸」を契機とし、謙信公とゆかりのある戦国武将をテーマに、魅力ある旅行商品の創出と持続性のある取組の展開      | 計画どおり実施          |
| ・観光宣伝物(ポスター、チラシ、パンフレット等)の充実やテレビ、映画、雑誌等の活用による誘客イベント、地域資源等の情報発信     | 計画どおり実施          |
| ・見やすく使いやすい観光ホームページの充実などウェブサイトを活用した情報発信                            | 計画どおり実施          |
| ・集客プロモーションパートナー事業や姉妹都市等との交流促進による特産品の販路拡大や本市の知名度向上・誘客促進            | 計画どおり実施          |
| ・営業活動・キャンペーンの実施による大都市圏・海外に向けた知名度向上                                | 計画どおり実施          |

# 基本方針 1 - (4) - ③

【基本方針 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

基本施策 (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)

施策の柱③ 戦略的プロモーションの強化

| 具体的な取組・事業  | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・周辺自治体と連携した周遊・滞在ルートの創出、広域観光マップの作成、連携イベントの開催、観光情報の相互発信の実施     | 計画どおり実施          |
| ・妙高市と連携しての斐太遺跡群(吹上遺跡・斐太遺跡・釜蓋遺跡)の活用(鉄道事業者への遺跡群を巡るコースメニューの提供等) | 計画どおり実施          |
| ・謙信公とゆかりのある戦国武将をテーマとした北陸新幹線沿線都市(上田市、金沢市)や関係機関との連携            | 計画どおり実施          |

# 基本方針 2 - (1) - ①、②

## 【基本方針 2】新たな交流機会の創出と誘客促進の取組

### 基本施策 (1) MICEの誘致

#### 施策の柱① 2020年東京オリンピック・パラリンピック合宿招致

| 具体的な取組・事業                    | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|------------------------------|------------------|
| ・合宿招致に必要な受入体制(宿泊、交流イベント等)の検討 | 計画どおり実施          |
| ・合宿招致に必要な施設機能・設備の検討          | 計画どおり実施          |

#### 施策の柱② 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))

| 具体的な取組・事業                                  | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・全国規模の会議や学会、国際会議や大規模見本市などの開催に対する助成支援       | 計画どおり実施          |
| ・上越MICE誘致協議会(仮称)の組織化による情報収集と関係機関等への誘致活動の強化 | 計画どおり実施          |
| ・MICE商談会への積極的出展と誘致につながるビジネスマッチングの展開        | 計画どおり実施          |
| ・MICE開催に合わせたイベントの実施                        | 計画どおり実施          |
| ・MICE参加者への食事、宿泊施設、交通機関の割引券の発行              | 計画どおり実施          |

## 【基本方針 2】 新たな交流機会の創出と誘客促進の取組

### 基本施策 (2) インバウンドの推進

#### 施策の柱① 外国人旅行者の受入環境整備と人材育成

| 具体的な取組・事業   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・外国語表記のパンフレットやメニュー表の作成、外国語ホームページの開設、案内看板・道路標識等の設置 | 計画どおり実施          |
| ・外国語による基礎的な会話と接遇の向上に向けた受入れに関する研修等の実施              | 計画どおり実施          |
| ・外国人観光客の誘客の推進を担えるキーとなる人材の育成                       | 計画どおり実施          |
| ・免税店、クレジットカード取扱店の拡充                               | 一部実施できず          |

# 基本方針 2 - (2) - ②、③

## 【基本方針 2】新たな交流機会の創出と誘客促進の取組

### 基本施策 (2) インバウンドの推進

#### 施策の柱② 外国人旅行者向け商品の創出・販売

| 具体的な取組・事業                          | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|------------------------------------|------------------|
| ・外国人目線での、誘客素材の絞り込みとツールの作成          | 一部実施できず          |
| ・外国人観光客を対象とする市内日帰りツアー(オプションツアー)の創出 | 計画どおり実施          |

#### 施策の柱③ 戦略的な情報発信とプロモーション

| 具体的な取組・事業                               | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・「雪」「桜」を訴求テーマとした誘客促進国(地域)への現地プロモーションの実施 | 計画どおり実施          |
| ・姉妹都市交流を通じた外国人観光旅行者の誘致の推進               | 実施できず            |



# 基本方針 3 - (1) - ①

## 【基本方針 3】 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

### 基本施策 (1) 重点集客エリアの魅力向上と周遊形成

#### 施策の柱① 花と雪の城下町高田周辺エリアの魅力向上と周遊形成

| 具体的な取組・事業                                  | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・商店、市民団体等によるイベント実施、情報提供・発信及びこれらに必要な情報提供、支援 | 計画どおり実施          |
| ・雁木通り、寺町寺院群などの地域資源の活用・再生                   | 計画どおり実施          |
| ・ストーリーに基づいた市内の地域資源を巡る周遊コースの設定              | 計画どおり実施          |
| ・観桜会や蓮まつりなどのイベント内容及び受入体制の充実による魅力向上         | 計画どおり実施          |
| ・高田公園の整備及び県指定史跡高田城跡の保存                     | 計画どおり実施          |
| ・高田公園の桜の長寿命化                               | 計画どおり実施          |
| ・市民との協働による高田公園の桜の維持管理活動「桜プロジェクトJ」の実施       | 計画どおり実施          |
| ・総合博物館、小林古径記念美術館のリニューアル                    | 計画どおり実施          |

