



摂田屋・宮内エリア 観光ビジョン



はじめにー策定の背景及び必要性・・・3ページ

- はじめに
- 策定の背景
 - ー都市活力の維持
 - ーエリアブランディングの浸透・強化の好機
- 策定の必要性
 - ー持続可能な観光の実現
 - ー蓬平・山古志エリアとの連携強化

現状分析ー歴史、地域資源・・・6ページ

- 歴史と地域資源
 - ー歴史
 - ー主な地域資源 【参考】参考蓬平・山古志エリア
- これまでの取組の変遷ー中越地震から今日まで
 - ー主な活動 【参考】蓬平・山古志エリア

獲得すべきターゲット像・・・8ページ

- メインターゲット
 - ー35～49歳の女性層の特徴とポイント
- サブターゲット
 - ー50歳～女性層の特徴とポイント／訪日外国人旅行者層の特徴とポイント

目標／エリアの方々と目指す姿・・・9ページ

- 目標
- 観光まちづくりを推進するにあたっての3つの視点
- 対象期間

成果指標ー基準となる目標数値の考え方・・・10ページ

推進体制・・・11ページ

- 【参考】策定の経過等・・・12ページ



はじめに一策定の背景及び必要性

観光産業を取り巻く環境は、新型コロナウイルスを境に大きく変化しました。旅行者の行動意識やニーズは「団体」から「個」へ、「To see」から「To do」へ、「No1」から「Only 1」に変化し、スマートフォンやSNSの普及は従来とは異なる観光スタイルを生み出しました。さらに、人口減少・高齢化の進行を背景に、関係・交流人口の増加が都市活力の維持に重要となっていることから、観光庁では「稼げる観光地・稼げる観光産業」を標榜し、多くの自治体で様々な取組が始まっています。

一方、本市の観光行政に目を向けると、日本三大花火に数えられる「長岡まつり大花火大会（8月2、3日開催）」という全国的に有名なコンテンツを有していますが、大花火大会期間以外の間、多くの方から足を運んでいただけるよう、長岡花火だけに頼らない通年型の観光資源を磨き上げるという長年の課題があります。

このような中、旧機那サフラン酒製造本舗をはじめ、歴史的資源が多く残る摂田屋・宮内エリアは、2004年の中部地震で大きな被害を受けたものの、市民団体、市内大学が中心となって復興を進め、近年、「醸造・発酵のまち」として知名度及び集客力を徐々に高めています。

アフターコロナを迎え、国内外の観光需要が動き始めた今、あらためて本エリアの魅力为全国、世界に発信するとともに、醸造・発酵文化などの地域資源を磨き上げ、近隣地域との連携を強化する好機といえます。

観光がもたらす豊かさを市内の多くの地域に波及させ、将来にわたり「住みやすい」「住んでいて楽しい」まちづくりを進めるための羅針盤として「摂田屋・宮内エリア 観光ビジョン」を策定します。

<ビジョンマップ>

観光ビジョン概要

<目標>

住むひと、訪れるひと、もてなすひと、みんなしあわせのまち
～あつまる笑顔、いにしえより、これからも～



<対象期間> 令和8年度まで

推進体制等



<ターゲット>

摂田屋・宮内の持つ地域資源、ストーリーに関心が高い年代を設定
<メインターゲット> ・35～49歳の女性層
<サブターゲット> ・50歳以上の女性層
・訪日外国人旅行者層

