

●第1期計画策定から現在までに得た主な機会

2市3町で取り組む 「一般社団法人やまがたアルカディア観光局」

山形県南部に位置する、長井市・南陽市・白鷹町・
飯豊町・小国町によって設立された地域連携DMO。



長井市の資源だけではなく、近隣市町の資源を活用する体制が整い、ふるさと感がある郷山でゆったり癒し効果のある商品企画を作ることができるようになり滞在時間を増やす効果が上がった。

重要文化的景観の選定

「風景の国宝」といわれる国の重要文化的景観に『最上川上流域における長井の町場景観』が平成30年2月に選定された。

重要な構成要素である建造物や河川、まちなみ、石造物が多く残る「宮区域」、「小出区域」、「最上川区域」は、「風景の国宝」として長井市の価値（ブランド）を高めた。保存と活用のバランスを取りながら、「フットパス」の取り組みと合わせて、選定以前からガイドを聞きながらのまち歩きなど観光面での活用がなされている。

モンベルとの包括連携協定

長井市は、アウトドアブランド(株)モンベルと包括連携協定を結び、やまがたアルカディア観光局のエリアを「飯豊・置賜」として、2021年10月よりフレンドエリア登録をしており、フレンドショップも設置。100万人を超えるモンベル会員に積極的なPRを実施している。

(株)モンベルのノウハウを学び朝日連峰及び飯豊連峰の山岳観光とダム周辺等で体験できるアウトドアアクティビティの開発と販売の機会が出来た。

水辺空間のオープン化

国直轄ダムでは初めて「都市・地域再生等利用区域」指定（令和2年）を受け、管理区域内での営利事業を開始。水陸両用バス・遊覧船・サップ・スイーツ販売を行う。コロナ禍では、県内隣県の誘客が伸び、「やまがたの旅」アクセスランキングで、銀山温泉に次ぎ「長井ダム」が2位、「ながい百秋湖遊覧船」が4位となった。



注目度が高まり、近隣県および県内からの観光客の誘客が伸びており、今後さらなる増加が期待できる。

けん玉「市技」認定

令和2年の長井市民けん玉大会（市長杯）開催をきっかけに条例で市技に認定。歌手の三山ひろし氏が長井市けん玉大使となり、けん玉による長井市の知名度が向上。メディア取材が急増している。コロナ禍では当市がけん玉ワールドカップのリモート会場となっている。市内のけん玉チャレンジが定着し、飲食店等の観光客への対応が進んだ。



メディア取材の効果により、知名度の向上及びこれまで立ち寄らなかった来訪者が増えている。

オンラインツアー及び物販での成果

コロナ禍の2020年～2021年にオンラインツアー及び物販（オンライン販売）を実施。オンラインツアー参加者より、「リアルツアー開始時には是非行きたい」というアンケートを数多くいただいた。



新しい接点を持つことができたことで、誘客につながる事業となっている。

台湾からのツアー対応を準備中

DMOでは台湾で派遣職員を雇用し2020年の春に1500人のツアーを予定するも中止。2021年3月は、台湾へのオンラインツアーを組み好評。



台湾に営業担当者を雇用し、コロナ後の台湾からのツアー準備を整えており、今後アフターコロナにおける台湾からの観光客増加に期待している。

●第1期計画推進から見てきた長井市の観光振興の課題

全国の観光を取り巻く情勢や本市の観光の動向及び現状、また、第1期計画総括等を踏まえ、観光振興の課題を次のとおり整理しました。

問題点・弱みなど

資源や素材に
関して

- ・既存公園施設等の老朽化
- ・フラワー長井線を資源として活かしていない
- ・「食」の魅力が出せていない
- ・重要文化的景観を観光に活かしていない

体制や住民の意識に関して

- ・観光協会・観光局・市の役割が整理されていない
- ・観光関連事業者の巻き込みが足りない（連携）
- ・商店街の参画が足りない
- ・アルカディアエリアとしての地域連携の効果が実感できていない
- ・旅行プランを通しての成功体験を持つ人がまだ少ない
- ・住民は観光客を迎え入れることに慣れていない
- ・市民から観光の重要性がまだ認知されていない
- ・マンパワーの不足、担い手、参画者の固定化
- ・インバウンドへの対応が不十分・不慣れ
- ・宿泊滞在の観光が少ない（観光客の宿泊が少ない。）
- ・駅からの2次交通は、タクシーかレンタサイクル
- ・立ち寄りできる雰囲気のお店が少ない（入りづらい）

