

中山間地域における
観光まちづくりを通じた地域振興の可能性調査
報告書

2020 年 1 月 31 日

一 般 社 団 法 人 中 国 経 済 連 合 会
公 益 財 団 法 人 中 国 地 域 創 造 研 究 セ ン タ ー
中 国 電 力 株 式 会 社

目 次

1. 調査概要	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査フロー	2
2. 湯来地域における地域資源および観光関係の現状.....	2
(1) 湯来地域の概要	3
(2) 湯来地域の観光関連資源	5
(3) 湯来地域に関連する観光統計	10
3. 湯来地域の観光振興に関する調査と分析・考察.....	13
(1) 近隣都市圏在住者意識調査	13
(2) インバウンド対応に関する調査	26
(3) 現状のまとめ及び分析・考察	33
4. 湯来地域における観光まちづくりに関する提案.....	34
(提案1) 広島市民の癒しの場～湯来～	34
(提案2) チームビルディングフィールド湯来	37
(提案3) 湯来まるごとアドベンチャーパーク	39
5. 中山間地域における観光まちづくりモデルの検討・提案.....	43
(1) 中山間地域の観光まちづくり推進のための留意点	43
(2) 中山間地域の観光まちづくりのターゲット設定	44
(3) 中山間地域の観光まちづくりの進め方	45
(参考) 観光振興事業費補助金（国土交通省観光庁）	46
(別冊) 近隣都市圏在住者意識調査結果	

1. 調査概要

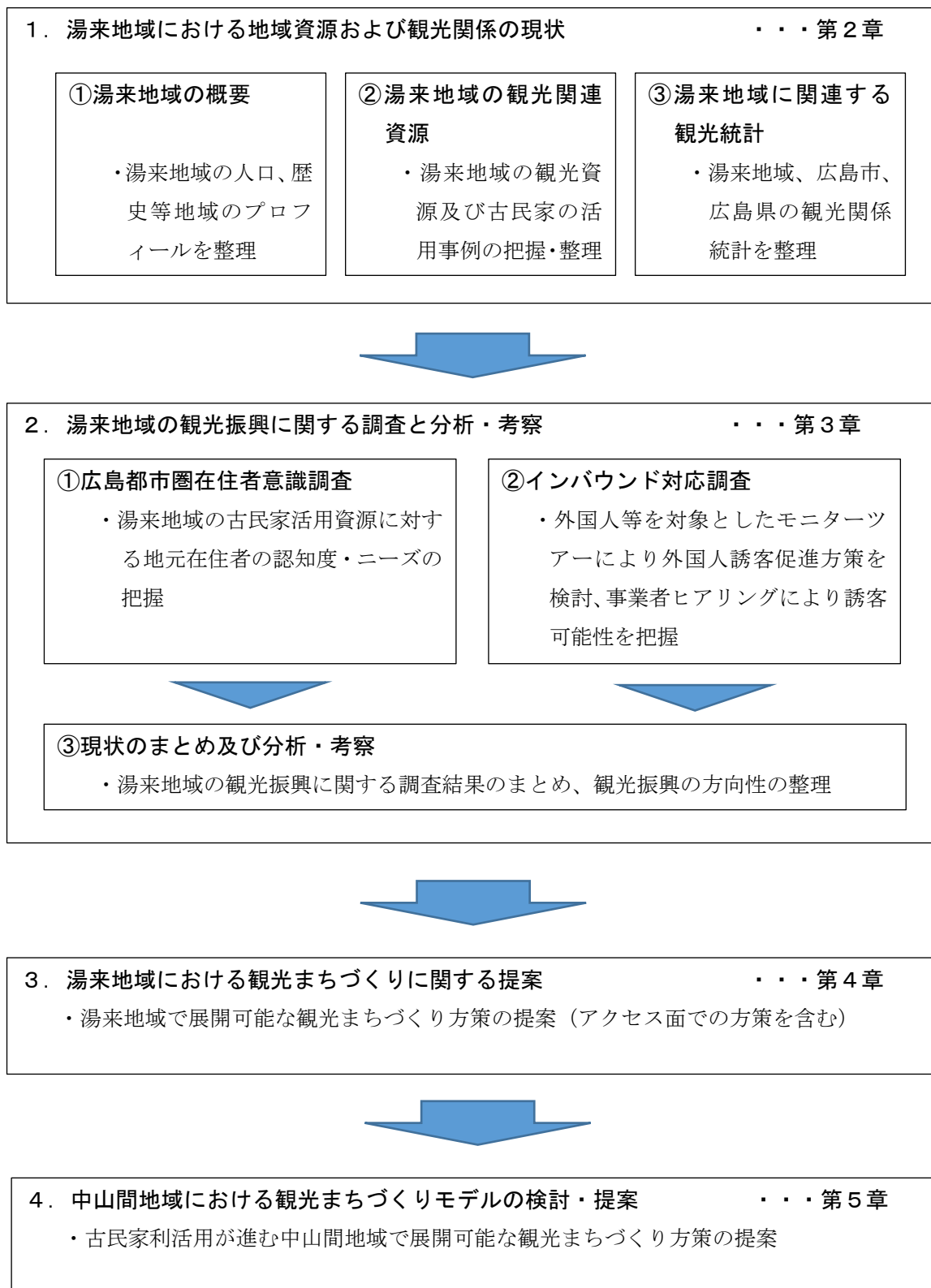
(1) 調査目的

近年、歴史街道沿いの町並みや商店街、古くからの農村・漁村地域等において、歴史的資源と言える古民家を改修・活用し、地域に賑わいや活気を生み出している事例が増えている。これらの地域では、古民家を宿泊施設、飲食店、お土産施設などに改修し、日本の地域文化を体験したい層を地域に呼び寄せ、周辺の観光スポットへの周遊や地域内での宿泊を生み出し、地域の消費増をもたらすことに成功している。政府においても、2016年9月に「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」を立ち上げ、古民家等の歴史的資源を観光資源として再生・活用する方策を検討し、資金的な支援や地域の相談を受け付ける連携推進室を設置するなど、地方における歴史的資源を活用した新たな観光まちづくりの取組を進めている。

こうした中、(一社)中国経済連合会、(公財)中国地域創造研究センター、中国電力(株)では、昨年度(2018年度)、歴史的資源のうち特に古民家に着目し、出雲市平田木綿街道地区を主なフィールドとして、古民家の活用による観光まちづくりを通じた地域振興の可能性について調査し、まちづくりの方向性について、地域の関係者に提案した。平田木綿街道地区では、現在、民間事業者と行政が連携して、その方向性に沿った古民家活用による商業施設や宿泊施設の設置が実現しつつあるところである。

本年度は、都市圏近郊の中山間地域に焦点を当て、既に古民家を活用した宿泊施設やカフェ等が開業し、また地域資源にも恵まれている広島市佐伯区湯来地域を主なフィールドとして、都市部の在住者や外国人観光客等の誘客促進を図る方策等を調査・検討し、交流人口の拡大による地域振興に向けた提案を行う。

(2) 調査フロー



2. 湯来地域における地域資源および観光関係の現状

(1) 湯来地域の概要

①湯来地域の位置・人口等

湯来地域は、広島市中心部より車で約 50 分の距離にある中山間地域であり、平成の大合併以前は湯来町であったが、2005 年に広島市と合併し佐伯区湯来町となった。2019 年 11 月末時点で人口 5,762 人、2,975 世帯となっている。

湯来地域・佐伯区・広島市の人口・世帯数・面積（2019 年 11 月末時点）

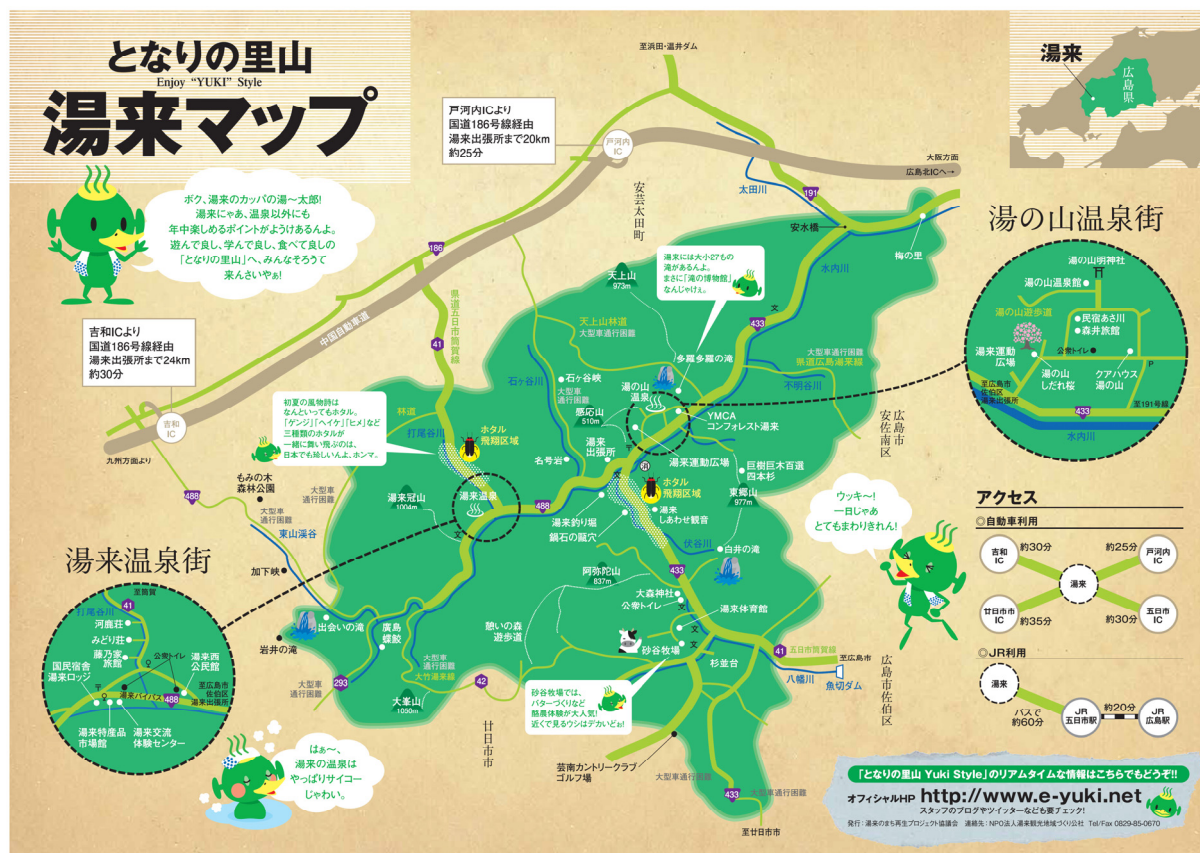
	人口（人）	世帯数（世帯）	面積（km ² ）
湯来地域	5,762	2,975	162.87
佐伯区	140,036	62,208	225.43
広島市	1,195,996	569,331	906.68

（資料）人口・世帯数：広島市住民基本台帳

面積（広島市）：国土交通省国土地理院「全国都道府県市町村別面積調」

面積（湯来地域）：広島市・湯来町合併問題等調査研究会 報告書

湯来地域マップ



（資料）NPO 法人湯来観光地域づくり公社

②湯来地域の歴史

湯来地域は、1956 年の合併により砂谷（さごたに）村、上水内（かみみのち）村、水内（みのち）村の 3 村合併により湯来町となった後、2005 年に広島市と合併し、湯来町の区域が佐伯区に編入された。1956 年合併前の村域をベースとして、現在も 3 つの地区に分かれており、それぞれ、酪農が盛んな旧砂谷村地区、林業を主産業とし、湯来ロッジ開設後は温泉地として親しまれてきた旧上水内村地区、旧広島藩主浅野氏の湯治場でもあった「湯の山温泉」のある旧水内村地区という特色がある。湯来町時代までの歴史は、2004 年 3 月に広島市と湯来町の合併に向けた検討の中でとりまとめられた「広島市・湯来町合併問題等調査研究会報告書」に「湯来町の歴史」として記されており、その内容を以下に紹介する。



■湯来町の歴史

湯来町は、昭和 31 年(1956 年)9 月 30 日、砂谷（さごたに）村、上水内（かみみのち）村、水内（みのち）村の 3 村が合併して発足した。町の名称は、町内外に広く親しまれている「湯来温泉」の名をとった。

旧砂谷村は、明治 22 年(1889 年)、白砂（しらさご）村、葛原（つづらはら）村、伏谷（ふしだに）村が合併したものであり、農業を主産業とするが、特に酪農が盛んな地域として知られている。また、昭和 56 年(1981 年)分譲開始の「杉並台」をはじめとする住宅団地や工業団地が造成され、広島市のベッドタウンとして発展している。

旧上水内村は、明治 22 年(1889 年)、多田（ただ）村、菅沢（すがざわ）村が合併したものであり、林業を主産業としてきた地域である。同地域にある「湯来温泉」は、昭和 30 年(1955 年)に「国民保養温泉地」の指定を受けるとともに、昭和 41 年(1966 年)には国民宿舎「湯来ロッジ」が開設され、広島県を代表する温泉地として広く親しまれている。

旧水内村は、明治 22 年(1889 年)、和田（わだ）村、麦谷（むぎたに）村、下（しも）村が合併したものであり、旧広島藩主浅野氏の湯治場でもあった「湯の山温泉」は、湯来温泉とともに「国民保養温泉地」に指定され、平成 6 年(1994 年)には「クアハウス湯の山」が開設している。町では、多彩な資源を生かし、「自然と観光とベッドタウンの調和した田園都市」を目指して、健康で、豊かな、活力とゆとりのある町づくりを推進している。

(資料) 広島市・湯来町合併問題等調査研究会 報告書

（２）湯来地域の観光関連資源

①湯来地域の主な観光資源

湯来地域は湯来温泉（湯来ロッジ）、湯の山温泉という温泉資源に恵まれているほか、渓谷などの自然資源、神楽などの文化資源が豊富である。また、食材としては水内川鮎、砂谷牛乳、チョウザメ、こんにやく等があり、川や山のアクティビティも可能な豊かな自然環境に恵まれた地域である。主な観光資源を以下にまとめる。

湯来地域の主な観光資源（広島市との合併時（2004 年）に整理されたもの）

名 称	概 要
湯来温泉	広島県を代表する温泉地。昭和30年(1955年)、県内初の「国民保養温泉地」に指定。「国民保健温泉地」の指定も受けている。
湯の山温泉	旧広島藩主の湯治場としても知られる、湯来温泉と並ぶ温泉地。旧湯治場は国の重要有形民俗文化財に指定されている。
クアハウス湯の山	湯の山温泉の新たな顔となっている多目的温泉保養館。1994年開設。
石ヶ谷峡 (いしがたにきょう)	県名勝。水内川支流にある約 7 kmの峡谷。紅葉の名所として有名
ホテル	6 月中旬から 7 月上旬まで町内各所でホテルの乱舞が見られる。
加下峡 (かしたきょう)	水内川源流域にある延長 14 kmの渓谷。新緑や紅葉の見所
四本杉 (しほんすぎ)	広島市境の東郷山にある巨木。県内唯一「巨樹・巨木百選」に選定。
多羅多羅 (たらたら) の滝	町内各所に大小 27 ある滝のうち最も親しまれているもの。
水内神楽「五龍王」	県無形民俗文化財。町内各所に神楽、田楽などの郷土芸能がある。
砂谷牧場	町内最大の民間の牧場。町南部は酪農が盛んであり、新たな交流の場となっている。

（資料）広島市・湯来町合併問題等調査研究会 報告書

上記以外の湯来地域の観光資源リスト

地元産品・土産物	水内川鮎、チョウザメ、こんにやく、ミルクジャム、湯来ジビエ、タラの芽、巻柿、ほんもろこ
野菜など直売所	湯来特産品市場館、みんなの元気な店、きんさい湯の山館
川遊び、リバーウォーク	シャワークライミング、カヤック
登山・トレッキング	大峯山
釣り	湯来釣り堀
古民家	奥湯来田舎体験ハウス、古民家 SATOYAMA
料理体験	こんにやく作り、田舎ずしづくり、羽釜でご飯炊き&薪割り体験、アウトドア料理体験、竹でバームクーヘンづくり、バターづくり体験、アイスクリームづくり体験
農作業体験	稲作体験、だいがら餅つき体験、酪農家体験(砂谷)、きらめ樹間伐体験、湯来の森づくり クラフト体験

