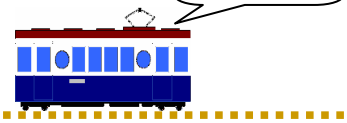
信州上田観光ビジョン

～旅のミュージアム都市上田の創造～

（概要）



ねらい

平成 15 年に年間訪日外国人数 1,000 万人を目指すビジット・ジャパン・キャンペーンがスタート。平成 18 年 12 月には観光立国推進基本法が成立し、観光を 21 世紀の国の重要な政策の柱にすることが法律上明確化された。

こうした中、上田市では観光をリーディング産業と位置づけ、菅平高原から美ヶ原高原までの幅広い地域資源を生かした観光施策を展開してきた。

今、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、観光をビジネスとして大きく発展させていくためには、さらに戦略的な政策展開を行っていく必要がある。

上田市の魅力とは何か、上田市が狙うべきターゲットはどのような人々か、そして、このターゲットに対して上田市はどのような商品やサービスを提供していくのか。観光ビジョンは、市民、観光関連事業者、各種団体、行政が協働して、このような課題に取組み、戦略的に観光振興を図っていくための方策を示すものである。

観光ビジョンの構成

はじめに　～日本をリードする観光立市への挑戦～

観光を取り巻く現状を述べ、なぜ今、観光なのかについて説明。

第1章　上田市の魅力をより高めるための課題

観光振興を図って行く上での課題を分析。

第2章　地域を元気にする基本コンセプトの確立

第3章　多様な地域資源が生かされた「旅のミュージアム都市上田」の創造

第4章　訪れた皆さんに喜んでもらえる観光戦術を考える

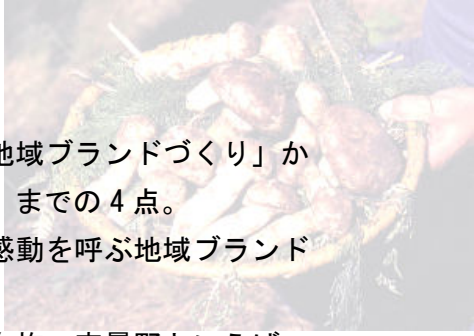
第 2 章から第 4 章までは第 1 章で分析した課題に対応するための具体的な戦略を記述。

第5章　観光まちづくりへの道

住む人が魅力を感じるまちをつくり、その結果として訪れる観光客にとっても魅力的なまちづくりが可能になるという視点から、市民の皆さんに考えていただきたいこと、取り組んでいただきたいことを述べる。

第6章　観光ビジョンの実現に向けて

観光ビジョンを実現するためのしくみについて述べる。



第１章

上田市の魅力を
より高めるための課題

- 感動を呼ぶ地域ブランドづくり
- 多様な楽しみの創出
- ターゲットに応じた戦略展開
- 観光基盤の整備

- 課題は「感動を呼ぶ地域ブランドづくり」から「観光基盤の整備」までの４点。
- 最大のポイントは「感動を呼ぶ地域ブランドづくり」。
- 例えば、軽井沢、小布施、安曇野といえば、行ったことのない人でも何となくそのイメージを思い浮かべることができる。
- 小布施といえば、北斎館周辺の町並み、安曇野といえば、わさび田と水車小屋といったイメージだが、簡単にいえば、これが地域のブランドイメージ。
- 一方、上田市には明確なコンセプトに基づいた核となるイメージがないため、外部の人が上田市のイメージを思い浮かべることは難しい。

第２章

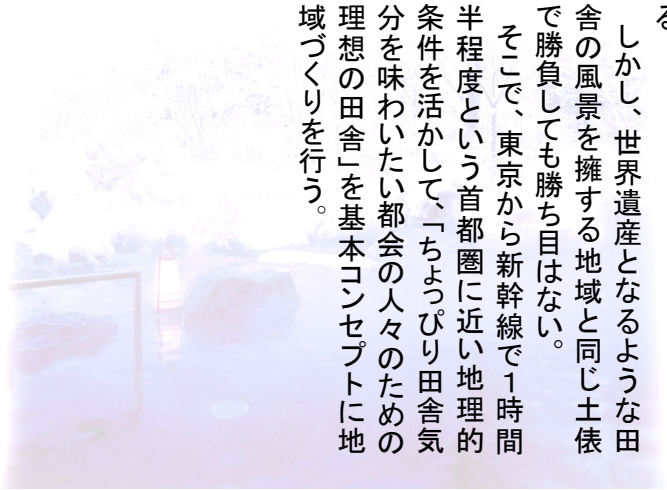
●基本コンセプト

～都会人の第２のふるさと(理想の田舎)を目指す～

豊かな自然環境と田園風景、城下町の風情、伝統のある温泉地、ノスタルジックな別所線など、田舎としての上田が観光地としての強みである。

しかし、世界遺産となるような田舎の風景を擁する地域と同じ土俵で勝負しても勝ち目はない。

そこで、東京から新幹線で１時間半程度という首都圏に近い地理的条件を活かして、「ちょっぴり田舎気分を味わいたい都会の人々のための理想の田舎」を基本コンセプトに地域づくりを行う。



