

# 第2次胎内市観光振興ビジョン

平成31年3月

(計画期間：平成31年4月1日～平成41年3月31日)



胎内市

## 【はじめに】

- ・ 少子化による人口減少や高齢化が進むわが国、特に地方部において、観光は地方創生及び経済活性化の大きな柱として期待されています。
- ・ 胎内市においては、それまでの中条エリア、黒川エリアでの観光への取り組みを基にし、平成21年に「第1次観光振興ビジョン」を策定、胎内市が目指すべき姿や将来を見据えた観光振興の方向性や、具体的・戦略的な方策を示しました。
- ・ その後、ビジョンに基づく取り組みにより、各種体験プログラムの造成、胎内リゾート主要施設を運営する組織の設立による誘客活動や受入体制の強化、米粉を軸とする食に関する取り組みの立ち上げ及び継続的な活動など、各種の取り組みが進展しました。
- ・ しかしながら、各種取り組みの地域内外との連携の弱さ、観光関連データの不足、十分とは言えない推進体制や市民参加など、十分に組み合わせていない課題も様々存在します。
- ・ 一方で、日本を訪れる外国人観光客の急増、情報通信関連技術の発達を背景とした情報収集・発信方法の大きな変化など、胎内市の観光を取り巻く環境は大きく変化しています。
- ・ そこで、これまでの取り組みの成果や課題、観光を取り巻く環境変化を踏まえ、新たな観光振興の方向性を示すものとして「第2次観光振興ビジョン」を策定しました。
- ・ 今後は、この第2次観光振興ビジョンに基づき、市民、事業者、行政の枠を越えて、胎内で生活する皆で一緒に取り組んでいきましょう。
- ・ 計画期間は平成31年4月1日～平成41年3月31日までの10年間

## 【胎内で観光に取り組む意義】

- ・胎内を訪れる人が増えたり、訪れる人による消費活動が活発になることで、次のような経済的、社会的効果が生まれます。

### （経済的な効果）

- ✓ 市内の飲食店や宿泊施設、タクシー等の交通事業者はもちろん、それらと取引のある事業者の売り上げが増えます（観光は関連する産業が広いため、様々な事業者に波及効果が生まれます）。
- ✓ 各種の体験・滞在プログラムを運営する事業者・団体、またガイドやコーディネーターなどを行う人の収入が増えます。

### （社会的な効果）

- ✓ 地域の資源や生活文化を観光に活用することで、保存することが可能になったり、文化を継承することが可能になります。
- ✓ 地域が賑やかになり、住んでいる人の地域への誇りや愛着が増します。
- ✓ 胎内を訪れる人と胎内で生活する人が交流することで、新たなつながりが生まれ、新しいビジネスや文化などが創造されます。

**胎内においても、観光に取り組むことでこうした効果を生み出し、多くの市民でその恩恵を受けることができます。**

# 【観光振興に関する計画の体系】

## <第1次ビジョン>

### 観光振興ビジョン

#### 【内容】

市全体の観光振興施策の基本的方針及び具体的施策

#### 【進捗を管理する会議体等】

なし

胎内リゾート活性化マスタープラン  
胎内リゾート活性化アクションプラン

#### 【内容】

胎内リゾートエリアの基本的方針及び具体的施策

#### 【進捗を管理する会議体等】

- ・胎内リゾート活性化検討委員会
- ・胎内リゾート魅力向上委員会
- ・胎内リゾート魅力向上委員会市民部会

樽ヶ橋エリア活性化基本計画／同実施計画

#### 【内容】

樽ヶ橋エリアの基本的方針及び具体的施策

#### 【進捗を管理する会議体等】

樽ヶ橋エリア活性化検討委員会

再編

## <第2次ビジョン>

### 観光振興ビジョン／同アクションプラン

#### 【内容】

- 市全体の観光振興施策の基本的方針及び具体的施策
- ビジョンアクションプラン（計画期間3年程度）において具体的施策のKPIを設定。
  - 胎内リゾートエリア、樽ヶ橋エリアの具体的施策についてもビジョン内に盛り込む。
  - 胎内リゾート各施設の活性化施策については、指定管理者において施設ごとの基本方針及び具体的施策の立案を行う（行政計画による展開から、経営者によるスピード感をもった展開へと移行）。

#### 【進捗を管理する会議体等】

- （仮）胎内市観光活性化推進委員会
- 旧ビジョン下の会議体を中心に委員を選定するなどしつつ、会議体をひとつに再編する。

樽ヶ橋エリア活性化基本計画／同実施計画

#### 【内容】

- 樽ヶ橋エリアの基本的方針及び具体的施策
- 計画策定後間もないため、当面は当該計画により施策を展開するが、将来的には観光振興ビジョンに統合。

#### 【進捗を管理する会議体等】

樽ヶ橋エリア活性化検討委員会

## 【基本コンセプト】

### どこにでもある田舎から、何度も訪れたいくなる“ふる里”に

～胎内のみんなで“旅人”を“ムラビト”へ～

- ・地域が育んできた食や農作業、自然体験といった生活文化、その地で触れ合う人々などの要素を活かし「体感」できるようにする。
- ・これにより、訪れた人と地域の人との交流を生みだし、訪れた人を単なる“旅人”ではなく、「ふる里」に愛着を持つ“ムラビト”にしていく。

## 【狙うマーケット】

- 日帰り客：新潟県内（新潟市居住者中心）及び近隣県居住者
- 宿泊客：市外居住者（新潟市及び首都圏）

【量的目標※】（対象施設の精査のほか市内外など属性別の数値も計画期間中に把握していく。）

指標	現状値	目標値	設定根拠
観光入込客数	約1,100千人	1,300千人	第2次胎内市総合計画（終期H39年度）による目標値と同値に設定
主要観光施設売上高	約6億円	7億円	主要施設における計画終期の目標値を積み上げ
主要宿泊施設延べ宿泊客数	25,000人泊	28,000人泊	主要宿泊施設における計画終期の目標値を積み上げ
主要宿泊施設リピーター率	42.8%	42.8%	主要宿泊施設における計画終期の目標値を積み上げ（新たな顧客獲得を目指しつつ、現状値を維持。）。

## 【質的目標※】

- 満足度
- 再来訪意向

} アンケート等を徴取し現状の数値を把握した上で平成31年度中に目標値設定。

# 【施策の体系】

[基本コンセプト]

[4つの重点戦略]\*1

[10の実行プロジェクト×2つの横断的取り組み]

観光推進体制の強化 ∞ 胎内リゾートの再生

どこにでもある田舎から、何度も訪れたいくなる。ふる里に  
胎内のみならず、旅人をムラビトへ

①胎内の魅力を活かしたプログラムを創出する

1. 胎内の海・山・川を活かした各種体験・滞在プログラム創出プロジェクト

2. 胎内の食と生活文化を融合した新たな魅力創出プロジェクト

3. 外国人も満喫できる各種体験・滞在プログラム創出プロジェクト

②既存の施設の充実・活用を推進する

4. 市内の観光関連施設の見直し・整備推進プロジェクト

5. 市内の各地区及び観光関連施設の連携強化プロジェクト

6. 既存の施設等を活用した飲食/物販の核となる場づくりプロジェクト

③市内の回遊性を向上する

7. 市内各スポットを巡ることのできる二次交通整備プロジェクト

8. 回遊を促す案内・誘導ツールの充実プロジェクト

④市民の観光への理解と参画を促進する

9. 観光による効果の見える化・市民への発信プロジェクト

10. 観光にかかわる取り組みへの市民参加促進プロジェクト

\*1)重点戦略以外にも実施すべきもの(例:プロモーション)は、着実に実施。

# 10の実行プロジェクト

# プロジェクト 1

# 胎内の海・山・川を活かした各種体験・滞在プログラム創出プロジェクト

## ★10年後に目指す姿★

胎内の自然(海・山・川)を活かした各種の体験・滞在プログラムが、四季それぞれ創出されているとともに、恒常的に実施されている(観光客がいつ訪れても参加可能な状態となっている)。

