

グローバル・デザイン提案書：那須塩原市

綿貫 雅一*

【概要】

那須塩原市（なすしおばらし）は、首都圏から150キロメートルほど、宇都宮市から約50kmの距離にあり、栃木県の北部に位置し、広大な那須野が原の北西一体を占めている。面積は592.74km²、令和4年の人口は114,703人である。那須塩原の魅力は、なんといっても温泉である。1,200年以上の歴史を持ち、皇族や文豪から愛された泉質豊かな「塩原温泉郷」、古くから湯治場として知られる下野の薬湯「板室温泉」、また会津中街道 戊辰の秘湯、山岳温泉の「三斗小屋温泉」を有している。また那須塩原市には、歴史的魅力を持つ観光資源が豊富に存在する。国・県・市指定の文化財は、160件を超える規模である。なかでも平成30年に日本遺産に認定された「明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫譚～」は、特筆すべき大きな地域資源である。今日、那須塩原市は地域固有の観光資源を活用して、国内のみならずインバウンドの観光客を対象とした、滞在型・体験型の観光を取入れた「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の推進に注力している。更に那須塩原市は、国際的な認証団体であるグリーン・ディスティネーションズ（オランダ）が実施す

る表彰制度に、2年連続で「世界の持続可能な観光地TOP100選」に選出されている。

本提案書は、那須塩原市の歴史・文化・自然環境など固有の地域資源を明確にし、グローバルデザインの視点に立ち、地域資源の持つ潜在性と可能性を最大限に活用し、グローバルなつながりを推進することにより、持続可能な地域活性化に資する提案を行うものである。特に、那須塩原市が持つ7つの地域資源とアクティビティに注目し、那須塩原市でしか実現ができない固有の企画を提案する。

* 一般社団法人 日本グローバル・イニシアティブ協会理事長

目次

1. 那須塩原市のグローバル・プロファイリング
 - (1) 基本情報
 - (2) 地域経済の概況
 - (3) 観光業の現況
 - (4) 文化・交流
 - (5) 交通・アクセス
2. 那須塩原市のグローバルデザイン提案
 - (1) グローバルデザイン提案の視点と関係機関の概要
 - (2) 地域ブランドの評価と地域資源に関する国際動向・展望
 - (3) グローバルデザインの提案
 - (4) グローバルデザイン提案の総括

1. 那須塩原市の

グローバル・プロファイリング

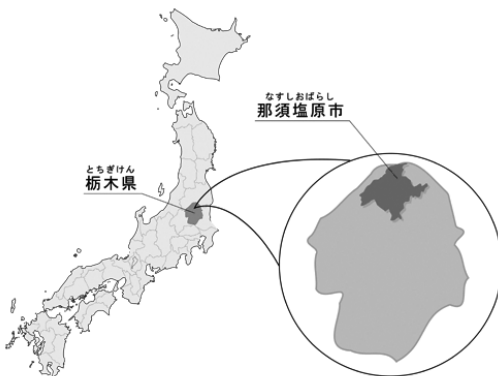
(1) 基本情報

那須塩原市は、栃木県の北部、首都東京から150km、県都宇都宮市から50kmの距離にあり、広大な那須野が原の北西一帯を占めている。同市は「平成の大合併」により、平成17年(2005年)、黒磯市・西那須野町・塩原町の合併によ

り誕生した。面積は、592.74km²で、栃木県内25市町の中で、日光市に次ぐ2番目の面積を有し、県土の約10%を占めている。市の面積の約半分が山岳部であり、平坦部は那珂川と箒川に挟まれた扇状地で、多くは農地である。西部に高原山、北部に大佐飛山や那須連山の最高峰三本槍岳などの山岳部がある。

山岳部は、日光国立公園を形成し、塩原温泉と板室温泉、三斗小屋温泉の温泉地を有し、初夏の新緑、秋季の紅葉など四季折々の多彩な表情を持っている。扇状地の扇中央部分は酪農地帯で、生乳産出額は本州1位(全国4位)と全国でも有数の生産を誇っている。標高は、最南部の約210mから最北部に位置する三本槍岳山頂の1,917mで、約1,700mの標高差があり、高原性の冷涼な気候が特徴である。降水量は夏季に多く、冬に少なく、年間で1,500～2,000ミリメートルで、山間部では冬季には積雪があり、4月下旬でも残雪が見られる。市域を南西から北東にかけてJ R東北新幹線、J R宇都宮線、

図1 那須塩原市の位置



(出典: 那須塩原市へのアクセス)

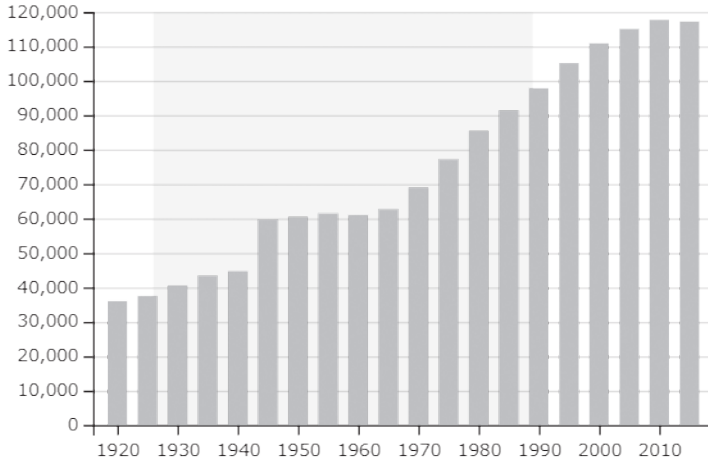
<https://www.city.nasushiobara.lg.jp/soshikikarasagasu/hishoka/shipprofile/1/3185.html>

東北縦貫自動車道及び国道4号の幹線道が縦貫しており、JRの黒磯駅、那須塩原駅、西那須野駅を中心に市街地が広がっている。

市の人口は、昭和50年(1975年)の77,121人

から、緩やかに増加し平成22年(2010年)にピークの117,812人を記録している。その後、減少に転じ、令和4年の人口は、114,703人である。また、世帯数は48,347世帯である¹。

図2 那須塩原市の人口の推移



出典：ウィキペディア「那須塩原市」

那須塩原市の将来人口は、緩やかに減少しすることが推計されている。国立社会保障・人口問題研究所によると、2045年には93,603人である²。これに対して、那須塩原市は独自に将来人口推計を行っている³。この推計に依れば、那須塩原市の人口は、2025年に114,663人、2040年には105,503人で、国の推計よりも減少が緩やかに変化していくことを予測している。

(2)・地域経済の概況

RESAS生産分析によれば、那須塩原市の2015年の生産額(総額)は10,316億円、そ

の内訳は、第1次産業(農業)497億円(4.8%)、第2次産業5,953億円(57.7%)、第3次産業3,865億円(37.5%)である。第2次産業では食料品1,905億円、その他製造業1,658億円、輸送用機器808億円、第3次産業では住宅賃貸業(496億円)、小売業(443億円)、保健衛生・社会事業(436億円)、宿泊・飲食サービス業(394億円)の比重が大きい⁴。就業人口で見ると、卸売・小売業(5,580人)と製造業(5,462人)が最大の雇用産業であり、両事業合わせて、全従業者数(30,939人)の35%を占める。

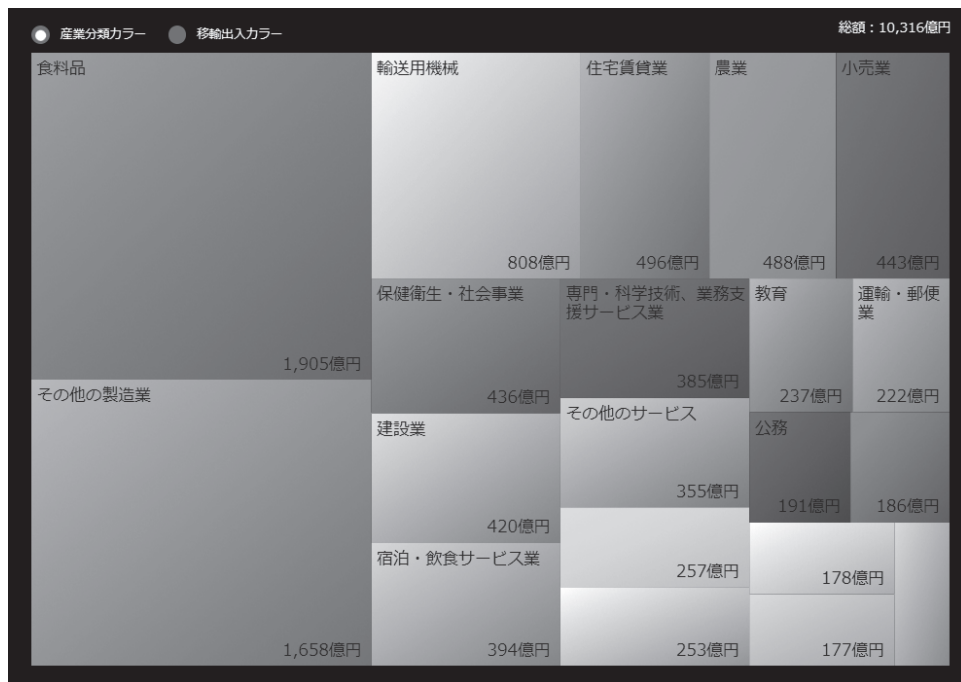
1 那須塩原市概況 <http://www.city.nasushiobara.lg.jp/02/000912.html>.

2 国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』(平成30(2018)年推計)。

3 第2次那須塩原市総合計画(平成29年度~令和9年度)【令和3年(2021年)6月改定】

4 RESAS地域経済循環マップ「生産分析 産業分類」。

図3 那須塩原市の生産額内訳 (2015年)



出典：RESAS 地域経済循環マップ「生産分析 産業分類」

(3) 観光業の現況

那須塩原の魅力は、なんといっても温泉である。開湯から1,200年以上の歴史を持ち、皇族や文豪から愛された泉質豊かな「塩原温泉郷」、古くから湯治場として知られる下野の薬湯「板室温泉」、また会津中街道 戊辰の秘湯、山岳温泉の「三斗小屋温泉」を有している。

塩原温泉郷には、約60軒の宿に対し、150もの源泉が湧いており、多彩な湯を楽しむことができる。溪流の景観を楽しむことができる全長52.5mの紅の釣り橋や、無補剛桁歩道吊橋として本州最長を誇るもみじ谷大吊橋など多くの見どころがある。板室温泉は、1,000年の歴史を誇る湯池の里として知られており、刺激の少ない無色透明のアルカリ性単純温泉地として

有名である。平成29年(1971年)には環境省から「国民保養温泉地」に指定されている⁵。

また大正天皇をはじめ多くの皇族が利用された旧塩原御用邸では、昭和56年(1981)に御座所を移築保存した天皇の間記念公園として一般公開されており、貴重な明治時代の建築を見ることができる。更に、那須塩原市には、国・県・市指定の指定文化財が178件にも及び、近代日本黎明期を牽引した明治貴族たちの足跡を残す日本遺産など数多くの文化遺産や歴史的建造物が存在する。

しかし、現状では、豊富なこれらの観光資源の魅力を十分に発揮できていない状況にあるといえる。那須塩原市を訪れる観光客入込数は、2015年の約1,000万人をピークに減少傾向に

5 環境省 <https://www.env.go.jp/nature/onsen/area/>.

