

第1章 計画のねらいと位置づけ

I 計画策定の背景

グローバル社会の到来に伴い、我が国の経済活動は大きな転換期を迎えています。そんな中、我が国の経済活性化の柱として交流や移動人口の拡大が問われる時代となっており、全国各自治体がこぞって観光振興への施策に関心を示してきているのも、こうした社会の動向が背景にあります。

日の出町（以下「本町」と呼称）も、このような社会の動向と呼応するかのように、これまでのようなハード面の整備に重点を置くのではなく、ソフト面における行政サービスが求められるようになってきています。併せて、観光交流を通して地域経済の振興をどのように図っていくかも問われています。

しかしながら、現在の本町には観光交流の核となる資源や施設が乏しく、本町の約70%を山林資源が占めるといった地域の特性を観光面で生かしていくことも課題のひとつであるともいえます。また、本町には観光業を生業とする事業者が殆どいないという地域特性から、観光業の振興を目的とした計画ではなく、観光振興を町の活性化につなげる手段として位置付けた計画を策定する必要があります。

本町は、平成4年に三吉野工業団地誘致企業が操業を開始し、現在では約70社の企業を誘致しています。平成14年3月には圏央道の日の出インターチェンジを設け、地域の付加価値を高めてきました。中でも、平成19年にオープンした商業施設イオンモール日の出には、年間約1千万人を超える入込人数があり、こうした入込客をターゲットにした観光交流の施策は今後の大きな課題ともいえます。

本町にとっても観光交流振興策は政策課題のひとつです。具体的には、日の出山荘、つるつる温泉、肝要の里、さかな園、日の出山及び東雲山荘など既存施設等を活用した観光産業の振興のほか、平井川北地区の（仮称）野鳥の森・こども自然公園構想の実現も重要な課題となっています。また、多摩川や秋川にも負けないすばらしい自然資源である平井川を生かした観光振興策や、農林業における特産品開発にも力を注ぐ必要があります。

本町は、平成21年度から観光振興計画策定に伴う地域資源発掘調査を行ってきましたが、今後は、掘り起こした地域資源をどのように活用するかが問われています。こうした地域資源を生かした来訪者人口の拡大策が直近の課題であり、観光交流施策は地域活性化の大きな柱となります。

これからの観光交流は住民の暮らしとあらゆる面で関連性をもち、農林業や誘致企業などの産業価値を再認識し、産業観光としての活用の方法を探るとともに、観光を主軸にした実現性の高い地域活性化策を探る必要もあります。併せて、観光客の誘致効果を高めるための実証実験ツアーなど、可能な限りの民間的手法を用い計画の再構築や実現を図る必要があります。

今日の社会にあって肝心なのは、「観光交流によるまちづくり」という旗印のもと、「行政」「住民」「企業」等が一体となったパートナーシップのもとに取り組むべきと考えます。

観光交流は21世紀におけるもっとも期待される地域活性化の手法であり、その意味においても本計画は大きな意義と地域貢献をもたらすものと信じます。

日の出町観光振興計画（以下「本計画」という）は、本町の将来における「観光交流の拠点づくり」を視野に、民間の自主性、主体性を重視した地域資源活用の具体的手法を策定したものです。

II 改訂の目的

本計画は、上位計画である「第四次日の出町長期総合計画前期基本計画」の下位に位置づけられる計画であり、本町における観光施策に関する指針となるものとして、本計画を平成23年3月に策定しました。今回の改訂は、平成26年度までの計画の大筋についてはそのまま継続するものとし、特別重点プロジェクトである「日の出町観光まちづくり支援事業」及び重点事業の実績と検証を行い、「第四次日の出町長期総合計画後期基本計画」に合わせて、平成27年度以降の事業の継続について所要の改訂を行うものです。

III 計画の位置づけ

本計画は、上位計画である「第四次日の出町長期総合計画後期基本計画」及び「日の出町商工観光産業の振興に関する基本条例」と整合性を保ちつつ、本町の観光振興の基本理念や方向性を示すとともに、町民を中心に、観光関連事業者、観光関連団体、行政等がパートナーシップのもとに推進するための指針とするものです。

IV 計画の期間

本計画は、平成23年3月に策定した本計画を一部見直し、平成27年度から平成31年度までの5年間で計画の期間とするものです。

第2章 事業内容の検証と計画の継続及び見直すべき事業

I 事業内容の実績と検証

1 特別重点プロジェクト「日の出町観光まちづくり支援事業」

(1) 事業の概要

観光振興におけるねらいは、行政、町民、企業等が一体となって「住んでよく、訪れてよく、働き甲斐のあるまちづくり」に向けて前進することにあります。そのためには、町民一人ひとりが行政依存から脱皮し、自主的・主体的に観光振興による地域づくり事業に取り組む必要があります。

当事業は、町民の目線で観光まちづくりを実践するために町民の事業に対する思い入れと創意工夫を事業推進に活かすものです。

豊かで住みよい活力溢れるまちづくりを推進していくため、町民が当事者意識をもって「観光まちづくり事業」に取り組むことを支援し、資金の一部を支援していく制度に基づき、平成23年度から「日の出町観光まちづくり事業補助金」の交付が始まりました。

(2) 対象となる事業

公共性が高く社会的貢献があり、自立して継続していける事業であることが基本条件となります。

観光交流によるまちづくりにふさわしく、地域に根ざした創造性のある事業に対し、将来的に自立して運営、発展させていくことを支援します。

本計画では、以下のような事業を提案しています。

- ①**観光商品づくり**に関する事業（眠っている地域資源をブラッシュアップ※して、観光資源として活用する等の事業）
- ②**観光コースづくり**に関する事業（観光資源とふれあい、体験・体感をテーマにしたコースづくり等の事業）
- ③**イベント戦略**に関する事業（体験型イベントの企画・実践等の事業）
- ④**人材育成**に関する事業（地域の魅力づくりや活力あるまちづくりに関わる人材を育成する等の事業）
- ⑤**イメージ戦略**に関する事業（地域の高付加価値化、地域イメージ向上を図る等の事業）
- ⑥**マーケティング戦略**に関する事業（首都圏在住の自然志向の強いシニア層や外国人を受け入れを進める事業）
- ⑦**推進体制の確立**に関する事業（新規の事業を実施するために必要な組織づくりや、観光まちづくりを行う既存組織の強化等の事業）

※ブラッシュアップ：磨き上げること

(3) 事業の実績

平成23年度（第1回）実施事業

採択件数：4件

事業名：大久野イルミネーション事業

団体名：大久野を明るくする会

内容：街路樹にイルミネーションを設置し、イベントを開催することで地域の活性化を図る事業です。街路樹等に飾るイルミネーションをLEDに切り替えることで節電への対応も行いました。**【イベント戦略・イメージ戦略に該当】**

事業名：大久野・山里倶楽部コーディネーター養成講座事業

団体名：NPO法人花咲き村

内容：大久野地区の魅力ある豊かな自然と文化を活用した自然体験や文化体験のイベントを行える人材をイベントの実施を通じ育成する事業です。高校生や大学関係者等から話を聞き、今後の活動に反映させました。**【人材育成・イベント戦略に該当】**

事業名：観光（ボランティア）ガイド及びその整備事業

団体名：日の出町観光ガイドの会

内容：観光ガイドを養成するために、講師を招き「発声の仕方」、「表現の仕方」等ガイドとしての基礎を学ぶ一方で、地域の方々から日の出町に関する様々な話を聞くことでガイドとしての知識を深める事業です。実際にお客さんと一緒に歩きながら、スポットの解説を行うガイドツアーを実践しました。**【観光コースづくり・人材育成に該当】**

事業名：ひのでロケ支援隊事業

団体名：HND28（エイチエヌディートウエンティエイト）

内容：町内でテレビや映画等の撮影に使えるロケ候補の発掘や研究を行い、ホームページ等で地域の特性をPRしていく事業です。東京ロケーションボックスと連携し、制作会社の関係者等に向け積極的に情報発信を行っていくことで、ロケの仲介や誘致の促進を行いました。

【イメージ戦略・推進体制の確立に該当】

平成24年度（第2回）実施事業

採択件数：5件（継続事業3件、新規事業2件）

事業名：大久野・山里倶楽部アンテナ事業 《継続》

団体名：NPO法人花咲き村

内容：大久野地区の魅力を発掘し、広く町外に日の出ファンを拡大していく事業です。23年度の人材育成に続き、調査活動とサンプル事業を実施しました。**【イベント戦略・マーケティング戦略に該当】** ※大久野・山里倶楽部コーディネーター養成講座事業からの継続。

事業名：観光（ボランティア）ガイド及びその整備事業 《継続》

団体名：日の出町観光ガイドの会

内 容：観光ガイドの養成と充実、常設コースの設置、コースガイド用の資料や地図等の作成を行う事業です。事業を通じ、町民に町の素晴らしさを再認識してもらい、意識向上を図りました。**【観光コースづくり・人材育成に該当】**

事業名：日の出山から日の出町へ事業 《新規》

団体名：日の出山の会

内 容：日の出山から町内へと登山客を誘導するために、イベントの実施や調査を行う事業です。イベントの実施には肝要の里を利活用しました。**【イベント戦略・マーケティング戦略に該当】**

事業名：ひのでロケ支援隊事業 《継続》

団体名：HND28（エイチエヌディートゥエンティエイト）

内 容：ロケ候補地の発掘と研究を行い、ホームページ等でのPR、ロケ撮影の誘致、支援を行う事業です。ひので映画大使との連携を進め、生涯学習にも寄与しました。**【イメージ戦略・推進体制の確立に該当】**

事業名：和紙造形 楮（こうぞ）プロジェクト事業 《新規》

団体名：日本和紙造形研究所

内 容：町内に自生する楮を使い、紙漉きと和紙製品作りのワークショップを行う事業です。町民を主な対象として実施し、地元サポーターを育成しました。**【人材育成・観光商品づくりに該当】**

平成25年度（第3回）実施事業

採択件数：5件（継続事業5件、新規事業0件）

事業名：大久野イルミネーション事業 《継続》

団体名：大久野を明るくする会

内 容：観光協会会員でもある地元商店と連携・協力し、観光まちづくりを推進する事業です。小・中学校の参加による地域間交流等、地域と密着したイルミネーションを確立し、イベント参加者の増加を推進しました。また、古い電球をLED化することで省エネ対策も図りました。**【推進体制の確立・イメージ戦略・イベント戦略に該当】**

事業名：観光（ボランティア）ガイド及びその整備事業 《継続》

団体名：日の出町観光ガイドの会

内 容：人材育成とコースづくりを行い、外部への情報発信を行うことで観光客の誘致を行う事業

です。歴史文化講座の開催やシンポジウムの参加、関係他団体との連携強化の推進等を通じて様々な展開を摸索しました。また、ホームページの開設により情報発信力の強化を行いました。**【観光コースづくり・人材育成・マーケティング戦略・推進体制の確立に該当】**

事業名：楮プロジェクト事業 《継続》

団体名：日本和紙造形研究所

内 容：町民によるひのでコウゾの原料作りや紙漉きを、日の出町を代表する観光スポットの一つとしてアピールしていく事業です。各種ワークショップの開催や、イベントの参加等を通じてPRを行いました。**【観光商品づくり・マーケティング戦略に該当】**

事業名：日の出町活性化事業 《継続》

団体名：日の出山の会

内 容：日の出山を中心とした様々なイベントの実施と情報発信を行うことで、観光客を誘致し、町の活性化を図る事業です。肝要の里を活用したイベントを実施し、日の出山から町内への人の流れを誘導する仕組みづくりを行いました。また、キャラクターやPR用DVDづくり、土産品の開発等を行いました。**【イベント戦略・マーケティング戦略・観光商品づくりに該当】**

事業名：日の出町観光サポーターズ・ファン倶楽部づくり事業 《継続》

団体名：NPO法人花咲き村

内 容：イベント開催による情報発信を通じ、幅広い協力者や支援者、応援団を組織していく事業です。インターネットを活用して情報を共有し、協力してイベントを実施することで町民によるサポーターズや町外の方たちによる応援団づくりを進めました。**【推進体制の確立・イメージ戦略・マーケティング戦略に該当】** ※大久野・山里倶楽部アンテナ事業からの継続。

(4) 事業の検証

観光振興計画の目論見どおり、従来の補助金がもらえるから活動するというスタイルではなく、事業採択された団体はすべて町民が主体となって活動をするために補助金を活用し、補助金交付後は自立した活動を目指しています。しかも、観光まちづくり支援事業の実施団体同士の連携等、新たな取り組みが始まっており、複合団体による新たな提案事業等、今後に期待がもてます。

現在、事業を採択されている団体は2回ないし3回の採択を受けており、同様の事業内容での申請ですでに採択は難しい団体がほとんどです。また、2年目以降に採択した団体は1年目に事業募集時に組織された団体のみで平成25年度までの3年間では新たな団体からの申請はありません。支援事業の住民への拡がりを感じられないところもあります。特に、特産品開発やおもてなしなど、女性が得意とする分野での応募がなかったのもさみしいところです。行政サイドからも町内の活動団体等に観光まちづくりへの参加を促す必要があると思われます。

また、新規応募団体が少ないのは、本町町民の観光まちづくり対しての認識があまり高くないためと思われますが、それ以前に、住民への周知活動がやや不足していることも起因していると考え

られます。もう少しPR活動を強化する必要があります。

観光まちづくり事業の実施団体同士で、個別に連携が図られつつありますが、現状では総合的な連携が図られておりません。本来、各団体が連携するための調整は観光協会が担うところですが、観光協会が全く機能していないため、各団体の調整を行い、総合的な連携を図ることができません。

しかしながら、冒頭にも記述したとおり、事業採択された団体はすべて町民が主体となって活動をしている団体であり、補助金を活用し、意欲的に活動に取り組んでいます。また、本事業は地域活性化に大きな貢献をしてきたことは間違いありません。現段階では、例えば、ようやくたき火に火がついた段階で大きく発展するにはもう少し時間が必要です。火が消えないように吹き竹で吹き続けなければ必ず燃え盛る炎となります。

そのことから鑑みて、今後も町民が当該事業に対して当事者意識を持ち、自主的に事業を実施するための「観光まちづくり事業」の推進は、町の観光振興において必要不可欠であり、特別重点プロジェクト「日の出町観光まちづくり支援事業」は、平成27年度以降も引き続き継続していくことが妥当であります。

2 重点事業

重点事業は、観光振興計画の事業項目において「本町の観光振興の第一歩を踏み出す指針となるもので、全町で取り組む重点施策」となっており、9つの事業から成っています。これらの事業の実績と検証は次のとおりです。

(1) 事業の実績

①イオンモール日の出利用者に対する観光誘導の強化

- 施設利用者を町内観光に誘導するため、観光協会にて観光パンフレットラックをイオンモール中央入口レストラン街エスカレータ脇に設置しました。
- 観光PRイベントについては、主体的なイベントではありませんが、平成25年度にイオンモール日の出リニューアルオープンイベントに日の出町のイメージキャラクター「ひのでちゃん」とともに参加し、観光パンフレットの配布を行いました。

②(仮称)野鳥の森・こども自然公園の観光的活用の推進

- 平成25年度までは、野鳥の森に関する基本計画がまとまっておらず、具体的な観光振興策を打つことができませんでした。
- 現時点では、商工観光係で作成した「(仮称)野鳥の森こども自然公園散策マップ」の配布とロケ撮影の受け入れに留めています。

③既存観光資源活用の仕組みづくり

- 町内の観光資源に活用されずに眠っているものが多数あります。単体ではそれほど魅力がなくとも、組み合わせることで魅力的な観光資源になり得ますが、すでに活用されている観光資源もそれぞれ単体で存在しており、観光資源の連携が図れていません。これらの観光資源をつなぐ公共交通手段がなく、観光資源同士の連携は現状では実現できておりません。

- 平成26年度以降に、日の出赤いプロジェクト実行委員会にて着地型観光商品の開発と販売を検討しています。

④観光情報発信の強化

- 情報発信のために町のホームページ情報充実を図っています。
- 観光マップについては、約1年毎と増刷時に最新情報への更新を行い、初版から5年後を目処に大幅な見直しを行うようにします。
- 町の内外で行われるイベントに積極的に参加し、観光物産の販売及びパンフレットの配布を行っています。

⑤日の出山荘の情報発信力の強化

- 東京都町村会の事業である「みどり体験」を活用し、日の出山荘の裏山にある竹林で竹の間伐体験を実施しました。
- 指定管理者である日の出町サービス総合センター株式会社により、日の出山荘のホームページとブログの運営をしています。

⑥エコツーリズムの推進

- 観光協会で旅行業の資格を持った事務員を雇用し、エコツーリズム商品である着地型の観光の販売を行おうとしましたが、実現には至りませんでした。観光協会での事務局以外の業務が多く、着地型観光商品の開発・販売までは手が回りませんでした。
- 観光まちづくり事業にて、観光（ボランティア）ガイドを実施する団体が組織されたほか、町内に自生する楮を使って紙漉き体験のワークショップを行う団体等着地型観光商品の開発のために必要な団体は組織されつつありますが、観光協会が全く機能をしていないため、それらの団体をまとめる組織がありません。

⑦公共トイレの整備

- 観光を主目的として整備したものはありませんが、平成23年度に大久野地区のこども未来公園内に公共トイレが整備されました。

⑧観光協会の組織強化への支援

- 平成23年度に東京都の緊急雇用対策事業（都が観光協会に新規に採用した事務局員の研修を行い、その人件費も負担）を活用し、観光協会が事務局員を雇用しました。当該事業は1年度限りであったため、2年目以降は町が支出する観光協会補助金に事務局員の人件費相当額を上乗せして交付し、観光協会に平成25年度まで雇用を継続しました。
- 平成23年度に、翌年度に開催する大多摩観光連盟主催「多摩げた食の祭典 大多摩B級グルメ」に向け、出店用のメニューを2品開発するよう大多摩観光連盟が要請し、観光協会にてアイテムの開発が行われ、「ひので赤いうどん」が誕生しました。
- 平成24年度観光協会補助金からB級グルメにかかる経費を増額しました。
- 観光協会が東京都の「観光アドバイザー派遣事業」を活用し、赤いうどんの普及促進策を検討しました。

- 平成25年8月に観光協会が事務局の運営に必要な事務機器のリース料等を補助金要望した事を受け、平成26年度の観光協会補助金を増額し対応しました。

⑨近隣市町村との連携強化

- あきる野・日の出・檜原地域観光まちづくり推進協議会との連携。
- 秋川流域ジオパーク推進会議との連携。
- 大多摩観光連盟との連携

(4) 事業の検証

①イオンモール日の出利用者に対する観光誘導の強化

観光振興計画を策定している段階では、イオンモール内に観光案内所を設置することも検討しましたが、家賃等の負担金の確保及び観光案内所に常駐する人員の確保が困難なため断念しました。

観光協会が設置した観光パンフレットラックは週末になると来店された方がパンフレットを持っていく傾向にあり、週明けにはパンフレットラックが8割ほど空になっていることが多いことから、日の出町の観光に関心が持たれていることが伺えます。今後、パンフレットラックだけではなくイオンモール内に掲示板の設置も検討します。

②(仮称)野鳥の森・こども自然公園の観光的活用の推進

平成26年度に担当課で基本計画を策定し、翌年度以降は基本計画に伴う本格的な整備が始まるものと思われまます。そのため、観光振興計画に具体的に盛り込むには、(仮称)野鳥の森・こども自然公園(以下、「(仮称)野鳥の森」と言う。)の基本計画の決定を待たなければなりません。

(仮称)野鳥の森の現在の活用方法として、ロケの受け入れが行われています。ひのでロケ支援隊を介してロケ弁当の受注やその他作業の手配等経済効果はあるものの、その多くはメディアへの露出時間も短く、観光PRという観点からはあまり効果的とはいえません。しかし、撮影が行われた作品が話題になったり、人気俳優等がロケに訪れるようになれば、ファンがロケ地巡礼により足を運ぶことも考えられます。

ミュージックビデオや雑誌等の写真撮影の場合は、「(仮称)野鳥の森」としてしっかり映ることが多く、PR効果は期待できます。また、ミュージックビデオ等では野鳥の森の雰囲気を活かし、良いイメージで撮影されることが多く、出演するアーティストのファンが訪れることも期待されます。そのようなことから、ミュージックビデオや雑誌等のロケは積極的に受け入れていくべきだと考えます。

③既存観光資源活用の仕組みづくり

現在の観光資源は点で存在しているので、それらの連携を図り、面での展開が必要です。しかし、観光施設同士を結ぶ公共交通機関がないため、どのように連携を図っていくかが今後の課題となります。

また、町内の観光資源に対し、町民があまり認識していなかったり、魅力に気づいていないことも多く、町外からの来訪者に聞かれてもうまく答えられなかったり、見てもつまらないといった受け答えをしてしまうことがあります。

観光資源の活用には町外への情報発信だけではなく、町民が魅力を再発見できるような情報発信にも心がけ、町ぐるみでおもてなしができるような素地を作ることが重要です。

④観光情報発信の強化

現在、町のホームページでも季節の行祭事等の観光情報について掲載していますが、行政が作るホームページは、くらしに関する情報や福祉、教育に関する情報を住民に向けて発信することが本来の目的であります。また、各ページの作りも見やすさを重視しているため、ある程度決められたフォームの中で表現するようになっており、観光情報などビジュアル的に訴えたほうが良い内容を発信するには不向きともいえます。

他市町村のホームページを見てみると、行政の作るホームページ内には主な観光施策などを掲載し、観光施設や行祭事等に関する内容は、外部リンクにより観光協会等のページに移動するようなつくりになっているものが多数あります。日の出町のホームページでも、今後は個別の観光情報については、観光協会のホームページにリンクさせていく必要があります。

また、町外から訪れる人がインターネットを利用して情報を集めようとするとき、一般的には観光協会やそれに類する組織等のホームページを検索します。そのため、観光協会のホームページが、今後は町内の各観光団体のホームページへのポータルサイト的な機能を持つことで観光情報発信の充実が図れます。そのためには、観光協会の組織強化が重要な課題となります。

⑤日の出山荘の情報発信力の強化

日の出山荘の情報発信については、ほとんど取り組んでいないのが実情です。ロケの受け入れに關しても人気作品のオファーがありましたが、受け入れには至りませんでした。

お茶会等に天心亭の貸し出し等も行っていますが、全ての建物について様々な活用方法の提案も併せた貸し出しを推進していくことが必要と考えます。

⑥エコツーリズムの推進

エコツーリズムの推進について、その下地はできつつあり、平成26年度には観光アドバイザー会議で発足した「日の出赤いプロジェクト実行委員会」が実際に着地型観光商品の開発販売に着手しています。

日の出赤いプロジェクトでは東京都の「平成26年度地域資源発掘型実証プログラム事業」を活用し商品開発を行っています。この事業は民間からの地域資源を活用するためのアイデアを募集し、採用されたアイデアを都から委託された事業者が実施、そこで得られたノウハウを提案者にフィードバックすることで地域資源を活用していく事業です。そのため、2年目以降は提案者が自分たちで地域資源活用のための事業を実施する必要があります。しかし、現在の日の出赤いプロジェクトでは、事業を実施するために必要な事務局が確立していません。今後は、プロジェクトとして事務局を設置するか、日の出赤いプロジェクトを含めた観光団体を取りまとめるための上部組織を整備することが課題となります。

⑦公共トイレの整備

公共トイレを設置するには高額な予算が必要となります。また、設置後も管理維持の経費が必要となるため、どこにどのようなトイレを設置すべきか、どのような維持管理方法をとるべきか等十分に検討をする必要があります。

また、公共トイレの整備には、町を訪れる観光客のニーズを知る必要があります。町内を回遊する観光客がどのような導線をたどるのか、どのような施設にどれだけの観光客が訪れるのか、様々な調査を行った上で検討を行う必要があるため、コンサルタント会社等に委託して調査を行うべきと考えます。

⑧観光協会の組織強化への支援

昨今の観光協会が求められているものは、地域内で活動する観光団体の取りまとめ、外部からの問い合わせに関する総合的な窓口、着地型ツアー等観光商品の販売、観光客のニーズと各団体をマッチングすること等が挙げられます。しかし、日の出町観光協会では観光業を生業とする会員がないので観光協会に加盟することにメリットを感じないこと、その為にイベント運営等において一般会員の協力が得られ難いため役員の負担が大きいことなどから、現状のまま観光協会を維持し続けると会員の本業を圧迫してしまいかねない状況となっています。

しかし、観光振興施策の実現には行政とは別に、町の観光の窓口として外部からの問い合わせの対応や、町内の観光関連団体の調整等の取りまとめ役となる、観光振興の中核を成す組織は必要不可欠です。現在の観光協会がそれを行うためには先ず、観光協会の役員及び一般会員が本町での観光振興は「観光業の振興を目的とするのではなく、町を活性化することが目的であり、観光振興はそのための手段である。」と認識を改めることから始める必要があります。

また、町内には観光まちづくり事業を活用して組織された団体や、従来から観光を使った地域おこしをしている団体が多数ありますが、それら団体の連携を強化するためにも観光協会の存在は重要です。

そこで、観光協会の役員や会員の意識改革を行い、組織力を強化するためにも、行政がオブザーバーとして観光協会の運営に参加し、行政が責任を持って監督と指導をしていく必要があります。

⑨近隣市町村との連携強化

観光振興計画では「誰もが魅力を感じ、訪れたいくなるような、国際社会にアピールする、日帰り体験ができる東京の田舎の実現」を謳ってはいますが、現状では訪れた観光客を日の出町のみで満足させるだけのポテンシャルがあるとはいえません。今後、町内の観光資源と連携させた観光商品の開発等が進んでいけば、多くの人に一日ゆっくりと日の出町で楽しんでもらえるようになると信じていますが、近隣との連携により近隣市町村の観光施設を訪れた観光客を日の出町に誘導するための仕組みづくりは重要です。

ただし、近隣市町村から観光客を呼び込むだけではなく、日の出町に訪れた観光客が近隣市町村の観光施設も訪れるといった、相互で利益の得られる観光振興を進めていく必要があります。

3 一般事業

(1) 事業の概要

一般事業は、民間あるいは各種団体等が事業主体となり、自由な発想のもとに取組む事業です。観光振興計画では7項目を掲げ、町民が自主的・主体的に取組むための指針を示しています。この項目では事業の実績のみを挙げていきます。

(2) 事業の実績

①観光商品づくり

- 観光まちづくり事業にて観光商品づくりを行う団体に補助を行い、次のような観光商品が開発されました。

- ・「日の出山の会」による『清酒 幸せの鐘』
- ・「日本和紙造形研究所」による『ひので楮を使ったひので和紙』



- 大多摩観光連盟主催の「多摩げた食の祭典大多摩B級グルメ」への出店に向けて、各団体が「ひので赤いうどん」等を開発しました。

- ・「さかな園」による『赤い将門うどん』ミートソース風
- ・「松華」による『中華風赤いうどん』
- ・「つつる温泉」による『日の出赤いうどん』
- ・「観光協会」による『赤いスープうどん』をイベント等で提供
- ・「H-BAND」による『赤いうどん』ナポリタン風をイベント等で提供
- ・「ゆにーく」による『完熟トマトカレー』
- ・「肝要の里」による『完熟トマトカレー』など



②観光コースづくり

- 観光まちづくり事業にて観光ルートづくりを行う団体に補助を行い、次のような観光コースが設定されました。
 - ・「日の出町観光ガイドの会」が定期的に「まち歩き」を実施しました。
- 町で発行する観光マップにハイキングで活用できる林道を掲載しました。
 - ・日の出WALK（観光マップ）に梅の木林道、台沢林道、タルクボ林道、みかん沢林道、将門坂及び肝要間坂を掲載。
- 日の出山荘周辺の散策路を整備しました。
 - ・日の出山荘から台沢林道に通じる散策路を整備。

③イベント戦略

- 観光まちづくり事業で様々なイベントを実施している団体に補助を行い、次のようなイベントが行われました。
 - ・「日の出町観光ガイドの会」が平成24年度からトレックナオというログイニング競技を行っている団体と連携して「フォトロゲイニング」というイベントを開催しました。平成25年度は全国シリーズ戦として登録されました。
 - ・「NPO法人花咲き村」が日の出町ファン倶楽部のサービスイベントとして「山里まつり」を開催しました。
 - ・「日の出山の会」が平成24年度から「山開き」を開催し、安全祈願の後に日の出山登山を行っています。
 - ・「大久野を明るくする会」が平成26年度に発足10周年記念として、年間を通じたライトアップイベントを企画、日本和紙造形研究所とも連携し、日の出楮を使った和紙によるライトアップイベントが実施されました。



④人材育成

- 観光まちづくり事業で様々なイベントを実施している団体に補助を行い、次のような人材育成が行われました。
 - ・「日の出町観光ガイドの会」が観光（ボランティア）ガイドを育成しました。



⑤イメージ戦略

- 観光まちづくり事業にてエコツーリズムを推進する団体に補助を行い、次のような成果がありました。
 - ・「日の出町観光ガイドの会」によるまち歩き
 - ・「日の出山の会」による登山教室等
 - ・「NPO法人花咲き村」によるハーブの里づくり
 - ・「日本和紙造形研究所」による新しい紙漉き体験
- 観光まちづくり事業にてロケ支援を行い、テレビや映画といったメディアを通じた情報発信をしている団体に補助を行い、次のような成果がありました。
 - ・「HND28（エイチエヌディートウェンティエイト）」による「ひのでロケ支援隊事業」によるロケ誘致。



⑥マーケティング戦略

- 様々なイベント等に積極的に出店し、物販や観光PRを行いました。
 - ・平成23年度から3カ年で進められてきた食と地域の活性化協議会の一環で、有楽町の居酒屋と連携し、日の出産の食材を使った新メニューを提供しました。
 - ・平成24年度から大多摩観光連盟が主催する「多摩げた食の祭典大多摩B級グルメ」に出店し、グルメの提供と物産品の販売、パンフレット等の配布を実施しました。
 - ・平成24年度に国際芸術家センターの紹介で、ボツワナ大使館職員が来町され、エコセメント施設や日の出山荘を見学されました。
 - ・平成25年度に国際芸術家センターの紹介で、桜まつりに各国の外交官を招待しました。
 - ・平成25年度に東大和市で開催されたうまかんべまつりにみやび工房と共同で出店し、日の出町の物産の販売とパンフレット等の配布を実施しました。
 - ・平成25年度に立川の昭和記念公園で開催された多摩フェスティバルにみやび工房と共同で出店し、物産の販売とパンフレット等の配布を実施しました。
 - ・平成25年度に有楽町の国際フォーラムで開催された町イチ村イチのイベントに出店し、物産の販売とパンフレット等の配布を実施しました。
 - ・平成26年度に稲城市のよみうりランドで開催された多摩ご当地キャラ祭りに出店し、物産の販売とパンフレット等の配布及びひのでちゃんが出演しました。

- ・平成26年度にビッグサイトで開催されるツーリズムEXPOジャパンに、東京都の「東京の魅力発信事業」で出店し、物産の販売とパンフレット等の配布及びひのでちゃんが出演しました。
- 日の出山荘の新たなファンを獲得するため、日の出山荘を活用した事業を実施しました。
 - ・平成23年度に、東京都町村会のみどり体験交流事業を活用し、都内在住の小中学生の親子を対象に森林環境の学習を実施しました。
- 観光まちづくり事業で日の出ファンの拡大を図る事業を行う団体に補助を行い、次のような成果がありました。
 - ・NPO法人花咲き村が様々なイベントを通じ、日の出町観光サポーターズ・ファン倶楽部づくりを実施しました。

⑦推進体制の整備

- 日の出町観光協会の自立運営を目指し、事務局機能を行政から観光協会に移管しましたが、結果的に観光協会の弱体化を招くこととなりました。
- 観光まちづくり事業に採択された団体は、組織も安定しつつあり、他団体等との連携も行われるようになってきました。
- 赤いどんの普及促進のために行った観光アドバイザー会議から、日の出（太陽）のイメージである赤色をテーマにした地域おこしを行う「日の出赤いプロジェクト実行委員会」が組織されました。

