

導入。観光施設は一部増加も全体は令和元年比で減少。湯沢版Maasフェーズ2で交通空白解消などを進める。

Q 他産業の報告や予報プラットフォームは。

A 他産業データ取得方法を検討。予報プラットフォームは観光機構で活用。

地域公共交通

土樽線は南越後観光バス撤退に伴い令和6年10月から魚沼タクシーが運行。ライドシェアは冬季好調だが夏季は低調。課題は運転手不足、輸送資源の効率化、赤字路線維持財源。

Q ライドシェア将来性は。

A インバウンド客は料金確定を好み、若い副業ドライバーが冬季、夜間に従事。

移住定住促進業務

令和2年度から民間委託でワンストップ対応。総合戦略では令和7～11年度で50人目標、7月末で6人移住。令和6年度減少は単身者家賃補助廃止が影響と推察。定住促進強化が必要。

Q 定住状況は。

A ワンストップ窓口経由の定住率は80%以上。

地域おこし協力隊

観光・農業分野0名、起業型1名。募集窓口を一本化し、面談で受入団体とマッチング。インターンやおためし隊員も支援対象とし、着任後もフォロー。

Q 窓口一本化の受託先は。

A きら星株式会社。

企画産業観光部関係団体との意見交換(湯沢町観光まちづくり機構)

令和7年度重点方針は、観光地域づくり法人登録制度ガイドライン改正に伴い、定款一部改正・組織体制やプロジェクトミッションの見直しを実施し、より機能的な組織へ移行。組織目的の明確化とミッション・カテゴリー再構成で生産性向上を図る。プロジェクトCのミッション(各地区協・エリア支部・部会組織再編、町内事業者への情報共有、地域観光組織基盤整備)を目的に、地区長・部会長会議機能を強化。

令和7年度は越後湯沢駅開業100周年を記念し、メモリアル事業を各イベント・事業に組み込み展開。既存イベントの精査と新規事業(屋根付きステージ・会場整備、音楽のまちゆざわ構想等)でグリーンシーズンを強化し、フジロック開催地ブランドの波及効果を活用。自主事業

として各エリア・部会の事業提案・予算化を進め、行政委託事業とのすみ分けを図る。

Q 各事業の補助金率予算計上、年間イベントスケジュール早期提示、宿泊税導入での執行部と機構の認識違いについて。

A 来年度は補助金率を可能な範囲で提示。イベントスケジュールは確定時点で公表。宿泊税はDMO移行後の自主財源ワークシヨップで学んでおり、導入を前提とせず、各地導入の背景を学ぶ段階。

白瀧酒造直売店

[shop & taproom flow] 6視察

白瀧酒造の新日本酒体験施設[shop & taproom flow] 2025年6月2日開業。新施設は、日本酒のテイステイングや限定商品の購入、酒粕アイスや仕込み水ドリンクの提供、将来的には日本酒のブレンディング体験や没入型映像体験も楽しめる。日本酒文化の新たなハブです。伝統と革新を融合させたこの空間は、五感で日本酒を楽しむことができる。訪れるすべての方に、水を通じた豊かな体験を味わっていただき、白瀧酒造の全銘柄が揃い、季節限定酒やここでしか味わえない商品も展開。体験型ラウンジ(202

5年冬頃開始予定。映像と音響による没入型空間で、湯沢の四季や酒造りの物語を体感。湯沢町の観光施策との連携は町としては、「温泉街との回遊性」「駅周辺の滞在時間延長」「地域ブランドとの整合性」など、戦略的な接続が重要になってくる。体験型コンテンツの本格稼働は2025年夏～2026年冬にかけてだそうだが、地域の観光構造に影響を与える可能性がある。

主水公園の視察

整備内容の主な変更点は段差の解消とバリアフリー化芝生広場と遊具エリアの段差をなくし、フラットな空間に整備。障がい者対応のスロープも新設。東屋は町民の要望を受け、休憩所(東屋)のサイズを約1.5倍に拡張。階段式ベンチも新設。アクセス改善既存公園との接続スロープの位置を変更し、より自然な動線に。駅東口エリアの再活性化や災害対応機能の強化、育て世代・観光客への配慮されている。新日本酒体験施設と主水公園が点から面になって駅東口エリアが「文化と自然の回遊拠点」として再構築できるのではないか。