



—発信したい観光資源—

ウォーキングを核とした
観光ポイントの発信と集客について

町を楽しむ会

チーム名称	町を楽しむ会
設立趣旨	<p>まちの各種施設や野外スポットなどに集い、人と人が出会いの中で交流を広げることや、観る・聞く・話す・体験するなどを通じて楽しい時間を共有できる企画を実行する会と定め、その活動によってまちの発展に関する活動を展開しながら、まちのお楽しみ情報を町内外に発信することをめざす。</p>
活動実績	<p>会が発足して7年目。まちの活性化を目指し、まちの歴史・伝説を学ぶ町めぐり・歴史ツアーをはじめ美味しいもんめぐりツアー、ウインターイルミネーションに併せたプロジェクションマッピングの上映、施設を活用した講演会・コンサートの実施など継続的に活動してきた。現在は経験をふまえ自分たちで稼ぎだす工夫をしながら活動している。</p>

チームメンバー

氏名	紹介
福本千枝子 下森 弘之 永谷 昇 牧田 範子 渡辺 緑 川端よしこ	<p>代表</p> <p>まちのにぎわい（活性化）は、わたしたち自身がまちを知り、まちを楽しまなければ、外から訪れた人を楽しませることはできないという思いでいる。各種イベントを通し、口コミでこのまちのいいところを発信できるよう心がけている。</p>

提言要旨

①政策提言テーマ

ウォーキングを核とした観光ポイントの発信と集客について

②提言理由

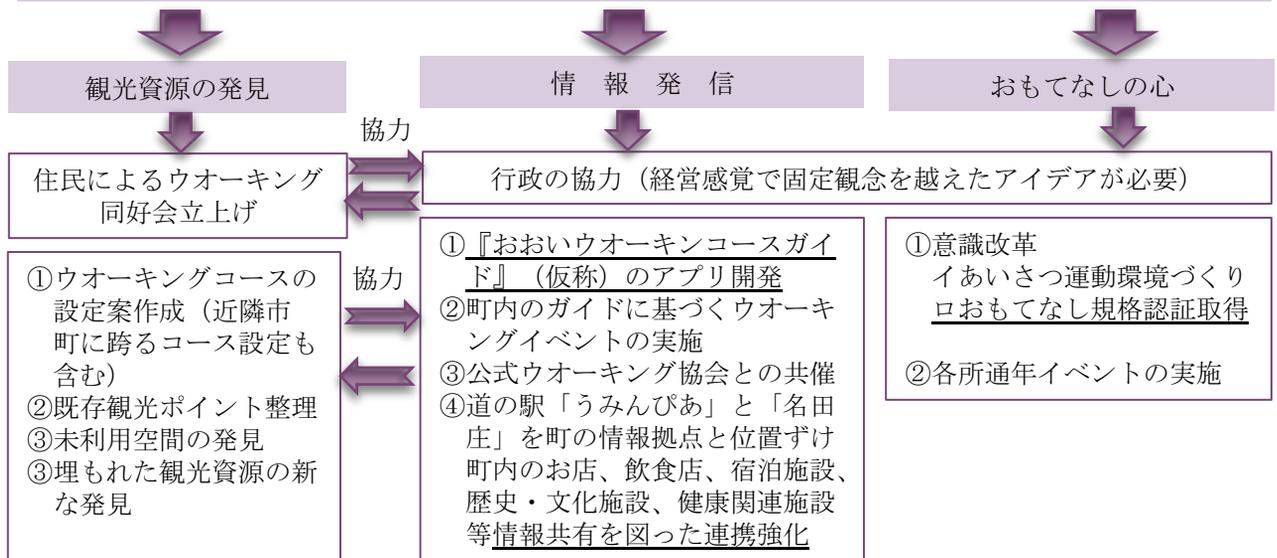
No	提言理由
1	超高齢社会になりつつあるわが町の対策の一つとして、観光分野で「人の流れをつくり」ながら「誰もが気軽に参加できる健康づくり」という視点が求められる。
2	まちの良いところを知ってもらふ交通手段は、車よりも、少しでも滞在時間を長くできる徒歩が有効で、乗り換えのためのトランジット機能である駐車場が無料でどこにも点在している。
3	ウォーキングは平凡ではあるが、人と人のふれ合いや新緑・紅葉を観たり、旬の物を頂いたり嗅いだりと五感の満足度を上げ、人生を楽しく豊かにしてくれる。

③提言内容

コンセプト

「既存の観光ポイント」は元より、「未利用空間」や訪れる人を暖かく迎える住民の「おもてなしの心」までもまちの観光資源と捉え、町の特色を生かしたウォーキングイベントにより、それら点と点を線で結び、私たち自身がまちの魅力を再発見し、町内外の人たちに「行ってみたいと思う心を起こさせる」活動を行う。

