



2014.12.12

産業建設委員会協議会資料

No. 3

平成 26 年 11 月 20 日

飯田市長 牧野光朗 様

飯田市産業振興審議会

会長 柴田 忠昭



「飯田市観光振興ビジョン」の策定について（答申）

本審議会は審議の結果、平成 25 年 9 月 26 日付け 25 飯産第 274 号をもって諮問された「飯田市観光振興ビジョン」の策定について、別添飯田市観光振興ビジョン（素案）及び下記の意見を付して答申します。

記

- 1 ビジョンの実効性を高めるため、飯田市の観光が目指す姿を理念だけではなく数値目標を設定するなど、具体的にわかりやすく示すこと
- 2 飯田市の観光事業として取り組む内容が、市民や関係団体、事業者にわかるように具体的なロードマップを作成すること
- 3 観光振興ビジョンの実現のために、市、観光関連団体、事業者、市民などの役割分担を明確にして、全市を挙げて協働して取り組むこと
- 4 飯田市のみならず、周辺市町村とともに多様な観光資源が集積する地域としての魅力を発信し、リニア中央新幹線、高速道路等でこれから繋がる地域とも連携して広域観光事業をより推進すること
- 5 飯田市全体をイメージするキャッチフレーズ等により、飯田市の認知度を上げること

以上

飯田市観光振興ビジョン（素案）

平成 26 年 11 月 20 日

目次

第1部 序論.....	1
第1章 ビジョンの基本的な考え方.....	2
1 ビジョン策定の趣旨.....	2
2 ビジョンの位置づけ.....	2
3 ビジョンの期間.....	3
第2部 総論.....	4
第2章 観光の基本方針.....	5
1 飯田市における現状と課題の整理.....	5
2 今後予想される変化と飯田市の観光の可能性.....	8
3 観光の将来像.....	9
4 施策の体系.....	10
施策の体系 相関関係イメージ.....	11
飯田市観光振興ビジョンのためのゴール設定.....	12
第3部 各論.....	13
第3章 観光振興ビジョンに関する施策.....	14
施策の柱1 リニア中央新幹線や三遠南信自動車道による誘客戦略.....	14
施策の柱2 観光地としての環境形成.....	17
施策の柱3 観光の魅力向上.....	20
施策の柱4 観光情報の提供と誘客の促進.....	24
施策の柱5 人材の育成・コミュニケーション.....	26
第4章 観光振興を推進するために.....	28
観光振興をすすめる組織の役割.....	28
資料編 飯田市の観光を取り巻く状況.....	33
1 観光に関する近年の潮流.....	33
2 近年の全国的な観光を取り巻く動向.....	34
3 飯田市の観光イメージと現状.....	39
4 飯田市の観光を取り巻く環境.....	48

第 1 部

序論

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

飯田市では、第5次飯田市基本構想後期基本計画における都市の将来像として、「住み続けたいまち 住んでみたいまち 飯田 人も自然も輝く文化経済自立都市」が掲げられています。本市が目指す文化経済自立都市とは、“どの時代においても素晴らしい環境下において、市民一人ひとりが活気にあふれたまち”であることであり、地域の現状を踏まえ、地域経済の自立度の向上や人材の獲得に優先的に取り組み、早期に地域の状況の改善が目指されています。

まちの「自立」に向けた地域経済活動の活性化において、本市ならではの魅力ある資源を効果的に発信し、人を呼び込んでいく「観光振興」の視点は、欠かすことができません。また、今後、リニア中央新幹線中間駅の建設や、三遠南信自動車道の全面開通が予定されています。このため、新交通網時代を見据えた観光振興施策の推進が求められており、ここにその指針となる観光振興ビジョンを策定します。



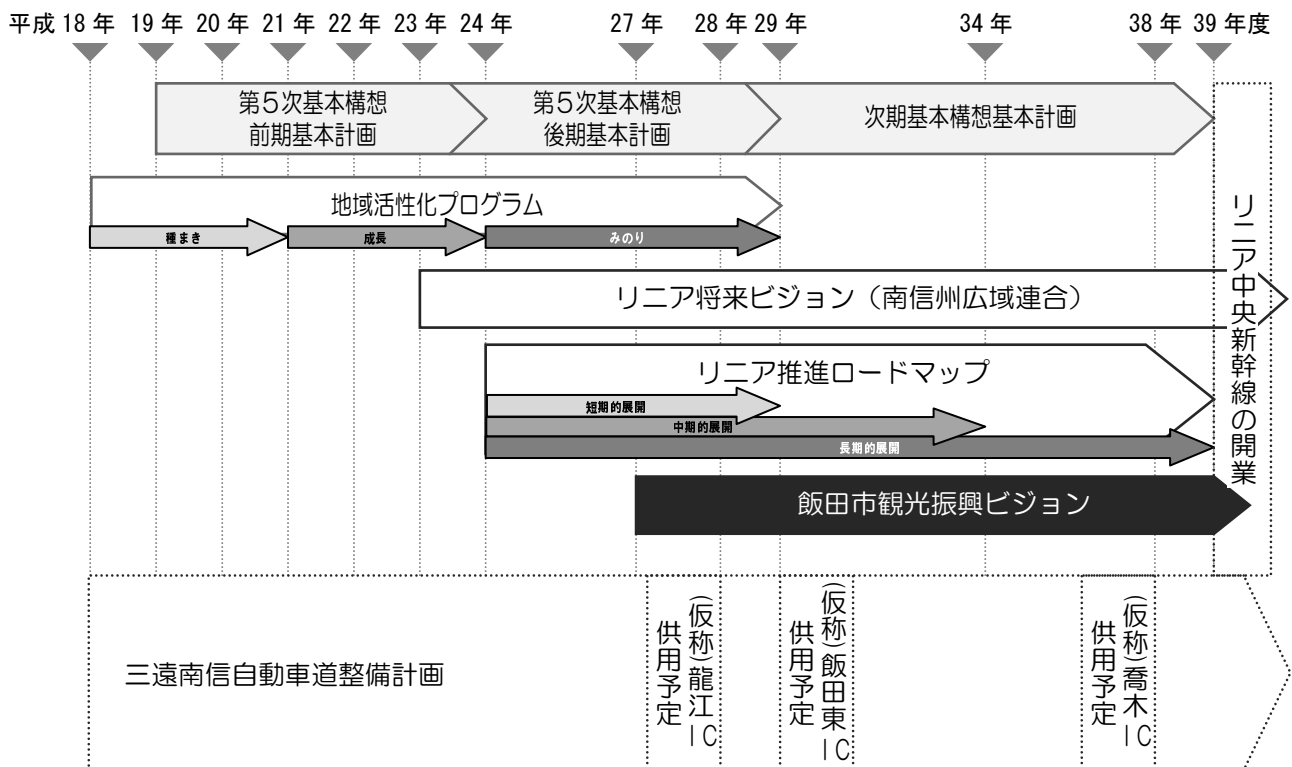
2 ビジョンの位置づけ

このビジョンは第5次飯田市基本構想後期基本計画をはじめ、本市の観光振興を目的に歩むべき方向を示すとともに、関連する推進施策等についてまとめたものです。

3 ビジョンの期間

このビジョンは本市における三遠南信自動車道の全面開通や、リニア中央新幹線中間駅の建設などによる観光を取り巻く環境の変化を見据えながら、長期的な視点によるビジョンを設定するものであり、必要に応じて見直しを行います。

■観光振興ビジョンと他の計画・ビジョン関連との関係



第 2 部

総論

第2章 観光の基本方針

1 飯田市における現状と課題の整理

■飯田市の観光の現状と背景

飯田市の観光は、以下のような様々な背景により、観光地利用者数・観光消費額について減少傾向が続いています。

- (1) 団体から個人／小グループ化する旅行者ニーズの変化への対応が遅れていること
- (2) 観光客誘致のための様々なPR活動・情報発信方法の変化への対応が遅れていること
- (3) 交通拠点から各観光拠点への公共交通機関等が旅行者にとって不便であること
- (4) 山岳や農山村利用中心の観光プログラム以外の新たな地域資源を活用したプログラムづくりが進んでいないこと
- (5) 旅行者の高齢化による減少、低価格志向と日帰り客の割合が高いこと

更に貸切バスの新運賃・料金制度の導入により、今後日帰りバスツアーへの影響が指摘されています。これらを課題別に指摘すると以下のような内容になります。

現状と課題1（人材育成、地域活性化）

飯田市では豊かな自然とそこに息づく市民の暮らしが魅力の一つとなります。他の観光地との差別化を図るためにも飯田市のライフスタイルを、観光の魅力として周知していくことが必要です。しかし、市外の知り合いに市の良さを伝え来訪を誘う、特産品を市外の知り合いに提供するといった行動をとったことのない市民が多いという調査結果もあり、市民の観光に対する認知度や参加意識の向上、飯田市への誇りの醸成を図る必要があります。

一方、飯田市の総人口は減少傾向にあり、定住人口の減少が目立つ中山間地域における交流人口の増加は重要となっています。ニューツーリズムの推進による国内外の観光客の増加、中山間地域の地域性を活かした交流事業を展開することで、地域を活性化させる必要があります。

現状と課題2（情報発信、環境整備）

財団法人日本交通公社が行った「旅行者動向2010」調査の結果をみると、飯田市は認知度が低く、来訪意向も高くはない状況であり、来訪経験のない人にとっては印象の薄い観光地であることが予想されます。

今後、リニア中央新幹線や三遠南信自動車道の全面開通により各都市とのアクセスが改善されるため、各メディアや情報通信技術等の活用による効果的なプロモーションが必要です。また、市内の観光拠点までの新たな交通形態の構築のほか、東京オリンピックの開催や国の政策による訪日外国人の増加、更に高齢者や障がい者にも対応した細かなニーズに対応した環境整備が必要です。

現状と課題3（観光地としての魅力）

財団法人日本交通公社が行った「旅行者動向 2013」調査結果をみると、旅行の目的として「温泉旅行」「自然体験」「グルメ」が高くなっています。

飯田市の観光地利用者延数は、長期的な推移でみると減少しており、観光地利用者の95%程度が日帰りでの利用となっています。

一方で、「ほんもの体験」をプログラム化した体験教育旅行や、産地ツアー、ワーキングホリデー飯田など、この地域の生活体験や人的交流を魅力として集客できる成果も上げています。

旅行者の目的を考慮した地域の自然を利用した体験プログラムと温泉施設の組み合わせ、健康・環境・スポーツ・文化などの分野と連携した地域主導型旅行商品の開発、地域食材を使った新メニューづくりなど新たな魅力づくりが必要になっています。

現状と課題4（外国人観光者への対応）

旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究（2010年）をみると、外国人旅行者の旅行消費は、宿泊施設サービスや飲食供給サービスに重きを置いており、旅客輸送サービスは縮小傾向となっています。

国では「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」を決定し、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向け訪日外国人旅行者数2,000万人を達成するべく、外国人旅行者誘致に向けた事業を推進しています。

飯田市においては、リニア中央新幹線の開通によるアクセス向上により、羽田空港や中部国際空港で降りた外国人旅行者の来訪が期待されます。国が進める施策に合わせ、観光情報提供拠点の充実や多言語対応、宗教や習慣への理解など外国人旅行者の受入環境の整備が求められます。また、外国語対応可能な通訳ガイドの育成など、市民の能力を活かした人材育成も重要となっています。

現状と課題5（新たな観光資源）

国の史跡の指定を受けた恒川官衙遺跡、ユネスコに認定された南アルプスエコパーク、これから建設される天龍峡に架かる天龍峡大橋、更にリニア中央新幹線の間駅については、これからこの地域にとって新たな観光資源となることが期待されています。

これらについては、これから関係機関や周辺地域住民との協議により、それぞれの保存や活用を目的とした計画が策定され、整備内容等が決められていきますが、観光利用の方向性についても合わせて決めていく必要があります。

※資料編に現状と課題に関連する資料を掲載

■飯田市の観光資源・地域特性(概略)

飯田市は東西に南アルプス、中央アルプスがそびえ、南北に天竜川が流れています。天竜川に沿うようなかたちで、中央自動車道やJR飯田線が走り、名古屋や東京方面といった都市部からの人口の流入が可能です。まち自体は自然が豊富であり「日本の原風景」を有するまちとなっています。市内には、「まちなか」「天龍峡」「遠山郷」の3つのエリアを中心に観光地が点在していますが、これまでは、これら3エリアをつなぐ仕掛けづくりに取り組んできました。今後は、三遠南信自動車道とリニア中央新幹線の開通により、劇的な変化が起こることが予想されます。現在ある自然を守りながら、大きな環境変化に対応した新たな視点で、観光に取り組むことが必要になります。



2 今後予想される変化と飯田市の観光の可能性

(1) 今後予想される変化

<住み方>

- ・リニア中央新幹線がもたらす都市圏からの移動時間の短縮は、就労や住居等への支援、希望者への情報発信をすることで、都市圏から飯田市への移住又は、週末だけ農山村で暮らす「二地域居住」を増加させる可能性がある。
- ・三遠南信自動車道の開通により、浜松市や豊橋市などからの移動時間が短縮されることで、新たな物流及び人的交流が生まれる。

<企業・研究機関の誘致>

- ・リニア中央新幹線開通により、都市圏から時間的に近く自然環境の良い飯田市は、企業研究機関等を誘致することが可能であり、誘致できる適地として情報を発信することが可能になる。
- ・今後30年以内に発生すると想定されている大震災などの自然災害にも比較的安全な地域であり、首都圏と中京圏に便利な立地が交通の利便性と併せて、ますます注目を浴びるようになる。

<環境の変化>

- ・首都圏との交通の利便性は、これまで人材輩出地であった飯田地域がその知的成熟度を背景とする新たな産業の可能性を再検討する機会を与えてくれるようになる。
- ・少子高齢化のさらなる進行のなかで、交流人口の増加と人々の住環境の変化から若い世代に対する働く場の拡充などへの期待と、国や県などによる支援も強化され、観光分野の発展への期待も高まる。

<飯田市の新たな魅力の発見・創造>

- ・山紫水明の地において、いまだ活用が進んでいない山川、そして清涼な空間の自然資源の利活用はユニークな観光体験を提供する場になる。
- ・気候変動による温暖化は、生産農産物の品目にも影響を及ぼし、高度差をもった地形を利用した新たな産物やその加工品の可能性が生まれてくる。

