

糸魚川ジオパーク戦略プロジェクト(H24~H28の計画)

情報発信・誘致拡大プロジェクト

戦略1 糸魚川のイメージアップ・コンテンツの創出 (発信素材の確保) → P. 2

戦略2 関係者とのタイアップによる戦略的プロモーション (情報発信) → P. 6

戦略3 ターゲットを定めた誘客促進の働きかけ (誘致拡大) → P. 10

受入態勢整備プロジェクト

戦略1 市民のジオパークに対する「心のベクトル」合わせ (ジオパークフェス等) → P. 14

戦略2 地域の魅力を「磨いて」「適切に伝える」取組の展開 (受入態勢の整備・充実) → P. 18

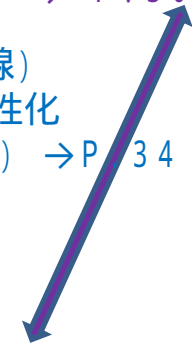
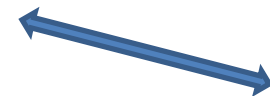
戦略3 来訪者が円滑に行動でき、糸魚川を十分堪能できるような環境整備 (ハード面の整備・充実) → P. 22

鉄道を利用した交流人口拡大プロジェクト

戦略1 鉄道イベントの継続的・段階的实施 (イベント) → P. 26

戦略2 姫川渓谷(大糸線)ジオサイトの活性化 (花のジオ鉄化プラン) → P. 30

戦略3 北陸本線(並行在来線)の利用促進と地域活性化 (「マイレール」化促進) → P. 34



情報発信・誘致拡大プロジェクト

戦略1 糸魚川のイメージアップ・コンテンツの創出（発信素材の確保）

目的

糸魚川の知名度の低さを逆にとり、良いイメージ、オンリーワンの魅力を強力に打ち出して「行ってみたい糸魚川」を印象づける。そうした発信素材を確保するための取組を構築する。

発信素材を確保する過程で、市民や来訪者が糸魚川の良いイメージ、オンリーワンの魅力を発見・再認識したり、埋れていた素材の発掘を推奨することにより、糸魚川への想いを高め、誇りの心を育て、魅力を磨く活動を誘発していく。

対象

- ・コンテンツ……高品質の映像、写真、音楽等のほか、ロゴやキャラクター、オリジナルグッズなど
- ・活用場面……TV番組、CM、ウェブサイト、DVD等のメディア、印刷物、イベント、グッズ類、商品など
- ・対象者……コンテンツの専門家/アマチュア写真家等/市民や来訪者、ネットユーザーなど

手法

糸魚川の「良いイメージ」に資する、質の高い写真・映像等の素材を収集・確保する

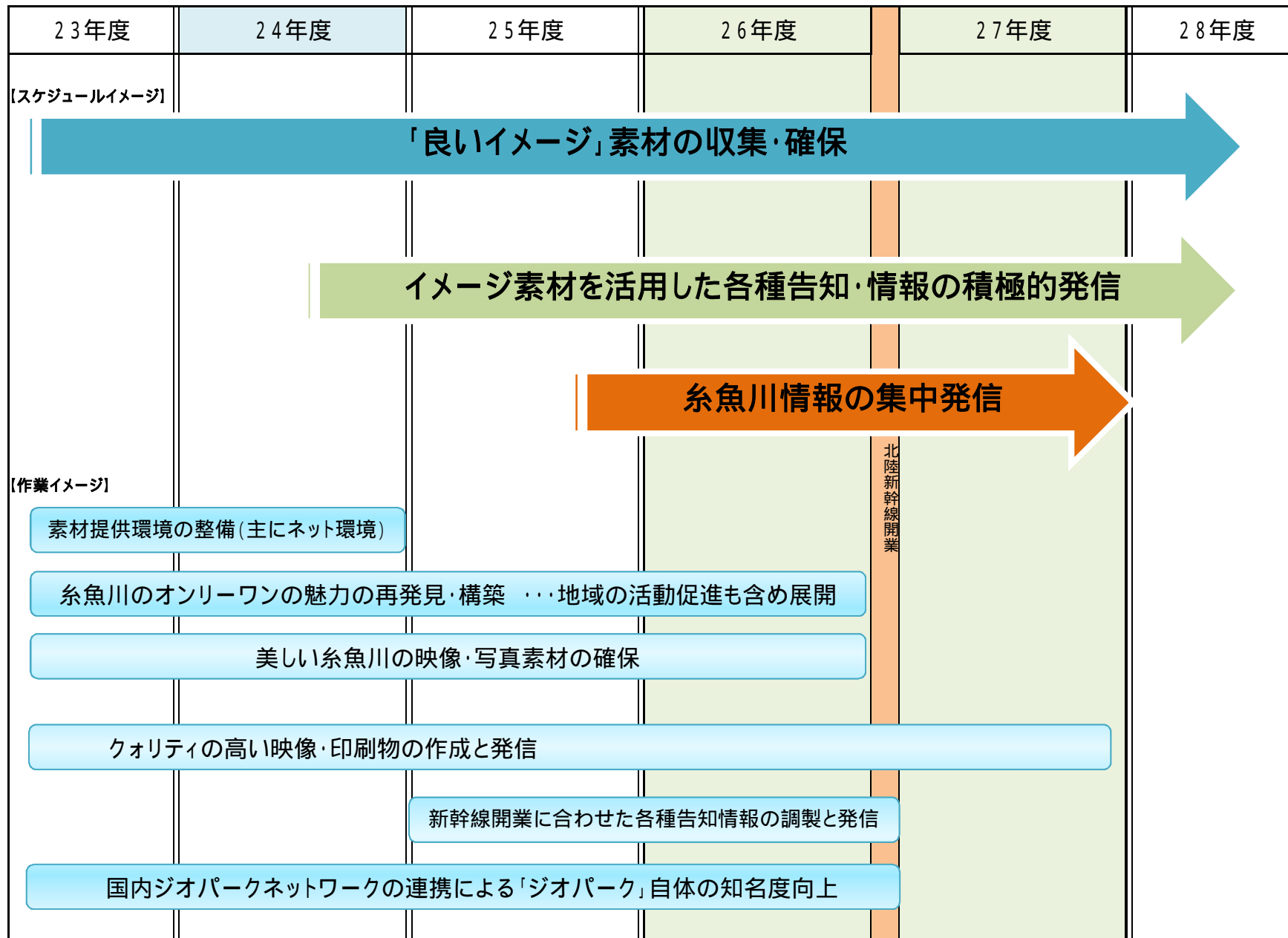
- ・Team Ecoなど放送局等との連携により、年間を通じて糸魚川の美しい映像素材を収集
- ・従来のフォトコンに加え、ウェブを活用した写真や動画の投稿サイトの開設により、幅広い視点での良質な画像や映像素材を効率的に収集

収集・確保したイメージアップ・コンテンツを最大限に活用する

- ・出版社等と連携して情報誌、ガイドブック、パンフ類、地元本を刊行
- ・番組制作やニュース素材の積極的提供、映像のDVD化やホームページからの動画配信
- ・プロモーションにおける活用（CATV、ゆるキャラ、テーマソング、ジオパーク大使等著名人の活用等）

糸魚川の「オンリーワンの魅力」を発掘・再認識、発信するための取組を構築する

- ・「境界のまち」「新種の化石発見」など、従来のオンリーワン素材のブラッシュアップと発信強化
- ・ジオパーク講座等をきっかけに、商店街や市民生活、学校など様々な活動の中で、発信素材の発見を促す
- ・来訪者が体験を口コミにより伝達することを意識した仕掛け方の追求……リピーター確保に



北陸新幹線開業

事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
質の高い写真・映像等の素材の収集・確保	写真や動画の投稿サイトの開設とフォトコンテストの実施						ジオパーク誘客拡大事業	全体予算 2,500 の中で実施	交流観光課
	放送局等との連携による素材収集 (Team Eco)						観光誘客宣伝事業	5,040	交流観光課
イメージアップ・コンテンツの活用	印刷物、テレビ番組、ホームページ、プロモーション等でのコンテンツの活用						観光誘客宣伝事業	全体予算 5,960 の中で実施	交流観光課
オンリーワンの魅力の発掘、再認識	プレスリリースの充実によるメディアへの露出増加						観光誘客宣伝事業		交流観光課
	境界のまち等、オンリーワン素材のブラッシュアップ、口コミの仕掛けづくり						ジオパーク誘客拡大事業	全体予算 2,500 の中で実施	交流観光課

取組事例	写真投稿サイトの開設とフォトコンテストの実施
<p>取り組み方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ジオパーク協議会のホームページに写真投稿サイトを開設し、良質な写真画像を収集するとともに、写真投稿を通じて糸魚川ジオパークの情報発信を行う。 ・大系線全線開通55周年記念事業等のフォトコンテストとあわせて実施することで、鉄道マニアや写真愛好家に対してもジオパークへの関心を高める。 ・コンテスト方式を採用することで、リピーターの確保を図る。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・写真投稿サイトは、投稿者と閲覧者がコミュニケーションを図れる仕組みとし、作品への投票数掲示をすることで、より上質な作品の投票行動を誘発していく。 ・投稿写真に撮影データや場所の情報を付してもらうことにより、他の写真愛好者等の現地への来訪につなげる。 ・フォトコンテストの応募作品は、公共施設等での展示にとどまらず、ホームページ上でフォトギャラリーとして閲覧できるようにする。 ・投稿、応募された優良作品は、観光パンフレット等の印刷物をはじめとする2次利用を想定。

効果

継続的に新鮮な発信素材を確保でき、戦略的プロモーションの中でも活用していける
 市民参加型の発信素材確保により、糸魚川の魅力再発見、郷土愛やおもてなしの取組につなげる
 来訪者も発信素材の確保に一役買ってもらい、来訪の動機付けとともに、リピーターの増加も期待できる

