

遠山郷観光振興ビジョン・戦略計画

ここは旅の目的地 ～信州の南の玄関口遠山郷～

計画期間 令和4年4月1日～令和11年3月31日

飯田市
遠山郷観光協会
遠山郷地域振興連絡会議



目次

第1章 策定にあたって

- 1 策定の目的
- 2 概要
 - (1) 位置づけ
 - (2) 計画期間
 - (3) 進行管理

第2章 遠山郷の観光を取り巻く現状、課題、未来への希望

- 1 現状
 - (1) 概要
 - (2) 立地特性と交通施設
 - (3) 自然・景観・文化
 - (4) 国内、県内の観光動向から
 - (5) 遠山郷を取り巻く観光動向、地域資源など
- 2 課題
 - (1) 観光拠点の整備と経営の安定化
 - (2) 地域資源の保全と活用
 - (3) 的確なニーズ把握と効果的な情報発信
 - (4) 将来を見据えた観光施設のあり方の検討
 - (5) 円滑な交通アクセスの確保
 - (6) 感染症や災害などへのリスク対応とアフターコロナに向けた誘客戦略
- 3 未来への希望
 - (1) 三遠南信自動車道やリニア中央新幹線の開通
 - (2) 「平成28年度 三遠南信地域に関するアンケート」調査結果より
 - (3) 「遠山ファン」の存在

第3章 遠山郷観光振興ビジョン

- 1 目指す姿
- 2 遠山郷の3つの価値
- 3 遠山郷の価値を活かす5つの柱

第4章 戦略計画

- 柱1 惹かれ、満たされ、ずっと居たくなる魅力づくり
 - (1) 体験型観光の充実【重点項目】
 - (2) 消費者ニーズを喚起する付加価値の創出【重点項目】
 - (3) 宿泊施設・サービスの充実【重点項目】
 - (4) 暮らしがつくる景観・空間の魅力アップ【重点項目】
 - (5) おもてなし、受け入れの質の向上
 - (6) 滞在型観光の推進

柱2 山岳文化を未来につなぐエコ登山・高原観光

- (1) エコ登山の普及・推進【重点項目】
- (2) キラリと光る山岳高原観光の推進【重点項目】
- (3) エコパーク・ジオパークの推進

柱3 地域を支える基幹産業としての拠点・インフラ整備

- (1) 3拠点を軸とした公共施設のマネジメント【重点項目】
- (2) 道路網の整備とアクセス手段の確保

柱4 内外の多くの個性が交流・成長・活躍できる人づくり

- (1) 人材の育成・定着促進、事業支援【重点項目】
- (2) 人と人の心をつなぐ魅力的なイベントの実施【重点項目】
- (3) 都市と地域をつなぐ場「旧木沢小学校」の活用
- (4) 自然豊かな下栗の里の景観保全を軸とした様々な交流

柱5 リニア時代を先取りした連携と戦略的誘客

- (1) テーマ性・ストーリー性を重視したブランディング戦略の推進【重点項目】
- (2) 民間事業者との連携と観光 DX の推進【重点項目】
- (3) 地域内での連携
- (4) 地域外との連携
- (5) 日帰り圏域をターゲットとした戦略的誘客
- (6) インバウンドの受け入れ

～～ 資料編 ～～

- 1 令和2年度アンケート・ヒアリング調査結果
- 2 本ビジョンに関連する主な計画および調査報告
 - (1) 遠山郷観光戦略計画
 - (2) 飯田市観光振興ビジョン
 - (3) 道の駅遠山郷総合市場調査結果報告書
 - (4) 遠山郷観光戦略計画の検証調査報告書
 - (5) 遠山地区における観光施設調査報告書
- 3 ヒアリング調査報告書
 - (1) (株)南信州観光公社
 - (2) (株)阿智昼神観光局

第1章 策定にあたって

1 策定の目的

平成23年度に遠山郷観光戦略計画が策定されて10年が経過しました。その間、地域の観光産業を担っていた団体の相次ぐ撤退や新型コロナウイルス感染症の拡大、大規模災害の発生による道路網の寸断など当初予想もできなかったような事態が発生し、遠山郷の観光は大きな影響を受けました。遠山郷観光の拠点の一つである道の駅遠山郷は、運営組織の撤退、温泉ポンプ落下事故、中橋の落橋に伴う送湯管の破損と多くの困難に飲み込まれています。また、しらびそ高原や下栗の里もその拠点施設の運営組織が変わり新たな一歩を踏み出そうとしていたところを襲った大規模災害による道路の寸断や新型コロナウイルス感染症の拡大による観光客の大幅な減少により、不安定な経営を強いられています。これだけをとってみても、現在の遠山郷観光を取り巻く状況は、過去に類を見ないほどの危機的状況にあるといっても過言ではありません。

しかしながら、未来への明るい希望がない訳ではありません。三遠南信自動車道(仮称)青崩トンネルは順調に工事が進んでおり、またその先には同自動車道の全線開通も見据える中で、観光で遠山郷を訪れる方が飛躍的に増加することが予想されます。また、今までの取組の中から生まれた「遠山ファン」も健在で、当地域に魅力と可能性を見出して移住し、新たな事業を立ち上げた例も複数あります。

今回策定する「遠山郷観光振興ビジョン・戦略計画」は、事業者・地域住民・行政がお互いの立場を尊重しつつ一丸となり、地域を取り巻く課題に対応し未来の希望を確実なものとするために、遠山郷の観光理念とそれに向かう道すじや役割を明らかにするものです。

2 概要

(1) 位置づけ

遠山郷観光振興ビジョン・戦略計画は、「いいだ未来デザイン2028」、リニア推進ロードマップ、飯田市過疎地域持続的発展計画、飯田市観光振興ビジョン、南信濃地区基本構想・基本計画、上村地区基本構想・基本計画など、関連する計画との整合性を図りながら、遠山郷観光を推進するための個別ビジョン・戦略計画として策定します。

(2) 計画期間

本ビジョン・戦略計画の期間は令和4年度から令和10年度までとします。なお、社会情勢等の変化により随時見直すこととします。

(3) 進行管理

本ビジョン・戦略計画の進行管理は遠山郷観光協会が毎年度行い、飯田市は進行管理を支援するものとします。

第2章 遠山郷の観光を取り巻く現状、課題、未来への希望

1 現状

(1) 概要

遠山郷は長野県南部、飯田市の東端に位置し、飯田市上村と南信濃地域(ともに平成17年に飯田市と合併)にあたる地域をいいます。

戦国時代には武田信玄の遠江・三河攻略の軍用路として、江戸時代には秋葉神社(浜松市)に通じる参詣の道、そして信州と太平洋を結ぶ塩の道「秋葉街道」として利用されました。鎌倉時代になると鶴岡八幡宮の荘園となり、北条時政が地頭を務めました。室町時代以降は豪族遠山氏が一带を支配しましたが、江戸時代初期に改易となり滅亡。以後当地域は豊かな木材を産する天領として管理されました。

こうした歴史背景は、当地域に色濃い八幡信仰や、遠山氏の崇りを恐れる御霊信仰などとして現在も受け継がれ、毎年12月に各地の神社で夜通し繰り広げられる湯立神楽「遠山の霜月祭」など、独特の民俗芸能の素地となっています。

明治～大正時代には王子製紙による民有林伐採、昭和に入ると遠山森林鉄道を利用した国有林伐採が行われ、昭和40年代まで林業が当地域を大いに潤しました。

しかしながら林業の衰退とともに地域外への就業が進行し、若者世代の流出による婚姻・出生数の減少などにより過疎化が進行し、人口減少に歯止めがかからない状況が続いています。

こうした中、観光施設や農産物加工販売施設等の整備を進めるなど、観光振興を進めてきました。一定の成果は認められるものの、地域の過疎化の流れを食い止めるには至っていません。特に近年は、大雨を原因とした道路の寸断や新型コロナウイルス感染症の拡大、さらには温泉の揚湯ポンプ落下事故等により、当地域の観光産業は大きな打撃を受けました。

この難題に地域を挙げて立ち向かい、もう一度前を向いて歩み始めることが求められています。

(2) 立地特性と交通施設

当地域は東を南アルプス(赤石山脈)、西を伊那山地に挟まれた遠山谷を形成し、標高の最高地点は3,013m(聖岳)、最低地点は322m(遠山川下流)と高低差が大きい山岳地帯で、山深い信州の中でも秋山郷(下水内郡栄村)などと並び「秘境」と呼ばれてきました。静岡県との県境に立地し、現在も兵越峠を挟んで遠州との交流があります。

近年においては、三遠南信自動車道や国道418号の整備などにより飯田下伊那の各市町村、遠州、三河地域との時間的距離も短縮されてきており、さらには、近い将来予定されているリニア中央新幹線や三遠南信自動車道(仮称)青崩トンネルの開通により高速道路網が結節されることで、「秘境」としての魅力を、訪れた方々に手軽に提供できる環境が整いつつあります。

交通施設は国道152号が唯一の基幹道路であり、地域内に整備されている市道や林道も含めて観光道路としての機能も果たしています。

しかしながら、大雨による法面崩落などにより、道路網が寸断されることがしばしば起こり、一旦災害が発生するとその復旧が大掛かりとなってしまふという特性があります。

住民の命と生活を守り、観光産業を持続的に推進するためにも防災対策と災害復旧の迅速化が求められています。

(3) 自然・景観・文化

標高1,900m、南アルプスに手が届きそうなしらびそ高原、日本のチロルとも称され最大傾斜38度の絶景で知られる下栗の里など、地域内の自然・景観は多くの人を引き付ける魅力にあふれています。

当地域はエコパークとジオパークとが重なった国内唯一の重複指定地域でもあり、地質学的に貴重な遺産と豊かな生態系に恵まれているという特性も持っています。

一方で、下栗そばやジンギスカン、遠山の霜月祭、御柱祭などの伝統的な食文化や民俗芸能も大切に守ってきました。

まさに自然と人間とが共生する暮らしぶりが、現在も脈々と受け継がれています。こうした文化の上に、エコ登山という環境にやさしい新しい登山のあり方も芽生え始めてきました。令和2年には一般社団法人南信州山岳文化伝統の会が発足し、南アルプスを世界的なエコ登山の聖地に育て、山岳高原観光の産業化を目指そうとする取組が始まっています。一方で、過疎化の中で民俗芸能を未来に伝え続けることに限界を迎えている集落も増えてきています。

(4) 国内、県内の観光動向から

ア 旅行全体の半分は個人が実施する観光旅行

日本全体の旅行形態は、個人旅行が83.9%と大多数を占めています。その中でも、「個人で実施する観光旅行」が国内では52.4%と最も割合が高くなっており、「出張や業務旅行」、「帰省や家事のための旅行」などの割合を大きく引き離しています。団体旅行は10.8%であり、従来あった会社や町内会などによる親睦旅行は市場としては小さくなっています。

単位：(%)

旅行形態	市場区分	国内旅行	海外旅行
個人旅行	個人で実施する観光旅行	83.9	78.0
	帰省や家事のための旅行		
	出張や業務旅行		
団体旅行	組織が募集する団体旅行	10.8	15.1
	会社がらみの団体旅行		
その他の旅行		5.3	6.8

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

単位：(%)

市場区分	定義	国内旅行	海外旅行
個人で実施する観光旅行	個人で実施する観光旅行。スポーツ旅行、旅行会社のバック旅行に参加した場合も含める。	52.4	54.6
帰省や家事のための旅行	帰省や冠婚葬祭関連の旅行。(帰省ついでに行った観光旅行は観光・レクリエーション旅行)	14.1	8.7
組織が募集する団体旅行	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。	5.7	8.1
出張や業務旅行	打合せや会議、視察目的の旅行。	17.4	14.7
会社がらみの団体旅行	職場旅行や招待、報奨旅行。団体で行動する旅行。	5.1	7.0
その他の旅行	上記のいずれにもあてはまらない旅行。	5.3	6.8

資料：(公財)日本交通公社「JTB旅行実態調査」

イ 旅行の同行者は「夫婦・カップル」の割合が最多

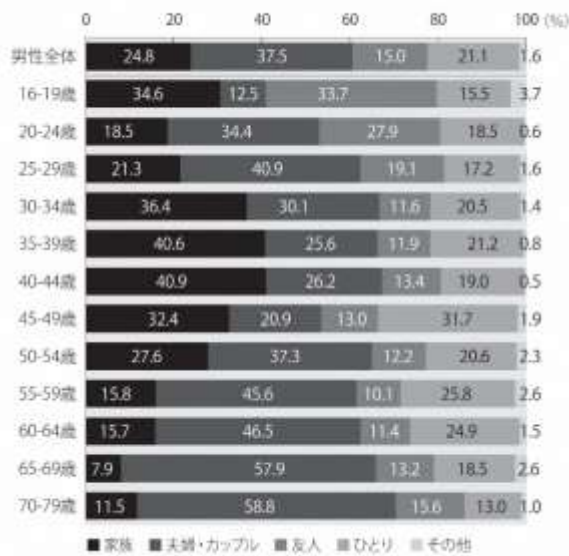
旅行の同行者は「夫婦・カップル旅行」のシェアが一番高く国内旅行では35.6%となっています。

また、年代別にみる同行者は、20-24歳では夫婦・カップル旅行の割合が高くなっています。30代から40代にかけては家族旅行が全体の3割超を占め、50代から60代になると家族旅行のシェアが減少し、夫婦・カップル旅行のシェアが拡大するという傾向が見られます。

市場区分	国内旅行	海外旅行
家族旅行	27.7%	22.8%
夫婦・カップル旅行	35.6%	35.5%
友人旅行	17.8%	22.4%
ひとり旅	16.9%	17.2%
その他	2.0%	2.1%

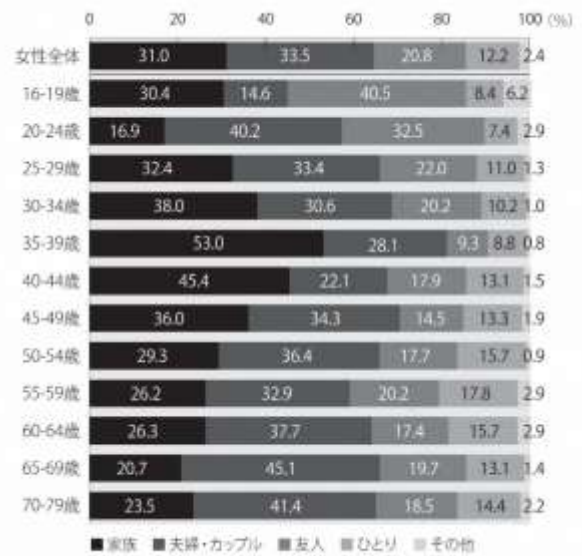
資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-5 国内旅行における年代別同行者（男性）



資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

図I-1-6 国内旅行における年代別同行者（女性）



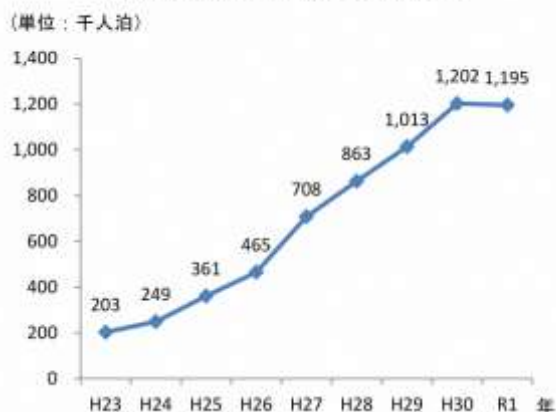
資料：（公財）日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

ウ 外国人客の増加

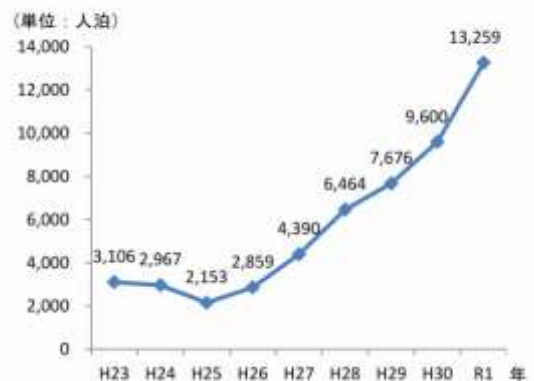
長野県において、外国人観光客はスキー客を中心に増加傾向にあります。

令和元年の南信州における外国人延宿泊者数は13,259人で、県全体の1.1%に過ぎませんが、平成26年以降は着実に増加しており、伸び率も高くなっています。

長野県における外国人延宿泊者数の推移
出典：長野県観光部「外国人延宿泊者数調査結果」



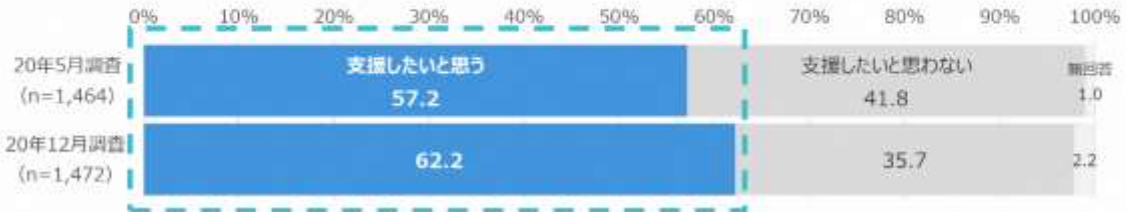
南信州における外国人延宿泊者数の推移
出典：長野県観光部「外国人延宿泊者数調査結果」



