様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分	~~広域連携ＤＭＯ~~･地域連携ＤＭＯ･~~地域ＤＭＯ~~	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人　長野伊那谷観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	長野県 伊那市、駒ヶ根市、辰野町、箕輪町、飯島町、南箕輪村、中川村、宮田村	
所在地	長野県伊那市	
設立時期	平成 30（2018）年 10 月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	５人【常勤５人（正職員２人・出向等３人）、非常勤０人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 向山　孝一 （出身組織名） ＫＯＡ（株）取締役会長	電子部品メーカーＫＯＡ㈱取締役会長、長野県経営者協会人材開発委員会委員長等歴任。幅広い人脈と識見を持ち、強いリーダーシップにより上伊那地域の経済界の発展や生活の向上に取り組んでいる。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	（氏名） 宮島　敏 （出身組織名） （資）宮島酒店社長	酒造蔵元宮島酒店社長。観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持ち、「マーケティング指針」の立案や企画広報部会長を兼務している。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 佐々木　尚央「専従」 （出身組織名） 近畿日本ツーリスト(株)	大手旅行会社に長年勤務し、長岡、松本、水戸、長野、ぐんま支店において支店長を歴任。（一社）水戸観光コンベンション協会への出向時には、観光地域づくりとインバウンド誘致に携わった。また、（一社）日本旅行業協会では、茨城県地区委員長、長野県地区委員長、群馬県地区委員長、関東支部事務局長（専従）を歴任。観光地域づくりやインバウンド誘致などツーリズム産業に精通。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 吉岡　理恵「専従」 （出身組織名） （株）やまとわ	地元大手民間企業、伊那商工会議所など地域密着型事業の経験が豊富で企画・運営にも携わり、数多くの情報収集業務やプロモーション媒体の制作等に関わることからプロモーション責任者として適任である。
各部門（旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 佐々木　尚央「専従」 （出身組織名） 近畿日本ツーリスト(株)	大手旅行会社に長年勤務し、長岡、松本、水戸、長野、ぐんま支店において支店長を歴任。（一社）水戸観光コンベンション協会への出向時には、観光地域づくりとインバウンド誘致に携わった。また、（一社）日本旅行業協会では、茨城県

様式１

		地区委員長、長野県地区委員長、群馬県地区委員長、関東支部事務局長（専従）を歴任。観光地域づくりやインバウンド誘致などツーリズム産業に精通。
各部門（インバウンド）の責任者	（氏名） 小林　公貴「専従」 （出身組織名） 辰野町	辰野町職員として 2025 年 4 月から上伊那広域連合に出向。地域の実情に詳しく、幅広い人脈及び交渉能力に優れ、データ分析やその活用など観光地域マーケティング戦略についての知見と能力を有する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	長野県観光スポーツ部（マーケティング支援ほか） 長野県上伊那地域振興局（事業実施支援、地域公共交通ほか） 上伊那広域連合（財政支援、事業実施支援ほか） 域内８市町村（財政支援、事業実施支援、社会資本整備ほか）	
連携する事業者名及び役割	・（一社）長野県観光機構（マーケティングデータ・ホームページの活用、長野県インバウンド推進協議会への参画） ・観光関係団体：市町村観光協会（観光情報提供、企画連携）、伊那路・木曽路広域観光連携会議（観光資源開発、広域着地型旅行商品企画造成、広報宣伝活動等）、Japan Alps Cycling プロジェクト（サイクルツーリズムの推進） ・商工団体：域内各商工会議所・商工会（特産品・地場産品の提供、開発・起業支援・販売協力、視察受入） ・農林業団体：上伊那農業協同組合、上伊那森林組合、はびろ農業公園みはらしファーム（農林産物の開発・販売連携、農林業体験・農家民泊等の整備拡大） ・交通事業者：東海旅客鉄道㈱、東日本旅客鉄道㈱、長野県タクシー協会上伊那支部、長野県レンタカー協会上伊那支部、伊那バス㈱、㈱葵交通、中央アルプス観光㈱等（アクセス改善、二次交通整備、事業連携） ・旅行会社：近畿日本ツーリスト㈱、㈱日本旅行、東武トップツアーズ㈱、伊那バス観光㈱等（誘客促進、市場動向調査、旅行商品企画販売） ・宿泊業者：伊那市観光㈱、中央アルプス観光㈱（ホテル千畳敷）等（宿泊受入、企画連携） ・金融機関：㈱八十二銀行、㈱長野銀行、アルプス中央信用金庫、長野県信用組合（金融支援、観光地経営アドバイス） ・地域活動団体：伊那谷財団、郷土愛プロジェクト、三風の会、古田人形芝居保存会、中尾歌舞伎保存会、井上井月顕彰会、里山プロジェクト（情報提供、企画協力）	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】①② 民間出身者を部会長（ＣＭＯ、ＣＲＯへ位置付け）とした企画広報部会（配下に情報発信戦略会議）及び受入整備部会（配下にインバウンドワーキンググループ）による体制をとっている。 情報発信戦略会議およびインバウンドワーキンググループで共有された事案は部会にて戦略としてまとめられ、その後、戦略会議（理事長、部会長、ワーキンググループ長、市観光主管課長等で構成）にて部分最適を図り、理事会（理事は観光・交通・産業事業者、行政で構成）にて全体最適を図り、合意形成を経て総会にて最終決定する仕組みをとっている。 また、理事会と戦略会議の中間には独立したスタッフ機能として市町村観光課長等で構成された事業連絡会議を置き、半期に１回程度を目途に開催し、事業・予算策定等について摺り合わせ、共有や意思統一を図っている。	

