

**新城市観光基本計画アクションプラン
平成 25 年度～平成 27 年度
実績報告書**

**平成 28 年 3 月
新 城 市**

目 次

1	はじめに	1
2	アクションプラン計画期間（平成 25 年度から平成 27 年度）の総括	2
3	取り組みの現状と課題	3
	活動方向 1：観光資源の魅力アップ、新しい観光資源の発掘・育成	3
	（1）自然を活かした観光の推進	
	（2）歴史を活かした観光の推進	
	（3）文化、スポーツ観光の推進	
	（4）温泉観光の推進	
	（5）地域特性を活かした土産品の開発・ブランド化	
	活動方向 2：知っていただくための活動	7
	（1）観光客に向けた分かりやすい広報・PR の促進	
	（2）旅行会社、マスコミ等ターゲットを絞った PR の促進	
	（3）市民が一体となった PR の促進	
	活動方向 3：来ていただくための活動	9
	（1）旅行商品（コース）モデルの造成	
	（2）旅行会社等に対する営業活動の活発化	
	（3）二次交通の整備	
	活動方向 4：満足度を高め、再びきていただくためのおもてなしや受入体制等の整備	11
	（1）市民のおもてなしの充実	
	（2）地域（関係者、事業者）のおもてなし環境の整備	
	（3）「安心・安全の観光地域」実現	
4	新城市観光基本計画アクションプラン（後期）の策定に向けて	13

1 はじめに

観光交流による地域の活性化に寄与することを目的に、平成 22 年 3 月に新城市観光基本計画（以下「基本計画」という。）を策定した。その後、三遠南信自動車道や新東名高速道路などの交通インフラ、東三河県庁の設置を始めとした外部環境の大きな変化に対応し、効果的かつ着実に観光振興を図るため、平成 25 年度から平成 27 年度までの 3 か年の具体的活動計画、新城市観光基本計画アクションプラン（以下「アクションプラン」という。）を平成 25 年 3 月に策定した。

この実績報告書は、アクションプランに基づき平成 25 年度から平成 27 年度までの 3 か年で取り組んだ、観光振興施策を検証、総括し、平成 28 年度からの観光基本計画アクションプラン（後期）（以下「アクションプラン（後期）」という。）へと引き継ぐことを目的として、観光基本計画推進委員会の助言のもと取りまとめたものである。

2 アクションプラン計画期間（平成 25 年度から平成 27 年度）の総括

基本計画に掲げる「観光交流による地域の活性化」の推進のため、「奥三河の魅力を引き出す拠点しんしろおもてなしプラン」をサブタイトルとしたアクションプランに基づき、これまで観光振興を図ってきた。

観光入込客数については、平成 27 年度にオープンした道の「駅もっくる新城」の開業により約 307 万人と大幅に増加し、基本計画で平成 31 年度までの目標としていた 300 万人を 4 年間の前倒しで達成する結果となった。しかし、もっくる新城の来場者数約 113 万人を除いた入込客数は約 194 万人であり、アクションプランへの取り組み前と比較しほぼ横ばいの結果となっている。

期間中の取り組みとして、観光 DVD やガイドブック等の情報発信媒体の作成や、道の駅もっくる新城、及び湯谷温泉駅での観光案内所の開設、観光ボランティアガイド養成講座の開催、桜淵公園再整備基本計画の策定と笠岩橋の耐震補強工事、守義、只持、乳岩の公衆トイレ改築、鳳来寺山表参道入口の駐車場舗装等の事業を行ってきた。

これらの事業実施による入込客数の大幅な変化は表れていないものの、新東名高速道路の開通など社会基盤の変化を追い風に、今後の観光振興施策の展開に向けた、大きな手掛かりとして、着実に効果が表れるものと期待している。

新城市全体の観光入込客数の推移（平成 23 年～平成 27 年）

指標	H23 年	H24 年	H25 年	H26 年	H27 年
入込客数 (千人)	1,689	1,991	1,960	1,930	3,068

※愛知県観光レクリエーション統計より

3 取り組みの状況と課題

活動方向1：観光資源の魅力アップ、新しい観光資源の発掘・育成

(1) 自然を活かした観光の推進

指標	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年
入込客数(自然) (千人)	1,281	1,320	1,302	1,271	1,239