あり、2019（令和元）年実績では、880万人に減少している。

観光客宿泊者数も同様に減少傾向にある。令和元（2019）年の観光客宿泊者数は、91.8万人で前年比3万人の減少、平成22年（2010年）の109万人から17.5万人と大きな減少傾向にある。一方、外国人宿泊者数は、増加傾向にある。令和元（2019）年の外国人宿泊者数は10,716人で、栃木県下の外国人宿泊者の4.3%を占めている。平成25（2013）年の6,373人からは、68.1%（4,343人）の大幅な増加であり、今後

大きな開拓の余地がある⁶。

観光客の属性で見ると、那須塩原市の特性が浮き彫りとなってくる。居住地別では、那須塩原エリアの観光客は、日帰り、宿泊共に関東地方（1都6県）と福島県からの来訪者でほぼ100%に近い割合である。このような特徴は、交通アクセスの利便性と、日帰り観光地として許容できる移動時間の影響が考えられる。宿泊客についてみると、特に県民を始め北関東、福島県居住者の割合が多い。

表1 那須エリアを訪れる日本人観光客の特性

那須エリアを訪れる日本人観光客の特性

●日帰り観光客と宿泊者に共通する特性

- ・関東地方（1都6県）と福島県からの来訪者でほぼ100%である。
- ・栃木県民の割合も、日帰り 65.5%（2019（令和元）年度居住地順位付け1位）、宿泊者 11.0%（同4位）と高い。
- ・夫婦、家族旅行が多い。
- ・5回以上の来訪者が多いことから、那須エリアでの観光活動は、非日常的というよりも日常的な活動に近い。

●日帰り観光客の特性

- ・観光客の居住地の約95%が栃木県、茨城県、福島県で占めている。
- ・男性は、年齢が高くなるにつれ割合が増えているが、女性は全世代からバランスよく来訪している。

●宿泊者の特性

- ・栃木県、茨城県、福島県だけでなく、車で3時間圏内の近隣都県（埼玉県、東京都、群馬県、神奈川県、千葉県）からも一定程度来訪している。
- ・2019（令和元）年度の結果をみると、過去一番占有率の高かった60代以上の宿泊者の割合が減少し、30代40代が増加しているほか、10代・20代女性客も増加傾向が見られる。また、子ども連れの家族旅行とカップル旅行の増加も著しい。

滞在時間と宿泊数で見ると、那須エリアを訪問した日帰り観光客の2019（令和元）年度の滞在時間は、2時間であり、過去2年と比較し

て2時間以上も短い結果となっている。栃木県全体や観光客宿泊数県内第1位である日光エリアと比較してもかなり短い滞在時間である。

6 栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果。令和元（2019）年。

表2 SWOT分析による那須塩原市現状

| | |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">強み (Strength)</p> <p>首都圏からの近接性 (首都圏から車で3時間圏内) 高速道路のIC、新幹線駅が存在 個性のある地区で構成されたエリア (地区特性を生かした複数のターゲット設定が可能)</p> <p>温泉 (複数種の泉質と保養湯治の歴史) 自然景勝地、日本遺産 (明治期の華族農場、開拓精神) 日本ならではの旅館文化体験が可能 農産品・食材、生乳生産額本州第1位 那須というネームバリュー クリエイティブな事業者集積の兆し 現代版開拓者 (革新者) の出現</p> | <p style="text-align: center;">弱み (Weakness)</p> <p>没個性化 (優位性・差別化の弱さ) 延べ宿泊者数及び1人当たりの平均泊数 旅館の平均稼働率、1地点観光 (非周遊)、滞在 時間の短さ、点在する観光資源 外国人旅行者 (宿泊者) 数の少なさ まちの活気不足 (社会的/経済的/物理的) 観光地としての整備不足 (ハード/ソフト) 外部評価の高い食事箇所不足 2次交通の不足 情報の一貫性/統一性/発信不足、連携不足 地域ぐるみで取り組む観光の意識不足 マーケティング上の課題 (戦略の欠如、脆弱な観光地経営 体制、物理的環境・施設の整備不足、インバウンド対策不足、プロ モーション不足、商品・サービスの開発/改良の必要性、人的資源の 確保と質の向上)</p> |
| <p style="text-align: center;">機会 (Opportunity)</p> <p>国際観光客数の増加 ウェルネスツーリズム市場規模の拡大 国の観光振興/インバウンド政策強化 訪日外国人旅行市場規模の拡大 訪日外国人旅行者 地方への移動増加 働き方改革、働き方・暮らし方の意識の変化 技術革新 (5G, AI, VR, IoT, ロボット, ビッグデータ) 健康志向、スローな暮らしへの憧れ</p> | <p style="text-align: center;">脅威 (Threat)</p> <p>社会構造の変化 (人口減少、少子超高齢化) 自然災害、気候変動、パンデミック、資産バブル 旅行市場の変化 (国内旅行市場の縮小) ターゲット国地域の政治・経済状況の変化 免許取得者の減少 (ドライバー不足、自動車での観光需要が減少する恐れ) 雇用の確保困難</p> |

出典: 那須塩原市観光マスタープラン 令和3年(2121年) 第2章

一方で、那須塩原市は、日本屈指の観光資源を有効に活用して、国内のみならずインバウンドの観光客を対象とした、滞在型・体験型の観光を取入れた「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の推進に積極的に取り組んでいる。また那須塩原市は、国際的な認証団体であるグリーン・ディステーションズ (オランダ) が実施する表彰制度にエントリーし、観光地としての革新性、効果的なサステイナブル・ツーリズムを包括した取組みが高く評価され、

2021年に引続き2022年と2年連続で「世界の持続可能な観光地トップ100選⁷⁾」に選出されている。2022年度に国内から選出されたのは10地域で、このうち複数年連続で選出されたのは4地域である。この快挙は、観光事業において、「自然」「歴史」「文化」などの地域資源を活かす那須塩原市の取り組みが世界に認知された証左そのものであり、那須塩原の観光を世界に発信し世界からの観光客誘致と市の知名度向上に大きく寄与するものである。

7 Green Destinations Japan. <https://greendestinationsjapan.com/>.

(4) 文化・交流

(a) 観光地の数・評価

那須塩原市が国内外からの観光客を惹きつける最大の魅力は温泉である。また歴史的な観光遺産も多く存在するが、市固有の観光資源と観光客の人気度には、大きな乖離がみられる。大手旅行ウェブサイトのトリップアドバイザー⁸で那須塩原市の「観光スポット」をクリックすると、62件（口コミ数1,888）がヒットする。那須塩原市の多様性があり豊かな自然景観が上位を占めてる。トップは塩原の代表的な滝であるは竜化の滝（口コミ数81件）、2位が紅の吊橋（口コミ数37件）、そして3位が乙女の滝（口コミ数71件）の順である。一方、口コミ数で見ると、トップ是那須ガーデンアウトレット（口コミ数270件、トリップアドバイザー5位）、2位が千本松牧場（口コミ数228件、トリップアドバイザー6位）、そして3位がも

みじ谷大吊橋（口コミ数159件、トリップアドバイザー8位）の順である。正に温泉の魅力と那須塩原市の歴史ある観光資源が、観光客誘致にうまく噛み合っていないことが伺える。

(b) 文化財指定件数

那須塩原市には、国・県・市指定の多くの文化財が存在する。国の指定する文化財（世界遺産、国宝、特別史跡、特別名勝、重要伝統的建造物群保存地区、重要文化財、登録有形文化財（建造物）、登録記念物、史跡、名勝、重要文化的景観）は、現在7件登録されている⁹。また県指定の文化財は8件登録されている¹⁰。その他にも、有形・無形文化財から絵画、彫刻、史跡、名勝など幅広い分野をカバーする市指定の文化財が160件を超える。更に26件の天然記念物も登録されている。

表3 国・県指定の文化財一覧

| 国指定の文化財 | 県指定の文化財 |
|-----------|------------|
| 逆杉 | 旧塩原御用邸新御座所 |
| 高木会館 | 絹本著色羅刹天 |
| 深鉢形土器 | 温泉神社石幢 |
| 百村の百堂念仏舞 | 大山記念館洋館 |
| 旧青木家那須別邸 | 塩原平家獅子舞 |
| 那須疏水旧取水施設 | 乃木希典那須野旧宅 |
| 加登屋旅館 | 関谷の城鞆舞 |
| | 上大貫の城鞆舞 |

出典：那須塩原市

https://www.city.nasushiobara.lg.jp/shogaigakushu_sports/bunkazai/

8 トリップアドバイザー「那須塩原市」の「観光スポット」の件数と口コミの合計数。

9 那須塩原市 https://www.city.nasushiobara.lg.jp/shogaigakushu_sports/bunkazai/

10 参照、同前。

また那須塩原市には、近代日本の国家建設に情熱を燃やした明治貴族の足跡を今に伝える日本遺産がある。平成年(2018年)、当時の代表的な歴史的建造物や構成文化財31件が「明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫譚(ろまんたん)」のタイトルで、日本遺産に認定さ

れている。

(b) 美術館数・博物館数

大手旅行ウェブサイトのトリップアドバイザーによると、那須塩原市には、11件の美術館・博物館がある¹¹。

| | |
|--------------|-------------|
| ▪ N's Yard | 美術館 |
| ▪ 木の葉化石園 | 自然史博物館 |
| ▪ 塩原もの語り館 | 観光案内所・専門美術館 |
| ▪ 板室自然遊学センター | 自然史博物館 |
| ▪ ジェイゴセラミックス | アートギャラリー |
| ▪ 鶏声磯ヶ谷美術館 | 専門美術館 |
| ▪ 那須野が原博物館 | 歴史博物館 |
| ▪ 関谷郷土資料館 | 歴史博物館 |
| ▪ 癒しの空間美術館 | 美術館 |
| ▪ プリオール | アートギャラリー |
| ▪ 銀座オランジェリー | アートギャラリー |

なかでも、2018年3月に正式オープンした「N's Yard」は、地域を代表する美術館である。この美術館は、日本の現代美術の第二世代を代表する現代アーティスト・奈良美智さんの個人美術館であり、建築の設計は“KIAS イシダアーキテクトスタジオ”が担当し、外構・園地は東京・GAヤマザキによる作庭である。また板室温泉には、日本を代表する現代美術作家、菅木志雄の作品を常時展示する「菅木志雄 倉庫美術館」が2008年に開

館されている。この倉庫美術館には1980年代から現在に至るまでの300点ほどの作品が展示されている。



11 トリップアドバイザー「那須塩原市の美術館・博物館・ミュージアム」。

https://www.tripadvisor.jp/Attractions-g1021427-Activities-c49-Nasushiobara_Tochigi_Prefecture_Kanto.html

(c) 宿泊施設客室数

那須塩原市商工観光課の統計資料によると、観光関連施設は、合計 87 施設に及ぶ。内訳は、ホテル・旅館が 79 施設で全体の 90% を占め、その他に、民宿・ペンション 4 軒、キャンプ場 4 ヶ所である。収容人数では、ホテル・旅館が 7,685 人であり、一施設当たりの平均収容人数は、92.3 人である。また民宿・ペンションが 98 人、キャンプ場が 808 人である¹²。

その中でも、代表的な旅行予約ウェブサイトの一つであるじゃらん net によると「ハイクラス」に相当する宿泊施設は、塩原温泉で 4 軒、板室温泉の僅か 3 軒である。また客室数では、塩原温泉で 46 室、板室温泉の 61 室で計 107 室である¹³。

那須塩原市観光マスタープラン（令和 3 年）によれば、那須塩原地域の観光客は、日帰り、宿泊共に関東地方（1 都 6 県）と福島県からの来訪者が殆どでほぼ 100% に近いと報告されている。現状では、この現在の観光需要に見合う観光宿泊施設であるといえるが、一方で日本屈指の観光資源を必ずしも有効に活用しているとは言い難い。将来にわたり、他の観光地との差別化を図り、国内外の観光客を対象とした、滞在型・体験型の観光を取入れた「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」や「ウェルネス・ツーリズム」の推進を積極的に取り組むためには、高級型の宿泊施設の拡充が欠かせないだろう。

(d) 観光案内所・病院の多言語対応

海外からのインバウンドの観光客を積極的に受け入れるには、宿泊施設の整備・拡充に加えて、多言語対応の観光案内所を設けることと併せて、多言語対応の医療機関・病院の整備が必要不可欠である。

那須塩原市の多言語対応の観光案内所¹⁴は、「道の駅那須高原友愛の森」と「那須観光案内所」の 2 箇所ある。「道の駅那須高原友愛の森」は、英語で対応できるスタッフが常駐し、広域の観光や交通の情報提供ができるカテゴリ 2 の観光案内所であると報告されている。一方「那須観光案内所」は、パートタイムで英語対応が可能なスタッフがいる、又は、電話通訳サービス等により英語対応でき、地域内の観光や交通の情報提供ができるカテゴリ 1 の観光案内所である。那須塩原市には、現在のところ、英語を含む 3 言語以上での対応（英語はスタッフが常駐）ができ、全国の観光や交通の情報提供ができる「カテゴリ 3」の観光案内所は設置されていない。