様式１

<table>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>ホームページや広域情報誌「広報かみいな」などを通じてツアーの募集、当地域の観光地としての魅力、取組み等を掲載し、意識啓発を図っている。さらに住民ライター制による地域住民が当地域の魅力を発信する取組み、インバウンド向け商談会のプロモーションに地域住民が参画し、観光商品の商品化と当日のセールスを協働で行う取組み等を実施している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>
【活動の概要】
当観光局のコンセプトを「山と谷の風景美術館～２つのアルプス、彩の谷の物語～」、またコアイメージ（世界観）を「護られし　実りの國～The Valley of Peace & Harmony～」と定め、長野県・近隣広域組織とも連携し、一体となって上伊那地域の魅力の底上げを図る観光地域づくりを進めてきた。
令和６年度は、関係者との協業体制を強化しながら、将来を見据えた広域的な受入れ及び流通環境の整備を図った年度となり、当地域への観光需要の取り込みを図るための実効性に繋げる事業として下記のとおり実施した。
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>
１　情報発信戦略会議の開催など情報発信力強化の取組み
公式ウェブサイトのアクセス数や直帰率の改善について、情報発信戦略会議を開催し、進捗管理及び効果測定等を図りながら、SNS 情報発信力強化講座の開催等を行った。
＜具体事業＞
■情報発信戦略会議の運営（全５回）
各事業の状況把握と進捗管理、課題の抽出と改善策の提案などを協議した。協働参加者は、企画広報部会長、情報発信 WG 長、情報戦略アドバイザー２名、システム関連アドバイザー。
■情報発信クリエイティブチーム定例会の開催（全６回）
■SNS 情報発信強化講座の開催（全５回）

２　住民ライターと協働した情報発信
多様な情報の継続的な発信のため、地域の方と協働した住民ライター制の運用によって、SNS による情報発信を行った。
■SNS 情報発信チーム定例会の開催（全４回）
■情報発信協力ライターによる Instagram 投稿（71 本）
■会員等との Instagram 共同投稿（８本）
■ブランディング記事の SNS 広告（５本）

３　商談会等への参加
■上伊那観光 PR 事業 in サカエチカ（愛知県名古屋市）
■長野県着地型旅行商品造成商談会（東京都港区）
■VISITJAPAN トラベル&MICE マート及びツーリズム EXPO ジャパン（東京都江東区）
■台湾旅行会社招聘事業商談会（富山県富山市）
■CYCLEMODERIDE 大阪 2025（大阪府吹田市）

４　伊那谷イラスト歳時記展の開催（３会場）
令和４・５年度に伊那谷の地域素材をテーマに季節を感じられるイラスト 24 作品を作成し、ウェブサイトで公開した。
令和６年度は、イラストの２次利用として、観光客へ伊那谷
</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

		地域を知ってもらうため展示会を実施。また、イラストを活用して缶バッジを製作し、ガチャに入れて販売した。 **５　多言語による情報発信に関する課題等の協議** インバウンド用 SNS アカウントについて協議し、日本語版記事を転載することで、月２回程度の情報発信を実施。 **６　伊那谷広域観光プランの推進** リニア中央新幹線の開通や三遠南信自動車道の整備を見据え、それらの機会を観光誘客に繋げるため、さらに移住・定住に結びつけるため、両インフラの整備完了時に伊那谷の「あるべき姿」を示した「伊那谷広域観光プラン」の策定作業を実施。市町村の枠を超えた広域での「観光」「働く」「移住」の３つの分野において、来訪者等に対して総合的に案内できる「伊那谷総合案内所（伊那谷コンシェルジュ（仮））」の設置を目指し、運営方式の検討や調査、上伊那８市町村および関係者と合意形成を図りながら伊那谷の「あるべき姿」の体現に向けて検討を行った。 **７　伊那路木曽路広域観光連携会議による広域観光の推進** リニア中央新幹線の開通や三遠南信自動車道の整備を見据え、観光需要の受入体制を整えるため、３地域（上伊那・南信州・木曽地域）が協働した広域観光事業を実施。 ■伊那路・木曽路広域観光連携会議への参加（２回） ■同プロモーション部会への参加（６回） ■伊那路・木曽路の広域での市民協業による持続可能なコンテンツの開発およびプロモーション（３地域プラットホームウェブサイト構築（インバウンド向け）） ■伊那路観光連盟総会および幹事会への参加（３回） ■伊那路旅手帖の改訂・増刷 ■インバウンド版伊那路旅手帖データの作成 **８　その他** ■広域総合観光パンフレット増刷　20,000 部 ■宿泊,観光施設,サービスエリア等へのパンフレット配置 ■旅行会社・メディア等への情報提供
	受入環境の整備	**１　インバウンド誘客推進事業** 令和６年度は、宿泊施設に焦点を当て、これまでの状況調査から次の段階として、地域宿泊事業者と協力した本格的な受入体制整備へと進めるべく、新たに「宿泊事業者向けインバウンド旅行者受入れ対応研修」を開催した。事前の受入状況調査から把握できた各宿泊施設のインバウンド抵抗感の払拭やおもてなしの心構えを中心とした意識啓発などを行い、受入体制を整えていくとともに、当観光局を中心とした情報共有や事業連携などネットワークの構築を図り、今後の事業展開に活かせる関係づくりを行った。 ■インバウンドワーキンググループの開催（全４回）

		各事業の状況把握と進捗管理、課題の抽出と改善策の提案などを協議した。協働参加者は、受入整備部会長、地域の観光事業者２名、インバウンド専門人材、委託事業者。 ■宿泊事業者インバウンド旅行者受入対応研修（全３回） **２　持続可能な観光地づくり推進事業** 持続可能な観光地域づくりの取り組みとして、インバウンド旅行者が旅行先を選ぶひとつの指針となる JSTS-D ロゴマークの取得を目指し、上伊那８市町村観光担当者を対象とした勉強会を開催した。長野県観光機構における伴走支援によって、各自治体でも持続可能な観光地づくりの機運が高まった。 ■GSTC サスティナブルトレーニングプログラムの修了（２名） ■市町村観光担当者向け持続可能な地域づくり勉強会の開催（全２回）および個別相談会の開催（全８市町村） **３　伊那谷ドライブクーポン付きドライブプラン商品造成事業** NEXCO 中日本との提携で、高速道路周遊パス＋管内お買物券をセットにした５種類の周遊プラン商品を取扱い、当地域へのさらなる誘客と周遊滞在を目指した ■参加協力施設：上伊那管内 35 施設 ■発売期間：令和６年３月９日（土）～12 月 25 日（水） ■販売商品 ① ２日間乗り放題中京圏プラン　利用実績 141 台 ② ２日間乗り放題首都圏プラン　利用実績 38 台 ③ ３日間乗り放題首都圏プラン　利用実績 34 台 ④ ２日間乗り放題県内周遊プラン　利用実績 ３台 ⑤ ３日間乗り放題静岡県中東部プラン　利用実績 27 台 合計 243 台
	観光資源の磨き上げ	**１　サイクルツーリズム協働推進事業** 令和５年度事業で造成した体験プログラムの販売を見据え、体験プログラムを磨き上げ、かつ、地域との協力体制構築に繋げるための地域理解の醸成を目的とした体験会を実施した。また、試験的な体験プログラムの販売も行った。 ■チーム会議の開催 各事業の状況把握と進捗管理、課題の抽出と改善策の提案などを協議した。協働参加者は、地域のサイクル事業者および地元のサイクルガイド６名。 ■体験プログラムの磨き上げ及び地域理解の醸成を図った体験会（全５回） ■ガイド付きサイクルツアーの販売（全２回） **２　国内マイクロツーリズム「上伊那魅力再発見ツアー」商品造成販売受入体制整備** 地域の魅力再発見と観光事業者への支援を目的として、交通事業者、宿泊・飲食施設・ガイド団体等と連携し、「当地域

