

1 背景・目的

長野県では、観光戦略としてサイクルツーリズムの振興を推進しており、県内各地においても、ルートやモニターツアーの開発、サイクルステーションの設置等が官民によって行われている。

これらの取組が一過性のブームに終わることなく、地域に資金が落ち、継続的に経済効果を生み出すことができるよう、来訪者が満足し、消費額が増加するようなコンテンツの提供と受入体制の整備が必要である。

このため、まだ、導入期にあるサイクルツーリズムについて、県内各市町村の取組の実態と課題を把握し、振興策や支援策の具体化をすることを目的に、本実態調査を企画・実施した。

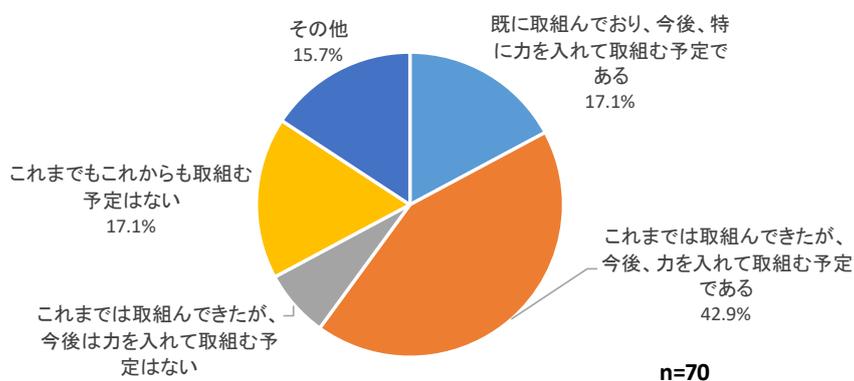
また、今後のサイクルツーリズム振興において施策効果を増大させるためには、戦略を策定する際のターゲットイメージを関係者間で統一することが必要であるとし、「サイクルツーリズムの類型」を考案・可視化。ぜひ地域資源の価値提供が効果的にささる、狙うべきターゲット像の設定の参考に、活用していただきたい。

2 長野県サイクルツーリズム実態調査について



(1) 市町村におけるサイクルツーリズムの位置づけ・目的

■ 図表1-1 サイクルツーリズム推進の方向性

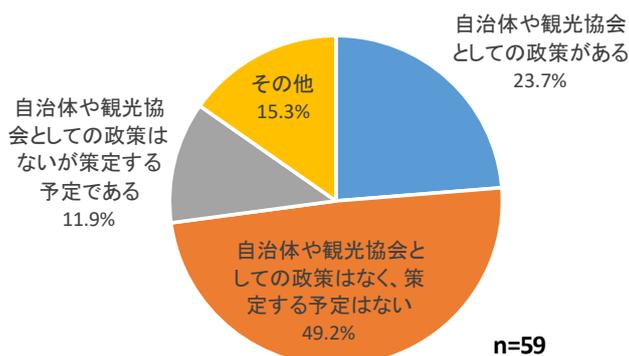


・市町村の推進の方向性は、約6割が「力を入れて取組む」としている（図表1-1）

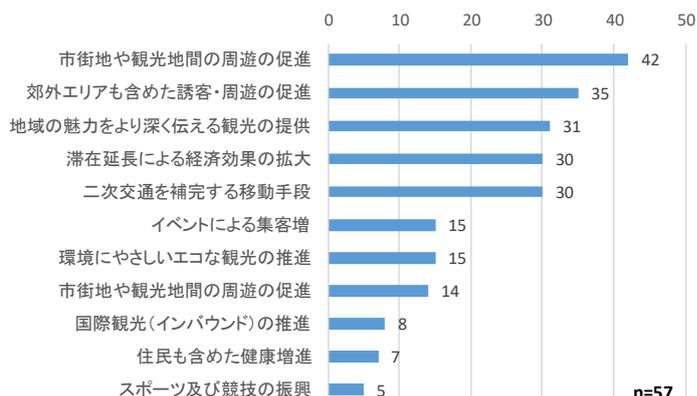
・政策の有無については、「政策がある」が23.7%、「策定予定」が12.1%、「予定なし」が50%となっている（図表1-2）

