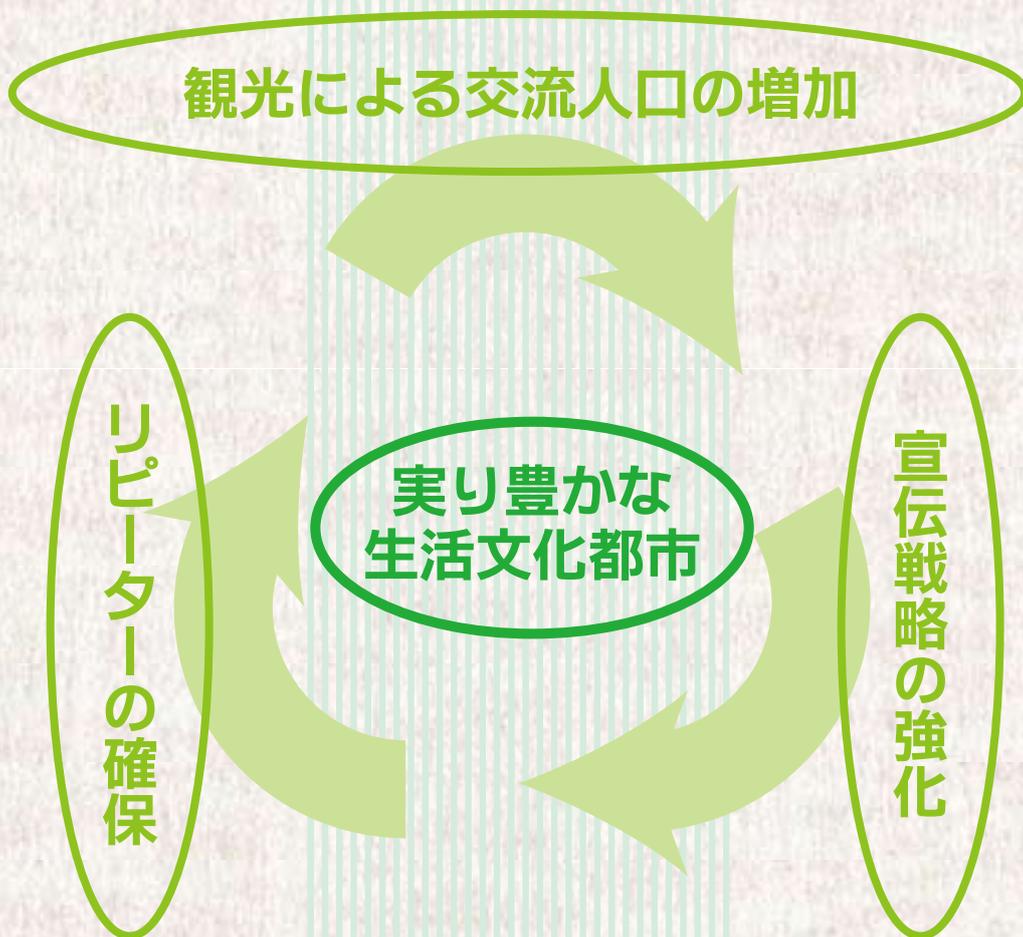




3 中央市観光の現状と課題





3 中央市観光の現状と課題

1 中央市観光の現状

中央市には集客が計れる公共施設として

- 四季新鮮収穫広場「た・から」
- 道の駅とよとみ
- シルクふれんどりい
- シルクの里公園

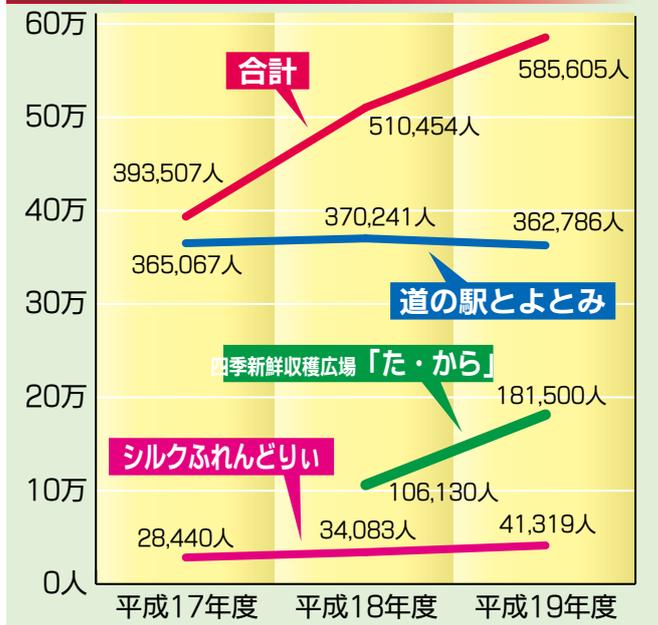
などがあげられます。

「た・から」以外の施設は、平成18年9月から財団法人シルクの里振興公社を指定管理者に指定し、観光客の交流人口につなげています。利用実績は以下の通りです。

1 集客数の推移

施設の集客数は「グラフ1」のように、道の駅とよとみ以外は増加傾向にあります。直売用の農産物は生産者の高齢化に伴い減少傾向にあります。今後は、将来を見据え、農業事業との協力やNPO法人・民間などとの協働による十分な農産物の確保が課題となっています。