エ アフターコロナに向けて

(公財)日本交通公社による「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向」によると、新型コロナによる影響を受けている観光地を支援したいと思うかを尋ねたところ、「支援したいと思う」が約6割で支援に前向きであるとの回答がありました。

新型コロナウイルスの流行によって、観光客数が大幅に減少し経済的な影響を受けている観光地に対して、何か支援を行いたいと思いませんか。



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

具体的な支援の内容は、「インターネットを通じての現地商品の購入」「現地への旅行」「ふるさと納税での寄付」が上位を占めています。

新型コロナウイルスの流行によって影響を受けた観光地に対して、具体的にどのような支援を実施しましたか(する予定ですか)。(観光地への具体的な支援の方法を知っている人および既に支援を行った・行っている人のみ)【複数回答】

	20年5月調査 (n=186)	20年12月調査 (n=238)
インターネットを通じての現地商品の購入	33.9	50.0
現地への旅行	38.7	49.2
ふるさと納税での寄付	27.4	30.7
新型コロナウイルスの流行収束後に利用できるチケットの先行購入	9.7	20.6
アンテナショップ等の店舗での現地商品の購入	21.0	19.7
クラウドファンディングでの寄付	7.5	11.8
地域の情報の発信	0.5	0.8
その他	4.3	1.7

資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

新型コロナ収束後に観光レクリエーション旅行へ行きたいかを尋ねたところ、7割が「行きたい」と回答し、旅行意欲が高いことが分かりました。



資料：(公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」

(5) 遠山郷を取り巻く観光動向、地域資源など

ア 観光入込数及び旅行消費額の推移

長野県観光地利用者統計における遠山郷4地点の観光入込数は、平成27年の24万2千人から減少トレンドが続いています。特に平成30年度に上村振興公社が上村観光関連施設の経営から撤退したことや、令和元年度末に南信濃振興公社がかぐらの湯の経営から撤退したことの影響は甚大です。さらに新型コロナウイルス感染症の拡大の影響もあり、過去に類を見ないほどの危機的状況に陥っています。

		平成27年		平成28年		平成29年		平成30年		令和元年		令和2年	
長野県	観光入込数合計	93,314 千人		89,576 千人		87,096 千人		87,102 千人		86,011 千人		51,476 千人	
	県内	33,794	59,520	32,155	57,421	31,453	55,643	31,145	55,957	31,234	54,777	20,322	31,154
	県外												
	日帰り 宿泊	63,750	29,564	61,275	28,301	58,463	28,633	58,735	28,367	57,704	28,307	34,865	16,611
	消費額	330,184 百万円		309,279 百万円		304,574 百万円		305,722 百万円		307,081 百万円		184,140 百万円	
南信州	観光入込数合計	42,938 百人		38,554 百人		38,844 百人		37,504 百人		40,482 百人		26,246 百人	
	県内	11,762	31,176	10,784	27,770	10,528	28,316	9,651	27,853	13,478	27,004	11,004	15,242
	県外												
	日帰り 宿泊	35,093	7,845	30,758	7,796	31,249	7,595	29,796	7,708	33,059	7,423	21,771	4,475
	消費額	9,867 百万円		9,764 百万円		11,223 百万円		10,568 百万円		10,412 百万円		6,295 百万円	
しらびそ高原	観光入込数合計	711 百人		721 百人		749 百人		248 百人		24 百人		34 百人	
	県内	133	578	61	660	75	674	20	228	0	24	0	34
	県外												
	日帰り 宿泊	647	64	667	54	697	52	214	34	0	24	14	20
	消費額	50,802 千円		36,370 千円		35,570 千円		20,840 千円		13,200 千円		14,400 千円	
下栗の里	観光入込数合計	662 百人		526 百人		511 百人		387 百人		273 百人		185 百人	
	県内	292	370	94	432	68	443	43	344	36	237	4	181
	県外												
	日帰り 宿泊	626	36	492	34	471	40	359	28	243	30	167	18
	消費額	63,245 千円		53,945 千円		55,555 千円		41,305 千円		34,705 千円		20,370 千円	
南アルプス	観光入込数合計	48 百人		11 百人		45 百人		29 百人		39 百人		22 百人	
	県内	4	44	0	11	4	41	1	28	2	37	1	21
	県外												
	日帰り 宿泊	36	12	5	6	33	12	19	10	27	12	14	8
	消費額	6,900 千円		4,850 千円		12,000 千円		9,050 千円		11,400 千円		7,200 千円	
遠山温泉郷	観光入込数合計	1,004 百人		1,018 百人		991 百人		979 百人		1,009 百人		287 百人	
	県内	229	775	232	786	224	767	222	757	229	780	52	235
	県外												
	日帰り 宿泊	914	90	916	102	885	106	879	100	905	104	205	82
	消費額	173,795 千円		180,895 千円		179,515 千円		174,890 千円		180,540 千円		75,550 千円	

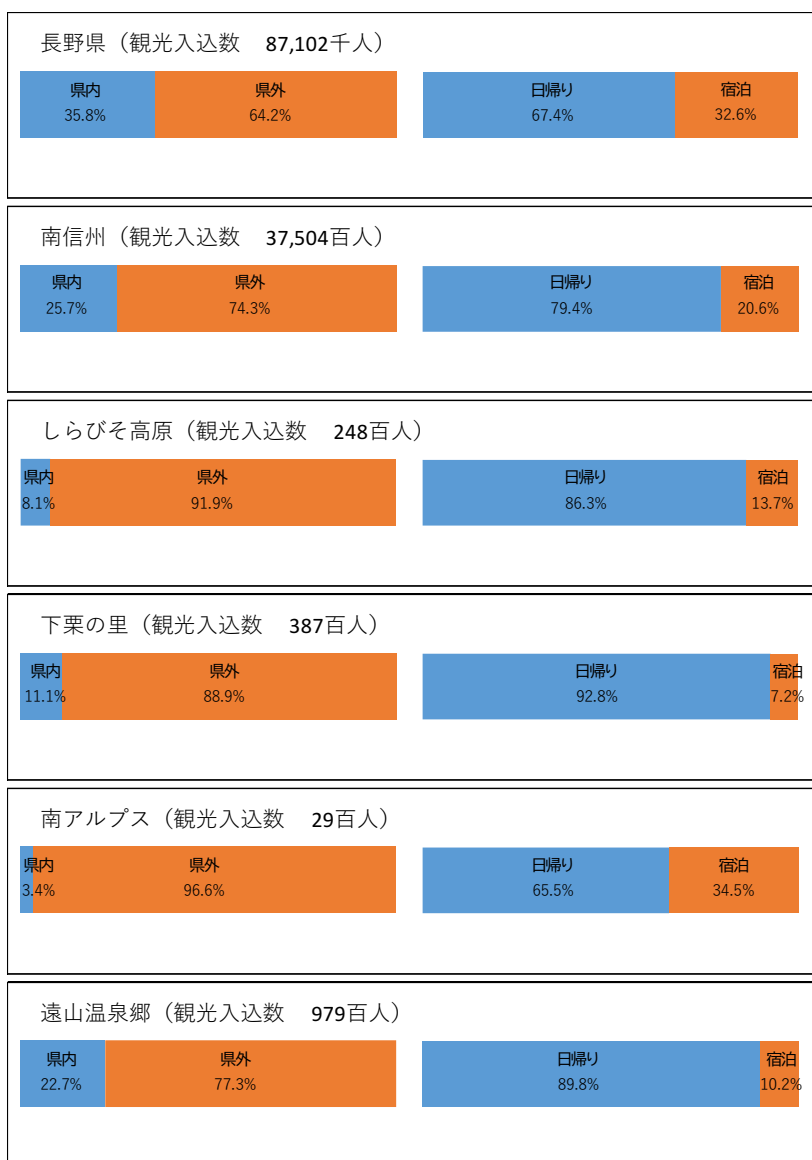
出典：長野県「令和2年度観光地利用者統計調査結果」※暦年による集計



イ 県内・県外別及び日帰り・宿泊別の割合

直近の令和2年はコロナ禍による影響が大きく、一般的な傾向をつかむためのデータとしては適切ではないと判断し、コロナ禍直前の平成30年のデータでまとめました。

遠山郷4地点の県内・県外別の割合はいずれも長野県、南信州の割合と比べ、県外者の入込割合が高くなっています。また、日帰り・宿泊別の割合は、南アルプスを除き長野県、南信州の割合と比べ、日帰り客の割合が高くなっています。

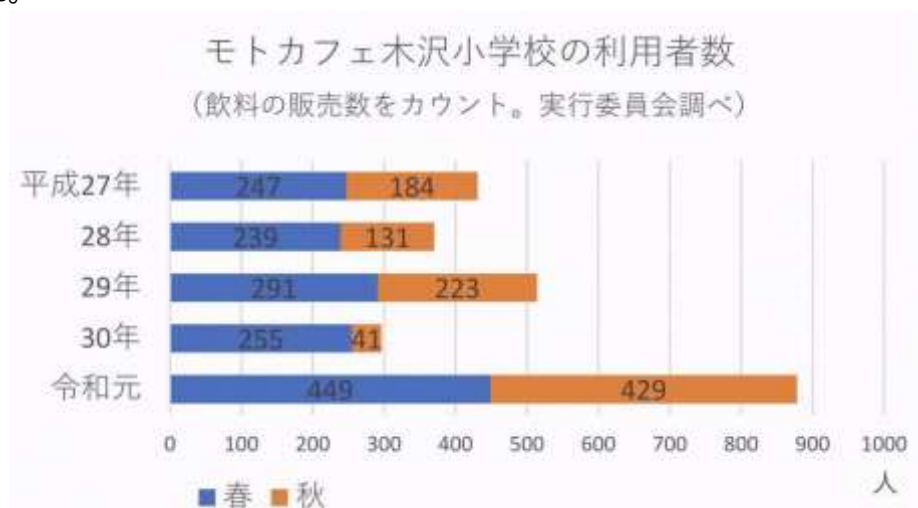


出典：長野県「令和2年度観光地利用者統計調査結果」

ウ バイク愛好家の来訪状況

遠山郷は名古屋浜松方面からちょうど日帰りできる距離にあり、下栗の里やしらびそ高原に代表される変化に富んだ美しい景色を、南北に走る国道を抜けながら短時間に味わえる点が、バイク愛好家にとって大きな魅力となっています。

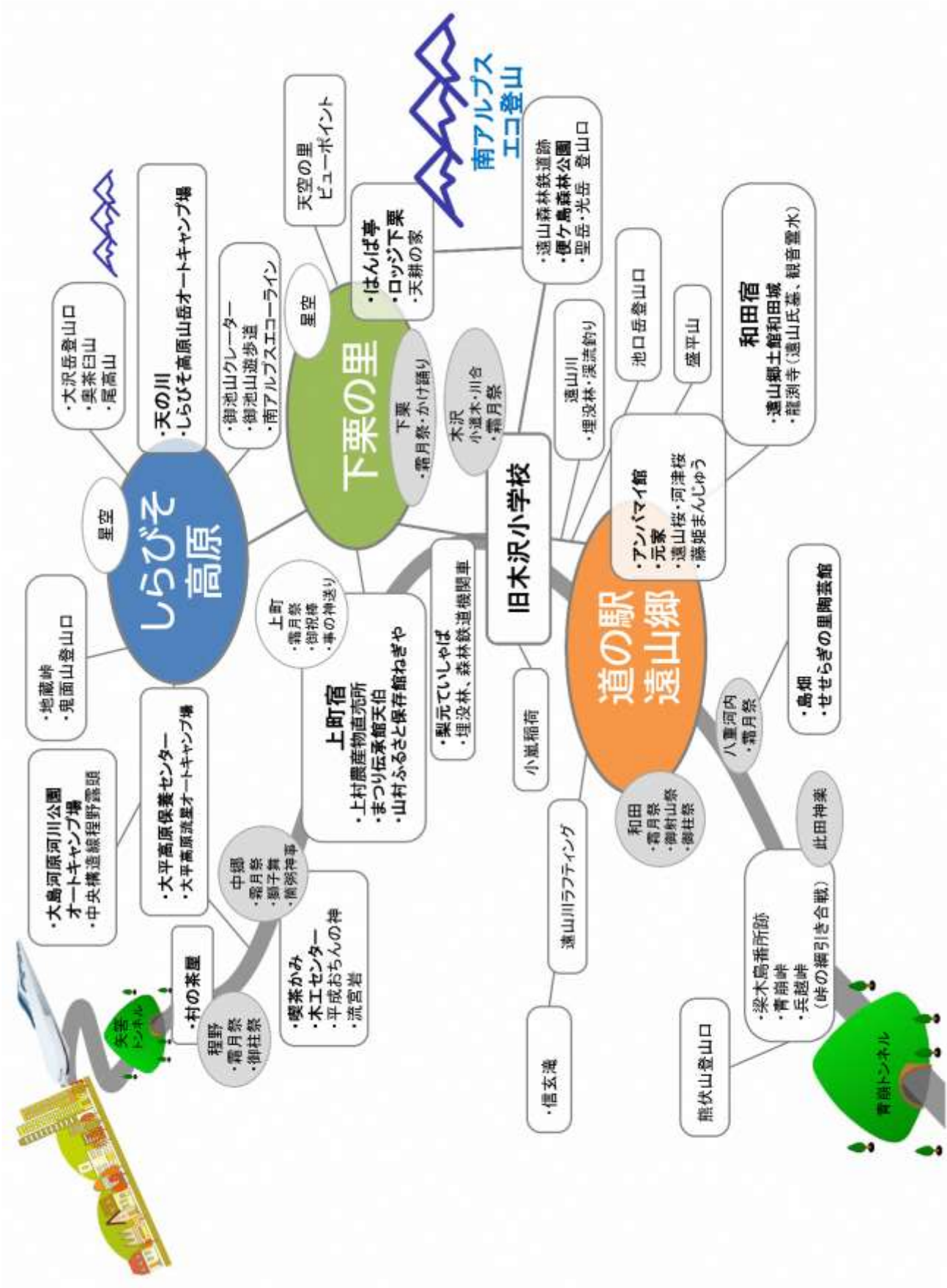
平成27年からはバイク愛好家有志らによる「南信州モトカフェ木沢小学校」が年2回開催されて好評を博しています。コロナ禍前の令和元年までの5年間で延べ2,489人が利用しました。



同じ趣味を持つ者同士の交流や情報交換を目的に遠方から訪れるバイク乗りも多く、来場者数は増加傾向にあります。来場者は名古屋・浜松方面を中心とした東海圏が多く、遠方からのリピーターは東京、さいたま、栃木、大阪などからのライダーが多い傾向です。情報発信はネットやバイク専門誌での無料告知が中心で、フェイスブックページは800名のフォロワーがあります。

エ サイクリストの来訪状況

自転車愛好家の遠山郷訪問は、静岡・愛知方面からを中心に年間300名に上り(コロナ前)、一定の経済効果があります。サイクリングルートは道の駅遠山郷からしらびそ高原の間を一日で往復する中・上級者向けのコースが人気で、交通量が少なく安心して走れる、しらびそ高原に到着したときの達成感がたまらない、かぐらの湯で疲れを癒せる、などが愛好家にとって大きな魅力となっています。



