

# 関ヶ原古戦場グランドデザイン

[ 概要版 ]

関ヶ原古戦場グランドデザイン策定懇談会

## はじめに

古代より東西を結ぶ交通の要衝であった関ヶ原は、戦国の世から泰平の世へと移行する契機となった「関ヶ原の戦い」の地として、多くの日本人に知られています。

高い知名度を誇る関ヶ原ですが、そこに存在するのは「古戦場」であり、歴史的建造物のような目に見える資産ではありません。しかし、住民の誇りや観光価値を生み出すような関ヶ原古戦場の保存・整備への町民からの期待は、従前より高いものでありました。

こうした中、平成19年度には、古戦場の有効活用の指針となる「関ヶ原古戦場保存活用のための基本構想」(以下、「保存活用基本構想」)が策定され、平成21年度にはそれに基づく「史跡関ヶ原古戦場保存管理計画」(以下、「保存管理計画」)が策定されました。

この「保存活用基本構想」と「保存管理計画」は、古戦場が「地域活性化の重要資源」として、定住人口と交流人口の拡大という役割を担うこと、そして「日本最大の古戦場跡」として、未来へその歴史的意義を伝えていくという役割を担うことを重要な柱としています。

このたび町と県では、「保存活用基本構想」「保存管理計画」も踏まえながら、飛躍的な交流人口拡大のチャンスともいえる2020年の東海環状自動車道全線開通を視野に、関ヶ原古戦場の整備と活用の指針となる「関ヶ原古戦場ランドデザイン」を策定することといたしました。

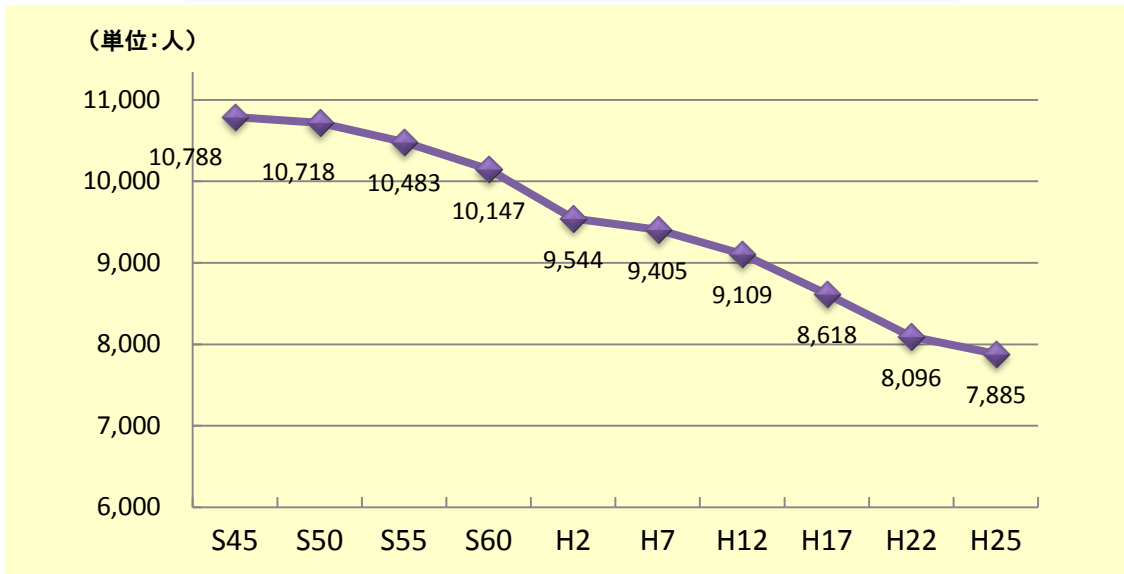
今回、学識経験者、観光関係者、歴史ファンなどで構成された、関ヶ原古戦場ランドデザイン策定懇談会において、関ヶ原のブランド力を活かした地域活性化と歴史資産の継承に向けた取組みの基本的な考え方ならびに、それに基づく効果的なハード・ソフト両面での具体的な取組みについて、取りまとめるものです。

# 1. 関ヶ原町の現状

## ◎高い知名度を誇る関ヶ原 > 減少傾向にある定住人口・交流人口

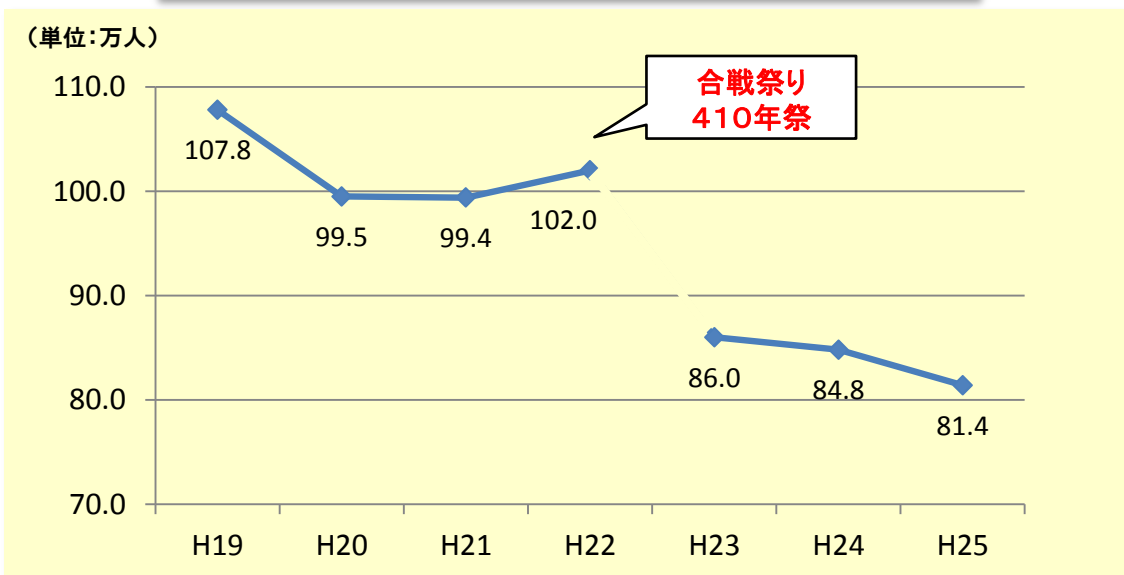
関ヶ原町の人口、また観光客数は減少傾向にあります。その反面、関ヶ原町の魅力度の調査では全国、岐阜県内ともに好評であり、全国的にもブランド力が高いと言えますが、これを十分に活かしてきていない姿が見て取れます。

