

第4章 観光施策の柱と展開

前途の4つの基本方針に示す目的を達成するための手段として7項目からなる「施策」を設定し、それぞれ具体的な11項目の「アクションプラン」を明らかにします。また、特に優先度の高いアクションプランを“重点プロジェクト・プラン”として、まち・ひと・しごと創生東御市総合戦略との整合性を確保しつつ、戦略的に取り組んでいくものとします。

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) 湯の丸高原の観光交流ハブ化の推進
- (2) 地域の特色を伸ばすインフラ施設の整備
- (3) 地域力と新たな感性によるイノベーション

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) 「体験・交流・学び」の地域ツーリズムの創出
- (2) 学習・スポーツ旅行を捉えた着地型プランの充実

【施策3】食・物産のブランド力を活かした観光ルートの形成

- ★ (1) 産地・産業観光の創出による域内消費の実現
- (2) まちなか観光の普及

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4】観光地域づくりを担う人材の育成

【施策5】地域ホスピタリティの向上

基本方針：4 魅力を伝えられる“情報発信力”づくり

【施策6】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
- (2) 観光インフォメーション機能の充実

【施策7】観光推進体制の充実

- ★ (1) 観光協会の組織力の強化
- (2) 広域観光の推進

※ ★…重点プロジェクトプラン

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

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、老朽化が見られる施設や設備などの修繕・更新や、新たな施設の設置と整備を検討し、観光資源の充実と強化を図ります。
- 海野宿については、歴史文化的環境に配慮し、来訪者の利便性を確保するための交通誘導施設の整備、空き家資源を活用したロハス空間の創出と“静けさ”を活かした四季折々の観光演出を進め、誘客の促進を図ります。
- 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を創出します。

【目標値】

指標名	現状値（H26）	目標値（H31）	備考
湯の丸高原来訪者数	571,600 人	680,000 人	
海野宿来訪者数	194,400 人	220,000 人	
海野宿・空き家資源活用率	—	70%	
芸術むら公園来訪者数	84,700 人	100,000 人	

（1）湯の丸高原の観光交流ハブ化の推進

【アクションプランの展開】

- 高地トレーニング用プールの誘致実現による関連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。
- 湯の丸自然学習センターにウッドデッキを付設した休憩ラウンジの整備を検討します。
- 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・スノーボードなど活動の拠点として湯の丸自然学習センターの観光案内機能を高め、インフォメーショ

ンセンター化を推進します。

- 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を掲示する設備を設置します。
- 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 環境の整備を検討します。
- 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、新たな観光資源とも連携して「湯の丸発」の観光ネットワークの形成を図り、観光客の回遊性を高めます。

(2) 地域の特徴を伸ばすインフラの整備

【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、必要な整備を行います。
- 電車・タクシーの案内など公共交通を分かりやすく案内できるよう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駅レンタカーの開設及び田中駅・滋野駅発着観光タクシーの運用の取り組みを支援します。
- 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を試行し、バス運行の事業化の可能性を検証します。
- 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シャトルバス運行を社会実験し、二次交通手段としての可能性を検証します。
- 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体制整備を検討します。

(3) 地域力と新たな感性によるイノベーション

【アクションプランの展開】

- 地域資源の潜在的な価値の発見と新たな力の創出につながる“地域の気づき”を促すため、今までにない斬新なアイデアや新鮮な感性が期待できる若者の視点や、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。
- 地域の担い手なるリーダーやコーディネーターなどの観光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ための研修、セミナーやワークショップの実施を支援します。
- 大学生の受入機会を創出し、学生が有する人材や知見の活用により、地域が抱える課題を解決するための仕組みをつくり、人と情報の相互交流・協働を促進させるための支援を行います。
- 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観光協会のコーディネート力を強化するとともに、観光協会のプロデュース力を高めます。

基本方針	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開発してメニュー化し、交流人口を拡大します。

【目標値】

指標名	現状値（H26）	目標値（H31）	備考
着地型旅行商品メニュー数	—	8	
自然学習ツーリズム来訪者数	18,500 人	19,000 人	※学童数
スポーツ合宿ツーリズム来訪者数	11,156 人	12,000 人	※学童数
明神館宿泊利用来訪者数	3,526 人	5,500 人	
ワインツーリズム来訪者数	—	2,000 人	

（1）「体験・交流・学び」の地域ツーリズムの創出

【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を都市交流の最重要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開発し、大田区休養村とうぶ利用者との積極的な交流事業展開に取り組みます。
- 豊かな自然環境を活かした多自然型の2地域居住や、Iターンを志す人々の核となる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。

