第２章　観光の現状と課題

１．国、県の動き

国では、昨年度取りまとめられた「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」において、“2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光振興”をはじめとする６つの柱により、2020年に向け、政府一丸、官民一体となって訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指すための施策を強力に推進していくことが決定されています。

また、昨年11月の地方創生関連２法の成立以降、「地方創生」が政府政策の重要課題に掲げられている中、「観光による地方創生」もクローズアップされています。国が定めた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、基本目標“地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする”の政策パッケージの一つに「観光地域づくり、ローカル版クールジャパンの推進」施策が掲げられ、①複数の県が広域的に連携し、地域を「点」から「線」へと結んで、「太い動線」として広域観光周遊ルートの形成を図り、国内外の交流人口を拡大し、各地域に内外の旅行者を呼び込み、地域の経済や社会を活性化させる。②歴史まちづくり、国立公園・ジオパーク等の美しい自然、海洋資源、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資源を生かした地域づくりと、体制づくり、受入環境整備、交通アクセスの円滑化等の観光振興のための施策を一体で実施する、などの取り組みが明らかにされています。

長野県では、平成25年３月に「信州暮らし」が“憧れ”と“感動”を生む観光立県を目指し、観光施策を計画的かつ戦略的に推進するための指針として「長野県観光振興基本計画」を策定しました。この重点プロジェクトでは、①山岳高原などの強みを活かした滞在型観光地の形成、②県民参加による共創と協働の観光地づくり、③食や物産、サービスの価値の向上とブランドとしての発信が掲げられています。

とりわけ、上小地域は「お日様いっぱい　ゆったりのんびり　戦国浪漫に温泉天国　～真田氏の里～」のキャッチコピーのもと、多様な観光資源と交通アクセスの利便性を活かし、寡雨多照の気候と標高差を活かしたこの地域ならではの農林畜産物を活かし、「食」と体験型メニューを組み合わせた旅行商品を開発することなどを柱に、年間を通じた誘客拡大や広域・滞在型観光地の形成を目指していくとされています。

