

# 情報のネットワーク化について

## 論点1. どのようにブランディングしていくか

- (1) 峡南地域の観光の現状
- (2) 峡南地域の特性(立地・受け入れ環境)
- (3) ポストコロナ時代の観光ニーズ
- (4) 現状を踏まえたコンセプトの設定
- (5) 取組の方向性

## 論点2. どのようにオモテナシしていくか

- (1) 具体的なオモテナシメニュー(案)

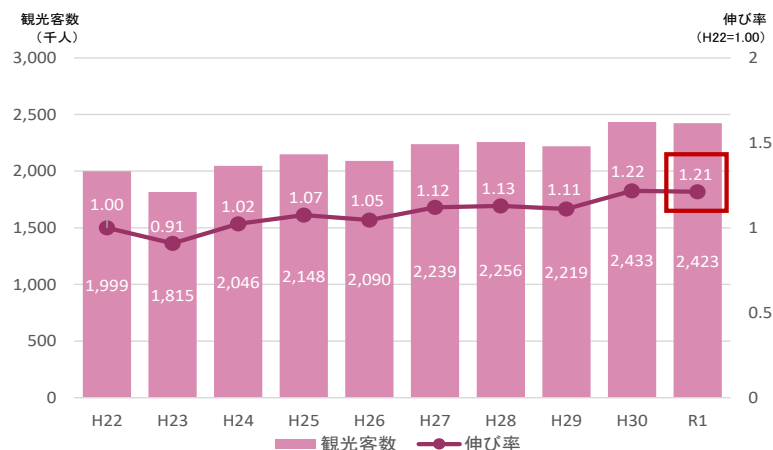
## 論点3. どうやってプロモーションをかけるか

- (1) プロモーション戦略の考え方
- (2) ターゲットの設定(だれに)
- (3) プロモーションのタイミング(いつ)
- (4) プロモーションツールの開発・整備・活用(どうやって)

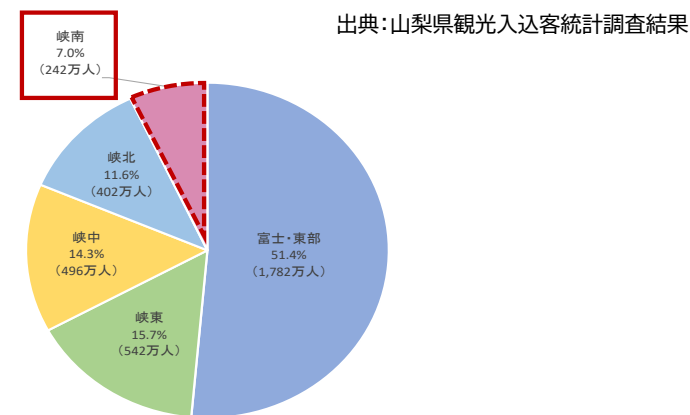
# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (1) 峡南地域における観光の現状

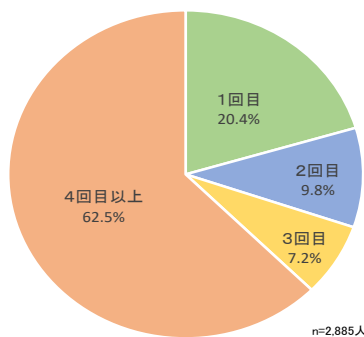
- **峡南地域を訪れる観光客の数は、平成22年からの10年間で約1.2倍に増加。**
- 一方で、10年間の伸び率は、県全体(約1.4倍)よりも低く、県内を訪れる観光客数を圏域別に見ると、**峡南地域は県内5圏域の中で最も入込客数が少ない**(全体の7.0%)。
- 県内全体でみると、**来訪者のリピート率が高い**傾向(初めて訪れた割合は2割程度)。旅行形態は、**日帰り観光率が高く**(67.7%)、宿泊者の宿泊日数は「一泊」が約8割。



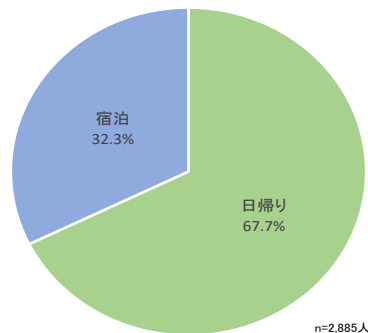
▲峡南地域の観光入込客数の推移(平成22～令和元年)



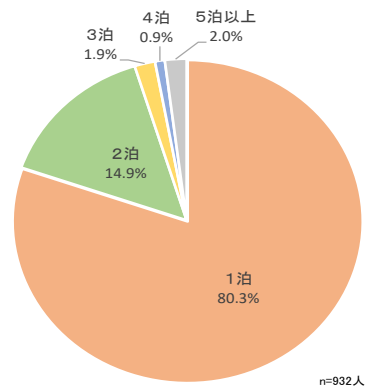
▲圏域別観光入込客数(令和元年)



▲山梨県への来訪回数(令和元年)



▲山梨県内の滞在状況(令和元年)

