

箕輪町 観光戦略プラン

令和3年度～7年度

概要版



令和3年3月
箕輪町

箕輪町は製造業を中心に地域経済を維持してきましたが、近年は事業所数・雇用者数とも減少傾向で、人口減少も続いています。暮らしやすい地域として存続するには、様々な産業によって地域経済を維持し、人口減少を抑制する取組みが求められています。

一方で町内では、地域資源を活かした情報発信やイベント開催などの取組みが進められ、もみじ湖やながた自然公園のように年間数万人の観光客が来訪する状況を生んでいます。**町・事業者・住民等が連携してこうした取組みを進めることで、観光を町の経済活性や交流人口の増加（による人口減少の抑制）につなげることが期待できます。**

そこで箕輪町では、観光振興に取り組む目的・目標・推進方法を「箕輪町観光戦略プラン」として定め、これを幅広い主体と共有し、戦略的に進めることによって、町の経済活性と人口減少の抑制につなげます。



2 箕輪町の観光の現状

●強み

- 箕輪町には高原や湖、景観、農畜産物などの自然資源、また寺院や伝統行事などの歴史・文化資源が豊富にあります。
- ホテル、旅館、ゲストハウスなどの宿泊施設が6つあり、複数のキャンプ場も運営されています。また和洋のレストラン、カフェ、パン屋、ジェラート店など数多くの飲食店があります。
- 事業者による畜産物のブランド化、自然体験・農業体験の販売といった活動も進んでいます。
- 「みのわ祭り」をはじめ、各地区や神社等のお祭り、イベント等が住民主体で開催されています。

●弱み

- 飲食店の顧客の多くは町の住民であり、宿泊施設の顧客も出張客が多く、観光客をメインの顧客とした事業者は少ないのが実情です。
- 長野県および上伊那地域の平均と比較すると、箕輪町は県外客の訪問割合が低く、宿泊割合、消費額も低水準です。県外から人を呼び込む力、地域内での宿泊や消費を促す力が弱いと言えます。

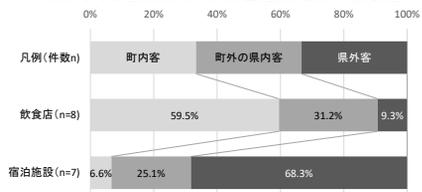


▲温泉施設で飲食も提供する「みのわ温泉ながたの湯」と、併設の宿泊施設「ながた荘」

▶「赤そばの里」で開花期に開かれる赤そばまつりには多くの観光客が来訪する（令和元年：3万7700人）

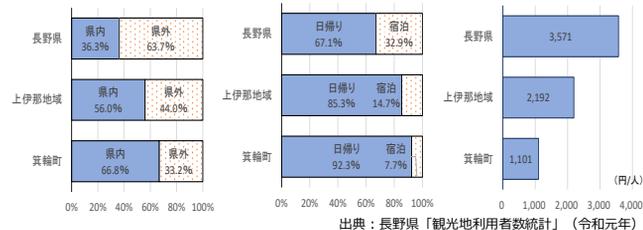


■箕輪町の飲食店および宿泊施設における顧客の居住地別割合



出典：箕輪町観光関連事業者アンケート調査（令和2年度）

■訪問客の県内・県外の割合 ■日帰り・宿泊客の割合 ■訪問客の消費額



出典：長野県「観光地利用者数統計」（令和元年）

●全国的な観光市場の傾向

体験や飲食など魅力的な「コト消費」を楽しめる地域でなければ、観光地としての競争力を保ちにくい状況にあります。さらに新型コロナウイルスの影響により、観光地には新たな観光ニーズに対応した観光商品を提供することが求められています。

箕輪町の観光の課題と展望

- ◆箕輪町には数多くの地域資源と、飲食・宿泊等の事業者が存在し、**一定の観光客を呼び込んでいるものの、そのことが地域経済に十分寄与しておらず**、観光地としては発展の途上にあります。
- ◆町が観光地として発展するためには、**地域資源を活かしながら近年の観光ニーズに応じた魅力的な「観光商品」を増やし、競争力を高める**ことが求められています。