情報・広報に
関して

- ・長井市の知名度はまだまだ低い
- ・情報発信が不十分（まとまりがなくわかりにくい）
- ・集積した情報の分析・活用が不十分
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で観光客が戻っていない



課 題

①地域資源・観光としての磨き上げ（体制・メニュー）等に関して

- ・既存観光資源の磨き上げ（あやめや白つつじの公園、まつり、観光スポット）
- ・マーケティングに基づく観光メニューづくり
- ・経済効果に直結する「食」の開発
- ・「地域の文化」「生業」を魅せる
- ・長井ダムの水辺空間のオープン化を受けた事業展開の強化
- ・山岳観光分野の強化（拠点としての「野川まなび館」）
- ・「市技けん玉」を活かす

②受入体制（人）・地域住民の意識等に関して

- ・持続可能な観光地域づくりの意識付け（インナープロモーション）
- ・推進体制の再確認（行政・観光局・観光協会・事業者・商店街・住民）
- ・おもてなし力の向上
- ・インバウンドへの対応（多言語対応・接客・施設整備）
- ・美化意識の向上（市全体・各家庭の景観づくり）
- ・2次交通の利便性向上
- ・民間の活力（投資：立ち寄りどころや拠点づくり）

③情報発信とマーケティングの活用

- ・観光DXの推進
- ・情報発信力の強化（SNS等をさらに効果的に活用）
- ・ビッグデータやデジタル技術を活用したマーケティング

④新型コロナウイルス感染症等への対応

- ・ウイズコロナの中で、感染拡大防止に努めながら観光事業を推進し、経済活動の回復を図る

観光客に来て頂くための観光基盤づくりとして交通網をはじめとしたインフラ整備、景観づくりなども進んでおらず、観光に対する市民の理解や組織・人材育成も進んでいないなど、まだまだ様々な課題があります。しかし、長井市には豊かな自然があり、素晴らしい地域文化と歴史があり、近代の日本を支え続ける産業があり、何よりも地域の協働意欲やボランティア精神がとても豊かな街です。この地域にあるものや大事なもの、伝統的なものなどをいったん整理した上で活かすところ、縮小するところを、デジタル技術を取り入れマーケティングによる分析を行い、価値を高めて（ブランディング）、市民の生活を豊かにしながら、観光客にも楽しんでもらい、生活と経済の両面で活力あるまちづくりを行う取り組みが必要です。

3 基本方針

3-1 コンセプト

長井市の観光の課題を解決するとともに、市民が地域に誇りを持ち、来訪者に「第2の故郷」、「何度も訪れたくなるまち」と思われる地域を目指して、地域資源を活用した観光振興のコンセプトを次のように設定します。

観光振興のコンセプト

「水と巡り、未来へつなぐ 観光まちづくり」

～水とけん玉が響くご機嫌なまち長井を目指して～

長井市は「水と緑と花」が自慢できるまちであり、舟運により栄えた文化と歴史、そして、ものづくりが集積した産業のまちです。また、レインボープランや不伐の森など自然と環境を大切にした循環のまちでもあります。先人の努力により培われたこの素晴らしい風土は市民の自慢であるとともに、胸を張って自慢できる素晴らしい財産となっています。

長井市が中心となって設立した地域連携DMO「やまがたアルカディア観光局」では、「東洋のアルカディアを子どもたちへ」をミッションに掲げて、観光地域づくりに主体的に取り組んでいます。かつてイギリスの女性旅行作家 イザベラ・バードがこの地を旅した時に「東洋のアルカディア」と称賛しました。それは、美しい里山の風景であり、活気に満ちた街並みや暮らしぶりであり、そこに暮らす人々の素直さや、人の良さやホスピタリティです。私たちは、この地に住む人、働く人、訪れる人とともに、精神的にも経済的にも幸福度の高い地域をつくりあげ、次世代（子どもたち）につないでいくことを目指しています。

長井市における観光振興は、この考え方に沿い、持続可能なまちを目指すため、地域の自然環境や生活文化などの資源を活かし活躍できる市民を増やすことで、その暮らしぶりが地域の誇りとなり、発信することによって、お客様にとっての魅力となり、さらに楽しんでいただくことで地域を知り、訪れる観光客や関係人口を増やすことを促進します。

その結果、長井市の知名度が上がり、関係する人々も増え、経済の好循環をもたらし、市民の生活が向上することに繋がっていきます。このことを繰り返していくことで、長井市を豊かにしてきた素晴らしい「水」の環境と歴史、伝統と文化が残され、「行ってみたいまち」・「住んでみたいまち」・「いつまでも暮らしたいまち」の実現を目指していきます。

