

# 佐久穂町観光ビジョン 資料編

佐久穂町の将来の観光ビジョンを考える会

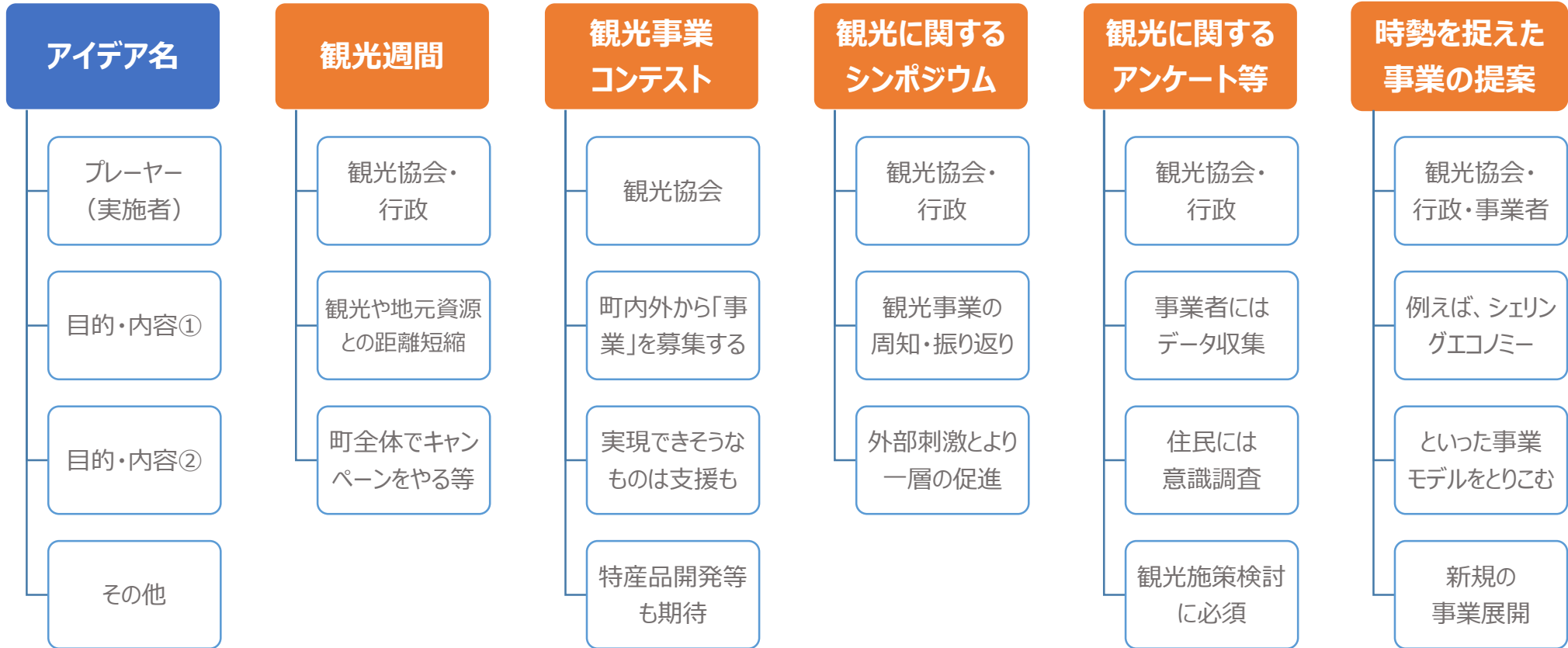
令和元年12月



# 町全体で取り組む観光振興の視点で考える 事業アイデア



# すぐできる、やるべき、できたら面白い・・・検討の中で実際に出た事業アイデア