<観光まちづくりを推進するにあたっての視点>

「サフランの花言葉「喜び」「愉快・陽気」「節度ある美」になぞらえ、3つの視点を設定

「ただいま」「おかえり」ふれあいがさらなる出会いを生み出す視点

「Art, Eat, Heart」の魅力で「立ち寄りまち」から「過ごしたいまち」へと育む視点

「いつもの風景」にある楽しさをみんなでシェアする視点

【オブザーバー】

近隣地域関係者など

【専門委員】

旧機那サフラン酒製造本舗整備検討会議 など

摂田屋・宮内観光まちづくり協議会

部会

摂田屋・宮内

3つのリーディングプロジェクトについて部会を立ち上げ検討

■旧機那サフラン酒製造本舗活用検討部会

■空家・空地の店舗等への活用検討部会

■おもてなし部会



※この他にも順次展開する





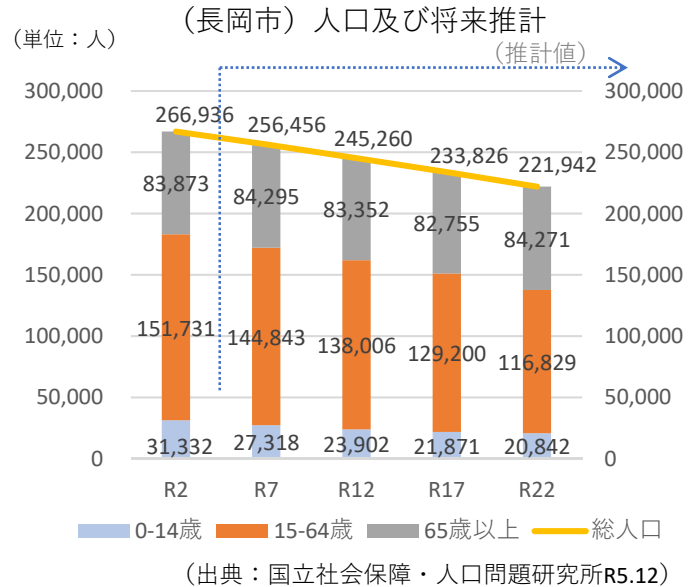
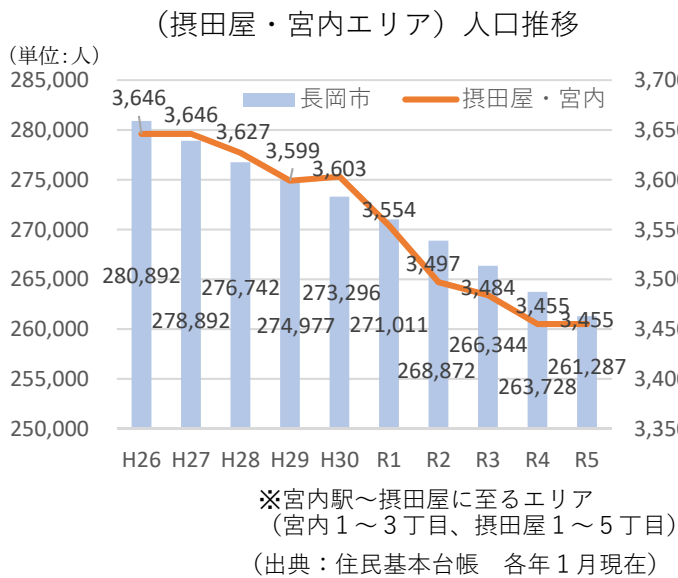
■策定の背景

一都市活力の維持

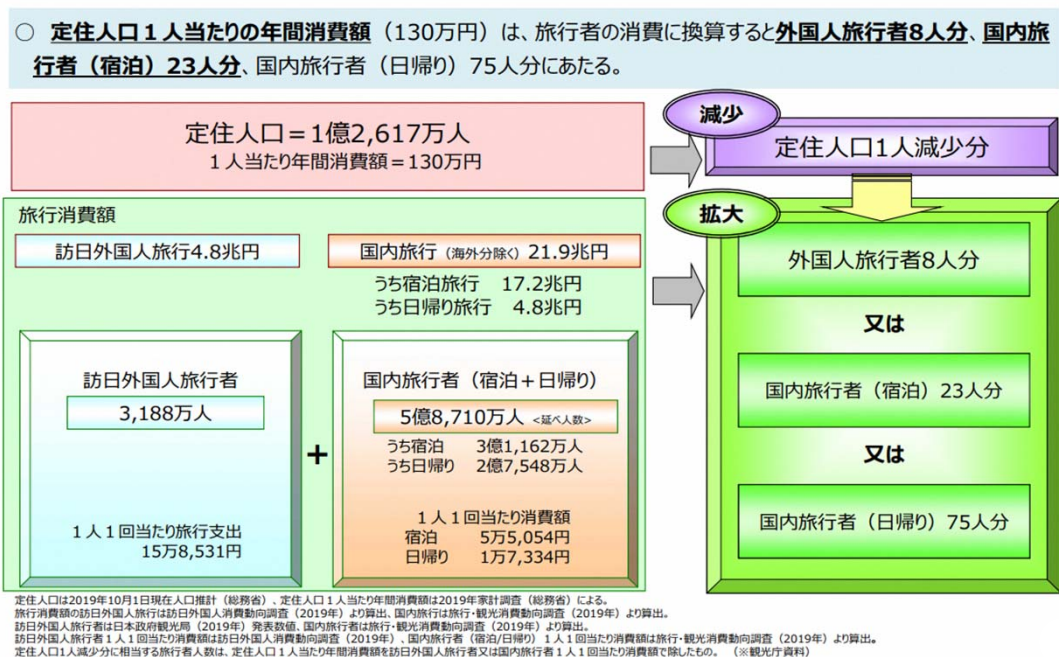
平成26年から令和5年にかけて、長岡市全体では19,605人（▲7.0%）、摂田屋・宮内エリアにおける人口は、191人（▲5.2%）減少しています。（下図参照）