このことが、長井市で推進する観光であり、「水と巡り、未来へつなぐ観光まちづくり」です。来訪者を増やす、選ばれる観光地となるためには、ここにしかないもの、行ってみないと味わえない魅力が必須であり、第1期計画期間の中で得た機会（チャンス）を最大限に活かしていきたい軸となるものを表現したものが「～水とけん玉が響くご機嫌なまち長井を目指して～」という副題です。豊かな水の流れを感じ、けん玉の平和の響きを楽しみながら、この街にいとご機嫌な気持ちになれる、ウェルビーイング（well-being）なまちづくりを進めてまいります。

3-2 目標値

第2期計画目標値 $\left(\begin{array}{l} \text{経済効果 35億円増} \\ \text{観光客数 45万人増} \end{array} \right)$

目標値の考え方は、今後予測される人口減少分の経済効果をカバーするための数値とし、減少する人口分を観光客で賄う数値として金額・観光客数で表します。

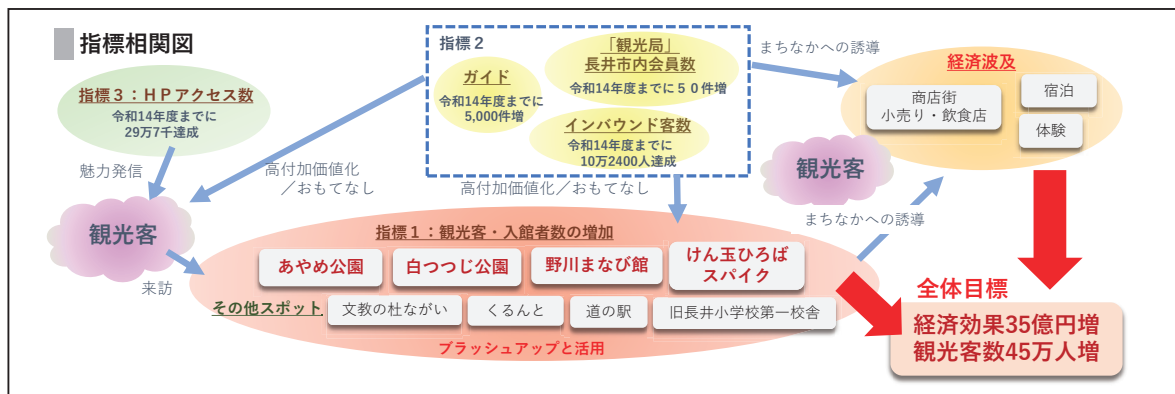
計画目標値は、長井市人口ビジョンで推計した長井市人口見込み（令和14年度には約2,560人減少）から、定住者一人当たりが年間に消費する額約130万円として算出される、「計画期間中に失われる見込みの域内消費額33.3億円」を、日帰り観光客が消費する金額約7,700円で補うとすると43.3万人の観光客（年度平均では4.3万人）を増加させる必要があります。（数値根拠の詳細は資料編に記載）

$$\begin{aligned} * 2,560 \text{人（令和4年度から14年度までの人口減少見込み）} \times 130 \text{万円} &= 33.3 \text{億円} \\ &\Rightarrow \text{目標値} 35 \text{億円} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} * 33.3 \text{億円} \div 7,700 \text{円} &= 43.3 \text{万人} \\ &\Rightarrow \text{目標値} 45 \text{万人} \end{aligned}$$

現在の長井市の現況を鑑み、日帰り観光客を算出基礎値としていますが、宿泊者数の伸びや、体験アクティビティや飲食などの増加によって域内消費額自体を伸ばすことでも経済効果は拡大しますので、観光客数だけが目標ではありません。全体的な目標を表しています。また、ここでの経済効果は直接消費額を指しており、間接効果も含めた経済波及効果は、これ以上を期待することになります。