## 【実施すべき取り組みと役割】

### ① 体験・滞在プログラムに活用できる地域資源の発掘とプログラム化

- 各地区や集落において、住民と事業者、観光協会及び外部からの協力者(地域おこし協力隊、各地区や集落に愛着を持つ市外在住者等)等とが協力して、体験・滞在プログラムに活用できる地域資源を発掘する。
- 発掘された地域資源を活用して、四季のバランスや恒常的な実施の可能性、ガイドの必要有無等について留意しながら、外部の方が楽しめるようなプログラムとして整備(2時間程度～宿泊を伴うものまで、一連の内容としてセット)する。
- 近隣地域(村上、関川、新発田、聖籠等)や他地域と連携したプログラムも整備する。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	地域資源に関する掘り起こし作業(資源にまつわる歴史等の整理、資源利用の許可等)	事業者 (団体含む)	掘り起こし作業への住民(市民)の巻き込み、プログラムとしての整備(ガイド育成含む)
観光協会	掘り起こし作業への住民(市民)の巻き込み、プログラムとしての整備(観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	活動に対するバックアップ

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

### ② 各種体験・滞在プログラムの集約と販売・PR

- 整備されたプログラムについて、市内でどんなプログラムが展開されているかを集約する。
- HPでPRを行うとともに、市内の観光関連施設等でのPR体制を整備する(ポスター、パンフレット等を各施設に設置する等)。また、近隣地域(村上、関川、新発田、聖籠等)と連携した販売・PRを行う。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	各種プログラムの実施(及び実施への協力)	事業者 (団体含む)	プログラムの販売、市内外への情報発信、近隣地域や他地域の事業者との連携
観光協会	プログラムの集約、市内外への情報発信、近隣地域や他地域の観光協会等との連携	行政	活動に対するバックアップ、近隣地域や他地域の行政との連携



## プロジェクト 2

## 胎内の食と生活文化を融合した新たな魅力創出プロジェクト

### ★10年後に目指す姿★

胎内の様々な食の魅力(米粉、山菜、ワイン、ビール等)が、胎内の生活や歴史文化を感じながら味わえるようになっている(各種体験・滞在プログラムに組み込まれたり、単独でプログラムになっている)。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①胎内の食と生活文化の結びつけ・プログラム化

- 住民と事業者が、観光協会及び外部からの協力者(地域おこし協力隊、各地区や集落に愛着を持つ市外在住者等)等と協力して、例えば、胎内の様々な食をレストラン等で味わえるだけでなく、集落内の古民家等で地域の方々と交流しながら味わえるようにする等、食と生活や歴史文化が連携が可能なものを抽出する。
- 食と生活や歴史文化で連携可能性があるものを、四季のバランスや恒常的な実施の可能性について留意しながら、外部の方が楽しめるような素材として整備する。
- 整備された素材は、他の体験・滞在プログラムへの組み込みや、単独でのプログラム化を進める。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	食や生活、歴史文化に関する掘り起こし作業(関連する歴史等の整理、資源利用の許可等)	事業者 (団体含む)	掘り起こし作業への住民(市民)の巻き込み、プログラムとしての整備(ガイド育成含む)
観光協会	掘り起こし作業への住民(市民)の巻き込み、プログラムとしての整備(観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	活動に対するバックアップ

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

#### ②整備されたプログラムの集約と販売・PR

- 整備されたプログラムについて、市内でどんなプログラムが展開されているかを集約する。
- HPでPRを行うとともに、市内の観光関連施設等でのPR体制を整備する(ポスター、パンフレット等を各施設に設置する等)。また、近隣地域(村上、関川、新発田、聖籠等)と連携した販売・PRを行う。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	各種プログラムの実施(及び実施への協力)	事業者 (団体含む)	プログラムの販売、市内外への情報発信、近隣地域や他地域の事業者との連携
観光協会	プログラムの集約、市内外への情報発信、近隣地域や他地域の観光協会等との連携	行政	活動に対するバックアップ、近隣地域や他地域の行政との連携

## プロジェクト3

## 外国人も満喫できる各種体験・滞在プログラム創出プロジェクト

### ★10年後に目指す姿★

胎内の自然(海・山・川)を活かしたり、胎内の食が生活文化とともに味わえたりする各種の体験・滞在プログラムが、胎内を訪れる外国人観光客も楽しめるようになっている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①外国人目線での各種体験・滞在プログラムの見直し・創出

- まず、プロジェクト1、2で創出された各種体験・滞在プログラムについて、外国人目線で魅力的なものを抽出するとともに、外国人向けに見直すべき内容を抽出(より基本的な説明をすべき点、食事で気をつけるべき点等)し、それらの対応を行う。更に、外国人の受け入れ経験が蓄積された段階で、ターゲットとする国・地域に特化したプログラムの創出も行う。
- 近隣地域(村上、関川、新発田、聖籠等)と連携したプログラムも整備する。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	外国人向けの見直しへの協力(対応可能な事項の検討等)	事業者 (団体含む)	外国人向けの見直し、プログラムとしての整備(多言語対応可能なガイド育成含む)
観光協会	外国人向けの見直し、プログラムとしての整備(観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	活動に対するバックアップ(特に、外国人目線での指摘が可能な外部人材や外国人モニター等の招請)

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

#### ②外国人向けの各種体験・滞在プログラムの販売・PR及び受入体制の強化

- 整備されたプログラムについて、市内でどんなプログラムが現在展開されているかを集約するとともに、プログラム内容を多言語(英語、ハンガール、繁体字/簡体字など)にて掲載し、PRを行う。
- 市内の観光関連施設等でのPR体制を強化する(ポスター、パンフレット等を各施設に設置する等)とともに、Wi-Fi整備、各種表示の多言語化等、受入体制を強化する。
- 近隣地域(村上、関川、新発田、聖籠等)と連携した販売・PRを行う。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	各種プログラムの実施(及び実施への協力)	事業者 (団体含む)	プログラムの販売、市内外への情報発信、近隣地域や他地域の事業者との連携
観光協会	プログラムの集約、市内外への情報発信、近隣地域や他地域の観光協会等との連携	行政	活動に対するバックアップ(特に、HP等PR素材の多言語化、多言語対応可能な人材の確保)、近隣地域や他地域の行政との連携

## プロジェクト 4

## 市内の観光関連施設の見直し・整備推進プロジェクト

### ★10年後に目指す姿★

胎内の観光振興にとっての重要性や役割から、市内の観光関連施設の維持・縮小・統合・閉鎖等が進められる一方、重要性の高い市内の観光関連施設については整備が進み、観光客の満足度も高く充実した施設になっている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①市内の観光関連施設のハード面・ソフト面の方針策定

- 市が所有する観光関連施設について、市民や観光客の意見、利用状況なども踏まえながら、市の観光振興にとっての重要性や役割を検討し、施設整備等のハード面の方針（拡充・維持・縮小・統合・閉鎖等）を定める。
- 併せて、運営等のソフト面の方針（直営・民間等事業者への委託等）を定める。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	方針検討に際しての意見出し、運営等で協力できる部分の検討・実施	事業者 (団体含む)	方針検討に際しての意見出し、運営等で協力できる部分（委託を受けての運営含む）の検討・実施
観光協会	方針検討に際しての意見出し、運営等で協力できる部分の検討・実施	行政	方針検討・決定

#### ②市内の観光関連施設の整備等推進

- ①により定められた方針に基づき、各施設の拡充や維持のための整備や、縮小・統合・閉鎖等の取り組みを進める。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	運営等で協力できる部分の実施	事業者 (団体含む)	運営等で協力できる部分（委託を受けての運営含む）の実施
観光協会	運営等で協力できる部分の検討・実施	行政	整備等の実施

## プロジェクト5

## 市内の各地区及び観光関連施設の連携強化プロジェクト

### ★10年後に目指す姿★

市内各地区での取り組み等が共有されるとともに、市所有だけでなく民間事業者所有の観光関連施設も含めた各施設の情報が共有され、連携したプログラムやイベント等が実施されている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①市内各地区や観光関連施設間の情報共有の仕組み構築

