

# 佐久穂町観光ビジョン ダイジェスト版

佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会

令和元年12月



# 観光ビジョン策定の背景と目的

私たち、佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会（平成30年度発足、会員14名）は、以下のとおり「佐久穂町観光ビジョン」をまとめました。この観光ビジョンは、これからの町の観光事業振興のため、また、多くの方の「佐久穂町への愛着」につながるよう考えたものです。「町の豊かな自然資源を活かし、守りながら、多くの来町者の方に佐久穂町での滞在を楽しんでもらいたい」そのためのアイデアや提案と、その中心に据える考え方を、より多くの皆様と共有したいと考えております。

佐久穂町には、八千穂高原、古谷溪谷をはじめとする、たくさんの自然資源があります。特に「白駒の池・苔の原生林」は、北八ヶ岳苔の会の皆様の活躍もあり、全国的な認知度を獲得するまでになりました。その一方で町内の観光業はというと、中部横断道開通によるアクセス良化、白駒の池や駒出池キャンプ場などの賑わいがふもとの町場まで及んでいないのではないかと、観光事業者も活性化していないのではないかと、これまでと同様の課題が改めて感じられるように思います。

いわゆる観光業というのは、他の産業のように明確な分類があるわけではありません。佐久穂町に訪れる方たちを、食事や宿泊、体験サービスなどでもてなし、地元の産品も楽しんでもらいながら、また訪れたいと思ってもらえるような時間を過ごしていただく。こうした事業が観光業であるとするならば、実に多くの事業者の方が関係してくる業種となります。観光業の振興・発展は、“滞在時間の延長と、そのことにもなう消費額の増大” “観光関連事業の活性化” がわかりやすい目標であると考えますが、この目標に近づくための提案を、今回、観光事業者が中心となりまとめました。

折しも、八千穂高原スキー場、駒出池キャンプ場という観光施設が民間経営（キャンプ場は指定管理）となり、町営の観光施設経営も過渡期を迎えています。他では私立大日向小学校の開校など、観光目的ではない方の注目も集めているところですが、

多様化する来町者を町全体で受け止め、変遷の激しい観光ニーズを的確に捉えつつ、よりよい滞在を提供できる場所となり、多くの方に愛着を持ってもらうことができる町を目指していきたいと思っております。

佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会 一同

# 佐久穂町の現状

- ・町の概要
- ・町の観光資源
- ・観光資源 まとめ

# 佐久穂町は、突出した何か、はないものの、ちょうどいい田舎。 高品質な地場産品を有する農林漁業分野との連携で、観光関連産業の拡大を。

山林資源が豊富で、水資源が自慢の「クールな田舎」。  
東西に長く、国道が各方面をつなぎ、高速道路開通で便利になっています。

地 勢

産 業

観光業の経済規模は決して大きくないものの、農林業分野に観光関連経済を広げることで、全体へ波及効果が期待できます。

高品質な1次産品、加工品の製造者があり、ブランディングも進んでいる印象。特に加工品は地元消費の一層の拡大と、政策的支援でもうひと押し。

地 場 産 品

歴 史 ・ 文 化

連綿と続く歴史・文化は佐久穂町にも。それぞれに課題があり、観光的活用につなげるには、整備等の具体的かつ多面的な方針が必要です。

## 佐久穂町



佐久穂町の基本理念

『水と緑のうるおい 人の営みが奏でる未来のふるさと』



自然資源が豊富で、高評価な観光施設やイベントもある。  
しかしながら、継続と増収には、活用に対する適切な投資が必要。

- 豊富な自然資源の周辺では観光経済が継続しているものの、収益の拡大方法など最適化されているとは言い難い。活用に向けて適切な投資が必要です。

## 自然資源



- スキー場、キャンプ場 = 町内最大規模の観光施設が町営から民営化。他観光施設も変革（運営・管理の見直し）～過渡期にあると言えます。

## 観光施設



- 集客力の高いイベントはあるものの、関連消費、リピーター獲得施策があと一歩。反面、事業者単位では好評な体験サービスもあり、伸びしろも感じます。

## イベントなど



- 農山村の風景や暮らしの活用は、佐久穂町らしさを備えることで他との差別化を。山村テラスなどの町内の成功事例に学び、一層の事業拡大が期待されます。

## 農山村風景



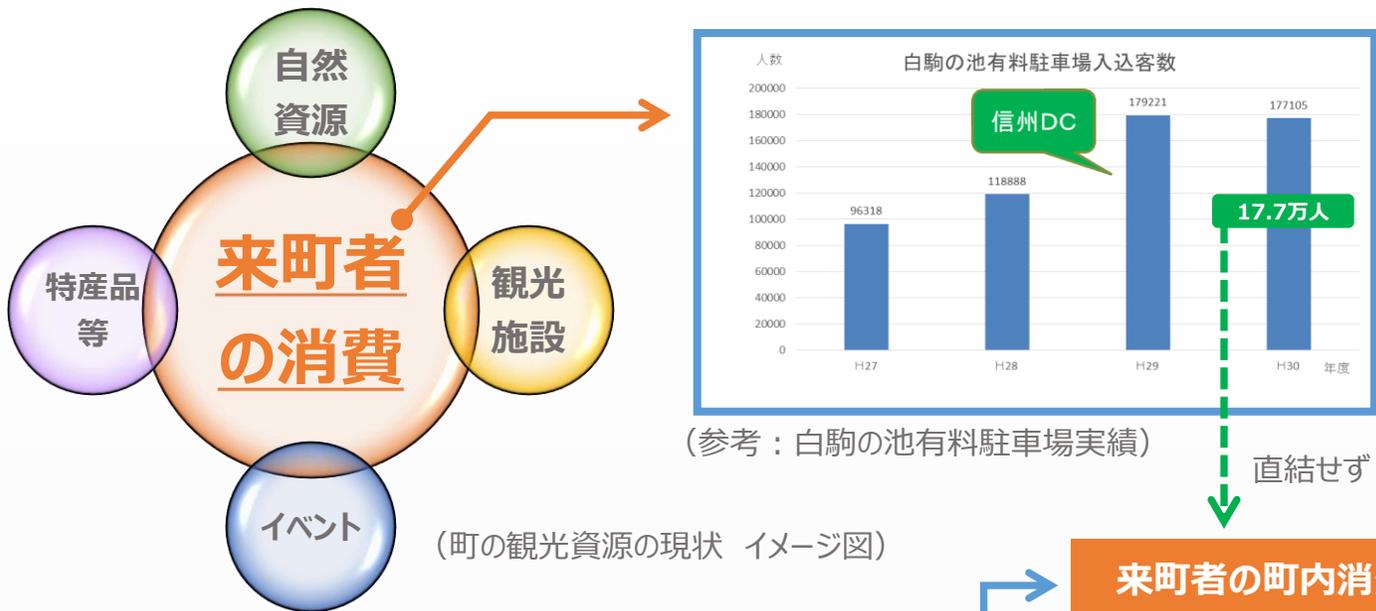
## 豊富な自然資源の活用

- 資源の周辺では現状でも収益化がされています。特に「白駒の池・苔の原生林」の知名度向上と来訪者増は北八ヶ岳苔の会様の取組の賜物で、見習うべき事例です。
- 「苔」以外は、押しなべてどこにでもある資源と言え、事業者個々の工夫に加え、町全体でも「らしさ」につながる資源活用の工夫が必要です。
- 自然資源を活用し、高品質な加工品を製造している事業者があります。

### ■ 活用されている資源（一例）



# 観光資源間の“距離”を埋める工夫が必要不可欠。 提供サービスを「点」から「面」へ、さらに奥行きを広げ、消費の連鎖を創出すべき。



(参考：白駒の池有料駐車場実績)

直結せず

(町の観光資源の現状 イメージ図)

## 【高速開通】平成30年度 佐久穂町交通量調査結果から

- 国道141号を通行する車が約2/3になった
- 高速道路を利用する車は約4000台/12hである
- 地元住民が休日に高速道を多く利用している
- 平日の大型車両の1/3が高速道を利用する
- 国道299号にて観光目的の車両は3000～6000台/12h

(報告書概要版 (H31.3) から抜粋)

## 来町者の町内消費

- 国道141号沿いには、町内の主な飲食・小売り・ガソリンスタンド等が多く、また旅館も近くにあるが、**観光目当ての来町者の来店は増えていない**事が予想できます。

佐久穂町の観光資源は、それぞれが離れている（遠い）。

それらの距離を縮め、イメージ図での、円が重なる部分を増やす施策が検討されるべきだが・・・積年の課題としてそのまま。

来町者数自体は増加しており、域内消費額拡大の可能性はあるが、滞在時間が伸びていない（通過型）ことは変わらず。

- 来町者数は伸びているものの、来町者の目的となっている観光資源（主に自然）の周辺での限定的な消費となっていると推測できます。
- イベント等も同様で、その後のリピートや、継続消費のあるファンとしては広がりが弱い印象です。
- いわゆる、点から線、面へといった施策が薄く、また、資源間（事業者間）での連携の工夫がほぼ無いように感じます。
- 国道141号沿いの市街地へは、観光資源から距離的にも遠く、強く目的地化できなければ、来町者の移動はできない＝消費も増えないと考えます。

## 将来の観光ビジョン

- ・提供する価値、目指す姿
- ・コアコンセプト
- ・佐久穂町らしさとの相性
- ・コンセプトの共有・共感
- ・目標

来町者満足度の向上や関連収益の最大化を図るには、提供するサービスにコンセプトがあり、共通の雰囲気（価値）がある（滲み出る）ことが重要。

（町の観光事業の発展 イメージ図）

# 観光事業の発展

観光事業

豊かな自然環境

その土地の日々の暮らし

佐久穂町  
らしさ

提供サービスの  
充実

事業者間連携

事業者個々の  
魅力向上

「点」で引き寄せ  
られた来町者を  
「面」でもてなす

観光事業にも コンセプト が必要

ベース：ひと・ふんいき・・・

↑ 深い関連性

コアコンセプトに  
基づいて事業する

観光関連消費の  
拡大

来町者の満足度  
向上

①事業者間で連携した地続き感のあるサービスを提供する ②個々の事業者のサービス自体も向上させる ことが必要だと考えます。

個々の事業者には優良顧客（ファン）が多くいます。そのファンへの提供サービスを面で広げるイメージです。

# 『よい時間を、じっくりと』

(シンプルで何気なく、満ち足りた愛おしい時間を観光客(来町者)、住民でともに作っていくという思いから)

