

長岡市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) 該当する観光資源

長岡市摂田屋・宮内地区の登録有形文化財「旧機那サフラン酒製造本舗」を核とした歴史的建造物群および醸造・発酵食品製造施設の集積地。

(2) 特定の理由

旧三国街道に面する摂田屋・宮内地区は、江戸時代に東京・上野の寛永寺へ寄進され、御領地として醤油・味噌、清酒の醸造業が発達したエリアである。

戦火を免れたこの地区には、現在も明治・大正期の蔵が立ち並び、旧機那サフラン酒製造本舗をはじめ、17 件の登録有形文化財が保存されている。加えて、酒蔵や味噌蔵などの醸造・発酵文化が現在も息づいており、これらの歴史資源と食文化が徒歩圏内に集積している点は大きな特徴である。醸造・発酵文化と文化財が一体的に体験できる地域は極めて限定的であり、本地区は全国的にも高い競争優位性を有している。

2004 年の中部地震で大きな被害を受けたものの、行政や市民団体、学生が中心となって復興を進め、近年は「醸造・発酵のまち」として知名度および集客力が徐々に高まっている。

エリアで最も象徴的な施設である「旧機那サフラン酒製造本舗」は、明治期に「養命酒」と人気を二分した薬用酒「機那サフラン酒」の製造元として大いに栄え、当時の面影を残す東洋のフレスコ画とも称される「鰻絵」で飾られた蔵をはじめとした 10 棟の登録有形文化財や、多数の名石と石灯籠を配した独創的な庭園などで構成され、本地区の人気鑑賞スポットとなっている。

一方で、観光客が消費できる施設は食料品店や飲食店などに限られているため、滞在が一時的なものにとどまりやすく、観光消費額の獲得機会の損失が課題となっている。また、「旧機那サフラン酒製造本舗」が老朽化のため限定的な活用にとどまっており、十分に活用できていない点も課題である。

しかしながら、「コト消費」への関心の高まりや、海外での「日本の醸造・発酵」人気の高まりを背景として、県外観光客やインバウンドの来訪も増加しており、新潟県内はもとより広域から人を呼び込む大きな潜在力を有している。長い歴史、醸造・発酵文化を核とする本地区の「テリトリー」※としての強みを踏まえ、前述の課題を解決することで、長岡市の観光振興における重要な拠点となり得ると捉えている。

※テリトリー

共通の歴史、文化、食、経済などのアイデンティティを持ち、個性を発揮してきた地域的なまとまり

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

長岡市摂田屋・宮内地区

(2) 本プラン推進の核となる事業者

① 摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会

当該地区の住民や発酵・醸造等の事業者、金融機関、交通事業者などで構成する任意団体。当該地区のまちづくりの羅針盤である「摂田屋・宮内エリア観光ビジョン」に掲げた目標を実現するための推進体制として令和6年に設立。旧機那サフラン酒製造本舗の活用や空き家を利用した店舗の出店支援などを検討し、これまでに3件の新規出店を実現するなどの実績を上げている（令和8年5月現在）。

【協議会構成委員】

区分	委員	主な関わり
学識	長岡造形大学、長岡大学、長岡農業高等学校	地域資源の価値分析や観光まちづくりへの助言等
金融機関	(株)第四北越銀行、(株)大光銀行、えちご中越農業協同組合	資金調達や事業計画に関する助言、事業者の設備投資・創業支援等
交通事業者	東日本旅客鉄道(株)、越後交通(株)、長岡市ハイヤー協会	二次交通の充実や企画乗車券の造成、情報発信等
空家・空地	NPO法人すまいるらいふサポート	空き家・空き店舗の実態調査やマッチング等
地元事業者	吉乃川(株)、ミライ発酵本舗(株)、宮内摂田屋 method (※) ※吉乃川(株)、長谷川酒造(株)、(株)越のむらさき、(株)星野本店、(有)星六 他	醸造・発酵文化を活かした商品開発や体験プログラムの造成、来訪者の受入れ等
観光事業者	(株)JTB長岡支店、長岡SAKE観光プロジェクトチーム	旅行商品造成や販路拡大、プロモーション等
観光振興団体	長岡観光コンベンション協会	地域内外との連携調整や観光情報の発信等
地元団体	摂田屋地区まちづくり協議会	地域住民との調整や合意形成、受入環境整備等
地元代表	宮内地区町内会長連絡協議会、摂田屋連合町内会、摂田屋1～5丁目町内会、宮内1～3丁目町内会	
行政	新潟県長岡地域振興局、長岡市	関係機関との調整、交付金等活用支援、インフラ整備等

