

田辺市価値創造プロジェクト

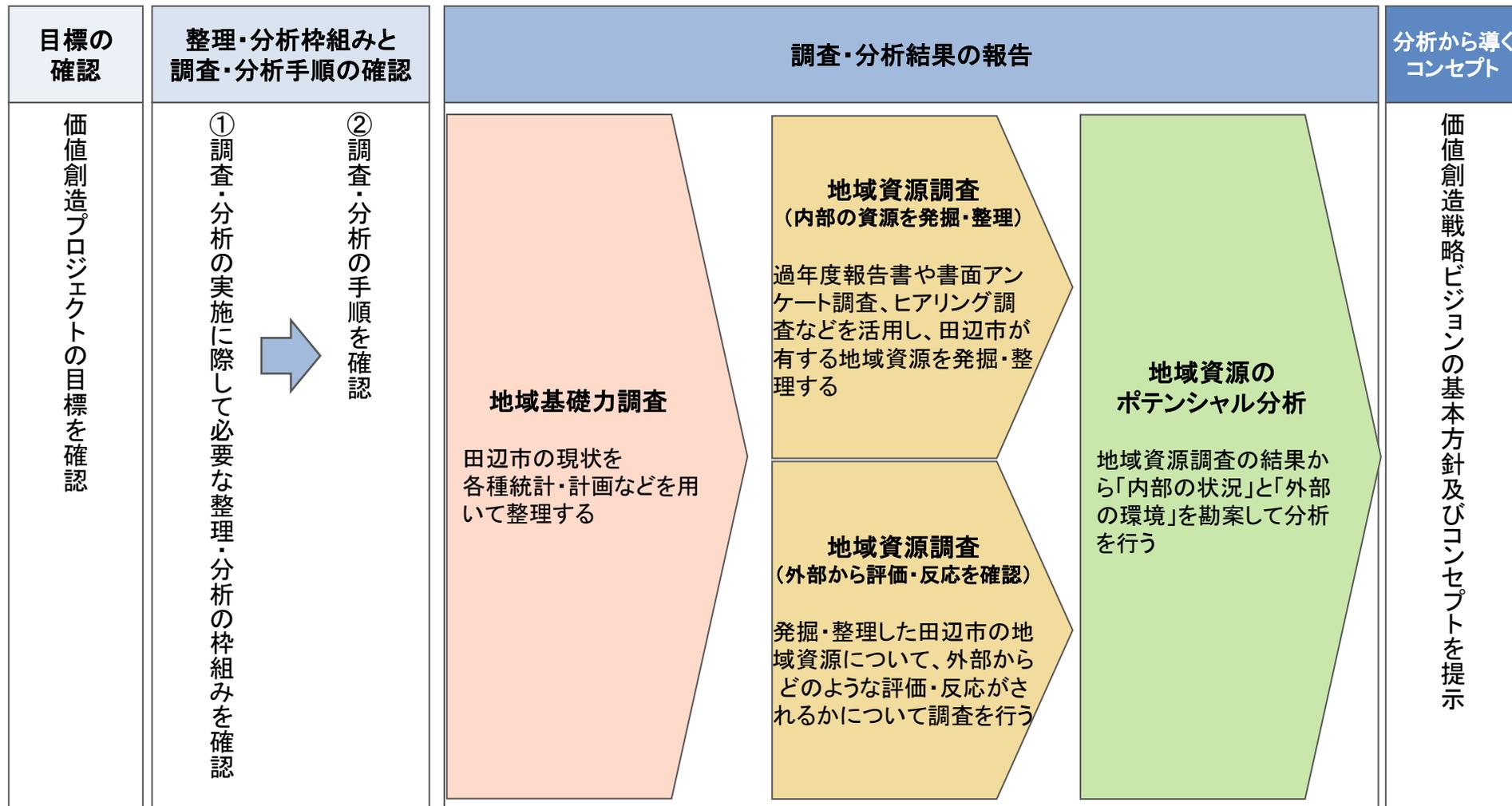
戦略ビジョン(概要版)

目次

I.	本資料の構成	02
II.	価値創造プロジェクトがめざす目標の確認	04
III.	整理・分析枠組みと調査・分析手順の確認	08
IV.	調査・分析結果の報告	11
	IV-1. 地域基礎力調査	12
	IV-2. 地域資源調査	17
	IV-3. ポテンシャルの分析	27
V.	調査・分析から導くコンセプト	38

I.本資料の構成

本資料の構成

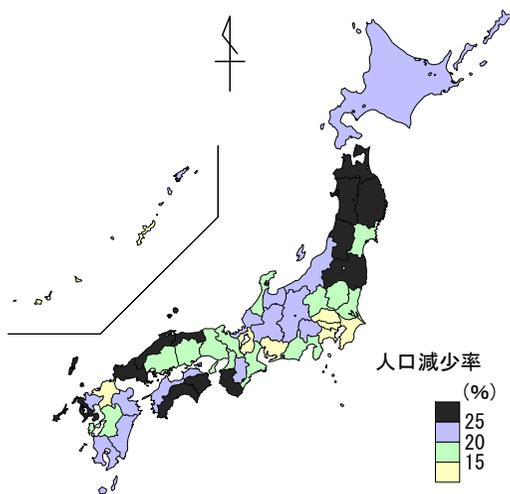


II. 価値創造プロジェクトがめざす目標の確認

田辺市は全国に比べて人口減少率が高く、今後10年で人口が8千人減少する見込み

- 2015年～2025年に約8千人の人口が減少するが、このうち約2千人が子ども(=0～14歳)、約6千人は「生産年齢人口」(=15～64歳)
- 一方、高齢者(=65歳以上)の人口は減少せず、10年後(=2025年)の高齢化率は約35%に達する見込み

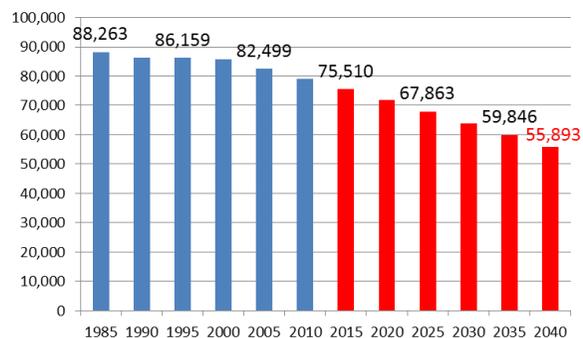
都道府県別の将来人口
(2010年⇒2040年)



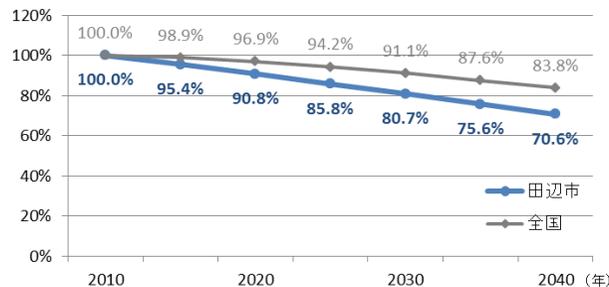
(参考) 全国人口指数ワースト順位

- 1位 秋田県(64.4%)
- 2位 青森県(67.9%)
- ⋮
- 6位 和歌山県(71.8%)

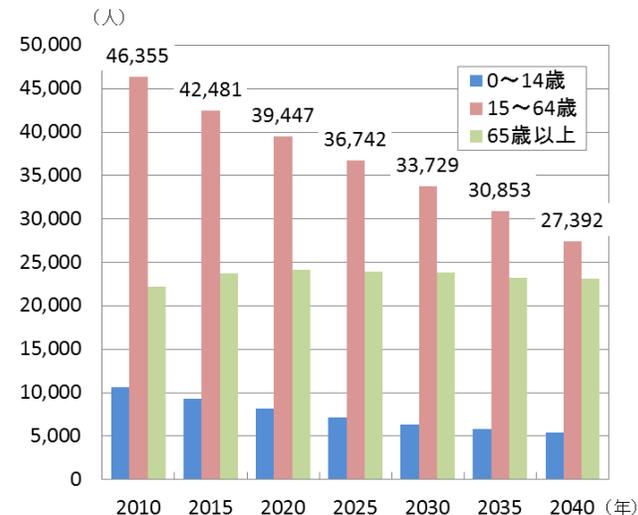
田辺市の人口推移と将来人口



田辺市と全国の人口指数比較



年齢3区分別の将来人口予測



(資料) 総務省「平成22年国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月推計)より作成

田辺市の経済は内需依存型であり、人口減少の影響が直撃する

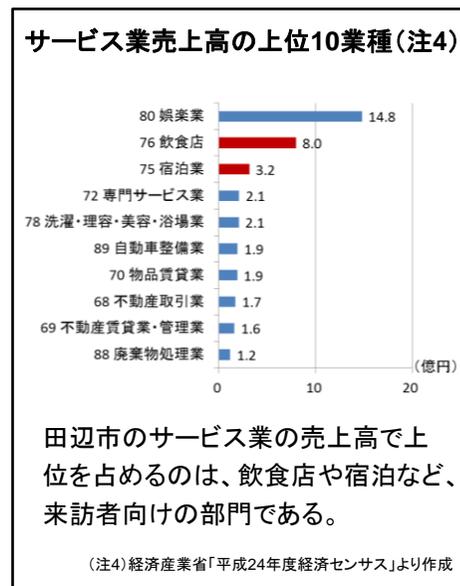
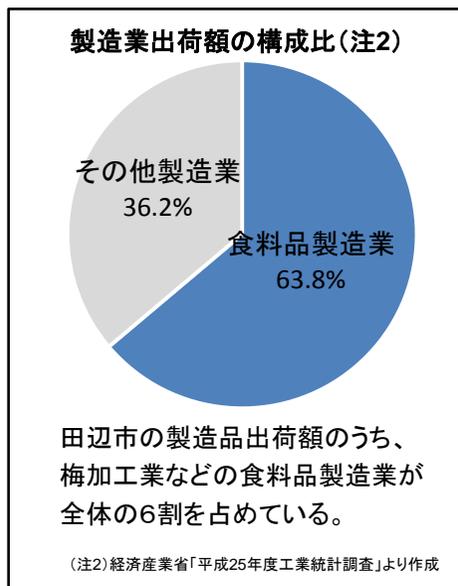
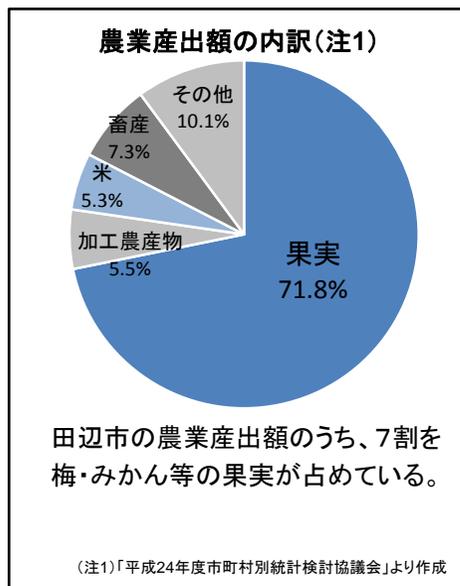
- 田辺市は周辺地域に財・サービスを提供することで地域経済が成り立っており、人口減少は経済規模の縮小に直結する
- 人口減少下でも収益を上げる可能性がある製造業は県全体の構成比の約4分の1の水準にとどまっている

田辺市の市内総生産と構成比(2012年)

産業の特性	地域住民が減少しても、地域外への販路拡大によって稼ごうる産業					地域住民の減少と連動して、規模が縮小していく産業							交流人口で稼ごうる産業			(金額単位: 百万円)
	農業	林業	水産業	鉱業	製造業	建設業	電気・ガス・水道業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	運輸業	情報通信業	サービス業	政府サービス生産者	対家計民間非営利サービス生産者	
田辺市	実額 5,739	631	1,064	101	16,941	19,767	6,255	36,439	11,526	25,768	5,701	7,415	53,952	30,447	5,572	227,318
	構成比 2.5%	0.3%	0.5%	0.0%	7.5%	8.7%	2.8%	16.0%	5.1%	11.3%	2.5%	3.3%	23.7%	13.4%	2.5%	100%
和歌山県	実額 66,750	2,270	7,222	1,128	986,259	199,641	72,296	348,972	143,639	426,495	134,962	100,350	599,919	367,174	79,972	3,484,450
	構成比 1.9%	0.1%	0.2%	0.0%	28.0%	5.7%	2.1%	9.9%	4.1%	12.2%	3.9%	2.9%	17.2%	10.5%	2.3%	100%
(参考) 和歌山市	実額 5,515	57	237	0	562,519	60,305	34,577	161,723	78,805	197,659	56,809	45,540	255,025	165,980	33,571	1,658,323
	構成比 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.9%	3.6%	2.1%	9.8%	4.8%	11.9%	3.4%	2.7%	15.4%	10.0%	2.0%	100%

