

## 1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

1) 自然環境保全と景観形成・緑化

2) 地域イメージの形成

3) 観光・地域ブランド

### Ⅲ 緑と活力にあふれた魅力あるまち

#### 1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

##### 1) 自然環境保全と景観形成・緑化

###### ◆◇現状◆◇

町には、住民にとって誇りの源泉となっている平地林や三富新田などの特徴的な緑地があります。新たに策定された緑の基本計画に基づき、こうした自然環境と農地を保全活用し、良好な景観を形成するとともに、緑に恵まれた公園や街路樹の整備、緑化などを増進し、緑と魅力にあふれる景観や快適で持続可能な環境基盤の形成をめざしています。

また、藤久保の平地林が県の緑のトラスト保全第14号地に指定され一般公開となるなど、町の平地林の価値が高まっています。町としても平地林を町有地として確保しており、県との連携を強化しながら、緑の保全、緑化の推進に努めています。

###### ◆◇課題◆◇

近年は市街化調整区域での開発が進行するなど、有効な緑地保全策を構築することが急務となっています。そのため、緑地保全に努めるエリアの明確化や建築行為などを制限し、緑地保全につなげる制度景観条例などの規制が必要となっています。

平地林の整備活動については、国、県、企業、地域住民等と連携を図りながら保全していくことが求められます。また、緑化条例などの規制について検討する必要もあります。

また、優れた自然環境を後世に残し広く住民へ公開するために、緑のトラスト保全整備事業を引き続き推進していくことが求められます。

さらに、けやき並木通り(いも街道)の景観整備や観光化など、街路樹の整備や緑化活動を促進させ、緑にあふれる景観づくりを進めていくことも必要です。

## 今後の施策



### ① 平地林の整備と景観形成【環境課】

国や県の補助事業を活用し、萌芽更新等平地林の整備を推進します。また、行政、企業、地域住民、ボランティア団体等で協力し平地林の整備活動を推進します。並びに良好な自然環境となるよう緑地条例や景観条例等により調和のとれた景観形成を検討します。

### ② 緑のトラスト保全整備事業の推進【環境課】 **重点プロジェクト**

平地林を公有地化し、優れた自然環境を後世に残し広く住民への公開を継続します。そのため、保全地内の散策路や木柵の設置等の整備事業を推進します。また、緑の保全と推進のための寄附金を町内企業、地域住民等から引き続き広く募集し、トラスト保全地の取得、整備、保全、管理等の推進を図ります。

### ③ 緑化の推進【環境課】

緑化推進協議会を中心とした、行政連絡区単位の花植え活動や緑化活動を、行政、企業、各種団体、住民等との協働により推進し、緑にあふれる景観づくりに努めます。

### ④ 緑地の活用と人材育成【環境課】

緑地の活用や保全について子どもから大人までが参加できる緑地活用プログラムや緑地ボランティア等の拡大並びに専門家の育成に関するプログラムを推進します。

## ●関連計画

計画名	計画期間
緑の基本計画	令和2年度～令和21年度

## ●達成目標

達成目標	現状値 (平成30年度)	令和3年度 目標値	令和5年度 目標値
保存樹林の指定	4.7ha	5ha	➡
萌芽更新	—	0.6ha	1.0ha

### Ⅲ 緑と活力にあふれた魅力あるまち

#### 1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

#### 2) 地域イメージの形成

##### ◆◆現状◆◆

急激な少子高齢化、人口減少社会のなかで「選ばれるまち」になるためには、町の良好なイメージを町内外に発信し、魅力ある地域イメージの形成を図る必要があります。このことから、町では広報紙や町ホームページ等を通じて町内外に積極的に情報を発信してきました。

特に、これまで、町のイメージである「緑」や「自然」、町のマスコットキャラクター「みらいくん・のぞみちゃん」を活用し、親しみやすい町のイメージづくりを形成してきました。

また、ロケーションサービス\*として、庁舎周辺の公共施設を利用したテレビドラマや映画などにおける撮影の協力、支援などを行っています。

さらに、シティプロモーション\*活動については、調査、研究の段階から、実践の段階に進めていくこととなります。動画によるプロモーションや世界に「三芳」の魅力を発信するなど、新たな展開に取り組んでいきます。

ふるさと納税は、寄附者の謝礼品に町の特産品や6次産業品、町内企業の工業製品等を活用することで町のPRや寄附額の拡大を推し進めています。

##### ◆◆課題◆◆

魅力ある地域イメージの形成を図るため、積極的にシティプロモーション活動に取り組むことで、情報人口や交流人口の増加を図り、ひいては、定住人口の獲得につなげていくことが必要です。

ふるさと納税については、今後においても、町の特産品等をPRし、地域活性化のツールのひとつとして、協力いただいている地元事業者と連携し、町ならではの取組を進めていくことが求められています。

ロケーションサービスについては、ロケーション地のデータベースの構築や情報提供を拡大し、さらに、町の魅力をアピールしイメージアップを図る必要があります。

三芳町の認知度や関心を高めるために、より質の高い情報発信や、住民がまちへの誇りを持つことができるように町の魅力を町内外に広めることが必要です。

今後も、住民が町に誇りや愛着を持てるような機会を設けるとともに、町の魅力やマスコットキャラクターを活用しながら町外に向け広くPRし、地域イメージの向上を図る必要があります。

※ロケーションサービス：映画やドラマなどの撮影をスムーズに進めるため、ロケ地に関するさまざまな情報の提供や公共施設の使用などを支援するサービス。映像を通して地域の魅力を発信し、広くPRしていくもの。