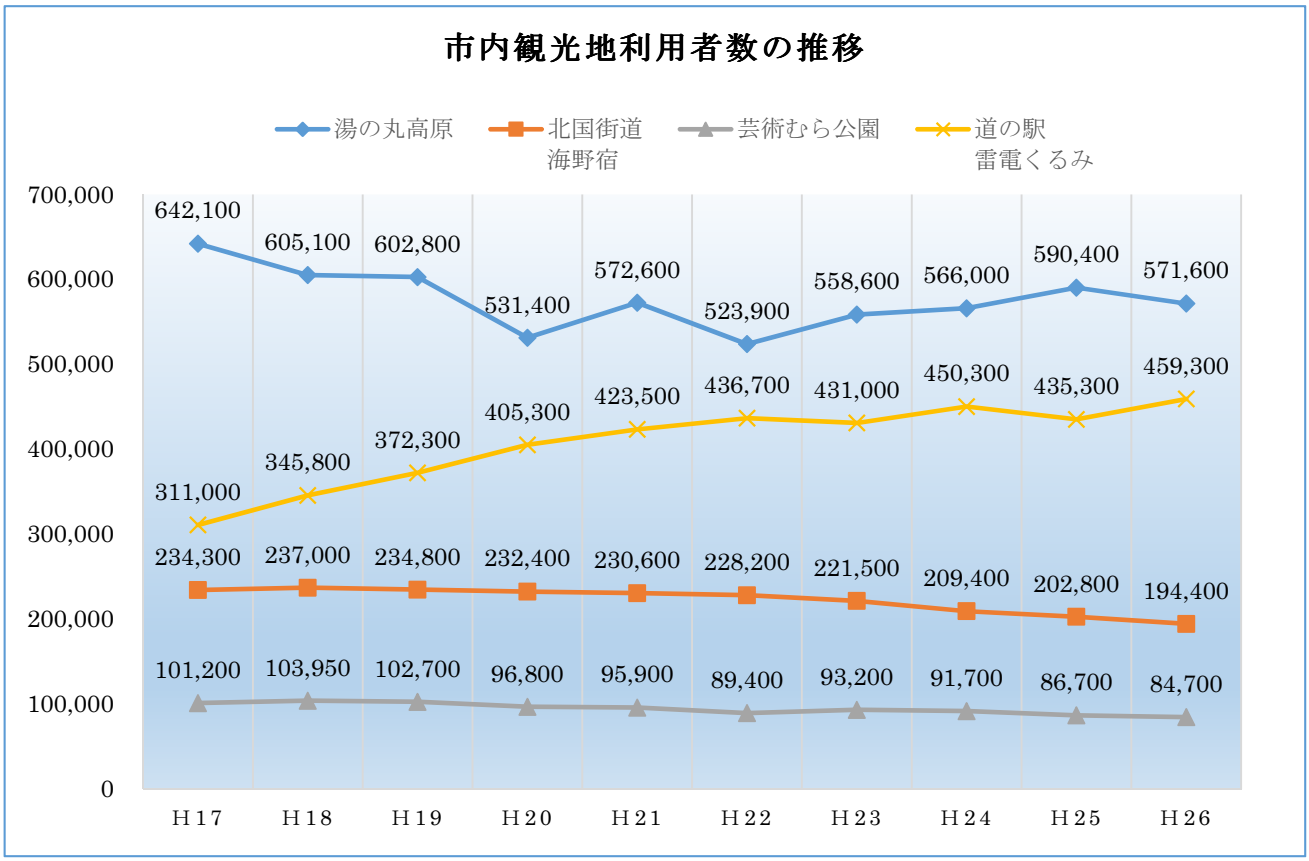
信州ワインバレーの中核として注目される東御市産ワイン

２．東御市の観光の現状と課題

（１） 東御市の観光の動向

本市の三大観光地（湯の丸高原、海野宿、芸術むら公園）における観光客入込数は、この 10 年間で 10%程度減少しています。

一方、道の駅「雷電くるみの里」に関しては、全国的に“旅行先の特産品が買える立ち寄りスポット”として注目されていることなどから、利用者すべてが観光客ではないものの、この 10 年間で５割近い大きな伸びを示しています。



※ 道の駅に関する利用者は、レジ通過者人数をカウント、休憩立ち寄り客を除く

（資料：東御市商工観光課）

本市最大の観光地である“湯の丸高原”に関しては、平成 13 年に 75 万人を集客していたものの、景気の低迷やライフスタイルの変化、スキーブームの陰りから観光客は減少傾向にあります。

しかし近年は、「安・近・短」と称される安く・近く・短く楽しむレジャー志向やアクティブシニア層に浸透している「歩く旅」の嗜好を捉えたこと、さらには首都圏からのアクセス性の良さという地の利の強みなどから、増加傾向に転じています。

これらは、先ごろ長野県が公表した「平成 25 年観光地利用者統計調査結果」でも明らかになっており、延べ利用者数が上位 50 位の県内観光地の中にあって、35 位にランクされるなど、年々順位を上げています。

○長野県内主要観光地（延べ利用者数上位50位）の状況

（単位：千人、％）

市町村名	観光地名	延べ利用者数順位				対前年増減	対前年増減比
		22年	23年	24年	25年		
東御市	湯の丸高原	44位	39位	39位	35位	24	4.3

（資料：長野県観光部「H25観光地利用者統計調査結果」）

○長野県【東信】主要観光地（延べ利用者数上位50位）の状況

（単位：千人、％）

順位			市町村名	観光地名	延べ利用者数			対前年増減	対前年増減比
23年	24年	25年			23年	24年	25年		
1	1	1	軽井沢町	軽井沢高原	7,701	7,796	7,946	150	1.9
9	8	9	上田市	上田城址	1,424	1,532	1,400	-132	-8.6
17	17	17	上田市	菅平高原	1,031	1,076	1,088	12	1.1
―	18	18	千曲市	戸倉上山田温泉		1,064	1,039	-25	-2.4
21	19	21	上田市	別所温泉	780	906	855	-51	-5.6
28	26	24	立科町	蓼科牧場	670	694	721	27	3.8
40	31	34	小諸市	高峰高原	540	640	610	-31	-4.8
39	39	35	東御市	湯の丸高原	559	566	590	24	4.3
35	34	36	小諸市	懐古園	580	624	588	-36	-5.8
41	41	42	佐久市	平尾山公園	535	535	535	0	0
48	52	50	佐久市	佐久平	443	408	430	22	5.5