カ 特産品・食文化

そば	下栗産のそば粉はブランド価値が高く、そば畑の景観も魅力が大きい
二度芋	小ぶりだが味の良いジャガイモで、長野県の伝統野菜に指定されている
味付ジンギス(羊肉)	戦時中のダム建設に携わった外国人から味付けを学んだという歴史的背景がある
ジビエ(山肉)	老舗料理店や有名精肉店があり、「秘境」をイメージさせる食文化の代表
栃餅	丁寧なアク抜きが必要な食材で、山に住む人々の知恵の象徴といえる
豆腐	風味があり食べ応えがある。ケンチャン(けんちん汁)などハレの料理に欠かせない
こんにゃく	遠山の伝統的作物の一つ。現在も有力メーカーが健在
川魚(アマゴ)	美しい自然の恵みを象徴する食材の一つ
しょうゆの実	集落ごと、家庭ごとに味が異なる点も魅力な「おふくろの味」
雑穀(アワ、コウボウビエ)	山間部ならではの畑作物で、独特の山村景観と不可分
お茶	山間の斜面で栽培されたお茶は味がよく、美しい茶畑は景観的にも価値が高い
地物野菜	ラッキョウ、エンドウなど、伝統野菜に指定されていないものの古くから自家用に栽培されてきた遠山独自の作物がある

キ 主なイベント、行事

●イベントなど

5月	モトカフェ木沢小学校
6月	しらびそチャレンジ
8月	御射山祭り
9月	チャレンジマラニック モトカフェ木沢小学校
10月	峠の国盗り綱引き合戦
11月	下栗ふれあい祭り
通年	藤原直哉の学びのカフェ

●伝統行事など

1月2日	此田神楽
1月(第2土)	御祝棒(上町)
1月	どんど焼き(各所)
2月上旬	事の神送り(上町)
2月14日	中郷正八幡宮管粥神事
3月初午	風折的場稻荷祭礼
8月15日	下栗かけ踊り
12月	遠山の霜月祭(8カ所)
祝事の際	中郷獅子舞
R4.4、R10.4 ※6年に一度	御柱祭(和田、程野)

ク 観光・地域振興に関連する組織・団体

(順不同)

	名 称	備 考
遠山郷地域振興連絡会議	上村まちづくり委員会	
	南信濃まちづくり委員会	
	飯田商工会議所遠山支部	
	遠山郷観光協会	アンバマイ館管理運営、遠山郷観光関連事業全般
	(株)大空企画	上村地区施設管理運営(天の川ほか)
	遠山漁業協同組合	
	みなみ信州農業協同組合南信濃支所	
	飯伊森林組合東部支所	
	飯田信用金庫南信濃支店	
	(一社)山岳文化伝統の会	南アルプスエコ登山の実施
	下栗里の会	下栗地区の活性化、ガイド
	下栗の里案内人の会	
	下栗応援サークル	都市部との交流サークル
	まいか娘	上村地区公認レポーター
	地域おこし協力隊	体験プログラム「遠山郷しぜんとあそぼう！」等
	木沢地区活性化推進協議会	旧木沢小学校管理運営
	加工組合かたくり	藤姫まんじゅう製造販売
	遠山ふじ糸伝承の会	藤布織り体験
	南信濃お茶生産組合「茶の実会」	
	かぐらの湯応援団	道の駅遠山郷の環境整備等
	遠山郷やらまい会	南信濃地区施設管理運営(元家ほか)
	青崩会	南信濃地区施設管理運営(民宿島畑)
	加工組合かたくり	藤姫饅頭の製造販売
	和田宿にぎやかし隊	ホームページ「ワダパゴス」運営
	Team.MoSse(チーム・モッセ)	遠山川鯉のぼり飾り、冬季ライトアップ
	遠山郷花街道推進プロジェクト連絡会議	三遠南信自動車道沿線への花桃等の植栽
	遠山桜を守る会	遠山桜まつり
	花桃の会	
	遠山郷南信濃やどやの会	
	遠山山の会	登山道維持ボランティア、学校登山協力等
	夢をつなごう遠山森林鉄道の会	旧遠山森林鉄道を軸とした地域活性化
	ボンシャンス遠山郷サイクリングクラブ	サイクリング
	株式会社あえるば(藤原直哉)	「藤原直哉の学びのカフェ」開催
	(株)南信州観光公社	遠山郷への誘客全般
	霜月祭保存会(各地区)	
	飯田市	

2 課題

(1) 観光拠点の整備と経営の安定化

道の駅遠山郷、しらびそ高原、下栗の里は遠山郷観光の拠点であり、観光案内をはじめとする拠点機能の整備が必要です。また、観光施設が安定的に経営されることで、地域全体の観光産業の安定化、地域経済の好循環につながります。

(2) 地域資源の保全と活用

地質学的にも生物多様性の面からもたぐいまれな遠山郷の自然を守り、そして地域資源として活かすための取組が必要です。また、遠山の霜月祭をはじめとする伝統芸能や生活文化、集落景観などは、観光資源としてのポテンシャルを秘めていながら、地域全体の過疎化の中で貴重な担い手が不足し、未来へ繋いでいくことが難しいという現実と直面しています。豊かな地域資源を遠山郷ならではの観光資源に昇華させ、担い手確保につなげる必要があります。

(3) 的確なニーズ把握と効果的な情報発信

情報化社会の中で、観光客のニーズを的確に把握し、SNSなどを活用し「遠山郷の今」を効果的に発信していく必要があります。また、遠山郷を訪れた観光客がそのニーズに合わせた的確な情報をワンストップで入手できるような総合窓口を整備する必要があります。

(4) 将来を見据えた観光施設のあり方の検討

遠山地域内の観光施設の多くは建設から20年以上経過し、老朽化による大掛かりな改修が必要な状況となっています。また、目的別に細分化した施設が点在していることでワンストップでのサービス提供ができにくい状況があります。将来の観光のあり方を見据える中で、今後観光施設をどう保全するのか、または集約していくのかなどの検討が必要です。

(5) 円滑な交通アクセスの確保

遠山郷観光における移動手段は自家用車やバイクなどによるものが大半を占めており、円滑な移動には国道をはじめとする道の整備が欠かせません。近年は集中豪雨の発生リスクが高まってきており、土砂崩れによる主要道路の通行止めをはじめ、観光地へのアクセス道の不通など、観光に多大な影響が常に発生しています。こうしたリスクを低減させるための取組が欠かせません。

(6) 感染症や災害などへのリスク対応とアフターコロナに向けた誘客戦略

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で観光関連産業は大きな打撃を受けました。また、大規模災害も毎年のように発生しています。こうした感染症の拡大や災害の発生など起こりうるリスクを想定し、持続可能な観光振興を推進していく必要があります。

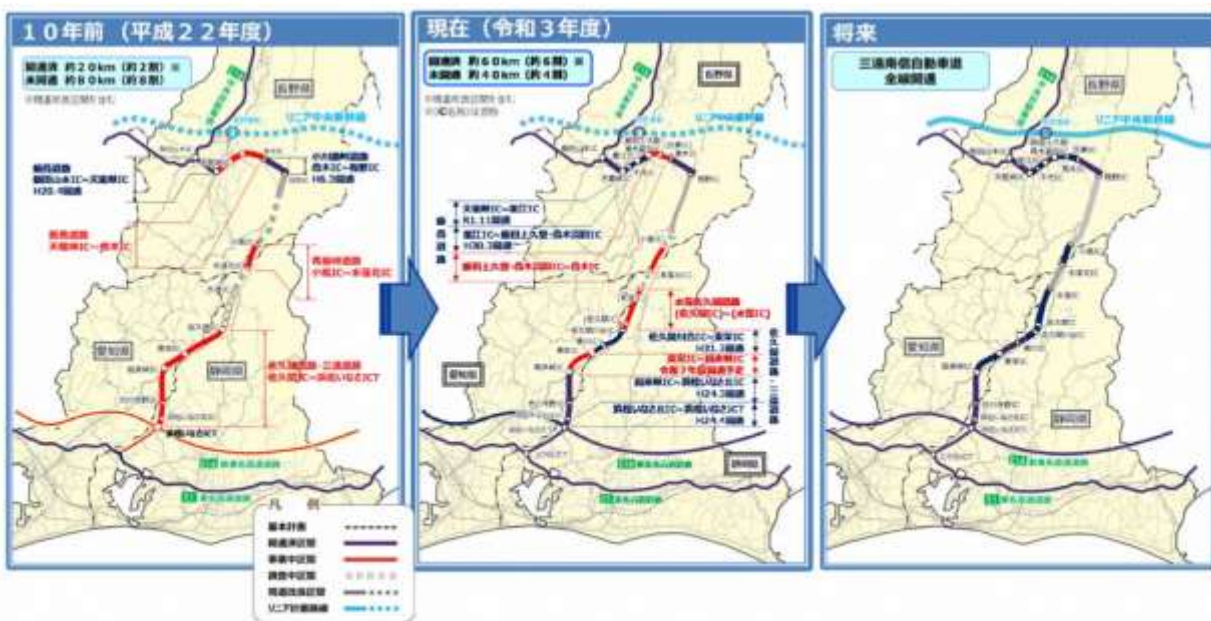
特に新型コロナウイルス感染症については、「ウィズコロナ」から「アフターコロナ」に向け、新たな観光ニーズを獲得するための戦略的な取組が重要となってきます。

3 未来への希望

(1) 三遠南信自動車道やリニア中央新幹線の開通

三遠南信自動車道(仮称)青崩トンネルの進捗率は74%(令和3年末)で、工事は順調に進んでいます。また、平成31年度には水窪佐久間道路が新規事業化し、いよいよ三遠南信自動車道全線で事業着手となりました。また、鳳来峡ICと東栄IC間は令和7年度開通見通しとして浜松河川国道事務所は公表しており、三遠南信時代の幕開けが近づいてきています。

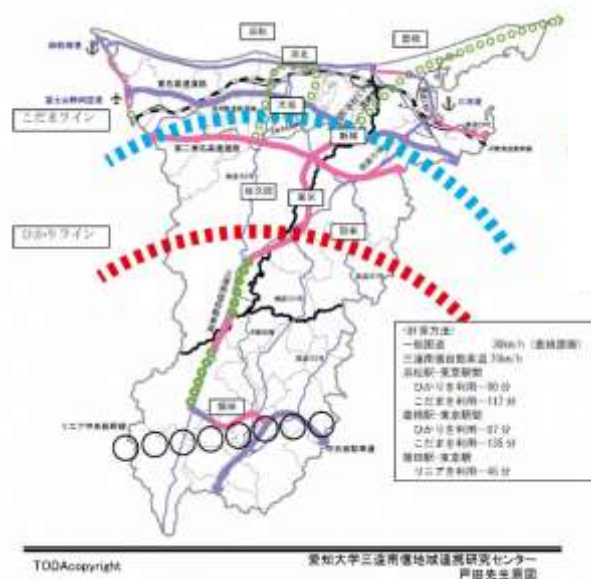
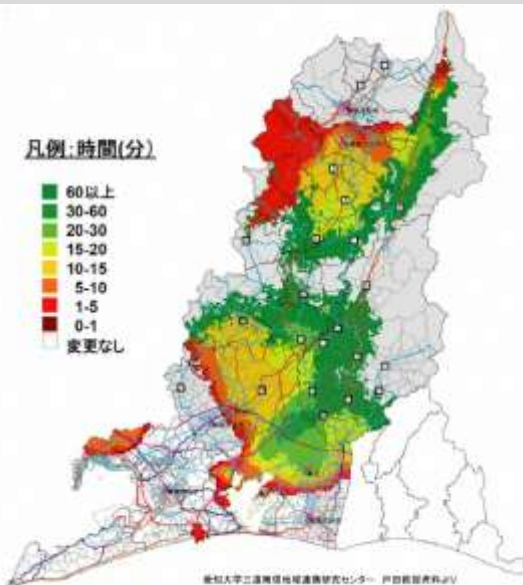
さらには、リニア中央新幹線の開業も数年後に計画されており、リニアによる横軸の人の流れと三遠南信自動車道による縦軸の人の流れの相乗効果により、遠山郷は東海方面のみならず、首都圏までも日帰り圏域とした信州の南の玄関口となり、訪問客数は飛躍的に増加することが予想されます。



中部地方整備局浜松河川国道事務所資料より転載(令和3年7月7日令和3年度東三河地域幹線道路整備計画に関する説明会)

三遠南信自動車道による通勤時間の短縮

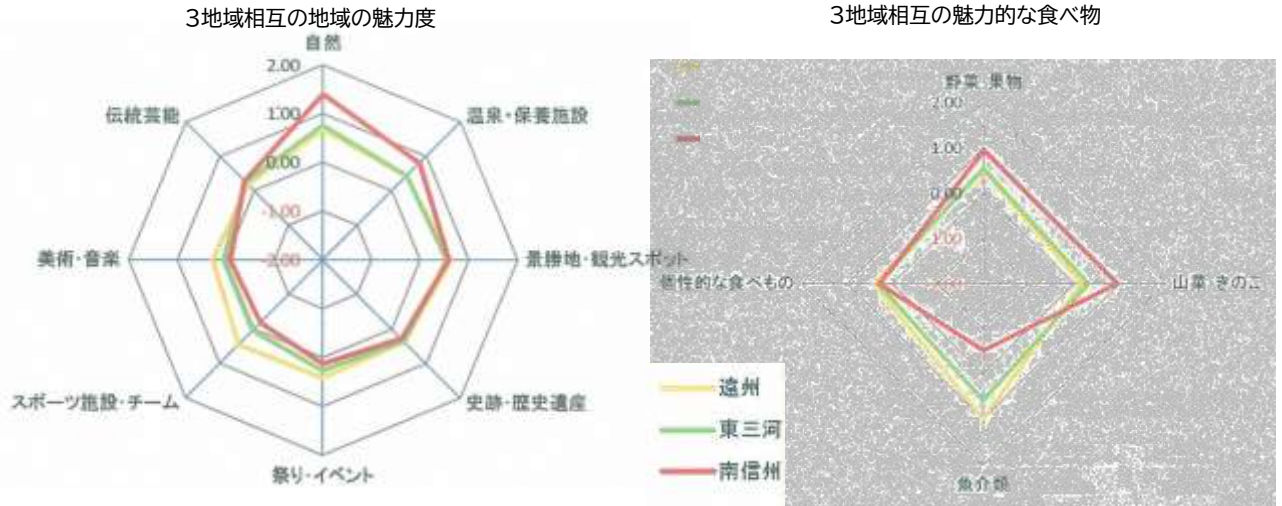
リニアによる東京到達時間圏域の変化



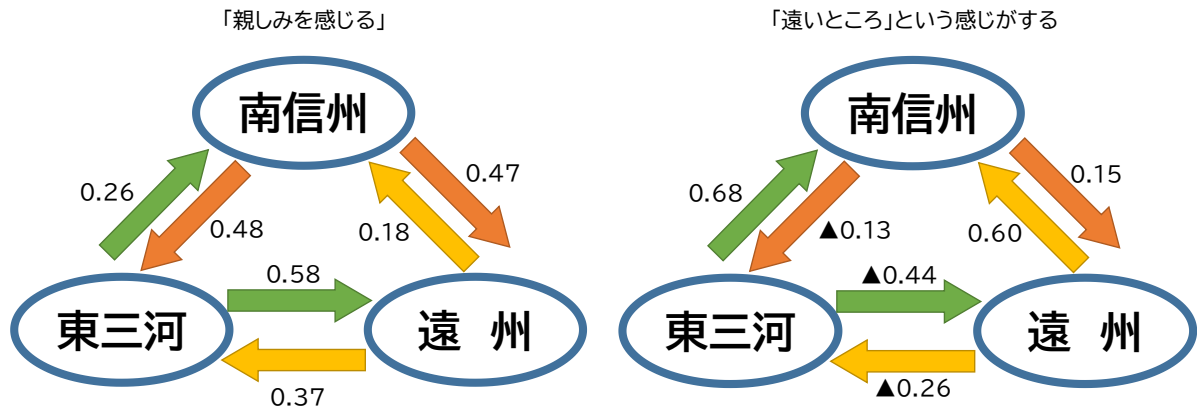
(2)「平成28年度 三遠南信地域に関するアンケート」調査結果より

(三遠南信地域信用金庫)

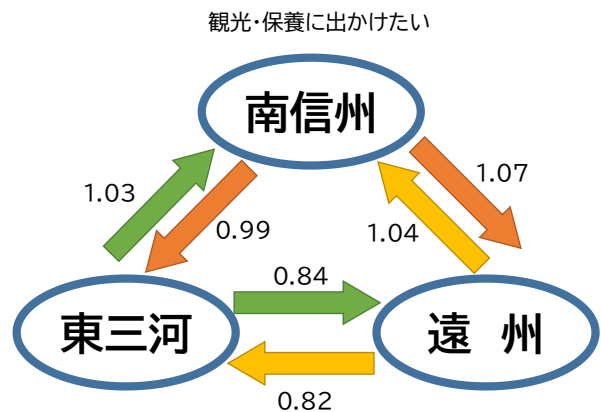
3地域の住民が持っている他の2地域に対するイメージは、南信州地域は「自然」「温泉・保養施設」で他の2地域より高い状況にあります。また、食べ物は「野菜・果物」「山菜・きのこ」に魅力を感じる割合が高くなっています。



