

第2次安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会

令和4年 10月 3日(月)

第4回策定検討委員会

資料

【目次】

- P2 :資料 1 第2次安曇野市観光振興ビジョン 施策体系
- P5 :資料 2 計画の目標(指標)について

資料1 第2次安曇野市観光振興ビジョン 施策体系(案)

コンセプト: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~

| 施策の柱 | 基本戦略 | 施策 | 事業・説明 | 新規・強化する取り組み | 実施主体 | 連携 | 具体的内容の例 | |
|-----------------------|--|-------------------------------|--|---|---|--|---|--|
| 「稷」となる観光地ブランドの確立の形成 | 観光地ブランドの育成と発信 | 〈1-1-1〉観光地ストーリーの構築と発信 | 観光地ブランド形成に向けたストーリー構築 安曇野独自のブランド・アイデンティティの要素を整理し、観光客に安曇野を旅する目的を具体化し、想像力を膨らませ、訴求するストーリーを構築します。 | 新規・強化 【強化】歴史・自然をはじめとする地域資源の価値の再整理 | 観光課 | 文化課 移住定住促進課 | 具体的内容の例 ○ブランド・アイデンティティの構築 ○歴史・自然をはじめとする地域資源の価値の再整理(神話・歴史、観光地化の近代史、豊かな自然と美しい景観、多様な地域資源等) ○HP、パンフレット等の作成、情報発信 | |
| | | わさびを活用した観光振興 | 本市の特産品である「わさび」を核に、生産者・関連事業者との連携による観光事業展開を促進し、経済波及効果を高めていきます。 | 新規・強化 【強化】わさびの特別な体験メニューの作成 | 観光課 | 観光協会 農政課 | 具体的内容の例 ○わさび関連の施設や生産者との連携による事業展開の促進 ○特別な体験メニューの作成 ○インナーブランディングの推進 ○安曇野をもっと知り、もっと楽しむ市民の創出 | |
| | | 山岳観光の推進 | 山岳観光関連事業者と連携し、現在でも日本屈指の人気を誇る山岳エリアの受入環境整備と国内外へのPRを行い、山岳リゾートとしてのブランド向上と市内全体の経済活性化を図ります。 | 新規・強化 【新規】登山基地機能の整備 【強化】二次交通の拡充 【新規】冬季コンテンツの開発 | 観光課 (観光協会) (山岳観光推進実行委員会) | タクシー運 協同協議会 | 具体的内容の例 ○山岳観光関連事業者との連携 ○山岳観光推進実行委員会の運営 ○魅力的なコンセプトの検討とPR ○快適で利便性の高い環境の整備 ○登山基地機能の整備 ○登山道及び付帯施設の整備 ○登山者向けの二次交通の整備 ○一ノ沢、三股線のバス運行 ○登山者向け乗合タクシー乗車場の設置 ○山麓エリアの活用 ○市内全体への相乗効果の検討 ○全天候・全季節型の登山リゾートの構築 ○悪天候日の山岳観光者向けプランの作成 ○冬季の登山ファンへの受入体制整備 | |
| | | 天蚕を活用した観光振興 | 「稲高天蚕糸」は約240年の歴史をもつ、日本最古の伝統産業で、「織維のダイヤモンド」と呼ばれ淡緑色で独特の光沢と優美な風合いをもち、希少性のあるワイルドシルクです。この天蚕を世界・全国に通用する地域ブランドとしてリブランディングを行い、観光資源として活用していきます。 | 新規・強化 【強化】蚕の飼育から製糸まで体験できる何度も訪れる観光体験としての活用 【強化】観光資源化、後継者育成、文化資源としての保存、販路開拓・拡大手法の具体化 | 観光課 (安曇野市天蚕振興会) | ふるさとづくり 応援団 農政課 商工労働課 | 具体的内容の例 ○天蚕の観光資源としての活用 ○観光資源化、後継者育成、文化資源としての保存、販路開拓・拡大手法の具体化(天蚕振興計画の策定) ○コンテンツ開発 ○蚕の飼育から製糸まで体験できる、何度も訪れる観光体験としての活用 ○事業者、市民対象コンテンツの開発・提供 ○ブランディングと情報発信 ○天蚕リブランディング ○広域連携による情報発信(絹のみちプロジェクト、シルクのまちづくり市町村協議会、信州シルクロード連携協議会) ○天蚕センター施設維持・管理 | |