### 関ヶ原町人口の推移



※ S45～H22は国勢調査、H25は住民基本台帳調査

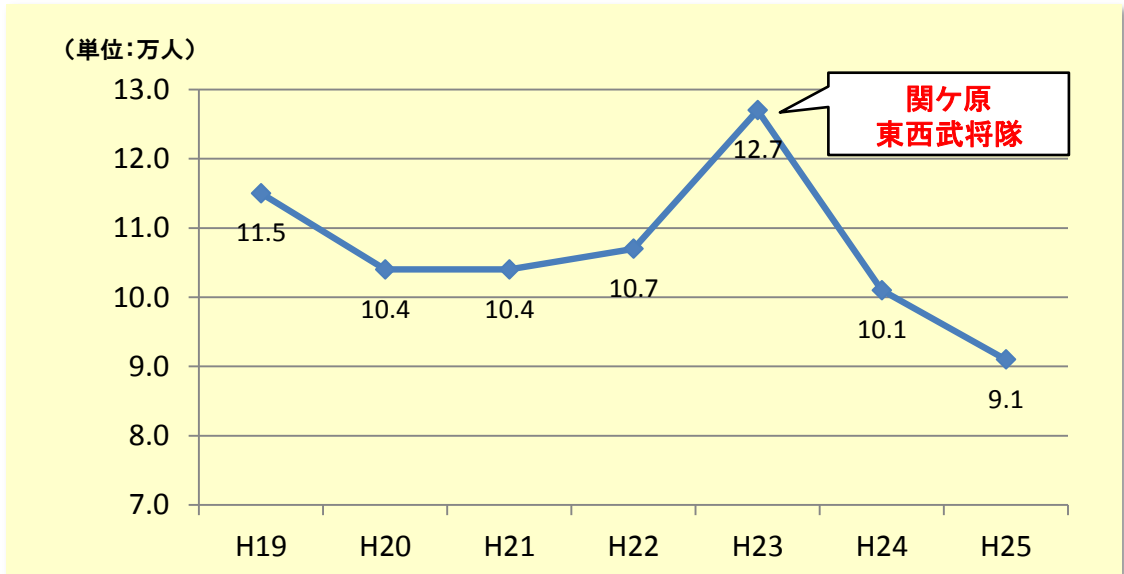
### 関ヶ原町の観光入込客数の推移



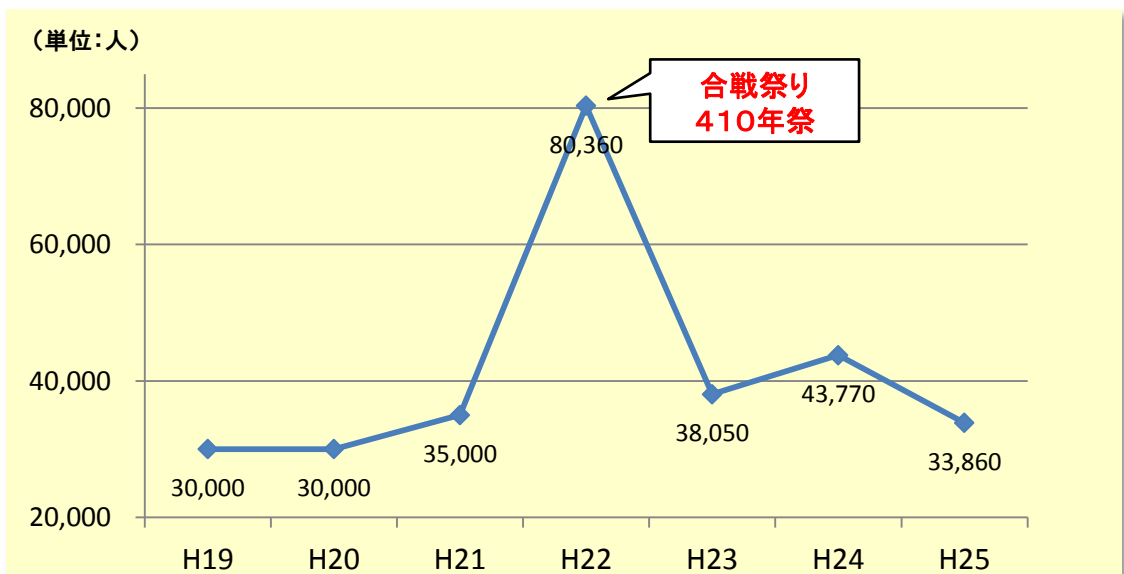
※H19～22は岐阜県観光レクリエーション動態調査、H23～25は岐阜県観光入込客統計調査による。  
※H19～22はイベント参加者数を観光入込客数に含むが、H23～25はイベント参加者を除くなど、統計手法が変更されており、単純比較はできない。

# 1. 関ヶ原町の現状

## 関ヶ原古戦場の来訪客数の推移



## 関ヶ原古戦場活用イベントの来場者数の推移



# 1. 関ヶ原町の現状

関ヶ原古戦場観光客の属性 [関ヶ原古戦場と岐阜県全体の比較]より

東海地区(岐阜県含む)からの来訪者 岐阜県全体 **約75%** 関ヶ原 **約55%**  
県外来訪者では、**関西・関東からの比率が高い**



**全国区の観光地へのポテンシャル**

関ヶ原古戦場の前後に、東海・北陸・滋賀など戦国時代ゆかりの地をめぐる観光客が多い



**ストーリー型周遊の中核地の役割**

主要な史跡がJR関ヶ原駅近郊に集積



**駅からのアクセス容易**

**強み**

**弱み**

男性の来訪者	岐阜県全体 <b>約57%</b>	関ヶ原 <b>約75%</b>
一人での来訪者	岐阜県全体 <b>約7%</b>	関ヶ原 <b>約25%</b>