・推進目的としては、周遊の促進、二次交通の補完などの「移動支援」が多く、「地域の魅力を伝える」、「滞在延長による経済効果」も上位にあがっている。一方、住民や外国人を対象とした振興は少数に留まっている（図表1-3）

■ 図表1-2 サイクルツーリズムに関する政策の有無



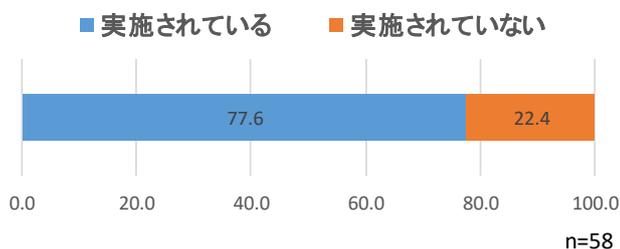
■ 図表1-3 サイクルツーリズム推進の目的・狙い



(2) 市町村域内における「サイクルツーリズム推進」の取組状況

① レンタル/シェアサイクル/サイクルステーションの事業実施（設置）状況

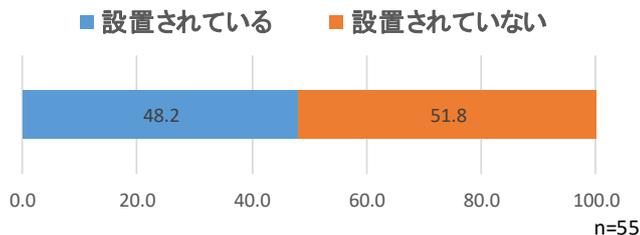
■ 図表2-1 レンタル事業の実施状況



■ 図表2-2 シェアサイクル事業の実施状況



■ 図表2-3 サイクルステーション設置状況

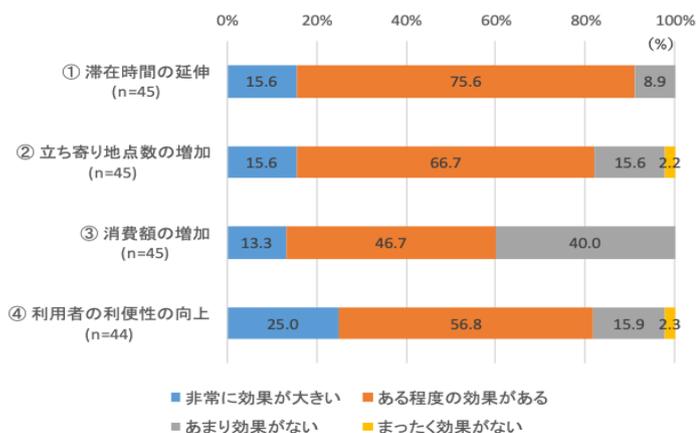


・約8割の市町村でレンタル事業が実施されている（図表2-1）一方、シェアサイクル事業は約2割の実施と、レンタルと比較すると低くなっており、（図表2-2）元の場所に戻すレンタサイクルよりも管理が複雑になり、手間やノウハウが必要になるためと思われる