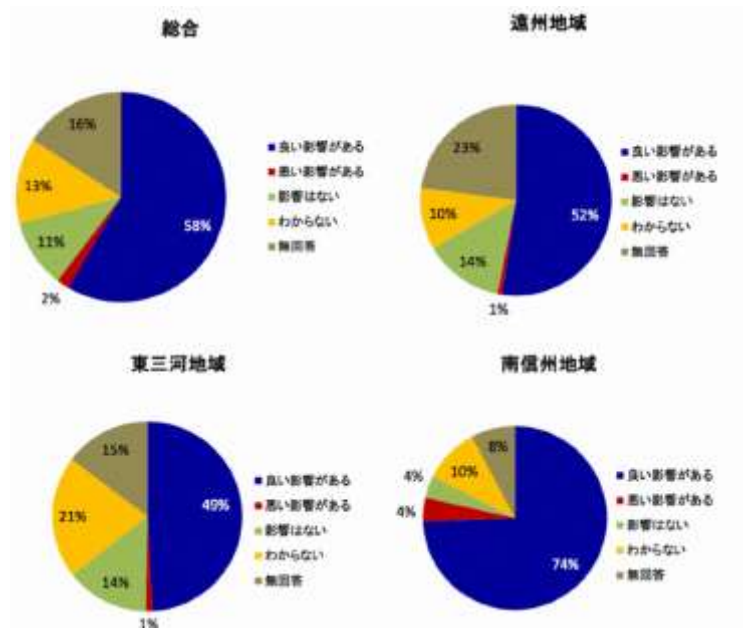
南信州地域は他の2地域に同程度の親しみを感じていますが、東三河、遠州地域ともに、南信州地域が思っているほど親しみを感じてくれないようです。また、南信州地域は他の2地域に対して遠いところと感じている割合は高くないですが、東三河、遠州地域ともに、南信州地域を遠いところと感じている割合が高くなっています。



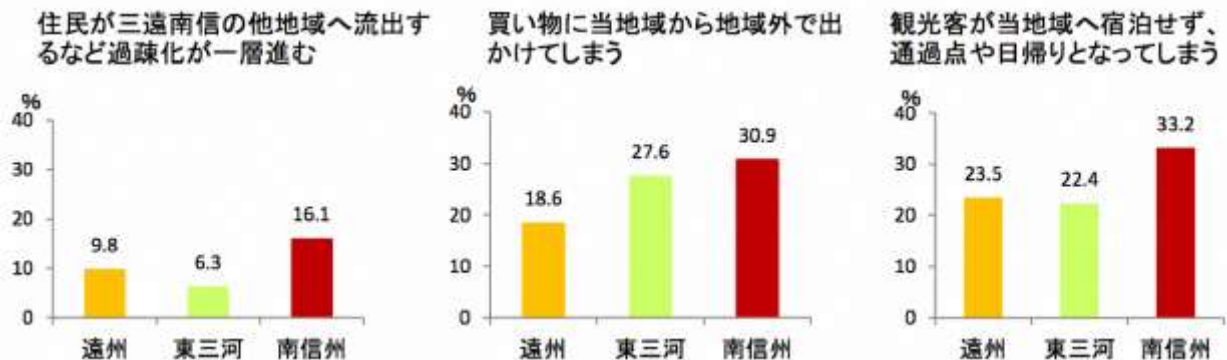
観光・保養に出かけたい地域では南信州地域と東三河地域、南信州地域と遠州地域の間で数値が高く、三遠南信自動車道全線開通で南信州地域と他の2地域との間で観光が盛んになることが期待されています。



「三遠南信自動車の全線開通はあなたの地域にとってどうですか」と聞いたところ、南信州地域では74%の方が良い影響があると答えています。他の2地域では約半数にとどまっております。三遠南信自動車道の全線開通に対する期待は南信州地域が高い結果となっています。



マイナス効果についての「住民が三遠南信の他地域へ流出するなど過疎化が一層進む」「買い物に当地域から地域外へ出かけてしまう」「観光客が当地域へ宿泊せず、通過点や日帰りとなってしまふ」という設問で聞いたところ、3項目ともに南信州地域が高い結果となり、期待が高い反面、悪い影響についても認識していることが分かりました。



(3) 「遠山ファン」の存在

地域に根付いた手厚いおもてなしにより、根強い「遠山ファン」が数多く誕生してきました。その中には当地域に魅力と可能性を見出して移住し、新たな事業を立ち上げた例も複数あります。

豊かな自然が最大の魅力である遠山郷は、生活に癒しや健康を求めるといった移住者ニーズにも合致しており、地元が受け入れ態勢を整えることができれば、交流人口から関係人口、定住人口に繋げることができ、地域の活性化に寄与できる可能性があります。

第3章 遠山郷観光振興ビジョン

1 目指す姿

ここは旅の目的地 ～信州の南の玄関口遠山郷～

三遠南信自動車道、リニア中央新幹線をはじめとする交通インフラが充実すれば、遠山郷は東海方面のみならず、首都圏までも日帰り圏域とした信州の南の玄関口となり、観光で遠山郷を訪れる方が飛躍的に増加することが予測されます。

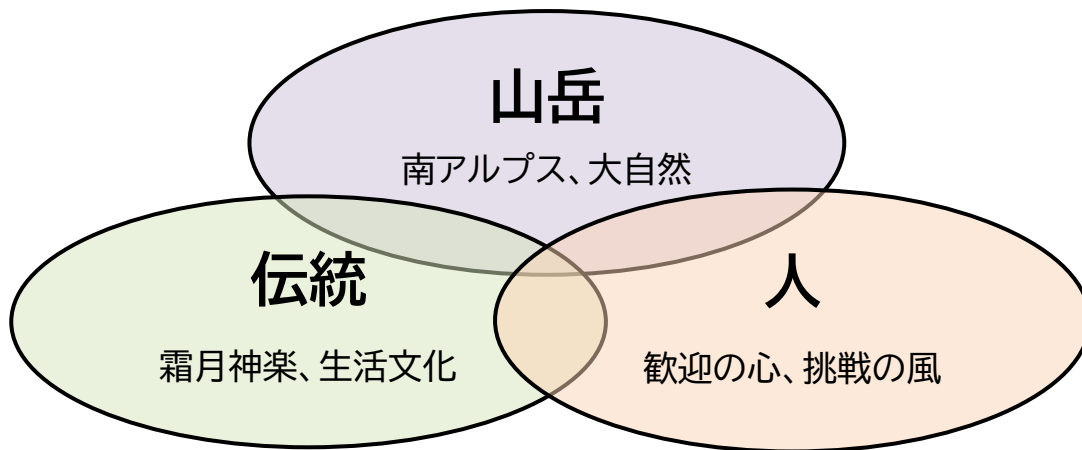
訪問客の増加は、遠山郷の魅力や価値を多くの人に知ってもらうチャンスとなる一方、観光地としてのコンテンツやサービスはこれまで以上に高い質が求められます。

遠山郷の価値をわたしたち一人ひとりが自覚し、誇りをもって磨き上げていくことができれば、単なる玄関口や通過点ではなく、遠山郷を目的地に何度も足を運ぶファンが増えていくことでしょう。

基幹産業としての観光業を活性化し、遠山郷の価値を磨きあげることができれば、交流・定住人口の増加につながり、住民の活力が遠山郷の魅力をさらに高めます。こうした好循環により、持続可能な遠山郷が実現することを目指します。

目指す姿を具現化するために、遠山郷の3つの価値を顕在化させ、その価値を活かし持続可能な地域に向けて5つの柱を設定します。

2 遠山郷の3つの価値



山岳 南アルプス、大自然

遠山郷はユネスコエコパーク、日本ジオパークの2つのエリアが重なっている国内唯一の重複指定地域で、多くの地質遺産と生物多様性の魅力にあふれた地域です。教育観光や学術観光、エコ登山など人と自然との共存を考え、新たな魅力を創出していく可能性を秘めています。

また、しらびそ高原などは、春の新緑、秋の紅葉、満天の星空など、高原ならではの魅力を、ドライブやハイキングをしながら手軽に楽しめます。登山愛好家から気軽な自然散策まで、幅広いニーズに対応できるのが遠山郷の山岳の魅力です。

伝統 霜月神楽、生活文化

厳しい自然の中で生きる人々は、遠山の霜月祭に代表される芸能や信仰を、長い歴史の中で育んできました。祭りは住民と地域のアイデンティティを支えるものとして、その価値はますます大きくなっていきます。

下栗の里に代表される山村の景観や、そこで受け継がれてきた伝統食、生活の知恵なども同様です。

全国の山村の活力が衰退しつつある今、伝統文化を守り活用することで遠山郷のブランド力を高め、それを経済効果に繋げてコミュニティの持続可能性を高める好循環を確立することが求められています。

人 歓迎の心、挑戦の風

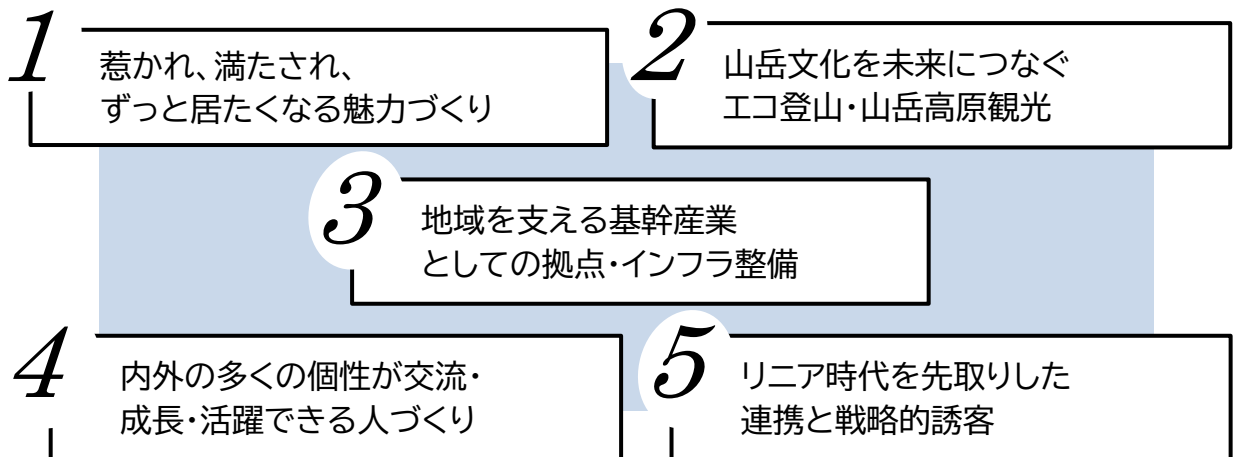
江戸時代から秋葉街道の宿場町として栄えた遠山郷には、旅人を温かく受け入れる土壌が古くから根付いてきました。

この地に足繁く通う「遠山郷ファン」たちは、遠山郷の住民一人ひとりの人柄や生き様に魅了された「遠山人ファン」でもあります。

どんな地域資源も、それが生かせるか否かは人の知恵と意志にかかっています。

年齢、出身、居住地、所属、立場を超え、おもてなしの意識を共有し、アイデアを出し合い実践する「遠山人」自体が遠山郷の価値であり、ファンを引き付ける大きな魅力となっています。

3 遠山郷の価値を活かす5つの柱



※この5つの柱は、互いに関連・重層・補完しあうものです。

柱 1 惹かれ、満たされ、ずっと居たくなる魅力づくり

通りすがりでも立ち寄りたくなる→思わず長居したくなる→何度も来たくなる→ずっと遠山に居たくなる。そんな滞在型観光の魅力づくり・受け皿づくりを、地域の資源・人材を活かしつつ、客観的な視点を重視しながら進めます。

柱 2 山岳文化を未来につなぐエコ登山・山岳高原観光

人々の生活や文化、自然環境や景観との共存を図りながら、エコツーリズムの考え方に基づいたエコ登山や、手軽ながらも満足度の高い山岳高原観光を推進します。

柱 3 地域を支える基幹産業としての拠点・インフラ整備

安心して観光を楽しめるよう、地域内の円滑な交通アクセスを確保することに合わせ、既存観光施設の再整備、運営組織の体制強化などを通じ、観光産業の安定化を進め、地域経済の好循環につなげます。

柱 4 内外の多くの個性が交流・成長・活躍できる人づくり

地域内外の若者や起業を目指すUIターン者、元気な高齢者など、さまざまなマンパワーが観光に関わり、意見・アイデアを出し合い、成長し、活躍できる環境・態勢づくり、イベント実施を進めます。

柱 5 リニア時代を先取りした連携と戦略的誘客

三遠南信自動車道やリニア中央新幹線の開通を見据え、戦略的に誘客を進めるため、観光資源の有機的な連携による周遊観光の促進、長野県などとの連携による広域観光圏の魅力向上並びにビジョンが共有できる民間事業者との連携による地域観光力の向上及び観光DXの推進を図ります。

第4章 戦略計画

柱1 惹かれ、満たされ、ずっと居たくなる魅力づくり

通りすがりでも立ち寄りたくなる→思わず長居したくなる→何度も来たくなる→ずっと遠山に居たくなる。そんな滞在型観光の魅力づくり・受け皿づくりを、地域の資源・人材を活かしつつ、客観的な視点を重視しながら進めます。

主な取組

(1) 体験型観光の充実【重点項目】

- ・体験観光事業者を支援し、遠山郷ならではの資源を生かした体験プログラムを充実させ、遠山郷観光協会や各事業者・団体が南信州観光公社等と連携して高品質・高付加価値のツアーを実施します。
- ・利用者の利便性向上を図るために受け入れ窓口の一本化を目指します。
- ・魅力的でスキルの高い体験ガイドの発掘・養成を行います。そのために、観光客だけでなく地元の住民や子どもたちも遠山郷の文化や自然を体験できる機会を積極的に設けます。

【重点事業】

事業名	遠山郷体験プログラム推進事業	
事業内容	遠山郷の体験観光関係者が連携し、魅力的な体験プログラムを開発し磨き上げるとともに、体験ガイドを発掘し養成します。 宿泊と体験を組み合わせたプランを開発します。	
役割	飯田市	必要に応じて専門家の紹介や情報提供、事業費の確保などについて支援します。
	遠山郷観光協会	体験プログラムのPRを行い、ガイドの機会を増やします。 南信州観光公社等と連携し、魅力的な体験プログラムの開発、インストラクターの研修、プログラムの磨き上げの支援をします。 宿泊と体験を組み合わせたプランを開発します。 利用者の利便性向上を図るために受け入れ窓口の一本化を目指します。
	地域	体験観光事業者および宿泊業者が連携して事業を推進します。
関連する課題	(1)(2)(3)(6)	

(2) 消費者ニーズを喚起する付加価値の創出【重点項目】

- ・遠山郷だから買いたくなる・食べたくなる、地元の特産品を使用した付加価値の高い商品・メニューなどを改良・開発・提供します。
- ・そば、二度芋、コウボウビエ、お茶、ジビエなどの特産品の生産性を向上させブランド化を図ることで、域内の経済を循環させ耕作放棄地の解消などにつなげます。
- ・観光客が減少する冬季を中心に、近隣市街の小売店などと連携して「遠山フェア」を開催します。

【重点事業】

事業名		世界に誇る「遠山ジビエ」普及推進事業
事業内容		遠山郷を中心に、高品質な山肉を手頃な価格で十分に供給できるシステムを構築し、「遠山ジビエ」の普及・PRに努めます。
役割	飯田市	「遠山ジビエ」のブランド力向上に向け「焼肉の街飯田」との連携を推進します。 ジビエに適した鳥獣捕獲方法について、狩猟者の知識向上・技術向上を支援します。
	遠山郷観光協会	遠山郷の山肉文化および、質の高いジビエ料理を提供する店舗を積極的にPRします。 (ジビエラリー、ジギス井ラリーなどのイベント開催)
	地域	地元の狩猟者は、対象となる鳥獣を「山の宝」と認識し、高品質の原料供給に努めます。 飲食店などは、関連する技術と知識の向上に努め、質の高いジビエメニューを提供します。
関連する課題		(2)(6)

事業名		「ここしか」名物発掘・開発プロジェクト事業
事業内容		有志によるプロジェクトを立ち上げ、外部の知見を取り込みながら、地元食材にこだわった”ここでしか味わえない”メニューや商品の開発・販売を行います。
役割	飯田市	必要に応じて専門家の紹介や情報提供、事業費の確保などについて支援します。
	遠山郷観光協会	発掘・開発した商品を効果的に情報発信する支援を行います。 発掘・開発に必要な情報提供を行います。
	地域	飯田商工会議所遠山郷支部の部会や飲食関係者などがプロジェクトの主体となりメニュー開発、販路の確保などを進めます。
備考		販売方法の例: キャンプ利用者などに向けた冷凍食品の自販機 開発商品の例: 地元食材を使った冷凍食品(鹿肉シチュー等)、竹を使った鹿肉ロースト、鹿肉ジャーキー、スモークサーモン、豆腐、ヤマブドウワインなど
関連する課題		(2)(6)

