

こてえさんねえなあ  みよし

## 研究テーマ

# 観光のまちづくり

アドバイザー 山本 聖子



# 目次

観光のまちづくり概要図	1
<b>1 はじめに</b>	<b>2</b>
<b>2 なぜ、三芳町で「観光政策」なのか</b>	<b>3</b>
2.1 三芳町の現状と課題	
2.2 なぜ今観光が必要なのか	
2.2.1 三芳町の観光政策の現状	
2.2.2 三芳町の観光における課題と方向性	
2.2.3 観光政策立案のための参考資料	
<b>3 町内観光資源の現状把握</b>	<b>19</b>
3.1 視察報告	
3.1.1 町に残る自然・資源を育てて事業にする ～北永井 船津貞夫氏「みよしそばの里」～	
3.1.2 農地や自然の保存と循環型農業の継承 ～落ち葉野菜研究グループ、三富塾活動ボランティアの会～	
3.1.3 歴史・文化を知るためのコア施設 ～三芳町立歴史民俗資料館（こぶしの里）～	
3.1.4 町の商工業の振興に向けて～三芳町商工会～	
3.1.5 農業をとおした食育の推進と地域コミュニティの形成 ～体験型農園（正木農園）～	
3.1.6 スポーツの町おこしを目指して～大崎オーソル～	
3.1.7 「地域のショウウィンドー化」～パサール三芳～	
3.2 視察を終えて	
<b>4 観光のまちづくり政策提言</b>	<b>30</b>
4.1 観光のまちづくりの考え方	
4.2 三芳町の観光SWOT	
4.3 観光のまちづくりに対する3つの提言	
4.3.1 情報発信に関する提言	
4.3.2 観光インフラの整備に関する提言	
4.3.3 資源のブランド力アップに関する提言	
4.4 期待できること	
<b>5 まとめ</b>	<b>56</b>
5.1 今後の長期展望	
5.1.1 提案の狙いと効果	
5.1.2 スケジュール	
<b>6 おわりに</b>	<b>58</b>
6.1 三芳町が目指すもの	
6.2 活動を終えて	

# なぜ「観光政策」？

特別な観光政策が存在しない三芳町。しかし、観光政策を実行することで様々な課題解決が…！？

現在の三芳町

認知度が低い  
人口減少の危機  
財政状況の悪化

町のイメージの向上

町への愛着と誇りの醸成

町の産業の活性化

を目指して

視察

三芳にはたくさん**素敵**なものがある！

観光政策

**情報発信** 観光ホームページ開設  
ガイドマップ作成

**観光インフラの整備** アンテナショップ開設  
バスで観光

**ブランドカアツ** みよし案内人  
富のいもで みよしのお菓子  
ハンドボールのまち みよし

- ・観光情報の網羅
- ・観光客の増加

- ・他に類を見ない価値の創出
- ・交通インフラの有効活用

- ・担い手育成
- ・知名度アップ
- ・町の活性化
- ・町への愛着アップ

効果

## 1 はじめに

地域を取り巻く環境は激変している。人口の減少、少子高齢化、隣人関係の希薄化などの問題は、都市と地方の両方で同時進行しており、各地域は生き残りを賭けてあらゆる施策を打ち出すようになっている。

三芳町は、人口は横ばいだが、少子高齢化は着実に進んでいる。町の主要産業の構造も変化している。こうした中、地元の魅力を高め、人口の移入を促進し、地域行政の健全な発展を促すことが三芳町の最重要課題になりつつあると言っても過言ではない。

今の時代の地方公共団体の使命を果たしていくためには、個別の施策を総花的に実施していく従来の行政の在り方を基本から見直す必要がある。そうした基本的な問題意識の下で、平成 23 年 5 月に設立されたのが、三芳町政策研究所「未来創造みよし塾」である。

同塾では、三芳町が将来、住んでいる住民が町に誇りを持ち愛着を持ち、また町外からも訪れたいくなる町を目指す一歩として、「観光のまちづくり」をテーマとして研究を進めてきた。

観光とは、その地域において長く培われてきた暮らしや産業に新たな光を当て、地域外の多くの人々を地域内に呼び込む活動であるといえる。観光プロジェクトチームは、三芳町の輝きがどこにあるか、どうすればより輝くか検討を重ね、観光政策を提言する。

## 2 なぜ、三芳町で「観光政策」なのか

### 2.1 三芳町の現状と課題

三芳町は首都圏からおよそ 30 km に位置する。埼玉県南西部、武蔵野台地の北東部にあたり、関東ローム層におおわれた平坦な台地である。人口は約 38,000 人、面積は 15.30 km<sup>2</sup> で東に志木市・富士見市、南東に新座市、南西に所沢市、北にふじみ野市・川越市といった大きな市と隣接している。

三芳町の歴史は約 3 万年前の旧石器時代までさかのぼり、町内での発掘調査によって旧石器時代から縄文・弥生・古代といった三芳町の原始の一端を垣間見ることができる。鎌倉時代から室町・戦国時代の武蔵野は見渡す限りの原野だったが、鎌倉街道や中世を思い起こさせる文化財も残されている。三芳の地域が本格的に開発されたのは、江戸時代に入ってからのことである。古くから集落を形成した竹間沢とは異なり、藤久保・北永井・上富は道路を中心に地割された新田村で、規則正しく屋敷地・耕作地・雑木林が並んでいる。特に上富を含む三富新田（三芳町上富・所沢市中富・下富）は、約 1,400ha もの広大な原野を開拓し、今なお開拓された地割の様子をよく伝えていることから、「にほんの里 100 選」にも選ばれている。

明治 22 年（1889 年）、町村制施行により上富村・北永井村・藤久保村・竹間沢村が合併して三芳村が誕生した。以降、純農村地帯として歩んできたが、昭和 40 年代から急速に首都近郊のベッドタウンとして、また首都圏の流通基地として目覚ましい変貌を遂げ、人口は増加し、昭和 45 年（1970 年）に町制を施行し、三芳町となった。現在は、商・工・農のバランスがとれた町として今日に至っている。

三芳町の主幹産業である農業は、首都圏近郊で出荷しやすいという好立地から葉物野菜が多く作られている。また、名産品として上富地区を中心に「富のいも」として販売されているが、その認知度は高いとはいえない。

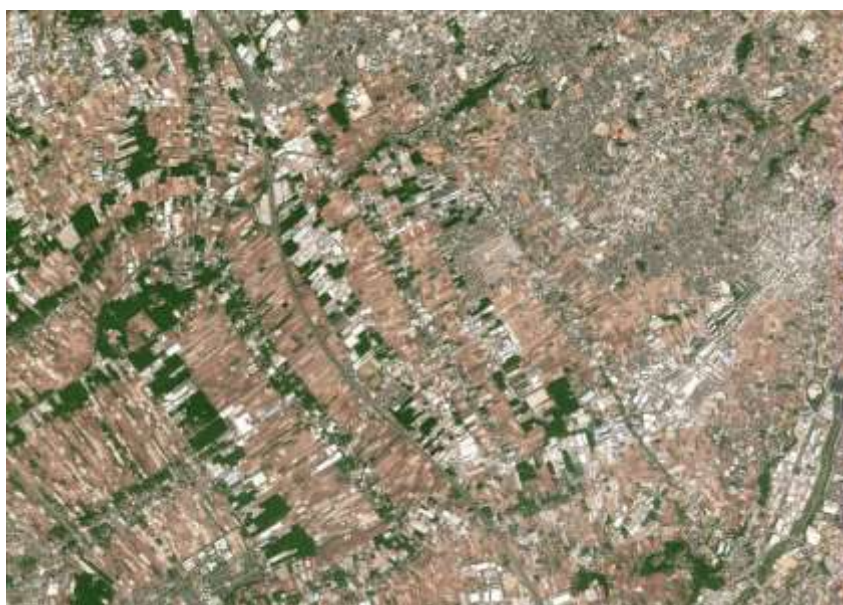


写真 1  
三芳町の航空写真

近年、我が国では、地域住民のニーズの多様化・高度化などにより、公的サービスに求められる分野が拡大している。一方、少子化による人口の減少、景気低迷、高齢化、社会保障の増加など社会情勢の変化により財政状況は悪化し、地方自治体が抱える政策課題（図表1参照）を解決することは、一層厳しくなっている。

個性豊かで活力に満ちた地域社会を実現するためには、自治体による地域活性化施策だけでなく、地域住民による創意と工夫に満ちた活動によって地域を活性化させていくことが必要になってきている。

地方分権時代は変革・変動の時代であり、地方自治体の多くは、これに伴う諸対応・諸改革が鋭意に進められている。さらに、経営体としての自立へ向けても多くの展開が求められている。つまり、自治体組織として総合的な力量と意図が問われる時代である。

図表1 全国地方自治体の政策課題

順位	政策課題内容	団体数	%
1	産業振興	503	65.2%
2	地域活性化	410	53.1%
3	住民との協働	370	47.9%
4	高齢者福祉・介護	292	37.8%
5	雇用維持・創出	289	37.4%
6	児童福祉	233	30.2%
7	まちづくり	227	29.4%
8	定住促進	221	28.6%
9	過疎対策	166	21.5%
10	災害対策・防災	164	21.2%
11	交通システム・公共交通対策	157	20.3%

全国地方自治体の政策課題についてのアンケート調査結果（平成23年2月実施）

全国の人口動態状況と同じく、三芳町も少子高齢化が進んでいる。平成2年～平成6年の出生数は合計1,651人だが、平成7年～平成11年は前5年間と比べ113人減少、平成12年から平成16年では82人減少し、平成2年～平成6年の5年間と比べると195人も減っている（図表2参照）。また、図表3に示すように平成17年には60歳以上の高齢層は全体の27.2%となり、5年前に比べて7.6%も増加している。今後の福祉・医療の増加により少なからず町の財政に影響を与えると思われる（少子高齢化と医療・介護費用の増加）。

また、三芳町への転入者数も過去5年程は減少あるいは横ばいになっている。このような状況が続くと現在の町の人口約38,000人は今後増加する兆しは無く、図表4に

示した人口調査予測表にあるように、今後の人口予測は、横ばいあるいは減少傾向にあると言える（人口減の危機）。

今後、安定した行政運営を行うためにも、担税能力の高い30～50歳代の定住を促す必要がある。平成22年（2010年）に実施した『三芳町住民意識調査』においては、図表5に示したとおり年齢が上がるにつれて三芳町に愛着をもち、今後も住みたいと感じている一方、20歳代の若者は定住志向が低いことがわかる（若者の定住志向低下）。

財政面については、地方交付税交付金の不交付団体であるため財政健全団体としての印象が強いが、図表6のとおり平成22年度決算において単年度収支及び実質単年度収支は赤字となっており、今後の見通しは決して楽観視できるものではない（財政状況の悪化）。

図表2 人口動態の推移（単位：人）

年次	出生合計数	前5年比較
平成2年～6年	1,651	-
平成7年～11年	1,538	△113
平成12年～16年	1,456	△82

『統計みよし』より作成

図表3 人口の推移（単位：人）

年次	総数	60歳以上	比較	構成比
平成7年	35,607	4,667	-	13.1%
平成12年	35,752	7,014	2,347	19.6%
平成17年	37,050	9,718	2,704	27.2%

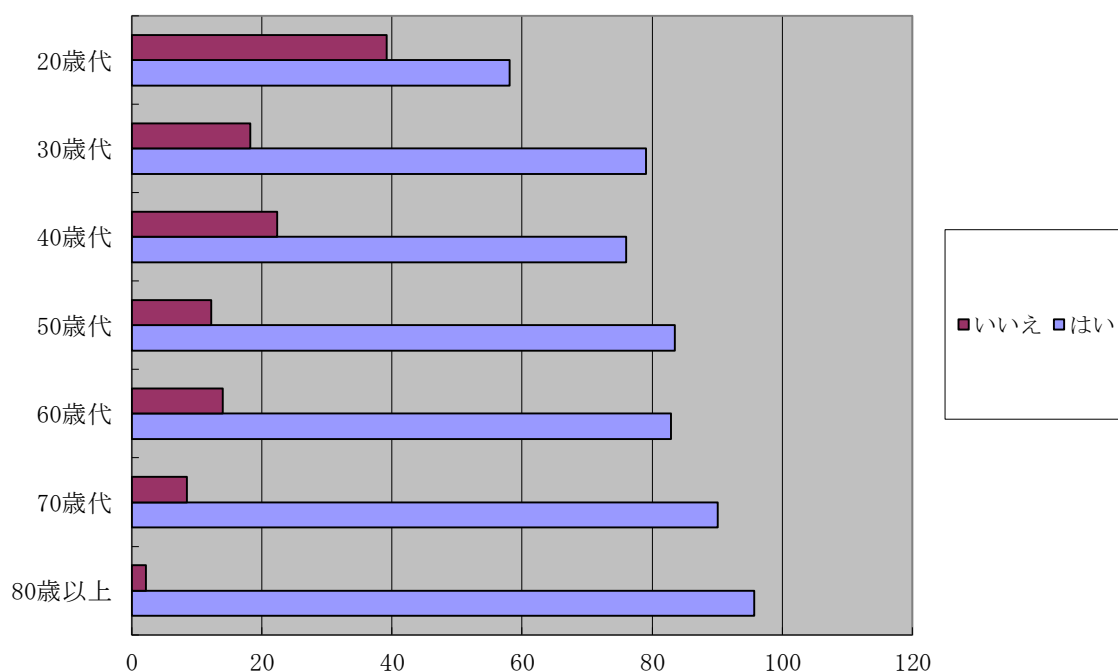
『国勢調査』より作成

図表4 平成17年度実施国勢調査 人口調査予測表

区分	総人口	～14歳	15歳～64歳	65歳～
2005	3.7万人	0.5万人	2.6万人	0.6万人
2010	3.7万人	0.5万人	2.4万人	0.8万人
2015	3.7万人	0.4万人	2.2万人	1.0万人
2020	3.6万人	0.4万人	2.1万人	1.1万人

平成17年国勢調査の抽出速報集計結果

図表5 年齢別定住意向（今後も住みたいかとの問いの回答）



平成22年（2010年）『三芳町住民意識調査』

図表6 平成22年度地方財政状況調査決算 収支の状況

区分	歳入総額	歳出総額	実質収支	単年度収支	実質単年度収支
平成22年度	12,791,371	12,176,926	609,230	△68,308	△84,870
平成21年度	13,057,071	12,377,373	677,538	29,985	111,261

(単位：千円)



## 2.2 なぜ今観光が必要なのか

我が国では、平成 18 年（2006 年）に成立した観光立国推進基本法により観光庁の設立をはじめ、観光立国の実現に向かう取組みが全国的に行われている。観光に伴う消費活動は、多くの関連産業に様々な波及効果をもたらし、経済の活性化と雇用の創出に寄与する（経済的効果）。また、町独自の魅力を町内外にアピールし、住民が町への愛着や誇りを培う重要な役割を持っている（社会的効果）。では、現在の三芳町における観光政策はどのようになっているのか、そして今後どのように進めていくべきなのかを検証する。

### 2.2.1 三芳町の観光政策の現状

昭和 45 年（1970 年）町制施行により三芳町が誕生して以来「町」と「観光」を関連づけて議論をしたことがない。観光振興とは、一般的にその地域における過疎化の進行や、経済の衰退等の結果、市町村として立ち行かなくなる恐れがあるために観光を手段として地域の活性化を図るための方策のひとつである。これまでの三芳町は、高度経済成長期には首都圏のベッドタウンとして人口は着実に増え、財政的にも特に問題はなかったため、観光によるまちづくりということを考える必要がなかった。例えば、町教育委員会では、さつま作り教室、ジュニア三富塾、茅葺民家塾等の催しを実施しているが、歴史・文化体験は教育であり「観光」という視点では見ていない。同じように歴史民俗資料館も歴史・民俗資料を展示し、企画展示や様々な催し物を実施して来館者を増やす試みが行われてきたが、「来館者」と「観光客」は別ものという見方であった。

その右肩上がりだった人口増や経済活動が近年、横ばいから低迷になっている。これからは、産業経済の基盤であった農業・商業・製造業を新たな視点から検討する時期にきている。その視点のひとつが「観光」である。『三芳町住民意識調査』のなかの今後力を入れるべき産業経済分野の施策についての調査では、これまでは項目として見られなかった「観光施策・町のPR戦略」に期待する住民も多い（図表7参照）。町に無い物を追い求めるのではなく、すでに町にあるものを見直し、それをどのように活用すれば将来の町の発展につなげることができるのかを検証しなければならない。