(2) 飯田市の観光の可能性

- ・先人が守り育ててきた自然環境体験と、恵まれた自然の持つ豊かさを知ってもらう観光
- ・観光資源の規模、性格（性質）に合わせ、住民や自然環境に負荷のかからないキャパシティに合った観光
- ・地域の誇りと生きざまに接する「ほんもの体験」を提供できる体験型観光
- ・背伸びしない、身の丈に合った無理の無いスタイルで続けられ、ホストとゲストが対等な立場で付き合える観光
- ・若者が地域の新しい魅力を活用して国際的な来訪者に接するなど刺激ある国際観光
- ・地域住民が担い手となり、経済効果が還元され、地域が活性化する観光
- ・モノの豊かさではなく心の豊かさを実感できる観光

3 観光の将来像

飯田市ではリニア中央新幹線や三遠南信自動車道による新交通網時代を迎えることによって、様々な社会環境の変化が予想され、なかでも地域の人的交流を振興する「観光産業」による地域発展が期待されています。

東京から45分、名古屋から20分で都会の喧騒を離れた、3,000m級のアルプスを眺望でき、田園風景に囲まれた地方都市に訪れることができるような時代が近づいてきています。

大都市にはない、自然と調和した暮らしや人とのつながり、心の豊かさを実感できる環境等を活かして、一過性ではない飯田独自の広く受け入れられる観光の可能性をめざしたビジョンを確立する必要があります。

新しい交通網の誕生による大都市圏からの移動時間の短縮は、この地域にある既存の観光資源も新たな価値を持つ可能性を持っています。

また、リニアによる移動時間の短縮は、国が進める観光立国政策に伴って、飯田市を訪れる外国人旅行者の増加をもたらすことが期待されます。このため、訪日外国人旅行客の受け入れができるような対応策を進めることが必要になります。また、新たな次世代型交流人口の創造により、少子高齢化等社会状況の変化にも対応した、年齢、性別、国籍、また障がいの有無にとらわれない観光体験をサポートし、提供することができる地域をつくることで、従来の観光地域づくりとは全く異なる、新しい観光の形を提案することにもつながるものと思われれます。

これからの観光に期待されているのは、地域への経済的波及効果をもたらすことだけではありません。観光の効果は、住民自身がこの地域にあるものを見直し、来訪者との交流の中で地域の新たな魅力と誇りを発見する機会を与えてくれることでもあります。

また、観光は、時代のニーズ、アイデアや技術革新により観光資源を新たに創造し、地域を活性化させる力を持っています。住民と来訪者が交流することで共に共感し合い、より品格のある街づくりに寄与することでしょう。

新たな高速交通網時代を迎え、飯田市の観光事業が、五感を刺激するわくわく感のあるまちづくりに貢献し、若者を含め地域住民にとって夢と希望の持てる都市づくりの基幹として存在感のあるものになることを目指します。

飯田市観光の目指す姿

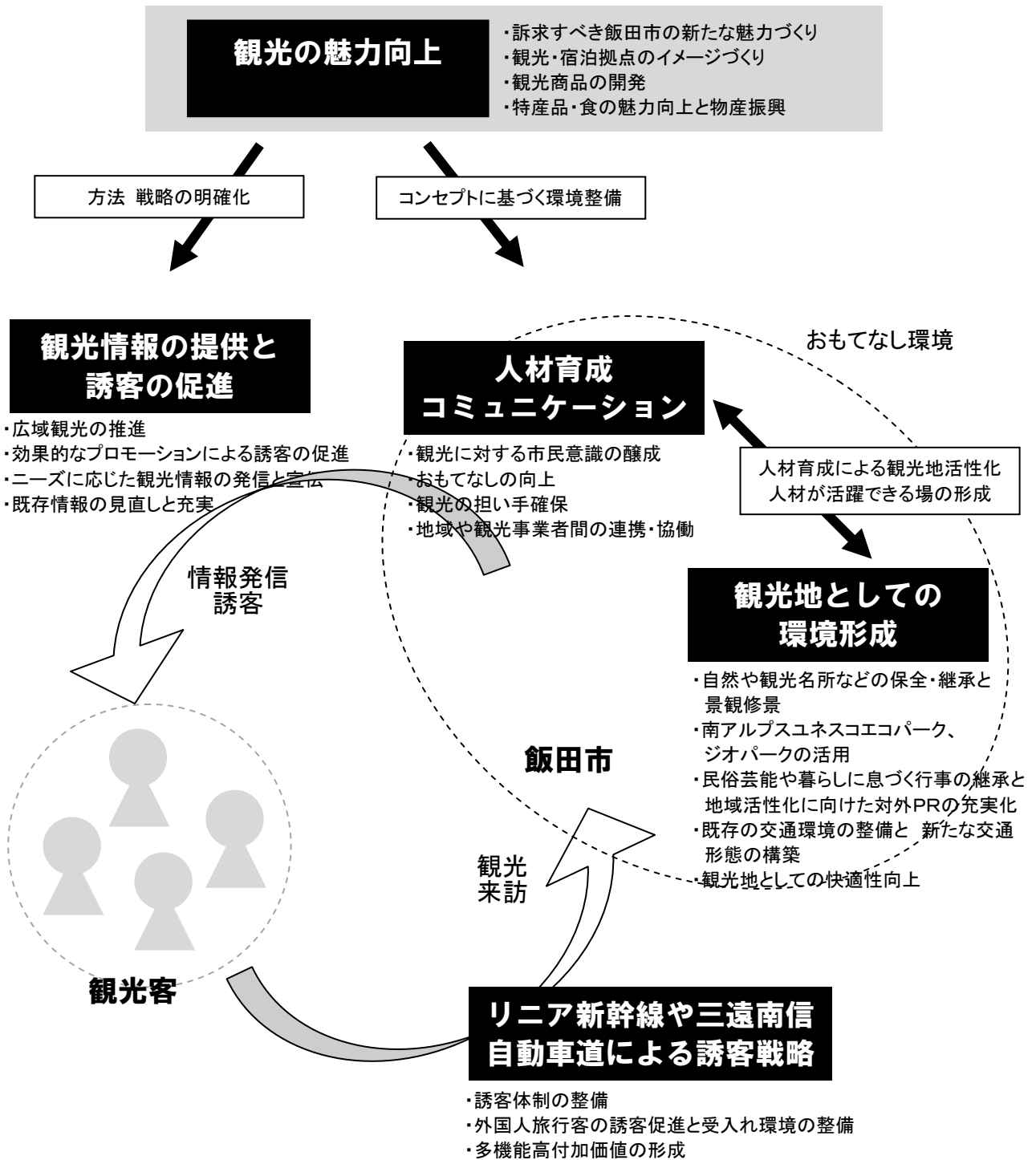
**「新交通網時代 地域のライフスタイルを保ちながら 感動の観光
共感の人的交流を実感できる 小さな世界都市飯田」**

4 施策の体系

地元企業や地域住民の参加による観光振興、観光事業による地域活性化を目指しながら、飯田市の観光における5つの柱と、それぞれの施策の展開を設定し、飯田市の観光の目指す姿「新交通網時代 地域のライフスタイルを保ちながら 感動の観光 共感の人的交流を実感できる 小さな世界都市飯田」の実現に向けて取り組みを推進します。

5つの柱	施策の展開
1. リニア中央新幹線や三遠南信自動車道による誘客戦略	わかりやすい誘客体制の整備
	外国人旅行者の誘客促進と受入れ環境の整備
	リニア駅を中心とした多機能高付加価値の形成
2. 観光地としての環境形成	自然や観光名所などの保全・継承と景観修景
	南アルプスユネスコエコパーク・ジオパークの活用
	民俗芸能や暮らしに息づく行事の継承と地域活性化に向けた対外PRの充実化
	既存の交通環境の整備と新たな交通形態の構築
	観光地としての快適性の向上
	少子高齢化・国際化・衛生環境に対応した観光客が安心安全にすごせるまちづくり
3. 観光の魅力向上	飯田市の新たな魅力づくり
	観光・宿泊拠点のイメージづくり
	観光素材の商品化と地域主導型集客商品の提供
	特産品・食の魅力向上と物産振興
4. 観光情報の提供と誘客の促進	広域観光の推進
	効果的なプロモーションによる誘客の促進
	ニーズに応じた観光情報の発信と宣伝
	既存情報の見直しと充実
5. 人材の育成・コミュニケーション	観光に対する市民の参加意識の醸成：人が観光資源
	おもてなしの向上
	観光の担い手の確保
	観光事業者間の連携・協働と地域の異業種間交流の推進

施策の体系 関係関係イメージ



飯田市観光振興ビジョンのためのゴール設定

5つの柱	こうなったらいいだ！
1. リニア中央新幹線や三遠南信自動車道による誘客戦略	多様性を受け入れる国際都市へ
	都市化するのではなく、自然と人が共存する街
	国際企業の日本支社を誘致とインセンティブの提供（例：品川駅に飯田口を設置して、優先チェックインなどの利便性を提供）
2. 観光地としての環境形成	国際人が居住できる街づくりをめざして
	飯田を中心とする世界に通用する住環境の整備（長期滞在者向け）
	新交通環境（リニア、ゴンドラ、ラウンドアバウト等）によるトップレベルの環境都市の形成
3. 観光の魅力向上	空港までの交通ネットワークを構築
	自然環境にやさしい都市づくり（電気自動車等）
4. 観光情報の提供と誘客の促進	飯田のライフスタイルに着目した観光の確立
	民俗伝統を観光資源の中心に据えた文化の発信地
	国際社会に向けてのアピールとブランド化
5. 人材の育成・コミュニケーション	自然環境を整備した保全による開発を目指す地
	リニアを中心とする日本の産学センター化
	人材育成や国際ビジネスのための各種研究センター

第 3 部

各論

第3章 観光振興ビジョンに関する施策

施策の柱1 リニア中央新幹線や三遠南信自動車道による誘客戦略

わかりやすい誘客体制の整備

リニア中央新幹線や三遠南信自動車道の高速交通網の変化に応じた誘客の促進と、リニアの中間駅や高速道路のIC・スマートインターの各交通起点周辺の情報や二次交通のためのターミナル化などを含めた地域の環境整備を目指します。

◆具体的イメージ◆

- ・首都圏や中京圏からの日帰り客誘致の強化：温泉、食、アクティビティ
本来は、宿泊を伴うツアーづくりが必要だが、リニア中央新幹線による「移動時間短縮」のメリットを生かし、気軽に訪問できることを売りにした「日帰りツアー」づくり
例) ア. 日帰り登山、ハイキング（風越山・信濃路自然歩道・天龍峡遊歩道・御池山・野底山など）
イ. 日帰り農業体験（産地ツアー、収穫体験）
ウ. 日帰りサイクリング（レンタサイクル等を利用したコース）
- ・リニア中間駅を発着点とした、新たな広域でのゲートづくり及び観光ルートづくり
例) ア. 飯田市から上伊那・諏訪方面へのバス観光ルート（伊那谷観光）：いいなルート
イ. JR 東海 最速リニア新幹線とレトロ飯田線秘境駅巡りの旅：秘境ルート
ウ. 首都圏から飯田に来て、三遠南信地域への広域観光ルート：日本真ん中ルート
エ. リニア中津川駅から、中山道の妻籠・馬籠等と大平街道の大平宿を経由して飯田市まで歩くルート：街道ウォーキングルート
オ. 飯田市と中津川市の間を、大平街道で横断するサイクリングルート：街道サイクリングルート
- ・テーマを持った駅、駅周辺のまちづくり：駅ごとに特徴のある名所づくり
- ・近隣市町村や他県との広域連携：マップ、ビューポイント、キャッチフレーズづくりなど
- ・リニアの走行が見えるポイント（展望施設）の提供
- ・大型バスの停留所やドライブインの活用（インターチェンジ周辺）
- ・リニア飯田駅からの交通機関は、ハイブリッドカー・電気自動車（EV）・水素自動車のタクシー・バス等の運行、レンタカーも環境配慮型自動車の配置を推奨する等、環境に配慮することを前面に出した取組の推進
- ・リニア時代に則した、新しい輸送機関によるリニア駅と中心市街地を結ぶ新しい交通機関の検討

外国人旅行者の誘客促進と受入れ環境の整備

今後我が国の観光振興において重要な旅客層となる外国人旅行者に対し、各対象国に応じた効果的な誘客を目指します。また、来訪した際に本市の観光を十分に満喫できるよう、情報内容や提供の仕方などを整備します。

◆具体的イメージ◆

- ・長野県が行う国際観光推進事業と連携し、海外向けの観光プロモーション活動による観光情報の発信
- ・外国人ターゲットを整理・検証した適切な対応法の確立
(国別や志向別に、関心ある観光資源・ツアー内容の検証)
- ・外国人旅行者受入れのためのインフラ整備

例) ア. 地域内における広域無料 Wi-Fi ポイントの整備
イ. わかりやすい多言語パンフレット・看板表記の推進
ウ. 外国語対応可能な市民や職場の育成
※市民の能力を活用した飯田版の外国語「通訳ガイド」の育成
※市内在住の外国人の語学能力を活用した通訳ガイド制度の検討
エ. 外国の宗教・習慣などへの理解
オ. クレジットカード使用可能施設・店舗等の充実

- ・リニア飯田駅にビジットジャパン案内所*の整備を検討
(飯田市から次の訪問先の交通情報等地元観光以外の提供窓口の設置)
- ・飯田市の情報を HP 以外で発信する拠点づくり (外国人向け PR 拠点づくり)

【用語解説】

* ビジットジャパン案内所(JNTO認定外国人案内所)

外国人旅行者がより安心して旅行することができるため、観光庁が定めた「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」に基づいた、JNTO(日本政府観光局)認定の外国人観光案内所のこと。立地条件、英語等外国語対応可能スタッフの配置状況、案内を提供する範囲、施設の機能等により、案内所は3つのカテゴリー及びパートナー施設に分けられる。

リニア駅を中心に多機能高付加価値の形成

来訪者と情報が往来するようになる中で多くの誘客を確保するため、中間駅間での交流プログラムのリスト化や独自の受付方法を開発して観光地としての差別化を図るなど、周辺のまちづくりと一体化した多機能かつ高付加価値の観光地を目指します。

◆具体的イメージ ◆

- ・リニア中央新幹線の間駅が所在する自治体間のネットワークづくりの推進
- ・首都圏と結ぶ観光及び滞在、居住を含めた情報窓口の設置
- ・リニア中央新幹線沿線都市間の交流事業起こし（リニア駅が所在する自治体との交流事業）
- ・リニア飯田駅周辺の地域と連携した広域交通拠点の機能の充実

施策の柱2 観光地としての環境形成

自然や観光名所などの保全・継承と景観修景

豊かな自然と景観、文化財は、先人から受け継がれ後世に伝えなければならない地域の宝です。多くの人に見てもらい観光資源として活用するとともに、その保全と継承のための環境整備と、必要に応じた景観修景を図ります。