情報発信・誘致拡大プロジェクト

戦略2 関係者とのタイアップによる戦略的プロモーション（情報発信）

目的

不特定の対象者に向けた情報発信

実施時期、エリア、期間設定等、戦略的なプロモーションにより効果的・効率的な情報発信を行う。
関係者との積極的タイアップにより事業を構築し、発信する情報の量と質の向上を図る。
様々なメディアにおいて一気呵成の情報発信・話題提供で注目を集め、糸魚川の「元気のよさ」を見せていく。

対象

- ・ 方 面.....当面は県内・隣接県を主体に / 新幹線開業前～開業後は首都圏・関西圏や新幹線沿線県に注力
- ・ 関係者.....JR、並行在来線会社、マスメディア、商工団体、観光団体・事業者、県・隣接自治体など
- ・ 移動手段.....新幹線・鉄道 / マイカー / 鉄道以外の公共交通機関 / 観光バス（ツアー客）
- ・ 媒体活用.....TV・ラジオ、動画サイト、ホームページ、情報誌、イベントなど

手法

JRや並行在来線会社等のイベント企画とのタイアップ ～糸魚川に下車する目的を創出する

- ・ 鉄道関連の周年イベント、開業イベントとタイアップした多様なキャンペーン展開、ジオツアーの企画実施
- ・ 白馬方面地域と連携し、金沢・関西方面から大系線、R148を經由するモデルコースの開発
- ・ 県や上越地域と連携し、金沢・関西方面から新潟佐渡方面への誘客と絡め、糸魚川に途中下車させる取組
- ・ その他、市内外の多様なイベントや周辺観光地のキャンペーンとのタイアップ関係の構築

地域間連携により発信する情報の量と質を向上

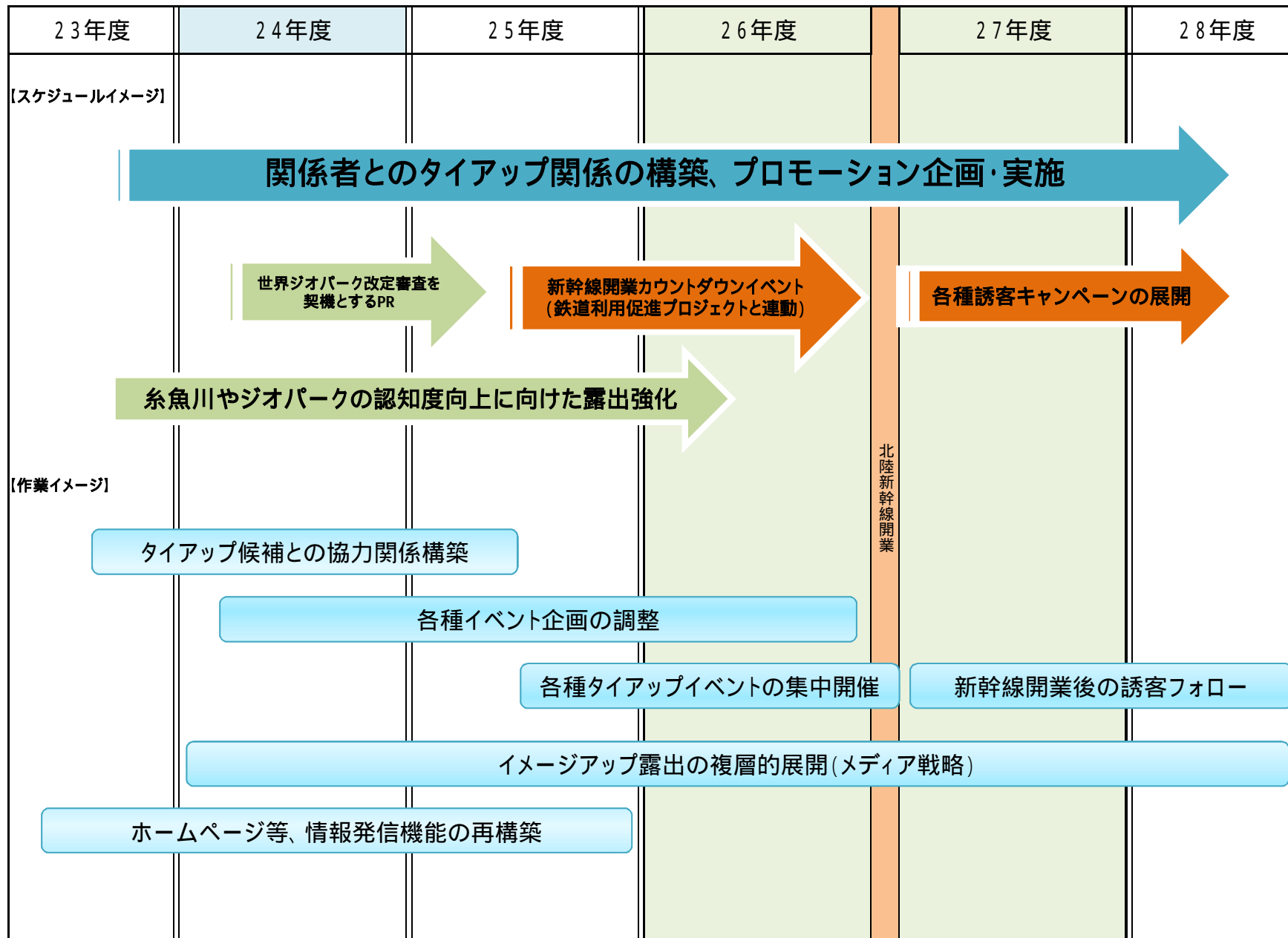
- ・ 上越地域において、食の連携（三色の焼きそば）を主体とする情報発信の取組を強化
- ・ 大系線沿線地域において、塩の道や北アルプスとジオパークを連携させた誘客を実施
- ・ 日本国内のジオパークネットワークを活用し、点ではなく線や面となった情報発信を実施

メディアやブランド企業との連携 ～新幹線開業に向けて計画的に盛り上げる

- ・ 放送局（県内・隣接県・首都圏）への売り込み、情報提供の強化隣接観光地等との協力も視野に
- ・ montbellフレンドエリアやTeamEcoとの提携による糸魚川ジオパークのイメージづくり

Webの戦略的活用 ～ネット利用者への訴求を強化する

- ・ ホームページによる情報発信のあり方をブラッシュアップ / スマートフォン利用拡大への対応
- ・ 動画サイトへのプロモーション映像投稿
- ・ 旅行誌の運営するサイトとのタイアップなど、より効果的な情報発信の追求



事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
鉄道会社等の企画との タイアップ	開業沿線地域におけるテレビ放送 キャンペーン、モニターツアーの 実施						新幹線開業キャンペーン 事業	5,000	交流観光課
	周年イベント、開業イベントとの タイアップ						ジオパーク誘客拡大事業	全体予算 2,500 の中で実施	交流観光課
地域間連携による情報 発信	上越・糸魚川・妙高広域観光マッ プの作成等						観光誘客宣伝事業	1,000	交流観光課
	上越地域において食を通じたイベ ントの実施(3色の焼きそば)								
	上越3市による首都圏等への情報 発信								
	小谷・白馬村等との広域ツアー商 品開発						体験交流推進事業	1,500	交流観光課
	塩の道イベント等の共同実施						-	-	交流観光課
	日本ジオパーク全国大会、共同ガ イドブック作成						ジオパーク推進事業	500	交流観光課
	世界ジオパーク再認定を契機とす る情報発信						-	-	交流観光課
メディアや企業と連携 した情報発信	フレンドジオパーク提携 (montbell)						ジオパーク推進事業	600	交流観光課
	Team Ecoとの連携(新潟テレビ 21)						観光誘客宣伝事業	5,040	交流観光課
	LALAラジオ(FM新潟)の活用						観光誘客宣伝事業	18,940	交流観光課
インターネットを活用 した情報発信	ホームページの充実(ブラッシュ アップ、スマホ対応等)						ジオパーク推進事業	1,200	交流観光課
	動画・写真投稿サイトとのタイ アップ						ジオパーク誘客拡大事業	全体予算 2,500 の中で実施	交流観光課
	ブログ、ツイッター等のSNSの 有効活用								

取組事例	新幹線開業エリアへの重点的情報発信と地域連携による情報発信
<p>取り組み方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏並びに新幹線開業沿線地域において、モニターツアー（バス）を実施し、糸魚川の知名度を上げていく。 ・モニターツアーの実施と並行して、テレビ番組、CMの放送により糸魚川の知名度を上げていく。放送に際しては、宿泊券等のプレゼント企画を盛り込むことで、来訪の機会を提供するだけでなく、視聴効果を検証するためのデータ収集を行い、今後のプロモーションに反映させる。 ・発信する情報の質と量の向上を図るために、上越地域における食の連携や、大糸線沿線地域における連携ツアーの実施など、連携を強化する。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・まずは、首都圏ローカル放送で夏休みを意識した番組を放送し、ホームページでのプレゼント応募等受付や最新の糸魚川情報提供と連動させることにより、視聴者の反応や聴取動向を把握し、次の展開の企画に反映させる。 ・5月13日に開催した「食の嵐」は、新幹線開業となる平成27年度に県レベルのイベント「国際ご当地グルメグランプリ」を誘致するための布石。 ・首都圏からのベクトルだけでなく、関西圏から糸魚川（白馬・小谷方面）方面のベクトルも意識した情報発信を行う。 （26年度に県が実施予定のJRデスティネーションキャンペーンとの連携も念頭に）

