

# 天塩町観光振興ビジョン



平成 27 年 1 月



# 目 次

## 第 1 章 天塩町観光振興ビジョン策定にあたって

- 1 天塩町観光振興ビジョン策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 天塩町観光振興ビジョンの目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 3 天塩町観光振興ビジョンの位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4 計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

## 第 2 章 観光の概要と現状

- 1 天塩町観光の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
  - (1) 町の概要
  - (2) 位置・地勢
  - (3) 観光の現状
- 2 天塩町観光の「強み」・「弱み」・「機会」・「脅威」・・・・・・・・ 6
- 3 天塩町の観光振興における課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

## 第 3 章 天塩町観光振興ビジョンの展開

- 1 基本コンセプト・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
- 2 観光振興ビジョンの展開イメージ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11

## 第 4 章 観光振興ビジョンの取組事業

- 1 SWOT分析から導いた課題への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
- 2 取組事業・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
  - (1) 「食」に関する観光コンテンツの開発・育成
  - (2) 「歴史」に関する観光コンテンツの開発・育成
  - (3) 「自然・天塩川」に関する観光コンテンツの開発・育成
  - (4) 「交流・情報発信」に関する取組事項

## 資料

- 策定体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32

# 第 1 章 天塩町観光振興ビジョン策定にあたって

## 1 天塩町観光振興ビジョン策定の趣旨

国は、平成 19 年 1 月に「観光立国推進基本法」を施行し、平成 24 年 3 月に「観光立国推進基本計画（平成 24 年度～平成 28 年度）」を閣議決定しました。北海道も「北海道観光のくにつくり条例」に基づき「北海道観光のくにつくり行動計画（平成 25 年度～平成 29 年度）」を策定しています。

本町をめぐる社会・経済情勢は、少子高齢化の進行、環境保全意識の高まり、国際化・IT 時代、産業をとりまく環境の変化、地方分権型社会の到来、さらにはこれらに伴う住民ニーズの多様化、高度化、広域化など急速に大きく変化し、大きな転換期を迎えています。

そうした中、「第 6 期天塩町総合振興計画」では、「人と自然が共生 ところ豊かで地域が輝く住みよいまち」をテーマに、本町の資源（人・農林水産業・自然環境）を行政と住民が再認識するとともに、この資源を生かした活力ある協働のまちづくりを推進しています。

観光の振興についても、町民の保養施設である「てしお温泉夕映」や「道の駅てしお」などの拠点づくりを進めてきました。今後はさらに、①観光の動機付け、②拠点からの観光導線づくり、③情報発信力の強化 を大きな柱に据えた「天塩町観光振興ビジョン」を策定し、母なる天塩川などの恵まれた自然環境や、先人たちが培ってきた歴史・文化を継承しつつ、「お互いを思いやるあたたかい心」を大切に、人と人、地域と地域のふれあいから、住んでいる人もいきいきと活力あふれる観光の振興を、町民との協働により進めていきます。

## 2 天塩町観光振興ビジョンの目的

天塩町観光振興ビジョンは、観光振興を通じて新しい地域ブランドを確立することで、町民が希望するまちづくりの一翼を担うことを目的とします。

「第 6 期天塩町総合振興計画」に関連して実施された町民アンケートでは、次のような希望が多く上げられました。

- 産業振興、雇用対策
- 若者定住、農林水産後継者・新規就労者の育成
- 食品加工の育成、新たな特産品開発
- 地元の食材を、地元で買いたい、使いたい
- 観光イベント振興

天塩町観光振興ビジョンでは、これらの希望を叶えるまちづくりの一つとして、観光振興の方向性を示します。

第一に、観光振興は雇用の場を増やせる可能性があります。「天塩に行ってみたい」というお客様を増やすため、この計画では、天塩の魅力を余すことなく伝える努力をします。観光ツアーやイベントなどで、本町の情報を発信し、新たな地域ブランドを確立させます。

第二に、直接的な観光業による雇用に加え、間接的に、地域物産、食品加工等のための雇用が増加することが期待されます。「天塩産のものを買ってみたい」というお客様を増やし、産業振興の大きな助けとするため、観光による地域ブランドを確立させます。

第三に、先進地では、よく知られ魅力が感じられる町に、移住希望者が集まっています。「天塩の人と交流してみたい」といった要望や、「天塩で暮らしてみたい」という移住・定住希望者の増加につなげることを目指し、天塩の魅力を十分に発信していきます。

最後に、観光による情報発信によって、天塩出身者が郷土を誇りに思い、異郷での心の糧となし、いつの日かリターンしたいと願う魅力的な町でありつづけることを目指し、「天塩町観光振興ビジョン」を策定します。

### **3 天塩町観光振興ビジョンの位置付け**

---

天塩町観光振興ビジョンは、平成21年度から平成30年度までの「第6期天塩町総合振興計画」を基本とし、第3部：基本計画 第5節：「観光の振興」を受け、町民、行政、関係者が協働で観光振興を具体化するための指針となるものです。

### **4 計画期間**

---

天塩町観光振興ビジョンは、平成26年度を初年度とし、平成30年度までの5年間の計画期間とします。

天塩町観光振興ビジョンの策定にあたっては、多くの町民が参加した「天塩かわまちづくり検討会」において、観光によるまちづくりに関する意見や取組案をまとめております。そのうち優先的に取り組む施策について、計画期間5年間の展開スケジュールを示しています。

また、優先施策以外の意見や取組案の内容については、6年目以降に取り組む施策として、今後協議する検討材料として活用すべく盛り込んでいます。

## 第 2 章 観光の概要と現状

### 1 天塩町観光の概要

#### (1) 町の概要

本町の歴史は、遠く擦文時代人の漁労活動に遡るといわれていますが、明治13年（1880）、天塩・中川・上川の3郡を管轄する戸長役場が設置され（この年を開基としています）、さらに明治30年代からの団体入植により本格的な開拓が始まっています。

明治末から大正にかけて起こった木材景気に湧く大正4年（1915）、2級村・天塩村が誕生、さらに大正13年（1924）には、1級町村制が施行され、戸長役場設置から44年の歳月を経て、天塩町へと成長を遂げています。

木材ブームに陰りが見え始めた大正半ばには、畜産を取り入れた農牧混同農業の導入が図られ、木材から酪農への積極的な転換が進められ、現在は、町の基幹産業として揺るぎない地位を築いています。

昭和10年から11年（1935～1936）にかけては、鉄道が開通し、小樽までの海路に加え旭川・札幌方面への新たな物資輸送ルートが確立され、町の開拓基盤がさらに整備されてきました。

「テシホ場所」として、ニシン・サケを中心に町の発展を支えてきた漁業は、昭和28年（1953）のニシンの群来<sup>※</sup>を最後に陰りが見えてから、サケやヒラメなど“育てる漁業”への転換が図られました。特に「天塩しじみ」は粒が大きく味が良いことから、天塩町を代表する「しじみブランド」として確立しています。

高度経済成長の時流により農業基盤整備をはじめ道路交通網、社会公共施設、文教施設などの整備が進み、生活環境は著しく向上しました。

昭和55年（1980）には、節目となる開基100年を迎え、新たな飛躍を誓い合い、その後、肥培かんがい排水施設や公共下水道施設の開設、公営住宅の建て替え、公園の整備、町民の保養施設である「てしお温泉夕映」や「道の駅てしお」のオープンにより訪れる観光客も増えるなど、生活環境も大きく変わってきています。

平成26年（2014）12月31日における本町の総人口は3,324人、総世帯数は1,595世帯です。これを前回の国勢調査（平成22年）と比較すると、人口は456人減、世帯数は24世帯減となっています。

