

## 参考資料

### 1. 上里町観光振興ビジョン推進サポーター名簿

※令和 8(2026)年 1 月 8 日現在

サポーター (計 10 名)	民間事業者	堀込 佑太
		戸矢 由布子
		高津戸 雄
	経済団体	村上 洋美
	文化・芸術団体	木村 美鈴
		吉野 卓巳
		石原 栄一
		町田 美幸
	官公庁	関口 圭市
		大滝 啓友
オブザーバー	総務省地域力創造アドバイザー 上里町観光地域づくりアドバイザー	花田 欣也
事務局	上里町地域活力創造課活力創造係	-

### 2. 策定プロセス

プロセス	概要
観光地域づくりセミナー	開催日時：令和 7 (2025)年 6 月 16 日 午後 5 時 00 分～午後 6 時 00 分 対 象 者：地域住民、町観光協会加入会員、町職員等
観光アンケート調査	調査期間：令和 7 (2025)年 5 月 26 日～同年 10 月 10 日 調査方法：来訪者（観光客）、地域住民を対象に WEB アンケートを実施
観光地域づくり ワークショップ	【第 1 回】「私たちの上里町の魅力って…？」 開催日：令和 7 (2025)年 7 月 10 日、参加者数：計 9 名 【第 2 回】「上里町の“魅力”を磨き上げるには？」 開催日時：令和 7 (2025)年 8 月 4 日、参加者数：計 11 名 【第 3 回】「私たちの上里町のミライとは？」 開催日時：令和 7 (2025)年 9 月 24 日、参加者数：計 10 名
上里町議会説明	【第 1 回】 令和 7 (2025)年 12 月 5 日 令和 7 (2025)年第 7 回（12 月）定例会全員協議会 【第 2 回】 令和 8 (2026)年 3 月 23 日 令和 8 (2026)年第 1 回（3 月）定例会全員協議会
上里町観光協会説明	【第 1 回】 令和 7 (2025)年 12 月 26 日 ※書面 【第 2 回】 令和 8 (2026)年 3 月 23 日 ※書面

観光振興ビジョン 検討ワークショップ	開催日時：令和8(2026)年1月8日 午後6時00分～午後8時00分 参集者：観光振興ビジョン推進サポーター（計10名）
観光関係事業者 アンケート調査	調査期間：令和7(2025)年12月26日～令和8(2026)年1月16日 調査方法：町内に本社、支社、営業所、店舗等を構える上里町観光協会を 対象にWEBアンケートを実施
パブリックコメント	募集期間：令和8(2026)年1月19日～同年2月20日 実施方法：上里町パブリックコメント実施要綱に基づき実施

### 3. アンケート調査等

#### (1) 観光アンケートの実施

様々な属性から広く意見を聴取し本ビジョン策定のエビデンスとして活用することを目的に、アンケート調査を実施。

調査主体	上里町観光協会
実施期間	令和7(2025)年5月26日～同年10月10日
方 式	WEB アンケートシステム
調査対象	来訪者（観光客）、地域住民
実施結果	回答数：計389件（来訪者（観光客）：270名、地域住民：119名）
主な意見	<p><b>【地域住民】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・どんどん盛り上がっていることを実感しています。役場が関与せずとも住民や団体・企業によって自走できる仕組みづくりに期待しています。</li> <li>・時間に余裕のある若者（例：大学生）の観光客を獲得するために、若者向けの映えスポットや観光地を整備すべきだと思う。</li> <li>・観光としてアピールするためには、きてもらうための道路整備(道幅を広げる)と渋滞緩和が必要だと思う。また観光ともかねて、子どもが遊べる充実した広い公園がほしい。(遊具がたくさんあり、広場や水遊びができる場所)</li> <li>・上里梨のリニューアルは去年買って本当に美味しかったので、もっともっと全面に売り出して傷の梨だけじゃなくて量産の方が良いと思います。あれだけ美味しければ自信をもって人に勧められます。</li> <li>・上里町名産品を集めたお土産屋さんがあれば手土産などにする時に買いやすい。</li> <li>・観光地の豊富な群馬県との県境に位置する上里町の地の利を生かした群馬県とのコラボした観光イベントを行って上里町をPRしたらいいのではないのでしょうか？</li> <li>・上里SAの辺りに大きいドックランがあればいいと思う。地元の人も使えて、都会の人も誘致出来るそう。</li> <li>・もともと上里出身ではない私ですが、上里は住みやすく大好きなので、上里の人口も増やしたいですし、観光でも外から来ていただきたいです。ぜひ、そのために少し予</li> </ul>

