

岩出市観光ビジョン

令和7年度
事業部産業振興課

目次

第1章 ビジョン策定の趣旨

- 1 ビジョン策定の背景と目的 P3
- 2 ビジョンの位置づけ P5
- 3 計画期間 P5

第2章 岩出市観光の現状と課題

- 1 岩出市観光の現状 P7
- 2 岩出市観光客数・宿泊客数 P9
- 3 岩出市道の駅における現状と課題 P13
- 4 岩出駅前活性化における現状と課題 P26

第3章 基本的な考え方

- 1 岩出市観光ビジョン策定にあたり P32
- 2 超要約 P33
- 3 登場人物紹介 P34
- 4 なぜ、岩出市に観光が必要なのか P35
- 5 岩出市の観光目標は P40
- 5 目標達成のためにどういうことをするか P43
- 6 観光によって地域がどうなることを目指すのか P46
- 7 道の駅以外の施設をどうするか P47
- 8 岩出駅前活性化事業 P54
- 9 店舗演出 P69

第4章 岩出市観光の方向性

- 1 岩出市の観光の方向性 P78

第5章 ビジョンの推進体制

- 1 ビジョンの推進体制 P82

第1章 ビジョン策定の趣旨



ビジョン策定の背景と目的

【背景】

岩出市は、和歌山市の中心部から東に約15km、関西国際空港から約30km、大阪都心部から50km圏内にあり、国際拠点空港となる関西国際空港に近く、大阪方面には市の中心部を南北に県道泉佐野岩出線、和歌山市方面には東西に走る国道24号の主要幹線道路に加え、平成29年3月の京奈和自動車道紀北西道路(岩出根来インターチェンジ～和歌山ジャンクション)の開通により、和歌山県域の京奈和自動車道が全線開通となったことで、広域交通の利便性も飛躍的に向上しています。

そのような中、岩出市では、都市の風格をもち、紀北地域の各都市、大阪からの玄関都市としてふさわしい役割を果たすため、これまで都市基盤整備の充実を図り、まちの都市化を進めるとともに、自然環境の保全や歴史・文化の伝統継承など、市が保有する財産を守り、後世に引き継いでいくための施策に取り組み、特色を生かしたまちづくりを進めてきましたが、近年、社会経済情勢や国の動向など、岩出市を取り巻く環境は、厳しい状況にあり、特に人口については国立社会保障・人口問題研究所の人口推計で令和7年から減少に転じるとされています。

今後、定住人口の減少が見込まれる岩出市において、人口減少の影響を緩和し、地域の活力を取り戻すためには、観光客や二地域居住者といった交流人口を拡大させることが必須であり、交流人口の拡大が地域経済の活性化に大きく貢献するといえます。観光客や二地域居住者によって岩出市での消費が増え、その消費行動による経済効果が創出され、また地域住民との交流により、交流人口が地域に対して愛着を持つことで、さらなる地域経済の活性化が期待されます。これにより、市の将来像である「活力あふれるまち ふれあいのまち」の実現に向けて、岩出市まち・ひと・しごと創生総合戦略における、基本戦略である「人が集う、魅力あるまち」「産業振興による活力あるまち」を目指します。

ビジョン策定の背景と目的

【目的】

本ビジョンは、本市の観光に関する現状を踏まえたうえで、今後の本市の観光戦略における基本的な方針を定め、必要な取り組みを市全体で着実に進めていくために策定するものです。

本市では観光ビジョン作成にあたり、自分たちの言葉でわかりやすく役に立つものを作ろうという思いのもと、特に「観光とは何なのか、なぜわが市では観光が重要なのか」「観光の目的・目標、理想の観光の姿、観光によって地域がどうなることを目指すのか」「目標達成のためにどういうことをするのか」を意識して策定し、観光振興の着実な振興を目指していきます。

ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、「岩出市長期総合計画」の観光分野における個別計画として位置付けるものであり、今後の観光振興を進めていくうえでの市の理念や方向性を定めるものです。

また、本ビジョンは、分かりやすさを重視するべく、「第3章 基本的な考え方」パートについては、産業振興課の職員による会話体で進みます。実在の人物を想定した等身大の会話なので、実際の様子を想像しながら楽しみながら、ご覧いただければと思います。

まずは市職員が本ビジョンについて知り、理解し、一人ひとりが、本市の観光のこれからについて考え、自分のこととして捉えてもらい、そのうえで発展的に市民や市内観光関係者・事業者に普及啓発を図ることとします。

計画期間

本ビジョンは、令和7年度を初年度とし、令和16年度を目標年度とします。

第2章 岩出市観光の現状と課題



岩出市観光の現状

i) 観光の振興

- 交流人口の増加による地域活性化を図るため、観光振興を重要施策と位置づけ、平成 26 年度から旧和歌山県議会議事堂、ねごろ歴史資料館の整備を進め、平成 28 年 4 月に両施設がオープンしました。また、平成 29 年 12 月に観光拠点となる道の駅「ねごろ歴史の丘」がグランドオープンしました。
- 観光施設の整備やアクセス道路である京奈和自動車道紀北西道路及び県道泉佐野岩出線の整備、イベントの実施、プロモーション活動等の効果もあり、平成 26 年に 796,955 人であった市内観光客数は令和元年には、1,719,633 人まで増加し、令和元年の目標値であった 150 万人を達成しました。
- 広域観光における地域間連携を図り、近隣市町の魅力的な観光資源をつなぎ、周辺地域一体での回遊性を高めることで、観光客の増加に取り組んでいます。
- 貝塚市、泉佐野市、泉南市、阪南市、熊取町、田尻町、岬町、和歌山市、紀の川市と紀泉地域の広域観光に関する協定を結び、各市町の地域資源を活用した広域観光の推進に取り組んでいます。
- 根来寺の認知度を高め、観光イメージを確立するため、観光協会等と連携のもとパンフレット、ウェブサイト、SNS 等様々な媒体を活用した観光情報発信を強化するとともに、「紀州根来寺かくばん祭り」「花見時の大門ライトアップ」「いわで夏まつり」など恒例イベントを毎年実施し、季節に応じた本市魅力の発信に取り組んでいます。
- 観光産業の活性化を図るため、観光施策については行政主体から民間主体に移行させる必要があります。観光、商工、まちづくりの関係者・団体が集まるプラットフォームの形成を図るなど、多様な主体による連携を構築・強化することで観光振興に向けた活動の活性化に取り組んでいます。
- 新たに整備された観光拠点である道の駅「ねごろ歴史の丘」を活用し、更なる誘客を図るため各地のイベントへの出展や旅行会社訪問によるプロモーションを実施することで、個人観光客及び観光バス等による団体客の取り込みに努めています。
- 観光客数は、令和元年まで順調に伸びてきましたが、世界的な新型コロナウイルス感染症の流行により、観光産業は大きな影響を受けました。感染防止対策を取るとともにウィズコロナ、アフターコロナに向けた観光戦略の検討が必要となります。

岩出市観光の現状

ii) 観光資源の創出

- 根来寺を中心として、春の桜、秋の紅葉など美しい季節の彩を活かした観光 PR に努めるとともに、平成 28 年 4 月の旧和歌山県議会議事堂（一乗閣）の移築復元、ねごろ歴史資料館のオープン、平成 29 年 12 月の道の駅「ねごろ歴史の丘」のグランドオープン、令和元年 9 月の根来寺の大伝法堂・大門など 6 棟の国重要文化財指定、令和 2 年 11 月の根来寺遺跡展示施設のオープンなど、新たな観光資源を活かした観光基盤の整備に取り組んでいます。
- 地方創生として、観光振興施策による交流人口の増加に取り組んでいます。観光資源の魅力向上、観光情報の発信、新たな観光資源の創出等を図るため「いわでもよいよい推進事業」の一環として、観光拠点施設の整備を行い、「おもてなし」環境の向上を図るための施設を整備しました。
- 整備した施設を活用して、更なる誘客を図るため、本市の観光イメージを確立し、「根来」のブランド化に取り組むことで、観光地としての知名度を向上させるとともに、地元業者と連携し、観光客の購買意欲を刺激する地域産品やお土産商品を開発することで観光消費の増加に取り組んでいます。
- 外国人旅行者については、誘客促進に取り組むとともに、多言語対応など観光しやすい環境づくりを進める必要があります。
- 根来地域を周遊できるモデルルートを策定し、地域内に点在する歴史的建造物等の概要や場所を説明する観光案内板を根来のイメージに基づき統一して整備することで、観光地としての利便性と魅力向上のための取組を進めています。
- 根来寺という素晴らしい観光資源があり、観光拠点施設が整備されたことで、立ち寄る観光客数は増加していますが、観光消費は伸び悩んでいます。観光に必要な素材として「食」は大きな要素であることから、市オリジナルのグルメ商品等の開発を行い、観光消費の拡大に取り組んでいます。
- 観光ニーズが多様化し旅行形態が変化する中、ここにしかないような体験型の観光が求められています。本市の歴史・文化・食などの観光素材を活かした体験型観光の提供を図ることで、滞在型観光メニューの開発に取り組んでいます。
- 岩出市文化文教ゾーン連絡協議会では、各施設（新義真言宗総本山根来寺、和歌山県植物公園緑花センター、近畿大学生物理工学部、和歌山県立森林公園根来山げんきの森、ねごろ歴史の丘、岩出市民俗資料館、岩出市立岩出図書館）が連携して、年 1 回イベントを開催し、県内外への PR を行っている。

岩出市観光客数・宿泊客数

i) 観光客全体の特徴

- 観光客全体の99%が日帰り客となっており、年々、本傾向は顕著となっています(平成26年96%→令和5年99%)。
- 新型コロナウイルス拡大の前後を比較すると、日帰り客は増加傾向にあり、コロナ前の水準に戻りつつあります。
- 新型コロナウイルス拡大の前後を比較すると、宿泊客と外国人客は微増傾向にあるが、コロナ前の水準には戻っていません。



岩出市観光客数・宿泊客数

ii) 月別宿泊客数の特徴

○過去10年の月別宿泊客数が多いのは、3月(25,482人)、7月(24,907人)、8月(31,414人)、11月(24,799人)となっています。

○過去10年の令和5年の月別宿泊客数は令和元年と比較して、コロナ前の水準に戻っていません。

○月別宿泊客数の平均値は22,661人であり、最大値の8月(31,414人)、最小値の2月(18,368人)と月による大きな差異はありません。この傾向は特に近年において大きくみられ、令和5年は令和元年と比して月別宿泊客数に大きな差異はありません。

月別宿泊客数推移(人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	総数
令和5年	1,213	923	1,682	1,279	1,652	1,618	1,573	2,570	1,475	1,725	1,648	1,501	18,859
令和4年	1,773	1,442	999	874	1,331	1,429	1,924	1,942	1,699	2,109	1,909	1,740	19,171
令和3年	881	1,013	1,521	1,012	291	151	118	1,827	755	1,563	1,375	1,462	11,969
令和2年	2,965	1,626	903	866	434	660	826	722	906	1,015	1,119	826	12,868
令和元年	1,903	2,502	4,060	4,427	4,863	4,632	4,629	5,051	3,417	2,747	4,545	2,564	45,340
平成30年	2,048	1,911	3,107	1,830	2,201	2,113	2,919	4,045	2,256	2,234	2,532	2,570	29,766
平成29年	2,040	2,280	2,903	1,915	2,472	2,047	2,279	3,530	2,409	2,277	2,662	2,363	29,177
平成28年	1,836	2,162	3,247	3,792	2,280	3,288	3,727	4,181	2,788	3,082	2,571	1,912	34,866
平成27年	2,016	2,589	3,696	3,912	3,423	3,308	4,106	4,421	3,394	4,371	3,497	2,068	40,801
平成26年	1,897	1,920	3,364	1,998	2,027	1,305	2,806	3,125	2,816	2,514	2,941	2,400	29,113
総数	18,572	18,368	25,482	21,905	20,974	20,551	24,907	31,414	21,915	23,637	24,799	19,406	271,930

岩出市観光客数・宿泊客数

iii) 月別日帰り客数の特徴

○過去10年の月別日帰り客数が多いのは、1月(1,933,824人)、3月(3,543,132人)、4月(1,409,063人)、11月(1,178,265人)となっています。ただ、1月及び3月は過去10年を通じて繁忙期であるが、4月及び11月は近年閑散傾向にあります。

