

ふるさと宍粟の観光基本計画（第2次）

平成29年3月

宍粟市

- CONTENTS -

ふるさと宍粟の観光基本計画

もくじ

ふるさと宍粟の観光基本

1 計画（第2次）について

2 観光のいま

1 目的と策定の背景

3 観光をとりまく現状

3 みんなで観光まちづくり

5 目標と基本方針

観光やる人この指とま

4 れ！

7 宍粟の観光推進体制

5 夢を叶える ひと・もの・

こと

11 具体的な取組づくり

資料編

30

1 ふるさと宍粟の観光基本計画（第2次）について 目的と策定の背景

1 はじめに

平成 18 年に制定された観光立国推進基本法では「観光立国を実現することは、二十一世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題である。」としています。それに向けて国では、平成 20 年に観光行政を機能的かつ効果的に推進するため「観光庁」を発足させました。さらに、平成 24 年 3 月には、新たな「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、「震災からの復興」、「国民経済の発展」などを基本方針として、国を挙げての取組が進められています。



宍粟市では平成 24 年 3 月に「ふるさと宍粟観光条例」(以下、「条例」といいます。) を制定し、観光に関する理念や取組むべき方向性などを定めました。これは市民や事業者、行政などまちの担い手が観光に対して抱く“期待”や“決意”的現れであるといえます。その想いを具体的化するための方策を整理し、地域総がかりでの取組を創りあげるために、『ふるさと宍粟の観光基本計画（第1次）』(平成 25~28 年度) を定め、観光の振興に取り組みました。

平成 28 年度に最終年を迎えることから、これまでの成果を検証し、『ふるさと宍粟の観光基本計画（第2次）』(平成 29~33 年度) を策定する。



2 この計画の役割と位置づけ

この計画は条例 第9条の規定に沿って、観光立市の実現に関する取組を総合的かつ計画的に推進するために定めると共に、観光立国推進基本法 第4条の求めに応じて、地方公共団体の責務として「地方公共団体の区域の特性を生かした施策」を策定するものです。

また、上位計画である「第2次宍粟市総合計画」がめざすまちの将来像『人と自然が輝き みんなで創る 夢のまち』の実現に向けて、観光面での個別計画としての役割も担うことから、その趣旨を十分に踏まえ、「宍粟市地域創生総合戦略」など関連する他の個別計画との整合も図りながら施策を定めます。

3 計画期間と見直し周期

この計画の期間は、平成29年度から平成33年度までの5カ年です。第2次宍粟市総合計画（前期基本計画）の最終年度の翌年である平成33年度までに実施する施策を定め、そのときの情勢を踏まえながら平成33年度中に見直しの作業を行います。

計画名称	H25～H28	H29～H32	H33	H34
ふるさと宍粟の観光基本計画	第1次計画	第2次計画 見直し作業		次期計画
宍粟市総合計画	第1次計画	第2次 総合計画（前期）	（後期計画）	

2 観光のいま　観光をとりまく現状

1 観光のいま

(1) 全国的な観光動向

日本の人口は、平成 17 年に戦後初めて減少し、平成 22 年以降は減少が続いている。国立社会保障・人口問題研究所の発表によると、平成 22 年時点で 1 億 2,806 万人の人口は、平成 72 年には 8,674 万人となり、約 4,100 万人の減少となると推計されています。定住人口の減による経済活動の縮小が予想される中、裾野の広い総合産業である観光の振興には、交流人口を拡大し、地域経済に潤いと活気を与え、さらには地域社会の活性化につながるなどの効果が期待されています。

国内旅行の状況は、平成 27 年の国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は 1.4 回、宿泊数は 2.3 泊であり、東日本大震災以降増加傾向にあります。旅行の形態は、団体旅行の割合が 19.6%、個人旅行の割合が 80.4% となっており、個人旅行が定着しています。また、旅先での行動としては、「食を楽しむ」31.0%、「温泉を楽しむ」30.9%、「自然の風景や季節の花見を楽しむ」28.7%、「名所・旧跡をたどる」19.0% となっており、地元ならではのグルメを味わう旅、温泉など癒しの旅、山・風景・花など自然に関する旅が人気となっています。

訪日外国人旅行者は、平成 27 年に 1,974 万人となり、3 年連続で過去最高を記録し、急速に増加しています。アジア圏からの訪日旅行者の割合が 83% であり、第 1 位が中国で 499 万人、第 2 位が韓国で 400 万人、第 3 位が台湾で 368 万人となっています。

旅行をする時に参考とする情報源については、平成 20 年度以降「インターネット」が著しく増加しており、「ガイドブック」「家族・友人の話」を上回りました。スマートフォンなど携帯情報端末が急速に普及し、誰もが手軽に情報を収集できる環境が整ったことで、SNS による個人からの情報発信も観光客にとって貴重な情報源となっています。

(2) 宍粟市の観光

平成 27 年度、宍粟市の観光入込客数は 127 万 6 千人で、第 1 次計画の目標であった 125 万人を超える、平成 21 年度の台風 9 号災害によって 108 万 5 千人まで減少した客足は一定回復の兆しが見られます。日帰り・宿泊の別では、平成 27 年度で 93% が日帰りで、宿泊は 7% となっています。

主な観光施設（指定管理施設）の売上高は、平成 21～23 年度の平均 14 億 7 千万円、平成 25～27 年度の平均 14 億 9 千万円で、横ばいとなっています。

(3) 宍粟市の地理条件

■位置

宍粟市は、兵庫県中西部に位置し、北部は養父市・鳥取県、東部は姫路市・朝来市・神河町、南部はたつの市、西部は佐用町や岡山県と接しています。京阪神と中国地方を結ぶ中国自動車道と、山陽と山陰を結ぶ国道 29 号線が市内で交差する播磨地方内陸部の交通の要衝となっており、市内中心部から県庁所在地の神戸市までが約 100km、近畿地方の中心地である大阪市までが 140km の位置にあります。

■地勢・気候

宍粟市の面積は、兵庫県土の約 7.8% を占める 658.60k m² となっており、東西方向約 32km、南北方向が約 42km の広がりを有しています。約 9 割を山林が占めており、平地が少ない状況にあります。

気候は、北部地域では日本海型気候の影響を受けており寒冷多雨で冬季は積雪が多く、南部地域は瀬戸内海型気候の影響を受けており温暖な気候となっています。

■自然環境

市内には、兵庫県下最高峰の氷ノ山、第 2 峰三室山、第 3 峰の後山という 1000m を超える山々がそびえ、氷ノ山後山那岐山国定公園や音水ちくさ県立自然公園に属する緑豊かな自然環境を有します

また、兵庫県下を代表する清流である一級河川揖保川・日本名水百選千種川をはじめ、福知渓谷・音水渓谷等の景勝地、日本の滝百選の原不動滝、かおり風景百選の千年藤など、豊かで美しい自然資源や風景が四季折々の風情を織りなしています。

■交通

宍粟市を走る公共交通は、神姫バス(株)による路線バスおよび高速バスのほか、平成 27 年 11 月 2 日から路線バス（レーたんバス）が運行されています。

市内には鉄道が無く、観光客の移動は自動車が主です。中国自動車道の佐用 JCT と鳥取市を結ぶ鳥取自動車道の開通に伴い、関西圏や山陽地方と山陰地方を結ぶ幹線道路としての役割を果たしてきた国道 29 号線は、市北部地域を中心に交通量の減少が見られます。

平日 24 時間交通量(道路交通センサス)

