

◆ 重点プロジェクト

① 重点プロジェクトの考え方

重点プロジェクトは、「また行きたい 選ばれ続ける観光地 安曇野 ～期待され、信頼される観光地づくりを目指して～」の実現に向けて、現在の安曇野市の観光の弱みを解消し、強みを伸長する目的で取組むものです。

本計画の多岐に渡る施策・事業の中から、下記の条件に当てはまるプロジェクトを設定し、特に経営資源（ヒト・モノ・カネ）を集中して取組むことで成果を上げることを目指すものです。

重点プロジェクトは、各種事業を横串につなげ、有機的（効率・効果的）に機能させることで、事業間の相乗効果を生むものです。

② 重点プロジェクトの設定条件

重点プロジェクトは以下のいずれかの条件を満たす事業を設定します。

- (ア) ボトルネックの解消、あるいは、強みにフォーカスしたもの
- (イ) 新規又はこれまでの取組みを改善したもの
- (ウ) 中長期視点に基づいて短期集中で基盤を構築するもの
- (エ) 「持続可能な観光地の実現」と「稼げる観光」のいずれか、または両方に寄与するもの
- (オ) 複数施策に関係し各施策の相乗効果を促すもの

本市の観光の特徴と課題(ボトルネック)

■ 滞在時間が短い

絶対的な魅力を誇る山岳の麓に立地し、多彩な観光資源を有していますが、人気スポットに「点」で立ち寄る観光スタイルが主になっていて、滞在時間が短い立ち寄り地点にとどまっていることが課題です。市内の観光移動を「点」から「線」に変えていくことが必要ですが、複数要素を組み合わせた安曇野の楽しみ方の提案が十分でないことが要因に挙げられます。また、二次交通が不十分なため、マイカー利用者以外の移動の利便性を確保することも必要です。

■ 観光消費額が少ない

観光客1人当たりの消費額が長野県平均よりも低く来訪者の観光消費額が少ないことが課題です。要因としては、観光ツアー商品やお土産商品等、購入者数の他、観光関連商品の質と量の充実と、商品単価が要因の一つに挙げられます。

■ 宿泊が少ない

観光客の宿泊が少ないことが、経済効果が高まらない要因の一つとなっています。周辺に人気の観光地・宿泊地がある中で、市内宿泊を選択する滞在価値を示せていません。宿泊を伴う楽しみ方の案内や旅行商品の造成が必要です。

③ 重点プロジェクト

本計画で設定する重点プロジェクトは以下の3本となります。

安曇野観光のボトルネックとなっている滞在時間の短さや購入商品の少なさとそれによる経済効果の小ささを、強みである観光資源・自然資源の磨き上げと資源間の連携によって解消していくことを狙うプロジェクトを設定します。この効果を高めるためのブランディングとプロモーション、持続可能な観光地を実現するための体制構築やコンテンツ造成等の魅力的な商品開発についても設定します。

No	プロジェクト名	滞在時間が短い	観光消費額が少ない	宿泊が少ない
1	観光地「AZUMINO」ブランド向上プロジェクト		○	
2	安曇野でアウトドア満喫プロジェクト	○		
3	のんびり安曇野の旅プロジェクト			○

(案)

【テーマ】
観光地「AZUMINO」ブランド向上プロジェクト
【背景・概要】
観光地としての安曇野の知名度向上や持続可能な観光地としての体制整備を図ることで、観光地として選ばれ、市民や事業者の活動のモチベーションにもなる状態（郷土愛・誇りの醸成）を目指します。
【狙い】
将来を見据えたプロモーション展開や観光地経営の体制構築を図ることで、交流人口や関係人口の創出につなげ、安曇野暮らしツーリズムの理念を継承し、訪れてよし、住んでよしの観光地づくりを目指します。
【関連する主な事業】
1-1-1（1）観光地ブランド形成に向けたストーリー構築 1-1-2（5）ロゴデザイン等を活用したブランドの構築 1-1-3（1）メディア・ロケ誘致・支援の推進 1-2-1（2）持続可能な観光地づくりへの体制構築 2-2-1（2）多様なターゲットに応じた効果的な情報発信ツールによる訴求
【進め方】
【STEP1】観光地ブランド形成手法と観光地マネジメント組織の構築 観光協会や観光事業者などと現状の立ち位置を整理し、安曇野観光全体のブランディング戦略と展開や観光地マネジメント組織のあり方を明確化します。 【STEP2】持続可能な観光地づくりへの体制構築 選ばれる観光地を目指す手法の一つとして、持続可能な地域として認知されるよう、「日本版 持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」等を活用した観光地づくりに観光協会や観光事業者などと取組みます。 【STEP3】効果的なプロモーションの展開 積極的なメディア掲出やロケ誘致による情報発信と共に、設定したターゲットに対して、旅マエから旅アトまで訴求したPRを効果的に展開します。 【STEP4】安曇野ファンづくりと強化 設定したカテゴリーにおいて、ファンベースイベントなどにより安曇野ファンを囲い込み、関係性を強めます。 【STEP5】効果検証 観光地ブランド向上の目標達成状況を測定・検証し、改善の取組みに展開します。

