

地域プロジェクト 下諏訪町観光振興計画の実践

# しもすわの感動と賑わいを創生

## 2021年事業報告・2022年事業計画



しもすわの感動と賑わいを創生

私たちが大切にしていること

あなたの **旅をデザイン** する

お客様を知らずして、お客様に喜んでいただけるサービスは提供できない。  
生の声を聴き、多岐に渡る趣味・感性・需要に寄り添う旅行商品を提供する。

事業者にも寄り添うことで、本当の意味での関係性を構築する。  
相手を知り、困りごとに対して手を差し伸べる。

リスクを負って商品を売る。

お客様と事業者に寄り添い、  
地域に密着した旅行会社にしかできないサービスを提供する。

- ▷私たちの目指す姿
- 下諏訪の旅で得られる出会い・学び・感動を通して人生を豊かにする。
  - 下諏訪ファンを増やして囲い込む。下諏訪が潤う。活性化することを目指す。



私たちが実現したいこと

旅行者意見の調査等/ 観光振興局 ①旅行者満足度を調査の実施 ②調査に基づいた旅行者満足度向上のための対策を講じる	▶	検証と評価 (1) 参加者満足度の向上 満足度80%以上 (2) お客様ニーズの把握
観光による経済効果の測定/ 観光振興局 ①観光振興における事業収入の獲得 ②町内事業者を含む地域の観光消費額を高める取り組みを行う	▶	(1) 旅行商品売上目標達成 事業収益額及び達成率 (2) 地域の経済効果を検証
マーケティング戦略/ 観光振興局・観光協会・会議所・観光事業者等 旅行者の目的・行き先把握、旅行実態を分析、捉えることで、適切なプロモーションを実施する。 既存の商品価値を高めるとともに、地域が求めるターゲット層への新商品開発に取り組む。	▶	(1) マーケティングデータ収集 (2) 戦略的なデータ活用 (3) 効果的な事業展開 事業の効果検証の高速化
持続可能な地域マネジメント/ 観光振興局 観光に関する事業者や地域住民の期待、不安、満足度などのデータを定期的に調査する。地域と共に地域づくりを考え推進することで、必要とされる組織であり続ける。	▶	観光の方向性を示す 持続的な地域づくりへ

事業概要 目標設定 / 検証と評価

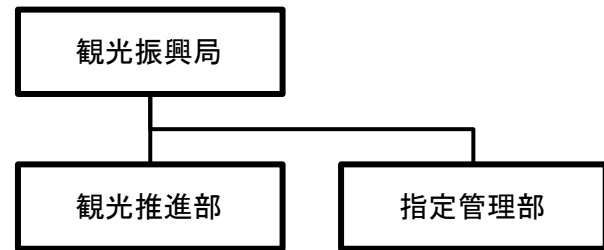
1. 組織強化/地域とのつながり 【事業推進体制の基盤整備：観光振興推進事業】	2021 (R3) 実績	2022 (R4) 計画	2023 (R5) 計画	2024 (R6) 計画
①地域密着型の旅行会社を目指す組織強化 ②地域に寄り添う取り組み・関係強化 ③観光事業者等の持続化のための支援  検証 組織運営強化(人材定着) 評価 観光推進を担う組織の確立 個々の能力向上/事務効率化・省力化	①組織2部制（ <b>観光推進部・指定管理部</b> ） ②町内宿泊事業者： <b>9宿泊施設の視察</b> ③観光事業者等への事業支援	①組織強化・人材育成 ②町内事業者と組む商品拡充 ③事業者支援事業を受託実施	①人材獲得・継続した育成 ②県外AGTの来訪者増加 ③コロナ収束後も連携強化へ	①人材定着 ②地域の観光事業推進を担う ③事業者別商品会議を定期開催
2. 持続可能な観光を実践 【旅行商品開発事業】  ①事業成果の可視化(収益確保と持続化/安定化) ②通年収益事業の実施 ③旅行商品(観光体験プログラム)の企画実施  検証 旅行商品造成による収益確保 評価 持続的な観光事業の実践	①売上目標 280万円 ※旅行商品のみ <b>3種4プラン 410万円を達成</b> (対目標比146%) ②町内滞在化の促進（ <b>まち歩きクーポン発行</b> ） ③コロナ禍のため主な対象を県内に設定 日帰り・宿泊商品の商品化（ <b>事業者との協業</b> ）	①売上目標 795万円 ②閑散期の旅行商品開発 時計作り体験プログラム等 ③旅行商品数 10商品に拡充	①売上目標 1,100万円 ②収益確保の <b>ルーティン化</b> ③旅行商品数 15商品に拡充	①売上目標 1,500万円 ②さらなる収益確保へ ③旅行商品数 20商品に拡充
3. 必要とされる情報発信 【誘客情報発信事業】  ①観光動向可視化/デジタル化推進 ②戦略的な情報発信 ③組織のブランディング  検証 有益な情報発信の有無 評価 観光動向の把握と戦略的な情報発信	①観光動向可視化に向けた検討 ②主力商品の戦略的な情報発信 <b>WEB予約導入/顧客管理強化へ</b> ③高付加価値旅行商品のブランド発信 この地域だけの観光体験プログラム	①観光動向の活用 ②戦略的なWEB活用 顧客管理の強化 ③商品連動プロモーション	①観光動向の常時活用 ②WEBと顧客情報の活用 ③ブランディング強化 観光による社会的価値向上	①地域でデータ活用 ②戦略的なお客様データ活用 ③ステークホルダーとの連携強化 地域の価値向上

