

ー内閣府・地方の元気再生事業ー

大山パークウェイフォーラム



本圏域の課題であります滞在型観光の推進と魅力のある観光地づくりのため、進めてきました「大山パークウェイを座標軸にした地域の魅力アッププロジェクト」について、事業の実施報告と、意見交換を通し、今後の展開を探ります。

- 17:30 受付開始、開場
- 17:40 BGM(プロモーションビデオのオリジナル挿入曲:3曲)
- 17:55 パークウェイスライドショー

(ここから本番)

- 18:00 フォーラム開始
大山パークウェイ協議会副会長 (米子市・野坂市長) 挨拶
- 18:10 大山パークウェイプロジェクト実施報告 (事務局:石村)
- 18:20 プロモーションビデオのハイビジョン映像鑑賞
- 18:35 観光調査について報告 (事務局:影山)
- 18:40 阿蘇・由布院地域 やまなみハイウェイ視察報告 (事務局:幸形)
(※報告終了後:大山パークウェイ検定の答 確認)
- 18:50 パネルディスカッション
パネリスト
福間 隆 美保関地区活性化協議会
柴野裕美子 皆生温泉旅館組合青年部
斉下正司 伯耆町地域再生戦略課長
半田和文 大山観光局事務局長
矢下慎二 江府町産業振興室室長
コメンテーター
石村隆男 大山パークウェイ事務局
コーディネーター
杉原幹雄 NPO大山王国
- 19:55 閉会のあいさつ
大山パークウェイ協議会副会長 (大山町・山口町長) 挨拶
- 20:00 閉会

終了後 レストラン ル・ポルトで情報交換会(兼懇親会) 20:15~21:40頃
参加ご希望の方は、フォーラム開始前に受付にお申し出ください。
(なお、人数によっては、フォーラム終了後も受付可能な場合もあります。)
※参加基本費用は2000円 飲み物は別途になります。

※大山パークウェイ検定を試行します。(最終項) 簡単な内容です。トライしてみてください。

※観光調査の詳細データは、大山パークウェイのホームページでダウンロードできます。

<http://parkway.daisenking.net/>

大山パークウェイ 実施報告



2008年2月9日

大山パークウェイ協議会
事務局 大山王国

大山パークウェイコース&エリア



背景に「山陰文化観光圏」

～滞在型の観光エリアを目指して～

島根、鳥取両県の官民で、長期滞在型観光の実現を目指す中海・宍道湖・大山観光圏協議会の総会が2008年9月24日、米子市内であり、観光圏の名称を「山陰文化観光圏」と決めた。

連携を進めるエリアは大田市から湯梨浜町に加え、2009年2月2日、隠岐4市町村も加入も決まる。全国最多だった対象市町村は27にまで増加。

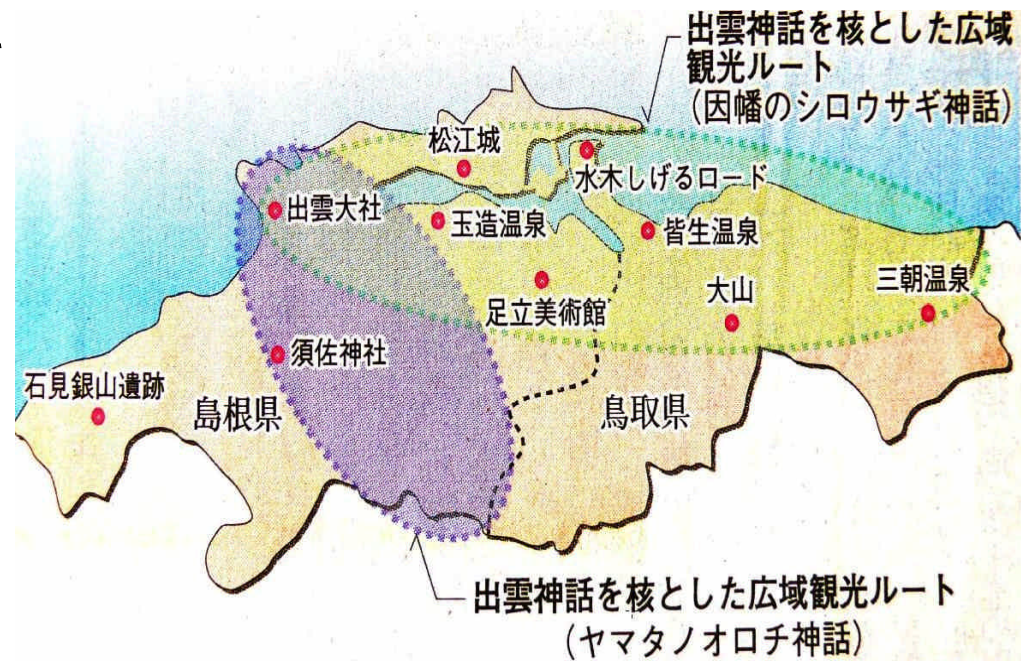
「認定されたからといって、黙っていても支援が得られるわけではない。何をやりたいか地元が提案することが大事」と、認定が出発点であることを強調。