※愛知県観光レクリエーション統計より（桜淵公園、鬼久保ふれあい広場、鳳来寺山、阿寺の七滝、愛知県民の森、乳岩峡、東海自然歩道、湯谷園地、鳴沢の滝、寒狭川の入込客数の合計）

【取り組みの状況】

本市には、天竜奥三河国定公園をはじめとした4つの自然公園があり、自然公園内には鳳来寺山や桜淵公園、長ノ山湿原等、特徴的で豊かな自然が残されている。これらの自然資源は、本市の魅力伝えるための重要な観光資源として位置づけられている。

入込客数については、入込調査時の条件等により若干の変動はあるものの、概ね横ばい傾向にある。

新たな取り組みとして鳳来寺山では、魅力を伝えるための観光ガイドの会が平成25年度に結成されると共に、地域住民が主体となったイベント等が実施され賑わいの創出に貢献している。しかし、鳳来寺山以外のエリアでは新たな魅力づくり、対外的なPRが遅れており誘客の増加にいたってない。

自然観光の推進と利便性向上のため、ハード面では寒狭川、鳴沢の滝、乳岩峡の3か所で公衆トイレの改築を実施したほか、鳳来寺山表参道の笠川駐車場を舗装し、利便性の向上が図られた。また、ソフト面では、県東三河広域観光協議会や（一社）奥三河観光協議会の主催によるハイキング大会の開催や東三河ジオパーク構想に基づくジオツアー等に取り組まれているが、来訪者の増加に結び付けることが難しい現状である。

【課題】

自然を目的とした観光は全国的にニーズの高い分野であり、より積極的な事業展開が求められている。

市内には特徴的で多様な自然資源が豊富にあるが、駐車場など観光地としての受入体制の整備や、資源を活用した体験型観光としてのプログラム造成が遅れており、魅力的な自然環境を活かしきれていないことが課題である。

受入環境の整備や体験型観光への対応と併せ、自然資源の保護活動にも取り組むことで、本市の観光を牽引する分野として、積極的な事業推進が必要である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・受け入れ態勢の整備
- ・体験型観光プログラムの開発
- ・自然環境の保護、育成

(2) 歴史を活かした観光の推進

指標	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年
入込客数(歴史) (千人)	284	352	335	314	339

※愛知県観光レクリエーション統計より（設楽原歴史資料館、長篠城史跡保存館、のぼりまつり、鳳来寺山の入込客数の合計）

【取り組みの状況】

本市長篠、東郷地区及び作手地区は、全国的な知名度を誇る「長篠・設楽原の戦い」の古戦場が当時を忍ばせる形で残っている稀有な地域であるとともに、山城が数多く点在し、全国の愛好家から注目されているなど、歴史観光の推進において非常に高い可能性を有している。推進委員会では、この観光を本市観光の主要な柱の一つとして重視し、その方法として、長篠・設楽原古戦場の「見える化」について検討した。その具体的手法としての大のぼり等による「見える化」の推進は、状態よく保存されているこの古戦場を観光資源として活かす手立てとして有効であるが、その設置、維持管理を考慮し、今後は地域活動との協働を視野に入れ引き続き検討を続けることとなった。

新東名高速道路の開通は、この地域の全国的アピールの絶好の機会であり、新東名高速道路長篠設楽 PA の整備に併せ、隣接する信長本陣跡（茶臼山公園）への遊歩道を整備し、PA 利用者が気軽に散策することが可能となった。

また、古戦場や山城群を活かした武将観光を推進するため、バスツアー等へのボランティアガイドの斡旋や、道の駅もっくる新城等で古戦場ウォーキングマップを配布し、誘客促進と来訪者の満足度向上を図っている。