今後の計画

## 2021[R3] 年度 観光推進部 事業報告

## 組織強化・地域とのつながり

## 1. 組織を2部制へ



- ▷ 組織構築・運営
  - ▷ 旅行商品企画
  - ▷ 旅行事務(手配等)
  - ▷ 誘客・情報発信
  - ▷ 事業者支援
  - ▷ 月次精算
  - ▷ 役場等との調整
  - ▷ 組織構築・運営
  - ▷ 施設運営
  - ▷ 集客・情報発信

## 2. 旅行の楽しさ学ぶWS

2021年8月26日(木) 下諏訪向陽高校 1年生170人



- ▷ 旅行商品企画WS  
地域の若者が観光を学ぶ
- ▷ デジタル媒体活用  
タブレット活用WS

### 3. 町内旅館視察

来訪者への魅力発信のため宿泊施設を視察  
情報を活用した旅行商品の企画・実施



## 旅行商品開発事業

## 観光体験プログラムの造成



- ①許可なしでは入れない黒曜石の宝庫「星ヶ塔遺跡」  
星ヶ塔遺跡の文化遺産を旅行商品化  
NHKブラタモリ放映に合わせた戦略的な販売
- ②いずみ湖ナイトカヤック  
日常を非日常にする夜のいずみ湖アクティビティ
- ③黒曜石の石器をつくろう  
隣接する長和町と連携したプログラム

3種 4PG 参加者292人 事業収益410万円



## 誘客・情報発信事業

ホームページ・SNSフォロワー数**6,942**人 対前年1,089人増加

## 1. ホームページ・SNS



## 新型コロナウイルス感染症に伴う緊急観光支援対策事業

観光消費拡大キャンペーン(下諏訪宿泊割)

延べ人数4,030人 支援額1,209万円



町内の宿泊施設を応援するための観光消費キャンペーン「下諏訪宿泊割」として、宿泊施設の宿泊料金をチェックアウト時に一人1泊あたり3,000円割引するキャンペーンを実施。

【対象期間】令和3年6月1日チェックインから  
令和4年2月28日チェックアウトまで  
【割引額】 一人1泊あたり3,000円  
【対象者】 長野県内に居住者  
【対象条件】下諏訪宿泊割対象プランの予約者

飲食店事業者等支援金(10万円支援金)

事業者数 **184**件 支援額 **1,840**万円

新型コロナウイルス感染症の影響が長期化し、緊急事態宣言などを受けて人の流れが鈍化したことにより、厳しい状況が続いている町内の飲食店事業者、宿泊事業者及び観光事業者等に対して支援金10万円を支給。

さらに同内容事業を2022年2月から2022年4月まで、第6波飲食店等経営支援金として実施。

飲食店事業者等支援金

【実績】 事業所184件 20,168,620円

【期間】 令和3年5月17日～6月30日

※参考 第6波飲食店等経営支援金

【実績】 事業所184件 18,831,560円

【期間】 令和4年2月21日～4月22日

2022[R4] 年度 観光推進部 事業計画

旅行商品開発事業

裾野を広げる 諏訪地域のさらなる素材開拓(第2種旅行業へ)  
地域限定であった旅行業を第2種へ変更することで下諏訪の魅力をより引き出す県外の観光素材との組み合わせ商品の企画実施が可能となる。より多くの方に下諏訪へ訪れていただくための旅行商品を開発、実施する。