Ⅱ 計画の継続及び見直すべき事業

今回の改訂版の作成にあたり、4年間の取組みと検証した内容について内部検討及び外部の日の出町観光まちづくり事業委員からの提案・意見を踏まえ、平成27年度から5年間継続すべきものと見直すべき事業を抽出しました。

1 総論

観光振興計画の総論に記載されているエコツーリズムや着地型観光は、4年前策定時にはこれらの言葉はほとんど使われていませんでしたが、現在ではようやくエコツーリズム等の言葉が出始めました。平成23年3月の策定時には、時代を先取りしてこれらの内容を盛り込んで観光振興計画を策定しているため、内容について大きく変える要素がないことから、今回の改訂では計画期間の変更等軽微な範囲で行いました。

2 特別重点プロジェクト「日の出町観光まちづくり支援事業」

本計画の要でもある特別重点プロジェクト「日の出町観光まちづくり支援事業」は、町民が自主的・主体的に参加するための支援制度として定着しつつあります。観光まちづくり事業が平成23年度から始まって以降、新たな団体の申請はないものの、観光まちづくりに応募した団体同士が連携し、新たな取り組みを摸索するなど十分に効果を発揮しています。観光まちづくり事業は短期的に好結果が出るものではなく、継続的に実施していくことでより良い結果が生まれていくものであります。

したがって、平成27年度以降も特別重点プロジェクト「日の出町観光まちづくり支援事業」は継続事業とします。

3 重点事業

重点事業については、発展途上や未実施となるものが多々見受けられるものの、結果がすぐに出ていないことで短期的に変更してしまうことは、あまりにも拙速であるとの観点から、9項目すべての重点事業については、継続事業とします。

重点事業について、行うべき内容は従来のを全て継続して実施する必要がありますが、事業の実績及び検証でも述べたように、観光協会の存在意義は大きく、その組織力の強化は急務といえます。そこで、「観光協会の組織強化の支援」の優先順位を重点事業の最上位とします。具体的な方策としては、協会運営に行政がオブザーバーとして参加することで、行政が責任を持って監督と指導をしていくと共に、観光協会を含めた町民全体に対して観光への認識を改革していく働きかけを検討していきます。

I わが国の観光の動向

1 ニューツーリズムの進展

政府は、わが国の観光に対して「観光立国は将来をかけた国家戦略である」とし、観光概念の変化に伴う「ニューツーリズム」（国土交通省が2008年に旅行需要拡大のため打ち出した、地域資源を活用した体験型・交流型の新しい旅行形態）の進展や観光のグローバル化に対応するために、平成20年10月に観光庁が設立されました。

本町の観光の現状に鑑みると、ニューツーリズムの進展に対応するための潜在力は十分に秘められており、今後の観光振興策としてニューツーリズム進展の動向に対応する取り組みを積極的に進める必要があると考えます。

なお、ニューツーリズムの定義については、おおむね次のように示されます。

(1) エコツーリズム

自然環境や歴史文化を体験し学ぶ観光のあり方であり、地域の自然環境やそれと密接に関連する風俗慣習等の生活文化に係る資源を持続的に保全しつつ、新たな観光需要を掘り起こし、地域の社会・経済の健全な発展に寄与し、ひいては環境と経済を持続的に両立させていくことにつなげていきます。野生生物を観察するツアーや、植林・清掃など環境保全のために貢献をするボランティア的ツアーなども、これに当たります。

(2) 産業観光

歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うものです。産業の歴史や技術の伝承を学び現場の技術に触れることは、当該産業を育んだ文化を学ぶことであり、将来の産業発展のためにも重要な要素です。

(3) 文化観光

日本の歴史や伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光で、地域の歴史・民俗・伝統芸能・民話伝説など、生活や文化に焦点を当てた旅行です。

さらに、昨今では「街道文化観光」なども注目されてきています。

(4) グリーンツーリズム

農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動であり、農作業体験や農産物加工体験、農林漁家での民泊、さらには食育などがこれに当たります。農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動で、農林漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ旅です。

(5) ヘルスツーリズム

自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光の形態であり、医療に近いものからレジャーに近いものまで様々なものが含まれます。

(6) ロングステイ（長期滞在型観光）

長期滞在型観光は、団塊世代の大量退職時代に入り国内旅行需要の拡大や地域活性化の起爆剤として期待されるものであるとともに、旅行者にとっては地域とのより深い交流によって、より豊かな生活を実現するものです。

2 着地型観光の進展

昨今は、地域特性を生かした個性と魅力ある観光振興を図るため、新たな観光需要の掘り起こしとしての「着地型観光」へシフトしてきています。

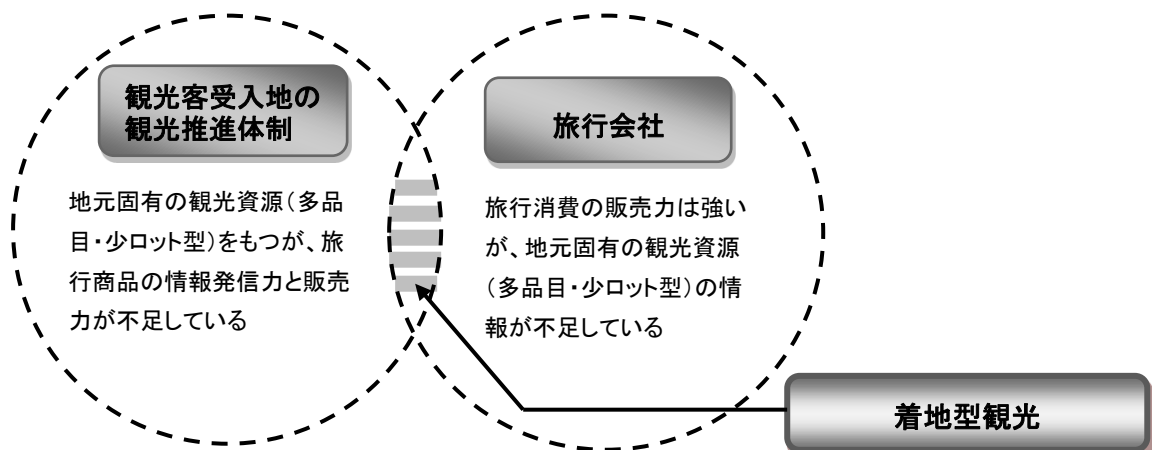
従来型の旅行形態は「発地型観光」で、旅行者のニーズを把握して旅行業者が独自に企画・開発した商品造成のもとで現地に客を送り込み、旅行業者の主導で実施される旅行形態です。しかしながら、今日では旅行者の嗜好の多様化に伴い、観光資源への着眼点や商品造成が発地型では対応しきれない時代になってきています。

一方、観光客の受入地側も、新たに掘り起こした地域資源を活用した観光振興を図りたいと願っています。そこで、求められるのが受入地側での新たな旅行商品の企画と運営面での主導的役割です。ところが、現地の観光関連組織や団体等が旅行商品の企画に関与はできても、旅行商品の販売力不足という否めない現実があります。

このように大都市を拠点に営業している旅行会社と観光客の受入地側の悩みと思惑が一致した形が着地型観光で、新たな旅行形態として脚光を浴びています。

着地型観光という言葉は、2005年に国土交通省の観光報告書で「着地型旅行商品」という言葉を用いたのが最初であるとも言われ、比較的新しい観光概念です。今後の観光旅行の新しい形態として着地型旅行は確実に進展し定着していくものとみられ、観光振興に取り組む各地域もこうした時代のニーズに対する新たな対応が求められています。

なお、着地型観光を図式化すると下図のようになります。



3 インバウンド観光の増大

インバウンド観光とは訪日外国人観光旅行のことで、海外から日本を訪れる外国人は年々増加の一途を辿っています。日本政府も訪日外国人の増加を意図し、1995年に「ウェルカムプラン21（訪日観光交流倍増計画）」の推進に着手し、2003年には「ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）」を開始しています。実施しています。2007年には訪日外国人が835万人に達成したものの、2009年は世界金融危機による景気低迷、円の高止まり等の影響により、2011年は東日本大震災、福島原発事故の影響により訪日外国人が対前年比で大幅に減少し、2012年まで訪日外国人は800万人台を超えることが出来ませんでした。2013年には当面の大きな目標であった1,000万人を達成しています。

これを受け観光立国推進閣僚会議は、「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催という絶好の機会を捉え、さらなる観光立国の推進を図るべく2020年に向けて訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指すこととしました。

近年、アジア各国からの旅行者が増加し、特に中国からの観光客は2008年には100万人を超え、2020年には中国人観光客が600万人になるものと推測されています。そのため、これまで外国語表示と言えば英語が中心でしたが、昨今では、英語に加えて、中国語、韓国語なども加わってきています。

インバウンド観光の推進には、外国向けのPRの推進はもとより、外国人のニーズにあった観光地づくり、観光サービスの充実、外国人向けのガイドブック、案内標識などの環境づくりなども求められるようになってきています。八王子市の高尾山はミッシュランの三ツ星に選定され、大きく外国人観光客の数を伸ばしてきており、今後さらに伸びることが予想されています。多摩地域はもとより本町にとっても、これらに対する対応が求められます。

4 環境保全への関心の増大

現代は環境保全がより重要視されてきているだけに、観光振興を図る際にも「経済活動」「環境保全」「地域づくり」といった、三者の調和がとれていなければならないのはいうまでもなく、中でも環境保全は観光活性化において最も重要なファクターです。

近年、「エコツーリズム」が脚光を浴びてきています。エコツーリズムとは「環境や社会的なものまでも含めての生態系の維持と保護を意識し、地域社会の発展への貢献を考慮したツーリズム（旅行、レクリエーション）のことで、「エコツーリズム推進法」が平成20年から施行されました。また、エコツーリズムを具体化したツアーのことを「エコツアー」と呼んでいます。つまり、エコツーリズムとは社会資源の消費ではなく、持続可能な観光と言えます。

環境省は「エコツーリズム大賞」を設けて全国の優秀なエコ推進地域を表彰しています。趣旨は「エコツーリズム推進のため、エコツーリズムを実践する地域や事業者の環境への配慮や地域づくり等の優れた取り組みを表彰し、更なる質の向上や継続への意欲につなげるとともに、関係者の連携、情報交換などによる連帯意識の醸成を図ることを目的とする」としています。

このように、地域における観光と環境保全の調和は、益々大きなウエイトを占めてきています。

5 食文化への関心の増大

都市住民を対象に実施したアンケート調査（平成18年度ブランド総合研究所調査）によりますと、全国でもっとも訪れてみたい地域の上位5位までに、札幌市、函館市、小樽市と北海道の3市が占められています。札幌市などには9割を越える人が「ぜひ行ってみたい」「機会があれば行ってみたい」と答えています。また、「なぜ行きたいか」との間には「食事がおいしい」「自然や緑が豊か」「魅力的な歴史建造物がある」の順であり、函館市も「食事がおいしい」「歴史がある」「風情がある」となっています。さらに札幌市では「魅力的な祭りやイベントがある」「買いたい土産や地域産品がある」と答えた人もかなり多くなっています。

このようなアンケート調査から旅行者のニーズの共通点を探すと「地域固有の食文化」に対する関心が大きくなってきていることがうかがえます。

ちなみに、観光活性化の要因を順位づけると次のようになっています。

- 1位：地域固有の食文化がある
- 2位：豊かな自然環境に恵まれている
- 3位：歴史的建造物がある
- 4位：まさに個性的魅力があり風情が漂う
- 5位：土産品や地域産品が豊富である
- 6位：魅力的な地域イベントがある

となっており、今後、全国各地の観光地も以上の観点からの検証とともに、新たな取り組みが求められています。

II 観光まちづくりの主役

1 民間発想への期待の高まり

観光まちづくりについては、行政主導のトップダウン方式ではなく、住民自らが参加し、自らの責任において観光客を誘致し、おもてなしをするといった新たな視点と価値観による対応が求められています。

観光もまちづくり同様、住民参加の多様な形態が考えられており、住民自らが地域の魅力付けをどうするか、まちの賑わいをどのように作りだしていくか、地域イメージの構築はどうするか、地域をどのようにPRしていくかなど、柔軟な発想や行動による取り組みを重視するケースが目立っています。さらに、民間発想には固定的な枠組みの中でとらえるだけではなく、意外性と訴求力も期待できるという強みがあります。

地域住民が“自分たちのまちは自分たちでつくる”という当事者意識を持つとともに、新たな価値観、大胆かつ個性的な発想、情報発信力のある夢とロマンの未来志向といったパワーが生まれつつあり、本町においても民間発想への期待が高まりつつあります。

2 民間主導・行政支援型が顕著

近年は、住民中心のまちづくりや住民自らが地域経営にも参加することが目立ってきています。住民主導による街並修景事業やご当地B級グルメ開発など、さまざまな形態での住民の主体的取り組みが行われています。住民自身も行政から一方的に与えられるサービスや施策を甘受するだけでなく、住民自身による地域経営の視点が求められる時代になってきており、住民主導型の長期振興計画の策定を図るケースも増えています。

さらに、企業誘致から新産業創造への転換、公共施設の住民主導による効率的運営、住民パワーのネットワーク化と情報発信力の強化、おもてなしの心に満ちた観光ボランティアガイドの養成など、従来では考えられなかった住民主導の取り組みが活発化し、それを行政が支援するケースが目立ってきています。

観光関連事業についても、新時代にふさわしい観光交流によるまちづくりへの関心の高まりや、自助努力による自主財源の確保への取り組みがなされており、本町においても地域協働体としての住民の主導的役割は日増しに強くなってくると思われます。

第4章 観光の現状と課題

本町の観光施策については行政、民間、企業が一体となって取り組んでいるとは言えず、多くの課題があります。

このため、新たに観光振興計画を策定し具体的な観光振興策の実践に着手する必要があります。なお、本町における観光交流の現状は次に示されます。

I 観光意識

政府は、「観光は21世紀のリーダー産業である」とはっきりと位置づけています。観光はあらゆる産業に影響を及ぼす総合産業であると同時に、他の産業を牽引するリーダー産業であるとしており、地域の活性化にも、そうした観点からの取り組みが求められています。

町民の多くは観光がもつ可能性に対する認識度は必ずしも高いとは言えないようです。本計画の実践を通じて、観光に対するしっかりした認識をもってもらうとともに、町民の観光意識の改革につなげていく必要があります。

II 観光認知度

平成21年度に、JR武蔵五日市駅前、JR立川駅構内、JR有楽町駅前の三か所で「観光認知度調査」を実施しました。それによりますと、ほとんどの人が本町を訪れておらず、しかも、本町の観光認知度は極めて低いことが判明しました。そうしたことを踏まえ、今後の観光振興策はインパクトをもった施策による「知名度の向上」が求められます。

III 観光イメージの定着度

本町は「観光認知度調査」でもわかるように、PR活動の不足から観光イメージの定着度は低い状況にあります。

今後は、知名度アップ及び「観光イメージの向上」に取り組む必要があり、そのためのイメージ構築の戦略が不可欠となっています。

IV 住民主体事業における当事者意識

観光振興は、行政主導で成就できるものではなく、町民一人ひとりと民間事業者の両者が、観光の原点である「地域の光を観（み）る」意識で、地域資源を磨き上げ、住みよく快適なまちづくりに取り組む心構えから生れるものです。そうした意味でも、行政任せではなく町民一人ひとりがまちづくりを担うという当事者意識をもって観光振興に取り組む必要があります。今後は、観光交流による住んでよく、訪れてよく、働いてよいまちづくりを目指す心構えが必要です。

V 住民のおもてなし意識

観光客が道を訊ねた場合の対応や、休憩所やトイレの提供などにおいても、“おもてなしの心”を発信することは容易なことではなく、対応の仕方ひとつで本町に対するイメージも変わるものです。

住民と観光客との出会いは大切な瞬間であり、こうしたことも大切にしたいものです。本町の観光ボランティアガイドにおいても、観光コンシェルジュ（世話人）としてのおもてなしの意識を高めていく必要があります。そうすることで、観光客のリピート効果が生まれます。観光啓発活動は町民のおもてなしの向上を図る上でも重要です。

VI ニューツーリズムに対する認識

これからの観光は、一度に多くの観光客が来訪するのではなく、小規模であっても潤いのあるまちの雰囲気を楽しむといった、いわゆる、「スモール・イズ・ビューティフルの時代」であると言えます。そぞろ歩きのできるまちの佇まいを楽しみながら、地域特有の資源やおもてなしの心とのふれあいができる観光まちづくりが求められる時代となってきました。

ニューツーリズムと呼ばれる観光形態（従来の概念とは異なる体験型・交流型の観光形態）が進展していることを、町民の多くが認識する必要があります。

VII 日の出町における観光振興の位置づけ

現時点において本町では観光業を生業とする事業者が殆どいないことから、本計画で掲げられる観光振興は、観光業を振興することが目的ではなく、観光振興を活用して町を活性化することが目的となります。すなわち、観光振興により観光客をより多く誘致することが目的ではなく、住民がより多くの観光客を誘致するためのまちづくりを行うことで地域が活性化されることが目的です。

第5章 基本理念と観光振興の視点及び目標

I 基本理念

今、わが国では観光こそが地域活性化の起爆剤となり得るものと考え、地域の魅力ある観光地づくりへの支援をはじめ、VJC（ビジット・ジャパン・キャンペーン）による外国人観光客誘致など、観光立国へ向けた取り組みが盛んに行われています。

本町もこうした潮流を受け、首都圏の住民やグローバル社会に伴う外国人との交流促進を通じて、住んで楽しく、訪れた人々に「また来たい」と思ってもらえるような「人づくり」「地域づくり」を目指す必要があります。そのためにも、地域住民の持つ誇りと潜在パワーを全国に向かって発信し、地域のイメージアップや地域力のさらなる向上を図る必要があります。

それを実現するには、町民が協力し合いながら地域資源を活用し、観光・交流・モノづくり・情報発信の基盤づくりはもとより、町内各地域を結ぶアクセスの向上と住民の連帯によって潜在力を引き出していかなければなりません。

幸い本町は豊かな自然に恵まれ、日の出山をはじめ、本町を取り巻く美しくも雄大な山々が連なる東京都民の心のふるさととしての環境を十分にそなえています。ここには、あらゆる動植物の命の源となる水を創り出し、動物や昆虫の棲家があり、木材や山菜を育み、地域に残る伝統行事等も町民の暮らしの中に息づいており、こんにちの観光振興に大きく貢献する資源も豊富にあります。

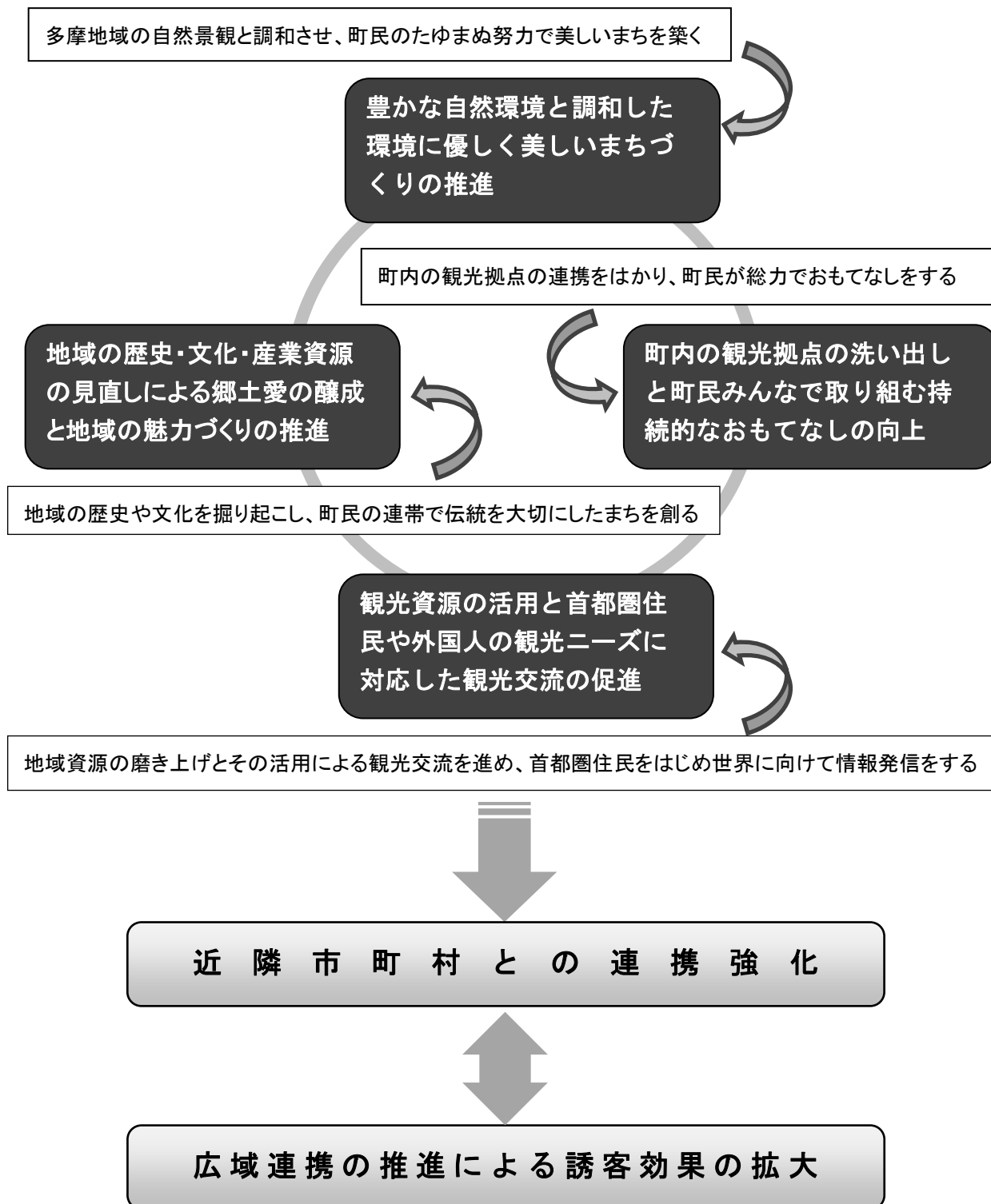
昨今では、小川のせせらぎなどの豊かな自然はもちろんのこと、郷愁をそそる伝統的家並みなども癒し空間として脚光を浴びてきており、また、個性的な郷土食・伝統的風習などにも人々の関心が集まってきています。本町は首都圏にありながらも、現代人の求める多くのものを包含している稀有な地域とも言えます。

つまり、これまで本町民の暮らしを支えてきた自然・歴史・伝統・農林水産物・商業・工業・住まい・風習・文化芸術などが、現代社会では観光の対象になり得ることであり、町民一人ひとりが、これらをもう一度見直すことで、魅力ある、住みやすい、活力ある地域づくりに役立てていけるものと考えます。

本計画は、多くの町民が観光によるまちづくりの大切さを認識し、当事者意識のもと、観光交流の事業を推進する役割を担っていくことがねらいです。

II 観光振興の視点

本町の観光振興を図るためには、次の視点での取り組みが重要であると考えます。



Ⅲ 基本目標

1 観光による地域力の向上

今日、ニューツーリズムと称される観光振興が脚光を浴びているように、観光概念が大きく変化してきています。従来は観光とは無縁であった地域が多く、観光客を誘致している事実がそれを物語っており、「地域の誇りづくり」としての観光まちづくりに対する意識改革が求められています。

本町には、古くから引き継いできた人的資源や物的資源が数多く存在していますが、現在までそれらに着目してきませんでした。これからは、これらの地域資源の魅力を住民パワーの結集によって磨き上げ、他地域との差別化を図りながら情報発信し、観光による地域力の向上を目指します。

2 観光と連動した農林商工業の振興

観光を通じて地域産業の活力増進をどのように図っていくかが観光振興の課題です。

本町は多摩の豊かな自然を背景に、地域資源や伝統技術を生かした地場産業がしっかりと根づいている状況にあります。観光振興の目的は、町民はもとより他地域の多くの人々にも本町の多様な観光資源を知ってもらい、人々に本町を訪れていただくだけでなく、町民が住んでよく、働いてよい地域づくりをも目指すことにあります。

観光は、地域を支えるあらゆる産業に波及効果を及ぼす役割をもつだけに、本町としても総合産業的な取り組みをしていくことが不可欠です。

本町には、豊かな自然資源から生み出される郷土色豊かな特産品や食文化、さらには民俗芸能なども存在することから、これらを結びつけた複合的観光交流を推進する中で地域の魅力を高め、産業全般の活性化を図ります。

3 エコロジカル体験観光による地域イメージアップの推進

環境の時代と言われる今世紀、我が国でも地球環境の保全や持続可能な経済活動を推進するために、自然や文化活動の一環としての「エコツーリズム」が叫ばれるようになりました。それは、地域の自然・歴史・文化を心豊かに楽しむ自然観察・環境学習などのエコロジカルな体験を通して、自己発見をしようとする動きにほかなりません。美しい日本の原風景をもつ地域を訪ね、その地域が持つ潜在資源（自然・文化・歴史）を掘り起こし、それらを磨き上げて多くの人々に伝え、多くの人々とともにエコロジーな国土の形成に役立てようとしているのです。こうした時代を背景に、現在、「エコツアー」や「エコウォーク」などの体験観光による環境貢献活動も活発化しています。

本計画では、エコロジカル体験観光を通して、交流人口の増加、郷土愛の醸成はもとより、環境に優しい潤いと活力のある地域のイメージアップを図ります。

4 おもてなしの向上による観光まちづくりへの貢献

本町がより一層の観光交流を図るためには、将来を見据えた「人材育成」が不可欠となります。そのためには、「人こそは最大の地域資源である」をモットーに、町民が一丸となっておもてなしを向上させる必要があり、そのための活動の一つが観光ボランティア活動です。

しかし、現況では緒についたばかりで、必ずしも有効に機能しているとはいえない状況にあります。また、おもてなしの心が町民全体に浸透しているとは言い難いものがあります。そこで、観光客に「また来たい」と思ってもらえるような、おもてなしの向上のための人材育成ならびに環境にやさしいエコのまちの実現に向かって取組む町民活動等、実践行動の促進を図ります。

5 福祉政策と連動した観光交流の促進

本町はかねてより75歳以上の高齢者医療費の無料化など、福祉政策に力を入れてきました。また、小規模自治体にしては稀有とも思える特別養護老人ホームも6施設（730床）設けており、町外からの入所者も多く、施設には多くの面会者も訪れています。今や、我が国の高齢化率は20%を超え、高齢社会の到来が深刻な社会問題となってきています。

本町では「元気な高齢者づくり」を推進するために、高齢者や障害者が生きがいをもてるような雇用の場の創出、観光交流を切り口にした社会参加など、福祉政策と連動した観光交流の促進を図ります。

6 観光プロモーションと情報発信の強化

21世紀は情報の時代であり、情報化戦略こそが地域の浮沈を左右すると言われていています。そこで、本町を少しでも多くの人に知ってもらい、「行ってみたい」と思ってもらえるような魅力あるまちづくりや周辺地域と一体となった観光ルートづくりはもとより、本町の豊かな自然資源、魅力ある地域資源、心温まる人情、活力溢れる町民活動、歴史と伝統などの情報を大いに発信していく必要があります。

そのための観光プロモーションやマーケティング戦略を積極的に推進し情報発信の強化を図ります。

第6章 計画を取り巻く観光振興の方向性

I 第四次日の出町長期総合計画後期基本計画に示された観光振興の目標

本町は、東京都内にありながら東京とは思えない豊かな自然を有し、尚且つ都心からのアクセスも比較的容易な立地条件にあります。しかしながら、既存観光施設が単体で運営されていたり、魅力ある観光資源が活用されずに見過ごされており、本町への来訪者の滞在時間も短く経済効果もきわめて低い状況にあります。

また、平成19年にオープンしたイオンモール日の出には非常に多くの来訪者がありますが、イオンモール日の出と町内の観光資源の連携が図られておらず、それらの人々を町の観光に誘導できていないのが現状です。さらに人的要素を見ても、観光業を生業とするものはほとんどなく、観光に対する住民の意識も高いとはいえない状況にあります。そうした状況から多くの地域資源が観光資源として活用されずに埋もれたままになっています。

本町の課題としては、住民意識の向上を図りつつ、顕在資源（既存施設等）のブラッシュアップ、資源の多角的活用、及び潜在資源の発掘・活用などのほか、町内に散在する観光資源のネットワーク化を進めることが求められています。そうした現状と課題を踏まえ、今後の本町の観光振興の方向性をより明確に示した「観光振興計画」を策定し、資源の効果的・効率的活用を促し、来訪者の町内での滞在エリアの拡大、及び滞在時間の延長等による経済効果を高める方策など、観光振興策への取り組みが急務となっています。

<観光振興計画の策定目標>

1. 観光商品づくり

既存商品の利用や、新たな商品開発の支援をしていきます。

2. 観光ルートづくり

魅力ある様々な観光ルートを設定し、来訪者の滞在時間の延長を図ります。

3. イベント戦略

既存イベントの連携化を図りつつ、新たな切り口による魅力付けを行ったり、新たなイベントを創造するなど、イベント戦略のイノベーションに努めます。

4. 人材育成

観光ボランティアの育成等、産学官連携による人材育成への取り組みを行います。

5. イメージ戦略

地域イメージをアップする具体的な方法を構築します。

6. マーケティング戦略

本町ファンを増やすための戦略を構築します。

7. 推進体制の確立

観光関連団体の連携と推進体制づくりを支援します。

II 日の出町商工観光産業の振興に関する基本条例について

なお、第四次日の出町長期総合計画と整合性をもつ「日の出町商工観光産業の振興に関する基本条例」を次に示します。

(目的)

第1条 この条例は、商工観光産業が日の出町（以下「町」という。）の発展及び活性化を果たす役割の重要性にかんがみ、町における商工観光産業の振興に関する基本的事項を定め、もって町づくり、人づくりに寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に定める用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 商工観光産業 町の区域内における商業、工業（建設業を含む。）及び観光業をいう。
- (2) 事業者 町の区域内において商工観光産業を営む個人又は法人で、次号及び第4号に定める大型店及び小売業者以外をいう。
- (3) 大型店 大規模小売店舗立地法（平成10年法律第91号）第2条第2項に規定する大規模小売店舗及び一の建物であつてその建物の店舗面積の合計が300平方メートル以上1,000平方メートル未満であるものをいう。
- (4) 小売業者 大型店内で営業する小売業を営む者をいう。
- (5) 経済団体 地域産業の振興及び活性化を図るために組織された日の出町商工会（以下「商工会」という。）、日の出町観光協会（以下「観光協会」という。）及び同種の団体をいう。

(基本方針)

第3条 商工観光産業の振興は、次に掲げる方針（以下「基本方針」という。）のもとに推進するものとする。

- (1) 町、事業者、大型店の設置者、小売業者及び経済団体は、商工観光産業が地域の経済及び社会に重要な役割を果たすことを認識し、各々の創意工夫及び自助努力を助長するとともに、町民生活の向上を図り、町民の就業機会の拡大及び働く者の福利厚生向上に寄与するように努めるものとし、相互が協力して一体となって商工観光業の振興を推進していくことを基本とする。
- (2) 商業については、地域に根ざした多彩な機能及び特徴を持つ個性的な事業者が営む商店と大型店とが共存共栄することにより、地域の活性化及び振興を推進するものとする。
- (3) 工業については、町内企業の競争力の強化を図る観点から、技術力及び競争力の向上並びに技術及び技能の継承を推進するとともに、地域資源を生かした生産活動を推進するものとする。
- (4) 観光業については、豊かな自然を生かすとともに、観光資源のネットワーク化及び商工業と連携した特産品の開発等により、観光客の誘致及び増加を図り、町の活性化を推進するものとする。