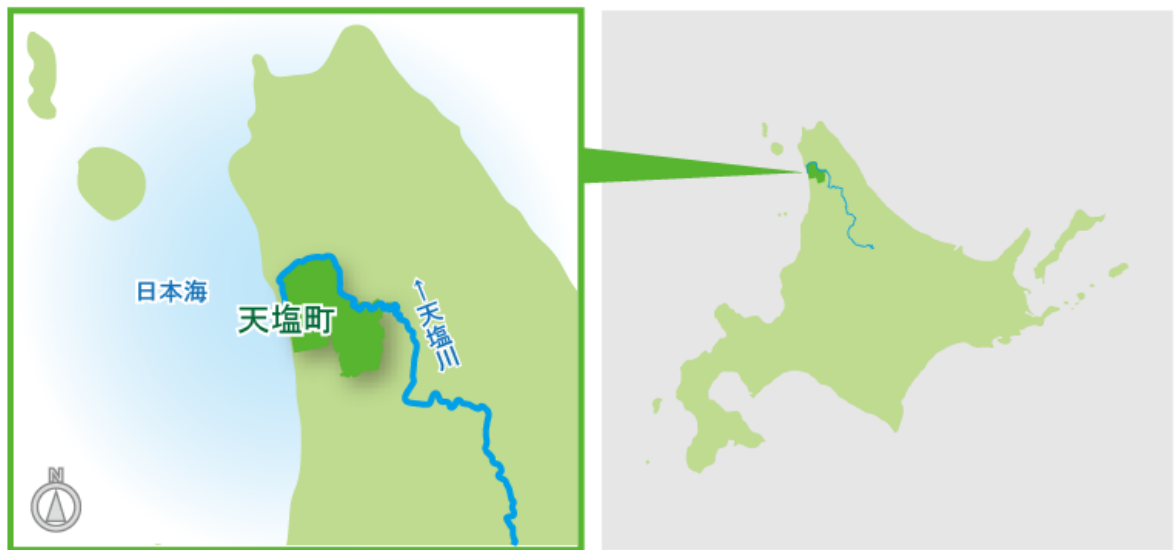
※ <sup>くき</sup>群来：産卵のためニシンの大群が沿岸に押し寄せ、産卵・放精によって海が白くなること。

## (2) 位置・地勢

本町は、北海道西北部天塩郡の中央にあり、1級河川天塩川を境として、北東は幌延町、南東は中川町、南は遠別町に接し、西は日本海に面し、東西24.86km、南北25.64km、総土地面積353.31平方kmを有しています。

その地形は、広漠たる原野が天塩川左岸流域に形成され、中央部には南北に走る低山性の天塩山脈が起伏し、日本海沿いは段丘地となっています。

北海道第2の大河天塩川が日本海に注ぎ、河口には地方港湾天塩港があり、市街地は天塩川河口左岸に形成されています。

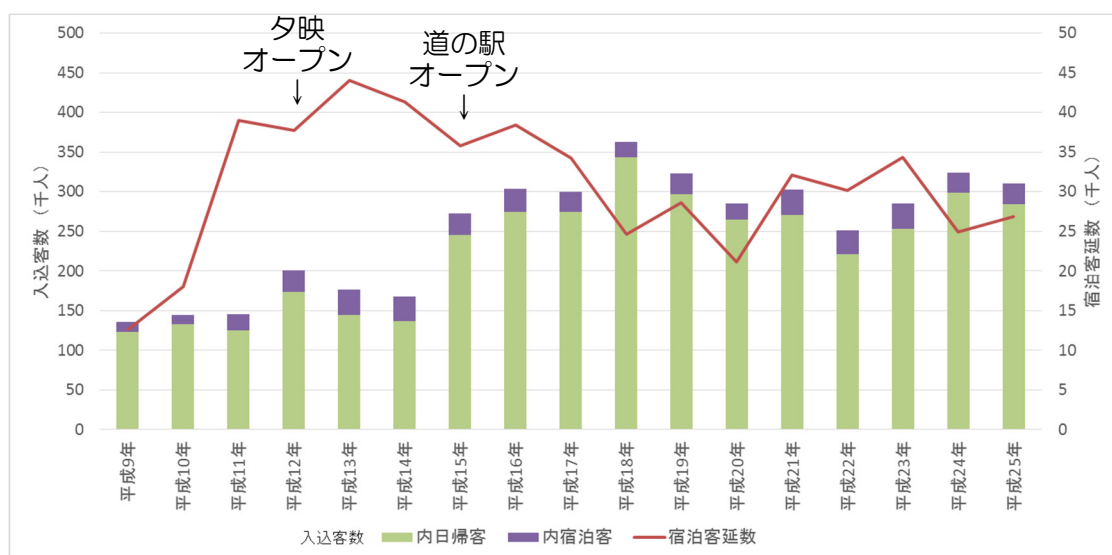


### (3) 観光の現状

本町では、平成 12 年の「てしお温泉夕映」、平成 15 年の「道の駅てしお」のオープンにより、観光客が増加しました。

また、鏡沼海浜公園や天塩川河川公園を舞台に、特産品である「しじみ貝」をPRする『鏡沼しじみまつり』（7 月）や、観光客や帰省客がともに天塩の夏を満喫する『てしお川港まつり』（8 月）、海の幸・山の幸など秋の味覚を持ち寄った『てしお味覚まつり』（9 月）、冬の町民イベントと合わせて開く『てしお温泉夕映まつり』など、各種イベントを実施していますが、観光客の入り込み傾向は、ほとんどが通過型で、入込客数の半数以上が夏季（6～9 月）に集中している現状にあります。

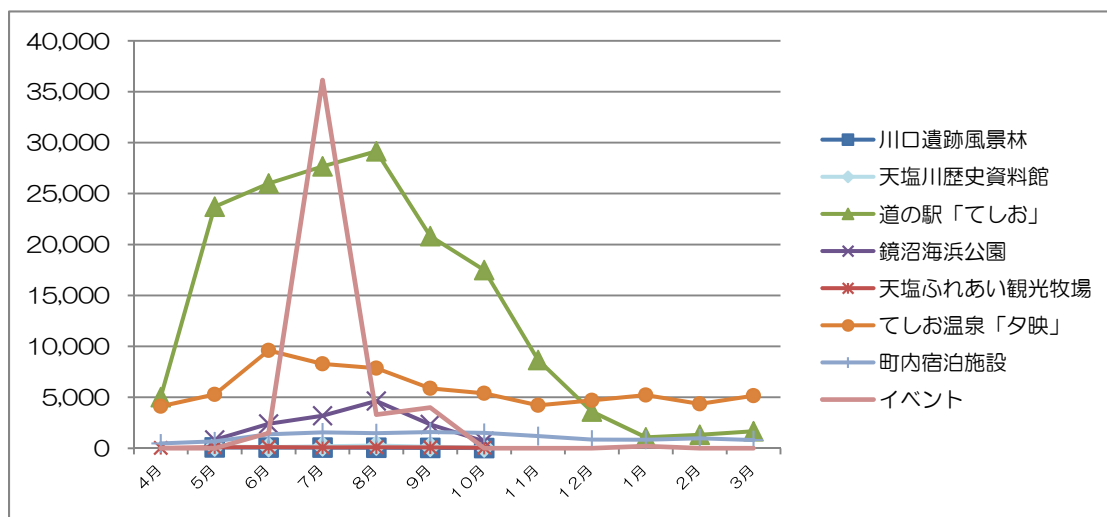
#### ◆観光入込客数の推移（平成 9 年度～平成 25 年度）



※平成 22 年度は、口蹄疫予防のため夏季のイベントを中止したため入込客数が少ない。

#### ◆季節別観光客入込客数（平成 25 年度）

(単位：人)





## 2 天塩町観光の「強み」・「弱み」・「機会」・「脅威」

本町の観光を取り巻く現状要因をSWOT分析により整理を行います。

SWOT分析とは、下図に示す通り、本町の観光を取り巻く外部環境として「機会（追い風）」と「脅威（逆風）」を整理するとともに、本町における観光の「強み」と「弱み」を明らかにします。

各要素を融合させることにより、外部・内部環境の特性に応じた戦略を打ち出します。

|        | 内部環境                            | 外部環境                           |
|--------|---------------------------------|--------------------------------|
| プラス要因  | 強み（Strength）<br>※強みを最大限に活かした戦略へ | 機会（Opportunity）<br>※機会を活かした戦略へ |
| マイナス要因 | 弱み（Weakness）<br>※弱みをカバーする戦略へ    | 脅威（Threat）<br>※脅威を回避する戦略へ      |