※観光圏とは、県境を越えた地域が連携して宿泊旅行客を呼び込む目的として制定。

認定された観光圏は、補助金交付や旅行業法の特例といった国の支援を受けながら、魅力ある観光地づくりに取り組む。全国で16箇所認定。
(中国地方では他に広島・宮島・岩国圏域)

●滞在の魅力を高めた取組が必要
当面は2泊3日以上滞在型観光を目指す。

●最終の目標は1週間滞在していただける地域づくり。



大山パークウェイを座標軸にした地域の魅力アッププロジェクト（鳥取県米子市・境港市・大山町・伯耆町・南部町・琴浦町・江府町・日吉津村、島根県松江市、岡山県真庭市）

「国立公園大山」を縦断し、海と高原の美しい景観が連なる美保関から蒜山間の道を「大山パークウェイ(注)」と名付け、寄り道を促す仕掛けにより点在する観光スポットをゆっくりドライブを楽しみながら周遊できる観光ルートとして再構築を図る。



平成20年度の主な取組

- ① 「大山パークウェイ」の認知度を高めるためマップやホームページ、PRビデオの制作等によりPRを実施。
- ② スタンプラリー等の周知イベントの実施と共に、観光・まちづくり関係者、市民の参加するシンポジウムを実施。
- ③ パークウェイを利用したツアー等を盛り込んだ旅行商品を民間旅行会社と開発。

(注)「パークウェイ」は北米の国立公園等で設置されているもので「風景の素晴らしい道」の意味。

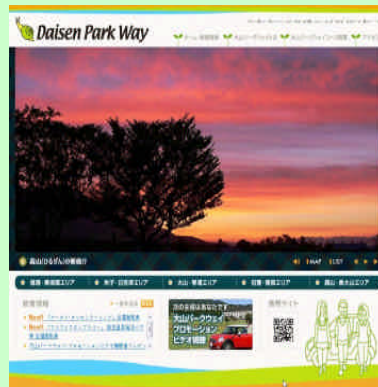
平成21年度以降の展開

統一道路標識の設置、キャンペーンの実施、旅行商品の販売、ナビゲーションシステムの導入等観光の取組や、景観保護活動グループのネットワーク化による地域の景観整備活動により大山及び周辺地域の活性化を目指す。

大山パークウェイプロジェクト主な実施取組み①

●全体の構想づくり～認知を進める取組み

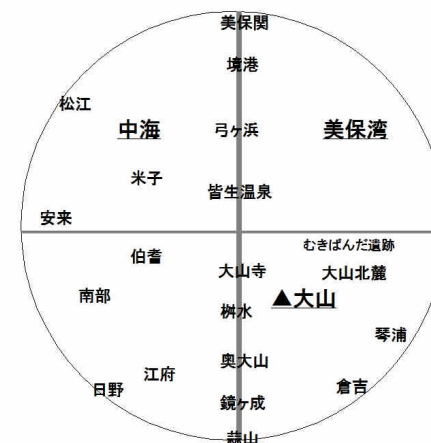
- ・大山パークウェイ支援組織「**大山パークウェイ協議会**」の立ち上げ。鳥取県、圏域市町村、観光協会など官民参加。エリア全体の活性化の軸にすること合意。これら一連の取組みは繰返し新聞、ラジオ、テレビで報道、情報番組で紹介され、地域への認知が一気に進む。・各エリアでの意見交換会を実施、情報の共有を図る。
- ・パークウェイオリジナルマップの制作や専用ホームページの運用で情報発信。
- ・PRビデオの制作、圏域内外のCATVに放送、連動してインターネットアンケート調査
- ・大山パークウェイ利用者アンケート調査、約700件のデータ収集、分析実施。