ウォーキングを核とした観光ポイントの発信と集客の方向性



④予想効果

ウォーキングイベントの実施と情報発信（口コミ、情報ツールの活用）によって集客の強化が図れ[人の流れ][人の賑わい]をつくれる。副次的には住民が身近な健康づくりとして、開発されたウォーキングコースの自主的活用を行い、「自分の健康は自分でつくる」という意識改善に寄与することができる。また、サービス品質を「見える化」する「おもてなし規格認証」を取得する過程で、周辺地域の関係者が関与することにより、地域の経済的側面と職場などの環境的側面を両立させる持続可能な発展につながり、お客様に対して大きなアピールにつながる

提言本文

1. はじめに

町を楽しむ会を立ち上げて7年半が過ぎた。まちの活性化は、先ず住んでいるわたしたちがこの町を知り楽しんでこそ達成できるという思いから始まった。この町は自然に恵まれ歴史も深くその他の都市に負けない立派な施設が人口の割に多数存在している。歴史文化を発信する若州一滴文庫や暦会館、スポーツ全般を楽しめる総合運動公園、うみんぴあの温浴施設、頭巾山青少年旅行村などが整備されている。それらをわたしたち住民が楽しむことによって、口コミでこの町の良さを発信できると考えた。

年間を通じていろいろな場所でイベントをする度に思うことがある。それはもてなす道具、つまり町民センターや図書館などのあまり使われていない会議室や未使用空間、地元の食材を生かした美味しいものであったりと、講演会やコンサート、手作りツアー（歴史巡りツアー、うまいもんツアー、うみんぴあツアー）など目的によってそれら道具を選び、訪れる人を温かく迎えふれあいながら集まるにぎわいこそが（雑踏や喧噪という意味ではない）、「まちの活性化」であると確信している。

人口減少問題はもちろんのこと、高齢化は今後も増加を続け日本全体では2025年には30%程度まで上昇するそうだが、おおい町は2015年に既に28%（推計）近くに達している。わたしたちの力で「移り住みたくなるまち」づくり「そしてそこで働きたくなるまち」づくりをしていかなければならないが、一朝一夕には成し得ないため、そこに至るための先ずは「人の流れ」をつくることから始めてみようと考え、「超高齢社会」「健康づくり」「まちの既にある資源」をキーワードにおおい町の魅力（＝個性）は何かを探りどの様に人を呼び込んで「人のにぎわい」をつくっていくかを提案したい。

2. 提言の背景

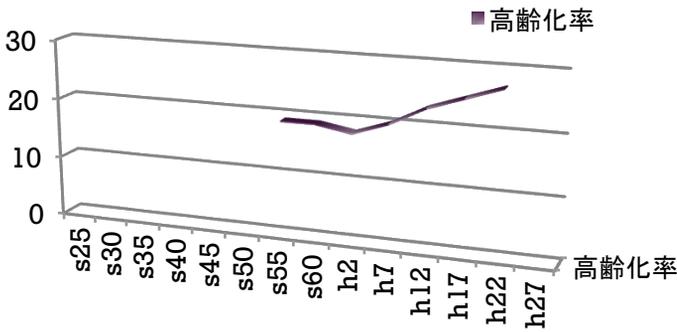
No	視点	背景	現状把握
1	超高齢社会の到来 & 健康づくり	(1)人口減少と伴に、高齢化が進み 2015年 の高齢化率は28%（推計）を越すところまできた。これは税収の減収や社会保障費が増大するため、住民サービス低下につながる。このため経済活性の切札として世界的にも成長性の高い観光産業が注目され、波及効果の裾野も広いと思われる。 (2)社会の成熟化に伴い、人々がゆとりや安らぎを求め、仕事と生活のバランスをとりながら趣味やスポーツなどの文化活動を求める傾向にある。 (3)誰でも気軽に参加できる健康づくりが求められる。	①人口特性
2	まちの既にある資源利用	観光はサービス業などと同じ第3次産業である。既にある資源（観光に活用できる）を再発見し、訪れた人にまちの良いところを知ってもらい、且つ滞在時間を長くしていただけるかの何らかの手を打たなければならない。	②地勢的・交通特性 ③歴史的特性