## 佐久穂町の観光ビジョンで掲げる、コアコンセプト

# 『よい時間を、じっくりと』

### コアコンセプト策定の経緯

- 観光が活性化することによって、どんな光景や町の状態を作り出したいか
- カッコ良くてイメージしやすいキャッチコピーは賞味期限が短いのでは。すぐに理解しきれないものの、後からじわじわ来る地味なものが良い
- 集客のためではなく、リピートさせるためのキャッチコピー
- お客さんはこれをしたら喜ぶだろうではなく、まず自分たちは何をしたいか、どんなものが好きか、という視点
- 観光サービスをお客さんとともにじっくりと成熟させていく。一方的なサービスで完結しないようなものがない

これらについて議論を重ね、このコアコンセプトを提案します

コアコンセプトのイメージ 写真は「山村テラス」HPより借用



### < コアコンセプトの補足 >

#### 佐久穂町の2つの時間「山の時間」、「まちの日常の時間」を行き来する

- 山の時間：特別な時間、圧倒的な体験、自分の第7感に出会う
- まちの日常の時間：シンプルで何気なく、それでいて満ち足りた愛おしい時間。毎日食べ続けられるような飽きのこないもの
- ドーパミンやアドレナリンなどが分泌されるような刺激的な観光ではなく、幸福感や充足感を感じるような時間を提供したいと考えています。
- 肩の力を抜いて自然体でいられるような滞在、の提供を目指します。

『よい時間を、じっくりと』というコンセプトは、大きな成功体験がない佐久穂町と相性がよく、落ち着いた時間と空間を提供できる。

## 佐久穂町らしさ = 穏やかな町と人

- 佐久穂町は、観光業において特筆するような成功を取めたことはない。温泉も少なく、大きな旅館も存在しない。また商工業分野、農林業においても全国的な知名度を誇るようなものは多くはない
- 大きな成功体験がないということによって、下記のようなメリットが生まれている
  - ・小海、野辺山などに比べて、田園の風景が維持されている
  - ・国道沿いや観光地に廃墟的な建物が少ない
  - ・商工会、観光協会など、新しいことに着手しやすい雰囲気はある
- 知名度は高くないが、高品質な果樹、野菜、米、肉、魚がある