| | | 安曇野サイクルブランドの構築 | 安曇野市が目指している潜在交流型観光の推進と、タクシーや周遊バスをはじめとした市内の二次交通を補完する移動手段として、自転車を活用していきます。 | 新規・強化 【強化】気分や体調に合わせて自転車で回るボタリングの推進 【新規】自転車ガイドの育成と活用方法の検討 | 観光課 (安曇野サイクルブランド推進室) | スポーツ推進課 | 具体的内容の例 ○コンテンツ・ルート開発 ○安曇野の歴史・文化・景観・食を生かした観光コンテンツ開発 ○シェアサイクル・レンタサイクルを活用したボタリングの推進 ○自転車の種類や地域の特性を生かしたモデルルートの設置 ○宿泊施設につなげるルート開発 ○サイクリングやE-bikeを主軸としたサラダ街道、アートライン、善光寺街道方面とのルート開拓 ○既存サイクリングルート活用の検討 ○自転車ガイドの育成 ○サイクリング環境の整備 ○Japan Alps Cycling等と連携した広域的なサイクリング環境の整備 ○自転車専用レーンの延長 ○サイクリングオアシスの増設 (安曇野市自転車活用推進計画の展開) | |
| | | ロゴデザイン等を活用したブランドの構築 | ロゴマークを安曇野の魅力的な観光資源とコラボするなど効果的に用い、ブランドの構築を推進します。 | 新規・強化 【強化】既存ロゴマーク(朝が好きになるまち 安曇野)の検証を踏まえたブランド構築への展開 【新規】安曇野の魅力的な観光資源(カフェ、パンなど)×朝によるブランド構築 | 観光課 | | 具体的内容の例 ・ロゴマーク(朝が好きになるまち 安曇野)等の再検討 ・安曇野の魅力的な観光資源(カフェ、パンなど)×朝によるブランド構築 | |
| | | メディア・ロケ誘致・支援の推進 | メディア・ロケの誘致を行い、安曇野を舞台にした作品を増加させます。ロケ支援体制の充実を図り、選ばれたロケ地として、新規市場の開拓・多角化と再来訪者の増加を目指し、安曇野を舞台にした作品を増加させます。 | 新規・強化 【強化】信州フィルムコミッションネットワーク、近隣FCとの連携によるフィルムコミッション機能の充実 【強化】受入体制づくりの強化 | 観光課 | 信州フィルムコミッションネットワーク、 岡谷市、 町村 | 具体的内容の例 ・ロケーションガイドHPの運用 ・信州フィルムコミッションネットワーク、近隣FCとの連携によるフィルムコミッション機能の充実 ・受入体制づくり ・撮影場所の確保、連絡調整 | |
| | | メディア・ロケ機会を捉えた効果的な情報発信 | ロケ地の情報発信を行うとともに、ロケ地を楽しむツアーを造成し、新たな客層の獲得を目指します。 | 新規・強化 【強化】上映中及び上映後(放送後)の情報発信 【強化】ロケ地巡りツアー造成 | 観光課 | 文化課 | 具体的内容の例 ○ロケ地の情報発信 ○上映中及び上映後(放送後)の情報発信 ○ロケ地巡りツアー造成 | |
| | | 〈1-1-2〉世界・全国に通用する地域ブランドの育成と発信 | 「稷」となる観光地ブランドの確立の形成 | 観光地ブランド形成に向けたストーリー構築 安曇野独自のブランド・アイデンティティの要素を整理し、観光客に安曇野を旅する目的を具体化し、想像力を膨らませ、訴求するストーリーを構築します。 | 新規・強化 【強化】歴史・自然をはじめとする地域資源の価値の再整理 | 観光課 | 文化課 移住定住促進課 | 具体的内容の例 ○ブランド・アイデンティティの構築 ○歴史・自然をはじめとする地域資源の価値の再整理(神話・歴史、観光地化の近代史、豊かな自然と美しい景観、多様な地域資源等) ○HP、パンフレット等の作成、情報発信 |
| | | 持続可能な観光地(全体) | 観光地経営の実践 持続可能な観光地づくり | 〈1-2-1〉持続可能なマネジメント体制の構築 | 安曇野観光地マネジメント組織の在り方・設立検討を進め、稼げる観光地経営体制の構築を目指します。 | 新規・強化 【新規】市・観光協会・商工会、各種事業者・市民によるDMO研究と設立方針の検討・整理 【新規】観光事業をマネジメントし、企画・管理・推進を一元化できる組織(仮称・安曇野市観光機構)の構築検討・整理 | 観光課 | 観光協会 商工会 |