<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。

＜ワイン交流プログラム＞

- 祢津御堂地区を中心としたワインぶどう拠点の整備及び周辺ワイナリーとの連携によるワイン観光づくりを進めるとともにワイン造り、ぶどう栽培の体験プログラムを充実させ、ワインツーリズム事業を推進します。
- 新規就農を目指す来訪者ニーズに対応するため、ワイン造り、ぶどう栽培が研修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。



ワイン収穫体験



ホワイトスクール

(2) 学習・スポーツ旅行を捉えた着地型プランの充実

【アクションプランの展開】

- 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、自然学習センターの機能を強化してビジターセンター^{注)}化を進めるとともに、インタープリテーション（解説案内）体制を構築します。
- 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に協力を得ながら、その専門性を活用し、連携して取り組みます。
- 教育委員会が所管する自然保護指導員と観光協会が養成するネイチャー・ガイドの一体化を検討していくとともに、長野県自然保護レンジャー制度を参考に新たな組織の設置を検討します。
- 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。
- 市民のスポーツへの関心を高め、生涯スポーツの振興のためにスポーツイベントの企画や誘致を進める「スポーツ・コミッション」の創設を推進します。
- 湯の丸高原の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し、スポーツツーリズムやヘルスツーリズム事業を推進します。

注) ビジターセンター

…主としてその公園の地形、地質、動植物等を公園利用者が容易に理解できるよう解説、展示するための施設。

【施策3】食・物産のブランド力を活かした観光ルートの形成

- 食は旅先を決定するうえで最も重要な要素の一つです。東御市ならではの伝統ある食文化や、標高差 1,500mの地勢の恵みである豊かな農産物食材など、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。

【目標値】

指標名	現状値 (H26)	目標値 (H31)	備考
巨峰の王国まつり来訪者数	38,200 人	45,000 人	
ワインフェスタ来訪者数	1,300 人	2,000 人	
雷電くるみの里レジ通過者数	459,220 人	500,000 人	

(1) 産地・産業観光の創出による域内消費拡大の実現

【アクションプランの展開】

- 観光協会の効果的な「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。
- ワイン用ぶどうの栽培、ワインの醸造、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。
- 「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



ワインフェスタ

(2) まちなか観光の普及

【アクションプランの展開】

- 商店街などをめぐるまち歩きルートを確認するため、観光・産業シェアスペース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。



基本方針

郷土愛をホスピタリティにつなげる“人”づくり

【施策4】観光地域づくりを担う人材の育成

○ 観光地域づくりを進めるために、地域の観光を担う人材の育成に取り組めます。

《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、地域愛、地元愛など、地域に対する誇りや愛情、愛着を持つことが重要であるため、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。
- ・ 地域観光ガイド部会を組織するとともに、地域資源に対する専門知識の習得やおもてなし研修を通じて、観光を担う人材を育成します。

【施策5】地域ホスピタリティの向上

○ 地域の歴史、文化、伝統を学び、地域への理解や意識を高め、自信と誇りを持って、来訪者を温かく迎える機運の醸成を図ります。

《学習機会の確保》

- ・ 市民の郷土に対する愛着や誇りを高めるために、地域の良さを再発見するための機会を提供していくとともに、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。
- ・ 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ます。

【目標値】

指標名	現状値（H26）	目標値（H31）	備考
旅行者満足度調査	—	大変満足 20% 再来訪したい 20%	
地域観光ガイド養成者数	—	15 人	

※ 観光協会における調査事業として、旅行者満足度調査を当年度から2地点（海野宿・雷電くるみの里）で測定していきます。

基本方針	魅力を伝えられる“情報発信力”づくり
------	--------------------

【施策6】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、広域連携によって観光客の相互周遊化を図ります。

【目標値】

指標名	現状値（H26）	目標値（H31）	備考
観光協会ホームページ閲覧回数	164,986 回	200,000 回	
観光協会メール会員数	—	1,000 人	
SNS登録者数	460 人	1,000 人	

※ SNS登録者数…東御市フェイスブックにて発信する情報を自分のフェイスブックのページに表示し、確認できるようにしている利用者

（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】

- 「アルクマ便り」や「さわやか信州・Net」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。
- 認知度の低い本市の魅力を効果的に発信するため、来訪者が活用する情報媒体を見極め、ターゲット視点に立ったプロモーションを行います。
- QRコードを活用した他言語対応の情報発信やWi-Fiスポットの整備など、インバンウンドも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、ホームページとFacebookなどSNSとの連動による情報発信により観光誘客の実現を図り、口コミの情報発信の和を拡げていきます。
- 観光イベント、キャンペーン等に際しては、メディア活用したパブリシティ^{注2)}を積極的に展開します。