3

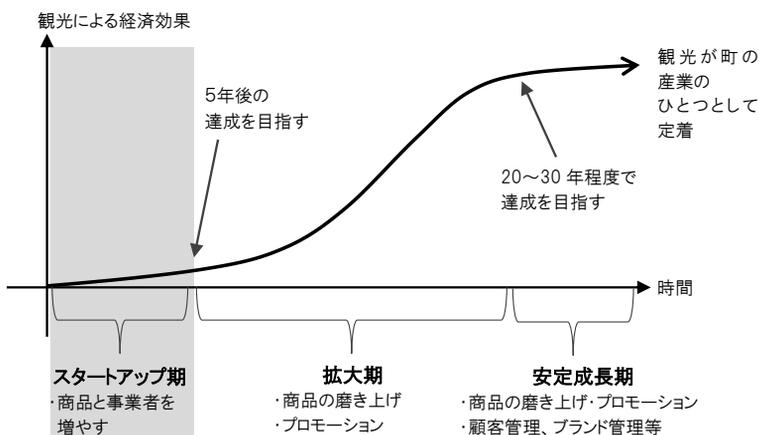
箕輪町の観光振興の考え方

箕輪町は、町を観光地として発展させるために、町内の事業者が地域資源を活かして魅力的な「観光商品」を生み出し、観光事業を創出・発展させる活動を支援していきます。

この取組みを進めるにあたり、箕輪町は右図に示す3段階の中長期プロセス（スタートアップ期、拡大期、安定成長期）を設定します。

直近の5年間は「スタートアップ期」です。ここでは町内で提供される「観光商品」の数を増やすと共に、多くの事業者が積極的に観光商品を提供できるよう支援します。

＜箕輪町の観光振興の中長期プロセス＞



4

目標と施策

本戦略プランは令和3～7年度を観光振興の「スタートアップ期」と定め、次のことに取り組みます。

本戦略プラン
が取り組む
こと

多くの事業者が新たな「観光商品」を数多く生み出すよう、**商品開発に意欲的な事業者を支援し、「観光商品」を生み出したという成功体験を積み上げる**ことで、観光事業への機運向上を図ります。

また、このことを通じて「**中核商品**」の「芽」を生み出します。

- 観光商品……非日常の楽しみを対価を得て提供する飲食、宿泊、お土産、体験、ツアーなどの商品のこと
- 中核商品……観光の目的となり、外から顧客を呼び込んでくる強い力を持った観光商品のこと

単位：件

目標指標	R3年度目標	R4年度目標	R5年度目標	R6年度目標	R7年度目標	5年間の合計
①町が支援した民間事業者の商品開発の取組み	15	20	25	30	35	125
②町の支援で新たに開発された「観光商品」の数	5	8	10	12	15	50
③今後の町として発展・拡大を図る「中核商品の芽」の数	0	0	1	2	2	5

目標の達成に向けて、本戦略プランは大きく「重点施策」と「個別施策」の2つの施策を推進します。

○重点施策では、観光商品の開発とプロモーションを軸に、自立的に顧客を獲得し事業を継続したいという意欲的な事業者を積極的にサポート（側方支援）します。

○個別施策では、観光地としての基本的な取組みを継続すると共に、こうした施策の推進を通じて「重点施策」を後押しします。

＜観光戦略プランで推進する施策＞

＜重点施策＞

観光商品の開発とプロモーション

情報発信、既存資源の活用、広域連携などを通じて、新しい観光商品の開発を後押し

＜個別施策＞

これまでの観光施策を継続（観光地としての基本的取組み）

1. 地域の情報発信・案内
2. 既存のイベントや活動の観光活用
3. 広域観光事業との連携
4. 受入環境の向上

	施策	主な実施内容
重点施策	観光商品の開発とプロモーション 1) 個々の商品開発事業の支援 2) 商品開発のための町内連携の促進 3) 商品開発に係る制度利用や許可等の取得の支援 4) 観光事業を後押しする設備・施設等への投資 5) 観光商品情報の集約とその販促のための情報発信 6) 町民への販売促進と町民による情報発信の推進	町内の観光商品や、観光事業者を増やすため、商品開発の動きを後押しします。 また生み出された商品を顧客に届けるための情報発信にも取り組み、継続的な事業へつながるよう支援します。
	個別施策	
個別施策	1. 地域の情報発信・案内 1) 地域の情報発信 2) 来訪者への情報案内	地域の観光情報を地域外に向けて発信すると共に、地域を訪れた顧客に向けた観光情報案内を行います。
	2. 既存のイベントや地域活動の観光活用 1) フェス、映画祭など観光客向けイベントの支援 2) 祭りなど町民による地域活動の観光活用	町内のイベントや地域活動など既存の取組みの観光活用を推進し、より多くの観光客の呼び込みや地域の観光機運の向上を図ります。
	3. 広域観光事業との連携 1) 長野伊那谷観光局と連携したマーケティング 2) 周辺の自治体・観光組織等と連携した情報発信 3) 自転車ルート等の広域観光コンテンツの開発	周辺の自治体・観光組織等と連携し、効率的なマーケティングや情報発信に取り組みます。また広域観光コンテンツの開発を通じ、近隣の顧客を町内に呼び込みます。
	4. 受入環境の向上 1) 来訪満足度向上のための環境整備 2) 老朽化した施設・設備の活用	町内を来訪した観光客の満足度が向上するような環境整備を行います。

方針1

重点支援テーマに沿った開発支援

以下のテーマに沿った観光商品開発の取組みを重点的に支援します。

- ① 高原、山林、溪流等を活かしたライトな自然体験を提供するもの
- ② 地元の農畜産物等を活かした特別な料理を提供するもの
- ③ 地元の農畜産業の体験コンテンツの拡充や魅力向上を図るもの
- ④ アルプスの麓の“田舎暮らし” “ローカルライフ”を価値として提供するもの
- ⑤ 町の風景・景観や地理的特性を活かした、町内の移動そのものを楽しむもの

方針2

近隣ターゲットを重視した販売促進

現在のサービス事業者の顧客の多くは「町および近隣の住民」とみられるため、まずそこを主要ターゲットと定め、その販売促進に注力します。またこのことで“ウィズコロナ時代”の「マイクロツーリズム（近隣への観光）」に沿った顧客獲得も見込みます。

なお販売促進にあたっては、地域のイベント開催、景観整備、SNSの発信など、観光に関わる活動を行う住民とも連携し、その力を借りて観光の盛り上げを図ります。

方針3

数多くの観光商品の市場投入

数多くの観光商品の市場投入によって、そこから自立的事業を生み出します。

重点施策は、右の方針に基づいて実施します。