第４章　観光施策の柱と展開

第３章の基本方針に基づき、目的を達成するための「施策」と、この施策を達成するための具体的な「アクションプラン」を設定し、特に優先度の高いアクションプランについては、“重点事業”として、第２次東御市総合計画における「交流をひろげる魅力ある観光地を創る」という政策に則り、目標数値等の整合性を確保しながら戦略的に取り組んでいくものとします。

なお、平成 27 年の第２次観光ビジョン策定時において７つに区分していた施策を、目的の類似性で集約することで４つに再編成するとともに、新たに派生してきた「民泊・農泊」、「関係人口の創出」、「祢津御堂のワインぶどう団地」、「インバウンド」などの項目を加えることとしました。

１　観光施策の体系

基本方針：1 地域と共に創る魅力ある“観光地”づくり

【施策１】観光集客核拠点の整備

(1) 湯の丸高原におけるスポーツ・自然観光滞在型ツーリズム環境の確立　【重点事業】

(2) 域内周遊を円滑にする交通インフラと二次交通の充実

(3) ワインを基軸とした広域周遊観光ルートの形成

(4) インバウンド受入環境の整備と誘客促進　【重点事業】

基本方針：2 地域資源をつなぐ東御市ならではの“ストーリー”づくり

【施策２】地域資源を活かした体験型滞在観光の形成

(1)「食・物産」のブランド力を活かした“食”を体験する着地型観光の推進　【重点事業】

(2) 地域資源にテーマ・ストーリー性を持たせる「滞在・交流型」観光の推進　【重点事業】

(3) 地域と一体化した「地域密着型」ツーリズムの推進

基本方針：3 郷土愛をホスピタリティにつなげる“人”づくり

【施策３】観光地域づくりを担う人材の育成と地域ホスピタリティの向上

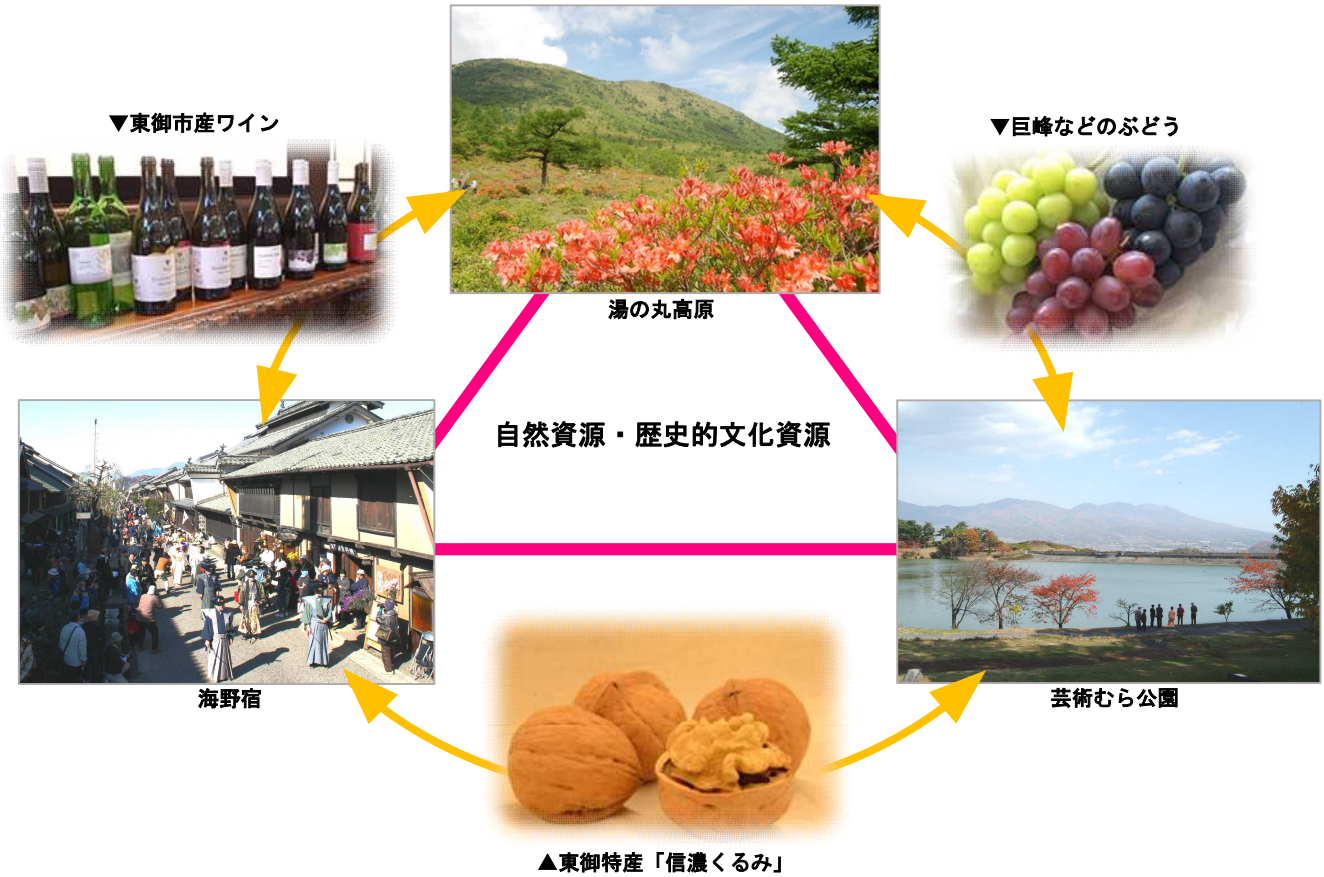
- (1) DMOを核とした観光地域づくりの推進【重点事業】
- (2) 観光地域づくりを担う“おもてなし”人材の育成