		ならではの自然・食材等を活かした感動体験や歴史・文化の交流体験」など SDGs の観点に立った旅行商品を造成した。なお、アンケート結果から参加者の 96.4%が「満足又はまあ満足」という高い評価を得るとともに今後のツアーを期待された。 ■大人の社会見学Ⅱ　11 人 ■中央アルプス千畳敷ウォーキング①　20 人 ■中央アルプス千畳敷ウォーキング②　15 人 ■第 20 回サマーキャンプ in 信州伊那谷プラン　催行中止 ■絶景もみじ湖紅葉とりんご狩り　17 人　　合計 63 人

【定量的な評価】

長野県観光地利用統計調査（実施主体：長野県）

■上伊那地域における観光地利用状況の推移　（千人）

区分	令和２年	令和３年	令和４年	令和５年	令和６年
延べ利用者数	2,451	2,798	3,543	3,852	未公表
対前年比	52.68%	114.16%	126.63%	108.72%	―
対Ｒ元年比	52.68%	60.13%	76.14%	82.79%	―

上伊那地域来訪者満足度調査（実施主体：長野伊那谷観光局）

⑴　国内旅行者

令和６年４月～令和７年２月末　国内旅行者 1,077 件のデータより集計。

・総合満足度「大変満足」　39.9%　（対前年度比 5.5%減）
・リピート来訪「二回目以上リピーター率」　69.5%　（対前年度比 4.5%増）
・消費金額　平均総額 29,768 円（内訳：交通費 6,595 円、宿泊費 23,449 円、飲食費 4,681 円、買い物 4,393 円　その他〈入場料など〉1,791 円）
・来訪意向　１年以内来訪意向「大変そう思う」38.8%、「そう思う」33.5%
・同行者　夫婦 42.3%　子ども連れ 30.0%　友人・知人 14.9%、ひとり 9.8%
・来訪時期　４－６月 27.8%　７－９月 19.7%　10-12 月 36.9%　１－２月 15.7%
・来訪日程　宿泊 53.3%、日帰り 46.7%
・発地　県外在住 70.0%（特に東海が全体の 33.6%を占める）

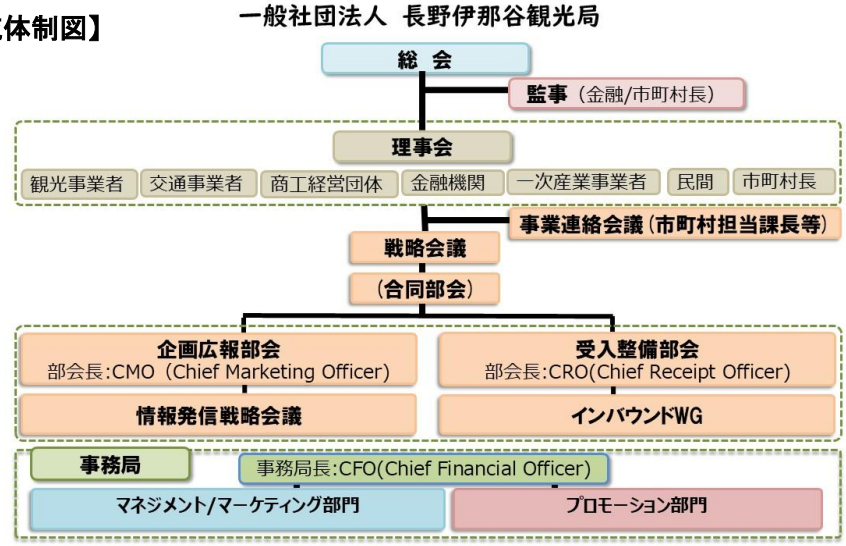
⑵　訪日外国人旅行者

長野県インバウンド推進協議会の実施する長野県外国人旅行者の満足度調査アンケートに協力して実施をしたものの、目標数の回答が得られず、地域別データが公表されていない。（長野県全体での満足度は５段階の内最高の「満足」が 57.0%）

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** （一社）長野伊那谷観光局が母体となり、メンバーには、行政、観光協会、宿泊業者、飲食業者のみならず、商工団体、農林業団体、交通事業者、旅行会社、金融機関等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

様式１

【実施体制図】



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

長野県伊那谷地域の概況

※人口は2025.5.1　現在

市町村数	8（2市3町3村）
人口 (県人口構成割合)	173,391人 (8.8%)
将来人口推計 (2030年)	166,102人 (2025.5比△4.2%)
面積 (県土構成割合)	1,348Km² (9.9%)

上伊那地域

【区域設定の考え方】

中央アルプス・南アルプス２つのアルプスに囲まれ、中央に天竜川が流れる上伊那は、古来よりそれぞれ地域的な繋がりを持ち、相互に連携を図りながら「魅力ある生活/文化/産業」を育んでき

た。平成 11(1999)年に当地域を構成する２市３町３村で上伊那広域連合が設立され、市町村の特性を活かしながら、８市町村が一体となって地方の時代に対応した地域づくりおよび観光振興を図ってきた。
また、観光資源の面からみても８市町村は山岳高原（景観）、農林業（産物）、歴史・文化・風土など、コンセプトとして共通する点が多く、連携の素地が整っており、上伊那広域連合と同様の区域を当該区域設定とするのが適切である。

