



香美町観光振興計画

海の幸、山の幸 “日本一食材” が輝く観光のまちづくり

平成25年3月

香 美 町

目 次

香美町観光振興計画の策定にあたって 1

- 1 計画策定の趣旨
- 2 計画の位置づけ
- 3 計画期間
- 4 市場調査の実施

第1章 香美町の観光を取り巻く状況 2

- 1 立地・自然条件
- 2 交通条件
- 3 外的要因

第2章 香美町観光の現状と課題 3

- 1 全体概況
- 2 香住区
- 3 村岡区
- 4 小代区
- 5 観光協会組織

第3章 香美町観光振興の基本方向 6

- 1 基本方針
- 2 計画の目標像
- 3 主要アクションプラン
- 4 指標（数値目標）

第4章 主要アクションプラン 7

- 1 「香美町の価値」PR展開 7
- 2 但馬牛・かに等「日本一食材」の活用 10
- 3 「山と海」宝資源の活用 12
- 4 もてなしの観光地づくり 16
- 5 観光振興の体制整備 18

資 料

- 1 市場調査（香美町ギャップ調査）報告書
- 2 計画策定の経過

■香美町観光振興計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

山・川・海の豊かな自然に恵まれた香美町では、平成17年4月合併以降「観光」を町の産業振興の柱に位置づけてまちづくりを進めてきました。しかし、これまで町全体の観光振興について方向づけをした計画がなく、長引く景気の低迷や余暇・レジャー志向の変化など観光を取り巻く状況が大きく変化する中で、その策定が求められていました。

このような状況を背景に、香美町が持つ観光資源の魅力や可能性を引き出し、観光関係者・観光協会・行政が連携した取り組みを進める上で、目標や目指すべき方向性を共有するため、香美町観光振興計画を策定します。

2 計画の位置づけ

この計画は、『香美町総合計画 後期基本計画』に定める「まちづくりの基本方針」に基づき、「観光関連産業の振興」施策方針の内容を具体的に示すものです。

3 計画期間

この計画は、平成25年度から平成34年度までの10年間を計画期間とします。

4 市場調査の実施

この計画策定にあたり、都市住民等の意向を把握するため、市場調査を実施しました。

■第1章 香美町の観光を取り巻く状況

1 立地・自然条件

香美町は兵庫県の北西部に位置し、町土は日本海に面する地域から内陸部は1,000m級の中国山地に囲まれる地域まで広がり、総面積369.08km²のうち森林林野がその86%を占めています。町の中心を南北に貫流する矢田川水系沿いに耕地や居住地が形成されています。

山陰海岸国立公園に指定された波蝕海岸風景を代表する香住海岸があるほか、山間部は氷ノ山後山那岐山国定公園、但馬山岳県立自然公園に指定され、自然公園区域が町土の約6割を占めるなど、山と川と海の多様な自然環境を有しています。

気候は日本海型で、年間を通して多雨多湿、冬季は大陸からの季節風が強く積雪も多くなります。



2 交通条件

町内の主要道路は国道9号、178号、482号であり、これらと連絡する主要地方道香住村岡線が町の中心部を通り、山間部と海岸部を結ぶ幹線として住民生活や産業経済活動を支えています。町の海岸部にはJR山陰本線が通り、京阪神方面からの観光客の交通手段となっています。

関西経済圏の中心地大阪、神戸への距離は約180kmで、所要時間は車で約3時間、但馬空港へは約40分、鳥取空港へは約1時間の位置にあります。

3 外的要因

平成22年10月山陰海岸ジオパークが世界ジオパークネットワークに加盟認定され、その4年後となる平成26年に初めての認定更新審査が行われます。また、昭和38年7月山陰海岸国立公園が指定されてから50周年となる平成25年に、鳥取市を中心として記念事業が計画されています。

平成6年「但馬の祭典」が開催されてから20年目となる平成26年度に、～はばたく但馬 確かな未来へ～をテーマに「出会い・感動 夢但馬2014」が行われ、但馬全域において様々なイベントが計画されています。

北近畿豊岡自動車道の整備が進められる中で、平成24年11月和田山～八鹿間が開通しました。また、香住道路や余部道路が供用開始となり浜坂道路も工事着手されるなど地域高規格道路の整備も進みつつあり、高速交通道路網の延伸、インターチェンジの開設等により人（観光客）の流れも変わりつつあります。

■第2章 香美町観光の現状と課題

1 全体概況

本町は、山陰海岸国立公園、氷ノ山後山那岐山国定公園、但馬山岳県立自然公園などの自然公園区域が町土の約6割を占め、雄大な山岳地帯、清らかな矢田川、美しい日本海、良質の源泉など、実に多くの豊かな自然資源を有しています。

また、自然と風土の恵みによって育まれた但馬牛、松葉ガニ、活イカ、地酒、特別栽培米、二十世紀梨など、第一級の高級食材がそろっています。

町内各地には、天然記念物、海水浴場、スキー場、野外活動施設、温泉施設などのほか、大乘寺や古墳群、名瀑や溪谷、余部橋梁や高原植物園など多くの観光資源があり、カニスキや海水浴客などを受入れる民宿・旅館が150軒、スキー客などを受入れる民宿・旅館が42軒、全体で192軒の宿泊施設があります。