※　美ヶ原高原、白樺湖といった複数自治体で構成する観光地を除く。

（資料：長野県観光部「H25観光地利用者統計調査結果」）

“海野宿”では来訪者の減少傾向が続いています。これらも長引く経済の停滞による影響などが考えられますが、平成25年9月に長野県が公表した「統計から見る長野県観光の現況」における観光パラメータ調査に注目すると、一概にそのことだけが要因と言い切れない潜在的な課題があることがわかります。

観光パラメータ調査（長野県　東信エリア）

【歴史・文化観光】

＜調査地点＞

■懐古園

ここへ来る前	プリンスショッピングプラザ（軽井沢町）	9.5%
	マンズワイン小諸ワイナリー（小諸市）	5.0%
	善光寺（長野市）	5.0%
この後行く	湯田中渋温泉郷（山ノ内町）	13.2%
	北斎館（小布施町）	8.5%
	碌山美術館（安曇野市）	8.3%

■上田城址

ここへ来る前	善光寺（長野市）	11.1%
	別所温泉（上田市）	8.7%
	懐古園（小諸市）	7.3%
この後行く	別所温泉（上田市）	10.2%
	善光寺（長野市）	6.7%
	プリンスショッピングプラザ（軽井沢町）	4.2%

※各観光地点に来る前に立ちよった場所及び調査地点の後に立ち寄る場所について、回答のあった観光地ごとにサンプル数を集計し、全サンプル数に対する割合を算出。

（資料：H25長野県「統計から見る長野県観光の現況」）

図に示すとおり、東信エリアで「歴史・文化観光」を目的とする観光客の動向をみると、「海野宿」へは立ち寄らずに通過している実態がみてとれます。

（公財）日本交通公社がまとめた「旅行動向 2011」によると、「歴史・文化観光」は、旅行者が“行ってみたい旅行タイプ”において「温泉旅行」、「自然観光」、「グルメ」に次いで第４位にランクされている点からも、旅行者ニーズは決して低いものではありません。

“海野宿”の魅力を十分に伝え切れていない、或いは魅力に乏しく敬遠されてしまっている点などを、如何にして克服していくかが重要になってくるものと考えられます。

“芸術むら公園”にあっても“海野宿”同様に減少傾向が続いています。また公園の中心的施設であるアートビレッジ明神館の利用者数も減少傾向にあります。

芸術むら公園・明神館利用者数の推移

（単位：人）

	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
利用者計（人）	83,095	82,037	78,082	78,596	86,558	86,046	81,822	81,707
日帰り入浴	75,192	74,704	71,432	72,270	80,435	79,584	76,521	75,720
宿泊	4,377	3,782	3,749	3,478	3,553	3,432	2,200	3,526
定員稼働率（%）	30.7%	26.9%	25.5%	24.6%	24.0%	23.8%	15.6%	25.0%
宴会	3,526	3,551	2,901	2,848	2,570	3,030	3,101	2,461

