

令和4年度 諏訪広域連合 広域観光調査業務委託
広域観光振興調査結果報告書



令和4年12月
諏訪広域連合

－ 目 次 －

1. はじめに	1
1. 新型コロナウイルス感染拡大の状況	1
2. 御柱祭開催までの経緯	4
3. 御柱祭の総動員数	8
4. 御柱祭開催期間における全国・長野県の観光動向	10
2. 調査概要	13
1. 調査目的	13
2. 調査内容	13
3. 調査結果	14
1. 事業者アンケート調査結果	14
1. アンケート調査結果（宿泊施設）	15
2. アンケート調査結果（飲食店）	50
3. アンケート調査結果（小売店）	62
2. 事業者ヒアリング調査結果	74
3. 自治体等ヒアリング調査結果	79
4. 調査結果の総括	82
御柱祭をいかした通年・通期での誘客促進	82
次回へ向けコロナ禍での新たな取組の検証・改善を	84

1. はじめに

1. 新型コロナウイルス感染拡大の状況

■ 山出し1か月前の3月上旬まで県内全域で「まん防」が適用

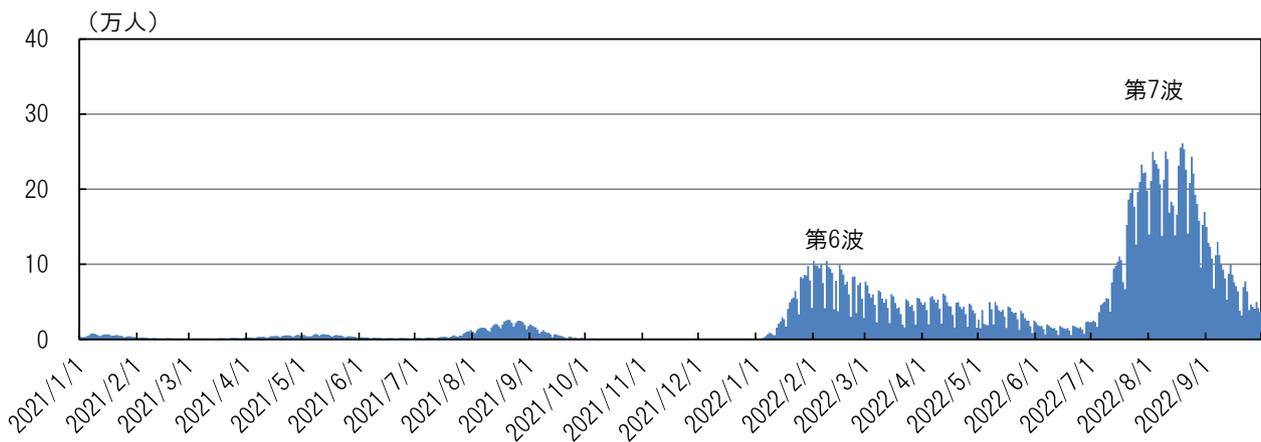
2022年以降の新規陽性者数の推移について、1月から3月にかけては、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、全国および長野県において第6波と呼ばれる感染拡大局面にあった。

同年1月以降の感染拡大に伴い、1月9日に広島県や山口県、沖縄県にまん延防止等重点措置（略称、まん防）が適用された後、同措置の適用対象は長野県を含む全国31都道府県にまで拡大された。長野県では1月27日に同措置が適用され、3月6日をもって解除となった。その後、新規陽性者数の減少等を受け、3月21日をもって全国すべての地域で同措置の適用が解除となった。

長野県においては、2022年3月6日をもってまん延防止等重点措置の適用が解除されたものの、3月上旬以降再び新規陽性者数が増加に転じ、同年4月中旬まで増加傾向にあった。

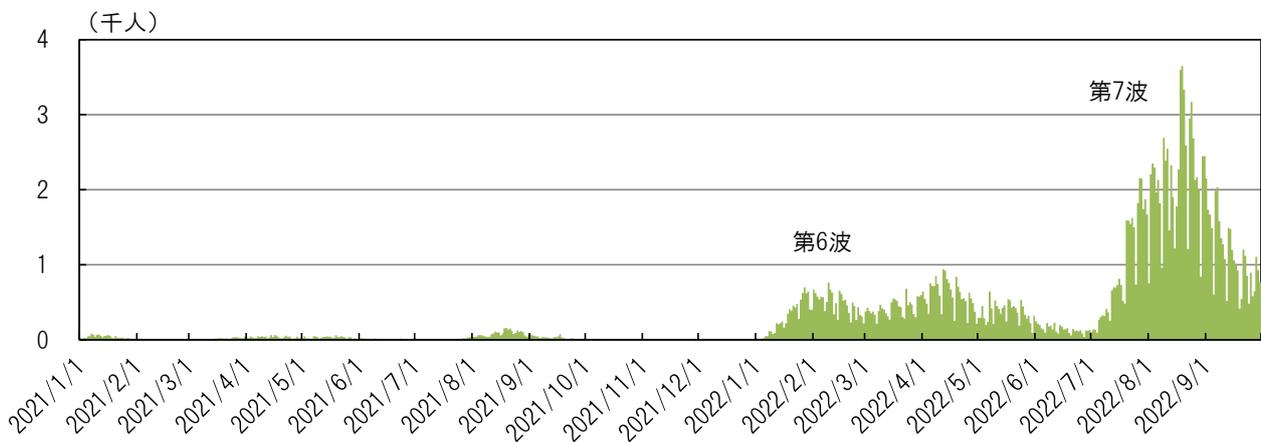
2022年7月以降は全国・長野県ともに新型コロナウイルスオミクロン株BA.5の感染拡大により第7波と呼ばれる感染拡大局面に入り、8月まで新規陽性者数が増加傾向にあった。

図表 1 全国 新規陽性者数の推移



（資料）厚生労働省「データからわかる—新型コロナウイルス感染症情報—」

図表 2 長野県 新規陽性者数の推移



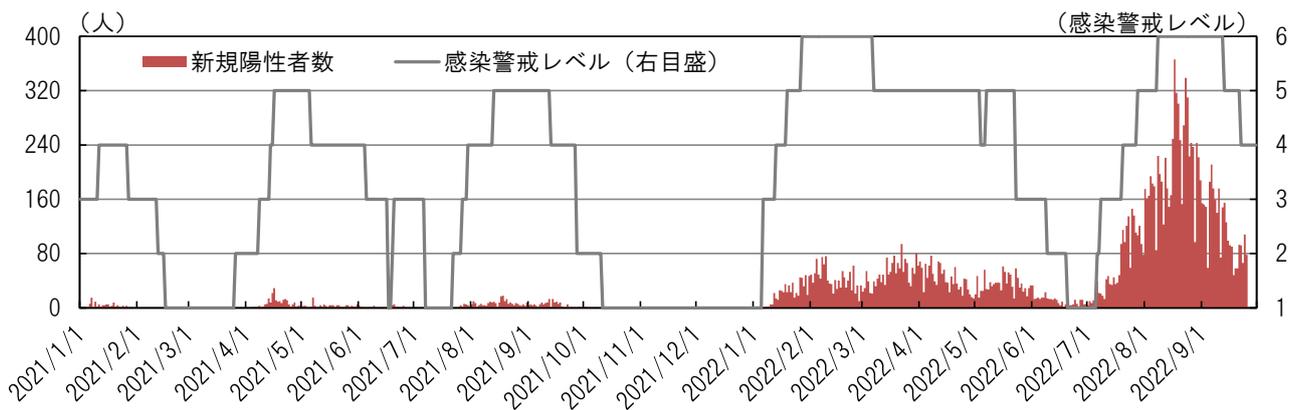
（資料）厚生労働省「データからわかる—新型コロナウイルス感染症情報—」

■ 諏訪圏域でも 2022 年 1 月以降感染者が増加

全国や長野県と同様、諏訪圏域でも 2022 年 1 月以降、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により感染者が増加した。これに伴い、諏訪圏域における長野県独自の感染警戒レベルは段階的に引き上げられ、県内全域にまん延防止等重点措置が適用された 1 月 27 日から 3 月 6 日にかけては、レベル 6 となっていた。

同措置が解除された 3 月 7 日に諏訪圏域の感染警戒レベルはレベル 5 に引き下げられたが、その後、新規陽性者数の明確な減少は見られず、5 月 4、5、6 日の 3 日間に一時的にレベル 4 へ引き下げられたことを除いては、5 月 22 日までレベル 5 の状況が継続した。

図表 3 諏訪圏域の新規陽性者数および感染警戒レベルの推移



(資料) 長野県「新型コロナウイルス感染症対策 総合サイト (長野県新型コロナウイルス感染症・感染警戒レベル)」、「長野県オープンデータサイト (新型コロナウイルス感染症に係る発生状況)」

(注) 新規陽性者数は居住地別。(保健所別でないことに留意)

厚生労働省による発生届の見直しにより、長野県内居住地別の新規陽性者数は2022年9月25日分(9月26日公表分)をもって公表終了となっている。

感染警戒レベルは諏訪圏域全体のもの。

感染警戒レベルは各時点における基準による。

図表 4 長野県 感染警戒レベルに応じた対策の目安（2021年11月25日～2022年3月28日）

レベル	アラート	状態	対応策
1	—	陽性者の発生が落ち着いている状態	「新しい生活様式」の定着の促進
2	注意報	感染が確認されており、注意が必要な状態	住民に感染リスクが高まっていることを認識していただき、より慎重な行動を要請
3	警報	感染拡大に警戒が必要な状態	ガイドラインの遵守の徹底の要請や有症状者に対する検査等の対策を強力に推進
4	特別警報Ⅰ ※1	感染が拡大しつつあり、特に警戒が必要な状態	ガイドラインを遵守していない施設等への訪問の自粛の要請等を検討
5	特別警報Ⅱ ※2	感染が顕著に拡大している状態	人との接触機会の低減の要請等を検討 施設に対する営業時間の変更等の要請等を検討※3
圏域の感染警戒レベル 6	まん延防止等重点措置公示 (特措法に基づく)	特定の区域において国民生活及び国民経済に基大な影響を及ぼすおそれがある状態	まん延防止等重点措置の実施を検討
全県の感染警戒レベル 6	緊急事態宣言 (特措法に基づく)	国民生活及び国民経済に基大な影響を及ぼすおそれがある状態	緊急事態措置の実施を検討

※1 全県の感染警戒レベルを4に引き上げ「特別警報Ⅰ」を发出するときは、「医療警報」を发出するものとする。
 ※2 全県の感染警戒レベルを5に引き上げ「特別警報Ⅱ」を发出するときは、「医療非常事態宣言」を发出するものとする。
 ※3 施設に対する営業時間の変更等の要請に当たっては、圏域の感染状況に加え、医療提供体制への負荷について全県の感染警戒レベルを考慮して慎重に判断するものとする。

(資料) 長野県「第41回新型コロナウイルス感染症長野県対策本部会議」

図表 5 長野県 医療アラート及び感染警戒レベルに応じた対策の目安(2022年3月29日～5月22日)

	医療アラート未发出 ・医療警報	医療特別警報	医療非常事態宣言
レベル1	「新しい生活様式」の定着の促進	医療特別警報が发出されていることを踏まえ、基本的な感染防止対策のさらなる徹底などの要請等を検討	外出自粛・都道府県をまたいだ移動の自粛・分散登校の実施・施設に対する営業時間の変更・イベントの中止又は延期の検討の要請等、強力な措置の実施を検討
レベル2	住民に感染リスクが高まっていることを認識していただき、より慎重な行動を要請		
レベル3	ガイドラインの遵守の徹底の要請や有症状者に対する検査等の対策を強力に推進		
レベル4	ガイドラインを遵守していない施設等への訪問の自粛の要請等を検討		
レベル5	感染リスクの高い場面・場所への外出・移動の際の注意喚起の実施を検討		

なお、まん延防止等重点措置の公示や緊急事態宣言が发出された際は、感染の状況や国の基本的対処方針を踏まえた対策を実施する。まん延防止等重点措置が公示され、措置を実施する圏域についてはレベル6とし、緊急事態宣言が发出された場合は、全ての圏域をレベル6とする。

(資料) 長野県「第46回新型コロナウイルス感染症長野県対策本部会議」

2. 御柱祭開催までの経緯

■ 諏訪圏域以外からの観覧自粛を求めるガイドラインの策定

新型コロナウイルス感染症の終息が見込めないなかで、2021年11月16日、諏訪大社上社御柱祭安全対策実行委員会と御柱祭下社三地区連絡会議は、御柱祭実施に関するガイドライン（統一的指針）を発表した。

ガイドラインでは、長野県が定める諏訪圏域の感染警戒レベルがレベル4以上となった場合、山出し・里曳きを車両での運搬とするほか、木落としおよび上社の川越しは行わないことが示された。

図表 6 ガイドラインの内容<山出し・里曳きについて>

	上社	下社
曳行全般	・ 感染警戒レベル4以上の場合、 <u>機械力を用いて運搬する。(木落とし・川越しは行わない)</u>	・ 感染警戒レベル4以上の場合、 <u>曳行を中止のうえ、他の方法で運搬する。(木落としは行わない)</u>
氏子（曳行者）	・ 感染警戒レベル3の場合、氏子の人数を制限する。 ・ 感染警戒レベル4以上の場合、一部の役員のみで運搬する。	・ 感染警戒レベル3の場合、氏子の人数を制限する。 ・ 感染警戒レベル4の場合、役員・係のみで運搬する。

（資料）公表資料より作成

また、氏子等、御柱祭行事参加者に対し、ワクチン接種を原則とするとともに、2週間前から検温等の健康検査を求めるほか、曳行中の飲食や行事終了後の全体での直会が禁止された。

図表 7 ガイドラインの内容<山出し・里曳きについて>

- ワクチン接種を原則とする。（未接種の場合、抗原検査、72時間前までのPCRの検査結果が陰性であることが必要。）
- 参加者全員に2週間前から検温等の健康検査を実施する。
- 地区ごとに役員その他、曳子まで参加者名簿を作成し、参加者の把握を行う。
- 曳行中の飲食は役員、曳子共に禁止。（水分補給、昼食は除く）
- 各行事終了後は直ちに解散し、全体での直会は実施しない。
- 参加登録者以外の人に参加者に接触しないよう規制線を設け、距離を確保する。

（資料）公表資料より作成

観覧客（観覧席を除く）については、感染予防対策の徹底が困難であるなか、地域の氏子が古来より続く伝統と歴史をもつ祭事を守り、継承できるようにすることを目的とし、御柱祭の全ての祭事に関して、諏訪圏域以外からの立ち入り及び観覧の遠慮を求めた。

図表 8 ガイドラインの内容＜諏訪圏域以外からの観覧客＞

地域の氏子が古来より続く伝統と歴史をもつ祭事を守り、継承できるようにするため、今回の諏訪大社御柱大祭のすべての祭事に関して、立ち入り及び観覧をご遠慮いただくよう、広く世間に要請する。

※観覧席の観覧客については、運営する御柱祭実行委員会及び観光協会などが別に定めるガイドラインに準ずる。

（資料）公表資料より作成

有料観覧席の観覧客については、2021年12月10日に下諏訪町御柱祭実行委員会が別途ガイドラインを定め、有料観覧席の観覧者に対してワクチン2回接種を原則とし、来訪14日前からの健康チェックを求めるとともに、来訪14日前に緊急事態宣言・まん延防止等重点措置対象地域への移動がある場合の入場をお断りするとした。

また、長野県が定める諏訪圏域の感染警戒レベルがレベル4以上となった場合には、有料観覧席や催し物・物販等を中止するとした。

なお、このガイドラインは全国におけるワクチン接種の状況等を踏まえ、2022年1月20日に、ワクチン3回目接種の推奨およびワクチン2回目接種者のPCR検査等を推奨する内容へ改訂された。

図表 9 ガイドラインの内容＜有料観覧席＞

- ワクチン2回目接種日から来訪前14日以上経過していることを原則とする。（未接種の場合、医療機関でのPCR検査（72時間以内）の結果が陰性であることが必要。）（※）
- 来訪14日前から検温等の健康観察を実施するとともに、「健康チェックシート」に記入し、実行委員会に提出することが必要。
- 本人や家族が緊急事態宣言地域や、まん延防止等重点措置地域の居住もしくは来訪前14日以内に対象地域への移動がある場合は、有料観覧席等への入場をお断りする。

※2022年1月20日に、ワクチン3回目接種およびワクチン2回目接種者のPCR検査等を推奨する内容へと改訂された。

（資料）公表資料より作成

■ 有料観覧席の設置中止と車両運搬による山出しの決定

2021年11月16日に発表されたガイドラインが、「長野県が定める諏訪圏域の感染警戒レベルがレベル4以上となった場合には、山出し・里曳きを車両での運搬とする」という内容となったことを受け、御柱祭の開催方法が見通せず、準備が間に合わないこと等の理由から、同日、上社御柱祭誘客促進協議会による上社山出しの有料観覧席設置が見送られる方針であることが示された。

その後、2022年1月からの全国的な感染拡大を受け、長野県および諏訪圏域において同年1月27日から2月20日までまん延防止等重点措置が適用されることとなったが、感染拡大の収束がみられないことから、同措置の3月6日までの延長が、2月18日に国および長野県から発表された。

この発表をうけ、諏訪大社上社御柱祭安全対策実行委員会および御柱祭下社三地区連絡会議は、同年2月22日、上社および下社の山出しについて、氏子による曳行を行わず車両による運搬とし、上社および下社の木落とし、上社の川越しは行わないことを発表した。

下社の山出しについては、下諏訪町御柱祭実行委員会が有料観覧客を対象としたガイドラインの策定・改訂等の準備を進めていたが、山出しの車両運搬および木落としの中止が発表された同日に、有料観覧席の運営中止と既に販売済のチケットの払い戻し決定について発表した。

■ 氏子による里曳きの決定

里曳きについては、諏訪大社上社御柱祭安全対策実行委員会と御柱祭下社三地区連絡会議がそれぞれのガイドラインにおける「別途付記事項」にて、感染防止対策を一層強化したうえで、氏子による曳行とすることを2022年4月15日に発表した。

また、同日、下諏訪町御柱祭実行委員会は、「新型コロナウイルス感染防止対策ガイドライン（下社里曳き版）」を定め、感染防止対策を徹底したうえで、同委員会が関連する催し物等のイベントを開催することを明らかにした。

従来のガイドラインでは、長野県独自の諏訪圏域における感染警戒レベルがレベル4以上の場合には里曳きについても車両・機械力により運搬することとされていたが、ガイドライン別途付記事項の発表およびその前後における諏訪圏域の感染警戒レベルはレベル5であった。こうした状況において氏子による里曳きの実施が決定された背景には、曳行日程変更による混雑密集緩和が可能であることや、建御柱でのクレーン車の使用が地形上困難であることに加え、2022年3月29日に新型コロナウイルス感染症長野県対策本部によって「医療アラート・感染警戒レベルの基準改正」がなされたこと等があげられる。この「医療アラート・感染警戒レベルの基準改正」では、その時々々の株の特性により確保病床使用率と新規陽性者数の相関は様々な様態となる可能性があることから、主に新規陽性者数に基づいて決定される「感染警戒レベル」を全県に対する注意喚起を行う際の判断の基準から切り離し、確保病床使用率等に応じて発出される「医療アラート」によって対策内容の強度等を決定することとされた。あわせて、感染警戒レベルは、県内の感染状況等について県民と認識を共有するとともに、的確かつ迅速な対策を講じるために運用するものとして位置付けられた。

なお、医療アラートについては、2022年4月20日から5月22日まで、社会経済活動を動かしながら重症化リスクが高い方を守ることができるよう、全県で「医療警報」が発出されていた。

図表 10 医療アラートに応じた対策の考え方

アラート	対策の考え方
医療警報	社会経済活動の維持を前提とし、できる限りの感染防止対策を講じる
医療特別警報	感染の拡大が顕著である地域（市町村単位又は圏域単位）では社会経済活動を抑制して、感染防止に取り組む
医療非常事態宣言	全県で社会経済活動を抑制して感染防止に取り組む

（資料）長野県「第46回新型コロナウイルス感染症長野県対策本部会議」

■ (参考) 全国の主要なお祭り等の状況

開催日	お祭り等	開催地	内容
4月15,16日	高山祭	岐阜県高山市	・3年ぶりに例年の規模で開催。
5月3,4日	博多どんたく	福岡県福岡市	・パレード出演者数等の抑制やパレード観覧の自粛等を要請したうえで、3年ぶりに開催。(人出は前回2019年の約1/3)
5月15日	葵祭	京都府京都市	・行列巡行「路頭の儀」は3年連続で中止。(有料観覧席の設置も中止) ・神事「社頭(しゃとう)の儀」を関係者のみで実施。
5月21,22日	三社祭	東京都台東区	・境内から本社神輿を担ぎ出す「宮出し」を3年ぶりに実施。 ・神輿の担ぎ手は、これまで一般参加者を含め神輿1基あたり最大で約3,000人となることもあったが、氏子約100人に限定。
6月4日	金沢百万石まつり	石川県金沢市	・3年ぶりに開催され、メイン行事である「百万石行列」や「百万石流し踊り」が実施された。
6月5日	熱田まつり	愛知県名古屋市	・「献灯まきわら」の奉納や花火の打ち上げが3年ぶりに実施された。
7月1~31日	祇園祭	京都府京都市	・最大の見どころである「山鉾巡行」が3年ぶりに実施された。
7月24,25日	天神祭	大阪府大阪市	・船が市中心部を流れる川を行き交う「船渡御」および「奉納花火」は中止。 ・神輿が市街を巡る「陸渡御」は、参加者数を例年の1/3程度に制限し、神輿を担がずに台車で引く等の措置をとったうえで3年ぶりに実施。
8月2~7日	青森ねぶた祭	青森県青森市	・ねぶたの周囲を浴衣姿で乱舞する「ハネット」について当日自由参加可とせず、事前登録制としたうえで3年ぶりに開催。
8月6~8日	仙台七夕まつり	宮城県仙台市	・感染症対策を呼びかけつつ、通常通り開催。 ・中心街を彩る大型飾りの本数はコロナ前2019年の7割程度と、前年2021年の倍以上となった。
8月10,11日	よさこい祭り	高知県高知市	・通常4日間を2日間にするなど規模を縮小したうえで、「2022よさこい鳴子踊り特別演舞」として3年ぶりに開催。
8月12~15日	阿波踊り	徳島県徳島市	・3年ぶりに栈敷を設け観客を入れた本格開催となった。

(資料) 各種報道資料より作成

3. 御柱祭の総動員数

■ 総動員数は前回 2016 年の約 1 割に減少

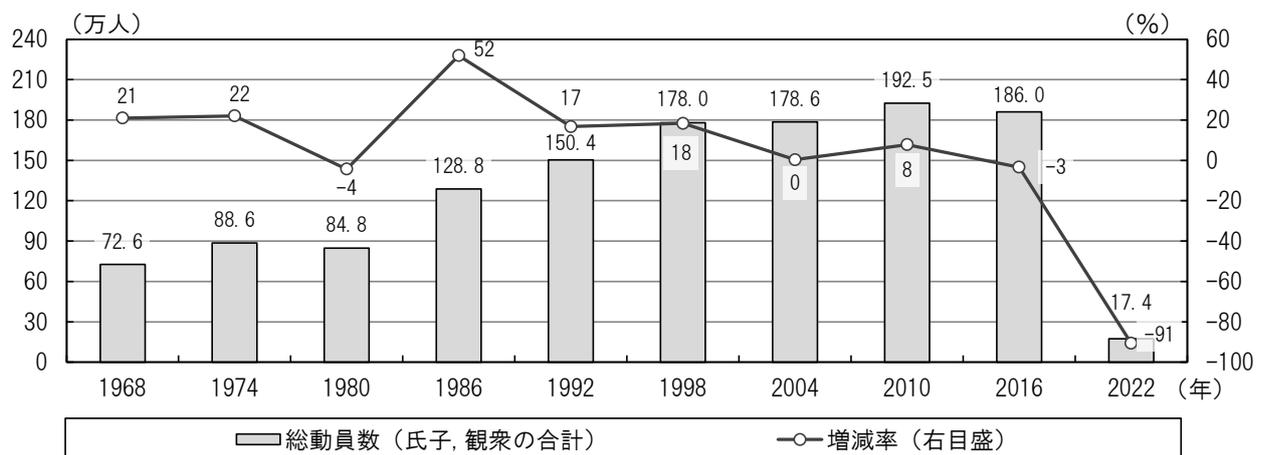
今回の御柱祭の氏子・観衆あわせた総動員数は 17 万 4 千人と、前回の総動員数 186 万人から 168 万 6 千人減少し、前回の約 1 割の水準に留まった。

図表 11 2022 年 御柱祭の動員数

		(人)		
		氏子	観衆	合計
山出し	上社	6,000	3,000	9,000
	下社	2,500	4,500	7,000
里曳き	上社	45,000	33,000	78,000
	下社	46,000	34,000	80,000
合計		99,500	74,500	174,000

(資料) 諏訪地方観光連盟 御柱祭観光情報センター

図表 12 御柱祭 総動員数の推移



(資料) 諏訪地方観光連盟 御柱祭観光情報センター



■ 氏子の動員数は山出しでの減少が顕著

氏子の動員数は前回から 65%減少した。

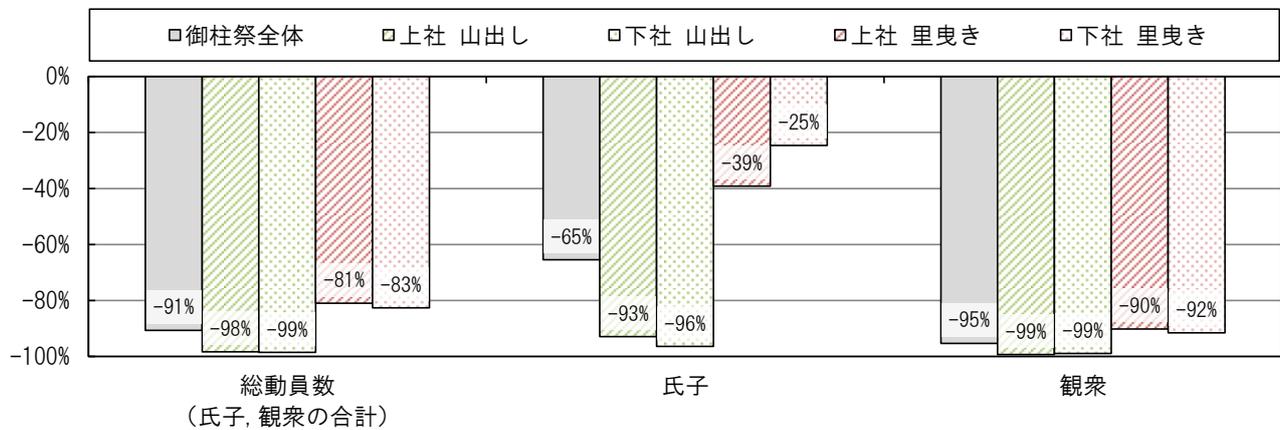
内訳をみると、山出しについては前年比での減少率が上社で 93%、下社で 96%となっているのに対し、里曳きについては上社で 39%、下社で 25%となっており、上社・下社ともに山出しにおける減少幅が比較的大きくなっている。

山出しはトレーラーによる運搬となったため前年比での減少が大きくなった一方で、里曳きは氏子による曳行となったことから、減少が比較的抑制されたものと考えられる。

■ 見物客数は氏子による曳行となった里曳きにおいても前年比約 9 割減少

見物客数は前回から 95%減少し、上社・下社の山出し・里曳きのいずれにおいても前年比での減少率が 90%以上となった。関係機関が、諏訪圏域以外からの観覧を控えるよう、ガイドラインに沿った注意喚起をしていたことから、誘客に繋がらなかったものと考えられる。

図表 13 御柱祭動員数の前年比較



(資料) 諏訪地方観光連盟 御柱祭観光情報センター
 (注) 前回2016年の御柱祭と比較した増減率。

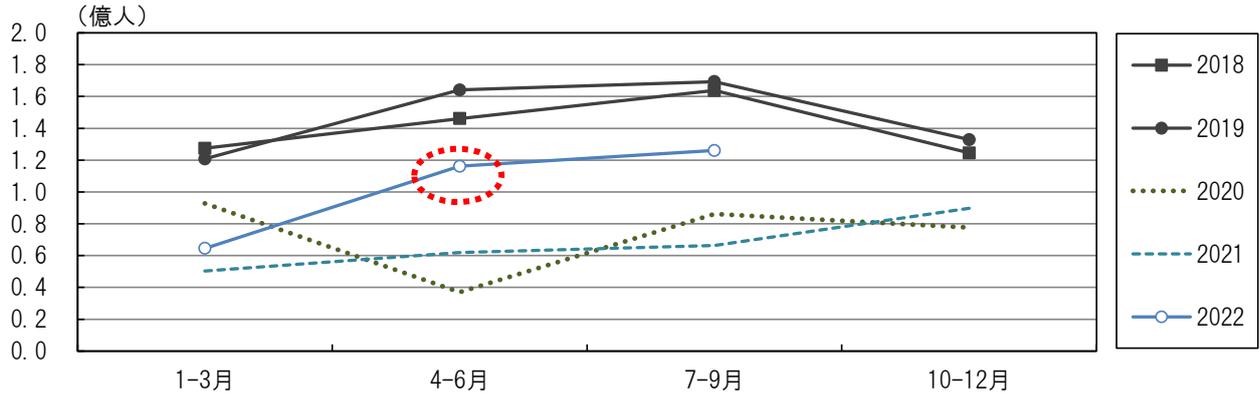


4. 御柱祭開催期間における全国・長野県の観光動向

■ 2022年4-5月の旅行者数は全国的に2020年・2021年同期を上回る

御柱祭開催期間である2022年4-5月を含む、同年4-6月における日本人による国内旅行延べ旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大後の2020年同期の約3.1倍、2021年同期の約1.9倍の水準となっており、新型コロナウイルス感染拡大前の2018年同期の約8割、2019年同期の約7割にまで回復している。

図表 14 日本人国内旅行延べ旅行者数

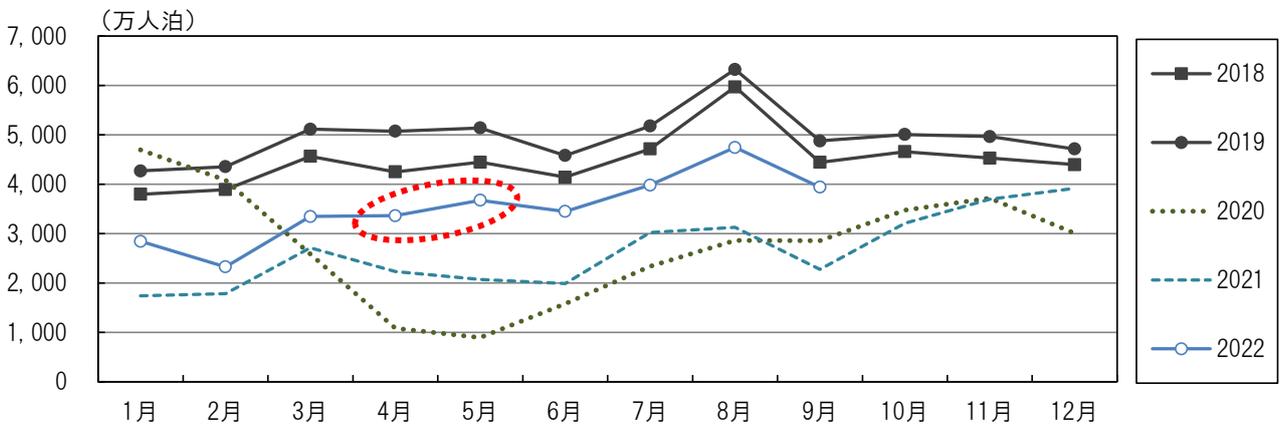


(資料) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」
 (注) 延べ旅行者数は、宿泊旅行と日帰り旅行の合計。
 2022年7-9月は速報値。

御柱祭開催期間である2022年4-5月の全国における延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大後の2020年同期の約3.6倍、2021年同期の約1.6倍の水準となっており、新型コロナウイルス感染拡大前の2018年同期の約8割、2019年同期の約7割にまで回復している。