○月別日帰り客数はコロナ前の水準に戻りつつありますが、令和5年は令和元年と比して4月、5月、11月の客数が少ない状況にあります。

○過去10年の月別日帰り客数の平均値は1,022,178人であり、最大値の3月(3,543,132人)、最小値の2月(384,243人)と月により大きな差異があります。この傾向は近年若干緩和されてはいますが、1月、3月の繁忙期と2月の閑散期の差異は依然として大きくなっています。

月別日帰り客数推移(人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	総数
令和5年	231,154	36,292	649,620	69,402	49,784	44,327	36,627	83,029	34,941	75,088	48,635	51,991	1,410,890
令和4年	265,391	30,654	405,270	276,369	46,624	40,607	39,824	48,794	31,894	68,724	56,321	54,713	1,365,185
令和3年	192,509	62,511	538,017	42,308	49,838	37,436	38,268	26,329	33,306	65,518	63,600	40,577	1,190,217
令和2年	234,772	41,114	430,913	36,770	4,023	36,450	35,819	38,963	35,833	69,708	217,387	44,502	1,226,254
令和元年	243,741	42,909	687,015	124,299	84,243	44,677	36,839	84,915	40,200	68,569	153,405	63,481	1,674,293
平成30年	182,788	36,240	357,866	125,383	84,036	50,483	34,536	95,595	36,700	65,257	170,948	52,120	1,291,952
平成29年	160,574	39,041	88,178	266,892	85,992	53,374	44,299	98,842	50,457	43,100	132,962	53,464	1,117,175
平成28年	207,176	37,513	180,673	208,753	99,875	50,946	61,112	94,120	42,165	67,273	132,387	50,247	1,232,240
平成27年	95,570	32,565	119,306	144,308	109,412	45,937	44,432	97,513	54,306	86,783	114,621	45,342	990,095
平成26年	120,149	25,404	86,274	114,579	66,407	36,939	38,306	78,890	37,479	50,652	88,001	24,762	767,842
総数	1,933,824	384,243	3,543,132	1,409,063	680,234	441,176	410,062	746,990	397,281	660,672	1,178,265	481,199	12,266,141

岩出市観光客数・宿泊客数

iv) 月別外国人客数の特徴

○過去10年の月別外国人数は、令和元年をピークに大きく減少傾向にあり、若干の微増傾向はあるものの、近年においても数字は改善していません。

○コロナ前の傾向として8月、9月よりも4月～7月にかけての訪問が多くみられます。

○過去10年の月別外国人数の平均値は4,887人であり、最大の4月(7,344人)、最小の1月(1,990人)で大きな差異が見られます。また、4月～8月にかけての訪問が多くみられます。

月別外国人数推移(人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	総数
令和5年	37	21	16	16	69	24	11	132	32	15	47	36	456
令和4年	9	13	1	3	8	18	12	64	18	8	28	29	211
令和3年	4	9	2	0	0	0	0	1	4	14	21	48	103
令和2年	1,096	2	1	2	5	0	21	20	1	6	7	4	1,165
令和元年	248	937	1,081	2,783	2,986	2,943	2,955	2,085	2,078	1,217	2,331	826	22,470
平成30年	68	136	113	475	534	947	1,153	1,360	405	573	803	323	6,890
平成29年	76	474	52	439	115	44	93	560	142	155	236	61	2,447
平成28年	362	726	999	2,107	577	1,770	1,880	1,727	1,236	925	309	51	12,669
平成27年	70	557	832	1,430	1,199	1,240	1,049	1,012	349	667	1,538	487	10,430
平成26年	20	9	98	89	104	27	147	234	129	326	261	357	1,801
総数	1,990	2,884	3,195	7,344	5,597	7,013	7,321	7,195	4,394	3,906	5,581	2,222	58,642

岩出市道の駅における現状と課題

本市の観光に係わる「強み」や「弱み」をSWOT分析(※)により抽出し、現状の観光振興における道の駅における現状と課題を整理します。整理にあたっては、根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン(平成25年1月策定)をベースに、近年における状況を加味して作成したものととなります。

(※)SWOTとは「Strength 強み」「Weakness 弱み」「Opportunity 機会」「Threat 脅威」の4つの視点で自地域の状況を分析する手法

岩出市のあらまし～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン 平成 25年1月策定～

- S：和歌山市や泉南地域、大阪都市圏への交通アクセスに恵まれている。
- S：大阪方面から和歌山を訪れる場合の玄関都市となっている。
- S：令和6年5月末時点での人口は3,941人(男2,014人、女1,927人)、平均年齢45.8歳、高齢化率25.0%
- T：岩出市の人口ビジョンでは令和年度に自然減が社会増を上回る見込み。
- O：和歌山市や大阪府のベッドタウンの機能を有する。

I. 岩出市

I-1. 岩出市のあらまし

和歌山県の北部に位置し、和歌山市の中心部から約15km、大阪府中心部から約50km、関西国際空港からは約30kmの距離にあり、北は大阪府泉南市及び阪南市、東と南は紀の川市、西は和歌山市に接している。

和歌山市や泉南地域、大阪都市圏への交通アクセスに恵まれており、大阪方面から和歌山を訪れる場合の玄関都市となっている。

市域は南北約8.8km、東西約5.7kmに広がり、面積は38.50km²となっている。

北部は和泉山脈が東西に連なり、緑豊かな山並みを形成しており、市南部には紀の川が東西に流れている。また、和泉山脈と紀の川に挟まれた平野部には市街地や田園地帯が広がっている。

昭和31年に岩出町、山崎村、根来村、上岩出村及び小倉村の一部(船戸、山崎)が合併し新制「岩出町」となった。その後、既成集落周辺での宅地開発やニュータウン開発などが進み、人口は増加の一途をたどり、平成18年4月には、単独での市制を施行し、「岩出市」として、新たに歩み出すこととなる。

平成24年4月末時点の人口は53,237人、世帯数は21,074世帯で、和歌山市や大阪府のベッドタウンとしての機能を果たしている。

 強み：立地条件○

 脅威：人口動態△

 機会：ベッドタウン

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状

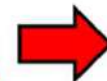
～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

- S：根来寺周辺に貴重な歴史的文化的資産のほか自然を体験できる施設が多数存在。
- W：岩出市の観光地としての知名度が全国、近畿圏内においても低い。
- S：京奈和自動車道等の整備により岩出市へのアクセス向上。
- S：岩出駅と船戸駅の存在。岩出駅と樽井駅のバス運行。
- W：宿泊施設が少なく、根来寺周辺では観光旅館1軒のみ。

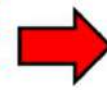
I-2. 岩出市観光の現状

(1) 概要

市北部に位置する根来寺周辺には、貴重な歴史的文化的資産のほか自然を体験できる施設も多数存在するが、岩出市の観光地としての知名度は全国のみならず近畿圏内においても低いのが現状である。

 強み：根来寺周辺に集中

次に、岩出市へのアクセスについては、府県道泉佐野岩出線の4車線化や京奈和自動車道が整備されることにより、自動車でのアクセスは飛躍的に向上してくる。また、鉄道では市南部にJR和歌山線の岩出駅及び船戸駅があり、バスでは岩出駅と泉南市の樽井駅を結ぶ路線が運行されている。しかし、市最大の観光地である根来寺周辺への公共交通機関でのアクセスは非常に少なく、今後の課題といえる。

 強み：岩出市へのアクセス○

また、宿泊施設については、市内にはホテル・旅館が3軒あるが、根来寺周辺では観光旅館1軒のみとなっている。

 弱み：宿泊施設×

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状

～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

- S：根来寺境内で桜や紅葉がみられる。
W：根来寺周辺のための観光となっている。

(2) 観光資源のあらし

観光資源の主だったものとしては、根来寺及びその周辺の歴史的・文化的建造物のほか、根来寺境内の桜や紅葉などが挙げられる。

これらの時季には多くの観光客が訪れるが、そのほとんどは根来寺周辺のための観光となっている。



(根来寺境内の紅葉谷)



強み：桜や紅葉



弱み：根来寺周辺に集中

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

0: 「いわで夏まつり」「紀州根来寺かくばん祭り」による市内外の来場者がある

(3) 観光イベント

主な観光イベントとしては、毎年8月の最終土曜日に行われる「いわで夏まつり」、同じく11月下旬に行われる「紀州根来寺かくばん祭り」が挙げられる。

「いわで夏まつり」は、元気で活力あふれる岩出市を内外にアピールし、また都市化の進む岩出市において失われつつある人と人とのふれあいの場を提供するため、市南部の大宮緑地総合運動公園で、花火大会のほか、根来鉄砲隊による演武、岩出おどり、地元商店による楽市等が開催されており、市内外を問わず、毎年多くの方が訪れている。

「紀州根来寺かくばん祭り」は、多くの人に根来寺や周辺の歴史文化に興味を持ってもらい、これを体感していただくために、根来寺の開祖「かくばん上人」の名前を戴いて開催している祭りで、平成24年度で第15回を迎える。内容としては、郷土芸能のほか、根来塗りなどの各種体験コーナー、野点、物産品販売等を実施している。



(「いわで夏まつり」の花火)

➡ 機会：まつりイベント

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

S：ねごろ大唐、なばな等の特産品が消費者から好評
W：特産品の生産量が少ない。
W：土産物の販売先が少ない。

(4) 特産品

市特産の農産物としては、ねごろ^{ねごろ}大唐（辛みの少ない大粒のシシトウ）・なばな等が挙げられる。旬の時期となれば、道の駅「根来さくらの里」や直売所で販売され消費者からは好評を博しているが、いずれも生産量が少なく、現状の主な観光土産物の目玉とするのは難しい状況となっている。また、花卉類の栽培も盛んで特にカーネーションは市を代表する花卉となっている。



強み：特産品が消費者から好評

一方、土産物としては根来塗や岩出市のイメージキャラクター「そうへいちゃん」のキーホルダー等の小物があるが、現状では取り扱い店が少なく、販売店の拡充が課題となっている。



(岩出市特産の「ねごろ大唐」)



弱み：特産品の生産量少ない
土産物の販売先が少ない

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

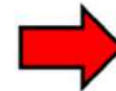
S：歴史的景観を備えた酒蔵の存在

O：飲食店を目的とした市外からの訪問者が増加傾向にある。

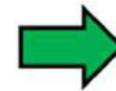
(5) 食

市内に歴史的景観を備えた酒蔵があり、地酒の購入のほか蔵見学など
できる。

また、近年、市の発展に伴い様々な飲食店が新規出店している。特にイタリアンを中心に洋食の店が多く、中には自家製や地場産の野菜にこだわる店も多くある。飲食店を目的とした市外からの訪問者も増加傾向にあり、市の特産物と提携できれば、絶好の観光PRとなる。



強み：特産品が消費者から好評



機会：飲食店を目的とした訪問者増加

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状

～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

0：境内に国宝の大塔や重要文化財の大師堂があり、歴史自然散策に多くの人々が参拝し、ホタル鑑賞が可能な根来寺。

Ⅲ. 観光資源

Ⅲ－１. 根来街道及び周辺地域の観光資源の現状

(1) 岩出市

①根来寺

新義真言宗の総本山である一乗山大伝法院根来寺。古くは学問の寺として栄え、境内には国宝の大塔や重要文化財の大師堂などの建物がある。

春の桜、新緑、秋の紅葉でも有名で、歴史自然散策に多くの人々が参拝している。

また、毎年6月頃には境内の紅葉谷・大門周辺でホタルを鑑賞することができる。

(国宝：根来寺大塔)



岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状 ～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

0：季節ごとの風景を楽しみながら自然散策ができる根来寺前山五百仏山遊歩道
0：四季折々の花を絶やさない和歌山県植物公園緑花センター。

②根来寺 前山 五百仏山遊歩道

四国八十八カ所の石仏が配された約3 kmのコースは、桜や新緑、紅葉など、季節ごとの風景を楽しみながら自然散策ができる。

③和歌山県植物公園緑花センター

四季折々の花を絶やさないパノラマ花壇や700種類の観葉植物が茂る温室や子どもに人気のわんぱく広場などがある。



(和歌山県植物公園緑花センター)