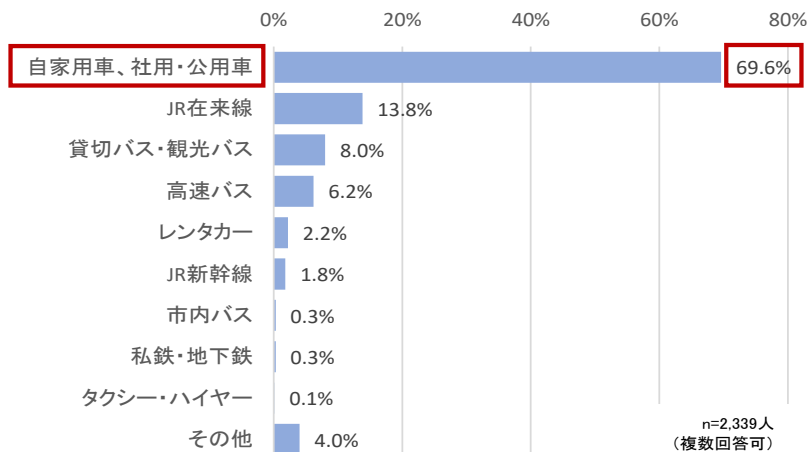
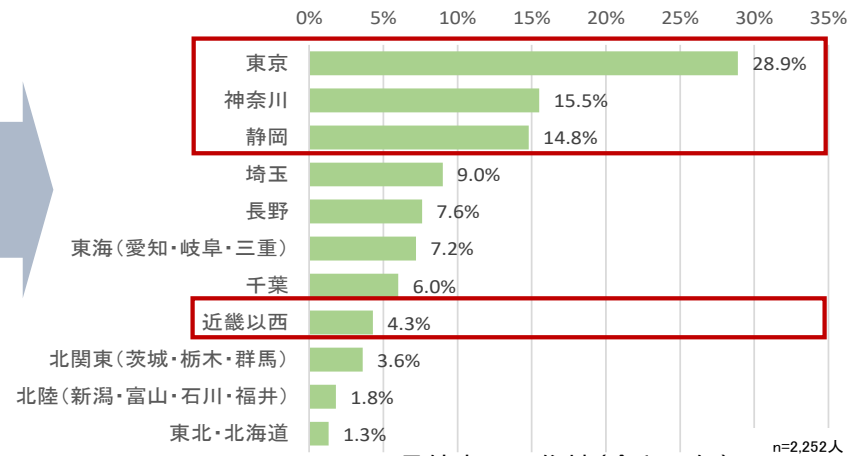
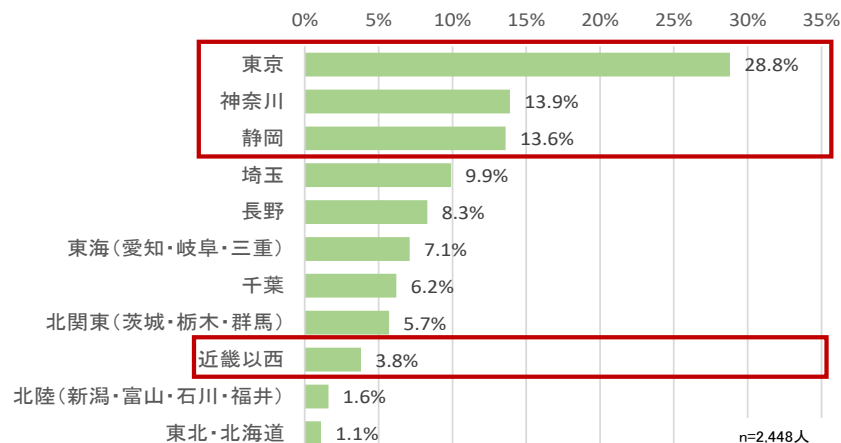


▲山梨県内における宿泊日数(令和元年)

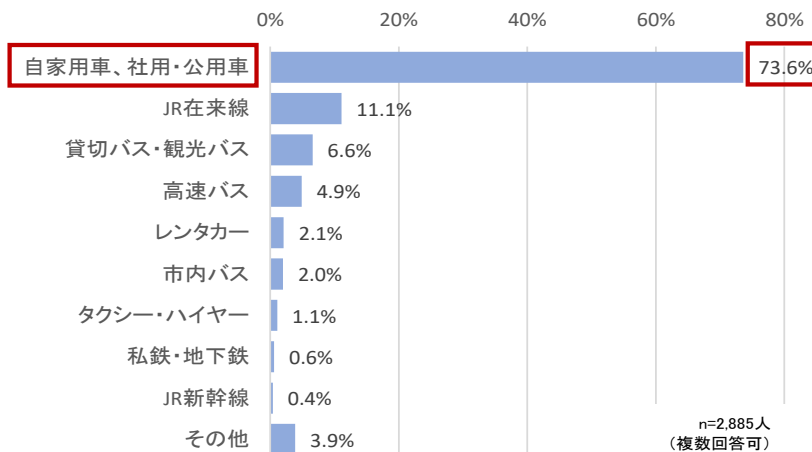
# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (1) 峡南地域における観光の現状

- 来訪者(県外客)の居住地は、東京都や神奈川県などの首都圏、静岡県(14.8%)からの来訪が多い。
- 移動に利用した交通機関は、県外移動・県内移動ともに自動車が約7割を占めている。
  - ⇒ 来訪者の居住地の傾向は大きな変化はないが、静岡県、近畿方面からの割合がやや増加
  - ⇒ 中部横断自動車道の開通を契機として、北陸・長野方面、名古屋圏からの来訪が期待