効果

誘客範囲をエリアで想定し、その対象者を意識したキャンペーンを展開して宣伝効果を高める
 タイアップにより、一定の投資で相乗効果を発揮（関係者がwin-winの関係になるようにする）
 タイアップにより、情報の質・量がレベルアップし来訪意欲の向上につながる

情報発信・誘致拡大プロジェクト

戦略3 ターゲットを定めた誘客促進の働きかけ（誘致拡大）

目的

狙いを定めた対象者に向けた誘客の展開

想定する対象者に応じた最も効果的なプロモーションや企画提案を行い、より着実な誘客を実現する。
ジオパークに対する関心や関係の深い来訪者を確保し、「糸魚川＝ジオ」のイメージを確固たるものにする。
ジオパークの地質学的価値を活用し、小学生～大学生・研究者まで、学習旅行や学術的目的での来訪を促す。

対象

- ・ジオパークの学術的活用が見込める教育等関係者……学生、研究者、JGN・GGN都市交流、視察受入れなど
- ・体験・交流事業等への参加者……農業体験学習を行う都市部の学校、姉妹都市等の交流自治体など
- ・各種周年事業などイベントの関係者……イベントと連動したツアー企画等への参加者など

手法

「ジオ学」をキーワードに学習・研究面での入込客を誘致する。

- ・ジオ学と農業体験学習を組み合わせた特徴的プログラム開発……修学旅行参加者を将来の来訪リピーターに
- ・小中学生対象のイベント開催、誘致 ……防災教育も含め、ジオパークへの関心を高める長期的展開に
- ・大学の研修会や学会等の誘致 ……ジオパークの価値やステータス向上に寄与、リピーターとして期待
- ・ジオパークカレッジの開校・支援 ……アカデミックな観点からの知的交流を推進する

都市部の学校との交流をはじめ、これまで培った交流事業を足掛かりに、さらに拡充する。

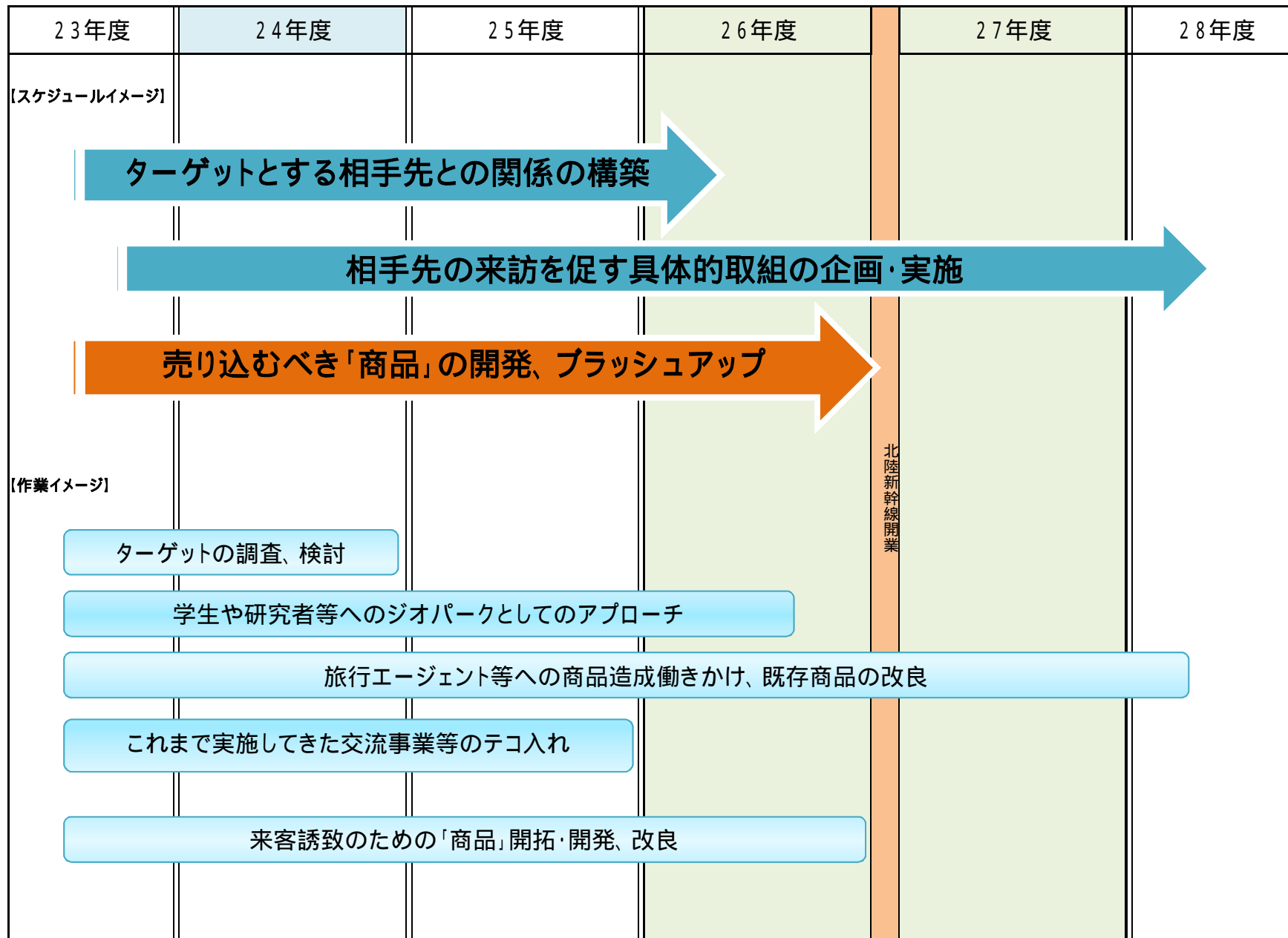
- ・聖学院中学校の農業体験学習受入の継続、日本修学旅行協会などを通じた更なる誘致 ……メニュー多様化
- ・姉妹都市など交流のある自治体を対象としたツアーや物産販売の相互実施 ……住民レベルの自発的往来へ
- ・香港ジオパークとの交流を継続・拡充 ……海外からの来訪者増加
- ・受入態勢やメニューの見直しによる「おもてなし」の強化 ……良い印象で口コミや再来の動機づけに

各種周年事業などのイベント開催に合わせて、効果的・効率的に誘客拡大を図る。

- ・他のイベントに合わせたジオツアー等の企画・提案 ……イベント来訪者の市内滞在時間を延ばす取組

周囲に影響力のある人を積極的に呼び込んで、糸魚川ファンになってもらえるような取組を強化する。

- ・マスコミ、旅行関係者、学校関係者などの招待事業 ……その後のツアー造成や送客、口コミを期待



事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
ジオ学をキーワードとした学習・研究面での入込客誘致	体験学習ツアー（国立妙高青少年自然の家との連携、教員モニターツアー等）の実施						ジオパーク推進事業	300	交流観光課
	旅行会社等への修学旅行の誘致活動の実施						ジオパーク誘客拡大事業	500	交流観光課
	体験イベント（まるごと調査隊、地震火山こどもサマースクール等）の実施						ジオパーク推進事業	1,500	交流観光課
	大学の研修会や各種学会等の誘致活動の実施						文化財保護事業	358	交流観光課 文化振興課
	大学等の合宿支援制度の検討						-	-	交流観光課 文化振興課
	ジオパークカレッジの開校・活動支援						ジオパーク推進事業	間接的に支援	交流観光課
都市部の学校との交流や都市交流の拡充	農村体験交流等の推進						体験交流推進事業	1,500	交流観光課
	旅行会社と提携したツアーの誘致								
	姉妹都市などを対象としたツアーの実施や物販の相互実施						都市交流事業	493	交流観光課
	香港ジオパークとの相互交流・プロモーションの実施						ジオパーク推進事業	300	交流観光課
各種周年事業とリンクした誘客拡大	糸魚川駅開業100周年・大糸線全線開通55周年記念事業						鉄道利用促進事業	5,000 ¹	都市整備課
	姫川港開港40周年記念事業						-	-	商工農林水産課
	相馬御風生誕130年記念展						-	-	文化振興課
糸魚川ファンの増加による誘客拡大	マスコミ、旅行関係者、学校関係者等の招待						-	-	交流観光課

取組事例	修学旅行の誘致とジオ学の発展的展開
<p>取り組み方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 修学旅行の誘致を行うため、日本修学旅行協会と連携し、24年度においては首都圏方面の中学校・高校教諭向けのモニターツアーを実施する。 ・ 今年度開校を予定している、糸魚川ジオパークカレッジの成果を検証し、将来的には首都圏などにおいても受講（現地学習は糸魚川で）できるようにし、大学の単位に編入できるような仕組みづくりや働きかけを検討する。 ・ 国立妙高青少年自然の家のプログラムと連携し、糸魚川ジオパークを子どもの体験学習のメッカにする。 ・ 小中学生向けのジオパークイベントを開催することにより、幼少期からジオへの関心を高め、ふるさとの魅力の発見と愛着心の醸成を図るとともに、防災学習ができるジオパークとしてのアピールも行う。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ まとまった人数での来訪や宿泊が期待できる児童生徒や学生の修学旅行・合宿の誘致を狙う。まずはそのためのキーマンとなる教員等へのアプローチを強化。 ・ 子どもや学生およびその関係者に糸魚川ファン、将来のリピーターになってもらえるよう注力する。 ・ ラグビーと言えば菅平のように、ジオパーク学習と言えば糸魚川と言われるようなステータスの確立を目指す。

効果

各種学習プログラムの提案と実施により、来訪者に対する魅力づくり、受入側のおもてなしの向上に資する対象を限定した集中的・効率的な誘客営業により、団体旅行の受入や継続的な来訪者確保が期待できる教育・学術レベルでジオパークの活用を図ることで「糸魚川ジオパーク＝地質学部の合宿のメッカ」のようなステータスを確立することが期待できる

