

前回の振り返り及び骨子素案(コア部分)について

1. 第1回検討委員会の振り返り	P 3 ~ 5
2. 骨子素案（コア部分）について	P 6 ~ 12
3. 今後の検討スケジュール	P 13 ~ 14

1. 第1回検討委員会の振り返り

【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
- 担い手（プレイヤー）の拡充と役割の明確化
- コンパクトで見やすく、「伝わる」内容・構成に)



新計画の肝！

第1回検討委員会の振り返り

○ 第1回検討委員会では、新計画策定のポイントについて意見交換を実施。主な意見（一部要約）は、以下のとおり。

【 内容について 】

- ・ 観光ニーズの大きな変化には昔の考えでは追いつけないので、変化を見越した計画づくりが必要ではないか。
- ・ 観光は非常に裾野の広い産業。様々な分野の人が頑張ることで成果が上がると考えており、役割と主体を明確にすることが必要ではないか。
- ・ ビジョンということで、5年、10年先を見据えたものを示すようなことも入れた方が、より具体的な取組に繋がるのではないか。
- ・ 県外出身者からすると、色々な素材があるにもかかわらず、地元スタッフに聞いても大体皆さんは「何もない」という。商談会等で他施設の人と一緒にいるが、歴史などがたくさんあるのに、なぜ地元の人には知らないんだろうとずっと引っ掛かっていたので、点々としている良い資源を結び付けられるような考えを示せればよいのではないか。
- ・ 地域全体で観光地域づくりに取り組むとあるが、そのとおりと感じた。現場で地域資源は何かと質問されると困るときもあるが、それぞれのお客さんの好みに応じた資源を伝えられるようになればよいし、それは役割の明確化に繋がってくるのではないか。
- ・ 各プレイヤーには日本人だけではなく、上越に住んでいたり、上越には住んではいないが好きという外国の方もたくさんいるので、そのような人たちもプレイヤーになってもらえればよいのではないか。
- ・ 観光は目的となりがちだが、地域づくりの手段であるということを軸にしっかり置きながら進めるべき。また、地域におけるストロングポイントをしっかり伸ばし、ウィークポイントに打ち手を講じることが重要ではないか。

【 体系について 】

- ・ ビジョンとアクションプランに分けて作ることはよいこと。特にアクションプランは単年度ごとに作るので、単年度ごとに検証し翌年に繋げていくという方法がよいのではないか。
- ・ コンパクトで読みやすく、共有できるものを作成するとあったが、地域全体の魅力を最終的に伝えていく人全員が共有できるものがあると、現場としても伝えやすいと感じた。

2. 骨子素案(コア部分)について

骨子の全体像(案)

第1章 策定にあたって

1. 計画策定の趣旨・目的
2. 位置付け、実施期間

第2章 観光を取り巻く現状

1. 社会環境や観光動向の変化
2. 国、県の観光の動向、データ関係

第3章 上越市の観光の現状

1. 当市の観光の動向、データ関係
2. 上越市第五次観光振興計画の振り返り

第4章 上越市の目指す観光(案)