(注) 県平均よりも3ポイント以上高いものをオレンジ色、3ポイント以上低いものを青色で表記した。

(資料) 和歌山県「平成23年度市町村民経済計算」より作成



(注) 算出方法等が異なるため、「田辺市の市内総生産と構成比(2012年)」および「卸・小売業の上位10業種(注3)」「サービス業の上位10業種(注4)」の金額は一致しない。

価値創造プロジェクトの目標は「地域経済の活性化」と「交流人口の増加」

■田辺市が抱える現状

全国平均を上回る人口減少率

- ・田辺市においては、2010年から2040年までの30年間で約3割の人口が減少する。これは、全国平均を大きく上回る人口減少率となっている。
- ・また、働き手となる「生産年齢人口」(=15~64歳)が大幅に減少し、高齢化が進展する。

内需に依存した経済構造、人口減少の影響が直撃

- ・田辺市は周辺地域に財・サービスを提供することで地域経済が成り立っており、人口減少は経済規模の縮小に直結する。
- ・人口減少下でも収益を上げる可能性がある製造業は県全体の構成比の約4分の1の水準にとどまっている。

■田辺市がめざす目標

交流人口の増加

- ・商品やサービスを提供することにより、地域外から人を呼び込む

地域経済の活性化

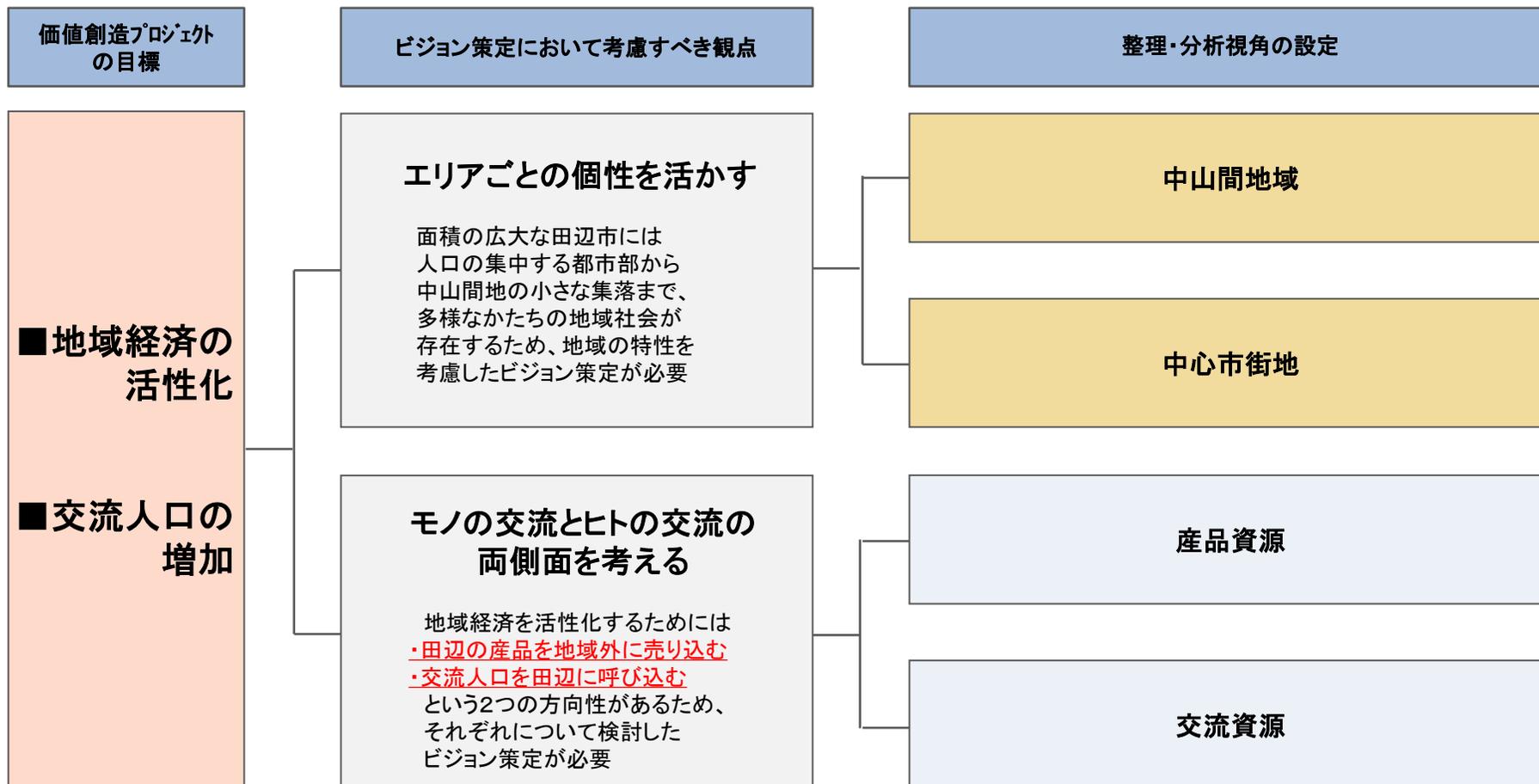
- ・地域外に商品やサービスの売り込みを強化することにより、外貨を獲得する
- ・地域内での経済循環を拡大する

【参考(国の動向)】「まち・ひと・しごと創生本部」について

平成26年9月、政府は内閣官房に「まち・ひと・しごと創生本部」を設立し、いわゆる“地方創生”をスローガンにした総合戦略策定に乗り出した。現時点においては、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の詳細内容については不明であるが、急速に進む人口減少や首都圏に過度に人口集中する現状と、これらに起因して起こる経済規模の縮小や生活水準の低下に対して取り組むことを柱としている。この考え方は今回策定する「田辺市価値創造戦略ビジョン」とまさしく合致するものであり、各地の豊かな文化や個性が存分に発揮され、将来にわたって活力ある日本社会を維持するために、国と地方自治体が一体となり取り組むこととしている。

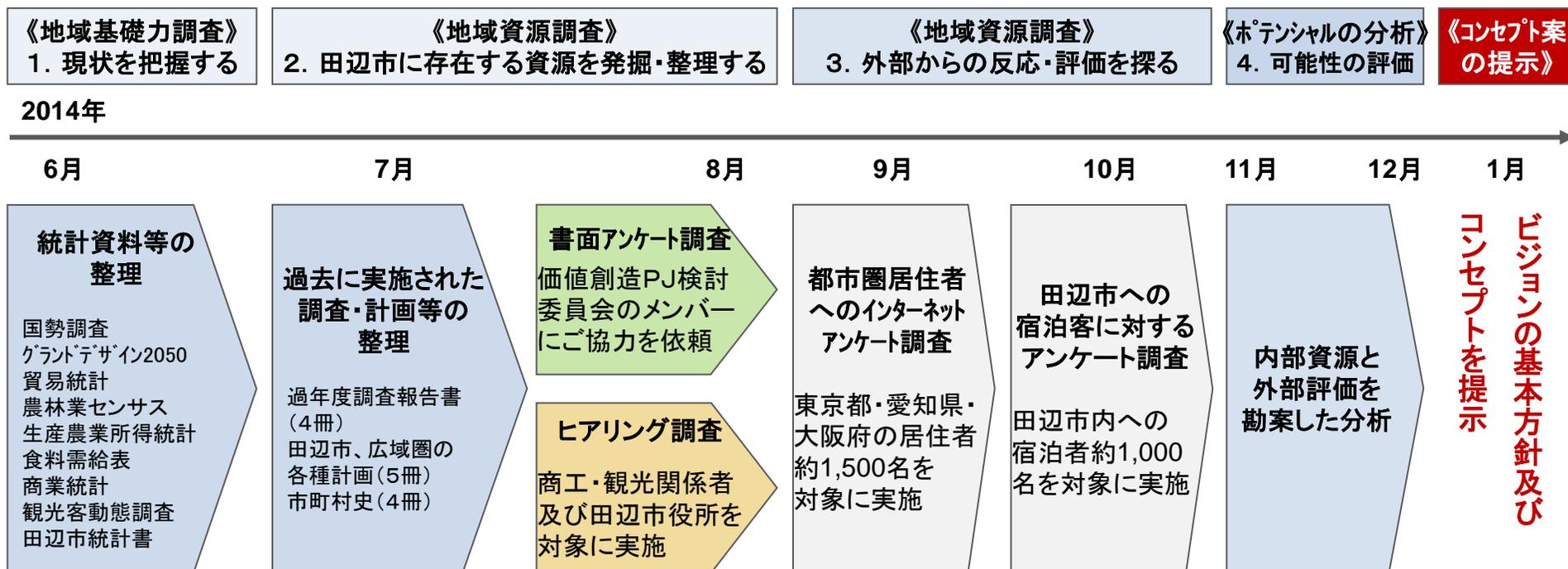
III.整理・分析枠組みと調査・分析手順の確認

価値創造プロジェクトの目標に基づき「2つのエリアと2つのテーマ」という枠組みを設定



調査・分析は、1. 現状把握、2. 内部資源発掘、3. 地域資源に対する外部評価把握、4. ポテンシャル分析 の4ステップで構成

- まずはじめに、各種統計資料より、田辺市が置かれている現状を整理……《地域基礎力調査》
- つぎに、田辺市内部の資源を発掘・整理するため、「過年度調査・計画等の整理」「書面アンケート調査」「ヒアリング調査」の3つを実施……《地域資源調査》
- さらに、外部の評価を知るために、「インターネットアンケート」「宿泊者へのアンケート」の2つを実施……《地域資源調査》
- 以上を踏まえて、田辺市の地域資源が持つ可能性を評価するための分析を実施……《ポテンシャルの分析》



IV.調査・分析結果の報告

IV.調査・分析結果の報告

IV-1.地域基礎力調査

中山間地の現状

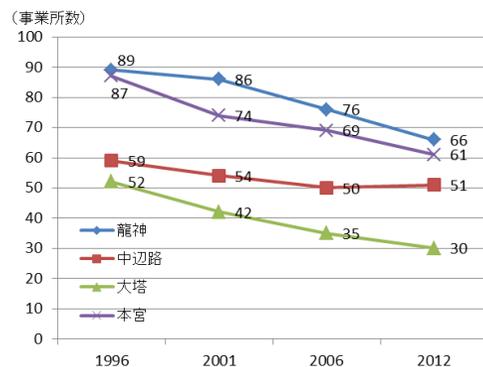
人口減少と共に生活インフラが縮小、中山間地では無人化が予想される地域も

- 田辺市の中山間地域では生活インフラが縮小しており、2050年には無人化が予想される地域が約半数を占める
- バス路線については、幹線は残されているものの、廃止された枝線が多い

合併以後に統廃合された教育機関一覧

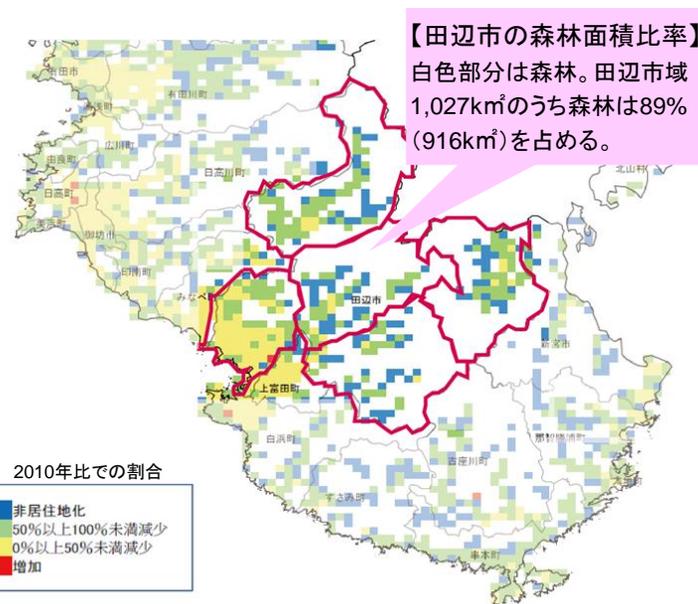
統合年	学校名	統合先
2006	福井小学校	咲楽小学校
	甲斐ノ川小学校	
	四村川小学校	本宮小学校
	講川小学校	
2009	東小学校	上山路小学校
	殿原小学校	
	宮代小学校	
	下山路中学校	龍神中学校
	虎東中学校	
2012	三里中学校	本宮中学校
2013	栗栖川小学校	中辺路小学校
	二川小学校	
2015	三川小学校	鮎川小学校
	長野中学校	