	平成 17 年	平成 22 年
山崎町須賀沢	13,999 台	15,567 台
波賀町日ノ原	1,935 台	975 台

3 みんなで観光まちづくり 目標と基本方針

1 観光まちづくりの目標

市民、事業者や行政など様々なまちの担い手たちが、それぞれの立場から積極的に観光まちづくりを進めるためには、みんなで共有できる目標を定める必要があります。そこで、次の5点を市全体の努力目標として定めます。

① 観光入込客数の増加

観光を推進する上では市内外から観光地へ訪れる人数の増加が不可欠です。この計画の目標として、宍粟市総合計画のまちづくり指標である観光入込客数（観光客動態調査）を平成32年度に140万人、道の駅利用者数を49万人とし、観光入込客数の増加をめざします。

② 観光消費額・経済波及効果の拡大

観光入込客数の増加とあわせて、持続的な取組を推進するためには、観光消費額を増やし経済的な波及効果を含めて地域に経済効果をもたらす仕組が必要です。そこで主要な観光施設(指定管理施設)の売上高をひとつの目安とし、平成25～27年度の平均金額である14億9千万円を基準として平成32年度には10%以上の増加をめざします。

③ 宍粟市の知名度向上

宍粟市を観光で売り出すためには、まち自体の知名度を高める必要があります。とりわけ阪神間など、主な観光ターゲットとなる地域や今後の戦略に応じて、知名度の向上を図る取組が重要です。この計画では、期間中にアンケート調査等を実施し、半数以上の方が宍粟市について認知してもらうよう努めます。

④ 観光客の満足度向上

継続的に観光振興を図るために観光客に「何度でも訪れたい。」と思ってもらえるよう、満足度を高める必要があります。この計画では、期間中に市内の主要な観光地点でアンケート調査を実施し、本市を訪れた方の8割以上が「満足した」と答えていただけるよう努めます。

⑤ 市民の満足度向上

観光まちづくりを進めるためには、観光客に満足してもらうことはもとより、それによって地域住民の誇りや地域への愛着へと繋がる取組が必要です。この計画では、期間中に市民への意識調査を実施して、半数以上の方が「観光振興への取組ができる」と答えられるよう努めます。(平成25年度のまちづくりアンケートでは8.9%)



2 取組の基本方針

宍粟市がめざす観光立市は、多様な観光ニーズに対応し、地域の人たちが、地域の資源を活かして知恵を出し、工夫を凝らして、魅力的な観光を創り出し、旅行者を受け入れることを通じて自ら地域の魅力に気づき、誇りや愛着を育むことが大きな目的です。つまり“飾らない田舎らしさ”や“その地域ならではの特色”を売りにしながら、旅行者にとっては日常から離れて自らを開拓できる「ふるさと」となり、市民にとっては大切に育みながら子どもや孫へと承継する「ふるさと」となること、それが観光を通じてめざすべきまちの将来像と言えます。

そこで次の5点を観光に関わる基本方針として定めます。

① ふるさとを守る

森林や清流、自然と調和した里山景観など、ふるさとの宝ともいえる自然環境が、過度の利用や乱開発によって損なわれることの無いよう、配慮しながら取組を進めます。

また、観光で得られた利益の一部が希少な動植物や生態系の保全に充てられるなど、自然に優しい観光地の形成を図ります。

② ふるさとを伝える

地域の歴史や暮らしの文化、受け継がれてきた伝統などを正しく理解し、次の世代へと引き継いでゆくことを大切にします。そのような地域の営みを、温かいふれあいを通じて観光客に伝えることで、市民及び観光者が宍粟市を「ふるさと」と感じることのできるまちづくりを行います。

また、そのために市民一人ひとりが観光客に対するおもてなしの心を育みます。

③ ふるさとを活かす

豊かな自然や悠久の歴史を物語る史跡などを最大限に活用することで、宍粟市ならではのサービスや商品を提供します。

また、そのために必要な環境の整備を積極的に進めます。

④ ふるさとを育む

観光・地域づくりの担い手となる人材を育てるとともに、地域経済の活性化や雇用の増大などにより、将来に亘って持続可能な地域をめざして取組を進めます。

⑤ ふるさとを高める

観光・地域づくりの担い手一人ひとりが、しっかりとした意識をもって取組の評価と持続的な改善を行い、常に旅行者のニーズを把握しながら、より高い水準のサービスや商品の提供をめざします。

4 観光やる人この指とまれ 宍粟の観光推進体制

1 みんなが観光に関われるために

市全体が一つになって観光立市の実現にむけた取組を持続的に行うためには、市民・事業者・行政など多様な主体が連携し、主体性をもって取組を進めることが不可欠です。

しかし、各主体にはその成り立ちや、取組の目的・志向、持っている情報の質と量など、様々な違いがあります。そこで、理念や目標を共有し、利害を調整しながら、円滑に協力体制を築くための基盤が必要です。ふるさと宍粟観光条例では、そのような基盤を「宍粟観光プラットフォーム」として定義しています。

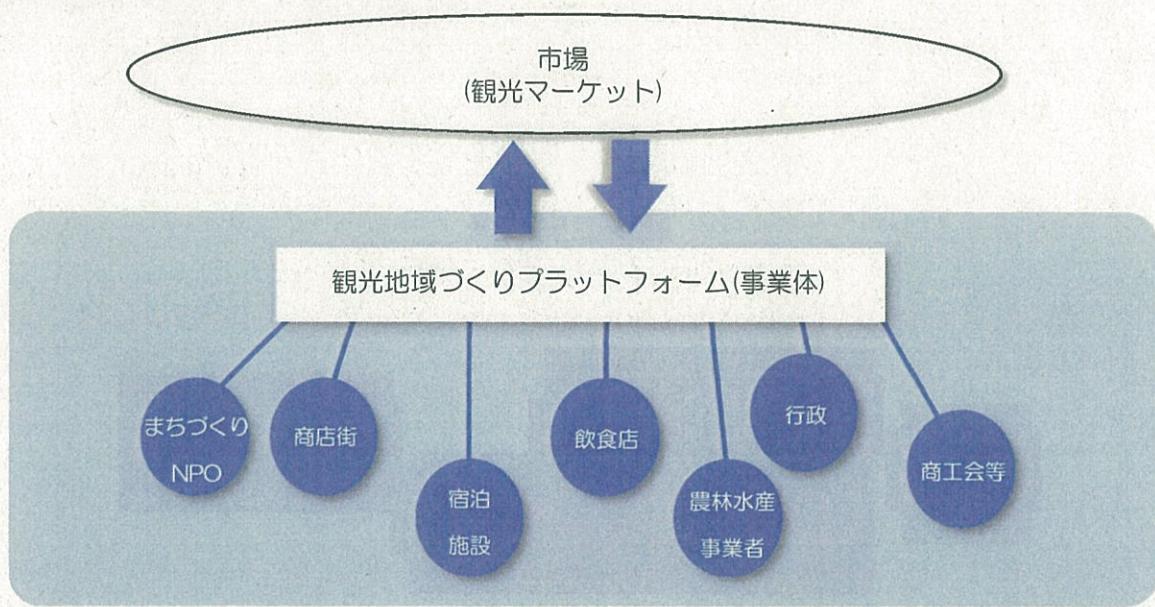
「宍粟観光プラットフォーム」は観光立市を実現するために、みんなが力を合わせるための“場”であり“制度”であり“理念”であるといえます。

【参考】観光地域づくりの核となる「観光地域づくりプラットフォーム」

— 観光地域づくりプラットフォーム推進機構 HP より —

地域主導型の集客交流サービスを推進するためには、地域資源を活用してサービス(商品)をつくり、マーケットを開拓して販売し、来訪者を受け入れてなすといった、一連の業務を地域内部で自律的に行うことが求められます。そのためには、これらの業務を担う組織や人が地域のなかに不可欠となります。

