安曇野市観光振興ビジョン

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～

平成 25 年 3 月

安曇野市

はじめに

安曇野市は、北アルプスの雄大な自然のもと、豊富な湧水、美しい農村景観、豊かな歴史・文化など多様な地域資源があります。そして、塩の道・千国街道の宿駅として、古くから多くの人や物が行き交い、様々な交流を生んでまいりました。この安曇野市の素晴らしさは、ポスターにもあった春の残雪の常念とその前に広がる田植えが終わった水田の水面に映る常念、そこで農作業する人の場面が表すように、豊かな自然とそこに住む人の営みがおりなす情景だと思っております。日本の原風景を色濃く残し、その先人の弛まない故郷への想いの成果として、近年では、住みたい街の希望地として全国的にも人気が高まっております。

少子高齢化が進展する地域社会において、活性化のキーワードとして「交流人口の増加」をテーマに取り組む自治体も多く、観光振興は交流人口増加への取り組みでもあります。安曇野らしい観光を展開させていくためには、市民の皆様にご協力いただきながら、大切にしてきた自然や農村景観、歴史・文化、コミュニティを来訪者に伝えていくことが必要だと考え、「はじめよう、『安曇野暮らしツーリズム』」という理念のもと「安曇野市観光振興ビジョン」を策定いたしました。

「安曇野暮らし」を来訪者とともに成長・発展させていくには、まず私たちが、地域資源を再認識し、内外に誇れるまちづくりに向けて、自ら取り組み、自ら楽しむことが求められます。そこで、本ビジョンでは、安曇野市らしい観光を展開していくための、土台となる安曇野らしい暮らし方・生き方について「安曇野暮らし5箇条」を定めております。そして、市民の皆様と来訪者との交流を通じ、「安曇野暮らし」をさらに磨き上げていくことが本市の取り組むべき観光だと考えます。

一般的に来訪者との交流促進は、少子高齢化が進む中で交流人口を増やし、市民の皆様の活動の場を広げていくなどの面から社会的な活性化に寄与するとも言われています。また、観光振興は農林水産業、製造業などの地域産業への経済波及効果が高く、産業の活性化という点でも期待されることから、観光を通じ地域経済活性化に向けた取り組みに向けて、全市一丸となった意識的な仕組みづくりを構築してまいります。

おわりに、本ビジョンの策定にあたりまして、ご尽力を賜りました安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会の皆様をはじめ、市民意識調査などで貴重なご意見、ご提言をいただきました市民の皆様に心からお礼を申し上げます。

平成 25 年 3 月

安曇野市長　　宮澤　宗弘

目次

1. 安曇野市観光振興ビジョン策定の背景と目的 1

1－1. 安曇野市における観光振興の意義 1

1－2. 計画の策定の目的と位置付け 1

1－3. 計画の期間 1

1－4. 計画策定の手順 3

2. 安曇野市観光の現状と課題 4

2－1. 安曇野市の概要 4

2－2. 安曇野市観光を取り巻く環境 11

3. 安曇野市観光振興ビジョン 39

3－1. 基本的な考え方 39

3－2. 5つの基本戦略と施策体系 43

3－3. 基本戦略と主要施策 44

3－4. 戦略プロジェクト 54

3－5. 観光基盤整備 67

4. 安曇野市観光振興ビジョンの実現にむけて 74

4－1. 実現に向けた基本的な考え方 74

4－2. 市民および事業者との協働 75

参考資料 76

１．安曇野市観光振興ビジョン策定の背景と目的

１－1. 安曇野市における観光振興の意義

安曇野市には、湧水などの豊かな自然環境、一面に広がる水田と屋敷林、古民家が作る美しい農村景観、歴史や文化、芸術など豊富な地域資源に恵まれ、それらを守り、育てる風土があり、平成 23 年には年間延べ 425 万人[i]もの方々が安曇野市を来訪されました。

安曇野市の観光の発展を見ていくと、大正時代から登山者の来訪はありましたが、登山以外を目的とした来訪者を受け入れる宿泊施設などは、30 年ほど前から開設されています。これまで市内で展開されてきた観光は、日本の他の地域と同様に、一部の観光関連事業者のみで取り組まれており、地域との連携は少なかったと言えます。しかし、来訪者のニーズとして、地域の生活文化を学ぶ、体験するということに注目が集まっており、安曇野市においても、そのような来訪者が訪れつつあります。

このような中、平成 23 年に放送された NHK 連続テレビ小説「おひさま」は、広く海外にまで発信され、『信州・安曇野』の認知度は更に大きく向上しました。また、私たちにとっては、安曇野で暮らすことの誇りを再認識するきっかけとなりました。地域資源を再認識し、来訪者との交流を通じて、内外に誇れるまちづくりに向けて、自ら取り組んでいくことが求められています。

安曇野市観光振興ビジョン（以下、本計画）では、観光関連事業者だけでなく市民や他産業などとの協働のもと、観光を軸として安曇野市全体を豊かにしていくことが観光振興の意義だと考えます。

１－2. 計画の策定の目的と位置付け

本計画を策定することにより、その将来像を定め、中長期的な具体的戦略を明らかにし、魅力ある観光によるまちづくりに官民一体となり取り組んでいく必要があります。

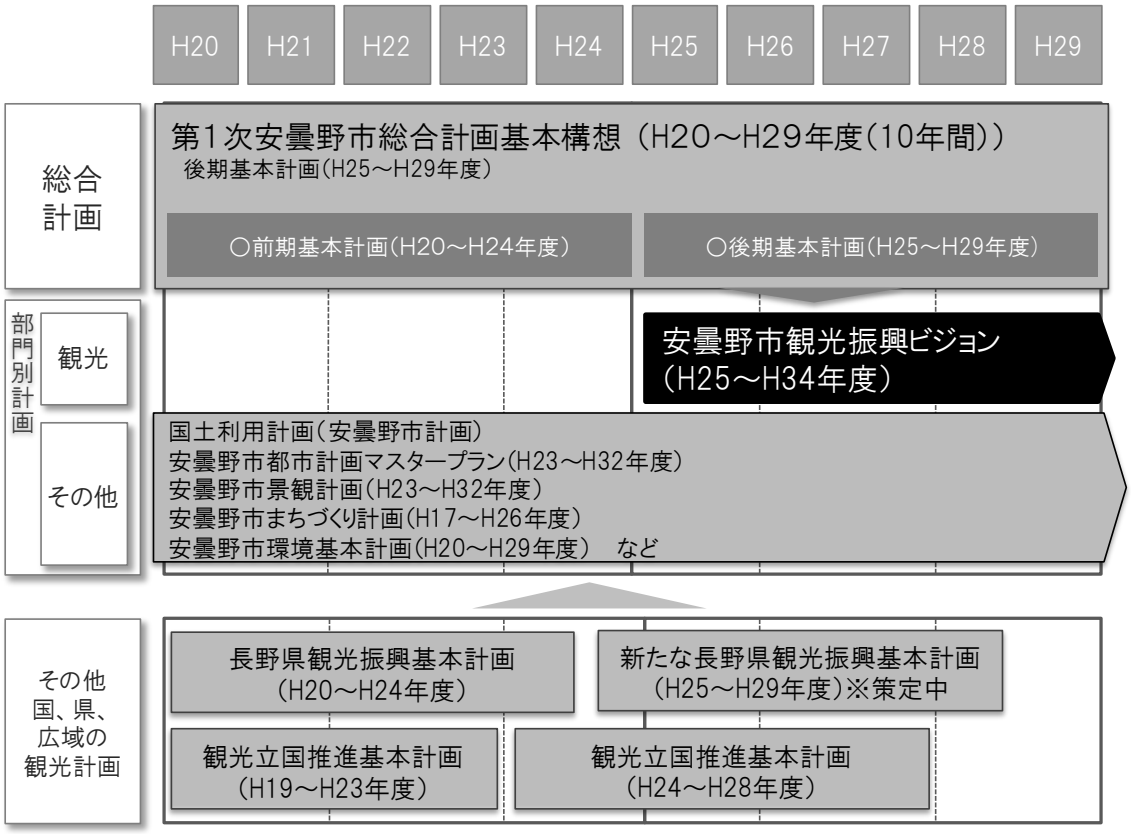
本計画は、第一次安曇野市総合計画で定めた分野別基本方針「豊かな産業のあるまちの形成」の実現に向けた安曇野市の観光振興に関する個別計画として位置付けられています。市が策定する全ての他の個別計画、また国や県の計画と整合を保ち、連携しながら観光振興を図っていくものとなります。

１－3. 計画の期間

安曇野市の観光振興を中長期的な視野で取り組んでいくため、本計画の期間は平成 25 年度～平成 34 年度の 10 年間とします。また、観光を取り巻く情勢の変化などに対応していくために、定期的に計画を見直し柔軟に対応することとします。

[i]長野県「平成 23 年度観光地利用者統計調査結果」

図表 1 安曇野市観光振興ビジョンの位置付け

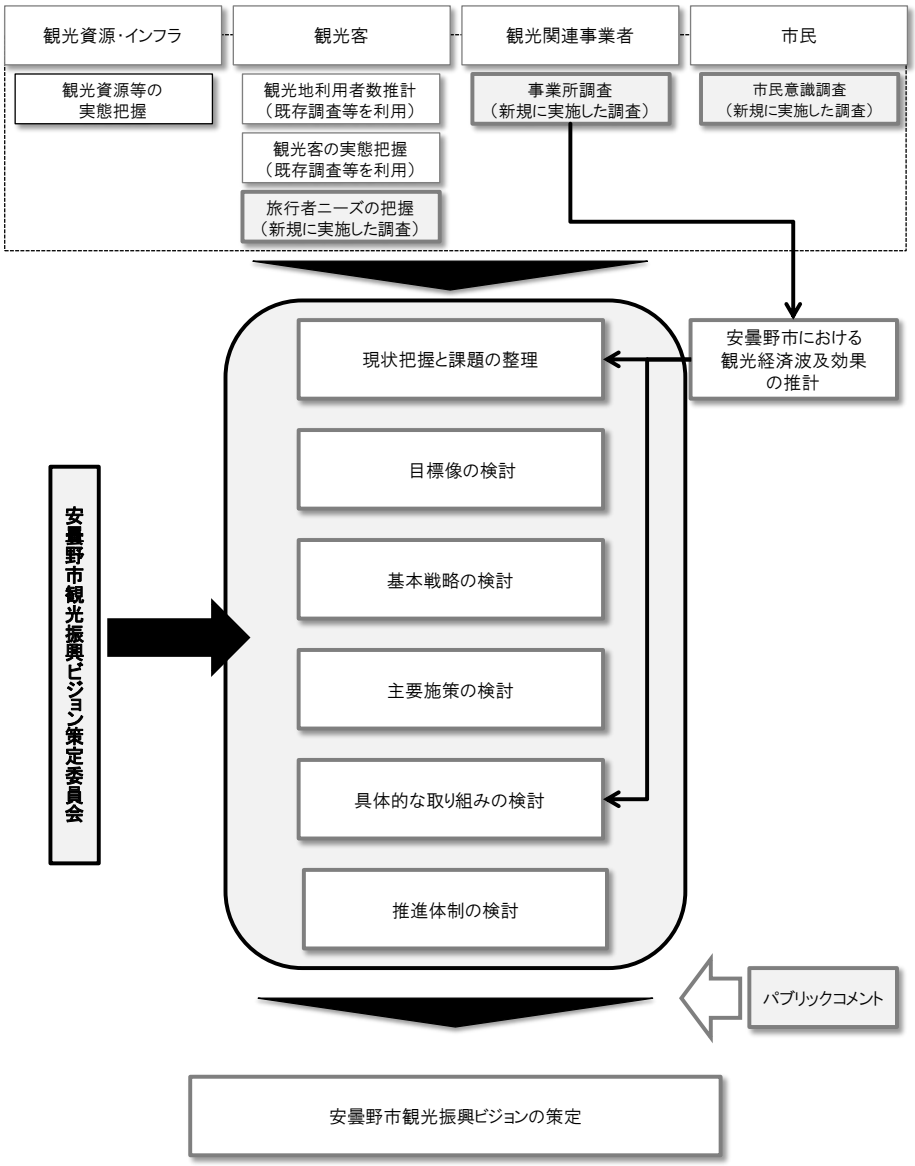


1－4. 計画策定の手順

本計画の策定にあたっては、観光関連団体および公募委員から構成された安曇野市観光振興ビジョン策定委員会を設け、議論を行いました。

また、市民の皆様の観光に関するご意見を広く伺うための「市民意識調査」、民間事業者の観光に関するご意見や安曇野市の観光の経済波及効果を推計するための「事業者調査」、来訪者のニーズを把握するための「旅行者ニーズ調査」を実施し、パブリックコメントの結果を踏まえ、「安曇野市観光振興ビジョン」を策定しました。

図表 2 安曇野市観光振興ビジョンの策定フロー



２．安曇野市観光の現状と課題

2－1. 安曇野市の概要

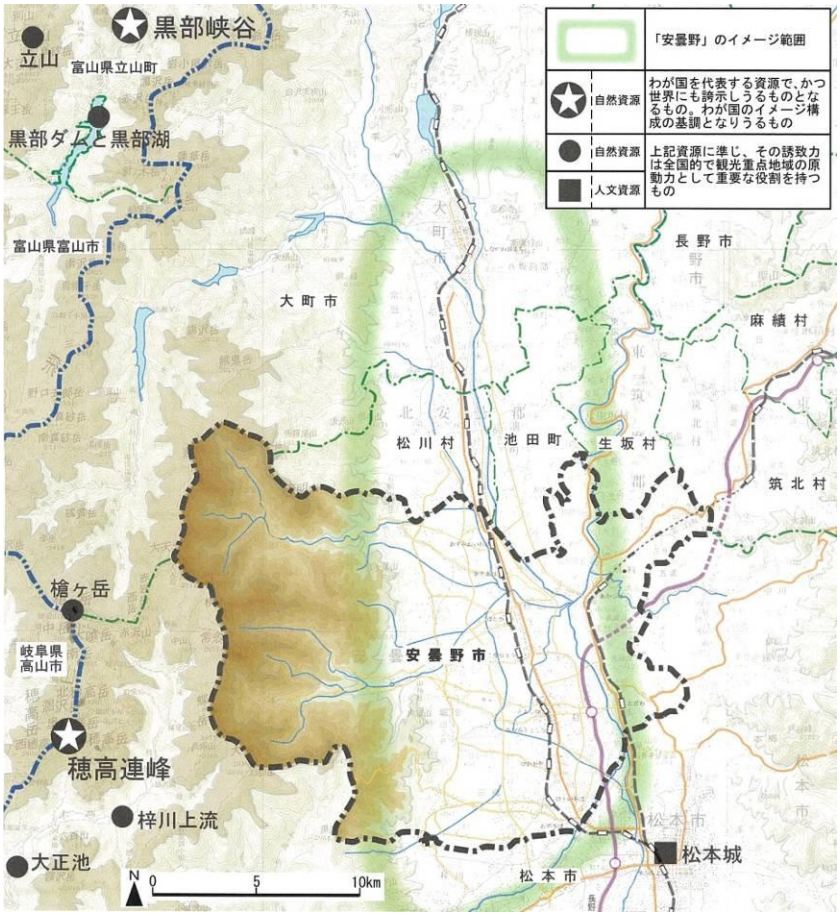
(1)地勢

安曇野市は、南安曇郡の豊科町、穂高町、三郷村、堀金村、東筑摩郡明科町の 5 町村が平成 17 年 10 月 1 日に合併して誕生し、北は大町市、松川村、池田町、生坂村、筑北村、南は松本市に隣接しています。

安曇野市は、長野県内最大の盆地である松本盆地の北西部に位置し、西部は、燕岳、大天井岳、常念岳などの海抜 3,000m 級の山々がそびえ立つ中部山岳国立公園の山岳地帯で北アルプスを源とする中房川、烏川、梓川、高瀬川などが大地を下り、犀川となる海抜 500～700m の概ね平坦な複合扇状地となっています。東側は、900m前後の丘陵地帯が広がっています。

なお、南は梓川から北は大町市の市域を越えた範囲が「安曇野」と呼ばれており、来訪者は安曇野市内に留まらず池田町や松川村など市域を越えた範囲を「安曇野」として捉えていると考えられます。なお、本書において、「安曇野」と標記する際は、市域を越えた範囲を指します。

図表 3 安曇野市の地勢及び周辺の観光資源と安曇野の範囲



(2)安曇野市内へのアクセス･域内交通

①安曇野市内へのアクセス

安曇野市は、東京から 200km 圏、名古屋から 150km 圏、大阪から 300km 圏にあり、鉄道や自動車を利用して、東京からは約 3 時間、名古屋からは約 2 時間 30 分程度という立地にあります。

現在、安曇野市観光の主な玄関口としては穂高駅が機能しており、名古屋や東京から特急を利用する来訪者は、松本駅で大糸線を利用して安曇野市に入ります。新幹線駅からのアクセスは、長野駅から篠ノ井線に乗り換え、明科駅などの利用となります。なお、新幹線利用者の利便性向上を図るため、長野新幹線上田駅と市内 4 箇所の停留所を結ぶ乗り合いタクシー（予約制）が安曇野市タクシー運営協議会[ii]により運行されています。また、信州まつもと空港からのアクセスは、リムジンバスなどの運行はなく、穂高までは車・タクシーを利用して約 1 時間程度となっています。

平成 24 年 4 月からは、東京都の新宿駅と白馬村をつなぐ高速バスが穂高駅前に停車するようになりました。また、同年 10 月に、長野自動車道「豊科 IC」を「安曇野 IC」に名称変更し、知名度の高い「安曇野」とすることで道路利用者の利便性の向上を図っています。このように、自動車や高速バスを利用した安曇野市内へのアクセスは改善されてきています。

安曇野市内へのアクセス方法は、上記のようにさまざまな選択肢がありますが、いずれの手段を利用しても、所要時間が大幅に変わらないという点では利便性が低くなっています。また、アクセス方法によって安曇野市の玄関口が異なっていることから、交通機能や駐車場、観光案内などの機能を集約させた観光の起点となる交通拠点を明確にしていくことが必要です。なお、篠ノ井線明科駅は、平成 26 年度の北陸新幹線金沢延伸に伴い長野市から安曇野市までをつなぐ主要な駅となることから、安曇野市の東の玄関口として機能していくことが求められます。

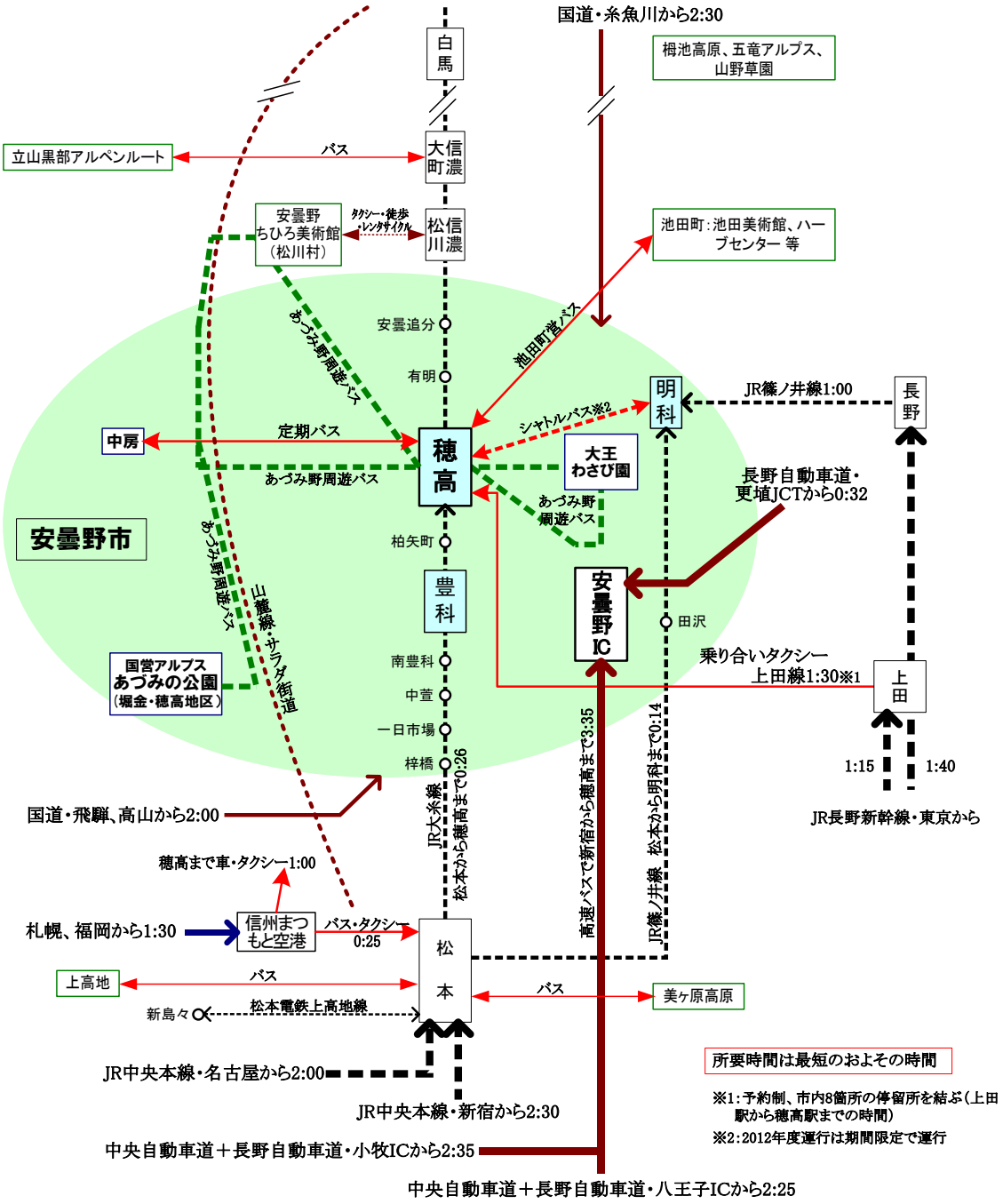
②域内交通

安曇野市内の域内交通を見ると、来訪者向けの「あづみ野周遊バス」、レンタカー、レンタサイクルの他、市民専用で登録制の新公共交通システムなどがあります。来訪者向けの「あづみ野周遊バス」は、来訪者の多い春から秋にかけて運行されており、安曇野市内の主要な観光施設を結ぶ 3 路線が運行されています。また、平成 24 年秋には、穂高温泉郷～穂高駅～明科駅～旧国鉄篠ノ井線廃線敷をつなぐツアーバス（予約制）も運行されました。

このように、域内交通も改善が進んでいますが、周遊バスやツアーバスは期間、ルート、本数に限りがあることや、レンタカーは穂高駅周辺でのみ貸出・返却であること、歩道は未整備な箇所があることや幅員の狭さにより歩きにくいなどの課題が残っています。

[ii]市内のタクシー事業者 4 社で構成

図表 4 安曇野市内へのアクセス･域内交通



【出典】一般社団法人安曇野市観光協会パンフレット及びホームページ、「広報あづみの」、NEXCO東日本、上田市ホームページ、アルピコ交通

(3)人口･世帯

安曇野市は、平成 24 年 4 月 1 日現在で、99,348 人、37,487 世帯で、長野県内で 6 番目に人口の多い都市です。平成 17 年から平成 22 年では微増の状況ですが、長野県地域別･市町村別 100 の指標によると、平成 22 年の社会増加数は 1 位となっています。

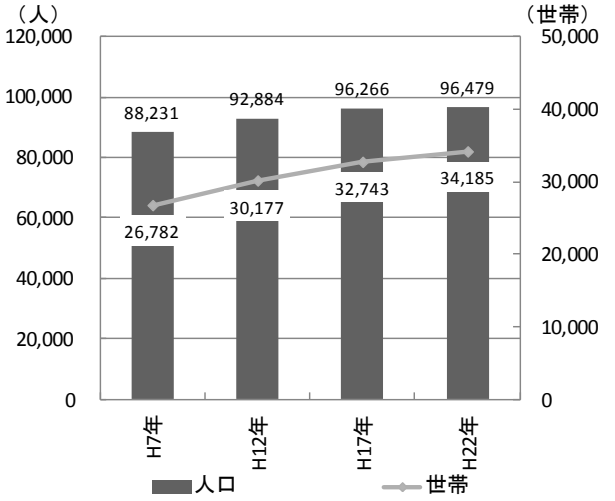
平成 23 年の転入者 3,143 名の内訳を見ると、最も多いのは長野県内からの転入者で 1,923 名、次いで関東地方[iii]からの転入者が 674 名となりました。市民意識調査[iv]では、回答者のうち約 55%が市外からの転入者で、19%が長野県内出身者となりました（図表 7）。また、安曇野市に転入した長野県外出身者のうち約 19%が「田舎暮らし」を求めて移住したと回答しています（図表 8）。安曇野市は移住希望者に人気があると言われており、今後も「田舎暮らし」を目的とした移住者が増加していくことが期待されます。

一方で、社会増加により右肩上がりに増加してきた人口は、平成 28 年以降、全国の動向と同じように、人口減少が始まると予想されています。安定した市政運営を継続していくためには、定住人口を維持していくことが必要です（図表 6）。