－市内各地区や観光関連施設が、今どのような取り組み（誘客するためのプログラム、イベント等）を行っているのか、これからどのような取り組みを企画しようとしているのか等の情報を共有するため、定期的な会合、観光ディレクターによるコーディネート等の情報共有の仕組みを構築する。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	口コミ、SNS等での情報提供、情報共有への協力	事業者 (団体含む)	各種取り組みの積極的な情報発信、情報共有への協力
観光協会	情報集約、共有の仕組み構築（観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	各種取り組みの積極的な情報発信（市所有施設）、活動に対するバックアップ

#### ②市内各地区や観光関連施設が連携したプログラムやイベント等の実施

－共有された情報を元に、日々の観光客等への対応の際に、市内の他の地区や観光関連施設を紹介する。  
－また、各種体験・滞在プログラム（※プロジェクト1～3の取り組み）の中で連携するとともに、取り組みの効果を高めるべく季節のイベント等を連携して実施する。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	プログラムやイベント等で協力できる部分の実施	事業者 (団体含む)	プログラムやイベント等の連携実施
観光協会	プログラムやイベント等の連携実施のコーディネート（観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	プログラムやイベント等の連携実施、活動に対するバックアップ

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

## プロジェクト6

## 既存の施設等を活用した飲食/物販の核となる場づくりプロジェクト

### ★10年後に目指す姿★

胎内の魅力ある各種素材を活かした料理や加工品等が一定程度揃い、味わったり購入したりする事が出来る場所が整備されている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ① 飲食/物販の核となる場の整備方針策定

－「そこに行けば胎内の料理や加工品が揃っている」という場を、既存の施設等を活用してどう整備するか、また市内のどこに整備する事が適切かといった、飲食/物販の核となる場の整備方針（ハード、ソフト）を定める。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	方針検討に際しての意見出し、運営等で協力できる部分の検討・実施	事業者 (団体含む)	方針検討に際しての意見出し、運営等の主体的実施や協力できる部分の検討・実施
観光協会	方針検討に際しての意見出し、運営等の主体的実施や協力できる部分の検討・実施	行政	方針検討・決定

#### ② 核となる場と他の飲食/物販施設との連携の仕組み構築

－飲食/物販の核となる場が整備されても、取り扱う料理や加工品等は代表的なものに限定されるため、それぞれの料理や加工品等を専門的に取り扱う他の飲食/物販施設と連携する仕組みを構築し、市内全体として更に胎内の魅力に触れる場を創出する（※プロジェクト5-①「情報共有の仕組み」等も活用）。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	口コミ、SNS等での情報提供	事業者 (団体含む)	個々の施設での料理、加工品等の魅力向上への取り組み
観光協会	施設間の連携コーディネート（観光ディレクター(※)が中心的に活動）	行政	活動のバックアップ

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

## ★10年後に目指す姿★

電車等で胎内を訪れた人が、バスやタクシー、レンタサイクル/シェアリングサイクルなどを活用して市内の観光スポットや観光関連施設に容易にアクセスできるようになっている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①市内を巡ることが可能な交通システムの整備

- 中条駅等を拠点として、市内の観光スポットや観光関連施設を巡ることを可能とする交通システム（循環バスや乗り合いタクシー等）を整備する。
- スマートフォン等を活用したオンデマンド対応や無人運転バス等、IoTを活かした交通システムの導入を検討する。

[各主体の役割]

住民(市民)	整備された交通システムの積極的な利用、口コミ・SNS等での情報発信	事業者 (団体含む)	運営等の主体的実施や協力できる部分の検討・実施
観光協会	整備された交通システムのPR	行政	社会実験等による需要調査、導入等整備

#### ②レンタサイクル/シェアリングサイクルの整備

- まちなかや観光関連施設間の移動、胎内の自然を楽しむサイクリングに活用可能なレンタサイクル/シェアリングサイクルの貸出拠点を整備する（複数拠点による乗り捨てを可能にする）。
- スマートフォン等のIoTを活用した予約・決済システムの導入を検討する。

[各主体の役割]

住民(市民)	整備されたレンタサイクル/シェアリングサイクルの積極的な利用、口コミ、SNS等での情報提供	事業者 (団体含む)	運営等の主体的実施や協力できる部分の検討・実施
観光協会	整備されたレンタサイクル/シェアリングサイクルのPR	行政	社会実験等による需要調査、導入等整備

## プロジェクト 8

## 回遊を促す案内・誘導ツールの充実プロジェクト

### ★10年後に目指す姿★

胎内の観光スポットや観光関連施設が、市内のどこにあるかが分かりやすく示されたツール(冊子、HP、看板等)が整備され、訪れる人が容易にアクセス出来るようになっている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①観光案内・誘導ツールの整備

- 各観光スポットや観光関連施設の場所を分かりやすく示した冊子やマップ、スマートフォンのアプリ等を活用した位置案内、道路上の案内サインの整備など、訪れる人に分かりやすい案内・誘導ツールを整備する。
- なお、案内・誘導ツールでは、関係の深い観光スポットや観光関連施設の情報も併せて提供することで回遊を促す。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	アクセスしづらい観光スポットや観光関連施設の情報提供	事業者 (団体含む)	案内・誘導ツールに掲載すべき情報の提供
観光協会	観光案内・誘導ツールの整備、ツールのPR	行政	整備のバックアップ

#### ②観光ルートへの整備

- 各観光スポットや観光関連施設へアクセスする際のメインルートを定め、沿道の景観の向上(花を植える、不要な看板を撤去する等)や、道路舗装の変更(サイクリングルートをペイントする等)等の整備を行う。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	ルート設定に際しての意見出し、協力できる部分の検討・実施	事業者 (団体含む)	ルート設定に際しての意見出し、協力できる部分の検討・実施
観光協会	ルート設定に際しての意見出し、協力できる部分の検討・実施	行政	ルート設定、整備実施

## ★10年後に目指す姿★

市外から胎内を訪れる人が増加し、胎内の様々な魅力を楽しむとともに消費活動が促進されることによる効果が見える形で示され、多くの市民が観光による効果を認識している。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①観光に関する各種統計の整備

– 既存のデータを活用するとともに、観光客（市民、市外からの来訪者）や市内事業者に対するアンケートや聞き取り調査などにより、観光入込客数（市内/近隣/新潟市/首都圏別）、宿泊客数、消費単価、満足度等、観光に関する各種統計データを整備する。

[各主体の役割]

住民(市民)	アンケートや聞き取り調査への協力	事業者 (団体含む)	各種統計データ整備に必要な情報の提供
観光協会	観光客へのアンケートや聞き取り調査の実施	行政	データの整理・分析

#### ②観光による効果の発信

– 整備された各種統計データをもとに、胎内での観光による経済波及効果を推計する。  
 – 推計された経済波及効果（経済的な効果）に加え、市外から訪れる人と、胎内市民との交流による活性化効果など（社会的な効果）を整理し、ホームページやリーフレット等、市民に分かりやすい形で情報発信を行う。

[各主体の役割]

住民(市民)	観光に対する意識・関心の向上	事業者 (団体含む)	観光に対する意識・関心の向上、市民への発信で協力できる部分の検討・実施
観光協会	市民への発信で協力できる部分の検討・実施	行政	経済的な効果、社会的な効果の整理、発信（HPへの掲載やリーフレット等作成）



# プロジェクト10 観光にかかわる取り組みへの市民参加促進プロジェクト

## ★10年後に目指す姿★

市内各地区や集落において展開される、各種の観光資源(自然、食、生活文化等)を活用することで交流人口を増やし、地域を活性化していく取り組みをはじめとした、胎内の観光活性化に関わる取り組み(=「観光まちづくり」)に、多くの市民が参加している

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①市内各地区や集落単位での「観光まちづくり」の取り組み推進

- 観光による経済的/社会的効果や、観光まちづくりへの具体的な取り組み方等に関するセミナーやシンポジウム等の開催、アドバイザーの派遣等により、観光まちづくりのリーダーとなる人材を育成する。
- 胎内で一定の期間生活し、市民とともに観光まちづくりに取り組む外部人材「観光ディレクター」※の導入を推進する。
- 観光まちづくりの取り組みを進める中で、外国人観光客とのコミュニケーション促進への取り組みを進める。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	観光に対する意識・関心の向上、取り組みへの積極的な参加	事業者 (団体含む)	観光に対する意識・関心の向上、取り組みへの積極的な参加
観光協会	各地区・集落での取り組みのコーディネート (観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	人材育成や外部人材導入の取り組み実施