①商品をつくる、②商品を販売する、③来訪者をもてなす、という三つの機能を、地域のなかの誰がどのように担っていくのかは地域特性によって多種多様な形態が想定されます。その選択肢のなかでも極めて有効と思われるのが、地域のなかにこれら機能を一元的に担い、対外的にワンストップ窓口の機能をもつプラットフォームを設けることです。これが「観光地域づくりプラットフォーム」です。



2 必要な機能と役割

条例では、宍粟観光プラットフォームには次のような機能を備えることとしています。

① 多様な主体の参画、連携の促進するコーディネート機能

ボランティアであるか事業者であるか、また個人であるか団体であるかを問わず、多様な主体がそれぞれの意思で参画し、それぞれの役割に応じて、それぞれのペースで活動できる基盤になると共に、主体相互の連携を促進する機能を備えます。

② 情報共有のための仕組を提供するデータベース機能

観光に関する情報を集約し、誰でも必要に応じてそれを活用することの出来る機能を備えます。

③ 交流・協議のための場を提供するコミュニティ機能

多様な主体が様々なアイデアや知識・技能を持ち寄って、収益性を踏まえながら持続可能な観光事業を実施するため、話し合いの場を提供する機能を備えます。

④ 情報発信を一元化するインフォメーション機能

市外に向けては観光客のニーズを把握しターゲットを定めるとともに、それに応じた観光プロモーションを行うため、様々な情報を収集し、一元的な情報発信の機能を備えます。市内では、観光客の利便と観光資源の付加価値を高める観光案内の機能を備えます。

3 プラットフォームの運営母体

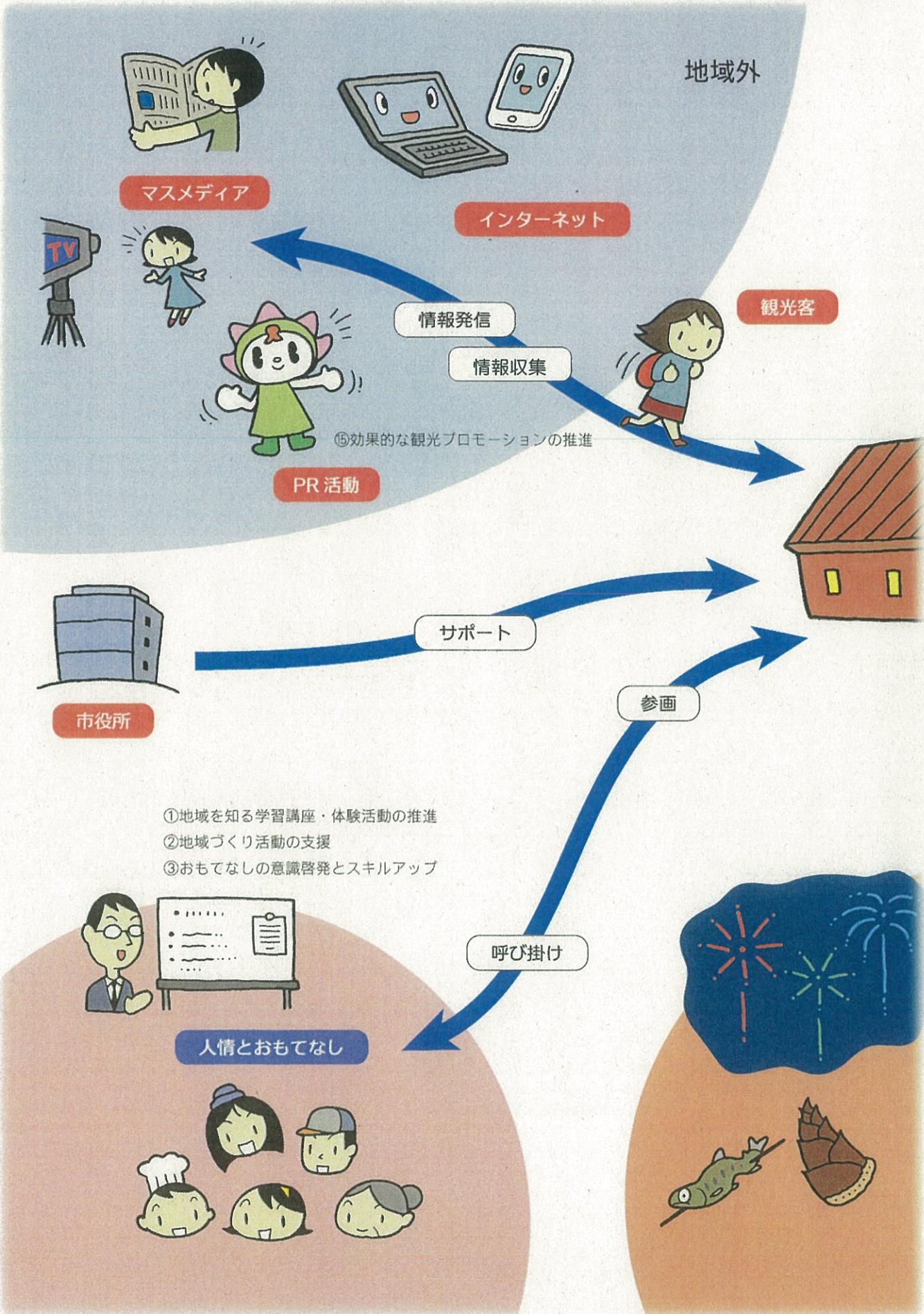
宍粟観光プラットフォームの理念の具現化は、平成 28 年4月に財団法人しそう森林王国協会としそう観光協会が統合し誕生した公益財団法人しそう森林王国観光協会が行います。また、プラットフォームを運用するためには、その中核を担う拠点施設が必要であり、その拠点施設を「ふるさと宍粟観光ステーション(仮)」として定義しており、「ふるさと宍粟観光ステーション(仮)」の建物などハード面での整備は市が中心となり、関係機関と協議しながら p.18 の考え方について行います。