旧町村における卸売・小売業の事業所数推移



(資料) 事業所統計、経済センサスより作成

2050年に無人化が予想される地域



(資料) 国土交通省「国土のグランドデザイン2050」より作成

2014年3月以降に廃止となったバス路線

会社名	路線名	廃止日
龍神自動車	上十津線	2015/9/30廃止
	南部川線	2014/3/31廃止
	秋津川線	2014/3/31廃止
	西原線	2015/9/30廃止
	中辺路町内線	2014/9/30廃止
明光バス	川添日置線	2014/9/30廃止
	川添線	2014/9/30廃止
	田辺日置線	2014/9/30廃止
	南部線	2014/9/30廃止
	稲成線	2014/9/30廃止
	市内線	2014/9/30廃止

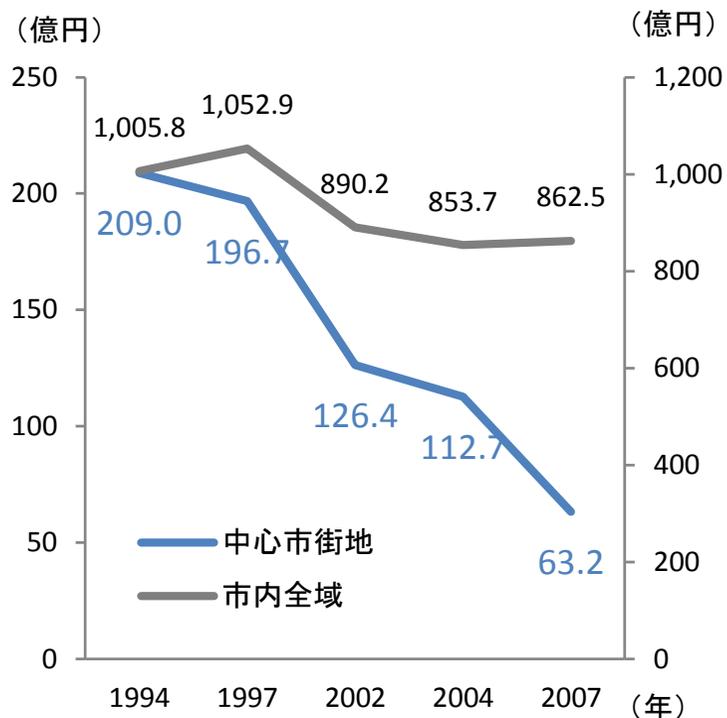
(資料) 各種資料より作成

中心市街地の現状

中心市街地における商業的な地位は大きく低下し、空き店舗も急速に増加

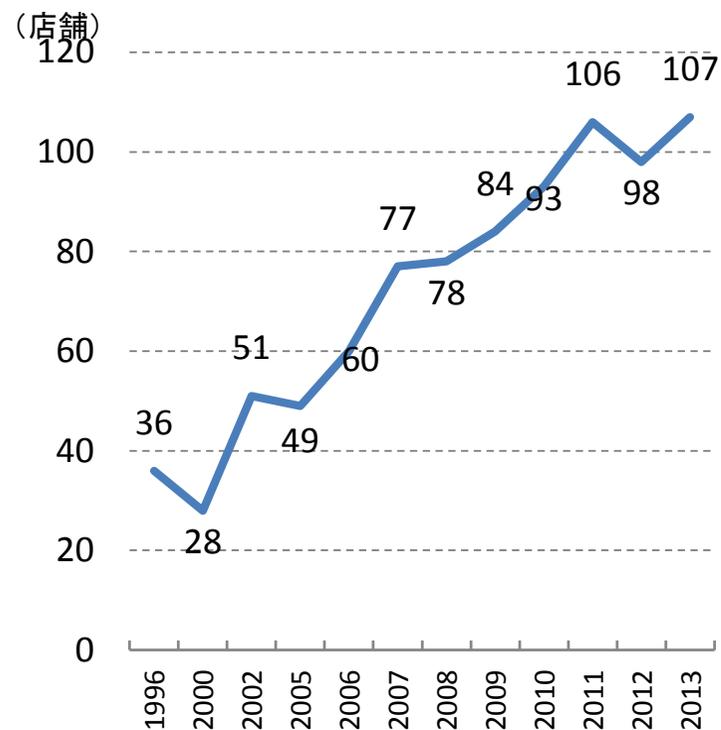
- かつては200億円以上の商品販売額を誇った中心市街地の商店街も、13年間で売上が約7割減少した
- 商業の中心が郊外へ移るとともに空き店舗も急速に増加し、2013年の時点で107店舗が空き店舗となっている

中心市街地の商店街における商品販売額



(資料) 経済産業省「商業統計(立地環境特性編)」より作成

中心市街地商店街の空き店舗数の推移



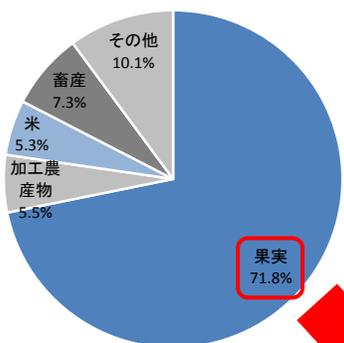
(資料) 田辺市「田辺市中心市街地活性化計画」より作成

産品資源の現状

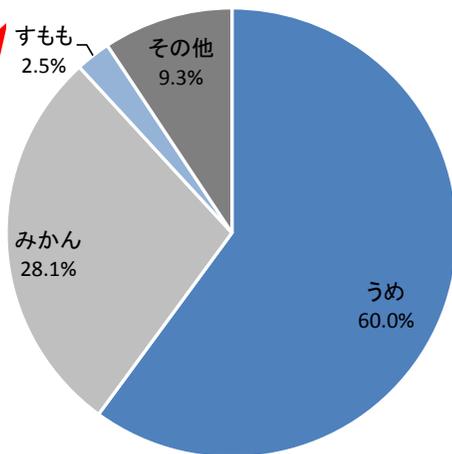
農産物は果実(主に梅・みかん)が大半を占め、製造業は食品加工が大半を占める

- 田辺の農業産出額のうち7割は「果実」が占め、そのうち約9割が「梅・みかん」となっている
- 梅関連産業は「田辺市内」から仕入れ、「和歌山県外」に販売するビジネスモデルを築いており、地域経済に大きく貢献

田辺市の農業産出額に占める果実の割合



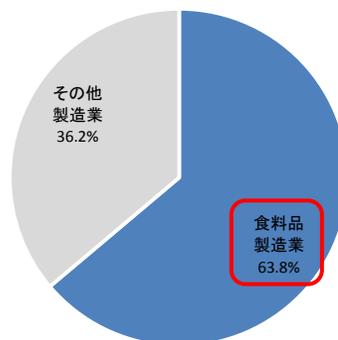
果実産出額の構成比



(資料)「平成24年度市町村別統計検討協議会」より作成

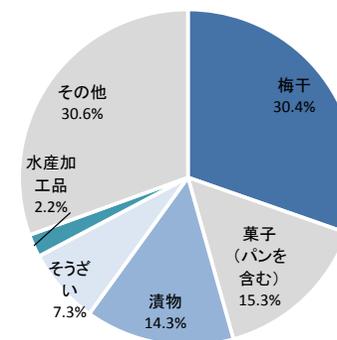
※果実産出額の構成比については、「平成22年度和歌山県農林水産業統計」資料をもとに推計したもの

田辺市の製造品出荷額等に占める食料品製造業の割合



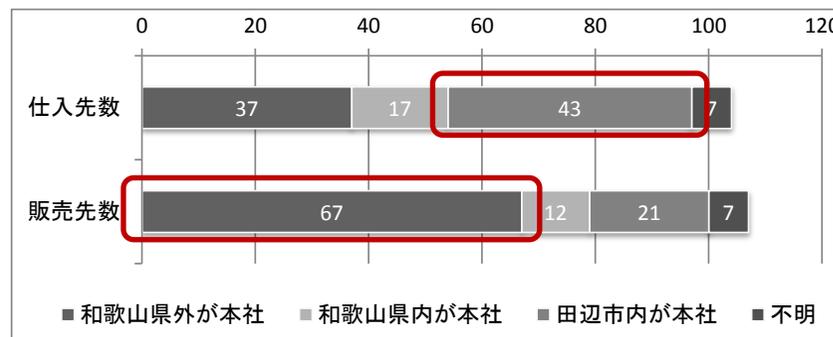
(資料)「平成25年度工業統計調査」より作成

食料品製造業者数の構成比



(資料)田辺市独自調査
※業種ごとの重複あり

田辺市の梅関連企業20社の仕入れ先・販売先

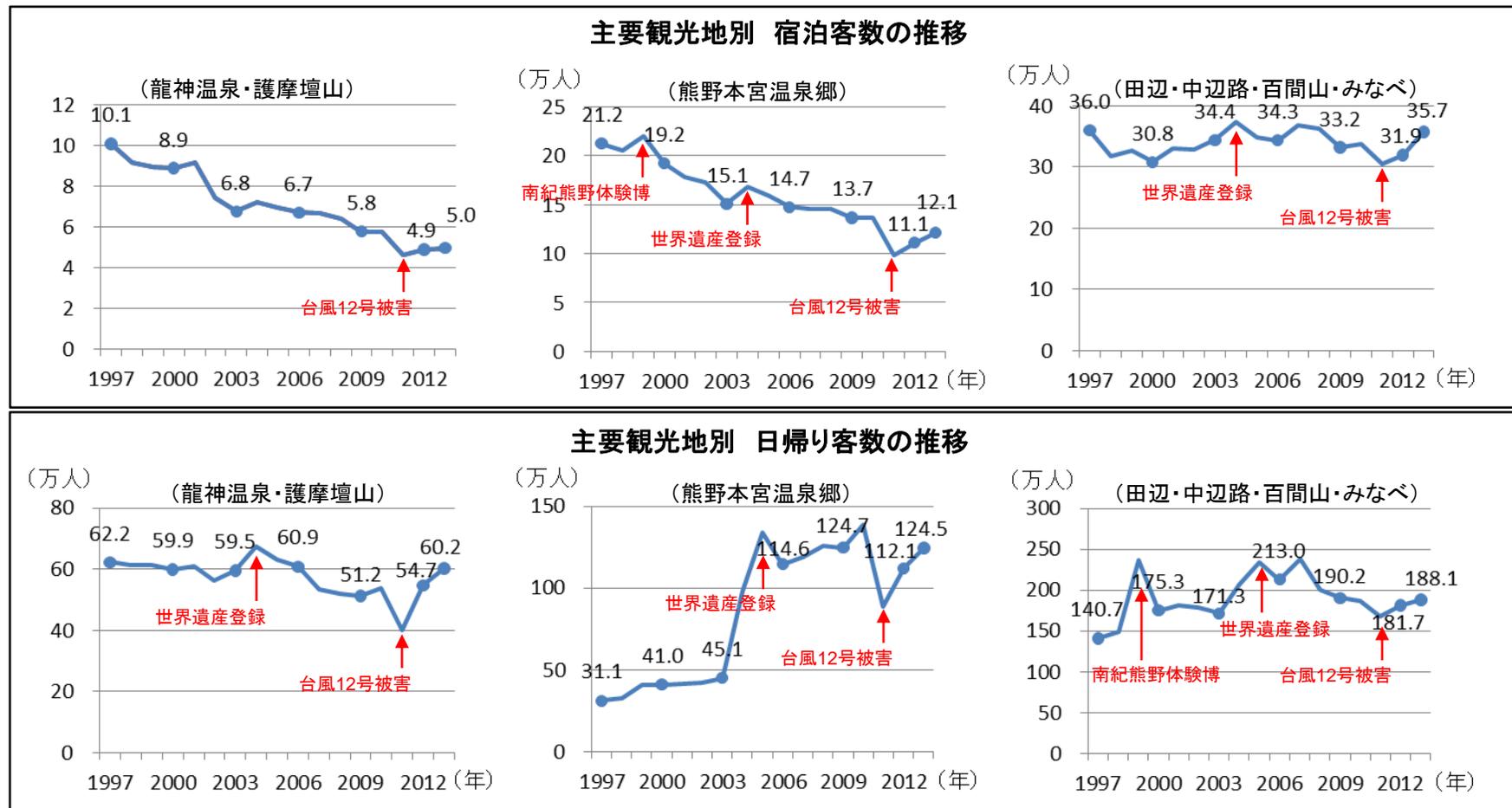


(資料)東京商工リサーチ「CD・Eyes」より作成

交流資源の現状

日帰り客は堅調に推移、宿泊客は下げ止まり傾向

- 龍神温泉・熊野本宮温泉郷共にこの15年で宿泊客は半減したが、近年は下げ止まり傾向を見せている
- 一方、日帰り客は龍神温泉・田辺周辺ともに横ばいを維持しており、本宮エリアは世界遺産登録以降、約4倍に伸びた