大山パークウェイプロジェクト 主な実施取組 ②

- 旅行会社、高速道路会社で取組む「ドラ旅」で、大山パークウェイを圏外に広くPR
 - ・JTBとNEXCO西日本で取組む「ドラ旅」のチラシ(7万部)、情報誌(奔放100万部)、両社のホームページで大山パークウェイへのドライブ旅行PR。
 - ・モニターツアーの実施で、パークウェイの魅力など点検、再認識をする。
 - ・大山パークウェイを取り込んだ旅行商品(首都圏発)の開発(JTBロイヤルロード)
 - ・旅行情報誌「じゃらん」(※発行部数10万部)で特集記事掲載。
 - ・スタンプラリーの実施。民間も参加し、コース全体で一体的なのイベントになった。
 - ・モニターツアー、スタンプラリーとも参加者の8割以上がこのコースを評価。当地のメインの旅行商品になる可能性が確認できた。





■ マスコットキャラクターはカタツムリ

大山パークウェイのマスコットは大山固有のカタツムリ「ダイセンニシキマイマイ」をモチーフにしています。

カタツムリはイタリアで始まったスローフード運動のシンボルとして、またスローライフの象徴として知られていますが、当エリアでも同様にスロースーリズム、そしてパークウェイではスロードライブを楽しんでいただきたく、その思いをカタツムリに託しました。

デザイン的にはカタツムリ全体で大山パークウェイをかたどっており、尾が「蒜山・奥大山エリア」、殻が「大山・琴浦エリア および 伯耆・南部エリア」、胴が「米子・皆生温泉エリア」、目・頭が「境港・美保関エリア」を意味しています。

■モニターツアー

「大山パークウェイ モニターツアー」アンケート結果 合計

実施日 : 2008年11月9日(日)・11月15日(土)

参加人数 : 44名

Q1、蒜山高原は魅力あると感じましたか？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
22名	20名	2名	0名	0名
50%	45%	5%	—	—

Q2、鏡ヶ成自然散策は魅力あると感じましたか？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
21名	14名	8名	0名	0名
49%	32%	19%	—	—

Q3、木谷沢渓流・鍵掛峠は魅力あると感じましたか？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
32名	9名	1名	0名	0名
76%	22%	2%	—	—

Q4、大山寺周辺は魅力あると感じましたか？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
8名	25名	10名	0名	0名
19%	58%	23%	—	—

Q5、美保関灯台は魅力あると感じましたか？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
8名	13名	23名	0名	0名
18%	30%	52%	—	—



Q6、美保関散策は魅力あると感じましたか？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
12名	19名	11名	0名	0名
29%	45%	26%	—	—

Q7、大山パークウェイ全体の感想をお聞かせ下さい？

1、大変魅力ある	2、まあまあ魅力ある	3、普通	4、魅力がない	5、その他
22名	19名	0名	0名	0名
54%	46%	—	—	—

Q8、時期を変えて再度来てみたいと思いますか？

1、ぜひ来たい	2、機会があれば来る	3、わからない	4、来ない	5、その他
26名	16名	2名	0名	0名
59%	36%	5%	—	—

上記で1、2、を回答された方、いつ頃の時期が良いと思いますか？

春	25名	初夏	4名	夏	6名	秋	10名
---	-----	----	----	---	----	---	-----

Q9、優れた観光資源として全国にアピールすべきだと思いますか？

1、ぜひすべき	2、した方がよい	3、どちらでも	4、しない方がよい	5、その他
23名	20名	0名	1名	0名
52%	46%	—	2%	—



■大山パークウェイ・スタンプラリーアンケート

※551名が5箇所以上のポイントでスタンプを押して廻る。(期間10月20日ー12月10日)



年齢		
年齢	人数	%
19歳以下	108	19.60
20代	57	10.34
30代	127	23.05
40代	100	18.15
50代	77	13.97
60代	39	7.08
70代	28	5.08
80歳以上	7	1.27
記載なし	8	1.45
	551	
宿泊日数		
日帰り	331	60.07
宿泊	204	37.02
記載なし	16	2.90
	551	
宿泊数		
1泊	127	62.25
2泊	55	26.96
3泊	10	4.90
記載なし	12	5.88
	204	