基本方針：4 魅力を伝えられる“情報発信力”づくり

【施策４】地域の魅力の効果的な情報発信

- (1) ＩＣＴを活用した効果的な情報発信　【重点事業】
- (2) ターゲットに応じた観光プロモーションの展開

施策展開の視点：地域資源のネットワーク化　イメージ



2　観光施策の展開

基本方針１	地域と共に創る魅力ある“観光地”づくり

【施策１】観光集客核拠点の整備

○ 湯の丸高原については、「湯の丸高原施設整備基本構想」に掲げる①市内の他地区観光拠点への波及効果、②自然環境とスポーツ環境が一体となった観光拠点の形成を目指し、周辺の登山道・遊歩道の整備や、看板・木道といった施設の修繕・更新を検討したうえで、湯の丸高原ビジターセンターを中心にコンテンツの充実と強化を図ります。

○ 海野宿については、歴史的文化資源と環境に配慮し、“静けさ”を活かした四季折々の観光演出に地域住民との交流を織り交ぜ、誘客の促進とリピート率の向上を図ります。また、現在空き家となっている建物の活用についても検討します。

○ 芸術むら公園については、美しい農山村景観や抜群のロケーションを活かしたロハス機能を高めていくとともに、新たに「農と交流する」をテーマとした体験滞在・スローツーリズムエリアとしての充実を図ります。

【目標値 】

指標名	観光ビジョン策定時の値（H26）	H31 年の目標値	中間値（H30）	目標値（R6）
延べ宿泊者数	―	―	59,406 人	70,500 人
リピーター率			44.4%	50.2%
湯の丸高原来訪者数	571,600 人	680,000 人	555,300 人	600,000 人
湯の丸高原ビジターセンター売上金額	―	―	33,080 円	200,000 円
池の平湿原駐車場売上金額	―	―	7,059,050 円	7,450,000 円
海野宿来訪者数	194,400 人	220,000 人	256,300 人	261,000 人
芸術むら公園来訪者数	84,700 人	100,000 人	74,600 人	79,500 人
とうみワインフェスタ来訪者数	1,300 人	2,000 人	1,600 人	2,000 人
ワインツーリズム来訪者数	―	2,000 人	638 人	2,000 人
ワイン＆ビアミュージアム来訪者数	―	―	―	18,000 人

