

4. 上位関連計画の整理

以下に示す上位関連計画について整理した。

表 1-4-1 上位関連計画一覧

	名称
1	第3次東御市総合計画
2	東御市まち・ひと・しごと創生総合戦略
3	東御市農業振興計画
4	東御市6次産業化推進計画
5	第2次東御市観光ビジョン
6	東御市シティプロモーション戦略
7	信州ワインバレー構想 2.0

(1) 第3次東御市総合計画

将来像

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

基本目標Ⅰ『自然と多様な人々が共生するまち』

～環境にやさしい暮らしと、多様な人が認め合い・協力し合う地域を創る～

基本目標Ⅱ『共に支え合い、健やかに暮らせるまち』

～子どもから高齢者まで、健やかに自分らしく暮らし続けられるようにする～

基本目標Ⅲ『誰もが学び、自分らしく輝けるまち』

～子どもも大人も、地域資源を活かしながら学び合い・育ち合う～

基本目標Ⅳ『魅力と活力があふれる産業のあるまち』

～暮らしを豊かにする産業を育て、まちの魅力を高める～

基本目標Ⅴ『便利で安心して暮らせるまち』

～便利に暮らすための社会基盤を充実するとともに、いざという時の備えを皆で整える～

基本目標Ⅵ『持続可能な選ばれるまち』

～時代に合った魅力発信や行財政改革により、市内外からの共感や愛着を高める～



地域の魅力を高める農林業の振興

施策の方向性

㉓ 農業生産基盤の整備と保全

農業生産の基盤である農地や道水路の保全・管理を適正に行い長寿命化を図ります。また、農地中間管理機構などを有効活用して、認定農業者をはじめ、地域の多様な担い手農家へ農地を集積し、持続可能な農業・農村の体制構築を推進します。

㉔ 東御ブランド力の強化と特産品による地域振興

地球温暖化などの環境変化に対応した農作物の栽培振興をはじめ、農業生産を維持・拡大していくため、ワインを基軸として農産物や農産物加工品のブランド力を更に強化することを目指し、様々な媒体等を通じたPRを行うとともに、販路開拓を支援します。また、農産物特産品とこれを用いた6次産業化を発展させて、地域の文化、歴史、景観などの多様な地域資源と融合させ、かつ福祉政策との政策間連携を充実させて、新たな付加価値を創出する事業に取り組めます。

㉕ 農業の担い手の育成・支援と安定的な農業経営の確立

市内の農業・農村を持続可能なものにするため、次代の多様な担い手が充実しているまちの実現を目指し、新規就農者、認定農業者及び法人経営体などを育成・確保し、安定的な農業経営を確立できるよう支援します。農業団体、関係機関と連携し、経営相談窓口の設置や経営基盤強化に向けた支援を充実します。

㉖ 地域の里山及び民有林の適正な管理

森林が持つ治山・治水能力の向上や水源涵養機能の保全及び野生鳥獣の適正な生息域管理をするための里山の保全等について、地域と連携しながら推進します。



まちににぎわいをもたらす観光の振興

施策の方向性

㉙ 地域資源を活用した着地型観光の推進

地域資源を活かした魅力ある観光コンテンツの醸成とそれらの有効活用を図り、新たな観光ニーズに対応した観光者を誘うまちの実現を目指します。地域に息づく暮らしや自然、歴史・文化、食といった固有の観光資源の魅力を最大限に活用した着地型観光^{*24}を推進します。

着地型観光を推進することで、観光エリアの拡大、長期滞在、リピーターの確保による満足度向上、観光消費額の増加を図り、地域に根ざした観光によるまちの活性化を図ります。

㊿ 観光客受入環境及び観光施設の整備

戦略的な観光振興を図るためには観光客の旅行形態や観光ニーズを的確に把握した上での観光情報提供や観光施設の整備が必要であるため、数値根拠に基づいたデジタルマーケティングやプロモーションを実施していきます。

既存の観光施設の計画的な改修はもとより、観光客のニーズに応じた施設整備や利便性を向上させ、観光地としての高付加価値化を図ります。

効果的な観光案内板の整備や観光情報の多言語化やWi-Fi環境の整備により、国内旅行者だけでなく訪日外国人観光客の集客や利便性の向上を図ります。



施策の方向性

④① 地域ブランドの構築・発信

市の魅力度・認知度を向上させるとともに、関係人口を拡大し移住定住の促進につながるよう地域ブランドが確立したまちの実現を目指します。地域そのものの総体的な価値を向上させるために、地域や市内企業、各種関係団体と連携し、戦略的にシティプロモーション^{*26}事業を展開します。また、効果的かつ効率的に情報発信を行うため、パブリシティ^{*27}を強化するとともに、メディアリレーション^{*28}活動に積極的に取組みます。

④② シビックプライドの醸成

市民一人ひとりが市の特徴や強みに気づき、地域の魅力に共感することにより、市に対する誇りと愛着を高めることを目指します。市報、ホームページ、SNS^{*29}などの情報発信ツールを活用し、市民に「魅せる」情報発信を強化するとともに、タウンミーティングや市内の体験イベント等、市民と共にまちの魅力を再発見していく取組みを推進します。

(2) 東御市まち・ひと・しごと創生総合戦略

4 戦略のコンセプト

東御市が将来にわたって持続可能な美しいふるさと「東御」を創造するには、地域事業者の生産性向上と競争力の強化を図るとともに、魅力的な雇用機会の創出を戦略的に展開し、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込むことで、「まち」全体の好循環につなげ、地域経済の底上げを図ることが重要です。

また、急速に進化し続ける情報通信社会の中において、子どもたちへのICT教育を通じ、これからの社会に必要なイノベーション能力や情報活用能力を高めていくことにより、将来的に地域産業の担い手となるデジタル人財を育成することも重要です。加えて、新型コロナウイルス感染症のまん延に伴い、『オンライン』や『リモート』といった先進技術による、新たな生活様式や働き方が確立されることにも着目していく必要があります。