**女性・一般の観光客の比率が低い**

## 2. 関ヶ原古戦場の課題

### ・「関ヶ原の戦い」のブランド力の活用

NHK大河ドラマなどの戦国時代人気や「関ヶ原の戦い」の知名度が、観光誘客に活かしきれていない。

伊吹山やドライブインなど町内観光客の古戦場への誘客ができていない。 など

### ・古戦場としての雰囲気やイメージづくり

古戦場の保存状況が不十分で、史跡の雰囲気が保たれていない。

案内看板、装飾デザインが不足。また古戦場内にシンボリックなシーンがない。 など

### ・古戦場史跡の歴史的価値の保全と活用

史跡周辺に景観や眺望を損ねる施設、設置物などがある。

道路、駐車場など車でのアクセス環境が悪い。 など

### ・歴史の真実、その面白さやドラマを伝える工夫

合戦の意味や魅力、さらに当時の生活様式、社会への影響などを伝えられていない。

各地の古戦場がつながっていく、連携企画ができていない。 など

### ・一般の観光客が楽しめる環境整備

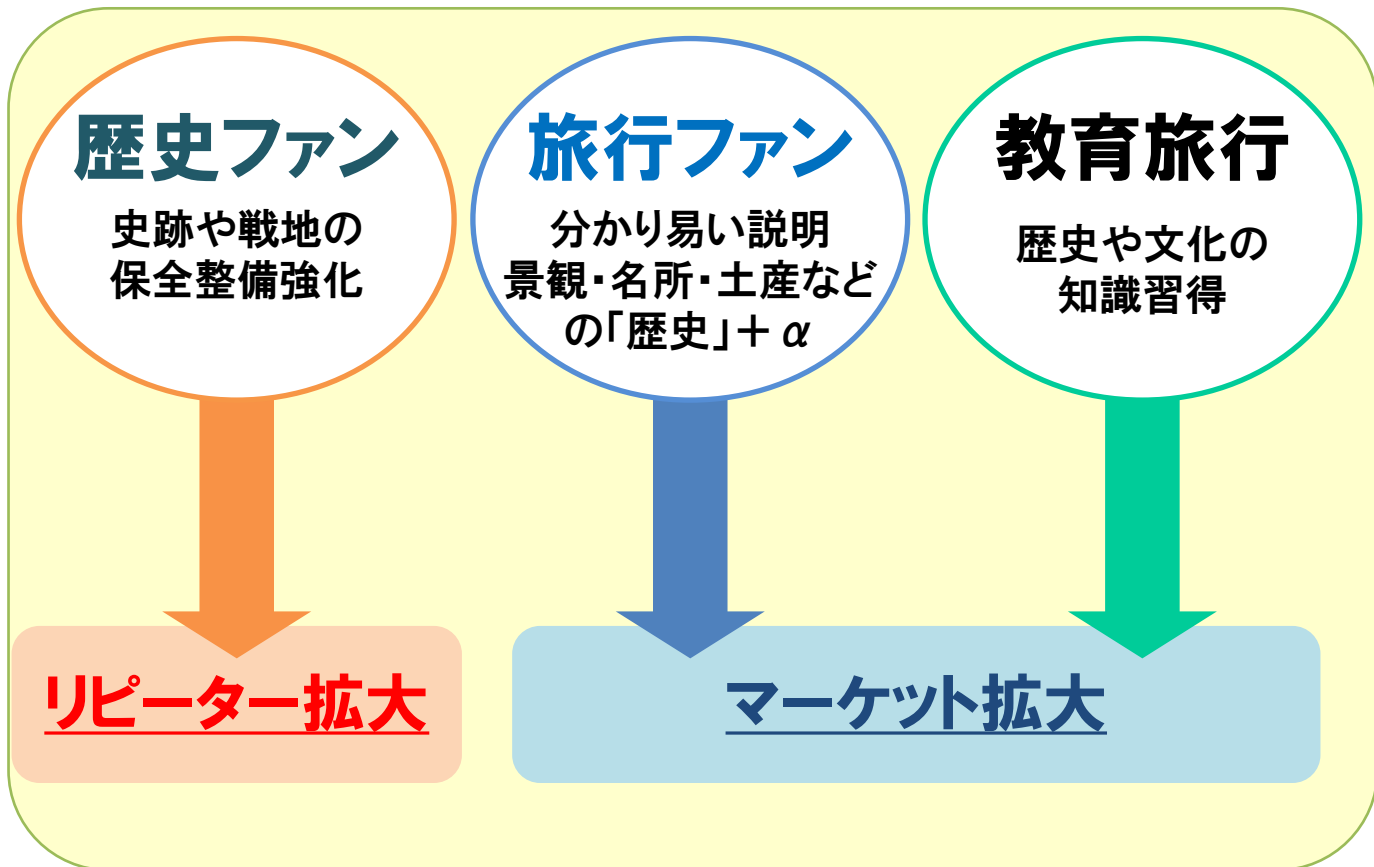
関ヶ原町歴史民俗資料館の展示内容や方法の見直し。

オリジナルのお土産物、特産品、また飲食施設、休憩所、トイレ、

宿泊などの施設が不足。 など

### 3. ターゲット

関ヶ原古戦場を訪れる観光客には、その種類によって異なるニーズがある



**「具体化」、「見える化」を図る**

## 4. グランドデザイン テーマ設定

# 人と大地が織りなす「ものがたり」、関ヶ原

### ■テーマの展開①

#### 武将たちのいきざまと出逢う関ヶ原

群雄割拠の世から戦国の終焉へ。公家・武家社会から武家・庶民社会へ。  
その結果を知らずして、全国の武将たちは何を思い描きどのように動き、戦ったのか？



7人の武将にスポットを当てたシンボル物語(ストーリー)の創造と  
それらを活かした各種コンテンツ展開などによる新たな魅力づくり

#### 時代の物語

### ■テーマの展開②

#### 東西が出逢う大地が育んだ関ヶ原

関東・関西の分岐点。南北を山岳に囲まれる地形で交通・軍事の要衝。  
古来、多くの戦いの場となり、東西文化の結節点となった関ヶ原の多種多様なエピソード



町民ホスピタリティシステム(住民参加)の構築、  
東西文化の融合を感じる飲食、物販(特産品)の充実などによる新たな魅力づくり、  
「壬申の乱(不破の関)」、「中山道宿場」など関ヶ原の更なる魅力の紹介

#### 大地の物語



- 基盤となる古戦場史跡の保存管理と活用に向けた再整備
- 周辺地域との連携による「時代」と「大地」の周遊の旅づくり



# 5. 取組方針

時代の物語

大地の物語

1

## 「本当の『このまち、まるごと、古戦場』に生まれ変わる」

- 様々な戦国時代の演出
- 案内・誘導サインの充実
- アクセス道路の整備、駐車場の整備・・・など

2

## 「歴史ファンも納得の関ヶ原」

- 「関ヶ原古戦場」の景観づくり
- 史跡の再整備(景観復元)
- 関ヶ原アーカイブスの整備・・・など

3

## 「物語(ストーリー)でめぐる古戦場」

- 7つのシンボル物語作成、
- ストーリー・モニュメント設置
- 物語によるモデルコースづくり・・・など

4

## 「誰もが楽しめる古戦場」

- 眺望施設・ビジターセンターの整備
- 飲食・物販施設の整備
- 体験プログラムの充実・・・など

5

## 「住民でもてなす関ヶ原」

- 観光ガイド養成
- 特産品開発
- 観光協会の強化
- 民間資本の参画の促進

6

## 「交流と文化を育む関ヶ原」

- 関ヶ原合戦まつり等
- リレーシンポジウム
- 関ヶ原の更なる魅力の発信(壬申の乱など)・・・など

7

## 「外国人観光客にも楽しんでいただける関ヶ原」

- 外国語表記の充実、整備
- 海外へのプロモーション活動
- 海外の古戦場との交流

# 6. 具体事業

## 取組方針1

### 「本当の『このまち、まるごと、古戦場』に生まれ変わる」

#### 総合案内所(JR関ヶ原駅前)

「戦国時代」を彷彿させる玄関口として、案内所、休憩所、物販コーナー、コインロッカー、トイレ、駐車場等を完備した、関ヶ原にふさわしいデザインによる総合案内所を整備。

#### ビジターセンターの整備

ここで「関ヶ原の戦い」の全てが分かる、ビジターセンターを整備。歴史民俗資料館を増床、ビジターセンターとしての機能を強化。

#### 案内・誘導サイン

観光客にとってわかりやすい誘導計画の立案、サイン設置ポイントの検討。統一デザインによる戦国イメージ演出と案内機能のレベルアップ。

#### アクセス道路の整備、駐車場の整備等

石田三成の陣跡・決戦地へのアクセス道路拡幅、開戦地へのアクセス道路新設。大谷吉継の陣跡・墓地、徳川家康最初の陣跡(桃配山)の駐車場整備。冬期を含め年間を通した観光客が来場しやすい環境を整備。

#### 総合的な戦国時代演出 その1

関ヶ原の戦いを想起させる住民票や原付自動車ナンバープレートのデザイン導入、駅前への旗印設置、町内各所への旗印増設などビジュアル面での演出、公共無線放送の時報を効果音で演出するなど、「まるごと古戦場」イメージを町ぐるみで創出。

