

身延町観光振興ビジョン(参考資料)

目次

1. 身延町観光振興ビジョン(H28～R2 年度)の振り返り……………	1
2. 身延町の観光を取り巻く外部環境の整理……………	3
3. 観光動態調査の結果……………	8
4. 既存アンケート調査(観光市場分析調査)結果の分析……………	15
5.観光事業者等へのアンケート調査の結果……………	21



1. 身延町観光振興ビジョン(H28～R2 年度)の振り返り

身延町では、平成 28 年に「身延町観光振興ビジョン(計画期間:平成 28 年度～令和 2 年度)」を策定し、町や地域住民、観光事業者、観光関連団体等が一体となり、「オール身延」で観光立町を目指す取組が推進されてきた。身延町観光振興ビジョンを改定するにあたり、ビジョンに定められた取組の実施状況や取組効果を把握し、振り返りを行った。

1.1 身延町観光振興ビジョンの構成

- 「身延町観光振興ビジョン(平成 28 年度～令和 2 年度)」は、身延町の目指す観光の方向性及び目標を定め、その実現に向けたビジョンを示す「基本構想」と、基本構想を実現するための基本設計図として、各分野で実行されるべき取組を示す「基本計画」から成る。
- 基本構想では、身延町の観光を推進する「組織の確立」や「拠点の整備」、「ネットワーク整備」、「人材育成」等が重要な取組として掲げられている。基本計画では、それらを実現するための取組として、「構想を推進する組織づくり」や「身延観光の拠点の整備」、「人材の育成」等が示されている。

身延町観光振興ビジョン(平成28年策定)

基本構想

❖身延町が目指す観光の方向性及び目標を定め、その実現に向けたビジョンを示す

【今後の身延観光にとって重要な取組】

- ①身延町の観光を推進する「推進母体」の確立(組織の確立)
- ②長期滞在観光支援の身延観光コンシェルジュ設置(拠点の整備)
- ③地域情報の一元化、地域連携のしくみづくり(ネットワーク整備)
- ④地域観光を促進する地域コーディネーターの養成(人材育成)
- ⑤身延町独自の観光資源づくり(商品開発)
- ⑥身延観光ブランドの確立(地域の共通認識、消費者の認知度アップ・販路確保)
- ⑦身延ニューツーリズムの確立(ルール・ガイドンスづくりなど)
- ⑧身延インバウンド・プログラムの確立(受入体制、ガイドの養成など)
- ⑨「持続可能な身延観光」の実現(儲かる観光の実現)

基本計画

❖基本構想を実現するための基本設計図として、各分野で実行されるべき取組を示す

【各分野で実行されるべき取組】

- ①構想を推進する組織づくり(地域協働の構想推進ネットワークの形成、事業推進の事業主体づくり)
- ②身延観光の拠点の整備
- ③人材の育成(地域コーディネーターの養成、身延観光ガイドの養成、観光コンシェルジュの養成)
- ④商品・ソフト開発(和紙を活かした商品開発、身延ニューツーリズムのソフトづくり)
- ⑤身延ブランドの確立と情報発信

図 1-1 身延町観光振興ビジョン(平成 28 年度～令和 2 年度)の概要

1.2 身延町観光振興ビジョンの振り返り

- 「地域協働の構想推進ネットワークの形成」や「身延観光ガイドの養成」、「和紙を活かした商品開発」、「身延ニューツーリズムのソフトづくり」、「身延ブランドの確立と情報発信」に関しては、着実に実施することができた。その他の取組に関しては、地域の実態に応じて取組内容の見直しや、実施の見送りを行っている。今後、実施要否も含めた見直しが必要である。

表 1-1 身延町観光振興ビジョン(基本計画)の振り返り

基本構想の実現に向けて各分野で実行されるべき取組		実施有無	実施状況
①構想を推進する組織づくり	地域協働の構想推進ネットワークの形成	○	・身延町観光協議会における情報共有が活発になり、様々な団体、事業者とのネットワークを構築することができた。
	事業推進の事業主体づくり	×	・身延観光センターが設立されたが、思うように機能することができなかった。現在、事業者による新規・既存事業等を促進するため、事業主体に対する支援、連携を身延町観光協議会が担っている。
②身延観光の拠点の整備		×	・観光協会等の組織の一本化、身延観光センターによる調整等、それぞれの団体の目的、趣旨、規模等により機能の集約は現実的ではない。
③人材の育成	地域コーディネーターの養成	×	・実施無し。現在、多くの役割を身延町観光課が行っており、地域コーディネーターの必要性の有無を含めて検討が必要。
	身延観光ガイドの養成	○	・身延町観光ボランティアガイドの会が組織化された。インバウンド対応は今後検討する必要がある。
	観光コンシエルジュの養成	×	・実施無し。観光地ごとにそれぞれの特色があり、統一した案内サービス等の提供は難しい。現在、総合案内は身延町観光課が行っており、観光コンシエルジュの必要性の有無を含めて検討が必要。
④商品・ソフト開発	和紙を活かした商品開発	○	・ワシブル等を西嶋和紙工業協同組合で開発した。和紙に限らず、あけぼの大豆の6次産業化で商品開発も行っている。
	身延ニューツーリズムのソフトづくり	○	・ゆるキャン△により新たな誘客につながっている。本編、アニメも継続しているため、今後もさらなる誘客が期待できる。
⑤身延ブランドの確立と情報発信		○	・コロナ禍、道路網の整備、あけぼの大豆、ゆるキャン△等、社会の変化と価値観の多様化に対応したプロモーションを実施することができた。

2. 身延町の観光を取り巻く外部環境の整理

近年、全国的に観光を取り巻く情勢は大きく変化しつつある。全国、山梨県、峡南地域、身延町の観光を取り巻く外部環境を以下に示す。

2.1 全国の観光を取り巻く情勢

- 全国的な観光動向をみると、**令和 2 年以降は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、旅行者数が日本人・外国人ともに減少したが、令和 4 年からは回復傾向にある。**

⇒日本人国内宿泊・日帰り旅行の延べ人数は、令和元年までは 5.6 億人～6.5 億人の間で推移していたが、令和 2 年・3 年には 50%程度に減少。感染症流行の収束に伴い、令和 4 年以降は回復傾向。

⇒日本人国内旅行消費額は、令和元年までは 20 兆円前後で推移していたが、令和 2 年・3 年には半減し、約 10 兆円となった。その後、回復傾向が見られ、令和 5 年は 21.9 兆円となった。

⇒訪日外国人旅行者数は、令和元年に過去最高の 3,188 万人を記録した。令和 2 年～4 年は大きく減少したものの、令和 5 年には 2,507 万人まで回復した。また、訪日外国人旅行者による消費額も、令和 2 年～4 年は大きく減少したものの、令和 5 年には過去最高の 53,065 億円となった。

- 観光庁は、観光を取り巻く近年の情勢変化を踏まえ、観光立国推進基本法に基づき令和 5 年に「観光立国推進基本計画」を閣議決定。**持続可能な観光立国の復活に向け、観光の質的向上を目指す「持続可能な観光地域づくりの体制整備」「インバウンド回復」「国内交流拡大」の 3 つの戦略を掲げている。**

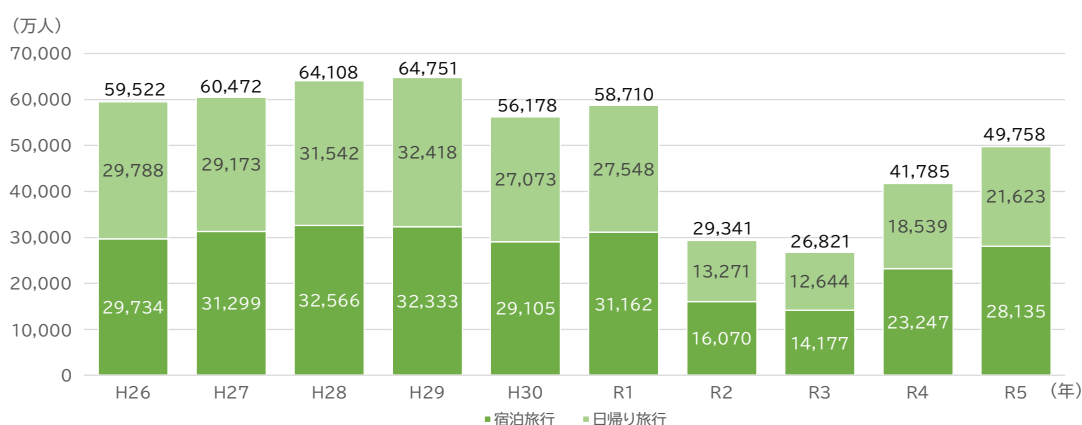


図 2-1 日本人国内宿泊旅行・日帰り旅行延べ人数の推移

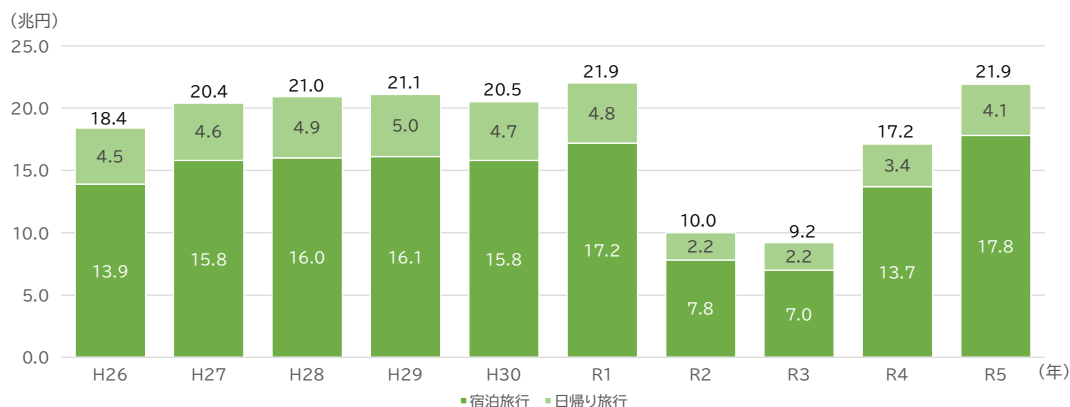


図 2-2 日本人国内旅行消費額の推移

(出典:観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

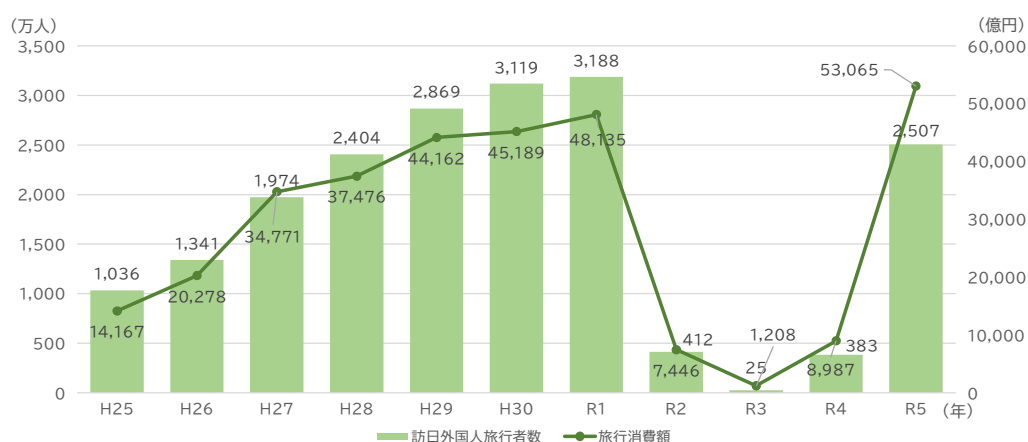


図 2-3 訪日外国人旅行者数と消費額の推移

※令和 2～4 年の消費額は、新型コロナウイルス感染拡大による調査中止等の影響により、試算値

(出典:国土交通省「令和 6 年度観光白書」／観光庁「訪日外国人消費動向調査」)