【課題】

保存状態の良い古戦場や、山城は、観光地として非常に魅力ある資源であるが、見どころが分かりにくいことが課題となっている。

知名度や、当時のままの地形等、市を代表する観光地としての魅力が高い場所であるため、「古戦場の見える化」を進めることで、ポテンシャルの高い観光エリアとしての訴求力向上や来訪者の満足度と、理解度を高めるための取り組みが今後の課題となっている。

また、この景観や環境の保全についても検討を進める必要がある。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・「見える化」推進のための観光地整備（「見える化」＝古戦場可視化や案内看板など）
- ・古戦場内の名所、旧跡をつなぐコースの設定と情報発信
- ・観光ボランティアガイドの育成と体制整備

(3) 文化、スポーツ観光の推進

【取り組みの状況】

「火おんどり」や「乗本万灯」、「大海の放火」等の地域の伝統行事や、「新城歌舞伎」、「新能」等の伝統芸能は、地域住民の努力により古くから守り育てられてきた固有の文化として取り組まれている他、新たな文化の創造を目指した「つくでの森の音楽祭」等、地域住民が主体となって文化事業が取り組まれている。

本市ではこれらの伝統行事・芸能や文化事業を貴重な観光資源として位置づけ、「奥三河再発見ツアー」のコースに取り入れたほか、観光ガイドブックや DVD、観光協会ホームペ

ージ等を通じて広く情報を発信している。

DOS（ドゥ・アウトドア・スポーツ）事業を中心としたスポーツ観光については、新城ラリーを筆頭に知名度が着実に上がっている。平成25年からメイン会場を新城総合公園に移した「新城ラリー」は、来場者数が同年3万8千人であったが、平成27年では5万1千人となり、まさに新城市を全国に発信する場となっている。また、新城トレイルレース、三河高原トレイルランニングレースはこの地域で人気のトレイルランニング大会として定着している他、平成27年度からは茶臼山高原（豊根村）をスタートし、ゴールとなる湯谷温泉を目指す全長70kmの「奥三河パワートレイル」が開催され、トレイルランニング先進地のひとつとして全国の愛好者に知られつつある。

この他にも、地域おこし協力隊が中心となりの開催されたトレイルランニングレース「Da MONDE TRAIL」や廃校を利用した自転車レース「スクールクロス」等、市民活動としてのアウトドアスポーツ事業も開催され、当地をイメージづけるイベントとして今後の活動の広がり期待が高まっている。

【課題】

地域の伝統行事、伝統芸能は、古くからこの地域に根付いた固有の文化であるとともに、貴重な観光資源でもある。これらを広く発信し、認知度をたかめることは、本市ならではの着地型観光を推進する手段のひとつである。関係団体等との連携により広く情報発信を図ると共に、ツアーコースへの組み込みによる商品化を進めることで、観光資源として活かすことが望まれている。

スポーツ観光については、DOS（ドゥ・アウトドア・スポーツ）事業により多くの集客につながっているが、集客数に対して宿泊や駐車場、移動手段等の受入態勢が新たな課題となっている。今後はこれらのイベントを契機として、日常的な来訪者増加のための受け入れ態勢を官民協働で構築し、この地域ならではの着地型観光資源として活かす方法を検討する必要がある。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・観光資源としての位置付けとPR活動の展開
- ・資源を活かした旅行商品の造成と売り込み
- ・市民団体等への支援と連携・協働による環境整備

（４）温泉観光の推進

指標	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年
入込客数(温泉) (千人)	183	211	232	235	243
湯谷温泉旅館 入込客数(千人)	52	46	39	32	51

※愛知県観光レクリエーション統計より（温泉入込客数については、湯谷温泉、ゆ〜ゆ〜ありいな、うめの湯の入込客数の合計、湯谷温泉旅館入込客数については湯谷温泉の入込客数）

【取り組みの状況】

湯谷温泉は鳳来寺山、長篠・設楽原の戦いと並び、市を代表する観光資源であると共に、周辺観光の拠点として更なる活性化が期待されている。

湯谷温泉の中心である湯谷温泉駅は平成27年4月から地元ボランティアの協力のもと、

湯谷温泉発展会により観光案内所としての利用がはじまり、湯谷温泉と、その周辺観光の拠点として定着しつつある。

湯谷温泉駅観光案内所の活用と、湯谷温泉街の賑わいの創出を目的として、平成 27 年 6 月より、地元有志による朝市「十種の朝座」が毎月第 4 日曜日に開催されている。