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

#### ②各種体験・滞在プログラムの担い手の育成

- 各種体験・滞在プログラムなどの観光まちづくりの各種取り組みを、自身が楽しみながらガイドなどの担い手として参画できる人材を育成する。併せて、外国人観光客にも対応できるよう、英語等でのガイドが可能な人材を育成する。
- ガイドとして参画する人が、一定の収入を得られる仕組みを構築する。

#### [各主体の役割]

住民(市民)	観光に対する意識・関心の向上、取り組みへの積極的な参加	事業者 (団体含む)	観光に対する意識・関心の向上、取り組みへの積極的な参加
観光協会	各地区・集落での取り組みのコーディネート (観光ディレクター(※)が中心的に活動)	行政	ガイドの発掘・人材育成

# 2つの横断的取り組み

### ★10年後に目指す姿★

観光ディレクターを核に、胎内の観光まちづくりに積極的な人材が参画する中核的な組織や体制が構築され、市内の各種事業者・団体及び住民と密接に連携して、活発に活動している。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①「観光ディレクター」の配置

- 観光客の嗜好を踏まえつつ、地域全体を俯瞰しながら胎内の様々な地域資源（自然、食、歴史文化、施設、人材等）を発掘し光を当てたり、また市内の各所での取り組みを上手く連携させることでプログラム化を進める「観光ディレクター」を配置する。
- なお、観光ディレクターは「胎内リゾートの再生」（横断的取り組み2）にも一体的に取り組む。

[各主体の役割]

住民(市民)	観光ディレクターと連携した取り組みへの積極的な参加	事業者 (団体含む)	観光ディレクターと連携した取り組みへの積極的な参加
観光協会	観光ディレクターの受入、連携した取り組み	行政	観光ディレクターの募集等の実施

#### ②観光まちづくりをマネジメントする体制づくり

- 「観光ディレクター」を核として、既存の組織を活かした体制強化や新たな組織の設立などにより、胎内の観光まちづくりに積極的な人材が参画するマネジメント体制を構築する。

[各主体の役割]

住民(市民)	観光に対する意識・関心の向上、胎内の観光まちづくりに関する取り組みへの協力	事業者 (団体含む)	観光に対する意識・関心の向上、胎内の観光まちづくりに関する取り組みへの協力
観光協会	市内の各種事業者・団体及び住民と連携した取り組みの実施、マネジメント体制の検討・構築	行政	市内の各種事業者・団体及び住民と連携した取り組みへの協力、マネジメント体制の検討・構築

### ★10年後に目指す姿★

多くの観光施設が集積する「胎内リゾート」が、1つの魅力的なエリアとして市外から認識され、安定して観光客が訪れるとともに、市内の観光関連施設や各地区・集落との観光客の行き来が活発に行われている。

### 【実施すべき取り組みと役割】

#### ①経営改善化に向けた計画の策定

- 胎内リゾートの各施設について、その役割や今後の方向性などを検討し戦略を再構築するとともに、具現化するための具体的計画を策定する。
- 特に(株)胎内リゾートが経営する各施設については、経営改善化に向けた具体的計画を早期に策定する。

[各主体の役割]

住民(市民)	計画策定への協力	事業者 (団体含む)	計画策定、及び計画策定への協力
観光協会	計画策定への協力	行政	計画策定、及び計画策定のバックアップ

#### ②市内の観光関連施設や各地区・集落との連携強化

- 胎内リゾート内施設間の連携はもとより、市内の各種観光関連施設や市内各地区・各集落と連携し、相乗効果が生まれるような体験・滞在プログラムを創出する（実行プロジェクト1「各種体験・滞在プログラムの創出」の中核的役割として機能）。
- また、市内の各種観光関連施設と情報を共有し、相互で紹介し合うなどの連携を強化する（実行プロジェクト5「市内の観光関連施設の連携強化」の中核的役割として機能）

[各主体の役割]

住民(市民)	体験・滞在プログラムの実施や連携への協力	事業者 (団体含む)	体験・滞在プログラムの実施、連携の実施
観光協会	連携のコーディネート（観光ディレクター（※）が中心的に活動）	行政	体験・滞在プログラムの実施、連携のバックアップ

※「観光ディレクター」については横断的取組(1)「観光推進体制の強化」を参照

## **参考資料 1**

# **第1次胎内市観光振興ビジョンの概要、 成果と課題**

## 【第1次胎内市観光振興ビジョン（平成21年3月策定）の概要】

### ○背景・目的

- ・平成17年の旧中条町と旧黒川村の合併から3年と日が浅く、観光振興に対する意識の違いや、それぞれの地域の観光資源に対する理解も十分ではなかった。
- ・旧黒川村で整備が進められた「胎内リゾート」各施設の経営状況は厳しく、胎内市全体としての方向性も踏まえた、今後の方針検討が必要であった。



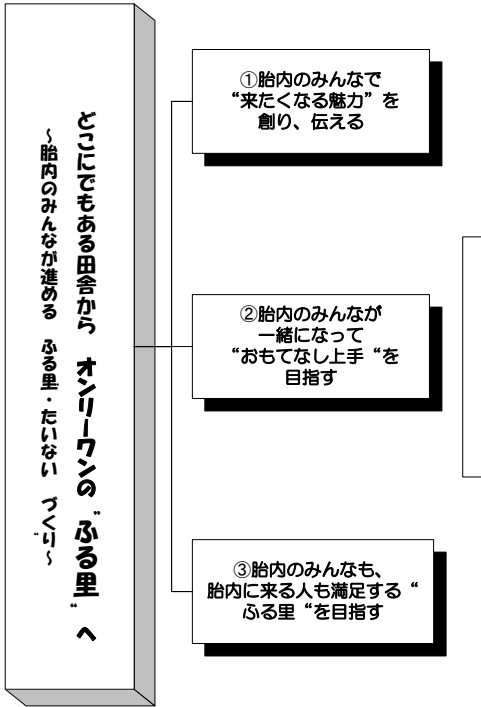
胎内市が更なる魅力づくりを進めていく上で、以下を示すことが必要。

- ・ 胎内市が目指すべき姿
- ・ 将来を見据えた観光振興の方向性や、具体的・戦略的な方策

**「胎内市観光振興ビジョン」の策定**  
**（計画期間：平成21年度～平成30年度〔10年間〕）**

# 【第1次胎内市観光振興ビジョンの施策体系図】

## 基本コンセプト



## 基本方針

## 基本戦略

### 【観光まちづくり】※

- 【戦略1】地域の魅力を再発見し、保全・活用しよう**  
—地域内の各エリアの特性を活かして、観光地としての魅力を高めよう—
- 【戦略2】豊かな自然を保全し、魅力を向上しよう**  
—自然の特性に応じた保全、活用策を検討しよう—
- 【戦略3】歴史的環境を保全・活用しよう**  
—中条駅周辺をはじめとして、歩いて楽しい町並みを創りよう—
- 【戦略4】胎内リゾートを再生しよう**  
—やすらぎと癒しを与える地域の滞在拠点にしよう—

### 【産業づくり】※

- 【戦略5】「食の胎内ブランド」を強化し、消費・販売機会を拡大しよう**  
—優れた特産品の品質向上を図るとともに、より深く味わう機会を増やしよう—
- 【戦略6】中条エリアの「食」の魅力を発信しよう**  
—お菓子屋や料亭、農作物など身近な食資源を積極的に活用しよう—
- 【戦略7】「胎内型ツーリズム」を育成しよう**  
—自然、歴史、科学をテーマとした体験プログラムをつくりよう—

### 【人材・仕組みづくり】※

- 【戦略8】観光まちづくり人材を育成しよう**  
—市民・民間企業・行政の協力で観光振興事業を推進しよう—
- 【戦略9】効果的・効率的に情報発信を発信しよう**  
—観光関連データを収集・分析して、マーケットを定めた情報発信を行いよう—
- 【戦略10】観光まちづくり組織を設立しよう**  
—観光政策を確実に実行していくための体制を確立しよう—