4 公益財団法人しそう森林王国観光協会の組織強化

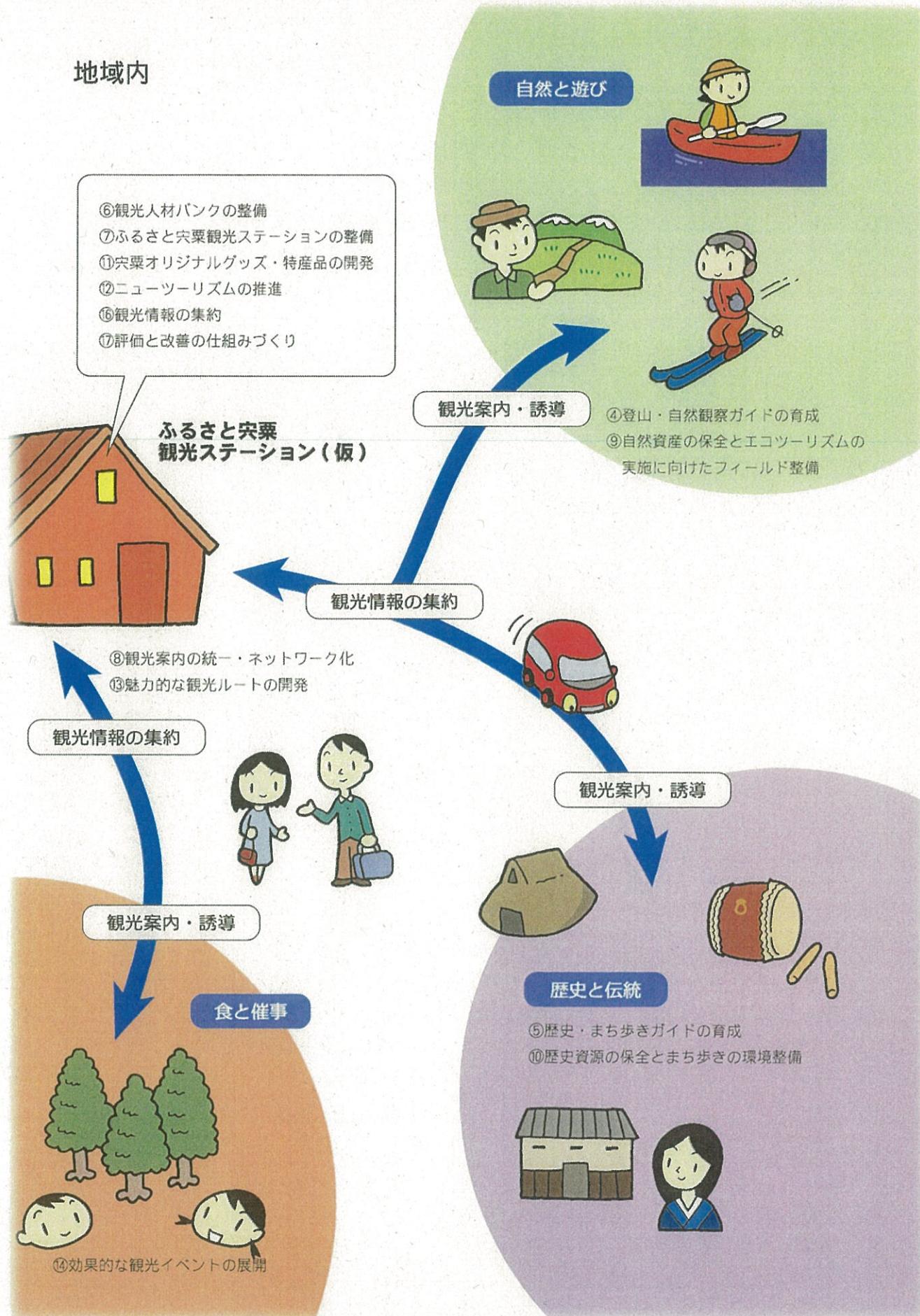
宍粟観光プラットフォームを構築し運営するためには、2に示す 4 つの機能を有し、観光地域づくりの司令塔となり、観光振興の推進主体として活動できる組織である必要があります。そのため次の方針で組織強化を行います。

- ① 専任の事務局長と専門性高い職員を置き、専門性を有する事務局体制
- ② KPI/PDCAサイクルの確立
- ③ 収益事業を行い、補助金に頼らない事業構造を目指す
- ④ 各種団体、観光関連事業者等と横断的な連携

■ふるさと宍粟の観光推進体制



(プラットフォーム)のイメージ



5 夢を叶えるひと・もの・こと 具体的な取組づくり

1 夢を叶えるひと・もの・こと

ここまでに整理した方針にそって観光まちづくりを実現するために、どのような取組を進めるか。ここでは取り組むべき内容を「ひとづくり」「ものづくり」「ことづくり」の3つの観点から整理します。

観点	取組の目的	具体的な取組
1 ひとづくり	(1) 身近な地域の良さを知る	① 地域を知る体験活動、学習講座の推進 ② 地域づくり活動の支援
	(2) おもてなしの心を育む	③ おもてなしの意識啓発とスキルアップ
	(3) 観光ガイドを育てる	④ 登山・自然観察ガイドの養成 ⑤ 歴史・まち歩きガイドの養成
	(4) 観光人材バンクをつくる	⑥ 観光人材バンクの整備
2 ものづくり	(5) 取組の拠点と観光の経路を確立する	⑦ ふるさと宍粟観光ステーション(仮)の整備 ⑧ 観光案内の統一化、ネットワーク化
	(6) 観光資源の付加価値を高める	⑨ 自然資源の保全とエコツーリズムの実践に向けたフィールド整備 ⑩ 歴史資源の保全とまち歩きの環境整備
	(7) 土産物・特産品をつくる	⑪ 宍粟オリジナルグッズ・土産物の開発
3 ことづくり	(8) 業種間・地域間の連携を促進する	⑫ ニューツーリズムの推進 ⑬ 魅力的な観光ルートの開発
	(9) 観光イベントを効果的に盛り上げる	⑭ 効果的な観光イベントの展開
	(10) 戦略的なマーケティング活動を展開する	⑮ 効果的な観光プロモーションの推進 ⑯ 観光情報の集約と発信 ⑰ 評価と改善の仕組づくり

1 ひとづくり - (1) 身近な地域の良さを知る

① 地域を知る体験活動、学習講座の推進

1 取組の概要

「着地型観光」を推進する上では、地元の人しか知らないような名所・旧跡を巡ったり、その地でしか味わえないような料理を食べたり、地元の人と交流を通じてその地域の文化を学ぶなど、いかに地域の魅力を観光商品にできるかが重要な課題です。

そのためには、その地域に住む人々が主体となり、ツアーを企画し、提供していく取組が欠かせません。

しかしながら、地元の人々は普段の生活の中で慣れ親しんだ光景や物にはあまり魅力を感じにくいものです。

そこで、地域の外で暮らす人たちの視点なども取り入れながら、市内の文化財や史跡をはじめ様々な地域資源を見つめ直し、ふるさと意識を育むとともに、新たな地域の魅力を発見する体験活動や地域の歴史・文化を分かり易く伝える学習講座を引き続き開催します。



2 現状と今後の取組

- 宮粟学講座は、宮粟市の歴史や文化財、貴重な植物や生物のことなど専門家を招いて行っている講座で、毎年5回から6回開催されています。
- 宮粟市広報において、地域の歴史や史跡などの紹介を行っています。

○ 今後も引き続き宮粟学講座の実施や宮粟市広報での紹介を行います。

○ 座学だけでなく、史跡めぐりなど体験講座を実施します。

○ しそうチャンネル等を通じPRを行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
宮粟学講座の実施			
体験講座の実施			

1 ひとづくり - (1) 身近な地域の良さを知る

② 地域づくり活動の支援

1 施策の概要

観光まちづくりは、観光振興による地域づくりであり、言い換えれば、地域づくりと観光振興を一体的に進める取組でもあります。

地域の人が自らの力で地域の魅力を発掘し、課題を解決することにより、地域のコミュニティが育まれ、活力ある地域が生まれます。

宍粟市では、地域づくり活動を支援する事業として、地域の資源や地域の個性を活かし、みんなで考え、みんなで汗をかく住民主体の元気なまちづくり活動を支援する「しそう元気げんき大作戦」事業があります。

これらの取組を充実し、地域づくりを観光振興へと結びつけるとともに、個性を活かした地域ブランドを確立させる取組を支援し、着地型観光の開発へとつなげていきます。

2 現状と今後の取組

- しそう元気げんき大作戦事業では、自治会などの広域のわたる活動・地域の特色ある活動・コミュニティビジネス活動・情報発信活動が行われています。
- 平成27年度から「地域おこし協力隊」が採用され、森林セラピー事業をはじめ地域の皆さんと協力しながら地域づくり活動を行っています。