	<p>算と人を使って上里を魅力的な町として変えていって下さい。</p> <p><b>【来訪者（観光客）】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サービスエリア。充実していて雰囲気も伝わりました（街の）</li> <li>・小さい子が来られるような観光地が必要だと思います。その方がもっと人が来ていいかと思います。</li> <li>・野菜が美味しくいつも季節毎の野菜を楽しみにしています。温浴施設ももう少し誘致して頂けると嬉しいです。</li> <li>・高速で来てしまうと、どうしても休憩の通過場所になってしまいます。</li> <li>・サービスエリアを利用しましたが、その街の魅力についての発信はあまり見かけなかったと思います。</li> <li>・このはなパーク上里の営業時間が短いので、せめて午後6時まで営業していただけると行きやすいと思います。</li> <li>・サービスエリアから直接、宿泊や温泉、食事などが出来ると、滞在の一步になると思います。</li> <li>・一般道用の上里 SA 利用者駐車場を広げて欲しいです。</li> <li>・私が住んでいる埼玉から上里は近いのでよく行きます。Instagram から情報を収集し、また行きます。</li> <li>・サービスエリアがあるところとして有名ですが、元々ある良い所を持つと知ってもらうために情報発信を強化するとより良いと思います。</li> <li>・初めて訪問しましたが連休中でも程よい混み具合でとても過ごしやすかったです。もう少し観光や体験できる場所があると嬉しいです。</li> <li>・初めてきましたが、自然が豊かで新鮮な野菜、梨など農産物も豊富で良い町だと思います。今回はあまり時間がなかったのですが、インスタもフォローしたので、近いうちにゆっくり観光しに来たいと思います。</li> <li>・昨年、上里の梨が食べたくて買いに行きましたとても美味しかったので今年も行こうと思います。</li> </ul>
--	---

## （2）観光地域づくりワークショップの実施

町内在住（在勤）者等から参加者を公募し、意見を聴取することを目的に、上里町観光地域づくりアドバイザーを交えたワークショップを計3回開催。

第1回	開催日時	令和7(2025)年7月10日 午後5時56分～午後7時31分
	開催場所	上里町役場 庁舎4階大会議室
	参加人数	計9名（公募）
	テーマ	『私たちの上里町の魅力って…？』
	実施内容	上里観光の「強み・おすすめコンテンツ」「意見・アイデア」「課題」のピックアップと検討

