

天塩町観光振興ビジョン

～ 悠久の「川」、「人」、「自然」北加伊道 天塩國 ～
〈 2014 － 2018 〉

自己評価報告書

令和 2 年 7 月

天 塩 町

目 次

1.	はじめに	1
2.	自己評価の目的	2
3.	自己評価の方法	2
	(1) 評価基準表	3
	(2) 観光ビジョンに基づく取組の概要	4
4.	評 価	5
	(1) 事業別評価	5
	・「天塩國弁当」開発プロジェクト	5
	・「天塩川流域ピザ」開発プロジェクト	7
	・食に関する連携体制づくり	9
	・天塩川歴史資料館活性化プロジェクト	11
	・長門船観光舟運プロジェクト	13
	・自然観察ツアー	15
	・植物栽植	17
	・縄文体験プロジェクト	19
	・カヌーイベント(松浦武四郎生誕記念)	21
	・「道の駅てしお」の改善	23
	・鏡沼海浜公園・天塩川河川公園の改善	25
	・町内看板のリニューアル	27
	・パンフレットのリニューアル	29
	・ホームページのリニューアル	31

（２）分野別評価		33
①観光コンテンツの開発		33
②情報発信		33
5. 今後の方向性（総括）		34

1. はじめに

天塩町は、「人と自然が共生 ころ豊かで地域が輝く住みよいまち」を基本テーマに、本町の資源を再確認するとともに、この資源を生かした活力ある協働のまちづくりの実現を図るため、本町の最上位計画に位置する「第6期天塩町総合振興計画」（以下「第6期総合計画」という。）を2009年（平成21年）3月に策定しました。

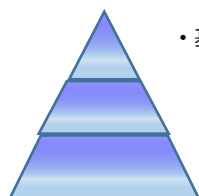
また、この第6期総合計画に基づき、2015年（平成27年）3月に「天塩町観光振興ビジョン」（以下「観光ビジョン」という。）を策定し、観光振興を通じて新しい地域ブランドを確立することで、町民が希望するまちづくりの一翼を担うことを目的に、行政と関係者が協働で観光振興を具体化するための指針としたところです。

2009年(H21年)

3月

「第6期天塩町総合振興計画」（2009-2018年度）策定

「天塩町観光振興ビジョン」（2014-2018年度）策定



・基本コンセプト：悠久の「川」、「人」、「自然」北加伊道 天塩国

・観光コンテンツの開発（①食、②歴史、③自然）

・良さを伝える情報発信（④拠点からの観光動線づくり、⑤情報発信力の強化）

2015年(H27年)

1月

3月

「天塩かわまち計画」（2014-2023年度）策定

・2015年（平成27年）3月30日 国土交通省「かわまち支援制度」登録

2017年(H29年)

6月

「第7期天塩町総合振興計画」の策定に着手

「第7期天塩町総合振興計画」（2019-2028）策定

・基本テーマ（将来像）：みんなで創ろう 育てよう 明るく楽しく元気なまちを

・基本目標：①安心・安全で住みよいまちづくり【環境、衛生、生活、防災、救急】

②活気あふれるまちづくり【産業、商工業、観光】

③いきいきと暮らせるまちづくり【保健、医療、福祉、子育て】

④先人の遺業に学び、未来を切り開くまちづくり

【教育、生涯学習、文化・芸術、スポーツ】

⑤郷土を愛し、地域が輝くまちづくり【コミュニティ、行財政運営】

2019年(H31年)

3月

4月

佐々木 裕之 氏、新天塩町長に当選

・改選期に伴う町長選に望み、選挙のうえ当選。

2019年(R元年)

5月

元号改正

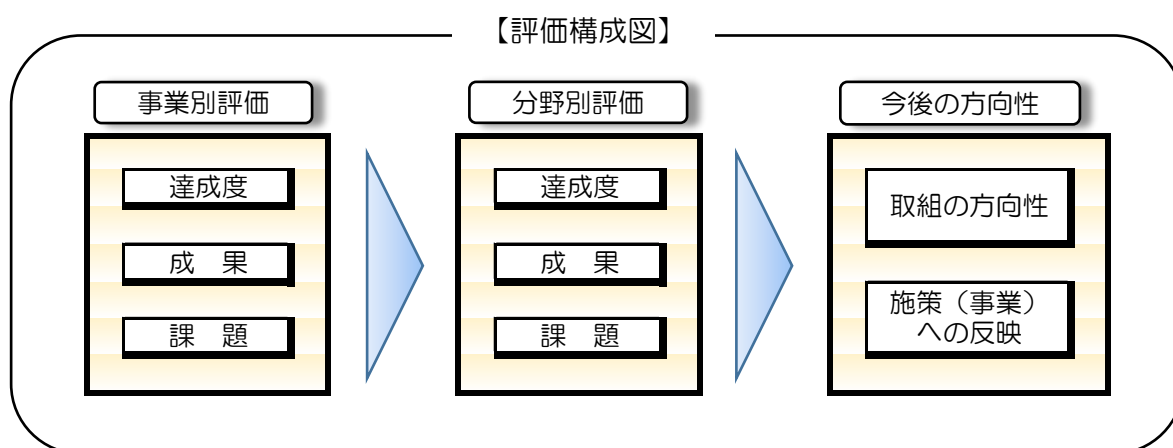
・新天皇即位に伴い、元号が「平成」から「令和」へ

2. 自己評価の目的

事業プランを進化・成長させるマネジメント手法であるPDCAサイクルにおける評価（Check）作業として、取組の実施結果について自己評価を行い、評価の結果を今後の観光振興に係る施策の見直しや立案、予算への反映等に活用します。

3. 自己評価の方法

計画期間を通じた総括的評価として、区分に応じた事業展開の達成度、成果、課題の掘り起こしなど、事業別評価を行ったうえで、観光ビジョンで設定した①観光コンテンツの開発、②情報発信の2つの分野別評価を実施しました。また、策定時に携わっていただいた天塩町観光開発審議会による評価・意見を聴取したものを取りまとめ、今後の取組についての方向性や施策にフィードバックすることとしました。



(1) 評価基準表

事業の①達成度、②施策の方向性、③成果について次の区分において評価を実施しました。

評価	記号	説 明
S		良好です 事業の達成度、施策の方向性については良好。 成果について予想を上回る成果を得た。 引き続きこの方向性で推進を図るべき。 (良い点、成果が出ている点)
A		概ね良好です 事業の達成度、施策の方向性については概ね良好。 改善を加えながらも、方向性を変えず引き続き推進を図るべき。 (良い点、改善をすべき点)
B		改善・見直しの必要があります 実施結果から、改善・見直しが必要。 (見直すべき点、強化すべき点)
C		改善・見直しの必要があります 実施結果から、事業及び施策の方向性について一層の改善・見直しが必要。 (見直すべき点、強化すべき点)

【参考】

達 成 度		施策の方向性		成 果	
高い↑ 充実度		高い↑ 期待(要望)		高い↑ 観光振興	
					
低い↓		低い↓		低い↓	
					
展開速度 →早い		推進性 →高い		地域振興 →高い	

(2) 観光ビジョンに基づく取組の概要

観光ビジョンに基づき各分野において計画されていた取組の概要については次のとおりです。

分 野		目 的	取組と概要
観光コンテンツ開発	① 「食」	観光資源としての価値を高め、地域地場産品のブランド化促進に資する。	《「天塩国弁当」開発プロジェクト》 天塩川流域の特産を味わえるオリジナル弁当を開発・販売し本町単体ではなく天塩川流域のブランド化を図る。
			《「天塩川流域ピザ」開発プロジェクト》 天塩川流域の特産を丸ごと味わえる新名物を開発・販売し天塩川流域のブランド化を図る。
			《食に関する連携体制づくり》 個別に行われてきた「食」に関する活動を、連携・協働により観光資源としての価値向上を図る。
	② 「歴史」	明治中期には林業を中心に栄え、「天塩国」と呼ばれた北海道でも歴史の深い地域であることを強みと捉え、歴史を観光資源に繋げる。	《天塩川歴史資料館活性化プロジェクト》 体験型事業の取組や魅力ある展示などを行い、施設の活性化を図る。
			《長門船観光舟運プロジェクト》 当時の基幹産業であった林業や漁業を支えた天塩川で活躍していた長門船を復活し体験型観光資源化を図るとともに地域の連携・協働の醸成を図る。
	③ 「自然」	住民グループ主体の活動を自然をテーマとした観光コンテンツに昇華させることにより観光振興に資する。	《自然観察ツアー》 天塩川周辺で確認されている多くの野鳥や湖沼群に飛来する渡り鳥などを観察するための環境整備を検討し体験型観光の充実を図る。
			《植物栽植》 天塩の自然植生を復元することで、手軽な自然観察ができる環境の整備を図る。
			《縄文体験プロジェクト》 天塩川河口に竪穴住居跡が存在する本町の歴史的特長を活かし、太古の生活が体験できるような観光を開発しコンテンツの充実を図る。
			《カヌーイベント(松浦武四郎生誕記念)》 北海道の名付け親とされ、天塩川を調査した松浦武四郎の業績を偲び流域の知名度を高めるため、カヌーなどによる体験型イベントの実施を企画する。
良さを伝える情報発信	④ 拠点からの観光導線づくり	観光拠点の機能や満足度の向上を図るとともに、他の観光資源への導線としての活用に関し観光振興に資する。	《「道の駅てしお」の改善》 本町随一の集客力を誇る本施設に求められる休憩機能、情報発信機能、地域連携機能に対する満足度の向上を図る。
			《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、絶好の景観が望める鏡沼海浜公園と天塩川河川公園への観光客への認知度を高め利用増を図る。
	⑤ 情報発信力の強化	情報発信機能の強化に努め、観光を始めとした本町の認知度向上を図り、観光振興に資する。	《町内看板のリニューアル》 老朽化等により機能が活かされていない町内看板を見直し、効果的な整備を図る。 《パンフレットのリニューアル》 重要な情報発信ツールであるパンフレットを、より魅力的に「伝える」ことを目的に見直しを図る。 《ホームページのリニューアル》 情報入手先として最も活用されているインターネットによる情報発信に対し改善を図る。