このドライブコースについて		
全線を良く走っている	83	15.06
部分的によく走っている	216	39.20
全線を、または部分的に たまに走る	148	26.86
初めて走った	90	16.33
記載なし	14	2.54
	551	
走られた感想は？		
とても良い	274	49.73
良い	213	38.66
まあまあ	52	9.44
あまり良くない	2	0.36
悪い	10	1.81
	551	
「大山パークウェイ」というルートについて		
とても良い	232	42.11
良い	221	40.11
まあまあ	84	15.25
あまり良くない	6	1.09
悪い	8	1.45
	551	

県別		
愛知	7	1.27
愛媛	10	1.81
大阪	52	9.44
岡山	64	11.62
沖縄	1	0.18
香川	6	1.09
神奈川	7	1.27
岐阜	2	0.36
京都	3	0.54
埼玉	1	0.18

滋賀	1	0.18
島根	66	11.98
東京	4	0.73
徳島	9	1.63
鳥取	224	40.65
奈良	8	1.45
兵庫	30	5.44
広島	46	8.35
山口	9	1.63
記載なし	1	0.18
	551	

観光客数の変動



大山パークウェイの取組みを秋の観光シーズンに集中して行いましたが、結果、情報が広く行き渡ったこともあり、各エリアとも入込増(前年比)となった。

約3割増・・・大山、美保関

約2割増・・・奥大山、伯耆

約1割増・・・境港、皆生温泉、蒜山

※経済不況、ガソリン代高騰のなかで全国的に出足が鈍る中、好調な動きは特筆できる。

なかでも

・大山エリア・・・3割増でこれまでにない賑わいとなった。

要因はいろいろありますが、紅葉が良かった。天気が良かった。モンベル効果。大山パークウェイの情報発信効果。

・美保関エリア・・・3割増。これまでに訪ねてこない若い層が来訪した。

・境港エリア・・・水木ロード、水木しげる記念館など約1割増。

昨年も史上最高となったが、今年はさらに伸びる。

※なお、一部を除いて各エリアとも観光客数に関しては目算。

きちんとしたカウントができていないため、目安として指標にするしかない状況。有料施設の入場数、レジカウンターの数などは数字がでますが、具体的なものは公表されません。

主要な道に、車の通行量を自動的にカウントできるシステムが導入になれば、入込み状況の変化が日々チェックできるようになるのですが・・・。

大山パークウェイプロジェクトの成果・今後の展開

(成果)

- ・新規で取組んだ「地域の魅力アップ」の事業だが、その着眼点、方向性、タイトルについて一定の評価を得、圏域で認知が進む。

(今後)

- ・圏域の行政機関、観光協会などとも協力体制もでき、今後は「山陰文化観光圏」との調整をはかりながら、本格展開に向けて継続した魅力的なプログラムの企画、情報発信をすることが必要。

- ・大山パークウェイの認知を上げるため、これを「ブランド」としてイメージアップ戦略を展開する必要がある。

単なる観光のコースということだけでなく、文化的取組みや、スポーツを絡めた取組み、グリーンツーリズム、エコツーリズム、スローフードなど「スローツーリズム」を意識した滞在型の観光が楽しめるエリアとして打ち出し、具体的な事業展開実施へ。

- ・そこには、プログラム開発、運営システムの構築などソフト事業の展開が必要と考えられる。このアウトプットとして「大山パークウェイ滞在計画」といった、滞在を意識したガイドブックなど制作も必要と考えられる。

大山パークウェイ観光調査から見えること

調査結果の概要

- ・米子道開通後、大山の観光客が半減した
- ・蒜山エリアから大山PWに巡って来る車はわずか2割以下
- ・米子道を通る観光客の7割が大山PW（蒜山～大山～皆生～境港～美保関）を知らない
- ・観光の目的で「ドライブ」は3位、「景観」が2位、合わせると1位の「観光地」と同数
 - ＊景観のよい道をドライブすることは「観光の目的」となる
- ・大山PWの観光客6割がリピーター（満足度は高い）
- ・観光客は地元と隣県で半分、残り大半が山陽と関西
- ・宿泊は30～50代の友人グループ、日帰りはファミリーが消費額上位
- ・宿泊客にPR効果が高いのは、ロコミ、情報誌（るるぶ、まっぷる、じゃらん）、ネット