一方で、那須塩原市には、以下に挙げる多言語対応の 5 つの病院¹⁵があり、外国人観光客の病気や疾病に臨機応変に対応できる体制にある。中でも、国際医療福祉大学病院は、内科、外科、小児科など 8 診療科を有し、地域医療の中核を担う総合病院である。これら 5 ヶ所の病院での対応言語は、英語が基本である。

12 統計なすしおばら 令和元年(2019)年版。

13 じゃらん net「那須塩原市」の「ハイクラス」宿泊施設の客室数の合計。

14 日本政府観光局「JNTO 認定外国人観光案内所」一覧。

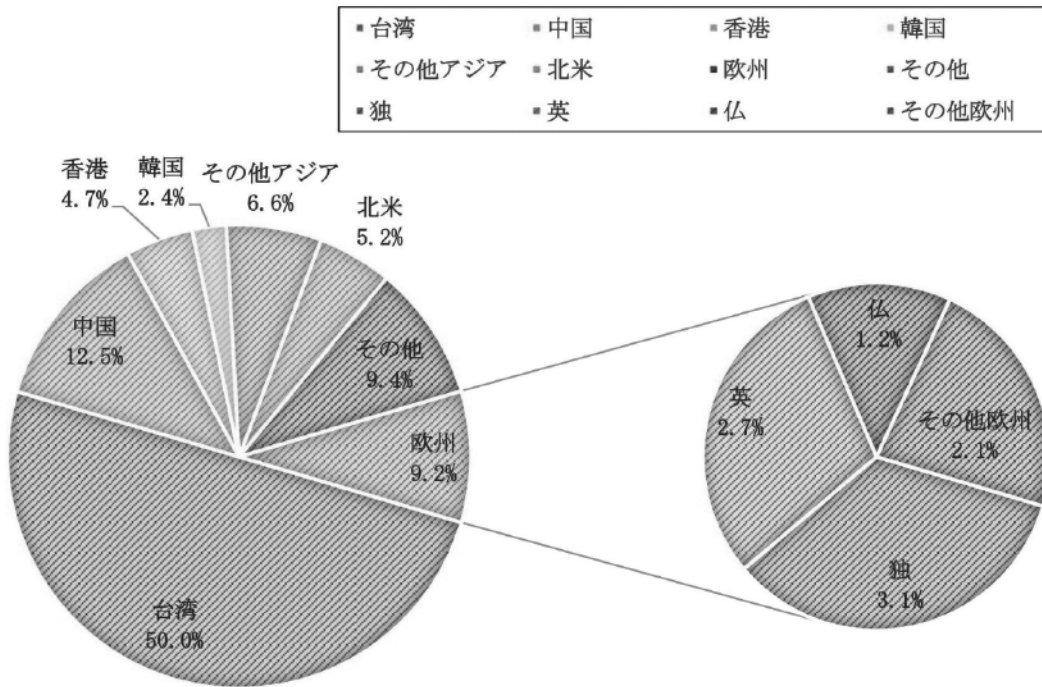
https://www.jnto.go.jp/jpn/projects/visitor_support/list.html

15 日本政府観光局「日本を安心して旅していただくために 具合が悪くなったとき」。

https://www.jnto.go.jp/emergency/jpn/mi_guide.html

- 国際医療福祉大学病院 英語
- 社会医療法人博愛会菅間記念病院
- 栃木県医師会塩原温泉病院
- 医療法人 順整会 福島整形外科病院
- せきぐち歯科医院

図4 那須塩原市の国別外国人宿泊者



出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果。令和元（2019）年。

(e) 訪日外国人旅行者宿泊数

令和元（2019）年の栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果によれば、栃木県の外国人旅行者宿泊者数は、247,178人である。この中で、那須塩原市の外国人宿泊者数は、僅か10,716人（4.3%）であり、大きな開拓の余地がある。国別では、アジアからの旅行者は、台湾（5,355人、50.0%）、中国（1,336人、12.5%）、香港（507人、4.7%）、韓国（254人、2.4%）、その他アジア（1,011人、9.4%）で、実にアジアから

の渡航者が76.2%の高いシェアを占めている。一方、欧米からは、米国（498人、4.6%）、ドイツ（336人、3.1%）、英国（292人、2.7%）、豪州（151人、1.4%）である¹⁶。

(f) 観光客誘致活動

那須塩原市には、いわゆる観光地域づくり法人DMO（destination management organization）¹⁷として、二つの機関が存在する。一つは、関東広域（1都10県）における魅力あ

16 前掲注6を参照。

17 日本政府観光庁「観光地域づくり法人（DMO）登録一覧」。

る観光地づくりと訪日観光客の関東広域への誘客を推進し、観光産業の振興と経済の発展に寄与することを目的に、2018年に設立された広域連携（一社）関東観光広域連携事業推進協議会である。

もう一つは、栃木県における観光及び県産業製品の振興に関する事業を行い、公共の福祉の増進と地域経済の活性化に寄与することを目的に、昭和38年に設立された地域連携（公社）栃木県観光物産協会である¹⁸。この協会の下、栃木県は5つの地域に分けられ、那須は、那須エリアに属する。

(g) 魅力度・認知度・観光意欲度

グローバル・デザインの提案において、定量的な指標による評価が重要であることから、「地域ブランド調査報告書2022」¹⁹を活用する。この調査は、全国47都道府県および1,000の市区町村の魅力度や認知度などについて、詳細に指標化している。この調査は、以下3つの視点から評価を加えている。

①魅力・行動指標

当該地域の魅力度と、居住・観光・製品の3つの視点から、ブランド力を評価。

- 指標：魅力度、居留意欲度、観光意欲度、訪問経験、産品購入意欲度

表4 那須塩原市の地域ブランド調査結果:2022年

| | 魅力・行動指標 | | | | | | | | | | | |
|--------|-----------|------|------|-------|--------|------------|----------|-------|--------|---------|--------|---------|
| | 魅力 | | 居留意欲 | | 観光意欲度 | | 産品想起 | | 訪問経験 | | | |
| | 順位 | 魅力度 | 順位 | 居留意欲度 | 順位 | 観光意欲度 | 順位 | 食品想起率 | 順位 | 訪問率 | | |
| 単位 | 位 | 点 | 位 | 点 | 位 | 点 | 位 | 点 | 位 | % | | |
| 区町村平均 | - | 11.2 | - | 6.5 | - | 22.4 | - | 4.7 | - | 14.4 | | |
| 栃木県 | - | 17.7 | - | 6.9 | - | 37.1 | - | 19.4 | - | 35.9 | | |
| 那須塩原市 | 117 | 23.1 | 225 | 7.7 | 160 | 30.8 | 219 | 5.5 | 135 | 23.2 | | |
| | 認知・情報関連指標 | | | | | | 地域イメージ指標 | | | | | |
| | 認知 | | 情報接触 | | 情報接触経路 | 認知地域コンテンツの | 地域特性想起 | | イメージ要素 | | 地域資源評価 | |
| | 順位 | 認知度 | 順位 | 情報接触度 | | | 順位 | 特性想起率 | 順位 | イメージ想起率 | 順位 | 地域資源総合点 |
| 単位 | 位 | 点 | 位 | 点 | | 位 | % | 位 | % | 位 | 点 | |
| 市区町村平均 | - | 25.2 | - | 17.1 | 2.9 | 3.2 | - | 56.2 | - | 52.3 | - | 50.0 |
| 栃木県 | - | 46.7 | - | 35.7 | 6.6 | 5.4 | - | 69.6 | - | 65.8 | - | 44.5 |
| 那須塩原市 | 282 | 32.4 | 246 | 23.8 | 4.6 | 5.0 | 186 | 65.7 | 228 | 59.2 | 178 | 55.4 |

出典：ブランド総合研究所。「地域ブランド調査2022報告書」。

18 <https://www.tochigiji.or.jp/>.

19 ブランド総合研究所。第17回「地域ブランド調査報告書2022」。<https://www.tiki.jp/index.php>.

②認知・情報指標

当該地域の認知度と、情報接触などコミュニケーション関連の状況を評価。

- 指標：認知度、情報接触度、情報接触経路、

③地域コンテンツの認知

地域イメージ指標

地域のイメージや地域資源など、魅力の要因を評価。

- 指標：地域の特性、まちのイメージ、地域資源の評価

報告書では、那須塩原市の魅力度・認知度・観光意欲度の合計は 86.3 点である。魅力度は 23.1 点で全国順位は 117 位、認知度は 32.5

点で 282 位、観光意欲度は 30.8 点で 160 位である。

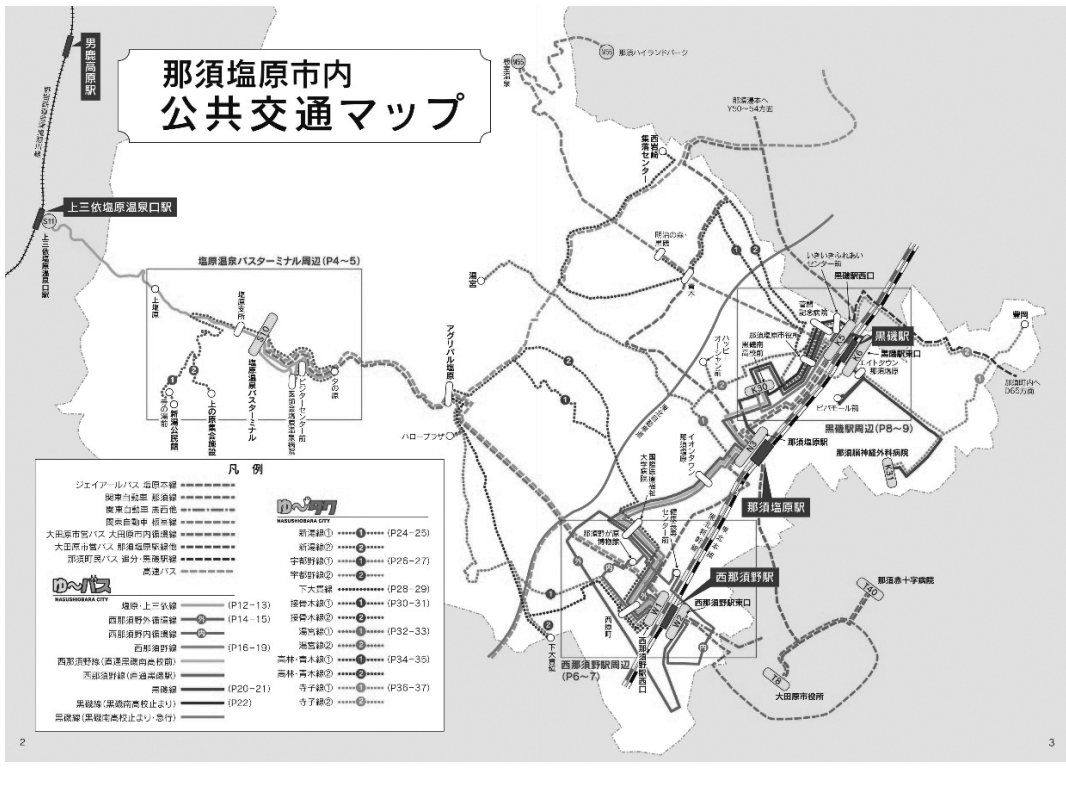
(5) 交通・アクセス

(a) 公共交通の利便性

那須塩原市の公共交通網は、新幹線停車駅として那須地域の玄関口の役割を果たしている那須塩原駅を中心に、民間事業者が運行する鉄道及び路線バス、那須塩原市が運行する「ゆーバス」及び「予約ワゴンバス」、隣接する大田原市・那須町が運行する市町営バス、個別輸送機関であるタクシーにより形成されている²⁰。

市では、平成 19 年より従来の市営バスに代わり「ゆーバス」の運行を開始している。平成

図5 那須塩原市内の公共交通マップ



20 那須塩原市地域公共交通網形成計画 平成 30 年。

25年には「ゆーバス」の中で乗車率の低い一部の路線を予約運行へ切り替え、「予約ワゴンバス」の運行を試験的に導入している。現在では市内を中心に「ゆーバス」を8路線、予約ワゴンバスを7路線運行し、公共交通網の確保維持を行っている。

(b) 空港アクセス時間の短さ

那須塩原市の空港アクセスは、必ずしも良いとは言えない。国内の空港としては、羽田空港と茨城空港の2つがある。自動車を利用する場合、羽田空港から那須塩原市までは、東北自動車道を経由して、約2時間半の時間を要する。また茨城空港からは、北関東自動車道を経由して、2時間10分程度である。