(町の責務)

第4条 町は、目的及び基本方針にのっとり、商工観光産業の振興に関する基本的かつ総合的な施策を策定し、実施するものとする。

- 2 町は、前項の施策に基づき、事業者、大型店、小売業者及び経済団体の活動に対して必要な支援を行い、積極的な活動への取り組みを促すものとする。
- 3 前2項の施策の実施にあたっては、町は、国又は東京都との連携を図るとともに、事業者、大型店、小売業者、経済団体及び町民との協働に努めるものとする。

(事業者、大型店の設置者及び小売業者の責務)

第5条 事業者、大型店の設置者及び小売業者は、目的及び基本方針にのっとり、町民生活の安定及び安心に十分配慮し、働く者の育成及び福利厚生の上昇に努めるとともに、町又は経済団体が行う商工観光産業の振興のための施策に積極的に協力し、地域社会に貢献するために必要な措置の実施に努めるものとする。

- 2 事業者は、商工観光産業の振興を図るため、商工会、観光協会等の経済団体に加入するよう努めるものとする。
- 3 大型店の設置者は、大規模小売店舗に求められる社会的責任に基づき、周辺的生活環境の保持に必要な措置を講じるよう努めるとともに、商工会、観光協会等の経済団体に積極的に加入するよう努めるものとする。また、小売業者に対しても、商工会、観光協会等の経済団体への加入等必要な協力を求めるよう努めるものとする。
- 4 小売業者は、商工会、観光協会等の経済団体に加入するよう努めるものとする。

(経済団体の責務)

第6条 経済団体は、目的及び基本理念にのっとり、事業者、大型店及び小売業者に対する支援を行うとともに、町と協力して、商工観光産業の振興を目的とする事業の実施に努めるものとする。

- 2 経済団体は、前項に規定する支援及び事業を実施するため、事業者、大型店及び小売業者の積極的な参加を求めるよう努めるものとする。

(町民の理解と協力)

第7条 町民は、商工観光産業の振興が町民生活の上昇及び地域社会の活性化に寄与することについての理解を深め、その健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(施策の実施にあたっての措置)

第8条 町は、商工観光産業の振興に関する施策の実施にあたっては、事業者、大型店の設置者、小売業者、経済団体及び町民の意見を広く求め、必要な措置を講じるものとする。

(委 任)

第9条 この条例の施行について必要な事項は、別に定める。

附則

この条例は、公布の日から施行する。

平成20年12月1日施行

Ⅲ 潜在資源の活用に対する新たな行政支援体制

1 地域資源の掘り起こしによる観光活用支援

資源エネルギー庁は「資源とは、人間が社会生活を維持発展させて行くための糧であり、時代背景や新しい文明の出現により、資源となる対象や資源観は変わる可能性を持つ」と定義づけています。広義的には自然資源、文化的資源、人工施設資源、人的資源等を含みます。かつての資源観では「ものの豊かさ」に役立つものこそ資源であるといったとらえ方が主流を占めていました。しかしながら、近年では歴史、文化芸術、サービス、知識や知恵、さらに情報等のソフト資源が大きくクローズアップされています。いわゆる「心の豊かさ」に新たな価値を見出すようになってきており、観光資源についてもこうした考え方のもとに、さまざまな取り組みが行われてきています。

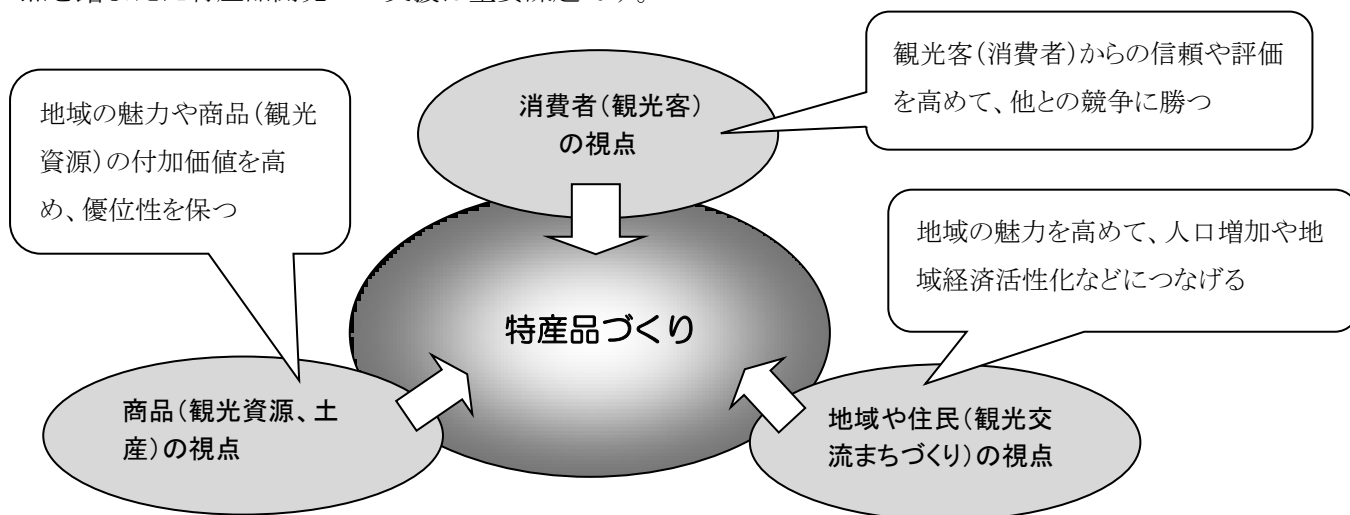
町民の多くは観光資源に対する認識が不足がちであり、こうしたことが本町の観光潜在力の低迷を招いている原因となっています。こうした意識からの脱皮は不可欠であり、地域資源の掘り起こしと観光活用のための行政支援体制を強化する必要があります。

2 地域産業の付加価値化への取り組みに対する支援

本町はこれまで森林産業やセメント産業を中心として繁栄してきた歴史があります。昨今の経済状況のもとでは、これらの産業は低迷しており、新たな付加価値化への取り組みが求められています。つまり、産業の文化的価値の追求の時代となってきています。町内の農林業をはじめ、多くの産業が観光による付加価値化を進めることで、潜在パワーの向上、イメージの向上に繋げる必要があります。そのための支援体制の強化が必要となってきています。

3 特産品開発への取り組みに対する支援

観光振興にとって特産品開発は欠かせない要素のひとつです。特産品の付加価値は、地域特性やイメージ戦略などの総合的な取り組みによっても高められていくものです。本町内の各事業者は以下の取り組みを図ることで新たな展開が見えてくると考えます。地域を代表する特産品づくりについては「消費者（観光客）の視点」「商品の視点」「地域や住民の視点」の三つの視点が重要で、これらの視点を踏まえた特産品開発への支援は重要課題です。



(1) 消費者（観光客）の視点とは

事業者は消費者（観光客）の信頼を裏切らないことです。たとえば、温泉表示の詐欺、集団食中毒、環境問題、景観、料理、土産品など観光客の受信する事前情報と商品（地域資源）との出会いのギャップです。観光に限らず、工業、企業誘致、伝統工芸等、消費者（観光客）の視点からの取り組みが求められます。

(2) 商品（観光資源、土産など）の視点とは

事業者は品質、創意工夫、デザイン、製造・生産技術などの差別的優位性を保つことです。地域の魅力を生かし、付加価値の高い商品（観光資源）を作り、付加価値生産型ビジネスへの転換を図っていく必要があります。

(3) 地域や住民（観光交流まちづくり）の視点とは

観光商品開発の推進については地域経済の活性化はもとより、観光交流を通じた「地域ブランドの確立」を目標にする必要があります。本町の「魅力度アップ」「産業力アップ」「地域力アップ」は観光振興の最大のテーマであり、常にこうした視点での取り組みを心がける必要があります。

4 拠点施設からの観光誘導への活用支援

イオンモール日の出は年間1000万人を超す集客力をもった商業施設であり、来場者の多くも周辺市町村はもとより、山梨県・埼玉県・神奈川県などからの県外客も数多く来場しています。しかしながら、当施設から本町の他の観光資源等への誘客はほとんどなされていないのが現状です。そこで、観光プロモーション戦略の一環として当該施設との連携を強化し、本町内の観光資源への積極的な誘導を促すことが望まれ、そのための有効な活用支援が求められています。

5 観光振興における観光協会の位置づけと事業活動支援

本町には既存機関としての観光協会が設けられていますが、有意義に機能しているとは言い難い面があります。これまで、観光協会と行政とは無二一体の中で事業推進を図ってきましたが、行政業務との区分が必ずしも明確でなく曖昧な点も多くあったことは否めません。今後は、観光協会の位置づけをより明確にし、独立した事業体としての活動を推進する必要があります。事業活動の活発化とともに、観光商品開発や人材育成を積極的に進め、イオンモール日の出・旅行事業者・交通事業者との協働のもと、観光客誘致を図っていくための事業活動支援が求められています。

6 受け皿づくりへの支援

観光振興における受け皿づくりについては、宿泊、飲食、土産品、施設利用等があげられますが、本町には現在のところ専門の宿泊施設はなく、将来はともかく、現状では日帰り観光が主流を占めるを得ない状況にあります。さらなる経済効果を見込むために、観光客の満足度を高めながら滞在時間の延長を図ることが望まれており、そのためにも受け皿の充実は不可欠の要素であり、そのための支援が必要です。

なお、受け皿づくりの主な取り組みの方法については次の視点が求められます。

(1) 飲食

町内の飲食提供事業者は、従来、町民及び町内事業従事者を対象とした提供が中心でしたが、今後はご当地グルメや特産料理等の開発により、観光客にも魅力ある飲食の提供を図り、消費の拡大に努めていく必要があります。

(2) 土産品

町内の食品製造業及び小売業は、これまで主に町内や周辺住民を商圈としていますが、今後は、新たなビジネスチャンスと顧客開拓に繋げていくため、観光客をターゲットにした商品開発と付加価値を高める取り組みが求められます。そのためには、品質・パッケージの方法・デザイン・新鮮なアイデア等、観光客に喜ばれる商品開発を推進する必要があります。

(3) 施設利用

本町の観光施設と考えられるものは、現状では日の出山荘、つるつる温泉、さかな園、肝要の里、小さな蔵の資料館、旧アーティスト・イン・レジデンス等のほか、魅力ある界限としては羽生通り等があげられますが、現在のところ施設利用はもとより、イベント等の開催や外部への積極的な貸し出しなどもしていないのが現状です。今後は、新たな企画による事業活動を促すなど、誘客戦略を含めて検討する必要があります。

以上、観光面における本町の現状と課題を踏まえつつ、新たな方向性とその支援方策の確立が求められています。

第7章 観光意識調査・観光認知度調査・実証実験ツアーによる観光評価

I 本町内及び関連機関における観光意識調査の結果と分析

本町では、「観光振興計画」の策定に関する参考資料として、以下の調査項目により、平成21年10月より町内及び周辺地域の企業・団体・農業者等に対し「日の出町の観光」についての意識調査を実施しました。

調査項目	調査の内訳
調査地域	日の出町内及び周辺地域
調査対象	町内の企業・団体・農業者ほか
調査方法	聞き取り調査
調査期間	平成21年10月～22年2月
調査機関	株式会社タップクリエート＜創造経営研究センター＞

1 意識調査の基本的な考え方

観光振興にとって大切なことは、地元の各団体及び観光に関連する各事業者等が、観光のもつ役割と効果をどの程度理解しているかにかかっています。観光振興は行政のみが単独で推進しても成し得るものではなく、行政と民間団体及び事業所、それに地域住民が一致協力して取り組むことにより成し得るものです。そのような基本的考え方に立ち、次の項目について各事業所・団体・農業者が本町の観光の現状と課題はなにか、観光振興についてどのような考え方をもつのか、また、今後の観光振興に対してどのような対応が可能なのかを聞き取り調査しました。

<事業者に対する調査項目>

- 事業の概要
- 事業分野のこだわり
- 当該事業の強みと弱み
- 現状と課題
- 日の出町観光振興への期待度

<支援機関に対する調査項目>

- 支援機関の概要
- 広域行政に対する評価と課題（観光交流を中心に）
- 広域連携の今後の方策（観光交流を中心に）
- 本町の観光力を高めるためにはなにかが必要であると考えられるか。
- 今後、期待される本町のポテンシャルは何か
- 支援機関として考えられる今後のサポート施策は何か

以上の項目を中心に聞き取り調査し、その中から、今後の本町の観光振興にとっての観光振興の課題と課題解決のための方策、ならびに観光振興の方向性を探り出しました。

(1) 農林漁業関連

日の出町自然休養村農林漁業組合が運営する「さかな園」は、多摩地方の他の河川に比べて溪流の魅力に惹かれて訪れる観光客が多くなっています。最近、アジア各国からの外国人も増加傾向にあり、日本人グループ客と外国人受入対策が今後の課題です。

林業特産品としての「竹の子狩り」は収益率も悪いためビジネスにはなりにくい面があり、趣味の域を超えることができない悩みがあります。また、現在、竹の子狩り以外の竹の活用がないため、今後は竹の多様な活用も求められます。

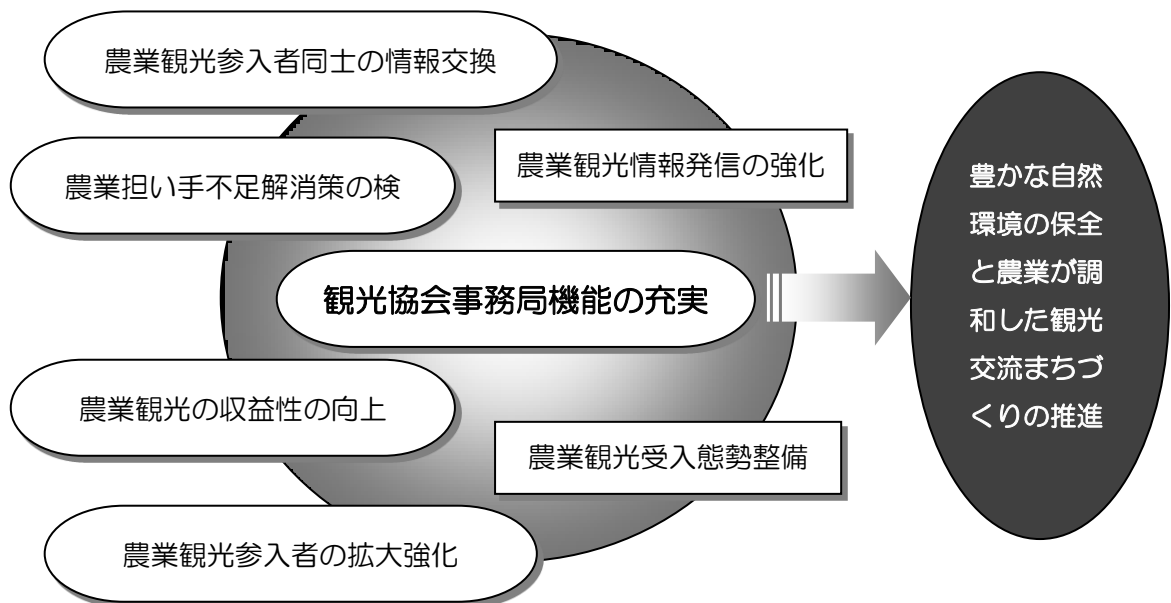
本町の農業観光の代表的な「芋掘り」については、担い手の高齢化が進んでおり、新たな展開を図ることは難しい面もあり、現在、大手企業からの団体顧客の受入等を実施しています。しかし、今後はこうした団体顧客の確保が大きく伸びるとは考えにくく、観光農園等の推進には新たな受入態勢づくりも課題となっています。

「ブルーベリー農園」では、JAを通しての卸と肝要の里へのブルーベリージャムへの加工用としての出荷が主体ですが、ブルーベリー人気は高まりつつあるだけに今後の展開に期待がかかります。

「みかん狩り」については、東京のみかん畑として貴重な観光資源です。特に、老人ホームや障害者施設等からの受入を推進し、意欲も十分なだけに期待がもてます。

こうした現状に鑑み、課題の解決と観光振興の方向性は次のように考えられます。

農林漁業者調査に見る観光振興の方向性

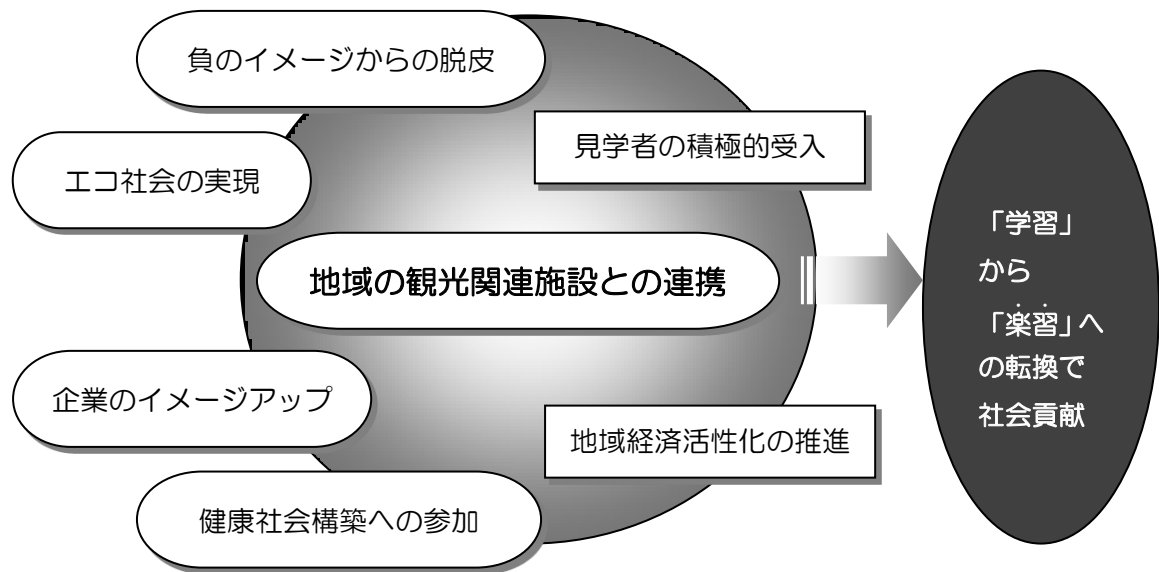


(2) 製造業ものづくり関連

本町は、これまで観光に対する意識があまり高くなく、産業観光に対する取り組みもなおざりにされてきました。しかしながら、今日では産業がどのように社会貢献をしているかといった情報発信も重要視されるようになり、「産業観光」の推進が叫ばれるようになってきました。本町でも、エコセメントは焼却灰をエコセメントとして再利用する資源循環型社会の構築に向けての新たな取り組みを、協同乳業では自然の恵みを大切に健康で豊かな食文化の創造で地域に貢献する取り組みを行っています。そうした啓発活動が企業のイメージアップや繁栄、さらに地域の魅力づくりにつながるとして、企業でも観光客の積極的な受け入れに期待がかけられています。

今後の観光振興につながる展開は、これまでの見学を通じて「学習」という概念から、見て体験・体感して楽しむ「楽習」という概念への移行が求められます。

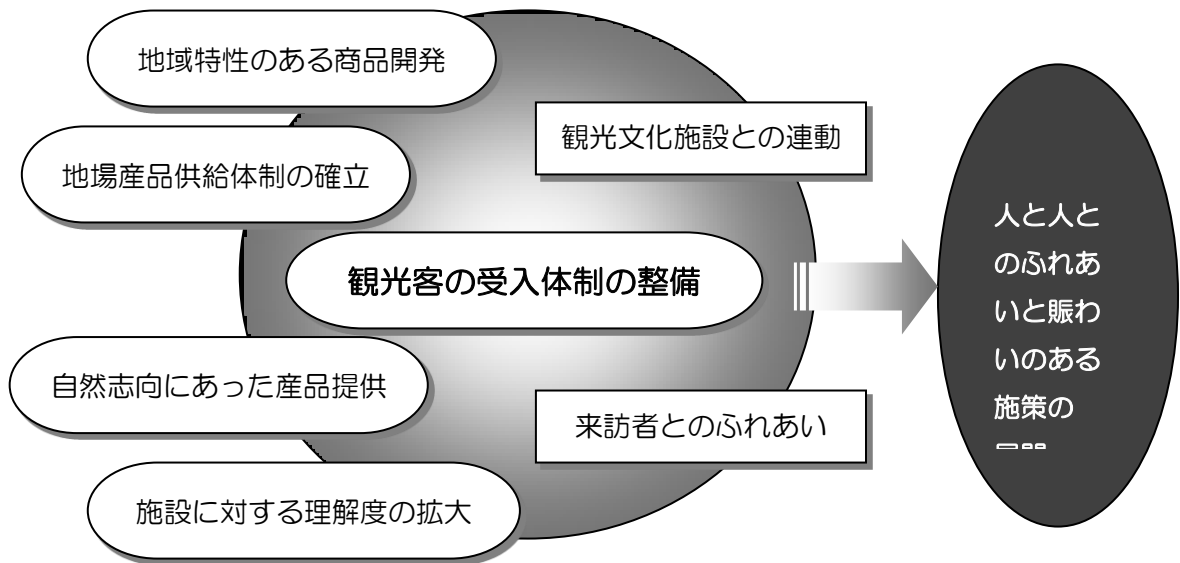
製造業・ものづくり関連業者から見た観光振興の方向性



(3) 商業・サービス関連

商業・サービス関連事業者は、観光振興を積極的に推進することが今日の経済活動にとって重要であるとの認識で一致しています。本町の特性を全面に打ち出した商品開発や特産品の開発などに対する思い入れは強く、それらが、自然環境や文化施設等と連動した誘客の推進が急務であると考えているようです。既存の特産品は品質の良し悪しはともかく、パッケージデザインや生産ロットにも難点があり、観光商品化にはまだまだ遠い道のりであると言えます。さらに、商業・サービス面で重要視されるおもてなしについても課題は多く、来訪者とのふれあいの工夫といったサービス業としての人材育成にも課題があります。

商業・サービス関連事業者の意識



(4) 観光・宿泊関連

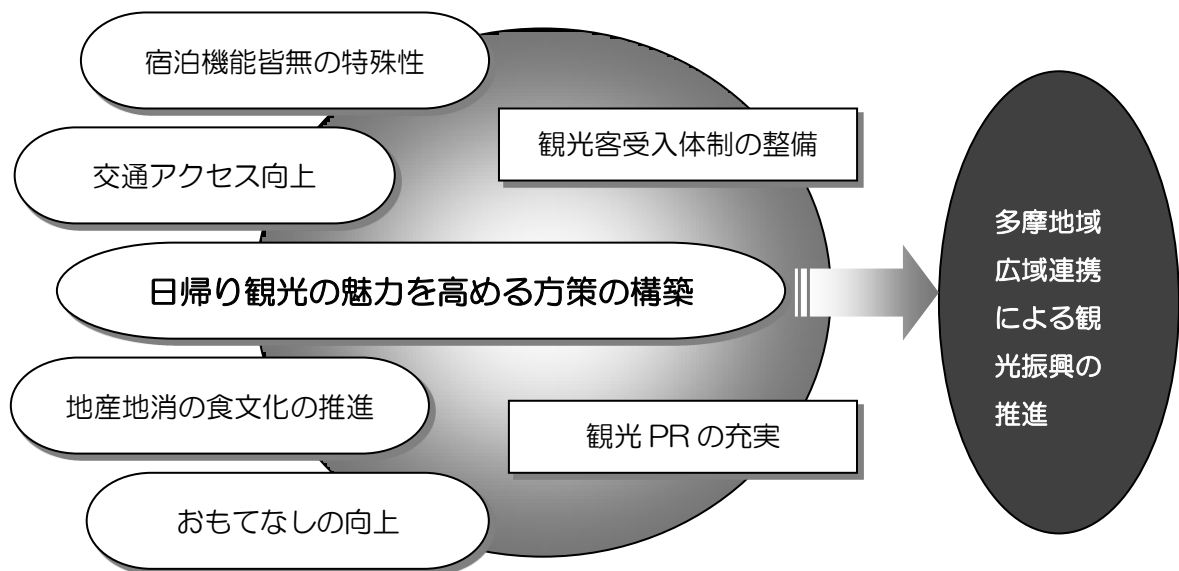
宿泊機能で見ると、町内には、かつて民宿もあったようですが、それも経営が成り立たずに廃業し、現在、本町内の宿泊施設はほとんど皆無の状態です。現状を踏まえれば都心から比較的近いということもあり、宿泊滞在型観光ではなく、“日帰り観光の魅力の創出”に徹するののひとつの考え方と言えます。

昨今、町田市にある白洲次郎氏邸「武相荘」が注目を浴びてきており、年間10万人を超える観光客が訪れていることから、偉人や歴史建造物に対する関心も高まりを見せてきています。

本町の観光施設のひとつである「日の出山荘」は、ロン・ヤス会談が行われた施設だけに、今後の誘客に対する期待度は十分考えられます。当然ながら、「つつる温泉センター」との連携が必要です。

これらの観光施設の現状を踏まえると、観光施設独自の魅力や町内観光の展開だけでは限界があります。つまり、本町単独としての観光振興だけでなく多摩地域全体としての連携の中で観光ルートをどのように結び、どのような展開ができるかを大多摩観光連盟・西多摩地域広域行政圏協議会・JR東日本等と連携した企画商品の開発等を進めていくことも今後の課題です。

観光・宿泊関連業者の意識



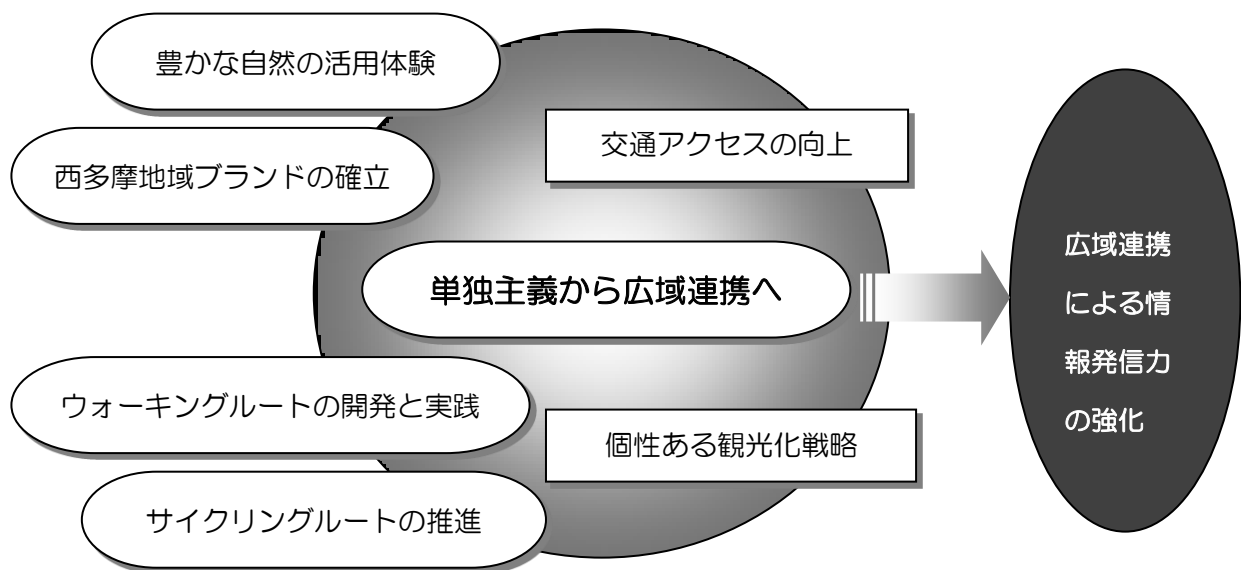
(5) 支援機関・関連団体

本町にある「東京都森林組合」は、カワセミをはじめ多くの野鳥の存在が確認されていることから「バードウォッチング」などの探鳥スポットの掘り起こしと自然に親しむ観光地づくりを示唆しています。

西多摩地域広域行政圏協議会では、20年度の「西多摩地域の地域資源のブランド化の研究調査」、21年度の「西多摩地域のウォーキング・サイクリングルートの開発調査」「西多摩地域のWebサイトを活用した情報発信の研究調査」等の策定事業を通して、西多摩地域の連携の必要性を強調しています。

(社)大多摩観光連盟では、西多摩地域は突出した観光資源に乏しいため、多摩の自然を生かすことがもっとも求められており、西多摩地域の観光方策は、①自然を徹底して売り出すこと、②交通アクセスを良くすることとしています。さらに、本町については、現在もなお、ごみの最終処理場のイメージが残っており、観光振興にはその払拭がポイントであると指摘しています。

支援機関・団体関連機関から見た本町観光の方向



II 聞き取り調査の総括

聞き取り調査の結果を踏まえて、今後、本町が観光振興を進めていくにあたり、どのような点に留意すべきかを挙げると次の6項目に集約されると考えられます。

- (1) 地域資源を活用した地域産品開発への取り組み
- (2) 情報発信の強化に対する取り組み
- (3) 来訪者の期待度を裏切らないための取り組み
- (4) 来訪者に対する住民の対応水準の向上に対する取り組み
- (5) 地域の連帯の強化に対する取り組み
- (6) 受入体制の整備に対する取り組み

1 地域資源を活用した特産品開発への取り組み

農業をはじめ、伝統郷土料理、地域資源活用特産品、観光グッズ開発等の可能性と市場性の現状を把握し、特産品開発の目標を定めた取り組みが重要です。なお、新たな特産品開発には次の点に留意するのがポイントです。

- (1) 開発コンセプトの明確化（何をねらいとするのか）
- (2) マーケティングリサーチ（市場性はどうか）
- (3) 製品と商品の違いの認識（消費者マインドに合致した付加価値商品になっているか）
- (4) Uターン、Iターン者の活用（新鮮な視点や風を起すことが大切）
- (5) うわさネットワークづくり（なんと言ってもクチコミ効果が一番）
- (6) 地域イメージ戦略の活用（商品価値も地域イメージに左右される）

以上の項目に留意し、「地域産品のブランド化」を視野に入れた開発が求められます。

2 情報発信の強化に対する取り組み

現代はイメージの時代であるとも言われ、地域イメージの良いところには大勢の人々が訪れます。本町の観光振興施策では「地域イメージづくり」や「話題づくり」などで、情報発信力の強化が望まれるもののひとつです。

広報活動の充実はもとより、戦略的・体系的な取り組みが求められています。特に、町最大の集客力を誇る「イオンモール日の出」での観光客誘致のためのPR活動は重要であると思われます。

さらに、①ニュースリリース活動 ②プレスリリース活動 ③広報体制の確立 ④観光情報発信（観光広報）の強化 ⑤環境情報発信（環境広報）の強化、これらは本町にとっての観光振興活動のキーポイントです。

3 来訪者の期待度を裏切らないための取り組み

地域づくり、シニア世代の生きがい対策等にかかる意気込みの現状認識とともに、交流人口拡大のためのマーケティング戦略の構築と人材育成に力を注ぐ必要があります。特に、来訪者に対するおも

てなしの向上、心のこもった案内、来訪者のニーズに合った観光プログラムの構築、心身のリフレッシュのための温泉施設等、来訪者の期待を裏切らない対応が求められます。

また、観光の大きな楽しみは「食」であるが、地場食材を十分に生かした特徴的な食の魅力づくりを推進することです。特に 700 万人といわれる団塊世代を中心とするシニアマーケットは、今後の大きなターゲットであり、アクティブに行動する金銭的余裕のある世代として見逃せません。それには、「観光で 21 世紀の生き残りを賭ける」といった意気込みが大切で、「観光立町」という自立へ向けて歩みだすことです。