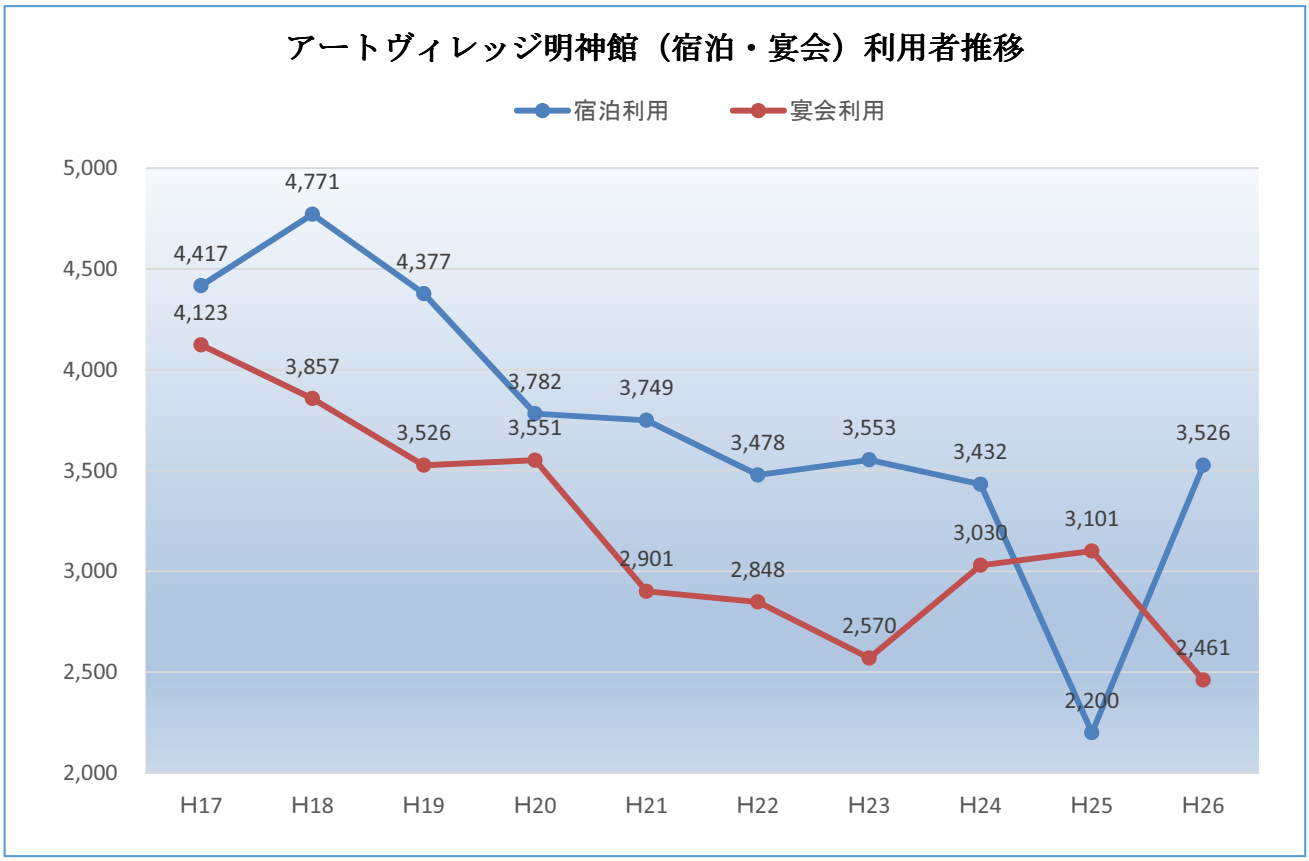
芸術むら公園・コテージ利用者数の推移

（単位：人）

	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
利用者	1,097	860	722	825	878	758	760	772

（資料：商工観光課）

明神館の利用者は、過去 10 年間で最も利用者数の多かった平成 18 年度と比較すると 1 割の減少となっていますが、宿泊利用者については－26.1%と落ち込んでおり、とりわけ宴会利用者にあっては最も利用のあった平成 17 年度と比較して－36.2%と顕著に減少しています。



（資料：東御市観光協会）

宿泊利用者に関する定員稼働率[注)] をみると、平成 19 年に 30.7%であったものが、平成 20 年に 26.9%まで落ち込み、以降も微減傾向にあることがわかります。しかし、平成 23 年以降をみると、明神館の定員稼働率は長野県平均を上回っている状況があります。

注) 定員稼働率… 一定期間内の宿泊者数を、その期間内の延宿泊定員合計で除（÷）した数値で、パーセントで表わす。客室稼働率に比べ、客室の利用状況が正確に把握できる。

宿泊定員稼働率の推移比較

（観光目的の宿泊者が50%以上となる長野県内施設の平均定員稼働率との比較表）

	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
宿泊定員稼働率（長野県平均）	29.6%	29.9%	29.6%	24.8%	19.1%	19.5%	18.2%	17.5%
宿泊定員稼働率（明神館）	30.7%	26.9%	25.5%	24.6%	24.0%	23.8%	15.6%	25.0%