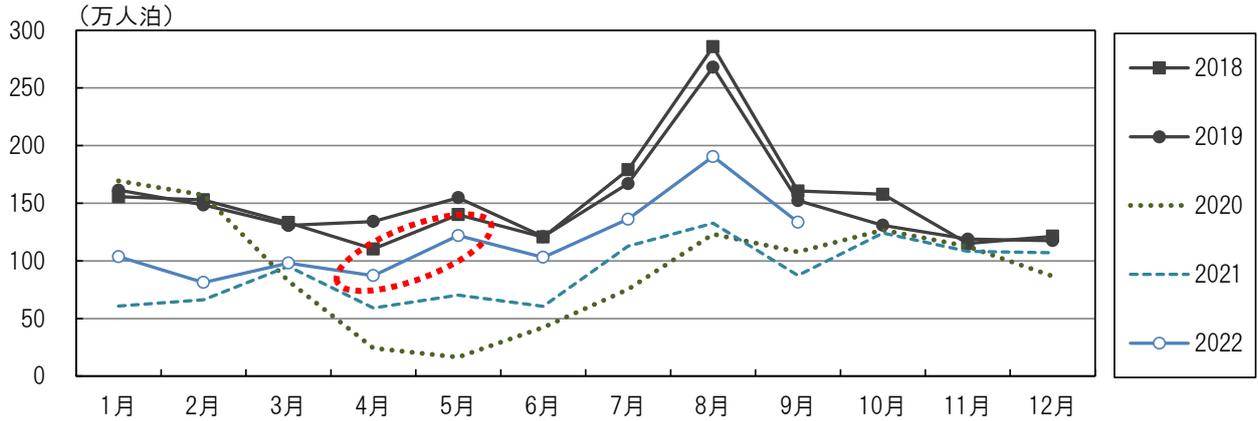
同様に、2022年4-5月の長野県における延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大後の2020年同期の約5.2倍、2021年同期の約1.6倍の水準となっており、新型コロナウイルス感染拡大前の2018年同期の約8割、2019年同期の約7割にまで回復している。

図表 15 全国 延べ宿泊者数の推移



(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」
 (注) 2022年は2次速報値。

図表 16 長野県 延べ宿泊者数の推移



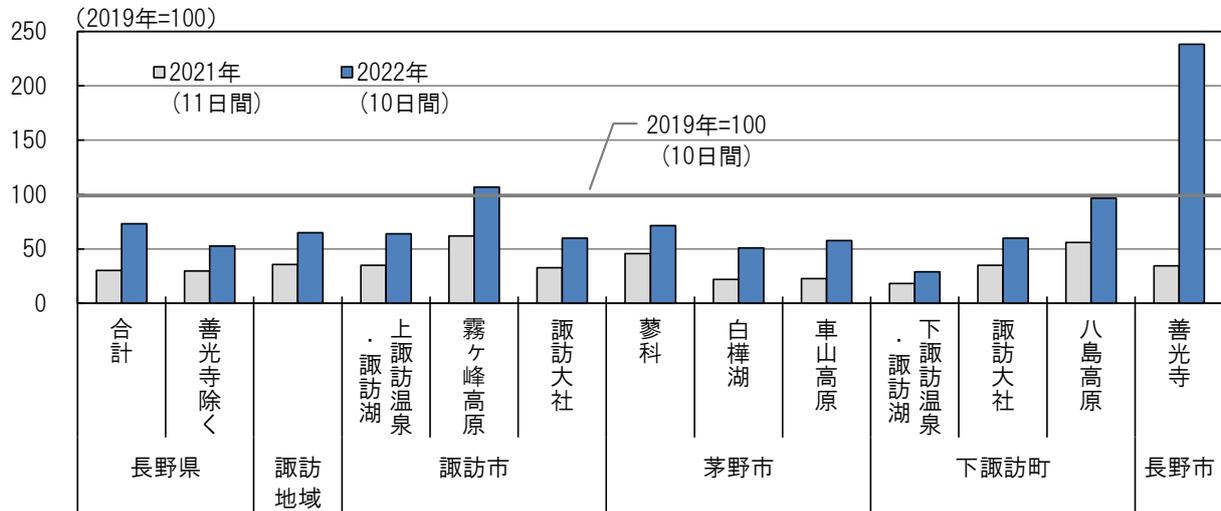
(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

(注) 2022年は2次速報値。

ゴールデンウィークにおける主な観光地の延べ利用者数について、長野県全体では、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年の観光地延べ利用者数に対し、2021年に30.3%の水準にまで落ち込んだ後、2022年には73.1%の水準にまで回復している。

諏訪地域では、2019年の観光地延べ利用者数に対して2021年に35.8%の水準にまで落ち込んだ後、2022年には64.8%の水準にまで回復している。また、善光寺（長野市）における2022年の観光地延べ利用者数は、御開帳開催の影響もあり、2019年の2.4倍となった。

図表 17 ゴールデンウィークの観光地延べ利用者数



(資料) 長野県「ゴールデンウィークの主な観光地の利用状況」

■ 2022年4-5月は行動制限がなく、観光需要喚起策の拡充も進められた

2022年の4-5月について、旅行者数や宿泊者数が新型コロナウイルス感染拡大後の2020年および2021年同期を上回った要因として、2022年は、4-5月の期間として3年ぶりに全国全ての地域において緊急事態宣言などの行動制限措置がなかったことがあげられる。

また、国の支援を受けながら各都道府県にて実施する観光需要喚起策（いわゆる「県民割」）において、旅行代金が割引になる割引対象者の範囲が2022年3月以降順次拡大されていったことも、観光客増加に寄与したものと考えられる。

県民割については、2022年1月以降まん延防止等重点措置の適用対象となった都道府県を中心に、国の方針を踏まえ旅行代金割引の対象を当該都道府県内の居住者に限定する等の対応が取られていたが、3月に同措置の適用が順次解除されたことを受け、多くの都道府県において県民割の対象を近接都道府県の居住者に広げる動きがみられた。これに加え、4月からは国による県民割支援の対象に、同一ブロックにある都道府県の居住者が追加されたことにより、近接都道府県のみならず同一地域ブロックの居住者を県民割の対象に加える動きが広がった。

長野県では、感染拡大やまん延防止等重点措置が適用されたことに伴い、2022年1月中旬から県民割の適用対象を長野県民に限定していたが、4月からは適用対象を長野県以外の県にも順次拡大し、5月13日以降宿泊・催行となる旅行については近接県および北陸信越・中部ブロックの計12県（長野県含む）を適用対象とする運用を継続していた。

諏訪地域においては、長野県が実施する県民割に加え、すわ泊お宿割（諏訪湖温泉旅館組合）、ちの割（一般社団法人ちの観光まちづくり推進機構）、下諏訪宿泊割（一般社団法人下諏訪町地域開発公社）といった観光需要喚起策も実施されていたが、すわ泊お宿割等においても、県民割と同様に、3月6日をもって長野県へのまん延防止等重点措置の適用が解除となった後、割引対象に県外居住者が順次追加された。

なお、ゴールデンウィークは県民割やすわ泊お宿割等の割引対象期間外となっているが、前述のとおり2019年以来3年ぶりに緊急事態宣言などによる行動制限の要請がないゴールデンウィークとなったこと等から、2020年や2021年のゴールデンウィークに比べ旅行者が増加したものと推察される。



2. 調査概要

1. 調査目的

御柱祭は、数え年で7年に一度、4月～5月にかけて実施される神事である。全国から多くの見物客が訪れる国内有数の神事であることから、諏訪地域では広域観光事業として、地域を挙げた体制整備が進められている。

今回の御柱祭は、新型コロナウイルスの感染拡大の終息が見込めない中、各種感染防止対策が講じられるなかでの開催となった。本調査は、コロナ禍での御柱祭が諏訪地域にもたらした影響を把握するとともに、今後の御柱祭を通じた広域観光振興を考えていくための記録を残すことを目的として実施した。

2. 調査内容

■ 事業者アンケート調査

調査対象	諏訪地域内の事業所（宿泊施設、飲食店、小売店）：回答事業者数 183
調査期間	2022年6月20日（月）～7月19日（火）
調査方法	郵送による配布および回収
調査内容	御柱祭期間における売上高等の変化、観光客等の動向等

■ 事業者ヒアリング調査

調査対象	諏訪地域内の事業所（宿泊施設、飲食店、小売店、観光施設、旅行代理店、交通事業者、ガソリンスタンド）：回答事業者数 41
調査期間	2022年10月6日（木）～11月14日（月）
調査方法	電話による聞き取り
調査内容	御柱祭期間における売上高等の変化とその要因、観光客等の動向等

■ 自治体等ヒアリング調査

調査対象	諏訪地方観光連盟、岡谷市、諏訪市、茅野市、下諏訪町、富士見町、原村
調査期間	2022年9月16日（金）～9月28日（水）
調査方法	面談による聞き取り（一部リモートにて実施）
調査内容	御柱祭に向けた情報発信、観光客の受入態勢等

【参考】経済波及効果の推計について

過去の御柱祭に関する広域観光振興調査では、見物客へのアンケートを行い、見物客の旅行日程別の構成比（日帰り、1泊、2泊、3泊以上）およびそれぞれの消費単価を調査し、この結果をもとに見物客による観光消費総額や観光消費がもたらす経済波及効果を推計した。

本調査においては、新型コロナウイルス感染防止の観点からアンケート調査にかかる安全確保が困難であったこと、関係機関が諏訪圏域以外からの観覧を控えるよう求めたことから推計に必要なサンプル数を確保できない可能性があったこと等により、見物客へのアンケート調査は見合わせた。またこれにより同調査の結果を踏まえ推計する経済波及効果を求めることは出来なかった。

3. 調査結果

1. 事業者アンケート調査結果

■ 事業者アンケート調査の概要

調査の概要は以下のとおり。

業種	宿泊施設	飲食店	小売店
調査対象	諏訪地域内の事業所		
調査期間	2022年6月20日（月）～7月19日（火）		
調査方法	郵送による発送および回収		
調査対象数	211	582	207
回収数（回収率）	46（21.8%）	95（16.3%）	42（20.3%）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 四捨五入の関係から、構成比の合計が100%にならない場合がある。 ・ 四捨五入の関係から、内訳の和が合計に一致しない場合がある。 		



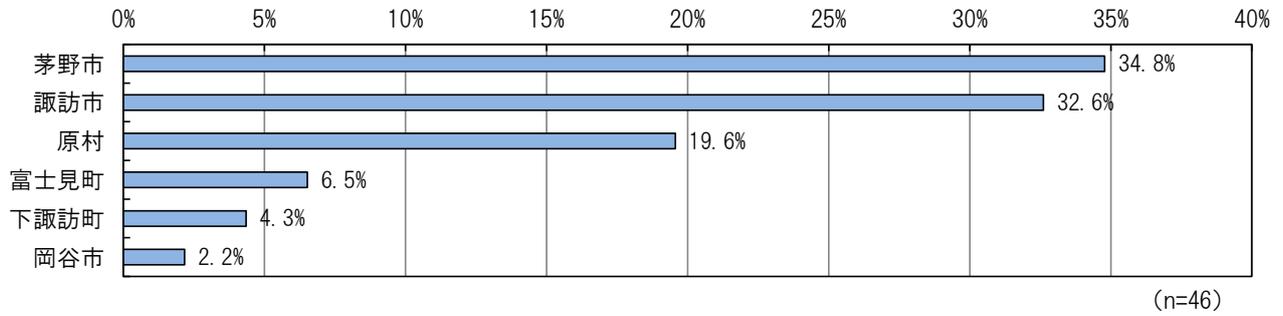
1. アンケート調査結果（宿泊施設）

■ 施設について

問1 所在地（市町村）

アンケート回答施設の所在地を市町村別にみると、「茅野市」、「諏訪市」、「原村」の順に多い。

図表 18 所在地（市町村）

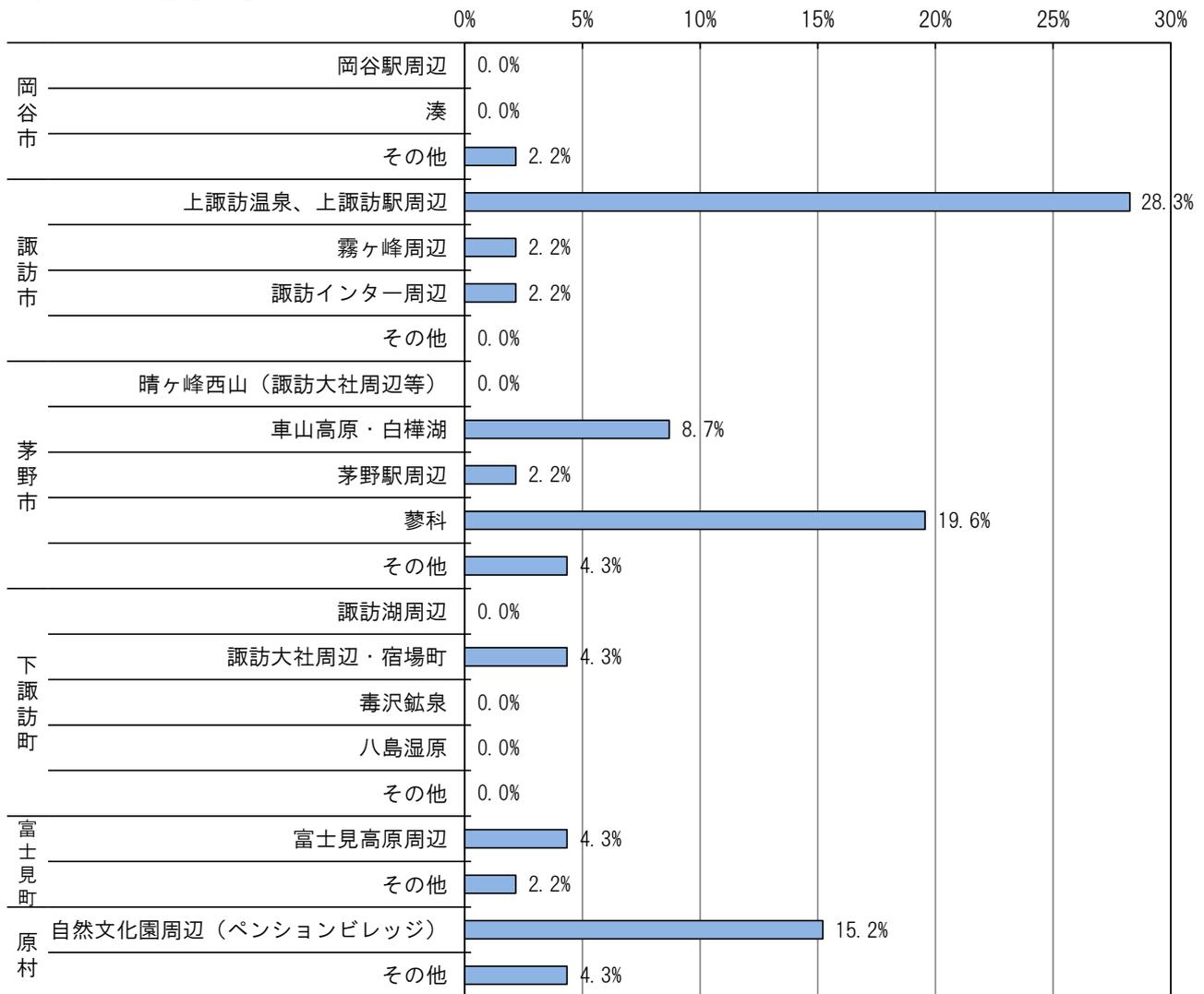


問2 所在地（地域）

アンケート回答施設の所在地を地域別にみると、「上諏訪温泉、上諏訪駅周辺（諏訪市）」、「蓼科（茅野市）」、「自然文化園周辺（ペンションビレッジ）（原村）」の順に多い。（図表 19）

アンケート結果について、御柱祭の影響を詳細にみるため、諏訪大社との道路距離等から総合的に判断し、施設の所在地を「大社周辺エリア」、「高原・リゾートエリア」の2エリアに区分し、エリア別の集計結果も掲載している。各エリアと施設所在地（地域）の対応は、図表 20 のとおり。

図表 19 所在地（地域）



(n=46)

図表 20 エリア別集計について（施設所在地域との対応）

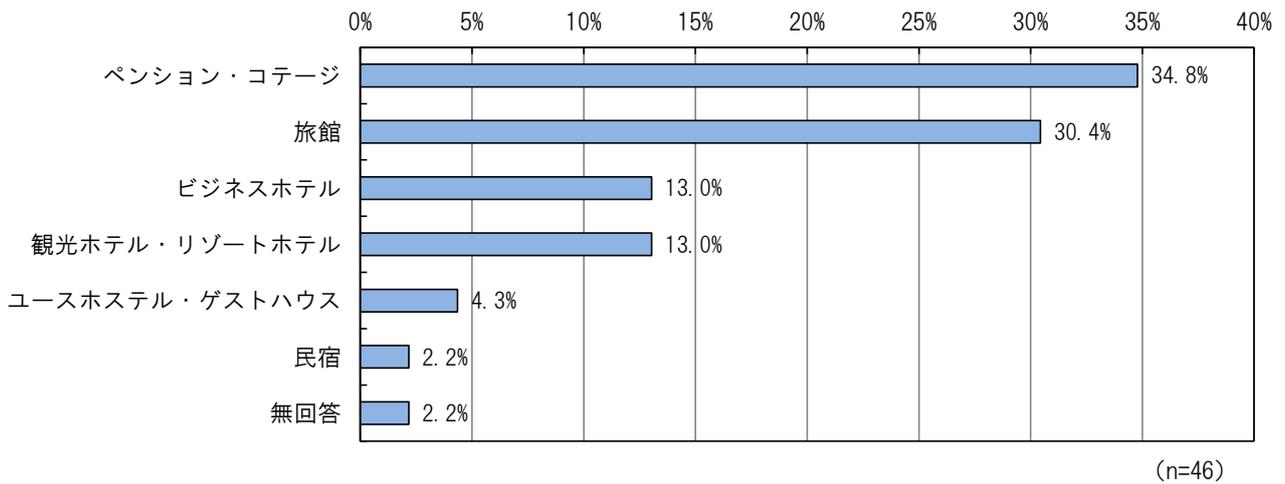
	大社周辺エリア	高原リゾートエリア
岡谷市	岡谷駅周辺、湊	その他
諏訪市	上諏訪温泉・上諏訪駅周辺、諏訪インター周辺	霧ヶ峰周辺、その他
茅野市	晴ヶ峰西山（諏訪大社周辺等）、茅野駅周辺	車山高原・白樺湖、蓼科、その他
下諏訪町	諏訪湖周辺、諏訪大社周辺・宿場町、毒沢鉱泉	八島湿原、その他
富士見町		富士見高原周辺、その他
原村		自然文化園周辺（ペンションビレッジ）、その他

問3 施設類型

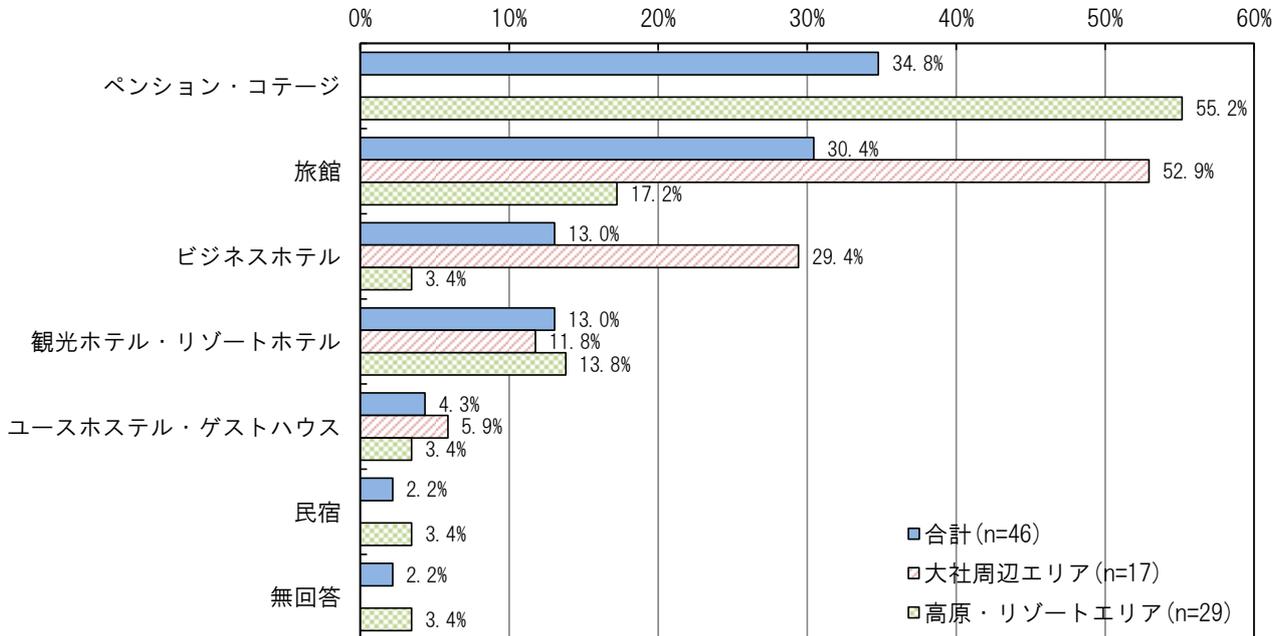
アンケート回答施設の施設類型は、「ペンション・コテージ」が最も多く、次いで「旅館」が多い。(図表 21)

エリア別にみると、「大社周辺エリア」では「旅館」、「ビジネスホテル」とする回答割合が、全体の回答割合をそれぞれ22.5ポイント、16.4ポイント上回っている。また、「高原・リゾートエリア」では「ペンション・コテージ」とする回答割合が、全体の回答割合を20.4ポイント上回っている。(図表 22)

図表 21 施設類型



図表 22 【エリア別】施設類型



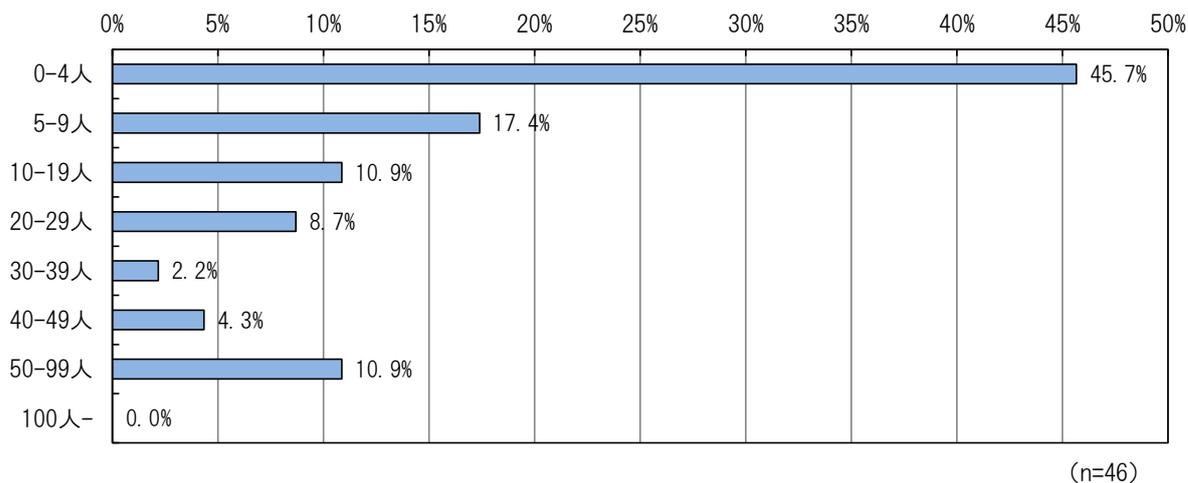
問4 従業者数および部屋数

アンケート回答施設の従業者数をみると、「0-4人」が最も多く、次いで「5-9人」が多くなっている。

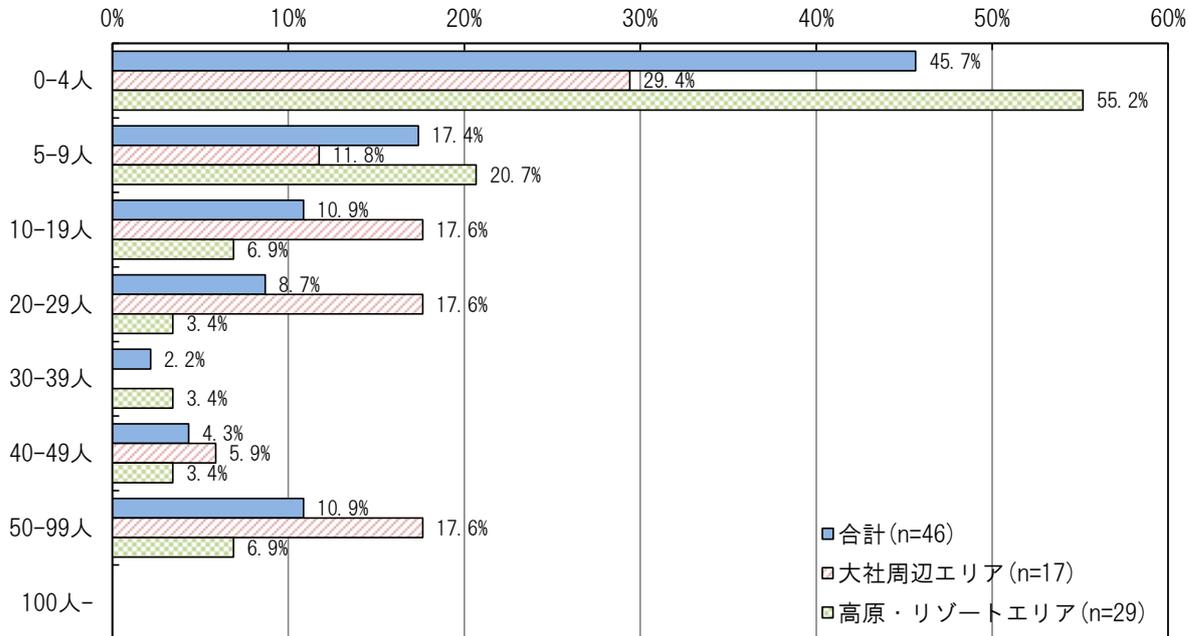
(図表 23)

エリア別にみると、「大社周辺エリア」では「50-99人」とする回答割合が全体の回答割合を6.7ポイント上回っており、「高原・リゾートエリア」では「0-4人」とする回答割合が全体の回答割合を9.5ポイント上回っている。(図表 24)

図表 23 従業者数



図表 24 【エリア別】従業者数



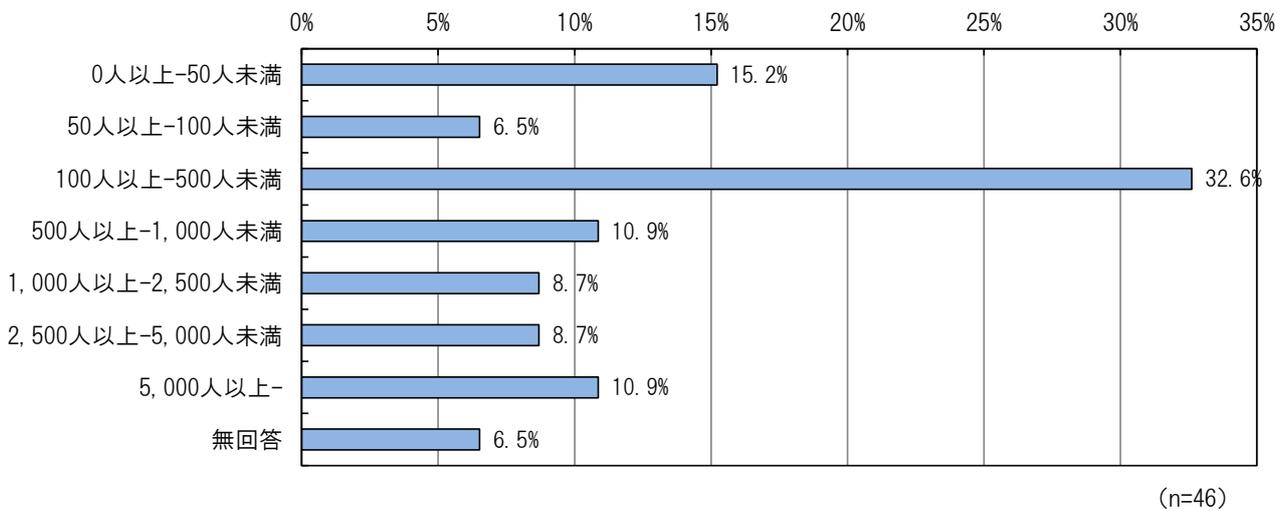
■ 宿泊者数について

問5 延べ宿泊者数 (2022年4-5月)

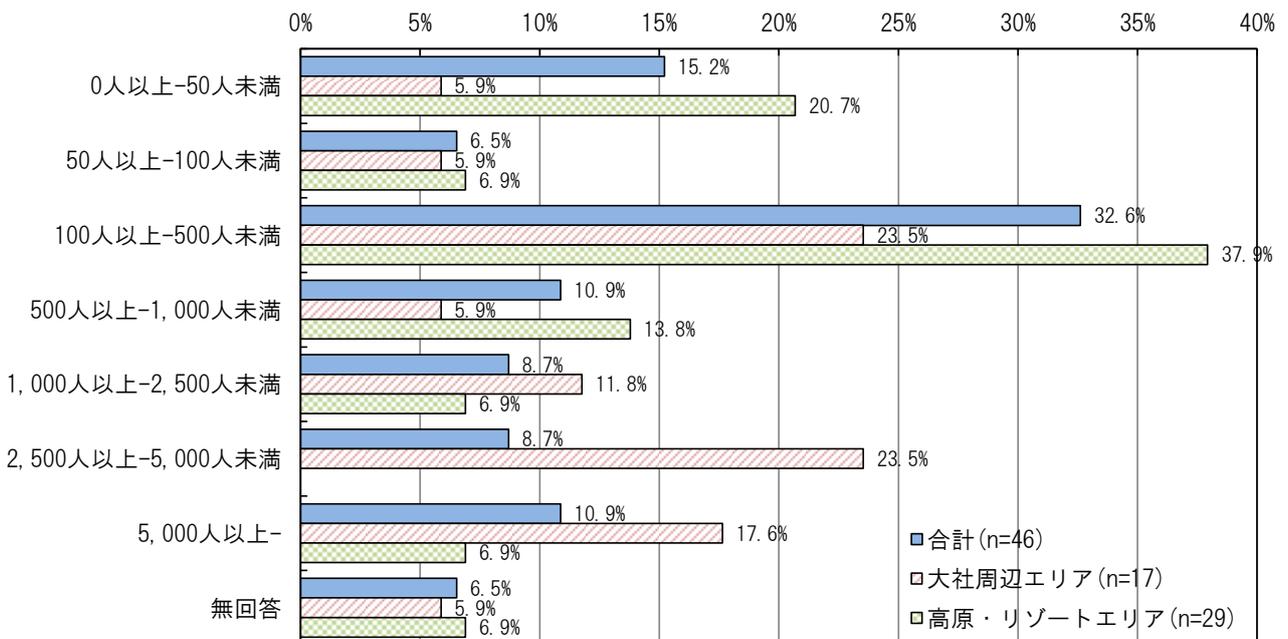
御柱祭が開催された2022年4-5月の延べ宿泊者数をみると、「100人以上-500人未満」とする施設が最も多い。(図表25)

エリア別にみると、「大社周辺エリア」では「2,500人以上-5,000人未満」、「5,000人以上-」とする回答割合が、全体の回答割合をそれぞれ14.8ポイント、6.7ポイント上回っている。「高原・リゾートエリア」では「0人以上-50人未満」、「100人以上-500人未満」とする回答割合が、全体の回答割合をそれぞれ5.5ポイント、5.3ポイント上回っている。(図表26)

図表25 延べ宿泊者数 (2022年4-5月)



図表26 【エリア別】延べ宿泊者数 (2022年4-5月)



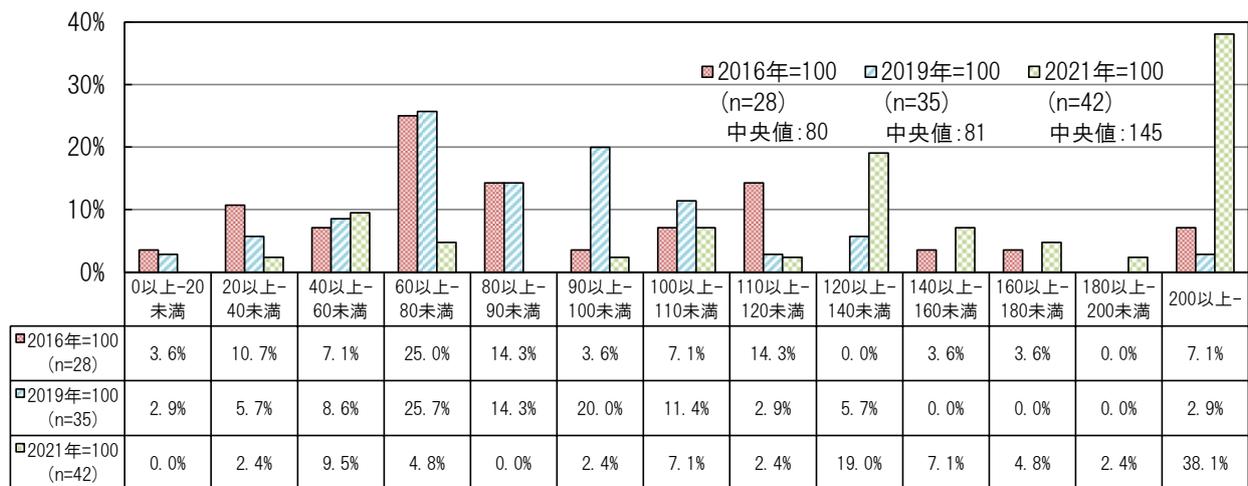
問6 過去と比較した延べ宿泊者数の水準

2022年4-5月の延べ宿泊者数について、前年の2021年以上であったと回答した施設（「2021年=100」が「100以上」と回答した施設）は81.0%となった。また、前年同期比で2倍以上と回答した施設（同「200以上-」と回答した施設）は38.1%となっている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年以上であったと回答した施設（「2019年=100」が「100以上」と回答した施設）は22.9%、前回の御柱祭開催年である2016年以上であったと回答した施設（「2016年=100」が「100以上」と回答した施設）は35.7%となっている。