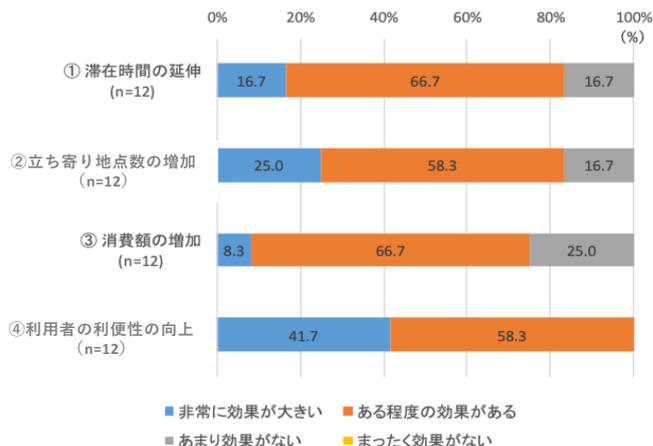
・サイクルステーションは約5割が設置されていると回答（図表2-3）

② レンタル/シェアサイクル/サイクルステーションの事業実施（設置）効果

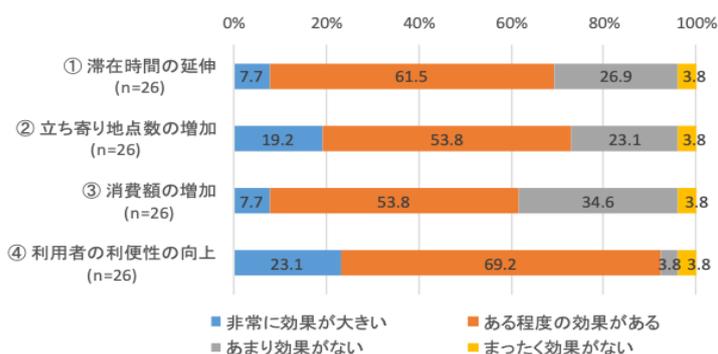
■ 図表2-4 レンタサイクル事業の効果



■ 図表2-5 シェアサイクル事業の効果



■ 図表2-6 ステーション設置の効果



・①滞在時間の延伸②立ち寄り地点数の増加については、レンタサイクル、シェアサイクルで8割以上が回答（図表2-4、2-5）

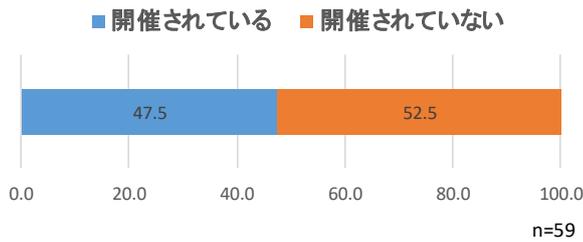
・③消費額の増加はシェアサイクルが約7割と多い回答となっている（図表2-5）

・④利用者の利便性の向上については、レンタサイクル、シェアサイクル、ステーション全てで8割以上の回答となっている。

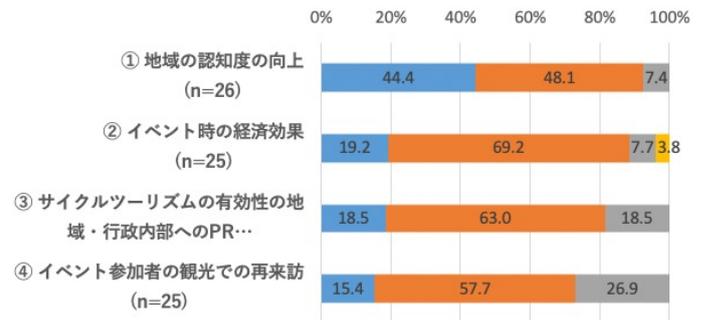


③域内での、サイクル系イベントの開催状況と課題

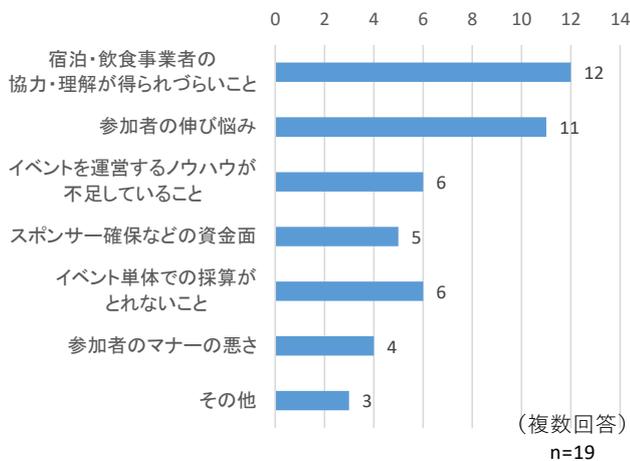
■図表2-7 サイクル系イベントの開催状況



■図表2-8 イベントやレース実施の効果



■図表2-9 イベントやレースの実施上の課題



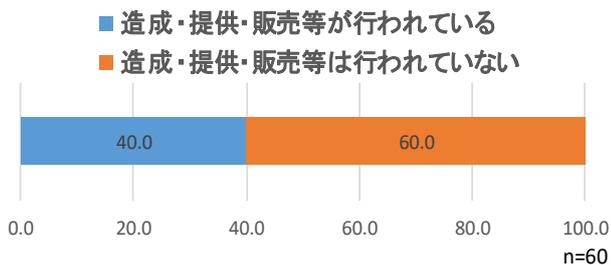
・約半数の市町村が「イベントが開催されている」と回答している（図表2-7）

・効果については、「地域の認知度の向上」が9割以上が回答している（図表2-8）

・実施上の課題としては、「宿泊・飲食事業の、理解協力が得づらいこと」「参加者の伸び悩み」が上位の回答となった（図表2-3）地域（イベント主催側）と事業者間の連携、イベントの集客方法に課題が集中している