（資料）NPO 法人湯来観光地域づくり公社



クアハウス湯の山



湯の山明神社・旧湯治場



四本杉



砂谷牧場



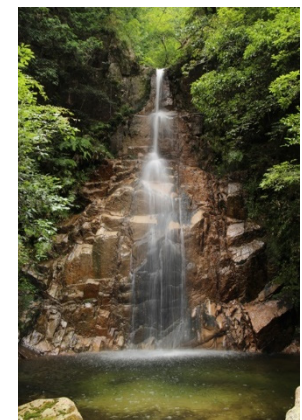
キャンプ、グランピング(久保アグリファーム)



神楽



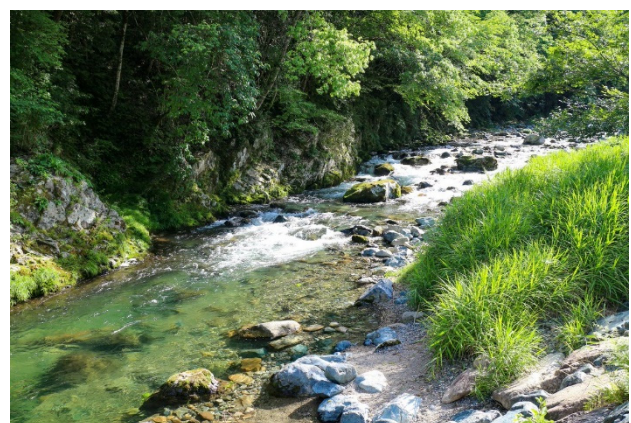
鮎



たたららの滝



湯の山しだれ桜



水内川

また、湯来地域では、2010年2月にブランドマークを制作しており、温泉、ホテル、チョウザメ、コンニャク芋等、地域の自然や文化が育んだ多様な地域資源を対外的にPRする資源として掲げている。

(参考資料) 湯来ブランドマークにデザインされている観光資源について



湯来町は様々な美味しくて、綺麗で、興味深いことがあります。このマークは湯来の小さな紹介です。白鷺、ホテル、牛、チョウザメ、清流やこんにゃくいもなどの様々なモチーフをマークの中に描いています。

湯来ブランドマーク

湯来ブランドマークの基本色はDIC：199とします。4色オフセットの近似色として C：5 M：100 Y：100 K：0を使用してください。また展開するアイテムによって他の色での再現も可能とします。



基本色はDIC：199
4色オフセットの近似色
C：5 M：100 Y：100 K：0



他の色の1色再現も可能

(資料) NPO 法人湯来観光地域づくり公社

②湯来地域の古民家活用事例

湯来地域においては、かつて林業で栄えた上水内地区を中心に大規模な古民家が多数存在する。それら古民家を活用している事例として、ギャラリーやフリースペースとして活用している「古民家 SATOYAMA」、消防団の施設をカフェに改装した「田舎カフェおそらゆき」、民泊施設として活用している「奥湯来田舎体験ハウス」の3つが挙げられる。ここでは、その3つの施設の概要を紹介する。

■事例■ 古民家 SATOYAMA

湯来ロッジ近くにある元河本医院の住居だった築100年余の古民家を再生し、フリースペースとして活用している。2012年秋からひろしま NPO センターが空き家再生活動を開始し、様々なイベントを展開しながら、修繕、トイレ・キッチンの整備を行っており、2016年4月より「湯来里山会」が運営を担っている。



利用用途

- ・展示会
- ・会議スペース
- ・お仲間との食事会
- ・撮影スタジオ
- ・ワークショップやお教室

レンタル費

■基本使用料

10:00～14:00 のご使用・・・2000 円（冬季 3000 円）

13:00～17:00 のご使用・・・2000 円（冬季 3000 円）

10:00～17:00 のご使用・・・3000 円（冬季 4000 円）

※冬季12月～3月末・ストーブ使用料込み

（資料）古民家 SATOYAMA ホームページ <https://kominka-satoyama.jimdo.com/>

■事例■ 田舎 cafe おそらゆき

元々消防団の屯所だったところを改装して2012年にオープンしたカフェ。人口100人を切る「上多田集楽※」にあり、お食事とお飲み物をご提供するだけでなく、集落を復活させるため、様々な交流が起こる「交わりの場、コミュニティ」としての役割も担っている。

食材は、自家栽培している米・野菜等、地元で収穫されたものを中心に、湯来町、広島市内で栽培された、なるべく農薬を使用していないものを使っている。

※「集楽」は集落のブランディングのため使用している造語

（資料）田舎 cafe おそらゆき ホームページ <https://osorayuki.com/>



■事例■ 奥湯来田舎体験ハウス

湯来地域の最西端、湯来ロッジから約6kmに位置する雲出集落に、昔ながらの古民家を改装した5件の民泊施設「奥湯来田舎体験ハウス」が整備されている。田舎を体験して田舎の良さを知ってほしい、そして移住者が増えてほしい、という思いで、施設を整備している。一棟貸しのスタイルで、四季の空気を感じ、田舎をゆっくり、のんびりと楽しむことができる。

<民泊施設の概要>

○かんまえ

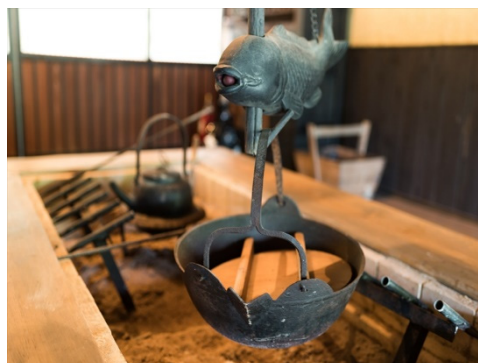
最大収容人数:7人	ベッドの数:0台
寝室の数:1部屋	浴室の数:1部屋
布団の数:7組み	トイレの数:1つ(洋式、水洗、ウォシュレット)
ペット:不可	



かんまえ

○さがみ

最大収容人数:9人	ベッドの数:0台
寝室の数:1部屋	浴室の数:1部屋
布団の数:8組み	トイレの数:1つ(洋式、簡易水洗)
ペット:不可	



しまた

○ほんち屋

最大収容人数:5人	ベッドの数:1台
寝室の数:1部屋	浴室の数:1部屋
布団の数:5組み	トイレの数:1つ(洋式、簡易水洗)
ペット:可	

○しまた

最大収容人数:10人	ベッドの数:0台
寝室の数:2部屋	浴室の数:2つ
布団の数:10組み	トイレの数:2つ(洋式、簡易水洗)
ペット:不可	



ほんけ

○ほんけ

最大収容人数:7人	ベッドの数:0台
寝室の数:1部屋	浴室の数:1部屋
布団の数:7組み	トイレの数:1つ(洋式、くみ取り)
ペット:不可	

利用料金(宿泊料金)

1棟 10,000円+大人 1,500円/人~2,500円/人(施設により変動)、
小・中 1,000円/人、幼児無料(寝具要:500円/人)

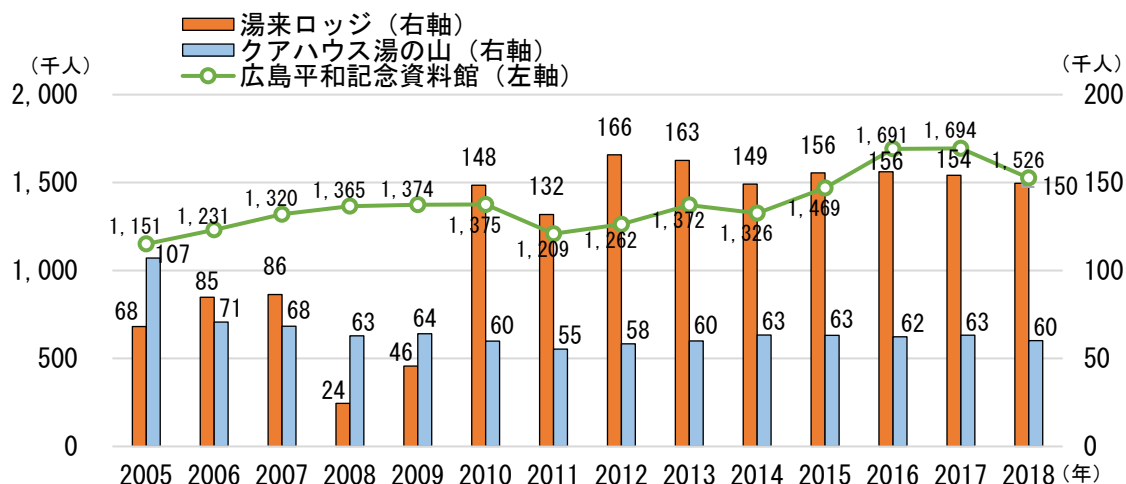
(資料) 奥湯来田舎体験ハウス ホームページ <https://oku-yuki.net/>

(3) 湯来地域に関連する観光統計

①湯来ロッジ・クアハウス湯の山の入館者数の推移

湯来地域に関連する観光統計として、まず主要観光施設である湯来ロッジ、クアハウス湯の山の入館者数をみると、2009年にリニューアルした湯来ロッジは年間15万人程度、クアハウス湯の山は年間6万人程度の入館者数で、近年は両施設ともに安定的に集客している。

湯来ロッジ・クアハウス湯の山の入館者数の推移（平和記念資料館と比較）

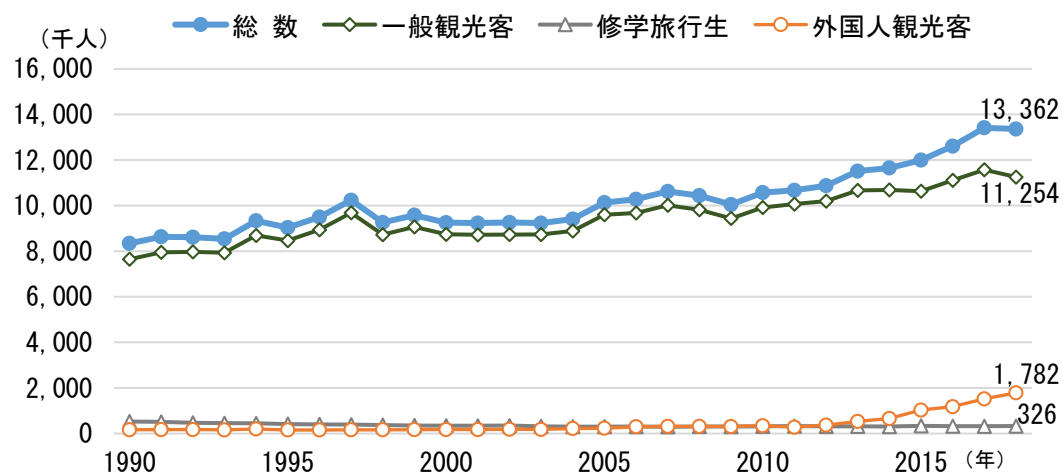


(資料) 広島市観光概況 ※湯来ロッジは2008～2009年に建替に伴う休業した期間がある

②広島市を訪れる観光客の推移

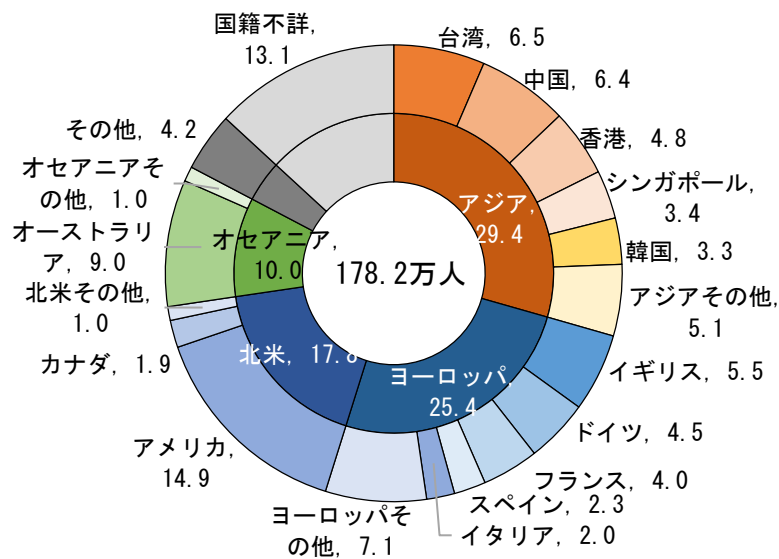
湯来地域を含む広島市を訪れる観光客については、中・長期的に増加傾向にあり、2018年で1,336万人となっている。特に近年は外国人観光客が急増しており、2018年で178万人の外国人観光客が広島を訪れている。外国人観光客の国籍はアジア3割、ヨーロッパ、北米、オセアニアを合わせると5割超となっており、欧米豪からの観光客が多い状況である。

広島市を訪れる観光客数の推移



(資料) 広島市観光概況

広島市を訪れる外国人観光客の国・地域別割合（2018 年）

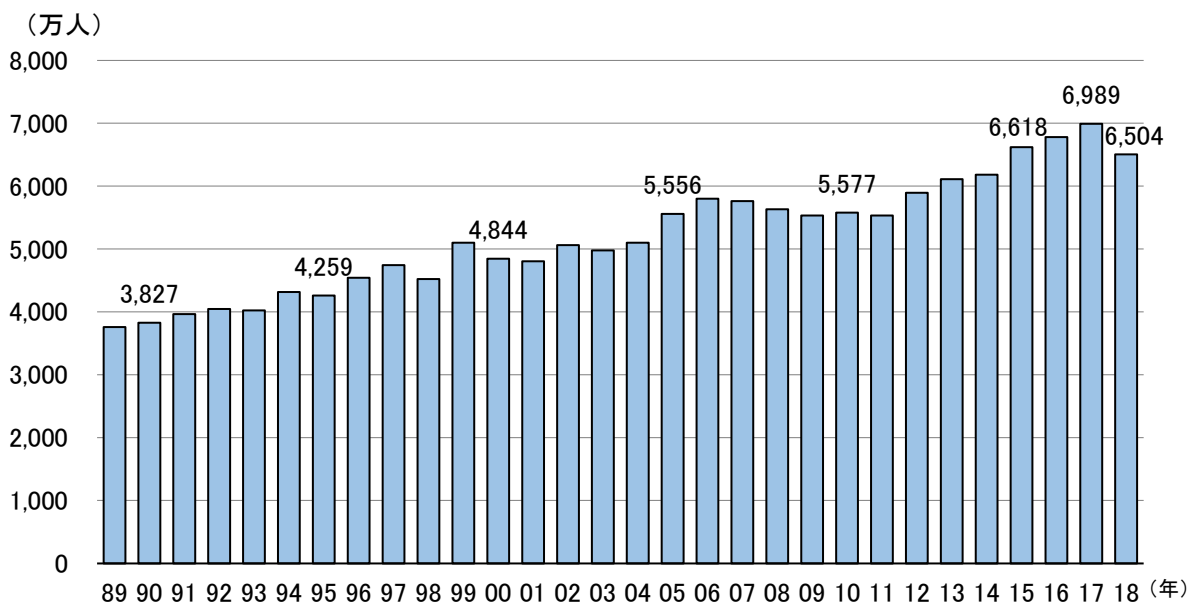


（資料）広島市観光概況

③広島県を訪れる観光客の状況

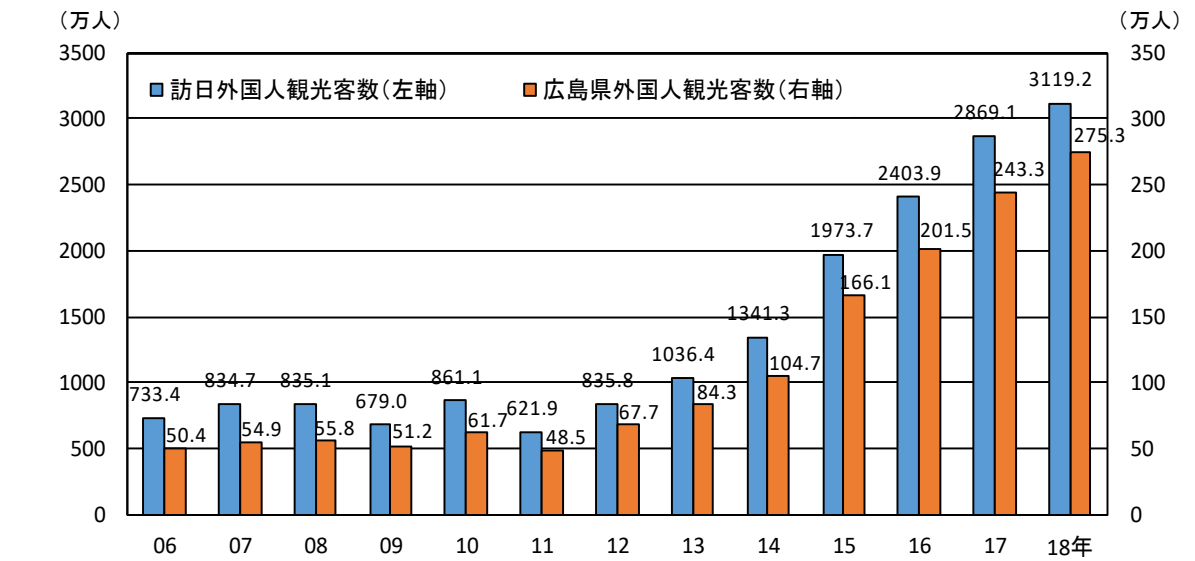
広島県の総観光客数の推移をみると、広島市と同様に中・長期的に増加傾向にあり、2017年に過去最高となる 7000 万人近い観光客を迎えている。2018 年は豪雨災害の影響で総観光客数は減少したが、下のグラフに示す通り外国人観光客は、全国の訪日外国人観光客数の推移に合わせて急増しており、2018 年で 275 万人となっている。国籍別延べ宿泊者数では、広島県は欧州、北米、オーストラリアの割合が多く、全国的に多い東アジア（韓国、中国、香港、台湾）の割合が少ない。