注2) 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をいう。

(2) 観光インフォメーション機能の充実

【アクションプランの展開】

- 集客核となる「雷電くるみの里」「自然学習センター」「観光・産業シェアスペース」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」内における観光インフォメーション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。

【施策7】観光推進体制の充実

- 地域資源の活用や情報発信の強化と推進にあたり、その核となる観光協会では、観光地づくりの企画・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、コーディネート・プロデュース機能を強化します。

（1）観光協会の組織力の強化

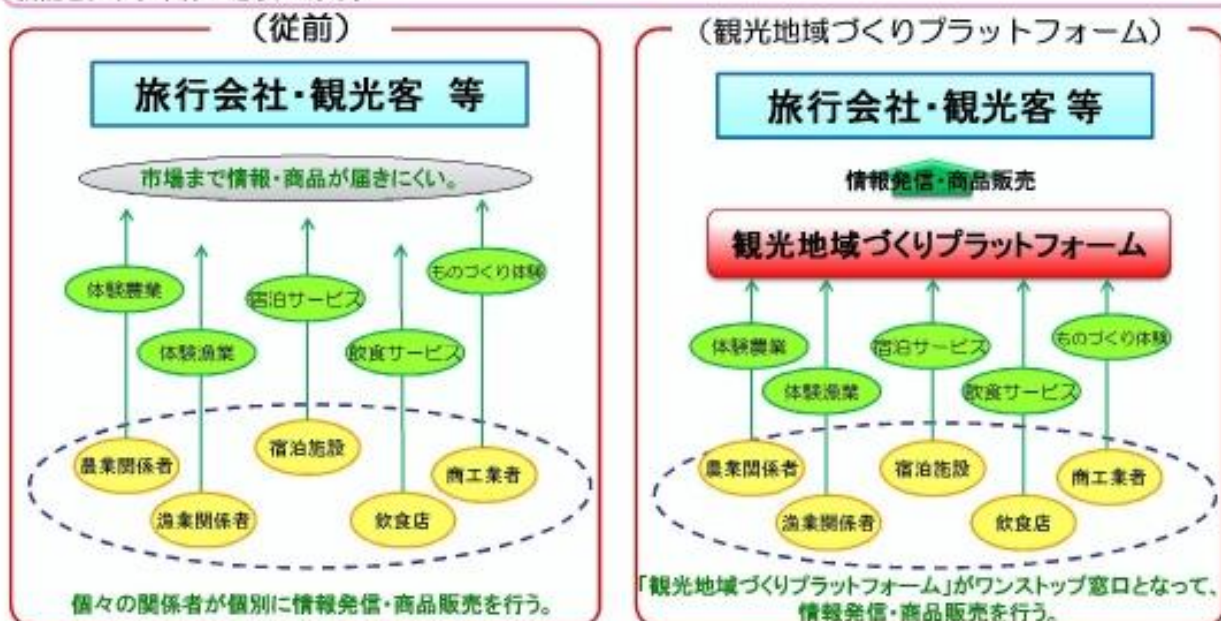
【アクションプランの展開】

- 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協会の組織の強化をはかります。
- 観光協会が“観光地域づくりプラットフォーム^{注3)}”となるべく、観光事業者のほか、農工商関係者、NPO、住民等の多様な主体の加入を促進して市域内の観光関連情報の集約を図り、観光客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。

観光地域づくりプラットフォームの必要性



観光を通じた地域振興を図っていくためには、行政区域にとられないエリアで様々な関係者が協働し、当該地域の資源を活用した着地型旅行商品を企画・販売する等、滞在型観光につながる持続的な取り組みを活性化させていくことが重要である。
そのためには、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が必要である。



注3) 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。

- 観光客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ワンストップで提供する体制の構築を目指し、観光協会の法人化と旅行業登録を検討し、運営体制の強化を図ります。
- 観光振興に取り組む市民や団体、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、地域観光拠点施設を中心に様々な活動を展開している市民グループへの情報提供など、協会のコーディネート機能を強化します。

（２）広域観光の推進

【アクションプランの展開】

- “北国街道”“真田三代”“木曾義仲”“千曲川ワインバレー”などの周遊テーマルートの一角として、地域全体の魅力を高め、広域相互の回遊性を高めます。
- 上田広域4自治体の連携のもと、上田地域観光戦略会議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、長野県が主催するキャンペーンやイベント参加要請には積極的に参加します。

【目標値】

指標名	現状値（H26）	目標値（H31）	備考
観光協会の自主事業	2事業	4事業	
観光協会の共催キャンペーン等数	10回	10回	
広域等観光キャンペーン参画数	6回	6回	