(3) 宿泊施設・サービスの充実【重点項目】

- ・時代のニーズに合致した個性的な宿泊業者(体験民泊、個人客の利用しやすい宿など含む)を支援します。
- ・宿泊に関連する事業者が定期的集まる機会を設け、情報交換や合同研修会などを行い質の向上に努めます。

【重点事業】

事業名		遠山郷体験プログラム推進事業(再掲)
事業内容		遠山郷の体験観光関係者が連携し、魅力的な体験プログラムを開発し磨き上げるとともに、体験ガイドを発掘し養成します。 宿泊と体験を組み合わせたプランを開発します。

役割	飯田市	必要に応じて専門家の紹介や情報提供、事業費の確保などについて支援します。
	遠山郷 観光協会	体験プログラムのPRを行い、ガイドの機会を増やします。 魅力的な体験プログラムを開発し磨き上げるための支援をします。 宿泊と体験を組み合わせたプランを開発します。 利用者の利便性向上を図るために受け入れ窓口の一本化を目指します。
	地域	体験観光事業者および宿泊業者が連携して事業を推進します。
関連する課題		(1)(2)(3)(6)

(4) 暮らしがつくる景観・空間の魅力アップ【重点項目】

- ・遠山郷をより深く楽しむため、宿場町の風情が残る和田や上町、日本のチロルと称される下栗の里など、農地も含めた景観保全に努め、湯立神楽に代表される伝統文化が創り出す空間の魅力向上を目指します。
- ・観光案内などの看板の乱立で景観が阻害されないように、ITやAR技術を活用した案内やエコパーク・ジオパークのガイドラインに沿った看板の設置を進め、遠山郷の高質な空間の維持に努めます。

【重点事業】

事業名	宿場の魅力向上事業	
事業内容	和田宿や上町宿など、秋葉街道の宿場町らしい魅力を向上させます。	
役割	飯田市	空き家活用を推進し、まちづくりにおける景観形成のための情報提供・景観保全に取り組みます。
	遠山郷 観光協会	散策マップ等の作成・更新、案内板の設置・更新、ガイド人養成などを行います。
	地域	地域団体を中心に、町場の魅力アップのために、歴史学習を実施したり、環境美化活動を進めたり、自らができることを整理・実行します。 住民一人ひとりが観光客への「おもてなし」の意識向上に努めます。
関連する課題		(2)(6)

(5) おもてなし、受け入れの質の向上

- ・飲食店など地元店舗のサービス向上を支援し、観光地として遠山郷全体の質の底上げを図ります。

(6) 滞在型観光の推進

- ・個人や小グループを主なターゲットに、時間に追われる駆け足観光ではなく、時間が経つのを忘れさせるような、じっくりゆったりと遠山郷を楽しむことのできる滞在型観光を提案・アピールします。
- ・誰もが気軽に立ち寄ってくつろぎ交流の拠り所のできる場を、官民連携して創出します。

柱2 山岳文化を未来につなぐエコ登山・山岳高原観光

人々の生活や文化、自然環境や景観との共存を図りながら、エコツーリズムの考え方に基づいたエコ登山や、手軽ながらも満足度の高い山岳高原観光を推進します。

主な取組

(1) エコ登山の普及・推進【重点項目】

- ・南信州観光公社や南信州山岳文化伝統の会などと連携し、エコ登山を推進します。
- ・質の高い登山ガイドを養成・誘致し、生業とするための支援を行います。
- ・南アルプスの登山情報や自然を網羅したガイド教本の作成を行います。
- ・登山口へのアクセス道、登山道及び遊歩道の維持整備を進めます。
- ・マイカー規制や二次交通など登山客の移動手段について検討します。
- ・聖光小屋の再稼働を支援します。
- ・利便性を高めるとともに、安全な登山を推進します(例:携帯電話基地局の設置要望、ライブカメラ設置、登山者が持っている発信機の電波をヘリから探知し遭難者を捜索するサービス(ココヘリ)の利用促進など)。
- ・都市圏からの直通登山バスの誘致を推進します。

【重点事業】

事業名		エコ登山推進事業
事業内容		エコツーリズムの考え方に基づいたエコ登山を推進します。 拠点機能(ビジターセンター)の設置について検討します。
役割	飯田市	庁内の推進体制を構築し、関連機関との連携を図ります。 エコツーリズム推進協議会の設立について検討します。
	遠山郷 観光協会	エコ登山の魅力を発信するとともにその理念を啓発します。 マイカー規制や二次交通など登山客の移動手段について検討し、その仕組みを構築します。
	地域	遠山山の会や南信州山岳文化伝統の会を中心に、事業に主体的に参画、実施します。
関連する課題		(2)(3)(4)(5)(6)

(2) キラリと光る山岳高原観光の推進【重点項目】

- ・キャンプ場や遊歩道、ハイキングコース、サイクリングコースなど、山や森を楽しむことができる施設の整備・充実を図り、ツアーを実施します(御池山、下栗の里、森林鉄道軌道跡など)。
- ・しらびそ高原や下栗の里ならではの星空の美しさをアピールし、星空を活用した観光商品を企画します。

【重点事業】

事業名		星の里遠山ブランド化事業
事業内容		しらびそ高原や下栗の里などを中心に、遠山郷で見られる星空の美しさをアピールし、星空観察などのプログラム提供によって観光客数の増加と遠山郷のブランド強化を図ります。

役割	飯田市	必要に応じて専門家の紹介や情報提供、事業費の確保などについて支援します。
	遠山郷 観光協会	印刷物やネットを使ったPRを行います。南信州観光公社と連携してメニューを開発し、ツアーを実施します。
	地域	星空観察と組み合わせた宿泊プログラムの提供などを行います。
備考	南信州観光公社との連携のほか、阿智村など他の星空ブランド地域との連携も検討します。	
関連する課題	(1)(2)(3)(6)	

(3) エコパーク・ジオパークの推進【重点項目】

- ・南アルプスユネスコエコパークと南アルプスジオパークのブランド価値を最大限に活用し、体験学習や教育旅行などを受け入れ、地域の活性化につなげます。
- ・学術的要素に加え、生活文化・体験アクティビティ・星空観察などを組み合わせることで、観光のすそ野を広げます。
- ・南信州観光公社と連携してツアーを実施します。
- ・エコパーク・ジオパークを基本に遠山郷を総合的に案内できる魅力的な名物ガイドを養成します。
- ・ガイドラインに沿った標識、案内看板の設置・更新を行います。

【重点事業】

事業名	南アルプスエコパーク・ジオパーク推進事業	
事業内容	国内唯一のエコパークとジオパークの重複指定地域であるという優位性を観光資源として活かし、体験学習や教育旅行などを受け入れて地域の活性化に繋がります。	
役割	飯田市	関係市町村と連携し、エコパーク・ジオパークの理念を広め、遠山郷の持つ価値を顕在化し、地域内外へ発信します。
	遠山郷 観光協会	パンフレットを作成し、HPを活用して情報を発信します。 地域に存するエコロジーやジオロジーを活用し、具体的なイベントを企画し実施します。 南信州観光公社と連携してガイドを養成し、ツアーを実施します。
	地域	エコパーク・ジオパークについての理解を深め、これらのエリアの中の暮らしに誇りを持ち、生活者の視点で情報発信をします。
関連する課題	(2)(3)(6)	

柱3 地域を支える基幹産業としての拠点・インフラ整備

安心して観光を楽しめるよう、地域内の円滑な交通アクセスを確保することに合わせ、既存観光施設の再整備、運営組織の体制強化などを通じ、観光産業の安定化を進め、地域経済の好循環につなげます。

主な取組

(1) 3拠点を軸とした公共施設のマネジメント【重点項目】

- ・道の駅遠山郷、しらびそ高原、下栗の里の3つの拠点を軸にして、観光施設の集約化・多機能化を図ります。
- ・施設の老朽化などにより本来の機能が発揮できなくなった施設は、用途変更や機能集約、除却などについて検討します。

【主な施設の役割と今後の方針】

- ・道の駅遠山郷
三遠南信自動車道の開通効果を最大限に活かし、信州の南の玄関口として地域に根差した観光の拠点施設を目指します(次頁以降参照)。
- ・しらびそ高原(天の川)
高原を満喫する日帰り観光、および南アルプス登山観光の拠点としての機能を充実させます。星空観光に重点を置いた宿泊施設としての顧客満足度の向上に努めます。
- ・下栗の里(はんば亭・ロッジ下栗)
住民生活に最大の配慮を行いながら、「秘境」遠山郷のシンボルとして景観や遊歩道などを維持保全するとともに、観光客の消費行動につながる仕組みを強化します。

(2) 道路網の整備とアクセス手段の確保

- ・三遠南信自動車道の全線開通やリニア中央新幹線の開業を見据え、飯田市街から遠山までの二次交通について検討します。
- ・国道152号をはじめとする地域の基幹道路や、観光にも活用されている生活道路について適切に管理し、維持・整備を進めます。
- ・しらびそ高原や下栗の里へのアクセスは、環境保全と混雑解消の視点から、マイカー規制やシャトルバス運行等について検討します。
- ・案内看板の設置や更新を進め、観光客の周遊を助けます。

道の駅遠山郷の今後の方向性



三遠南信自動車道青崩トンネルが近い将来開通予定であり、これにより遠州、東三河地域が今まで以上に身近となり、遠山郷をはじめとする南信州地域へ多くの観光客が訪れることが期待されています。

こうした展開を見据え、遠山郷を訪れる観光客を南信州地域や長野県全体へ展開させるため、遠山郷には信州の南の玄関口としての役割が求められてきます。

また、多くの人々の往来が予想されることから、遠山郷を中心にして、地域の活力を創出するチャンスでもあります。

これらを踏まえ、道の駅遠山郷は、三遠南信自動車道の開通効果を最大限に活かし、信州の南の玄関口、遠山郷活性化の拠点としての役割を果たしていく施設にします。

1 課題認識

- 新型コロナウイルス感染症の拡大による移動制限、災害による兵越峠や地蔵峠の通行止めによる観光客の減少などにより、遠山郷の観光産業が冷え込んでいる。
- 源泉ポンプの落下、中橋の落橋などにより温泉が休業している。
- 道の駅遠山郷の対面交通量や周辺商圏人口が絶対的に足りず、衝動型来店や地元利用だけでは道の駅の経営が成り立たない。
- ライダーの利用が比較的多いにも関わらず、ライダー向けの設備が整備されていない、またはサービスが不十分である。
- 既存施設が大規模であり、光熱水費を中心としたランニングコストが多くかかってしまう。
- 既存施設が温泉施設として設計されているため、道の駅利用者が入店時にわざわざ靴を脱がなくてはならないなど、道の駅利用者向けの施設とはなっていない。
- 過去運営を担ってきた組織として、理事の意見が経営に活かされない組織体質であった、経営の専門家が少なく経営状況を判断することが困難であった、役員報酬が非常に少なかったことから責任の所在があいまいになってしまっていた、などの課題があった。

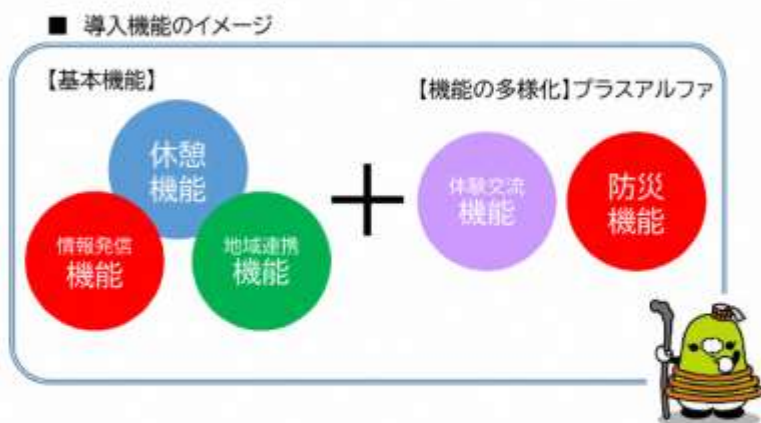
2 道の駅遠山郷の再生に向けたポイント

- 市と地域が協働して道の駅遠山郷の再生について検討し、地域が自らの力で経営していく覚悟と責任を持ち、市は地域に寄り添った支援を行うこと。
- ここでしか体験できないメニューを提供して滞在時間を確保したり、ここでしか味わえない飲食・土産などを提供して満足度を上げたりする取組みで、地域の活力を創出し、また道の駅遠山郷を旅の目的地とすること。
- 三遠南信自動車道青崩トンネルの開通による観光客の増加を視野に入れ、信州の南の玄関口としての役割を果たすこと。
- 広域的な基幹道路に位置する立地から、広域的な防災拠点機能を有すること。
- ライダーをはじめ様々な利用者の立場で施設の使いやすさを研究し、利用者目線に合ったサービスを提供すること。
- ランニングコストを抑える取組みや施設改修を行うこと。

3 導入する機能の基本方針

道の駅は、道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の人々のための「情報発信機能」、地域が連携しながら地域づくりを行うための「地域連携機能」の3つの基本機能を有することが求められています。また近年では基本機能に加え、農業・観光・コミュニティ・防災・文化・環境保全など、地域の個性や魅力を活かした様々な取組みを行う道の駅も増えてきています。

道の駅遠山郷の再整備にあたっては、基本機能（休憩機能、情報発信機能、地域連携機能）に加え、遠山郷の魅力を満喫できる「体験交流機能」と、大規模災害等に対応するための「防災機能」を追加し、これらの機能が密接に連携し相乗効果を発揮する道の駅を目指すこととします。



4 基本コンセプト ～ 信州の南の玄関口 情報・交流・チャレンジ・防災の拠点 ～

(1)長野県、南信州、遠山郷の旅を満喫するための情報拠点

三遠南信自動車道青崩トンネルの開通により、道の駅遠山郷は信州の南の玄関口となり多くの道路利用者、観光客が訪れることとなります。道の駅遠山郷はこれらの方々から信州の旅を満喫するために必要な情報を集約し、ニーズに合わせて適切に提供できる情報の拠点を目指します。



(2)遠山郷を体験し、味わい尽くせる交流拠点

遠山郷は、自然、歴史、食、人などの魅力にあふれた地域です。年配・若年世代、観光客・ライダーなどが、それぞれのスタイルで遠山郷の豊かな魅力に触れ、味わい尽くすことができるような交流の拠点を目指します。

(3)地域が繋がりを、新しいことにチャレンジできる活動拠点

道の駅遠山郷は遠山郷に暮らす人々の心を繋ぐ可能性を秘めています。様々な夢を持つ人々がここで繋がり、地域の活力を生み出し、新しいことにチャレンジする活動を応援できるような施設を目指します。



(4)広域的な安心・安全を守る防災拠点

近年頻繁に発生する豪雨災害や近い将来想定されている南海トラフ地震への対応を視野に入れ、三遠南信自動車道を軸とした広域的な防災機能を整備しておく必要があります。遠山郷に暮らす人々だけでなく、観光で遠山郷を訪れた方々も含め、その命を守るための拠点としての施設を目指します。

5 導入機能別の施設イメージ

導入機能	施設イメージ
休憩機能	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自家用車、バイク、障害者など全ての方にとって安全で使いやすい駐車場 ・ バリアフリーで誰もが利用しやすい清潔で広々としたトイレ ・ 子育て世代が安心して快適に利用できる温かみのある施設 ・ ドライバー、ライダーが疲れを癒す居心地の良い休憩施設
情報発信機能	<ul style="list-style-type: none"> ・ 交通情報、気象情報、災害情報等を提供する場 ・ 長野県、南信州、遠山郷の観光、イベント情報、歴史・文化等の紹介施設 ・ エコパーク、ジオパーク、エコ登山、山岳観光などを目的に遠山郷を訪れた方々への情報提供 ・ 安心してツーリングを楽しむためのツーリングプランやトラブル解決のためなどライダー向け情報提供
地域連携機能	<ul style="list-style-type: none"> ・ 遠山郷の豊かな恵みを提供する土産物などの売店施設 ・ 遠山郷でしか味わえない料理を提供するレストラン ・ 人々が繋がり、新しいことにチャレンジできる施設
体験交流機能	<ul style="list-style-type: none"> ・ 遠山郷の魅力を感じ、遠山郷の人々とふれあい、遠山郷を体感できる施設 ・ 遠山郷の風を感じ、その魅力を満喫できるライダー向け交流施設
防災機能	<ul style="list-style-type: none"> ・ 災害時に避難スペースとして活用可能な駐車場 ・ 災害時でも使用可能なトイレ、大規模災害に備えた防災倉庫 ・ 救援物資輸送の拠点

