

第2次安曇野市 観光振興ビジョン

令和5年度～令和14年度

概要版

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～



ビジョンの目的

安曇野市では、平成25年3月に「安曇野市観光振興ビジョン」を策定し、さまざまな施策を展開してきました。このたび、同計画の期間である10か年が終了することから、大きな変化を見せる観光の現状を再点検するとともに、安曇野市が目指す観光地の姿を明らかにし、事業者・市民・行政が一体となって観光振興を推進していくことを目的として、第2次安曇野市観光振興ビジョンを策定します。

ビジョンの背景

安曇野市観光の特徴

安曇野市においては、北アルプスの威容とその麓に広がる田園風景がシンボルとなっており、日本屈指の人気を誇ります。さらに、温泉・食・アート・登山・伝統文化・スポーツイベント・アウトドアなど、多様な観光資源にも恵まれていることから、令和3年の観光アンケート調査では、来訪者の8割が「大変満足」「満足」と答えるなど満足度が高く、来訪者に占めるリピーターの割合も8割にのびます。また、県内各域をはじめ、隣県の主要観光エリアとも結ばれ、広域的な拠点性も有しています。



安曇野市の観光産業の課題

- 通過型観光地からの脱却による、滞在時間の延長、市内消費額の増大。
- 新たな商品・サービスの開発など、観光消費額の特定エリアへの偏りを解消する試み。
- 市内観光スポットの連携や二次交通の充実など、周遊促進のための取り組み。
- 今後大きく伸びる海外客や若い世代など、将来を見据えた新しい客層の開拓。
- オフシーズンの観光資源の開発や多角化の促進など、観光需要の季節変動への対応。
- 地域への経済効果を大きくするための域内調達の促進。



観光における社会潮流

- サステナブル・ツーリズム**：オーバーツーリズムをはじめとした観光公害の発生や、SDGsの普及にともない、観光分野においても地域の環境や社会文化、経済への影響に配慮した「持続可能な観光」が求められています。
- 体験型観光への転換**：「大人数」で行動して「見る・買う」から、「少人数・個人」で地域に滞在し、地域ならではのことを「体験する」観光に転換しつつあります。
- コロナ後の観光客の意識・スタイルの変化**：「密」から「疎」による自然アクティビティの充実、「団体」から「個人」による受入体制の再整備、インバウンド復活にともなう戦略の見直しが求められています。
- デジタル活用の重要性の高まり**：SNSの活用による情報発信や観光DX(デジタル・トランスフォーメーション)の推進による利便性向上が必要です。



第1次ビジョンの理念継承・課題克服

第1次ビジョンを点検・評価するため、「有識者会議」でこれまで展開してきた施策の評価・検証を行い、本ビジョンの策定に活用すべく、継承すべき点や克服すべき課題を明らかにしました。

継承すべき理念 観光・他産業事業者、市民、行政などが一体となった観光振興

克服すべき課題 ・計画を遂行する推進体制の構築 (→本紙5ページ下部に記載)
・施策の達成度を図る指標の設定 (→本紙裏表紙に記載)

第1次ビジョン

はじめよう、「安曇野暮らしツーリズム」
～豊かな旅・豊かな生き方～

第1次ビジョンで打ち出した「安曇野暮らしツーリズム」では、安曇野暮らしの実践者である市民、観光関連事業者をはじめとしたすべての産業の事業者、行政の連携・協働により、来省者に安曇野暮らしを伝え、体験・応援してもらうことを目指しました。



安曇野市観光の目指す姿

本ビジョンでは、安曇野市の観光資源を最大限活用するとともに、市内観光産業における諸課題に対処し、近年の観光市場の変化といった社会潮流も踏まえた施策を展開します。また、第1次ビジョンで掲げられた理念を継承しつつも、点検・評価の中で明らかとなった課題を克服し、経済と環境と社会とのバランスのとれた成熟した観光都市の実現を目指します。