（資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

一方、客室の使用状態を示し、どのくらい稼働しているかを表わす指標である「客室稼働率」の状況をみると、明神館の収容力 2,824 部屋に対し、稼動部屋数は 1,289 室、45.6%となり、これらも長野県平均の 34.0%を上回っている状況があります。

客室稼働率の推移比較

（観光目的の宿泊者が50%以上であって、従業員数10～29人の長野県内施設の平均客室稼働率との比較表）

	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26
客室稼働率（長野県平均）	—	—	36.9%	25.3%	34.4%	35.5%	34.0%	34.0%
客室稼働率（明神館）	—	—	—	—	45.0%	45.0%	39.7%	45.6%

（資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

芸術むら公園は、その立地環境そのものが周囲の農村景観と調和し、スローライフ[注2)]やロハス[注3)]に象徴されるような“心の豊かさ”を実感・体感できる優れた地域環境を有しています。

単に美術館や野外彫刻をめぐるといったアート要素だけでなく、雄大な浅間山や八ヶ岳連峰を望む絶好の眺望と、“ふるさと”が想起させる心落ち着く田園空間に位置する“芸術むら公園”ならではの特性や、地域特有の多様なポテンシャルを如何にして引き出していくかが重要になってくるものと考えられます。

注2） スローライフ
…効率やスピードを重視するのではなく、のんびりと過ごしながら、人生を楽しみ、生活の質を高めようとすること。

注3） ロハス
…Lifestyles of Health and Sustainability の頭文字をとった略語で、健康と環境、持続可能な社会生活を心がける生活スタイル「LOHAS」ロハスのこと。

こども学芸員による海野宿の紹介

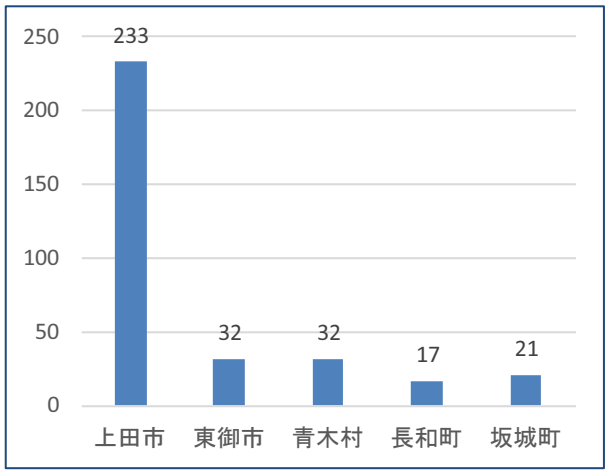
優れた景観を有する芸術むら

（２）来訪者意識調査にみる東御市観光の現状

○　天王寺真田幸村博＜赤備えの章＞来場者アンケート（大阪市天王寺）

＜調査実施日：H27.5.2～4　有効回答者数：290 人＞

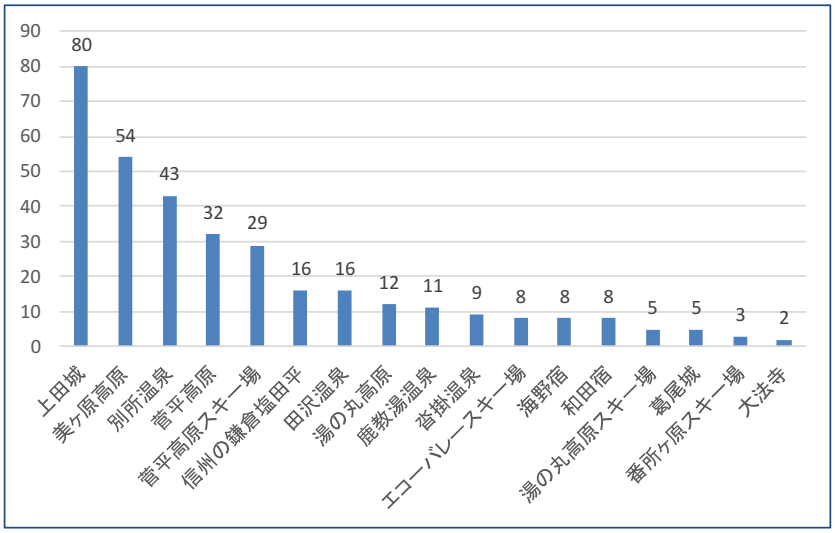
・「信州上田地域」の認知度に関しては、上田市が 80.3%と高いものの、上田市を除いては認知度が極めて低く、東御市は 11.0%に止まっている。