また、課題である二次交通手段の確保のための取り組みとして、それまで各旅館で実施していたレンタサイクル事業を観光案内所で実施したと共に、レンタサイクル利用促進を目指して、平成 27 年度には湯谷温泉周辺のサイクリングコースを紹介する「サイクリングガイド」の発行や、二次交通対策の実証モデルとして「湯谷温泉自転車散歩」を開催した。この他にも愛知県の事業として「山里の魅力創造社」による、湯谷温泉駅、鳳来寺山山頂、門谷表参道を経由する無料シャトルバスの試験運用が「鳳来寺山もみじまつり」開催期間中に実施された。

湯谷温泉への誘客対策としては、「鳳来寺山もみじまつり」の駐車場利用者への温泉入浴割引券を配布や、観光 PR 事業等でノベルティとして「湯谷温泉の元」を配布するなど、観光地間の連携や、認知度の向上等の取り組みを行った。

市が管理している湯谷温泉加温配湯設備については、加温ボイラーや、配湯ポンプ等の交換、配湯管、貯湯槽の定期洗浄をはじめ、保守点検、修繕を行い温泉の安定供給に努めている。

【課題】

湯谷温泉は市を代表する観光資源のひとつであり、宿泊拠点として大きな役割を担っているが、宿泊利用者数の減少が大きな課題となっている。このため、湯谷温泉のブランド化を含めた、プロモーション活動の展開による誘客促進が急務であるため、温泉関係者と市、市観光協会の連携を強化し対応することが必要である。

また、観光名所が広く点在している湯谷温泉周辺では、自動車を利用しない観光客への対応が必要である。レンタサイクルの開始により近距離への移動手段は確保できたが、JR 飯田線以外の公共交通手段がないため、湯谷温泉を発着拠点とした、鳳来寺山や奥三河地域などより広い範囲への周遊性確保するための、レンタカーの利用促進や、カーシェアリング、シャトルバスの運行等、新たな二次交通手段の確保が新たな課題となっている。

加温配湯施設・設備は湯谷温泉を支える基盤として重要な役割を担っているが、老朽化により、設備更新や修繕の頻度が高くなっている。今後も温泉の安定供給のため設備の計画的な更新や、故障個所の迅速な修繕が必要である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・誘客に向けたプロモーション活動の展開
- ・二次交通手段確保のための検討
- ・湯谷温泉駅観光案内所の拠点機能の充実
- ・温泉安定供給のための設備の更新や修繕

(5) 地域特性を活かした土産品の開発・ブランド化

【取り組みの現状】

本市には八名丸里芋や、新城茶、鳳来牛などの農畜産物をはじめとした多くの特産品があり、本市の魅力ある観光資源のひとつとして位置づけられている。

これらの特産品は、平成 27 年に開業したもっくる新城や、農産物の直売所等で特産品として販売している他、市内外の観光イベントなどでも販売しており購入者からは、高評価を得られている。

また農業生産者や、菓子類の販売業者等が土産品の開発に向けて、地元農産物を使用したスイーツの開発・コンペや、開発された特産品の取扱店舗を増やすための説明会を実施している。他にも奥三河雇用創造協議会が開発した「梅シェイク」や、富岡まちづくり協議会で「めざせ明日のまちづくり事業」を活用した「五葉うどん」の開発も行われており、新たな特産品を開発する動きが活発になっている。

また、毎月第4日曜日に開催されている「のんほいルロットしんしろ軽トラ市」は、毎回多くの来場者を集め日本三大軽トラ市として発展しているとともに、本市を代表するイベントとして多くの人に知られている。平成 27 年 11 月には「全国軽トラ市」を開催し約 1 万 5 千人の来場者があった。