## 具体的施策

### 重点的に推進するプロジェクト

- I. 「花」—おもてなし風景づくりプロジェクト
- II. 「食」—米粉商品や料理の開発プロジェクト
- III. 「自然」—自然を満喫できるフローラムづくりプロジェクト

施策	I. 「花」	II. 「食」	III. 「自然」
1. 観光対象となる資源の発掘・提案	●	●	●
2. まちへ訪れるきっかけ、仕掛けづくり	●		
3. 多様な集落の歴史・文化の再発見			
4. 史跡の保全、整備と他地域との連携			
5. 生態系に配慮した自然の保全、持続的な活用		●	●
6. 案内、各種サービス機能の強化		●	●
7. 中条駅周辺の地域資源の発掘とその活用		●	
8. まち歩きを意識した空間の整備			
9. 観光資源を結ぶ公共交通の整備	●		●
10. リゾートとしての空間の魅力向上		●	
11. 周辺施設との連携による体験型商品づくり			●
12. 全体をマネジメントする組織づくり			
13. 地場食材、素材を活かした加工品、料理の開発		●	
14. 地域の安心食材としての「胎内ブランド」の認証			
15. 地域内外での消費、販売機会の向上		●	
16. 地域の料亭、中条菓子の紹介			
17. 中条エリア農作物の常設販売所の設置		●	
18. 豊かな自然や歴史、文化を活かした観光ルートの開発	●		●
19. あらゆる世代が楽しめる体験交流プログラムづくり		●	●
20. スポーツ大会、合宿等の誘致			●
21. 観光まちづくり人材の育成プログラムづくり	●	●	●
22. 観光関連事業者のスキルアップ		●	
23. おもてなしの心の醸成	●		
24. 基礎的な観光統計の整備とマーケティング力の強化			
25. ターゲットを明確にした情報発信の強化			●
26. 観光情報の共有、提供体制の強化	●		●
27. 住民組織、民間組織との協働システム・ネットワークの構築			
28. 広域連携の推進		●	

※「づくり」には、「住民参加」の意味が含まれている。

## 【第1次胎内市観光振興ビジョンの主な成果と課題の総括】

### 主な成果

- ・まちあるきやトレッキングなどの体験型プログラムが造成、ボランティアガイドが活用されるとともに、ホームページやSNS、冊子、パンフレット等での情報発信が進んだ。
- ・胎内リゾート主要施設を運営する「株胎内リゾート」が設立、誘客活動や受入体制は大きく変化した。
- ・米粉を軸とした食に関する取組が進展し、「米粉発祥の地 たいない」のイメージが定着した。

### 主な課題

- ・各種取組みの地域内、地域外との連携は進んでいない。
- ・観光関連データの収集・分析が進んでいない（このため、観光による経済効果もはっきりせず、市民が効果を把握・実感しづらい）
- ・観光まちづくりを推進する体制はまだ弱い（各種組織を連携させるに至っていない）。
- ・観光まちづくりへの市民参加が進んでいない（ビジョンが浸透しておらず、市民がなにをすべきかがわかりにくい）



# 【各戦略および重点的に推進するプロジェクトの成果と課題】

## <観光まちづくり分野>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略1	<p>地域の魅力を再発見し、 保全・活用しよう</p> <p>ー地域内の各エリアの特性を活かして、観光地としての魅力を高めましょうー</p>	<p>1.観光対象となる資源の発掘・提案</p> <p>2.まちへ訪れるきっかけ、仕掛けづくり</p> <p>3.多様な集落の歴史・文化の再発見</p> <p>4.史跡の保全、整備と他地域との連携</p>	<p>○宿場町中条、乙宝寺、北前船など歴史的資源を活用したまちあるきの取り組みを推進。</p> <p>○「トコトコ おさんぽ たいない」「米粉グルメ食べ歩きマップ」等により、まちなかを廻って楽しむための情報発信を展開。</p> <p>▲地域のお祭りや伝統行事などの整理、対外的情報発信はそれほど進んでいない。</p> <p>▲胎内市の歴史を活用した取り組みは行っているが、他地域との連携にまでは至っていない。</p>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略2	<p>豊かな自然を保全し、 魅力を向上しよう</p> <p>ー自然の特性に応じた保全、活用方策を検討しましょうー</p>	<p>5.生態系に配慮した自然の保全、持続的な活用</p> <p>6.案内・各種サービス機能の強化</p>	<p>○生態系に十分配慮し、活用がなされている。</p> <p>○飯豊連峰や楡形山脈のルートやマップ、交通手段宿泊情報などを観光協会ホームページで情報発信。</p> <p>▲自然環境の保全に関する自主ルール等は特段策定されていない。</p> <p>▲ライブな情報について(本日の天気など)、積極的には発信されていない。</p>

# 【各戦略および重点的に推進するプロジェクトの成果と課題】

## <観光まちづくり分野>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略3	<b>歴史的環境を保全・活用しよう</b> ー中条駅周辺をはじめとして、歩いて楽しい町並みを創りましょうー	7.中条駅周辺の地域資源の発掘とその活用	○まちあるきについて、ツアー造成やボランティアガイドの活用などが推進。
		8.まち歩きを意識した空間の整備	○市外在住者も利用できる、予約制のりあい自動車「のれんす号」を運行。
		9.観光資源を結ぶ公共交通の整備	▲中条駅周辺の地域資源を活かすような景観整備はほぼ未着手

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略4	<b>胎内リゾートを再生しよう</b> ーやすらぎと癒しを与える地域の滞在拠点にしましょうー	10.リゾートとしての空間の魅力向上	○ロイヤル胎内パークホテル、胎内スキー場、奥胎内ヒュッテ、みゆき庵を運営する「(株)胎内リゾート」を設立し、施設連携しながら運営を推進。
		11.周辺施設との連携による着地型旅行商品づくり	○「胎内リゾート魅力向上委員会」を設置し、域内連携の取り組みを強化。 ○「星の観覧会(胎内自然天文館)」「胎内高原ビール園製造見学」など、周辺施設との連携した体験型の商品づくりが推進。
		12.全体をマネジメントする組織づくり	▲胎内リゾートエリアの空間整備についてはほぼ未着手。 ▲胎内リゾート以外の市内各所・団体と連携した体験型の商品づくりは今後の課題。

# 【各戦略および重点的に推進するプロジェクトの成果と課題】

## <産業まちづくり分野>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略5	<p>「食の胎内ブランド」を強化し、消費・販売の機会を拡大しよう</p> <p>—優れた特産品の品質向上を図るとともに、より深く味わう機会を増やしましょう—</p>	13.地場食材、素材を活かした加工品、料理の開発	<p>○「胎内高原ワイン」や「胎内地ビール」等について、ラベル変更や品質向上等によりブランド力を向上。</p> <p>○「道の駅 たいない」などでの地場製品の販売機会を増加。</p> <p>○東京や新潟市内など、地域外で開催される物産展等にも随時参加。</p> <p>▲胎内黒豚など、一部の地場製品については供給が減少。</p> <p>▲胎内ブランドの認証の仕組みづくりには至っていない。</p>
		14.地域の安心食材としての「胎内ブランド」の認証	
		15.地域内外での消費、販売機会の向上	

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略6	<p>中条エリアの「食」の魅力を発信しよう</p> <p>—お菓子屋や料亭、農作物など身近な食資源を積極的に活用しましょう—</p>	16.地域の料亭、お菓子屋の紹介	<p>○「トコトコ おさんぽ たいない」「米粉グルメ食べ歩きマップ」等により、まちなかを廻って楽しむための情報発信を展開。</p> <p>▲料亭やお菓子屋さんに強くクローズアップした情報発信は行われていない。</p> <p>▲中条駅周辺(本町周辺)に農作物の常設販売所は設置されていない。</p>
		17.中条エリア農作物の常設販売所の設置	

## 【各戦略および重点的に推進するプロジェクトの成果と課題】

### <産業まちづくり分野>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略7	<b>「胎内型ツーリズム」を育成しよう</b> ー自然、歴史、科学をテーマとした体験プログラムをつくりましょうー	18.豊かな自然や歴史、文化を活かした観光ルートの開発	○「胎内型ツーリズム推進協議会301人会」により、体験プログラムづくり等の取り組みを推進。
		19.あらゆる世代が楽しめる体験交流プログラムづくり	○乙宝寺、羽黒十一面観音などの歴史、文化を活用したツアーを造成。
		20.スポーツ大会・合宿等の誘致	○「胎内アウレツ館」などを活用し、スポーツ合宿等の誘致を推進。 ▲各種プログラムの更なる認知度向上は今後の課題。