広島県総観光客数の推移



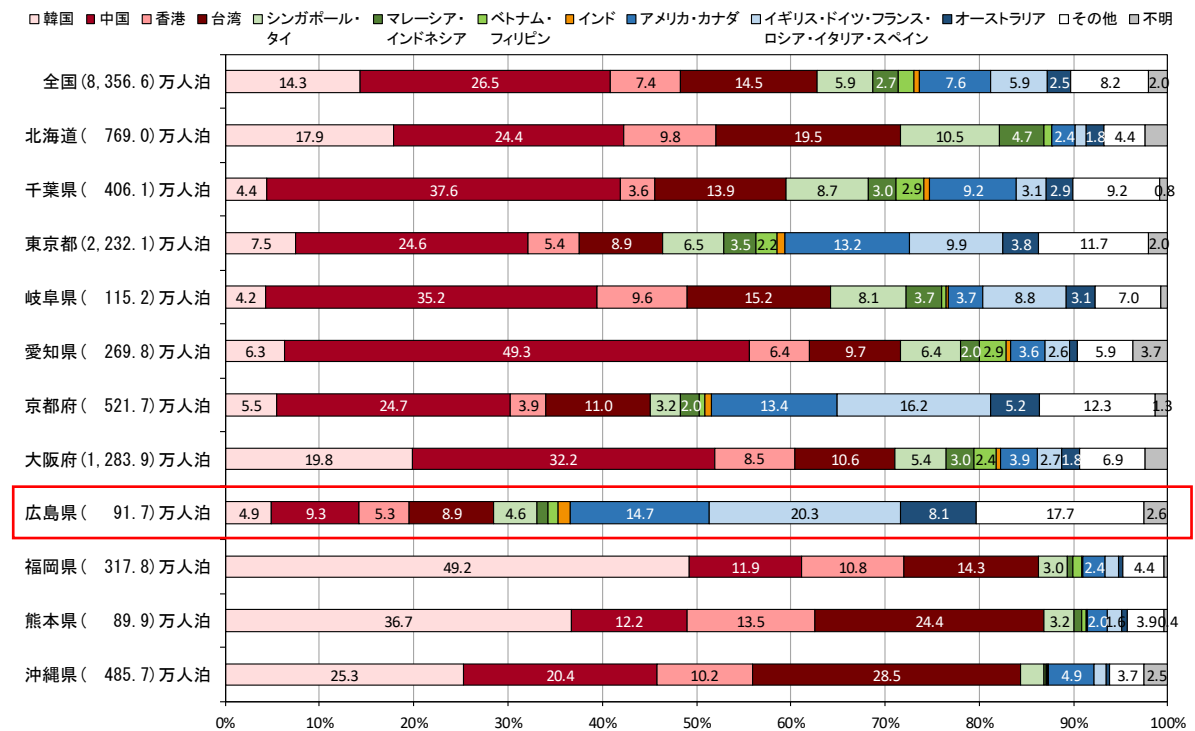
（資料）広島県観光客数の動向

外国人観光客数の推移（全国、広島県）



（資料）訪日外国人観光客数：訪日外客統計（日本政府観光局：JNTO）、広島県外国人観光客数：広島県観光客の動向（広島県）

主な県別 外国人延べ宿泊者数の国籍別割合（2018 年）



（資料）宿泊旅行統計（観光庁）

3. 湯来地域の観光振興に関する調査と分析・考察

(1) 近隣都市圏在住者意識調査

①調査概要

a. 調査目的

湯来地域の観光振興に向けて主たるターゲットとして想定される近隣都市圏（広島市内）在住者を対象として、湯来地域の認知度や期待、古民家を活用した観光まちづくり方策のニーズ等について把握するためのWEB アンケート調査を実施した。

主な調査項目	手法・実施時期	サンプル数
・属性（性別、年齢、家族構成、休日の過ごし方） ・湯来地域への訪問経験 ・湯来地域への期待	WEB アンケート (2019 年 8 月頃)	1,000 サンプル (以下参照)

b. 調査対象

広島市内在住者（20～69 歳）を対象とし、性別、年代別に均等数を割り付け、合計サンプル数は 1,000 サンプルとした。

	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	合計
男性	100	100	100	100	100	500
女性	100	100	100	100	100	500

c. アンケート調査項目

○属性

- ・性別・年代
- ・居住地域（区）
- ・休日の過ごし方

○近隣地域への旅行の現状・ニーズ

- ・近隣地域への旅行の際の同行者
- ・近隣地域への旅行の際の交通手段
- ・近隣地域への旅行での興味
- ・近隣地域への旅行での想定飲食費

○湯来地域の認知度・訪問経験

- ・湯来地域の訪問経験
- ・既訪問者の訪問目的・頻度
- ・湯来ロッジ及び周辺類似施設の訪問経験・訪問希望
- ・湯来地域内観光資源・施設の訪問経験・訪問希望

○古民家を活用した宿泊施設の興味・関心

- ・古民家を活用した宿泊施設の興味
- ・古民家を活用した宿泊施設へのニーズ

d. 結果要約

(近隣地域へのドライブ・小旅行について)

- ・広島市内在住者が休日に近隣地域へのドライブ・小旅行へ出かけるのは、家族と自家用車利用で「年数回」が最多帯。
- ・近隣地域へのドライブ・小旅行で興味があるものは、道の駅、郷土料理・地元の食事、温泉等。ジェラート・アイスクリーム、パン屋、野菜の直売所、古民家・田舎カフェ等食べ物に関するは女性層の興味が高い。

(湯来地域について)

- ・湯来地域への訪問経験がある人は全体の7割を超えている一方、「全く知らない」という回答も7.2%あった。また、訪問経験がある人のうち、年1回以上行くと回答した人は3割程度。
- ・湯来地域への訪問理由は温泉や観光であり、湯来のイメージも温泉、田舎、ホテル、自然等が挙げられている。
- ・湯来地域への公共交通要望として、広島バスセンターや広島駅からのバス便を希望する回答が多く、特に女性層の公共交通ニーズが高い。

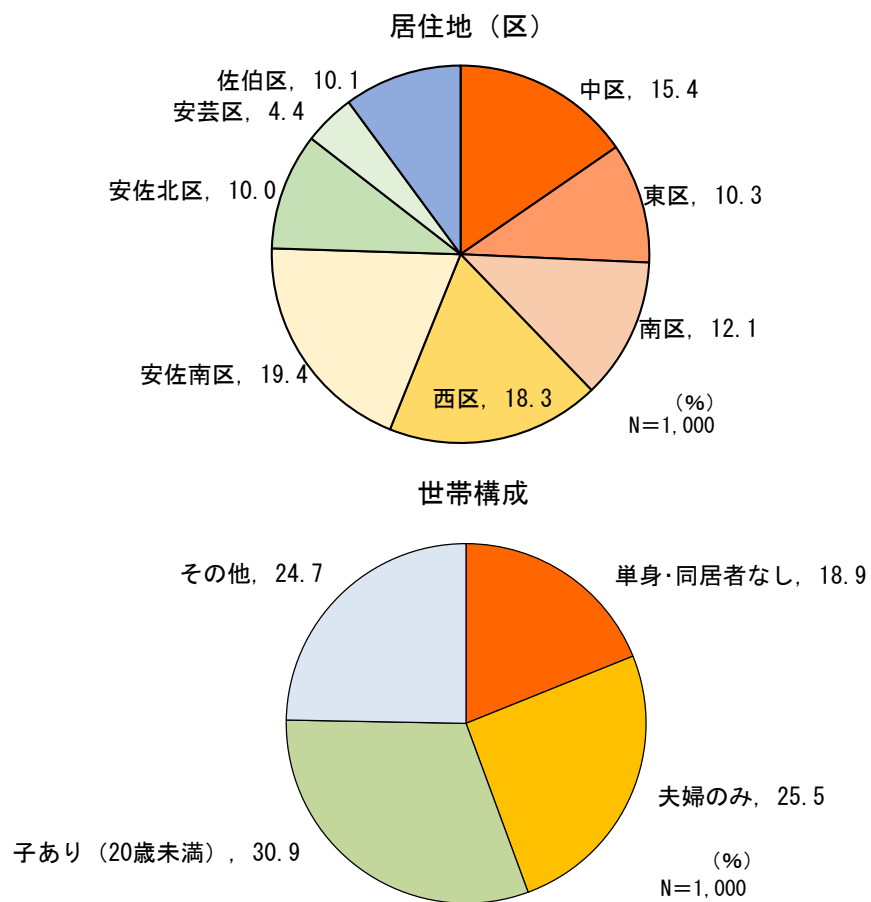
(古民家活用宿泊施設について)

- ・古民家活用宿泊施設には過半数が興味を持っており、特にファミリー層では7割以上。
- ・あったらよいと思う施設・体験・サービスでは、露天風呂、囲炉裏、バーベキュースペース、施設の清潔さ（含む洋式トイレ）、朝食・夕食の提供、星空がきれい等が4割以上の回答を得ており、中でも欠かせない必須条件として挙げったのは洋式トイレや清潔さであった。

②調査結果（設問別詳細）

a. 属性

アンケート回答者 1000 人の居住地（区）は安佐南区、西区、中区、南区の順に多く、湯来地域が含まれる佐伯区も 10.1%あった。世帯構成は 20 歳未満の子どもを持つ世帯が 30.9%と最も多いほか、夫婦のみが全体の 4 分の 1 程度となっている。



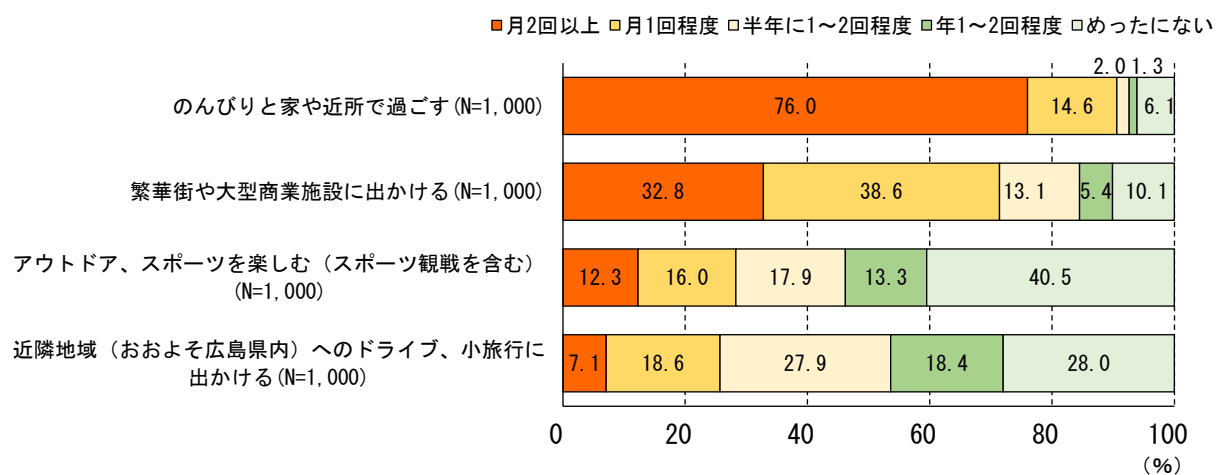
※以降の調査結果におけるグラフ数値は項目ごとに小数第二位を四捨五入したものであり、単一回答における集計結果の合計が 100.0 にならない場合がある。

b. 休日の過ごし方

休日の過ごし方をみると、「のんびりと家や近所で過ごす」について月2回以上と回答した人が76.0%と最も多く、「繁華街や大型商業施設に出かける」についても月2回以上が32.8%、月1回程度が38.6%と、月に1回以上の頻度で外出する人が全体の70%以上を占めた。一方、「アウトドア、スポーツを楽しむ」「近隣地域へのドライブ、小旅行にでかける」については、月1回以上の頻度の人々が25～30%程度にとどまっている。

広島市内から湯来地域への来訪を含むと想定される「近隣地域へのドライブ、小旅行にでかける」について、世帯構成別にみると、夫婦のみの世帯や20歳未満の子どもがいる世帯では頻度が高くなっており、湯来地域への誘客の主たるターゲットとしてはファミリー層や夫婦世帯が想定される。