| 持続可能な観光地づくりへの体制構築 | 国際基準を準拠した「日本版 持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の認証取得による持続可能な観光地への転換を促進します。 | | | 新規・強化 【新規】「持続可能な観光地」認証の取得検討・整理 | 観光課 | | 具体的内容の例 ・「持続可能な観光地」認証の取得 ・入湯税などの有効な活用方法の検討 | |
| 地域内の好循環を創出する観光事業者の支援 | 滞在時間延伸の促進や地元農水産物生産者との連携などに取り組み観光・宿泊事業者を支援することで、地域内の好循環を創出し社会・経済への波及効果を促進します。 | | | 新規・強化 【新規】B&Bの推進(二次・三次交通の提供、宿泊業・飲食業との連携支援) 【新規】滞在促進への協力・支援(早朝営業、夜間営業、連泊等への対応支援) | 観光課 | 観光協会 商工会 農政課 商工労働課 移住定住促進課 | 具体的内容の例 ○滞在時間の延伸の促進 ○滞在促進への協力・支援(早朝営業、夜間営業、連泊等への対応支援) ○B&Bの推進(二次・三次交通の提供、宿泊業・飲食業との連携支援) ○宿泊事業者と地元生産者との連携支援 ○農水産物の活用促進 ○新たな観光事業者の確保・育成 ○空き家・空き店舗・施設等の活用促進 ○新規観光事業者(宿泊、体験、他)へのアドバイス、受入のフォロー(含む支援) | |
| 来訪者との好循環を創出する観光事業者の支援 | 旅行会社キャラバンや商談会への出展支援など観光事業者の営業支援を通じ、来訪者の継続的な増加を目指します。 | | | 新規・強化 【新規】旅行会社キャラバン、商談会への出展支援、参加支援 【新規】全国主要都市の旅行エージェンツ訪問支援 | 観光課 観光協会 | | 具体的内容の例 ・旅行会社キャラバン、商談会への出展支援、参加支援 ・全国主要都市の旅行エージェンツ訪問支援 | |
| 観光資源の保全の促進 | 地域貢献型商品の開発支援や自然・文化等の景観保全活動への協力促進を通じて、来訪者意識の醸成を図り持続可能な観光資源の保全を促進します。 | | | 新規・強化 【新規】自然保全寄附金の土産、着地型ツアー、宿泊商品等の開発支援 【新規】自然・文化等の景観保全活動への寄附金、ふるさと納税による保全協力の促進 | 観光課 | 環境課、文化課、 建築住宅課 | 具体的内容の例 ○地域貢献型商品の開発支援 ○自然保全寄附金の土産、着地型ツアー、宿泊商品等の開発支援 ○自然・文化等の景観保全活動への協力促進 ○寄附金、ふるさと納税による保全協力の促進 | |
| 持続可能な開発目標(SDGs)への貢献支援 | 温室効果ガスの抑制や再生可能エネルギーの活用に取り組む先駆的観光関連事業者を支援することで取組の拡充・展開を図り、持続可能な開発目標(SDGs)の地域内・企業貢献を促進します。 | | | 新規・強化 【新規】温室効果ガス抑制に向けた取り組みの普及・啓発、勉強会の実施 | 観光課 | 商工会 商工労働課 環境課 | 具体的内容の例 ○観光関連事業者の温室効果ガス抑制 ○取り組みの普及・啓発、勉強会の実施 ○再生可能エネルギーの活用支援 ○EV車充電スタンドの利用促進と拡充(空状況見える化・設置にともなう補助制度の確立) | |
| 災害時の事業継続の体制構築 | 観光地BCP(事業継続計画)の策定により、災害時の事業継続体制の構築を目指します。 | | | 新規・強化 【新規】危機管理マニュアルの作成、関係者間での共有 【新規】観光関連事業者や地域と連携した危機管理体制の強化 | 観光課 | 観光協会、 商工会 | 具体的内容の例 ○観光地BCP(事業継続計画)の策定 ○観光関連事業者や地域と連携した危機管理体制の強化 ○危機管理マニュアルの作成、関係者間での共有 ○予防・訓練体制の整備、実践 | |
| 観光地継続マネジメント(DCM)の構築 | 自然災害の発生や感染症の拡大などをあらかじめ想定して対策を講じ、観光客の落ち込みを最小限にし、早期に元の状態に戻す取組を進め、観光地継続マネジメント(DCM)の構築と普及を目指します。 | | | 新規・強化 【強化】多様なリスクに応じた効果的な情報発信の強化 【強化】観光事業者へのコロナ支援 【強化】観光事業者へのコロナ支援 | 観光課 観光協会 | 商工会 | 具体的内容の例 ・多様なリスクに応じた効果的な情報発信の強化 ・観光事業者へのコロナ支援 ・安曇野あんしん旅の磨き上げ、情報発信の強化 ・感染症対策の徹底 | |