	主な意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都から近く群馬県南部にも接している。特筆すべきは交通利便性の高さ。</li> <li>・中心的な観光拠点「このはなパーク上里」が上里スマート IC すぐの場所に立地している。</li> <li>・特産である「上里梨」や「あまりん」の PR イベントを広く展開する必要がある。関係機関等との連携により実施することも重要。</li> <li>・地域資源の掘り起こし作業は必要。既存資源の調査をしてはどうか。</li> <li>・町内に宿泊施設（ホテル・旅館等）がない。宿泊施設誘致すべきでは。交通の要衝という優位性を生かし誘致できないか。</li> <li>・情報（魅力）発信の強化が必要（SNS、メディア）。</li> <li>・上里 SA 周辺の駐車場不足は喫緊の課題では。</li> <li>・シビックプライドが希薄に感じる。「観光振興＝シビックプライド醸成」になると思うので、もっと観光振興に注力すべきでは。</li> </ul>
第2回	開催日時	令和7(2025)年8月4日 午後5時58分～午後7時39分
	開催場所	上里町役場 庁舎2階202会議室
	参加人数	計11名（公募）
	テーマ	『上里町の“魅力”を磨き上げるには?』
	実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・磨き上げるべきコンテンツのピックアップ</li> <li>・磨き上げる方法の検討</li> </ul>
	主な意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心的な観光拠点「このはなパーク上里」の充実が必要。“このはなパーク”なのに花が少ないのは寂しい。このはな芝生広場に日陰や遊具があっても良いのではないか。</li> <li>・歴史コンテンツがあるのに弱いと感じる。</li> <li>・高速道路と連携した周遊促進事業の展開により、このはなパーク上里以外のコンテンツを知る機会を創ってはどうか。令和6年度に実施した「産学官連携町内周遊スタンプラリー」は、地域からも好評だったと聞いている。</li> </ul>
第3回	開催日時	令和7(2025)年9月24日 午後6時00分～午後7時43分
	開催場所	上里町役場 庁舎4階大会議室
	参加人数	計10名（公募）
	テーマ	『私たちの上里町のミライとは?』
	実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光の力をどう生かし、それがどんな効果を生むか。</li> <li>・10年、20年後、どんな町にしたいか。私たちにできることや役割とは。</li> </ul>
	主な意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スポットを作ることと、見てもらう人を増やしていくこと。</li> <li>・見てもらう人を増やすことによって認知や評価が得られ、“こんなものがあるんだ”と、新たに認識してもらうことが重要で、文化や歴史の場合にもより多くの人に知ってもらえる。</li> <li>・まず、気軽に楽しんで、寄っていただけるような町にできれば。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上里町の強みでもあるつながりを生かした体験型観光が展開できると“上里らしさ”がでると思う。</li> <li>・上里町の魅力について子どもたちが学校で学び、実体験し、文化や歴史などを再発見もできる機会を創ってあげるのも大切に思う。</li> <li>・一人ひとりが情報（魅力）発信の意識を持てるよう、きっかけづくりの仕掛けが欲しい。</li> <li>・東京からアクセスしやすいのもっと観光地や遊べるところなどアピールしてほしい！</li> </ul>
--	--

### (3) 観光振興ビジョン検討ワークショップの開催

観光地域づくりワークショップ参加者から参加者を募り、「観光振興ビジョン推進サポーター」として、本ビジョンの最終的な方向性、意見聴取及び観光課題の整理を目的に実施。