3. 現状把握

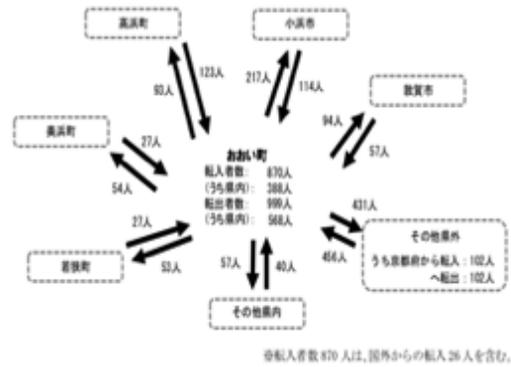
①人口特性

- おおい町においては平成2年頃から人口減少が続いていると同時に少子高齢化が急速に進み、まちの活力に自治体としてのコミュニティの維持が難しくなっている。
- 高齢化率(総人口に占める65歳以上の高齢者が占める割合)は平成22年度で約27%に達し、平成28年度以降は28%以上(推計)になっている。
- 一般的に7%を越えれば高齢化が進行していることを意味し、14%以上に達すれば高齢社会といわれている。また、高齢化についてはおおい町は福井県や全国よりも早く進行しているので、わたしたちの町は超高齢社会であることを住民みんなが認識しておかなければならない。
- 平成17年から平成22年にかけての人口移動(転入・転出)を調べてみると、福井県内では転出が転入を180人上回っている。特に隣接している小浜市への転入・転出が最も多く転出が転入を超過している。一概には言えないが、生活の住みやすさや安定よりも便利さを優先させたり、地域のしがらみからの逃避などが遠因かもしれない。

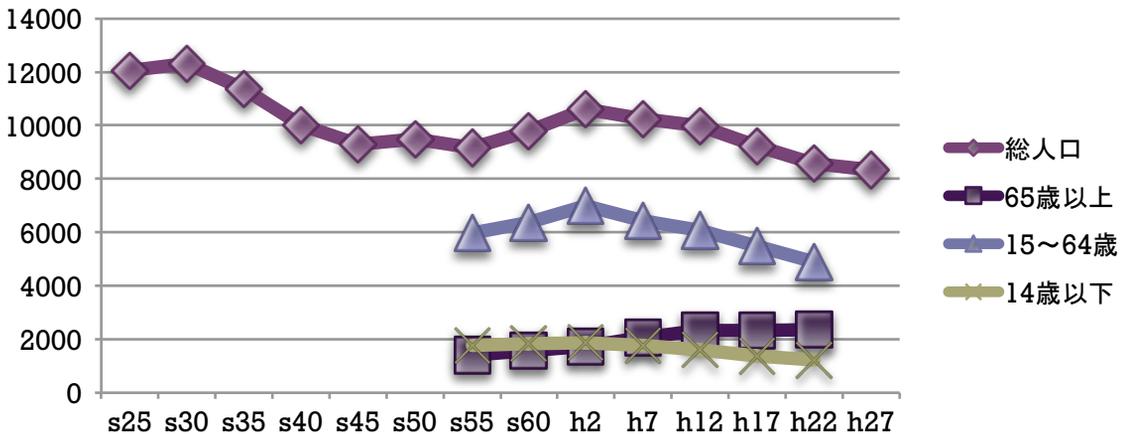
高齢化率



自治体間における人口移動 (H17~H22)



おおい町の人口推移



②地勢・交通の特性

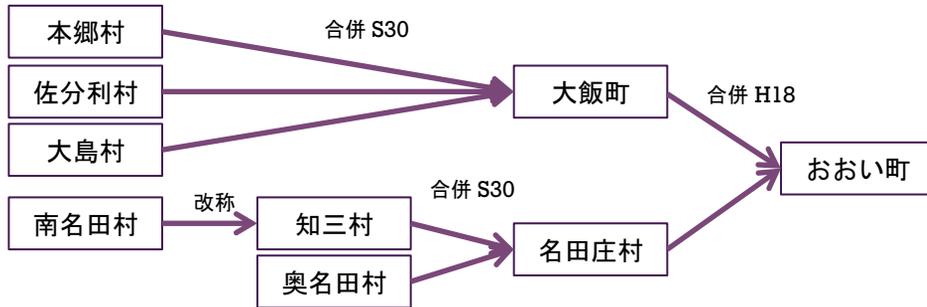
- ・若狭湾国定公園に指定されているおおい町の海岸線は、波静かな青戸入江や若狭富士の名で名高い青葉山を背景とした、青戸大橋によってつながれる大島半島の美しいリアス式海岸などを望む景観や、鯉が泳ぐ姿、蜃が飛び交う佐分利川もある。また、平成18年に町村合併した名田庄においては、京都府と接する県境に頭巾山や八が峰など標高800メートルを越す山々が広がり、特に八が峰は日本森林浴100選にも指定されている秀峰である。
- ・道の駅うみんぴあ・道の駅名田庄をはじめとした情報発信基地、住民や観光客のために整備された公園・施設は10年以上前から整備され他所と比べても遜色はない。
- ・若狭舞鶴自動車道やJR小浜線は、おおい町と他地域を結ぶ主要交通と位置づけられ、県道小浜綾部線も大飯高浜ICと繋がり町の幹線道路としての性格が強い。
- ・原子力災害時の広域避難道路の拡充として整備されつつある犬見のトンネルも、観光資源として活用できそうである。

