

岩出市観光ビジョン

概要版（要点だけで全体像が分かる手引き）

令和7年度（計画期間：令和7～16年度）

人口減少の影響を緩和し、地域の活力を取り戻す

- 定住人口の減少が見込まれる中、交流人口（観光客・二地域居住者）の拡大が重要
- 来訪による市内消費が増えると、経済効果が生まれ、地域経済の活性化に貢献
- 交流を通じた“愛着”が、さらなる活性化につながる

一言でいうと

**観光で
“外からお金”を呼び込み、
市内で回し、
雇用・賃金へ。**

(交流人口→消費→経済効果→地域の活力)

いま起きていること

日帰り客
99%

宿泊・外国人は
コロナ前水準に未回復

資源はある（伸びしろは“消費”）

- 歴史文化（根來寺、旧県議会議事堂等）と、道の駅などの観光拠点
- “立ち寄り”は増えても、観光消費は伸び悩み→食・商品・体験の磨き上げが鍵

駅前・周遊の改善



JR岩出駅（駅前）

観光で獲得したい外貨（目標）

年間 22.68 億円（外貨獲得目標）

道の駅では「客単価 1,600円」を一つの目安に、滞留拠点化で“日常的なにぎわい”をつくる。

最終ゴール（地域の姿）

- 若年層の定着（人口流出の抑制）につながる、にぎわいのあるまち
- 観光による地域経済の活性化（雇用・賃金の向上）

戦略の核：滞留拠点化（“立ち寄る”→“過ごす”）

滞留拠点とは（要点）

ポイントは「人が集まり、楽しそうな様子が見える」こと。
イベント頼みではなく、日常的に人が集まる“滞留拠点”を市内につくる。



“点”をつなぎ、滞在時間を伸ばす（つながる岩出市観光）

→ 目標：今後10年間で市内に「滞留拠点」をつくる

道の駅は“2つで1セット”にする（役割分担）

概要版

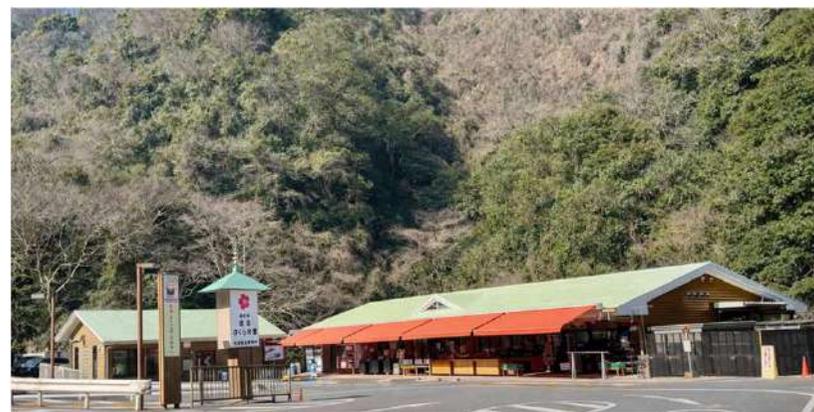
道の駅 ねごろ歴史の丘



広域からの来訪者が最初に立ち寄る“玄関口”

- 観光案内所と連携：広域観光情報・周遊提案を強化
- 情報コーナー等で情報提供（パンフ・イベント等）
- “次の行き先を決める場所”として回遊へ接続

道の駅 根来さくらの里



地域産品・食で“滞在消費”を生む拠点

- 直売・旬・手土産：客単価アップの主戦場
- 休憩機能×“ついで買い”を設計
- イベント/情報発信で来訪動機をつくる

観光案内所でやること（要点）



岩出駅前観光案内所

**案内所は「情報発信」だけではなく、
市民と観光客が交わり、周遊を生む“まちの玄関口”へ。**

- 周遊提案：根来さくらの里／ねごろ歴史の丘／根来寺／緑花センター等へのルート提示
- 公共交通の活用：バス発着点の集約化で周遊を促進
- 交流の場：屋内外スペースで体験・ワークショップ等を定期開催

ターゲットを“分ける”と施策が具体化する

若年層を一括りにしない（例）

来訪動機・行動に合わせて「訴求×媒体×導線」を変える

若年単身（学生・20代社会人）

SNS／イベント
短時間で楽しめる体験
公共交通・回遊利便

若年ファミリー（子育て世帯）

週末の体験・食
安心安全
休憩/トイレ/ベンチ等

若年カップル・友人グループ

写真/動画映え
食
複数スポット回遊

※来訪者属性は、既存調査+今後のアンケート等で継続把握し、施策を改善。

“巻き込み型”の推進体制

行政だけでなく、市民・事業者も巻き込む仕組みが必要。

- 市（行政）：観光基盤整備／制度設計／データ整備／広報支援／関係者調整
- 観光協会等：情報発信・周遊施策の実装／事業者連携／企画運営
- 民間事業者（ショップ・飲食・宿泊・体験等）：商品・体験造成／受入品質向上／発信／来訪者満足向上
- 交通事業者等：二次交通・回遊利便性の改善／情報連携
- 市民・地域団体：地域の魅力発信／受入（学び・参加）

普及啓発：概要版・ソング版など、要点が伝わる“配布物”で浸透を支える

次の一歩

“つながる滞留拠点化”を、できるところから。

- 事業者：地域産品・食・体験の“買いたくなる理由”づくり（表示・商品・導線・SNS）
- 市民・団体：地域の魅力を語れる場づくり（体験・ワークショップ・受入）
- 行政・関係機関：基盤整備／データ整備／連携の場づくりで“回り続ける仕組み”へ
- 周遊導線：駅前（案内所）⇄道の駅⇄主要資源をつなぎ、滞在時間と消費を伸ばす

概要版（この資料）+ソング版（歌）で、目的と行動を“短時間で共有”