(資料)和歌山県「観光客動態調査」より作成

IV.調査・分析結果の報告

IV-2.地域資源調査

内部の資源を発掘・整理する

地域資源の発掘・整理 実施概要

■ 価値創造プロジェクト検討委員会及び関係団体、市役所内各課の協力を得て以下の調査を実施

過去に実施された調査・計画等の整理

《取り組みの概要》

過年度に実施された調査、及び田辺市が策定した各種計画等の整理を実施

《参照資料》

- ・「田辺市梅産業経済構造実態調査」報告書
- ・「田辺における地域資源の発掘調査」報告書
- ・平成21年まち歩き協議会事業
＜地域資源の発掘調査・評価＞報告書
- ・「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業
「文化の香りの城下町・口田辺観光活性化事業」に係る
調査業務 田辺観光に関する「ニーズ・シーズ」調査」報告書
- ・「第1次田辺市総合計画（後期基本計画）」
- ・「田辺市都市計画マスタープラン」
- ・「田辺市中心市街地活性化計画」
- ・「田辺市観光アクションプラン」
- ・「田辺広域市町村圏産業振興ビジョン・アクションプラン
-「健康と観光を軸にした産業クラスター」の形成をめざして-」
- ・旧市町村史

書面アンケート調査

《取り組みの概要》

検討委員会メンバーの皆様に依頼し、整理の方向性を探るため書面調査を実施

《書面調査協力団体》

- ・田辺市体育連盟
- ・田辺市文化協会
- ・田辺商工会議所
- ・龍神村商工会
- ・中辺路町商工会
- ・田辺市熊野ツーリズムビューロー
- ・大塔観光協会
- ・龍神観光協会
- ・J A 紀南
- ・公募委員

ヒアリング調査

《取り組みの概要》

地域経済の活性化及び交流人口の増加という目的に即し、商工関係者、観光関係者及び庁内に対してヒアリング調査を実施

《ヒアリング対象団体》

- ・田辺商工会議所
- ・牟婁商工会
- ・龍神村商工会
- ・中辺路町商工会
- ・大塔村商工会
- ・本宮町商工会
- ・田辺市商店街振興組合連合会
- ・南紀みらい株式会社
- ・西牟婁森林組合
- ・田辺観光協会
- ・龍神観光協会
- ・大塔観光協会
- ・中辺路町観光協会
- ・熊野本宮観光協会
- ・産業部 商工振興課
- ・産業部 観光振興課（田辺市熊野ツーリズムビューロー）
- ・産業部 農業振興課・梅振興室
- ・産業部 水産課
- ・産業部 山村林業課

整理結果については(参考資料1)「地域資源一覧」に記載

外部からの反応・評価を確認する【インターネットアンケート】

都市圏居住者に対してインターネットアンケートを実施し、地域資源に対する評価を確認

- 田辺市のことを知らない人が多く、地域ブランド調査では全国市町村の中で538位となっている
- 田辺市を知ったきっかけはTV・ラジオが圧倒的に多く、次いで口コミであった

《調査時期》

平成26年9月

《調査対象》

インターネット調査会社「Fastask」に登録している
東京都・愛知県・大阪府の居住者 計1,451名

《調査対象者の属性》

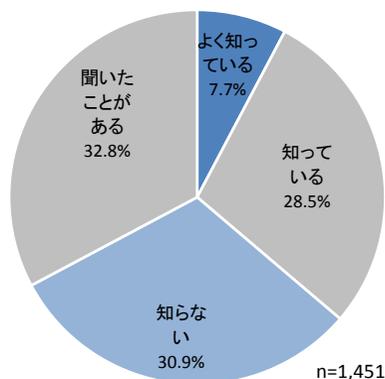
男性：695名
女性：756名

20-30代：447名
40-50代：672名
60代以上：332名

東京都居住者：502名
愛知県居住者：468名
大阪府居住者：481名

田辺市への来訪経験あり：324名
田辺市への来訪経験なし：1,127名

田辺市の認知度



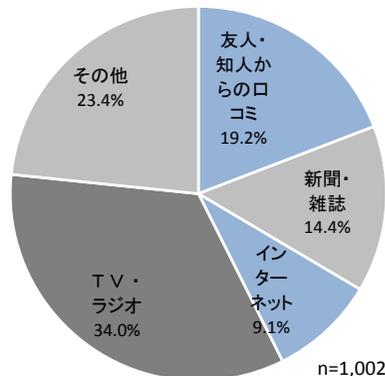
(参考)地域ブランド調査2015による認知度等

※1000市町村の中での順位

自治体名	認知度	魅力度
田辺市	538位	380位
和歌山市	112位	202位
白浜町	228位	72位
みなべ町	653位	439位
新宮市	534位	391位

(資料)地域ブランド調査2015より

田辺市を知ったきっかけ

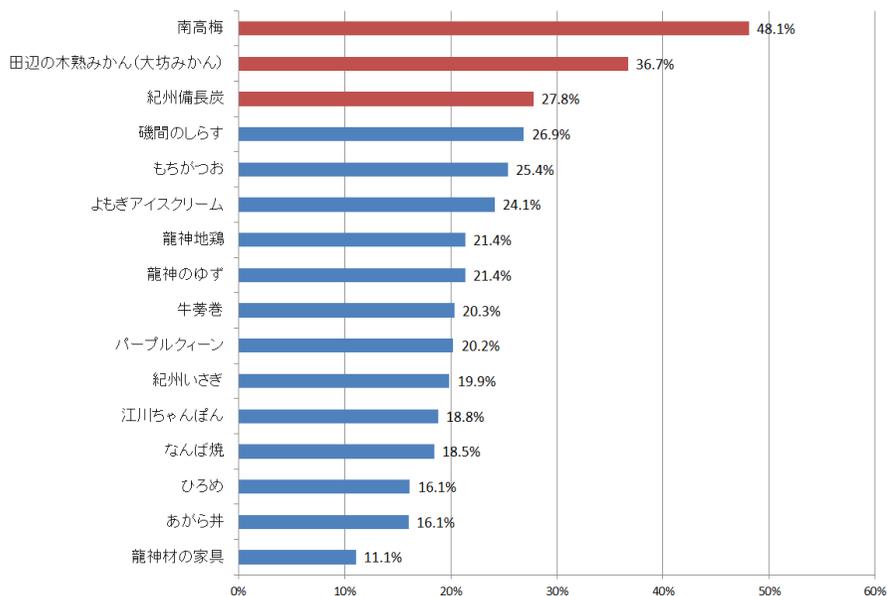


外部からの反応・評価を確認する【インターネットアンケート】

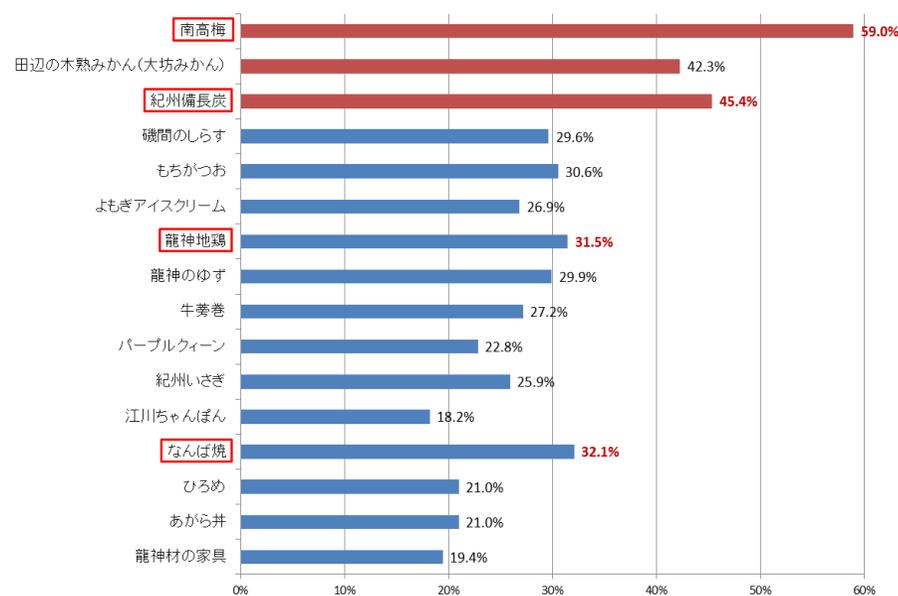
来訪経験にかかわらず「梅・みかん・備長炭」は高支持

- 全体的な傾向として、来訪経験がある層の方が、地域資源に対して高い興味を示すようになる
- アンケート調査によると、来訪経験にかかわらず「梅・みかん・備長炭」に対する興味は高いことが示されている
- また、来訪経験のない層では鮮魚類に対する興味が比較的高いことが観察された

来訪経験なし



来訪経験あり



(注) 来訪経験なし平均23.3%、来訪経験あり平均30.2%であり、平均値+5%以上の商品を赤色の棒グラフで示し、来訪経験の有無で10ポイント以上差がある商品については、商品名を で囲み、値を赤色で表記した

(資料) 田辺市価値創造プロジェクト「インターネットアンケート」より作成

外部からの反応・評価を確認する【インターネットアンケート】

観光客に支持される観光資源は「熊野古道」「温泉」「豊かな自然」

- アンケート調査によると、域外の観光客が支持する交流に関する「地域資源」は「熊野古道」「温泉」「自然」であった
- 大阪府在住者に限ってみると、「龍神温泉」「紀州田辺梅林」への興味が他地域在住者よりも高く示された

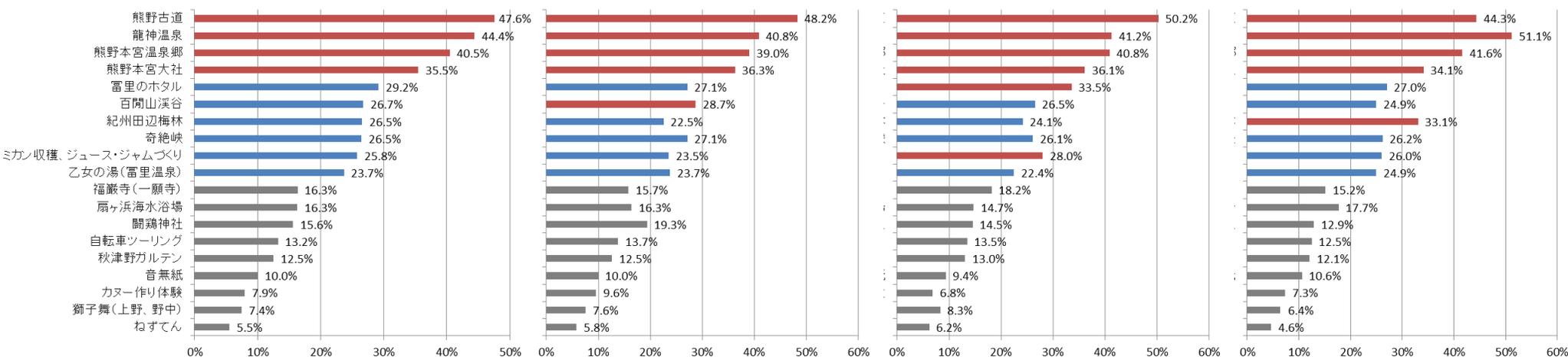
地域資源(場所及び体験)別の興味度

全体

東京都在住者

愛知県在住者

大阪府在住者



(注) 全体平均22.7%、東京都在住者平均22.5%、愛知県在住者平均22.8%、大阪府在住者平均22.8%であり、平均値+5%以上の値を赤色、平均値-5%以下の値を灰色とした

(資料) 田辺市価値創造プロジェクト「インターネットアンケート」より作成

外部からの反応・評価を確認する【宿泊者アンケート】

宿泊者に対してアンケートを実施し、地域資源に対する評価を確認

- 田辺市内の各観光協会及び宿泊施設からの協力を得て、宿泊者を対象にアンケート調査を実施
- 中辺路・本宮では関東からの宿泊者が多く、龍神・大塔・田辺では関西圏の宿泊者が多かった