このため、第2期総合戦略においては、「しごと」の創出・拡大、「ひと」づくりを重点的に取り組むものとし、以下をコンセプトとします。

『働くところよし！ 人財よし！ とうみよし！』

基本目標Ⅳ

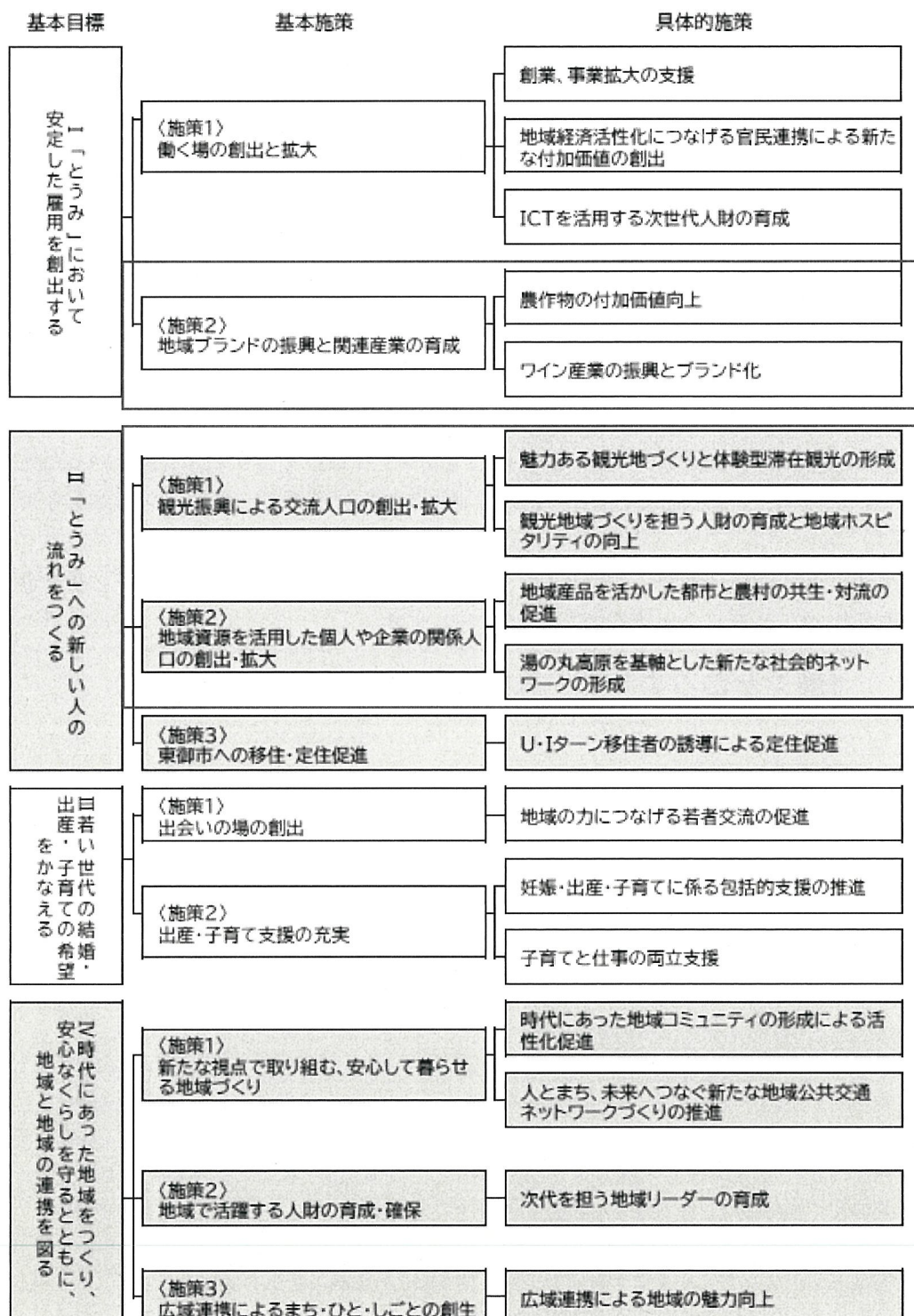
時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに

地域と地域の連携を図る

【新たな視点】

- ・次代を担う子どもたちが、地域の産業や文化などを深く知り、郷土愛を育めるよう“ふるさと”を学ぶ機会を提供していくことにより、地域に住み続けたい、将来は地域に戻ってきたいとする内発的エネルギーを高め、“ふるさと”の将来に対して当事者意識を持てるよう人財育成に取り組むことが必要です。
- ・地域の若者が、自らまちの魅力向上に関わり、自ら地域課題の解決に乗り出せるよう、地域づくり活動における様々な場面で仲間づくりや活躍できる場を提供していくことが必要です。
- ・高地トレーニングエリアや千曲川ワインバレーなど、地域の新たな価値を活かしていくため、特徴を同じくする周辺地域と地域が連携して相乗効果により稼ぐ力や人の流れを生み出していくことが必要です。
- ・人口減少が進む中であっても、将来にわたって行政サービスを効率的・効果的に提供するため、上田・佐久地域定住自立圏を単位に行政業務の共同処理化やネットワーク化に取り組むなど、地域連携を深化させていくことが必要です。

2 施策体系



＜施策2＞：地域ブランドの振興と関連産業の育成

恵まれた自然環境と特有の気候風土、さらには高い生産技術を持つ農業者の営みに裏付けられた高品質な農産物資源の強みを活かし、新たな付加価値の創造による商品開発とブランド化、また施設化に取り組み、新産業の創出や新規就農者の雇用につなげ、地域産業の活性化を図ります。

また、国内でも有数のワインエリアとして成長しようとしているワイン産業を“生産”と“消費”の両側面から振興を図るとともに、「ワインシティ・とうみ」のブランドイメージを向上させる支援に取り組みます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
GAP ^{※5} 認定取得経営体数	2 経営体	5 経営体
市内ワイナリー出荷額	210,000 千円	245,000 千円
市内ワイン生産本数	133,000 本	150,000 本

ワイン産業の振興とブランド化

＜主な事業＞

- **東御市産ワインのプロモーション事業**（6次産業化推進室）
…東御ワインフェスタの開催支援等の東御市産ワインのプロモーション事業を引き続き行い、東御市産ワインの知名度向上及びブランド力の向上を図ります。

- **千曲川ワインバレーの魅力発信拠点の整備**（6次産業化推進室）
…市内にワインの魅力を学び、味わい、栽培技術を研鑽し、体験できる拠点施設等を機能別に整備します。ワイナリーやヴィンヤード、または史跡や自然などの魅力を楽しむフットパスを整備することで、地域全体の活性化を積極的に図り、小規模ワイナリーの販路拡大につなげます。

