

第 3 次
東 御 市 観 光 ビ ジ ョ ン

令和 7 年 4 月

東 御 市

目 次

第1章 ビジョンの基本的な考え方

1	ビジョン策定の趣旨	1
2	ビジョンの位置づけ	2
3	計画期間	2

第2章 観光の現状と動向

1	世界・国・県の動き	3
2	東御市の観光の現状と課題	5

第3章 第3次観光ビジョンの基本方針

1	観光振興の目的	23
2	東御市の観光が目指す姿	25
3	基本方針	26
	(1) 地域と共につくる魅力ある観光地域づくり ～来訪者と地域を結ぶ体制の構築～	
	(2) 新たな付加価値を生み出すツーリズムの確立 ～観光資源を最大限に活用した魅力の高付加価値化～	
	(3) 快適に滞在できる受入基盤の構築 ～観光受入体制の充実～	
	(4) 戦略的な観光情報の発信 ～効果的な観光プロモーション～	
4	ビジョンの数値目標	27

第4章 観光の振興に関する基本的施策

1	観光施策の体系	28
2	観光施策の展開	29

第5章 観光ビジョンの推進にあたって

1	ビジョンに掲げる「施策」の進行管理	40
2	ビジョンの推進体制	41
3	ビジョンの見直し	41

資料編

資料1	第3次観光ビジョン策定の経過	43
資料2	東御市観光まちづくり会議委員名簿	44
資料3	パブリックコメントの結果について	45
資料4	東御市観光まちづくり会議設置要綱	48
資料5	第3次東御市観光ビジョンの施策とSDGsとの関係	50

第1章 ビジョンの基本的な考え方

1 ビジョン策定の趣旨

本市では、第3次東御市総合計画における将来像として「人と自然にやさしい 豊かな暮らしを実感できるまち とうみ」を掲げています。

この“豊かな暮らしを実感できるまち”には、市発足20年の歩みの中で積み上げてきた、豊かな自然や人と人とのつながりを十分に活かしながら、「暮らしの場」として独自の魅力を生み・育て、選ばれ続ける（持続可能な）まちを、東御市に関わるすべての人々の協力で実現したいという思いが込められています。

観光は、人々に楽しみや喜び・感動などの刺激をはじめ、気づきや学び・癒しなどをもたらすなど、人生や生活を豊かにする要素として非常に大きな役割を担っています。

また、人口減少、少子高齢化が進む現在、観光振興を推進することは、地域における消費の拡大や新たな雇用の創出を促す経済波及効果や市民に広く活躍の場を与え、地域プライドを醸成し、地域アイデンティティ^(注1)の強化及び地域ブランド化を促す効果が期待できます。また、定住・移住、様々なビジネス投資を促す力もあります。さらに、交流人口の拡大に大きく寄与し、宿泊や飲食といった観光関連の産業以外にも、農業や商工業などへの幅広い波及効果が期待できる総合的な産業として、地域に活力や持続的発展をもたらすため、その重要性はますます高まっています。

こうした中、本市では、豊かで持続可能なまちづくりを進めていくために、限られた地域資源を有効に活用して、東御市ならではの価値を磨きあげ、「持続可能な観光」、「観光消費額の拡大」及び「観光誘客促進」をキーワードに、質の向上を重視した観光振興を図っていくことが必要です。

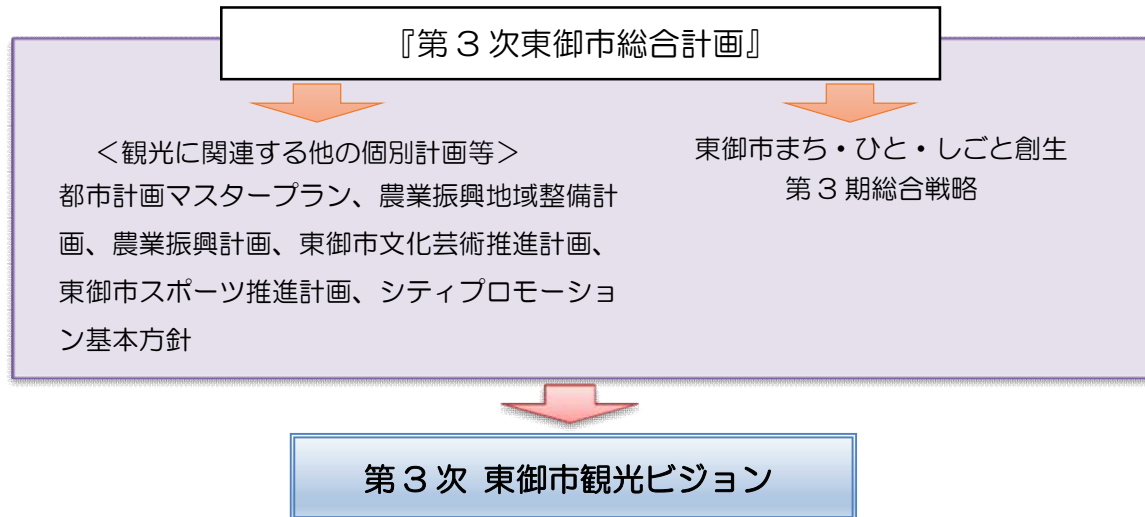
なお、本計画は、行政はもとより、市民や観光関係事業者、関係団体など、広く観光事業に携わるすべての人たちの行動指針として共有し、連携・協働して計画に基づく施策を展開するとともに体系的・計画的に観光振興を推進することを目的に策定するものです。



注1 アイデンティティ：自分が自分であること、さらには自分が他者、社会から認められているという感覚。

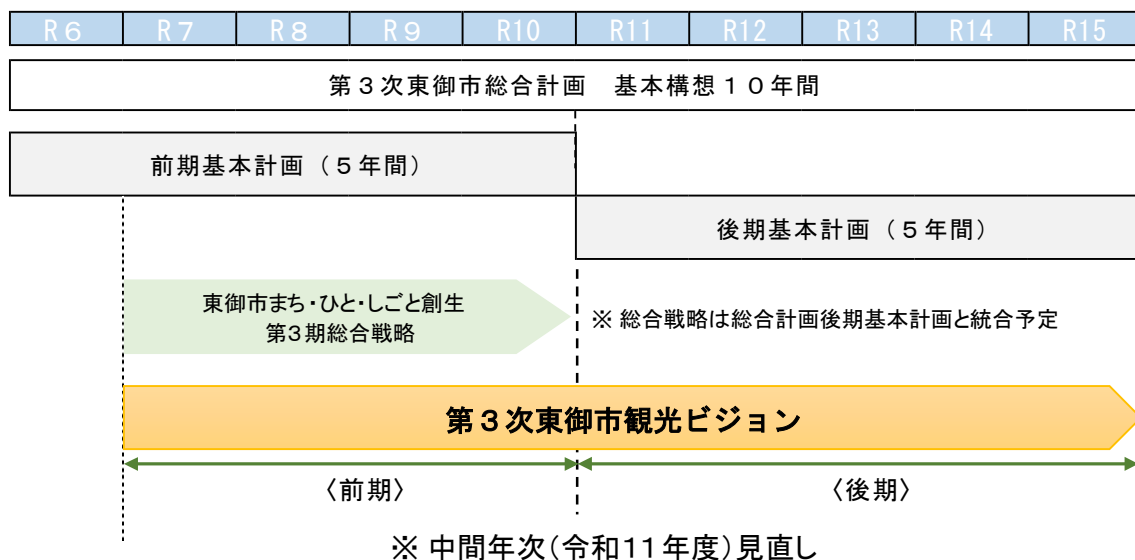
2 ビジョンの位置づけ

このビジョンは、『第3次東御市総合計画』における、まちづくりの基本目標「魅力と活力があふれる産業のあるまち」に掲げる施策を具体化する観光振興の歩むべき方向を示し、関連する諸施策を相関させながら計画的に推進するものとします。



3 計画期間

このビジョンは、令和7年度（2025年度）から令和15年度（2033年度）までの9年間を計画期間とし、長期的な視点に立って設定するものです。なお、昨今の観光を取り巻く環境変化が著しく、先行きを見通しにくい中ではこのビジョンも柔軟に見直しながら進める必要があることから、「第3次東御市総合計画」の中間年次及び「東御市まち・ひと・しごと創生第3期総合戦略」の最終年次との整合を図り、令和11年度（2029年度）に中間見直しを行うこととします。



第2章 観光の現状と動向

1 世界・国・県の動き

(1) 世界

サステナブルツーリズムの高まり

コロナ禍において旅行需要が回復しているなか、「世界の旅行者の75%（日本の旅行者：53%）は今後12ヶ月間に、よりサステナブル^{（注2）}な旅行をしたい」というデータ^{（注3）}があり、世界的に「持続可能な観光（サステナブルツーリズム）」への関心が高まっていると言えます。

国連世界観光機関（UN Tourism）では「持続可能な観光」を「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義しています。

また、国連が掲げる持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals、以下 SDGs）においても、観光分野での目標達成に取り組む方針（44～45 頁参照）が定められています。

(2) 国

インバウンド^{（注4）}需要の再開と地方誘客促進に注力

観光庁では、前述のサステナブルツーリズムへの関心の高まりに応じて、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO^{（注5）}）が持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTD）」を開発しました。

各地域においてそのガイドラインが最大限活用されることにより、効果的で持続可能な観光地マネジメントへの取組をさらに加速することが求められています。

また、国は令和5年3月に閣議決定した「観光立国推進基本計画」において、単なるコロナ禍前への復旧ではなく、持続可能な形での復活を図るため、「持続可能な観光」、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、これまで以上に質の向上を重視した観光へと転換していくこととしています。

本格的な旅行需要の再開

全国における延べ宿泊者数は2023年が617,475千人で、前年の450,458千人より37%増、コロナ禍前の2019年の595,921千人と比べると、3.6%増となっており、徐々に回復しています。

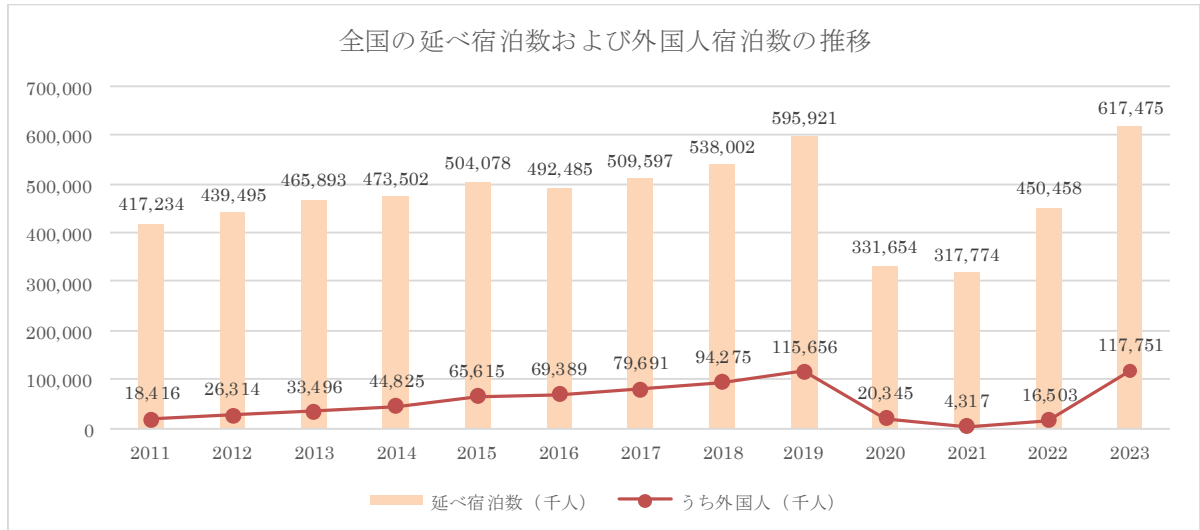
また、2023年の外国人の延べ宿泊数は117,751千人で、前年の16,503千人より614%で、インバウンド需要の高まりが急激に加速化していることがわかります。

注2 サステナブル：将来にわたって持続可能な状態を保つこと。

注3 出展：Booking.com 「サステナブルトラベルレポート2024」（2024年6月）

注4 インバウンド：外国人が訪れてくる旅行のこと。

注5 DMO：Destination Management/Marketing Organization の略で、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同し、観光地域づくりを実現するための調整機能を備えた法人のこと。



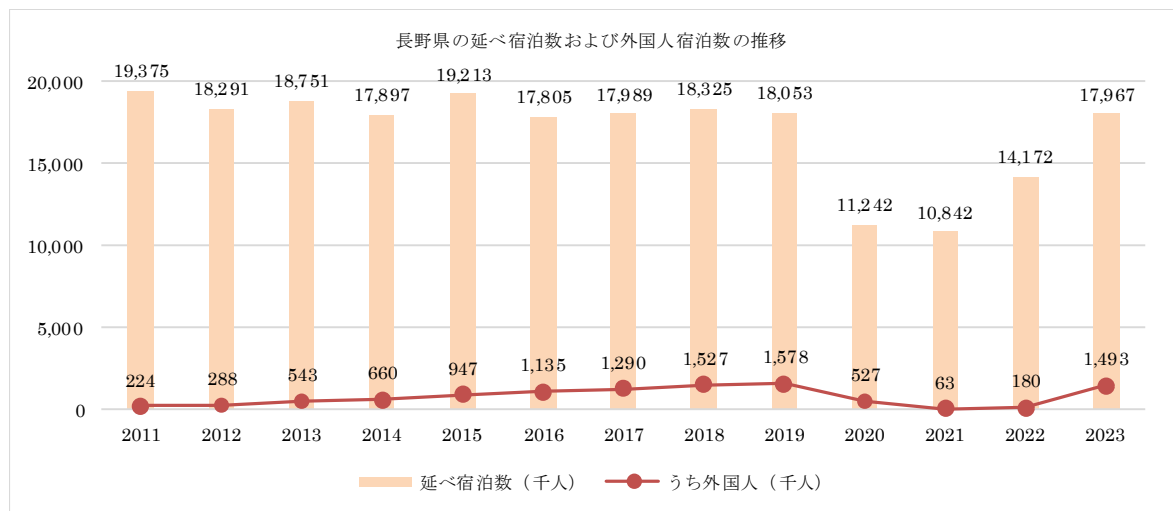
引用：宿泊旅行統計調査（観光庁）

(3) 県

国よりは緩やかな回復傾向

全国的な宿泊数の増加に応じて、長野県における宿泊数も増加しています。

2022年に14,172千人だった延べ宿泊数は、2023年には17,967千人となり、前年対比で26.8%増となっています。全国的な増加率よりは低い状態ですが、コロナ禍前の2019年の水準に戻りつつあります。



引用：宿泊旅行統計調査（観光庁）

令和6年度の「長野県観光振興アクションプラン」においては、県の観光振興を進めるにあたっての共通テーマを「アウトドア」とし、「観光地域づくりの推進」「長野県の観光のプロモーション」「インバウンドの推進」の3つの方針を定めています。プラン内においての市町村の役割は以下のとおりです。

- ・地域の観光地経営（地域観光ビジョンの共有）
- ・地域観光ビジョンを踏まえた受入・滞在環境整備
- ・観光資源の磨き上げ
- ・観光地域づくりを通じた事業者支援・連携促進

2 東御市の観光の現状と課題

(1) 東御市の観光の動向

① 概況

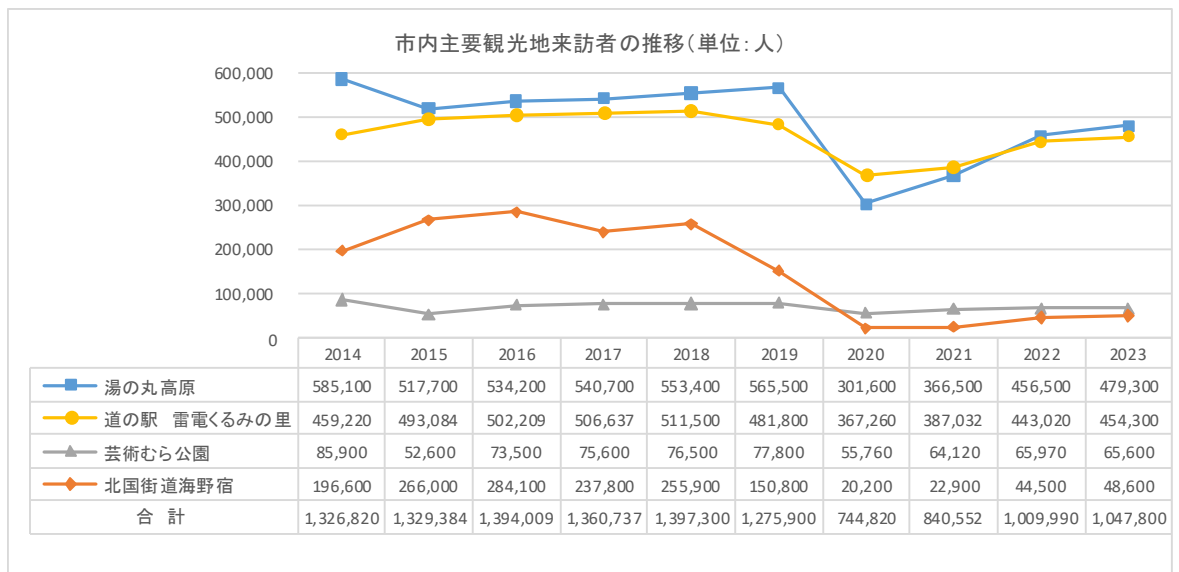
長野県が公表する「観光地利用者統計調査」によると、延べ利用者数上位 50 位の県内観光地の中で“道の駅雷電くるみの里”は概ね 20 位前後に位置しています。“湯の丸高原”については、40 位台でしたが、近年では高地トレーニング環境の整備によるスポーツツーリズム^(注6)の推進により、下表のとおり、2024 年の公表（R 5 実績による）では、39 位にランクインしました。

長野県内主要観光地延べ利用者数上位 50 位の状況（東信地区）

観光地名	市町村名	延べ利用者数順位（位）						R5 延べ利用者数(千人)
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
軽井沢高原	軽井沢町	1	1	1	1	2	1	7,713
上田城跡	上田市	11	11	16	16	10	10	1,357
美ヶ原高原	上田市・長和町・松本市	13	14	14	11	13	15	1,087
菅平高原	上田市	17	18	57	53	19	17	1,026
佐久平	佐久市	52	23	32	19	21	20	918
道の駅雷電くるみの里	東御市	20	19	12	13	17	21	909
蓼科牧場	立科町	25	28	21	27	26	29	694
懐古園	小諸市	42	43	54	35	31	35	545
平尾山公園	佐久市	41	52	51	30	34	36	533
湯の丸高原	東御市	40	40	40	44	42	39	504
別所温泉	上田市	28	29	23	37	36	42	491