《調査時期》

平成26年9月～10月

《調査対象》

田辺市内の宿泊施設（※）に宿泊した旅行者943名
 ※アンケート配布にご協力いただいた宿泊施設は以下の通り（順不同）。

田辺エリア：秋津野ガルテン、アルティホテル紀伊田辺、
 かんぼの宿紀伊田辺、ホテルグェスト南紀田辺

龍神エリア：上御殿、下御殿、季楽里龍神、丸井旅館、
 民宿ささゆり、民宿せせらぎ

大塔エリア：おおとう山遊館、花しょうぶ、民宿やまびこ

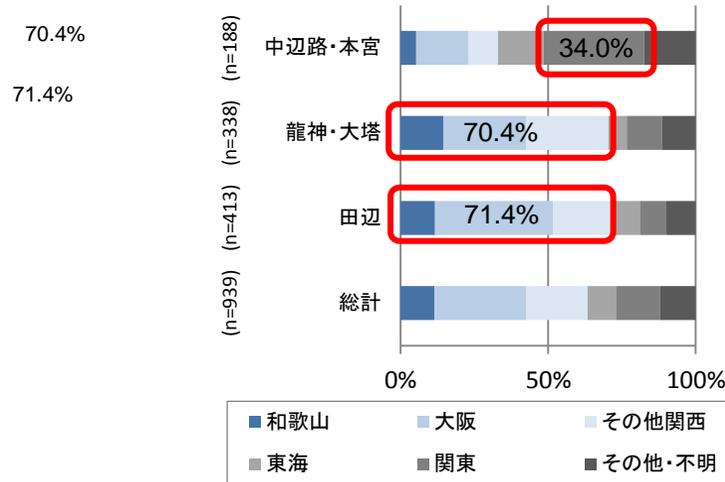
中辺路エリア：霧の郷たかはら、民宿ちかつゆ

本宮エリア：亀屋旅館、川湯みどりや、富士屋、
 旅館あづまや

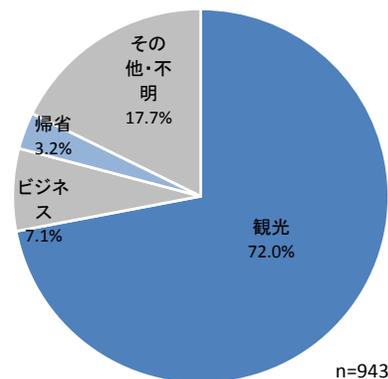
《調査対象者の属性》

男性：477名 女性：417名 不明・無回答：49名
 10代：8名 20-30代：122名 40-50代：291名
 60代以上：464名 不明・無回答：58名

回答者の居住地



回答者の来訪目的

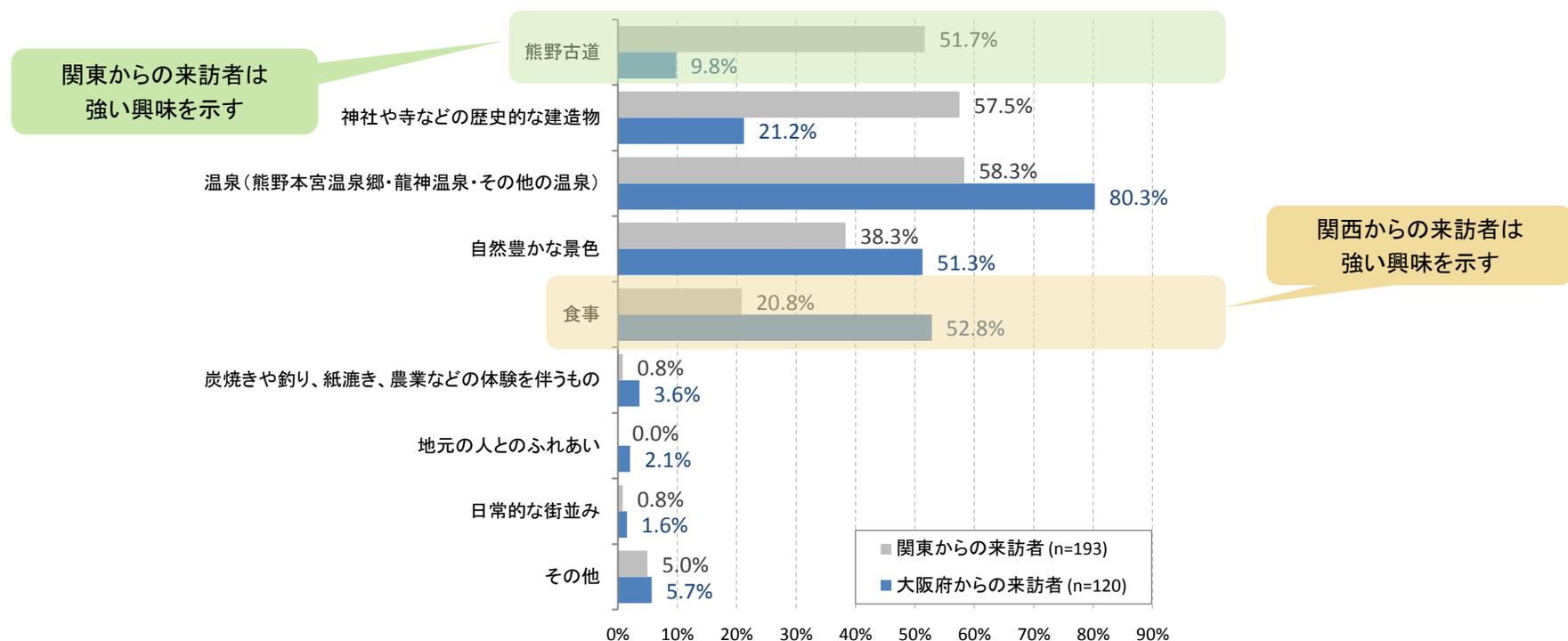


外部からの反応・評価を確認する【宿泊者アンケート】

関東からの観光客は「熊野古道」に、関西からの観光客は「食」に興味を示す

- 来訪者の居住地別に集計を行ったところ、関東と関西の観光客では、興味を示す観光資源がまったく異なるものであった
- 関西からの観光客は「食」に強い興味を示す一方、関東からの観光客は「熊野古道」に強い興味を示す結果となった

《設問文》※以下のQ3は、Q2で「①観光」を選んだ方のみご回答ください。
 Q3 今回の旅行で、あなたが最も楽しみにしている(していた)ものを教えてください(3つまで○)。
 ①神社や寺などの歴史的な建物 ②食事 ③日常的な街並み ④地元の人とのふれあい ⑤自然豊かな景色 ⑥熊野古道
 ⑦温泉(熊野本宮温泉郷・龍神温泉・その他の温泉) ⑧炭焼きや釣り、紙漉き、農業など体験を伴うもの ⑨その他

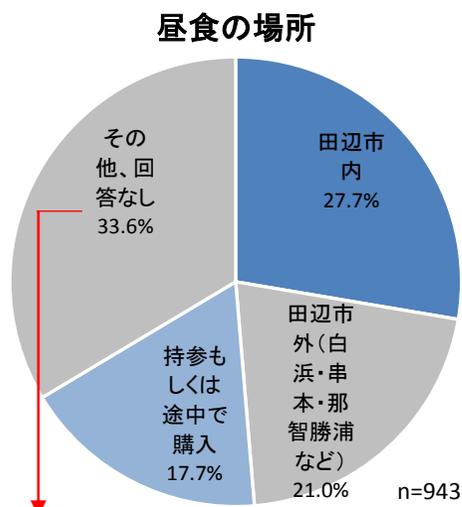


(資料)田辺市価値創造プロジェクト「宿泊者アンケート」より作成

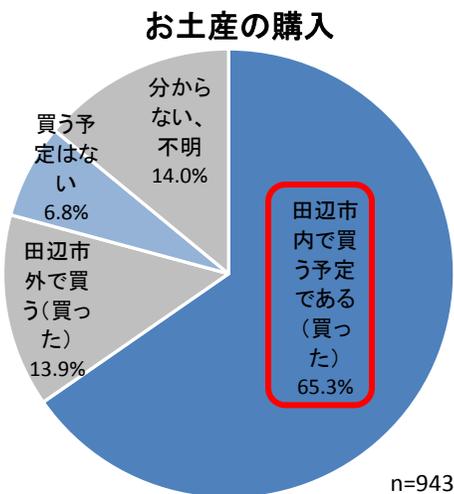
外部からの反応・評価を確認する【宿泊者アンケート】

昼食の場所は多様、田辺市内で買う(買った)お土産は梅関連製品が圧倒的に多い

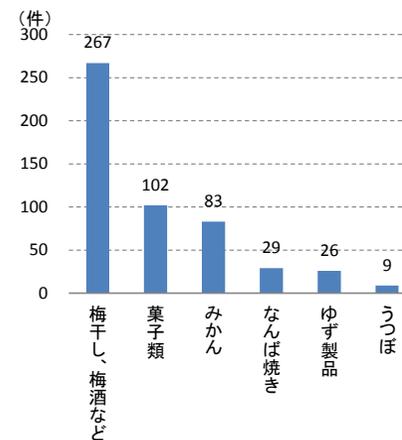
- 昼食の場所は田辺市内が最も多かったが、市外と大差はなく、「その他」では高野町で昼食をとった人が多かった
- 田辺市内で買う(買った)お土産は梅干し、梅酒など梅関連製品が多くを占め、購入金額は2,000～4,999円が最も多かった



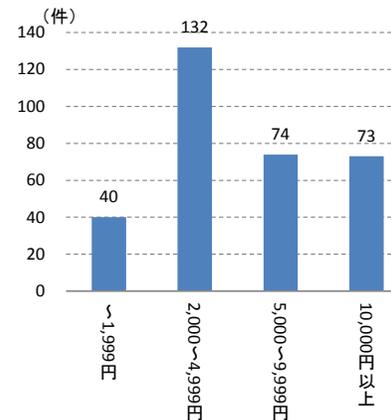
「その他・回答なし」と答えた317人のうち、約18%にあたる57人が高野町で昼食をとっている。



田辺市内で買う(買った)主なお土産



田辺市内で買う(買った)お土産の金額



(資料) 田辺市価値創造プロジェクト「宿泊者アンケート」より作成

外部からの反応・評価を確認する【宿泊者アンケート】

来訪者が感じる田辺のよさは「自然・温泉・食・ゆったり・人の優しさ」に集約される

- 田辺市への印象を尋ねた自由記述欄の中に登場したキーワード(食、熊野古道、楽しい、など)を抽出し、集計を行った
- コトに関する言葉として「自然・温泉・食・ひと」が、印象に関する言葉として「よい、ゆったり、優しい」などが頻繁に登場した

《設問文》

今回の旅行において、田辺市についてあなたが最も印象的に感じたことはどのようなことですか。

《設問文》

田辺市に「ぜひまた来たい」「機会があれば来てもよい」「もう来たいとは思わない」と感じた理由を教えてください。

【宿泊者アンケート調査の自由記述中に出現したキーワード】

	自由回答中に出現したキーワード	出現数	出現率
コト・モノに関するキーワード	豊かな自然	466	49.42%
	温泉	336	35.63%
	食	191	20.25%
	時間・回数表現	177	18.77%
	交通・道路	155	16.44%
	お宿	144	15.27%
	熊野古道	130	13.79%
	旅行	92	9.76%
	まち	82	8.70%
	ひと	77	8.17%
	年	66	7.00%
	場所	56	5.94%
	気持ち	47	4.98%

	自由回答中に出現したキーワード	出現数	出現率
印象に関するキーワード	よい	496	52.6%
	おいしい	176	18.7%
	ゆったり・のんびり・いやし	166	17.6%
	ない	150	15.9%
	きれい	133	14.1%
	気持ちよい	69	7.3%
	たのしい	58	6.2%
	多い	53	5.6%
	好き	49	5.2%
	親切・優しい	47	5.0%