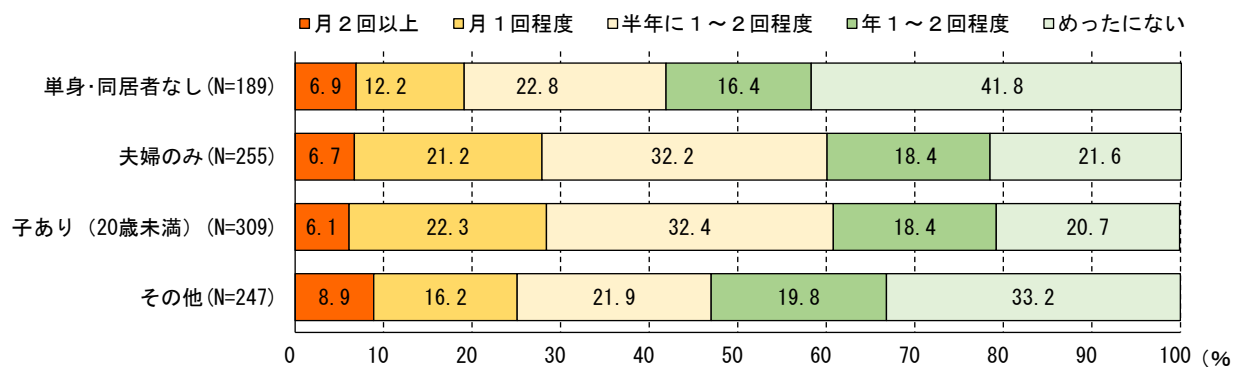
休日の過ごし方



休日の過ごし方

（近隣地域（おおよそ広島県内）へのドライブ、小旅行に出かける）

世帯構成別

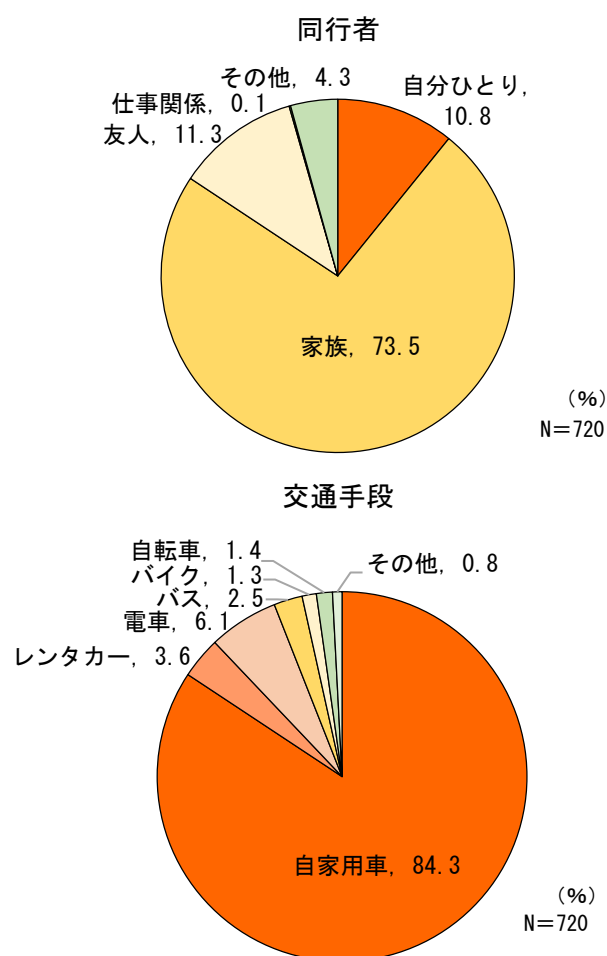


c. 近隣地域へのドライブ、小旅行について

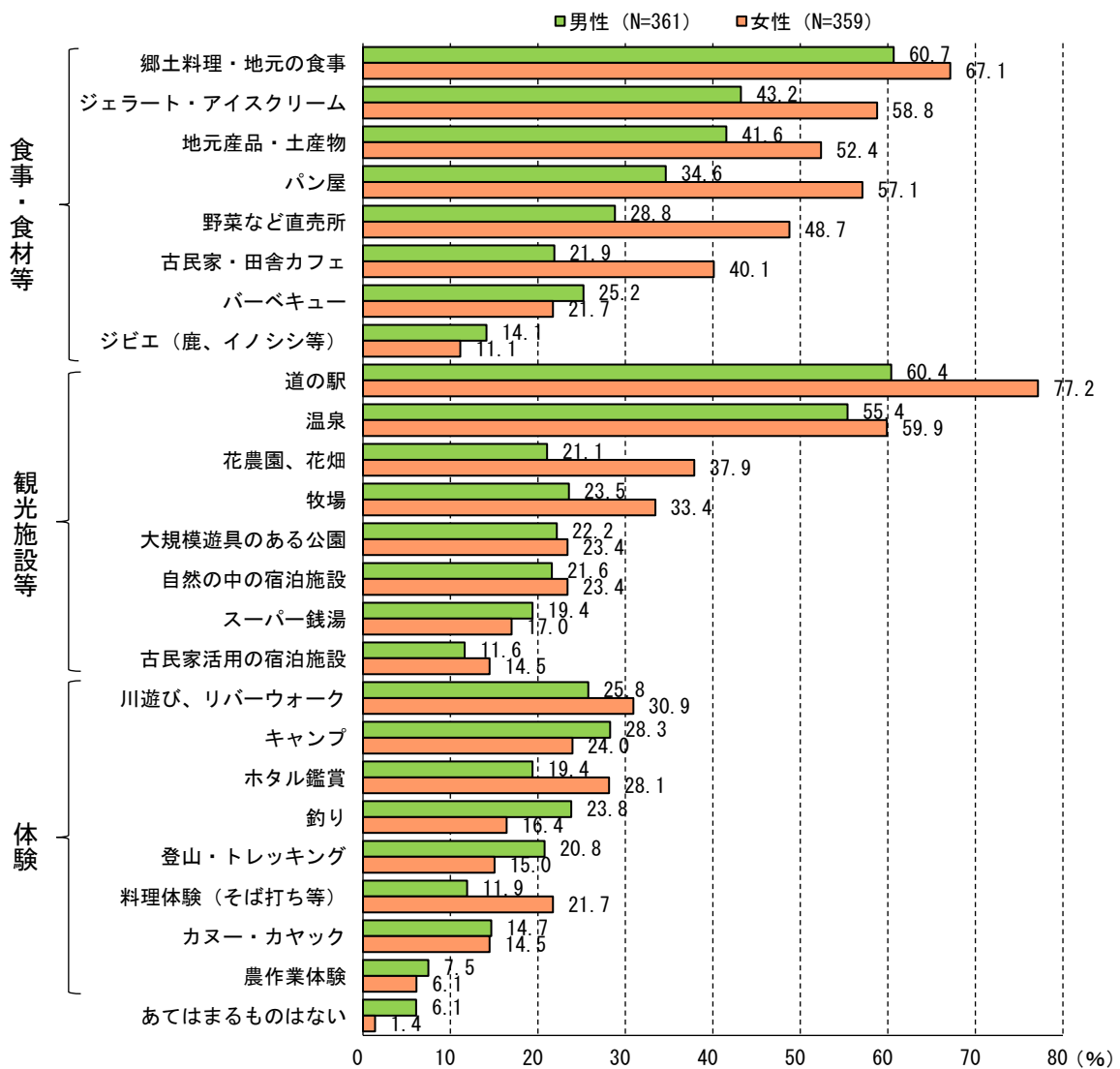
近隣地域（おおよそ広島県内）へのドライブ、小旅行に行く場合の同行者、交通手段、興味のあるものを尋ねた。

同行者は家族が 73.5%と最も多く、その他は友人 11.3%、自分ひとり 10.8%等となっている。交通手段については自家用車が 84.3%となっており、多くの広島市民が家族と自家用車を利用して近隣地域を訪れていることがわかる。

訪問先の食事や施設、体験として興味があるものについて、男女とも興味があると回答したものは「道の駅」「郷土料理・地元の食事」「温泉」であった。「道の駅」は女性の 77.2%が「興味がある」と回答している。また、女性は「ジェラート・アイスクリーム」「パン屋」など食事・食材について高い興味を示しており、地元産品ニーズは高いと言える。



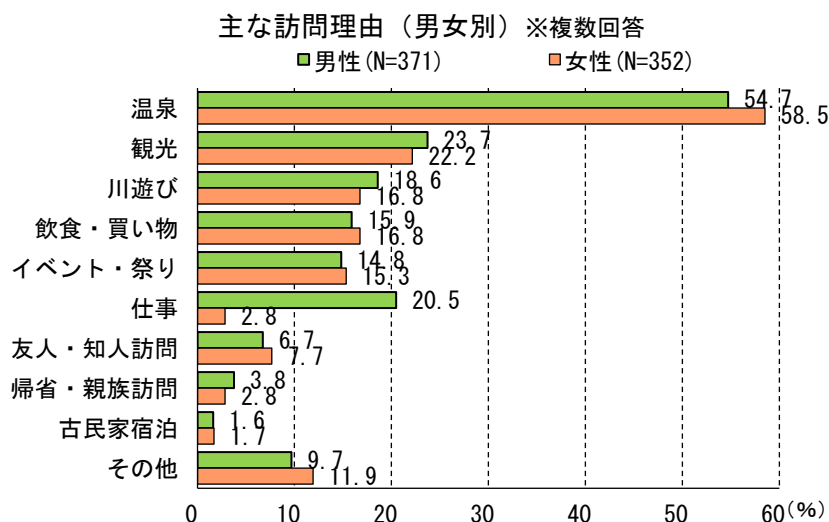
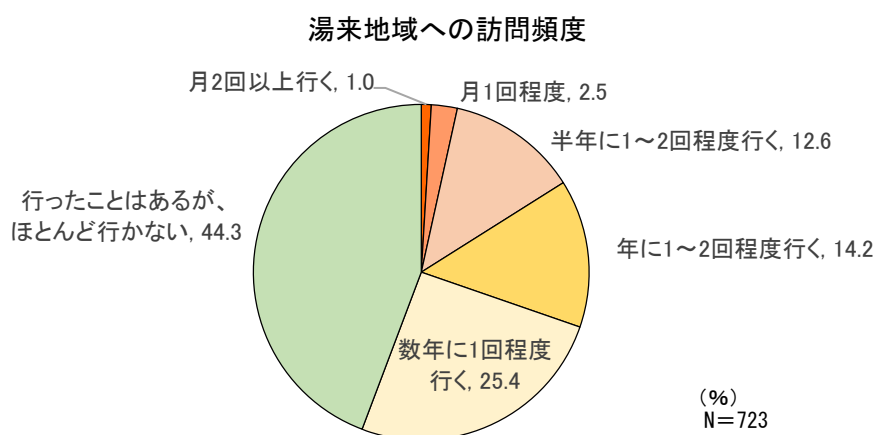
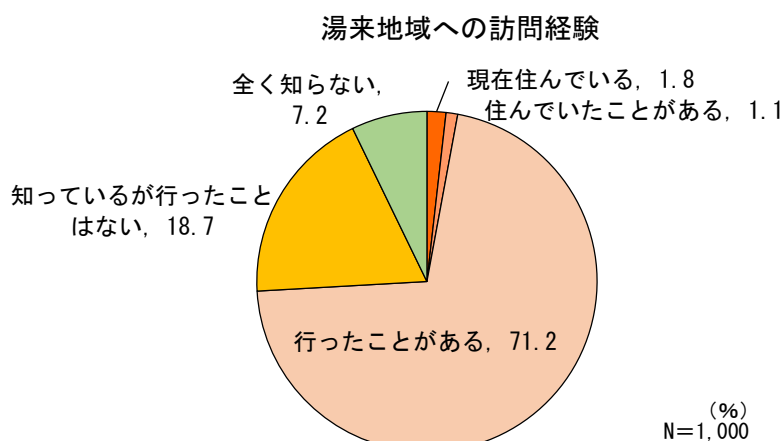
訪問先の食事や施設、体験として興味があるもの（男女別） ※複数回答



d. 湯来地域への訪問経験・頻度・理由

湯来地域への訪問経験は「行ったことがある」と回答した人が7割を超えている一方、「全く知らない」という回答も7.2%あった。

「行ったことがある」又は「住んでいたことがある」と回答した人を対象に訪問頻度を尋ねたところ、「行ったことはあるが、ほとんど行かない」という回答が44.3%、「数年に1回程度行く」が25.4%となった。リピーターと言える毎年1回以上訪問している人は全体の約3割となっており、訪問理由は半数以上が「温泉」と回答している。



d. 湯来地域のイメージ

「湯来」と聞いて思いつくものとしては、「温泉」が 487 件と最も多い結果となった。その他、50 人以上の回答があったのは、田舎、自然豊か、ホテル、こんにゃく、湯来ロッジであり、こんにゃくの認知度が比較的高い。

「湯来」と聞いて思いつくもの

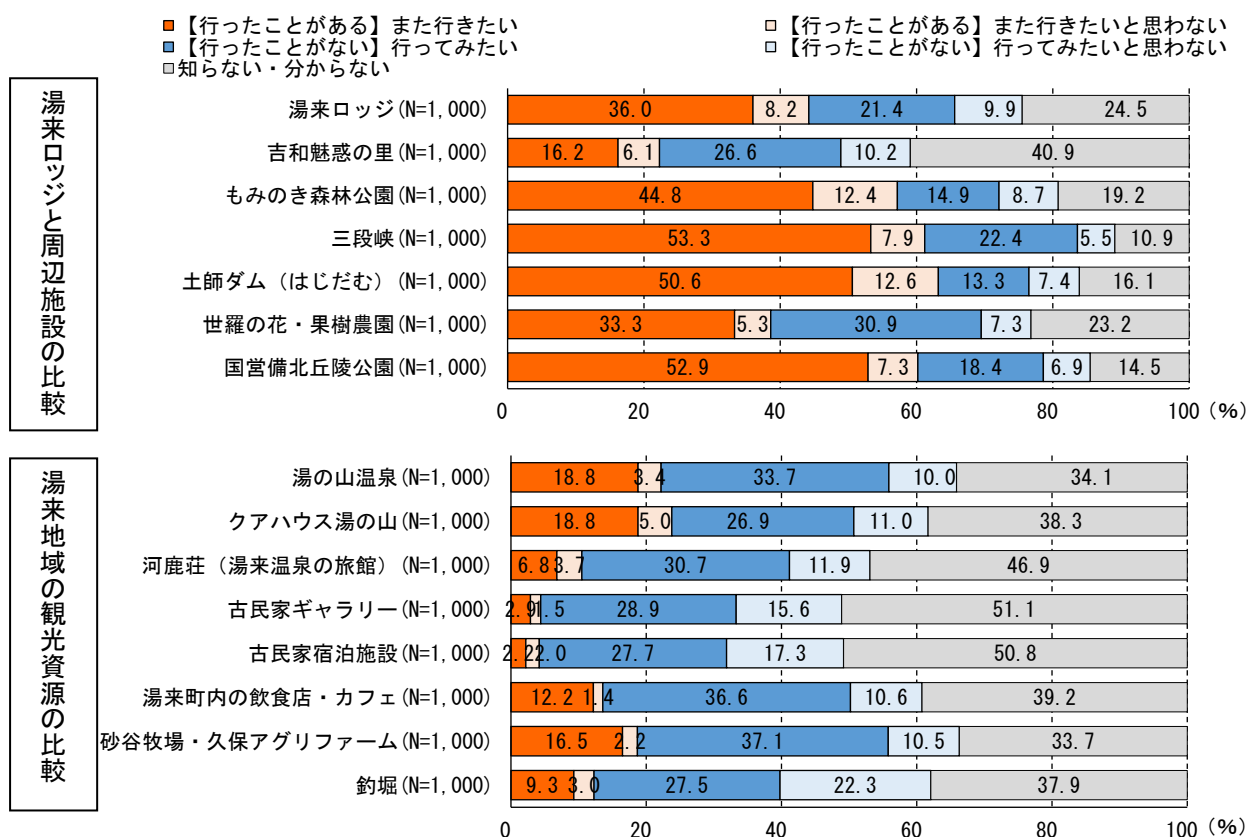
施設等 (611)	温泉	487	アクティビティ (144)	ホテル	81
	湯来ロッジ	61		川遊び・溪流	27
	砂谷・ジェラート	31		釣り・釣堀	13
	クアハウス	14		かかし	10
	店がある	7		オオサンショウウオ	5
	スキー場	3		キャンプ・バーベキュー	4
	道の駅	3		神楽	3
	体育館	2		食 (119)	こんにゃく
雰囲気 (388)	田舎	87	チョウザメ・キャビア		19
	自然豊か	83	ジビエ(いのしし)		14
	山・山奥・僻地	44	サーモン養殖		2
	閑静・のんびり	26	わさび		2
	交通の便が悪い・遠い	25	山ふぐ		2
	雪深い	22	何もない・何も知らない	23	
	空気や水・川がきれい	16			
	さびれた・活気がない	15			
	寒い	13			
	近い	10			
	涼しい・避暑	8			
	広島のお座敷	5			
	過疎・高齢化	5			
	合併	2			
災害	3				
カメムシ	2				

(30 以上の回答があった項目に網掛け■している)

e. 湯来地域内外の観光資源の訪問経験・訪問希望

湯来ロッジと周辺の自然体験型の観光施設、及び湯来地域内の観光資源について、訪問経験と訪問希望を聞いたところ、湯来ロッジに行ったことがある人の割合は44.2%であり、土師ダム、三段峡、国営備北丘陵公園、もみのき森林公園が過半数となっているのに比べると低い値となっている。湯来地域内の資源では、クアハウス湯の山、湯の山温泉、砂谷牧場が2割程度の訪問経験率となっている。

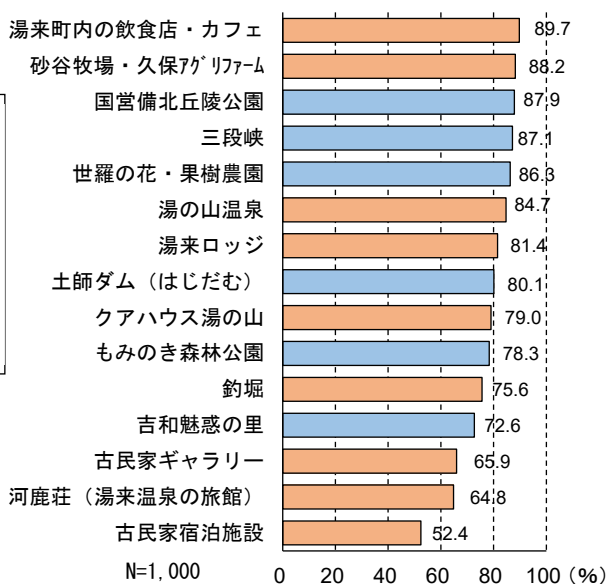
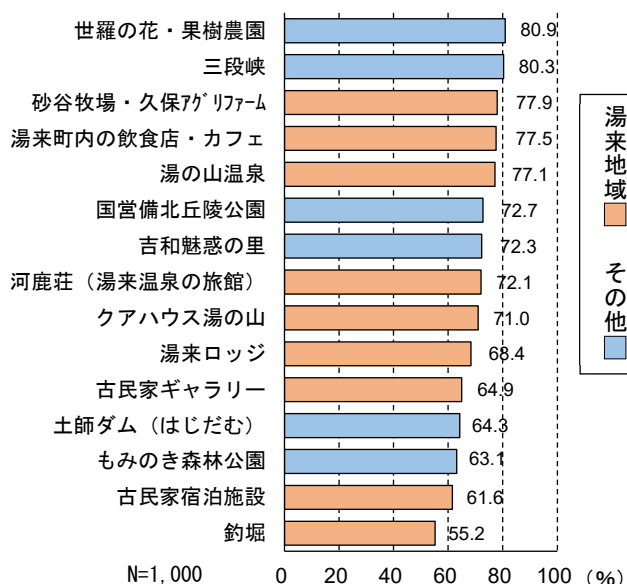
湯来町内外の観光資源の訪問経験・訪問希望