表 2-1 観光立国推進基本計画の目標値

3 つの戦略	項目	実績値(令和元年)	目標値(令和 7 年まで)
持続可能な観光地域づくりの体制整備	1. 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数※1	12 地域※2 (うち国際認証・表彰地域※3 6 地域)	100 地域 (うち国際認証・表彰地域※3 50 地域)
インバウンド回復	2. 訪日外国人旅行消費額	4.8 兆円	5 兆円※4(早期に)
	3. 訪日外国人旅行消費額単価	15.9 万円	20 万円
	4. 訪日外国人旅行者一人当たり地方部※5宿泊数	1.4 泊	2 泊
	5. 訪日外国人旅行者数	3,188 万人	令和元年水準超え
	6. 日本人の海外旅行者数	2,008 万人	令和元年水準超え
	7. アジア主要国※6における国際会議の開催件数※7に占める割合	アジア 2 位 (30.1%)	アジア最大の開催国 (3 割以上)
国内交流拡大	8. 日本人の地方部※5延べ宿泊者数	3.0 億人泊	3.2 億人泊
	9. 国内旅行消費額	21.9 兆円	22 兆円

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人 DMO 等の団体数で把握する。

※2 令和 4 年(2022 年)実績値

※3 国際認証・表彰地域とは、Green Destinations(GD)、又は UNWTO による Best Tourism Villages(BTV)の認証・表彰を受けた地域をいう。

※4 5 兆円を達成できる消費額単価・旅行者数の組合せ例として、単価 18 万円×旅行者数 2,800 万人。

※5 地方部とは、三大都市圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県)以外の地域をいう。

※6 アジア主要国とは、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位 5 か国(地域を含む。)を指す。この基本計画では、具体的には、令和元年時点の統計で上位である日本、中国、韓国、オーストラリア、台湾の 5 か国・地域である。

※7 国際会議協会(ICC)の統計による。

(出典:観光立国推進基本計画)

2.2 山梨県の観光を取り巻く情勢

- 山梨県の観光入込客数は、令和元年まで増加傾向にあったが、令和2年・3年には50%程度に減少。
令和4年には27,384千人に回復した。
- 山梨県は、観光を取り巻く国内外の社会情勢の変化を踏まえ、おもてなしのやまなし観光振興条例に基づき、令和6年1月に「やまなし観光推進計画」を改訂(計画期間:令和5年度～令和8年度)。ビジョンの実現に向けて「受入環境の整備」「やまなしツーリズムの推進」「観光地経営の高度化」「人材の確保・定着・育成」の4つの観光振興戦略を掲げている。

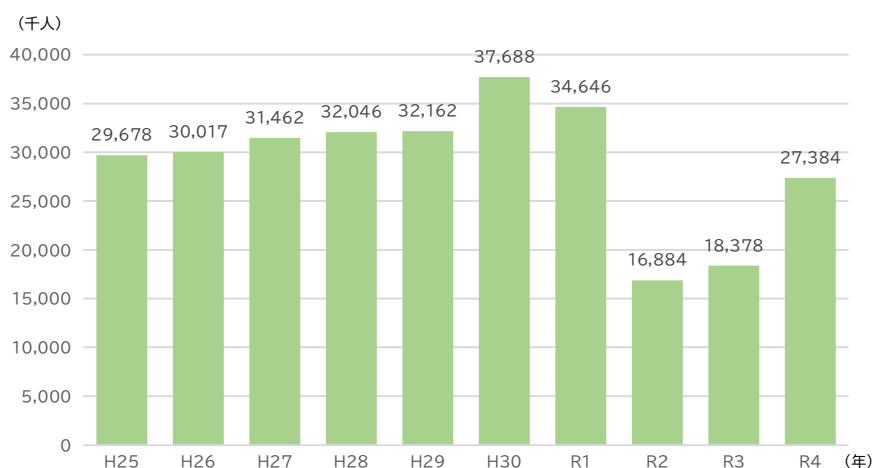


図 2-4 山梨県の観光入込客数の推移

(出典:山梨県「山梨県観光入込客統計調査結果」)

表 2-2 やまなし観光推進計画の概要

山梨の観光のビジョン	山梨のポテンシャルを100%生かし、観光の質の向上と観光産業の経営基盤の強化を図ることで、観光産業の稼ぐ力を高め、持続可能な観光地・山梨を創出する。		
方針	観光の質の向上(高付加価値化)	観光産業の経営基盤の強化	
観光振興戦略	I 受入環境の整備 II やまなしツーリズムの推進	III 観光地経営の高度化 IV 人材の確保・定着・育成	
数値目標	項目	実績値(令和元年度)	目標値(令和8年度)
	観光消費額	4,330億円	5,000億円
	宿泊客一人当たりの平均宿泊料	11,465円	15,500円
	食を目的とした観光客の飲食単価	6,230円	9,480円
	観光客一人当たりの平均土産代・入場料・体験料等	3,296円	3,700円
	宿泊業の平均年間賃金	379万円	461万円
	観光客一人当たりの平均消費額	12,498円	14,500円
	観光客満足度	49.2%(2022年)	60.0%

(出典:やまなし観光推進計画)

2.3 峡南地域の観光を取り巻く情勢

- 山梨県峡南地域(身延町、市川三郷町、富士川町、早川町、南部町)の観光入込客数は、令和元年まで増加傾向にあったが、令和2年・3年には50%程度に減少。令和4年には1,924千人に回復した。
⇒ただし、身延町の回復率は全国、山梨県と比べ、緩やかな傾向。
- 圏域別の観光客数に着目すると、山梨県を訪れる観光客の44.4%が富士・東部圏域に集中しており、身延町の属する峡南圏域を訪れる観光客は全体の7.0%にとどまっている。
- 令和4年7月、山梨県と峡南地域5町が連携し、共通の地域課題を解決するとともに、各町の特色を磨き上げることで、峡南地域全体の活性化を図ることを目的として「峡南地域ネクスト共創会議」が設置された。令和5年3月には、「峡南地域観光戦略」が策定され、「自然と人が育んだ歴史文化・産業・信仰を体感できる滞在型観光地」を目指し、基本方針として「地域ブランドの形成」や「観光魅力の創出」「受入環境の整備」「効果的なPR」「人材育成と体制づくり」が掲げられている。

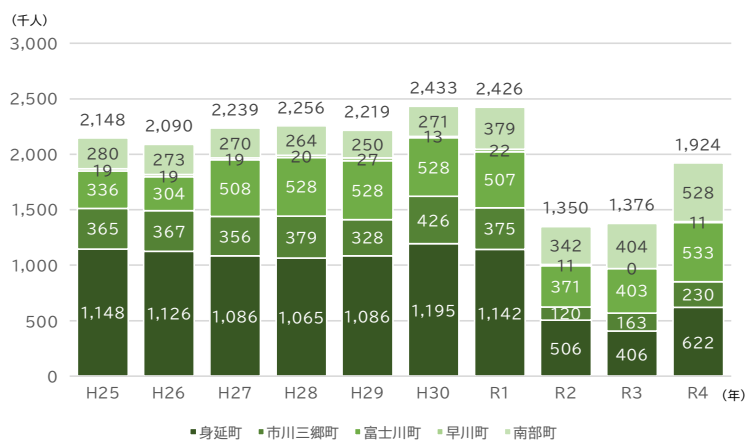


図 2-5 峡南地域の観光入込客数の推移

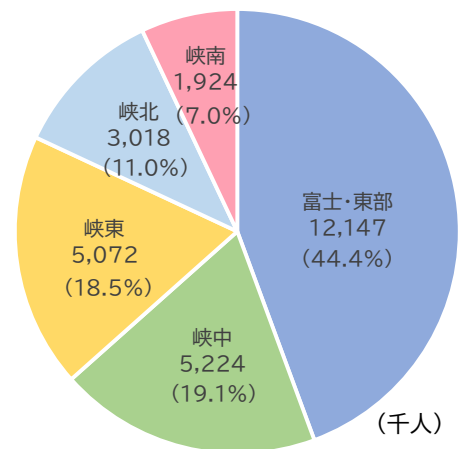


図 2-6 圏域別観光入込客数(令和4年)

(出典:山梨県「山梨県観光入込客統計調査結果」)

表 2-3 峡南地域観光振興戦略の概要

観光地としての将来目標像	自然と人が育んだ歴史文化・産業・信仰を体感できる滞在型観光地		
峡南地域の価値を伝えるコンセプト	HEALING in FUJI VALLEY ～川(かわ)と峡(たに)が育む祈りと生活の空間で、人と自分に再会する～		
将来目標像を達成するための取組	基本方針 1: 峡南地域の価値を伝える地域ブランドの形成 基本方針 2: 滞在と再訪の誘因となる観光魅力の創出 基本方針 3: 利便性の高い持続可能な受入環境の整備 基本方針 4: 観光情報の効果的なPRの実施 基本方針 5: 魅力ある観光地域づくりを担う人材育成と体制づくり		
数値目標	項目	基準値(令和5年)	基準値(令和7年)
	一人当たりの平均観光消費額	※令和5年度に行う市場分析より設定	※基準値より10%増加
	観光客に占める宿泊者の割合	20.2%	25.0%
	来訪者満足度	53.1%	60.0%

(出典:峡南地域観光振興戦略)

2.4 身延町の観光を取り巻く情勢

- 身延町の観光入込客数は、令和元年まで 1,100 千人前後で推移していたが、令和 2 年・3 年には大幅に減少。令和 4 年は回復傾向にあるものの、令和元年までの水準の半分程度にとどまっている。
- 「第二次身延町総合計画後期基本計画(計画期間:令和 4 年度～令和 8 年度)」では、「目標 3 発展の活力づくり」に紐づく「施策 3-2 産業の振興」において観光の振興に関する取組が掲げられている。
- 身延町には、「身延山久遠寺」や「西嶋和紙」、「湯之奥金山遺跡」等の歴史文化資源、「本栖湖」等の自然資源、「ゆば」や「あけぼの大豆」、「みのぶまんじゅう」等の食資源など多様な観光資源が存在する。
- 令和 3 年の中部横断自動車道(南部区間)全線開通による移動時間の短縮や、身延町を含む峡南地域を舞台とするアニメを契機としたアニメツーリズムの活性化、全国的なインバウンド需要の回復と地方誘客への機運の高まり、観光 DX 化の推進等、身延町の観光を巡る情勢は近年大きく変化。