引用：観光地利用者統計調査（長野県観光スポーツ部）

2022 年に 1,009 千人だった市内の主要地点（湯の丸高原、海野宿、芸術むら公園、道の駅雷電くるみの里）への観光来訪者数は、2023 年には 1,047 千人となり、前年対比で 3.7%の増となっています。コロナ禍に激減し、概ね回復の傾向を見せていますが、国や県内の回復水準と比べると、緩やかな回復といえます。

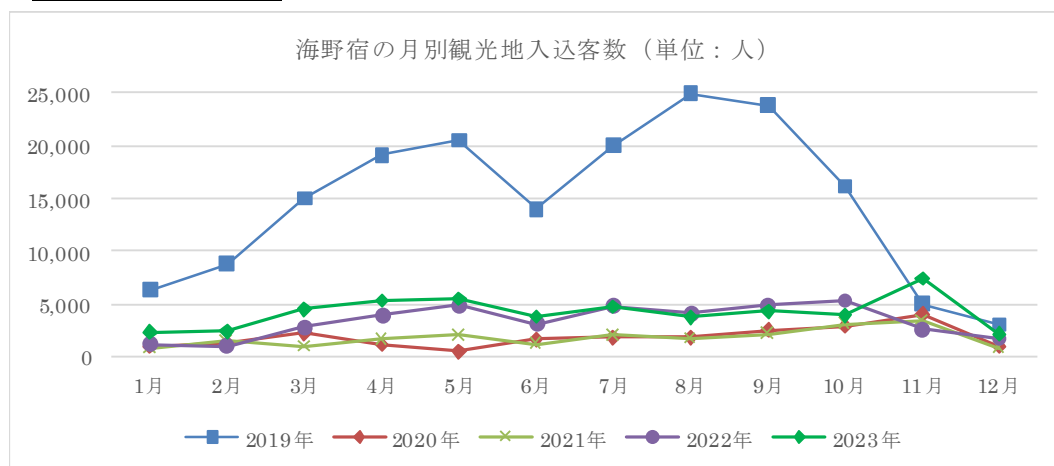


引用：観光地利用者統計調査（長野県観光スポーツ部）

注6 スポーツツーリズム：スポーツと観光を組み合わせた旅行で、スポーツ合宿やアクティビティを目的として地域を訪れること。

② 個別の状況

ア 北国街道海野宿

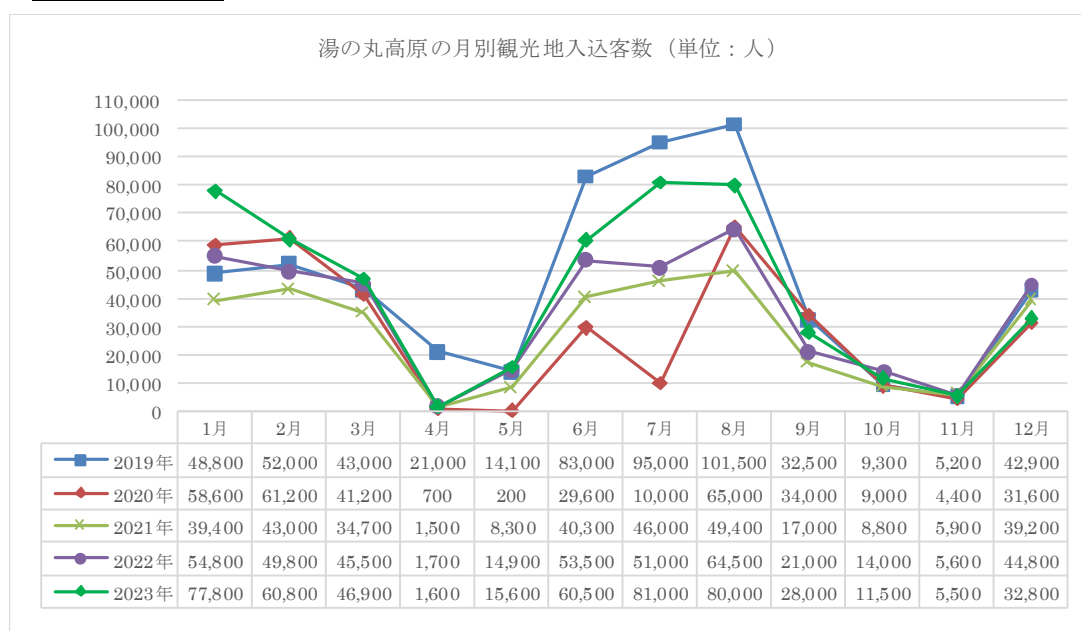


引用：東御市の統計 2023

2019年（令和元年）東日本台風（台風19号）の豪雨災害及びコロナ禍により、来訪者は激減し、依然としてコロナ禍以前の水準には回復していない状況です。

一方で、地元NPO法人による地域観光ガイドプログラムの実施や、一棟貸しの宿泊施設が次々とオープン（2024年現在3施設）するなど、FIT^{（注7）}の旅行者に適応した環境が生まれつつあります。

イ 湯の丸高原

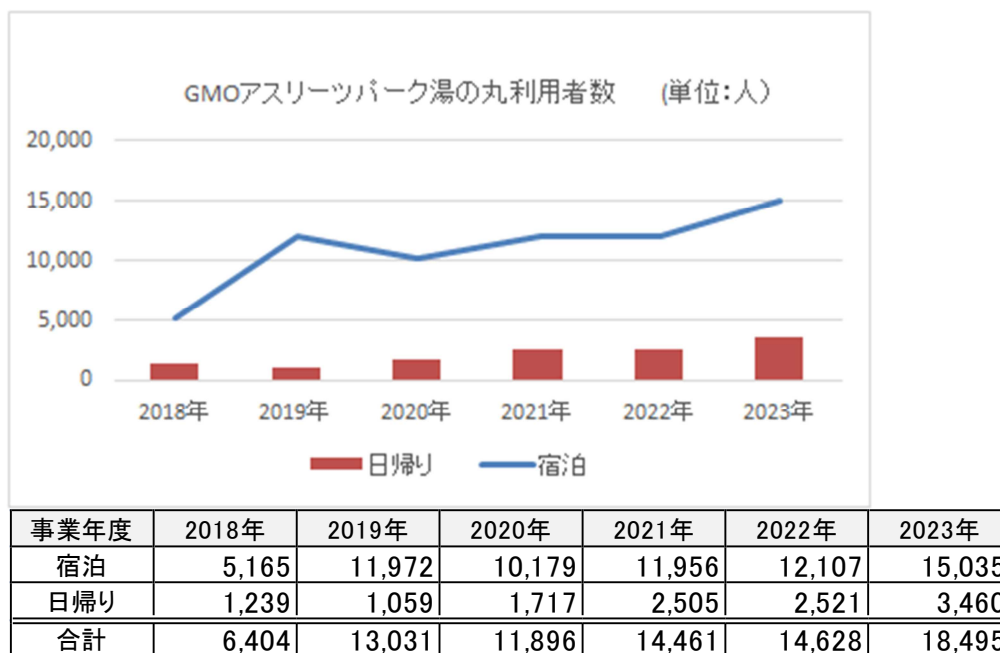


引用：東御市の統計 2023

首都圏からのアクセスの良さ、トレッキングやキャンプ等のアウトドア需要の増加に伴い、グリーンシーズンの入れ込み客数は徐々にコロナ禍前の水準に戻りつつあります。特に、スノーシーズンに関しては、コロナ禍前の水準を超えています。

注7 FIT：Foreign Independent Tour の頭文字の略。団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。

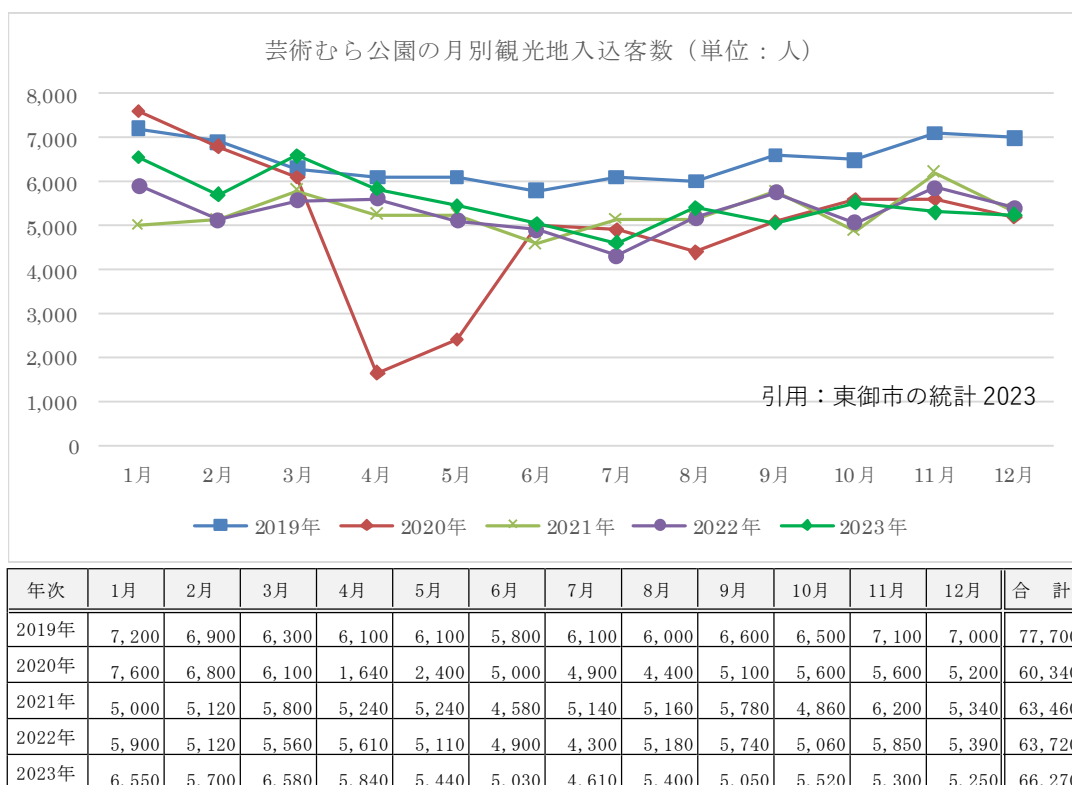
また、湯の丸高原スポーツ交流施設を活用したアスリートの高地トレーニング合宿も増加しており、湯の丸高原の知名度は向上していることがうかがえます。



提供：(一社)とうみ湯の丸高原スポーツコミッション

その上、「湯の丸ヒルクライム」、「グランfondとうみ湯の丸」、「アサマスタークロスウォーク」等の一般層も参加できる民間団体主催のアクティビティイベントも開催されており、これまで来訪していなかった層へのアプローチも生まれてきている状況です。

ウ 芸術むら公園



季節を通じてエリア全体に来訪者がある一方で、コロナ禍前の水準までには回復していない状況です。

一方で2024年には市政20周年を記念した企画展「東御の刀鍛冶～繋ぐもの～源清麿、山浦真雄、山浦兼虎、そして宮入法廣へ」が梅野記念絵画館で開催され、刀剣乱舞 ONLINE^(注8)とのコラボレーションにより、市内外を問わず全国から多くの来館者が訪れました。このことから、新たな観光資源との融和を今後も展開していくことが効果的と考えられます。

エ ワイン・ツーリズム^(注9)

市内のワイナリーは増加しており、現在15のワイナリー及び多くのヴィンヤードが生まれ「東御ワイン」の認知度も上昇傾向にあると考えられます。また2019年4月には「湯楽里館ワイン&ビアミュージアム」、2024年10月には、「祢津御堂ワイン用ぶどう団地」に地域産物販売促進施設「ワインテラス御堂」がオープンしており、東御ワインを総合的に楽しめる環境が整いつつあります。

一方で、観光2次交通の整備に対する課題は依然として残っています。信州とうみ観光協会により「とうみワインタクシー」の運行が令和2年度より開始されていますが、利用実績に乏しい現状です。

とうみワインタクシー利用実績

単位：（組（人））

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	前年度比
2020年						4 (8)	4 (10)	5 (13)	0	0	0	0	13 (31)	
2021年	0	1 (2)	0	2 (7)	1 (4)	0	0	4 (14)	0	2 (5)	0	0	10 (32)	103%
2022年	2 (4)	5 (11)	3 (8)	5 (10)	4 (8)	4 (11)	10 (27)	4 (10)	0	0	2 (8)	2 (4)	41 (101)	316%
2023年	0	5 (12)	3 (18)	3 (11)	1 (2)	4 (12)	4 (11)	3 (14)	3 (9)	0	0	1 (3)	27 (92)	91%

提供：（一社）信州とうみ観光協会

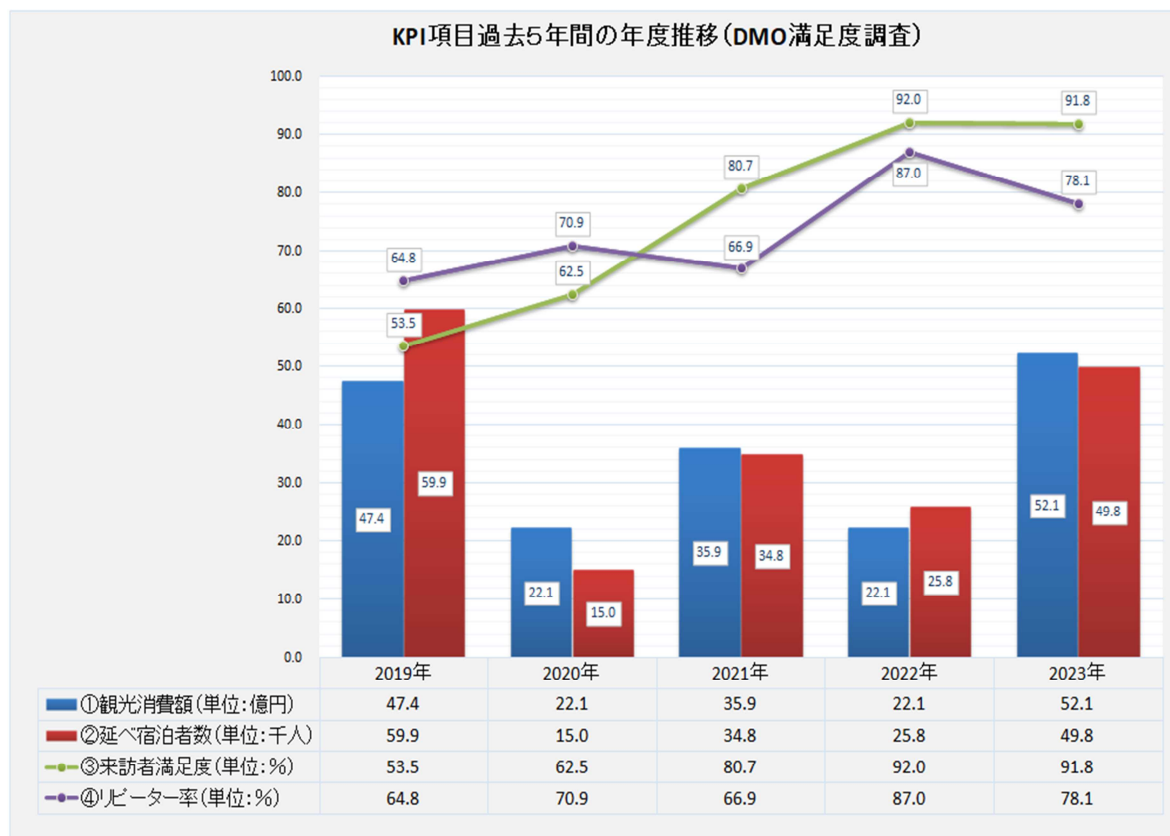
注8 刀剣乱舞 ONLINE：日本刀の擬人化をテーマにした、PCブラウザ&スマホアプリゲーム。信濃国小諸藩赤岩村（現東御市）出身の刀工、源清麿もキャラクターとして登場する。

注9 ワイン・ツーリズム：ワインの試飲、消費、購入を目的とし観光。

③ DMOの必須KPIの推移

観光庁が定める、DMO に対しての必須 KPI 4 項目の推移は、以下のとおりです。

①及び②については、新型コロナウイルス感染症の影響から 2022 年（令和 2 年）に大幅な減少となり、2023 年（令和 5 年）に回復傾向に転じてはいるものの、未だコロナ禍前の水準には戻っていない状況です。



提供：（一社）信州とうみ観光協会

※ 観光消費額の考え方

観光消費額は、観光入込客数と 1 人当たりの観光消費額を掛け合わせて算出される東御市を訪れた観光入込客の消費総額であり、地域経済の活性化を図るうえでこの推移を把握することは不可欠なものです。

本市における観光消費額の把握にあたっては、DMO（信州とうみ観光協会）が行う満足度調査に併せて、観光地点、イベント会場での対面調査、アンケート調査、QR コードを用いた留置 WEB 調査（QR コード調査）で行っているものです。よって、来訪者全員を対象にして積み上げた実数値とは異なり、観光庁が示す「観光入込客統計に関する共通基準」を基に算出している理論値となります。

