

『大山恵みの里づくり計画』の策定にあたって

大山恵みの里づくりプロジェクト推進会議

委員長 赤 川 哲 夫



この1年間、『大山恵みの里づくりプラン』の策定に向けて、農林漁業・観光商工業等の各種団体の代表者に鳥取県や大山町の関係職員を交えて、十数回に亘って大山町の振興策を協議してまいりました。なかんずく、全体会議やブランド産品部会、観光交流部会、大山価値向上部会でそれぞれの委員の方々から大変有益なアイデアをたくさん出していただきました。最終的には、コンサルタントの専門的な意見を加えた上で、向こう3年間の取り組みを提言としてとりまとめ、山口隆之大山町長に計画書を提出いたしました。

この間、大山博労座周辺を会場としたからす天狗市での賑わいの創出や、ボランティアガイド養成講座修了者による来訪者へのおもてなしにも取り組んできました。これらの活動を通して、町民や町内団体の相互理解と連携も深めることができたと考えています。

しかし今、大山町で生活を営む一人ひとりの皆様が、歴史に育まれた“大山の恵み”に感謝して、今ある物や心に更なる磨きをかけ、持ち味を充分に発揮していかなければなりません。そして社会の一隅を照らしながら、次代に引き継いでいただくよう願うものです。

最後になりましたが、本計画づくりに参画いただきました委員各位のご労苦に対し、深甚なる謝意を表する次第です。有難うございました。

目 次

1. 計画の背景	1
2. 地域資源	2
3. 地域資源の再評価シート	7
4. 計画の基本理念	8
5. 計画の目標	11
6. 計画の実現に必要な組織づくり	12
7. 目標達成に向けた施策	14
(1) 魅力を高める	14
(2) 交流人口を増やす	20
(3) 雇用と所得を増やす	27
(4) 情報を発信する	33
(5) 人材を育む	35
8. 町活性化のグランドデザイン	37
9. 策定経過・策定委員名簿	38

1. 計画の背景

(1) 大山恵みの里構想の実現

大山から日本海までの豊かな自然環境、恵まれた農林水産業の生産環境や観光交流環境、さらには大山に抱かれながら培われてきた歴史や暮らしの文化等を大山の恵みとして位置づけ、大山町の貴重な地域資源やこれまでの取り組みを集結し、「自然の恵み」「歴史・文化の恵み」「人・心の恵み」「農と食の恵み」を活かし、高めながらまちづくりに取り組む。

(2) 大山恵みの里構想(大山町総合計画のシンボル事業)

【自然の恵み】

- ・豊かな自然を守る循環型システムの確立（自然エネルギーの導入：風力、バイオマスによる発電）
- ・豊かな自然と共生する体験交流事業の展開（地域資源を活かした体験交流プログラム、高齢者人材の能力発揮）

【歴史・文化の恵み】

- ・歴史・文化の拠点づくりとネットワーク化（大山の歴史文化拠点の充実、多様な歴史文化資源の連携）
- ・自然・歴史・文化を学び楽しめる環境づくり（自然・歴史・文化の情報発信）

【人・心の恵み】

- ・特色ある学習環境を活かした地域の人材づくり（地域資源を活かしたふるさと学習、環境教育の推進）
- ・心と体の健康づくりによる安心の暮らし環境の充実（温泉やスポーツ等による健康づくりや介護予防）

【農と食の恵み】

- ・営農体制の充実と地域資源を活かした食づくり
（大山ブランドを活かした食の開発：特産品加工施設の拠点化と連携強化、健康食の開発、低農薬・有機栽培の促進）
（農業サポートセンターの開設：集落営農強化、担い手育成、新規就農支援、農作業委託、農地有効活用）
- ・安心の食を提供する地産地消の仕組みづくり
（地域の食材と大山ブランドを活かした商品の開発、製造、流通、販売）

【実現に向けた環境整備】

- ・人、自然、文化、産業が循環し交流する拠点空間の整備
（大山恵みの里総合交流拠点施設の整備）
- ・交流の軸となる道路網の整備（山陰道の整備促進）
- ・大山恵みの里構想推進の体制づくり（産業振興センターの設立、プロジェクトチームの設置）

2. 地域資源

(1) 自然と歴史

大山町は、秀峰大山から日本海に向けて扇状地が広がり、海拔 0m から 1,700m まで海と山のすべてを有しており、地形・気象・景観・動植物など多様な魅力が詰まった自然環境を有している。

大山隠岐国立公園「大山」は中国地方最高峰であり、その雄大な景観はもとより、特別天然記念物に指定されている大山キャラボク純林をはじめブナの自然林や山野草等の植物、野鳥や昆虫などを含めて、かけがえのない自然資産である。

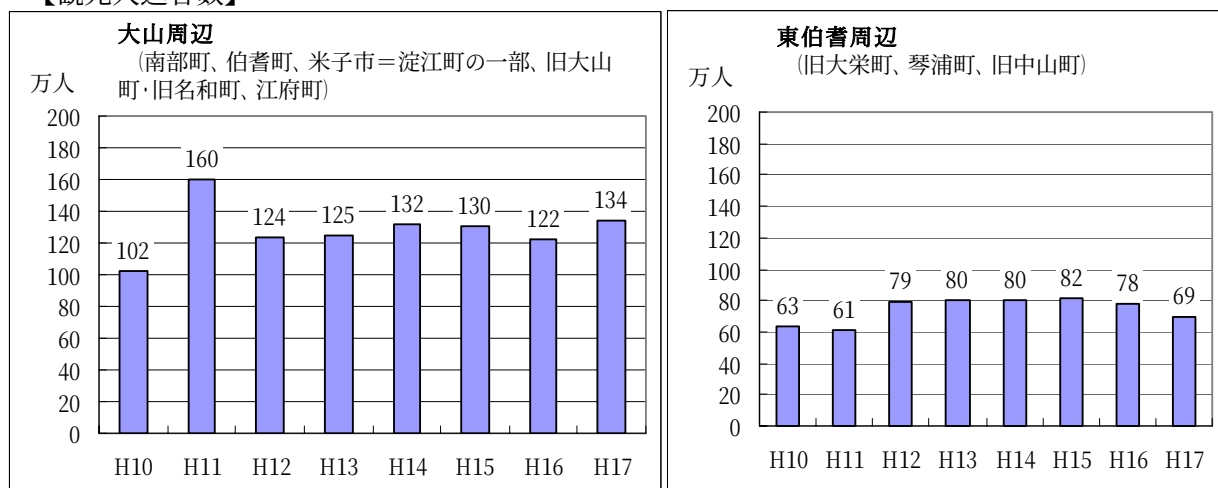
また、日本最大の弥生遺跡である妻木晩田遺跡や大山寺周辺に点在する神社や寺院、名和長年を祀る名和神社や後醍醐天皇にまつわる伝説の地、山陰地方最古の曹洞宗の名刹退休寺など、貴重な史跡が町内各所に残されており、歴史的・文化的資産も豊富である。

(2) 観光地としての大山

大山周辺には、現在、年間約 134 万人（県内シェア 14.6%）の観光客が訪れている。近年は減少傾向が続いていたが、駐車場無料化や二次交通等の取り組みの結果、平成 17 年は増加に転じた。また、中山地域を含む東伯耆周辺には年間約 69 万人（県内シェア 7.5%）が訪れている。

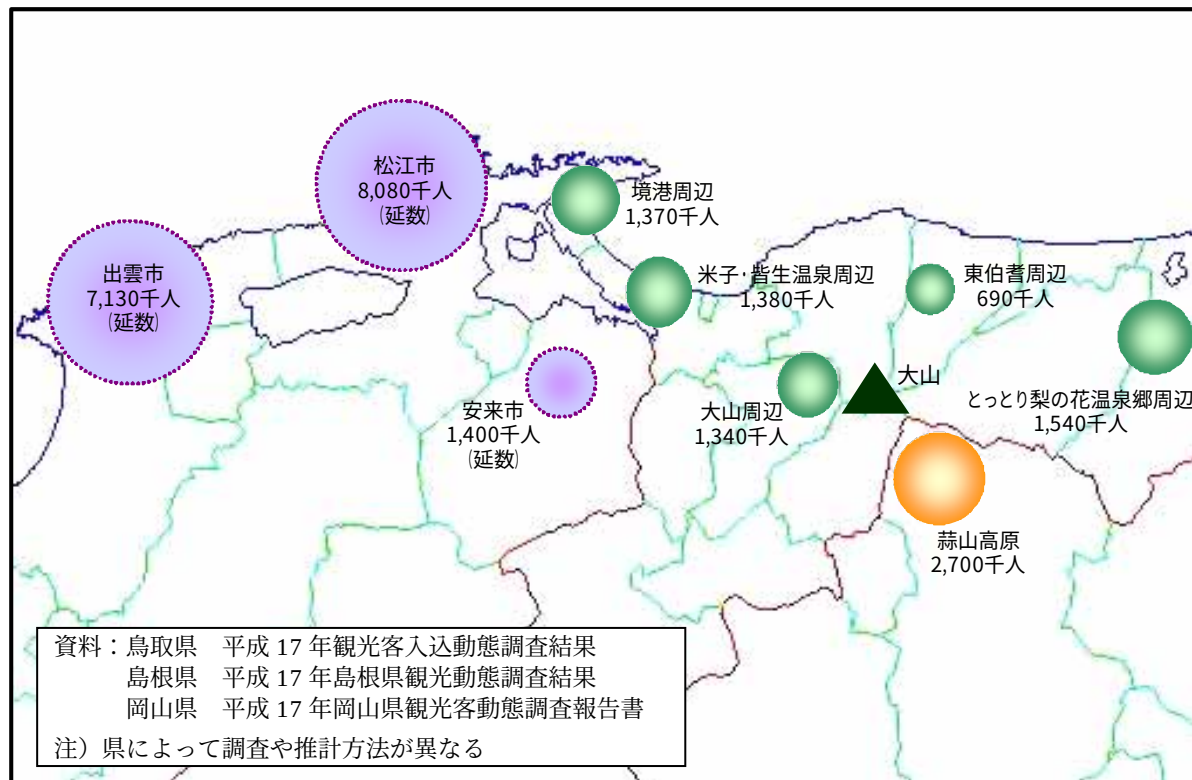
大山周辺のほか島根県の宍道湖・中海圏域や岡山県の蒜山高原を含む広域エリアへの観光客数は、各県の公表数値を積み上げると年間 2,400 万人を超えている。このことから、町内はもとより周辺地域との連携やネットワーク化によって、町内への観光客・来訪者数が大きく飛躍する可能性があると考えられる。

