



内田 勇 議員

奥出雲の観光戦略は

町長 たたら製鉄の魅力を発信したい



■ 昨年日本を訪れた外国人旅行者は、過去最高だった平成26年を人数で600万人、消費額で1兆4千500億円上回り、1千937万人に達し、消費額も3兆4千700億円と発表された。しかし、大半は東京、大阪、京都を結ぶゴールデンルートといわれる大都市に集中している。

■ たたら製鉄をはじめとする奥出雲の伝統文化や景観、風土を生かした観光や、映画「たたら侍」の完成を機に、日本遺産、世界遺産を見据え全国に、世界に奥出雲の存在をPRする千載一遇のチャンスであるが、観光戦略の具体策は、

■ 今後のPRの計画は、

大都市圏を中心に、フリーペーパーによるPR活動、また全国放送テレビ番組での紹介、完成時には多くのマスコミを呼び完成披露試写会が開催される。

■ 映画「たたら侍」支援自治体連絡協議会と連携をとりながら「たたら製鉄」の魅力を発信したい。

■ 地方創生加速化事業の玉鋼を活用した、たたらブランドでの商品化は、

■ 和鉄を使ってどんなブランド商品ができるのか、調査、研究、開発など関係団体との調整も含めブランドづくりを行う。

■ 刀剣は欧米でも根強い人気を誇っているが、刀剣女子の集いの奥出雲での開催を、

■ 日本刀は折れず、曲がらず、よく切れると評され、古来より武器以外に美術品として高い評価を受け愛されている。

■ 奥出雲町もたたら製鉄

により名刀がつくられる地域でもあり、観光誘客のキーワードでもあるので計画してみたい。

■ 奥出雲町には記念館や温泉も多くある。それを生かした2泊3日の奥出雲ツアーで各種の体験ツアーの企画を、

■ 今後検討して、本当に多くの誘客を図っていく施策を展開したい。

■ 健康志向が強まる中、エゴマも日本一の生産地となった。

■ 経済産業省のヘルスツーリズムの認証制度も16年度から始まる。

■ 奥出雲の温泉や森林、河川、食事などを取り入れた健康長寿のブランド化を図るべき。

■ 森長地域振興課長 国は、健康と観光のビジネス展開を強化するために、ヘルスツーリズムのサービス品質を評価する、第三者による認定制度を平成28年度に創設するが、具体的な内容が判明して

から検討したい。

■ 文化など地域性が豊かであり、地域資源を活用し、魅力を高める地域ブランド化の推進を、

■ 森長地域振興課長 地域を見直し、魅力再発見する施策を実施している。町内の景観やたたら製鉄に関係した風土、歴史、文化を研究し、重要な文化的景観の指定も受けた。種田から生まれる仁多米などの付加価値も高まった。

■ 住民提案型のきらり輝く地域づくり事業や日本遺産へも申請中である。



新しい観光戦略の拠点