開催日時	令和8(2026)年1月8日 午後5時59分～午後8時12分																																																																																																																																																																																																																																																																																								
開催場所	上里町役場 庁舎4階大会議室																																																																																																																																																																																																																																																																																								
参加人数	計10名																																																																																																																																																																																																																																																																																								
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1次上里町観光振興ビジョンの概要説明及び意見聴取</li> <li>・ワークショップ①「観光資源の整理」</li> <li>・ワークショップ②「観光課題の整理」</li> </ul>																																																																																																																																																																																																																																																																																								
実施結果	<p>ワークショップ②「観光課題の整理」</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">重要度優先（重要度&gt;緊急度）</th> <th colspan="11">採点</th> <th rowspan="2">計</th> </tr> <tr> <th>①</th><th>②</th><th>③</th><th>④</th><th>⑤</th><th>⑥</th><th>⑦</th><th>⑧</th><th>⑨</th><th>⑩</th><th>⑪</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 情報発信力が弱い</td> <td>9</td><td>16</td><td>16</td><td>14</td><td>13</td><td>16</td><td>13</td><td>11</td><td>16</td><td>8</td><td>4</td> <td>136</td> </tr> <tr> <td>2 周遊を促進するプログラムが不十分</td> <td>8</td><td>10</td><td>12</td><td>10</td><td>15</td><td>14</td><td>5</td><td>9</td><td>10</td><td>16</td><td>8</td> <td>117</td> </tr> <tr> <td>3 二次交通の弱さ</td> <td>15</td><td>8</td><td>11</td><td>11</td><td>6</td><td>13</td><td>7</td><td>12</td><td>14</td><td>2</td><td>13</td> <td>112</td> </tr> <tr> <td>4 データ活用やマーケティングが不十分</td> <td>6</td><td>11</td><td>14</td><td>4</td><td>8</td><td>7</td><td>12</td><td>10</td><td>13</td><td>5</td><td>14</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>4 観光への理解や知識の欠如</td> <td>5</td><td>15</td><td>2</td><td>13</td><td>3</td><td>15</td><td>15</td><td>16</td><td>4</td><td>13</td><td>3</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>6 観光資源におけるストーリー性の不足</td> <td>2</td><td>6</td><td>5</td><td>15</td><td>10</td><td>8</td><td>11</td><td>15</td><td>5</td><td>14</td><td>12</td> <td>103</td> </tr> <tr> <td>7 ブランディングが不十分</td> <td>12</td><td>9</td><td>8</td><td>2</td><td>14</td><td>5</td><td>1</td><td>14</td><td>15</td><td>11</td><td>10</td> <td>101</td> </tr> <tr> <td>8 県内外への露出が少ない</td> <td>10</td><td>14</td><td>15</td><td>7</td><td>12</td><td>2</td><td>16</td><td>3</td><td>8</td><td>6</td><td>5</td> <td>98</td> </tr> <tr> <td>9 滞在時間が短い（通過型観光）</td> <td>16</td><td>2</td><td>9</td><td>6</td><td>16</td><td>10</td><td>4</td><td>4</td><td>11</td><td>12</td><td>7</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>10 地域住民のシビックプライドが希薄</td> <td>1</td><td>7</td><td>7</td><td>16</td><td>2</td><td>12</td><td>14</td><td>6</td><td>12</td><td>10</td><td>2</td> <td>89</td> </tr> <tr> <td>11 観光を担う専門人材の不足（脆弱な体制）</td> <td>4</td><td>12</td><td>6</td><td>5</td><td>9</td><td>6</td><td>2</td><td>13</td><td>7</td><td>15</td><td>1</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>12 受入環境の整備が不十分</td> <td>7</td><td>13</td><td>1</td><td>9</td><td>5</td><td>11</td><td>8</td><td>7</td><td>3</td><td>9</td><td>6</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>13 宿泊・滞在型施設が皆無</td> <td>13</td><td>3</td><td>4</td><td>12</td><td>4</td><td>9</td><td>10</td><td>1</td><td>1</td><td>3</td><td>15</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>14 物産（お土産品）が不十分</td> <td>11</td><td>4</td><td>3</td><td>3</td><td>11</td><td>3</td><td>3</td><td>8</td><td>6</td><td>4</td><td>16</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td>15 朝晩の時間帯を活用できていない</td> <td>3</td><td>5</td><td>13</td><td>8</td><td>1</td><td>1</td><td>9</td><td>5</td><td>9</td><td>7</td><td>9</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>16 体験型コンテンツ不足</td> <td>14</td><td>1</td><td>10</td><td>1</td><td>7</td><td>4</td><td>6</td><td>2</td><td>2</td><td>1</td><td>11</td> <td>59</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tr> <td colspan="2">重要度(高)</td> <td colspan="4"></td> <td colspan="2">緊急度(高)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>11</td> <td>12</td> <td>15</td> <td>16</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>緊急度(低)</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>13</td> <td>14</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>3</td> <td>4</td> <td>7</td> <td>8</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>6</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">重要度(低)</td> <td colspan="2"></td> <td></td> </tr> </table> <p><b>【採点方法】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・重要度、緊急度により16点満点で集計</li> <li>・5～10年後を見据え重要度（本質的価値）を優先</li> <li>・緊急度に振り回されず本質を見失わないことが重要</li> <li>・合計点により、今後目指すべき方向性を確認</li> </ul> <p><b>【主な課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今回の結果と併せてプロによる視点も必要</li> <li>・地域住民とプロの意見を組み合わせて採点すべき</li> </ul>	重要度優先（重要度>緊急度）	採点											計	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	1 情報発信力が弱い	9	16	16	14	13	16	13	11	16	8	4	136	2 周遊を促進するプログラムが不十分	8	10	12	10	15	14	5	9	10	16	8	117	3 二次交通の弱さ	15	8	11	11	6	13	7	12	14	2	13	112	4 データ活用やマーケティングが不十分	6	11	14	4	8	7	12	10	13	5	14	104	4 観光への理解や知識の欠如	5	15	2	13	3	15	15	16	4	13	3	104	6 観光資源におけるストーリー性の不足	2	6	5	15	10	8	11	15	5	14	12	103	7 ブランディングが不十分	12	9	8	2	14	5	1	14	15	11	10	101	8 県内外への露出が少ない	10	14	15	7	12	2	16	3	8	6	5	98	9 滞在時間が短い（通過型観光）	16	2	9	6	16	10	4	4	11	12	7	97	10 地域住民のシビックプライドが希薄	1	7	7	16	2	12	14	6	12	10	2	89	11 観光を担う専門人材の不足（脆弱な体制）	4	12	6	5	9	6	2	13	7	15	1	80	12 受入環境の整備が不十分	7	13	1	9	5	11	8	7	3	9	6	79	13 宿泊・滞在型施設が皆無	13	3	4	12	4	9	10	1	1	3	15	75	14 物産（お土産品）が不十分	11	4	3	3	11	3	3	8	6	4	16	72	15 朝晩の時間帯を活用できていない	3	5	13	8	1	1	9	5	9	7	9	70	16 体験型コンテンツ不足	14	1	10	1	7	4	6	2	2	1	11	59	重要度(高)						緊急度(高)			11	12	15	16				緊急度(低)	9	10	13	14					3	4	7	8					1	2	5	6					重要度(低)						
重要度優先（重要度>緊急度）	採点											計																																																																																																																																																																																																																																																																													
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪																																																																																																																																																																																																																																																																														
1 情報発信力が弱い	9	16	16	14	13	16	13	11	16	8	4	136																																																																																																																																																																																																																																																																													
2 周遊を促進するプログラムが不十分	8	10	12	10	15	14	5	9	10	16	8	117																																																																																																																																																																																																																																																																													
3 二次交通の弱さ	15	8	11	11	6	13	7	12	14	2	13	112																																																																																																																																																																																																																																																																													
4 データ活用やマーケティングが不十分	6	11	14	4	8	7	12	10	13	5	14	104																																																																																																																																																																																																																																																																													
4 観光への理解や知識の欠如	5	15	2	13	3	15	15	16	4	13	3	104																																																																																																																																																																																																																																																																													
6 観光資源におけるストーリー性の不足	2	6	5	15	10	8	11	15	5	14	12	103																																																																																																																																																																																																																																																																													
7 ブランディングが不十分	12	9	8	2	14	5	1	14	15	11	10	101																																																																																																																																																																																																																																																																													
8 県内外への露出が少ない	10	14	15	7	12	2	16	3	8	6	5	98																																																																																																																																																																																																																																																																													
9 滞在時間が短い（通過型観光）	16	2	9	6	16	10	4	4	11	12	7	97																																																																																																																																																																																																																																																																													
10 地域住民のシビックプライドが希薄	1	7	7	16	2	12	14	6	12	10	2	89																																																																																																																																																																																																																																																																													
11 観光を担う専門人材の不足（脆弱な体制）	4	12	6	5	9	6	2	13	7	15	1	80																																																																																																																																																																																																																																																																													
12 受入環境の整備が不十分	7	13	1	9	5	11	8	7	3	9	6	79																																																																																																																																																																																																																																																																													
13 宿泊・滞在型施設が皆無	13	3	4	12	4	9	10	1	1	3	15	75																																																																																																																																																																																																																																																																													
14 物産（お土産品）が不十分	11	4	3	3	11	3	3	8	6	4	16	72																																																																																																																																																																																																																																																																													
15 朝晩の時間帯を活用できていない	3	5	13	8	1	1	9	5	9	7	9	70																																																																																																																																																																																																																																																																													
16 体験型コンテンツ不足	14	1	10	1	7	4	6	2	2	1	11	59																																																																																																																																																																																																																																																																													
重要度(高)						緊急度(高)																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	11	12	15	16																																																																																																																																																																																																																																																																																					
緊急度(低)	9	10	13	14																																																																																																																																																																																																																																																																																					
	3	4	7	8																																																																																																																																																																																																																																																																																					
	1	2	5	6																																																																																																																																																																																																																																																																																					
	重要度(低)																																																																																																																																																																																																																																																																																								