	人	/290
上田市	233	80.3%
東御市	32	11.0%
青木村	32	11.0%
長和町	17	5.9%
坂城町	21	7.2%

（資料：上田地域観光協議会）

・「信州上田地域」の観光地へ行ったことがある方は５割に上るが、そのほとんどが上田市内の観光地に集中しており、東御市では“湯の丸高原”の 9.0%が最高である。



	人	/134
上田城	80	59.7%
美ヶ原高原	54	40.3%
別所温泉	43	32.1%
菅平高原	32	23.9%
菅平高原スキー場	29	21.6%
信州の鎌倉塩田平	16	11.9%
田沢温泉	16	11.9%
湯の丸高原	12	9.0%
鹿教湯温泉	11	8.2%
沓掛温泉	9	6.7%
エコーバレース	8	6.0%
海野宿	8	6.0%
和田宿	8	6.0%
湯の丸高原スキー	5	3.7%
葛尾城	5	3.7%
番所ヶ原スキー場	3	2.2%
大法寺	2	1.5%

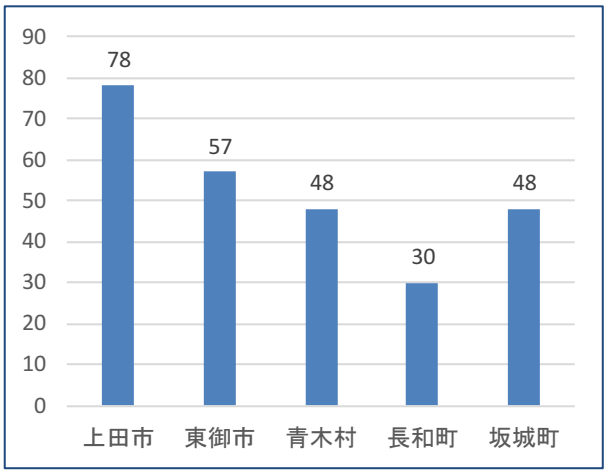
（資料：上田地域観光協議会）

○ 善光寺御開帳 2015 日本一の門前町大縁日来場者アンケート（長野市善光寺）

＜調査実施日：H27.5.9　有効回答者数：89 人＞

・来訪者の 6 割以上が県内、次いで関東地方 26.9%、北陸地方 4.5%、中部地方 4.5%の順であった。

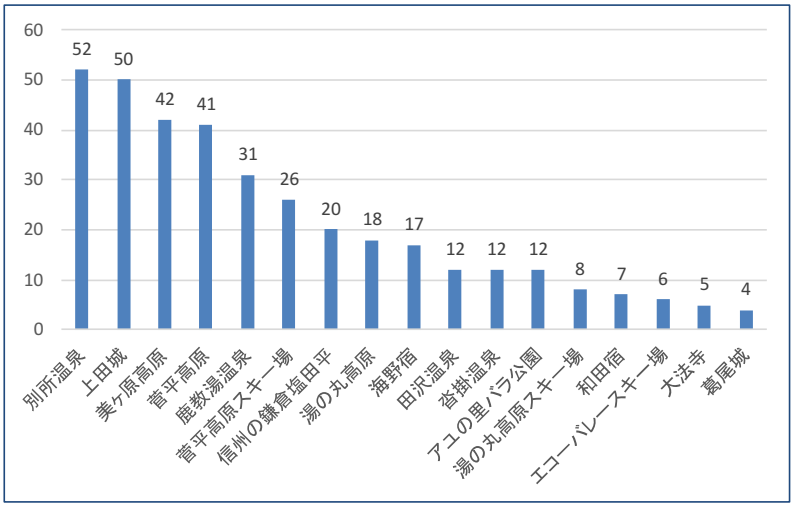
・「信州上田地域」の認知度に関しては、上田市が 92.9%と最も高く、次いで東御市の 67.9%、青木村 57.1%、坂城町 57.1%、長和町 35.7%の順である。大阪に比べ東御市の認知度は格段に高くなっているものの、約 3 割が認知していない状況がある。