④サイクル系体験型コンテンツの造成・提供・販売の状況と課題

■図表2-10 体験型コンテンツの造成・提供・販売の状況

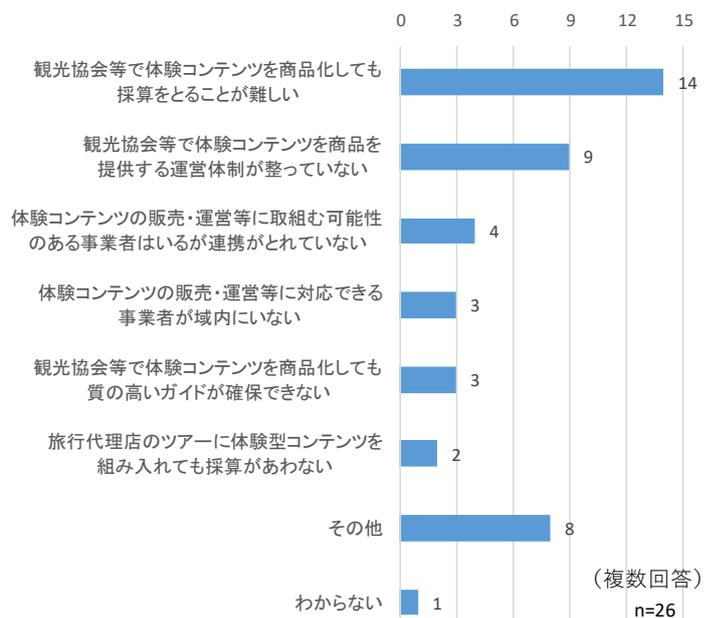


・「行われていない」が6割の回答となった（図表2-10）

・行われていない理由（課題）として、「採算をとることが難しい」「コンテンツ商品を提供する運営体制が整っていない」が上位となっている。

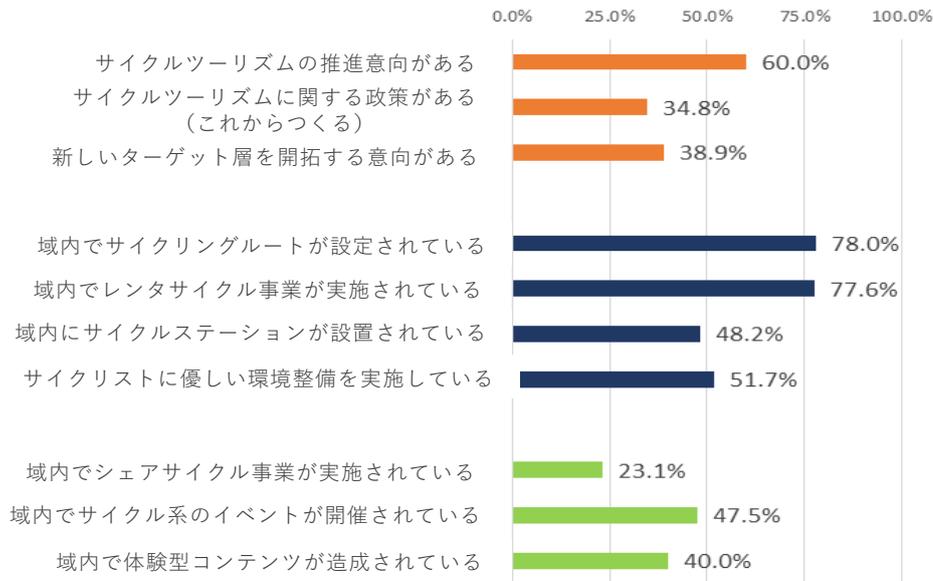
観光協会等では採算が取れず、体制が整っていないこと等があげられている。このことから、民間事業者との連携、民間事業者による提供が望ましいといえる（図表3-23）

■図表2-11 体験型コンテンツ造成の課題