- **スマート農業の推進**（農林課）
…ワイン用ぶどう団地が整備されたことで、AI^{※6}・IoT等の技術の導入により、ワイン用ぶどうの栽培行程の省力、効率化を図ります。

2 基本目標Ⅱ：

「とうみ」への新しい人の流れをつくる

◆基本的方向

これまでの歴史・文化・自然を求める来訪者に加え、高地トレーニング施設環境の整備により、新たな“交流の入り口”となった「湯の丸高原」やワイン産業の進展に伴い、本市主要観光施設への来訪者数は、2014 年を境に増加傾向を示しています。

スポーツやワインなどを基軸に、当市の魅力をプロモーションすることにより、“人の流れ”を確かなものにし、新たな関係人口を創出します。

また、「食」資源の強みを活かしたプロモーション活動を展開することにより、「食」を通じた生産者と消費者の関係性の構築にも取り組みます。

更に、本地域との深い関わりをもてる地域外ファンの獲得につなげるとともに、地域の価値を共有する地域外ファンとのネットワークを拡げ、個人や企業などのふるさと納税人口の確保・拡充や本市への人口の還流を促進します。

<施策1>：観光振興による交流人口の創出・拡大

豊かな自然や歴史、文化、食などの地域特有の資源に観光コンテンツを組み合わせ、付加価値を高めます。特にワインツーリズムとしては、ワインぶどうの生産地でしか味わうことのできない地域固有のアクティビティを確立することで、国内外から多くの方々を本市へ呼び込みます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
観光消費額	46.2 億円	50.5 億円
観光入込客数（湯の丸高原、海野宿、芸術むら公園）	886,200 人	940,500 人
体験型プログラム利用者数	51 人	2,400 人
ワイン&ビアミュージアム来館者数	7,539 人	10,500 人

◆具体的な施策

魅力ある観光地づくりと体験型滞在観光の形成

<主な事業>

- ・ **ワインを基軸とした広域周遊観光圏形成事業**（商工観光課×6次産業化推進室）

…ワイン&ビアミュージアムを周遊の起点とし、市内ワイナリーや千曲川ワインパレー特区構成8市町村と連携を図りながら、「とうみ」への新しい人の流れをつくり、魅力ある観光地づくりと体験型滞在観光の形成を図ります。

・ **インバウンドの誘客・受入環境整備事業**（商工観光課）

…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、情報媒体の活用による外国人の誘客促進を図るとともに、Wi-Fiスポットの強化、多言語対応の観光案内や解説看板の設置の整備など、受入体制を整えます。

・ **テーマ・ストーリー性のある滞在・交流型観光推進事業**（商工観光課）

…地域資源の魅力を磨き、来訪者の感動・共感を得ることでリピート率（再訪率）の向上を図ります。また、民泊・農泊事業者との連携をしながら、地域そのものの魅力を知ることができる機会を創出・提供します。

・ **本市の食・農山村・農業を体験する着地型観光の推進**（商工観光課×関係課）

…ワインツーリズム、グリーンツーリズム、ネイチャーツーリズム、スポーツ・ヘルスツーリズムなどのコンテンツを組み合わせることで着地型観光を推進します。

また、地域固有の価値を活かした魅力ある食の提供を支援します。

観光地域づくりを担う人財の育成と地域ホスピタリティの向上

<主な事業>

・ **観光地域づくりの推進**（商工観光課）

…（一社）信州とうみ観光協会がDMO法人に登録されたことから、コーディネート及びプロデュース機能を強化し、地域内の観光関連情報の集約を行いながら、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。

<施策2>：地域資源を活用した個人や企業の関係人口の創出・拡大

湯の丸高原の高地トレーニング施設での合宿が、自己のパフォーマンス向上に最適であるとしてリピーター化しているアスリートや、こだわりをもって農作物を生産する農業者やワインの造り手の想いに共感し、本市を愛着のある場所として応援して下さる多くの人々は、すでに本地域との“関わり”をもっています。

こうした地域や地域の人々と多様に関わる地域外の多くの人財や企業の力を地域に取り込んでいくことにより、新たな内発的発展の原動力にしていくとともに、多くの域外の人財と企業とのネットワーク網の拡大を図り、継続的な関係性を築くことにより、持続可能な地域づくりにつなげます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
リピーター率	46.7%	50.2%
湯の丸高原スポーツ交流施設利用者の市内宿泊者数	5,200泊	16,000泊
東御市公式ファンクラブサイト『とうみにてい』会員数	0人	1,500人

◆具体的な施策

地域産品を活かした都市と農村の共生・対流の促進

<主な事業>

- ・ 大田区を中心とした自治会・商工業者との交流による農産物販路拡大事業（農林課×商工観光課）
…首都圏での特産品販売を通じた販路拡大に合わせて、農業・農山村体験ツアーをセット化した農都交流の促進に取り組みます。

- ・ 関係人口によるワインクラスター創出事業（企画振興課×商工観光課）
…ワインを基軸として、都市住民とC S A^{※7}など新たな取組みを展開することで関係性の深化を図るとともに、民間企業を関係案内人^{※8}に他のニュータウン人口との関係性の拡大に取り組み、農山村地域の活性化を図ります。

湯の丸高原を基軸とした新たな社会的ネットワークの形成

<主な事業>

- ・ 湯の丸ツーリズムプロジェクト・プロモーション事業（文化・スポーツ振興課）
…湯の丸高原高地トレーニング施設へスポーツ合宿で訪れているアスリートの満足度向上に加え、市民ランナーなどのアマチュアスポーツ層を新たなターゲットとし、スポーツイベントの開催や首都圏の関係団体や企業へのプロモーション活動を行い、スポーツ誘客の拡大を図ります。
- ・ ファンクラブサイトを活用した関係づくり構築事業（企画振興課）
…東御市ファンクラブを設立し、市の魅力発信に加え、会員へのインセンティブの付与、自治体ポイントとの連携を視野に、市のファンを獲得します。また、地域住民を核として、継続性の有る交流の輪を広げます。

(3) 東御市農業振興計画

1 目指す姿

東御市農業振興計画では、東御市の農業の将来像を

「農業・農村を守り、育み、

自然と調和した地域を、次世代へ伝えていこう」

を目指す姿とします。

- ・東御市には、地域の特性を活かした特産品が数多く存在します。この特産品を大いに活用し、基幹産業である農業を中心に活力ある地域を再生し、全ての農畜産物の生産者が夢を描いて生産活動に取り組み、多くの人々が当市で暮らしたい、移住してきたいと感じられる、自然と調和した地域を次世代へ伝えていきます。
- ・高品質な農産物資源の強みを活かし、新たな付加価値の創造による商品開発とブランド化、また施設化に取り組み、ワインを基軸とした他産業とも連携を図りながら、地域産業の創出や活性化を図ります。