【観光入込客数】



資料：平成 17 年観光入込動態調査（鳥取県）

【(参考) 大山・中海・宍道湖・蒜山高原エリアにおける観光客の動向】



(3) 産業

① 農業・農畜産加工

町内の経営耕地面積と農業産出額はともに県下 2 位の規模である。また、畜産においても乳用牛、肉用牛、豚、鶏それぞれの飼養規模は県下トップクラスである。

農業産出額について、旧町別に品目別構成比をみると、大山では乳用牛 (32.2%)、米 (26.8%)、野菜 (14.9%)、名和では豚 (37.9%)、鶏 (19.3%)、中山では野菜 (21.9%)、乳用牛 (21.6%)、果実 (15.2%) となっており、それぞれ主要品目が異なることから、町全体として野菜・畜産・米のバランスがとれた構成となっている。

町内における主要品目として、果実では、鳥取県が収穫量日本一の二十世紀梨の栽培が町内でも盛んであるほか、町内には約 6 ヘクタールと西日本最大規模を誇る低木のわい性りんご団地がある。野菜では、大山の肥沃な土壌で育つ白ネギの生産が盛んであるほか、京阪神市場に出荷しているブロッコリーは西日本有数の産地である。また、大山山麓の丘陵地で無農薬・有機農法による茶葉が生産されており、特に国内産紅茶としては有数の産地である。畜産では、大山のすそ野における鳥取和牛の飼育が盛んである。

農畜産加工では、加工グループ等による地元産の野菜や果実を加工したタレ、ジャム等の製造や、搾り立ての生乳を加工した乳製品が製造されている。

このほか、鳥取県特別栽培農産物の認証や有機 JAS 認定を受けた生産者による付加価値の高い米づくり、ブルーベリー狩りやりんご狩りなどが楽しめる観光果樹園などの取り組みがある。

【農家数および農業者数】

総農家数 (戸)	販売農家数 (戸)	農家就業人口 (人)	基幹的農業 従事者数 (人)
2,760	2,190	3,631	2,842

資料:2005 年 農林業センサス

【畜産の状況】

乳用牛

飼養戸数 (戸)	飼養頭数 (頭)
64	3,180

肉用牛

飼養戸数 (戸)	飼養頭数 (頭)
91	2,150

豚

飼養戸数 (戸)	飼養頭数 (頭)
10	32,100

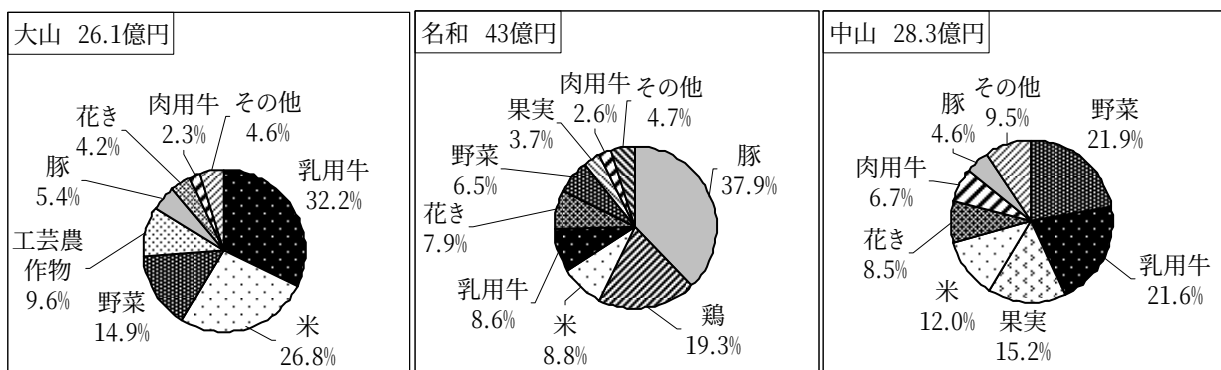
鶏

飼養戸数 (戸)	飼養羽数 (100羽)
3	773

資料:平成 17 年 畜産調査

【農業産出額 (単位:千万円)】

区分 (旧町単位)	農業 産出額	耕種	畜産	加工 農産物
大山町	261	154	107	-
名和町	430	χ	294	χ
中山町	283	χ	93	χ



資料:平成 16 年 生産農業所得統計

② 漁業・水産加工

町内には御来屋漁港があり、ハマチ、アジ、サワラ、カマス、タイなどが水揚げされる。定置網漁では魚が生きのまま水揚げされることから、鮮度の良さには定評がある。また、海草類や貝類が豊富で、特にサザエ、ワカメ類の漁獲量は県下一である。

水産加工では、天然物のウニの加工製品が年間を通じて出荷されているほか、山陰地方でしか製造されていない採りたてのわかめを乾燥した板わかめなどが製造されている。

【漁業の状況】

経営体数	漁業就業者数 (人)	漁獲量 (t)	漁獲金額 (万円)
104	141	1,333	47,333

【大山町・魚種別漁獲量の県内シェア】

魚種別	鳥取県	大山町	県内シェア	順位
さざえ	231	150	64.9%	1位
わかめ類	105	50	47.6%	1位
その他の水産動物類	191	72	37.7%	2位
さわら類	187	57	30.5%	1位
その他の海藻類	14	2	14.3%	3位
たい類	136	17	12.5%	3位
ぶり類	7,407	912	12.3%	2位

資料：平成 16 年 鳥取農林水産統計年報

(4) 地域資源の分析

★全国に誇る貴重な自然環境と豊富な歴史資源

大山隠岐国立公園にある大山は、景観や動植物を含めて、全国に誇るべきかけがえのない自然資産である。同時に、町内各所に弥生時代から今日までの地域の営みを今に伝える貴重な史跡が数多く存在しており、歴史資源も豊富である。これらの資源を大切に守り、活かし、その価値を高めながら町内外へ伝えていくことが必要である。

★大山周辺の観光客数は減少傾向から上向きへ

大山周辺の観光客数は、平成 12～16 年まで連続して減少し、深刻な減少・衰退傾向と受け止めざるを得ない状況が続いていたが、二次交通の充実や駐車場無料化などを実施した平成 17 年には 134 万人と上向きに転じた。大山周辺を囲む穴道湖・中海・蒜山高原までの広域エリアへの既存の来訪者規模を考えると、大山周辺への観光入込客数の潜在的可能性はさらに拡大すると考えられる。

★県内農業トップクラスの主要産地

農業は、経営耕地面積・農業産出額は鳥取市について 2 位、乳牛・肉牛・豚・鶏の畜産はいずれも県内トップクラスと、大山町は米・野菜・畜産のバランスがとれた鳥取県を代表する主要産地に位置づけられる。二十世紀梨、りんご、白ネギ、ブロッコリー、和牛などの主要産品、ブルーベリーやお茶・紅茶、乳製品、加工グループによるジャム、タレなど豊富な特産品。これらをさらに磨き上げて、競争力を高めることが期待される。

★県内さざえ・わかめのナンバーワン産地

御来屋漁港を中心として漁獲されるさざえ・わかめは、それぞれ県内シェア 65%・48%とナンバーワンの位置にある。さらに、山陰地方特有の食文化である板わかめや天然物のウニ加工品などもある。これだけのシェアや名産品を持ちながら産地としての知名度は低く、こうした資源の活用が期待される。

3. 地域資源の再評価シート

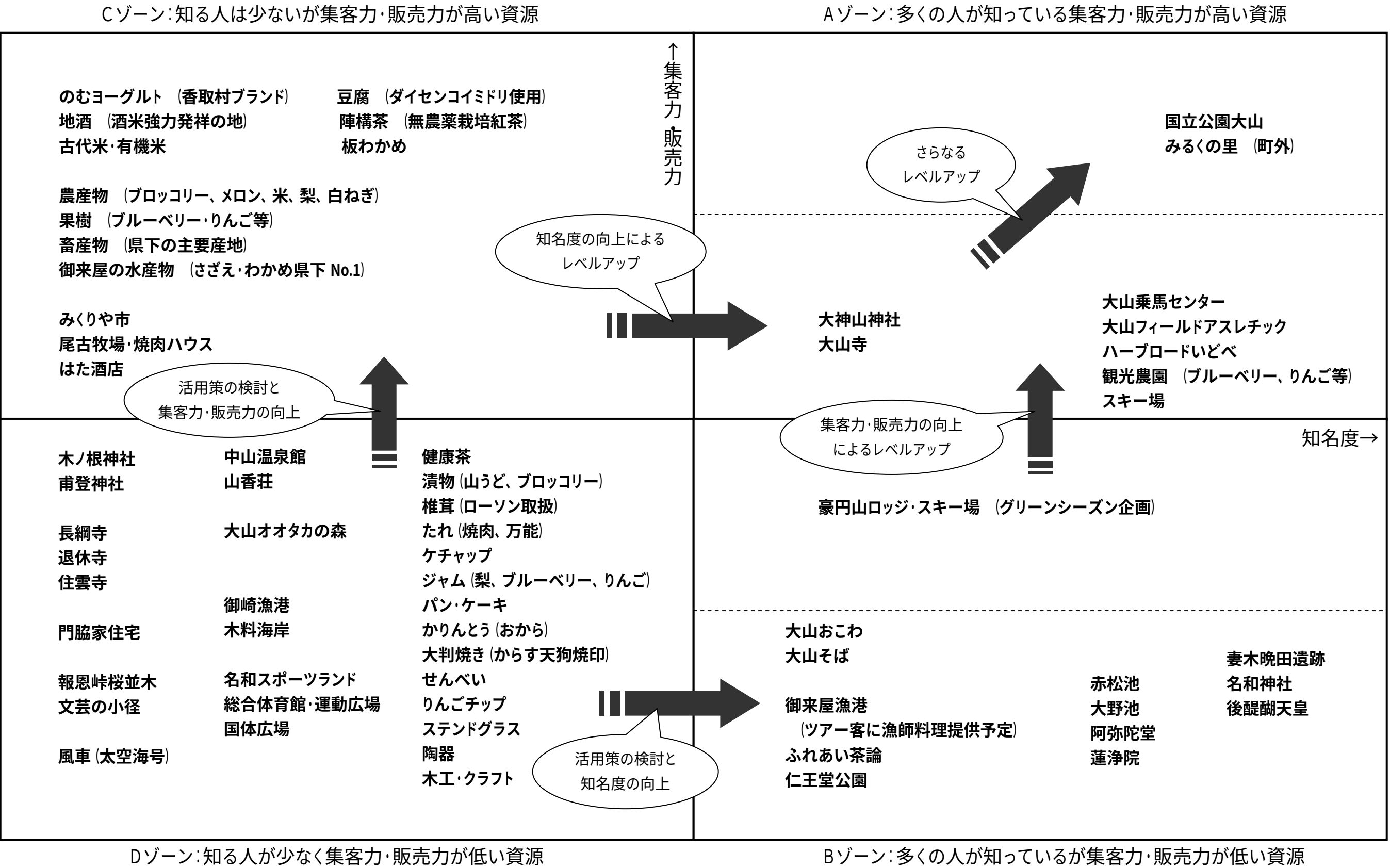
※町内の主な地域資源の現状について、対外的な「知名度」と「集客力・販売力」の2つの視点から、A～Dの4つのタイプに分類した。