4. 評価

(1) 事業別評価

分野	観光コンテンツ開発 「食」
取組	「天塩國弁当」開発プロジェクト

主 な 取 組					
《 計 画 》			《 実 績 》		
《概要》			(1) 情報収集、運営組織体の育成		
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。			実施主体として、天塩かわまちづくり検討会（食分科会）を中心にコンセプトや製造販売方法について分科会を開催。 また、健康増進を目的として「減塩」をテーマにした活動をしている減塩応援隊、地域の食材を活用し「食」を通じて地域文化の継承や食育などの活動に繋げている天塩町スローフードの会などとの交流・連携から活動促進を図った。		
《展開内容》			《主な活動内容》		
ターゲット	●メインターゲット:町民 ●サブターゲット:道北観光者		◆情報収集 ◆メニューアイデア出し ◆連携体制の構築協議 ◆加工施設、情報発信、イベント等の企画協議など		
プロモーション手法	旅行会社への企画提案、天塩管内道の駅での販売、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				
事業主体	天塩かわまちづくり検討会（食分科会）		分科会		
《実施スケジュール》					
展 開	H26	H27	H28	H29	H30
情報収集、運営組織体の育成	●	●			
「天塩國弁当」の企画・開発・販売		●	●	●	●
プロモーション			●	●	●
(2) 企画・開発・販売					
①企 画					
◆コンセプト					
・天塩國エリア（近隣自治体）の食材を複数使用					
・できる限り、海産物・農産物の両方を入れる					
・ヘルシー志向					
・地域に潜在する素材を活用し町おこしにつなげる					
◆販売方法					
・町内の認知度を上げる					
・イベントでの限定販売					
②開 発					
弁当開発に際し、健康増進を目的に活動している減塩応援隊、地域食材を活用した食文化の継承、料理愛好家の活動の場として組織した天塩町スローフードの会と交流を図るとともに本事業の推進に協力関係を築くため、「天塩國弁当」の開発に参加を促し共同開発を図る。					
地域で採れる旬な食材を中心に弁当を試作し、様々な意見を出し合う試食会を開催する。					
					
試食会					
地元飲食業者に対し、ヒアリングを実施したところ採算性や食材の安定調達などの懸念から消極的な意見が多く、統一した商品開発は困難との判断に至る。					
文化団体の全道大会を平成29年6月に天塩町で開催されるのを受け、地元食材を中心とした弁当を提供することとなり、旬な食材を中心に開発を実施した。（H29.5）					
また、オーストラリア大学生による観光学研修の受入の際には、郷土料理体験実習を実施し、かわまち協議会員5名が対応（H30.7）					
◆主な食材					
・留萌産米 ・サクラマス ・長芋 ・菊芋					
③販 売					
製造から販売を単独で実施することが困難と判断し、町内飲食業者への協働を図るも実現せず。					
平成29年度に本町で開催された文化団体の全道大会において180食分の弁当を製造し提供を実施したが、それ以後の継続がされなかった。					
(3) プロモーション					
販売までのプロセスに至らなかったことから未実施。					

成 果

◆ 飲食店業者をはじめ様々な考えのある中で、食材の安定確保や採算性、販路の不透明な状況下ではサークル活動の域を超えて商品化するまでには至らなかった。

◆ 活動を通じて、イタドリジャムや天塩國サンドなど別の商品化への可能性のあるアイデアも生まれるが、加工施設や雇用の課題も同時に浮き彫りとなった。

《イタドリジャム》

H30年度・・・夕映、町内商店のほか、天塩町フェスタで販売(100ヶ完売)、大阪方面への試験的限定販売

《天塩國サンド》

H29年度・・・試作、イベント販売



イタドリジャム

[イタドリ]

タデ科の多年生植物で、日本全国に分布する東アジア原産種。4～5月に採取できる柔らかい新芽は、山菜として古くから煮物や炒め物として食べられてきた。また、乾燥させた根は虎杖(コジョウ)または虎杖根(コジョウコン)と呼ばれ、生薬にも利用されてきた。



天塩國サンド試作品

自 己 評 価

総括	B		
達成度	B		《達成度》 分科会が中心となり、他団体との協力関係も構築が進み、分科会による活発な意見交換もなされ機運としては好調であったが、コンセプトなどの意見統一ができずブランド商品化の実現は達成できなかった。
方向性	B		《方向性》 商品化には、顧客・販路及び採算性の確保が前提にあり、商品そのもののポテンシャルと一定程度の設備や雇用体制が必要ことから「弁当」を商品化することは思いのほかハードルが高い。
成果	B		《成 果》 本事業から派生したイタドリジャムなど1品ものの商品化などに可能性を感じる結果となった。

課 題

- 事業推進の一環として町内飲食業者へのヒアリングを実施したところでは、未来像が描けずリスクが先行し前向きな意見を得られた事業者が少なく、全事業者が協力して進めることは非常に困難である印象を受けた。(事業者にはそれぞれ得意なジャンルやこだわりがある。)
- 「旬」な食材は、裏を返せば採れる時期が決まっているため、期間限定商品となる可能性が高く、弁当として広く認知されるように進めるのは難しい。令和元年度末現在では、酪農の6次産業化や畜産、販路に回らない漁獲高の低い魚介類の有効活用も進められていることから、単品での商品化について検討が必要と考えられる。
- 開発・製造・販売はそれぞれ担い手が連携することが望ましく、中小企業で占められる本町において単体で進めることは非常に難しいことから各分野での関係構築が事業成功に求められる。

今後の取組

- 地元事業者の経営努力(新商品開発)を支援するため、「物産開発促進事業費補助金」及び「振興基金補助金」制度が創設されていることから、積極的な活用を促すほか、地方創生関連制度に絡め関係部局と連携し地域振興を図る。
- ・販路の開拓(ex.道の駅 購買環境の強化)(R1～)
- ・財政支援の継続 [天塩町物産開発促進事業費補助金]
ex. サフオーク肉パッケージ製作
[天塩町振興基金補助金]
ex. 乳製品製造設備整備
- ・各種イベントによる物産PR事業

そ の 他

分野

観光コンテンツ開発
「食」

取組

「天塩川流域ピザ」開発プロジェクト

主な取組

《計画》

《概要》

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「天塩川流域ピザ」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。

《展開内容》

ターゲット	●メインターゲット:キャンプ客等 ●サブターゲット:道央圏からのドライブ客
プロモーション手法	イベント、観光雑誌からのPR、プレスリリース、SNSを使った情報発信など
事業主体	天塩かわまちづくり検討会(食分科会)

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
情報収集、運営組織体の育成		●	●	●	●
「天塩川流域ピザ」の企画・開発・販売		●	●	●	●
プロモーション	●	●			

《実績》

(1) 情報収集、運営組織体の育成

実施主体として、天塩かわまちづくり検討会(食分科会)を中心に対象やコンセプトについて分科会を開催し協議を重ねたが明確な事項が決まらず、地元食材を使用した試作品を製作し、住民や本町を訪れるキャンプ客に意見を求める取組みを進めることとなった。

また、地域の食材を活用し「食」を通じて地域文化の継承や食育などの活動に繋げている天塩町スローフードの会、酪農後継者などで組織する4Hクラブなどと交流を持ち参加を呼びかけた。

一方で天塩川流域の特色ある試みとして、流域自治体との連携を模索しようと「テッソ・オ・ペツ賑わい創出協議会」に提案し、支援・協力を求めたが実現に至らなかった。



分科会

(2) 企画・開発・販売

地元産のチーズや魚介類を材料に試作を進めていたが、具体的な販路が定まらないことや、イベントでの販売に関し臨時飲食店業許可(食品衛生法)などの制約があり、実現に至らなかった。

かわまち事業として実施していたミズベリング「水辺で乾杯」において協議会メンバーに提供するまでは進められていたが、活動していたチームの主要メンバー

の転勤などがあり活動自体が徐々に縮小していった。



試作の様子



試作品

(3) プロモーション

販売までのプロセスに至らなかったことから未実施。

成 果			
◆ 目的は異なるが、「食」をテーマとした他団体との交流や連携をすることで今後の取組を進めるにあたり良好な関係を築くことができた。 ◆ 事業を通じて、ピザ焼きを好みのトッピングで自ら行う体験型観光と捉えてみてはとの意見をいただいた。鏡沼海浜公園では夏季シーズンに相応のキャンプ客が訪れることから、ニーズを把握し整備の是非について検討の可能性を残す結果となった。			
自 己 評 価			
総括	B		
達成度	B		《達成度》 地元産食材から試作を進めると同時に、天塩川流域の食材を活用するため流域間連携を試みたが実現に至らなかったほか、食品衛生法等の制約からイベント販売の実現も難しく周知PRに関しても積極的に進めることができなかった。
方向性	B		《方向性》 「天塩國弁当」と同様に、食を商品化するには商業者がメイン事業者として参加されない中での実現は難しいが、食を活用することは観光の観点から大きなファクターと捉えられる。
成果	C		《成 果》 観光ビジョンに基づく取組として、活動を振り返れば結果として得られた成果は少ないと言わざるを得ない。
課 題		今後の取組	
○ 「天塩國弁当」開発プロジェクトと同様に、開発・製造・販売の各プロセスに専門的知識・技術を要する人材の存在が事業の成功に左右され则认为。町内の関係者全体ではなく賛同メンバーの独自性から活動に繋げることが理想的と言える。		地元商業者の経営努力(新商品開発)を支援するため、「物産開発促進事業費補助金」及び「振興基金補助金」制度が創設されていることから、積極的な活用を促すほか、地方創生関連制度に絡め関係部局と連携し地域振興を図る。 ・販路の開拓(ex.道の駅 購買環境の強化)(R1～) ・財政支援の継続 [天塩町物産開発促進事業費補助金] ex. サフオーク肉パッケージ製作 [天塩町振興基金補助金] ex. 乳製品製造設備整備 ・各種イベントによる物産PR事業 ・体験型イベントの立案候補として協議・検討	
		そ の 他	

分野

観光コンテンツ開発
「食」

取組

食に関する連携体制づくり

主 な 取 組

《 計 画 》

《 実 績 》

《概要》

いままで各団体に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で連携し、観光資源としての「食」の価値向上を図る。

《展開内容》

ターゲット	町内で活動している食に関する活動組織体
プロモーション手法	定例会議の設置、連携イベントの開催、SNS等での情報共有ツールの活用
事業主体	天塩かわまちづくり検討会（食分科会）

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
連携組織づくり	●	●			
情報共有		●	●	●	●
協働活動（イベント）		●	●	●	●

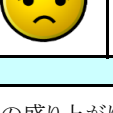
- (1) 連携組織づくり
(2) 情報共有

食に関する活動を行っている既存団体「天塩町スローフードの会」との連携を模索する中で、食分科会メンバーが入会し双方の活動に参加することとした。

活動の中で「天塩国弁当開発プロジェクト」「天塩川流域ピザ開発プロジェクト」に一定の理解を示し協力体制を構築し意見集約、協議を展開するまでに至ったところだが、もともとの活動目的（健康・観光）の違いから事業連携として取り組むまでには至らなかった。