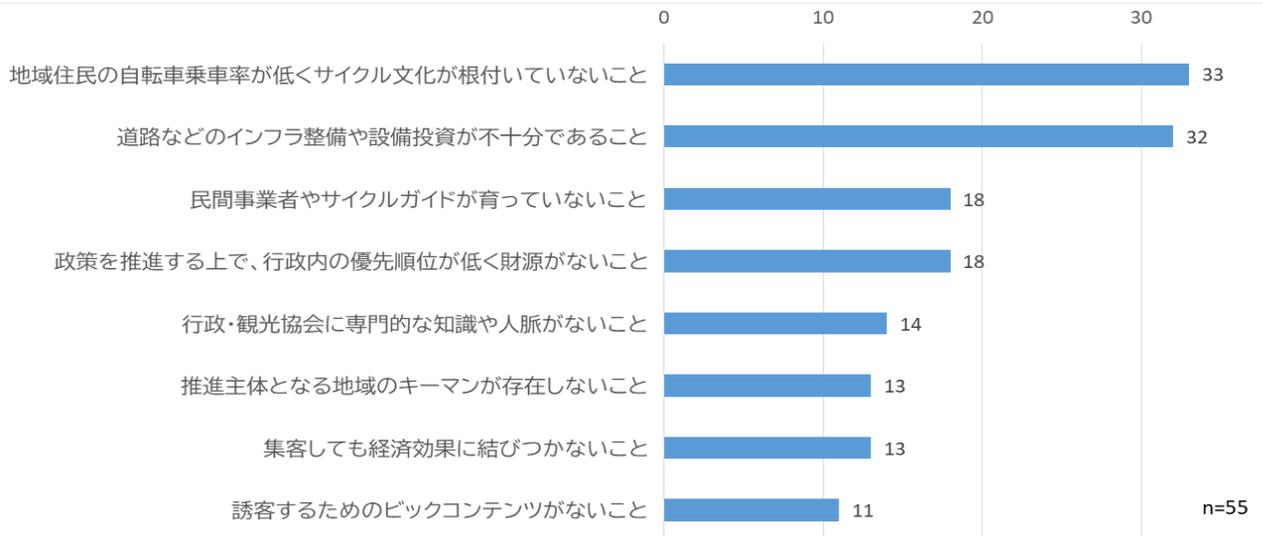


(3) 市町村のサイクルツーリズムに関する取り組み状況のまとめ

■図表3-1 市町村の各種取組みの実施率



■図表3-2 サイクルツーリズムを推進する上での課題



・自治体調査の結果を総括すると、「8割近い市町村で何らかの取組みが始まったものの、取組状況には地域差があり、多くの市町村では、その効果を十分に実感できるところまで到達できていない状況」にあると言える

・約8割の市町村において「ルート設定」と「レンタサイクル」が実施されている一方、明確にサイクルツーリズムの推進意向を持っているのは6割で、政策や新たなターゲットを設定しているのは3～4割に留まっている