23 観光施策の展開

（1）湯の丸高原におけるスポーツ・自然観光滞在型ツーリズム環境の確立

【アクションプランの展開】

- 高地トレーニング施設の利用を展望し、市民及びアスリートのトレーニングやサークル活動、文化系の活動、各種イベント等に対応できる観光・コンベンションセンターの新設を検討します。
- 既存のキャンプ場施設を改修するとともに、旅行者ニーズの高いオートキャンプ場の整備を進めるなど、野外レクリエーション環境の充実を図ります。
- グリーンシーズンの自然観察、自然体験学習、トレッキング、冬のスキー・スノーボードなどの活動の拠点として湯の丸高原ビジターセンターの観光案内機能を高め、インフォメーションセンター機能の充実を図ります。
- 登山者の安全対策として、危険箇所の改修や道標・避難施設の設置、さらには行動マナーの啓発や具体例の掲示を推進します。
- 来訪者の安全対策やインバウンド需要拡大のため、上信越高原国立公園・湯の丸高原全域をカバーする Wi-Fi 環境の充実を検討します。
- 既存の観光資源を活かした各種の体験型観光や、地場産品を活用した着地型観光を創出するとともに、新たな観光資源を発掘し、「湯の丸発」の観光ネットワークの形成を図り、来訪者の回遊性を高めます。
- 湯の丸高原における自然体験学習の一層の普及をめざし、湯の丸高原ビジターセンターでのインタープリテーション（解説案内）体制を整備するとともに、体験学習プログラムの拠点としての機能を強化します。
- 小中学校冬期校外学習のホワイトスクール受け入れを促進します。

（2）域内周遊を円滑にする交通インフラ（二次交通等）の充実

【アクションプランの展開】

- 電車・タクシーの案内など、公共交通を分かりやすく案内するために必要な整備を行います。
- しなの鉄道田中駅と観光地間の移動の利便性を確保するための、田中駅・滋野駅発着観光タクシーの観光利用を支援するとともに、駅レンタカーの開設について研究します。
- 観光のベストシーズンを中心に、市内の主要な観光地を周遊する季節限定の周遊観光バスの運行等について、社会実験として運行した「まるッと信州とうみ号」の実証結果をふまえたうえで持続可能な運用方法を検討します。
- 主要観光地のトップシーズン、イベントに合わせた鉄道駅と観光地を結ぶモニタリングツアー等を企画し、二次交通手段としての有用性を検証します。
- 駅前から海野宿を結ぶ、人にやさしい駅レンタサイクルの利用を推進します。

（３）ワインを基軸とした広域周遊観光ルートの形成

【アクションプランの展開】

- 祢津御堂地区のワインぶどう団地の整備完了を控え、成園となる時期を見込み、地元区や地域づくりの会、ワイナリー・栽培者との連携を行い、地域活性化に重心を置いたワイン体験プログラムを充実させるための、ワインツーリズムの推進方法について検討します。
- 新規就農を目指す来訪者に対し、ワイン造り、ぶどう栽培が体験できるプログラムを提供し、長期滞在型宿泊観光の推進を図ります。
- ワイン用ぶどうの栽培やワイン醸造の見学体験のほか、セミナーや試飲、販売など、ワインを介した観光交流を企画して来訪者の拡大を図ります。
- ワイン＆ビアミュージアムを周遊の起点とし、周遊観光のコンシェルジュ機能を充実します。
- 千曲川ワインバレー特区（東地区）を縦断する北国街道追分宿から矢代宿は、海野氏や真田氏、木曽義仲が活躍した歴史の舞台とも重なります。歴史的情緒の中に、新たにワイン文化が薫る地域として、千曲川ワインバレー特区構成８市町村[注9)]と連携を深め、広域的な取り組みを進めます。

（４）インバウンド受入環境の整備と誘客促進

【アクションプランの展開】

- 公共サイン、トイレ施設をユニバーサルデザインの視点で見直して必要な整備を行います。
- （一社）信州とうみ観光協会が運営するホームページの多言語化を図るとともに、湯の丸高原ビジターセンターなどで閲覧できる環境を整えます。
- 訪日外国人の利便性を向上させるため、外国語表記の観光案内・解説看板の設置・整備を推進します。
- 東御市が訪日前の外国人に目的地として選択される機会を増やすため、観光情報等を提供する情報媒体の多言語化や、写真・動画投稿サイト（Instagram、YouTube など）の活用を行い、外国人の誘客促進を図ります。
- 上田広域４自治体[注10)]の連携のもと、上田地域観光協議会の企画する誘客イベント、キャンペーンに協力して観光誘客を図ります。
- 広域的な観光ボランティアガイド養成や各自治体が企画する観光イベントへの“相乗り” 手法によって相互協力を進めます。
- 長野県が運営する“銀座 NAGANO”での効果的な情報発信、PR 活動に取り組むとともに、長野県等が主催するキャンペーンやイベントの参加要請には積極的に参加します。