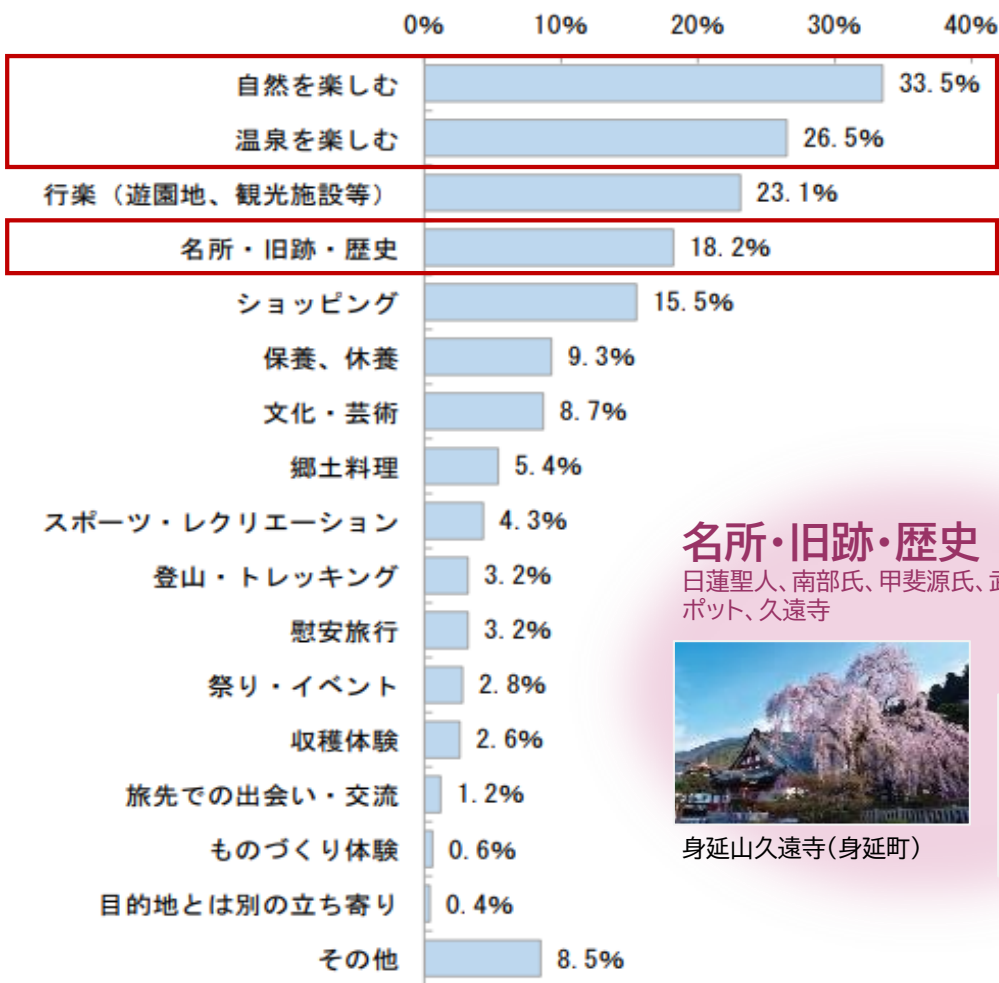
※居住地-山梨県間の移動 (山梨県以外への立寄りも含む)



# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (1) 峡南地域における観光の現状

- 県内観光の目的をみると、「自然を楽しむ」、「温泉を楽しむ」、「行楽」、「名所・旧跡・歴史」に対する関心が高い。  
⇒ 来訪者のニーズと、峡南地域が有する観光資源とのマッチングによる誘客効果が期待



(n=2,718) 調査時点：R01年

▲来訪者の観光の主な目的

### 自然を楽しむ

南アルプス・富士山等の自然景観、温泉



四尾連湖(市川三郷町)



大柳川渓谷(富士川町)

### 名所・旧跡・歴史

日蓮聖人、南部氏、甲斐源氏、武田氏にまつわる歴史資源・スポット、久遠寺



身延山久遠寺(身延町)

南部氏展示室(南部町)



### 温泉を楽しむ

日本最古の温泉、温泉街



奥山温泉(南部町)