観光庁の試算によると、摂田屋・宮内エリアの人口減少だけでも、同エリアにおいて2億円以上の経済縮小が生じたといえます。（※1）

人口減少・高齢化は今後ますます進む見通し（下図参照）であり、観光を切り口とした「関係・交流人口」の増加は、都市活力の維持に有効な手段です。



※1 観光交流人口増大の経済効果 (2019)
「観光を取り巻く現状及び課題等について」 (観光庁)

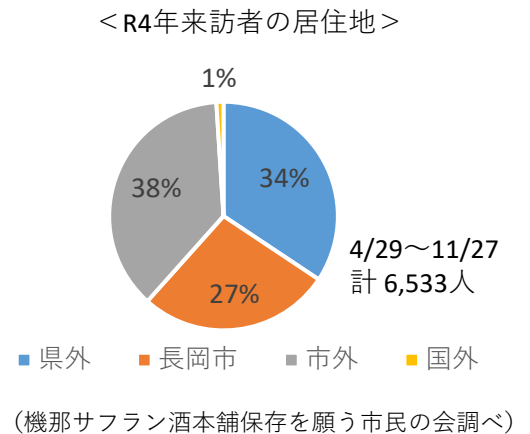
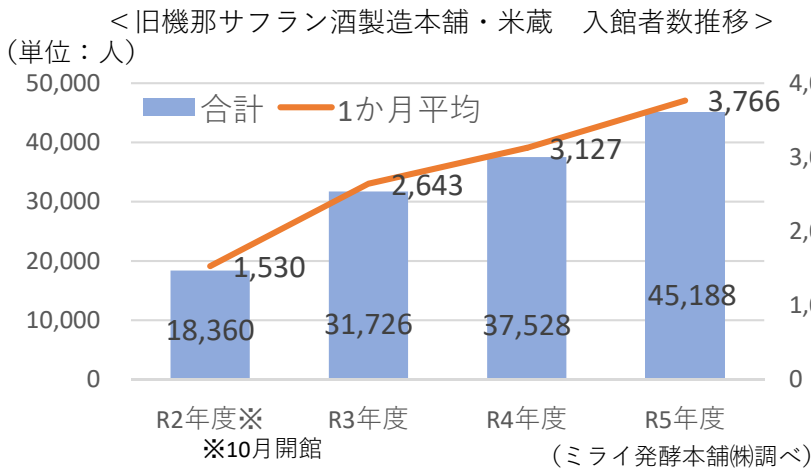




一エリアブランディングの浸透・強化の好機

平成30年に、長岡市が旧機那サフラン酒製造本舗を取得して以降、歴史的資源が多く残る摂田屋・宮内エリアは「醸造・発酵のまち」として知名度及び集客力を徐々に高めています。令和4年の実績では県外からの来街者が34%、国外からの来街者は1%に留まっています。

アフターコロナを迎え、国内外の観光需要が動き始めた今、本エリアの醸造・発酵文化などの地域資源を磨き上げ、あらためてその魅力を全国、世界に発信する好機といえます。



■策定の必要性

一持続可能な観光の実現

摂田屋・宮内エリアは、市内最大の国登録有形文化財の集積地であるとともに、都市機能が集積した利便性の高い居住地でもあります。

それゆえ、まちの日常と観光が調和し、魅力的に映るような観光を振興するところに、理想的な「持続可能な観光」があります。

オーバーツーリズムを抑制し、将来にわたり「住みやすい」「住んでいて楽しい」観光まちづくりを進めるため、観光に関わる人々が同じ思いや気持ちをもって活動できるような羅針盤が必要です。