(根来山げんきの森)

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状

～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

0：バリアフリーの森林散策路や紀の川平野を一望できる展望台がある根来山げんきの森
0：朝採りの新鮮で安心安全な野菜などが低価格で直売所にならび観光客でにぎわう道の駅「
来さくらの里」

④根来山げんきの森

バリアフリーの森林散策路や紀の川平野を一望できる展望台などがあり、NPO法人根来山げんきの森倶楽部による様々な森林体験が行われている。

⑤道の駅「根来さくらの里」

朝採りの新鮮で安心安全な野菜、果樹、花卉、農産物加工品などが低価格で直売所にならび、大阪方面から和歌山県を訪れる観光客で賑わう。



《根来さくらの里》

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成25年1月策定～

0：岩出市の歴史がわかる岩出市民俗資料館、文化財等としての価値の高い旧和歌山県会議事堂、白山神社

⑥岩出市民俗資料館

岩出市の歴史を解説した常設展示のほか、企画展示や根来塗講座が行われている。

⑦旧和歌山県会議事堂（一乗閣）いちじょうかく

和歌山県会議事堂として明治31年（1898）に和歌山市に建てられた木造2階建ての建物で昭和37年に現在の根来寺境内に移築される。

平成26年度に修復移築されることが決定しており、文化財としての側面だけでなく、観光の拠点としての役割も期待されている。

⑧上岩出神社（白山神社）はくさん

701年（大宝元年）創建と伝えられる神社。秀吉の根来攻めで焼失したが、御霊代の神鏡が無傷で残り、その後再建し現在に至る。本殿は県指定の文化財となっている。

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光の現状～根来街道グリーンツーリズム振興協議会観光ビジョン平成 25年1月策定～

- 0：創業当時の土蔵で昔ながらの酒造りを行う酒蔵
- 0：根来寺を中心に江戸時代から歌い継がれる根来の子守唄

⑨酒蔵（株式会社 吉村秀雄商店）

大正4年創業の酒蔵で、日本建築の建物や土蔵は歴史を感じさせる。今も創業当時の土蔵で昔ながらの酒造りをおこなっており、施設の見学もできる。

⑩根来の子守唄

根来寺を中心に江戸時代から歌い継がれる子守唄で、歌詞には当時の根来寺周辺の様子が唄い込まれている



（根来の子守唄）

岩出市道の駅における現状と課題

岩出市観光SWOT分析

※根来GT観光ビジョンに近年におけるSWOTを赤字で追加

強み

- ・和歌山市や泉南地域、大阪都市圏への交通アクセスに恵まれている。
- ・大阪方面から和歌山を訪れる場合の玄関都市となっている。
- ・和歌山市や大阪府のベッドタウンの機能を有する。
- ・京奈和自動車道等の整備により岩出市へのアクセス向上。
- ・岩出駅と船戸駅が存在。岩出駅と樽井駅のバス運行。
- ・令和6年5月末時点での人口は53,941人（男26,014人、女27,927人）、平均年齢45.8歳、高齢化率25.0%
- ・根来寺周辺に貴重な歴史的文化資産のほか自然を体験できる施設が多数存在。
- ・根来寺境内で桜や紅葉がみられる。
- ・ねごろ大唐、なばな等の特産品が消費者から好評
- ・歴史的景観を備えた酒蔵の存在
- ・京奈和自動車道紀北西道路及び県道泉佐野岩出線の整備による立地
- ・観光、文化、教育施設が密集している。
- ・和歌山県全域の観光情報発信が可能。
- ・和歌山県全域の物産販売が可能。
- ・主要施設が無料。

弱み

- ・岩出市の観光地としての知名度が全国、近畿圏内においても低い。
- ・根来寺周辺のみ観光となってしまう。
- ・特産品の生産量が少ない。
- ・土産物の販売先が少ない。
- ・観光振興に係る具体的な計画がない
- ・岩出市内各種団体の力が弱く、そことの連携が希薄
- ・岩出市内に宿泊施設が少ない
- ・県内外の認知度不足
- ・県内外へのPR不足
- ・岩出市の特産品販売数が少ない。

機会

- ・「いわで夏まつり」「紀州根来寺かくばん祭り」による市内外の来場者がある
- ・飲食店を目的とした市外からの訪問者が増加傾向にある。
- ・境内に国宝の大塔や重要文化財の大師堂があり、歴史自然散策に多くの人々が参拝し、ホテル鑑賞が可能な根来寺。
- ・季節ごとの風景を楽しみながら自然散策ができる
根来寺前山五百仏山遊歩道
- ・四季折々の花を絶やさない和歌山県植物公園緑花センター。
- ・バリアフリーの森林散策路や紀の川平野を一望できる展望台がある
根来山げんきの森
- ・朝採りの新鮮で安心安全な野菜などが低価格で直売所にならび
観光客でにぎわう道の駅「根来さくらの里」
- ・岩出市の歴史が知れる岩出市民俗資料館、文化財等としての価値の高い旧和歌山県会議事堂、白山神社
- ・創業当時から土蔵で昔ながらの酒造りを行う酒蔵
- ・根来寺を中心に江戸時代から歌い継がれる根来の子守唄
- ・令和7年度万博
- ・道の駅さくらの里の改修

脅威

- ・岩出市の人口ビジョンでは令和6年度に自然減が社会増を上回る見込み。
- ・宿泊施設が少なく、根来寺周辺では観光旅館1軒のみ。
- ・物価上昇に伴う節約志向
- ・周辺スーパー等の充実
- ・令和6年度に岩出市が人口減に転じる。
- ・利便性向上により、岩出高速出口で降りる人の減少
- ・円安
- ・人出不足

岩出市道の駅における現状と課題

		外部環境	
		機会	脅威
内部環境	強み	積極戦略課題	差別化戦略課題
		・県下全域の情報（物産）を有する独自性を活かした他市町村の観光部局・観光協会等と連携した観光情報発信をする。	・周辺スーパーと差別化された独自の物産の販売
		・ねごろ大唐やなばな等の特産品を確実に道の駅で販売する。	・物価上昇に影響を受けない特産品を開発する
		・万博の機会を活かし、ねごろ歴史の丘のイメージを県内外に大きく発信する。	・人口減少下における女性向けにターゲットを絞った観光、特産品メニューを開発する。
		・昔ながらの酒造りを行う酒蔵と文化財を絡めた歴史的景観を活かした体験メニューを作成する。	・円安における外国人にターゲットを絞った観光、特産品メニューを開発する。
		・京奈和自動車道からの観光ルートを構築する	・宿泊を伴わない観光ルートを構築する。
		・岩出駅や船戸駅、岩出駅と樽井駅のバス運行を活用した観光ルートを構築する。	
		・季節に応じた自然と観光の体験メニュー、土産物を作成する。	
		・道の駅の観光拠点化にむけた文化財等の効果的な活用方法を検討する。	
	弱み	改善戦略課題	致命傷回避戦略課題
		・飲食店を目的とする訪問者に観光地としての魅力を発信する。	・ねごろ大唐やなばな等の特産品の高付加価値化。
		・「いわで夏まつり」等を目的とする訪問者に観光地としての魅力を発信する。	・根来寺周辺のみで完結する観光ルートを構築する。
		・万博の機会を活かし、岩出市内各種団体との関係性強化、連携策を実施する。	・人口減少を踏まえた具体的な観光振興計画の策定の実施
		・改修後の道の駅さくらの里と連携することでねごろ歴史の丘のPRを実施する。	・岩出市的高速出口からの離脱防止策の検討。
		・特産品に付加価値をつけて高価格で販売し、生産への魅力を向上させる。	・他市町村に宿泊してもらい、岩出に立ち寄る観光ルートを構築する。
		・土産物に付加価値をつけて高価格で販売し、土産物の販売先を増やす。	

	情報発信の強化
	受入体制の整備
	地域資源の掘り起こし及び磨き上げ

岩出駅前活性化における現状と課題

i) 岩出市が抱える課題

岩出市は、根来寺及びその周辺を観光拠点として位置づけており、自然、歴史、伝統文化、芸術、食などを活かす取組を行ってきたところである。平成29年には、観光資源の魅力向上や情報発信、また新たな観光資源の創出等を図るための観光拠点施設(道の駅「ねごろ歴史の丘」)を整備し、さらなる誘客を図るための検討・取組を行っているが、観光客数や観光消費の増加は伸び悩んでいる。

令和5年における岩出市の年間観光客数は1,429,749人である一方で、その中の根来周辺に占める年観光客数が大部分の割合を占める一方で、市内その他エリアにおける観光客数が少ない。これについては以下の課題がある。

【課題1 岩出駅前から根来地域への公共交通機関を活用した観光周遊の活性化仕組みがない】

地域経済分析システムRESASの目的地分析によると、2014年7月～2023年3月(休日)の公共交通の検索回数の最大数が12回であり、直近では5回となっているのに対し、自動車での検索回数は根来寺が筆頭で73回で公共交通より多く検索されていること、また直近では根来寺39回、道の駅根来さくらの里20回、道の駅ねごろ歴史の丘15回、緑花センター5回、幸の湯5回と市内複数個所に分散しているとともに回数も多いことがみてとれる。このことから観光客や観光消費の更なる増加のために公共交通を活用した観光周遊の拡大することが課題である。

岩出駅前活性化における現状と課題

【課題2 駅前での情報発信機会の不足】

岩出市では、JR岩出駅を起点とし大阪方面に向かう「大阪方面路線バス」と、岩出市役所を起点に市内3コースで巡回する「岩出市巡回バス」を運行している。「大阪方面路線バス」の運送収入は令和元年度30,338,383円、令和2年度22,204,003円、令和3年度30,477,627円、令和4年度38,201,309円、令和5年度38,349,951円と年々伸びているが近年鈍化傾向にある。また、「岩出市巡回バス」の運送収入は令和元年度897,399円、令和2年度602,196円、令和3年度640,847円、令和4年度629,919円、令和5年度789,524円とこちらも大きな伸びがない状況にある。大きな伸びがない要因としては、いずれのバスも通勤通学など普段使いの利用が中心であり、観光客の利用がほとんどないことがあげられる。情報発信の課題として、駅前で観光の案内がない、情報発信の拠点が遠く、来訪者が少ない等が挙げられる。現状利用の少ないバスの観光客利用を促進することで観光週の効率化及び強化を図ることが課題であり、また岩出市内における観光周遊においては公共交通機関の活用が必須であり、各観光スポットへ観光客を効率的に運送するとともに利用促進のための情報発信を強化することが必要である。

【課題3 交流人口の地域への愛着向上及び地域経済の活性化】

岩出市では、緑花センターをはじめ根来山げんきの森、民俗資料館など無料で利用できる施設が多い一方で有料の施設が根来寺の入山料など限定されている。観光で来られた方に、道の駅や市内の飲食店などでお金を落としてもらう仕組みの構築が課題である。観光拠点が集約する根来地域でお土産等を販売する道の駅ねごろ歴史の丘は市内事業者の産品を多く取り扱っているが、令和5年度における売上金額は60,139千円となっており、令和4年度における売上金額57,689千円、令和3年度における売上金額46,449千円と比して売上の伸び幅が鈍化している。売上の更なる増加のためには、公共交通の利用を促進し、観光周遊を活性化させて観光客数や観光消費を増加させることが課題である。また観光客と地域住民が交流する場所がなく、岩出市を訪れた観光客が「岩出に来てよかった」「また来たい」と思わせる仕組みがなく、観光客が折角岩出市を訪れても岩出市の魅力を十分に堪能することなく、帰られることが多いことが見込まれることから、実際に岩出市に住む地域住民と気軽に交流できる場所の提供により岩出市への愛顧を向上させることが課題である。加えてインターネットやSNSなどを通じて、市の魅力を発信しているが、岩出市は交通の要衝である一方で、通過都市となることが多いため、さらに市の魅力を周知し、誘客を図ることが課題である。