・・・で言えることは

- ・基本的に「絶景ドライブコース」でアピールできる
- ・ルートを知らない人は7割、よりいっそうの広報が必要
- ・一度ドライブすればリピーター率は6割、更に満足度を上げることも可能
- ・大山PWに観光客を誘引するには、まず蒜山ICで下ろすこと

蒜山の観光客（250万人）にどうアピールするか？

水際作戦では蒜山SAでのPR強化、他のSA・PAでのPR

（次に松江・境港からの帰りルートで大山PWにどうのせるか）

- ・大山PWへの誘導サイン、大山PW内サインが必要
- ・発地対策は、山陽・関西で重点PR
- ・ターゲットを絞ったおすすめルート情報+店と食べ物の情報をネットで



阿蘇・由布院地域 やまなみハイウェイ視察報告

- 日程 2008年1月7日(水)～9日(金)
- 参加者 石村ほか7名
- 1月7日 出雲空港 → 福岡空港 → レンタカー
由布院観光総合案内所 訪問
別府温泉視察 泊
- 1月8日 終日 やまなみハイウェイ～阿蘇パノラマライン等視察
阿蘇地域振興デザインセンター訪問 (坂元事務局長)
黒川温泉視察 (坂元事務局長同行)
奥阿蘇 農家民宿視察 泊 (坂元事務局長同行)
- 1月9日 奥阿蘇白川水源 視察 (坂元事務局長同行)
阿蘇古代文明史跡 視察 (坂元事務局長同行)
福岡空港 → 出雲空港



**Daisen
Park Way**

大山パークウェイ

Sakai minato
Mihonoseki
Miho Bay
Keyaki Dohri
Kaike Spa
Yonago
Yonago I.C.
Daisenji
Masumizu
Mt.DAISEN
Kagikake Pass
Oku-daisen
Kagamiganaru
Hiruzen I.C. ~ Hiruzen



やまなみハイウェイ（別府阿蘇道路）は、**由布院～くじゅう～阿蘇**を結ぶ全長約50kmの道です。阿蘇くじゅう国立公園は、九州のほぼ中央に位置し、周囲約100kmに及ぶ世界最大級のカルデラ地形とその北東部に連なるくじゅう火山群で構成されており、やまなみハイウェイによって、《大分県》別府、由布院、くじゅう、《熊本県》阿蘇、少し足を伸ばせば《宮崎県》高千穂までがひとつの観光ゾーンとして楽しむことができます。

九州自動車道、大分自動車道を利用せず、地道を連絡して、国立公園である くじゅう・阿蘇山を中心にして県境をまたぐ点でも、大山パークウェイの好視察地といえます。



この形の看板が
やまなみハイウェイの目印



やまなみハイウェイには**共通の形をした茶色の看板**が立っていて、やまなみハイウェイであることがひと目で分かるようになっている。また、看板類は茶色に白文字で統一感が保たれている場所が多く、気持ちよい。



■ 財団法人阿蘇地域振興デザインセンター 坂元英俊事務局長からの聞き取り

- ◎阿蘇全域への入込客数 年間1,850万人
- ◎近年は外国人の増加が著しい、2/3は韓国人

阿蘇は熊本代表ではなく、「九州の代表」である。

「ゆっくり、のんびり 阿蘇大陸」

- ◎「阿蘇くじゅう観光圏」として認定
- ◎「国立公園」であることを再認識してクオリティを高めていく
- ◎全てのパンフレットに「阿蘇大陸」のロゴを入れている
- ◎阿蘇山の景観だけではなく、阿蘇の魅力は食べ物。
赤牛、田楽、蕎麦、食べ物が美味しいというイメージ訴求を展開している

観光は一部である。地域デザインとして全体をコントロール、観光面では、阿蘇カルデラツーリズムとして統一感を持たせる。

- ◎地域デザイン全体をコントロール
 - 観光のコントロール《阿蘇カルデラツーリズム》
 - …エコツーリズム（中岳火口トレッキングなど）
 - …グリーンツーリズム（農家体験、農家民宿など）
 - …タウンツーリズム（街中の商店街に湧き水など）