現在、町内で活動する個人や団体（3 町内観光資源の現状把握参照）が町の産業を活性化するために行動しているが、その活動は単発的で大きな流れにはなっていない。これら活動する個人や団体が有機的に連携し、その潜在能力を発揮する触媒として「観光」を用いることは有効な手段である。

また、町内には豊富な歴史文化遺産や年間を通して開催される祭り・行事・イベント、首都圏近郊にありながら武蔵野の自然と景観が残る環境、そして江戸時代より行われてきた農業、農産物と多種多様な歴史・文化が継承されてきた。このような歴史と自然に恵まれている町を子孫のために残し、受け継ぐために今できる事を検証し実

行に移すべきである。そのための手段として、町の特徴と資産を活用した観光政策が、これからの町に活力を与えることができるかどうか検証しなければならない。

図表7 力を入れるべき施策「産業経済」

施 策	回答率
雇用確保や就労支援	37.7%
農地の保全や農業の振興	29.7%
商業・サービス業の振興	23.8%
観光施策・町のPR戦略	19.6%
企業の誘致	14.6%
工業の誘致	3.4%

平成22年（2010年）『三芳町住民意識調査報告書』

次に、観光となりうる資源について一覧に示す（図表8）。三芳町には多くの歴史・文化・芸能、四季折々の祭り・行事・イベント、昔の武蔵野を残す自然、そして江戸時代から続く三富新田に代表される循環型農業など、他に誇れる観光となりうる資源が存在する。これらの資源が持つ潜在能力を官民協働で開花させることにより、町の活性化につながると考えられる。

図表8 観光となりうる資源の一覧（主たるもの）

（歴史・文化・芸能）		（自然環境・景観）		（祭り・行事）		（食事・特産品）	
1	三富開拓地割遺跡	1	こぶしの里	1	産業祭	1	そばの里
2	多福寺	2	ケヤキ並木	2	いもほり大会	2	パサール三芳
3	木ノ宮地蔵堂	3	コスモス畑	3	体験落ち葉掃き	3	ハーモニー
4	旧島田家住宅	4	街路樹	4	えだまめ刈り	4	さつまいも
5	竹間神社	5	菜の花畑	5	地蔵様の祭礼	5	葉物野菜
6	木宮稲荷神社	6	ソバ畑	6	資料館のつどい	6	サトイモ
7	北永井稲荷神社	7	麦畑	7	子どもフェスティバル	7	菜種油
8	歴史民俗資料館	8	緑地公園	8	住民体育祭	8	狭山茶
9	竹間沢里神楽	9	雑木林	9	天王様の祭礼	9	イモ焼酎
10	竹間沢車人形	10	野鳥	10	みよしまつり	10	加工食品

平成22年（2010年）『三芳町住民意識調査報告書』より作成（一部改変）

## 2.2.2 三芳町の観光における課題と方向性

前述のとおり、観光はその地域に既存する産業の活性化、地場産業の創出、雇用機会の増加などの経済的効果および地域住民と観光客の交流、新しい定住者の増加、町のイメージ向上、町への愛着と誇りの醸成などの社会的効果を与える。町の観光政策の方向性はそれらの効果を実現させるものでなくてはならない。しかし、観光政策とはハード面だけではなく、地域の日常性の中で住民の参加を得て、観光客と交流しながらソフト事業を充実させて取り組むものである。観光政策を策定し実施するためには地元経済に関与している民間企業や個人および組織の参画が不可欠である。そのため地域住民が参加でき、協力し合える「住民参加型観光政策」を行う基本理念を構築する必要がある。

その理念を構築する材料としては、平成22年(2010年)に町が実施した「三芳町住民意識調査」を参考にすることができる。①「三芳町の誇り・宝」、②「来訪者を案内する町内の場所」、③「三芳町のお土産として利用するもの」、④「三芳町の象徴(シンボル)」をどのように思うかに対する回答の順位は図表9のとおりであった。

図表9 三芳町の誇りや宝、シンボル等

(1) 誇り・宝		(2) 案内する場所		(3) 町のお土産		(4) 町の象徴	
1	自然(環境)	1	多福寺	1	さつま芋	1	欖並木
2	雑木林(緑)	2	役場	2	お茶	2	役場
3	三富新田	3	歴史民俗資料館	3	野菜	3	自然・緑・風景
4	農業・農産物	4	UNICS三芳	4	さつま芋の加工品	4	田畑
5	田畑	5	三芳PA	5	シュークリーム	5	みらいくん
6	多福寺	6	三富新田	6	農作物	6	雑木林(緑)
7	住みやすい環境	7	欖並木	7	くらづくり本舗のお菓子	7	さつま芋
8	祭り・花火	8	上富	8	お菓子	8	花
9	欖並木	9	田畑	9	そば	9	三芳PA
10	文化(財)・史跡	10	こぶしの里	10	里芋	10	コピス三芳

平成22年(2010年)『三芳町住民意識調査』

この意識調査から住民の町に対して抱いているイメージが、①緑豊かな自然環境、②三富新田を始めとする農業、③町の歴史が収められている歴史民俗資料館、④四季の祭り・花火などがあるということがわかる。ここに挙げられた場所・物の中から「三芳町の観光」を推進するキーワード、および「町の観光政策理念」を作り出すことにより住民参加型観光政策が生まれることと確信する。

図表 10 三芳町と近隣市の入込観光客数（2009 年分）

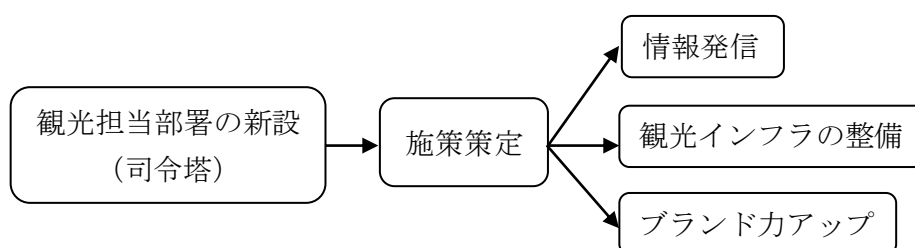
市・町名	観光客数	
	(千人)	%
<b>三芳町</b>	<b>75.9</b>	<b>1%</b>
川越市	6,274.8	75%
志木市	694.5	8%
新座市	404.5	5%
富士見市	589.3	7%
ふじみ野市	311.9	4%
合計	8,350.9	100%

平成21年（2009年）入込観光客推計調査

三芳町に関しては、町の観光政策をゼロから始めるため、組織の立ち上げの準備及びその費用、効果的に組織を運営するための人員の確保、体制を構築することから始めなければならない。入込観光客数（図表 10 参照）が周辺地域と比べるとはるかに少ない数字になっているのは、観光客を把握する手段を持っていないからである。

観光政策を推進するためには、情報の一元化を図り観光客に的確な情報を発信する必要がある。そのためには、観光客の属性・行動に基づく観光情報の選別、その情報の内容・発信手段の決定、そしてその結果を定期的に検証・改善を行う「司令塔」（図表 11 参照）が必要になる。

図表 11 観光政策「司令塔」



### 2.2.3 観光政策立案のための参考資料

#### (1) 観光による効果の検証

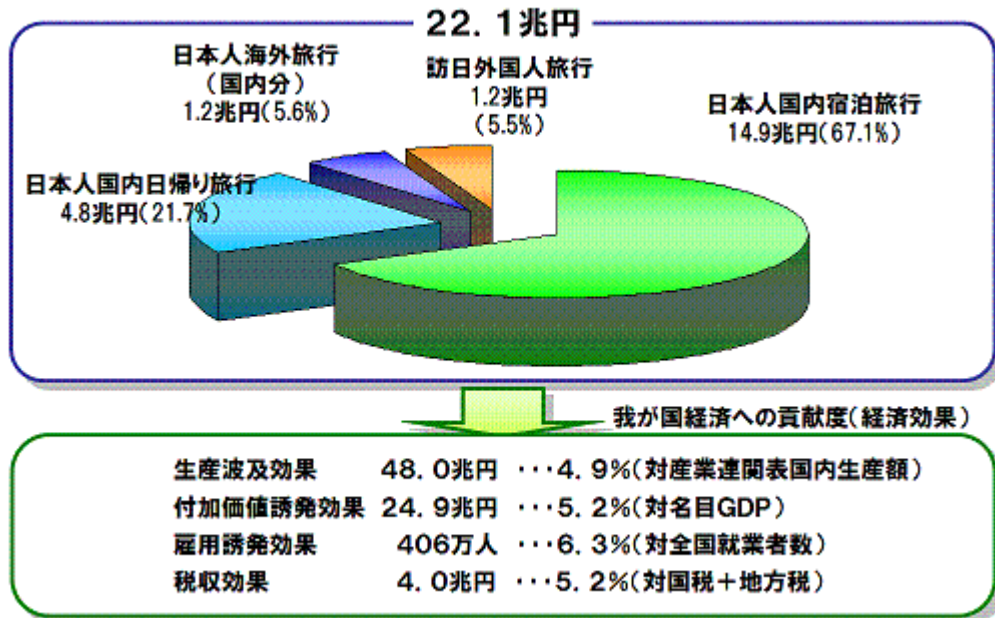
##### ①日本における観光の現状とその効果

平成 21 年度（2009 年度）の旅行消費による国内における経済効果は以下のとおりである（図表 12 参照）。

ア 旅行消費額 22.1 兆円（平成 20 年度：23.6 兆円）

イ 雇用創出効果 211 万人（波及効果を含めた雇用創出効果：406 万人）

図表 12 国内における旅行消費額（平成 21 年度）



国土交通省観光庁『旅行・観光消費動向調査』より

「観光」が地域に与える効果は、前述の様な経済的效果と同時に社会的効果がある。

a 経済的效果

- ・ 既存産業の活性化
- ・ 雇用機会の増加
- ・ 地場産業の創出
- ・ 法人、個人所得の増加

b 社会的効果

- ・ 住民と観光客との交流
- ・ 町イメージの向上
- ・ 観光を通して新しい定住者の増加
- ・ 町への愛着と誇りの醸成

②川越市における観光による効果の検証

川越市の場合、平成 20 年（2008 年）の「観光」による効果は図表 13 のとおり、入込観光客数は 600 万人、その内県内からの観光客数は 35%、首都圏からは 65%であった。

消費総額は 89 億 7,400 万円となっており、市内の年間経済波及効果は 132 億 7,600 万円になる。その年間雇用効果は 1,516 人と報告されている。平成 20 年度の川越市の市内総生産額は 1 兆 640 億 1,500 万円であるから、観光による経済波及効果は市内総生産額の約 1.25%を占めることになる。

図表 13 川越市入込観光客数・消費額

入込観光客数：6,047,000人（県民：35%、首都圏：65%）

消費総額：89億7,400万円 単位 円

	消費額	平均消費単価/人
土産代	4,545,000,000	752
飲食費	3,278,000,000	542
入場・入館料	514,000,000	85
宿泊費	469,000,000	78
交通費	168,000,000	28
計	8,974,000,000	1,484

年間経済波及効果：132億7,600万円（観光消費額の1,479倍）

年間雇用効果：1,516人

ぶぎんレポート No. 126 2009年10月号

## （2）資源となりうるものの解説

### ①歴史・文化・寺社

#### ア 三富開拓地割遺跡（上富地区）

「にほんの里 100選」に選ばれている。江戸時代の新田開発は、全国各地で進められた。武蔵野台地の開拓だけをとっても、現在の小平市小川町、立川市砂川、青梅市新町など、100を超える事例がみられる。しかし、いずれも急激に都市化の波に洗われ、開拓地割・景観はあまり残っていない。それだけに、今なおよくその景観を残している開拓地割遺跡として、全国的に類をみない貴重な価値を持つものとなっているのである。

#### イ 多福寺（上富地区）

多福寺は、上富地区にあり三富新田の入植農民の菩提寺として創建された寺。多福寺の周辺は雑木林に囲まれており、色づく紅葉が楽しめる。

#### ウ 木ノ宮地藏堂（上富地区）

起源は詳らかになっていないが、子授け・子育て地藏として古くから信仰を集め、三富開拓の地割は、この地藏林を中心にして行われた。明和6年（1769年）に川越藩に地藏堂の再建を願い、安永6年（1777年）に現存する地藏堂を完成させたと言われる。4月23・24日と8月23・24日の縁日では、今なお賑わいをみせる。

#### エ 旧島田家住宅（上富地区）

約180年前前の江戸時代文化・文政期（1804～1829年）に建築されたと考えられる茅

葺屋根の民家住宅である。畑作新田として知られる三富の開拓が、さつまいもの導入により豊かになったことを証明してくれる大型の家屋である。また、近郷農民の子弟を集めて寺子屋を開設しており、三芳町の教育史を語るうえで欠かせない。現在、郷土学習を目的とした様々な催し物や体験事業が行われている。

#### オ 竹間神社（竹間沢地区）

地名は地区中央に竹林があり清水が湧きだして沢になっていることに由来する。創立年は不詳。地区名主の池上家の祖である喜平が元禄2年に草分けとして入植した際に、鎮守を祀るために池上本門寺日照を招いて「三十番神」勧進したとされる。ゆえに「三十番神社」とも呼ばれる。日本中の大社30社を祀った神であり日蓮宗における法華経守護の神である。明治以降に改めて「竹間神社」として八意思兼命を祀る。4月26日の祭礼には、竹間沢共楽会によるお囃子と前田社中による里神楽が奉納される。

#### カ 木宮稲荷神社（藤久保地区）

藤久保の由来は地区にある窪地に大きな藤の木があったことによるという。当社は寛文元年に当地を領有していた中山治左衛門が大阪在藩のときに稲荷の神が藤久保に下るといふ夢を見たことから、紀州の良材を当地に送って稲荷社を建立したことに始まるとされる。以来、木宮（きのみや）と称された。おそらくは当社の創建には熊野修験が関わっているであろうとされている。4月20日の春祈祷では、囃子棚で藤久保のお囃子が奉納される。

#### キ 北永井稲荷神社（北永井地区）

永井村の開村は万治年中。延宝3年（1675年）に南北分村したという。南北分村時に村の開拓成功と作物の豊穰祈願の為に稲荷社を祀ったことに始まる。氏子地域は北永井地区である。末社に八雲神社（スサノオ尊）があり、夏の祭礼（天王様）では、子ども神輿が地区内を回る。隔年で、秋祭りには山車が曳き廻され、近隣のコスモス畑と相まって趣深い風景である。

#### ク 歴史民俗資料館（竹間沢地区）

三芳の歴史と文化のしるしを収集・保存し、調査・研究し、提供するところである。調査・研究の成果は、主に展示という形で公開されている。“三芳町の歴史・文化を学び、まもり、探る館”といいかえることができる。また、様々な体験学習や催し物が行われ、多くの方が来館する施設である。

#### ケ 竹間沢里神楽（竹間沢地区）

江戸近郊に広がる神楽の多くは、一つの神社にのみ伝えられている神社付きの神楽とは異なり、それぞれの神社で祭礼の際に招かれて舞う里神楽が伝わっている。竹間沢の前田家はその里神楽の家元を代々務め、各地の神社祭礼時に呼ばれ、里神楽を奉納している。

#### コ 竹間沢車人形（竹間沢地区）

竹間沢車人形は幕末間近の安政年間（1854～1860年）に埼玉県入間郡三芳町大字竹

間沢の前田家に伝わった人形芝居である。車人形は文楽人形に似た大形の人形芝居だが、文楽人形と大きく異なる特長に、幟轎車（ろくろぐるま）を用い、一人で人形を操作できるところがある。竹間沢に人形芝居が伝わったのは江戸時代後期の安政年間（1854～1860年）。竹間沢村（現三芳町）の神楽師・前田左吉（芸名：左近 1838～1886年）のもとに、西多摩郡二宮村（現東京都あきる野市）から、“てい”が人形芝居用具を持って嫁入りしたのがきっかけである。町文化会館（コピスみよし）では毎年定期公演が行われ、古典だけでなく落語との共演など、新たな取組みを続けている。

サ 川越街道（藤久保地区）

川越街道は、江戸日本橋を出て川越に至る全長約 44 kmの街道である。近世においては、川越城主の参勤交代に利用されたほか、中山道の脇往還としての性格を担っていた。現在は部分的に中央分離帯をもつ二車線になっているが、これは昭和になって下り車線を拡幅したためである。旧来の道は上り車線で、この車線側には少なくはなかったが松の古木があり、並木の面影が残る。