### 参 照

#### ◆SWOT分析

SWOT分析とは、戦略などを企画立案するときに用いる分析手法の一つ。SWOTは、Strength（強み）、Weakness（弱み）、Opportunity（機会）、Threat（脅威）の頭文字を取ったもので、内部環境及び外部環境の様々な要素をこれらの4つに分類し、表にまとめることで問題点を明らかにします。「機会」はチャンスにつながる環境や条件、「脅威」は悪影響を及ぼす可能性がある環境や条件を示します。

≪ SWOT 分析結果 ≫

|            | 内部環境                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 外部環境                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| プラス<br>要因  | <b>強み (Strength)</b> <span>強みを最大限に活かした戦略へ</span> <ul style="list-style-type: none"> <li>○利尻・礼文観光の際の通り道になっている立地条件</li> <li>○道内における「しじみブランド」の確立</li> <li>○北海道では稀有な「歴史」と「歴史資源（天塩川歴史資料館、川口遺跡）」</li> <li>○利尻富士の絶景</li> <li>○イトウやオオヒシクイなど絶滅危惧種が生息する自然環境</li> <li>○アジア圏における「北海道ブランド」人気</li> <li>○天塩川流域において「天塩」という名称がついていること</li> <li>○北海道の「てっぺん」という名称が使えること</li> <li>○ゆるキャラ「てしお仮面」のカワイサ</li> </ul> | <b>機会 (Opportunity)</b> <span>機会を生かした戦略へ</span> <ul style="list-style-type: none"> <li>○個人型やテーマ性の高い旅行への転換</li> <li>○物見遊山型から体験型観光への転換</li> <li>○団塊世代の退職による健康志向の高まり</li> <li>○自然回帰や“いやし”への関心の高まり</li> <li>○外国人観光客の増加</li> <li>○北海道ブランドの認知拡大</li> </ul> |
| マイナス<br>要因 | <b>弱み (Weakness)</b> <span>弱みをカバーする戦略へ</span> <ul style="list-style-type: none"> <li>○体験型の観光コンテンツが不足しており、利尻・礼文観光客に素通りされる</li> <li>○看板等が脆弱で観光客を集客拠点から町内へ誘導できない</li> <li>○天塩のよさを伝えきれていない</li> <li>○名産のしじみの資源量が少なく大々的に活用できない</li> <li>○海の町なのに鮮魚が手に入りにくい</li> <li>○宿泊施設のキャパシティ※不足</li> </ul>                                                                                                    | <b>脅威 (Threat)</b> <span>脅威を回避する戦略へ</span> <ul style="list-style-type: none"> <li>○天塩町人口の減少</li> <li>○しじみ資源量の減少</li> <li>○消費税や電気料金の引き上げに伴う景気減退</li> <li>○TPPによる農産物価格競争の激化</li> <li>○原油高による物流コスト増大</li> <li>○行政（サービス・インフラ）のスリム化</li> </ul>            |

※キャパシティ：収容能力。客室数や宿泊可能人数。

### 3 天塩町の観光振興における課題

このような現状をSWOT分析した結果、本町には多くの観光要素があるものの、これらを有効に活用した『観光コンテンツづくり』『良さを伝える情報発信』が弱いということがわかりました。

本町の観光振興における具体的な課題としては、①観光の動機付けが弱いこと、②集客拠点からの観光導線が弱いこと、③情報発信力が弱いこと、が挙げられます。

#### ① 観光の動機付けが弱い

新千歳空港に飛行機で入ってくる道外観光客や札幌からの観光客が、本町にまで足を運んでいただくためには、相応の「観光動機」が必要になります。

天塩管内の観光の現状としては、高山植物観賞と新鮮な海の幸を求めた「利尻・礼文ツアー」が最も主要な観光要素になっていますが、本町に「トイレ休憩」以外で立ち寄る理由がなく“素通り”されています。

また、年に一度の大イベント「鏡沼しじみまつり」での観光客流入があり、「鏡沼しじみまつり」は前述の利尻・礼文とは違い、本町自体が観光の目的となっている主要な観光コンテンツですが、まつり以外の観光要素が少ないため（知られていないため）、町内観光施設の利用につながっていない状況になっています。

そのことから、今後の本町の観光振興を考えていく上で、「観光の動機付け」を強めていくことが重要な課題のひとつとなっています。

#### ② 拠点からの観光導線が弱い

本町の観光施設で一番の集客実績があるのが情報交流センター（「道の駅てしお」）です。平成25年度には166,000人もの利用客が訪れております。次いで、「てしお温泉夕映」が70,000人集客しています。

しかし、情報交流センター（「道の駅てしお」）や「てしお温泉夕映」の利用客が、他の町内観光施設を利用している割合は多くありません。

#### ◆観光施設の利用状況

（単位：人）

| 施設         | 平成21年度  | 平成22年度  | 平成23年度  | 平成24年度  | 平成25年度  |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 天塩ふれあい観光牧場 | -       | 2,219   | 2,225   | 716     | 557     |
| 川口遺跡風景林    | 584     | 522     | 469     | 515     | 307     |
| 天塩川歴史資料館   | 2,187   | 1,923   | 1,617   | 1,796   | 979     |
| 鏡沼海浜公園     | 13,817  | 13,033  | 13,251  | 13,956  | 14,059  |
| てしお温泉「夕映」  | 80,112  | 71,877  | 66,053  | 64,640  | 70,043  |
| 道の駅「てしお」   | 174,900 | 171,007 | 166,965 | 184,804 | 166,164 |
| 各種イベント     | 50,417  | 8,200   | 46,690  | 46,744  | 45,144  |
| 宿泊施設       | 13,070  | 13,279  | 14,063  | 11,662  | 13,317  |
| 合 計        | 335,087 | 282,060 | 311,333 | 324,833 | 310,570 |

※平成22年度は、口蹄疫予防のため夏季のイベントを中止したため入込客数が少ない。

多くの観光客が、情報交流センター（「道の駅てしお」）と、「てしお温泉夕映」の利用のみになっており、そこから他の町内観光施設に誘導できないでいることが、現在の課題となっています。「観光導線」の強化を図り、他の町内観光施設へ誘導していくことが重要です。

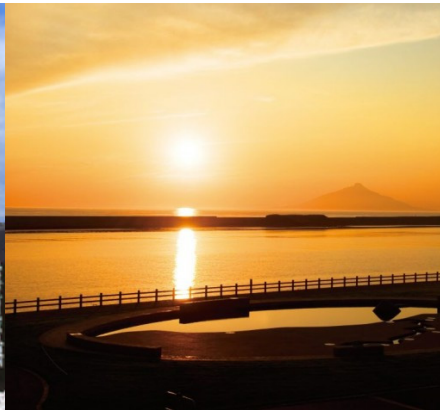
### ③ 情報発信力が弱い

本町には、太古からの恵みを受けてきた天塩川や、海岸砂丘を利用した川口遺跡群、北海道において稀有な「歴史」があり、利尻富士を背景とした「夕日」や特産品の「しじみ」、イトウやオオヒシクイなど絶滅危惧種が生息する自然環境など多くの観光要素があるものの、情報発信力が弱いとため知名度が全国的に低く、せっかくの観光要素の良さを活かしきれていないのが実情です。