#### 総合的な戦国時代演出 その2

JR東海やNEXCO中日本の協力を得て、駅舎やインターチェンジ料金所の装飾等を行い、関ヶ原古戦場のゲートウェイの雰囲気盛り上げ。新たな「ゆるキャラ」づくりの検討。

# 6. 具体事業

## 取組方針2

### 「歴史ファンも納得の関ヶ原」

#### シンボリックな「関ヶ原古戦場」の景観づくり

誰もが「これぞ、関ヶ原」と思えるようなシーンづくりを意識した史跡の再整備や修景を推進するとともに、ポスターや絵葉書、雑誌記事等での露出を図り、関ヶ原古戦場のイメージを定着化。

#### 史跡の再整備(景観復元)

開戦地／関ヶ原製作所人間村解放プロジェクトと連携した一部公園化  
石田三成陣地・決戦地／トイレのリニューアル、小学校運動場跡地を駐車場と広場に再整備  
徳川家康最後の陣地／児童公園・噴水設備・集会場・顕彰碑の撤去、遊歩道の整備、東屋の整備、陣幕の設置  
松尾山城跡／松尾山城遺構の保全と復元  
その他／眺望の確保(可能な限り合戦当時の眺望に近づける)、電線の地中化

#### 関ヶ原アーカイブスの整備

関ヶ原を題材とした小説、絵画、映画・ドラマ、漫画・アニメ、ゲームといった資料を収集し、閲覧や視聴覚が可能となる「関ヶ原アーカイブス」を整備。また、関ヶ原講座等も定期開催。旧北小学校に研修室、資料室、視聴覚室等を整備し機能付与することを検討。

#### 史跡での案内表示板の充実

目的地である史跡において、その場所が持つ意味や、そこで繰り広げられた物語が、わかり易くかつ興味を引く内容で説明された、案内表示板を整備。また、イヤホンガイドの導入など音声による案内も検討。

## 6. 具体事業

### 取組方針3

#### 「物語(ストーリー)でめぐる古戦場」

##### 7つのシンボル物語作成

コアな歴史ファン、一般の旅行ファンのどちらにも、関ヶ原への関心・興味をより強く喚起するリソースとして、関ヶ原の戦い前後で展開された、各武将の逸話を魅力的な物語として提示。また、7つのストーリーの小説、映像化など各種メディアでの展開を働きかけ。

##### 7つのストーリー・モニュメント設置

上記ストーリーを効果的に発信する新たな観光資源として、物語別に1年に1～2か所ずつ、7つのモニュメントを順次設置(募金などを検討)。古戦場の回遊資源として活用。

##### 7つの物語別などの周遊モデルコース策定、案内標識の設置

7つの物語にちなんだゆかりの地との連携による、町内・西濃・県外周遊型観光コースの策定、それに伴う案内標識等を設置。

##### ビジターセンターでの展示内容に反映

7つの物語を紹介するパネル展示や映像コンテンツを順次整備すると共に、展示資料を充実。また、関ヶ原の戦いに至る経緯(プレ関ヶ原)、関ヶ原の戦い後の社会(ポスト関ヶ原)の「物語」、戦いの鎮魂に努めた村人たちの「物語」についても、詳しく紹介するコーナーを充実。

## 6. 具体事業

### 取組方針4

#### 「誰もが楽しめる古戦場」

##### 眺望施設の整備

広大な古戦場全景を見渡すポイントを設置。歴史民俗資料館を増床し、眺望機能を付与。

##### ビジターセンターでの映像コンテンツ充実

関ヶ原の戦いを、わかり易くかつ興味を引く内容で説明する映像コンテンツを作成し、スクリーンで投影。

##### レストラン・物販施設の整備、充実

ビジターセンター近郊に、手軽に食事を楽しめる施設や、関ヶ原らしいお土産物などを購入できる施設を整備、または誘致を促進。開戦地の近郊に気軽に立ち寄れるカフェを整備。

##### 常設型体験プログラムの充実

旧北小学校に設置している「笹尾山交流館」の機能を維持、拡大し、鎧体験(レンタル)、火縄銃の疑似体験、大砲発砲といった体験プログラムを、観光客に対して常時提供。

##### 近郊の温泉、食べ物、買い物施設等への周遊観光の促進

関ヶ原の近郊に所在する温泉施設、食べ物、買い物施設などを紹介するパンフレット等の案内を充実すると共に、旅行代理店等に対し、これらを組み合わせた旅行商品開発の働きかけを強化。

# 6. 具体事業

## 取組方針5

### 「住民でもてなす関ヶ原」

#### 観光ガイド養成

住民参加による古戦場ガイドを充実。駅前総合案内所を起点とした有料でのガイドツアーを催行し、住民ガイドを積極的に活用。

#### 特産品開発

地域の産品、関ヶ原の地理的特徴を生かしながら、外部プロデューサーや産学などの幅広い連携により特産品を開発し、新たな魅力を創出。

#### 観光協会の機能強化

行政からの独立運営を目指し、人材育成や民間、外部資金の調達に努めるなど、観光協会の機能強化を推進。また、近隣の観光資源や戦国に関する観光資源を有する各地域との広域的な連携の母体として役割を担う。

#### 民間資本の参画の促進

関ヶ原における観光消費の拡大に向け、当地で観光客に対するサービスを提供する民間企業等の参画を幅広く呼びかけ、促す活動を展開。

(例示) 宿泊施設の立地、ラッピング・トラックの運行、  
東西対決お食事メニューなど新たなサービスの開発

# 6. 具体事業

## 取組方針6

### 「交流と文化を育む関ヶ原」

#### 既存イベントの継承、発展

「関ヶ原合戦祭り」「関ヶ原陣跡制覇ウォーク」「関ヶ原検定」など、多くの参加者を集める既存イベントを継承、発展。行政主導から、より民間主体の運営母体づくりを推進。「東西の出会い」をテーマに、食文化比較体験など、東西文化が交わる関ヶ原ならではの地勢的特徴を活かしたプログラムをイベントにて提供。

#### リレーシンポジウム

戦国時代に造詣の深い、国内外の著名人を招いたシンポジウム等を、毎年開催し、関ヶ原の戦いへの関心を喚起し、観光機運を醸成。シンポジウムの開催を通じて、著名人・文化人による関ヶ原(サポーターズ)ネットワークを構築。

#### 大河ドラマの誘致

NHK大河ドラマ「関ヶ原」の放送実現を目指し、誘致活動を展開。石田三成の居城・佐和山城を有する滋賀県、彦根市や徳川家康に縁の愛知県、静岡県とも連携。

#### 関ヶ原の更なる魅力の発信

東西の結節点である関ヶ原町には、「壬申の乱(不破の関)」、「中山道宿場」(寝物語の里・今須宿、関ヶ原宿)、かつて東洋一の規模を誇った「玉陸軍火薬庫跡」、東西が混在する「食文化・言語・植生分布」など、多彩な魅力があり、これらを関ヶ原古戦場と共に発信。

## 6. 具体事業

### 取組方針7

#### 「外国人観光客にも楽しんでいただける関ヶ原」

##### 外国語表記の充実、整備

訪日外国人客にも関ヶ原古戦場を自由に巡っていただけるよう、誘導サイン、案内板などへの外国語(英語・中国語等)表記を推進。また、HPや外国語パンフレット等の内容を充実。フリースポット(無線LANアクセスポイント)の整備。