地域住民自ら地域資源の価値（誇り）を発信したくなるような、ヨソモノ、ワカモノなど多様な人材が関わりたくなるような、観光まちづくりの方向性を示すことが重要です。

一蓬平・山古志エリアとの連携強化

観光がもたらす豊かさを市内の多くの地域に波及させるためには、観光客が本市に、より長い時間滞在したくなるようなコンテンツ造成などが重要です。

隣接する蓬平・山古志エリアは、日本農業遺産に認定された農村文化や、良質な温泉など、摂田屋・宮内とは異なる魅力的な地域資源を多数有しています。

よって、更なる連携を図るため、摂田屋・宮内エリアの観光まちづくりの方向性を明確にし、二次交通による回遊性や双方の地域資源を関連付けたストーリー構築、情報発信などについて検討しやすくすることが必要です。



■歴史と地域資源

一歴史

- ・平安時代末からは、摂田屋・宮内、蓬平・山古志とともに志度野岐荘の下条に属し、鎌倉時代には越後国古志郡に属しました。『大日本地名辞書』の記述によると古志郡は越後国の7つの郡のなかでも中核的な役割を果たしていました。
- ・室町時代（南北朝時代）の激しい内乱が終わると、上杉氏が守護になりましたが、京都に常駐していたため、長尾氏が守護代として実質的に支配しました。この時代、長尾実景が、長尾六郎左衛門尉に「接待屋」を料所として与え、摂田屋が誕生しました。
- ・また、この頃、楠一族の家臣で南朝の武将、高野木民部永張が重傷を負い、激痛のなか夢枕に高龍大神が現われ、白色の泉水（蓬平温泉）の場所を告げたという言い伝えがあります。
- ・江戸時代には長岡藩、牧野氏の統治下に入りました。山古志は「山二十村」と蓬平は「山六カ村」に属し、地域内の結びつきが強まっていきました。摂田屋は東京・上野の寛永寺に寄贈され天領（江戸幕府の直轄領）となり、御領地として醤油・味噌、清酒の醸造業が発達しました。
- ・近代に入り、昭和の大合併により山古志村が誕生。2005年には長岡市と合併し、再び地理的・政治的に一体となりました。

一主な地域資源

市内最大の国登録有形文化財の集積地

- ・旧機那サフラン酒製造本舗（薬用酒 創業1884年）
- ・吉乃川 常倉（日本酒 創業1548年）
- ・長谷川酒造 主屋（日本酒 創業1842年）
- ・越のむらさき 主屋・土蔵（醤油 創業1831年）
- ・星野本店 三階蔵（味噌 創業1846年）
- ・味噌星六 土蔵（味噌 創業1975年）
- ・秋山孝ポスター美術館長岡（旧長岡商業銀行 1925年築）
- ・旧三国街道

名物を有する老舗企業

旭屋（創業1912年）／新喜屋（創業1916年）／かどや（創業1975年）／ハレの日タカダヤ（創業明治後期）／青島食堂（創業1963年）／江口だんご（創業1902年）※摂田屋店は2022年～



【参考】蓬平・山古志エリアの地域資源

豊かな自然に支えられた伝統文化
 越後の護湯「蓬平温泉」
 長岡のパワースポット「高龍神社」「竹之高地不動社」
 自然（豪雪・不動滝・森林浴）
 国指定重要無形文化財「牛の角突き」、山古志のアイドル「アルパカ」
 日本農業遺産認定「錦鯉発祥の地」
 日本の原風景「棚田・棚池」
 震災の記憶を語り継ぐ「中越地震遺構」
 日本一長い手掘りのトンネル「土木遺産・中山隧道」
 地域に根差した「農村文化・食文化」





■これまでの取組の変遷（ストーリー）－中越地震から今日まで

摂田屋・宮内エリアでは、それぞれの地域資源を活かし、長年にわたって様々な活動をしてきました。

しかし、2004年に発生した中越地震により、同エリアは道路などのインフラや店舗・家屋、歴史的建築物の崩壊など大きな被害を受け、さらに近隣の山古志地域では全村避難を余儀なくされました。