【観光客の実態等】

県観光地利用者統計調査によると、令和５年の上伊那の延べ観光地利用者数は 385 万人（対前年比 108%）、観光消費額 9,104 百万円（対前年比 105%）、コロナ禍からの経済活動の回復に伴い、いずれも前年に比べ伸びている。ただ、観光消費額は利用者数の伸びに対して相応に比例しているわけではなく利用者数も県内１０地域で最下位に位置し、回復需要を十分取り込めていない。
㈱リクルートライフスタイルが過去に実施したＧＡＰ調査によると、上伊那エリアへの来訪経験者は 32.5%（県内、東海圏、首都圏の順）うち 1 回 13%、2～3 回 11.6%の割合が高く 4 回以上の比率が低い。また、上伊那を知らない 29%(関西圏 48.6%、首都圏 39.6%、愛知県 22.2%)、知っているが訪れたことがない 38.5%。県内でも来訪したことがない 51%など全般的に認知度は低い。上伊那への来訪場所としては駒ヶ岳ロープウェイ 39.9%、高遠城址公園 33.4%、千畳敷カール 24.3%、かんてんぱぱガーデン 22.6%の順、日帰りが全体の 40.5%、年代では男女とも 50 代以上の比率が最も高い。
インバウンドにおいては、令和５年外国人延宿泊者数調査によると 5,367 人泊（対前年比 557.3%）と前年から大きく伸びたものの、県平均前年比 707.4%には及ばない。国別では、中国、韓国、台湾の順で、重点ターゲットの一つである欧米豪は少ない。宿泊者の月別では、８月が突出、１～３月が少なく通年での平準化が課題である。
インバウンド旅行者には高遠城址公園さくら祭りや駒ヶ岳ロープウェイなどが人気であり、ほかに伊那市での農家民泊を利用した訪日教育旅行の受入れや駒ヶ根市と台中市との国際交流など、それぞれ単独で行われて成果をあげているものの、全般的には知名度は低い。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

〇観光資源
・中央アルプス、南アルプスに代表される山岳高原と天竜川が縦断する優れた景観
・豊かな自然に育まれた農林業（農林産物と優れた食）、暮らし
・温泉
・伝統ある祭りと各種行事、街道など（歴史・文化）

中央アルプス駒ヶ岳
（駒ヶ根市）

森林セラピーロード
（南箕輪村）

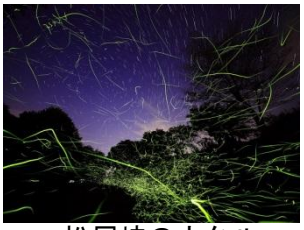
もみじ湖
（箕輪町）

陣馬形山からの眺望
（中川村）

千人塚公園
（飯島町）

高遠城址公園
（伊那市）

こもれ陽の径
（宮田村）


松尾峡のホタル
（辰野町）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

上伊那地域における宿泊施設数および収容力（長野県衛生年報から）

年度／種類	ホテル・旅館		簡易宿所	下宿	合　計
	施設数	客室数			（施設数）
令和元年度	88	2,401	195	―	283
令和２年度	85	2,365	194	―	279
令和３年度	86	2,352	202	―	288
令和４年度	84	2,334	210	―	294

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通：

中央道高速バス（名古屋線、新宿線、大阪線）、みすずハイウェイバス
飯田線（東海旅客鉄道㈱）、中央東線辰野支線（東日本旅客鉄道㈱）
中央高速自動車道および国道 153 号、361 号（マイカー、レンタカー、タクシー）

○域内交通：

【幹線】高遠線（ジェイアール関東バス）、伊那本線（伊那バス・ジェイアール関東バス）
【準幹線】村営巡回バス北回り線・南回り線（中川村）
【市支線】市街地循環線（イーナちゃんバス）外回り・内回り（伊那市）、市内西循環線（伊那市）、若宮・美原線（伊那市）、西箕輪線（伊那市）、藤澤線（伊那市）、長谷循環バス（伊那市）、南アルプス林道バス気の里ライン・南アルプスクイーンライン（伊那市）、山麓周遊バス（駒ヶ根市）、町営バス川島線（辰野町）、町営バスおのりーな外回り・内回り（辰野町）、みのちゃんバス南東コース・北西コース・市街地コース・東コース・西コース・南コース（箕輪町）、いいちゃんバス地域線（飯島町）、いいちゃんバス病院線（飯島町）、まっくんバス北コース・南コース・東コース・南原沢尻コース（南箕輪村）、村営巡回バス東西線（中川村）、駒ヶ岳ロープウェイ線（中央アルプス観光㈱）

〔新たな交通基盤の整備が進む －今後の可能性－〕

【リニア中央新幹線】２０３７年以降に品川駅－名古屋駅間の開通が見込まれるリニア中央新幹線では、南アルプストンネル、中央アルプストンネル掘削等の本格的な工事が進み、開通による時間短縮効果は大きい。リニア長野県駅は南信州地域北部に設置され、品川駅から４５分、名古屋駅へは２０分で到着する。リニア長野県駅から主要観光地である駒ヶ根高原までは、アクセス道路の改良が進んでいるが、現状でも自家用車で 30 分程度である。

【三遠南信自動車道】２０２７年以降に現道活用区間を利用しての全線開通による効果は、日帰り観光圏の拡大につながり、静岡県が日帰り圏内に入り、三遠南信圏域の交流人口拡大に大きく貢献するものとなる。

【外国人観光客への対応】

・商談会への参加
・インバウンド取り扱い旅行会社への営業活動
・FAM ツアー実施による観光コンテンツの磨き上げ
・長野伊那谷観光局英語版ホームページの運用
・英語版 Instagram の運用

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法

旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	長野県観光部作成「観光地利用者統計調査」から引用
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	長野県観光部作成「観光地利用統計調査」から引用。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google Analytics(ウェブデータ分析・レポート作成機能)活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	上伊那魅力再発見ツアーにおけるアンケート調査を自主事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