**Daisen
Park Way**

大山パークウェイ



■ 財団法人阿蘇地域振興デザインセンター 坂元英俊事務局長からの聞き取り

長期滞在対策《おとなの長旅・九州》

◎阿蘇旅・・・長期滞在観光の実証事業

- エコトレッキング、ホーストレッキングと温泉
- ペンションと食体験・天体観測体験
- 温泉とメディカルチェック など

二次交通の整備、拠点ごとの充実と連携が大切 拠点ごとにパークアンドライド、ゆっくりと時間をかけて

◎ぐる〜とバス 黒川温泉など温泉三昧

- ・・・入湯手形 全国初でした
- ・・・本格的な湯治場 地獄温泉めぐり

◎スロースピードの旅へのシフト

- ・・・回遊のコースづくり
- ・・・パークアンドライド
- ・・・サイクリング

阿蘇ツーリズムの基本は、「農村、自然、商店街」

◎作らなくとも、そこにあるものを磨けばよい、良いものはあるが気が付かないだけ

- ・・・村人たちのあいさつ、もてなしの心、地域の誇り
- ・・・地域の人々が認識していないことは、無いことと同じ
- ・・・大切なのは人間性の向上。経済性の向上は人間性の向上の延長上にある
- ・・・我欲（自分だけ良ければいい）、迷妄（ねたみ、陰口）が地域をダメにする
- ・・・おもてなしは「笑顔でお世話」・・・それだけでよい



**Daisen
Park Way**

大山パークウェイ



■ 財団法人阿蘇地域振興デザインセンター 坂元英俊事務局長からの聞き取り

女性のクチコミの力はスゴイ、メール、ブログ、 本物でストーリー性があると自然と広がっていく

- ◎ 良いものは自然と、女性のクチコミ、メール、ブログで広がっていく
- ◎ 本物志向が強く、ストーリー性のあるものに弱い
- ◎ 「本物」を提供すること、自然にお金を使いたくなるもの

代表となるコースは3個程度で良い、沢山はいらない

- ◎ メインディッシュが一個あればよい、沢山はいらない
 - …小鉢は後からでもできる、メインがないのに小鉢はいらない
- ◎ そぞろ歩きも、メインを決めていく
 - …3軒くらいに絞ること
 - …食べあるきツアーなど食とからませることが大切

インターネット、ケータイサイト、多言語対応 「阿蘇ナビ」のQRコードを全てのパンフレットに入れている

- ◎ ケータイで予約までしたいというご要望が多い
- ◎ 情報をその日のうちに、自分たちで情報を入れる事が重要
- ◎ 英語、中国語、韓国語など多言語対応
- ◎ 阿蘇テレビなどとも連携
- ◎ システムとコンテンツなど、約1,000万円でケータイサイトを作成



**Daisen
Park Way**

大山パークウェイ



■ 財団法人阿蘇地域振興デザインセンター 坂元英俊事務局長からの聞き取り

新幹線の開通を目指して

阿蘇博覧会を展開していきたい、村はパビリオンだ

- ◎阿蘇を博覧会に見立てる、私たちは博覧会運営本部
- ◎村はパビリオン…それぞれの特徴とストーリー性を持たせる
- ◎滞在型の展開とする

旅人たちが自分で造る「阿蘇・旅の市場」

- ◎旅人たちが自分で作る旅のコース
- …そのための「具」の提案をしておく

地域を守るためには、地域がパッケージを組むこと

- ◎具が出来たら、地域からパッケージも造成する
- ◎それを全国のツーリストへ買ってもらう

ゆっくり、のんびり、バスで回ろう

阿蘇まちめぐりガイドブック、村人とのワークショップで創る

- ◎阿蘇の自然に癒されるスローな旅
- ◎掲載内容は村の人たちに参加してもらってワークショップ形式で作りました
- ◎村ごとの、小さな小さな情報を一冊にまとめて詳しく紹介
- ◎食べ物、工芸品、神社、お寺、樹木、お祭り、人々の暮らし…
- ◎何も無いようで、観光客にとっては楽しいもの、癒されるものが沢山、気付きが大切。



**Daisen
Park Way**

大山パークウェイ



やまなみハイウェイの視察を終えて、視察からの印象と課題

地域を活性化させるための、「新たな道」づくりが大切

- ◎大山パークウェイは、「地域づくり」と「地域づくり」を結ぶ道である
- ◎しかしながら、一本の道として認識できる「看板」などの基本的な整備が急がれる
- ◎最終的には、地図に載ることを目指し、広く認識してもらうことが重要