② ミライ発酵本舗株式会社

当該地区で活動するまちづくり会社であり、摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会の事務局を長岡市と共管する。旧機那サフラン酒製造本舗の指定管理者として管理運営の実績を有する。指定管理業務にとどまらず、空き家活用プロジェクトや地元学生を巻き込んだイベントなど、地域資源の活用と住民との協調のバランスを取りながら、多様なまちづくり活動に取り組んでおり、観光と地域活性化を両立させる上で不可欠な存在。

③ PFI 選定事業者（※参考、R8 年選定予定）

旧機那サフラン酒製造本舗の整備・運営を手掛ける事業者（公募で選定）。民間ならではのノウハウと効率的な施設運営を通じて、施設の魅力を最大限に引き出し、誘客促進を図る。

事業者選定後、本プランの推進体制に位置付け、必要に応じて企業リスト等に反映する。

（３）特定の理由

当該地区は、歴史的な建造物や醸造・発酵文化が息づく地域という側面と住民の生活の場という側面を有していることから、住民理解を得ながら、地域資源を最大限に活用し、稼げる観光地づくりを進めることが重要。そのためには、既に、地域の旗振り役として信頼が厚く、実績を有する摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会とミライ発酵本舗株式会社が中心となるべきと認識している。

この２者に、民間ノウハウによる大規模施設の効率的かつ魅力的な運営に長けた PFI 選定事業者が加わることで、ハードとソフトの両面から、持続可能な観光振興の実現を図る。

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

- ・首都圏やインバウンドなどの訪問が増えており、食料品店や飲食店などに限られている観光客が消費できる施設を更に増やすことで、当該地区への滞在時間の延長を図り観光消費額の獲得機会を拡大する取組みが必要。
- ・エリアで最も象徴的な建物である「旧機那サフラン酒製造本舗」の建物群のうち、老朽化が著しい未整備建物を早急に改修し、既に公開している建造物（鰻絵蔵、米蔵、庭園）に加えて、主屋や離れ座敷なども含めた全面公開により、更なる価値向上を目指す必要がある。

（２）目指すべき目標

- ・高付加価値旅行者に向けた、地域の歴史的資源（特に旧機那サフラン酒製造本舗の鰻絵、庭園、醸造文化）を最大限に活かした体験、滞在型コンテンツの充実による来訪者数及び観光消費額の増加を推進。
- ・具体的には、「旧機那サフラン酒製造本舗」を高付加価値型の宿泊施設へリノベーションするとともに、本施設を起点として、周辺の飲食や物販施設等との連携を強化し、当該地区全体の回遊性向上と経済波及効果の拡大を目指す。

【KGI】

○入込客数：現状値 48,712 人→R17 年 107,000 人（+58,288 人）

○観光消費額：現状値 11,030 千円→R17 年 390,000 千円（+378,970 千円）

●付加価値増加額：+177,000 千円（R17）

（観光消費増加額 378,970 千円×付加価値率 0.468）

※付加価値率 0.468 は、令和 2 年新潟県産業連関表における宿泊業の粗付加価値部門計 37,046 百万円を県内生産額 79,148 百万円で除して算出したもの。

本プランでは、旧機那サフラン酒製造本舗の宿泊施設化を主要な消費拡大要因とするため、代表的な観光関連部門として宿泊業の付加価値率を用いる。

（3）設定の根拠

「長岡市総合計画」及び当該地区の観光まちづくりを進めるための指針「摂田屋・宮内エリア観光ビジョン」に記載の成果指標との整合を取って設定。

（4）効果検証

○定量的評価：

年間入込客数（旧機那サフラン酒製造本舗単体）

年間観光消費額（旧機那サフラン酒製造本舗単体）

○定性的評価：

観光客満足度調査（アンケート、オンラインレビュー分析等）

これらの指標を定期的にモニタリングし、目標達成状況进行评估。必要に応じて、取り組み内容や戦略を柔軟に見直すことで、実効性の高いプラン運営を目指す。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