第2次安曇野市
観光振興ビジョン
コンセプト

実現するための施策

持続可能な観光地の形成

ブランドの確立、持続可能性の担保、DXの推進、ハード整備など、全体に関わる施策を通じて、選ばれ続ける観光地の基盤を構築します。

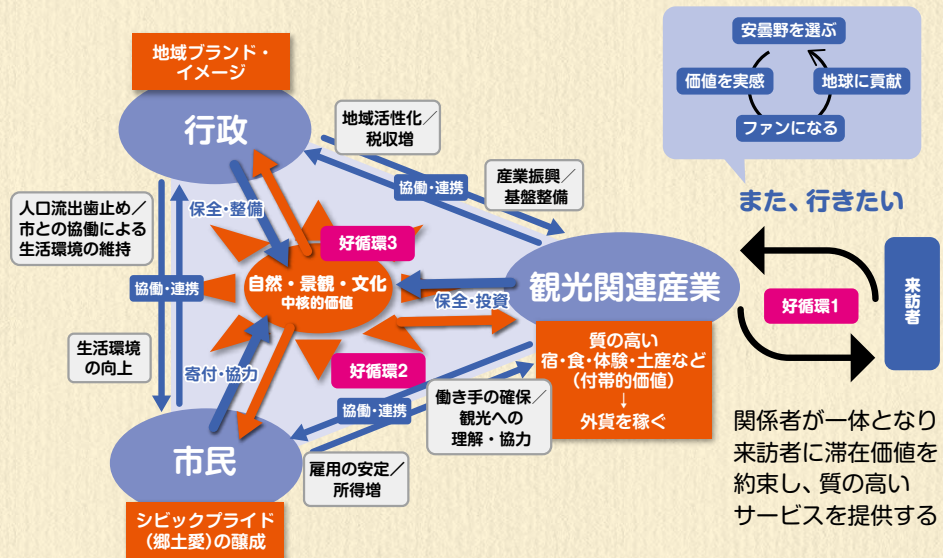
広域・各団体連携による情報発信、関係人口の創出、イベントを通じた交流人口の拡大を図り、市外に向けて戦略的に安曇野観光の魅力伝えていきます。

戦略的な観光プロモーション

安曇野市が誇る観光資源(ヒト・モノ・コト)の磨き上げにより、市内での滞在価値の向上を図ります。アドベンチャー・ツーリズムなど新しい滞在型観光を振興します。

地域独自の観光資源の活用

実現を目指す観光地の姿



好循環
1

来訪者の期待を超える価値を提供することで、「また、行きたい」と感じる安曇野ファンを増加させ、対価を得る好循環を創出します。

好循環
2

観光振興の目的は、地域経済の活性化に貢献することです。地域内の循環を高めることで、経済効果を高め、雇用の確保、税収の増加を図り、まちづくりへの再投資による好循環を創出します。

好循環
3

自然・景観・文化などの固有の地域資源は、観光の中核的な価値であり、シビックプライドを醸成する市民の心のよりどころです。これを快適に楽しむサービスを提供することで、観光産業が成り立っています。これらを次世代に引き継げるよう、各主体が保全や磨き上げに協力する好循環を創出します。

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

施策体系

コンセプト	柱	基本戦略	目指すこと
<p>また行きたい、選ばれ続ける観光地安曇野</p> <p>期待され、信頼される観光地づくりを目指して</p>	柱1 持続可能な観光地の形成	1-1 観光地ブランドの確立 ～「核」となる理念・滞在価値の形成～	安曇野市の強みを整理し、磨き上げ続けるとともに、効果的に伝える戦略をつくり、世界・全国に通用するブランドの確立を目指します。
		1-2 観光地経営の実践 ～持続可能な観光地づくり～	観光地経営の視点からマネジメント体制を構築するとともに、環境・社会・経済に配慮した持続可能な観光地づくりを目指します。
		1-3 観光DXの推進 ～デジタルを活用した観光サービスの変容～	デジタル技術を活用し、来訪者の利便性向上、消費拡大を図り、満足度の向上と地域経済の活性化を目指します。
		1-4 観光都市としての基盤整備 ～快適で安心な受入体制づくり～	国内及び海外からの来訪者が、快適に移動や観光、買い物などが行える周遊しやすい観光地を目指します。
	柱2 戦略的な観光プロモーション	2-1 効果的・効率的な情報発信 ～広域連携と海外発信～	さまざまな団体やメディアを用い、安曇野の魅力を効果的・効率的に発信し、誘客促進を目指します。
		2-2 関係人口の創出と活用 ～地域外とのネットワークづくり～	SNSなどWebメディアを効果的に使い、安曇野ファンを増やすとともに、都市部からの企業・人の誘致を行い、関係人口の創出を目指します。
		2-3 イベントによる観光交流人口の拡大 ～新規創出と満足度の向上～	イベントにより誘客を図るとともに、イベント来訪者の回遊性や満足度向上を図り、交流人口の拡大を目指します。
	柱3 地域独自の観光資源の活用	3-1 【ヒト】観光人材の育成と活用 ～新しい観光を担うヒトづくり～	観光振興を推進する人材の育成を行うとともに、市民のホスピタリティ意識の向上を図り、来訪者が「また行きたい」と思う観光地を目指します。
		3-2 【モノ】地域資源の磨き上げ ～魅力的な滞在環境づくり～	新たな観光資源となりうる原石を磨き上げ、商品化を図るとともに、既存の観光資源を効果的に活用し、何日も滞在したくなる観光地を目指します。
		3-3 【コト】新しい時代の滞在型観光の振興 ～各種ツーリズムの推進～	観光の潮流、安曇野市の強みを踏まえ、各種ツーリズムの推進により、何度でも来たくなる、選ばれる、新しい時代の滞在型観光地を目指します。