| 施策の柱 | 基本戦略 | 施策 | 事業・説明 | 新規・強化する取り組み | 実施主体 | 連携 | 具体的内容の例 |
|----------------------------|------------------------|------------------------------------|---|--|--|---|--|
| 地域独自の観光資源の活用 (内向き) | 観光人材の育成と活用 (アウト) | 〈3-1-1〉観光プロフェッショナルの登用・活用 | 観光コーディネーターの活用 観光に特化したコーディネーターを登用・育成することにより、質の高い観光地の構築を目指します。 | 新規・強化 【新規】観光コーディネーターの登用・育成 【新規】新規観光事業者のフォロー | 観光課 観光協会 | 長野県 | 具体的内容の例 ・観光コーディネーター(誘客営業マン)の育成 ・新規観光事業者(宿泊、体験、他)へのアドバイス、受入のフォロー |
| | | 〈3-1-2〉観光の担い手確保・活用 | 観光人材雇用促進・交流促進 観光事業者と就労希望者のマッチングにより観光人材の雇用と交流を促進します。 | 新規・強化 【新規】観光事業者と就労希望者のマッチングの場の提供 | 観光協会 観光課 | 商工労働課 | 具体的内容の例 ・観光事業者と就労希望者のマッチングの場の提供 ・市・観光協会職員等の教育派遣 |
| | | 〈3-1-3〉各種ニーズに応じた観光ガイドの育成・活用 | 観光関連外国人就労者の活用 観光関連外国人就労者の活用した観光の担い手確保と活用を推進します。 | 新規・強化 【新規】観光関連外国人就労者(アウトドアインストラクター・通訳・ホテルマン等)を活用した情報発信 | 観光協会 観光課 | 商工労働課 | 具体的内容の例 ・観光関連外国人就労者のVFR(Visiting friends and relatives※友人や親族の訪問を目的とした旅行)の受入検討 |
| | | 〈3-1-4〉来てみてよかった安曇野づくり | 観光教育やおもてなしの向上 市内小学生を対象とした観光学習等を促進することで、観光客の満足度を向上し、再来訪者の増加を目指します。 | 新規・強化 【強化】市内小学生を対象とした観光学習の促進 【強化】信州大学・松本大学・地元高校等との学生による意見交換の実施 | 観光協会 観光課 | 教育委員会 農工課 | 具体的内容の例 ・カテゴリ別の分科会設立(勉強会の開催、情報の共有、先進地視察) ・市内小学生を対象とした観光学習の促進 ・アイデアソン、体験モニターなどの実施(具体的手段であるため、不要では) ・信州大学・松本大学・地元高校等との学生による意見交換―観光学習の一環に含めてはどうか ・観光客と市民とのコミュニケーション・交流・関係づくりに向けた機会の創出 |
| | 魅力的な滞在環境づくり (モノ) | 〈3-2-1〉地域資源の活用 | 歴史・文化的資源の有効利用 | 新規・強化 【強化】歴史・文化資源を活用したトレッキング等の造成 【新規】マイカー利用客の1日の移動距離(60km)圏内市町村との協働による旅行企画商品の造成 | 観光課 | 文化課 観光協会 | 具体的内容の例 ・市民より着地型旅行企画(史跡巡り)の募集 ・歴史・文化資源を活用したトレッキング等の造成 ・マイカー利用客の1日の移動距離(60km)圏内市町村との協働による旅行企画商品の造成 ・観光客向け民話伝承の情報発信ツールの作成 |
| | | | 農の魅力向上や農産物の活用 | 新規・強化 【強化】農産物直売所・農業体験の情報発信ツールの有効活用 【新規】安曇野地域内の農業体験ガイドツアーの企画・実施検討・整理 | 観光課 観光協会 | 農政課 JA | 具体的内容の例 ・農産物直売所・農業体験の情報発信ツールの作成 ・農家民宿の活用 ・多様な農産物のオーナー制度の導入 ・安曇野地域内のガイドツアーの企画・実施 ・あつみ農業を元気にする活性化プロジェクトとの連携 ・農業体験や採れたて調理体験ツアーの企画・実施(農産物加工所の有効利用) |
| | | | 地域資源の活用支援 | 新規・強化 【強化】安曇野百選・屋敷林と歴史的まちなみ・三角島ふるさとの森プロジェクトの継続的取組の在り方検討・整理 | 観光課 (安曇野百選プロジェクト) (屋敷林と歴史的まちなみプロジェクト) (三角島ふるさとの森プロジェクト) | 具体的内容の例 ・新たな観光資源の商品化を目指す市民・事業者活動への支援 ・地域資源を活かした既存プロジェクトへの支援 ・安曇野百選プロジェクト ・屋敷林と歴史的まちなみプロジェクト ・三角島ふるさとの森プロジェクト | |