(2) 東御市への来訪者満足度調査の結果

○ 令和5年度来訪者満足度調査

集計期間：2023年1月1日～2023年12月31日

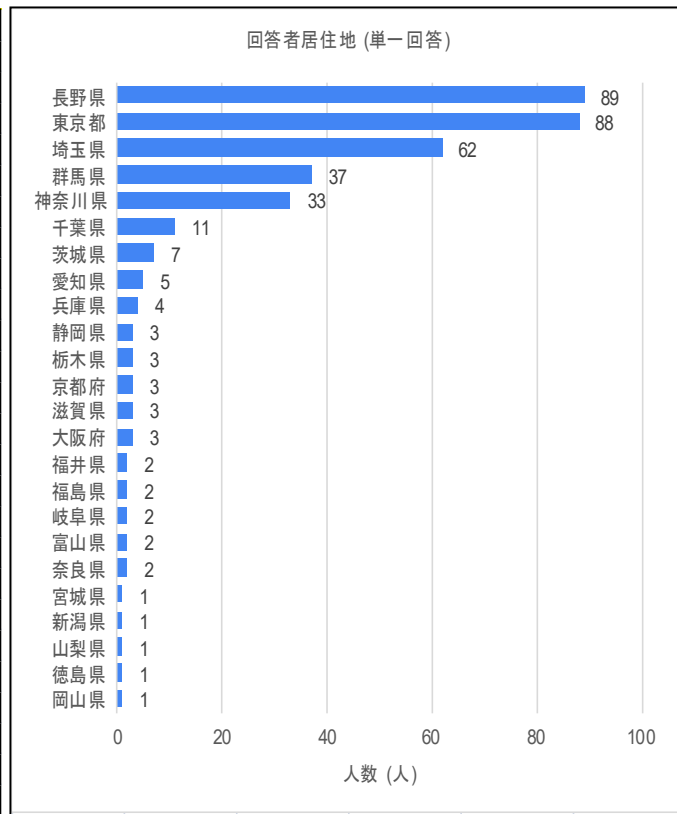
サンプル数：366名

調査方法：各施設及び店舗において調査（Google Forms）

※ 表中の割合比率につきましては、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合があります。

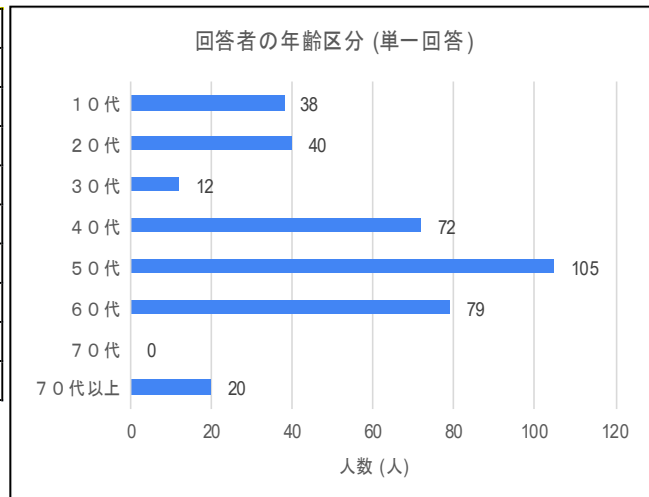
◇ 回答者居住地

都道府県	標本数	比率
長野県	89	24.3%
東京都	88	24.0%
埼玉県	62	16.9%
群馬県	37	10.1%
神奈川県	33	9.0%
千葉県	11	3.0%
茨城県	7	1.9%
愛知県	5	1.4%
兵庫県	4	1.1%
静岡県	3	0.8%
栃木県	3	0.8%
京都府	3	0.8%
滋賀県	3	0.8%
大阪府	3	0.8%
福井県	2	0.5%
福島県	2	0.5%
岐阜県	2	0.5%
富山県	2	0.5%
奈良県	2	0.5%
宮城県	1	0.3%
新潟県	1	0.3%
山梨県	1	0.3%
徳島県	1	0.3%
岡山県	1	0.3%
合計	366	100%



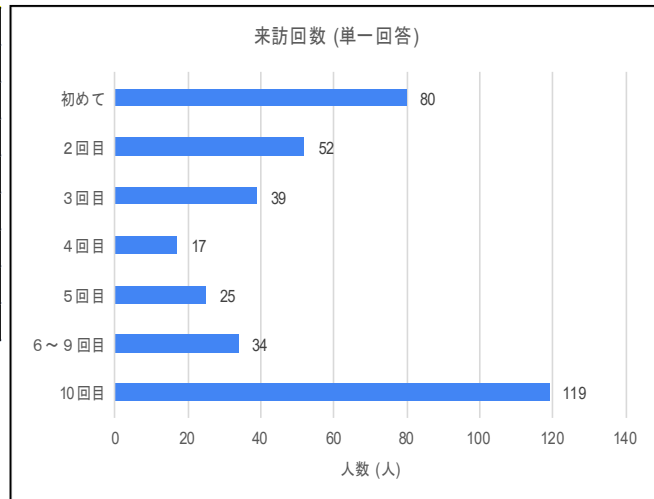
◇ 回答者の年齢区分

年代区分	人数	比率
10代	38	10.4%
20代	40	10.9%
30代	12	3.3%
40代	72	19.7%
50代	105	28.7%
60代	79	21.6%
70代	0	0.0%
70代以上	20	5.5%
合計	366	100%



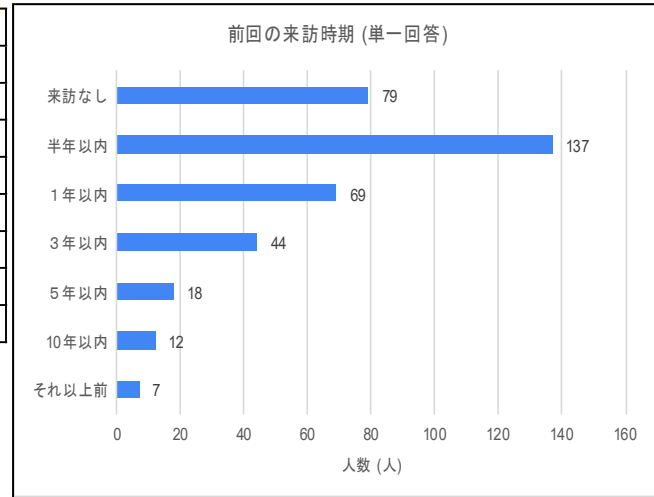
◇ 東御市への過去来訪回数

項目	標本数	比率
初めて	80	21.9%
2回目	52	14.2%
3回目	39	10.7%
4回目	17	4.6%
5回目	25	6.8%
6～9回目	34	9.3%
10回目	119	32.5%
合計	366	100%



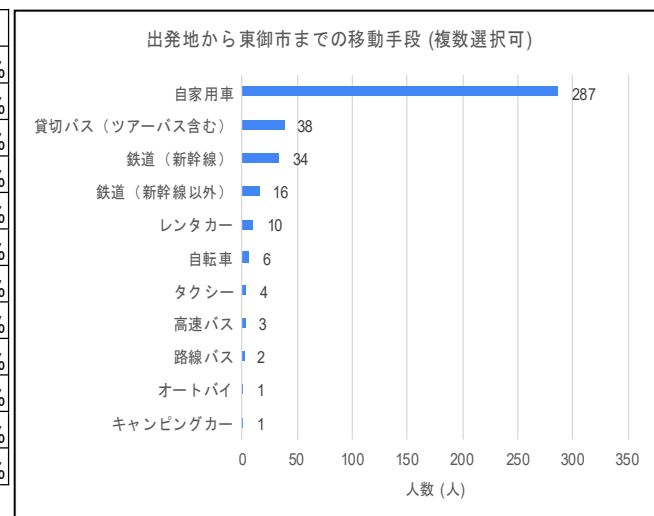
◇ 前回の来訪時期

項目	標本数	比率
来訪なし	79	21.6%
半年以内	137	37.4%
1年以内	69	18.9%
3年以内	44	12.0%
5年以内	18	4.9%
10年以内	12	3.3%
それ以上前	7	1.9%
合計	366	100%



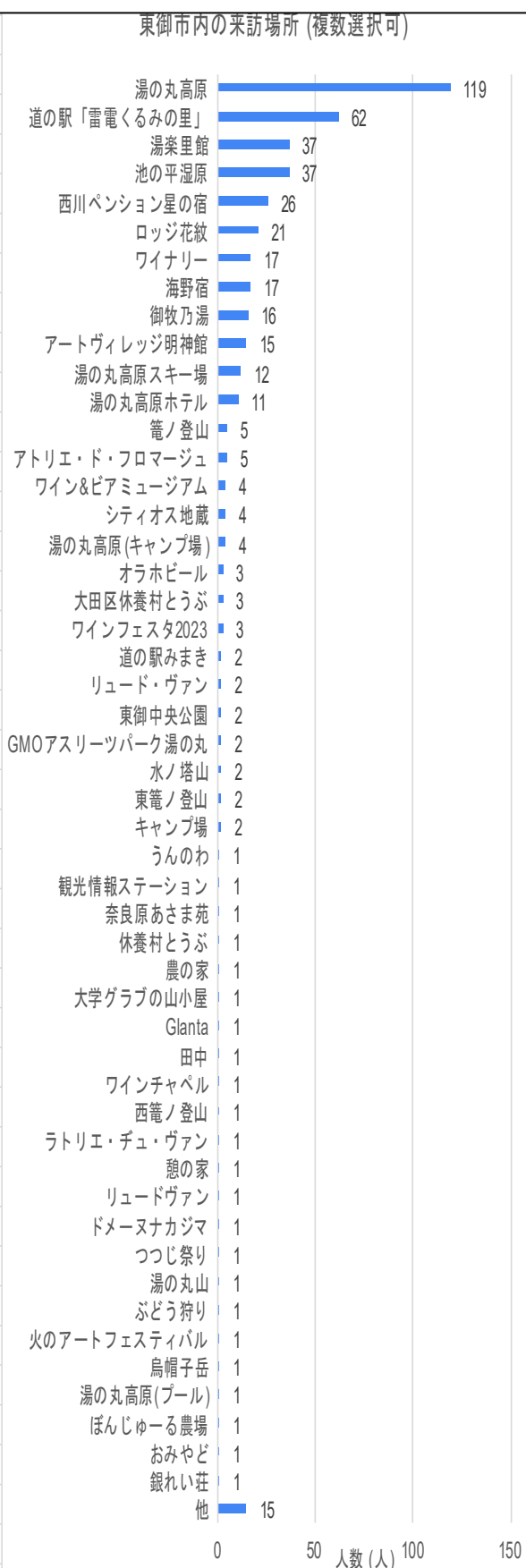
◇ 出発地から東御市までの移動手段 (複数選択可)

項目	標本数	比率
自家用車	287	71.4%
貸切バス(ツアーバス含む)	38	9.5%
鉄道(新幹線)	34	8.5%
鉄道(新幹線以外)	16	4.0%
レンタカー	10	2.5%
自転車	6	1.5%
タクシー	4	1.0%
高速バス	3	0.7%
路線バス	2	0.5%
オートバイ	1	0.2%
キャンピングカー	1	0.2%
合計	402	100%



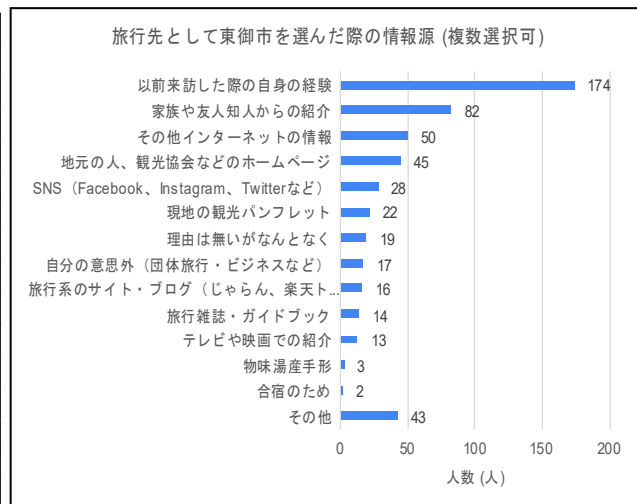
◇ 東御市内の訪問場所（複数選択可）

項目	標本数	比率
湯の丸高原	119	25.2%
道の駅「雷電くるみの里」	62	13.1%
湯楽里館	37	7.8%
池の平湿原	37	7.8%
西川ペンション星の宿	26	5.5%
ロッジ花紋	21	4.4%
ワイナリー	17	3.6%
海野宿	17	3.6%
御牧乃湯	16	3.4%
アートヴィレッジ明神館	15	3.2%
湯の丸高原スキー場	12	2.5%
湯の丸高原ホテル	11	2.3%
箆ノ登山	5	1.1%
アトリエ・ド・フロマージュ	5	1.1%
ワイン&ビアミュージアム	4	0.8%
シティオス地蔵	4	0.8%
湯の丸高原(キャンプ場)	4	0.8%
オラホビール	3	0.6%
大田区休養村とうぶ	3	0.6%
ワインフェスタ2023	3	0.6%
道の駅みまき	2	0.4%
リュード・ヴァン	2	0.4%
東御中央公園	2	0.4%
GMOアスリーツパーク湯の丸	2	0.4%
水ノ塔山	2	0.4%
東箆ノ登山	2	0.4%
キャンプ場	2	0.4%
うんのわ	1	0.2%
観光情報ステーション	1	0.2%
奈良原あさま苑	1	0.2%
休養村とうぶ	1	0.2%
農の家	1	0.2%
大学グラブの山小屋	1	0.2%
Glanta	1	0.2%
田中	1	0.2%
ワインチャペル	1	0.2%
西箆ノ登山	1	0.2%
ラトリエ・チュ・ヴァン	1	0.2%
憩の家	1	0.2%
リュードヴァン	1	0.2%
ドメーヌナカジマ	1	0.2%
つつじ祭り	1	0.2%
湯の丸山	1	0.2%
ぶどう狩り	1	0.2%
火のアートフェスティバル	1	0.2%
烏帽子岳	1	0.2%
湯の丸高原(プール)	1	0.2%
ぼんじゅーる農場	1	0.2%
おみやど	1	0.2%
銀れい荘	1	0.2%
他	15	3.2%
合計	473	100%



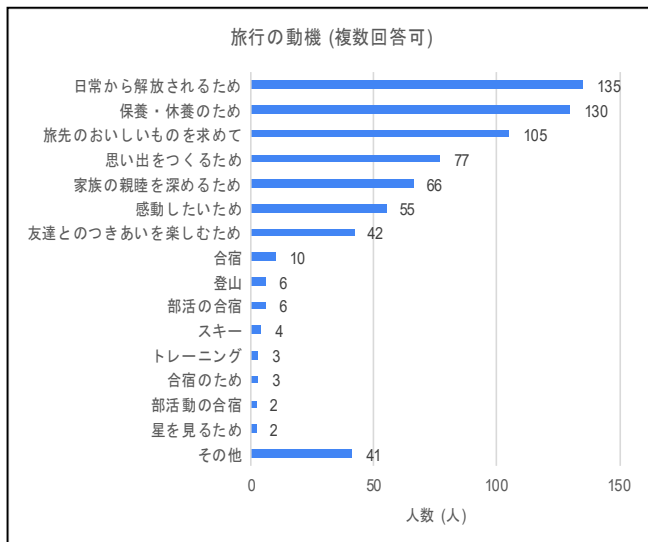
◇ 旅行先として東御市を選んだ際の情報源（複数選択可）

項目	標本数	比率
以前来訪した際の自身の経験	174	33.0%
家族や友人知人からの紹介	82	15.5%
その他インターネットの情報	50	9.5%
地元の人、観光協会などのホームページ	45	8.5%
SNS (Facebook、Instagram、Twitterなど)	28	5.3%
現地の観光パンフレット	22	4.2%
理由は無いがなんとなく	19	3.6%
自分の意思外(団体旅行・ビジネスなど)	17	3.2%
旅行系のサイト・ブログ(じゃらん、楽天トラベルなど)	16	3.0%
旅行雑誌・ガイドブック	14	2.7%
テレビや映画での紹介	13	2.5%
物味湯産手形	3	0.6%
合宿のため	2	0.4%
その他	43	8.1%
合計	528	100%



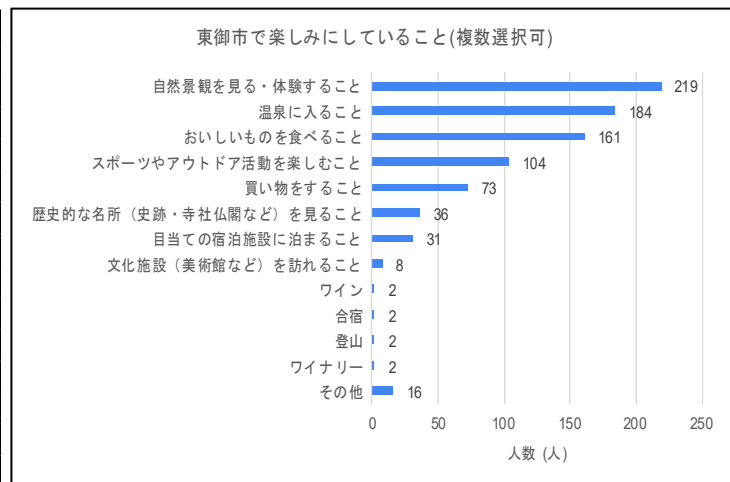
◇ 旅行の動機（複数選択可）

項目	標本数	比率
日常から解放されるため	135	19.7%
保養・休養のため	130	18.9%
旅先のおいしいものを求めて	105	15.3%
思い出をつくるため	77	11.2%
家族の親睦を深めるため	66	9.6%
感動したいため	55	8.0%
友達とのつきあいを楽しむため	42	6.1%
合宿	10	1.5%
登山	6	0.9%
部活の合宿	6	0.9%
スキー	4	0.6%
トレーニング	3	0.4%
合宿のため	3	0.4%
部活動の合宿	2	0.3%
星を見るため	2	0.3%
その他	41	6.0%
合計	687	100%



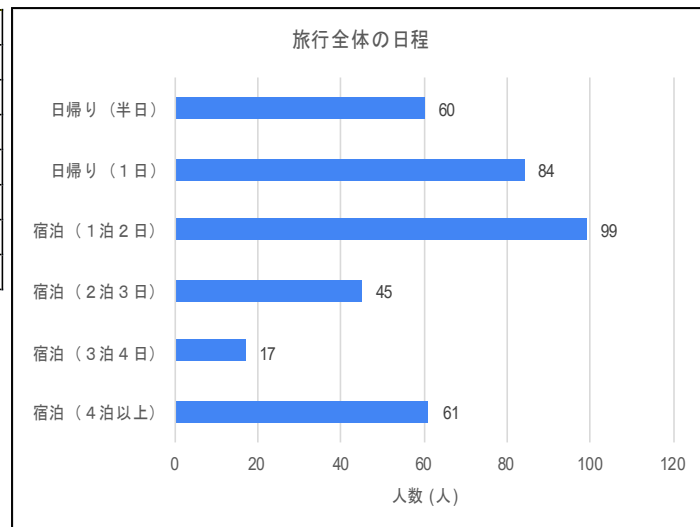
◇ 来訪の目的（複数選択可）

項目	標本数	比率
自然景観を見る・体験すること	219	26.1%
温泉に入ること	184	21.9%
おいしいものを食べること	161	19.2%
スポーツやアウトドア活動を楽しむこと	104	12.4%
買い物すること	73	8.7%
歴史的な名所(史跡・寺社仏閣など)を見ること	36	4.3%
目当ての宿泊施設に泊まること	31	3.7%
文化施設(美術館など)を訪れること	8	1.0%
ワイン	2	0.2%
合宿	2	0.2%
登山	2	0.2%
ワイナリー	2	0.2%
その他	16	1.9%
合計	840	100%