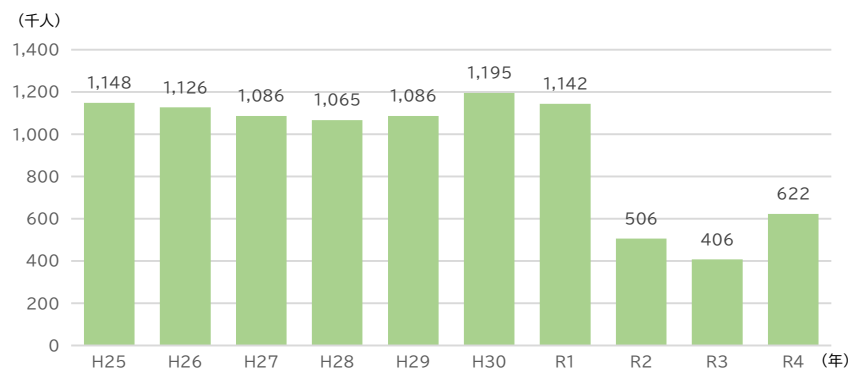


図 2-7 身延町の観光入込客数の推移

(出典:山梨県「山梨県観光入込客統計調査結果」)

表 2-4 第二次身延町総合計画後期基本計画の概要

基本理念	身延町民であることに誇りと自覚をもち、力を合わせて 安らぎと活力にあふれた、ひらかれたまちづくりを進める				
将来像	安らぎと 活力ある ひらかれたまち ～「生まれてよかった 育ってよかった 住んでよかった」と思えるまちを目指して～				
目標	1 安らぎの 暮らしづくり	2 うるおいの 環境づくり	3 発展の 活力づくり	4 学びの 人づくり	5 協働の まちづくり
施策	1-1 福祉のある暮らし 1-2 快適な暮らし 1-3 安心な暮らし	2-1 緑の継承 2-2 環境の保全 2-3 美しい景観と憩 いの環境	3-1 基盤の強化 3-2 産業の振興 3-3 起業支援と就 労場の確保	4-1 まちづくりを支える 人づくり 4-2 明日を担う人づくり 4-3 地域文化をはぐくむ	5-1 住民主体のまちづく り 5-2 多様な交流の活用 5-3 行財政改革の推進

3-2-1 農林業の振興	(1)観光推進体制の 強化	①観光推進組織体制の整備 ②広域観光づくりの強化 ③観光情報の発信	④観光受け入れ体制の整備 ⑤外国人観光客の誘客
3-2-2 商業の振興	(2)観光地の整備	①観光資源の発掘・整備 ②景観づくりの促進	③観光基盤施設の整備
3-2-3 工業の振興	(3)観光プログラムの 開発	①体験機能の整備 ②グリーン・ツーリズムの展開 ③アニメツーリズムの展開	④エコツーリズムの展開 ⑤温泉保養プログラムづくりの展開 ⑥国際化対応の観光地づくりの展開
3-2-4 地場産業の振興	(4)観光事業連携の 促進	①観光関連商品の開発支援 ②関連事業者と連携した商品づくりの促進	③事業おこしの支援
3-2-5 観光の振興	(5)水辺・水産資源の 活用	①水産資源の確保 ②内水面漁業組織の育成	③遊魚の振興 ④本栖湖の活用

(出典:第二次身延町総合計画後期基本計画)

3. 観光動態調査の結果

身延町における観光動態を把握するため、「マチレポ※」を活用した人流データの分析を行った。分析データの抽出条件および分析結果を以下に示す。

※マチレポ…店舗や施設、観光地などへの来訪者数や、性別・年代をはじめとする属性・ペルソナ別の内訳などを分析できる人流マーケティングツール(株式会社 Agoop 提供)。Softbank が提供するスマートフォンの特定のアプリケーションのうち、承諾を得たユーザーから GPS 位置情報を取得して人流を可視化。

3.1 分析データの抽出条件

分析エリア	①身延山久遠寺エリア、②下部温泉郷エリア、③本栖湖エリア
分析期間	令和 5 年 1 月 1 日～令和 5 年 12 月 31 日
滞在時間	15 分以上 ※通過者は除くため
居住地・勤務地	同都道府県、その他 ※身延町勤務者は対象外とするため

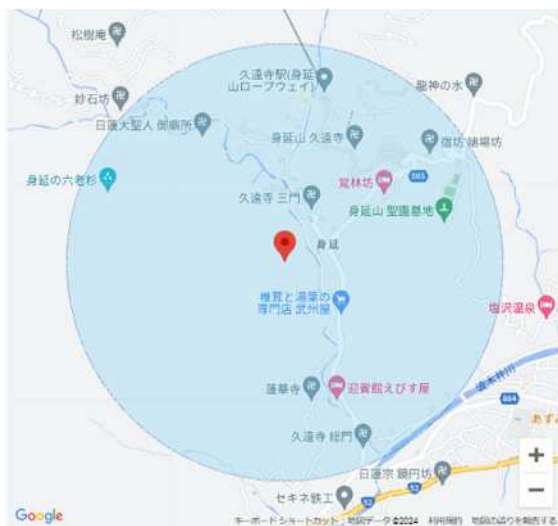


図 3-1 身延山久遠寺エリアの分析対象範囲



図 3-2 下部温泉郷エリアの分析対象範囲

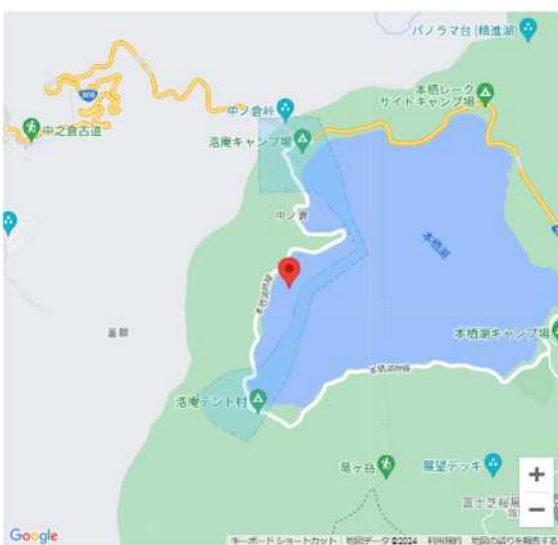


図 3-3 本栖湖エリアの分析対象範囲

3.2 分析の結果

①来訪者数の季節変動

- 全体としては、長期休暇のある5月・8月の来訪者が多く、冬季(特に2月)の来訪者が少ない傾向。
- 身延山久遠寺エリアに関しては、季節による繁閑格差が大きく、特に1月、3月、5月、11月の来訪者が多く、2月の来訪者が少ない(正月や桜など、季節性のある行事や資源による影響と推察される)。
- 下部温泉郷エリアに関しては、季節による繁閑格差は比較的緩やかであるが、冬季の来訪者が少ない傾向にある。
- 本栖湖エリアに関しても、季節による繁閑格差が大きく、特に2月・6月・12月の来訪者が少ない(冬季や雨季は天候によりアクティビティの提供が難しいことが要因と推察される)。

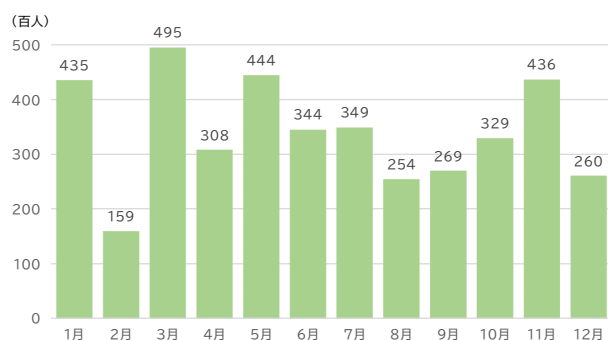


図 3-4 身延山久遠寺エリア

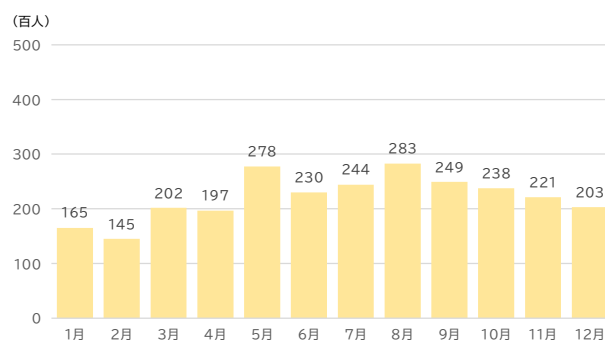


図 3-5 下部温泉郷エリア

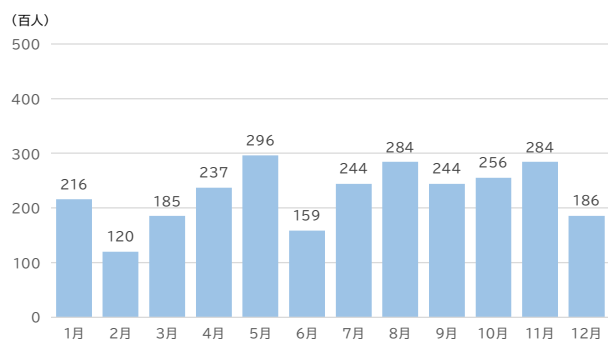


図 3-6 本栖湖エリア

②来訪者の滞在時間

- 全体としては、半日程度の短時間滞在が多い傾向にある。その中でも、滞在時間の長さに関してはエリアごとに異なる傾向が見られる。
- 身延山久遠寺エリアでは、「1～2 時間」が 31.8%と最も多く、次いで「2～5 時間」が20.1%である。
- 下部温泉郷エリアでは、「5～12 時間」が 34.0%と最も多く、次いで「1～2 時間」が 19.1%である。
- 本栖湖エリアでは、「15～30 分」が 30.5%と最も多く、次いで、「5～12 時間」が 24.6%である。