グラフ1 集客数の推移



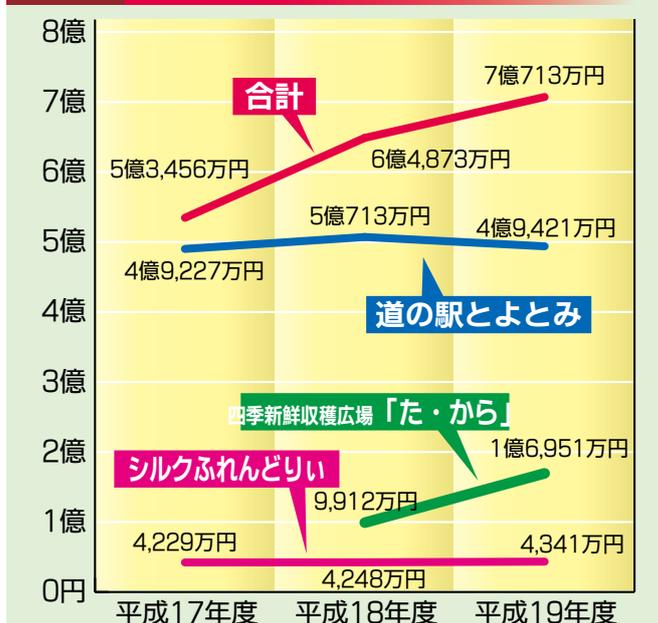
2 売り上げ消費額の推移

「グラフ2」のとおり、中央市に訪れる人の増加に比例し、消費額も増加傾向にあります。



「た・から」店内

グラフ2 売り上げ消費額の推移



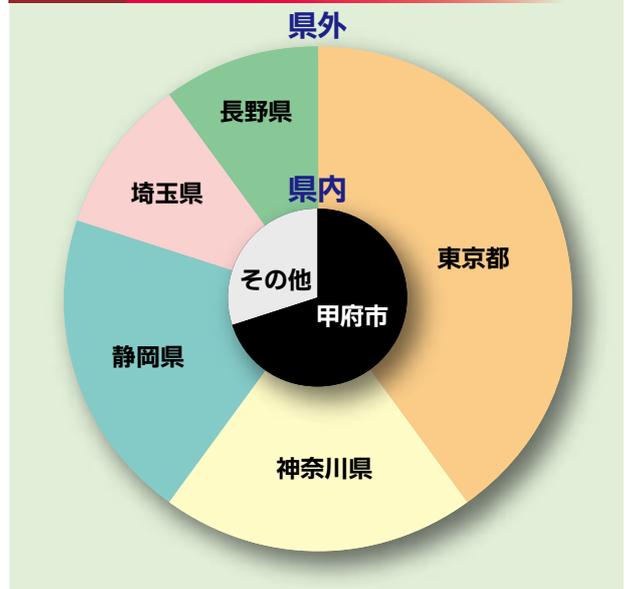
3 市外観光客の特徴

中央市に訪れる観光客は、農畜産物を買求める方々が中心で、日帰りコミュニケーション型のリピーターの集客が特徴です。

市外からの観光客を都道府県別に見ると、ツアー客を中心に東京都40%と神奈川20%で過半数を占め、以下静岡20%、埼玉10%、長野10%の順で、首都圏の頻度が高くなっています。

県内市町村では、甲府市からの買い物客が全体の70%を占めています。

グラフ3 市外観光客の割合



2 中央市観光の課題

1 観光による交流人口の増加

中央市にとって、観光による交流人口の増加に対する課題は以下の通りです。



「た・から」で情報発信

課題

- 宿泊施設の不足
- 観光資源の知名度の低さ
- 県内からの集客
- 首都圏からの集客
- リピーターの増加
- 将来的に懸念される農地と農産物の減少

対策

- 積極的なPR活動
- 多種多様なイベントの開催
- 周辺観光地と連携した周遊観光の提案

● 通年型のグリーンツーリズムを可能にする地域の受け皿づくり

- 利便性の高い道路交通網を最大限に活用
- 十分な農産物の確保
- 通年で収穫体験を行える圃場の確保 (遊休農地活用)
- 首都圏のニーズに応える農業観光の推進

