
観光振興ビジョン

雄大な自然と豊かな里山を背景とした「癒しと学びと体験」が、
多くの国内外の人々を魅きつけ、新たな交流を生み出すまち
～ 茅野市観光ブランドの開発と発信・活用 ～

1 茅野市観光の現状と課題

1 茅野市観光の現状

観光振興ビジョン（以下「観光ビジョン」という。）の策定にあたり、策定の際の参考資料とするために、「長野県観光地利用者統計調査」などの調査結果に基づき、茅野市の「観光」がおかれている現状や特徴、課題を明らかにします。

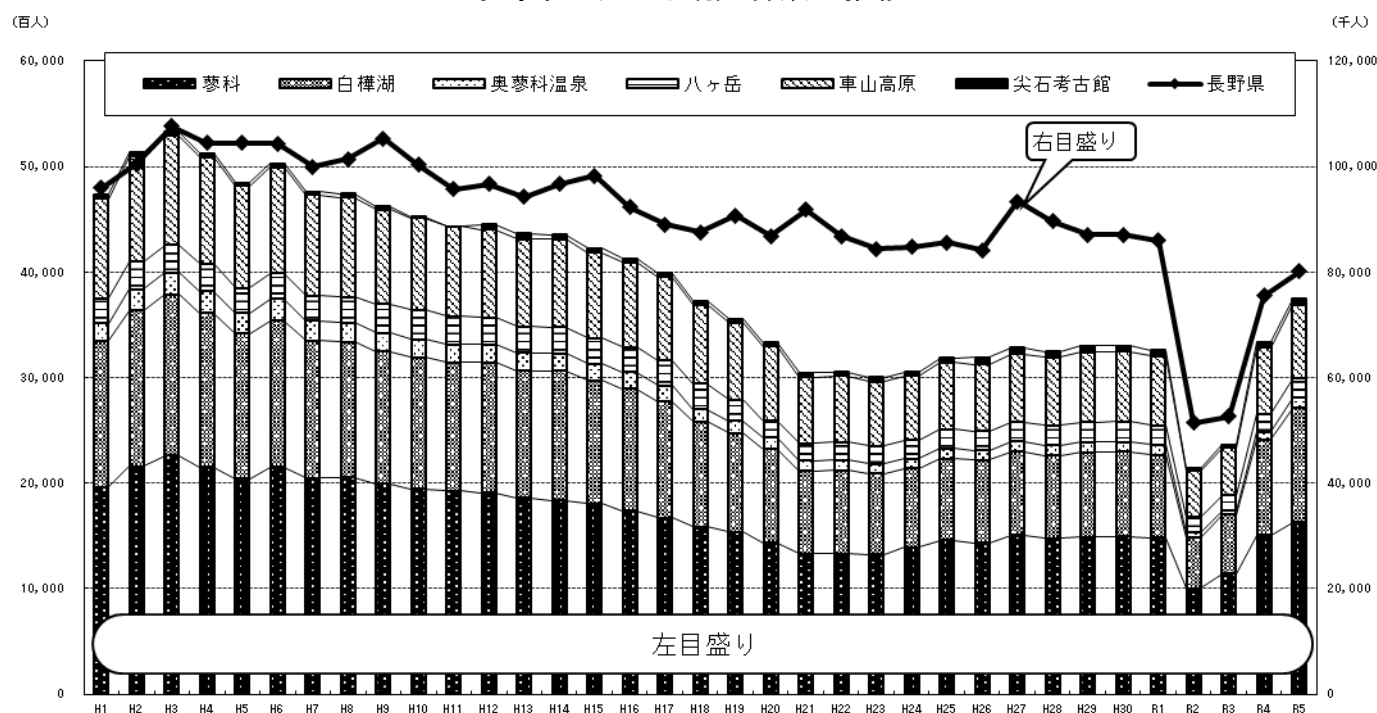
なお、端数調整の関係で、構成比等の合計が 100%にならない箇所があります。

（１）観光統計にみる茅野市観光の現状

① コロナ収束後の回復傾向を持続できるかが復活へのカギ

茅野市への観光客数は、平成 3 年（1991 年）（532.6 万人）をピークに減少傾向が続いていましたが、平成 21 年以降はやや回復し 300 万人台を維持していました。その後、コロナ禍の令和 2 年には 214 万人と大きく減少したものの、コロナ禍の密を避ける傾向からアウトドアブームとなり、令和 5 年（2023 年）の観光客は 374.2 万人まで回復し、コロナ禍前の令和元年（325.9 万人）を 14.8%上回っています。ピーク時の平成 3 年に比べると未だ 3 割近く減少していますが、今後は、コロナ収束後の、この回復傾向を持続的な回復につなげてゆくことができるかが茅野市観光復活のカギになると考えられます。観光地別に見ると、特に「白樺湖」、次いで「蓼科」「車山高原」の回復が顕著となっています。

茅野市における観光客数の推移

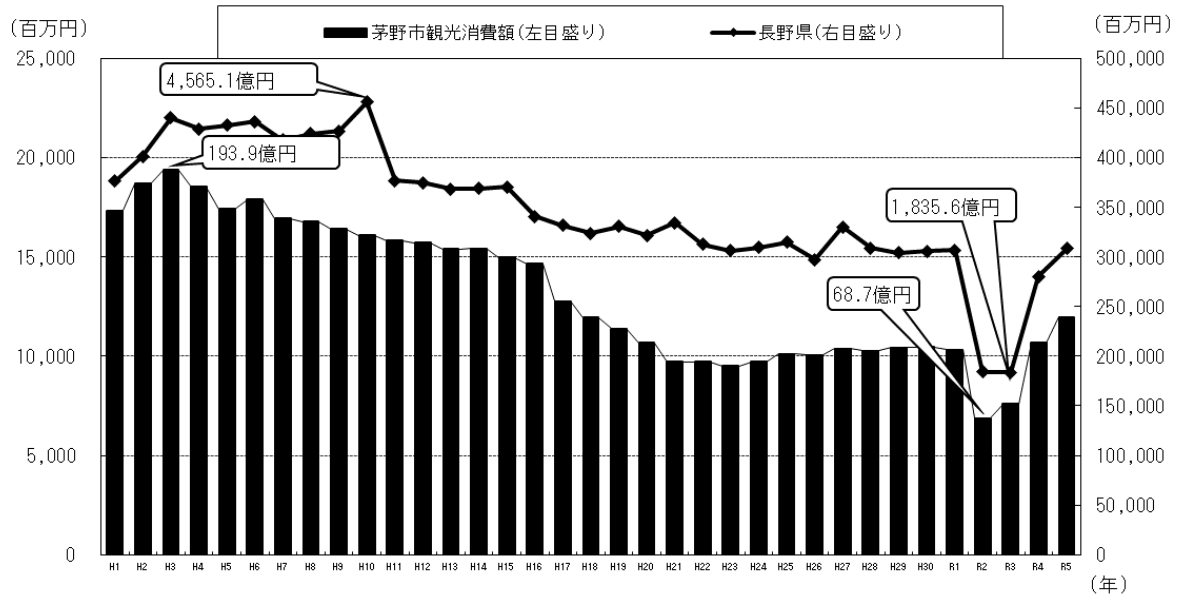


資料：長野県「観光地利用者統計調査結果」

② 観光消費額にも回復の兆し

観光消費額も平成21年以降横ばいで推移していますが、コロナ禍の反動から、令和5年（2023年）の実績は119億円と、コロナ禍前の令和元年（103億円）を15.5%上回ることとなりました。平成3年（1991年）（観光消費額193億円）のピークからみると約4割減少し、観光客数の減少率（約3割）よりも大きな減少となっていますが、この回復の傾向を持続的なものにできるかがポイントと考えられます。

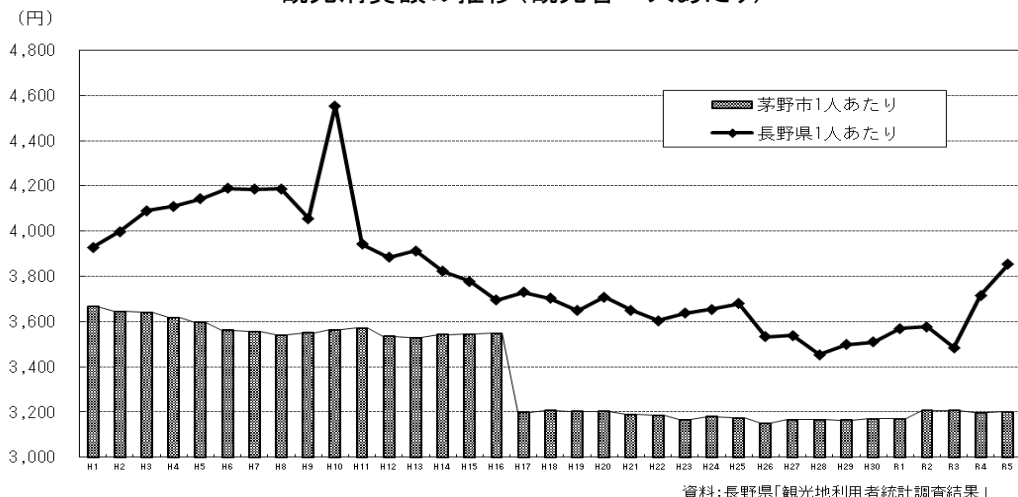
茅野市における観光消費額の推移



③ 一人あたりの観光消費額は3,200円前後、滞在の付加価値が上げられていない

一人あたりの観光消費額は、平成17年（2005年）以降3,200円前後で推移しており、令和5年（2023年）では3,199円となりました。長野県全体の一人あたり観光消費額（3,852円）と比べても600円以上低い金額となっています。これは、国内の観光の形態が団体旅行から個人旅行へ変容したことに加え、ビナスラインの全線無料開放が、通過型の観光に拍車をかけたこと、宿泊施設の老朽化によるサービス力の低下などの構造的な要因も考えられ、茅野市観光の大きな課題と言えます。

観光消費額の推移（観光客一人あたり）

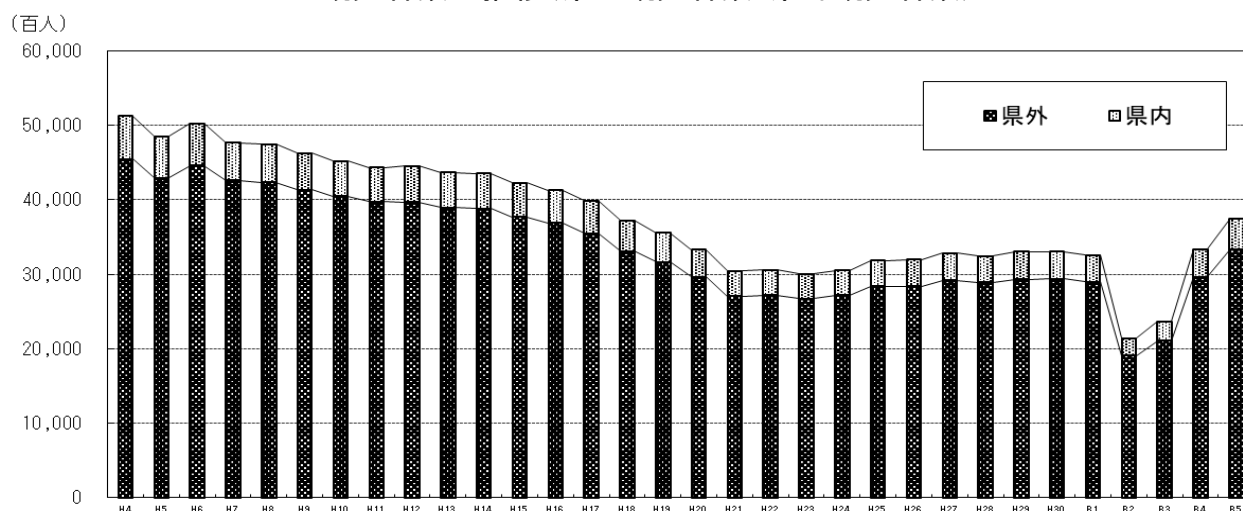


資料：長野県「観光地利用者統計調査結果」

④ 県外観光客は全体の約 9 割で推移

茅野市への観光客を県内・県外別にみると、県外からの観光客数は、令和 5 年（2023 年）は 332.7 万人と全体の約 9 割を占めており、コロナ禍以降回復の傾向を見せています。