少子高齢化が進行し人口減少と若年層の流出が続くとともに、インバウンドにおいても令和５年度外国人延宿泊者数が県内 10 地域のうち 10 位に位置している上伊那地域であるが、今後のリニア中央新幹線や三遠南信自動車道開通等アクセスの飛躍的向上とインバウンドの回復を見据え、当観光局がこれからも地域の伝統や文化を大切にしながら健康で安心して暮らせる観光地域づくり（住んでよし、訪れてよし）のプラットフォームとして南信州地域等とも連携し、伊那谷ファンを増やし、持続可能な観光と更なる地域振興、最終的には移住・定住、交流人口の促進・増加に繋げることとする。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・全国で唯一、中央アルプス、南アルプスの二つのアルプスを展望できる雄大な山岳景観と中央に天竜川が流れる豊かな自然環境（山岳、ジオパーク、エコパーク、高原、河岸段丘、棚田、星空等） ・豊かな自然に育まれた農林業と資源（清らかな水、高い品質のお米、野菜、花卉、果樹、木質バイオマス、畜産物） ・天下第一のさくら高遠城址公園や駒ヶ岳をはじめとする山岳高原/温泉も備えたリゾート ・伊那谷に共通した歴史、風土、文化（信州そば発祥の地として各種そば、ソースかつ丼、ローメン、ガレット、昆虫食などの郷土食/食文化、地域の祭り、伝統的な行事、街道・宿場ほか） ・高い技術を持つ「ものづくり産業」が集積（電子、情報、機械、食品等）	**弱み（Weaknesses）** ・知名度の不足 ・観光に対する地域住民の意識の低さ ・大半が通過型観光 ・ブランド化ができていない ・マーケティング、商品企画力の不足 ・二次交通整備が不十分 ・人口減少、少子高齢化

	・本州の中心 ・外国との繋がり（台中市、ＪＩＣＡ、ＪＯＣＡ等） ・来訪者への“おもてなしの心”、優しさ、人柄	
外部環境	**機会（Opportunity）** ・リニア中央新幹線、三遠南信自動車道等の開通、国道 153 号整備等によるアクセスの飛躍的向上、新たな発展の可能性（首都圏/中京圏から各１～２時間程度） ・松本空港とリニア長野県駅（飯田市）の中間に位置する好立地 ・環境、健康、体験交流型観光の高まり（モノからコト消費へ） ・インバウンドにおけるゴールデンルートから地方指向への高まり	**脅威（Threat）** ・地域間競争の激化 ・少子化 ・ニーズの多様化 ・観光に携わるリーダー/専門人材不足 ・貸切バス規制の影響 ・東海沖地震等の自然災害 ・他地域で満足し、伊那谷に来ない

（３）ターゲット

○第１ターゲット層　**台湾、欧米豪**

○選定の理由

当地域は、長野県内でもインバウンド入込客数が少ない地域である。観光立国推進計画に基づき、国内有名観光地に集中しているインバウンドの地方誘客を目指す。ターゲットの１つには、地域の強みである「中央アルプス千畳敷カール」へ比較的多く訪れている台湾インバウンドを設定。並んで「自然・伝統文化・アクティビティ」が豊富な土地柄を活かし、それらと親和性が高いと見込まれる欧米豪インバウンドをターゲットとした。

また、マーケティング指針に基づき、アジア圏インバウンドには、「雄大な大自然」、欧米豪インバウンドへは「伊那谷ならではの暮らしぶり」と「安心安全な農産物の生産地としての伊那谷の『農』の魅力」を訴求していく。

○取組方針

・商談会への参加
・インバウンド取り扱い旅行会社への営業活動
・FAM ツアー実施による観光コンテンツの磨き上げ
・インバウンド版ホームページおよび Instagram の運用

○ターゲット層　**自然・文化・地域の営みに興味関心の高い都市圏在住者**

○選定の理由

マーケティング指針に基づき、観光による地域振興と移住・定住の促進を目指す。単なる消費地としてではなく、共感・交流の地として伊那谷を選んでくれるであろう「自然・文化・地域の営みに興味関心の高い」層で、かつ、共感・交流の先に続く移住までを見据えて「都市圏在住者」と設定した。中でも、「近い将来に移住・定住をする可能性の高い 30 代を中心（20 代後半から 40 代前半まで）の子育て世代」および「子供や孫たちに大自然に囲まれつつも生活の利便性がある伊那谷への移住を誘ってくれるであろう中高年層」をターゲットとした。

○取組方針

・国内旅行商品造成販売による誘客
・受入体制整備（体験プログラム造成、磨き上げ）による環境整備
・サイクルツーリズム協働推進チームによる自転車を活用した旅の提案
・伊那谷ドライブクーポン付きドライブプラン商品造成事業による地域内周遊性の向上
・情報発信力強化事業による知名度の向上

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**「山と谷の風景美術館」** **～2 つのアルプス・彩(さい)の谷の物語～**
②コンセプトの考え方	上伊那エリア（8 市町村）は信州伊那谷の標高 500～3,000m に立地しており、その標高差と四季が織りなす鮮やかな自然環境、そこで育まれた魅力ある暮らし・文化・産業が独自の価値を生み出している。縦と横のどこを切り取っても絵画のように見える上伊那の風景を屋根の無い「山と谷の風景美術館」と表現。副題は全国唯一ここでしか見られない「二つのアルプス」と、アルプスに護られ鮮やかに映える色とりどりの風景・営みを「彩」という言葉で表し、そこから様々なストーリー（物語）が誕生し、伊那谷のイメージをさらに広げていきたい。平成３０年度には、コンセプトの補完として基本理念マーケッティング指針「護られし実りの國・長野伊那谷」（別紙）を作成、関係者と共有し、あるがままの伊那谷の良さを伝え“伊那谷ファンの獲得”に繋ぎ、交流を通じ次世代の育成を行っていく（護られし実りの國は令和３年に商標登録）。豊かな自然に護られ先人たちが築き上げてきた風土や文化は上伊那特有で、誇れる遺産である。少子高齢化が進行するなか、リニア中央新幹線や三遠南信自動車道開通等を見据え、これからも地域の伝統や文化を大切にしながら健康で安心して暮らせる持続可能な観光地域づくりのプラットフォーム（地域と観光客をつなぐ）として郷土愛を育み、経済と雇用の活性化を図り、観光によるさらなる地域振興と移住・定住の促進を目指す。（このコンセプトは外部講師を交えたＤＭＯ検討会でワークショップを重ねて議論し、決定した。）