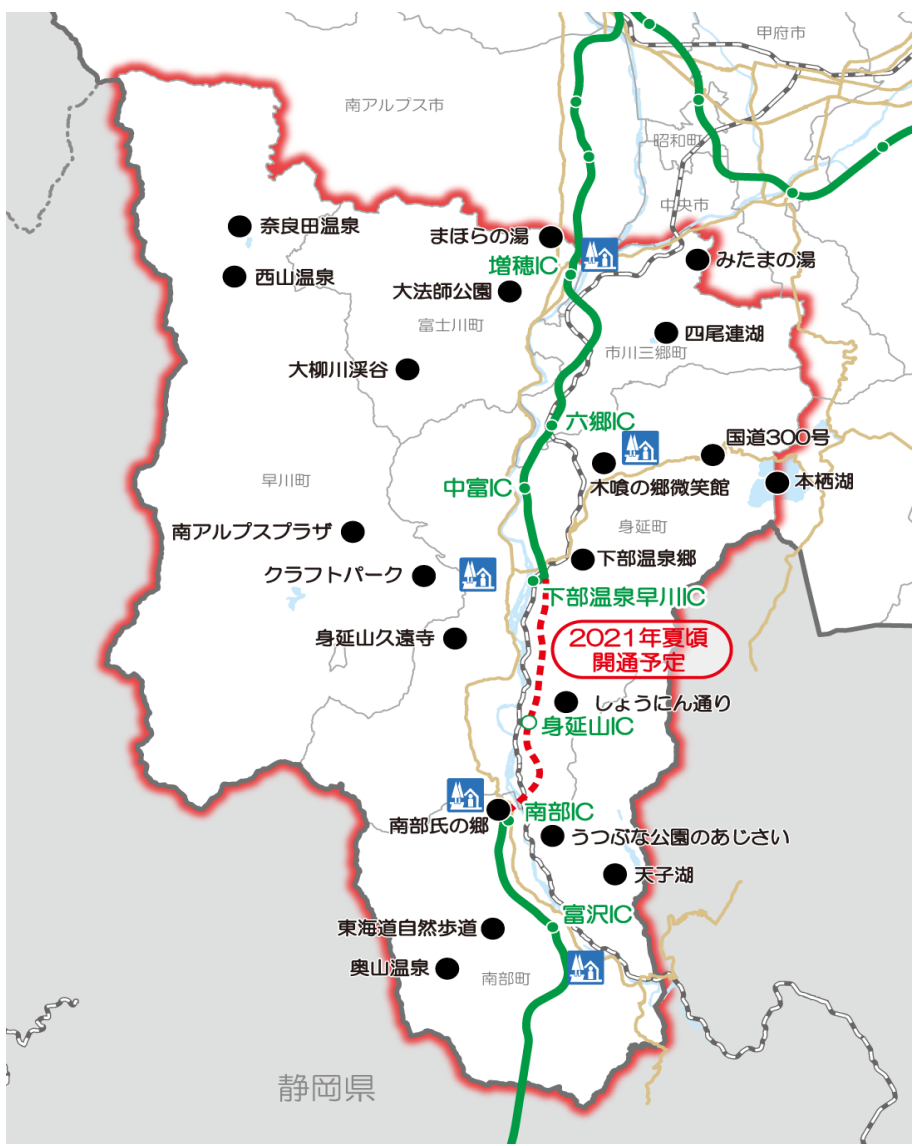


西山温泉(早川町)

# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (2) 峡南地域の特性(立地・受け入れ環境)

● 峡南地域の中で大切に育まれ、継承されてきた多様な魅力を有する資源が点在。



### 歴史・文化

日蓮聖人、南部氏、甲斐源氏、武田氏にまつわる歴史資源・スポット、伝統芸能、伝統工芸

内船歌舞伎(南部町)

赤沢宿(早川町)

身延山久遠寺(身延町)

小室山妙法寺(富士川町)

和紙・印章・雨畑硯

### 自然・癒し

南アルプス・富士山等の自然景観、温泉

ダイヤモンド富士(富士川町)

奥山温泉(南部町)

四尾連湖(市川三郷町)

大柳川溪谷(富士川町)

西山温泉(早川町)

### レジャー・アウトドア

ゆるキャン△、登山・トレッキング、水とのふれあい、体験、キャンプに係る資源

富士川沿いのキャンプ場(南部町)

身延山・七面山修行走(身延町)

増穂ふるさと自然塾(富士川町)

本栖湖いこいの森キャンプ場(身延町)

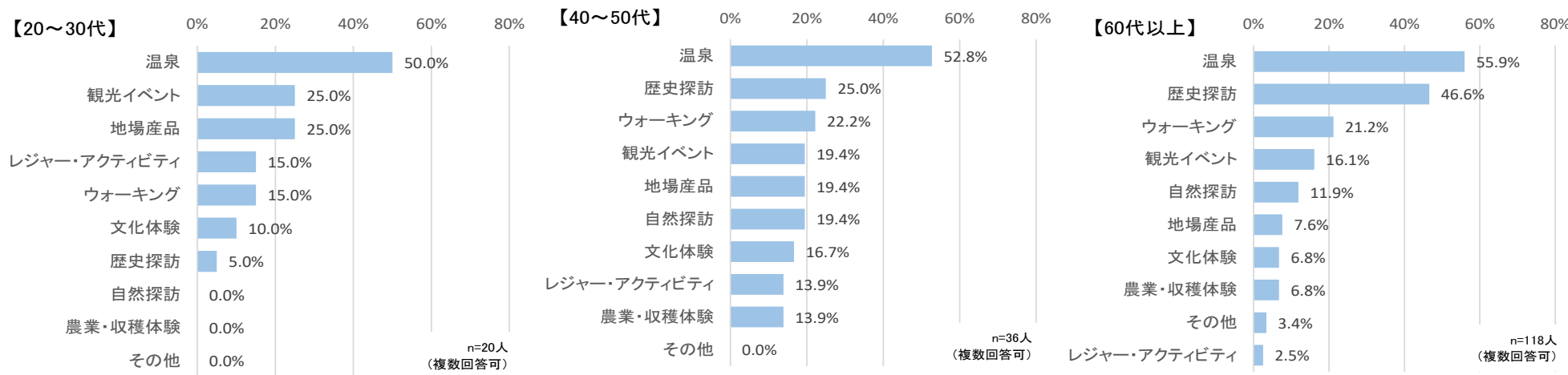
# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## [参考] 峡南地域の資源に対する地域外からの興味・関心