一方、海外からのアクセスとしては、成田国際空港並びに羽田空港がある。自動車を利用する場合、成田国際空港から那須塩原市までは、北関東自動車道を経由して、約2時間10分程度である²¹。

(c) 新幹線の利用しやすさ

那須塩原市には、1982年に開業した東北新幹線の「那須塩原駅」があるため、新幹線のアクセスは抜群である。2020年度は、コロナ禍の影響があり、那須塩原駅の1日当たりの利用客は、1,819人であるが、例年は3,300人ほどの人が利用している。

東京駅—那須塩原駅間は、約1時間10分程度の所要時間である。また、1日当りの運行本

数は、上りの新幹線が26本、下りが27本と頻繁に運転している²²。

(4) インターチェンジ数

那須塩原市には、東北自動車道の黒磯板室ICと西那須野塩原ICの2つのインターチェンジがある。都内から那須塩原市までは、東北自動車道の渋滞状況にも依るが、空いている道路状況の場合、約2時間20分程度である²³。

2. 那須塩原市のグローバルデザイン提案

(1) グローバルデザイン提案の視点と

関係機関の概要

那須塩原市には、地域固有の地域資源が豊富に存在する。この地域資源の価値とグローバル・プロファイリングの結果を踏まえ、那須塩原が持つ「温泉」「日本遺産・文化財（歴史的建造物）」「現代芸術（アート）」「那須ブランド」「地域医療施設」「サイクルツーリズム」と「大自然」の7つの地域資源とアクティビティに注目し、それぞれの特質を最大限に活用し、**那須塩原でしか実現できない固有の企画を提案する。**

この提案に当たっては、更に国内外の将来動向や市場性も勘案し、できるだけ具体的な4つの取り組みを提案する。

- 温泉と現代芸術（アート）：ローカルガイド付き現代アートを巡るプライベートツアー
- 日本遺産・文化財と那須ブランド：日本遺産・那須野が原ロマン探索&那須塩原ブランド巡り

21 Google Map ルート検索による。

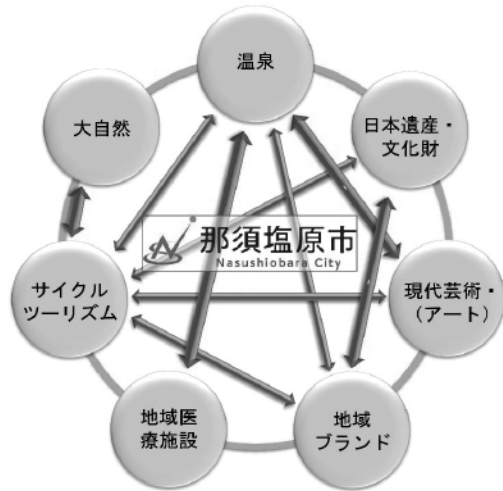
22 JR 東日本。

23 前掲注 22 を参照。

- 温泉と地域医療施設：ウェルネス・ガストロミーツーリズム in 那須塩原
- サイクルツーリズムと大自然：サイクルツーリズム&ワークショップ体験

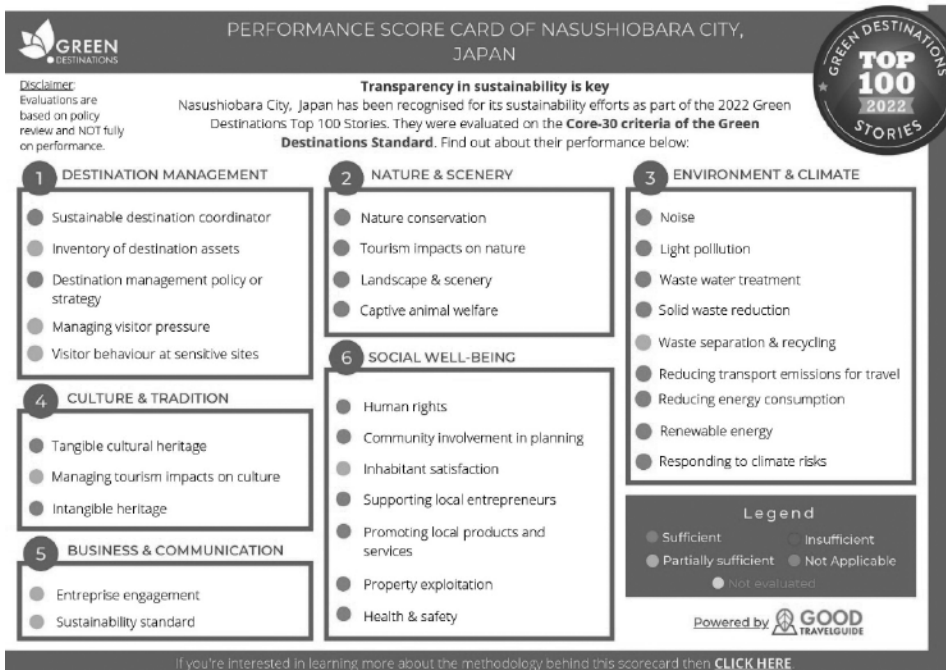
しかし、上記の組み合わせに加え、別の地域資源間の有機的な組み合わせも、十分可能であることも指摘しておきたい。

那須塩原市は、グリーン・ディスティネーションズが実施する「世界の持続可能な観光地 TOP100 選」に 2 年連続で選出されている²⁴。この栄誉は、持続可能な観光事業の取り組みにおいて、那須塩原市が世界に認知されたことを意味する。しかし一方で、現在 8 項目において “Partially sufficient” の評価を受けている。



今後この項目の改善を行い、地域の固有な特性を活かし「地域の持続可能性」を高める取組みを継続的に行うことで、那須塩原市の国際的な認知度の向上とブランドカアップに繋げること

図 6 那須塩原市の「世界の持続可能な観光地 TOP100 選 (2022 年)」の評価



出典：Green Destinations Japan. <https://greendestinationsjapan.com/>.

24 前掲注 7 を参照。

ができる。

例えば、“Destination Management”の項目にある“Inventory of Destination Assets”が挙げられる。これは、観光事業において「自然」「歴史」「文化」などの地域資源の台帳・一覧を、特に外国人観光客向けに整備することである。那須塩原市には、温泉、文化財、史跡、歴史建造物、天然記念物、芸術、自然など多岐にわたる地域資源が豊富に存在する。特に海外での認知度向上と拡大を目指し、海外目線で海外に発信できるような魅力あるコンテンツの作製、広報宣伝がカギである。

この提案では、地域資源の連携を基に構想を提案することから、それぞれの地域資源に関連する、複数の利害関係機関（ステークホルダー）が存在する。那須塩原市固有の提案の実現には、関係機関の連携、協力、調整が不可欠である。那須塩原市最大の観光資源である温泉には、3地域の旅館組合（塩原温泉、板室温泉、三斗小屋温泉）がある。これらの組合は、これまでの歴史的な背景や地域性もあり、必ずしも連携が十分に機能しているとは言い難い。また上部団体として、観光協会や市観光局が存在する。これまで国内観光客が主流であったが、将来大変有望なインバウンドの観光客を取り込むためには、観光関連団体の緊密な連携と協力は不可欠

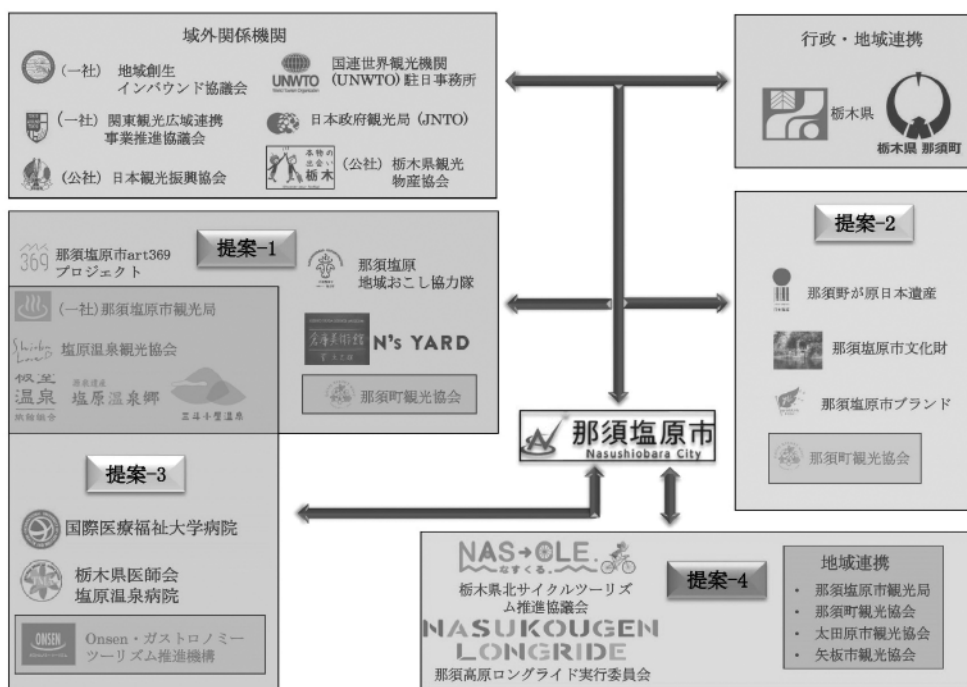
である。また観光施設の規模やサービス、また海外のターゲット層に合わせ、それぞれに特化あるいは差別化する取り組みも必要である。

更に、外国人観光客の最新動向や情報収集も重要な課題である。モノからコト消費への変化がみられるインバウンド観光客の消費・嗜好動向調査、またターゲット（対象国）の調査である。今後、アフターコロナを睨んで、インバウンド観光客は、急速に回復していくと予想されるため、生きた最新動向や情報収集のためには、在京機関や在外機関などとの連携も欠かせない。

日本遺産や文化財に関しては、現在、市役所内で関連施設や歴史的建造物が一覧に纏められている。しかしグリーン・ディスティネーションズで指摘されている様に、インバウンド観光客に向けた対応には未だ不十分である。

また地域連携として、特に那須町との連携も重要である。那須町には、ロイヤルリゾートとしての那須御用邸を始め、那須街道沿いには、それぞれの特徴を活かした美術館が多数存在する。板室街道沿いの国際級の芸術と連携することにより、更にインバウンド観光客に魅力ある提案が可能である。更に、那須町には「那須ブランド」があり、「那須塩原ブランド」と組み合わせることにより、地域固有の商品やサービスのラインアップに繋がり、魅力度が向上すると考えられる。

図7 那須塩原市のグローバルデザイン提案に関する主な関係機関



地域連携に関しては、観光分野で、地域をまたいだ連携も重要である。栃木県、特に県北地域は、サイクルツーリズムの多様なコースと環境が整っている。この地域資源を有効に活用し、持続可能な地域活性化に繋ぐためには、公的な機関も含め、那須塩原観光局、那須町観光協会、大田原市観光協会、矢板観光協会の協力と連携が必要である。

最後に域外の機関との連携を提案する。21世紀のデジタル時代には、最新の正確な情報の入手が肝要である。国際情勢、インバウンド観光の動向や変化、ターゲット層に関する最新情報である。これらの情報を基に、那須塩原が持つ固有の地域資源の潜在性・可能性を最大化する取り組みを追求することにより、他の地域と大きく差別化し、かつ高い優位性を持つ「那須塩原市ならではの」取り組みが可能となる。この意味で、以下の機関や団体との連携・関係強

化を提案したい。

- (一社) 地域創生インバウンド協議会
- (一社) 関東観光広域連携事業推進協議会
- (公社) 栃木県観光物産協会
- 国連世界観光機関 (UNWTO) 駐日事務所
- 日本政府観光局 (JNTO)
- (公社) 日本観光振興協会
- Onsen・ガストロノミー・ツーリズム推進機構
- 栃木県

(2) 地域ブランドの評価と

地域資源に関する国際動向・展望

インバウンド観光客を戦略的に取り込むためには、那須塩原市の地域ブランド力を相対的・絶対的に把握し、国内の他の競合市町村との比較優位性を認識しておくことが肝要である。インバウンド観光客は、渡航目的を基に、国内の魅力度や認知度を参考にしながら、旅行行程を

