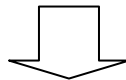


亀岡市 観光まちづくりへの提案

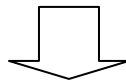
平成21年3月
近畿観光まちづくりアドバイザー会議

【提 言】

亀岡市の観光まちづくりは「嵯峨野観光鉄道（トロッコ列車）」「保津川下り」「湯の花温泉」の3大観光がメインで、市内の他の観光資源が魅力的であるにも関わらず連携できていない。亀岡市が目的地となり、観光客が選択しうる観光まちづくりが求められる。



そのためには、個々の観光資源を結び面的な打ち出しが求められるとともに、観光都市・京都に隣接している立地を生かしながら、亀岡市の地域特性を観光まちづくりのテーマに据え取り組んでいく必要がある。



観光まちづくりのテーマを設定することで行政・観光関係者・農林商工業者・住民等が協働する方向性が明確になり、ハードやソフトの整備、人材育成、マーケティングの軸が構築される。この軸に沿った持続的な取り組みによって、亀岡観光まちづくりが実現するものとする。

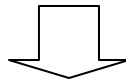
そのため、近畿観光まちづくりアドバイザー会議では次項以下の提案を行いたい。

○STEP 1 【現状分析と推進体制づくり】

亀岡市は嵯峨野観光鉄道、保津川下りというA級の観光資源を持ちながら、両者とも観光目的は京都・嵯峨野で、亀岡市は中継点、通過点に過ぎない。また、湯の花温泉も宿が目的地化し、市内の他地域に観光客が流動することは稀である。

一方で、明智光秀ゆかりの亀山城址や城下町、光秀の首塚がある谷性寺、丹波七福神と出雲大神宮など文化歴史観光資源が市内に点在している。

いずれも個性ある資源だが、それぞれが“点”にとどまり「亀岡」という“面”での連携、発信が思うようにできていないのが現状である。



それぞれをつなぐ手段は、公共交通アクセスはもちろんのこと、「食・特産品」「歴史文化」「ご利益」などで有機的に連携することが可能だと考える。例えば、トロッコ利用客がまち中で食事をしたり、京野菜をふんだんに使った駅弁を販売し、それを寺社境内などで食べてもらう仕掛け等も考えられる。

そのため、様々な業種の方からなる意見交換会出席者を観光まちづくり推進母体として定期的集まるよう提案したい。亀岡市が目指す観光まちづくりに向けての戦略を立て、市民、事業者、行政ごとの戦術をコーディネートし「オール亀岡」をけん引する役割を果たすよう期待する。

○STEP2 【個別資源の現状分析～視察後の印象から～】

① 亀山城址

静寂さと清潔感に好感を持ったが、宗教法人の施設で気軽に訪問しにくい

→光秀の記憶として大切な場所。遺構めぐりを手掛けたい。桜や紅葉のシーズン限定公開でもよいのではないか。

② 城下町

光秀という歴史的なテーマがあり、昔ながらの果物屋など散策して楽

しい雰囲気。観光客を受け入れるイメージは乏しかった

→地図や高札板風のサインなどを整備し、分かりやすく歩けるようにしたい。また、まち中に食事店があれば活性化につながる。城下町の存在自体が知られていない。情報発信不足。