【課題】

特産品や土産品は地域の魅力のひとつであり、観光誘客による地域活性化を図るための有効な手段であるが、全国的な知名度が低く大幅な誘客には結びついていない。

特産品を全国的に広く PR するためには、特産品の磨き上げを図るだけでなく、飲食店や宿泊施設などと連携し「新城市の食」としてのアピールや、消費量の拡大を図ると共に、特産品を自然、歴史、文化等の並ぶ地域資源として位置づけ、「地域ブランド」として差別化を図るなど、積極的なプロモーションが必要である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・ 地域物産の特産品認定と PR デザイン（特産品シールや包装紙など）の統一化
- ・ 飲食店、宿泊施設との連携

活動方向 2 : 知っていただくための活動

(1) 観光客に向けた分かりやすい広報・PR の促進

指標	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
HP アクセス数 (千人)	299	324	326	327	384

※「HP アクセス数」は、観光協会のホームページにアクセスをした人の累計数

【取り組みの状況】

本市の認知度を高めることは、観光誘客を促進するはじめの一步として、最も基本的な活動である。

平成 26 年度に新たな取り組みとして観光 DVD「歴史と大自然のロマン愛知県新城市」を作成するとともに、平成 27 年度にはそれまでの観光ガイドマップを一新し、観光ガイドブック「あるがままのおもてなし」を作成するなど、本市の魅力を伝えるツールの強化を図るとともに、市ホームページだけでなく市観光協会や（一社）奥三河観光協議会、県東三河広域観光協議会のホームページでの情報を発信や、観光 DVD を動画サイトに投稿するなどインターネットを活用して広く情報発信を行っている。

また、道の駅もつくる新城や湯谷温泉駅に観光案内所を設置し「奥三河の観光拠点」として、来訪者の満足度を高めるための情報を発信しているほか、観光イベントへの参加や高速道路 SA 等でのプロモーション活動を実施し認知度の向上による誘客促進を図っている。

【課題】

新東名高速道路の開通により交流圏域が大幅に拡大し、来訪者の広域化が見込まれるため、積極的な情報発信による認知度の向上と、観光案内所による来訪者の満足度を高めることが求められている。

ガイドブック、パンフレットについては、この地域の認知度を高めると共に、来訪者に必要な情報を提供する有効な手段である。しかし、発行部数に限りがあり、新東名高速道路新城 IC の開通による来訪者のニーズに対応しきれていない現状がある。ニーズに対応するためガイドブック、パンフレットを計画的に増刷すると共に、それら印刷物のデータ版をホームページに掲載するなどの対応が必要である。

また、イベント等でのプロモーション活動は、認知度を高め、新たな誘客を促す絶好の機会であるため、集客圏域を考慮し、積極的、効率的に実施する必要がある。

また、年々利用者が増加している SNS による情報発信は、身近で即時性の高いツールとして活用を検討したい。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・ 効率的な観光プロモーション活動の展開
- ・ SNS (YouTube、Facebook、Twitter など) の導入

(2) 旅行会社、マスコミ等ターゲットを絞った PR の促進

【取り組みの状況】

旅行会社、マスコミ等への PR 活動は、本市の認知度を高めるとともに、バスツアー等旅行商品として地域を売り出すための効果的な手段であるため、観光ガイドブックや DVD 等を旅行会社、マスコミに配布し、魅力的な観光資源の PR に努めている。

また、旅行会社やマスコミへの直接的な PR については、市観光協会や奥三河観光協議会を中心として行っている。旅行会社へは観光展等への参加や、営業所等への訪問による旅行商品の売り込みを行うと共に、マスコミについては、FM 豊橋の番組内に「奥三河の観光情報コーナー」を設けているほか、さくらまつり等のイベント事業や、「奥三河味のお辺路めぐり」、「お得にいかまい奥三河パスポート」等のキャンペーン事業をについて、報道各社に情報を提供している。

【課題】

旅行会社、マスコミ等への PR については、誘客促進を図るために有効な手段であるため、積極的に活用できるよう継続して働きかけることが必要である。

また、ニーズの多様化に伴い地域ならではの情報を求められる機会が増加する傾向にある。このため、発信する情報についても従来のイベントやキャンペーンの実施に関する情報だけでなく、より多様で魅力的な情報の発信が求められている。多様な情報発信のための情報収集力を向上させると共に、より積極的な情報発信を行うことが必要である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- 旅行会社、マスコミへの継続した PR 活動の実施
- SNS を活用した情報の発信
- 市民協働による情報発信