- (3) 協働活動（イベント）

上記の結果、また、各プロジェクトの進展状況からイベントでの販売までに至らなかったことから、協働事業は実現されず。

成 果			
◆ 本事業は観光ビジョンという『観光』による地域振興が大きな目的であることから、天塩町スローフードの会としては、活動目的や理念、目指す方向性の違いを理由に本事業に対する協働関係を築くことができなかった。これは、食(材)を共通のテーマとして活動している中であっても、それぞれの団体が持つ目的を重視するあまり、お互いの活動に自然と線引きがなされてしまったと考えられる。 ◆ 上記の理由から協働活動として事業連携は出来なかったものの、お互いの活動目的に一定程度の理解は生まれ、今後の協力関係を築くことは可能な環境となった。			
自 己 評 価			
総括	C		
達成度	C		《達成度》 良好な関係は築けたものの事業連携に至らず、「食」の価値向上という目的の達成には至らなかった。
方向性	B		《方向性》 具体的な事業展開が定まらない中で団体連携を構築することは取り組みの第一歩として反省すべきところ。
成果	C		《成 果》 目標を明確に定めていない中で連携・協働関係の構築を図ることに理解を得られず、「食」の価値向上に関する取組に結びつけることが出来なかった。
課 題		今後の取組	
○ 地域の盛り上がりが醸成されていない状況において、他団体や商業者との連携関係下での「食」の価値を高める(観光に結びつける)取組を進めようと図るには、プロセスとして不十分であった。観光ビジョンの目的の一つとして観光を通じて本町の魅力を発信し、雇用の場創出を期待することを考えた場合、商業者の参加を促す必要がある。 ○ 活動を推進していくためには、飲食業や商業関係者との協働が不可欠であるが、それぞれの意見がある中で、それらの意見をまとめ、業界全体としての共同事業の実現は困難と考えられる。 「食」は地域の特性を活かすことのできる分野であることから、これを観光と結びつける考え自体は有益との従来の考えを見直すことはないところだが、組織づくりのアプローチについて検討を重ねる必要がある。		未 定	
		そ の 他	

分野

観光コンテンツ開発
「歴史」

取組

天塩川歴史資料館活性化プロジェクト

主な取組

《計画》

《概要》

赤レンガで作られた旧役場庁舎を改装し、天塩川とともに歩んだ本町の歴史を継承していくことを目的に平成元年度に開設した「天塩川歴史資料館」だが、開設から月日が流れるとともに入館者も減少し町内の歴史教育などに使われる程度の状況から、観光資源としても広く活用される取組を行い改善を図る。

《展開内容》

ターゲット	全国の小中学生及び地域住民
プロモーション手法	●子どもに解かりやすい(体験型)、魅力ある展示 ●地域から愛される(利用される)資料館
実施主体	●天塩町教育委員会 ●歴史資料館活性化プロジェクトメンバー

《実施スケジュール》

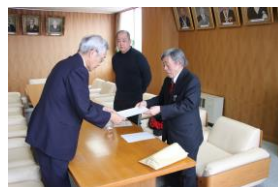
展 開	H26	H27	H28	H29	H30
課題の洗出し、視察	●				
企画・展示		●	●		
集客			●	●	●

《実績》

(1) 課題の洗出し、視察

実施主体として、天塩かわまちづくり検討会(歴史資料館活性化プロジェクトメンバー)を中心に、分科会を開催し課題の洗出しを行った。また、展示方法等の学習のため、町外の郷土資料館等の施設視察を行った。

その他、教育委員会主催の「てしお塾」に参加し、天塩の歴史について学習。管轄の教育委員会との連携を図るため、委員会担当者の検討会への参加を依頼。分科会等で協議した結果を基に歴史資料館を「観光、町おこしの中心となるべき施設」と位置付け、教育長への意見、要望書案の作成を行い、H29年に町へ積極的な活用を求めるよう要望書の提出を行った。



要望書提出



分科会

＜主な活動内容＞

- ◆各施設への視察
 - ◆連携体制の構築協議
 - ◆資料館の展示方法及びイベントの企画協議
 - ◆要望書の提出
- など

(2) 企画・展示

①企画

◆コンセプト

「地域から愛される資料館」

- ・ターゲットである子供が喜ぶ展示

◆概要

- ・体験型・実習型の展示活動の実施
- ・町民文化活動の展示会開催
- ・男能富小学校の所蔵品を活用した特別展示会



天塩・昔の写真展



昔の遊び体験フェスタ

②展示

H30年度 歴史写真展の開催(天塩・昔の写真展及び松浦武四郎パネル展)

R元年度 体験型学習として、けんだまや折り紙、巣箱作りなどの昔遊びを題材として「昔の遊び体験フェスタ」を年6回開催。

③集客

全国の小中学の修学旅行生を対象とした教育旅行を企画したが、現在まで実現していない。

成 果

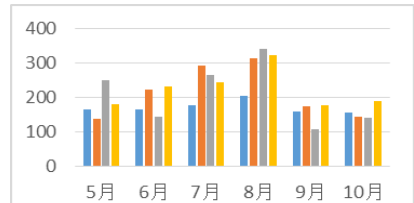
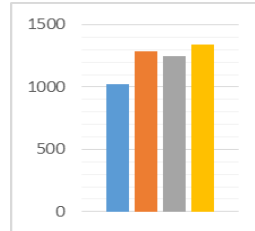
- ◆ 活動を通じて歴史資料館の積極的な利活用を推進し、特別展示室などの利用改善を図ったことから年間利用者数の増加に繋がった。
- ◆ 体験型のコンテンツとして昔の遊び体験フェスタを地域の子どもを対象に開館期間中の毎月末最終土曜日に開催することで、子供の見守りや関わりを持ち、地域の歴史に触れる機会をつくることができた。
- ◆ 入館者数について:令和1年度の入場者数は平成28年度比の約30%増と増加傾向にある。特に道内、道外の利用者数はそれぞれ35%、41%増と町外の利用者が増加している。

年度別利用者数

- ・H28 1,025人
- ・H29 1,286人
- ・H30 1,247人
- ・R1 1,345人

歴史資料館月別利用者数

月	H28	H29	H30	R1
5月	164	137	250	179
6月	166	223	143	232
7月	178	294	266	245
8月	204	315	341	324
9月	158	173	107	176
10月	155	144	140	189
計	1,025	1,286	1,247	1,345



自 己 評 価

総括	A		《達成度》	歴史写真展や昔の遊びフェスタ等のイベント開催はできたが、当初計画していた教育旅行の誘致や、イベント開催中のカフェや物品販売の実施について実現には至らなかった。
達成度	B		《方向性》	施設管理者である教育委員会の主催事業以外でも、施設を利用した事業が実現し施設の利活用について改善が図られたことにより多様性が向上した。教育委員会と活性化プロジェクトメンバーのイベントがそれぞれ実施されるようになり、より効果的な利活用を図るため連携した事業企画など更なる利活用に向けた改善が期待できる。
方向性	A		《成果》	これまで歴史学習に使われる程度であったのが、写真展や体験型コンテンツを実施するなどの事業展開から施設来場者の増加につながり認知度の向上についても効果が見受けられた。
成果	A			

課 題

今後の取組

- 歴史写真展や武四郎トークショーといったイベントについて、当初資料館での開催を企画したが、観覧スペースが狭いこと、暖房設備が無いこと等を理由として、別施設での開催にせざるを得なかった経緯があった。
- 実施主体となる、教育委員会と歴史資料館活性化プロジェクトメンバーの中で、理念等の違いもあり、共催したイベント自体が少なかった。イベント自体は互いに行っているが、散発的であり、活性化に繋げるために連携の強化が必要であると考ええる。
- 道内、道外の利用者数が伸びている一方、町内、管内の利用者数が減少傾向にある。教育委員会が企画し町の団体の展示展等を特別展示事業として積極的に実施した平成27年には513人集客した実績がある。館内の展示物の変更が長期間行われていない現状としては、地域の方が積極的に参加する特別展示事業の開催を定期的に開催し、町民の方向けの展開も必要であると考ええる。

- ・ 町民文化活動の展示会の充実
- ・ 資料館の展示物等ガイドの人材育成
- ・ 町福祉課と共同して、昔の体験を想起させる体験型イベントを認知症対策として活用を検討

そ の 他

分野

観光コンテンツ開発
「歴史」

取組

長門船観光舟運プロジェクト

主な取組

《計画》

《概要》

当時の基幹産業だった漁業と林業を支えた天塩川が、まだ「道」としての役割を担っていた頃に活躍した長門船を復活させ、その隆盛を記憶に残すとともに体験型イベントとしても活用を図る。

《展開内容》

ターゲット	観光客
プロモーション手法	地域住民の協働・連携
実施主体	●天塩町観光協会 ●長門船観光舟運プロジェクトメンバー

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
調査、情報収集	●				
製作方法の検討等		●	●		
製作			●	●	
集客					●
維持					●

(3) 製 作

当時と同規格の長門船製作は費用等の課題から、実現はしていない。貸与を受けたものと同規格程度の和船製作の是非については誰が作るのか、製作場所をどこにするのかを含めて検討の段階に留まっている。

(4) 集 客

平成29年

- ・「しじみ祭り」「味覚祭り」で体験乗船を実施。
(R1まで継続で実施中)
- ・キャンプフェスタ天塩で和船模型の製作体験を実施。

《実績》

(1) 調査、情報収集

復元及び舟運観光の実施を目的としてかわまち検討会（歴史分科会）が主体となり、構造及び資材等の費用調査を行った。

◆構造調査

- ・天塩町在住の元船大工への聴き取り



元船大工の橋詰さんへの聞き取りの様子

◆費用調査

- ・北大天塩研究林・原木の切り出し現場の視察
- ・資金調達のためクラウドファンディング“makuake”と協議

(2) 製作方法の検討等

費用積算の結果、概算で約3,000万円と多額の費用を要すると試算。又、製作したとしても、観光船事業を行う組織について不明瞭であることから、製作は難しいとの判断に至る。その後、高知県の高校より、小型和船の無償貸与を受けられたことにより、乗船体験を検討。



須崎高校造船科からの和船の引き取りの様子



和船乗船体験（鏡沼しじみ祭り）



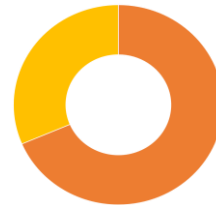
模型作り体験（キャンプフェスタ）

成 果

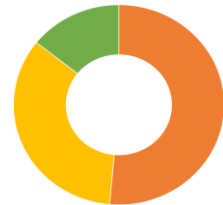
- ◆ 平成29年度から継続してしじみ祭りなどのイベントで和船の体験乗船会を実施。令和元年度参加者へのアンケート結果（右図）より、乗船された全員から次回以降の参加希望の回答をいただき、和船作りを企画した場合の参加希望も85%程度の方から参加してみたいとの回答を得た結果から、概ね好評な結果であった。
利用料に関する調査でも200円～500円程度なら、利用したいとの回答が多く、今後有料化することも検討できる結果となった。