| | | 〈3-2-2〉温泉・温浴施設の魅力向上 | 温泉施設の運営及び利用促進 | 新規・強化 【強化】指定管理者制度による施設運営 | 観光課 (指定管理者) | 具体的内容の例 ・指定管理者制度による運営(ほりで一ゆ〜四季の郷、ファインビュー山室、湯多里山の神、有明荘、安曇野しゃやなげの湯、八面大王足湯、ピレージ安曇野、天平の森) ・民間活力による、さらなる活性化 | |
| | | | 温泉の活用 | 新規・強化 【新規】連携イベントの実施 【新規】年間パスポートの発行 | 観光課 (指定管理者) | 観光協会 | 具体的内容の例 ・市内温浴施設の連携強化 ・公営入浴施設連携イベントの実施(入浴手形) ・温浴施設のPRの充実 ・観光客向け入浴年間パスポートの発行 |
| | | 〈3-2-3〉食の魅力発信 | 安曇野の定番土産品開発支援・定着化推進 | 新規・強化 【新規】地域と店舗が連携した土産品の開発を支援し、定着化を目指す。 | 観光課 | 商工労働課 観光協会 | 具体的内容の例 ・地域と店舗が連携した土産品の食材をブランディング化、目玉となる土産品を開発 ・市民から地元食材活用の土産品募集・商品化・販売支援 |
| | 安曇野の食の魅力発信 | | 新規・強化 【強化】安曇野やさいスイーツの定着化推進 【強化】安曇野林檎ナポリタンの地元ソルフードとしての定着化推進 | 観光課 (安曇野やさいスイーツプロジェクト) | 商工会 観光協会 | 具体的内容の例 ・安曇野やさいスイーツプロジェクトの情報発信 ・安曇野りんごナポリタンの情報発信 ・そばの情報発信やイベントの開催 | |
| | 新しい時代の滞在型観光の振興 (ゴト) | 〈3-3-1〉アドベンチャーツーリズムの推進 | アウトドアの聖地化に向けたブランディングの推進 | 新規・強化 【強化】アウトドア関連企業や市内事業者との連携 【新規】東山ロングトレイルの開発 | 観光課 観光協会 | スポーツ推進課 | 具体的内容の例 ○アウトドア・スポーツの聖地化を目指した取り組みと連携 ・市内キャンプ施設の活用(かじかの里公園、須砂渡キャンプ場、天平の森キャンプ場) ・リバーアクティビティの活用 ・アウトドア関連企業との連携(包括連携協定の展開) ・市内事業者との連携 ○新たなアウトドアコンテンツづくりに向けた調査・企画・検討 ・市民より着地型旅行企画(アウトドアスポーツ地)の募集 ・東山ロングトレイルの商品化に向けた調査・検討、整備 ・長峰山・光城山などを活用したトレッキングツアーなど各種ツアーの造成 |
| ネイチャー・ツーリズムの推進 | | | 新規・強化 【強化】ネイチャーツアー造成 【新規】自然資源のリスト化 | 観光課 観光協会 | 国営公園 農政課 環境課 | 具体的内容の例 ○ネイチャーツーリズムのコンテンツやツアー造成・実施 ・国営アルプスあづみの公園や鳥川渓谷緑地等の活用 ・絶景ツアーなどの造成と実施 ○自然資源の再確認とリストアップ | |
| 〈3-3-2〉アート・ツーリズムの展開 | | 市内美術館等地域全体で取り組むアート・ツーリズムの展開 | 新規・強化 【強化】市内に点在する美術館の周遊の促進強化 【強化】美術館の魅力向上 | 観光課 | 安曇野アートライン文化課 | 具体的内容の例 ○市内に点在する美術館の周遊促進 ・市発行の共通入館券作成と市内観光施設利用者への配布 ・各施設を巡る芸術祭(仮称)の開催と補助 ・回遊性を高めるスタンプラリーの実施 ・安曇野アートライン(推進協議会)との連携 ○美術館の魅力向上 ・芸術・文化体験の企画と実施(補助制度確立) ・市内で活動するアーティスト・芸術作家と連携した新商品の造成 ・あつみのミュージアムカードを活用した新商品の造成 | |
| | | 〈3-3-3〉新しい滞在型ツーリズムの推進 | 多様な旅行形態に対応した滞在型ツーリズム推進 | 新規・強化 【新規】安曇野の「夜も楽しむ街」創出事業の推進 | 観光課 観光協会 | 農政課 商工会 | 具体的内容の例 ・民泊、シェアハウス、ゲストハウスなど滞在施設との連携 ・座禅など安曇野の暮らし・文化を楽しむツアー造成と実施 ・安曇野の「夜も楽しむ街」創出事業(ナイトタイムエコノミーの推進) |