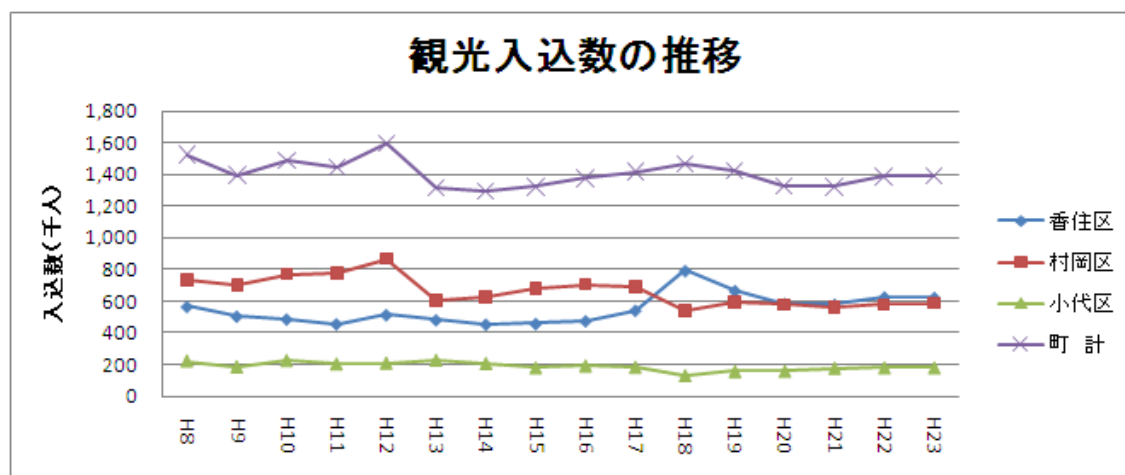
年間を通した町全体の観光入込数は、平成12年の約160万人をピークとし、夏場の海水浴客や冬場のスキー客などは年々の気候変動により大きく増減しますが、総じて減少傾向が続き近年では130万人程度まで落ち込んでいます。合わせて高速交通道路網の整備により日帰り客が増加し、宿泊客数は年々減少しています。

山陰海岸ジオパーク事業の広がりや道の駅あまるべの開設など新しい動きもありますが、町全体としては観光振興に繋がるきっかけを見出せておらず、現状は「非常に厳しい」、将来は「さらに厳しい」と予測されます。

入込数の推移

(単位：千人)

年度	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
香住区	568	507	489	459	516	484	457	461	478	545	794	668	587	582	628	625
村岡区	734	701	771	779	867	603	627	680	706	689	542	595	578	562	578	588
小代区	222	187	225	204	209	226	207	180	192	183	133	158	159	178	180	180
香美町	1,524	1,395	1,485	1,442	1,592	1,313	1,291	1,321	1,376	1,417	1,469	1,421	1,324	1,322	1,386	1,393



※平成13年度に調査方法が変更となり入込数に「道の駅」が調査対象外となった

2 香住区

夏の海水浴客、冬のかにすき客を中心に平成23年度で625千人を受け入れています。海水浴客が減少気味の中で“カニの本場”として「食」を中心とした取り組みが行われていますが、漁業後継者不足が進みつつあり松葉ガニ等の将来にわたる安定した水揚げ、漁獲量の確保が香住区観光の鍵を握っています。

山陰海岸ジオパークのPRにより、今子浦海岸や遊覧船かすみ丸など「海のジオサイト」では観光入込みの伸びがみられます。

鉄道利用者が低迷する中でJR香住駅前の空き店舗が目立っており、「香住の玄関口」としての賑わいづくりが課題となっています。

区内の旅館民宿ではよりサービスに力を入れ、施設や料理、もてなしのレベルは高い評価を得ています。しかし一方で、インターネットを活用した誘客や旅行会社との提携など営業努力する宿とそうでない宿との格差が広がっています。



余部橋梁

3 村岡区

“関西のスキーのメッカ”として主に京阪神方面からのスキー客を中心に平成23年度で588千人を受け入れています。気候温暖化による雪不足や若者のスキー離れなどによりスキー客の入込数は減少傾向にあります。夏山の利用、自然体験イベント、学生合宿の受け入れなど四季型観光へ向けた取り組みが定着しつつあり、更なる入込みのためには雄大な高原の魅力を生かした山岳エリア全体の活用が課題です。



名勝 猿尾滝

国道9号から近い立地にある日本の滝百選 猿尾滝が近年脚光を浴び、その入込数は10万人を超えています。多くのお客様に喜んでいただき、なおかつ地元にも経済的メリットが生まれるような仕組みづくりが必要です。