(案)

【テーマ】
安曇野でアウトドア満喫プロジェクト
【背景・概要】
地域の魅力ある自然や歴史文化等を生かし、インバウンドにも対応したアドベンチャーツーリズムが体験できる、アウトドアを軸とした安曇野らしい滞在型観光を推進します。
【狙い】
世界的な観光の潮流やアフターコロナでの観光需要に対応するため、アウトドアを用いた安曇野の魅力向上や、旅行商品の高付加価値化により、他地域との差別化や、観光消費額の向上、旅行者の満足度の向上を図ります。
【関連する主な事業】
1-1-2（2）山岳観光の推進 1-1-2（4）安曇野サイクルブランドの構築 3-1-3（1）各種観光ガイドの育成 3-2-1（3）地域資源の活用支援 3-3-1（1）アウトドアの聖地化に向けたブランディング 3-3-1（2）ネイチャーツーリズムの推進
【進め方】
【STEP 1】 地域資源の掘り起こしと集約 国内屈指の山岳エリアや東山、湧水群など訴求力のある素材と、地勢が育んできた歴史文化や体験型のコンテンツ、アウトドアスポーツ等、観光素材の洗い出しを行い、地域や系統別に整理します。 【STEP 2】 来訪者受入体制の整備 観光協会や事業者、市民などと連携し、各種ガイドやコーディネーターの設置など来訪者受入体制を整備します。 【STEP 3】 アウトドアを生かした観光商品の開発 周辺観光地とも連携し、アドベンチャーツーリズムを軸とした付加価値の高い旅行商品を開発し、多様なニーズに対応します。 【STEP 4】 国内外へのプロモーションの展開 アドベンチャーツーリズムの目的地として安曇野が選ばれるよう、JNTO や長野県と連携や様々な媒体等によりプロモーションを展開します。

(案)

【テーマ】
のんびり安曇野の旅プロジェクト
【背景・概要】
安曇野の良好な自然景観や地域資源を生かしたコンテンツを充実させ、来訪者のライフスタイルに応じた多様な長期滞在型観光を提供し、観光地として選ばれる安曇野を目指します。
【狙い】
市内での滞在時間を延長し宿泊等へもつなげることで、本市の課題である通過型観光から滞在型観光へと転換し、観光消費額や旅行者の満足度の向上を図ります。
【関連する主な事業】
1-1-2 (4) 安曇野サイクルブランドの構築 1-4-2 (1) 訪日外国人旅行の者の受入環境整備 3-1-4 (1) 観光教育やおもてなしの向上 3-2-2 (2) 温泉の活用 3-3-1 (1) アウトドアの聖地化に向けたブランディングの推進 3-3-3 (1) 多様な旅行形態に対応した滞在型ツーリズム推進
【進め方】
【STEP1】 滞在型コンテンツの整備 観光協会や事業者などと連携し、「アート」「温泉」等の既存コンテンツや、ポタリングなどの自転車観光、アウトドア、地域との交流などを組み合わせた滞在型モデルを構築します。 【STEP2】 宿泊環境の整備 来訪者の滞在スタイルに合わせ、市内宿泊施設や温泉・温浴施設の魅力向上や、民泊、シェアハウス、リゾートテレワークなど新たな宿泊形態に対応した情報提供や受入体制を構築します。 【STEP3】 インバウンドの受入体制整備 案内板の多言語化やピクトグラムの一統などを進めるとともに、地域通訳案内士や外国人ボランティアの活用など、ハード・ソフト両面から、訪日外国人の受入体制の整備を推進します。 【STEP4】 おもてなしの充実 官民連携によるおもてなしの充実を促進し、来てよかった、また行きたいと感じてもらえる観光地づくりに地域を挙げて取り組みます。