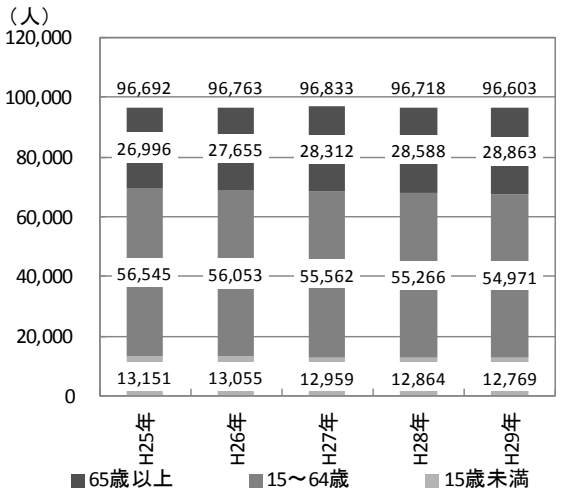
そのため、今後の人口減少を見据え、来訪者や二地域居住[v]などの交流人口の拡大や、交流を通じて移住者を獲得していくことが求められます。

なお、65 歳以上の高齢化率は平成 23 年 25.7%でわが国の高齢化率 23.1%[vi]を若干上回っています。

図表 5 安曇野市の人口世帯の推移



図表 6 将来人口の見通し



出典：第 1 次安曇野市総合計画基本構想後期基本計画

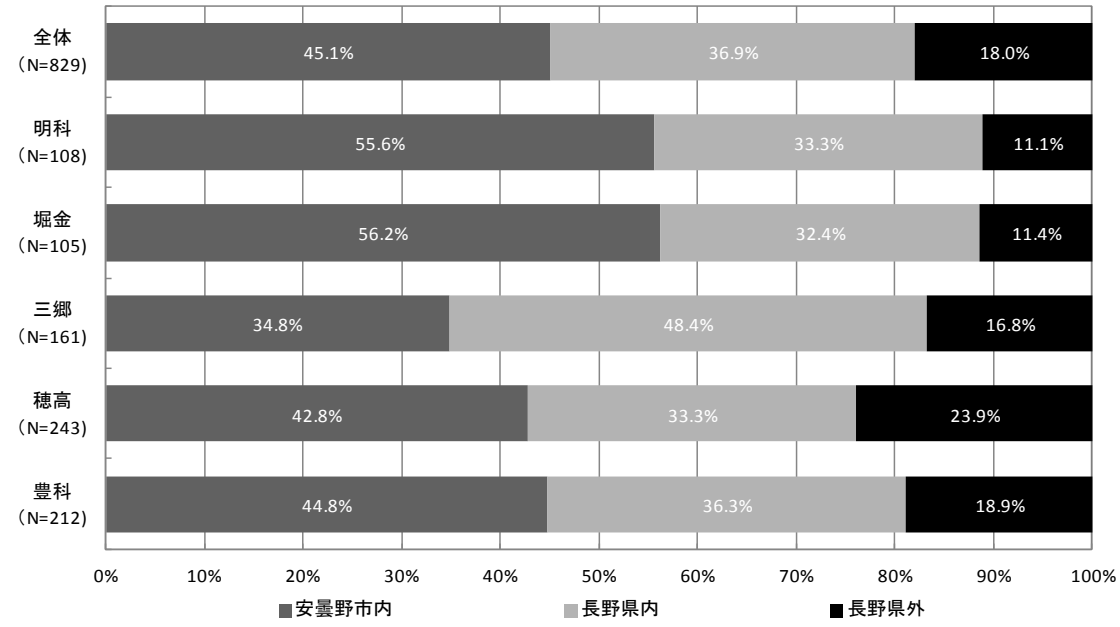
[iii] 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県の 1 都 6 県

[iv] 安曇野市「市民意識調査」平成 24 年 4 月実施

[v] 国土交通省の「二地域居住人口」研究会により提唱された考え方で、都会に暮らす人が、週末や一年のうちの一定期間を農山漁村で暮らすもの。

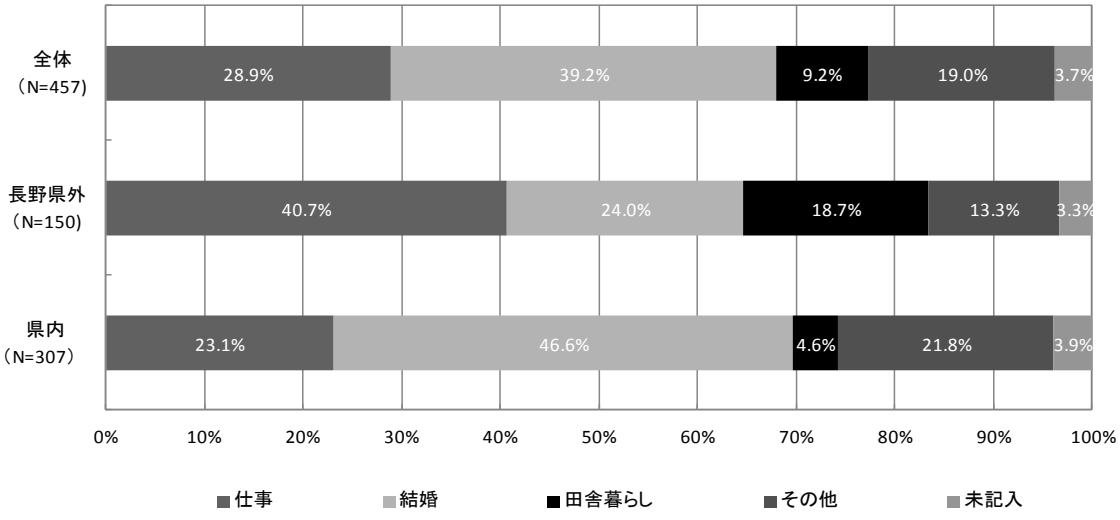
[vi]内閣府「平成 23 年版高齢社会白書」

図表 7 回答者の出身地



出典：安曇野市「市民意識調査」平成 24 年 4 月

図表 8 安曇野市外出身者の安曇野転入の理由



出典：安曇野市「市民意識調査」平成 24 年 4 月

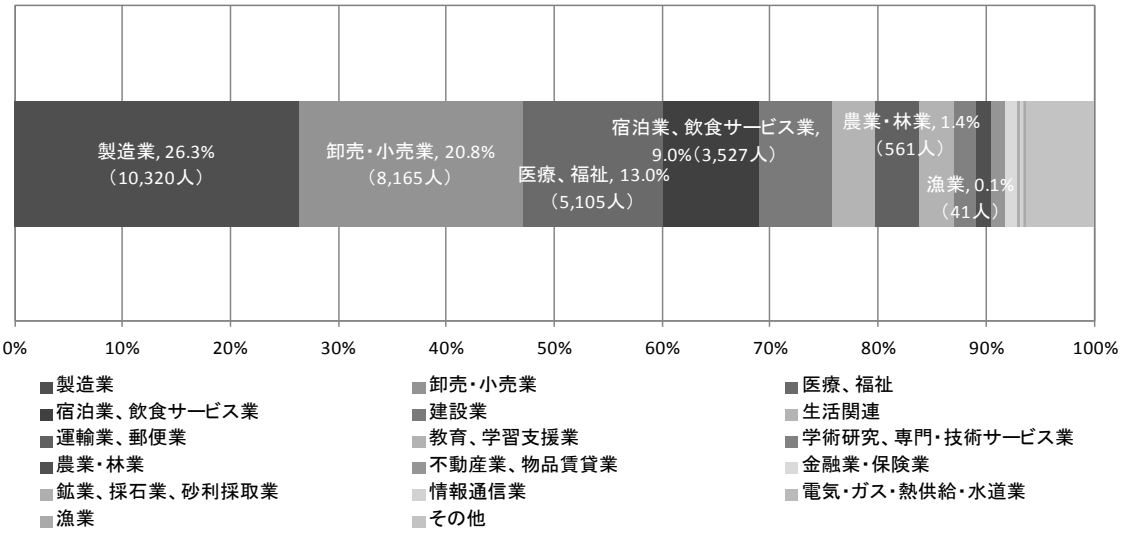
(4)産業構造および特徴的な産業

安曇野市内の平成21年産業別就業者数を見ると製造業が約26%で従業者数が最も多く、産業別製造品出荷額等は、県内1位[vii]を誇っています。製造業のうち、従業者数が多いのは情報通信機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、食料品製造業です。食料品製造業では、野菜缶詰など製造業の事業所が最も多く、安曇野市の特産であるわさびの加工や野菜・果樹などの加工が行われていると推察されます。宿泊業・飲食サービス業従事者数は、市内の産業別従事者数の9%で、従業者数としては4番目に多く、3,527人となりました。

安曇野市では、収穫量は県内1位を誇る稲作をはじめ、生産量日本一のわさび、りんごなどの果樹といった農産物が生産されています。農業は安曇野の農村景観を構成する重要な要素ですが、産業別従業者人数では、農林漁業合わせて1.5%となっています。なお、安曇野市の総農家数は平成17年には6,581戸でしたが平成22年は5,916戸に減少してきています。また、農業従事者の平均年齢は高齢化しつつあります。

このように安曇野市の特徴的な産業は製造業・農業で、県内でも有数の工業出荷額・農業生産高を誇り、バランス良く発展しています。しかし、安曇野市の重要な地域資源である農の担い手である農業従事者は減少傾向にあり、さらに高齢化が進んでいるという状況があります。美しい農村景観を維持・継承していくためには、農業や農業従事者を支える何らかの仕組みが必要となってきています。

図表 9 安曇野市の産業別就業者人数



出典：安曇野市「2011 安曇野市の統計」

[vii] 長野県情報統計課「工業統計調査結果報告書」

事業所調査[viii]によると観光関連事業者の安曇野市内での調達率は、図表 10、図表 11 のようになりました。特に宿泊施設は、他産業に比べ域内調達率が高く、観光振興により他産業への波及効果が期待されます。なお、来訪者の消費によって地域にもたらされた経済波及効果の乗数効果は 1.62 となりました。

図表 10 観光関連 5 業種の域内調達率

	①原材料費			②営業経費			③人件費		
	A市内	B県内	C県外	A市内	B県内	C県外	A市内	B県内	C県外
宿泊施設	73.4%	17.2%	9.5%	75.1%	17.9%	7.0%	91.8%	6.1%	2.3%
宿泊/旅館・ホテル	74.4%	18.3%	7.3%	72.7%	20.6%	6.7%	89.4%	7.8%	2.9%
宿泊/ペンション・民宿	69.7%	13.2%	17.2%	83.5%	8.5%	8.0%	100.0%	0.0%	0.0%
飲食	57.6%	27.0%	15.4%	71.2%	21.9%	7.0%	86.5%	10.5%	3.0%
物販	34.7%	47.7%	17.6%	61.0%	28.6%	10.5%	87.0%	12.7%	0.3%
体験等	0.0%	60.0%	40.0%	56.7%	23.3%	20.0%	50.0%	50.0%	0.0%
交通	36.9%	31.9%	31.3%	70.0%	18.1%	11.9%	87.5%	12.5%	0.0%

出典：事業所調査

図表 11 安曇野市内他産業の域内調達率

	①原材料費			②営業経費			③人件費		
	A市内	B県内	C県外	A市内	B県内	C県外	A市内	B県内	C県外
農業、林業	50.0%	16.6%	33.4%	90.0%	10.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
漁業	－	－	－	－	－	－	－	－	－
建設業	48.0%	44.4%	7.6%	73.5%	22.5%	4.0%	72.9%	25.1%	1.9%
製造業	11.5%	38.4%	50.1%	37.5%	40.3%	22.1%	64.2%	32.5%	3.4%
運輸・通信業	62.5%	7.5%	30.0%	67.5%	25.0%	7.5%	73.3%	26.7%	0.0%
卸売・小売業	20.8%	49.1%	30.2%	58.7%	32.3%	9.1%	83.8%	15.8%	0.5%
金融・保険業	－	－	－	－	－	－	－	－	－
不動産業	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
サービス業	45.6%	39.9%	14.6%	68.6%	23.2%	8.2%	82.2%	16.4%	1.4%
その他	75.0%	25.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%	60.0%	40.0%	0.0%
安曇野市全体	**38.1%**	**36.2%**	**25.7%**	**63.6%**	**26.8%**	**9.7%**	**77.8%**	**20.8%**	**1.4%**

出典：事業所調査

事業所調査　概要

調査期間： 平成 24 年 4 月 4 日～平成 24 年 4 月 23 日

調査方法： 安曇野市商工会および安曇野市観光協会の会員に対して、郵送にて調査票を送付・回収

有効回答： 382 件（回収率 19.6%）

[viii] 安曇野市「事業所調査」平成 24 年 4 月実施

2－2. 安曇野市観光を取り巻く環境

(1)外部環境

①人口減少と少子高齢化の進行による国内旅行者市場の縮小と変化

平成 22 年国勢調査によると、平成 22 年の日本の総人口は、1 億 2,806 万人でしたが、以降は長期の人口減少過程に入ると予測されています。国内旅行の旅行スタイルを見ると、団体旅行から個人旅行に変化、同行者数も 1 グループ当たりの同行者数は 2 人程度と減少しており、個人の小さなグループが主要な層となっています。人口減少および 1 人当たりの国内宿泊旅行の回数や宿泊数の減少傾向により、国内旅行者の市場は縮小傾向にあります。

教育旅行市場を見ると、少子化に伴い市場は縮小しています。教育旅行スタイルは、学年全体で行動するものからクラス別や班別と少人数で行動するように変化、さらに、農林漁業体験や郷土芸能体験を行う、民家に宿泊して来訪先の生活を学ぶといった体験型の学習を取り入れる傾向が強まっています。

平成 22 年には 65 歳以上の老年は 2,948 万人・高齢化率 23.0%でしたが、平成 32 年には 3,612 万人へと増加し、人口の約 30%が老年人口になると予測されています。特にアクティブシニアと呼ばれている団塊世代を中心とした層は、人口も多く、旅行に対して意欲的であると言われていることから、さまざまな地域で注目されているマーケットとなっています。このようなシニア層に対応していくためには、知的好奇心を満たす仕組みや質の高い旅行を提供していくこと、またバリアフリーなどの整備が求められます。

②訪日外国人旅行者市場の拡大

訪日外国人旅行者数は、平成 20 年のリーマンショックや平成 23 年の東日本大震災の影響を受け、一時的には減少しましたが、観光立国の推進などにより増加傾向にあります。

安曇野市周辺市町村の平成 22 年外国人旅行者の延べ宿泊数[ix]を見ると、白馬村 43,510 人泊、松本市 35,696 人泊、大町市 15,599 人泊となっています。白馬村は主にスキーを目的としたオーストラリア人が来訪しており、松本市・大町市は台湾・香港・中国・韓国などのアジアからの宿泊客が中心になっています。

安曇野市は、5,448 人泊であり、今後も拡大していくと予想される訪日外国人旅行者に対して、安曇野市も早急に情報の多言語化などに対応していく必要があります。

[ix] 平成 22 年外国人宿泊者数調査結果（長野県）。平成 23 年は東日本大震災の影響が強いため、平成 22 年の数値を参考とします。

③国による観光立国の推進

「観光立国の実現」は、わが国の経済社会発展のために不可欠な国家的課題とされており、わが国では平成 18 年「観光立国推進基本法」を制定し、平成 19 年「観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。平成 20 年には、「観光庁」が発足し、機能的・効率的に観光行政を進める体制が整えられました。

平成 24 年に、新たに閣議決定された「観光立国推進基本計画」では、訪日外国人旅行者数などの「量」の目標とともに満足度という「質」の向上を図る目標が掲げられています。

図表 12 観光立国推進基本計画で掲げられている目標

目標の分類	観光立国の実現に関する目標
観光による国内消費の拡大	1 国内における旅行消費額の増加
国際観光の拡大･充実	2 訪日外国人旅行者数の増加 3 訪日外国人旅行者の満足度 4 国際会議の開催件数 5 日本人の海外旅行者数
国内観光の拡大･充実	6 国内宿泊旅行の年間平均宿泊数の拡大 7 国内観光地域の旅行者満足度

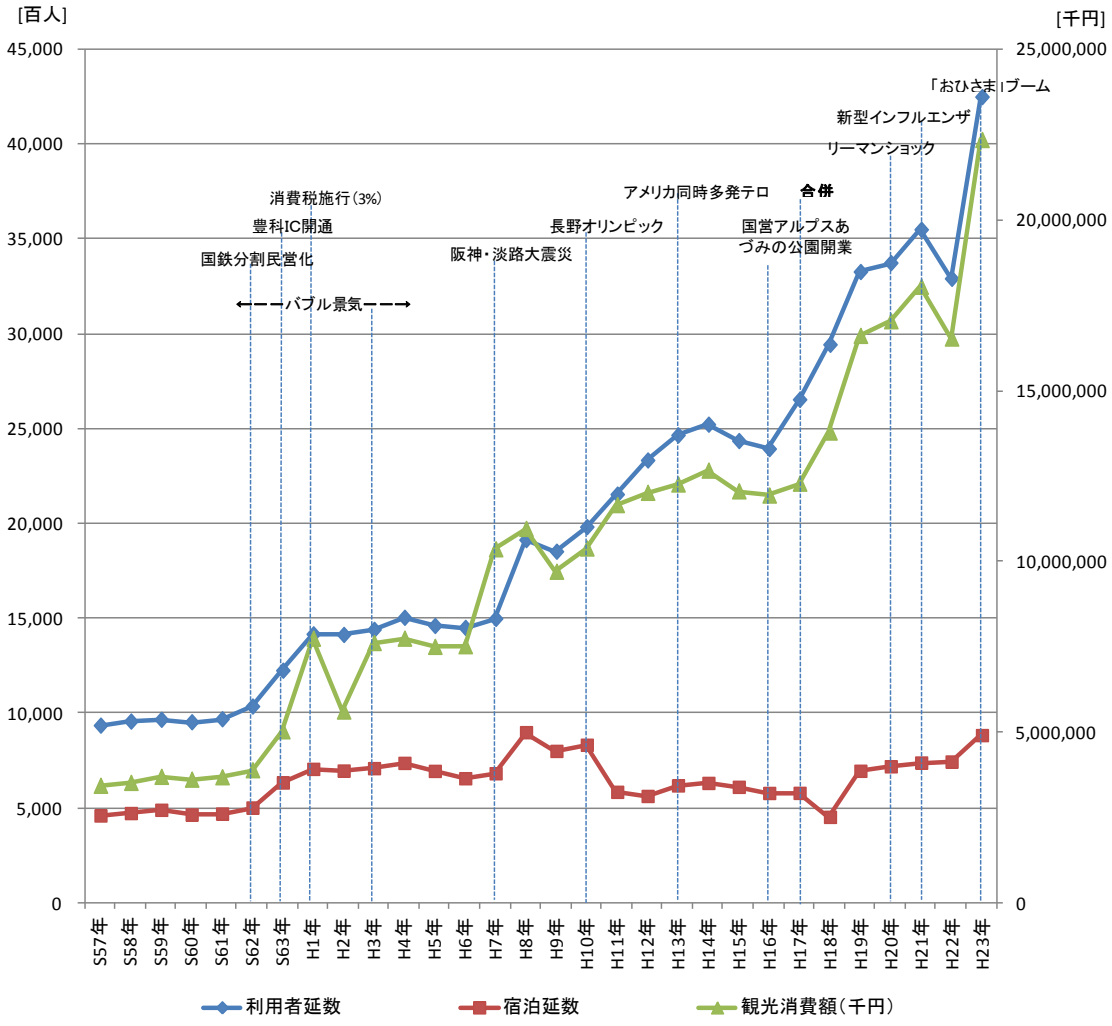
(2)安曇野市の来訪者の状況

①観光地利用者延べ数･宿泊延べ数の推移

長野県の観光地利用者統計調査によると平成 23 年の安曇野市の観光地利用者延べ数は、約 425 万人、宿泊延べ数は約 88 万人、観光消費額は 223 億円となっており、増加傾向にあります。特に平成 23 年の観光地利用者延べ数は、対前年比約 30%増で延べ利用者数は約 96 万人の増加、延べ宿泊客は対前年比約 19%増で、約 14 万人の増加となりました。

観光地利用者延べ数は、右肩上がりで上昇している一方で、宿泊延べ数の伸びは低調です。また、観光地利用者延べ数における宿泊延べ数の割合を見ると、平成 11 年に 30%を下回って以降、減少傾向が続いています。観光地利用者延べ数は増加傾向にあることから、日帰り型・立ち寄り型として利用される傾向が強まっていると考えられます。

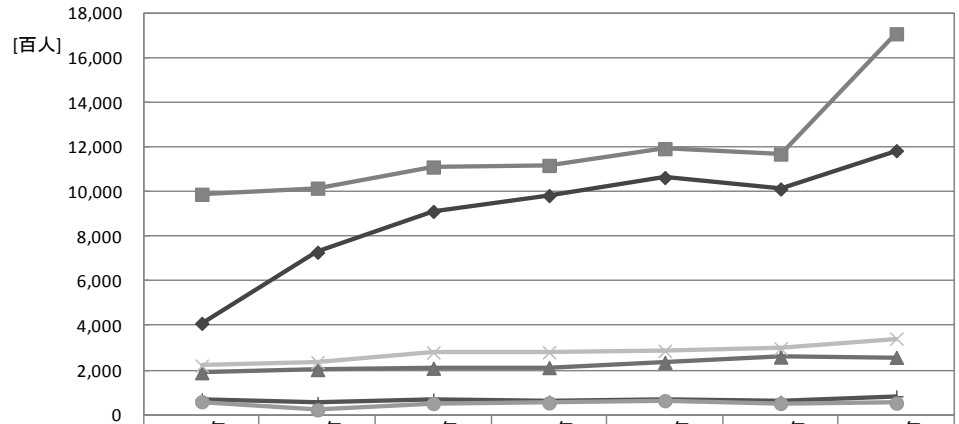
図表 13 観光地利用者延べ数･宿泊延べ数･観光消費額の推移



出典：長野県「観光地利用者統計調査」

平成 23 年の市内の主な観光地の利用者延べ数の推移を見ると、NHK 連続テレビ小説「おひさま」の放送が始まった 4 月以降から増加しており、特に碌山美術館・わさび畑周辺は、対前年比 46%増となりました。また、中房、アルプス銀座も対前年と比較すると利用者延べ数が増加しています。

図表 14 主な観光地の利用者延べ数の推移

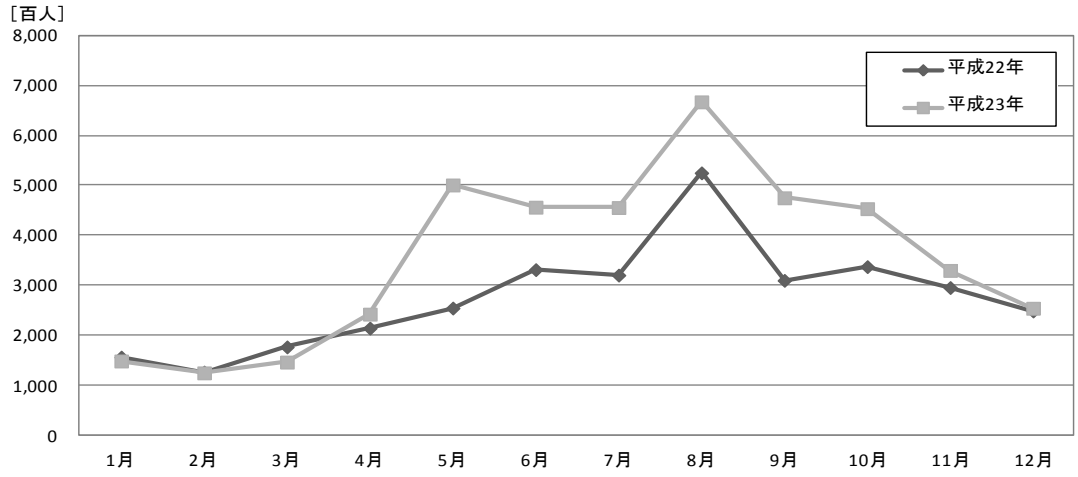


	H17年	H18年	H19年	H20年	H21年	H22年	H23年
アルプス銀座	692	525	680	596	663	588	828
中房	585	219	504	535	633	510	522
安曇野の里	1,886	2,026	2,085	2,117	2,344	2,589	2,576
穂高温泉郷	4,098	7,287	9,119	9,828	10,637	10,124	11,843
碌山美術館・わさび畑周辺	9,885	10,160	11,108	11,180	11,934	11,692	17,084
国営アルプスあづみの公園	2,201	2,353	2,793	2,804	2,863	2,977	3,416

出典：長野県「観光地利用者統計調査」

月別の利用者延べ数を見ると、6 月から 10 月が観光シーズンとなっており、8 月がピークとなっています。 一方で､オフ期となる1月から3月の観光地利用者延べ数は、8 月の約 20%まで落ち込んでいます。安定的な雇用を創出していく上では、季節変動の振り幅を少しでも解消していくことが必要です。

図表 15 観光地利用者数延べ数(月別)