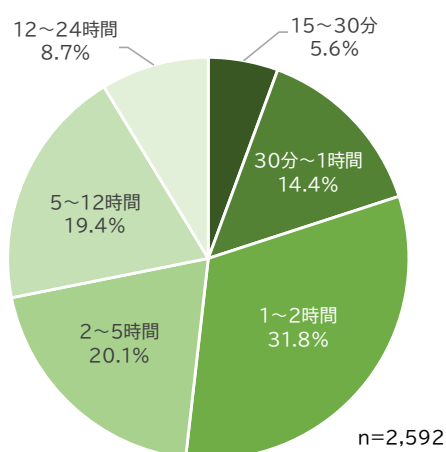


図 3-7 身延山久遠寺エリア

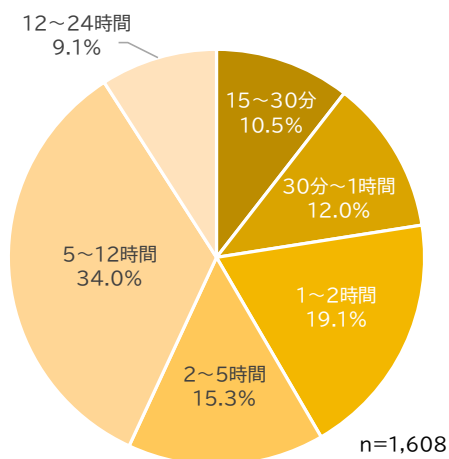


図 3-8 下部温泉郷エリア

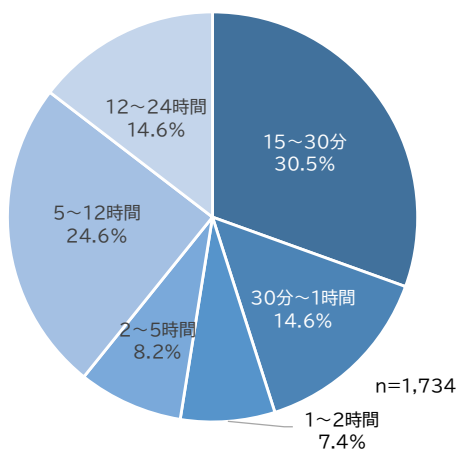


図 3-9 本栖湖エリア

③来訪者の居住地

- 来訪者の居住地に関しては、平日・休日やエリアごとに特徴が見られる。
- 身延山久遠寺エリアでは、平日は「山梨県」からの来訪が 34.5%と比較的多いが、休日は「静岡県」や「東京都」、「神奈川県」からの来訪割合が多くなる。
- 下部温泉郷エリアでは、平日は「山梨県」からの来訪が 41.2%を占めるが、休日は「静岡県」や「東京都」、「神奈川県」からの来訪割合が多くなる。
- 本栖湖エリアでは、平日・休日ともに「東京都」や「神奈川県」、「静岡県」からの来訪が多い。

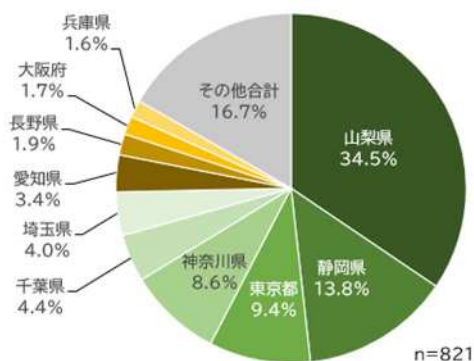


図 3-10 身延山久遠寺エリア(平日)

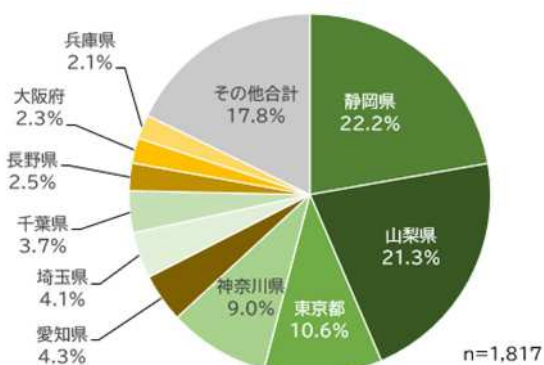


図 3-11 身延山久遠寺エリア(休日)

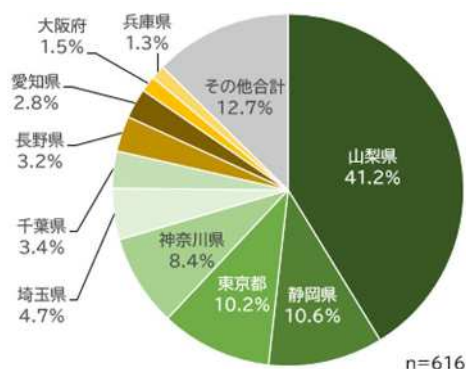


図 3-12 下部温泉郷エリア(平日)

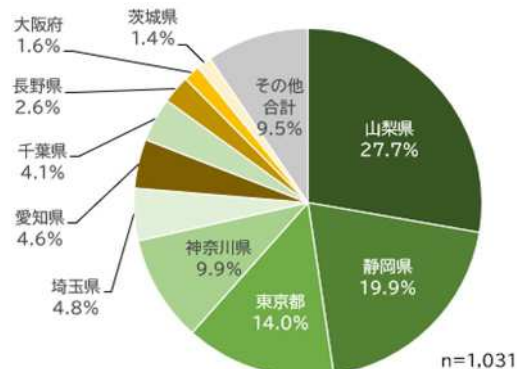


図 3-13 下部温泉郷エリア(休日)

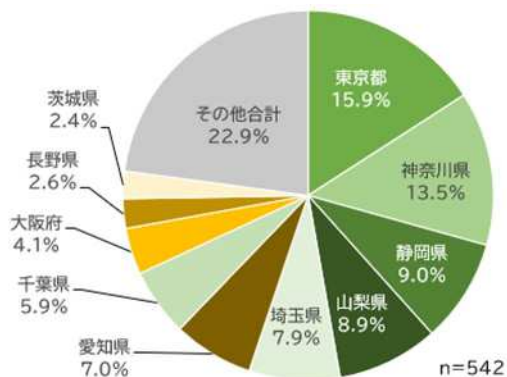


図 3-14 本栖湖エリア(平日)

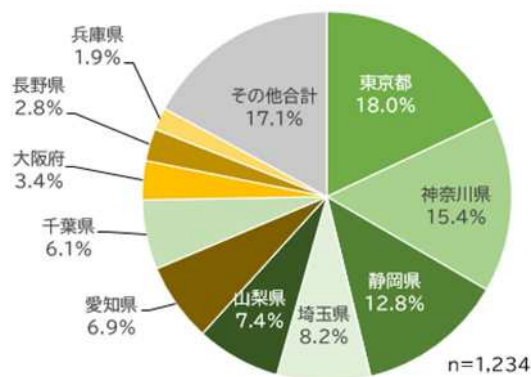


図 3-15 本栖湖エリア(休日)

④来訪者のペルソナ※

- 来訪者のペルソナに関しては、身延山久遠寺エリアと下部温泉郷エリアでは概ね類似傾向にある。本栖湖エリアについては、2 エリアとは異なる傾向が見られる。
- 身延山久遠寺エリアでは、平日・休日ともに「地方の大家族・シニア」や「近郊の成熟した住宅街」、「ニューファミリー」、「都市部の単身層」等の来訪が多い。
- 下部温泉郷エリアでも、平日・休日ともに「地方の大家族・シニア」や「近郊の成熟した住宅街」、「ニューファミリー」、「都市部の単身層」等の来訪が多い。
- 本栖湖エリアでは、平日は「近郊の成熟した住宅街」や「都市部の単身層」、「地方の大家族・シニア」等の来訪が多い。休日には、「都市部の単身層」や「都市部のファミリー」の来訪割合が多くなる。

※…技研商事インターナショナル社が提供する c-japan®データを元にした分類

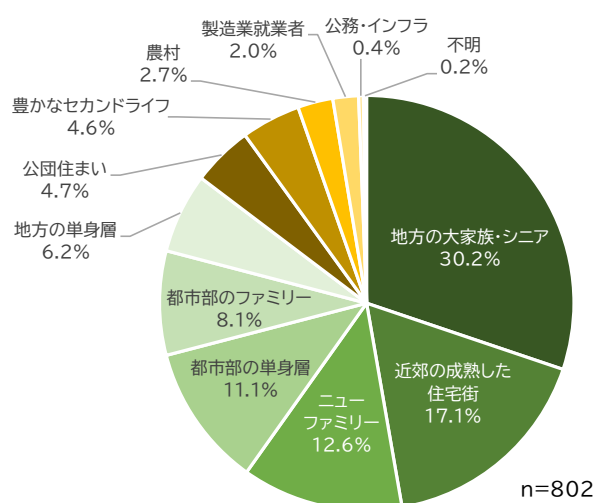


図 3-16 身延山久遠寺エリア(平日)

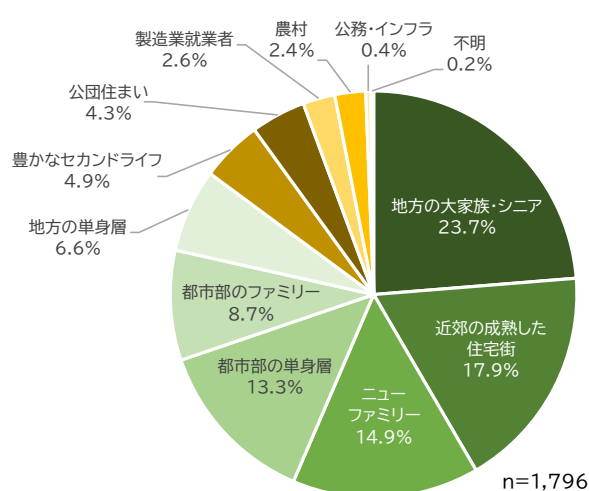


図 3-17 身延山久遠寺エリア(休日)

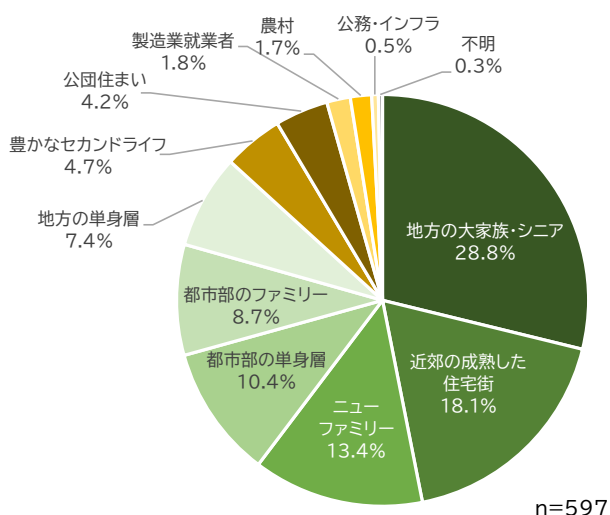


図 3-18 下部温泉郷エリア(平日)

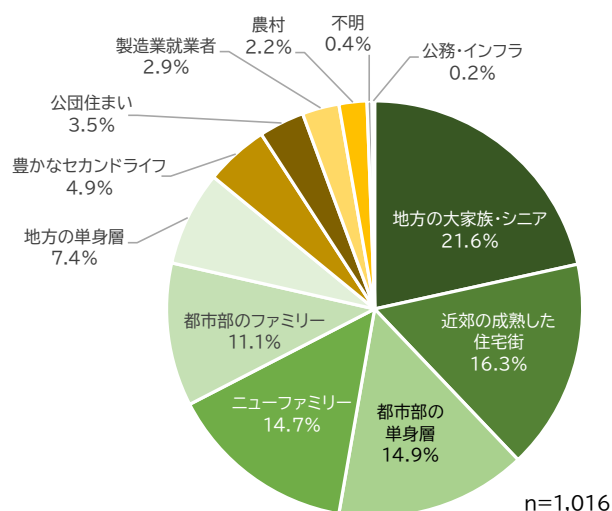


図 3-19 下部温泉郷エリア(休日)