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	■情報発信戦略会議（全４回） ■インバウンドワーキンググループ（全４回） ■市町村観光課長・市観光協会事務局長事業連絡会議（全２回） ■クリエイティブチーム会議（全４回） ■SNS 情報発信チーム定例会（全４回） ■伊那谷サイクルツーリズム協働推進チーム会議（全４回） ■市町村観光担当者向け持続可能な観光地域づくり勉強会（全２回） ■広域情報誌「広報かみいな」への記事掲載（随時）

	企画広報部会の下に情報発信戦略会議、受入整備部会の下にインバウンドワーキンググループを設置した体制で運営し、戦略の共有をしている。このほか、事業実施にあたって多様な関係者へ戦略を共有した上で連携を図っている。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	・独自に来訪者満足度調査を実施し、来訪者からの声を収集している。集計データはサービスの維持・向上の参考とする。 ・募集型企画旅行を主催する場合、参加者アンケートを実施し、サービスの維持・向上の参考とする。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	情報発信の一元化のため、長野伊那谷観光局 HP の情報の一部を長野県観光機構 HP の情報と連携している。 管轄エリアに居住する住民ライターを養成し、SNS を利用した効果的なプロモーションを実施している。 リニア中央新幹線および三遠南信自動車道の開通に向けて、南信州地域と連携して伊那谷総合案内所（仮）の設置および統一した情報発信の検討を進めている。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	7,000	7,700	8,400	9,100	9,800	10,500
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	8,657	9,104	未公表			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	684,000	698,000	712,000	620,000	684,000	698,000
		(4,600)	(23,000)	(23,500)	(17,000)	(23,000)	(29,000)
	実績	541,900	556,000	未公表			
		(963)	(5,367)	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	35.0	41.0	42.0	43.0	44.0	45.0
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	40.1	45.4	39.9			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	68.0	70.0	72.0	72.0	72.0	72.0
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	59.2	65.0	69.5			
		（－）	（－）	（－）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

旅行消費額と延べ宿泊者数は長野県観光地利用者統計調査を引用した。

来訪者満足度、リピーター率の２項目については、平成２９年より上伊那エリアを訪れた国内旅行者に、観光庁の推奨調査票に準拠した項目で作成された来訪者満足度調査（現トラベラーインサイト報告書）の「長野県ＤＭＯ版調査票」により、域内８市町村の調査地点を選定して“聞取調査”及び“留置調査”を実施しデータ収集した。ただし、インバウンドは来訪者がなく（又は少なく）データ収集ができない。

調査結果は基本的には毎年、分析業務委託会社より調査結果説明会を開催し、関係者への共有を図り進捗状況や今後のＫＰＩ指標設定のための参考データとした。（上伊那地域来訪者満足度調査業務委託会社：㈱アンド・デイ）

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

長野県観光地利用者統計調査から引用。

また、目標数値は長野県観光地利用者統計調査と連動した長野県上伊那地域振興局「しあわせ信州創造プラン 3.0 第 6 編・地域計画に記載されている令和 9 年度目標 105 億円（コロナ前水準を上回る）を採用、この目標達成のため令和３年度実績に毎年 7 億円を上乗せる数値とした。一人あたりは、観光消費額を来訪者数で割った数値とする。

●延べ宿泊者数

直近３ヵ年の状況から未だコロナ前（令和元年度）水準への回復は見られないため、令和８年度にコロナ前水準に回復、以降は年 1 万 2,000 人（内、半数 6,000 人をインバウンド）の増加とする目標へ下方修正した。

●来訪者満足度

来訪者満足度について、「当地域（上伊那エリア）を紹介したい」、または「当地域へまた来たい（リピーター率)」をアップさせる指標となるためＴｏｐＢｏｘの「大変満足」の分析値を採用した。直近３ヵ年の実績にばらつきはあるが、令和５年度に 45.4%を記録したため、同水準への到達は可能と考え毎年 1.0%の増加を目標とした。

●リピーター率

令和６年度目標の 72.0%の達成を目指し、並行して新規来訪者の誘客増加も図るため、同水準を維持し続ける目標とした。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ウェブサイトのアクセス件数（回）	目標	240,000	525,000	450,000	450,000	475,000	500,000
		(220)	(8,000)	(7,400)	(11,100)	(16,700)	(25,000)
	実績	357,221	417,641	421,922			
		(5,374)	(4,919)	(6,116)			

様式１

●滞在周遊プログラム商品化数（個）	目標	12	14	6	6	6	6
		(3)	(4)	(1)	(1)	(1)	(1)
	実績	6	4	6			
		(0)	(2)	(0)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

当地域は観光地としての認知度向上のため、情報発信力強化を主要事業に位置付けており、ウェブサイトのアクセス件数を設定した。加えて、令和元年旅行業登録を契機に滞在周遊プログラムの造成数でなく実際に販売に繋がる旅行商品化数を設定した。なお、ワーキンググループ等で新たに独自ＫＰＩが設定された場合や検証結果によっては追加または再度の見直しをする。

【設定にあたっての考え方】

●ウェブサイトのアクセス数

アクセス数の把握はグーグルアナリティクスを引用。SNS 令和６年度は目標未達のため、令和７年度も同数を目標とし、以降は、SNS 広告の出稿を強化するなどしてウェブサイトへのアクセス増加を図り、毎年 2 万 5,000 件の増加を目標とした。

●周遊滞在プログラム商品化数

当地域での滞在時間の延長と旅行消費額の増加を図る一環として“上伊那魅力再発見ツアー”の造成販売を継続してきた。

これまでの実績から商品化したプログラムが蓄積されてきたため、販売へ注力するとともに質の高いプログラムを継続して商品化していくことを目指し、毎年６（インバウンドは１）個の商品化を目標とした。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度	30,650,546 円	【市町村会員分担金】	5,000,000 円
		【普通･賛助会員会費】	600,000 円
		【広域連合ふるさと市町村圏補助金】	5,500,000 円
		【長野県元気づくり支援金】	6,209,000 円
		【広域観光推進業務委託料】	3,000,000 円
		【商品取扱等手数料･送客手数料･受託料等】	4,489,720 円
		【寄付金･雑収入】	44,004 円
		【繰越金】	5,807,822 円
2023（Ｒ５）年度	28,881,460 円	【市町村会員分担金】	5,000,000 円
		【普通･賛助会員会費】	800,000 円
		【広域連合ふるさと市町村圏補助金】	5,500,000 円
		【長野県元気づくり支援金】	4,753,000 円