受入態勢整備プロジェクト

戦略1 市民のジオパークに対する「心のベクトル」合わせ（ジオパークフェス等）

目的

市民一人一人がジオパークの担い手であることを共通認識化する取組を進める
市民参加型のイベントをはじめ、各種の取組によりジオパークに対する意識、認識の方向をそろえる。
販売やおもてなし等の経験を通じて、受入態勢の重要性と資質向上の「気づき」の機会を作る。
新幹線開業で一層多くのお客さんが来ても対応できるような受入・供給態勢の道筋作りに着手する。
世界ジオパーク更新審査に向けた、市民が行うべき必要な取組を組み込む。

対象

- ・市民（特に来客対応をする機会がある方。あらゆる業種を含む。）
- ・小・中・高校生、市民グループなど、ジオパークの裾野の拡大の担い手となる方
- ・糸魚川市出身者、他のジオパーク都市、姉妹・友好都市 など

手法

新幹線開業前に「糸魚川ジオパークフェスティバル（仮称）」を開催する。
・開催準備段階から、ジオパークガイド、販売、文化などに関わる人々が楽しみながら関わるよう工夫
・ジオパークをキーワードとした市民参加型のイベントを開催するとともに、シンポジウム、演奏、取組発表、販売、情報交換、体験イベント、ジオパーク検定などをフェスの一環として随時開催
・イベント等の実施に際しては、ジオパークの日（8/22）やジオパークウィーク（8/22～28）を意識

子どもの学習、社会教育、公民館事業など、各世代の様々な分野においてジオパーク学習を推進する。

- ・子ども一貫教育基本方針の「糸魚川ジオ学の創造」に基づく、ジオパーク学習の推進と郷土愛の醸成
- ・小学生向けのジオパーク副読本の作成と、ジオ学習支援のための講師派遣や移動手段の確保
- ・他地域のジオパークの理解や外国語の習得をはじめとする国際感覚養成のため、中学生の香港派遣・受入れ
- ・生涯学習における糸魚川ジオ学のメニュー拡大・充実など、ジオパークに対する興味・関心の喚起

個々の事業とジオパークとの連携・関連付けを行い、ジオパーク意識を普及啓発する。

- ・市職員のジオパークに対するベクトルを合わせ、担当業務との関連付けを行い、市民への啓発活動を実施
- ・花いっぱい運動などの環境美化活動や環境保全意識、声掛け運動等を通じたジオパーク意識の醸成・啓発
- ・ジオツアーと健康ウォーキングとのコラボや、ジオの恵みである地場産品との関連付けなど、健康づくり事業とのタイアップによる意識啓発の強化
- ・各地域や各種団体等の活動へのジオパーク意識の組み込みや支援による各ジオサイトや地域の活性化促進



事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
糸魚川ジオパークフェスティバル(仮称)の開催	ジオパークフェスティバルの開催						-	-	交流観光課
	シンポジウム等の実施						ジオパーク推進事業	300	交流観光課
	取組発表(活動、商品開発等)等の実施						-	-	交流観光課
	ジオパーク体験イベント等の実施						ジオパーク推進事業	1,500	交流観光課
	糸魚川ジオパーク検定の実施						ジオパーク推進事業	800	交流観光課
	糸魚川ジオパーク表彰の実施						-	-	交流観光課
子どもの学習、社会教育などにおけるジオパーク学習の推進	子ども一貫教育基本方針に基づく糸魚川ジオ学創造、副読本の作成等						子ども一貫教育推進事業	3,190	こども課
	ふるさと糸魚川学習支援、糸魚川ジオパーク学習交流会の実施						ふるさと糸魚川学習支援事業	5,630	こども課
	校外学習用バスの運行						教育振興事業	3,549	教育総務課
	中学生の香港ジオパークへの派遣・受入検討						中学生海外派遣事業	4,808	教育総務課
	公民館カレッジ、ジオパーク講座、ワクワク探検隊等						成人教育事業ほか	4,281	生涯学習課
	糸魚川ふるさと講座						文化財保護事業	621	文化振興課
各種事業との連携・関連付けによるジオパーク意識の普及啓発	各種事業のジオパークとの関連付け						各種事業	-	関係課
	出前講座、ジオツアー、広報活動						ジオパーク推進事業	300	交流観光課
	市制施行10周年記念事業とのタイアップ						-	-	総務課
	宇宙帰りのササユリの活用						市民憲章等推進事業	-	総務課
	ジオツアーと健康づくりとの連携						健康づくり推進事業ほか	-	健康増進課
	ご当地ナンバープレートによる啓発						賦課徴収諸費	473	市民課
	環境美化活動、ジオのまち花いっぱい取組						花いっぱい推進事業	1,500	環境生活課
	コンポスト、ごみ集積施設等を利用した啓発						環境美化推進事業ほか	-	環境生活課
ジオパークを活用した地域づくり活動の意識付け、支援						地域づくり活動支援事業ほか	14,100	企画財政課	

取組事例	ジオパークフェスティバルの開催
<p>取り組み方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・全体会については、小・中学生、高校生などによる、糸魚川ジオパーク学習交流会を軸として開催する。 ・取組発表については、学習発表だけでなく、事業者等による活動報告、商品開発、研究発表なども合わせて行う。 ・香港ジオパークとインターネットを活用した中継を行うなど、世界ジオパークとして、海外のジオパークとの連携についてのアピールを行う。 ・事業者等の発表については、特産品の展示販売や飲食販売を含めたものとし、参加者が楽しめるものとする。 ・フェスティバルの一環として、シンポジウム、演奏会、体験イベント、ジオパーク検定などを、随時開催する。 ・環境イベント等とのタイアップにより、環境保全意識の醸成と糸魚川ジオパークのイメージアップを図る。 ・ジオツアーとウォーキングとのコラボや、ジオの恵みである地場産品との関連付けを行うなど、健康と食の面からの啓発強化を行う。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント開催に至る準備段階での市民各層の参画を通じて「ジオパーク」や「おもてなし」に対する意識の醸成を図る。 ・北陸新幹線開業イベント、市制施行10周年記念イベント、宇宙帰りのササユリの配付などと連携し、各種メディアへの露出の増加を図る。

効果

市民のジオパークに対する「気づきの場」づくりを行い、受入態勢整備に実効性を与えていく息の長い取組を通じて、市民一人一人が本物のホスピタリティを発揮できるように「気持ちを整えていく」みんなが楽しみながら「元気になる」ことが、来訪者受入の際のイメージアップ、スキルアップにつながる

受入態勢整備プロジェクト

戦略2 地域の魅力を「磨いて」「適切に伝える」取組の展開（受入態勢の整備・充実）

目的

ソフト面での受入態勢整備の取組を推進

戦略1とも連動し、地域の魅力を再確認・再発見して、それを来客・市外の方に誇り、伝え、売り込んでいくところまで「磨き上げる」。

見せていくもの、売り出していくものを発見・開発・工夫して「売り物」としての水準を上げていく。

地域の魅力を「適切に伝える」意識づくりや実践活動を構築し、ナンバーワンのおもてなしのまちを実現する。

対象

- ・ 市民、組織、団体、地域活動 ……地域の人たちが「ホスピタリティ意識」を持って取組を進めることが重要
個々がまとまって行動する場づくりと、意識の共通化を図る
- ・ ツアーや商品等、魅力の開発 ……地域の魅力を形にし、来訪者にアピール

手法

ガイド、接客業種をはじめ、市民一人一人がおもてなし意識を持てるように多様な啓発機会を設定する。

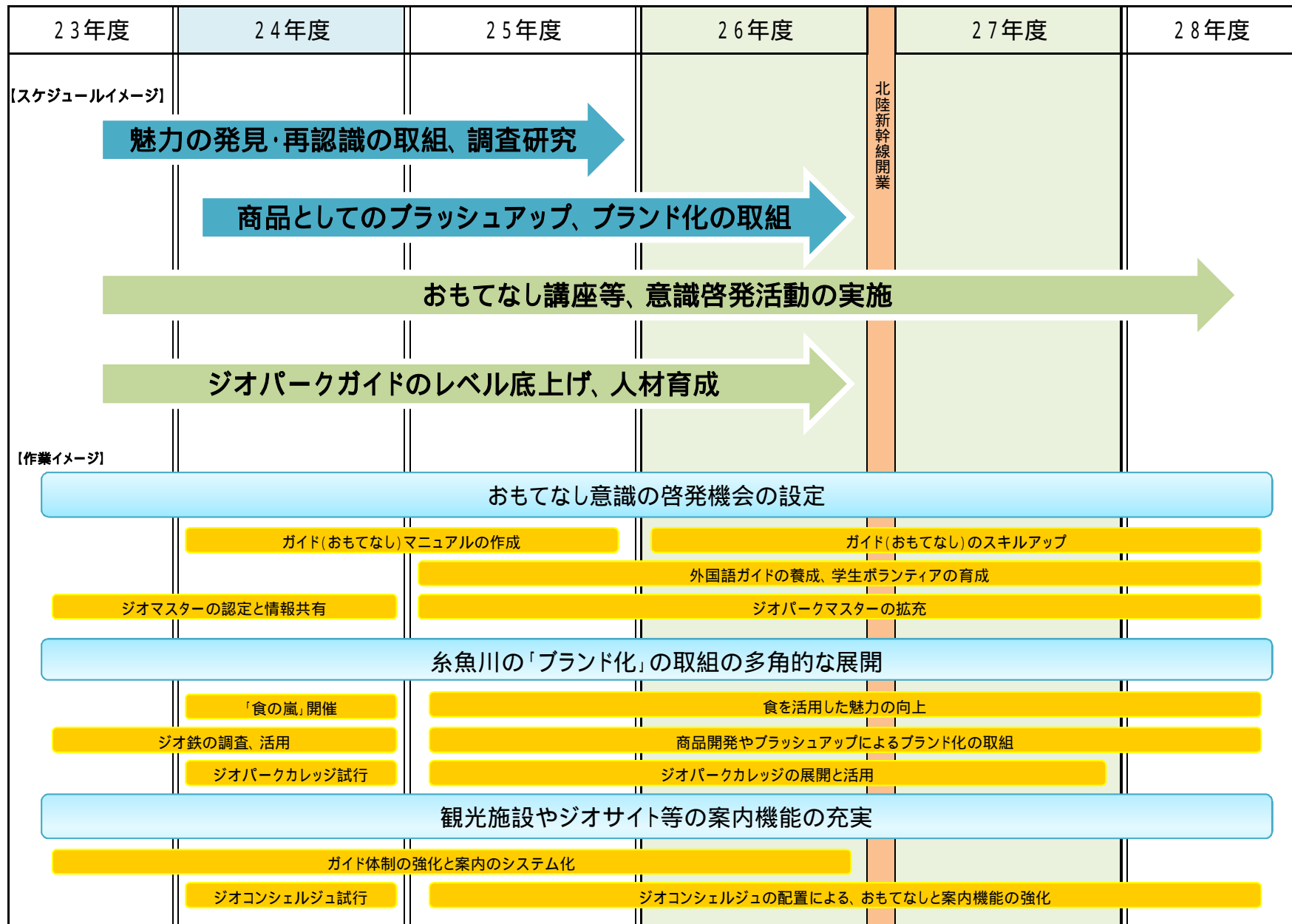
- ・ ホスピタリティ講座、マナー教室等を関係団体と連携して開催（意識付け、マニュアル作成）
- ・ ジオパークガイド、タクシー運転手など案内側のスキルアップ・レベルアップ、学生ボランティア等の育成
- ・ 国際人材サポート協会とも連携した外国人対応マニュアル作成やガイド養成
- ・ 飲食業、宿泊業等を中心に、案内の充実とホスピタリティのレベルアップに向けたジオパークマスター拡大
- ・ ジオパークマスター等によるメーリングリストを導入し、ジオパーク情報をはじめ地域の情報を共有