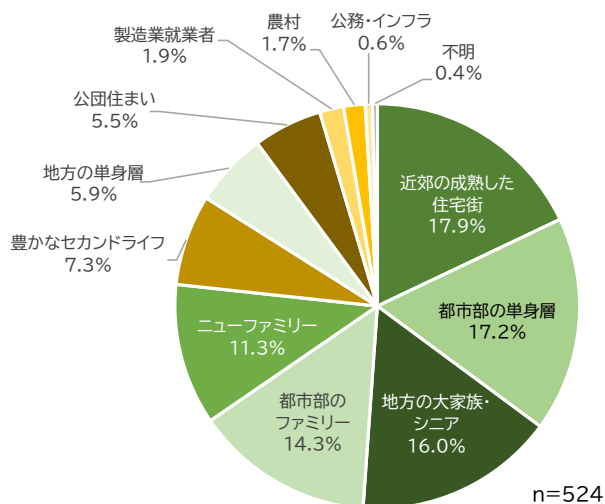


図 3-20 本栖湖エリア(平日)

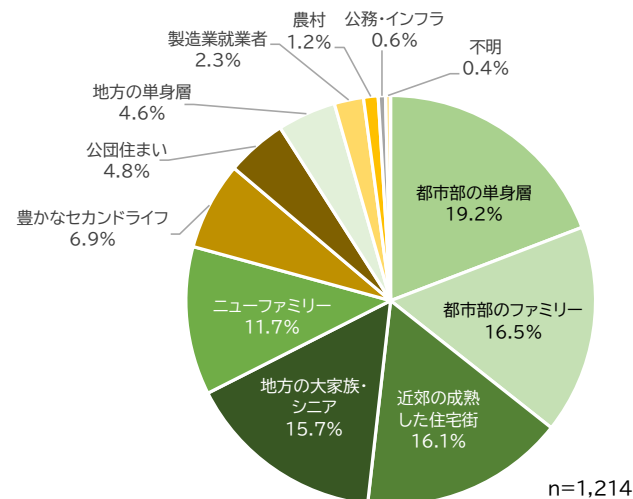


図 3-21 本栖湖エリア(休日)

【参考】ペルソナの分類について

(出典:技研商事インターナショナル株式会社 HP <https://www.giken.co.jp/products/c-japan/>)

A 都市部の単身層

人口密度が非常に高く、20〜40代のマンション住まいの単身層が中心のエリア。IT、金融、不動産といった都市型のビジネス就業者が多く、平均年収層と1,000万円を優に超える富裕層が混在する。外国人も多い。

都心のセブ	单身貴族
都市の單身若年層	利便性の高い都心の住宅地
コストの安い賃貸住宅	都心の学生街

B 都市部のファミリー

都市部エリアの40〜50代の現役層を中心とした核家族ファミリー層。地価も高く、世帯年収700万円前後〜裕福層が住む高級住宅街まで混在する。第三次産業への就業者が多くをしめる。

都市部のニューファミリー	高級住宅街
近郊暮らしの真所帯層	郊外のファミリー
戸建て持ち家ファミリー	

C 近郊の成熟した住宅街

都市近郊に位置する居住期間も比較的長い成熟した住宅街。核家族世帯が多く、年収は400万円台が最も多い。勤務者に合わせて自家用車は複数台所有も見られる。

下町	成熟した近郊の賃貸住宅
街並み美しく住む成熟層	都心街
マイホーム成熟ファミリー	

D 豊かなセカンドライフ

年収、貯蓄ともに比較的豊かな子育て後、リタイア後のセカンドライフを楽しむ世帯。戸建ての持ち家率が非常に高い。車保有の場合は、輸入車の比率が高いのが特徴。

子育てを終え豊かなセカンドライフ	老後の豊かなシニアライフ
------------------	--------------

E 公団住まい

公営住宅に住む世帯が非常に多く、一方で失業率も非常に高く、年収300万円以下の層も多い。ディスカウントストアやホームセンターが多く見られる。

都市部の公営住宅	地方の公営住宅
----------	---------

F 公務・インフラ

公務員や電気・ガス・水道といったインフラ事業に従事する、社宅住まいの単身層を中心としたエリア。公務員宿舍なども散見される。業率が非常に低いのが特徴。

公務・インフラ従事者

G ニューファミリー



10歳未満の子供と、30～40代の親世代が多くみられるセグメント。住宅購入前の借家住まい層と、念願のマイホーム購入した中流層が混在するエリア。国産車所有率および軽自動車との複数台保有率も高い。

マイホーム手帳車

リッチなニューファミリー

育ち直りのマイホームファミリー

地方の工場勤め

H 製造業就業者



20～30代の単身製造業従事者が多く、外国人比率がかなり高いのが特徴で借家住まい。年収は高くない。このエリアには定食屋やカレー、ラーメンといった飲食店や、パチンコ、釣具店などの趣味のお店が多い。

製造業就業者

I 地方の単身層



20～30代、および50歳以上が中心の、借家または社宅住まいが多い地方の単身住まい。所得は300万円以下～400万円台が混在。軽自動車の所有比率が高い。

地方の非労働者層

地方の高齢一人暮らし

J 地方の大家族・シニア



郊外や地方に出現する大家族、シニア世帯のセグメント。5人以上の3世代家族と、老夫婦2人住まいが混在し、一部の地域では過疎化が進んでいる。製造業就業者の割合が高いのも特徴。

郊外の大家族

子供の多い大家族

工場勤めの大家族

暮らし豊かな大家族

田舎の大家族

高齢者夫婦

K 農村



農業を中心とした一次産業従事者がほとんどの地域。55歳以降の2人暮らしまたは親子で暮らす世帯が多い。人口密度が最も低く、過疎化が進んでいる。保有車両は軽自動車比率が最も高いエリアでもある。

農村

4. 既存アンケート調査(観光市場分析調査)結果の分析

身延町の観光の現状と課題を整理するにあたり、令和 5 年度に峡南地域ネクスト共創会議にて実施された「観光市場分析調査(富士川地域観光振興協議会)」の結果を分析する。

4.1 観光市場分析調査の概要

調査期間	令和 5 年 8 月 18 日～令和 7 年 3 月 17 日 ※本資料では、令和 5 年 8 月 18 日～令和 6 年 3 月 17 日時点の回答結果を整理
調査目的	①地域コンセプト(もしくは経験ストーリー)に共感する(志向が合致する)客層の特定 ②峡南地域における 1 人あたりの観光消費額の把握 ③峡南地域を訪れる観光客の動向・意識等の把握
対象	峡南地域に來訪する(滞在する)国内観光客および外国人観光客
調査方法	インターネット上の回答フォームを利用し回答を収集
調査地点	市川三郷町 : 六郷の里つむぎの湯、みはらしの丘みたまの湯、ちかはぎ空の家、大門碑林公園、歌舞伎文化資料館 富士川町 : 道の駅富士川、つくたべかん、みさき耕舎、富士川町歴史文化館「塩の華」 早川町 : 奈良田の里温泉、ヘルシー美里、ヴィラ雨畑、慶雲館、おすくに 身延町 : しもべの湯、下部ホテル、覚林坊、浩庵、身延山ロープウェイ、身延山久遠寺、身延山観光協会、甲斐黄金村・湯之奥金山博物館、西嶋和紙の里、みのぶゆばの里、道の駅しもべ(下部農村文化公園)、富士川クラフトパーク 南部町 : なんぶの湯、奥山温泉、山水徳間の里、道の駅とみざわ、道の駅なんぶ
回答状況	計 650 件(日本語:630 件/英語:20 件)

4.2 観光市場分析調査結果の分析

①来訪者の居住地

- 来訪者の居住地は、「静岡県」が 28.9%と最も多く、次いで「山梨県」が 19.2%、「東京都」が 15.5%、「神奈川県」が 11.1%である。
- 訪日外国人の国籍は、「アメリカ」、「オーストラリア」が 23.1%、「カナダ」、「香港」、「シンガポール」が 15.4%である。

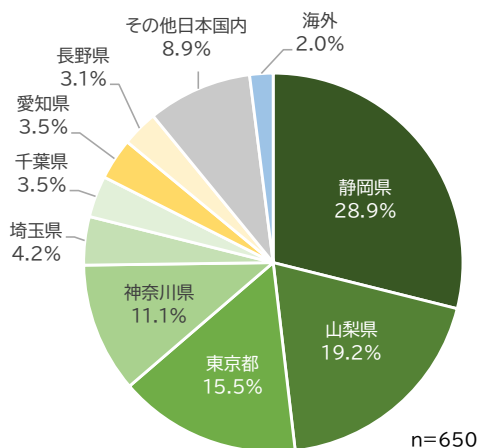


図 4-1 来訪者の居住地

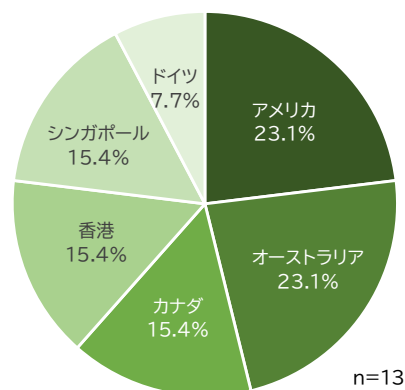


図 4-2 訪日外国人の国籍

② 峡南地域への来訪経験・峡南地域での滞在時間

- 峡南地域への来訪経験は、「10 回以上」が 39.4%と最も多く、次いで「初めて」が 27.3%、「5～9 回目」が 11.0%と、比較的リピーターが多い。
- 峡南地域での滞在時間は、「日帰り(数時間～半日程度)」が 38.9%、「日帰り(1 日)」が 27.8%、「1 泊」が 23.7%と、滞在時間は短い傾向にある。

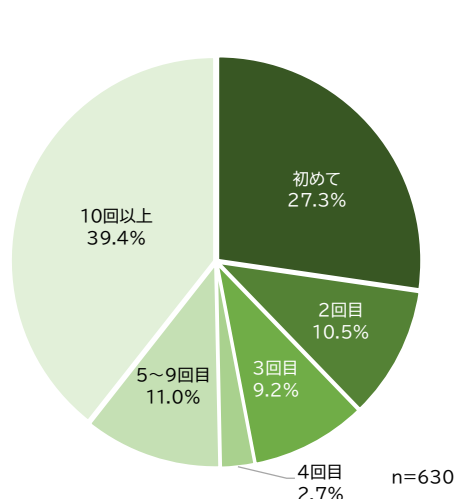


図 4-3 峡南地域への来訪経験

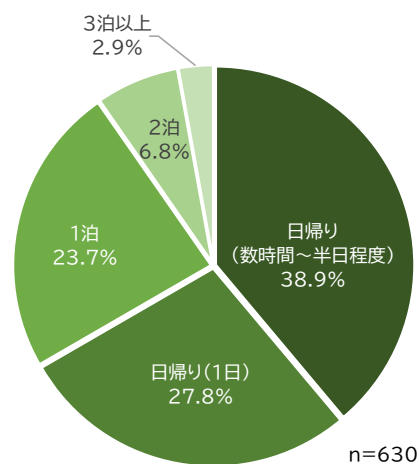


図 4-4 峡南地域での滞在時間

③ 峡南地域における訪問先・宿泊先

- 峡南地域における訪問先は、「身延町(身延山周辺)」が 32.5%、「身延町(下部温泉)」が 32.2%、「身延町(その他エリア)」が 23.7%と、身延町への訪問が比較的多い。
- 峡南地域における宿泊先は、「身延町(下部温泉)」が 24.5%、「身延町(その他エリア)」が 24.1%、「早川町」が 21.3%である。