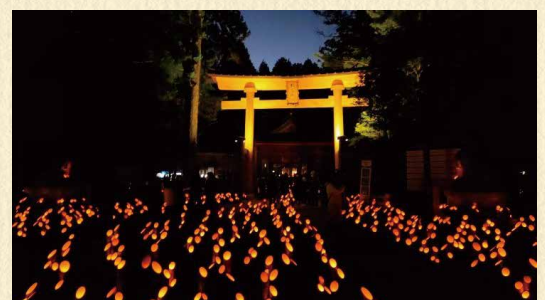
ビジョンのコンセプトを実現するため、3つの柱、10の基本戦略、29の施策を定めています。戦略の推進によって実現を目指します。また施策ごとに対応するSDGsの項目を示しています。

施策	SDGs対応項目
1-1-1:観光地ストーリーの構築と発信	8, 9
1-1-2:世界・全国に通用する地域ブランドの育成と発信	8, 9
1-1-3:フィルムコミッション機能の充実	8
1-2-1:持続可能なマネジメント体制の構築	8, 11, 17
1-2-2:社会経済のサステナビリティの醸成	8
1-2-3:文化・環境のサステナビリティへの貢献	4, 12, 13, 15
1-2-4:観光危機管理体制の構築	3, 11
1-3-1:デジタルを活用した観光調査の充実	9
1-3-2:デジタルを活用した新たなコンテンツの開発	9
1-3-3:デジタルを活用した来訪者の利便性向上	9
1-4-1:二次交通の整備	9, 11, 13
1-4-2:訪日外国人旅行者の受入体制整備	9, 10
1-4-3:多様な旅行ニーズへの対応整備	3, 5, 10
2-1-1:広域・団体との連携によるPR	8
2-1-2:海外市場への情報発信強化	8
2-2-1:SNS・インフルエンサーなどを活用した関係人口の創出	8, 9
2-2-2:都市部企業・人の誘致	8
2-3-1:イベントの実施・創出	8
2-3-2:イベント来訪者の回遊性・リピート率向上	8
3-1-1:観光プロフェッショナルの登用・活用	4, 8
3-1-2:観光の担い手確保・活用	4, 8
3-1-3:各種ニーズに応じた観光ガイドの育成・活用	4, 15
3-1-4:来てみてよかった安曇野づくり	4
3-2-1:地域資源の活用	2, 8
3-2-2:温泉・温浴施設の魅力向上	8
3-2-3:食の魅力発信	8
3-3-1:アドベンチャー・ツーリズムの推進	2, 15
3-3-2:アート・ツーリズムの展開	8
3-3-3:新しい滞在型ツーリズムの推進	8

SDGs(持続可能な開発目標)とは

SDGsは、平成27(2015)年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された国際目標です。

持続可能な世界を実現するための17の目標と169のターゲットから構成され、「地球上の誰ひとりとして取り残さない」社会の実現を誓っています。本ビジョンにおいても、これら目標を意識し、政策・施策を推進します。



重点プロジェクト

テーマ

1

観光地「AZUMINO」
ブランド向上
プロジェクト

課題

観光消費額が少ない!

来訪者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。観光ツアー商品やお土産商品など、購入者数の他、観光関連商品の質と量の充実や商品単価の向上が必要です。

テーマ

2

安曇野で
アウトドア満喫
プロジェクト

課題

滞在時間が短い!

日本屈指の人気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で、滞在時間が短いことが課題です。複数要素を組み合わせた安曇野市の楽しみ方の提案により、市内の観光移動を「点」から「線」、「線」から「面」に変えていく必要があります。

テーマ

3

のんびり
安曇野の旅
プロジェクト

課題

宿泊が少ない!