○ 今後も引き続きしそう元気げんき大作戦事業を実施します。

○ 新たな「地域おこし協力隊」を採用し、住民主体の地域づくり活動を支援します。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
しそう元気げんき大作戦事業の実施			
地域おこし協力隊の活用			



1 ひとづくり - (2)おもてなしの心を育む

③ おもてなしの意識啓発とスキルアップ

1 施策の概要

宍粟市において観光振興を図っていくためには、その主体となるべき市民をはじめ、観光関連事業者などが、観光客に対して「温もり」や「安らぎ」を感じてもらえる「おもてなしの心」を持つことが重要となります。

それによって着地型観光の構築やリピーターの確保にも繋がり、観光による活力ある地域づくりにつながるものと考えます。

そこで、観光関連事業者や各種ガイドなどがプロ意識をもって観光客におもてなしができるよう“おもてなしスキルアップ講座”を開催し、“おもてなし”的レベルアップを図ります。



2 現状と今後の取組

●観光関連事業者等を対象とした観光セミナーや宍粟発旅づくり塾を開催しました。

○観光関連事業者等のスキルアップを図り、観光関連事業者等の相互連携による観光案内が行えるよう情報の共有を図ります。

○外国人観光客の受け入れ講座を開催します。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
事業者向けスキルアップ講座の開催			
外国人向け接客講座の開催			

1 ひとづくり - (3)観光ガイドを育てる

④ 登山・自然観察ガイドの養成

1 施策の概要

宍粟市は、1,000mを越える山々が連なり、そうした山々の中から「宍粟50名山」を選定し、現在、多くの登山愛好者に親しまれています。

今後はさらに登山ガイドや自然観察ガイドを配置することにより、いつもの登山と一味違った登山が味わえたり、初心者の方でも安心して登山を楽しむことができるなど、宍粟50名山に新たな魅力を与え、リピーターの増加や新たな登山客の開拓にもつながります。また登山を一つの観光資源として地域への経済効果も見込まれます。

そこで今後は、宍粟50名山の案内役として活動されている“宍粟50名山ガイドクラブ”との連携を図り、その活動を支援すると共に、様々な専門性やノウハウを備えた、登山ガイドの養成を図ります。

2 現状と今後の取組

●宍粟50名山ガイドクラブに続き、平成28年4月に宍粟自然観察クラブ、平成28年6月に癒しの森ガイドの会（森林セラピー）が設立され、氷ノ山ツアーバスや森林セラピーのガイドを行っています。また、要請によりガイドの派遣も行っています。

○今後も引き続きガイドの募集・養成講座を開催し、継続的な活動を支援します。

○ガイドが様々な専門性やノウハウを身につけるためのスキルアップ講座を開催します。



3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
ガイドの募集・養成講座の開催			
スキルアップ講座の開催			

1 ひとづくり - (3)観光ガイドを育てる

⑤ 歴史・まち歩きガイドの養成

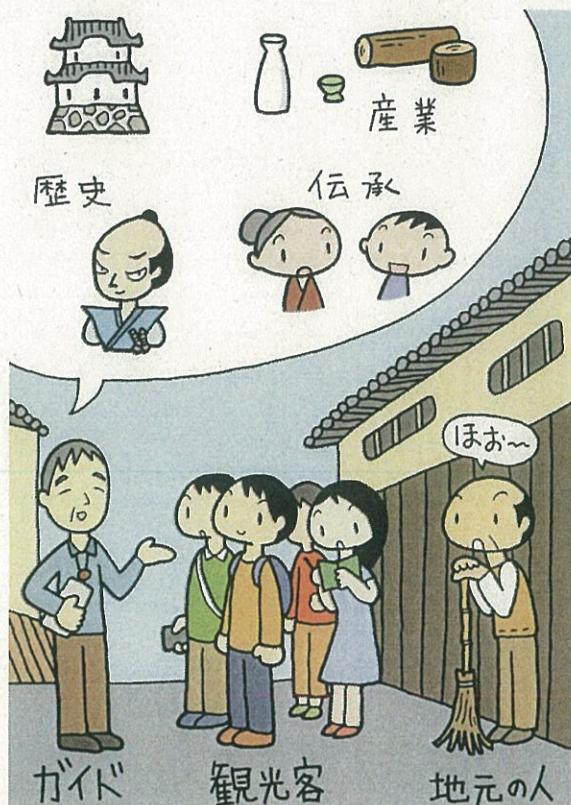
1 施策の概要

宍粟市の市街地には、江戸時代から残る城下町のたたずまいや酒蔵のあるまち並みが残されており、県の景観美観地区に指定されています。また播磨国風土記に日本酒発祥の地の記述があるなど様々な逸話も語り継がれています。

それらは地元が主役となる着地型観光の貴重な資源であり、案内ガイドはその資源を活かす中心的な役割を担うものです。

また、まちの現代化に伴い、昔ながらのまち並みはその実態や価値が理解されないまま姿を消している状況であり、案内ガイドの取組により、多くの人にその価値を理解されることは、地域の再発見や歴史的まち並みの保全にもつながります。

そこで巧みな話術で観光客のまち歩きを楽しくサポートしたり、地域の歴史を伝えることのできるまち歩きガイドの養成を図ります。



2 現状と今後の取組

- 平成26年5月に「山崎まち歩きガイドの会」が設立され、大歳神社の藤まつり・最上山もみじまつりにあわせて山崎中心市街地のまち歩きガイドを行っています。また、要請によりガイドの派遣も行っています。
- 平成27年7月には「たたらの里ちくさガイドの会」が設立されました。

○今後も引き続きガイドの募集・養成講座を開催し、継続的な活動を支援します。

○ガイドが様々な専門性やノウハウを身につけるためのスキルアップ講座を開催します。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
ガイドの募集・養成講座の開催			
スキルアップ講座の開催			

1 ひとづくり - (4)観光人材バンクをつくる

⑥ 観光人材バンクの整備

1 施策の概要

観光資源の付加価値を高めるためには、地域の住民によるおもてなしやツアーガイドなどの人的な要素が大きく影響します。

市内には地域の歴史に詳しい方、工芸や食の名人、登山やアウトドア活動の経験が豊富な方など、様々な人材(人財)があります。

そのような方々と観光ニーズを繋ぎ合わせることにより、市民が地域に誇りをもっていきいきと活躍できる場を提供すると共に、地域の観光資源の付加価値を高めることができます。

それに向けて、観光ニーズに応じた人材を派遣するための登録制度を創設します。

また、宍粟市出身者やゆかりのある人に、その人の職業や人との繋がりを通じて、宍粟の情報を発信して頂く「宍粟観光大使制度」を一層活用します。

2 現状と今後の取組

●平成 26 年度に宍粟観光大使制度を創設し、3 名の方を大使として委嘱しています。

○今後も引き続き観光大使制度を継続し、宍粟市の魅力をPRしていただきます。

○新たな観光大使の委嘱を行います。

○観光人材登録制度の創設に向けた取組を進めます。

○外国人ガイドの募集を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期 概ねH29~H30	中期 概ねH31~H32	長期 H33~
新たな観光大使の委嘱			
人材登録制度の創設			

人材の連携



2 ものづくり - (5) 取組の拠点と観光の経路を確立する

⑦ ふるさと宍粟観光ステーション(仮)の整備

1 施策の概要

条例に定める「宍粟観光プラットフォーム」の目的や役割を果たすためには、宍粟市内外に向け、「ここに来ていただいたら宍粟市の観光の全てがわかりますよ！」という拠点施設が必要になります。