4 来訪者に対する住民の対応水準の向上に対する取り組み

現代は、小手先のサービスやごまかしは通用しない“ほんものの癒しや非日常”が求められる時代であり、それも、地域ぐるみの対応が求められています。

観光・交流人口の拡大に取り組む前提はおもてなしの心（客を迎える心）を町民が持つことにあります。来訪者は、笑顔での歓迎に対する満足感や充足感が翌日へのエネルギーにつながるもので、来訪者と受入側の間に良好なコミュニケーション・心のキャッチボールができることがおもてなしの原点です。

今後は、“CS（お客様満足）”の概念で、来訪者の満足度を向上させるべきです。CSとは「客の満足が得られなければ商品は売れない。売られなければ利益は得られないし、安定経営は成り立たない」という基本的な考え方です。この“満足”とは、来訪者が事前の期待を超える満足が得られれば、信頼は高まりリピート化につながるものです。

5 地域の連帯強化に対する取り組み

住民の連帯意識の向上はもとより、躊躇せずに前進する行動力、観光振興に対する施策や地域ブランドづくり等に対する町民の理解と協働で取り組む体制、さらに、観光民間ボランティア活動の充実、民間と公的機関との連携等を強力に推進する必要があります。特に地産地消の推進を図る必要があります。

地域ブランド確立の時代にあって、西多摩地域広域行政圏協議会が取り組みを始めた「西多摩ブランドの確立」への取り組みは、取りも直さず「日の出ブランド」の推進でもあります。それには、地域を支える人々の合意形成による総合力の向上が求められます。特に、地域にまとまりがなく、地域づくりの方向性が定まらず、個々人が思い思いの行動をしている地域が活性化したという事例は皆無です。

観光振興には、こうしたことを是正するとともに、まず、人材育成が緊急の課題です。地域づくりにおけるもっとも価値ある資源は「人」そのもので、早急に人材育成に取り組む必要があります。素晴らしい地域づくりを進めている地域には、住民一人ひとりが「もてなし」の心を持つと同時に地域リーダーが必ず存在します。

本町にとってもっとも求められるのは、行政主導による地域振興策ではなく、しっかりしたブランドデザインに基づく地域づくりのための民間リーダーの存在です。

6 受入体制の整備に対する取り組み

本町には、現在のところ宿泊施設はありませんが、観光まちづくりにおいては、来訪者に対する受入体制づくりは不可欠の条件です。旅行商品づくり、プロモーション活動など、宿泊観光は難しくても、日帰り観光のメッカとしての位置づけのもとに、しっかりした受け皿づくりをする必要があります。

また、現代はイメージの時代ともいわれ、地域イメージの良いところには大勢の人々が訪れ、地域製品の売れ行きも大幅に増加します。地域振興戦略では地域のイメージづくりや話題づくりなどのプロモーションシステムの確立も望まれる方策のひとつです。

以上のことを踏まえ、公益機関及び民間による協働作業の中で、観光振興計画の策定を進めるとともに、早急な実施計画への取り組みが求められます。



Ⅲ 観光認知度調査における本町の現状

1 調査の概要

本町への観光客誘致の主な対象地域は、なんといっても東京を中心とした首都圏住民で、首都圏に住む人々が本町に対して、どのような認識を持ち、どのようなイメージを抱いているのか、また、観光的魅力をどのように作り上げれば首都圏住民が本町に注目し、興味をもって訪れてくれるのかが本町の観光施策にとって大きな課題です。

このような狙いのもとに実施したのが本調査であり、今後本町の観光振興の方策構築のための参考にするものであり、以下は、その結果の要点です。

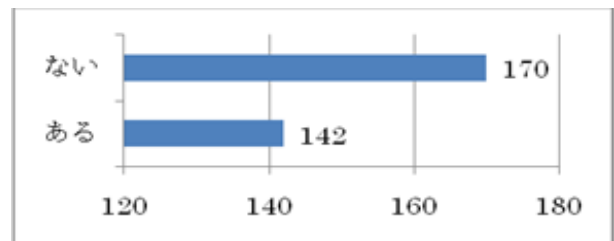
調査項目	調査の内訳
調査地域	東京都内有楽町KNTツーリストお客様カウンター、JR立川駅構内「びゅう」内、JR武蔵五日市駅前
調査対象	上記各店舗及び駅前を訪れた満20歳以上80歳未満の男女
標本数	JR有楽町駅前KNTツーリストお客様カウンター100票（男性38、女性62） JR立川駅構内「びゅう」96票（男性40、女性56） JR武蔵五日市駅前 116票（男性52、女性64）
調査方法	アンケートの設問項目に基づくお客さまへの聞き取り調査
調査期間	JR有楽町駅前KNTツーリストお客様カウンター 平成21年12月7日（月） JR立川駅構内「びゅう」平成21年12月15日（火） JR武蔵五日市駅前 平成21年11月21日（土）
調査機関	株式会社タップクリエート<創造経営研究センター>

※アンケート調査の詳細については平成21年度実施の「観光認知度調査報告書」を参照のこと。

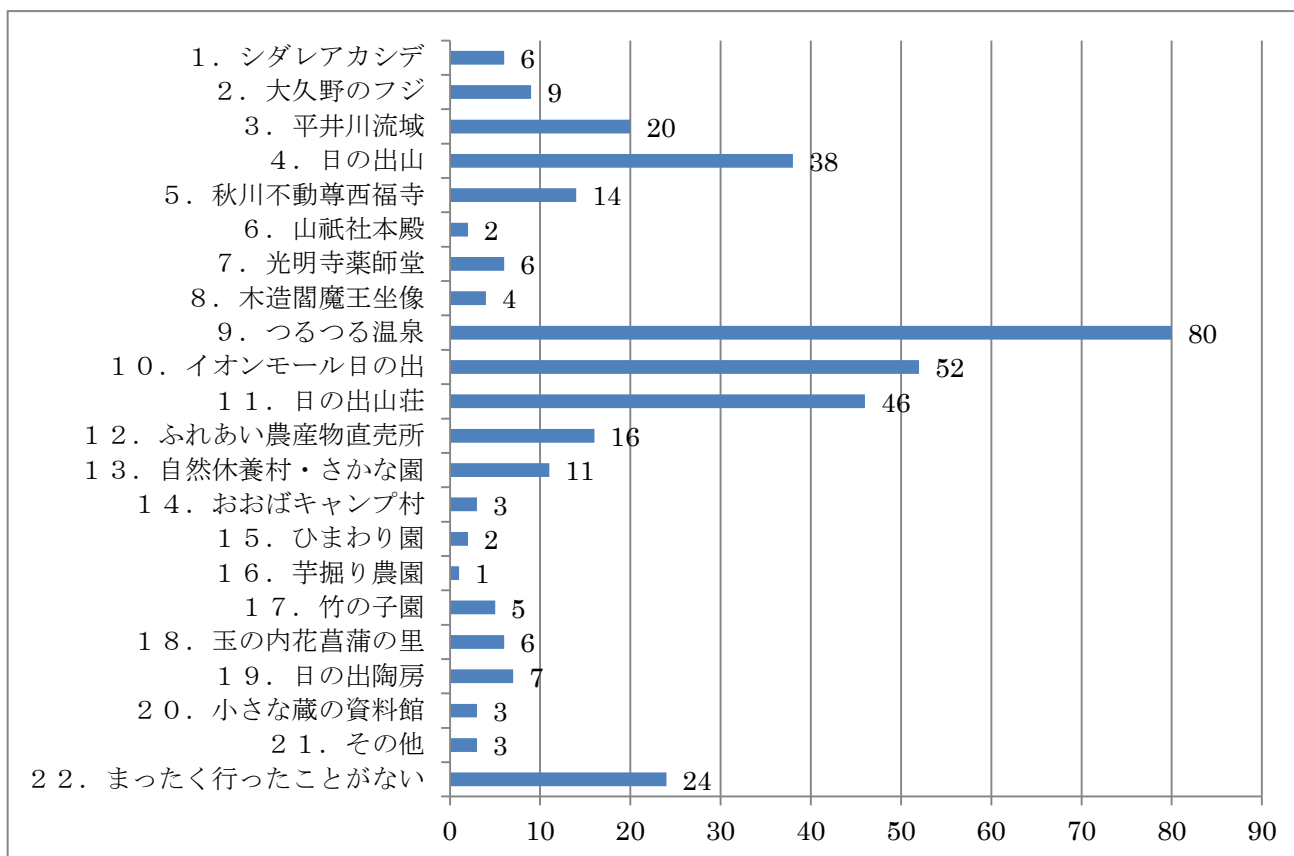
※次のグラフ表示はJR有楽町駅前KNTツーリストお客様カウンター、JR立川駅構内「びゅう」、JR武蔵五日市駅前の3か所でのアンケート調査を総合集計したものです。

設問：日の出町には今まで行ったことがありますか？（3箇所総人数）

JR武蔵五日市駅前調査では「ある」と答えた人が116人中82人（71%）と多いですが、JR立川駅構内調査では96人中35人（36%）、有楽町駅前調査では100人中25人（25%）で計142人が「行ったことがある」と回答しています。一方「行ったことがない」と回答した人は、JR武蔵五日市駅前調査では34人（29%）、JR立川駅構内調査では61人（64%）、JR有楽町駅前調査では75人（75%）となり、計170人（54%）が行ったことがないと回答しています。特に、JR立川駅構内及びJR有楽町駅前調査に至っては合計136人（78%）が「行ったことがない」と回答しており、いかに本町との接点が薄いかを物語っていると言えます。



設問:行ったことのある日の出町の観光地(施設)はどこですか?(複数回答 3箇所総人数)



「今まで行ったことがある」と回答した人に対して上記の設問をしたところ、JR 武蔵五日市駅前調査では、①つるつる温泉 (56 人)、②イオンモール日の出 (38 人)、③日の出山 (28 人)、④日の出山荘 (26 人) と続いています。

JR 立川駅構内調査では、①つるつる温泉 (20 人)、②イオンモール日の出 (11 人)、③日の出山荘 (9 人)、④日の出山 (5 人) と続いています。

JR 有楽町駅前調査では、①日の出山荘 (11 人)、②日の出山 (5 人)、③つるつる温泉 (4 人)、④ふれあい直売所 (4 人) となっています。

以上から、推察しますと、日の出町の既存観光資源は、JR 武蔵五日市駅前及び JR 立川駅構内での調査によると「つるつる温泉」が群を抜いており、次に、近年、圏央道日の出インターチェンジ付近にオープンした「イオンモール日の出」の人气が高いことを示しています。3・4位には、双方順序は逆になりますが、「日の出山」と「日の出山荘」となっています。

「つるつる温泉」については、平成8年のオープンという比較的歴史があり、多摩地域ではかなり知られています。しかし、近年、近隣に温泉施設が数箇所オープンし、客足もやや頭打ちとなっている点は否めませんが、日の出町の人気観光スポットであることは間違いなさそうです。

「イオンモール日の出」については、平成18年にオープンしたばかりのショッピングモール施設で、近隣はもとより、埼玉県、山梨県からの誘客もあり、現在のところ高い集客力を保っています。

「日の出山荘」については、中曽根康弘元総理の別荘で「ロン・ヤス会談」で知られており、昨今は観光施設としても脚光を浴びてきていることが数値にも表れているようです。

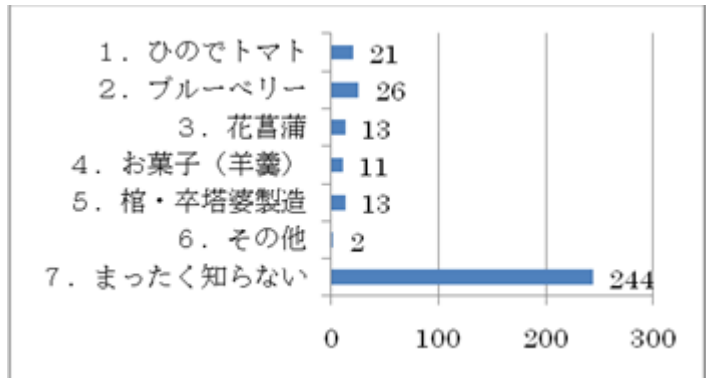
「日の出山」については、多摩地域を愛する山岳愛好者にとっては馴染みの山で、ハイカーたちにとっての定番コースのひとつともなっていることがうかがえます。

このように、多摩地域に対する認識がある程度持ち合わせた人にとっては、こうした数値はうなずける結果となっています。ところが、東京都心の JR 有楽町駅前調査では、「日の出山荘」がトップであるのは、やはり「ロン・ヤス会談」の場所として話題性を高めたために現地を訪れた人が多いということが出来ます。しかも、「つるつる温泉」にも立寄ったというケースです。意外なのは、「ふれあい直売所」で、これは JA が運営する地場産品の直売所で、“地元らしいお土産”を買い求めたいことによるものであると推察できます。

いずれにしても、他の観光資源については、ほとんど知られておらず、当然ながら“行ったことも、聞いたこともない”ということになり、しかも、それは圧倒的に高い数値を示しており観光認知度はかなり低いということが言えます。

設問：あなたが知っている日の出町の特産品はどれですか？（複数回答 3箇所総人数）

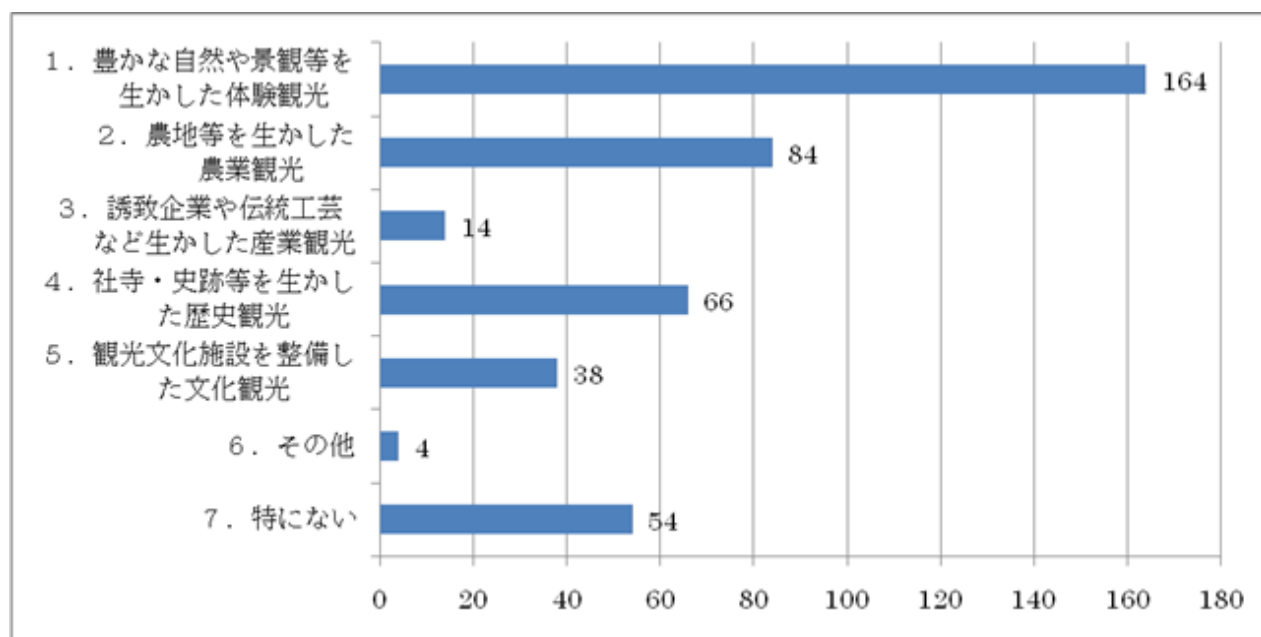
本町の特産品については、「まったく知らない」と回答したのが、JR 武蔵五日市駅前調査では76人（65.5%）、JR 立川駅構内調査では85人（88.5%）、JR 有楽町駅前調査では83人（83%）と、いずれの調査も「まったく知らない」が圧倒的に多い数値（計244人）を示しています。



つまり、本町については観光資源もさることながら、特産品に至っては知る由もないといったところのようです。「ブルーベリー」（計26人）や「ひのでトマト」（計21人）については、僅かな人が知っているといった程度です。棺桶・卒塔婆製造に至っては知る人ぞ知るといったところのようです。

特産品づくりは観光振興にとって不可欠な要素のひとつですが、PRや話題づくりと連動した仕掛けづくりなど、今後の重要課題のひとつとして取り組む必要があります。

設問:日の出町が今後力を入れていただきたい観光施策はどれですか？(複数回答 3箇所総人数)



JR武蔵五日市駅前調査では、「豊かな自然や景観等を活かした体験観光」が71人(61.2%)、JR立川駅構内では39人(40.6%)、JR有楽町駅前では54人(54%)と圧倒的に多く回答しています。次いで多いのは「農地を生かした農業観光」が44人(37.9%)で、これも、JR立川駅構内の16人(16.6%)及びJR有楽町駅前の24人(24%)と、他の二地区の調査対象者に比べて日の出町の農業に対する認識度が高いことを示しています。第3位の「社寺・史跡等を生かした歴史観光」はJR武蔵五日市駅前の24人(20.7%)、JR立川駅構内の10人(10.4%)、JR有楽町駅前の32人(32%)となっています。

いずれにしても、本町の観光は「自然環境の豊かさを生かすこと」が最大の課題であると認識していることがうかがえます。

2 自由意見

自由意見のさまざまな回答の中から参考となる項目の概要を示すと以下のようになります。

- ・ハイキングコースをもっと。
- ・観光マップを作成し配布を。
- ・もう少し五日市からのバス、土日祭日は便利よくしたらどうですか？
- ・農地を借りて野菜をつくりたい。
- ・温泉
- ・また日の出山に登りたいです、良い山です。
- ・頑張ってください、バス便を増やし、仮設でもよいのでトイレの設置を検討してください。
- ・今後も自然環境を大切に開発をしてください。
- ・棺桶づくりの体験(自分用に)
- ・卒塔婆づくりの体験
- ・社会福祉が他市より充実しているようです。

- ・近いのに知らない町なので沢山情報を提供してください。
- ・エコブームなので、自然をアピールすれば良いと思います。
- ・豊かな自然をもっと PR すれば多くの人を訪れると思います。
- ・駅前施設交通網の充実をしてほしい。
- ・東京から近いところに温泉があるとは興味深いです。日帰りで遊びにいける手段があるといいんですが。つるつる温泉というネーミングが素敵です。
- ・PRが少ないです。もっとアピールしてください。今日、分かりましたので、ネットで確認してみます。是非ネットでの情報を充実してください。沢山見るところがあるようですね。楽しみに、ぜひ、遊びに行きたいと思います。
- ・もしかしたら、昔、竹の子狩りに行ったのが日の出町だったかもしれない。自然が豊かな様子なので今度行ってみたいと思います。
- ・国立に住んでいる者ですが、つるつる温泉には昔友達があきる野市に住んでいるので、よく行きましたが、近くにスーパー温泉が多く出来たし、3時間800円は高すぎると思います。1日居ても700円～550円くらいで楽しめる場所があります。
- ・知らないことが多すぎます。これから出来れば行って見たいです。
- ・自然が多く、東京から近いので、休養したいときに行きたいです。そのための施設があるといいと思います。
- ・日の出町のこと、イベント等でPRしてください。花とか紅葉など主婦が興味を持つPRをしてください。
- ・イベントが沢山あり、楽しそうです。知らなかったのでCMに力を入れてください。パンフレット等があったら良かった。
- ・今後、あまり知られていない所を積極的にPRして欲しい。

3 観光認知度調査の総括

観光認知度調査によると、本町の認知度はかなり低く、「日の出町」という地域そのものがあまり知られていないことがうかがえます。知っている人でも「聞いたことがある」程度で、訪れていない人が大半です。多少認識のある人でも、「東京近郊にありながらも、西多摩地方にある自然豊かな地域である」といった程度です。そのため、「観光やレジャーとはまったく無縁の地域」で「特産物もほとんどない」と捉えられており、「観光・日の出町」というイメージ発信にはほど遠い存在です。

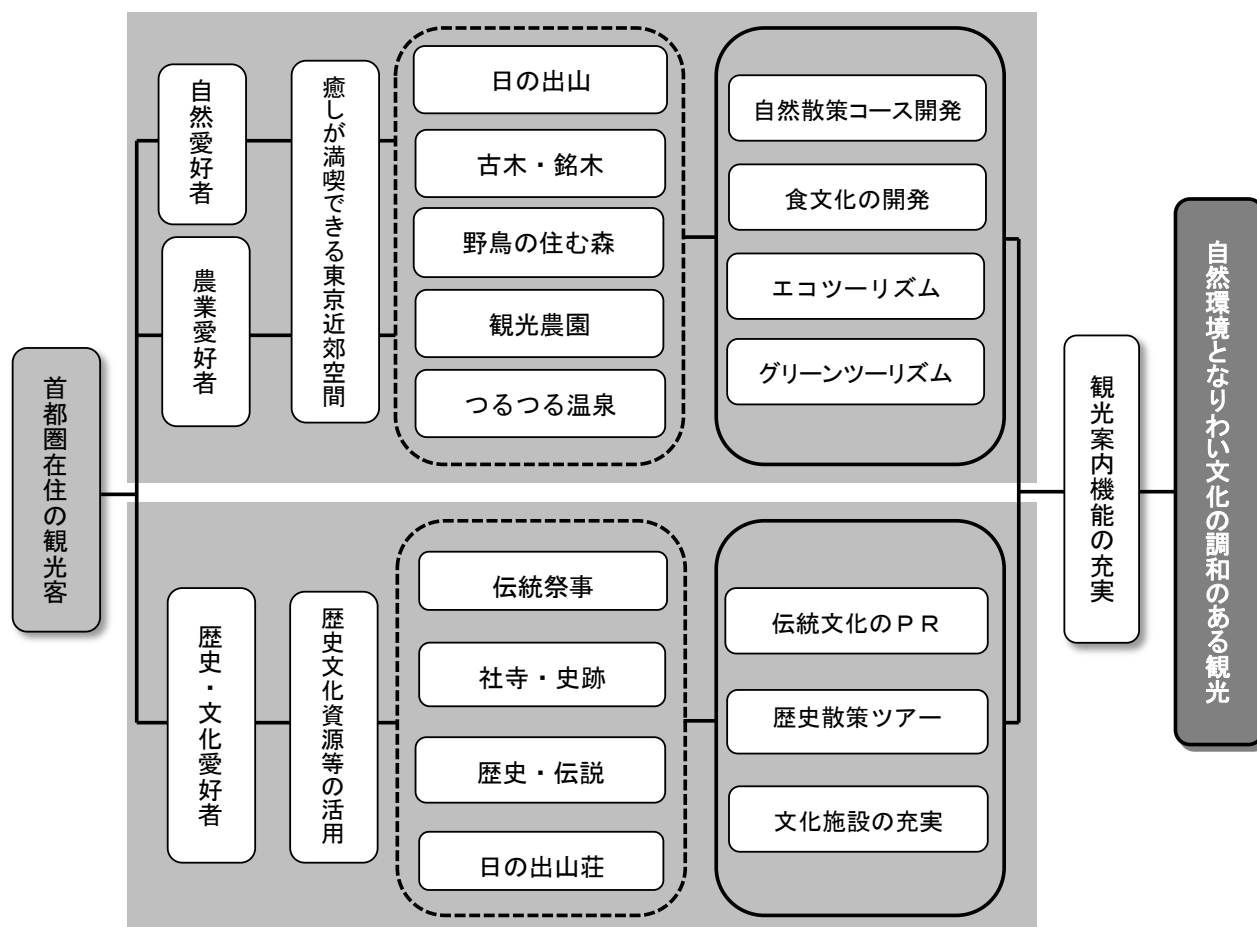
こうした現状を踏まえると、今後は、観光キャンペーンなどの継続的なPR戦略とともに、観光価値のある地域資源を活用した情報発信力の強化が求められます。

観光認知度以前に町の認知度も低い中であって、ロン・ヤス会談の行われた「日の出山荘」は比較的知られていますが、観光価値のある施設とは捉えられていません。昨今では、多少「つるつる温泉」などもネーミングのユニークさもあり、知られるようになってきており、今後はこうした資源をコアにしながらかつ多角的な観光戦略を進めていくことが求められます。

観光振興策では、「豊かな自然を生かしたエコツーリズム」や「都市型農業を生かした農業観光」、多摩地方という土地柄もあり、「社寺・史跡を生かした歴史観光」などにも比較的期待を寄せていることがうかがえます。

地域資源を生かした観光については、既存地域資源のブラッシュアップによる観光的魅力づけが必要です。また、単品としての観光資源ではなく、地域資源同士の創意と工夫を加えた有機的なつながりによる観光価値を高め、PR戦略を含めた情報発信力の強化には官民一体となった取り組みが必要であると言えます。

【アンケート調査に見る日の出町観光施策体系】



IV 実証実験ツアーによる本町の観光評価

平成22年7月24日及び9月25日の2回に実証実験ツアーを実施しました。第1回は各分野（有識者、マスコミ、旅行会社）、第2回は日本在住の外国人を中心に各約20名で実施しました。

2回の実証実験ツアーを通して、今後の本町の観光のあり方を探ろうとするもので、参加者には、アンケート調査及び懇談会方式によって、率直な感想とともに本町の観光振興に対するアドバイス等をお願いしました。なお、実施プログラムについては以下の通りとなっています。

1 <平成22年度 実証実験モニターツアー>

「東京自然体験・第1弾<日の出町の文化に触れ、山野草を食べよう！>」

- 実施日：平成22年7月24日（土）
- 対象：有識者、マスコミ、旅行関係者、在日外国人等
- 参加人員：☆モニター参加者（外国人・日本人含む12名）
☆一般参加者（8名）（外国人・日本人参加者）
合計20名（ほかに地元観光振興策定委員）
- 参加費用：モニター参加者（無料、但しアンケート調査及び懇談会出席）
- 募集方法：モニター参加者は「田舎ツーリズム協会」が募る。
- 集合場所：JR五日市線 武蔵五日市駅前
※JR武蔵五日市駅前よりツアーバスにて移動。
- 集合時間：9：30
- 解散時間：17：30

<プログラム概要>

9：30～10：00	日の出山荘周辺散策と摘み草
11：00～11：45	日の出山荘見学と茶の湯体験
12：00～12：15	羽生通りの見学
12：30～14：30	竹飯と山野草料理体験（インストラクター：篠原準八） 場所：肝要の里
15：00～16：00	つるつる温泉入浴
16：00～17：30	つるつる温泉会議室にて懇談会（有識者ほか） 外国人等はイオンモール日の出に移動（途中昆虫展見学）自由解散
18：00～18：20	有識者等はツアーバスにてJR武蔵五日市駅へ（解散）

<懇談会による指摘概要>（有識者指摘）

1. 地域資源を洗い出し磨き上げて商品化
2. 魅力の①は羽生通り、②日の出山荘
3. 食文化についてはもっと郷土料理等を掘り起こす
4. 羽生通り、日の出山荘、食文化の三つをリンクさせると観光商品化は十分可能
5. 東京都心に近く食、環境、温泉を充実させれば十分脚光を浴びる
6. 石積などを個性的に発信
7. 自然景観、歴史、文化は申し分なし、平井川の川べりの利活用が課題

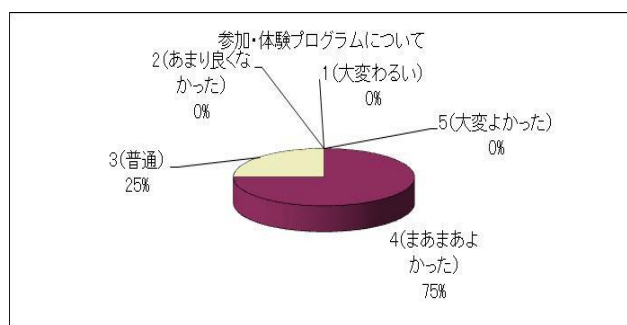
- 8. モニーツアーを逐次実施し認知度を高めること
- 9. 日帰りコースお土産つきで5,000円で可能
- 10. 「竹飯」に朝採れの冷たい地元名産のトマトや胡瓜を添えると地域の特色は出る
- 11. 東京都心から日帰り圏の仕組みを作る
- 12. 中曽根康弘氏の別荘は素晴らしい
- 13. 摘み草料理の村おこしは面白い
- 12. よそとは違った特色ある「食」が課題
- 13. 提供者の論理でなく客本意で考えることが重要
- 14. 行政・観光協会・住民が一体となった取り組みが必要
- 15. 通称「日の出街道」などの名称がほしい
- 16. イオンモール日の出との連携が課題（景品贈呈など）
- 17. 多摩地方のイベント（青梅マラソンなど）との連動
- 18. タクシー会社とタイアップ
- 19. アクセスの改善が課題
- 20. ツアー企画はテーマの絞り込み
- 21. 観光土産品が課題
- 22. 住民全体のおもてなしの心が課題
- 23. 未利用の建造物の利活用（肝要の里、旧アーティスト・イン・レジデンス等）
- 24. レトロ感覚溢れた「昭和の町」や「塔婆や棺桶の町」への取り組み

＜アンケート調査報告書に見る評価＞

A：プログラムの構成について

①参加・体験プログラムについてはどう思いましたか？

参加・体験プログラムについては、おおむね評価は高く、「あまり良くなかった」「大変悪い」が皆無であったことにも表れています。特に、参加・体験が今日の観光振興策には必要不可欠の要素であり、今後も、地域資源の活用による参加・体験プログラムの開発が求められるだけに、町民あげでの取り組みに期待がかかります。

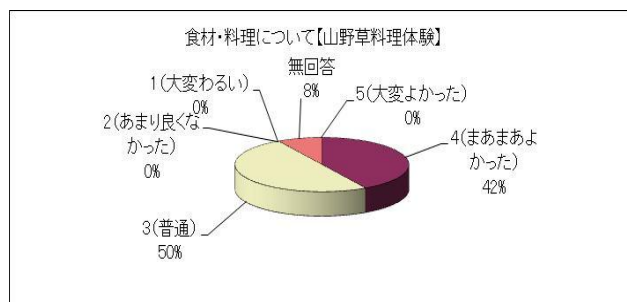


B：食について

①今回の食材・料理についてはどう思いましたか？

＜山野草料理体験＞

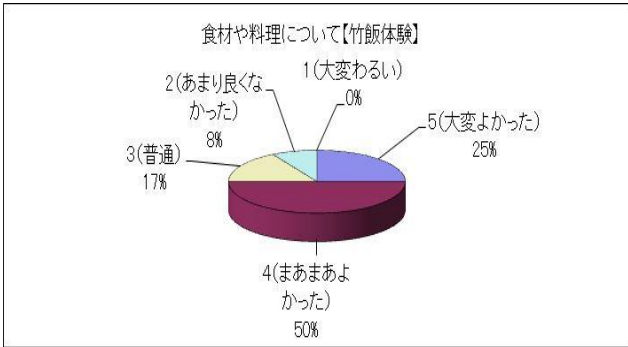
「山野草料理体験について」は、さほど評価は高くありません。地元食材利用という点では評価でき



るにしても、山野草の料理アイテムの多様化が求められているようです。「料理教室」の延長といった内容であり、今後はバラエティある料理の開発が求められます。

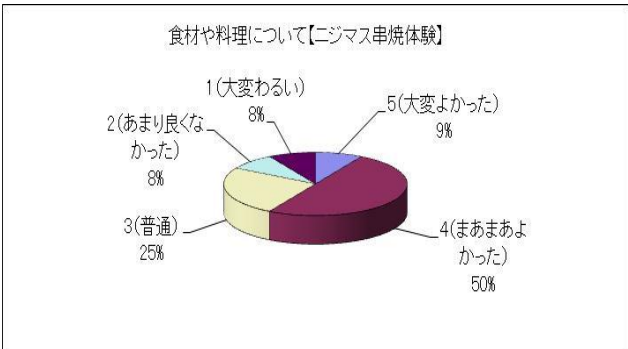
<竹飯体験>

「竹飯体験」については75%の人にとって評価が高くなっています。過去にこうした料理体験はなかったと思われるだけに、希少性という点で今後の定着化に期待できます。しかも、受入側での竹飯提供も初めての経験であり、これが味覚の研究向上と安定的提供が可能となれば、地域特産料理としての評価が定まってくるものと思われ、誘客効果にもつながるものと思われます。