具体的に計画していくからである。ここで、那須塩原市の魅力度や代表的な地域資源に関する国際的動向と展望に関して検討を加える。

(a) 地域ブランド力

「地域ブランド調査報告 2022」によれば、那須塩原市の魅力度は、23.1 ポイントで全国 119 位、前年より 30 位ランクを落としている。認知度も同様な傾向を示している。スコアも前

年から 4 ポイント下がり、全国 282 位である。栃木県内の観光地との比較では、魅力度に関して、那須町が 22.9 ポイントで 119 位、前年より 18 位ランクを上げている。県下第一の観光都市である日光市は、魅力度 15 位 (44.3 ポイント)、認知度 19 位 (54.4 ポイント) と全国トップの位置を占めている。一方、国内で最も魅力度が高い地方自治体は、札幌市、京都市、函館市である。

表5 那須塩原市の地域ブランド力

| 市町村 | 魅力度 | | 認知度 | | 観光意欲度 | |
|---|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 順位 | スコア | 順位 | スコア | 順位 | スコア |
| 札幌市  | 1 | 63.9 | 9 | 60.6 | 1 | 65.9 |
| 京都市  | 2 | 59.5 | 1 | 68.9 | 3 | 60.0 |
| 函館市  | 3 | 58.7 | 19 | 54.4 | 2 | 62.0 |
| 日光市  | 15 | 44.3 | 19 | 54.4 | 21 | 48.0 |
| 那須塩原市  | 117 | 23.1 | 282 | 32.4 | 160 | 30.8 |
| 那須町  | 119 | 22.9 | 195 | 38.0 | 174 | 30.0 |

出典：ブランド総合研究所。「地域ブランド調査2022報告書」。

(b) 温泉の魅力

温泉大国日本には、現在、宿泊施設を伴う温泉地が 2,934 ヲ所、源泉総数は 27,970 である²⁵。この中で、開湯以来 1,200 年の歴史を持ち、四季折々の絶景が楽しめる源泉遺産が特徴である塩原温泉は、「にっぽんの温泉 100 選」²⁶の中で、全国 70 位に位置している。ま

た温泉県としても全国で上位に入る栃木県には、鬼怒川・川治温泉が 24 位、湯西川温泉 63 位、那須温泉 63 位、日光湯元温泉が 83 位にランクインしている。因みに、第一位は、自然湧出量日本一の湯量を誇る草津温泉で、不動の連続 20 年一位である。第二位には下呂温泉、三位には道後温泉と続いている。

25 環境省 温泉利用状況。令和 2(2020) 年度。

26 出典：観光経済新聞。第 36 回「にっぽんの温泉 100 選」2021 年度。

https://www.kankokeizai.com/index_100sen/。

表6 全国の代表的な温泉ランキング

| 順位 | 温泉 | 特徴・備考 |
|----|--------------|----------------------------------|
| 1 | 群馬県/草津温泉 | 日本三名泉のひとつ。自然湧出量日本一の湯量。 |
| 2 | 岐阜県/下呂温泉 | 日本三名泉のひとつ。アルカリ性の泉質。 |
| 3 | 愛媛県/道後温泉 | 日本三古湯のひとつ。小説「坊ちゃん」の舞台。 |
| 24 | 栃木県/鬼怒川・川治温泉 | 傷は川治、火傷は滝(鬼怒川温泉)。 |
| 57 | 栃木県/湯西川温泉 | 平家の落人伝説が息づく温泉。 |
| 63 | 栃木県/那須温泉 | 開湯1,300年以上の歴史。那須高原にある高原リゾートの温泉地。 |
| 70 | 栃木県/塩原温泉 | 開湯1,200年の歴史。四季折々の絶景が楽しめる源泉遺産。 |
| 83 | 栃木県/日光湯本温泉 | 日光の奥座敷。開湯1200年の歴史。 |

出典：観光経済新聞。第36回「にっぽんの温泉100選」2021年度。

(c) インバウンド観光の展望

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、2020年のインバウンド観光客数の目標は未達成となったが、日本政府は2030年に6,000万人という目標を継続して掲げていくことを明言している。2022年10月、水際対策を大幅に緩和し、インバウンド旅行の受け入れを再開した。2023年を「インバウンド再生元年」と位置づけ、本格的な訪日観光回復に向けた期待が高まっている。

最新のインバウンド動向調査によれば、昨年秋季に、新型コロナの水際対策が緩和されたことを受けて、インバウンド需要は、2022年11月までに93万人とコロナ前の4割程度の水準まで戻り、訪日外客数は2023年末には2,000万人を超える水準まで回復するとの見通しである²⁷。

地域別で見ると、中国を除く東アジアからの訪日客の回復が顕著で、とりわけ韓国、台湾、香港などからの訪日客が大きく増加している。東アジア以外では、米国やシンガポールなどからのインバウンド観光客が先行して回復している。国際的に日本の物価水準は大変割安であり、また最近の円安は、インバウンド観光客にとって極めて魅力的である。加えて、アジアや欧米の富裕層・準富裕層は、大変高い購買力を持っているため、このインバウンド観光客をターゲットにし、地域資源を最大限に活用した観光戦略が重要な視点である。この動向調査では、2023年のインバウンド消費額は3.1兆円となり、名目GDPを0.4%程度押し上げると試算している。

また、日本政策投資銀行と日本交通公社が実施した訪日外国人旅行者の意識調査によれば、コ

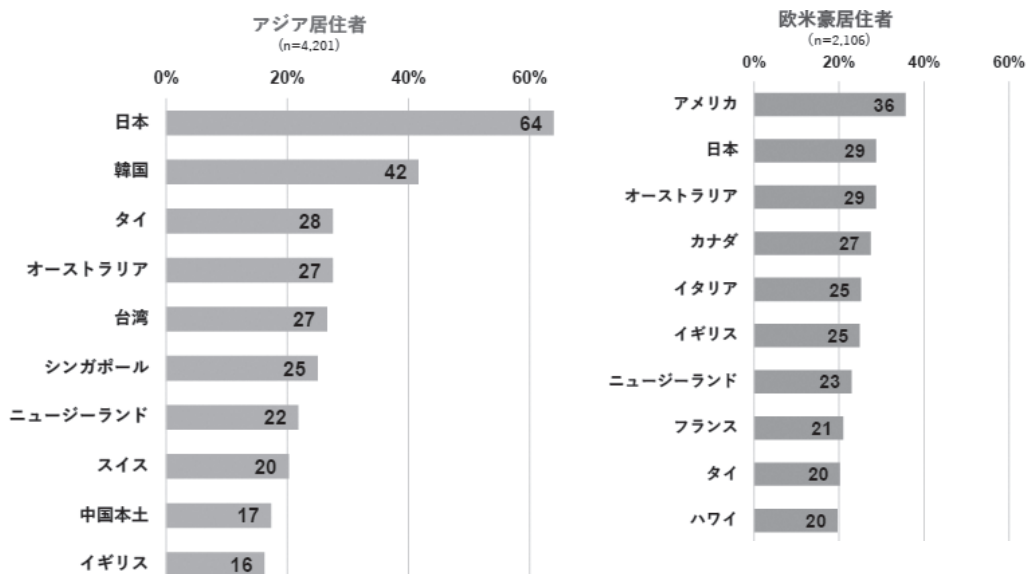
27 日本総研 Research Eye, No. 2023-072 (2023年1月10日)「わが国のインバウンド需要に本格回復の兆し」。

コロナ後の海外旅行先として、日本は次に行きたい国・地域の中で、ダントツの1位（52%）を維持している。アジア居住者では、2位の韓国に20ポイントの差をつけ堂々の1位の高い人気を誇っている。正にインバウンド観光に注目が集まっている。その概要の中で、「日本の強みを活かし、競争力の高いコンテンツを維持・強化することが必要」と提言しているが、正に

そのとおりである²⁸。

将来にわたり、インバウンド観光は、極めて堅調で大変有望な市場である。那須塩原市としては、豊富な観光資源を最大限に活用し、インバウンドの環境整備を進め、積極的に訪日プロモーションを行うことにより、このインバウンド需要を有効に取り込むことが重要である。

図8 渡航解禁後に行きたい国ランキング



出典：日本政策投資銀行・日本交通公社「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査」2022年度版。

(d) ウェルネス経済の展望

国際的NPO団体Global Wellness Institute (GWI)によれば、「ウェルネス」という概念は古代にルーツを持つ現代の言葉である。1950年代60年代の黎明期を経て、1970年代以降、現代の概念として一般的となり、「全体的な健康状態につながる活動、選択、ライフ

スタイルを積極的に追求すること」と定義している²⁹。

GWIは、ウェルネスツーリズムを、個人の健康を維持または向上させることを目的とした旅行と定義している。この基本概念を共有し、日本ではより具体的に「旅先でのスパ、ヨガ、瞑想、フィットネス、ヘルシー食、レクリエー

28 日本政策投資銀行・日本交通公社「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査」2022年度版。

29 Global Wellness Institute. <https://globalwellnessinstitute.org/>

ション、交流などを通して、心と体の健康に気づく旅、地域の資源に触れ、新しい発見と自己開発ができる旅、原点回帰し、リフレッシュし、明日への活力を得る旅」と位置付けている³⁰。

GWIによれば、世界のウェルネス関連の経済規模は、4.4兆ドル（2020年）にのぼり、その中でアジア太平洋地域は、地域別で最大の約1.5兆ドルに達する。国別では、日本は、米国、中国に次ぎ、世界第三位の3,036億ドルの市場規模を持っている。またウェルネス・ツーリズムの経済規模は、ウェルネス全体の経済規模の約10%で、4,360億ドルと試算されている³¹。2017-20年間に於いて、ウェルネス経済は、世界経済が僅か年率1.2%の低成長に留まるなか、年率6.6%の高い市場拡大を達成している。



今後、世界的に健康意識が高まるなか、ウェルネス経済は将来にわたり堅調な成長市場である。日本においても超高齢化社会の到来を踏まえ、極めて有望で重要な市場である。

表7 国別ウェルネス経済規模:2020年

| | 国 | ウェルネス経済規模 (10億ドル) | | | 平均成長率 (%) | |
|----|---------|-------------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| | | 2017 | 2019 | 2020 | 2017-19 | 2019-20 |
| 1 | 米国 | \$1,198.1 | \$1,409.7 | \$1,215.7 | 8.5% | -13.8% |
| 2 | 中国 | \$583.2 | \$700.2 | \$682.7 | 9.6% | -2.5% |
| 3 | 日本 | \$288.6 | \$323.0 | \$303.6 | 5.8% | -6.0% |
| 4 | ドイツ | \$224.4 | \$244.4 | \$223.9 | 4.4% | -8.4% |
| 5 | 英国 | \$149.6 | \$167.8 | \$158.4 | 5.9% | -5.6% |
| 6 | フランス | \$136.9 | \$150.5 | \$133.1 | 4.8% | -11.6% |
| 7 | カナダ | \$90.0 | \$104.2 | \$95.1 | 7.6% | -8.8% |
| 8 | 韓国 | \$90.0 | \$101.8 | \$94.1 | 6.4% | -7.5% |
| 9 | イタリア | \$100.9 | \$107.5 | \$91.8 | 3.2% | -14.5% |
| 10 | オーストラリア | \$81.3 | \$91.0 | \$84.4 | 5.8% | -7.3% |
| | 世界 | \$4,317.3 | \$4,909.9 | \$4,369.3 | 6.6% | -11.0% |

出典：Global Wellness Institute. The Global Wellness Economy: Country Rankings, Feb. 2022.