注9)千曲川ワインバレー特区構成８市町村…
上田市、小諸市、千曲市、東御市、立科町、青木村、長和町、坂城町

注10)上田広域４自治体…
上田市、東御市、長和町、青木村

基本方針２	地域資源をつなぐ東御市ならではの“ストーリー”づくり

【施策２】地域資源を活かした体験型滞在観光の形成

○ 地域づくり活動によって発掘・磨き上げられた観光資源を、旅行者ニーズに合わせて編集加工し、東御市ならではの魅力的な旅行商品としてつくりあげるとともに、来訪者ニーズに沿った多彩な楽しみ方ができる滞在プログラムを多数企画してメニュー化し、交流人口を拡大します。

○ 東御市での日常を知ることのできる「民泊・農泊」といった滞在施設の利用推進を図り、地域全体で来訪者を受け入れる体制を整えることで、交流人口を関係人口へ、関係人口を移住定住人口へと発展させていきます。

【目標値 】

指標名	観光ビジョン策定時の値（H26）	H31 年の目標値	中間値（H30）	目標値（R6）
巨峰の王国まつり来訪者数	38,200 人	45,000 人	35,000 人	42,000 人
道の駅 雷電くるみの里 レジ通過者数	459,220 人	500,000 人	512,683 人	550,300 人
観光消費額	―	―	46.2 億円	50.5 億円
自然学習ツーリズム 来訪者数	18,500 人	19,000 人	17,988 人	19,000 人
アートヴィレッジ明神館 宿泊利用来訪者数	3,526 人	5,500 人	3,279 人	4,900 人
海野宿内の空き家資源活用率	―	70%	0%	70%
民泊・農泊事業者数	―	―	4	8
関係人口に関して、関係性を構築した団体数	―	―	0 団体	3 団体

（1）「食・物産」のブランド力を活かした“食”を体験する着地型観光の推進

○ 食は旅先を決定するうえで最も重要な要素の一つです。標高差 1500ｍの地勢や多照寡雨な気候が育む豊かな農畜産物など、東御市ならではの伝統ある食文化や、この地でしか味わえない「食・物産」の強みを活かして誘客促進を図ります。

【アクションプランの展開】

- 効果的な「食」のプロモーションにより、東御市の「食」の魅力向上を図り、産地と消費者をつなげていくとともに、観光業と農商工業との連携による新たな逸品づくりを支援します。
- 「食」スタンプラリー、食べ歩きルートマップなどに取り組み、観光周遊を促進し、市内物販拠点施設と観光地における消費拡大を図ります。
- 飲食店や宿泊施設において、東御市の農産物を活かして経済活動に結びつける地産地消の取り組みを進め、地域性に富んだ魅力あるメニューの開発と提供を支援します。
- 「食・物産」の立ち寄り拠点である道の駅「雷電くるみの里」を観光ルートの情報発信ステーションに位置づけ、観光地への回遊を促します。

巨峰の王国まつり

とうみワインフェスタ

（2）地域資源にテーマ・ストーリー性を持たせる「滞在・交流型」観光の推進

【アクションプランの展開】

＜農山村交流プログラム＞

- 大田区休養村とうぶ及び湯楽里館を都市農村交流の拠点として位置づけ、地域住民並びに行政が交流や体験プログラムを企画し、都市部からの来訪者との積極的な交流事業展開に取り組みます。
- 豊かな自然環境を求めて訪れる来訪者に、二地域居住[注11)]やＩターンを促す地域交流を生むための、田園コミュニティづくりを推進します。
- 豊かな農業生産基盤を活用し、農園での収穫体験、家畜飼育体験など、多様なメニューによるグリーン・ツーリズム事業を展開します。

注11)二地域居住…
都会に暮らす人が、週末や一年のうちの一定期間を農山漁村で暮らす生活スタイルのことです。

＜自然体験交流プログラム＞

- 湯の丸高原のもつ魅力を最大限に活用した自然学習プログラムを充実させ、ネイチャー・ツーリズム事業を推進します。

＜まちなか観光の普及＞

- 商店街などを巡るまち歩きルートを確立するため、東御市観光情報ステーションにおけるインフォメーション機能を充実させます。
- 地域の食材を積極的に活用し、こだわりの食を提供する飲食店のグルメ帖を作成し、内外ともに広く情報発信します。