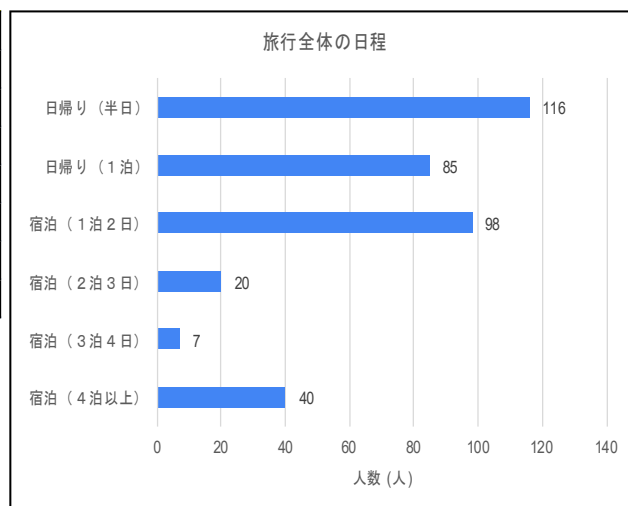
◇ 旅行全体の日程

項目	標本数	比率
日帰り(半日)	60	16.4%
日帰り(1日)	84	23.0%
宿泊(1泊2日)	99	27.0%
宿泊(2泊3日)	45	12.3%
宿泊(3泊4日)	17	4.6%
宿泊(4泊以上)	61	16.7%
合計	366	100%



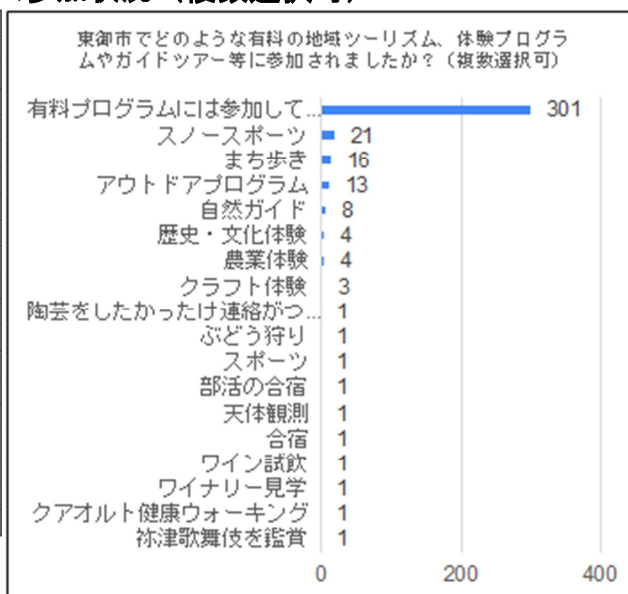
◇ 東御市内での滞在時間

項目	標本数	比率
日帰り(半日)	116	31.7%
日帰り(1泊)	85	23.2%
宿泊(1泊2日)	98	26.8%
宿泊(2泊3日)	20	5.5%
宿泊(3泊4日)	7	1.9%
宿泊(4泊以上)	40	10.9%
合計	366	100%



◇ 東御市内での有料プログラム参加状況（複数選択可）

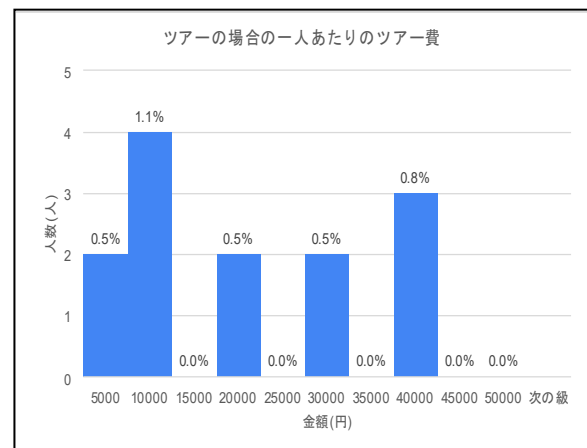
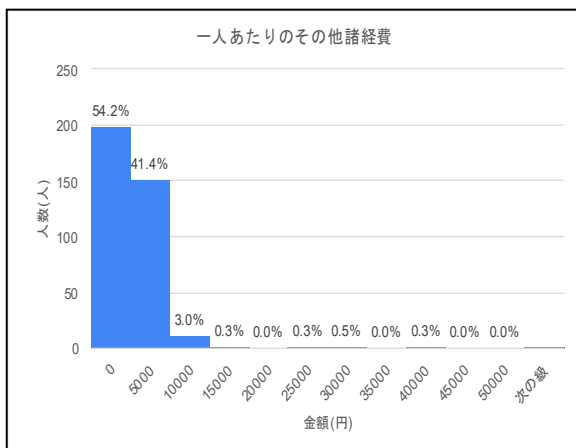
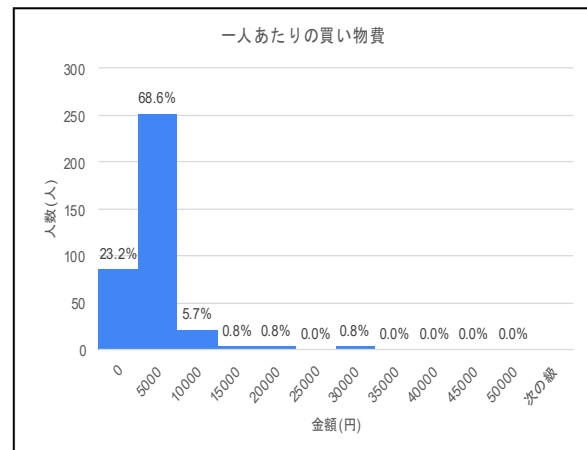
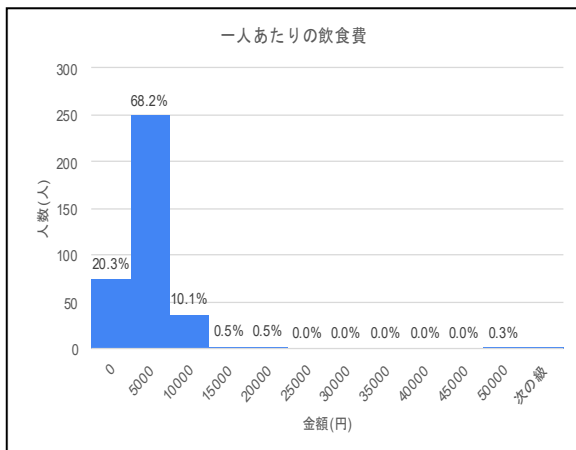
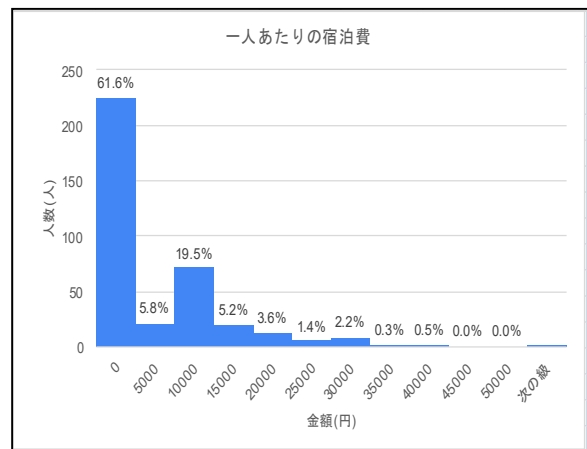
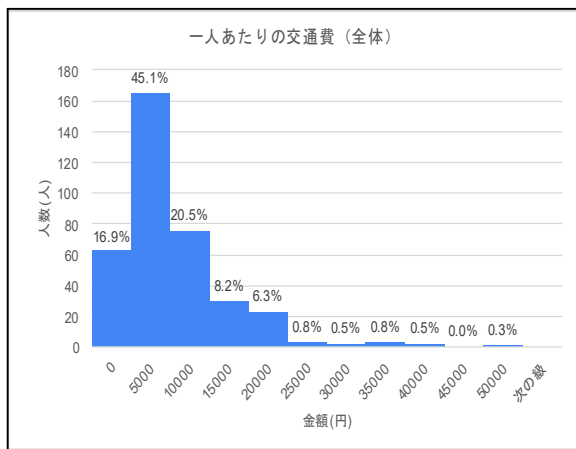
項目	標本数	比率
有料プログラムには参加していない	301	79.2%
スノースポーツ	21	5.5%
まち歩き	16	4.2%
アウトドアプログラム	13	3.4%
自然ガイド	8	2.1%
歴史・文化体験	4	1.1%
農業体験	4	1.1%
クラフト体験	3	0.8%
陶芸をしたかったけど連絡がつきません	1	0.3%
ぶどう狩り	1	0.3%
スポーツ	1	0.3%
部活の合宿	1	0.3%
天体観測	1	0.3%
合宿	1	0.3%
ワイン試飲	1	0.3%
ワイナリー見学	1	0.3%
クアオルト健康ウォーキング	1	0.3%
祢津歌舞伎を鑑賞	1	0.3%
合計	380	100%



◇ 1人あたりの消費額（円）

項目	平均	最頻値	最小	最大
一人あたりの交通費	6,309	0～5,000	0	50,000
一人あたりの宿泊費	4,510	0	0	70,000
一人あたりの飲食費	2,933	0～5,000	0	60,000
一人あたりの買い物費	2,684	0～5,000	0	30,000
一人あたりのその他費用	1,474	0	0	80,000
ツアーの方のツアー代金	28,253	5,000～10,000	0	40,000

◇ 来訪者全体の結果



(3) 東御市の観光資源

① 公園・ 観光施設	・東御中央公園 ・海野宿資料館 ・海野宿玩具館 ・海野宿滞在型交流施設（うんのわ） ・湯の丸高地トレーニング施設 ・湯の丸キャンプ場 ・道の駅雷電くるみの里 ・ワイン&ビアミュージアム	・芸術むら公園 ・芸術むら公園キャンプ場 ・梅野記念絵画館・ふれあい館 ・ワインテラス御堂 ・湯の丸スキー場 ・丸山晚霞記念館 ・道の駅みまき
② 自然・山岳・ 高原	・湯の丸高原 ・レンゲツツジ大群落 ・祢津御堂ワインぶどう団地 ・登山・トレッキング ・星空	・池の平湿原 ・高山植物 ・ウインタースポーツ
③ 歴史・文化	・北国街道海野宿 ・養蚕・蚕種文化 ・刀剣文化	・雷電為右衛門 ・祢津歌舞伎
④ 農畜産物	・巨峰、シャインマスカットなどの生食用ぶどう ・ワイン ・八重原米 ・信濃くるみ ・白土馬鈴薯 ・信州プレミアム牛 ・チーズ	・スイートコーン ・ブロッコリー ・信州黄金シャモ ・アスパラ ・羊肉 ・史跡 野馬除跡（御牧原）
⑤ 体験（イベン ト・行事）	・湯の丸高原つつじ祭り ・巨峰の王国まつり ・雷電まつり ・湯の丸高原トレッキングガイド ・グランフォンドとうみ湯の丸 ・アサマスタークロスウォーク	・海野宿ふれあい祭り ・火のアートフェスティバル ・東御ワインフェスタ ・海野宿ガイド ・湯の丸ヒルクライム
⑥ 温泉施設	・湯楽里館 ・温泉コミュニティセンター御牧乃湯	・ゆうふる tanaka ・アートヴィレッジ明神館
⑦ 人物	・丸山晚霞 ・山浦真雄	・雷電為右衛門 ・源清麻呂（山浦環）

①公園・観光施設

アートと自然を楽しめる「芸術むら公園」は、季節の移り変わりを映す明神池を中心に広がった公園です。池畔には東御市北御牧地区出身の造形家・保科豊巳氏（元東京藝術大学副学長）制作の環境芸術作品「結いの高欄道」がシンボリックに回遊し、また北御牧が奈良時代須恵器文化のゆかりの地である歴史から、3つの焼成室を持つ本格的な登り窯も設置されています。公園内には、「梅野記念絵画館・ふれあい館」があり、天才画家と称される青木繁の作品を中心とした展示に触れた後、明神池と浅間連峰を一望できる併設喫茶店の利用ができる施設です。また、「東御中央公園」は、芝生公園とも呼ばれ、特にファミリー層から人気の高い公園で、巨峰の王国まつり等のイベントの際には多くの来場者で賑わいます。

日本の道百選、重要伝統的建造物群保存地区に指定されている海野宿の街道内には市の観光施設があり、江戸時代に建てられた建物をそのまま活用し海野宿の風土・歴史・資料を展示した「海野宿資料館」、全国から収集された郷土玩具を展示した「海野宿玩具館」、そして、空き家だった古民家を改装し宿泊機能とレストランを備えた「海野宿滞在型交流施設（うんのわ）」の3施設があります。

東御市文化会館に併設された「丸山晚霞記念館」は、丸山晚霞の不朽の名作が一堂に会する絵画館です。

②自然・山岳・高原

「湯の丸高原」は、上信越高原国立公園に属し、湯ノ丸山の東側、浅間連峰の西側に位置する、標高1,800～2,000mの高原地帯です。その名のとおり、丸く穏やかな表情の峰々と、爽やかな亜高山帯の気候がおりなす一帯は「花高原」として親しまれ、有名なつつじ平の「レンゲツツジ大群落」は、国の天然記念物です。これを目的に遠方から訪れる方も多い人気の観光資源です。また、比較的登りやすい山々と雨の少ない安定した気候、抜群の展望により人気があり、春から冬まで四季を感じられるトレッキングだけでなく、冬季は首都圏から一番近いパウダースノーエリアとしてスキー客が訪れ、一年を通してアウトドアでアクティビティを楽しむことができます。

③歴史・文化

本市は、古くから形成された歴史的風致などの歴史的・文化的資源が数多くあります。

特に、日本の道百選、重要伝統的建造物群保存地区に指定されている「北国街道海野宿」は、江戸時代の旅籠屋造りの建物と明治時代以降の蚕室造りの建物が調和した趣のある街並みが魅力であり、市の誇る歴史的遺産です。海野宿は、毎年行われている「海野宿ふれあい祭り」や「海野宿ひな祭り」のように、地元や近隣市町村の方が楽しみに訪れるイベントだけでなく、県内外から多くの観光客が立ち寄る観光地として位置付けられています。

また、本市は古くは名馬の産地として、滋野一族を祖とする有力武士が活躍し、江戸時代に上田藩領・祢津旗本領・小諸藩領に分かれ、異なる体制・歴史・社会情勢を背景に発展し、特色豊かな文化が形成されました。「祢津地域の歌舞伎舞台」や力士「雷電為右衛門」の生家、近代から現代にかけて活躍した画家の作品を有する絵画館を巡るなど、地域に息づく特色ある文化・芸術に親しむことができます。

④農畜産物

本市は、年間の平均降水量は 900～1000mm、晴天率 60～70%という気候と、水はけの良い土壤に恵まれた南向きの傾斜地では、さまざまな農作物が育まれています。本市が誇る、「巨峰」をはじめとする生食用ぶどう、ブランド米として知られる「八重原米」、日本一の生産量を誇る「信濃くるみ」のほか、「スイートコーン」、「白土馬鈴薯」、「ブロッコリー」などの野菜、「肉」や「チーズ」といった畜産物も高い評価を得ており、生産物の多様さも本市の魅力です。

近年では欧州系ワインぶどうの栽培も盛んになり、東御で生産された「ワイン」は、国際的にも高い評価を得ています。平成 20 年に長野県初となるワイン特区を取得し、平成 27 年に発足した千曲川ワインバレー（東地区）特区の中核市として、市内には小規模ワイナリーが増え、個性あふれるワイナリー・ヴィンヤードが 15 軒揃うエリアとして、今も成長を続けています。

⑤体験（イベント・行事）

湯の丸高原においては、毎年レンゲツツジが満開となる頃に「湯の丸高原つつじ祭り」が開催されています。ひと目 60 万株といわれる湯の丸高原レンゲツツジ群落は、一望できる群落としては日本一の景観を誇ると言われています。

海野宿では、30 年以上続く「海野宿ふれあい祭り」が毎年開催されています。時が静止したかのような静けさを感じることができる海野宿において、年に 1 回、まるで宿場町の活気が戻ったかのような当時の賑わいがよみがえります。

本市では、ワインを基軸としたイベントも多く開催されており、特に「東御ワインフェスタ」は、市内外からワイナリーやヴィンヤード、さらには地元の食材を中心とした飲食店も出店し、毎年大勢のファンが集い、ワインと食材のマリアージュを楽しんでいます。

また、近年盛り上がりを見せているイベントとして、湯の丸高原と近隣市町村をロードバイクや e-バイクで周回するサイクリングイベント「グランフォンドとうみ湯の丸」、ロードバイクで湯の丸高原へ一気に駆け上がる「湯の丸ヒルクライム」、星空を見上げながら湯の丸高原から高峰高原へ林道を歩くナイトトレイルイベント「アサマスタークロスウォーク」といったイベントが開催されており、標高差や高原、運動などをかけ合わせられることが、本市の強みです。その他、歴史を脈々と受け継ぎ育まれた西宮、東町の「祢津歌舞伎」や、近年注目を浴びる「刀剣文化」は、行事・イベントを通して今後の観光の軸となる可能性を大いに秘めている資源です。