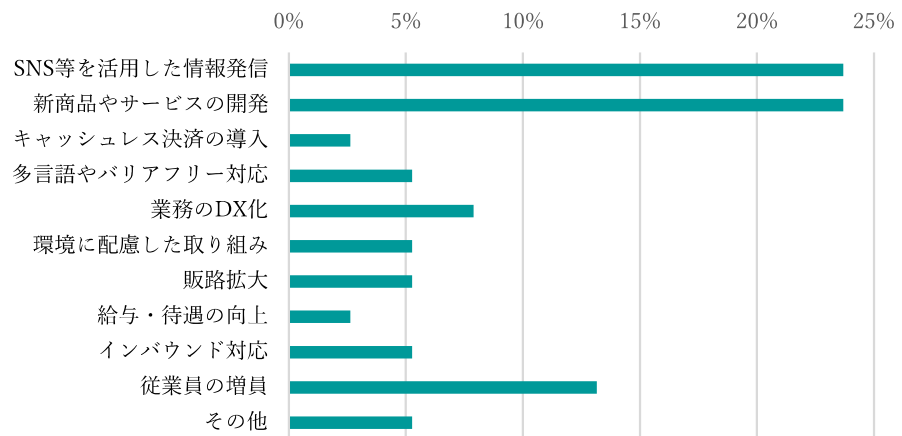
主な意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状ではマイナーなコンテンツだが、磨けば光る資源が眠っているはず。</li> <li>・地域しか知らないものもある。文化財保護や展示の観点から少しずつ取り組み、観光へ繋げていくこともできるのではないか。</li> <li>・特に歴史文化系は単に情報発信しても響かない。ストーリー性も大事。</li> <li>・近年、うどん店をはじめ飲食店も増えているように思う。スタンプラリーなどで上里グルメを周遊するイベントも面白い。</li> <li>・まだまだ情報発信力が弱く、県内外への露出も少ないように感じる。特定の職員のスキルやマンパワーに頼っていては持続可能な観光振興はできない。</li> <li>・Instagram の投稿は、毎日くらいの頻度でも良いのではないか。</li> <li>・地域の人が上里のことを知るきっかけをつくることも必要。</li> <li>・個々の観光コンテンツは良いものがある。その一方で、周遊を促進するプログラムが不十分であり、点から線へ繋げる取り組みが必要。</li> <li>・今回実施した内容に観光のプロの視点を掛け合わせることで、「地域」と「観光を取り巻く情勢」の実情に沿ったものになると思う。</li> </ul>
------	--