憩い、心を癒す公園・施設として整備された箇所



③歴史的特性

- 古くから京の都と日本海を結ぶ重要なルートであり、人の往来も多かった。そのため、様々な都文化の影響を受けた形跡があり古墳や史跡、文化財が数多く残されている。
- 約9000年前の縄文遺跡である「岩の鼻遺跡」をはじめ、史実として未確認ではあるが、5世紀前半大和朝廷の天皇の墓といわれている「皇子塚」や大島半島を開拓した祖先を祀る聖地として全国的にも有名な「大島のニソの杜」など観光資源は限りなく存在する。
- 町村制の施行に伴い、次のような合併を繰り返し今のおおい町に形成された。





第2次おい町総合計画(H29.3策定 10年後のまちづくりの目標)によれば、町の魅力を最大限に引き出し、地域のつながりを活性化するため、町は土地利用を次の4つのエリアを基本に育成を図っているところである。

- にぎわい環境整備・活用エリア
- ふるさと環境整備・活用エリア
- 海的环境整備・活用エリア
- 山的环境整備・活用エリア

4つのエリアの構造概念図

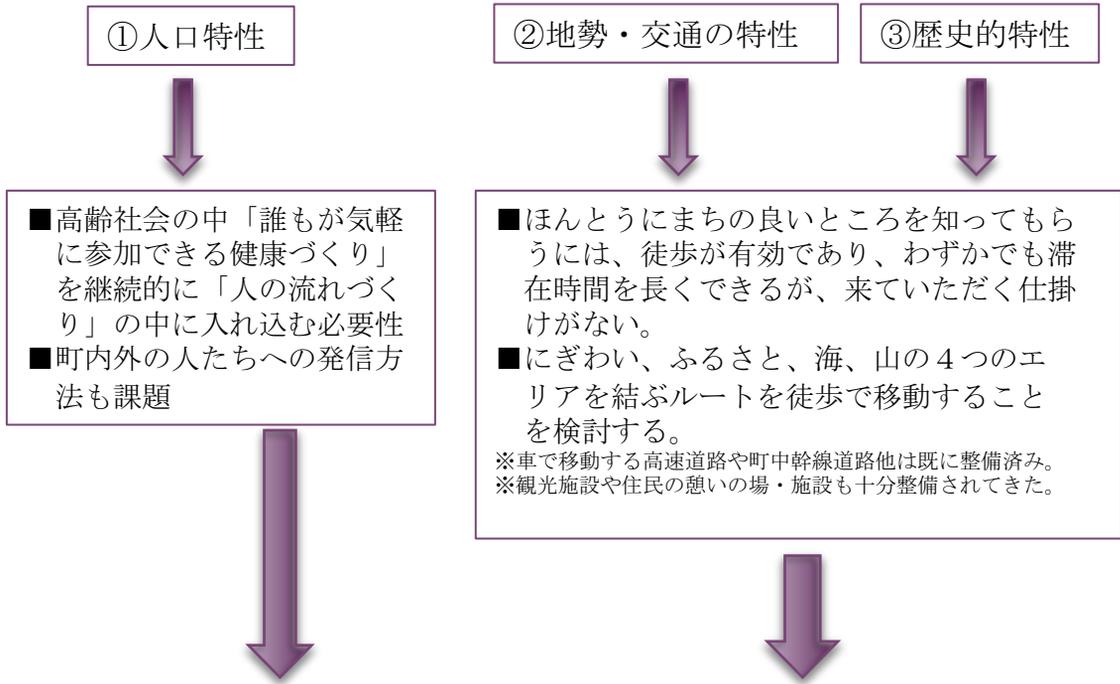


おい町を取り巻く広域系ルート図





4. まちの課題&課題達成の方向性



「人はなぜ旅をするのか」という問いに対し「人生を楽しく豊かにする」という考えから、まちの既にある観光資源を再発見しながら町のあちこちを楽しみながら散策し、それらを有機的に観光に結びつけ、超高齢社会の到来でまちの人たちの健康づくりと意識付けの施作と融合した対策を目指す。

ウォーキングを核とした観光ポイントの発信と集客について

コンセプト	「既存の観光ポイント」は元より、「未利用空間」や訪れる人を暖かく迎える住民の「おもてなしの心」までもまちの観光資源と捉え、町の特徴を生かしたウォーキングイベントにより、それら点と点を線で結び、私たち自身がまちの魅力を再発見し、町内外の人たちに「行ってみたいと思う心を起こさせる」活動を行う。
-------	---

5. 方策立案

①観光資源の発見

住民によるウォーキング同好会立上げ

<目的>

近年の健康志向や環境意識の高まりから、その土地ならではの自然、文化、歴史など優れた観光資源をウォーキングでゆっくり楽しむ愛好者を対象に、同好会会員の健康増進と交流ならびに、まちの景観保全に貢献することを目的とする。