美味しい但馬牛肉や村岡米が食べられる場所づくりと一層のPRにより、“但馬牛の原産地”を生かした「食」の観光地づくり、地元での需要拡大策が求められます。

香美町の南の玄関口として観光案内所を位置づけるとともに、区内に点在する既存観光施設の有効利用を進めなければなりません。

4 小代区

ゴンドラのあるスキー場開発など村岡区とは一味違ったスキーエリアとして、鳥取方面や中国地方からのスキー客を中心に平成23年度で180千人を受け入れています。他のスキー場と同様雪不足等により入込数は伸び悩んでいますが、残酷マラソン大会や雪合戦大会、但馬牛ゆったりウォークなど四季を通してユニークなイベントが開催され、小代ファンが着実に広がっています。リピーターづくりも含め、それらの動きを地域経済にどう結びつけていくかが課題です。

区内には美しい渓谷が多くあり、自然・健康ブームを背景に“秘境の魅力”をPRするとともに、滝や棚田、但馬牛放牧場、キャンプ場など「山のジオ」資源をエリアごとにストーリー化するなどの取り組みが必要です。

平成24年10月「日本で最も美しい村」連合に加盟認定されたことを契機として、これまでとは違う“新しい農山村の生き方”がアピールできるような取り組みが期待されます。



日本の棚田百選 うへ山

5 観光協会組織

合併前から引き継がれている旧町ごとの香住観光協会、香美町村岡観光協会、小代観光協会はいずれも財政基盤が弱く、後継者難や高齢化などにより会員の減少が進んでいます。協会ごとに観光振興への取り組み内容や会員との関わり方、会費負担にも違いがあります。これらの諸課題について検討するとともに、今後香美町全体の観光振興を進める上でどのような体制が最も有効なのか、そのあり方を模索していく必要があります。

■第3章 香美町観光振興の基本方向

1 基本方針

余暇の過ごし方やレジャー志向の変化を的確にとらえ、山陰海岸ジオパーク世界ネットワーク加盟認定などのチャンスを生かし、但馬牛や松葉がになど第一級食材と豊かな自然など「香美町の宝資源」の価値を発揮させ、町民だれもが“誇りに思える観光地”づくりを目指します。

(香美町総合計画 後期基本計画「まちづくりの基本方針」より)

2 計画の目標像

「海の幸、山の幸 “日本一食材” が輝く観光のまちづくり」

3 主要アクションプラン

- (1) 「香美町の価値」PR展開
～ かにの本場、スキーのメッカ、但馬牛の原産地 ～
- (2) 但馬牛・かに等 「日本一食材」の活用
～ 年中どこでも食べられる町に ～
- (3) 「山と海」宝資源の活用
～ 資源の魅力アップ、新鮮な発見のある町に ～
- (4) もてなしの観光地づくり
～ また来たいと感じられる町に ～
- (5) 観光振興の体制整備
～ 3者の役割分担と目標の共有 ～



4 指標（数値目標）

香美町観光振興計画の目標像を達成するため、主要アクションプランを実施することにより達成すべき数値目標を掲げます。

指標名	基準年次 平成23年度(実績)	目標年次 平成34年度
観光入込者数	1, 3 9 3 千人	1, 5 5 0 千人 (111.3%)
うち宿泊者数	3 5 2 千人	4 0 0 千人 (113.6%)

■第4章 主要アクションプラン

1 「香美町の価値」PR展開

～かにの本場、スキーのメッカ、但馬牛の原産地～

市場調査の結果で「香美町を知らない」という回答が全体の46%、特に20歳代では60%余りを占め、町の名前自体が知られていないことが分かりました。旧香住町は「かにの本場」「漁業の町」で有名であり旧村岡町・旧美方町は「ハチ北スキー場のある町」「但馬牛の原産地」として有名でしたが、平成17年に合併し香美町となってからはそれらの観光資源と現在の「香美町」とが一致して認識されず、せっかくの素晴らしい資源やこれまで積み上げてきた実績がストレートに評価、理解されていません。

この状況を変えるためには、まず「香美町はどこにあるのか」「どんな町なのか」「何があるのか」を強力にPRしていく必要があります。個々の観光資源のPRに併せて「香美町！」を印象付けることが最重要課題です。

(1)「香美町！」のイメージづくり

市場調査で「香美町のイメージ」としてあげられたものは、「松葉ガニや香住がに、活イカなど海産物が美味しい(79%)」、「山と海と川がある雄大な自然に恵まれている(78%)」、「但馬牛や米など食材が美味しい(76%)」「スキー場がありスノースポーツが楽しめる(65%)」という回答が高い結果となっています。香美町には、かに、但馬牛など日本でも第一級の高級食材のほか関西随一のスキー場や美しい山・川・海など素晴らしい観光資源があり、市場調査でもほぼそのように評価されていますが、問題はそれをどう観光入込みに繋げていくかです。

ウェブサイトを始め大量の情報が氾濫する中で「香美町」を認知してもらうために重要なことは、①ターゲットを絞り込むこと、②情報媒体を的確に選択すること、③タイムリーに思いきった手法で実施すること、④継続して行うことです。これまでの観光PRはパンフレットの配布や新聞・テレビ・ラジオ等による“広く浅い”情報提供のきらいがありましたが、今後はより具体的に直接都市住民（お客様）に訴える手法を用いて行う必要があります。