『よい時間を、じっくりと』

観光客（来町者）に対して、

**穏やかな時間の流れ、ゆったりとした空間、豊かな食体験を提供できる可能性が高い**

と考えます。

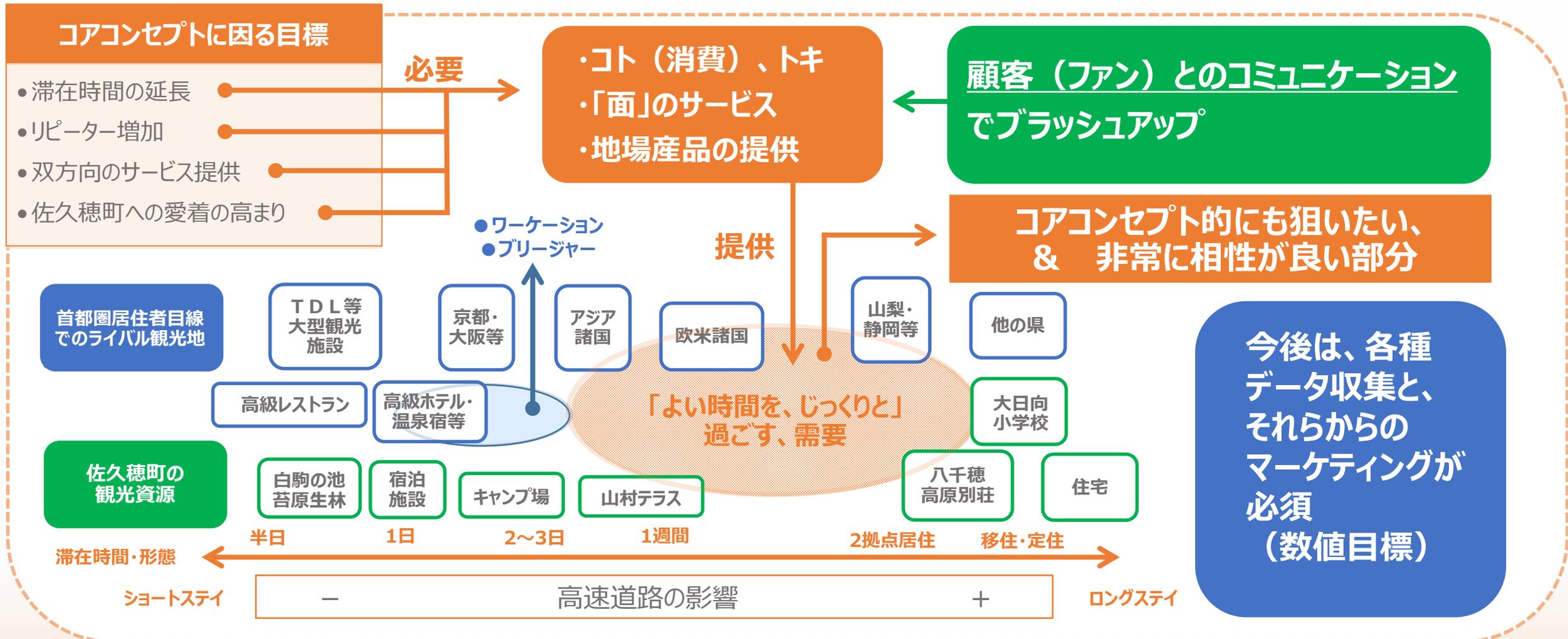
# コアコンセプトは、時間がかかっても町全体で共有することが理想。

- **コアコンセプト**を、**観光事業者**がその**必要性と、目的を共有**し、自身の事業に落とし込みます。
- 事業者&協会から、**来町者～町内で暮らす方たちにも伝わっていき、満足度や消費としてフィードバックされる循環が理想です。**
- **満足度・消費**から、**提供したサービスの質や量が適切であったのか等を確認・検証し、また事業に反映させるサイクルも必要です。**



半日を1日へ、日帰りを宿泊へ・・・。

「よい時間を、じっくりと」過ごすことができるサービスの提供が、観光事業発展のきっかけに。



## コアコンセプトに基づいた施策

- ・観光関連収益の最大化
- ・滞在時間と消費機会増大
- ・事業者間連携と地元産品への意識
- ・外部へのP R戦略とインバウンド対応

事業者個々の収益向上を図ると同時に、  
事業者間連携により滞在時間の延長と消費機会の増大を。

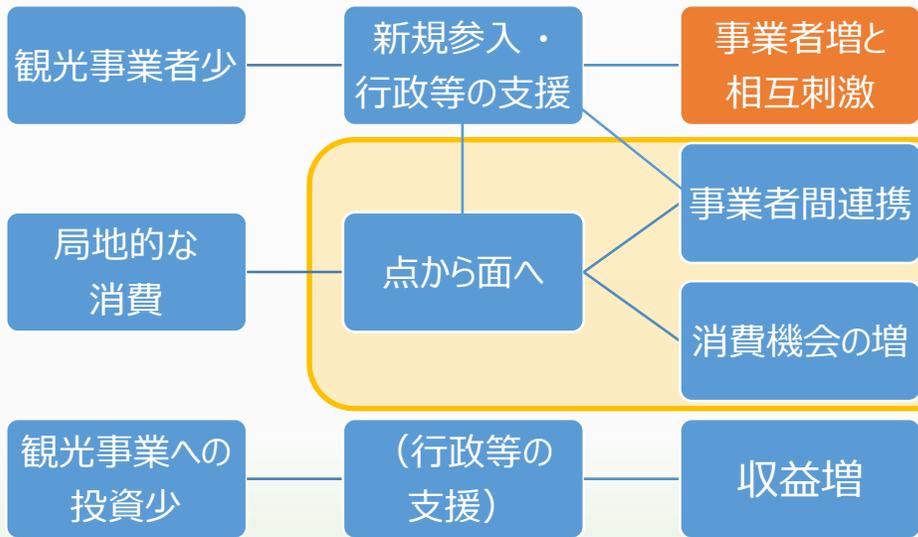
### 町の観光事業収益の現状

- 観光事業者自体が少ない
- 観光資源周辺で消費が完結しがち
- 資源（事業者）間で連携が希薄
- 収益小 ⇔ 「投資」が質・量ともに少ない

### 拡大の可能性

- 各事業者には優良顧客（ファン）が多い
- 提供サービスの多様化が可能（余地がある）
- 高速道路の延伸開通（近距離化）
- 新規事業者の参入と関係人口拡大による刺激

