

「飯田市ツーリズムビジョン」について

商業観光課

1 国内における観光動向について

- ・旅行形態は団体旅行から個人・グループ旅行に、店舗での予約からインターネットでの予約に、情報収集には SNS が多用され、SNS で発信されている観光客向けではない地域ならではの特別な体験を望む旅行者が多くなっている。
- ・旅行を計画する際に、サステナブル(持続可能性)を意識した割合が2割を占めており、特に若い世代で多く、海外では4割近くにのぼる。また、4割超が地域貢献活動(コミュニティ)への参加も旅行の主目的になると回答するなど、サステナブルの意識の高まりを見せている。
- ・旅行トレンドは、自然観賞やアウトドアが上位となっており、有名観光地から自然環境を体験するニーズが高まっている。また「今後1年間において、よりサステナブルに旅行したい」と世界の旅行者の75% (旅行サイト調査) が回答している。
- ・国内旅行者数はコロナ禍前の水準に回復しつつあり、インバウンド客数は、コロナ禍前の水準を上回っている。

2 ツーリズムビジョン作成の目的

世界的な変化として「サステナブル」への意識が高まってきており、持続可能な観光「サステナブルツーリズム」が注目され、国においては「観光立国推進基本計画(第4次)」において、大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」、「消費拡大」、「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」を戦略的に推進している。

このような中、当地域が世界の旅行者から選ばれる観光地となるためには、世界的潮流を捉えた「サステナブルツーリズム」にしっかり取り組み、リニア時代に備えていく必要がある。

については、「サステナブルツーリズム(持続可能な観光)」の方向性を、市民、地域、事業者等に認識していただき共有していく。

「サステナブルツーリズム」とは、当地域の「らしさ」である豊かな自然、大切に受け継がれている文化、伝統芸能・産業などがこれからも持続していくように、地域内外の人がツーリズムによる交流や体験を通して理解を深める、ファンになっていただく取組で、当地域ですでに資源としてある代表的な事例を、見開き2ページに示している。

このような人を起点に多様な資源と交流や体験をし、地域とつながるツーリズムを推進していくことで、関係人口の創出も目指していく。

3 ツーリズムビジョン作成の経過

- ・令和5年度後半～、飯田市と包括連携協定（パートナーシップ）を結ぶ Airbnb Japan(株)と、これからの観光（旅）のあり方について意見交換を開始
- ・令和6年6月、Airbnb Japan(株)と協働してビジョン原案を作成
- ・令和6年7～9月、ビジョン原案をもとに観光関連事業者、観光関係団体、地域団体等へヒアリングを実施

○ヒアリングでの主な意見

- ・投資を進めることができないため、今ある資源を活かす必要がある。名人等を発掘し、生業や生き様をコンテンツ化し記憶に残る体験ができるとよい。（天龍峡温泉観光協会）
- ・どんなことも観光になるのにそこに目がいかない。ビジネスチャンスはたくさんある。（遠山郷観光協会）
- ・飯田にはこれまで体験教育旅行に取り組んできた土壌がある。ビジョンの方向性が取り組みやすい地域であることが伝わるとよい。（南信州観光公社）
- ・地域に入り込んだ観光もよいが、多くの方を迎え入れる観光にも取り組んでほしい。ホテルからも各地へ案内したいが連携ができていない。（飯田市旅館組合）
- ・飯田の観光には目玉がない。伝統芸能のコンテンツは良い。（飯田水引組合）
- ・人を起点とした交流は、地域の色々な情報が入りやすい。県外就農者にはゲストハウスを案内しオーナーと色々な話をしてもらっている。農業体験から関係人口・移住への移行はある。（農業振興センター）