<p>写真2 ア 三富開拓地割遺跡</p> 	<p>写真3 イ 多福寺</p> 	<p>写真4 ウ 木ノ宮地藏堂</p> 
<p>写真5 エ 旧島田家住宅</p> 	<p>写真6 オ 竹間神社</p> 	<p>写真7 カ 木宮稲荷神社</p> 



<p>写真8 キ 北永井稲荷神社</p> 	<p>写真9 ク 歴史民俗資料館</p> 	<p>写真10 ケ 竹間沢里神楽</p> 
<p>写真11 コ 竹間沢車人形</p> 	<p>写真12 サ 川越街道</p> 	

②イベント

ア 三芳町産業祭（11月：三芳町立総合運動公園）

内容：農業・商業・工業部門の展示及び即売、農産物品評会、大鍋を使用したいも煮などがある。

イ いも掘り大会（10月頃）

内容：江戸時代の開拓地割跡がそのまま残されている三富新田は、平成21年（2009年）に「にほんの里100選」に選ばれた。屋敷、畑、雑木林に細長く区画された農村集落で、いも掘り大会を開催する。

ウ 体験落ち葉掃き（1月：上富地区の雑木林）

内容：「生活・生産・自然」が一体となった三富独特の循環型農業と農村文化を形成してきたこの地域が、都市住民にとっても貴重でかけがえのないものとして認識、評価され、次世代に継承していくことが強く望まれるようになってきている。そして、そうした人々により、農家を支援するボランティア活動の一つとして、雑木林の下草刈りや落ち葉掃きを行うなどの動きが始まっている。

エ えだまめがり（7月、8月：上富地区）

内容：落ち葉野菜グループが実施するえだまめがり収穫体験。決められた長さのひもを渡され、そのひもで縛ることができる分だけ持ち帰ることができる。三富の歴史を知る散策・解説も行われ、歴史や文化を知るきっかけにもなる。普段、農業に馴染みがない人にも参加しやすく、リピーターも多い。

### ③自然環境・景観

#### ア こぶしの里（竹間沢地区）

特徴：三芳町内でも古い歴史を持つ。こぶしの里を望む崖線上の小径は、かつての鎌倉街道である。自然をそのままに生かした里内には、湧き水の池や川があり、ザリガニ釣りスポットとして子どもたちに人気がある。クワガタやカブトムシ、野鳥なども多く自然あふれる首都圏のオアシスである。近年、地元のほたる育成会が、かつてほたるがいた頃を再現しようとはたるの育成を行い、6月上旬には淡い光を放つほたるが飛び交う姿が見られるようになった。三芳町の歴史を展示する資料館も隣接している。

#### イ 三富新田のケヤキ並木（上富地区）

特徴：上富の屋敷地には、建築材として、また夏は大きく枝を伸ばして日陰を作り、冬はその葉をすべて落として陽だまりを作るケヤキが植えられている。屋敷地の道に面して植えられているので、あたかも並木のように見える。上富の開拓道沿い約2.5kmには約250本のケヤキが並び、夏は木漏れ日がきらきらとまぶしく、秋は紅葉が大変美しい。

#### ウ コスモス畑（北永井地区）

特徴：埼玉県内でも有数のコスモス群生地の一つとして知られ、毎年10月中旬頃になると赤と白の美しいコスモスが一斉に花を咲かせる。同じく北永井地区ではそば畑が広がり、畑一面に白いじゅうたんを敷いたような花景色が広がる。

### ④食事処・ショッピング他

#### ア みよしそばの里（北永井地区）

特徴：自家栽培のソバを水だけで打つ十割そばを食べることができる。ひきたて、打ち立て、ゆでたてのそばの味は格別である。

#### イ パサール三芳（上富地区）

特徴：デパ地下や駅ナカにあるようなテナント（飲食店等）が多数入店している。

### ⑤特産品

#### ア 農産物

特徴：落葉を堆肥として利用する、循環型農業。有名な農産物として「富のいも」がある。

#### イ 農産物加工品（菜種油、狭山茶、そば、焼酎）

特徴：地元農産物を利用した商品

### （3）他自治体事例

国土交通省観光局が平成22年（2009年）2月に「魅力的な観光地」をまとめた中から三芳町に参考になる事例を挙げる。

## ①群馬県みなかみ町

人口：22,419人（平成22年4月1日現在）

（内訳：月夜野 10,474人、水上 5,071人、新治 6,874人）

産業：観光業、農業

ア 観光入込客数：昭和62年度 90千人 平成2年度 210千人 平成8年度 360千人  
平成12年度 450千人 平成16年度 450千人 平成17年度 430千人  
平成18年度 450千人 平成19年度 440千人

### イ 取組みの概要

旧新治村では、基幹産業であった農業が、農業経営者の高齢化や後継者不足等から衰退しつつあったことから、昭和53年（1978年）に三国街道の宿場町として発展した「須川宿」を中心に地域に点在する「野仏」などを探しながら田園地帯を散策する「野仏めぐり」を始めた。

なかでも「たくみの里」は、のどかな農村空間をステージとして都会からの来訪者と集落の人々とは交流・体験できる施設になっている。

### ウ 事業開始時のノウハウ

観光客の不満や指摘を受けて、観光振興には美しい田園風景があるだけではだめで、村民の理解や協力と、必要最低限の施設整備が必要であることを確信した（事業展開時）。

この事例から学ぶべき点は、新治村の「たくみの里」づくりから示されたように、ハード施設だけを頼って観光振興を図るものではなく、地域の日常性の中で住民の参加を得て、観光客と交流しながら、コミュニティビジネスなどソフト事業を充実させて観光の振興に取り組むものである。

## ②千葉県南房総市

人口：42,637人（平成24年1月6日現在）

ア アクセス数：平成17年 1,320千人、平成18年 1,750千人、平成19年 1,760千人  
平成20年 1,980千人

### イ 取組みの概要

市町村合併以前の富浦町において、新たな情報発信ツールとして整備され、来訪者のニーズ（富浦の情報ではなく、南房総の情報）を念頭におき、南房総観光ポータルサイト「南房総いいとこどり」が誕生した。

地図情報や掲示板機能に加え、宿泊業者や飲食店、観光協会や行政がインターネット接続のパソコンがあれば最新情報を入力することができる機能を持たせた。

また、観光情報提供システムの高度化を図る国の支援事業「まちなみめぐりナビプロジェクト」を平成19年度に実施し、外国人への情報提供の対応及び観光客の周遊性を高める取組みを図った。

合併して南房総市となった現在も市に引き継がれ、南房総観光ポータルサイトとしての役割を担っている。

#### ウ ホームページ開設前の課題

(課題) ITスキル不足、財源不足

(解決策) 平成10年度に「地域一元化需要配分システム開発(松下電器産業株式会社)」が通商産業省の中心市街地活性化事業に採択され、富浦町がその開発の実証地として、地域インターネット基盤整備事業が行われた。

#### エ ホームページ開設後の課題

(課題) 来訪者ニーズを捉えたりリニューアル

(解決策) ヘッドラインニュースやイベント情報などをメール送信すれば、WEB上にそのまま反映される仕組みを加えた。また、地域に不足していた電子地図は総務省地域情報化モデル事業により整備された。

#### オ これまでの経緯

##### a 地域観光情報の一元化

南房総市が運営する観光情報サイト「南房総いいとこどり」内に日本語を含めた4カ国語対応のポータルサイト「南房総・花海街道」を設け、ガイドマップのダウンロードサービスを提供すると共にイベント等観光情報を一元的に集約し、提供した。

b 「まちナビ」ガイドマップの作成とQRコードによりリンクする携帯サイトの構築  
紙媒体のガイドマップに掲載したQRコードからリンクする携帯サイトを構築し、リアルタイムな情報を提供した。

##### c 周辺モデルコースの設定と検証

テーマ毎に5つの周遊モデルコースを設定し、ガイドマップで紹介すると共にモニターツアーを実施し、情報提供のあり方を検証した。

##### d 道の駅・ガソリンスタンド等におけるミニ観光案内所・シンボルマークの設置

ガソリンスタンド・道の駅・レンタカー・その他観光施設の計30箇所を地域情報を提供するミニ観光案内所として設置し、共通のシンボルマークを設置すると共に、観光情報の提供に地域ぐるみで取組んだ。

この事例から学ぶべき点は、まず観光客の視点に立った総合的な情報を発信することであるが、最も重要なことはそれを一元的に集約し発信することである。発信する媒体は観光情報ホームページだけではなく、受け手のニーズに合わせQRコード、携帯サイト、町の施設等を使って効果的に情報を発信することである。

情報内容については、定期的に更新することはもちろん、四季の町の様子、イベント、その時々観光客のニーズを考えながらタイムリーな情報発信が重要であり、アップした情報をそのままにしておくことはアクセスの大きな減少につながる。

### 3 町内観光資源の現状把握

「観光のまちづくり」を研究するにあたり、町の観光資源を改めて見直し、町内で活動している個人・団体・企業を中心に視察を行った。

#### 3.1 視察報告

##### 3.1.1 町に残る自然・資源を育てて事業にする

～北永井 船津貞夫氏「みよしそばの里」～

###### (1) 視察理由

「そばの里」を経営する船津貞夫氏は、250年続く農家の8代目であり、船津倉庫の事業の一部として、そばの栽培や季節の花の見学等を行っている。町の大規模な旧家であり、遊休農地の解消や集客等、発展的な視点からの経営や今後の可能性等について話を伺った。

###### 写真 13

「みよしそばの里」店舗外観

日程：平成23年7月22日（金）13：30～14：30

場所：三芳町大字北永井「そばの里」

対応者：船津貞夫氏



###### 概要

そばの栽培を平成7年（1995年）から開始し、平成23年（2011年）で16年目の収穫となる。初めはそば畑5haで5tの収穫だったものが、徐々に拡大し、現在では30haを夏・秋の2回の60haで80tの収穫高がある。そばの食事、販売の他に季節の花（菜の花、ひまわり、コスモス）の見学、そば打ち体験を実施し、さらに、全国にそば粉を卸している。

###### (2) 視察内容

「そばの里」を見学させてもらいながら、質疑応答形式で話を伺った。

そばの栽培による休耕地の解消、「地産地消」、四季折々の花を咲かせることで景観整備、また、定年退職者を従業員として採用することで、雇用問題の解決にも取り組んでいる。「そばの里」利用者は全体で年間平均約7,500人、9月ごろから年末にかけての利用が多い。そば打ち体験では過去5年平均で約1,200人の参加者を集め、そのうち7割がリピーターとなっている。参加者は、地域としては2市1町（富士見市、ふじみ野市、三芳町）から、世代としては団塊世代の定年退職者や高齢者が多い。

### (3) 考察

船津氏の話聞き、「目新しいものをやるのではなく、自然に町で育っている正しいものをやる」、「地域の宝を見つける」という言葉が印象的であった。本物志向に加え、季節の花による景観整備や、休耕地対策、地産地消を推進するといった取組みが、アグリツーリズム（グリーンツーリズム）等の観光事業にも生かせるのではないかと考える。

### 3.1.2 農地や自然の保存と循環型農業の継承

#### ～落ち葉野菜研究グループ、三富塾活動ボランティアの会～

#### (1) 視察理由

落ち葉野菜研究グループは、上富地区の若手農業後継者が中心となり、地域に根差したイベントや活動を行っている。その活動内容や循環型農業の実態などについて、地元の方の意見を伺った。

また、旧島田家住宅を中心に活動している三富塾活動ボランティアの会は、三富及び三芳町の歴史や文化の継承、情報発信の視点から話を伺った。

日程：平成23年7月22日（金）15：00～16：00

場所：三芳町大字上富「旧島田家住宅」

対応者：

#### ①落ち葉野菜研究グループメンバー

井田和宏氏（さつまいも）…H23年度リーダー

島田喜昭氏

（ニンジン、サトイモ、バレイショ等）

早川 徹氏（さつまいも）

早川光男氏（さつまいも等根菜類）

※（ ）内は主な耕作物

#### ②三富塾活動ボランティアの会

田村博一氏

#### 落ち葉野菜研究グループの概要

上富の循環型農業や伝統文化の維持・継承と農業への理解を深めることを目的に、上富地区の若手農業後継者を中心に活動している。現在の構成員は農家4人、農家以外が5人となっている。

写真14 「落ち葉野菜研究グループ」  
視察時の様子



写真15  
三富塾活動ボランティア



### 三富塾活動ボランティアの会の概要

旧島田家住宅の見学者対応から各種体験事業の企画・運営まで、自身の知識や経験を生かしたボランティア活動を実施している。現在は15名がボランティア登録をしている。

#### (2) 視察内容

旧島田家住宅において、質疑応答形式で話を伺った。

落ち葉野菜研究グループの主な年間の活動としては、夏のエダマメ狩り、冬の体験落ち葉掃き等の地域に根差したイベント、及び年末の野菜セットの販売がある。過去5年間のイベントの参加者数は、エダマメ狩りが800～900人で親子中心、体験落ち葉掃きは100～150人で、年齢層の高い男性が中心となっている。グループ内で現在生産している野菜の種類は、さつまいも、サトイモ、ニンジン、ダイコン、バレイショ等の根菜類が中心である。

また、三富塾活動ボランティアの会では、古民家や三富という地域環境を生かした郷土の生活文化、歴史についての教育的普及活動を行っている。旧島田家住宅はひらかれた郷土学習の場として、地元の人々のみならず、学校からの見学者を中心とした他地域からの来訪者を迎える、三芳町のビジターセンター的役割も担っている。見学者数は平成22年(2010年)度の年間で5,640人、うち学校からの見学者が10校で1,080人、ピークは10月～11月の秋ごろとなっている。年間の主な事業としては、さつまいもづくりの1年を通じて、三富新田の歴史や文化、知恵を伝える「さつま作り教室」、町の歴史や文化を子どもたちに伝える「ジュニア三富塾」等がある。

#### (3) 考察

今後の観光事業の展開としては、落ち葉野菜研究グループが以前行っていた萌芽更新や農作業イベントの復活、農業体験ツアーの開催、落ち葉野菜のブランド化、B級グルメ等農産物加工品の開発と提供等、上富を一つのフィールドとして、「買う・食べる・学ぶ」の体験ができるような農業のエンターテイメント化を目指す。さらに、観光客が訪れやすいような景観の整備、緑の環境保全・維持、歴史や伝統文化の継承及びその価値についての情報発信等が今後考えられる。

### 3.1.3 歴史・文化を知るためのコア施設～三芳町立歴史民俗資料館（こぶしの里）～

#### (1) 視察理由

三芳町の歴史や伝統文化を知るための観光のコアとなる施設である。有識者である松本富雄館長より話を伺う。



日程：平成 23 年 8 月 10 日（水）9：00～12：30

場所：三芳町立歴史民俗資料館

対応者：松本富雄館長

## 写真 16

### 三芳町立歴史民俗資料館



## 概要

三芳町の歴史と文化のしるしとして文化財の調査研究及び保存を行うとともに、町の歴史や伝統文化に関する、インフォメーションセンターとしての役割を担っている。

また、資料館の敷地内には、古民家の「旧池上家住宅」が移築復元され、自由に見学できるとともに、昔の暮らしについて学ぶ体験講座事業等に活用されている。

資料館の主な事業としては、以下のものがある。

- ・常設展示（原始・古代から近世までの時代を追った展示やさつまいも作り等のテーマ展示）及び年数回の企画展示
- ・児童及び保護者対象の「土曜体験教室」の実施、社会科見学の受入れ等の博学連携
- ・「民家夜語り」「資料館のつどい」「藍染教室」等の講座や事業の実施
- ・こぶしの里等の歴史自然学習ゾーンの活用
- ・古文書の調査研究と修繕、収蔵倉庫へ民具資料配架等、資料の体系的整理と目録化
- ・広報誌やホームページの活用による情報発信

## （2）視察内容

三芳町立歴史民俗資料館において、松本富雄館長より歴史民俗資料館の活動を中心に話を伺った。観光の一つの要素として、「非日常世界への脱出」というキーワードがあり、三芳町には歴史や三富新田をはじめとした風景の美しさだけでなく、長く培われてきた暮らしの知恵や工夫が残っている。都市近郊農業や農業によって形成された景観を最大の武器に「カルチャーツーリズム」を企画すること等について、話を伺った。