その対象範囲はこれまでから京阪神エリア全般でしたが、今後は大阪をメインターゲットに集中展開し、関西における「香美町」の存在感を獲得していかなければなりません。

香美町が提携している3友好姉妹都市（大阪府吹田市、門真市、兵庫県尼崎市）はいずれも関西の大都市であり、その絆を最大限に生かす必要があります。お互いにメリットのある“親戚づきあい”を深めるとともに、一層の連携強化を進めます。

現在約350名を擁する香美町観光大使を通しての情報発信やきめ細かな交流を深めながらしっかりとした固定ファン（応援団）をつくるほか、中国、四国、東海などより広いエリアまで情報発信することとします。

① 直接PR手法

- ・デジタルサイネージ（京阪神主要駅など）、都市大型電光板などでのPR
- ・特急バス、公用車ラッピングなど「走る広告」活動
- ・旅行雑誌の特徴を捉えた広告掲載
- ・ウェブサイトの活用
- ・JR駅や街頭でのキャンペーン活動

② 間接PR手法

- ・旅行業やマスコミなど観光関係者コンベンションイベントの開催
- ・映画ロケ地、テレビドラマ・番組誘致への働きかけ
- ・「かに町」「スキー町」など「観光PR目的の町名」宣言の検討

③ 3姉妹都市との連携

- ・モニターツアーの実施
- ・物産市や市民まつりなどへのイベント出展

④ 観光大使との連携

- ・香美町現地交流会の開催

⑤ アンテナショップの活用

⑥ PRキャラクターの活用（ジオンくん、かすみちゃん、但馬牛太郎等）

- ・HP掲載、PRグッズ製作等による話題づくり
- ・田舎のよさのアピール、物語性のあるメッセージ



デジタルサイネージ広告



都市部でのイベント出展



町ジオパークPRキャラクター
ジオンくん

（２）「感動に出会える香美町」のイベント展開

市場調査では、香美町のイベントで「興味がある」「やや興味がある」を合わせた数値が高いものから順に「但馬牛食まつり（83%）」「道の駅グルメ街道ツアー（75%）」「かに場まつり（74%）」「香住海上花火大会（65%）」があげられています。

イベントは、人々に驚きや感動を与えるとともに、参加する楽しさ、挑戦する達成感をもたらし、特産物のサービス提供などを通じてお客様に満足感も与えます。一時的にでも香美町に来ていただくことで地域に賑わいが生まれ、町のイメージアップを図るうえでもその効果は大



香美町海の祭典 香住ふるさとまつり 海上花火大会

きなものがあります。特に「かすみかに場まつり」や「但馬牛食まつり」などは“美味しいものがある町”のシンボリックなイベントであり、今後より魅力的で満足感のある内容にしていかなければなりません。

現在町内では色々な団体により年間を通して様々な観光イベントが行われています。規模や目的も様々で歴史もありいずれも大切なものですが、改めてこれらを点検しお客様のニーズ・興味度に合わせて選択・集中・刷新・充実していくことが求められます。マンネリ化傾向にあるイベントは思いきって整理することも必要です。

一方で、イベント実施による費用対効果も十分に検証する必要があります。参加人数の多い少ないだけでなく、お土産や宿泊など地元消費やリピーターにつながる仕組みづくりも必要です。

また関係団体の会員減少等によりイベントスタッフの確保が難しくなりつつある中で、スタート時の目的や現時点での開催意義などを確認し、関係者が自主的・意欲的に携わる体制づくりが必要です。

今後とも、主催者団体の積極的なイベント実施を支援し「動きのある元気な香美町」をアピールしていくこととします。



香美町山の祭典 但馬牛食まつり

○現在開催されている主な観光関係イベント

- | | |
|------------|--|
| ＜大型イベント＞ | 香住ふるさとまつり（海上花火） |
| ＜食イベント＞ | 香住ガニまつり、かに場まつり、
初せりまつり、かに感謝祭、
但馬牛食まつり、いかソーメン大会 |
| ＜スポーツイベント＞ | マラソン大会、トレイルレース、ウォーキング、
スキーフェスティバル、モーグル大会、雪合戦大会、
山陰オープンゲートボール、但馬カップヨットレース |
| ＜農山漁村体験＞ | 棚田収穫体験、地引網体験、わかめまつり |
| ＜季節・植物＞ | ざぜんそうまつり |
| ＜伝統行事＞ | 三川権現まつり |
| ＜道の駅イベント＞ | 収穫祭、特産品ミニイベント |

2 但馬牛・かに等 「日本一食材」の活用

～ 年中どこでも食べられる町に ～

観光のスタイルは時代とともに大きく変わってきました。かつては、夏は海水浴、冬はスキー、有名な神社仏閣を巡り自然の景勝地を訪れる、いわゆる「物見遊山」的な旅行が主流でしたが、今日の旅行目的の一番は「美味しいものを食べて温泉などでゆっくりとした時間を過ごす」ことが主流だといわれています。これまで観光における「食」はサブ的な要素でしたが、今では「美味しいものを食べる」こと自体が旅行の主目的になっています。