出典：長野県「観光地利用者統計調査」

②主な来訪者層

安曇野市内の観光関連事業者へのヒアリング調査によると、安曇野市を来訪している客層は、主に以下の 5 つのタイプに分類されると考えられます。

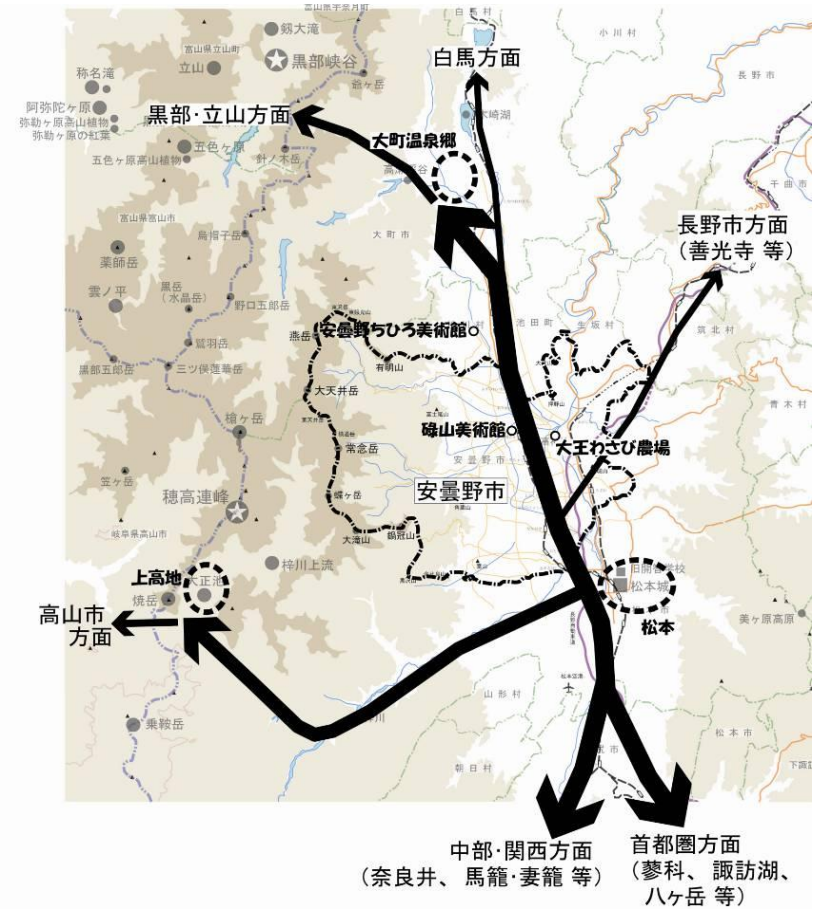
1）松本市などの近隣市町村からの日帰り客
2）松本城や上高地・黒部ダムなど周辺の観光地を巡る周遊客の立ち寄り利用
3）松本城や上高地・黒部ダムなど周辺の観光地を巡る周遊客の宿泊利用
4）北アルプスを目的とした登山客
5）安曇野を主目的とした宿泊客

なお、安曇野市内の観光関連事業者を対象に行った調査によると、来訪者は、個人客や家族の小グループ中心となっていますが、体験施設では、学習旅行や団体客など幅広い客層が来訪しています。また、来訪者の年齢層は、50 代以上という回答が多くなりました。

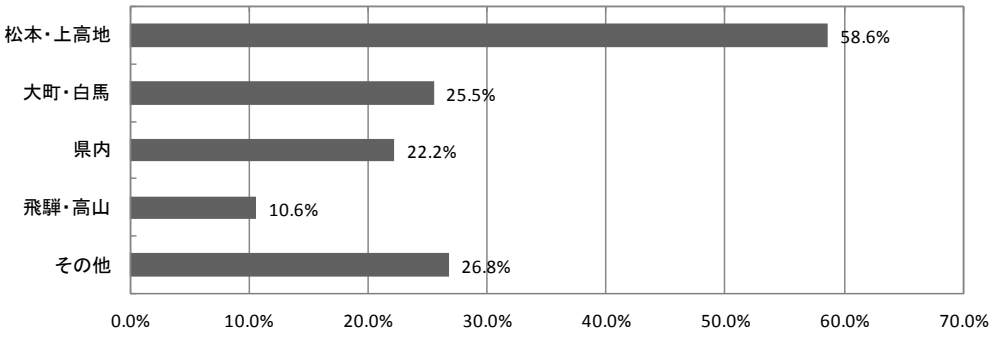
③主な観光ルート

観光関連事業者のヒアリング調査などによると、安曇野市に立ち寄る来訪者は、安曇野市のみを目的とするのではなく、首都圏方面・中部方面から「松本・上高地」「黒部・立山方面」「高山市方面」と組み合わせ来訪していると考えられます。宿泊客に対するアンケート調査[x]でも、他地域と組み合わせて来訪されており、特に「松本・上高地」との組み合わせが多い結果となりました。

図表 16 主な観光ルートと流動量イメージ



図表 17 周辺の立ち寄り地域



出典：安曇野市観光アンケート

[x] 安曇野市「平成 23 年度安曇野市観光アンケート」

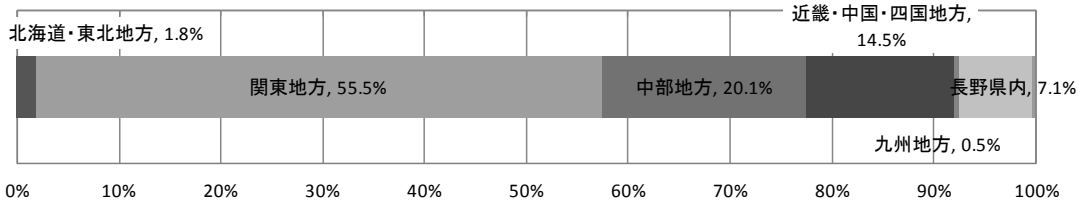
④宿泊者の特徴

平成 23 年度安曇野市観光アンケートで明らかになった宿泊客の特徴は、以下の通りです。

○居住地

約 56%が「関東」、約 20%が「中部」で、「県内客」は約 7%程度です。冬場になると、「県内客」は約 20%と県内客比率が高まります。

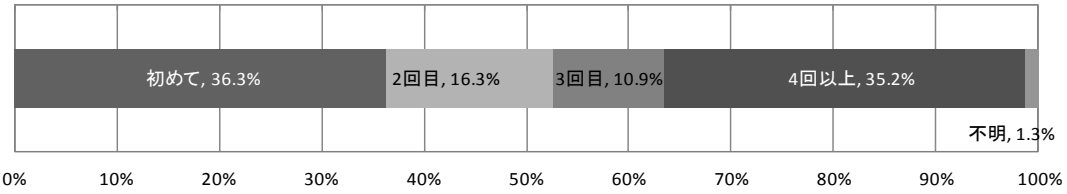
図表 18 居住地



○来訪回数

約 36%は「初来訪者」、約 35%が「4 回以上」のハードリピーターです。

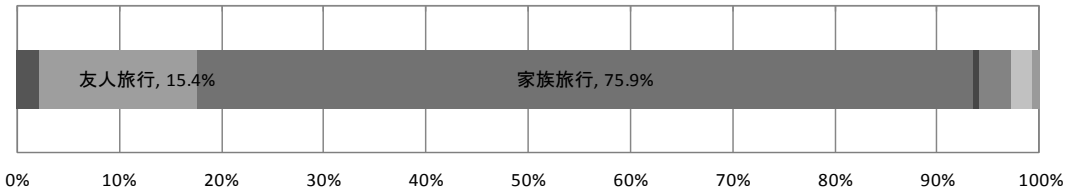
図表 19 来訪回数



○同行者

約 76%が「家族旅行」、約 15%が「友人旅行」で、少人数グループ旅行が主流であると考えられます。

図表 20 同行者



平成 23 年度安曇野市観光アンケート　概要

調査期間：平成 23 年 7 月 25 日～平成 24 年 1 月 6 日　期間を 4 回に分けて調査を実施

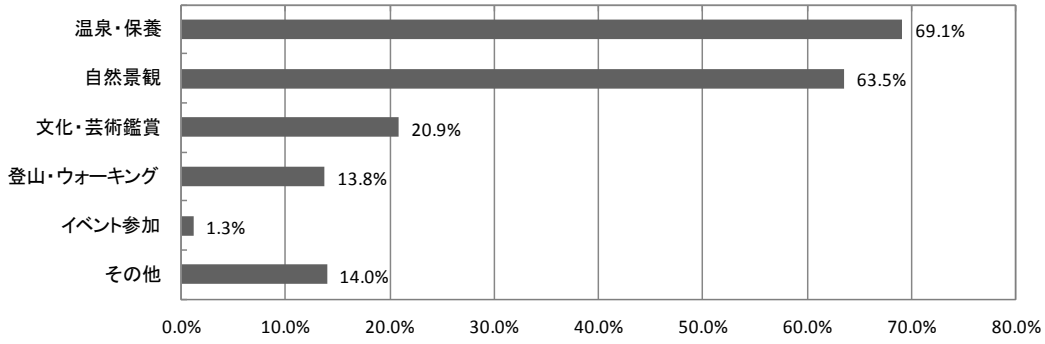
調査方法：市内主要宿泊施設利用者に対して、調査票を配布。郵送回収方式にて回収。

有効回答：551 件

○来訪目的

来訪目的は、「温泉・保養」「自然景観」が他の項目に比べて圧倒的に高く、文化・芸術鑑賞は20%程度に留まりました。

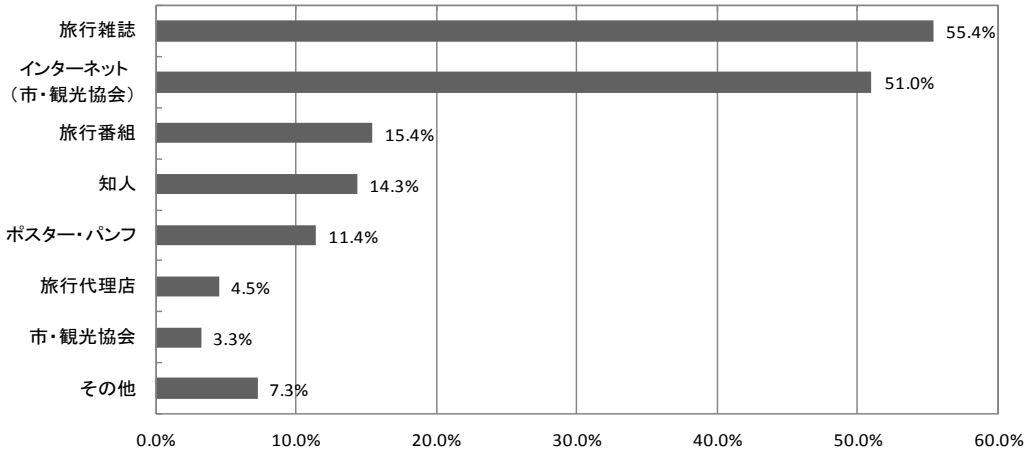
図表 21 来訪目的



○観光情報の入手法報

観光情報の入手方法は、「旅行雑誌」「インターネット（市・観光協会）」が主流となっています。

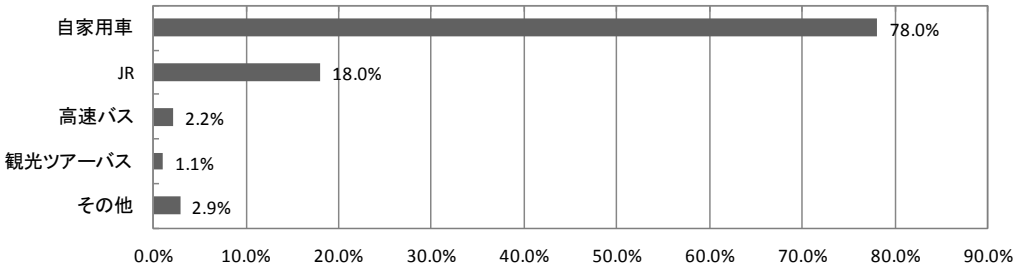
図表 22 情報入手の方法



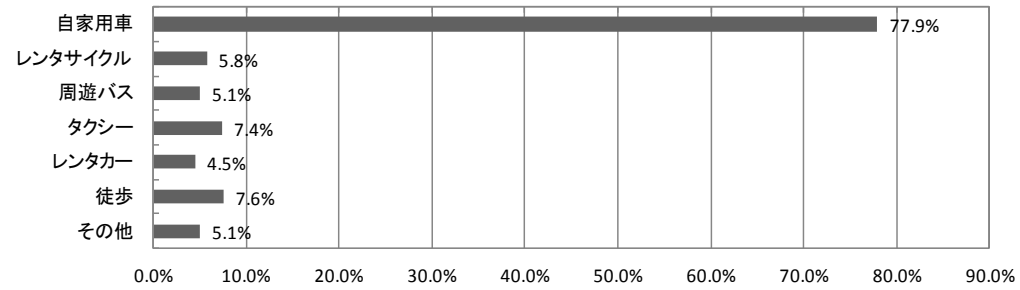
○移動手段

安曇野市内までの移動手段は約 80%が「自家用車」でした。域内の移動手段も同じく「自家用車」が中心です。「レンタサイクル」、「周遊バス」などの域内交通機関の中では、「タクシー」の利用が高くなっています。

図表 23 安曇野市内までの移動手段



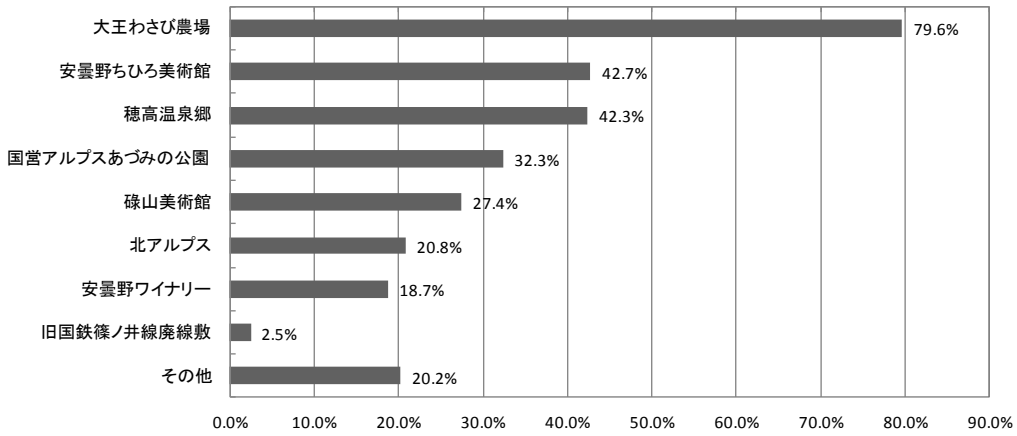
図表 24 安曇野市内での移動手段



○立ち寄り地点

宿泊客の約 80%が安曇野の主要イメージである「わさび・わさび田」を鑑賞する代表的ポイントである大王わさび農場を訪れています。平成 23 年度の調査結果であることから、NHK 連続テレビ小説「おひさま」のロケ地観光により特に「大王わさび農場」の立ち寄りが多くなったと考えられます。旧国鉄篠ノ井線廃線敷は、2.5%と他地点と比較して立ち寄り率が非常に低くなりました。交通の不便さなどから団体客の利用が中心となっており、個人客にはまだあまり認知されていないと考えられます。

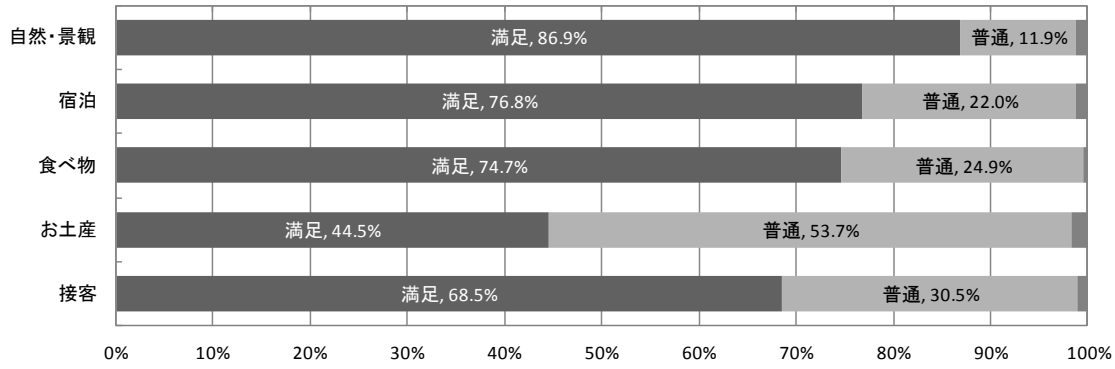
図表 25 立ち寄り地点



〇満足度

宿泊、食べ物、お土産、接客の各項目について、3 段階で満足度を聞いたところ、自然・景観については約 87%が満足となりましたが、他の項目は 80%に届きませんでした。特に「お土産」については満足が 50%を下回っており、早急に改善していくことが必要です。

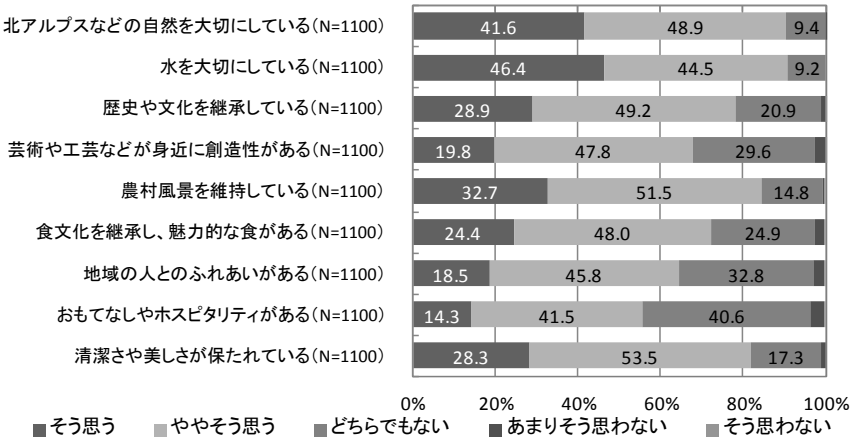
図表 26 満足度



⑤安曇野のイメージ

旅行者ニーズ調査[xi]によると、安曇野のイメージは「自然」「水」という項目において「そう思う」が 40%を超えています。一方で、「芸術や工芸」「食」「歴史・文化」などの地域資源に対するイメージは「自然」「水」に比べて低く、地域資源の魅力が十分に伝わっていないと考えられます。また、「おもてなし・ポスピタリティ」「地域の人とのふれあい」については、「そう思う」が 20%を下回る結果となりました。

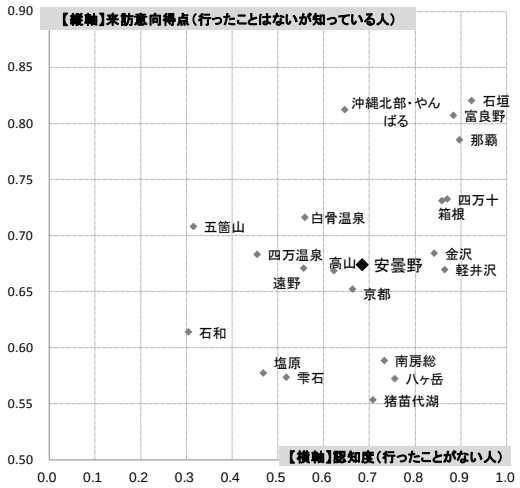
図表 27 安曇野のイメージ



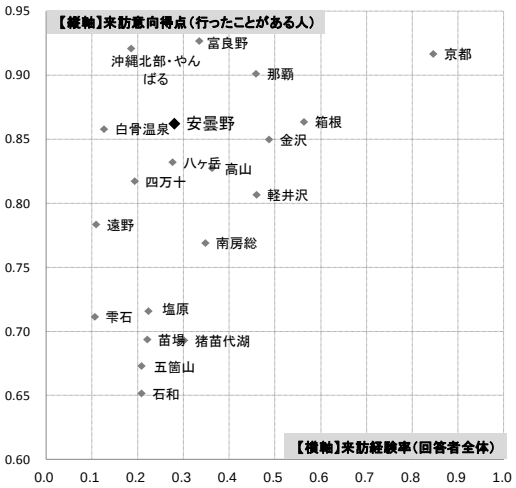
出典：旅行者ニーズ調査

公益財団法人日本交通公社の「JTBF 旅行者動向調査 2012」によると、安曇野市に来訪したことのない人の期待度マップでは、認知度は高いが来訪意向はそれほど強くありません。そのため、一度は行ってみたいと思わせる魅力的なイメージを確立することが課題です。一方で、来訪経験者のリピート度マップを見ると、来訪経験率は低位となりましたが、再来訪意向は強く、リピート度の高い地域となっています。

図表 28 観光地の期待度マップ



図表 29 観光地のリピート度マップ



出典：公益財団法人日本交通公社「JTBF 旅行者動向調査 2012」

[xi] 安曇野市　「旅行者ニーズ調査」　平成 25 年 2 月実施

(3)安曇野市の地域資源

①自然

〇山岳

安曇野市の西には、標高 3,000m 級の山々からなる北アルプスがあります。その北アルプスを背景に広がる農村景観は安曇野の基調となっています。北アルプスは、高山帯の自然環境を有しており、貴重な動植物が生息しています。市内には、三股登山口・燕岳登山口などの登山口があり、比較的安全に登ることができる山が多いことから登山の初心者が多く訪れるという特徴があります。近年の登山ブームの影響を受け、登山客は増加傾向にありますが、登山客の増加やマナー低下などにより登山道の荒廃や高山植物の踏み荒らしなどを招く懸念があります。

〇水

安曇野市は広大な複合扇状地の上にあることから、北アルプスからの雪どけ水が湧き出しており、環境省から「名水百選」に、国土交通省からは「水の郷」に認定されています。北アルプスに降った雨がそれぞれ梓川、高瀬川、穂高川となり市内の御宝田遊水池付近で合流し、長野市に流れ新潟県で信濃川となって日本海に注いでいきます。

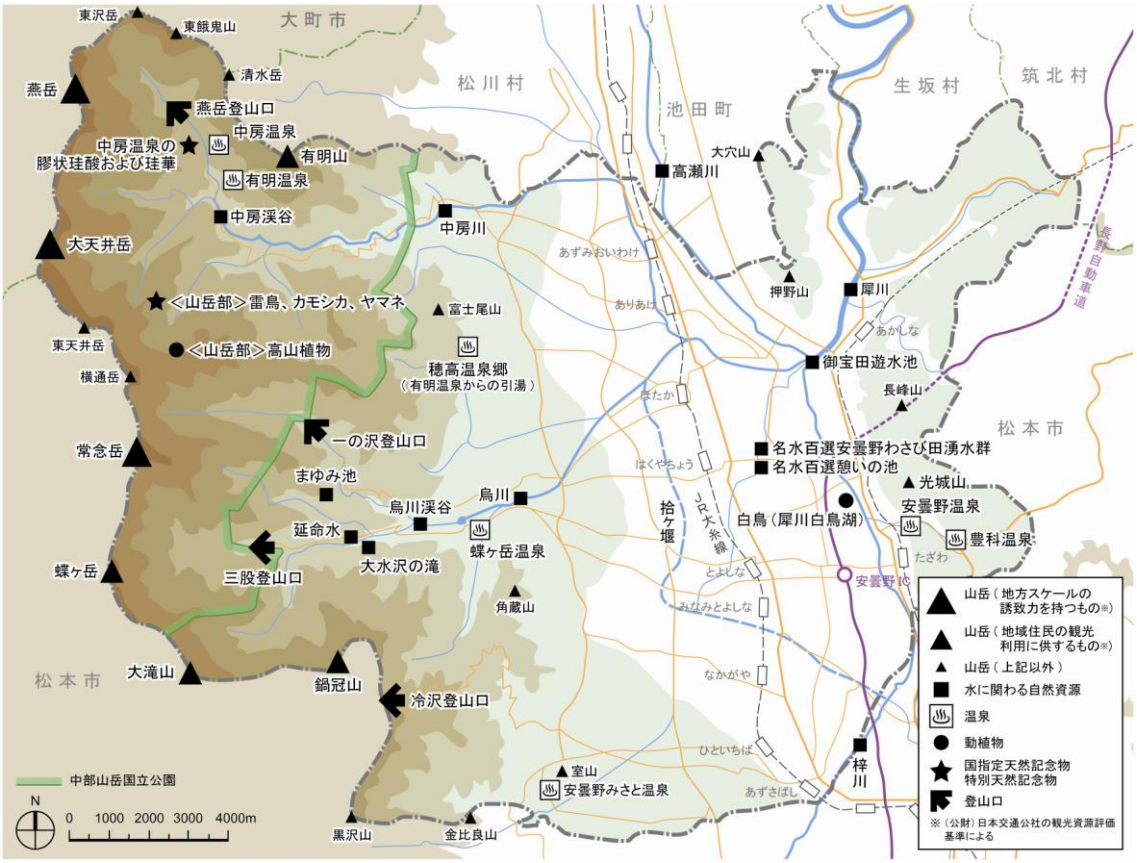
豊かな水を有する地域として市内には、わさび田湧水公園、安曇野の里の旧わさび田を利用したビオトープ、かじかの里公園、御宝田遊水池、あやめ公園などの親水公園の他、あづみ野やまびこ自転車道や湧水の散策路などの親水空間が整備されています。また、親水公園「水辺の楽校」に併設されている自然体験交流センター「せせらぎ」では、川を利用したさまざまな自然体験の情報発信を行っており、犀川や万水川ではラフティングやカヌーなどのアクティビティも体験することができます。また、犀川白鳥湖、御宝田遊水池は、昭和 59 年に 6 羽のコハクチョウが飛来して以来飛来数が増加し、今では県内最大の越冬地となるなど、多様な水鳥を見ることもできます。このように水に関連した施設や資源を多く有する一方で、穂高駅前や山麓線沿いなど来訪者が多く来訪するエリアでは、「水」を感じることができる親水空間が少ない状況にあります。

〇温泉

安曇野市には、有明温泉、中房温泉、みさと温泉、蝶ヶ岳温泉、安曇野温泉、豊科温泉といった天然温泉があります。昭和 47 年に有明温泉からの引湯事業が完成し、山麓線沿いは穂高温泉郷として、宿泊施設や日帰り入浴施設、八面大王の足湯などが整備されています。今後も温泉資源を適切に管理していくため、温度や湯量、成分の定期的なモニタリングが必要です。また、安曇野市の温泉は、松本市の扉温泉や浅間温泉、大町市の大町温泉郷など周辺の温泉地に比べ全国的な知名度が低いことから、温泉の積極的な PR などにより認知度を高めていくことが必要です。