30 荒川将司 国立大学法人琉球大学 国際地域創造学部。

<https://health-tourism.skr.u-ryukyu.ac.jp/health-tourism>

31 Global Wellness Institute. The Global Wellness Economy: Country Rankings, Feb. 2022.

(e) サイクルツーリズムの展望

帝国データバンクの調査によると、自転車の2020年度の販売市場は2,100億円を超え過去最高を更新し、2021年度は2,200億円台も想定されるとの予測である。コロナ禍による外出制限や在宅勤務の普及・拡大による運動不足の解消といったニーズは今後も継続が見込め、また健康維持を目的とするアウトドアブームの拡大でクロスバイクなどの需要増も見込めると想定している³²。

同様に世界的にも、自転車市場は極めて堅調であり、将来にわたって有望な市場であると予測されている。世界的な調査会社であるReport Oceanによれば、2021年の自転車世界市場規模は539億米ドルであり、2022年から2030年までの期間において、自転車世界市場は年平均成長率(CAGR)6.4%を記録し、2030年までに778億米ドルに成長すると予測している³³。

(3) グローカルデザインの提案

那須塩原市の持つ地域資源の潜在性と可能性、また国際的な展望と市場性を考慮して、同市の持つ地域資源を有機的に連携することにより、高い比較優位性を持つ那須塩原でしかできない固有の企画を提案する。

提案-1：ローカルガイド付き現代アートを

巡るプライベートツアー

この提案は、県道369号「アート街道」沿

いにある国際的な現代アートの観光資源を活用する企画である。現代アートの鑑賞や新鋭作家の作品を鑑賞しながら地元の食材を活かした食事体験やカフェを楽しむエグゼクティブ・ツアーである。ローカルガイド付きで現代アートを巡り、プライベートな時間と空間を体験できる提案である。対象は、日本の近代歴史や文化に関心あるヨーロッパ、北米、アジア地域の富裕層や準富裕層を想定する。

地域の観光資源として、JR黒磯駅から板室温泉にいたる県道369号(板室街道)沿道には、世界的なアーティストの奈良美智氏や菅木志雄氏らの作品が存在する。板室温泉では、老舗温泉の大黒屋(室井俊二社長)が2008年に世界的な現代美術家、菅木志雄氏の作品を収蔵する「菅木志雄倉庫美術館」を開館している。また18年には、世界的なアーティストの奈良美智氏らの作品を展示するアトリエ風ギャラリー「N's YARD」がオープンした。更に、廃校をリノベーションした障害者の就労支援施設「北風と太陽」は、親子連れで気軽に「アートを見ながら食事ができる施設」である。JR黒磯駅近くには古民家カフェブームの火付け役ともいわれる「1988 CAFE SHOZO」を中心に雑貨店や花屋、工房など個性的な店が集まっている。これらの斬新な取組みは、メディアでも取り上げられている³⁴。

那須塩原市では、こうした動きに着目し、19年に「ART369プロジェクト」を立ち上げ、

32 帝国データバンク 自転車販売市場調査 2021年。

33 Report Ocean. <https://reportocean.com/>.

34 日本経済新聞社「那須塩原にアート街道 奈良美智氏らの作品展示」(2019年4月24日)。日本経済新聞社「栃木・那須塩原市のART369、県道沿いをアート巡り」(2020年1月18日)。

また市内のまちづくり団体などからなる実行委員会が新たに発足している。外部有識者の意見も取り入れ、民間主体でアート街道を国内外に発信していく取り組みが進んでいるとのことである。

図9 ローカルガイド付き現代アートを巡るプライベートツアーの概要

特徴： ローカルガイドが案内するプライベート空間で感じる国際的な現代アート巡り

概要：

県道369号「アート街道」沿いにある国際的な現代アートの鑑賞や新鋭作家の作品を鑑賞しながら地元の食材を活かした食事体験やカフェを楽しみながら、プライベートな時間と空間を体験。この地域の観光資源を活用し、活力ある観光事業に繋げ、持続可能な地域創生の発展に貢献する。また地域連携のもと、地域の魅力を最大化するため、近隣の国際的観光資源も加える。

ターゲット層：

現代アートを含む文化的・芸術的関心の高いヨーロッパ、北米、アジア地域の富裕層・準富裕層

取り組み内容：

ローカルガイドのもと、数日間の日程で、以下の観光資源を訪問。少人数のプライベートツアーを基本とする。

- ・ 美術館「N's Yard」：奈良美智ギャラリー
- ・ 板室温泉老舗旅館 大黒屋
- ・ 菅木志雄 倉庫美術館
- ・ 北風と太陽
- ・ アートビオトープ那須（那須町）
- ・ 那須御用邸（那須町）



視点：

- ・ 持続可能な観光の実践と継続
- ・ 通年・滞在型リゾートの推進



課題：

- ・ 富裕層・ 富裕層の多様なニーズを取り込み、様々な要望に柔軟に対応できるグローバル人材の養成と確保
- ・ 地元の歴史・文化や特性を熟知し、現代アートにも精通したバイリンガル、トリリンガルの人材の確保
- ・ 宿泊先における多様なターゲット層向けの対応
- ・ 情報発信の強化
- ・ 関連機関(ステークホルダー)との調整
- ・ ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- ・ 簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発



この提案では、更に那須町との地域連携のもと、那須地域の独特な多様な芸術・文化の集積地として提案したい。那須町には、那須街道沿いに様々な特徴を持つ美術館や博物館が数多く

あり、また同町には、皇室の静養の場としての那須御用邸（ロイヤルリゾート）や国内よりもむしろ国際的に認知され評価が高いアートビオトップ那須がある³⁵。

表8 那須塩原市と那須町の代表的な美術館・博物館

| 那須塩原市 | | 那須町 | |
|------------|----------|------------------------|-------|
| 施設 | ジャンル | 施設 | ジャンル |
| N's Yard | 美術館 | 藤城清治美術館 | 専門美術館 |
| 菅木志雄倉庫美術館 | 専門美術館 | 那須ステンドグラス美術館 | 専門美術館 |
| 木の葉化石園 | 自然史博物館 | 那須とりつくあーとぴあ | 美術館 |
| 塩原もの語り館 | 専門美術館 | 那須ティンバア ミュージウム | 専門美術館 |
| 板室自然遊学センター | 自然史博物館 | Stone Plaza 那須芦野 石の美術館 | 専門美術館 |
| ジェイゴセラミックス | アートギャラリー | 戦争博物館 | 歴史博物館 |
| 鶏声磯ヶ谷美術館 | 専門美術館 | 那須おもちゃ博物館 | 専門美術館 |
| 那須野が原博物館 | 歴史博物館 | 人力車&昭和レトロ館 | 専門美術館 |
| 関谷郷土資料館 | 歴史博物館 | 那須クラシックカー博物館 | 専門美術館 |
| 癒しの空間美術館 | 美術館 | ガラスの芸術エミール ガレ美術館 | 美術館 |
| プリアール | アートギャラリー | 那須オルゴール美術館 | 専門美術館 |

出典：トリップアドバイザー「那須塩原市及び那須町の美術館・博物館・ミュージウム」ほか

この提案の対象は、日本の近代歴史や文化に関心ある富裕層や準富裕層であり、彼らは他では味わえない第一級クラスのオーダーメイドの観光体験を希望している。この点において、国際級の優れた観光資源が集積している那須地域は、正にこのニーズに合致しているといえる。

既にグローバル・プロファイリングで説明した通り、那須塩原市に滞在する外国人数は、僅か10,716人で、特に欧米からは1,300人弱で、

12%程度である。この統計結果は、那須塩原市またその観光資源が、欧米のターゲット層に十分に認知されていないことが挙げられる。グリーン・ディスティネーションズで選出された栄誉と那須塩原市固有の観光資源を活かし、海外の富裕層・準富裕層を対象とした効果的な広報宣伝、また持続可能な観光の実践と継続の推進が不可欠である。

現在、日本各地で地域活性化の取り組みが行われているが、アートを主体とした町おこしの先

35 アートビオトップ那須は、国際的建築家石上純也によって設計された創作スタジオを備えた宿泊施設である。敷地内にある『水庭』は、2019年、ヨーロッパで権威ある国際的な建築賞「オベルアワード」を受賞。またCOOL JAPAN AWARD 2019や2019年度グッドデザイン賞も受賞している。
https://www.artbiotop.jp/water_garden/.

行事例を紹介し、提案－1の参考としたい。

- ・金沢市の21世紀美術館を中心とした活性化
- ・瀬戸内海のアートを中心とした島おこし
- ・徳島県神山町の「アーティスト・イン・レジデンス」とITを活用したまちおこし
- ・神戸市の六甲山エコツーリズムへの取り組み
- ・城崎の国際アートセンター（KIAC）

このビジョンを達成するに当たり、以下のような課題が挙げられる。

- ・富裕層・準富裕層の多様なニーズを取り込み、様々な要望に柔軟に対応できるグローバル人材の養成と確保
- ・地元の歴史・文化や特性を熟知し、現代アートにも精通したバイリンガル、トリリンガルの人材の確保
- ・宿泊先における多様なターゲット層向けの対応
- ・情報発信の強化
- ・関連機関（ステークホルダー）との調整
- ・ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- ・簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発

提案－2：日本遺産・那須野が原ロマン探索& 那須塩原ブランド巡り

この提案は、近代日本の基礎を築いた明治貴族の足跡を辿り、明治貴族ゆかりの歴史的建造物や文化財をゆったりと散策する歴史・文化探索ロマンである。また地元の文化にも触れながら、那須塩原が誇るプレミアム的那須塩原ブランドを堪能する企画である。

那須野が原は、僅か150年ほど前までは、

人の住めない荒野が広がる日本最大の扇状地であった。近代国家建設に情熱を燃やし明治維新を牽引した元勳や明治政府の要職を歴任したいわゆる「華族」たちは、この不毛の広大な原野の農地開拓に向け大規模な農場を開設した。華族農場に始まる開拓事業は、時代の変遷を経て、今日、豊饒な大地が育む牛乳生産本州一を誇る大酪農地帯に変貌している。この業績と足跡は、平成30年（2018年）に「明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫譚（ろまんたん）」のタイトルとして、日本遺産に認定されている。日本遺産には、31件の構成文化財があるが、代表的な歴史的建造物や文化遺産は、以下の通りである³⁶。

- ・那須疏水旧取水施設
- ・旧塩原御用邸新御座所
- ・旧青木家那須別邸
- ・乃木希典那須野旧宅
- ・大山別邸
- ・加登屋旅館
- ・松方別邸
- ・千本松牧場
- ・三島農場事務所跡
- ・山縣有朋記念館

また那須塩原市には、国指定の文化財（7件）、県指定文化財（8件）、その他にも有形・無形文化財、絵画、彫刻、史跡、名勝など幅広い分野をカバーする160件に及ぶ市指定の文化財がある。日本遺産とこれらの観光資源との組み合わせは、正に那須塩原市の特筆すべき最大の有意性である³⁷。

36 日本遺産ポータルサイト。https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/stories/story058/

37 前掲注9を参照。

図10 日本遺産・那須野が原ロマン探索&那須塩原ブランド巡りの概要

特徴： 明治貴族ゆかりの日本遺産とその足跡を辿り、那須塩原ブランドに触れる探索ロマン

概要：

日本遺産にも認定され、近代日本の基礎を築いた明治貴族ゆかりの歴史的建造物や文化財をゆったりと探索する歴史・文化探索企画。不毛の広大な原野から豊饒な大地に変貌する開拓の歴史を辿り、那須野が原を舞台に繰り広げられた日本近代化の足跡を巡る探索ロマン。また地元の文化にも触れながら、那須塩原が誇るプレミアムの那須塩原ブランドを堪能する提案。

ターゲット層：

日本の近代歴史や文化に関心あるヨーロッパ、北米、アジア地域の富裕層・準富裕層

取り組み内容：

那須塩原の歴史と文化に知識を持つローカルガイドによる日本遺産の歴史的建造物や文化財を巡るツアー。また地域の魅力発見に繋がるプレミアムの認定ブランド商品巡り。加えて地域連携のもと、地域の魅力を最大化するため、近隣の国際的観光資源も加える。

- ・那須疏水旧取水施設
- ・旧塩原御用邸新御座所
- ・旧青木家那須別邸
- ・乃木希典那須野旧宅
- ・大山別邸
- ・加登屋旅館
- ・松方別邸
- ・千本松牧場

視点：

- ・ 持続可能な観光の実践と継続
- ・ 文化遺産の保護
- ・ 那須塩原ブランドの認知度向上

課題：

- ・ 富裕層・準富裕層の多様なニーズを取り込み、様々な要望に柔軟に対応できるグローバル人材の養成と確保
- ・ 地元の歴史・文化や特性に精通したパイリンガル、トリリンガルの人材の確保
- ・ 宿泊先における多様なターゲット層向けの対応
- ・ 情報発信の強化
- ・ 関連機関(ステークホルダー)との調整
- ・ ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- ・ 簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発



また那須塩原市では、「那須塩原ブランド」の推進にも力を入れている。「那須塩原らしさ」「独自性」「信頼性」「安全性」の四つの認定基準に従い、地元の厳選された農産物や特産品に対し、那須塩原市認定のプレミアムな「那須塩原ブランド」商品であり、現在、29品目が登録されている³⁸。