◆具体的イメージ◆

- ・ 自然環境や景観を破壊しないため、必要により入場制限や立入禁止を行い、文化財を保護
- ・ 自然景観に配慮した景観条例等必要な規制の検討
- ・ 旧小笠原書院、旧山本中学校杵原校舎等の指定文化財や長姫のエドヒガン、風越山のベニマンサク自生地等の天然記念物の観光利用とともに、地域での保存・伝承活動を支援

南アルプスユネスコエコパーク・ジオパークの活用

南アルプスは優れた自然環境を有しており、ユネスコエコパーク、ジオパークに登録されています。関係地域では南アルプスの永続的な保全と持続可能な利活用に共同して取り組んでおり、新たな地域間交流の拡大、自然環境の保全と地域に根ざした伝統文化の継承など、これらの制度を活用した魅力ある地域づくりを図ります。

◆具体的イメージ ◆

- ・ 豊かな自然を観光資源として活用し、南アルプスユネスコエコパークの移行地域、ジオパークの中央構造線エリアを中心とした、自然環境の保全、自然や文化の体験学習、エコツーリズムなどの推進・支援

<参考>ユネスコエコパークの3つの地域（ゾーニング）

核心地域：山岳景観、自然環境、貴重な動植物の生息地を法的にも厳しく保護

緩衝地域：適切な保護、管理をしながら環境教育などに利用

移行地域：自然環境と調和した農業や歴史、文化を生かしたエコツーリズムを推進

- ・ 南アルプスエコパークをフィールドとしたユネスコスクール*の誘致の促進

【用語解説】

* ユネスコスクール

1953年、ユネスコ憲章に示された理念を学校現場で実践するため、国際理解教育の実験的な試みを比較研究し、その調整をはかる共同体として発足。世界中の学校との交流により、生徒間・教師間で情報や体験を分かち合い、地球規模の諸問題に若者が対処できるような新しい教育内容や手法の開発、発展を目指した取り組みを行う。180カ国で約9,000校、日本国内で約700校が加盟している。

民俗芸能や暮らしに息づく行事の継承と地域活性化に向けた対外PRの充実化

遠山郷の霜月祭、黒田人形、今田人形、獅子舞などの民俗芸能と生活に息づいている地域行事について、観光資源としても活用し、地域での継承活動や地域活性化につながるようにしていきます。

◆具体的イメージ◆

- ・ 民俗芸能への理解促進と、地域住民と見学者の双方にメリットが生まれるような関係づくり
- ・ 遠山郷の霜月祭、黒田人形、今田人形等民俗芸能の披露の場を対外的にもPRして、地域の伝承活動の活性化につながるよう支援
- ・ 伊那谷には80余の獅子舞保存会があり、「屋台獅子」*が多いことが、この地域の獅子舞の特徴。市内に33基ある獅子舞が地区内を練り歩く勇壮な姿を対外的にもPRして観光誘客と地域における保存継承活動の活性化につながるよう支援
- ・ 飯田市内では年間33か所、うち7月から9月までの間に23か所で打ち上げ煙火や特徴ある仕掛け煙火の大会が開催。当地域に受継がれた南信州の煙火*文化をPRして観光誘客と地域活性化につながるよう支援

【用語解説】

* 屋台獅子

長大な胴幕の中で獅子頭を振り動かす舞手が次々と入れ替わり、囃子方が車輪付きの屋台の中で演奏しながら練り歩く獅子。伊勢や尾張から伝わった「太神楽獅子」と大別される。毎年春の神社の祭礼では地区内を練り歩く。

飯田市では、大宮諏訪神社の式年大祭として7年に一度(申年と寅年)、諏訪大社の式年造営(御柱祭)に合わせて「飯田お練りまつり」が行われ、飯田・下伊那地区内から、40を超える獅子舞や囃子屋台・踊りなど様々な芸能が飯田市街に集まり、舞いや演奏を披露して練り歩く。また、毎年10月には市内・外20基余の獅子舞や太鼓を披露する「南信州獅子舞フェスティバル」が開催される。

* 南信州の煙火(はなび)

南信州では、神社の祭礼にあわせた奉納煙火(はなび)が多く、明治から大正時代が最盛期とされ、昭和中頃まで手づくりで煙火を製造して、その出来具合を競い合ってきた歴史がある。その伝統が受継がれ、夏から秋にかけ毎週のようにどこかで煙火が打ち上げられる。市内の2か所で同時に煙火大会が開催されることも珍しくない。

既存の交通環境の整備と新たな交通形態の構築

来訪者の観光地までのアクセスが向上するよう、交通拠点と観光地を結ぶ幹線道路の整備や観光地としての魅力向上に寄与する二次交通の整備を目指します。

◆具体的イメージ◆

- ・ リニア中間駅降車後の観光客の交通手段の検討：サイクリング、地域バス、ウォーキング

観光地としての快適性の向上

情報通信技術 (ICT) を活用した観光に関する情報提供と、来訪者にとって利便性が良く、居心地の良い環境整備に取り組みます。

◆具体的イメージ◆

- ・観光資源の説明、丁寧な解説の提供
- ・市民の観光知識やガイド能力の向上
- ・無料 Wi-Fi 等の整備による快適な情報空間づくり
- ・多言語対応できる仕組みの検討（スマートフォンのアプリケーション利用）
- ・クレジットカード使用可能施設・店舗等の充実による利便性の向上(再掲)
- ・たばこの分煙を推進、将来的には全面禁煙
- ・来訪者に好印象を与える観光地になるため、清潔で衛生的なトイレを提供

少子高齢化・国際化・衛生環境に対応した観光客が安心安全にすごせるまちづくり

高齢者や障がい者、外国人旅行者に配慮したおもてなしができる地域を目指し、誰もが利用しやすいように、バリアフリー化、ユニバーサルデザインの導入による整備に努めます。

◆具体的イメージ◆

- ・バリアフリー化、ユニバーサルデザインについて、まち歩きやサイクリング等の取り組みによる、利用者目線での現状分析と観光資源分類に基づいたゾーン化
- ・無料 Wi-Fi 等の整備による快適な情報空間づくり
- ・危機管理対応ができるように、防災訓練に宿泊施設等も参加し、災害時の観光客の安否確認や被害状況の情報を市に集約する体制づくり
- ・外国人旅行者への適切な情報提供と集約・発信（災害時等の有事の際に、適切な情報提供を行う）
- ・清潔で衛生的なトイレの提供と同時に、高齢者や外国人に対応可能な和式トイレの洋式化、障がい者や幼児連れの親子に配慮した多機能トイレ設置の推進

施策の柱3 観光の魅力向上

飯田市の新たな魅力づくり

飯田市の特徴と魅力を最大限活かすことで差別化された観光イメージの確立を図り、リニア中央新幹線、高速道路により、移動時間が短いというメリットや大都市に無い魅力を打ち出していきます。(都市部から40分で訪れる「2つのアルプスを眺望できる 日本の原風景」「民俗芸能の宝庫」「1年を通じて果物のおいしい地域」「アウトドア体験できる地域」等、飯田市が持つ魅力的かつ効果的な観光イメージづくり)

◆具体的イメージ◆

- ・リニア中央新幹線による「移動時間短縮」のメリットを生かし、気軽に訪問できることを売りにした首都圏からの旅行者向け「日帰りツアー」やプログラムの提案
- ・環境に配慮したモデルコースの設定（文化、芸能、食、四季、山川など）
- ・ハイブリッドカー、電気自動車（EV）、水素自動車*のタクシー、電動自転車、バス等の運行、レンタカーも環境配慮型自動車の配置を推奨する等、環境に配慮することを前面に出した取組の推進
- ・体験教育旅行に代表されるエコツーリズム事業として、この地域の農業や生活習慣など実生活をお裾分けすることを「ほんもの体験」としてプログラム化した体験型の観光を継続（今後も時代の変化や「移動時間短縮」による滞在時間の長さに応じた「ほんもの体験プログラム」を提案）
- ・「人形劇のまち 飯田」として、いいだ人形劇フェスタと、年間を通じて行われる定期公演や体験プログラムなど人形劇の魅力を発信した誘客への取組
- ・文化施設（美術博物館等）を玄関口（スタート地点）とした観光ルートづくり
- ・人数制限をして地域コミュニティや環境に負荷をかけないことを求める観光資源（下栗の里、ユネスコエコパーク、大平宿、木造校舎等）利用
- ・利用可能な人数に応じた観光資源の整理（天龍峡、天竜川下り、川本喜八郎人形美術館、水引工芸館、テーマパーク、観光農園）
- ・既存の観光資源の新たな切り口での利用（旧木造校舎でのセミナー開催等）
- ・地元食材を活用した和洋食料理の開発と食べ歩きコースの設定
- ・ワーキングホリデー飯田*は、市内の農家と都会の農業に関心がある方達を結び、飯田市の良さを知ってもらう人的交流事業として継続(将来的には、リニア中央新幹線による「移動時間短縮」の利便性を活かした参加者の増加、長期滞在につなげる)
- ・南信州・飯田フィールドスタディ*を継続し、訪れた大学や学生に対して、飯田市とのつながりを持ち続け、「飯田のファン」になってもらうため、市からの情報提供の継続等新たな取組の検討
- ・市内の神社の祭礼、納涼祭、灯ろう流しなどで行われる打ち上げ煙火や特徴ある仕掛け煙火を当地域の煙火文化としてPR（再掲）

- ・この地域の工場見学などものづくりの現場を観光資源として生かす、産業観光ツアーについて検討

【用語解説】

* 水素自動車

水素をエネルギーとする自動車のこと。既存のガソリンエンジンやディーゼルエンジンを改良して直接燃焼を行うものと、燃料電池により発電するものがある。

* ワーキングホリデー飯田（詳細は資料編 42 ページ）

飯田市の農繁期の農家の労働力補完を目的に、都会の農業に関心がある方達が、飯田市内の農家に滞在し、農作業体験を通じ農家の方と交流する事業。

* 南信州・飯田フィールドスタディ（詳細は資料編 43 ページ）

複数の大学の学生達が、飯田市を訪れ、様々な分野におけるこの地域の取組について、地域の社会環境や自然環境を直接肌で感じつつ、他大学の学生や地域住民との学習交流を通じて学び、自らの問題意識を高める学習プログラム。

観光・宿泊拠点のイメージづくり

旅行者の多様性・ニーズに合った、安心かつ親しみのもてる利用しやすい観光・宿泊滞在施設づくりを目指します。また、観光・宿泊拠点として必要な機能や環境を整えます。

◆具体的イメージ◆

- ・外国人旅行者対応のホテルまたは旅館の誘致（1泊2食付等、県内資本であること）
- ・少なくとも英語の通じる宿泊施設を目指した取組の推進
- ・無料 Wi-Fi の整備等による快適な空間づくり
- ・観光客の評判、関心事等の情報を吸い上げる機会づくり
- ・観光事業者の取組に対する市民の声を聴く機会づくり

観光素材の商品化と地域主導型集客商品*の提供

ライフステージ(若年期・青年期、壮年期・高齢期)やライフスタイル、障がいの有無、来訪者の規模など、多様化した状況に応じた多種多様な観光商品の開発を目指します。また、将来像や観光イメージと関連したブランド化を図ります。

◆具体的イメージ◆

- ・既存の観光資源の再評価で、どの世代(年代層)をターゲットにとって、何が観光資源となるかの再確認
- ・中・高校生対象の体験教育旅行等、将来的に複数回数訪れてくれる観光見込客に向けた、長いスパンでのリピート戦略の確立
- ・温泉が多い地域性を活かしたプランの設定(トレッキング、まち歩き、サイクリング等、健康志向のアクティビティと温泉の組み合わせによるコース、温泉の効能を活かした商品設定)
- ・「健康長寿」を視点においた観光、ヘルス・ツーリズムの形成(医療的効果と結びつけた観光の利用法)

【用語解説】

* 地域主導型集客商品

着地型観光と同様に、観光客の受入れる側が、地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する観光の形態。ただし、着地型観光商品が、旅行業者が主体的にもの考えるスタンスであるのに対して、地域主導型集客商品は、受入施設や地域住民が主体となってプログラムを企画する商品を意味する。

特産品・食の魅力向上と物産振興

来訪者にこの地域の食文化や農産物、食の魅力を伝えて楽しんでもらい、地場産品の振興を目指します。

◆具体的イメージ◆

- ・フードツーリズム*の形成
 - ・伝統的な食文化の活用（五平餅、おたぐり、ねぎだれおでん、二度芋、ジンギス、ジビエ、塩イカ）
 - ・特産品の活用（市田柿、和菓子、半生菓子、南信州牛、漬物、赤石銘茶）
 - ・飯田独自の食材を最大限に活かす時期（旬）、調理法、演出の確立
 - ・年間を通じて楽しめる果物の活用（りんご、なし、もも、さくらんぼ、ブルーベリー、ラフランス）
 - ・大量生産されず地元でしか食すことができない食材のPR（千代ねぎ、小野子人参、柏原ねぎ、北斗（りんご）等）と全国のコンクール等で表彰された農産物を食材として利用した料理が食べられる食事処の情報発信
 - ・地酒やワイン、シードル等の嗜好品の開発
 - ・魅力ある食事場所の環境づくり
- 例) ア. 農家のいろいろ イ. まちなかレストラン ウ. 六次産業化*
 エ. まちなか果物園 オ. 食べ歩き街道
- ・食は観光の魅力の核になり、料理には最高級のを求める。「安心安全な食」であることを前提にした、伝統、地元食材にこだわりすぎず、まったく新しい料理の提案
 - ・観光プラスα（食、健康、知的欲求等）の形成（お金を回すための結びつきを形成）
 - ・消費者に農産物の収穫を体験してもらう「産地ツアー」は、消費の拡大とともに、旬の野菜や食の安全をテーマに、食材と地域行事や地域資源と組み合わせた地域主導型集客ツアーとして催行

【用語解説】

* フードツーリズム

地域の特徴ある食や食文化を楽しむことを主な旅行動機、旅行目的、目的地での活動とする旅行、その考え方

* 6次産業化

第1次産業（農林漁業）が、第2次産業・第3次産業と連携、異業種交流し、経営の複合化・多角化を進めること

* 産地ツアー（詳細は資料編 43ページ）

消費者に飯田市の農産物の産地を訪れて、どんな環境でどんな人が生産しているか知ってもらう、農産物の消費拡大を目的とした収穫体験ツアー

施策の柱4 観光情報の提供と誘客の促進

広域観光の推進

広域連携により飯伊地域に点在する観光資源を活かした効果的な誘客活動を実施し、県内外からの来訪者獲得を目指します。

◆ 具体的イメージ ◆

- ・首都圏や中京圏からの日帰り客誘致の強化
- ・近隣市町村や他県との広域連携（下伊那郡内の市町村、伊那路・木曽路広域観光連携会議、三遠南信伊勢志摩広域観光交流連携協議会での連携強化）
- ・伊那路・木曽路を対象とした二つのアルプスを眺望するサイクリングコースの提案
- ・バルーン、カヌーイング、空中散歩、バンジーなど新たな観光資源づくり
- ・大型バスの停留所、ドライブインの活用（飯田インターチェンジ周辺等）、広域での周遊型商品（ツアー）催行：サイクリングツアー・電動自転車ツアー、ウォーキング、市民の協力によるオンデマンドツアー