6 施設イメージの具体的検討

以下の選定基準に基づき、現時点で想定される施設の具体について記載します。基本設計の段階で改めて各施設の必要性について検討します。

■導入施設の選定基準【凡例】	A : 道の駅必須施設
	A [〃] : 新たに整備が求められてきている施設（子育て応援関連）
	B : あり方検討会、聞き取り、アンケートなどで提案があった施設

機能	想定される施設		選定基準	備考	
休憩機能	駐車場	駐車場	A	大型車、小型車、障害者、	
			A [〃]	妊婦向け優先P	
		EV駐車場	B		
		バイク向け駐車場	B	雨除け屋根付など	
		RVパーク	B	車中泊用	
	トイレ	24時間トイレ	A		
			A [〃]	子供用トイレ	
		休憩コーナー		A	
		ベビーコーナー（授乳、おむつ交換スペース）		A [〃]	24時間対応
	キッズコーナー		A [〃]	屋外遊具等も検討	
情報発信機能	情報コーナー	交通・気象・災害情報	A		
		地域情報（観光・伝統）	A		
	案内機能	観光案内	B	インバウンド対応	
		エコジオ、エコ登山、体験メニュー案内など	B		
地域連携機能	物販コーナー	農産物直売コーナー	B	キャッシュレス対応	
		物販コーナー	B	キャッシュレス対応	
			A [〃]	おむつのばら売り	
			B	地元起業家向け	
		B	ライダー向け		
	レストラン	B	キャッシュレス対応		
体験交流機能	体験交流広場	焼肉・BBQ	B	中庭の活用	
		川遊び	B	中庭から遠山川へ	
		キャンプ	B		
	温泉施設	内風呂、露天風呂	B	バイク用ロッカー等	
		シャワー室、乾燥機	B	バイク用として	
		ライダー向け交流広場		B	ライダーの目的地として
防災機能	駐車場（救援物資輸送拠点）		B		
	災害対応トイレ		B		
	防災倉庫		B		
その他	事務室、更衣室、スタッフ駐車場		—		

7 運営方法

道の駅遠山郷は地域主体の運営を基本とします。運営パターンは下表のパターン2もしくはパターン3のいずれかによることを原則として協議を進めます。

運営パターン	概要	メリット	デメリット・リスク	備考
【パターン1】 運営組織は大家	運営会社は大家として家賃収入。ほかは全てテナントとする。	運営会社に個々の事業の運営ノウハウが不要	道の駅の統一コンセプトは期待できない。経営できるだけの家賃が取れない（高くするとテナント入らない）	大家モデルは「お客様を呼べる施設」でなければ成り立たない。資本力が必要。
◎ 【パターン2】 運営組織がすべてを直営する	運営会社は自社で個々の事業を運営する。テナントは募集しない。	統一のコンセプトで運営できる。事業間での相乗効果／共有化が可能になる。	個々の事業の運営ノウハウが必要。経営のオーナーシップが最も必要	やりきれば最も成功できる形。温泉を復活させ「温泉で人を呼ぶ」ことで確度は上がる。多分野に渡るため、必要に応じたプロのアドバイスが有効
◎ 【パターン3】 一部テナント	運営会社は自社で個々の事業を運営する。テナントは一部募集する（飲食／ファストフード等）。それ以外についてはテナントを募集する。	ある程度、統一のコンセプト相乗効果／共有化が可能になる。不得手な分野をテナントに任せられる	テナントの運営に関しては口出ししにくい。テナント次第で、道の駅全体のイメージを損ねる可能性。	温泉を復活させ、「温泉で人を呼ぶ」ということができるのであれば、成立する形態。
【パターン4】 大部分テナント	運営会社は自社で一部事業を運営する（温浴等）。それ以外についてはテナントを募集する。	運営会社に全ての事業の運営ノウハウまでは必要ない。	統一コンセプトでの運営、相乗効果／共有化は望めない。経営できるだけの家賃が取れない（高くするとテナント入らない）	温泉を復活させ、「温泉で人を呼ぶ」ということができるのであれば、CASE1と変わらず、成立する可能性は低い。

令和3年度道の駅遠山郷運営改善計画策定業務報告書より

8 収支シミュレーション

令和3年度道の駅遠山郷運営改善計画で実施した収支シミュレーションによると、過年度の経営実績から当該道の駅の損益分岐売上は1.2億円から1.4億円と算出されました。

また、商圈人口、観光特性から導き出した売上げの最大値は現状の延長線上で1.3億円と推定されています。

そもそもの足元商圈における需要が極めて小さい中、安定的な経営を継続していくには、道の駅遠山郷を目的地化して遠方商圈からの来客を増やしたり、滞在時間を延ばすことで客単価を上げたりするような施策を打つ必要があります。

施策の効果を最大限に活かすには、三遠南信自動車道の開通のタイミングに合わせて実施することで、商圈に大きなインパクトを与えることが重要です。

	実際の各商圈における獲得可能売上 (上段：売上、下段：利用人数)	現状の各商圈売上 (上段：売上、下段：利用人数)	売上ギャップ (上段：売上、下段：利用人数)
足元商圈 (10分～30分圏)	売上： 9,500万円 利用人数： 9.5万人	売上： 8,500万円 利用人数： 8.5万人	売上： 1,000万円 利用人数： 1.0万人
ミニ観光＋ 遠方観光 商圈 (40分～60分圏)	売上： 2,900万円 利用人数： 2.9万人	売上： 2,000万円 利用人数： 2.0万人	売上： 900万円 利用人数： 0.9万人
合計	売上： 12,400万円 利用人数： 12.4万人	売上： 10,500万円 利用人数： 10.5万人	売上： 1,900万円 利用人数： 1.9万人

令和3年度道の駅遠山郷運営改善計画策定業務報告書より

9 参考資料

(道の駅遠山郷あり方検討会議で議論された道の駅の目指す姿のまとめ)

R3.7.20午後6時30分～8時30分実施
道の駅遠山郷 あり方検討会グループワークで出た「道の駅の目指す姿」意見のまとめ

【総意：「目指す姿」に直結する優先順位の高いポイント】

- ◎「経済的に自立している優先順位の高いポイント」
- ◎「体験」できる、「体験」を重視した場
- ◎遠山郷を味わえる場（食・土産・文化など）



【その他の役割】

**地域との繋がりが深い&広い
新しいことにチャレンジできる場**

- (1) 経営全般：商業的な経営思考、地域経済への寄与、理想の職場、何か一つ日本一、地域の人の生きがい
- (2) 女性・若者：若者のチャレンジショップ、新陳代謝、ローカルコンビニやってみたい、女性が好む場所
- (3) 地元の人：憩いの場、交流の場、人に会いに来る、生きがい
- (4) 観光：霜月まつりの演出、地域観光の拠点（登山、川、イベント、森林鉄道、案内）、人に会いに来る、滞在時間を長くする、南信州ファンズづくり
- (5) 防災の拠点：災害の拠点、ヘリポート、医療、避難場所、補助金

テーマ

道の駅 遠山郷の目指す姿



【食】ここでしか食べられない食べ物、ここでしか買えない土産

- (1) 飲食店：パンやアイスなど専門店、信州がイメージできる、自然を感じる、美味しい食事、川を見ながらジギスを食べる場、けんちん汁など郷土食、地元スタイルの食べ方、酒は喜久水
- (2) 土産店：遠山郷の名物が（上村を含めて）全部そろっている、お土産が充実している、虫・きのこ：鳥・野菜、信州の玄関口なので信州の名物も買える

【体験・自然・遊び】道の駅その場でも体験できる、家族で楽しめる、川を活かした体験の拠点

- (1) こども、家族：子供が遊べる場、子供の声が聞こえてほしい、多目的広場の設置（水遊びと子供の遊び場）
- (2) 体験：キャンプ、手ぶらでキャンプ、ペット連れで一日ゆっくり過ごせる、川遊び、川で釣りができる、多目的広場の設置（水遊び、子供の遊ぶ場）、ドックランやオートキャンプ、遠山川で魚釣り、夏にカブトムシをとりたい、川を使った施設、サウナ&川に飛び込む、グリーンツーリズムの拠点、ここで〇〇したいと思ってもらえる体験提案、心に響く車の専業、ここでしかできない体験、木工

【温泉】観光客+地元の人も使いたくなる温泉

公衆浴場の役割、リーズナブル、地元民の交流の場、温泉スタンド、温泉街のような街並み

柱4 内外の多くの個性が交流・成長・活躍できる人づくり

地域内外の若者や起業を目指すUIターン者、元気な高齢者など、さまざまなマンパワーが観光に関わり、意見・アイデアを出し合い、成長し、活躍できる環境・態勢づくり、イベント実施を進めます。

主な取組

(1) 人材の育成・定着促進、事業支援【重点項目】

- ・観光業の担い手の発掘・育成を図ります。
- ・移住定住関連施策と連携しながら、UIターン者の定着を支援します。
- ・地域内外の若者や遠山郷を愛する「よそ者」、地域おこし協力隊などのアイデアを積極的に取り入れ、彼らの活動や事業を支援します。

【重点事業】

事業名		ステップアップ！観光コンシェルジュ事業
事業内容		宿泊業や飲食業など観光客に接する立場の人たちが、遠山郷および周辺地域の観光案内を適切にお客様に行えるよう、研修や情報共有（観光パンフレットの設置斡旋など含む）を行います。
役割	飯田市	必要に応じて専門家の紹介や情報提供、事業費の確保などについて支援します。
	遠山郷観光協会	観光案内に活用できる資料を作成し更新していきます。 観光関係団体と連携して円滑な情報共有を支援します。 宿泊業や飲食業など観光客に接する方々を対象に、観光案内を行うための研修を行います。
	地域	事業者は研修に積極的に参画するとともに、日頃から観光情報の収集に努めいつでも案内できる態勢を整えます。
備考		地域の価値を知り、高めるための歴史的ストックと学習推進事業と関連します。
関連する課題		(1)(2)(3)(6)

(2) 人と人の心をつなぐ魅力的なイベントの実施【重点項目】

・遠山の霜月祭

当地域の精神的支柱であり、遠山郷のブランドイメージの根幹である遠山の霜月祭の持続継承を支援し、来訪者の円滑な見学をサポートします。また、舞の実演ツアーなどによる集客も検討します。

・峠の国盗り綱引き合戦

県境ならではのユニークな交流イベントとして、今後も浜松側と連携しながら充実させます。

・チャレンジマラニック in 遠山郷

遠山の大自然を肌で感じながら内外の参加者が交流するイベントとして、さらなる充実を図ります。

・御射山祭り

遠山郷の夏を彩る花火大会として、飯田商工会議所遠山郷支部などと連携しながら今後も活況を図ります。

・御柱祭(令和4、10年)

和田及び程野地区の伝統ある祭典として、地域との連携を図ります。

※上記以外の祭り・イベントであっても、積極的に支援します。

【重点事業】

事業名		魅力的なイベントの改良事業
事業内容		峠の国盗り綱引き、チャレンジマラニック、御射山祭り等のイベントの魅力を向上し継続的に実施することで、地域の活性化に貢献します。
役割	飯田市	飯田市や関連機関と連携し、広報を行います。 イベントの有用性を客観的に判断し、支援の内容を検討します。
	遠山郷 観光協会	イベントに合わせたオプションツアーの企画、宿との連携促進、商品PR等を行います。
	地域	各事業者は、イベントでの集客規模に応じて参加者・来訪者に提供できるサービス・商品を整えます。
関連する課題		(2)(3)(6)

(3) 都市と地域を結ぶたまり場「旧木沢小学校」の活用

- ・旧木沢小学校を、都市と地域の住民及び地域住民が相互に交流を行う「たまり場」として活用します。
- ・南アルプスや遠山森林鉄道の情報発信拠点施設として活用します。
- ・運営ボランティアの高齢化などの課題をふまえ、今後の管理のあり方について検討します。

(4) 自然豊かな下栗の里の景観保全を軸とした様々な交流

- ・下栗の里では、地域づくりグループ「下栗里の会」を中心として、住民主体で地域活性化へ向けた様々な取組を行います。
- ・都市部の人々によって組織されている「下栗応援サークル」と定期的に農作業を行ったり、イベントを企画したりするなどして、地域住民との交流を図ります。
- ・上村体験農園施設「天耕の家」(クラインガルデン)は、滞在型の体験農園施設として、通年の貸付や、短期間のお試し体験として活用します。
- ・下栗の歴史文化や魅力を語る「下栗の里案内人の会(地元ガイド組織)」を中心に内外の交流の起点として情報発信に取り組めます。
- ・地域内外の交流を目的とした下栗ふれあい祭り等を実施します。
- ・8月に開催される江戸時代から続く下栗掛踊りについては、霜月祭と合わせて、下栗を特徴づける祭りとして情報発信を行います。

柱5 リニア時代を先取りした連携と戦略的誘客

三遠南信自動車道やリニア中央新幹線の開通を見据え、戦略的に誘客を進めるため、観光資源の有機的な連携による周遊観光の促進、長野県などとの連携による広域観光圏の魅力向上並びにビジョンが共有できる民間事業者との連携による地域観光力の向上及び観光 DX の推進を図ります。

主な取組

(1) テーマ・ストーリーを重視したブランディング戦略の推進【重点項目】

・遠山郷の3つの価値にテーマ性・ストーリー性を持たせた高質なブランディングを推進します。

【重点事業】

事業名	地域の価値を知り、高めるための歴史的ストックと学習推進事業	
事業内容	遠山郷の内外の人々が遠山郷の価値を学び育てるための生涯学習プラットフォームを活用し、遠山郷に内在するテーマ性・ストーリー性にあふれる価値を顕在化・共有化し、高質な遠山ブランドを構築します。	
役割	飯田市	飯田市教育委員会や学輪 IIDA などと連携し、遠山郷の内外の人々が遠山郷の価値を学び、その価値を顕在化し発信できる主体者を育てます。
	遠山郷観光協会	過去の歴史遺産のストックと遠山の今を未来へ繋いでいくことを目的に、フォトストックを充実させるなど、その価値を分かりやすく伝えていく取組を充実させます。
	地域	自然学習会や遠山常民大学など、地域で開催される生涯学習に積極参加することで、誰もが遠山郷の価値を語れるようにします。
備考	ステップアップ！観光コンシェルジュ事業と関連します。	
関連する課題	(2)(6)	

(2) 民間事業者との連携と観光 DX の推進【重点項目】

・ビジョンを共有できる民間事業者と連携することで、地域に不足しているリソースを補強したり、事業効果を大きくしたり、民間力でリニア時代を見据えた戦略的誘客を加速させます。

・観光 DX を推進し、新たな観光コンテンツの創出や来訪意欲を増進させるため SNS の活用などを図ります。

※観光 DX とは、デジタル技術を活用し、「地域の文化・芸術・自然等、既存の観光資源」(場所)を磨き上げ、エリアにおいて快適な「観光体験」(コト)が可能となる事業で、それによって、体験価値の向上や観光消費額増加を実現させることをいいます。

・遠山郷の魅力を発信する地元インフルエンサーを養成します。

【重点事業】

事業名	デジタルマーケティング推進事業
事業内容	デジタルマーケティングの手法を用い、地域内の観光に関するマーケティングを推進します。

		強みと弱みを分析し、特に弱みの部分を強化できる取組を推進します。 オンライン予約の導入、地図アプリおよびSNSを使った情報発信、ECサイトの立ち上げ、キャッシュレス決済、フリーWi-Fiの導入などについて事業者の相談に乗るなどの支援を行います。
役割	飯田市	地域の現状を調査し、強みと弱みを明確にします。弱みに対する支援策を検討します。
	遠山郷観光協会	IT機器の導入や活用法について指導やアドバイスをを行います。 情報プラットフォームの構築を検討します。 SNSを活用した情報発信を推進します。
	地域	必要な知識やスキルの向上、設備の導入を検討します。 SNSを活用した情報発信を推進します。
関連する課題		(3)(4)(6)

(3) 地域内での連携

- ・遠山郷内の地域的・世代的意識格差を減らし、すべての地区・施設・組織・人々が有機的に連携することで、観光客が遠山郷をより長く、より深く楽しめる仕組みづくりを行います。
- ・懇談会の定期開催などにより、遠山郷内の同業種間・異業種間の交流を活発化させます。これにより生まれたアイデアを新しい事業として積極的に展開します。
- ・3つの拠点(道の駅遠山郷、しらびそ高原、下栗の里)を軸とした周遊観光を行います。
- ・ゲストハウスやカフェなど、新たな交流拠点となりうる民間施設と連携し、その活動を支援します。