Aゾーン: 知名度があり一定の集客力・販売力をもつことから、さらなるレベルアップが期待される

Bゾーン: 知名度は高いが期待される集客力・販売力をもっていないことから、魅力を高めてレベルアップが必要

Cゾーン: 対外的な知名度は低いが一定の集客力・販売力がある(期待される)素材であり、知名度の向上によるレベルアップが必要

Dゾーン: 資源の魅力を引き出す活用策を検討して、「知名度」と「集客力・販売力」の両面を高めてレベルアップする必要がある



4. 計画の基本理念

(1) 現状認識

① 自然・歴史

○私たち町民は、大山から日本海までの恵まれた自然環境や歴史文化、まちづくり等に対して、その資源や魅力を改めて見直し、一人ひとりが地域の良さに気づくことが必要である。

○そして、あらゆる世代の町民が、自然環境の保全、歴史文化の継承、そして大山での遊び等を通じて、大山のもつ価値を一層高めるさまざまな活動に参画することが重要と考える。

○身近な地域をまるごと舞台としてとらえ、全国に誇るべき恵まれた地域特性を活かして、資源活用型の産業育成や新たなビジネスの開発に取り組んでいくことが必要である。

② 農林水産業・特産品

○県内トップクラスの農業産地であり水産品にも恵まれている本町においては、農林水産品の生産拡大や販売増加を図るために、生産者や団体、法人等の連携した取り組みが必要である。

○既存の農林水産品について、いかに付加価値を高めて競合産地に対する優位性を確保するかという視点から取り組みの強化が必要である。

○なかでも、大山という価値や知名度を活かした地域ブランドの確立は、農林水産品はもとより農産加工や特産品、工芸品等の販売面において重要な役割を果たすものと考えられる。

○また、地域の農林水産物や特産品等の「地元のもの」を「自ら売る」という強い信念のもと、消費者の声を反映しながら商品に磨きをかけて、徹底して売り込むという機能が求められる。

○消費者や市場の支持を得て売れ続けることこそが、地域に雇用と所得をもたらし、後継者が育つ循環をつくり出す。

③ 観光

- 国立公園大山の知名度は依然として高くその魅力は誰もが認めるところであるが、観光地としては著しく魅力を低下させているといわざるをえない。
- 町内に観光名所や名物があっても見直しをせず、マンネリ化していることから客離れが続いている状況を直視し、自らが本気になって磨き直すことから始まる。
- お客様や来訪者のニーズに充分に対応しないまま、サービス向上や施設リニューアルにも取り組まない施設や事業者が居続ける限り、その観光地にはもう誰も行かない。
- 個々（施設や企業、グループ等）の活動や魅力を磨き上げれば、観光ルート化も広域観光化も可能となるが、単に名所・旧跡を結んだだけの観光ルートは何の魅力も価値もない。
- 地域づくり・まちづくりを起点とする観光地形成が求められている今日、地域住民、生産者、観光業者、NPO、行政等が連携して、共通の目標に向かって、地域活動に取り組む気運醸成や意識改革が必要不可欠とされる。

☆脱・観光地を認識・共有すべき 「大山」だけで人が来る時代は終わった

→ 「大山に来て〇〇をする」時代へすでに変わっている

☆人ありきの観光地域をめざす 名所・施設と業者だけの観光は魅力なし

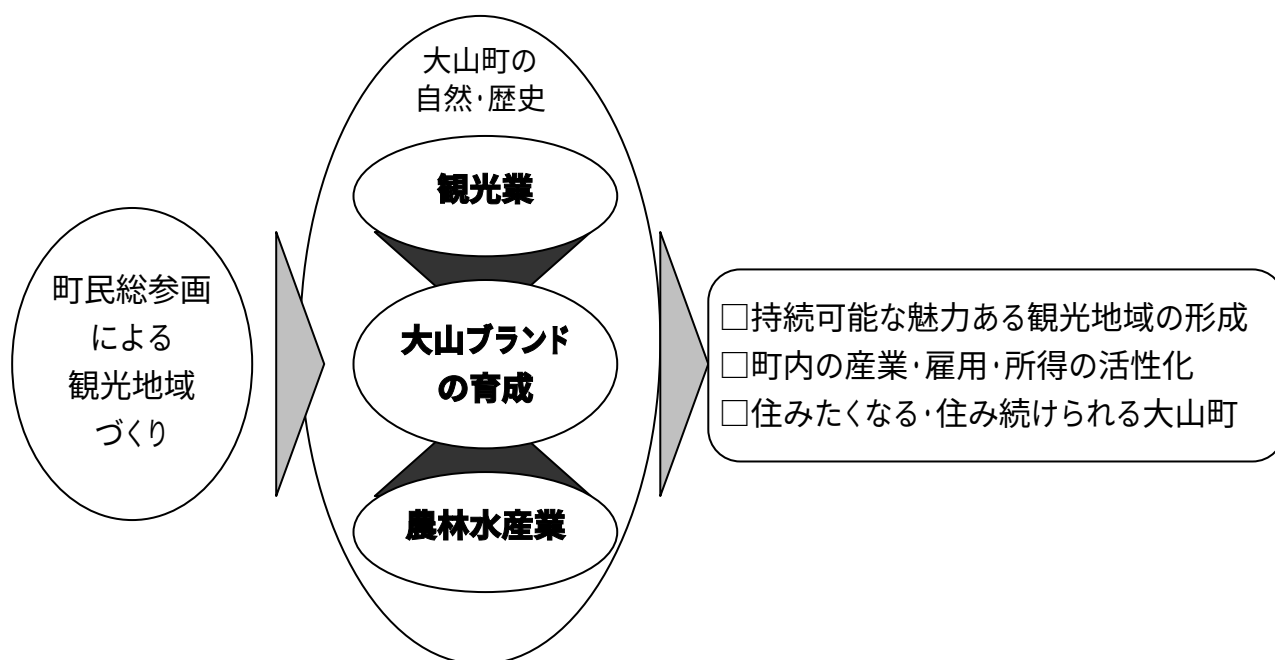
→ 「住民主導による観光地づくり」にこそ、大山の未来がある

(2) 計画の基本理念

★大山をシンボルとする観光地域づくりによる産業・雇用・所得の活性化

☆秀峰・大山をシンボルとして、大山町の自然・歴史を背景としたさまざまな資源の価値や魅力を引き出し、全町的な観光地域づくりに結びつける。

☆観光業と農林水産業を基幹産業として、大山ブランドの育成を図ることにより、産業・雇用・所得の活性化をめざす。



(3) 計画の基本姿勢

☆「品質革新」 ～あらゆるものの品質の磨き上げに取り組む

☆「資源連携」 ～多様な地域資源の価値を連携させる

☆「公民協働」 ～ともに意識を変える・まずやってみる

5. 計画の目標

(1) 魅力を高める

〔目標達成のための基本方向〕

- 大山から日本海まで「町民総参画による環境保全活動の展開」
- 観光・大山の顔である「大山寺参道・アルペンライン地域の再生と魅力向上」
- 山陰道を活用した「観光・物産等の総合的な拠点づくり」

(2) 交流人口を増やす

〔目標達成のための基本方向〕

- 体験観光の指南役となる「観光ガイド機能の確立・強化」
- 豊富な資源を活用した「体験観光の商品造成・販売の強化」
- スノースポーツや登山、温泉等を活かした「スポーツ・健康づくり旅行商品の開発」
- 山陰道と連携する「観光交流に必要なインフラの整備」

(3) 雇用と所得を増やす

〔目標達成のための基本方向〕

- ブランド育成と有機農業による「農産物の高付加価値化」
- 加工団体等の連携強化による「特産品・料理・商品の磨き上げと供給力強化」
- 農林水産品等を開発・販売する「産地商社機能の確立」