その中には、小さなチーズ工房の看板商品で、チーズの世界大会 World Cheese Awards 2019 でスーパーゴールド（全 3,804 品中のベスト 10）を受賞した「森のチーズ」がある。また塩原温泉千二百年の歴史と物語の詰まった酒類や、明治の元勲松方正義公ゆかりの千本松牧場の乳製品も含まれている。

また那須塩原市では地域のブランド力を向上するため、ブランドメッセージ「エールなすしおばら～夢が動き出すまち～」を積極的に推進している点についても記しておく。2022 年、最終的に公認のロゴマークが決定し、今後、那須塩原のブランド力向上に向け、官民また企業との連携のもと広報宣伝に努めるとのことである³⁹。この取り組みは、地域ブランド力の向上と強化の関連から大変重要である。現在、取り組みが開始したばかりであるが、国内向けだけでなく、国際的な認知度向上とインバウンド観光客向けの広報宣伝も重要な視点である。

この提案では、同様の取り組みを行い、先行している那須町の「那須ブランド」についても

対象と考える。「那須ブランド」は、地域の資源を広くカバーした内容であり、温泉、食品・食材、文化財など実に多岐に及ぶ。ブランドの中には、第 26 回全国菓子大博覧会橘花栄光章受賞し、栃木県推奨銘菓でもある「御用邸の月」も含まれており、インバウンド観光客にも大変魅力的である⁴⁰。

提案 2 では、日本遺産に由来する歴史的建造物や文化財を、専任ガイドと共に少人数で散策する歴史・文化探索ロマンである。地域のローカルな文化にも触れ、ゆったりとした時間と空間のなかで「那須塩原ブランド」や「那須ブランド」を堪能したり、写真撮影やワークショップを楽しむ企画である。

この提案を達成するに当たり、以下のような課題を提起される。

- ・富裕層・準富裕層の多様なニーズを取り込み、様々な要望に柔軟に対応できるグローバル人材の養成と確保
- ・地元の歴史・文化や特性に精通したバイリンガル、トリリンガルの人材の確保
- ・宿泊先における多様なターゲット層向けの対応
- ・情報発信の強化
- ・関連機関（ステークホルダー）との調整
- ・ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- ・簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発

38 那須塩原市。

<https://www.city.nasushiobara.lg.jp/soshikikarasagasu/nomuchikusanka/nogyo/9/5792.html>

39 那須塩原市。

<https://www.city.nasushiobara.lg.jp/soshikikarasagasu/kikakuseisakuka/citypromotion/1/5495.html>

40 那須町。<https://nasubrand.com/index.html>。

提案 - 3 : ウェルネス・ガストロミー
 ツーリズム in 那須塩原

「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の基
 本概念を共有しながら、那須塩原市の持つ温泉
 を主体とした観光資源と地域医療機関との連携

この提案は、「ウェルネス・ツーリズム」と

図11 ウェルネス・ガストロミーツーリズム in 那須塩原の概要

特徴： 「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」にウェルネスを採り入れた高付加価値ツアー

概要：

滞在型・体験型の観光を取入れた「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」にウェルネス・ツーリズムの概念を組合わせた高付加価値プラン。那須塩原の最大の魅力である温泉。開湯以来長い歴史を持ち泉質豊かな「塩原温泉郷」、また湯治場として知られる下野の葉湯「板室温泉」の魅力と価値を活用したガストロノミーツーリズムである。更に、地域医療機関と連携し人間ドックなどの健康増進プログラムをセットにしたウェルネス・ツーリズムを組合わせたパッケージ企画

ターゲット層：

国内外、特にアジアで健康意識の高い準富裕層・アップーマス層

取り組み内容：

那須塩原ならではの温泉を拠点に、食・自然・文化と歴史を探索するガストロノミーツーリズム。地域の名所旧跡や観光スポット、溪流・緑豊かな自然のハイキング、トレッキングなどの活動を通し、心と体の健康とリフレッシュを推進するプラン。また地域の医療機関で、エグゼクティブ人間ドックやマインドフルネスなどのウェルネス・アクティビティも提供する。

- ・ 温泉：塩原温泉郷、板室温泉郷、三斗小屋温泉
- ・ 医療機関：国際医療福祉大学病院、塩原温泉病院

視点：

- ・ 「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」の推進
- ・ ウェルネス・ツーリズムの推進

課題：

- ・ ターゲット層の多様なニーズを取り込み、様々な要望に柔軟に対応できるグローバル人材の養成と確保
- ・ 地元の歴史・文化や特性に精通したバイリンガル、トリリンガルの人材の確保。併せて医療・健康の言語対応可能な人材
- ・ 宿泊先における多様なターゲット層向けの受入環境整備
- ・ 情報発信の強化
- ・ 関連機関(ステークホルダー)との調整
- ・ ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- ・ 簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発



によるヘルスケアの企画である。ターゲット層としては、国内外、特にアジアで健康意識の高い準富裕層・アップーマス層を想定する。

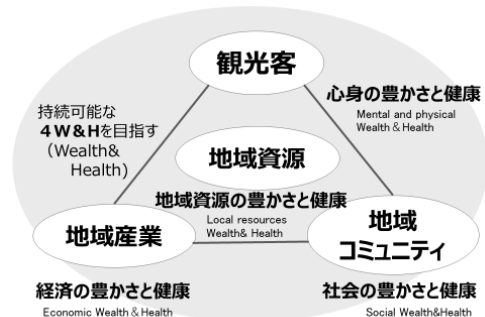
「ガストロノミーツーリズム」とは、その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズムで、欧米を中心に世界各国で取り組まれてるアプローチである。特に、日本の優れた観光資源である温泉を中心に、「食」「自然」「文化・歴史」などの地域資源を活かすとともに、ウォーキングなどの活動を体感する取り組みである。既に那須塩原市は、ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構の賛助会員として、この取り組みに参加している⁴¹。

この提案では、地域資源（温泉や自然などの観光資源と地域医療資源）を核として、インバウンドのターゲット観光客に、ウェルネスの構成要素であるスパ、ヨガ、瞑想、フィットネス、レクリエーションや健康増進プログラムを組み入れると共に、地域の歴史・文化・伝統・習慣・食材などを楽しみ、更に自然を味わったり、ワークショップしたりする体験する次世代型のトータル・ヘルスケアの提案である。また、現代アートや日本遺産、那須塩原ブランドを巡るアイデアも一考に値すると考える。

地域医療機関は、次の二つの医療施設を対象として考える。

- ・栃木県医師会 塩原温泉病院
 - ・国際医療福祉大学病院
- 那須塩原市としては、「観光マスタープラン」

(令和3(2021)年3月)のなかで、「ウェルネス・ツーリズム」の推進を提唱している。2020年には、塩原流メディカルウェルネス・ツアー2020が、健康増進プログラムとして企画されたが、その後、コロナ感染拡大により、企画が中断している。今後、このような取り組みを先事例として、戦略的に推進をすることが肝要と考える。



出典：那須塩原観光マスタープラン。
令和3年3月。

将来、世界の成長拠点と目されるアジアは、経済成長に伴い所得が向上し、健康やウェルネスに対する関心が高まることが予想される。日本では、ウェルネス・ツーリズムやガストロノミーツーリズムの概念は、未だ十分に定着しているとは言えないが、将来大きな可能性を秘めていると考えられる。アジアのみならず、着実に拡大していく世界のウェルネス経済を視野に、那須塩原市の地域振興と発展、また持続可能な観光産業の実現に向け先駆的な取り組みを提案する。

特に訪日外国人を対象とした魅力的な観光商品やツアーの企画・推進に際し、以下の課題を提示する。

41 ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構。https://onsen-gastronomy.com/.

- ・ターゲット層の多様なニーズを取り込み、様々な要望に柔軟に対応できるグローバル人材の養成と確保
- ・地元の歴史・文化や特性に精通したバイリンガル、トリリンガルの人材の確保。併せて医療・健康の言語対応可能な人材
- ・宿泊先における多様なターゲット層向けの受入環境整備
- ・情報発信の強化
- ・関連機関（ステークホルダー）との調整
- ・ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- ・簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発

提案 - 4：サイクルツーリズム&

ワークショップ体験

那須塩原市は、市の面積の半分を自然豊かな山岳部が占め、那須火山帯に属した湯量豊富な

塩原温泉郷や板室温泉、三斗小屋温泉をはじめ、箒川沿いの四季折々に彩を見せる塩原溪谷や沼ッ原湿原などの観光名所が多くある。この提案は、自然豊かな観光資源を背景に駆け抜けるロードバイク愛好家に向けたサイクルツーリズムとワークショップを体験する企画である。ターゲット層は、国内外のサイクリング愛好家やスポーツ好きの家族層を対象とする。

栃木県には、アジア最大級のサイクルロードレースのジャパンカップ開催やプロチーム宇都宮ブリッツェンなどがあり、ロードレースが身近な存在である。栃木サイクルツーリズムの魅力は、小さい子供や家族で楽しめる初級で安全なコースから、プロ級の本格ライドに挑戦できる大会コースまで、多様なサイクルツーリズムを楽しむことができることである。なかでも県北部から西部にかけては、那須連山・日光連山、東部には八溝山地が並び、中央部から南部にか

表9 Nas-cle（なすくる）の推奨サイクルコース

| サイクルコース | コース概要 |
|----------------------------------|---|
| Nas-cle（なすくる） 推奨コース | 距離：127km【中上級向け】 栃木県北地域を十分に満喫できるコース。 |
| Nas-cle（なすくる） 推奨コース(short) | 距離：108km【中級向け】 推奨コースをショートカットした、中級者向けの周遊コース。 |
| TKCT観光周遊ルート (丘ポタナルート) | 距離：48km【初中級向け】 大田原市の丘陵地帯を食・温泉・寺院といった多彩なフィールドで楽しめるコース。 |
| TKCT観光周遊ルート (3ダムカードコレクションルート) | 距離：56km【中級向け】 矢板市を起終点に、3つのダムカードを集めながら、雄大な自然を満喫できるコース。 |
| 栃木県北周遊ルート (県北ぐるり1周ルート) | 距離：170km【中上級向け】 Nas-cle（なすくる）推奨の周遊2コースに加え、県北のサイクルイベントも周遊する県北1周コース。 |

出典：栃木県北サイクルツーリズム推進協議会の「Nas-cle（なすくる）」。


<https://tochigi-kenpoku-cycle.jp/>

けては関東平野に開けているため、変化に富んだ魅力的なサイクリングルートが幾つも存在する。

ここで県北の代表的なサイクルツーリズムである栃木県北サイクルツーリズム推進協議会の「Nas-cle（なすくる）」を紹介したい。この協議会は、那須塩原市観光局、那須町観光協会、太田原市観光協会、矢板市観光協会の四つの観光関連団体で運営されている。Nas-cle（なすくる）では、五つのサイクルコースを推奨している。

また県北地域には、10年の歴史を持つ那須高原ロングライド大会がある。この大会は、2011年3月の未曾有の東日本大震災からの復興を祈念し、また那須地域の魅力を発信するため、那須高原ロングライド実行委員会と那須高原オールスポーツアソシエーション(NASA)が共同で主催する年1回のロードバイク競技イベントである。コロナ禍のなか、2019年以来3年ぶりに、昨年(2022年)9月上旬に開催されている。

表10 那須高原ロングライド大会のコース概要

| サイクルコース | コース概要 |
|---|---|
|  | ヒルクライム100 約98.2km 【獲得標高約1,873m】 10%を超える激坂あり！上級者向き |
|  | チャレンジ70 約69.9km 【獲得標高約1,239m】 スタートから約25kmで標高1,040mまで上る約70kmのコース。中・上級者向き |
|  | エンジョイ60 約56.9km 【獲得標高約735m】 長い上りのない走りやすい約56.9kmのコース。初・中級者向き |
|  | ファミリー40 約38.4km 【獲得標高約441m】 のんびりと那須高原を楽しめるコース。初心者・ファミリー向き |
|  | どうぶつ王国BBQ満喫50 約49km 【獲得標高約643m】 どうぶつ王国で一日楽しみながら家族がライダーと待ち合わせできるプラン。 |