(注) 自由記述内容を形態素解析にかけ、類似表現を同一キーワードとしてカテゴリ化したうえで、出現回数45以上のカテゴリのみを抜粋した

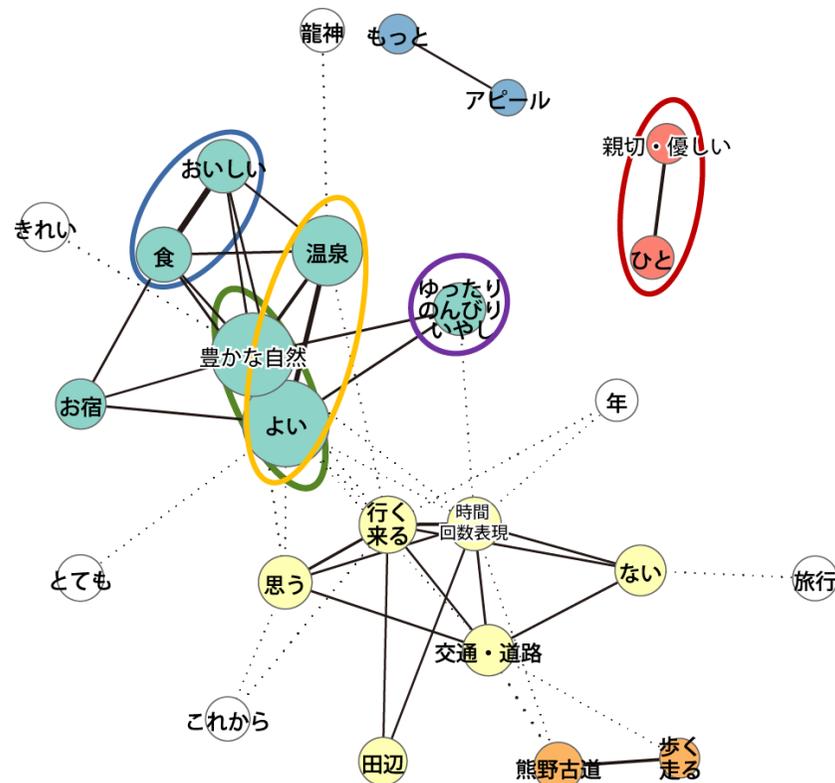
(資料) 田辺市価値創造プロジェクト「宿泊者アンケート」より作成

外部からの反応・評価を確認する【宿泊者アンケート】

来訪者が感じる田辺のよさは「自然・温泉・食・ゆったり・人の優しさ」に集約される

- キーワード同士の間に関係性がみられたものは、「食」と「おいしい」、「ひと」と「親切・優しい」、「温泉」と「よい」、「豊かな自然」と「よい」の組み合わせであり、「ゆったり・のんびり」というキーワードは、満遍なく頻出することが確認された
- 否定的なキーワードを含む自由回答を見ると、交通アクセスへの意見が大部分を占めた

【抽出されたキーワード同士の関係性】

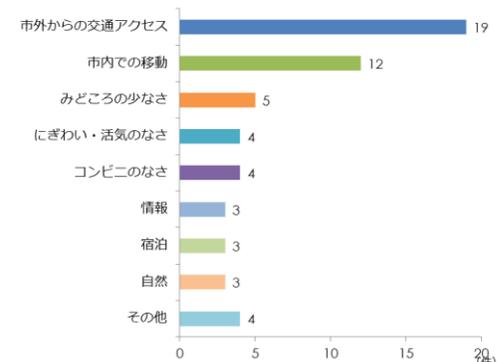


(注)形態素解析から抽出したキーワードをカテゴリ化し、類似度行列の値が高いもの同士を接近して表現し、特に関係性の強いものを同系色で色分けした

来訪者の自由記述から浮かび上がる、田辺市への印象は

- 要素1 豊かな自然
- 要素2 温泉
- 要素3 豊かな食
- 要素4 ゆったり・のんびり・癒し
- 要素5 人の優しさ・親切さ

否定的なキーワードと一緒に登場した表現



(資料)田辺市価値創造プロジェクト「宿泊者アンケート」より作成

IV.調査・分析結果の報告

IV-3.ポテンシャルの分析

中山間地域がもつポテンシャルの分析①

森林資源は中長期的な対策に活路、特用林産物はシェア拡大の余地あり

- 森林の資源量は大きなポテンシャルであるため、活用に向けては用途開発や販路開拓など中長期的な対策が必要
- 紀州備長炭やさかきなど特用林産物はいずれもシェア拡大の余地がある上、紀州備長炭生産者も増加傾向にあり、供給側に増産の可能性はありと考えられる

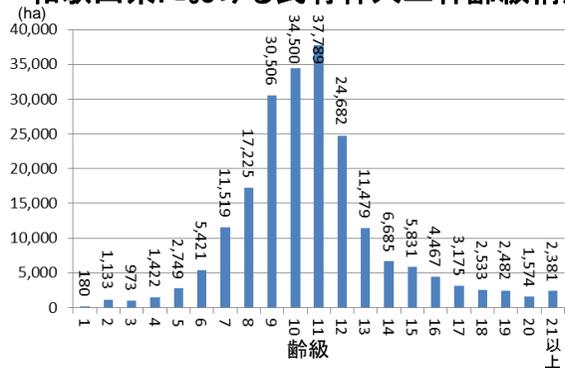
森林資源の概要

和歌山県及び田辺市における森林資源

	森林		国有林		民有林			
	面積 (ha)	材積 (m ³)	面積 (ha)	材積 (m ³)	地域森林計画対象森林			
					人工林		天然林	
					面積 (ha)	材積 (m ³)	面積 (ha)	材積 (m ³)
和歌山県	362,972	102,655,140	17,497	3,538,440	208,707	77,985,263	131,514	21,057,449
田辺市	91,569	26,614,270	7,840	1,592,017	56,638	21,062,149	26,246	3,952,651
県内割合	25.2%	25.9%	44.8%	45.0%	27.1%	27.0%	20.0%	18.8%

(資料) 県林業振興課資料

和歌山県における民有林人工林年齢構成



※年齢: 樹齢を5年ごとにひとくりにして表す年齢階級

(資料) 県林業振興課資料

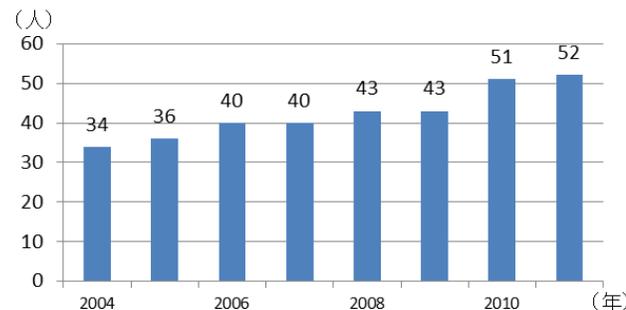
特用林産物の概要

田辺市の特用林産物生産量と全国生産量に占める割合

	田辺市生産量	和歌山県生産量	全国生産量	全国シェア
乾しいたけ(トン)	0.7	4.9	3695.9	0.02%
生しいたけ(トン)	32.5	1100.3	71253.5	0.05%
白炭(トン)	299.5	1260.9	3107.8	9.6%
しきみ(千本)	6854	8696.5	48482.7	14.1%
さかき(千本)	6379	11540.8	20181.1	31.6%

(注) 乾しいたけ、生しいたけ、白炭は平成23年度、しきみ、さかきは平成21年度の値を使用
(資料) 和歌山県「特用林産物需給動態調査」、林野庁「特用林産基礎資料」より作成

田辺市における白炭生産者数の推移



(資料) 和歌山県「特用林産物需給動態調査」より作成

中山間地域がもつポテンシャルの分析②

スモールビジネスの拠点を整備すれば少量多品種という特徴をうまく活用できる

田辺・秋津野ガルテン

かつて小学校として使われていた木造校舎を、レストラン併設の農村交流施設へと改修。地元農作物の有力な販路となったほか、地元雇用をもたらした地域経済の循環に寄与



龍神・龍神は一と

地元の女性を中心に、地域の特産品を販売する。兼業先が少ない山あいの地域に雇用をもたらしただけでなく、「企業の森」のアレンジなどを通じその実力を内外にアピール



中辺路・ちかの平安の郷

昔ながらの中山間地集落の姿を残す近野地区を「平安の郷」と銘打ち交流人口の受入強化を図る。住民主体で体験型観光や各種イベントを開催



大塔・三川夢来人の館

三川地区の住民が田辺市中心部で運営するアンテナショップ。三川集落の特産品を住民が自らの手で運び、自らの手で売り込むことで、地域の活動の核となっている



本宮・熊野和紙体験工房おとなし

熊野本宮の伝統和紙である「音無紙」の体験工房を地域住民主体で運営。紙漉き体験で作成した和紙には熊野本宮大社の御朱印を受けることができ、地域内回遊に寄与

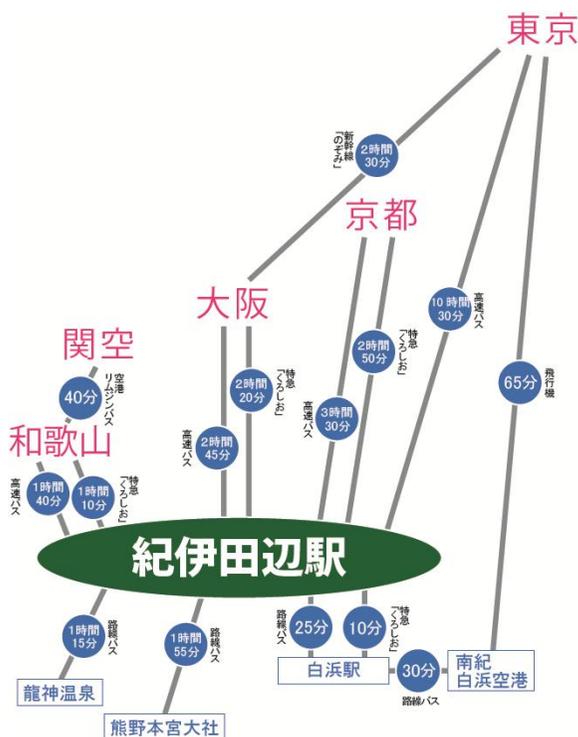


中心市街地がもつポテンシャルの分析①

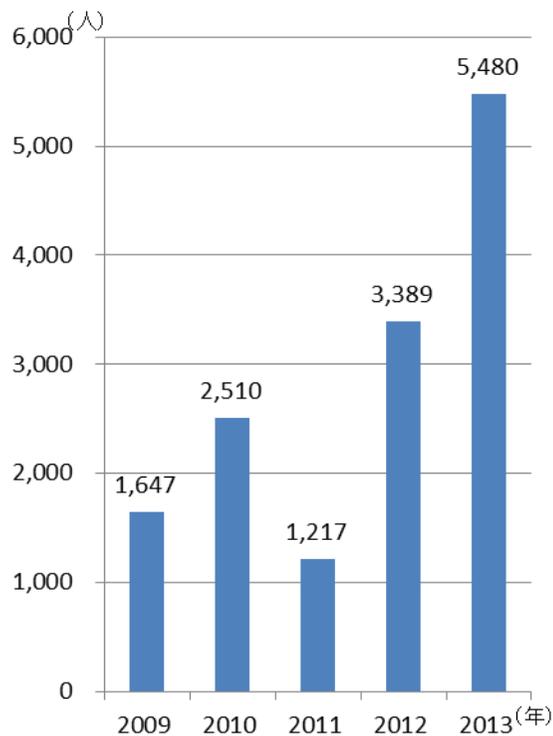
外国人観光客の増加や各種事業の実施により市街地に人の流れが回帰しつつある

- 公共交通機関での移動が中心の外国人観光客が近年急増しており、公共交通の拠点である中心市街地には好影響
- 紀伊田辺駅の利用者数も底打ちし、中心部の歩行者・自転車通行量は増加に転じるなど、人の流れが回帰しつつある