(4) 農産物ブランド化、6次産業化の推進

課題 農畜産物に対する安全・安心志向が高まることに加え、消費者のニーズは、多様化しています。「価値のあるものは、価格が高くても購入」する傾向もあり、産業構造も「大量生産大量消費」から「少量生産多品目消費」へ変化しています。

方針 多様化する消費者のニーズに応えるため、次の施策を展開します。

①八重原米や信濃くるみなど、GI登録を推進し、地域名を記す東御ブランド化を図ります。加えて、1次産業から6次産業化への起業過程において、地域ブランドの創出及び地域産業の活性化に協力します。

②国内でも有数のワインエリアとして成長しようとしているワイン産業の振興を図るとともに、「とうみ・ワインシティ」のブランドイメージを向上させる支援に取り組みます。

基本施策 1－（３）東御ブランドの確立とマーケットの創出

**個別施策 1－（３）－１）
6次産業化の推進**

【施策内容】

- ① ワイン産業を機軸とした農畜産物のブランド化の推進
- ② 商工観光産業との連携強化によるブランド力の向上
- ③ 生産・流通・加工施設等の整備と利用促進
- ④ 新規特産品の振興、農産物加工による起業支援

●目指す姿

- 意欲的な農業者が、食品産業事業者や他の農業者と連携を図り、農畜産物や食品等の生産・加工・流通過程において、新たなバリューチェーン（価値の連鎖）が構築され、東御市産の農畜産物の付加価値が創出されることを目指します。
- 市内に数多く点在する個性豊かな小規模ワイナリーが高品質なワインを生産し、東御市が千曲川ワインバレーの中心的存在となることを目指します。
- 商工観光産業との連携が確立され、双方の産業の利益向上につながることを目指します。
- 東御市産の原材料を用いた新たな加工品等が開発され、供給体制が整うことを目指します。
- 市の特産品が安定生産され、東御市ブランドが確立することを目指します。

●展開する事業・取組み

- 農業と商工観光業とのマッチングについて、支援を行います。
- ワイン用ぶどうの安定生産、東御市産ワインのPR活動などを支援することにより、ワイン産業の発展を推進します。
- 広域ワイン特区を活用し、近隣市町村との連携を図ります。
- 農産物の生産や加工品の製造の省力化を行うための機械化を推進します。
- くるみのブランド力向上のため、収穫、選果、破殻の機械化による生産コスト低減のための支援をします。
- 果樹、野菜、花きなど幅広く市の特性を活かした農畜産物の付加価値の創出及び東御ブランドの確立を推進します。

基本施策２－（２）農業から発信する豊かな市民生活の創造

**個別施策２－（２）－１）
食文化の創造**

【施策内容】

- ① 地域に根ざした食の普及
- ② 地産地消・食農教育の推進
- ③ ワインに親しむ文化の振興
- ④ 市民と協働したワインツーリズム

●目指す姿

- 市民に地元の農畜産物を使用した食文化が形成されることを目指します。
- 市内の保育園・小中学校等において、食農教育が行われ、子どもたちの地元農畜産物に対する理解が進むことを目指します。
- 市内の飲食店等において、東御市産の農畜産物を用いたメニューが拡大されることを目指します。

- 地域に根ざしたワイン産業として、他の農作物との調和がとれた地域循環型のワイン文化が確立することを目指す。
- 市民の中にワインとともに地元農畜産物を使用した料理を親しむ文化が浸透し、地産地消の推進と市内における東御市産ワインの消費量が増加することを目指す。
- 市民の間に醸成されたワイン文化が基盤となったワインツーリズムによって、東御市の魅力が向上することで、移住・定住者が増加することを目指す。

●展開する事業・取組み

- 保育園・学校給食における地元の農畜産物の供給量を増加させ、安定供給するため、農業者・ＪＡとの連携を深めて、所要の農産物の計画的な作付け等を推進します。

- 市内飲食店への地元産ワインの持ち込み（Ｂ．Ｙ．Ｏ）を推進します。
- ワインに親しむためのワイン講座、イベント等の実施を支援します。
- 地域の観光資源とワイン文化を融合させた魅力的なワインツーリズムを推進します。

基本施策２－（３）農業への理解の促進と交流の活性化

個別施策２－（３）－１）

都市との交流による農村の活性化

【施策内容】

- ① 多才な主体による農村集落の活性化
- ② 都市・農山村交流の促進と移住・定住者への支援
- ③ 多様な農業とふれあう場の拡充と滞在型体験の推進

●目指す姿

- 農村に暮らす多才な人々が参加し、地元で生産された農畜産物の直売や農産物加工品の生産・販売が盛んに行われることを目指します。
- 将来、農村に魅力を感じられるよう、都市部の児童・生徒を誘い、農業体験をはじめ多種多様な交流が生まれることを目指します。
- ワイナリー、農畜産物直売所、観光農園等を介して都市住民と農業者の交流が深まり、都市住民の移住者、定住者が生まれることを目指します。

●展開する事業・取組み

- 地域住民による地域資源を活用した次の物の取組みを支援します。
- 都市住民に対し東御市の農業・農村の魅力を発信するとともに、体験学習や修学旅行などを受け入れるための体験プログラムの開発などを支援します。
- 水稲、果樹、野菜、ワイン用ぶどう、ホップ、畜産などバラエティーに富んだ農業または農業収穫体験の実施を支援します。
- 滞在型交流人口の増加を目的に、農業体験をしてもらうため、空き家などを利用した民間宿泊施設の設置・開業に対する支援を行います。

(4) 東御市6次産業化推進計画

・生食用ぶどう

巨峰は、昭和31年に栽培を開始し、東部地域農業の基幹作物として取り組んでいます。昭和37年になると、団地造成「中屋敷ぶどう団地」がはじまったことと、巨峰部会を中心とした、栽培技術の研究や共同出荷体制など、地域で最も統一した生産体制が生まれ、品質管理が今日まで行われています。

生食用ぶどうの栽培面積は、年々減少傾向にあります。また、品種としては、市場のニーズに対応するため、有核巨峰から、無核巨峰、ナガノパープル、シャインマスカットを中心に徐々に無核ぶどうへ改植が図られています。

