

### 歴史的資源を活用した観光まちづくりについて

本事業における歴史的資源を活用した観光まちづくりとは、以下のとおりとする。

#### I. 歴史的資源を活用した観光まちづくりとは

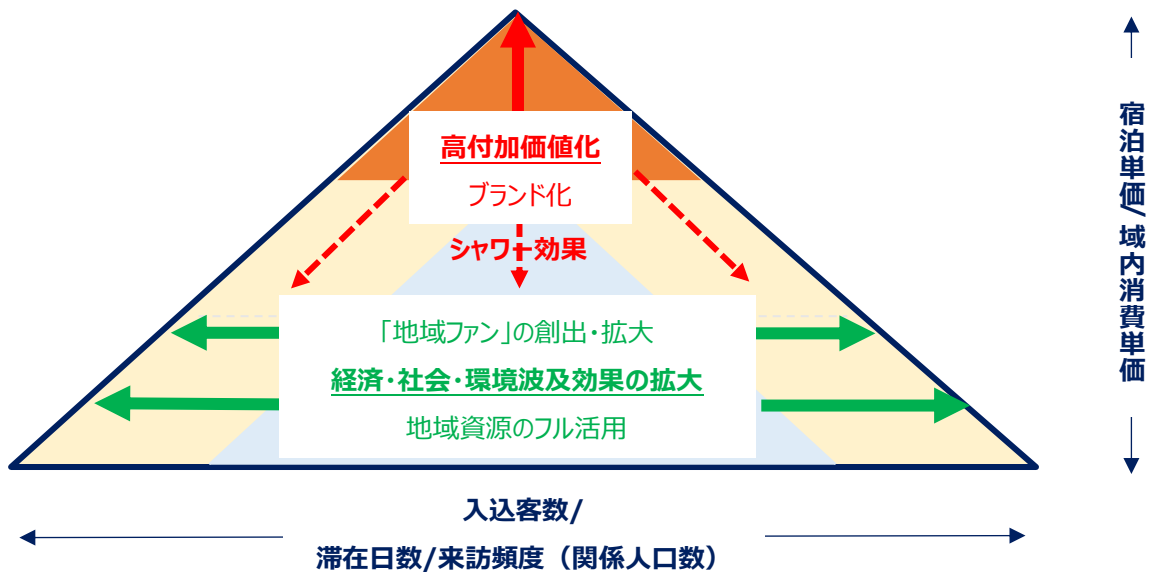
- 農山漁村を含めた地方に広く存在する古民家等の歴史的資源を活用することで、観光を契機にした地方創生を推進し、まちづくりに寄与する取組。
- 地域に眠る資産である古民家等の歴史的建築物を活用した一棟貸し含む分散型宿泊施設等を中心に、カフェやレストランなど地域再生の核となる観光資源として面的に活用、再生する取組。

#### II. 歴史的資源を活用した観光まちづくりモデル地域の考え方

##### 「歴史的資源を活用した観光まちづくりの高付加価値化及び経済・社会波及効果拡大」

- 歴史的資源を中核に域内の宝(城や重要文化財等)を含む地域資源をフルに活用し、地域の高付加価値化・ブランド化を推進。
- 地域マネジメント体制を構築し、ヒトの循環(ファン/関係人口化)・カネの循環(地域経済循環/域内生産額向上)を生むエコシステムを構築。
- 結果、旅行者一人あたりの宿泊単価及び域内消費額の向上をもたらすとともに、入込客数及び滞在日数の増加を図る。地域の体験価値(コアバリュー)を高め、中長期的には、来訪頻度・関係人口数の増加を目指すもの。

<高付加価値化及び経済・社会波及効果拡大(地域経営による域内生産額の向上)>



＜モデル地域における必要施策の方向性＞

### ① 域内全体のマネジメントを担う地域経営体制<sup>1</sup>

- ・自治体の基本計画を基にした観光まちづくり・事業計画の策定、実行
- ・地域金融機関・ファンド等からの更なる資金調達及び事業・収入の多角化による投資・投資回収・再投資のサイクルの迅速化
- ・地域全体のサービス・クオリティマネジメント機能の実装
- ・高付加価値旅行者の販路開拓・認知獲得、マーケティング・CRM 等による体験価値の向上及び収益（LTV<sup>2</sup>等）の最大化