現状改善の → 方策・要因 → 目標



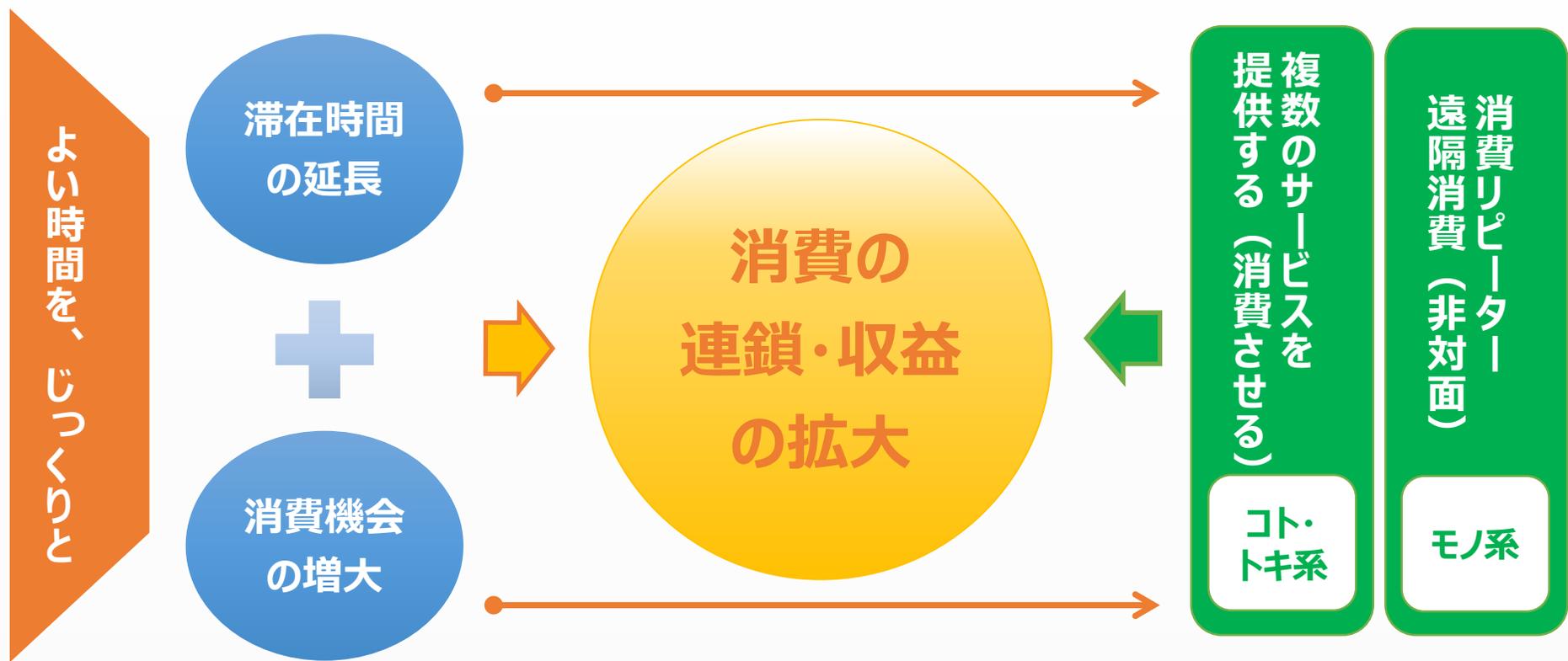
結果 ← 方法 ← 拡大の



最大限注力すべき部分

拡大の可能性を高め、  
注力すべき部分の具体的検討が  
必要だと考えます。

来町者に複数のサービスを提供すること（点から面でもてなすこと）は、事業者間連携やサービスの創出（向上）で実現可能。



- 複数のサービスを提供する（消費させる）ことで、おのずと滞在時間は伸びると考えます。
- 「食事+宿泊」や「アクティビティ+食事」といったものから、複数の場所やタイミングでサービス消費させることです。
- 「複数の場所やタイミング」というのは「消費機会」と同じなので、それらの増大が収益の拡大となります。
- その他にも、特産品等の「モノ」については、時間と場所が限定されずに消費される可能性があります。

そのために、  
・事業者間連携  
・接点を増やすこと  
が**必要**です。

『よい時間を、じっくりと』を提供サービスに落とし込む

- 例えば、来町者と、「少しでも会話する」「何かしら飲食してもらおう」だけでも、コアコンセプトに基づいたサービスだと考えます。また、「じっくりと」生産した、といった商品も、コンセプトに沿ったものといえます。

事業者同士の切磋琢磨、提供サービスの向上を目指し、満足度の上乗せを。  
あわせて、何度でも佐久穂町産品を提供すべき。



それぞれの提供時（消費時）に意識したい



### コアコンセプトに基づいたサービス提供のメリット

- どの事業者でサービスを受けても、共通の空気感、価値を感じる
- 回遊性を高める & 満足度の上乗せ
- 新規のファンからの刺激
- 事業者間の切磋琢磨



滞在時間の延長（町内周遊）  
新規サービスの創出、など

連携の実践例：佐久穂町内の生産者を巡り、夜はその食材と酒を、  
生産者自身も交えて楽しむ(黒澤酒造)

### 地元産品の消費促進

### 域内消費の拡大、地域の生産者と連携

それぞれのサービス提供（消費）の際に、もっと地元産品を使用すべきと考えます。「地酒」はもちろん、加工品も上質な製品がありますし、野菜や果樹も「旬」が提供できます。地元の産品を来町者に楽しんでもらう事はコアコンセプトにもつながり、収益も拡大します。また、通信販売等で消費リピーターになってくれるかもしれません。

売上に直結し、かつ、コアコンセプトにフィットするようなPRが必須。  
インバウンド対応は、手が届くところから整備の検討を。

## 外部PR戦略

### PRをしていく上での基本的な考え方

マネタイズに直結するPR



### 具体的なPR手段

観光協会HPに、コンセプトに合致する  
ようなフックを作っていく

GoogleMapや食べログなど パブリックな  
サイトに積極的に情報提供を行う

各事業者HPを新規作成、アップグレード



### 効果的なPRをしていくための施策案

観光協会HPをアップグレード（予算）

HP作成やパブリックサイトへの情報提供を  
支援する仕組みづくりとセミナー等の支援

## インバウンド対応

インバウンド対応と、そこからの収益拡大(期待)  
は全国で注力されているが、

- ・訪日外国人旅行客数：2020年4,000万人目標
- ・訪日外国人旅行消費額：2020年8兆円目標



受け入れ体制の整備が必要	町内の現状
多言語対応	弱
食生活など文化的対応	弱
宿泊施設等のキャパシティ	弱
受入に対する意識	低

時間・投資  
が必要

メニュー表やホームページの多言語対応等（町内で活動する団体や外国籍住民の方  
たちに協力を仰ぐなど）や、行政や観光協会も支援策の検討を進めましょう。

# 推進体制

- ・関連団体が果たす役割
- ・観光協会
- ・行政
- ・広域での連携

各団体が、得意な分野で役割を果たすことが理想。  
特に、観光協会は、より主導的な存在であるべき。（組織力強化、各団体間連携深化など）

営利的 ↑ ↓ 公益的	観光関連の事業 (やること分類)	現在の担い手				あるべき役割分担			
		民間企業	観光協会	観光協会事務局	行政	民間企業	観光協会	観光協会事務局	行政
	営利施設の運営	○			○				×
	イベント等の運営	○		○	○	◎	○		×
	広域のPR活動		○	○	○		○	×	×
	観光教育	明確な事業はない				◎	◎		
	観光施策の策定						◎		◎
	文化財の保護・活用				○				○
	インフラ整備				○				○
	景観保全等の検討				○				○