今後の本町の観光振興では、「天塩の良さを人に伝えること」を重視した展開を行っていくことが重要です。



歴史：松浦武四郎による天塩川探査



景観：利尻富士に映える美しい夕日



味覚：蝦夷の三絶「天塩川のしじみ」

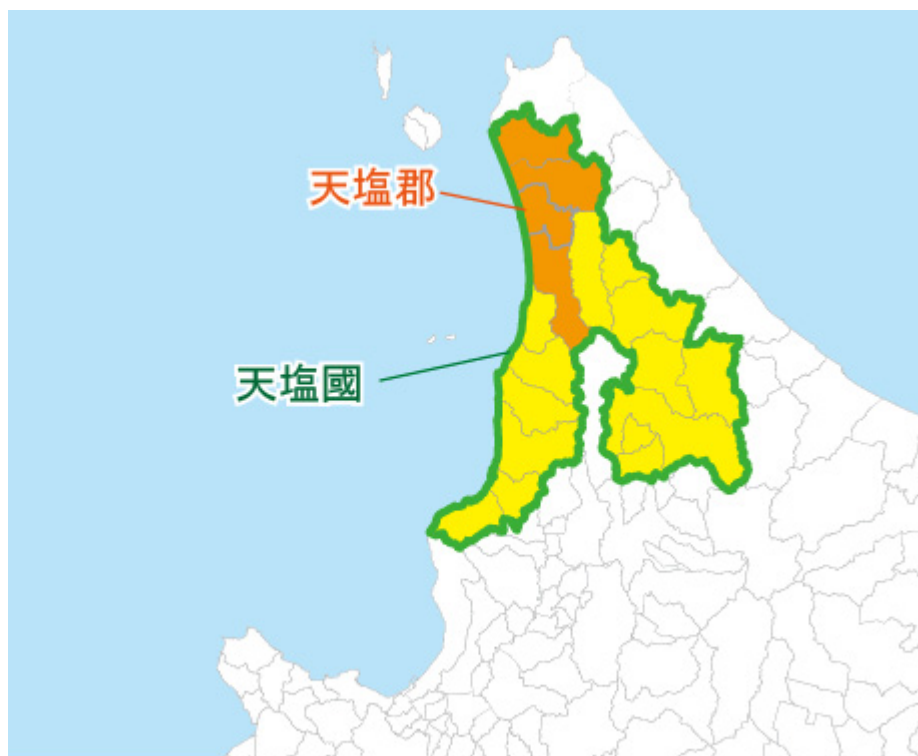
## 第 3 章 観光振興ビジョンの展開

### 1 基本コンセプト

町民のみなさまが、広く観光についての関心と理解を深めるとともに、観光振興に関する共通の認識を持ち、本町を挙げて観光振興に取り組む気運を醸成するために、以下の「基本コンセプト」を設けました。

#### 悠久の「川」、「人」、「自然」北加伊道 天塩國

- 悠久：川の流れ、時間の流れ、歴史。「ゆったりとした時間」の提供。
- 「川」、「人」、「自然」：天塩町が提供できるもの。誇れるもの。  
人＝地域住民との交流。
- 北加伊道（北海道の旧名）：天塩川流域を探索した松浦武四郎が出会った音威子府村の川筋に住んでいたアイヌの長老の話から、北海道という名が誕生しました。加伊はアイヌ語で「この土地に生まれたもの」
- 天塩國：古い地域名称。天塩独自の文化を発信するという想い。

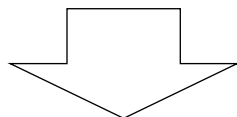


※天塩國：戊辰戦争終結直後の明治2年（1869）に北海道 11 国 86 郡が置かれ、天塩國には天塩郡を含む6郡が設置されました。

## 2 観光振興ビジョンの展開イメージ

中・長期的な視点による観光振興ビジョンを計画立案して展開

| 戦略項目       | 平成26年度                                                                                          | 平成27年度                                                                  | 平成28～30年度                                                             |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 観光コンテンツづくり | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 素材の発掘（企画・計画）</li> <li>➤ 観光コンテンツ化（商品・サービス開発）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 観光コンテンツ化（商品・サービス開発）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 定着化<br/>さらなる磨き上げへ</li> </ul> |
| 良さを伝える情報発信 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 機運の醸成（意識の向上）</li> <li>➤ PR展開・情報発信（認知・交流拡大）</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ PR展開・情報発信（認知・交流拡大）</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 定着化<br/>地域主導で継続へ</li> </ul>  |



### 《目指すべき姿》

#### 『てしお観光ブランド』の創出と育成・定着

- ◆ 町外からの波及：観光客等の流入増加による地域経済の振興及び活性化
- ◆ 町内からの波及：観光を基点にした「C I（シティ・アイデンティティ）」の醸成

#### 参 照

##### ◆CI

「コーポレート・アイデンティティ」の略。本来、企業のイメージを統一的に示すキャッチフレーズやコピーをいいます。本町ではこれを「シティ・アイデンティティ」と捉え、「天塩町」のイメージを統一するものと考えています。特産品へのシール・名刺・イベント看板をはじめとして、多くの分野で積極的に使用し、広くアピールしていきます。

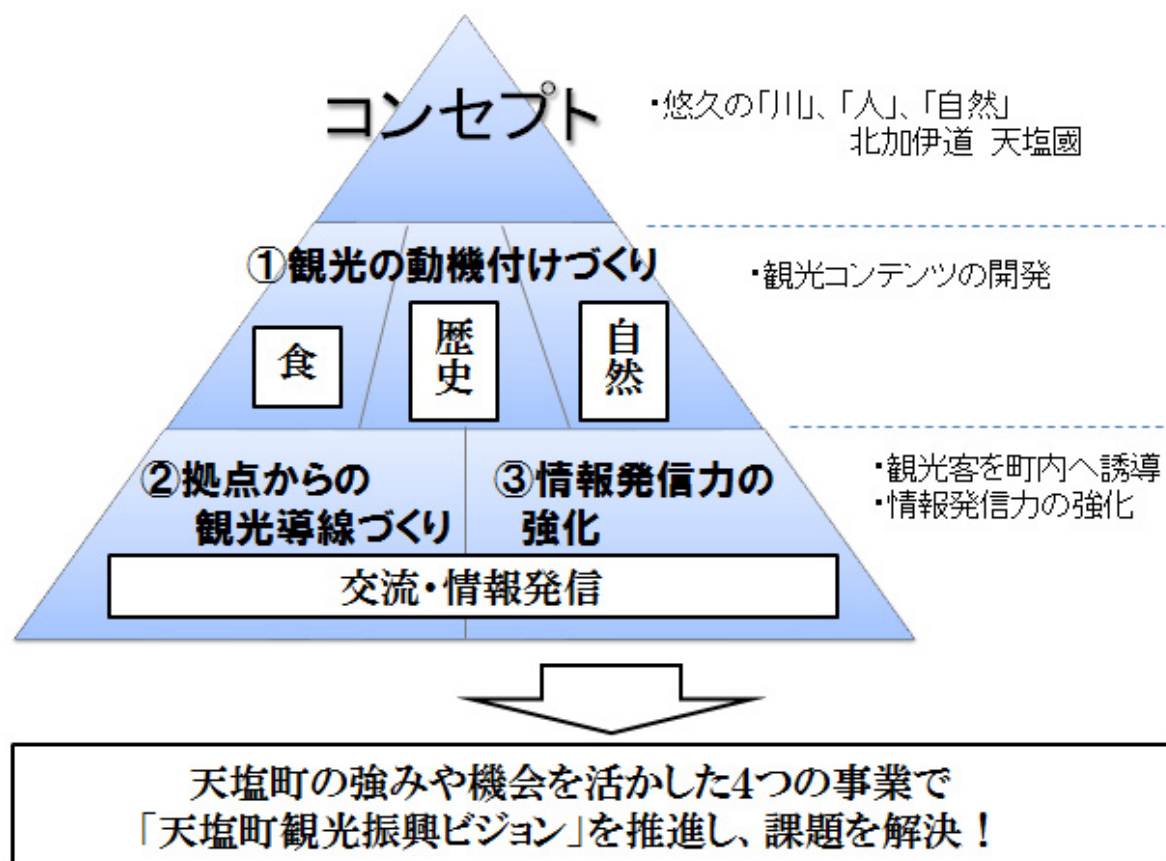
## 第4章 観光振興ビジョンの取組事業

### 1 SWOT分析から導いた課題への対応

SWOT分析から、本町の観光振興における具体的な課題として、①観光の動機付けが弱いこと、②道の駅からの観光導線が弱いこと、③情報発信力が弱いこと、が挙げられました。

①観光の動機付けが弱いという課題に対しては、本町の強みである「食」「歴史」「自然」を活かした観光コンテンツづくりを行い、②道の駅等集客拠点からの観光導線が弱い、③情報発信力が弱いという課題に対しては、「交流・情報発信」をテーマとした新たな取組により解決を図ります。

各取組に際しては、観光振興ビジョンの基本コンセプトである“悠久の「川」、「人」、「自然」北加伊道 天塩國”を軸として「一貫性」のある取組を行うことにより「てしお観光ブランド」の創出と育成・定着を図ります。