甚大な被害を受けた同エリアですが、住民は震災からの復興に向けた懸命な努力を続けるとともに、全国からの応援をいただく中で、あらためてこのエリアの魅力・資源の価値について気づかされました。

これを契機に「古（いにしえ）から受けつがれてきたこの地域資源を守り、次の代に引き継がなければ…」と住民や有志がNPO法人などの団体を立ち上げ、歴史・文化の保全・地域活性化に資する活動を主体的に取り組み続け、今日に至ります。

－主な活動

Hakko TripやJR東日本主催「駅メモ」とのコラボなど各種イベント
NPO法人醸造の町摂田屋町おこしの会（R4.3解散）による講演会、大看板修復
機那サフラン酒本舗保存を願う市民の会による環境整備活動、休日公開
宮内摂田屋method、新潟県立長岡農業高校による商品開発
長岡造形大学、長岡大学、新潟大学等のフィールドワークの実施
長岡市による道路美装化・排水施設整備、公園整備、修景助成 など



【2023 Hakko Trip】



【宮内摂田屋method】



【市民の会による環境整備活動】

【参考】蓬平・山古志エリアにおける主な活動

(太田（蓬平）)

うるおいの郷土はぐくみ事業（太田川美化活動）
蓬平観光協会による地域内の環境整備活動
猿倉緑の森の会による天空のブナ林の保護活動
竹之高地不動社による文化継承、地域活性化
太田地区復興活性化会議による観光振興、地域活性化 など



【うるおいの郷土はぐくみ事業】

(山古志)

中越防災フロンティアによる防災体験等のイベント、クローバーバス運行
山古志農泊推進協議会による観光振興、地域活性化
山古志住民会議によるNishikigoi NFTを活用したDAO設立
東洋大学との連携 など



【NishikigoiNFT × 電子住民票】



獲得すべきターゲット像

近年、旅行に対するニーズが多様化し、インバウンド層においてもFIT（Foreign Independent Tour）が主流となっています。

そこで、限られた経営資源を効率的に投入するため、特定の顧客層（ターゲット）を設定し、そこをねらったコンテンツ・サービス・情報発信等を行い、生産性及び効果の向上を図ります。

このエリアの「地域資源（価値）」「ストーリー」に対し関心の高い以下の層をターゲットに設定します。

■メインターゲット

ー35～49歳の女性層の特徴とポイント

【人生の変化に合った商品やサービスの提供】

ライフスタイルが多様化する世代で、観光市場においても力強く牽引するリーダー的な存在。仕事における経験の変化や成長、家庭の維持、または新しい家庭の形成など、多くの人生のシーンの遷移を経験していることから、常にターゲットの求めるニーズを取り込みながら、サービスや商材の改善に取り組むことが重要となります。

【落ち着いた気持ちの維持と健康な日々への焦点】

ストレス、家庭と仕事のバランス、身体的健康への関心が高い世代でもあり、自身が求める最新の情報収集に長けている方が多いとされています。醸造・発酵商材との相性も良いと考えられるため、来街者（消費者）としてだけでなく新たな産品開発を協働で行う相手になりうる可能性があります。

【インターネットを活用した交流】

インターネットの様々なサービスを積極的に利用する傾向が強く、情報発信・拡散力が高いのも特徴です。来街者目線による地域のPRなどが期待できます。

■サブターゲット

ー50歳～女性層の特徴とポイント

【安定した経済状況と高い収入】

この層は、家庭や仕事において比較的安定した経済状況にあり、可処分所得が多い傾向がみられます。そのため贅沢な旅行や高級ホテルなどの高額な観光体験を楽しむ余裕があるといわれています。

【文化的な興味と趣味】

文化的な興味や趣味を持っており、美術館、博物館、歴史的な場所、音楽イベント、料理など、豊かな文化体験に魅了される傾向があります。観光プランにはこれらの要素を含めることも重要です。

【健康であること、爽快であることへの関心】

メインターゲットと同様に、日々の健康や爽快で元気な過ごし方に対する高い関心を持っているといわれ、癒しや健康維持を目的とした温泉滞在、旅先でのヨガの体験、その他自然に囲まれた場所での各種体験などが魅力的とされています。健康に配慮した観光プランが人気です。