現在の役割分担は最適とは言えず、その是正を検討すべきです。

◎ 役割分担の最適化と明確化

行政の担う部分が多く、観光協会の担う部分が少ない

観光協会が主導的な役割を担うべき + 行政は支援中心

- ・ 営利施設の運営等は行政の苦手分野で、民間事業者が投資も含めたスピード感と対応力ある経営をすべきです。
- ・ 観光協会は、各所と連携しながら、企画・実行・継続の各ステージで主役として役割を果たすべきと考えます。
- ・ そのためにも、観光協会の組織力の強化が必要ですが、協会員の現状に照らすと大きな課題といえそうです。

# 観光協会が果たすべき役割は、施策の検討、展開と管理、事業者のとりまとめ等と大きく、専属者配置や行政からの人的分離が必要事項。

## 佐久穂町観光協会の概要

会員数	97事業所（令和元年11月時点）
意思決定	理事会、総会
内部委員会	広報宣伝、環境整備、イベント
主な収入源	町の補助金、会費、等
事務局	役場 商工観光係内

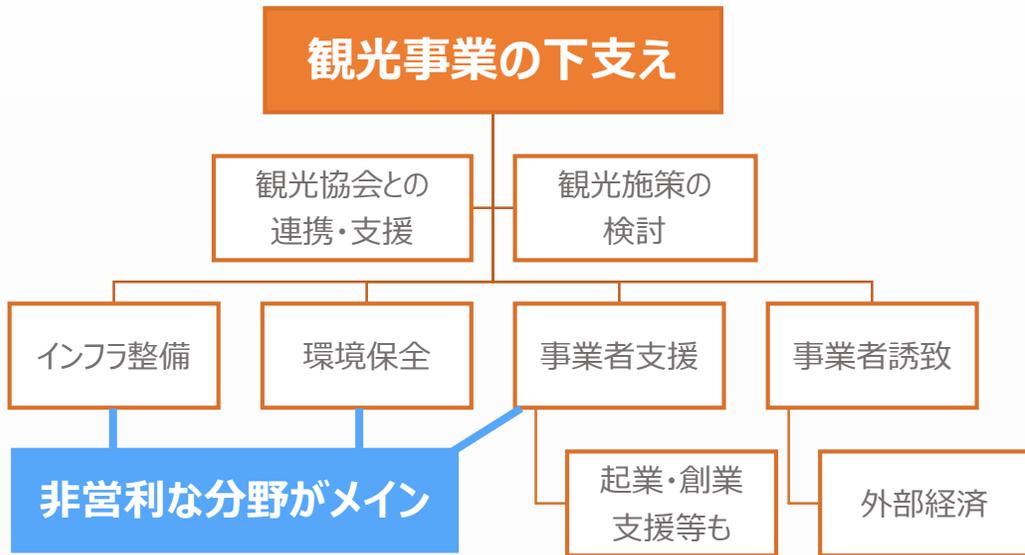
- 左記の他に、日常の情報発信、主催イベントの段取り等がありますが、基本的には事務局（役場職員）が担っています。
- 前述のような役割を果たしていくには、事務局には専属者が必要ではないでしょうか。
- 協会員に対しても、「協会員であることのメリット」を共有していくことが今後必要であり、その上で、観光関連収益が町内で最大化していく（分配される）ための具体的な検討をすべきです。そしてそれを実践し、更新していく事が必要です。
- しかしながら、多くの観光協会やDMOがそうであるように、財政的な独立はすぐに実現できるものではないとも考えますので、行政とは、地に足の着いた連携の継続が肝要と考えます。

## 理想の佐久穂町観光協会 “町観光事業の主役”

会員数	現状維持 + 拡大
意思決定	協会員から集約 ⇒ 選択と集中
事務局	専属者が、例えば「道の駅」の観光案内所に常駐で対応

- **会員数は現状維持～拡大&関与拡大で会費収入がアップ!**
- **専属の事務局員が、能動的に情報収集～とりまとめ～発信!**
- **事業方針や内容も、協会員の関与を促進し、「自分事」に!**
- **「観光案内所」常駐で、顔の見える協会（事務局）に!**
- **事務局員の人的独立の検討は必須事項!!**

# 行政は、観光事業者の支援やインフラ等の環境整備など、事業の下支えが役割の中心。



- インフラ整備、環境保全といった事業は、投資含みでもあり、実情と公平性、税金の用途として適正なのかも踏まえ事業化に対する判断があると思いますが、観光分野では、よりスピード感が求められます。
- 「地域の特色」を上手に把握し事業の中に落とし込めるような前向きな観光施策検討を期待します。
- また、新規事業（者）の流入促進と、既存事業者を含めた事業拡大への支援は、行政の担うべき重要な役割だと考えます。