住民や町を  
巻き込んでいく  
施策は  
観光協会と行政  
が主導的で  
あるべき。

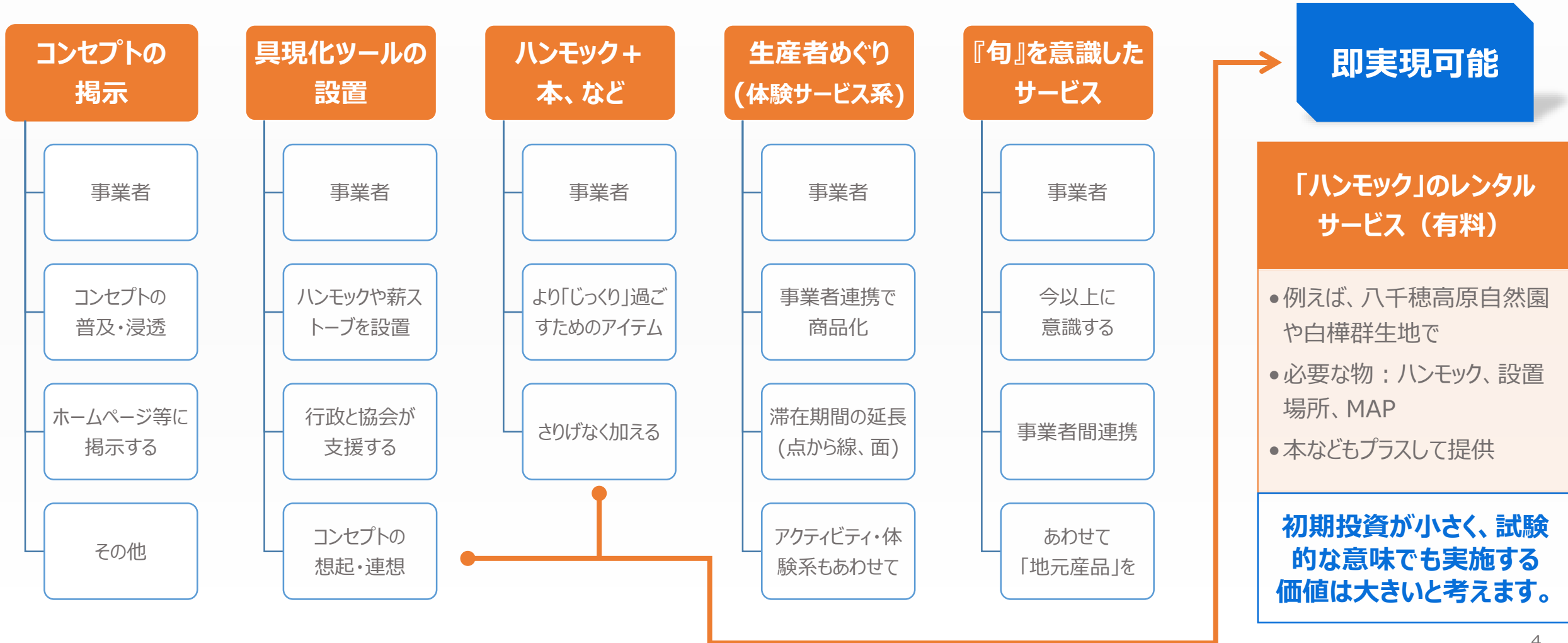
これまで以上に、  
「地域資源」に  
対する  
意識の向上を  
図りたい。