訪問希望率・リピート希望率

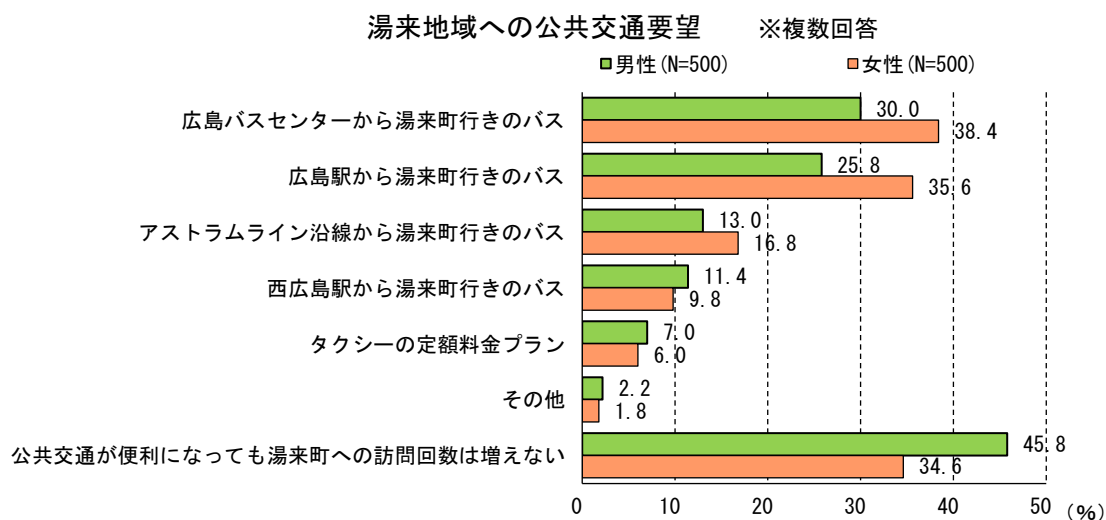
訪問希望率 = 行ってみたい / 行ったことがない

リピート希望率 = また行きたい / 行ったことがある



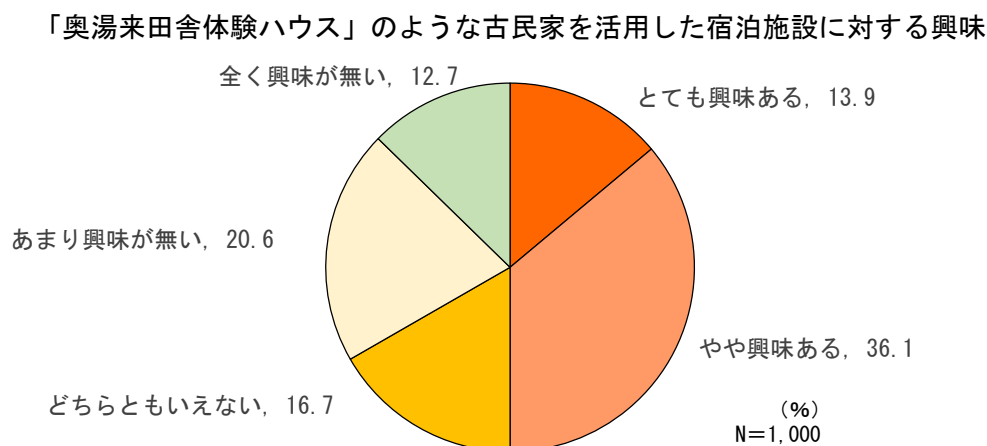
f. 湯来地域への公共交通要望

湯来地域までのような公共交通があれば湯来町への訪問回数が増えると思うかという設問に対して、広島バスセンターや広島駅からのバス便を希望する回答が多かった。特に女性の回答で公共交通利用に対するニーズが高くなっている。なお、「公共交通が便利になっても湯来町への訪問回数は増えない」という回答は男性の45.8%を占めている。



g. 古民家を活用した宿泊施設に対する興味

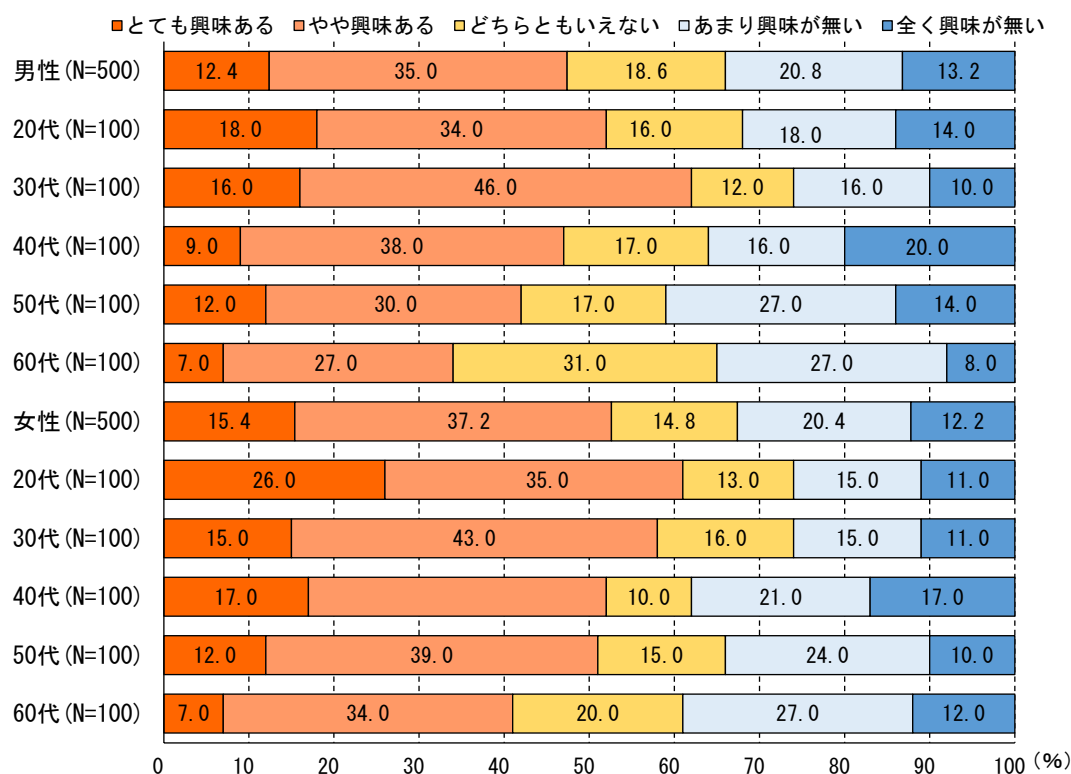
「奥湯来田舎体験ハウス」の説明をした上で、このような古民家を活用した宿泊施設への興味を聞いたところ、とても興味がある、やや興味があるというポジティブな回答で半数を占めた。なお、あまり興味がない、まったく興味がないという回答も約33%あった。



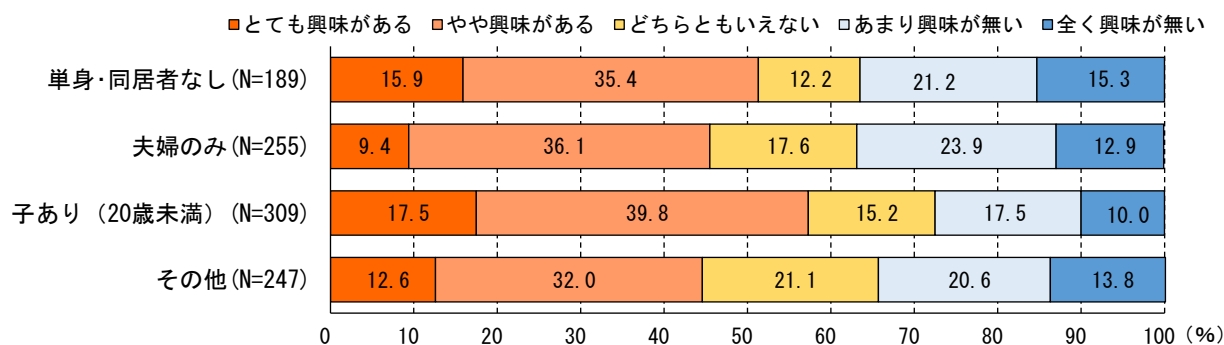
性別・年代別にみると、30代男性、20代～30代女性等、比較的若い世代が興味を持っており、年齢が上がるほど興味がある人の割合は減少している。

また、世帯構成別にみると、20歳未満の子どもを持つ世帯の興味が最も高くなっており、若年層やファミリー層が主要なターゲットとして考えられる。

「奥湯来田舎体験ハウス」のような古民家を活用した宿泊施設に対する興味
(性別・年代別)



「奥湯来田舎体験ハウス」のような古民家を活用した宿泊施設に対する興味
(世帯構成別)

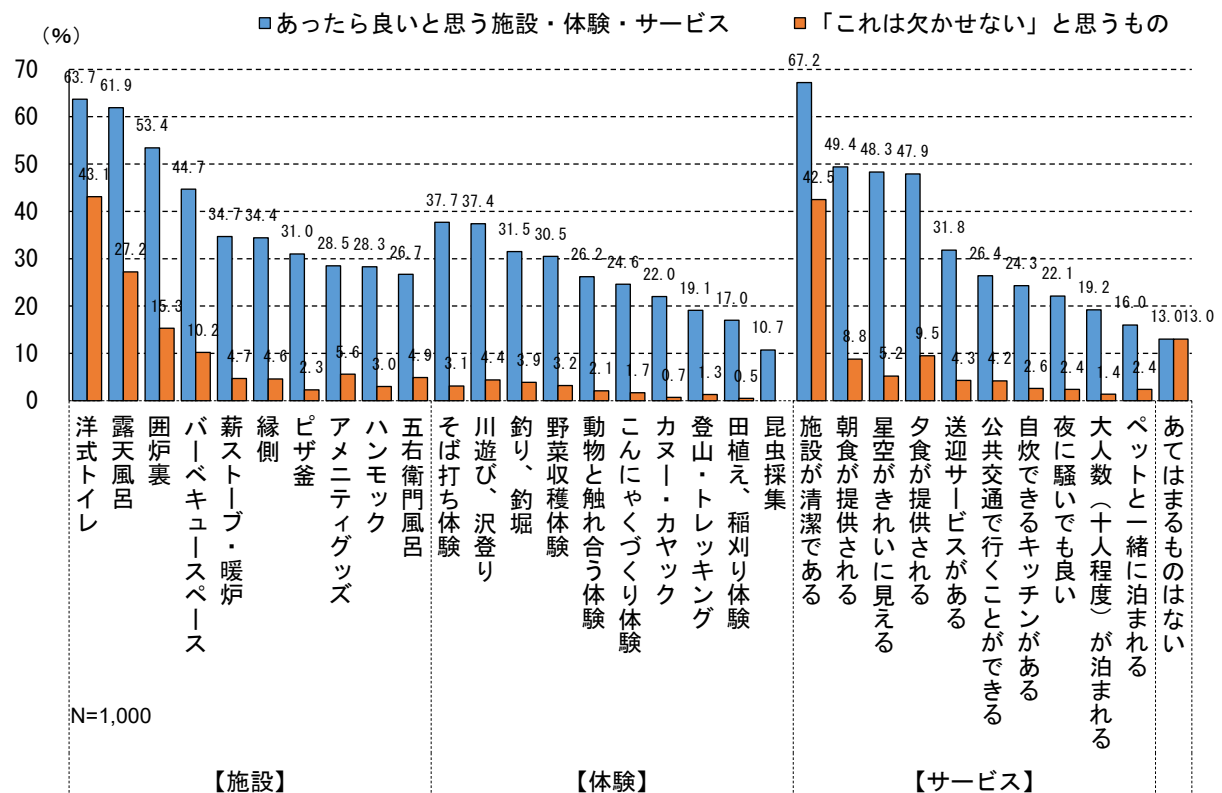


h. 古民家を活用した宿泊施設にあったら良いと思う施設・体験・サービス

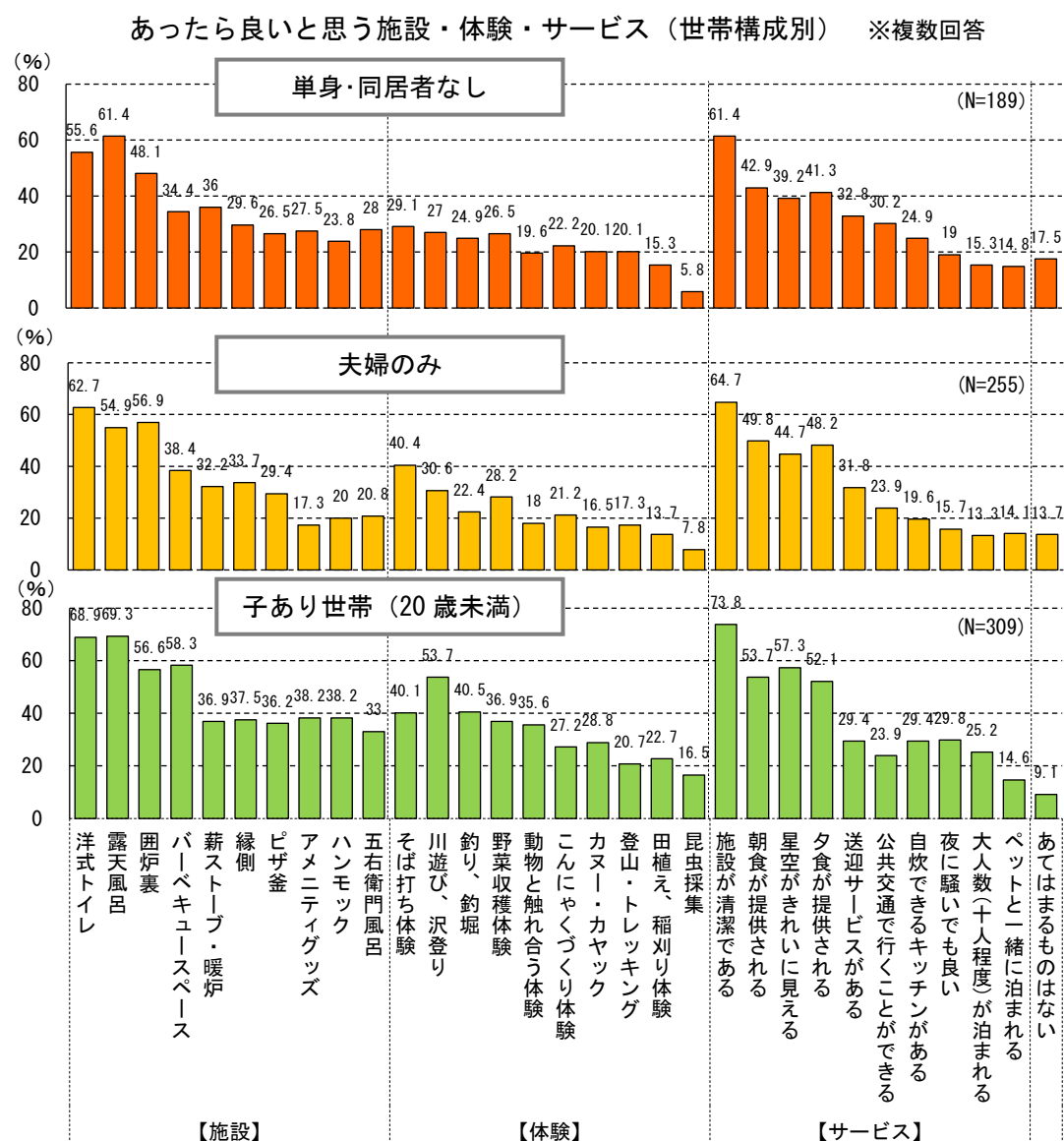
施設・体験・サービスのニーズとしては、施設の清潔さを求める声が多く、全体の7割が「あったら良い」と回答した。洋式トイレ、露天風呂が「あったら良い」という人が6割以上あった。そのほか、囲炉裏、バーベキュースペース、朝食・夕食の提供、星空がきれいに見えるといった点がニーズとして高くなっている。