## （3）考察

三芳町の歴史や景観に、都市部の人々にとっては新鮮な感動となりうる伝統的な知恵の紹介や体験等を組み合わせた「三芳カルチャーツーリズム」を提案できると考える。

ツアーの内容としては、単発で終わらさないための工夫（継続性のある企画、無理のない実践性がある企画、町の魅力を抑えたリピーターを呼べる企画、企業や農家、企画者との役割分担、マスコミの活用や専用ホームページの立ち上げ、通信ペーパーの発行等、積極的な情報発信）が必要である。



### 3.1.4 町の商工業の振興に向けて～三芳町商工会～

#### (1) 視察理由

町の商業を統括する組織として、観光事業を推進していくうえで協力が不可欠であると考え、商工会が考える町の現状と課題等について話を伺った。

日程：平成23年8月23日（火）13：30～15：10

場所：三芳町大字藤久保「三芳町商工会」

対応者：細沼会長、青木副会長、村上事務局長

#### 写真17

#### 「三芳町商工会」視察時の様子



#### 概要

商工業者の振興のため、三芳村商業会と三芳村工業会が合併して昭和44年（1969年）に発足。

現在、会員数700名以上。役員は、会長1名、副会長2名、理事16名、監事2名。

総代は、各地区（上富25名・北永井20名・藤久保40名・竹間沢15名）から計100名。

#### (2) 視察内容

三芳町商工会において、商工会の事業等について話を伺った。

##### ・各部会と事業内容

建設業部会・商業部会・工業部会の部会がある。そのなかでも青年部は活動的であり、川越街道道標（新座方面）を建立したのも、当時の青年部である。商工会自体の主な活動としては、中小企業への融資あっせんを行っている。特に、事業所訪問活動に力を入れている。今後は、労働保険の加入徹底とともに、婚活事業を検討している。

##### ・広報活動

商工会の活動自体は広報していないが、運転免許更新の時の会場として商工会館が使われるので、その時に商工会の存在に気づいてもらえればよいと思う。青年部が活動すること自体が、広報的な役割があると思う。

##### ・青年部の事業

青年部では、数年冬場にイルミネーション事業を行っていたが、役場で行ったときはイタズラがひどく、商工会館で実施したときは派手だと評判が悪かった。東日本大震災の影響で電力不足ということも考慮して、今後の実施については検討していきたいと思う。

##### ・オリジナル商品について

オリジナル商品を販売協力することはできるが、限られた人員のなかでの協力なので、企画から全てということは難しい。一番活動的な青年部も、日中は自分の仕事に

追われてしまうので、そのあたりを考慮してほしい。販売としては、芋焼酎「富の紅赤」を1本1,800円（西武ライオンズのロゴ入りは2,100円）で販売中である。売れ行きは、最初は良かったが、価格が若干高いため今は低迷している。また、菜種が収穫できたときには、菜種油を販売している。

・地域通貨や商品券について

地域振興券は、町内に商業施設が少なく、町外の買い物に使われてしまうので三芳にとってはあまり利益にならない。また、商品券についても町内限定のものを作っても、使われる店が限られてしまう可能性がある。基本的に三芳は「物を販売する町」ではなく、「物を作る町」である。

・農業者との連携

フードアクションや地産地消の一環で何かできればと思う。近郊農業として、農業者も変わりつつあり、庭先販売や駅前に販売スペースを作る人も多くいる。直売場のように商品をおける場所があってもよいと思う。

・今後の展望について

商工会の業務として、今後も商工業者を活かす手伝いを続け、また農業者との輪を広げていく。三芳町は、農・工・商のバランスが取れているが、土地の制約があり商業スペースを確保したくてもできないという問題もある。三芳インターチェンジもフルインター化し、県北にながれつつある商業の拠点（配送関係等）を取戻したい。

三芳町の売りは、そばの作付け面積が関東一位、みよしまつりの定着が挙げられる。

### （3）考察

三芳町商工会は商工業者の振興が主な業務であり、町内には商業施設や飲食店、小売業者が少ないうえに、人員も限られている。観光分野への協力については、企画段階から全面的な協力を仰ぐのではなく、町の商業振興を担う組織としてアドバイスをいただく等の事業連携が可能ではないかと考える。

## 3.1.5 農業をとおした食育の推進と地域コミュニティの形成

### ～体験型農園（正木農園）～

#### （1）視察理由

よくある貸農園ではなく、体験型農園として経営を行っている。町の主産業である農業と観光事業を結びつけることの可能性について、話を伺った。

日程：平成23年8月23日（火）15：30～17：15

場所：三芳町大字藤久保「体験型農園（正木農園）」

写真18 「体験型農園」  
視察時の様子



対応者：正木 潤氏

## 概要

正木氏は、有名中華料理店の料理人を経て、平成 18 年（2006 年）に実家の農業を継いだ。現在の場所（藤久保）に体験農園を開園して今年で 2 年目を迎える。

体験農園は、都市近郊型の新しい農業経営の一環であり、土地を借りるだけの市民農園とは異なり、普段は農家が管理し野菜作りの技術も伝授する。年間 4 万円を支払うと、約 30 m<sup>2</sup>の農地で約 30 種類の作物を育てることができる。料金には種苗や肥料、農具の使用料も含まれている。利用者は畑に週 1 回通い、正木氏の開く講習会を受講しながら、作業を進めていくという仕組みをとっている。

また、地域コミュニティーのひとつの形として、各種のイベントや参加者同士の交流事業を行っている。

現在の参加者の人数は、全 48 区画で、現役世代が 24 区画、定年世代が 24 区画であり、三芳町内や富士見市からが多く、他に近隣市や都内からも参加がある。リピーターも多く、第 2 期目は 26 区画で継続率は約 75%となっている。

## （2）視察内容

体験型農園（正木農園）において、質疑応答形式で話を伺った。

### ・体験農園の特色やメリットについて

参加者は新鮮でおいしい野菜が食べられるとともに、作る喜び、収穫する喜びが体験できる。野菜を育ててみたいが、何から始めていいのかわからない人にとっては、育て方や肥料や農機具の使い方まで、野菜づくりのノウハウを農家が伝授してくれる。また、参加者同士で、講習会を始め、地域の人々との新たな交流の場ができる。生産者（農家）にとっては、消費者が直接参加するので、エンドユーザーのマーケティングにつながる、人に感謝される喜びを感じられる、また、農作業の労働力が軽減される、といったメリットがある。

### ・今後の展望について

県や周辺行政への働きかけ、広報を通じたの新規開設者の発掘や、利用者の拡充（150 区画まで）と、家庭菜園では栽培しづらい野菜の共同作業、機械化の導入による作業負担の軽減等が望まれる。

## （3）考察

今後、事業展開及び町観光事業とタイアップできる可能性として下記が考えられる。

- ・野菜の料理教室（収穫体験から料理、残さず食べるという一連の流れの演出）
- ・摘み取り果樹園
- ・収穫体験のみの野菜のオーナー制度

- ・ クラインガルテン（農地つき住宅建設）
  - ・ 食と農、食育、エコの観点からツリーハウス、アスレチック、カブトムシの里山、ドッグラン、しいたけ栽培等
  - ・ 地域食文化の啓発の観点から手打ちうどん・草もち・手作りのみそや梅干し等
  - ・ 日帰り農業体験ツアーの例
- サツマイモ掘り→焼き芋試食→農産物直売所で買い物  
 サトイモ掘り→芋煮会→農産物直売所で買い物  
 バレイショ掘り→カレーづくり→農産物直売所で買い物

### 3.1.6 スポーツの町おこしを目指して～大崎オーソル～

#### （1）視察理由

町内にある企業チームであり、全国大会でも過去何度も優勝し、著名な選手も在籍している。「スポーツによる観光政策」の可能性について、話を伺った。

日程：平成23年9月9日（金）15：00～17：00

場所：三芳町大字藤久保「大崎電気工業（株）」

対応者：ハンドボール部ゼネラルマネージャー  
 矢内 浩氏

#### 写真19 「大崎オーソル」

ゼネラルマネージャー 矢内氏



#### 概要

1960年の創部以来、日本リーグ2回、全日本総合10回、全日本実業団では10連覇を含む15回、国民体育大会でも17回の優勝を飾るなど、常に日本ハンドボール会をリードしてきた存在である。選手は現在22名が在籍し、そのうち埼玉県出身の選手は5名いる。

試合観戦者数は、1試合平均で700～1,200名、男女比は6対4で、埼玉県民の割合が全体の約6割、三芳町民の割合は1割未満である。サポーター組織としては、2004年7月「大崎オーソル・サポーターズクラブ」を設立、ハンドボールの普及活動、ファンの拡大に力を入れている。サポーター会員数は現在400名弱で男女比は3対7、年齢は20～30歳代の女性が最も多く7割程度、埼玉県民の割合が全体の約2割、そのうち三芳町民の割合は10名程度である。

また、地域密着型のクラブとして、地元のお祭り等のイベントに参加したり、町教育委員会と連携して、子どもを対象としたハンドボール教室を開催したりするなど、地域に根差した活動を展開している。

#### （2）視察内容

「大崎電気工業（株）」において、質疑応答形式で話を伺った。

・チームの現在の状況等について

企業スポーツとして、プロ化を打ちだしている唯一のチームであるが、チームの維持はもちろん、観客の3分の2が企業関係者であり、試合を行うにも会社が出資しているのが現状である。また、試合のテレビ放映については、スポンサーがつかないうえにカメラの台数が必要となり経費がかかる。大会運営は、社員として残っているOB・OGが行っている。

(3) 考察

「三芳町＝ハンドボール」というイメージが内外に定着できるように、企業・役場・住民の三位一体となった企画等の展開が期待される。月例で定期的かつ継続的に協議の場を設定していきたい。また、次世代の選手育成に向けてチームに小学生の下部組織を作り、ハンドボールの普及及び啓発活動を行っている。行政としては、町の広報誌を通じてのPR活動や、タイアップして人の集まる商業施設や町の総合体育館などでの街頭観戦、ミニ講座等のイベント及び事業を通じ、「スポーツでのまちおこし」を行っていきたい。

### 3.1.7 「地域のショウウィンドー化」～パサール三芳～

(1) 視察理由

町内外をつなぐ玄関口となっていて、多くの利用者がいる有名な施設である。販売スペースの活用や観光のPRの可能性について、話を伺った。

日程：平成23年9月27日（火）10：00～12：00

場所：三芳町大字上富 三芳PA「パサール三芳」

対応者：パサール三芳マネジメントオフィス

館長 菅居直仁氏

写真20 三芳PA  
「パサール三芳」外部入口



概要

平成22年（2010年）12月にグランドオープンし、現在23店舗を有する総合商業施設である。年間及び月間の利用者数は、平成22年（2010年）12月～平成23年（2011年）8月までで42,000千人（4,700千人/月）である。

施設名の由来は、「パーキングエリア」の「PA」、「サービスエリア」の「SA」、「リラクゼーション」の「R」を組み合わせたものであり、また、インドネシア語で「市場」を意味する。三芳スマートインターチェンジは、高速道路の本線やSA・P

Aから乗り降りができるE T C専用インターチェンジとして、上り線（東京方面）は出口、下り線（新潟方面）は入り口として利用されている。

また、「地域のショウウィンドー化」を目指し、地産地消の取組みや地元のP R等、アトリウムスペースというイベントスペースを設け、そこで年間をとおして様々な催事や展示を行い、地域情報を発信している。

## （2）視察内容

三芳P A「パサール三芳」において、質疑応答形式で話を伺った。

### ・パサール三芳の利用者について

来場者の利用施設ベスト5は、店舗毎に営業時間が異なるが、概ね次のとおりである。

- ① ファミリーマート（24H）
- ② 食の駅（9：00～20：00）
- ③ 旬撰倶楽部（7：00～22：00）
- ④ ポンパドウル（7：00～20：00）
- ⑤ 芳麺（24H）

### ・旬撰倶楽部「食の駅」について

生産地域は群馬・埼玉が多く、農産物は季節野菜がメインであり、人気商品はキャベツ・きゅうり・トマト等である（加工品については取扱いなし）。三芳町の契約農家は25件程度である。出荷者が値段をつけ、契約手数料を支払っている。売れ残りは出荷者が持ち帰りとなる。

なお、高速道路を利用せずに来館した利用者は、全入場者の5%程度である。

### ・町の観光P Rについて

町のエリアマップや史跡・物産等の観光案内のリーフレット、広報等は有料のリーフレットスタンドに置くことが可能である（利用料は月額で6～7万円）。また、看板はスペース上の問題で設置できないが、有料でポスター掲示は可能である（月額で8万円程度）。町のキャラクターグッズや加工品・土産物の販売、郷土芸能等のイベントについては、アトリウムという催事スペースで実施することが可能であるが、利用料は平日で15万円、休日で30万円程度かかる。

フード・コートにおいて、三芳の地場産食材や郷土料理等のメニューを扱うことについては、店舗ごとの判断となるが、有名チェーンほど食材の仕入れ等を本社で一括管理している場合が多いので、個々の店舗で対応するのは難しい。

・今後について（フルインターチェンジ化及び自転車での町めぐりの中継地としての利用等）

現在は上り線のみ利用であるが、上下線の連結については、道路管理上つなげる必要がなければ国の許可が下りない。

また、パサール三芳については、駐車場ではなく、休憩施設として国の許可を得て営業しているため、高速道路と民地の出入りについては禁止されている。そのため、レンタサイクル等の中継基地として利用することは難しい。

### (3) 考察

利用者が多く、「地域のショウウィンドー化」を目指す企業として、展示スペースで情報発信をできるのが魅力である。そこで、地場野菜や加工品等の出品、リーフレットや広報、イベントを通じて町の紹介を行うことができる。

高額の利用料と、人の流れをいかに町の観光に引き込めるかが課題である。

## 3.2 視察を終えて

他市町村の先進地を視察するのではなく、三芳町において活動している直接・間接的に観光に関与が予想される方々から現場の声を把握し、現場主義に基づいた観光施策の提案ができるように視察を実施した。

視察研究過程において、観光的な活動がすでに行われており、個人事業においては様々な事業を展開している。また、若い世代の人が町の歴史・文化を大切にし、町の将来に向けて観光資源を育てている。

視察では、それぞれの活動を結び付ける有機的な体制構築の必要性を強く感じた。

#### 4 観光のまちづくり政策提言

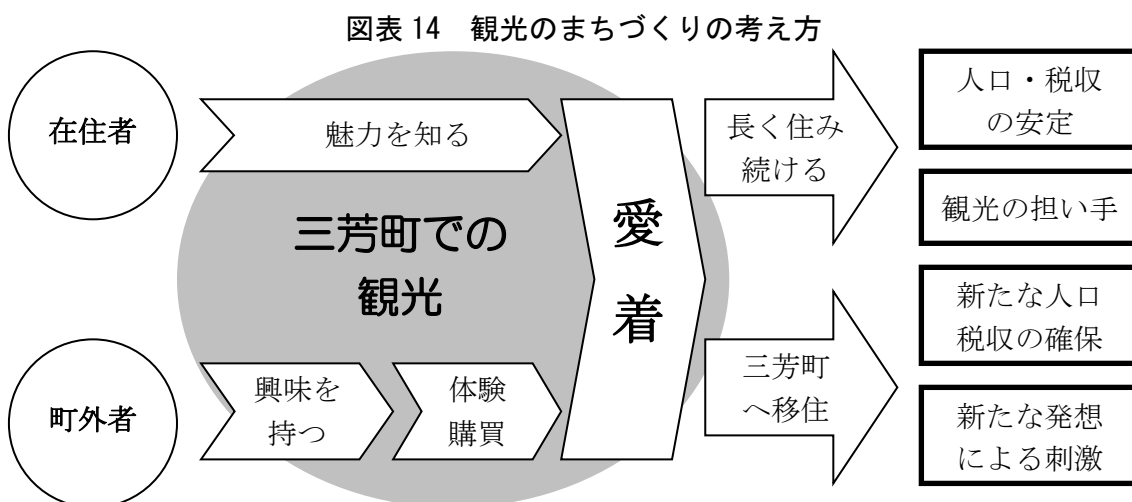
##### 4.1 観光のまちづくりの考え方

観光のまちづくりを推進していくうえで、どの世代をターゲット層として絞り込み、政策を打ち出すのか。2.1 でも述べたが、住民の高齢化や今後近い将来訪れるであろう人口減、それに伴う税収減を考慮したとき、30～40歳代で子どものいる夫婦の人口を増やしていくことが、三芳町の将来を持続的に明るいものにできると考えられる。もちろん、経済的な面だけでなく、これまで培われてきた地域の様々な伝統や歴史を語り継ぎ、さらに発展したまちづくりを行う点からも、この世代の人口を増やすことは重要である。

