

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「諏訪の国」ブランドを基軸とした観光推進組織基盤創生戦略

2 地域再生計画の作成主体の名称

岡谷市、諏訪市及び茅野市並びに長野県諏訪郡下諏訪町、富士見町及び原村

3 地域再生計画の区域

岡谷市、諏訪市及び茅野市並びに長野県諏訪郡下諏訪町、富士見町及び原村の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

諏訪市、岡谷市、茅野市、長野県諏訪郡下諏訪町、富士見町及び原村の諏訪地域6市町村は、古くから文化・生活基盤を共にしており、同一の生活圏・経済圏を形成している地域である。観光面においては、官民協働の諏訪地方観光連盟を組織することで、広域的に観光施策を展開している。

しかし、多くの観光資源を有するが故に情報発信における選択・集中が難しく、広域連携上の役割分担が不明確であることや、民間主導の持続可能な観光推進体制の整備といった構造的な課題を抱えている。例えば、地域内の宿泊拠点である上諏訪温泉は年間約50万泊の安定した宿泊実績があるが、現状は松本や名古屋、上田等への宿泊中継地となっており、エリア内周遊促進による滞在時間の延長により、観光消費額を伸ばすポテンシャルを秘めている。エリア内には、諏訪湖、八ヶ岳、ビーナスラインといった従来の観光資源に加え、御柱祭に象徴される独自の伝統文化や自然を活かした観光拠点が豊富にあり、それらを有機的に結びつけ、発信することで更なる滞在時間の延長や観光消費額向上を通じて、地域経済活性化、交流人口拡大につなげていく必要がある。

現状では、豊富な観光資源の発信手法はバラバラであり、エリアで体験できるコンテンツが十分に誘客の強みとして消費者に伝わっておらず、知名度はあるが、観光地で具体的に何ができるかという訴求力に欠けている。

特に、現状の推進体制は行政主導となっており、KPIを意識した戦略的な観光マネジメント、財源投入の選択と集中、意思決定の迅速化という面で、日本版DMOを意識した諏訪エリアをリードする中核組織を整備するとともに、これを基盤とした観光地域づくりの推進による地域活力の底上げが急務である。

4-2 地方創生として目指す将来像

平成28年度は地方創生加速化交付金を活用し、諏訪地方観光連盟として、諏訪地域6市町村の共通項である御柱祭の知名度活用により、エリアに散在する諏訪湖、八ヶ岳といった豊富な資源を背景として、「御柱祭・諏訪信仰」など地域の伝統文化に裏打ちされた観光地域ブランド「諏訪の国」を確立するなど、主にブランドロゴ、ブランドイメージ、コンセプトを整備した。

今後、「諏訪の国」ブランドを基に、観光素材の磨き上げによるブランド定着と、土産物、食等へのブランド横展開を図るとともに、これらを継続的に推進するために、日本版DMOを念頭に置いた核となる組織基盤整備を行うことで、主力産業である観光産業の誘客促進を通して産業間連携を促すとともに、雇用創出や移住希望者等の増加につなげ、地域活力の底上げを図る。

【数値目標】

KPI	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
諏訪地域6市町村観光 地利用者延数(人)	13,148,800	434,000	217,200	217,000
諏訪地域6市町村観光 地利用者宿泊数(人)	2,938,000	41,200	20,800	20,600
「諏訪の国」ブランド ロゴ使用申請数(件)	1	15	15	15
諏訪地域6市町村観光 消費額(千円)	36,817,583	539,724	269,863	269,862

KPI	KPI増加分の 累計
諏訪地域6市町村観光 地利用者延数(人)	868,200
諏訪地域6市町村観光 地利用者宿泊数(人)	82,600
「諏訪の国」ブランド ロゴ使用申請数(件)	45
諏訪地域6市町村観光 消費額(千円)	1,079,449

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

平成28年度において、地方創生加速化交付金の活用により、諏訪地域として統一感のある観光地域ブランド「諏訪の国」を確立するとともに、全国に向けたインパクトの

ある発信や、民間主導の観光推進組織確立の検討を行った。平成 29 年度以降は、「諏訪の国」ブランドの統一コンセプトを基に、諏訪エリアの観光資源を結び付け、情報集約・発信することにより、観光地としての付加価値拡大を目指すとともに、エリア内での滞在時間延長による観光入込客・消費額の拡大へとつなげる。これらの動きを通じて、観光地域づくりを主導する民間主導の核組織を整備することで、観光を切り口とした経済効果の拡大、地域活力の底上げを図る。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

諏訪市、岡谷市、茅野市、長野県諏訪郡下諏訪町、富士見町及び原村

② 事業の名称

「諏訪の国」ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業

③ 事業の内容

諏訪地域内に散在する有望な観光資源について、「諏訪の国」ブランドの統一コンセプトを基に、市町村単独ではなく、エリアの素材として磨き上げるとともに、土産や食などの他産業等への波及を促すことで、観光地としての付加価値を底上げし、観光滞在時間の延長、観光消費額増大を図る。