1. 基本的な考え方
2. 基本理念
3. 共通の視点
4. 施策の方向性

=コア部分



「上越市の目指す観光」(案) =コア部分の構成

1. 基本的な考え方

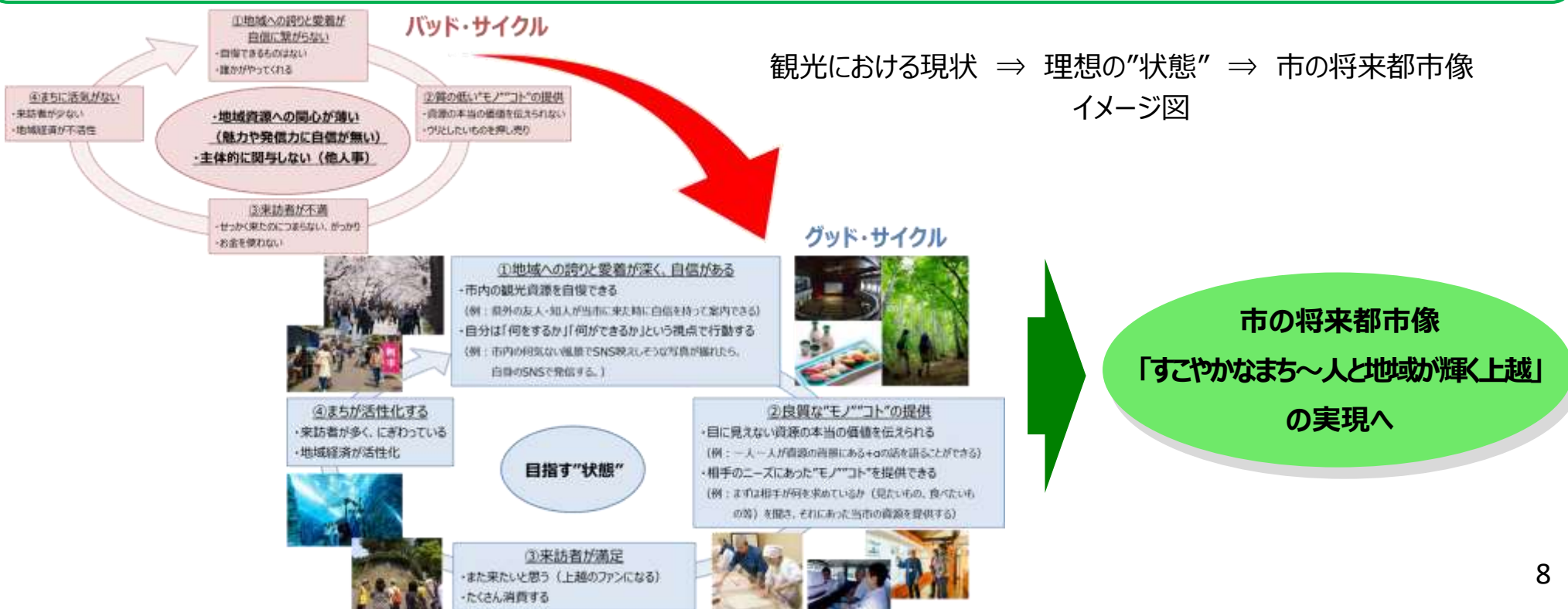
2. 基本理念

3. 共通の視点

4. 施策の方向性

「1. 基本的な考え方」の記載内容イメージ(案)

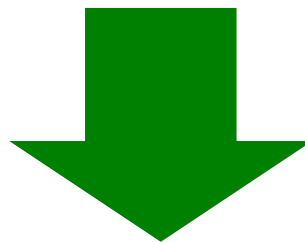
- 従来の計画において、誘客促進策や地域資源の掘り起こし、受入環境の整備などの取組を進めたものの、思うような成果が上がらなかった。 観光を取り巻く状況は変化してきており、それに対応するためには、まずは「何のために観光に取り組むのか（意義）」「当市の目指す観光地域はどのようなものか」など当市の「観光」の概念について、改めて考えることが必要である。
- また、仮説で示したバッドサイクルを断ち切って、グッドサイクルを生み出すためには、担い手一人一人がこうしたことを意識していくことが大切である。
- そうすることで、当市が掲げる将来都市像「すこやかなまち～人と地域が輝く上越～」の実現に繋がるのではない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



「2. 基本理念」の記載内容イメージ(案)

【「基本理念」設定の考え方】

- 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当市の多種多様な資源（歴史・文化・自然・人の営み等）は、一見しただけでは価値が伝わりにくいかもしれないが、他地域と同種のものでも「深さを備えている」ものであり、それこそが当市の「光るもの」なのではないか。
- 住んでいる私たちは、そのことを認識して、物語性豊かな地域に住んでいることに誇りと愛着を持ちながら、生き生きと暮らし、来訪者に対しては、その目に見えない“ものがたり”（当市の本当の観光資源の価値）は、自らが「ふるさとの語り部」となって当市の魅力を伝えることで「光を示す」ことができ、その交流を通じて、市民も来訪者も満足することができるような地域が、当市らしい観光地域なのではないか。



基本理念

上越らしい観光 = ○○○○○○○○○

※キャッチフレーズは、上記の設定の考え方を踏まえ、今後も当検討委員会における意見やワークショップ、各主体との意見交換を重ねながら検討し、事務局で素案を作成したのちに、改めて当検討委員会にも提示予定。

「3. 共通の視点」の記載内容イメージ(案)

- 各プレイヤーが「基本理念」を共通認識したうえで、その理念に基づいたアクションを起こすにあたって必要と考える「共通の視点」を以下とおりに設定し、各担い手の取り組みを進めたらどうか。

① 多様な交流機会

- 日本海側の広域交通網の結束点ということで、旅行者（日本人、外国人）、ビジネスマン、各種大会等の参加者など様々な「来訪者」と市民が「交流」する機会（チャンス）に恵まれており、その機会を最大限に生かすべきではないか。