中心市街地から
各地へのアクセス

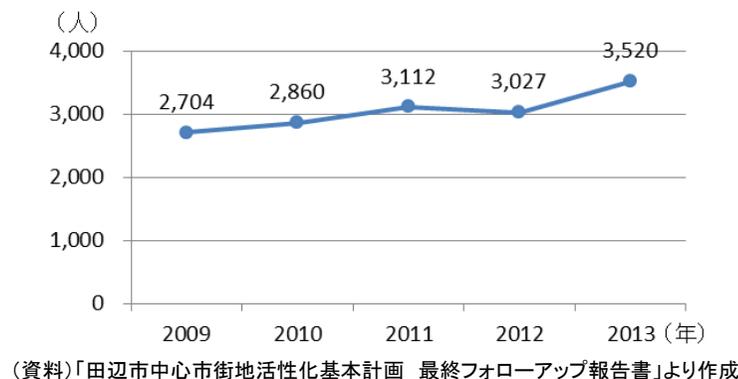


田辺市内で宿泊した
外国人観光客の推移

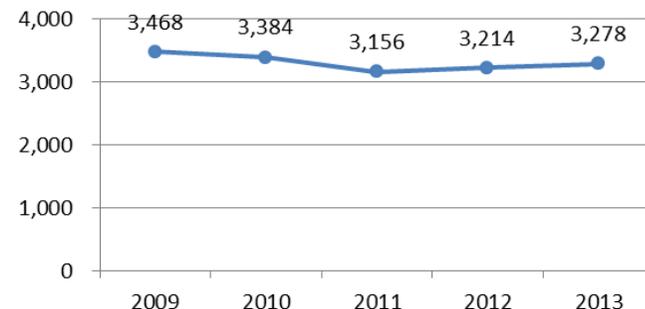


(資料)和歌山県「観光客動態調査」より作成

中心市街地の歩行者・自転車通行量



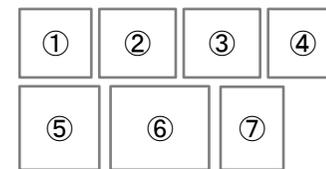
紀伊田辺駅の乗車人員の推移



(資料)田辺市「田辺市統計書」より作成

中心市街地がもつポテンシャルの分析②

中心市街地の再整備が進み、回遊性が徐々に高まりつつあるのは大きな好機



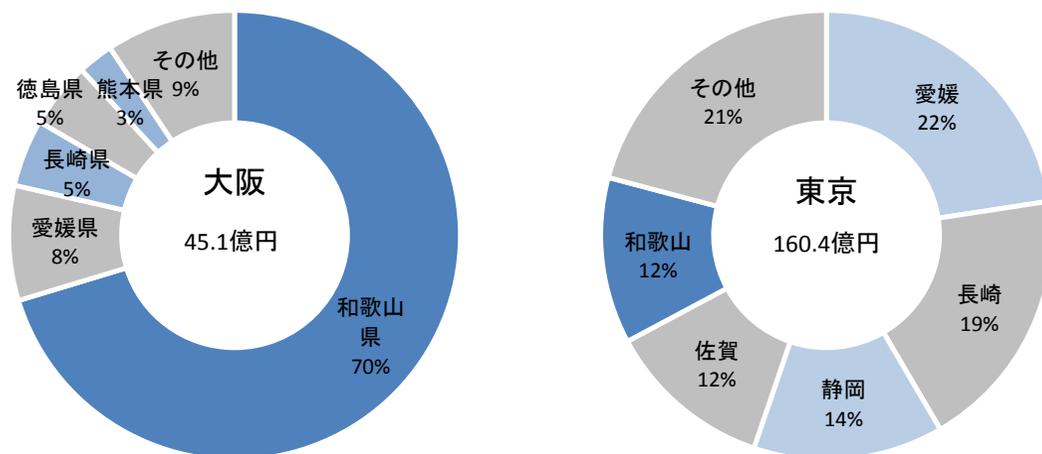
- ①整備が完了した海蔵寺通り
- ②田辺市文化交流センター「たなべる」
- ③南方熊楠顕彰館
- ④南紀みらいが運営する「ぼぼら銀座」
- ⑤闘鶏神社
- ⑥紀伊田辺駅と田辺市観光センター
- ⑦飲食店が集積する「味光路」

地域産品がもつポテンシャルの分析①

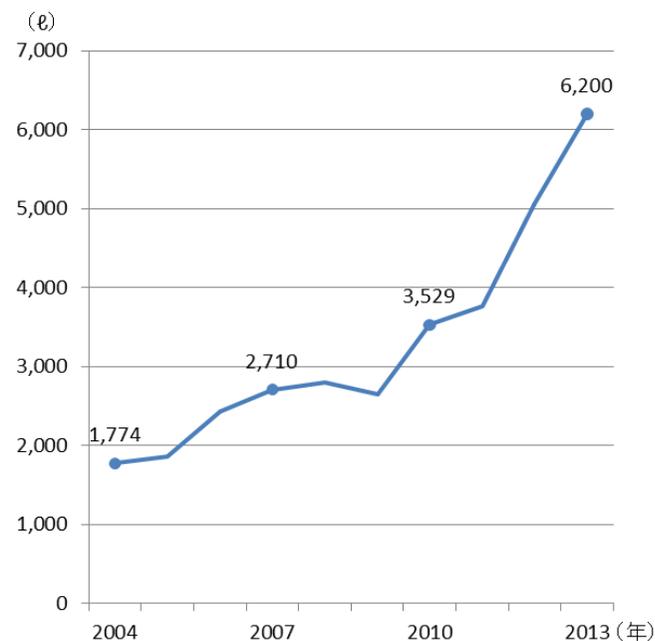
梅・みかんは新しい用途、新しい販路開拓に活路あり

- 平成27年4月からの機能性表示新制度の発足により、既に明らかになっている梅・みかんの健康増進効果をアピールできる可能性があり、健康食品としての需要が期待される
- みかんは、関西圏での市場シェアは約57%に達し飽和状態だが、東京ではまだ5番手でありシェア拡大の余地がある
- 梅は、梅干し需要は伸び悩みだが、梅酒の海外輸出や機能性食品など、新しい販路、用途に可能性がみられる

大阪・東京における和歌山県のみかん類販売額割合



リキュール等の輸出数量の推移



(資料)財務省「貿易統計 - 品目別輸出货量」より作成

(注)大阪は大阪市中央卸売市場本場、東京は東京都中央卸売市場大田市場の値を使用

(注)2015年1月～12月の「みかん」取扱金額。

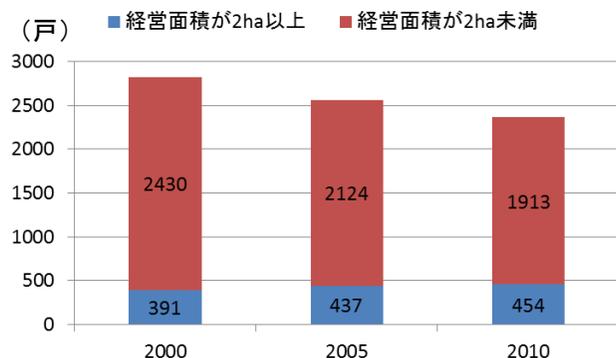
(出所)大阪市「大阪市中央卸売市場月報」、東京都「東京都中央卸売市場市場統計情報」より作成。

地域産品がもつポテンシャルの分析②

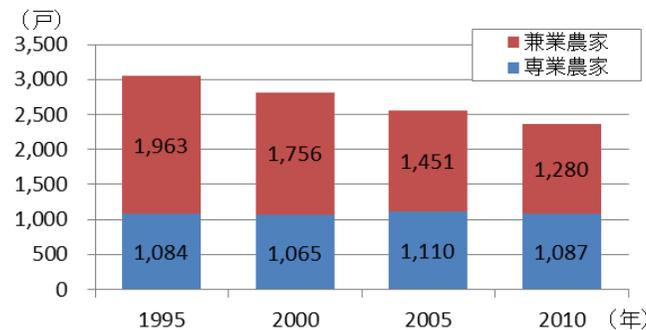
農業をけん引する大規模農家は微増、後継者は安定推移

- 田辺市の農業は家族経営が中心であるが、大規模化・専門化も進展しており、営農意欲のある後継者も多い
- また、毎年安定して新規就農者も確保しており、地域全体としての供給能力は今後も安定推移が見込まれる

田辺市における経営面積別農家数の推移

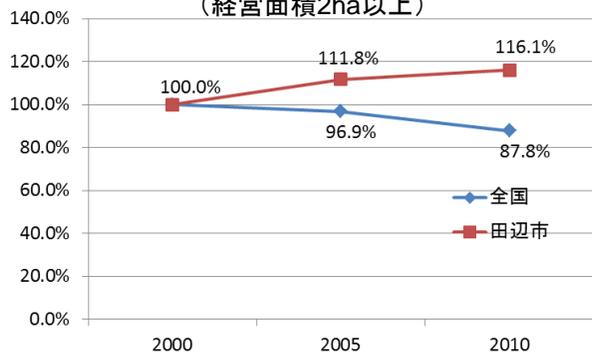


田辺市における専業・兼業農家数の推移



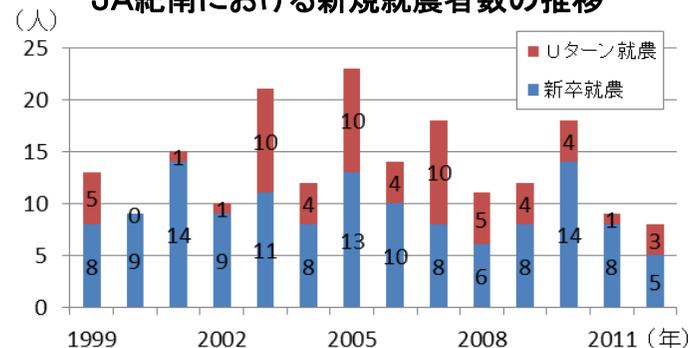
(資料)農林水産省「農林業センサス」より作成

田辺市と全国の大規模農家戸数比較
(経営面積2ha以上)



(資料)農林水産省「農林業センサス」より作成

JA紀南における新規就農者数の推移



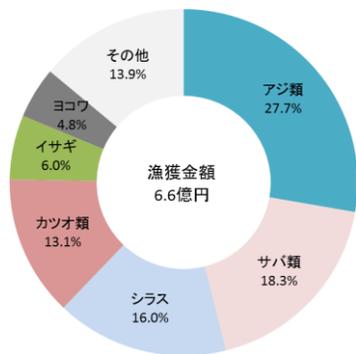
(資料)JA紀南提供資料

地域産品がもつポテンシャルの分析③

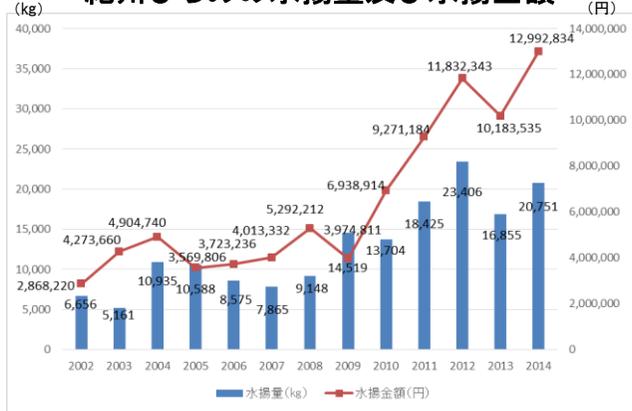
水産資源は鮮度と地域性を売りにしたブランド化に可能性あり

- 非来訪者からの関心が高い魚について、さらなるブランド化と情報発信による集客効果が期待できる
- 地域固有の紀州ひろめは、ブランド化と生産量拡大により、全国への販路拡大の可能性あり

田辺市で水揚げされる魚種の構成(2013年)



紀州ひろめの水揚量及び水揚金額



(資料) 田辺市資料より作成

集客に成功した水産物の事例



- | | | |
|---|---|-----------------------------|
| ① | ② | ①クエ料理による誘客(和歌山県日高町) |
| | ③ | ②「呼子のイカ」ブランドによる誘客(佐賀県唐津市) |
| | | ③「日生かき」ブランドによる誘客(岡山県備前市日生町) |

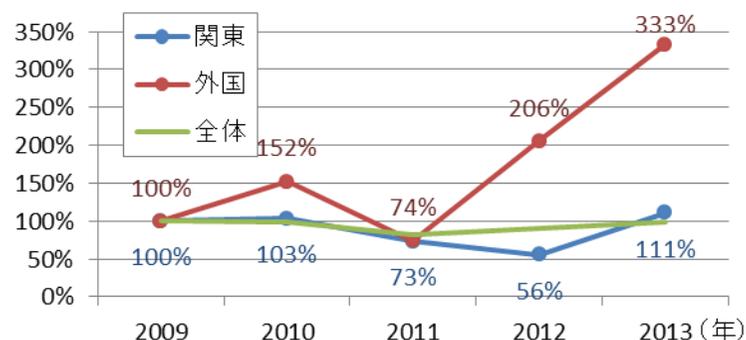
(引用) ①: 日高町観光協会HPより引用
 ②: 唐津観光協会HPより引用
 ③: 日生観光協会HPより引用

交流資源がもつポテンシャルの分析①

「熊野古道」は首都圏・海外からの観光客が増加傾向、他地域への誘客の余地あり

- 「熊野古道」を抱える地域では首都圏・海外からの観光客が増加しており、中辺路では宿泊客の約16%が外国人観光客
- 首都圏・海外からの観光客は増加傾向にあるため、このニーズを的確に捉えていけば他地域への誘客の余地あり