※シティプロモーション：住民の愛着度の形成や知名度の向上、経営資源の獲得を目指す活動など、多方面に広がっていく能動的な活動。

## 今後の施策



### ① シティプロモーション活動の推進【秘書広報室/観光産業課】

町への愛着意識の向上をめざし、町内外に向けて三芳町の魅力を広めるため、SNSの活用や広報みよしの充実、電子アプリを活用する一方、ドローンを使った動画によるシティプロモーションなど、新たな展開を行い、質の高い情報発信とプロモーションを進めていきます。

### ② ふるさと納税の推進【政策推進室】

町を応援しようとする人から広く寄附金を募り、町の事業に活用していきます。町の魅力や地元特産品等をPRし、地元産業の活性化を図ります。実施にあたっては返礼品の拡大に努め、地元事業者や企業との連携を深めます。

### ③ ロケーションサービス事業の推進【観光産業課】

町を舞台とした映像をとおして、町の魅力を積極的にアピールし、イメージアップにつなげていきます。庁舎等公共施設をロケーションとして使用する場合の規定等の整備を行います。

### ④ 地域イメージの向上【秘書広報室】

適切かつ積極的に町の行政情報や生活情報を提供し、町政への理解を促進するとともに、住民との情報の共有化を図ります。また、町の魅力や住民の顔が見える、地域に密着した記事などを提供し、住民が町に誇りや愛着を持てるような機会をつくり、町内外に向けてPRし広く情報発信します。

### ⑤ マスコットキャラクターの活用【観光産業課】

町のマスコットキャラクターみらいくん・のぞみちゃんを活用して、町内外で行われる各種イベントへ積極的に参加し、町の魅力を広くPRします。

## ●達成目標

達成目標	現状値 (平成30年度)	令和3年度 目標値	令和5年度 目標値
町への愛着度（住民意識調査）	64.4%	▲	80%
定住意向（住民意識調査）	81.9%	▲	90%
ふるさと納税の商品数	224点	202点	254点

## Ⅲ 緑と活力にあふれた魅力あるまち

### 1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

#### 3) 観光・地域ブランド

##### ◆◇現状◆◇

グローバル化※の進展やアジアを中心とした国際観光需要の増加により、観光振興の重要性が高まっています。

また、観光の形態は多様化し、今までの「見る観光」から「体験交流型の観光」に変化し、地域の人との交流を求める需要も増加しています。

町では、「三富新田」「富の川越いも」をはじめ「菜の花」「ほたる」「そば」といった観光資源のブランド化を進めるため、けやき並木通り(いも街道)、竹間沢こぶしの里を中心に整備を行いました。

また、産業祭や世界一のいも掘りまつり、体験落ち葉掃きなどの各種イベントをとおして町の魅力を広く発信し、かつ都市住民との交流を促進しています。地域で活動している団体と連携し、観光情報ページ、観光産業課フェイスブックなどでの情報発信を進めて広範囲にPRし、認知度の向上を図っています。

##### ◆◇課題◆◇

町内には、「三富新田」「富の川越いも」をはじめ「菜の花」「ほたる」「そば」といった観光資源が存在しますが、面的な広がりには限られ、認知度不足が課題となっています。

町の観光資源をさらに活かし、地域ブランド※化を図ることで町の魅力を高め、活力あるまちづくりが求められています。

生産者などによる農産物の加工・販売・流通への展開や、企業、団体等による生産者と連携した新商品の開発や加工などの6次産業化の取組も期待されており、観光や体験など、町ならではの付加価値を加えた6次産業化の取組が必要です。

※グローバル化：社会的あるいは経済的な関連が、国家や地域などの境界を越えて、地球規模に拡大して様々な変化を引き起こす現象のこと。

※地域ブランド：その地域に存在する自然、歴史、文化、食、観光地、特産品、産業などの地域資源の「付加価値」を高め、他の地域との差別化を図ることにより、市場において情報発信力や競争力の面で比較優位を持ち、地域に自信と誇りだけでなく、旅行者や消費者等に共感、愛着、満足度をもたらすもの。

## 今後の施策



### ① 観光拠点の連携【観光産業課】

「いも街道」中心部に位置する旧島田家住宅、ほたる観賞の拠点となる歴史民俗資料館、日本農業遺産の学習の場として整備した庁舎7階など、それぞれの観光拠点を連携させ、面的な広がりをもたせるとともに、年間を通じ、各種イベント、収穫体験、歴史散策するにあたっての利便性の向上と観光客の増加を図ります。

### ② 観光資源のブランド化【観光産業課】 **重点プロジェクト**

「日本農業遺産」「三富新田」「富の川越いも」「菜の花」「ほたる」「そば」といった観光資源のブランド化を図るため、産業祭や世界一のいも掘りまつり、体験落ち葉掃きなどの各種イベントの開催をとおして地域で活動している団体との連携を強めるとともに、SNS等を使った情報発信を積極的に行い、町の観光資源の認知度向上を推進します。

### ③ 6次産業プラスの推進【観光産業課】 **重点プロジェクト**

生産者などによる農産物の加工・販売・流通への展開や企業、団体等と生産者などとの連携による新商品の開発や加工などの6次産業化に、町ならではの観光や体験などをプラスし、支援していきます。

### ●達成目標

達成目標	現状値 (平成30年度)	令和3年度 目標値	令和5年度 目標値
観光入込客数	82,240人	90,000人	110,000人