岩出駅前活性化における現状と課題

ii) 岩出市が抱える課題に対する利活用方策

整備対象施設である観光案内所の設置場所は、岩出駅から徒歩2分の好立地を予定しており、また隣接地には岩出市民が訪れる岩出地区公民館がある。また、市北部の根来地域(京奈和自動車道「岩出根来IC」付近)に観光施設が集約していることからこれらを結ぶ出発地点として観光案内所の整備を行うことで公共交通の利用を促進し、観光周遊を活性化させて観光客数や観光消費を増加させる。

【情報発信の拠点としての観光案内所】

岩出駅を訪れる旅行、ビジネス客をターゲットに、岩出市の観光スポットや飲食店などを紹介。またその際バスの出発地点とすることで、効果的に岩出市の観光スポット等をめぐる仕組みを構築する。加えてSNSやHP等で簡単に情報が収集できる昨今において、わざわざ観光案内所に来て情報収集する価値が低下するなか、他の施設と差別化し、観光案内所として活性化するべく、「観光案内所に行かなければ入手できない情報」「SNSやHP等では入手できない情報」「最新の旬な情報」など、付加価値の高い情報提供機能を備えた施設とする。

また、「岩出に来てよかった。」と思っただけの魅力をインターネット、SNSなどで発受信できるようにWi-Fiを整備し、岩出市観光協会が発信する情報やSNSイベントなどと連動させるとともに岩出市商工会や岩出市観光協会の市内飲食店や食品加工事業者によるイベントなどを通じて、市の魅力を体感できる仕組みを作り出し、岩出市のファンを増やしていく。また、観光案内人による魅力ある「おもてなし」を構築していき、寄ってみたいと思う観光案内所にすることで本市の魅力を知っていただきリピーターをふやし、交流人口の増加につなげる。

【バス発着点の集約化】

「大阪方面路線バス」と「岩出市巡回バス」の出発地を本観光案内所周辺とすることで、大阪と岩出の利便性を向上させ、観光周遊の促進を図る。具体的にはJR岩出駅を訪れた観光客が大阪方面に向かう観光スポット(根来さくらの里、ねごろ歴史の丘、根来寺、緑花センターなど)や、市内の飲食店などを回れるような観光ルートを構築する。公共交通を活用して観光客が市内を周遊する利便性を向上させるためにバス発着点を集約化する。

岩出駅前活性化における現状と課題

【地元住民と観光客の交流イベントの実施】

観光案内所の屋内や屋外のインターロッキングスペースを活用し、地元住民と観光客が交流できるイベントを定期開催する。具体的には、根来塗体験、クラフト体験、根来鉄砲隊のなりきり衣装体験などの岩出市ならではの各種体験の実施や地元住民が主催するワークショップやセミナーなどので利活用、観光案内人による岩出市の飲食店の見どころをプレゼンするイベントなどを実施する。岩出市内の事業者による物販イベントを開催する。またイベント開催にあたっては参加料などを徴収し、持続可能性を高める。

【岩出駅と観光案内所を結ぶ歩道でのにぎわい創出】

岩出駅と観光案内所を結ぶインターロッキング舗装が行われた歩道上において、店舗によるにぎわい創出の為のイベントを定期開催する。具体的には現在岩出駅と観光案内所予定地の間にある衣料品店や電器店、動物病院、学習塾などを共通のテーマ(季節のお花など)で装飾し、現状のにぎわいに欠ける状況を打破し、観光客や地元住民を喜ばせる視覚的取組を実施し、観光案内所と各店舗への誘客を図る。

【公共交通機関と連携したイベントの実施】

観光案内所の外構部分を活用し、①バス乗車体験学習②バスラッピング事業を実施する。具体的には、①子どもが実際にバスの運転席に座り、バスの機能について運転手から説明を受けるほか、ホースを使ったバスの清掃などを体験する。②子どもがバスのデザインを作成し、実際のバスにラッピングをして市内を周遊させる。これらにより、子どもの頃からバスを身近に感じさせることで、公共交通への理解促進及び愛顧向上を図る。またイベント開催にあたっては参加料などを徴収し、持続可能性を高める。

岩出駅前活性化における現状と課題

iii) まとめ

バス発着地点の集約化や公共交通機関の活用で、JR岩出駅から岩出市内各観光施設や飲食店等への観光ルートを確保する。周遊を観光客に分かりやすく伝えることで、観光客ニーズを充足させ、満足度の向上ならびにリピーター化につなげる。また岩出駅と観光案内所を結ぶ歩道での人を飽きさせない定期的なにぎわい創出により、何度も訪れたいくなる仕組みを構築する。以上により課題1「公共交通機関を活用した観光周遊の効率化及び強化」の解決に寄与する。

観光案内所を作って観光案内人を雇用することで、その地域が持続可能な観光地として成り立つための基礎を立ち上げる。観光案内所を他の施設と差別化し、活性化するべく、「観光案内所に行かなければ入手できない情報」「SNSやHP等では入手できない情報」「最新の旬な情報」など、付加価値の高い情報を提供するべく、地元事業者や地元住民への定期的なヒアリング活動やコミュニケーションを観光案内人が行い、そのスキルを向上させることで、観光客への個別ニーズに対応した丁寧な接客により、観光客のニーズを充足させ、自身のモチベーションの向上、更なるサービスの質向上を図ることにより固定客増加につなげ、観光案内所の売上向上、持続化に寄与させる。以上により、課題2「岩出駅前から根来地域への観光周遊の活性化」の解決に寄与する。

地域住民と観光客が交流できる定期的なイベントなど、観光客が自然に岩出の文化に馴染める交流拠点として利用を促進することにより、観光客が何度も訪れたい場所、安心して暮らせる場所だということをPRし、交流人口から将来的な関係人口引いては移住へとつなげることにより、課題3「交流による交流人口の地域への愛着向上及び地域経済の活性化」の解決に寄与する。

An aerial photograph of a city, likely in Japan, showing a wide river flowing through the urban landscape. The city is densely packed with buildings, and the background features rolling hills and mountains under a hazy sky. The text '第3章 基本的な考え方' is overlaid in the center of the image.

第3章 基本的な考え方

岩出市観光ビジョン策定にあたり

○岩出市の観光ビジョンは？

岩出市では、**自分たちの言葉でわかりやすく役に立つものを作ろうという思い**のもと、特に以下を意識して策定に至った。

「観光とは何なのか、なぜわが市では観光が重要なのか」

「観光の目的・目標、理想の観光の姿、観光によって地域がどうなることを目指すのか」

「目標達成のためにどういうことをするのか」

等身大、ありのままの血肉の通ったビジョンを作りたい

○観光ビジョンをご覧いただくにあたり

本観光ビジョンは、分かりやすさを重視するべく、市職員による会話体で進みます。

まずは市職員が本ビジョンについて知り、理解し、一人ひとりが、本市の観光のこれからについて考え、自分のこととして捉えてもらい、そのうえで発展的に市民や市内観光関係者・事業者に普及啓発を図ることとします。

超要約

人口減少社会において、若年層の人口流出を止めることが必要であり、岩出市が活性化していくためには、外貨を獲得するための交流人口の創出が必要。



交流人口の創出にあたり、観光で獲得したい外貨獲得目標金額は年間22億円で、そのために道の駅で客単価1,600円を目指す。



目標達成のための戦略として「滞留拠点」を岩出市内につくる。



目指すべき姿は、これからの世代の流出を防止し、にぎわいのあるまち岩出市

登場人物紹介



根来 誠一(ねごろ せいいち)

観光施策の旗振り役で、冷静沈着かつ理論的な発言が光る産業振興部長。数字に強く、資料や根拠を用いて観光の必要性を丁寧に語る姿が印象的。口癖は「～なのです」や「～という考え方もありますね」。論理の中にユーモアを挟もうとするも、たまに固すぎる一面も。実直で誠実な人柄から、若手職員の信頼も厚く、プロジェクトの方向性を的確に導く参謀タイプ。



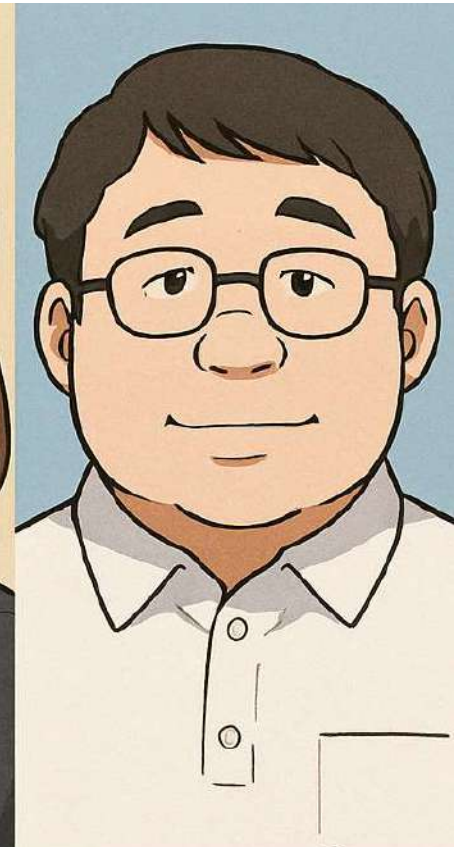
紀の川 ひかり(きのかわ ひかり)

市役所に入って間もない若手職員。真面目で勉強熱心だが、やや天然なところもある親しみやすい存在。市民感覚を大切に、「それって市民から見たらどうなんですかね?」といった素朴で鋭い質問を投げかけ、議論を活性化させる。リアクションも大きく、「なるほど～」や「えっ?」と素直に反応するため、周囲の空気を和らげる潤滑油的存在。



船戸 彩音(ふなと あやね)

デザインや現場実務に精通した職員で、企画の「見せ方」や「伝え方」に人一倍敏感。発言はやや辛口ながら的確で、「それ、ちょっと雑に見えますね」とはつきり言えるタイプ。外部とのやりとりや現場感覚をもとに、リアルな視点からプロジェクトの課題をあぶり出す。丁寧に誠実な誘い方にこだわるなど、市民との接点を何より大事にする実務派。



岩倉 昭三(いわくら しょうぞう)

産業振興課の課長で、チームのまとめ役。おちゃめな性格と昭和世代らしい発言で親しまれているが、実は誰よりも地域を思う熱い心を持っている。「ふぬぬう...」と唸ったり「ローンあるし～」とぼやいたり、コミカルなリアクションで場を和ませる。初めは否定的でも、議論が深まると一転して情熱的になる、ムードメーカー兼キーマン的存在。

なぜ、岩出市に観光が必要なのか

○岩出市の未来は真っ暗なのか？



ふぬぬう。

課長、そんな変な声出してどうしたんですか？



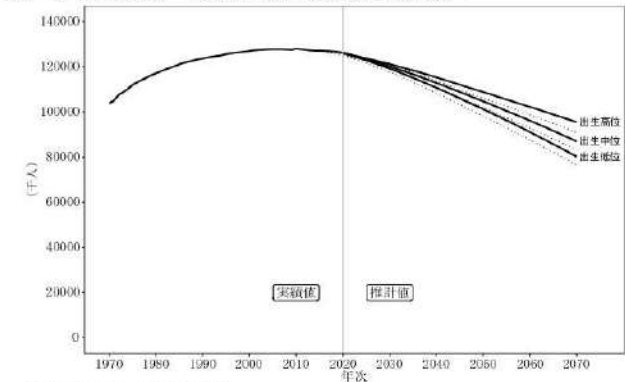
おおっ。紀の川さんか～。ちょっとこれ見てくれよ。



「日本の将来推計人口」ですね。これがどうかしたんですか？



図1-1 総人口の推移 —出生中位・高位・低位（死亡中位）推計—



実線は今回推計、破線は前回推計。

出典:「日本の将来推計人口(令和5年推計)」(国立社会保障・人口問題研究所)
(https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp2023_gaiyou.pdf)
出生中位・死亡中位推計 p.19 表 1-1、p.26 図 1-1