(4) 地域外との連携

- ・飯田市観光振興ビジョンが定める他のエリア(「まちなか」「天龍峡」将来的に「リニア駅周辺」)や南信州観光公社などと連携し、飯田市の観光ブランドの核としての役割を果たします。
- ・県内他地域の皆さんや、飯田下伊那など遠山郷の周辺エリアの皆さんにも愛される地域となるように魅力を発信し、連携を図ります。

(5) 日帰り圏域をターゲットとした戦略的誘客

- ・三遠南信自動車道やリニア中央新幹線の開通を見据え、東海圏・中京圏・首都圏までもターゲットとした戦略的な事業を行います。
- ・三遠南信エリア全体での連携を図り、ともに高め合いながら三遠南信エリア全体の魅力アップに貢献します。(例:広域周遊ルートづくり、観光客の動向調査、情報周知・宿泊斡旋など)
- ・当該圏域の観光消費動向について調査し、観光素材(商品)へ反映します。
- ・当該圏域への情報発信の仕方について検討します。
- ・関係組織や団体(銀座 NAGANO や長野県名古屋事務所など)との連携を進めます。
- ・人的ネットワークを広げ、全国に遠山郷のファンを増やします。

(6) インバウンドの受け入れ

- ・遠山郷の価値を発信し、インバウンド客の誘客促進と受け入れ環境の整備を行います。

資料編

1 令和2年度アンケート・ヒアリング調査結果

実施期間 令和2年 12月～令和3年 1月

調査対象:遠山地区の観光・まちづくり関係者(地区外住民含む) 延べ 40人

団体=(株)大空企画、遠山郷観光協会、宿やの会、木沢地区活性化推進協議会、民宿関係者、地場産品加工販売関係者、飯田商工会議所遠山郷支部、藤原直哉の学びのカフェ、下栗里の会、給油・交通関係、山岳文化伝統の会、まちづくり委員会、マラニックランナー等

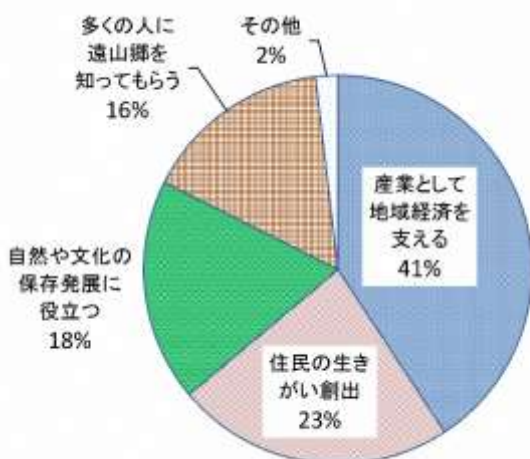
調査方法:アンケート書面回答・ヒアリング(対面または電話聞き取り)

質問 1

遠山郷における観光事業の目的は何だと考えますか？ 重要だと思うものを順番に2つ選んでください。

選択肢	回答(人)	
	1番重要	2番目
a.住民の生きがいを創出すること	9	7
b.自然や文化の保存発展に役立つこと	5	10
c.産業として地域経済を支えること	17	10
d.多くの人に遠山郷を知ってもらうこと	5	7
e.その他(具体的に)	1	0

【回答の傾向】



- 収入を上げて食べていかなければ観光の意味はない、という意識が強い。
- 「生きがい」を目的に挙げる人も、生きがいと収入は不可分だという認識が強い。

「1番重要」との回答を×1、「2番目に重要」との回答を×0.5でポイント化した数値の割合

問1に関する主なコメント

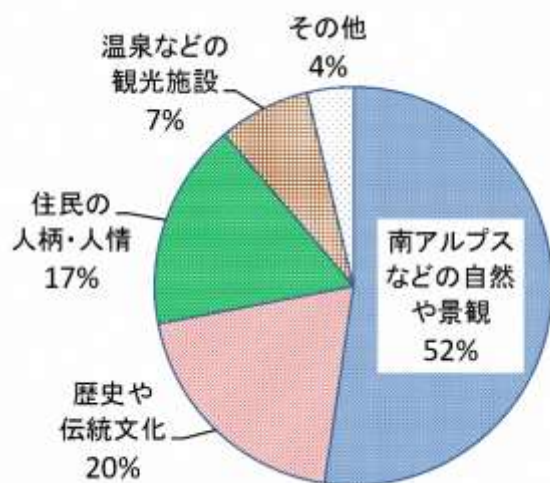
- ・地形的に農作物も工場も難しいこの地では、観光が産業の中心になる。ただし、地域の人たちの思いとかけはなれてはいけない。
- ・地元の誇りを飯田の誇り、長野県の誇りに。長野の人が遠山を紹介してくれるようになれば、地元の生きがいになる。
- ・外貨を獲得して住み続けることができなければ観光にもならない。外貨獲得のためにはそれが生きがいにならなければならない。経済と生きがいは表裏一体
- ・週末の副業として観光でお金が稼げるようにして若者の定住促進を図るべき。観光だけで食っていくなら宿泊経営以外にはない。
- ・雇用の場を作りながら眠っている観光資源を生かしていけば継続できる。謳い文句だけでは人は来ない。
- ・50～60代の人達は我が子は帰ってきてくれなくてもいいというドライな意識。こうした親世代の意識改革をしていかないと。また、仲居や板前で働きたい若者がいるかどうか。

質問2

遠山郷がもつ一番の観光的価値・強みは何だと思えますか？ 最もそうだと思うものを順番に最大2つまで選び、具体的な内容も添えてください。

選択肢	回答(人)	
	1番	2番
a.南アルプスなどの自然や景観	24	8
b.住民の人柄・人情	5	8
c.歴史や伝統文化	6	9
d.温泉などの観光施設	1	6
e.その他	1	2

【回答の傾向】



- 南アルプスなどの自然が最大の強みであると認識している人が圧倒的に多い。

「1番」の回答数を×1、「2番」の回答数を×0.5でポイント化した数値の割合

質問2 価値・強みの具体的内容(主なもの)

●自然・景観

- ・南アルプス・伊那山脈・中央アルプス(の眺め)
- ・山、川、星、空気
- ・夏場の登山、秋の紅葉、冬の星空はすばらしい。
- ・中央構造線の程野露頭などは売り方次第で観光客に興味を持ってもらえるのではないかと。金になるかはわからないが。
- ・圧倒的な山の近さ
- ・自然の中でのんびり 空気の美味しさ
- ・道の駅からしらびそまでの道のり
- ・遠山郷は自然を求め自然に還る人生感が旺盛になる場所

●歴史伝統

- ・住民に密着した遠山の霜月祭は関心をそそられるのではないかと。重要無形文化財なので一般的な祭りとは価値観が違う。
- ・遠山の霜月祭は、天竜奥三河地域に残る湯立神楽の中でも御霊信仰を色濃く残しており、大変神秘的
- ・自然の中でその景観を守ってきた人々の暮らし

●人柄・人情

- ・人に情がある あたたかみ
- ・一般的な農村とはちがう交流好きな人柄
- ・人としての魅力は優しさや人なつこさ。会いに来たい人が普通に居る、これからの観光は人が核になる。
- ・マラニックに於いてのおもてなしの心

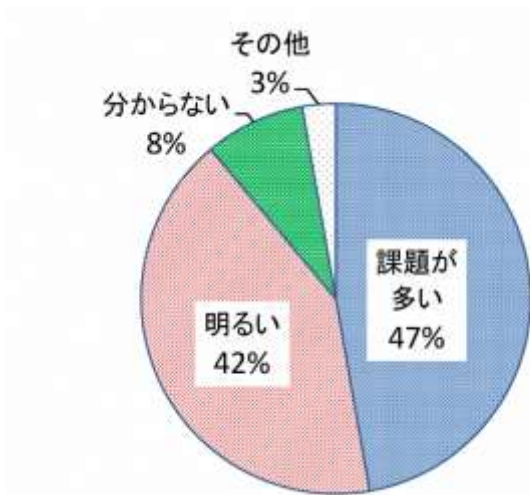
●温泉、施設

- ・かぐらの湯、しらびそ高原、下栗の里の3大拠点 は市内の他の観光地よりもリピーター率が高いと思う。
- ・うちの宿泊客の8~9割はかぐらの湯を利用する。ここの温泉はいいとみな言う。
- ・山の中に塩温泉が？(という意外性)
- ・年間を通して交流可能

質問3

あなたは、三遠南信道青崩トンネルやリニア新幹線開通後の、遠山郷の観光産業の将来(10年後程度)をどのように展望していますか？ 1つを選び理由もお答えください。

選択肢	回答(人)
a.明るい	15
b.課題が多い	17
c.分からない	3
d.その他	1



【回答の傾向】

- 危機感を抱いている人が多いが、明るい展望を持つ人も多く、ほぼ拮抗している。
- 逆境をチャンスに変えようという意識もみられる。
- 三遠南信道については、期待が大きい反面、ストロー現象や素通りされてしまうことへの不安の声も多い。

質問3 展望への理由(主なもの)

●「明るい」と答えた理由、コメント

- ・しらびそ高原は唯一無二の存在だから。
- ・三遠南信道が開けば長野県の玄関口として遠山郷の知名度も向上する。
- ・三遠南信道が開けば静岡三河の人たちが信州に直接入ってこれるようになるのは大きな魅力。ただし飽きられないようにしないと。
- ・青崩トンネルが開いても、静岡方面に人口が流出することはないだろう。
- ・人の流れを生みやすいインフラができる。
- ・通過点にならない旅情を登山以外にいくつも作らねばならない。
- ・地域外の人々を魅了する観光資源が沢山ある。その筆頭は「人柄」
- ・やり方次第で明るくもなり暗くもなる。
- ・テレワークや、余暇を利用に自然を求める人々が多くなる。

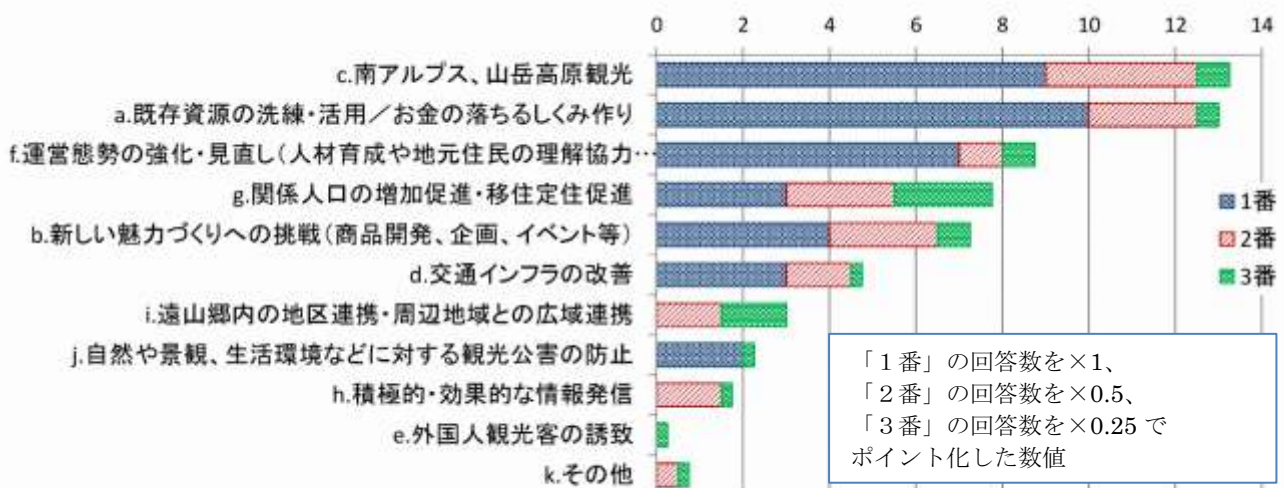
●「課題が多い」と答えた理由、コメント

- ・人口減。地域コミュニティの崩壊が進んでいる。
- ・担い手不足、リーダー不在
- ・ビジョンと戦略と行動が不明瞭
- ・地域への愛着不足。5年先もどうなるか分からない。
- ・三遠南信道が開通しても通り過ぎてしまうのではないか。
- ・開通するまで地域の人達の体力パワーが残っているかが不安。
- ・ストロー効果でかえって衰退する危険がある。
- ・県のでこ入れがどこまであるのか。市では期待が薄い。

質問4

これからの遠山郷が観光分野で力を入れるべきことは何だと思えますか？ 優先すべき順に最大3つまで、具体的な内容とともにお答えください。

回答選択肢	回答(人)		
	1番	2番	3番
a.既存資源の洗練・活用／お金の落ちるしくみ作り	10	5	2
b.新しい魅力づくりへの挑戦(商品開発、企画、イベント等)	4	5	3
c.南アルプス、山岳高原観光	9	7	3
d.交通インフラの改善	3	3	1
e.外国人観光客の誘致	0	0	1
f.運営態勢の強化・見直し (人材育成や地元住民の理解協力等含む)	7	2	3
g.関係人口の増加促進・移住定住促進	3	5	9
h.積極的・効果的な情報発信	0	3	1
i.遠山郷内の地区連携・周辺地域との広域連携	0	3	6
j.自然や景観、生活環境などに対する観光公害の防止	2	0	1
k.その他	0	1	1



【回答の傾向】

- 南アルプス・山岳観光(c)と、既存資源の活用(a)への期待がほぼ同率トップ。
- 既存資源活用(a)と態勢強化(f)は共通性が強い。現在の施設と運営体制を改善してほしいという意識。
- 交通インフラ(d)については登山口へのアクセス道路の改善要望が主。
- 新規挑戦(b)は比較的優先度低い。新しいことよりもまずは足元固めをとという考えかと思われる。
- 人口増加(g)は、観光産業の中心的担い手として外部のマンパワーに期待する声が多い。

質問 4 力を入れるべき分野(具体的に)

- a. 既存資源の洗練・活用／お金の落ちるしくみ作り
- ・補助金などは積極的に紹介してほしい。
 - ・空き家や放棄されているお茶畑の活用
 - ・地元のおいしい特産物を生かした 6 次産業
 - ・かぐらの湯の復活
 - ・自然を活かし、不便なところも PR の材料に
 - ・現在ある南信濃運動場や大平にある施設やグラウンドを活用したスポーツ合宿等の誘致
 - ・そば切り、そば団子作りなどの体験型観光。体験を提供する人達への支援
- b. 新しい魅力づくりへの挑戦(商品開発、企画、イベント等)
- ・山肉の商品開発。遠山は体験観光で行くしかない。人を引きつける非日常的な体験
 - ・地元の高齢者の力を借りての田舎体験のワークショップ
 - ・どこでもジビエ料理を出せるようにみなで共有を。
 - ・名物の食、土産品の開発等(林業の活用)
 - ・季節、天候に左右されない商品など
- c. 南アルプス、山岳高原観光
- ・遠山森林鉄道軌道跡を観光として活用(珍しい「沈下橋」などをアピール)
 - ・梨元ていしゃばを登山基地とし展示施設、埋没林や地質の展示。敷地の有効活用
 - ・登山口へのトイレ整備
 - ・南アルプスへのケーブルを
 - ・登山口までのインフラ整備
 - ・しらびそ高原周辺の遊歩道や秋葉街道の活用
 - ・既存施設の有効活用 しらびそ天の川やかぐらの湯と周遊登山
 - ・登山道整備、エコ登山
- d. 交通インフラの改善
- ・登山の為の道路改善
 - ・遠山郷へ来るまでの時短
- e. 外国人観光客の誘致
- ・インバウンドに有利なエコ登山とリーズナブルな滞在観光
- f. 運営態勢の強化・見直し(人材育成や地元住民の理解協力等含む)
- ・遠山の全てを案内できる人材の育成[地質、歴史、自然、食など]
 - ・地域内の野菜や人材の活用
 - ・遠山郷観光協会や施設の経営陣がもっと現場に足を運ぶこと
 - ・人材バンク
 - ・住民が参加できる仕組、組織が必要
 - ・ジオガイドの養成
 - ・資金力のある運営
 - ・これからの遠山郷の観光をどうするか、若手も交えて議論を