（1）基本戦略

長岡市摂田屋・宮内地区は、歴史資源と醸造・発酵文化が高密度に集積する稀有な地域であり、これらを面的に活用することで、県内でも唯一無二の「稼げる観光地」として成長するポテンシャルを有している。主な強みは以下のとおりである。

- ① 旧機那サフラン酒製造本舗をはじめとする 17 の登録有形文化財が集積する希少性

- ② 首都圏からのアクセスに優れ、宮内駅を起点に徒歩圏で酒蔵や味噌蔵等を巡ることができる回遊性・立地性
- ③ 江戸時代から現代に至るまで継承されてきた醸造・発酵文化のストーリー性
- ④ 地域住民と事業者が連携した持続的なまちづくりを推進する人材基盤
- ⑤ 基盤整備および一定の認知が進んでいることによる事業展開の優位性
- ⑥ 伝統的な街並みと、古民家を活用した飲食・文化施設等が融合する独自の魅力

これらの強みを活かし、周辺地域の観光産業の成長をけん引する拠点施設として、旧機那サフラン酒製造本舗の整備を行う。当該施設を拠点として、摂田屋・宮内地区における滞在型観光の確立と周遊の促進、高付加価値層の誘客を図り、観光消費額の最大化を目指す。拠点整備は、以下の方針に基づき、民間事業者から最適な整備・運営手法を広く募り実施することとする。

- ① 地域と調和した観光拠点の形成
- ② 摂田屋・宮内エリアの魅力を高める文化財の活用
- ③ 持続可能な施設運営
- ④ 周辺住民や地元町内との共存
- ⑤ 市民活動、観光まちづくり活動との連携

他市の類似事例や、事前に行ったサウンディング調査、民間活力導入可能性調査を踏まえると、宿泊、飲食、物販、体験、展示等の機能を備えた施設整備の提案が想定される。当該施設を観光拠点として整備することで、周辺の酒蔵、味噌蔵、飲食店、物販店等への回遊、地元事業者の商品開発や雇用拡大などの促進が図られ、摂田屋・宮内地区における来訪者の滞在時間や観光消費額の増加等の波及効果が期待できる。

ターゲットとする高付加価値層は、上越新幹線沿線の首都圏居住者に加え、日本酒や発酵食品、歴史文化への関心が高い訪日旅行客（主に米国、欧州、韓国）とする。これらの層の関心が高いと考えられる、旧機那サフラン酒製造本舗の歴史や醸造文化などを深掘りしたストーリー性のある質の高い情報を、メディアリレーションズやプレスツアーの実施、インフルエンサーマーケティングなどを通じて、多角的に発信する。また、Airbnb や STAY JAPAN 等の海外向け OTA を含む国内外の OTA や体験予約プラットフォームを活用し、効果的な販路確保を図る。

（２）取組の具体像

○旧機那サフラン酒製造本舗の整備

- ・当該地域の価値やストーリー性を活かしながら、旧機那サフラン酒製造本舗の主屋、離れ座敷、衣装蔵等を改修し、宿泊施設やレストラン、ショップ、ギャラリーなどを備えた拠点施設として整備する。
- ・整備、運営については、PFI（コンセッション形式）により民間活力を導入し、保存と活用を両立させる。

○醸造・発酵文化を核とした周遊促進と連携強化

- ・当該地域の散策ルートに合わせた案内看板の設置（多言語対応）、休憩スペースの整備、シャトルバスの運行検討。
- ・大学・高校が企画し地元企業と連携した体験型ワークショップイベント「セッタニア」など、既存イベントの継続と更なるブラッシュアップ。

○高付加価値コンテンツの開発と観光消費額の最大化

- ・「旧機那サフラン酒製造本舗」でのプレミアムガイドツアー（非日常空間での茶道等の体験、専門家による解説付きなど）の設定。
- ・地域の日本酒と発酵食品を組み合わせたペアリング体験や発酵食品を使った料理教室など、食を通じた高付加価値な体験プログラムの開発。