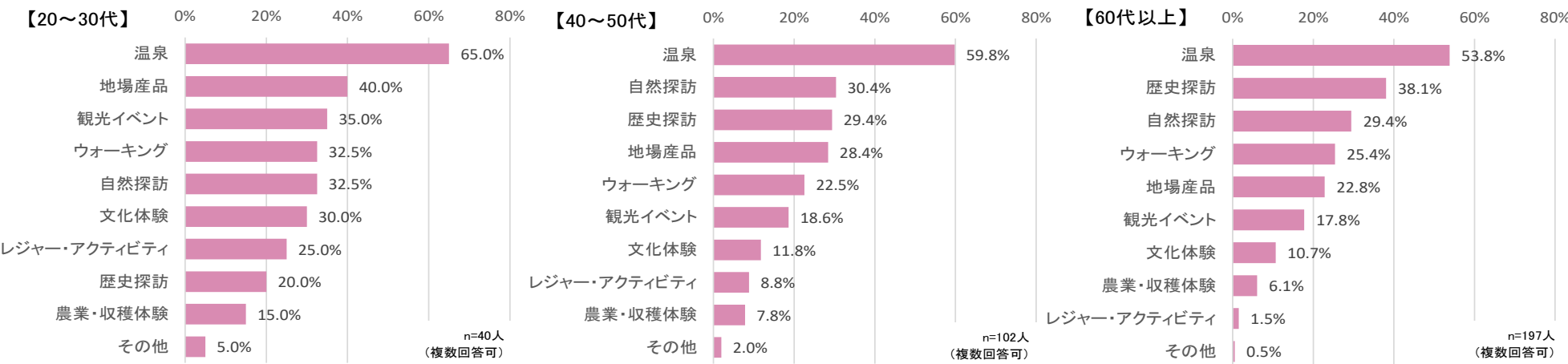
- 興味がある観光資源について、年齢・性別を問わず「温泉」が上位。
- その他、若年層は「観光イベント」や「地場産品」、中高年層は「歴史探訪」や「自然探訪」などへの関心が高い。

### ▼興味のある観光資源(年齢・性別別)

男性



女性

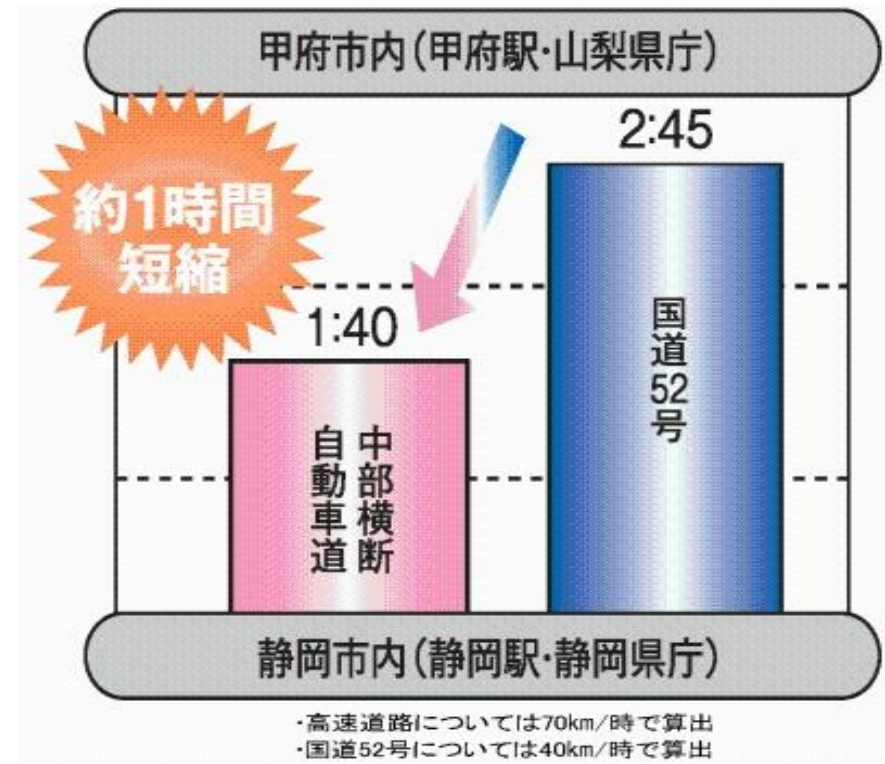


※H28年に新東名岡崎SA・JR名古屋駅(愛知県)およびJR浜松駅(静岡県)で実施したアンケート調査より(愛知県・静岡県在住者の回答のみ)

# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (2) 峡南地域の特性(立地・受け入れ環境)

- 中部横断自動車道が開通することで、**山梨～静岡間の移動時間が大幅に短縮**  
⇒ 遠方他県から峡南地域までダイレクトに繋がる
- 首都圏(東京方面・横浜方面)からも、峡南地域へのアクセス性が向上し、より多くの来訪者が期待