(4) 情報を発信する

〔目標達成のための基本方向〕

- 大山観光のガイド機能強化に向けた「情報提供システムの確立」
- 大山ブランドの価値向上に向けた「地域団体商標の取得」

(5) 人材を育む

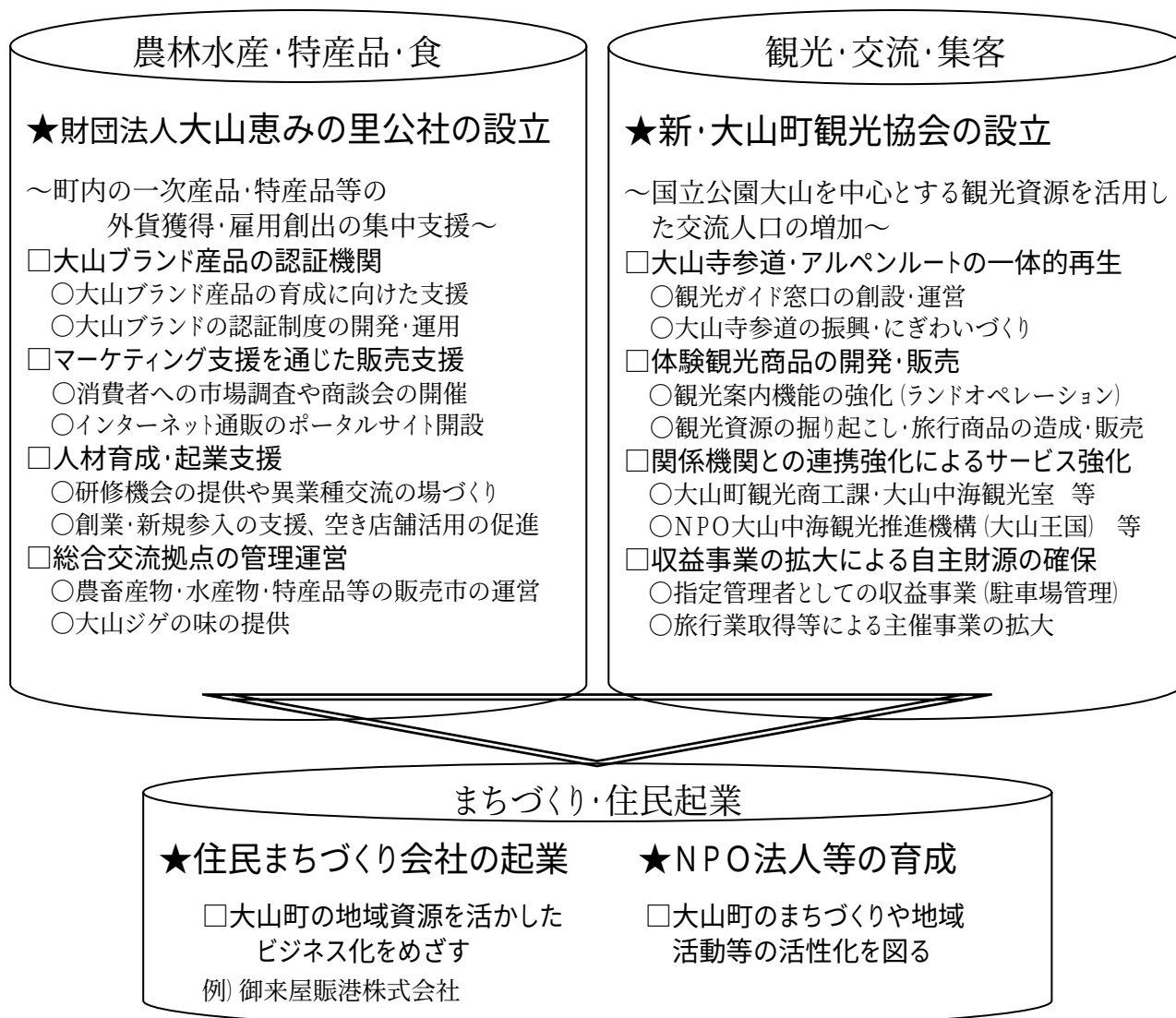
〔目標達成のための基本方向〕

- 大山を学び未来を創造する人材育成の場とする「大山学の提唱・普及」
- 都市シニア世代の町内移住を促進させる「大山移住支援制度の創設」

6. 計画の実現に必要な組織づくり

□基本的な考え方と組織体制

- 本計画の実現に向けては、民間や住民の活動を牽引する機関が必要と考えられる。
- 特に、「観光・交流・集客」と「農林水産業・特産品・食」の2つの領域が、両輪のごとく駆動することにより、大山のもつ魅力の向上と産業・雇用・所得の拡大が図られる。
- 第1は、公民協働により(仮称)「財団法人大山恵みの里公社」を設立することをめざす。
目的は、大山町の農林水産業や特産品、工芸品、土産物、食産業等の競争力を強化して、外貨獲得と雇用創出である。そして目的達成に向けて、公民協働体制のもと大山町の総力を結集して活動＝本気になって汗を流すことが必要である。
- 第2に、新たな観光協会の設立をめざすことである。広域的な連携のもと、大山町の観光交流の発展と集客の増加に向けて活動するものと位置づけられる。
- 最終的には、住民によるチャレンジ＝起業化による経済活動を通じて、雇用と所得の創出を得ることへの挑戦が必要とされる。



□関係団体(者)の協力体制の確立

★信頼関係の構築による事業展開の円滑化

【町内の主な関係機関】

- 農業:鳥取県大山農業改良普及所・JA鳥取西部汗入営農センター
- 林業:大山森林組合
- 水産業:鳥取県漁業協同組合御来屋支所・中山支所
- 商工業:大山町商工会

【町外の主な関係機関】

- 鳥取県西部県民局大山中海観光室
- NPO法人大山中海観光推進機構(大山王国)

7. 目標達成に向けた施策

(1) 魅力を高める

① 大山から日本海まで「町民総参画による環境保全活動の展開」

[現状・課題]

- 国立公園大山においては、一木一石運動をはじめさまざまな環境保全活動が住民や登山者を中心に取り組まれてきた。本町には、森林や河川、そして日本海等の多様で豊かな自然が残されており、全町を視野に入れた環境保全活動が必要と考えられる。
- これからの観光地域づくりは、既存の観光地だけでなく、自然環境や景観、農村漁村の暮らしぶり、生産現場の様子など地域全体をまるごと舞台として、町民総参画による全町的な取り組みが必要不可欠となる。

[取り組みイメージ]

- 大山から日本海に至る町内全域を対象として、森や川、また生物等の自然保護や環境再生活動に町民総参画により取り組む。
- 大山町環境の日を制定し、町民自ら環境に対する意識醸成を図る機会とする。
- 現在取り組んでいる景観や花づくり活動を継承しながら、町内全域において身近な地域や組織で取り組む景観づくりや花の名所づくりを展開する。
- 景観を活かした集客や四季を通じた彩りの演出等に結びつけ、景観に対する意識づくりや町全体の景観の向上を図り、景観条例の制定をめざす。

[施策内容]

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
町民協働による環境保全事業	H19	・既存の環境保全活動の点検、評価 ・町民総参画の環境保全活動の実施 ・大山町環境の日の制定(大山から日本海の保全)	民間組織 企画情報課 まちづくり推進課
	H20	・推進母体となる住民組織の設立 ・協働による環境保全活動 ・環境保全意識の醸成、意識啓発	
	H21	・H20年の活動継続	

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
全町景観づくり推進事業	H19	・既存組織による取り組みの点検、評価 ・花づくりコンクールの推進	民間組織 企画情報課 まちづくり推進課
	H20	・推進母体となる住民組織の設立 ・一自治会一ガーデン運動の展開	
	H21	・大山町景観づくりコンテストの実施 ・大山町景観条例の制定	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
環境保全活動の参加人数 (年間延べ)	2,500 人	10,000 人
大山町景観づくりコンテストの開催	—	毎年開催
一自治会一ガーデン運動の参加数 (花づくりコンクール)	10 団体	50 団体

② 観光・大山の顔である「大山寺参道・アルペンライン地域の再生と魅力向上」

〔現状・課題〕

- 現在、大山寺参道周辺は空き店舗等の増加や旅館・店舗の老朽化等にもない活力が低下し、来訪者の減少が続いており、参道の魅力は著しく低下している。
- 大山寺参道エリアにおいては、街なみ環境整備がすでに完了しており、今後は大山寺周辺のスキー場エリアも含めた全体的な魅力づくりが必要とされている。特に近接するアルペンライン沿道における建物修景や案内板の設置、公園等の整備が求められている。
- 大山寺参道・アルペンライン周辺地域は、全国に誇るべき豊富な自然資源や歴史資源、レジャー資源がありながら、滞在時間の延長やリピート客の獲得につながる「飲食・物販・体験・宿泊」等の魅力あるサービスが不足している。

〔取り組みイメージ〕

- 大山寺参道の歴史的街なみに加えて、アルペンラインやスキー場を中心としたリゾートタウンとしての街なみ整備を行うことによって、「歴史的資産と自然環境を融和させた街なみ景観」という新たな魅力づくりに取り組み、一体的な再生をめざす。
- 大山寺参道エリアとアルペンライン地域を一体的に捉え、からす天狗キャラクターの活用をはじめ、「見る・食べる・泊まる・遊ぶ・学ぶ」をテーマとした「大山寺参道・アルペンラインのるるぶ化」をめざす。
- 香取、あけまの森ペンション村、県道米子大山線周辺等、大山周辺地域においても、見る・食べる・泊まる・遊ぶ・学ぶの5つのテーマで「るるぶ」化に取り組む。
- 大山寺参道やアルペンラインに散在する空き地や空き店舗を活用して、既存店舗と異なる客層をターゲットとした商品・サービスを提供する店舗、既存店舗との相乗効果が期待できる店舗等の外部からの誘致・出店を促進し、集客力の強化や新たな魅力づくりをめざす。

〔施策内容〕

②-1 大山寺参道・アルペンラインるるぶプロジェクト

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
【見る】 からす天狗キャラクターの活用	H19	・大山寺参道のコンテンツであるグーちゃんキャラクターの活用策の検討	旅館組合 参道振興会 観光協会 観光商工課
	H20	・グーちゃんキャラクターを活用したグッズや土産物、料理等の商品開発 ・グーちゃんホームページの開設	
	H21	・H20年の事業継続	
【見る】 歩きたくなる大山寺参道づくり	H19	・献灯等のイベント実施による集客活動の促進 ・街なみ環境整備事業計画（アルペンライン）の検討 ・大山寺参道の店舗内における一坪ギャラリーの開設	旅館組合 参道振興会 国土交通省 観光商工課
	H20	・街なみ環境整備事業（アルペンライン）の実施	
	H21	（地区施設整備、修景施設等の整備）	