### <人材・仕組みづくり分野>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略8	<b>観光まちづくり人材を育成しよう</b> ー市民・民間企業・行政の協働で観光振興事業を推進しましょうー	21.観光まちづくり人材の育成プログラムづくり	○市内の各種コース案内が可能な観光ボランティアガイドが育成。
		22.観光関連事業者のスキルアップ	○(株)胎内リゾートにおいて、外部人材の導入によるスキルアップを実施。 ▲観光まちづくり人材はある程度存在するが、育成プログラムの整備には至っていない。
		23.おもてなしの心の醸成	▲市民への「おもてなし」の意識啓発を図る講習会などは行っているものの市民一人一人への広がり不足している。

# 【各戦略および重点的に推進するプロジェクトの成果と課題】

## <人材・仕組みづくり分野>

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略9	<b>効果的・効率的に情報を発信しよう</b> ー観光関連データを収集・分析して、マーケットを定めた情報発信を行いましょー	24.基礎的な観光統計の整備とマーケティング力の強化	○観光協会やその他市内企業により、ホームページや各種SNSでの情報発信は推進。 ○観光協会ホームページでイベントカレンダーが提供されるなど、観光情報について一定の共有がなされている。 ▲観光客の満足度や消費額等のデータ把握はなされていない。 ▲情報発信のターゲットがあまり明確にはなっていない(検討するためのデータが不足)。
		25.ターゲットを明確にした情報発信の強化	
		26.観光情報の共有・提供体制の強化	

	基本戦略	具体的施策	成果と課題
戦略10	<b>観光まちづくり組織を設立しよう</b> ー観光政策を確実に実行していくための体制を確立しましょー	27.住民組織、各種団体との協働システム・ネットワークの構築	○観光協会が社団法人化。 ▲新たな観光まちづくり組織は設立されておらず、観光協会も、各種組織の間を取り持つ・ネットワーク化する組織にまでは至っていない。 ▲新発田市・聖籠町とのインバウンド事業では連携が行われているが、他地域との広域連携は十分進んでいない。
		28.広域連携の推進	

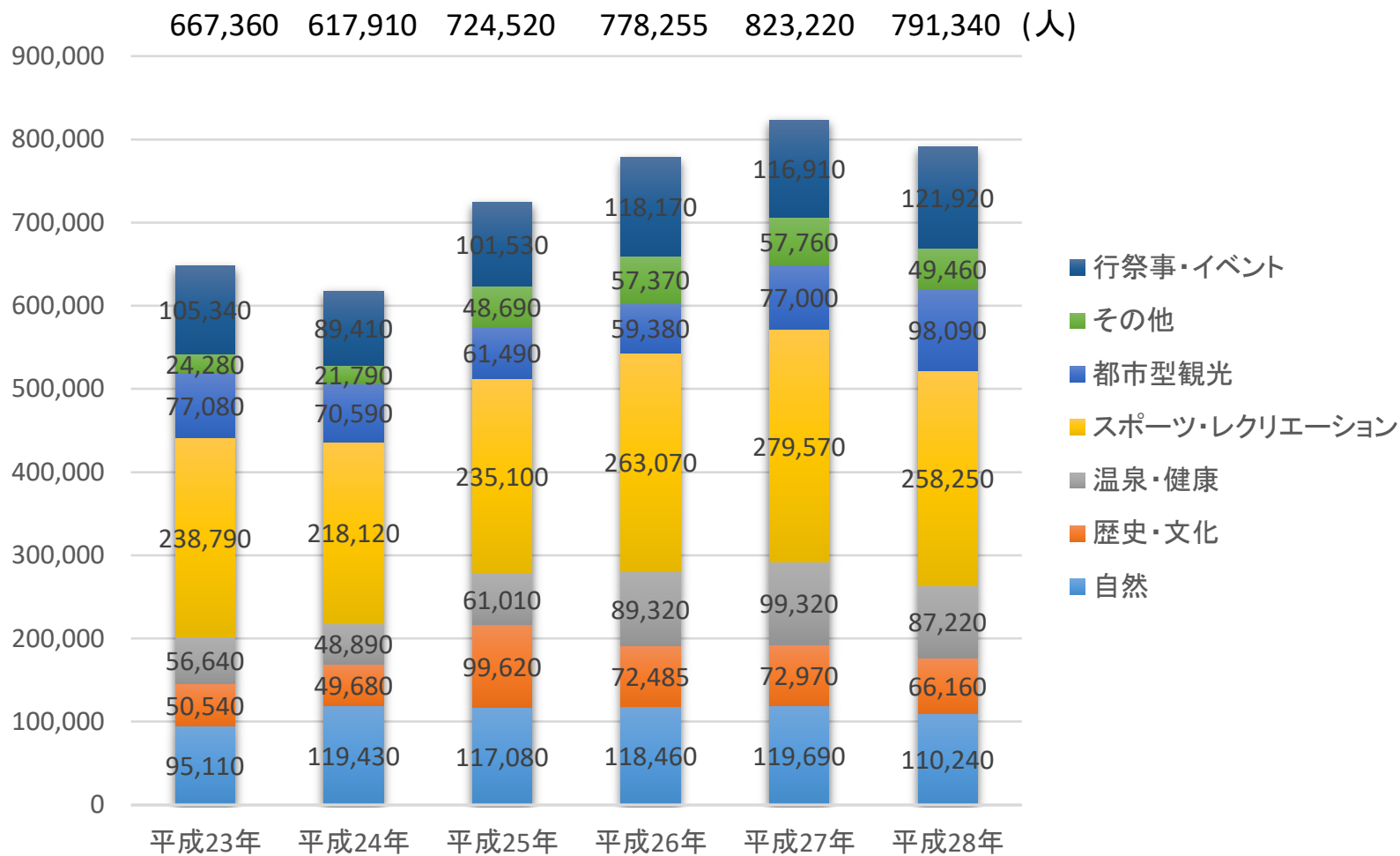
# 【各戦略および重点的に推進するプロジェクトの成果と課題】

## ＜重点的に推進するプロジェクト＞

	プロジェクト	取組みの方向性	成果と課題
I	「花」ーチューリップをはじめ各種の花を活用したおもてなし風景づくりプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の花の名所の魅力向上</li> <li>・年間を通じた「花」の活用(カレンダーやマップ作成)</li> <li>・観光客の集まる場所への花植え</li> <li>・花の管理への市民参画 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「チューリップフェスティバル」は継続して実施されており、胎内市を代表するイベントとして定着。</li> <li>○樽ヶ橋河川公園やロイヤル胎内パークホテル前などでの花植えの実施(花植えボランティア等の市民参画)</li> <li>▲花の年間活用(カレンダー、マップづくり)などには至っていない。</li> </ul>
II	「食」ー「我が国の米粉発祥地」としての米粉商品や料理の開発プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の米粉商品のレベルアップ</li> <li>・新たな料理の開発</li> <li>・米粉の普及・PR活動</li> <li>・「米粉発祥地PRイベント」の開催 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○PRイベント「米粉フェスタ」がスタートするとともに、米粉の新商品「胎内べえべえ」が開発され、“米粉発祥の地 たいない”が浸透。</li> <li>○市内小中学校を巻き込んだ「私のべえべえグランプリ」の開催や、米粉に関する料理教室なども定期的に開催。</li> <li>▲市外における認知度向上や、米粉を活用している他地域との連携強化などには至っていない。</li> </ul>
III	「自然」ー櫛形山脈をはじめとした自然を満喫できるプログラムづくりプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ルートマップや案内板の整備</li> <li>・各種体験プログラムの開発・情報発信</li> <li>・イベントの開催</li> <li>・着地型旅行商品づくり など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ルートマップが整備され、トレッキング／ウォーキングプログラムも実施。</li> <li>○「櫛形ウインドトレイル」などのイベントも開催。</li> <li>○コースを案内できるボランティアガイドも整備。</li> <li>▲認知度や集客力の更なる向上は今後の課題。</li> </ul>