来訪者の宿泊が少ないことが、経済効果が高まらない要因のひとつとなっています。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。宿泊をともなう楽しみ方の案内や旅行商品の造成が必要です。

推進体制

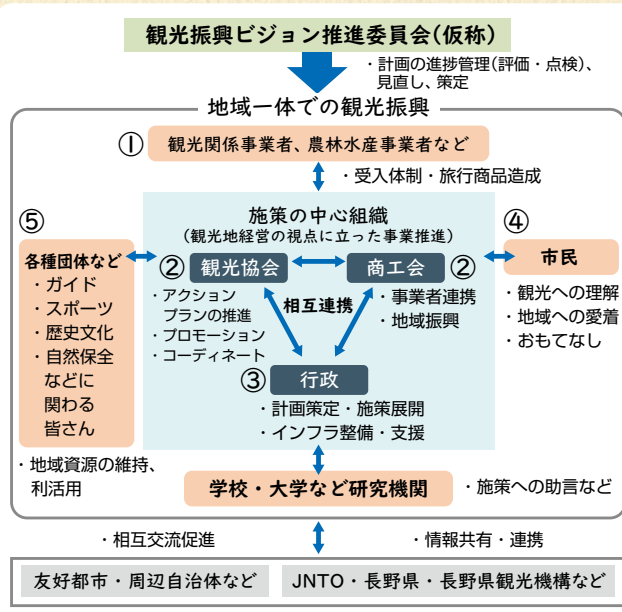
本ビジョンの推進のため、以下の体制で各種施策・事業を推進します。

観光関連事業者の経営安定・拡大の支援、観光プロモーション、受入環境整備などの振興策を安曇野市観光協会・安曇野市商工会・安曇野市が中心となって、観光地経営の視点に立って推進します。

より効果的な振興を図るため、観光以外の部門も含めた各種団体との連携によるコンテンツ開発や事業者間連携、市民によるおもてなしの向上などについても促進します。また、JNTO、長野県、周辺自治体などと情報共有を図るとともに事業連携を行い、効果的なプロモーションなどにつなげられる体制・関係を構築します。

推進主体	期待される役割
① 観光関連事業者、農林水産事業者など	● 受入体制・旅行商品造成
② 観光関連団体 観光協会、商工会など	● 事業者連携、地域振興、アクションプランの推進役
③ 行政(安曇野市)	● 計画策定・施策展開、インフラ整備・支援
④ 市民	● 観光への理解、地域への愛着、おもてなし
⑤ 各種団体など	● 地域資源の利活用

【観光振興ビジョンの推進体制のイメージ】



網羅的な「施策体系」の中から、より重要なもの、一体的に実施することで相乗効果を生むものを抽出し、3つの「重点プロジェクト」を設定しています。ヒト・モノ・カネを集中させることで、安曇野市の観光の課題解消を目指します。

- ・持続可能な観光地として、地域一体での体制整備を進め、観光地安曇野の魅力を高めることで、観光関連商品の高付加価値化を図ります。
- ・観光地としての安曇野の知名度とブランド力を向上させ、来訪者1人あたりの観光関連商品の購入額の増加を促進します。



取り組み

- 「持続可能な観光地」の確立へ
- 観光資源の磨き上げ
- イベントや情報発信

安曇野ファンの獲得で消費額UP



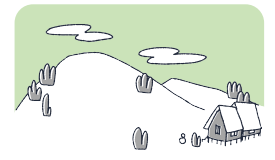
- ・世界的な観光の潮流や新型コロナ収束後の観光需要に対応するため、地域の魅力ある自然や歴史文化などを活かして「点」から「線」へと繋げ、インバウンドにも対応したアドベンチャー・ツーリズムが体験できる、アウトドアを軸とした安曇野市らしい滞在型観光を推進します。
- ・アウトドアを用いた安曇野市の魅力向上や、旅行商品の高付加価値化により、他地域との差別化を図ります。



「アウトドアの聖地」へのリブランディング

- 受入体制整備
- 旅行商品開発支援
- プロモーション

資源を活かしたアウトドアコンテンツで滞在時間UP



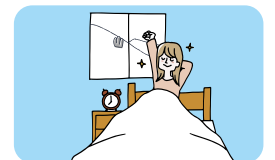
- ・来訪者のライフスタイルに応じたさまざまな滞在の仕方を提案します。
- ・安曇野市内の良好な自然景観や地域資源を活かしたコンテンツを充実させます。
- ・単一の目的や立ち寄りだけでなく、複数の目的地や立ち寄り地をつくるため、各種コンテンツの連携を図ります。