また、「これは欠かせない」ものとして、洋式トイレと施設の清潔さを求める声が多く、それぞれ4割以上が求めている結果となった。

古民家を活用した宿泊施設にあったら良いと思う施設・体験・サービス ※複数回答



あったら良い施設・体験・サービスについて世帯構成別にみると、20歳未満の子どもを持つ世帯では、バーベキュースペースや星空等アウトドア活動ニーズが高いほか、川遊び・沢登り、釣り・釣り堀、野菜収穫体験等の体験メニューへのニーズも全般的に高い傾向にあった。



(2) インバウンド対応に関する調査

①日本在住外国人現地視察調査

湯来地域の新たなターゲットとして想定される広島市内中心部を訪れる外国人観光客を誘客する手法を検討するため、近隣都市圏在住の外国人を対象とした現地視察ツアーを行った。日程、参加者は以下の通りである。古民家を活用した宿泊施設の体験に加え、体験メニューについては地元の意向（今後インバウンド向けに展開したい内容）により選定した。また、外国人対応として想定されるベジタリアン対応の可否を把握するため、昼食はベジタリアン対応が可能な店舗を選択した。

a. 日程

< 1日目：9/10（火） >

09:00 広島駅出発

10:00～12:00 【体験】 こんにやく作り@湯来交流体験センター

12:30～13:30 【昼食】 ランチ@おそらゆき ※全てベジタリアン対応

14:00～17:00 【体験】 シャワークライミング

18:00～20:00 【夕食】 鉄板焼き、焼きそば ※一部ベジタリアン対応

【宿泊】 民泊しまた（8名）

< 2日目：9/11（水） >

07:30～08:30 【朝食】 朝食（かまどごはん） ※全てベジタリアン対応

09:00～10:30 【体験】 川沿い散歩

10:30～11:50 【施設見学】 湯来ロッジ、露天風呂

12:00～13:30 【昼食】 ランチ@もみじ ※一部ベジタリアン対応

13:30～15:30 【意見交換会】 @湯来ロッジ

16:30 広島駅到着

b. モニター参加者属性一覧

	性別	出身	居住地
1	男性	オーストラリア	広島市
2	男性	オランダ	広島市
3	女性	アメリカ	広島市
4	女性	アメリカ	岩国市
5	男性	イギリス	広島市

c. 結果要約

- こんにやく作り、シャワークライミング、大峯山登山等、湯来地域のアクティビティは外国人も十分に楽しめる。
- 広島市内から湯来地域まで公共交通（バス）で行くことが難しいことが課題。まずは自家用車で来訪可能な広島市内在住者や岩国基地の人に来てもらいたい。
- おそらゆき、もみじ等、ベジタリアン対応の食事が提供可能な点は魅力である。

<参考>各体験等に関する意見・感想（詳細）

【体験】こんにゃく作り

- ・参加者にとって初めての体験であり、想像以上に楽しめた。また、出来上がったこんにゃくは期待以上に美味しかった。
- ・インストラクターは英語が出来なかったが、それをマイナスと感じさせないとてもリラックスした対応はとても良かった。自分の知識をシェアしたいという気持ちが良く伝わった。
- ・途中に、茹で上がるのを待つなど、待ち時間ができるので、シャワークライミングの準備をするなど、他の体験とセットで行うと良い（待ち時間にも何かすることがあった方が良い）
- ・こんにゃくの面白さを知らず帰ってしまうことを防ぐためにも言語的なサポートはやはり必要であり、通訳がいなければ、最初に、全体の流れ（工程）について、英語で説明（説明文）があるなど、紙媒体やビデオ映像を用意することが必要である。



【昼食】ベジランチ@おそらゆき

- ・山の中にある素敵な場所で、地元で採れた美味しいものを食する体験は非常に素晴らしい。
- ・ベジタリアン向けのランチがあること自体が素晴らしい上に、内容も非常に良かった。ヴィーガンの方には特に喜ばれる。
- ・地域の食材を使っていることは重要であり、PRすべき要素である。
- ・予約の仕方、アクセスについて、外国人向けにも考えておいた方が良い。
- ・現時点は営業日が少ないが、継続的に営業できるようになれば外国人向けにPRすべき。



【体験】シャワークライミング・川沿い散歩

- ・設備は揃っているので参加者の移動をもう少しスムーズにできれば、十分売り出せるコンテンツだと参加者一同確信した。英語のガイディング等、良かった。
- ・ベース（スタート地点の小屋）をもっと充実させ、着替えはベースでできるようにすれば、10,000円以上の価値がある。理想的な値段設定を可能にするためにベースの設備のアップグレードが必要。



- ・比較対象はニュージーランドやカナダ。写真を撮る人が同行し、終了後に写真を共有し、レビューを書いてもらうなど、フルパッケージで実施すべき。
- ・シャワークライミングが英語圏の人には聞きなれない単語なので、“キャニオニング”等の表現でPRしても良いだろう。
- ・両側を山に囲まれた川の景色はとても良い。森林浴（Forest bathing）としてPRできる。
- ・シンプルかつ分かりやすい予約システムがあると良い。

【宿泊】民泊しまた（夕食、朝食含め）

- ・のんびりしたい外国人をターゲットに、落ち着いた和の雰囲気は可能性が十分ある。
- ・周りにスーパーやコンビニ等がないことを考慮して、食事のオプションがあった方がよい。現状では、岩国基地の住民には適していると思う。車があるので自分で来てくれるし、食材なども持参可能。まずは岩国基地など広島近隣に在住する外国人利用を増やすことから考えると良い。
- ・日本の古民家に親しみのない外国人にとっては、とまどうことが多いので宿泊にあたってのガイドンス（説明書）が必要。注意書き、使用方法等、英語で書いてあると良い。
- ・物が多いので、一旦きれいにして、食器などは必要人数分だけ用意するなど、清潔さは必要。ただ、食器としてマグカップは欲しい。
- ・お風呂やピザ釜、かまど等、魅力はあるが、誰かがサポートしてくれないと利用できない。英語が話せる、英語対応できる人が1人ほしい。現状の状態では旅慣れしているチャレンジ好きな人をターゲットにされることを薦める。
- ・多くの媒体（SNS や口コミサイトなど）から予約可能なシステムを確立しておいた方がよい。



【施設見学】湯来ロッジ、露天風呂

- ・無料シャトルバスは使いやすい。英語での情報発信と、英語での予約対応（E-mail 等を含む）があれば、もっと使ってもらえるだろう。
- ・湯来ロッジは、今後の湯来町の観光に大きな役割を担っており、スタッフの外国語対応が少しずつできるようになることが大事である。移住者やインターンなど、外国人スタッフの常駐ができれば更に良い。
- ・まず、温泉や遊びを楽しむためにくる外国人に他の観光コンテンツを紹介するため、すでに提供しているサービスや企画されているイベントを外国語で発信したい。

【昼食】ベジランチ@もみじ

- ・欧米豪の観光客には大変嬉しいロケーションと田舎風のお店の内装は素晴らしかった。
- ・手の込んだ料理で、量的にも満腹感があり、非常に美味しく、全体の満足度は高い。
- ・ベジタリアン向けなどの特別な料理への対応も素晴らしい。ベジタリアン料理には簡単な説明が英語で加わると更に良い。
- ・予約システムやサポートがあれば大人気のスポットになるだろう。
- ・湯来ロッジから歩いて来られる道があると良い。



【総評】

- ・とにかく広島市内中心部から近いので、湯来地域には多くの人に訪問してもらえる可能性はある。
- ・もっと人と触れ合いたい、情報交換したいというニーズに応える地域になってほしい。
- ・上多田地区の屋外に展示された多数の“かかし”をもっと観光資源として活用したい。Instagramに“かかし”のアカウントで発信するなど、“かかし”のストーリーを伝えると、他の観光地との差別化につながる。

②宿泊施設・観光案内所スタッフ現地視察調査

外国人観光客の誘致に向け、広島市内における湯来の観光資源の情報発信力を強化することを目的に、広島市内の宿泊施設や案内所のスタッフを対象とした現地視察ツアーを実施した。内容は、古民家を活用した宿泊施設の見学、体験メニューの紹介のほか、地元の意向を踏まえ登山を含んだプログラムとした。

a. 行程

<12/13（金）>

9:00 広島市内中心部出発

10:00～13:30 【体験】大峯山登山（昼食（弁当））

13:30～14:30 【見学】民泊施設しまた

【研修】湯来でのアクティビティ紹介

14:30～15:30 【見学】上多田集落（かかし）

【見学】シャワークライミング拠点施設等

15:30～16:30 【見学】湯来ロッジ、露天風呂

17:30 広島市内中心部着

b. モニター参加者一覧

せとうちインフォメーションセンター	1名（中国）
We Base Hiroshima	2名（シンガポール、日本）
株式会社バックキャクスト	1名（日本）

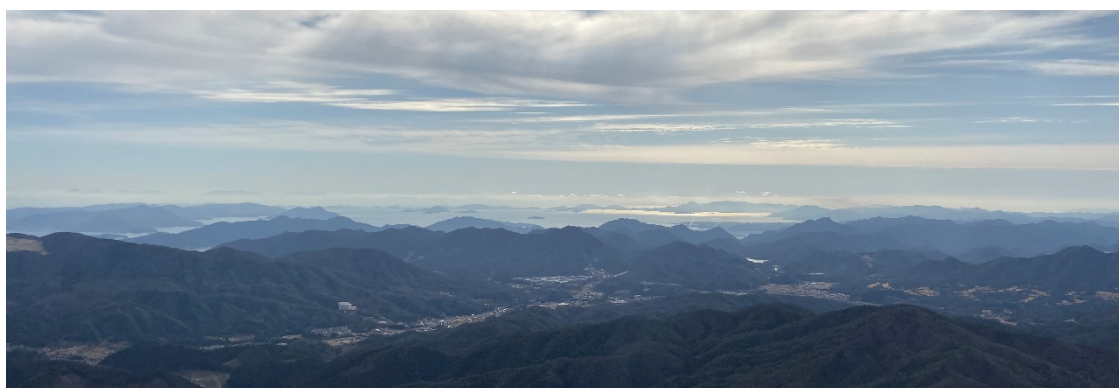
c. 主な感想

【宿泊施設スタッフ】

- ・広島市内在住だが、知らないことはたくさんあった。大峯山登山もインストラクター付きであれば良いアクティビティだと思う。山頂からの眺めは素晴らしかった。温泉やグルメも体験してみたい。
- ・アクセス面は難しいが、来てもらったら楽しんでもらえる内容がある。広島駅、バスセンターから来るバスがあると嬉しい。
- ・ゲストハウスでは、広島近辺のオプションルツアーについての問い合わせをよく受けるが、紹介できるツアーがほとんどなく、現時点ではお好み焼き屋さんや宮島、ドリミネーションぐらいしか案内できていない。広島市内からツアーを組むことで、アクセスが難しい人にも対応できるのではないか。
- ・インバウンド向けではなく、日本人向けにも良いので、ターゲットはインバウンドに絞らなくても良いと思う。
- ・インバウンド対応という点では、ウェブサイトで英語の紹介が必要。更に、ビデオがあれば分かりやすいだろう。



シャワークライミングコース



大峯山山頂からの眺望

【観光案内所スタッフ】

- ・バスセンターの案内所ではアジア圏の観光客の問い合わせが多い。一方、瀬戸内インフォメーションセンターは欧米人観光客が多い。
- ・欧米人とアジア人では旅の楽しみ方の違いがあり、台湾や香港等は地元の旬の食材を使った料理などグルメがないと厳しい。BBQ で和牛を食べることができれば喜ばれる。無添加無農薬などもアピール材料になる。ここでしか食べられないものがあると良い。イノシシは好き嫌いあるだろう。
- ・欧米人は、自分がやりたいことにはお金を惜しまないような旅をしている人もいれば、あまりお金のかからない旅行をしている人もいる。
- ・まずは定番のモデルコースを作って、そこにブロガー等のインフルエンサーに来てもら

い発信してもらいたい。

- ・交通面では、バスセンターではバスに乗り放題の Visit Hiroshima Tourist Pass を買うアジアからの旅行者が多いが、どこで何ができるのか分かっていない旅行者が多い。アジア圏でもゆっくり観光する旅行者が増えて来ているため、湯来の情報を発信していきたい。
- ・広島空港からリムジンバスでバスセンターに来た際に、地元の確かな情報を求めて案内所を訪れる人が多い。

③関係企業ヒアリング調査

インバウンド誘客に向けた可能性として、企業、工場の見学も考えられることから、既に工場見学ツアーを実施しており、海外からの視察もある木工家具メーカーに、外国人観光客の受入・工場見学の可能性及び社内研修での古民家活用の可能性について話を伺った。

対象とした株式会社マルニ木工は、廿日市市で 1928 年に「昭和曲木工場」として創業し、90 年を超える歴史を持つ家具メーカーである。1991 年から徐々に湯来町に工場を移し、2007 年に本社を湯来に移転。近年は米アップル社の新社屋に数千脚の椅子を納入するなど、世界から注目を浴びている湯来地域を代表する企業の一つとなっている。

（日時・対象者）

2019 年 11 月 12 日（火） 11:00～12:30

株式会社マルニ木工 執行役員 営業本部 副本部長 土井 康義

（ヒアリング内容）

○外国人観光客の受入・工場見学の可能性

- ・現在、工場見学は年間 700 人を受け入れている。また、今年からはファクトリーツアーとして月に 1 回、一般募集（インスタグラム（maruni hiroshima）、HIROSHIMA T-SITE のページから申し込み可能）の日も設けており、現地集合・解散としているが、15 名定員が埋まる。6～7 割は県内だが、東京、京都、福岡等、県外から来てくれる人もおり、その人は旅の主目的地としてマルニ木工の工場見学を選んでくれている。
- ・外国人対応は社長も課題として感じている。本社には英語ができる人がおらず、現時点で海外の取引先が来る場合は社長が対応している。まだ年に 2～3 回程度であり、そのために英語のできるスタッフを雇用するのは難しい。
- ・湯来の観光コンテンツの一つとしてマルニの工場見学を位置付けてもらい、湯来ツアーの一環でマルニに立ち寄ってもらうのは歓迎したい。英語ができるガイドが付いているツアーであれば、事前に連絡をしてもらえれば可能な限り受入をしていきたい。
- ・もう 1 つの課題として、工場の稼働日が平日であり、基本的に土日は休みとなっていることも挙げられる。月に 1 回程度は土曜日の稼働日があり、一般募集はその日に行っている。土曜日の稼働日が無い月は実施していない。また 1～2 月は雪が降る可能性があるため、現地集合・解散の一般向けツアーはやらないことにしている。
- ・マルニは今年 91 年目。現社長の思いとして、100 周年に向けて、工場敷地内に宿泊

施設やカフェ、木と触れ合うことができる施設等を整備し、世界中の木工を志す人が一度は行きたいと思う場所にしたいという思いがある。工場見学を無料で受け入れるという段階から、次のステップとして湯来の観光コンテンツの1つとして集客に貢献していきたい。100周年に向けて、このような調査をきっかけに、湯来の他の観光関係者とも繋がり、社内の機運も醸成されると良いと思っている。