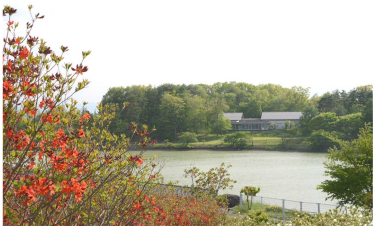
東御市内ヴィンヤード

湯の丸高原

池の平湿原

海野宿

道の駅 雷電くるみの里



芸術むら公園

＜関係人口の創出＞

- 地域特性を活かした各種交流プログラムの実践により拡大した交流人口を関係人口に発展・拡大させるためのフォローアップを行います。
- 実践する交流プログラムのブラッシュアップを行うとともに、関係人口の創出につながるプログラムとなるよう、受け皿となる地域を支援して協働して取り組みます。
- 地域間の交流を深めて関係人口の創出を図るため、東京都大田区をはじめ、これまでに交流のある自治会・商店街などの団体との関係を構築します。

（3）地域と一体化した「地域密着型」ツーリズムの推進

【アクションプランの展開】

- 体験学習プログラム作成にあたっては、実績のある浅間山麓国際自然学校の協力を得ながら、その専門性を活用し、連携して取り組みます。
- （一社）信州とうみ観光協会が保有するネイチャーマイスターの活用及び長野県自然保護レンジャー制度を参考にした人材養成・育成の仕組みを検討します。
- 生涯スポーツの振興に資するスポーツイベントの企画や、「スポーツ・コミッション」との連携を図ることで、スポーツツーリズムによる誘客を推進します。
- 湯の丸高原特有の地勢を活かし、トレイルランニングや森林浴ウォークなどのスポーツ・健康志向の来訪者に向けた滞在型プログラムを企画することで、ヘルスツーリズム事業を推進します。
- 住宅宿泊事業（民泊）の適正な運用のためのサポートを行います。また「とうみ民泊ネットワーク会議」を核として、事業者との情報共有を行い、来訪者にとって東御市の魅力を普段の形に近い形で知ることができる機会を創出・提供します。なお、この事業は既存の旅館業者との共存共栄を図りながら推進します。

基本方針３	郷土愛をホスピタリティにつなげる“人”づくり

【施策３】観光地域づくりを担う人材の育成と地域ホスピタリティの向上

○ 地域資源の活用や情報発信の強化・推進にあたり、その核となる（一社）信州とうみ観光協会では、観光地域づくりの企画・立案・実行機関として組織力を高めるとともに、「観光まちづくり」を牽引していくため、コーディネイト及びプロデュースの機能を強化し、日本版DMO（候補）としての役割を果たします。

【目標値 】

指標名	観光ビジョン策定時の値（H26）	H31 年の目標値	中間値（H30）	目標値（R6）
（一社）信州とうみ観光協会の自主事業	2 事業	4 事業	12 事業	12 事業
（一社）信州とうみ観光協会の共催キャンペーン等の開催数	10 回	10 回	14 回	15 回
広域観光キャンペーン参画数	6 回	6 回	4 回	6 回
来訪者満足度調査[注12)]	―	大変満足　20%	満足　67.0%	満足　70.3%
地域観光ガイド養成者数	―	15 人	39 人	50 人