地域をどう固めるかが大切

- ◎地域ひとつずつを回り、ワークショップ的に地域住民と共に、個々の地域を磨く
- ◎それらを持ち寄り、地域資源を眺望の後、連携と再構築案を練る
- ◎各エリアごとの定期的な代表者会議と、担当者会議が必須

地域全体をデザインすることが大切

- ◎地域全域をまとめあげてデザインしていく組織が必要
- ◎全体をデザインする組織への安定した長期的資金の確保が必要
- ◎観光だけで考えてはダメ、地域振興そのものをテーマとする
- ◎縦割りではダメ、行政と中間組織と民間のネットワークが必要

国立公園としての再構築が大切

- ◎そこらじゅうでエコツーといっているが、当地のエコとは何なのかを確立する
- ◎いろいろと在り過ぎて分からなくなっている、整理して再構築する必要がある

長期展望と夢のバランスが大切

- ◎長期展望に立ち、体系的なチャート、スケジュール、数値目標を作る
- ◎姫鳥線～山陰自動車道の全線開通後の動線変化に対応した構想を描く
- ◎夢ある大きなコンセプトを持ち、果敢に前に向かって進むことが最も大切。

パネリスト各位

NPO 大山王国 副理事長 すぎはらみきを

皆様には、時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

この度の「大山パークウェイ フォーラム」開催に当たっては、パネリストとしてご登壇いただけるとのこと、心より御礼申し上げます。

限られた時間ではありますが有益なディスカッションとなるよう、コーディネーターとして精一杯努めますので、なにとぞご協力の程よろしくお願い申し上げます。

さて、ディスカッションは次の3つの論点で進めさせていただく予定としておりますので、予めご発言の趣旨を整理して本番に臨んでいただければ幸いです。なお別紙プログラムのように非常にタイトなスケジュールでして、甚だ申し訳ないのですが、お一人のご発言は1回、3分程度でまとめていただくようお願いいたします。

1／今年度のパークウェイの取り組みについて（自己紹介を兼ねて）

ご自身がどのような形で関わりをお持ちいただいたか

お客様や地域の皆様の反応や、総じてその成果はどうだったか

ご自身のご感想など

2／来年度以降、どのような取り組みとしたいか

必要だと思われる「パークウェイ全体」での取り組み

ご自身の地元での取り組み（既に計画されていること、あるいは希望など）

3／大山パークウェイの取り組みはどんな方向を目指すべきか

仮に「大山パークウェイ憲章」を制定しようとした場合、大切にしたい言葉は？

その「理念」や「コンセプト」「キーワード」は何だとお考えですか？

※お手元のボードに各自「キーワード」を記載していただき、それに従って

ご意見を伺うこととします。

当日は事前に簡単な打ち合わせを行いますので、開会の1時間前（午後5時）にお集まりいただきますよう。皆様ご多忙のこととは存じますが、以上よろしくご準備の程、重ねてお願い申し上げます。

(お試し企画 2009. 2. 9)

1) 蒜山高原には2000頭の乳牛が飼育されています。その牛の種類はなんでしょう？ () 牛)

(①蒜山連峰 ②蒜山三山 ③蒜山三座)

(①鬼面台 ②鬼女台 ③鬼綿台)

(①1238m ②1448m ③1658m)

サントリー天然水奥大山〇〇工場。
この〇〇は(①江府 ②笠原 ③ブナの森)

(①木谷沢 ②二の沢 ③御机沢)

(①天狗峰 ②剣ヶ峰 ③三鈷峰)

(①真言宗 ②曹洞宗 ③天台宗)

(①800円 ②1000円 ③1500円)

(①モンベル ②コールマン ③ノースフェイス)

ホテルと表現される宿泊施設が3つあります。(ファッショホテル除く)
それはホテル大山、大山ロイヤルホテル、そしてもう一つは？ ()

(①約25軒、②約40軒、③約55軒)

(泉)

()

(①ヨット ②ウインドサーフィン ③シーカヤック)

(①ねこ娘ミスト ②オンセンキレイ ③皆生スパミスト)

(①カエデ ②ケヤキ ③イチヨウ)

(①妖怪神社 ②鬼太郎神社 ③目玉親父神社)

(①釜山(プサン)とナホトカ ②東海(トンヘ)とウラジオストク ③東草(ソクチョ)とハバロフスク)

()