⑥温泉施設

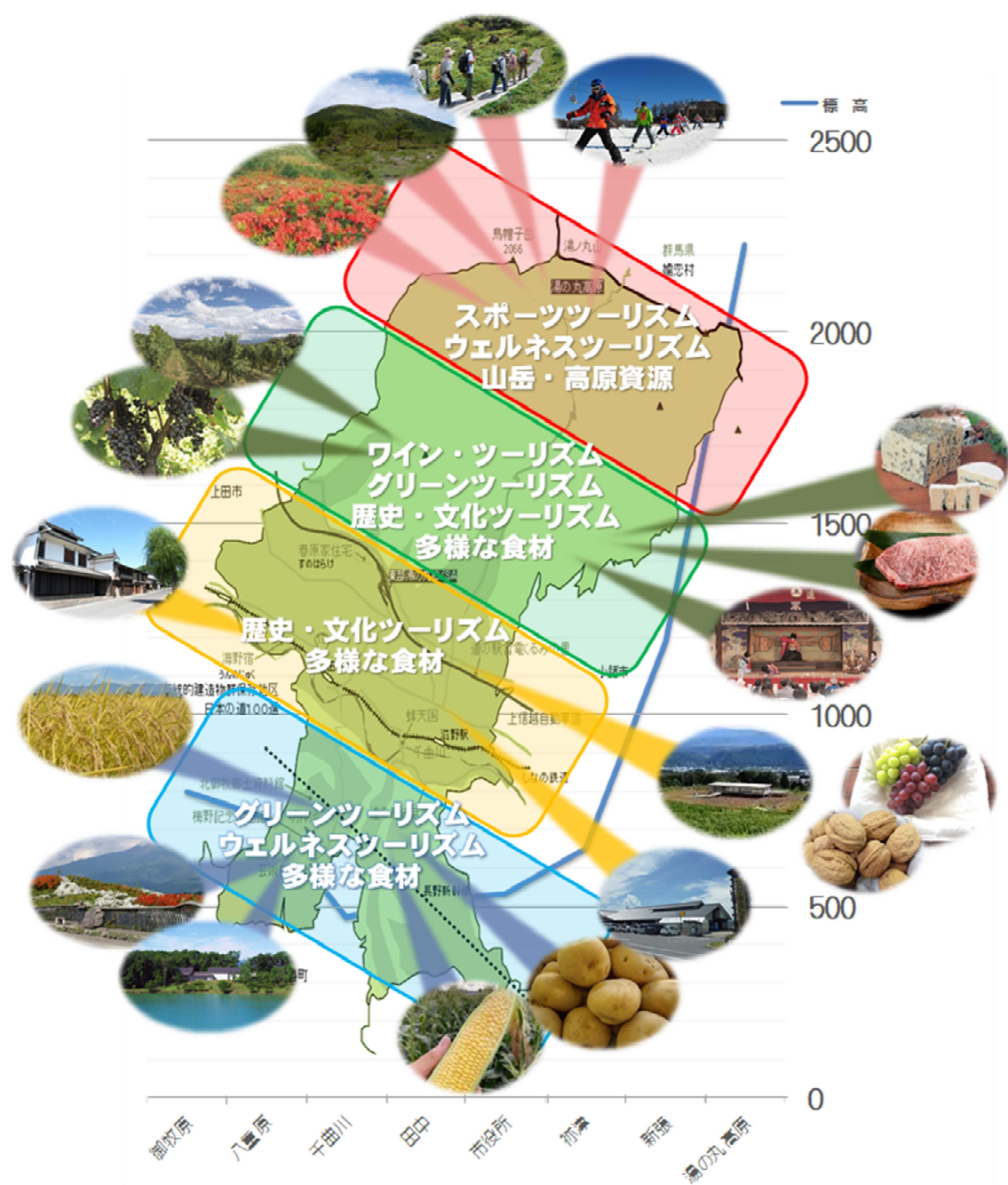
本市は温泉資源も豊富であり、公の温泉施設として、みづほ温泉「湯楽里館」、千曲川温泉「ゆうふる tanaka」、布引温泉「温泉コミュニティセンター御牧乃湯」、八重原温泉「アートヴィレッジ明神館」の 4 施設の他に、民営の温泉宿も市内に点在しています。

⑦人物

江戸時代に現在の東御市祢津に生まれ、日本の水彩画の草分け的存在とされた「丸山晚霞」は「日本水彩画の父」とも呼ばれ、今でも根強い人気を誇ります。

現在の東御市滋野出身で江戸時代に活躍した力士「雷電為右衛門」は史上最高の力士と称される伝説的な存在です。また、幕末に活躍した刀工山浦真雄、源清麻呂（山浦環）兄弟の出身地でもあり、本市における刀剣文化の礎であり、現在、八重原に鍛冶場を構える現代の名工「宮入法廣氏」とともに刀剣界で高い評価を受けています。

東御市の主な観光資源配置図



(4) 東御市の観光振興における課題

① 本市観光のSWOT分析

東御市の観光について、以下のとおり SWOT 分析を行いました。

SWOT 分析のフレームワークを用いて、東御市における観光資源の内部環境である、「強み(Strength)」「弱み(Weakness)」、外部環境である「機会(Opportunity)」「脅威(Threat)」を分析し、東御市の観光における課題を明確にします。

強み（内部環境）

- 自然・気候
 - ・表情豊かな景観
 - ・晴天率が高く、少雨冷涼な気候
 - ・標高差を活かした多様なアクティビティ
- 立地・交通
 - ・首都圏からのアクセスの良さ
 - ・しなの鉄道の駅を2駅有する
 - ・シェアサイクル、ワインタクシー、デマンド交通の観光利用
- 地域資源
 - ・歴史的景観を残す北国街道「海野宿」
 - ・ワインブドウの適地
 - ・良質なワイン、クルミ、チーズ、肉 等
 - ・「湯の丸高原」はアクティビティが充実した、国内随一の高地トレーニングエリア
 - ・注目される刀剣文化
- その他
 - ・移住者の増加

弱み（内部環境）

- 施設・インフラ
 - ・宿泊施設が少ない
 - ・飲食店の観光客利用がされていない
 - ・駅周辺のキャッシュポイント不足
- 地域資源の活用
 - ・歴史的・文化的資源が低利用
- 体験プログラム
 - ・滞在型・体験型プログラムが未発達
 - ・目的+αの観光メニューが不足
- 回遊性
 - ・観光資源をつなげられていない
 - ・マイカー無しでの市内周遊が困難
- マーケティング
 - ・データの収集・分析に基づく戦略的観光振興が不十分
- その他
 - ・知名度が不足
 - ・インバウンド対応が不十分
 - ・観光地域づくり体制が未形成

機会（外部環境）

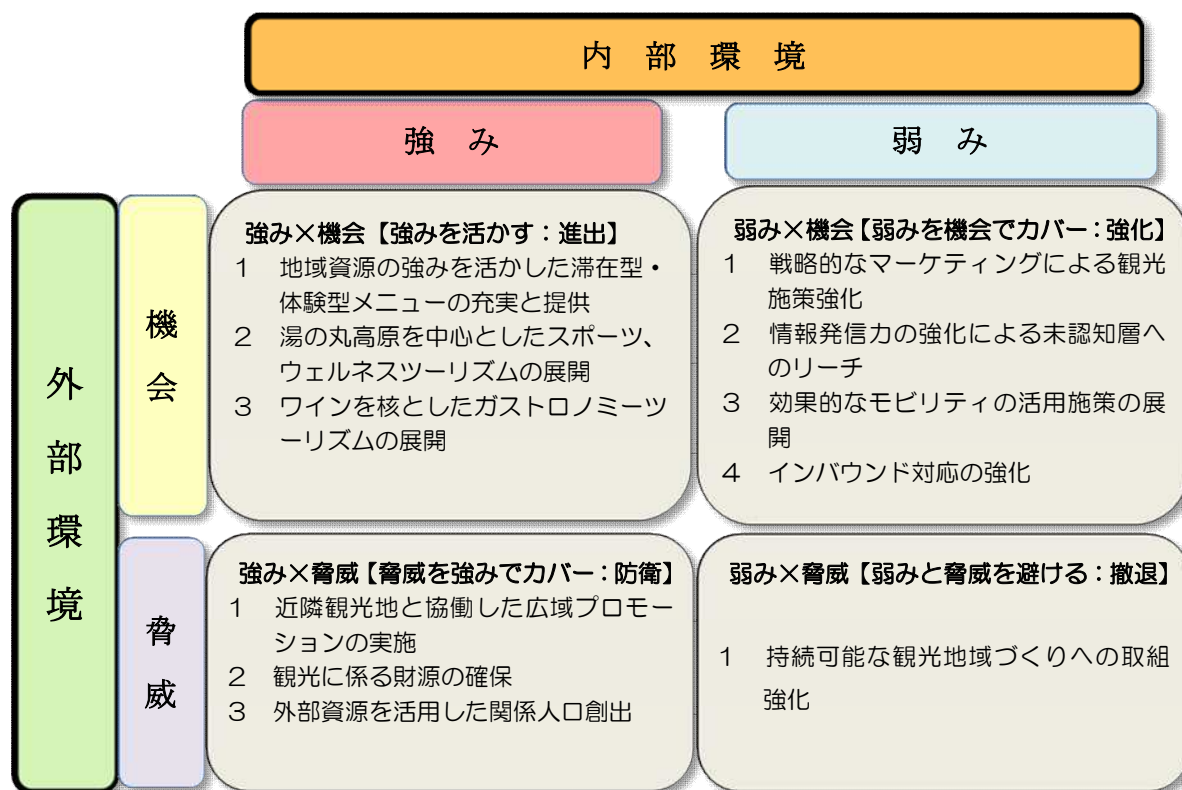
- 旅行ニーズ
 - ・着地型旅行の需要拡大
 - ・地域の歴史・文化への関心の高まり
 - ・トレッキングなどのアウトドアが人気
- インバウンド
 - ・インバウンド需要の回復
- 新たな旅行形態の出現
 - ・個人旅行者の増加
 - ・「スポーツツーリズム」への関心の高まり
 - ・「ガストロノミーツーリズム」が注目
 - ・「ウェルネスツーリズム」への関心
- 交通
 - ・北陸新幹線延伸
- 情報化社会
 - ・観光 DX による旅行利便性の向上
 - ・SNS による情報収集、評判が影響力増加
 - ・田舎暮らしやスローライフの浸透

脅威（外部環境）

- 人口減少・高齢化
 - ・国内旅行市場（日本人観光客）の縮小
 - ・観光事業者の高齢化、担い手不足
- 旅行需要
 - ・物価高による旅行意欲の減退
 - ・少子化に伴うファミリー旅行者層の減少
- 近隣地域との競合
 - ・知名度のある近隣市町村への観光客流出
- 自然・気候
 - ・温暖化による自然環境への影響
 - ・自然災害による農産物の生育不良
- 財政基盤
 - ・観光施設の老朽化

② クロスSWOT分析による方向性の導出

SWOT分析で明確にした「強み」「弱み」「機会」「脅威」の掛け合わせによる方向性の導出を行います。基本方針の方向性を決める参考とします。



③ 本市観光の主な課題

東御市における観光入込客数は、令和2年に新型コロナウイルス感染症拡大の影響で前年から大きく減少しました。その上、本市の3大観光地の1つである海野宿については、令和元年10月の台風19号で甚大な被害を受け、令和4年3月に復旧はしたものの従前の入込数には回復していない状態です。

東御市の現況、来訪者満足度調査及び観光まちづくり会議、SWOT分析を踏まえて、特に重要な課題について、次のとおり整理します。

ア アクセス

東御市は豊かな自然が魅力ですが、公共交通機関（特に鉄道やバス）の利便性が都市部に比べて低く、観光客が気軽には訪れにくい状況です。特に、外国人観光客にとっては交通手段が限られているため、不便さを感じるものが想定され、ソフト・ハードの両面から来訪者受入れ環境・体制の整備が必要です。

イ 観光資源の認知度

東御市は、自然、温泉、食、歴史的なスポットなどに加え、近年ではワインや高地トレーニング施設など多様な観光資源を有していますが、観光資源を体験型、滞在型観光商品として提供できていません。持続可能な観光地へ向けて、観光地域づくりプラットフォームの体制構築が必要です。また、DMOによる戦略的な情報収集・分析、情報発信、その上で効果的なマーケティングやPR戦略の実践によるSNSの

有効活用が必要です。認知度の向上に向けて、観光資源の魅力や滞在価値の高さを発信する必要があります。

ウ 観光インフラの整備

観光客向けの宿泊施設や飲食店、観光案内所等の観光インフラが十分に整っていないとは言えない状況です。観光2次交通不足への対応、広域的なMaaSの導入などの検討が必要です。また、多様な観光ニーズに対応できる宿泊施設の確保、観光情報案内の多言語対応、キャッシュレス化対応も整備が必要です。また、自然、景観など観光資源の継続的な維持、保全が必要です。

エ 受入体制の整備

コロナ禍からの観光入込客数の回復に向けた対応が遅れています。優れた観光資源の有機的な活用ができておらず、ワイン等の新たな観光コンテンツを積極的に活用した誘客が必要となります。また、国内外の市場に対するニーズ把握、戦略的な誘致活動、広報活動が不十分で、「観光地としての東御市」のブランディングができていません。長期滞在者やインバウンド対応を含めた観光者の受入体制の整備による観光消費額向上に向けた取組が必要です。

オ 観光事業従事者の減少と高齢化

観光産業に従事する若い人材が不足し、観光施設の維持や新たな観光企画の推進が困難になりつつあります。地域活性化に向け、観光業を持続的に発展させるための人材発掘・育成が急務です。

カ 季節依存型の観光

冬期間に観光客を呼び込むイベント、アクティビティが不足しています。通年での観光振興を図り、冬期の観光入込客数の増加を図った観光メニューの強化と誘致が必要です。



第3章 第3次観光ビジョンの基本方針

第1次観光ビジョンでは、「出会いからはじまる いきいき観光地づくり」、第2次観光ビジョンでは、「標高差 1500mの“地域ストーリー”がつむぐ“交流”のまち」をそれぞれの目指す姿に掲げて実現に向けて取り組んできました。

第3次観光ビジョンは、第2次観光ビジョンで掲げた目指す姿を踏襲し、コロナ禍の影響で十分な取組が出来なかった施策の達成に向けて、具体的な取組として「アクションプラン」を示すとともに、多様化する観光ニーズへの対応として、新たに必要となる取組を盛り込んだ計画の策定を行うものです。

現在、社会は、不確実で変化の読めない時代になりつつあります。このような時代、社会情勢及び観光者ニーズに沿った柔軟な対応が観光振興を進めるうえで求められます。そこで、本計画においては、期間中の中間見直しまでの4年間に於いて、観光振興を図るうえで重要かつ必須な施策を示すものとします。

1 観光振興の目的

(1) 東御市における観光振興の方向性

観光は、本市に人を呼び込みます。人が訪れ、交流することで、地域に活気が生まれ、人と経済が元気になります。本計画は観光振興を通じて、観光消費額を増やすことでの「地域経済の活性化」や「地域コミュニティの活性化」に寄与することを目的とします。

なお、「地域経済の活性化」とは、地域資源を活用した資源や観光コンテンツを観光客に提供することを通じて、外貨を稼ぎ、地域内の循環を高め、雇用を高めていくということを意味します。また、観光は地域の魅力を地域外の人々と分かち合う機会でもあり、観光客が東御市を知り、訪れ、関わり、好きになり、そして、地域と関わり合うような、単なる観光客ではない交流人口としての“つながり”をつくる、「地域コミュニティの活性化」に寄与する観光振興施策を立案します。

(2) 観光振興において留意する点

これからの観光振興は、ただ人が来れば良いという考え方で実施する時代ではなくなりました。自然環境への負荷を軽減し、市民生活と調和し、経済の活性化につながる観光振興が求められます。そこで、東御市の豊かで美しい自然が維持され、市民生活との調和が図られた「魅力的な地域」を形成できるように計画を推進していきます。

(3) 持続的な成長を実現する好循環構造の構築

少子高齢化などにより国内観光市場は縮小していくことが見込まれ、国内外の新たな客層の開拓、リピーターの確保などが必須になります。そのためには、地域資源を活かした、東御市ならではの体験を多様な観光客に適した形で提供していくことが求められます。ついては、顧客満足度の向上で市場が成長することで、より良い商品・サービスの開発・提供が可能となり、効果的なプロモーションで観光入込客数が増加と

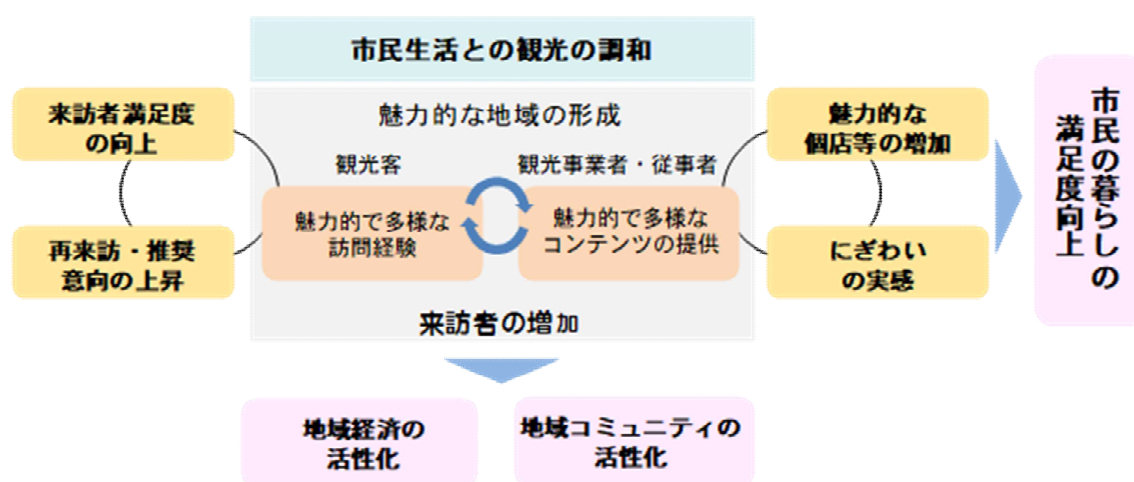
いった好循環化が必要です。こうした好循環を維持するうえで、まずは観光客の満足度の向上が重要です。

魅力的な地域の「モノ」や「コト」を消費し満足することで、再訪問、再購入、関連商品の増加へとつながります。

また、市場の成長は、新たな観光関連事業者の参入を促します。その結果、よりよいコンテンツが生まれ、さらなる観光客の選択肢を増やし、来訪者満足度を高めることで地域がブランド化していきます。

以上のように形成されたブランドや地域資源を適切に管理し、口コミ、評判をマネジメントすることで新しく訪れる観光客の増加につなげます。

本計画では、市民生活との調和と地域の持続可能性の担保といった方向性を踏まえ、この好循環化を図るための施策を実施します。



2 東御市の観光が目指す姿

現在の東御市の観光は、依然として来訪者数が伸び悩み、長期滞在者が少ないこと等から観光消費額も伸び悩んでいる状況です。

これまでの観光振興施策は、行政と観光事業者が主導で集客拠点の基盤整備と来訪者を誘うキャンペーンやイベントを中心に推進してきました。

しかし、これからは、本市ならではの自然環境や景観、地域が大切にしてきた伝統や文化などに触れてもらうほか、新たな観光資源としてワイン、食等の魅力ある資源を活用した“地域ストーリー”^(注10)によって、来訪者に癒しや充実感等を提供していく必要があります。この地を巡る来訪者に地域の魅力について共感を抱いてもらうため、何よりも地域住民自らが、地域の歴史・文化、豊かな自然に誇りと愛着を持ち、皆が意識を高めていくことが重要だと考えられます。