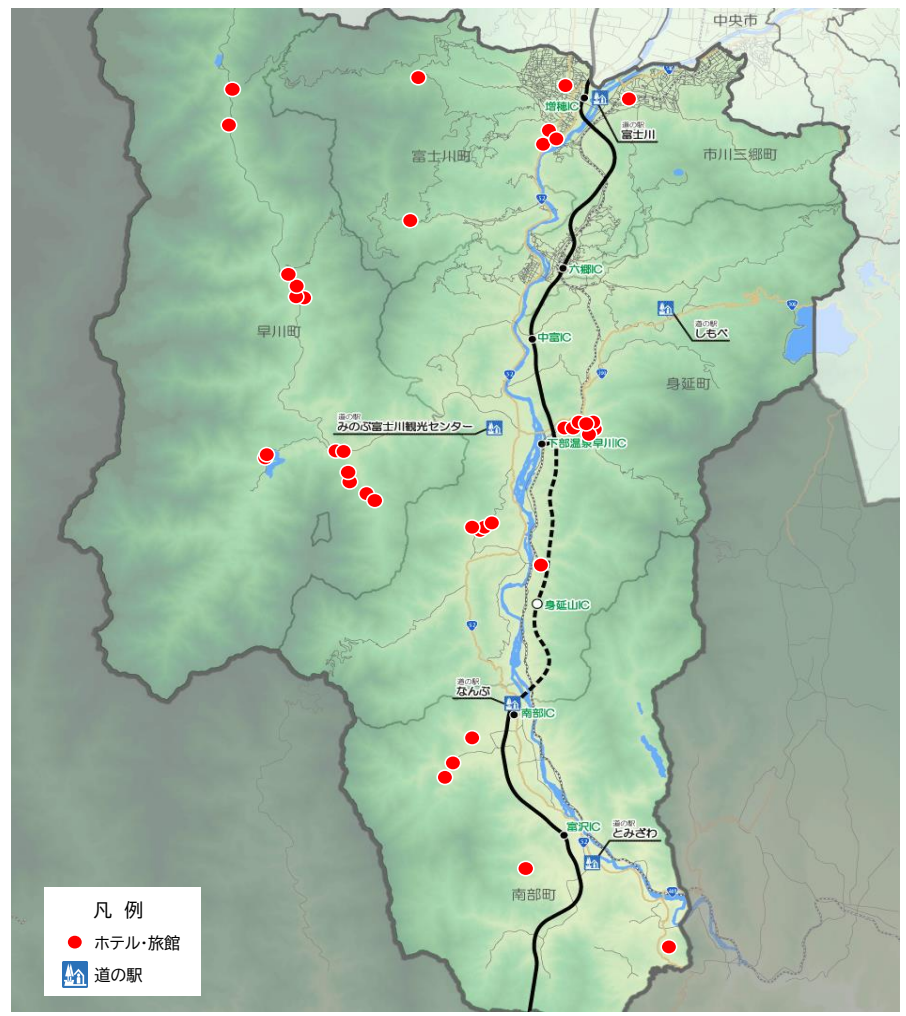
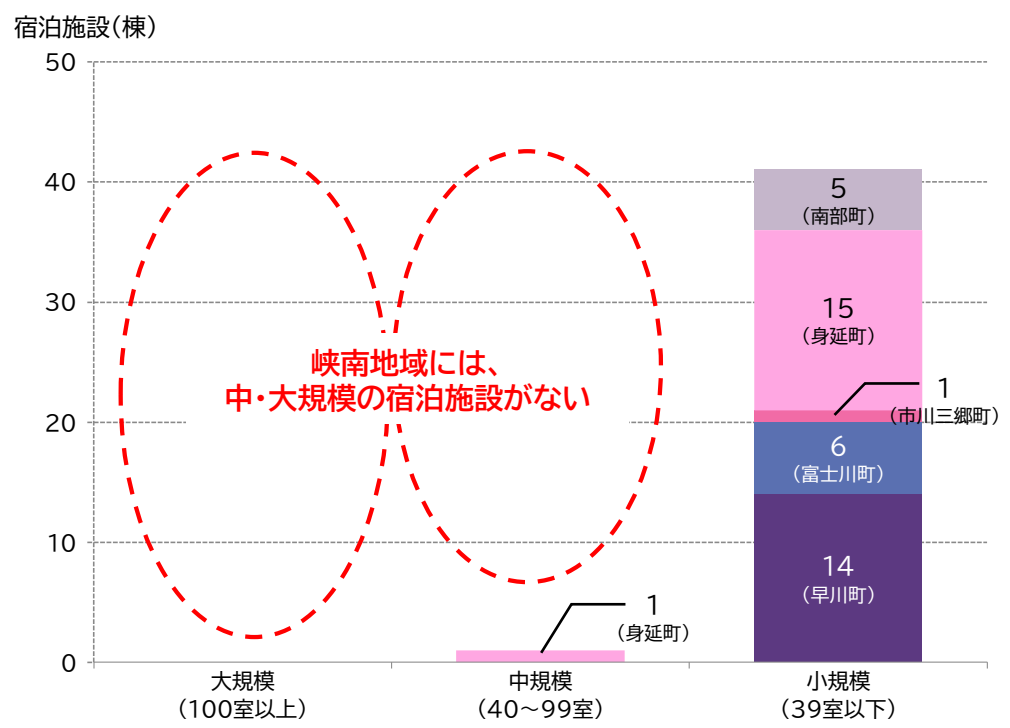


出典: 甲府河川国道事務所HP

# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (2) 峡南地域の特徴(立地・受け入れ環境)

●一方で、宿泊施設が極めて少なく、また、規模自体も小規模。



	早川町	富士川町	市川三郷町	身延町	南部町
ホテル・旅館 合計	14	6	1	16	5
施設規模					
大規模(100室以上)	0	0	0	0	0
中規模(40~99室)	0	0	0	1	0
小規模(39室以下)	14	6	1	15	5



光明石の湯 いち柳ホテル  
富士川町(29室)



不二ホテル  
身延町(9室)



町営 光源の里温泉 ヘルシー美里  
早川町(21室)

※NAVITIME、じゃらんより抜粋、民泊を除く(令和3年2月現在)



# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (3) これからの観光のトレンド

●日本人の国内旅行の考え方は、『従来の観光地で画一的な旅行』から、『各人にとっていきいきとした本物の地域との出会い』に、変容  
⇒ 峡南地域においても、観光トレンドを意識したブランディングが必要