効果的なプロモーションによる誘客の促進

テレビや新聞などのメディアや、SNS*、AR（拡張現実）といった情報通信技術（ICT）、トップセールスなど、観光情報の提供や商品の販促について、新たな事業者を育成し受け手側を踏まえた効果的なプロモーション展開を図ります。

◆ 具体的イメージ ◆

- ・市民や飯田のファンによる情報収集・発信サイトの開設（市民参加とファン交流の場）
市民から観光客へのお勧め店などガイドブックやパンフレットには無い情報発信や旬の話題、リアルタイムの情報提供
飯田のファンから来訪者（外部）目線での意見・感想、飯田の良いところ、好きなところを情報発信
- ・来訪者による情報発信の支援（来訪者がSNSを利用して情報発信できるようなビューポイント等の情報を提供）
- ・地域主導型集客旅行会社の育成と雇用の場の提供

【用語解説】

* SNS

ソーシャル・ネットワーキング・サービス（英語：Social Network Service）の略。人と人とのつながりを促進・サポートする、幅広いコミュニケーションを取り合うことを目的としたコミュニティ型のWebサイト。

ニーズに応じた観光情報の発信と宣伝

来訪者のニーズに応じられるよう、ターゲットごとの市場を踏まえた情報の発信と宣伝を進めます。

◆ 具体的イメージ ◆

- ・ 欲する側の要求に応じた「情報提供のレベル分け」
(来訪者が概要説明と詳細解説を選択できる情報提供体制づくり)
- ・ 市民や飯田のファンによる情報収集・発信サイトの開設(再掲)
- ・ 来訪者による情報発信の支援(再掲)

既存情報の見直しと充実

定期的な観光資源の見直しを図り、観光情報の充実と最新化を目指します。また、情報や人材のデータベース化を図り、効率的な管理を進めます。

◆ 具体的イメージ ◆

- ・ 情報発信HP「南信州ナビ」*の充実
 - 例) ア. 市民の参加による、リアルタイムの情報の充実
(桜の開花、花の見頃、紅葉の見頃、旬の果物情報)
 - イ. 来訪者意見の取り入れ(半日、1日のモデルコースの提示等)
 - ウ. お勧めのお土産情報(菓子、果物、漬物、酒、工芸品等)
 - エ. ガイドブックやパンフレットには無い旬の話題の情報提供
 - オ. 定期的な内容の更新
- ・ ガイドブックやパンフレットへ等のビューポイントの情報掲載

【用語解説】

* 南信州ナビ

飯田観光協会と南信州広域連合が運営する長野県南部の観光ポータルサイト <http://www.ii-s.org/>

施策の柱5 人材の育成・コミュニケーション

観光に対する市民の参加意識の醸成：人が観光資源

観光都市“飯田”を目指し、市民の観光への理解を深めます。
全市民が飯田市の観光の一端を担っていること意識を高めることを目指します。

◆ 具体的イメージ ◆

- ・市民に飯田市の観光振興の主役になってもらうための啓発活動
- ・市民に可視化した観光で理解を推進（まちあるき、ガイド、商店街の関わり）
- ・市民が来訪者を連れて行く際のお勧め地元観光地やお土産情報の周知
- ・学校教育との連携による観光の周知、次代の人材育成
- ・小・中学校や公民館等で行う「ふるさと学習」や「地域学習」の推進

おもてなしの向上

飯田市に訪れる人の満足度を向上させ、訪れて良かった、再び訪れたいと感じてもらうためには、おもてなしが必要です。観光事業者、市民に関係なく、来訪者を好意的に迎え入れるような雰囲気づくりを目指します。

◆ 具体的イメージ ◆

- ・「全市民がホスト役」という意識づくりのための住民向け講座の開催
- ・日常生活における観光客への対応力の向上（あいさつ等をホスト側として率先して実施）
- ・主体的に飯田独自のおもてなしを考えるための市民活動の立ち上げ
- ・観光に対する共通のビジョンを様々な主体が共有・醸成するためのサロン等の集いの場を設置
- ・事業者がまちの歴史等を学び、観光客に伝えることができるようにする学習会の開催
- ・飯田市のことを知ることを目的に「飯田検定」の実施
- ・市民参加のためのインセンティブの検討（ポイント制や商品券提供など）

観光の担い手の確保

自分の住んでいる地域のことを知り、その魅力を人に伝えることが観光の基本です。市民の持つ知識や地域コミュニティの活動内容を活用し、観光資源に合った案内ができる人材・ガイドを養成します。

◆具体的イメージ◆

- ・ 目指す人材、欲しい人材のコンセプトの明確化
- ・ 地元コミュニティに負荷の少ない観光の仕組みづくり、考え方の整理
- ・ 市民向けの観光講座の開催から、理解者を生み、観光PRや応援につなげる取組
- ・ 市民の能力や地域活動を活かした地域観光ガイド、山岳の案内の養成
- ・ 観光事業者（プロ）としてのスキルアップの機会づくり
- ・ 飯田の観光業でのインターンシップ*の導入
- ・ りんご狩り、舟下りなど地域の観光資源について子どもの時から体験する機会づくり

【用語解説】

* インターンシップ

会社などでの実習訓練期間。学生が在学中に自分の専攻に関連する企業に体験入社する制度。体験就業。

観光事業者間の連携・協働と地域の異業種間交流の推進

観光振興のさらなる発展や推進に向けて、個々での展開から地域、全市での観光の展開につなげます。また、異業種間交流の場を設け、今まで結び付かなかった業種との関係を築くことで、新たなビジネスチャンスの可能性を生み出し、地域の産業振興を図ります。

◆具体的イメージ◆

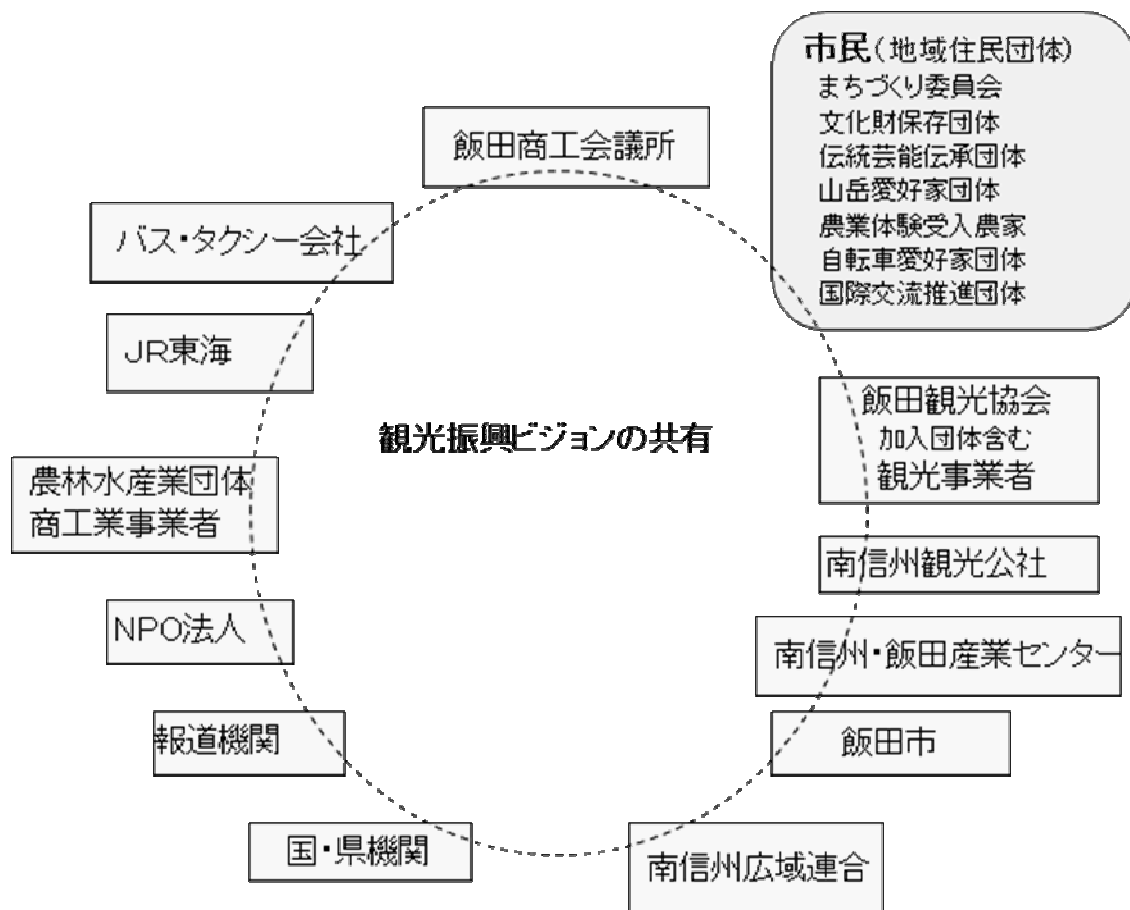
- ・ 天龍峡、遠山郷、まちなか（中心市街地）に、新たにリニア飯田駅周辺を加えた4つのエリア等における各観光エリアと地域団体の連携・支援体制の構築
- ・ 地域内のネットワークづくり（公的機関、事業者団体、地域住民組織、事業者間）による、情報の共有（各主体で行われる他地区との交流等）、観光により得られるものが地域に還元される仕組みづくり
- ・ 異業種間交流による、観光以外の業種とのネットワークづくりで効果的な地元産品の開発や情報発信、新たなビジネスチャンスの創出

第4章 観光振興を推進するために

観光振興をすすめる組織の役割

飯田市観光振興ビジョンを実現するためには、前章で示した個々の施策をさらに具体的に実施計画を策定して、実現可能性や必要性などを考慮して優先順位を決めて実行していかななくてはなりません。

また、多岐にわたる観光分野の事業を効果的に進めるためには、これまで以上に関連する多数の主体が協働できるような環境づくりをしていく必要があります。



■観光振興ビジョンの実現のための各主体の役割

飯田市観光振興ビジョンを実現するためには、多様な主体がそれぞれの役割を担っていかねばなりません。各主体が協力して連携することが、観光を通じて地域を活性化させる大きな力となります。

(1) 市民（市民団体・ボランティア等）

来訪者にとり、訪問した場所とそこで接した人達全てが、観光地の印象として残ります。観光事業者だけでなく、そこで暮らしている市民も迎える側のホスト役ということになります。迎える側として、明るいあいさつ、声掛け、尋ねられた時に親切な対応をするなど、自分の友達を迎え入れるよう到来訪者と接することが大切です。

また、地域づくりの主役は市民です。まずは、自分が住む地域に関心を持ち、地域のことを知ることが大切です。そして、自分の住む地域に対して愛着や誇りを持って、地域づくりへの参加意識を持ち、積極的に地域活動に関わっていくことが求められています。

- ・地域学習への参加
- ・地域の伝統行事、伝承・保存活動への参加
- ・来訪者との交流事業への参加
- ・観光ボランティア活動への参加

(2) 飯田市

市民、観光協会等の団体、事業者などとの協働のもと、観光振興ビジョンに基づいた観光振興施策を推進するとともに、各主体の取り組みに対して支援・協力を行います。

- ・国や県、他の自治体と連携しながら広域観光を推進
- ・市内での連携協力を図り、地域の各主体を結ぶ調整役として事業を推進
- ・国や県と連携して観光地としてのインフラ整備
- ・市民向けの観光講座、出前講座の実施
- ・観光に関する情報の収集と発信

(3) 飯田観光協会

飯田市と協働して、会員のほか関係する団体を支援・協力しながら、この地域の観光地としての魅力づくりに取り組みます。

- ・会員の拡大による組織強化への取組
- ・観光に関する情報の収集と発信
- ・宣伝誘客、地域イベントへの協力
- ・地域内資源を活用した地域主導型集客商品づくり
- ・観光事業者向け人材育成事業の実施

(4) (株)南信州観光公社

この地域にある観光拠点と自然環境、伝統文化、スポーツ、地域産業などを活かし、地域の生活そのものを「ほんもの体験」として組み合わせた体験プログラムづくり、販売、情報発信などの事業を展開します。

- ・体験教育旅行おける、中学・高校生向けに将来飯田市への再訪問促進方法を検討
- ・地域で取り組む地域主導型集客商品の商品化や販売への協力
- ・農家宿泊や体験事業受入れ農家の開拓
- ・体験指導者（インストラクター）の人材発掘、育成

(5) 観光事業者

事業者が持つネットワークや強みを活かし、対外的には、リニア中央新幹線の間際ができる飯田市の統一したイメージを利用した広告宣伝活動の展開を図ります。

- ・地域内での同業者、異業種間交流を通じて積極的なネットワークづくり
- ・地域食材や異業種間交流による新たな観光商品の開発
- ・観光客への魅力的な商品や質の高いサービス提供
- ・従業員の接客・マナーの研修機会、専門技術の継承、プロとしての人材育成
- ・将来の観光事業を担う人材育成のため、インターンシップ等学生の職場体験の受入れ
- ・市民向けの観光事業に関する学習への協力
- ・観光客の快適性向上のため、新たなインフラの整備や衛生環境の提供

(6) 関係団体（商工会議所・商工業事業者・農林水産業等）

それぞれの団体や事業者が持つネットワークを活かし、対外的には、リニア中央新幹線の間際ができる飯田市の統一したイメージを利用した営業活動を展開します。

- ・関係する団体等の全国会議や研修会などの誘致
- ・製品づくり体験、収穫体験、工場見学等観光利用できるプログラムの提案

■施策の体系による役割一覧表

施策の展開	実施関係団体										
	市民	行政	観光協会	県・広域	商工会議所	ホテル・旅館	関連企業	飲食業者	農林水産業	マスメディア	交通機関
1. リニア新幹線や三遠南信自動車道による誘客戦略											
わかりやすい誘客体制の整備		●	●	●	●					●	●
外国人旅行者の誘客促進と受入れ環境の整備	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
リニア駅を中心とした多機能高付加価値の形成	●	●	●	●			●	●	●	●	●
2. 観光地としての環境形成											
自然や観光名所などの保全・継承と景観修景	●	●	●				●		●		
南アルプスユネスコエコパーク、ジオパークの活用	●	●	●	●					●		
民俗芸能や暮らしに息づく行事の継承と地域活性化に向けた対外PRの充実化	●	●	●		●					●	
既存の交通環境の整備と新たな交通形態の構築		●	●	●							●
観光地としての快適性の向上	●	●	●		●	●	●	●			●
少子高齢化・国際化・衛生環境に対応した観光客が安心安全にすごせるまちづくり	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
3. 観光の魅力向上											
飯田市の新たな魅力づくり	●	●	●		●	●		●	●	●	●
観光・宿泊拠点のイメージづくり		●	●		●	●			●	●	
観光素材の商品化と地域主導型集客商品の提供	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●
特産品・食の魅力向上と物産振興		●	●		●	●	●	●	●	●	