環境保全の取り組みはまだまだ充分とは言えませんが、安曇野市には北アルプス、水、動植物などの豊かな自然に囲まれ、その自然と共生していこうという暮らしぶりが見えることが魅力です。

図表 30 安曇野市の地域資源分布－自然



②農･食

安曇野市の土地の地目別面積を見ると田畑が約 20%を占めています。県内 1 位の収穫量を誇る稲作をはじめ、生産量日本一のわさび、りんごなどの果樹、野菜といった農産物が生産されており、美しい農村景観や豊かな食のある地域です。

しかし、かつて安曇野は、農業には向かない土地でした。複合扇状地という地形のため、河川の表流水の多くが地下に浸透してしまい、農業に必要な表流水が不足していました。

その安曇野市を豊かな農村に変えたのが、縦横無尽に張り巡らされた「堰」です。堰の代表である「拾ヶ堰」は、文化 13 年に延べ 67,000 人の手掘り作業によって、3 ヶ月という短期間で完成されました。大正時代半ばには約 1,000ha の水田（東京ドーム約 213 個）に灌がいされるようになり、安曇野市は県内有数の田園地帯となりました。

安曇野市の農産物を代表する「わさび」は、明治半ばから需要が増加し、販路が整備され、商品として栽培が本格化したといわれています。その後、わさび栽培に適した地域であることが分かると、当時主に栽培されていた梨畑が次々とわさび田となりました。関東大震災の際に東京市場に信州わさびの名が浸透し、日本の代表的なわさび産地となったといわれています。わさび田の広がる景観を目的に多くの方が来訪している「大王わさび農場」は、大正年間から 20 年もの年月をかけて 15ha におよぶ農場を完成させたものです。農場内では、わさび田の見学だけでなく、わさび漬けなどの体験もできる安曇野市の「農」を代表する資源です。

農家数は減少傾向にあり、市民意識調査によると、農業従事者の「仕事」に対する満足度・今後の継続意向は一般の職業に比べて低位に留まるという結果となりました。農家数の減少に伴い、農地も減少傾向となり、耕作放棄地が市内に点在、農村景観を悪化させているという状況があります。農村景観は重要な地域資源であり、農業従事者はその主要な担い手であることから、農業の継続が観光にも重要な課題となっています。

市内には、農産物直売所が点在しており、市内で生産された農産物を購入することができます。また、「凍り餅」「漬物」「味噌」などの加工品の製造販売や併設された食堂では郷土料理が提供されています。事業者調査などによると、市内の宿泊施設や飲食施設などでは、安曇野産の農産物を積極的に利用するように心がけているという声が聞かれた一方で、直売所で販売されている農産物の種類の少なさや安定した質・量の確保の困難さを指摘する声もありました。農産物直売所では、同じ時期に同じ野菜ばかりになってしまう、冬期は地元産品が無くなってしまう、主たる利用者は地元客であることから来訪者が購入しやすい量や販売方法になっていないなどの状況もあります。そのため、保存のできる農産物加工品の開発や生産調整などによる安定的な農産物の供給など

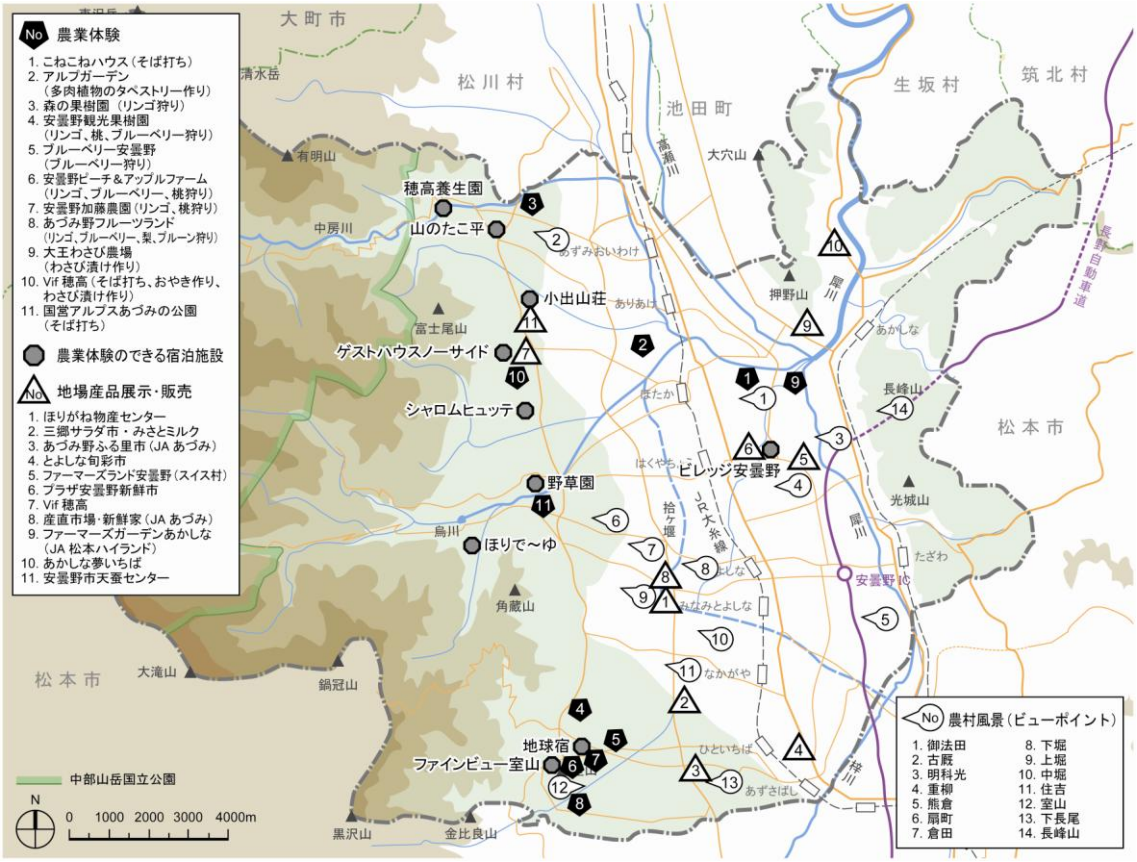
の方策が必要です。また、農家と飲食施設、宿泊施設との連携による地産地消や販路拡大の方策を検討することも必要です。

また、農産物直売所や宿泊施設を中心に農産物の収穫体験やそば打ち・わさび漬けづくりといった農業体験プログラムが取り組まれています。これらの情報を一元化し、いつどこでどのような体験ができるのか分かりやすく来訪者に発信することや、インストラクターを育成すること、来訪者が利用しやすい時間帯・料金設定とするなどの改善も必要です。

山麓部にある里山は、かつては薪や炭といった燃料の調達や下草を田畑の肥料にするなどの適度な木材利用によりその環境が保たれてきました。しかし、化石燃料の普及、化学肥料の普及により、里山利用が減少しました。その結果、里山環境の荒廃が問題となっています。里山トレッキングや里山の暮らし体験プログラムなどの開発により、里山を利用する機会の創出や、里山の整備を地域ぐるみで取り組むことにより、里山を適切に保全・管理していくことが求められます。

「農」をめぐる問題は安曇野市に限らず深刻ですが、安曇野市は、北アルプスの恵みと、肥沃な大地に広がるのどかな農村景観、そこで生産される安心安全な農産物とそれらを利用した豊かな「食」が魅力です。

図表 31 安曇野市の地域資源分布ー農･食



③歴史･文化

安曇野市には、人々の暮らしや農業を中心とした生業と風土から生まれた屋敷林に囲まれた本棟造りの古民家・堰・道祖神などの農村景観、千国街道の宿場町として栄えた成相新田宿や保高宿のまちなみ、お船祭りや福俵曳きなどの信仰や祭礼、山岳写真家の田淵行男や漆芸家の髙橋節郎などの偉人、安曇族や八面大王といった歴史ロマンなど多くの歴史・文化資源があります。そして、市内には縄文土器や古墳群まで遡れる過去の遺産だけでなく、今なお暮らしに息づいた民俗や風習が残っています。

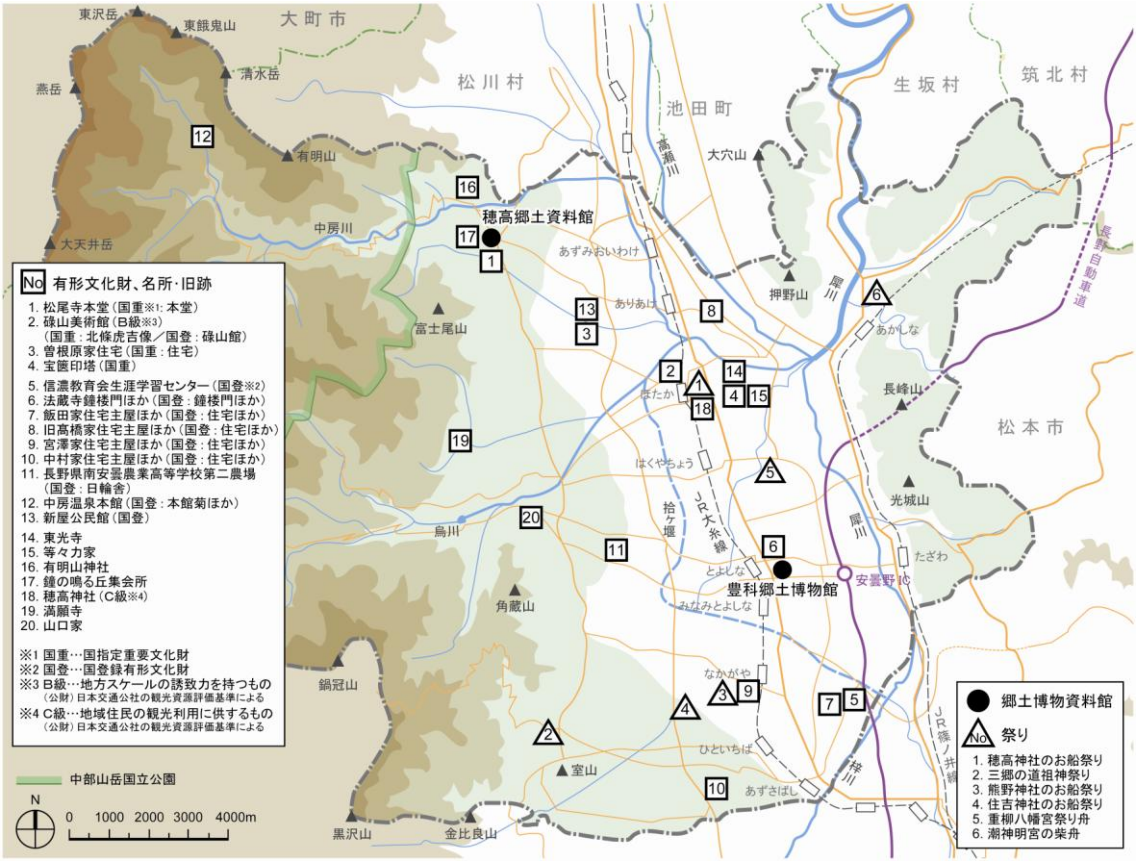
現在、このような歴史・文化資源を活かしていくための取り組みとして、道祖神めぐりなどの安曇野市の歴史・文化を活用したウォーキングコースが設定されています。更に、歴史・文化や安曇野での暮らしぶりを案内する市民ガイド組織も活躍しています。

しかし、古民家や屋敷林の所有者の高齢化が進み、その数の減少や維持・管理などが困難になってきているという現状もあり、歴史・文化資源の維持・継承の方策を検討することが必要です。

また、市内には複数の歴史民俗資料の収蔵施設があり、それらの統廃合や有効活用、新市立博物館構想の具体化が議論となっています。一箇所で安曇野市の歴史や文化、風習を学ぶことができる施設の整備、そのような施設までの交通アクセス、歴史・文化を次代や移住者に伝えていく市民ガイドなどの人材育成も必要です。

安曇野市は、先人達によって築かれた歴史・文化資源が重層的に重なっており、受け継がれてきた風習などが現在の生活に今なお根付いていることが安曇野らしい魅力です。

図表 32 安曇野市の地域資源分布ー歴史･文化



④芸術

安曇野市は、県内でも有数の美術館・博物館の密集地であり、ギャラリーや工芸作家の工房なども市内に点在しています。安曇野市を代表する美術館の一つである碌山美術館は、東洋のロダンと称された荻原碌山の作品の永久公開を目的とし昭和 33 年に個人美術館の先がけとして開館しました。その後、美術館・博物館や個人のギャラリーが増加し、それらの連携も取り組まれています。

周辺地域にも、安曇野ちひろ美術館など多くの美術館・博物館があることから、平成 10 年に周辺の市町村[xii]に点在する 19 の美術館・博物館で安曇野全体の文化芸術の長期的な連携と発展を期することを目的に安曇野アートライン推進協議会が発足しました。安曇野アートライン推進協議会では、優れた芸術文化施設を有機的に結び付けた広域的なルート「安曇野アートライン」を設定しています。共通パンフレットの作成や、一部施設の割引、夏には各施設の特色を生かしたワークショップなどに取り組む「サマースクール」や閉館時間を延長して夜の美術館・博物館を楽しむことができる「ナイトミュージアム」などの取り組みを行っています。しかし、参加施設は、公的施設や民間施設と運営組織や規模など多様な施設が参加していることから、共通割引券の導入や「サマースクール」などの積極的な活動展開の足並みがそろわないといった課題があります。

市内や周辺市町村のものづくりや魅力を情報発信し、市民や来訪者をつなげる活動を行っている「安曇野スタイルネットワーク」など、市民の芸術・文化活動も積極的に行われています。

安曇野スタイルネットワークでは、毎年秋に工房やギャラリー、クラフトショップ、飲食店、宿泊施設、普段は公開されていない古民家などで、作品を展示したり、工房を公開したり、ワークショップなどの創作体験などを行う「安曇野スタイル」を開催しています。展示される作品などだけでなく、直接作家と交流できるといったことが魅力となっています。しかし、市内には、規模も内容も多様な美術館・博物館・ギャラリーなどの施設や芸術団体、工芸作家やアーティストがいますが、「観光」との接点がそれほど多くなく来訪者に、これらの情報が充分に伝わっていないという現状があります。

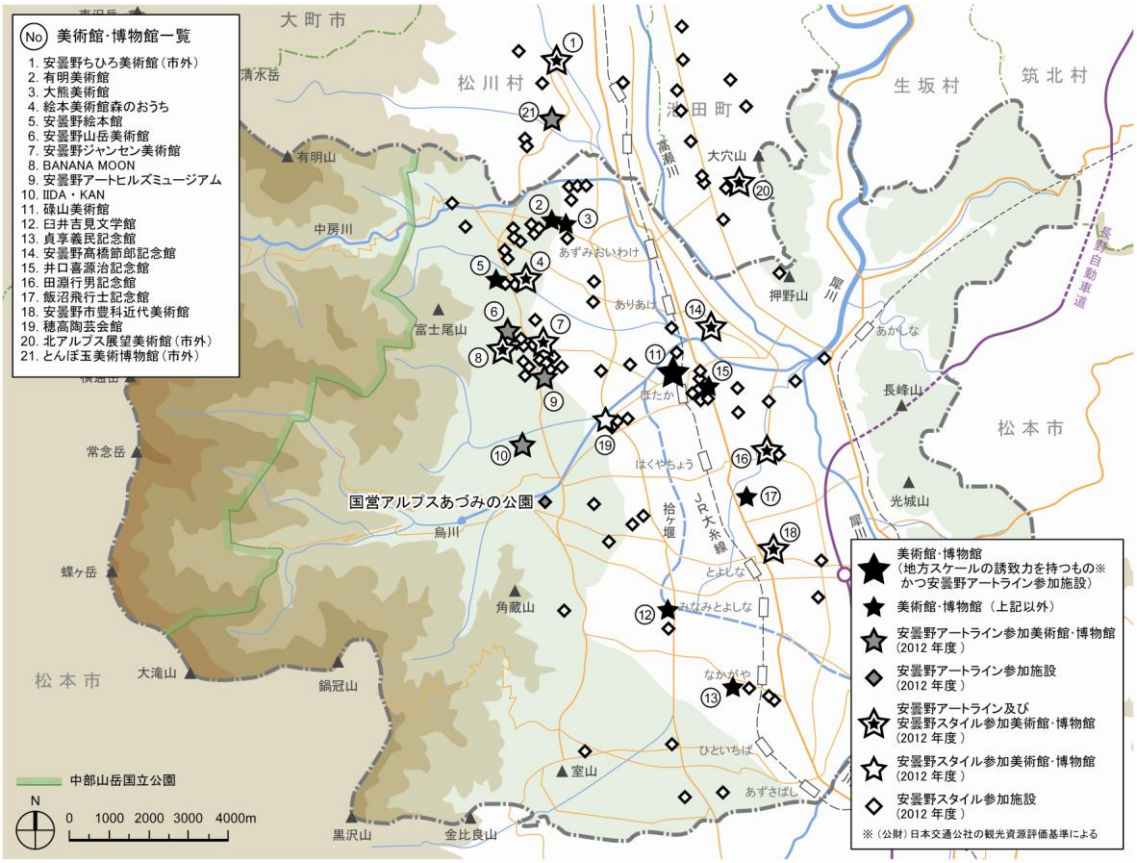
他にも、「早春賦」にちなんだ「早春賦音楽祭」や安曇野市出身で重要無形文化財保持者（総合指定）の能楽師であった青木祥二郎の功績を顕彰する「信州安曇野薪能」、安曇野市出身の詩人・童謡作家藤森秀夫にちなんだ「童謡まつり」など、芸術鑑賞機会や市民の芸術活動発表機会が設けられています。

また、市内の美術館などにおいて、ガラス工芸やトンボ玉制作、作陶などを体験することができます。

[xii] 安曇野市・池田町・松川村・大町市・白馬村の 5 町村

このように安曇野市には、多様な美術館・博物館があり、また多様な主体が芸術活動に取り組んでいます。それぞれに課題はありますが、身近に芸術にふれることができることが魅力です。

図表 33 安曇野市の地域資源分布－芸術



⑤コミュニティ

安曇野市内には地域に根ざした「区」（自治組織）が 83 区あり、防災・子育て・高齢者支援・防犯・環境美化などを助け合いながら取り組んでいます。また、長野県に登録されている安曇野市の NPO は平成 24 年 8 月末現在で 43 団体あり、区や NPO などの団体を通じて、地域の自然環境保全や歴史・文化の継承などの活動が行われています。

長野県は、田舎暮らし希望地域として全国で人気[xiii]の高い県です。特に安曇野の人気は高く、移住者が多い地域だと言われており、移住者と従来からの市民との交流や移住希望者と市民の交流活動に取り組む団体もあります。

しかし、自治活動や市民活動が行われている一方、移住者の多い「区」では加入率が低く、従来からの市民と移住者の交流も少ないといわれています。自治活動や市民活動を通して、市民同士のネットワークづくりを強化していくことが必要です。

市民意識調査[xiv]によると、回答者の約 80%は「住みやすく今後も住み続けたい」と答えています。住み続けたい理由としては、所有する土地や家屋があるという理由はもちろんのこと、「気候や自然環境が良い」という回答は約 70%となり、安曇野市の自然や景観を大切に暮らしていることが分かります。

観光に対する考え方を見ると、回答者の約 70%は安曇野市を魅力的な観光地だと考えており、安曇野市にとって観光が重要であると約 80%が回答しています。そして、50%以上の方が「飲食業や宿泊業の振興」「雇用増加」「市の財政の良化」を観光による効果として望んでいます。

観光による生活環境への影響（P 53、図表 44 参照）では、プラス効果として「文化資源・自然資源の保存・継承」、「地域の賑わいの向上」で約 60%の評価を得られた一方で、「バスや自家用車の流入により交通渋滞が起きる」「騒音や雰囲気の破壊により生活環境が悪化する」というマイナスの影響を感じています。必要な観光施策としては、「景観の保全」との回答が最も多くなっており、経済効果を望みつつも景観を保全するバランスのとれた観光振興が望まれています。

安曇野市の地域資源の紹介意向を見ると、大王わさび農場やわさび田湧水群などの地点、りんごやわさびといった農産物の紹介意向については 90%を超えましたが、代表的な歴史・文化資源である「道祖神」の紹介意向は約 75%、「拾ヶ堰」は約 60%に留まりました。このような、歴史・史跡などの資源は、その資源の背景を知ることで価値が増していく資源であることから、まずは地域資源の価値を市民自らが知り、来訪者にはガイドブックやガイドなどを通じて伝えていく仕組みが必要です。

現在、回答者の約 60%は来訪者との接点を持っておらず、約 65%が観光関連事業者との接点も持っていません。今後の来訪者との関わり方では、約 30%が「挨拶や道案

[xiii] 田舎暮らし希望地域ランキング 1 位　NPO ふるさと回帰支援センターアンケート平成 23 年 8 月
[xiv] 市民意識調査　安曇野市平成 24 年 4 月

内で関わりたい」と答えていますが、約 30%が「特に関わりたくない」と回答するという結果になりました。

観光まちづくりを進めるにあたっては、市民の積極的な参加が必要です。まずは市民に自分がどのような地域に住んでいるのかを知ってもらう取り組みや観光への理解を促す取り組み、来訪者との交流を持つ機会や仕掛けが必要です。

コミュニティの強化などの課題はありますが、安曇野市には、昔からの市民や移住者など多様な体験を持つ市民が居住しており、地域を輝かせる活動を市民が協力しながら取り組んでいることが魅力です。

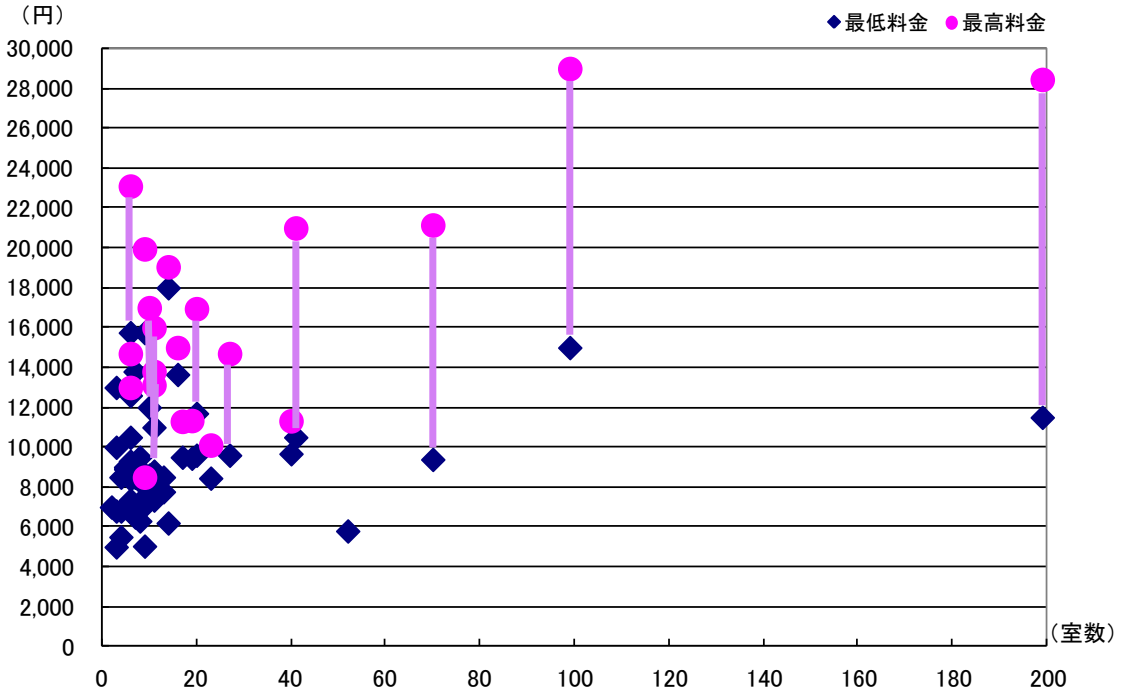
⑥観光

安曇野市内の宿泊事業者は、平成 23 年現在で 91 施設[xv]あり、穂高温泉郷エリアに集積しています。宿泊施設の収容人数と価格帯を見ると、300 名以上収容できる施設は 2 施設のみで小規模、低価格帯の宿泊施設が中心となっています。

宿泊タイプ別でみると、ホテルタイプ、旅館タイプ、ペンション・民宿、貸別荘・コテージなどさまざまなタイプがあります。事業者調査によると、宿泊施設は、ホテル・旅館、ペンション・民宿ともにほぼ昭和 50 年代後半以降の開業で、有明温泉の引湯事業完成後、宿泊施設が開業され始めたと推測されます。運営上の課題として設備資金の調達を挙げる施設が多く、宿泊施設の老朽化とリノベーションの遅れが課題となっています。

また、山小屋、ホテル・旅館、ペンション・民宿といったタイプ別に協議会や組合などがあることから、活動内容の重複がある一方で、宿泊施設すべてが加盟している組織はなく、共通認識が持てないという弊害もあります。