【食べる】 大山の食の恵み づくり	H19	・大山寺参道の一店逸品運動の試作 ・大山の食研究会の開催(地産地消・大山そば・合宿向けメニュー・健康志向メニュー)	旅館組合 参道振興会 観光協会 観光商工課 産業振興課
	H20	・各店舗の一店逸品宣言の実施と情報発信(お客さまや来訪者への魅力づくり) ・地元食材供給による地産地消の仕組みづくり ・地域団体商標「大山そば」認定の店づくり ・地域団体商標「大山そば」の取得	
	H21	・大山寺参道とアルペンラインの店舗、旅館等が連携した大山食の恵みフェスティバルの開催	
【泊まる】 テーマ性のある 大山の宿づくり	H19	・特色のある宿づくりの検討(例:食事+体験+癒し) ・旅館や民宿の経営統合や協同組合化等の検討 ・学生を対象とするスポーツや文化サークル等の合宿の営業強化と受入態勢の充実	旅館組合 観光協会 観光商工課
	H20	・「大山の宿泊プランコンテスト」の実施 (あなたが泊まりたい大山の宿泊プランの公募) ・提案案件の商品化、販売 ・旅館や民宿の施設サービスの品質向上	
	H21	・H20年の事業継続	
【遊ぶ】 大山アート 発見の場づくり	H19	・空き店舗を活用した大山アートギャラリー展の開催 ・工芸体験ができる大山クラフトショップの開設検討(工芸体験道場)	旅館組合 参道振興会 観光協会 観光商工課
	H20	・工芸体験の作家、指導者等の確保 ・「大山クラフトショップ」の開設	
	H21	・「大山クラフト大賞」の創設(大山の恵みを活かした作品を公募、選定)	
【学ぶ】 大山の自然や 歴史を学ぶ	H19	・大山自然歴史館と連携して企画展の実施 ・学芸員や登山ガイド、ボランティアガイド等の連携による大人の修学旅行の企画検討	旅館組合 参道振興会 観光協会 観光商工課
	H20	・大人の修学旅行の実施	
	H21	・H20年の事業継続	

②-2 大山周辺地域るるぶプロジェクト

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
大山周辺地域の開発	H19	・香取地区、あけまの森ペンション村、県道米子大山線周辺のるるぶ化の検討(見る-食べる-泊まる-遊ぶ-学ぶ)	民間組織 観光協会 観光商工課 産業振興課
	H20		
	H21		

②-3 大山寺参道での起業促進

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
大山寺参道周辺の空き店舗や空き地の活用	H19	・空き店舗、空き地の詳細調査と活用方策の検討 ・試験的な活用の実施(イベント、期間限定等) ・店舗や家の権利流動化システムの研究 ・賃貸可能な店舗や家の確保	民間組織 観光協会 観光商工課
	H20	・「空き家・空き店舗チャレンジショップ」事業の実施 ・町内外からの公募と誘致活動の展開 ・官民連携による店舗選定委員会の設置	
	H21	・来訪者満足度調査の実施	

(活動指標)

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
グーちゃんキャラクター関連グッズの商品数	1	10
地域団体商標「大山そば」提供店	0	5
一店逸品宣言の店舗数	0	15
旅館・民宿の年間合宿利用客数	1万8千人	3万6千人
空き家・空き店舗チャレンジショップの店舗数	0	6

③ 山陰道を活用した「観光・物産等の総合的な拠点づくり」

〔現状・課題〕

- 大山町への来訪者に対して、円滑な情報提供の場や町内の農林水産物・特産品等を販売する魅力ある拠点施設が不足している。
- 山陰道の整備・延伸にともない、町外から増加が見込まれる交流人口や一層の広域的な観光振興において、外貨獲得を視野に入れた具体的な活用方策が必要な段階である。

〔取り組みイメージ〕

- 山陰道の開通にともない、近隣地域や都市圏からの交通利便性が飛躍的に高まることから、町の観光情報の発信や町内産品の販売等を行う拠点施設を整備し、**大山観光への玄関口となる観光・物産等の総合的な拠点づくり**をめざす。
- 拠点施設の運営にあたっては、**住民と行政の協働運営**のもと特産品販売や体験観光等の産業・雇用・所得の増加を目指し、町全体へのさまざまな波及効果の創出をめざす。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
観光・物産・情報の総合的な拠点整備	H19	・拠点施設整備 ※名和インターチェンジ開通予定	地域整備課 観光商工課 企画情報課 観光協会
	H20	・拠点施設整備 ・観光情報の発信	
	H21	・施設の管理運営	
住民と行政の協働運営の確立	H19	・拠点施設運営協議会設立準備会	観光商工課 企画情報課
	H20	・拠点施設運営協議会設立	
	H21	・施設の管理運営	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
総合的な拠点施設の利用者数	0	20 万人
総合的な拠点施設の販売額	0	36,000 千円

(2) 交流人口を増やす

① 体験観光の指南役となる「観光ガイド機能の確立・強化」

[現状・課題]

- 大山町の多様な魅力を来訪者に伝え、付加価値をつけて提供するための体験型の商品やサービス、そして人材やシステムが不足している。
- 大山の登山・トレッキング以外は、体験観光における案内・指導・解説といったガイド機能が不十分な状況である。

[取り組みイメージ]

- 大山町の資源について町民が学ぶ機会を設け、安全に、楽しく、地元ならではの話や体験を通じて、その魅力を観光客や来訪者に伝えるボランティアガイドを育成・確保する。
- 既存の活動組織や人材リスト等を活用しながら、町内での実施が考えられる様々な体験観光において、専門的な案内や指導、解説等を担当する体験観光インストラクターを育成・確保する。
- 人材の認定・登録や派遣方法・料金等の制度を確立した上で、受入窓口を観光協会に設け、観光客等の要請に応じた派遣を実施する。
- ボランティアガイドやインストラクターによる案内・指導を組み込んだ各種の体験型旅行商品の開発を行い、観光ガイド機能の普及と利用促進を図る。

[施策内容]

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
観光ボランティアガイドの育成・確保	H19	・ガイドコースの設定と組織化 ・認定・登録・派遣・料金等の制度化と受付窓口開設 ・人材養成、スキルアップ講座の実施	観光協会 観光商工課
	H20	・人材養成、スキルアップ講座の実施	
	H21	・外国人観光客への対応準備	
体験観光インストラクターの育成・確保	H19	・専門的人材調査の実施とデータベース化 ・既存サービスとの連携方策の検討	観光協会 観光商工課
	H20	・体験観光インストラクター育成講座の実施	
	H21	・外国人観光客への対応準備	
大山登山ガイドの活用	H19	・既存ガイドクラブとの連携	観光協会 観光商工課
	H20	・大山登山ガイドの育成、確保	
	H21	・H20年の事業継続	
マリンレジャー体験指導者の育成	H19	・日本海を使った体験指導者の検討	観光協会 観光商工課
	H20	・シーカヤック等の指導者養成	
	H21	・H20年の事業継続	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
観光ボランティアガイド養成講座の開催数	年 1 回	年 2 回
同 累計受講者数 (修了認定)	23 人	60 人
体験観光インストラクター養成講座の開催数	0	年 5 回
同 累計受講者数 (修了認定)	0	30 人

② 豊富な資源を活用した「体験観光の商品造成・販売の強化」

〔現状・課題〕

○町内における豊富な地域資源がありながら、大山での体験観光を提供する商品・サービス・仕組みが不足している。

○体験観光の商品を企画・提供するための人材・システム・ノウハウ等が不足している。

〔取り組みイメージ〕

○大山登山やトレッキング、自然観察や木工体験、郷土料理や食品加工の食体験、定置網や農作業体験など、海から山までの豊富な資源や実際の生産・製造現場等を活用した町内100体験観光プログラムづくりをめざす。各プログラムにはボランティアガイドやインストラクターによる案内・指導等を取り入れ、試食会や試験受入等を経て商品化を図る。

○観光農園の宣伝や農産物を利用した観光宣伝を通じて体験観光のPRに取り組む。

○「御来屋賑港(株)」の取り組みをモデルケースとして体験観光の受入希望者等に対する情報提供等を行い、体験観光の商品造成、販売、受入を担う住民まちづくり会社や NPO 法人等の設立を促進する。

○旅行代理店を通じた販売の継続実施に加えて、体験観光のPRや新たな販路開拓を積極的に行う。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
体験観光の商品開発	H19	・漁村体験観光受入の開始 ・体験観光商品の開発、試験受入の実施 ・観光農園の営業強化、受入拡大（ブルーベリー・りんご等）	民間組織 観光協会 観光商工課 産業振興課
	H20	・体験観光商品の販売強化、パンフレット等の作成 ☐ 自然体験・環境学習 ☐ 歴史文化体験 ☐ スポーツ・アウトドア体験 ☐ 農業・漁業等の生産体験 ☐ 郷土食・農産加工体験 ☐ 工芸・クラフト体験 等 ・体験観光の運営母体の設立、運営支援	
	H21	・体験観光プログラム100の商品化	
体験観光の販売強化	H19	・既存旅行代理店を通じた販売促進 ・大山王国と連携した体験観光のPR、販売	民間組織 観光商工課 産業振興課
	H20	・観光協会における旅行代理店の事業化 ・体験観光のPR、販売の専従スタッフの確保	
	H21	・体験観光のPR、販売	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
体験観光プログラム(メニュー)数	—	100
体験観光受入民間団体数	—	50 団体

③ スノースポーツや登山、温泉等を活かした「スポーツ・健康づくり旅行商品の開発」

〔現状・課題〕

- 少子高齢化の進展や登山・トレッキングブームの高まりを背景に、中高齢者の来訪が増加している地域特性を活かして、健康づくりへの効果が想定される商品やサービスの提供が求められている。
- 大山をはじめとする自然資源や地域イメージを含めて、シニア向けの商品開発の可能性がある。