観光客数の推移（県内観光客数・県外観光客数）

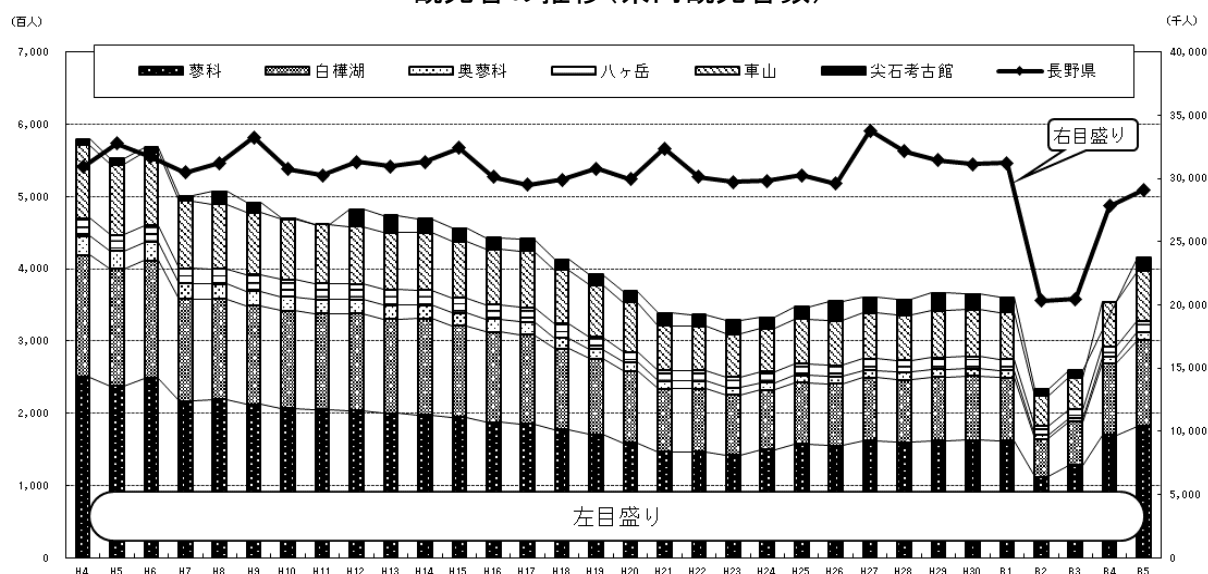


資料：長野県「観光地利用者統計調査結果」

⑤ 県内観光客数も減少が続いたものの、近年は回復傾向にある

県内からの観光客数の推移をみると、長野県全体が横ばいで推移する中、平成 4 年（1992 年）以降減少を続け、平成 19 年（2007 年）からは 30 万人台に落ち込んでいます。これは、個人旅行中心（団体旅行の減少）への旅行形態の変容、通過型観光の増加の影響に加え、観光地としての魅力の低下などの要因が考えられます。コロナ収束後の令和 5 年には、「蓼科」「白樺湖」での回復が続き全体で 40 万人を超え、今後の持続的な回復が期待されます。

観光客の推移（県内観光客数）

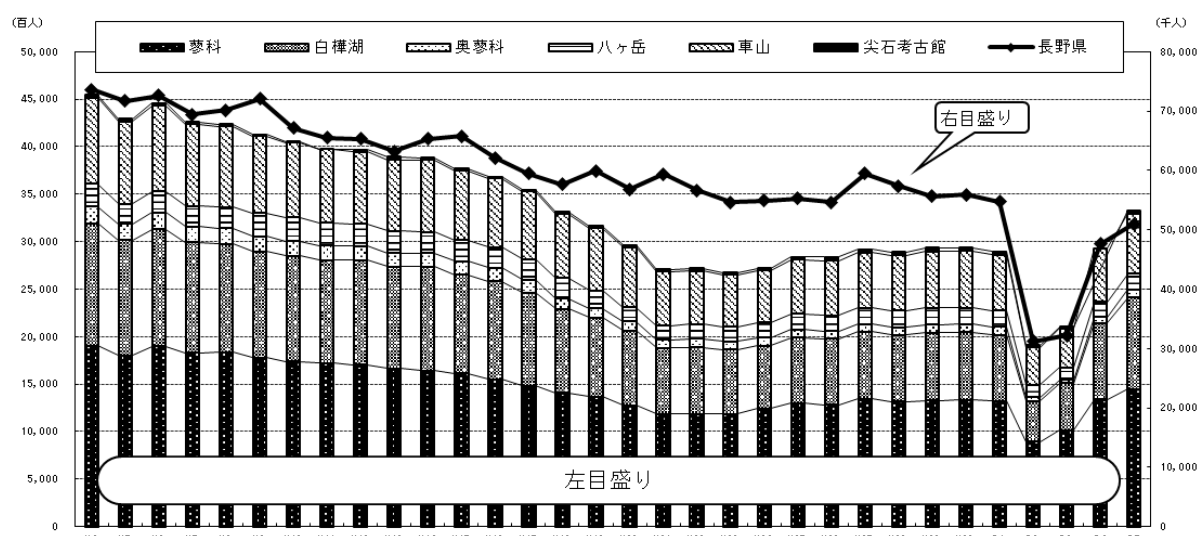


資料：長野県「観光地利用者統計調査結果」

⑥ 県外観光客数も近年は回復傾向にある

県外観光客数もコロナ禍後、「蓼科」「白樺湖」を中心に回復をみせており、令和5年（2023年）には332.7万人と、平成4年（1992年）に比べて約3割減少していますが、コロナ禍前の水準を上回って推移をしており、今後の持続的な回復が期待されます。

観光客の推移（県外観光客数）

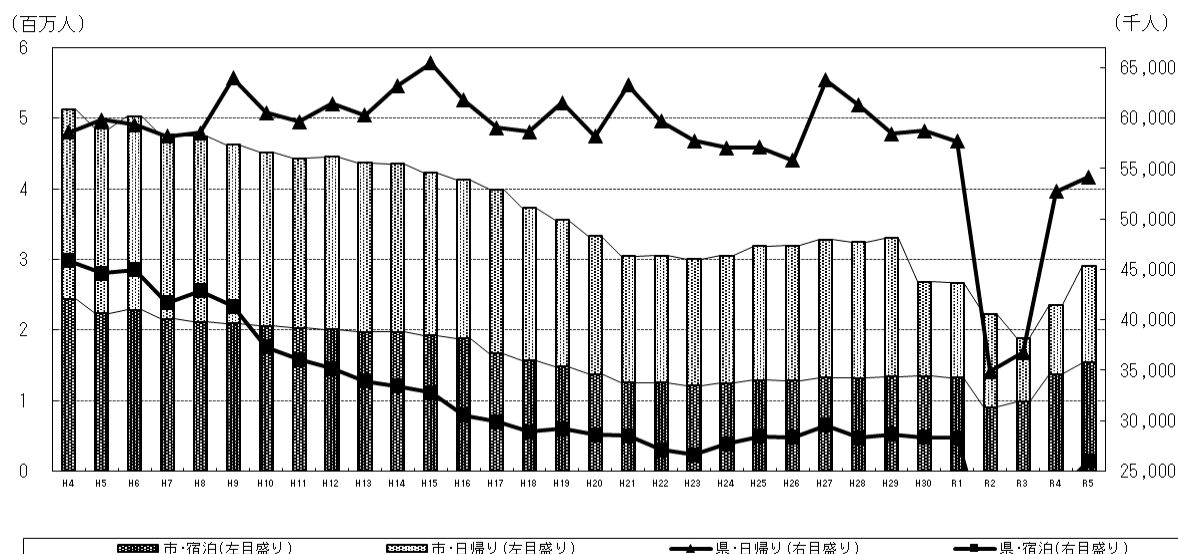


資料：長野県「観光地利用者統計調査結果」

⑦ 宿泊客は長期の低迷が続くものの、コロナ禍後に回復の兆し

観光客の推移を日程別（日帰り・宿泊）にみると、ピーク時には宿泊が全体の約半分を占めていたものが、長期的に4割台へと低下してきています。しかしながら、コロナ禍後半から宿泊を中心に回復の傾向にあり、これは「ちの割」などのコロナ禍における旅行支援の成果が表れたものと考えられます。一方で、日帰り客は、コロナ禍前の平成30年から減少傾向が見られ、観光地としての魅力の低下などが懸念されるところです。

観光客の推移（日帰り・宿泊別）

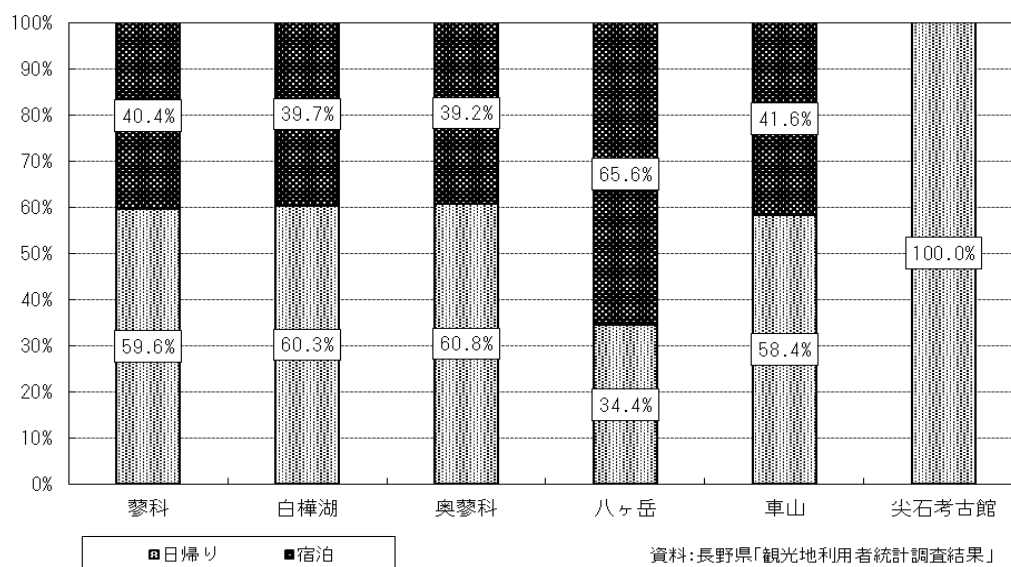


資料：長野県「観光地利用者統計調査結果」

⑧ 観光地別では、八ヶ岳を除きいずれも日帰り客が全体の6割を占める

観光地別に、宿泊客・日帰り客の比率をみると、蓼科・白樺湖・奥蓼科・車山では、約6割が日帰り客となっています。一方、登山客が中心の「八ヶ岳」では65.6%が宿泊客で構成されており、宿泊客の比率が高くなっています。

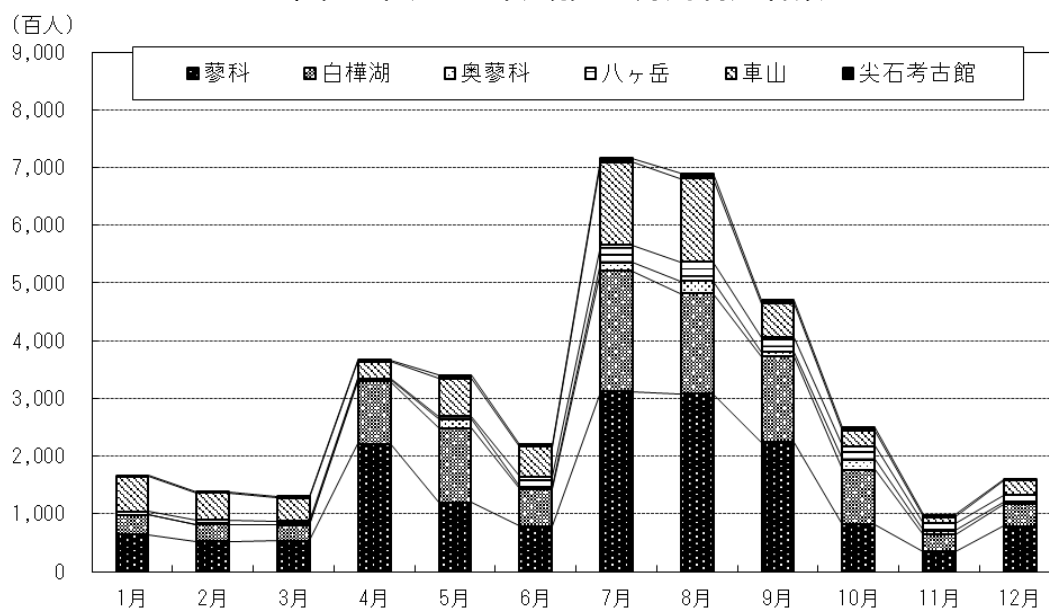
令和5年(2023年)観光地別、日帰り・宿泊別構成比



⑨ 夏場の観光客が突出して多く、冬場は著しく少ない

直近（令和5年）の月別利用者数をみると、7月～9月の利用者数が突出して多く、夏場に茅野市を訪れる観光客が多いことが見てとれます。一方、冬場（11月～4月）の観光客数はスキー客の減少を背景に大幅に低い水準となっており、ウィンターアクティビティなどの観光コンテンツの開発・PR、温泉の活用、インバウンドなどの新たなターゲットの開発などの対応が求められています。

