

## 3班（観光）

### 目指す姿（キャッチフレーズ）

『ずく出せ、もてなせ、信州人。』  
～心の豊かさあふれる「観光立県」の実現～

### 現状・課題・強み・弱み等

#### （住民）

・ 住民が観光に興味がない。外国から来た人に対応できていない。外から来た人に対して閉鎖的  
（まち・景観・自然）

- ・ 水、山、田園などの観光資源が他県より恵まれている。
- ・ バリアフリーでない。女子トイレが少ない。
- ・ 観光客が楽しめない松本駅前。景観への配慮が足りない松本城周辺
- ・ 山間部と都市の差が大きい。

#### （観光立県？）

- ・ 観光立県のわりにあまり観光客が来ていない。
- ・ PR不足で長野県の良さが他県にうまく伝えられていない。

#### （交通アクセス）

- ・ 電車、バスが少なくどこへ行くにも不便。観光地へのアクセスがあまりよくない。

#### （その他）

- ・ 観光地の高齢化の進展。高齢者の楽しみが少ない。
- ・ 大学の学費が高い。最低賃金が低い。若者の都会への流出

⇒ 観光に対する一人一人の住民の意識が低いことが原因ではないか。

### 課題の解決策・強みを活かした取組等

#### 【観光県のための人づくり】

- ・ 松本大学などの観光に関する高等教育機関の設置・充実
- ・ 市民を対象とした観光コースの設定による市民教育

⇒住民意識の高まり⇒皆が課題解決へ取り組む⇒観光立県の実現⇒雇用増加⇒若者流出阻止

#### 【課題解決のための取組】

##### （人と人との交流のしくみづくり）

- ・ 高齢者が観光客に地域の素晴らしさを伝える場づくり（満足する観光客、活用しうる資源である高齢者）  
例：世代間交流できるサークルづくり、語り部育成、ジジ・ババに講義をしてもらう。
- ・ 外国人向けのガイドの充実

##### （まち・景観・自然の整備）

- ・ バリアフリー化。女子トイレの設置
- ・ 駅前のゾーニング（年代・店の種類ごとにある程度のかたまりにする）

##### （長野県の良さのPR）

- ・ 旅番組等を通じたマスコミの活用。リピーターづくりのための『現地での』PR、思い出づくり

##### （交通アクセスの整備）

- ・ 電車、バスの利便性向上（例：キャンペーンを打つ。ビジネス割。女子割）
- ・ レンタサイクルのための駐輪場を充実させる。

##### （若い人、子供にも楽しめる流行に合わせた土産品の開発）