2022年4-5月の延べ宿泊者数について、2021年同期の延べ宿泊者数を100とした指数（2021年=100）の回答結果の中央値は145と、2021年同期の延べ宿泊者数（=100）を上回っている。

図表 27 過去と比較した延べ宿泊者数の水準（2022年4-5月）



（注）無回答を除いて集計

2016年=100：2016年4-5月の延べ宿泊者数を[100]とした場合の2022年4-5月の延べ宿泊者数

2019年=100：2019年4-5月の延べ宿泊者数を[100]とした場合の2022年4-5月の延べ宿泊者数

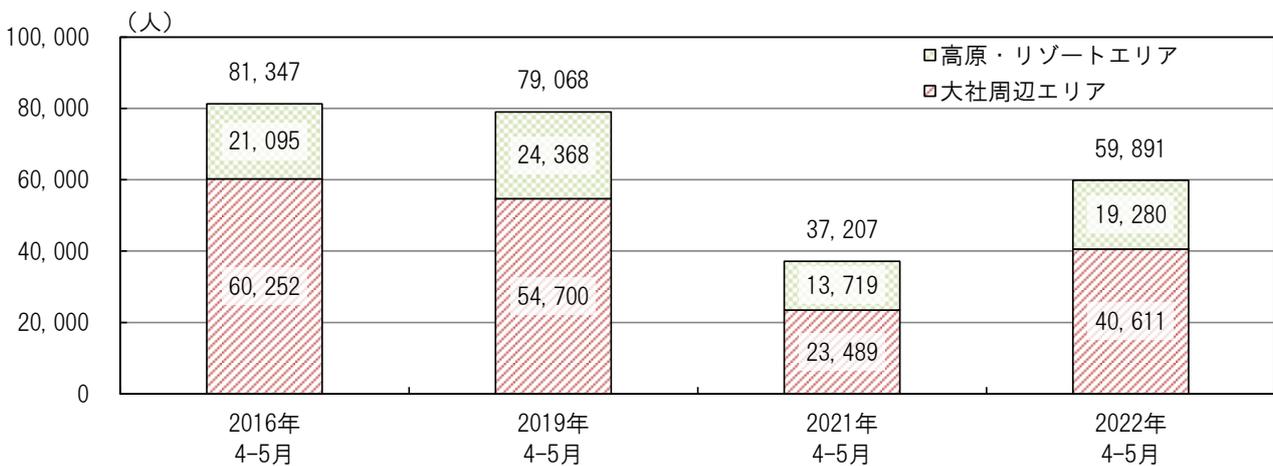
2021年=100：2021年4-5月の延べ宿泊者数を[100]とした場合の2022年4-5月の延べ宿泊者数

「問5」および「問6」の結果をもとに各年 4-5 月の延べ宿泊者数を推計した結果をみると、2021 年に 37,207 人と、新型コロナウイルス感染拡大前 (2019 年) 79,068 人の 47.1% の水準まで落ち込んだ後、2022 年には 59,891 人と、同年比 75.7% の水準にまで回復している。(図表 28)

新型コロナウイルス感染拡大前 2019 年の 4-5 月の延べ宿泊者数を 100 とした指数にて延べ宿泊者数の推移をエリア別にみると、2021 年 4-5 月から 2022 年同期における同指数の上昇幅は、「大社周辺エリア」で+31.3 となっており、「高原・リゾートエリア」の+22.8 を上回っていることから、「高原・リゾートエリア」との比較において、2022 年に開催された御柱祭が「大社周辺エリア」の 4-5 月の延べ宿泊者を増加させる効果が一定程度あったものと考えられる。(図表 29)

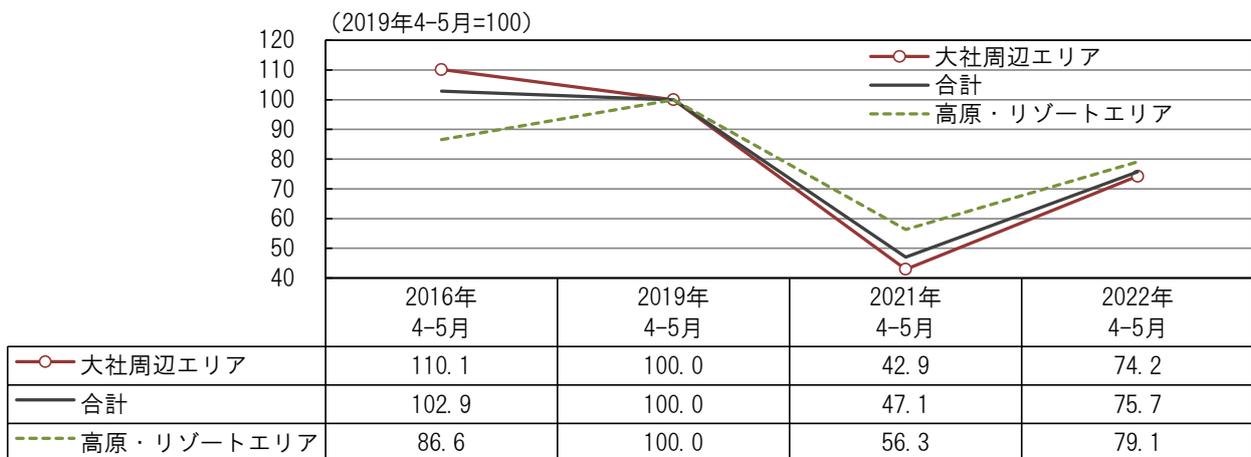
前回の御柱祭が開催された 2016 年の 4-5 月についてみると、「高原・リゾートエリア」では 2019 年同期の水準を 13.4% 下回っているのに対し、「大社周辺エリア」では同 10.1% 上回っている。このことから、「高原・リゾートエリア」との比較において、前回の御柱祭では「大社周辺エリア」で 4-5 月の延べ宿泊者数を一定程度押し上げる効果があったものと推察される。(図表 29)

図表 28 延べ宿泊者数 (4-5 月) の推移



(注) 問5、問6の回答結果をもとに推計

図表 29 延べ宿泊者数 (4-5 月) の推移 (2019 年 4-5 月=100)



(注) 問5、問6の回答結果をもとに推計

【参考】延べ宿泊者数の推移の全国・長野県との比較による分析

10,11 ページの**図表 15** および**図表 16** のとおり、観光庁「宿泊旅行統計調査」では、全国および長野県の月別の延べ宿泊者数を確認することが出来る。これを用い、本アンケート調査結果から得られた諏訪地域の各年4-5月における延べ宿泊者数の推移について、全国および長野県との比較・分析を行う。

(参考図表 1)

2016年 御柱祭が宿泊者数を一定程度押し上げた可能性が考えられる

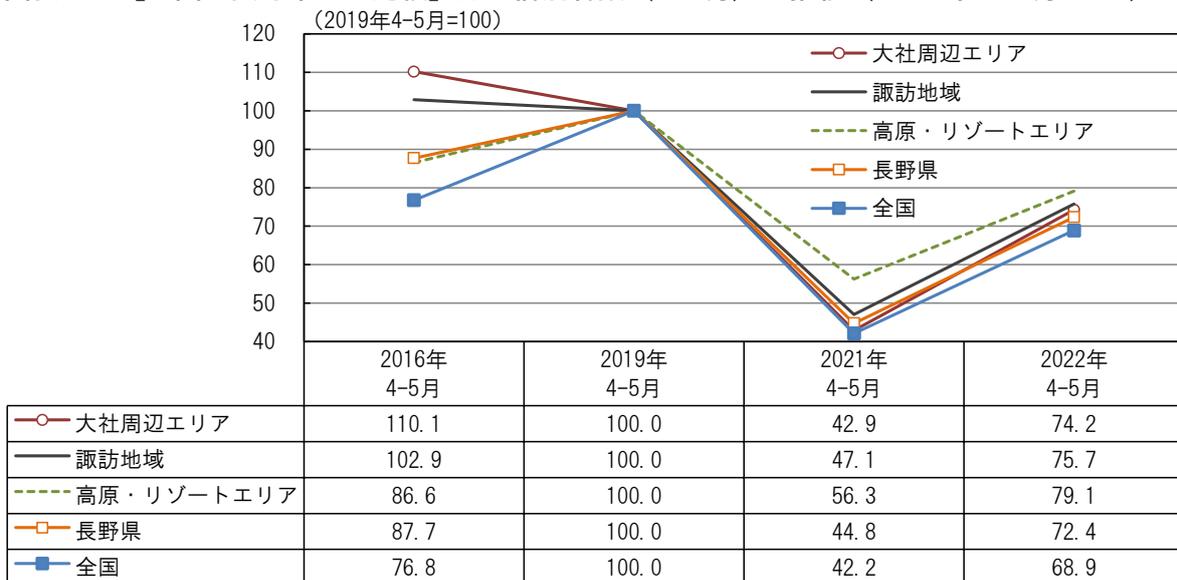
2019年4-5月の延べ宿泊者数を100とした指数にて、前回御柱祭開催年である2016年同期の延べ宿泊者数をみると、全国・長野県および「高原・リゾートエリア」は、2019年同期比で13~23%程度下回っているのに対し、「大社周辺エリア」では110.1と、同10.1%上回っている。このことから、「高原・リゾートエリア」に加え、全国や長野県との比較からも、前回の御柱祭では特に「大社周辺エリア」において4-5月の延べ宿泊者数を一定程度押し上げる効果があったものと推察することが出来る。

2022年 御柱祭による効果は前回2016年と比較すると限定的

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年4-5月の延べ宿泊者数を100とした指数にて、2021年4-5月から2022年同期における同指数の上昇幅をみると、「大社周辺エリア」で+31.3となっており、全国(+26.7)および長野県(+27.6)、「高原・リゾートエリア」(+22.8)を上回っていることから、全国や長野県、「高原リゾートエリア」との比較において、御柱祭開催によって「大社周辺エリア」の2022年4-5月の延べ宿泊者数を押し上げる効果が一定程度あったことが推察される。

なお、同指数にて全国および長野県、諏訪地域の2021年4-5月および2022年4-5月の延べ宿泊者数を比較すると、「高原・リゾートエリア」で、全国、長野県および「大社周辺エリア」を上回っているが、これには新型コロナウイルス感染拡大後の宿泊客の動向の変化が影響しているものと考えられる。具体的には2020年、2021年の諏訪地域の延べ宿泊者(参考図表5、参考図表6にて後述)をみると、感染リスクを抑えながら旅行を楽しめる観光地として、密を避けることのできる蓼科や車山高原等のリゾート地や高原が選ばれる傾向にあり、感染拡大の収束が見通せないなか2022年4-5月においても「高原・リゾートエリア」の宿泊者数が比較的多くなっているものと推察される。

参考図表 1 【全国・長野県との比較】延べ宿泊者数（4-5月）の推移（2019年4-5月=100）



(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

(注) 全国および長野県は観光庁「宿泊旅行統計調査」の値。(2021年以前は確報値、2022年は2次速報値)
諏訪地域(大社周辺エリア、高原・リゾートエリア)の延べ宿泊者数は、アンケート調査結果から推計。

【参考】過去の御柱祭開催年および新型コロナウイルス感染拡大後の延べ宿泊者数

長野県「観光地利用者統計調査」にて、長野県および諏訪地域、諏訪地域の各観光地の延べ宿泊者数（年間）の推移を確認する。（参考図表 2）

過去の御柱祭開催年における諏訪地域の延べ宿泊者数は比較的多い

長野県および諏訪地域の延べ宿泊者の推移を、2015 年の延べ宿泊者を 100 とした指数にて比較すると、過去の御柱祭開催年（2010 年、2016 年）では、いずれも諏訪地域が長野県の水準を上回っており、県全体と比較して、延べ宿泊者数が多いと言える。

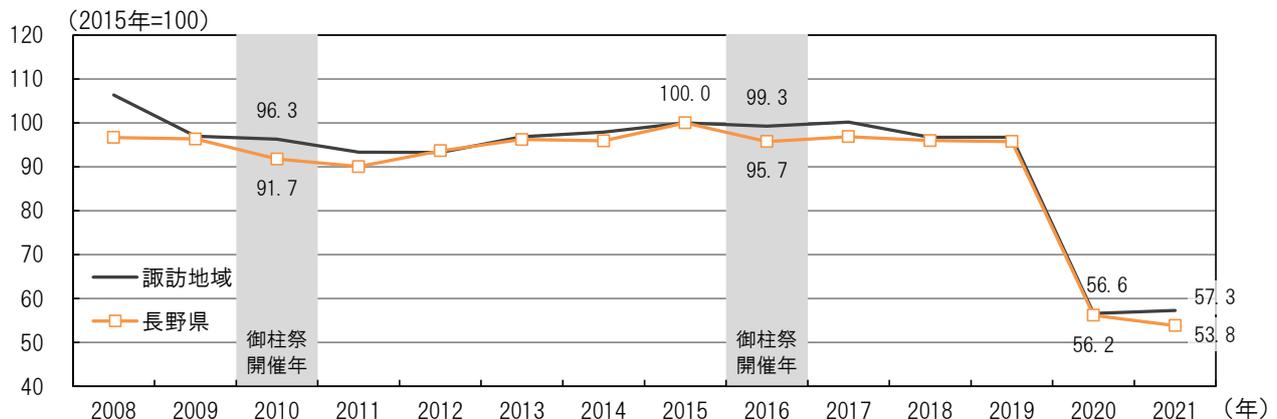
このことから、御柱祭によって宿泊者数が増加していることが推察されるが、観光地別にみると上諏訪温泉や下諏訪温泉の宿泊者数増加による影響が大きい。（参考図表 3、参考図表 4 にて後述）

新型コロナウイルス感染拡大後における諏訪地域の延べ宿泊者数は比較的多い

長野県および諏訪地域の延べ宿泊者の推移を、2015 年の延べ宿泊者を 100 とした指数にて比較すると、新型コロナウイルス感染拡大後の 2020 年、2021 年において、諏訪地域が長野県の水準を上回っており、県全体と比較して延べ宿泊者数が多いと言える。

観光地別にみると蓼科、車山高原などで宿泊者数の落ち込みが比較的少なくなっている。（参考図表 5、参考図表 6 にて後述） この背景について、感染リスクを抑えながら旅行を楽しめる観光地として、密を避けることのできるリゾート地や高原が選ばれる傾向にある可能性が考えられる。

参考図表 2 延べ宿泊者数（年間）の推移



（資料）長野県「観光地利用者統計調査」

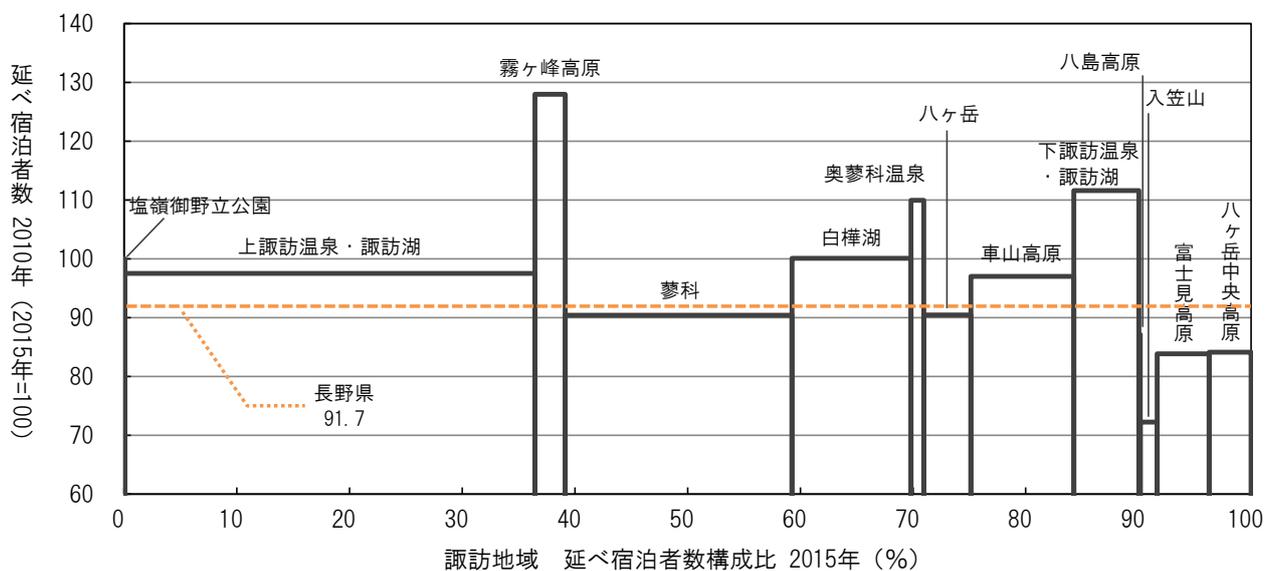
過去の御柱祭開催年（2010年）における諏訪地域 各観光地の延べ宿泊者数

2015年の延べ宿泊者を100とした指数にて2010年の延べ宿泊者数をみると、諏訪地域では96.3となっており、長野県の91.7を4.6ポイント上回っている。（参考図表2）

そこで、2010年における諏訪地域の延べ宿泊者数（2015年=100）を観光地別にみると、「上諏訪温泉・諏訪湖」（97.5）や「霧ヶ峰高原」（128.0）、「下諏訪温泉・諏訪湖」（111.6）などで、長野県の91.7を上回っている。（参考図表3）

諏訪地域（96.3）では、長野県の91.7を4.6ポイント上回っているが、その内訳を各観光地の延べ宿泊者数と諏訪地域における延べ宿泊者数の構成比をもとに算出すると、「上諏訪温泉・諏訪湖」（2.1ポイント）、「下諏訪温泉・諏訪湖」（1.1ポイント）、「霧ヶ峰高原」（1.0ポイント）の順に大きくなっている。

参考図表3 2010年（年間）の延べ宿泊者数（2015年=100）



（資料）長野県「観光地利用者統計調査」

（注）2008年～2021年の期間中、継続して延べ宿泊者数が「0」である4つの観光地については省略。

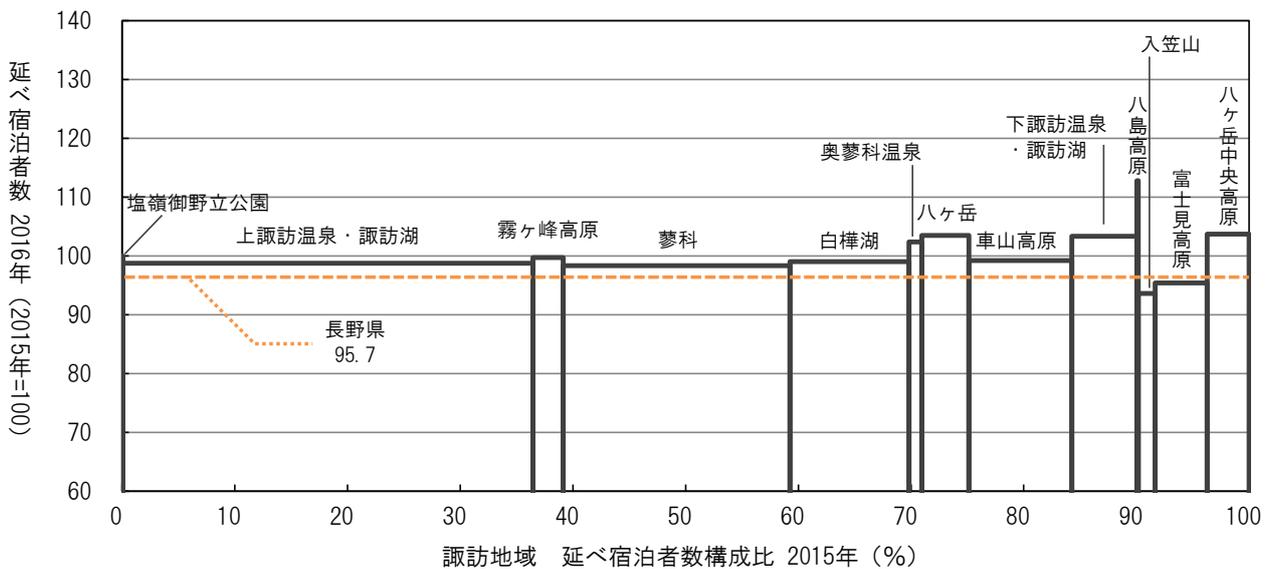
過去の御柱祭開催年（2016年）における諏訪地域 各観光地の延べ宿泊者数

2015年の延べ宿泊者を100とした指数にて2016年の延べ宿泊者数をみると、諏訪地域では99.3となっており、長野県の95.7を3.6ポイント上回っている。（参考図表2）

そこで、2016年における諏訪地域の延べ宿泊者数（2015年=100）を観光地別にみると、「上諏訪温泉・諏訪湖」（98.8）や「蓼科」（98.4）、「下諏訪温泉・諏訪湖」（103.4）などで、長野県の95.7を上回っている。（参考図表4）

諏訪地域（99.3）では、長野県の95.7を3.6ポイント上回っているが、その内訳を各観光地の延べ宿泊者数と諏訪地域における延べ宿泊者数の構成比をもとに算出すると、「上諏訪温泉・諏訪湖」（1.1ポイント）、「蓼科」（0.5ポイント）、「下諏訪温泉・諏訪湖」（0.4ポイント）の順に大きくなっている。

参考図表4 2016年（年間）の延べ宿泊者数（2015年=100）



（資料）長野県「観光地利用者統計調査」

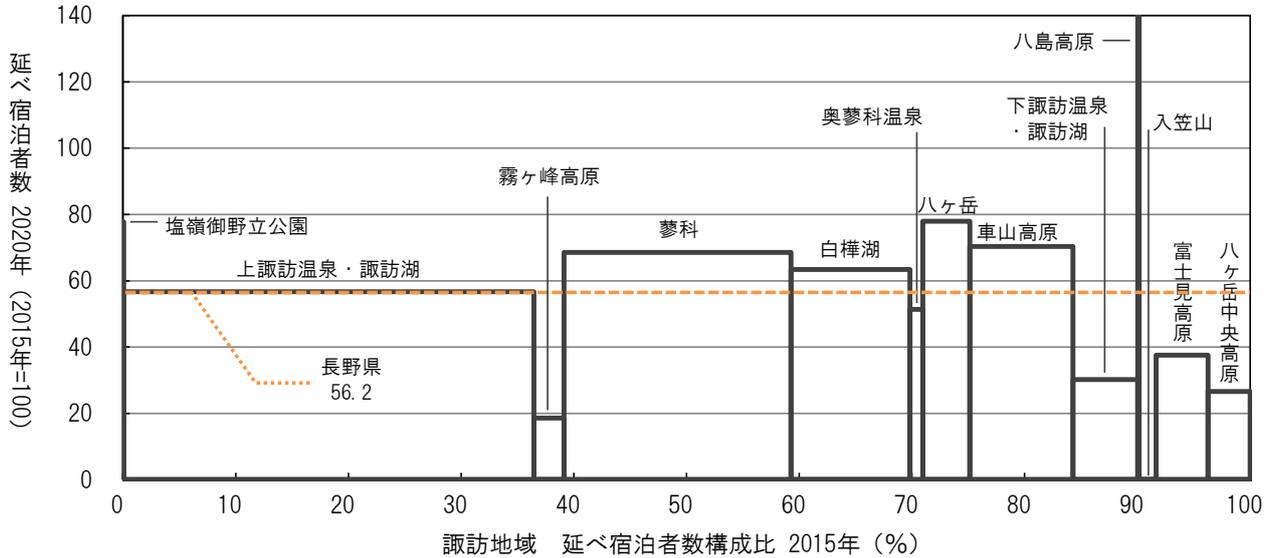
（注）2008年～2021年の期間中、継続して延べ宿泊者数が「0」である4つの観光地については省略。

新型コロナウイルス感染拡大後（2020年、2021年）における諏訪地域 各観光地の延べ宿泊者数

2015年の延べ宿泊者を100とした指数にて、2020年の延べ宿泊者数をみると、諏訪地域では56.6となっており、長野県の56.2を0.4ポイント上回っている。（参考図表2）

そこで、2020年における諏訪地域の延べ宿泊者数(2015年=100)を観光地別にみると、「蓼科」(68.5)や「車山高原」(70.3)、「八ヶ岳」(78.0)などで、長野県の56.2を上回っている。（参考図表5）

参考図表5 2020年（年間）の延べ宿泊者数（2015年=100）



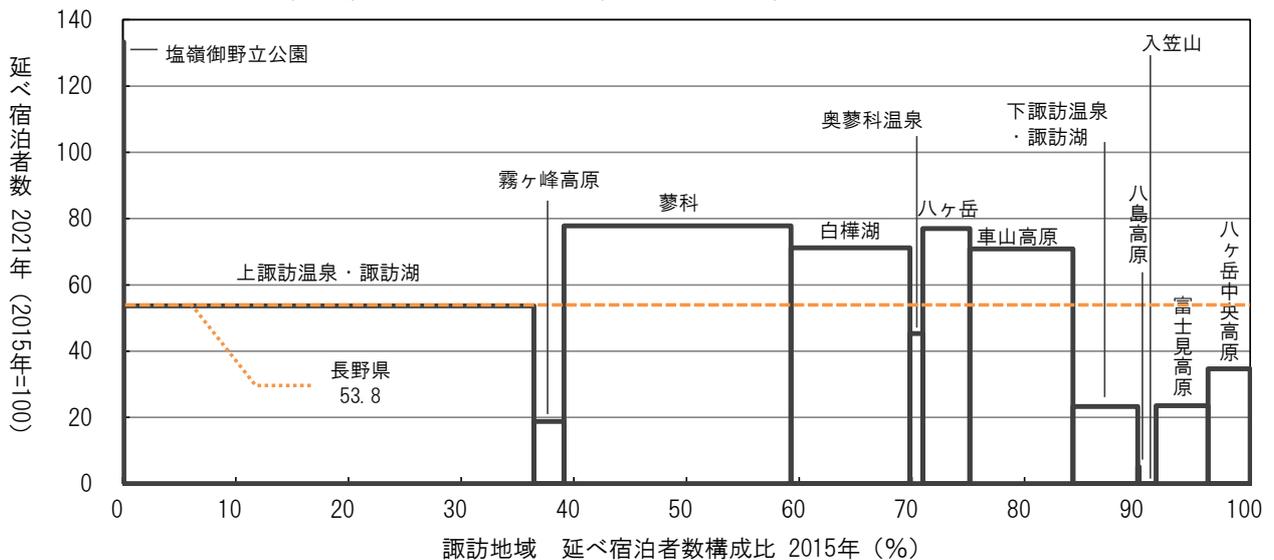
（資料）長野県「観光地利用者統計調査」

（注）2008年～2021年の期間中、継続して延べ宿泊者数が「0」である4つの観光地については省略。

2015年の延べ宿泊者を100とした指数にて2021年の延べ宿泊者数をみると、諏訪地域では57.3となっており、長野県の53.8を3.5ポイント上回っている。（参考図表2）

そこで、2021年における諏訪地域の延べ宿泊者数(2015年=100)を観光地別にみると、「蓼科」(77.8)や「白樺湖」(71.2)、「車山高原」(70.9)などで、長野県の53.8を上回っている。（参考図表6）

参考図表6 2021年（年間）の延べ宿泊者数（2015年=100）



（資料）長野県「観光地利用者統計調査」

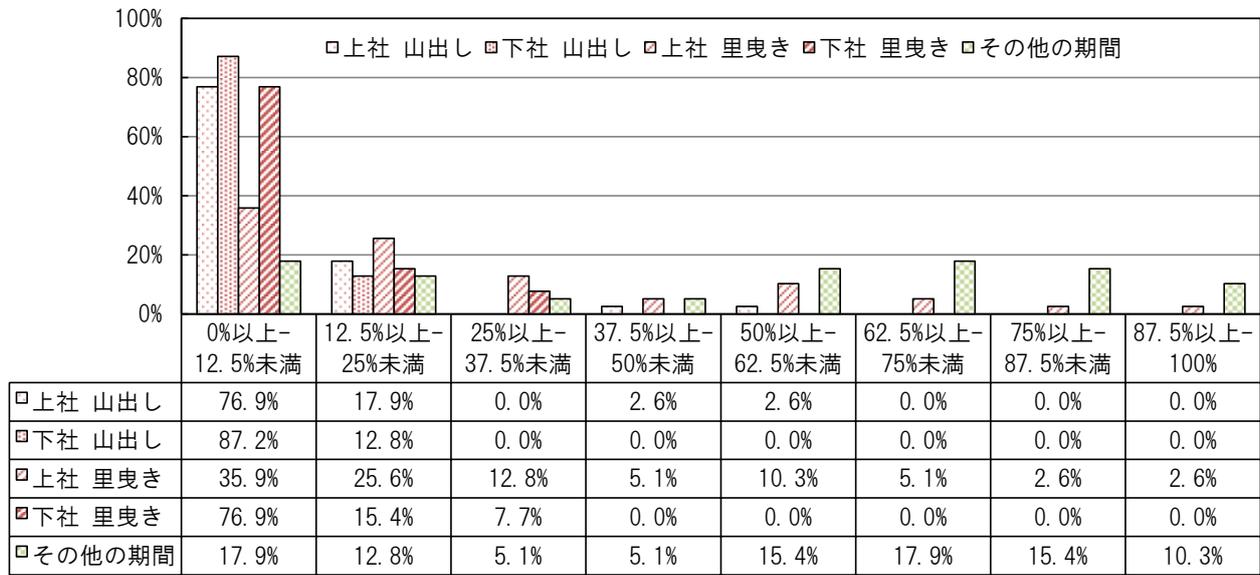
（注）2008年～2021年の期間中、継続して延べ宿泊者数が「0」である4つの観光地については省略。

問7 延べ宿泊者数の構成比 (スケジュール別)

2022年4-5月における延べ宿泊者数のスケジュール別の構成比をみると、「山出し」、「里曳き」のいずれの期間にも当たらない「その他の期間」が全体の半数以上を占めると回答した施設(50%以上と回答した施設)が59.0%となった。「上社 里曳き」期間中が全体の半数以上を占めると回答した施設(50%以上と回答した施設)は20.5%となったが、「上社 山出し」、「下社 山出し」、「下社 里曳き」期間中の同割合は、それぞれ2.6%、0.0%、0.0%に留まっている。(図表 30)

「大社周辺エリア」についてみると、「その他の期間」が全体の半数以上を占めると回答した施設(50%以上と回答した施設)が73.3%となった。御柱祭期間中(「上社 山出し」、「下社 山出し」、「上社 里曳き」、「下社 里曳き」)における同割合は0.0%となった。(図表 31)

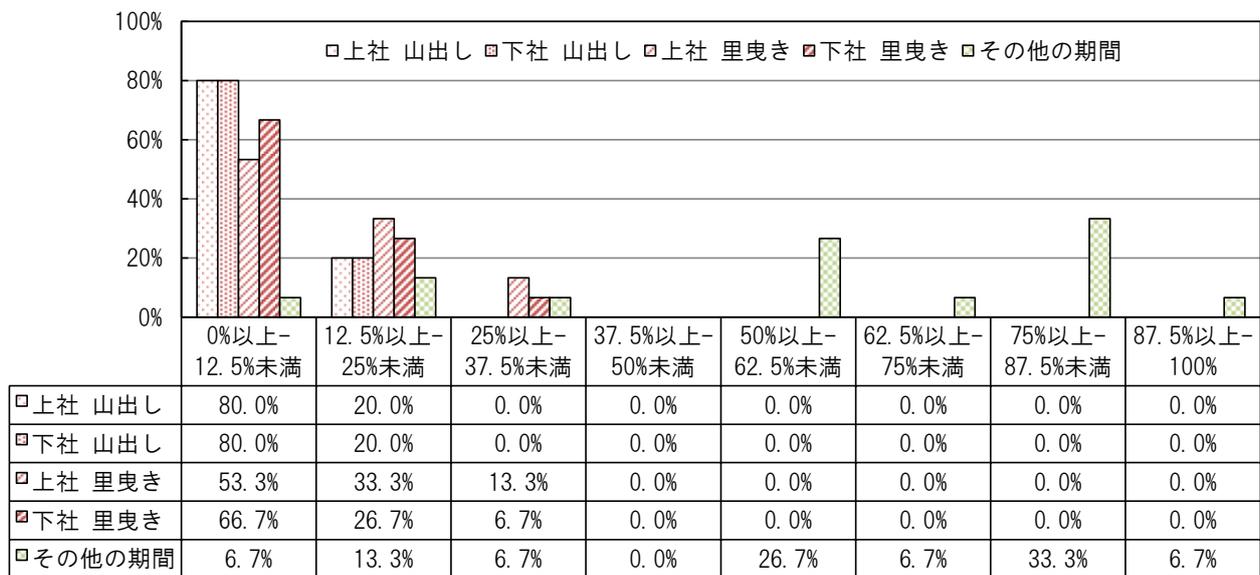
図表 30 延べ宿泊者数の構成比 (スケジュール別)