令和5年(2023年)観光地月別利用者数

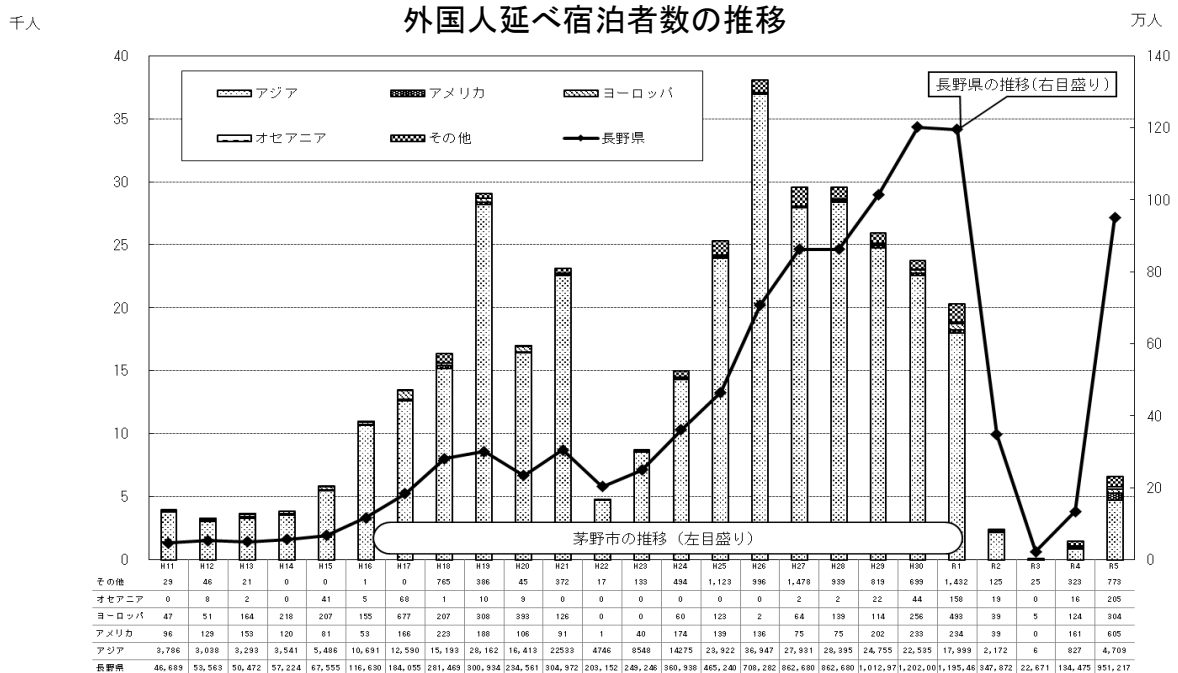


(2) 外国人観光客の来訪状況

① 茅野市を訪れる外国人観光客は減少傾向にある

茅野市での外国人延べ宿泊者数は、令和5年(2023年)に6,596人となり、コロナ禍からの回復が見られるものの、県全体や全国の動向と比べると足取りは鈍い。また、ピークの平成26年(2014年)38,081人と比べてもその水準は著しく小さく、外国人観光客の個人旅行への変容や地方への関心の高まりといった態容の変化に十分に対応できていません。

長野県全体の傾向をみると、リーマンショック(平成21年(2008年))、東日本大震災・原発事故(平成23年(2011年))の影響から低迷した後、着実に増加し、コロナ禍(令和2年(2020年))により令和3年(2021年)は大きく減少しましたが、それ以降は急激な回復を示しています。

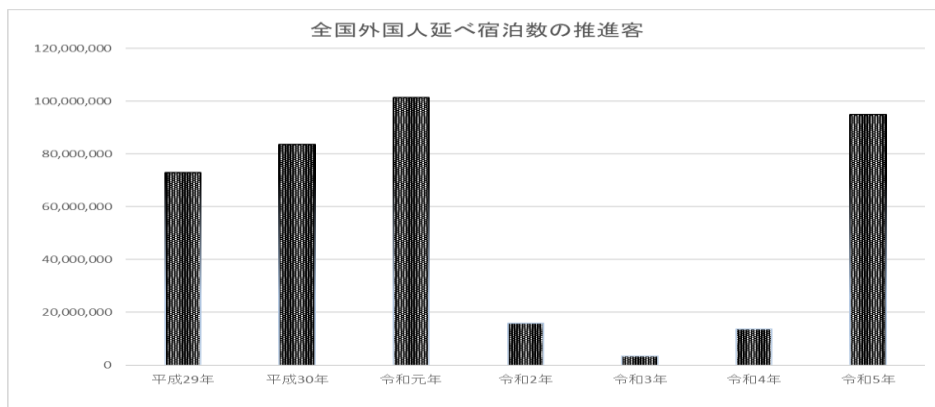


資料：長野県「外国人宿泊者数調査結果」

② 全国を訪れた外国人観光客の状況

全国を訪れた訪日外国人の延べ宿泊者数は、コロナ禍の令和2年(2020年)から令和3年(2021年)にかけて大きく減少しましたが、それ以降は再び増加傾向にあります。

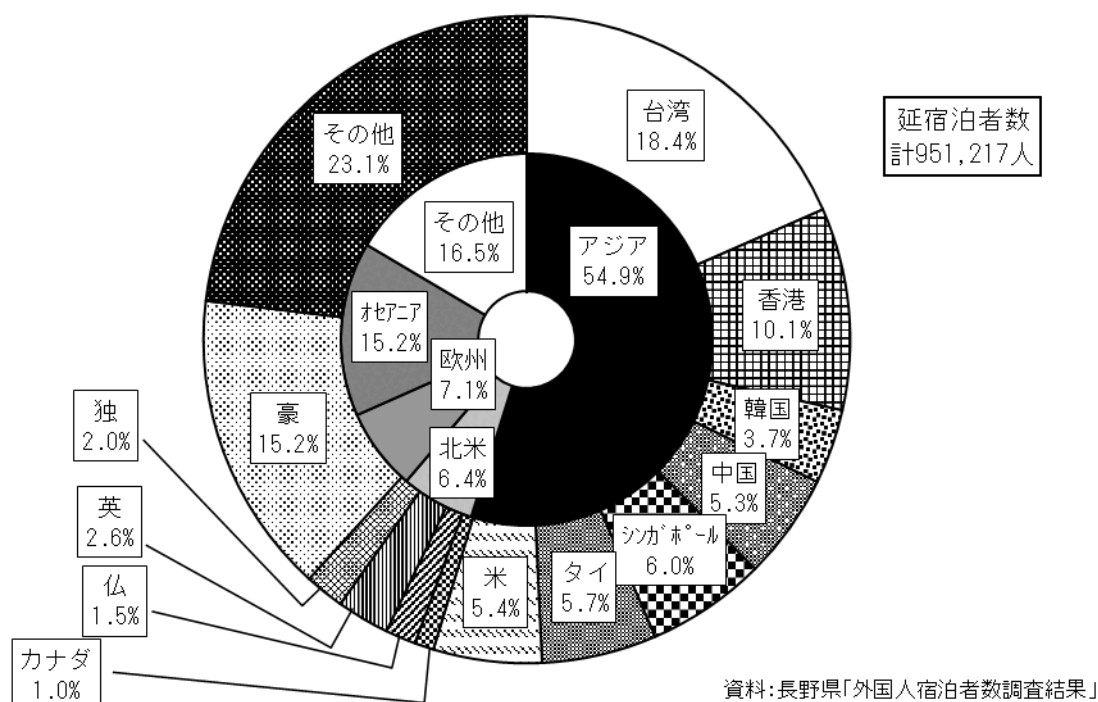
令和5年(2023年)には、約9,500万人となり、それまでの過去最高であった令和元年(2019年)の約1億人に迫る急激な回復がみられます。



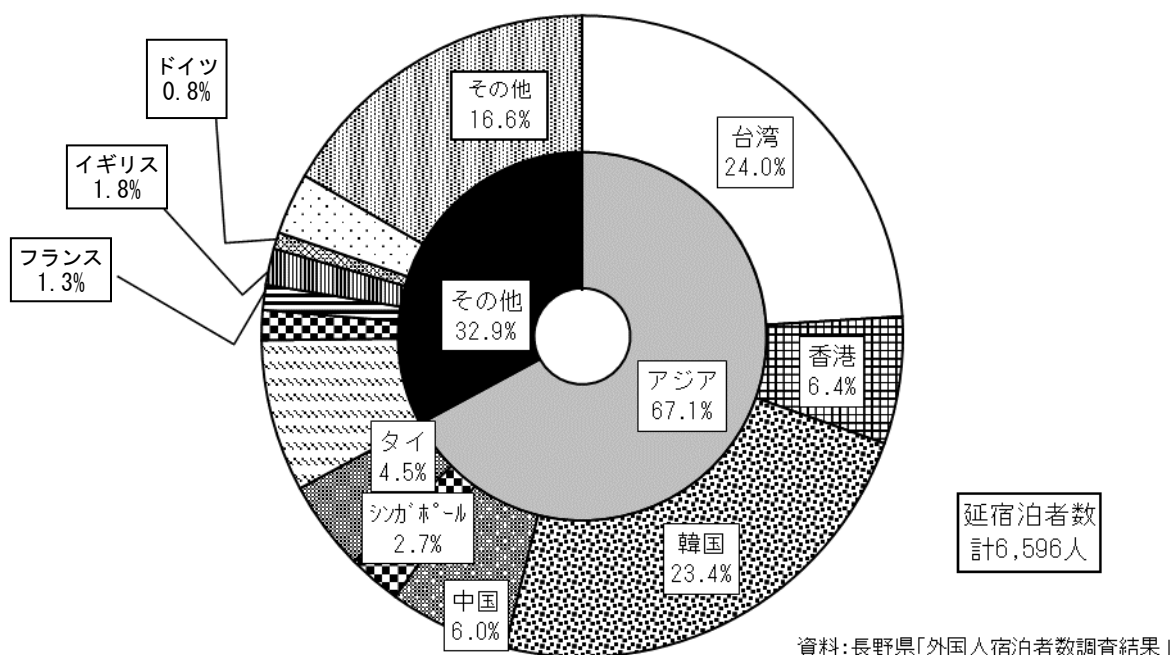
③ アジア（台湾・韓国）の割合が高い中、欧米からの来訪が増加の兆し

茅野市を訪れる外国人観光客の地域・国別構成をみると、アジア地域が 67.1%（長野県 54.9%）を占め、アジアからの来訪者が高い割合を示しています。国別では台湾が 24.0%（同 18.4%）、韓国が 23.4%（同 3.7%）となり、中国は 6.0%と大きく減少しました。また、徐々にではありますが、欧米からの来訪者が増加しています。