ぜひ 欲しい

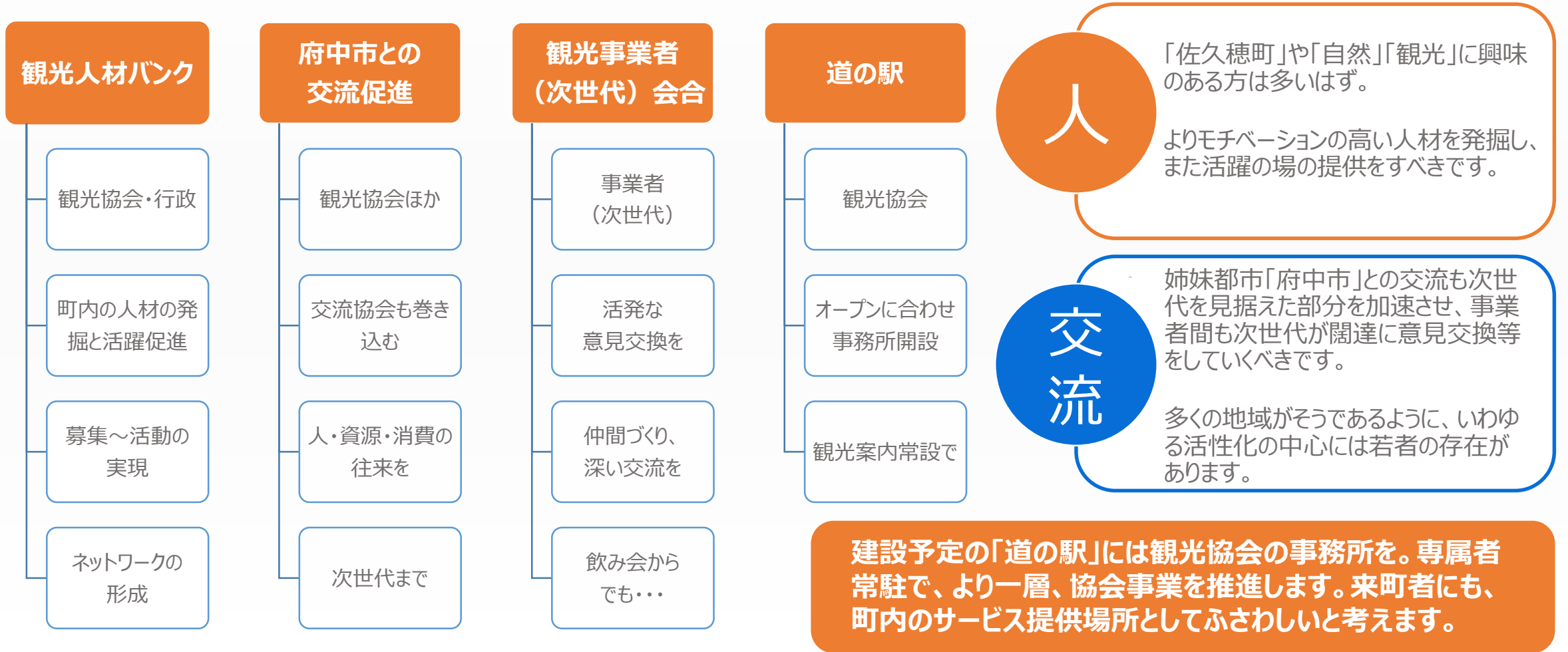
町の歴史や文化が案内できるパンフ等（多言語）

- 多くの来町者から、また、事業者からもニーズあり！！

# 事業アイデアの具現化と提供は観光事業者が中心。 さらに、事業者が主体となる事業は「事業者間連携」が必須。



必要だと考えるのは『人（人材）』と『交流』のプラットフォーム。  
観光は間口と裾野が広く、入りやすい。将来も踏まえた様々な交流促進を。



# 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  
会員内顧客情報アンケート

# 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

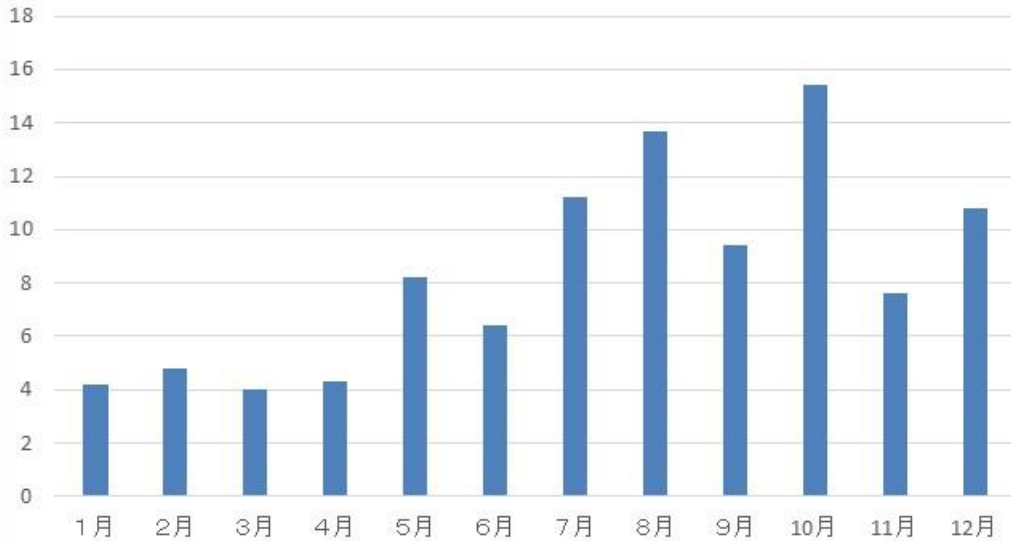
氏名	事業分野
西村 寛	その他
佐々木 隆文	農林漁業
志村 馨 (途中退会)	宿泊業
黒澤 孝夫	小売業
上原 直樹	宿泊・飲食
岸 良一	宿泊業
岩下 大悟	宿泊業
吉野 雅章	宿泊業
辰野 廣茂	宿泊・飲食
草間 久美	農林漁業・飲食
丸山 精一	その他
山浦 雄大	宿泊業
松澤 武	その他
由井 正宏	農林漁業
辰野 守茂	宿泊業
平尾 勇	アドバイザー (長野県観光機構)
松本 翔	アドバイザー (長野県観光機構)
在賀 耕平	アドバイザー (町政策アドバイザー)

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						

季節ごとに、伸びる月は存在する模様。農産物等は『旬』が、加工品にもイベントがあるため、その時に如何に収益を上げるかが、重要な視点です。

- 会員内で、「顧客情報」に関するアンケート調査を行いました（全て割合、印象値）。5つの事業者からの情報ですが、メインの業種、所在地等は様々です。
- 町全体の確かな傾向とは言えないものの、観光事業者の生の情報です。