年次	総人口	0-14歳	15-64歳	65歳以上	出生率(人/1000人)	死亡率(人/1000人)	自然増減率(人/1000人)
1970	126,486	14,552	70,486	41,448	20.4	10.1	10.3
1971	127,527	14,702	71,406	41,419	19.9	10.0	9.9
1972	128,576	14,821	72,346	41,409	19.4	9.9	9.5
1973	129,635	14,932	73,286	41,417	18.9	9.8	9.1
1974	130,694	15,043	74,226	41,425	18.4	9.7	8.7
1975	131,753	15,154	75,166	41,433	17.9	9.6	8.3
1976	132,812	15,265	76,106	41,441	17.4	9.5	7.9
1977	133,871	15,376	77,046	41,449	16.9	9.4	7.5
1978	134,930	15,487	77,986	41,457	16.4	9.3	7.1
1979	135,989	15,598	78,926	41,465	15.9	9.2	6.7
1980	137,048	15,709	79,866	41,473	15.4	9.1	6.3
1981	138,107	15,820	80,806	41,481	14.9	9.0	5.9
1982	139,166	15,931	81,746	41,489	14.4	8.9	5.5
1983	140,225	16,042	82,686	41,497	13.9	8.8	5.1
1984	141,284	16,153	83,626	41,505	13.4	8.7	4.7
1985	142,343	16,264	84,566	41,513	12.9	8.6	4.3
1986	143,402	16,375	85,506	41,521	12.4	8.5	3.9
1987	144,461	16,486	86,446	41,529	11.9	8.4	3.5
1988	145,520	16,597	87,386	41,537	11.4	8.3	3.1
1989	146,579	16,708	88,326	41,545	10.9	8.2	2.7
1990	147,638	16,819	89,266	41,553	10.4	8.1	2.3
1991	148,697	16,930	90,206	41,561	9.9	8.0	1.9
1992	149,756	17,041	91,146	41,569	9.4	7.9	1.5
1993	150,815	17,152	92,086	41,577	8.9	7.8	1.1
1994	151,874	17,263	93,026	41,585	8.4	7.7	0.7
1995	152,933	17,374	93,966	41,593	7.9	7.6	0.3
1996	153,992	17,485	94,906	41,601	7.4	7.5	-0.1
1997	155,051	17,596	95,846	41,609	6.9	7.4	-0.5
1998	156,110	17,707	96,786	41,617	6.4	7.3	-0.9
1999	157,169	17,818	97,726	41,625	5.9	7.2	-1.3
2000	158,228	17,929	98,666	41,633	5.4	7.1	-1.7
2001	159,287	18,040	99,606	41,641	4.9	7.0	-2.1
2002	160,346	18,151	100,546	41,649	4.4	6.9	-2.5
2003	161,405	18,262	101,486	41,657	3.9	6.8	-2.9
2004	162,464	18,373	102,426	41,665	3.4	6.7	-3.3
2005	163,523	18,484	103,366	41,673	2.9	6.6	-3.7
2006	164,582	18,595	104,306	41,681	2.4	6.5	-4.1
2007	165,641	18,706	105,246	41,689	1.9	6.4	-4.5
2008	166,700	18,817	106,186	41,697	1.4	6.3	-4.9
2009	167,759	18,928	107,126	41,705	0.9	6.2	-5.3
2010	168,818	19,039	108,066	41,713	0.4	6.1	-5.7
2011	169,877	19,150	109,006	41,721	-0.1	6.0	-6.1
2012	170,936	19,261	110,046	41,729	-0.6	5.9	-6.5
2013	171,995	19,372	111,086	41,737	-1.1	5.8	-6.9
2014	173,054	19,483	112,026	41,745	-1.6	5.7	-7.3
2015	174,113	19,594	112,966	41,753	-2.1	5.6	-7.7
2016	175,172	19,705	113,906	41,761	-2.6	5.5	-8.1
2017	176,231	19,816	114,846	41,769	-3.1	5.4	-8.5
2018	177,290	19,927	115,786	41,777	-3.6	5.3	-8.9
2019	178,349	20,038	116,726	41,785	-4.1	5.2	-9.3
2020	179,408	20,149	117,666	41,793	-4.6	5.1	-9.7
2021	180,467	20,260	118,606	41,801	-5.1	5.0	-10.1
2022	181,526	20,371	119,546	41,809	-5.6	4.9	-10.5
2023	182,585	20,482	120,486	41,817	-6.1	4.8	-10.9
2024	183,644	20,593	121,426	41,825	-6.6	4.7	-11.3
2025	184,703	20,704	122,366	41,833	-7.1	4.6	-11.7
2026	185,762	20,815	123,306	41,841	-7.6	4.5	-12.1
2027	186,821	20,926	124,246	41,849	-8.1	4.4	-12.5
2028	187,880	21,037	125,186	41,857	-8.6	4.3	-12.9
2029	188,939	21,148	126,126	41,865	-9.1	4.2	-13.3
2030	190,000	21,259	127,066	41,873	-9.6	4.1	-13.7
2031	191,060	21,370	128,006	41,881	-10.1	4.0	-14.1
2032	192,119	21,481	128,946	41,889	-10.6	3.9	-14.5
2033	193,178	21,592	129,886	41,897	-11.1	3.8	-14.9
2034	194,237	21,703	130,826	41,905	-11.6	3.7	-15.3
2035	195,296	21,814	131,766	41,913	-12.1	3.6	-15.7
2036	196,355	21,925	132,706	41,921	-12.6	3.5	-16.1
2037	197,414	22,036	133,646	41,929	-13.1	3.4	-16.5
2038	198,473	22,147	134,586	41,937	-13.6	3.3	-16.9
2039	199,532	22,258	135,526	41,945	-14.1	3.2	-17.3
2040	200,591	22,369	136,466	41,953	-14.6	3.1	-17.7
2041	201,650	22,480	137,406	41,961	-15.1	3.0	-18.1
2042	202,709	22,591	138,346	41,969	-15.6	2.9	-18.5
2043	203,768	22,702	139,286	41,977	-16.1	2.8	-18.9
2044	204,827	22,813	140,226	41,985	-16.6	2.7	-19.3
2045	205,886	22,924	141,166	41,993	-17.1	2.6	-19.7
2046	206,945	23,035	142,106	42,001	-17.6	2.5	-20.1
2047	208,004	23,146	143,046	42,009	-18.1	2.4	-20.5
2048	209,063	23,257	143,986	42,017	-18.6	2.3	-20.9
2049	210,122	23,368	144,926	42,025	-19.1	2.2	-21.3
2050	211,181	23,479	145,866	42,033	-19.6	2.1	-21.7
2051	212,240	23,590	146,806	42,041	-20.1	2.0	-22.1
2052	213,299	23,701	147,746	42,049	-20.6	1.9	-22.5
2053	214,358	23,812	148,686	42,057	-21.1	1.8	-22.9
2054	215,417	23,923	149,626	42,065	-21.6	1.7	-23.3
2055	216,476	24,034	150,566	42,073	-22.1	1.6	-23.7
2056	217,535	24,145	151,506	42,081	-22.6	1.5	-24.1
2057	218,594	24,256	152,446	42,089	-23.1	1.4	-24.5
2058	219,653	24,367	153,386	42,097	-23.6	1.3	-24.9
2059	220,712	24,478	154,326	42,105	-24.1	1.2	-25.3
2060	221,771	24,589	155,266	42,113	-24.6	1.1	-25.7
2061	222,830	24,700	156,206	42,121	-25.1	1.0	-26.1
2062	223,889	24,811	157,146	42,129	-25.6	0.9	-26.5
2063	224,948	24,922	158,086	42,137	-26.1	0.8	-26.9
2064	226,007	25,033	159,026	42,145	-26.6	0.7	-27.3
2065	227,066	25,144	160,066	42,153	-27.1	0.6	-27.7
2066	228,125	25,255	161,006	42,161	-27.6	0.5	-28.1
2067	229,184	25,366	162,046	42,169	-28.1	0.4	-28.5
2068	230,243	25,477	163,086	42,177	-28.6	0.3	-28.9
2069	231,302	25,588	164,026	42,185	-29.1	0.2	-29.3
2070	232,361	25,699	165,066	42,193	-29.6	0.1	-29.7

どうかしたじゃないよ。50年後には現在の7割に減少と言われてるんだ。岩出市も例外じゃないし、まだ家のローンも残ってるんだよ。

本当ですね。岩出市は今は人口もあんまり変わらないですけど、これからは減少は避けられない問題ですよ。

だろう？岩出市は、高齢者もどんどん増えているし、やっぱり大阪みたいに大きい自治体じゃないと、これからしんどそうなんだよね。

なぜ、岩出市に観光が必要なのか

二人とも、岩出市の将来を心配しているんですね。課長は、大きい自治体でないこれから大変だと言われてますが、本当にそうでしょうか？



な～に言ってんすか、部長～。そんなん当たり前じゃないですか？大きい自治体なら税收ガッポガッポですし、いろんなことできるでしょ？も～う、そんなことも知らないんだからあ。

実は人口規模は問題ではないんですよ。小さな自治体も大きな自治体も、その大きさに応じた経済活動をするべきなんですが、問題は増減なんです。



なぬっ！？どういうことっすか？

人口の規模は経済そのもので、経済が大きくなると地域は疲弊してしまうんですね。そうならないためにも私たちは地域経済を活性化することが必要です。



地域経済の活性化か～。でもそれこそ人口が増えないと経済って活性化しなくないですか？人がいっぱいいるから、お店もたくさん出てくるし、みんなお金落としますよね。



ぐぬっ。でも人口はどこ見ても減っていったるし、じゃあもうおしまいじゃないか。紀の川さん、僕たちの未来は真っ暗ってことになってしまうぞ！部長、どうしてくれるんですか？僕たちの未来を返してください！

なぜ、岩出市に観光が必要なのか

○外貨獲得で明るい未来へ

そんなことはないですよ。確かに人口減少は止めることはできません。でも、そんな中で地域を活性化する方法があるんです。



え～！？なんだろう～。そんな魔法みたいな方法なんてあるんですか？？



あるわけないよ～。どうせ、部長さん、お得意の話術で僕たちを騙そうとしてるんですよ。僕は騙されませんよ。ふんふん。

それは観光による交流人口の増加なんです。要は地域外からのお金、つまり外貨を獲得して、地域の活性化に繋げるということです。



外貨獲得か～。どうしたら良いのでしょうか？

「岩出に来たい、岩出でお金を落としたい」と思われるような、まちづくりが必要です。



なるほど、そうすると、バリバリ外貨稼いで、岩出市で楽しんで暮らすしかないっすね。

人口減少社会において、岩出市が活性化していくためには、
外貨を獲得するための交流人口の創出が必要

なぜ、岩出市に観光が必要なのか

○「岩出にきたい、岩出でお金を落としたい」と思われるような、まちづくり



ぐぬぬっ。

課長、また変な声出して。今度はどうしたんですか？



「岩出にきたい、岩出でお金を落としたい」と思われるような、まちづくりが必要って部長は、簡単に言うけどさあ。それが難しいんだよ。ふんふん。

確かにそうですね。なんか成功事例なんかあると分かりやすいんですけどね。部長に聞いてみましょう。



そうだね。部長～部長～。
わかりやすい事例教えてちょうだいな。



大内宿(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

お二人は福島県南会津の大内宿という場所をご存じでしょうか。



ちょっと聞いたことがないです。

大内宿は50軒の小さな集落なんですが、年間90万人もの観光客が訪れている場所なんですよ。



へー。そんな場所があるんですね。

なぜ、岩出市に観光が必要なのか

客単価3千円で、年間27億円もの外貨を獲得しているともいわれているんですね。



ほー。そりゃすごい。なんか、ザ・観光地って感じっすね。



確かに、一度行ってみたいなって感じがします。なぜだろう??



そりゃあ。みんな楽しそうにしてるからだよ。紀の川さんも楽しそうな人見ると、仲間になりたくなるだろう?