また、人口減少に伴い地域活力の低下が懸念されている昨今、観光振興により来訪者が地域への興味、魅力、共感を抱き、移住・定住の地としてこの地域を選択してもらうことは、地域の活性化及び観光地域づくりに向けた地域活力ともなり得ます。

こうしたことを推進していくためには、観光の担い手となる住民やさまざまな事業者、地域団体が地域の魅力についてのビジョンを共有し、本市ならではの“地域ストーリー”を紡いでいく必要があります。

これらを踏まえ、東御市観光が“目指す姿”を次のとおり掲げます。

『標高差 1500mの“地域ストーリー”がつむぐ“交流”のまち』

ー地域ならではの豊かな資源を軸として、風景、体験を通じて
ひとがめぐり ひとがつながる 観光地の形成を目指してー

^{注10} 地域ストーリー：観光による地域振興を実現していくことを目的に、住民及び観光客の双方に、その地域の特性や魅力を強く認知させ、地域づくりや来訪といった活動を促す手段として設定する概念。

経済産業省が、観光地全体としてビジョンをもったディスティネーション・マネジメント（旅行者の「目的地」として、顧客視点での観光地域経営や観光資源開発を進めること）を定着させるために打ち出した考え方。

→ 本市では、これらの考え方を参考に、“来訪者が「地域」を感じ、“感動”や“共感”を抱いていただけるよう、地域全体が自らの愛着の源となっている地域の魅力を誇りに、“東御市ならではの”というこだわりのストーリーを演出していくことにより、来訪者と地域に“感情的”なつながりを創りだすこと”と定義します。

3 基本方針

東御市観光の“目指す姿”の実現のためには、市民、地域、事業者など、多様な主体の参画による取組が欠かせません。

「標高差 1500mの“地域ストーリー”がつむぐ“交流”のまち」を実現するために、次の4つの基本方針を掲げ、皆で知恵を出し合い、お互いに協力し合って取組を進めるものとします。

(1) 地域と共につくる魅力ある観光地域づくり

～来訪者と地域を結ぶ体制の構築～

市民や地域、事業者などの多様な主体すべてが、地域の“宝”である観光資源を再認識し磨きをかけることで、地域への愛着と誇りを持ちホスピタリティ意識が高い観光地域づくりを実現します。

また、魅力的な“地域ストーリー”の構築に向け、観光地域づくりプラットフォームの機能化に向けた体制整備を図ります。

(2) 新たな付加価値を生み出すツーリズムの確立

～観光資源を最大限に活用した魅力の高付加価値化～

先人達から引き継がれた豊かな自然、薫り高い歴史・文化、さらには、この地ならではの良質な農畜産物、ワインなど魅力あふれる地場産品と観光の融合を図ります。スポーツ、ワイン、健康づくり、農業体験、+αの“地域ストーリー”（観光メニュー）を提供することで、魅力の高付加価値化を図り、“ひとがめぐり”、“ひとがつながる”ツーリズムを構築します。

(3) 快適に滞在できる受入基盤の構築

～観光受入体制の充実～

来訪者を温かく迎える“おもてなし”を最優先に、情報の得やすい環境や安心して観光を楽しめるよう、施設、交通等のインフラ環境も含め、誰でも訪れやすく満足できる環境の整備を進めます。

(4) 戦略的な観光情報の発信

～効果的な観光プロモーション～

旅行スタイルや情報収集手段が多様化する中、旅行者のニーズを的確に捉え、そのニーズにマッチした観光情報の発信や宣伝は欠かせません。

市場の動向を的確に把握するための観光マーケティング及びターゲットを絞った情報発信により、効果の最大化を図ったプロモーションを実施します。

4 ビジョンの数値目標

関係者が良質なモノやサービスを創り出し、共通の目標に連携して取り組むことで成果指標の達成を目指します。ついては、次の〔表－１〕のとおり、ビジョンが目指すゴールへの到達度を示す指標として数値目標を設定します。

目標に掲げる数値は、平成 29 年度～令和元年度を新型コロナウイルス感染症の影響のない平常年と捉え、基本的にはこの期間の平均値を基準値とします。ただし、近年増加傾向が続くスポーツツーリズム、観光消費額及びコロナ禍の影響が少ない指標等については、直近（R5 年）の実績を基準値として、それぞれビジョンの中間見直しまでの 4 年間（～R10 年）で基準値から 5 % 増加させることを目標とします。なお、観光消費額については、本ビジョンに掲げる施策の効果として、特に増加を図りたい項目であることから、実績値から 50 % 以上の増加を目標値として取組んでいきます。

また、延べ宿泊者数の目標値は、一定率の増加とせず、施設ごとの目標値の積上げによる総数とします。

海野宿の入込客数については、基準値とする平成 29 年度～令和元年度は大河ドラマ「真田丸」の影響で平均値が大きく増加していることから、コロナ禍直前の令和元年の実績値を基準値として設定し、そこから 5 % 増加させることを目標とします。

【数値目標】

〔表－１〕

指標		基準値	目標値 (R10 (暦年))	備考
主要観光地 入込客数 (人)	湯の丸高原	591,600	621,200	
	海野宿	150,800	158,300	基準値は R 元実績値
	芸術むら公園	76,600	80,400	
ツーリズム 参加者数 (人)	ワイン	2,500	2,600	
	グリーン	15,300	16,100	
	スポーツ	18,500	19,400	基準値は R5 実績値
	ウェルネス	—	500	新規指標
観光消費額 (億円)		52.1	79.7	基準値は R5 実績値
延べ宿泊者数 (人)		59,800	120,400	基準値は R5 実績値
インバウンド延べ宿泊者数 (人)		—	1,000	新規指標
リピーター率 (%)		65.0	68.3	
来訪者満足度 (%)		満足・ やや満足 61.5	満足・ やや満足 64.6	
観光協会HP閲覧回数 (回)		700,375	735,400	基準値は R5 実績値
とうみファン倶楽部会員数 (人)		1,171	1,230	基準値は R5 実績値
SNS 登録者数 (人) ※		2,255	2,370	基準値は R5 実績値

※Facebook、X、Youtube、Instagram

第4章 観光の振興に関する基本的施策

第3章の4つの基本方針に基づき、目的を達成するための4項目からなる「施策」を設定し、この施策を達成するための具体的な「アクションプラン」7項目を明らかにします。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3次東御市総合計画において政策として掲げる「まちににぎわいをもたらす観光の振興」に則り、数値目標等と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。

1 観光施策の体系

基本方針：（１）地域と共につくる魅力ある観光地域づくり

【施策１】戦略的な観光地域づくりに向けた体制整備

- （１）DMOを中心にした観光地域づくり体制の整備【重点事業】
- （２）観光客のニーズを捉えたサービスの企画・開発

基本方針：（２）新たな付加価値を生み出すツーリズムの確立

【施策２】地域資源をつなぐ東御市ならではの“地域ストーリー”づくり

- （１）地域資源を活用したツーリズムプログラムの充実【重点事業】
- （２）外国人観光客の誘客拡大

基本方針：（３）快適に滞在できる観光受入基盤の構築

【施策３】快適で安全・安心に滞在できる受入環境整備

- （１）観光客の安全・安心と利便性の向上
- （２）関係人口の創出・拡大に向けた取組

基本方針：（４）戦略的な観光情報の発信

【施策４】地域の魅力の効果的な情報発信

- （１）ICT^{（注11）}を活用した観光戦略に基づく観光情報の発信【重点事業】

注11 ICT：Information and Communication Technology の略。情報(information)や通信(communication)に関する技術の総称。

2 観光施策の展開

施策1 戦略的な観光地域づくりに向けた体制整備

【施策の方向性】

観光を通じた地域の振興を図っていくためには、行政区域にとらわれないエリアで様々な関係者が協働し、それぞれの地域の資源を活用した観光商品を企画・販売等、滞在型観光につながる持続的な取組を構築し、活性化させることが必要です。そのためには、地域内の旅行商品提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口として、DMO（観光地域づくり法人）である「（一社）信州とうみ観光協会」の果たす役割が重要です。

観光地域づくり法人の「（一社）信州とうみ観光協会」を中心として、市民はもとより、観光や交通、農業、商工業など地域の多様な事業者が観光客のニーズを捉えたサービスの企画・開発などを一体的な取組として進めることで、地域観光資源を効果的に活かした地域経済の活性化を図ります。

(1) DMOを中心にした観光地域づくり体制の整備【重点事業】

【アクションプランの展開】

① 観光コーディネーター人材の育成・確保

DMOの観光コーディネーター人材を育成・確保し、稼げる観光地づくりに向けた企画・営業力の強化を図るとともに、主体的な事業を推進できる人材確保による組織体制の強化に取り組みます。具体的には、若い世代を中心とした観光人材の掘起しや育成で、移住促進による観光業の活性化も図ります。

【具体的な取組】

- ☐ DMO（（一社）信州とうみ観光協会）の基盤強化（会員の確保、観光コーディネーターの確保など）
- ☐ 事業者間のつながりを強化するために観光地域づくりタウンミーティング、戦略ワーキング会議等を充実（地域の共感、意欲の醸成）
- ☐ 旅行会社との連携によるマネジメントや旅行業精通者の確保（コーディネーター、マネジメント、マーケティング）
- ☐ 観光関連事業者、インターン等を受入れ、教材の提供及び見学会を開催
- ☐ 稼げる観光地づくりに向けた企画・営業力の強化

② おもてなし人材の育成・確保

魅力的な観光体験や東御市ならではの質の高い滞在を来訪者に提供していくためには、地域資源の価値、ストーリーを解説できる地域住民、ガイド等との交流があってこそ実現できるものです。そのために、多様な方々と連携を強化し、地域の魅力を伝えられる人材や機会の拡充を進めます。

【具体的な取組】

- ☐ 地域づくり組織と連携した、地域の魅力、強みを再発見する機会の設定
- ☐ DMO が主体となった、観光地域づくり講座、ガイド育成講座（通年型）、おもてなし研修会等の開催による、観光人材の発掘とスキルアップ
- ☐ 観光ガイドの育成、確保、派遣を総括できる体制の整備
- ☐ 生涯学習講座受講者などの、自らの学びを活かせる観光ガイドの育成
- ☐ ワイン・農畜産物などの生産者自らが行う観光ガイドの育成

③ 効果的な観光マーケティングの実践

戦略的・効率的な観光振興を進めるため、観光情報の収集や観光統計・ビッグデータを活用した分析を行い、ターゲットに向けた的確なプロモーション、適切な効果検証を展開し、選ばれ続ける観光地域づくりを目的とします。また、デジタルマーケティング導入を検討し、観光ニーズに則った国内外からの観光客誘致を図ります。

【具体的な取組】

- ☐ 観光情報及び観光統計、ビッグデータ^(注12)（人流データ）、アンケート調査、SNS・HP等の観光動向などの各種調査・分析
- ☐ 外部専門家と連携したデジタルマーケティングによる効率化の検討
- ☐ 観光戦略に基づく効果的なプロモーションへの活用
- ☐ データ分析に基づく施策の立案・実施及び新たなデータ取得方法の検討

④ DMOの自主事業の強化

観光地域づくり法人として、観光施設の管理をはじめ、着地型観光商品の企画・販売など、地域に根ざした公益性ある営利事業に取り組む必要があります。

【具体的な取組】

- ☐ 各種観光施設などの運営・管理
- ☐ 旅行会社等と連携した着地型観光商品の企画・販売
- ☐ 個人、団体旅行のフォロー（配宿手配、食事・観光のおすすめ紹介等）
- ☐ 市内周遊券（特典付き）やオリジナルグッズなどの販売

(2) 観光客のニーズを捉えたサービスの企画・開発

【アクションプランの展開】

① 着地型旅行プログラムの企画と販売促進

自然、歴史・文化、食などの地域資源を組み合わせたツアーや体験プログラムの充実を図るとともに、地域団体、飲食事業者、宿泊事業者、交通事業者など多様な方々と連携した着地型旅行商品を企画・販売することで観光誘客を促進します。

また、本市の強みであるワインを柱とした、新たな体験型・滞在型観光プログラムを企画することで、東御市観光の充実感、満足度を高めます。

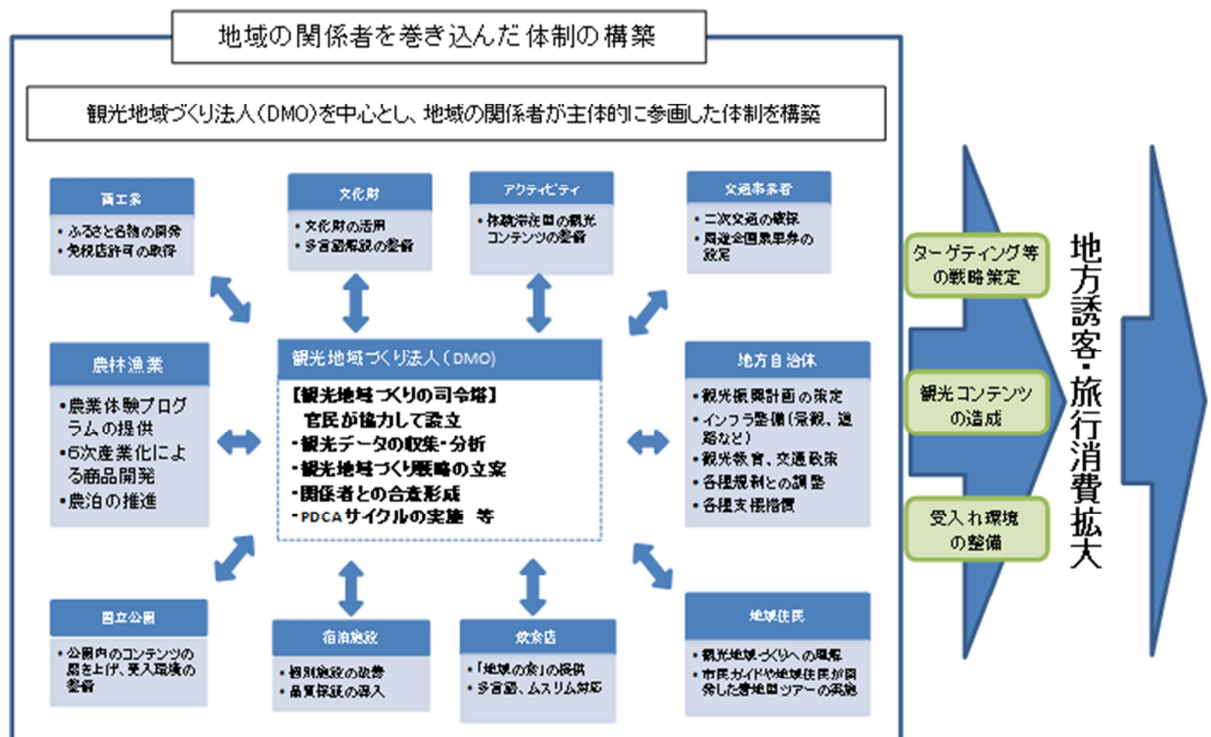
【具体的な取組】

注12 ビッグデータ：人間では全体を把握することが困難な巨大なデータ群のこと。

- 着地型観光商品の企画・販売
- 森林、温泉、クアオルト健康ウォーキングを活用したウェルネスツーリズムの推進
- 友好都市「東京都大田区」をはじめとする首都圏からの観光誘客の強化

<観光地域づくりの実践>

多様な地域関係者が「観光」の“目指す姿”を共有して取り組みます。



出典：観光庁ホームページに掲載されていた資料を一部抜粋しております。

【施策2】地域資源をつなぐ東御市ならではの“地域ストーリー”づくり

【施策の方向性】

自然やワインを軸とした食、スポーツ、歴史・文化など東御市特有の多様な地域資源を活用し、満足度の高い観光商品を企画、販売することで、四季を通じた交流人口の拡大を図ります。

また、県や近隣自治体と連携し、各地域の魅力的な観光資源などをつなぐツーリズムを構築するとともに、各種イベントなどを一体的に進め、魅力的な観光圏域づくりに向けて取り組んでいきます。

併せて、都市部の子どもたちの体験旅行をはじめ、友好都市や東京東御市会など、多様な関係者、関係団体への誘客活動を強化し、幅広い層からの交流の促進を図ります。

(1) 地域資源を活用したツーリズムプログラムの充実【重点事業】

【アクションプランの展開】

① 観光消費につながる観光コンテンツの磨き上げ

地域の多様な宿泊施設、飲食店等の魅力を積極的に発信するとともに、地域資源を活用した体験コンテンツやグルメとつなげることにより、周遊観光、長期滞在を促し、宿泊客数の増加、観光消費額の増加を目指します。また、宿泊、周遊における地域食材を活かした新たな“食”の魅力づくりを行います。

【具体的な取組】

- ☐ ワインを軸とした地域資源を活用した体験コンテンツの造成（ワイン＋農業体験、健康づくり、歴史・文化探訪などの組み合わせ）
- ☐ 地域食材を活用した食事メニューの提供（郷土料理プロジェクトなど）
- ☐ 夜間に楽しめる観光コンテンツの発掘、磨き上げで観光消費の向上を促進する「ナイトタイムエコノミー^{（注13）}」等の企画に向けたコンテンツ造成

② 農業体験と組み合わせた観光（グリーンツーリズム^{（注14）}）の推進

八重原台地、御牧原台地を筆頭とした里山の魅力や田舎暮らし体験などの農村資源を活用し、国内外からの来訪者に安らぎ、リフレッシュの機会を提供するとともに、受入者の確保と積極的な誘客活動を進めます。

【具体的な取組】

- ☐ 農家民泊^{（注15）}の受入者の確保
- ☐ 外国人観光客や教育体験旅行の誘致
- ☐ DMO、民泊ネットワークの連携による体験プログラムの企画・販売

注13 ナイトタイムエコノミー：夜間の経済活動全般を指し、地域の魅力や文化を発信しながら経済を活性化させる取組。

注14 グリーンツーリズム：農山漁村地域で自然や文化、人々との交流を楽しみながら過ごす滞在型の観光。

注15 農家民泊：旅行者などが一般の民家に宿泊すること。

③ ワイン・ツーリズムの推進

東御市は千曲川ワインバレー（東地区）特区の中心的な役割を果たしており、市内には15棟（R6時点）のワイナリーがあり県内随一です。

「ワインシティとうみ」を目指して、ワインによる観光誘客、観光地域づくりを推進します。

【具体的な取組】

- ☐ ワイン・ツーリズムコーディネーターの発掘、人材養成
- ☐ 生産者の思い、ストーリーを伝えられるガイドの発掘、人材養成
- ☐ ワインを軸とした体験型・滞在型観光メニューの開発
- ☐ 「ワインテラス御堂」を活用したイベントの企画・開催
- ☐ テロワール^{（注16）}が作り出す個性豊かなワインと食のペアリングによるガストロノミーツーリズム^{（注17）}の推進
- ☐ しなの鉄道と連携した周遊観光メニューの開発