図表 34 宿泊施設の料金と室数



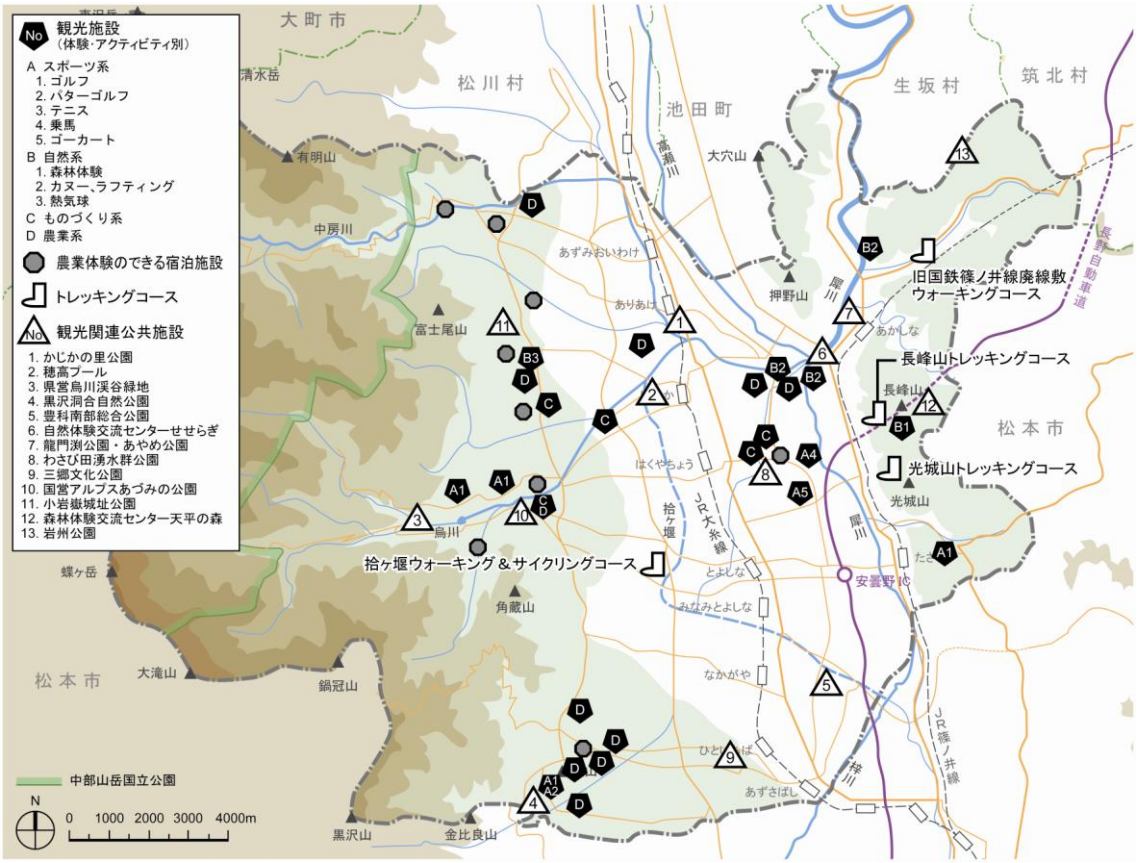
[xv] 安曇野市資料　安曇野市内宿泊施設一覧

安曇野市内には、里山や水などの安曇野市の自然を感じることができる観光関連の公共施設が点在しています。例えば、「自然と文化に抱かれた 豊かな自由時間活動の実現」をテーマとした「国営アルプスあづみの公園　堀金・穂高地区」では、田園と文化を基調として、楽しみながら安曇野の環境や文化に触れ合うことのできる“あづみの入門体験パーク”として、里山の動植物保全や生態系観察、そば打ちなどの地域食づくり体験や木工芸などのクラフトづくり体験などが行われています。

他にも市内にはゴルフやテニスなどのスポーツ施設や、熱気球などの自然体験施設、ガラス工芸などのものづくり体験施設、農業体験施設などが点在しています。

安曇野の歴史・文化、自然をテーマとしたウォーキングコースも複数設定されており、観光ガイドによるツアーも開催されています。

図表 35 安曇野市の地域資源分布図－観光施設



安曇野市内で開催されているイベント・行事は、夏・秋中心に開催されています。内容をみると、玉ねぎなどの農産物の収穫、お船祭りなどの伝統行事、早春賦まつりなどの芸術系イベントなど、内容は多岐にわたっています。

安曇野市内にはスキー場など冬期がオンシーズンになる観光施設はなく、イベント・行事も少なくなることから、冬期は観光のオフ期となっています。そのため、冬期は休館となる施設もあります。

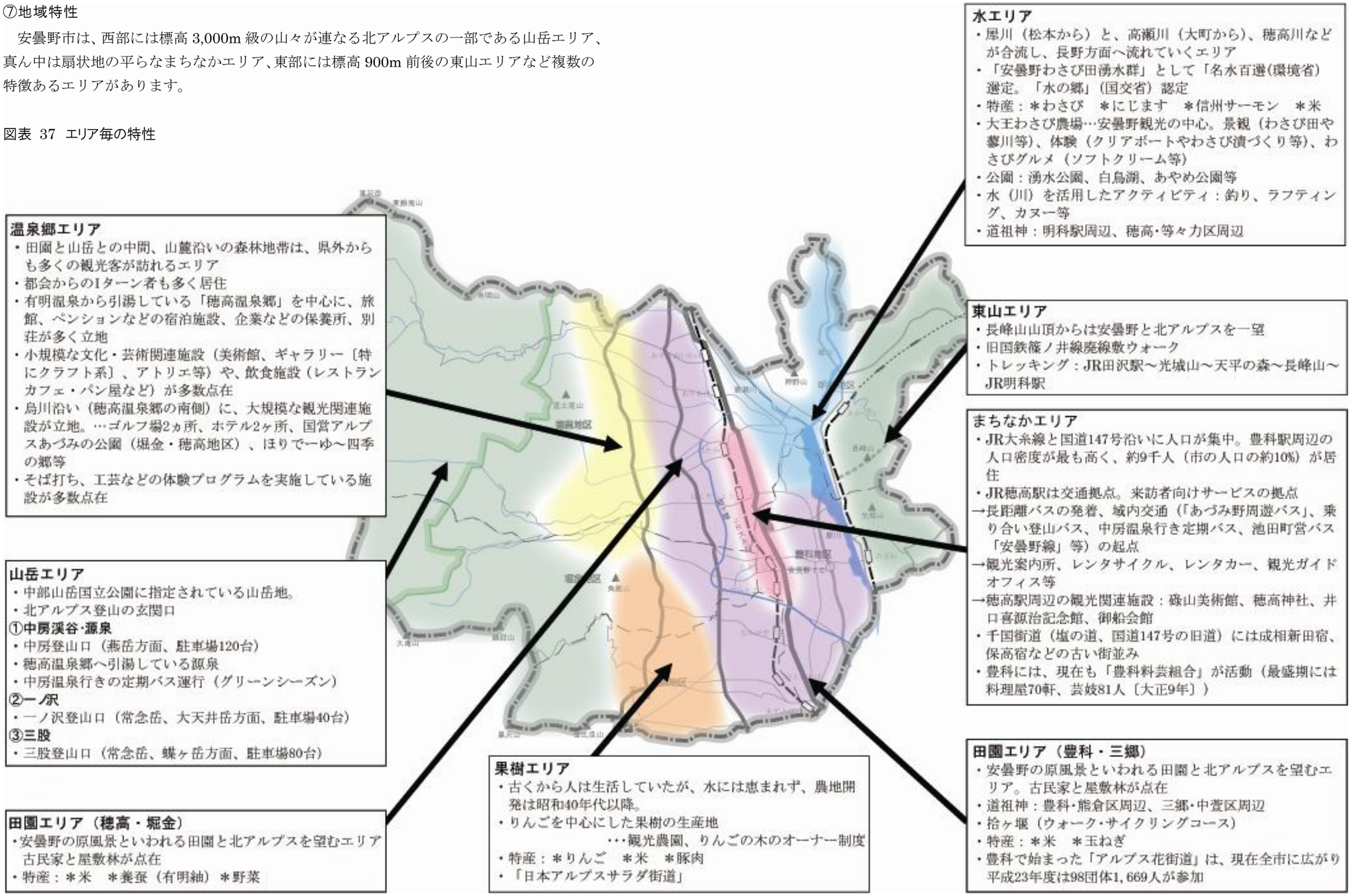
図表 36 安曇野市観光関連イベント･行事一覧

春			夏			秋			冬		
３月	４月	５月	６月	７月	８月	９月	10月	11月	12月	１月	２月
･17日穂高神社の奉射祭						･27日穂高神社のお船祭り					
	･29日早春賦まつり										
		･中旬安曇野水まつり					･中旬安曇野水まつり				
		･下旬アカシア祭り									
･中旬りんごの木のオーナー募集								･中旬りんごの木のオーナー統一収穫日			
		･下旬りんごの木のオーナー開園式									
			･中旬信州安曇野あやめ祭り								
			･中旬安曇野とよしな玉ねぎ祭り								
←			登山シーズン※					→	※山小屋営業期間		
				･中旬有明山神社奥宮祭登拝							
				･下旬あづみ野祭り							
					･上旬YOSAKOI安曇野 信州安曇野わさび祭り						
					･上旬ふるさと夏祭り						
					･14日安曇野花火						
					･中旬信州安曇野薪能						
				･中旬～８月中旬安曇野アートラインサマースクール							
･上旬三郷の道祖神まつり					･下旬三郷の道祖神まつり						
						･上旬あづみ野アルプス銀座まつり					
							･上旬安曇野観光草競馬大会				
	･下旬住吉神社のお船祭り				･下旬熊野神社のお船祭り						
		･4･5日潮神明宮の柴舟				･秋分の日重柳八幡宮祭り舟					
							･下旬ほりがね特産祭り				
								･1～4日安曇野スタイル			
								･初旬アルプススカイグランプリ ﾊﾝｸﾞ･ﾊﾟﾗ大会			
						･下旬安曇野フェスタ		･中旬～国営アルプスあづみの公園 イルミネーション「森の光物語」			
									･上旬～「光の競演 あづみ野物語」 のイルミネーション		
										･中旬豊科あめ市 福俵曳き	
											･上旬 白鳥飛来 最盛期

⑦地域特性

安曇野市は、西部には標高 3,000m 級の山々が連なる北アルプスの一部である山岳エリア、真ん中は扇状地の平らなまちなかエリア、東部には標高 900m 前後の東山エリアなど複数の特徴あるエリアがあります。

図表 37 エリア毎の特性



(4)安曇野市観光の課題と展望

①交流人口の拡大

安曇野市の人口は増加傾向にありますが、今後は全国の動向と同じく減少に転じていくと予想されます。人口減少による影響としては、地域の伝統行事等の継承や地域独自の歴史や文化の消失、森林・農地の荒廃、商業・商店街の衰退などが懸念されます。安定的な市政運営、活力あるまちづくりのためには、定住人口を維持していく必要がありますが、少子化により人口減少が進んでいく現状においては、観光や二地域居住により交流人口を拡大させ、人口減少による影響を少しでも軽減させていくことが求められます。

②滞在交流型観光への展開

安曇野市観光の現状を見ると、安曇野市の観光地利用者延べ数は増加傾向にありますが、国内市場規模は縮小傾向にあり、各観光地間の競争は激化しています。来訪者の多くは、松本・上高地や大町・黒部ダムなどと組み合わせて安曇野市を来訪しており、安曇野市は通過型の観光地となっていると推察されます。今後は、安曇野市の魅力をより深く知っていただき少しでも長く滞在していただくための取り組みや、日帰りから宿泊につながる取り組みを進め、通過型から宿泊へと滞在交流型観光にシフトさせていくことが必要です。

③安曇野の暮らしを構成する多様な魅力の打ち出し

安曇野市内には、周辺の「松本城」、「上高地」、「黒部ダムと黒部湖」のように全国に広く知られた観光地点はありません。しかし、北アルプス、その麓に広がる美しい農村景観、安曇族や八面大王などの歴史ロマン、堰や本棟造りの古民家と屋敷林などの歴史・文化、道祖神、お船祭りや福俵曳きなどの信仰・例祭、美術館やギャラリーなど、さまざまな地域資源があります。安曇野での暮らしぶり、その生活文化が大きな魅力となっていますが、現状では来訪者に自然や農村景観以外の魅力が知られていません。また、来訪者に魅力を十分に伝えきれておらず、まだまだ満足していただけていない状態です。

安曇野市が有する多様な魅力を分かりやすい方法で来訪者に伝えていくことが必要です。

④市民の参加による地域づくり

移住者などの増加により、居住している地域の歴史を知らない市民の増加や自治会活動への参加の低下など、地域コミュニティが薄れているという問題があります。その一方で、市内では、安曇野市の魅力を深く知ることができる「まちあるき」などの活発な市民活動も展開されています。

市民との交流を通じてより深く地域を知りたいという来訪者のニーズも高まっており、地域コミュニティ活性化の方策としても、市民の参加による地域づくりは必須となってきています。

⑤競争力のある観光関連産業への展開

市内の宿泊施設や観光関連施設は、個人事業による小規模な施設が中心になっています。そのため、リノベーションが進まず施設が老朽化していくという課題があります。また、これまで観光入り込み客数が右肩上がりであったことなどから、今後の安曇野市の観光に対する危機感が薄く、サービス・商品の改善がなかなか進んでいないという現状もあります。安曇野市観光の全体を底上げしていくためには、地域資源の魅力向上だけでなく、来訪者と一番接することの多い観光関連産業そのものが他地域と比較して競争力ある事業者となっていくことが必要です。

⑥多様な主体による観光推進体制の構築

安曇野市は、観光地点を訪れる通過型観光地であったことから物販施設や飲食施設を中心とした観光推進体制となっていました。また、これまでは安曇野市の観光に関わる関係者や情報が一元的に管理されていないという状況がありました。

滞在型観光地を目指し、観光の質を上げていくためには、宿泊施設を中心にさまざまな関係者が連携し、安曇野市の多様な魅力をつなげる総合的な取り組みが望まれます。そのため、観光関連事業者に限らずさまざまな関係者が集まる体制をつくり、その取り組みを強化していくことが必要です。

３．安曇野市観光振興ビジョン

3−1. 基本的な考え方

(1)計画の理念･目標像

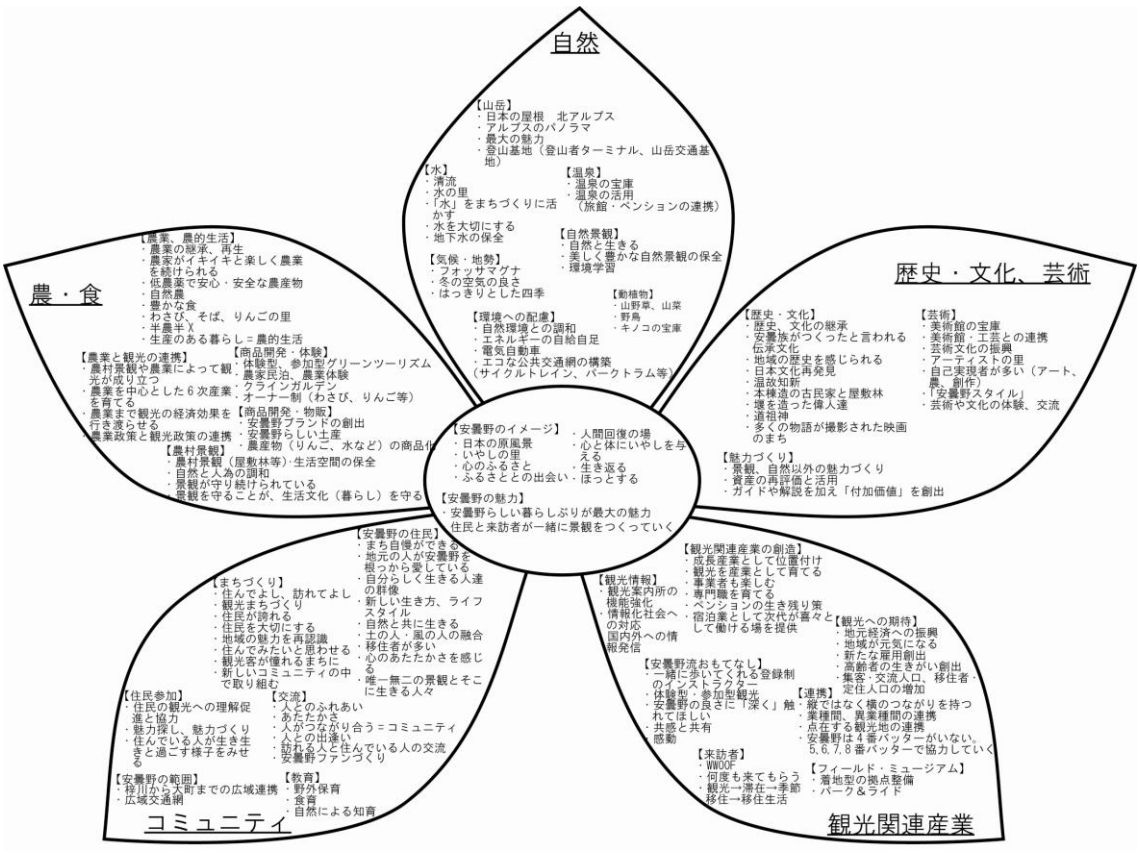
安曇野市には、雄大な北アルプスを代表とした自然、先人が創りあげた肥沃な大地と農村景観やその恵みである農産物、歴史･文化、さまざまな人が活躍するコミュニティ、そのような生活の中で生み出されてきた民俗・風土など、多種多様な地域資源があります。

わが国の農村景観が減少・荒廃している中、安曇野の風土は、日本の原風景・心のふるさとといわれています。子ども達や来訪者に一番伝えたいこと、それは自然と共生し、農のある景観と地産地消による豊かな食生活、文化や芸術に触れ、みんなで協力しあって暮らしていくという安曇野らしい豊かな暮らしぶりです。

そして、地域資源の価値や暮らしの豊かさや楽しさを来訪者に伝え、地域資源や暮らしに磨きをかけ、市民にとっても来訪者にとっても、より魅力的な安曇野としていくことが安曇野市らしい観光です。

図表 38「安曇野らしさ」、これからの安曇野市らしい観光を考えるキーワード

-



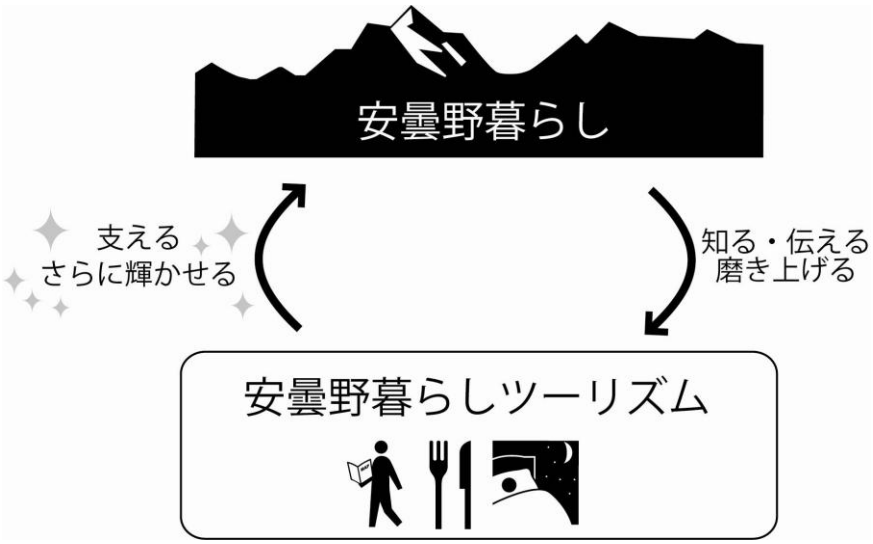
本計画では、安曇野市らしい観光を展開していくための、土台となる安曇野らしい暮らし方・生き方について、以下のように考えます。

安曇野暮らし　5 箇条

1. 自然に対する畏敬と感謝を忘れず、自然と共生した「安曇野暮らし」を実践します。
2. 地域の誇りである肥沃な大地での「農」と安全・安心な「食」を大切に、健康な「安曇野暮らし」を実践します。
3. 先人達が築いてきた「歴史・文化」を守り、この地を舞台に生まれた「芸術」の継承・活用を図り、文化の薫り高い「安曇野暮らし」を実践します。
4. 地域のつながりを実感し、安曇野に集う人々が響き合う、心豊かな「安曇野暮らし」を実践します。
5. 住む人と、訪れる人が協働して、うるおいのある「安曇野暮らし」を実践します。

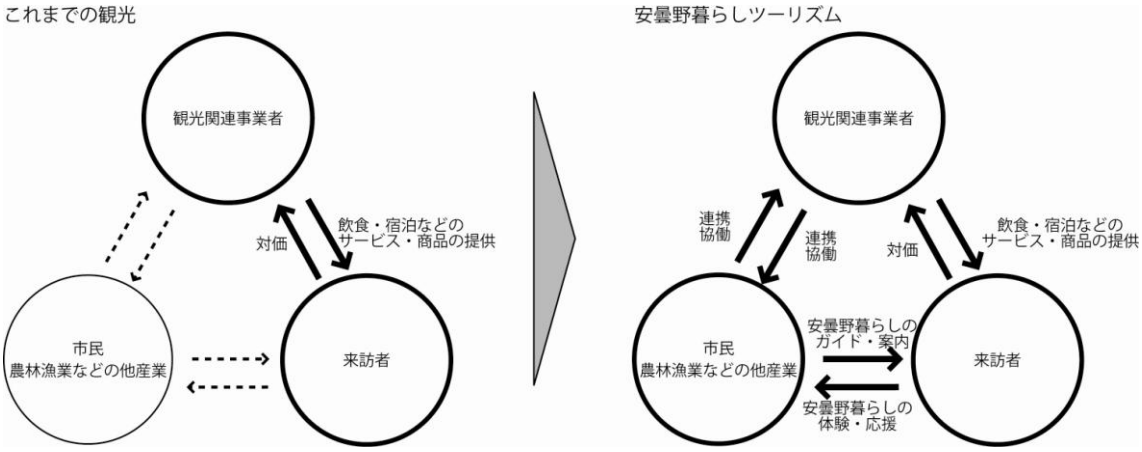
そして、観光を軸に「安曇野暮らし」を知り、広く伝え、磨きをかけ、さらに輝かせていく一連の活動を「安曇野暮らしツーリズム」と定義しました。

図表 39 安曇野暮らしツーリズム概念図



「安曇野暮らしツーリズム」は、これまでの観光のように観光関連事業者だけが取り組むものではありません。安曇野暮らしの実践者である市民と観光関連事業者や農林漁業者をはじめとした全ての産業の事業者、行政の連携・協働により、来訪者に安曇野暮らしを伝え、体験・応援してもらっていくことがこれから目指していく「安曇野暮らしツーリズム」です。

図表 40 これまでの観光とこれからの安曇野暮らしツーリズム



来訪者には安曇野暮らしが大切にしている価値観や暮らし方を伝え、豊かな旅を提供していく、私たちは暮らしの磨き上げや交流などを通じて豊かな生き方を実現していく、そのような「安曇野暮らしツーリズム」を一緒に取り組んでいきたい、そのような思いを本計画の理念としました。

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～

(2)計画の数値目標指標

「安曇野暮らしツーリズム」の各施策を計画的に取り組むため、今後は以下の数値目標を指標としていきます。

なお、指標とする項目の現状数値が把握できていないため、今後、来訪者実態把握調査等を通じて、必要な数値を把握し、目標数値を設定していきます。

数値目標指標

- **観光経済波及効果**

  観光による経済波及効果の最大化を目指します。数値目標としては、観光立国推進基本法に基づき閣議決定した「観光立国推進基本計画」の目標に定める国内における旅行消費額の伸び率に準じ、平成 25 年度に推計される市内の観光総消費額を基準とし、平成 29 年度までに 12.3%増、平成 34 年度までに 26.1%増を目標とします。

- **滞在時間(日帰り客・宿泊客)**

  来訪者に少しでも長く安曇野市に滞在していただき、安曇野暮らしを体感していただくことを目指します。

- **来訪者満足度**

  「安曇野暮らしツーリズム」の質を向上させ、リピーターの増大や観光消費額の拡大を目指します。数値目標としては、「観光立国推進基本計画」の目標に定める国内観光地域の旅行者満足度の指標と同数とし、「大変満足」と回答する割合を平成 29 年度までに 25.0%としていくことを目指します。

- **再来訪意向**

  「安曇野暮らしツーリズム」に共感し、安曇野市を応援してくれるリピーターの増加を目指します。数値目標としては、来訪者満足度と同様に、「観光立国推進基本計画」の目標に準じて、「大変そう思う」と回答する割合を平成 29 年度までに 25.0%としていくことを目指します。

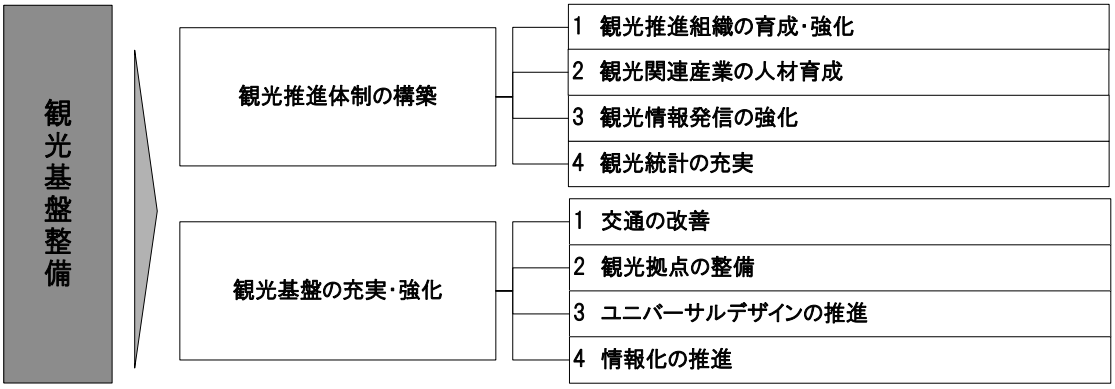
- **「安曇野暮らし体験プログラム」参加者数**

  安曇野暮らしを体感できる「安曇野暮らし体験プログラム」を開発し、参加者の増加を目指します。

3－2. 5つの基本戦略と施策体系

「安曇野暮らしツーリズム」を実現していくため、以下の 5 つの基本戦略に基づいて具体的な取り組みを進めていきます。

なお、「安曇野暮らしツーリズム」を実践していくために必要となる観光基盤整備に関する項目は、5 つの基本戦略の土台として位置付けます。



3－3. 基本戦略と主要施策

（1）基本戦略1 安曇野暮らしをまもる ～自然との共生～

安曇野市には、豊かな自然があり、それらの恵みを受けながら私たちの暮らしが営まれています。そして、その豊かな自然を目的に来訪する方々がいます。来訪者の受け入れにあたっては、これらの自然を保全しながら活用していくことが大切です。「安曇野暮らしツーリズム」では、先人達から受け継いできた自然と共生した暮らしを来訪者に伝え、自然に配慮した観光の仕組みを構築していきます。