## 2 取組事業

### (1) 「食」に関する観光コンテンツの開発・育成

「食」は地域にとって重要な観光資源の一つです。地場産品を利用した本町ならではの食ブランドを新たに育成することは、観光産業だけでなく、農業や水産業など地域経済の活性化に効果的です。

また、昨今の産地偽装問題などにより、消費者の食に対する不信感が広がっており、安心安全な食に対する要望は高まっています。そこで、観光と農業・水産業が連携し、「食」を観光資源としてその価値を高めるとともに、安心安全で良質な天塩町の産品を多くの観光客に知ってもらえるような取組みを提案して参ります。

天塩管内における地場産品使用率を向上させるとともに、天塩産品の地域ブランド化促進を狙った活動を促進していきたいと考えています。

#### 《取組事業・一例》

##### 1) 天塩國の名産がぎゅっと詰まった「天塩國弁当」の商品開発

天塩川流域の特産を一度に味わうことのできるオリジナル性の高い「天塩國弁当」を企画・開発・販売し、本町単体ではなく天塩川流域の地域そのものをブランド化する取組を行っていきます。

まずは、本町民に「集まりのときは、この弁当いいね!」と言っていただけのことをめざし、地元での評価を高めたのちに、町外の方に「天塩川を味わえる弁当」として認知を拡大させていきます。

|           |                                                                                                                |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"><li>● メインターゲット：天塩町民</li><li>● サブターゲット：道北観光を楽しむバスツアー客および天塩管内の道の駅利用客</li></ul> |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 旅行会社への企画提案、天塩管内道の駅での販売、天塩町内飲食店での提供、プレスリリース、SNSを使った情報発信など</li></ul>     |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"><li>● 天塩かわまちづくり検討会「食分科会」</li></ul>                                           |



## 2) 天塩川流域の特産品を一度に楽しめる「天塩川流域ピザ」の開発

天塩川流域（天塩町、豊富町、幌延町、中川町、音威子府村、美深町、名寄市、士別市ほか）の特産品を一度にまるごと美味しくいただく新名物「天塩川流域ピザ」の企画・開発・販売を行います。

|           |                                                                                                                               |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● メインターゲット：天塩町近郊在住の方、鏡沼キャンプ場の利用者</li> <li>● サブターゲット：札幌圏や旭川圏からのドライブ客（ファミリー層）</li> </ul> |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● イベントでのPR、観光雑誌でのPR、プレスリリース、SNSを使った情報発信など</li> </ul>                                   |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 天塩かわまちづくり検討会「食分科会」</li> </ul>                                                        |



イメージ写真（試作段階）



試作の様子

## 3) 食に関する活動グループ間の連携体制づくり

本町内での食に関する活動のより一層の活性化を図るために、各活動団体の連携体制づくりを行います。

いままで各団体で個別に行われてきた食に関する活動を、情報共有や協働活動を行うことによる連携によって、観光資源としての「食」の価値向上を図ります。

|           |                                                                                                                                                                |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 天塩町役場（企画商工課、農林水産課、福祉課）、天塩かわまちづくり検討会「食分科会」、4Hクラブ、スローフードの会、減塩応援隊、さくらんぼc a f e、ミルクの夢、その他天塩町内で活動している食に関する活動組織体</li> </ul> |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 定例会議の設置、連携イベント開催、SNS等での情報共有ツールの活用</li> </ul>                                                                          |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 天塩かわまちづくり検討会「食分科会」</li> </ul>                                                                                         |

# 《『食』事業の展開スケジュール》

| 事業展開                  |                                     | 取組時期 |     |     |     |     |
|-----------------------|-------------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|
|                       |                                     | H26  | H27 | H28 | H29 | H30 |
| 1)<br>天塩国弁当開発プロジェクト   | 各町の特産品に関する情報収集・勉強会の開催および運営組織体の育成    | ←→   |     |     |     |     |
|                       | 「天塩国弁当」の企画・開発・販売                    |      | ←→  |     |     |     |
|                       | 旅行会社や道の駅等へのプロモーションによる周知と定着          |      |     | ←→  |     |     |
| 2)<br>天塩川流域ピザ開発プロジェクト | 各町の特産品に関する情報収集・勉強会の開催および運営組織体の育成    | ←→   |     |     |     |     |
|                       | 「天塩川流域ピザ」の企画・開発・販売                  |      | ←→  |     |     |     |
|                       | イベントでの提供販売および旅行雑誌等へのプロモーションによる周知と定着 |      | ←→  |     |     |     |
| 3)<br>活動グループ間の連携体制づくり | 連携組織体づくり<br>運営ルール作り                 | ←→   |     |     |     |     |
|                       | 定例会での情報共有<br>情報共有ツールの作成と運営          |      | ←→  |     |     |     |
|                       | 共同イベントの開催など協働活動                     |      | ←→  |     |     |     |

## 〈その他、食に関するアイデア〉

- ・乳和食プロジェクト
- ・イタドリジャムの活用およびブランディング
- ・食の体験メニューづくり  
バターチーズづくり体験、牛乳豆腐づくり体験、いくら・さけとばづくり体験、芋掘り体験、山菜取り体験、シジミ採り体験、地引網体験、酪農体験 など
- ・食品加工所の確保
- ・商品開発用調理施設の確保
- ・海産物の朝市開催
- ・山菜の催し（スローフードの会との連携）
- ・縄文土器でシジミ料理
- ・サクラマスの押し寿司の復刻

## (2)「歴史」に関する観光コンテンツの開発・育成

その昔、天塩川下流域一帯を漁猟圏としていたアイヌは、天塩川を水路として海の幸と山の幸を上流部のアイヌと交易して共存共栄を図り、物資や旅客を運搬する舟運として利活用していました。

また、「明治30年代後半から40年代を天塩材時代と呼ばれた」というほど天塩の林業は隆盛を示し、水産物を抜いて輸出1位の座を占めていました。特に天塩産のアカエゾマツは天塩パインとして重宝され高級バイオリンに最良として使用されました。この頃天塩の木材で製造した造船も盛んに行われ町内に造船所が13箇所あったとされています。

天塩は、北海道でも歴史の深いまちであるということを強みと捉え、歴史を観光資源とすることで「てしお観光ブランド」を作り上げていくことを提案します。

### 《取組事業》

#### 1) 天塩川歴史資料館活性化プロジェクト

天塩川歴史資料館は、平成元年の開設以来26年の歳月が流れました。入館者数も減少傾向で、近年は1,000人前後まで減少してきています。

また、館内展示物の入れ替えや見直しを求める声も多く、管理者等と協議し、改善していく必要があります。

|           |                                                          |
|-----------|----------------------------------------------------------|
| ターゲット     | ● 全国の小中学生並びに地域の方                                         |
| プロモーション手法 | ● 子供に解りやすい（体験型）、魅力ある展示の手法<br>● 地域から愛される（利用される）資料館を目指します。 |
| 事業推進主体    | ● 天塩町教育委員会<br>● 天塩川歴史資料館活性化プロジェクトメンバー                    |

## 2) 長門船観光舟運プロジェクト

大正時代、天塩の基幹産業であった漁業と林業。それを下支えしたのが天塩川です。天塩川がまだ「道」としての役割を担っていたのが「舟運」です。その隆盛を記憶と記録に残すのがこの長門船観光舟運プロジェクトです。

舟の中では食チームと連携した地域のメニューを提供して召し上がっていただくと考えています。

|           |                                                |
|-----------|------------------------------------------------|
| ターゲット     | ● 天塩町を訪れた観光客                                   |
| プロモーション手法 | ● 長門船を製作するところから始めることで地域の魂や人々の協働・連携を図ることを目指します。 |
| 事業推進主体    | ● 天塩町観光協会<br>● 長門船観光舟運プロジェクトメンバー               |



