

＜＜地域活性化＞＞

稼げる施設（文化力を経済力へ）

- ・各施設に人が訪れることで周辺地域にも人が流れ、登呂エリア内外への民間参入が促進される
- ・訪れた人による登呂エリア内外での消費活動が活発化する

市民が誇りを持てる施設（シビックプライドの醸成）

- ・地域住民が自ら登呂エリアの価値を発信する／価値の保全に関わる／価値を継承していく

目指す姿

期待する変化

- ・登呂エリア（登呂遺跡・登呂博物館・芹沢銈介美術館）に人（観光客、地域住民等）が多く訪れる／何度も訪れる

- ・地域住民が展示や体験等を通して登呂エリアの価値を再認識する
- ・地域住民が主体的・日常的に登呂エリアを利用する

提言
(具体的な取組のイメージ)

① 市外（県外・国外）からの誘客を図る
（「外」への仕掛け＝観光客等が訪れるきっかけづくり）

歴史・文化資源の訴求力を高める

ア 登呂エリアが持つ価値を訴求力へつなげる(P.10)

各施設が持つ本質的な価値を再認識するとともに、その価値を「登呂エリア」として捉えた上でどのようにアピールしていくかを検討し、今後の取組の方向性を明確化する。

歴史・文化資源を線でつなぎ、面で展開する

A 市内外の観光施設等とのネットワーク化(P.10)

「(仮称)歴史文化施設」を中心として市内の歴史・文化資源等をネットワーク化するとともに、近隣市町も含めた観光施設等との連携を深める。

【例】歴史・文化資源をつなぐ「ストーリー」を含めた観光ルートの構築

B SNS等を活用した効果的な情報発信(P.11)

来場者がSNS等で情報を発信しやすくなるような仕掛けをすることで、効果的な観光プロモーションにつなげる。

【例】SNSに映えるフォトスポットを設置



写真：伊豆市役所観光情報サイトより

C 駅等の乗換ポイントからの来場者の誘導(P.12)

静岡市を訪れた人に「ここにも行ってみよう」と思わせる仕掛けや、多様な移動経路・移動手段をわかりやすく示すことで誘客を図る。

【例】駅等に来訪者の興味を喚起するモニュメントを設置



② 訪れた人が楽しむ

非日常的な時間・体験を提供する

ア 非日常的な景観・空間の演出(P.12)

日常から切り離された景観を楽しみながらゆったりとした時間を過ごせる空間を演出する。

【例】植樹や水田の復元等による「弥生時代」を体感できる景観の演出



イ 特別な場所での特別な体験の提供(P.14)

特別感のある場所で、普段はできない体験を提供する。

【例】登呂遺跡でのキャンプ等による宿泊体験
芹沢銈介美術館でのナイトミュージアム
水田復元エリアでの泥遊び体験



写真提供：やまなし観光推進機構

ウ 「いつでも」「誰でも」「何でも」楽しめる仕掛け(P.16)

多くの人が集まるイベントの会場や、「まちは劇場」推進事業を展開する場として活用することで、恒常的な賑わいを創出する。

【例】フェスなど集客力の高いイベントの誘致



エ 日常的に様々な人が集える「サードプレイス」としての場所づくり(P.16)

地域コミュニティの核として、日常的に様々な人が集える場所とする。

【例】飲食をしながら休憩できるカフェ等の設置



写真：南池袋公園1/Fフレットより

③ 地域に対する愛着を育む

（「内」への仕掛け＝登呂エリアに関わる人づくり）

地域住民等が登呂エリアに親しむ機会を提供する

ア 郷土の誇りとしての存在感の醸成(P.18)

小・中学生に、授業等を通して登呂エリアが持つ価値を知ってもらう。また、高校や大学、専門学校と連携し、登呂エリアで様々な活動をしてもらう。

【例】大学のフィールドワークの場としての活用



イ 地域活動の場としての利用促進(P.19)

登呂エリアを周辺の公共施設や住民団体等の活動の場として利用してもらうことで、登呂エリアに親しんでもらう機会を増やす。

【例】住民団体が主催する地域交流事業の場としての活用



写真：品川区役所ホームページより

ウ 地域主体の登呂エリアの価値の創造・発信(P.20)

地域住民が主体となって登呂エリアの価値を創造・発信してもらう。

【例】登呂エリアのプロモーションを考える市民ワークショップの開催



登呂遺跡・登呂博物館・芹沢銈介美術館の価値を活かしながら、民間企業や地域住民等と連携して多様な取組を実施することで、登呂エリア全体としての魅力を高める

解決の方向性

課題

地域活性化に向け、登呂遺跡などの歴史的・文化的価値の高い資源を地域（観光）資源として有効に活用する必要がある