ー訪日外国人旅行者層の特徴とポイント

【日本食や日本酒への興味】

醤油や味噌を使った日本食や、その料理と日本酒とのペアリングなど「食」に関すること、醸造・発酵製品に関する建物群がまちづくりやコミュニティに与えた影響や歴史について関心が高い方が多いことから、複合的に「食」の魅力のアピールすることが重要です。

【地域交流への関心】

様々な体験にあわせて、地域交流（地元の人との交流）を望む方が多いことから、地域の日常等を魅力的に伝えるガイドの育成や住民と関わるコンテンツ造成が重要です。



■目標

住むひと、訪れるひと、もてなすひと、
みんなしあわせのまち
～あつまる笑顔、いにしえより、これからも～

<設定のキーワード>

－「摂田屋」の地名は「接待屋」から

摂田屋は、室町時代に設けられた、修験者や旅人などの休息・宿泊所としての「接待屋」が地名の由来と言われる珍しい地です。

古から続く歴史あるエリアとして、地域資源の磨き上げはもとより、みんなの「おもてなし」によってその魅力をさらに高めるとともに、地域の「誇り」も醸成します。

－「持続可能な観光」の確立

現在、観光の潮流は「持続可能な観光」です。

国連世界観光機関は、これを「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義しています。

オーバーツーリズムの抑制に配慮し、このまちの日常と観光が調和し、それが訪れる人に魅力的に映るような、持続可能な観光を確立します。

－「三方よし」の観光まちづくり

「近者説、遠者来～近き者よろこび、遠き者来たる～」。

これは「論語」にある孔子の言葉です。政治の要諦を問われた孔子は、「近臣から徳を施し喜んで仕える政治を行えば、遠方の者はその徳を慕って訪ねてくる」と答えました。

この言葉は「観光まちづくり」にも当てはまります。観光の力によって日々の暮らしや地域に豊かさがもたらされるよう、住民、来訪者、観光事業者など観光に関わる方々が、お互いを尊重し、適度な間合い（ルーズホール）を維持しながら、三者にとって、質・満足度がともに高い観光まちづくりを目指します。





■観光まちづくりを推進するにあたっての3つの視点

このエリアのゲートウェイ（拠点）である「旧機那サフラン酒製造本舗」。そのシンボリックな存在である「サフラン」の花言葉（「喜び」「愉快・陽気」「節度ある美」）になぞらえ、次のとおりとします。

（花言葉）

喜 び

「ただいま」「おかえり」ふれあいがさらなる出会いを生み出す視点

「摂田屋」の地名の由来でもある「おもてなし」の伝統。住むひと、訪れるひと、もてなすひとが、声をかけあい、心に触れる、温かいまちでつながりあう。そのつながりが、新たな出会い・豊かさを引き寄せ、にぎわいを創出する視点

愉快・陽気

「Art、Eat、Heart」の魅力で「立ち寄るまち」から「過ごしたいまち」へと育む視点

古来から受け継がれる芸術美や自然美、鏝絵蔵に見られる極彩色（Art）、醸造・発酵や農村文化が育む食の世界（Eat）、関わる人々の思い、心意気（Heart）・・・この3つが混ざり合うことで「行くたびに新しい」「おもしろい」まちへと進化。ずっと居たい、何度も来たいまちへと育む視点

節度ある美
（持続可能な観光）

「いつもの風景」にある楽しさをみんなでシェアする視点

地域の生活と分離した世界での観光ではなく、地域で暮らす人々の日常的な生活の楽しさとこの地への誇りを、訪れるひととシェアする。訪れるひとの心を惹きつける、持続可能な観光まちづくりを進める視点