・ワイン用ぶどう

東御市では、平成3年に、初めてワイン用ぶどうの苗木が植えられ、平成31年度では約31.8haのワイン用ぶどうが栽培され、約62.0tの収穫があります。

日照時間の長さ、水はけの良さ、寒暖の差、少雨冷涼で風通しのよい乾燥した気候が、高品質なワイン用ぶどうの生産に繋がっています。

・ワイン

平成15年に東御市で初めてのワイナリーが開業し、現在では10件のワイナリーが開業しています（令和元年10月現在）。

東御市は、平成20年に長野県内では初となるワイン特区（とうみSunライズワインリキュール特区）を取得し、小規模ワイナリーを集積することによる特色ある地域振興の推進を図ってきました。

平成27年には、高品質なワイン用ぶどうの安定的確保を図るため、近隣8市町村（東御市、上田市、小諸市、千曲市、立科町、青木村、長和町、坂城町）で、「千曲川ワインバレー（東地区）特区」を申請し、内閣府から認定されました。

高品質なワイン用ぶどうが栽培されることで、世界にも通用するワインの生産が行われており、平成20年の洞爺湖サミットや令和元年のG20大阪でも東御市産のワインが提供されました。

1 基本方針

【Thank you 東御の農】～農業サイドから取り組む6次産業～

東御市で生産される農産物に感謝し、東御市産農産物の付加価値向上や農業者の経営の安定、所得の向上及び地域の雇用拡大などを目指し、6次産業化によるイノベーション^{*15}が起きるよう、農業をはじめとするあらゆる業種が地域一丸となって取り組みます。

2 目指す方向

(1) モノづくり

「魅力的な地域資源の掘り起こしと地域産業の連携による売れる商品づくり」

本市の農産物そのものの力を生かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起こし、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

(2) 出口づくり

「出口（販売）を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャンネルの活用」

長野県等と連携し、農業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携を深めるなど、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャンネルを活用して出口を広げます。

(3) 人づくり

「産・学・官・金・福のネットワークによる担い手の育成支援と6次産業化の意識啓発」

県内の6次産業化に関わる団体等で組織されている「信州6次産業化推進協議会」との連携を強化することにより、必要な人材や地域リーダーを含めた人材育成の機会を創出します。また、食を通し6次産業化に対する市民の理解を深めます。

出口づくり

～出口（販売）を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャンネルの活用～

長野県等と連携し、農業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携を深めるなど、観光や伝統文化等を含めた、あらゆるチャンネルを活用して出口を広げます。

【推進方策】

1 販路拡大の強化

（１）販路拡大に向けた商談会等の情報提供（課題「出口づくり」①）

新たに開発された商品等の情報を集約し、小売・流通業者に紹介する取組や商談会の情報提供や各種イベントの開催などにより取引の拡大を支援します。

〔主な取組〕

- ・地域産品振興事業補助金による支援
- ・開発された商品等の情報を集約し、小売・流通業者への情報提供

（２）web や SNS を有効に活用した販路の拡大（課題「出口づくり」①）

生産者と消費者が直接結ばれるインターネット時代に対応するため、特設サイトの開設・運営を支援するなど更なる販路の確保と拡大を推進します。

〔主な取組〕

- ・東御市クラウドファンディング活用支援補助金による支援

（２）対面販売の推進と直売所等への支援（課題「出口づくり」③）

生産者と消費者の顔の見える信頼関係を築き、地元農産物の生産・消費拡大を図るため対面販売を推進します。また、そのサービスを提供する場として農産物直売所の設置・拡充支援及びマルシェ、朝市等の周知・広報に努めます。

〔主な取組〕

- ・友好都市である大田区等での物販イベント等への参加を通じた販路開拓支援

3 観光等関連分野との連携強化

(1) 「食」をテーマとした着地型観光の推進（課題「出口づくり」⑤）

地元ならではの観光素材を発掘・発信する着地型観光を推進し、地域の農産物や食文化等、本市の「食」の魅力を重点的に掘り起こすなど、新たな観光需要の創出を図ります。

〔主な取組〕

- ・御堂地域活用構想の推進

(2) 観光資源を活用した特産品の販売促進（課題「出口づくり」④）

本市の気候・風土により生み出される本市ならではの特産品を地域の観光資源と組み合わせてPRすることにより、特産品の販売促進や観光地としての魅力の向上を図ります。

また、観光地を訪れる外国人観光客に対してもPRを図ります。

〔主な取組〕

- ・農業団体育成事業補助金による支援（東御ワインフェスタ等）
- ・東御市産ワインの魅力発信拠点の整備

(3) 宿泊施設、飲食施設における地域の農産物の活用（課題「出口づくり」④）

旅館・ホテル、飲食施設等において、特産品などの活用や、食文化等を含めた地域の農産物の活用を促進し、農業と観光との連携による相乗効果を高めます。

〔主な取組〕

- ・東御市雇用創造協議会で開発した料理（とうもろこし粉を活用したママリーガチップス、とうみガレット等）の普及促進

(4) 千曲川ワインバレー（東地区）特区による広域連携の強化

（課題「出口づくり」④）

近隣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）で広域ワイン特区「千曲川ワインバレー（東地区）特区」を取得したことを契機として組織された千曲川ワインバレー特区連絡協議会での取組を通して、広域連携の強化を図ります。

〔主な取組〕

- ・千曲川ワインバレー特区連絡協議会での構成市町村との連携強化

(5) 第2次東御市観光ビジョン

(4) 新たな課題

第2次東御市観光ビジョンのこれまでの取り組みを通じて、明らかになった課題は次のとおりです。

① KPI（重要業績評価指標）の設定

～地域経済の「見える化」による“観光地域づくり”～

観光地域づくりとは、地域の多様な資源を活用しながら、「観光」を軸に地域へ来訪者を誘い、観光交流から生じる様々な効果を活かして、地域の活性化につなげていく取り組みのことです。

観光戦略を立案するうえで、地域経済の「見える化」によって経済的側面を計測し、「観光消費額」、「延べ宿泊者数」、「来訪者の満足度」、「リピーター率」等を指標として、実態を継続的に把握する必要があります。