従って、ここでのターゲット層は30～40歳代で子どもを持つ夫婦の世代とした。なお、観光のまちづくりの推進にあたっては、当然のことながら、人口構成の中で主体を占める60～70歳代の高齢者の活用も視野に入れる。

観光のまちづくりの考え方は、図表14のとおりである。町内の在住者に対しては、まず三芳町の魅力を知ってもらうことが第一段階である。そのうえで自分の住む地域に愛着を持ってもらい、長く住み続けてもらう。結果、人口や税収の安定につながることはもちろん、地域を支えていく力が育まれると考える。また、地域に愛着を持った人々が、観光の担い手として成長することも見込まれる。

東京近郊や近隣市に住んでいる町外者に対しては、まず三芳町に興味を持ってもらうことが大前提である。そして、実際に訪れて体験や買い物をしてもらい、三芳町に親しんでもらう。そこから三芳町に対する愛着が芽生え、最終的には三芳町に移り住んでもらうことを狙う。結果、新たな人口や税収の確保につながると同時に、町外からの新しい発想や考え方が入ってくることにより、既存の組織や概念に良い刺激が与えられることも期待できる。





## 4.2 三芳町の観光SWOT

観光のまちづくりを考えるうえで、三芳町の置かれている現状を整理・把握しておく必要がある。そこで、町内観光資源の視察を通して明らかになった要素を、強み (Strengths)、弱み (Weaknesses)、機会 (Opportunities)、脅威 (Threats)として分類整理を行った (図表 15)。

SWOT分析とは、目標を達成するために現状を整理把握する手法のひとつである。

図表 15 観光SWOT

S trengths (強み)	W eaknesses (弱み)
① 観光につながる資源がある ・三富新田 ・こぶしの里 ・そばの里 ・みよしまつり ・車人形 ・川越街道 ・川越いも ・狭山茶 ・ハンドボール ② 地域を盛り上げようとする個人・団体がある ・大崎オーソル ・体験農園 ・落ち葉野菜研究グループ ・商工会 ・パサール三芳	① 観光促進の <b>司令塔</b> がない ② 観光の <b>担い手</b> (ガイド等) がない ③ <b>宣伝・広報力</b> が弱い ④ 各観光資源が <b>個別</b> で活動している ⇒ 相乗効果がない ⑤ 経済的な相乗効果が乏しい (観光客がお金を使う場所が少ない) ⑥ 各観光資源を結ぶ <b>交通機関</b> が脆弱 ⑦ 各観光資源の認知度が低い ⑧ 突出した <b>ブランド力</b> を持つ資源がない
O pportunities (機会)	T hreats (脅威)
① 無名だが有望な観光資源がある ② ツイッター・ブログ等の活用人口増 ③ 日本全体に「エコ意識」や「歴史への関心」が高まってきている ④ 人口の多い東京・所沢・川越などから近い ⑤ 農業従事者が若くチャレンジ精神旺盛	① 観光実績のある川越など近隣市の存在 ② 近隣市の確立された観光推進体制 ・所沢市観光協会 ・志木市観光協会 ・新座市観光経済部観光推進課 ・ふじみ野市産業振興課内観光協会 ・富士見市総務部秘書広報課

三芳町の「強み」は、観光につながる歴史文化遺産や農産物、スポーツなどの資源が多く存在し、地域を盛り上げようとする個人や団体がいることである。そして、農業従事者が若くチャレンジ精神旺盛であること、エコ意識や歴史への関心が全国的に高まっている世情や、人口の多い都市に近い立地など、「機会」としても「強み」を後押しする状況が整っている。

しかし、町内視察を行った結果、三芳町の現在の「弱み」がいくつか見えてきた。大きくまとめると以下の3つである。

- ①観光資源の情報発信が不足している
- ②観光資源を結ぶインフラ環境が整っていない
- ③ブランド力を持つ資源がない

### 4.3 観光のまちづくりに対する3つの提言

観光SWOT分析で明らかになったように、外的要因として様々な面で「機会」が訪れている今、内的要因である「強み」を最大限に生かし、かつ「弱み」である前項の3つの事項を克服する政策を打ち出すことが、三芳町の観光のまちづくりを推進するうえで重要なポイントとなる。

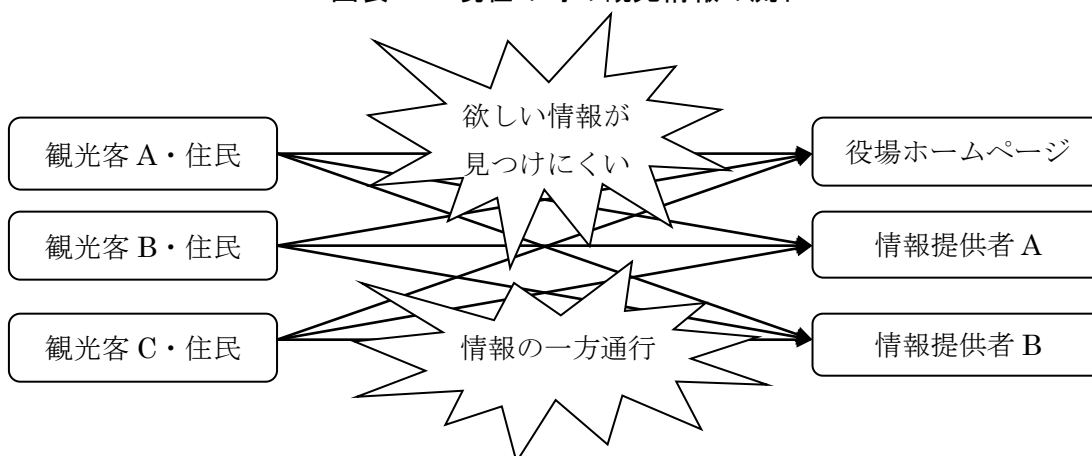
そこで、「情報発信に関する提言」、「観光インフラの整備に関する提言」、「資源のブランド力アップに関する提言」の3つの政策提言を行う。

#### 4.3.1 情報発信に関する提言

観光SWOTの「W=弱み」として、「宣伝・広報力が弱い」ということと「各観光資源の認知度が低い」ということが挙げられている。それを解決するためには、情報発信の強化が必要である。効果的に情報発信を強化するために、実際に観光へ出かけるときに何を使って情報を得たかを調べたところ、圧倒的にインターネットが、次にガイドブックから情報を得ていることがわかった（平成22年（2010年）（財）経済広報センター「観光に関する意識・実態調査」インターネットによる回答3,000名より）。そこで、観光ホームページの立ち上げと、観光ガイドブック製作を提言する。

三芳町のホームページは、住民に対し行政関連の情報を主に提供しているが、町の観光関連の情報は必ずしも十分に提供されていない。町全体の観光情報を得ることができるホームページは存在しておらず、町の観光情報を得るためには個々の情報提供者のWEBページを検索する必要があり、知りたい情報を探す事が難しく面倒となっている。また、情報は一方的に提供されるだけで、観光客・住民が参加できるような仕組みにはなっていない（図表16参照）。

図表16 現在の町の観光情報の流れ



#### (1) 観光ホームページの構築

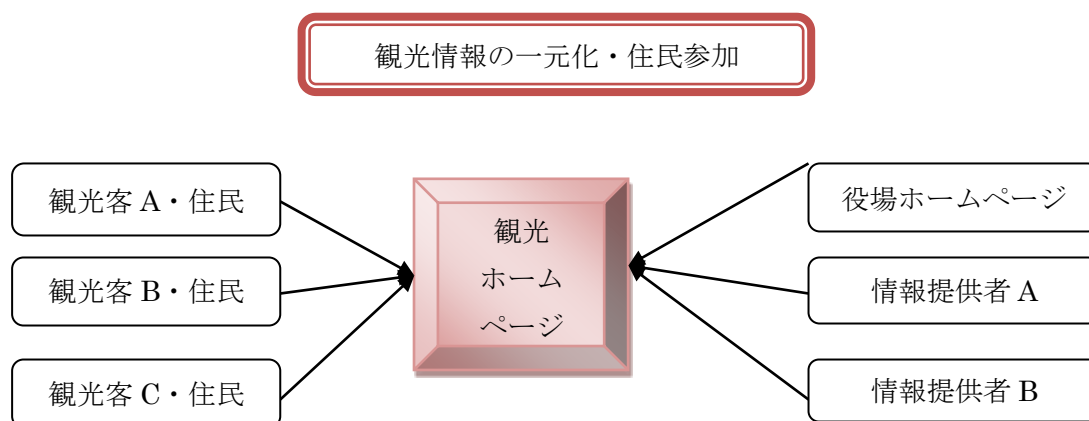
“インターネット上に新たに観光専用のホームページを設立”

観光の要素ともいえる「見る」「食べる」「買う」「イベント」のすべてが網羅されている観光専用のホームページを設立することにより、情報の一元化を図り、観光客・住民がホームページにアクセスするだけで全ての情報を取得、情報提供者にとっては以前より多いアクセスを期待することができるようになる。

観光専用のホームページの更新は、情報提供者が自らのWEBサイトを更新すると同時に更新されるように設計する。このことにより、より新鮮な情報を提供しリピーターを期待することができる。また、ホームページの管理者にとっても自ら更新をする情報数が減ると同時に経費も減る事になる。

観光専用のホームページを構築することで、観光客・住民は知りたい情報を、情報提供者は伝えたい情報を、ワンストップでそれぞれ獲得、発信することができる。そして、観光客・住民が参加するホームページにすることにより、利用者が積極的に参加できるようになる。つまり、「つつい見たくなる三芳の旬を届けるホームページ」を目指す。

図表 17 提案する情報の流れ



(注) ワンストップとは「一カ所、一度に」という意味で、そのサービスとは、必要な調達や手続きなどを1つの事業者などが提供するもの。マーケティング的には、消費者への利便性を提供すると同時に、企業側では顧客の囲い込みができる点で有利とされている。

①実施内容と計画スケジュール

ア 主な取組み

観光に特化したホームページ製作

イ スケジュール (平成 24 年度)

- ・システム検討・決定：4～6月
- ・関連団体との調整：4～6月

- ・システムの構築・試用：7～8月
- ・運用開始：9月

ウ 経費（平成24年度）

- ・ホームページ構築費用 300万円
- ・管理運営費用 60万円
- ・更新費用 40万円

※緊急雇用創出事業基金や観光情報発信流通モデル事業等の施策を利用し、初期費用を抑えることを検討する。

住民に対しては、町の広報紙(平成21年度実績配布回数：24回)及び町のホームページ(平成21年度実績アクセス数：169,502)により告知する。他には町の公民館(平成21年度利用者実績：119,560人)、図書館等町の施設にリーフレット、ポスターなどで告知する。住民以外の観光客に対しては、みよしまつり(平成21年度実績来場者数：43,000人)にて告知する。告知のリーフレットには、まつりの後にアクセスしてもらうため賞品があたるクイズに参加できるプログラムも含める。

## ②体制

スタッフ3名程度

## ③期待効果

- ア 観光客や住民が欲しい時に欲しい情報を探す事が可能になり情報人口(観光ホームページへのアクセス数)が増加する(目標：年間500,000アクセス)。
- イ 情報提供者は観光情報を効率的に発信することができるようになる。
- ウ 観光に関係のある個人・団体が気軽にサイトに参加できるようになる。

## ④課題と今後の方向性

情報アクセス者数を増やしリピーター率を上げるためには、ホームページの内容を随時更新し、魅力ある内容、観光客・住民のニーズに合った観光情報を提供する必要がある。また、ホームページは立ち上げれば終わりではなく、一朝一夕に効果がでるものではないため長期的な活動ができる体制(人・組織、予算、地域の連携体制等)をスタート時点で構築する必要がある。

## (2) 観光ガイドブックの製作

### “三芳の楽しみかたを提案する観光ガイドブック製作”

現在、三芳町で発行しているパンフレット類は、町全体を紹介するもの(例えば、くらしの便利帳や町勢要覧)、歴史文化を紹介するもの(例えば、資料館等で発行するパンフレット類)、県・他市との連携で個別テーマにより町を紹介するもの(例えば自転車散策ルートや地元のおやつ)などがある。担当課としての課題を解決する手段として、それぞれの情報をパンフレット等として紹介している。だが、これまで観光として季節の見どころや散策ルートなど楽しみ方を提供したものはない。そこで、町の

観光に特化したガイドブックの製作が必要である。これは前述した観光ホームページとは異なり、観光客・住民が実際に観光する際に役立つ情報を提供することを想定している。例えば観光資源情報、四季の祭りや行事、飲食店の紹介、割引クーポン、おすすめ散策ルート、親子で遊べる公園マップなどを盛り込む。ホームページのように頻繁に更新できるものではないが、ガイドブックの中の特定の情報にはURLを記載しホームページでも最新の情報を得ることができるようにする。そして、持ち運びが良く、手元にあるという状態を目指すため、A5版かB5版サイズとする。また、手元に置いておきたいというデザイン性を考えていかなければならない。

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

町のプロモーション及び住民への周知を行うための効果的な基本資料として、町内の地域資源を調査、取材及び整理し、町の観光資源についての総括的なデータベースを作成する。また、この資料を元にガイドブックを製作する。

##### イ スケジュール（平成24年度）

- ・編集方針決定：4～6月
- ・取材：4～12月
- ・校正：1～2月
- ・発刊：3月

##### ウ 経費

地域資源基礎調査・ガイドブック製作事業 1,470万円

※緊急雇用創出事業基金等を利用し、初期費用を抑えることを検討する。

#### ②体制

スタッフ2名程度

#### ③期待効果

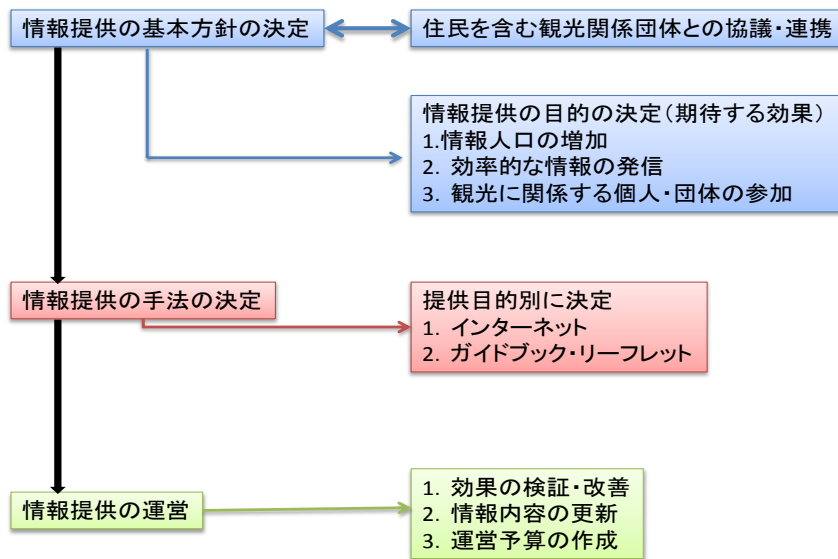
町の観光情報が網羅されており、いつでもどこでも必要な情報を見る事ができる。

#### ④課題と今後の方向性

ホームページの場合と同様に、長期的に持続できる体制の構築が必要である。また、2～3年ごとに情報を新しくする必要があるため、新たな費用が発生する。そして、記載情報が古くなるため、ホームページとの関係を強くする必要がある。

なお、情報発信に関する体制と役割について、図表18にイメージ図として示す。

図表 18 観光情報の体制と役割



#### 4.3.2 観光インフラの整備に関する提言

SWOT分析による三芳町の観光のまちづくりを考えるうえでの「W=弱み」として、歴史的文化的なポテンシャルはあるものの、来訪者が観光を楽しめる環境が整備されていないことが懸念される。一つ目は、町内に鉄道駅は無く、町内全域の交通網としてのライフバス以外に公共交通の利便性が低いなど、各観光資源を結ぶ交通機関が脆弱であること。二つ目は、観光客がお金を使う商業施設や飲食店が少なく、経済的な相乗効果が乏しいこと。三つ目は、観光の拠点となるような施設が町内に存在しないことが挙げられる。

観光産業を考えるとときには、どうしても観光インフラの整備が必要となる。また、三芳町の特徴を活かした観光拠点の形成並びにインフラ整備を行うことは、町の活性化にもつながると考える。