天塩川歴史資料館



長門船の復興

# 《『歴史』事業の展開スケジュール》

| 事業展開                        |                                                   | 取組時期 |     |     |     |     |
|-----------------------------|---------------------------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|
|                             |                                                   | H26  | H27 | H28 | H29 | H30 |
| 1)<br>天塩川歴史資料館<br>活性化プロジェクト | 今現在の資料館の問題点洗い出し<br>同事業の視察（子供目線で考える）               | ←→   |     |     |     |     |
|                             | 子供に併せた企画作り（体験型を視野に）<br>地域サークル活動の展示<br>子供自由研究の展示など |      | ←→  | ←→  |     |     |
|                             | 全国の小中学校修学旅行生を集客                                   |      |     | ←→  | ←→  |     |
|                             |                                                   |      |     |     |     |     |
| 2)<br>長門船観光舟運プロジェクト         | 長門船とはどういうものだったのか<br>の学習（橋詰様からの聴き取り）               | ←→   |     |     |     |     |
|                             | どれくらいの大きさで、材料、設計、<br>見積、製作方法（人・物・金・維持）            |      | ←→  |     |     |     |
|                             | 製作                                                |      |     | ←→  |     |     |
|                             | 集客の広報活動                                           |      |     | ←→  |     |     |
|                             | 進水式・維持                                            |      |     |     |     | ←→  |

## 〈その他、歴史資源を使ったアイデア〉

- ・松浦武四郎ツアー（徒歩、カヌーなど）
- ・川口遺跡の改善（コース案内の充実、天塩川へのアクセス改善）
- ・歴史の語り部（天塩の歴史落語づくり、紙芝居づくりなど）
- ・遺跡発掘ツアー ・雄信内旧道の橋の写真撮影
- ・巖島神社（仏像や狛犬など）の歴史掘り起し
- ・大漁旗レプリカハンカチの商品化

### (3)「自然・天塩川」に関する観光コンテンツの開発・育成

本町では、野鳥観察や、植樹、夏のキャンプフェスタなど、住民グループ主体のボランティア活動により、活発にイベントが開催されています。「自然・天塩川」に関しては、プロのアウトドアガイドによる観光ではなく、日頃、地元住民が行っている種々の行事を拡張する形で、観光コンテンツについて開発・育成を進めます。

町外からの参加者には、自然の豊かさや、日常からの解放感はもとより、地元の自然愛好家が案内することで、人との繋がりや、ふれあいを味わっていただくとするものです。また、自然との関わりを、歴史の軸との交差で感じていただくコンテンツも企画します。

#### 《取組事業》

##### 1) 自然観察ツアー

天塩川河口地帯では、これまでの野鳥観察で 100 種類を超える野鳥が確認されています。湖沼群に飛来する、オオヒシクイなどの群は、壮観です。

「NPO 法人・天塩川を清流にする会」が、6 年間継続して野鳥調査をしています。

日常的に行われている野鳥調査に、外部の方が参加いただく形で実施します。

当面は、春と秋の鳥の渡りの季節を重点に実施します。観察のための環境整備などを提案します。

|           |                                                                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 自然愛好家、野鳥観察愛好家を重点対象とする</li><li>● 年齢層等の属性に、限定なし</li><li>● 先行事例の落石ネイチャークルーズでは海外からも多数参加</li></ul> |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"><li>● ホームページ等の IT の活用</li><li>● 専門誌、マスコミ等への情報発信</li></ul>                                           |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"><li>● 「NPO 法人・天塩川を清流にする会」の構成員を中心とするボランティア</li></ul>                                                 |

## 2) 天塩にゆかりのある植物の植栽と観察者の誘致プロジェクト

天塩の自然植生を復元します。天塩の名前が含まれる植物種についても、収集し栽培します。希少在来種について復元栽植することで、手軽に観察できるようにします。鏡沼、ハマナスの丘、歴史資料館、こもれびの森、教育の森など、公有地を中心に栽植することを提案します。

長期的には、ガイド小冊子を作成し、花めぐり観察会などを企画します。

|           |                                                                                                        |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 自然愛好家、植物愛好家</li><li>● 先進事例としてある北海道ガーデニング街道（上川～十勝）の客層</li></ul> |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"><li>● ホームページ等のITの活用</li><li>● 専門誌、マスコミ等への情報発信</li></ul>              |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"><li>● 町内の植物愛好家等ボランティア</li></ul>                                      |

## 3) 縄文体験プロジェクト（歴史関連）

天塩川河口は、太古から人の居住が見られ、竪穴住居跡が多数存在します。自然の豊かな本町においては、山菜採集など、太古と同じ狩猟採取生活の一部を楽しむことができます。

まず、毎年夏に実施されているキャンプフェスタの一部として、子供たちに対して、実験考古学の取組を行います。土器製作、火おこし、鹿角を用いた骨角器の製作などを検討しています。

狩猟採取生活としては、山菜取りなどを考えています。

長期的には、川口遺跡の復元竪穴住居の維持のため、葦などを刈り取り収集し、屋根修復維持作業への協力を計画しています。また、新たな竪穴住居を建設し、宿泊体験などを行いたいと考えています。

|           |                                                                                           |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 学童期の子供と、その家族</li></ul>                            |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"><li>● ホームページ等のITの活用</li><li>● 専門誌、マスコミ等への情報発信</li></ul> |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"><li>● ボランティアおよびキャンプフェスタ実行委員会</li></ul>                  |

#### 4) 松浦武四郎の業績を記念するカヌーイベント（歴史関連）

松浦武四郎の業績を偲び、その知名度を高めるため、武四郎同様に天塩川をカヌーで遡上するイベントを提案します。

松浦武四郎の出身地である、三重県松阪市に対しても、参加を呼びかけたいと思います。

武四郎 1 泊目宿営地付近まで、数キロ間隔で乗り手を交代し、駅伝方式で遡上します。天塩川河口域は、流れが穏やかで、危険要素は少ないです。また、気象統計によれば、夏は河口からの風が多く、遡上は容易です。リレーとすることで、家族、グループ、身障者等の参加も可能となります。

実施にあたっては、「ダウン・ザ・テッシ-オー・ペツ」などに参画している、天塩川流域のカヌー愛好家の協力を得て、流域全体の知名度を高めるイベントとしたいと思います。

北海道の歴史上の偉大な探検家になりきって天塩川を遡上することで、参加者の冒険心を満足させます。刺激、ドキドキ感覚、日常からの解放、自然の豊かさ、人とのふれあいを感じていただけるイベントとします。

|           |                                                                                                                                            |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ターゲット     | <ul style="list-style-type: none"><li>● カヌー愛好家、個人、家族、グループ</li><li>● 一部は、ベテランボランティアが舵取りに同乗することで、初心者や身障者の参加も受け入れる</li></ul>                  |
| プロモーション手法 | <ul style="list-style-type: none"><li>● ホームページ等の IT の活用</li><li>● 当日は、各カヌーの位置情報を、ホームページで中継配信し、関心を喚起する。</li><li>● 専門誌、マスコミ等への情報発信</li></ul> |
| 事業推進主体    | <ul style="list-style-type: none"><li>● 流域を中心としたカヌー愛好家、町内ボランティア等</li></ul>                                                                 |



《『自然・天塩川』事業の展開スケジュール》

| 事業展開                                       |                               | 取組時期 |     |     |     |     |
|--------------------------------------------|-------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|
|                                            |                               | H26  | H27 | H28 | H29 | H30 |
| 1)<br>自然<br>観<br>察                         | 計画策定<br>[実施計画、危機管理、情報発信、他]    | ←→   |     |     |     |     |
|                                            | 観察会の実施（春、秋、渡り時期）              |      | ←→  |     |     |     |
|                                            | 写真ツアー、<br>その他オプションの開発         |      |     | ←→  |     |     |
| 2)<br>植<br>物<br>栽<br>植                     | 栽植予定地の現状調査<br>種子、苗、副資材調達準備    | ←→   |     |     |     |     |
|                                            | 植物の栽植                         |      | ←→  |     |     |     |
|                                            | ガイド小冊子の作成、年度更新<br>花めぐり観察会の開催  |      |     | ←→  |     |     |
| 3)<br>縄<br>文<br>体<br>験                     | 実験考古学に関する情報収集                 | ←→   |     |     |     |     |
|                                            | キャンプフェスタでの縄文体験                |      | ←→  |     |     |     |
|                                            | 竪穴住居の修復への協力<br>新規竪穴住居の建設と宿泊体験 |      |     | ←→  |     |     |
| 4)<br>松<br>浦<br>武<br>四<br>郎<br>カ<br>ヌ<br>ー | 実行計画の策定<br>カヌー愛好家との連携構築       | ←→   |     |     |     |     |
|                                            | 試験カヌー遡上<br>コース、交代ポイントの決定      |      | ←→  |     |     |     |
|                                            | 愛好家による小規模試験開催<br>運営方法の検討      |      |     | ←→  |     |     |
|                                            | 参加者公募による大会実施                  |      |     |     | ←→  |     |