令和5年(2023年)長野県内の地域・国別延べ宿泊者数構成比



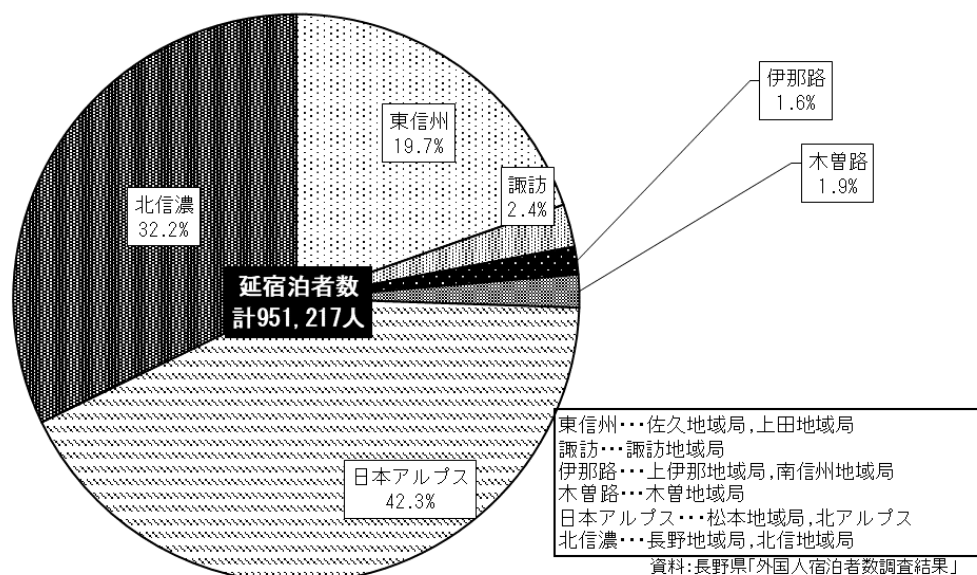
令和5年(2023年)茅野市の地域・国別延べ宿泊者数構成比



④ 諏訪地域を訪れる外国人観光客は県全体の2.4%

長野県を訪れる外国人観光客の宿泊地域を広域別にみると、日本アルプス 42.3%、北信濃 32.2%の2地域で全体の約4分の3を占めている一方で、諏訪地域は 2.4%と著しく小さな割合となっています。

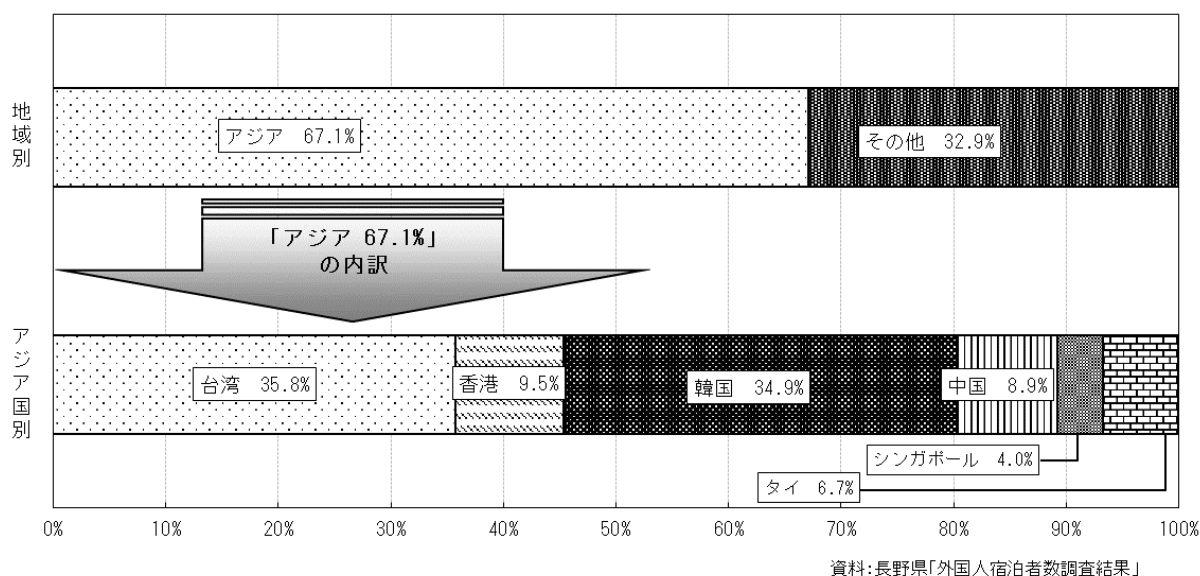
令和5年(2023年)長野県の広域別外国人延べ宿泊者数構成



⑤ アジア地域からの来訪が多くを占める

茅野市を訪れる外国人観光客の地域・国別構成をみると、アジア地域が 67.1%と高い割合を占めています。このうちアジア地域の内訳をみると、台湾が 35.8%、韓国が 34.9%と高い割合を示していますが、中国からの来訪者は 8.9%と大きく減少しました。

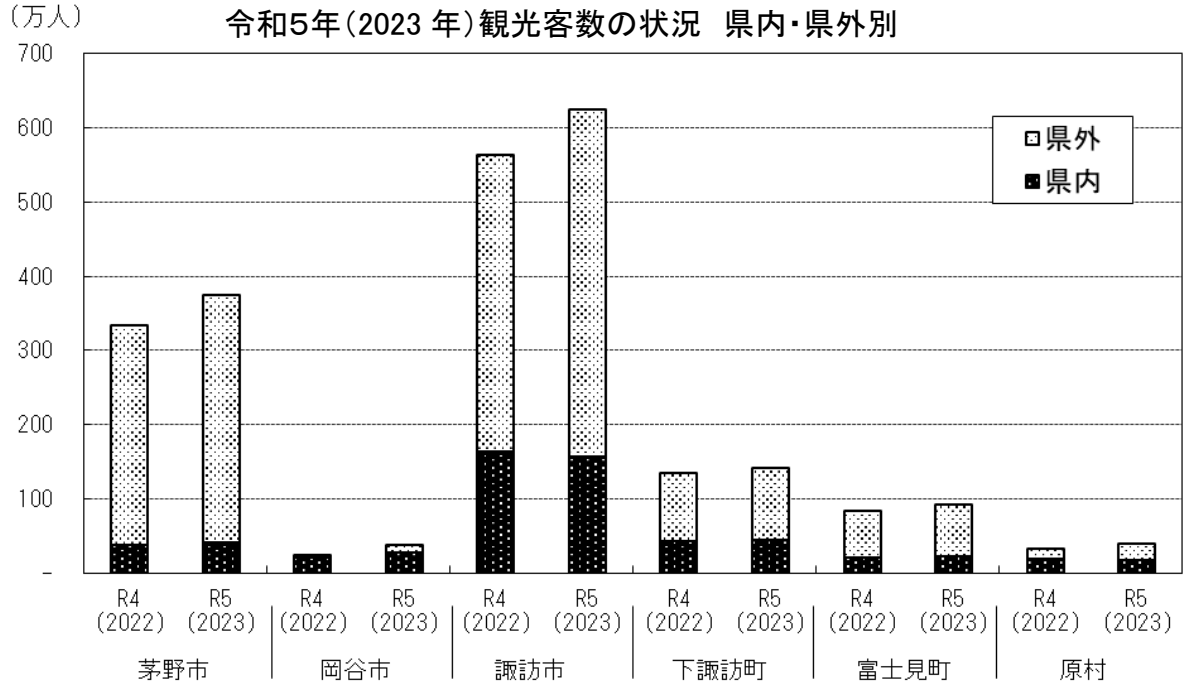
令和5年(2023年)地域別外国人宿泊者数構成比(茅野市)



(3) 諏訪広域6市町村との比較

① 諏訪市に次ぎ観光客数が多い

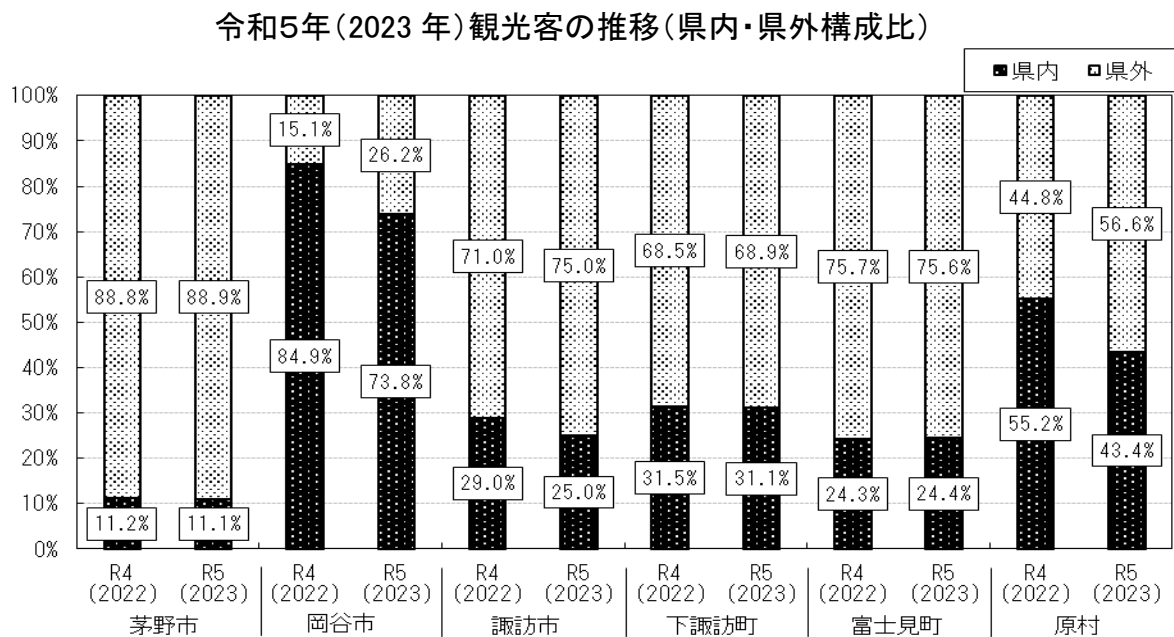
茅野市への観光客は 374.2 万人となっており、諏訪市に次ぎ観光客数が多くなっています。なお、諏訪広域は6市町村とも前年よりも増加しています。



資料:長野県「観光地利用者統計調査結果」

② 諏訪広域6市町村の中で、県外客数の割合が最も多い

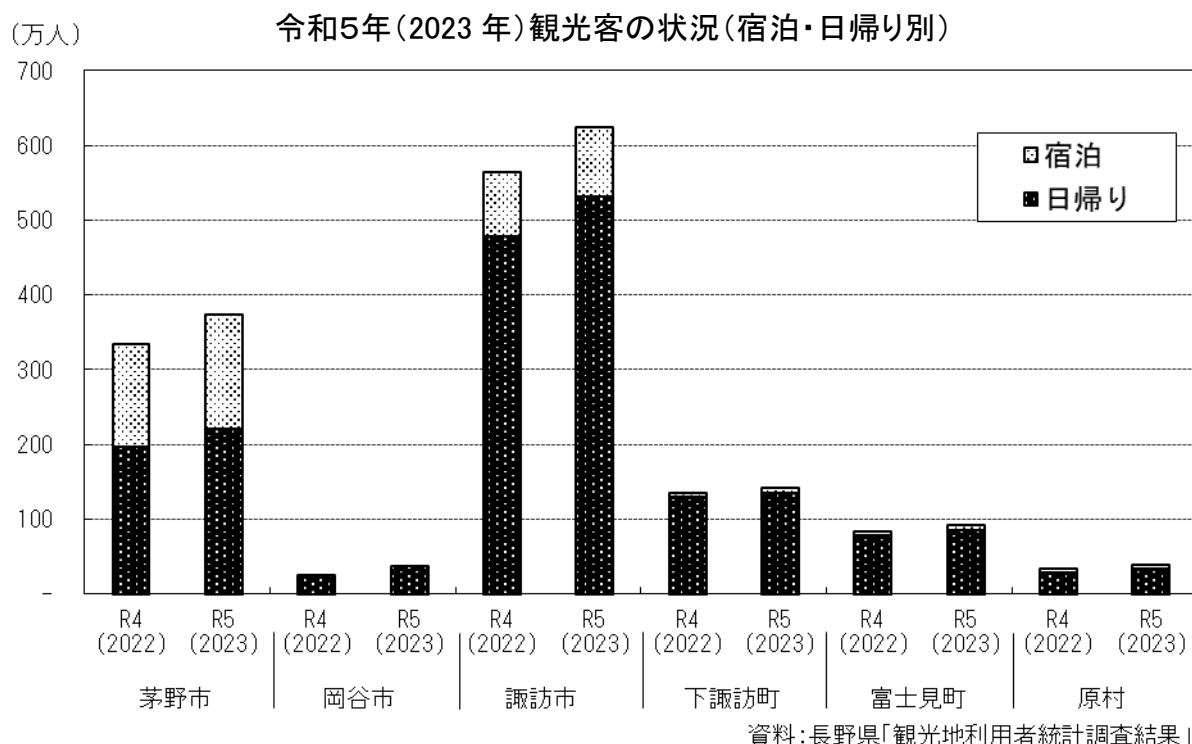
県内・県外の観光客数の割合をみると、茅野市を訪れる県外客の割合は 88.9%と他市町村と比べて高い水準にあります。また、諏訪市および富士見町では約4分の1を県内客が占めている一方、岡谷市では県内客の割合が7割以上となっています。