	人	/73
上田市	78	92.9%
東御市	57	67.9%
青木村	48	57.1%
長和町	30	35.7%
坂城町	48	57.1%

（資料：上田広域観光協議会）

・「信州上田地域」の観光地へ行ったことがある方は約 9 割に上るが、そのほとんどが上田市内の観光地に集中しており、東御市では“湯の丸高原”の 24.7%が最高である。大阪に比べ来訪者数は多いものの、上田市内観光地と比較すると低い傾向がある。



	人	/73
別所温泉	52	71.2%
上田城	50	68.5%
美ヶ原高原	42	57.5%
菅平高原	41	56.2%
鹿教湯温泉	31	42.5%
菅平高原スキー場	26	35.6%
信州の鎌倉塩田平	20	27.4%
湯の丸高原	18	24.7%
海野宿	17	23.3%
田沢温泉	12	16.4%
沓掛温泉	12	16.4%
アユの里バラ公園	12	16.4%
湯の丸高原スキー場	8	11.0%
和田宿	7	9.6%
エコーバレースキー場	6	8.2%
大法寺	5	6.8%
葛尾城	4	5.5%

（資料：上田地域観光協議会）

（3）東御市の観光の課題

①　目的志向型の個人旅行を対象とした受入体制が求められる

～　地域資源の多様性“発見”と嗜好の多様化への対応の必要性　～

（公財）日本交通公社が行った「旅行者動向 2014」調査では、現在の旅行市場においては、かつて流行した団体旅行は減少傾向が続き、旅行市場の 7 割弱が個人旅行であると報告されています。これらから、より個人の嗜好にあった旅行スタイルは完全に定着してきているものと考えられます。

本市は標高差 1,500m に凝縮される多様性に富んだ豊かな“地域資源”と、そこに息づく市民の暮らしが大きな魅力であるとともに、オールシーズン楽しめる“湯の丸高原”を核に、グルメやスポーツ、体験、地域交流など、多様な資源を結び付けた「ストーリー」「テーマ」に沿った“地域ツーリズム”を描きやすい特徴があります。