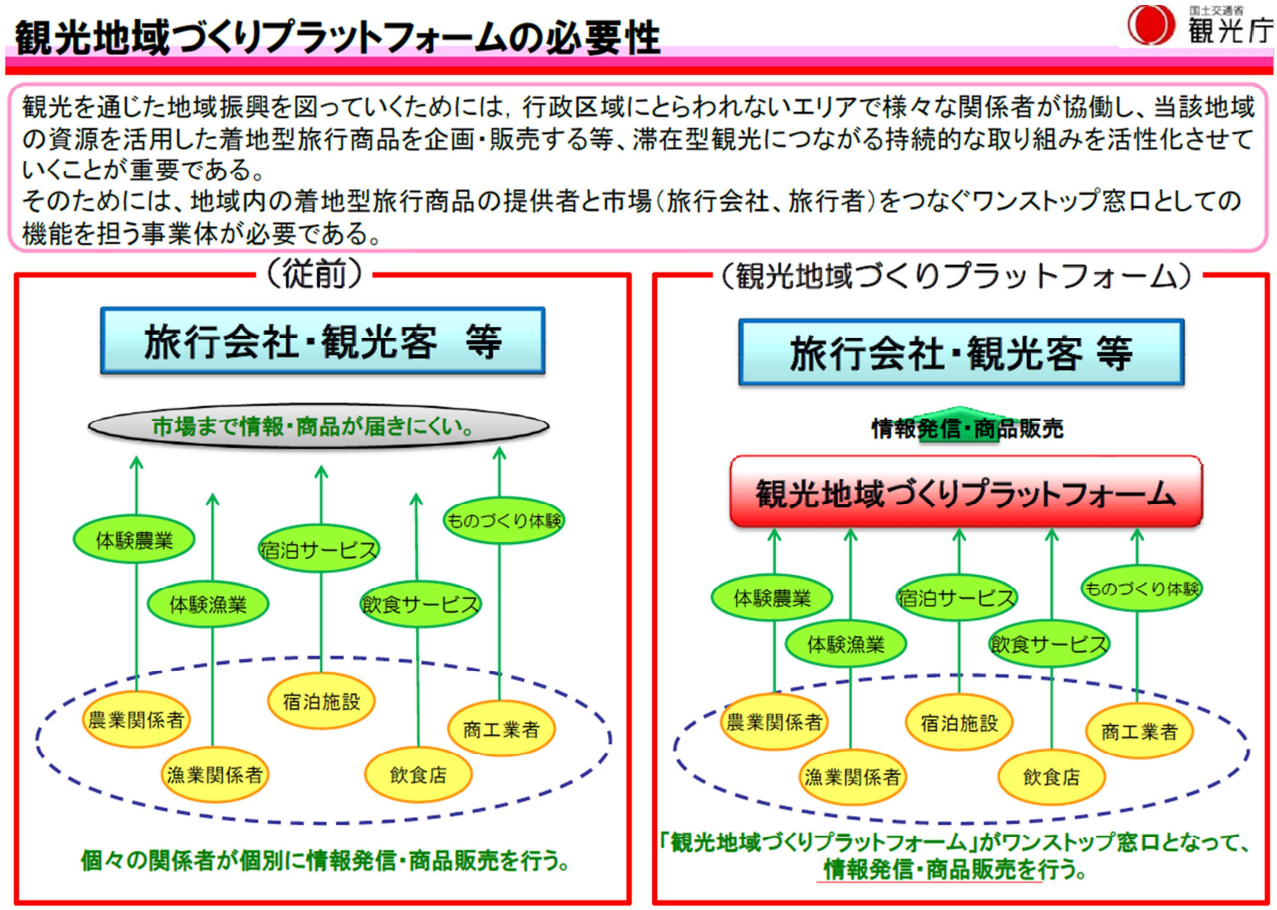
（1）DMOを核とした観光地域づくりの推進

【アクションプランの展開】

- 観光まちづくりに向けたイニシアチブを発揮できる中核組織として機能するよう、(一社) 信州とうみ観光協会の組織体制の強化を図ります。
- （一社）信州とうみ観光協会が“観光地域づくりプラットホーム[注13)]”となるべく、観光事業者のほか、農商工関係者、NPO、住民等の多様な主体の加入を促進して地域内の観光関連情報の集約を行い、来訪者からの問い合わせ窓口のワンストップ化やホームページにおける情報発信力の強化を図ります。

[注12)]来訪者満足度調査…
（一社）信州とうみ観光協会における観光マーケティング調査事業の一環として、主要観光地及び宿泊施設等で測定しているものです。

[注13)]観光地域づくりプラットフォーム…
着地型旅行商品の販売を行うため、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体を指します。（次ページの「観光地域づくりプラットフォームの必要性（出典：観光庁）」を参照してください。）



- 来訪者に対して着地型観光ツアーや体験メニューの販売などのサービスをワンストップで提供する体制の構築を目指し、（一社）信州とうみ観光協会による運営体制の強化を図ります。
- 観光振興に取り組む住民や団体、事業者などを対象とした交流会を開催し、参加者同士の情報交換や観光振興活動の連携を支援します。
- 市内の各観光地で特色のある観光地域づくりが展開されるように、地域の観光関連施設等を中心に様々な活動を展開している市民グループなどへ向けての情報提供を行うとともに、地域が主体的に取り組む誘客促進事業などの観光地域づくり活動を促進していくため、多様な主体との連携のパイプ役となる（一社）信州とうみ観光協会のコーディネイト力を強化するとともに、プロデュース力を高めます。