③ 丹山酒造

風情ある酒蔵で、女性杜氏の存在もユニーク。ただ若干入りにくい雰囲気

→城下町の散策拠点として、ミュージアム風な仕掛けや酒米栽培ツアーなどを試行したい。

④ 四季彩

地産地消の料理で非常に良かったが、席数が限られツアーでの設定は困難

→好評なメニューを亀岡名物とし、トロッコ亀岡駅等で駅弁販売してもいい。団体予約に対応できれば商品設定も考えられる。

⑤ 出雲大神宮

歴史的に非常に面白いスポットだが、駅からのアクセスが悪い

→2次交通で利便性を高め周遊ルートを形成し、七福神と面的な展開でアピールしたい。

⑥ 谷性寺

説明が興味深く、ロケーションもいい

→光秀観光の重要な拠点としてネットワーク化したい。

⑦ 湯の花温泉・すみや亀峯庵

温泉街周辺を散策できないのは残念だが、宿はすばらしい印象

→宿から外へ出る機会を地域で考えたい。地産地消のランチや日帰り入浴の取り組み、京都連泊者へのPRを強化したい。

⑧ コスモス園

通年では取り組みにくい場所だが、いい印象を持った

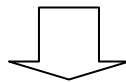
→花関連を含め他施設の連携、地元農産品が味わえたり料理できるイベントの定例化。

STEP3 【観光まちづくりに向けて】

上記の STEP を踏まえ、持続できうる推進体制のもと個別資源の有効活用と連携を進めていく亀岡市観光まちづくりに向けたポイントを絞ってみたい。

【資源を資産化する連携】

- ① 「明智光秀」＝2011年の亀山城築城400年を機に、光秀ゆかりの地（亀山城址・城下町・谷性寺・明智越など）を一体的に売り出す。世間では“逆臣”とされてきた光秀が丹波・亀岡では愛され、親しまれてきた武将であったことを顕彰しストーリー化したい。地元の人たちが隠し持ってきた光秀の武具などゆかりの品を掘り起こしエコミュージアム的な仕掛けを展開したい。ギャラリー亀岡に、光秀館といった顕彰施設を開設することも検討したい。さらには、生涯学習の観点から光秀を取り上げ、座学とゆかりの地訪問をセットして打ち出したい。
- ② 「ご利益観光」＝元出雲とされる縁結びの聖地・出雲大神宮、丹波・七福神をご利益スポットとして売り出す。それに付随する特産品、土産品を開発する。また、湯の花温泉・すみや亀峯庵でジョン・レノンとオノ・ヨーコが宿泊したという話題性を組み入れるなど、既存の観光資源をストーリー性で持って関連づけていきたい。
- ③ 「京野菜のふるさと」＝京野菜の主生産地であることを観光に活用し、直販所や朝市を立ち寄り先としてPRしたい。また、地場産野菜を使って、トロッコ乗客やハイキング客向けの弁当を開発したり、食事場所を観光資源と捉えたい。京都市内からトンネルを抜けると田園風景が広がることや、朝霧が多いことが野菜栽培に適していることなど景観、気候的な特長を地域特性としてアピールしたい。



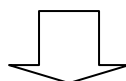
三大観光に付随する亀岡らしさ、亀岡ならではの
ストーリーづくりと市内を回遊する必然性の創出

ここで言うストーリーとは、年間5000万人もの観光客を数える京都市内から、いかに亀岡へ足を延ばしてもらうかの仕掛けであることがポイントだ

と考える。京都市内との違いは何か、京都市内にはなくて亀岡にあるものは何か、一つひとつを掘り起こしていくこと。また、点と点をつなぐ線上も重要な観光要素になることから、沿線の市民が自発的に参画できるストーリー（初夏には民家の軒先に桔梗の花を植えることなど）を打ち立てたい。それらによって観光まちづくりの戦略を立案していくことが、持続可能な長期的な取り組みとして結実するものとする。

○ STEP4 【商品化とマーケティング】

具体的な戦略が構築できた上で、お膝元の京阪神からの誘客を中心に、首都圏をはじめ全国から5000万人が来訪している京都市観光のプラスアルファとしての戦術を明確化したい



1. 着地型旅行商品の開発

湯の花温泉の宿泊客、京都市を訪れている観光客が市内探訪するミニツアーの試行、地産地消の食事と入浴をセットした湯の花温泉の日帰りプランなどを企画し、観光アピールポイントの精度を高める。具体的なコース提案としては、トロッコ亀岡→亀山城跡→城下町→JR亀岡駅のルートスタンプラリー形式で結び、完歩者には京野菜などをプレゼントする。また、桔梗、コスモスなどフラワーツーリズムも打ち出したい。

2. 旅行会社現地視察会

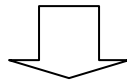
京阪神の旅行会社をはじめ商品造成担当者を亀岡市に招聘したい。上記の企画を具体的に提案し、地域観光を組み入れた湯の花温泉の商品化、京都観光のオプションツアーとして実現の可否のヒントをもらう。

STEP 1の推進体制づくりで述べた組織のうち、旅行商品開発事業部会等を立ち上げ、機動性を高めて旅行会社やJR西日本、京阪バスなどとの連携を強化していきたい。

最後に、これまでの会議、視察を踏まえ下記のキャッチフレーズ案を提案したい。

案：「京から『かめおか』です。」

- ① 京都に隣接し、京都に連なる観光地であることのイメージを強調するとともに、「今日から、今すぐ」に亀岡の旅が楽しめることを訴求するのがねらい。観光まちづくりの醸成によって亀岡市が目的地として認知されるまでは、当面、JR山陰線やトロッコ列車、保津川下りで京都と直結されていることをアピールしたい。
- ② そのため、トロッコ駅から城下町などへの観光客動線づくりが戦術として明確化すると考える。
- ③ 城下町、丹波七福神・出雲大神宮を特出しし、歩き観光を推奨したい。前者では明智光秀に焦点を当て、11年の亀山城築城400年記念行事へつなげたい。
- ④ 歩き観光の付加価値として、京野菜のふるさとで食べる地産地消の料理、沿道で楽しめる花、散策の疲れを癒す湯の花温泉…といった亀岡市の観光資源を絡めたい。



京都にはない城下町、田園風景の中を歩く

「歩き観光」の魅力を訴求



(添付パンフレット参照)

なお、作成したパンフレットはアイデア案であり、アドバイザー会議で視察した場所をほぼ網羅した形になっている。実用面を考慮すると、前述の城下町や七福神、京野菜などポイントを絞って打ち出したい。また、京都市内や大阪から至近距離にあることや駅の間近に城下町があることなども時間等を具体的に記載することでアピールすべきだと考える。