市場調査でも香美町への観光目的の一番は「冬にカニを食べる目的での旅行」で、興味があるイベントもカニや但馬牛などの「食」に関するものです。香美町の観光振興を図るうえでこれらの「日本一食材」をより前面に打ち出し、お客様に食べに来ていただく、泊まって食べていただく、買ってもらうことが重要なポイントです。

特に、市場調査の結果によると、松葉ガニの興味度 79%に比べても但馬牛の興味度は 86%とさらに高く、その活用が大きな鍵を握っています。

(1) 食べられる体制づくり

松葉ガニや新鮮な魚介類については香住区内の旅館民宿で提供される体制が整い海産物販売店も多数ありますが、村岡区・小代区においては本物の美味しい但馬牛を食べられる体制が十分ではありません。香美町は和牛繁殖地域としての長い歴史の中で「但馬牛の原産地」として名声を博し、近年では一貫経営・肥育農家も育ちつつあり、新しい食事処の創出が求められます。

また香美町には、村岡米を始めとする特別栽培米やすっぱん、チョウザメ、あゆ、山菜など多くの優れた食材があります。これら「本物の食」の価値を最大限に生かし、ここでしか食べられない、現場で食べるから美味しい、という仕組みづくりを進めていく必要があります。

① 食事処、土産物販売店

- ・ 香住区：旅館民宿等での新鮮な「海の幸」提供、競合他地域との差別化
- ・ 村岡区、小代区：スキー場民宿等での但馬牛料理の提供、食事処づくり（牛鍋屋のイメージ）、道の駅等でのバーベキューなど



但馬牛



活イカ料理

② 食メニュー開発

- ・「かにすき発祥の地」としての魅力アップ、若者向けの工夫
- ・香住かれいの刺身等、提供方法の研究
- ・牛鍋、牛しゃぶ、但馬牛フルコース、安価な部位を利用した但馬牛料理の創出
- ・B級グルメ、S級グルメ、ファーストフィッシュ、スイーツ（海藻など）
- ・郷土グルメ開発研究組織づくり

③ 海と山の連携

- ・食材の相互流通（山の幸・海の幸のタイアップ）、調理方法の相互習得

④ 加工食品、土産物

- ・水産加工品、農産加工品、地酒、燻製、へしこ、とちもち、味噌、美方大納言、二十世紀梨ほか

⑤ 道の駅連携

- ・グルメ街道ルート化、連携ツアー造成、4駅共同「食」イベント



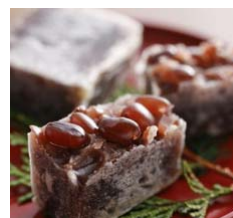
村岡米



すっぽん料理



二十世紀梨



美方大納言小豆加工品

（２）食材の地域内生産・流通、地域内消費（経済循環）

日本を代表する高級食材を観光振興に生かすためには、当然地域内での生産供給体制が整っていないとできません。しかし、農業・畜産業・水産業を取り巻く情勢は年々厳しさが深まり、漁業者、農業や畜産農家の後継者不足、漁獲量の減少など大きな課題があります。地域全体の産業振興を考えると、まず需要を増やすことが求められます。「日本一食材」を生かした観光振興、需要拡大が生産側の振興にもつながっていくような相互が好循環する仕組みを作ることが重要です。

① 着地型回遊の仕掛け

- ・「食材」生産地での、観る・泊まる・食べる・買う（お土産）仕組みづくり
- ・「かにの本場」「但馬牛の原産地」生産現場らしい町全体の雰囲気づくり

② 加工品材料等の地元調達

- ・農産物、水産物加工品の原料の地域内生産
- ・地元加工組織づくり
- ・香美町ブランドの設定

③ 地域内相互連携（支援）の仕組みづくり

- ・町内産業振興協議会、実践ワークショップ組織の設置



松葉ガニのセリの様子

3 「山と海」宝資源の活用

～資源の魅力アップ、新鮮な発見のある町に～

香美町には、雄大な山々、清流矢田川、美しい日本海があり、各地に温泉が湧出し冬季にはスキー・スノーボードが楽しめ、四季折々に美しい植物が花を咲かせる。悠久の歴史を感じさせる神社仏閣、史跡もあります。「日本一食材」も含め県下でもこれだけ多くの素晴らしい資源を持つ町はありません。市場調査の結果においても、美しい夕日や棚田など、認知度は低いものの興味度が高い資源もたくさんあります。

これらを包含する形で町の風土が育んだ資源を生かす共通テーマとして“大地まるごと博物館”山陰海岸ジオパークが平成22年世界ジオパークネットワークに加盟認定となり、以来観光振興の柱として位置けてきました。「食のジオ」と合わせて大自然のジオの恵みを生かし、年間を通した賑わいのある観光地づくりを進めなければなりません。