様式１

		【広域観光推進業務委託料】 6,000,000 円 【商品取扱等手数料･送客手数料･受託料等】 1,468,600 円 【寄付金･雑収入】 28,626 円 【繰越金】 5,331,234 円
2024（Ｒ６） 年度	26,703,709 円	【市町村会員分担金】 5,000,000 円 【普通･賛助会員会費】 810,000 円 【広域連合ふるさと市町村圏補助金】 6,500,000 円 【長野県元気づくり支援金】 3,491,000 円 【広域観光推進業務委託料】 6,000,000 円 【商品取扱等手数料･送客手数料･受託料等】 2,086,820 円 【寄付金･雑収入】 3,306 円 【繰越金】 2,812,583 円
2025（Ｒ７） 年度	25,572,000 円（見込み）	【市町村会員分担金】 5,000,000 円 【普通･賛助会員会費】 810,000 円 【広域連合ふるさと市町村圏補助金】 6,500,000 円 【長野県元気づくり支援金】 2,319,000 円 【広域観光推進業務委託料】 6,000,000 円 【収益事業】 1,392,000 円 【寄付金･雑収入】 2,398 円 【繰越金】 3,548,602 円
2026（Ｒ８） 年度	23,300,000 円（見込み）	【市町村会員分担金】 5,000,000 円 【普通･賛助会員会費】 810,000 円 【広域連合ふるさと市町村圏補助金】 6,500,000 円 【長野県元気づくり支援金】 2,000,000 円 【広域観光推進業務委託料】 6,000,000 円 【収益事業】 1,300,000 円 【寄付金･雑収入】 3,000 円 【繰越金】 1,687,000 円
2027（Ｒ９） 年度	22,520,000 円（見込み）	【市町村会員分担金】 5,000,000 円 【普通･賛助会員会費】 810,000 円 【広域連合ふるさと市町村圏補助金】 6,500,000 円 【長野県元気づくり支援金】 2,000,000 円 【広域観光推進業務委託料】 6,000,000 円 【収益事業】 1,300,000 円 【寄付金･雑収入】 10,000 円 【繰越金】 900,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）

様式１

2022（Ｒ４） 年度	25,319,312 円	【一般管理費】 【プロモーション経費】 【マーケティング経費】 【DMOマネジメント経費】 【他団体負担金】 【事業支出】	2,512,411 円 3,401,724 円 209,000 円 6,000,000 円 398,900 円 12,797,277 円
2023（Ｒ５） 年度	26,068,877 円	【一般管理費】 【プロモーション経費】 【マーケティング経費】 【DMOマネジメント経費】 【他団体負担金】 【事業支出】	2,840,309 円 3,554,938 円 220,000 円 6,000,000 円 418,350 円 13,035,280 円
2024（Ｒ６） 年度	23,155,107 円	【一般管理費】 【プロモーション経費】 【マーケティング経費】 【DMOマネジメント経費】 【他団体負担金】 【事業支出】	2,321,154 円 2,165,151 円 220,000 円 6,000,000 円 385,300 円 12,063,502 円
2025（Ｒ７） 年度	23,885,000 円（見込み）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【インバウンド関連経費】 【DMOマネジメント経費】 【収益事業支出】	1,402,000 円 10,554,534 円 5,370,920 円 2,424,614 円 4,132,932 円
2026（Ｒ８） 年度	22,400,000 円（見込み）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【インバウンド関連経費】 【DMOマネジメント経費】 【収益事業支出】	1,400,000 円 10,000,000 円 5,000,000 円 2,000,000 円 4,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	22,400,000 円（見込み）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【インバウンド関連経費】 【DMOマネジメント経費】 【収益事業支出】	1,400,000 円 10,000,000 円 5,000,000 円 2,000,000 円 4,000,000 円

（３）自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

・ＤＭＯの安定した運営のため県・エリア内市町村などからの負担金、支援金を受ける
・「上伊那魅力再発見ツアー」など着地型（滞在型）旅行商品の造成、販売
・域内産品の物産展等での販売や宿泊手配における手数料収受
・ＨＰ、ガイドブック等への広告掲載収入
・会員の拡大（会費収入）
・寄付金、協賛金　等

様式１

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
長野県、伊那市、駒ケ根市、辰野町、箕輪町、飯島町、南箕輪村、中川村、宮田村は、一般社団法人長野伊那谷観光局を伊那市、駒ケ根市、辰野町、箕輪町、飯島町、南箕輪村、中川村、宮田村における地域連携ＤＭＯとして登録したいので、一般社団法人長野伊那谷観光局とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

該当なし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	事務局長：佐々木尚央　　係長：小林公貴
担当部署名（役職）	一般社団法人　長野伊那谷観光局
郵便番号	〒396-0025
所在地	長野県伊那市荒井 3500-1　いなっせ３階
電話番号（直通）	0265-98-8451
ＦＡＸ番号	0265-73-5867
Ｅ－ｍａｉｌ	k-dmo@union-kamiina.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	長野県
担当者氏名	児玉　未来
担当部署名（役職）	観光スポーツ部　山岳高原観光課地域づくり係（主事）
郵便番号	〒380-8570
所在地	長野県長野市南長野幅下 692-2
電話番号（直通）	026-235-7247
ＦＡＸ番号	026-235-7257
Ｅ－ｍａｉｌ	mt-tourism@pref.nagano.lg.jp

都道府県･市町村名	長野県
担当者氏名	白鳥　亘
担当部署名（役職）	上伊那地域振興局商工観光課（課長）
郵便番号	〒396-8666
所在地	長野県伊那市荒井 3497