<ニジマス串焼き体験>

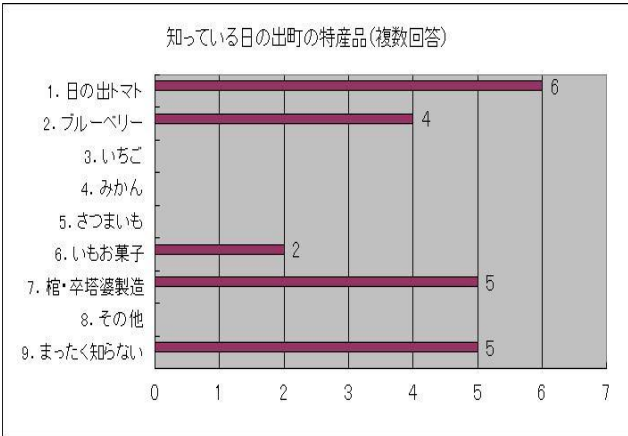
ニジマス料理については、59%の人が評価しています。「普通」と回答した方も25%おり、合計84%の人がそれなりの評価をしています。ニジマスについては好みの問題もあり、一概に評価を下すことは必ずしも的確ではありませんが、炭火で串焼きそのものを体験する食味体験なら、違った評価になったものと思われます。



C : 特産品について

①知っている日の出町の特産品について

本町の特産品については、「日の出トマト」が12人中6人で一番知られています。次に「棺・卒塔婆製造」で5人、「ブルーベリー4人」と続いています。反面、12人中5人が「まったく知らない」と回答しています。いずれにしても、モニター参加者の中では本町の特産品についての認識は必ずしも高いとは言えない面があります。特に、観光振興における食文化の占める割合は高いだけに、今後は、情報発信戦略の強化がポイントであるといえます。



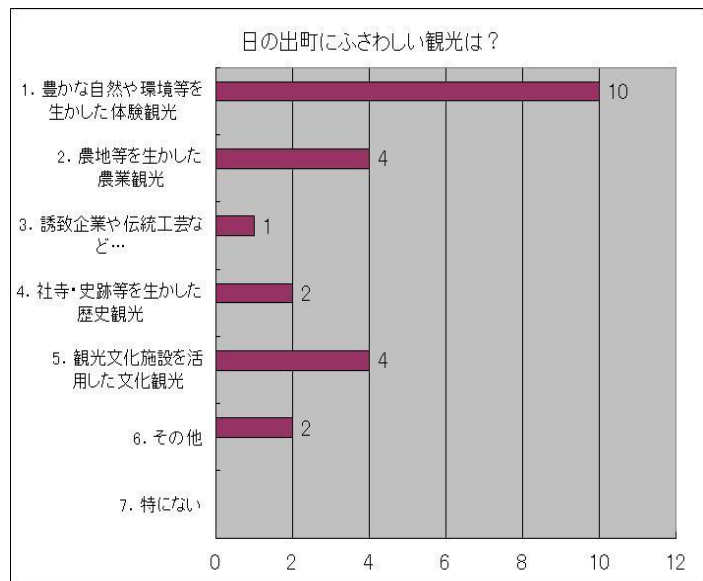
②日の出町の特産品についてのご意見をお聞かせください。(抜粋)

- ・ほとんど知られていない。卒塔婆などは今後面白い。お土産品にできると思う。
- ・自称特産品が他地域とどのように差別化できるか宣伝しないと、購買意欲に結びつかない。
- ・他に活用するものが欲しい。例：くるみの利用
- ・地元消費がほとんど、地域外への発信、オリジナル商品開発が乏しい。
- ・ブランド化が必要。PRを強化してブランド化につとめてみて、棺・卒塔婆など工夫の余地あるかも。
- ・竹の子や蛸の関係を生かしたい。トマトもよい。

D：観光客受入の定着化について

①日の出町は今後、どのような観光客受入が必要ですか？（複数回答）

「豊かな自然や環境等を生かした体験観光」（10人）が群を抜いています。次に「農地等を生かした農業観光」（4人）、「観光文化施設を活用した文化観光」（4人）となっています。こうした回答からも、本町は豊かな自然環境がもっとも大きな観光資源であり、これを生かしたさまざまな施策が求められているといえます。つまり、ハイキングやウォーキングなど自然との融合を狙った観光施策は柱のひとつであり、トマトやブルーベリーなどの農業体験観光の推進とともに、日の出山荘などの文化的香りのする施設の活用も重要な要素であると言えます。



②参加費用についてはどの程度が適当と思いますか？

参加費用については、首都圏・日帰り圏という地域特性を踏まえると、一人当たり5千円見当が50%を占めており、3千円が17%といったように、3千円～5千円が適当であると思われます。今後、こうした観点からのプログラム構成を考える必要があるでしょう。

③日帰りコースについてはどう思いますか？

首都圏という地域特性に鑑みて、「日帰りコースで十分である」と回答した人が35%いる反面、「民宿または農家民泊などの施設がほしい」と回答した人が47%もいます。

一般的には観光と宿泊は一体の関係にあるとの認識に立っているともいえますが、首都圏という地域特性を踏まえると、日帰り観光に徹することもユニークな取り組みであり、地域によっては日帰り観光であるにもかかわらず、宿泊観光の体験もできるといった取り組みをしているケースもあります。観光振興の推進にあたっては、もっともふさわしい生き方をいち早く確立することが重要です。

E：その他のご意見があればお聞かせください。（抜粋）

- ・春夏秋冬を都下で味わうことができるのをアピールしてはどうか。
- ・まず、羽生一族の里、日の出山荘、食文化（場合によってはつるつる温泉も含め）の三つの組み合わせで、魅力的なモデルコースを作ること。
- ・心温まる住民の対応、観光客の利用できる循環バス、喧騒を離れた山里の雰囲気を大事にすること。
- ・ITを利用して、10項目の体験プログラムから3項目利用できるもの（2000円券でJR武蔵五日市駅前の観光案内所で販売する）で、二つのプログラム券を提示すれば、体験場所から場所への移動を一区間につき、1回500円で利用できる。（赤字分はタクシー会社に対して行政が補助してあげる。※それほど負担にはならない）。こうしたものなら「旅の発見」（ティーゲート社）で売るとは可能。現地でも買えるが、行く前に予約させることで需要が増える。

2 <平成22年度 在日外国人実証実験モニターツアー>

「東京自然体験・第2弾<東京にも、こんなにも素敵な歴史や自然がある！>」

- 実施日：平成22年9月25日（土）
- 対象：在日外国人等
- 参加人員：☆モニター参加者（外国人：韓国人5名、台湾人3名、インド人1名、イタリア人2名）
田舎ツーリズム協会関係者（協会役員・外資系企業勤務者・情報誌関係者8名）
合計19名
- 参加費用：モニター参加者はアンケート調査及び懇談会に出席すること
- 募集方法：モニター参加者は「田舎ツーリズム協会」が中心に募る。
観光振興策定委員については自由参加とする。
- 集合場所：JR五日市線 JR武蔵五日市駅前
※JR武蔵五日市駅前よりツアーバスにて移動。
- 集合時間：9：30
- 解散時間：18：30

<プログラム概要>

9：30	JR武蔵五日市駅前にて集合・チャーターバスにて移動
10：00～11：00	日の出山荘見学とお茶体験
11：30～12：00	芋ほり体験（焼き芋体験含む）
12：10～12：30	羽生通りの見学
12：45～15：00	さかなつかみ体験とバーベキュー
15：15～16：30	つるつる温泉入浴
16：30～18：00	つるつる温泉会議室にて懇談会（参加者全員）
18：20～18：40	平井のお祭り見学
18：45	バスにて移動・JR武蔵引田駅にて解散

<懇談会における指摘概要>（外国人指摘）

1. 特に「さかなのつかみ取り」や「芋ほり」もみんな楽しかった。
2. 4月に日本にきたばかりで田舎大好きです。今日は満点の10点です。
3. 惜しいのは「焼き芋」がその場で食べられなかったこと。韓国にはない体験で楽しかった。機会があれば今度は家族と一緒に来たい。
4. 温泉がよかった、また来たい。
5. 英語話せる人がいればもっとよかった。「さかなつかみ」体験は外国ではあまりなく、新しい体験でよかった。総合点は7点で、マイナス点は改善点が多少あることと、英語のガイドがもっとほしかったこと。「いらっしゃいませ」「こんにちは」などの簡単な外国語でのおもてなしでもうれしい。
6. つるつる温泉が一番よかった。できれば日帰りではなく1泊泊まりで参加できればよかった。
7. 仕事で家族と一緒に2か月前に日本にきたばかり。初めてのこのツアーは楽しかったが、日本語でしか案内表示がなかったのでよくわからなかった。日の出山荘にレーガン大統領が来ているといっても表看板にすら英語表示がない。韓国大統領も来ているがハングル語もなく、日本語が分かる人だけでは不十分で今後の工夫が必要。

8. 問題はすべて日本語でしか書かれていないこと。祭りのマップも日本語では困る。
9. 日本語が多少話せるけど漢字は読めないなのでぜひ外国語を。温泉が一番よかった。
10. JR電車での拝島駅での車両の切り離しのインフォメーションが分かりにくい。(JR拝島駅での乗り換え方法(切り離しのインフォメーションについては問題あり))
11. 日の出町のマップも日本語でしか書かれてないので今後の外国人の受入は厳しい。
12. 「芋ほり」には手袋が必要ではないか。(女性なら爪の問題もあるので)
13. お手洗いは洋式を必ず備え付けること。これから外国人が多くなるのでその対応が必要で、現状では外国人を呼べない。
14. バーベキューで竹の輪切りのごはんの器をだしたが大変よかった。日の出町は竹が豊富なことから、これらの工夫でお土産品がつかれるのではないか。
15. 日本の歳時記(春夏秋冬)が表現され、地元の素材で日本の風習を感じさせたことがよかった。
16. 祭りについては注釈として英語表示があると、外国人も本国に帰ったときPRが可能である。
17. 本当の日本文化は田舎にある。今回欠けていたことは地元民との交流であり、今後はこうしたことがほしい。
18. プログラムも余裕をもって組み立てたことがよかった。日の出町が東京にあって田舎の文化をもっているだけに今後のツアーがたのしみである。

<実証実験ツアーから見た観光の現状評価及び今後の定着度について>(調査員評価)

○本町の観光事業の現況について

A 調査員：高度経済成長時代に周辺地域に比べ観光開発にあまり力を入れてこなかったと推察されるが、逆に美しい自然と日本固有のカルチャーが残っていることは大変貴重なことである。これを上手に活かしていく時代がきた。

B 調査員：現状では、外国人受入れはむずかしいのでは。ソフトインフラ(景観整備、看板、外国語対応など)、ハードのインフラ(ホスピタリティーマインド)の定着がなければ難しい。しかし、行政対応でなく民間が主体となった受け皿づくりでカバー出来れば可能性は十分ある。あるいは有名人が移住したり、音頭を取って日の出町をPRするなどよい。

C 調査員：まだ、観光を重視している環境下でない現状にある。例えば、道案内、観光施設の表示など地域外からの来訪者への配慮がなおざりにされている。これからは英語圏、漢字圏、ハングル圏等の表示も必要で、今後の力の入れよう具合で大変身する地域でもあると思われる。

○資源活用の方法について

A 調査員：これからの低成長時代に素晴らしい潜在観光資源を大切に、俗悪化しないようにしながら少しずつ本物の農山村に育て上げる。地域の皆さんの幸せを第一に考えつつ、継続可能な観光戦略を築きあげていく。決してコンクリート構築物を造ったりするのではなく、現状をあまり変えないで、清潔・整理・整頓することが大切である。ただし来訪者(外国人も含む)に解りやすくすることは必要。表示、説明板、MAPの充実など。Yahooの地図を開くと日の出町内施設の表記が大変少ない。たとえば日の出山荘の表示がなく、プールが出てくるので分かるくらいだ。

B 調査員：日の出町の資源が何なのか、地元サイドが十分把握できていない現状では難しいのでは・・・。

C 調査員：①日の出町カレンダー：JR 駅前表示及びインターネットでの宣伝活用、②卒塔婆：身近な死者に対しての冥福名言大会の開催、③蔵の町：蔵マップ作製と蔵めぐりツアーや蔵の利用方法など、④日の出山荘：ロン・ヤス会談の「ちゃんちゃんこ」をお土産に、⑤竹資源：竹の多様な活用、炭にしての活用、液体にしての活用など。

○現況の課題と問題点

A 調査員：現存する貴重な遺産が十分活かされていない(日の出山荘、肝要の里、武家屋敷、羽生通り)。イオンモールは生活の利便性と都市化にはプラスかも知れないが、そのために町全体のイメージが平凡にならぬように十分な注意が必要。あくまでも素朴な山村感覚を残す。そのことはイオンモール日の出にも理解してもらおう。周辺地区とできるだけ違う観光戦略をとり、差別化して質の高い来訪客を根付かせていく。ハードではなくソフトで。例えば、在留外国人の多い東京に近いメリットを活かすとやがて世界に伝わり、当然ながら日本人にも伝わる。

B 調査員：さかな園では、受入に対する事前のアドバイスで期待以上のもてなしをしてくれた。商品の差別化に挑戦出来れば、徐々に波及効果が出てくるはず。

C 調査員：観光客受け入れ講習会の定期開催

○今後の観光振興に対する方針への提言

A 調査員：イオンモール日の出周辺の都市化地区は「新市街地区」、それ以外は「伝統山村地区」として、二極化して違う戦略を考える。日の出山荘は日米交流の原点なのだから、英文表記・説明を徹底的に行なう。トイレの容量が小さすぎ綺麗に作り変え、食・お茶の定番提供を考える。PR はインターネットと口コミでいく。対応者の上品な印象・ホスピタリティーを守り、俗悪な宣伝はしない。「東京在留外国人に日本の INAKA を知ってもらおう」を主眼点にして、春夏秋冬の有料ツアーを企画し、東京在留外国人の参加者を募集する。別にアメリカ大使館、日米協会などとタイアップして、「日米日の出ツアー」を年一回企画する。

B 調査員：行政と住民のパートナーシップが上手に回転すれば今後に期待できる。「観光」は世界戦略であり、グローバルな意識に変えることから始め、既成概念を取り除くことから出発するべき。自分が海外の田舎に行くとしたら何がしたいか何を知りたいかを考えてみよう。

C 調査員：①JR 及び路線バス会社との提携：「1日・2日パス」の作成、②日の出町のカレンダー：体験内容を2~3か月前から都内、近県の新聞社、旅行代理店、貸切バスに情報を流し、地域に誘導する旅行を企画販売してもらおう。アメリカ留学専門の学校・組織に「日の出山荘」を中心、日本の文化を事前に習得してもらおう企画を打ち出す。③交流会の開催：横田基地との交流会など。

○受入体制整備に対する助言

A 調査員：これからは「新しい公共（新たな公）」の時代。民活、官民協働の取り組みが大切。地域おこしのNPO育成や、場合によっては人材の公募などの方法もある。INAKA ツーリズム協会と連携して、戦略的に観光事業を育てる。地域住民のメリットをもっと考えて、自発的に協力が得られるような雰囲気づくりが重要。東京の在留外国人の市場も結構大きいし、口コミでも広がる。町内に宿泊施設はなくても、当面は隣接地や立川あたりのホテルも使える。1泊でも来たいほどの魅力づくりがまず重要。そうすればきっと宿泊設備がビジネス的に誕生する。日の出 MAP はなかなか良いし、これをベースに充実していく。インターネットで出てくる日の出町観光ガイドや観光地図は改良の余地がある。青梅市、あき

る野市とも連携し、共同して観光コースづくりやJ R武蔵五日市駅前に日の出町の案内板を作るとかを検討する。

B 調査員：まず、観光戦略、次に実施だが、実務専門家の育成が求められよう。海外の田舎観光の事情を地元住民、業者に「見て、感じて、どうするか知恵を絞る」ことが重要。

C 調査員：①J R 駅前（またはイオンモール日の出）に観光案内所の設置、②観光ボランティア・ガイドの組織化、③四季別モデルコースの設定とP R

○今後、必要と考えられる事業内容

A 調査員：「旧アーティスト・イン・レジデンス」の施設利用はサークル活動に一定期間貸しするとか、インターネットで募集するなどの方策を考える。武家屋敷は原型に戻すのが一番良いが、所有者の協力が必要。羽生通りも素晴らしいので、地域住民の意向を一番大切にしながら活かす道を探る。地域交通の弾力的検討が重要。バスを多く有している五日市観光、タクシー、定期バス、機関車バス、福祉バスのすべてをもう一度再組み立てをし、手を上げれば止まる方式を検討するなどもっと拡大化を図る。

B 調査員：わいわいがやがやの横並びネットワーク型の観光振興組織づくり。

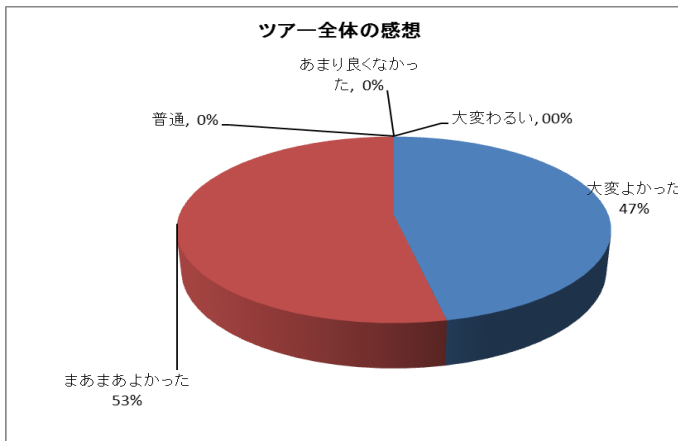
C 調査員：①都心に日の出の食材を利用したタイアップレストランによるP R戦略の実践及び農産物の販売、②ふるさと大使の任命、③日の出町観光新聞の発行、④周辺自治体との広域観光圏による観光P Rの強化

<アンケート調査報告書に見る評価>

A：観光客受け入れについて

①今回のモニターツアー全体に対してどのように感じましたか？

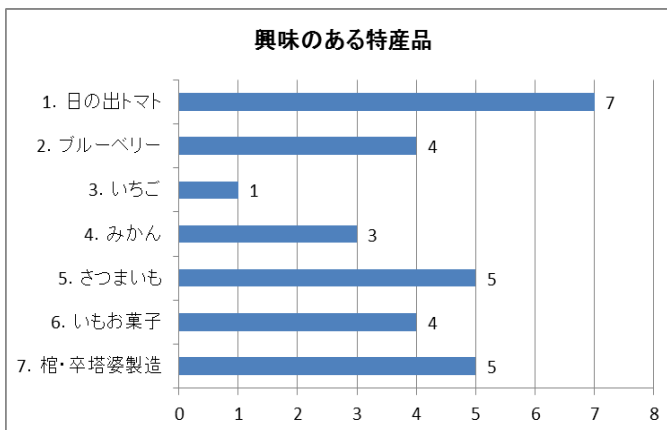
本ツアー参加者15人（外国人主体）に対して、今回のモニターツアーの全体の感想を聞いたところ、7人が「大変よかった」（47%）、8人が「まあまあよかった」（53%）と回答し、その他は皆無でした。このことから、本ツアーのプログラム及び受入対応についても高い評価を得ることができたということがわかります。今後はこうしたプログラム構成を基本に、受入対応の密度を高めていければ、それなりの成果を得ることができることを示していると言えます。



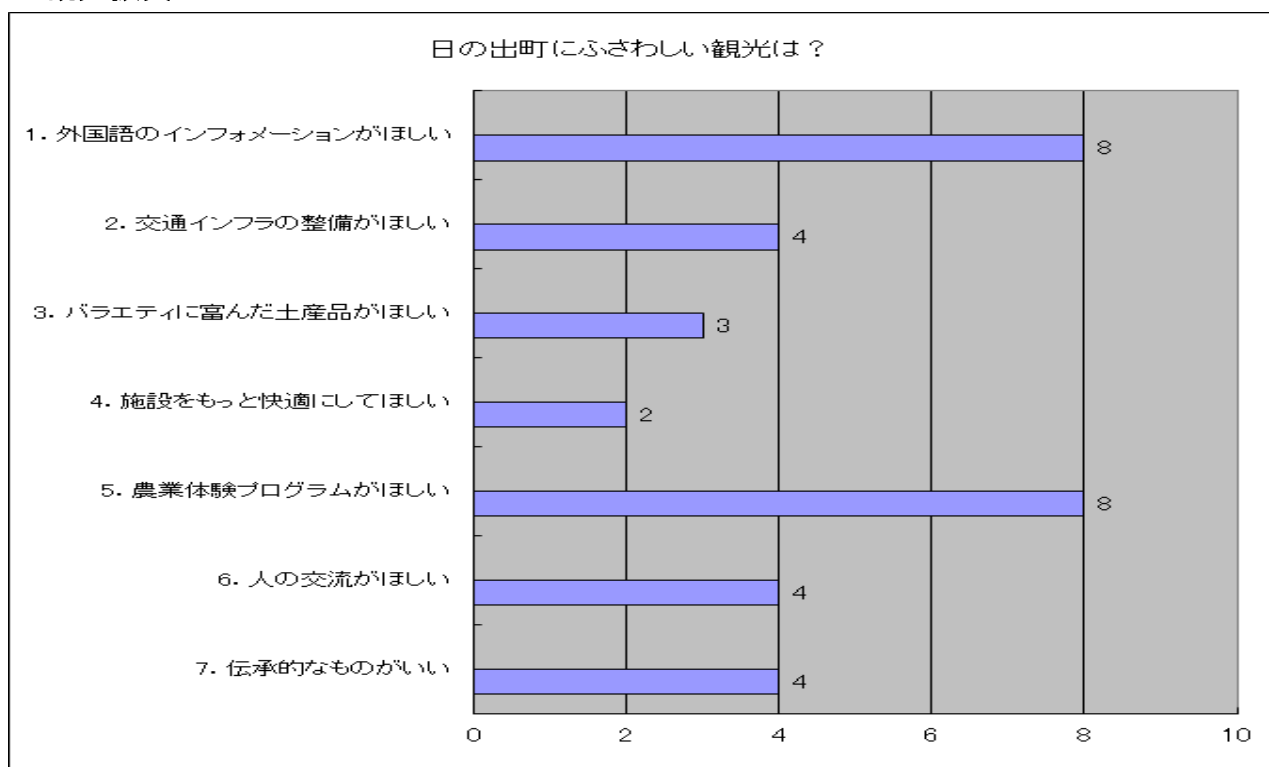
B：特産品について

①日の出町の特産品について興味のあるのはどれですか？（複数回答）

特産品についてはまんべんなく興味を持っている様子で、バーベキュー受入の際にもオプションで日の出トマトの提供も検討する必要があると思われます。また、食文化以外で「棺・卒塔婆製造」に興味をもっていると回答した人が5人もおり、新たな観光スポットとしての「おくりびと産業」ツアーも今後の検討課題と言えます。



C : 観光振興について



①日の出町は今後、どのような観光がふさわしいと思いますか。(複数回答)

外国人が主体だけあって「外国語のインフォメーションがほしい」が8件ともっとも多い。これは、グローバル社会の到来によって本町にも外国人の観光客が増加するものと考えられ、こうしたものへの対応が求められるだけに、早急な取り組みが求められています。従来、外国語というと英語という概念が一般的ですが、これからは、英語のほか、中国語、韓国語等の表記を検討する必要があります。

「農業体験プログラムがほしい」が同数として高い関心ですが、豊かな自然と調和した本町の雰囲気こそ感じさせるだけに、農業体験プログラムのメニュー開発も急務と言えます。

②参加費用についてはどの程度が必要と思いますか？

参加費用については、圧倒的に5,000円(53%)程度が適当と考えており、続いて5,000~10,000円(27%)、3,000円(20%)の順となっています。

これは、日帰り旅行でありながら満足感を得る妥当な金額が5,000程度であると心得ているものと思われ。このように、今後の提供金額は当グラフが示すように、5,000円を基準にちょっと贅沢感のある10,000円以内のプログラム構成が妥当であろうと考えられます。

③日帰り及び宿泊についてはどう思いますか？

中には複数回答者もあり、多少傾向にばらつきもありますが、やはり「日帰りコースで十分である」との回答者が多くあります。都心からわずかに50km以内の電車で90分足らずの距離であるという近距離の特性に鑑みうなずけます。しかし、日帰りコースであってもプログラム内容の充実に対しては密度の濃いものを欲していることは確かであり、日帰りコースでも1泊するような旅の充実感をどのように演出するかが課題と言えます。

D：日の出町にご意見があればお聞かせください。（抜粋）

- ・日本でこんなところは初めてです。本当にいい経験になりました。外国人なるがゆえに、完璧な理解はちょっと無理でしたが、たいてい大丈夫でした。他のも大変よかったけど、日本の伝統的な遊びとかを経験したいです。まだ一度も見たことがないから田舎で経験したいと思います。
- ・東京都内及び東京近郊の人々の日帰り旅行の増加を目指した、町の魅力をもっとPRしたらどうでしょうか。



第8章 基本コンセプト

I 観光振興計画の基本コンセプト

本町は豊かな森林と鉱物等の資源により、産業のまちとしてわが国の繁栄に貢献してきました。さらに、長く福祉行政に力を注ぎ我が国でも有数の福祉のまちとして注目されてきました。こうした経緯の中で首都圏に位置する別天地としての特異性を生かした観光振興を図るべく、ニューツーリズムを志向した観光戦略を構築するものです。

そのための基本コンセプトを以下に定めます。

～基本コンセプト～

**東京のやまなみに輝き、自然と文化が融け合い、
人に優しく、活力あふれた観光の創造**

日の出町は豊かな自然環境・歴史・産業・文化、それに福祉とが快く調和した、人に優しいまちづくりをめざします。それは、21世紀への観光交流による活力あふれた創造のはじまりです。



～将来展望～

**誰もが魅力を感じ、訪れたいくなるような、国際社会に
アピールする、日帰り体験ができる東京の田舎の実現**

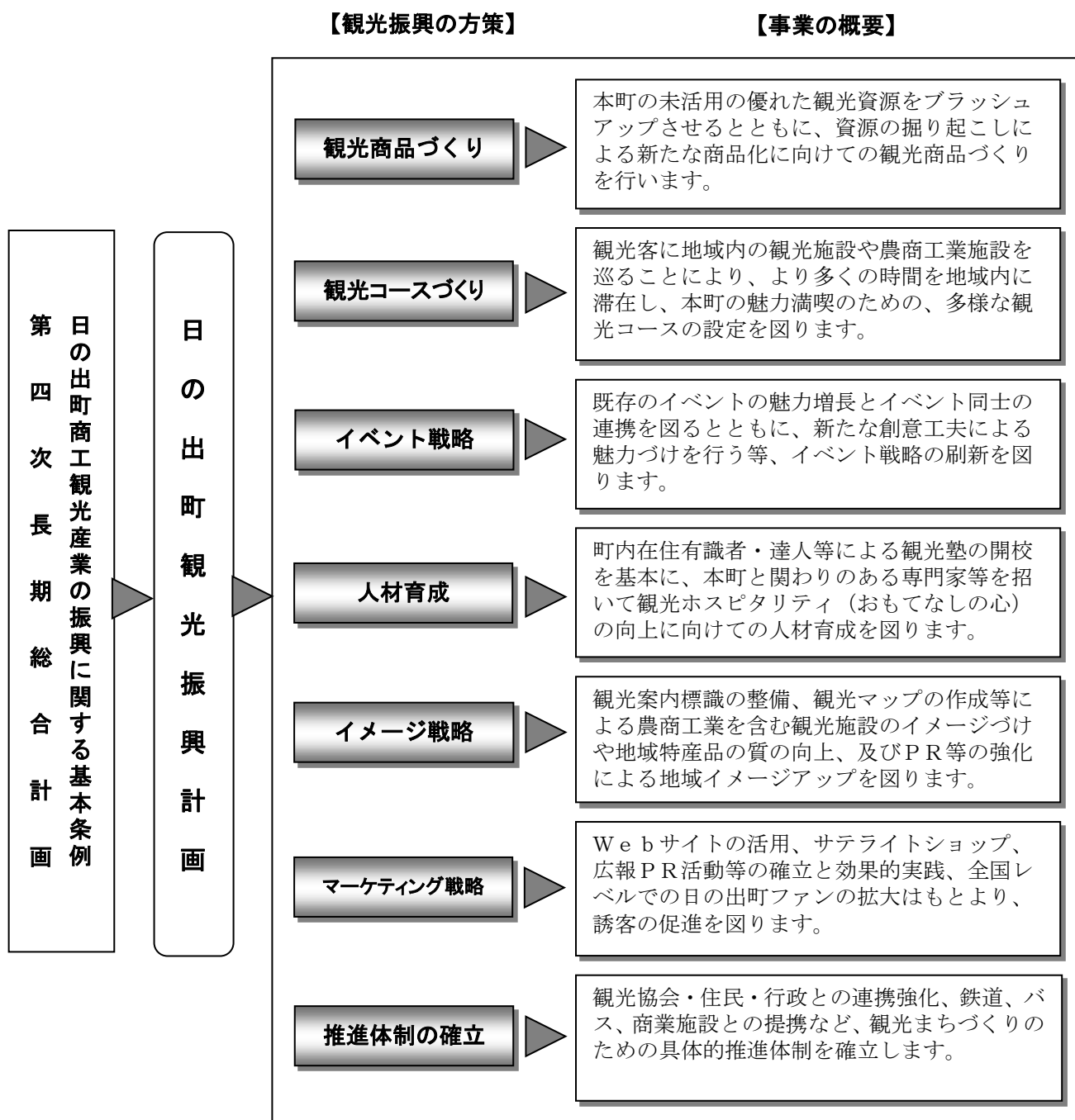
本町は、観光交流を通じ、地域を支えるあらゆるものが一体となって、首都圏はもとより、国内及び世界に向けて情報発信できるような、魅力ある田舎の香りを漂わせたまちづくりを推進します。

第9章 地域資源活用における観光振興の方策

I 観光振興の方策と基本事業

本町は豊かな自然と、歴史的・地形的変化に恵まれた潤いある暮らしと調和したエコツーリズムの商品造成をはじめ、多様なツアーコースの開発を推進していく上で期待度が高い地域です。

そうした観点に立ち、実効性のある施策を展開するため、以下の7つの基本事業項目に分類し新たな取り組みをします。



本計画においては、上記の7つの基本事業項目に分類される事業を「重点事業」「一般事業」等に分類し、それぞれの項目の重要度を示すこととしました。

重点事業については、基本的には優先順位も高く行政が主導的に実施すべきものと考えられるもので、観光振興策の実現でもっとも重要視するプロジェクトです。

一般事業については、基本的には事業主体が民間事業者及び各種団体で、比較的自由的な発想のもとに実施する民間主導の事業に対して、行政が協力支援の役割を担うかたちで推進することが望ましいと考えられるものです。

また、これら民間主導の事業を行政が協力支援していくための仕組みが「特別重点プロジェクト」です。

II 特別重点プロジェクト及び重点事業

本計画は、本町の観光振興の第一歩を踏み出す指針となるものです。本計画の基本目標及び基本コンセプトの実現化を目指し、特別重点施策及び重点施策の位置づけのもとに、全町的な取り組みを図るものです。

1 特別重点プロジェクト

日の出町観光まちづくり支援事業

観光振興におけるねらいは、行政、町民、企業等が一体となって「住んでよく、訪れてよく、働き甲斐のあるまちづくり」に向けて前進することにあります。そのためには、町民一人ひとりが行政依存から脱皮し、自主的・主体的に観光振興による地域づくり事業に取り組む必要があります。