- ◆ 道内外へ調査、視察を行うなど機運としては高かったが、調査の過程で費用面や人材、場所等の問題により和船の製作については停滞してしまった。

次回和船体験試乗会への参加



和船作りへの参加



- ぜひ参加したい
- 都合がつけば参加してみたい
- 特に参加したいとは思わない

（第12回味覚まつりアンケート結果）

自 己 評 価

総括	A		《達成度》	費用面、組織体制の課題が克服できず、早期の段階で原寸大の復元の見直し・舟運観光を目指す取組みを断念。当初の実施スケジュールを鑑みC判定としたが、先進地視察の過程で、小型和船の貸与まで結びつけ、乗船体験の実施。模型作り体験も行うなど体験型イベントとしての活用については図ることが出来た。
達成度	B		《方向性》	体験型イベントについては実施できたものの、和船製作について肯定的な意見があったものの製作人員や場所の確保、予算及び製作後の運用などについての議論にまで進むことができず実行段階へ進むか否か、方向性の決定に至らなかった。
方向性	B		《成 果》	早期の段階で製作の断念を強いられる結果となったが、観光イベントにおいて実施した体験乗船会は好評であり、天塩町の歴史に関った長門船の認知度が向上し、今後の観光資源としての可能性を大きく示しているところ。
成果	A			

課 題

- 長門船の製作も費用面の問題により、当初想定していた規格の製作は断念し、規格を縮小しての製作を検討中であるが、北海道内の同類の取り組みをしている団体のリサーチ、ヒアリングに留まっている。作り手について、町内で行う場合早急な技術継承が望まれる。熱意を持っている人はいるものの、人不足、技術不足で行動できていない現状を考慮すると、SNSでの呼びかけなど町外の人材を取り込めるようなPR活動も検討の余地があると考え。
- 体験型イベントとして、本町の歴史と関わりが深い和船を復活させ観光の推進を図るという目的から鑑みれば、活用方法と観光への貢献度を見据えた事業展開を議論し課題である和船製作の是非を決定すべきと考え。

今後の取組

イベント等の実施により、長門船の周知について一定程度図ることが出来た。次のステップとして、観光資源として和船の利活用について議論を深め、必要な取組みを検討していく。

《 検討課題 》

- ・観光資源としての和船の利活用について
- ・和船製作の是非について
- ・関連設備（和船専用乗り場）の整備是非について
- ・地域固有の和船文化の継承について

そ の 他

分野

観光コンテンツ開発
「自然」

取組

自然観察ツアー

主な取組

《計画》

《概要》

町内にある野鳥観察を行っている団体活動について、外部の方も参加できるように拡大することで体験型観光の役割も兼ねた活動に昇華させ地域の特色を活かした観光推進を図る。

《展開内容》

ターゲット	●自然愛好家 ●観光客 ●その他(年齢層等の属性、限定なし)
プロモーション手法	●ホームページ等のIT活用 ●専門誌、マスコミ等への情報発信
実施主体	「NPO法人 天塩川を清流にする会」

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
計画策定	●	●	●		
観察会		●	●	●	●
写真ツアー、オプション企画・開発			●	●	●

(3) 写真ツアー、オプション企画・開発

大学等と連携した研修等の活動及び天塩町フェスタで野鳥観察ツアーを実施。

年度	事業内容	参加人数
H27	野鳥観察ツアー(2度実施)	30名
H28	自然資源実習	15名
H29	自然資源実習	40名
R 1	ウェットランドセミナー	22名



自然観察実習

《実績》

(1) 計画策定・情報発信

野鳥観察ツアーを行うにあたり、「NPO法人天塩川を清流にする会」を中心に試行。観察スポットの計画については留萌開発局が検討。野鳥観察用備品として町が双眼鏡を購入及び管理。



天塩町鏡沼野鳥ブック

(2) 観察会

- ・H27～H30の春に鏡沼海浜公園にて観察会を実施。延べ80名が参加。
- ・R1 野鳥観察のための施設の必要性についてかわまちフィールドワークの実施。(大人16名子供2名参加)



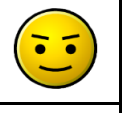
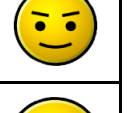
野鳥観察会



かわまちフィールドワーク



野鳥観察ツアー

成 果			
◆ H27年度に天塩町フェスタにて野鳥の観察ツアーを体験型観光として2度実施したところ、参加者の反応自体は悪くなかったが、案内のできる人材が少ないことから安定確保が困難なことから観光事業化には至らなかった。 ◆ 大学等研究施設との連携により行ったウェットランドセミナー等の研修により、天塩町の自然の希少さの認識が深まるとともに参加した学生の反応も良く、今後も継続して連携していくことによって地域の社会教育も兼ねたアカデミックツーリズム等、教育を絡めたプログラムの可能性を見出すことが出来た。			
自 己 評 価			
総括	A		
達成度	A		《達成度》 計画当初想定していた、ガイドの育成による観光客をターゲットとした自然観察ツアーの実施には至らなかったが、観察会や、研究機関との連携により実施した実習等により自然愛好家向けの展開については可能性を見出すことが出来た。
方向性	A		《方向性》 天塩町の自然をガイドできる人材の確保に至らず、観光客向けの事業化には至っていないが、実習やセミナー等を通じ自然愛好家、研究者等をターゲットとすることについては有益な結果となり、協議・検討を重ね、さらに推し進めていくべきと考える。
成果	B		《成 果》 観察会や研修等の実施により町の自然の希少性についての認識を深めることが出来た。今後は、観光推進に繋がる取組みに対する議論を深め、必要な取り組みを検討していきたい。
課 題		今後の取組	
○ 天塩町の自然を観光資源として効果的な活用を進めるための具体的な方策が定まっていない状況のため、実現性を考慮した検討・協議を引き続き行う必要がある。 ○ 他の事業と活用して、外部より講師を招きセミナーを開催し人材育成を図ったが、町内の参加者が限られ人材の育成には至らなかった。 ○ プロモーション手法として、かわまちづくり検討会のface bookに活動について投稿を行うことで周知を図ったところ、当初は伸び悩んだものの地域おこし協力隊ページをリンクさせることで閲覧数の伸びを見せたことから、より効果的な取組みができないか検討を要する。		地域の人材育成において、単に、専門家・研究者たちの現地実習をするだけでなく、そこに地域住民が関わることで地域理解に繋がる。そのために関係団体との連携関係を構築し、町民との協働に努める。 ・SNSを活用した情報発信の強化(R2～) ・研究機関等の連携強化によるセミナーの実施等 (ガイド人材育成方法の検討)	
		そ の 他	

分野

観光コンテンツ開発
「自然」

取組

植物栽植

主な取組

《計画》

《概要》

本町の自然植生を復元させ観察(鑑賞)が手軽にできる環境を構築し、町内外の愛好者が定期的に立ち寄れる場所として整備を図る。

《展開内容》

ターゲット	●自然愛好家 ●観光客
プロモーション手法	●ホームページ等のIT活用 ●専門誌、マスコミ等への情報発信
実施主体	町内の植物愛好家等ボランティア

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
調査、種子等の調達	●	●			
栽植		●	●	●	●
ガイド冊子作成、観察会			●	●	●

【テシオコザクラ】

科名/サクラソウ科
学名/Primula takedana
和名/天塩小桜

北海道の天塩川支流等の蛇紋岩地帯や石灰岩地帯に見られる多年草。高さ10～20cm。全体に長い毛が生え、根際から長い柄のある手の平状の葉をつける。

花期：
5月下旬～6月中旬
分布：
日本固有(道北)



天塩小桜(テシオコザクラ)

《実績》

(1) 調査・栽植

地域固有種である「テシオコザクラ」に着目し、歴史資料館や鏡沼海浜公園など観光客が訪れる場所を中心に栽植を行うことで観光客のほか町内の自然・植物愛好家など広く親しまれる環境を目指し、平成27年に群生地調査を実施し、歴史資料館及び観光牧場敷地内に栽植を計画した。

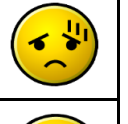


群生地調査

※ テシオコザクラを町花としている幌延町から、本事業の実施について苦情が出されたことを受け、本町独自で積極的に活動を行うことに懸念が生じたことと、特有の植生条件を維持・確保することが困難であったため、その後の栽植を中止し現在に至る。

(2) ガイド冊子作成、観察会

平成27年に北海道大学と連携し植生地(天塩研究林:幌延町)観察会を実施したが、その後の取組みは行われなかった。

成 果			
◆ 「自然」は、地域の魅力や特色を表す大きな武器と捉え、それらに着眼し観光に関連付けるという考え(方向性)は有益と考えられるが、町単体の取組みと広域的な取組みとを住み分けた視点が必要と考えられる。 ◆ 他のコンテンツを含めた本町(又は周辺地域)の観光に有効な取組みについて検討の余地があるものとする。			
自 己 評 価			
総括	C		
達成度	C		《達成度》 事情により当初計画の実行が困難になったことから「C」判定とした。
方向性	B		《方向性》 方向性について否定する理由はなく、今後についても有益なアイデア等については協議を進めることができるよう努める。
成果	C		《成 果》 事情により当初計画の実行が困難になったことから目指す姿の実現に至らなかった。
課 題		今後の取組	
		他種をコンテンツとした取組みの是非について検討(R3～)	
		そ の 他	

分野

観光コンテンツ開発
「自然」

取組

縄文体験プロジェクト

主な取組

《計画》

《概要》

古くは擦文時代に遡ると言われている本町の歴史において、天塩川河口には竪穴住居跡が存在する歴史的特長を活かし、太古と同じ生活を体験型観光としての活用を試み、地域における学童をはじめとした住民への歴史認識の醸成や観光コンテンツとして広く利用されるような取組みを図る。

《展開内容》

ターゲット	学童期の子どもとその家族
プロモーション手法	●ホームページ等のIT活用 ●専門誌、マスコミ等への情報発信
実施主体	●キャンプフェスタ実行委員会 ●ボランティア

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
情報収集	●	●			
縄文体験イベント		●	●	●	●
竪穴住居の修復等			●	●	●

《実績》

(1) 縄文体験イベント

天塩町でかつて営まれた太古の生活を疑似体験イベントで楽しみ、体験型観光への活用を検討していくため、様々な体験イベントを毎年開催しているキャンプフェスタの催し等に組み込み実施した。

年度	事業内容	参加数
H27	土器づくり体験会/白樺樹脂クラフト体験	26
H28	白樺樹脂クラフト体験	40



土器づくり体験会



白樺樹脂クラフト体験

(2) 竪穴住居の修復等

風雪にさらされ痛みの進んでいた川口遺跡風景林にある竪穴住居2戸を、北海道博物館学芸主幹である右代氏の指導を受け平成28年から平成30年にかけて地元産葦を用いた屋根部分の葺き替え等の修復作業を実施した。