### 【これまでの観光】

従来の観光地で画一的な旅行

Before

旅の動機	非日常型 (感動・満足)
旅の目的	名所・旧跡、物見遊山
地域との関係	地域内の観光地に 旅行者を囲い込み
旅のスタイル	いいとこどり 一筆書き周遊旅行

### 【これからのトレンド】

各人にとっていきいきとした  
本物の地域との出会い

After

- 異日常型 (感心・共感)
- 個人の価値観や志向が反映
- 地域の生活エリアでの  
交流・人との触れ合い
- 拠点を持って動く

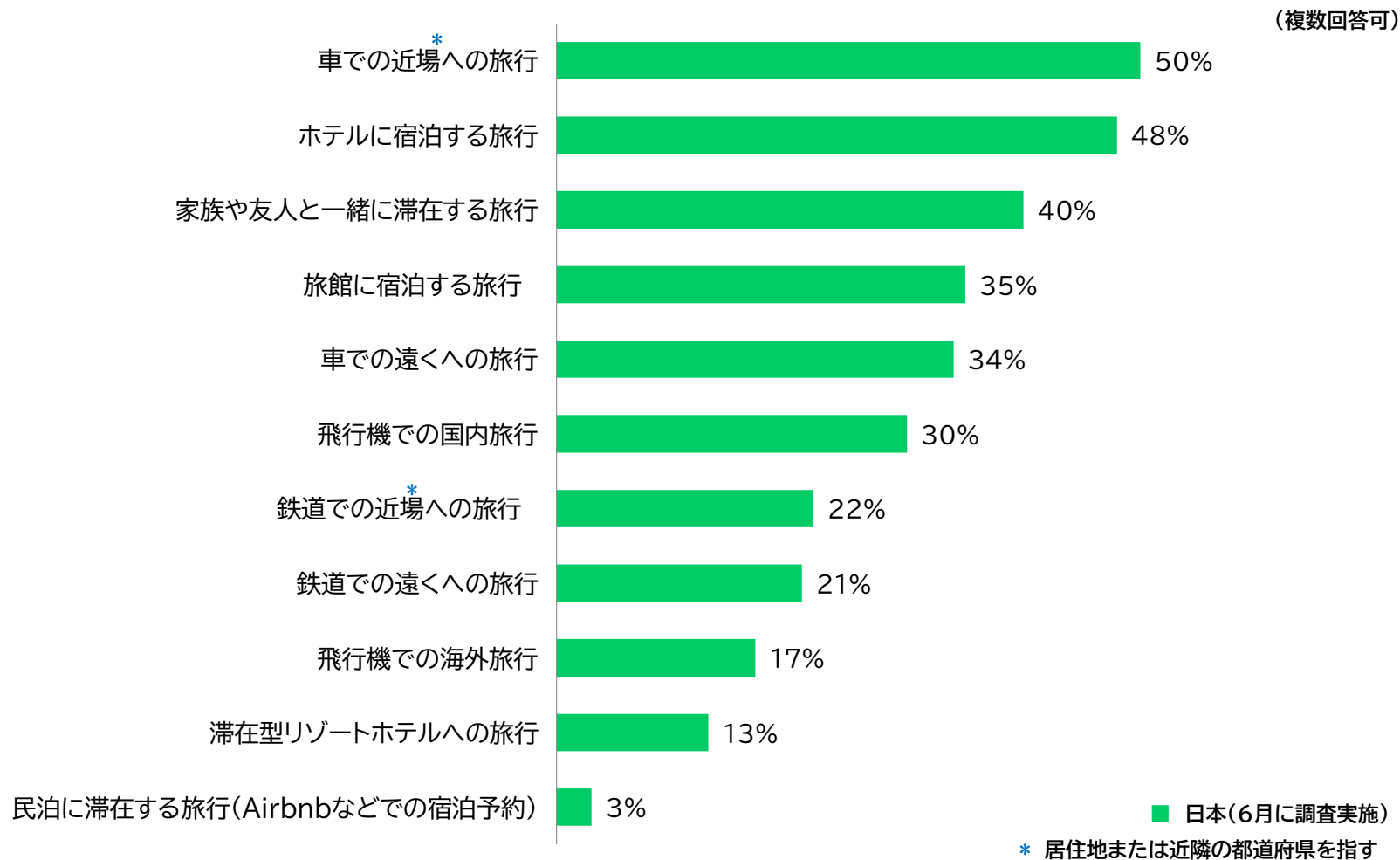
出所：JTB総合研究所 進化し領域を拡大する日本人の国内旅行 (2019)

# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (3) これからの観光のトレンド

●新型コロナウイルスを経験し、今後の旅行意向は『車』による『近場(自県又は隣接都道府県)』が高い

新型コロナウイルスと旅行意向に関する調査結果  
「今後してみたい旅行」



# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (4)現状を踏まえたコンセプトの設定

### 峡南地域における観光の現状

- ・**首都圏(東京・神奈川)、静岡県からの来訪**が多い
- ・来訪手段の**約7割が自動車**
- ・県内観光は**リピート客が多い**
- ・**「歴史」「自然」「温泉」**等に対する関心が高い

### 峡南地域の特性

- ・高速開通で**首都圏・静岡方面からのアクセスが大幅に改善**
- ・魅力的な**観光資源**はあるが、エリア内に**散在**
- ・**宿泊施設は少なく**、また、**小規模**な施設が大半

### これからの観光のトレンド

- ・今後は、「個人の価値観や志向」や「地域での交流」等が重視され、**『本物の地域との出会い』**が求められる
- ・新型コロナを経験し、観光形態は、**『車』による『近場(自県や隣接都県)』**にシフト