そこで、受け入れ体制の整備としてまず、自家用車の駐車スペースが広く確保され、町内全域の交通網としてのライフバスが比較的多く停留する役場周辺を観光拠点として考えた。次に、既存の交通インフラを観光案内に活用することが有用であると考えた。

よって、平成24年(2012年)度実施できる主な取組みは、三芳町文化会館(コピスみよし)の多目的室(旧レストランスペース)を活用した観光拠点(アンテナショップ)の設置を提案する。なお、この提案は役場内に観光政策の担当課が創設されることと並行している。そして、既存の主要な交通インフラであり、地域住民の足としても定着しているライフバスの観光案内への活用も併せて提案する。

## (1) コピスみよし・旧レストランスペースの活用 “福祉施策も兼ね備えた観光地域拠点”

### ①実施内容と計画スケジュール

#### ア 主な取組み

- ・地元野菜を使用したメニュー提供
- ・町のアンテナショップ設置  
(地元農産物の直売、地場産物を使った加工品や土産物、町キャラクターグッズ販売等)
- ・観光情報の提供 (パンフレットやチラシの常設)

#### イ スケジュール

- ・農産物の直売は、体制が整い次第、着手できる。
- ・その他の取組みについては、事業の協力者の体制整備、実施計画の策定、企画会議開催等の行程を経て、事業に着手することが望ましい。

#### ウ 経費

障がい者の就労訓練の場「ハーモニー」の現在の喫茶事業に加え、観光事業に対応するため人員1名程度の増員が必要となる。就労時間や勤務日数によって多少の増減はあるものの、年間100万円程度の賃金・交通費がかかる。

また、コピスみよしの多目的室活用については、目的外利用、かつ観光パンフレットの常設に伴う全区分利用により、使用料として年間

140万円程度の経費が見込まれる。

### ②体制

ハーモニーの現在の喫茶事業の人員配置に加えて、観光事業を含めた人員配置の増員を、ハーモニーを管轄する入間東部福祉会をとおして町に依頼する。また、情報の発信分野で提言されている観光担当課、福祉課及び政策担当課が、相互に連絡を取り合うことで、観光政策と福祉政策の連携が生まれる。

さらには、ハーモニーに農産物の直売所の機能を持たせ、農家と消費者、行政および関係機関が一体となり、「地産地消」の体制を構

写真 21 三芳町文化会館  
(コピスみよし)



写真 21  
コピスみよし内ハーモニー (入口)



写真 22  
コピスみよし内ハーモニー (内部)





築する。

### ③期待効果

ア 福祉施策（障がい者の雇用機会の拡大、健全者との交流の場）、観光施策（アンテナショップで町の観光情報発信）及び農業施策（地元野菜を使用したメニュー提供と農産物の直売）が新たな価値を加え合うことによって、他に類を見ない相乗効果が生まれる。

イ 役場の既存施設を利用することで設備投資が大幅に抑制される。

ウ 役場施設やその周辺を活用することで、役場自体が賑わいのある場となる。

また、住民や観光客の交流、情報交換の場としてのプラットフォーム的な役割が生まれる。さらに、土日利用の多い文化会館及び運動公園、総合体育館の利用者増加やハーモニーの利用客の増加が見込まれ、ハーモニーにとっては営業利益の増加が見込まれる。役場にとっては、観光情報の発信機会の拡大を図ることができる。

### ④課題と今後の方向性

コピスみよしの旧レストランススペースの活用は、観光客が多いと思われる土日や、平日のランチタイム、ティータイム等に合わせた営業時間の検討とともに、利用客増加に対応できる人員配置等のハーモニーの協力体制が必須である。

また、アンテナショップで扱う商品開発（加工品や土産物、キャラクターグッズ等）に関わる企業や団体、個人との連携体制の構築が課題として考えられる。

## （２）ライフバスの観光案内への活用

### “観光地を結ぶ交通インフラ整備と観光案内”

写真 23 ライフバス

#### ①実施内容と計画スケジュール

ア 主な取り組み

・観光スポットの案内と町キャラクターのPRを兼ねたラッピング広告、車内広告

・バス停近辺の観光スポットについての車内アナウンス

・ハーモニーにおいて、町内の飲食店や商業施設で利用できる「割引券」と併用した、観光スポットに自由に立ち寄れる「ライフバス一日乗り降り自由券」の発行

イ スケジュール

・車内広告及び車内アナウンスについては、ライフバス株式会社との協力体制がとれ次第、実行可能である。ラッピング広告については、車両の更新等の条件が整い次第実行可能である。

・「ライフバス一日乗り降り自由券」と「割引券」の発行については、ハーモニーも含む町内の飲食店や商業施設との連携協力が不可欠であり、まず体制を確立してから



事業に着手することが望ましい。

#### ウ 経費

ラッピング広告が9 mバス1台で年間60～80万円であった。ただし、車両の入れ替え時に限定される。車内広告は、1車両1枠で(全10台で10枠)、掲示期間の限定はなく、ポスターを持ち込めば掲載料は無料である。デザインを町内小中学生に依頼してデザイン料を抑え、印刷代として年間数万円で実施を目指す。

車内アナウンスについては、今までの案内音声の吹き替えが必要となる。現在のライフバスの路線数は16系統で19路線あり、1系統6箇所について観光スポットのアナウンスを入れるとして、1回の更新で20万円程度が見込まれる。また、「ライフバス一日乗り降り自由券」の発券及び料金設定は、運輸局の認可が必要であり、その他印刷代として、10,000枚の印刷で10万円程度かかると見込まれる。「割引券」については、利用の補助金として年間数十万円程度の経費が必要となる。

#### ②体制

ライフバス株式会社との協力体制を構築するため、綿密に協議を行う必要がある。

#### ③期待効果

ライフバスを観光案内に活用することで、即時性があり、かつ取組みやすい。地域住民の足として定着しているバスを利用することで、身近な観光案内ができる。また、バスのラッピング広告は、移動式の広告にすることで、より多くの人目に留まりやすい。さらに、観光客が町内の商業施設や飲食店で割引券を利用することにより、地元産業の活性化にもつながる。

ライフバス株式会社と役場の関係を強化することで、バス会社にとっては利用客増加(特に観光目的の町外からの利用者増)が見込まれ、役場にとっては、観光情報の発信及び重要な交通インフラの一つとしての有効利用が期待される。

#### ④課題と今後の方向性

上記のとおり、ライフバス株式会社の観光事業への理解と協力が不可欠である。また、広告については小中学生が企画することで、子どもたちの郷土愛の向上を図るとともに、デザイン料を抑えることができる。また、広告を掲載する企業から出資金を募ることにより、広告費用の抑制が期待できる。

### (3) その他考えられる施策

①～④については、長期計画に位置づけ、平成24年度から順次計画を策定し、事業導入の判断材料とする。また、⑤・⑥については、中期計画に位置づけ、平成24年度から計画策定、平成25年度に順次実施へと移行する。

#### ① I Tを活用した観光案内(長期計画)

- ・ I T(タブレット端末、スマートフォン)による観光案内と観光客からの情報発信(観光地訪問の感想等をツイッターで発信)を組み合わせた双方向の情報システムを

構築する。

②レンタサイクル（長期計画）

・整備計画を策定する（自転車専用道路等の交通環境整備、貸出及び管理体制の整備、利用者の年齢層に応じた機種対応等）。

③こぶしの里の再整備（長期計画）

・観光客が訪れやすい景観整備計画を策定する（常緑陰樹の伐採による山野草の再生[三芳の七草など]の植栽による新名所づくり、遊歩道の整備、住民参加による体験落ち葉掃き、こどもの川の泥さらいなど）。

・数年は事業実施のための計画策定及びホテル観賞等既存事業の点検、見直しを行う。

④三富新田地割遺跡の見学環境整備（長期計画）

・「にほんの里100選」に選出された、町の誇るべき観光資源の整備計画の策定、活用方法を検討する。

・近世開拓資料館建設予定地を観光客の駐車場として整備し、遺跡の全景が見渡せる見晴台の設置を検討する。

⑤けやき並木の景観整備（中期計画）

・上富のけやき並木の歩道沿いに曼珠沙華を植栽し、上富の観光のトップシーズンである「秋」を演出し、景観整備を行う。

・整備計画を策定する（並木脇に駐車場や休憩所を設置）。

⑥役場周辺の花による景観整備（中期計画）

・四季を通じて役場周辺（休耕地を含む）を花で彩り、観光の目玉づくりを行う。

・四季の開花時期に合わせた「花まつり」等のイベントを実施する（春：桜と菜の花、初夏：ツツジ、秋：コスモス、冬：寒桜など）。

・菜種を栽培し、観光資源としての菜の花畑を増やすと同時に、その実を収穫して菜種油をつくる（将来的には、バイオ燃料への展開も検討する）。

#### 4.3.3 資源のブランド力アップに関する提言

観光SWOT分析から、「観光の担い手（ガイド等）がない」、「各観光資源の認知度が低い」、「突出したブランド力を持つ資源がない」という「W＝弱み」の部分と、「観光につながる資源がある」、「地域を盛り上げようとする個人・団体がいる」という「S＝強み」の部分が見えてきた。この強みを最大限に活かして弱みを克服する政策として、資源のブランド力をアップさせることを目的に、「みよし検定」の実施と「みよし案内人」の発足、「みんなであつろう！富のいもでみよしのお菓子」の実施、「ハンドボールのまちみよし」を提言する。

##### （1）「みよし検定」の実施と「みよし案内人」の発足

“三芳を知ってもらい、三芳に愛着を持ってもらう”

観光のまちづくりを推進するうえで、観光の担い手の存在は必要不可欠である。なかでも、三芳町を訪れた観光客に対し観光資源を案内し紹介することは、町の魅力をより深く知ってもらい、愛着を持ってもらうためにも重要なポイントである。そこで、三芳町の観光ガイドを行う「みよし案内人」を発足させる。

しかし、ただ単に観光ガイドを作っただけでは、三芳町に愛着を持つ人々を増やすことは難しい。そこで、まずはその裾野を広げることを目的に「みよし検定」を実施する。

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

「みよし検定」4級～1級までの検定試験とおやこクイズを実施する。おやこクイズは、学校副読本などを題材に、親子一緒に本を調べながら回答するものである。なお、4級はインターネット受験用とする。1級合格者は「みよしマスター」として特別認定する。

2級受験には3級合格、1級受験には2級合格を必要とし、かつ「体験学習講座」プログラムを数種類用意し、そのうち2講座以上の受講終了を受験要件とする。「みよし検定」を受験しながら様々な体験をすることで、三芳町に対してさらなる愛着を育み、かつ「みよし案内人」に必要とされる知識や経験も学んでもらおうというのが狙いである。

また、みよし検定合格証を持っている方には、町内の買い物などで優待が受けられる特典を付ける（ハーモニー食事割引、体育館利用料減免、コピスチケット割引、ライフバス割引、大崎オーソール観戦チケット割引等）。特典は級が上がるごとにグレードアップする。ただし、インターネット受験用の4級には特典はなしとする。

受験・受講者層は町内在住の60～70歳代が見込まれるが、ターゲット層（子育て中の30～40歳代）を考慮し、受験・受講時には保育も行う。また、おやこクイズ合格者には、特典に子育て世代用の特典を多く用意する（町主催行事・イベントなどの参加費減免等）。

参考までに、全国で実施されている特典付き検定には下記のものなどがある。

- a 「好きです！木更津検定」…90点以上の成績優秀者に贈られる「木更津マイスター」の認定カード（3年間有効）で木更津市内各店舗で優待・割引サービスが受けられる（代金の5～20%割引、ドリンク・デザートサービスなど）。
- b 「かながわ検定」…神奈川県立歴史博物館などの施設入館料が割引される。
- c 「川崎産業観光検定」…検定合格者を対象としたセミナー及び懇親会「合格者の集い」へ参加できるほか、川崎産業観光ツアーや川崎工場夜景ツアーなどの産業観光ガイドになるための「産業観光ガイド養成講座」への参加、産業観光ツアーへの優待参加など様々な特典がある。
- d 「長崎検定」…博物館・水族館の入館料減免や免除のほか、ホテルの宿泊料やレス

トラン飲食代が割引（10～20%）される。また、スマートフォン用の簡易版検定「長崎検定アプリ」を250円で提供している。

e 「唐津検定」…合格者に唐津市内の観光・文化施設入館料免除、協賛店でのお買い物特典（宿泊料20%割引、飲食代10%割引など：1年間有効）を付与し、また有名作家の唐津焼・宿泊券・食事券など全ての合格者に何かが当たる抽選会を実施している。満点合格者にはもれなく新米こしひかり三俵をプレゼントし、全受験者には当日限りの唐津城などの入場無料券、海中展望船の招待乗船券、玄界海中展望塔フリーパスを進呈する。

f 「福山知つとる検定」…博物館の入館料割引のほか、3級合格者のうち20名を「鞆・町並ひな祭」日帰りバスツアー、2級合格者のうち3名を親善都市である岡崎市の「岡崎桜まつり」へ1泊2日で招待し、1級合格者のうち1名を友好都市である韓国浦項市へ招待する。

g 「なにわなんでも大阪検定」…博物館・水族館などの入館料割引、ユニバーサルスタジオジャパンの無料入場券、プロバスケットチーム「大阪エヴェッサ」の観戦チケット割引を3・2・1級ごとに設定（上級ほど割引率や無料チケットが多くなる）するほか、ホテル・レストランの料金を割引（5～10%）する。

h 「京都検定」…博物館・二条城などの入館無料、ホテル・レストランの割引（5～20%）、飲食店でのドリンクサービスや飲食代を割引する。

i 「越前カニ検定」…受験料が日本一高い3万円だが、試験終了後に越前ガニと地酒での「合格&残念パーティー」を実施し、合格者には越前カニ検定合格ストラップをプレゼントする。

問題の出題元は、くらしの便利帳や広報、みよしほたる文庫、各種パンフレット類とする。また、検定を実施する際にはPR効果を高めるため、毎月の広報に「ミニ検定」コーナーを設ける。インターネットにも、「Yahoo!みんなの検定」に「みよし検定（4級）」を設け、周知を図る。

#### イ スケジュール

平成24年度－「みよし検定」4級、3級とおやこクイズの実施。

平成25年度－「みよし検定」4級～2級とおやこクイズを実施、2級合格者を「みよし案内人」として認定。観光ガイド「みよし案内人」発足

平成26年度－「みよし検定」4級～1級とおやこクイズを実施、「みよし案内人」を増員する。以降、継続事業。

#### ウ 経費

平成24年度：50万円、平成25年度以降：62万円程度

・みよし検定－消耗品費5万円（用紙代など）

印刷製本費30万円（ポスター・折込チラシ〔全戸配布〕）

委託料15万円（認定書作成など）

・体験学習講座－講師謝礼 12 万円（1 万円×3 回×4 講座）

## ②体制

当初は役場が事務局となり実施するが、役場依存型の事業に陥らないよう、「みよし案内人」の人数が増えた段階で、案内人主体の「みよし案内人クラブ（仮称）」を組織する。そこが主体となって「みよし検定」を実施し、かつ「みよし案内人」の事務局も兼ねるものとする。

## ③期待効果

「みよし案内人」が発足することにより、観光の担い手が生まれることはもちろん、三芳を語る人材を育成することができる。また、誰でも気軽に受けられる「みよし検定」を実施することにより、三芳町について広く深く知ることができるきっかけ作りになることも大きな効果である。そして、検定合格者が特典を利用して買い物などをするにより、町内店舗の売り上げや、施設利用客増加も見込まれる。

## ④課題と今後の方向性

「みよし検定」については、どれだけの受験者がいるか未知数であることが大きな課題である。そのため、検定を実施する際には事前告知や周知の徹底を図ることが必要不可欠である。また、検定を継続させる仕組み作りも必要である。全国各地で行われているご当地検定においても、参加応募者が減り数年で中止という例が少なくない。「みよし検定」の上に「みよし案内人」が成り立っているのが、この事業の特徴であるので、根幹である「みよし検定」を持続させる仕組み作りは重要である。

