

下市町 観光分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：観光分野

(1) 該当する作物・品種等

下市温泉、KITO FOREST MARKET SHIMOICHI (KITO)、下市集学校などの観光交流施設等

(2) 特定の理由

下市町は、吉野地域の玄関口として、古くから商業（商業手形発祥）、木工業（割箸・三宝発祥）、農林業（吉野郡最大の農業地帯）、文化交流の中心地として発展してきた地域であり、温泉、森林、農地、歴史的な町並み、地域食材など、多様な地域資源を有している。また近年、複合型体験施設である KITO FOREST MARKET SHIMOICHI のオープンにより、都市部を中心とした若年層やアウトドア・ライフスタイル志向の来訪者が増加しており、令和 6 年度のオープン時には年間約 20 万人が来訪するなど、新たな交流人口が生まれている。一方で、観光については通過型観光が中心となっており、滞在時間や観光消費額が十分ではない状況にある。また、既存温泉施設の老朽化が進行しているほか、近年需要が高まっている健康志向や滞在型観光など、新たな観光ニーズへの対応も課題となっている。このため本町では、新温泉施設と KITO を柱として、温泉、森林、地域食材、木工、健康、スポーツ、美容、地域体験などの地域資源を観光コンテンツとして活用し、「ローカルウェルネス観光」をコンセプトに、「住む人が豊かになり、訪れる人の暮らしが広がる町」の形成を進める。さらに、下市集学校（廃校を活用した IT 交流拠点）、森林公園やすらぎ村（キャンプ場・BBQ 施設等）、空き家を活用した rin+works（吉野林業のゲートウェイ施設）、体験型古民家宿泊交流施設、古民家交流 café などへの周遊を促進するとともに、下市町の職人等との交流を通じた体験コンテンツの造成・販売を進めることで、観光客の滞在時間増や地域内消費の拡大を図り、観光産業を中心とした地域経済の活性化を目指す。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域

下市町（国道 309 号線付近）

(2) 本プラン推進の核となる事業者

下市町、下市町賑わい創出協議会、下市町観光協会、下市町商工会、株式会社パル、一般社団法人おかえり集学校、NPO 法人空き家コンシェルジュ

（３）特定の理由

下市町は、吉野郡の中でも、温泉、森林、農地、歴史的な町並み、観光交流施設などがコンパクトな範囲に集積しており、「暮らし」と「観光」を一体的に体験できる地域特性を有している。特に、KITO（株式会社パル）のオープンにより町外からの来訪者が増加しており、今後、KITO のさらなる魅力向上や新温泉施設（下市町）の整備を進めることで、更なる来訪者増加を目指す。また、来訪者を町内全体へ周遊させることで、温泉、飲食、宿泊、地域体験（体験コンテンツを含む）などへの経済波及効果が期待される。その周遊拠点として、下市集学校（おかえり集学校）や古民家関連施設（空き家コンシェルジュ連携）などが挙げられる。さらに、下市町全体で取り組みを推進するため、前述の事業者に加え、観光協会や商工会も参画し、下市町・地域団体・未利用施設を活用する事業者・大学等が連携している。こうした産・学・官・地域が一体となって賑わい創出を進める「下市町賑わい創出協議会（20 団体参画）」を、本プラン推進の核となる事業者として特定した。

３．本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

（１）現状の整理

本町では、観光交流施設などがコンパクトな範囲に集積しているものの、滞在時間が短い、観光消費単価が低い、観光拠点の魅力不足、KITO 以外に目的地となる施設が少ないなどの課題を抱えており、観光が地域経済の活性化に十分寄与できていない。

（２）目指すべき目標

本計画における付加価値増加額は、５年後の 2030 年末までに約 1 億 1,000 万円を目指す。主な地域資源である下市温泉と KITO の来訪者数について、現行約 25 万人を、2030 年末までに約 31 万人（25%増）へ増加させる。また、１人当たりの客単価についても、下市温泉では現行 454 円／人を 2030 年末までに 600 円／人（約 30%増）へ増加させるとともに、KITO についても現行比 20%増を目指す。

（３）設定の根拠

今後想定される観光消費額と想定付加価値増加率から積み上げを行った。来訪者数については、下市町第 3 期地方創生総合戦略における 4 つのゲストハウスの KPI 伸び率を参考に算出した。また、客単価については、下市温泉では新施設整備による利用料増加を見込み、KITO については全国の道の駅における平均的な客単価等を参考に積み上げを行った。

（４）効果検証

本プランで掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

温泉、森林、地域食材、木工、健康、スポーツ、美容、地域体験、観光交流施設に加え、下市町に住む「人」や地域コミュニティ、空き家についても地域資源として捉え、それらを観光コンテンツとして組み合わせることで、「心・体・美・暮らし・人とのつながり」を体感できる「ローカルウェルネス観光」の形成を目指す。