当事業は、町民の目線で観光まちづくりを実践するために、町民の事業に対する思い入れと創意工夫を事業推進に活かすものです。

豊かで住みよい活力溢れるまちづくりを推進していくため、町民が当事者意識をもって「観光まちづくり事業」に取り組むことを支援していく制度です。

＜観光まちづくり支援事業の公募概要＞

○観光まちづくり事業計画の募集！

本町では観光振興を通して、豊かで住みよい活力溢れるまちづくりを推進していくために、町民が観光をテーマに、当事者意識をもって自主的・主体的に取り組む事業に対して支援をするものです。

○応募資格

日の出町内に活動拠点があるグループ又は団体なら応募資格を有します。ただし、申し込みの際は、公的事业が主体であり社会的貢献があると判断される内容に限られます。

○対象事業

観光交流まちづくり事業にふさわしいソフト中心の事業であることが前提で、内容の制約は特に設けません。(ただし、以下のような事業例も含まれます)

- ・観光商品づくりに関する事業
 - …眠っている地域資源をブラッシュアップして、観光資源として活用するなどの事業
- ・観光コースづくりに関する事業
 - …観光資源とのふれあい、体験・体感をテーマにしたコースづくりなどの事業
- ・イベント戦略に関する事業
 - …体験型イベントの企画・実践などの事業
- ・人材育成に関する事業
 - …地域の魅力づくりや活力あるまちづくりに関わる人財を育成するなどの事業
- ・イメージ戦略に関する事業
 - …地域の高付加価値化、地域イメージの向上を図るなどの事業
- ・マーケティング戦略に関する事業
 - …首都圏在住の自然志向の強いシニア層や在日外国人の受け入れを進めるなどの事業
- ・推進体制の確立に関する事業
 - …新規の事業を実施するために必要な組織づくりや、観光まちづくりを行う既存の組織の強化などの事業

※当補助事業は、平成22年度策定の「日の出町観光振興計画」の内容を実践するために、観光まちづくり事業を行う組織が安定して自立する事、既存の事業を観光まちづくりに向けてステップアップする事を支援するもので、事業の運営を継続的に補助するものではありません。

○実施主体

原則として、観光まちづくりにおける実施計画を提出したグループ・団体が自主的・主体的に行う事業活動であり、これに対して補助をするものです。

○補助の方法

補助金の支援額については、1事業あたり上限額（別に定める）の範囲内での実施可能な事業に対して資金を補助するものです。

○当助成制度のメリット

1. 町民の観光交流まちづくり事業に対する関心がより一層高まります。
2. 町民一人ひとりに自主性が生まれるとともに、郷土愛や連帯意識が生まれます。
3. 想定される以上に、民間発想らしい魅力あるアイデアが生まれます。
4. 本町民同士の相互交流が活発化し、連帯と活力が生まれます。

○事業企画の採択の方法

「観光まちづくり事業審査委員会」を設け、グループ・団体より提出された事業計画は、一般町民を前に公開審査とし、次の評価基準を設けて審査するものとします。

1. 創造性：観光交流まちづくり事業にふさわしく、しかも、創意工夫のある企画かどうかを評価基準として審査します。
2. 実現性：企画提案書の事業目的・事業内容等がしっかり説明できるものとなっており、分かりやすく、経費的・体制的にも実現しやすいものであるかどうかを評価基準として審査します。
3. 地域性：本町特有の地域特性を十分にもち、しかも、本町に伝統的に培われた知恵や技術、さらに町民連帯を生かした事業であるかどうかを基準に審査します。
4. 将来性：将来的に事業の発展性が見込まれる事業か、観光交流まちづくりの増進に役立つかどうかを基準に審査します。
5. 妥当性：「日の出町観光振興計画」が設定した基本コンセプトに合致した事業であるかどうかを基準に審査します。

2 重点事業

(1) 観光協会の組織強化の支援

今日、全国の観光協会は観光振興の中核的役割を担う存在であり、任意団体から法人化への動きも活発化しています。

観光協会は、観光のもつ社会的意義を遂行し、協会の活動を円滑に進めるため、情報の収集及び今日の観光まちづくり時代への具体的な対応が求められています。

本町の観光振興の推進は、行政・商工会・観光関連団体・地域づくりグループ等がそれぞれ独自に活動を行っており、パワーが分散しています。

本町も観光協会の組織強化への支援が課題となっています。

また、自主運営による民間主導型の活動を促し、将来的には法人化の検討も行う必要があります。そのため、組織強化のための支援をします。

(2) イオンモール日の出利用者に対する観光誘導の強化

平成19年にオープンしたイオンモール日の出には、年間1千万人を超える多くの来訪者がありますが、町内の観光施設との連携が図られていないため、ほとんど町内への誘導ができていない状況にあります。

そこで、イオンモール日の出の利用者を町内観光へと誘導するため、イオンモール日の出内において利用者の観光客化への取り組みを強化します。

観光案内パンフレットやガイドマップの配布、観光PRイベントの実施のほか、観光案内システムの常設化など、効果的な観光誘導の仕組みづくりをしていきます。

(3) (仮称)野鳥の森・こども自然公園の観光的活用の推進

本町では、平井川北地区一帯の森を（仮称）「野鳥の森・こども自然公園」として、新たな時代に向けた地域活性化構想のひとつに位置づけており、環境保全とともに、今後の期待も高くなっています。

観光活用の方策については、エコツーリズム推進の精神にのっとり、野鳥を含めた生物の多様性を維持・増進する仕組みの中で構築する必要があります。そうした考え方を基本に、長期的視点で可能なことから森の活用を推進していきたいと考えます。

現在、散策路の整備が行われていますが、自然環境を持続的に保全しつつ共生をテーマに新たな観光需要を掘り起こし、環境と経済を持続的に両立させていく野生生物の観察ツアー・健康のためのウォーキング等といったもののほか、環境保全に貢献するボランティアツアーなども検討していきます。

(4) 既存観光資源活用の仕組みづくり

本町内には、日の出山・つるつる温泉・さかな園・日の出山荘・勝峰山等の既存の観光資源がありますが、それらは単独の、いわゆる“点”としての観光資源の存在にすぎず、相互の連携が少ないためシナジー効果も生まれにくくなっている状況にあります。

そこで、既存の観光資源の魅力アップはもとより、それらを連携した観光活性化の仕組みづくりが求められています。

本事業では、それら既存の観光資源のネットワーク化とともに、新たな魅力づくり、さらに交通アクセスの向上など、総合的な観光資源活用の仕組みづくりに取り組みます。

(5) 観光情報発信の強化

平成21年度に実施した本町の観光認知度調査によると、本町内の観光資源について、立川駅構内調査では46%、有楽町町調査では38%が「まったく知らない」と回答しています。既存観光資源である日の出山、日の出山荘、つるつる温泉を除くと、ほとんど知られていない状況となっていることなどから、こうした現況に鑑み、観光情報発信の強化は喫緊の課題と言えます。

まず、首都圏の観光情報センター等の活用を進めるとともに、町内施設内に観光案内所の設置を検討します。併せて、本町内の商店や事業所等の協力を得て、観光マップ等の配布や最寄の観光ミニ案内をする簡易の観光案内所（「まちの駅」または「まちかど観光案内所」等）の設置を検討します。

また、映画やテレビ番組のロケによる情報発信効果は計り知れないものがあることから、ロケ地の誘致支援も積極的に行います。

(6) 日の出山荘の情報発信力の強化

日の出山荘は、昭和58年（1983）に、当時の中曽根首相と米国レーガン大統領による日米会談が行われた施設です。

当施設は、平成18年に中曽根氏より本町に寄贈され、現在は氏の志を守りながら本町の貴重な観光資源として運営されています。

年間1万数千人ほどの観光客が来訪していますが、当施設は本町の誇る観光の目玉施設であり、施設整備にも取り組んでいます。

今後、さらなる観光客誘致を図るためにも一層の魅力増長と情報発信力を強化する必要があります。そのための施策を町全体が一丸となって取り組みます

(7)エコツーリズムの推進

本町は、(仮称)「野鳥の森・こども自然公園」以外にも、豊かな自然景観に恵まれた多くのビューポイントはもちろん、野生生物や昆虫観察などにも適した変化に富んだ地域です。

さらに、ごみ最終処分場でのビオトープによる生態系の復活やエコ製品の開発など、環境保全に対する取り組みにも注目が集まっています。

こうした本町の特性を生かし、環境学習の里づくりを視野に入れた新たな観光需要の掘り起こしにも取り組みます。

地域の自然・歴史・文化を心豊かに楽しむ自然観察などの「エコツアー」や「エコウォーク」を通して、エコツーリズムを推進し、交流人口の増加はもとより、環境に優しい潤いと活力のある地域のイメージアップを図ります。

(8)公共トイレの整備

本町の公共トイレは、観光客の受入に対しては整備が行き届いておらず、早急な整備が求められています。

今日における公共トイレは、使い易さばかりでなく、外観に対する配慮や障害者のためのバリアフリー対応等も求められるほか、幼児を伴った親子連れや高齢者、妊婦、さらに外国人向けのトイレの整備も考慮する必要があります。

さらに、犯罪防止の面からも安全性や事故防止にも心配りが行き届いたトイレが求められるようになってきており、観光振興を推進する上で、本町内の観光の中核となる場所に公共トイレの設置も検討する必要があります。

(9) 近隣市町村との連携強化

これまでの広域連携の取り組みとして、本町は、青梅市をはじめとする旧西多摩郡の八市町村と山梨県の二村が加盟する「大多摩観光連盟」に加盟し、多摩地域全体の観光振興等を目的に活動をしてきました。

また、現在、秋川流域のあきる野市、檜原村、日の出町の三市町村による「観光推進協議会」を設置し、秋川流域の観光振興を目的とする協力体制の強化に取り組んでいます。

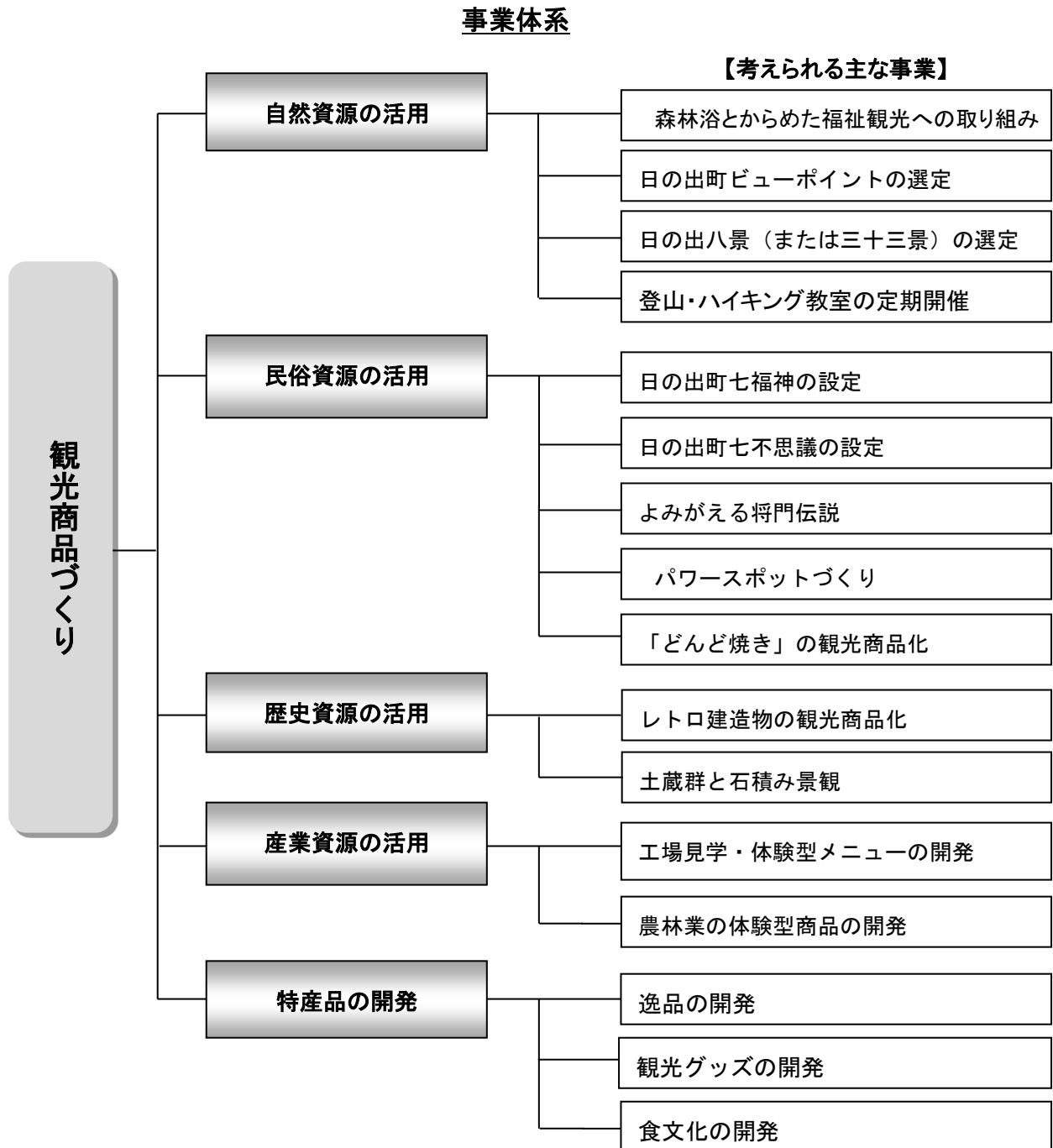
今後、本町は、広域連携の取り組みを積極的に推進するとともに、近隣市町村と共通のテーマによる事業を実施するなど、近隣市町村並びに多摩地域全体の観光振興を目指します。



Ⅲ 一般事業（考えられる主な事業）

一般事業は、民間あるいは各種団体等が事業主体となり、自由な発想のもとに取り組む事業です。以下は各事業項目で想定される事業内容の主なもので、町民が自主的・主体的に取り組むための指針となるものです。

1 観光商品づくり



考えられる主な事業の概要

本町は、町の自然を代表する日の出山をはじめ、豊かな自然景観にあふれています。同時に、町内に残された里山は大きな財産として守り育てていく必要があります。

また、本町には将門伝説をはじめ魅力的な伝説や昔話もあり、民俗行事も各集落に継承され、伝統祭礼などもしっかりと息づいています。明治期の大久野焼けにより歴史建造物や古文書等の資料の多くを消失しましたが、魅力ある建造物や遺跡等も存在します。そうした地域資源をブラッシュアップして観光資源としての活用を図る必要があります。

【自然資源の活用】

○森林浴とからめた福祉観光への取り組み

森には人を癒す働きがあります。我が国でも1980年代に、樹木が排出するフィトンチッドという揮発性物質が人体の健康に大きな効果を及ぼすことが紹介され、その後、林野庁も“森林浴”を提唱し、近年では新しい地域おこしとして「森林セラピー」が注目されてきました。多摩地方では奥多摩町が「森林セラピー基地」に認定され森林セラピー事業を展開していますし、昨今では、高齢の認知症患者や知的障害者の治療に「森林療法」を採り入れた病院も出てきています。

本町も、これまで高齢者や障害者の福祉に力をいれてきており、豊かな森林資源に囲まれた本町の福祉施設を訪れた家族と被介護者が一緒に、森林浴をすることで「回想法」という治療にも役立つことから、高齢者や障害者がいきいき暮らせる元気なまちづくりとしての福祉観光にも積極的に取り組みます。

○日の出町ビューポイントの選定

本町の豊かな自然と人々の営みとが調和した美しい景観が数多く存在する中で、日の出山頂からの景観をはじめ、ビューポイントを選定するとともに、それらのポイントの整備を行っていく必要があります。

○日の出八景（または三十三景）の選定

日の出町らしい景観を、八景（または三十三景）といったビューエリアに選定し、住民に本町に対する誇りや愛着を高めてもらうとともに、来訪者にも本町らしい景観を楽しんでいただくものです。

○登山・ハイキング教室の定期開催

日の出山、勝峰山をはじめとする本町域のハイキングコースは本町の誇る自然資源です。肝要の里での中高年および初心者向けの登山・ハイキング教室の定期開催をします。

【民俗資源の活用】

○日の出町七福神の設定

その昔、近隣の檀家から裏側が焼け焦げた恵比寿様の彫像が寺に預けられました。おそらく明治15年の大久野焼けで難を逃れた像で貴重なものと思われます。ちなみに町内の社寺には毘沙門天など七福神にまつわる神像の存在も確認されており、七福神のご利益も生きています。七福神については東京及び周辺地区にも多くの七福神めぐりコースがあります。多摩地区だけでも、多摩青梅七福神、調布七福神、八王子七福神、東久留米七福神、日野七福神、武蔵野吉祥七福神、武蔵五日市七福神等

かなりの数にのびります。大久野の景勝地を巡る「七福神」の設定は、他の地域の七福神との差別化をどのように演出していくかが課題です。

○日の出町七不思議の設定

「玉の内七不思議」「平井川七不思議」など、日の出町には不思議伝説が存在します。玉の内については今後の調査を待つ必要もありますが、平井川にまつわる七不思議は、「川天狗」「於奈の悲話」「あずき洗い」「片腕ほしい」「亀蛇伝説」「水無川伝説」「八目うなぎの棲む沢」など、不思議な話が語り草となっています。このように、町内の七不思議伝説は観光ボランティアガイドの案内により観光商品化は十分可能であり、その取り組みが求められます。なお、「日の出七不思議」の設定にあたっては、有識者をはじめ、一般公募等により再調査をするとともに、旅行会社等とタイアップによる実証実験ツアーの実施等を企画していくのも一工夫です。

○よみがえる将門伝説

全国に数多く残る平将門伝説は多摩地方にも多くあります。本町も大久野地区を中心に多く存在します。藤原秀郷（別名：俵藤太）に追われた将門軍は、「勝峰山」に一夜城を築き、「幸神」に陣を張ったと言います。伝説に残る橋を「藤太橋」と呼び、さらに、「将門坂」「早道坂」「鈴が石」など、伝説地にはこと欠きません。これらを、観光ボランティアガイドによる丁寧な案内により観光資源としてよみがえらせていきます。

○パワースポットづくり

パワースポットとは、大地の力がみなぎる場所と考えられます。多摩地方では高尾山や御嶽などが知られ、本町にも「バクチ岩」と呼ばれる賭け事の縁起岩なども存在します。こうした本町内の数々のパワースポットの中から訴求力のあるスポットを選定し、ガイドブック的冊子にまとめ、パワースポット巡りを実施するものです。

○「どんど焼き」の観光商品化

本町には、毎年恒例行事としての「どんど焼き」が各自治会で行われています。この行事は一年の無病息災を願う民俗行事で、本来は小正月の前夜（1月14日）に行われる習わしですが、近年は前後の祝日に合せて実施しています。各自治会ごとに異なった創り方をする趣向も見どころがあり、現在のところ観光効果はほとんどありませんが、「どんど焼き巡り」などの鑑賞体験の工夫が求められます。

【歴史資源の活用】

○レトロ建造物の観光商品化

羽生通りをはじめ、旧大久野駅周辺には古い建物や価値のある建造物も多くあります。羽生通りの雰囲気を壊さない配慮をしながら、周辺でのお休み処や食事処のようなものが設置できれば観光グレードはアップすると思われます。このように、レトロ感覚のある建造物や旧鉄道駅等を繋げた一連のレトロ観光の商品化が考えられます。

○土蔵群と石積み景観

本町には土蔵をもつ家屋が多くあります。土蔵を売り物にしている川越や喜多方とは異なり、敷地の奥に建てられていることからあまり目立ちませんが、町内には150棟を超える土蔵があり、これらは明治15年に起きた「大久野焼け」と呼ばれる大火が影響していると考えられます。現在は、一

般公開されてはいませんが、これらの土蔵と精緻な技術が醸し出す石積みとの調和の美しさは、本町ならではの風情ある景観を作り出しています。こうした風景を「土蔵と石積みを巡る多摩のいにしえ風景」として観光商品にすることが考えられます。

【産業資源の活用】

○工場見学・体験型メニューの開発

一般消費者向けの乳製品やハイテク産業など、本町内にも産業観光としての活用を図れる企業が存在します。こうした産業に焦点を当て、受入企業の協力による工場見学や体験型メニューの開発等を検討します。

＜参考事例：首都圏の主な工場見学受入企業名＞

<p>【東京】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○キューピー仙川工場(調布市) 卵を割る工程など、マヨネーズづくりの見学など。 ○朝日新聞東京本社(中央区) 編集局、印刷工程などの見学 ○ANA機体メンテナンスセンター(羽田空港) クイズで記念グッズがもらえる ○JAL機体整備工場(羽田空港) パイロットや整備士の制服の試着も可能 <p>【神奈川】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○キリン横浜ビアビレッジ(横浜市) ビール試飲、有料でビールづくり体験もできる。 ○日産エンジンミュージアム(横浜市) 歴代エンジンの展示 ○東京電力横浜火力発電所(横浜市) 発電所見学、電気の仕組みなどの学習 	<ul style="list-style-type: none"> ○東京ガス環境エネルギー館(横浜市) 屋上に里山再現ビオトープ <p>【埼玉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○エバメール化粧品埼玉工場(春日部市) エステまたはスパ体験 <p>【千葉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○JFEスチール東日本製鉄所(船橋市) 巨大溶鉱炉、鑄造施設など見学 ○サッポロビール千葉工場(千葉市) 工程見学後、ビールの試飲 ○新日本製鉄君津製鉄所(千葉県君津市) 船での製品出荷も見学 (上記見学は基本的には予約制となっている) <p>※(上記リストはH21朝日新聞調査による)</p>
--	--

○農林業の体験型商品の開発

現在、イモ堀り、イチゴ狩り、ブルーベリー狩り、ミカン狩りなど、農地を生かした農業体験が実施されていますが、受入態勢は充実しているとは言えない面があります。また、森林の町にふさわしく木工製造所などもあり、木工製品による民芸品やチップ生産から生み出される燻製食品などの副産品も開発されています。こうした地域の特性を踏まえ、農林業の体験型商品の開発はもとより、日帰り型の観光ニーズに応えたプログラムの開発を積極的に推進し、魅力ある農林業体験を進めていく必要があります。そのための、農林業体験観光のキャリアアップ講座の設置も求められています。

【特産商品開発】

○逸品の開発

「特産品開発なくして観光振興はなりたたない」とまで言われ、観光と特産品開発には密接な関係があり、特に食の特産品は観光の大きな目玉です。アンケート調査にも見られるように、「ひのでトマト」「ブルーベリー」は、周辺地域には多少の情報発信力がありますが、他はほとんど知られていないのが実情です。既存特産品の情報発信力を高めることはもとより、現在の本町には、特産品が乏しいことがあげられます。そうした意味でも、積極的に特産品の開発に取り組む必要があります。

○観光グッズの開発

将門伝説にちなんだ観光グッズ、豊富な孟宗竹を利用した竹製品の開発など、本町ならではの観光グッズの開発を積極的に推進する必要があります。

○食文化の開発

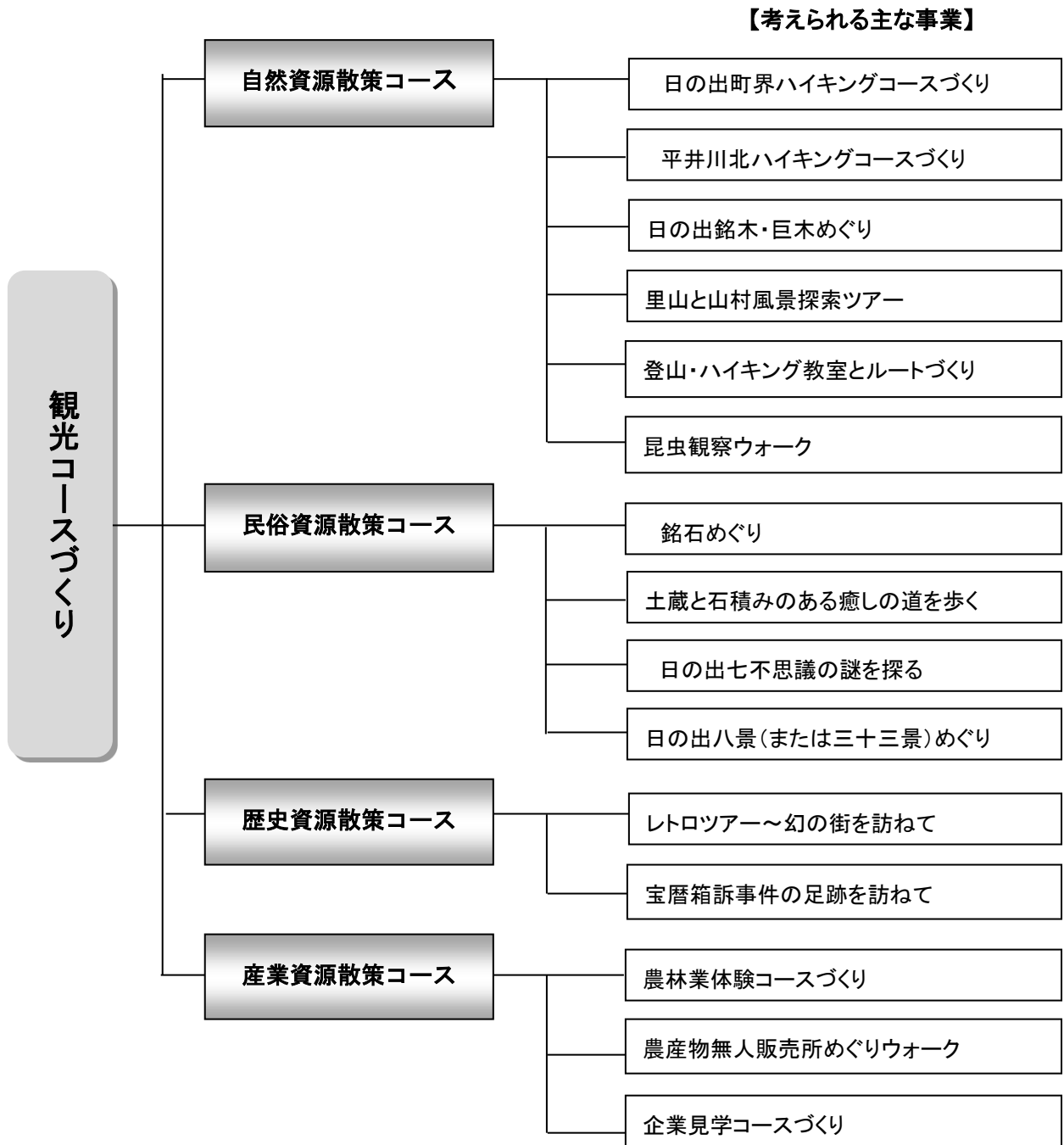
本町の特性（伝説や習俗）とフィットさせた食文化（和菓子ほか）の開発は本事業を推進していく上で、欠かすことのできないものです。実証実験ツアーで行った「竹飯」や「山野草（摘み草）料理」など評価も高く、東京の田舎という地域特性をもった特産料理や土産品の開発と提供など、より積極的に進める必要があります。

本町の地域特性を生かした特産品開発のヒント一覧

観光資源	対象物	考えられる特産品開発
町の象徴をテーマ	日の出山 日の出八景	<ul style="list-style-type: none"> ・初日の出グッズ ・登頂記念スタンプセット ・日の出山（または日の出八景）をモチーフにしたカステラ
清流をテーマ	ニジマス ホタル	<ul style="list-style-type: none"> ・ニジマス燻製、ニジマス干物 ・ホタルの里図鑑・ホタルグッズ
花の名所をテーマ	桜・つつじ ふじ・ひまわり	<ul style="list-style-type: none"> ・季節限定名所和菓子 ・花の市（季節野菜市）
希少性をテーマ	ヒメザセンソウ	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒメザセンソウ絵手紙セット ・刺繍ハンカチーフ、装飾物 ・写真集
体験をテーマ	炭焼き 竹の子狩り イモ掘り そば打ち	<ul style="list-style-type: none"> ・ミニ俵木炭 ・竹の子膳 ・イモ粥膳 ・そば打ち道具セット
歳時記をテーマ	春日神社祭礼 八幡神社祭礼	<ul style="list-style-type: none"> ・どぶろく特区申請 ・豊年御膳 ・のらぼう入りおやき
ヘルスケアをテーマ	つるつる温泉 自然歩道	<ul style="list-style-type: none"> ・温泉と森林セラピーセット ・健康散策グッズ（山野草主体に）
伝統建造物	日の出山荘	<ul style="list-style-type: none"> ・展示品複製色紙 ・絵葉書（絵画）

2 観光コースづくり

事業体系



考えられる主な事業の概要

本町は豊かな自然が地域全体を覆い、歴史的・地形的変化に恵まれており、潤いある暮らしが感じられる地域です。さらに豊かな自然環境と調和した観光農園もあり、農林業体験を伴ったエコツーリズムなど、ツアーコースの開発を推進していく資質は十分にあります。現代は特定テーマのもとに観光資源とのふれあい、体験・体感をする時代へと移ってきており、コース設定もそうした観点から構築する必要があります。

【自然資源散策コース】

○日の出町境ハイキングコースづくり

本町の境界は約30kmに及びます。羽生丘陵、ロンデン尾根、麻生尾根、三室尾根、馬引沢尾根、尾崎丘陵等を通る尾根道コースで、多くは地図に載っていない静かな里山コースです。これらのコースを設定し、ネイチャーガイド（自然観察や自然体験学習などの指導者）の案内によるハイキングイベントを四季ごとに開催するものです。

○平井川北ハイキングコースづくり

現在、手軽に歩ける里山ハイキングコースとして人気が高まりつつあるコースです。平井の川北地区に広がる丘陵地のコースで1～3時間のルートを選択することができます。ルートはほとんど平坦地で春の新緑・秋の紅葉狩り、晩秋から早春にかけてのバードウォッチングなど、森林浴としても最適なコースです。こうしたコースとつるつる温泉とのセットによるコースづくりを進め、ネイチャーガイドとともにハイキングするものです。

○日の出銘木・巨木めぐり

本町内には、大久野の国指定天然記念物のシダレアカシデや都指定天然記念物のフジなどのほか、町木となっているモミの木や町指定天然記念物のヒイラギ、サルスベリなど銘木・巨木が沢山存在します。これらは本町の誇る文化財でもあり、植物観察・森林浴など銘木に触れながらのハイキングは自然を愛する多くの愛好者にとって魅力満点の観光コースです。

○里山と山村風景探索ツアー

ネイチャーガイドの案内による里山と山村の風景を思い思いに楽しむ観光コースで、時間制約も設けずゆったりと歩くことを狙いとしたコースを設定します。

○登山・ハイキング教室とルートづくり

肝要の里での登山・ハイキング教室との連動による、日の出山、東雲山荘、勝峰山、それに、つるつる温泉等を連携したコースの設定で、日の出山を中心とした多様なハイキングルートづくりを進め、肝要の里の機能的活用化を図ります。

○昆虫観察ウォーク

本町は多摩地方においても多くの昆虫群が生息している地域です。平井川をはじめ、町内の河川のほとりにはクロカワトンボなどのトンボ類、ノコギリクワガタなどのクワガタやカブトムシ群、セミ、バッタ、オオムラサキなどの昆虫類が多く、夏休みになると子供連れの家族が訪れています。このように、今日では大変関心の高いテーマの観察ウォークを四季折々に開催します。

【民俗資源散策コース】

○銘石めぐり

本町には変わった石が沢山あります。玉の内の石とか、西徳寺には滝山城主の北条氏照が所望した
が動かすことができなかつたという獅子岩とか、将門の娘が遊んだとされる勝峰山の鈴石といった奇
岩や物語がついている石が沢山あります。こうした石を巡るツアーを設定します。