### ※ 地域の ニーズ

- ・4テーマでストーリーを持たせ、**来訪者のおもてなし**が重要



〔  
ブランディングに向けた  
地域共通の考え方(案)  
〕

主に**首都圏・静岡方面**からの、**個人**又は**小グループ**向けに、**歴史、文化・伝統**や、**豊かな自然**を、  
およそ1泊程度の**ゆったり**とした時の中で、  
地域の**おもてなし**をもって  
肌で**体験**することで価値を創造し、  
峡南地域のファンになっていただく。

## (4)現状を踏まえたコンセプトの設定

● 峡南地域道の駅ネットワークの各種取組みを推進する中で、共通したコンセプトを設定

コンセプト  
(案)

# 峡南で、日本人修養

県南西部、富士山の西側に位置する5町から構成される峡南地域。

この地ならではの美しい原風景、その中で脈々と育まれてきた文化・伝統。  
派手さはないが滋味豊かな味わい、今尚息づく匠の技の数々。

そんな新しい時代だからこそ再認識し、未来に活かしたい「日本人らしさ」を、  
名峰に挟まれる富士川流域での旅中でゆったりと体験していただく。



富士川町



身延町



市川三郷町



早川町

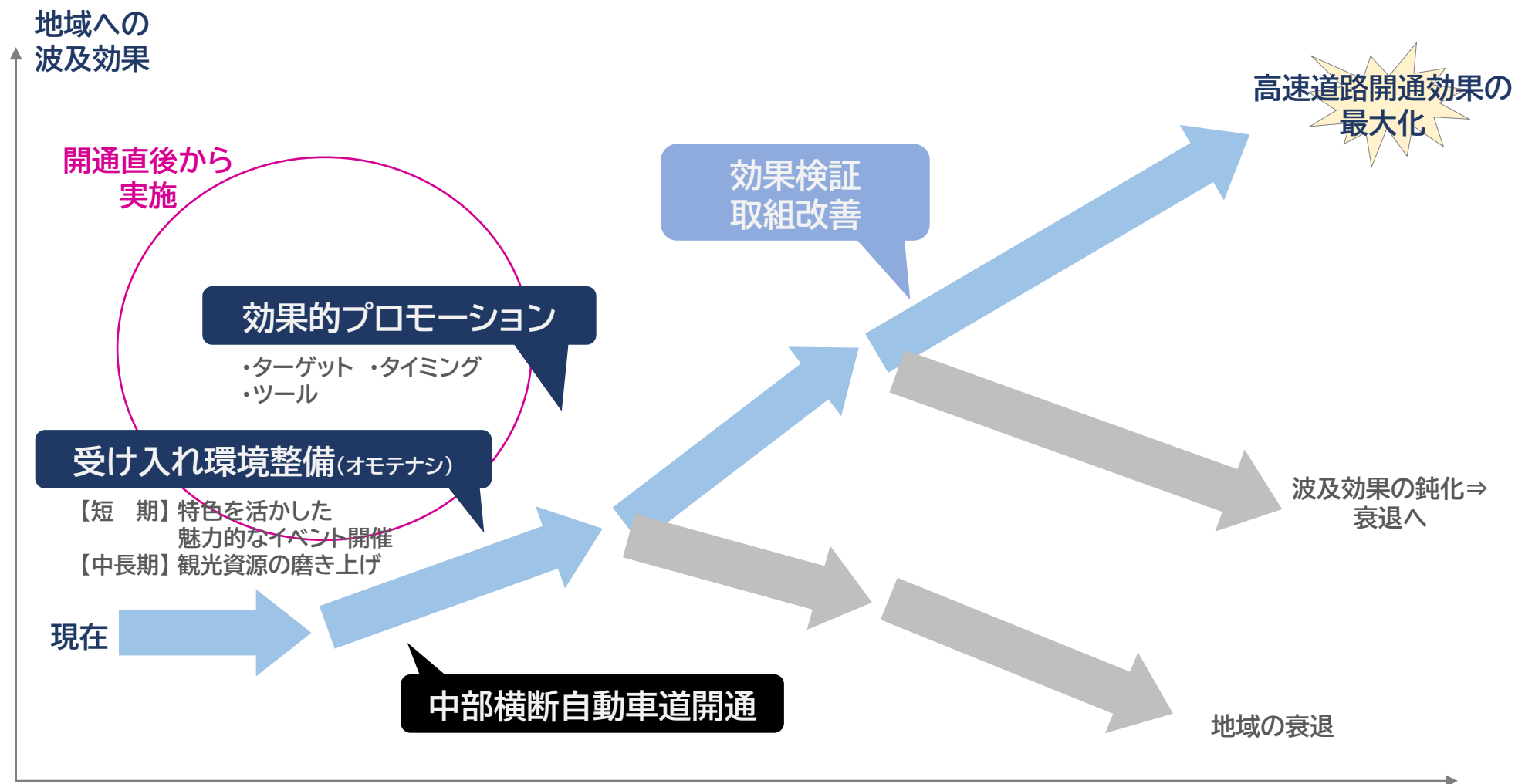


南部町

# 論点1. どのようにブランディングしていくか

## (5) 取組の方向性

● 高速道路開通効果の最大化に向け、地域での受け入れ環境整備と効果的なプロモーションを開通直後から戦略的に実施することが重要



▲ 高速開通による地域への波及効果イメージ