そうですね。気になっちゃいます。

課長の言うとおりでですね。外から見て楽しそうに見えるっていうのは、とても大事です。



大内宿(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

「あなたも休んでいきませんか」と声をかけてくるような感じがしませんか? 観光客は誘われ好きなのでこういった、「楽しく休める滞留拠点」を岩出に作る必要がありますね。



「あなたも休んでいきませんか」、いいですね。僕もたまには休みたいです。



大内宿(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

岩出市の観光目標は

〇外貨をどれくらい稼ぐか？

2人とも、観光の重要性は理解してもらえたかね。では、次のステップとして、岩出市としてどれくらい外貨を稼いでいけばいいか考えてみましょう。和歌山県の平均賃金はどれくらいかご存じですか。



もちろんですよ！統計はまかせてください。賃金構造基本統計調査によると29万8千円となっていますね。

その数字を見て、どう思いますか。全国や周辺の都道府県の平均と比べて和歌山県の平均賃金は、どのあたりでしょう。



えーと、全国の平均が、31万8千円で、近畿で見ると、大阪府が34万円、兵庫県が31万6千円、京都府が31万6千円と…。あれ？近畿で最も低いですね。



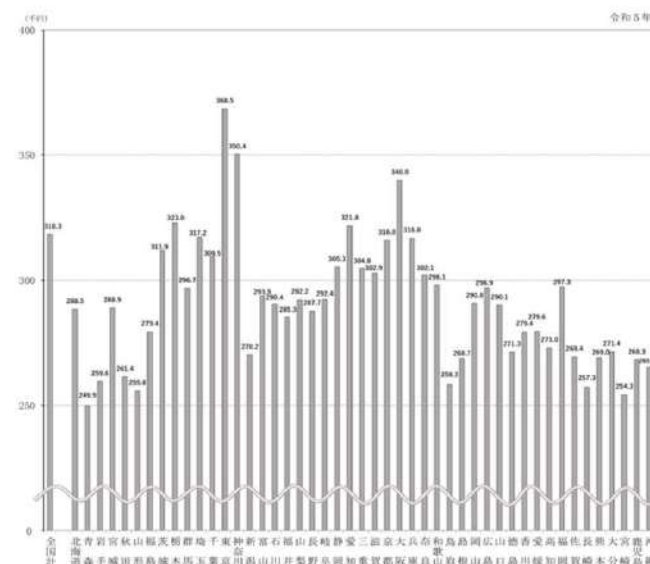
なんやて～！！そんなに低いんだったら、大阪府に引っ越し待ったなしじゃないですか。

そうってしまうのも無理ないですよ。では逆に大阪府と同じくらい給料がもらえるのであれば和歌山県に残りたいと思いますか。

(10) 都道府県別にみた賃金

都道府県別の賃金をみると、全国計（318.3 千円）よりも賃金が高かったのは5都府県（栃木県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府）となっており、最も高かったのは、東京都（368.5 千円）となっている（第7図）。

第7図 都道府県別賃金（男女計）



出典：令和5年賃金構造基本統計調査 結果の概況（厚生労働省）
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/z2023/dl/10.pdf>



岩出市の観光目標は



そりゃ、残りたいですよ〜。でも、低いままは嫌ですね。家のローンもあるし、もっともらわないと。



そうですね。なんだかんだ言いながらやっぱ生まれ育った地域への愛着もあるし、どうせなら岩出で残れるのが一番ですしね。

若年層の人口流出を防ぐためにも、大阪府の平均給与と和歌山県の平均給与の差額分を交流人口でカバーするという考え方はどうでしょう。



なるほどね〜。それを岩出市の観光目標金額にするんすね。大阪府が34万円で和歌山県が29万8千円だから差額は4万2千円となるわけで…。



それに岩出市の人口をかけたらいいのね。岩出市の人口は令和6年3月末で5万4千人弱だから、22億6,800万円外貨で稼げばいいってことね。

次の世代をつくる若年層が他府県に出ていかないようにするのも岩出市が持続していくのに必須です。人口減少をカバーするため、観光頑張っていきましょう。



岩出市の活性化には、特に若年層（次の世代を作る人たち）の人口流出をとめることが肝要。
人口減少をカバーできるのは交流人口である。

観光で獲得したい外貨獲得目標金額は年間22億6,800万円。

岩出市の観光目標は

〇客単価設定で目標を具体化する

観光目標金額が設定できました。でも、ちょっと数字が大きすぎてピンとこないですね。どうすればわかりやすくなるでしょうか。



えーと、もっと細かくして考えてみるとか？岩出市って今何人くらい観光客が来ているんですって？



令和5年の観光動態調査によると1,430,205人と言われているですね。外貨で稼ぐ目標額は22億6,800万円だから1人あたりでいうと1,600円くらいかしら。

2人ともいいですね。厳密には観光客数も変動しますし、目安にはなりますが、22億の外貨獲得のために客単価1,600円を目指しましょうか。ちなみに客単価1,600円と聞いてお二人はどう感じましたか？



意外と低くなって感じましたね。僕も昔家族で、北海道旅行行ったときに海鮮丼食べましたけど、それだけでも1,600円以上しましたもん。



私も、某テーマパークなんか行った日には、食べ物もそうだし、お土産もたくさん買っちゃう～。普段はランチに1,000円なんて考えられないけど、せっかく旅行できているんだから、ついつい財布の紐緩んじやうのよね～。何だか1,600円って意外と出来そうな気がしてきた。

年別観光客数推移	
平成26年	798,756
平成27年	1,041,326
平成28年	1,279,775
平成29年	1,148,799
平成30年	1,328,608
令和元年	1,742,103
令和2年	1,240,287
令和3年	1,202,289
令和4年	1,384,567
令和5年	1,430,205

出典：和歌山県観光動態調査（岩出市報告実績）

22億円の外貨獲得のために**客単価1,600円**を目指す。

目標達成のためにどうにかをするか

〇道の駅で考えてみる

年間22億円の外貨獲得のために観光客1人あたり単価1,600円を目指すとして、具体的に何をすればよいでしょうか。



ぐぬぬう、観光客1人1人にいくら使ったかなんて聞けるわけでもないですし、岩出市内の各事業所の事情もわからないですね。



岩出市が整備した道の駅はどうでしょう。あそこなら岩出市内の商品もたくさん扱っていますし、観光客もたくさん訪れます。

いいですね。では、観光客単価1,600円を道の駅で考えてみましょう。道の駅で1,600円使うとなるとどんなイメージでしょう？



ランチで800円使って、300円分の野菜を買って、500円のジュース飲んで…。これで1,600円か～ふう。



でも誰でもランチ食べるわけじゃないしね。そうすると意外と1,600円って安いようで安くないのね。

そうですね。1,600円稼ぐのは難しいんですね。1,600円を稼ぐためには、「滞在時間を延ばすこと」が考えられます。滞在時間と売上は正比例するので、お客さんにどれだけ長くいてもらうかが重要なんです。



目標達成のためにどうにかをするか



第1回食と観光のフェスタ(R6.9.16)

それと「誰でもいつでも手が出る商品展開にすること」が必要です。例えばソフトクリームなんかは朝から晩まで注文が入る可能性があるけど、蕎麦とかは昼の時間にしか出ないですよね。



じゃあ売店だけ作ればいいわけじゃないんですね。休憩する場所とか必要ですね。蕎麦の傍(そば)につくらないと。



道の駅で言うと、こないだイベントをしたときに売上がものすごく伸びました。イベントを定期的にするのもいいと思うんですけどどうでしょう。



定期的なイベントは、一瞬の売上に貢献しますし、認知度を向上するにはいいんですが、実際にはイベントの企画や人件費など見えない経費がかかって大変なんですね。理想は、イベントをしなくても、人が集まるような「滞留拠点」とすることなんです。



たしかに～。人だかりができているとそこに行きたいと思えますもんね。



人は観光で楽しそうな人を見るのが好きなんですね。そしてそれをみるとそこに入りたいと思うんです。そういった人が集まる「滞留拠点」とすることを目指して頑張ってください。



第27回かくばん祭り(R6.11.23)

目標達成のための戦略は「**滞留拠点**」を岩出市内につくること

目標達成のためにどうにかをするか



KOKOくろべ(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

「滞留拠点」というと、富山県にある道の駅「KOKOくろべ」もそうですね。「ふわふわドーム」や「大型すべり台」で遊べるプレイエリア、暑い時期に水遊びができる「水辺エリア」があり、飲食や買い物だけでなく子供たちも楽しめる施設となっていますね。



おお～！これは行ってみたいです。



遊べる場所もたくさんあるし、一日ゆっくり過ごして、滞在時間も伸びそうですね。

観光イメージ戦略である、いつ行っても大勢の人が楽しそうにしている「賑わいをつくること」と「それを道などから良く見えるようにすること」の2つを同時に達成することができている理想の滞留拠点なんですね。



KOKOくろべ(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

観光によって地域がどうなることを目指すのか

○観光で岩出市を活性化

最終的に、観光を実施して岩出市がどうなるのがお二人にとって理想でしょうか？



岩出市が元気になって、たくさん外から人が来てくれること！



私たちが市外に出なくても十分に満足した暮らしが送れること！



その理想のためにも、観光施策、頑張っていきましょう。



目指すべき姿は、これからの世代の流出を防止し、**にぎわいのあるまち**岩出市

道の駅以外の施設をどうするか

○外貨獲得施設と利便施設の住み分け



観光施設でいうと、根来寺や民俗資料館などもありますけど、ここでは外貨を獲得しなくてもいいんでしょうか。

外貨獲得のための施設と、その他サポートをする利便施設として分けて整理する必要があります。根来寺や民俗資料館は教育施設としての面もあるので、そこで外貨を稼ごうとするのではなく、あくまで外貨を稼ぐための利便施設として考えるのが良いでしょう。



観光案内所はどうでしょう？

観光案内所はおカネを稼がないので、こちらも利便施設ですね。観光客に対する利便提供が必要で、観光で儲けるために観光案内所をつくるという形でしょう。場所も利便性が高いところ、例えば駅前などが相応しいですね。そこから道の駅などの外貨獲得施設に流す仕組みができればいいですね。他にもバスやタクシーなどの公共交通を使った観光案内は、オーバーツーリズム対策にもなりますしね。



外貨獲得施設と利便施設を住み分けして、岩出の観光をさらに活性化させる。

道の駅以外の施設をどうするか

〇根来山げんきの森



紀の川さん、「根来山げんきの森」ってどう思う？



あそこ、空気もきれいでいいところですよね。ハイキングやウォーキングにピッタリって感じです。

そうなんです。ボランティアの皆さんが丁寧に管理されていて、市民の憩いの場としては理想的です。



出展：根来山げんきの森 WEBサイト



出展：根来山げんきの森 WEBサイト



でも、観光施設としてどうなんだろう？今のままだとちょっと地味かもなあ。



観光客向けにお洒落にしたり、にぎやかにするとか？

ただ、それをやると“今の良さ”が失われてしまうんです。手作り感とか、静けさとか。そういうのって、実は地元の宝なんです。



確かに。ここは“住民サービス施設”として残す方がいいのかもな。



無理に観光地にしようとせずに、今のままの姿を守る。それも立派な選択ですね。

道の駅以外の施設をどうするか

○民俗資料館



この「民俗資料館」って、どうやって観光客を呼べばいいんだ？



うーん…。正直、観光で行くというより、“勉強するところ”って感じがしますね。

そうですね。縄文時代からの地域の歴史を学べる立派な施設ですが、観光客がわくわくするような場所ではないかもしれません。



出展：岩出市 WEBサイト



出展：岩出市 WEBサイト



なるほど、観光施設っていうより、教育施設なんだな。



無理に観光要素を加えるより、地域の学びの場として活かしていくのが良さそうです。

道の駅以外の施設をどうするか

〇根来寺



根来寺。大塔もあるし国宝だし、観光目玉と思ってたんだけど...

観光向けの演出は限界がありますね。でもそれにしても惜しい。



せっかくの国宝なのにもったいないですよ。



外貨が落ちてない気がしますよね。新しい観光名所として「合格桜」もつくったんですけどね...