（３）地域へのインパクト、目指すべき姿

○経済的インパクト：

- ・年間観光消費額の増加（R17年 390,000 千円を目標）により、地域経済の活性化に大きく貢献。
- ・新たな事業機会の創出による新規雇用創出（約 30 名を目標）

○社会的インパクト：

- ・歴史的建造物（鰻絵、庭園を含む）の保存、活用を通じた地域住民の自らの地域への誇りと愛着を醸成
- ・観光客と地域住民の交流促進による地域コミュニティの活性化。
- ・「醸造・発酵のまち摂田屋」としてのブランド確立と、市内の他の観光地への波及。

5. 取組に向けた課題と長岡市が行う取組【政策手段】

(1) 取組に向けた課題

- ① 旧機那サフラン酒製造本舗の整備・運営には多額の投資が必要であり、PFI 事業者の適切な選定と長期的な事業継続性の確保が不可欠である。
- ② 文化財としての制約を踏まえた保存と活用の両立が求められており、現在策定中の「旧機那サフラン酒製造本舗保存活用計画」に沿った整備を行う必要がある。
- ③ 観光客増加に伴う地域住民の生活環境への影響に配慮し、「住む人、訪れる人、もてなす人」の「三方よし」の観光まちづくりを推進することで、地域住民の誇り・愛着を醸成する必要がある。
- ④ ガイドや運営人材など、観光事業を支える専門人材の育成と確保が課題である。
- ⑤ 関係主体間で統一した戦略に基づく情報発信を継続的に行う仕組みが必要である。
- ⑥ 「伝統的酒造り」のユネスコ登録や、「日本の醸造・発酵」の世界的な人気を追い風にしたインバウンド需要の掘り起こしと、多言語対応など受け入れ体制の整備が必要である。

(2) 講じるべき政策パッケージ

旧機那サフラン酒製造本舗に係る PFI 事業者の選定・整備・運営等については、当該施設を所管する長岡市観光課が総合窓口となり、PFI 選定事業者との連絡調整、庁内関係部署との協議、国・県との調整を一元的に行う。また、文化財としての保存と活用の両立が図られるよう、文化財担当部署等と連携しながら事業を推進する。

また、摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会の事務局をミライ発酵本舗株式会社とともに長岡市観光課が共管しているため、地域事業者、住民、金融機関、交通事業者、関係団体及び行政が一体となった官民連携の推進体制を構築している。これにより、旧機那サフラン酒製造本舗の整備効果を地域全体へ波及させるとともに、観光消費の拡大や新規事業創出につながる取組を「オール長岡」の体制で継続的に推進する。

① PFI 事業の推進と事業基盤の整備

旧機那サフラン酒製造本舗について、PFI（コンセッション方式）による整備・運営を着実に推進し、公募を通じて最適な事業者を選定する。併せて、文化財保護や地域特性に関する情報提供を行い、民間事業者による円滑かつ継続的な事業運営を支援する。

② 関係主体の連携体制の構築

長岡市観光・交流部観光課が中心となり、都市整備部や教育部（文化財専門部署）、財務部、財産管理部などの庁内関係部署と定期的なプロジェクト会議を開催し、本事業の進捗管理や課題調整を行う。

また、観光消費の拡大に向け、本プランの核となる摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会、ミライ発酵本舗株式会社及びPFI事業者等と連携し、地区内消費の仕組みづくりを検討するとともに、関係機関との調整、国・県補助制度等の情報提供・活用支援、プロモーションに関する助言などの伴走支援を実施する。

これらの取組を通じて、「オール長岡」の推進体制を維持・強化し、「三方よし」の観光まちづくりを推進する。

③ 人材育成と受入環境の整備

地域資源に精通したガイド人材の育成に取り組むとともに、観光案内機能の充実や受入環境の整備を進め、滞在満足度の向上を図る。

④ 戦略的な情報発信とブランド確立

「醸造・発酵のまち摂田屋」としてのブランドを確立し、ターゲットとする高付加価値層に向けた戦略的な情報発信を展開する。併せて、旅行会社・OTA等との連携により誘客の強化を図る。