資料:長野県「観光地利用者統計調査結果」

③ 諏訪広域6市町村の中では、宿泊客数が最も多い

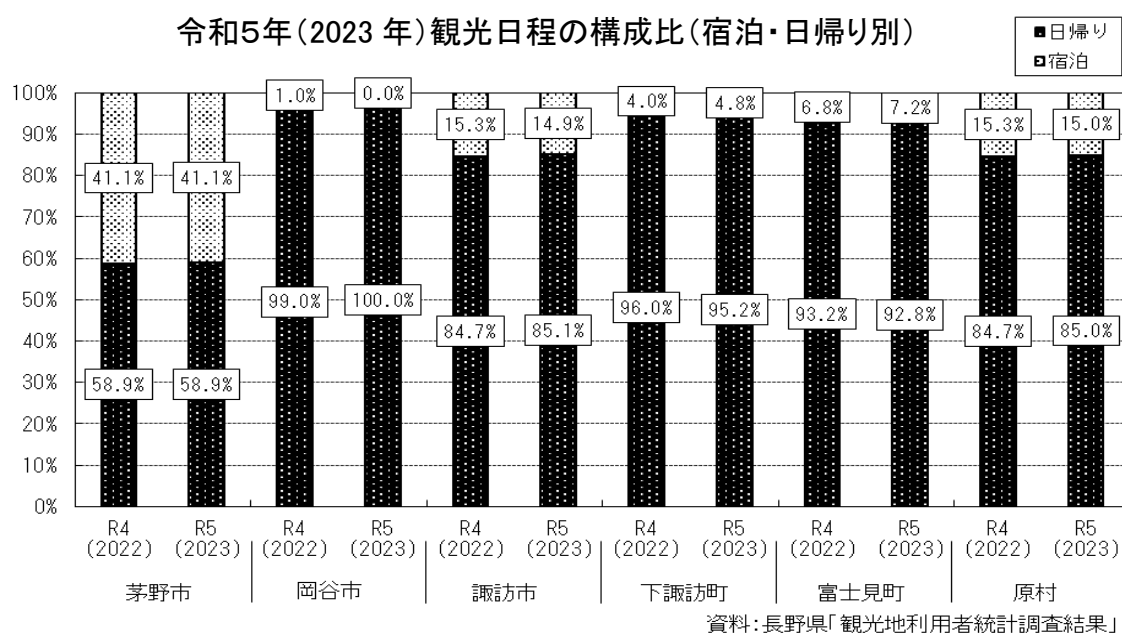
観光客数を宿泊・日帰りに分けてみると、茅野市における令和5年（2023年）の日帰り客は220.5万人、宿泊客は153.7万人となっています。諏訪広域6市町村の中では、宿泊者数が最も多くなっています。



④ 諏訪広域6市町村の中では、最も宿泊の割合が高い

観光客数を宿泊・日帰りの比率でみると、令和5年（2023年）は、茅野市を訪れる方のうち日帰りが58.9%、宿泊が41.1%となっています。

諏訪広域6市町村の中では、宿泊者の割合が最も高くなっています。

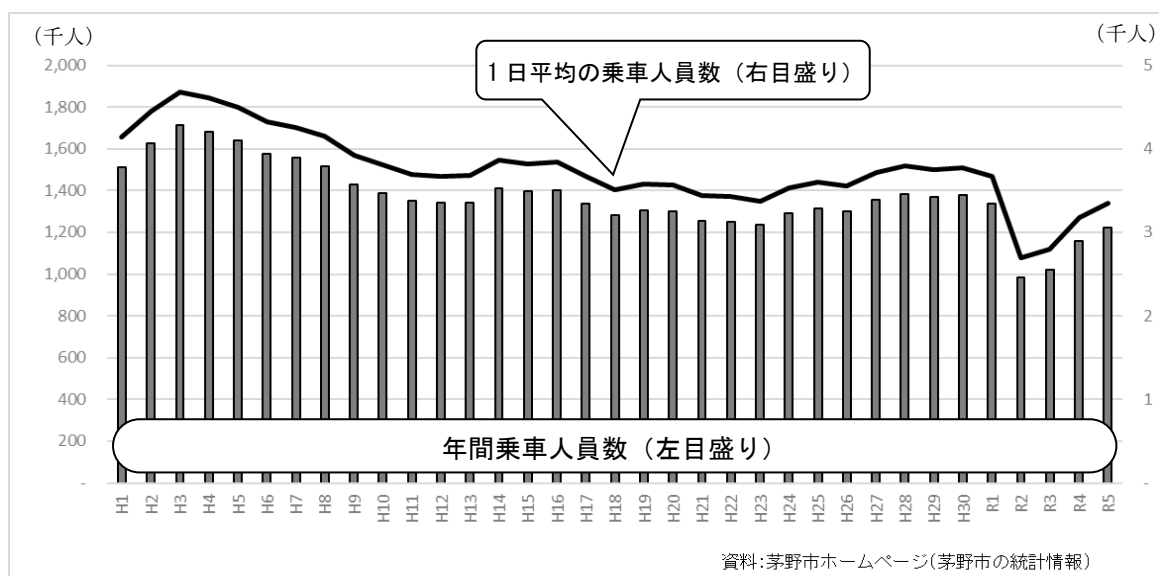


(4) 交通状況

① JR 茅野駅の乗車人員は横ばい傾向で推移している

J R 茅野駅の乗車人員推移をみると、平成 3 年（1991 年）の 171.4 万人をピークに減少傾向で推移した後、平成 24 年以降回復傾向を示したものの、コロナ禍を契機に減少しました。その後、再び回復の足取りをみせ、令和 5 年（2023 年）の乗車人員は 122.3 万人となりましたが、未だコロナ禍前の水準には戻っておらず、ピーク時（平成 3 年）に比べ約 29% 減少しています。

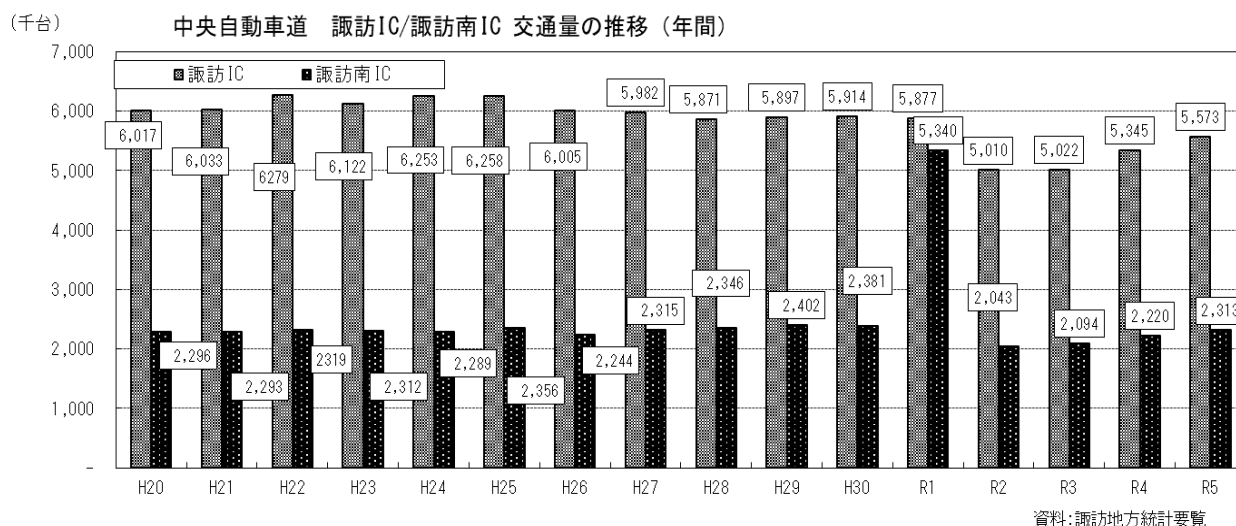
JR 茅野駅乗降客数の推移



② 高速道路 I Cの交通量は横ばいで推移している

茅野市観光の玄関口となる、中央自動車道諏訪 I Cおよび諏訪南 I Cの交通量をみると、令和 5 年（2023 年）の交通量は諏訪 I Cで 557.3 万台、諏訪南 I Cで 231.3 万台となっており、諏訪 I Cでは概ね 600 万台前後、諏訪南 I Cでは 230 万台前後で推移しています。

中央自動車道 諏訪 IC/諏訪南 IC 出入り交通量の推移(年間)



（５）統計結果からみえる茅野市観光の実情

上記（１）～（４）の統計結果より、茅野市観光を取り巻く実情について、以下の点が挙げられます。

① コロナ禍後の観光客数の回復が持続できるかが復活のカギ

茅野市を訪れる観光客数は、平成３年（１９９１年）の５３２．６万人をピークに長期的な減少傾向が続いており、令和元年（２０１９年）にはピーク時の７割の水準となり、コロナ禍において更に大きな落ち込みとなりましたが、コロナの収束とともにコロナ禍前を上回る急激な回復をみせています。観光地別に見ると、特に観光客数の多い蓼科や白樺湖において宿泊者数の回復が大きくなっていますが、この傾向を持続的な回復につなげていくことができるかが、茅野市観光復活のカギになると考えられます。

② 観光消費額も回復傾向にあるも、一人あたり消費額がなかなか上げられない

茅野市における観光消費額を見ると、観光客数の減少とともに平成３年（１９９１年）（約１９３．９億円）をピークに低下傾向が続いています。観光客数の動向と同様に、コロナの収束とともにコロナ禍前を上回る回復をみせていますが、令和５年（２０２３年）には１０２億円とピーク時に比べ半減するなど、観光客数の減少以上に消費額は依然低い水準となっています。そのため、一人あたり観光消費額の増加が大きな課題となります。

③ 宿泊・日帰り客ともに長期的な減少傾向、その背景には構造的課題が

茅野市を訪れる観光客は、諏訪広域の他の市町村に比べ県外客による宿泊の割合が高く、観光消費額の増加による地域経済への波及効果が期待されるところですが、コロナ収束とともに回復の兆しが見えたとはいえ、長期的にみれば宿泊客、日帰り客ともに依然減少傾向にあります。これは、近年の個人旅行中心（団体旅行の減少）への旅行形態の変容やこれに伴い旅の主流となった着地型観光への対応が十分に出来ていないことに加え、通過型観光の増加、宿泊施設の老朽化やサービス力の低下などの影響による、観光地としての魅力の低下などの構造的要因が考えられます。

④ 冬期やオフシーズンにおける観光客数の落ち込みが大きい

茅野市を訪れる観光客の季節的動向をみると、平成以降のスキー人口の減少などの要因で冬場の観光客数が大幅に減少したため、夏場（７月～９月）の集客が突出したカタチとなっています。そのため、若者世代など若年層の観光客が少ない、リピーターが少ないなどの傾向が見て取れます。通年で観光客を誘客するための取組が必要となっています。

⑤ 外国人観光客が少ない（インバウンド比率が極めて低い）

我が国の外国人観光客は、コロナ禍による減少を経た後も増加を続け、令和５年には、観光客数、観光消費額ともに過去最高を更新していますが、茅野市においてはアジア圏からの団体旅行の減少とともに、令和以降低迷が続いています。外国人が興味のあるアクティビティや文化、食などの体験、海外への訴求力の向上が課題となっています。