#### (4) 観光関係事業者アンケート調査の実施

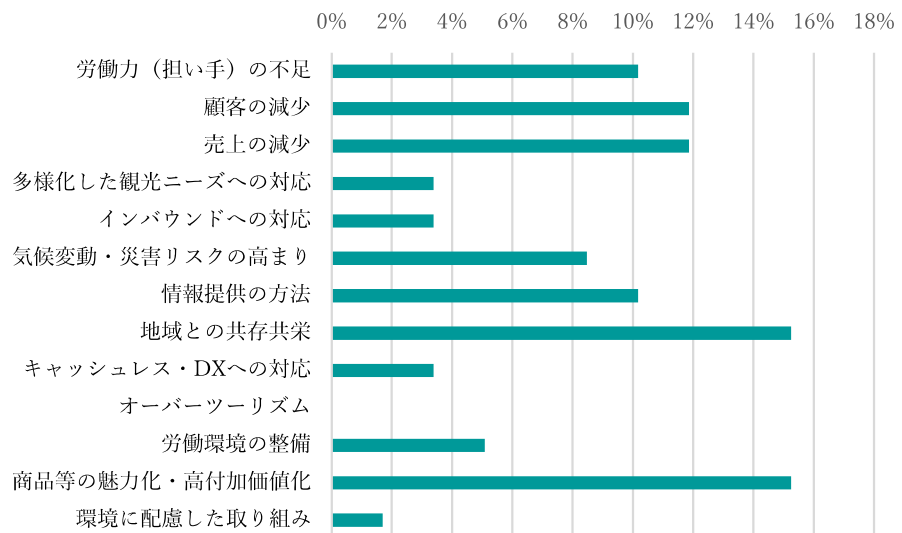
観光関係事業者における重点（注力）事業や課題等を把握し、実情に沿った観光施策・事業を展開することを目的に実施。