④ スポーツツーリズムの推進

国内屈指の高地トレーニングエリアである標高1750mの湯の丸高原は充実したトレーニング環境をはじめ、競泳、陸上競技などの国内トップレベルの選手や箱根駅伝常連校やニューイヤー駅伝、クイーンズ駅伝常連の実業団の合宿実績をPRするとともに、吹奏楽などの文化系合宿の新規誘致に向けた情報発信を図ることで、「合宿のまち 東御」としての知名度向上と定着化を図ります。

また、豊かな自然環境と晴天率の高さ、爽やかな気候を最大限に活用したスポーツ合宿の受入れ、イベントの開催を推進します。

【具体的な取組】

- ☐ スポーツコミッションと連携したスポーツツーリズムによる誘客
- ☐ 合宿誘致を促進するPR活動の実施
- ☐ サイクリング、登山、トレッキングなど、グリーンシーズンのアクティビティの充実
- ☐ イベントの開催と定着化（湯の丸ヒルクライム、グランフォンド湯の丸、アサマスタークロスウォーク など）

⑤ ウェルネスツーリズム^{（注18）}の推進

東御市の観光資源を活用し、広く健康保養地（クアオルト）としての魅力を発信し、東御型クアオルトを活かしたウェルネスツーリズムを推進します。

なお、推進にあたっては、絶景と癒しの里御牧原をはじめ、クアオルト健康ウォーキング認定コースを有する湯の丸高原、芸術むら公園を中心に展開します。

注16 テロワール：地域の自然環境や土壌を指し、ぶどう等の生育に影響を与える気候、地形、標高、日当たり等。

注17 ガストロノミーツーリズム：その土地の食文化に触れ、その土地ならではの食を楽しむことを目的とした観光。

注18 ウェルネスツーリズム：旅行を通じて心と身体の健康や幸福を追及する旅行。

【具体的な取組】

- ☐ 森林、温泉、体験、クアオルト健康ウォーキング^(注19)などを活用したウェルネスツーリズムプログラムの充実
- ☐ クアオルト健康ウォーキング指導者の育成と環境整備
- ☐ 長期滞在や企業向けなど、ニーズに応じた、バリエーション豊富なプログラムの開発
- ☐ 企業などをターゲットにした、テレワークとの組み合わせによる旅行商品の企画

⑥ 歴史・文化のストーリーを活かした観光の推進

地域のまちづくり組織、実行委員会等と連携し、重要伝統的建造物群保存地区「海野宿」、文化財の資源豊富な「祢津地区」、力士雷電、刀匠山浦兄弟の「滋野地区」などをはじめとし、歴史・文化資源を特色あるストーリーで結びながら、一体的に活用することで、観光誘客を図ります。

【具体的な取組】

- ☐ 地域のまちづくり組織、実行委員会等と連携した、観光資源の洗い出し
- ☐ 歴史・文化に精通したガイドの発掘、人材育成
- ☐ 周遊プログラムの企画・販売

⑦ 広域連携による観光の推進

長野県東信地域をはじめとする近隣自治体や県と連携し、各地域の観光資源などをつなぐツーリズムを構築するとともに、各種イベントの開催や観光誘客などを一体的に進め、持続的な魅力ある観光圏域づくりに貢献します。

【具体的な取組】

- ☐ 広域連携による各種観光PRの実施
- ☐ 北陸新幹線、NEXCO 東日本、しなの鉄道などと連携した観光PRの実施
- ☐ 広域観光周遊ルートの形成（サイクリングコースなど）
- ☐ 広域観光マップの充実

⑧ 教育体験旅行^(注20)の誘致

本市の自然、アウトドア、農業など学習に役立つコンテンツを具体的に紹介しながら、教育体験旅行の企画、販売を促進し、誘致を図ります。

【具体的な取組】

- ☐ 各種農業体験と農家民泊を組み合わせた教育体験旅行の企画・販売
- ☐ スキーなどのアウトドアの学習を中心とした教育体験旅行の企画、販売
- ☐ 旅行会社や学校への訪問活動
- ☐ 各種商談会への参加

注19 クアオルト健康ウォーキング：心拍数や体表面温度を管理することにより、頑張りすぎなくても高い運動効果を得られるウォーキング法。

注20 教育体験旅行：学校で事前学習を行い、旅行中、旅行後とそれぞれ研修テーマを設け、地域の文化や歴史を深く学びながら体験する旅行。

(2) 外国人観光客の誘客拡大

【アクションプランの展開】

① 外国人旅行客のニーズに対応した旅行商品の企画と戦略的プロモーション

海外に向けた戦略的なプロモーションや積極的なセールス活動により、年間を通じた観光誘客を図ります。また、観光消費額が多い外国人富裕層の誘客や滞在時間の長期化を目指し、観光事業者などと連携し、付加価値の高い体験型観光の提供や受入環境の整備を推進します。

具体的には、ターゲットとする国（台湾など）を設定し、県と連携しながら、商談会への参加やマスコミの招聘や誘致活動を行うとともに、現地旅行代理店等への観光情報の提供などによる旅行商品の企画・販売を促進し、個人旅行や団体旅行の誘致を図ります。

【具体的な取組】

- ☐ 各種商談会への参加による市場の現状把握
- ☐ 広域的な取組として、海外メディア、マスコミなどの招聘
- ☐ 現地旅行代理店などへの営業活動
- ☐ ターゲットとする国の外国人による資源の発掘やモニターツアーの実施
- ☐ 富裕層向けに対応可能な観光コンシェルジュの育成、確保
- ☐ 着地型旅行商品（高付加価値の体験型プログラム）の造成・販売

【施策3】快適で安全・安心に滞在できる受入環境整備

【施策の方向性】

観光客の満足度を高めるため、地域全体でのおもてなしの気運の醸成に努めるとともに、誰もが旅行を楽しめる受入環境づくりのため、ハード面（交通機関や施設等）の整備とソフト面（人的サービス、情報等）の充実を図ります。

また、自然災害や事故、集団感染症などに関する情報を的確かつ迅速に把握し、正確な情報を提供するとともに、観光客の安全・安心を確保するための情報発信、避難体制等の整備を図ります。

併せて、テレワークの導入などを行っている首都圏の企業等を対象に、ワーケーション^{（注21）}を切り口に幅広い層の受入環境を整え、本市への新たな人の流れを創出するため、受入体制再考、プロモーションを行い、関係人口の創出・拡大にもつなげます。

(1) 観光客の安全・安心と利便性の向上

【アクションプランの展開】

① おもてなしの心によるリピーターの確保

観光客の満足度を高めるため、観光事業者等を対象にした各種研修会を開催し、観光客の受入の充実を図ります。市民が自ら住む地域の魅力を認識し、地域資源を自慢できるよう学習機会を提供していくとともに、地域におけるボランティアガイドの養成などに取組み、地域ホスピタリティ^{（注22）}の向上を図ります。

また、国内外の観光客が、簡単に情報を収集でき、快適に買い物などを行える消費行動を楽しめる環境の構築、宿泊施設の充実にも取組が必要です。

【具体的な取組】

- ☐ おもてなしの意識醸成を図った研修会の開催
- ☐ 観光動向、観光客ニーズを地域で共有できる機会の設定
- ☐ 地域食材を活用した食事メニューの提供
- ☐ おもてなし観光ガイドの育成
- ☐ 外国人観光客の受入に対応する通訳の募集・養成
- ☐ クレジットカード決済やスマートフォン決済などキャッシュレス化に向けた、国内外双方の決済環境整備の促進
- ☐ 宿泊事業者への支援体制の検討
- ☐ 多言語へ対応した、デジタルマップの作成、音声ガイドアプリなどの活用
- ☐ 観光客の安全・安心に係る情報の提供
- ☐ 登山者の遭難防止のための天候や登山情報を発信する取り組みや救助体制の充実

注21 ワーケーション：普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をする働き方で旅行先などで仕事をするのが特徴。

注22 地域ホスピタリティ：地域が観光客を迎え入れるために地域の魅力を伝え、快適な体験を提供するおもてなしの心。

② 観光２次交通の充実

関係団体、交通事業者と連携し、駅などの拠点から観光地へのアクセスや地域間周遊の利便性向上に向けた取組を進めます。また、交通事業者との連携により、環境への負荷が低い旅行スタイルへの転換及び温室効果ガス抑制に向けた取組を促進します。

【具体的な取組】

- ☐ 「とうみシェアサイクル」及び「レンタサイクル」の観光周遊手段としての利便性、周遊性の向上
- ☐ ２次元コード（QRコード）観光ガイド及びおすすめ周遊マップ（「TOMISELF GUIDE TOUR」）の普及
- ☐ 「とうみワインタクシー」の利用促進による魅力的なワイン・ツーリズム推進への貢献
- ☐ AI オンデマンドバス^{（注23）}「とうみレッツ号」の湯の丸高原への運行検討及び山岳高原観光プログラムとの組合せによる利用促進
- ☐ しなの鉄道を活かした、サイクルトレイン導入等による誘客促進
- ☐ 国、県及び近隣自治体との連携した「MaaS^{（注24）}」の導入検討

③ 観光案内看板等の整備

観光客（外国人観光客含む）にとって、わかりやすく親切な案内を行うとともに、各観光施設への円滑な誘導を行うため、観光案内看板などを整備し、利便性と市内回遊性の向上を図ります。

【具体的な取組】

- ☐ 老朽化した観光案内看板の更新
- ☐ 新たな観光資源、スポットへの案内看板の設置
- ☐ 案内板のデジタル化（デジタルサイネージ^{（注25）}の導入促進）・多言語化対応の促進

④ 観光施設等の整備・観光資源の保全

観光施設等の整備と適正な維持管理は、観光客が安全・安心で快適な観光を実現するうえで不可欠なものです。このことから、観光客の受入、観光資源の活用において、必要なインフラの整備・拡充を計画的に行います。ついては、ICTを活用した観光サービスの導入を検討しながら、快適な観光地づくりを進めます。

また、本市の貴重な観光資源である、高山植物や文化財等の適正な管理・保全についても、観光客の満足度を高めるため計画的かつ適正に進めていきます。なお、整備にあたっては、環境負荷の低減に努めます。これらの財源の確保については、国等の補助事業の活用及び現在県において検討を進めている「長野県宿泊

注23 AI オンデマンドバス：利用者の予約に応じてAI（人工知能）が最適なルートを設定し、運行する乗合型のバス。

注24 MaaS（マース）：Mobility as a Service の略。地域住民や旅行者一人ひとりの移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス。

注25 デジタルサイネージ：ディスプレイやプロジェクターなどの映像表示装置を設置して情報を発信するサービス。

税（仮称）」等を有効に活用して進めていくことを前提とします。

【具体的な取組】

- ☐ 温室効果ガス抑制に向けた取組の普及・啓発
- ☐ 環境の負荷が低い観光スタイルへの転換を促進
- ☐ 観光施設の Wi-Fi 環境の整備と適正管理
- ☐ 多言語標記の充実
- ☐ 公衆トイレ洋式化推進
- ☐ 夜間街路灯の充実
- ☐ 照明機器の更新にあたっては、LED 化を推進
- ☐ 湯の丸高原最大の魅力である、「レンゲツツジ」の保全活動の強化
- ☐ 湯の丸高原、海野宿、祢津地区など、エリア内周遊が可能な観光スポットへのグリーンスローモビリティ^{（注26）}などの導入による、環境に配慮した回遊性向上の検討
- ☐ 湯の丸高原の登山道、遊歩道の維持管理及び計画的な改修
- ☐ 海野宿の歴史的建造物及び景観の継承と保全

(2) 関係人口の創出・拡大に向けた取組

【アクションプランの展開】

① テレワーク施設を活用したワーケーションの推進

働き方改革による勤務形態の変化が著しい中、テレワークの導入をしている首都圏の企業等をターゲットにし、ワーケーションを切り口として本市への新たな人の流れを生み、関係人口の創出と拡大を図ります。

関係人口の創出・拡大は、地域と多様に関わる人々（関係人口）を増やし、地域経済の活性化に寄与するものであり、受入環境の整備及び受入体制の強化を図ることで東御市らしいワーケーションを推進し、新たな観光スタイルの一つとして普及を図ります。

【具体的な取組】

- ☐ 「湯の丸高原テレワーク施設」の受入体制強化及び適切な施設の維持・管理
- ☐ 指定管理者と連携した WEB や SNS による情報発信
- ☐ 首都圏の企業をターゲットとしたワーケーションモニターツアーの実施
- ☐ 大学をメインターゲットとしたモニターツアー等の実施による学生の利用促進
- ☐ 長期滞在プログラムの充実（農業体験、クアオルト健康ウォーキング、登山、ワイナリー巡りなど）
- ☐ 合宿型企業研修（アウトドア研修、リーダー育成研修など）の誘致による地域との交流促進

注26 グリーンスローモビリティ：低速の電気自動車を利用した公共交通サービス。

【施策４】地域の魅力の効果的な情報発信

【施策の方向性】

本市の魅力を効果的に発信し、情報の整合を図りながら、ターゲット層に合わせたメディアや方法を活用した情報発信が必要です。また、ウェブサイトやアプリを多言語対応にし、外国人観光客にも親しみやすい情報発信を行う必要があります。

情報発信戦略を組み合わせ、地域独自の魅力を最大限に引き出し、効果的に広げることが重要です。

(1) ICTを活用した観光戦略に基づく観光情報の発信【重点事業】

【アクションプランの展開】

① ICTを活用した効果的・効率的な情報発信

世界で海外旅行客が増加する一方で、観光をとりまく都市間競争が激しくなっています。そのような中、東御市が観光地として選ばれるためには、本市の魅力をターゲット別に効果的に発信していく必要があります。ICT（情報通信技術）を活用して、最新の情報通信技術やスマートフォン等の情報端末の進化に合わせた情報発信をマーケティングに基づき効率よく行うことが必要です。また、発信情報の多言語対応、旅行会社や観光情報発信事業者への戦略的なアプローチによる観光資源の効率的な活用と観光誘客を促進します。

【具体的な取組】

- ☐ マーケティング調査結果を活用した、ターゲットに合わせた情報発信
- ☐ 友好都市を活用した観光プロモーションの実施
- ☐ 観光分野におけるパートナー都市との連携した情報発信の検討
- ☐ 大手旅行サイトと提携した、観光体験などの特集ページの発信
- ☐ SNS（Facebook、Instagram、X、YouTube）を活用した、リアルタイムな情報発信の促進
- ☐ ウェブサイトへのAIチャットボット^{（注27）}の導入による観光客ニーズへの迅速な対応
- ☐ デジタルサイネージの設置によるリアルタイムな観光情報の提供
- ☐ 訪問意欲を高めるバーチャルツアーの提供
- ☐ 観光ガイドアプリ、AR（拡張現実）、デジタルスタンプラリー等、ICTを活用した回遊性向上の検討

^{注27} AIチャットボット：AI（人工知能）技術を用いてチャット形式の質問に対して自動的に回答するプログラム。

第5章 観光ビジョンの推進にあたって

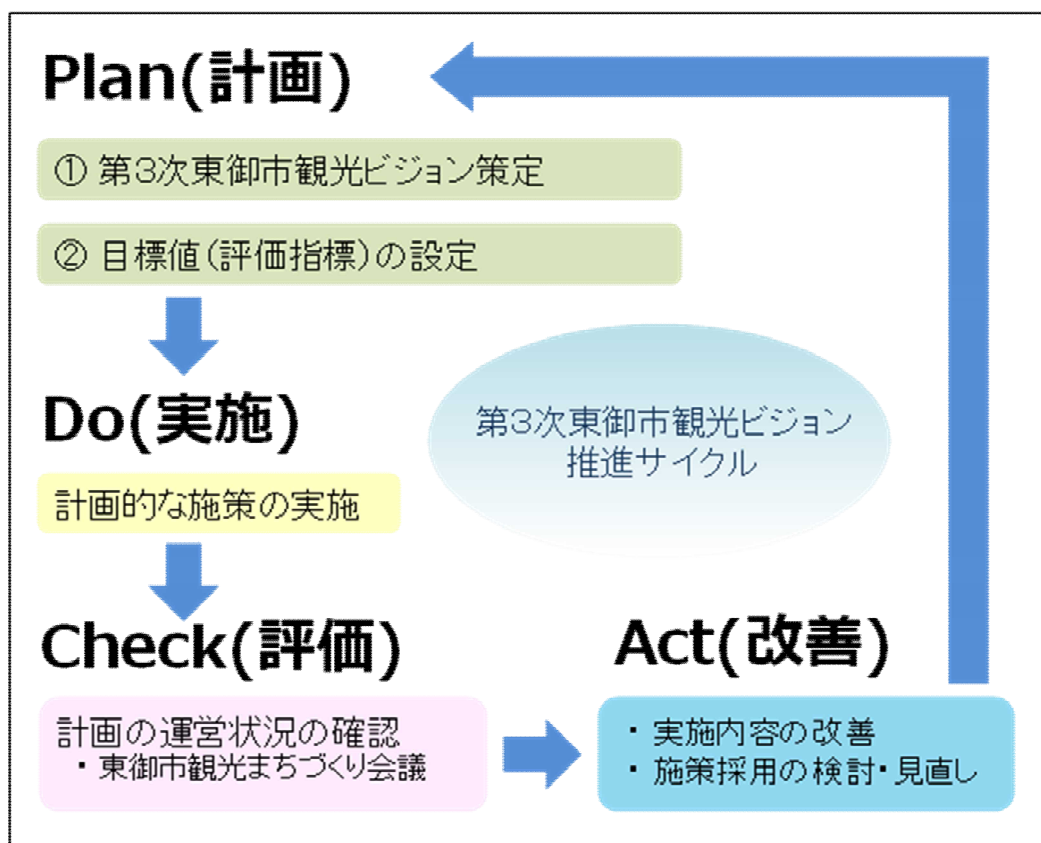
東御市観光ビジョンに位置づけた「施策」及び「アクションプラン」の実施にあたっては、『第3次東御市総合計画』における実施計画での位置づけ、及び予算の成立をもとに推進します。