##### 海外へのプロモーション活動

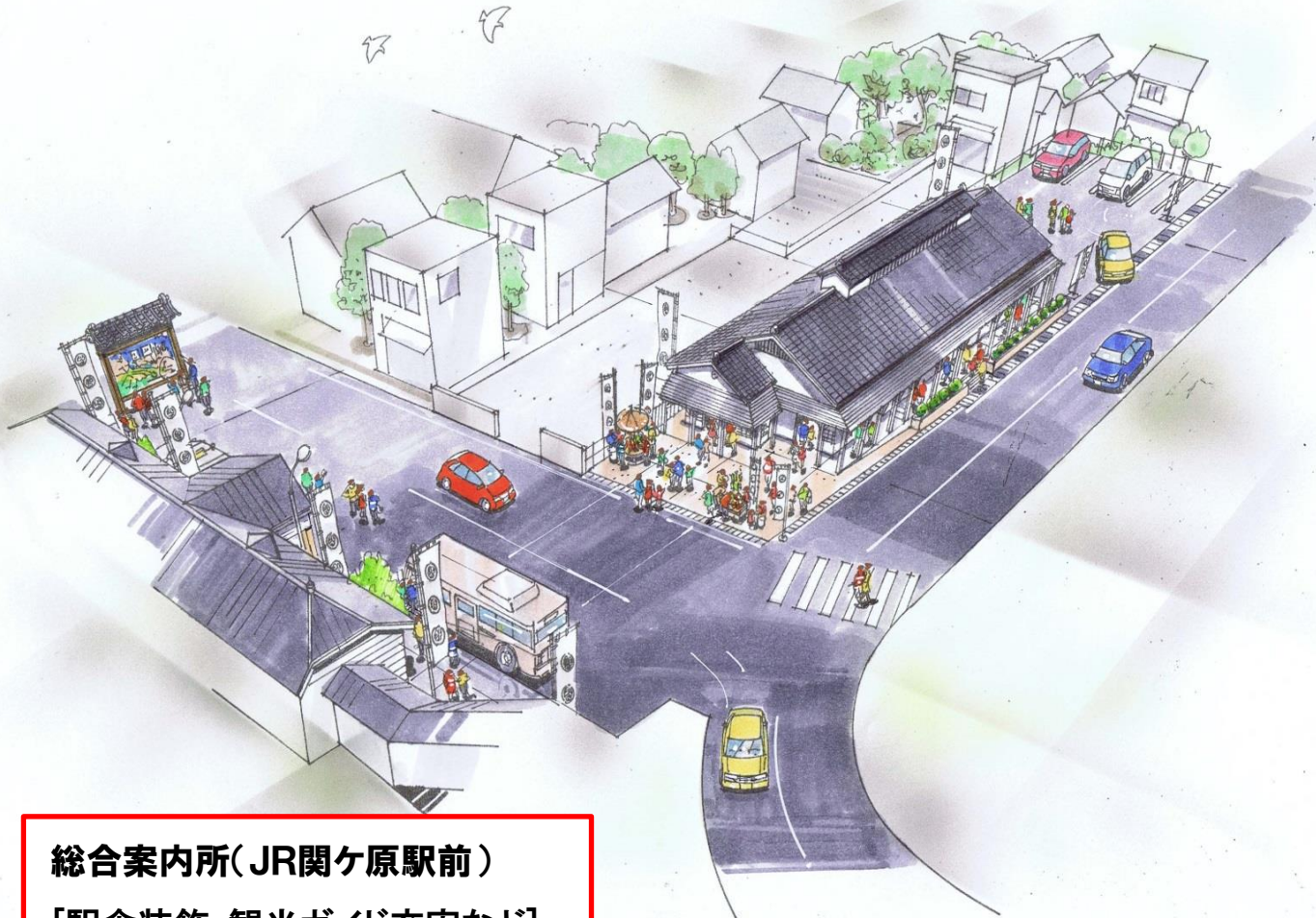
海外旅行博等へ積極的に参加し、関ヶ原古戦場を海外でも積極的にPR。

##### 海外の古戦場との交流

アメリカ南北戦争の激戦「ゲティスバーグの戦い(1863年)」の古戦場が所在する、ペンシルバニア州アダムス郡ゲティスバーグ区との友好交流を推進。  
フランス皇帝ナポレオン1世最後の戦いとなった、「ワーテルローの戦い(1815年)」の古戦場が所在する、ベルギー・ワーテルロー市等との友好交流を推進。