旅行商品ラインナップ

10PG 参加者550人 事業収益795万円



- ①星ヶ塔遺跡と御柱祭を学ぶ旅2日間  
星ヶ塔遺跡見学に加え、御柱祭の曳行路や木遣り見学を組み合わせたプラン
- ②縄文日本遺産めぐり2日間  
富士見町 井戸尻考古館や山梨県北杜市 金生遺跡の日本遺産を巡るプラン
- ③星ヶ塔遺跡と糸魚川ジオパーク2日間  
黒曜石とヒスイ2つの石から縄文時代を学ぶ旅。各所でプラタモリ案内人が登場



- ②中山道いいとこどりと本陣特別見学  
本陣当主による解説と通常非公開秘蔵の見学付き



- ③ガイド同行で八島湿原を歩く  
ガイドと八島湿原～鷲ヶ峰を歩く、カメラマンと写真講座や分水嶺トレイル企画等複数商品を予定



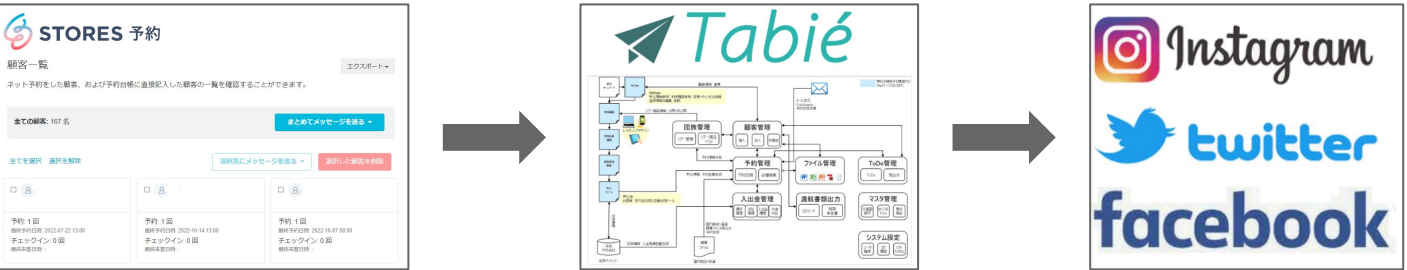
- ④御湖鶴日本酒作り体験  
世界一を受賞した下諏訪町の酒蔵と共同企画で実現。杜氏自ら指導する日本酒づくり体験



- ⑥時計作り体験  
諏訪の国ブランド1位受賞、下諏訪で歴史ある時計づくりを宿泊旅行商品化

組織づくり・事業者連携事業

WEB予約×顧客管理×マーケティング  
WEB予約システムと連携した顧客管理の強化を行う。リピーターの獲得や効果的な情報発信業務を行い、下諏訪のファンづくりを推進する。



事業者とのマーケティングデータ相互活用

- 観光振興局  
・観光振興局WEB予約統計 / 顧客情報分析 / 観光振興局の統計  
・外部団体等の統計活用
- 事業者  
・旅館組合の各旅館統計  
・観光案内所の統計

旅行商品開発の事業者参画

旅行商品を事業者に参加体験してもらうことで、事業理解を深め連携強化を図る  
事業者と新たな商品開発に向けた取り組みを通して、さらなる新商品、高付加価値商品へと昇華させる

誘客・情報発信事業

ホームページ・SNSフォロワー数 7,500人



- 1. 旅行喚起による来訪者増加  
町内宿泊事業者支援のために実施する「下諏訪宿泊割」を積極的に県外へ露出。お得に下諏訪に宿泊できる好機を町の認知度向上へつなげる。

宿泊利用延べ人数 3,200人 直接経済効果 2,048万円

2. 価値ある情報提供でブランディング推進

コロナ禍によりトレンドが変わることを捉えて需要を汲んだ商品開発を事業者と推進する  
高付加価値の情報提供により選ばれるメディアを目指す

3. 持続可能な「稼ぐ観光」を推進

情報を活用したマーケティングを行うことで一時的な誘客で終わらないプロモーションを実践する  
定期的なイベント開催から通年旅行商品実施へのシフトを推進する