(n=39)

(注) 無回答を除いて集計

図表 31 【大社周辺エリア】延べ宿泊者数の構成比 (スケジュール別)



(n=15)

(注) 無回答を除いて集計

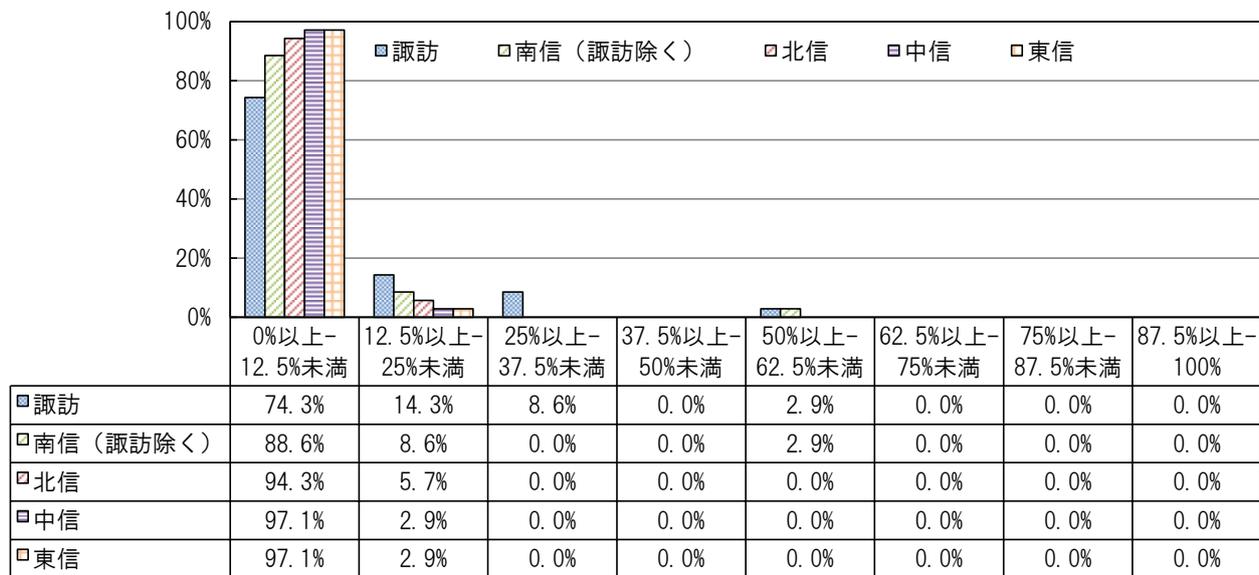
■ 宿泊者の属性について

問8 延べ宿泊者数の構成比（宿泊者の居住地別）

2022年4-5月における延べ宿泊者数の居住地別構成比をみると、県内からの宿泊者については「諏訪」および「南信（諏訪除く）」の構成比が比較的高い。（図表 32）

県外からの宿泊者については、「関東」の構成比が比較的高い。（図表 33）

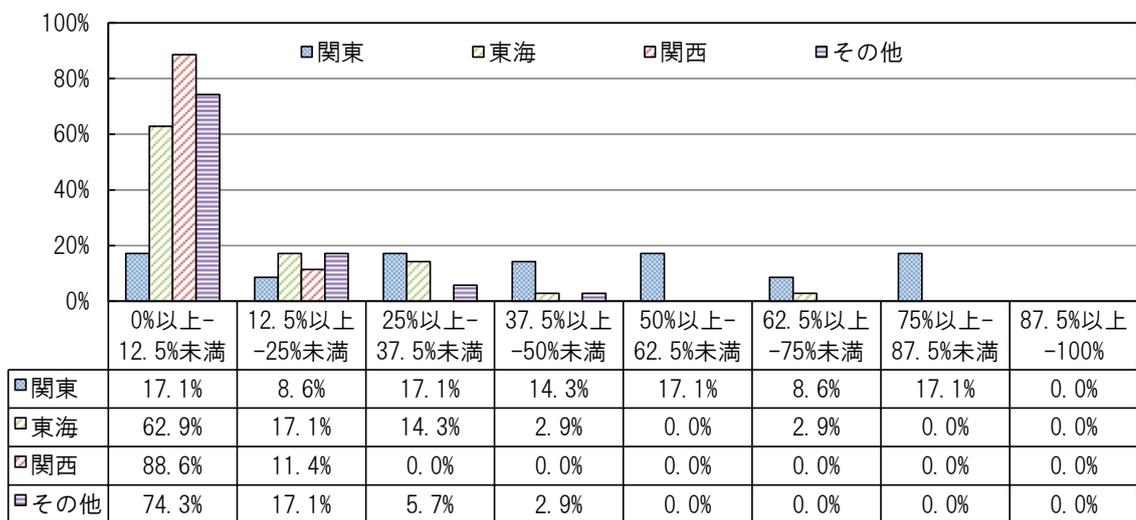
図表 32 延べ宿泊者数の構成比（居住地別[県内]）



(n=35)

(注) 無回答を除いて集計

図表 33 延べ宿泊者数の構成比（居住地別[県外]）



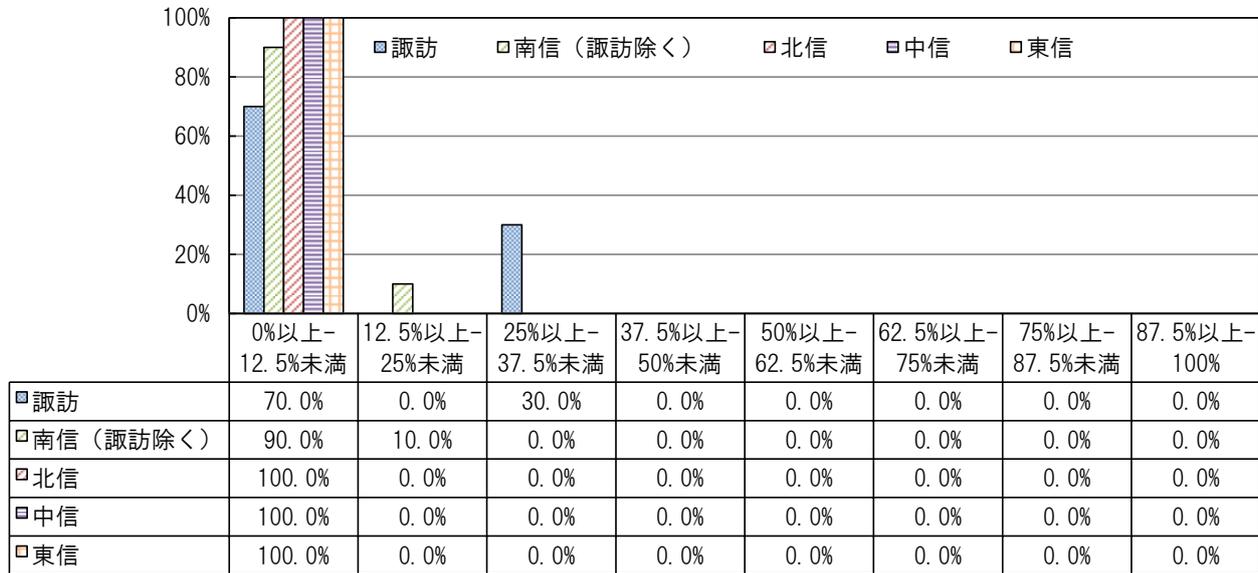
(n=35)

(注) 無回答を除いて集計

エリア別にみると、県内からの宿泊者については「高原・リゾートエリア」を含めた全体の回答結果と同様に、「諏訪」および「南信（諏訪除く）」の構成比が比較的高い。（図表 34）

県外からの宿泊者についても、全体の回答結果と同様に「関東」の構成比が比較的高い。（図表 35）

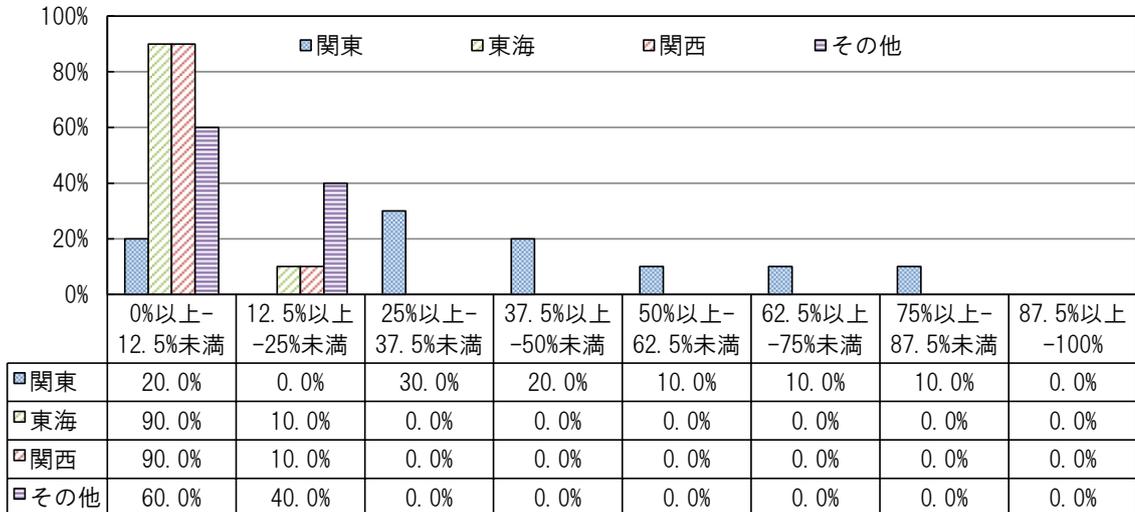
図表 34 【大社周辺エリア】延べ宿泊者数の構成比（居住地別[県内]）



(n=10)

(注) 無回答を除いて集計

図表 35 【大社周辺エリア】延べ宿泊者数の構成比（居住地別[県外]）



(n=10)

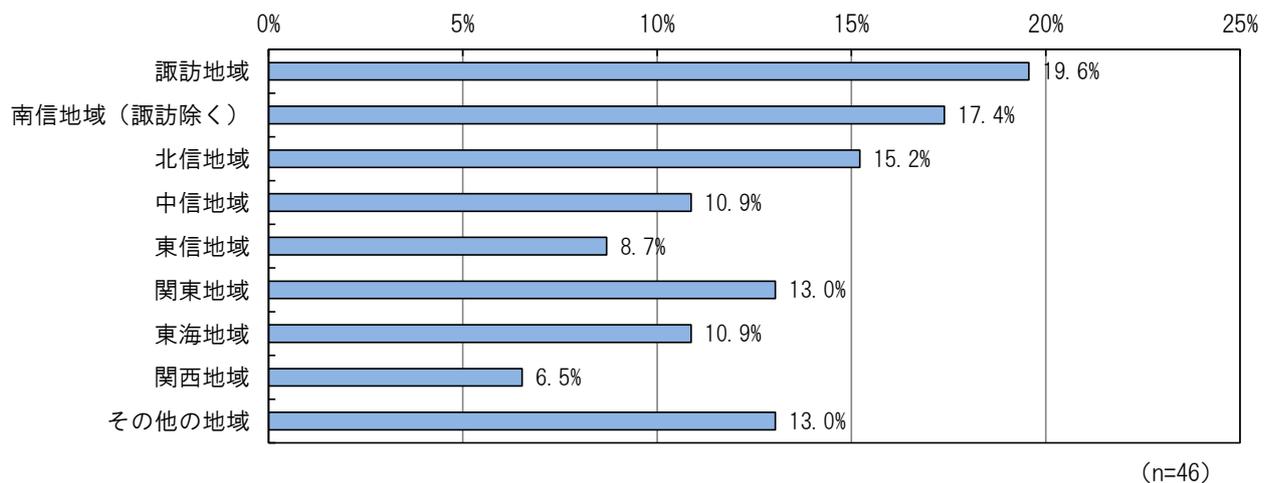
(注) 無回答を除いて集計

問9 延べ宿泊者数の構成比（宿泊者の居住地別）が特に増加した地域（前回御柱祭との比較）

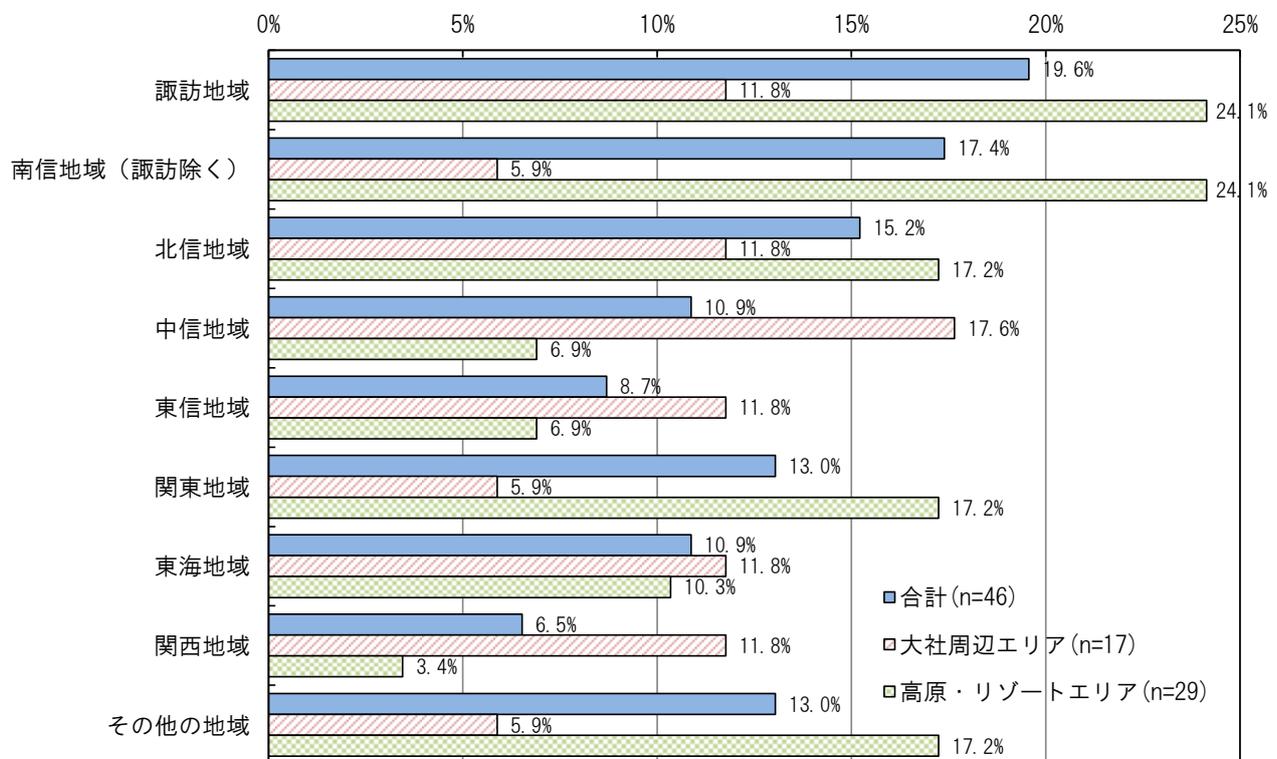
2022年4-5月における延べ宿泊者数の居住地別構成比について、前回の御柱祭と比較して増加した地域として「諏訪地域」、「南信地域（諏訪除く）」の回答割合が高くなっている。（図表 36）

エリア別にみると、「大社周辺エリア」では「中信地域」とする回答割合が全体の回答割合を6.7ポイント上回っている。また、「高原・リゾートエリア」では「諏訪地域」、「南信地域（諏訪除く）」とする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ4.5ポイント、6.7ポイント上回っている。（図表 37）

図表 36 延べ宿泊者数の構成比が増加した地域



図表 37 【エリア別】延べ宿泊者数の構成比が増加した地域

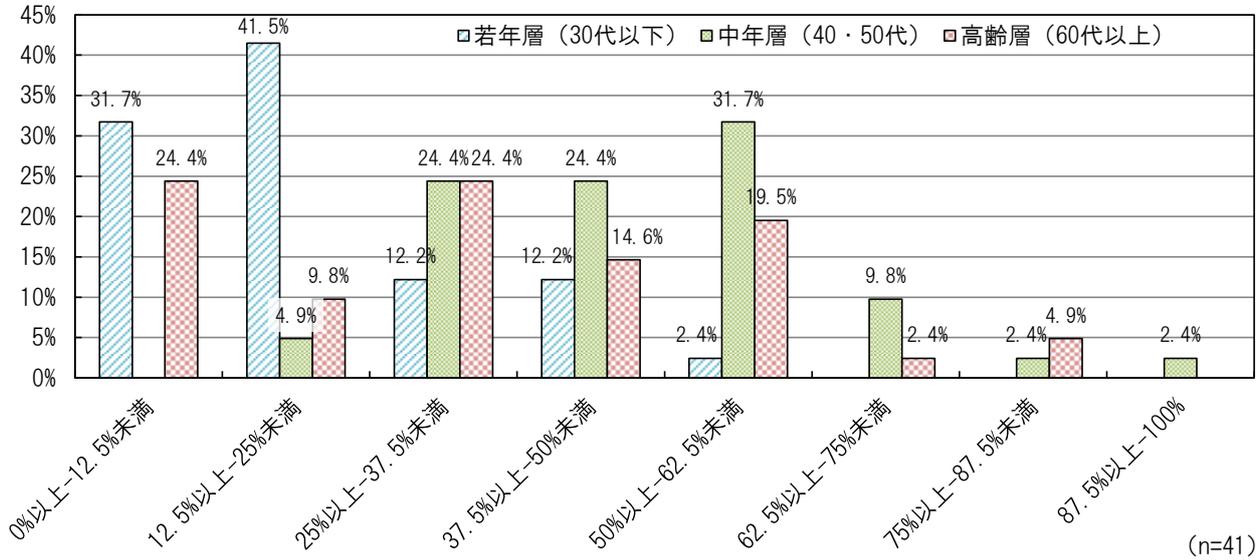


問 10 延べ宿泊者数の構成比 (年代別)

2022年4-5月における延べ宿泊者数の年代別構成比をみると、「若年層(30代以下)」に比べ、「中年層(40・50代)」および「高齢層(60代以上)」の構成比が高い傾向にある。(図表 38)

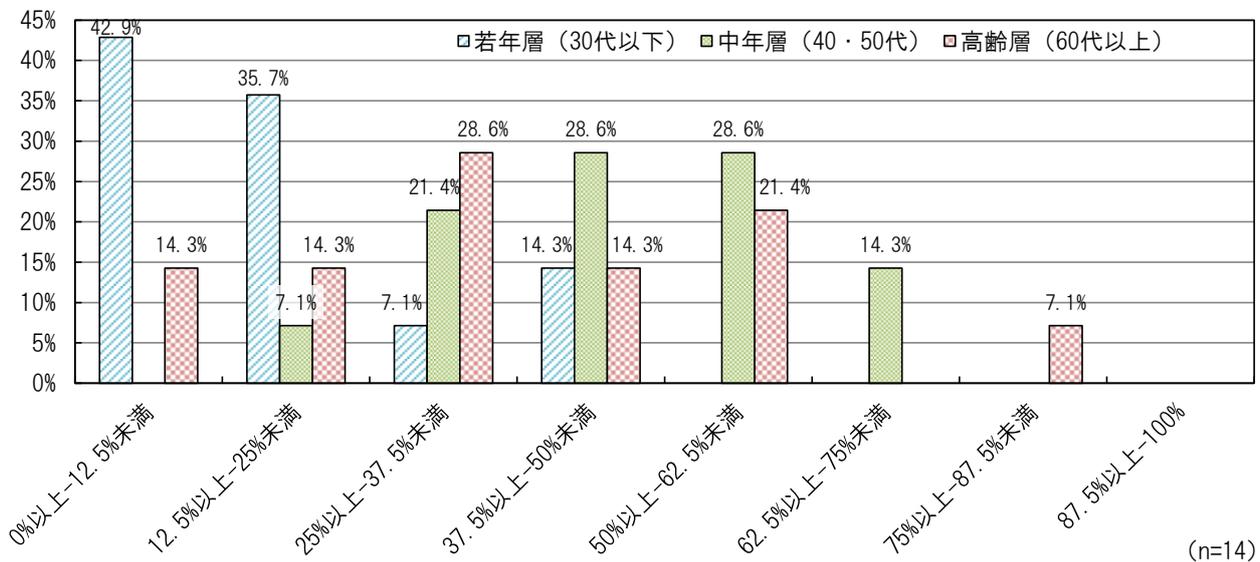
「大社周辺エリア」でも概ね同じ傾向にある。(図表 39)

図表 38 延べ宿泊者数の構成比 (年代別)



(注) 無回答を除いて集計

図表 39 【大社周辺エリア】延べ宿泊者数の構成比 (年代別)



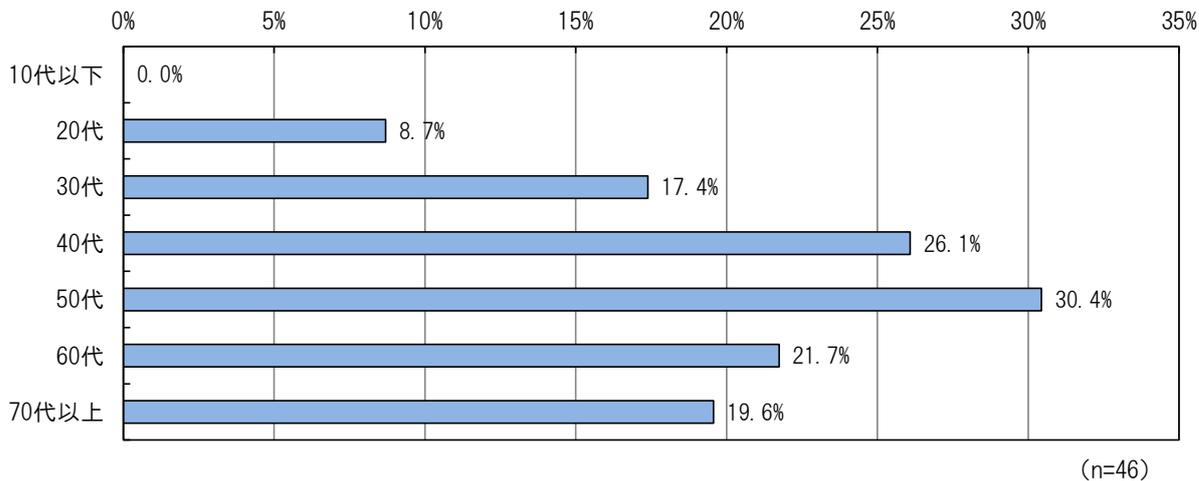
(注) 無回答を除いて集計

問 11 延べ宿泊者数の構成比（年代別）が特に増加した年代（前回御柱祭との比較）

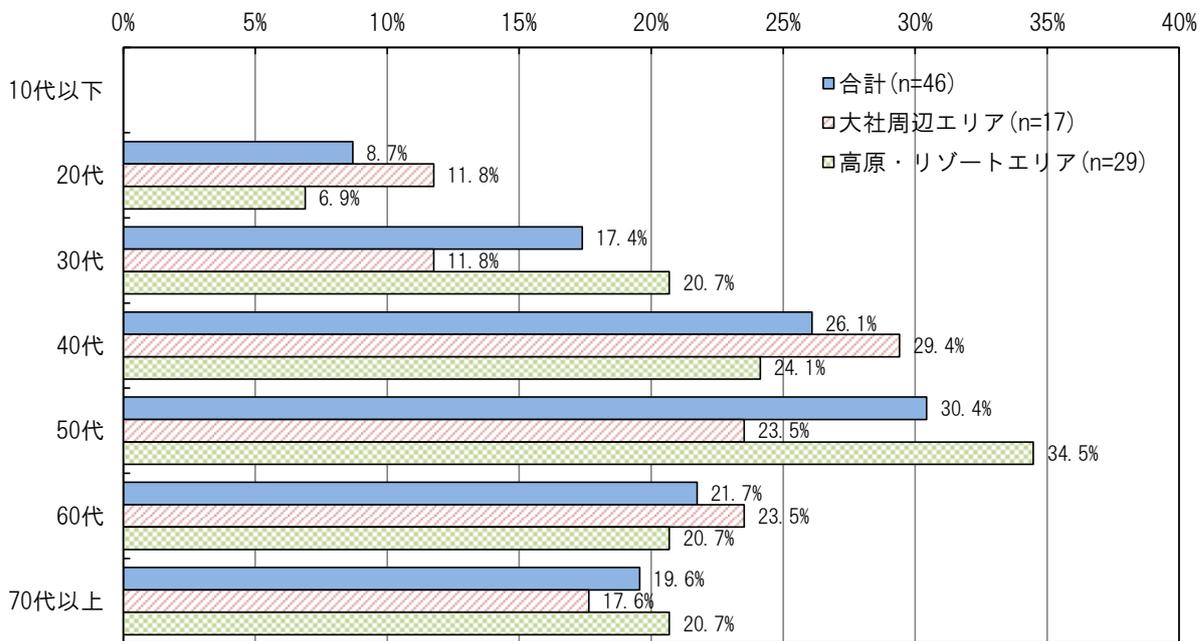
2022年4-5月における延べ宿泊者数の年代別構成比について、前回の御柱祭と比較して増加した年代として「50代」、「40代」、「60代」の順に回答割合が高くなっている。（図表 40）

エリア別にみると、「大社周辺エリア」では「40代」とする回答割合が最も高く、「高原・リゾートエリア」では「50代」とする回答割合が最も高くなっている。（図表 41）

図表 40 延べ宿泊者数の構成比が増加した年代



図表 41 【エリア別】延べ宿泊者数の構成比が増加した年代

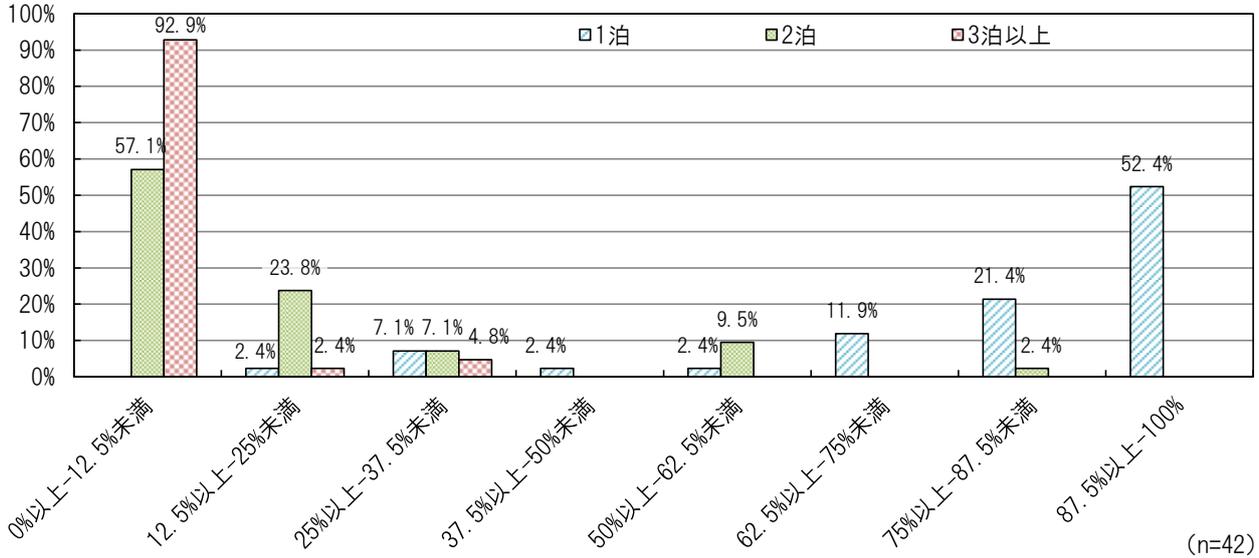


問 12 延べ宿泊者数の構成比 (宿泊数別)

2022年4-5月における延べ宿泊者数の宿泊数別構成比をみると、「1泊」の構成比が50%以上と回答した施設の割合が88.1%となっている。(図表 42)

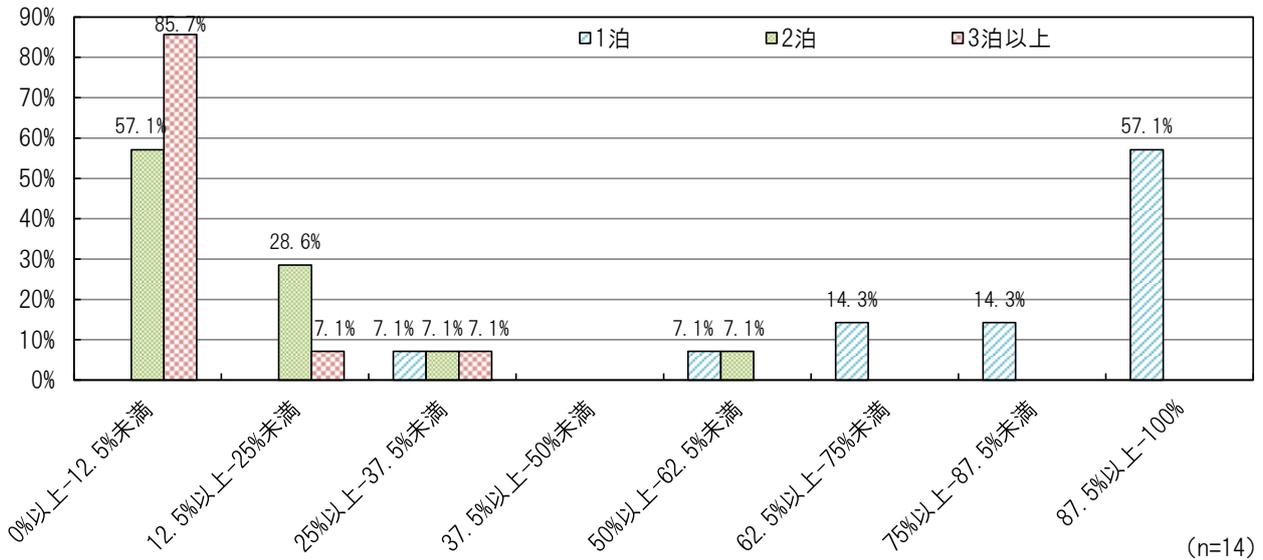
「大社周辺エリア」でも概ね同じ傾向にあり、「1泊」の構成比が50%以上と回答した施設の割合は92.9%と、「高原・リゾートエリア」を含めた全体の回答割合(88.1%)を上回っている。(図表 43)

図表 42 延べ宿泊者数の構成比 (宿泊数別)



(注) 無回答を除いて集計

図表 43 【大社周辺エリア】延べ宿泊者数の構成比 (宿泊数別)



(注) 無回答を除いて集計

問 13 延べ宿泊者数の構成比 (宿泊数別) の変化について気づいた点 (前回御柱祭との比較)

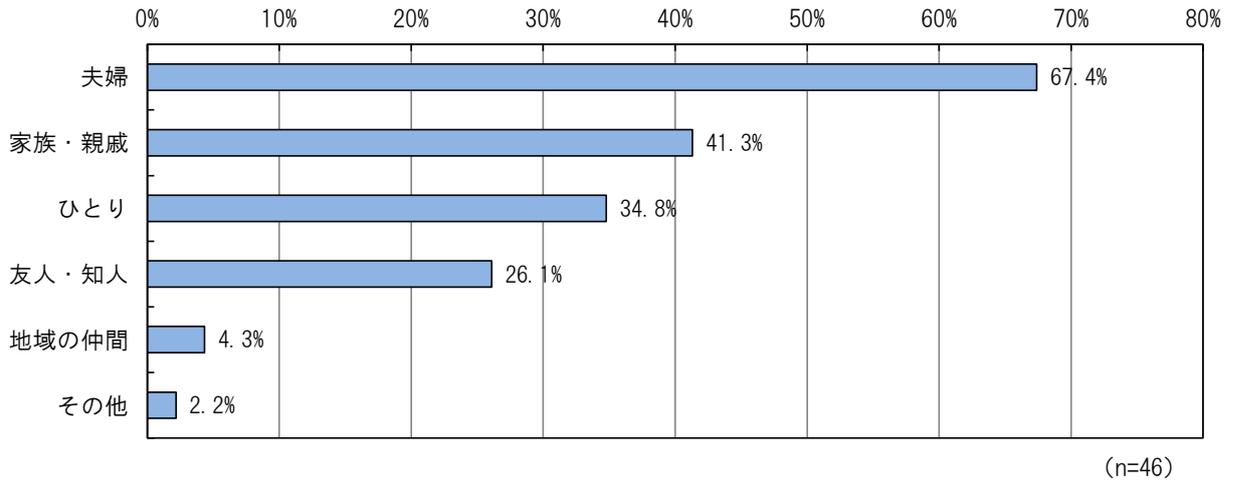
- ・ 2泊以上の宿泊客は茅野市内の友人と会食を楽しんでいる50代、60代の方が多くおりました。(茅野市/ビジネスホテル)
- ・ 2泊以上宿泊し、周辺地域の観光地を周遊する方が増えた。(茅野市/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 県内のお客様が多い。(コロナによるものと思われる)(諏訪市/旅館)
- ・ 前は4月、5月とも上社に関してはすべてツアーバス。今回は皆無。(茅野市/旅館)
- ・ 前回山出しのお客様参加が出来た時は良かった。(原村/ペンション・コテージ)
- ・ 今回は御柱の観覧規制により、御柱目的という方はわずか。(諏訪市/旅館)
- ・ 弊社は、山出しのスタート地点に近い場所にあるので、山出しが行われていた頃は宿泊客が多かったが、今回は中止であった為、宿泊客は無かった。(原村/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 上社山出しがなかったので入っていた予約のキャンセルが相次いだ。(原村/旅館)
- ・ 御柱の開催を知らずに来られている方が多かった気がします。(諏訪市/ビジネスホテル)
- ・ 今回御柱見物は無かった。(諏訪市/旅館)
- ・ 信州割すわ泊による影響であり、御柱の影響ではない。(諏訪市/旅館)
- ・ 御柱関係のお客様は昔からいません。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 御柱祭を目的とした観光客は0に等しい。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 御柱以外の観光がおおい。(富士見町/ペンション・コテージ)
- ・ 御柱目的の方は居なかった。(富士見町/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 当地域は御柱祭自体を商材にしていない。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 多少長野市善光寺に行く方がいた。(諏訪市/旅館)
- ・ 登山客がふえる。温泉利用客がふえる。ゴルフのお客様がふえる。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 当方宿泊客は御柱祭見物無！登山、トレッキング等のみ。(原村/ペンション・コテージ)