## 「観光」における地方公共団体(行政)の役割

※観光立国推進基本法から抜粋

第4条> 地方公共団体は、基本理念にのっとり、観光立国の実現に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、自主的かつ主体的に、その地方公共団体の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する 2 地方公共団体は、前項の施策を実施するにあたっては、その効果的な実施を図るため地方公共団体相互の広域的な連携協力に努めなければならない。

わりと  
あいまい？  
ではあるが、

地域ごと  
特色ある  
観光施策  
実現の責務



# 広域連携は、足りないものを補う意味でも非常に重要。 DMOについては「組織」優先の稚拙な議論ではなく、「事業」優先の議論が必要。

## 広域連携の必要性（現状 足りないもの）

二次交通	公共交通以降の手段が脆弱
宿泊施設等	町内だけでは収容人数が少ない
観光事業者	事業者間連携は町内に限らない

- 町内の観光関連事業の中で、「交通事業（輸送事業）」がまず不足しています。
- 例えば「白駒の池・苔の原生林」は、公共交通の拠点から遠く、自家用車以外の来訪者には、そこからの移動が大変です。
- また、町内だけでは宿泊収容人数が少なく、輸送事業と絡めた近隣の事業者との連携が必要だと考えます。（輸送事業＋宿泊事業）

## 町内外で連携している一例

佐久の13蔵	地酒
39BAR	食（職人）
佐久穂町と小海町（町・観光協会）	合同のパンフや販促
小海線、などなど	地域資源、協議会等

いわゆる観光ではなくても、既に町内外問わず連携して活躍している事業者があります。「地域の面白さ」を引き出す好例ではないでしょうか。

## DMOに対する検討

エリア概念	南佐久？北八ヶ岳？etc
仕切りは？	町村会？広域連合？市町村？
観光協会	統合には、間違いなく障害あり

**DMOとは、地域の「稼ぐ力」を引き出し、観光地域づくりを実現するための戦略を策定する法人**

- DMOは、Destination Management/Marketing Organizationの略。南佐久でも機運あり？
- 県観光機構をはじめ、近隣では、小諸、東御などもDMO化。  
県内では県境をまたいだ「八ヶ岳ツーリズムマネジメント」、星を軸にした事業展開「阿智昼神観光局」は著名。

**佐久穂町も、佐久市や小海町との連携を一層深め、事業補完等は、より広域でも可能性を探るべきです。観光資源や方針を中心に、広域での観光事業の輪郭をイメージしていく段階になってきています。**

**DMO自体、単独の法人として自立した運営を継続できることが前提であり、加えて、地域の合意形成も必要である以上、当町～近隣でのDMO推進は、現時点では有効な選択肢ではないと考えます。まずは町内の観光協会・観光事業者の一層の充実が肝要です。**

# 町全体で取り組む観光振興

- ・観光ビジョンの価値
- ・観光ビジョンの推進

(観光事業者と住民、現実とビジョンをつなげるプラットフォームに)

観光ビジョンの推進と継続は、町の将来に好影響を必ずもたらすと信じ、事業者をはじめ、観光事業発展に尽力を。



- 来町者からの評価が広まり、それを受け取る町民の意識や一体感が醸成されることで、町への愛着が高まると考えます。

「観光ビジョンがもたらす（目指す）コト」を意識し、できれば価値を感じながら、観光事業者・観光協会をはじめ、町全体で、観光ビジョンの推進と継続・更新に取り組むことが理想です。

ということを、共有・普及していきたい

観光事業関連収益の最大化は、事業者をはじめ町内のメリットです。

観光ビジョンに基づく施策の推進と継続は、上記と相関しつつ、来町者にとってメリットです。

そして、観光の振興がもたらすべき『町への愛着』の高まりは、町の将来にメリットだと考えます。

町内観光事業の推進と、観光ビジョンの推進の両輪が重要。  
この提案をきっかけに、理想像と方向性を再確認して欲しい。

### 町内観光事業の推進

- 事業者間連携、情報共有
- 顧客（ファン）と接点を増やし、コンセプトに基づいたサービスの提供と磨き上げ

### 観光ビジョンの推進

- 観光事業者との共有・実践
- 住民、来町者に知ってもらい、共感をよぶ。そのための活動を行う団体・人が必要

観光事業者

観光協会

行政など

観光協会も行政も、町の観光振興について、理想像や方向性を捉え直し、その上で、事業を推進して欲しい

双方の推進を担う仲間・人材が必要では。

開かれたプラットフォームとして、様々な人材の、情報・意見の交換の場、事業展開の場、チーム作りの場があるべき

提案から実践へ

実践者

継続・検証・更新

- それぞれのステージで主役となるべき団体・人がいます。が、それらと行き来するコミュニティ（場所）があるべきで、時には実践者となり、時には後ろ盾となり、いつも集える仲間と、核になる人材が必要だと考えます。