糸魚川の「ブランド化」の取組を多角的に展開する。

- ・ 糸魚川に来ないと味わえない・手に入らない食材・メニュー、ツアー候補の洗い出し、商品開発
- ・ ヒスイ製品をはじめ糸魚川ブランド商品のブラッシュアップ、新たなブランド化候補の発掘と作りこみ
- ・ プレミアムツアーの設定によるジオマニアや、ジオ鉄との連携による鉄道マニア等の受入に向けた取組
- ・ 当地域の資源とポテンシャルを活用した糸魚川ジオパークカレッジの開校と活動支援
- ・ ターゲット客層の嗜好や行動を調査分析し、商品開発や販売戦略に活用

観光施設やジオサイトの案内に係る機能、内容、質の充実を図る。

- ・ ガイド体制や運用の改善、案内機能のシステム化、案内の内容や質のチューニングの実施
- ・ 糸魚川駅前観光案内所、マリンドリーム能生、親不知ピアパーク等観光拠点の案内窓口の連携、充実
- ・ 主要観光施設へのジオコンシェルジュ配置による、おもてなしと案内機能の強化充実



北陸新幹線開業

事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
市民一人ひとりがおもてなし意識を持てるような啓発機会の設定	ガイド(おもてなし)マニュアル作成、講座等の実施						ジオパーク誘客拡大事業	1,000	交流観光課
	ジオパークガイドのスキルアップ						ジオパーク推進事業	全体予算 300 の中で実施	交流観光課
	外国語ガイドの養成						-	-	交流観光課
	子ども学迎員等を活用した学生ボランティアの育成						-	-	交流観光課
	ジオパークマスターの拡充と地域の情報共有等						ジオパーク推進事業	500	交流観光課
糸魚川の「ブランド化」の取組の多角的な展開	商店街等におけるイベントの実施						商店街等活性化イベント助成事業	1,300	商工農林水産課
	観光イベントの実施						観光イベント助成事業	12,800	交流観光課
	モニターツアー等の実施						ジオパーク誘客拡大事業	500	交流観光課
	糸魚川ブラック焼きそば、南蛮エビ、アンコウ、ジオ井等の取組						食の情報発信事業	2,500	交流観光課
	ジオ鉄の調査とPR(JR大系線)						ジオパーク推進事業	500	交流観光課
	ジオパークカレッジの開校・活動支援						ジオパーク推進事業	-	交流観光課
	ヒスイ等の糸魚川ブランド商品のブラッシュアップ、ブランディング						中小企業向け資金貸付事業	-	商工農林水産課
観光施設やジオサイト等の案内機能の充実	ジオパーク観光ガイドの体制強化・充実						ジオパーク推進事業	-	交流観光課
	観光案内所等へのコンシェルジュの配置						ジオパーク推進事業	全体予算 300 の中で実施	交流観光課

取組事例	ジオパークカレッジの開校と活用
<p>取り組み方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・糸魚川ジオパークの資源とポテンシャルを活用した「糸魚川ジオパークカレッジ」の開校と活動の支援を行う。 ・住民等を対象に、糸魚川ジオパークへの学術面からのアプローチを行い、知的好奇心を満足してもらうとともに、その価値を啓発する。 ・あわせて、ジオパーク活動をビジネスに活用するためのコースを提供し、観光関係者、飲食業者をはじめとする事業者への啓発を行うことにより、新たな事業化を促し、地域の活性化を図る。 ・全国から、ジオパーク関係者、事業者や学生など、ジオパーク（地質、動植物、文化等）に興味をもつ方が勉強のために集まって来るような、魅力的なカリキュラムを提供し、糸魚川ジオパークブランドの発信により交流人口の拡大を図る。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東京大学ブランドを活用し、糸魚川ジオパークをアカデミックな観点からのPRを行うことにより、他地域との差別化をアピールする。

効果

糸魚川への来訪者に良い印象を持たせ、「また来たい気持ち」「口コミによる拡大」へとつなげる
 市民が取組の過程や成功体験を通じて、地域への誇りと愛着、PR意識を持つことにより、地域の活性化に資する

受入態勢整備プロジェクト

戦略3 来訪者が円滑に行動でき、糸魚川を十分堪能できるような環境整備（ハード面の整備・充実）

目的

ハード面からの受入態勢の整備を推進

ジオサイトやフォッサマグナミュージアム（FMM）、案内表示等、**基幹的な施設・インフラを効果的に整備し、来訪者の満足度を向上させる。**

交通アクセスの利便性向上、案内情報の充実により、**域内の円滑な移動を実現する。**

宿泊やお土産の購入、交通機関の利用など**多様なサービスを相乗的に利用できる仕掛けを作り、利用者にも地域にもメリットのあるシステムを構築する。**

対象

- ・ジオサイト、観光・文化施設、案内所、解説板等**常に利用者を念頭に置いて整備を進める**
- ・交通インフラ、誘導標識類、交通手段
- ・解説・案内システム ...スマートフォン等の活用による利便性向上

手法

来訪者の行動パターンを継続的・多角的に分析して、**効果的・効率的な施設整備に反映させる。**

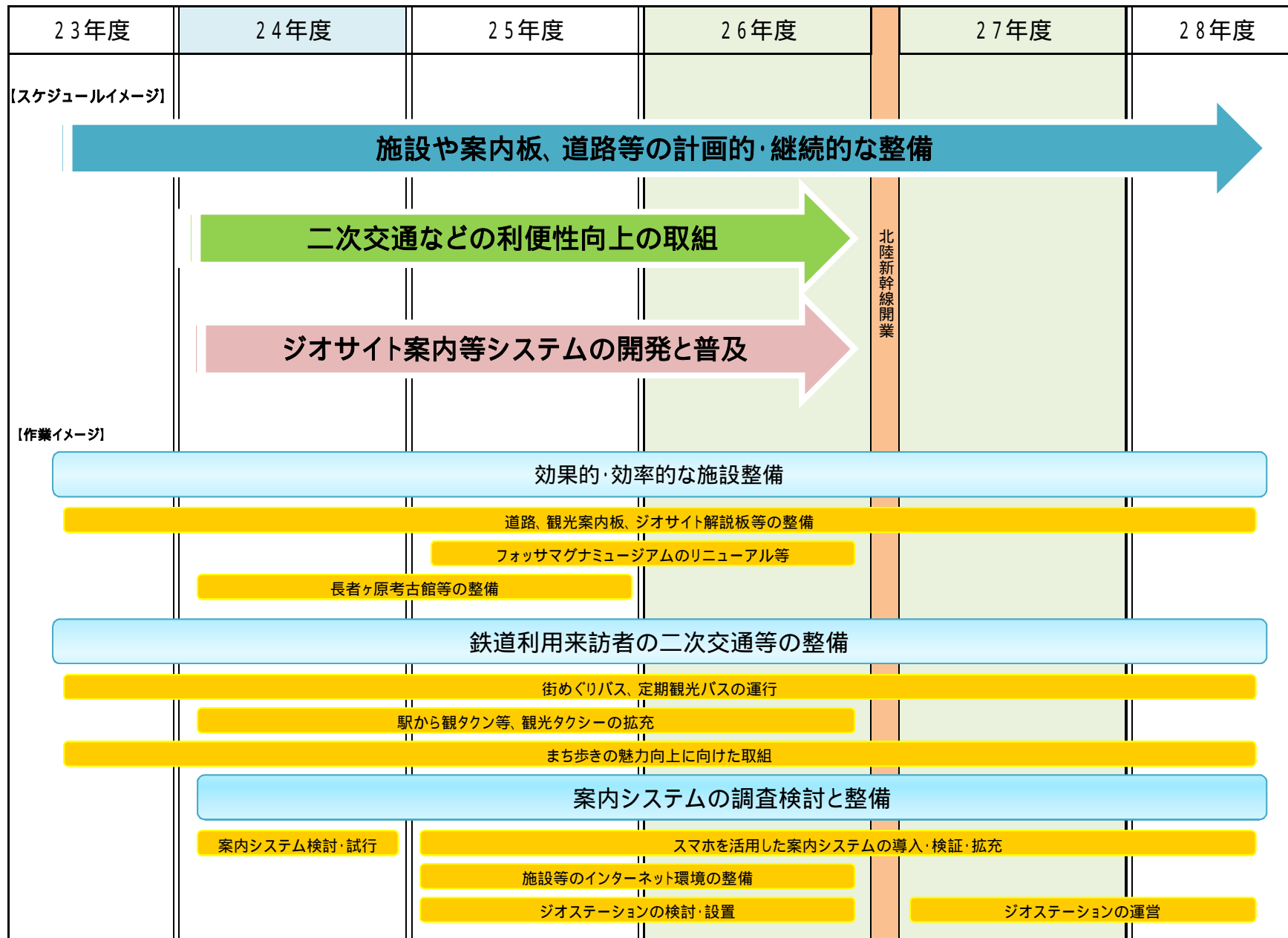
- ・ジオサイトやFMM等の整備にあたり、来訪者に応じた優先順位を踏まえ施設整備を実施
- ・ジオサイト整備にあたっては、環境保全に配慮しながら必要最小限の整備を実施
- ・安全で円滑な移動ができるようなアクセス道路整備、ジオサイト相互のネットワークに配慮した案内の充実
- ・国土交通省、県地域振興局と連携した道路案内の充実