出典：那須高原ロングライド・ウェブサイト
<https://nasukougenlongride.com/course/>

提案—4では、国内外の大変有望な市場予測を踏まえ、世界のロードバイクやサイクリング愛好家、またアウトドア・スポーツ好きの家族層などに、那須塩原ならではの、きめ細かくカスタムメイドのサイクリングツーリズムを提供する取り組みである。更に、広大な自然や観光名所を巡りながら、ロードバイクの醍醐味を味

わうと共に、地域の文化や歴史、また社会と触れる様々なワークショップを体験する企画である。この中には、現代アートや日本遺産、また那須ブランドで食を楽しむなどの企画も検討に値すると考える。色々なスポーツイベントを企画している元日本代表プロテニス選手の話では、スポーツと食の組合せは極めて相性があるので、

有望な取組みであるとの指摘を受けている。

この取組みに対して、以下のような課題が指摘される。

- 外国人向けのサイクルツーリズムやロードツーリズムに関する施設やコースの整備拡充。
- サイクルツーリズムやロードツーリズムに経験と知識を持つ持つバイリンガル、トリリンガル

の人材の確保。

- 宿泊先における多様なターゲット層向けの対応
- 情報発信の強化
- 関連機関(ステークホルダー)との調整
- ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- 簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発

図12 サイクルツーリズム&ワークショップ体験の概要

特徴：ロードバイク愛好家に向けた変化に富んだサイクルツーリズムを体感

概要：

那須塩原市は、市の面積の半分を自然豊かな山岳部が占め、那須火山帯に属した湯量豊富な塩原温泉郷や板室温泉、三斗小屋温泉をはじめ、箒川沿いの四季折々に彩を見せる塩原渓谷や沼ッ原湿原などの観光名所が多くある。自然豊かな観光資源を背景に駆け抜けるサイクリングツアー&ワークショップの企画。

ターゲット層：

国内外のサイクリング愛好家やスポーツ好きの家族層

取り組み内容：

那須サイクルツーリズムの最大の魅力は、小さい子供や家族で楽しめる安全な初心者コースからプロ級の本格ライドに挑戦できる大会コースまで幅広いサイクリングルートがあることである。この特徴を活かし、世界のロードバイクやサイクリング愛好家、またアウトドア・スポーツ好きの家族層などの多様なニーズにきめ細かく対応するカスタムメイドのサービスを提供。更に、那須塩原の広大な自然と観光名所を巡りながら、プロのサイクリングガイドからワークショップを通して、ロードバイクの楽しみ方や醍醐味を味わう企画。

視点：

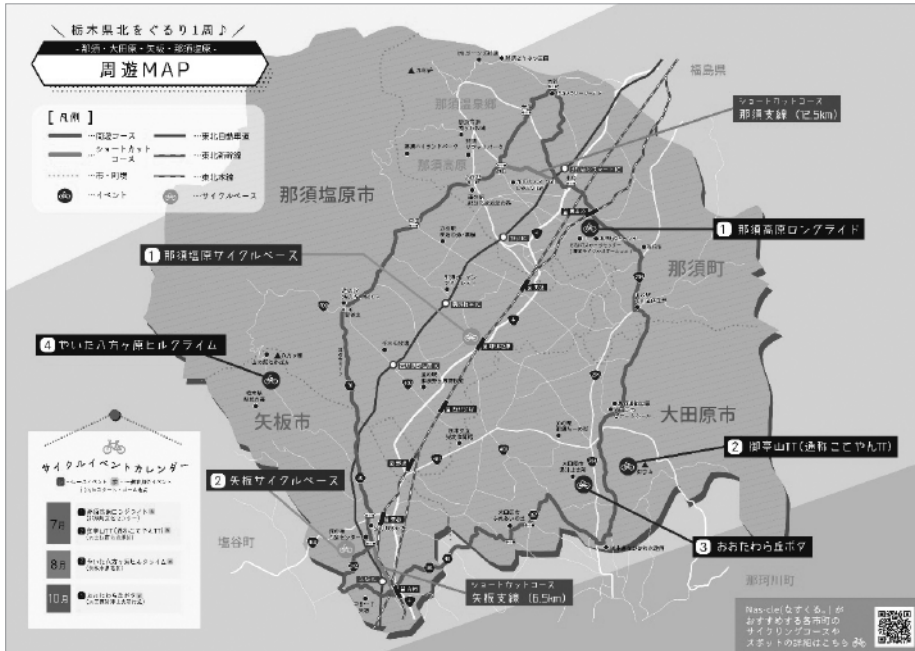
- 多様なサイクルツーリズムの拡充と整備
- 観光資源との連携と融合の推進

課題：

- 外国人向けのサイクルツーリズムやロードツーリズムに関する施設やコースの整備拡充。
- サイクルツーリズムやロードツーリズムに経験と知識を持つ持つバイリンガル、トリリンガルの人材の確保。
- 宿泊先における多様なターゲット層向けの対応
- 情報発信の強化
- 関連機関(ステークホルダー)との調整
- ローカルコミュニティーの基盤整備・構築
- 簡便で多言語対応の情報発信・共有ツールの開発



図13 Nas-cle (なすくる) の県北周遊コースの概要



出典：栃木県北サイクルツーリズム推進協議会。
<https://tochigi-kenpoku-cycle.jp/>

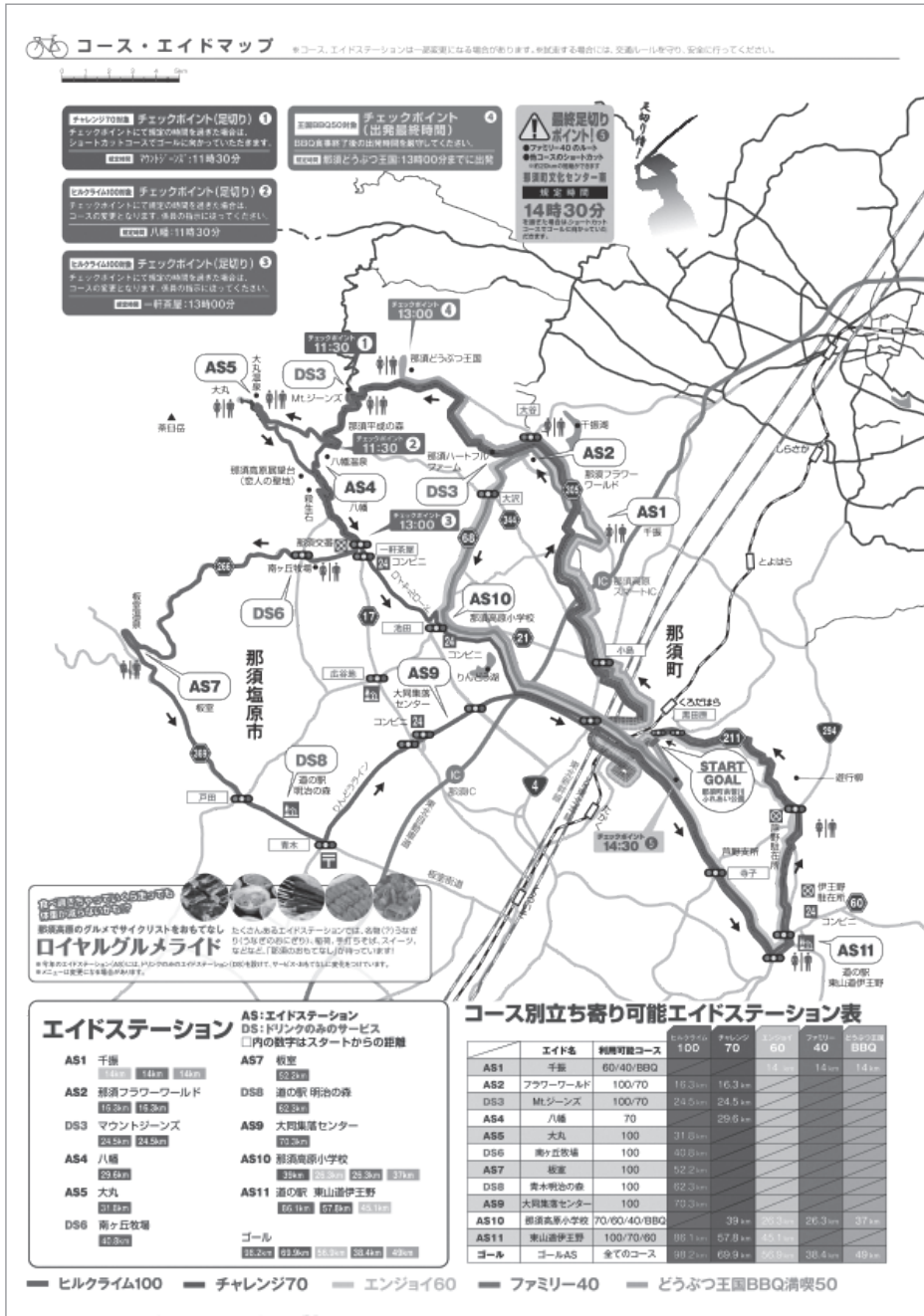
(3) グローカルデザイン提案の総括

以下に、那須塩原市のグローバルデザイン提案を総括する。

- 那須塩原市には、優れた地域資源が豊富に存在する。しかし現在は、地域ブランドとして、その魅力や認知は、国内外ともに必ずしも十分に認識されていない。同様に、地域の潜在性や可能性についても、十分に発揮されているとは言えない。
- 一方で、国際的な認証団体から2年連続で選出され、国際的な認知度が大きく向上している。地域の特性を活かし「地域の持続可能性」を高める取組みを継続的に行うことが肝要である。特に海外での認知度向上を目指し、海外目線で海外に発信できるような魅力ある観光コンテンツの企画、広報宣伝、訪日プロモーションの取組みが重要である。

- 那須塩原市は、将来にわたり極めて有望な3つの地域資源を有する：(a) インバウンド観光を取り込む温泉、(b) ウェルネス・ツーリズムに関連する医療施設と宿泊設備、(c) サイクルツーリズムに関係する多様なコース。
- この提案では、那須塩原市固有の地域資源と関連するアクティビティ7項目に焦点を当て、4つの提案を行う。
 - 提案－1：ローカルガイド付き現代アートを巡るプライベートツアー
 - 提案－2：日本遺産・那須野が原ロマン探索&那須塩原ブランド巡り
 - 提案－3：ウェルネス・ガストロミーツーリズム in 那須塩原
 - 提案－4：サイクルツーリズム&ワークショップ体験

図14 那須高原ロングライド実行委員会大会コースの概要



出典：那須高原ロングライド実行委員会。
<https://nasukougenlongride.com/course/>

□この提案企画を実施するための要諦は、連携である。具体的には、(a) 地域資源間の協力・連携、(b) 地域連携、の2点である。これら

の協力・連携を推進することにより、他の地域では模倣できない那須塩原市特有の地域活性化に資する取組が可能となる。

Glocal Design Proposal: Nasushiobara City

Masakazu Watanuki, Ph.D.

President, Japan Global Initiative

Abstract

Nasushiobara city is located approximately 150 km from the Tokyo metropolitan area and about 50 km North from Utsunomiya city, prefectural capital of Tochigi. The city area occupies the northwest part of the vast Nasunogahara plateau. The city has an area of 592.74km² and a population of 114,703 in 2022.

The best charm of Nasushiobara city is the hot springs. The city is endowed with three hot springs: Shiobara onsen with a rich spring quality and a history of more than 1,200 years; Itamuro onsen known as a medicinal hot spring resort; and Santogoya onsen with a sacred mountain hot spring. Nasushiobara city is rich in tourist attractions with historical charm. There are more than 160 national, prefectural, and city-designated cultural properties. Among them, "the future envisioned by nobilities in the Meiji era-the tale of pioneering vast Nasunogahara plateau", certified as a Japan heritage site in 2018, is the most significant local resource that deserves special mention.

Today, the city focuses on promoting "ONSEN gastronomy tourism", which incorporates stay- & experience-type tourism, targeting not only domestic but also inbound tourists by utilizing the local unique tourism resources. In addition, Nasushiobara city has been certified for two consecutive years, as one of the top 100 good practices from the viewpoint of sustainable destination development.

This proposal clarifies the unique local resources such as the history, culture, and natural environment of the city. From the perspective of glocal design, we will make proposals that contribute to sustainable regional revitalization, by making the most of the local resources and promoting global connections. In particular, we focus on the seven local resources and activities that are available in Nasushiobara, and make unique proposals that can only be realized in Nasushiobara city.