・多くの市町村はサイクルツーリズムに可能性を感じ、基盤整備に着手しながらも、民間事業者や地域の巻き込みや道路などのインフラ投資にまでは至っていない

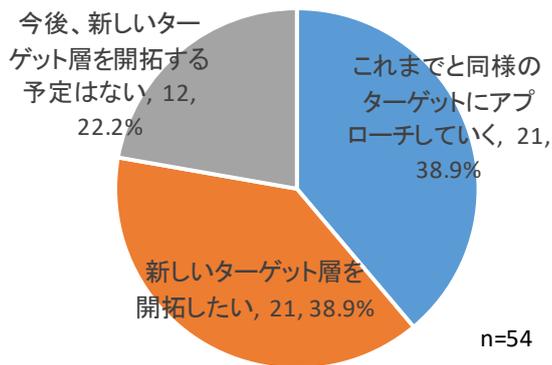
・サイクルツーリズムの持つ機能や経済効果などのポテンシャルが、住民や地域の事業者に浸透していないことが背景にあると考えられるため、その可能性をいま一度検証し、行政だけでなく、民間の投資や協働行動を引き起こしていくことが求められる

・長野県におけるサイクルツーリズムは、観光産業の中では歴史が浅く事業者の参入も始まったばかりで、成長性については未知数である。行政には、基盤整備を進めるとともに、意欲のある事業者等と連携してサービスを創出するなど、受入環境整備と市場開拓の両輪を支援していくことが求められる