- ・令和6年10～11月、ヒアリングにより Airbnb Japan(株)とビジョンの方向性、内容の最終確認

4 ツーリズムビジョンの活用

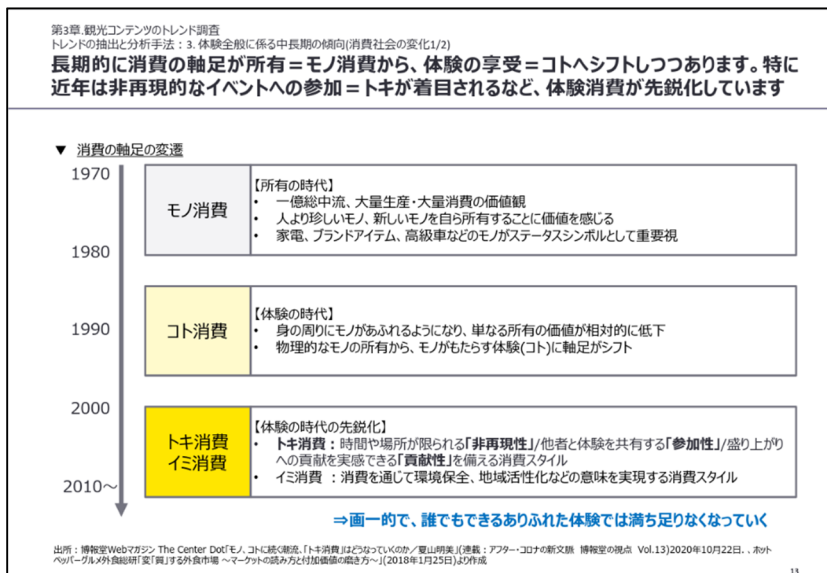
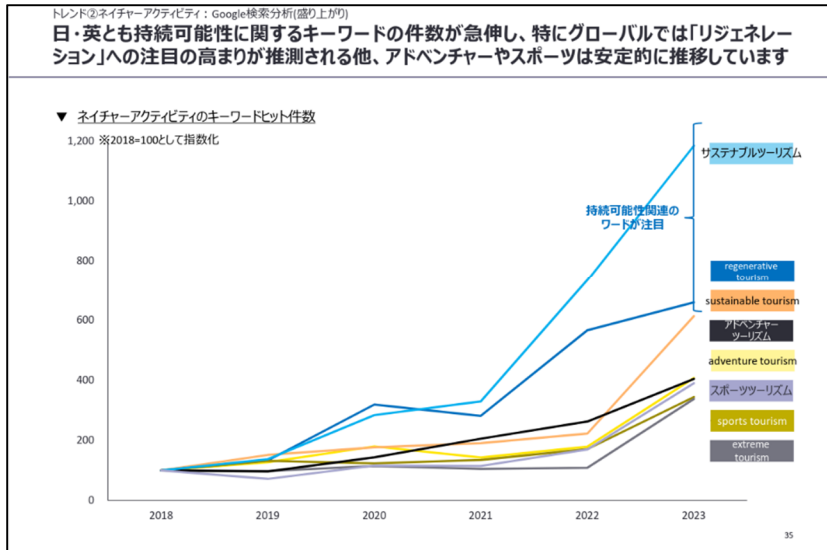
- ・地域、地域連携DMO会員、農家民泊受入農家、ゲストハウスオーナー、地域資源を活用した地域づくり団体等を対象とした勉強会等
- ・移住定住に関するフェア、セミナー、観光プロモーション、関係イベント等

5 ツーリズムビジョンの推進に関連した今後の取組など

- ・Airbnb Japan(株)と共同で発表の場を設けるとともに、サステナブルツーリズムに関する動き、理解を深める勉強会を、市民、地域、関係事業者等を対象に計画（予定）している。
- ・インバウンドに関連した新たな取組として、国受託事業によるインバウンド版農家民泊「ファーマーズ・ホームステイ」に地域の伝統文化、正月行事などをプログラムした特別な田舎体験ツアーを造成し、来年1月中の催行に向け、広報宣伝、商品販売している。
- ・下久堅地区では「ツアー・オブ・ジャパン」の知名度を活かした地域振興を目指した取組の試行として、地域の魅力を自転車で巡り・交流する「サイクルラリー」（11/15～12/15、3/1～30）をスタート。完走した方へは「ひさかた和紙」オリジナルグッズをプレゼント
- ・(株)南信州観光公社と連携して人を起点として飯田とつながる「人に出会う旅」の造成に向け検討を進めている。

参考資料編

○観光庁 世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ造成のための基礎調査事業調査報告書



第4章 日本の観光コンテンツの現状と課題の分析
 観光コンテンツ調査の小括：ネイチャーアクティビティ(調査結果まとめ：1/3)

ネイチャーアクティビティは都市化や移動制限で需要が増し、関連旅行市場は30年台に100兆円超の見込みです。観光の文脈では強い感動や驚きを含むコンテンツに支持が集まります