<運営>

会はボランティア運営とし、イベントは全員でテーマを設定を行った後、会員が自主的にコースの検討を行い設定する。

ウォーキングコースの設定

コース設定例 1

コース設定例 2

<テーマ設定> (例)

- ①にぎわいエリアを楽しむ
- ②にぎわいエリア→ふるさとエリア (里山や文化にふれる)
- ③にぎわいエリア→海エリア (海岸線の美しさを楽しむ)
- ④山エリアを楽しむ

その他、点在する遺跡など文化・歴史を味わうコースなど無数にコース設定ができる。

<コース設定>

同好会員の安全を最優先に、できるだけ幹線道路を避け生活道路や農道などを活用したコースとする。

既存観光ポイントの実体験

従来から整備されてきた公園・施設や観光ポイントを、わたしたち住民が自ら足を運び楽しんでみる。

未利用空間、埋もれた観光資源の探求

未利用空間とは？

公園・施設や観光ポイントなどのポイントをウォーキングという線で結びつつ、更に楽しめるポイントがないか発見する楽しみを創出する。

②情報発信

「おおいウオーキングコースガイド」
(仮称) アプリの作成追加とは？

「おおいウオーキングコースガイド」 (仮称) アプリの開発追加

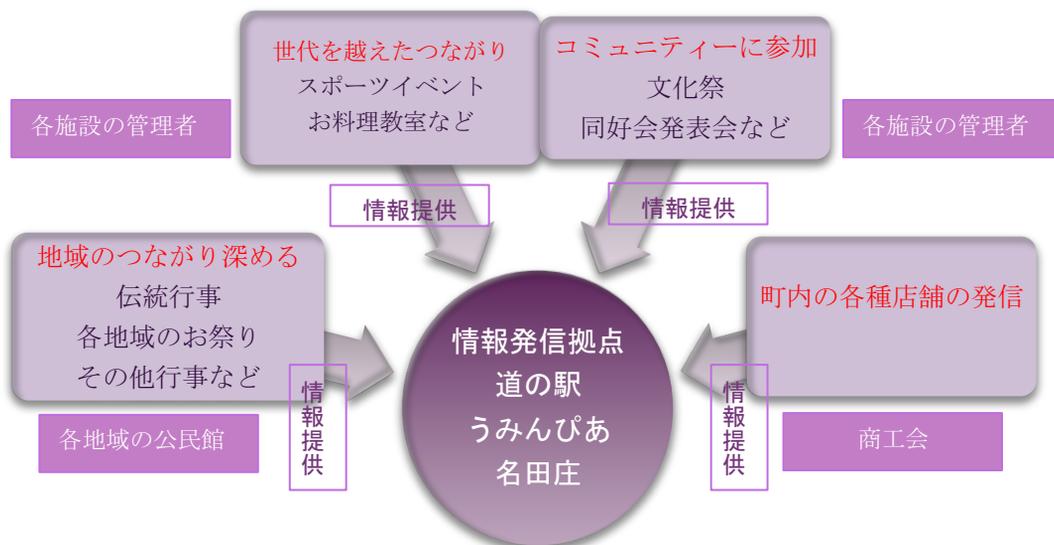
- ①道の駅うみんぴあホームページ見開きに「おおいウオーキングコースガイド (仮称)」を追加することにより、アクセスしていただいた方々に詳細を見ていただき、おおい町を楽しみながら巡ってもらう。
- ②更に、実際コースに出られた方用に、スマホに無料ウオーキングアプリ※をインストールしていただき楽しんでもらう。
(※NAVITIME-ALKOO、歩数計Maipoなど)

ガイドに基づくウオーキングイベントの実行

- ①町内ウオーキングイベントの開催
4回/年程度を目標に町内のウオーキングイベント開催する。毎回季節に合ったコースを選定し参加者に飽きさせないイベントにする。
- ②日本ウオーキング協会などと共催し、県外からもウオーキングイベント参加者を募るとともに情報発信に努める。

情報共有を図った連携強化

町全体を1つのチームとして捉えるならば、情報共有はチームワークの基本中の基本である。町内の各地域のお祭りや伝統行事、スポーツイベント、コンサートや講演会などの情報共有を行い、各部署が簡単スムーズにスケジュール管理したり、まちを訪れて来てくれた人たちに発信できる仕組みづくりを行う。



(使用例) サイボウズOfficeなど

- ・スケジュール・施設予約管理
- ・メッセージ
- ・掲示板機能
- ・メール
- ・電話メモ機能
- ・決済承認などワークフロー機能
- ・顧客情報一元管理機能
- など