計画の目標（指標）について

① 2つの指標とその役割

指標は「目指す姿」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。

図表 1 2つの指標とその役割

| | 「目指す姿」の達成状況を測る指標 | 「基本戦略」の達成状況を測る指標 |
|----|---------------------|---|
| 役割 | 施策の成果（アウトカム）を把握すること | 施策の実施状況（アウトプット）を把握すること ※基本戦略の内容を踏まえ設定予定。 次回会議にて報告します。 |

② 「目指す姿」の達成状況を測る指標

「目指す姿」の達成状況を測る指標としては以下を設定します。

図表 2 「目指す姿」の達成状況を測る指標・目標値

| | 単位 | 基準値 | 目標値 (R9) | 目標設定の考え方 |
|------------------------|----|------------|----------|---|
| 1 観光消費額 | 億円 | 72 (R3) | 120 | 令和5年以降、毎年5億円の増加を目指し、新型コロナ前 (R1) の水準 (120億円) を目指す。 |
| 2 来訪者の満足度 (大変満足・満足) | % | 82 (R3) | 85 | 令和7年 (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 | 1.27 (R3) | 1.90 | 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 (R3) | 77 | 毎年1%ずつの増加を目指す。 |
| 5 延べ宿泊客数 | 百人 | 6,288 (R3) | 11,500 | 令和5年以降、毎年2万5千人の増加を目指し、新型コロナ前 (R1) の11,974百人程度の水準を目指す。 |

③ 3つの施策の柱と「目指す姿」の達成状況を測る指標との関係

3つの施策の柱と「目指す姿」の達成状況を測る指標との関係は以下のとおりとなります。各柱の成果を主に評価する指標は「●」となっています。ただし、「○」においても各指標 (数値) を押し上げる下支えをする役割を担います。