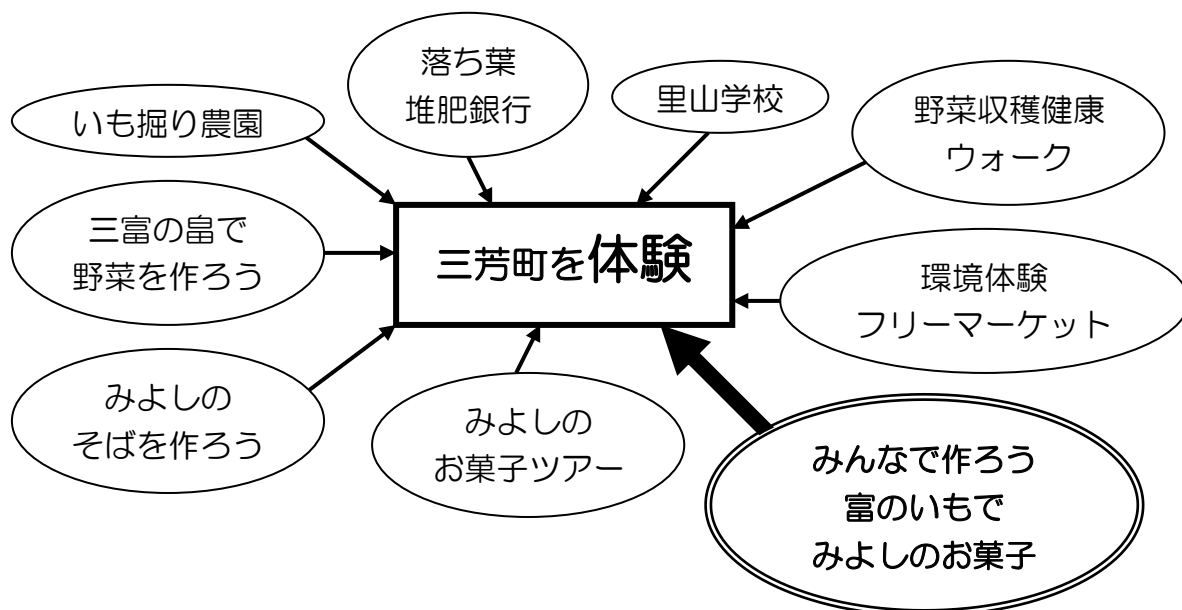
将来的には、案内人主体の「みよし案内人クラブ（仮称）」が NPO 法人となり、自立して活動し、事業展開することが望ましいと考える。

## （2）「みんなでつくろう！富のいもでみよしのお菓子」の実施

“三芳のおみやげといえばこれ！という一品を参加者、町内企業とともに開発・商品化。さつまいも作りの一年間も体験し、三富の歴史や農業への理解も深めてもらう”

町内視察の結果、三芳町の観光資源として、農業が大きなキーワードであることが見えてきた。この農業を「体験する」というポイントで考えると、図表 19 のような数多くの施策が考えられる。

図表 19 三芳町を体験する施策



三芳町で生産されている農産物は多数あるが、「富のいも」として知られるさつまいもは、地元においては比較的知名度の高い農産物である。しかしながら「さつまいも＝川越」というイメージが強く、生産地である三芳町の存在は薄いのが現状である。そこで、「富のいも」のブランド力を上げるひとつの方法として、「三芳のお土産といえばこれ」という一品を開発、生産、販売することを目的に、参加者と町内のお菓子メーカーを巻き込んだ施策を実施する。

ただし、単なる商品開発ではなく、参加者（お菓子メーカー担当者含む）は落ち葉はきから富のいもの収穫まで、さつまいも作りの一年間を体験しながらお菓子作りを行う。このことにより、参加者はこの地域で守り続けられている循環型農業についても学ぶことができ、三芳町への愛着を育むことができると考えられる。

①実施内容と計画スケジュール

ア 主な取組み

住民から参加者を募り、「富のいも」を使ったお菓子作りを行う。商品化が大前提のため、東ハトや木村屋、ヨネザワ製菓など、町内のお菓子メーカーにも実行委員会に入ってもらおう。また、有名パティシエを実行委員の一人とし、お菓子コンテストの審査員やお菓子の監修も行ってもらおう。参加者（お菓子メーカー担当者含む）は、さつまいも作りの一年間を体験しながらお菓子作りを行う。参加者、お菓子メーカー、行政が一体となった連続講座であり、複数年にまたがる事業となる。また、ターゲット層を考慮し、「親子の部」と「一般の部」を設ける。

イ スケジュール

平成 24 年度－お菓子メーカーとの交渉、参加者募集、お菓子メーカーも含めてのお菓子作り（夏休み頃スタート）、さつまいも作りの一年間体験：落ち葉はき・苗床作り

平成 25 年度－さつまいも作りの一年間体験：苗さし・除草・収穫、お菓子メーカーも含めてのお菓子作り、産業祭等での「お菓子コンテスト」

平成 26 年度－優勝したお菓子の商品化

ウ 経費

平成 24 年度：100 万円、平成 25 年度：120 万円

・参加者募集－消耗品費 30 万円

印刷製本費 30 万円（ポスター・折込チラシ（全戸配布））

・さつまいも作りの一年間－講師謝礼 20 万円（4 万円×5 回）

農作業関連消耗品費 50 万円

・お菓子作り－材料費 20 万円（可能な限りメーカーに提供してもらう）

監修謝礼 100 万円

## ②体制

参加者、お菓子メーカー、農家、役場で組織する実行委員会を設立する。事務局は役場が行う。

## ③期待効果

「富のいも」のブランド力を高められることが、この施策で一番期待される効果である。また、さつまいも作りの一年間を体験してもらうことで、参加者が上富地区で江戸時代より実践されている循環型農業について理解を深めることができる。

## ④課題と今後の方向性

実施にあたっては、メーカーの参加が大前提であるが、そもそもメーカーの協力がどこまで得られるかは課題のひとつである。また、複数年に渡る施策なので、参加者のモチベーションをどう維持していくかも課題である。

### （3）スポーツ観光・企業と一体となった取組みを「ハンドボールのまち みよし」 “スポーツでまちをアピール”

町に住む人が元気で健康だということは、地域自体が盛り上がることはもちろん、商業、産業の活性化につながる。そこで、町に本拠地を置く「大崎オーソル」の協力を得て、住民の健康増進及び地域産業の活性化をねらう。

また、現在大崎オーソル側には、チームの在り方を模索しているという現状がある。勝利にのみこだわらずやっていきたいと考え、地域貢献に対する姿勢も大変前向きである。まさに、「今」が絶好の機会なのである。

大崎オーソルとの協力体制を創設することにより、町の特産としてのスポーツ、他にはない「オンリーワン」による町の魅力アピールを目指す。



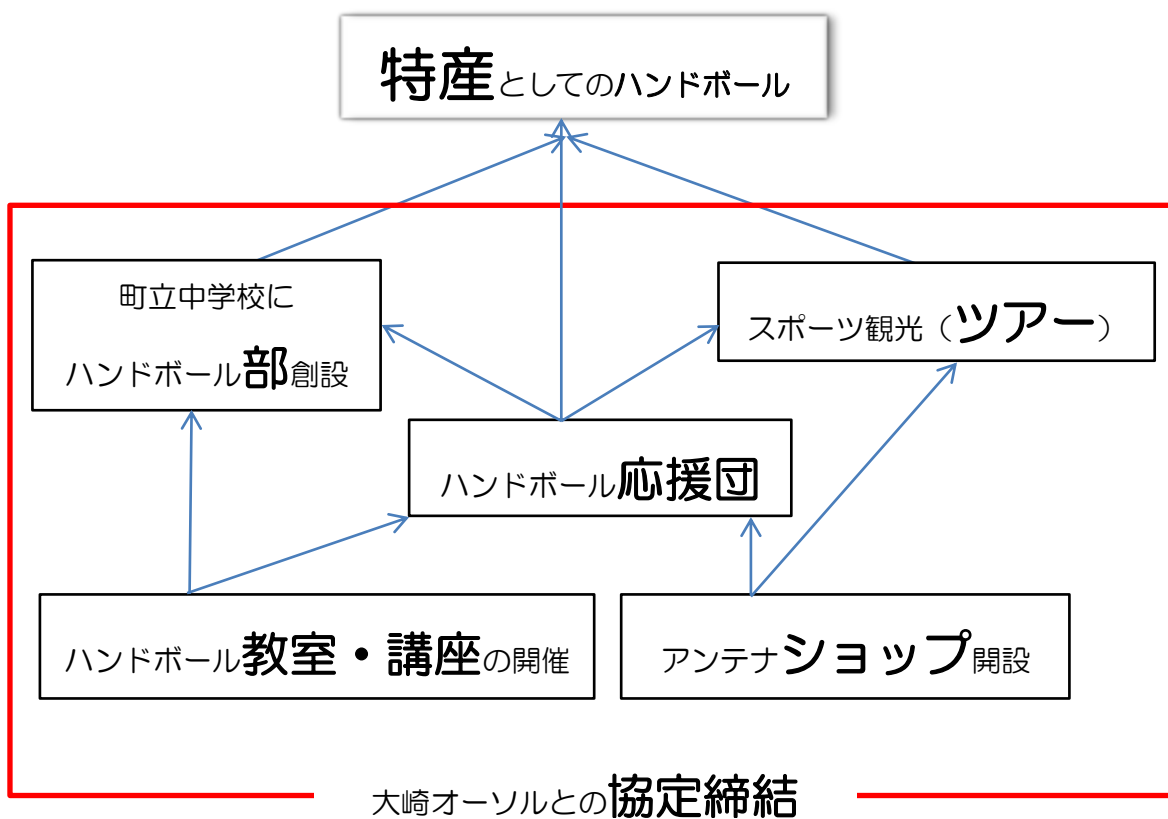
まず、大崎オーソルとの協定を結ぶことが第一である。協定内容は、大崎オーソルとの調整により決定していくことが望ましい。協定の内容について考えられるものは下記のとおりである。

- ・提携教育事業
- ・スポーツ指導者人材育成
- ・地域のスポーツ振興、総合型地域スポーツクラブ形成支援
- ・町の全面的なPR
- ・ハンドボール教室や講座の開催協力
- ・ハンドボール応援グッズの販売に際するグッズの貸与

町が一方向的に提案する立場となってしまうと、短期的な協力関係となってしまうことが危惧されるため、お互いにとって有益であることを念頭に置いて協定内容を決定することが望まれる。町にとっては住民の健康増進ならびに三芳町の知名度向上、大崎オーソルにとっては、その知名度向上はもちろん、地域貢献（社会貢献）を行うといった企業イメージ強化と、PR費減少、興行等での収入増加をねらっていくことが目的となる。

協定を結んだうえで実行していく事業は、図表 20 並びに以下のとおりである。

図表 20 ハンドボールのまちづくりイメージ図



- ・ハンドボール教室・講座の開催
- ・アンテナショップ開設
- ・ハンドボール応援団創設
- ・スポーツ観光（ツアー）開催
- ・町立中学校にハンドボール部創設（小学生向けに町立のハンドボールチーム創設）

これらの事業の中には、既に町の事業として実施されているものも含まれている。しかし、これらの事業が町の「施策」として行われておらず、先につながらないという現状がある。そこで、これらの事業をひとつの「施策」として行うことで、個々の事業が「将来を見据えた」事業になると考える。

次では、各々の事業について具体的に記す。

### ハンドボール教室・講座の開催

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

小中学生や希望者（一般）を対象にした、ハンドボール教室・講座を開催する。

##### イ スケジュール

大崎オーソルと調整し、少なくとも年に1回開催する。

##### ウ 経費

協力選手への謝礼として、1人10,000円程度の謝礼を支出することが望ましい。

#### ②体制

全体施策を念頭に置き、現在と同じ学校・公民館での事業として担当課が開催する。

#### ③期待効果

子どもたちをはじめとする住民の健康増進につながり、ハンドボールという競技へ興味を持つきっかけとなることで、ハンドボール部創設をはじめとした他の事業への「きっかけ」となる。

#### ④課題と今後の方向性

指導者が大崎オーソル頼みであることが大きな課題である。チームが大会シーズンに入ってしまうと、時間を割いてもらうことが難しいため、指導者の養成なども行い、大崎オーソルの方が「特別ゲスト」となるような教室・講座となっていくことが望まれる。

### アンテナショップ開設

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

役場、コピスみよし内「ハーモニー」、体育館、町内各協力商店などで、応援グッズ

やチケットの販売等を行う。

#### イ スケジュール

協定を締結し、協力商店が集まり次第順次販売を行う。

#### ウ 経費

大崎オーソルの協力を得て、導入に係る負担金を0円として取組みたい。

#### ②体制

初期段階では行政主導だが、応援団が育った際には事業を移管するものとする。

#### ③期待効果

あらゆるお店で応援グッズを目にする事で「身近なモノ」として認識できるようになる。また、新たな商品開発にもつながることで、経済効果も期待される。

#### ④課題と今後の方向性

商品を貸し出すことになるため、大崎オーソル側に負担がかかることになる。見本品などの提供についても同様である。また、販売実績を記録してもらう必要があり、販売に際しては手間となることも考えられる。そのため、試行期間以降は買い取り方式を採用するなどの工夫が必要となる。また、新たな商品開発の際の認可等について、整備が必要である。

### ハンドボール応援団の結成

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

現在ある「大崎オーソル・サポーターズクラブ」のようなハンドボールサポート団体を発足させ、プレイすることが難しい人でも「応援」という面から健康的な生活につなげる。

##### イ スケジュール

行政側でこれらの施策を実施していくことは、人員の関係上も難しい部分があるため、できるだけ早い段階（1～2年目）で発足させることが望まれる。

##### ウ 経費

初年度のみ10万円程度の出資金を見込んでいる。基本的には町や大崎オーソルの負担はないものとし、会費やグッズ・チケット販売等の収益で運営することを目指す。ただし、立ち上げに際してかかる費用については、初年度に限り負担する。

#### ②体制

ハンドボールファンを集め、そのファンの中からボランティアでホーム会場での活動やグッズ販売促進、メルマガ発行などのPR事業を行う。

事務局は、大崎電気工業株式会社の協力を得て、大崎電気工業株式会社内におくことが望ましいが、事務作業のための人員を1名（パート）増やせると良い。

#### ③期待効果

住民によるスポーツ振興となり、住民の健康増進や町の活性化が期待される。

#### ④課題と今後の方向性

サッカーのようなクラブチームとすることが望ましいが、ハンドボールの市場規模から鑑みると現時点では難しいと考えられる。また、大崎オーソルを運営している大崎電気工業株式会社の「企業スポーツ」としての今後の意向についても話し合う必要がある。それにより、事務局をどうするのかといったことや、人員派遣、スポンサー獲得についてなど、応援団という組織をどういったものにできるかが変わってくる。

### スポーツ観光（ツアー）の実施

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

他市町村からのハンドボール教室・講座の参加受け入れや、住民が他市町村で行われるハンドボールの公式試合観戦のためのツアーを企画・実施する。

##### イ スケジュール

シーズン期間である10月後半頃～3月頃の秋～冬季にかけて実施する。

平成23年度実績：埼玉県内開催 2回

関東開催 3回（準決勝進出の場合の開催は東京都）

##### ウ 経費

受益者負担とする。他市町村への応援ツアーについては、参加者が集まらず、バスが運行できない場合は実施しない。

#### ②体制

初期段階では行政主導となるが、応援団を育て、事業の移管を目指す。

#### ③期待効果

町の体育館で公式試合が開催できないことから、ハンドボールが近い存在とならないことが考えられる。しかし、この事業を行うことにより、試合観戦に参加がしやすくなり、ハンドボールという競技が身近なものとなる。

#### ④課題と今後の方向性

実施のために、人数が必要なことが課題である。選手との交流会やサイングッズの抽選会なども同時に開催することが望まれる。また、他市町村からのハンドボール教室・講座参加者に対しては、三芳町も散策できるようなツアー（特産品「富のいもでみよしのお菓子」とのつながり）も盛り込み、地域振興につなげる。

### 町立中学校にハンドボール部創設

#### ①実施内容と計画スケジュール

##### ア 主な取組み

町内の中学校にハンドボール部を創設する。また、小学生を対象に町立のハンドボ

ールクラブを創ることも目指す。

#### イ スケジュール

1年目は、ハンドボール教室・講座で継続してハンドボールをすることの楽しさを伝えると同時に、指導者となり得る教員の育成・獲得を行う。2～4年目には、教員・部員が集まり次第、順次ハンドボール部を創設する。

#### ウ 経費

最も安価な経費として210万円が見込まれる。その内訳については下記に示す。

内訳 ハンドボールポスト 30万円×(3校×2)

ネット 4万円×(3校×2)

ハンドボール 2千円×(3校×10)