(2) 取組の具体像

① 新温泉施設の整備

新温泉施設において、下市町が中心となり、滞在時間や満足度の向上につながる空間整備（温泉・飲食・宿泊・公園等を想定）を行い、観光交流拠点としての整備を進める。

② KITO を中心とした周遊促進

下市町賑わい創出協議会及び下市町観光協会が連携し、観光交流拠点である KITO（株式会社パル）のさらなる魅力向上により来訪者の増加を図るとともに、下市集学校（一般社団法人おかえり集学校）などの周遊施設、観光コンテンツ、町内飲食店、農業体験、キャンプ場、スポーツ施設、社会文化拠点等へ送客する仕組みを構築する。

③ 体験コンテンツ造成と関係人口創出

下市町賑わい創出協議会及び下市町観光協会が中心となり、体験コンテンツの造成（魅力向上含む）を行い、体験を通じて下市町の職人や地域の人々と交流することで、滞在価値向上や再訪促進を図り、関係人口の創出へつなげる。また、下市町のイベントや観光情報を受け取ることができ、会員証・スタンプカード・イベント予約等の機能を持つ公式 SNS コミュニティ（LINE・下市ファンクラブ）を活用し、来訪者との継続的な関係構築を進める。

④ 地域食材の高付加価値化

下市町賑わい創出協議会及び下市町商工会が中心となり、下市町のフルーツ（全国的な産地である柿をはじめ、サクランボ、メロン、ブルーベリー、桃、梨、ブドウ等）、薬膳素材（山椒、レモングラス、吉野葛等）、水及びその加工品（クラフトビール、ジャム、プリン、サイダー等）を一体的にブランディングし、地域食材の高付加価値化を進める。販売については、町内の観光交流施設や周遊拠点、町外の販売場所確保に加え、ふるさと納税返礼品や EC サイト等も活用する。

⑤ ローカルウェルネス観光の推進

「心・体・美・暮らし・人とのつながり」を体感できることをコンセプトに、観光交流施設や周遊拠点等において、美容、アロマ、スポーツ、食、薬草、森づくり、農業、林業

などをテーマとした施設の魅力向上対策やイベント・講座を実施する。施設利用やイベント等への参加を通じて、心身ともにより良い状態になることを目指す「ローカルウェルネス観光」を推進する。

（３）地域へのインパクト、目指すべき姿

本プランにより、温泉、森林、地域食材、木工、健康・美容、地域体験、観光交流施設や「人」が連携し、下市町を訪れることで「より良くなる・健康になる」ことを実感できる、新たな観光モデル「ローカルウェルネス観光」を形成する。

この取り組みを通じ、地域内での滞在時間増加や地域内消費の拡大を促進し、持続可能な観光地域づくりを目指す。具体的には 2030 年までに以下の達成を目指し、地域一体となって推進する。

- ・来訪者数【交流人口の最大化と周遊による滞在人口の創出】
：10 万人増加（現行比約 25%増）
- ・地域内消費額【滞在の質向上による 1 人当たりの消費単価の向上】
：3 億円増加（現行比約 40%増）
- ・雇用人数【サービス産業の活性化に伴う地域内雇用の安定と拡大】
：20 名増加（現行比約 500%増）
- ・新たな企業者数【新規創業や進出事業者の集積】
：15 件増加（現行比約 600%増）

5. 取組に向けた課題と下市町が行う取組【政策手段】

（１）取組に向けた課題

- ① 観光交流拠点である既存温泉施設の老朽化及びKITOの更なる魅力向上
既存温泉施設については、設備の老朽化や近年の観光ニーズとの乖離が課題となっている。また、KITOについても来訪者数は増加しているものの、滞在時間の延長や町内周遊につながる機能強化が必要である。
- ② 周遊拠点の魅力向上
KITO以外にも下市集学校、森林公園やすらぎ村、観光文化センター、下市中央公園、古民家関連施設など多様な地域資源が存在するが、観光客の周遊につながる情報発信や受入環境が十分ではなく、町内全体への経済波及効果が限定的となっている。
- ③ 体験コンテンツの造成と魅力向上
木工、食、農業、林業、地域文化など、下市町ならではの地域資源を活用した体験コンテンツの造成・魅力向上が必要である。また、体験を支える地域人材や事業者の確保・育成も課題となっている。
- ④ 地域食材等の高付加価値化及び発信力強化

下市町には、多様なフルーツや薬膳素材、加工品等の地域資源が存在するが、統一的なブランド化や販路開拓、情報発信が十分ではないため、観光消費や地域外需要の獲得につながりきれていない。

⑤ 「ローカルウェルネス観光」を推進するための地域一体の体制構築

「ローカルウェルネス観光」を推進するためには、観光・商工・農業・地域団体・事業者等が共通コンセプトを共有し、地域一体となって取り組む体制づくりが必要である。

(2) 講じるべき政策パッケージ

① 新温泉施設整備及び KITO 魅力向上支援

新たな温泉施設の整備を進めることで、KITO と並ぶ観光交流拠点としての機能を強化する。新温泉施設では、温泉・飲食・宿泊・外気浴・公園等の滞在型空間の形成を進め、来訪者の満足度向上と滞在時間の増加を目指す。また、公園にはかまどベンチ等の防災機能も付与し、防災の教育・機能強化も図り、防災意識向上と共に温泉利用者以外の来訪者も確保する。