図表 3 「目指すべき姿」に設定する目標

| | 【施策の柱1】 持続可能な 観光地の形成 | 【施策の柱2】 戦略的な観光 プロモーション | 【施策の柱3】 地域独自の 観光資源の活用 |
|--------------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 1 観光消費額 | ○ | ○ | ● |
| 2 来訪者の満足 (大変満足・満足) | ○ | ○ | ● |
| 3 平均宿泊日数 | ○ | ○ | ● |
| 4 50歳未満の再来訪率 | ○ | ● | ○ |
| 5 延べ宿泊客数 | ○ | ● | ○ |

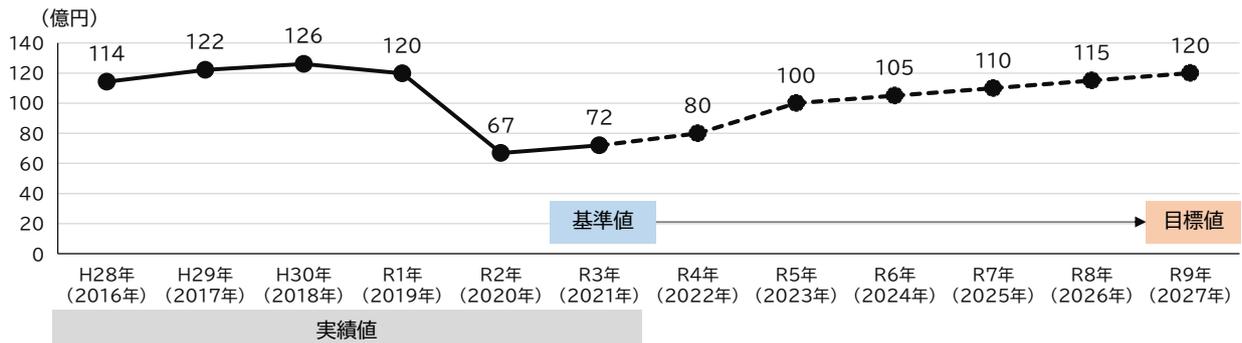
④ 「目指す姿」の達成状況を測る指標の実績・目標値

各指標の H28～R3 年の実績・基準値・目標値を示します。

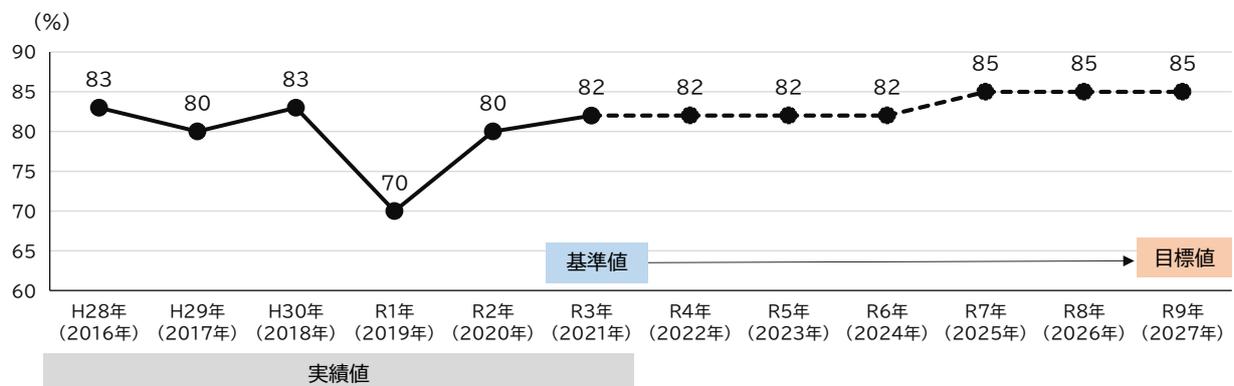
図表 4 実績値・目標値

| 指標 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | R9 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2026 |
| | 実績 | | | | | | 基準値 | | | | | |