## 〈その他、自然・天塩川資源を使ったアイデア〉

- 内水面解除釣り体験
- 鏡沼を汽水に戻し、シジミ潮干狩りをする
- 魚類観察会 ・ 釣り ・ ホタテ釣り
- 夜の観察会(星、ホタル、暗闇)
- 観光牧場乗馬体験 ・ カヌー体験 ・ 酪農体験
- 写真ツアー
- 地引網 ・ 刺し網
- 山菜採り ・ 鹿の角拾い
- 川船ツアー ・ 地吹雪ツアー ・ 源流まで遡上ツアー
- 昔の写真を載せた現地看板を作る（天塩河口の沖合に停泊する船、長門船）

#### (4)「交流・情報発信」に関する取組事項

今までの観光は、地域にある珍しいものを見に行ったり、消費したり、画一的な「ハード消費型観光」でした。

しかし現在の観光は、そこでしか経験できない地域資源に触れる「体験型観光」へ移行してきています。

その中でも地域の「人」とのホスピタリティあふれる「交流」は、町を訪れた人に深い思い出を刻み、「天塩ファン」を作る大きな要素です。

そのために「交流の活性化」を図る改善視点は、「地域住民」の視点とします。

孔子の言葉「近き者喜び、遠き者来る」にもあるように、地元の人が満足し地域に活気が出れば、自然と遠方から足を運ぶ人が増えるからです。

また、たくさんの施策により街が活性化されても、外部へ「情報」が発信されないという意味がありません。

観光とは、自分の街の魅力を外にPRすることでもあるからです。

来ていただくためには、価値とストーリーが分り易く「伝わる」ことが大切です。

「情報発信の強化」に関しては、住民の意見や素材を活用しながら、積極的にプロの手を借りることを提案していきます。

#### 《交流拠点改善に関する取組事業》

##### 1)「道の駅てしお」の改善

本町随一の集客が有りながら、本来「道の駅」に求められるはずの3つの機能「休憩機能」、「情報発信機能」、「地域の連携機能」いずれも満足度が低い状態です。

ホスピタリティ不足も深刻なため、早急に改善が必要な状況です。



##### ① コンシェルジュの常駐

道の駅は天塩町観光の玄関口です。地域の観光資源の知識やホスピタリティを学び、訪問者に適切な紹介ができるよう、ガイドラインの作成やコンシェルジュの道の駅への常駐などについても検討していきます。

観光客へ町内の見所、食事所を紹介するのはもちろん、アクティビティの受付機能も併せ持ち、町内各所への誘導が可能になります。

## ② 特産品販売の拡充

2つ案が出ています。一つはギャラリースペースを利用して特産品販売スペースを作る案です。この案は有志が集まって新しいコミュニティを作り運営していく予定で動いています。

もう一つは、駐車場にある遊休スペースを利用して特産品を販売する案です。この案はトラック市のような、誰でも利用しやすい販売方式とします。  
(試験実施済)



## ③ コミュニティカフェの設置

ギャラリースペースの活用案です。休憩スペースが少ないので、テーブルと椅子を設置し、自由に交流できる場所を作ります。

## ④ ミニ天塩川の設置

水槽を設置し、イトウやシジミ、サクラマス进行飼育する案です。

館内に動きを演出し、天塩川の資源の豊富さをPRしていきます。



※おんねゆ温泉 北の大地の水族館【山の水族館】HP：<http://onneyu-aq.com/guide/guide03>

## ⑤ 夕陽の映像を流す

本町最大の見どころである、夕陽の映像を大画面で流すことを検討しています。

また、天塩川に河川監視用ライブカメラを設置しTVで映像を流すことも検討します。(現在は普通のTV放送が流れている。)



## ⑥ マップのリニューアル

設置当時からの町内ガイドマップを、街の魅力が伝わる様に分かり易く刷新することが必要です。

## 2) 鏡沼海浜公園・天塩川河川公園の改善

本町最大の資源である天塩川と触れ合うことができ、利尻岳に沈む夕陽が望める絶好のビュースポットであるにも拘らず、訪れる人は非常に少ない状況です。また観光客への認知度も極端に低いのが課題です。

### ① フットパスの延長

鏡沼海浜公園～天塩川河川公園～川口遺跡風景林までを繋げる案です。

それぞれの特性を活かしテーマを設定、ゾーン分けすることで、より活性化を図ります。(ex.鏡沼海浜公園＝親水ゾーン、天塩川河川公園＝健康ゾーン、川口遺跡風景林＝歴史と緑のゾーン)

また、バリアフリー化も必須と考えます。

他に津波慰霊碑までのアクセスも改善し、ビュースポットとして整備することも検討しています。



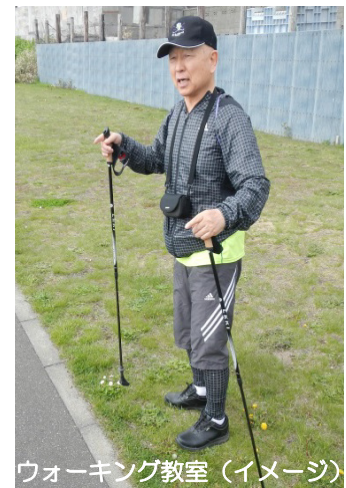
慰霊碑へのアクセス（現状）

### ② アクティビティの充実

レストハウスにレンタサイクルの設置やホーストレッキング（ふれあい牧場）の実施、ノルディックウォーキング教室の開催を行います。

鏡沼海浜公園には野鳥観察スポットも設置を検討しています。

また、天塩川河川公園の水場周辺に、遊具を設置しファミリーの活用を促します。安全性を高めるため、周辺の柵を強化することも必要です。



ウォーキング教室（イメージ）

### ③ 既存施設の活用

休眠期間の長いBBQハウス、売店の利活用を行います。

例としてBBQハウスにピザ釜を設置することで、「食」チームの「天塩川流域ピザ」の定期的な作成が可能になります。

### ④ 天塩川水中観察スペースの設置

川岸にアクリル製窓を設置、自然のままの天塩川の中をのぞくことができるようにする案です。

### ⑤ 愛称の公募

鏡沼海浜公園・天塩川河川公園共に愛称を住民から公募することで、呼びやすくより親しみやすい公園にします。



## 《情報発信強化に関する取組事業》

### 1) 町内看板のリニューアル

本町にある看板のほとんどが「どこに何が有るか」という本来の機能が活かされていません。老朽化も激しく街を訪れた人に「寂れた街」の印象を与えかねません。

看板の充実は、訪れた観光客への重要なホスピタリティです。

#### ① デザインの統一

看板のデザインに統一性がないため、乱立している様に見えます。乱立した看板は街の導線を混乱させ、活気の無さを演出してしまいます。今後の街全体の看板を随時リニューアルすることを踏まえ、プロのデザイン会社にトータルなデザインディレクションを依頼していきます。

デザイン統一イメージ



#### ② 導線の整理

看板は「ここはどこ」なのか「ここからどれ位でどこへ行ける」のかが、初訪の人でも分かり易く理解できることが肝要です。

例として天塩川河川公園の看板を狭域から広域のデザインに変更し、天塩川歴史資料館や「てしお温泉夕映」等の情報を盛り込むことで町内各拠点への回遊性を高めます。

#### ③ 不要な看板の撤去

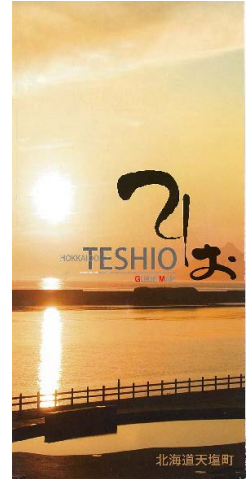
景観の維持のため、不必要な場所に設置された看板は、場合によっては撤去も検討していきます。