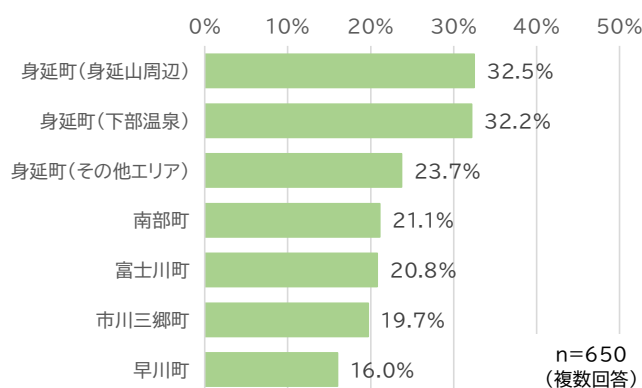


図 4-5 峡南地域における訪問先

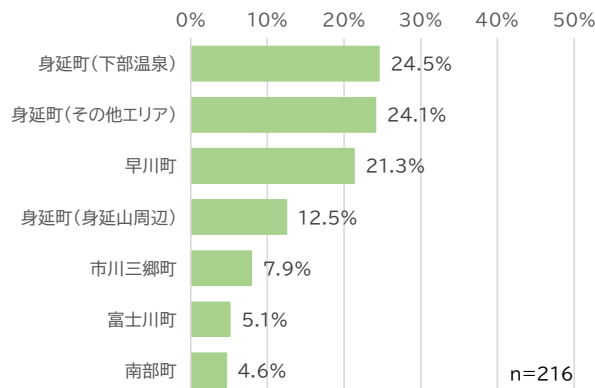


図 4-6 峡南地域における宿泊先

④ 峡南地域への来訪目的と来訪中の活動(予定も含む)

- 峡南地域への来訪目的は、「日常生活から解放されるため」が 44.5%と最も多く、次いで「保養、休養のため」が 38.3%、「思い出をつくるため」が 27.7%、「美しいものにふれるため」が 26.6%、「旅先のおいしいものを求めて」が 25.4%である。
- 峡南地域来訪中の活動(予定も含む)は、「温泉」が 54.2%、「自然や景勝地の訪問」が 48.0%、「歴史・文化的な名所の訪問」が 29.7%、「現地グルメ・名物料理」が 29.2%である。

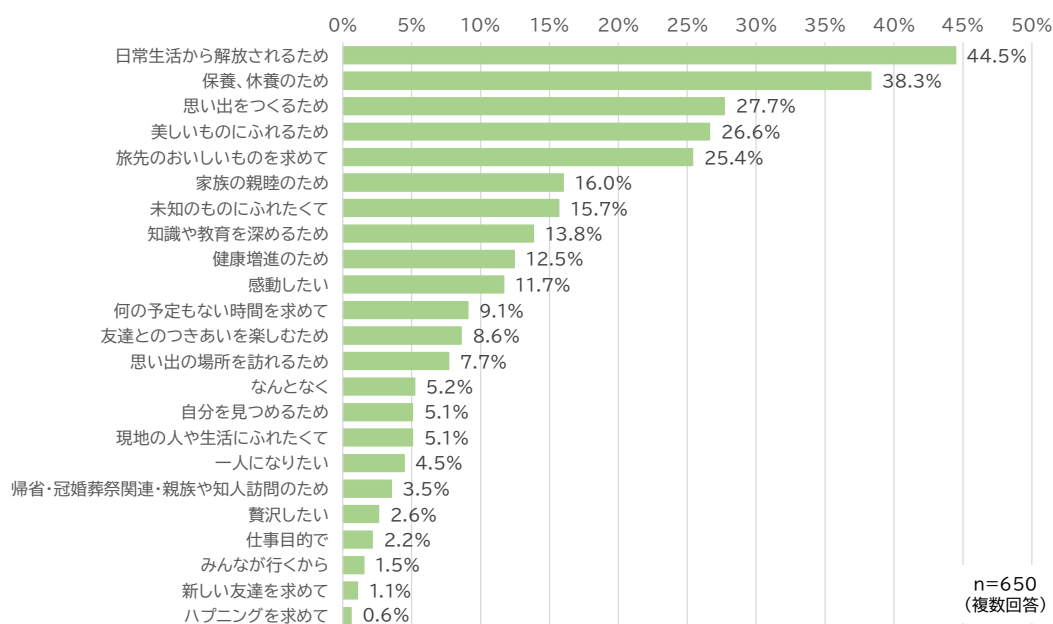


図 4-7 峡南地域への来訪目的

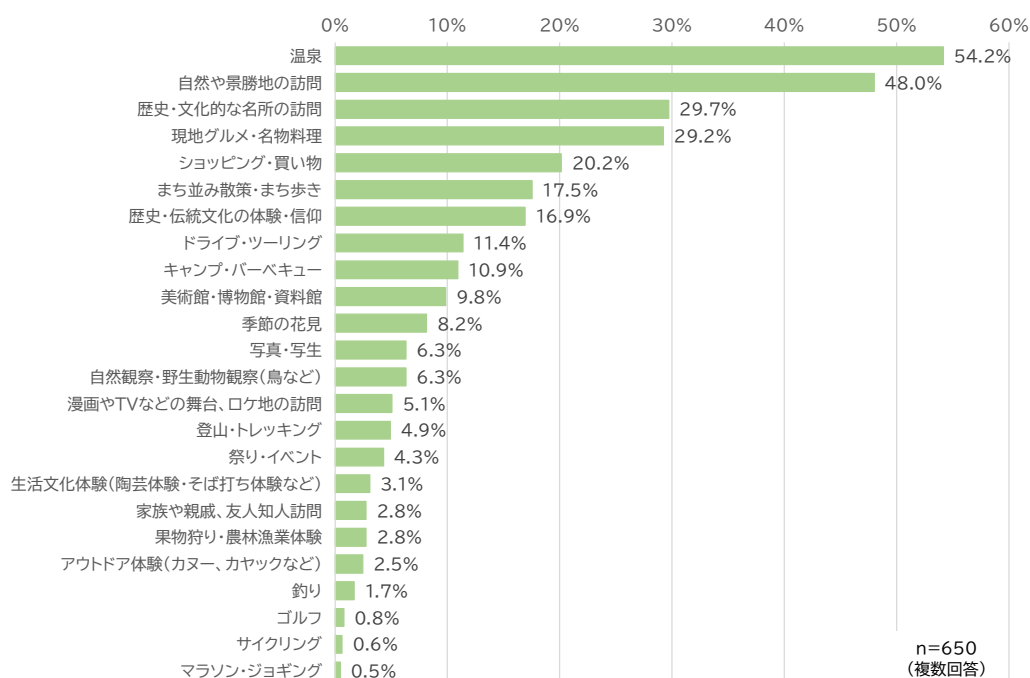


図 4-8 峡南地域来訪中の活動(予定も含む)

⑤来訪目的と来訪中の活動の相関関係

- 峡南地域への来訪目的と来訪中の活動の相関関係に着目すると、「保養・休養・非日常」や「健康増進」を目的に来訪する人は「温泉」、「感動・思い出づくり」を目的に来訪する人は「名所・景勝地訪問」を行うことが比較的多い傾向にある。

		来訪中の活動						
		温泉	名所・景勝地 訪問	ショッピング グルメ	ロケ地訪問	自然観察	体験	アウトドア
来訪目的	保養・休養・非日常	135	91	79	34	20	14	4
	感動・思い出づくり	16	26	10	5	6	2	7
	健康増進	20	12	16	5	6	1	0
	友達と楽しむ	21	16	8	3	0	0	3
	内省	8	10	2	4	2	0	1
	新しい出会い	0	2	1	2	0	0	0
	計(回答数)	200	157	116	53	34	17	15
		計(回答数)						
		592						

図 4-9 来訪目的と来訪中の活動の相関関係

⑥峡南地域滞在の満足度と再訪意向

- 峡南地域滞在の満足度は、「非常に満足」が 61.0%、「やや満足」が 32.1%と、回答者の 9 割以上が満足を示している。
- 峡南地域への再訪意向は、「積極的に来たいと思う」が 65.1%、「やや来たいと思う」が 27.1%と、回答者の 9 割以上が再訪意向を示している。

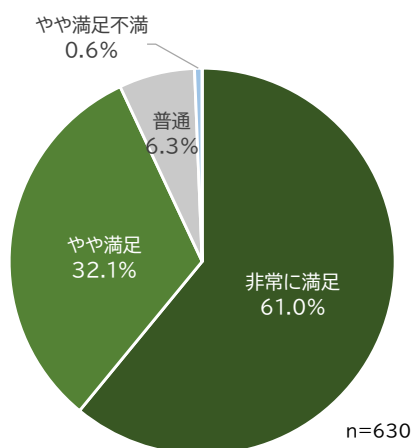


図 4-10 峡南地域滞在の満足度

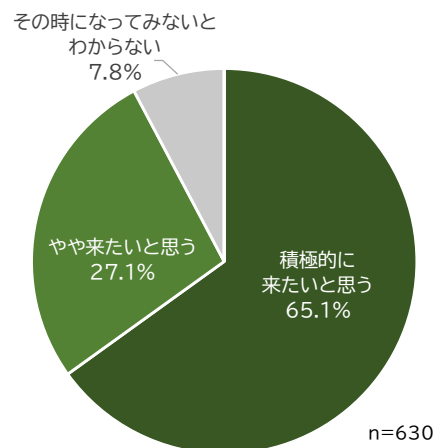
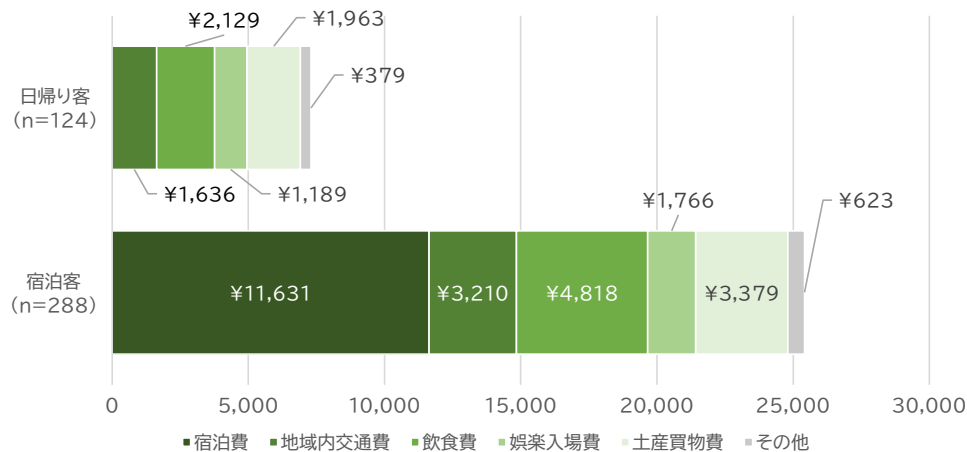


図 4-11 峡南地域への再訪意向

⑦1人あたりの観光消費額

- 峡南地域における観光客 1 人あたりの観光消費額は、日帰り客が「7,296 円」、宿泊客が「25,428 円」である。
- 全国における観光客 1 人あたりの観光消費額と比較すると、日帰り客、宿泊客ともに峡南地域における観光客 1 人あたりの観光消費額の方が低い傾向にある。