○土蔵と石積みのある癒しの道を歩く

本町には150を有に超える土蔵と石積みの美しい風景が存在します。現在、住人のいる家屋が大
半であり公開には難しい面もありますが、所有者の協力のもと、特徴的な石積みや土蔵を眺めながら
町内を散策するなど、観光ガイドの丁寧な案内や住人との話し合いを基本に癒しの道を歩くツアーを
設定します。

○日の出七不思議の謎を探る

「玉の内七不思議」「平井川七不思議」など、話題性のある観光コースを設定し、四季折々に展開し
ます。なお、七不思議についてはガイドブック等を作成し、事前のオリエンテーションと合わせて、
観光ボランティアガイド等のグレードアップも求められます。

○日の出八景（または三十三景）めぐり

観光商品づくりの一環である日の出八景（または三十三景）にちなんだビューポイント巡りを盛込
んだモデルコースを設定し、情報発信することで日の出町発の観光イメージが創られていくものと思
われます。なお、コース設定にあたっては、観光ガイドによる案内、観光案内所、町内の食や民俗行
事等と連動させたプログラムづくりやクイズ形式を取り入れたオリエンテーリングなど、満足度を高
める上での取り組みを考える必要があります。

【歴史資源散策コース】

○レトロツアー～幻の街を訪ねて

本町には、藤太軒理容所など大正・昭和の木造建造物や、レトロ感覚の個性的な路地などが多数残
っています。ことに大久野地区には、森林事業やセメント発掘事業の華やかな時代の名残を漂わせて
います。里山ハイキングと連動して、時代に消えた幻の街を訪ねるツアーを実施するものです。

○宝暦箱訴事件の足跡を訪ねて

箱訴事件とは徳川家に関わる惣百姓一揆のことで、大久野長井・水口周辺の田安領19村が箱訴を
相談決意したと言われる場所もあります。事件にかかわる場所として不動滝、屋ご山、斑峰などのほ
か、天狗岩、赤ぼっちなどで、7kmほどの眺望を楽しむコースでもあります。さらに、パワースポ
ットとして魅力あるコースも可能で、日の出山荘とセットにコースづくりを進めることも可能です。

【産業資源散策コース】

○農林業体験コースづくり

町内にある木工などの林業者や農家の参画を促し、単独の林家や農家ではなく地域内の多くの林農
家が連携して木工体験や農業の体験型コースを設定していく必要があると考えます。コースづくりに
際しては、各事業所や観光施設とのジョイントを考慮し、観光客に魅力あるコースの提案をしていく
ことが求められます。

○農産物無人販売所めぐりウォーク

町内に農産物の無人販売所が多くあります。農産物無人販売をしている箇所をガイド付きでウォーキングし、農産物を掘り起こし逸品を購入するコースを設定します。なお、当ウォーキングについてはスタンプハイク形式でめぐり、踏破者にはそれなりの特典などの検討も必要です。

○企業見学コースづくり

21世紀は、社会環境の変化に対応できる企業と、対応できずに淘汰される企業とに分かれていくと言われ、工場見学の推進はリサイクル社会の啓発とともに、企業のイメージアップにも大いに貢献すると言われています。昨今、多くの企業が工場見学の受け入れを実施しているのは企業理念の発信はもとより、一般ユーザーとの出逢いを通じて、社員のモラルアップや業務意欲の向上に効果を期待するためです。

本町も森林特性を生かした地場産業はもとより、エコセメントなどのリサイクル産業もしっかりと根付いています。誘致企業も含めて「工場見学」を受け入れる企業の数を増やし、地域ぐるみの受入態勢と新たな観光コースづくりを推進することで、企業イメージの向上や経済効果が期待されると考えます。なお、企業見学にあたっては案内ガイドの養成はもとより、他の観光資源との連動も考慮する必要があります。

<コース開発の留意点>

日の出三大観光資源との連携

町内観光のコース設定にあたっては、「日の出山」「日の出山荘」「つるつる温泉」など本町における三大観光資源があり、可能なかぎり上記資源と連動した観光ルートを開発することが望ましいと考えます。

観光認知度の高い資源と融合させた観光ルートの設定（参考事例）

<体験ツアーテーマ>

【自然体験ツアー：東京にもこんなに素晴らしい地域がある！】

J R武蔵五日市駅前集合（バスにて移動）

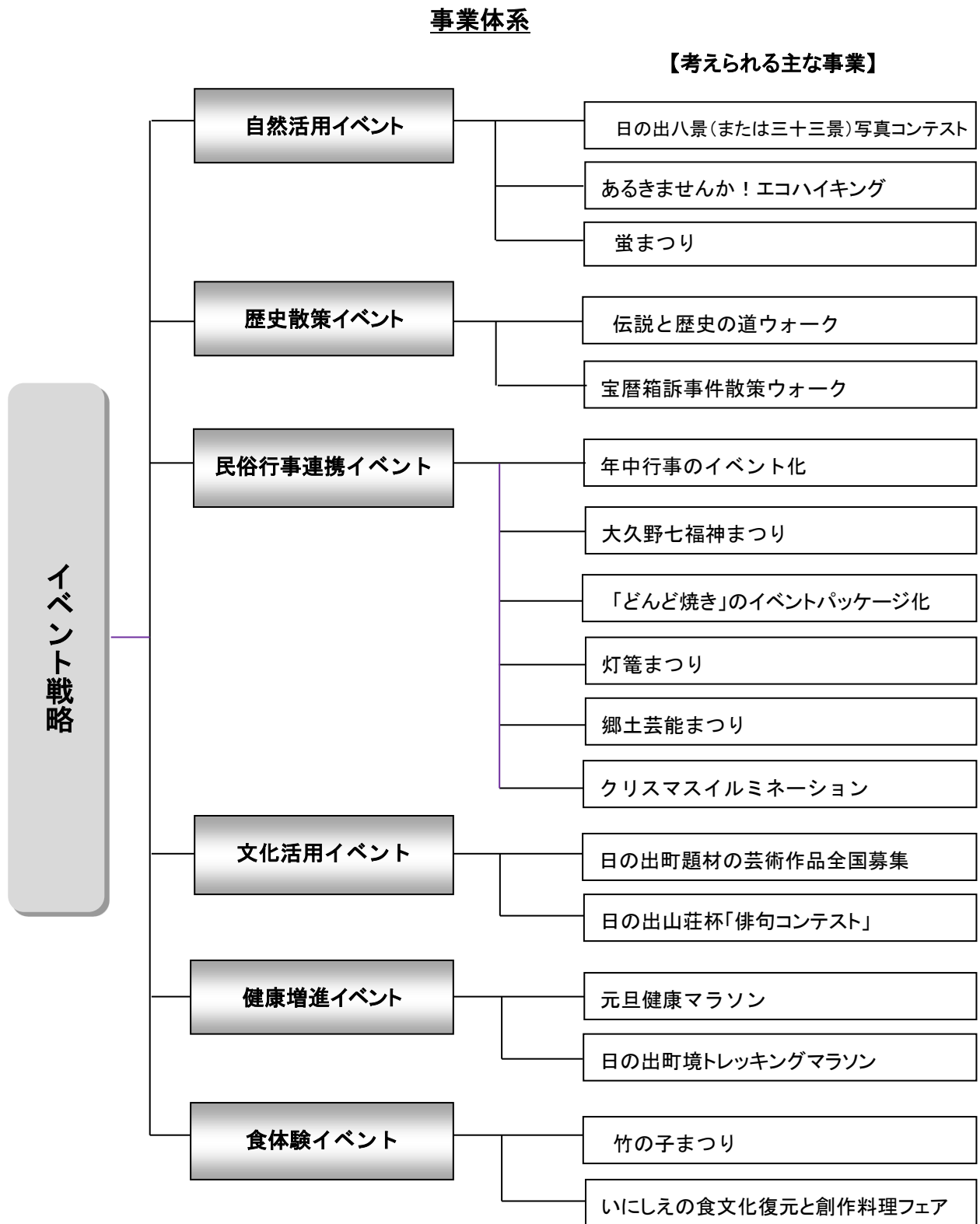
日の出山荘見学 → 芋ほり体験 → 羽生通り見学 → さかな園

（マスつかみ体験・バーベキュー） → つるつる温泉（入浴体験） →

懇談会 → 平井のお祭り見物 → J R武蔵引田駅前（解散）

※上記のプログラムは田舎ツーリズム協会と日の出町の共同立案によるものです。

3 イベント戦略



考えられる主な事業の概要

現代は鑑賞型から体験・参加型に観光の主流が移ってきており、親しみある観光ガイドによる歴史的建造物などの案内等は評価が高く、参加者も快く歴史を体感することができます。観光イベントも同じで、可能な限り体験型イベントを企画・実践していく必要があると考えます。

【自然活用イベント】

○日の出八景（または三十三景）写真コンテスト

「観光商品づくり」の一環として、日の出八景（または三十三景）写真コンテストを実施し、選定された優秀作品の展覧会を開催するものです。これは、観光PRを含めたイベントで、展覧会場としては「イオンモール日の出」イベント広場等が考えられます。

○歩きませんか！エコハイキング

エコブームの今日、都市社会に暮らす人々の山道ウォーキングを実施し、森林セラピー効果を最大限引き出すもので、魅力いっぱいの自然体験イベントを実施するものです。

○蛍まつり

近年では「蛍まつり」が実施される近隣地域も増えてきており、シャトルバスの運行とか、よそでは見ることができない個性的なイベントを仕掛けるなど、魅力いっぱいの自然体験イベントを実施するものです。

【歴史散策イベント】

○伝説と歴史の道ウォーク

本町には、平安期に関東全域を制圧し一大勢力を誇っていた平将門にまつわる伝説の地が多数存在します。藤原秀郷（別名：俵藤太）に追われた将門の軍は、大久野の勝峰山に一夜城を築き、幸神に陣を張った秀郷軍と対峙したといわれます。秀郷が将門に矢を放ち、その矢が将門の袖をかすめて谷に落ちたところが「矢越沢」、矢を放った橋を「藤太橋」といい、今でも昔の橋桁が残っています。他にも「将門坂」「早場道」「鈴が石」など数多くあります。また、多摩には青梅・奥多摩をはじめ将門伝説が沢山残っており、近隣地域との連携を含めた将門ウォークを実施するものです。

○宝暦箱訴事件散策ウォーク

「宝暦箱訴事件」とは、江戸期に北大久野村など田安領だった村々が強調して闘い続け、足掛け4年にわたる惣百姓一揆のことで、多くの牢死者を出した一大事件です。大久野長井・水口周辺にはその名残を今に留める場所も残っています。そこで散策ウォークを実施し、観光ボランティアガイド等の案内により江戸の歴史を体感するものです。

【民俗行事連携イベント】

○年中行事のイベント化

本町には四季を通じた年中行事（歳時記）が現在もなお息づいています。全国的にも珍しい粟穂稗穂などの行事も肝要地区には今も残っており、伝統を大切にしている住民の精神文化は貴重な財産でもあります。また、正月の「どんど焼き」をはじめ、各神社のお祭りに実施する囃子・獅子舞・念仏、

さらに国指定重要無形民俗文化財の「鳳凰の舞」など、四季を通じた年中行事が行われており、古い歴史を感じさせる東京の田舎文化が訪れる人々を郷愁に誘います。このような歳時記と他の要素の連携によるイベントを体験するものです。

○大久野七福神まつり

大久野七福神の設置については「観光商品づくり」に記載しており、通年を通じての受入態勢の整備が求められますが、ここでは、毎年正月、七福神（恵比寿、大黒天、布袋、寿老人、毘沙門天、弁財天、福祿寿）が一同に会して、人々の無病息災、五穀豊穡を祝うといったイベントも考えられます。

○「どんど焼き」のイベントパッケージ化

「どんど焼き」は本町の各集落（自治会）での伝統行事のひとつとして定着しています。平井川のどんど焼きは壮厳で、昨今では見物客も増えてきています。地域の子供たちが集めた古くなったお札やだるまなど、一年の無病息災を願って、川原にしつらえられた主柱の周りに並べて点火し、夜が明けるところに行事が終わるといった趣向です。これは、各集落毎に趣向が異なり比較することで見ごたえもあり観光的価値は十分あります。他の観光施設見学等との連携を図りながらのパッケージ商品とするものです。

○灯籠まつり

先祖の霊を送る灯籠流しは毎年7月16日に宝光寺で実施されてきました。夜の平井川の黒い川面に流れる無数の灯りと静かに流れる読経の響きが人々を幻想の世界に誘います。これは平井川に生まれた新しい風物詩ですが、昨今では諸事情から存続が危ぶまれています。ぜひ、本町の誇る精霊の祭典として定着が望まれるものです。こうしたイベントをさらにパワーアップする工夫の注入により本町を代表するイベントとして成長させたいものです。

○郷土芸能まつり

郷土芸能保存会が隔年、「ふるさと夏祭り」の会場で開催してきたもので、平成21年にはイオンモール日の出内で単独開催されました。各郷土芸能保存団体の成果披露の場としての役割もありその継承と発展にも大いに役立っています。そこで、当芸能まつりもイオンモール日の出での定着化を図るとともに、新たな趣向をもって情報発信すれば、観光客誘致にも大きく寄与するものです。

○クリスマスイルミネーション

毎年11月下旬から年明けまで大久野地区で約800mにわたり実施されるもので、商店や個人宅もイルミネーションで飾られて幻想的な夜の雰囲気醸し出しています。12月24日のクリスマスイブには、さらに様々な出し物（雅楽演奏など）も登場し、にぎやかな一夜を演出します。このイルミネーションも経済効果もさることながら諸事情から継続が心配されています。今後は、他の観光施設や商業施設等との連携を図るなどして、地域全体の活性化に結び付ける創意工夫が求められています。

【文化活用イベント】

○日の出町題材の芸術作品全国募集

写真コンテスト以外にも、絵画、版画、工芸品、文芸作品など日の出町を題材とした公募展を開催するもので誘客数を増やす上での効果が期待できるものです。

○日の出山荘杯「俳句コンテスト」

元首相の中曽根氏はバラの花をこよなく愛し、絵画、俳句もたしなむ文化人です。日の出山荘で心を休めながら詠んだ氏の俳句「くれてなお 命の限り 蝉しぐれ」などは深く心を打つものがあります。そこで、全国から募集する（仮称）日の出山荘杯「俳句コンテスト」を開催し、入選者は日の出山荘での表彰式に参加し、優秀作品は日の出山荘内に展示するといった趣向で開催を恒例化するものです。

【健康増進イベント】

○元旦健康マラソン

町民の健康保持・増進とスポーツに対する意識の高揚を図るため、町外からの一般ランナーと町民ランナーの交流を狙いとしたイベントで、元旦に開催されているのがポイントです。3 km、6 kmのコースが年齢別・距離別で6部門に分かれて行われるものです。町民グラウンドをスタートし再び戻ってくる新春恒例のスポーツイベントで、健康福祉のまちにふさわしいものであり、さらなる個性化を図ることで情報発信が強まると思われます。

○日の出町境トレッキングマラソン

周囲30 kmのトレッキングをするスポーツイベントで、今日的な新しいイベントとして注目されているトレッキングを自分の体力に合わせて自由気ままに踏破するマラソンです。踏破者には表彰及び景品等を贈呈するといった特典を設けたいものです。

【食体験イベント】

○竹の子まつり

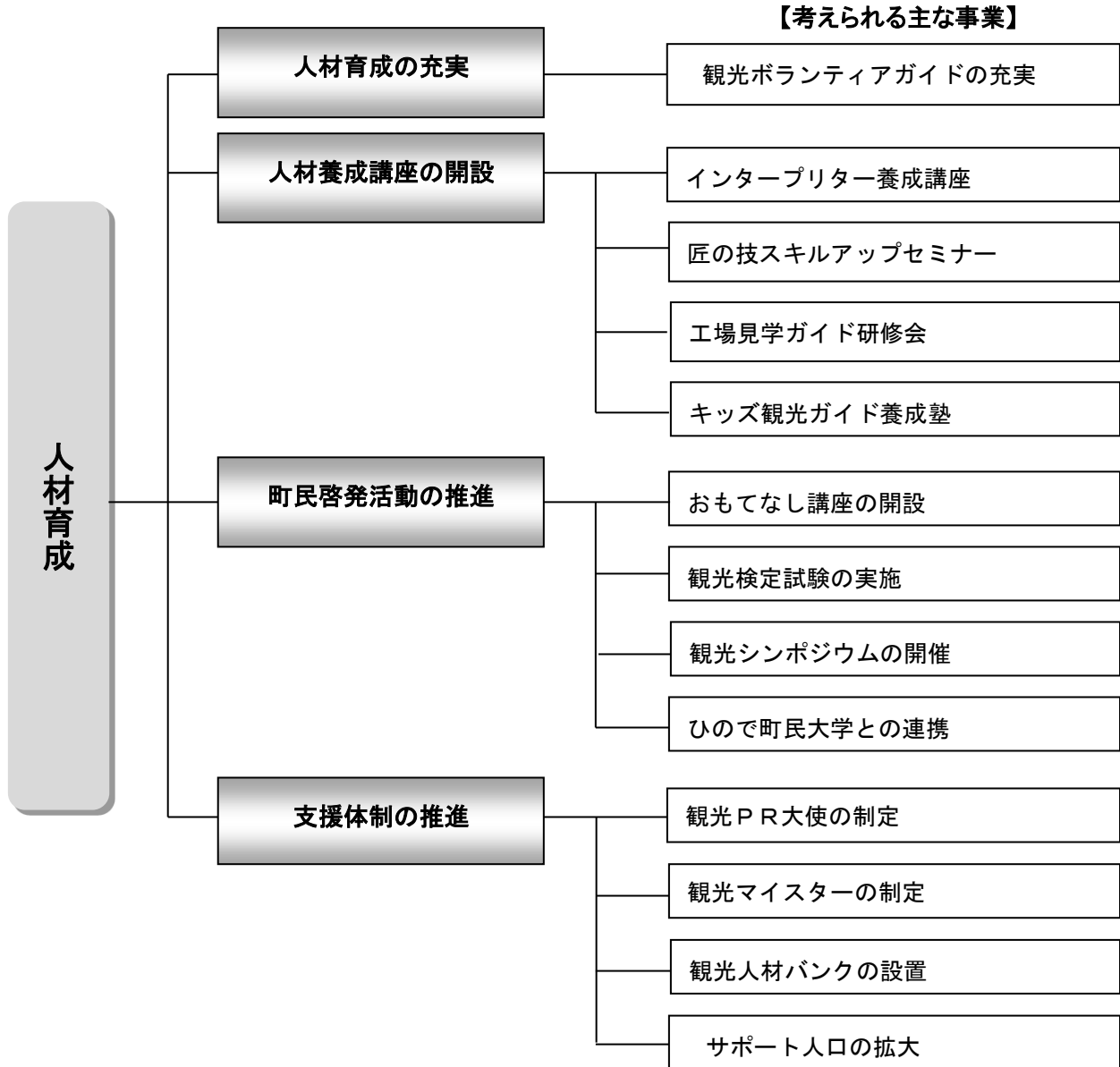
「竹の子まつり」は、現在、観光協会主催で実施されています。しかし、内容は竹の子の販売が主で、「竹の子狩り」も当日は行っていないのが現状です。竹の子には「竹の子ごはん」をはじめ、「竹飯」といった食文化もあり、竹細工、竹和紙、竹人形、竹酢液など多様な利活用が考えられます。今後は「まつり」という呼称にふさわしい一大「竹の祭典」に衣替えをしていく取り組みに期待がかかります。

○いにしえの食文化復元と創作料理フェア

いにしえの食文化の復元や地元ならではの創作料理の開発など、地場産品を生かした古くて新しい食文化の開発に挑戦するイベントを開催するものです。地域料理の見直しとともに、地域の料理に更なる魅力が加わり観光商品としての定着化を目指すものです。

4 人材育成

事業体系



考えられる主な事業の概要

観光振興には経済効果のみに関心が傾きやすいという落とし穴があります。今日、多くの地域が観光に関心をもちはじめているのは、経済効果以上に観光手法により生まれる地域の魅力づくりや活力あるまちづくりが可能であるとしているからです。そのための人材育成や支援が必要になっています。

【人材育成の充実】

○観光ボランティアガイドの充実

本町在住の文化人・有識者・企業経営者はもとより、本町と関わりのある専門家などを講師に招きボランティアガイドの養成塾を開催します。

【人材養成講座の開設】

○インタープリター養成講座

森林セラピー（森林療法）ガイド、ネイチャー解説者、環境セミナーなど専門知識を要するガイドや指導者としての養成講座を設けます。また、子どもたち対象に豊かな自然環境保全のための心得やマナーなどの意識改革セミナーも開催していきます。

○匠の技スキルアップセミナー

本町には、その昔から林業の町としての伝統技や手仕事の技術、さらに多様で特殊な技能を継承している団体や個人が存在しています。彼らの手仕事技のさらなる向上や観光客の参加・体験メニューの開発及び技術解説の向上など、団体及び個人のスキルアップのための講座を開催します。

○工場見学ガイド研修会

工場見学受け入れの大きな要素は案内人（企業ガイド）の存在です。そこで、企業OBの活用や観光ボランティアガイドとの連携により、工場見学案内人を養成する講座を開設し、工場見学受け入れの態勢整備をおこなう必要があると考えます。

○キッズ観光ガイド養成塾

観光は郷土愛を育むといった地域学習の一環として役立つことから、近年大いに見直されてきており、観光講座が義務教育の中にも取り入れられるようになってきています。こうした時代を背景に、各地では子供による観光ガイドの養成や実践も始っています。本町も小学校高学年を対象にした「キッズ観光ガイド養成塾」の開設が必要であると考えます。

【町民啓発活動の推進】

○おもてなし講座の開設

観光は本町を訪れる外来者に対して、一部の観光関係者のみが対応すればこと足りるものではありません。観光を通して魅力ある快適なまちづくりを推進するためには、多くの町民がこぞって来訪者に対応することが肝心です。こうした観点から可能な限り多くの町民を対象に「おもてなし講座」を設けるものです。なお、現在、生涯学習の一環として「ひので町民大学」が実施されており、こうした機関との連携も必要です。将来的には「(仮称) 日の出町おもてなし推進協議会」の設置などの検討も必要です。

○観光検定試験の実施

地域に対する認識を深めることは郷土愛の向上とともに、生きがい対策の一環としての役割をもつものです。観光検定試験の目的は、こうした考え方にたち実施するものです。具体的には、観光ボランティアガイドを志向する人や一般町民を対象にした本町固有の観光検定試験を実施し、合格者には「観光認定書」を授与します。観光ボランティアガイド志望者には、登録制で積極的に観光ガイドとして活動していただくものです。なお、当事業は「人材養成塾」との連動、または「ひので町民大学」との連動など、効率的・効果的方策を検討する必要があります。

○観光シンポジウムの開催

町民の観光意識を高めるために、業界、文化人、有識者等を招き、町民一体となって「観光・日の出町を考える」というテーマで観光シンポジウムを開催するものです。これは、毎年（または隔年）の恒例開催とすることでより効果が期待できるものです。

○ひので町民大学との連携

ひので町民大学では「出会い・ふれあい・学びあい」をテーマに生涯学習事業を開催しており、多様な講座を設け町民が生き生きと自己研鑽に励み、大きな成果を上げています。そこで、本町の観光振興における人材育成面での連携を推進する必要があります。行政面でも連携による地域づくりは今日的課題であり、今後は新たな講座の開設、観光人材バンクの設置等においても町民大学との連携が必要です。

【支援体制の推進】

○観光PR大使の制定

本観光PR大使の制度は、本町在住者のもとより他地域在住者、著名人、一般人を問わず、本町の観光振興に役立ちたい人の中から人選・認定し、本町の観光PRの推進に活躍していただくものです。本大使に任命された人は本町のPR・観光客誘致に尽力をしていただきます。

○観光マイスターの制定

マイスター制度とは、職人の国ドイツで生まれた制度で、ドイツ語で名人・達人・巨匠を意味するものです。技能や経験、さらに人間的にも優れた者に「マイスター」の称号を与え、その者の名誉を認証する制度で、この称号をもつ者は名誉ある指導者として活躍しています。こうした制度を我が国でも取り入れて、手仕事職人の技術向上を図ろうと産業界や地域おこしで成果を上げています。本町も観光を切り口に「日の出町観光まちづくりマイスター制度」を発足させ、観光まちづくりに活躍した方々を顕彰するものです。

○観光人材バンクの設置

観光客にとって、「地域の人との出会い」は大きな関心ごとのひとつです。観光地と呼ばれる地域でさえ、観光資源のストックはともかく、「観光人材ストック」に乏しいことが懸念されています。そこで、本町を訪れる観光客に対しての受入態勢づくりの一環として、人材の提供や紹介を積極的に進めることを主眼とした観光関連人材バンクの設立が必要です。

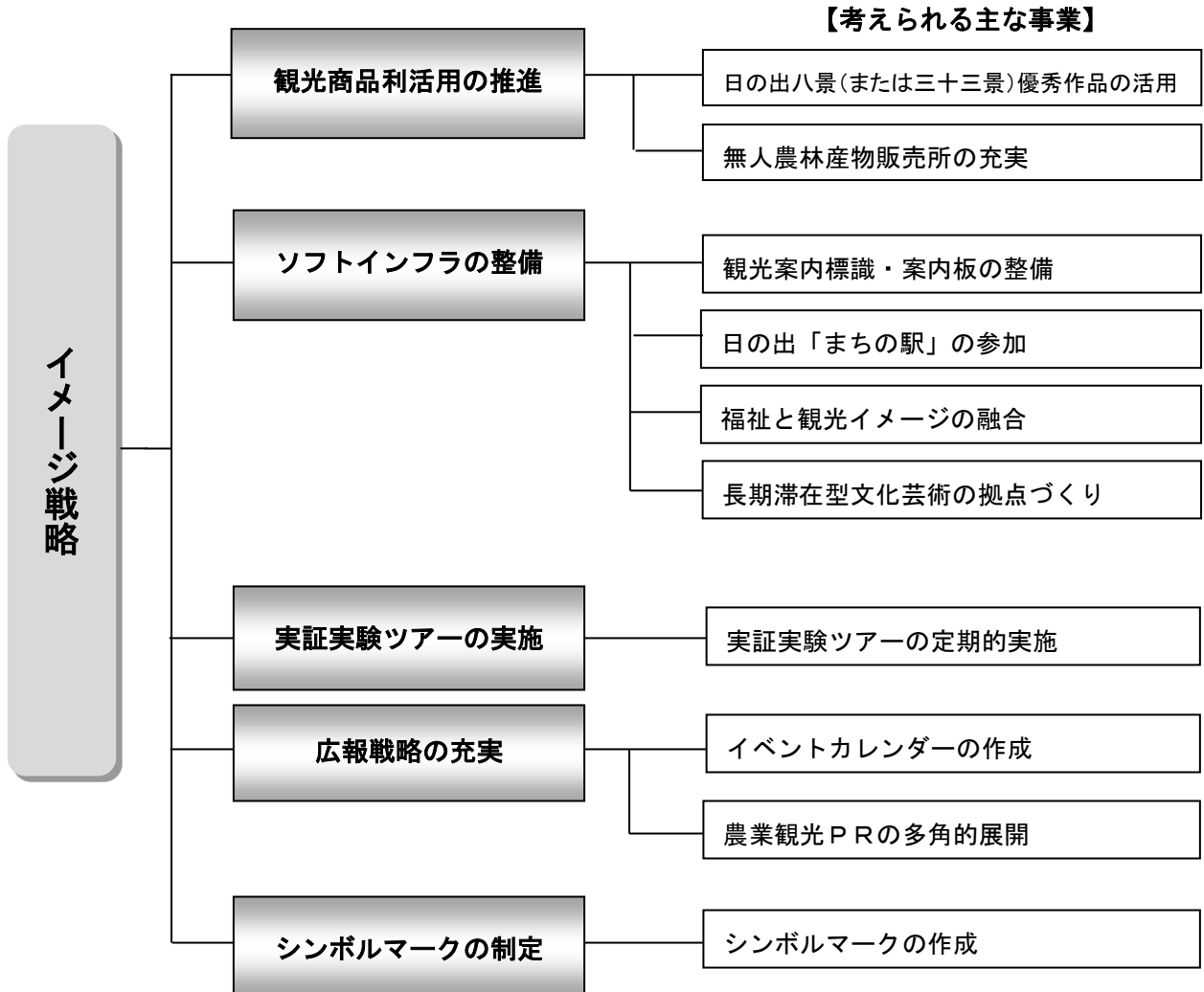
○サポート人口の拡大

地域サポート人口とは、地域を訪れてくれる観光客、相互交流を図るコミュニケーション人口、地域を訪れることはないが地場産品を購入してくれる顧客、積極的に地域をPRしてくれる支援者、イ

インターネットで盛んに地域人と交信している人々などを称し、言わば日の出町ファンのことです。日の出町ファンの拡大は観光振興にとってはもっとも大きなテーマで、そのための方策を打ち出しいく必要があります。本町では日の出町ファンの拡大と、そのための人材の確保ならびに町民の自発的取り組みを支援します。



事業体系



考えられる主な事業の概要

地域のもつイメージは観光振興を図る上で重要なウエイトを占めています。イメージがよい地域は誘客動員や地域産品に対する評価もよく、付加価値も高くなっています。地域の付加価値とは地域ブランド力や話題性、さらにはおもてなしなどの「情感的価値」とともに、交通アクセスや観光施設などの「機能的価値」の総合評価によって変わるものです。つまり、地域の高付加価値化とは地域イメージを向上させる戦略であるとも言えます。

【観光商品利活用の推進】

○日の出八景（または三十三景）優秀作品の活用

観光商品づくりやイベント戦略との連動で、本町の景観写真の優秀作品をあらゆる機会をとらえて活用するものです。具体的には絵葉書の作成による各種観光キャンペーン及び各種町民活動との連動、さらに「ふるさと観光大使」等との連携による有効活用を図ります。

○無人農林産物販売所の充実

本町には地場野菜の無人販売所が各地にあります。朝採れの新鮮な野菜は安価で入手できることから評判もよい。また、ウォーキングを楽しみながらの新鮮野菜の購入という一石二鳥をねらった「健康ウォーキングコース」の設定も考えられることから、より一層の充実を図る必要があります。

【ソフトインフラの整備】

○観光案内標識・案内板の整備

町内の観光スポット及び観光施設等への案内標識は整備が進んでおらず、これらの整備が緊急の課題です。同時にグローバル社会の到来により、今後、欧米はもとよりアジア系の外国人観光客の増加が予想されるだけに、日本語のほか、英語、中国語、韓国語等の外国語表示に対する配慮も必要であると考えます。また、観光振興に取り組む市町では、人々の集合地帯には観光案内版が設置されていますが、本町には観光客対応としての観光案内版はきわめて少ない状態です。そこで、町内観光への誘導ポイントに観光案内標識等の設置が望まれます。

○日の出「まちなちの駅」の参加

本町のポイントなる箇所に、観光案内所としての機能を持たせた日の出「まちなちの駅」（または、まちなち観光案内所）のお休み処を設け、地域のイメージアップを図ります。なお、「まちなちの駅」は参加する商店及び事業所が、のぼり、観光マップ等の配備をして観光客に配布するもので、民間が主体的に実施し行政が支援するかたちで民間事業者等の積極的な参加が望まれます。

○福祉と観光イメージの融合

「観光まちづくり」において地域のイメージづくりは重要です。本町では高齢者の福祉が充実しているというイメージがマスコミでも報道され、よいイメージづくりになっています。具体的には特別養護老人ホームへの訪問など、福祉のまちとしての観光戦略は可能であると考えます。本町には現在、特養老人ホーム内にコーヒーショップを設け、そこで製造されたクロワッサンやメロンパンなど提供して来訪者に喜ばれている施設があります。今後、こうした事業の拡大を図る意味でも福祉と観光の融合は欠かすことのできないファクターのひとつです。