また、新たな竪穴住居を建設し、宿泊体験などを目的にキャンプ場で活用する案が出されたが実現には至っていない。

《作業行程》

時期	作業内容
H28.11	葦採取・保管(乾燥)
H29. 5	既存屋根部分撤去作業 等 土台・骨組み等の修繕
7	既存屋根部分廃棄作業 等 葦運搬・葦き替え等
H30. 8	基礎部分・柱の補修 等
9	骨組み部分の改修 等
10	葦運搬・葦き替え等
11	〃

作業延べ日数: 約40日

作業延べ人数: 約260人



修復前



修復後

成 果			
◆ 川口遺跡風景林にある堅穴住居について、関係者の協力によりスケジュールに基づいた修復が完了した。これまで積雪等による屋根部分の破損などは見受けられず、良い状態を維持している。 ◆ 縄文体験イベントについては、参加人数の減少やインストラクター人材が少ないなどの理由からキャンプフェスタを平成30年をもって廃止したことから、イベント実施の定着に至らなかった。			
自 己 評 価			
総括	A		
達成度	A		《達成度》 堅穴住居の修復について、複数年に渡るスケジュールが概ね予定どおり進み完了。また、体験イベントについても計画期間前半は情報収集から実施まで大きな問題もなく消化された。
方向性	A		《方向性》 堅穴住居の修復について、平成15年に修復作業を実施して以来のもので風雪による痛み具合から見て、新たな修復作業を実施したことは適切な判断だと考えられる。
成果	B		《成 果》 計画に基づいた事業について、概ね消化されたと認識するものの、継続した実施やその後の活用について大きな変化を生むことができなかった。
課 題		今後の取組	
○ 川口遺跡風景林を観光資源として効果的な活用を勧めるための具体的な方策が定まっていない状況のため、実現性を考慮した検討・協議を引き続き行う必要がある。 ○ 縄文体験をイベントとして実施するとなると日程や参加者の取りまとめ、講師等の確保など事前準備が必要となる場合が多く、イベントではなく観光客が気軽に、かつ、任意で利用できる観光メニューとして行う方法を検討し、地域の特性を活かした体験型観光の実現・充実を図る必要がある。 ○ 計画当初において、堅穴住居をキャンプ場敷地に整備し宿泊体験として活用する案が出されたところだが、実現に向けた協議や課題等の洗い出し、観光メニューとしての採択の可否について議論がされてこなかったことから、町としての方針を定める必要がある。		《川口遺跡風景林》 ・天塩川河川公園との導線整備(R3～) ・看板の補修及び内容の見直し(R3～) ・歴史教育教材としての活用に向けた検討及び協議(R2～) 《体験型観光の整備》 ・堅穴住居を活用した体験型観光メニューの開発検討(R2～)	
		そ の 他	

分野

観光コンテンツ開発
「自然」

取組

カヌーイベント（松浦武四郎生誕記念）

主な取組

《計画》

《概要》

“北海道”の名付け親とされ、天塩川を調査、「天塩日誌」を世に残した松浦武四郎の業績を偲び、その知名度を高めるため、天塩川をカヌーで遡上するイベントを企画提案する。

また、流域自治体や武四郎関連の自治体、カヌー愛好家との連携を図り流域全体の知名度を高めるイベント実施に努める。

《展開内容》

ターゲット	カヌー愛好家、観光客など
プロモーション手法	●ホームページ等のIT活用 ●専門誌、マスコミ等への情報発信
実施主体	●流域を中心としたカヌー愛好家 ●ボランティア 等

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
計画策定、関係者との連携構築	●	●	●		
試験		●			
運営方法の検討			●		
イベント実施				●	●

《実績》

(1) 試験

本町における天塩川の特徴は河口に位置することから幅が広く、流速も穏やかな傾向にあることから遡上ツアーの可能性を検証するため、平成26年にカヌーの遡上を試みたところ（河川公園⇄振老）想像以上に風の影響が大きく往復ルートとするには体力的負担が大きいことが確認された。

もともと、地域にはカヌー愛好家も少なく、単独のイベント開催については経験もないことから、主に天塩川中流で開催されているカヌーツーリングイベント（ダウン・ザ・テッシーオーベツ）が数年に1度のスペシャルイベントとして開催され、平成30年に北海道命名150周年記念として開催される予定であったことから、広域的なイベントとして本町も参加することとした。

天塩川ツーリング大会

【ダウン・ザ・テッシーオーベツ】

道北部開拓の歴史に大きな役割を果たし、生活に密接な関りをもっていた「天塩川」は、河口までノンストップで下れる区間が日本有数の長さを誇り、親水スポーツの普及と流域市町村の地域活性化への起爆剤として、平成4年から開催されているイベント。

数日間のロングツーリングは全国的にも珍しいイベントとして愛好家から楽しまれている。

大会開催経過

年	コース
1992	名寄～美深
1993	美深～中川
1994	中川～幌延
1995	幌延～天塩
1996	士別～美深
〃	
2002	風連～天塩 S
2003	幌延～天塩
〃	
2006	風連～天塩 S
〃	
2011	名寄～天塩 S
〃	
2015	中川～天塩
〃	
2018	名寄～天塩 S

「S」スペシャル大会

(2) イベント実施

松浦武四郎生誕200年、北海道命名150周年記念事業として、名寄天塩間の約151kmを平成30年7月14日～17日の4日間に渡り、天塩川を下るカヌーツーリング・スペシャル大会が平成23年以来7年ぶりに企画され、天塩町も趣旨に賛同し参加することとなった。

イベントは途中悪天候で一部の区間は中止になったものの世界5カ国から115チーム、201人が参加し、本町は天塩川河口部として最終日のゴール地に係る担当のほか、大会閉会式、完漕昼食会などの実施を担った。



成 果

- ◆ 河川公園を起点とした、カヌー等の遡上体験の事業化については、試験の結果から風の影響を大きく受け、風向きによっては体験者の体力的負担が大きいことと、安全性を担保することが困難と判断したところ。現在、カヌーポートが整備中なことから、近隣自治体との広域的な取組みを含め、事業化に向けた検討が必要とした。
- ◆ カヌーツーリングイベントは、天塩川流域の中流を中心に定期的で開催されており、全区間に渡るロングイベントは数年間隔でスペシャル大会として開催されているのが現状となっている。
天塩川の中下流は人工構造物がなく河口までロングツーリングできる区間は日本最長の約157km（約100マイル）を誇る長距離となっており、区間ごとに景観などの特徴が異なることから、地域の魅力を再発見し、「観光」として活用できる可能性を大きく秘めていると考えられる。
カヌーポート整備など流域整備が進められており、観光事業化へ歩みを進めるために、安定的な事業運営を行うため人材確保が第一の課題となっている。



自己評価

総括	A		
達成度	A		《達成度》
方向性	A		《方向性》
成果	B		《成果》

天塩川遡上体験イベントの企画立案については、試験結果から事業化が難しいとの判断に至ったものの、既存の天塩川流域イベントの記念スペシャル化（松浦武四郎生誕200年・北海道命名150年）への共催を通じ、今後の観光事業への可能性を見せる結果となった。

「自然」を通じた地域の魅力を活用した観光を推進するためには天塩川は欠かすことのできない重要なファクターであるとの認識から、カヌーツーリング事業の成功を受け本町の観光事業としての期待が望めることから実現化に向けた取組みを進めることは有益と考える。そのためには、周辺整備はもとより人材確保や運用体制の整備について協議する必要がある。

課 題

- 天塩川を活用した体験型観光の検討
- 流域自治体との連携イベント企画への参加
 - ・協力体制の構築
 - ・町民の気運醸成 など
- 観光資源整備

今後の取組

体験型観光の乏しい本町にとって、天塩川を活用した事業は魅力的であり、大きく期待の持てる資源であることから、事業化に向けた検討を重ねていく必要がある。そのためには人材確保や運用体制の構築については非常に大きな課題と捉え、町民との協働や地域間連携の構築に努める。

- ・流域町村との連携（イベント協力・合同開催など）（R3～）
- ・関係団体の組織化への検討（R3～）
- ・協力機関との関係構築（R3～）

そ の 他

分野

良さを伝える情報発信
拠点からの観光導線づくり

取組

「道の駅てしお」の改善

主な取組

《計画》

《実績》

《概要》

町内随一の集客数を誇る「道の駅てしお」における「休憩機能」、「情報発信機能」、「地域連携機能」の強化を行い、利用客の満足度を高めるとともに地域観光資源への導線としての効果を上げるべく改善を図る。

《展開内容》

- ①コンシェルジュの常駐
- ②特産品販売の拡充
- ③コミュニティカフェの設置
- ④ミニ天塩川を設置
- ⑤夕日の映像を流す
- ⑥マップのリニューアル

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
①コンシェルジュ					
②特産品販売	●	●	●	●	
③コミュニティカフェ					
④ミニ天塩川		●	●		
⑤夕日		●	●		
⑥マップ					

○屋外スペースの活用【②関連】

- ・水道、電気などのインフラ整備は多額の経費が必要となること。その他の活用構想が存在することから、当面は整備は行わず、現状のまま地域の方々が使用できるようにルールを設定。
直売などの販売行為についても使用可能とし、暫定的ではあるが無料にすることで使用ハードルを下げ地域活性化を優先した。
(R2年4月)



施設南側広場

(2) 情報発信機能の強化

○既存設備(ガイドマップ)撤去【⑥関連】

- ・既存のガイドマップは、書架と一体化した複合機能としていたが、大きな作りのため施設内の設置場所も限られることから撤去。(R2年3月)
今後、デジタルサイネージによる複数の情報を提供できるソールの設置を提案予定とし、ICTを活用した効果的な情報提供を図る。
(※⑤事業と関連した取組みにつなげる)

○ルートガイド作成・配置【⑥関連】

- ・“ちょっと寄り道”をテーマに「道の駅てしお」を拠点とした目的別ルートガイドマップを作成し、施設に配置。(R2年3月)

「道の駅てしお」の活用については、特に地域連携機能において、地場産商品の販売から多くの来訪客に対し本町への認知度を向上させるとともに、商業を通じた地域経済の活性化を図ることが求められていたところだが、担い手の確保や施設の将来構想が定まらない中での施設改修に対し否定的な意見があったことから改善が進められない期間が生じ、他の観光資源の紹介といった情報発信機能の強化についても同様な状況にあった。

しかし、町内随一の集客力のある本施設の活用改善についての必要性は地域全体が求めているところから、新町長体制の下、求める3つの機能にも優先度(①地域連携機能、②情報発信機能、③休憩機能)を決め、できるものから順次行うことに地域の理解を得て、令和元年度より提案から実行までをスピード感を重視し行うこととした。