(3) 市民が一体となった PR の促進

【取り組みの状況】

市、市観光協会、(一社)奥三河観光協議会等が行う PR 活動や、道の駅もっくる新城、湯谷温泉駅等での観光案内だけでなく、市内の飲食店や宿泊施設等も観光情報発信の一翼を担っている。

これらの情報発信を支える活動として、施設管理者や観光関係者等から情報が提供され市、観光協会等の PR に活用されているほか、市内飲食店等が観光パンフレット等を設置することで地域の観光案内所としても機能している。

【課題】

市・観光協会等が中心となった従来の PR 方法だけでは、多様化するニーズに応えることが難しいため、市民協働による PR 活動等、新たな手法に取り組むことが必要である。

SNS 利用者の増加や、新東名高速道路新城 IC の開通による来訪者の増加に対応し、より魅力的で、多様な情報を迅速に発信し、誘客促進や来訪者の利便性向上を図るためには、市民協働による情報発信の体制整備が必要である。その具体的な手法として「情報発信協力員(仮称)」による SNS の活用や、市内事業所等を観光案内所として認定する「まちかど観光案内所(仮称)」の実施に向けた検討が求められている。

【優先的に実施すべき主な事項】

- SNS を利用した情報発信協力員(仮称)の体制整備(ルールの検討・作成含む)
- まちかど観光案内所(仮称)の体制整備

活動方向3：来ていただくための活動

(1) 旅行商品（コース）モデルの造成

【取り組みの状況】

魅力的な旅行商品の造成は、多様化する観光ニーズへの対応と着地型観光の推進を図るための重要な手段である。

(一社)奥三河観光協議会が豊橋鉄道と共同企画している「奥三河再発見ツアー」のうち、本市を目的地としたツアーが、平成25年度から平成27年度の間で43プランが企画されその内24本が催行されている。また、平成27年度は家康顕彰400年を記念したボランティアガイド付きの東照宮特別拝観ツアーや、新東名高速道路開通前イベントに参加するためのツアーが催行されバス77台、約3,000人の来訪があった。

新たなツアー造成については、奥三河雇用創造協議会のモニターツアー等、モデルコースを造成し計6回166名が参加しているほか、県事業として「山里の魅力創造社」により「奥三河鳳来の百選めぐり」等のバスツアーも開催されている。

この他にも、特徴的な地質を活かしたジオパーク構想事業として、鳳来寺山自然科学博物館が東三河地域と連携しジオツアーを開催している。

【課題】

これまでに多くの旅行商品が造成、催行されている。今後は、多様化する観光ニーズへの対応と着地型観光への転換を図ると共に、観光産業に与える効果も視野に入れた販売力の高い観光商品へと磨き上げることが必要である。

また、多くの旅行商品の造成が進む一方で、モニターツアーとして実施されているだけの旅行商品が少なくないため、実際に旅行会社等への売り込みによる、自発的なツアー誘客につなげることが課題である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・魅力ある旅行商品の開発と磨き上げ
- ・旅行会社等への売り込み

(2) 旅行会社等に対する営業活動の活発化

【取り組みの状況】

旅行会社やマスコミ等をターゲットにしたPR活動は、誘客促進を図るうえで重要な活動であり、市観光協会を中心として実施している。

例年、東京、大阪等大都市圏の旅行会社を対象とした商談会に参加している。主な内容として、年間でビジネス交流会等への参加が2回、県東三河広域観光協議会によるキャラバンへの参加を1回行っている。また平成27年度は奥三河観光協議会による首都圏観光PRに3回参加するとともに、新東名開通前イベントへの誘客促進のためクラブツーリズムへの働きかけを行い、大型バス60台のツアーが催行された。

海外誘客への取り組みとしては、平成26年度に多言語に対応した観光用DVDを作成すると共に、平成27年度には観光ガイドブックの多言語化を行い旅行会社等に配布している。