〔取り組みイメージ〕

- ゲレンデを利用したクロスカントリーや雪を利用した軽スポーツなど、立地環境や自然環境の特性を打ち出したスポーツ旅行商品の開発やスポーツ大会の開催・誘致をめざす。
- 生活習慣病の予防やメンタルヘルスケアの視点から、史跡を巡るフィットネスウォーキング、ブナの原生林での森林浴、低カロリーの食事等を取り入れたスポーツ・健康づくり旅行商品の開発をめざす。
- 旅行商品の開発においては、運動効果やセラピー効果について大学・研究機関等の専門機関との連携を図り、脂肪燃焼率や心拍数等のデータ測定・分析、実証実験等を行い、旅行商品の普及・PRに結びつける。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
高地トレーニング 合宿商品の開発	H19	・クロスカントリーコースの整備、販売PR ・スポーツ合宿の満足度調査、分析	民間組織 観光協会 観光商工課
	H20	・スポーツ合宿メニューの競争力強化に向けた研究 (食事内容、トレーニング支援、メンタルサポート等)	
	H21	・スポーツ合宿の販売強化、受入態勢の充実	
スノーシュー等雪 を利用した軽ス ポーツ商品の開 発	H19	・スノートレッキングコースの開拓、整備 ・雪を活用した軽スポーツ指導者養成(雪合戦等)	民間組織 観光協会 観光商工課
	H20	・スノートレッキングの販売強化 ・大山での雪合戦大会の実施	
	H21	・H20年の事業継続	
健康志向の旅行 商品の開発	H19	・健康志向旅行商品の開発、旅行プランの試作 (フィットネスウォーキング、バードウォッチング、 乗馬、精進料理、そば等) ・健康志向旅行モニターツアーの実施 ・温泉、食、運動等を組み合わせた旅行商品の開発	民間組織 観光協会 観光商工課
	H20	・商品販売	
	H21	・商品販売	
産学官連携によ る研究開発	H19	・鳥取大学医学部等との連携による調査研究の検討	民間組織 観光協会 観光商工課
	H20	・大山を活用した健康旅行商品の科学的な検証 ・産学官民による健康志向旅行商品の研究	
	H21	・データの裏づけによる競争力強化	

(活動指標)

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
スポーツ合宿による利用者数	9,000 人	18,000 人
健康志向旅行商品のメニュー数	1	3

④ 山陰道と連携する「観光交流に必要なインフラの整備」

〔現状・課題〕

- 近隣市町村や都市圏との観光交流を促進するために、高速道路網の整備が必要である。
○町の中心的観光地である大山への道路整備や案内表示等の設置が遅れている。

〔取り組みイメージ〕

- 現在整備中の山陰道名和淀江道路の早期整備を国に働きかけるとともに、赤碕中山インターから下市間の事業化に向けた要望活動に取り組み、周辺地域はもとより都市圏からの交通アクセスを高める広域的な高速道路網の確立による都市連携軸の確立をめざす。
○町内における高速道路へのアクセス環境の向上を図り、利便性の高い交通環境を整備するため、名和淀江道路の整備に伴うアクセス道路の整備や案内標識の改良を推進する。
○大山への道路や中山温泉、名和運動公園等へのアクセス道路等、観光や産業分野において重要な役割を果たす県道等の整備や案内標識の改良を推進し、町内における観光交流軸を確立する。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
高速道路網の整備促進	H19	・名和淀江間開通・延伸区間整備促進 ・中山下市間事業化推進	地域整備課 国土交通省
	H20	・延伸区間整備促進 ・中山下市間事業化推進	
	H21	・延伸区間・中山下市間事業促進	
高速道路へのアクセス環境の向上	H19	・アクセス道路の整備 ・交通利便性の向上に向けた案内標識の改良推進	鳥取県 国土交通省
	H20	・交通利便性の向上に関する取り組み	
	H21	・H20年の事業継続	
観光地への交通アクセスの利便性の向上	H19	・道路改良工事 ・案内標識の改良	鳥取県 地域整備課
	H20	・道路改良工事	
	H21	・道路改良工事	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
案内標識の改良を必要とする箇所数	45	0

(3) 雇用と所得を増やす

① ブランド育成と有機農業による「農産物の高付加価値化」

[現状・課題]

- 近年、農産物の輸入増大等により価格が低迷し、農家経営を圧迫している。
- 県有数の観光地でありかつ農業地帯でありながら、農業と観光との結びつきが弱く、地産地消活動も未開拓といえる。
- 県下有数の農業地帯であり、地域の特性を活かして付加価値の高い物をつくろうという「大山ブランドづくり」の気運の高まりがみられる。
- 有機 JAS 認定取得団体（農業法人等）が複数あり、有機栽培等への取り組みの素地がある地域と位置づけられる。

[取り組みイメージ]

- 今後、生産者、JA、普及所、町等が連携して、ブランド育成を目指す農業者等で研究会を組織し、大山そば、地大豆、高原ブルーベリー、地どり、特裁ブロッコリー、特裁ねぎ、特産梨、手づくり加工品（ブルーベリー加工品、りんご加工品）の8品目の試作・実証を行い、特産化、高付加価値化をめざす。
- 町内の JAS 認証取得団体や取得希望者の情報交換や仲間づくり、研究等に向けた産学官の連携の場を設け、有機農業生産者の育成・支援を図り、町内の農産物生産の高付加価値化をめざす。

[施策内容]

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
大山ブランド開発支援事業	H19	・大山ブランド研究会の設立、研究開発 ・農産物の特産化、高付加価値化に向けた大山町の農産ブランド8品目の試作・実証 ①大山そば ②地大豆 ③高原ブルーベリー ④地どり ⑤特裁ブロッコリー ⑥特裁ねぎ ⑦特産梨、⑧手づくり加工品（ブルーベリー加工品、りんご加工品） ・大山黒牛のブランド化に向けた研究 ・御来屋漁港から水揚げされる水産物の高付加価値化に向けた研究 ・大山ブランドとしての生産基準の研究 □農産物 □畜産物 □水産物 □加工品・特産品 □地元料理 □土産物 等	民間組織 産業振興課 産業支援機関
	H20	・大山町の農産ブランド8品目の栽培基準の確立 ・上記製品の試作・実証・商品化 ・販路開拓、販売促進の強化 ・御来屋漁港ブランド魚の研究、基準づくり	
	H21	・上記製品の試作・実証・商品化 ・販路開拓、販売促進の強化	

有機 JAS 認証取得支援制度の創設	H19	・有機農業研究会の設立 ・認証取得希望者の現状把握 ・独自の認証支援制度の研究、創設	民間組織 産業振興課 産業支援機関
	H20	・有機農業生産者の育成、支援	
	H21	・有機農業生産者の育成、支援	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
大山町の農産ブランド品目の栽培基準	0	8 品目
大山ブランドの認証基準の確立	0	15 品目
有機 JAS 認証取得数 (申請中も含む)	3	6

② 加工団体等の連携強化による「特産品・料理・商品の磨き上げと供給力強化」

〔現状・課題〕

- 古くからある特産品や料理について類似商品が多数あり、メンバーの高齢化、生産量・供給体制の限界、活動拠点の機能不足などの共通する課題が存在している。
- 販売・利益確保までを視野に入れた商品開発や製造のための人材やシステムが不足しており、収益事業として確立できていない状況といえる。

〔取り組みイメージ〕

- 町内で生産・製造されている生鮮食品や特産品など、大山の恵みを販売・PRする「大山の恵みからす天狗市」を定期的で開催する。にぎわいの創出と同時に、出店者等で構成する実行委員会で運営することで、出店者同士の交流や情報交換の機会、対面販売を通じた商品の磨き上げや販売技術習得の機会として活用する。
- 商品の磨き上げや販売促進への意欲をもつ加工団体等を対象として、衛生管理や製造技術、商品開発、販売戦略等をテーマとした学習会や商談会等を実施し、既存商品等のレベルアップを図る。
- 既存活動の継続性を確保すると同時に、大山おこわ等の大口需要への対応や年間を通じた製造・販売、販路の拡大等を実現するために、加工団体の連携や起業、法人化等を支援し、特産品の供給体制の強化をめざす。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
大山の恵みからす天狗市の開設	H19	・市の開催、参加者や品揃えの充実 ・大山寺参道の活動との連携強化	産業振興課 観光商工課 観光協会 産業支援機関
	H20	・市の定期開催 ・山陰道の総合的な拠点施設との連携	
	H21	・市の定期開催	
既存特産品のレベルアップ	H19	・特産品開発に関する研究会の発足 ・加工団体等の現状、ニーズ把握 ・重点的な開発・販売商品の絞込み ・専門家による特産品加工販売塾の開講	産業振興課 観光商工課 観光協会 産業支援機関
	H20	・商談会への参加、販売促進 ・塾の継続開催、特産品専門アドバイザーの確保 ・重点特産品や名物料理を対象とするコンテスト実施 (例: 大山おこわコンテストの開催、町内外への情報発信)	
	H21	・H20年の事業継続	

加工団体の連携 等による供給体 制の強化	H19	・先進加工グループの視察調査 ・法人化や統合化の可能性方策の検討	産業振興課
	H20	・既存グループの再編による生産性の向上 ・起業に向けた各種支援の実施	
	H21	・特産品加工団体の統合による法人化	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
大山の恵みからす天狗市の年間開催回数(地元・出前)	6 回	12 回
特産品開発販売塾の受講者数	0	年間 30 人
特産品・名物料理コンテストの出品数	0	15
特産品加工事業の法人化	0	3

③ 農林水産品等を開発・販売する「産地商社機能の確立」

〔現状・課題〕

- 県下有数の農業地帯で豊富な農産品を有しており、県内一のさざえ・わかめの水揚げを誇る水産地域でもある。
- 農林水産業と観光業との結びつきが弱く、地産地消活動も低迷している。
- JAによる市場流通を除くと、生産者、団体、企業での個別の販路開拓が中心であり、マーケティングや販売戦略が不足している。