(1) 地域連携機能の強化

○旧ギャラリースペースの活用変更【②③関連】

- ・施設の集客力(ポテンシャル)を把握するため、正面出入口2ヶ所に通過カウンターを設置。今後の取組への参考とする。
(R1年4月)
- ・地域事業者との協働事業として、地場産品を中心とした物販開始
また、売上データを提供してもらうことで、今後の取組への参考とする。
(R1年8月)



変更前

協働者：(株)天塩の國

- ・地元産品を新鮮な状態で販売するために必要な電力増強を実施(R2年3月)
- ・「まちカフェ」として、地元乳製品や菓子類をテイクアウト商品として販売し、共有スペースにテーブルを設置(R2年3月)



変更後

(3) その他

- ・レンタサイクル実証モニタリング
町内周遊ルートの起点として、道の駅と温泉施設にレンタサイクルを設置し、利用者アンケートを実施
- ・ペットボトルLEDランタンの工作・設置



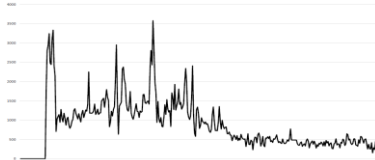
新ガイドマップ(4種類)



ペットボトルランタン

成 果

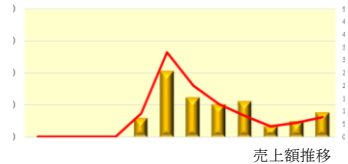
- ◆ 地域連携機能強化の一環として、地場産商品を取り扱う物販を開始したことで、アンテナショップの役割を兼ねた地域の紹介ブースとして利用客へのPRのほか、市街中心地に位置する立地条件から住民にも親しまれている。
- ◆ 町外からの来訪が多い道の駅での物販は、年間入込数状況から見て大きな販路として期待され、令和2年3月現在の実績から年間総売上は右記のとおりと推測できることから地域経済への好循環にも寄与している。
- ◆ 物販を開始したことで来訪者の施設滞在時間が延びている傾向が見られ、より効果的な情報発信となる環境が出来つつある。



「道の駅てしお」R1年度入込客推移

○年間入込客数
延べ 約33万5千人
・繁忙期ピーク
約47,500人(8月)
・閑散期ピーク
約12,000人(2月)

○物販実績(R元年度)
・8～3月総売上 950万円
(年間推測 2,200万円)
・購買客数
8,050人(入込数の約10%)



売上額推移

自己評価

総括	B		
達成度	B		《達成度》 観光ビジョンの実施スケジュールに照らし合わせてみれば、計画期間中の実施に至らないものも多い結果となったが、地域事業者との協働によるテナント貸付を視野に入れたテスト物販の開始や情報発信機能の強化に向かい取組みを進めているところ。
方向性	A		《方向性》 施設機能の強化は、道の駅本来の機能として地域内外から求められている基本的な機能であることは疑う余地はないものと解する。施設面積や屋外敷地を取り巻く他構想など制約のある中で可能な工夫を考え、引き続き機能の強化・向上を図ることが求められていると考える。
成果	A		《成果》 実施の遅れから計画期間の成果としてみるとC判定と評価するが、新町長体制下の令和元年度からの取組を鑑みれば、利用客への利便性と地域経済の影響を鑑みると取組以前と比べ改善していると考ええる。

課 題

今後の取組

- 《地域連携機能の強化》
○施設1Fに事務所として貸付している約100㎡スペースの活用方法の見直し 【②③関連】
○地域商業及び産業関係者との協働・連携関係の拡大 【②関連】
- 《情報発信機能の強化》
○限られた空間の効果的な活用方法 【⑤関連】
○他の観光資源への導線を意識した情報の発信方法 【①⑤関連】
○地域のPR 【①関連】
- 《休憩機能の強化》
○施設2Fの活用方法の見直し検討 【③関連】

- 優先順位の高い「地域連携機能の強化」に着手し、地域経済効果に一定の成果を得て、入込客の滞在時間の延長についても改善が見られていることから、観光を主とした「情報発信機能の強化」を次のステップとして進めていく。
- 《情報発信機能の強化》
・デジタルサイネージ設置(R2～3年度)
・道路情報機器(国)更新整備(R3年度～)
・トイレリニューアル(R3年度～)
※リニューアルに合わせトイレ空間の視覚効果向上により、鏡沼海浜公園、天塩川河川公園への導線となる工夫を図る。
- 《地域連携機能の強化》
・直売所スペースの設置検討(R2年度～)
- 《休憩機能の強化》
・フリースペース拡大(活用変更)の検討(R2年度～)

そ の 他

「道の駅てしお」の利活用については、住民の関心も高いことから、天塩町観光開発審議会や天塩かわまちづくり検討会など多くの意見を集めながら進めたい。

分野

良さを伝える情報発信
拠点からの観光導線づくり

取組

鏡沼海浜公園・天塩川河川公園の改善

主な取組

《計画》

《概要》

本町の特色である天塩川から望める絶景は、本町最大の資源の一つでありながら、その認知度は高いとは言えないことから、景観スポットでもある鏡沼海浜公園及び天塩川河川公園が持つ機能を高め、活性化を図る。

《展開内容》

- ①フットパスの延長
- ②アクティビティの充実
- ③既存施設の活用
- ④天塩川水中観察スペースの設置
- ⑤愛称の公募

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
①フットパス		●	●	●	
②アクティビティ		●	●	●	●
③既存施設		●	●		
④水中観察スペース		●	●	●	●
⑤愛称	●	●			

(2) 天塩川河川公園の改善

◆フットパス延長整備【①関連】

鏡沼海浜公園⇄天塩川河川公園⇄川口遺跡風景林を結び、それぞれの資源の活性化を図ることを目的とする。

〈鏡沼海浜公園⇄天塩川河川公園〉

○フットパス整備

既設道が整備されており、車道以外の導線が鏡沼海浜公園敷地手前まで確保されていることから既存のものを利活用することが望ましいとの判断に至る。

○レンタサイクルの貸し出し開始(R1～)

〈天塩川河川公園⇄川口遺跡風景林〉

○天塩川河川公園北側の河川保護工事(国)(H28～30)

〈その他〉

- 河川公園を活用した取組(町)
 - ・健康事業[ヨガ、ストレッチ etr](H28～)
 - ・ミズベリング「水辺で乾杯」(H28～)
- “思い出ベンチ”(2脚)の設置

《実績》

(1) 鏡沼海浜公園の改善

◆野鳥観察スポットの設置

分科会メンバー、愛好家らにより4月に実施される鏡沼海浜公園クリーンアップ事業に併せて野鳥観察会を数年間に渡り行い、意見を交わした結果、季節に応じて渡り鳥が飛来するが、個体数が少ない。また、野鳥についても近くは平坦な場所が多く、観察場所としては適さないとの判断から整備に至らなかった。



観察会

◆ピザ窯の設置【③関連】

食分科会で進められていた「天塩川流域ピザ開発プロジェクト」に関連し、既存施設(BBQハウス)にピザ窯を設置することで定期的な製造を可能にするための検証を行った。

実験的に耐熱レンガで窯を組立てたところ、防火上の課題があるほか運用面で現実的ではないとの判断に至り、設置を見送った。



BBQハウス

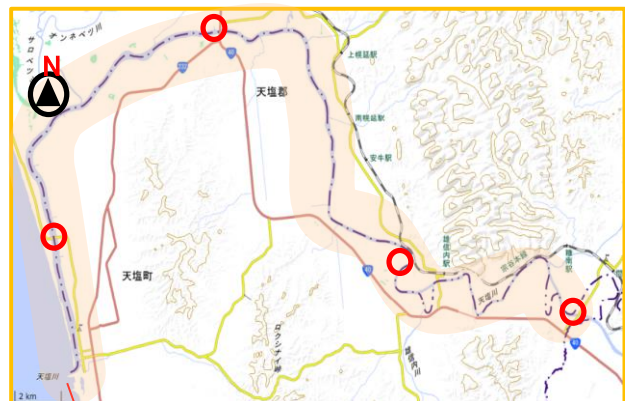
◆アクティビティ【②関連】

○カヌーポート整備(国)(H28～)

4ヶ所整備予定中、2ヶ所整備済み

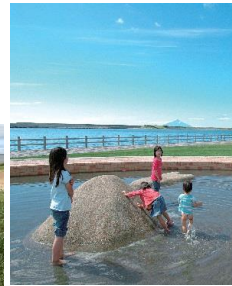
○カヌーツーリング大会(団体)

名寄市から下流へカヌー愛好家が参加するカヌーツーリング大会「ダウン・ザ・テシーオーベツ」を北海道命名150年記念事業に併せ、ゴール地を天塩町に延長した国際大会としてH30年に開催し天塩町も共催として参加。



成 果

- ◆ 天塩川河川公園は水辺の空間として住民に親しまれ、ジョギングや憩いの場として活用されている。
町の実施する健康増進事業としてヨガ教室やストレッチ教室の会場としても活用されるよう企画を進めたことにより、更に身近な空間として多くの人に活用されることが期待される。
- ◆ レンタサイクルの貸し出しを開始し、道の駅及び町温泉施設にそれぞれ配置したところ、町内巡回ツールとして活用されている。
- ◆ “思い出ベンチ”を河川公園に設置することで、夕日の鑑賞スポットを創出した。



自 己 評 価

総括	A		
達成度	B		《達成度》 展開として考えられていたメニューについて、調査検討の結果、実現に至らなかったものがあるもののプロセスを経ての結果と捉え達成度をB判定とした。
方向性	A		《方向性》 両施設の活用は、地域振興に欠かせないとの考えは変わることはなく、今後も多くの意見を踏まえたうえで施策に反映するべきと考えている。
成果	A		《成 果》 活用面の向上が表れており、住民に親しまれる空間と認められる。景観などのPRなどを通じ、地域の魅力を周知し更なる向上を目指す。

課 題

今後の取組

《鏡沼海浜公園の改善》
○フットパス(木道)の見直し 【①関連】
○アクティビティの検討 【②関連】
○既存施設の維持等 【③関連】

《天塩川河川公園の改善》
○フットパス(⇄川口遺跡風景林)の整備 【①関連】
○周遊ルートとしての施策 【①関連】

《鏡沼海浜公園の改善》
鏡沼海浜公園にある施設設備は老朽化や塩害が進み更新の時期が迫ってきているが、町の方針として新規更新は極力控え機能の統合を基本としていることから利用状況等を踏まえた将来像の構想を図ることとしている。

- ・将来構想(案)作成 (R2～3)
- ・イベント活用方法の見直し (R3～)
- ・シーズン客に対する利便性向上 (R3～)

《天塩川河川公園の改善》
これまでの取組の成果から、主に地域住民の公園利用数は増加傾向にあり、憩いの空間としての機能を発揮している。今後も景観を利用した観光資源としての価値向上を図る。