鉄道を利用してきた来訪者が**気軽に行動できる環境**を作る。

- ・定期観光バスや観光タクシー等における多様なコース開発
- ・まち中の主要な観光施設等を巡回する街めぐりバスの運行と、JR商品との連携
- ・ルート案内の充実、魅力ある商店や商品の提案、休憩施設や景観等の整備によるまち歩きの魅力向上

案内所等の**アナログ的システムと、スマートフォン等のデジタル的システム**をトータルに整備する。

- ・新幹線駅1階のジオパーク情報発信コーナー（ジオステーション）をジオパーク総合案内拠点として整備
- ・ホームページの内容や表現、機能を見直し、総合情報発信窓口として充実
- ・スマートフォンによるジオサイトの総合案内・解説アプリの開発
- ・宿泊案内、時刻表、土産や食事店舗の検索、ナビを活用したまち歩き機能等の検討
- ・来訪者等がデジタル端末による情報収集を容易に行えるよう、観光施設や宿泊施設など通信環境の整備



北陸新幹線開業

事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
効果的・効率的な 施設整備	道路整備（視線誘導標を活用した案内表示を含む）						道路新設改良事業ほか	-	建設課 商工農林水産課
	観光案内板の整備						観光案内板整備事業	10,019	交流観光課
	ジオサイト解説板、案内標識等の整備						ジオパーク整備事業	20,000	交流観光課
	フォッサマグナミュージアムのリニューアル、フォッサマグナパークの遊歩道整備等						-	-	文化振興課
	姫川の河川環境整備						姫川かわまちづくり事業	2,000	建設課
	長者ヶ原遺跡の改修、硬玉産地（小滝川・青海川）の整備						史跡整備事業	12,704	文化振興課
	長者ヶ原考古館の整備（展示改修）						長者ヶ原考古館整備事業	20,000	文化振興課
	相馬御風宅の改修						県史跡相馬御風宅整備事業	3,798	文化振興課
鉄道利用来訪者の 二次交通等の整備	街めぐりバスの運行						糸魚川街めぐりバス運行事業	3,500	交流観光課
	定期観光バス運行						定期観光バス運行支援事業	2,650	交流観光課
	駅から観タクンの拡充、観光タクシーの整備						ジオパーク誘客拡大事業	-	交流観光課
	まち歩きの魅力向上にむけた取組						ジオパーク誘客拡大事業	-	交流観光課
アナログとデジタルの案内システムの整備	スマートフォンによる案内アプリの作成等						ジオパーク誘客拡大事業	1,000	交流観光課
	施設等のインターネット環境の整備						-	-	交流観光課
	携帯電話不感地域の解消						携帯電話不感地域解消事業	7,600	総務課
	新幹線糸魚川駅へのジオステーションの設置、運営						-	-	交流観光課

取組事例	アナログとデジタルの案内システムの整備
<p>取り組み方</p>	<p>ジオステーションによる案内（アナログ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新幹線駅1階に、「見る・学ぶ」、「食べる・飲む」、「買う」の各機能を持った複合施設として、ジオステーションを整備する。（以下はプロジェクトチームの整備案） ・「見る・学ぶ」...サテライトミュージアム <ul style="list-style-type: none"> フォッサマグナミュージアムの導入部としての位置付け。 ガイドによる説明を行い、FMMや各ジオサイトへの誘導を図る。 石の鑑定（ガイドにおける1次鑑定 最終鑑定はFMMで。） ミニ体験コーナーの設置、映像等を活用した糸魚川ジオパークの体感 ・「食べる・飲む」...お休み処 <ul style="list-style-type: none"> 雰囲気がよく、くつろぐことのできる場とする。 ガイドとのコミュニケーションの場とし、リピートを促す。 ・「買う」...ジオ関連のお土産の展示・販売促進 <ul style="list-style-type: none"> ジオ関連商品を展示し、購買意欲を高め、街なかへの誘導を図る。 <p>スマートフォン等のアプリを活用した案内（デジタル）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォン等によるジオパークの総合案内とともに、街なかへの誘導を図り、地域活性化を促す。 ・宿泊案内、公共交通の時刻表、土産や食事店舗の検索、ナビを活用したまち歩き機能等も付加し、利用者が使いやすいものとする。 ・来訪者等がアプリをダウンロードしたり、情報収集を容易に行えるよう、観光施設や宿泊施設などに無料Wi-Fi設備の設置を推進する。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・糸魚川駅南口を糸魚川ジオパーク見学のスタート地点と位置付け、ジオパークガイドとのコミュニケーションによるおもてなしと合わせ、デジタル機器による案内システムを整備し、安心して円滑な誘導を行う。

効果

来訪者目線で効果的な整備を行うことにより、限られた予算で来訪者に喜ばれる環境整備を進める

鉄道を利用した交流人口拡大プロジェクト

戦略1 鉄道イベントの継続的・段階的实施 (イベント)

目的

北陸新幹線開業に向け、プロモーションと連動した各種イベントを段階的に実施し、交流人口の拡大を図る。関係機関・団体でイベント実行組織を立ち上げ、地域全体の気運盛り上げと鉄道利用の気運醸成を図る。在来線の利用促進と連携して北陸新幹線の利用促進を図る。

対象

- ・市民及び大系線、北陸本線沿線の市外住民 ……北陸新幹線、大系線、並行在来線の利用促進
- ・商工団体、観光関係者、交通事業者等 ……イベント参加で北陸新幹線開業を契機とした営業活動等の活性化
- ・首都圏、関西圏及び北陸新幹線の沿線住民 ……交流人口の拡大

手法

鉄道関連各種イベント等を段階的、継続的に実施し、北陸新幹線開業気運醸成と、糸魚川への誘客を図る。

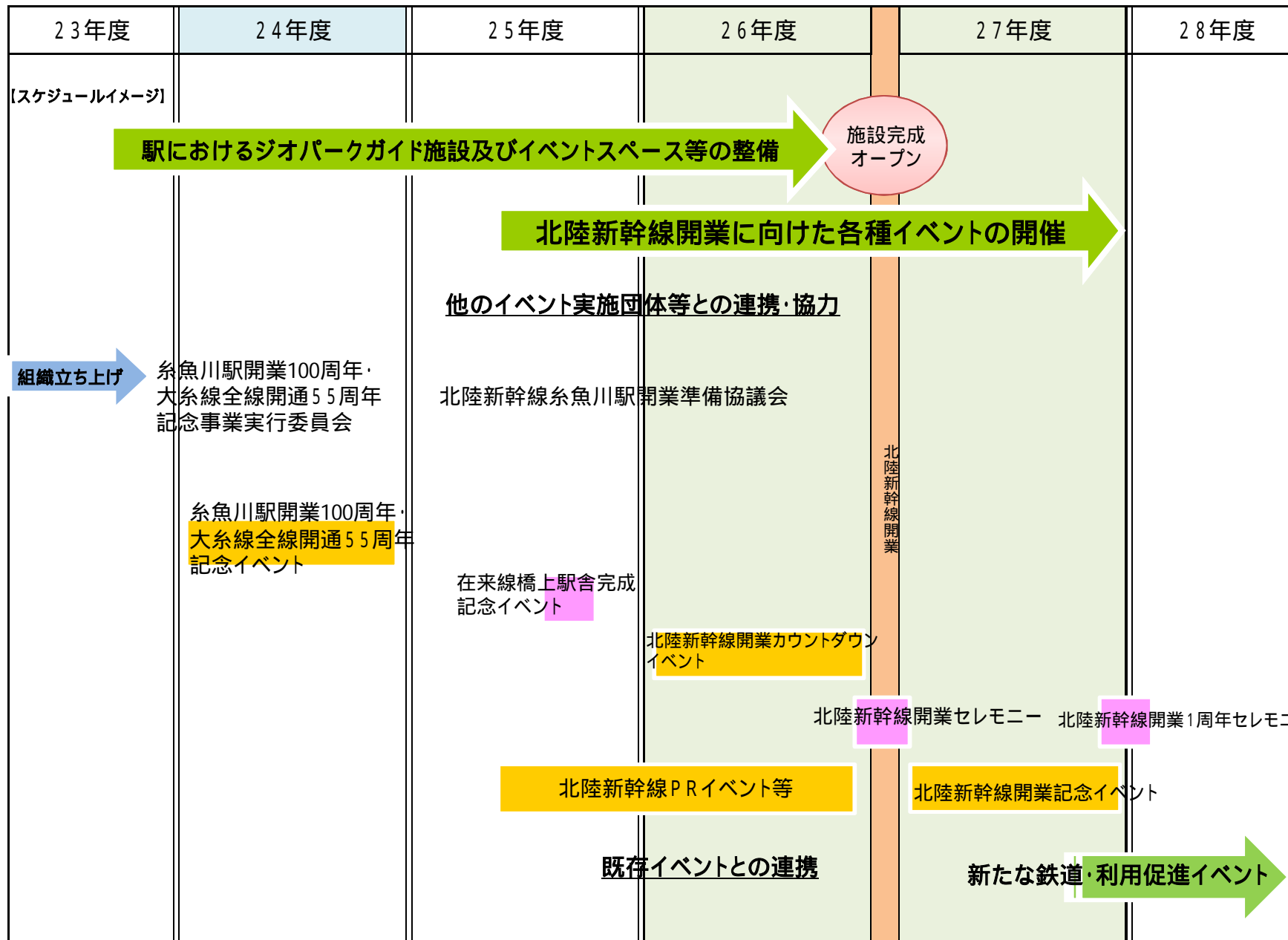
- ・糸魚川駅開業100周年・大系線全線開通55周年記念イベントの開催
- ・北陸新幹線開業に向けたPRイベント ……新幹線駅舎見学会 等
- ・在来線橋上駅舎完成記念イベント ……記念式典 等
- ・北陸新幹線開業セレモニー・イベント（開業カウントダウン、開業セレモニー・開業記念イベント・開業1周年セレモニー） ……式典、郷土芸能、物産市など

