

### 3 愛荘町観光の強み

今後、観光客から選ばれる観光地としていくためには、愛荘町にある多くの魅力や、他の観光地にはない独自性など、観光地としての愛荘町の強みを客観的に捉え、磨き上げる取組が必要となってきます。

#### 1 鈴鹿山脈の清水がもたらした「自然景観」

立地性から本町は鈴鹿山脈からの清水に恵まれ、彩り豊かな自然と美しい水辺空間がまちを囲んでいます。

町の東部には、宇曾川ダムや平成の名水百選「山比古湧水」など、四季を通じて心やすらぐオアシスが広がっています。

また、愛知川や宇曾川、岩倉川など、町の東西を横断する河川が数多く流れており、蜚や水生生物などが息づいています。

その他、町全体の面積において、森林が 24%、田畑が 40%（農業振興地域は 65%）を占めるなど、緑豊かな空間が広がっています。

この自然資源は、観光客に安らぎを提供できる強みといえます。

#### 2 鈴鹿山脈の清水が発展させた「伝統工芸・産業」

鈴鹿山脈がもたらす伏流水を活かし、本町は近江上布（麻織物）や太鼓、地酒や醤油醸造などが盛んで、近年は良質な水を求めて企業が進出し、「水と技術のコラボ」による新たな産業ツーリズムも生まれています。

ものづくり・手仕事文化が今も息づいている点は、本町の独自性を出す強みといえます。

#### 3 地域住民によって守り受け継がれてきた「歴史・文化風習」

湖東三山のひとつ金剛輪寺をはじめとした寺社仏閣や渡来系氏族・依智秦氏ゆかりの史跡、近世の東西交通の動脈・中山道の宿場町など、文化財が豊富にあることは、歴史に興味の深い来訪者にとって大きな魅力であるといえます。

また、地域の皆さんが受け継がれてきた地域伝承の祭事も強みのひとつです。

#### 4 車等によるアクセスを向上させた「湖東三山スマートインターチェンジ」

名神高速道路上に「湖東三山スマートインターチェンジ」が 2013 年（平成 25 年）10 月 21 日に開通し、現在では 1 日平均 4,000 台を超える利用があります。湖東三山スマートインターチェンジを利用すれば、京都・名古屋へ約 1 時間でアクセス可能です。

また、町東部には国道 307 号が、西部には中山道と国道 8 号がそれぞれ南北に縦断しているなど、交通の要衝地であり、車等でのアクセスが高い点は本町の強みのひとつです。

## 4 愛荘町観光の弱み

本町が観光地として成長するためには、強みを磨き上げていくことと同時に、自分のまちの弱みを認識することが大切です。

### 1 案内板など来訪者へのインフラ整備

案内板やトイレなど観光客を迎えるための基盤整備や、歩行者にやさしい道路環境など、インフラの部分で課題があります。

### 2 駅から観光地、観光地から観光地への公共交通の不便さ

本町は、湖東三山スマートインターチェンジや主要な幹線道路に恵まれている一方、公共交通機関を利用して来られる観光客にとっては駅から観光地まで、観光地から観光地までのアクセスに不便さがあり、スムーズに周遊していただくアクセス手段に課題があります。

### 3 愛荘町観光の魅力を具体的に伝えられていない

本町の観光資源の認知度が低い原因のひとつに、魅力的な観光資源を豊富に有しているにも関わらず、その魅力や楽しみ方が具体的に伝えられていないことが挙げられます。ターゲットを定めて効果的な情報発信を行うとともに、町内地域住民にも観光資源の魅力を発信することで、愛着や誇りの醸成、おもてなし意識の向上を図らなければなりません。

### 4 食（グルメ）の充実

愛荘町観光意識調査（2018年3月）の県外在住者に行ったアンケート結果では、「おでかけや旅行を計画する際に重要視する点」で最も多かったのが「グルメ・郷土料理、飲食店」であり、5割以上の方が回答されました。

また、町民意識調査結果では、「愛荘町の観光振興のために取り組むべきこと」について、「新たな名物・グルメ・特産品開発」が最も高く、町内事業者等対象の調査結果でも「愛荘町の観光客（旅行客）受入体制」について、「グルメ、名物」「おみやげ、名産品」は不十分であるという回答が5割近くありました。

愛荘町観光客を対象にした調査結果でも、不満点として「飲食店が少ない」（33.0%）、「おみやげを買える店・種類が少ない」（15.4%）と食（グルメ）に関連する不満が高い結果でした。

このことから、飲食店や特産品の充実が必要であることが分かります。

## 5 愛荘町観光の課題

### 1 観光関連団体の合併並びに連携強化のための体制整備

今後、受入環境の整備や情報発信、観光資源同士のネットワーク化、広域連携の促進等町内で統一的な観光戦略の推進を考えた際、観光協会の合併は必須事項です。

また、並行して観光協会や観光関連団体、行政等が連携を強化する体制整備も必要です。

### 2 ニーズに対応した観光魅力の向上

昨今の観光客はその地域でしか味わうことのできない歴史や文化・暮らしなどが体験できる着地型観光が主流となっています。ニーズに対応した観光資源の掘り起こしや磨き上げが重要となってきます。

### 3 観光資源のネットワーク化による観光客の周遊・滞在の促進

まちの玄関口（東の玄関口：湖東三山スマートインターチェンジ、西の玄関口：近江鉄道愛知川駅）から各観光資源に、また観光資源から別の観光資源へと来訪者を誘導する仕組みがうまく構築されておらず、賑わいは一時的、局所的になっています。テーマ性やストーリー性も勘案しつつ、これら観光資源同士のネットワーク化により、来訪者により長く滞在してもらう仕組みづくりが必要であるとともに、観光客の行動範囲も広がりを見せるなか、広域連携の促進も必要不可欠です。

### 4 観光アクセス向上と受入環境整備

公共交通機関を利用して来られる観光客にとっては駅から観光地まで、観光地から観光地までのアクセスに不便さがあり、スムーズに周遊していただくアクセス手段に課題があります。

また、案内板やトイレなど観光客を迎えるための基盤整備や、歩行者にやさしい道路環境など、受入環境の部分で整備が必要です。

### 5 観光行動を促す効果的な情報提供の推進

本町の観光資源の認知度・興味度を向上させるため、主要ターゲットを定め、ホームページやSNSなどの広報媒体も活用しながら旬な情報の提供、統一感のある広報宣伝を行わなければなりません。

### 6 産業連携による経済循環の促進

観光で消費行動を起こさせるために、地場産食材の提供や土産・特産品等の開発など物産活動を強化するとともに、「交流人口の増加＝地域経済の活性化」につながるよう体験メニューの造成等お金を落とす仕組みの構築が必要です。

### 7 住民参加による観光まちづくりの推進

地域の歴史や文化、暮らしを観光客に体験してもらう着地型観光を推進するためには、観光協会や観光事業者、行政だけでなく地域住民の理解と協力が必要不可欠です。

住民の地域に対する愛着や誇りを醸成する取組を行い、町全体が観光客を受け入れるおもてなし意識の醸成が必要です。