③おもてなしの心

あいさつ運動の展開

「あいさつ」は、地域のコミュニケーションの活性化が図れ、豊かな人間関係を築いてくれるといわれている。その効能を今一度確認し「積極的おもてなしの心」を持つためのまちぐるみのキャンペーンを行う。（住民と行政が一体となって行う必要がある）

おもてなし学習会

おもてなし規格認証
とは何か？

- ①「おもてなし規格認証」を取得することが学習につながる。
- ②わたしたち自身がまちを良く知るため、それぞれの施設や観光ポイントに直接足を運び、見て・聞いて・味わうなど五感を駆使した体験をして、楽しむことによって発信力を付ける。

<おもてなし規格認証の7つの取組項目>

- ・情報提供に関する取組
- ・設備に関する取組
- ・職場などの環境改善に関する取組
- ・業務の改善に関する取組
- ・ツールの導入・用意に関する取組
- ・顧客理解・対応に関する取組
- ・人材教育・育成に関する取組

常に集客するための頻繁な小イベント開催

にぎわいは集客である。住民は元より訪れる人たちに、いつもおおい町は何か催しをやっているという印象を持っていただくため、各種イベントの回数を増やすことによって「おもてなしの心」を持つ感性を高めることができる。

- ・おもてなしの創意工夫が生まれる。
- ・どんなことを行えば人が集まるのか理解できてくる。
- ・イベント慣れし、コミュニケーションのとり方の向上がめざせる。

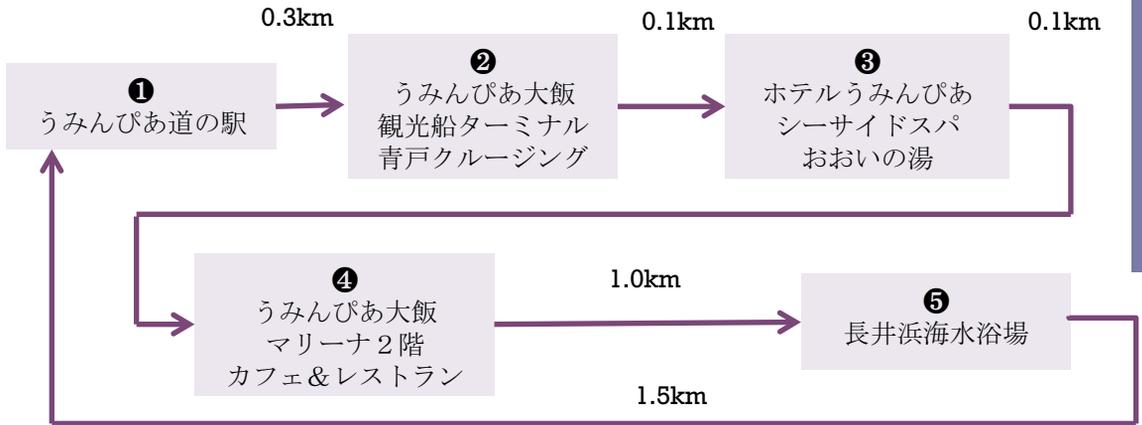
<実施例>

- ①小コンサートの実施（人前で発表したいと思っている人は以外と身近にたくさんいるものである。その分野のアーティストたちと連携をとりながら活動を継続する）
- ②小ツアーの実施（実施例：うみんぴあの複合レジャー施設を巡るツアー、美味しいもん巡りなど）
- ③特におおい町は健康に関する施設（あみーシャン、おおいの湯、アクアマリンなど）が多数あるため、連携したチケットの発売などの実施。
- ④イベントのネーミングの工夫（アイデア）



コース設定例 1

①にぎわいエリアを楽しむ 3 km 1時間



- ① おおい町の観光の玄関口
- ② 大自然を間近に感じられる小浜湾周遊が楽しめる。(3月～11月 4便/日)
- ③ モダンなリゾートホテル、レストランもあり一般客もランチやディナーができる。シーサイドスパ おおいの湯は美容と健康に効果的なタラソテラピー、ジャグジープール、サウナをそなえたプール。露天風呂やサウナもある。
- ④ 若狭湾の中央に位置し、日本海最大級のマリーナでマリナーの拠点。研修室やシャワールームを備えたクラブハウスなど充実した施設。2008年「海の駅」に認定されている。
- ⑤ 広々とした白い砂浜と芝生広場があり、国道沿いでアクセスも良くサンタリー棟なども充実。砂浜の砂は長崎から運ばれて来た人口浜である。また、おおいビーチクラブがあり、4月から12月の毎週土曜日、カヌーなどの体験プログラムが用意されている。