## 【胎内市の観光入込客数の推移】

\*平成22年度より観光庁基準による数値



## 参考資料 2

# 第2次胎内リゾートマスタープランの最終評価



表 基本施策別の具体的な展開策 一覧

基本施策	具体的な展開策			実施年度	27年度目標 (値) / 結果	評価・分析	H28年度以降の 活動方針	29年度目標(値) / 結果(見込)	最終評価・分析
	No.	名称	内容						
1 リゾートエリア全体の空間的な一体感醸成	1	リゾートエリア周辺の空間整備	①中条駅～胎内リゾートの動線整理 ②メインルートの整備計画の検討(道路沿いに並木、エントランスゲート)	H25 H26 H27 H28 H29 →	①観光案内看板の設置を順次進めている。25年度:1枚、26:2、27:1(樽ヶ橋T字路)②検討中	要所から順次、観光案内看板を整備している。	継続実施 28年度は下館交差点GS脇看板を修繕予定	①予算がなく、新規に看板設置はできなかった②景観保持の観点から難しい。	29年1月に国道7号下館交差点付近に更新した看板で観光地をPRできた。 (【新発田方面】石油発祥の地→乙宝寺、【村上方面】昆虫(蝶)→ホテルを中心とした胎内リゾート)
	2	樽ヶ橋エリアの空間整備	③観光交流センターの活用方策の検討 ④今後の社会情勢を踏まえた施設運営・活用方策の検討(既存施設の運営形態の見直し、用途変更等)	H25 H26 H27 H28 H29 →	③道の駅の中核をなしており、情報発信拠点、胎内リゾートへのゲートウェイとしての位置付け④随時	(H27年度に黒川郷土文化伝習館脇に美術館設置工事開始)	H28年4月から、胎内市美術館が開館(通年)。	有楽荘の一部を改修し、H29.5月に里山食堂がオープン。樽ヶ橋エリアに本格的な食堂ができた。	食堂について、さまざまな意見はあるが、待望の本格的な食堂がオープンし、案内できるようになった。
	3	胎内平エリアの空間整備	⑤ロイヤル胎内パークホテル玄関前の空間整備の検討 ⑥散策道の整備(エリアマップ、看板) ⑦「花」の積極的な活用(エリア全体の各所、市民参加) ⑧今後の社会情勢を踏まえた施設配置・運営の検討(既存施設の運営形態の見直し、用途変更等)	H25 H26 H27 H28 H29 →	⑤検討中⑥未達⑦まぼろしの月見草をホテル前に展示⑧随時	⑥整備について検討。(新潟県健康ウォーキングロードに、「大波石」「胎内平」の2コースが設定されており、いずれもホテルが起点。関係課:健康づくり、生涯学習)	整備、活用を推進する。	⑤夏はミストシャワー⑥ホテル周辺の散策マップを胎内リゾート、市健康づくり課で作成⑦胎内川沿いの遊園脇にスイセン植栽⑧随時	⑦フラワーパークへの案内を積極的に行うようにする。

表 基本施策別の具体的な展開策 一覧

基本施策	具体的な展開策			実施年度					27年度目標 (値) / 結果	評価・分析	H28年度以降の 活動方針	29年度目標(値) / 結果(見込)	最終評価・分析
	No.	名称	内容	H25	H26	H27	H28	H29					
2 地域資源を最大限に活用した体験プログラムの創出	1	着地型旅行商品造成担当者の設置・育成	胎内リゾートエリア内で既に実施されている各種体験型プログラムの具体的な商品化、消費者のニーズにあわせた新たな体験型プログラムの創出・商品化を推進。新たな体験型プログラムとしては朝の自然散策プログラム、夜の星座観察プログラムなど、宿泊を伴うことで楽しめるプログラムの創出・商品化を進める。また、先進事例の視察やセミナー等への参加を通じてこうした着地型旅行商品の造成を行うことが出来る人材の育成を進める。						1人の担当者が年4回(季刊)で発行している。プログラム数は約10個×4回≒計約40個	宿泊を伴うプログラム作成、人材育成は今後の課題。	継続実施	旅行者に業務委託し、継続実施12のプログラムを計画し、10のプログラムを実施。2回は最高人数に達しなかった。	業者委託により業務がスムーズになった。ボランティアガイド等が説明を行い、喜ばれた。
	2	体験型プログラムを実施できる人材(ガイド)の育成	胎内リゾート各施設の職員 <b>スタッフ</b> のガイド人材の育成を進める。また、市民の中にも各種体験型プログラムに関わる知識(星に詳しい、植物や花に詳しいなど)を持つ人・団体に対して市民ガイドとして育成することにも取り組む。						H26年11月から希望者を対象に視察・研修を実施。H28年5月～活動開始(H28.9までの実績:7組・28人)	ボランティアスタッフのHP掲載、ポスターによる周知	ガイド活動開始	ボランティアスタッフ11名・1団体が、33のプログラムを実施し、参加人数は235人だった。	市報表紙やイベント等で周知してガイドの活動を頻繁に行うことができた。
	3	体験型プログラムの宣伝強化	胎内リゾート各施設で実施されている体験型プログラムや各種イベントを、宿泊拠点であるロイヤル胎内パークホテルのロビーに胎内リゾート各施設が自由に活用出来る掲示板を設置し掲示したり、ホームページに掲載、積極的な宣伝活動を展開する。また、各施設従業員が来訪者と接する際に、積極的に体験型プログラムや各種イベントを紹介するよう、従業員教育を進める。						ホテルのエントランス入って左手のロビーを胎内リゾート施設の紹介コーナーとしている。	ボランティアスタッフのHP掲載、ポスターによる周知	継続実施	ホテルでの星空観望会(胎内自然天文館)、ホテルロビーでの工作、昔遊びを実施した。	コミュニケーションの場を提供できた。体験を通して思い出作りができた。
	4	イベント実施計画の立案	胎内リゾート内で実施されているイベントを整理するとともに、一貫したテーマやコンセプトを持たせたり、胎内リゾート全体で一つのイベントを開催したりするなど、集客に向け戦略性を持ったイベント実施計画を策定する。						未達	戦略性を持ったイベント整理、全体で一つのイベント開催は今後の課題	継続実施	ホテルロビーで、ひなまつり、吊るし雛、クリスマスツリー、写真展等ロビーで季節感のある催事を実施した。	写真に収める人が多く、反響があった。