年間の来客（商品の出荷）割合



● 長期休暇のある月、季節行事や、商品が「旬」を迎える時期は、人と消費の動きが大きい。

● 滞在時間が長い客層はどこか？など、それぞれの項目の 相関関係等を分析する必要がある。

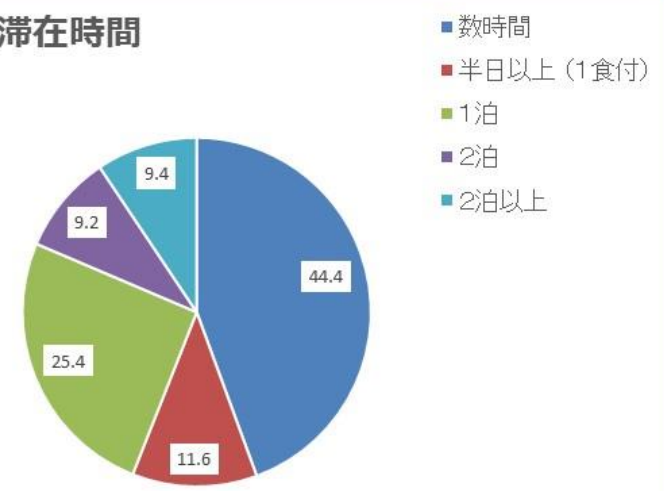
顧客の構成



カップル・夫婦が4割。団体は少ない

- 来町者は2人組が多い模様。
- 単独・団体は少ない傾向
- 家族連れも2割以上

滞在時間



「通過型」になっていることが明らか

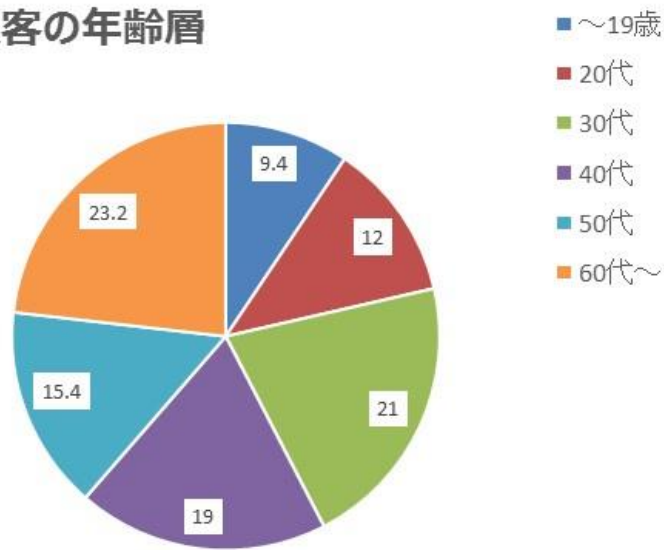
- 数時間の滞在が多いが、1食付よりも泊りの割合が多く、食べれば泊まるかも知れず、伸びしろがありそう



# 来町者の半分以上が40歳～+滞在は数時間の通過型？反面、関東圏を中心に、幅広い年齢層で行き先の選択肢には入っていると考えられます。

- 今後、観光施策を検討していく上で、観光事業者からの情報収集は必要不可欠です。個々のデータを積み上げ、町全体の傾向が見えるかできれば最良です。

顧客の年齢層



年代の偏りはそれほどない

- 40歳以上でみると半数以上になるものの、満遍ない年齢層である

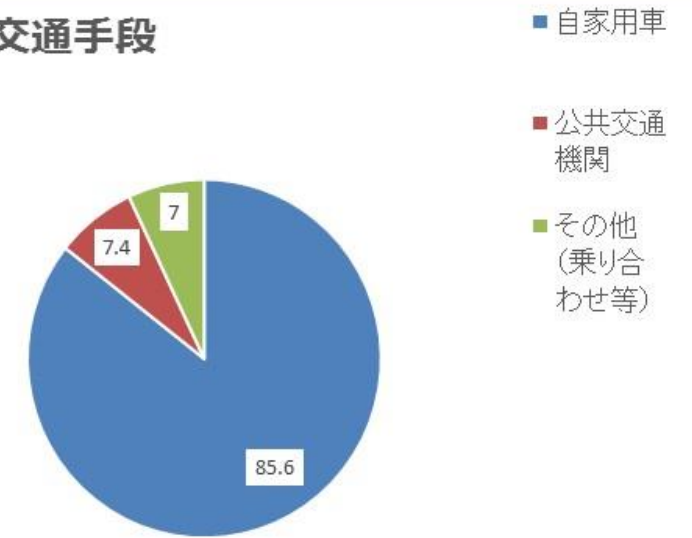
どこから来たか



県内 ⇄ 県外は半々くらい

- 関東圏からの来町者が最も多く、関西圏は少ない。外国人は全体の約1割。軽井沢はもっと狙えるか

交通手段



自家用車での来町がほとんど

- 2次交通に課題はあるものの、ほとんどが自家用車での来町