2 茅野市観光の課題

1の統計調査結果を踏まえ、茅野市観光を取り巻く現状と課題について分析を進めた結果、重要かつ緊急性の高いものとして、以下の課題が抽出されました。

（１）着地型観光が主流となった個人観光客のニーズにいかに応えるか

団体旅行が中心であった時代の観光は、主に旅行の内容を出発地で企画する「物見遊山型」の観光であったのに比べ、情報化の進展や嗜好の多様化、移動手段の個別化が進む中で、正に個人が自己の関心と興味に基づいて目的地をそれぞれに探し組み立てる「体験型」の観光へと変化しています。また、人々が「旅」に求めるものも、それまでの団体旅行に見られるような「仲間同士の親睦や慰安」から、個人旅行への変化に伴い、その目的は個人的な「癒し」や「発見」や「学び」へと変わってきています。そのため、受入側の私達としては、この地域ならではの「くらし」や「文化」、「生活の知恵や楽しみ」など奇をてらうことなく魅力ある体験として提供し、発信し、リピーターやファンを創造していくことが大切です。

（２）老朽化した受入環境をいかにリニューアルするか

当地は、八ヶ岳西麓の豊かな自然環境に恵まれるとともに、里山には、都会では味わうことのできない癒しや人間らしい暮らしや知恵があります。しかしながら、いくら良いイメージがあったからといって、それに相応しい実態や空間が提供されない限り地域のブランド力は形成されません。その中でも観光地の景観は、重要な観光資源でもあります。多くの観光客から選ばれる景観を維持していくために、ブランドイメージの低下を招く要因となりかねない、観光地における廃屋の放置や鹿による草木の食害、観光地やその周辺における太陽光発電事業等の開発など、各分野の関係者による相互理解や地域を挙げての連携した対応を進めていく必要があります。

（３）人口減少下においていかに経営の効率化を図るか

生産年齢人口の減少と高齢化の進行により、サービス産業における人員の確保は一層厳しい状況となっています。その一方で、地方の観光業は規模も小さく、イノベーションが困難な状況にあります。今こそデジタル化による業務の改善やオペレーションの見直しによる生産性の向上、泊食分離などによる経営の効率化を図っていく必要があります。

（４）地域全体での受入れ体制（カスタマーエクスペリエンス）をいかに醸成するか

着地型観光において観光客に「また来たい！」と思っていただくために重要なことは、観光業だけでなく地域全体でお客様を迎える体制と心構えが必要です。そのためにも、エリア内での移動の自由度をたかめるモビリティの整備や観光資源間をつなぐ情報ネットワーク（デジタル）の整備、地域全体でのおもてなし（ホスピタリティ）の向上が必要です。

またこれらの観光資源を事業者目線で的確につなぎ、運営するためにも観光地域づくりの司令塔となるDMOによる中長期的な観光戦略の策定に基づく一体感のある観光振興や誘客宣伝、ランドオペレーター機能の提供が重要となります。

(5) いかに関光客数の季節変動を平準化するか

当地では夏場(7月～9月)の集客が突出しており、登山やハイキング利用客も増加しています。一方で冬場の集客についてはスキー客の減少もあり、低調な水準にとどまっています。観光地にとって季節的な大きな観光客の入込の繁閑の差は、従業員の確保や設備の維持管理の観点からも非効率を招き、経営をひっ迫させる要因ともなるため、適切に平準化を図ることが重要です。そのためにも、ちのDMOが「ちの旅」で実施しているような、特産品である「寒天づくり体験」や「郷土料理体験」、スノーシューや氷瀑上り、冬キャンプなどの冬ならではのアクティビティなど、スキー以外の冬の楽しみを積極的に提供し、通年で観光客を誘客する新しい観光メニューの開発が必要となります。

(6) いかに関光消費額を増加させるか

茅野観光の大きな課題の一つは、一人あたりの観光消費額がなかなか上げられない点にあります。その背景には、宿泊施設の老朽化やサービスの質、地域全体のブランドイメージといった構造的課題の一方で、全国的にみても著しく低いインバウンド率(外国人観光客の受入)にあります。しかしながら、近年急激に外国人観光客の受入を増やした(もしくは、外国人観光客の来訪が期せずして増えた)地方都市の状況を見ると、外資系ホテルの乱立や宿泊費用の急騰、オーバーツーリズムの発生等により日本人の観光客離れが進行してしまった地域なども現れる状況となっています。我が国を訪れる外国人観光客はまだまだ増加を続けるものと思われますが、長期的にみれば、人口減少下にある日本人のファンを惹きつけ、維持しておくことが経営の安定性を保つ上で、極めて重要な観点であると考えられます。

(7) いかに関光にインバウンドを増やすことができるか

上記(6)を念頭に置いた、日本人観光客と外国人観光客を区別もしくは融合した戦略の策定とこれに基づいた適切な対応が重要です。

インバウンド戦略においては、

- ① 茅野観光の進むべき方向性を見極めた上で、ターゲットとする国・地域を特定するとともに、その国を対象としたトレンドの分析やSNSなどの情報発信、多言語に対応した公式サイトや予約システムの整備
- ② ちのDMOが提供する「ちの旅」や「ヤマウラスティ」などの地元ならではの体験やストーリーの発信、季節感あふれるイベントやアクティビティなどの提供
- ③ 移動手段などのアクセスの整備やキャッシュレス決済などの利便性の向上
- ④ 多言語対応の案内、宿泊施設や飲食店での外国語対応、観光客向けのWiFi環境の整備
- ⑤ オーバーツーリズムへの対処を想定した地域での受入体制の検討
- ⑥ 日本人観光客への配慮(リピーターの創出と配慮、日本人的な旅の楽しみ方の確保など)などが課題となります。

2 基本目標

観光ビジョンが目指す最終的な目標、すなわち茅野市と観光ビジョンの実現に向けた取組に関与するすべての関係者にとって、理想とする状態を理念的に表現したものを「基本目標」として、以下のように掲げます。

**雄大な自然と豊かな里山を背景とした
「癒しと学びと体験」が、
多くの国内外の人々を魅きつけ、
新たな交流を生み出すまち**

近年の観光動向は、旅行形態が団体旅行から個人旅行へ変化するとともに、コロナ禍を経てその傾向はさらに顕著になり、更には体験型旅行の需要が高まりを見せています。第3次観光振興ビジョンにおける議論でも、このことに対応できていないことが観光客数の増加につなげられない理由であるとの意見が多数を占めています。旅行形態の変化等に対応するためにも、また着地型観光へのニーズに対応するためにも茅野市の特色を生かした地域磨きが重要となってきます。

これまでは、首都圏を中心とした大都市へのPRやプロモーション等、様々な角度からの誘客促進を図るとともに、健康・運動をテーマとした施設や八ヶ岳を中心とした登山道、遊歩道などのハード整備事業も行っていました。さらには、一般社団法人ちの観光まちづくり推進機構の運営支援や各種団体に対する事務的支援、補助金等による経済的支援も行っていました。

今後は、これら各組織との役割分担のもと、それぞれの組織が自らが持つ強みを主体的に発揮するとともに、協働による相乗効果を最大限に発揮して、第6次茅野市総合計画が目指す豊かな「交流」を生み出す観光地域づくりに取り組んでまいります。

茅野市は、四季折々に様々な顔を持ち、季節の移り変わりを感じられる国内外の著名観光地域に匹敵する観光地が複数存在する稀有な地域です。「八ヶ岳」の裾野に広がる「蓼科、白樺湖、車山」のリゾート観光地、「縄文」に代表される遥か5000年前から栄えた「里山」の暮らしや文化があります。加えて、「八ヶ岳西麓地域共生会議」による地域間の連携や、令和6年度には市域を越えた「レイクリゾート構想基本方針」の策定など、広域的な魅力発信への取組も始まりました。

人口減少、少子高齢化の局面を迎えた今だからこそ、茅野市は、雄大な自然と縄文以来育んできた豊かな里山を持つ強みを誇りに、地域が一体となって、また地域間が連携して人々の人生を豊かにする「癒しと学びと体験」を提供することにより、多くの国内外の人々を魅きつけ、新たな交流を生み出してまいります。

そのためにも、観光業のみならず様々な市民やあらゆる産業の連携のもと、人々を魅きつける地域ブランドの形成に向けて地域資源を掘り起こし磨き上げるとともに、関係人口・交流人口の増加を推進し、世界に誇る持続可能な観光地域の形成を目指します。

3 基本目標を達成するための柱

基本目標を達成するための方向性として、具体的に目指すべき4つの柱を掲げます。この4本の柱は、茅野観光の将来像を具体化する基本方針です。

(1) 新規顧客の獲得、長期間滞在・リピーターの確保

全国各地で国内旅行者獲得の競争が本格化する中、多様な観光地の魅力を活かした滞在型観光の推進や、積極的な情報発信とマーケティング活動による新たな観光需要の掘起しが必要です。市としましては、今後も当市の観光地域づくりの中核組織である「ちのDMO」の公的な活動を支援することにより、豊かな地域資源や文化資源を活かした体験型観光や年間を通した滞在型観光の推進、学習旅行・教育旅行の受入拡大等を進め、観光業にとどまらない市内経済の波及効果の拡大を図ります。

また、観光客の入込動向を円滑かつ迅速に把握・分析できるシステムを導入し、機動的な戦略展開を実現します。

【最重点施策】

- ▶ 地域資源を活用した顧客の獲得
- ▶ 学習旅行、教育旅行の招致強化
- ▶ 観光客の動向等の把握・分析

(2) 魅力ある着地型観光の体制整備・ブランド構築

個人旅行が観光旅行の主流となり、観光客から「選ばれる観光地」となるためには、観光地間の連携のみならず、地域住民や各種産業を挙げての地域資源の発掘、磨き上げ、ホスピタリティの発揮が必要です。

そのためには、令和6年度に創設した「観光協会長会議」を軸に、観光地間や産業間、市民間の連携・協働を図り、着地型観光のニーズに応える多様な魅力の整備と発信を進めるとともに、ちのDMOを中心に近隣の観光協会や観光団体との連携、遠隔であっても事業の展開上重要な観光団体との連携を進め、戦略的な事業展開（商品造成、交通などのインフラ整備、共同プロモーションなど）を進めてまいります。特に、近隣観光協会等との連携については、「八ヶ岳西麓地域共生会議」や「レイクリゾート構想」の事業の進展に併せ、本格化してまいります。

八ヶ岳の裾野に広がる大自然や、縄文をはじめとする歴史文化や里山の暮らし、伝統工芸技術の伝承などの資源をもとにちのDMOが展開してきた「ちの旅」や「ヤマウラスティ（古民家宿泊体験）」は、地域住民と来訪者（国内外からの観光客、別荘客や二拠点移住者、移住希望者などを地域住民が受け入れ、ガイドするなど）が交流することで共感（情緒的価値の創出）を生み出す体験として、コロナ禍後徐々に誘客力を高めてきており、インバウンド観光客の利用率も3割に達しようとしています。今後は、これらの「交流」を主眼とした地域のホスピタリティ溢れる「癒しと学びと体験」を当市の着地型観光の魅力として、ブランド

構築を図ってまいります。

【最重点施策】

- ▶ 観光振興に向けた組織強化
- ▶ 地域資源の発掘と活用、「人間中心の着地型観光」の促進
- ▶ 自然景観、農村集落景観の保全、「ちの旅」や「ヤマウラスティ」の活用拡大
- ▶ 広域連携
- ▶ 環境整備
- ▶ 観光地の持続性・住民のＱＯＬの確保

（３）インバウンド観光客の誘客拡大に向けた本格的対応

当市の観光客１人当たり消費額が低迷が続いている要因の一つには、全国に比べ低いインバウンド率（宿泊に占める外国人観光客の割合）が挙げられます（令和５年：全国 8.9%、茅野市 1.1%）。この地域ならではの商品造成と戦略的な情報発信の一層の充実、受入環境の整備が急務です。

訪日外国人の興味・関心が、「都会から地方へ」「モノからコトへ」と進化していることを好機と捉え、当市の暮らしや伝統、文化の中に息づく日本の地域社会の魅力やその現代的価値を強力に発信・誘客することにより、当地域へのインバウンド滞在率と外国人旅行者１人当たり消費額の増加を図ってまいります。