（2）観光地域づくりを担う“おもてなし”人材の育成

【アクションプランの展開】

＜おもてなし人材の育成＞

- 市民や団体、事業者などが主体的に進める観光振興活動を支援し、多様な主体が連携した観光地域づくりを進めます。
- 地域を元気にするためには、地域に対する愛情や愛着を持つことが欠かせないため、地域づくり担当部署と連携を図り、地域の良さを再発見する機会を提供します。
- （一社）信州とうみ観光協会が地域観光ガイドを保有・統括し、地域資源に対する専門知識の習得やおもてなし研修の機会を設けることで、観光を担う人材を育成します。

＜学習機会の確保＞

- 住民が郷土への誇りを持ち、地域の歴史、文化、伝統への理解を深めるための学習機会を提供していくとともに、来訪者を温かく迎える気運の醸成を図ります。
- 観光地域づくり講座など、市民意識を高めるためのセミナーを開催し、地域が主体となって進める観光地域づくり活動を支援していきます。
- 地域の担い手となるリーダーやコーディネーターなどの、観光振興に寄与できる人材を育成していくため、必要な知識やスキルを身につけることのできる研修、セミナーやワークショップの実施を支援します。

＜新たな人材の確保＞

- 地域活性化の基本的な要素である人材力を強化するため、若者の視点からの新鮮な感性や斬新なアイデアまたは地域外の第三者の提案などを汲み上げる仕組みをつくります。
- 学生の受入機会を創出し、それらの人材が有する知見の活用により、地域が抱える課題を解決するための仕組みをつくることで、人と情報の相互交流・協働を促進するための支援を行います。

基本方針４	魅力を伝えられる“情報発信力”づくり

【施策４】地域の魅力の効果的な情報発信

○ 東御市の優れた観光資源について、ICT を活用した情報発信とプロモーションを行い、認知度、集客力の向上を図ります。また、広域連携によって来訪者の相互周遊化を図ります。

【目標値 】

指標名	観光ビジョン策定時の値（H26）	H31 年の目標値	中間値（H30）	目標値（R6）
（一社）信州とうみ観光協会ホームページ閲覧回数	164,986 回	200,000 回	618,800 回	1,000,000 回
とうみファン倶楽部会員数	―	―	91 人	3,000 人
東御市 Facebook 登録者数	460 人	1,000 人	1,717 人	2,500 人
マーケテイング調査の来訪者アンケート実施数	―	―	―	1,000 件

（1）ＩＣＴを活用した効果的な情報発信

【アクションプランの展開】

- 「Go NAGANO」（長野県公式観光サイト）や「信州ナビ」（長野県公式観光・交通アプリ）等を積極的に活用するとともに、ICT（情報通信技術）による双方向コミュニケーションツールを活用した情報提供を強化します。
- 本市の魅力の効果的な発信方法と、来訪者が活用しやすい情報媒体を見極め、ターゲット視点に立ってプロモーションを行います。
- QR コードを活用した多言語対応の情報発信や Wi-Fi スポットの整備など、インバウンドを意識した情報発信環境の整備を推進します。
- 永続的に東御市の魅力を創造、誘発させる力となる東御市のファンを増やしていく仕組みづくりのため、市・（一社）信州とうみ観光協会のホームページのほか、SNS（Facebook・Instagram など）との連動による情報発信や、とうみファン倶楽部会員へのメール配信による観光誘客の実現を図り、口コミでの情報発信の輪を拡げていきます。
- 観光イベント、キャンペーン等に際しては、メディアを活用したパブリシティ[注14)]を積極的に展開します。

注14)パブリシティ…
PR の一種でプレスリリースやインタビューへの応対などを通じてメディアに報道として自社に関する内容を取り上げてもらう活動のことです。

（2）ターゲットに応じた観光プロモーションの展開

【アクションプランの展開】

- 集客核となる「雷電くるみの里」、「湯の丸高原ビジターセンター」を観光案内所に位置づけ、観光情報の提供機能を強化します。
- しなの鉄道と連携し、市の玄関口である「田中駅」内の観光情報ステーションでのインフォメーション機能の強化と充実を図ります。
- 効果的なキャッチフレーズやロゴの製作に取り組むほか、観光 PR グッズなどの充実を図り、東御ブランドのプロモーション強化と東御市の認知度の向上を図ります。
- 観光庁が定める手法により、（一社）信州とうみ観光協会が実施する、来訪者満足度調査などの観光マーケティング調査結果に基づき、来訪者の目的・志向・動機などを明らかにし、各種プログラムのブラッシュアップ及び新たな着地型旅行商品などの企画に反映させます。