イベントの実施に向け、実行組織の立ち上げ、他団体等との連携を進める。

- ・糸魚川駅開業100周年・大系線全線開通55周年記念事業実行委員会、北陸新幹線糸魚川駅開業準備協議会の立ち上げ
- ・他団体との連携（大系線利用促進輸送強化期成同盟会、北陸本線等利用促進協議会 等）

駅におけるジオパークガイド施設やイベントスペース等の整備など、イベント開催の「場づくり」を進める。

- ・ジオパークガイド施設とイベントスペースの整備
……ジオパーク情報の提供、ガイド活動拠点、市民の憩いの場、各種イベントでの活用
- ・赤レンガ車庫モニュメント整備とキハ52車両展示 ……糸魚川のイメージづくり、イベントでの活用



事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
各種イベント等の段階的・継続的な実施	糸魚川駅開業100周年・大糸線全線開通55周年記念事業の実施						鉄道利用促進事業	1再掲 5,000	都市整備課
	北陸新幹線開業PR活動の実施						北陸新幹線開業準備事業	2 300	都市整備課
	北陸新幹線PRイベント(見学会等)の実施						北陸新幹線対策費	120	都市整備課
	在来線橋上駅舎完成記念イベントの実施						-	-	都市整備課
	北陸新幹線開業セレモニー・イベントの実施						-	-	都市整備課
イベント実行組織の立ち上げと他団体等との連携	糸魚川駅開業100周年・大糸線全線開通55周年記念事業実行委員会の活動						鉄道利用促進事業	1再掲 5,000	都市整備課
	北陸新幹線糸魚川駅開業準備協議会の活動						北陸新幹線開業準備事業	2再掲 300	都市整備課
駅におけるガイド施設及びイベントスペース等の整備	ジオパークガイド施設及びイベントスペース等の整備						新幹線駅舎関連整備事業	12,800	都市整備課

取組事例	糸魚川駅開業100周年・大系線全線開通55周年事業の実施
取り組み方	<ul style="list-style-type: none"> ・キハ120のラッピングについて市内高等学校、中学校の美術部を含めてデザインを募集し、市民投票を参考にしながらデザインを決定する。 8月4日のおまんた祭りや10月14日の記念式典の時にラッピング車両を走行させる。 ・写真投稿サイトの開設とフォトコンテストを実施する。 ジオパーク協会のホームページ上に写真投稿サイトを開設し、記念事業のフォトコンテストも併せて実施する。 ・糸魚川駅開業100周年記念式典を10月14日の鉄道の日に合わせて実施する。 ・糸魚川駅開業100周年・大系線全線開通55周年事業は単年度で終了するが、北陸新幹線開業イベントを視野に入れた中で、今後の事業に繋がるイベントとして実施していく。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・キハ120のラッピング車両は8月4日のおまんた祭りの日に出発式を行ない、大勢の方の前でお披露目を行なう。 ・キハ120のラッピング車両を定期的に走行させて、関心を高めるようにする。

効果

周年イベントを皮切りに段階的に機運を盛り上げ、北陸新幹線開業時には糸魚川に注目を集め、多くの方から北陸新幹線を利用して糸魚川に来訪してもらう。
イベント実行組織づくりを通じて、地域関係者の想いをまとめ、マイレール意識の醸成と北陸新幹線開業に向けた地域活性化の気運を醸成する。

鉄道を利用した交流人口拡大プロジェクト

戦略2 姫川渓谷(大系線)ジオサイトの活性化 (花のジオ鉄化プラン)

目的

大系線は沿線住民の減少で利用が頭打ちのため、外部から利用者確保乗ってもらう「目的」を作る。
新幹線との接続により、長野県方面からの利用者増に結びつける。
高齢化する地元でも管理可能な、降りてもらい、乗ってもらい見どころづくりを進める。

対象

- ・鉄道ファン、アマチュア写真家、登山者など、鉄道利用が期待できるコアなファン層の呼び込み
- ・花の見どころへの、ファミリー層や高齢者層の呼び込み

手法

季節ごとの見どころとなるような「花のエリア」を多数整備する。

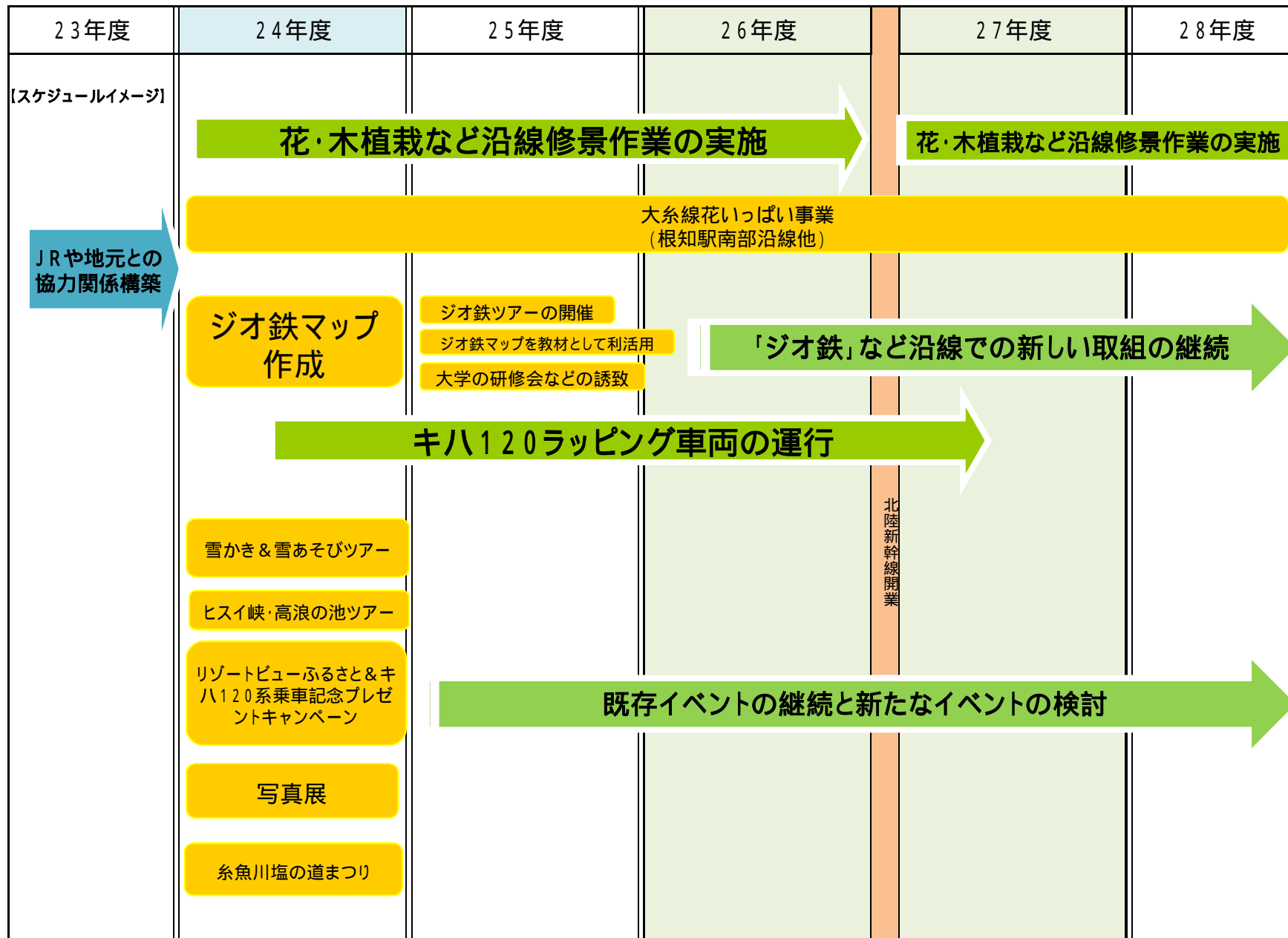
- ・大系線全線開通55周年記念イベントをきっかけに、沿線に花を植える運動を開始
- ・大系線車内からの花のエリアの楽しみ方を提案車内放送やイメージ映像の活用なども検討
- ・プランターによる各駅の花いっぱい化駅周辺住民の協力