施策の展開	実施関係団体										
	市民	行政	観光協会	県・広域	商工会議所	ホテル・旅館	関連企業	飲食業者	農林水産業	マスメディア	交通機関
4. 観光情報の提供と誘客の促進											
広域観光の推進		●	●	●	●	●					●
効果的なプロモーションによる誘客の促進	●	●	●	●	●			●		●	
ニーズに応じた観光情報の発信と宣伝	●	●	●	●	●	●		●		●	●
既存情報の見直しと充実	●	●	●	●	●	●		●		●	
5. 人材の育成・コミュニケーション											
観光に対する市民の参加意識の醸成	●	●	●								
おもてなしの向上	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●
観光の担い手の確保	●	●	●		●	●		●	●		●
観光事業者間の連携・協働と地域の異業種間交流の推進	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

資料編 飯田市の観光を取り巻く状況

1 観光に関する近年の潮流

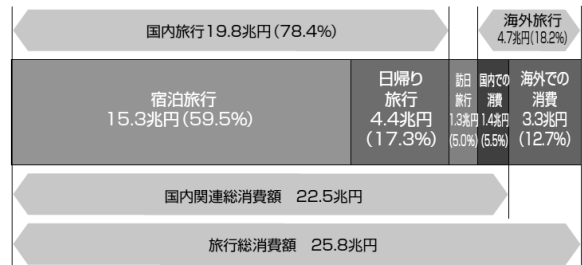
- 観光には、経済活性化の起爆剤として大きな期待が寄せられており、「新成長戦略」（平成22年6月18日閣議決定）において、長らく経済が低迷し地域が疲弊する中、人口減少・少子高齢化の閉塞状況を打ち破り、急速に経済成長するアジアの観光需要を取り込んで元気な日本を復活させるため、7つの戦略分野の一つとして、観光立国の実現が掲げられています。
- 外国人旅行者の国際的な誘致競争の更なる激化とマクロ経済・外交関係等の外的要因も含め、変動する訪日外国人旅行者に対し、一層戦略的なプロモーション活動が求められています。訪日プロモーション、外国人観光客の確保に向けて、過去の枠組や手法にとらわれず、海外消費者の趣向に即した、より機動的で、効果的な事業展開が求められています。また、新規訪日旅行者のみならずリピーターを獲得するため、新たな魅力の発掘・訴求が急務であり、県や広域連携による目的地の開拓・情報発信、観光分野にとどまらず、日本食、文化、先端技術など日本が抱える魅力的なコンテンツの更なる発掘や観光促進への活用が必要となっています。
- 国内観光の動向として、団塊の世代の退職に伴う余暇活動の拡大、年次有給休暇取得率の増加等による国内観光の拡大・増加は想定ほど伸びておらず、近年、旅行実施率が毎年減少傾向にあります。一年に一度も旅行にいかない国民（＝ゼロ回層）は、既に国民の半分を超えており、ゼロ回層対策を強化するとともに、若者旅行を促進する必要があります。また、旅行に出かける層に対し、更なる宿泊観光旅行を促進するとともに、団塊の世代の旅行を促進する必要があります。
- 旅行の魅力は、趣味・レジャーの多様化により相対的に低下傾向にあり、旅行の魅力自体を高めることが重要となっています。所得の制約、時間的制約や、高齢者への対応等旅行の妨げとなる諸課題に対し、旅行のサービス内容に応じた価格設定、消費者のニーズに応じた旅行環境の整備等を行う必要があります。
- 飯田市の総人口は減少傾向にあり、定住人口の減少が目立つ中山間地域の下久堅・上久堅・千代・龍江・三穂・上村・南信濃地区における交流人口の増加は重要となっています。グリーンツーリズムやエコツーリズムといったニューツーリズムの推進による国内外の観光客の増加のほか、美しい景観、地域文化や民俗芸能の継承など、自然と共生する地域性を活かしながら交流事業を展開することで、地域を活性化させる必要があります。

2 近年の全国的な観光を取り巻く動向

国内旅行での消費は観光消費の大部分を占める

2012年の旅行総消費額は25.8兆円で、その内訳は、国内宿泊旅行15.3兆円、国内日帰り旅行4.4兆円、海外旅行4.7兆円、訪日外国人旅行1.3兆円となっています。

■2012年の旅行総消費額



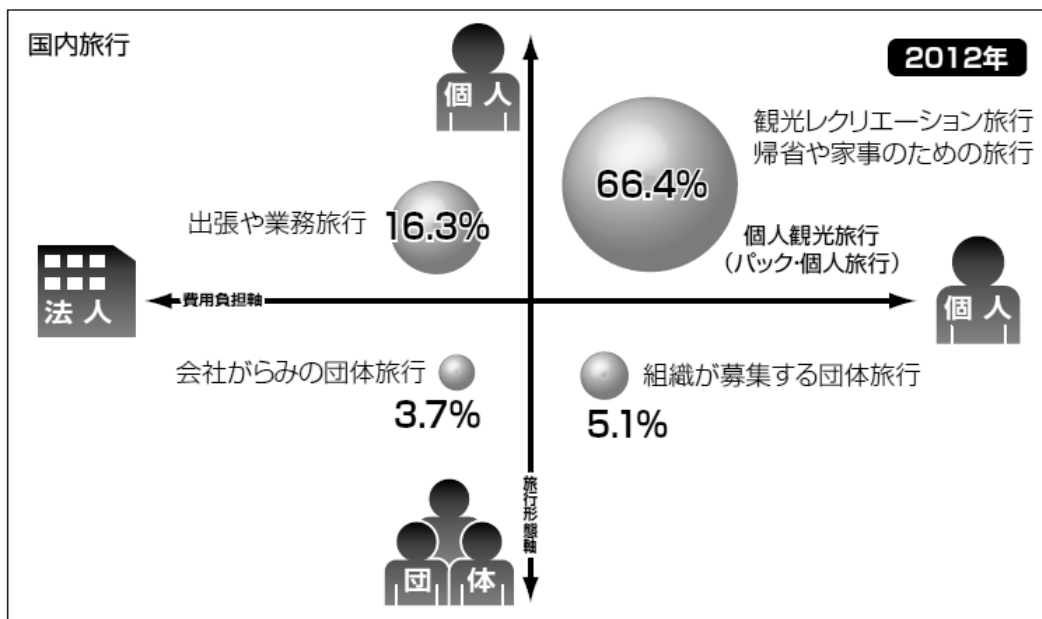
資料：「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（2012年版）

旅行市場の7割弱が個人観光旅行であり、個人を対象とした受入れ体制が求められる

現在の旅行市場においては、個人の観光旅行が大半を占める状況となっています。かつて流行した団体旅行は、バブル経済の崩壊以降、減少傾向が続いており、景気悪化の影響も受けて、企業の職場旅行も縮小しています。そのほか、出張などの業務における旅行も2割弱となっています。

個人が中心にある旅行市場において、より要望やニーズは多様化し、柔軟な対応が今後求められます。

■旅行市場の構造



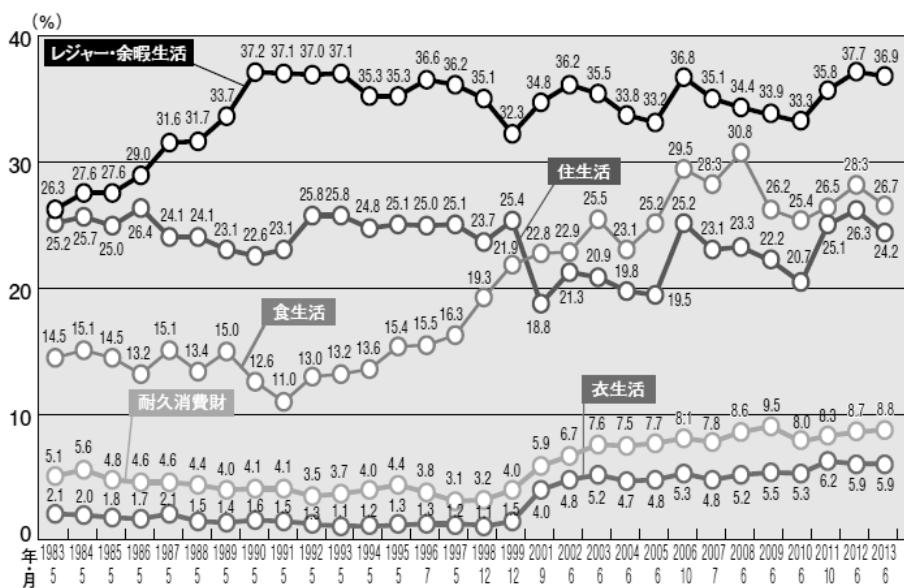
(注)「団体旅行」とは、①町内・農協・郵便局・信金・宗教団体・サークルなどが募集する旅行（組織が募集する団体旅行）と、②職場旅行や招待・報奨旅行など、団体で行動する旅行（会社がらみの団体旅行）であり、旅行会社のバック旅行に参加した場合は「個人旅行」に含めている。
出典：（公財）日本交通公社「旅行者動向2013」

生活面では1番に「レジャー・余暇生活」に力を入れたい国民、次に関心があるのは「食」

国民生活に関する世論調査では、今後どのような面に力を入れたいかでは、「レジャー・余暇生活」が最も高く、1983年以降第一位を独占し続けています。今後も、しばらくはこの傾向が続くことが予想されます。

一方で、「食生活」への関心や意識が高まっており、近年、「食」に対する様々なニーズも高くなってきています。観光においても「食」は重要要素の1つであり、国民の意識からしても今後ますます観光への期待が高まります。

■生活面で力を入れたいこと

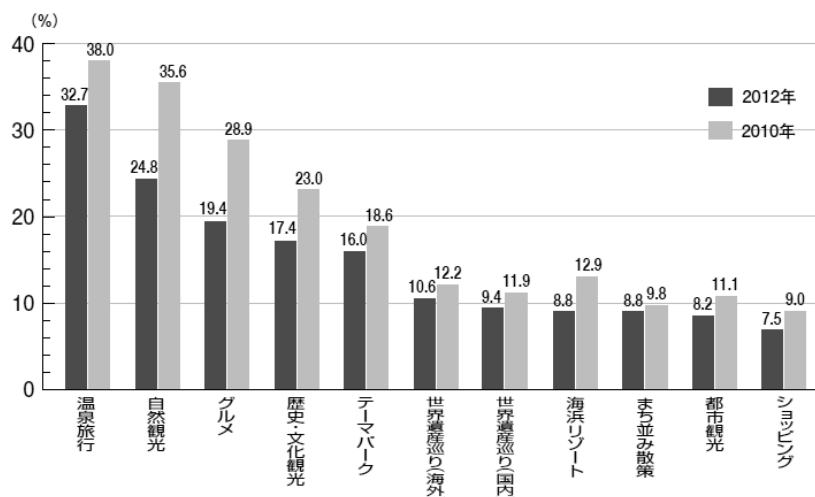


(注) 1.内閣府「国民生活に関する世論調査」(2013年)による
2.耐久消費財:自動車、電気製品、家具等
3.2000年度は調査を行っていない

希望の旅行は「温泉旅行」と「自然観光」となっている

旅行の目的として最も多いのは「温泉旅行」であり、次いで「自然観光」となっています。先に述べた「レジャー・余暇生活」において、なかでも「温泉旅行」「自然観光」への関心が高いことが予想されます。

■行ってみたい旅行タイプ



出典: (公財)日本交通公社「旅行者動向2013」

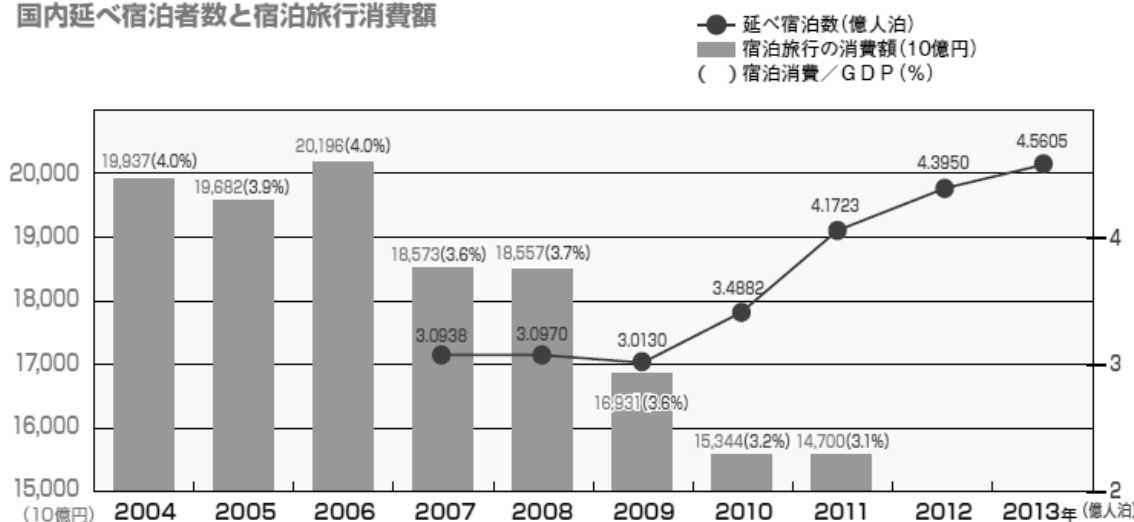
宿泊旅行の消費額は減少しているが、海外旅行から、国内旅行にシフトしている傾向にある

近年、国内における宿泊旅行についてみると、2009年から延べ宿泊数は増加傾向にあります。しかしながら、消費額でみると減少傾向にあり、宿泊はしてもお金を使わない傾向にあります。