なお、我が国を訪れる外国人観光客はまだまだ増加を続けるものと思われませんが、SNSをはじめとする口コミや流行等によって外国人観光客の動向が左右される傾向も見られるため、入込の初期の段階から訪れた外国人観光客の関心事や反応等を分析しつつ、地域としてターゲットとすべき対象を明確にしておくことが必要です。人口減少下にある日本人観光客のリピーター確保や長期滞在化創出とのバランスを図りつつ、地域として誘客を検討していくことが重要です。

【最重点施策】

- ▶ インバウンド戦略の策定・推進
- ▶ 外国人観光客の受入環境の整備

（４）「宿泊税」への対応

新たな観光財源として県が導入する「宿泊税」が、当市の観光地域づくりにとって有効で、円滑に運営されるよう、観光施設をはじめとする観光客の受入環境整備や、観光推進組織の機能強化等の活用などについて、観光協会長会議を中心に観光事業者及び関係者とともに検討を加えながら制度の円滑な運用を確保するとともに、その効果の検証を行っていきます。

【最重点施策】

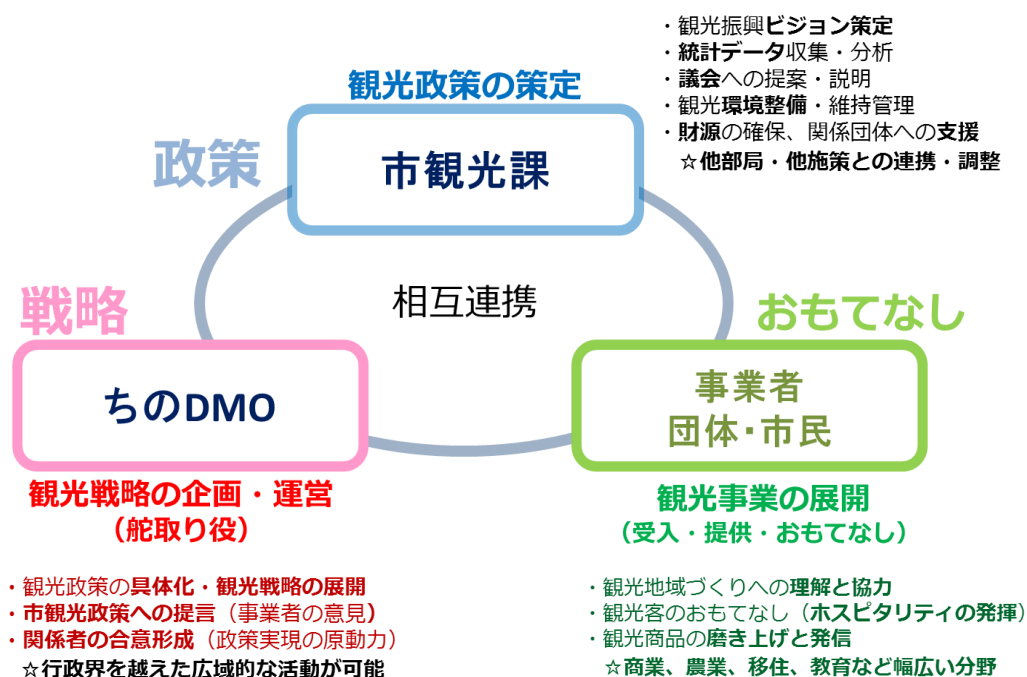
- ▶ 有効な活用と検証
- ▶ 観光環境整備の推進

4 実施体制（各主体の役割と連携）

「観光地域づくり」を進めるためには、行政のみではなし得るものではなく、地域の各主体が一丸となって観光で稼げる地域社会を築いていくことが重要です。

そのためにも、各主体が「政策策定」、「戦略企画・運営」、「おもてなし」のそれぞれの役割を果たすとともに、適切な連携・連動関係を保ち、相乗効果を発揮してまいります。

（１）役割分担と相互連携



（２）地域や事業者の声の反映・課題への対処

上記で示した相互の連携を確保するためにも、令和6年度に開設した「観光協会長会議」において、単位観光協会、ちのDMO、市観光課及び関係各課が定期的集い、それぞれから提示された喫緊の課題や現場の声を議論し、迅速かつ機動的に対処・解決してまいります。

5 最重点施策・重点事業

基本目標を達成するための「4つの柱」を実現する、具体的な取組となる最重点事業、重点事業を示します。

＜基本目標を達成するための柱1＞ 「新規顧客の獲得、長期間滞在・リピーターの確保」

（1）地域資源を活用した顧客の獲得

観光客のニーズは、テーマ別観光や体験型観光への需要が高まっており、団体旅行から個人旅行へと変化しています。

従来の八ヶ岳や白樺湖、車山、蓼科高原の自然を生かした山岳観光や遊歩道を活用したトレッキング、高原道路を走破する「サイクルツーリズム」などの活性化を図ります。

また、春の新緑、夏の高原リゾート、秋の紅葉、冬の雪などをテーマとした旅行商品や、四季を感じられる茅野市オリジナルの旅行商品の開発を目指します。

様々な分野から地域に眠っている資源を磨き上げ、茅野市オリジナルの旅行商品で長期滞在が可能な観光エリアへの発展を目指します。

（2）学習旅行、教育旅行の招致強化

旅行客数の拡大を目指し、国内及び海外からの教育（学習）旅行団体や合宿等の招致を積極的に進めます。広大な八ヶ岳山麓の自然を活かしたアクティビティ、農家民宿による田舎暮らし体験、農作物を収穫する農業体験、サイクリングツアーの自然体験、味噌づくりの郷土料理体験など地域の産業と連携した取組により旅行内容を充実させ、関東圏・中京圏・関西圏などからの学習旅行受け入れを増加させるとともに、幼少時の旅行体験を通じて、将来も茅野市を訪れるリピーターの増加を図ります。

（3）観光客の動向等の把握・分析

目まぐるしく変化する社会経済情勢下における観光客の動向を的確に把握・分析し、一歩先の機動的な戦略を迅速に展開するために、ちのDMOと連携して、デジタル技術を活用した宿泊動向の把握・分析システムの体制を導入します。

併せて、経済波及効果の分析も可能とし、的確な事業効果の把握に努めるとともに、市民への訴求力の向上を図ります。

＜基本目標を達成するための柱２＞ 「魅力ある着地型観光の体制整備・ブランド構築」

（１）観光振興に向けた組織強化

八ヶ岳の裾野に広がる大自然や「縄文」をはじめとする歴史文化、高原農業や先端技術工業、蓼科や白樺湖、車山などのリゾート観光、高原ならではの人の営みなどの地域資源を磨き、最大限に活用することで、地域経済の活性化、交流人口の増加を図ります。

観光を支える人材の充実を図り、農林業や商工業、まちづくりに係るすべての人や団体を結び付け、地域ブランドの形成と「観光まちづくり」を推進するための中核組織「ちの観光まちづくり推進機構」を支援し、持続可能な地域づくりを目指します。

また、観光客の行動範囲は茅野市にとどまらず広域に及ぶことから、諏訪地方観光連盟、信州ビーナスライン連携協議会、メルヘン街道協議会等において協力体制を整え、広域連携の強化に努めます。

（２）地域資源の発掘と活用、「人間中心の着地型観光」の促進

観光旅行の大勢が個人旅行中心となる中、多様な観光地の魅力を活かした滞在型観光の推進や積極的な情報発信とマーケティング活動による新たな観光需要の掘り起こしが必要です。

茅野市の豊かな自然や文化、伝統などの観光資源の積極的な活用法が求められている中、産業間連携により、茅野に行って「あれをやりたい」「あの料理を食べたい」「あのお土産を買ってきて欲しい」といわれるような茅野市にしか無いブランド品（体験型旅行商品、料理、土産、農産物、工業製品等）の活用を図ります。これにより将来的には交流人口の増加へと繋がっていきます。

また、「ちの観光まちづくり推進機構」による古民家を活用した宿泊事業の推進を図り、古くから伝わる茅野市の暮らしをテーマにした「暮らすように茅野を旅する」商品の開発を支援すると同時に、人と人、人と地域が交流し合う、魅力的な「人」を観光資源とした「人間中心の着地型観光」の促進の増加を図ります。

地域資源の活用とともに、開発された商品・サービスについては、その独自性や魅力を的確に伝えて販売や誘客に結びつけるためのプロモーション活動が同時に重要であり、「ちの観光まちづくり推進機構」において積極的・継続的な販売促進活動を展開していきます。

（３）自然景観、農村集落景観の保全、「ちの旅」や「ヤマウラスティ」の活用拡大

茅野市が誇れる観光のテーマとして自然景観があります。八ヶ岳連峰から広がる茅野市の自然景観は他には無い絶景です。昔ながらの農村集落や、芹ヶ沢の風除けの松のような地域の生活と深い関わりを持つ場所の風景も茅野市が誇れる景観であります。これらの八ヶ岳を中心とした大自然の景観を守り、良好な農村集落景観の保全と活用を図ります。

農村集落の景観保全や活性化、空き家対策、移住促進のために空き家となった古民家を宿泊施設として整備し活用する「ちの観光まちづくり推進機構による古民家再生事業」を支援します。

また、観光地やその周辺地域の景観保全是、市全体に係る重要な課題であることから、景観への影響が懸念される廃屋や鹿による草木の食害等について、観光ビジョンの課題に留めず各分野と連携した取組を進めていきます。

（４）広域連携の推進

「レイクリゾート構想」策定を契機とした立科町等との連携事業を具体的に展開します。

また、「八ヶ岳西麓地域共生会議」を中心に八ヶ岳西麓地域（原村、富士見町）と一体となった観光振興策の展開を図るとともに、近隣地域と連動した魅力の発信を進めます。

（５）環境整備の推進

茅野市が誇れる自然景観や、茅野市の暮らしをテーマとした地域の生活と深い関わりを持つ場所の風景などを残すために、自然環境を保全することが必要になります。観光客と自然環境が共存できる環境整備を整えることを目的に観光環境整備を推進します。

また、団体旅行から個人旅行へと変化している海外観光客に対し、安心して滞在できるように外国人観光客対策を進めます。

（６）観光地の持続性・住民のＱＯＬの確保

自然環境の保全や環境衛生の確保に努めるとともに、オーバーツーリズム等により住民の生活環境へ障害（交通渋滞、ゴミ問題、生活空間への立入りなど）が生じることをないよう、動向を的確に把握し、迅速に対処します。

＜基本目標を達成するための柱３＞「インバウンド観光客の誘客拡大に向けた本格的対応」

（１）インバウンド戦略の策定・推進

これまで茅野市に訪れる外国人の宿泊数は、中国、台湾、韓国等の東南アジア諸国からの観光客が大勢を占めていましたが、団体旅行から個人旅行へ旅行形態が変化している中で、コロナ禍以降、欧米からの来訪者の占める割合は増加しています。欧米からの観光客は滞在期間が長期化し、観光消費額が高額になる傾向があることから、誘致に力を入れていかなければなりません。また、誘致ばかりでなく、訪問していただいた外国人観光客が安心して滞在できる環境整備が必要です。訪問していただいた外国人観光客が、滞在中に発生する病気、けが、事故など不測の事態に遭われた場合、対応を支援するシステムを構築し、住民との融合を図ります。

（２）外国人観光客の受入環境の整備

現在、全国的に国内観光客が頭打ちの傾向の中で、外国人観光客の来訪は増加傾向にあります。長野県内の外国人観光客の来訪も増加傾向の中、茅野市（諏訪地域）では伸び悩みを見せています。要因として団体旅行から個人旅行に変化している需要に対応できていないことと、テーマ型旅行商品が少ないことが上げられます。インバウンド事業への取組を強化し、個人旅行の受け入れ態勢を整えるため Wi-Fi 環境の整備や、看板・標識等の表記を外国語に対応させ、バス事業者等の交通事業者にも外国語表記への協力を仰ぎ、二次・三次交通の利便性向上にも取り組み、訪れた国内外のすべての観光客が安心して市内観光ができる環境整備を進めていきます。また、広報営業、団体誘致、国内外の OTA との連携を強化します。

＜基本目標を達成するための柱４＞ 「宿泊税への対応」

（１）県との連動・提言、グランドデザインの策定・推進

観光協会長会議及びちのDMOと連携しながら、特別徴収義務者となる宿泊事業者や観光関係者、観光客、市民等の声を的確に把握し、県において令和７年度中に予定されている「宿泊税」の活用方法の検討と当該ビジョンの策定に対して、積極的に当市からの意見を届けます。