② 担い手の拡充と役割の明確化

- 多様な「交流」のチャンスを生かし、地域全体で「観光地域づくり」に取り組むためには、観光関係事業者・団体、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、行政等が担い手（プレイヤー）となって、それぞれの立場での役割を果たしながら、対等に連携していくことが重要。
- そのために、各担い手（プレイヤー）に求められる役割を整理し、記載したらどうか。

③ 魅力の再認識

- それぞれの「役割」を果たしていくためのベース部分として、当市の観光資源の本当の価値を各担い手（プレイヤー）が学習して当市の資源の魅力を再認識するとともに、各々がしっかり伝えられるようになるべきではないか。



④ 魅力とニーズのマッチング

- 多種多様な当市の観光資源を伝えるために、それぞれの資源が持つ「魅力」＝「伝えたいこと」と多様化する来訪者の「ニーズ」＝「知りたいこと」が人により異なることを認識することが重要。
- そのうえで、魅力とニーズの「マッチング」を意識しながら伝えることで、当市の魅力が的確に届き、資源が有効活用されるのではないかと。
 （数ある観光資源を「取捨選択」するのではなくマッチングさせることが重要）

⑤ データ

- データに基づいて時節・現状を捉えた事業を展開するとともに、それぞれの資源の魅力を各ニーズへ的確に届けるために、「ターゲット」を明確にしていくことが重要ではないか。

「4. 施策の方向性」の記載イメージ(案)

- 「基本理念」を実践し、グッドサイクルを生み出すために、前述の「共通の視点」を踏まえながら、以下の4つの「施策の方向性」を掲げて、各担い手の事業や施策を展開したらどうか。

基本理念



共通の視点

A 各担い手の観光

マインドのボトムアップ

- 観光を効果的に進めるには、各担い手がまずはその役割をしっかりと認識し、地域全体で観光地域づくりに取り組むというマインドを醸成することが重要ではないか。
- 役割を認識し、実践するにあたって必要な知識やスキルの習得、また、担い手同士で新たな事業やビジネスが創出されるよう、横のつながりを築く取組も必要ではないか。

各担い手のマインドのボトムアップをしつつ、それと並行して各事業や施策の実行を進めたらどうか。

B

受入環境の整備・充実

- インバウンドやコンベンションを含む来訪者が、当市を回遊する仕組みを創出し、さらに実際に回遊する際にはストレスフリーで快適に旅行できるような環境整備（案内、決済、移動等）が重要ではないか。
- 当市の多種多様な資源の付加価値を高め、磨き上げることにより、“観光資源化”を図ることも必要ではないか。

C

マーケティング・データ分析の強化

- 国の統計基準に基づく各種調査に加え、当市を訪れる人の年代、性別、旅行形態（一人旅、家族等）などのマーケットセグメント（市場細分化）をしっかりと分析することが重要ではないか。
- また、当市の観光資源が、どのセグメントに対して有効かを分析し、それに基づく事業や施策の展開が必要ではないか。

D

プロモーションの工夫

- マーケティングやデータ分析に基づき、訴求するターゲット層に確実に情報が届くようなプロモーション手法をとることが重要ではないか。
- また、パンフレット等の紙媒体やSNSでの発信に加え、各担い手がそれぞれの現場で魅力を来訪者に届けるための「伝える」力を磨くことも大事なプロモーションなのではないか。

施策の方向性 A 各担い手のボトムアップ

事業の概要	事業主体	実施時期	共通の視点				
			① 多様な 交流機 会	② 担い手 の拡充 と役割 の明確 化	③ 魅力の 再認識	④ 魅力と ニーズ のマッ チング	⑤ データ
【リーディングプロジェクト】〇〇〇	観光関係 事業者、観 光協会、市	R2 → R3 → R4 → R5	○	○	○	○	○
×××	交通事業 者、観光協 会、市	前期 → 後期	○	○			○
◆◆◆	〇〇	R2 → R3 → R4 → R5	○	○	○		
★★★★	〇〇	前期 → 後期		○		○	

3. 今後の検討スケジュール

今後の検討スケジュール

■ 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) 14:00~16:00	・上越市を取り巻く観光の現状 ・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) 14:00~16:00	・骨子素案(コア部分)について
第3回	令和元年10月30日(水) 14:00~16:00	・骨子案について(案) － フレーム(章立て)案
第4回	令和元年11月27日(水) 14:00~16:00	・計画案について(案) － 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) 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 (第3回委員会と第4回委員会の間を想定)	・「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10日(木) 市内観光資源視察、同月18日(金) ワークショップ)