①主要施策1－1. 自然資源の保全

安曇野市には、北アルプス、湧水や河川、動植物など豊かな自然があります。適切な管理やモニタリングなどにより自然資源を保全します。

具体的な取り組みイメージ
水資源の保全 ・ 水質悪化防止として、堰や河川へのごみ投棄防止や清掃活動を行います。 ・ 観光施設、宿泊施設等で使用する洗剤やシャンプー、石けんなどのアメニティーグッズで化学薬品が入っておらず環境に配慮した製品の使用を推進します。 ・ 安曇野市地下水の保全・涵養及び適正利用に関する条例[xvi]に沿った行動に取り組みます。 山岳環境の保全 ・ 山小屋のし尿処理対策や生活排水の適正処理に取り組みます。 ・ 登山者のマナー向上などにより、高山植物の踏み荒らしの防止やごみ持ち帰りの徹底、野生動物への餌付け防止に取り組みます。 ・ 眺望景観を保全するため、展望台や植栽などを適切に管理します。

[xvi]平成 25 年 4 月施行予定

②主要施策1－2. 自然資源の活用

自然資源を活用し、自然と共生した安曇野暮らしを伝える観光の仕組みを構築します。

具体的な取り組みイメージ
親水空間の管理･整備 ・ 遊歩道や湧水公園の管理・整備などにより、水の恵みを感じる空間を演出します。 ・ 休憩機能や駐車場機能などの整備により、既存の親水空間の魅力を高めます。 自然資源を活用した体験プログラムの開発 ・ 水や動植物などの体験プログラムや水を使ったアクティビティの開発に取り組みます。 ・ 温泉の効能・魅力を発信し、滞在型の保養プログラムを提案します。 安全な登山の支援 ・ 山の案内人の育成支援や登山プログラムの開発などにより安全な登山を推進し「岳」の魅力を提案します。

③主要施策1－3. 自然環境への配慮

自然環境への配慮は、今日的な課題として取り組んでいくことが必要です。環境負荷を軽減するため、観光関連施設における省エネルギー化、３Ｒ [xvii]に取り組みます。

具体的な取り組みイメージ
観光関連施設における省エネルギーや3R の推進 ・ 物販施設などにおけるレジ袋や過剰包装の削減、エコバック利用などを推進します。 ・ 飲食施設や宿泊施設における食品廃棄物削減と堆肥化などを推進します。 ・ 観光における国際的な環境認証の取得や安曇野独自の認証制度導入などを検討します。 「空気の澄んだまち」の推進 ・ 周遊バスなどへのエコカーの導入や、来訪者などのパーク＆ライドなどによる排気ガス排出量削減などの「空気の澄んだまち」を推進します。

[xvii] 「ごみ」を極力削減していく取り組み。「Reduce（ごみを減らす)、Reuse（もう一度使う）、Recycle（形を変えて使う）」の頭文字を取って「3R」と呼ばれている。

（2）基本戦略2 安曇野暮らしをそだてる ～農のある暮らしの再生と食の活用～

安曇野市は、稲作やわさびをはじめとした農業で地域がつくられてきました。美しい農村景観を維持していくためには、農林漁業を支えていくことが大切です。

「安曇野暮らしツーリズム」では、来訪者に農村の暮らしや安全・安心な安曇野の食を提供していくことを通じて、農のある暮らしを観光の仕組みにより提案していきます。

①主要施策2－1.「農」や「里山」のある暮らしの維持･継承

農林漁業者などとの連携により、農林漁業体験プログラムの開発や観光農園の整備などにより、「農」や「里山」のある暮らしを維持・継承していきます。

具体的な取り組みイメージ
耕作放棄地の活用 ・ 耕作放棄地を利用した菜の花やそばなどの景観作物等、栽培の促進により農村景観の維持を図ります。 農林漁業体験プログラムの開発 ・ 農林漁業体験プログラムや里山保全プログラム、移住者や農業従事希望者を対象とした農業セミナーなどを開催します。 ・ 安曇野市の農産物のオーナー制度を拡大させ、農業従事者と来訪者の交流の機会を設けます。

②主要施策2－2. 地産地消の推進

農林漁業者と観光関連事業者との連携により、地産地消を進め、「食」の魅力を高めます。

具体的な取り組みイメージ
農林漁業者と観光関連事業者との連携 ・ 生産者と観光関連事業者とのマッチングや観光関連事業者の農産物の共同購入などにより効果的に安曇野市の農産物や農産物加工品を調達する方法を検討します。 食の魅力の向上 ・ 行事食や安曇野市の農産物を使った新たな料理の開発に取り組みます。 ・ 安曇野市の農産物の購買や飲食施設や宿泊施設での地産地消を進めるため、「安曇野市農産物の使用・提供（仮称）」の認証制度の創設に取り組みます。

（3）基本戦略3 安曇野暮らしをつたえる ～歴史･文化、芸術の継承･活用～

安曇野市は、人々の暮らしや生業や風土から生まれた歴史や文化が色濃く残っています。また、県内有数の博物館・美術館の密集地であり、市民の芸術・文化活動も活発で生活の中に溶け込んだ身近な歴史・文化、芸術を感じることができます。

「安曇野暮らしツーリズム」では、歴史・文化、芸術の担い手との連携により、歴史・文化、芸術の継承・活用により、それらの活動を支援する観光の仕組みを構築していきます。

①主要施策3－1. 歴史･伝統の継承･活用

安曇野市の多様な歴史・伝統資源を継承していくため、これらの資源を活用し、来訪者や市民に魅力を伝えていきます。

具体的な取り組みイメージ
歴史･文化資源の発掘･活用 ・ 安曇野市内にある郷土資料を集約し、来訪者に安曇野市の歴史・文化を分かりやすく伝えるプログラムの開発に取り組みます。 ・ 「空き家バンク制度」の創設により、古民家などの継承を図ります。また、空き家バンクを活用して、移住者用住宅や移住希望者用の長期滞在施設、古民家を活用した飲食施設や宿泊施設などの整備を支援します。 まちなみ景観への配慮 ・ 保高宿や成相新田宿などのまちなみに配慮し、建築物や看板などの色の塗り替えに際しては、景観と調和した落ち着いたまちなみを継承します。 歴史･文化資源を活用した体験プログラムの開発 ・ 堰や古民家・屋敷林、道祖神などの歴史・文化資源を活用し、安曇野市の歴史・文化を体験できるプログラムの開発に取り組みます。

②主要施策3－2. 芸術、文化の活用･連携

美術館・博物館や活発な芸術活動など安曇野らしい身近な芸術、文化を活用し、その取り組みを支援します。

具体的な取り組みイメージ
美術館･博物館や安曇野アートライン、安曇野スタイルなどとの連携 ・ 安曇野アートラインで取り組まれているサマースクールやナイトミュージアムを活用した長期滞在宿泊プログラムの開発などに取り組みます。 ・ 安曇野スタイルなどとの連携により、美術館・博物館以外の安曇野らしい身近な芸術の認知度の向上を図ります。 アーティストの活動支援･連携 ・ 土産物や施設などのデザイン改善など、アーティストと観光関連事業者の連携に取り組みます。 ・ 宿泊施設や飲食施設などを利用し、アーティストの活動や作品発表を支援します。

③主要施策3－3. 地域産業の活用･連携

天蚕や有明紬などの伝統産業など特色のある地域産業との連携を図ります。

具体的な取り組みイメージ
伝統産業や地域産業を活用した体験プログラムの開発 ・ 天蚕や有明紬などの伝統産業や近代産業遺産、製造業などの地域産業と連携した産業体験プログラムを開発していきます。

（4）基本戦略4 安曇野暮らしをつなげる ～コミュニティとの連携～

安曇野市は、「区」と呼ばれる自治組織や芸術・文化団体、環境保全、市民と来訪者との交流に取り組む団体などさまざまな分野で市民が活躍しています。また、一般的に来訪者も、地域をより深く理解するために地域住民とのふれあいを求める傾向があります。

「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との連携により、市民間のネットワークや来訪者と市民との交流やネットワークを強化していく観光の仕組みを構築します。

①主要施策4－1. コミュニティビジネスの支援

安曇野市内で取り組まれている地域資源学習や来訪者と市民の交流などの市民活動と連携し、来訪者との交流の促進支援や活動支援を行います。

具体的な取り組みイメージ
コミュニティビジネス活性化の支援 ・ 観光関連事業者との連携により、市民団体などによる体験型プログラムの開発を支援します。 ・ イベント手法などを用いて、コミュニティビジネスや市民活動の機会を創出します。 観光ガイド・語り部などの育成 ・ 生涯学習などとの連携により観光ガイドや昔話語り部などを育成します。

②主要施策4－2. 安曇野暮らしツーリズムの普及・啓発

小中学校などの総合的な学習の時間との連携により、地域資源や観光への理解を促し、「安曇野暮らしツーリズム」の普及・啓発に取り組みます。

具体的な取り組みイメージ
総合学習などとの連携 ・ 総合的な学習の時間などの地域学習や観光関連事業所での就労体験などを通じて、「安曇野暮らしツーリズム」に対する理解促進を図ります。 ・ 安曇野市検定などを活用し、地域資源や「安曇野暮らしツーリズム」に対する理解促進を図ります。

③主要施策4－3. 移住希望者やリピーターとのネットワーク化の推進

来訪者と市民との交流促進により、移住希望者の定住化や来訪者のリピーター化を目指します。

具体的な取り組みイメージ
移住希望者やリピーターとのつながりづくり ・ リピーターや移住希望者を会員とした「安曇野暮らしサポーター（仮称）」制度を設立し、会員に対して定期的に旬の情報や移住に必要となる情報を発信します。また、会員と市民とのつながりづくりを支援し、再来訪や移住を促します。 ・ 移住希望者に対して安曇野市での仕事や生活状況などの移住生活に関するアドバイスや相談などを行う制度として「安曇野暮らしアドバイザー（仮称）」を創設します。

④主要施策4－4. 広域連携の推進

周辺市町村との広域連携により効果的・効率的な情報発信などに取り組みます。

具体的な取り組みイメージ
周辺市町村との連携強化 ・ 松本市や松川村、池田町、筑北村など周辺市町村との連携により、安曇野観光の体験プログラム開発やイベント開催、情報発信や交通利便性の向上などに取り組みます。

（5）基本戦略5 安曇野暮らしがうるおう～観光関連産業の強化と波及効果の最大化～

安曇野市は、登山客の受け入れから観光が発展し、その後、温泉や美術館などをめぐる観光へと発達してきました。現在は、観光施設や観光地点をめぐる観光から地域の生活文化にふれる観光が注目されるようになってきており、観光関連事業者だけが取り組む観光では、来訪者のニーズを満たすことが難しくなっています。そのため、地域と連携して「安曇野暮らしツーリズム」を展開していくことが必要です。そのような中で、観光関連事業者には、おもてなしのプロとして、来訪者に質の高いサービスを提供し、「安曇野暮らしツーリズム」を牽引していくことが求められます。

「安曇野暮らしツーリズム」では、観光関連産業の強化により質の高いサービスを提供するとともに、地域との連携強化により、観光の波及効果を地域で最大化させていく仕組みを構築していきます。

①主要施策5－1. 観光関連産業の強化

安曇野市観光全体を底上げしていくため、来訪者と最も接する機会の多い観光関連産業を他地域と比較して競争力ある産業に強化します。

具体的な取り組みイメージ
観光関連施設（宿泊施設･飲食施設･物販施設）の個性強化 ・　サービス・商品等を改善し、観光関連施設の個性を強化します。 ・　宿泊施設の連携による送迎バス運行や駅から宿泊施設までの手荷物配送サービスなどにより、宿泊の利便性の向上に取り組みます。

②主要施策5－2. 農商工観連携の強化

農商工観の連携を強化させ、お互いが WIN－WIN になる取り組みを進めます。

具体的な取り組みイメージ
商品･サービスの高付加価値化･多様化の推進 ・　異業種連携により、農産物や地域資源などを利用した商品・サービスの高付加価値化・多様化に取り組みます。

③主要施策5－3. 安定財源の確保

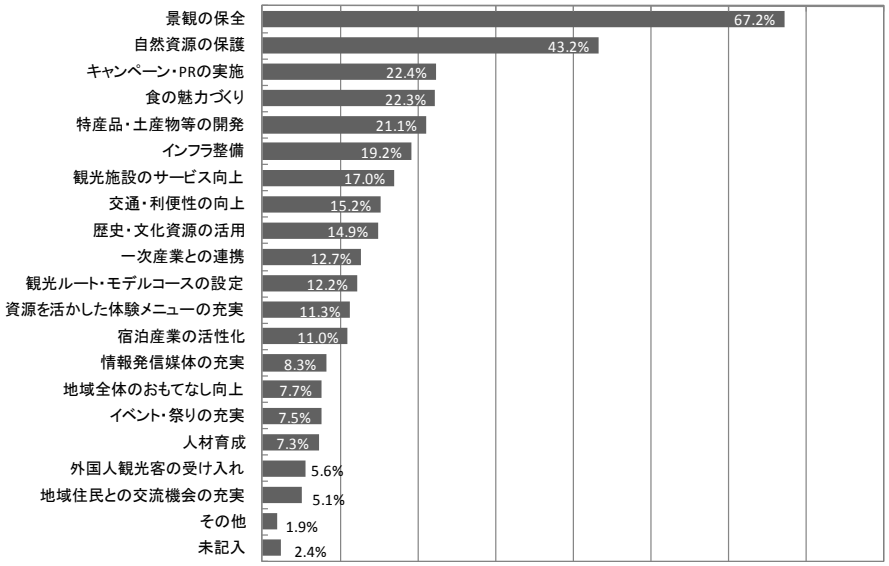
持続的に観光振興に取り組んでいくため、観光振興に使用できる安定的な財源確保に努めます。

具体的な取り組みイメージ
入湯税などの活用 ・　入湯税などの活用による安定的な財源確保の方策について検討します。

～市民の声～

市民意識調査によると、市民が必要だと考える観光施策として、「景観の保全」が 67%と最も多く、次いで「自然資源の保護」が挙げられました。安曇野の美しい景観や自然を誇りに思い、大切にしたいという「安曇野暮らし」の価値観が表れています。本計画では、基本戦略 1 において安曇野の景観や自然資源の保全・保護を図っていきます。

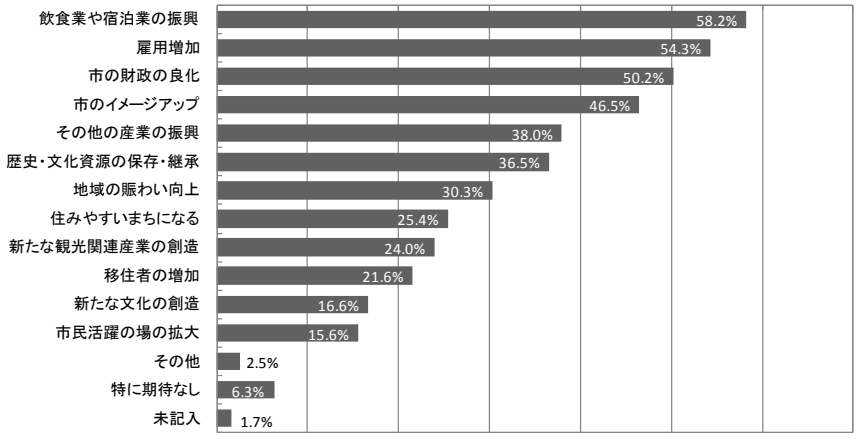
図表 41 整備すべき観光施策



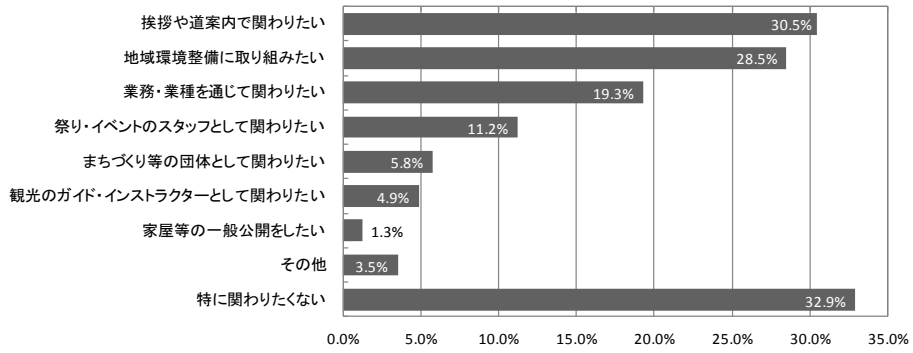
観光施策への期待としては、「飲食業や宿泊施設の振興」「雇用増加」「市の財政の良化」に対する期待が 50%を超えました。景観や自然環境に配慮しつつも、経済的な効果が期待されていることが分かります。

「市民活躍の場の拡大」については、15.6%で最も回答が少なくなりました。望ましい来訪者との関わり方では、30%以上が「特に関わりたくない」と回答されていることから、市民に「安曇野暮らしツーリズム」をご理解いただき、協力いただける仕組みをつくっていくことが必要です。

図表 42 観光振興への期待



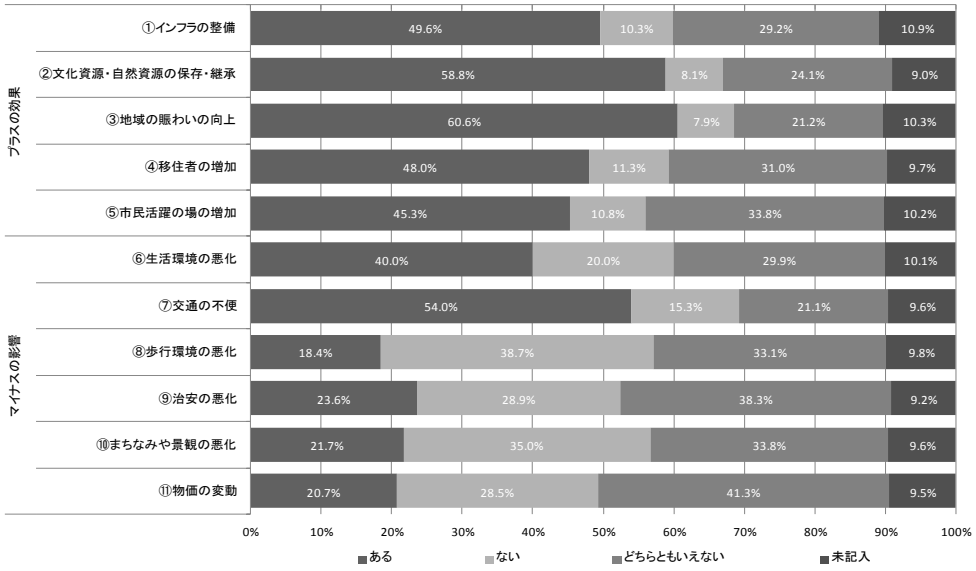
図表 43 望ましい来訪者との関わり



来訪者の増加による生活環境へのプラスの効果とマイナスの影響についての設問では、「地域の賑わいの向上」「文化資源・自然資源の保存・継承」について 50%を超える評価がありました。また、「インフラ整備」、「移住者の増加」についてもおおよそ半数程度がプラスの影響を感じています。

一方で、マイナスの影響としては「交通の不便」が 54%と最も高くなりました。来訪者は自家用車利用が多くなっていますが、宿泊施設や飲食施設によっては主要道路から離れた場所に立地しているものもあり、来訪者の生活道路への立ち入りや、迷い車が発生するなどにより交通が不便になる恐れがあると推察されます。そのため、市民の生活環境への配慮として、パーク＆ライドなどにより自動車で来訪者された方の周遊バスの利用促進や観光案内サインの整備などが必要です。

図表 44 来訪者増加による生活環境への影響



市民意識調査　概要

調査期間：　平成 24 年 4 月 10 日～平成 24 年 4 月 22 日

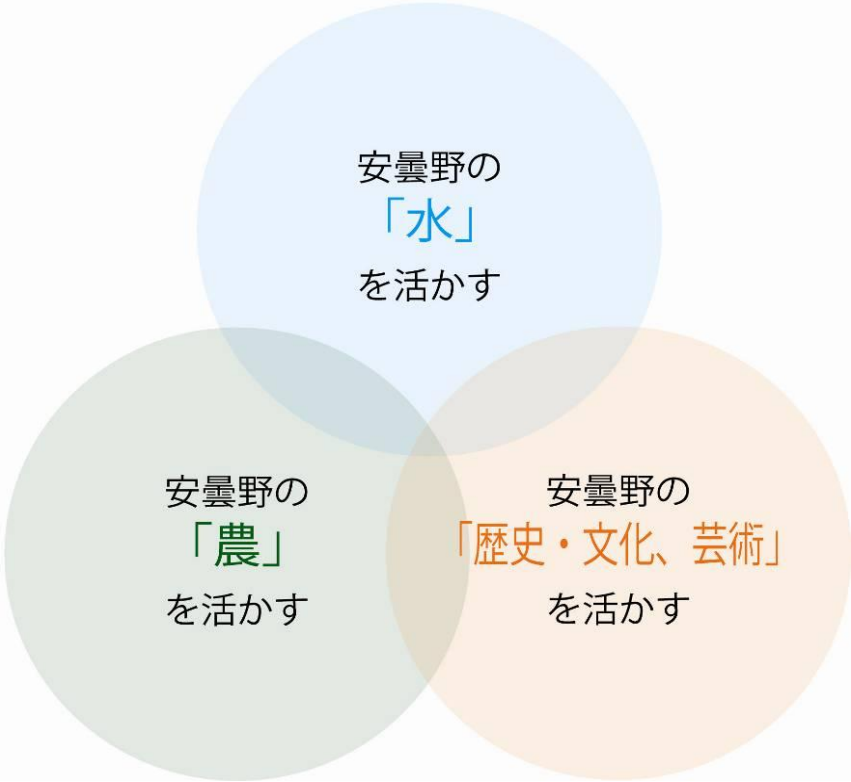
調査方法：　市内に在住する 18 歳以上 70 歳までの市民の中から、地域別・年代別に無作為に抽出した 2,500 名に対して、郵送で調査票を送付・回収。

有効回答：　835 件(回収率 30.4%)

3－4. 戦略プロジェクト

「安曇野暮らしツーリズム」の実現に向けて、安曇野の代表的な地域資源である「水」「農」「歴史・文化、芸術」をテーマとし、戦略プロジェクトを設定します。

なお、戦略プロジェクトは、5 つの基本戦略と 15 の主要施策全体に関連するものです。



本計画では、「歩く」「食べる」「泊まる」を来訪者が安曇野暮らしを体感できる基本の行動と考えます。また、それぞれの行動に対して中心的に取り組みを進めていく主体は以下のように整理されます。

	具体的な行動	事業の中心的な主体
	遊ぶ、体験する、学ぶ、歩く	体験事業者、農林漁業関係者 美術館・博物館 NPO・住民団体（観光ガイド等）等
	食べる、飲む	飲食施設、宿泊施設 物販施設、農林漁業関係者　等
	泊まる	宿泊施設　等