表 基本施策別の具体的な展開策 一覧

基本施策	具体的な展開策			実施年度					27年度目標 (値) / 結果	評価・分析	H28年度以降の 活動方針	29年度目標(値) / 結果(見込)	最終評価・分析	
	No.	名称	内容	H25	H26	H27	H28	H29						
3 徹底した地場産品利用を可能にする仕組みづくり	1	地場産品の需要と供給をマネジメントする仕組みづくり	胎内リゾート内の宿泊施設や飲食・物販施設で今後見込まれる地場産品の使用量と今後可能な地場産品の生産量を定期的に確認・調整する場を設置するとともに、市内農畜産農家と契約栽培等について協議するなどにより、地場産品の需要と供給のバランスの確保を推進する。			→			H27年10月にワークショップを2回開催	リゾート施設の調理人、生産者、農協の担当者などが集まって開催した。	定期的な実施を検討	左記により、農産物直売所リップルとホテルが取引する契機となり、現在も続いている。	今後も定期的な実施を検討	
	2	地場産品を活用した「料理」の提供の推進												
	1	胎内産の地場産品の把握と関係者への周知	胎内市内で生産されている主要な地場産品の品目や生産量・生産可能量を改めて整理するとともに、その品目・生産量・生産可能量に関する情報を胎内リゾート各施設の料理関係者で共有する。			→			H27年10月にワークショップを2回開催した。	生産者とホテルの橋渡しができた。	定期的に情報共有の場を設けることを検討	細かい部分まで共有できていない。	今後の課題	
	2	胎内リゾートへの地場産品導入の推進	胎内リゾート各飲食施設において地場産品の利用率の目標値を設定(例えば1食につき材料の50%以上を地場産品とするなど)することにより地場産品の利用した料理の提供を推進する。			→			目標値の設定は原価率に影響することもあり、できていない。	利用者の要望、原価率に影響することもあり、可能な限り対応	実施を検討	数値目標は設定できていない。	利用者の嗜好が影響するため、数値目標を設定することは困難。	
	3	地場産品を活用した名物料理の開発	胎内リゾートの「売り」となるような、地場産品を活用した「胎内ならでは」の名物料理の開発に取り組む。			→			→	試験錯誤	実施中	継続実施	紅はるかを使用したポタージュ、ワラビのおひたし、マコモダケ、笹口浜のツブ貝	地場産品として好評を得ている。
	3	地場産品を活用した「加工品」の使用の推進												
	4	胎内リゾート産の加工品の把握と関係者への周知	胎内リゾートで生産されている主要な地場産加工品の品目や生産量・生産可能量を改めて整理するとともに、その品目・生産量・生産可能量に関する情報を胎内リゾート各施設の料理関係者で共有する。			→			H27年10月にワークショップを開催	加工業者の参加がなく、情報共有できなかった。	加工業者に参加してもらい、定期的に情報共有の場を設けることを検討	細かい部分まで共有できていない。	今後の課題	
	5	⑤胎内リゾートへの地場産加工品導入の推進	宿泊施設、飲食施設で提供する飲料は基本的に全て地場産加工品に切り替え、宿泊施設の朝食を始めとして各種料理・デザート等に全面的に導入することにより地場産加工品の使用を推進する。			→			→	全面的な導入は経費面などから困難	利用者の要望、原価率に影響することもあり、可能な限り対応	継続推進	全面的な導入はできていない。	経費面から全面的な導入は極めて困難。
6	⑥地場産加工品の更なる改良・活用による特産品の開発	地場産加工品を更に改良・活用することにより、胎内リゾートの「ウリ」となるような特産品の開発に取り組んでいきます。特に、近年「米粉」に対する関心は全国的にも高く、胎内市が米粉の生産地として注目を集めていることから、「米粉」を中心にさらなる開発に取り組む。			→			→	米粉揚げパン、コロケパーガー、(ホテル)、胎内ドッグ、デニッシュパン(ヒュッテ)、ビール漬け料理・ふわとろ煮豚丼(ビール園)	肉味増たいないめん(ホテル・みゆき庵、H28米粉フェスタ)など商品開発に取り組んでいる。	「ウリ」となる特産品開発	ホテルのベーカリー、スイーツ(シヨコラ胎内=米粉×生チョコレート)	更なる商品開発により、人気商品を増やしていきたい。	

表 基本施策別の具体的な展開策 一覧

基本施策	具体的な展開策			実施年度	27年度目標(値)／結果	評価・分析	H28年度以降の活動方針	29年度目標(値)／結果(見込)	最終評価・分析
	No.	名称	内容						
4 多様な媒体を活用したプロモーションの実施	1	胎内リゾート全体を一体的に扱うウェブページの作成	顧客目線に基づいた一体感の醸成を目的に、胎内リゾートエリア内の各施設の利用案内、見どころ、体験プログラム等に関する情報を一元的に発信するためのウェブページを整備する。	H25 H26 H27 H28 H29	H27年度、協会のHP「胎内観光NAVI」を一新し、内容の充実を図った。	利用者の評価は良好。	更新回数を増やし、更なる情報発信に努める。	観光協会が各施設の情報を集約して実施。29年度から3か国語に対応(中・韓・英)	インバウンド向けに情報発信をスタートできた。
	2	SNS等を活用したプロモーション	プロモーション活動の一環として、Facebookやtwitter等のSNSを活用した双方向型のプロモーション活動に取り組む。	H25 H26 H27 H28 H29	フェイスブック、ブログ等を活用している。	情報発信に努めた。	更新回数を増やし、更なる情報発信に努める。	市・観光協会が頻繁に情報発信している。	フォロワー数が伸びている。
	3	各種プロモーション活動の実施	新潟市内や首都圏における胎内リゾートの露出を高め、胎内リゾートの魅力を知ってもらうため、地元マスコミに対するプレスリリース、旅行会社との連携、首都圏で開催される各種イベントへの参加などのプロモーション活動を積極的に展開する。	H25 H26 H27 H28 H29	県内の食イベント等に参加。年数回、東京、大阪、名古屋などで商談会を実施	実施中	今後も積極的に実施する。	年2回、関東の商談会に参加。新潟市等で営業し、胎内リゾートの魅力を発信した。	旅行会社に胎内市の良さをPRし、知ってもらうことができた。
	4	胎内リゾートの宣伝・紹介ツールの作成	中条駅に胎内リゾートの案内板を設置する、現在の胎内リゾート総合パンフレット観光ガイドブックを定期的に改訂する、胎内リゾートの魅力を紹介する動画を制作する、飯豊連峰の魅力を発信する山のポスターを製作するなど、市内外で胎内リゾートを具体的に宣伝・紹介するためのツールを制作する。	H25 H26 H27 H28 H29	H27～飯豊の山ポスター(JR東日本と連携)	H28中条駅に楡形山脈、飯豊山脈の案内板を更新設置	胎内市観光の魅力発信に努める。	山ポスター(JR)は継続実施、観光ガイドブックは大幅改訂に向けて現在検討中。	継続して魅力を発信できた。
	5	胎内リゾートの会員制度の創設	胎内リゾート全体での会員制度を立ち上げ、会員に対するダイレクトメールの発送、各施設共通のポイントカードの発行、会員限定の各種特典付与などを実施し、胎内リゾートのリピーター確保を進める。	H25 H26 H27 H28 H29	【未実施】	未達	実施について検討	会員制度立ち上げはできていない。	個人情報の問題があり、リゾート全体での情報共有は難しい。
機5 能の リゾ ート エリ ア全 体の プラ ット ホー ム	1	多様な運営主体間の連携を促進する仕組み構築	市(リゾート内の各施設の担当課)、指定管理者を含む各施設の管理・運営主体、観光協会等の参加に基づく、「胎内リゾート魅力向上委員会」を設置し、リゾートエリア全体の魅力創出、向上に関する議論を定期的に行う。	H25 H26 H27 H28 H29	樽ヶ橋エリアにおいて、回覧板により情報共有を図っている。	情報共有の一助となっている。	クアハウスはないが胎内リゾート施設利用者を対象に入館料割引を実施	樽ヶ橋エリアにおいて、月2回程度、回覧板による情報共有を継続して行っているほか、月1回施設運営者が集まり、情報共有を図っている。	樽ヶ橋エリアの取組をエリア全体に拡大できるよう、他エリアでの実施を検討する。
	2	観光協会との連携による対外的ワンストップ窓口整備	観光協会との連携を進め、リゾートエリア全体の情報を一元的に発信するための窓口機能を整備する。	H25 H26 H27 H28 H29	協会ホームページも一新し、胎内市観光の窓口としての機能を果たしている。	胎内リゾートを中心に、市内観光の窓口としての役割を担っている。	積極的、一元的に観光情報を発信する。「トコトコ便」の作成、配布について市から協会への移行を検討	観光協会がSNS等で観光情報の発信を行い、インバウンド向けのHPを作成した。	常に情報収集して、HPやSNSで情報発信できた。
デ6 イン 広 域 の プ ラ 推 進	1	広域連携の推進	村上市や新発田市と協働しての新潟市、首都圏向けプロモーションの展開や、広域エリア全体のパンフレットの作成、同種の観光施設の一体的なPR・運営など、各市町村・施設が持つ特長を活かして役割を分担しながら、連携して取り組むことの出来る体制、仕組みを検討する。	H25 H26 H27 H28 H29	「定住自立圏構想」で、新発田市、聖籠町と広域観光ルートの整備を進めている。	村上市は山形県との連携を進めており、現在のところ協働には至っていない。	3市町の連携が成功したら、阿賀野市、村上市も含めて広域での実施を予定	H30.3月に新潟-台間の新規航路をビーチ・アビエーションが就航。阿賀北の市町村が連携し、機内誌等への広告を掲載	新潟空港からアクセスしやすい阿賀エリアの特色と魅力をビーチの主要客層である20～30代女性層に目を向けて発信できた。