- ・フットパス延長(国) (R2～)
- ・導線整備(町) (R2～)
- ・空間を活用した事業の継続及び新規事業の企画(R2～)

そ の 他

分野

良さを伝える情報発信
情報発信力の強化

取組

町内看板のリニューアル

主な取組

《計画》

《概要》

本町に設置されている看板の多くが、老朽化しているとともに「どこに何があるか」という本来の機能が活かされていない実態から、その機能が十分に発揮されるよう見直しを図る。

《展開内容》

- ①デザインの統一
- ②導線の整理(リニューアル)
- ③不要看板の撤去

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
①デザイン	●	●			
②導線整理		●	●	●	●
③不要看板撤去		●	●		

《実績》

(1) 情報収集・分析

町内設置看板を調査し、地域別(5エリア)、種類別(定点・誘導・案内など)、設置者別(国・町)及び劣化度別(4段階)に分け情報を整理

エリア	劣化度別				評価外
	1	2	3	4	
A	81	26	5	5	
B	10	2	1	1	
C	7	1			
D	9	2	2		2
E	14		3		3
F	8	2			3
計	129	33	11	6	8

＜エリア＞

- A 市街地区
- B 川口・振老地区
- C 東産土・西雄信内地区
- D 北産土・円山地区
- E 雄信内地区
- F 更岸地区

＜劣化度＞

- 1 現状問題なし
- 2 数年以内の補修可能性あり
- 3 補修による機能回復の必要あり
- 4 機能していない(即補修)

(2) 協 議

収集した情報を踏まえ、看板の目的に沿った修繕・撤去の判断のほか機能維持・回復に係る意見(デザイン等)及び優先度、整備期間などを協議

＜主な協議会＞

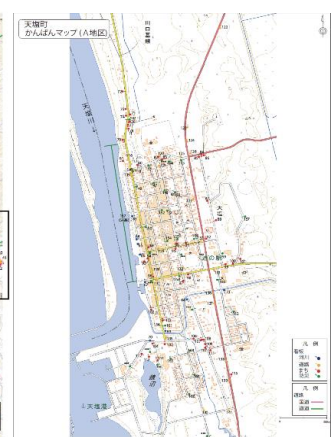
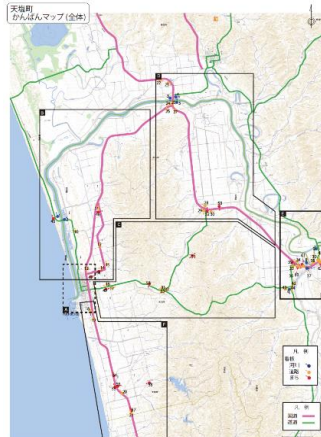
- ・かわまち検討会
- ・天塩町観光開発審議会

＜主な意見等＞

- ・統一感がない
- ・想定する誘導ルートを意識したほうが良い
- ・内容はシンプルにしたほうが効果的
(既存は内容が細かすぎて逆に誰も見ない。) など

(3) 整備(改修・撤去等)

- ・ 統一的なデザインによる天塩川河川公園、鏡沼河川公園及び川口遺跡風景林への案内看板を設置(国)
- ・ 財政的な問題から短期間での整備が困難なことから、優先度を設定し順次更新することとし、最優先として天塩町への入口としてアクセスの高い国道232号線沿いの看板を改修した(町)

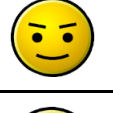


統一デザイン看板



看板の更新



成 果			
◆ 様々な役割を有し、町のイメージに直結する重要なツールである看板の状況と求められる機能への検証、それらを踏まえた更新の必要性など情報の把握が図られた。			
自 己 評 価			
総括	C		《達成度》 現状調査において劣化度が高く更新と判断された看板17箇所のうち、整備が行われた数が少なく達成度としては低い。天塩町へは国道232号線及び40号線、道道稚内天塩線など3方向からのアクセスが可能な地域であり、それらに設置されている看板は効果も高い傾向と考えられることから優先度も高いものが多い。これらの整備について早急な実施に努める必要がある。 《方向性》 看板機能の持つ重要性和更新による効果を考慮すると、更新等の必要性について引き続き進めていくことに疑義はないものと解する。 《成 果》 整備の進捗度を鑑みて、現状の成果はまだ低く早急な実施に努める必要がある。また、効果が低いと考えられている箇所や老朽化の著しい看板は、逆に本町のイメージを損なう可能性も高いことから、更新等の時期到来までの期間について可能な限り維持又は撤去すること
達成度	C		
方向性	A		
成果	C		
課 題		今後の取組	
○ 財政面から統一したデザイン(構造を含む)の再整備については困難な状況から、基本的には既存の補修が中心となる。 このため、より効果的かつシンプルな整備が求められている。 ○ 観光面からはインバウンド観光客が注目される昨今、多言語に対応していることが主流となっている。しかし、多くの機能を持たせることで効果が落ちる現象を招くことが懸念されることや上記事項との整合性から、インターネットを活用するなどの工夫を凝らす必要もある。 ○ 情報整理から意見集約までのプロセスを経ているが、整備に向けての選択(更新・撤去など)やアクションプランが曖昧なままとなっている。		《整備優先度の決定》(R2～) ・種類別優先度(①誘導、②定点③案内) ・効果別優先度(①町境界、②観光資源、③その他) ・劣化度優先度(①劣化度高、②劣化度低) 《更新費用の調査、予算要求》(R2～) 《総合的な優先順位の決定、予算要求》(R2～) ・意見集約 → 町アクションプラン 《看板の更新》(R3～)	
そ の 他			

分野

良さを伝える情報発信
情報発信力の強化

取組

パンフレットのリニューアル

主な取組

《計画》

《概要》

地域の観光資源をより魅力的に「伝わる」よう、重要な情報発信ツールであるパンフレットの見直しを図る。

《展開内容》

- ①パンフレットのマンガ化
- ②教材としての活用

《実施スケジュール》

展 開	H26	H27	H28	H29	H30
企画構成	●	●			
印刷製本		●	●		

《実績》

(1)パンフレットのマンガ化

天塩かわまちづくり検討会(交流分科会)が中心となって、天塩町の食や自然、歴史、祭りなどの紹介をマンガでストーリー化し、まちの魅力をPRする取組を行った。また、インバウンド対応として「英語」「韓国語」「中国語」版を順次作成。



マンガ製作



(2)教材活用

直接的な教材としての活用に至る取組は行われなかったが、地元の魅力について理解が深められるよう作成されたマンガ観光パンフレットを町内小学児童全員に配布した。

(3)その他

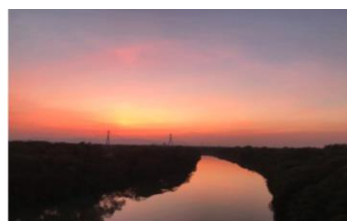
○フェノロジーカレンダー(H30)

生き物が観察しやすい時季や食べ物の旬を示し、天塩川の豊かな四季の魅力のPRのため地域の自然と人の営みを表した生活季節歴(フェノロジーカレンダー)を作成。



○てしお川インス「タ」映えフォトコンテスト(R1)

インスタグラムを通じ、「川」×「タ日」をテーマにした写真コンテストを開催。入賞作品を道の駅や夕映に掲示。



年度	主な取組
H26	企画・構成等の協議(交流分科会)
H27	町ゆるキャラ「てしお仮面」が主役となったマンガ観光パンフレットを作成。初回として6,000部を製作し町内外へ配布のほか、電子書籍サイトへ掲載。 [主な配布先] ・町 内…役場、道の駅、てしお温泉「夕映」、鏡沼海浜公園など ・町 外…札幌、留萌、稚内方面の観光案内機関 ・その他…各イベント、物販PR事業等時に配布
H28	英語版を初回 1,000 部作成 韓国語版を初回 500部作成
R元	中国語版を初回 300部作成
その他	H28年度以降、各年度予算(約50万円)の範囲で印刷し補充

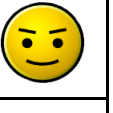
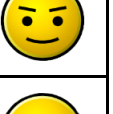
成 果

- ◆ マンガ観光パンフレットは、作成された平成27年度以来、累計約20,500部を印刷し、町内の主要な施設に配布のほか、道央や留萌宗谷の観光施設に配架を依頼している。
また、町内外のイベントや物販PR事業の際に活用し、広く周知が図られている。

印刷実績

年度	日本語版	英語版	韓国語版	中国語版	計
H27	6,000				6,000
H28	5,240	1,000	500		6,740
H29	3,500				3,500
H30	1,500	500	500		2,500
R01	1,500			300	1,800
計	17,740	1,500	1,000	300	20,540

自 己 評 価

総括	A		
達成度	A		《達成度》 ほぼスケジュールに沿って達成され、定期的な補充から現在も主要な場所に配架されている。
方向性	A		《方向性》 地域の紹介を目的とした有効なツールとして活用され、わかりやすさ、親しみやすさに重点を置いた本取組について方向性として良かったと考える。
成果	A		《成 果》 地域の紹介を分かりやすくまとめ、町内外の主要箇所に設置し定期的に補充(印刷・配布)の必要があることは広く周知に役立っているものとする。また、英語・韓国語・中国語と翻訳本の種類を増やしインバウンド対応の充実に繋がっている。

課 題

今後の取組

- 手づくりによる原稿製作のため、内容に修正が発生した際の対応が難しい。
- 観光ガイドなどの確保を含め、人材育成への取組が進まない。

ガイドの有効活用を図るため、安定した数量確保、主要箇所への配架及び各イベントでの配布を継続し、認知度の拡充を図る。

- ・印刷製本及び主要箇所等への配布(継続)
- ・新パンフレット企画検討(R3～)

そ の 他

分野

良さを伝える情報発信
情報発信力の強化

取組

ホームページのリニューアル

主な取組

《計画》

《概要》

観光客の情報入手方法として最も活用されているインターネットにおいて掲載しているホームページの内容を見直し、利便性の向上、観光資源の紹介及び利用向上を図るとともに、SNS等の活用から多方向からの情報発信により発信力全体の強化を図る。

《展開内容》

- ①町ホームページのリニューアル
- ②「てしお温泉夕映」ホームページのリニューアル
- ③観光情報の発信

《実施スケジュール》

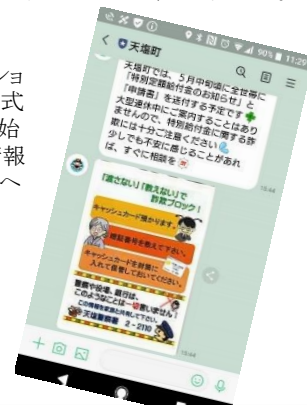
展 開	H26	H27	H28	H29	H30
①町ホームページ					
②施設ホームページ	●	●	●	●	
③観光情報発信					