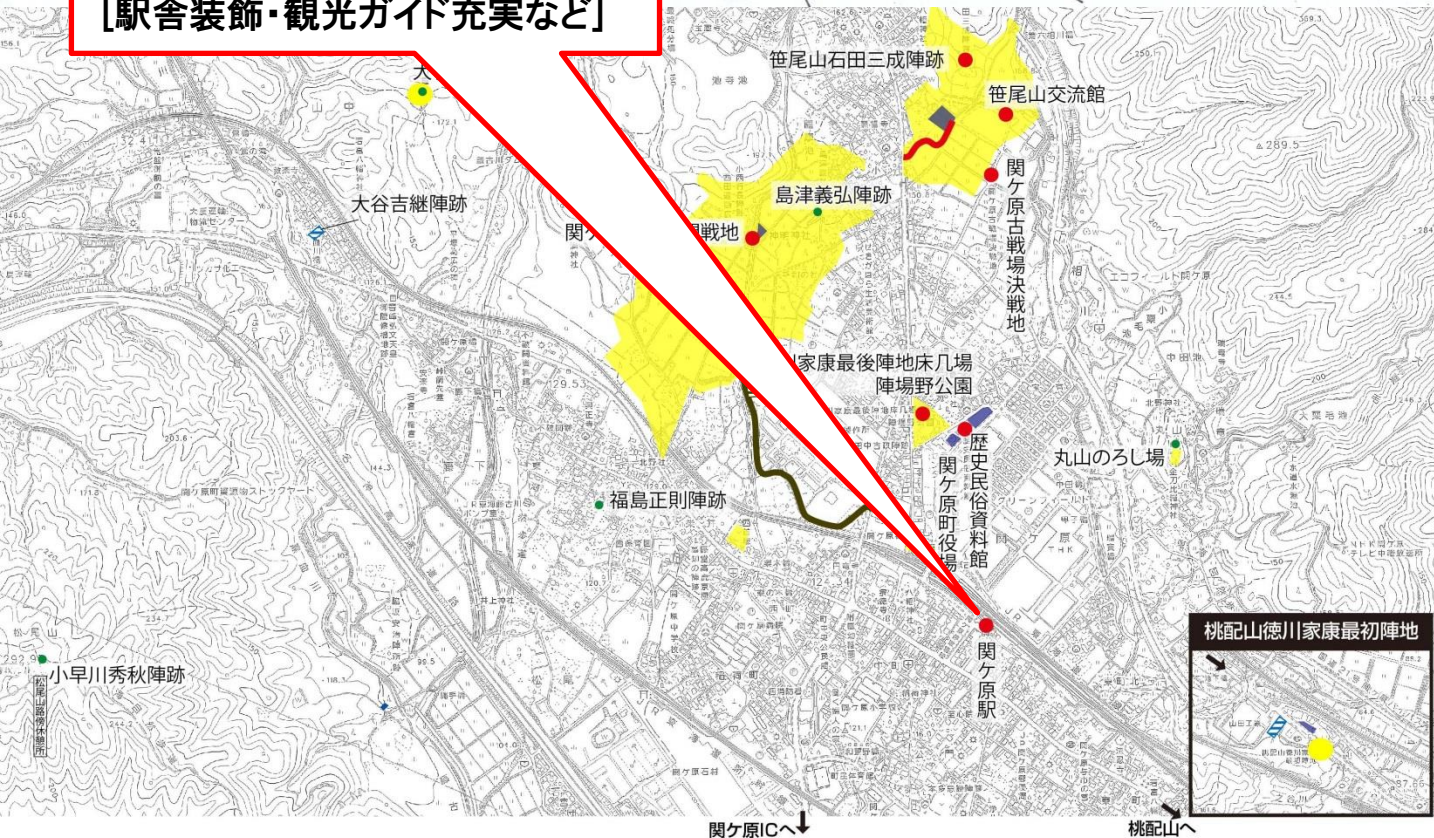


# 7. 各地点計画



**総合案内所(JR関ヶ原駅前)**

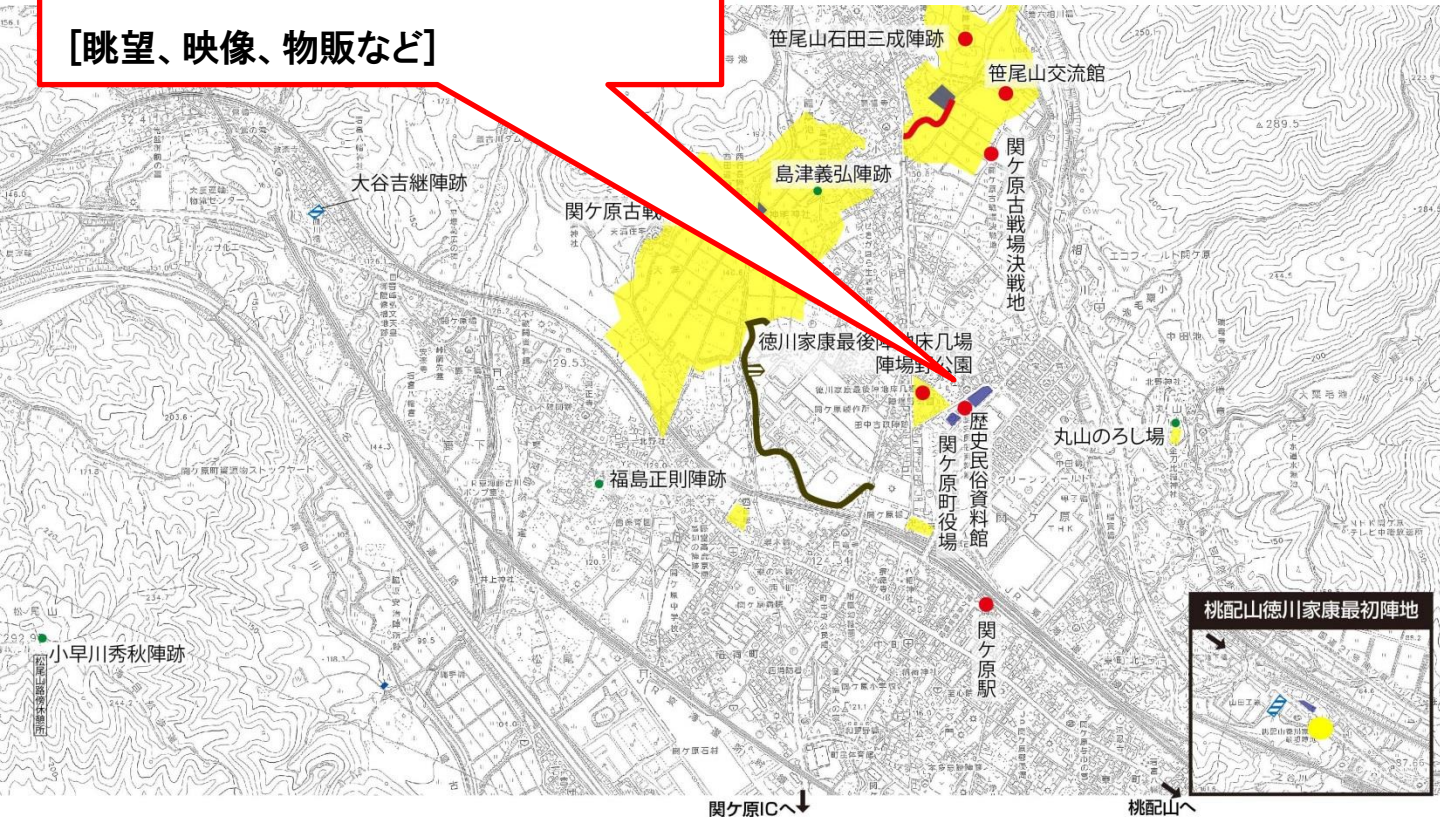
**[駅舎装飾・観光ガイド充実など]**



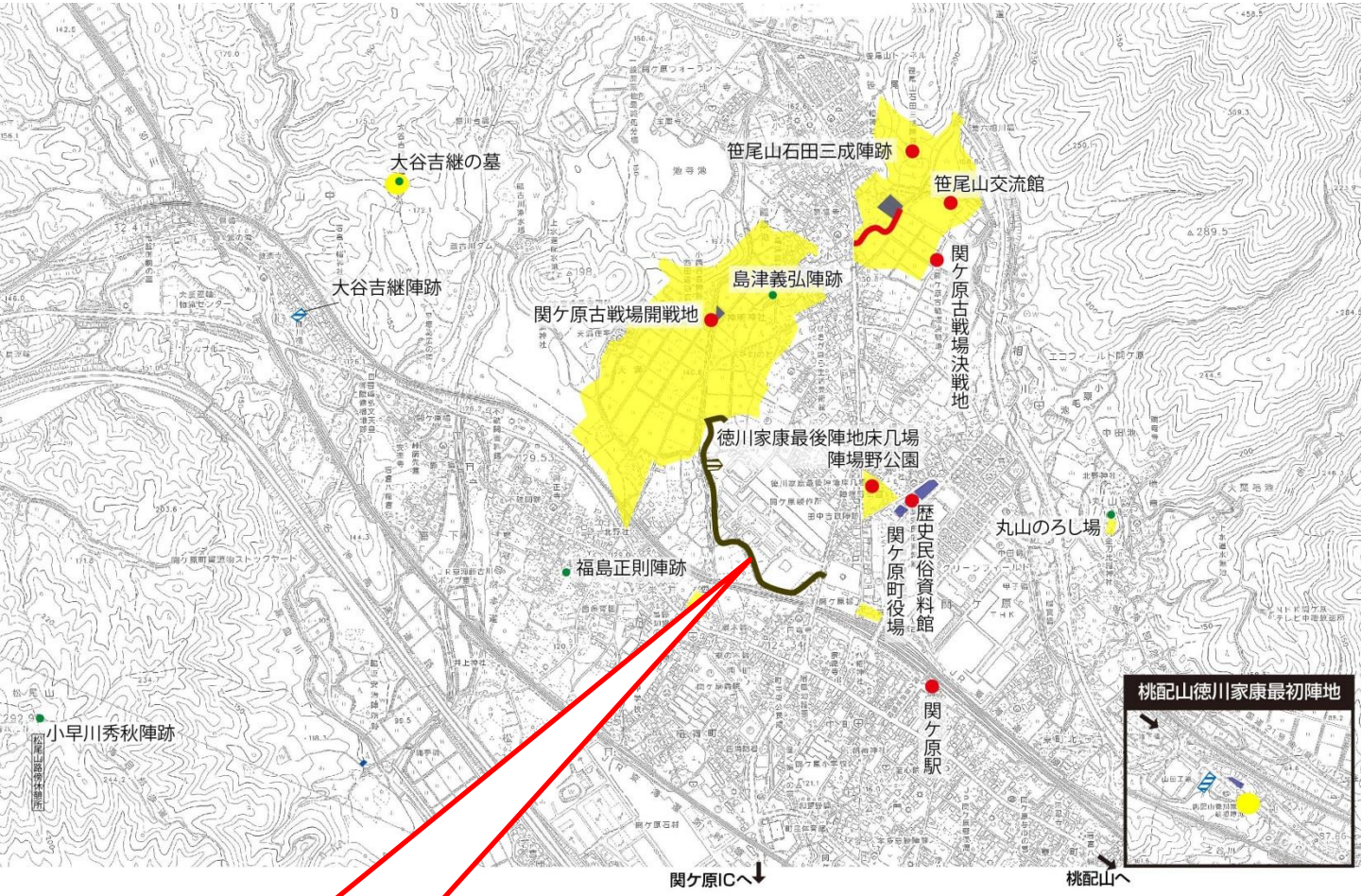
# 7. 各地点計画



**ビジターセンター整備(歴史民俗資料館)**  
[眺望、映像、物販など]