【課題】

旅行会社へのPR活動を実施しているが、四谷の千枚田や川売の梅、百間滝等については、駐車場等、大型バスの受け入れ態勢が整っておらずツアー造成の大きな課題となっている。

東海4県での本市の知名度は年々向上しているが、関東、関西等大都市圏での知名度が低いため宿泊を伴うツアー造成につながりにくい状況にある。

旅行会社やマスコミからの問い合わせに対する受け身の対応となっているため、より効果的で、戦略的な情報発信手段の検討が課題となっている。

また、近年大幅な伸び率をみせている海外旅行者の誘客については、多言語化 PR ツールの更なる有効活用が必要であるが、併せて受け入れ態勢の検討を図ることが必要である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- 旅行会社等へのプロモーション活動の実施
- 魅力ある旅行商品の開発と磨き上げ
- 観光ボランティアの育成と体制整備

(3) 二次交通の整備

【取り組みの状況】

二次交通への取り組みとして、自転車を利用した事業を実施した。平成 27 年度から湯谷温泉駅観光案内所にてレンタサイクル事業を湯谷温泉発展会が開始し、これに併せ「湯谷温泉サイクリングガイド」を作成し、レンタサイクル利用者は徐々に増加している。また、観光拠点での自転車利用の可能性を調査するため「自転車散歩」事業を平成 26 年 4 月には桜淵公園で、平成 27 年 11 月には湯谷温泉で実施した。

湯谷温泉を起点として数十キロ圏に魅力的な観光資源が多くあることから、広域的に対応できる二次交通対策として、路線バスの活用、観光タクシー等の検討を行ったが、いずれも観光に特化して取り組むことが難しいため、レンタカー等の活用について検討を始めている。

【課題】

観光資源が広く点在している本市において、公共交通機関利用者への二次交通対策は新たな誘客を図るうえで大きな課題となっている。近距離の移動手段としてのレンタサイクルは手軽で有効な手段であるため、他の拠点での実施等拡充が望まれる。

また、自転車での移動が難しいより広範囲な移動手段としては、レンタカーや、カーシェアリング、観光タクシー、小型電気自動車等が考えられるが、地域の特性を考慮して活用に向けた検討を図ることが必要である。

【優先的に実施すべき主な事項】

- レンタサイクルの拡充と利用促進
- レンタカー等多様な二次交通手段の活用に向けた検討

活動方向4：満足度を高め、再び来ていただくためのおもてなしや受入態勢等の整備

(1) 市民のおもてなしの充実

指標	H23 年度	H24 年度	H25 年度	H26 年度	H27 年度
ガイド依頼件数 (件)	15	31	32	27	57
ガイド参加者数 (人)	350	750	950	600	1,480

※奥三河観光協議会事務局（市協会）への申し込み状況より。

【取り組みの状況】

本市でのボランティアガイドについては「奥三河ふるさとガイド」を中心として活動されている。ガイドの活動実績には年度でバラつきがあるものの、旅行会社等からの問い合わせが増加しており年々需要が高まっている。

平成 27 年度は「家康顕彰 400 年」の関連事業として、鳳来寺山を巡るガイド付きツアーが多く催行されたことや、設楽原決戦場でのガイド付きツアー等に対応したためガイド活動の実績が例年と比較して大幅に増加した。

観光ガイドの需要増加の一方で、ガイドができる人材の高齢化と減少が進んでおり、平成 27 年度に「新城市観光ボランティアガイド養成講座」を開催し、長年の課題であったガイドの養成への取り組みを始めた。

【課題】

ニーズが高まっているボランティアガイドの育成、活用は着地型観光の活性化を目指す本市において、優先的に取り組むべき重要な項目である。「奥三河ふるさとガイド」を中心に対応しているが、対応できる分野の偏りや、現場で対応できるガイドの人員不足等が課題となっている。人材育成を継続して開催し、より多くのガイドが、幅広い分野で活躍できる仕組みづくりが必要であると共に、ガイドが自主的に活動できる「ガイドの会」の組織化や利用促進に向けた PR 活動等への取り組みが不可欠となっている。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・ボランティアガイド育成に向けたガイド養成講座等の開催
- ・「奥三河ふるさとガイド」を基盤とした組織の確立
- ・利用促進に向けた積極的な PR 活動