(4) 今後のターゲット設定の方向性と開拓したいターゲット

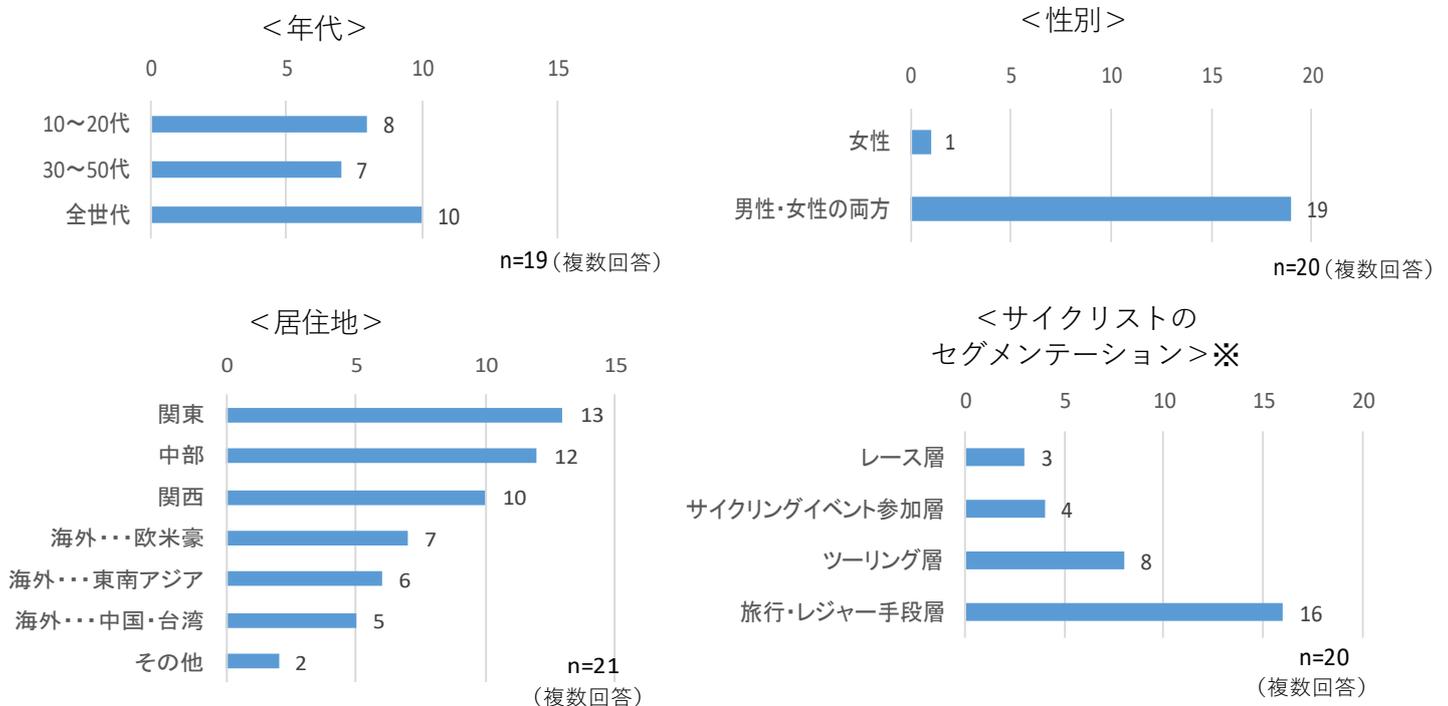
■図表4-1 今後のターゲット設定の方向性



・今後のターゲット設定について、「これまでと同様」が約4割、「新たなる開拓」が約4割。「新たな開拓をする予定がない」が約2割となっている（図表3-1）

・開拓したいターゲットについて、年代では「全世代」、性別では「男性・女性の両方」が最多。居住地では国内「関東」「中部」「関西」の回答が多いが、一方で海外についても約3割が開拓したいと回答した（図表3-2）

■図表4-2 開拓したいターゲット



※サイクリストのセグメンテーションとは

「サイクリスト＝旅行×自転車体験をする人」を、自転車に乗る主な用途・目的で細分化する時に参考にする層。

1. 旅行レジャー層
自転車に乗る主な用途が、「旅行・レジャー・行楽時での移動手段」の人
2. サイクリングイベント層
自転車に乗る目的が「サイクリングイベント参加」の人
3. ツーリング層
自転車に乗る主な用途が「自分や仲間が計画したサイクリング・ツーリング」の人
4. レース層
自転車に乗る主な用途が「レースイベント参加・トレーニング」の人