# 7. 各地点計画

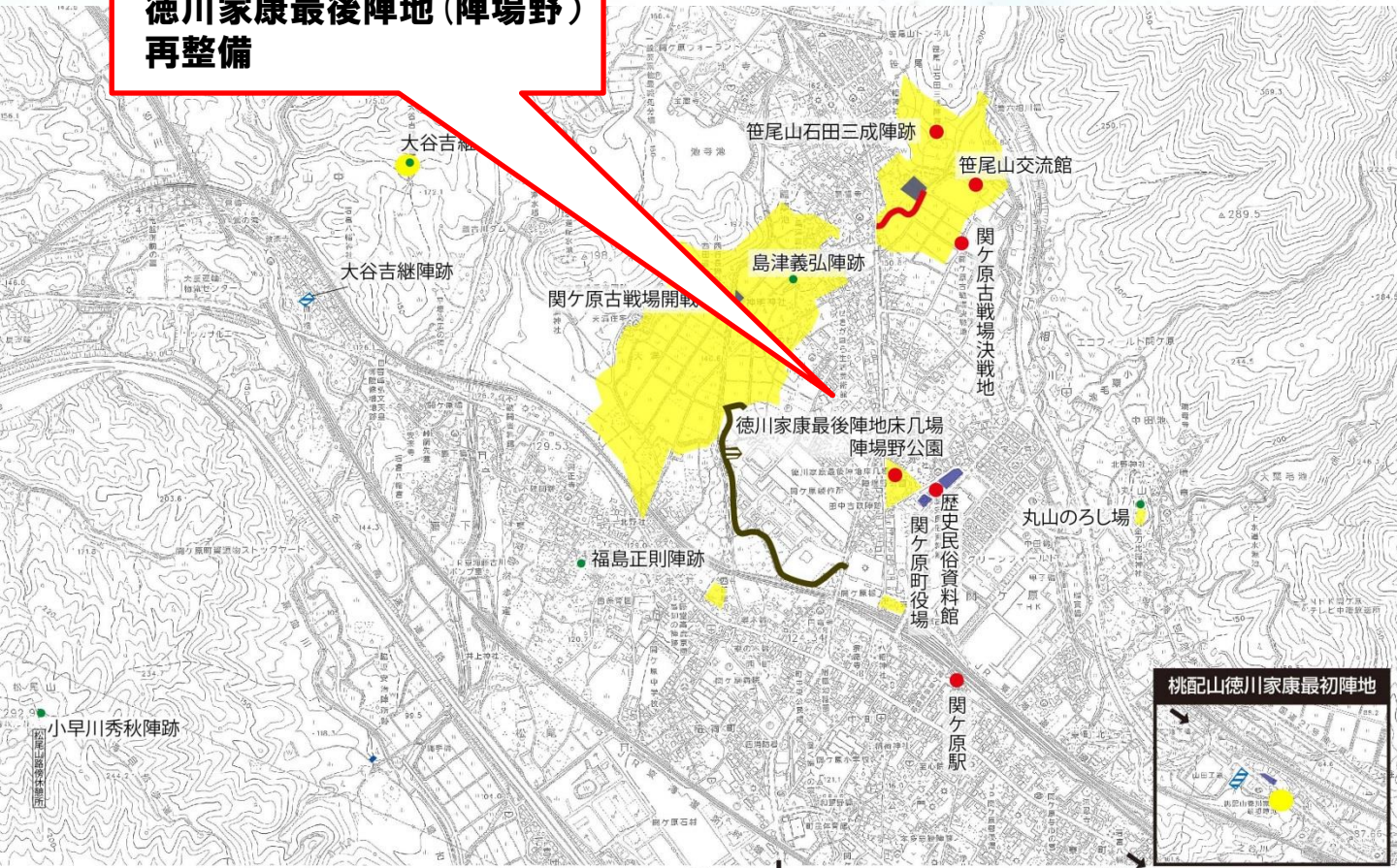


**アクセス道路・駐車場整備  
(人間村解放プロジェクト)**

# 7. 各地点計画



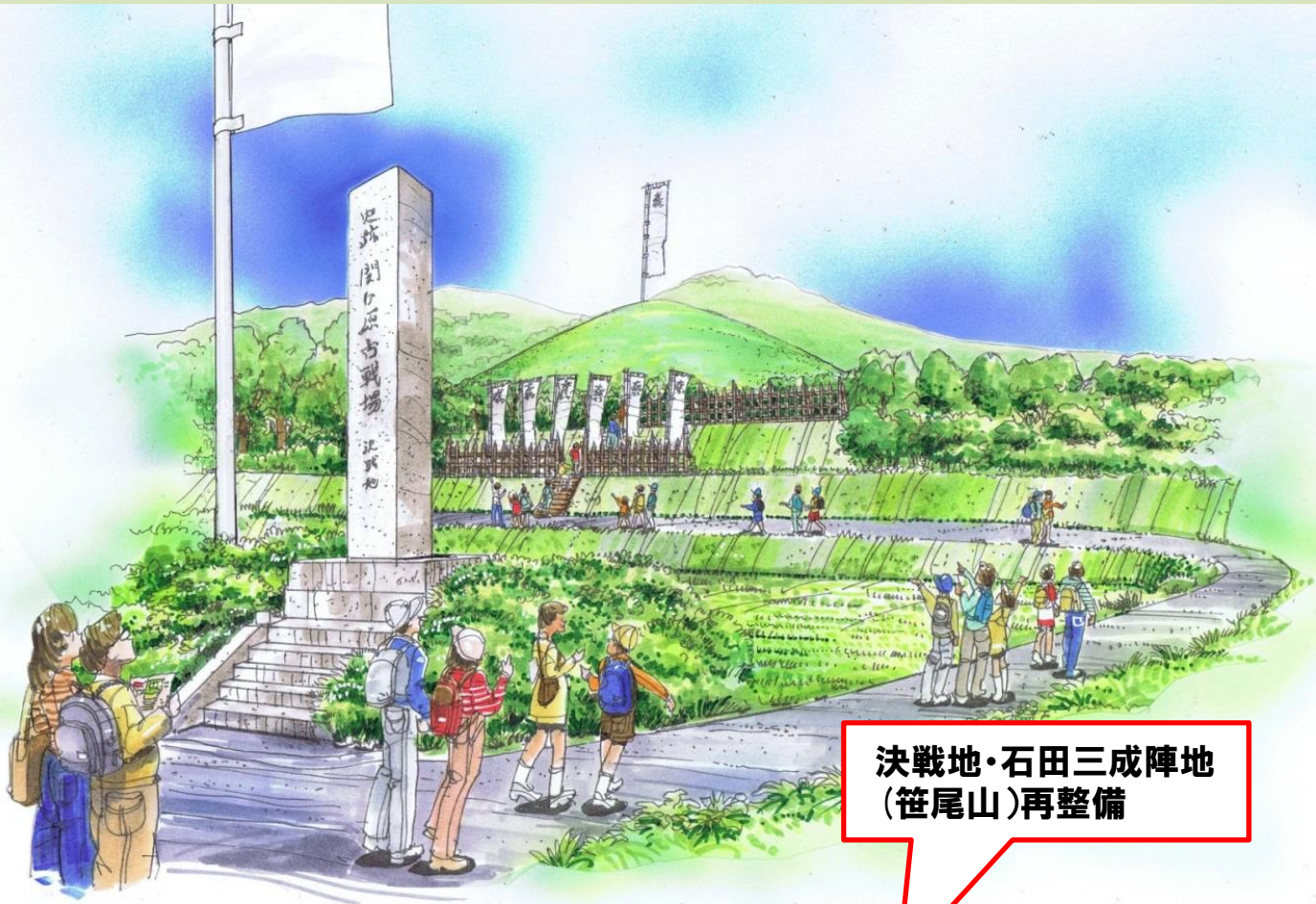
**徳川家康最後陣地(陣場野)  
再整備**



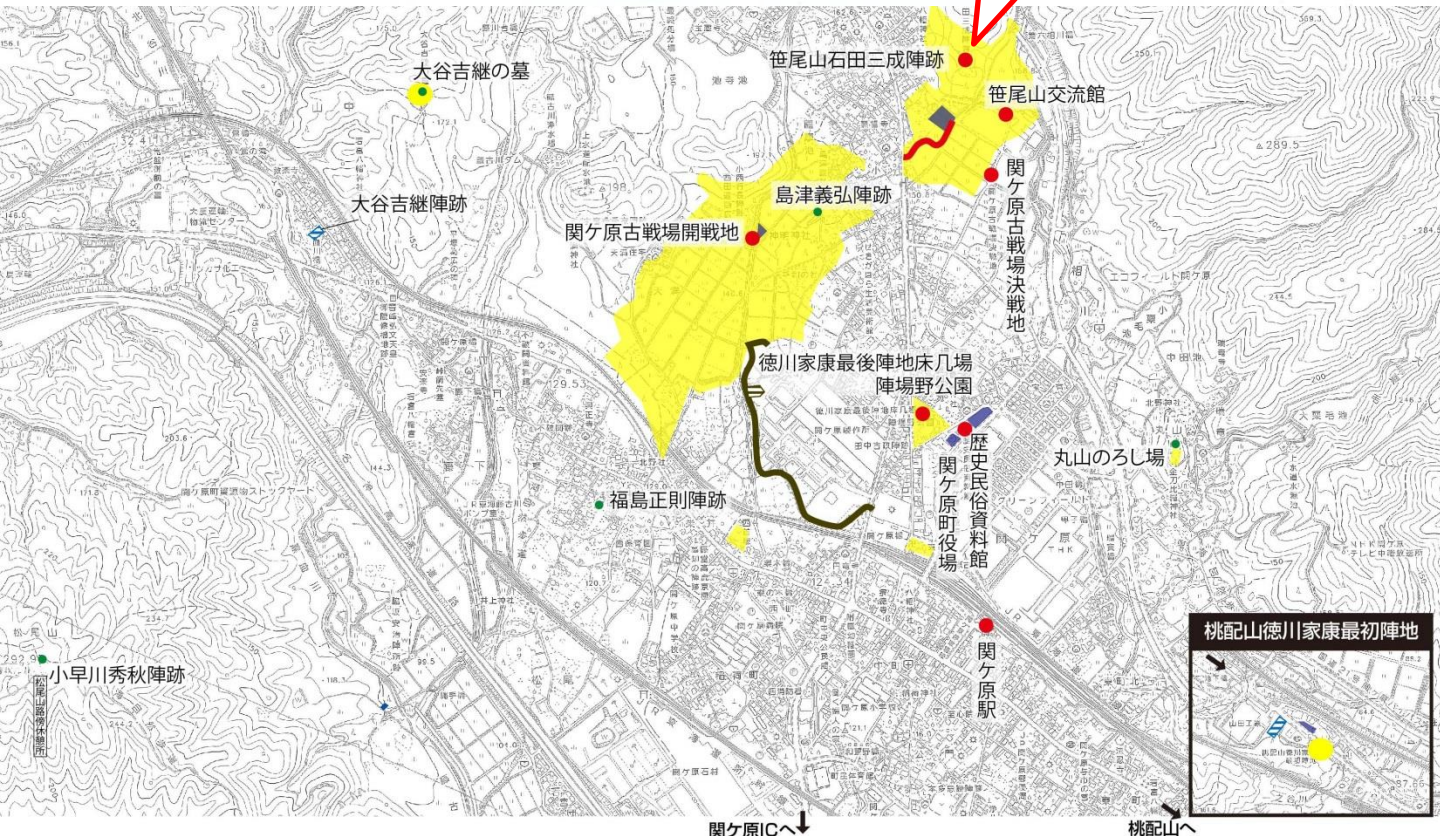
関ヶ原ICへ↓

桃配山へ

# 7. 各地点計画



**決戦地・石田三成陣地  
(笹尾山)再整備**



# 7. 各地点計画

七つのシンボル物語作成  
各周遊モデルコース策定・・・など

島津義弘の奇跡



存

義

三成は、  
何を守ったのか



黒田長政の暗躍



策

大谷吉継の  
覚悟



情

福島正則の  
本音



志

小早川秀秋の躊躇



岐

なぜ、家康は  
動いたのか

結