ここは無理に観光資源として期待するより、観光戦略の中では“存在する価値”として尊重しつつ、別の場所で外貨を稼ぐ仕組みを考えるのが妥当でしょう。



道の駅以外の施設をどうするか

○根来寺・大門



根来寺の大門って、すごく大きいけど…。
近くで見ると、逆に見えづらいって思ったんだよな。



そうなんです。角度が悪いのか、大きすぎてよく
見えないっていう……。なんか遠くから見た方が
かっこいいんですよね。

見込角度ってやつですね。観光的に「よく見える場
所」が確保されていない。全体に眺めるには駐車場
の端に行かなきゃならないのも微妙です。



これも「誘っていない」事例ってことか

ただ、ここも宗教施設なので、岩出市側からの整備は限界があります。観光的に活かすには
根来寺の協力が不可欠です。



観光資源としての価値はあるけど、“岩出市の施策”については活用が難しいって感じ
ですね。



道の駅以外の施設をどうするか

〇歴史資料館



資料館も建てたし、あそこにもっと人を呼べたら良いのになあ。



展示内容はしっかりしているんですけど、“観光地っぽさ”がないというか、ちょっと固い印象ですね。

見た目が「学習施設」なんですよ。中身は悪くないのに、外観や見せ方で損してる典型かもしれません。



道の駅って“人を集める場所”だよな？だったら、もっとエンタメ性とか賑わいを意識すべきだったか...。



展示はそのままでも、“魅せ方”を観光仕様にするだけで全然違ったかも。

道の駅以外の施設をどうするか

○旧和歌山県議会議事堂



この建物、現存する木造和風意匠の議事堂では“全国唯一”なんだよな。すごいのに、なんで人集まらないんだ？



建物そのものは貴重なんですけど、近づけないし、見にくい位置にありますよね。

そうなんです。道沿いにギリギリに建っていて、全体像が見えないんですね。



つまり「誘ってない」ってことか。

価値は高いけど、せっかくの外観が活かしきれていない。外観以外で誘うことが必要ですね。



岩出駅前活性化事業

○岩出駅周辺の活性化のために必要なもの



うーん....。

どうしました？



今度、新しく岩出駅前に観光案内所を作るにあたって、駅前を活性化していきたいんですけど、具体的にどうやって進めていけばいいか悩んでて....。

なるほど。そうなんですね。駅前の活性化という、どうなることが理想なんでしょうか？



観光客の人がたくさん来てくれて、周辺のお店にお金が落ちることが理想です。

そうすると観光客がお金を落としたいと思ってもらうような仕組みが必要ですね。観光地に行ってお金を落としたいと思ってもらうにはどういったことが必要でしょうか？



ん～。やっぱ、なんか、もてなされているというかウエルカムな感じがあると私ならつついお財布のヒモゆるんじょうかな。

岩出駅前活性化事業



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

それでは、この写真を見てもらいましょう。行ってみたいと思いますか？



うーん、どこにでもある普通のまち並みですね。

では、こちらの写真はいかがでしょうか？



素敵なまちですね。
これは海外でしょうか？
賑やかな感じがします。



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

この2つのまちの違いは、人を誘っている道の形になっているかどうかです。まちの評価で、道と沿道どちらが重要かというと、実は道のほうが重要です。人間は自分に近いところを過大評価するから、道の方が圧倒的に重要なんですよ。



岩出駅前活性化事業

次に、この2枚の写真をみてもらえますか？どちらも同じ場所なんですが、2つを見比べてみていかがでしょう？どちらの場所に行きたいと思いますか？



1枚目

篠山市BEFORE(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



2枚目

篠山市AFTER(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



2枚目の写真ですね。



そりゃあ、2枚目でしょ。二枚目といえば僕ですからね。

それは、どの部分を見てそう思ったのでしょうか？



岩出駅前活性化事業



道が広くて、なんとなく歩きやすそうなのと、ベンチがあってゆっくり休憩できそうなのところですかね。

いいですね。ポイントは舗装とベンチです。1枚目の写真はタイルがずらっと並んでいるだけで、どこか手抜き感がありますよね。そうするとやはり観光客は自分が大事にされていない、雑に扱われていると感じてしまうんですね。それと植物が乱雑に植わっていて、「人」よりも「植物」が主役になっているような感じがしませんでしょうか？



確かに、「人」はおまけで、この道を歩くなよって言っている感じがしますね～。

一方で2枚目の写真は、「人」を綺麗に丁寧に誘っている感じがしますよね。休憩するベンチもあって「どうぞゆっくりお過ごしください」、そう語りかけてくるような感じがしませんか？



ほんとだ～。せっかく来てくれた人へのおもてなし、大事ですね。

岩出駅前活性化事業

そうですね。人を大事にしているとみてとれることがポイントです。他の写真もみてみましょう。どちらの建物に行きたいですか？



1枚目

(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



2枚目

(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



も～。こんなん一目瞭然じゃないですか～。どうみても、2枚目の写真ですね。



のれんと縁台があるから私も断然2枚目ですね。

岩出駅前活性化事業

なぜ、お二人が同じ意見になったか。例えば、のれんに「そば工房」とかいてあるから良いと思うわけではないですね。人は、見たい形がみえていると行きたいと思うし、見えていないと行こうと思わないですよ。ね。
「店の入り口が開いている」＝「おはいりください。お客さんが戸を開ける手間をばふいている」、
「店の前に縁台がある」＝「どうぞおあがりください」、
「障子が開いて店の中が見える」＝「どうぞごらんください」と、
すべての形から人を店が誘っている。そんな感じがしませんか？



確かに。だから2枚目の写真が良かったんですね。

人は誘われるのが好きなんです。逆に戸を閉めているなど拒む形はダメ。歴史などの建物の価値と、観光の価値は全然違うので、建築家ならともかく、一般のお客様は、建物や建築の価値を評価できません。その建物が誘ってくれているかどうかで評価するんです。



なるほど～。とにかく誘いこむのね。

誘うだけではだめで、丁寧に誘うことが大事ですね。のれんは、丁寧にさそっていると感じ取れます。きれいにするのも丁寧と感じられます。アジサイやケヤキの手入れも丁寧につながります。「丁寧はプラス。雑はマイナス。」と考えてください。



誘うにしても、丁寧に誘わないと手抜きをしていると思われるんですね。で、拒む形だとマイナスになってしまうんですね。

岩出駅前活性化事業

人はまず、形をみて評価します。形になっていないものは評価されません。ですので、建物であっても丁寧に誘う形を作ることが重要です。



丁寧に、やっていねいってことですね。

...。2枚目の大内宿の写真には建物の前に人の座る縁台がる。椅子や縁台は人を「どうぞお座りください」って誘う形なんですね。だから行ってみたいと思う。椅子は人を誘う形なんですね。



今の岩出市には圧倒的に椅子やベンチが少ないですね。



なるほど！ベンチ大事なんだったら岩出中にベンチ置きまくりましょう！ベンチ大作戦ですね！

ただベンチを置けばいいという話ではないですよ。ベンチは「あなたのことを歓迎していますよ」という“もてなし”のメッセージを出そうとしているのです。そしてベンチがあるだけでは、休憩スペースとして機能しない。ソフトクリームなど飲食の提供があるとみんなが集まってにぎわい出来るんですね。



建物の前の賑わいが必要なのはわかったわ。でも建物を綺麗にしなければならないということは建て替えが必要なのでしょうか？

岩出駅前活性化事業



建て替えだって！？



とってもお金がかかります。



なんですと！それは困るぞ。これ以上ローン組んだら300年経っても返しきれないよ。

もう一度大内宿の写真見てください。のれんに縁台など建物に手を付けずに魅力がでていることが分かります。こういうのでいいんですよ。



それなら課長がローン地獄に陥らなくて済みますね。



じゃあベンチを選びましょう！カタログ持ってきました！どん！



色んなタイプがあるのね。でも思ったより普通っていうか。お洒落なものってないのね。

カタログのものは、どこのまちにでも合うように無難なものが多いのです。どこのまちでも同じデザイン・同じ形では丁寧とは言えません。整備する場所に合わせてデザインすることが丁寧な計画になります。



ええー。設計なんかできないよー。

大丈夫。三人に寄れば文殊の知恵です。できることからやってみましょう。



岩出駅前活性化事業

次はこの2枚の写真をみてください。また、プラスとマイナスで考えてみてください。



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



ええっと。左の写真は、コーヒーショップの前に、植木が広がっている。これは、お店に行こうとするのを邪魔しているからマイナス！右の写真では、円形の植栽帯に木を植えていて、植栽帯の間を自由に通れるので人が通路をとおるのを拒んでいない。だからプラスですね。

素晴らしい！そのとおりです。他に感じることはありませんか？



もしかして木の種類ですか？？左の写真は1種類ですけど、右の写真は何種類も植わってます。こんなところに気が付いてしまうなんて、僕もしかして天才かも。

岩出駅前活性化事業

いいところに気が付きましたね。木を植えるにしても、同じ木ばかり植えていると雑に感じますよね。だからマイナス。木や草、花の種類を同じエリアで違う種類を植えると、丁寧に感じますよね。だからプラスなんですね。別の事例もみてみましょう。



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



それと、左の写真ではベンチがありません。でも右の写真にはベンチがあります。ベンチを置かないと「くつろいでください」のメッセージにならないので、右の写真がプラスですね。



ええっと。左の写真は、木が真ん中に植えられていて、人が端を歩いてますね。これは木を大事にして人を大事にしていなく感じます。だからマイナス！右の写真では、人が中心で人の横に人の邪魔にならないように木を植えています。だからプラスですね。

岩出駅前活性化事業

お二人とも良く分かってきましたね。ちなみにたとえベンチに座らないでも、ベンチがあることで、人は、「座れる」と認識し、「丁寧に誘われている」と考えますので、ベンチはやはり重要なんです。



なるほど～。奥が深いですね。手抜きせず、プラスをたくさん作って丁寧に誘えるように頑張ります。

ちなみに観光地というのは、人が来た結果、「観光地」と呼ばれるのであって、人を丁寧に誘う形を実現しないと、いつまで経っても人は来ません。そして、たくさん人が来てお金が落ちないと街が衰退します。



何はともあれ、駅前活性化にむけて、まずは舗装とベンチですね。船戸さん、頑張ってくれよな！



え？課長はやらないんですか？

課長もそうですし、産業振興課が一丸となって取り組むことはもちろんのこと、岩出市職員や地域も巻き込んで考えていかないといけないことですね。みんなで岩出駅前を活性化していきましょう。



ぷう～。頑張ります…。

岩出駅前活性化事業

○理想的な舗装とは



ぐぬぬっ。



課長、また変な声出して。今度はどうしたんですか？



さっきの話でベンチは分かったんだけど、舗装のイメージが今一つ湧かないんだよ、舗装の補足が欲しいなって。

なるほど。では今回も何枚か写真をお見せします。



宇佐BEFORE(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



宇佐AFTER(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

岩出駅前活性化事業



逗子池田通BEFORE(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



逗子池田通AFTER(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

この写真。



ほうほう。



で、この写真
ですね。



ふむふむ。



逗子池田通BEFORE(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



逗子池田通AFTER(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

岩出駅前活性化事業

いかがでしょうか？3事例挙げましたが、いずれも左の写真がBEFORE、右の写真がAFTERの写真となっています。この写真を見てどう感じますか？



左と右で違うのはインターロッキングでしょうか。



人が主役か、車が主役かってことかしら？インターロッキングのほうが、人が主役って感じがしますね。



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

建物に入る前が重要で、中より外の舗装が大事です。人に近い場所がアスファルトなのはマイナスですね。丁寧にタイルで模様を考えて歩道をつくることで、丁寧に人に感じてもらえます。この写真を見てもらえますか？先ほどのAFTERの写真と比べてどうでしょう？



岩出駅前活性化事業



ん～、ベンチもあるし、インターロッキングもあるんですけど、なんかあまり楽しくない気がしますね～。なんででしょう？



わかった！インターロッキングの組み合わせが画一的で、手を抜いている感じがします。だからちょっと楽しくなさそうな気がしたのかも。

インターロッキングの模様ひとつにしても感じ方が変わりますよね。自分たちの街なので、しっかり自分たちで考えることが大切です。どんなデザインがいいかなどワークショップをやってみるのもいいですね。