例えば、市民や市民団体に対しては、イベント等に関する相談やアドバイス、また他団体との調整など課題解決ができる場所であり、一方、市外からの観光者には、観光情報やプランの提供等、まず宍粟市に来られたら、必ず立ち寄っていただける観光案内所として、立地条件や施設自体のイメージも考慮しなければなりません。また、公共交通のターミナル機能も持ち合わせることが理想と考えます。

今後、様々な関係者との連携・協力体制を築きながら、この「ふるさと宍粟観光ステーション(仮)」の整備に向けた取組を進めます。

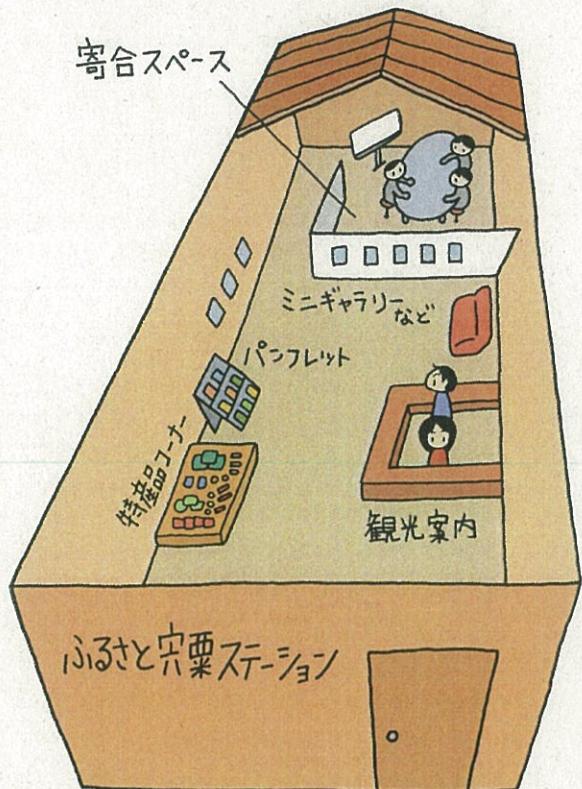
2 現状と今後の取組

- 「ふるさと宍粟観光ステーション(仮)」の整備について、宍粟市の玄関口である中国自動車道山崎ICの北部付近で検討していますが、適正な規模・場所の確保ができず、結論には至っておりません。

○ 宍粟観光プラットフォームを構築し、その運営母体の拠点施設として、引き続き様々な関係者と連携・協力体制を築きながら整備に向けた取組を進めます。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
ふるさと宍粟観光ステーション(仮) 整備方針の検討			
ふるさと宍粟観光ステーション(仮) の整備			
ふるさと宍粟観光ステーション(仮) の運用開始			



2 ものづくり - (5) 取組の拠点と観光の経路を確立する

⑧ 観光案内の統一化、ネットワーク化

1 施策の概要

観光者の中には、宍粟市の一覧の観光地（例えばスキー場）はご存知でも、それらが宍粟市に位置していると認識されていません。これは、観光案内表示が不十分であることと、バラバラの意匠（デザイン）となっていることが原因と考えられます。

そこで観光者の利便性を高めるとともに、宍粟市の知名度アップを図るため、今、宍粟市内に滞在していると認識してもらえるよう、観光施設や名所の案内表示の意匠（デザイン）を統一化した上で、充実していきます。

また、市内にある道の駅と各町域の観光施設をネットワーク化し、そのエリアでの観光プログラムが展開できる取組を進め、ふるさと宍粟観光ステーション（仮）と各道の駅をネットワーク化し、宍粟市全体を面として観光者を受け入れる環境を整備していきます。



2 現状と今後の取組

●それぞれの観光施設や登山道などで案内看板の整備は進んでいますが、全体としての観光サイン計画の策定や統一したデザインは策定されていません。

○観光案内経路の整理及び観光サイン計画を策定し、行政機関や観光関連事業者等と連携・協力し観光看板の面的整備を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
観光案内経路の整理			
宍粟市 観光サイン計画(仮)の策定			
観光看板の面的整備			

2 ものづくり - (6) 観光資源の付加価値を高める

⑨ 自然資源の保全とエコツーリズムの実践に向けたフィールド整備

1 施策の概要

宍粟市の自然資源は、氷ノ山三の丸に代表されるとおり県下でもトップクラスのスケールを誇ります。それらは市民のみなさんには幼いころから身近にあるため、特段気にせずに過ごしているかもしれません。しかしながら、都市部からの観光者にはこの上ない癒しのステージがそこかしこに存在している環境であることは、まぎれも無い事実であります。

ただ、漠然と「素敵な自然がいっぱいですからどうぞ！」と手放しの状態では多くの観光者は訪れてくれません。地元のガイドやインストラクターを育成し、四季折々の体験型ツーリズムを展開し、観光者を呼び込み、そこで活躍できる市民の雇用や生きがいづくりの場となることが大切だと考えます。

そこで、エコツーリズムの拠点整備やプログラムづくりを進め、情報発信を行います。また合わせて、氷ノ山森林基幹道「瀬川・坂ノ谷線」の整備を関係機関に要望していきます。

2 現状と今後の取組

- 氷ノ山へのアクセス道路・案内看板・トイレなどを整備し、氷ノ山バスツアーを実施しています。
- 赤西セラピーロード・国見の森セラピーロードを整備し、森林セラピーを実施しています。

○氷ノ山では新たな登山ルートを開設し、氷ノ山登山の魅力を向上させます。

○森林セラピーでは新たなセラピーロードを指定し、森林セラピーの魅力を向上させます。

○国道29号線の自転車・バイクツーリング環境の整備の充実を図ります。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期 概ねH29~H30	中期 概ねH31~H32	長期 H33~
氷ノ山新登山ルートの開設			
新たな森林セラピーロードの指定			



2 ものづくり - (6) 観光資源の付加価値を高める

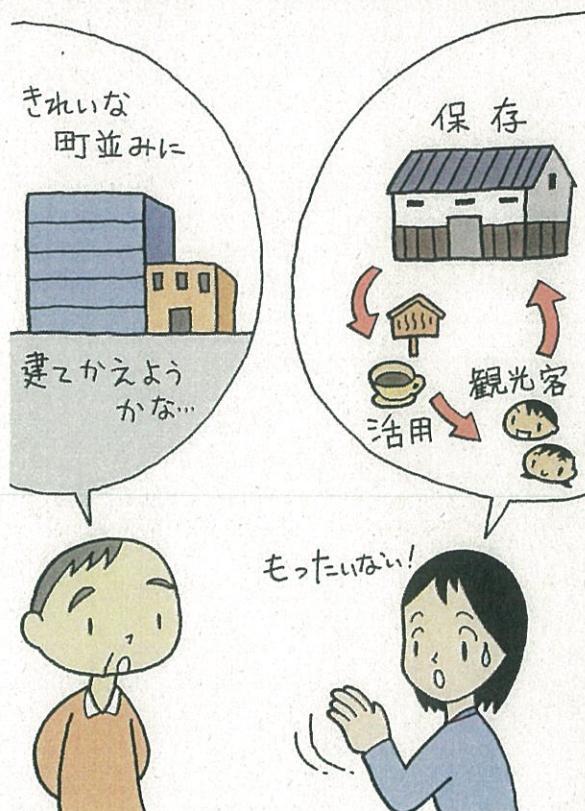
⑩ 歴史資源の保全とまち歩きの環境整備

1 施策の概要

悠久の歴史を誇る宍粟市では、歴史旧跡巡りの観光ルートづくりが期待されます。古いまち並みに魅力を感じる観光者は多く、全国各地にもそういう建物やまち並みを利用した観光スポットは多く存在しています。