また、一人当たりの旅行回数並びに宿泊回数は減少傾向にありましたが、2012年にはともに増加に転じています。日中・日韓関係の影響、円安方向の動きによる旅行代金の割高感等により、海外旅行から国内旅行にシフトする動きが出てきたことが主な要因として考えられます。また、2013年（平成25年）については、伊勢神宮の式年遷宮、富士山の世界遺産登録等の旅行需要を創出する出来事があったことが一因として考えられます。

国内日帰り観光旅行延べ人数、国内宿泊観光旅行延べ人数の推移

国内延べ宿泊者数と宿泊旅行消費額

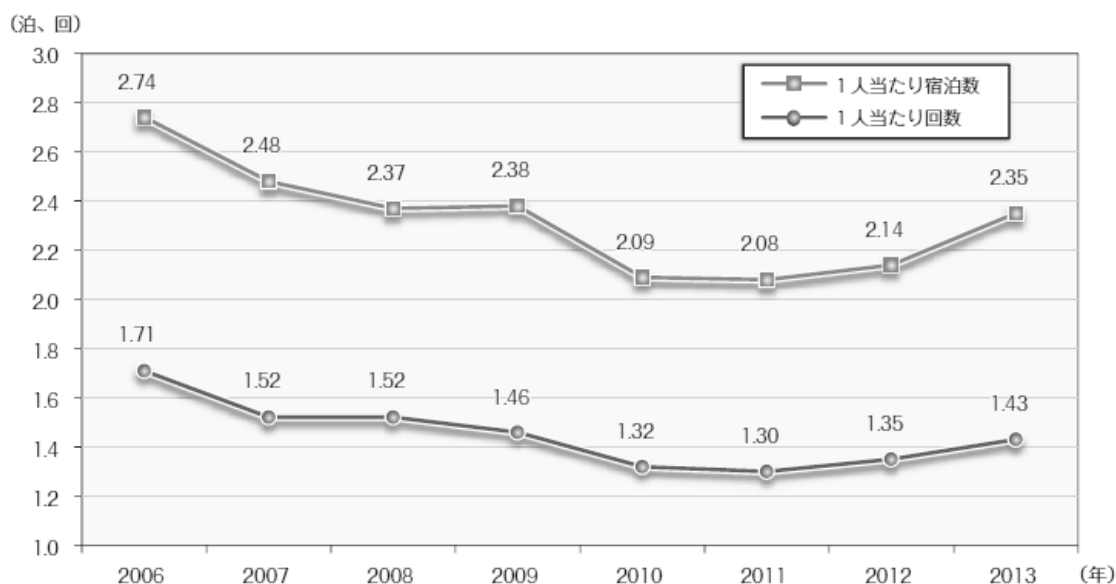


資料：「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書」(2011年版)

国内宿泊旅行者数は観光庁「宿泊旅行統計調査報告」より(2013年は暫定値)

※「宿泊旅行統計調査報告」は2010年第2四半期の調査より調査対象を拡充しており、経年比較等にはご注意ください。

国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移 2013年（平成25年）



注1) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

注2) 2013年（平成25年）の数値は暫定値

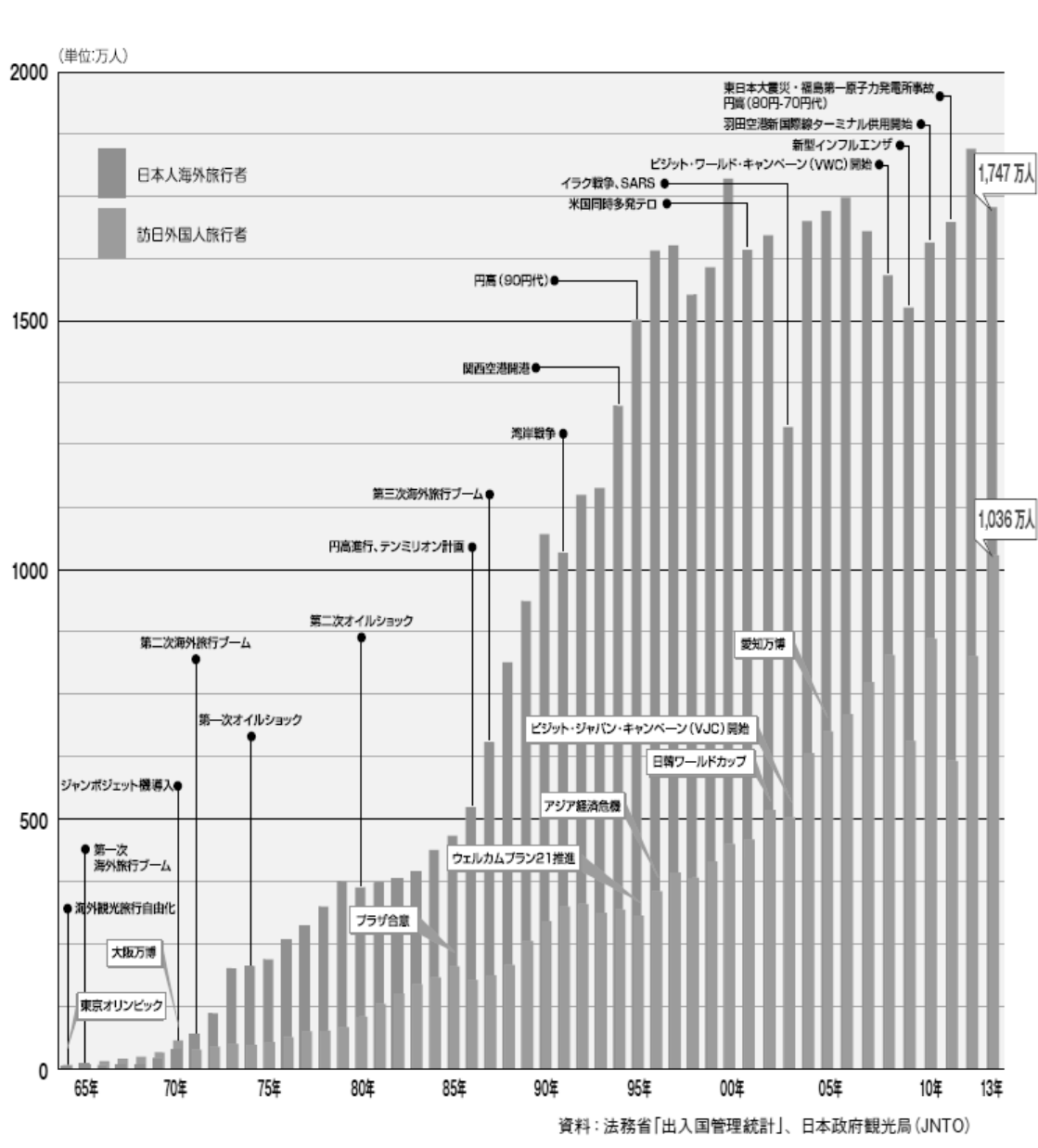
注目すべきは、訪日外国人旅行者であり、今後の観光振興において重要な観光客

国民による旅行は、近年増加に転じたところですが、注目すべきは国外からの旅行者です。平成21年の世界的な経済の低迷や平成23年の東日本大震災の原発事故時は低迷したものの、年々増加して、2013年に初めて訪日外国人旅行者数1000万人を達成しました。

国は「2020年東京オリンピック・パラリンピック」開催を追い風に、「2020年・2000万人」を目指し、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を決定しました。

今後は、国が主導的に向けて取り組むことから、今後さらなる海外からの旅行者の増加が予測されます。

■日本人海外旅行者数と訪日外国人旅行者数の推移



外国人旅行者の旅行消費は、宿泊施設や飲食に重きをおいており、旅客輸送は縮小傾向が見受けられる

旅行消費としては、宿泊施設サービスや旅客輸送サービス、観光関連商品の購入がそれぞれ割合として多くなっていますが、年々、旅客輸送サービスへの旅行消費の投入が縮小している傾向にあります。増加傾向にあるのは、宿泊施設サービスや飲食供給サービスであり、旅行において重きが置かれています。

■訪日外国人旅行者による消費額

単位：10億円

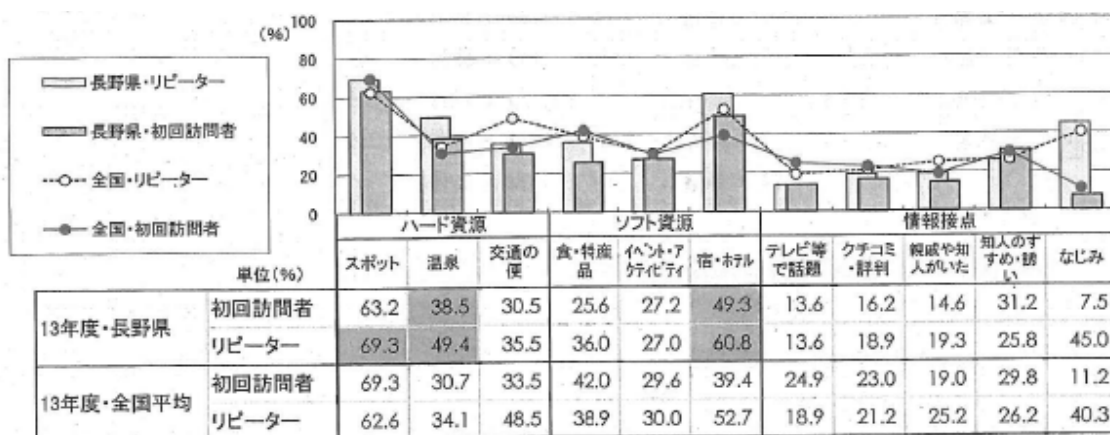
商品	2007年	2008年	2009年	2010年
宿泊施設サービス	346	352	301	362
飲食供給サービス	221	225	192	231
旅客輸送サービス	479	426	308	310
各種ツーリズムサービス	81	83	70	85
観光関連商品	343	349	298	358
合計	1,469	1,434	1,170	1,346

資料：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（2010年）

旅行者が長野県を選んだ理由は、初回訪問者、リピーターともに「温泉」「宿・ホテル」が高い

来訪経験別にみた、長野県を旅行先に選んだ理由としては、初回訪問客・リピーターともに「温泉」「宿・ホテル」が全国平均よりも高くなっています。しかし、「テレビ等で話題」「クチコミ・評判」での理由は全国平均より低くなっています。

■来訪経験別にみた、長野県を旅行先に選んだ理由



出典：㈱リクルートライフスタイル ジャらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2014 長野県」

3 飯田市の観光イメージと現状

■飯田市のイメージ・認知度

財団法人日本交通公社が行った旅行者に関する「旅行者動向」調査結果によれば、来訪経験をみると、飯田は、「知らない」が33.5%と他の観光地と比較すると認知度は低くなっています。また、来訪意向をみると、「あまり行きたくない」が34.6%、「行きたくない」が6.1%とネガティブな回答割合が高い地域となっています。

これを縦軸に来訪意向得点、横軸に認知度をみると、飯田は、認知度が低く、来訪意向も高くない状況です。来訪経験のない人にとっては印象の薄い観光地であることが予想されます。

長野県の有する高原・山岳観光やスキー場等のイメージとは離れており、観光地の目指す方向性ならびにターゲットとする客層を見定めた上で、飯田市としての観光地イメージの確立や認知度の向上を図ることが求められます。

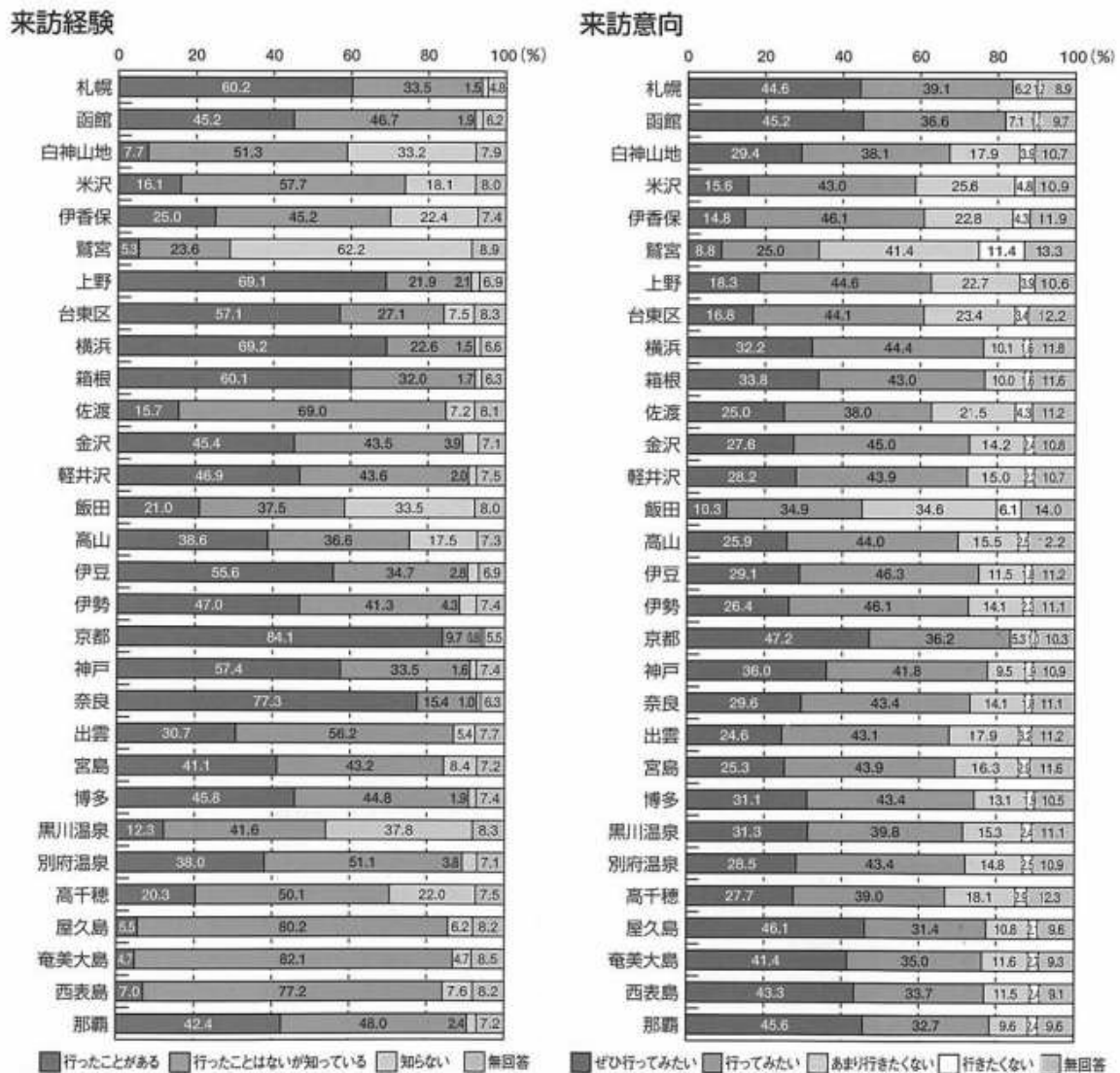
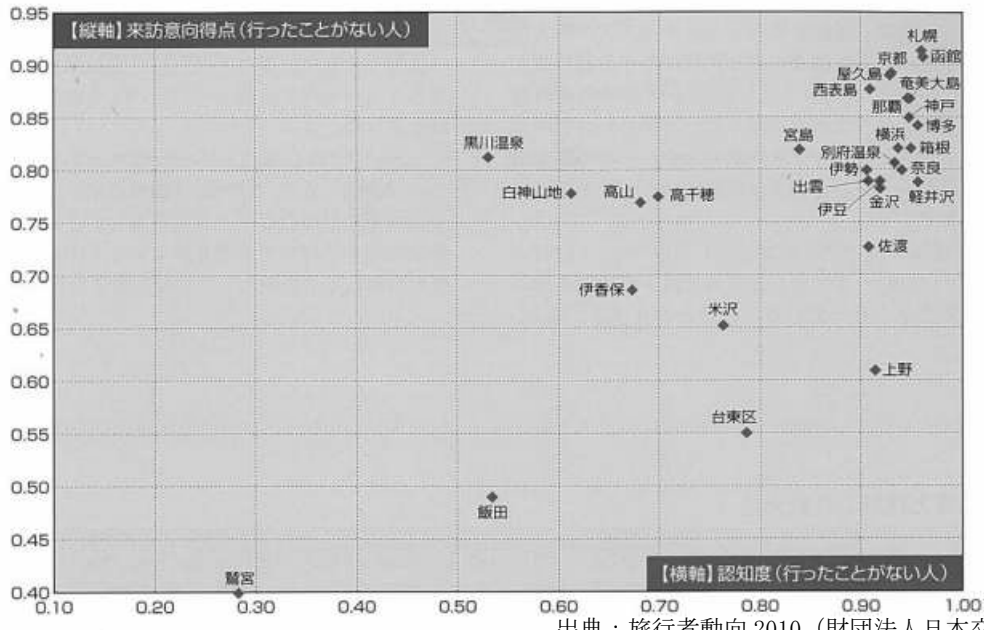