なるほど～、自分たちで考えると愛着も湧きますしね。



市役所だけでなく、住民の方も巻き込んでやるのも良さそうね。いろんなアイデアが出てきそうだし。

丁寧な歩道は、周辺のお店も丁寧なつくりに変えていくので、手を抜かず、しっかりやりましょう。



駅前の活性化、やることがいっぱいだなあ、あ一つかれたなあ、休みたいなあ。



課長、まだまだこれからですよ！頑張りましょう！

そうです。駅前の道路整備は岩出が観光で稼ぐ大チャンスです。丁寧な歩道は、周辺のお店も丁寧なつくりに変えていくので、手を抜かず、しっかりやりましょう。



店舗演出

○理想的な店舗演出とは



ふぬぬう。うーん....。



課長、また、そんな変な声出してどうしたんですか？



おお、船戸さんか。観光客を丁寧に誘い込む舗装とベンチを作るとこまではイメージが湧いたんだけどね、まだ何か足りていないような感じがしてるんだよね。



実際にお金を落としてもらうお店の演出じゃないですか！？いくら舗装とベンチが丁寧に作られていたってお店に入りたいと思わせないと意味ないですし。



でもお店って民間だろ？そこに僕たちがあまり口出しするのもどうかなって思うんだよね～。

なるほど。ではこれも道の駅でトライアルをやってみるのはいかがでしょう？



おお～それはいいですね！分かりました。お金が落ちるようにする店舗の演出ができるよう頑張ってみます。

店舗演出

〇道の駅におけるトライアル店舗演出



まずは、この写真を見てください。こちらの写真をみてどう感じますか。



店舗だということがちょっと分かりにくい気がしますね。なんとなく誘われている感じがしないというか。



丁寧に誘うってことを考えると休憩するためのベンチや椅子がないのも気になりますね。

では、こちらの写真をみてください。先ほどの写真とどこが違いますか？



店舗演出



提灯がありますね。それと店先に何か購買できるような場所があります。あとはベンチですかね。



あと、暖簾の色も赤色になって、なんとなく入ってみたい感じがしますね。

入口の暖簾ですが、暖色は、商品を買ってのメッセージに、寒色では、買うのを考えろよのメッセージになります。

店の入口に、赤の敷布を引いた長いすをおくだけでも、どうぞ座ってくださいともてなしのメッセージになりますね。これは、実際に座らなくてもよくて、そう見せるのが大切なんです。



なるほどですね。お店であることを分かりやすくするために看板をつけるとかはどうなんですかね。看板をバンバンつければ人がどんどん寄ってくるんじゃないですか？

下の画像をみていただくと分かるように、看板では、人は誘われませんね。大きくお店の名前が書いてあって、なんだかお客さんに対して偉そうな感じがしませんか？



店舗演出



確かに～。看板より、店の入り口でウエルカムなメッセージを伝えるのが大事なことですね。

それと、店づくりに必要な「三種の神器」を仕掛けるというのも店舗演出では必須の要素です。

「三種の神器」というのは、

1. 挨拶の装置(こんにちは)

→植物・花鉢など

2. 迎客の装置(いらっしゃいませ)

→ベンチ・テーブル・イス・日よけ・照明・のれん・木のドアなど(特にベンチは重要)

3. 集客の装置(買って行って)

→メニュー・看板・のぼり・商品(サンプル)など

上から2:4:1の割合が理想なので、そのあたりも踏まえて演出を進めましょう。



なるほどですね。「三種の神器」を意識して店内の演出を考えてみますね。

店舗演出



この写真を見てください。道の駅「ねごろ歴史の丘」にある物販施設「根来山荘」の令和6年3月時点での内装写真です。こちらをみてどう感じますか？



ん〜。1枚目は極々普通によく見かける陳列ですね。別におかしな感じはしないけど…。2枚目は休憩するスペースかしら。こっちはちょっと殺風景な気がしますね。3枚目はレジ前ですね。これもよく見かける陳列だけど、どのあたりがダメなのかしら…。



ふふん、ふんふん。これは、僕は分かりますよ〜。POPが印字なところですよ。やっぱPOPは手書きじゃないと、「おもてなし」の心が伝わらないですからね。船戸さん、分かってないな。



(課長、さっきの店前の演出でダメ出したのを根に持っているんですね。)でも確かに手書きのがいいのはわかりますけど手書きならなんでもいいんでしょうか？なんかこのまま手書きにしても手抜いている感がある気がするんですけど…。



店舗演出

POPはいい着眼点ですね。でもそれ以外にもポイントはたくさんあります。今回も何枚か写真を見てもらいましょう。



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

まずPOPですが、比べてみてどうでしょう？



根来山荘のPOPは、「白い紙に黒の印字」ですが、後で見た方のPOPは、「黒い紙に白のペン」で書かれています。



POPのサイズや形も、まちまちになってますね。



そうですね。「白い紙に黒のペン」というPOPは手抜いているとみられることが多いので、「黒の紙に白のペン」で、特別感を出すということが大切です。商品の配置はどうでしょう？



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)



(堀繁 東京大学 名誉教授 提供)

ん～。根来山荘の方は、単に商品を置いただけって感じがしますね。



良い方の事例では、商品棚もいろんな形を使ってますね。あとは天井からも商品をぶら下げたりしてます。飾りつけなんかもいろいろしてますね。



店舗演出

せっかく立寄っていただいても、何も買わずに帰られては何をやっているのかわからないので、購買者率も上げたいし、客単価も上げなければなりません。それには、店前同様、店内も「丁寧に誘う形をつくる」ことが肝要です。現在の根来山荘の店内は商品を置いただけでそっけなく、丁寧に誘っているようにも見えないので、商品棚の最下部の収納スペースの殺風景な側板にレンガ風やアンティーク木材風のシールを張って「丁寧」を演出しましょう。他に気づいたことはありませんか？



照明でしょうか？根来山荘のほうには照明がありません。



天井には大きな照明あるじゃない？それじゃダメなのかしら？

天井をいくら明るくしても意味がありません。客の目線より下の照明が重要です。目線より上に設置していいのは、テーブル・商品を照らす為のスポット照明などですね。



机が大きすぎなんじゃないでしょうか？なんか定食を食べるための机って感じになってるけど、根来山荘で提供してるのってパフェとかジュースとかですよ？もうちょっと小さくてもいいかも～。

机の大きさについてはそのとおりですね。他には、イートインの場所と店舗を分けるのは良くありません。イートインの中にも、商品を置くと、食べながら、商品を見て、購入につながりますしね。



いろいろあるんですね～。伸びしろしかないですから、頑張ります！

店舗演出



みてみて～。じゃじゃ～ん。根来山荘の店内を演出してみました。ちょっとみてもらってもいいですか？今度こそ自信作ですよ～。

こちらも、最初に比べるとだいぶ改善されてきましたね。でも、まだまだ伸びしろはありそうです。どのあたりがさらに工夫できそうでしょうか？



商品を照らすスポット照明や商品棚の最下部スペースの装飾など、まだまだ丁寧さは打ち出せそうです。



イートインのスペースも、机の大きさや装飾など丁寧さの伸びしろはまだまだあります。

改善できるところは改善しつつ客単価1,600円を目指していきましょう。そして、道の駅の事例をもとに、沿道店舗にお金が落ちるようにするための店前と店内の演出進めていきましょう。



An aerial photograph of Iwate City, Japan, showing a wide river (Aomori Bay) flowing through the city. The city is densely packed with buildings and infrastructure, including bridges and roads. In the background, a range of mountains is visible under a clear sky. The text "第4章 岩出市観光の方向性" is overlaid on the image.

第4章 岩出市観光の方向性

岩出市観光の方向性

〇つながる岩出市観光



紀の川さん、これまでの話で観光の大切さはわかってきたけど、結局、岩出市は観光でどこを目指すんだらうね？



そうですね。外貨を稼ぐってのは分かったけど、「観光の方向性」ってもうちょっと具体的にイメージできるようにしたいですね。



ええ、その点は重要ですね。岩出市の観光、方向性を一言でいえば、「交流人口を生み出す、外貨獲得型の観光」が目指すところです。



ほう～、話がカッチリしてきて、ちょっと戦略っぽい感じになってきましたね。

でも、それっていわゆる「観光地っぽくする」ってことですか？テーマパークとか温泉街みたいな派手な展開？



いいえ、それとは違います。岩出市の場合は道の駅や根来寺を活かして、地域にとって「また来たい場所」や「居心地のいい空間」を作ることが核になります。

なるほど！ それなら、道の駅の利活用もポイントですね。特色を打ち出して、人々が「立ち寄りたい」と思える仕掛けが取り入れられると良いと思います。



岩出市観光の方向性



そしてさらに、道の駅が駅前や商店街なんかとうまく「つながっていく」ことで、滞在時間が長くなる仕掛けを考えるべきだね！

その通りです。そういった連携で「滞留拠点化」を実現していく。つまり、人が立ち寄るだけでなく「過ごせる場所」に変えていくことが大事なんです。



本当にそうですね！でもそうするには、少なくとも既存の資源をうまく使うこと、それに計画をガチガチに固めすぎず柔軟さを持つことも、このプロセスでは重要ですね。

資源を活かす計画かぁ。岩出駅前とかお店が集まっているところで、何かうまいことできたらいいな。ふんふん。



だからこそ、未来を見据えた観光施策が肝ですよ！例えば今後の10年間で、岩出市内に「滞留拠点」を作ること为目标にしていこう。そしてその手段として、「岩出駅前活性化事業」や「道の駅の利活用」を組み込むことが重要になります。

「滞留拠点」をつくることで、一気に魅力が広がる気がしますね。そのプロセスで地域がつながる観光をしっかりとデザインしていきたいですね。



今後10年間に於いて、岩出市内に「滞留拠点」を作ること为目标に、「岩出駅前活性化事業」「道の駅の利活用」を手段として観光施策を推進する。

岩出市観光の方向性



滞留拠点ができただけの場合、どんなメリットがあると思いますか。

人が集まると、その人たちを目当てにお店が生まれて、お店が増えると、また人が集まってくる、それを見てさらにお店が増えて...ああ...、好・循・環...。



...なるほど。そうやって人が集まることで、外から入ったお金が市内で回り、既存の事業が元気になったり、新しい仕事が生まれたりするんですね。

ええ。観光で市外からお金を呼び込めれば、宿泊や飲食、サービス業の売上が増え、それが雇用や賃金として地域に還ってきます。



そうやって働く場が増えれば、若い人が無理に都会へ出なくてもいい。にぎやかな岩出市を想像するだけでワクワクしてきたよ！

今後10年間に於いて観光振興により地域経済の活性化させ、雇用創出や賃金の向上につなげることで、若年層の定着と人口の減少の抑制を目指す。

An aerial photograph of a city, likely in Japan, showing a wide river flowing through the urban landscape. The city is densely packed with buildings, and the background features rolling green mountains under a clear sky. The text '第5章 ビジョンの推進体制' is overlaid in the center of the image.

第5章 ビジョンの推進体制

ビジョンの推進体制

〇市民・事業者・行政が一体で観光振興



課長、観光の方向性が分かってきましたけど、じゃあ「誰が、どうやって」このビジョンを実行するんですか？



それな〜。理想ばかり語っても、動かす人がいなきゃ絵に描いた餅だしなあ。僕は餅は好きだけど。道の駅の餅、うまいんだよね〜。

観光は「推進体制」がカギになるんですよ。観光は行政だけが頑張ってもダメで、市民や事業者も巻き込む仕組みが必要なんです。



巻き込み型かあ。なんか最近の流行だなあ。でも実際にどうやるんですか？

例えば観光案内所の設置はその一歩です。岩出駅前に新しく整備する案内所は情報発信だけじゃなくて、市民と観光客が交わる場所にするんです。



じゃあ、イベントとかもやるってことですか？

そうそう。地域の人が主体となって、ワークショップや地元グルメの体験なんかを案内所やその周辺で定期開催していてもいいですよ。



ビジョンの推進体制



なるほどな～。市職員だけが頑張るんじゃなくて、市民と一緒に“観光の担い手”になるわけか。



他にはどんなことするんですか？

例えば案内所をバスの起点にして、観光ルート組むとか。駅から根来寺や道の駅に公共交通で移動するルートを提案することもあります。



あ～。確かに。今は自家用車移動が多すぎるもんね。観光ルートができれば、もっと周遊してもらえそうだ。



観光案内所って情報だけじゃなくて、“まちの玄関口”ってことなんですね。



そのとおり。さらに、SNSと連動した情報発信も強化していきます。



岩出に来たらSNSで「#岩出いいね」って投稿したくなる仕掛けを考えないとな。



観光って施設だけじゃなくて“人”とか“雰囲気”が大事なんですね。

行政、事業者、市民が「観光は自分ごと」だと捉え、共に動く体制を作っていくことが、観光振興の要と考える。