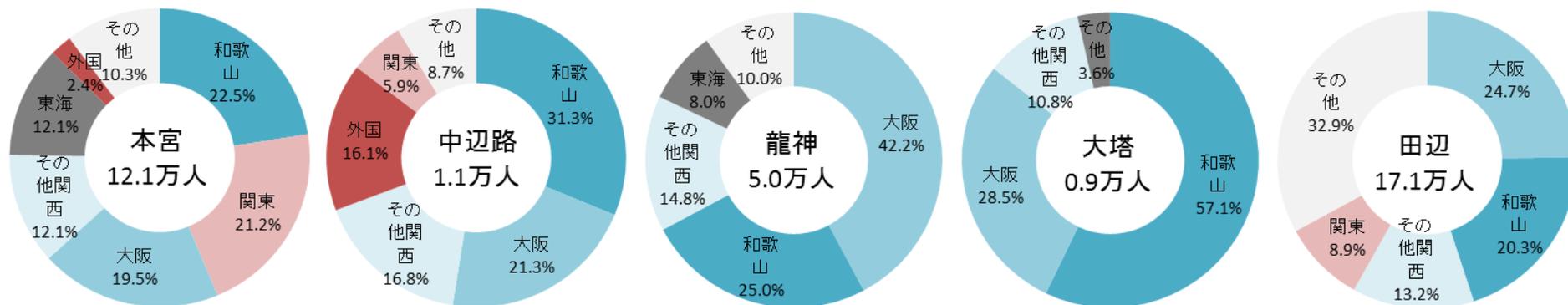
首都圏・海外からの宿泊客の増加率の推移(対09年比)



市内地域別・外国人宿泊客の宿泊者総数に占める割合(2013年)

	外国人宿泊客(人)	宿泊客総数(人)	外国人観光客の占める割合(%)
田辺	582	171,563	0.3%
龍神	186	49,605	0.4%
中辺路	1,845	11,491	16.1%
大塔	8	9,102	0.1%
本宮	2,859	121,109	2.4%

市内地域別・宿泊者の発地別割合(2013年)



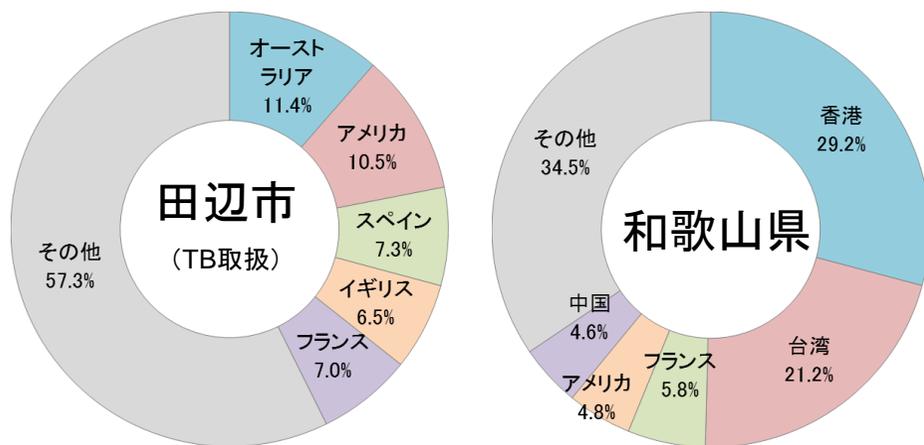
(資料)和歌山県「観光客動態調査」より作成

交流資源がもつポテンシャルの分析②

欧米豪観光客の対応ノウハウが蓄積、アジア圏からの来訪者にも今後開拓余地あり

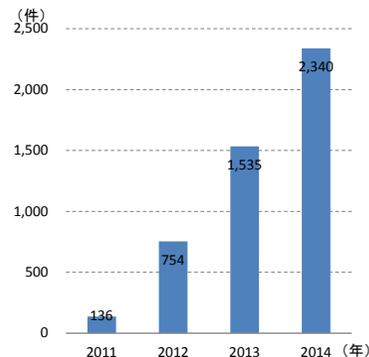
- 田辺市熊野ツーリズムビューロー(TB)から宿泊を予約した観光客は44カ国に上り、「世界との玄関口」としてノウハウを蓄積している
- 和歌山県全体としてはアジア圏からの訪問客が増加しており、こうした需要を適切に取り込むことで観光業の更なる飛躍につながる可能性
- 海外からの観光客は国内観光客より滞在期間が長く、積極的な誘致は地域経済に好影響を与える

外国人宿泊客の国別構成比(2013年)



(資料)田辺市熊野ツーリズムビューロー提供資料、和歌山県「観光客動態調査」より作成

田辺市熊野TBが取り扱う海外からの旅行件数



(資料)田辺市熊野ツーリズムビューロー提供資料より作成

発地別・一人当たり客単価および平均宿泊数(2013年)

	一人当たり単価	一人当たり平均宿泊数
国内からの来訪者	13,029円	1.5泊
海外からの来訪者	27,597円	2.6泊

(資料)田辺市熊野ツーリズムビューロー提供資料より作成



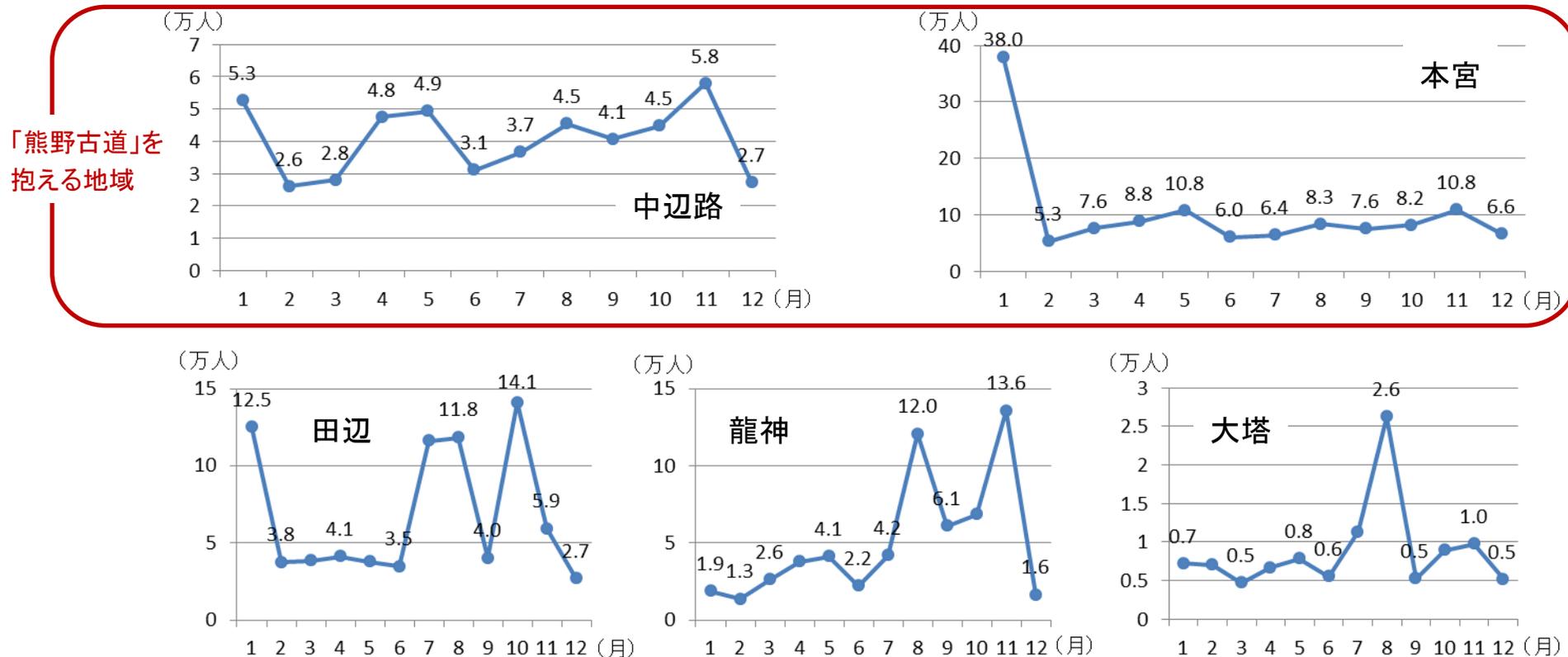
- ① 利用客が急増した観光センター(写真提供:紀伊民報)
- ② 着実な増加を示す外国人観光客(写真提供:紀伊民報)

交流資源がもつポテンシャルの分析③

田辺・龍神・大塔地域は、稼働率の平準化およびコアな客層の確保が求められる

- 「熊野古道」を抱える地域は通年観光客が訪れているが、田辺・龍神・大塔地域は季節による繁閑差が大きい
- 一方、スポーツや教育、文化などターゲットを絞った客層を誘客することにより、今後來訪者が増加する可能性がある

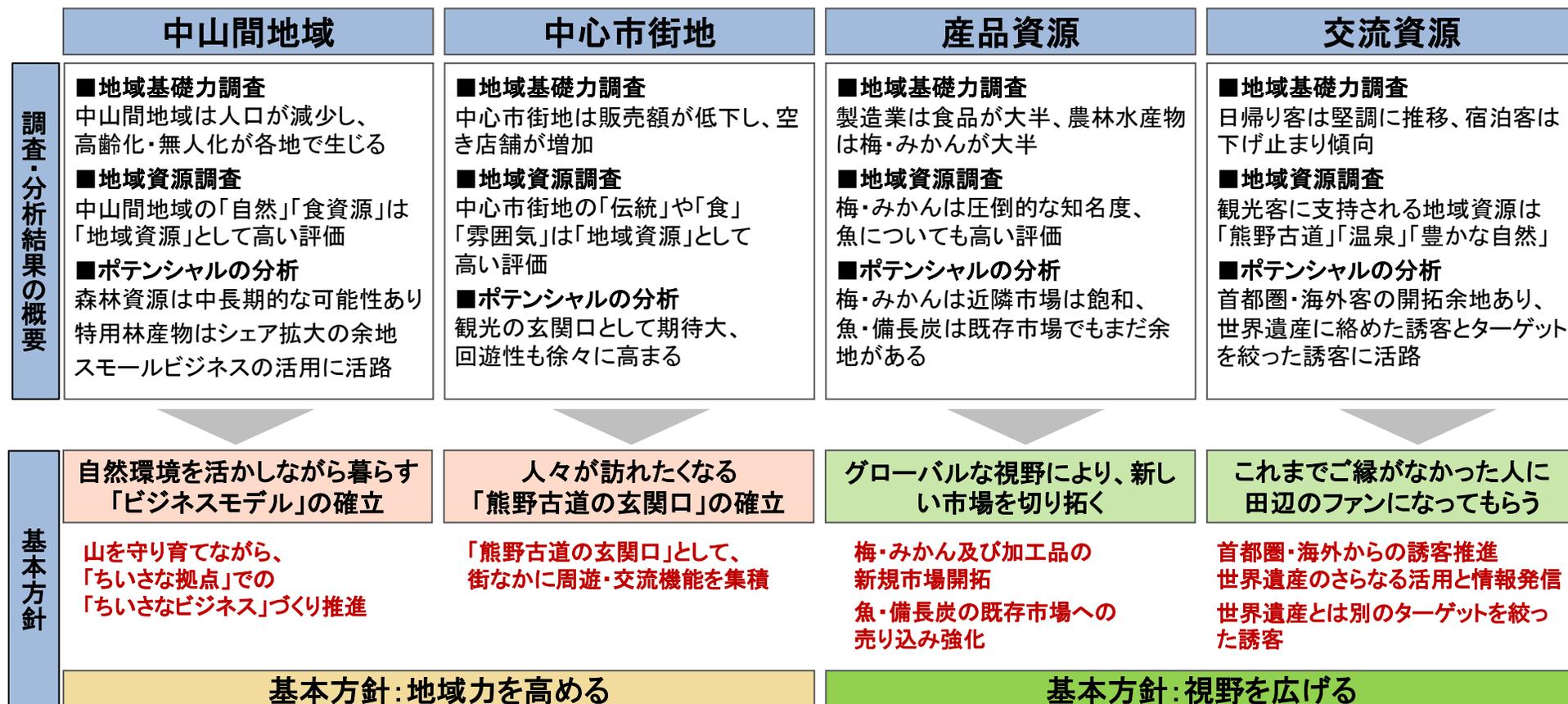
地域別・月次別日帰り客数(2013年)



(資料)和歌山県「観光客動態調査」より作成

V. 調査・分析から導くコンセプト(案)

価値創造戦略ビジョンの基本方針及びコンセプト



コンセプト

“地域”の暮らしを守るため、“世界”にも視野を広げる。
 “世界”からも選択されるよう、“地域”の力を高める。
 こうした活動により、“地域”と“世界”で価値が共有されるまちづくりを進める。