### ② 地域の宝を活用した地域の高付加価値化・ブランド化

- ・地域の宝である城・社寺等歴史的資源、自然、伝統文化・工芸の保存と高付加価値活用
- ・地域資源の潜在価値を生かした面的な宿泊・滞在施設整備
- ・コアバリューの発掘・磨き上げによる地域ブランドの確立

### ③ 地域経済、社会、環境への波及効果の最大化

- ・地域産業連携を促進し、域内調達率・域内生産額の向上（富・所得を外部に漏らさない）
- ・地域社会への還元（地域ファンの創出・拡大、地域住民の誇りの醸成、関係・移住人口の増加等）
- ・持続可能な歴史・文化の継承、生物多様性や環境への配慮

## II. 本事業採択地域に求める要件

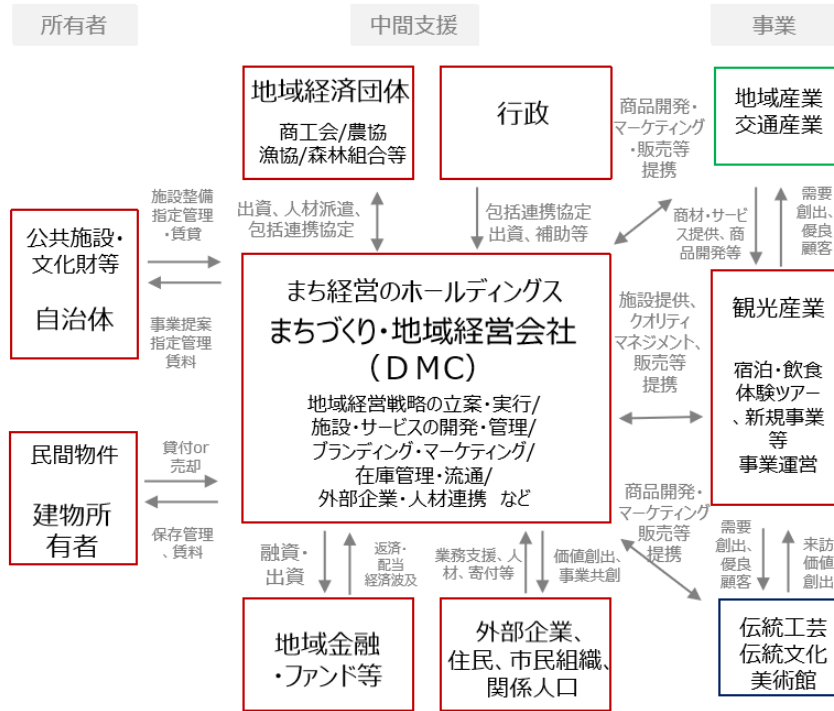
- 地域資源の潜在価値を高めフル活用をすることで、地域の高付加価値化を推進し、地域の経済・社会・環境波及効果拡大に資する取組であるもの。
- 歴史的資源を中心とした地域資源の保存と活用を推進することで、地域に根付く歴史・文化を後世に継承するとともに、地域住民のシビックプライドの醸成を図り、持続可能なまちづくりの創出へ寄与するもの。
- 歴史的資源を中核に地域資源の潜在価値を生かす観光・地域経営体制の確立に向け、主要なステークホルダーの参画を通し、地域の中長期的な開発・発展のため金融・人的資本の機能強化を図るもの。

<sup>1</sup> 地域経営体制：官民連携を基に、地域内における主要なステークホルダー（DMO、DMC（まちづくり会社）、SPC、地域金融機関、地域産業、民間事業者等）がビジョンを共有・役割を分担し、地域を一体で開発することを通し、地域の収益力を高め、持続可能な地域経営を担う体制のことを指す。

<sup>2</sup> LTV：Life Time Value(生涯顧客価値)。地域のファンになった顧客が生涯のうち、地域にどれだけの利益をもたらしたか算出するもの。

※参考：歴史的資源を活用した観光まちづくりのモデル地域イメージ

＜望まれる地域経営体制＞



＜歴史的資源を活用した観光まちづくりにおけるモデル展開イメージ＞