KITO については、賑わい創出協議会、観光協会、商工会等と連携し、家族連れをターゲットに体験と食をセットにしたイベント等の開催や情報発信、施設機能の充実等を行うことで、更なる誘客を促進する。

② 周遊拠点の整備及び回遊促進支援

下市集学校、森林公園やすらぎ村、下市観光文化センター、下市中央公園、古民家関連施設等を周遊拠点として位置付け、来訪者の満足度向上及び滞在時間の延長につながる環境整備や魅力向上に取り組む。

下市集学校では、パン屋・ガラス工房・リサイクルカフェなど特色ある店舗の集積を生かした施設運営を促進する。

森林公園やすらぎ村では、キャンプや川遊びなどの自然体験コンテンツを充実させる。

下市観光文化センターでは、ホールイベント、伝統芸能、クラフト体験などの各プログラム、文化財の紹介を通じた交流機会を創出させる。

下市中央公園では、屋内外スポーツ公園として生涯スポーツの推進とスポーツ合宿やスポーツツーリズムを推進する。

また、古民家関連施設では、宿泊施設・交流カフェなどの整備・活用を促進する。これらの施設を連携した周遊拠点として整備するとともに、観光交流拠点から飲食や農林業体験等多様な利用者ニーズに対応した周遊拠点への周遊を進める。

このために、デジタルマップや SNS 等を活用した情報発信、周遊プログラムの造成、交通アクセスや案内サインを充実させる。これにより、町内への誘客と交流・観光による経済波及効果の拡大と地域活性化を目指す。

上記取り組みにより、来訪者の滞在時間の延長や消費単価向上による収益増により、古民家などを活用した、宿泊・カフェ事業、各種体験事業、各種ガイド事業、スポーツ関係事業などの事業者の集積が見込まれる。

③ 事業者等への伴走支援体制の整備

賑わい創出協議会を中心として、観光協会、商工会、地域事業者、大学等と連携し、創業、新規事業、商品開発、販路開拓、情報発信等に関する伴走支援を実施する。また、地域資源を活用した観光・加工事業に取り組む事業者や地域人材の育成を進める。

④ 体験コンテンツ造成及び地域食材等の高付加価値化支援

木工（割箸・三宝・神酒の口・木工小物等）、陶芸、食（柿の葉寿司・発酵食品・薬膳等）、農業、林業など、地域資源を活用した体験コンテンツの造成及び魅力向上を進める。また、OTA サイト等を活用したプロモーション支援や、受入人材の魅力向上支援を行うことで、滞在価値及び再訪意欲の向上を図る。

地域食材等については、フルーツ、薬膳素材、水及び加工品等を一体的にブランド化し、商品開発や販路拡大を行う。町内観光交流施設や周遊拠点での販売に加え、ふるさと納税返礼品、EC サイト、都市部での販路確保等を通じて地域外需要の獲得を目指す。

上記取り組みにより、確実な販路（直販）や「ブランド」という付加価値化に伴う、地域産品の加工品事業や飲食事業、デザイナー・職人等のクリエイティブ事業、各種体験事業、農林業事業などの事業者の集積が見込まれる。

⑤ 「ローカルウェルネス観光」を軸とした地域ブランディングの推進

下市町の地域未来戦略のコンセプトを「ローカルウェルネス ～住む人が豊かになり、訪れる人の暮らしが広がる町～」と位置付け、本コンセプトに基づく施設整備、事業支援、情報発信を進める。

①～④の事業を通して、温泉、森林、食、健康、美容、スポーツ、地域交流等を組み合わせた「ローカルウェルネス観光」を町全体で推進することで、「下市町＝ローカルウェルネス観光のまち」としてのブランド形成を図り、持続可能な観光地域づくりにつなげる。

（３）地場産業を支える仕組みづくり

観光交流拠点及び周遊拠点での地場製品の販売、木工を始めとした地場産業に関わる体験コンテンツ造成による収益と関係人口創生、地域食材等の高付加価値化など、本プランの推進が地場産業の振興にもつながる。

（４）KPI 及び KPI 未達時の撤退基準の設定

KPI 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、以下のとおり KPI を設定する。

- ・ 下市温泉と KITO の来訪者数

現行 25 万人→2027 年 27 万人（10%増）→2029 年 29 万人（20%増）

- ・ 一人当たりの客単価：現行 454 円/人

現行 454 円/人→2027 年 508 円/人（12%増）→2029 年 562/人（24%増）

- ・ 情報発信，継続的な関係人口構築ツールである公式 SNS コミュニティ「下市ファンクラブ」の登録者数（関係人口創出数）

現行 500 人→2027 年 1,750 人→2029 年 3,000 人

- ・ 地域産品の新商品等開発数

現行 11 件→2027 年 15 件→2029 年 21 件

目指すべき目標について、特別の事情がなく、現行の来訪者数や客単価を下回る場合は、その理由を分析し改善を図る。また、体験コンテンツ造成などについては、伴走支援を行いながら実施するが事業者に過度の負担が生じたものについては、中止も含めた見直しを行う。