○社内研修での古民家活用の可能性

- ・2019年10月に、翌年度入社予定の内定者研修で、初めて奥湯来田舎体験ハウス「しまた」を使った（内定者5名（男性2名、女性3名）と社員3名が宿泊し、日中は他の社員も5名参加）。これまでの内定者研修は、宮島口のコーラルホテルを会場に歓迎会やグループワークを行い、途中で湯来の工場見学を行うものだった。2019年の7月に「しまた」を見学させてもらい、ぜひここでやりたいと思い、すぐに予約をさせてもらった。
- ・実施した感想として、湯来に本社がある田舎の企業として、田舎で研修を行うことに価値があると感じた。また古民家で共同生活を行うことにより参加者の連帯感が高まった。今回は内定者研修であり、再会は4月になるが、今回仲良くなったことで再会が楽しみになっていると思う。
- ・「しまた」はお風呂が2つあり、囲炉裏もある等、過ごし方のバラエティがあることが良かった。「しまた」で研修を行う場合の最適人数は15人程度ではないか。20人以上だと多すぎる印象。ただし、人数が増えた場合は他の民泊施設を借りる等で柔軟に対応できる点は良い。
- ・大企業でも少人数研修やプロジェクトチームのミーティングがあるだろうし、中小企業でも使いたいところはいっぱいあるはず。共同生活ができることが他の施設との一番大きな違いであり、ユニークで、深い連帯感が生まれる。この部分をPRすることにより、中小企業にも使ってもらえるのではないかな。
- ・課題としては、主に施設面の充実。暑い日は離れのロフトは暑すぎて寝られないだろう。またロフトは雨漏りしており、雨の日は音が気になった。
- ・また、簡易水洗トイレは大きな課題。使い方が分かりにくく、また臭いもある。この部分が快適になると、大きく満足度が変わるだろう。田舎の古民家体験という利用であれば良いかもしれないが、企業の研修の場合は、トイレは改修しておきたい。
- ・研修利用を想定すると、ホワイトボード、プロジェクターとスクリーン（又はディスプレイ）等、研修設備として備えてあると嬉しい。また、そのような機材が揃っていると、研修に使えるというPRにも繋がる。

(3) 現状のまとめ及び分析・考察

現状把握及びアンケート調査・現地視察調査の結果から、湯来地域における温泉やアクティビティ、民泊施設について、古民家活用型観光まちづくりを進める大きなポテンシャルを有していることがわかった。

調査結果の分析から、今後、湯来地域での観光まちづくりを進めていくにあたって、誘客ターゲットとして「広島都市圏在住ファミリー層」「企業・団体等」「外国人観光客」の3つが考えられ、それぞれ古民家に対して以下のような活用ニーズがあるものと想定される。

ターゲット	調査結果から得られた知見	古民家活用ニーズ
広島都市圏 在住ファミリー層	・広島市内在住者が休日に近隣地域へのドライブ・小旅行へ出かけるのは、家族と自家用車利用で「年数回」が最多帯。 ・湯来地域に年1回以上行くと回答した人は3割程度。目的は温泉や観光であり、湯来のイメージも温泉、田舎、ホテル、自然等。 ・近隣地域へのドライブ・小旅行で興味があるものは、道の駅、郷土料理・地元の食事、温泉等。ジェラート・アイスクリーム、パン屋、野菜の直売所、古民家・田舎カフェ等は女性層の興味が高い。 ・古民家活用宿泊施設には過半数が興味を持っており、特にファミリー層では7割以上。洋式トイレや清潔さが必須要件。	週末や長期休暇（夏休み、春休み）利用、2～3家族での共同利用、アウトドア活動の一環
企業・団体等 （主に広島県内）	・湯来地域のアクティビティと古民家宿泊施設を使った研修は、10人程度の少人数研修で利用しやすい。共同生活や共同作業（アクティビティ）により連帯感が生まれる。 ・企業研修向けの施設としてPRを進める場合は、ホワイトボードやプロジェクター等研修設備を備えておきたい。	スタッフ研修（10人前後のグループ研修、共同作業体験、フィールドワーク）
外国人観光客（主に欧米豪の個人旅行者）	・こんにやく作り、シャワークライミング、大峯山登山等、湯来のアクティビティは楽しめる。 ・公共交通（バス）で行くことが難しく、まずは広島市内在住者や岩国基地の人に来てもらいたい。 ・ベジタリアン対応の食事が提供可能な点は魅力。 ・通訳付きツアーであればマルニ木工等の工場見学も可能。	農村ステイ（数日宿泊、日本の田舎・自然体験、自然を使ったアクティビティ）、マルニ木工・砂谷乳業等の見学

4. 湯来地域における観光まちづくりに関する提案

湯来地域における観光まちづくりモデルとして、前章でまとめた3つのターゲットごとに提案する。

（提案1）広島市民の癒しの場～湯来～

＜概要・背景＞

近隣都市圏在住者アンケート結果によると、古民家活用型宿泊施設に対する興味が高いのは20歳未満の子どもを持つ世帯（ファミリー層）であり、バーベキューや星空観察、川遊び、釣り等、アウトドア活動や体験メニューに対するニーズがあることがわかった。

湯来地域の自然資源や古民家活用型宿泊施設を活用し、広島市民、特にファミリー層が、週末や長期休暇（夏休み、春休み）を利用してアウトドア活動の一環で楽しむことができる地域となるよう、施設整備と情報発信を行うことが必要である。

また、湯来地域では、歴史街道を活用したウォーキングイベントが開催されており、夢街道ルネサンスへの登録も予定されていることから、歴史愛好家はもとよりファミリー層においても子どもの教育、地域学習の一環として歴史街道を活用した誘客も進めていくことが重要である。

＜活用する資源・提供するサービス＞

○湯来ロッジや湯来交流体験センター、古民家活用型宿泊施設、砂谷牧場等を活用し、バーベキュー、焚火、露天風呂等、春～秋季のアウトドアの適地としてライトアウトドア層（テント泊ではなくコテージやキャビン利用を好む層）を誘客する。

・湯来交流体験センターを拠点として、川遊び（シャワークライミング）、星空観察等、豊かな自然を活かしたアクティビティを体験するプログラムを展開し、湯来全体の滞在時間を増やす。また、プログラムの申し込みや機材の貸し出しは湯来交流体験センターでまとめて行うことにより、利用者の利便性向上を図る。

・古民家活用型宿泊施設では、囲炉裏、五右衛門風呂、かまど等の炭や薪を使った設備や、蚊帳、縁側等の古民家ならではの設備を活用し、昔ながらの調理・生活体験の場としてPRする。

○湯来地域の江戸時代の街道については、中国地方整備局及び中国経済連合会が進めている夢街道ルネサンスへの登録が予定されており、地域の歴史学習の場として子ども向けツアー等へ展開する。

○地域内の経済循環を高めるため、バーベキュー等の食材の調達が湯来地域内で行えるよう連携し、こんにやく、ジビエ（イノシシ等）等、地元産品を各観光施設やバーベキュー場等で販売する。

○広島市内からはリピーターとなる可能性があり、上記のほか、田植えや稲刈り等、通年型の体験プログラムについても開発し、湯来リピーター、湯来ファンの獲得を図る。

「広島市民の癒しの場～湯来～」のイメージ



<今後の展開>

①受入環境整備

- ・現状では自然体験アクティビティは充実しているが、親子で参加可能なアクティビティ（自然学習要素、親子の共同体験要素の入ったアクティビティ）の開発やグランピング（優雅なキャンプを楽しむ新しいアウトドアスタイル）施設の整備等、ファミリー層をターゲットとした新たなプログラムや施設の整備が必要である。
- ・古民家活用宿泊施設は、施設の清潔感が重要であり、施設の一斉清掃や備品の整理、トイレの水洗化等を行う。（民泊施設または、モニター調査時には簡易水洗であったが、2020年に浄化槽を設置し水洗化する予定である。）

②交通アクセス

- ・広島市内在住のファミリー層は、自家用車利用で湯来を訪れることが想定され、公共交通整備のニーズは少ない。広島湯来線（安佐南区沼田町戸山～湯来町麦谷）の拡幅工事終了後には、多くのファミリー層が居住する安佐南区からの利便性が向上し、自家用車によるアクセス向上が見込まれる。

③情報発信

- ・紙媒体での広報として、広島市広報や地元新聞（中国新聞等）、地元タウン誌（TJひろしま他）等を活用し、湯来地域の多様なアクティビティ情報を広島市民に向けて発信する。
- ・広島市内小学校に対し、親子アウトドア教室等の体験プログラムのチラシを配布し、小学生とその保護者に対して誘客を図る。
- ・広島市内アウトドアショップにおいて、キャンプやグランピングの適地としての湯来をPRするイベント、キャンペーンを行い、アウトドア好きのファミリー層の誘客を図る。
- ・WEBを活用したPRとして、例えば湯来ロッジのホームページにアクティビティ情報を掲載する等、湯来地域を訪問する際に情報収集するWEBサイトへの情報掲載を行う。その他SNSでの情報発信、情報交換（口コミや質問への回答）を行う。

<運営組織・協力団体の役割分担>

	主 体	役 割
運営組織	・NPO 法人湯来観光地域づくり公社	○受入環境整備（アクティビティ開発支援、プログラム受付・実施） ○SNS への情報掲載、情報交換
協力団体	・湯来ロッジ指定管理者（上記 NPO 以外）	○湯来ロッジの温泉・宿泊と湯来地域のアクティビティを組み合わせた商品の販売
	・地域内の体験プログラム事業者	○受入環境整備（ファミリー層向けのアクティビティ開発）
	・奥湯来田舎体験ハウス等民泊施設事業者	○受入環境整備（古民家宿泊施設の施設整備、清掃・備品整理）
	・行政機関（国、県、市）	○観光庁補助金等による古民家宿泊施設の設備リニューアル支援（トイレ等） ○広島市が在住者向けに行う情報発信（市広報等）の活用
	・経済団体	○夢街道ルネサンス事業の認定、他地域との連携推進（中国経済連合会）

(提案2) チームビルディングフィールド湯来

<概要・背景>

企業や団体では様々な形で職員研修を実施しており、スキル向上やチームビルディング(チームの結束力強化)等が可能な研修場所のニーズがあると考えられる。

主に広島県内の企業や団体を対象として、湯来地域の古民家活用宿泊施設を拠点とし、古民家での調理体験等の共同作業、溪流でのシャワークライミングや大峯山登山等のアクティビティを通じたチームビルディングの場として展開する。研修での利用は古民家活用宿泊施設の観光利用が少ないと想定される平日の施設利用増加につながる事が期待されることから、研修受入推進により、施設の利用率向上、地域へのコンスタントな誘客を図る。

<活用する資源・提供するサービス>

- 薪割り、かまどでの炊飯、五右衛門風呂、ピザづくり等、古民家活用型宿泊施設において、共同作業が必要な体験メニューを提案するとともに、プロジェクターやホワイトボード等の研修設備を整え、企業研修の場として活用する。
- 施設周辺の資源を活用したシャワークライミング、大峯山登山等、チームビルディングに繋がる体験メニューを整理し、企業研修向けパッケージとして販売する。

「チームビルディングフィールド湯来」のイメージ

企業・団体



<ターゲットとなる研修グループ>

- ・10人程度の研修
- ・チームビルディングを目的とする研修

**連帯感を生む研修
フィールドの創出!**

湯来地域



古民家での共同調理

奥湯来田舎体験ハウス
(研修拠点)

- ・研修プログラムの提供
- ・古民家での研修設備提供



社外でのミーティング・研修



シャワークライミング



大峯山登山



こんにゃく作りなど共同体験

<今後の展開>

①受入環境整備

- ・複数企業にモニター利用として実際に活用してもらい、企業・団体が活用する際に必要な資源・設備等を把握する。なお、マルニ木工、NTT 西日本等が既に研修場所として活用しており、それぞれの研修内容・必要設備を把握する。
- ・企業・団体へのヒアリング調査を行い、研修の種類、内容、利用方法等を把握し、湯来地域内の体験メニューと古民家活用を一体的に捉えた研修プログラムを開発し、企業・団体に向けた提案書を作成する。
- ・古民家活用宿泊施設においてミーティング（座学）が開けるよう、ポータブルなスクリーンやプロジェクター等を用意する。

②交通アクセス

- ・公共交通アクセスが不便なため、企業・団体向けの送迎サービス等を整備する。
- ・バス事業者、自治体との連携により、広島駅、広島バスセンターからの直行バス便の開設等も検討する。

③情報発信

- ・広島市内の経済団体に対して情報提供を行うなど、近隣の企業・団体に対して優先的に情報提供する。
- ・モニター利用した企業の実施内容について、実施例として古民家活用宿泊施設のホームページ等に掲載する。

<運営組織・協力団体の役割分担>

	主 体	役 割
運営組織	・ 奥湯来田舎体験ハウス等民泊施設事業者	○受入環境整備（研修設備の導入） ○古民家での研修活動サポート
協力団体	・ NPO 法人湯来観光地域づくり公社	○研修プログラムの開発 ○企業向け提案書の作成
	・ 地域内の体験プログラム事業者	○研修用アクティビティの開発（チームビルディングを目的とした内容）
	・ 湯来ロッジ指定管理者（上記 NPO 以外）	○湯来ロッジの送迎バスの活用可能性の検討
	・ 交通事業者	○送迎プランの検討
	・ 行政機関（国、県、市）	○湯来地域への公共交通（直行バス等）の検討
	・ 経済団体	○会員企業への情報提供 ○研修プログラムの開発支援

（提案３）湯来まるとアドベンチャーパーク

＜概要・背景＞

観光統計データによると広島を訪れる外国人観光客は増加しており、今後は農村地域への来訪も期待されるが、中国地方の外国人消費額は他圏域に比べて少なく、その要因として宿泊の魅力に欠けることが指摘されている。今回のモニター調査では、欧米系の外国人観光客は古民家やアクティビティへの関心が高いという結果を得ており、欧米系外国人観光客の多い広島・宮島から近距離にある湯来地域の古民家活用型宿泊施設のインバウンド対応を進めることは、外国人観光客の消費額増加に繋がる等、地域の課題解決に大きく資するものといえる。

具体的には、主に欧米豪からの個人旅行者をターゲットとして、シャワークライミングや登山、温泉等、湯来地域の資源を活用し、湯来地域を「湯来まるとアドベンチャーパーク」として欧米系の観光客のニーズに合った対応を推進することを提案する。温泉以外の自然資源をアクティビティフィールドとして活用し、その滞在場所として古民家を活用した宿泊施設を位置づけることで、外国人観光客が３日以上滞在する地域となる可能性がある。現時点では公共交通アクセスが困難であるため、当面は広島市や岩国市等、近隣地域に居住する外国人観光客の誘致からはじめ、最終的にインバウンド観光客を取り込むステップで推進する。また、外国人観光客を誘客することにより、日本人の観光利用が少ないと想定される平日の施設利用増加につなげる。

＜活用する資源・提供するサービス＞

- シャワークライミング（キャニオニング）やトレッキング・ハイキング、キャンプ、グランピング等、自然を活用したアクティビティニーズは高く、外国人対応可能なアクティビティを提供することにより誘客を図る。
- こんにゃくの手作り体験、調理体験等の地元産品を活用した体験メニューや古民家での滞在などは、「ローカルな体験」を求める外国人ニーズに合致しており、それらの英語対応を進め、滞在時間の延長を図る。
- 古民家での滞在については、ゆったり、のんびりとした時間を過ごしたい外国人の滞在スタイルを把握し、外国人視点で必要な物品・サービスの提供を行うことにより、良い口コミを増やし、リピーター確保につなげる。

「湯来まるごとアドベンチャーパーク (Adventure Park YUKI, Hiroshima)」のイメージ



<今後の展開>

①受入環境整備

- ・欧・米・豪の観光客を主たるターゲットとし、英語対応可能な店舗、ベジタリアン対応可能な飲食店等、外国人対応ができる事業者を増やす。
- ・清潔感を求める声があるため、民泊施設等では、隅々まで清掃・備品整理を行う。
- ・持続可能性（Sustainability）に配慮したモノ・コトが求められており、プラスチック食器や割りばし等を使用しない等、「環境にやさしい」施設として認識される取組を進める。

②交通アクセス

- ・外国人観光客にとってアクセスが課題となる。湯来ロッジへの無料シャトルバス（1日3便）等を利用した日帰り温泉体験等をモデルコースとすることや、広島駅、広島バスセンターからの直行バス便、湯来地域内の新たな交通手段（電動スクーター、電動アシスト付き自転車、電動カート等）の導入を検討するなど、交通課題解決に取り組む。