問 14 宿泊者の同行者

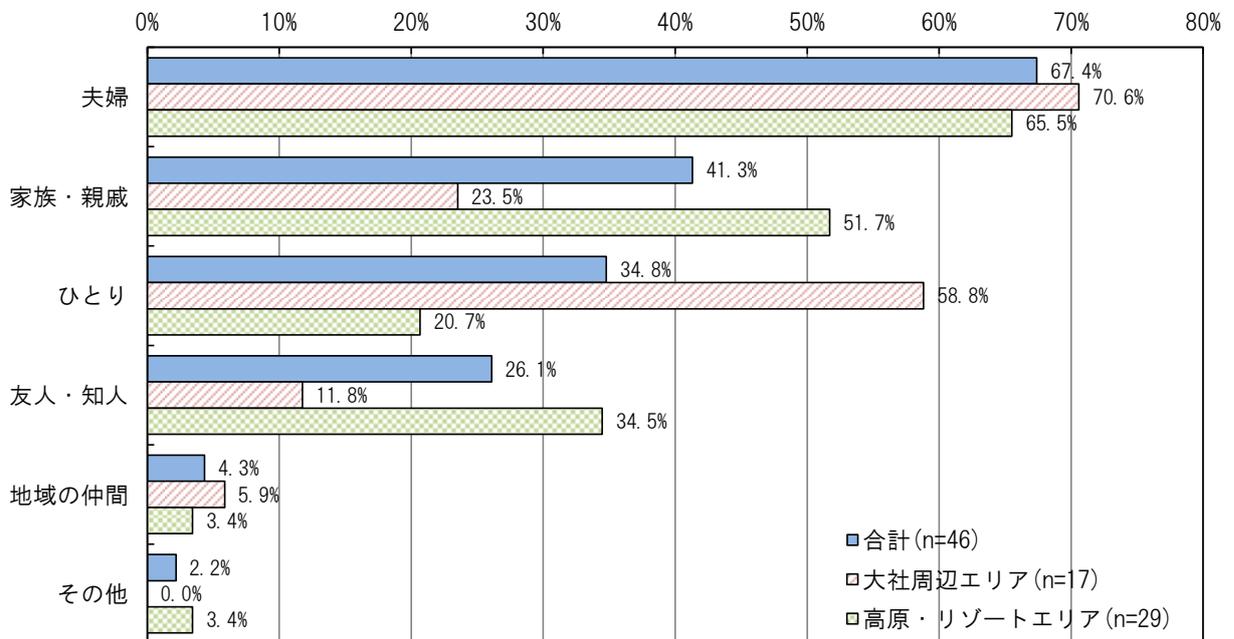
2022年4-5月における宿泊者の同行者として「夫婦」が多かったとする回答割合が最も高く、次いで「家族・親戚」が高くなっている。(図表 44)

エリア別にみると、「大社周辺エリア」では「夫婦」、「ひとり」が多かったとする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ3.2ポイント、24.0ポイント上回っている。「高原・リゾートエリア」では、「家族・親戚」、「友人・知人」が多かったとする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ10.4ポイント、8.4ポイント上回っている。(図表 45)

図表 44 宿泊者の同行者で多かったもの



図表 45 【エリア別】宿泊者の同行者で多かったもの



問 15 宿泊者の同行者の変化について気づいた点 (前回御柱祭との比較)

- ・ 1人旅行の割合は増えています。「地域の仲間」はほぼ無し。(諏訪市/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ お仕事で来られるお客様が多いです。(諏訪市/ビジネスホテル)
- ・ グループではなく家族など少人数。(諏訪市/旅館)
- ・ 一人旅が増加した。(諏訪市/旅館)
- ・ 友人.知人.仲間での利用が減り、ひとりもしくはご夫婦の利用が多かった。(コロナの影響)(諏訪市/旅館)
- ・ 家族や友人で訪れる宿泊客の割合が増えた。(茅野市/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 信州割利用者が多く夫婦・家族が多かった。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 変化なし。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 会社の友人の仲間グループ、大学のサークルが減った。(富士見町/ペンション・コテージ)
- ・ 前回の御柱祭では、取材スタッフ(テレビ局の取材班)が宿泊して下さった。前々回も同じようだったが、団体や家族連れが多く感じた。(原村/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 年齢層が下がった。素泊まりのお客様が増え、食事付きの宿泊がかなり減った。(原村/旅館)
- ・ 御柱関連のお客様は全体の10%未満、それを目的に来る人はほぼいない。(諏訪市/旅館)
- ・ 御柱では来ていない。(茅野市/旅館)
- ・ 御柱祭にかかわるお客様はなくなった。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 駐車場が近くにない等立寄りづらい。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 山出しの参加が出来ないとお客様がこない。(原村/ペンション・コテージ)

■ 売上高等について

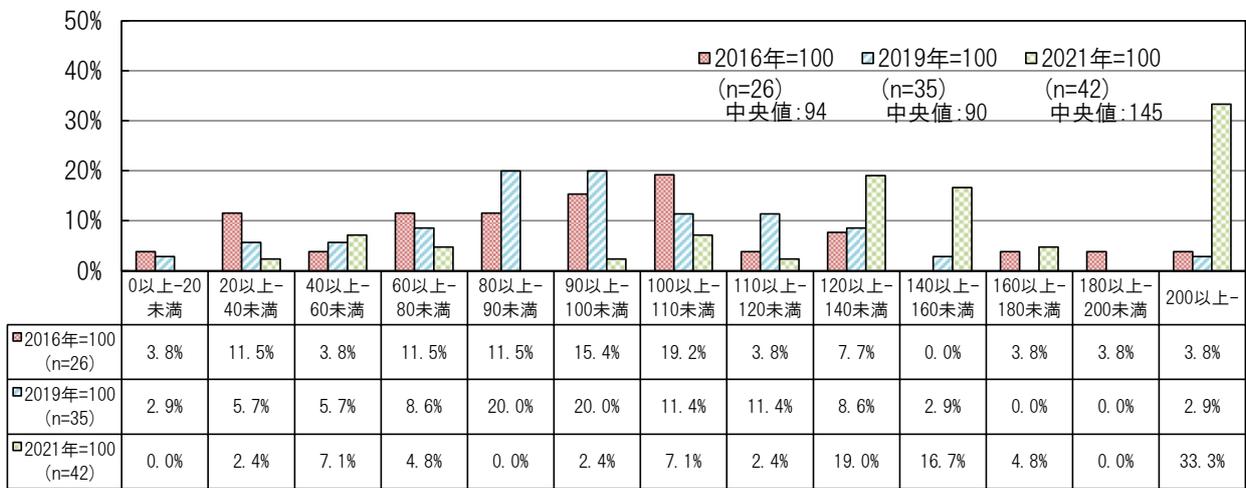
問 16 過去と比較した売上高の水準

2022年4-5月の売上高について、前年の2021年以上であったと回答した施設(「2021年=100」が「100以上」と回答した施設)は83.3%となった。また、前年同期比で2倍以上と回答した施設(同「200以上-」と回答した施設)は33.3%となっている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年以上であったと回答した施設(「2019年=100」が「100以上」と回答した施設)は37.1%、前回の御柱祭開催年である2016年以上であったと回答した施設(「2016年=100」が「100以上」と回答した施設)は42.3%となっている。

2022年4-5月の売上高について、2021年同期の売上高を100とした指数(2021年=100)の回答結果の中央値は145と、2021年同期の売上高(=100)を上回っている。

図表 46 過去と比較した売上高の水準 (2022年4-5月)



(注) 無回答を除いて集計

2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

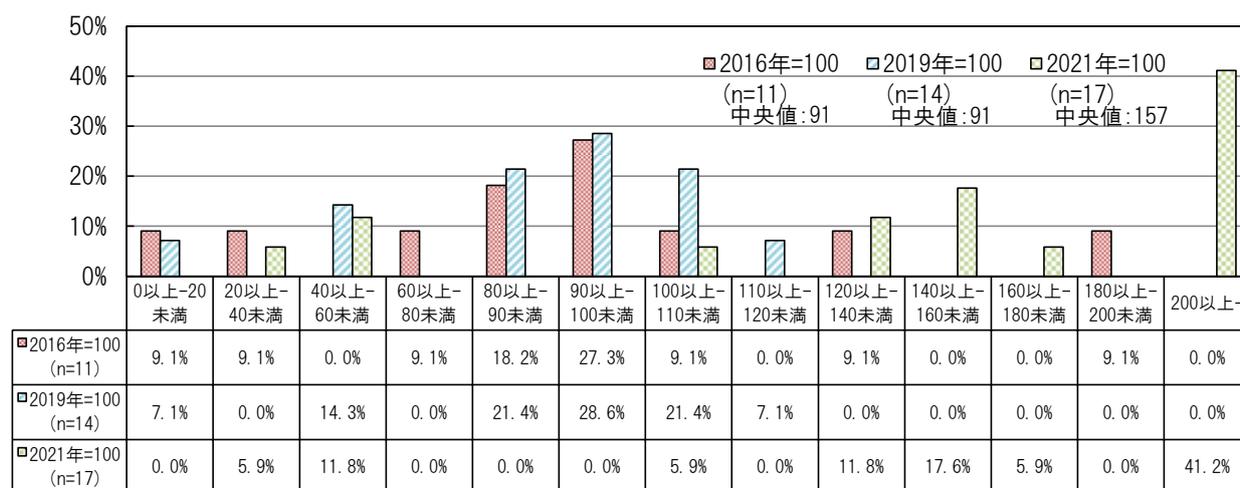
2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

「大社周辺エリア」では、前年の2021年以上であったと回答した施設（「2021年=100」が「100以上」と回答した施設）は82.4%となった。また、前年同期比で2倍以上と回答した施設（同「200以上」と回答した施設）は41.2%となっている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年以上であったと回答した施設（「2019年=100」が「100以上」と回答した施設）は28.6%、前回の御柱祭開催年である2016年以上であったと回答した施設（「2016年=100」が「100以上」と回答した施設）は27.3%となっている。

2022年4-5月の売上高について、2021年同期の売上高を100とした指数（2021年=100）の回答結果の中央値は157と、2021年同期の売上高（=100）を上回っている。

図表 47 【大社周辺エリア】過去と比較した売上高の水準（2022年4-5月）



（注）無回答を除いて集計

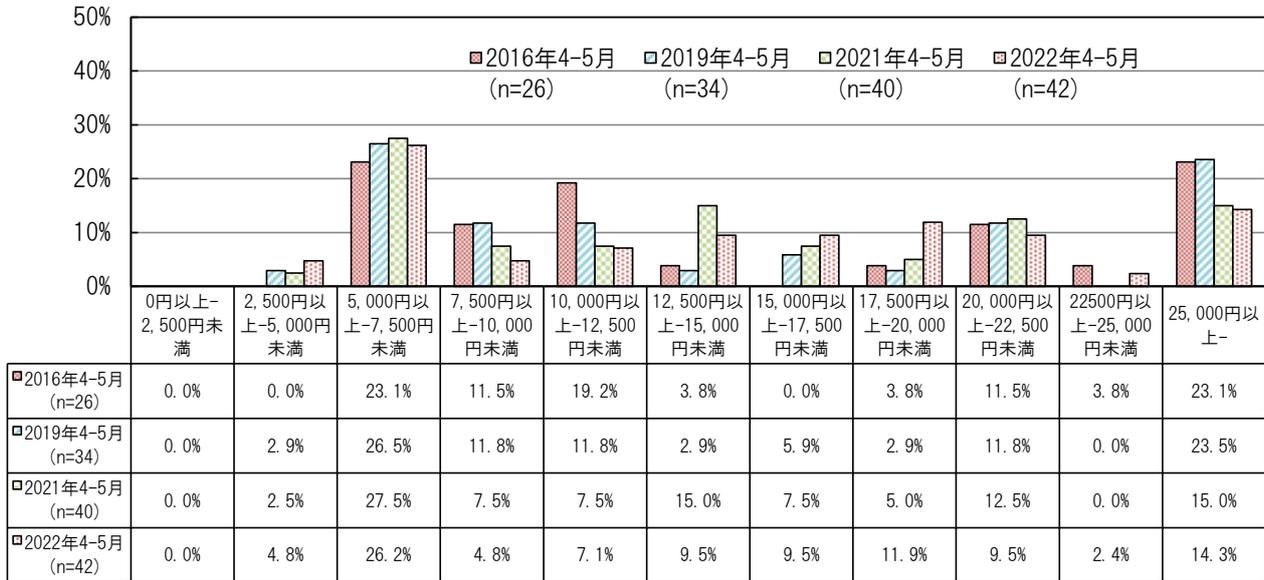
2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高
 2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高
 2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

問 17 平均客室単価

平均客室単価は、いずれの年においても「5,000 円以上-7,500 円未満」および「25,000 円以上-」の割合が高くなっている。「5,000 円以上-7,500 円未満」の割合は上昇傾向にある一方で、「25,000 円以上-」の割合は低下傾向にある。(図表 48)

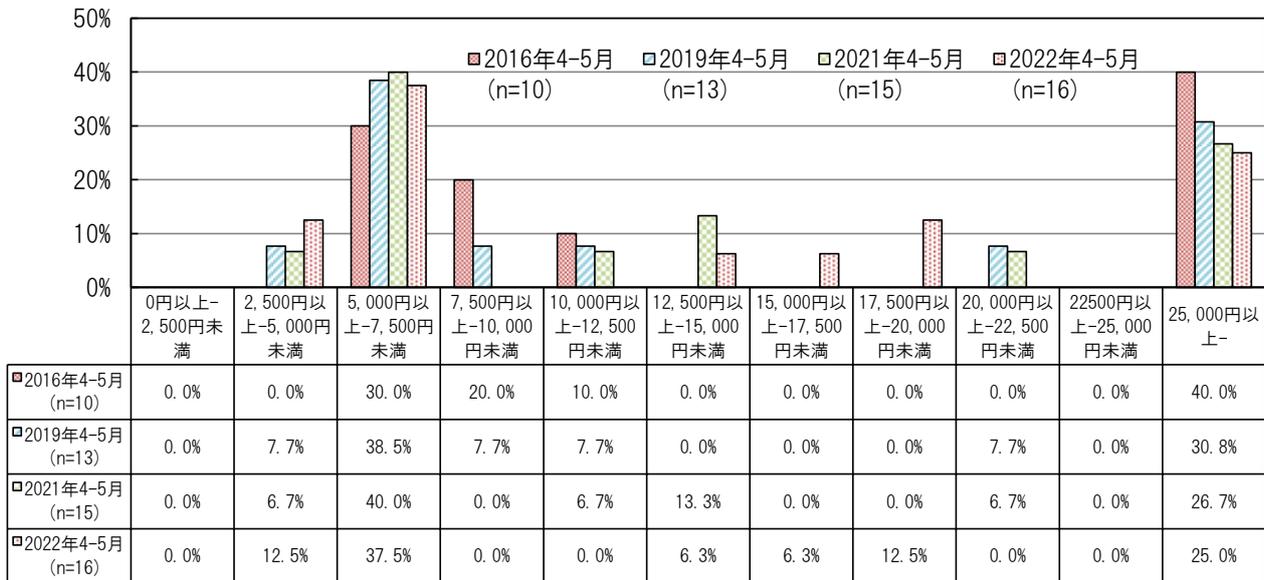
「大社周辺エリア」でも概ね同じ傾向にある。(図表 49)

図表 48 平均客室単価



(注) 無回答を除いて集計

図表 49 【大社周辺エリア】平均客室単価



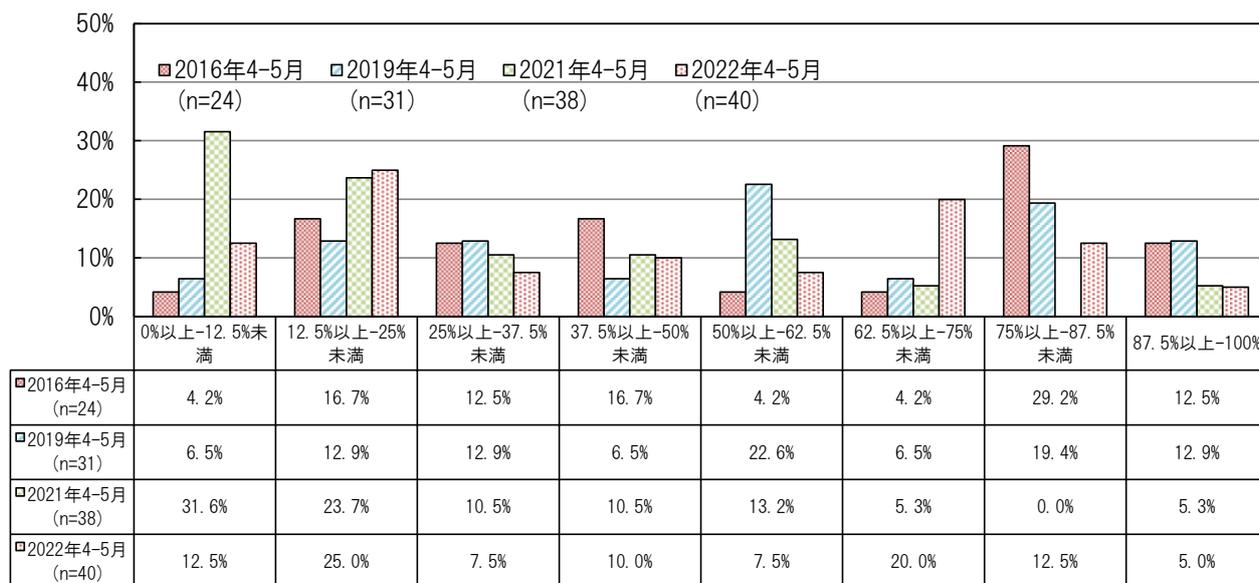
(注) 無回答を除いて集計

問 18 客室稼働率

4-5月の客室稼働率について、2016年は「75%以上-87.5%未満」の割合が最も高い。2019年、2021年、2022年では、それぞれ「50%以上-62.5%未満」、「0%以上-12.5%未満」、「12.5%以上-25%未満」の割合が最も高くなっている。(図表 50)

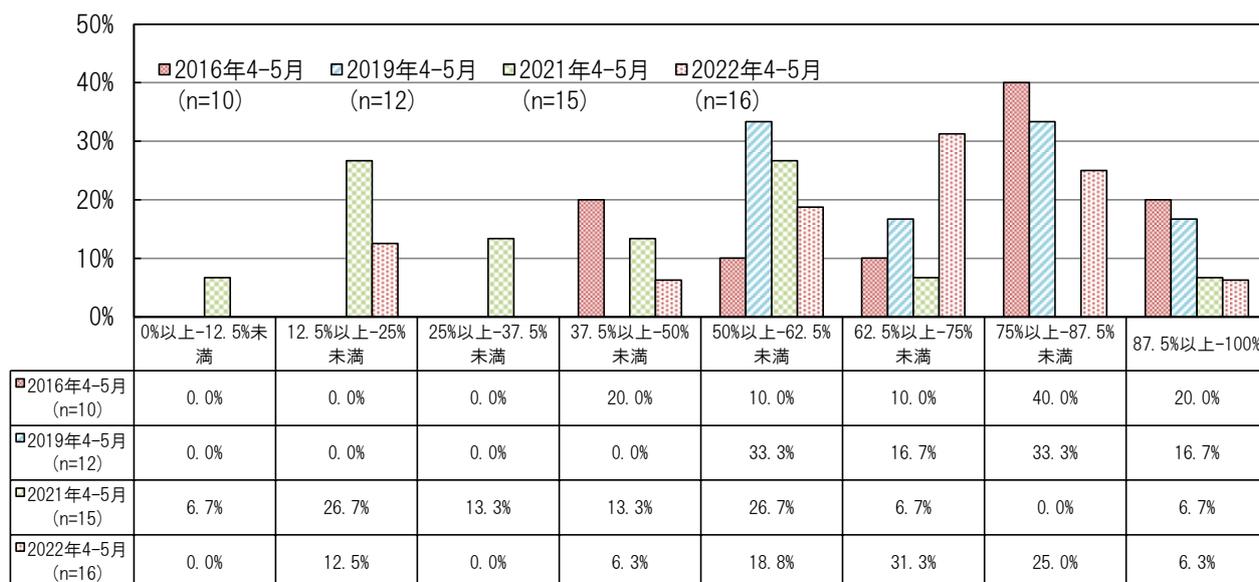
「大社周辺エリア」では、2016年は「75%以上-87.5%未満」の割合が最も高く、2019年、2021年、2022年では、それぞれ「50%以上-62.5%未満」、「12.5%以上-25%未満」および「50%以上-62.5%未満」(同率)、「62.5%以上-75%未満」の割合が最も高くなっている。(図表 51)

図表 50 客室稼働率



(注) 比較のため無回答を除いて集計

図表 51 【大社周辺エリア】客室稼働率



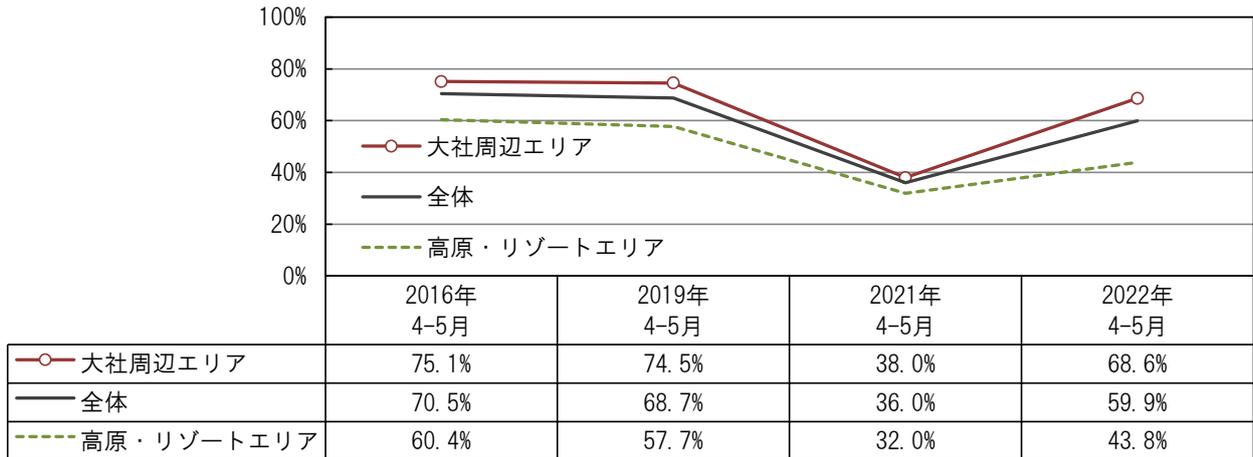
(注) 比較のため無回答を除いて集計

「問4」(部屋数) および「問18」の結果をもとに各年4-5月の客室を推計した結果をみると、2021年に36.0%と、新型コロナウイルス感染拡大前(2019年)の68.7%から32.7ポイント落ち込んだ後、2022年には59.9%にまで回復している。

2022年4-5月の稼働率を、エリア別にみると、「大社周辺エリア」では2021年同期比+30.6ポイント、「高原・リゾートエリア」では同+11.8ポイントとなっている。

同様に前回の御柱祭が開催された2016年についてエリア別にみると、「大社周辺エリア」では2019年同期比+0.6ポイント、「高原・リゾートエリア」では同+2.7ポイントとなっている。

図表 52 客室稼働率(4-5月)の推移(2019年4-5月=100)



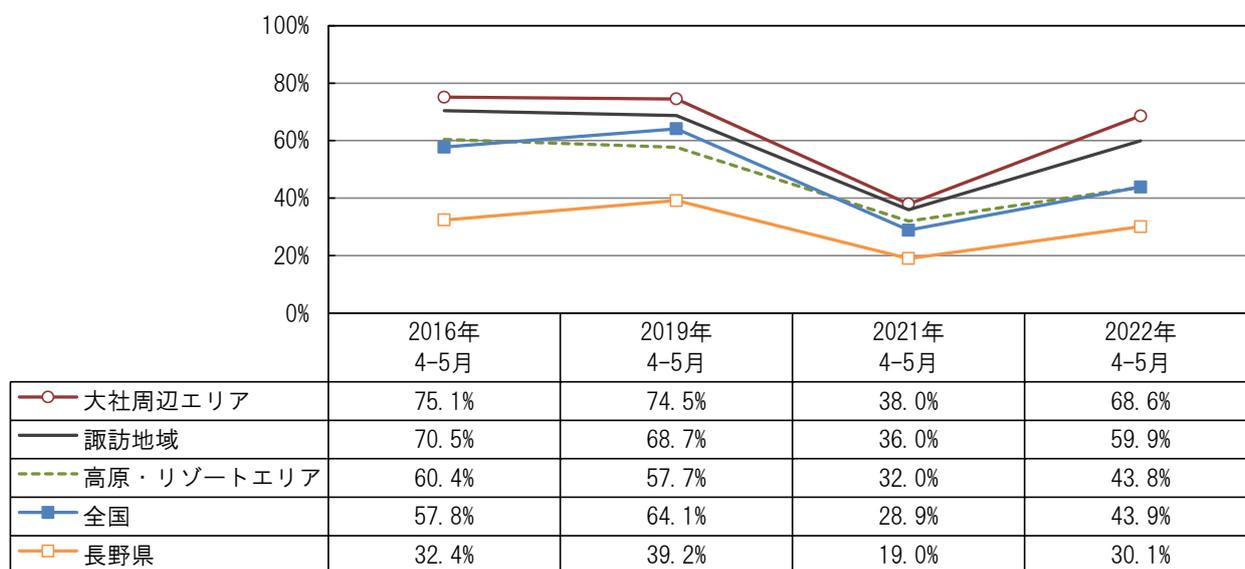
(注) 問4(部屋数)、問18の回答結果をもとに推計

【参考】客室稼働率の推移の全国・長野県との比較による分析

観光庁「宿泊旅行統計調査」では、全国および長野県の月別の客室稼働率を確認することが出来る。これを用い、本アンケート調査結果から得られた諏訪地域の各年4-5月における客室稼働率の推移について、全国および長野県との比較・分析を行う。（参考図表 7）

2022年4-5月の客室稼働率について、大社周辺エリアでは2021年同期比+30.6ポイントとなっており、高原・リゾートエリア（+11.8ポイント）や全国（+15.0ポイント）、長野県（+11.1ポイント）の上昇幅を上回っている。参考図表 1（22 ページ）のとおり、大社周辺エリアでは同期間中における延べ宿泊者数の増加幅が比較的大きいことが影響しているものと考えられる。また、2022年4-5月の宿泊者の属性について、図表 45（35 ページ）のとおり、大社周辺エリアにおいて、ひとりや夫婦での宿泊が比較的多いことが影響している可能性もあると考えられる。

参考図表 7 【全国・長野県との比較】客室稼働率（4-5月）の推移



（資料）観光庁「宿泊旅行統計調査」

（注）全国および長野県は観光庁「宿泊旅行統計調査」の値。（2021年以前は確報値、2022年は2次速報値。また、4月および5月の客室稼働率の単純平均であり、4-5月通期の客室稼働率ではないことに留意。）

諏訪地域（大社周辺エリア、高原・リゾートエリア）の客室稼働率は、アンケート調査結果から推計。

■ その他について

問 19 御柱祭期間中の観光客の動向等で気づいた点

- ・ 域外へ向けての広報活動は行わなかったためか、御柱を知らずに来訪する方が多かった。(茅野市/無回答)
- ・ 県民割、関東からの1人旅、写真ツアーなどが主力。他教育旅行のもどり。御柱では来ていない。(茅野市/旅館)
- ・ 御柱・御開帳共に無関係のお客様が98%。(茅野市/旅館)
- ・ 御柱祭の受入を積極的ではなく、縮小ムードになっていたのも目的として来る人はいない。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 宿のお客さんは御柱目的の方はいませんでした。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 当店では御柱祭とは関係なく他の観光のお客様がほとんどでした。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 里帰りでの利用が目立った。御柱祭を兼ねて諏訪地方の見学をされる方がいた。(富士見町/ユースホステル・ゲストハウス)
- ・ 観光客は御柱祭期間中だからといって、御開帳だからといって何の影響もありませんでした。少なかつた。(原村/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 御柱を見に来た人はおらず。(原村/民宿)
- ・ 御柱祭が開催されていることは、知らないで宿泊された方しかいなかった。(原村/ペンション・コテージ)
- ・ コロナの収束、善光寺ご開帳この2点に加えて、信州割があったことが急に大きく稼働、売上が上がった要因となった。(諏訪市/旅館)
- ・ 御開帳とセットでというお客様も多くいらっしゃいました。(諏訪市/旅館)
- ・ 御柱だからと泊った方はほぼいない。それよりも御開帳の需要の方が有。(諏訪市/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 御柱は観光制限や氏子以外で参加できなかった為に、善光寺目的の割合が高かった。(諏訪市/旅館)
- ・ 善光寺の御開帳の前後に諏訪に来られるお客様がいた。(諏訪市/ユースホステル・ゲストハウス)
- ・ 御開帳の観光客はほとんど無し。ツアーもほぼ催行しませんでした。(諏訪市/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 善光寺へ行った人は多少いたが、御柱祭へ行った人は聞かなかった。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 善光寺御開帳とはあまり関係なかったです。(原村/旅館)
- ・ 4月と5月のGW以外はオフシーズンとなり客数は毎年少ない。(諏訪市/旅館)
- ・ 信州割すわ泊を使用する長野県内の方が多かった。(諏訪市/旅館)
- ・ 動向以前、観光客を迎え入れる体制ではない。(下諏訪町/旅館)
- ・ 同じ。(下諏訪町/旅館)
- ・ 1名利用がふえる。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ ワクチン接種が進んだ影響で高齢者(60代以上)の方は、茅野市内の古い友人と接触していた方が多いと感じました。(茅野市/ビジネスホテル)
- ・ 高原でのんびり、八ヶ岳周辺の観光がおおかった。(富士見町/ペンション・コテージ)

問 20 御柱祭にあわせて独自に企画・展開したサービスや消費喚起策

- ・ HP。(下諏訪町/旅館)
- ・ グッズ販売。(富士見町/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 売店に置くものを御柱にちなんだお菓子やお酒を置いたがあまり反応はなかった。(原村/旅館)