コース設定例 2

②にぎわいエリア→ふるさとエリア
(里山や文化にふれる) 10km 3時間

14

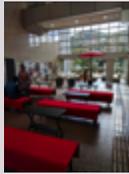


- ① 青戸大橋は全長743m、幅8mの小浜湾に掛かる橋
- ② 川柳文学碑、おおい町給食センターの山側裏道を行くと数百メートル間隔に文学碑が鎮座している。
- ③ 岡田集落の山側に西安禅寺は位置する。近傍には作家水上勉の著書「はなれ瞽女おりん」で有名なおりん堂、おりん地蔵がある。
- ④ 直木賞作家水上勉が開設した文学・美術などの資料を展示する施設。
- ⑤ 綾部市を境とする山々を水源とする佐分利川には悠々と鯉が泳ぎ、春は美しい桜並木を鑑賞できる。
- ⑥ 温泉を核にした健康増進とふれあいを目的にした施設。軽食喫茶、カラオケも楽しめる。
- ⑦ 健康と福祉を目的にした施設であるが、渡辺画伯の大作も鑑賞でき休憩も可能



未利用空間とは

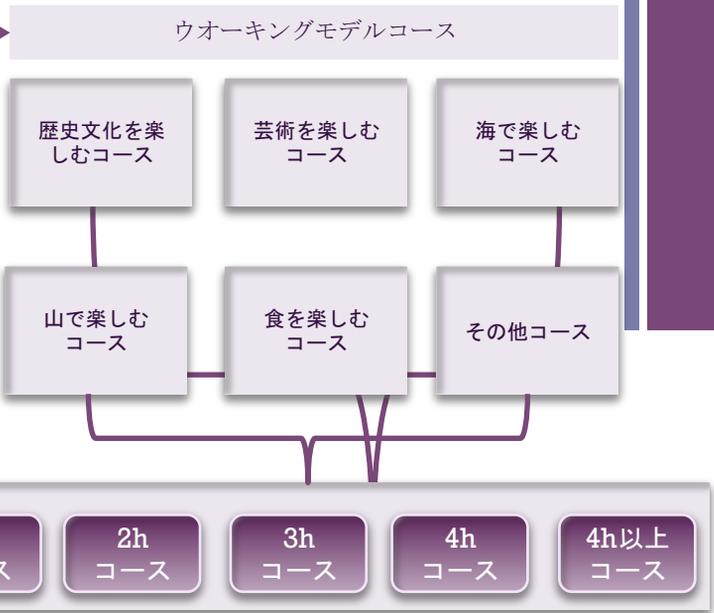
町内には他の都市に負けない立派な施設・設備があるが、それらをきちんと住民が使うことにより、まちが息づき、まちの魅力・個性開かれたまちになり、訪れた人に安心感と面白さを同時に提供することができる。

例	未利用空間と活用例	参 考 資 料
1	シーサイドスパ おおいの湯 1F, 2F →講演会・コンサート	  
2	保健福祉センター なごみ 玄関右、調理室 屋上休憩エリア →コンサートなど	  
3	郷土史料館 図書館玄関ロビー 郷土史料館2F会議室 →コンサート・講演会	 
4	町民センター3F視聴覚室 その他会議室 調理室 →カラオケ、講演会	 
5	こども家族館 4F展望室 →まちの 目玉観光スポット	  
6	道の駅うみんぴあ 会議室 →コンサート・講演会 研修会など	
7	うみんぴあの 広大な芝生 →エンターテイメント	

「おおいウオーキングコースガイド」 (仮称)
アプリの作成追加例



無料ウオーキング
アプリ読込用QR
コード



各コース地図を表示し見やすい画面構成にする。また、以下のポイントも挿入する。

- ・観光ポイント (写真挿入)
- ・距離
- ・スタート・ゴール地点

無料ウオーキングアプリの例

**楽しく歩いて
継続できる**

グラフで振り返る

歩数、距離、カロリーをグラフで表示
日々の比較に役立ちます

目的地までのルート表示

「距離が短い」「裏通り優先」など
複数のルートの比較もできます

この日はどんな1日?

歩数、行った場所、写真などで、
1日の出来事を簡単に振り返れます

コースを歩

全国のオススメ散歩:
自分に合ったコースを

おもてなし規格認証とは

おもてなしマイスター協会が提供する「おもてなし規格認証」とは、経済産業省が国内のサービス産業事業者のサービス品質を「見える化」するために創設した規格で、サービスの活性化・生産性向上を目的としている。サービスや経営の品質を形で表すことはなかなか難しいが、「情報提供」「設備」「職場の環境」「業務改善」「ツール導入」「人材育成」「顧客理解」等の観点で構成された項目をチェックすることで、組織の強みやできていること、改善すべきことを見直すことができる。認証取得を目指して業務改革を図ったり、取得後に認証マークを名刺やウェブに載せて、おもてなしのアピールにつなげたりと、認証を組織活性化や販促・広報に活用することが可能。