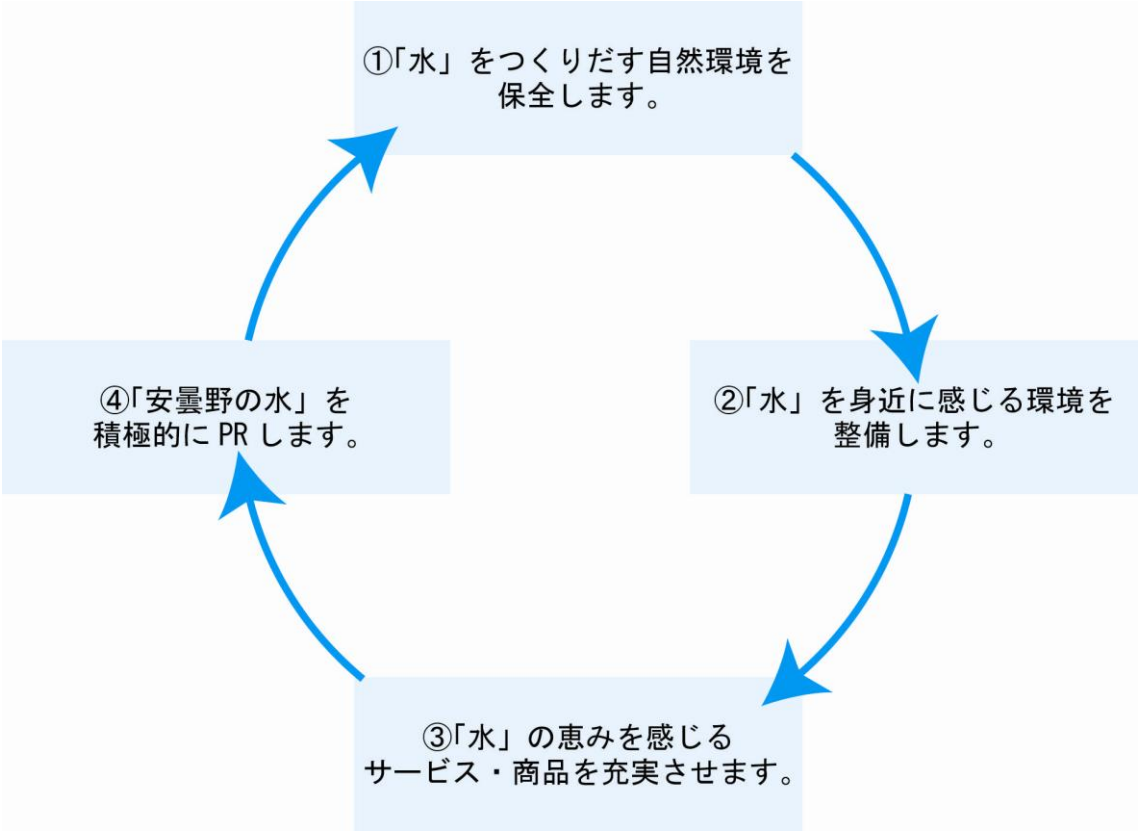
「水」をテーマにした戦略プロジェクト

「水」をテーマにした戦略プロジェクトの考え方

「安曇野暮らし」は、北アルプスの恵みである「水」によって作られ、「水」によって支えられています。

「水」をテーマにした戦略プロジェクトでは、まずは、「水」をつくりだす自然環境を保全していきます。そのうえで、「安曇野暮らし」を営むなかで感じている「水」への感謝や自然とのつきあい方を来訪者に分かりやすく伝える方法として、「水」を身近に感じる環境を整備し、「水」に関連するサービス・商品を開発していきます。そして、それらを積極的に PR していくことで、「安曇野暮らしツーリズム」の実現を目指します。

図表 45 「水」をテーマにした戦略プロジェクトの考え方



①「水」をつくりだす自然環境を保全します。	
➢ 水質悪化防止として、堰や河川へのごみ投棄防止や清掃活動を行います。	―
➢ 観光施設、宿泊施設等で使用する洗剤やシャンプー、石けんなどのアメニティーグッズで、化学薬品が入っておらず環境に配慮した製品の使用を推進します。	―
➢ 温泉の温度・成分のモニタリングなどにより、温泉資源を保全します。	―
➢ 山小屋のし尿処理対策や生活排水の適正処理に取り組みます。	―

②「水」を身近に感じる環境を整備します。	
➢ 親水空間を「水の駅」として、ネットワークで結び、まちあるきで「水」を感じる空間の拠点施設として整備します。	
➢ やまびこ自転車道の利便性（往路は自転車でサイクリング、復路は電車で戻るなど）を向上させるため、大糸線にサイクルトレインの導入を要請します。周遊バスにバイクラックを設置し、自転車とバスの併用を可能とするなど、市内サイクリングの利便性を向上させます。	
➢ 交通拠点である穂高駅周辺に、湧水の水飲み場などを整備し、安曇野の「水」を味わい、「水の里」であることを感じる親水空間づくりを進めます。	―
➢ しゃくなげ荘を、宿泊客や日帰り客が利用できる温浴施設だけでなく穂高温泉郷エリアの「安曇野暮らしツーリズム」の情報提供、域内交通拠点などの機能を付加させたサテライト拠点として、再開発します。	

③「水」の恵みを感じるサービス･商品を充実させます。	
➢ 安曇野案内人倶楽部や自然体験交流センターせせらぎなどとの連携により観光ガイドと一緒に歩く「安曇野湧水めぐりツアー」や水や動植物などの体験プログラムや水を使ったアクティビティの開発に取り組みます。	
➢ 「水ようかん」「水そば」「安曇野サイダー」「湧水コーヒー」など、安曇野の湧水をイメージさせる食の開発に取り組みます。また、市内の飲食施設などでの通年の提供を目指します。	
➢ 安曇野の温泉保養プログラムとして、湧水や安曇野産有機野菜などをつかった食事、歴史・文化をテーマとしたウォーキング、創作活動などにより脳の活性化などを組み合わせた 2 泊 3 日程度の安曇野独自の滞在プログラムを開発します。	

④安曇野の「水」を積極的に PR します。	
➢ 平成 28 年に開削 200 周年を迎える「拾ヶ堰」を活用し、安曇野の「水」をテーマにしたまちあるきや食などが体験できる「安曇野暮らしツーリズム」をアピールするイベントを実施します。	―
➢ 安曇野湧水マップや「お水とり、お水がえし」「お船祭り」「あやめまつり」など水にかかわるイベント紹介など、「水」をテーマにしたマップ・ガイドブックを作成します。	
➢ 安曇野市は水道水が北アルプスの天然水であることから、「天然水宣言（仮称）」を行い、水に恵まれた地域であることを PR します。観光関連施設などで「安曇野の天然水」を無料提供し、安曇野市内では、いつでもどこでも天然水を味わうことができるという取り組みなどにより「水」のまちであることをアピールします。	
➢ 安曇野市内の温泉の認知度を高めていくため、「安曇野・穂高温泉郷」など名称を変更し、安曇野と温泉のイメージを一体化させて PR していきます。 ➢ 温泉の温度・成分検査を行い、良質な温泉を提供します。	

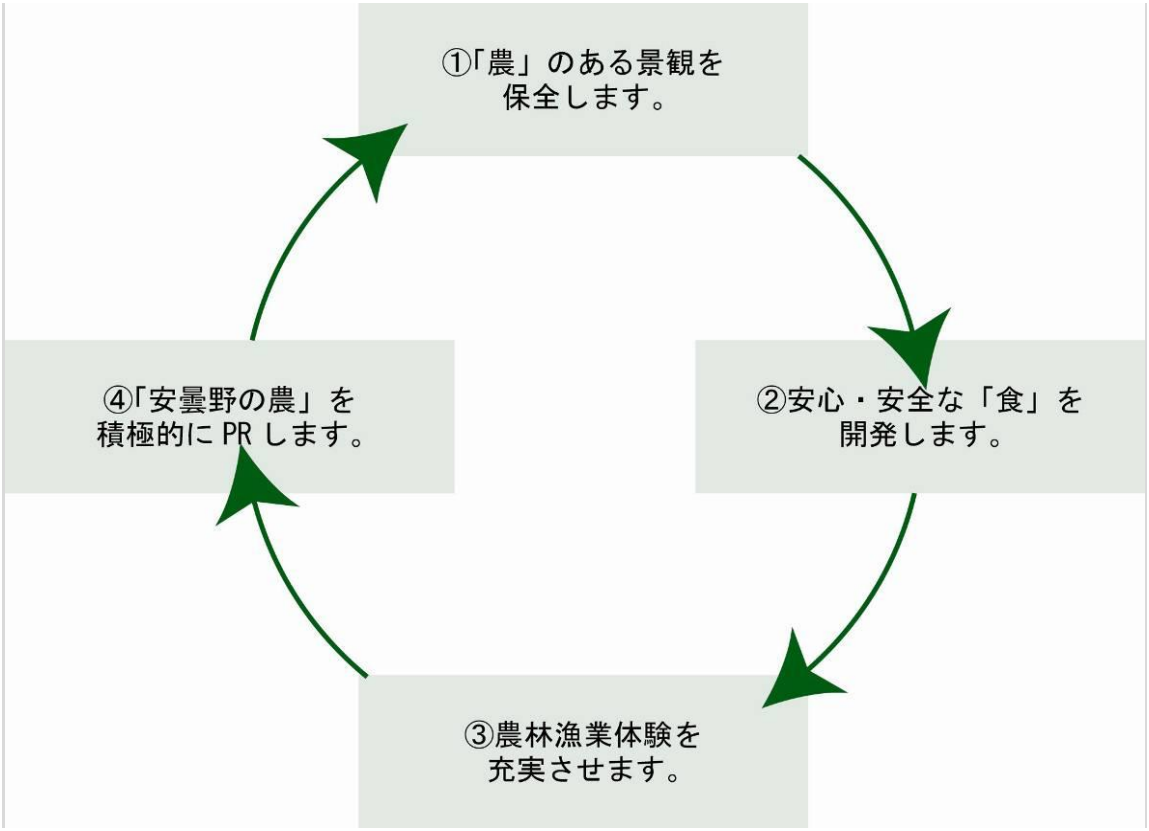
「農」をテーマにした戦略プロジェクト

「農」をテーマにした戦略プロジェクトの考え方

北アルプスを背景に広がる農村景観は安曇野の景観の基調です。安曇野市では、稲作やわさびなどをはじめとした農業で地域がつくられてきました。

「農」をテーマにした戦略プロジェクトでは、まずは、「農」のある景観を保全していきます。そして、安心・安全な農産物を生産し、それらを使って安曇野らしい「食」を開発します。また、農林漁業体験を充実させ、安曇野の「農」にふれる機会・場所を拡大させていきます。そして、それらを積極的に PR していくことで、「安曇野暮らしツーリズム」の実現を目指します。

図表 46 「農」をテーマにした戦略プロジェクトの考え方



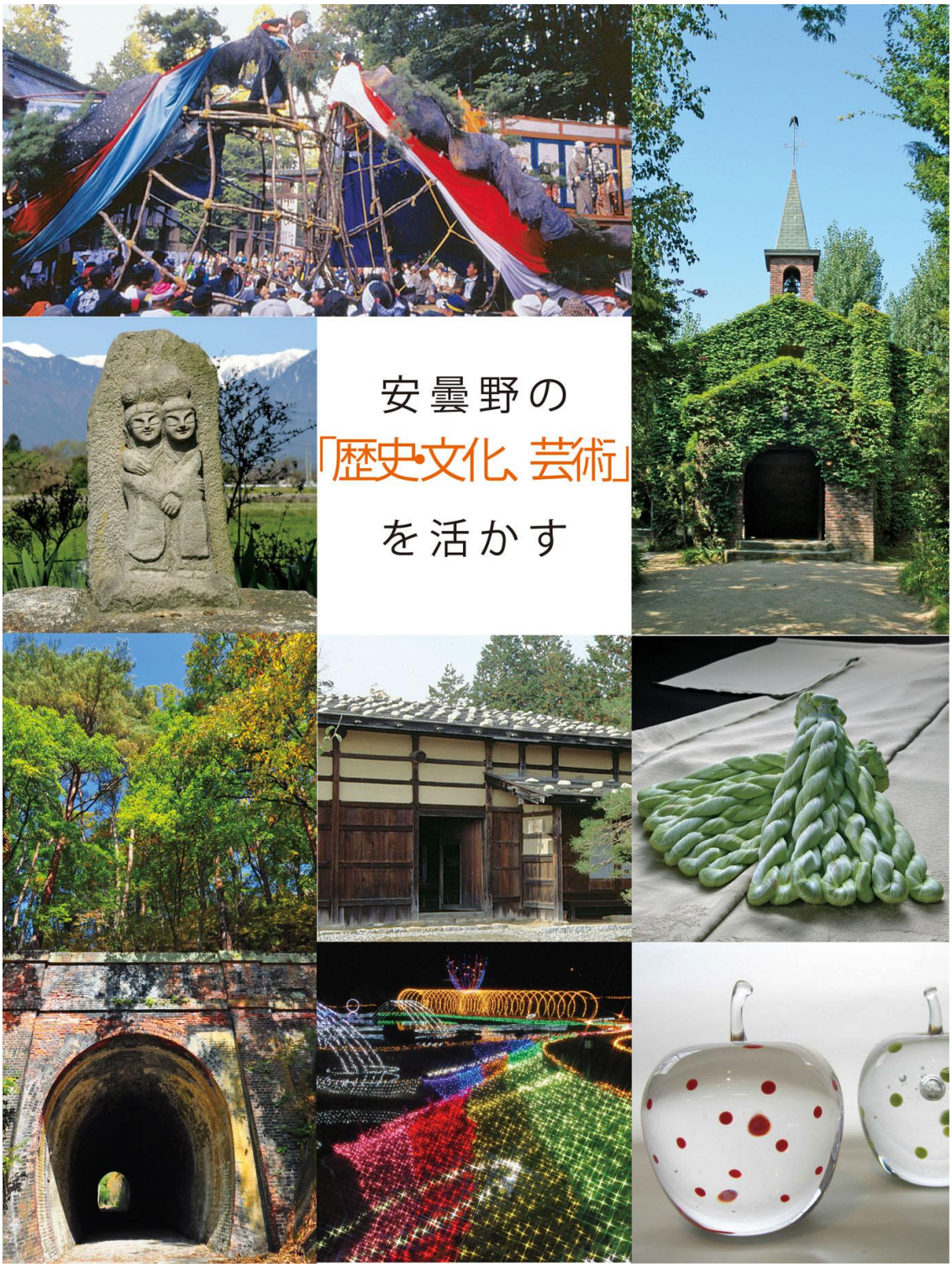
①「農」のある景観を保全します。	
➢ 安曇野市観光協会などで行われている「りんごの木のオーナー制度」を安曇野市のさまざまな農産物に拡大させていきます。また、オーナーと農業従事者の交流の機会を拡充させます。	―
➢ 休耕地や耕作放棄地を利用した菜の花やそばなどの景観作物等、栽培の促進により、耕作放棄地の減少に取り組みます。	

②安心･安全な「食」を開発します。	
➢ 農林漁業者と観光関連事業者とのマッチングセミナーや生産現場の視察会などにより、農林漁業者と観光関連事業者の交流の場を設けます。また、観光関連事業者による農産物の共同購入などの効果的な食材調達方法や飲食施設や宿泊施設での地元の農産加工物の使用推進による販路拡大などの連携方策を検討します。	
➢ JA などとの連携により、「ぬかくど」や「えご」などの郷土食や行事食を味わうことができる機会・場所の創出に取り組みます。具体的には、市内の飲食施設や農産物直売所などに併設されているレストランを活用します。	
➢ 農林漁業者と観光関連事業者との連携により、安曇野産農産物を使った土産物の開発に取り組みます。	

③農林漁業体験を充実させます。	
➢ 市内のさまざまな施設ですでに取り組まれている農林漁業体験プログラムの情報を集約し、いつ・どこで・どのようなプログラムが実施されているのか利用者が一覧で分かるよう情報発信します。また、既存のプログラムについては、内容だけでなく、予約窓口の一本化など利用者の利便性を第一に考えた改善を行います。また、宿泊につながる早朝や夜の時間帯でしか体験できないプレミアム体験ツアーを開発します。	
➢ 市内に点在する飲食施設をめぐり、「ぬかくど」などの郷土食・行事食や地元の農産物でつくられた安曇野食や飲料を食すことができるウォーキンググルメツアーを開催します。	
➢ JA などとの連携により、移住者や農業従事希望者などを対象とした農業セミナー等を開催し、「農」的な安曇野暮らしの支援を行います。	

④「安曇野の農」を積極的に PR します。	
➢ 安曇野市の農産物や農産加工物を一定程度使用している飲食施設・宿泊施設に対して、安曇野市の農産物使用提供店の認証を行います。また、安全・安心に関わる一定の基準を満たした安曇野産農産物や農産加工物に対して、「安曇野暮らし」推奨品としての認証を行います。	
➢ 安曇野の旬の農産物とレシピを組み合わせた「旬カレンダー」を作成し、郷土食を PR、安曇野産農産物の購買促進に取り組みます。	―

「歴史・文化、芸術」をテーマにした戦略プロジェクト

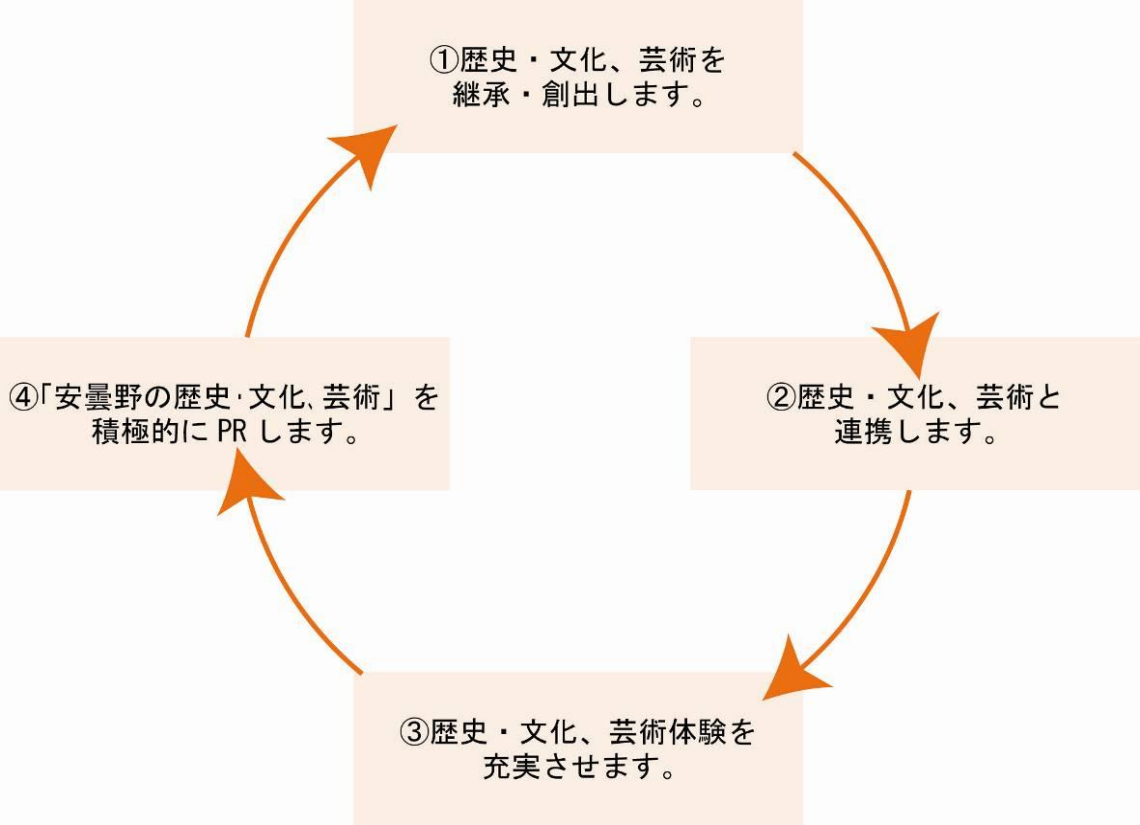


「歴史･文化、芸術」をテーマにした戦略プロジェクトの考え方

安曇野市には、安曇族や八面大王などの歴史ロマンや本棟造りの古民家・屋敷林、道祖神などの歴史・文化資源が点在し、県内でも有数の美術館・博物館数を誇り多くのアーティストが居住しているなど、身近に「歴史・文化、芸術」に触れることができる地域です。

これらの「歴史・文化、芸術」をテーマにした戦略プロジェクトでは、まずは、歴史・文化を継承し、文化や芸術を創出していきます。そして、市内で活発に活動を行っている美術館・博物館や芸術団体と連携し、アーティストなどの協力のもと歴史・文化、芸術体験プログラムを充実させていきます。そして、それらを積極的に PR していくことで、「安曇野暮らしツーリズム」の実現を目指します。

図表 47 「歴史･文化、芸術」をテーマにした戦略プロジェクトの考え方



①歴史･文化、芸術を継承･創出します。	
➢ 安曇野市内にある郷土資料を集約し、来訪者が安曇野の自然や歴史、文化を学ぶことができる拠点を整備します。特に、拾ヶ堰に関しては、平成28年に200周年を迎えることから､拾ヶ堰に関する情報を集約し、歴史などをわかりやすく伝えるガイドブックなどを作成します。	
➢ 「空き家バンク」を創設し、空き家となっている古民家などの維持・活用を推進します。古民家を改装した一棟貸しの宿泊施設や飲食施設の整備を支援します。また、空き家を移住希望者のための長期滞在施設などに活用します。	
➢ 芸術制作を行う人物を一定期間ある土地に招聘し、その土地に滞在しながらの作品制作を行う「アーティストインレジデンス」に取り組み、芸術活動の支援と創出を図ります。アーティストが制作した作品の展示などを通して、安曇野の「芸術」をアピールします。	

②歴史･文化、芸術と連携します。	
➢ 安曇野には、さまざまなジャンルの美術館・博物館が点在しています。安曇野アートラインに加盟している施設めぐりを促進させるため、共通チケットの導入を支援します。	
➢ 安曇野には、さまざまなジャンルの創作活動を行うアーティストが居住しています。来訪者が私もやってみようと感じることができる身近な創作活動が展開されていることが魅力です。そのような魅力を伝える活動を展開している安曇野スタイルなどの連携により、生活芸術を身近に体験できるイベントとして積極的に PR していきます。	

③歴史･文化、芸術体験を充実させます。	
➢ 安曇野暮らしが伝わるまちあるきコースを設定し、来訪者が予約無しにいつでも利用できるように、毎日、定時に開催するまちあるきプログラムを開発します。また、ガイド無しでもまちあるきを楽しむことができるよう、ルート上にある地域資源だけでなく、「安曇野暮らし」の見えるまちあるきマップを作成します。	
➢ 安曇野アートラインが取り組んでいるナイトミュージアムやサマースクールなどとの連携により、美術館・博物館、芸術団体などと連携し来訪者が参加できるものづくりや作品制作などの歴史・文化、芸術体験プログラムを開発します。また、宿泊につなげていくため、美術館・博物館閉館後の夜の時間帯を利用した貸し切りツアーや館長がガイドするプレミアム体験ツアーを開発します。また、夏休み・冬休みといった長期休暇期間中には「安曇野カレッジ（仮称）」として、歴史や文化を学ぶ、芸術の制作を行う長期滞在プログラムを開発します。	
➢ 安曇野のウォーキングは、団体客には人気ですが、コースまでの交通の便が悪く、個人客の利用が難しい現状にあるため、個人客の利便性向上を図ります。あわせて、あずまややベンチ、トイレといった休憩機能や物販機能の整備、ガイドの育成に取り組みます。	

④「安曇野の歴史･文化、芸術」を積極的にPRします。	
➢ アーティストと観光関連事業者の連携により、土産物や施設のデザイン改善、デザイナーズルームでの宿泊体験などに取り組みます。	
➢ 安曇族や八面大王などの歴史ロマン、天蚕などの伝統工芸を活用し、ストーリー性やエンターテーメント性を持たせた歴史・文化、芸術の情報発信に取り組みます。	―

3－5. 観光基盤整備

(1)観光推進体制の構築

「安曇野暮らしツーリズム」の推進にあたっては、観光関連事業者だけでなく安曇野暮らしに関わるさまざまな事業者・団体が連携できる推進システムを構築していくことが必要です。また、持続的な「安曇野暮らしツーリズム」を展開していくために、安定的な自主財源の確保などにより、安定した組織運営が求められます。

①観光推進組織の育成･強化

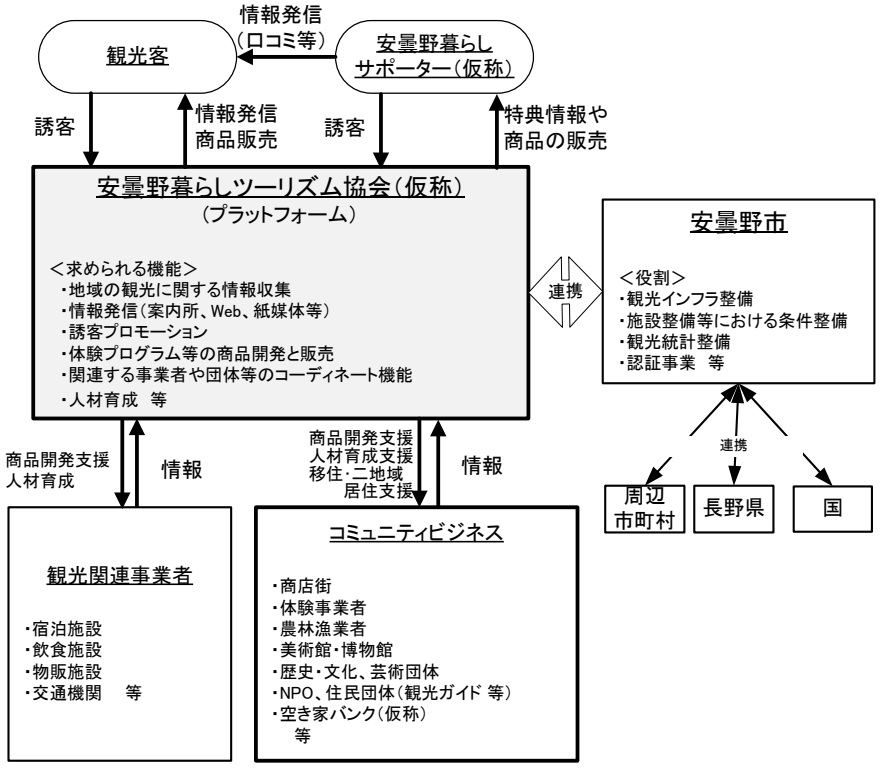
既存の観光関連事業者の枠組みを超え、安曇野市観光協会が「安曇野暮らしツーリズム」のプラットフォームとして機能していくことが必要です。

具体的な取り組みイメージ

プラットフォームとなる安曇野暮らし推進組織の構築

- 観光関連事業者だけでなく、安曇野暮らしに関係する市民団体や他産業の団体などとの連携強化を目的として「安曇野暮らしツーリズム協会（仮称）」を整備します。「安曇野暮らしツーリズム協会（仮称）」では、安曇野暮らしに関わる各種地域情報の一元化・情報発信、誘客プロモーションなどに取り組みます。また、地域の事業者や市民団体などのコーディネート機能や体験プログラムの商品開発・販売に取り組みます。