問 21 今回の御柱祭の良かった点や今後に向けた課題・改善点等

- ・ 前もっての参加者の規制があったので、帰られてから中に入れなかった等の苦情もなく良かったのではないかと思います。(諏訪市/ビジネスホテル)
- ・ コロナの影響で山出しはトレーラーでの運搬になり残念でしたが、里曳きは行われ、御柱祭に起因するクラスターが無かった為、今後のイベント対策の参考になれたのは大きな収穫であったと思います。(茅野市/ビジネスホテル)
- ・ コロナ対策として酒類を御柱祭で控えたことで拡大しなかったこと。早目に観覧席の中止を決め(上社) 混乱を防いだこと。(茅野市/旅館)
- ・ スタッフが参加したこと。メドも作った。(富士見町/ペンション・コテージ)
- ・ 一つのイベントとしてではなく、文化として線で観光素材として見直していきたい。(諏訪市/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 下社のスケジュール遅れ。(諏訪市/旅館)
- ・ 県の「復興元年」、JR の重点送客と、外部のプラス要因も大きかったと思われる。次回もこういった要因が確保できるか。(諏訪市/旅館)
- ・ 個人経営の小さな旅館であるので、コロナ対策として 2021 年～2022 年は過去に宿泊された方だけを泊めて、新規の宿泊客はおことわりをしました。なお、御柱祭での宿泊は 1 人です。(諏訪市/旅館)
- ・ 祭りに一般の方が参加できること。(諏訪市/旅館)
- ・ 分社(諏訪神社)の関係者を全国から大勢呼べば良いと考えます。(諏訪市/ユースホステル・ゲストハウス)
- ・ マスクがないようにこれたらよい。(下諏訪町/旅館)
- ・ 良かった点があると思いますか?!中途半端すぎる。中止でもなくウェルカムでもなく。(下諏訪町/旅館)
- ・ コロナ禍のもとで事前の告知が遅れたため、いままで一番お客様の反応が無かった。もう少し広告などをすべきと思う。(今回は事情があるのでしかたないと思いますが)(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 観光客も安全な所は参加できるようになればよい。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 御柱祭が宿泊にからむ様な宿ではない。過去に御柱祭を 5~6 回経ているが、利用した事はない(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 広報活動は行わなかったが前回来たので、と知らずに来訪され制限で見られずがっかりする方が多かった。次回は平常開催を望みます。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 事前告知をした方がよい。(茅野市/ペンション・コテージ)
- ・ 今回は参加規制があったので少なかった。次回は期待したい。(富士見町/無回答)
- ・ お客様が実際に参加出来ない時は集客につながらない。はっぴ、手ぬぐい、軍手を着用して地元の方と集まることに意味があるのでは?(原村/ペンション・コテージ)
- ・ コロナで中止、縮小すべきではない。(原村/民宿)
- ・ 山出しの出発地点でも盛大なお祭りのような事をして欲しい。長持ち、神職の儀式等。(原村/観光ホテル・リゾートホテル)
- ・ 前回の御柱祭は開業前で、私たち自身が移住者のため、通常の御柱祭時がどのような様子なのか分かりません。逆に地域全体で御柱年に特別に観光業として行っていることがあれば教えていただきたいです。(原村/ペンション・コテージ)

■ 調査票

事務局使用欄	1	1			
--------	---	---	--	--	--

「御柱祭」についてのアンケート調査【宿泊施設】

貴宿泊施設名 _____

ご担当者名 _____ (役職: _____)

ご連絡先 (TEL) _____

回答は、太枠の回答欄へご記入ください。

■ 貴施設について

問1. 所在地の郵便番号をお答えください。

- 郵便番号をご記入ください。

問2. 所在地・エリアをお答えください。

岡谷市	1. 岡谷駅周辺	2. 湊	3. その他
諏訪市	4. 上諏訪温泉、上諏訪駅周辺	5. 霧ヶ峰周辺	
	6. 諏訪インター周辺	7. その他	
茅野市	8. 晴ヶ峰西山(諏訪大社周辺等)	9. 車山高原・白樺湖	
	10. 茅野駅周辺	11. 蓼科	12. その他
下諏訪町	13. 諏訪湖周辺	14. 諏訪大社周辺・宿場町	
	15. 毒沢鉱泉	16. 八島湿原	17. その他
富士見町	18. 富士見高原周辺	19. その他	
原村	20. 自然文化園周辺(ペンションビレッジ)	21. その他	

回答欄

(数字を記入)

問3. 施設類型をお答えください。

1. ビジネスホテル	2. 観光ホテル・リゾートホテル	3. 旅館
4. ペンション・コテージ	5. ユースホステル・ゲストハウス	6. 民宿

(数字を記入)

問4. 従業者数と部屋数をお答えください。※従業者数は、貴施設で就業しているすべての人(臨時雇用者、他からの派遣、出向含む)を記入してください。

【従業者数】 人 【部屋数】 部屋

事務局使用欄	1	2			
--------	---	---	--	--	--

■ 宿泊者数について

問5. 2022年4～5月の延べ宿泊者数をお答えください。(概算で結構です)

2022年4～5月の延べ宿泊者数	人
------------------	---

問6. 過去(以下①～③)と比較した、2022年4～5月の延べ宿泊者数の水準をお答えください。(概算で結構です)

① 【昨年】2021年4～5月の延べ宿泊者数を[100]とした場合の2022年4～5月の延べ宿泊者数		$\frac{2022年4～5月の延べ宿泊者数}{2021年4～5月の延べ宿泊者数} \times 100$
② 【コロナ前】2019年4～5月の延べ宿泊者数を[100]とした場合の2022年4～5月の延べ宿泊者数		$\frac{2022年4～5月の延べ宿泊者数}{2019年4～5月の延べ宿泊者数} \times 100$
③ 【前回御柱祭】2016年4～5月の延べ宿泊者数を[100]とした場合の2022年4～5月の延べ宿泊者数		$\frac{2022年4～5月の延べ宿泊者数}{2016年4～5月の延べ宿泊者数} \times 100$

例) 2022年4～5月の延べ宿泊者数が200人で2021年4～5月の延べ宿泊者数が100人の場合 → ①は200
 2022年4～5月の延べ宿泊者数が200人で2016年4～5月の延べ宿泊者数が400人の場合 → ③は50

問7. 2022年4～5月の延べ宿泊者数について、御柱祭のスケジュール別の構成比(内訳)をお答えください。(概算で結構です) ※合計が100%になるようにご記入ください。

	①	②	③	④	⑤	合計
	上社山出し	下社山出し	上社里曳き	下社里曳き	その他の期間	
宿泊者構成比(4～5月)	%	%	%	%	%	100%

【参考】上社山出し：4月2日(土)～4日(月)、下社山出し：4月8日(金)～10日(日)
 上社里曳き：5月3日(火)～5日(木)、下社里曳き：5月14日(土)～16日(月)

■ 宿泊者の属性について

問8. 2022年4～5月の宿泊者数について、宿泊者の居住地別の構成比(内訳)をお答えください。(概算で結構です) ※合計が100%になるようにご記入ください。

① 諏訪地域	② 南信地域(諏訪除く)	③ 北信地域	④ 中信地域	⑤ 東信地域	
%	%	%	%	%	%
⑥ 関東地域	⑦ 東海地域	⑧ 関西地域	⑨ その他の地域	合計	
%	%	%	%	100%	

問9. 問8にてお答えいただいた2022年4～5月における宿泊者数の居住地別の構成比(内訳)について、前回御柱祭時(2016年4～5月)と比較して、特に増えたと思う地域を3つまでお答えください。

1. 諏訪地域	2. 南信地域(諏訪除く)	3. 北信地域	[]
4. 中信地域	5. 東信地域	6. 関東地域	
7. 東海地域	8. 関西地域	9. その他の地域	

例) 全体の客数は減少したが、構成比で見ると「北信地域」、「中信地域」の割合が特に増加した。 → 「3」、「4」を回答欄に記入。

事務局使用欄	1	3			
--------	---	---	--	--	--

問10. 2022年4～5月の宿泊者数について、宿泊者の年代別の構成比(内訳)をお答えください。(概算で結構です) ※合計が100%になるようにご記入ください。

① 若年層 (30代以下)	② 中間層 (40・50代)	③ 高齢層 (60代以上)	合計
%	%	%	100%

問11. 2022年4～5月における宿泊者数の年代別の構成比(内訳)について、前回御柱開催時(2016年4～5月)と比較して、特に増えたと思うものを3つまでお答えください。

1. 10代以下	2. 20代	3. 30代	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%;"> <tr><td style="height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td></tr> </table>			
4. 40代	5. 50代	6. 60代				
7. 70代以上						

(例) 全体の客数は減少したが、構成比で見ると「20代」、「30代」の割合が特に増加した。 → 「2」、「3」を回答欄に記入。 (数字を記入)

問12. 2022年4～5月の宿泊者数の宿泊数別の構成比(内訳)をお答えください。(概算で結構です)

① 1泊	② 2泊	③ 3泊以上	合計	合計が100%になるようにご記入ください。
%	%	%	100%	

問13. 問12にてお答えいただいた宿泊者数の宿泊数別の構成比(内訳)について、前回御柱開催時(2016年4～5月)と比較した変化等、お気づきの点がありましたらご記入ください。

(例) 2泊以上宿泊し、御柱祭を見物する以外に諏訪地域の観光地を周遊する方が増えた。

問14. 2022年4～5月に宿泊された方の同行者について、多かったものを2つまでお答えください。

1. ひとり	2. 夫婦	3. 家族・親戚	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%;"> <tr><td style="height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="height: 20px;"></td></tr> </table>		
4. 友人・知人	5. 地域の仲間	6. その他			

(数字を記入)

問15. 問14にてお答えいただいた宿泊者の同行者について、前回御柱開催時(2016年4～5月)と比較した変化等、お気づきの点がありましたらご記入ください。

(例) 地域や職場で訪れる宿泊者の割合が減り、家族で訪れる宿泊客の割合が増えた。

事務局使用欄	1	4			
--------	---	---	--	--	--

■ 売上高等について

問16. 過去(以下①～③)の売上高と比較した、2022年4～5月の売上高の水準をお答えください。
(概算で結構です)

※ 婚礼部門を除いた宿泊、料飲、宴会、土産小売等による売上高をお答えください。

① 【 <u>昨年</u> 】 <u>2021年4～5月の売上高</u> を[100]とした 場合の <u>2022年4～5月の売上高</u>		$\frac{\text{2022年4～5月の売上高}}{\text{2021年4～5月の売上高}} \times 100$
② 【 <u>コロナ前</u> 】 <u>2019年4～5月の売上高</u> を[100]とした 場合の <u>2022年4～5月の売上高</u>		$\frac{\text{2022年4～5月の売上高}}{\text{2019年4～5月の売上高}} \times 100$
③ 【 <u>前回御柱祭</u> 】 <u>2016年4～5月の売上高</u> を[100]とした 場合の <u>2022年4～5月の売上高</u>		$\frac{\text{2022年4～5月の売上高}}{\text{2016年4～5月の売上高}} \times 100$

問17. 以下(①～④)の各時期における平均客室単価をお答えください。(概算で結構です)

※ 「平均客室単価」: 客室売上を販売客室数で割った値(客室1室あたりの販売単価)

① <u>2022年4～5月</u> 【今年】	② <u>2021年4～5月</u> 【昨年】	③ <u>2019年4～5月</u> 【コロナ前】	④ <u>2016年4～5月</u> 【前回御柱祭】
円	円	円	円

問18. 以下(①～④)の各時期における客室稼働率をお答えください。(概算で結構です)

① <u>2022年4～5月</u> 【今年】	② <u>2021年4～5月</u> 【昨年】	③ <u>2019年4～5月</u> 【コロナ前】	④ <u>2016年4～5月</u> 【前回御柱祭】
%	%	%	%

■ その他について

問19. 御柱祭期間中の観光客の動向等で気づいた点がありましたらご記入ください。

(例) 善光寺御開帳との同時開催であったため、長野市と諏訪市を往来する観光客が多かった。

問20. 貴施設等(他社等との連携を含む)にて、御柱祭にあわせて独自に企画・展開したサービスや誘客・消費喚起策等がありましたら、その内容や観光客の反応等についてご記入ください。

問21. その他、貴施設等および地域全体として、今回の御柱祭の良かった点や今後に向けた課題・改善点等がありましたらご記入ください。

アンケートは以上です。ありがとうございました。

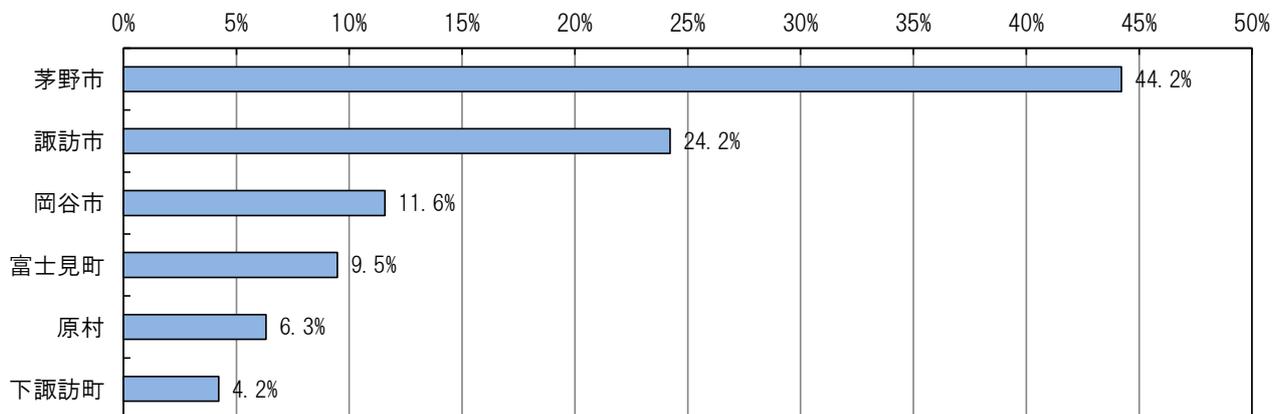
2. アンケート調査結果（飲食店）

■ 店舗について

問1 所在地（市町村）

アンケート回答店舗の所在地は、「茅野市」が最も多く、次いで「諏訪市」が多くなっている。

図表 53 所在地（市町村）



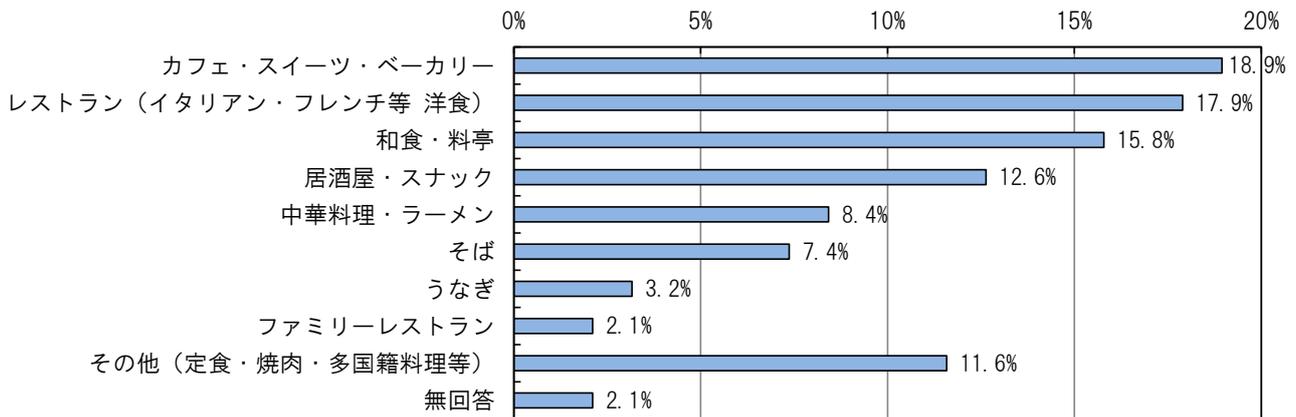
(n=95)

問2 業態

アンケート回答店舗の業態は、「カフェ・スイーツ・ベーカリー」が最も多く、次いで「レストラン」、
「和食・料亭」が多くなっている。（図表 54）

市町村別にみると、「茅野市」では「レストラン」とする回答割合が全体の回答割合を5.9ポイント上
回っている。また、「諏訪市」では「和食・料亭」、「岡谷市」では「カフェ・スイーツ・ベーカリー」
や「中華料理・ラーメン」とする回答割合が全体の回答割合を特に上回っている。（図表 55）

図表 54 業態



(注) 回答の無かった「ファーストフード」は省略

(n=95)

図表 55 【市町村別】業態

	合計 (n=95)	茅野市 (n=42)	諏訪市 (n=23)	岡谷市 (n=11)	富士見町 (n=9)	原村 (n=6)	下諏訪町 (n=4)
カフェ・スイーツ・ベーカリー	18.9%	23.8%	4.3%	27.3%	11.1%	50.0%	0.0%
レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食)	17.9%	23.8%	8.7%	0.0%	44.4%	16.7%	0.0%
和食・料亭	15.8%	9.5%	21.7%	9.1%	33.3%	0.0%	50.0%
居酒屋・スナック	12.6%	14.3%	17.4%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%
中華料理・ラーメン	8.4%	4.8%	13.0%	18.2%	0.0%	0.0%	25.0%
そば	7.4%	7.1%	8.7%	0.0%	0.0%	16.7%	25.0%
うなぎ	3.2%	0.0%	8.7%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
ファミリーレストラン	2.1%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他 (定食・焼肉・多国籍料理等)	11.6%	9.5%	13.0%	18.2%	11.1%	16.7%	0.0%
無回答	2.1%	2.4%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(注) 回答の無かった「ファーストフード」は省略

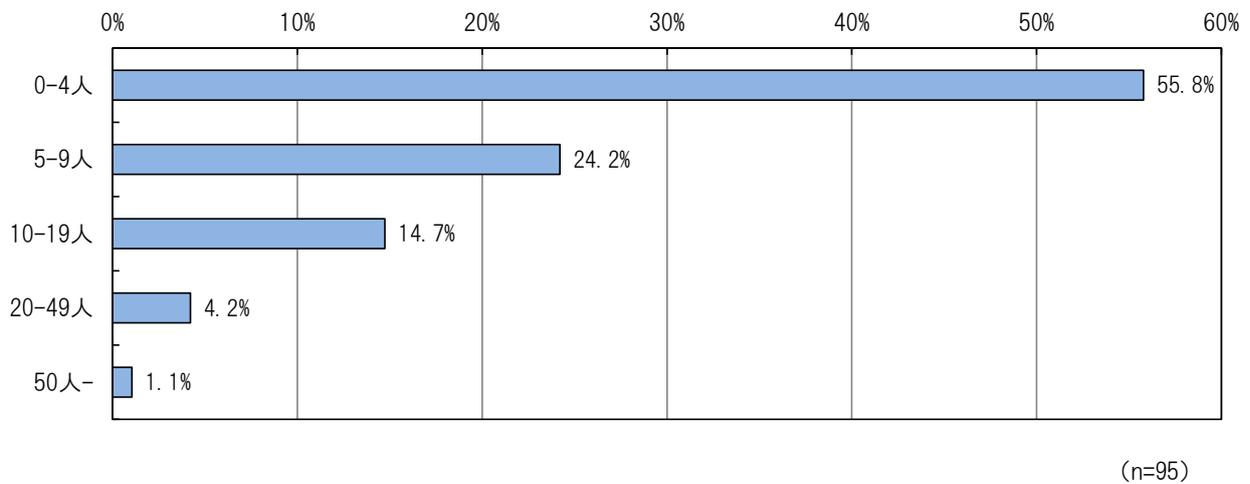
問3 従業者数

アンケート回答店舗の従業者数は、「0-4人」が最も多く、次いで「5-9人」が多くなっている。(図表 56)

市町村別にみると、「茅野市」および「諏訪市」では、「0-4人」とする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ6.1ポイント、13.8ポイント上回っている。また、「岡谷市」や「富士見町」では「5-9人」とする回答割合が全体の回答割合を特に上回っている。(図表 57)

業態別にみると、「カフェ・スイーツ・ベーカリー」で「5-9人」や「10-19人」とする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ9.1ポイント、13.1ポイント上回っている。また、「レストラン」および「和食・料亭」では「0-4人」とする回答割合が全体の回答割合を特に上回っている。(図表 58)

図表 56 従業者数



図表 57 【市町村別】従業者数

	合計 (n=95)	茅野市 (n=42)	諏訪市 (n=23)	岡谷市 (n=11)	富士見町 (n=9)	原村 (n=6)	下諏訪町 (n=4)
0-4人	55.8%	61.9%	69.6%	0.0%	44.4%	66.7%	75.0%
5-9人	24.2%	16.7%	21.7%	54.5%	33.3%	16.7%	25.0%
10-19人	14.7%	14.3%	4.3%	45.5%	22.2%	0.0%	0.0%
20-49人	4.2%	4.8%	4.3%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%
50人-	1.1%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

図表 58 【業態別】従業者数

	合計 (n=95)	ツカ ・フ ェー ・カ ス リ ー ー (n=18)	ンタ リス チ 等 ア ン ラ ン 洋 ・ 食 フ レ イ (n=17)	和 食 ・ 料 亭 (n=15)	居 酒 屋 ク ・ ス ナ ツ (n=12)	中 華 料 理 ・ ラ ー メ ン (n=8)	そば (n=7)	う な ぎ (n=3)	フ ア ト ミ リ ー レ ス (n=2)	焼 肉 ・ 多 国 籍 料 ・ 理 等 (n=11)	そ の 他 (定 食 ・ 食 料) (n=2)	無 回 答 (n=2)
0-4人	55.8%	33.3%	64.7%	66.7%	58.3%	62.5%	57.1%	33.3%	50.0%	54.5%	100.0%	
5-9人	24.2%	33.3%	17.6%	26.7%	25.0%	25.0%	28.6%	33.3%	0.0%	18.2%	0.0%	
10-19人	14.7%	27.8%	5.9%	6.7%	16.7%	12.5%	14.3%	33.3%	0.0%	18.2%	0.0%	
20-49人	4.2%	5.6%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	9.1%	0.0%	
50人-	1.1%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	

■ 売上高について

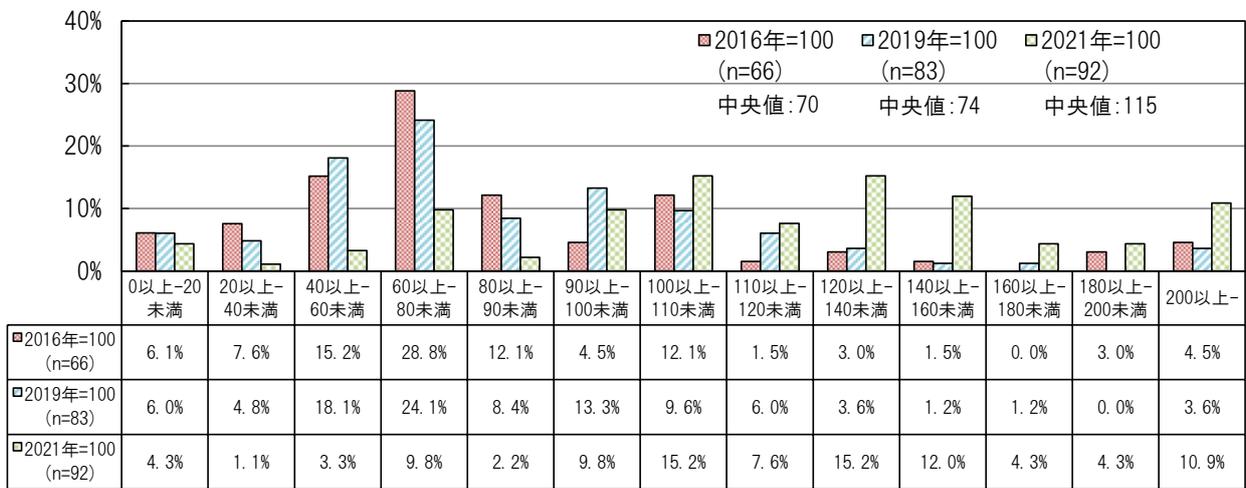
問4 過去と比較した売上高の水準

2022年4-5月の売上高について、前年の2021年同期以上であったと回答した店舗（「2021年=100」が「100以上」と回答した店舗）は69.6%となった。また、前年同期比で2倍以上と回答した店舗（同「200以上-」と回答した店舗）は10.9%となっている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年同期以上であったと回答した店舗（「2019年=100」が「100以上」と回答した店舗）は25.3%、前回の御柱祭開催年である2016年同期以上であったと回答した店舗（「2016年=100」が「100以上」と回答した店舗）は25.8%となっている。

2022年4-5月の売上高について、2021年同期の売上高を100とした指数（2021年=100）の回答結果の中央値は115と、2021年同期の売上高（=100）を上回っている。

図表 59 過去と比較した売上高の水準（2022年4-5月）



(注) 無回答を除いて集計

2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2022年4-5月の売上高について、2021年同期の売上高を100とした指数（2021年=100）の回答結果の中央値を市町村別にみると、「茅野市」および「諏訪市」、「岡谷市」、「原村」で2021年同期の売上高（=100）を上回っている。（図表 60）

業態別にみると、「その他（定食・焼肉・多国籍料理等）」以外の業態において、2021年同期の売上高（=100）を上回っている。（図表 61）

図表 60 【市町村別】過去と比較した売上高の水準（2022年4-5月）の中央値

		合計	茅野市	諏訪市	岡谷市	富士見町	原村	下諏訪町
中央値	2016年=100	70	67	72	70	85	97	40
	2019年=100	74	74	81	80	60	89	57
	2021年=100	115	129	125	115	91	104	65
無回答除く 回答数(n)	2016年=100	(n=66)	(n=29)	(n=18)	(n=7)	(n=6)	(n=3)	(n=3)
	2019年=100	(n=83)	(n=37)	(n=20)	(n=10)	(n=7)	(n=5)	(n=4)
	2021年=100	(n=92)	(n=39)	(n=23)	(n=11)	(n=9)	(n=6)	(n=4)

（注）2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値

図表 61 【業態別】過去と比較した売上高の水準（2022年4-5月）の中央値

		合計	カフェ・スイーツ・ベーカリー	レストラン（イタリアン・フレンチ等 洋食）	和食・料亭	居酒屋・スナック	中華料理・ラーメン	そば	うなぎ	ファミリーレストラン	その他（定食・焼肉・多国籍料理等）	無回答
中央値	2016年=100	70	96	70	61	47	66	72	136	33	80	-
	2019年=100	74	104	70	66	48	88	90	110	60	86	78
	2021年=100	115	109	134	100	147	108	128	131	125	96	140
無回答除く 回答数(n)	2016年=100	(n=66)	(n=8)	(n=15)	(n=13)	(n=7)	(n=6)	(n=4)	(n=3)	(n=2)	(n=8)	(n=0)
	2019年=100	(n=83)	(n=12)	(n=15)	(n=15)	(n=10)	(n=8)	(n=7)	(n=3)	(n=2)	(n=10)	(n=1)
	2021年=100	(n=92)	(n=16)	(n=17)	(n=15)	(n=12)	(n=8)	(n=7)	(n=3)	(n=2)	(n=10)	(n=2)

（注）2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値

問5 過去と比較した売上高の変動要因について

2022年4-5月の売上高について、2016年および2019年、2021年の各年同期と比較した売上高の変動要因をみると、前回の御柱祭開催年（2016年）との比較では、「地元客」、「観光客」による購入額がいずれも減少したと回答した店舗が過半数の52.6%となった。2016年との比較においては、「地元客」による購入額が減少したとする回答割合（63.2%）が、「観光客」による購入額が減少したとする回答割合（61.4%）を上回っている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年との比較では、「地元客」、「観光客」による購入額がいずれも減少したと回答した店舗が37.8%と最も多かった。2019年との比較においては、「地元客」による購入額が減少したとする回答割合（59.5%）が、「観光客」による購入額が減少したとする回答割合（50.0%）を上回っている。

前年（2021年）との比較では、「地元客」、「観光客」による購入額がいずれも増加したと回答した店舗が37.2%と最も多かった。2021年との比較においては、「観光客」による購入額が増加したとする回答割合（53.5%）が、「地元客」による購入額が増加したとする回答割合（52.3%）を上回っている。

図表 62 過去と比較した売上高の変動要因

[2016年4-5月]の売上高と比較した2022年4-5月の売上高の変動要因

		観光客			合計
		増加	変化なし	減少	
地元客	増加	10.5%	0.0%	0.0%	10.5%
	変化なし	7.0%	10.5%	8.8%	26.3%
	減少	1.8%	8.8%	52.6%	63.2%
合計		19.3%	19.3%	61.4%	100.0%

(n=57)

[2019年4-5月]の売上高と比較した2022年4-5月の売上高の変動要因

		観光客			合計
		増加	変化なし	減少	
地元客	増加	14.9%	1.4%	2.7%	18.9%
	変化なし	5.4%	6.8%	9.5%	21.6%
	減少	4.1%	17.6%	37.8%	59.5%
合計		24.3%	25.7%	50.0%	100.0%

(n=74)

[2021年4-5月]の売上高と比較した2022年4-5月の売上高の変動要因

		観光客			合計
		増加	変化なし	減少	
地元客	増加	37.2%	12.8%	2.3%	52.3%
	変化なし	9.3%	9.3%	1.2%	19.8%
	減少	7.0%	4.7%	16.3%	27.9%
合計		53.5%	26.7%	19.8%	100.0%

(n=86)

（注）「分からない」および「無回答」を除いて集計

■ その他について

問6 御柱祭にあわせて独自に企画・展開した商品・サービスや消費喚起策

- ・ 御柱のぽち袋。実際に御柱祭を観光の方が見る事がなく実体験としてその雰囲気がわからないようでした。なので、購入には至らない。(諏訪市/そば)
- ・ 御柱祭にちなんだ食材を使ったメニューの提供。観光客の方々に一定の反応あり。(諏訪市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 御柱用のパッケージを作り、お菓子は御柱限定菓子を作りました。今回は新たに手軽な商品を作ってみた所手応えがありました。(茅野市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 企画商品の販売を考えましたが、今回はコロナにより見合わせました。(原村/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 観光客と思われる来店は0だったと思われる。自身が御柱をはじめ、地域行事に参加して仲間づくりをしている。(諏訪市/居酒屋・スナック)
- ・ 当店は地域密着店で普段から完全予約制の為、リピーター客が大半であり、地元客が観光客を連れて来ない限り、ほとんど観光客の利用はありません。リピーターを増やす為に飲み放題プラン、食べ放題プランを取り入れサービスをしております。(諏訪市/和食・料亭)
- ・ 今回の御柱祭では独自の企画は行なわなかったし、御柱祭関係の売り上げも全くなかった。(茅野市/和食・料亭)
- ・ 今回は御柱に寄る混雑は全く想定できず。一般の方への対応となりました。只店舗前を御神木がトレーラーにて通過しましたので駐車場を解放・高齢の方にはイスをお出しして皆様と楽しめました。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 地域の氏子さん達の利用で店内が遅くまでにぎわっていたがコロナ後の集まりは全くできないよう御柱中も利用が(消防団など)なかった。(茅野市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ 弁当の配達、特に動いても全てダメ。(茅野市/居酒屋・スナック)
- ・ 里曳きにお弁当を使ってもらった。(茅野市/和食・料亭)

問7 御柱祭期間中に提供したもののうち、特に売れ行きが好調だった商品・サービス

- ・ うな重。(諏訪市/うなぎ)
- ・ 弁当(小宮)。(諏訪市/居酒屋・スナック)
- ・ 定番商品ですが、土産店に出しているお菓子がよく売れた。喫茶スペースの利用も増加しました。(茅野市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 和牛を主とした商品。(茅野市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ 麩菓子や塩ようかんなどの御柱商品。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 地元客対応が100パーセントに近い状態ですので、特に飲み放題プランと、時間延長のサービスが主体でした。(諏訪市/和食・料亭)
- ・ 店舗前を御神木が通過、見物にいらした方(ほぼご近所の方)に駐車場、トイレを解放、水、イスを提供して楽しんでいただきました。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))

問8 今回の御柱祭の良かった点や今後に向けた課題・改善点等

- ・ 開祭前の飲み会等の自粛が御柱祭の決行、イメージ的に良かったと思います。(諏訪市/無回答)
- ・ 市民の皆様が守り事を守って出来た事は御柱が出来て良かったと思います。(諏訪市/中華料理・ラーメン)
- ・ 地元者の参加リングは全体の進行がスムーズになりよい。(下諏訪町/そば)
- ・ 今回の御柱祭はやはり寂しい物だったと思いますが、お酒を飲んでいる人が少なかった為美しいお祭りだった様に感じました。次回は人力での御柱を期待します。(茅野市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 人力で御神木を山出しできず残念でしたが別ルートのお陰で店の前を通過。近所の高齢の方が見る事ができて良かったと喜んでおられました。御柱祭の後新型コロナ陽性者が増える事なく各所の方々の努力が実ったと感じました。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 県のプレミアム券、300円の地域券は助かりました。(富士見町/和食・料亭)
- ・ 毎年イベントを行ってもらいたい。年に4回以上。花火大会も無く、経済、集客、魅力に力を。(諏訪市/和食・料亭)
- ・ コロナ禍の影響により観光客の方がほとんどいっしょらなかつた。寂しい祭でした。(諏訪市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 以前よりイベント性に欠ける。(諏訪市/うなぎ)
- ・ 御柱祭の時は公民館等で打ち上げをするので、あまり期待できない。(諏訪市/和食・料亭)
- ・ 商売の話をすれば、本祭(当日)が売上につながる訳でなく、準備段階が一番の商売のタイミングである。当日開催されても売上には影響はほぼない。感染レベルにより、集まる事は禁止されていたので、むしろ、個人も出歩く訳にはいかず、マイナス効果は絶大であった。(諏訪市/居酒屋・スナック)
- ・ 地元客に限れば、直会にはアルコールがつき物ですが、今回のコロナ禍で規制が厳しく飲食店などを利用しなかつた。当店も予約制と1グループのみ限定での営業をしたが売上げにつながらなかつた。(諏訪市/和食・料亭)
- ・ 店前の歩行者天国道路が閑散としていた。平常に比べ車客が来れない等の問い合わせが多かつた。(諏訪市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 柱の回りだけ盛り上がっていて多少離れた場所にはなにも変化なし。(諏訪市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ コロナで縮小しながらの実施だったと思うので、観光向けに次回は宣伝しながらできるとより盛り上がり上がると思いました。(岡谷市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ スタッフも御柱に参加するため人員的に通常の営業を行なうので精一杯だった。中小の店は大きなイベントに対応できるパスがない。(岡谷市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ 観光客はほぼ0と認識している。(岡谷市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 「御柱祭関連」の売り上げといっても、実際には前年からの準備にかかわる飲食の比率が高いものです。「御柱祭当日」の売り上げは合計6日(それ以下の場合もある)しかない。小さい店ではできることは限られている。観光客向けには「平年」も客を呼べる年間通したイベントをやって行く方がよい。「御柱祭」だけでなく広い意味の「諏訪大社」を誘客につなげたい。(茅野市/和食・料亭)
- ・ コロナが落ち着いてくれないと、このままでは非常に苦しい。全てお客様が減少していました。(茅