世の中、本物志向といわれるが、汗と泥にまみれて本物の農業をしたいという人は少数派。体験農業のように田舎のいいとこ取りをしたいと考える観光客の方が多いのではないか、という考え方に基づいている。

第３章

～上田市内の様々な癒しの風景を活用して、上田市らしい様々な田舎の形を提供する～

9つの地域協議会の答申を受けて第一次上田市総合計画に盛り込まれた「地域まちづくり方針」等に基づき、上田市内に7つのエリアを設定。観光客に様々な田舎の姿を提供する。

まゆの里エリア

蚕室づくりの町並み、桑の生産に使われた段々畑など養蚕の最盛期を今に伝える風景と里山や桜づつみホタル水路など自然あふれる風景に包まれた地域。

体験農業エリア

稲倉の棚田、麻蒔りんご園など、田舎暮らしに憧れを抱く都会の観光客に理想の田舎体験を提供できる地域。

城下町エリア

上田城、城下町として整備された町並み、北国街道の面影を残す家並み・・・・・

歴史を体感できる風景が今に生きている地域。

ローカル線で味わう 田園エリア

多くの史跡・文化財に加え伝統ある温泉に恵まれた地域。

別所線から眺める田園風景は、観光客の心を癒してくれる市の象徴的なスポット。

水辺エリア

「上田　道と川の駅」の整備も計画されており、水辺の体験メニューを提供できる地域。

水辺の体験については、他のエリアのメニューとともにPR。

高原エリア

真田氏発祥の地であり、スポーツ合宿のメッカ菅平高原を擁する地域。

豊かな自然環境を生かした参加・体験型観光で、上田市の観光の牽引役となる。

自然と健康エリア

丸子温泉郷と優れた医療機関の連携による健康をキーワードとした観光地づくりが可能な地域。美ヶ原高原をはじめとした武石地域の雄大な自然も魅力。

第４章　～上田の魅力を高める７つの柱～

観光地上田の全体像を踏まえ、観光施策を戦略的に展開していくため、「信州上田観光ビジョン」では、83の具体的な施策から構成される「戦略の7つの柱」を示す。

- 上田らしさのブランドづくり
- 観光メニューの充実
- おもてなしの基盤づくり
- ターゲットに応じたおもてなし
- ※スペシャル・インタレスト・ツアーへの挑戦
- プロモーションを含めたマーケティング
- 観光ビジョンを実行し、改善するしくみ

※SIT（スペシャル・インタレスト・ツアー）
特別の事柄について、特別の関心を持った人々に対する特別のツアー。
例えば、上田市内の数あるロケ地の中でも、大林宣彦監督の作品に限定したロケ地のツアー、かつてのレールやホームを巡る“廃線ツアー”などが考えられる。

具体的な施策の主なもの

・郷土料理の発掘とブランド化
・お土産品等のブランド化
・ホタルによる地域イメージの向上
・田園風景を象徴する別所線のランドマーク化
・上田の歴史文化の物語を学ぶ旅（カルチュラルツーリズム）の推進
・フィルムツーリズムの推進
・まちなか観光の推進
・農業・農家体験観光の推進
・国民保養・国民保健温泉地の丸子温泉郷と医療機関の連携による療養プログラムの開発
・旅の企業家（アンタビプレナー）の育成と支援
・ボランティアガイド講習会等の充実
・外国人旅行者へのおもてなしの向上
・教育旅行を対象とした体験プログラムの開発・提供と誘致活動の実施
・やすらぎ・癒しツアープログラムの開発
・国内の旅行博や商談会への参加
・観光ビジョンを実行する組織の設置
・周辺市町村との連携の強化

第５章　観光まちづくりへの道

住む人が魅力を感じるまちをつくり、結果として、訪れる人にも魅力的なまちができる。

市民が観光まちづくりの中心である。

1　おもてなしの心
2　景観を市民の手で守り、つくりあげる
3　地域を歩いて、まちの魅力を発見しましょう

第６章　観光ビジョンの実現に向けて

- アクションプランの策定
- 各主体の役割
- 実績の評価と見直し
- 目標値の設定