電話番号（直通）	0265-76-6829
ＦＡＸ番号	0265-76-6890
Ｅ－ｍａｉｌ	kamichi-shokan@pref.nagano.lg.jp

都道府県･市町村名	伊那市
担当者氏名	田中　稔
担当部署名（役職）	商工観光部観光課（課長）
郵便番号	〒396-8617
所在地	長野県伊那市下新田 3050
電話番号（直通）	0265-78-4111（代）
ＦＡＸ番号	0265-78-4313
Ｅ－ｍａｉｌ	knk@inacity.jp

都道府県･市町村名	駒ヶ根市
担当者氏名	北沢　稔
担当部署名（役職）	産業部商工観光課（課長）
郵便番号	〒399-4192
所在地	長野県駒ヶ根市赤須町 20-1
電話番号（直通）	0265-83-2111（代）
ＦＡＸ番号	0265-83-1278
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.comagane.lg.jp

都道府県･市町村名	辰野町
担当者氏名	菅沼隆之
担当部署名（役職）	産業振興課（商工観光担当課長）
郵便番号	〒399-0493
所在地	長野県上伊那郡辰野町中央１
電話番号（直通）	0266-41-1111（代）
ＦＡＸ番号	0266-41-4651
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.tatsuno.lg.jp

都道府県･市町村名	箕輪町
担当者氏名	小野文久
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	〒399-4695
所在地	長野県上伊那郡箕輪町大字中箕輪 10298
電話番号（直通）	0265-79-3171（代）
ＦＡＸ番号	0265-79-0230

Ｅ－ｍａｉｌ	shokan@town.minowa.lg.jp

都道府県･市町村名	飯島町
担当者氏名	齋藤鈴彦
担当部署名（役職）	産業振興課（課長）
郵便番号	〒399-3797
所在地	長野県上伊那郡飯島町飯島 2537
電話番号（直通）	0265-86-6781
ＦＡＸ番号	0265-86-2051
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyousinkou@town.iijima.lg.jp

都道府県･市町村名	南箕輪村
担当者氏名	有賀仁志
担当部署名（役職）	観光森林課（課長）
郵便番号	〒399-4511
所在地	長野県上伊那郡南箕輪村 2358-5　信州大芝高原森の交流施設内
電話番号（直通）	0265-72-2180
ＦＡＸ番号	0265-98-7119
Ｅ－ｍａｉｌ	ooshiba-c@vill.minamiminowa.lg.jp

都道府県･市町村名	中川村
担当者氏名	松崎俊貴
担当部署名（役職）	産業振興課（課長）
郵便番号	〒399-3892
所在地	長野県上伊那郡中川村大草 4045-1
電話番号（直通）	0265-88-3001（代）
ＦＡＸ番号	0265-88-3890
Ｅ－ｍａｉｌ	shokan@vill.nagano-nakagawa.lg.jp

都道府県･市町村名	宮田村
担当者氏名	城倉淳志
担当部署名（役職）	産業振興推進室（室長）
郵便番号	〒399-4392
所在地	長野県上伊那郡宮田村 98
電話番号（直通）	0265-85-5864
ＦＡＸ番号	0265-85-4725
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyo@vill.miyada.nagano.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人　長野伊那谷観光局

様式２

記入日：　令和7年7月31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
長野県　伊那市、駒ヶ根市、辰野町、箕輪町、飯島町、南箕輪村、中川村、宮田村
【設立時期】 平成30（2018）年10月1日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 代表理事（理事長） 向山 孝一
【マーケティング責任者（CMO）】
企画広報部会長　宮島敏
【財務責任者（CFO）】 理事兼事務局長　佐々木尚央
【職員数】 ５人（常勤5人『正職員2人・出向等3人』、非常勤0人）
【主な収入】
・委託事業　6百万円　・市町村会費　5百万円　・補助金　7百万円
・国・長野県支援金　3百万円　（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　21百万円、一般管理費　2百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
区域内市町村及び観光協会、長野県、JA上伊那、観光・宿泊・交通事業者、金融機関、旅行会社、ガイド団体等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度	2027（R９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	7,000 （－）	7,700 （－）	8,400 （－）	9,100 （－）	9,800 （－）	10,500 （　）
	実績	8,657 （－）	9,104 （－）	未公表 （　）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	684,000 （4,600）	698,000 （23,000）	712,000 （23,500）	620,000 （17,000）	684,000 （23,000）	698,000 （29,000）
	実績	541,900 （963）	未公表 （　）	未公表 （　）			
●来訪者満足度（%）	目標	35.0 （未設定）	41.0 （未設定）	42.0 （未設定）	43.0 （未設定）	44.0 （未設定）	45.0 （　）
	実績	40.1 （－）	45.4 （－）	39.9 （　）			
●リピーター率（%）	目標	68.0 （未設定）	70.0 （未設定）	72.0 （未設定）	72.0 （未設定）	72.0 （未設定）	72.0 （　）
	実績	59.2 （－）	65.0 （－）	69.5 （　）			

戦略

【主なターゲット】
・台湾、欧米豪
・自然・文化・地域の営みに興味関心の高い都市圏在住者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・インバウンド取り扱い旅行会社への営業活動
・FAMツアー実施による観光コンテンツの磨き上げ
・国内旅行商品造成販売による誘客
・サイクルツーリズム推進協議会チームによる自転車を活用した旅の提案
【観光地域づくりのコンセプト】
「山と谷の風景美術館」～2つのアルプス・彩（さい）の谷の物語～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・ガイド付きサイクルツアーの体験会実施
・上伊那魅力再発見ツアーの造成、販売
・住民協業、地域間（南信州・木曽）による持続可能な観光コンテンツの開発

【受入環境整備】
・宿泊事業者向けインバウンド旅行者受入研修の実施
・来訪者満足度調査の実施
・リニア中央新幹線、三遠南信道開通時のあるべき姿を描く伊那谷広域観光プラン策定に向けた協議継続

【情報発信・プロモーション】
・SNS用動画制作講座の開催
・伊那谷情報発信協力ライターによるSNS投稿
・会員企業とのSNS共同投稿
・SNS広告の出稿
・伊那谷イラスト歳時記展の実施
・広域総合観光パンフレット作成
・VJTM/旅行商品造成商談会へ参加
【その他】
・GSTCサスティナブルトレーニングプログラム修了

SNS用動画制作講座

ガイド付きサイクルツアーの体験会