宍粟市においても、日本酒発祥の地や、歴史ある造り酒屋やその跡を利用した町屋カフェなど、城下町の趣を感じられるまち並みが残っており、周辺の寺社と合わせてまち歩きルートを確立させると、新たな客層を呼べる観光ルートのひとつになると見えます。

ただ、古いまち並みも改築等でそのたたずまいが消えつつある中、主要な建物を保全していく取組を検討していきます。



2 現状と今後の取組

- 商店主や宍粟市商工会・住民・各種団体などが城下町の面影が残る山崎中心市街地の資源を見直し、観光客を呼び込み、地域の活性化を図るために平成27年度から協議を重ね、平成28年度には「山崎中心市街地活性化委員会」を設立し、活性化に向けた計画を策定されています。また、イベントも開催されています。
- 揖保川の高瀬船の基点のあった“せせらぎ公園”や紅葉の美しい“最上山公園”的整備を行っています。

○山崎中心市街地活性化委員会が行う活動に対して支援を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
山崎中心市街地活性化の取組			

2 ものづくり - (7)土産物・特産品をつくる

⑪ 宮栗オリジナルグッズ・土産物の開発

1 施策の概要

宮栗市のお土産は、農産物やその加工品が多く見受けられますが、旅の記念となるグッズが無いという声を聞きます。特に宮栗50名山の登山や森林セラピーで来られる旅行者のみなさん、宮栗の美しい風景に感動を覚えられた旅行者から、ポストカード等宮栗を訪れた記念のグッズが無いかとの問い合わせがあります。ニーズ調査を行い、オリジナルグッズの開発を進めて行きます。

例えば、

- ・しーたんの形をしたクマ除けの鈴
- ・宮栗50名山記念バッジ（50個集めて飾られる額も合わせて販売）
- ・宮栗50名山バンダナ・スポーツタオル
- ・気分は檜風呂「宮栗ヒノキの香り玉」
- ・薪ストーブ用の薪（広葉樹）
- ・宮栗杉のペレット

などなど・・・。



2 現状と今後の取組

- 薪やペレットの生産は行われていますが、オリジナルグッズや土産物といえるものの開発はできていません。

○公益財団法人しそう森林王国観光協会において先駆的に土産物を開発・販売を行い、定番となる土産物の開発を目指します。

○宮栗産物の認証制度をつくり、土産物や特産物の開発・販売を促進します。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
製品の開発			
販売統一意匠・ロゴの検討			

3 ことづくり - (8) 業種間・地域間の連携を促進する

⑫ ニューツーリズムの推進

1 施策の概要

近年、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなど体験的要素を取り入れた新しいタイプの観光であるニューツーリズムが注目されています。

ニューツーリズムは様々な地域課題の解決に向けて有効な手段となり得るものですが、これには旅行会社主導でなく、地域の立場から価値を発信する着地型観光への転換が重要となります。

現在、公益財団法人しそう森林王国観光協会がニューツーリズム事業に取り組んでいますが、その取組をさらに発展させるとともに、王国観光協会を中心となって市をはじめ多様な主体と連携し、ニューツーリズムの推進体制を整備します。

また、ふるさと宍粟観光ステーション（仮）を核として、ニューツーリズムの観光商品化を図ります。

2 現状と今後の取組

- 公益財団法人しそう森林王国観光協会が主体となり、森林セラピーツアーや氷ノ山バスツアー・50名山登山ツアーを開催しています。

○今後も日本酒発祥の地めぐりやヘルスツーリズムなど各ツアーを開催します。

○公益財団法人しそう森林王国観光協会が自らツアーが行えるよう旅行業の認可を受け、宿泊施設やバス会社と連携し、新たなツアーの商品化を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
既存ツアーの開催			
ニューツーリズムの商品化			



3 ことづくり - (8) 業種間・地域間の連携を促進する

⑬ 魅力的な観光ルートの開発

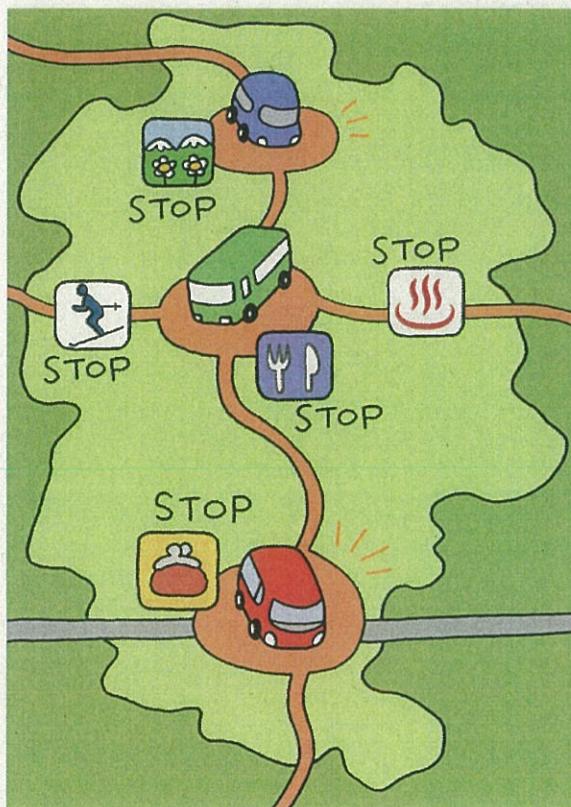
1 施策の概要

観光地の付加価値を高めるためには、統一のテーマにそって個々の観光資源を繋ぎ合せ、観光ルートを明確化することが重要であると言われています。

宍粟市には「自然と遊び」、「歴史と伝統」、「食と催事」といった様々なテーマがあり、温泉や宿泊施設なども充実しています。また、これらの魅力や特性は季節によっても変化することから、その組み合わせによって多様な観光ニーズに対応することが期待されます。

さらには周辺地域や他県域の観光地との連携、都市部や旅行会社との連携など、より広域的な連携の中で宍粟市の価値を発信することにより、大きな効果が期待できます。

そこで今後はターゲットとなる観光客のニーズを十分に踏まえながら、魅力的な観光ルートの開発を進めます。



2 現状と今後の取組

- 観光ルートを載せたパンフレット（宍粟市観光マップ、兵庫西播磨ドライブ日和、バイクツーリングマップなど）を作成しています。
- 平成28年3月に日本風景街道に登録し、宍粟市から鳥取市までの観光ルートの検討やイベントを開催しています。

○既存観光ルートの周知と充実を図ります。

○外国人向けの観光ルートについて、周辺自治体と連携し、ルートの開発を行います。

○観光における公共交通の活用について調査・研究を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
既存観光ルートの充実			
外国人向け観光ルートの開発			
公共交通の活用調査			

3 ことづくり - (9) 観光イベントを効果的に盛り上げる

⑯ 効果的な観光イベントの展開

1 施策の概要

観光イベントは一度に多くの集客が図れる、地域のPRやイメージアップに繋がる、イベント会場の周辺地域にも経済波及効果をもたらす、など観光振興を行う上で有効な手段となりうるもので

一方で周辺の交通渋滞や、ゴミの散乱、来訪者と住民のトラブルなどの問題点も見られます。また、長年継続している観光イベントの中には内容がマンネリ化しているものや、効果の検証が行われず、前述のような成果に繋がっていないものもあります。

そこで今後は、『森林王国 宮栗の価値を発信する。』、『地域への経済波及効果に繋げる。』といった目的の明確化を図る中で、既存の観光イベントを見直し、市全体として効果的な観光イベントの展開を図ります。