このような目標設定を行いますので、目標値は人口により見直すことがあります。なお、後述の基本方針ごとの目標設定も行います。



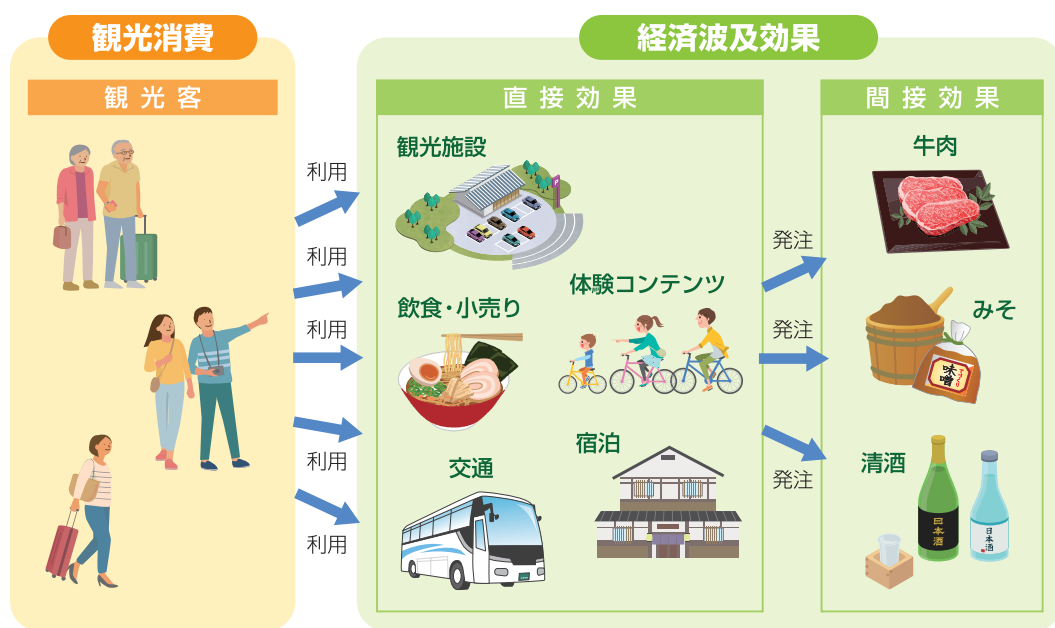
【観光がもたらす経済効果（おさらい）】

国が、将来の人口減少に向けて、観光を成長戦略の柱、地方創生の切り札と位置付け、「観光先進国・日本」への飛躍を目指している背景として、観光産業が発展することによってもたらされる経済効果が大きいと言えます。

観光客は、ご当地グルメを食べたり、お土産を購入したり、宿泊したり、移動したり、アクティビティを体験するなど、多種多様な消費活動を行います。（**直接効果**）。これらの消費活動が起こると、飲食業や小売業などは原材料の発注を行うため、農業や製造業などにも観光客の消費活動の効果は波及します（**間接効果**）。

このように、観光客の消費によって、直接効果と間接効果を合わせた「**経済波及効果**」は拡大します。

この経済波及効果は、市内事業者の仕事量の増加につながるため、所得の増加、新たな雇用や賑わいの創出、移住定住促進や市民の郷土愛（シビックプライド）につながるなど、地域産業の活力と市民生活の向上を図ることが可能になります。つまり、観光は地域全体に幅広い経済効果をもたらす裾野の広い総合産業と言えます。



3-3 基本方針

基本方針Ⅰ 地域の魅力を活かして経済効果を高めよう

- ・長井の水・緑・花・歴史・文化・自然をさらに磨き上げ、市民の自慢としながら観光資源として活用できるよう魅力づくりを行います。
- ・重要文化的景観につながる長井の水（川・舟運文化）や、長井の山岳・自然環境・長井ダムながい百秋湖・けん玉を切り口にした誘客を強化し、交流人口・関係人口を増加させることで経済活動を生み出します。

基本戦略

1. 既存資源の活用と高付加価値化
2. 食の魅力でまちなか消費を拡大
3. 「市技けん玉」の活用

基本方針Ⅱ 持続可能な観光地域づくりのための体制を整えよう

- ・地域連携DMO（一社）やまがたアルカディア観光局との連携を強化し観光地域づくりを促進します。
- ・「観光地域づくり」への気運を醸成し受け入れとおもてなしの基盤を整えます。

基本戦略

1. 観光地域づくりの強化（再構築）
2. おもてなし力の向上
3. 快適な観光ができる環境整備

基本方針Ⅲ 情報発信力を高め訪れたくなる街にしよう

- ・デジタル技術を活用しわかりやすい情報を広く発信します。
- ・口コミによる宣伝力を引き出せる仕組み・仕掛けを作ります。

基本戦略

1. 情報の集約・整理
2. デジタルデータの活用
3. 情報発信のレベルアップ

特記事項 A. マーケティングによる分析を重視する
（（仮称）観光推進委員会での検証）

特記事項 B. 感染症に負けない「新しい生活様式」を取り入れる