# 会員から一言

観光ビジョンを考えるだけでなく、次のステップへ進むことができるように実践して、皆が豊かになることができる町にして行きたい。	辰野 廣茂（会長）
『佐久穂町ってこんな所』 誰かに声をかけて、次の誰かと繋がるきっかけになれば。	草間 久美（副会長）
町民との出会い、触れ合いを通して国内外の観光客を満足させる。	西村 寛
生産者として、町民が誇ることができるような商品、特産品を増やすことで、佐久穂町のアピールポイントを増やしていきたいと考えています。	佐々木 隆文
個々にチャレンジや発信をしながら周囲を巻き込んで、大きな渦として佐久穂の魅力を高めていきましょう。	黒澤 孝夫
全く関わりのない町民の方々が、観光客や観光消費を増やすとか、よくわからないと思います。ただ、佐久穂町って良いところって、友達、孫、親戚にちょっと自慢できるところが増えたり、見直したり、未来へ進む良いキッカケになればと思います。	上原 直樹
佐久穂町のビジョンについて、多くの時間を使い話し合ってきましたが、未来の佐久穂町に多くの方々が来ていただける、自然・観光事業の必要性は、これからの佐久穂町の発展に貢献をすることを期待いたします。	岸 良一

# 会員から一言

<p>佐久穂町に移り住んでから7年が経ちますが、本当に住みやすく、心地よい町だと日々感じております。この佐久穂の心地よさを、町外からお越しの方にも、じっくりと味わっていただきたいです！！</p>	<p>岩下 大悟</p>
<p>ビジョン案に町民の巻込みの意見聴取ができなかったのが残念。</p>	<p>吉野 雅章</p>
<p>観光ビジョンの推進は、町の将来に好影響をもたらすと思います。推進の方法にはいろいろあるが、住みよい町造りに積極的に参加する町民意識を高めることが最優先だと思います。町のみなさん、住みよい町造りは家族や子孫の幸せの基盤造りです。町民の皆さん町造りに参加しませんか。</p>	<p>丸山 精一</p>
<p>佐久穂ファンを増やすため、私自身が佐久穂の生活を満喫し、穏やかで暮らしやすいし、適度に刺激もあり何か気になる町と思ってもらえるように情報を発信して行きたいと思います。</p>	<p>由井 正宏</p>
<p>佐久穂町の成長戦略の大きな柱の一つでもある観光ビジョンを、会員の皆様、アドバイザー関係者と共に考えて参りました。観光ビジョンが基礎基盤となり、佐久穂町が活性化され、地域に波及効果をもたらし、また次の世代へと引き継がれていく事を願うばかりです。</p>	<p>辰野 守茂</p>

多忙によりここには間に合わなかった会員もおりますが、それぞれの想いです。

# 佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会 規約、名簿、実施記録

## 佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会規約

- (名称) 第1条** 本会は、佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会（以下「会」という。）という。
- (目的) 第2条** 会は、将来の佐久穂町の観光分野において施すべき対策を具体的に検討するとともに、町を含めた関係団体及び関係者の果たすべき役割を明確にし、もって観光業発展のための魅力的で建設的な施策を提案することを目的とする。
- (検討内容) 第3条** 会での検討内容は、次に掲げるものとする。  
 (1) 将来の佐久穂町の観光施策検討に関すること。 (2) その他観光振興に関し必要な事項
- (組織) 第4条** 会の会員は、次の各号に基づき公募により参集する。  
 (1) 町内で観光事業に携わる者 (2) その他観光分野に識見を有する専門家
- (任期) 第5条** 会員の任期は、町をはじめとする関係団体に提案を提出するまでの間とする。
- (会長及び副会長) 第6条** 会に会長及び副会長を置き、会員の互選により定める。  
 2 会長は会務を総理する。  
 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。
- (会議) 第7条** 会議は、必要に応じて会長が招集し、会長が議長となる。  
 2 会長は、必要があると認めるときは、会員以外の者の出席を求め、意見を聞くことができる。  
 3 会長は、会の円滑な進行と建設的な議論の妨げとなると判断した場合は、会員の退席を命じることができる。
- (アドバイザー) 第8条** 会にアドバイザーを置くことができる。  
 2 アドバイザーは、専門的な観点で助言等を行い、会の進行調整等を支援する。
- (庶務) 第9条** 会の庶務は、佐久穂町産業振興課商工観光係において処理する。
- (その他) 第10条** この規約に定めるもののほか、会の運営に関し必要な事項は、会で定める。
- 附 則** この告示は、公布の日から施行する。

## 会 員 名 簿

氏名	事業分野
西村 寛	その他
佐々木 隆文	農林漁業
志村 馨 (途中退会)	宿泊業
黒澤 孝夫	小売業
上原 直樹	宿泊・飲食
岸 良一	宿泊業
岩下 大悟	宿泊業
吉野 雅章	宿泊業
辰野 廣茂	宿泊・飲食
草間 久美	農林漁業・飲食
丸山 精一	その他
山浦 雄大	宿泊業
松澤 武	旅行代理業
由井 正宏	農林漁業
辰野 守茂	宿泊業
平尾 勇	アドバイザー (長野県観光機構)
松本 翔	アドバイザー (長野県観光機構)
在賀 耕平	アドバイザー (町政策アドバイザー)

実施記録	全体会	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回	第11回	第12回	第13回	第14回	第15回	第16回
		2018.5.23	6.25	7.18	9.5	10.22	11.20	12.18	2019.1.30	2.26	3.25	4.22	5.28	6.17	7.30	8.27	9.25
分科会		収益最大化検討分科会			外部PR戦略検討分科会			町の巻き込み方検討分科会			各3回実施						