また、ビジョン策定後の進行管理は、次のように取り組んでいくものとします。

1 ビジョンに掲げる「施策」の進行管理

ビジョンの円滑な推進を図るため、施策の進行・管理については、『第3次東御市総合計画』の進行管理システムと同様の手法で取り組むものとします。

具体的には、施策の実施状況や目標の達成状況を定期的に把握するとともに、アクションプランの実現性を高めるため、「東御市観光まちづくり会議」において評価を行い、実施内容の改善につなげるPDCAマネジメントサイクルの考え方を取り入れます。



2 ビジョン推進体制

観光ビジョンの推進にあたっては、まちづくりの主役である市民、観光振興の中心的な役割を担うDMO（一般社団法人信州とうみ観光協会）及び観光関係団体、企業、行政がそれぞれの役割を認識し、その役割を果たすことで相互に連携した施策の推進を図ります。

なお、ビジョンの具体的な取組状況や目標に対する達成度等の進捗把握、検証は、外部委員から構成される『東御市観光まちづくり会議』において毎年度実施します。

3 ビジョンの見直し

観光を取り巻く環境変化は著しく、先行きを見通しにくい状況から、このビジョンも柔軟に見直しながら進める必要があることから、「第3次東御市総合計画」の中間見直し年次及び「東御市まち・ひと・しごと創生第3期総合戦略」の最終年次にあわせて、令和11年度（2029年度）に本ビジョンの中間見直しを行います。

【 資 料 編 】

- 資料 1 第 3 次観光ビジョン策定の経過
- 資料 2 東御市観光まちづくり会議委員名簿
- 資料 3 パブリックコメントの結果について
- 資料 4 東御市観光まちづくり会議設置要綱
- 資料 5 第 3 次東御市観光ビジョンの施策と SDGs との関係

資料 1

第 3 次観光ビジョン策定の経過

時 期	項 目	概 要
令和 6 年 7 月 26 日	第 2 回観光まちづくり会議	・ 第 2 次観光ビジョン進捗状況について ・ 第 3 次観光ビジョンの策定について
～ 令和 6 年 11 月 20 日	意見集約・ビジョン（素案）作成	
令和 6 年 11 月 20 日	第 3 回観光まちづくり会議	ビジョン（素案）について
～ 令和 6 年 12 月 5 日	意見集約・ビジョン（素案）調製	
令和 6 年 12 月 5 日	市議会 12 月定例会全員協議会	ビジョン（素案）について説明
令和 6 年 12 月 9 日 ～ 令和 7 年 1 月 8 日	第 3 次観光ビジョン（素案）に関するパブリックコメント実施	提出数 1 名 意見数 12 件
令和 7 年 1 月 31 日	パブリックコメントに対する回答（公表）	
令和 7 年 2 月 11 日	観光地域づくりタウンミーティング	ビジョン（素案）について説明
～ 令和 7 年 2 月 14 日	素案調製	
令和 7 年 2 月 14 日	第 3 回観光まちづくり会議	ビジョン（案）の決定

資料 2

東御市観光まちづくり会議委員名簿

(期間：令和5年4月1日から令和7年3月31日)

	区 分	氏 名	所 属	区 分
1	会長	北 沢 達	(一社) 信州とうみ観光協会長	観光団体に属する者
2	副会長	関 理	海野宿保存会長	魅力ある観光地づくりに関し識見を有する者
3	委員	坂 口 淳 一	東御市商工会青年副部長	商工業団体に属する者
4	委員	守 屋 芳 典	しなの鉄道経営戦略部経営企画課長	魅力ある観光地づくりに関し識見を有する者
5	委員	浅 川 達 也	株式会社 PLOT STANDARD 代表	
6	委員	小 池 道 子	御牧原てらす	
7	委員	小 山 英 明	Rue de Vin (リュードヴァン)代表 (ワイン醸造家)	
8	委員	篠 原 博 文	マネジメント総合研究所長 (一社) sany TOMI 理事長	公募
9	委員	大 谷 真 宙	和屋 - Canaux- (事業主)	

資料 3

パブリックコメントの結果について

1 募集の概要

件 名	第3次東御市観光ビジョン(素案)に関する意見募集
意見の募集期間	令和6年12月10日(火)～令和7年1月8日(水)
意見の受付方法	電子メール、ファックス、郵送、担当窓口へ直接持参、ながの電子申請サービス
意見の周知場所	市報とうみ、市ホームページ、市民ラウンジ、総合福祉センター、中央公民館、滋野コミュニティーセンター、祢津公民館、和コミュニティーセンター、北御牧公民館
結果の公表場所	市ホームページ
提出状況	(1) 提出者数 1人 (2) 提出意見数 12件
実施機関	東御市 産業経済部 商工観光課 観光係 電話：0268-64-5895 ファックス：0268-64-5881 電子メール：kanko@city.tomi.nagano.jp

2 ご意見の内容と市の考え方について

番号	意見の内容・要旨	市の考え方
1	パブリックコメントの実施にあたっては、2024年11月5日に開催された第3回まちづくり審議会後、直ちに実施すべき。	審議会での意見等を反映した後にパブリックコメントを実施していますので時間を要した経過がございますが、今後は検討してまいります。
2	審議会等の経過やタイムスケジュールを資料として添付すべき。素案の策定経過を記載すること。	資料編として追加します。
3	P20、21 第2章「観光の現状と動向」2「東御市の観光の現状と課題」(4)「東御市の観光振興における課題」において、③「本市観光の主な課題」は、SWOT分	SWOT分析は、審議会及び観光関係事業者等からいただいた要素で構成しており、ご提案の結果図と相違はあるものの、それぞれの要素×要素により導いた方針

	析を踏まえておらず、恣意的な結論となっている。	の方向性として簡潔に要約し記載したものととなっています。結論を恣意的に導いた経過はございませんが、ご提案いただいた記載方法は、今後の分析における参考とさせていただきます。
4	P29 広義の位置付けである「戦略的な観光地域づくりに向けた体制整備」を施策1とし、アクションプラン(1)を「DMOを中心にした観光地域づくり体制の整備」にすること。	ご提案のとおり、施策1を「戦略的な観光地域づくりに向けた体制整備」とし、アクションプラン(1)を「DMOを中心にした観光地域づくり体制の整備」とします。
5	P29 「施策の方向性」にある、「地域観光資源を効果的に活かした地域経済の活性化」をアクションプランに記載すること。	ご提案の内容については、アクションプラン(2)「観光客のニーズを捉えたサービスの企画・開発」におけるアクションプランの展開①「着地型観光プログラムの企画と販売促進」及び施策2「新たな付加価値を生み出すツーリズムの確立」において、地域経済の活性化につなげる取組みとして記載しています。
6	P31 ②「観光消費につながる観光コンテンツの磨き上げ」は、施策2(1)「地域資源を活用したツーリズムプログラムの充実」に包摂されるので移行すること。	ご提案のとおり、施策2(1)「地域資源を活用したツーリズムプログラムの充実」に移行します。
7	P32 施策2「新たな付加価値を生み出すツーリズムの確立」の概念は広義であるため、基本方針の2とし、具体的な施策である「地域資源をつなぐ東御市ならではの“地域ストーリー”づくり」を施策2に位置付けること。	ご提案のとおり、基本方針2を「新たな付加価値を生み出すツーリズムの確立」とし、施策2を「地域資源をつなぐ東御市ならではの“地域ストーリー”づくり」とします。

8	P36 「安全・安心な」は「快適に」より狭義の概念であることから、施策3「快適に滞在できる受入環境整備」を基本方針3とし、基本方針「快適で安全・安心な観光を実現する基盤の構築」を施策3とすることを提案する。	「安全・安心」と「快適」の概念を検討した結果、ご提案のとおり、基本方針3を「快適に滞在できる観光受入基盤の構築」とし、施策3を「快適で安全・安心に滞在できる受入環境整備」といたします。
9	P36 施策の方向性に記載のある「観光客の安全・安心を確保するための情報発信、避難体制等の整備」についてのアクションプランを記載すること。	ご提案の内容については、アクションプランの具体的な取組において記載しております。
10	P36 施策の方向性に記載のある「関係人口の創出・拡大」の取り組みについて、アクションプランを記載すること。	アクションプランとして追記します。
11	P40 第5章「観光ビジョンの推進にあたって」 1「ビジョンに掲げる「施策」の進行管理」に、「東御市観光まちづくり会議」においてアクションプランの評価を行うことを提案する。	PDCA サイクルの図中で示しておりますが、文章中へも追記します。
12	P41 PDCA 管理による評価の公表を提案する。	今後、ホームページでの公表を検討していきます。

資料 4

東御市観光まちづくり会議設置要綱

平成 22 年 10 月 29 日

告示第 53 号

(設置)

第 1 条 市の総合計画に基づく魅力ある観光地づくりを具現化するための計画（以下「東御市観光ビジョン」という。）を基本とした観光によるまちづくりを推進するため、東御市観光まちづくり会議（以下「観光まちづくり会議」という。）を設置する。

(任務)

第 2 条 観光まちづくり会議は、次に掲げる事項について協議するものとする。

- (1) 東御市観光ビジョンの策定に関し必要な調査、検討及び原案作成に関すること。
- (2) 東御市観光ビジョンの施策及び推進に関すること。
- (3) 前 2 号に掲げるもののほか、東御市観光ビジョンに関し必要な事項

(組織)

第 3 条 観光まちづくり会議は、委員 10 人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 観光団体に属する者
- (2) 商工業団体に属する者
- (3) 魅力ある観光地づくりに関し識見を有する者
- (4) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める者

(任期)

第 4 条 委員の任期は、2 年とする。ただし、再任を妨げない。

2 前項の委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第 5 条 観光まちづくり会議に会長及び副会長を置き、それぞれ委員が互選する。

2 会長は、会務を総理し、観光まちづくり会議を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第 6 条 観光まちづくり会議の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、その意見を聴くことができる。

(部会)

第 7 条 会長は、必要があると認めるときは、観光まちづくり会議に部会を置くことができる。

(庶務)

第 8 条 会議の庶務は、産業経済部商工観光課において処理する。

(補則)

第9条 この告示に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

附 則

この告示は、平成22年11月1日から施行する。

附 則（平成28年5月1日告示第35号）

この告示は、告示の日から施行する。

資料5

第3次東御市観光ビジョンの施策とSDGsとの関係

第3次東御市観光ビジョンの施策とSDGsとの関係

本ビジョンは、東御市総合計画・後期基本計画に掲げた施策と関連付けられた、国際社会全体の開発目標であるSDGsの目指す17のゴール（目標）に加え、観光産業が担うべきSDGsのゴール（目標）を包含するものとし、これに関連する169のターゲット（達成基準）に基づいた、「アクションプランとその展開」との関係性は、次に示すとおりです。

施策	SDGsのゴール（目標） アクションプラン	1 貧困をなくそう	2 気候変動に具体的な対策を	3 持続可能な消費と生産	4 質の高い教育をみんなに	5 ジェンダー平等を推進しよう	6 安全な水とトイレを世界中に
							
【施策1】	(1) 戦略的な観光地域づくりに向けた体制整備						
	(2) 観光客のニーズを捉えたサービスの企画・開発		○ (2. 3)	○ (3. 6)			○ (6. 4)
【施策2】	(1) 地域資源を活用したツーリズムプログラムの充実		○ (2. 3)	○ (3. 6)	○ (4. 7)		○ (6. 3)
	(2) 外国人観光客の誘客拡大	○ (1. 2)				○ (5. 5)	
【施策3】	(1) 観光客の安全・安心と利便性の向上			○ (3. 6)			○ (6. 2) (6. 3)
【施策4】	(1) ICTを活用した観光戦略に基づく観光情報の発信						

《本ビジョンの全施策に共通するゴール及びターゲットの内容》

ゴール	ターゲット（達成基準）と内容	ゴール	ターゲット（達成基準）と内容
	[1. 2] 2030年までに、各国定義によるあらゆる次元の貧困状態にある、全ての年齢の男性、女性、子供の割合を半減させる。		[8. 9] 2030年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。
	[5. 5] 政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。		[9. 2] 包摂的かつ持続可能な産業化を促進し、2030年までに各国の状況に応じて雇用及びGDPに占める産業セクターの割合を大幅に増加させる。
	[8. 2] 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化、技術向上及びイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成する。		[9. 4] 2030年までに、資源利用効率の向上とクリーン技術及び環境に配慮した技術・産業プロセスの導入拡大を通じたインフラ改良や産業改善により、持続可能性を向上させる。全ての国々は各国の能力に応じた取り組みを行う。



SDGs（エスディージーズ）とは、Sustainable Development Goalsの略語で、2015年に国連で採択された国際目標のことです。

持続可能な世界を実現するための17のゴール（目標）と169項目のターゲット（達成基準）で構成されています。

7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
持続可能なエネルギーを確保する	働きがいも経済成長も	産業と雇用創出の促進	人や国の不平等をなくす	持続可能な都市とコミュニティを築く	つるやぶを保全し、持続可能な消費を促す	気候変動に具体的な対策を	海の豊かさを守ろう	陸の豊かさを守ろう	平和と正義をすすめる	パートナーシップで目標を達成しよう
○ (7. 3)			○ (10. 1)	○ (11. 2)			○ (14. 1)			○ (17. 17)
○ (7. 3)					○ (12. 2) (12. 3) (12. 4) (12. 5) (12. 7) (12. 8) (12. b)	○ (13. 1)		○ (15. 1) (15. 4) (15. 5) (15. 8)		○ (17. 17)
	○ (8. 2) (8. 9)	○ (9. 2) (9. 4)	○ (10. 1)	○ (11. 2) (11. 4) (11. 6)			○ (14. 1)		○ (16. b)	
○ (7. 3)			○ (10. 1)	○ (11. a)		○ (13. 1)	○ (14. 3)	○ (15. 1) (15. 4) (15. 5) (15. 8)		○ (17. 14) (17. 17)
			○ (10. 1)							○ (17. 14)

各欄の○印の下部にある（ ）内の数字等は、関連するターゲット（達成基準）に付された番号です。なお、各項目のゴール及びターゲットの内容（全施策に共通するゴール及びターゲット以外のもの）については、次ページ以降を参照してください。

ゴール	ターゲット（達成基準）と内容	ゴール	ターゲット（達成基準）と内容
12 つるやぶを保全 持続可能な消費	[12. 2] 2030年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。	12 つるやぶを保全 持続可能な消費	[12. 7] 国内の政策や優先事項に従って持続可能な公共調達の慣行を促進する。
	[12. 3] 2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。		[12. 8] 2030年までに、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。
	[12. 4] 2020年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。		[12. b] 雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業に対して持続可能な開発がもたらす影響を測定する手法を開発・導入する。
	[12. 5] 2030年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。	16 平和と正義を すすめる	[16. b] 持続可能な開発のための非差別的な法規及び政策を推進し、実施する。

（出典は、外務省の「JAPAN SDGs Action Platform」です。）

各項目に該当するゴール及びターゲットの内容

ゴール	番号	ターゲットの内容	備 考
	2. 3	2030年までに、土地、その他の生産資源や、投入財、知識、金融サービス、市場及び高付加価値化や非農業雇用の機会への確実かつ平等なアクセスの確保などを通じて、女性、先住民、家族農家、牧畜民及び漁業者をはじめとする小規模食料生産者の農業生産性及び所得を倍増させる。	
	3. 6	2020年までに、世界の道路交通事故による死傷者を半減させる。	
	4. 7	2030年までに、持続可能な開発のための教育及び持続可能なライフスタイル、人権、男女の平等、平和及び非暴力的文化の推進、グローバル・シチズンシップ、文化多様性と文化の持続可能な開発への貢献の理解の教育を通して、全ての学習者が、持続可能な開発を促進するために必要な知識及び技能を習得できるようにする。	
	6. 2	2030年までに、全ての人々の、適切かつ平等な下水施設・衛生施設へのアクセスを達成し、野外での排泄をなくす。女性及び女子、並びに脆弱な立場にある人々のニーズに特に注意を向ける。	
	6. 3	2030年までに、汚染の減少、投棄廃絶と有害な化学物質や物質の放出の最小化、未処理の排水の割合半減及び再生利用と安全な再利用の世界的規模での大幅な増加させることにより、水質を改善する。	
	6. 4	2030年までに、全セクターにおいて水の利用効率を大幅に改善し、淡水の持続可能な採取及び供給を確保し水不足に対処するとともに、水不足に悩む人々の数を大幅に減少させる。	
	7. 3	2030年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。	
	10. 1	2030年までに、各国の所得下位40%の所得成長率について、国内平均を上回る数値を漸進的に達成し、持続させる。	
	11. 2	2030年までに、脆弱な立場にある人々、女性、子供、障害者及び高齢者のニーズに特に配慮し、公共交通機関の拡大などを通じた交通の安全性改善により、全ての人々に、安全かつ安価で容易に利用できる、持続可能な輸送システムへのアクセスを提供する。	
	11. 4	世界の文化遺産及び自然遺産の保護・保全の努力を強化する。	
	11. 6	2030年までに、大気の水質及び一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。	
	11. a	各国・地域規模の開発計画の強化を通じて、経済、社会、環境面における都市部、都市周辺部及び農村部間の良好なつながりを支援する。	

ゴール	番号	ターゲットの内容	備 考
	13.1	全ての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性（レジリエンス）及び適応の能力を強化する。	
	14.1	2025年までに、海洋ごみや富栄養化を含む、特に陸上活動による汚染など、あらゆる種類の海洋汚染を防止し、大幅に削減する。	
	14.3	あらゆるレベルでの科学的協力の促進などを通じて、海洋酸性化の影響を最小限化し、対処する。	
	15.1	2020年までに、国際協定の下での義務に則って、森林、湿地、山地及び乾燥地をはじめとする陸域生態系と内陸淡水生態系及びそれらのサービスの保全、回復及び持続可能な利用を確保する。	
	15.4	2030年までに持続可能な開発に不可欠な便益をもたらす山地生態系の能力を強化するため、生物多様性を含む山地生態系の保全を確実に行う。	
	15.5	自然生息地の劣化を抑制し、生物多様性の損失を阻止し、2020年までに絶滅危惧種を保護し、また絶滅防止するための緊急かつ意味のある対策を講じる。	
	15.8	2020年までに、外来種の侵入を防止するとともに、これらの種による陸域・海洋生態系への影響を大幅に減少させるための対策を導入し、さらに優先種の駆除または根絶を行う。	
	17.14	持続可能な開発のための政策の一貫性を強化する。	
	17.17	さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。	