町内の「宝」資源を再度見直し、「山と海」で連携させながら香美町全体で観光振興を図ることとします。

(1) 山陰海岸世界ジオパークを核とした町づくり

平成26年度には4年に一度の山陰海岸ジオパークの世界ネットワークの認定審査が行われます。香美町では加盟認定以来、ジオサイトの整備やジオパークマスター、ガイド養成などを進めてきましたが、ジオパークの概念はまだ十分に浸透しているとはいえません。山陰海岸国立公園や氷ノ山後山那岐山国定公園など素晴らしい自然環境の保護保全と地域振興や教育に生かすジオパーク活動の普及を進めながら、今後「山のジオ」「海のジオ」「食のジオ」など地域に賦存する多くの資源を生かし、山陰海岸ジオパーク事業の推進を柱に観光振興を進めます。



今子浦海岸

- ① ジオパークマスター、ガイドの養成
- ② 兵庫県立人と自然の博物館主催「ひとはくジオセミナー」等を通した普及啓発
- ③ 点在するジオサイトの整備、連携ルート化
- ④ ジオパーク拠点「海の文化館」のリニューアル



町内のジオサイト

（２）新しい見所、集客拠点づくり

これまでから活用してきた観光資源の可能性を探り、個々の魅力を引き出し組み合わせながら新たな観光拠点づくりを進めます。

- ① 香住東港エリアの活用（海の文化館、海釣り、遊覧船、朝市等）
- ② 今子浦エリアの活用（今子浦海岸、大引の鼻、夕日百選、国民宿舎等）
- ③ 余部エリアの活用（余部橋梁、空の駅、道の駅、鉄道近代化遺産等）
- ④ 猿尾滝の活用（国道から至近の滝百選）
- ⑤ 味取の俵石の活用（香住区～村岡区を結ぶジオサイト）
- ⑥ 吉滝・久須部エリアの活用（山のジオ素材が集約：放牧場、滝、溪谷、棚田、キャンプ場等）

（３）冬季レジャーの新規需要創出

“関西のスキーのメッカ”である村岡区、小代区の観光をけん引してきたスキー場については、若者のスキー離れ等により入込数が伸び悩んでいます。あらためて関西No.1の優れた雪質をアピールし、若者層へのスノースポーツ参入を促進する仕掛けづくりや雪山の自然を生かした新しいレジャーの創出を進めます。

- ① 雪マジ19プロジェクト（優れた雪質、冬はやっぱりスキー・スノーボード）
- ② 子供やファミリーで楽しめる雪の遊園地
- ③ 山スキー、ノルディックスキー、スノーシュー、雪山遊び



スノーシュー体験

（４）氷ノ山山系の広域利用

西日本を代表する山岳地帯 氷ノ山山系は山頂が兵庫県・鳥取県の境界となっているため、その価値が広域的に生かされていません。近年、トレイルランニングレースが開催されコース整備も進んでおり、標高 1,000m級の雄大な自然散策ルートとしての活用が必要です。兎和野高原野外教育センター及び世界的な冒険教育機関（日本アウトワード・バウンドスクール：OBS）の自然体験プログラムを活用した野外活動など、四季を通じた山岳エリアの利用を進めます。



ツリーイング体験

- ① トレイルコース整備、山歩き、自然体験プログラム
- ② 瀧川平一帯（ハチ北高原、兎和野高原、但馬高原植物園）、美方高原、スキー場の夏山利用（但馬牛放牧場、高原の花園など）、祖大池公園（湖畔のコテージ村）
- ③ 新温泉町、鳥取県若桜町等との連携

（５）日本で最も美しい村：小代

全国の和牛改良の礎となった名牛田尻号の産地小代区では、平成２４年に「日本で最も美しい村連合」に加盟認定されました。これは但馬牛の原産地であることや美しい棚田景観の保全、残酷マラソン大会など区をあげての地域づくりが高く評価された結果です。観光振興の枠を超えた地域自治の復興運動としての新しい取り組みに期待が寄せられています。



みかた残酷マラソン全国大会

（６）新しい仕掛けづくり

地域資源の新たな活かし方を研究するとともに、様々な要素を連携・パッケージ化することにより相乗効果が今以上に高まる資源があります。切り口を変えた魅力づくりを進めます。

- ① ジオカヌー等の普及と安全確保技術の習得
- ② スキー場の夏場活用のための但馬牛観光牧場
- ③ 特徴ある泉質を生かした温泉施設の活用と、健康志向を背景とした温泉湯治（長期滞在）の仕組みづくり
- ④ “本来の海”の魅力アップ（海水浴・海釣り・磯遊び・遊覧船、海岸美化、競合他地域との差別化）
- ⑤ “本来の山”の魅力アップ（ハイキング、キャンプ）
- ⑥ 類似資源の組合せルート化（温泉めぐり、滝渓谷めぐり、巨木めぐり、棚田めぐり、名水めぐり、植物観察）
- ⑦ 日本百選の活用（夕陽百選、滝百選、棚田百選、名水百選）
- ⑧ 秘境の発掘（小代渓谷、瀨川渓谷、溪流釣り）
- ⑨ 四季の草花、植物、樹木の活用（観賞有用植物、高原植生、希少群落）
- ⑩ 町並み景観整備（森：大乘寺門前町、訓谷：落ち着いた漁村、鎧：穏やかな漁港、村岡：山名城下町、古民家再生利用）
- ⑪ 歴史資源と史跡の活用（大乘寺、平家落人の里、村岡山名城下町、古代体験の森、古墳群、住居址、神社仏閣）
- ⑫ 造酒屋（製造現場）や漁港（競り市）等の見学