図4.43 観光地別にみる旅行の経験と意向
出典：旅行者動向 2010（財団法人日本交通公社）

①観光地の期待度マップ

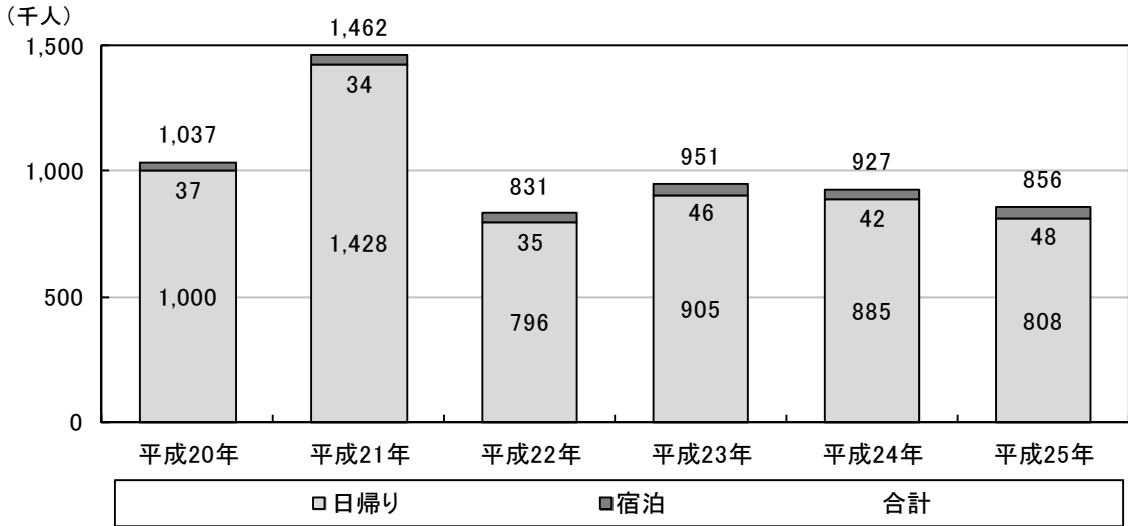


出典：旅行者動向 2010 (財団法人日本交通公社)

■飯田市の観光地利用者数

飯田市の観光地利用者延数は、長期的な推移でみると減少しています。観光地利用者の95%程度が日帰りでの利用となっており、観光地別利用者延数をみると、「天龍峡・天竜川下り」や「元善光寺」など、主要な観光地で減少傾向にあります。飯田市において既に推進している「飯田型ツーリズム」などの地域主導型旅行商品をさらに高めていくとともに、宿泊施設の付加価値の創出など新たな魅力づくりが必要となっています。

■飯田市の宿泊・日帰り別観光地利用者延数



出典：長野県観光地利用者統計調査

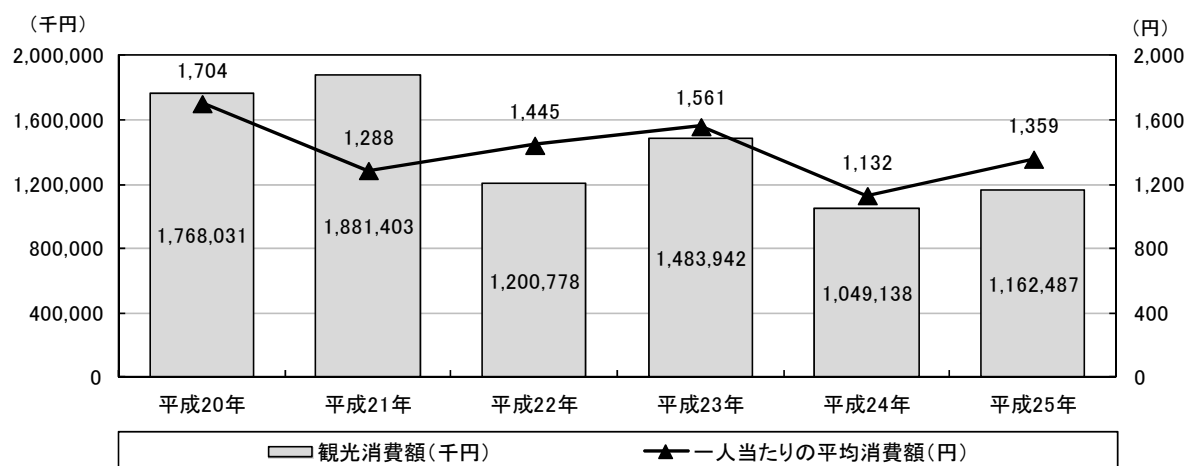
※1 「伊那谷道中」は平成21年まで含み、平成22年度以降項目より除外
 ※2 「山本・水晶山」は平成23年より項目として追加
 ※3 「伊那谷道中」と「山本・水晶山」について平成22年は含まないため一時的に減少している
 ※4 長野県の統計資料では、百人単位はとしているが、ここでは千人単位に表記変更しています。

■飯田市の主な観光地別利用者延数

単位：千人

	平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年	平成 24 年	平成 25 年	増加数 平成 25 -20 年
天龍峡・天竜川下り	353	344	344	274	217	256	▲ 97
大平高原	15	15	14	14	14	13	▲ 2
妙琴原高原	22	20	20	20	27	37	15
猿庫の泉	27	27	27	27	32	24	▲ 3
元善光寺	192	590	208	152	160	109	▲ 83
野底山森林公園	58	54	55	56	55	32	▲ 26
伊那谷道中	213	243	—	—	—	—	▲ 213
山本・水晶山	—	—	—	214	195	164	164
しらびそ高原	36	40	43	62	73	67	31
下栗の里	26	27	30	43	68	68	43
南アルプス	4	4	6	4	2	5	1
遠山温泉郷	91	98	84	85	84	81	▲ 10
飯田市 合計	1,037	1,462	831	951	927	856	▲ 181

■飯田市の観光消費額の推移



出典：長野県観光地利用者統計調査

- ※1 「伊那谷道中」は平成21年まで含み、平成22年度以降項目より除外
- ※2 「山本・水晶山」は平成23年より項目として追加
- ※3 「伊那谷道中」と「山本・水晶山」について平成22年は含まないため一時的に減少している

観光消費額では、平成21年は7年に1度の元善光寺御開帳の年であり、利用者数とともに観光消費額も増加しています。しかし、長期的な推移では観光消費額、一人当たりの平均消費額ともに減少傾向にあります。平成23年浜松市で起きた天竜川舟下り事故の風評被害もあり、平成24年には、観光消費額が減少しました。平成25年には観光消費額、一人当たりの平均消費額ともに回復してきましたが、全体ではまだ事故前の水準まで戻らない状況です。

■飯田市の特徴ある取り組み

(1) 体験教育旅行

飯田市の観光の特徴でもある、宿泊施設や農家への宿泊と農業体験等体験型プログラムを組み合わせた体験教育旅行は、一般向けツアーも併せて、毎年約2万人を受入れています。観光地統計には表れませんが、地域には大きな経済効果をもたらしています。

飯田市の取り組みは先進地事例として広く紹介されたことで、日本全国で同様の体験型旅行を受入れる自治体が増えました。そのことにより学校行事に適した日程の設定がより強く要望されるようになったため、5-6月の多客期の集中期間が6週間程から4週間程に短くなったり、10年前後の継続利用校が新たな方面を検討すること等の要因が重なり、行き先を変更する学校もあり微減傾向にあります。一方で元継続校が他地区での実施の後、改めて当地へ方面を再変更するケースもここ数年増えてきており、これまで同様に体験に対するしつかりとした考え方を維持することの重要性を意識し、今後も現在ある体験プログラムに加えて、時代の変化に応じたニーズや地域にある素材を活かした「ほんもの体験のプログラム」を提案していくことと、都市圏の中学生や高校生が、将来社会人になった時、再度飯田市を来訪してもらえようような取り組みが必要です。

■体験教育旅行誘致の推移（体験型ツアー受入れ状況）

(1) 受入れ状況

	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
学生団体数	116	110	100	111	107	96
一般団体数	300	230	230	160	180	260
団体合計	416	340	330	271	287	356
学生人数	17,000	15,000	14,000	15,500	14,500	12,000
一般人数	8,500	6,500	6,500	3,000	3,800	6,500
人数合計	25,500	21,500	20,500	18,500	18,300	18,500

(2) 延べ宿泊数

	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
旅館・ホテル	13,500	13,000	13,000	15,500	13,500	12,000
大平宿	1,100	1,100	900	400	600	600
農家泊人数	10,300	9,500	8,000	9,100	8,700	6,900
合計	24,900	23,600	21,900	25,000	22,800	19,500

出典：南信州観光公社 統計資料

(2) ワーキングホリデー飯田

ワーキングホリデー飯田は、事業開始から17年継続しており、定着しています。飯田市の農家と都会の農業に関心がある方達を結ぶこの事業が、飯田市の良さを知ってもらう人的交流事業として拡大して、飯田市での就農者、定住者になっていくことも期待されます。

受入農家数の近年の傾向としては、新規の受入農家も1年に1～2組みられる一方、受入農家の高齢化や家庭内の事情により受入れを休止する農家もみられるようになり、総数として減少傾向にあります。この事業は、農繁期の農家と、農作業体験を希望する参加者を結びつけることにより、農家の労働力補完を目的としているため、受入農家数の維持・新規受入農家の確保には、農家の受け入れ要望に応じていくことが必要であり、そのため農繁期に参加希望者を確実に誘導していくことが課題になります。

■ワーキングホリデー飯田 受入れ実績の推移（飯田市のグリーンツーリズムの状況）

	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
受入れ人数	560	492	452	424	455	382
延べ日数	2,572	2,211	1,981	1,897	1,880	1,619
利用延農家数	225	220	204	204	206	188
受入農家実数	50	54	50	49	52	53

参加登録人数1,211名、受入れ農家106戸（平成25年度）

出典：飯田市 農業課

(3) 産地ツアー

中京圏の消費者を中心に飯田市の農産物の産地を訪れて、どんな環境でどんな人が生産しているか知ってもらい、農産物の消費拡大を目的とした収穫体験ツアーです。

旬の野菜、食の安全、健康志向などテーマを明確にして発信したことで、キャンセル待ちの人気ツアーもあります。飯田市のファンづくりにもなるこの事業は、食材と地域の温泉等と組み合わせることで、楽しんでもらえて、地域主導型のツアーとして成立しています。今後も、新たな食材や地域行事とも組み合わせながら継続的な開催が必要です。

■産地ツアー（収穫体験ツアー）参加者の推移

年度	内 容	ツアー数	参加者(人)
平成21年度	アスパラ・とうもろこし・ガブリエル・市田柿	5	106
平成22年度	アスパラ・赤石銘茶・ガブリエル とうもろこし・鈴ヶ沢なす・南水梨・市田柿	8	171
平成23年度	アスパラ・とうもろこし・南水梨・赤根大根・市田柿	5	99
平成24年度	アスパラ・南水梨・市田柿	3	55
平成25年度	アスパラ・ガブリエル・市田柿・ブルーベリー	4	110

出典：南信州観光公社 統計資料

(4) 南信州・飯田フィールドスタディ

南信州・飯田フィールドスタディは、複数大学の学生達が、環境・産業・自治・まちづくりなど様々な分野におけるこの地域の取組について、地域の社会環境や自然環境を直接肌で感じつつ、他大学の学生や地域住民との学習交流を通じて学んでいただくことで、自らの問題意識を高めていただく学習プログラムです。

これまでも多くの大学が、調査・研究・学習のフィールドとしてこの地域を訪れていましたが、これを個別に対応するのではなく、地域の様々資源を1つの学習プログラムとして提供する試みであり、平成21年度から取り組み6年になります。

参加大学からは、他大学の学生との交流、地域づくりのリーダー等による講義、様々な体験や農家民泊などを通じた地域住民との交流など、学生達にとって学内では得ることのできない高い学習効果があるとの評価をいただいています。また、最終日には、飯田での学びを「飯田への提言」といった形で発表します。4年制大学を有していない飯田市としては、学生達や教授等の考え方や視点に触れる貴重な機会にもなっています。

このような機会を通じて、多くの大学研究者や学生達がこの地域を訪れることで、地域と大学とのつながり（ネットワーク）を強くし、大学の持っている情報や知識など専門的な知見を地域づくりに活かしていきたいと考えています。