② 観光集客核拠点の整備 ～市内三大観光地の魅力の把握・再構築～

「湯の丸高原」、「海野宿」、「芸術むら公園」は、東御市の三大観光地とされ、市内の観光集客において大きな割合を占めています。それぞれ特有の景観・ロケーションから、来訪者の嗜好に合わせた滞在プランを構築することができる強みがある一方で、そうした魅力が活かしきれていないという課題があります。

③ 食・物産のブランド力を活かした観光ルートの形成

～ワインを基軸とした新しい観光交流の形・関係人口の創出～

新たな産業として根付いた“ワイン”を軸に、本市の豊かな「食」資源を磨き上げ、東御市に迎え入れた来訪者を、それぞれの観光地へと結びつけるエンタランス機能の発揮が求められます。

また、これと併せて、交通インフラの充実を図るとともに、周辺自治体との協力のもと、広域周遊の実現のための誘客・送客の仕組みを作り上げることが必要です。

④ 観光推進体制の充実 ～DMO 機能を備えた観光協会と市との役割分担～

市は、観光振興政策の立案と施策の推進に限らず、観光資源の維持・保全、社会資本整備といったハード面を、観光協会は、マーケティングに基づいた「観光地域づくり」を実践していくというソフト面を担うことで、ハード・ソフトの両面から観光ビジョンの展開を図ることが必要です。

⑤ インバウンド観光の推進

～台湾「田中駅」姉妹駅提携を契機とした台湾からの誘客戦略～

しなの鉄道が行った台湾鉄路の「田中駅」との姉妹駅提携を活かし、軽井沢を訪れている台湾を中心とした東アジアの外国人観光客をターゲットとして捉え、しなの鉄道等の交通網を活用した、東御市の魅力的な観光コンテンツを効果的に提示していく必要があります。

『標高差 1500mの“地域ストーリー”がつむぐ“交流”のまち』 ～ “感動”と“幸せ”の共感が生まれる地域を目指して～

※⑧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。

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

【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。

（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。

(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、木曾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。

【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。

(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組み込み、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。

(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。

<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認するため、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。



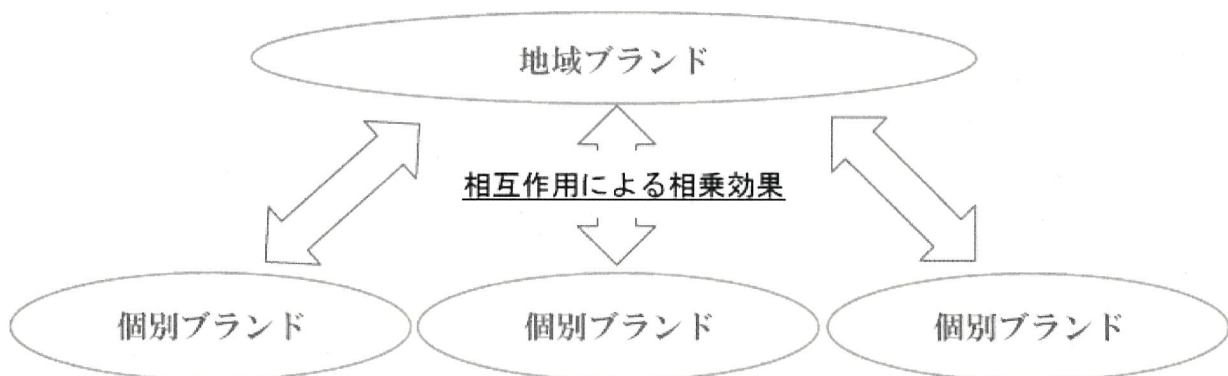
(6) 東御市シティプロモーション戦略

東御市の地域ブランドメッセージ

ほどよく、田舎。とうみ
～ 天気がいい、居心地がいい、人がいい ～

地域ブランドメッセージは、これまで移住・定住施策の取り組みにおいて発信してきたメッセージであり“東御市ならではの暮らしの魅力そのもの”であると考えます。

個別資源の付加価値（個別ブランド）の発信メッセージではありませんが、東御市の全体的なイメージの向上と浸透を図ることによって地域総体の価値を向上させ、「行きたい」「住みたい」といった意識や行動の喚起につなげます。



※企業でいう「企業ブランド」と「商品ブランド」の考え方に同じ！

【市の有する個別ブランド】

湯の丸高原スキー場、湯の丸高原スポーツ交流施設、池の平湿原、道の駅雷電くるみの里、芸術むら公園、海野宿、とうみワイン&ピアミュージアム、梅野記念絵画館、温泉施設、巨峰、シャインマスカット、地ビール、東御市産ワイン、くるみ、そば、米、黄金シャモ、白土馬鈴薯、力士雷電、自然、住みやすさ...etc

事業⑤	地域間交流の推進による東御ブランドのPR				地域づくり・移住 定住支援室 農林課 商工観光課
事業内容	東京都大田区をはじめとする地域間交流のイベントにおいて地場産品やワインをPRし、東御市の認知度向上を図ります。				
アウトプット	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	大田区ふれあい広場やフェスタ等において直売やワインの試飲等によるPR →				

事業⑥	首都圏でのワイン会開催による東御ワインのPR				6次産業化推進室
事業内容	首都圏でワイン会を開催し、ワイナリーオーナーと共に東御ワインの魅力をPRすることで、東御ワインの認知度向上とブランド化を推進します。 銀座 NAGANO の活用				
アウトプット	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	銀座 NAGANO 等での東御ワインのPR →				

(7) 信州ワインバレー構想 グレードアップ版 2020

2月現在)】

【千曲川ワインバレー】(34 場)
たかやしろファーム(中野市)
サンクゼール(飯綱町)
小布施ワイナリー(小布施町)
ヴィニクローブ(高山村)
川島醸造(高山村)
カンティーナ・リエソー(高山村)
信州たかやまワイナリー(高山村)
ドメーヌ長谷(高山村)
マザーバインズ長野醸造所(高山村)
楠わいなりー(須坂市)
西飯田酒造店(長野市)
イルフェボー(千曲市)
坂城葡萄酒醸造(坂城町)
ファンキー・シャトー(青木村)
シャトー・メルシャン梶子ワイナリー(上田市)
アトリエ・デュ・ヴァン(東御市)
アパチャーファーム&ワイナリー(東御市)
アルカンヴィーニュ(東御市)
ヴィラデストワイナリー(東御市)
カーヴハタノ(東御市)
496 ワイナリー(東御市)
ツイチラボ(東御市)
ドメーヌナカジマ(東御市)
ナゴミヴィンヤーズ(東御市)
はすみふぁーむ(東御市)
ほんじゅーる農園醸造所(東御市)
リュードヴァン(東御市)
レヴァンヴィヴァン(東御市)
アンワイナリー(小諸市)
ジオヒルズワイナリー(小諸市)
テール・ド・シエル(小諸市)
ドメーヌ・フジタ(小諸市)
マンズワイン小諸ワイナリー(小諸市)
たてしなっブルワイナリー(立科町)