《実績》

(1) ホームページのリニューアル

天塩町のホームページについては、階層が深く更新頻度も低いことから情報提供環境が弱いとの指摘を受けていました。このことから、ホームページをリニューアルし、各部署において任意で情報発信できるシステム対応のできる方法を検討したところだが、経費面から実施が難しいとの判断により現行を改善していくこととし次の取組を行った。

- ・掲載内容の見直し
各分野からの情報を見直し整理を行った。
- ・掲載に係る取扱い見直し
掲載期間や内部手続きの見直しを行い、不要となった情報を残さない工夫を行うことで判りづらさの解消に努めた。
- ・情報の迅速化
H30.6月からコミュニケーションアプリ「LINE」に天塩町公式アカウントを開設・運用を開始し情報を発信することで、情報の迅速化と町ホームページへの誘導を図った。



(2) 「てしお温泉夕映」ホームページのリニューアル

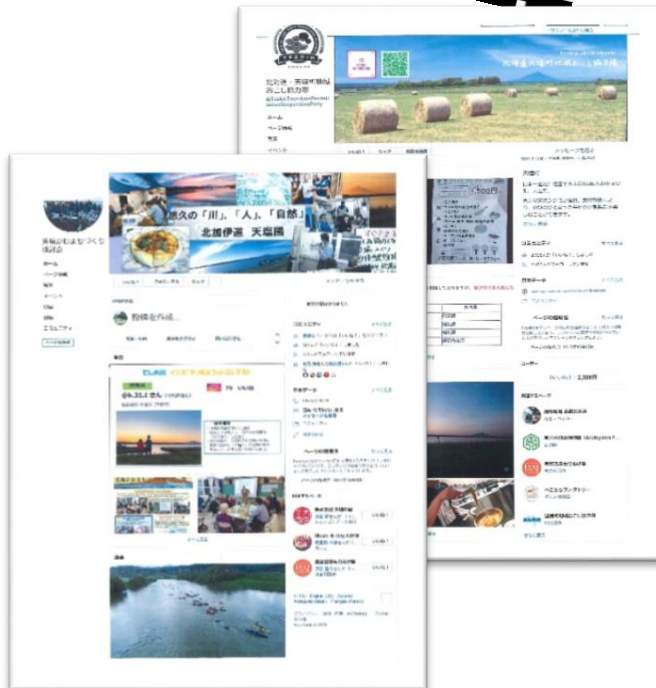
施設運営について、指定管理者制度による民間への委託を行っており、H30年度から新規事業者による運営が行われている。委託事業者においてホームページを立ち上げ紹介しているほか、宿泊予約サイトに登録し利用しやすい環境の構築を進めている。

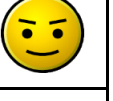
年度	登録者数
H30末	457
R01末	605

(3) 観光情報の発信

観光に特化した新たなホームページ開設には経費面・運用面の課題から開設に至らなかったものの、地域おこし協力隊や天塩かわまちづくり検討会Facebookからリアルタイムな観光・地域関連情報を随時発信し地域紹介に貢献していただいた。

- ・天塩町地域おこし協力隊Facebook
開設：H24～
フォロワー：約2,500人
1投稿当たり閲覧者数 400～900人
- ・天塩かわまちづくり検討会Facebook
開設：H27～
フォロワー：約300人
1投稿当たり閲覧者数 90～200人



成 果			
◆ 町ホームページのリニューアルについては、財政的な問題から大きく変更を行うことはできなかったが、現状の課題を整理し工夫による利用改善が図られた。 ◆ コミュニケーションアプリ「LINE」に天塩町公式アカウントを開設し情報を発信することで新着情報を住民に迅速に知らせる工夫が取られ登録者も増加傾向にあることから、有効な方法と評価している。 ◆ てしお温泉夕映については、指定管理者制度による運営の民間委託をしているところだが、計画期間中に委託事業者が変更し、結果的にホームページのリニューアルが行われた。 ◆ 観光に特化した情報発信として、新たなホームページの開設については経費的、人材的課題から実現には至らなかったものの、地域おこし協力隊及び天塩町かわまちづくり検討会Facebookからリアルタイムな情報の発信がされるなど対外に向けた有効な情報が提供された。 ◆ 派生事業として、SNSを活用した取組みとして分科会活発に行われ、色々な角度から天塩町の情報を発信することが期待される環境が向上した。			
自 己 評 価			
総括	A		
達成度	B		《達成度》 当初の構想と異なる結果となったものがあるものの、必要と考えられた項目の改善は概ね達成されたと考える。
方向性	A		《方向性》 情報社会においてインターネットの活用は非常に有効な手段となっている。特に観光については地域の魅力を広く知らせ町の経済をはじめとした振興全般に大切な分野とされ、今後も幅広く活用することが求められる。
成果	A		《成 果》 当初に考えられた改善が概ね図られてたほか、町主体の取組み以外にもSNS等の積極活用により団体や個人レベルで本町の情報を発信できる環境が向上していることは大きな成果と考えている。
課 題		今後の取組	
○ 町ホームページの見直し検証 ○ 飲食事業者等へのICT活用の推奨 ○ 観光、特産品情報を発信する新たなホームページの開設・運用に関する取組み		《町ホームページの改善》 ・利用環境の検証(リニューアルの必要性判断) (R3～) ・運用方法の検討(R3～) 《ICT活用の推奨》 ・町内事業者のホームページ開設や通信販売・テイクアウト商法など新たな販路開拓への支援の検討 (R2～) 《観光等情報発信》 ・観光、特産品情報発信に特化した新たなホームページの開設・運用に関する取組み検討(ex:観光協会HP) (R2～)	
		そ の 他	

(2) 分野別評価

①観光コンテンツの開発

取組事業名	評価			
	総括	達成度	方向性	成果
「天塩國弁当」開発プロジェクト	😞	😞	😞	😞
「天塩川流域ピザ」開発プロジェクト	😞	😞	😞	😞
食に関する連携体制づくり	😞	😞	😞	😞
天塩川歴史資料館活性化プロジェクト	😞	😞	😞	😞
長門船観光舟運プロジェクト	😞	😞	😞	😞
自然観察ツアー	😞	😞	😞	😞
植物栽植	😞	😞	😞	😞
縄文体験プロジェクト	😞	😞	😞	😞
カヌープロジェクト(松浦武四郎生誕記念)	😞	😞	😞	😞

本町の「食」「自然」「歴史」をテーマに新たな観光コンテンツを開発するため、様々な取組みを進めてきました。

観光ビジョンで定めた方向性について、計画期間終了の現在においても大きな見直しの必要はないものと考えていますが、事業ごとに見たとき、諸般の事業から思い描いていた姿の実現に至らなかった事業があることも確かです。

これらの取組みを進めるにあたり、実現性と今後の継続性を注視する必要があると考えられ、目標や趣旨に賛同する多くの方々の協力が大切です。

観光ビジョンの目的は、観光振興を通じて町内経済の好循環と雇用の創出及び移住定住希望者の増加につなげることを目指すものとなっており、指標的評価の観点からは目的達成とは至っていませんが、目的達成に向けた取組みを引き続き検討する必要があります。

②情報発信

取組事業名	評価			
	総括	達成度	方向性	成果
「道の駅てしお」の改善	😞	😞	😞	😞
鏡沼海浜公園・天塩川河川公園の改善	😞	😞	😞	😞
町内看板のリニューアル	😞	😞	😞	😞
パンフレットのリニューアル	😞	😞	😞	😞
ホームページのリニューアル	😞	😞	😞	😞

「観光」を推進していくうえで地域の魅力を発信することは欠かすことのできない非常に大事な取組みです。また、取組みとしてはインターネットを活用して遠くに離れた不特定多数の方々に対する取組みと、来町の際において視覚に直接訴えかけ、さらには体験を通じて本町の特色を感じてもらう取組みの2種類が効果的だと考えています。

これらの考えのもと、観光ビジョンに基づき取組みを進めた事業には様々な事情から実現に至らなかったものもあり、達成度に差が生じた結果となりましたが、方向性について大きな見直しの必要はないと判断し、今後も推進すべき取組みであると評価しているところです。

一方で、改善が進んでいなかった「道の駅てしお」の改善及び町内看板のリニューアルについては、目指す方向に変更・修正がないものの、具体的なビジョンが不明確であったことから予算化、事業実施に至らなかったことが大きな要因であり、反省すべきところと考えている。

これらの取り組みは、計画期間の実現はできなかったものの、継続的な取組みとして現在も進められていることから早期の実現に努めていきます。

5. 今後の方向性(総括)

これまでの観光ビジョンに基づく取組みを振り返り、目指す方向性について大きな見直しの必要はないと考えるものの、達成度や取組みの効果といった面から見れば、計画実施段階において目指した将来像の実現に至らなかったものもいくつかありました。これらは、それぞれの取組みを進める中で、諸般の事情から発生した課題について、うまく克服できなかったこと。また、新たな観光資源の発掘やブランドの開発など、これらの取り組みの多くは本町にとっても経験のない中で手探りで進められた試みであったことから、取組みを進めていく過程で実現性を高めていくことが思うように進まず、必要な予算や人材(スタッフ)を得ることができなかったことなどが要因と考えられます。

本町の観光は、特産品では「しじみ」が地域ブランドとして確立し広く親しまれているところですが、その資源量も年々減少してきており、本町の最大イベントである「しじみまつり」についても、しじみを冠としたイベントの開催が難しくなるのではとの懸念が数年前よりあがっているほか、キャンプ場をはじめとした鏡沼海浜公園内設備の塩害等による老朽化について、補修程度の対応では維持が難しくなっているのが現状です。

そのような中であって、手付かずの自然が多い地域の特徴を活かし、新たな観光コンテンツを開発しようとする試みは、将来の本町における観光振興に対して非常に大きな意味を持つとの認識に立ち、これまでの取組みを活かし今後に繋げていくことが大事であり、そのためには、関連する機関・団体や事業者、地域の方々との連携・協働は不可欠であり、同様にソフト・ハード両面に対する整備についても必要なことは言うまでもありません。

また、定着までに長い期間を要する場合もあることを念頭に地道に取組みを続けていく覚悟も必要と言えます。

現在において取り組み中、継続が可能な取組みについて引き続き進めるとともに、実現に至らなかった取組みについて課題を整理し、取り組み継続の是非などについて見極めながら住民と協働した本町の観光振興を図ります。



天塩町観光振興ビジョン自己評価報告書

発行 令和 2年 7月
天塩町(商工観光課)
〒098-3398 天塩郡天塩町新栄通8丁目1466番地の113
TEL 01632-2-1001 FAX 01632-2-2659
E-mail syoukou@teshiotown.com
URL <http://www.teshiotown.hokkaido.jp/>