| 観光消費額 (億円) | 114 | 122 | 126 | 120 | 67 | 72 | 80 | 100 | 105 | 110 | 115 | 120 |
| 来訪者満足度 (大変満足・満足) (%) | 83 | 80 | 83 | 70 | 80 | 82 | 82 | 82 | 82 | 85 | 85 | 85 |
| 平均宿泊日数 (泊) | — | — | 1.26 | 1.40 | 1.41 | 1.26 | 1.40 | 1.50 | 1.60 | 1.70 | 1.80 | 1.90 |
| 50歳未満の 再来訪率 (%) | 72 | 69 | 70 | 65 | 70 | 73 | 73 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 |
| 延べ宿泊者数 (百人) | 11,090 | 12,746 | 13,036 | 11,974 | 5,976 | 6,288 | 8,394 | 10,500 | 10,750 | 11,000 | 11,250 | 11,500 |

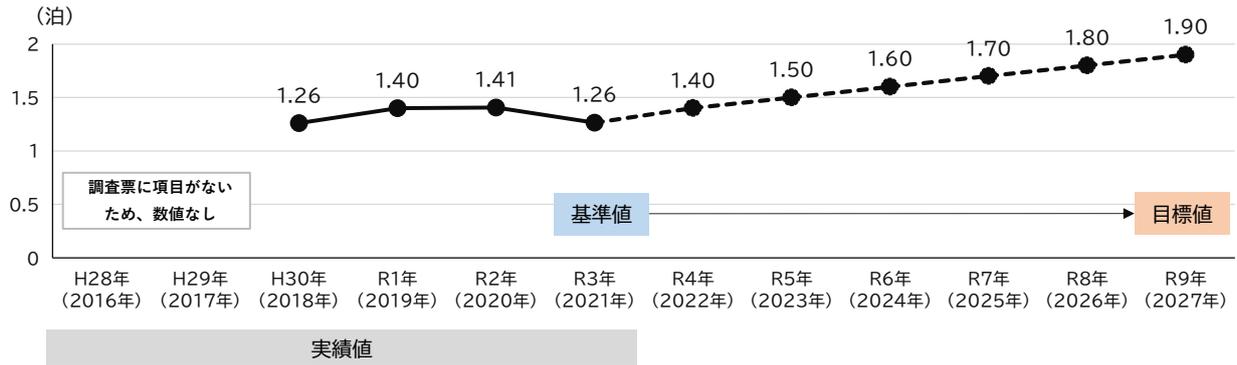
図表 5 観光消費額



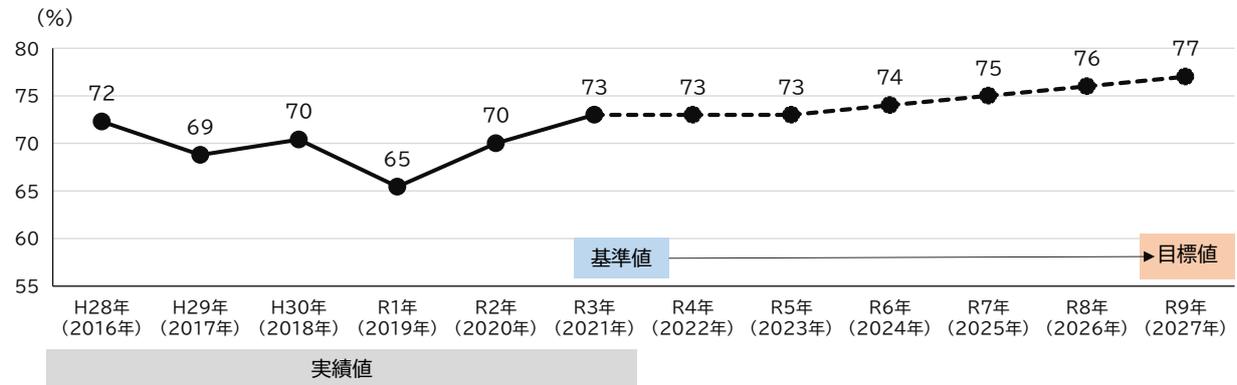
図表 6 来訪者の満足度 (大変満足・満足)



図表 7 平均宿泊日数



図表 8 50歳未満の再来訪率



図表 9 延べ宿泊客数