【ハケ岳西麓ワインバレー】(2 場)
ドメーヌ・カマクラ(水掛醸造所)(原村)
ハケ岳はらむらワイナリー(原村)

第2章 「本構想」の目指す姿

2 信州ワインバレー構想 2.0

旧来より、世界のワイン産地は谷地に広がる場合が多く、ニューワールドを中心に、ナパ・“バレー”、ソノマ・“バレー”（アメリカ）、ハンター・“バレー”（オーストラリア）などの、「バレー」＝「谷地」という本来の意味を超え、「ワイン産地」という意味での使用がなされてきました。国内でも「信州ワインバレー構想」をひとつのきっかけとして、各所・各地で「ワインバレー」という言葉が定着してきました。

今後も、国内の「ワインバレー」の先駆者として、県内各地でワイン用ぶどうやワインの生産が盛んな本県を「信州ワインバレー」とし、栽培から醸造、消費にわたる産学官連携の振興策として「信州ワインバレー構想 2.0」を策定し、産地全体の魅力をより高めていきます。

また、プロモーションの展開にあたっては「信州ブランド戦略」（平成 25 年（2013 年）3 月長野県観光部信州ブランド推進室（現・長野県営業局）策定）に基づき、国内で産地を P R する場合は「信州」、ワインの呼称は、世界を意識して「NAGANO WINE」を用います。

3 目指す姿

「本構想」では、「前構想」の目指す姿を更に深めていくため、10 年後の目指す姿を新しく据えることとしました。

美しい風土の中で
高品質なワインと香り高い文化を育む
信州ワインバレー
— 世界が恋する、NAGANO WINE —

信州が誇る名峰の山麓に広がる丘陵地。日照時間が長く、昼夜の寒暖差が大きい最適の気候に恵まれたその土地では、良質なワインぶどうが育てられ、そのポテンシャルを十分に引き出した上質なワインが醸される。

ワインは、その土地の価値を表現するアートである。

ワインと農業に魅せられた人びとが信州に集い、あふれる自然に囲まれた田園で、それぞれの風土の美質を表現するために人生を捧げている。その持続的な営みは美しい景観と多様な物語を生み出し、地域と世代を超えたつながりが人の輪を広げて、ワインのある食卓を求めて多くの人が世界から訪れる。

ワインによる絆は豊かな暮らしの文化を育み、幅広い裾野をもつワイン産業の発展は、観光や飲食をはじめとするさまざまな分野で地域経済を活性化する。

NAGANO WINE を世界で評価される高みに位置づけ、ワインバレーに香り高い文化の花を咲かせて、信州の魅力を世界に発信すること。

それが「信州ワインバレー構想 2.0」の目指す姿です。

第2節 ワイン文化の醸成

長野県内のワイン産業が持続的な産業として根付いていくためには、持続的な生産とともに、県内外でワイン文化が根付き、県民や長野県内を訪れた方がワインを楽しめる環境がつくられることが望まれます。

1 認知度向上とファンづくり

NAGANO WINE が県内外で楽しめるためには、新規参入した若手ワイナリーを含めた県内ワイナリーや NAGANO WINE 全体の認知度向上を図るとともに、各ワイナリーや NAGANO WINE 全体としてファンを獲得し惹きつけ続けることが重要です。そのためには、まずは NAGANO WINE とそのおいしさの理由、ワイナリーやワイン用ぶどう栽培者などについて知ってもらい、その魅力を感じてもらうための取組が求められます。

1-1 県内でのイベントの開催

長野県がワインの産地として発展していくためには、まずは地元での消費の拡大とワイン文化の浸透をさらに図っていく必要があります。そのため、商工団体・観光DMO・市町村・県等が協力し、県民を対象としたPRイベントを開催していきます。

- ワインにまつわるセミナーなどの開催
- NAGANO WINE の県内普及につながる活動
- 「信州地酒で乾杯の日」を活用した NAGANO WINE のPR
- 県内外の消費者に NAGANO WINE の魅力を伝える人材を育成するため、観光関連事業者や飲食店等に向けた NAGANO WINE の魅力を啓発
- 日本酒やクラフトビール等と連携した県産酒類の魅力を相互に盛り立てるイベントの実施

1-2 県外でのイベントの開催

信州と言えばワインと容易にイメージされるようなワイン文化を醸成していくためには、普及に向けた訴求力が大きい東京、名古屋、大阪の三大都市圏をはじめ、県外でのPRイベントの開催が求められます。

- 一般消費者が NAGANO WINE を知るためのきっかけとなるイベントの開催
- 酒販店や百貨店等における NAGANO WINE コーナー設置の働きかけ

1-3 効果的で多様なウェブプロモーションの展開

1年ごとに土地とその年々の気候の特徴が反映された醸造がなされ、新しい情報が更新されていくワインにとって、その情報を県内のみならず、県外、海外へと広く情報発信していくうえで、蓄積性・公開性の高いホームページや即時性・拡散性の高いソーシャルネットワーキングサービス（SNS）は重要な情報発信ツールとなります。

より多くの方に NAGANO WINE を知っていただくため、「NAGANO WINE オフィシャルサイト」のコンテンツを充実させるとともに、ワイナリー等の SNS 発信等と連携した充実した情報発信を目指します。

また、近年普及が進むウェブ会議システム等も活用し、遠隔地であっても NAGANO WINE の魅力を知っていただけるような取組を推進します。

- 「ワインのある信州」の暮らしそのものを訴求する、ワインのみではなくワインを切り口とした幅広い信州の情報の発信
- ワインに関わるコラム等の掲載（食・工芸等）
- SNS 等と連携したイベント等の旬な情報の発信
- ウェブ会議システム等を活用したリモートイベントによる魅力の発信
- オンラインワイナリーツアー等、客層に応じた効果的な NAGANO WINE の PR の実施
- インフルエンサーを活用した情報の発信
- 海外に向けた情報の発信