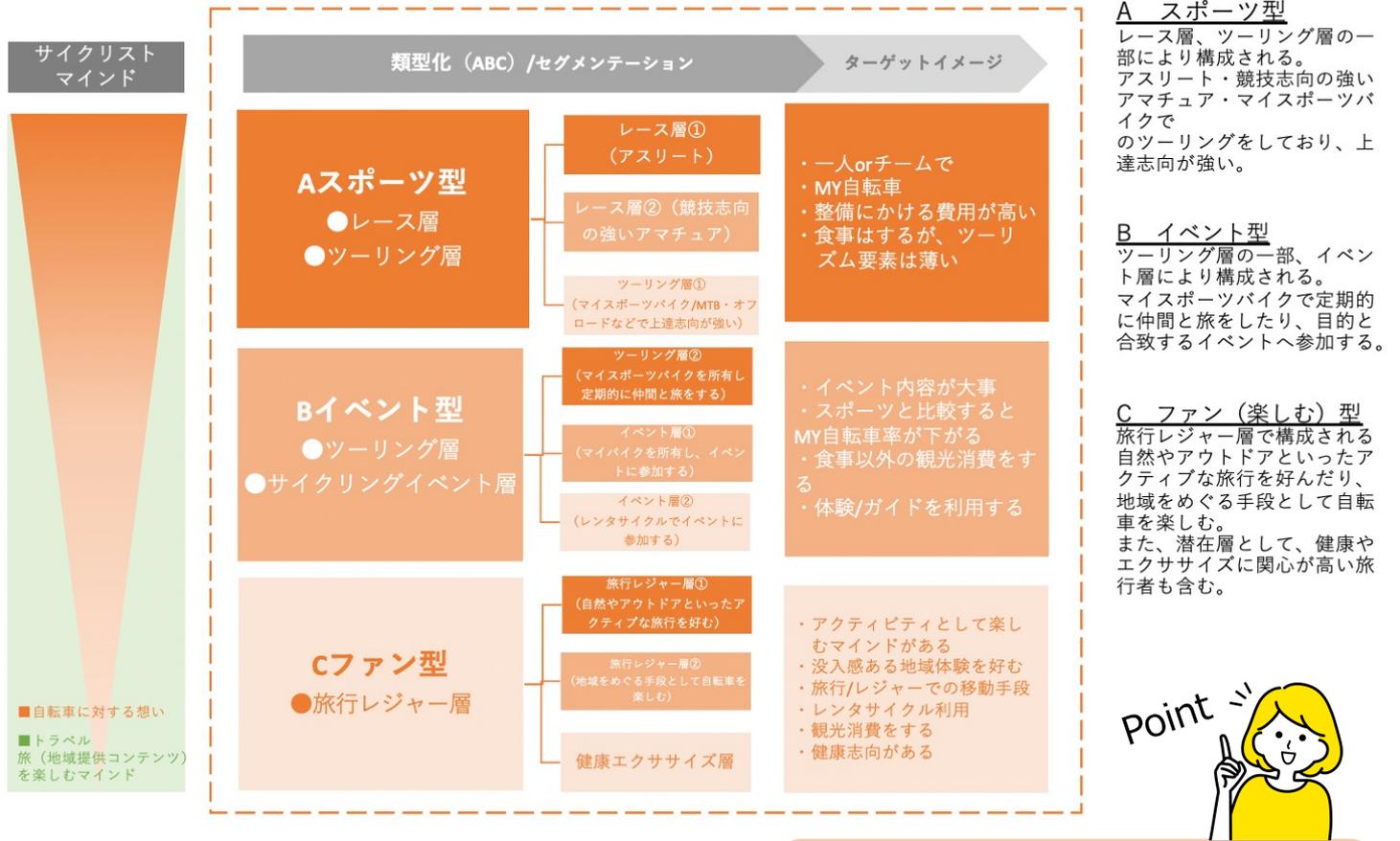


参考：ツール・ド・ニッポン「国勢調査2021」サイクリストのセグメンテーション



3 サイクルツーリズムの類型について

サイクリスト層を更に目的別でセグメンテーションしたものを、3つサイクルツーリズムの型に分類



- ・自地域の資源には、どの型が適しているのか
- ・価値提供の最大化ができるターゲットは誰か
- ・どんな商品を誰と造成するか etc

ハード面、ソフト面の整備において戦略的かつ効率的な事業実施のためには、「自地域がめざすべきサイクルツーリズム」を明確にする必要がある

4 サイクルツーリズムは観光地域づくり 観光地域づくり目線でのサイクルツーリズムとは

- ・サイクリスト（自転車による観光客）によって、新たな観光資源が掘り起こされ、価値が見出されることにより、地域ならではのコンテンツの創出ができる仕掛け
- ・サイクルで地域が有機的につながることでシナジーが発生し、強いブランドへ成長するためのツール

小規模施設や認知度の低い観光地ではない土地でも、「自転車」を使用した観光により、観光客がその土地の資源（自然、文化、食、人など）を直に触れ楽しむことで、地域社会がそれまで関心を持っていなかったような物や事が、新たにその土地の資源として価値を見出されるきっかけとなる。そのような地域がサイクルによって有機的につながることでシナジーが発生し、サイクルツーリズム=○○のような、強いブランドへ成長させることができる。

- <観光地域づくりにおけるメリット>
- いわゆる「地域ならではの」コンテンツ創出が可能
 - 有名な観光地でないことが強みになる場合がある
 - 滞在時間が長くなる
 - 交通渋滞の緩和
 - CO2排気量がない移動で、環境に優しい（サステナブルな旅）
 - 地域活性化（地域住民の観光への関心が高まる）
 - 行政区画の枠を超えた地域連携によるケミストリーの発生
 - 愛着の高い観光客を増やすことで、再来訪につながる（関係人口化）