③情報発信手法

- ・英語ウェブサイトやローカルメディアを活用して、湯来地域の観光資源の現状を説明した既存コンテンツを外国語（まずは英語から）で紹介する。
- ・湯来町に関する全体の問い合わせが可能なオフィシャルメールやFacebook メッセンジャーなど外国人観光客にとってアクセスが可能な問い合わせ先を構築する。将来的には、英語での予約サポートを専門に行う湯来地域専属の代行コンシェルジュを起用することで予約者に安心感を与える。
- ・英語のフェイスブックとインスタグラムを開設し、定期的な投稿を行うことで、今後のマーケティングに利用できる SNS ブランディングの基盤作りを行う。
- ・外国人向けの情報発信と誘客ターゲットについては、以下の3段階で進めることを提案する。

外国人誘客の3つのステップ

ステップ1	・GetHiroshima ユーザーや岩国米軍基地関係者等、広島県・岩国市に在住外国人へのPRに力を入れる。 ・PR手法としては、英語で発信するウェブ媒体において既存コンテンツ（湯来ロッジ・シャワークライミング・古民家宿）を紹介し、外国人客の反応を参考にしながら、コンテンツ・サービス・受け入体制を改善する。
ステップ2	・関西・中国地方在住の田舎・冒険好きな外国人にターゲットを広げる。 ・新しいコンテンツをテストしながら、既存のコンテンツを積極的にSNSで発信する。外国人利用者の積極的な口コミやSNS投稿などが頻繁にアップされる状況になれば、次のステップへ移る合図となる。関西エリア近辺のキャンピングアクティビティとの差別化を広げるためにも、古民家での宿泊をパッケージとして発信する。
ステップ3	・今後更に増加する外国人旅行者をターゲットとする。 ・国内外の紙面媒体やウェブ媒体への記事出稿等により「広島市内中心部から1時間で行くことができるスロートラベルライフ」としてのメディア露出を積極的に行い、日本旅行中に「カントリーライフ」を体験できる場所の一つとしてマーケットの形成に寄与する。

<運営組織・協力団体の役割分担>

	主 体	役 割
運営組織	・NPO 法人湯来観光地域づくり公社	○体験メニュー、アクティビティの英語化（インストラクターの英会話、英語資料の作成等） ○旅行業登録を活用した外国人を含む広島市内からのツアー商品の造成 ○広島市内、岩国市内に向けたプロモーション
協力団体	・奥湯来田舎体験ハウス等民泊施設事業者	○利用方法、注意事項等の英語化 ○食事、食材の提供手法の検討
	・地域内の体験プログラム事業者	○外国人向け装備・設備の充実（シャワークライミングではサイズの大きいウェットスーツ、シューズ、ライフジャケットの準備等）
	・湯来ロッジ指定管理者（上記 NPO 以外）	○湯来ロッジの送迎バスの活用可能性の検討 ○湯来ロッジの温泉利用を含めたパック商品の開発
	・交通事業者	○送迎プランの検討 ○広島市内中心部からの直行バス開設の検討
	・行政機関（国、県、市）	○湯来地域への公共交通（直行バス等）の検討 ○観光庁補助金等による古民家宿泊施設の設備リニューアル支援（トイレ等）、アクティビティの英語化支援
	・経済団体	○行政機関への支援要望 ○ネットワークを活用した外国人対応に詳しい企業・団体等の紹介

5. 中山間地域における観光まちづくりモデルの検討・提案

(1) 中山間地域の観光まちづくり推進のための留意点

昨年度調査報告書では古民家活用型まちづくりの方策として、駐車場や町並み景観等の地域の魅力の基盤形成（地域全体の環境整備）をベースとして、交流施設等の住民向け施設や宿泊施設等の観光客向け施設等、古民家を多様に活用することを提案し、その観光まちづくりの進め方を準備段階、短期、中・長期の3つのステップに分けて提示した。

今年度は中山間地域に着目しており、昨年度提示した手法は基本的に中山間地域にも適用できるものであるが、中山間地域には特有の自然条件・社会条件があり、中山間地域の観光まちづくりを成功させるためには、以下の通り、別途留意すべき点がある。

- ①認知度が低い地域が多い中山間地域では、明確なターゲット設定でアピールポイントを絞った情報発信が求められる。
- ②地域内事業者の横の連携が少ない中山間地域では、地域の体験プログラム情報等を一体的・一元的に集約し、問い合わせ受付、手配、送客を担うランドオペレーター機能を持つ組織、団体が必要である。
- ③中山間地域は公共アクセス（交通機関）に弱みを持つ地域が多く、中・長期的には公共アクセス整備が不可欠である。

昨年度調査で整理した観光まちづくりのステップと中山間地域における留意点

	STEP1 準備段階の取組	STEP2 短期的実施内容	STEP3 中・長期的実施内容
地元	・資源調査実施（活用可能な古民家について、所有者の意向を把握） ・地元住民ニーズ・観光客ニーズ調査	・古民家・空き家所有者への働きかけ ・古民家を活用したイベント実施（地域住民の参画）	・行政機関、民間企業との横断的なネットワーク形成
行政機関、 商工会議所 等	・古民家活用組織の設立（推進母体の形成）	・古民家活用型観光まちづくり方針策定（全体的方向性の共有） ・個別補助事業実施	・駐車場、トイレ等付帯施設の整備 ・道路、河川等の周辺景観整備
民間企業		・空き家活用事業への参入（飲食、宿泊、物販施設、交流拠点等）	・観光消費増、雇用増にむけた事業推進
中山間地域 での留意点	ターゲット毎の情報発信（認知度向上）	問い合わせ窓口の明確化（地域内情報の集約）	公共アクセスの整備（自家用車利用以外の交通確保）

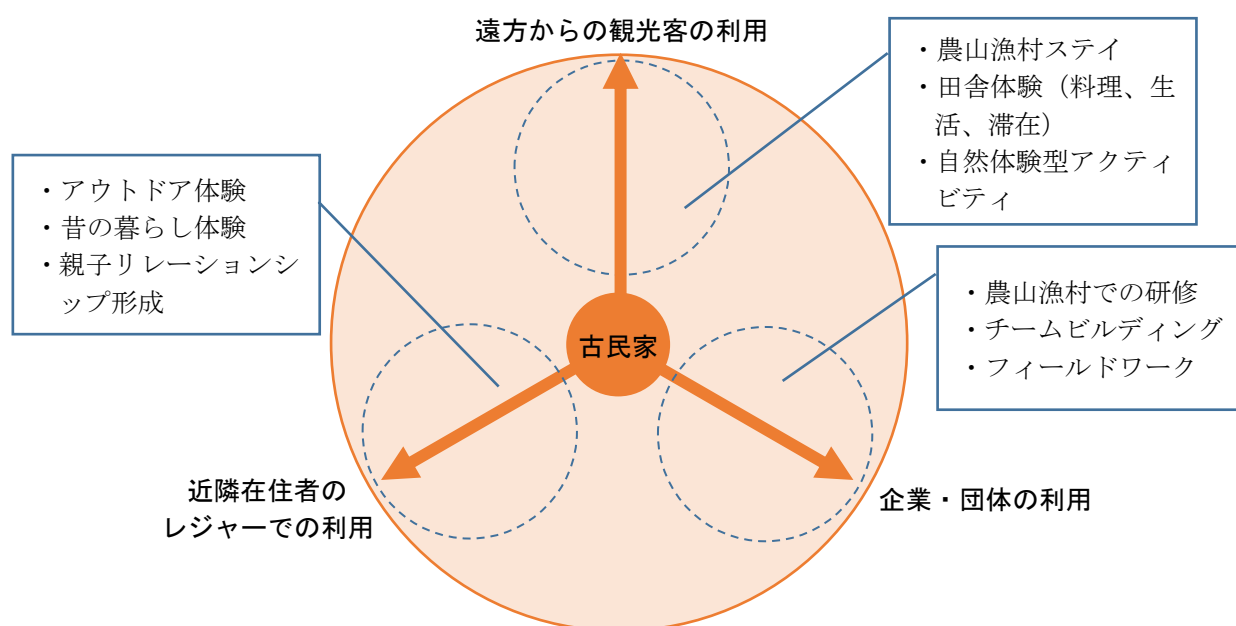
（２）中山間地域の観光まちづくりのターゲット設定

前章までに整理した通り、中山間地域では「田舎」「自然」というキーワードをベースとした資源活用により、例えば親子のリレーションシップ形成や、企業でのチームビルディング等、中山間地域ならではの多様な効果が期待できる。また、外国人の間では今、従来の観光地にはない地域の「日本らしさ」が注目されており、中山間地域の里山風景や古民家での滞在体験等がアピールポイントとなる。それらを踏まえると、中山間地域におけるターゲットとして、観光客の利用を想定するだけでなく、近隣住民のレジャー利用や企業・団体の利用、外国人の利用も想定した観光まちづくりを進めていくことが重要である。

また、ターゲットの設定にあたっては、地域内の活用可能な観光資源とともに、アクティビティや地域産業など、これまであまり観光資源として整理されてない情報について把握する必要がある。エリアが広範囲になる中山間地域では、資源が分散していると想定され、隠れている資源の発掘が重要なポイントとなる。

その上で、ヒアリング調査やアンケート調査等により居住地や年代等の属性別にニーズを把握したい。「自然」「田舎」「農林水産業」等、地域内の様々な資源についてターゲットごとの利用ニーズを把握することが必要である。

中山間地域における観光まちづくりのターゲットの考え方



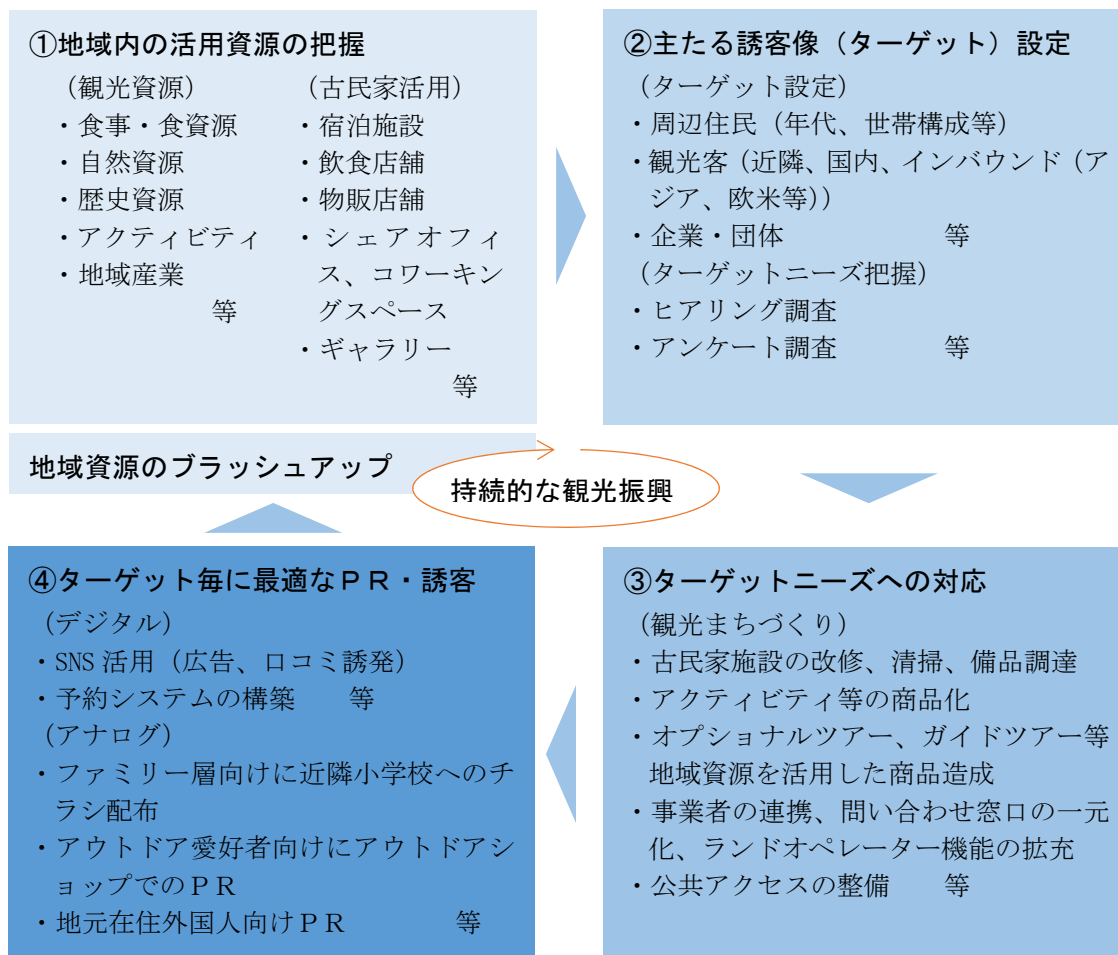
(3) 中山間地域の観光まちづくりの進め方

前項のターゲット設定を含め、中山間地域における観光まちづくりの進め方を改めて整理すると、以下に示すように①資源把握、②ターゲット設定、③ニーズ対応、④PR・誘客という4つのステップがあると考えられる。

①、②は前述の通り多様な資源を発掘し、ターゲットを設定するステップである。続く③では、ターゲット毎のニーズに対応した商品造成、資源活用を行うが、中山間地域においては田舎や自然に慣れていない人への配慮が求められる。例えば都市住民をターゲットとした場合は、古民家に清潔さを求めている、現状のままの古民家ではニーズに対応できないことがある。また、アクセス・物販・飲食等についても最低限のサービスレベルが求められており、中山間地域の特性とターゲットニーズを合致させていくことが必要である。また、留意点として挙げた地域内の事業者が連携したランドオペレーター機能の拡充や、公共アクセスの整備等も合わせて求められる。それらのステップを踏んだ後、④としてターゲット毎に最適なPR（アウトドア愛好家を対象にしたアウトドアショップを利用したプロモーション活動等）を行う。

これらのステップについて、地域住民との連携、特に中山間地域特有の緊密なコミュニティを活用して進めていくことより、地域の資源を活用しつつ、地域に負担の少ない取組に繋げることができ、持続的な観光振興につながる。

中山間地域における観光まちづくりのステップ



(参考) 観光振興事業費補助金（国土交通省観光庁）

観光地の「まちあるき」の満足度向上整備支援事業

『訪日外国人旅行者の来訪が特に多い又はその見込みがある市区町村（以下「指定市区町村」という。）に係る観光地（以下「特定観光地」という。）において、公共交通機関の駅等から個々の観光スポットに至るまでの散策エリアにおける「まちあるき」の満足度の向上を図るため、訪日外国人旅行者のニーズが特に高い取組等を一体的に進める事業に要する経費の一部を補助するものです。』

補助対象事業	内容	補助率
①多言語観光案内標識の一体的整備	まちなかを散策する訪日外国人旅行者等への観光情報の提供を目的とする多言語観光案内標識の整備等に要する経費の一部について支援	国：1/2
②無料公衆無線LAN環境の面的整備	まちなかを散策する訪日外国人を含む旅行者への通信環境の提供を目的として、面的な無料公衆無線LANの整備に要する経費の一部について支援	国：1/2
③地域の飲食店、小売店等における多言語対応・先進的決済環境の整備	訪日外国人を含む旅行者が現に多く来訪している又は今後多く来訪することが想定される店舗・事業所等において、全ての旅行者が安心して快適に、滞在、ショッピング、交流・体験を楽しめる環境整備を図るため、複数箇所で整備される多言語対応及び先進的決済環境の整備に要する経費の一部について支援	国：1/2
④公衆トイレの洋式便器の整備及び清潔等機能向上	訪日外国人を含む旅行者が現に多く利用している又は今後多く利用する事が想定され、広く無料で開放している公衆トイレ整備等に要する経費の一部について支援	国：1/2
⑤外国人観光案内所の整備・改良	訪日外国人を含む旅行者にとって利用しやすい観光案内所の整備を促進するため、設備の設置、施設の整備・改良等に要する経費の一部について支援	国：1/2
⑥観光拠点情報・交流施設の整備・改良	訪日外国人を含む旅行者が「観光名所」に関する情報や、交流機会（体験・学習等）が得ることができる「観光拠点情報・交流施設」の取組を支援するため、設備の設置、施設の整備・改良等に要する経費の一部について支援	国：1/2
⑦外国人観光案内所における非常用電源装置及び情報端末への電源供給機器の整備	災害時におけるJNTO認定観光案内所の業務継続能力の強化を図るため、非常用電源装置等の設備に要する経費の一部について支援	国：1/2