(2) 地域（関係者、事業者）のおもてなし環境の整備

【取り組みの状況】

ハード面では、平成 25 年度から平成 27 年度にかけて能登瀬地区、只持地区、守義地区、川合地区の公衆トイレ 4 カ所の改修を行った。また、鳳来寺山表参道入口にある笠川駐車場の舗装工事を実施し利便性の向上を図った。

また、おもてなしと情報発信の拠点として、道の駅もつくる新城では奥三河観光協議会が、湯谷温泉駅では湯谷温泉発展会が、それぞれ平成 27 年度に観光案内所を開設した。特にもつくる新城については年間約 7 万人が利用しており、奥三河の観光ハブステーションとしての役割を十分に果たしている。

【課題】

ハード面での課題であったトイレ改修事業については、計画に基づき順調に整備されており、今後も引き続き必要箇所の改修を実施する必要がある。一方で川売や、乳岩、百間滝、などでは駐車場が狭く、台数に限りがあるため、誘客を図るうえでの障壁となっているため駐車場の整備が必要である。

またソフト面では、道の駅もつくる新城や湯谷温泉駅等の観光案内所については、より効果の高い拠点としての活用方法を検討する必要がある。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・トイレの改修と駐車場の整備
- ・観光案内所拠点機能の充実

(3) 「安心・安全の観光地域」実現

【取り組みの状況】

「安心・安全の観光地づくり」のため、桜淵公園の笠岩橋の耐震補強工事を実施したほか、観光施設等の点検や必要箇所の修繕、倒木の除去、落石やハチ等に対する注意喚起看板を設置するなど対応を行っている。

また「安心・安全の観光地域」実現のため、近年利用者が増加している登山における安心・安全対策として、鳳来寺山、雨生山、吉祥山、船着山・常寒山の4か所の登山マップを作成すると共に、登山に関する市HPを更新し、安全な登山のための基礎的な項目を記載した。

【課題】

施設、設備の老朽化が進んでおり、頻繁に修繕が必要となっている。また、観光施設等が山間地域を中心に点在しており、限られた人員で倒木、落石等への対応が難しい。

ソフト面では、来場者の多い大規模イベントでは事故等が発生した場合の対応策として、マニュアル等の整備が必要である。また、近年の登山ブームにより山歩きをする観光客が増加しているため、安全性の向上のため登山マップ等の充実や、ホームページ等での安全啓発も課題となっている。

また、宿泊施設や観光施設等の安全確保に向けて、関係者の協議等を通じて順次整備を図っていくことが求められる。

【優先的に実施すべき主な事項】

- ・来訪者を対象とした安全マニュアルの作成
- ・登山マップの発行継続と啓発
- ・宿泊施設や観光施設等の安全確保に向けての関係者の意識啓発

4 観光基本計画アクションプラン（後期）の策定に向けて

新城市観光基本計画推進委員会では、アクションプランの進捗管理と併せて、アクションプラン（後期）について検討してきた。これまでのアクションプランで進めてきた取り組みを再検証すると共に、新東名高速道路新城 IC の開通による交流人口の増大や、多様化する観光ニーズへの対応を図るため、本市の魅力を活かした着地型観光の推進と、市民、事業者、団体と行政が一体となった協働による観光振興に取り組むべき重要な課題として位置づけ、各事業の推進計画に盛り込むこととした。

基本計画に掲げる目指す姿「観光交流による地域の活性化」は、観光産業の発展を目指すだけのものではなく、観光をキーワードとしたまちづくりを目指すものである。

新城市総合計画の目指す姿「市民がつなぐ山の湊創造都市」の実現を観光面から支えるため、その具体的な指針として「観光基本計画アクションプラン（後期）」が着実に推進するとともに、推進することができる体制、環境についても市全体で取り組むものとする。