但馬牛の放牧



香住海岸の夕陽



小代渓谷



温泉



ざぜんそう



平家無

(7)「道の駅」の活性化と広域連携

香美町内の4道の駅（村岡ファームガーデン・ハチ北・あゆの里矢田川・あまるべ）はそれぞれ指定管理者によりドライバーの休憩オアシスとして運営されています。

各駅では地域の特色ある食事や見所を持ち、季節にあわせてミニイベントも開催され、町のPRや特産品販売の拠点ともなっています。観光客のマイカー利用が増加する中で今後「道の駅」の役割も大きくなります。町内4駅の連携及び但馬内の道の駅と連携した一層の魅力づくりを進めます。

- ① 但馬道の駅ネットワーク協議会への参画
- ② 但馬道の駅グルメ街道の推進、ツアーの造成



農産物直売所



町内道の駅の取り組み

(8) 快適な観光空間づくり（公共基盤）

お客様が気持ちよく訪れ快適に町内を回遊できるようにするには、様々な公共的基盤の整備が不可欠です。観光地への案内表示を始めきれいな公衆トイレなどは観光地の評価を大きく左右します。

市場調査の中で「香美町に行きたいと思えない理由」の中に、「冬季積雪期のアクセスへの不安」「道路が未整備で遠いイメージ」などがあげられています。現在の観光客の交通手段は約70%がマイカー利用だといわれていますが、高齢化や自動車運転免許を取得する若者が減少傾向にある中で、公共交通の確保は重要な課題です。

一方、高齢化が進展する中で、今後シルバー層や小さな子供連れにもやさしい観光地づくりが必要です。

- ① アクセス：広域高速交通網の整備促進
- ② 公共交通：JRへのダイヤ・運行改善要請、特急路線バス・定期ツアーバスの運行、町内移動手段（バス、タクシー）の確保
- ③ 公共施設：観光地へのアクセス道路整備、公衆トイレの整備、案内看板の改善・外国語表記、バリアフリー化、JR5駅の整備要請、駅前の賑わいづくり

4 もてなしの観光地づくり

～また来たいと感じられる町に～

市場調査の中で、香美町に来て「良かった」という回答は高い順に「かにすき旅館民宿（55%）」「余部橋梁（51%）」「海産物の土産物店（46%）」「海岸の夕日（45%）」と続いています。自然の美しい景観に感動する一方で、やはり満足度を高めるのは人と人の楽しいふれあい、温かいもてなしの心です。香住のかに民宿旅館は城崎温泉等に比べ少し地味なイメージもありますが、その施設水準や温かいもてなしの評価は全国的にも高いレベルにあります。また村岡区・小代区のスキー旅館民宿においても、家庭的で素朴なもてなしに根強い人気があります。

近年、高速交通道路網の整備が進められ京阪神圏との時間距離が縮まる一方で、日帰り客が増加し宿泊率は低下傾向にあります。道路網が未整備であった昭和50年代には約50%程度あったスキー客の宿泊率も今日では20%程度の状況にあり、今後さらに低下することが懸念されています。「かにすきで宿泊する」スタイルと同様に、「但馬牛料理と温泉でゆっくり滞在する」ようなスタイルを作っていく必要があります。夏場の保養、温泉湯治のほか、イベントの内容も連泊を必要とするような魅力づけも必要です。

さらに重要なことはリピーター作りです。サービスや料理の良さ、料金の安さなどリピーターに繋がる要素は色々考えられますが、結局は“観光地としてのステイタス”を確立する必要があります。「かにの本場香住に行ってきたよ!」「ハチ北の北壁を滑ってきたよ!」と自慢して言ってもらえるような、総合的なレベルアップを目指さなければなりません。それが宿泊率や客単価を上げリピーターを生むことにつながります。

お客様は、観光地で楽しむため「どこに何があるか」「どこで食べられるか」等の情報を欲しがっています。観光関係者だけでなく町中の人々が優しく案内したり挨拶したりする「こころ温まる観光地」づくりが求められます。

（1）失ってはならないもの

香美町はいわば“但馬の田舎まち”ですが、都会にはない落ち着いた土地柄や温かい人柄があります。観光客は普段そのままの素朴な対応に新鮮さを感じます。それこそが香美町の最大の観光資源であり、都市住民（お客様）はそれを田舎（香美町）に求めています。この土地に育まれた美しい風土、穏やかなやさしさ、田舎の誇りを大切にしなければなりません。

- ① 人を癒すやさしさ（ホスピタリティー）
- ② 素朴な田舎の生活スタイル
- ③ アナログ的な手づくり感、土がついたままの素材感
- ④ 人と人の温かな対話
- ⑤ ゆったりとした時間の流れ