野市/居酒屋・スナック)

- ・ コロナ禍の為テイクアウトを増やせば良いかなと思いました。(富士見町/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ コロナ対策を徹底したため、観光客のみならず地元民の立入りが厳格に禁止され不評であった。(茅野市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ どうしても木落しだけのイメージが観光客には強い様です。参加体験の機会を増やすと、もう少し楽しくなるのではないのでしょうか。(茅野市/そば)
- ・ なし。良かった点→何もよくなかった。祭は関係なかった。課題・改善点→ふつうにお祭りができればよかったですネ。コロナの影響はあっても祭りの影響はないです。(茅野市/和食・料亭)
- ・ 一部の祭りではなく諏訪地域の人全員の楽しみである様な祭りで→観光客も参加してくる。(茅野市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ 観光客が参加できる仕組みづくりを期待したいです。(地元客も一部の方は参加しづらい雰囲気を感じました。)(茅野市/そば)
- ・ 酒類の飲酒制限が有り。今はコロナの感染状況が課題。(茅野市/居酒屋・スナック)
- ・ 地域ではなく、当店だけの事情で考えると、会場と本店の間に交通規制が敷かれ、よく道を知らない限り物理的に観光客が来店する手段(車)が無かった。(茅野市/ファミリーレストラン)
- ・ 通行止でお客様減。(茅野市/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 富士見町では目に見える変化、盛り上がりがなく諏訪湖周辺との温度差があるように思います。視覚的に御柱の地域とわかるような町並を作って頂けたらうれしいです。(富士見町/和食・料亭)
- ・ とにかくお客様が外に出られるようにしてほしいです。(原村/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 2021、4/21→5/5 まで要請休業だったので今年は御柱関係なしに増えるのは当然で、このアンケートに意味があるのか、愚問です。(諏訪市/居酒屋・スナック)
- ・ 休業していたのでアンケートに役に立つ回答できずすみません。宜しくお願い致します。(下諏訪町/和食・料亭)
- ・ お祭りなのに全く盛り上がりせず異例の御柱でした。早く日常に戻りたいですネ。(茅野市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ コロナ禍ではどうしようもない。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 御柱祭を自店の商材にしたことがない。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 山の上まで御柱祭の雰囲気はない。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 新型コロナのため、御柱祭前後に多かった祭関連の来客がなかった。前は多かった。但し、上社山出しのコースがピーナスラインだったため、御柱を見に、来客が3人ありました。(茅野市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ 当店の売上減少は御柱祭とは関係なくむしろコロナの影響と考えられます。(茅野市/その他 (定食・焼肉・多国籍料理等))
- ・ 蓼科高原は御柱祭の観光客の反応は少ないと思う。(茅野市/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 御柱祭関係の宴会がないのでその分の売り上げは少ない。観光客は変わらない様に思われた。(富士見町/レストラン (イタリアン・フレンチ等 洋食))
- ・ 私(75才)妻(72才)の営業につき、配達、テイクアウト中心で店舗はほとんど開いていないので。(昨年は町発行の振興券の効果が大きいがありました。)(富士見町/和食・料亭)

- ・ 当店は御柱祭は売上減少します。地元の方は来ないし観光客も祭りにはきません。従業員は祭りで休むし良い事ありません。(原村/カフェ・スイーツ・ベーカリー)
- ・ 迷惑なので祭りを一切止めて欲しい。うるさいだけ。(原村/その他(定食・焼肉・多国籍料理等))



■ 調査票

事務局使用欄	2	1			
--------	---	---	--	--	--

「御柱祭」についてのアンケート調査【飲食店】

貴店舗名 _____

ご担当者名 _____ (役職: _____)

ご連絡先 (TEL) _____

回答は、太枠の回答欄へご記入ください。

■ 貴店について

問1. 所在地の郵便番号をお答えください。

- 郵便番号をご記入ください。

問2. 業態をお答えください。(複数該当する場合には、主なものを1つお答えください。)

1. 和食・料亭	2. うなぎ	3. そば	(数字を記入)
4. 中華料理・ラーメン	5. 居酒屋・スナック	6. ファーストフード	
7. レストラン(イタリアン・フレンチ等 洋食)	8. ファミリーレストラン		
9. カフェ・スイーツ・ベーカリー	10. その他(定食・焼肉・多国籍料理等)		

問3. 従業者数をお答えください。

※貴店で就業しているすべての人(臨時雇用者、他からの派遣、出向含む)を記入してください。

【従業者数】 人

■ 売上高について

問4. 過去(以下①~③)の売上高と比較した、2022年4~5月の売上高の水準をお答えください。
(概算で結構です)

① <u>【昨年】2021年4~5月の売上高を[100]とした場合の2022年4~5月の売上高</u>		$\frac{2022年4~5月の売上高}{2021年4~5月の売上高} \times 100$
② <u>【コロナ前】2019年4~5月の売上高[100]とした場合の2022年4~5月の売上高</u>		$\frac{2022年4~5月の売上高}{2019年4~5月の売上高} \times 100$
③ <u>【前回御柱祭】2016年4~5月の売上高を[100]とした場合の2022年4~5月の売上高</u>		$\frac{2022年4~5月の売上高}{2016年4~5月の売上高} \times 100$

例)2022年4~5月の売上高が200万円で2021年4~5月の売上高が100万円の場合 → ①は200 (※ 200÷100×100)
2022年4~5月の売上高が200万円で2016年4~5月の売上高が400万円の場合 → ③は50 (※ 200÷400×100)

事務局使用欄	2	2			
--------	---	---	--	--	--

問5. 過去（以下①～③）の売上高と比較した、2022年4～5月の売上高の変動要因について、それぞれ当てはまる番号をお答えください。

① 【昨年】2021年 4～5月の売上高と比較した <u>2022年</u> 4～5月の売上高の変動要因		← ← ←
② 【コロナ前】2019年 4～5月の売上高と比較した <u>2022年</u> 4～5月の売上高の変動要因		
③ 【前回御柱祭】2016年 4～5月の売上高と比較した <u>2022年</u> 4～5月の売上高の変動要因		

①～③それぞれに、要因として当てはまるものの番号（以下、1～10）を1つ記入

選択肢番号	地元客による購入	観光客による購入	備考
1	増加	増加	※問4が100超の場合のみ選択可
2	変化なし	増加	※問4が100超の場合のみ選択可
3	減少	増加	
4	増加	変化なし	※問4が100超の場合のみ選択可
5	変化なし	変化なし	
6	減少	変化なし	※問4が100未満の場合のみ選択可
7	増加	減少	
8	変化なし	減少	※問4が100未満の場合のみ選択可
9	減少	減少	※問4が100未満の場合のみ選択可
10	分からない		

■ **その他について**

問6. 貴店等（他社等との連携を含む）にて、御柱祭にあわせて独自に企画・展開した商品・サービスや誘客・消費喚起策等がありましたら、その内容や観光客の反応等についてご記入ください。

問7. 御柱祭期間中に提供したもののうち、問6にご記入いただいたもの以外で、特に売れ行きが好調だった商品・サービスについてご記入ください。

問8. その他、貴店および地域全体として、今回の御柱祭の良かった点や今後に向けた課題・改善点等がありましたらご記入ください。

アンケートは以上です。ありがとうございました。

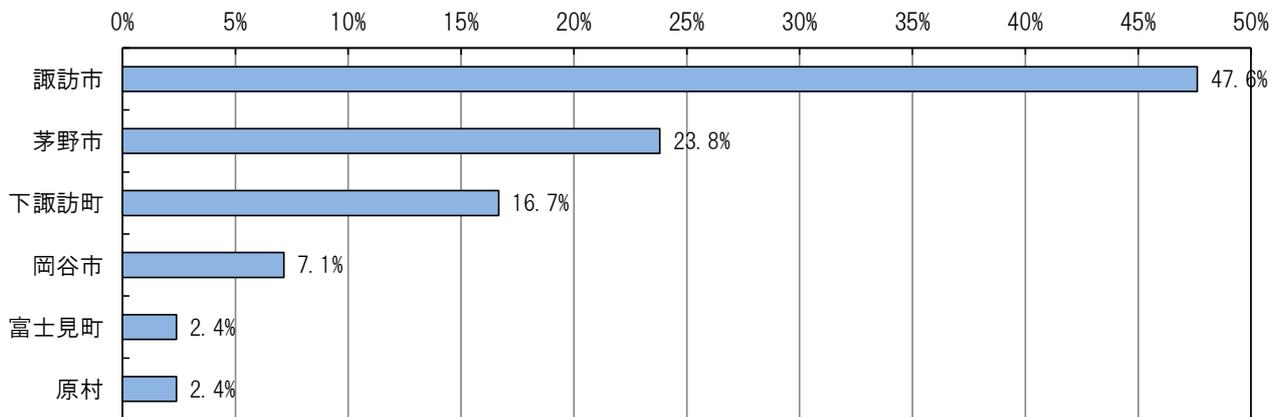
3. アンケート調査結果 (小売店)

■ 店舗について

問1 所在地 (市町村)

アンケート回答店舗の所在地は、「諏訪市」が最も多く、次いで「茅野市」が多くなっている。

図表 63 所在地 (市町村)



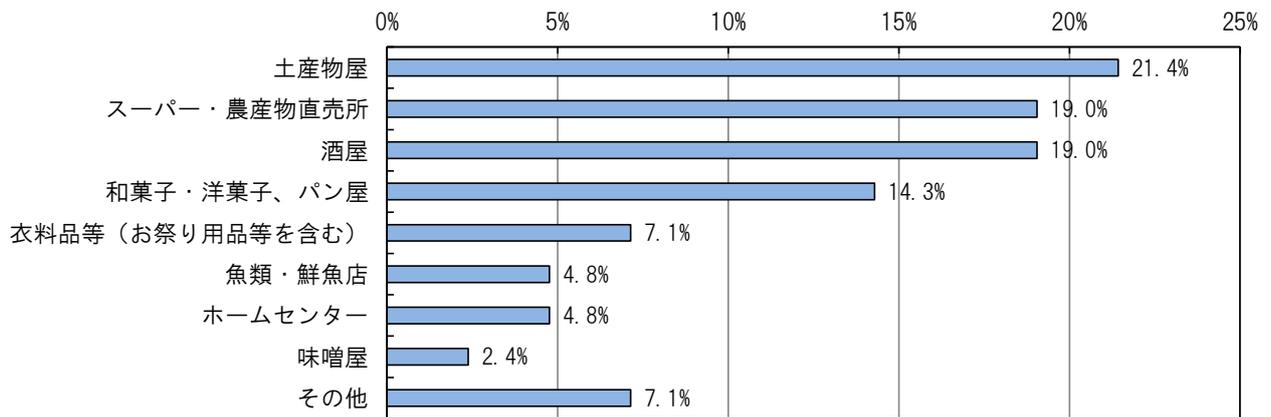
(n=42)

問2 業態

アンケート回答店舗の業態は、「土産物屋」が最も多く、次いで「スーパー・農産物直売所」、「酒屋」が多くなっている。(図表 64)

市町村別にみると、「茅野市」では「スーパー・農産物直売所」、「衣料品等」とする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ11.0ポイント、22.9ポイント上回っている。また、「下諏訪町」では「土産物屋」、「酒屋」とする回答割合が全体の回答割合を特に上回っている。(図表 65)

図表 64 業態



(n=42)

図表 65 【市町村別】業態

	合計 (n=42)	諏訪市 (n=20)	茅野市 (n=10)	下諏訪町 (n=7)	岡谷市 (n=3)	富士見町 (n=1)	原村 (n=1)
土産物屋	21.4%	25.0%	0.0%	42.9%	0.0%	100.0%	0.0%
スーパー・農産物直売所	19.0%	5.0%	30.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
酒屋	19.0%	20.0%	10.0%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%
和菓子・洋菓子、パン屋	14.3%	20.0%	10.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
衣料品等 (お祭り用品等を含む)	7.1%	0.0%	30.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
魚類・鮮魚店	4.8%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ホームセンター	4.8%	5.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
味噌屋	2.4%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	7.1%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

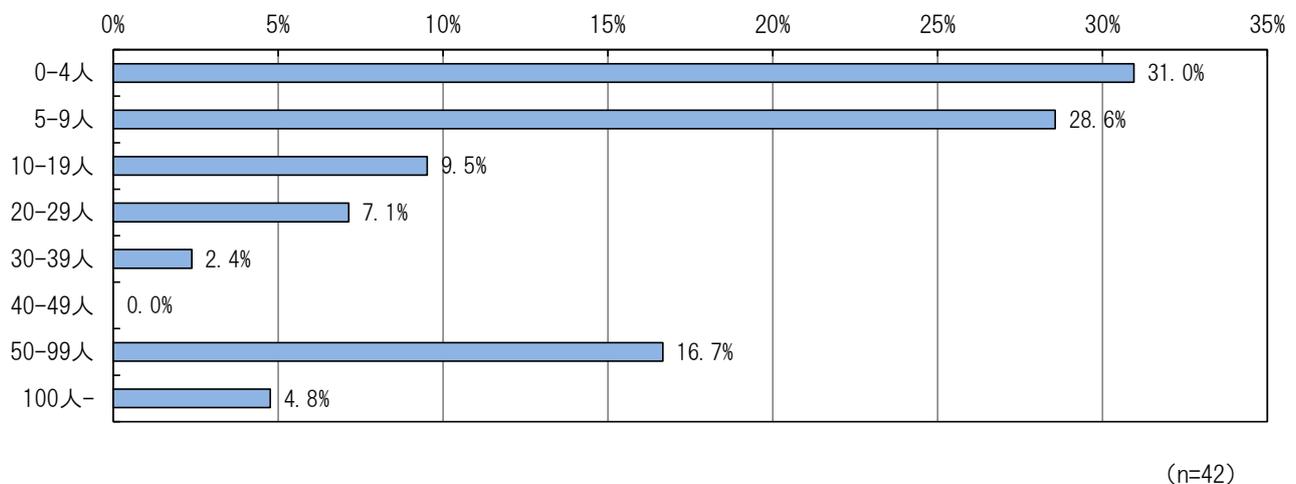
問3 従業者数

アンケート回答店舗の従業者数は、「0-4人」が最も多く、次いで「5-9人」が多くなっている。(図表 66)

市町村別にみると、「諏訪市」では、「5-9人」、「100人-」とする回答割合が全体の回答割合をそれぞれ11.4ポイント、5.2ポイント上回っている。また、「下諏訪町」では「0-4人」とする回答割合が全体の回答割合を特に上回っている。(図表 67)

業態別にみると、「土産物屋」で「5-9人」とする回答割合が全体の回答割合を15.8ポイント上回っている。また、「スーパー・農産物直売所」では「50-99人」、「酒屋」では「0-4人」および「5-9人」とする回答割合が全体の回答割合を特に上回っている。(図表 68)

図表 66 従業者数



図表 67 【市町村別】従業者数

	合計 (n=42)	諏訪市 (n=20)	茅野市 (n=10)	下諏訪町 (n=7)	岡谷市 (n=3)	富士見町 (n=1)	原村 (n=1)
0-4人	31.0%	35.0%	20.0%	57.1%	0.0%	0.0%	0.0%
5-9人	28.6%	40.0%	20.0%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%
10-19人	9.5%	10.0%	10.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%
20-29人	7.1%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
30-39人	2.4%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
40-49人	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
50-99人	16.7%	5.0%	30.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
100人-	4.8%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

図表 68 【業態別】従業者数

	合計 (n=42)	土産物屋 (n=9)	スーパー・農産物直売所 (n=8)	酒屋 (n=8)	和菓子・洋菓子、パン屋 (n=6)	衣料品等(お祭り用品等を含む) (n=3)	魚類・鮮魚店 (n=2)	ホームセンター (n=2)	味噌屋 (n=1)	その他 (n=3)
0-4人	31.0%	33.3%	0.0%	50.0%	33.3%	33.3%	100.0%	0.0%	0.0%	33.3%
5-9人	28.6%	44.4%	0.0%	50.0%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%	33.3%
10-19人	9.5%	11.1%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20-29人	7.1%	11.1%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
30-39人	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
40-49人	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
50-99人	16.7%	0.0%	62.5%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
100人-	4.8%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%

■ 売上高について

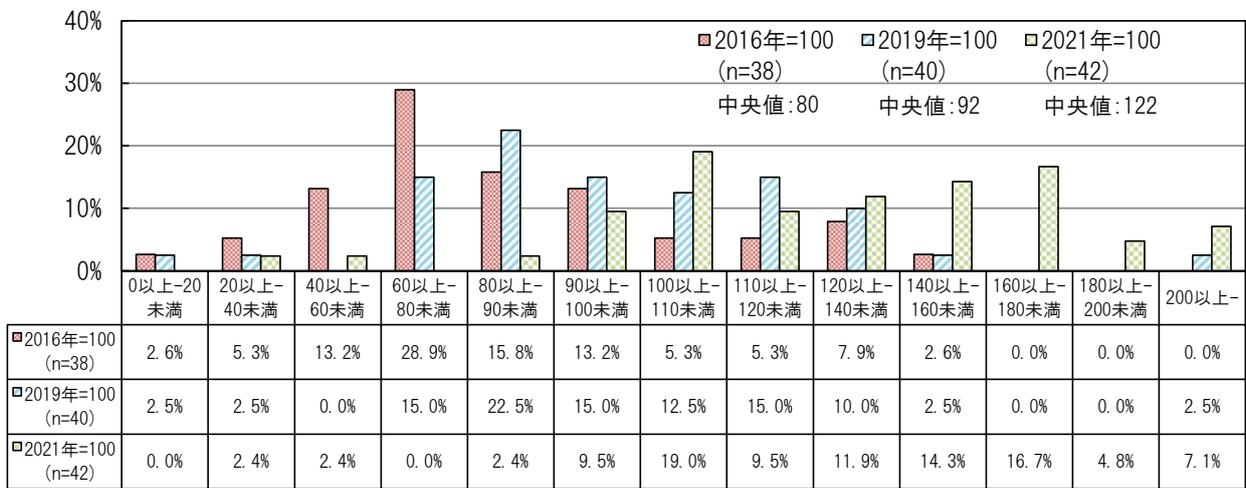
問4 過去と比較した売上高の水準

2022年4-5月の売上高について、前年の2021年以上であったと回答した店舗(「2021年=100」が「100以上」と回答した店舗)は83.3%となった。また、前年同期比で2倍以上と回答した店舗(同「200以上-」と回答した店舗)は7.1%となっている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年以上であったと回答した店舗(「2019年=100」が「100以上」と回答した店舗)は42.5%、前回の御柱祭開催年である2016年以上であったと回答した店舗(「2016年=100」が「100以上」と回答した店舗)は21.1%となっている。

2022年4-5月の売上高について、2021年同期の売上高を100とした指数(2021年=100)の回答結果の中央値は122と、2021年同期の売上高(=100)を上回っている。

図表 69 過去と比較した売上高の水準 (2022年4-5月)



(注) 無回答を除いて集計

2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高

2022年4-5月の売上高について、2021年同期の売上高を100とした指数(2021年=100)の回答結果の中央値を市町村別にみると、全ての市町村別で2021年同期の売上高(=100)以上となっている。

(図表 70)

業態別にみると、「魚類・鮮魚店」、「ホームセンター」以外の業態において、2021年同期の売上高(=100)を上回っている。(図表 71)

図表 70 【市町村別】過去と比較した売上高の水準(2022年4-5月)

		合計	諏訪市	茅野市	下諏訪町	岡谷市	富士見町	原村
中央値	2016年=100	80	79	77	63	90	-	96
	2019年=100	92	86	110	88	103	91	107
	2021年=100	122	139	132	120	100	144	118
無回答除く 回答数(n)	2016年=100	(n=38)	(n=19)	(n=9)	(n=6)	(n=3)	(n=0)	(n=1)
	2019年=100	(n=40)	(n=20)	(n=9)	(n=6)	(n=3)	(n=1)	(n=1)
	2021年=100	(n=42)	(n=20)	(n=10)	(n=7)	(n=3)	(n=1)	(n=1)

(注) 2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値

図表 71 【業態別】過去と比較した売上高の水準(2022年4-5月)

		合計	土産物屋	スーパー・直売所・農産物	酒屋	和菓子・洋菓子・パン屋	衣料品等(お祭り用品等を含む)	魚類・鮮魚店	ホームセンター	味噌屋	その他
中央値	2016年=100	80	83	96	65	69	70	72	113	65	76
	2019年=100	92	91	103	80	92	116	72	99	65	113
	2021年=100	122	177	105	130	110	175	38	98	105	139
無回答除く 回答数(n)	2016年=100	(n=38)	(n=8)	(n=7)	(n=7)	(n=6)	(n=2)	(n=2)	(n=2)	(n=1)	(n=3)
	2019年=100	(n=40)	(n=9)	(n=7)	(n=7)	(n=6)	(n=3)	(n=2)	(n=2)	(n=1)	(n=3)
	2021年=100	(n=42)	(n=9)	(n=8)	(n=8)	(n=6)	(n=3)	(n=2)	(n=2)	(n=1)	(n=3)

(注) 2016年=100：2016年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2019年=100：2019年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値
 2021年=100：2021年4-5月の売上高を[100]とした場合の2022年4-5月の売上高についての回答結果の中央値

問5 過去と比較した売上高の変動要因について

2022年4-5月の売上高について、2016年および2019年、2021年の各年同期と比較した売上高の変動要因をみると、前回の御柱祭開催年（2016年）との比較では、「地元客」、「観光客」による購入額がいずれも減少したと回答した店舗が過半数の70.3%となった。2016年との比較においては、「観光客」による購入額が減少したとする回答割合（89.2%）が、「地元客」による購入額が減少したとする回答割合（73.0%）を上回っている。

新型コロナウイルス感染拡大前の2019年との比較では、「地元客」、「観光客」による購入額がいずれも減少したと回答した店舗が28.9%と最も多かった。2019年との比較においては、「観光客」による購入額が減少したとする回答割合（57.9%）が、「地元客」による購入額が減少したとする回答割合（36.8%）を上回っている。

前年（2021年）との比較では、「地元客」、「観光客」による購入額がいずれも増加したと回答した店舗が46.3%と最も多かった。2021年との比較においては、「観光客」による購入額が増加したとする回答割合（68.3%）が、「地元客」による購入額が増加したとする回答割合（61.0%）を上回っている。

図表 72 過去と比較した売上高の変動要因

[2016年4-5月]の売上高と比較した2022年4-5月の売上高の変動要因

		観光客			合計
		増加	変化なし	減少	
地元客	増加	2.7%	0.0%	10.8%	13.5%
	変化なし	2.7%	2.7%	8.1%	13.5%
	減少	2.7%	0.0%	70.3%	73.0%
合計		8.1%	2.7%	89.2%	100.0%

(n=37)

[2019年4-5月]の売上高と比較した2022年4-5月の売上高の変動要因

		観光客			合計
		増加	変化なし	減少	
地元客	増加	18.4%	10.5%	13.2%	42.1%
	変化なし	0.0%	5.3%	15.8%	21.1%
	減少	5.3%	2.6%	28.9%	36.8%
合計		23.7%	18.4%	57.9%	100.0%

(n=38)

[2021年4-5月]の売上高と比較した2022年4-5月の売上高の変動要因

		観光客			合計
		増加	変化なし	減少	
地元客	増加	46.3%	7.3%	7.3%	61.0%
	変化なし	14.6%	4.9%	2.4%	22.0%
	減少	7.3%	0.0%	9.8%	17.1%
合計		68.3%	12.2%	19.5%	100.0%

(n=41)

(注) 「分からない」および「無回答」を除いて集計

■ その他について

問6 御柱祭にあわせて独自に企画・展開した商品・サービスや消費喚起策

- ・ 各蔵元の御柱限定ラベルの商品販売。(諏訪市/酒屋)
- ・ 御柱祭専用特注パンフレット作成。開店前 AM7:00~の特注品引渡し対応。(諏訪市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 生鮮のおもてなし品の予約販売。(諏訪市/ホームセンター)
- ・ 長野日報様からサービス品として御柱デザインの手拭いを数十枚頂き、土産品で 2,000 円以上お買い上げのノベルティとしてプレゼント配布した所好評で客単価の向上へつながりました。(諏訪市/土産物屋)
- ・ 街道すじのおもてなしや観光客無しでのお祭りだったので商品を製造・販売しても殆ど売上が無かった。(諏訪市/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ 御柱のイメージを基にパッケージと棒にこだわった商品を新たに出してみた。特別な消費喚起や観光へ影響を及ぼす程の物でもなかった。(諏訪市/その他)
- ・ 御柱パッケージの販売。(岡谷市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 刺身、オードブル大皿、酒、飲料ケース売り。(岡谷市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 限定酒、店頭での振舞酒。(下諏訪町/酒屋)
- ・ 仕出し関係の予約。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 御柱コーナーを作った事により、お客様はまよわず買っていくことができた。(諏訪市/土産物屋)
- ・ 御柱シールの商品への貼り付け。(下諏訪町/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ 里びき 3 日間店頭にてテントを出し販売。(下諏訪町/土産物屋)
- ・ 元綱の展示を地元の地区と協力して実施。「御柱」関連商品の集合陳列。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 氏子による御柱曳行のデモンストレーションを駐車場で展開(披露)し、観光客や来店客に好評であった。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 自社商品に商工会議所発行の御柱ステッカーを貼って販売、また大社の許諾商品を販売。ブログ、SNS 等で商品の告知等行う。大社北参道に店舗出店。(茅野市/その他)
- ・ 入口にて飲料販売。(茅野市/ホームセンター)
- ・ 御柱祭コーナーを設置。関連商材を仕入れ、販売しました。そもそも御柱祭の開催を知らないお客様も多く、話のネタとして良かったです。(富士見町/土産物屋)

問7 御柱祭期間中に提供したもののうち、特に売れ行きが好調だった商品・サービス

- ・ うなぎかば焼き。(諏訪市/魚類・鮮魚店)
- ・ 一昨年パッケージをリニューアルした商品。(諏訪市/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ 各メーカー様の御柱限定デザインの菓子、そばの土産が好評でした。以前から取り扱いのある御柱に関連した土産品も良く売れました。サービスとしては諏訪商工会議所から購入した御柱シールを土産に貼り見栄えも良くなり好評でした。(諏訪市/土産物屋)
- ・ 御柱パッケージ品のお土産。(特に菓子類)(諏訪市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 御柱ラベルのお酒。(諏訪市/酒屋)
- ・ 御柱関連のグッズ。(手ぬぐい、おんべ等)(諏訪市/ホームセンター)
- ・ 地酒。(日本酒、ワイン、地ビール)(諏訪市/酒屋)
- ・ スーパードライ。(岡谷市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 酒、飲料全般。(岡谷市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 「御柱」と入っているお菓子、雑貨、酒。(下諏訪町/土産物屋)
- ・ おみやげ品(コロナ禍の前年とくらべて)が増加。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 御柱祭の歴史や内容について手描きで説明している絵地図は人気がありました。(今現在も好調です。)(富士見町/土産物屋)
- ・ ビールメーカー、地酒メーカーも熱心ではなく、商品その物も少なかった。(下諏訪町/酒屋)
- ・ 売れ行きは普段とかわらず、ギフト商品は少なくなった。(諏訪市/その他)

問8 今回の御柱祭の良かった点や今後に向けた課題・改善点等

- ・ 平成 28 年の御柱の様なもり上がりが無かったが、氏子だけの御柱（昔の様な）の方がおごそかで良いのでは?(諏訪市/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ 御柱祭後に諏訪地方のコロナ感染者数が爆発的には増えなくてよかった。今回の御柱祭での売上増はまったく期待していませんでした。(諏訪市/土産物屋)
- ・ やって良かったと思います。(下諏訪町/酒屋)
- ・ 御柱祭が行われた事。(下諏訪町/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ LCV の生中継放送は良かったと思う。当店の前をトレーラーが通過。神事をしたが、駐車場は満車になったが当日の売上は減少した。安全対策として警備員も独自に手配して対応させていただきました。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 開催はされたものの、会合や打上げ、直会での飲食の機会が無く、スーパーマーケットとしては今回の御柱祭開催が追い風にはならなかった。(諏訪市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 観光客がとても少なかった為、今後は SNS、インターネット等を活用し、リピーター客や新規顧客様の獲得を実施していきます。(諏訪市/土産物屋)
- ・ 御柱祭で売上は殆どかわらない。(諏訪市/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ 酒の扱いが出来ない事は祭りの盛り上がりには欠ける。(諏訪市/酒屋)
- ・ 少子・高齢化で核家族化が進み、祭りに集まる人数が少なくなって、注文数の減少が顕著になっているので、商品の単価をあげるしか売上向上は難しくなっているが、消費マインドがインフレで冷えこんでいて厳しい現状が続くばかりです。(諏訪市/和菓子・洋菓子、パン屋)
- ・ 地域の人だけの参加で盛り上がりは今ひとつ。(諏訪市/酒屋)
- ・ 地元の方、観光のお客様共に御柱祭期間中はそちらに吸引されてしまう傾向があります。(諏訪市/その他)
- ・ 新型肺炎の影響は大きかったと思います。(岡谷市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 御柱当日のみでなく、その前後長期にお客様が来ていただくのがいいと思います。今回は観光客を入れないということで売上げはのびませんでした。当店は通行止区域にあるため車が入ってこられないおまつりは不利です。しかし今回は地元のおまつりというかんじでそれはそれでよかったなと思います。おまつりが終わったあとの柱を見にくる観光客の多さにはびっくりしています。県民割効果もあると思います。(下諏訪町/土産物屋)
- ・ 地元メーカーが県外が本社という事で、日本酒の売り上げが事に悪かった。コロナ禍で本来の祭りではなかった。次の御柱まで個人の店はどのくらい残っているのでしょうか?(下諏訪町/酒屋)
- ・ 過去 60 年、小売業に携わりましたが、御柱祭年は、一年間諏訪地域にとって商況、消費力が低下し、一部の業種を除き商業全般にとって低調となります。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 山出し祭の影響が大きく 4 月の御柱祭期間だけ比較すると大幅に売上が下がった。(茅野市/スーパー・農産物直売所)
- ・ 「ゴールデンウィーク」だからではなく、「御柱祭」だから来数が増えた実感はあまりなく、やはり縮小開催の影響を感じました。(富士見町/土産物屋)
- ・ わかりません。(諏訪市/酒屋)
- ・ 御柱祭の他に諏訪の観光・楽しみ方・お土産・食事って何だろう。(諏訪市/魚類・鮮魚店)
- ・ 上社の北参道に店舗があるため、里曳きはコロナ関係なく、それ程の集客はありませんが、山出しと下社の御柱の時の方がいつもの年は忙しいのが今年は静かでした。次回は山出し、里曳きが

できて欲しいです。(諏訪市/土産物屋)

- ・ 当社は諏訪大社御柱祭の開催エリアからは離れているため直接売上に影響する部分は少ないと思われる。(諏訪市/味噌屋)
- ・ 本当にすみません。当霧ヶ峰では御柱祭との関連をほとんど感じませんでした。※コロナが全てと思います。(諏訪市/土産物屋)
- ・ 呼ばなくても観光客はきます。又御柱祭は里での祭り、山や高原には関係無いです。(下諏訪町/土産物屋)
- ・ 良かった事はない。課題に対する改善点は見つからない。あれば教えて下さい。(下諏訪町/酒屋)
- ・ コロナがすべて。(茅野市/衣料品等 (お祭り用品等を含む))



■ 調査票

事務局使用欄	3	1			
--------	---	---	--	--	--

「御柱祭」についてのアンケート調査【小売店】

貴店舗名 _____

ご担当者名 _____ (役職: _____)

ご連絡先 (TEL) _____

回答は、太枠の回答欄へご記入ください。

■ 貴店について

問1. 所在地の郵便番号をお答えください。

			-					郵便番号をご記入ください。
--	--	--	---	--	--	--	--	---------------

問2. 業態をお答えください。(複数該当する場合には、主なものを1つお答えください。)

1. スーパー・農産物直売所	2. 和菓子・洋菓子店、パン屋	3. 酒屋	(数字を記入)
4. 味噌屋	5. 魚類・鮮魚店	6. 土産物屋	
7. ホームセンター	8. 衣料品等(お祭り用品等を含む)	9. その他 ()	

問3. 従業者数をお答えください。

※貴店で就業しているすべての人(臨時雇用者、他からの派遣、出向含む)を記入してください。

【従業者数】 人

■ 売上高について

問4. 過去(以下①~③)の売上高と比較した、2022年4~5月の売上高の水準をお答えください。
(概算で結構です)