県と市町村との役割分担を的確に見極めた上で、当市としての「宿泊税活用のためのグランドデザイン（仮）」を策定し推進してまいります。

（２）有効な活用と検証

新たな観光財源として県が導入する「宿泊税」が、当市の観光地域づくりにとって有効で、円滑に運営されるよう、そのあり方と活用方法を十分に検討しながら検証します。

また、特別徴収義務者となる宿泊事業者が納得して税本来の目的である「当市の観光振興」を実現するための最適で有効な税財源の活用方法を観光事業者及び関係者とともに検討しながら制度の円滑な運用を確保するとともに、PDCAを活用して効果の検証を行ってまいります。

6 その他取り組むべき事業

観光ビジョンでは、「最重点事業・重点事業」、「産業間連携事業」を優先的に取り組めますが、観光ビジョンの進捗状況や達成状況、社会情勢や経済状況の変化、観光事業者のニーズ、茅野市の財政状況等を勘案しながら、必要に応じて、次に掲げる「その他取り組むべき事業」の実施、又は検討をしていきます。

【基本目標を達成するための柱１】新規顧客の獲得、長期間滞在・リピーターの確保

- ・茅野市観光ニーズの把握
- ・インターネット（SNS）活用による誘客促進
- ・別荘利用者による茅野市のPR
- ・OTA連携事業
- ・全市民のホスピタリティ向上事業
- ・学校交流受入事業

【基本目標を達成するための柱２】魅力ある着地型観光の体制整備・ブランド構築

- ・着地型商品の造成（観光地間のネットワーク整備）
- ・里とまちを繋ぐ観光拠点化整備事業
- ・廃屋問題の解決と地域の再生事業
- ・観光施設の整備事業
- ・グリーン・ツーリズム推進事業
- ・地場食材を活用したメニュー開発
- ・「郷土の食と文化」発掘・発信事業
- ・小津安二郎記念・蓼科高原映画祭
- ・レイクリゾート構想の推進事業

【基本目標を達成するための柱３】インバウンド観光客の誘客拡大に向けた本格的対応

- ・インバウンド招聘事業
- ・海外プロモーション事業
- ・多言語対応事業

【基本目標を達成するための柱４】観光振興税（宿泊税）への対応

- ・茅野市の観光振興を実現するための最適で有効な税財源の活用方法の検討
- ・特別徴収義務者となる宿泊事業者と制度のあり方検討
- ・制度の円滑な運用を確保し、PDCAを活用して効果の検証を実施する。
- ・観光協会長会議の定期開催を通じて宿泊税全般の検討を実施する。

7 産業間連携事業

市域全体の持続的な成長を維持していくためには、農業、林業、商業、工業、建設産業の各産業界が保有する様々な産業資源を有機的に連携させ、新たな付加価値の創造やマーケットの掘り起こし等を促進することが必要です。連携事業の推進を通じて、茅野市観光ブランドの強化を図ります。

また、地域の様々な産業や市民活動を繋ぐことにより、地域経済の活性化、新たな交流の創出を図ります。

（１）商業との連携（街なか観光事業）

茅野市では、山岳や高原といった観光地へは多くの観光客が訪れていますが、市街地へ周遊・滞在する観光客は少ない状況にあります。そこで現在市街地でも多くの観光客等が集まる観光イベントや文化イベントが開催されています。市街地の商店の方々と連携し、市内における消費支出の増大を図り、ガイドブックにはない魅力を観光客に伝えます。

（２）工業との連携（産業観光の商品化）

旧来型の観光では、観光客のニーズは名所や旧跡を観ることが中心でしたが、昨今、自分の知的好奇心を充足するような「参加・学習」などの体験型観光に対するニーズが高まっています。工業関係者との連携により、工場・工房などの見学やものづくり体験などを組み合わせた観光コースを設定し、「見る・学ぶ・体験する」といった３つの要素を含んだ観光資源として活用を図り、滞在型観光の推進につなげます。

（３）農業との連携（農業と観光推進事業）

茅野市では学習旅行を目的に訪問・滞在する団体が多く見られますが、現在は農村体験などの体験学習がセットであることが必要条件となっています。茅野市では平成 20 年（2008 年）に「ほっとステイちの」が設立され、農村体験の受け皿としてグリーン・ツーリズムが進められています。今後も農業関係者との連携により、全国への学習旅行招致や観光宣伝を進め、茅野市における重要な滞在型観光メニューとして一層の推進を図ります。

また、地元の農家で生産された農産物を茅野市の特産品として販売するほか、市内の旅館やホテル等で使用するなど、茅野市農業との連携を図ります。

（４）林業との連携（森林関連ツアー誘致事業）

茅野市には豊富な森林資源があることから、観光資源として活用が期待され、2050 年脱炭素社会の実現に向けた取り組みの推進を林業事業者と連携し、森林浴やオリエンテーションなどの要素を盛り込んで「健康・アンチエイジング」をテーマとした旅行商品を開発します。また、薪割りや炭焼きなど体験ツアー等も誘客活動を展開するとともに、ツアー観光客の受け入れ体制を整えます。

(5) 建設業との連携

茅野市は市街地から観光地へ放射状に広がる主要道路が数多くあります。この主要道路は観光道路とも呼ばれ、多くの観光客に利用していただいています。観光事業者と建設事業者がタイアップして観光道路を整備することで観光客の利便性、満足度の向上を図ります。

建設産業と連携を図りながら、移住促進を進めます。

8 事業推進のための実施主体スケジュール

個別事業の展開に際しては、各項目について相互に連携を図った施策・事業推進が不可欠となります。ここでは、茅野市域の総合的な観光振興を目指した、年度ごとの段階的な施策・事業推進について、基本目標を達成するための柱別の重点事業ごとに、実施主体と事業推進スケジュールの概要を以下のとおり整理しました。

(1) 基本目標を達成するための柱1「新規顧客の獲得、長期間滞在・リピーターの確保」

基本目標を達成するための柱	5年間の重点事業 〔具体的事業(実践的取組)〕	実施主体(◎:主○:副)							計画期間				
		市	ちの観光まちづくり推進機構	ちの観光まちづくり推進機構参加団体	単位協会・観光業者	広域関連団体	観光振興関連団体	その他	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
新規顧客の獲得、長期間滞在・リピーターの確保	地域資源を活用した顧客の獲得	○	◎	◎	○	○	○		計画・実施・検討・見直				
	学習旅行、教育旅行誘致強化事業	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				
	観光客の人流動向の把握	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				

(2) 基本目標を達成するための柱2「魅力ある着地型観光の体制整備・ブランド構築」

基本目標を達成するための柱	5年間の重点事業 〔具体的事業(実践的取組)〕	実施主体(◎:主○:副)							計画期間				
		市	ちの観光まちづくり推進機構	ちの観光まちづくり推進機構参加団体	単位協会・観光業者	広域関連団体	観光振興関連団体	その他	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
魅力ある着地型観光の体制整備・ブランド構築	観光振興に向けた組織強化	◎	◎	○	○	○	○		計画・実施・検討・見直				
	地域資源の発掘と活用、「人間中心の着地型観光地」の促進	○	◎	◎	○	○	○		計画・実施・検討・見直				
	自然景観、農村集落景観の保全、古民家の宿泊施設活用	○	◎	◎	○		○		計画・実施・検討・見直				

(3) 基本目標を達成するための柱3「インバウンド観光客の誘客拡大に向けた本格的対応」

基本目標を達成するための柱	5年間の重点事業 〔具体的事業(実践的取組)〕	実施主体(◎:主○:副)							計画期間				
		市	ちの観光まちづくり推進機構	ちの観光まちづくり推進機構参加団体	単位協会・観光業者	広域関連団体	観光振興関連団体	その他	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
インバウンド観光客の誘客拡大に向けた本格的対応	外国人観光客支援強化事業	◎	◎	○		○			計画・実施・検討・見直				
	外国人観光客に対する観光環境整備の推進	◎	◎	○	○	○	○		計画・実施・検討・見直				

(4) 基本目標を達成するための柱4「観光振興税(宿泊税)への対応」

基本目標を達成するための柱	5年間の重点事業 〔具体的事業(実践的取組)〕	実施主体(◎:主○:副)							計画期間				
		市	ちの観光まちづくり推進機構	ちの観光まちづくり推進機構参加団体	単位協会・観光業者	広域関連団体	観光振興関連団体	その他	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
観光振興税(宿泊税)への対応	観光環境整備の推進	◎	◎	○	○	○			計画・実施・検討・見直				

(5) 産業間連携事業

基本目標を達成するための柱	5年間の重点事業 [具体的事業(実践的取組)]	実施主体(◎:主○:副)							計画期間				
		市	市の観光推進機構	市の観光まちづくり推進機構参加団体	単位協会・観光業者	広域関連団体	観光振興関連団体	その他	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
産業間連携事業	商業との連携	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				
	工業との連携	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				
	農業との連携	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				
	林業との連携	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				
	建設業との連携	◎	◎	○					計画・実施・検討・見直				

9 管理指標

観光ビジョンの推進を行うため、基本目標を達成するための柱ごとに管理指標を設定します。

観光ビジョンの計画期間は2028年度までとなっていることから、揚げた事業が適切に実行されているか、基本目標の達成に向けた進捗状況はどうか、など各項目の進行管理を行います。

基本目標を達成するための柱	目指すべき方向性	管理指標	現状 令和6年(2024)年度	5年後目標 令和10年(2028)年度
基本目標を達成するための柱1 『新規顧客の獲得、長期間滞在・リピーターの確保』				
地域資源を活用した顧客の獲得	茅野市オリジナルの旅行商品の造成。	茅野市オリジナルの旅行商品の造成件数	0件	50件 (5年間の累計)
学習旅行、教育旅行招致強化事業	農業体験、自然体験、手作り体験などの地域の産業と連携した旅行商品の造成。	体験型旅行商品の造成件数	0件	30件 (5年間の累計)
観光客の人流動向の把握	観光客の動向対策の推進。	個人旅行対策件数	0件	システム構築の実施
基本目標を達成するための柱2 『魅力ある着地型観光の体制整備・ブランド構築』				
観光振興に向けた組織強化	市民の「住んでよし」の誇りの熟成、地域経済の活用性、交流人口増加及び移住促進を図る。 茅野版DMOを推進する。 広域連携を図る。	DMO参加団体、人数	0団体、0人(年間)	80団体、2千人 (5年後の年間数)
地域資源の発掘と活用、「人間中心の着地型観光」の促進	茅野市の特色を生かした体験型旅行商品、料理、土産、農産物、工業製品等を活用し、観光をテーマとした産業間連携の推進。	関連商品の利用者数	—	個人 8000人、グループ 2000人 団体旅行 800人、主催旅行 600人 旅行会社 1000人、修学旅行 4000人 合計 16,400人 (5年後の年間利用者数)
自然景観、農村集落景観の保全、古民家の宿泊施設活用	ハケ岳を中心とした大自然の景観と良好な農村集落景観の保全と、活用。 「茅野版DMOによる古民家再生事業」を支援。	自然景観、農村集落景観の保全に関わった事業の件数	0軒	10軒 (5年間の累計)
基本目標を達成するための柱3 『インバウンド観光客の誘客拡大に向けた本格的対応』				
外国人観光客の誘致	外国人個人旅行対策の推進。	外国人個人旅行対策件数	0件	10件 (5年間の累計)
外国人観光客支援強化事業	病気、けが、事故など不測の事態に遭われた場合、対応を支援するシステムの構築。	海外観光客の緊急対応システムの構築実績	長野県事業にて実施	茅野市事業にて実施
基本目標を達成するための柱4 『観光振興税(宿泊税)への対応』				
観光環境整備の推進	各地区、各エリアの戦略に合わせた観光環境整備の推進。	観光施設整備件数	観光施設整備件数 4件 (年間件数)	5件 (5年後の年間件数)

第3次茅野市産業振興ビジョン

発行 令和7年（2025年）3月

編集 茅野市 産業経済部 農林課・商工課・観光課・都市建設部 建設関連課

〒391-8501 茅野市塚原二丁目6番1号

電話 0266-72-2101（代表）

URL <http://www.city.chino.lg.jp/>