同時に飯田市を訪問した機会を活かし、再度飯田市を来訪したり、地域住民との交流を続けたり、飯田市に関心を寄せてもらえる「飯田のファン」になってもらえるような、新たな取り組みが必要です。

■大学の受け入れ状況及び南信州・飯田フィールドスタディ参加状況について

	大学の受け入れ		南信州・飯田 フィールドスタディ	
	大学数	参加者数	大学数	参加者数
平成21年度	6	29	6	29
平成22年度	14	45	14	45
平成23年度	16	422	8	104
平成24年度	15	558	10	130
平成25年度	18	649	10	144
(延べ)合計	69	1,703	48	452

※1 大学の受け入れ状況は南信州・飯田フィールドスタディを含む。

※2 大学数・参加者数は、飯田市企画課での把握分

出典：飯田市 企画課

(5) 人形劇のまちづくり（いいだ人形劇フェスタ、いいだ人形劇センター）

人形劇カーニバル飯田（現 いいだ人形劇フェスタ）は、国際児童年である1979年に始まりました。今田人形や黒田人形などの人形浄瑠璃や伝統芸能の宝庫と呼ばれる飯田市に、プロ・アマを問わず全国の人形劇を愛する人形劇人達が集まりました。人形劇人の市内パレードやウィンドー人形展など新しい企画が次々生まれ、参加劇団も年々増えていきました。

1986年にはアジアの人形劇人が集まり初めての本格的な国際人形劇フェスティバル「ウニ

マ・アジア会議」を開催。1988年には、カーニバル10周年を記念して「世界人形劇フェスティバル」を同時開催し、人形劇専門劇場である飯田人形劇場のオープン、ウニマの本部が置かれているフランスのシャルルヴィル・メジエール市との友好都市提携の調印など、飯田市が人形劇を通じて国際交流都市となる記念すべき年となりました。

1987年民間ユネスコ40周年記念表彰を受賞後、1988年はモービル児童文化賞、サントリー地域文化賞、国土庁長官賞、1989年長野県知事表彰、1992年国際交流基金地域交流振興賞、1996年自治大臣表彰、2013年地域創造大賞総務大臣賞など受賞し、人形劇人と市民とが一体となったこの祭典が高い評価を得るようになりました。今日では飯田市は国際的にも「人形劇のまち飯田」として知られ、人形劇に関わる多くの人々に愛されるようになりました。

第1回人形劇カーニバル飯田開催以来36年が経過し、現在「いいだ人形劇フェスタ」に名称を変えましたが、「みる 演じる ささえる わたしがつくるトライアングルステージ」を理念に掲げ、2014年は国内外で活躍するプロの劇団から、アマチュア・学生劇団まで、劇団数371、劇人数1,918人が飯田市を訪れ、公演会場138、上演回数498、観劇者数46,328人、ワークショップ受講者446人、ボランティアスタッフ2,645人が参加し、関わる人みんなできりあげる日本最大の人形劇の祭典になりました。

飯田市の人形劇は、300年余の歴史を有する人形浄瑠璃を礎として、「いいだ人形劇フェスタ」へとつながり、飯田市を代表する市民文化として定着してきました。しかし、フェスタの開催時以外、日常的に人形劇に親しめる機会が少ないことや、人形劇に関する専門的な支援が十分でないとの声があり、新たな人形劇への挑戦や人形劇に関する学術研究を進め、国内外への情報発信力と世界との結びつきを強めていくことが求められていました。平成25年3月には、こうした課題解決に取り組み、市民と人形劇に関わる人たちに対して、人形劇に関する事業を行い、市民文化と人形劇文化および、飯田地域全体の活性化に寄与することを目的として、特定非営利活動法人いいだ人形劇センターが設立されました。

いいだ人形劇センターでは、年間を通じて国内外の優れた人形芸術にふれられる機会を提供し地域の人形劇団の定期公演を行う公演事業、人形劇の作品制作やアニメーションづくりに取り組むなど人材育成や研修機会を提供する創造事業、人形劇に関する情報発信事業、その他調査研究や人形劇に関するサポート事業等を行っています。

「人形劇のまち飯田」として、いいだ人形劇フェスタは勿論のこと、フェスタ開催時以外にも、人形劇の魅力で飯田市に人が訪れてもらえるように、いいだ人形劇センターの活動を更に周知していく必要があります。

■人形劇カーニバル、人形劇フェスタ 参加状況（第1回、直近6年分）

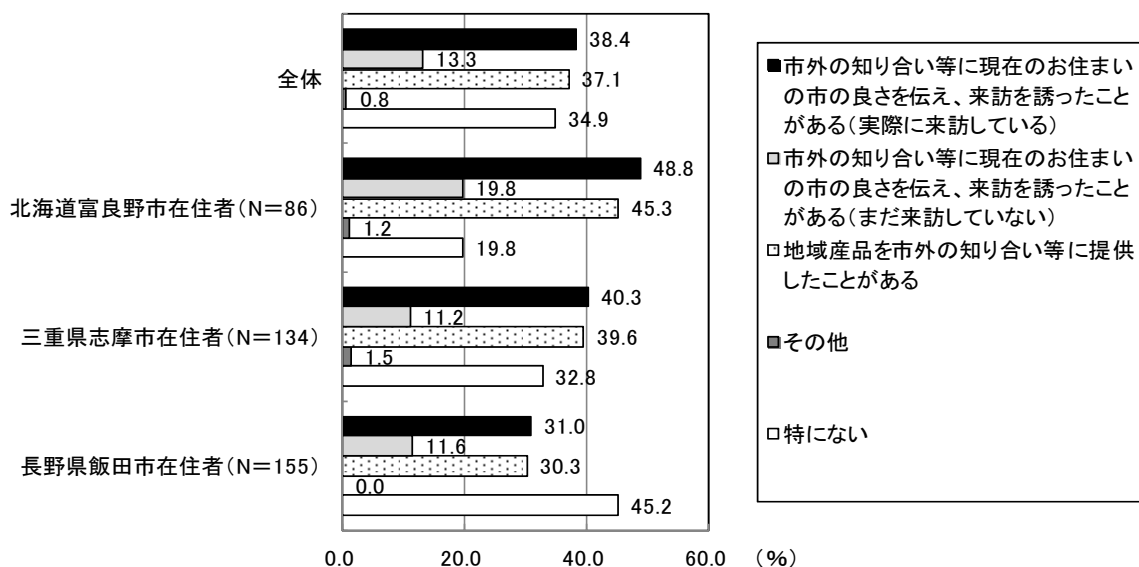
	第1回 カーニバル 1979年	フェスタ 2009 (H21)	フェスタ 2010 (H22)	フェスタ 2011 (H23)	フェスタ 2012 (H24)	フェスタ 2013 (H25)	フェスタ 2014 (H26)
参加劇人数	381	1,680	1,828	1,837	1,742	1,884	1,918
公演数	44	404	453	467	447	509	498
観劇者数	数値なし	50,039	43,838	47,575	40,025	47,033	46,328

出典：飯田市 飯田文化会館

■飯田市民の観光に対する意識

飯田市民の観光に対する意識をみると、市外の知り合いに市の良さを伝え来訪を誘う、特産品を市外の知り合いに提供するという行動について、「特にない」と回答した市民が45.2%となっており、北海道富良野市、三重県志摩市と比較しても高い割合になっています。

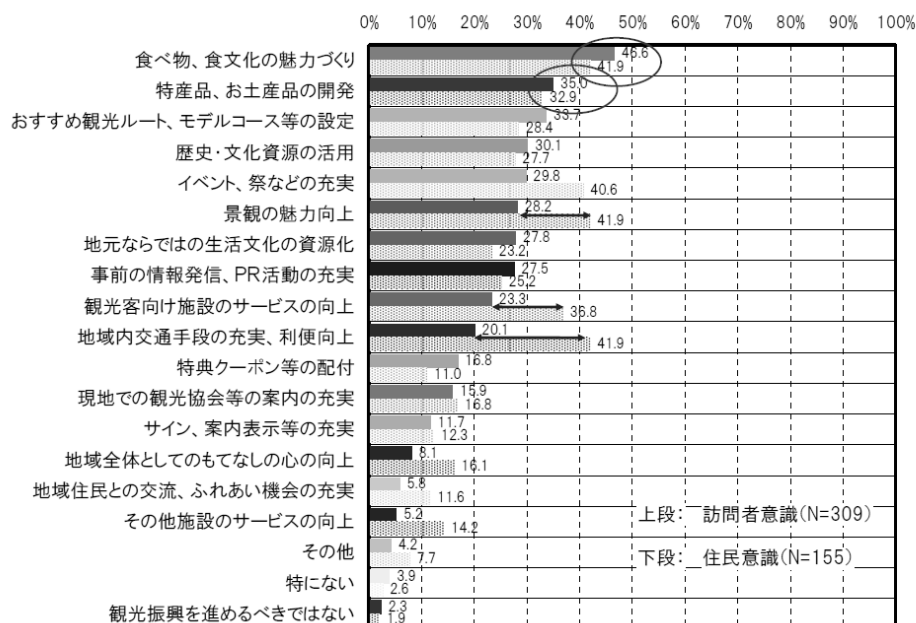
魅力的な観光展開や商品開発はもちろんですが、市民の観光に対する認知度や参加意識の向上、飯田市への誇りの醸成を図る必要があります。



* 出典：観光庁「平成22年度自律的な観光産業に向けた調査・分析」

■飯田市において、観光振興を進めるために必要なもの

今後必要なものとして、住民・訪問者ともに「食べ物、食文化の魅力づくり」、「特産品、お土産品の開発」を挙げている割合が高く、両者間での認識のギャップも小さくなっています。今後、これらの分野で投資を行い、更なる充実を図ることが必要です。



(注) 1. 観光庁「平成22年度自律的な観光産業の形成に向けた調査・分析」による。
2. あてはまるものを全て回答。

出典：観光庁「平成22年度自律的な観光産業に向けた調査・分析」

【調査説明】

* 国土交通省観光庁「平成 22 年度自律的な観光産業の形成に向けた調査・分析」の概要

調査実施時期:平成 23 年 3 月

調査方法:インターネット調査(モニター調査)

調査対象: 北海道富良野市、三重県志摩市、長野県飯田市の 3 市

1)住民意識調査:北海道富良野市、三重県志摩市、長野県飯田市の 3 市の 20 歳以上の居住者を対象に調査を実施。目標サンプル数 150 に対し、北海道富良野市 86、三重県志摩市 155、長野県飯田市 134 のサンプルを回収。

2)訪問者意識調査:北海道富良野市、三重県志摩市、長野県飯田市の 3 市を過去 3 年以内に訪問したと回答した 20 歳以上を対象に調査を実施。目標サンプル数 300 に対し、北海道富良野市、三重県志摩市、長野県飯田市でそれぞれ 309 サンプルを回収。

4 飯田市の観光を取り巻く環境

強み（内的要因）	機会（外的要因）
<ul style="list-style-type: none"> 中央、南アルプスの山々や渓谷など美しい自然 豊かな自然と共に生きる貴重な動植物 天龍峡、遠山郷などの温泉施設 日本の原風景が広がる遠山郷 エコツーリズム優良事例に選定された飯田型ツーリズム 南信州観光公社を中心とした体験型旅行の推進（13年を迎える） りんご並木や裏界線等によるまち歩き いいだ人形劇フェスタや飯田市川本喜八郎人形美術館に代表される人形劇のまち 「食（りんご、市田柿、五平餅、ジビエなど）」「花（一本桜の宝庫）」などレベルが高い 国内最高峰の国際ロードレース「ツアー・オブ・ジャパン南信州ステージ」 アウトドアを満喫できるあそび場が豊富 善光寺（長野市）の本尊が元々祀られていた歴史あるお寺、元善光寺 千代駅、金野駅等の秘境駅のある飯田線 体験教育旅行の受入れ 	<ul style="list-style-type: none"> 健康ブーム、高齢者の健康づくり 登山ブーム、ランニングとウォーキングブーム 価値観、ライフスタイルの多様化 自然や文化志向の体験型観光への変化 食の安全や健康志向 高度情報化の著しい展開 持続可能な循環型社会の構築 住民主体のまちづくり 体験型観光を楽しむ機会の増加 シニア世代の旅行市場の拡大 B級グルメブーム アニメなどの新たな地域活性化の可能性 地産他消の傾向 鉄道ファン（鉄っちゃん、鉄子）の増加 三遠南信道の開通 リニア中央新幹線の開通 国の観光立国政策「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の効果による外国人観光客の増加
弱み（内的要因）	脅威（外的要因）
<ul style="list-style-type: none"> 関西圏、関東圏からのアクセスが不便 地域資源が点在している 飯田市の観光地ブランド構築の不足、認知度が低い（特に県内） 魅力的な観光スポットが存在するが、飯田市内外含め認識不足 観光関連分野の人材不足 二次交通が不足 エコツーリズムが活かしきれていない 住民理解の促進が必要 日帰りの観光客が中心滞在時間の確保や宿泊客の確保が必要 収益をあげる仕組みが必要 リピーターの確保に向けた取組の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 少子化による人口減少化の進行 高齢化によるリピーター客の減少 「安全・安心」への関心の高まりとコミュニティの必要性の再認識 全国的な観光客の取り合いによる競争激化 「安・近・短」「安・遠・長」「地味、地元、自分磨き」「低価格指向」等の傾向への変化 観光目的地の選別化（“観光地らしい観光地”の指向） リニアによる観光客の流出 貸切バス等の新運賃・料金制度の導入

飯田市の観光振興について踏まえるべき視点

○自然が豊かであり、人も豊かである

⇒豊かな自然環境は強みであり、観光振興において活かすことが必要。また、この豊かさには「人の豊かさ」も大きく関係している。

○市民がまちを好きになることが大切である

⇒市民自身が自分が住むまちのことを好きでなければ、訪れた人が好きになることはない。

○「食」「人」など魅力を高める

⇒魅力的な食や人は、遠方であっても集客につながる。磨きをかけてより良くしていくことが必要である。魅力が高まれば、まちの誇りにもなる。

○ビジネスモデルの確立を目指す

⇒自立した観光振興を進めるためには、継続的に収入が得られる仕組みづくりが必要である。直接観光事業に関係しない地元商店などを含め、他人事ではなく、地域経済も考える視点が必要である。

○交通基盤の変化も見据えて

⇒リニア中央新幹線の中間駅設置や三遠南信道の順次供用実施など、まちをとりまく交通環境は今後変わっていくことが予定されており、これらの動向を踏まえる必要がある。課題もあるが活かす視点を持つことが必要である。