(2) 滞在スタイルづくりと条件整備

市場調査によると「香美町への旅行のスタイル」は、「香美町が目的の宿泊旅行（46%）」「香美町が目的の日帰り旅行（37%）」が多く、「他のエリアに宿泊（18%）」「他のエリアが目的の日帰り（10%）」は少なくなっています。香美町が目的地として旅行の動機となっており、通過点の立ち寄り観光地ではないという評価を得ています。今後は単一目的での来訪にとどまらず四季を通して再々訪れ宿泊滞在していただける、年中賑わうような仕掛けと工夫が必要です。

- ① 学生合宿の導入、海と山が連携した自然学校の受入プログラム化
- ② 連泊イベント、連泊スポーツ大会等の導入
- ③ 温泉湯治など低料金での中長期滞在の導入
- ④ 春夏秋冬、四季折々の自然や花（植物）、郷土料理が楽しめる仕掛け
- ⑤ 一年を通した農作業・収穫体験プログラム
- ⑥ 旅館民宿の施設、料理、もてなし「満足度」の全体レベルアップ、格差解消
- ⑦ 「おもてなし研修会」の開催



地引き網体験

(3) ふるさと体験メニューと人材づくり

近年の観光スタイルで求められているのが「体験」です。稲刈りや地引網、そば打ちや干しスルメ作り、木工細工や古代体験など初めての挑戦に感動や喜びが広がります。その際に必要な指導スタッフの確保が課題となっています。高齢者の生きがいや社会参加の場づくりも兼ねて、町内で人材バンク的に養成・派遣する仕組みづくりを進める必要があります。

- ① 体験指導スタッフ養成と連携ネットワーク化
- ② 観光案内人、ボランティアガイド、語り部等の養成



ジオガイド養成講座

5 観光振興の体制整備

～3者の役割分担と目標の共有～

香美町には素晴らしい資源が豊富にあります。しかし、地域内の連携はまだまだ十分でなく、せっかくの「宝資源」の価値が100%発揮されていません。香美町全体の観光関係者がコミュニケーションを深め、海と山、人と人を連携させ、異業種も含め町民誰もが協働する気風を醸成していかなければなりません。

今後、観光振興を進めるうえで、

- ・観光関係者＝旅館民宿、土産物店など観光客と直接関わるサービス業を営む
- ・観光協会＝観光関係者に共通の利便・利益がある業務を行う
- ・行政＝観光関係者及び観光協会の行う業務を支援する

という3者それぞれの役割を確認し、お客様のニーズを的確に捉えながら目標を設定し取り組みの方向性を同じくすれば、香美町の観光は必ず伸びていくこととなります。

(1) マーケティング調査等

- ① お客様本位的的確なニーズ把握
- ② 町内の状況把握

(2) 観光振興計画づくり

- ① 目標、方向性の共有（香美町オールの観光戦略）
- ② 観光関係者同士のコミュニケーション

(3) 郷土愛に満ちた人材育成

- ① 高い志、攻めの姿勢 → 関西を代表する「観光の町」にしよう！
- ② 後継者育成、ふるさと教育
 - ・子供たちに誇りを育む「ふるさと教育」「体験学習」の推進
 - ・自然保護・美化活動、意識啓発、自然科学学習の推進

(4) 推進体制づくり

- ① 3区観光協会の財政基盤確立、香美町観光連絡協議会の活性化
- ② 将来的な3区観光協会のあり方の検討
- ③ 官民の役割分担（住民主体性）
- ④ 異業種間交流、産業団体の垣根を超えた協働による推進
- ⑤ 広域的組織との連携

○香美町観光振興計画 策定の経過

1 策定組織（香美町観光連絡協議会役員名簿）

職 名	氏 名	所属・役職	備 考
会 長	清 水 浩 仁	香住観光協会会長	
副会長	西 村 吉 雄	香美町村岡観光協会会長	
副会長	田 野 眞 吉	小代観光協会会長	
理 事	秋 山 四 郎	香住観光協会副会長	
理 事	橘 秀 夫	香住観光協会副会長	
理 事	西 村 伸 一	香美町村岡観光協会副会長	
理 事	田 野 公 大	小代観光協会副会長	
監 事	西 谷 尚	香美町村岡観光協会副会長	
監 事	松 田 宏 治	小代観光協会副会長	

2 策定会議

- ・第1回 平成24年 8月 2日（計画策定業務の概要について）
- ・第2回 8月31日（計画の柱について）
- ・第3回 11月 8日（市場調査の実施方法について）
- ・第4回 11月27日（関係者との懇話会）
- ・第5回 12月11日（市場調査の結果報告について）
- ・第6回 平成25年 2月 6日（計画骨子について）
- ・第7回 2月25日（計画案について）
- ・第8回 3月22日（最終確認について）



香美町観光振興計画

平成 25 年 3 月

〒669-6592

兵庫県美方郡香美町香住区香住 870-1

香美町観光商工課

(香美町観光連絡協議会事務局)

電話 : 0796-36-3355

FAX : 0796-36-3809