ニーズへの対応

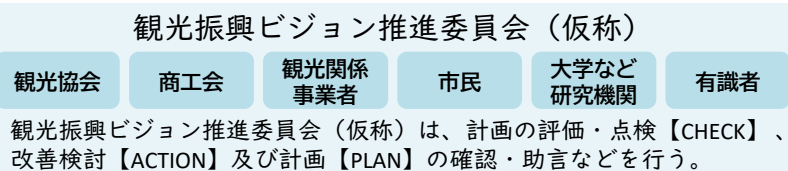
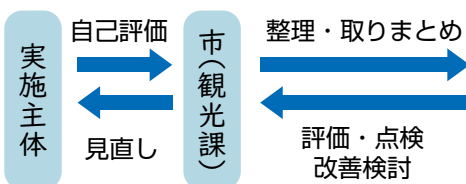
- コンテンツの充実
- 滞在スタイルの提案
- おもてなしの充実

満足度の向上で宿泊数UP



進捗管理

【進捗管理のイメージ】



安曇野市 (事務局)

本ビジョンで設定した施策や具体的な事業の実施にあたっては、事業の進捗管理を円滑に進めるため、PDCAサイクルを基本とし、実現性及び実効性、継続性ある取り組みとするために図のような流れで行います。

④ 改善【ACTION】
施策の改善検討・見直し

③ 評価【CHECK】
施策の評価 (数値目標、効果)



① 計画【PLAN】
施策の計画

② 行動【DO】
施策の実施

計画の評価指標

取り組みの進捗状況を把握するため、成果や実施状況について指標を設定し、数値で可視化します。指標は「ビジョン全体」と「基本戦略」に対して設定します。それぞれの役割は以下のとおりです。

- 「ビジョン全体」の達成状況を測る指標：KGI（重要目標達成指標）
- 「基本戦略」の達成状況を測る指標：KPI（重要業績評価指標）

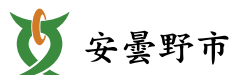
「ビジョン全体」の達成状況を測る指標

		単位	基準値 (R3)	目標値 (R9)	出典	目標設定の考え方
1	観光消費額	億円	72	120	長野県 観光地利用者統計調査	新型コロナ前(令和元年)の水準への回復を目指す。
2	来訪者の満足度 (大変満足・満足)	%	82	85	安曇野市 観光アンケート調査	令和7年度(3年目)までに3%増加し、その水準の維持を目指す。
3	平均宿泊日数	泊	1.26	1.90	安曇野市 観光アンケート調査	毎年0.1泊ずつの増加を目指す。
4	50歳未満の 再来訪率	%	73	77	安曇野市 観光アンケート調査	毎年1%ずつの増加を目指す。
5	延べ宿泊客数	百人	6,288	11,500	長野県 観光地利用者統計調査	新型コロナ前(令和元年)の水準への回復を目指す。

「基本戦略」の達成状況を測る指標

基本戦略	指標	基準値 (R4)	目標値 (R9)	出典
1-1	市の観光意欲度	106位	70位	地域ブランド調査
1-2	市での1人当たりの滞在費 <small>※交通費、宿泊費、飲食代、土産代、入場料・体験料の平均値の合計</small>	35,943円(R3)	37,800円	安曇野市観光アンケート調査
1-3	観光協会のオンラインで取扱う着地型ツアーの内、ブラッシュアップ又は新規ツアーの累計件数	17件	年2件増	観光協会調査
1-4	シェアサイクル利用回数	3,184回	3,870回	観光協会調査
2-1	観光地延利用者数	31,209百人(R3)	50,000百人	長野県観光地利用者統計調査
	外国人延宿泊者数 <small>※令和9年度分の公表時期が令和10年の2月頃になることから令和8年度目標値で設定します。</small>	64人(R3)	20,000人(R8)	長野県外国人延宿泊者数調査
2-2	観光協会のSNSの総フォロワー数	30,046人	33,170人	観光協会調査
2-3	イベント(信州安曇野ハーフマラソン)参加者の満足度	70.1%	75.0%	信州安曇野ハーフマラソン参加者アンケート
3-1	観光協会に加盟している観光ガイド事業者数	24者	27者	観光協会調査
3-2	観光協会が新規に造成した着地型商品数	17件	37件	観光協会調査
	土産・飲食の平均消費額	7,875円	8,280円	安曇野市観光アンケート調査
3-3	観光協会が市内事業者・団体と連携して造成した1泊2日以上 の宿泊プラン数	2件	4件	観光協会調査

※本ビジョンは10年を期間としていますが、社会経済情勢の変化が激しく、先を見通すことが難しいため、指標は前期(5年後)の目標値として設定し、令和9年度に見直しを図ることとします。



〒399-8281 長野県安曇野市豊科6000番地
商工観光スポーツ部 観光課
TEL: 0263-71-2053 (直通) FAX: 0263-72-1340

