

登呂エリアの「目指す姿」の実現に向けて

①登呂エリアに来てもらう

登呂エリアのブランディング

- ・「弥生時代」を軸としたブランディングの検討
- ・若い世代もターゲットとした新しいブランドイメージの構築
- ・登呂エリアとその周辺地域の一体的なブランドイメージの構築
- ・インバウンド客をターゲットとしたブランディングの検討

SNS等を活用した効果的な情報発信

- ・市のSNSアカウントへの投稿等による積極的な情報発信
- ・来場者自らがSNS等で情報を発信したくなる工夫（フォトスポットの設定など）
- ・インバウンド客の誘致も見据えたHP等の多言語化

市内外の観光施設等とのネットワーク化

- ・「(仮称)歴史文化施設」を中心とした市内の歴史・文化施設のネットワーク化
- ・市外の観光施設等も含めた観光ルートの構築・PR

交通アクセスの利便性の向上

- ・主要駅等における登呂エリアまでのアクセスのわかりやすい表示
- ・新スマートインターチェンジからの誘客のための仕掛け
- ・公共交通機関の利便性の向上
- ・駐車場の規模や料金等の検討、駐輪場の設置

②訪れた人が楽しむ

弥生時代を感じられる非日常的な景観・空間づくり

- ・景観の調和を図るための植樹
- ・来場者を景観の一部に組み込む工夫（貫頭衣の着用など）

来場者がゆっくりと時間を過ごせる場所の設置

- ・弥生時代を感じられる景観を楽しみながらゆっくりと飲食ができる施設等の設置
- ・景観に優れた登呂博物館屋上スペースの活用

観光客に高揚感を与えるミュージアムショップ

- ・デザイン性に優れた内装、商品等により観光客に高揚感を与えるショップ

遺跡に泊まれる特別な体験の提供

- ・遺跡内でキャンプ等により宿泊できる機会の提供
- ・「まちは劇場」プロジェクトとの連携

イベント等の会場としての積極的な活用

- ・遺跡という特別感を活かした質の高いイベント等の開催

弥生時代を想像しながら学べる体験の提供

- ・火起こし等の体験の中で、弥生時代の「わかっていないこと」も伝えることで、想像の広がりや余韻を楽しめるものとする

登呂エリア周辺への店舗等の出店

- ・かつての土産物屋の跡地など、民有地も含めた登呂エリア周辺への店舗等の出店

各施設が持つ価値を効果的に伝える展示・動線

- ・各施設が持つ価値を余すところなく伝える展示や動線等の工夫
- ・登呂遺跡・登呂博と芹美それぞれへの来場者をもう一方へ誘導する工夫

③地域に対する誇りを育む

歴史ロマンを感じる「物語」の発信

- ・登呂遺跡の発見・発掘が戦後の日本に希望の光をもたらしたことなど、その価値を「物語」としてすべての来場者に伝える工夫

学校との連携によるシビックプライドの土壌づくり

- ・小・中学校の授業等における伝え方の工夫
- ・市内の高校、大学と連携した取組

具体的なイメージ

①～③の中で特に追加で議論いただきたい点

- 芹沢銈介美術館について
- ・登呂遺跡・登呂博との連携
 - ・デザイン性に優れた建物の活用

- 地域との連携について
- ・地域住民をどのように巻き込むか？
 - ・地域住民等による活動の顕彰

多くの人に訪れてもらう／何度も訪れてもらうためにどうしたらよいか？（イメージをさらに具体化）

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

期待する変化

- ・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加が促進される
- ・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

- ・訪れた人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

「期待する変化」を「目指す姿」の実現にどのように繋げたらよいか？（不足している視点はないか）

目指す姿

稼げる施設（文化力を経済力へ）

市民が誇りを持てる施設（シビックプライドの醸成）