連携

農業施策

農政事業

NPO法人

民間

連携

2 リピーターの確保

中央市を訪れる市外からの観光客の状況を見ると、甲府市をはじめ近隣町村からの農畜産物の買い物客が大多数の7割を占めています。

その他、首都圏からの観光ツアーで訪れる観光客も多く、全体の3割近くであることから、近隣からのリピーター客が多いことがうかがえます。

リピーターは、情報発信に多大なコストをかけなくても、安定的に訪れてもらえるとともに「口コミ」という情報発信源になります。

今後は、「口コミ」で一層の浸透をはかるため、新鮮で安全・安心な農畜産物にこだわり、提供し続けることができる体制づくりが急務になってきます。

3 宣伝戦略の強化

市内外に中央市の魅力を伝える宣伝活動は本市のイメージをさらに高めるとともに観光振興をソフト面から支える重要な柱です。

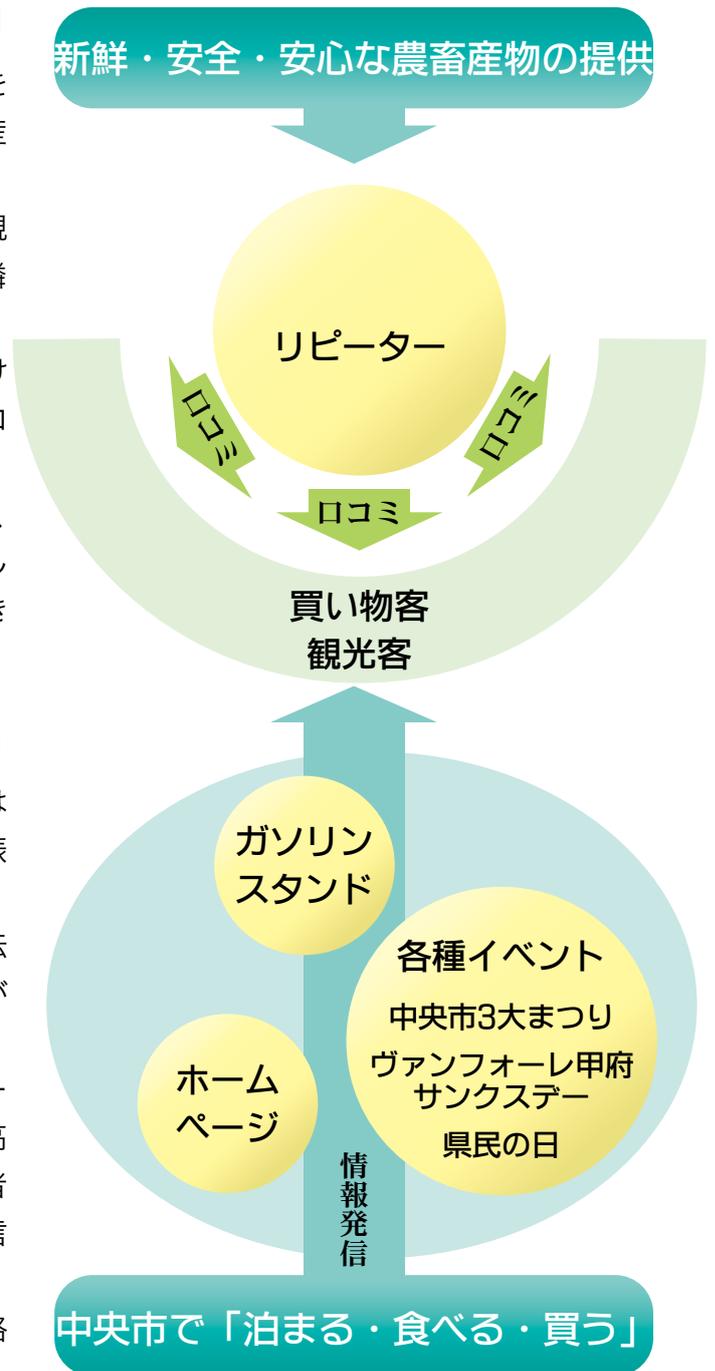
ターゲットや内容、媒体などを絞り込んだ宣伝戦略を強化し、効果的な情報発信をする必要があります。

中央市を訪れる観光客の交通手段はマイカーが8割以上と多いことから、ガソリンスタンドや高速道路のサービスエリアなどで、自動車利用者に対して「泊まる・食べる・買う」などの情報発信を強化することが重要となります。

中央市の交流人口増加につながる宣伝戦略を具体的にあげると以下の通りです。

- ホームページや商工会等とリンクした情報提供などを充実させアクセス頻度を高める
- 各種イベントを有効活用する
 - 集客が望める中央市3大まつり
 - 全国規模でサポーターを集めるサッカーリーグヴァンフォーレ甲府サンクスデー
 - 県民の日 など

また、安全・安心・安価な高品質な農畜産物を提供し続けることによる、「口コミ」効果を最大限活用し、根強い情報発信を行います。



ヴァンフォーレ甲府サンクスデーの特産品プレゼント