〔取り組みイメージ〕

- 生産者と飲食店・旅館等の取引、特産品加工事業への原材料供給などを促進し、地元での地産地消の普及・定着化を図るとともに、特産品を使った観光宣伝等を通じて農林水産品と観光との連携を強化し、相乗効果を生み出す。
- 町外への販路開拓にむけて、町内製品のPRやインターネット通信販売など、来訪者や都市消費者に商品を知ってもらい、繰り返し購入してもらうための仕組みづくりを促進する。
- 「大山」の知名度や自然環境を活かした食料品や健康食品の製造業、企業による付加価値の高い農業生産など、雇用の創出はもとより地域イメージの向上やPR、原材料供給等を通じた地域産業への連関効果等が期待される業種を対象とした企業誘致に取り組む。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
大山恵みの里 公社の設立・運営	H19	・公社設立に向けた設設計画の策定 (目的、事業内容、組織体制、収支計画、設備投資) ・専門的人材の確保(プロデューサー) ・産地商社としての役割の検討	産業振興課 企画情報課 観光商工課
	H20	・大山恵みの里公社の設立	
	H21	・管理運営	
農畜林水産品や 特産品の販路開拓・販売	H19	・規格外商品や廃棄品の町内流通の検討 ・特産品を使った地域イメージの向上	産業振興課 観光商工課
	H20	・販路開拓、販売促進活動の促進 ・地産地消率の拡大	
	H21	・H20年の事業継続	
インターネット通 信販売の事業化	H19	・特産品ポータルサイトの開設準備	産業振興課 観光商工課
	H20	・インターネット通販塾の開講 ・特産品販売ポータルサイトの開設	
	H21	・市場外流通やネット通販の売上拡大	

大山ブランドを活かした資源活用型の企業誘致の推進	H19	・企業誘致戦略の策定	産業振興課
	H20	・企業誘致活動の展開 (農企業、健康食品を製造する企業の誘致など) ・産学官連携による支援強化	
	H21	・企業の誘致、雇用創出	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
インターネット通販塾の年間参加者数	0	30 人
農業参入企業の誘致 (外食産業や食品製造業等) 健康食品製造業の誘致	—	2 社

(4) 情報を発信する

① 大山観光のガイド機能強化に向けた「情報提供システムの確立」

〔現状・課題〕

- 観光・交流において、現地における詳細情報や個人のニーズに合致した情報を取得するための観光情報メディアが不足している。
- 携帯電話を活用した気軽に利用できる情報提供システムへの対応が必要な段階にある。

〔取り組みイメージ〕

- 統一したサイン、看板、標識等の整備を実施して、町内への来訪者が目的地へ円滑に移動できる環境づくりをめざす。また、トイレ所在地やスポット間の移動時間といった現地の詳細情報や観光ルート・体験観光の紹介等、来訪者の役に立つパンフレット、マップ等を作成する。
- 現地で名所や観光スポットの詳細説明や当日参加可能な体験観光のプログラム等の情報を手軽に入手することができる、携帯電話サイトやQRコードを活用した情報提供システムの導入促進を図る。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
観光案内情報提供方法の充実	H19	・サイン、看板、標識等の整備 ・パンフレット、マップ等の検討 ・統一的な情報提供の検討	観光商工課 地域整備課 観光協会
	H20	・サイン、看板、標識等の整備 ・パンフレット、マップ等の製作	
	H21	・サイン、看板、標識等の整備 ・パンフレット、マップ等の製作	
情報提供システムの導入促進	H19	・携帯情報提供システムの研究	企画情報課 観光商工課 教育委員会
	H20	・携帯情報提供システムの社会実験	
	H21	・携帯情報提供システムの本格導入	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
携帯情報提供サイトへのアクセス数	0	15万件

② 大山ブランドの価値向上に向けた「地域団体商標の取得」

〔現状・課題〕

- 地域団体商標制度の導入により、地域名を冠に掲げた商標登録が可能となり、地域ブランド確立のチャンスが到来している。
- 地域の競争力強化と地域経済の活性化のためには、地域ブランドの保護が必要と考えられる。

〔取り組みイメージ〕

- 全国的にも知名度が高く、自然環境に恵まれた「大山」のイメージを活かした商品・サービスのブランド化に向けて、地域団体商標制度の基礎知識や出願手続き等を学ぶ勉強会の開催や取得支援制度の創設に取り組み、地域団体商標を取得する。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
地域団体商標の取得	H19	・地域団体商標取得支援制度 ・地域団体商標勉強会	産業振興課 観光商工課 観光協会
	H20	・地域団体商標取得支援制度	
	H21	・地域団体商標取得支援制度	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
地域団体商標勉強会の年間参加者数	—	30 人
地域団体商標申請件数	—	10

(5) 人材を育む

① 大山を学び未来を創造する人材育成の場とする「大山区の提唱・普及」

〔現状・課題〕

- 人材育成や観光地域づくりの上で、地域資源に対する全町的な知識の普及や観光・おもてなしに対する理解促進が不可欠である。
- 全町的な町民の交流機会や人材育成の場づくりが必要である。

〔取り組みイメージ〕

- 自分の住む地域の歴史や文化、産業、自然などを見つめ直し、地域の魅力や可能性を発掘することとともに、それら知識を活用した観光やおもてなしの心に造詣の深い人材を育てることが重要である。こうした目的を達成するため、体系的に学ぶ「大山区」を確立する。
- 「大山区」は、生涯学習や学校教育における郷土学習として町全体で展開し、自然保護活動やおもてなし活動といった町民一人ひとりの具体的な行動や活動、また産業・観光面での新たな挑戦に向けた町民の交流や人づくりの場とする。

〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
生涯学習としての「大山区」の展開	H19	・「大山区」の確立（テーマやカリキュラム、講師等の考え方の整理、お宝百選の活用） ・既存講座への「大山区」組み込み ・観光やおもてなしのビジネス人材の育成 ・「大山区検定」の実施	教育委員会
	H20	・公民館における「大山区」リレー講座の開講 ・受講者の集いの開催	
	H21	・大山区の講座運営	
学校教育における「大山区」への取り組み	H19	・地域連携による授業、活動等の検討 ・郷土学習としての「大山区」組み込み	教育委員会
	H20	・学校教育における「大山区」の実施	
	H21	・H20年の事業継続	

〔活動指標〕

指 標	現状値 (H18)	目標値 (H21)
講座の開催(四半期単位)	—	年間4講座

② 都市からの移住・定住を促進する「大山移住支援制度の創設」

〔現状・課題〕

- 都市圏からの移住・定住やUターン等の希望者、二地域居住の希望者が全国的に増加しつつある。
- 本町の自然資源・歴史資源や地域イメージをみると、こうした環境での田舎暮らしやアウトドア活動、文化芸術の創作活動等に取り組むような移住・定住促進の可能性が高いと思われる。

〔取り組みイメージ〕

- 先進事例や需要動向、受入地域における支援内容等の調査を実施し、受入地域における課題や自然環境・地域産業との関連など、地域特性をふまえた移住ビジネスを研究する。
- 長期滞在用の貸家や遊休農地等の情報収集・管理を行い、町内への移住・定住等に関する問い合わせ・相談に応じながら移住・定住希望者の動向やニーズを把握し、地域特性を活かした移住支援制度の創設をめざす。