「おもてなし規格」の定義について

顧客・従業員・社会（地域）の満足を高め、発展させ続ける「プロセス」です。

「おもてなし規格」4つの定義

「お客様」の期待を元に、共に価値を創ること	地域・社会と共生していくこと
「従業員」の意欲と能力を引き出すこと	継続・発展していくこと

サービスの多くは、接客を通じて提供した「製品」とその製造の「プロセス」から成り立ちます。

「製品」とは、例えば、提供した飲食物の味や温度などを含み、その評価は、時代や受け手によって日々変わるものです。したがって、絶えず変わる市場評価やさまざまな消費者からの支持など、複数の観点から「見える化」すべきものです。

おもてなし認証各ステップの定義



「サービス版ISO規格」に近く、将来は国際標準規格に格上げを模索しているところである

6. 経費積算

活動開始2年間の経費を試算

No	対策項目	試算概要	金額(円)
①	ウォーキング同好会立ち上げ	同好会につき考慮せず	経費不要
②	「おおいウォーキングコースガイド」(仮称)の開発	・アプリケーション開発会社に発注 ・既にあるHPの改造にあたるため、メンテ費用不明	3,000,000
③	日本ウォーキング協会加盟	自治体として加盟した場合	50,000
④	日本ウォーキング協会とおおい町との大会共催	実績を積んだ上での共催ということで、準備期間中の経費は今回検討せず	不明
⑤	道の駅うみんぴあ・名田庄を核としたネットワーク構築するための情報共有ツール	例：サイボウズofficeの場合 月額1ユーザー当たり500円 ユーザー数=50とした場合	600,000
⑥	おもてなし規格認証の導入	第1ステップ コンサルタント料 300,000円/年 (初年度：6回実施、交通費含) 第2ステップ 導入1年目 更新料10,000円 導入2年目 審査料+認証料=30,000円 但し、審査は1回/2年	310,000

7. スケジュール

	1年目	2年目	3年目	4年目
① 町民によるウオーキング対策委員会発足・活動 ウオーキングコース設定検討 観光ポイントの整理 埋もれた観光ポイントの発見 未利用空間の発見	同好会発足			
② おおいウオーキングコースガイドアプリ開発		開発		
③ 日本ウオーキング協会加盟	日本ウオーキング協会加盟			
④ 町内ウオーキング大会開催 日本ウオーキング協会共催		町内ウオーキング大会開催	日本ウオーキング協会と共催	
⑤ 道の駅うみんぴあ、名田庄を核にしたネットワークを構築するための情報共有	情報共有ツール使用開始			
⑥ おもてなし規格認証の取得	紅認証取得	紅認証更新&金認証取得準備	次ステップチャレンジ	

8. 予想効果

- (1)ウオーキングイベントの実施と情報発信（ロコミ、情報ツールの活用）によって集客の強化が図れ[人の流れ][人のにぎわい]をつくれる。但し、地道な活動が必要で定着するまでにはかなりの期間を要すると思われる。因みに若狭町が主催する「三方五湖ツーデーマーチ」は1日で約2000人を集めるまでに28年間を要している。しかし、町内の潜在的観光資源の発掘、未利用空間の再活用については進展すると思われる。
- (2)副次的には町民が身近な健康づくりとして、開発したウオーキングコースの自主的活用等で、「自分の健康は自分でつくる」という意識改善に寄与することができる。
- (3)情報共有ツール（掲示板・メッセージ機能、電話メモ機能その他スケジュール・ファイル管理など）活用により、町内の各部署、各会社の情報共有が良くなり、各サイトのイベント計画に迅速に反映できゆとりが生じ、おもてなしにプラスとなる。
- (4)サービス品質を「見える化」する「おもてなし規格認証」※を取得する過程で、周辺地域の関係者が関与することにより、地域の経済的側面と職場などの環境的側面を両立させる持続可能な発展につながり、且つ、おおい町を訪れるお客様、観光客に対して大きなアピールにつながる。
※様々なサービスの品質の見える化を目的に、経済産業省が平成28年に創設した「おもてなし規格認証」制度は、将来的にISO 国際標準規格まで育てようと検討されている。自治体で初めて認証されたのが、昨年、青森県のむつ市役所で「紅」認証登録された。わたしたちの町も「紅」以上の認証を取得すれば、「おもてなしナンバーワンのまち おおい町」となり注目度も確実に上がる。
(また、となりの高浜町はビーチの国際環境規格「ブルーフラッグ」をアジアで初めて取得し注目度が上がってきている。)
- (5)ウオーキング協会との連携により全国的に広くおおい町を知ってもらえる。
- (6)滞在時間が伸びることで、飲食店や宿泊施設など利用してもらえる。
- (7)町民が訪れた人たちとの顔を合わせ、コミュニケーションをとる機会が増えるため、本来のおもてなしができる。