⑤ 財源確保と事業支援

多額の投資が必要な旧機那サフラン酒製造本舗の整備には、国・県の補助制度の活用等により財源確保を図るとともに、地域の空き家への新規出店や事業展開を支援し、面的な観光消費の拡大につなげる。

⑥ インバウンド対応

新潟県が設置する海外の観光レップも活用しながら、ニーズ調査によるターゲット設定と、効果的な情報発信・プロモーションを実施する。また、DXも活用し、案内看板、音声ガイド、同時通訳、Webサイト等の多言語対応を行う。併せて、歴史と文化が息づく街並みで非日常を感じてもらう着物着付け体験などのインバウンド向けコンテンツの造成や、発酵を科学的に研究している長岡技術科学大学と連携した訪日外国人向けの飲食メニューの開発等を行う。

(3) 地場産業を支える仕組みづくり

地域に蓄積されてきた醤油、味噌、清酒などの醸造業をはじめとする地場産業の持続的な発展を図るため、観光振興と一体となった支援の仕組みづくりを推進する。

具体的には、旧機那サフラン酒製造本舗を核とした観光拠点の整備により来訪者の増加を図り、地域内事業者への誘客および消費の拡大につなげるとともに、飲食・物販・体験コンテンツ等との連携を通じて、滞在時間の延長と面的な経済波及効果の創出を図る。

また、摂田屋・宮内エリア観光まちづくり協議会等を中心とした関係者間の連携体制を強化し、情報発信や商品開発、人材育成等を一体的に進めることで、地域全体で稼ぐ仕組みの構築を目指す。

(4) KPI 及び KPI 未達時の撤退基準の設定

本プランの核となる整備完了後の「旧機那サフラン酒製造本舗」の供用開始を R12 年と想定し、その前後に中間目標となる KPI を設定する。

○定量的 KPI

- ・年間入込客数（旧機那サフラン酒製造本舗単体）

R11 年 59,000 人

「旧機那サフラン酒製造本舗」供用前は、既存イベントのブラッシュアップや、周辺店舗・施設との連携強化などのソフト事業を中心に実施し、年+5%の集客増を目指す。

R14 年 85,000 人

「旧機那サフラン酒製造本舗」供用開始3年間で、新施設の運営を軌道に乗せ、効果的なプロモーションや口コミによる集客確保に努めるとともに、訪日観光客へのアプローチを進め、KGI 達成率 80%を目指す。

- ・年間観光消費額（旧機那サフラン酒製造本舗単体）

R11 年 17,000 千円

「旧機那サフラン酒製造本舗」供用前は、既存イベントのブラッシュアップと周辺店舗・施設への周遊促進、商品開発などにより、客単価の向上と集客増を図ることで、年+10%の観光消費額増を目指す。

R14 年 250,000 千円

「旧機那サフラン酒製造本舗」供用による宿泊、レストラン、ショップ等での消費と高付加価値コンテンツの定着、地区内の滞在時間の延長により、客単価の大幅な向上を見込み、KGI 達成率 65%を目指す。

- ・付加価値増加額

R14 年 +109,000 千円

※R11 年⇒R14 年 観光消費増加額（≒宿泊による増加額）：233,000 千円
233,000 千円×付加価値率 0.468≒109,000 千円

○定性的 KPI

- ・観光客満足度調査（アンケート、オンラインレビュー分析等）：全期間で5段階評価で4.0点以上を目指す。

○KPI 未達時の撤退基準

前提として、対象地区は観光資源であると同時に住民生活や地域文化を支える重要な地域であることから、短期的な成果のみをもって直ちに事業から撤退することは適当ではないと捉えている。

KPI が未達となった場合には、まず要因分析を行い、その結果を踏まえた事業内容の見直しおよび一定期間の重点的な改善措置を講じる。

その上で改善が見込まれない場合には、損失の拡大を防止する観点から、事業の縮小や見直しを段階的に検討する。判断基準として、「旧機那サフラン酒製造本舗」供用開始から 3 年目の R14 年の実績において、主要 KGI の達成見込が目標値の 30% を下回り、かつ改善傾向が認められない場合には、事業スキームの見直しまたは縮小に着手するものとする。

【本プラン担当部署】

長岡市観光・交流部観光課