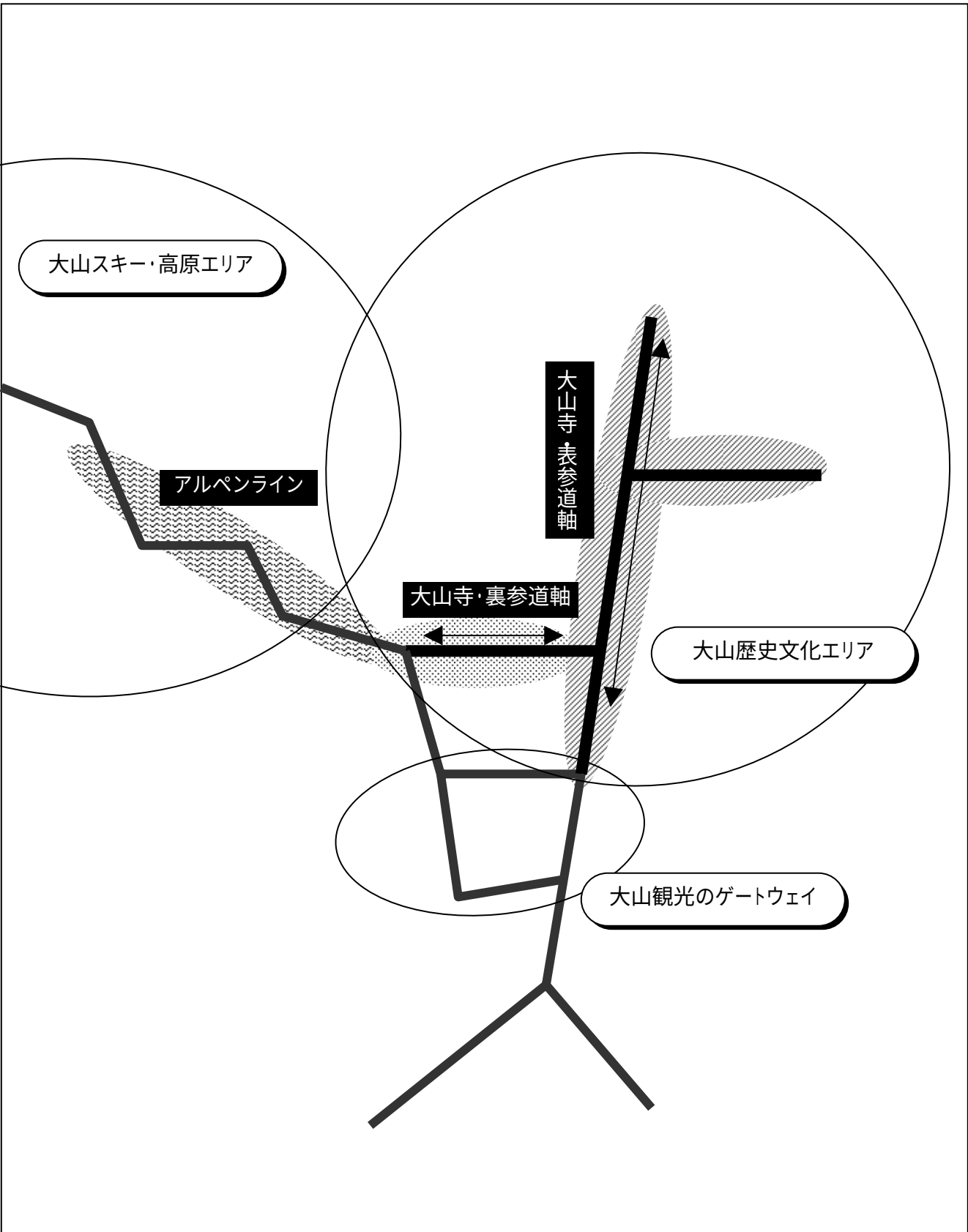
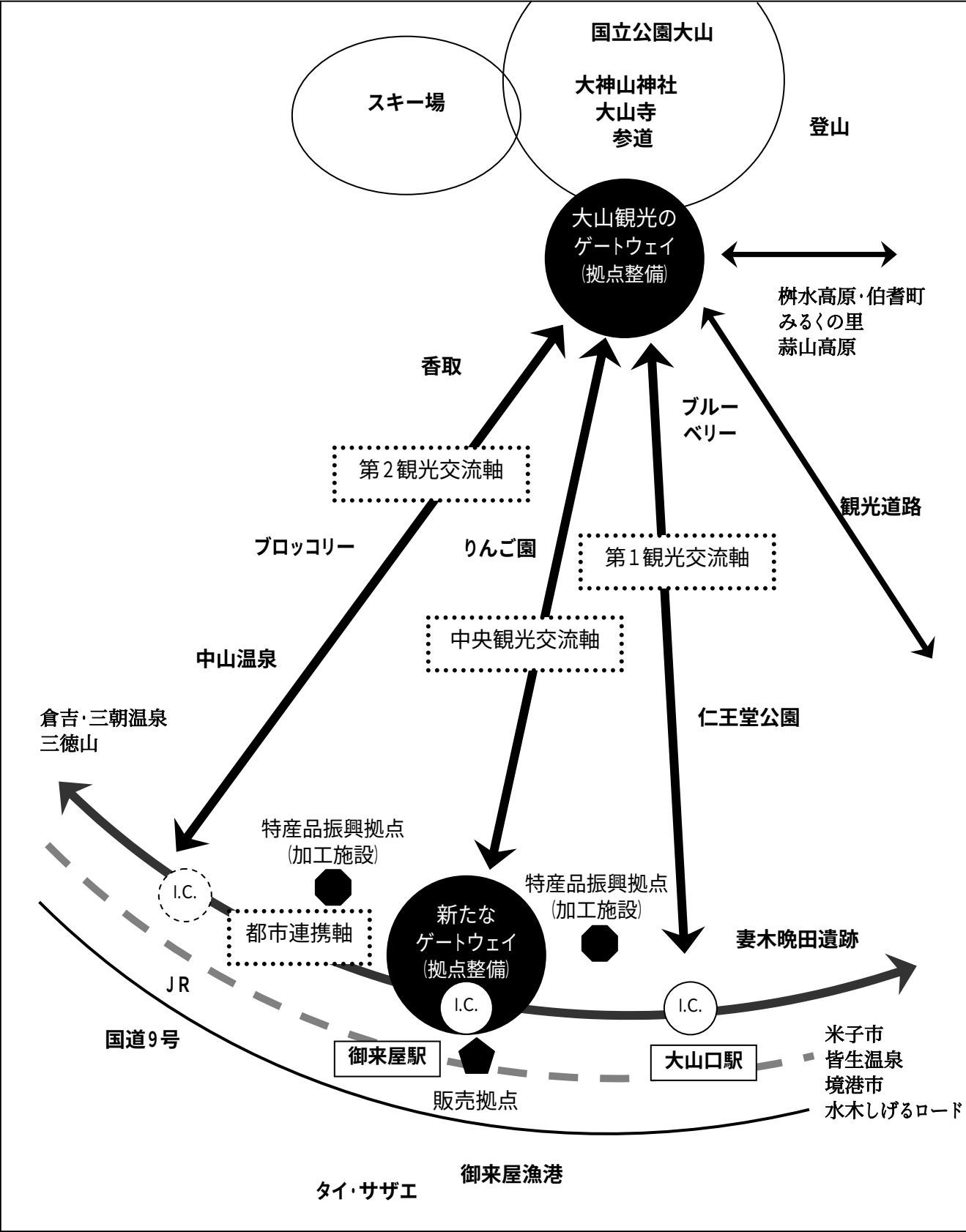
〔施策内容〕

主な取り組み	事業推進スケジュール		支援主体
移住ビジネスについての研究	H19	・大山移住ビジネス研究会の発足 ・情報収集や先進事例の研究 ・需要動向や支援内容等の調査	企画情報課 観光商工課 農業委員会
	H20	・移住情報の発信（ホームページの開設）	
	H21	・情報受発信体制の強化	
大山移住支援制度の創設	H19	・空き家・空き地バンク制度の創設 ・長期滞在用貸家、遊休農地等の情報収集 ・移住支援制度の創設	企画情報課 産業振興課 農業委員会
	H20	・移住支援制度の充実	
	H21	・移住支援制度の充実	

〔活動指標〕

指 標	現状値（H18）	目標値（H21）
空き家・空き地バンク登録情報	—	30 件

8. 町活性化のランドデザイン



□大山恵みの里づくりプロジェクトの活動経過

期 日	場 所	活 動 内 容	
平成 17 年	8 月～9 月	町内	各種団体への訪問、意見聴取
	9 月 27 日	役場本庁	大山恵みの里構想意見交換会(各団体代表者出席)
	10 月 23・30 日	大山寺参道	特産品市の開設(町内特産品の試験販売)
	11 月 6 日	名和トレセン	大山恵みの里づくりシンポジウムの開催(大山町文化祭名和会場)
	11 月 22 日	役場本庁	第 1 回プロジェクト推進会議(組織の立ち上げ)
	11 月 30 日	保健福祉センターなわ他	第 2 回プロジェクト推進会議(大山恵みの里発見ツアー:町内視察研修)
平成 18 年	1 月 12 日	御来屋漁村センター	第 3 回プロジェクト推進会議(講義、各専門部会)
	2 月 7 日	保健福祉センターなわ	大山恵みの里ブランドづくり検討会(主催:ブランド産品部会)
	2 月 17 日	保健福祉センターなわ	第 4 回プロジェクト推進会議(各専門部会、全体会)
	3 月 6 日	保健福祉センターなわ	第 5 回プロジェクト推進会議(各専門部会、全体会)
	3 月 10 日	役場本庁	ワーキング会議(特産品市打ち合わせ)
	3 月 29 日	役場大山支所	第 6 回プロジェクト推進会議(専門部会報告、計画案中間まとめ)
	4 月 10 日	役場本庁	ワーキング会議(大山の恵みからす天狗市の打ち合わせ等)
	4 月 12 日	役場本庁	担当者事務調整会議
	4 月 14～22 日	町内	各種団体・事業所ヒヤリング調査(町内 25 団体)
	4 月 26 日	役場本庁	第 7 回プロジェクト推進会議(大山の恵みからす天狗市の開設)
	5 月 10 日	役場本庁	大山の恵みからす天狗市実行委員会の設立総会、出品物展示・試食会
	5 月 30 日	保健福祉センターなわ	ワーキング会議(大山の恵みからす天狗市の反省と今後のスケジュール)
	6 月 27 日	役場本庁	第 8 回プロジェクト推進会議(講義、大山振興計画基本方針の検討)
	8 月 21 日	役場本庁	第 9 回プロジェクト推進会議(大山振興計画素案の検討)
	9 月 4 日	役場本庁	担当者事務調整会議
	9 月 16 日	役場本庁	大山振興計画案庁内検討会議
	9 月 21 日	役場本庁	担当者事務調整会議
	9 月 29 日	役場本庁	第 10 回プロジェクト推進会議(大山振興計画案の検討)
	10 月 5・6 日	出石町・鹿野町	先進地視察研修(観光・物産振興拠点の現状)
	10 月 26 日	役場本庁	第 11 回プロジェクト推進会議(『大山恵みの里づくり計画』の策定)

大山恵みの里づくりプロジェクト推進会議委員名簿

◎委員長 赤川哲夫 ○副委員長 当別当 正美

	団 体 名	氏 名	役 職
ブランド産品部会	大山町(旧大山町)商工会	坂田 奉明	
	中山町観光協会	尾古 博明	副部会長
	鳥取県漁業協同組合御来屋支所	渡部 佳幸	
	鳥取西部農業協同組合汗入営農センター	当別当 正美	○
	みくりや市	青木 鶴市	
	弥生の風	小原 洋子	
	大山参道振興会	足立 敏雄	部会長
	大山農業改良普及所	藤原 明康	
	産業振興課	松田 博明	
	大山振興室	山根 圭	
観光交流部会	大山町(旧名和町)商工会	神田 源	
	大山町観光協会	井原 隆憲	
	鳥取県漁業協同組合中山支所	天野 武彦	
	香取開拓農業協同組合	田尾 昭典	副部会長
	大山山麓観光農業研究会	井戸邊 英明	部会長
	みくりやポートフェスティバル実行委員会	木口 和志	
	におうの会	遠藤 幸子	副部会長
	観光商工課	大黒 辰信	
	地域整備課	野坂 友晴	
	大山振興室	末次 四郎	
大山価値向上部会	大山町(旧中山町)商工会	岸本 耕二	
	名和町観光協会	綿谷 宏永	部会長
	大山自治会	林原 伸	
	大山旅館組合	山根 均	
	あけまの森ペンション村	荒井 玲子	副部会長
	大山森林組合	赤川 哲夫	◎
	中山まちづくり実行委員会	西尾 寿博	
	大山中海観光室	細羽 正	
	社会教育課	山口 剛	
	大山振興室	斎藤 淳	

コンサルタント	株式会社シーズ総合政策研究所
---------	----------------

発行 / 大山町企画情報課 大山振興室

〒689-3211

鳥取県西伯郡大山町御来屋 328 番地

TEL 0859-54-5202 FAX 0859-54-2702

E-mail kikaku@daisen.jp