「諏訪の国」ブランドにより創出した素材を、有望なチャンネルにより発信し、主に大都市圏からの観光誘客等の人の流れを創り出すとともに、戦略的かつスピード感を持って観光地域づくりを推進する組織整備のため、現状の観光関係団体、組織、事務局に関する予算・業務・体制を分析し、可能な部分は統合等の検討を行い、平成 32 年度を目途に広域的・自立的観光推進のための核となる組織を計画的に整備する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

諏訪地方観光連盟として、統一的な観光事業推進に関する経常的な予算を負担金として行政、観光協会、交通事業者等から徴収する。

広域的な観光施策やホームページ、紙媒体への広告掲載料として自主財源を確保する。

【官民協働】

行政と、各市町村における観光協会や商工会議所といったそれぞれの市場とつながる経済主体と連携した事業実施を図る。

【政策間連携】

観光の新規顧客の開拓と、滞在時間延長による観光産業を切り口とした経済効果を他産業へ波及させることで、交流人口・雇用の拡大を図り、将来的な地域人口の増加へつなげる。

【地域間連携】

平成 28 年度に確立した「諏訪の国」ブランドや同コンセプトで制作したエリア共通のプロモーション映像等を駆使し、諏訪地域 6 市町村に散在する有望な誘客資源を統一感のある形で発信し、受入体制を整えることにより、観光産業を切り口とした経済効果の拡大を通じて、地域活力の拡大を図る。

【その他の先導性】

特になし

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

KPI	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
諏訪地域 6 市町村観光 地利用者延数 (人)	13,148,800	434,000	217,200	217,000
諏訪地域 6 市町村観光 地利用者宿泊数 (人)	2,938,000	41,200	20,800	20,600
「諏訪の国」ブランド ロゴ使用申請数 (件)	1	15	15	15
諏訪地域 6 市町村観光 消費額 (千円)	36,817,583	539,724	269,863	269,862

KPI	KPI増加分の 累計
諏訪地域 6 市町村観光 地利用者延数 (人)	868,200
諏訪地域 6 市町村観光 地利用者宿泊数 (人)	82,600
「諏訪の国」ブランド ロゴ使用申請数 (件)	45
諏訪地域 6 市町村観光 消費額 (千円)	1,079,449

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、3月末時点のKPIの達成状況を諏訪市企画部企画政策課が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

外部有識者にて構成する「諏訪市まち・ひと・しごと創生有識者会議」において効果検証を行う。市議会に対しても効果検証結果について報告するとともに、意見聴取を行う。

【検証結果の公表の方法】

必要に応じて諏訪市まち・ひと・しごと創生総合戦略に反映するとともに、効果検証結果をホームページにて公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 75,000千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日（3カ年度）

⑨ その他必要な事項

特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

（1）諏訪圏フィルムコミッション事業

事業概要：諏訪地域6市町村での映画・テレビドラマ・コマーシャルなどのロケーション撮影を誘致することで、直接的な経済効果を生むとともに、地域のPRや観光客増加などによる地域活性化を図る。

事業主体：諏訪地方観光連盟

事業期間：平成18年度～

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

【検証方法】

毎年度、3月末時点の KPI の達成状況を諏訪市企画部企画政策課が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

外部有識者にて構成する「諏訪市まち・ひと・しごと創生有識者会議」において効果検証を行う。市議会に対しても効果検証結果について報告するとともに、意見聴取を行う。

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

KPI	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
諏訪6市町村観光地利用者延数(人)	13,148,800	434,000	217,200	217,000
諏訪6市町村観光地利用者宿泊数(人)	2,938,000	41,200	20,800	20,600
「諏訪の国」ブランドロゴ使用申請数(件)	1	15	15	15
諏訪6市町村観光消費額(千円)	36,817,583	539,724	269,863	269,862

KPI	KPI増加分の 累計
諏訪6市町村観光地利用者延数(人)	868,200
諏訪6市町村観光地利用者宿泊数(人)	82,600
「諏訪の国」ブランドロゴ使用申請数(件)	45
諏訪6市町村観光消費額(千円)	1,079,449

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

目標の達成状況については、効果検証後速やかに諏訪市ホームページにて毎年度公表する。

(参考)「諏訪市まち・ひと・しごと創生有識者会議」委員の構成

諏訪市 PTA 連合会、諏訪市保育園保護者会連合会、本町二丁目商業会、
諏訪商工会議所、信州諏訪農業協同組合、諏訪圏青年会議所、
東日本旅客鉄道株式会社長野支社、北陸信越運輸局、諏訪東京理科大学、明治大学、
株式会社八十二銀行、諏訪信用金庫、ママ育プロジェクト、株式会社長野日報社