1-4 プロモーションツールによるブランドの展開

ホームページや SNS による活発な情報発信に加え、多様なプロモーショングッズやツールを活用し、県内外に信州ワインバレーと NAGANO WINE のブランドを訴求していきます。

- ホームページ等への誘導やイベント時のアイキャッチを目的とした、ポスターやリーフレットの制作
- 信州の伝統工芸をはじめとした工芸技術と連携したワイングラス、ワインオープナー、ワインスタンドなどのオリジナルワイングッズの制作と販売
- 各ワイナリーやワイン用ぶどう栽培者の取組の概要や所在地、品質の高さなどを伝える冊子やマップ等の制作。ウェブ媒体での展開の検討。

3 他分野との連携によるプロモーションの展開

ワイン産業は、食や工芸、文化的なイベント等との連携が考えられる産業です。県内の多様な分野とワインを連携させることで、それぞれが相互的に暮らしの中に浸透し、文化として根付いていくよう取り組み、ワインをはじめとした各種分野の振興を図っていきます。

(1) ワインと食

信州の食材には、農畜産物やジビエ、チーズをはじめとした発酵食品など、ワインと楽しむことができる食材が数多くあります。ワインと料理のペアリングを提案することで、ワインの楽しみ方の幅を広げ、地消地産や地域内経済循環を推進していきます。

- 「おいしい信州ふード」との連携
- ワインに合う加工食品の開発
- ワインの種類別に取り合わせのよい食材及び調理方法の発信
- 各ワイナリーのワインと合う料理の情報の発信

(2) ワインと工芸

グラスや器などのワイン関連の商品と県内の工芸作家や伝統的工芸品とのコラボレーション等、ワインとともに新機軸で楽しみ方を提案することで、ワインを楽しむ人々の間口を広げ、多様な方がワインを楽しむきっかけを創出していきます。

- ワインと合う長野県内の工芸の情報を整備して発信
- ワイナリーが共通利用できる工芸品等、オリジナル商品の開発を検討

(3) 芸術やレジャー等との連携

海外では、ワインとアートがコラボレートしたイベントや、ワインと花、ワインと音楽、アウトドアレジャーなど、ワインを異なる側面から楽しむ取組が行われています。食や工芸に留まらず、連携できる分野を広げていきます。

- 登山やキャンプ等の自然共生型アウトドアレジャーとワインの連携
- 多様な分野との組合せの検討
- ホームページやSNS等を活用した発信

第3節 ワインをテーマにした観光地域づくりの推進

ワイン産業は、現地を訪れ、地域の景観とともに楽しむ旅に結び付くなど、優れた観光資源としての可能性を持つ産業です。長野県の観光にとって、新たな客層の獲得も含め、多くの人に長野県を訪れていただくためにも、ワインを一つの機軸にした観光地域づくりを引き続き推進していきます。

1 観光地域づくりの基盤の確立

ワイナリーをはじめ、観光地域づくり法人（DMO）などの地域内の関係者が連携し、ワインを取り入れた観光地域づくりを展開していきます。また、市町村観光協会等の連携を強化し、市町村域を越えたワインバレーやワイン産地のPRを推進し、県内外やインバウンド観光客がワインを楽しむに長野県を訪れるきっかけづくりや長野県を訪れた方が NAGANO WINE を楽しめる仕掛けづくりを目指します。

また、ワインをテーマにした観光を実施する場合、ワイナリーやグロワーといった、実際にワイン産業に携わる生産者やその関係者が観光客を受け入れることが求められます。一方で、小規模ワイナリーの多くは常に（又は時期により）来訪者の受入対応が難しい場合があります。来訪者からの需要が大きい収穫体験や収穫ボランティア、NAGANO WINE への理解を深め体感してもらうためのぶどうの栽培管理作業といった取組を体験型ツーリズムとして、観光団体、商工団体、生産者等の連携により、来訪者と受入者がともにメリットを得られるコンテンツとしていくとともに、持続的な実施に向けた地域単位の体制整備が求められます。

- 観光地域づくりのための合意形成、体制整備
- 長期滞在やバレー周遊に寄与する民間企業の投資の呼び込み
- 各観光協会が作成するパンフレットへのワインバレーの記載
- 観光協会の広域連携の推進
- ワイナリーやグロワーごとの受入体制強化の検討
- ワインやワイン関連産業の仕事体験や知識向上を目的とした旅行動機づくり
- 産地における体験型ツーリズム受入体制の整備及び着地型旅行商品の造成
- 仮想現実（VR）や拡張現実（AR）等のXR（Extended Reality）を活用したワイナリーや地域観光拠点の発信
- 「ワイナリーがある地域に住まう誇り」というシビックプライドの醸成
- 地域ごとに陣容の限られたワイナリーに代わってワイナリー等を案内できる人材を育成する体制の整備

- 観光関係事業者が長野ワインの魅力を語れるようにワインエキスパート等資格取得の支援
- オンラインツアーやタウン誌への掲載等を通じた県外在住者がワインを目的に来訪をするための仕掛けづくり
- ぶどう栽培の作業に関心のある旅行者やリゾートテレワークの実践者と生産者・醸造家の橋渡しの検討
- インバウンドの増加に向けた英語、中国語等による情報発信の強化
- インバウンドに対応できる人材の育成

2 「ワインゴーランド」と酒類ツーリズムの展開

ワインを用いた観光は、個々のワイナリーへの来訪だけではなく、同時多発的なワインイベントや地域イベント、名所・旧跡等の地域資源をワインと結びつけ、来訪者がワインバレー内や県全体を自由に周遊する「ワインゴーランド」(Wine Go Round)の展開が考えられます。

長野県は、果実酒、清酒等の酒類の免許場数を合計すると全国トップを誇ります。ワインゴーランドの展開にあたっては、日本酒やクラフトビール等、県内の他の酒類関連産業とも連携を図りながら、「ワインゴーランド」に留まらず、より広範に「山の美酒王国『NAGANO』」として県産酒類全般を県内外にPRし、「酒類ツーリズム」・「地酒ゴーランド」へ発展していくことも考えられます。

- ワインバレー内や県全体を巡回できる仕掛け
- 地域イベントや名所・名跡とワインのかけ合わせによる魅力向上
- ワイン産地やワインバレーを紹介したパンフレットの作成と配布
- 地域の魅力向上に寄与する日本酒、シードル、クラフトビール等と複合した発信