① 【昨年】 2021年4~5月の売上高を[100]とした場合の 2022年 4~5月の売上高		$\frac{\text{2022年4~5月の売上高}}{\text{2021年4~5月の売上高}} \times 100$
② 【コロナ前】 2019年4~5月の売上高[100]とした場合の 2022年 4~5月の売上高		$\frac{\text{2022年4~5月の売上高}}{\text{2019年4~5月の売上高}} \times 100$
③ 【前回御柱祭】 2016年4~5月の売上高を[100]とした場合の 2022年 4~5月の売上高		$\frac{\text{2022年4~5月の売上高}}{\text{2016年4~5月の売上高}} \times 100$

例)2022年4~5月の売上高が200万円で2021年4~5月の売上高が100万円の場合 → ①は200 (※ 200÷100×100)
2022年4~5月の売上高が200万円で2016年4~5月の売上高が400万円の場合 → ③は50 (※ 200÷400×100)

事務局使用欄	3	2			
--------	---	---	--	--	--

問5. 過去(以下①～③)の売上高と比較した、2022年4～5月の売上高の変動要因について、それぞれ当てはまる番号をお答えください。

① 【昨年】2021年 4～5月の売上高と比較した 2022年 4～5月の売上高の変動要因		←
② 【コロナ前】2019年 4～5月の売上高と比較した 2022年 4～5月の売上高の変動要因		←
③ 【前回御柱祭】2016年 4～5月の売上高と比較した 2022年 4～5月の売上高の変動要因		←

①～③それぞれに、要因として当てはまるものの番号(以下、1～10)を1つ記入

選択肢番号	地元客による購入	観光客による購入	備考
1	増加	増加	※問4が100超の場合のみ選択可
2	変化なし	増加	※問4が100超の場合のみ選択可
3	減少	増加	
4	増加	変化なし	※問4が100超の場合のみ選択可
5	変化なし	変化なし	
6	減少	変化なし	※問4が100未満の場合のみ選択可
7	増加	減少	
8	変化なし	減少	※問4が100未満の場合のみ選択可
9	減少	減少	※問4が100未満の場合のみ選択可
10	分からない		

■ その他について

問6. 貴店等(他社等との連携を含む)にて、御柱祭にあわせて独自に企画・展開した商品・サービスや誘客・消費喚起策等がありましたら、その内容や観光客の反応等についてご記入ください。

問7. 御柱祭期間中に提供したもののうち、問6にご記入いただいたもの以外で、特に売れ行きが好調だった商品・サービスについてご記入ください。

問8. その他、貴店および地域全体として、今回の御柱祭の良かった点や今後に向けた課題・改善点等がありましたらご記入ください。

アンケートは以上です。ありがとうございました。

2. 事業者ヒアリング調査結果

宿泊施設

2022年4-5月の延べ宿泊者数

- ほとんどの施設において延べ宿泊者数が前年同期を上回った。前年同期を上回った施設では、前年同期の1.5倍～2倍とする回答が多い。
- しかしながら、コロナ前の水準までには回復していないとする施設がほとんどである。
- 前年同期を上回った要因として、同期間中に「緊急事態宣言」や「まん防」といった行動制限がなかったことや「県民割」等の旅行支援策が充実していたことを挙げる施設が多い。
- 御柱祭による延べ宿泊者数増加の影響については、ガイドラインにて諏訪圏域以外からの来訪自粛が求められていたことや、山出しが車両による運搬となったことを理由に、多くの施設が「ない」または「ほとんどない」と回答した。

前回2016年以前の御柱祭開催年における延べ宿泊者数

- 前回2016年以前の御柱祭開催年における延べ宿泊者数は、山出し・里曳き期間中（12日間）に大幅に増えるとする施設が多いが、茅野市・富士見町の一部施設では、同期間中においても例年と比べて変化がないとする回答もみられた。
- 上社里曳き期間については、元々観光客が多いGWと重なるため、例年と比べてあまり変化がないとする回答が目立った。
- また、山出し・里曳き期間（12日間）以外においては、御柱祭による目立った延べ宿泊者数の増加はみられないとする施設がほとんどである。

その他

- 木落しの中止、有料観覧席設置中止の影響等から、前回2016年以前の御柱祭に比べてツアー・団体客の予約が大幅に減少したとする施設が複数みられた。

今後への期待等

- 小宮祭の観光資源化等により、山出し・里曳き期間（12日間）以外においても誘客強化を図るべきとの意見が多い。
- また、御柱祭を地域の文化・魅力の一つとして捉えることで、通年・恒常的な誘客を図ることが必要であるとする意見が目立った。

飲食店

2022年の御柱祭期間中の売上高

- ほとんどの店舗が、前年同期に比べ売上が増加したと回答した。
- 前年同期と比べ1.2倍～1.3倍に増加したとする店舗が多かったが、その要因として消費者の新型コロナウイルスに対する意識の変化等を挙げる店舗が多く、御柱祭による売上増加の効果は、ほとんど感じられないとする店舗が多い。

前回2016年以前の御柱祭期間中の売上高

- 御柱祭期間中の観光客による売上高は、ほとんどの店舗が例年と比較して増加すると回答した。（なお、飲食店については観光客の利用が多いと推察される店舗をヒアリング調査対象としていることに留意が必要。）
- 地元住民による売上高は直会等によって増加すると回答する店舗がある一方で、御柱祭前の消費控え・御柱祭後の反動減により、その前後の期間も含めてみると例年と比較して変化がないと回答する店舗もあった。

今後への期待等

- 御柱祭による観光客の増加は山出し・里曳き期間（12日間）に集中するが、同期間は地元住民が氏子として御柱祭に参加する期間でもあり、人手不足から、観光客による需要に対応しきれないと回答した店舗もある。このような店舗からは、御柱祭による地域の魅力向上を図り、通年での観光客増加を図るべきとの声があった。



小売店

2022年の御柱祭期間中の売上高

- 土産物店では、多くの店舗で前年同期の1.5倍～2.5倍の売上高となったが、その主な要因は「県民割」等の旅行支援策であり御柱祭の影響は大きくないと回答する店舗がほとんどであった。
- 酒類関係事業者では、多くが前年同期の売上高を上回ったと回答したが、外食機会の増加等によるもので、御柱祭の影響によるものとする事業者は少ない。
- スーパーでは、地元住民による弁当・オードブル等の仕出しの注文が振るわず、前年同期の売上高と変わらないとする店舗が多かった。
- ホームセンターでは、法被・足袋等の売上に若干動きがみられるも、前年同期の売上高とほとんど変化がないとする回答があった。

前回2016年以前の御柱祭と比較した変化

- 土産物店では、例年に比べ御柱祭限定デザインの商品やアルコール飲料の売上が増加した一方で、その水準は前回以前の御柱祭の半分以下であったとする回答が複数みられた。
- また、土産物屋からは、地元住民が来客者に渡すためにお土産を購入することによる売上増加が今回はほとんどみられなかったといった声もあった。
- 酒類関係事業者では、地元住民の直会減少により売上が大きく伸びなかったとする回答が多かった。直会の代わりに持ち帰り用として小瓶を配布する地域があり、300ml程度の小瓶の売上が増加したと回答した事業者もみられた。
- スーパーでは、全ての店舗が地元住民による弁当・オードブル等の仕出し注文の増加がほとんどみられなかったと回答した。
- ホームセンターでは、前年と比べ法被・足袋等の売上が増加したものの、前回の御柱祭時の半分程度であったとする回答がみられた。

今後への期待等

- 今回の御柱祭では全体での直会や曳行中の水分補給・昼食を除く飲食が禁止されたことを受け、次回以降の御柱祭においては、仮に新型コロナウイルスの感染拡大が終息していたとしても、氏子による酒類等の消費が減少してしまうことを懸念すると同時に、その意味で観光客増加への期待が今まで以上に高まるとする意見があった。
- 前回以前の御柱祭を踏まえた意見ではあるが、これまでスケジュール通りに曳行された際には観光客による店舗への立ち寄りが増え売上が増加した一方で、スケジュールに対する遅れが生じた場合には、観光客が店舗に立ち寄る機会が少なくなるだけでなく、観光客の御柱祭に対する不満が地域に対する不満につながりかねないことから、スケジュール通りの曳行が重要であるとする意見がみられた。
- 諏訪大社周辺の店舗からは、今回の御柱祭の後、境内に建てられた御柱を見に来る観光客が多いことに驚いており、次回以降、御柱祭前後の期間を含め通年で観光客が増えるようにしていけたら良いのではないかという声があった。
- また、土産物店からは、山出し・里曳きの開催にあわせて短期的に来客・売上が増えるが、長野市の善光寺御開帳のように長い期間にわたって観光客が増えるようになると良いといった意見もあった。

観光施設

2022年の御柱祭期間中の利用者数

- 利用者数が前年同期に比べ増加したとする施設がほとんどであった。前年同期比2割程度増加した施設が複数あったほか、同4割増加したとする施設もあった。
- 御柱祭の効果については、御柱祭で利用者数が増加したと回答する施設と、変化がないと回答する施設で二分された。
- 御柱祭によって利用者数が増加したとする施設の一部からは、前年との比較では利用者が増加しているものの、木落しの中止等の影響により、前回2016年以前の御柱祭に比べてツアー・団体客の予約が大幅に減少したという声もあった。

前回2016年以前の御柱祭期間中の利用者数

- 今回2022年の御柱祭と同様、御柱祭によって利用者数が増加すると回答する施設と、変化がないと回答する施設で二分された。
- 御柱祭による利用者数増加の影響が無いと回答した施設のなかには、影響がない理由として、御柱祭による利用者の増加が見込まれるGWは、元々利用者が多い時期であることを挙げる施設もあった。

今後への期待等

- 今回、御柱祭後に設置した模擬御柱やその紹介パネルが観光客に好評であったことから、模擬御柱や秋の小宮祭等も活用しながら、地域の魅力を発信出来れば良いという意見があった。
- また、御柱祭をきっかけに地域の魅力を知ってもらい、御柱祭が開催される期間だけでなく、通年あるいは6年間通して観光客が呼び込めるようにすることが重要であるという意見もみられた。

旅行代理店

2022年の御柱祭による売上への影響

- 地元住民が御柱祭に参加するため、地元住民による旅行が減少し、売上が減少したと回答する旅行代理店がほとんどであった。
- 一方で、今年は旅行需要がコロナ前ほどには回復していないことから、御柱祭による売上の減少幅はそれほど大きくないとする旅行代理店もあった。

前回2016年以前の御柱祭による売上への影響

- 御柱祭への参加によって地元住民の旅行が減少することについて、地元住民の一部では御柱祭開催年の結婚を控える動きもあることから、特に単価の高い新婚旅行の減少が売上に大きく影響すると回答した旅行代理店があった。
- 地元住民による旅行減少の影響から全体での売上は減少するものの、氏子が利用する貸切バスの手配による増加が売上を下支えするという旅行代理店もみられた。

今後への期待等

- 自治体が関与する組織が旅行業登録の上、着地型ツアーを組成するといった動きが出てきているが、ノウハウ活用等において地元の旅行代理店との連携を望む意見があった。

交通事業者

2022年の御柱祭による売上への影響

- 里曳きの際に、氏子移動用の貸切バスの利用があり、売上が増加したとする回答があった。

前回2016年以前の御柱祭による売上への影響

- 里曳きに加え、山出しや小宮祭においても氏子移動用の貸切バスの利用があり、また、利用されるバスの車両規模が今年よりも大きいこともあり、売上が大きく増加するという回答があった。
- 御柱祭後や小宮祭後に、慰労会を兼ねてバスで旅行に行く地区があることから、売上が増加すると回答した交通事業者もあった。
- 観光客による高速バス（首都圏等・諏訪間）の利用が増加するとの回答もあった。

今後への期待等

- 御柱祭を観覧するために諏訪を訪れた観光客が、より地域内を周遊（移動）するようになるためには、御柱祭がスケジュール通りに曳行されることが重要であるという意見があった。

ガソリンスタンド

2022年の御柱祭による売上への影響

- 御柱祭期間中の交通規制等により地元住民が自家用車での移動を控えることから、売上高が減少したと回答するガソリンスタンドがほとんどであった。

前回2016年以前の御柱祭による売上への影響

- 交通規制等により地元住民の自家用車での移動が減少することから売上が大幅に減少すると回答したガソリンスタンドがほとんどであったが、観光地付近の一部店舗では、観光客の増加が売上を下支えするとの回答もあった。

今後への期待等

- 御柱祭期間中は地元住民による利用が大幅に減少するため、少しでも多くの観光客を呼び込むことでこれを補填できると良いとする意見があった。

3. 自治体等ヒアリング調査結果

諏訪地方観光連盟

- 御柱祭に関する一元的な情報発信を目的に、諏訪地方観光連盟に「御柱祭観光情報センター」を設置した。
- 御柱祭観光情報センターのHPを御柱祭期間以外にも継続してみられるものとして、2021年3月にフルリニューアルした。今後のインバウンド客の回復も見据え、英語版ページも作成した。
- 御柱祭を含め諏訪地域の魅力をPRするプロモーションビデオを作成し、2021年3月にYouTubeにて公開した。
- 諏訪大社を起点として諏訪地域の観光スポットを巡る仮想バスツアーとして、オンラインツアーを、2021年11月および12月に上社編・下社編の各2回実施した。地域のガイドや地元製品の生産者とのコミュニケーションを通して、地域の魅力を訴求することで、コロナ後の誘客促進を図った。
- 諏訪地域のブランド価値の向上を目的とする「諏訪の国ブランド」について、御柱祭開催年に向けて再構築し、2021年度に地域産品等を「モノ」として、地域の魅力を体験できるツアー等を「コト」として認定した。認定商品をPRすることで、御柱祭期間外の分散型の誘客を図った。
- 御柱祭前の2022年1月には、コロナ禍において主に御柱祭前の県内からの誘客を図るため、御柱祭や諏訪地域の歴史文化、グルメ、観光名所などの情報を盛り込んだ1時間番組を制作の上、県内ケーブルテレビ15局にて放映した。また、同年2月にはYouTubeでも配信した。
- 同年開催となった善光寺御開帳との共同プロモーションページを公開した。諏訪地域については、御柱祭をきっかけに四社巡りをさせていただく内容とした。
- 御柱祭をきっかけに、地元住民や近隣地域によるマイクロツーリズムを促進するため、これまであまり知られてこなかった観光資源や地域の歴史を知るガイドツアー、御柱祭にまつわる歴史文化などの情報を集めた周遊マップ「諏訪地方おもてなし周遊マップ」を作成した。
- 岡谷市内の大型商業施設にて、「諏訪の国ブランドフェア」として諏訪の国ブランド認定商品の展示・販売を実施した。あわせて、下社里曳きの生中継を会場で放映した。
- 諏訪地域外に住む方も御柱祭の様子を楽しめるように、インターネットでの有料ライブ配信にて、御柱祭当日の様子を配信した。
- 観光客等に御柱祭を身近に感じて貰うため、諏訪地域内各地に点在する模擬御柱の情報を集約し、HP上で公開するとともに、模擬御柱に設置するためののぼり旗とパネルを作成し、各市町村へ配布した。パネルは、諏訪大社や御柱祭についての案内のほか、プロモーションビデオへ誘導するQRコードも掲載した。
- 諏訪の地で育まれた神様と仏様が共存したかつての姿を振り返る「諏訪神仏プロジェクト」において、2022年10月～11月に諏訪地域内の社寺25か所で関連する仏像等が一斉公開されることに伴い、ポスター・チラシ作成等のプロモーションを実施した。御柱祭開催年に諏訪大社に関連する歴史文化のPRを強化することで、御柱祭後の誘客促進を図った。

岡谷市

- 県外のイベントにて御柱祭のチラシの配布や岡谷市観光協会推奨土産品であるシルクミニおんべの販売等のPRを実施した。
- 岡谷駅前の観光案内所にて、御柱祭期間中とその前後で、市内印刷会社制作のおんべと岡谷市観光協会推奨土産品であるシルクミニおんべを販売した。

- 岡谷蚕糸博物館や、JR 岡谷駅へ設置されている模擬御柱へ、諏訪地方観光連盟にて作成のパネル・のぼり旗を設置した。

諏訪市

- 氏子・見物客用に、仮設トイレと手指消毒液を設置した。今回は諏訪地域外からの訪問による観覧を制限していたことから、仮設トイレの設置台数は前回に比べ大幅に減らした。
- 諏訪湖上花火の打ち上げ場所である初島について、環境整備を実施し、御柱祭後の継続的な誘客のコンテンツとして、小宮の御柱祭後に御柱が建った初島への上陸体験アクティビティを企画。

茅野市

- 氏子に加え、諏訪圏内からの見物客の利用も想定し、仮設トイレと手指消毒液を設置した。仮設トイレの設置台数は前回に比べ大幅に減らした。
- ちの観光まちづくり推進機構にて、曳行ルートを巡る日帰りバスツアーを6月から企画。同ツアーについて、銀座 NAGANO にて PR を実施した。
- 地元の氏子と一緒に御柱を曳くことが出来る小宮の御柱祭体験ツアーを、ちの観光まちづくり推進機構にて企画し、10月に実施。

下諏訪町

- 下諏訪町御柱祭実行委員会を組織し、観光客の受け入れによる地域経済活性化を企図し有料観覧席の設置を計画するとともに、御柱祭は地元の氏子が大事にしている神事であることが伝わるよう、御柱祭に関する情報発信を行った。
- 結果的には感染状況を踏まえて中止の判断に至ったが、有料観覧席設置に向けた準備を進めていた。新型コロナウイルス対策として、席数は7,390席と前回の半分以下とした。
- 有料観覧席の販売については、前回、木落とし坂周辺の混雑緩和が課題となったことから、旅行会社・添乗員との連携により動きがコントロールしやすい、旅行会社を通じたツアー客向けの有料観覧席チケットの販売を充実させた。事前に旅行会社へニーズ調査を行った結果、下社山出しの有料観覧席として初めて入れ替え制としたことで、ツアーへ組み込みやすくなり、旅行会社経由でのチケット販売は特に好調だった。諏訪地域を中心とする日帰り・宿泊プランのほか、善光寺御開帳等、県内を周遊する高額なプランも企画・販売された様子である。
- また、地域の小売業者の支援のため、有料観覧席にご当地のお土産をセットにして販売することも企画した。
- 加えて、実行委員会ではポスター、リーフレット、チラシを製作したほか、のぼり旗を実行委員会にて製作・設置するとともに、町内外の事業者等へ販売した。のぼり旗に用いる御柱祭のロゴデザインは、前回と同じものとする一方で、地域全体で統一感が生まれるように工夫した。
- このほか、地域の特産品の販売促進のため、商品に貼付する御柱祭シールを実行委員会にて作成し、諏訪地域6市町村の商工会議所等にて販売した。
- 下諏訪町観光振興局では、山出しと里曳きの間の期間に注連掛に安置されている御柱と桜を鑑賞するツアーや、御柱祭後に曳行路を巡るツアーや小宮祭を体験するツアー等を、複数企画・催行した。

富士見町

- 富士見駅前の観光案内所と富士見パノラマリゾートに、御柱祭をPRするのぼり旗を設置した。
- 富士見パノラマリゾートに設置された模擬御柱に、諏訪地方観光連盟にて作成のパネル・のぼり旗を設置した。模擬御柱で写真撮影する観光客の姿が見受けられた。

原村

- 原村が上社の御柱祭の出発地点であることをPRする看板・のぼりを御柱街道沿いに設置した。
- 御柱祭開始前に、綱置場に並ぶ御柱の様子等を村や地域おこし協力隊のSNSにて発信した。
- 御柱祭に関連した新聞等の記事下に原村の広告を掲載した。

4. 調査結果の総括

御柱祭をいかした通年・通期での誘客促進

諏訪地域の事業者を実施したアンケート調査から、コロナ禍での開催となった今回の御柱祭ではその効果が限定的となったものの、過去の御柱祭では、観光客の増加による利用者や売上等の増加がみられることがわかった。しかしながら、事業者に対するヒアリング調査では、御柱祭による観光客の増加は山出し・里曳きが開催される12日間に特に集中しており、4・5月あるいは年間を通じた観光客の誘客には充分につながっていない可能性があることも同時に明らかとなった。これに関連して、御柱祭期間中だけでなく、期間前後の誘客強化を求める意見が業種を問わず複数の事業者から寄せられた。また、一部の事業者からは、御柱祭は地域住民（氏子）が参加する神事であるという性質上、従業員の確保が難しく、御柱祭期間中の観光客増加を売上増加に繋げられない等の機会損失が生じているといった声もあった。

上記を踏まえると、御柱祭を通じた広域観光振興のためには、御柱祭への誘客強化を図ることに加え、御柱祭をきっかけに諏訪地域の魅力を合わせて発信することで、通年あるいは6年間を通じた誘客につなげることが重要であると言える。

この観点では、諏訪地方観光連盟は今回の御柱祭の開催に向け、諏訪地域のブランド価値向上を通じた魅力発信と活性化を目的とする「諏訪の国ブランド」を再構築し、2021年度に、諏訪地域のアイデンティティを体現する地域産品や体験・ツアー等に対し、認定を行った。また、御柱祭のPRを目的に作成され、御柱祭観光情報センターのホームページ等に掲載されたYouTube動画では、木落としや川越しといった御柱祭の華々しい場面だけでなく、自然、歴史・文化、食など諏訪地域の魅力についても幅広く紹介されている。動画は2021年3月末に公開されて以降、2022年11月末までの間に5万回以上再生されており、御柱祭への関心の高さがうかがえることから、全国的に知名度の高い御柱祭と絡めて諏訪地域の様々な魅力を発信することは、次回以降も引き続き重要な取組であるものと考えられる。



【御柱祭 YouTube 動画】

また、山出しと里曳きの間や、御柱祭後の誘客を図る取組として、現地発着の着地型ツアーが複数企画・催行されている。具体的には、ちの観光まちづくり推進機構では、御柱祭の曳行ルートを巡るバスツアーや小宮祭体験ツアーを催行している。また、下諏訪町観光振興局では、注連掛に安置されている御柱と桜を鑑賞するツアーを山出しと里曳きの間期間に実施したほか、御柱祭関連のツアーを御柱祭後にも複数催行している。特に、下諏訪町観光振興局が企画・実施した小宮祭体験ツアーは、上社前宮（茅野市）や上社本宮（諏訪市）等を案内した後、下諏訪町内の宿泊施設で宿泊し、翌日に車山神社（茅野市）の小宮祭「天空の御柱祭」の曳行に参加するプランとなっており、車山観光協会と連携した広域的な取組と言える。御柱祭に関するこうしたツアーの実施は、御柱祭を観覧した観光客が諏訪地域に再訪するきっかけになることも想定される等、御柱祭期間外の諏訪地域への誘客につながる取組であると考えられる。

また、諏訪地域では、諏訪の地で生まれた神さまと仏さまが共存したかつての姿を振り返る「諏訪神仏プロジェクト」の一環として、諏訪大社ゆかりの仏像・仏具を2022年10月～11月にかけて25か所の社寺で一斉公開するなどの企画が実施された。諏訪地方観光連盟では、御柱祭の年に合わせて多面的な諏訪信仰の歴史に光を当てることで諏訪地域への誘客を促進することを企図し、神仏プロジェクトに関するプロモーションを実施した。諏訪地域への注目が集まる御柱祭の開催年に諏訪大社の歴史・文化に関連したイベントを開催することは、御柱祭をいかした通年での誘客を図る取り組みとして有効であると考えられる。

諏訪大社の神さまと仏さまが150年ぶりに再会

国内最古の神社のひとつとされる諏訪大社。そこに起こった信仰は、諏訪の地に根つき、全国へ広がっています。わが国古来の信仰は自然信仰に根ざしたもので、時代の流れの中でさまざまな姿を変えてきました。特に奈良時代には、仏教の流入とともに神仏習合が盛んになり、神と仏の共存が確立していった。その中で、古くから寺にまつて神さまと仏さまが一つの神としてまつ「神仏習合」の信仰が確立。諏訪神社でも上社・下社にはそれぞれ神さまと仏さまがまつられ、多くの寺院や神社が立ちあがり、互いに影響を与え合っていました。そして、明治時代を境として、新政府の「神仏分離令」が別々となり、一帯となっていた神仏の信仰は別々の道を歩むことになりました。

諏訪では鎌倉時代の五重塔をはじめ、貴重な仏像のほとんどが打ちこわれ、多くの仏像は人々の手によって諏訪地域の各寺院に移されました。1000年に及ぶ文化の継がれが、150年ぶりに再会を遂げたのです。このプロジェクトは諏訪の地で育まれた神さまと仏さまが共存したかつての姿を振り返るものです。最近寺などで仏像が知られてきた諏訪大社寺への仏像や仏具が、今一度公開。これまでにないような企画が実現された仏像公開の機会を、皆さまにご覧いただき、かつては当たり前にあった神さまと仏さまが同居する風景を取り戻します。

開催期間 令和4年(2022年)10月1日(土)～11月27日(日)
会場 諏訪地域社寺25箇所、諏訪市博物館、下諏訪町立諏訪湖博物館
内容 諏訪神社宮内各所の仏像等の一斉公開、博物館等における特別公開の開催

貴 重なる歴史的文化遺産の調査・研究が行われています

神さまと仏さまが共存したかつての姿を振り返る「諏訪神仏プロジェクト」の一環として、諏訪大社ゆかりの仏像・仏具を2022年10月～11月にかけて25か所の社寺で一斉公開するなどの企画が実施された。諏訪地方観光連盟では、御柱祭の年に合わせて多面的な諏訪信仰の歴史に光を当てることで諏訪地域への誘客を促進することを企図し、神仏プロジェクトに関するプロモーションを実施した。諏訪地域への注目が集まる御柱祭の開催年に諏訪大社の歴史・文化に関連したイベントを開催することは、御柱祭をいかした通年での誘客を図る取り組みとして有効であると考えられる。

150年ぶりに神仏と僧侶が一室に会し 神前に祈りを捧げます

神さまと仏さまが共存したかつての姿を振り返る「諏訪神仏プロジェクト」の一環として、諏訪大社ゆかりの仏像・仏具を2022年10月～11月にかけて25か所の社寺で一斉公開するなどの企画が実施された。諏訪地方観光連盟では、御柱祭の年に合わせて多面的な諏訪信仰の歴史に光を当てることで諏訪地域への誘客を促進することを企図し、神仏プロジェクトに関するプロモーションを実施した。諏訪地域への注目が集まる御柱祭の開催年に諏訪大社の歴史・文化に関連したイベントを開催することは、御柱祭をいかした通年での誘客を図る取り組みとして有効であると考えられる。

【諏訪神仏プロジェクト】公式サイト
<https://suwa-tabi.jp/feature/suwa-shinbutsu/>
 お問い合わせ 360-86 074-8277 2338 | E-mail suwadaishinbutsu@suwa-tabi.jp

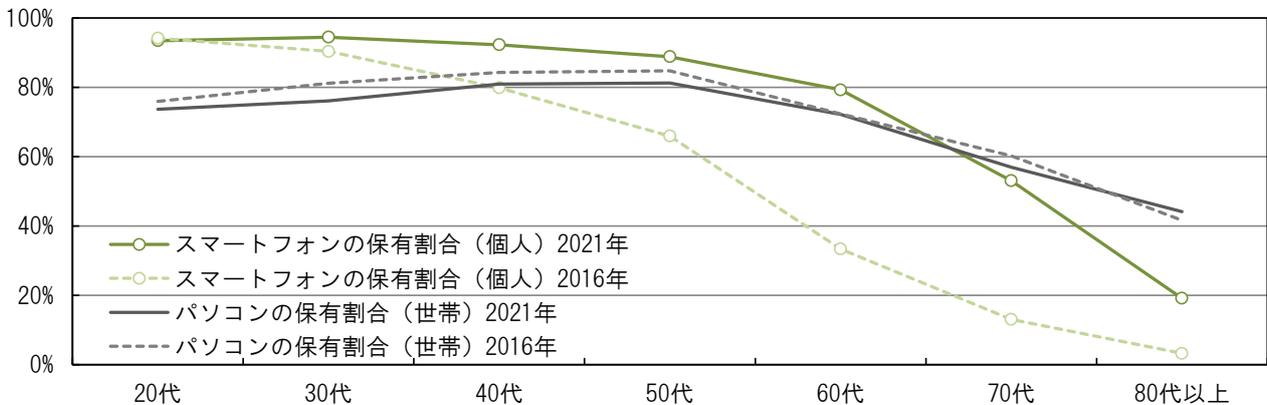
【諏訪神仏プロジェクト】

次回へ向けコロナ禍での新たな取組の検証・改善を

コロナ禍での開催となった今回の御柱祭では、感染症対策と両立しながら観光消費拡大を図るために、様々な取組がみられた。これらの取組は、最終的には実現に至らなかったものも含め、次回開催時に仮に新型コロナウイルス感染症の感染拡大が終息していた場合においても、アフターコロナの社会に即した取組となる可能性もある。今回限りの取組に留めることなく、次回の御柱祭に向け、これらの取組の有効性を改めて検証することも重要になると考える。

例えば、今回の御柱祭では有料ライブ配信が実施された。上社および下社の山出し・里曳きの様子がインターネットで配信され、地元住民はもとより、ガイドラインにおいて現地での観覧が制限された諏訪地域外の居住者も、御柱祭の様子をリアルタイムで視聴することが可能となった。なお、御柱祭に関する過去の広域観光振興調査結果によると、見物客の半数以上を50代以上が占めており、中高年者層の関心が高いことがうかがえる。これに関連して、情報通信機器の保有状況を年代別にみると、前回御柱祭開催年の2016年から2021年までの5年間で、スマートフォンの保有割合は50代で22.9ポイント、60代で45.9ポイント上昇し、世帯でのパソコン保有割合を上回る水準に達している。**(図表 73)** スマートフォンの普及を背景にインターネットで動画を視聴する環境が整ってきていることから、ライブ配信は、域外居住者へ御柱祭の魅力を発信する手段として、次回以降の御柱祭においても有効な取組となる可能性が考えられる。また、御柱祭当日に諏訪地域を訪れる見物客においては、現地の雰囲気を楽しみながら思い思いの場所で御柱祭の様子をスマートフォンで視聴することが可能になることから、有料観覧席周辺等、特定のエリアにおける混雑緩和・混乱回避に寄与する可能性も考えられる。

図表 73 情報通信機器の保有状況



(資料) 総務省「通信利用動向調査」

(注) パソコンの世帯での保有割合は世帯主の年齢別に集計。

スマートフォンの保有割合の算出について2016年は無回答を母数から除き、2021年は無回答を母数に含む。

また、下諏訪町御柱祭実行委員会が設置に向け準備を進めた下社山出しの有料観覧席については、コロナ禍で疲弊した地域産業を活性化させることを目的に、有料観覧席のチケットと合わせて地域産品等のお土産もセットで販売された。御柱祭開催前に購入者のもとに発送される予定であったお土産セットは、木落とし中止・有料観覧席の設置中止に伴う払い戻しにより、結果的に発送されることは無かったものの、見物客による観光消費額増加に寄与する取組として有効であったと考えられる。これまで、見物客が現地でお土産を購入する際、観光客で混雑する中、購入したお土産を持って移動しなければならないことがお土産購入の障壁となっていたことも十分に考えられるため、チケット購入者に対し、事前にお土産を送付できるようにすることは観光消費額増加に寄与するものであったと想定される。また、事前に発送したお土産を気に入った場合、来訪した際の現地での購入に繋がることも期待される。さらに、チケットとお土産のセット販売にあたっては、お土産セットの有無やお土産の内容を選択出来るようにすることで、満足度の向上にもつながるものとする。



【お土産セットとして発送が予定されていた商品の一例】

このほか、コロナ禍でも家に居ながら旅行の疑似体験が出来る取組として、オンラインツアーが2021年11月から12月にかけて複数回実施された。諏訪大社を起点として諏訪地域の観光名所をめぐる仮想バスツアーの形式で実施され、地元産品の生産者や現地ガイドともコミュニケーションを図り地域の魅力を訴求することで、アフターコロナにおける現地への誘客を促進した。公益社団法人日本観光振興協会の令和4年度の調査報告によると、オンライン旅行を「体験したことがある」と「体験する予定がある」を合算した回答割合は4.8%となっており、オンラインツアーが一般的に浸透しているとはいえないことがうかがえるが、オンラインツアーに関心があると想定される「体験してみたいと思う」との回答が17.4%となっている。(図表74) また、同調査報告によれば、オンライン旅行への参加の結果、67.6%が現地への訪問を希望するに至っている。(図表75) 今後、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が終息に向かっていく場合には、オンラインツアーへのニーズが低下していく可能性も想定されるが、「現実とは別のもので、今後もオンライン上で体験をしたい」との回答が19.1%となっていることから、現時点においては、現実の旅行の代替ではなくオンライン旅行体験そのものを楽しむ人も一定程度存在するものと思われる。今後の動向を注視しつつ、より幅広く御柱祭や諏訪地域の魅力を発信するための手段として、オンラインツアーの実施について検討することが必要であるとする。

広域観光振興調査結果報告書
令和4年度 諏訪広域連合
広域観光調査業務委託

令和4年12月
諏訪広域連合



諏訪広域連合

岡谷市・諏訪市・茅野市・下諏訪町・富士見町・原村