○長期滞在型文化芸術の拠点づくり

文化芸術振興による地域の活性化は近年高まりを見せ、各地で芸術家村構想が打ち出されています。こうした動きは、多くのアーティストたちにとって、自然環境や居住空間の面から、創作活動拠点は、大都市から離れ、豊かな自然に恵まれた地に移りつつあるという背景があります。たとえば、音楽家・きたろう（長野県）や脚本家・倉本総（北海道）などが有名で、他にも、秋田県田沢湖の民族歌舞団「わらび座」、新潟県佐渡の太鼓集団「鼓童」、富山県五箇山の「劇団スコット」等で、いずれも地方の田舎を拠点に世界に羽ばたいています。このように、脱都市社会による創作活動はジャンルを超えて芸術性を高めることが可能であることが証明されています。

本町は都心からも近距離であり、豊かな自然環境や温泉保養施設もあり、福祉行政も充実し豊かで住みやすい地域であることから、芸術家たちにとっては他の類似地域をはるかに凌ぐ格好の地域であると考えられます。その意味でも、長期滞在・居住型の文化芸術の拠点づくりの推進を検討する必要があります。

【実証実験ツアーの実施】

○実証実験ツアーの定期的実施

旅行専門誌・ガイドブック等のもとより、テレビ・ラジオ・新聞・週刊誌等を含めたマスコミ人を招聘してテーマを絞ったモデルツアーを定期的の実施し、情報発信を積極的に行い、新たなイメージ形成を図ります。

【広報戦略の充実】

○イベントカレンダーの作成

四季を通じた見どころ・遊びどころ・食どころ・買いどころなどの視点に配慮し、歳時記（年中行事）と連動した伝統祭事やイベント等の年間カレンダーを制作し、積極的なイメージアップ戦略を図ります。

○農業観光PRの多角的展開

固有の農産品のブランド化への取り組みとともに、農業体験観光のメニュー開発や体験プログラムの構築など、実践を伴ったPRパンフレットの制作及びホームページの立ち上げなど多角的なPR展開を考えます。

【シンボルマークの制定】

○シンボルマークの作成

統一イメージの情報発信は観光振興にとっての不可欠要素のひとつです。そこで、地域住民の郷土に対する親近性向上はもとより、観光意識づくり発揚のための「シンボルマーク」の制定を検討します。

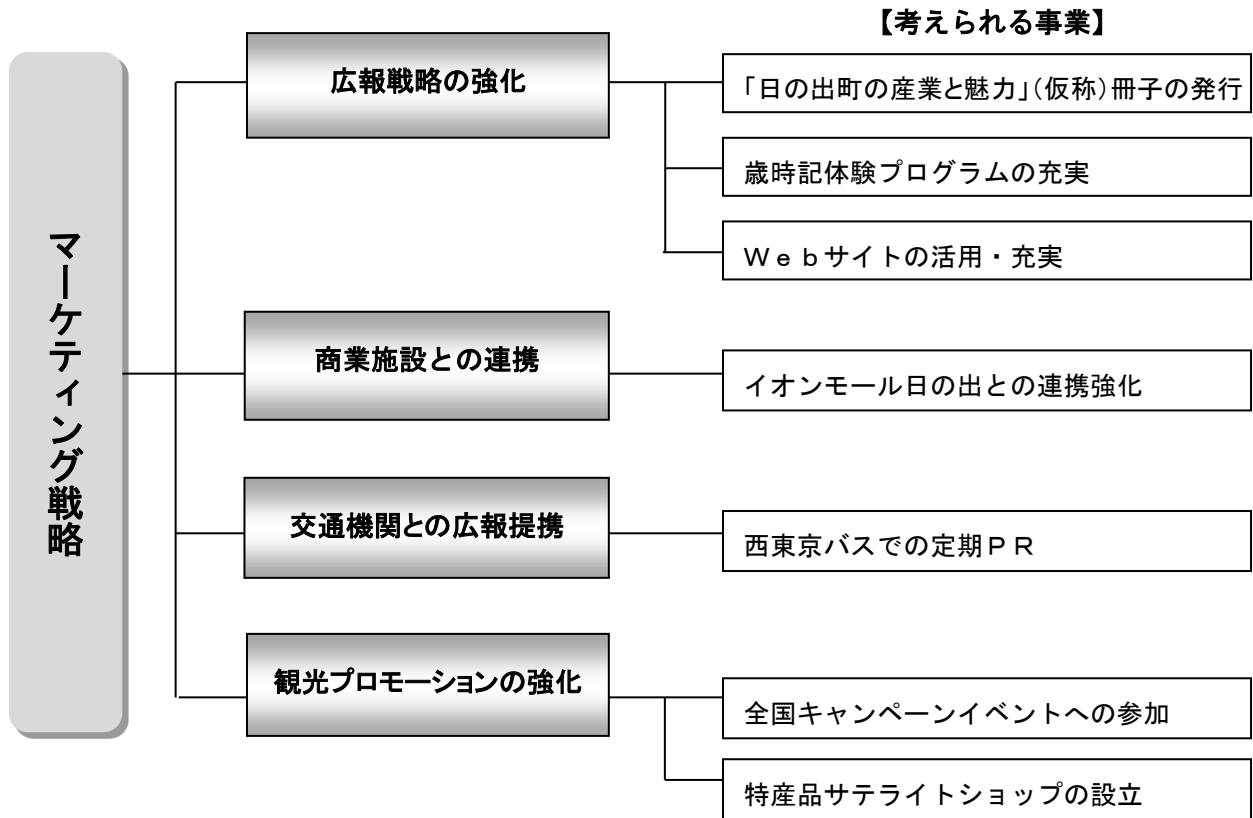
本町特産のブランド化を志向したシンボルマーク導入の活用資源（案）

資源分類	デザイン活用資源名	シンボルマークの用途
鳥類	オオタカ、カワセミ、ウグイス	特産品ブランドマーク、広報誌、パンフレット、パッケージ、ステッカー、シール、バッジ、町内看板、ポスター、バス、公用車等と幅広い活用で統一イメージの発信
魚介類	カジカ	
昆虫類	ホタル	
植物類	ひまわり、ヒメザゼンソウ、シダレアカシデ	
特産品	トマト、ブルーベリー	
自然	日の出山、野鳥の森	
建造物	日の出山荘、さかな園、つるつる温泉	



6 マーケティング戦略

事業体系



考えられる主な事業の概要

本町では本計画策定にあたり、平成22年度に2回の実証実験ツアーを実施しました。これらの統一テーマは「東京自然体験・東京にもこんな素敵な自然や文化がある！」というもので、歴史・文化的施設の見学と豊かな自然と融合するような山野草料理体験や農業体験などで、都市社会に住む有識者をはじめ、外国人を対象にした実験ツアーです。

現在、観光施設と農業者はお互いの交流も少なく、それぞれ“点”で頑張っている現状にあります。今後は、観光施設はもとより、産業施設や農業者などの異業種との合同企画も推進していく必要があると考えます。それも、首都圏在住で自然志向の強いシニア層や首都圏在住の外国人等の受け入れを積極的に進めるための販売戦略も検討する必要があります。

【広報戦略の強化】

○「日の出町の産業と魅力」（仮称）冊子の発行

志のある地域産業の協力を得て、観光的価値のある産業の魅力を網羅した冊子を制作し、イメージ戦略ツールはもとより、産業観光ツールとして活用します。

○歳時記体験プログラムの充実

体験メニューの開発は、地元で伝統的に伝わる歳時記（年中行事）や地域独自の生活文化や食文化を盛り込んだプログラムを組み立て、話題性ある体験メニューをシステム化する必要があります。開発された体験メニューは、旅行関係機関や旅行会社への情報提供によりプロモーション機能を高めて観光客の動員を図る必要があります。

○Webサイトの活用・充実

顧客管理が行き届いている旅行会社とタイアップし、旅行会社のWebサイトの活用を推進し、観光客誘致の拡大を狙う必要があります。さらに、今後、東アジア地域からの外国人観光客の増加が見込めるだけに、外国人にも対応したwebサイトの整備とともに、誘致戦略の充実を図る必要があります。

【商業施設との連携】

○イオンモール日の出との連携強化

イオンモール日の出には高速道利用者・一般道利用者を含めて、年間1千万人を超える消費者が来店しており、彼らを日の出町の観光へ積極的に誘導する必要があると考えます。施設内でのパンフレット及び観光ガイドマップの配布のみならず、映像をはじめとしたPRツールの駆使、さらに、人的観光キャンペーンや観光誘導など、観光の町日の出の魅力を発信する必要があります。

今後、イオンモール日の出との緊密な連携を図り、毎年恒例の（仮称）「日の出観光フェア・イオン・イオンモール日の出」の開催など、店舗内での継続的な観光プロモーションを図っていく必要があります。

【交通機関との広報提携】

○西東京バスでの定期PR

本町へのアクセスは、JR福生駅や秋川駅などと結ぶ西東京バス抜きでは考えられません。そこで西東京バスとの連携による観光PRを実施する方法が有効な施策と考えます。本町の観光情報は路線バスの中刷り広告のほか、路線バス車内での放送による情報発信を検討する必要があります。

【観光プロモーションの強化】

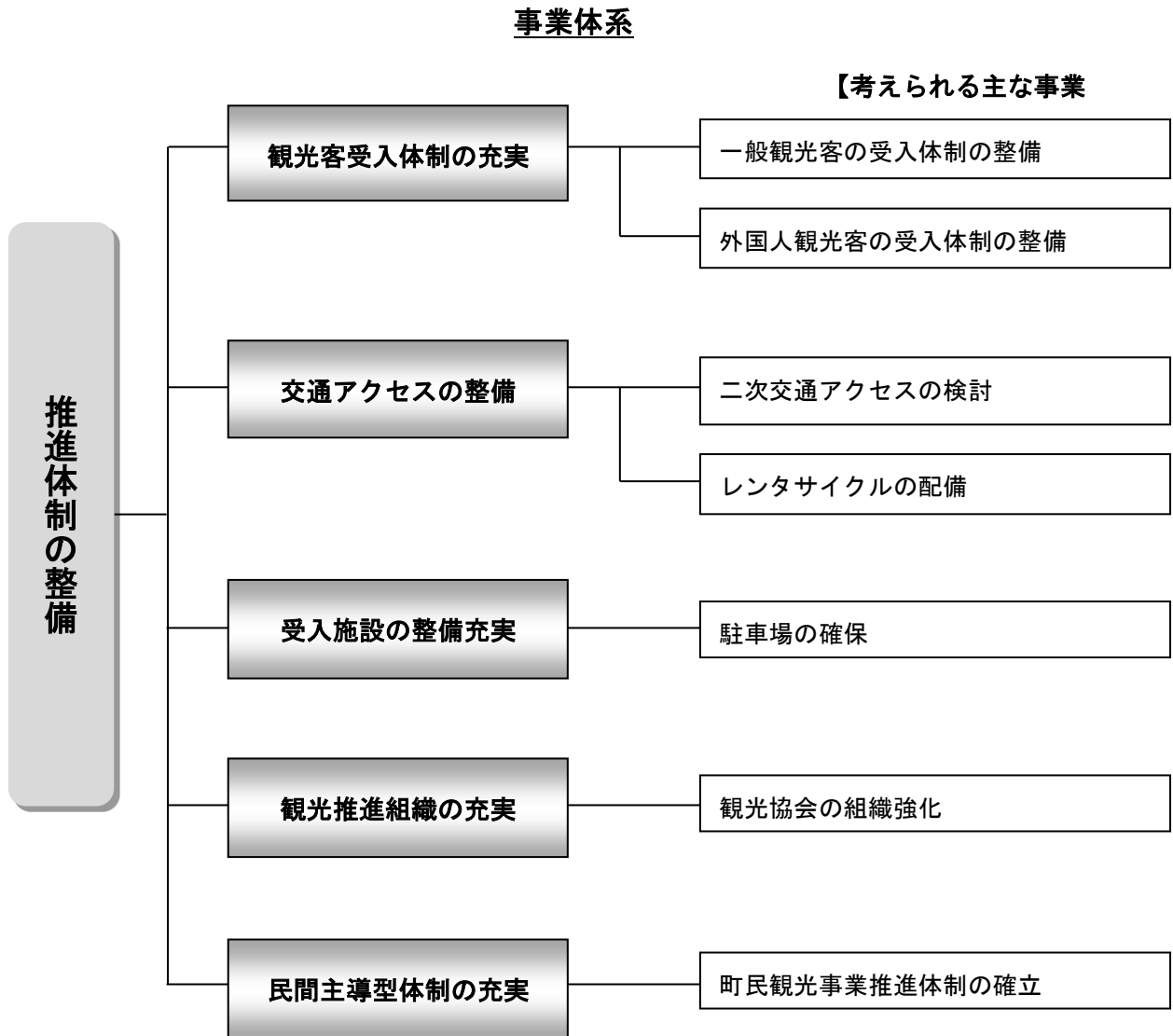
○全国キャンペーンイベントへの参加

首都圏を中心に、地域おこし型キャンペーンイベントは数多く開催されています。そこで、地域のイメージアップと誘客の促進を図るため、全国レベルのキャンペーンイベントに参加することでその効果は大きいと考えます。話題づくりなども併せて取り組む必要があります。

○特産品サテライトショップの設立

旅行志向の客が比較的集まる都内の主要店舗内に、日の出町特産品サテライトショップを設け、販売促進とともに、情報の受発信機能をもたせたマーケティング戦略を展開します。

7 推進体制の整備



考えられる主な事業の概要

観光振興事業における「推進体制の整備」は、あらゆる施策の中でもっとも重視されなければならない施策です。各観光施設や事業主体者同士の連携や受入態勢など、町内の受け皿づくりは課題が山積しています。特に、観光客受入に対する窓口の一本化の推進など、観光協会機能の充実が喫緊の課題です。さらに、観光協会は観光情報の受発信基地としての機能を充実させ、外国人誘致を含む受入体制の整備、継続的な観光プロモーション展開も図る必要があります。

【観光客受入体制の充実】

○一般観光客の受入体制の整備

現在の本町には常設的な宿泊施設はありませんが、夏季を中心に活用されているおおばキャンプ場のバンガローや公共施設の利用が考えられます。しかし、現状では受入体制は確立しておらず、宿泊観光は難しい状況にあります。いずれにしても、今後は、日帰り観光に加えて宿泊滞在機能を伴った観光振興策が求められるだけに、将来の宿泊機能の充実を視野に入れた受入体制づくりが望まれます。

○外国人観光客の受入体制の整備

日本政府は、外国人を受け入れる観光振興に力を入れており、日米会談の行われた日の出山荘をもつ本町の地域特性を踏まえると、外国人の受け入れに最もふさわしいステージが提供できる数少ない地域のひとつであると言えます。こうした特性を生かし、外国人を主ターゲットにした「農・暮らし体験プロジェクト」等の導入や外国人と日本人が交流する「国際文化交流の場」づくりを推進していきたいと考えます。

【交通アクセスの整備】

○二次交通アクセスの検討

現在、本町への交通アクセスは、あきる野市内にあるJR五日市線の武蔵引田駅、武蔵増戸駅からの徒歩、及び武蔵五日市駅からのバス利用のいずれかです。その他には福生駅及び秋川駅からのバス利用によるものです。本町の主要な観光施設である日の出山荘は、観光客にとって交通の便は必ずしもよくありません。今後、観光客誘致を積極的に推進するためにも二次交通アクセスの検討が必要です。

○レンタサイクルの配備

本町観光の最大のネックは交通アクセスの問題があげられますが、現状認識を踏まえながら、観光振興を図る上でもっとも求められるものに自転車の活用があります。本町の中心部または観光の資源ネットワーク拠点にふさわしい地域にレンタサイクルターミナルを配備し、観光客が町内の行動範囲を広げられるように配慮する必要があります。

【受入施設の整備充実】

○駐車場の確保

本町は、自家用車で観光に訪れる来訪者にとって駐車場が多いとは言えず、本町の観光施設への来訪者が自由に駐車できるスペースの確保及び管理運営等を含めて検討する必要があります。

【観光推進組織の充実】

○観光協会の組織強化

本町の観光振興の推進は、行政・商工会・観光関連団体・地域づくりグループ等がそれぞれ独自に活動を行っており、パワーが分散しています。本来なら、観光協会は観光振興の中核的役割を担う存在でなければなりません。

今日、全国の観光協会では、任意団体から法人化への動きも活発化している中で、本町も観光協会の組織強化を図る必要があると考えます。

そうした観点からも観光協会活動の改革・充実が課題となっています。併せて、観光協会は観光のもつ社会的意義の遂行と実効性ある協会活動への情報の収集、及び今日の観光まちづくり時代への具体的な対応策が求められています。また、自主運営による民間主導型の観光協会活動を促し、さらに近い将来、法人化の検討も行う必要があると考えます。

<日の出町観光協会の取り組むべき事業活動>

- ①調査研究（観光情報収集・観光研修・人材育成・観光資源調査）
- ②事業推進（ソフト事業・イベント事業・公的施設管理運営・観光物産即売・広域事業参加）
- ③情報戦略（マスコミ対策・定期刊行物発行・観光ガイドブック作成・観光キャンペーン）
- ④商品開発（観光商品開発・観光物産発掘・逸品開発・農産特産品開発・産業観光推進）
- ⑤会員増強（会員募集活動・会員増強戦略活動・観光協会イメージアップ活動）
- ⑥観光まちづくり（地域美化事業・地域行事協力活動・観光ボランティア育成）

上記の活動を通して、観光による地域貢献をする組織にしていくことが求められます。

【民間主導型体制の充実】

○町民観光事業推進体制の確立

観光振興における当面の目標は本町への来訪者の拡大ですが、それ以上に重要なことは、町民が観光振興という手法によって、行政、町民、企業等が一体となって、住んでよく、訪れてよく、働き甲斐のあるまちづくりに向けて前進することです。そのため、町民が自主的・主体的に観光振興による地域づくり事業への取り組みを進めていくことに対する支援制度を設けるものです。

なお、当事業は本計画の「特別重点プロジェクト」として位置づけされています。

第10章 事業推進にあたって

I 観光客が地域に求めるもの

現代の観光旅行において、交流・体験はもっとも求められている観光行動です。そうした観点から、「東京の田舎の実現」に向けての事業推進で重視すべき留意点を以下に示します。

1 人文資源について

(1) 観光コンシェルジュ（案内世話人）の養成

観光客は詳しい観光パンフレットとともに、観光コンシェルジュを強く要望しており、一方的なおし付けではなく、心のふれあいを基本にした観光客目線での案内を求めています。

(2) 参加体験メニューの開発

観光客は画一的な鑑賞体験ではなく、固有の心温まる体験がしてみたいと願っており、そうしたニーズに対応した参加体験メニューの開発は早急に望まれます。

(3) 固有の地域資源の活用

観光施設や食文化など、ありきたりなものではなく、地域固有の資源に創意工夫を加えた新たな商品価値を生み出すことが必要です。

(4) 地元民との交流の設定

田舎観光に魅力を感じる旅行者はお客様扱いでなく、仲間感覚で共に体験したいと願っており、地元民との対話（相互コミュニケーション）を楽しみたいと願っています。

2 郷土味覚・料理について

(1) おもてなしの基本は地産地消

いくら美味しくとも、他の地域で生産された食材には不満をもちます。極力、地産地消を基本にした食の開発を進める必要があります。

(2) 地域固有の味の提供

どこにでもある味は心を揺さぶられず、真心を込めた地域固有の手づくりの味を提供するように心がける必要があります。

(3) 参加体験型の食文化の提供

料理や食品は食べるだけでなく、作り方も習いたいという欲求があります。そのための参加・体験型の着地型旅行の企画を心がける必要があります。

(4) 食文化の特性説明

料理や加工食品にも由来や原材料や食べ方等の説明を求めています。しかも、それがストーリー化された“訳有り産品”ともなると魅力も倍加します。

3 ふるさと産品について

(1) 特産品直売所は不可欠

地元で美味しく食しても、それを土産品として買うところを欲しています。特に、いつでも買える新鮮な農林産品直売所などの新たな展開に期待がかかります。

(2) 偽物提供は厳禁

観光客は、たとえ地元で生産されたものでも、まがい物ではなく本物を手に入れたいと願っています。対応いかんでは地域のイメージダウンにもつながり要注意です。

(3) 物語性の付加

特産品にも地域固有の伝統と物語が生きていると強い味方になります。故事来歴などの伝統と物語性を付け加えることで商品の付加価値を高めます。

(4) 伝統的手法による産品開発

観光客は地元自慢のものを手に入れたいと願っています。地域に伝わる伝統的手法を用いた産品開発を心がける必要があります。

(5) 産業観光は時代の寵児

今の人々は、地域産品がどんな製造所で、どのように生産されているかを知りたがります。さらに、できることなら自分で作り方を試してみたいと願っています。

(6) 産品情報の提供

地域特産品に対しては生産の由来、保存法、調理法など、できるだけ多くの説明がほしいと願っています。懇切丁寧で感動的な説明は商品に対する思い入れを強くさせます。

(7) 地域イメージとの連動

地域イメージの力は販売促進と大きく関わってきます。地域イメージのよい地域で生産された地域産品は、それだけで付加価値も高まります。極力、地域イメージ戦略と連動した産品開発を推進すべきです。

以上の項目を念頭にしながらの観光客への対応を心がければ、観光振興面での地域のステータスは必ず向上するものです。

Ⅱ 旅行先を決定する際の参考情報

観光客誘致にはマスコミ等の話題性を創り出すことは大切な要素のひとつですが、必ずしもそうしたことのみが観光客誘致を決定づけるものではありません。

旅行者が観光旅行先を決定する際に、参考とする情報についてたずねると次のようになっています。

- 1位：家族・友人の話（38%）
- 2位：インターネットからの情報（35.8%）
- 3位：観光パンフレット（34.0%）
- 4位：旅行ガイドブック（32.8%）
- 5位：旅行専門雑誌（31.9%）

（日本観光協会「観光の実態と志向」＜平成19年度版＞より）

上記によると、テレビ・ラジオ・新聞といったマスコミ媒体で知り得た情報だけでは、旅行先の決定には至らず、なんといっても身近な人や親しい人からの口コミ情報が旅行先の決定に大きく左右し、情報の信頼度においては、口コミ情報に勝る媒体はないことが分かります。また、昨今では、インターネット情報のパワーアップが顕著になってきていることもあげられます。

そうした意味でも、本町における観光振興はマスコミでの話題性にばかり依存するのではなく、旅行を愛する人々の、日常の話題に上るような施策や地域イメージ形成が求められると言えます。



第11章 本報告書の活用に向けて

本計画書は本町の観光振興を図るための基本理念、基本方針、方向性、及び町内の地域資源を活用した観光振興の具体的方策等を記したものです。本計画においては、「重点事業」「一般事業」等に分類し、それぞれの項目の重要度を示しています。

重点事業については、基本的には優先順位も高く行政が主導的に実施すべきものと考えられるもので、観光振興策の実現でもっとも重要視すべきプロジェクトです。

一般事業については、基本的には事業主体が民間及び各種団体で、比較的自由的な発想のもとに実施する民間主導の事業で、行政がそれらの事業に対して協力支援することが望ましいと考えられるものです。

しかし、本計画ではこれらの事業をどのように実現していくかといった、いわゆる「6W2H」が示されていません。6W2Hとは、Why＝「なぜ」（企画意図）、Who＝「誰が」（事業主体者）、Whom＝「誰に対して」（対象）、When＝「いつ」（実施期日）、What＝「何を」（事業内容）、Where＝「どこで」（実施場所）、How＝「どのように」（実施方法）、How much＝「どのような規模で」（見積予算）のことですが、これらの戦術的な方策については触れておりません。そのため、今後、本計画書に基づき上述項目に沿った「実施計画」の立案が必要となります。

実施計画については、それぞれの事業項目に沿って優先順位を設け、町民をはじめ、事業者、各種団体、行政が協力し合いながら計画の実現に向けた取り組みが求められます。特に、本計画では各種の事業の実現にあたっては、とりわけ町民の参画・参加が必要不可欠です。

本町の観光的魅力を高めるには、本町を訪れる多くの人々に「日の出町に来て本当に楽しかった」「また、来たい」と思ってもらえることが大切です。そのためには、町民自らが進んで本町の自然・歴史・産業・生活文化といった地域資源のすばらしさを把握し、それらに一層の磨きをかけるとともに、資源に対する思いを来訪者に伝えていく努力が求められます。つまり、観光によるまちづくりに対する当事者意識を常に持ちながら、来訪者に対する「おもてなし」の向上に向けて精進することなのです。

そこで、本計画では「特別重点プロジェクト」として、町民の積極的な参画・参加による観光まちづくり事業に対して補助支援制度を設けることにいたしました。ぜひ、こうした制度の積極的な活用を促したいと考えます。

また、本計画の実現にあたっては、町民のみならず町内の事業者や各種団体の知恵や技能を生かしたノウハウの提供による事業遂行への積極的な参画・参加、さらに新たな観光資源の開発といった町あげでの取り組みに期待したいものです。

本町にとっての観光振興策は、観光時代の到来に対応した新たな体制づくりが喫緊の課題であり、本計画の策定を機に観光振興への支援体制のさらなる充実を図りたいと考えます。そのため、観光客の受け入れに対する社会実験を実践しながら、それぞれの事業分野での早急な定着が望まれます。しかし、当初の目論見とは異なる効果が発生する可能性もあり、そうした事業等については、軌道修正し、適宜見直しを図りながら推進したいと考えます。

いずれにしても、本町の観光振興の推進に際しては、町民の観光に対する意識改革がもっとも望まれることであることは申すまでもなく、それは実践による成果の積み上げによって初めて可能なのです。ぜひ、多くの町民の参加を望むものです。

I 日の出町観光振興計画策定委員会の開催経緯（平成22年度）

○第1回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成22年7月1日（木） 13：30～15：30

場 所：日の出町役場会議室

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町町長、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：観光振興計画策定の狙い及び概要の説明

基調講演「我が国の観光の動向と日の出町の観光振興の方向性について」（講演者：二瓶長記）
質疑応答

○第2回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成22年8月12日（木） 13：30～15：30

場 所：日の出町役場会議室

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：「日の出町の観光の現状について」の懇談及び検討

「観光商品づくり」及び「観光コースづくり」のワークショップにおける検討

○第3回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成22年9月8日（水） 13：30～15：30

場 所：日の出町教育センター会議室

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：「観光商品づくり」「観光コースづくり」のまとめの報告

「イベント戦略」「人材育成」のワークショップにおける検討

○第4回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成22年11月10日（水） 13：30～15：30

場 所：日の出町教育センター会議室

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：「イメージ戦略」「マーケティング戦略」のワークショップにおける検討

「観光商品づくり」「観光コースづくり」についてのまとめの報告

「イベント戦略」「人材育成」についてのまとめの報告

○第5回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成22年12月15日（水） 13：30～15：30

場 所：日の出町教育センター会議室

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：「推進体制の確立」についての検討

「観光商品づくり」「観光コースづくり」「イベント戦略」

「人材育成」「イメージ戦略」「マーケティング戦略」等のまとめに対する修正意見の集約

「特別重点プロジェクト」「重点事業」素案についての検討

日の出町観光振興計画策定における住民説明会開催日程及び内容についての検討

○第6回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成23年1月26日（水） 13：30～15：30

場 所：日の出町職員食堂

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：日の出町観光振興計画素案における住民説明会についての検討

○第7回 日の出町観光振興計画策定委員会

期 日：平成23年3月23日（水） 13：30～15：30

場 所：日の出町教育センター会議室

出席者：日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

内 容：日の出町観光振興計画素案の最終確認

日の出町観光振興計画素案の答申

Ⅱ 日の出町観光振興計画策定町民説明会及び意見交換会の開催経緯 (平成22年度)

○第1回 日の出町観光振興計画策定町民説明会及び意見交換会

期 日：平成22年7月26日(月)、27日(火) 18:30～20:30

場 所：大久野地区(26日) 日の出町公民館ホール
平井地区(27日) 日の出町グリーンプラザホール

出席者：一般町民及び関係者、副町長、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員

講 師：古賀 学(松陰大学教授)

内 容：基調講演
観光振興計画の概要説明
質疑応答

○第2回 日の出町観光振興計画策定町民説明会及び意見交換会

期 日：平成23年2月4日(金) 19:00～20:30

場 所：日の出町役場会議室

出席者：日の出町民、日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、副町長、日の出町産業観光課職員

内 容：日の出町観光振興計画素案の説明
意見交換会

Ⅲ 実証実験ツアーの開催経緯（平成22年度）

○第1回 実証実験ツアー「東京の自然体験 Part I」

期 日：平成22年7月24日（土） 9：30～18：30

参加者：有識者、旅行会社、ジャーナリスト、田舎ツーリズム協会委員、日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員ほか

- 内 容：①日の出山荘周辺摘み草体験
②日の出山荘見学
③羽生通り見学
④摘み草料理食味体験（於：肝要の里）
⑤つるつる温泉入浴
⑥懇談会及びアンケート調査

○第2回 実証実験ツアー「東京の自然体験 Part II」

期 日：平成22年9月25日（土） 9：30～19：00

参加者：日本在住の外国人留学生、外資系企業勤務外国人、外資系企業勤務日本人、ジャーナリスト、田舎ツーリズム協会委員、日の出町観光振興計画策定委員、日の出町観光振興計画策定コーディネーター、日の出町産業観光課職員ほか

- 内 容：①日の出山荘見学
②芋ほり体験
③羽生通り見学
④バーベキュー体験（さかな園）
⑤つるつる温泉入浴
⑥懇談会及びアンケート調査
⑦お祭り見物

IV 日の出町観光振興計画策定委員会委員名簿（平成22年度）

番号	所属	氏名	性別	役職等
1	日の出山荘	原 ヨネ子	女	管理人
2	さかな園	原 知己	男	組合長
3	東雲山荘	富士 光男	男	管理人
4	つるつる温泉	小林 充	男	支配人
5	日の出町商工会	橋本 力太郎	男	商工会の推薦者
6	日の出町商工会	越沼 規充	男	商工会の推薦者(青年部)
7	日の出町観光協会	沼田 真一郎	男	観光協会の推薦者
8	日の出町郷土芸能保存会	古山 邦廣	男	会長
9	イオンモール日の出	美濃部 博	男	ゼネラルマネージャー
10	西東京バス五日市営業所	大貫 章	男	営業所長
11	JR武蔵五日市駅	川上 隆	男	駅長
12	一般公募(町民)	森田 登	男	
13	一般公募(町民)	鎌田 光美	男	
14	日の出町	山田 時夫	男	産業観光課長

コーディネーター	二瓶 長記	タップクリエート<創造経営研究センター>
事務局	日の出町産業観光課	観光係

V 日の出町観光まちづくり事業審査委員名簿

平成23年度

番号	所属	氏名	性別	役職等
1	株式会社タップクリエート	二瓶 長記	男	
2	一般公募(町民)	豊島 康雄	男	
3	日の出町郷土芸能保存会	古山 邦廣	男	会長
4	つるつる温泉	小林 充	男	支配人
5	日の出町	細渕 清	男	副町長

平成24年度

番号	所属	氏名	性別	役職等
1	株式会社タップクリエート	二瓶 長記	男	
2	一般公募(町民)	豊島 康雄	男	
3	日の出町郷土芸能保存会	古山 邦廣	男	会長
4	つるつる温泉	原田 俊一	男	支配人
5	日の出町	細渕 清	男	副町長

平成25年度

番号	所属	氏名	性別	役職等
1	株式会社タップクリエート	二瓶 長記	男	
2	一般公募(町民)	豊島 康雄	男	
3	日の出町郷土芸能保存会	古山 邦廣	男	会長
4	つるつる温泉	原田 俊一	男	支配人
5	日の出町	細渕 清	男	副町長

平成26年度

番号	所属	氏名	性別	役職等
1	株式会社タップクリエート	二瓶 長記	男	
2	一般公募(町民)	豊島 康雄	男	
3	日の出町郷土芸能保存会	古山 邦廣	男	顧問
4	つるつる温泉	原田 俊一	男	支配人
5	日の出町	細渕 清	男	副町長