2 現状と今後の取組

- イベント時の駐車場にも使用できる多目的広場を中国自動車道山崎IC付近に整備しています。
- 山崎納涼夏祭り、最上山もみじ祭り、音水湖カヌー祭り、クリンソウまつり、スキー場の雪まつりには多くの観光客が訪れています。
- イベントシーズンでは、同じ日に複数箇所でイベントが開催されています。地域イベントも含め、イベント情報の収集・発信を行い、相乗効果の出せる仕組みを検討します。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
効果的な観光イベントの展開			

3 ことづくり - (10) 戰略的なマーケティング活動を展開する

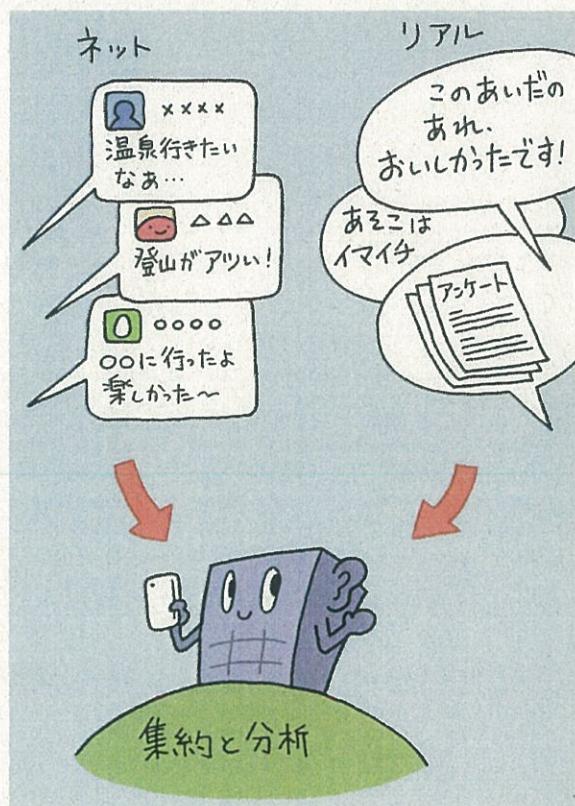
⑯ 効果的な観光プロモーションの推進

1 施策の概要

観光客を誘致するためには商品やサービスなどのプロモーション(売込み)が大切です。従来の観光プロモーションは、「来て欲しい。」「知って欲しい。」という“売り手の視点”に立ったものが多く見受けられました。

しかし、実施に効果的なプロモーションを行うためには、“観光客 = 消費者”的意見に傾聴し、そのニーズを把握する必要があります。また、観光客の消費行動には『①エリアの情報に気づく → ②エリアに興味を持つ → ③エリアの情報を収集する → ④エリアを旅行する → ⑤エリアを共有する』といったパターンが見られ、それに応じて媒体や手法を選択する必要があります。

今後はこれらのこと踏まえ、戦略的な観光プロモーションを展開します。



2 現状と今後の取組

- 観光プロモーションに向け平成27年度にGAP調査を行い、観光地としての認知度が低い、観光地としてのイメージが形成されていない、来訪すれば満足度は高いという結果が出ています。
- 姫路市に宍粟市PR館「きてーな宍粟」を設置し、観光情報等の発信を行っています。

○ GAP調査の結果を踏まえ、公益財団法人しそう森林王国観光協会が主体となって観光プロモーションを行います。

○ 宍粟市PR館「きてーな宍粟」の機能強化を図り、一層の観光情報等の発信を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
観光マーケティング調査			
観光プロモーションの展開			

3 ことづくり - (10) 戰略的なマーケティング活動を展開する

⑯ 観光情報の集約と発信

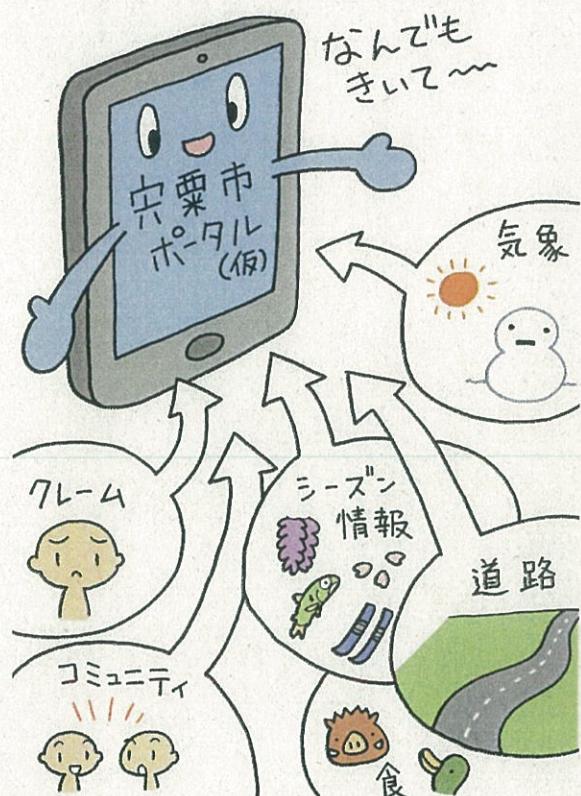
1 施策の概要

公益財団法人しそう森林王国観光協会には、花の開花状況や紅葉、登山道の通行可否やスキー場の積雪などについての問合せが多く寄せられます。宍粟市に興味を持ってもらうためには、新鮮で正確な情報を発信する必要があります。

また、観光客から寄せられる感想や苦情も、観光の質を高めるための大切な資源です。

さらに観光客や地域の住民によって新たな観光資源を見出されることもあります。最近はSNSにより、そのような情報が一気に広がることも多くなってきました。

今後の観光振興を図る上では、このような情報を一箇所に集約し、効果的な発信手法を構築します。



2 現状と今後の取組

- 観光協会のHPをリニューアルし、花の開花情報や観光情報を提供しています。また、SNSによる観光情報を提供しています。
- 地域おこし協力隊によるSNSや企業訪問などで観光PRを行っています。

○公益財団法人しそう森林王国観光協会が観光情報を集約し、発信を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29~H30	概ねH31~H32	H33~
宍粟市観光データベース(仮)の構築			
宍粟市観光ホームページの検証・更新			
情報収集、発信の一元化			

3 ことづくり - (10) 戰略的なマーケティング活動を展開する

⑯ 評価と改善の仕組づくり

1 施策の概要

ふるさと宍粟観光条例は、観光立市に向けた基本理念として「それぞれの主体が継続的に観光振興に係る取組の評価と改善を行うこと」を定めています。

旅行者は事前の情報収集の中で、観光地に一定の期待を抱いて訪れます。実際の満足度がその期待を大きく上回ると、「また来たい。」という思いから、リピーターとなります。

リピーターが再度地域を訪れる場合は、前回の訪問時の良いイメージを持って地域に入ってくるため、再度リピートしてもらうためには、さらにそれ以上の満足度が必要となります。

息の長い観光地、継続的に成功を収めている観光地ではこのような傾向に対応するため、常に質の向上を図っています。今後は独自の統計調査等を実施し、仕組の構築や意識改革を促進します。



2 現状と今後の取組

●観光入込者数、観光消費額の調査を行っています。

○定期的に観光客の満足度調査（アンケート）を行います。

○定期的にWeb調査を行います。

3 取組のスケジュール

実施内容	短期	中期	長期
	概ねH29～H30	概ねH31～H32	H33～
観光客の満足度調査			
Web調査			
年次評価と改善の実施			