	宿泊費	地域内交通費	飲食費	娯楽入場費	土産買物費	その他	合計
日帰り客	-	¥1,636	¥2,129	¥1,189	¥1,963	¥379	¥7,296
宿泊客	¥11,631	¥3,210	¥4,818	¥1,766	¥3,379	¥623	¥25,428

図 4-12 峡南地域における観光客 1 人あたりの観光消費額

【参考】全国における 1 人あたりの観光消費額

	令和 1 年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年
日帰り客	¥17,334	¥16,596	¥17,348	¥18,532	¥19,027
宿泊客	¥55,054	¥48,361	¥49,270	¥59,042	¥63,253

(出典:国土交通省 旅行・観光年間値)

⑧来訪者の年代と同行者

- 来訪者の年代は、「50代」が 29.7%と最も多く、次いで「60代」が 20.0%、「40代」が 18.9%、「30代」が 14.6%、「20代」が 10.8%と幅広い年代の来訪がある。
- 来訪時の同行者は、「夫婦・パートナー」が 36.8%と最も多く、次いで「自分ひとり」が 23.2%、「子連れ家族」、「友人・知人」が 13.0%である。

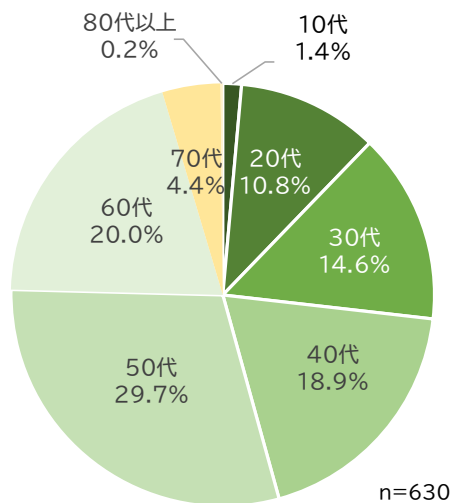


図 4-13 来訪者の年代

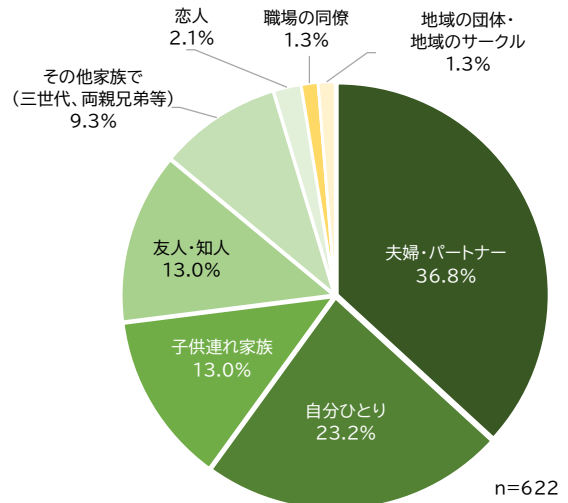


図 4-14 来訪時の同行者

5. 観光事業者等へのアンケート調査の結果

地域の観光事業者等の意見を反映した「身延町観光振興ビジョン」とするため、地域の観光事業者等の視点から見た身延町の観光の現状や課題、目指すべき将来像等についてアンケート調査を実施した。観光事業者等へのアンケート調査の概要及び結果を以下に示す。

5.1 観光事業者等へのアンケート調査の概要

調査期間	令和 6 年 7 月 5 日～令和 6 年 7 月 31 日
調査目的	身延町の観光に携わる事業者等の意見を踏まえ、「身延町観光振興ビジョン」の改定に取り組むため、地域の観光事業者等の視点から身延町の観光の現状や課題、目指すべき将来像を把握すること
対象	各観光協会会員、観光関連団体会員、商工会会員のうち町内各観光施設地域に所在する観光関連に類する事業者の方 ※久遠寺周辺エリア 88 件、下部温泉郷エリア 35 件、しょうにん通り 16 件、西嶋和紙の里エリア 8 件、本栖湖・国道 300 号エリア 5 件、その他 51 件
調査項目	①10年後の身延町の観光のあるべき姿 ②あるべき姿を実現するために必要なこと、問題意識 ③身延町の観光の強み・特徴(大切にしたい資源、観光客にアピールしたいこと) ④身延町の観光の弱み(今後数年間で解決すべき課題) ⑤身延町の観光振興全般に対するご意見 ⑥回答者の属性
調査方法	アンケート調査票(紙媒体)もしくは Web アンケートフォームによる回答を依頼
回答状況	回答率 22%(45 件/203 件)

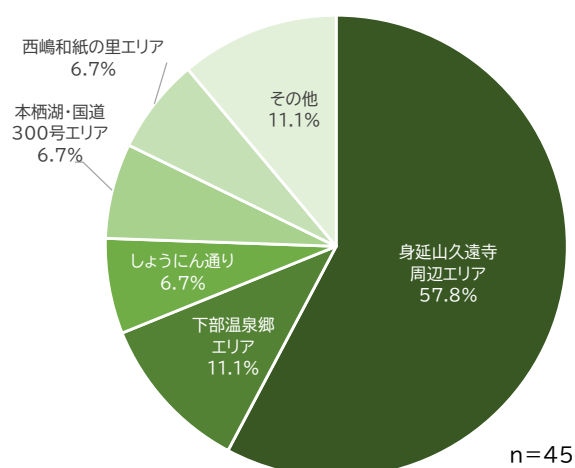


図 5-1 回答事業者の所在エリア

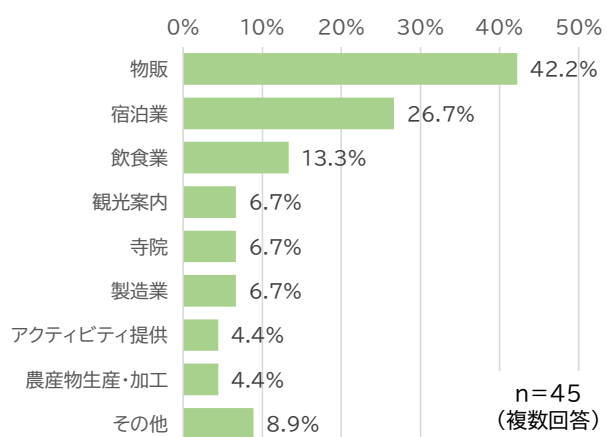


図 5-2 回答者事業者の事業内容

5.2 観光事業者等へのアンケート調査の結果

(1) 調査結果の概要

①10年後の身延町の観光のあるべき姿

・「信仰を身近に感じることができる」、「憩い・安らぎ・癒し」、「心身ともに健康になれる」、「リピートしてもらう」、「良いものが残り、新しいものが生まれる」、「周遊滞在型観光」といったキーワードが見られた。

②あるべき姿を実現するために必要なこと、問題意識

・受入環境整備や観光コンテンツの充実、観光振興を推進する人材の確保や体制の構築・強化、住民の意識醸成、情報発信・プロモーションの強化等に関する意見が多くあった。

③身延町の観光の強み・特徴(大切にしたい資源、観光客にアピールしたいこと)

・「身延山久遠寺に関連する信仰の歴史文化」や「豊かな自然」、「癒しを感じることでできる多様な資源」、「あけぼの大豆や西嶋和紙等の魅力的な特産品」、「下部温泉の優れた効能」、「四季折々の景観」等に関する意見が多かった。

④身延町の観光の弱み(今後数年間で解決すべき課題)

・「二次交通の脆弱性」や「地域内の連携不足」、「認知度の低さ」、「後継者不足・人材不足」、「飲食機能の不足、食のバリエーション不足」、「空き店舗の増加、店舗の少なさ」等に関する意見が多かった。

⑤町の観光振興全般に対するご意見

・「目指すべき方向性の確立及び、それに対する関係者の共通認識を形成した上で、地域一体となって取組を推進することの重要性」等について言及があった。

(2)調査結果の詳細

①10年後の身延町のあるべき姿について

※()内は類似意見数

- ・身延山久遠寺を中心とした信仰を身近に感じることのできる町(4)
- ・来訪者にとって憩いの場所となる、第二の故郷のような地域(3)
- ・来訪者にリピートしていただける地域(3)
- ・身延町独自の文化や歴史を大切に、住民も観光客も安らぎを覚えるような観光地(2)
- ・地域の独自性を活かし、持続可能な観光と産業を実現している町(2)
- ・通年で安定した集客ができる町(2)
- ・インバウンドが多く訪れる地域(2)
- ・住みやすく、心身ともに健康になれる場所(2)
- ・住民と観光客の交流を通じて心身を癒す町
- ・住民が町の歴史・文化を知り、誇りや愛着を持って暮らす様子が、来訪者にとって魅力的に映る町
- ・来訪することが人生にとって価値があると感じられる地域
- ・若者がチャレンジできる地域
- ・良いものが残り、新しいものが生まれる町
- ・来訪者が古きよき伝統を感じられる町
- ・身延町の歴史や文化の本物の価値を評価いただける方に来訪いただける地域
- ・峡南地域の古民家を活用し、若者や外国人を受け入れる町
- ・下部温泉、宿坊、空き家等を活用した滞在型観光地
- ・身延山久遠寺を中心に周辺の宿坊や下部温泉エリアが連携し、国内外から「和の文化」を体験したい人々を受入れる観光地(身延山の信仰と観光の両立)
- ・身延山久遠寺を起点に町全体が活性化している
- ・身延山久遠寺の歴史文化を活かし、他地域と差別化された観光地
- ・気持ちよく参拝ができ、何度も参拝に訪れていただける町
- ・山間の自然景観を満喫できる観光地
- ・水や空気の美しさ、身延山や下部温泉の効能が国内外に広く認知されている
- ・地域資源を活用した商品開発により、観光客の滞在時間や消費金額の増加を実現している地域
- ・豊富な観光資源(自然、歴史、文化)を楽しめる魅力的な観光地
- ・豊かな自然、身延山の信仰の文化、下部温泉の湯治場としての歴史を守り・活かし、さらなる観光地域に発展した、訪れたい・住みたいと思える魅力的な町
- ・宿坊や温泉に泊まり、地域の農家や伝統工芸職人との触れ合い、様々な体験を通じて、町の伝統や文化を味わってもらえる観光地
- ・身延町内の観光地が連携を強化することで、多様な客層が相互に行き交い、相乗効果を生み出す周遊滞在型の観光地 ※本栖湖への来訪者を町内に回遊させることがポイント
 - ⇒身延山久遠寺:信仰を目的とする観光客(高齢者、近年ではインバウンドも増加)
 - ⇒下部温泉:湯治、家族旅行を目的とする観光客
 - ⇒本栖湖:インバウンド、アクティビティ、アニメを目的とする観光客
 - ⇒西嶋和紙の里:西嶋和紙、移動中の立ち寄りを目的とする観光客
- ・交通アクセスが改善し、施設間の往来が盛んな観光地