■対象期間

本ビジョンは「長岡市観光振興重点方針（令和4年度策定）」と連携するものとし、ビジョンの対象期間を令和8年度までとします。



成果指標—基準となる目標数値の考え方

本ビジョンに基づく様々な取組により、以下の達成を目指します。

■米蔵来館者数

48,000人/年 以上（令和4年度の概ね1.3倍）

※米蔵来館者数→令和4年度：37,528人/年

■旅行消費額

調査方法確立及び摂田屋・宮内エリアの店舗における

1人あたり物品購入額 4,000円以上（令和4年度の1.5倍）

※1人あたり物品購入額→令和4年度：約2,700円

■体験型コンテンツ数

新たに10のコンテンツを造成（ツアーに組み込まれたものを含む）

※摂田屋・宮内エリア内での体験型コンテンツ数→令和4年度8つ





摂田屋・宮内エリア 観光まちづくり協議会



目標実現に向けた具体的な取組として、まずは3つのリーディングプロジェクトについて、部会を立ち上げ検討



Club Saffron

市外・県外に居住するターゲット層及び市民参加の協働型プロジェクト。
協議会の補完的支援組織として、ターゲットのニーズやアイデア集約等を行い、誘客促進を目指す。

※ながおかworkerが所属する首都圏の企業などを予定

■旧機那サフラン酒製造本舗 活用検討部会

<ゲートウェイ（拠点）整備>

情報発信拠点としての機能に加え、同エリアのゲートウェイ（拠点）、そして周辺への回遊を促す観光起点としての活用を図ります。唯一無二の仁太郎ワールドを大切にします。

旧機那サフラン酒製造本舗 整備検討会議【専門委員】

<key word>

- ・空間の異世界観、情緒的な魅力を引き出す活用
- ・近隣施設との連携など発展可能性を活かした活用
- ・ユニークベニューとしての活用

■空家・空地の店舗等への活用検討部会

<面的なにぎわい創出>

産官金連携で面的な賑わい創出を目指し、空家・空地を店舗等に活用します。
エリアブランディング（目標・3つの視点）を明確化することにより、事業者とミスマッチが発生しないよう配慮します。

<key word>

- ・事業体制の基本スキーム（役割分担）の明確化
- ・官民連携事業への位置付け、適切な後押し
- ・観光まちづくりファンドの活用

■おもてなし部会

<体験型コンテンツ造成など滞在時間の延長等に資する取組>

ターゲットと近隣エリアとの連携を意識し、来訪を促す体験型コンテンツを順次検討・造成し、滞在時間伸長・リピーター増加を目指します。実証実験等を通じ、持続可能な二次交通について検討を進めます。

<key word>

- ・からだの内側から美しくなる
- ・知的好奇心を満たす
- ・ニッチ×ヒット
- ・Maasの構築

その他、状況を踏まえながら順次展開していきます。



1 検討経緯

(1) 醸造・発酵のまちづくり協議会設立準備会の開催

※令和6年1月31日をもって「摂田屋・宮内エリア 観光まちづくり協議会」に移行

開催日時等	検討概要
第1回 (R5.8.28)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光庁、北陸信越運輸局補助事業の概要 ○ 本市におけるねらい ○ ワークショップ 「観光ビジョンの目標検討」 ファシリテーター：宮口 直人氏 (株式会社ビズユナイテッド 代表取締役)
第2回 (R5.9.27)	<ul style="list-style-type: none"> ○ ワークショップ 「リーディングプロジェクト検討」 ファシリテーター：宮口 直人氏、前 好光氏 (株式会社ビズユナイテッド 代表取締役 合同会社FRONTLINE 代表)
第3回 (R5.11.30)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光ビジョン中間報告(案)について ○ 協議会規約(案)について
第4回 (R6.1.31)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光ビジョン(案)について ○ 協議会規約(案)等について

(2) 旧機那サフラン酒製造本舗整備検討専門家会議の開催

開催日時等	検討概要
第1回 (R5.8.28)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光庁、北陸信越運輸局補助事業の概要 ○ 機那サフラン酒製造本舗に係るこれまでの経緯について (施設整備)
第2回 (R5.9.27)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光ビジョン(案)中間報告について ○ 歴史的資源を活用した先進事例紹介 ～塩尻市奈良井宿における「BYAKU」の取組～
第3回 (R6.2.28)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光ビジョン(案)について ○ 旧機那サフラン酒製造本舗 保存活用に向けた基本方針(案) について ○ 歴史的資源を活用した先進事例紹介～古町「美や古」の取組～

(3) 住民説明会の開催

開催日時等	検討概要
第1回 (R5.12.20)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光ビジョン(案)中間報告について ※会場：旧機那サフラン酒製造本舗米蔵