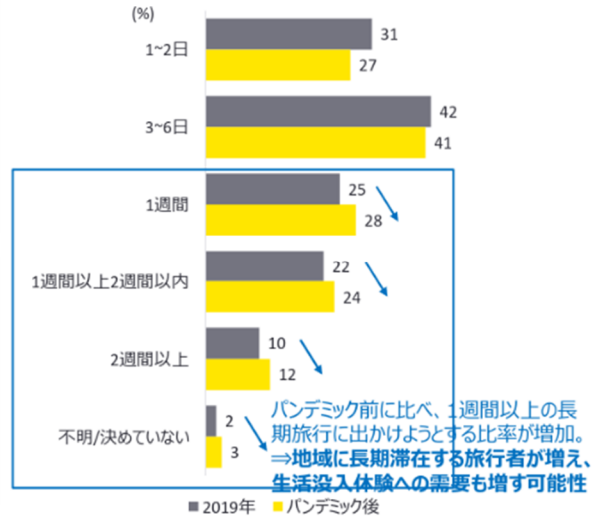
A-1. 概念整理	・ 自然の中で行われる能動的な体験
A-2. 盛り上がり	・ コロナ禍で成長 + 終息後さらに成長 ・ サステナブルツーリズム系のキーワードが急伸
A-3. 市場性	・ エコツーリズムの世界市場：22年27.1兆円→32年123.6兆円 ・ アドベンチャーツーリズムの世界市場：23年45.5兆円→32年280兆円
A-3-1. 需要側	・ 都市化の進展 ：自然からの距離拡大 ・ コロナ影響 ・ 外出制限でストレス増加で、自然の中でリラクゼーション・癒し欲求拡大 ・ 同時に、他の旅行者が多くなり、快適に過ごせる マイナーな目的地への需要拡大
A-3-2. 供給側	・ サステナビリティ：自然資源を消費しないことは最低条件。自然にプラスの貢献をする「 リジェネレーション 」への波及も ・ 商品の多様化：ニーズの多様化に伴い、気軽・安全なライト系から高リスクで危険な エクストリーム系 まで多様化
A-4. グローバルで支持されるコンテンツの特徴	・ 強い感動や驚き：多様化する旅行者ニーズに応え、そこしか味わえない 強い感動や驚き の提供

アンケート調査によると旅行者の多くは地元文化を体感したがっています。パンデミックを経て旅行が長期化傾向にあり、一地域に長く留まることで生活没入への需要が増すと考えられます

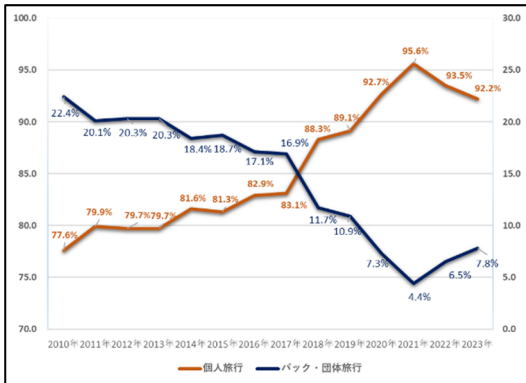
▼ 旅行者の嗜好に関する調査結果(抜粋)

Booking.com	<ul style="list-style-type: none"> 75%の旅行者は地元文化を代表する本物の体験を探し求めている 一方、40%の旅行者は地域コミュニティに返報できるツアーやアクティビティをどうやって/どこで見つけるかわからない
American Express	<ul style="list-style-type: none"> 旅行者は旅先の文化を味わい、自分たちの地元の友人が知らない、「隠されたよいもの」(hidden gems)を探索できる機会への欲求を特定 (American Express(Global Travel Trends Report, 2023) 冒険や探検に飢えている旅行者だけでなく、当地の文化に没入(immerse)したいという欲求を示す旅行者が当社の旅行に関心を示している (American Express(Global Travel Trends Report, 2024, Seabourn Cruise Line(米国のクルーズ会社)のコメント)

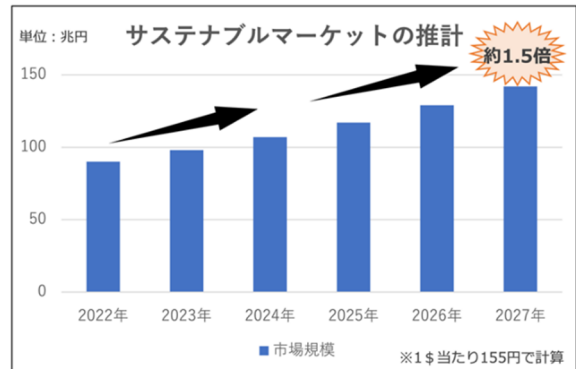
▼ 旅行日数の変化



【国内旅行に占める個人旅行とパック・団体旅行の割合】



【サステナブル市場の推移】



TechNavio サステナブルツーリズムの世界市場