## 2) パンフレットのリニューアル

パンフレットは、外部から観光へ来ていただくモチベーションを高めるための、重要な情報発信ツールです。しかし現在のパンフレットは、温泉や特産品、イベント等全ての情報が混在して掲載されており、非常に分かりにくいとの意見があります。

まちの価値ある資源が、より魅力的に「伝わる」ようにパンフレットをリニューアルすることが必要と考えます。



### ① パンフレットのマンガ化

マンガは「価値」と「ストーリー」が一番伝わる手法です。

現在は他自治体のPRでも積極的に活用されています。

本町在住の人材を活用させていただき、「てしお仮面」が本町の観光資源、施設、食、人をマンガでストーリー化して紹介するなど、新たな手法によるパンフレットの充実を検討していきます。

より本町の魅力を詳細に描いてくれることが期待されます。

コスト面でも、プロの漫画家を依頼するより大幅なコストダウンが図れます。

### ② 教材としての活用

観光パンフレット以外に、町の歴史や特産品の成り立ち等テーマをシリーズ化して描くことも検討しています。そうすることで、子供達に「郷土愛」を醸成させるための教材としても活用できるからです。

### 3) ホームページ (HP) のリニューアル

現在観光客の情報入手先として最も活用されているのが、インターネットです。  
(道内観光客41%、道外観光客48%が情報入手に利用 平成23年度北海道観光客動態満足度調査より)

本町関係のホームページ(以下HP)は、  
階層が深く更新の頻度も少ないなど、適切な  
情報提供がされていない環境になっています。

HPの管理については、外部委託も視野に入  
れ、適時的確な情報と関連HPへのリンクなど  
を提供できるHPにリニューアルを検討します。

また、各SNS(ツイッター、フェイスブック、  
ブログ)を活用し、連携を図ることで、多方向  
からの情報発信についても検討します。

#### ① 町のHPのリニューアル

階層を浅くし、必要な情報をストレス無く  
探せる形にリニューアルを検討します。また、  
適時的確な更新ができるよう外部委託を検  
討します。



#### ② 「てしお温泉夕映」HPのリニューアル

夕映のHPについては、個人ボランティア  
により開設されていましたが、今後は外部委  
託によるHPの開設と宿泊予約についても  
可能となるHPの作成を検討します。

#### ③ 観光情報の発信について

現在の町のHPでは観光情報の発信が少  
なく、今後改善を目指しますが、観光情報専  
門のHPを開設することも必要です。観光協  
会と協議し、HPの開設を検討します。





### 《専従者の任命》

計画する「交流・情報発信」の取組速度を加速するためには、専従者及び活動拠点を設置し推進していくことが望めます。地域おこし協力隊等の活用を含め、専従者の設置及び活動拠点の整備について検討します。

### 《『交流・情報発信』事業の展開スケジュール》

| 事業展開   |                         |                                       | 取組時期 |     |     |     |     |
|--------|-------------------------|---------------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|
|        |                         |                                       | H26  | H27 | H28 | H29 | H30 |
| 交流拠点   | 1) 道の駅てしお               | コンシェルジュ<br>特産品販売                      | ←→   |     |     |     |     |
|        |                         | ミニ天塩川の設置                              |      | ←→  |     |     |     |
|        |                         | マップのリニューアル・夕陽の映像                      |      | ←→  |     |     |     |
|        | 2) 鏡沼・天塩川河川公園<br>鏡沼海浜公園 | フットパスの延長<br>アクティビティの充実                |      | ←→  |     |     |     |
|        |                         | 既存施設の活用<br>天塩川水中観察スペースの設置             |      | ←→  |     |     |     |
|        |                         | 愛称の公募                                 | ←→   |     |     |     |     |
| 情報発信強化 | 1) 看板                   | デザインの統一・導線の整理<br>リニューアル看板設置<br>不要看板撤去 | ←→   | ←→  |     |     |     |
|        |                         |                                       |      | ←→  |     |     |     |
|        |                         |                                       |      | ←→  |     |     |     |
|        | 2) パンフレット               | ストーリー・ラフ画作成<br>印刷製本                   | ←→   | ←→  |     |     |     |
|        |                         |                                       |      | ←→  |     |     |     |
|        | 3) HP                   | 業者へ見積依頼<br>各HP リニューアル及び新規作成           | ←→   | ←→  |     |     |     |

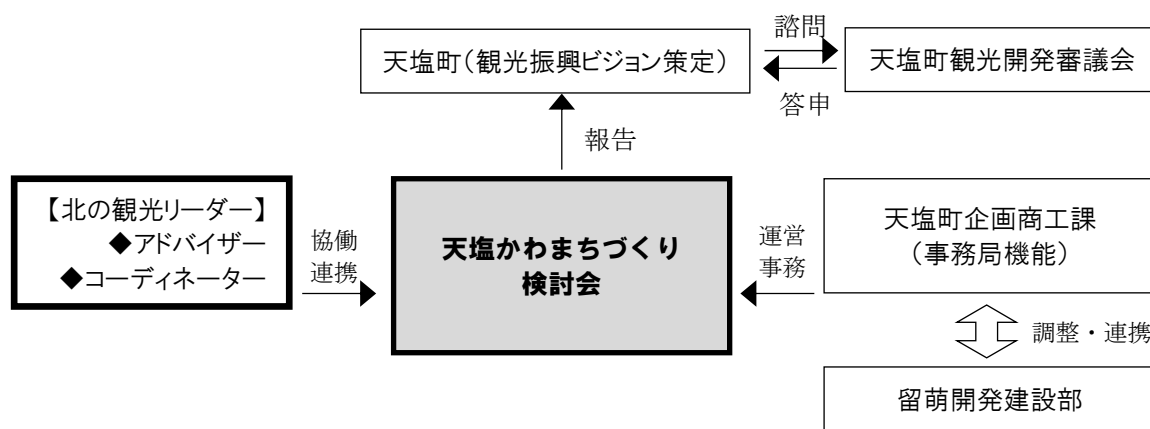
## 〈その他、交流・情報発信に関するアイデア〉

- ・天塩川河川公園に「思い出ベンチ」の設置
- ・町内景観の統一（レンガ調にする）
- ・ローカルアイドルプロジェクト
- ・特産品のパッケージデザインの統一
- ・「会える」ゆるキャラ
- ・等身大パネル“てしお仮面”の設置
- ・星空観察会
- ・天塩川河川公園のライトUP（LED化）
- ・天塩川河川公園のハートマークにアーチ鐘を設置、カップルの名所にする
- ・てしお観光アンバサダー制度を作る（ファンミーティング、モニターツアー開催）
- ・通年使える観光ポスターの作成
- ・ふるさと納税の積極的活用
- ・しじみサミットの実施
- ・世代間交流イベントの実施
- ・婚活ツアー
- ・ホーマー市（姉妹都市）、松阪市（松浦武四郎出身地）との交流
- ・町花（ハマナス）整備と花苗の植栽
- ・天塩川流域自治体との連携によるイベント、情報発信
- ・重要な交流拠点である「てしお温泉夕映」の利用者への満足度を高めるための整備
- ・「道の駅てしお」における次世代自動車（電気自動車や水素燃料電池自動車）のプラットフォームの整備

## 資料

### 策定体制

天塩町観光振興ビジョンは、平成 25 年設置の「天塩かわまちづくり検討会（委員 50 名／平成 27 年 1 月現在、第 15 回の検討会開催）」にて聴取された町民の意見をもとに、検討会コーディネーター及びアドバイザーとの協働で取りまとめられ、天塩町企画商工課による一部加筆後、天塩町観光開発審議会に諮問され、一部加筆の答申があり、その後天塩町長により策定されました。



## 天 塩 町 観 光 振 興 ビ ジ ョ ン

平成27年1月

発行 天塩町

編集 天塩町企画商工課

〒098-3398 住所 天塩郡天塩町新栄通8丁目

TEL 01632-2-1001 FAX 01632-2-2659

ホームページ <http://www.teshiotown.hokkaido.jp/>