# 基本方針 3 - (1) - ②

## 【基本方針 3】 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

### 基本施策 (1) 重点集客エリアの魅力向上と周遊形成

#### 施策の柱② 上杉謙信公の居城春日山城跡周辺エリアの魅力向上と周遊形成

| 具体的な取組・事業   | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|---|------------------|
| ・春日山城跡の魅力増進に向けた観光拠点の整備・拡充と滞在環境の整備   | 計画どおり実施          |
| ・春日山城跡を後世に伝えるための史跡の保護、城跡の維持管理、景観復元(樹木伐採・草刈り・伐採樹木の活用など)                              | 計画どおり実施          |
| ・埋蔵文化財センター、ものがたり館を拠点とし、春日山城跡の様々なルートを巡る散策ルートの設定及び上杉謙信公を育んだ上越の歴史文化に関する講座等の開催や周遊コースの設定 | 計画どおり実施          |

## 【基本方針 3】 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

### 基本施策 (1) 重点集客エリアの魅力向上と周遊形成

#### 施策の柱③ 新水族博物館を中心とした日本海沿岸エリアの魅力向上と周遊形成

| 具体的な取組・事業                                    | 進捗状況<br>(H31年3月) |
|--|------------------|
| ・直江津駅を中心とした鉄道資産などの地域資源の活用・再生                 | 一部実施できず          |
| ・直江津のPR、イベント実施、情報提供・発信                       | 一部実施できず          |
| ・新水族博物館における体験プログラムの開発                        | 計画どおり実施          |
| ・新水族博物館を核とした直江津市街地へ誘導する取組の実施                 | 計画どおり実施          |
| ・長野県在住者に関心度が高い、海水浴場や鶴の浜温泉などの地域資源を活用した周遊の形成   | 計画どおり実施          |
| ・新水族博物館周辺エリア内のまち中の回遊性を高めるため、レンタサイクルの導入に向けた検討 | 計画どおり実施          |
| ・ストーリーに基づいた市内の地域資源を巡る周遊コースの設定                | 計画どおり実施          |
| ・小木直江津航路利用者の市内への立寄りの強化及び直江津港へのクルーズ客船誘致の検討    | 一部実施できず          |

# 基本方針 3 - (2) - ①

【基本方針 3】 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

基本施策 (2) 集客エリアの魅力向上

施策の柱① 中山間地域・田園地域エリアの魅力向上と周遊形成

| 具体的な取組・事業  | 進捗状況<br>(H31年3月)                                   |
|--|--|
| 1(1)②の「越後田舎体験による交流」、「都市と農村の交流」及び「信越トレイル利用促進」の項目を再掲 | 1(1)②の「越後田舎体験による交流」、「都市と農村の交流」及び「信越トレイル利用促進」の項目を参照 |
| ・ストーリーに基づいた市内の地域資源を巡る周遊コースの設定や地域資源に関する講座、講演会等の実施   | 計画どおり実施  |

# 上越市の主な観光コンテンツ

(上越市観光イメージポスター)



(公社)日本観光振興協会が主催する「第67回日本観光ポスターコンクール」に応募したところ、オンライン投票部門で6位入賞しました。

歴史と自然に出会うまち  
上越市



四季折々の風情

春 日本三大夜桜

高田城百万人観桜会



高田公園及びその周辺には、約4,000本もの桜の花が咲き誇り、4月初旬から中旬にかけて観桜会が開催されます。特に夜桜は、「日本三大夜桜」のひとつに数えられ、国内外から100万人を超える観光客が訪れ、春の訪れを喜び合います。

歴史と自然に出会うまち  
上越市



四季折々の風情

春 尾神しだれ桜、松ヶ峯の桜

吉川区尾神しだれ桜



中郷区松ヶ峯

高田公園の桜以外にも市内には桜の見どころがたくさんあります。  
吉川区の尾神しだれ桜や中郷区の松ヶ峯の桜は、訪れる人々の心を和ませます。

歴史と自然に出会うまち  
上越市



四季折々の風情

夏 高田公園の蓮・海水浴



高田公園の蓮

谷浜海水浴場



夏には、美しい「蓮の花」が、高田公園の外堀約19haを埋め尽くします。  
また、長い海岸線を持つ上越市には4か所の海水浴場が設けられ、  
毎年市の内外から大勢の人が訪れ、海水浴を楽しみます。



歴史と自然に出会うまち  
上越市



四季折々の風情

夏 謙信公祭



謙信公祭(出陣行列)



謙信公祭(川中島合戦の再現)



8月下旬には、戦国時代の名将・上杉謙信公の武勇と遺徳を讃え  
偲ぶ「謙信公祭」が春日山などを会場に開催されます。

出陣行列や川中島合戦の再現は、戦国絵巻さながらの迫力と臨場感があり、見る人を魅了します。