②あるべき姿の実現に対する問題意識

※()内は類似意見数

■受入環境整備

- ・身延町内を周遊するバスやタクシー等、二次交通の充実(5) ※行政との連携が不可欠
- ・身延山門内の道路や歩道、駐車場の整備による、住民・観光客にとって快適な環境づくり(2)
- ・空き家や空き店舗の解消(2)
- ・滞在時間の延長や満足度の向上に向けた食機能の充実(2)
- ・滞在時間の延長に向けた宿泊施設の高付加価値化
- ・夜間人口の増加に向けた自動販売機やコンビニ等の増設
- ・インバウンド受入環境の充実

■観光コンテンツの充実

- ・身延町内を周遊する滞在型ツアーの造成、定常開催
- ・新宿⇄身延山を繋ぐ観光ツアー(往復 6,000 円程度)の造成
- ・特産品を活用した食のメニュー開発

■観光振興を推進する人材の確保、体制の構築・強化

- ・地域内の連携体制の構築、地域関係者内の情報共有の強化(8)
⇒エリアや業種に関係なく、相互に連携することが重要
- ・観光人材や後継者の確保・育成(3) ※移住者、起業希望者、外国人労働者等の受入含む
- ・地域の歴史や特徴を理解いただいた上での外部事業者の受入(2)
- ・若者世代の確保に向けた移住者の増加、企業誘致の促進(2)
- ・予約や情報発信を地域で一元的に行う体制の構築
- ・地域一体となった取組を推進する組織の立ち上げによるトータルデザインや情報発信の一本化
- ・町民ボランティアガイドの育成
- ・資金調達(行政からの補助金等を活用)や適切な予算管理ができる人材の確保
- ・空き家を活用し、チャレンジショップを提供する等、新たな取組が生まれやすい環境づくり
- ・観光振興に取り組む事業者や団体に対する町の支援強化

■住民の意識醸成

- ・観光施策に対する住民参加や住民理解の促進(5)
- ・地域全体の観光振興に対する意識向上、意識改革(2)
- ・住民が町で起こることは自分事として捉え行動する意識の醸成
- ・住民が身延町の歴史や文化を理解し、大切に慈しむ意識の醸成

■情報発信・プロモーションの強化

- ・情報発信の強化による、認知度の向上(5)
- ・身延町の強みを活かしたイベント開催によるPR、全国的なイベントの誘致(2)
- ・身延駅や下部温泉駅、西嶋和紙の里(道の駅)等への観光案内所の設置
- ・SNS を通じた情報発信の強化、PR ツールの充実

■その他

- ・新たなものを作るのではなく、現在ある地域資源の有効活用
- ・自然環境の保護と観光のバランスを保った持続可能な観光地域づくり
- ・身延山久遠寺が信徒のための施設であることを前提とした、信仰と観光を両立できる方法の模索
- ・あけぼの大豆の生産地としての認知度を高め、農業で生計を立てられる環境を確立すること
- ・身延町の特性に合ったツーリズムの在り方の模索
 - ⇒宗教ツーリズム:身延山久遠寺を中心とした特別な体験やイベントの開発
 - ⇒ウェルネスツーリズム:心身を整える場所としての認知を高め、健康志向のプログラムを開発
 - ⇒エコツーリズム:環境保全に対する意識を高めつつ、自然を楽しむエコツーリズムを推進
 - ⇒ロケツーリズム:ドラマのロケを誘致する
 - ⇒教育旅行:身延山大学と連携した歴史の講義の提供、修学旅行や校外学習の受入れ

③身延町の観光の強み・特徴

※()内は類似意見数

- ・身延山久遠寺に関連する信仰の歴史文化(17)
 - ⇒750年にわたり多くの人々が聖地として参拝した歴史の重み、霊山としての神秘性
 - ⇒至るところに日蓮聖人の足跡があり、今も生き続ける日蓮聖人の精神と教えを感じることができる
 - ⇒身延山久遠寺を背景に発展した、伝統工芸や食文化
- ・本栖湖周辺を中心とする豊かな自然(8)
- ・身延山久遠寺周辺、下部温泉、本栖湖、雄大な山川等、癒しを感じることのできる資源が豊富(5)
- ・あけぼの大豆やゆば、西嶋和紙等の魅力的な特産品(5)
- ・下部温泉の優れた効能、由緒ある湯治場としての歴史(3)
- ・四季折々の景観(2)
- ・本栖湖から見える富士山の景観(2)
- ・山々をピンク色に染めるしだれ桜
- ・身延山久遠寺奥之院思親閣から見える美しい景観
- ・しょうにん通りの景観、瓦屋根に白壁造りの懐かしい町並み
- ・水や空気の美しさ
- ・日蓮宗総本山「身延山久遠寺」があること自体が価値
- ・身延山久遠寺を中心とした寺院群
- ・現世の悩みを洗い流すことができるような場所であること
- ・観光地として強力な誘客力を有する絶対的なシンボルはないものの、来訪者に対し内面的な変化を与えることができる
- ・西嶋和紙等の伝統産業を体験できる
- ・昔ながらの暮らしを体験できる
- ・ゆるキャン△や西嶋のイルミネーション、古民家を改修したカフェ等、近年新たな魅力も生まれている
- ・お客様のニーズに適した案内ができるガイドがいること
- ・他地域にはないアクティビティ
- ・国道に面した立地(西嶋和紙の里エリア)

④身延町の観光の弱み

※()内は類似意見数

- ・二次交通の脆弱性(9)
- ・地域内の連携不足(7)
- ・認知度の低さ、情報発信不足(7)
- ・人口減少や少子高齢化による後継者不足、人材不足(7)
- ・飲食機能の不足、食のバリエーション不足(6)
- ・空き店舗の増加、店舗の少なさ(4)
- ・身延山門内の道路が狭く車の交通が不便、道路整備・維持管理不足(3)
- ・観光客を引き寄せることのできるシンボルがない、集客力不足(3)
- ・繁忙期と閑散期の格差が激しい、通年で安定した集客を実現する必要がある(3)
- ・中部横断自動車開通により来訪しやすくなった一方、滞在時間が短い(3)
- ・インバウンド対応の遅れ(2)
- ・宿泊施設の不足(2)
- ・施設の老朽化(2)
- ・宿坊や下部温泉の観光利用へのシフトの遅れ
- ・首都圏、中京圏、静岡方面からの公共交通が脆弱
- ・坂道が多いため、高齢者にも環境にも優しい EV 乗合タクシー等の移動手段の充実が必要
- ・観光客からトイレの改善に対する要望が多い
- ・駐車場のキャパシティ不足
- ・身延山や下部温泉に依存し過ぎている
- ・地域の特徴を活かした商品の不足
- ・観光振興の取組を継続的に実行する主体が不在
- ・人口減少が進む中、地域に負荷の少ない形で観光業を継続していくことができる仕組みの構築
- ・ホスピタリティ不足、接客の在り方を学ぶ機会が乏しい
- ・若者や外国人の受入が進んでいない
- ・商店街に活気がない
- ・資金不足

⑤その他、身延町の観光振興に関する意見

■地域が一体となった取組推進の重要性について

- ・身延町の観光が目指すべき方向性について観光事業者が共通認識を持った上で、それぞれの特色を活かした取組を進めることで、地域全体の観光振興が実現できるとよい。また、住民が愛着を持てる地域になることが大切である。
- ・まずは、身延町の観光振興を推進する上で指針となる方向性を確立することが重要である。日々変化する社会情勢を踏まえつつ、身延町の特徴的な歴史や文化を再度見つめ直し、他地域と差別化できる観光振興の方針を検討する必要がある。
- ・観光振興に向けたビジョンを確立し、町民が一体となって観光まちづくりに取り組むことが望ましい。
- ・人口減少問題に対する解決策のひとつとして、観光消費額の増加が重要であることを、町全体で認識し取り組む必要がある。
- ・地域住民、事業者、行政が一体となって観光振興に取り組む体制を整えることが重要である。さらなる効果的なプロモーション戦略の立案、デジタルマーケティングの推進、DMOの確立等、持続可能で魅力的な観光地を目指してほしい。
- ・まずは身延町内の連携体制を強化し、さらに峡南地域での連携体制も強化していく必要がある。
- ・魅力的な観光資源は多数あるものの、観光客の受入体制や情報発信にはまだ課題があると感じる。タイムリーに受入や情報発信ができるよう、一元化された窓口があるとよいのではないか。
- ・地域の観光事業者や関連事業者が連携することが重要である。
- ・観光振興に向けては、観光だけでなく、産業・交通・福祉・教育等、様々な分野を横断する組織の構築が必要である。

■観光振興に向けた地域の魅力づくりについて

- ・町全体で観光の魅力向上を図る必要がある。安らげる環境や様々な体験の創出が必要。
- ・目的地となるような宿泊施設が必要である。
- ・空き家の解体あるいは空き家を活用した観光施設の整備ができるとよい。統一感のある風情ある町並みが創出できるとよい。
- ・身延町の自然や古道を活用したトレッキングコースを作りたい。また、身延山を中心にした新しい周遊コースも作りたい。
- ・西嶋のイルミネーションのように、町全体で盛り上がるイベントを開催するとよいのではないか。
- ・仏画、仏像、仏具、掛軸等をアートとして売る方法はないだろうか。念珠ではなくネックレス等にして、ご利益のあるものとして販売してはどうか。
- ・秋は紅葉が楽しめるよう、紅葉を植樹してはどうか。

■観光振興に向けた新たな取組を後押しする重要性について

- ・日本三大霊山「身延山久遠寺」や信玄の隠し湯「下部温泉」、GI登録の「あけぼの大豆」等、身延町固有の資源を活用した、オリジナリティのある施策が必要。地域における新たな取組を後押ししてほしい。
- ・後継者問題が深刻化している。意欲的な人材が活動しやすい環境づくりが重要である。
- ・「身延町を良くしていきたい」という志を有する人々が集まり、観光と産業のバランスの取れた、地域住民が住み続けたいと思えるまちづくりの方向性を議論できるとよい。

■インバウンド誘客の重要性について

- ・交通アクセスが不便な地域でも観光客を集めている地域は存在するため、身延町でも試行錯誤を繰り返してほしい。少子高齢化が進む中、インバウンドの取込みが非常に重要であると考える。周辺の有名観光地からの誘客を促すため、観光案内やアクセス案内を強化する必要がある。また、観光施設間の相互回遊を促すため、様々なエリアや業種、年代の関係者が参画した検討が必要である。
- ・地域内からの視点と、地域外からの視点で必要な取組を検討する必要がある。全国的にインバウンドの増加が見込まれる中、外国人の意見を聴くことも必要ではないか。
- ・インバウンドの誘客にも注力するべきである。

■その他

- ・エリアごとの特徴を活かした観光まちづくりができるとよい。身延山久遠寺周辺エリアの活性化が、その他のエリアの活性化に波及すると考える。
- ・二次交通の課題があるが、町のバスを町外の方にも利用してもらうことはできないのか。地域の観光スポットをつなぐ周遊バスがあるとよいのではないか。
- ・身延町を知って、来て、楽しんでいただくために必要なプロモーションを検討する必要がある。
- ・あけぼの大豆の品質向上あるいはランク付けが必要。
- ・「旧人材バンク」の復活によるボランティアガイドの育成が、町の活性化のきっかけになると考える。
- ・人口減少が進む中、若者世代や子育て世代の獲得が求められており、子どもたちが楽しめる場所が必要ではないかと考える。