これらの“強み”を活かし、本市ならではの新たな“ツーリズム”を創出して交流事業を推進し、地域を活性化させていく必要があります。

②　観光資源と地域の産業、食を結びつけた好循環が求められる

～　とうみの“食・物産”のブランド力を観光に活かす必要性　～

内閣府が行った「国民生活に関する世論調査 2013」では、今後の生活の力点として、「レジャー・余暇生活」が最も高く、次いで「食」が挙げられています。

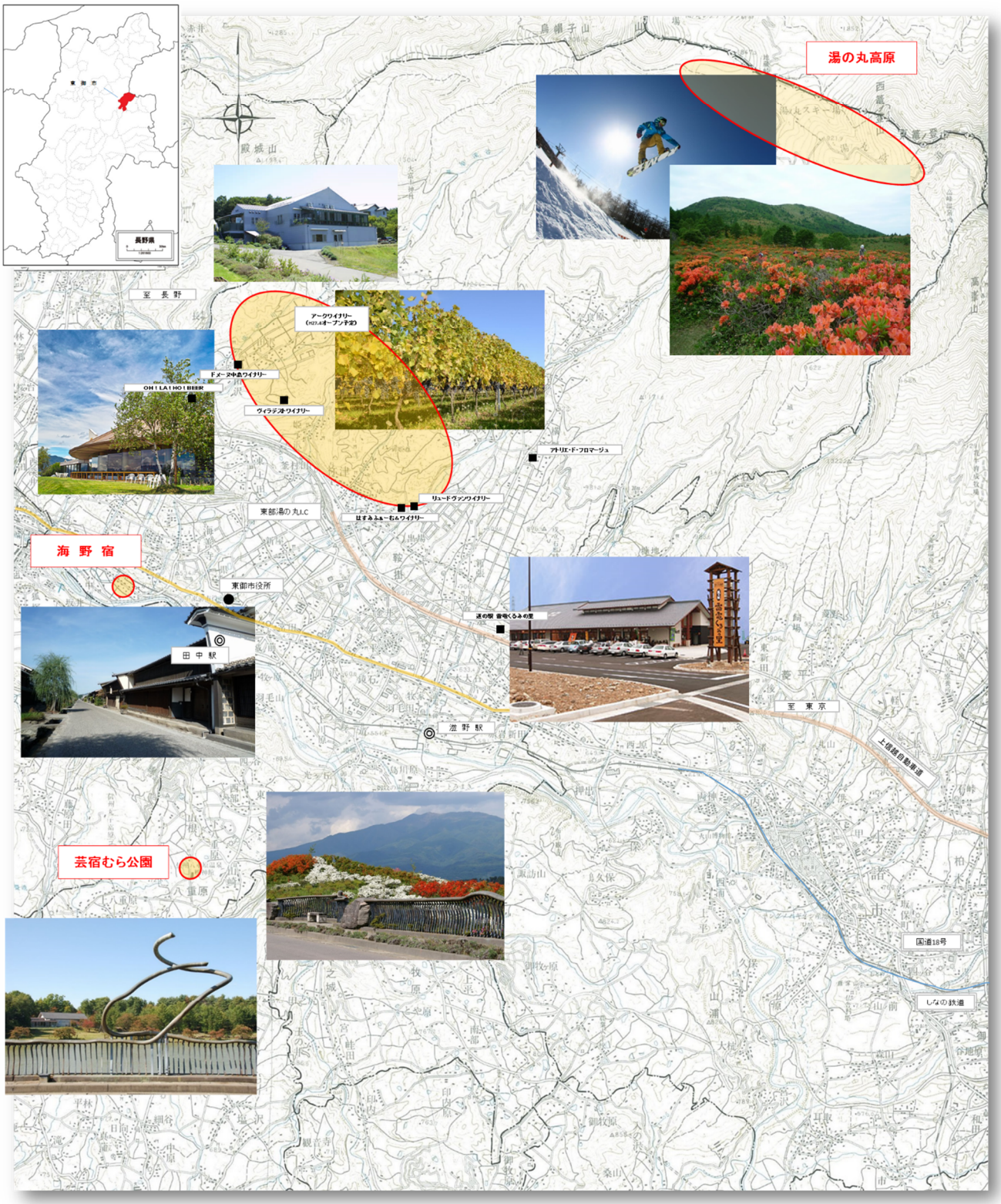
観光においても「食」は重要な要素の一つであり、これらを最大限に活かした魅力づくりが求められています。

そのため、本市特有の寡雨多照の気候と標高差を巧みに活かした本市ならではの豊かな農作物、そしてそれらを素材とする特色ある「食」を、新たな“観光資源”に位置づけ、その魅力を内外に発信していく必要があります。

③　観光プロモーションによる“魅力の発信”が求められる

～　認知度が低い“東御市”に“来て・見て・知って”もらう必要性　～

ブランド総合研究所が全国の 1000 市町村及び 47 都道府県を対象に行った「地域ブランド調査 2013」によると、本市は合併後 10 年が経過するものの依然として知名度・認知度が低く、1,047 自治体のうち 1,000 位と極めて低い結果となっています。また、上田地域観光協議会資料によると関西圏では極端に認知度が低いこともわかっています。

そのため、新たな情報ツールを活用し、ユーザーニーズに対応した利便性の高いサイトを立ち上げるなど、インターネットを主体としたメディア戦略を中心に、東御市ファンや地域力による「人」ネットワークの活用も併せ、戦略的なプロモーション展開を進める必要があります。

東御市の観光施設・資源配置図