図表 48　安曇野暮らしツーリズム協会(仮称)組織体制イメージ



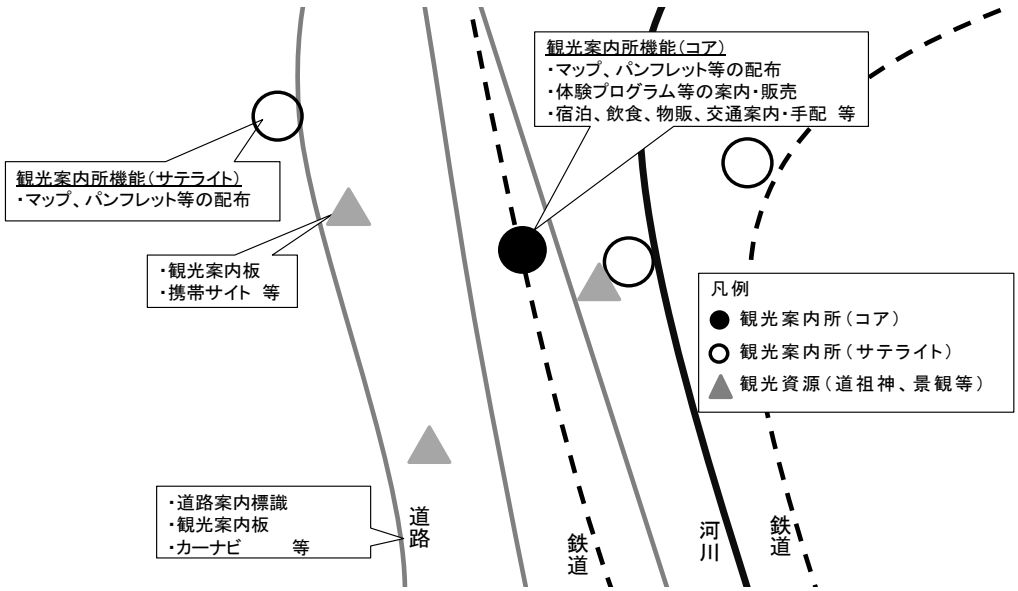
②観光関連産業の人材育成

安曇野市観光の最も基本となる資源である「観光関連産業の人材」の資質向上と担い手の育成に取り組みます。

具体的な取り組みイメージ
観光関連事業者を対象とした人材育成 ・ 宿泊施設や飲食店などの従業員を対象とした接客スキルアップ講座などを開催し、おもてなしの向上に取り組みます。 観光地域づくりマネージャーとなる人材の活用と育成 ・ 先進地域への視察や外部セミナー講習参加などを通じて、安曇野暮らしの牽引役となる観光地域づくりマネージャーの育成と積極的な活用に取り組みます。

③観光情報発信の強化

「安曇野暮らしツーリズム」に関連する地域資源に関する情報や団体の観光情報を集約し、適切な情報提供ツールを用いて情報を発信していきます。

具体的な取り組みイメージ
観光情報の一元化･共有化 ・ 安曇野暮らしに関係する情報を、安曇野暮らし推進組織に集約させ、情報を一元管理・共有化に取り組みます。 観光案内所の機能強化･充実 ・ 観光および交通の拠点となる施設などにおける観光案内所機能の強化を図り、効果的な観光情報発信に取り組みます。 図表 49 観光案内機能イメージ 

観光情報発信ツール(インターネット、マップ･パンフレット、案内板など)の体系化

- 情報発信にあたっては、消費者行動モデル（下、図表 50）を踏まえ、観光情報発信ツールを体系化し、適切なツールを利用して情報を発信していきます。
- 多数の観光情報サイトや複数の観光パンフレットの統合化を進めます。

図表 50 来訪者の意識･行動により必要とされる情報および主な情報提供手段･媒体

<table>
<tr><th>AISCEASモデル(※)</th><th>来訪者の意識・行動</th><th>情報を得る時期・場所</th><th>必要とされる情報</th><th>主な情報提供手段・媒体</th></tr>
<tr><td>注目
(attention)</td><td>魅力的な地域、レクリエーション活動等を知る・認知する</td><td rowspan="4">自宅　等</td><td rowspan="2">地域の特色
旬の情報
その地域でできる体験等</td><td>マスメディア(TV、一般雑誌等)</td></tr>
<tr><td>興味・関心
(interest)</td><td>特定の観光地や特定の旅行・観光活動に関心・興味を持つ</td><td rowspan="3">旅行雑誌・ガイドブック
インターネット(ホームページ、SNS、ツィッター、フェイスブック、ブログ等)
旅行会社
口コミ　等</td></tr>
<tr><td>検索
(search)</td><td rowspan="3">行き先の観光情報を比較検討する</td><td rowspan="3">ある程度詳しい地域の情報
アクセス・コストに関する情報
趣味・嗜好に合う情報
バリアフリー等の情報　等</td></tr>
<tr><td>比較
(comparison)</td></tr>
<tr><td>検討
(examination)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">行動
(action)</td><td>計画を立てる</td><td>自宅　等</td><td>地域の魅力、旬の情報
宿泊施設・観光施設
体験活動　等</td><td>インターネット(地域のサイト等)
旅行雑誌・ガイドブック　等</td></tr>
<tr><td>移動する</td><td>空港・駅
道路(標識・案内板)
道の駅・SA　等</td><td>公共交通の乗り継ぎ・時刻表
道路案内表示
移動中に楽しむ食事、買い物　等</td><td>空港・駅、道の駅・SAでの案内サービス(パンフレット、地図等)案内標識、カーナビ、携帯電話　等</td></tr>
<tr><td>観光地を楽しむ</td><td>地域の観光案内所
まちあるき・散策中
観光施設
宿泊施設　等</td><td>周辺の休憩所・トイレ・駐車場
宿泊施設、次の目的地への移動経路
飲食店、土産販売店
体験プログラム　　等</td><td>観光案内板
観光案内所や主要観光施設での案内
パンフレット・マップ
携帯電話WEBサイト　等</td></tr>
<tr><td>共有
(share)</td><td>経験を他者に伝える</td><td>自宅　等</td><td></td><td>口コミ
SNS、ツィッター、フェイスブック、ブログ　　等</td></tr>
</table>

※消費行動モデル「ＡＩＳＣＥＡＳ」を基に公益財団法人日本交通公社作成

インターネットを活用した情報発信の強化

- インターネットを活用した情報の充実と、フェイスブックなどの SNS を活用した新たな情報発信に取り組みます。

観光案内サインの整備

- 景観に配慮した観光案内サインの整備を進めます。

誘客プロモーションの推進

- 来訪者実態把握調査などの結果を基に主要ターゲットを明確にしたキャンペーンに取り組みます。
- 安曇野市観光協会や関連団体等との連携により TV ロケや映画制作などのロケ地誘致を行います。
- 長野県や周辺市町村、スポーツ団体や民間事業との連携により新たな市場開拓に努めます。

④観光統計の充実

宿泊客数・日帰り客数や流動、消費額、満足度など来訪者の実態や市民の観光に対する意識、観光関連産業の実態等を定期的に把握します。

具体的な取り組みイメージ
来訪者（日帰り客･宿泊客）の実態把握調査を行います。 ・　日帰り客数、宿泊客数の実数や、来訪者の滞在時間、流動、安曇野市内での観光消費額等を把握するため、来訪者実態把握調査を毎年実施します。 来訪者の満足度を把握します。 ・　「安曇野暮らしツーリズム」の質を向上させていくため、来訪者の満足度調査を毎年実施します。 観光関連事業者の実態や経済波及効果の状況を把握します。 ・　観光による経済波及効果の状況や宿泊施設の稼働率、土産物の売り上げ動向などを把握する観光関連事業者の実態把握調査を定期的に行います。 観光に対する市民の意識を把握します。 ・　「安曇野暮らしツーリズム」の担い手となる市民の観光に対する取り組み状況や意識を把握するため、市民意識調査を定期的に行います。

(2)観光基盤の充実･強化

「安曇野暮らしツーリズム」を展開していくためには、来訪者の制限ある滞在時間の中で、有効に安曇野暮らしが体感できるための条件整備が必要となります。

①交通の改善

高齢化が進み自動車を運転しない人口が増えていくと予想される中で、アクセスの利便性と域内の公共交通の改善に取り組んでいきます。

具体的な取り組みイメージ

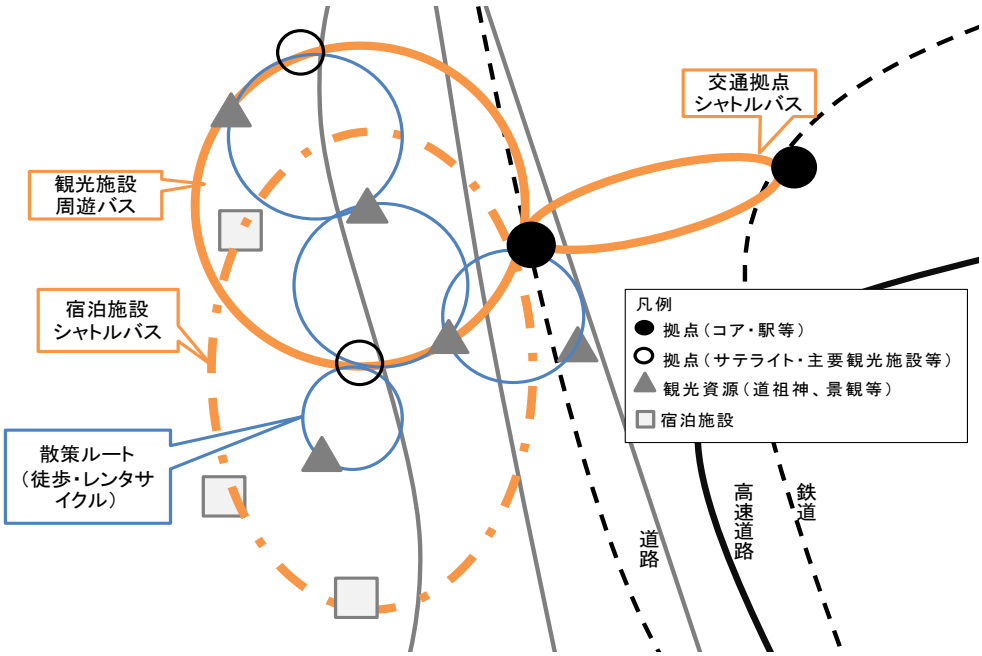
安曇野市内までの交通利便性の向上

- 東日本旅客鉄道株式会社に対して、「特急しなの」の明科駅停車を要望します。
- 乗り合いタクシー「上田線」の予約方法などの改善、周辺市町村との連携による広域アクセス改善に取り組みます。
- 信州まつもと空港とのアクセスについても、乗り合いタクシー「上田線」と同様のシステムの導入を検討します。

域内公共交通の改善

- 交通拠点を結ぶシャトルバスの期間延長、市内の主要な公共交通機関や観光施設を結ぶ周遊バスの路線拡大、宿泊施設を結ぶ送迎バスなどの整備、拠点施設周辺の駐車場整備、マイカー回送サービスの開発を行い、公共交通機関とレンタサイクルや徒歩で市内を周遊できる域内の交通体系を構築していきます。

図表 51　域内交通イメージ



歩きやすい歩道･空間の整備

- 自転車利用者への利便性向上を図るため、東日本旅客鉄道株式会社に対して、大糸線へのサイクルトレイン導入を要望します。また、周遊バスのバイクラック設置を検討します。
- まちあるきの拠点となる交通拠点や主要観光拠点の周辺整備（トイレやベンチ、休憩ポイントの設置など）により歩きやすい環境の整備に取り組みます。

②観光拠点の整備

来訪者が安曇野暮らしを体験でき、「安曇野暮らしツーリズム」の拠点となる施設の整備に取り組みます。

具体的な取り組みイメージ
地域拠点整備 ・ 穂高駅周辺を域内公共交通のパーク＆ライドとしての機能整備に取り組みます。

③ユニバーサルデザインの推進

高齢化や国際化への対応においては、ユニバーサルデザインの推進に取り組みます。

具体的な取り組みイメージ
公共施設、公共交通などにおけるバリアフリー化や多言語標記の推進 ・ 公共施設や主要な観光施設などにおける段差解消などのバリアフリー化に取り組みます。 ・ 公共交通機関におけるユニバーサルデザイン車両の導入、観光情報（ホームページ、マップ、ガイドブック、案内板など）の多言語表記化といったハード面でのユニバーサルデザイン化の推進に取り組みます。 ・ 来訪者を対象とした手話や介護ができる人材を支援します。 ・ 講習会などの開催により、外国人旅行者の食習慣や文化への理解を深めます。

④情報化の推進

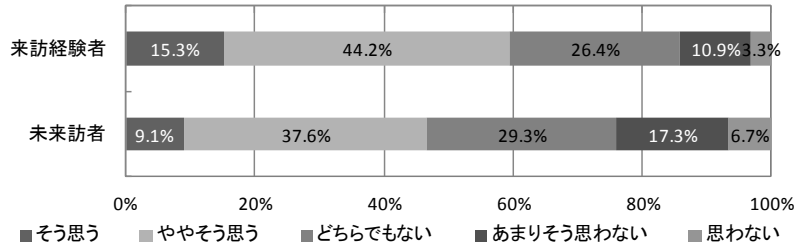
安曇野市では、近年の情報化の急速な発展と普及に伴い、情報通信基盤の整備に取り組んでいますが、市内の一部の地域では、地理的条件などから情報化の整備が進んでいない地域があります。

具体的な取り組みイメージ
ユビキタス社会に向けた環境の整備 ・ 携帯不通エリアの解消の要望や主要観光施設、交通拠点における無料 LAN 環境の整備に取り組みます。

～来訪者･未来訪者の声～

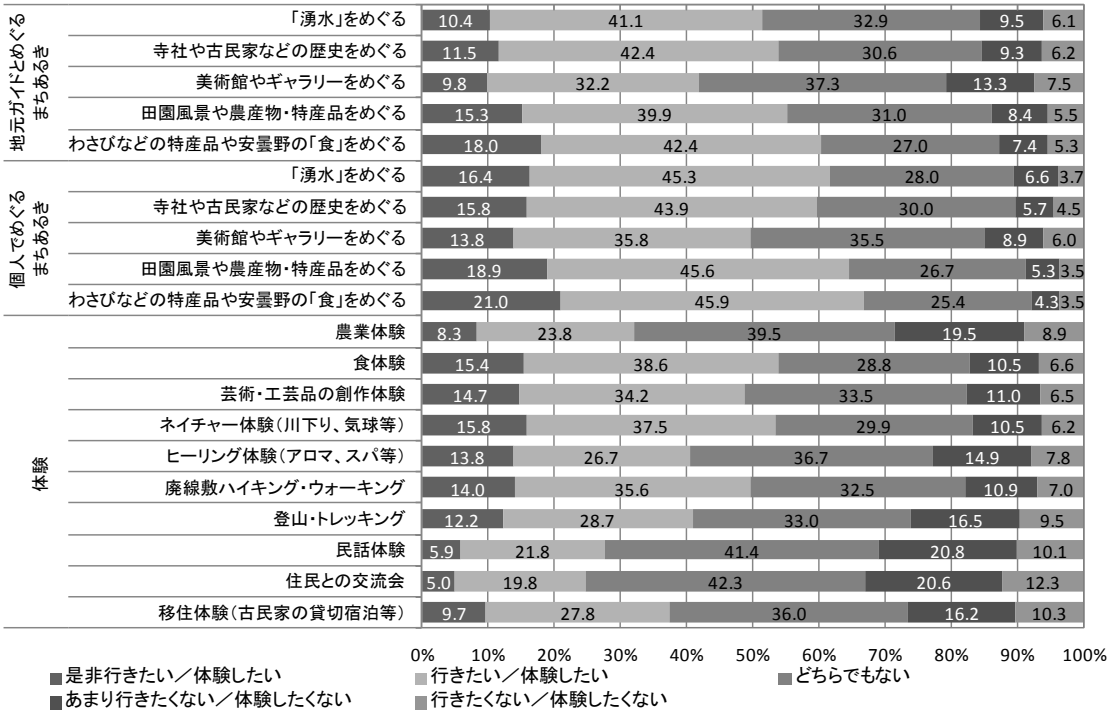
旅行者ニーズ調査によると､｢安曇野暮らし｣をコンセプトとした来訪体験について、来訪経験者の約 60%は参加希望（「そう思う」と「ややそう思う」回答された方の合計）と回答し、未来訪者（安曇野市に来訪したことがない方）の約 47%が参加希望となりました。

図表 52 「安曇野暮らしツーリズム」への参加意向



安曇野暮らし体験プログラムの参加意向では、「水」や「歴史・文化、芸術」に比べると「農産物・特産品」「食」といったテーマのまちあるきに対して参加意向が高くなりました。「個人でめぐるまちあるき」の参加意向が高くなっているため、地元ガイドの利用促進や地元ガイド不在でも安曇野暮らしを伝える仕組みづくりが必要です。

図表 53 安曇野暮らし体験プログラムへの参加意向



旅行者ニーズ調査　概要

調査期間：平成 25 年 2 月 4 日～平成 25 年 2 月 7 日

調査方法：インターネット調査

サンプル：首都圏（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）在住者　1100 件

安曇野市来訪経験者・各年代性別均等割付　550 件

安曇野市未来訪者・各年代性別均等割付　550 件

４．安曇野市観光振興ビジョンの実現にむけて

４－１．実現に向けた基本的な考え方

(1)優先順位を踏まえた事業実施

限りある経営資源を効果的に配分していくため、市民視点、来訪者視点にたち、優先順位を踏まえた事業を推進していきます。

(2)地域性の考慮

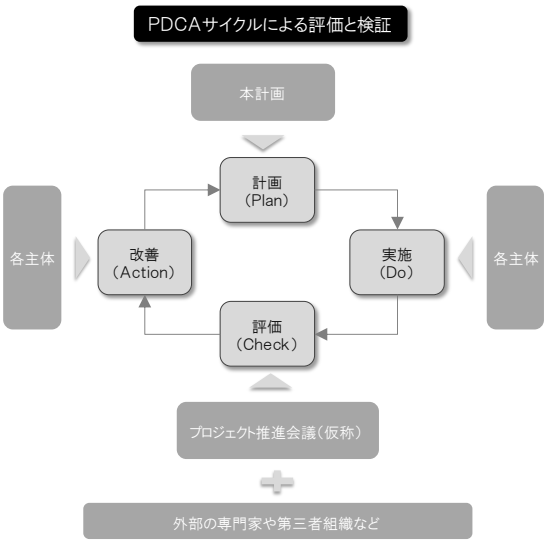
安曇野市は、特徴のある資源を有した複数の地域で構成されており、推進主体となる市民や事業者の状況もそれぞれの地域で異なります。そのため、それぞれの地域性を考慮しながら事業を推進していきます。

(3)PDCA サイクルに基づいた事業継続

本計画を着実に推進するため、来訪者実態調査等を実施し、ビジョンにおいて提示された取り組みの効果や目標数値の達成度を評価・検証します。

事業実施にあたっては、企画、実施、評価、改善向上策等について、PDCA サイクル[xviii]により、政策評価の手法とも連動しながら、事業を見直し、計画へと反映させていきます。これらの検証作業は、外部の専門家や第三者組織などの意見を踏まえながら「プロジェクト推進会議　（仮称）」[xix]にて実施し、計画全体の効率的かつ効果的な推進を目指します。

図表 54　PDCA サイクルによる評価と検証



[xviii] 各事業を計画（Plan）→実施（Do）→評価（Check）→改善（Action）の流れで実行し、次の計画や事業の改善に活かす考え方

[xix] 安曇野市観光振興ビジョン策定委員会メンバーを中心とした組織とする。

4－2. 市民および事業者との協働

「安曇野暮らしツーリズム」の実現にあたっては、安曇野暮らし実践者である市民、事業者、市民団体等のさまざまな主体の積極的な取り組みが必要です。

(1)市民

市民は、自分が住んでいる地域の歴史や文化などの地域資源にふれ、暮らしつづけたいと思えるまちづくりに取り組みます。市民全員が安曇野暮らしの実践者であるという自覚のもと、来訪者には「おもてなし」の心で接します。

(2)観光関連事業者

来訪者と接する機会の多い観光関連事業者（宿泊施設、観光施設、物産施設など）は、来訪者の多様なニーズを把握し、時代に対応した「質」の高いサービス・商品を来訪者に提供していきます。

また、市内の関連事業者との連携を深め、観光による経済波及効果を高めていきます。

(3)関連団体

観光関連団体をはじめ、商業・農林漁業団体は、それぞれの特性を活かして「安曇野暮らしツーリズム」につながる活動に取り組みます。また、各団体の活動を効果的・効率的な取り組みとするため、関連団体間での情報共有を図ることにより、関連団体の連携を強化させていきます。

(4)行政

行政は、「安曇野暮らしツーリズム」の実現に向け、庁内の枠組みを超えて、相互連携を図りながらビジョンの推進に努めます。また、県や周辺市町村などとの連携により、効果的・効率的な情報発信に取り組みます。

また、必要な財政措置を講じ、観光基盤や条件を整備するとともに、市民や観光関連事業者等の自主的な取り組みを支援します。

参考資料

(1)安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会設置要項

（趣旨）

第１条　この要綱は、将来の市の観光振興の基本方針となる安曇野市観光振興ビジョン（以下「ビジョン」という。）の策定に向けて必要な事項を検討するため、安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会（以下「委員会」という。）の設置及び運営について必要な事項を定めるものとする。

（所掌事務）

第２条　委員会は、ビジョンの策定に向けて必要な事項の検討を行い、市長に対して報告することとする。

（組織）

第３条　委員会は、委員 20 人以内をもって組織し、次に掲げる者又は団体に属する者のうちから市長が委嘱する。

（1）　公募により選考された市民

（2）　識見を有する者

（3）　安曇野市観光協会

（4）　観光に関連する団体

（5）　関係行政機関、団体等

（6）　その他市長が必要と認める者

（任期）

第４条　委員の任期は、委嘱された日から平成 25 年３月 31 日までとする。

（委員長及び副委員長）

第５条　委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選により定める。

２　委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

３　副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

（会議）

第６条　委員会は、委員長が招集し、会議の議長となる。

２　委員長が必要あると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、その意見を聴き、又は説明を求めることができる。

（庶務）

第７条　委員会の庶務は、商工観光部観光課において処理する。

（その他）

第８条　この要綱に定めるもののほか、委員会に関して必要な事項は、委員長が別に定める。

附　則

１　この告示は、平成 23 年 12 月 28 日から施行する。

２　この告示は、平成 25 年３月 31 日限り、その効力を失う。

（2）安曇野市観光振興ビジョン策定委員会　策定経緯

	日時	検討内容
第 1 回	平成 24 年 2 月 17 日	安曇野市観光振興ビジョン策定の主旨・策定の流れ 安曇野市の観光を取り巻く状況 観光経済波及効果の推計と事業所調査の概要
第 2 回	平成 24 年 5 月 11 日	安曇野観光の理念（目標像） 安曇野の観光のあり方
第 3 回	平成 24 年 7 月 13 日	市民意識調査、事業所調査結果の報告 経済波及効果推計結果の報告 安曇野観光の理念/目標像（案）及び基本戦略（案） 安曇野観光の主要施策
第 4 回	平成 24 年 8 月 22 日	安曇野観光の理念／目標像（案） 安曇野観光の基本戦略と主要施策（案）
第 5 回	平成 24 年 9 月 28 日	安曇野観光の理念／目標像、基本戦略と主要施策 重点テーマ(案)および具体的プロジェクト 数値目標の考え方 安曇野市観光ビジョン骨子案
第 6 回	平成 24 年 11 月 28 日	安曇野観光の理念、安曇野暮らし 5 箇条 戦略プロジェクト、観光推進体制、今後の進め方
第 7 回	平成 25 年 2 月 19 日	パブリックコメント等を受けての修正点

(3)安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員

安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会　委員名簿

(敬称略・順不同)

	団　体　名（役職名）	氏　　名	根拠規定
1	公募委員	増田　望三郎	1号
2	公募委員	川﨑　克之	1号
3	公募委員	樫井　正明	1号
4	立教大学観光学部特任教授	清水　愼一	2号
5	（株）電通	金井　毅	2号
6	長野県観光振興審議会委員	松本　猛	2号
7	安曇野市観光協会	小岩井　清志	3号
8	安曇野市観光協会	太田　謙	3号
9	安曇野市観光協会	加渡　正一	3号
10	安曇野市商工会	上條　和男	4号
11	安曇野案内人倶楽部	等々力　秀和	4号
12	安曇野環境市民ネットワーク	宮﨑　崇徳	4号
13	あづみ農業協同組合（営農経済事業部 次長）	下里　隆雄	5号
14	東日本旅客鉄道（株）（豊科駅長）	中村　真紀	5号
15	国土交通省　国営アルプスあづみの公園事務所長	鹿野　央	5号
16	農業後継者	淺川　拓郎	6号
17	安曇野スタイルネットワーク	岡本　由紀子	6号
18	映画監督	河崎　義祐	6号

安曇野市観光振興ビジョン

発行年月　平成 25 年 3 月

発行　安曇野市

編集　安曇野市商工観光部観光課

〒399-8303　長野県安曇野市穂高 6658 番地(穂高総合支所)

電　話：0263-82-3131　FAX：0263-82-6622

メール：sho-kankoushinkou@city.azumino.nagano.jp