コアなファン層を呼び込む多様な仕掛けを構築する。

- ・「ジオ鉄」のような新しい取組を積極的に呼び込んでいくジオ鉄ツアーの開催など
- ・JRと連携し、ラッピング車両を運行鉄道ファンやファミリー層などを呼び込む
- ・運行本数の少なさをカバーする、2次交通との接続の検討
- ・フォトコンテストの実施 ...写真マニアに認められるような投稿型Webサイトの構築
- ・スタンプラリーの実施

大町・松本方面の大系線利用者呼び込む。

- ・南小谷での接続利便性向上により、新幹線利用者を確保



事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
「花のエリア」の整備	大糸線花いっぱい事業						鉄道利用促進事業	1再掲 5,000	都市整備課
コアなファン層を呼び込む仕掛けづくり	キハ120系ラッピング車両の運行						鉄道利用促進事業	2,500	都市整備課
	ジオ鉄マップ作成事業						鉄道利用促進事業	2,000	都市整備課
	既存イベントや新規イベントの実施						鉄道利用促進事業	500	都市整備課

取組事例	根知地区袴岩付近における花いっぱい事業の展開
取り組み方	<ul style="list-style-type: none"> ・ J R 西日本、地元地区、花いっぱいの会と協力して実施する。 ・ 雑草対策や水やりなど維持管理をいかに簡略できるか検討する。 ・ 花の種類について維持管理が簡単な種類で花が長持ちして見栄えのあるものを選択する。 ・ 事業を長く継続できるように、地元とよく協議する。 ・ 長い延長を単年で着手せず、出来る範囲から行う。 ・ 袴岩付近以外の場所も今後検討する。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花を植栽してあることの看板を立てて花植栽をクローズアップする。 ・ 花壇をブロックに分けて各ブロックで手入れを任せることにより、意欲的な活動を期待する。 ・ 植栽した草花を題材にしたイベントを工夫して行なう。

効果

大系線沿線の交流人口拡大

見に行きたいと思わせる地域づくりを進めることが、地域活性化や高齢者の生きがいづくりにつながる風光明媚な路線である大系線の美しさ、魅力をさらに増幅し、全国に発信

鉄道を利用した交流人口拡大プロジェクト

戦略3 北陸本線(並行在来線)の利用促進と地域活性化(「マイレール」化促進)

目的

沿線住民のマイレール意識の醸成が取組のカギ

北陸本線沿線ジオサイトへの誘客を通じて、同線(=並行在来線)の利用促進を図る。
同時に、各駅を地域において高度利活用することにより、地域活性化を推進する。

対象

- ・学校の生徒・学生 ……北陸線沿線ジオサイト学習ニーズの掘り起こし
- ・沿線の駅利用者、駅周辺の事業者、地域活動の担い手など ……地域活性化の原動力

手法

公共交通体系の確立、コンパクトシティの推進などにより、鉄道とまちが一体となったまちづくりを目指す。

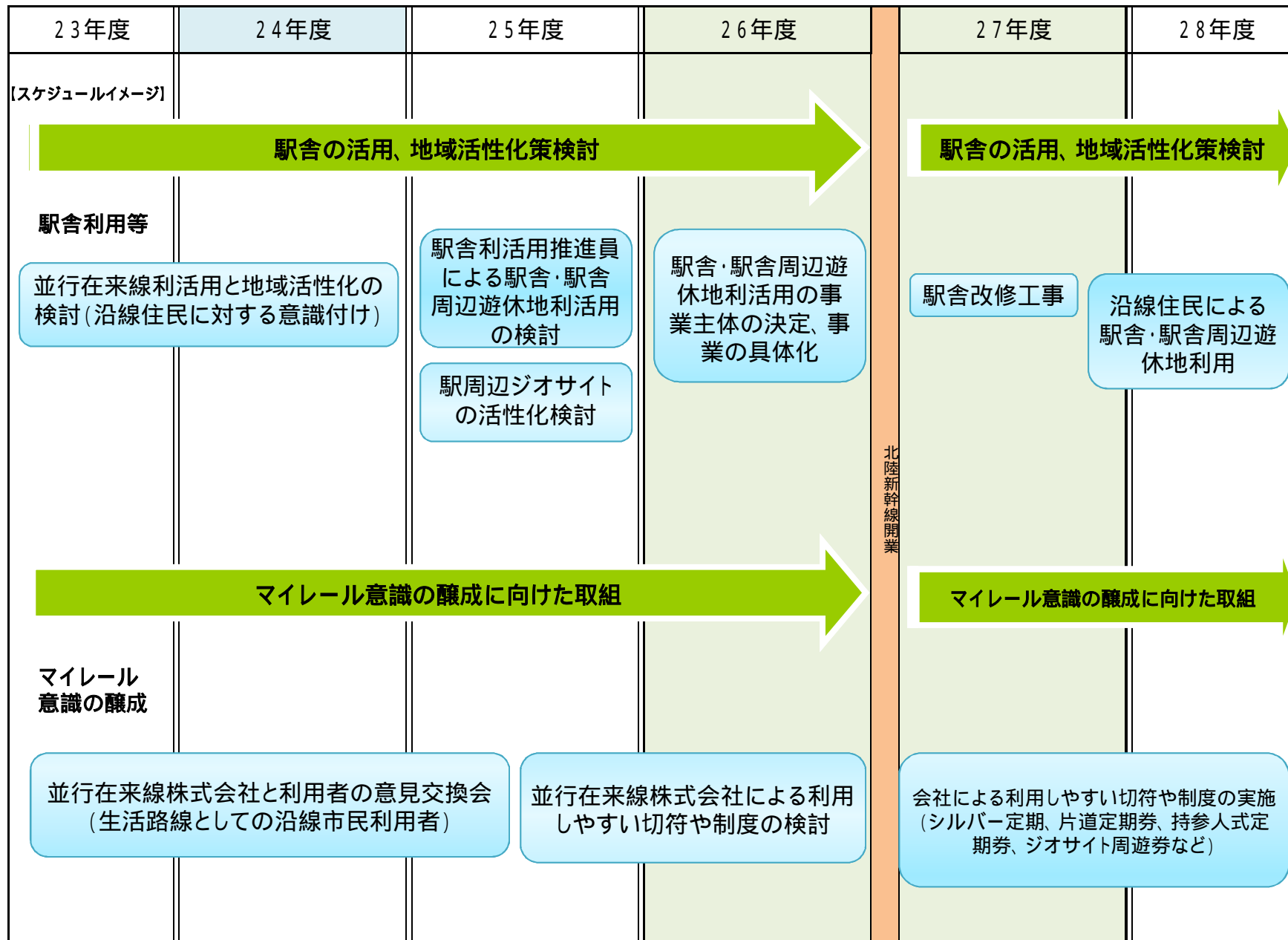
- ・駅および駅周辺の整備(パークアンドライドや駐輪場の整備)、駅前ターミナルやアクセス道路の整備、新駅設置の要否の検討
- ・他の交通機関との連携(路線バス、コミュニティバス、乗合タクシー、タクシーなど)
- ・駅前商店街の魅力アップ

マイレール意識の醸成やサポーターの育成などにより、地域住民が一体となって、並行在来線を愛し支える人づくりを目指す。

- ・鉄道に関心を持ってもらうイベントの開催、鉄道を支援するサポーターづくり
- ・通勤での利用促進、経営支援のための鉄道利用促進(沿線住民の乗車運動)
- ・ジオサイトと駅舎の有効利活用

利用者のための鉄道をモットーに、サービスの向上などにより利用しやすい鉄道を目指す。

- ……早期に会社の経営基本計画、運行計画の策定を促す
- ・利用者の目的に合った使いやすいダイヤの設定、他社の列車等との接続性の向上
- ・優等列車や快速列車の維持存続への取組
- ・シルバー定期券、片道通学定期券、持参人式定期券、駅の管理運営など



北陸新幹線開業

事業

項目	実施事業	H24	H25	H26	H27	H28	H24予算事業名	H24予算額 (千円)	担当課
鉄道とまちが一体となっ たまちづくり	新潟県並行在来線株式会社、並行在来線 準備協議会と共に進める利用促進事業						-	-	都市整備課
地域住民が一体となって 並行在来線を愛し支える 人づくり	ジオサイトを活用した並行在来線の利用 促進事業						-	-	都市整備課
	北陸本線・信越本線等スタンプラリー						運輸諸費	100	都市整備課

取組事例	沿線住民のマイレール意識の醸成
<p>取り組み方</p>	<p>新潟県並行在来線株式会社や新潟県並行在来線準備協議会と共に下記の取り組みを実施する。鉄道の利用促進を推進することにより、駅や駅周辺のにぎわいを創出し、各地域のジオサイトの活性化に資する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用促進助成事業（H23～）や利用促進活動モデル事業を実施する。 ・セミナーを開催する。 ・広報、広報等による情報発信を行なう。 ・鉄道とまちの共生ビジョンのアクションプランの実施取り組みについて検討する。
<p>ポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・市民に並行在来線について関心を持ってもらうとともに、並行在来線をまちづくりの装置として位置付け、鉄道を利活用したまちづくりや地域の活性化の取り組みを実施する。 ・市民に身近な鉄道を感じてもらえるように、積極的に各地域に入って活動を展開する。

効果

現行のJR利用者以上の駅利用客の確保につなげる
 鉄道をツールとして利用し「地域のもの」として愛され守られていくような鉄道づくりにつなげる