・大学生の派遣(観光の学習＝研修をかねて)

g.関係人口の増加促進・移住定住促進

- ・コロナ禍に伴う都会からの移住者の受け入れ体制
- ・30代のよそ者に観光関連業に(経営者として)参入してもらう必要がある。よそ者がよそ者を呼ぶ好循環を作る
- ・空き家などを活用した登山関係者の移住促進(ガイド人村)
- ・廃業旅館の活用
- ・遠山郷のファンづくり

h.積極的・効果的な情報発信

- ・口コミ、SNS、紙ベース(新聞)発信

i.遠山郷内の地区連携・周辺地域との広域連携

- ・中心施設(核となる)[=かぐらの湯、しらびそ高原、下栗]と他を結んで滞在できるように。
- ・それぞれの地域・業種が一つの明るいテーマに向かって連携する意識を
- ・遠山郷土館和田城、旧木沢小、上村資料館の三施設の有機的な結びつきを。今はばらばら。とくに木沢小の有効活用を。
- ・上村と南信濃、さらに天龍村を含めた連携が必要
- ・飯田下伊那との連携が不可欠。観光情報の共有を
- ・遠山郷観光協会の人の上村にいないと何も分からない
- ・天龍村など周辺地域の宿と連携し、定員オーバーのときには客を紹介するなどできればいい。

j.自然や景観、生活環境などに対する観光公害の防止

- ・道路の砂利除去 雑草の除草

k.その他

- ・遠山の霜月祭の実演を毎日行い観光客の集客に結びつける

2 本ビジョンに関連する主な計画および調査報告

(1) 遠山郷観光戦略計画

(平成 24 年 遠山郷観光戦略策定専門委員会)

【主な内容】

既存施設の再評価・食開発(山肉含む)・周遊観光&長期滞在(体験・案内人)・地域主導型観光などを盛り込んだ。

地域主導型観光による地域づくりのための観光、地域・住民が主体となった着地型観光の基盤づくりを目指すとした。

具体的にはトラフグ養殖、道の駅の活性化(青崩トンネル開通に向けた態勢づくり)、情報発信とブランド強化(ゆるキャラ=とおや丸)、御池山クレーターの保全、南アルプス登山ルートの開発・改善などを盛り込んだ。

(2) 飯田市観光振興ビジョン

(平成 27 年 飯田市)

【主な内容】

飯田市観光の目指す姿を「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」と定めた。

飯田観光の中心を「まちなか」「天龍峡」「遠山郷」の3エリアとし、将来はそこに「リニア駅周辺エリア」が加わるとした。

「施策の柱2 観光地としての環境形成」に「南アルプスユネスコエコパーク・ジオパークの活用」を盛り込み、具体的イメージとして自然環境の保全・体験学習・エコツーリズム・ユネスコスクールの誘致の促進を挙げた。

また、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 の充実化を盛り込んだ。

(3) 道の駅遠山郷総合市場調査結果報告書

(平成 28 年 和歌山大学)

【主な内容】

- ・遠山郷を訪れる観光客の目的は「温泉」「下栗」、次いで「南アルプス」が多い。
- ・遠山に感じる魅力は、1景色、2自然、3温泉の順。
- ・日帰り客が多く、地元での宿泊(とくに宿泊施設を利用した宿泊)は少ない。
- ・兵越峠を越えの客も多い。
- ・リピーターが多い。
- ・満足度は高いが、不満は圧倒的に道路に関する事。
- ・食についての満足度は低くないが、遠山の食についてのイメージが薄い。
- ・ガイドや体験についての関心は高い。

(4) 遠山郷観光戦略計画の検証調査報告書

(平成 29 年 和歌山大学)

【主な内容】

- ・「戦略」で検討された既存施設の評価・課題・対応策の方向性は市場調査と合致する(温泉を中心とするリピーターの存在、看板案内板の改善、食・製品の拡充と PR、ガイドへの関心)
- ・「戦略」は交通問題についての検討が不十分だったため、二次交通の整備などの対策が必要。
- ・担い手確保のためにも観光の「業」化が必要であり、着地型観光の仕組みによって観光ガイドの収入を確保する必要がある。
- ・郷土食などの開発・提供は行われているが、来訪者に情報が提供されていない。
- ・ツアー客増大によるネガティブな影響を防ぐため、二次交通の整備、来訪ルールの確立が必要。
- ・遠山の魅力は自然、農の景観、人の温かみや積極性が感じられる雰囲気。
- ・提案=きめこまやかな情報提供(土産物など)、来訪者がくつろげるおしゃれな空間(地区内の女性や若者を巻き込む)

(5) 遠山地区における観光施設調査報告書

(平成 30 年 和歌山大学)

【主な内容】

- ・道路整備による主要ルートの変化で競争力のない施設の利用が低下している。
- ・サカイ CM で観光客数は増えているのに飲食店の利用は減っている。すなわちアクセス向上によって通過型の観光地になりつつある。滞在時間や消費額を高める工夫が必要である。
- ・天候に左右されないアクティビティやコンテンツの開発が課題である。
- ・多くの施設で施設の老朽化と担い手の高齢化が課題となっている。
- ・地元住民の理解や協力を得るために観光による地域経済への影響を「見える化」するとともに、地区内外の若い世代の視点を導入、彼らの企業マインドを活用する必要がある。

3 ヒアリング調査報告書

(1) (株)南信州観光公社 (令和3年10月22日)

Q 今後の遠山郷の観光、道の駅のあり方について

◆公社としても情報発信やツアー実施で協力していく。

- ・道の駅が遠山郷の観光拠点であることは間違いないので、それがどれだけ充実できるかが重要。しらびそ高原および下栗と道の駅、どちらから片方だけでは不十分。
- ・遠山郷と天龍峡は飯田の観光に欠かせない。公社としても旅行会社に情報提供している。
- ・しらびそ高原(大空企画)については、誘客面などでアドバイスさせてもらっている。こうした関わりを今後も続けていくことになるだろう。
- ・観光公社としても、歴史、文化、自然などを生かしたツアーをこれからも行っていく。これからも人をピックアップしてツアーを組んでいこうと思っている。

Q どうやって観光客にお金を落としてもらえる仕組みを作るか

◆地元の人たちが身近な企画で面白がって

- ・「待ち」の姿勢では限界がある。名物がないのなら、人はどういうところに興味を持つのかを考えて仕掛け作りを工夫するしかない。そこには体験的な要素があるだろうしイベントもあるだろう。
- ・具体的、個別的なことから取り組んでいったほうがいい。遠山郷の中で何かを面白がっている人、それで頑張ろうと思っている人がいれば、それを応援することが大切。
- ・どこかのお店で昔から売っている店の商品がその土地の名物に育つケースは多い。「ヨシマルヤだけで売っている何々がうまい」とか、そういったものに光をあててみてはどうか。
- ・自分たちが面白いと思った等身大のものをつきつめていけば、観光客はついてくる。遠山という限られたエリアならそれができるだろう。「名物おじいさんを探せ」とか木沢小学校に集まった募金を全員で数える企画とか、遠山にうどんの美味しいお店があれば、峠の綱引き合戦にからめて「うどん引き」をやるとか。遠山郷でいろいろ遊べる企画を考えてそれを宿泊につなげる。泊まらないといけない状況を作る。極端な話、「4時以降は出てはいけない」とか門限をつけてしまうとか。
- ・いずれにせよ、いろんな人からアイデアを聞く機会を常に作っていく必要がある。それが皆への刺激、意識改革になる。地元の人達が楽しくやっていたら外の人も仲間に入りたくなるもの。何か面白いことをやっていたら SNS で話題になる。

◆外部のノウハウを積極的に取り入れて

- ・遠山に連れて行った人で遠山を悪く言う人はいない。それだけ魅力があるのだから地元の人達も意識を変えてもらいたい。天龍峡でも地元ではない人たちが来てお店を開いている。
- ・施設の運営も含め、いかに外部のノウハウを入れるかが重要。地元の人達の考え方を改めていってもらいたい。まちづくり委員会と観光協会の両方のトップである近藤力夫さんのリーダーシップに期待する。

Q 今後の遠山郷の観光、道の駅のあり方について

◆自動車道開通で開ける新たな市場に向けた対策を

- ・各市町村の基幹施設が勝ち組にならないと何も始まらない。道の駅を「勝ち組」にするのが至上命題。しかしかぐらの湯は、12万人を最高値に徐々に客が減ってきた状況に

対して対策を打ってこれなかった。県外に対しても県内(飯田側)に対してもこれまで対外戦略が手薄だった。

- ・三遠南信自動車道が開けば静岡・清水エリアが日帰り市場に入ってくる。湘南・平塚・横浜は1泊エリアに入ってくる。そうしたエリアを視野に入れる必要がある。道が開くまでの間にそれまでにいかに道の駅を光らせられるかが重要。
- ・道の駅の経営については、コンサルティング契約をするなりして外部の知見を吸収することが大切。地元の作る会社はノウハウがないし、いざとなったら市が助けてくれるという意識ではうまくいかない。

Q 今後の遠山郷に期待すること

◆質の高い生涯学習の場

- ・遠山は高質な地域というイメージがある。飯田市にとっては貴重な宝物。大型バスが入れないところに価値がある。民俗の宝庫でもあり、特色ある景観もあるし、遠山常民大学も復活した。そうした生涯をかけての学びの場所として、高質な作り込みはできないか。「常民大学」というネーミングはとて素晴らしい。小布施はオブセッションといって市民大学講座に全国から人が集まった。
- ・エコ登山だけでなく自然教育の可能性もある地域。レベルの高い野外教育の大学講座みたいのをやらないか。全国から登山を学びに来るような。

◆宿場町としての景観整備を

- ・町並み整備もしてほしい。和田や上町はこぢんまりとしていて狭い路地が魅力。妻籠や馬籠とはまたちがった町家の景観がある。そういった誘導でビジネスにつなげられないか。
- ・宿場町らしさの誘導、茶畑の景観復活など。空き家対策、移住定住策にもつながっていく。遠山郷という限られた地域なら多重的な取組ができると思う。

その他

- ・遠山の霜月祭では外からの観客の入場をしばるべきだと思う。その方が観客が祭りに深く関われるメリットもある。
- ・体験をビジネスにするのはなかなか難しいが、林鉄ウォーキングなど遠山は野外アクティビティの宝庫。コーディネート体制をどうとるかが課題。観光公社としてお手伝いできることは多い。
- ・ガイド養成は必要。山岳ガイドだけでなく、体系的にやっていく必要がある。
- ・とにかく動くしかない。トライアンドエラーするしかない。新しい芽は出てきていると思う。「ばか」になれる、やる気のある若い人たちが地域の人達と組んでやってほしい。
- ・いつまでも足の引っ張り合いをしている場合ではない。ここ5年で手を打てれば10年後にはかなり違ってくる。こんなに将来性のある地区は飯田の中にも他にない。
- ・飯田市は「遠山郷担当課」を作って一元化して予算も人も権限も与えればいい。地域と一緒に。市も地元に対して本気度を見せる必要がある。
- ・外からの人間を招いて遠山郷のプロデューサーを作ってはどうか。

(2) (株)阿智昼神観光局 (令和3年11月16日)

阿智村の地域づくりに取組、新しい客層を開拓し、村の温泉街を再生し、「日本一の星空の村」という阿智村ブランドを育てた、株式会社 阿智昼神観光局 代表取締役白澤祐次社長から「道の駅遠山郷」の再生について具体的な活動方法や考え方のアドバイスを受けてきました。

全国から注目をされ地域住民が誇れる観光地遠山郷を目指すために、「道の駅遠山郷」を核にどのようなビジョン(目指すべき将来像)とコンセプト(実現の仕方)の策定が必要か、又地域がどのように取り組み、どのように育てていくことが望ましいかお聞きしました。

Q 道の駅遠山郷が目指すべき未来像を掲げ、方針を示すには

◆運営会社を早急に立ち上げ、構想、方針、意思決定者が誰か周囲に対して明確にすること。

- ・観光協会はサロンの的なものであり、運営とは役割が異なるため、構想、運営には経営体を作ることが必要である。
- ・10年先の社会構造を想定しながら今までの常識を打ち破り、若者の参加を呼びかけ、観光業に精通した強力なリーダーシップのもと、前向きで熱い議論を重ねながら大胆なりリニューアルを進めることが重要。
- ・道の駅の来訪者を物品の販売や食の提供のみに留めることなく様々な工夫で地域との繋がり(関係人口)を創出し、遠山郷との絆を深める戦略が必要。
- ・リニューアル案については行政任せではなく、まずは自分たち(地域住民)で知恵を出し絵を書き、その後全体の方向性が見えてきたら行政担当者と相談(改装予算/設計/運営の仕方等)しながら進めていく。
- ・昼神の場合は道の駅を検討したが、条件面で見送った経過がある。(車中泊・地場商品の販売面等で)

Q 施設運営について

・継続的運営には可能な限り補助金は使わず知恵をつかうことが重要。

◆リニューアルに向けての進め方

- ・投資することと回収することを常にセットで考え施設の経営計画を立てる。
- ・お客さまにどのような価値をどのように提供するのかビジネス戦略は必ず立てる。
- ・2回～3回の会議で結論を出しダメならダメで外していき、とにかく1回1回の会議で何らかの結論を出すことが重要。目標達成までの会議については、その都度会議テーマを決め結論を出してから次の会議を実施する。

◆阿智観光局の昼神構想

- ・現在大規模改修を計画しており12億～15億円の予算規模としている。但し計画が具体的になるまでには2年間の話し合いを行った。
- ・阿智観光局の場合は、運営の仕方について賛否はあったが、51%の賛同が得られれば進め、否の部分については対処案をあげて納得してもらうことで穴埋めを行い解消してきた。※住民との合意には時間がかかる！

◆コンサルタント及び資金面について

- ・コンサルタントは頼まない、何故なら自分たちで考え、自前で構想を作ることが一番大事。但し、設計については外注する。趣旨を伝え、何パターンかの設計を依頼。規模にもよるが200万円ほどあれば十分可能。
- ・資金面(財源)は村の一般財源で、収益プラン(運営)は阿智昼神観光局。(概ね6割村の資金、4割民間)

◆指定管理制度について

- ・もともと積極的な制度ではない、何故ならば設備投資が必要だとしても資金回収が難しい。

- ・阿智村の場合は多くの施設は、村の所有となっている。阿智ベースにしても村の財産で家賃はゼロ。名目は雇用対策で村の所有とすると、地方創生補助金などが受けやすい。
- ・高森の御大の館を引き受けたが3年間の準備期間後は指定管理制度をやめる方向性で考えている。昼神のように任せられる経営体があれば可能。

Q 観光客にとって魅力的な道の駅はどのような形か！

◆ご当地グルメ、特産品、絶景、温泉など遠山郷の魅力を感じることができる、地域観光のプラットフォーム

- ・「体験」「滞在」「交流」「食」という4つのキーワードで遠山郷の魅力的なメニューの企画立案が重要。
- ・道の駅遠山郷として温泉がなければ魅力が半減する、但し温泉のみで収益を上げることは難しいが経営計画がしっかりできれば自立経営は可能だと思う。

◆車中泊について

- ・今後は、特に車中泊が増えることが予測され問題も生じるだろうから、先手を打って駐車場と隣接したオートキャンプ場を併設するのが良い、その場合にはお風呂は必要。

Q 地元経済につながる運営の仕方は……産業を興し、結果を出していくこと。

- ・地元にお金が落ちる仕組みづくりを目指し、その財源で地域が潤えば住民との一体感が今まで以上に生まれ、協力が得られUターン者や定住、移住の確保にもつながる。

Q 施設スタッフ確保について(Uターン者・定住・移住者の確保)

- ・スタッフはUターンしてきた人が多くいると良い。Uターンや地元で就職する人は「自分はここで生きていくんだ」という覚悟を持っている人が多いから。
- ・道の駅の施設は雇用が生まれる、マーケティングや商品開発、接客、掃除、広報、調理……といったように様々な仕事内容があるため、年齢に関係なくそれぞれの得意分野で創造性を発揮してもらうことで、働く人の幅も広がり個々の誇りにもつながる。

◆その他

- ・昼神に宿泊して回遊させるだけで、地域にお金が落ちる。
- ・食材調達については、各施設に任せているが、昼神だけでは安定的な食材の調達供給は不可能なので南信地区・長野県内等のエリアで検討している。
- ・南信州観光公社との連携を強めて道の駅リニューアルを進めることが望ましい。
※遠山郷から協力を呼びかけないと協力度合いが難しい。(観光公社は現状の仕事で手いっぱいのため)

◆トレッキング・登山観光について

- ・地元にお金が落ちないのがネック。更にお金が落ちる仕組みづくりに時間がかかる。その割にはゴミ処理問題、遭難問題が発生する。将来的には「入山料」を徴収し対策費や地元還元に戻すのが良いのでは。
- ・伊那地域では、山小屋を数件所有、シャトルバスを運行させて利益を出している。その規模であれば、経営的に成立する。