その他、小学生向けのクラブチーム創設の場合、更に70万円が必要となる。

#### ②体制

学校のサポート体制を充実する。

#### ③期待効果

ハンドボール教室や応援団などを通じて盛り上がった子どもたちが、継続的にハンドボールに接する機会を持つことができるようになる。また、ハンドボールがオリンピック競技であるということから、オリンピック選手の輩出も目指す。

#### ④課題と今後の方向性

最重要課題は指導者養成であり、各学校に経験者である教員を配置することが求められる。また、導入に費用がかかることや、少子化による児童生徒数減少の影響が懸念される。しかし、幼少期からハンドボールという競技を始めている人が少ないことから、町子どもたちが活躍する機会が多くなる可能性を秘めていることも事実である。

加えて、日本ハンドボール協会は実業団チームによる児童生徒を対象とした育成チームを作る方針であるという。情報収集に努め、連携を図っていくことが求められる。

#### (4) その他考えられる施策

なお、資源のブランド力アップに関しては、ここで提案した3つの施策のほかにも多数の施策が考えられる。図表21にその一覧をまとめて列挙する。

図表21 その他考えられる政策

<短期計画>

施策名	内容
みよしまつりの花火の競演、屋台の賑わいプロジェクト	町の入込観光客数一番の「みよしまつり」をアレンジ、充実させる。

有限会社カイカイキキみよし工場との連携	代表を務める村上隆氏をはじめ、デザインスタジオであるカイカイキキ所属のアーティストの作品は三芳工場で作成されている。「GEISAI」という村上隆氏主宰の現代美術の祭典も数年前まで三芳工場で行われており、現在でも作品展などが開催されている。工場と連携を図り観光客の確保を狙う。
環境体験ありのフリーマーケット IN 三芳	三芳町庁舎敷地内でフリーマーケットを開催する。内容は、3R (Reduce 減らす Reuse 繰り返し使う Recycle 再資源化) に沿った環境体験などを実施。循環型農業の解説等。ロハスの要素も取り入れ、地方のありきたりなイベントのイメージを払拭する。
『ザ！鉄腕！DASH！！ダッシュ村』三芳支部を作ろう	避難中のダッシュ村として、島田家等で体験企画を行う。囲炉裏がある島田家や資料館の藍染、三富新田の循環型農業等。「東京に一番近い緑の…ダッシュ村！」
落ち葉堆肥銀行	農家の協力を得て雑木林を開放してもらい、市民参加で落ち葉掃きを行い、参加した人に堆肥を提供する。
借り物競争？収穫健康ウォーク	農家の協力を得て、地場野菜の収穫をしながら散策ウォーキングをする。上富下組の野菜収穫～上富中組のさつまいも収穫（約 1.5km）、北永井縦断野菜の収穫（約 2.7km）、藤久保川越街道散策プラス野菜の収穫（約 1 km）、竹間沢稲荷神社めぐりプラス野菜の収穫（約 1.5km）等。
みよしのお菓子ツアー♪	東ハト、エーキドーパン、十勝大福本舗、木村屋、ヨネザワ製菓の工場直売所をめぐる、魅惑のお菓子ツアー。駐車場が少ないため、レンタサイクルでの移動を基本とする。直売所での購入はもちろん、工場内の見学やお菓子作り体験も行う。
地域文化の活性化	地域芸能・文化のさらなるPR。

<中期計画>

施策名	内容
観光さつまいも掘り農園の推進	特産品であるさつまいものレジャー化。
都心近郊の有機農法による野菜づくりの町～地産地消に向けたまち～	地域で育てた有機野菜を地元の店（レストラン等）で消費する体制をつくる。

みよしファーマーズ・マーケット	三芳の地場野菜や加工品をワゴン車に積んで東京などの都市圏で販売し、地場野菜の良さを伝えるとともに、三芳町の魅力もPRする。
野菜オーナー制度	地域の生産農家と提携して、三芳町産野菜のオーナーを募る。農家は定期的に野菜の生育過程や作業風景をデジタルカメラに収め、WEBやお便りでオーナーに報告。収穫された野菜は箱詰めして、オーナーへ届ける。オーナーが農作業や収穫に参加することも可能とする。
里山学校	夏季や冬季の学校の長期休暇を利用して、三芳町の自然に触れ合う体験活動を提供する。雑木林での宝探しゲームやクイズラリー、虫捕り、一日農業体験（収穫物を使った昼食づくり含む）等。
さつまいもサミット	全国もしくは関東近県のさつまいもの特産地が一堂に会し、さつまいもの味比べや栽培方法の比較、加工品、サツマイモ料理（お菓子含む）コンテストを実施。会場を持ち回りにし、客寄せも兼ねる。
【体験シリーズ】三富の島で野菜を作ろう！	上富の農家や落ち葉野菜研究グループに協力してもらい、島の土作りから収穫、最後はその野菜を使って旧島田家住宅での料理会まで、島作業の1年間を体験してもらう連続講座。参加者には、毎回レンタサイクル無料券を発行し、体験だけでなく、他の観光スポットにも足を運んでももらう（季節ごとの散策コース提案、みよし案内人の派遣）。また、他の体験シリーズ（初級まで）を全て制覇した方には、スペシャルプレゼント贈呈。
【体験シリーズ】みよしのそばを作ろう！	「みよしそばの里」と全面的なタイアップを図る。種まきから収穫、粉挽き、そば打ち、料理会までの連続講座。参加者は、毎回季節ごとの花を摘めるほか、レンタサイクル無料券を配布し、体験だけでなく他の観光スポットにも足を運んでももらう（季節ごとの散策コース提案、みよし案内人の派遣）。また、他の体験シリーズ（初級まで）を全て制覇した方には、スペシャルプレゼント贈呈。

<p>各種既存事業の見直しと選択及び連携</p>	<p>現状行われている事業の中から比較的アピール度の高いものを選択してPRする。落ち葉野菜研究グループとの連携を端緒にして、上富農地をさらに町内外にPR、歴史遺産の周辺インフラの再整備を開始する等。</p>
<p>三富新田の歴史探訪と野菜収穫体験ツアーの実施</p>	<p>歴史遺産とあわせ農業振興により開拓地割遺跡が保全されていることをPR（多彩な担い手による減農薬、落ち葉堆肥の利用など循環型農業）。また、三富の開拓地割、多福寺、木ノ宮地藏堂などの歴史遺産を訪ね、農産物の収穫体験を企画・支援。ボランティアガイドへの育成支援と場面設定を行い、県事業などの活用や連携による事業を継続的に実施する。</p>



#### 4.4 期待できること

前述した情報発信、観光インフラの整備、資源のブランド力アップの政策を実施することにより、それぞれの項で述べたとおり様々な効果が期待される。しかし、当然のことながら3つの政策は独立したものではなく、相互に強い関係性および連動性を持っている。

情報発信については、観光ホームページの構築、観光ガイドブックの製作により、観光情報が一元化され、利用者はワンストップで知りたい情報を得ることができ、観光客の増加が見込まれる。このことは、ハーモニーやライフバスの利用客増加という観光インフラの拠点の整備につながる。また、観光客の増加により、住民にとっては自分たちの住む地域への誇りや愛着が育まれ、資源のブランド力アップにもつながる。

観光地インフラの整備により、ハーモニーでの観光情報発信やライフバスのラッピング広告を行うことで情報発信のさらなる強化につながる。また、利便性向上という点では資源のブランド力アップにもつながる。

資源のブランド力アップにより、観光客や住民の交流、情報交換の場としてのプラットフォーム的な役割を持つ役場周辺施設やハーモニーの利用客が増加し、観光インフラの整備につながる。また、三芳町への愛着が育まれることで、三芳町をさらに発信していきたいという気持ちを生みだし、情報提供者が自ら更新できる観光ホームページへの情報源となり、情報発信にもつながる。

このように、提言した3つの政策はいずれも他の政策と強いつながりを持っている。そのつながりは他の政策を刺激し、さらにより良い政策へ発展させていくという相乗効果を生み出すと考えられる。また、これは裏を返せば、観光のまちづくりを推進するためにはどれかひとつの政策を実行すれば良いのではなく、現在の三芳町が観光において抱える弱点を補う政策を同時進行で行っていく必要があることも意味している。一朝一夕にすべてを実現することは難しいが、情報発信の強化、観光インフラの整備、資源のブランド力アップを着実に一步ずつ前進させることにより、前述したような多くの相乗効果が生まれ、さらにはそこから新たな波及効果が生まれてより良い政策へ発展すると考えられる。そうした政策を実行していくことにより、町の課題を解決し、魅力をアップさせ、より良いまちづくりを推進できると考える。

## 5 まとめ

### 5.1 今後の長期展望

今後、日本の人口は減少していく。この先50年間の人口減少数は4,132万人とされ、関東1都6県の現在の人口と同等となる。同様に、三芳町も人口減少を免れることは考えにくく「活力ある『住んでよし、訪れてよし』のまち」を目指していくためにも、観光を通じた人材交流や定住者の増加といった社会的効果、産業の活性化などによる経済効果を見込んでいくことが不可欠である。

また、都心に最も近い「まち」として、対外的な認知度やイメージの向上を図ると同時に豊かな緑を残していくことも考慮していく必要がある。

#### 5.1.1 提案の狙いと効果

観光政策によって求められているのは「住んでよし、訪れてよし」の町となることである。また、後世に緑豊かな自然環境を残していくことも必須命題である。緑が溢れ、住んでいる人も訪れた人も「良い」と思える町を実現するため、活力にあふれた、地域独自の獨創性のある観光政策が必要とされている。

2008年日経リサーチ地域ブランド戦略サーベイの調査によると、居住意向が高い、すなわち「住んでよし」と考えている住民が多い三重県と愛媛県では、「歴史や文化に触れられる」や「懐かしい気持ちになれる」といった項目の評価が高い。住んでいる人にとっての馴染み感や親しみとともに、地域に文化や懐かしさに触れることのできる環境があることが「住んでよし」の要因となっている。

ただし、この三重県と愛媛県における訪問意向、つまり「訪れてよし」といった項目での評価は、居住意向と比較するとそれほど高いとは言えない。これは、この地域で感じられる「心地よさ」が、他の地域の人たちに評価されていないことが原因である。

「訪れてよし」に大切なのは、「町外の人に自慢できるものがある」ということである。今ある特産物の認知度を上げ、新しい特産物を住民と共につくり、それを情報メディアや観光拠点を設置することでのニーズに合わせて発信していく。特産物で誇れるものがあるだけでなく、情報メディアや観光拠点とする場所から町内外へアピールし、認知度を高めることが、「訪れてよし」につながるのである。

そして、これらの施策を実行していくのに不可欠なのが「司令塔」の設置である。観光振興を成功させるためには、限られた行政職員だけでは難しい。したがって、行政と民間団体との連携が不可欠であり、その両者を結び、活動の中心となる「司令塔」が必要となる。この司令塔の役割は、関係団体との連携、ホームページの立ち上げ・管理・更新、情報の収集・峻別・発信、効果の検証、年度計画・予算の作成などの幅広い仕事が挙げられ、その役割は非常に大きい。

また、多くの住民が「楽しく」係わることも重要である。地域の学生やシニア世代

など、老若男女関わらず住民を巻き込み、今回提示した政策に限らない新たな政策を模索していくことが求められる。

### 5.1.2 スケジュール

個別の施策を実行するスケジュールとして、図表 22 にまとめた。

図表 22 施策実行スケジュール

事業		実施内容	H24	H25	H26	H27	H28～
特産物づくり	富のいもで みよしのお菓子	企業との交渉	→				
		おかしコンテスト		→			
		さつまづくりの1年			→		
	ハンドボールの まち みよし	企業との交渉・協定	→				
		教室・講座		→	→	→	→
		グッズ販売		→	→	→	→
		ハンドボール応援団			→	→	→
		スポーツ観光		→	→	→	→
		中学校にハンドボール部			→	→	→
担い手育成	みよし案内人	町内商店との交渉	→				
		みよし検定実施		→	→	→	→
		案内人養成講座		→	→	→	→
情報発信	ホームページ	情報収集・構築案	→				
		運用（イベント等も）		→	→	→	→
	ガイドブック	情報収集・構築	→				
		発行		→	→	→	
		検証				→	→
観光インフラの整備	アンテナショップ	関係各所との交渉	→				
		体制整備・実施計画・会議	→				
		実施		→	→	→	→
	バスによる 観光案内	企業との交渉	→				
		町内商店との交渉		→			
		実施			→	→	→

## 6. おわりに

### 6.1 三芳町が目指すもの

今回の研究は、6人の町役場職員と3人の住民で構成されるプロジェクトチームで行われた。「観光」という言葉に対しては、メンバーそれぞれの先入観があり、そもそも何故、三芳町が「観光」をテーマに挙げなければならないのか、について議論することから始められた。

三芳町は、約3万年前の旧石器時代より人が暮らし続け、江戸の初期より一面の萱の野原を耕作可能な土地に改良するための人々の努力があつて今日に至っており、長い年月を経た歴史と文化および大切に保全されてきた自然がある。ほんの数十年前から、高度成長期の担い手として、首都圏への通勤族にはベッドタウン、企業には倉庫、工場などの用地を提供してきたが、本来の姿は何層にも積み重ねられた歴史文化の地域である。

平成6年（1994年）にも同様の検討が行われているが、今回、「観光」の命題で地域の有り様を再度、研究することになったのは、グローバル化、高齢化の進展により何かを変えなければいけないという機運がさらに強まったものと考えられる。

その地域の資源は、時代にマッチした最大限の有効活用をすべきであるが、既に、右肩上がりの時代は終焉しており、三芳町の将来に向けて、資源の生かし方を考え直す時期にきている。

観光は、その意味では、本来の歴史・文化の資源を生かすことができないかという投げ掛けであると同時に、三芳町の資源を最大限に生かす道を再考するきっかけにするという、両面を持った命題として捉えられる。

「首都圏に隣接した緑豊かな田園地域」が三芳町の魅力である。三富新田は「にほんの里100選」に選ばれている。その周辺の文化遺産にも希少価値があり、自然および歴史・文化をアピールできるだけの資源を十分に持っている。しかしながら、ベッドタウン、企業のバックヤード、畑だらけの地域というイメージが先行してしまっているのが、ここ30数年の三芳町の姿である。

今後は、しばらくの間、経済が低空飛行を続けざるを得ない今日の環境にあつては、好むと好まざるとに関わらず、本来の資源を見直さざるを得ない状況にあり、観光はひとつの手段であるといえる。

三芳町は、江戸初期より耕地を護り続けて来た人々の子孫、高度成長期にこの地に居住を求めて新たに移り住んだ人々、三芳町に職場を求めて毎日通勤している人々、の3種類の人々で構成されているが、今後の三芳町のあり方を考えて行く為には、まずは町内に関わる人達が町の魅力と持てる資源を認識して活用する術を理解する必要がある。

そのうえで、町外の人々に町を知ってもらうにしろ、さらなる産業の発展に貢献してもらうにしろ広く知らしめる必要がある。

今回の研究では、本来の三芳町の資源を中核に据えて、町のPR、特産物の開発、町を見てもらうための交通手段の確保など、分かり易い切り口からアプローチをして報告をとりまとめたが、今後は継続的に、さらに幅を広げて町への理解を深めてもらい、町が発展するための様々な方策を模索することが必要になる。

## 6.2 活動を終えて

議論を通じてわかってきたことは、「観光」という切り口で研究したが、実は、三芳町の将来を少なくとも現状を維持して、なおかつ新たに魅力ある町として展望を開くためにはどうして行けば良いのかということが真の課題なのだということである。

これに対しては、役場、企業、住民の3者がそれぞれの持ち場で三芳町の将来を考えることにより、より良い町の発展のための解決策が期待できる。

今回は、住民と役場の職員が、同じテーブルを囲んで、1つの目標に向かう試みであったが、その過程において率直な意見の交換により食い違いが生じる場面もあった。しかし、どのようなメンバーであれ、課題に真摯に立ち向かう場合には本質的な違いは出ないはずである。勝手が違う戸惑いや、立場により妥協点が異なるなど、枝葉末節において微妙な違いが生じたことは否定できないが、総じて理解を深め有意義な時間を持ち、町の将来に一石を投じる提案ができたと考えている。

視察では、三富の若き農業経営者の皆さんを始めとして、伺った多くの皆さんが真剣に三芳町の将来を考えて努力をされていることを再認識し、これらの方々の英知を結集すれば、元気が薄れつつある今の世の中であっても三芳町の将来が暗いものではないと、自信を深めることができた。

最後に、あらためて、ご協力を頂いた方々に感謝を申し上げたい。

以上