調査主体	上里町																								
実施期間	令和7(2025)年12月26日～令和8(2026)年1月16日																								
方 式	WEB アンケートシステム																								
調査対象	上里町観光協会加入会員																								
回答者数	計 16 事業者																								
実施結果	<p>① 現時点で注力している取り組み</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>取り組み</th> <th>注力している割合 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SNSを活用した情報発信</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>新商品やサービスの開発</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>キャッシュレス決済の導入</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>多言語やバリアフリー対応</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>業務のDX化</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>環境に配慮した取り組み</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>販路拡大</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>給与・待遇の向上</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>インバウンド対応</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>従業員の増員</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	取り組み	注力している割合 (%)	SNSを活用した情報発信	28	新商品やサービスの開発	15	キャッシュレス決済の導入	10	多言語やバリアフリー対応	10	業務のDX化	6	環境に配慮した取り組み	6	販路拡大	18	給与・待遇の向上	10	インバウンド対応	10	従業員の増員	3	その他	6
取り組み	注力している割合 (%)																								
SNSを活用した情報発信	28																								
新商品やサービスの開発	15																								
キャッシュレス決済の導入	10																								
多言語やバリアフリー対応	10																								
業務のDX化	6																								
環境に配慮した取り組み	6																								
販路拡大	18																								
給与・待遇の向上	10																								
インバウンド対応	10																								
従業員の増員	3																								
その他	6																								

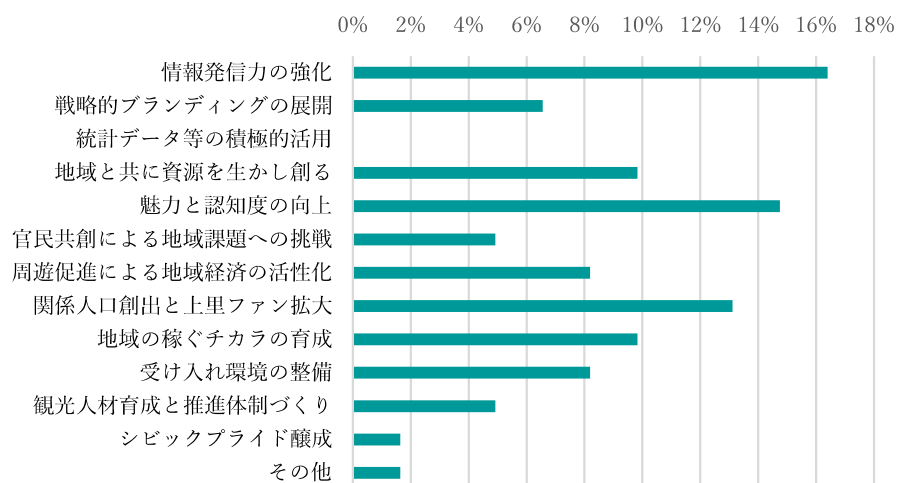
② 将来的に注力したい取り組み



③ 今後の課題



④ 上里町の観光振興に必要なもの



主な意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上里町の観光と人気観光地の観光がイコールではないことを町民に知ってもらうことが大事なところかと思う。</li> <li>・都心からアクセスが良いので、上里 SA 周辺に子供連れの方が遊べる施設やくつろげる公園等があったら、ちょうど良いスポットになるのでは。</li> <li>・リピートさせるための工夫が必要。</li> <li>・町の将来につながる、子育て世代が魅力を感じる事、移住したくなる仕組みが重要。</li> <li>・観光地によくあるフォトスポット『KAMISATO』があったら良いと思う。</li> <li>・宿泊滞在できる場所は必須だと思う。「泊まる＝滞在時間が長い」そのことによってお金をおとすことにつながると思う。</li> <li>・シニア層は時間と財力あり。その層が楽しめる参加型イベントや、二拠点生活したくなるような仕組みづくりができれば。</li> <li>・マスコットキャラクターの活用を広げられたらいいなと思っています。</li> <li>・正直、上里町の歴史を観光の面で打ち出すのは費用対効果が悪いと言わざるを得ないと思います。</li> <li>・生産者さんの紹介やこだわりがもっと一般市民の耳に届く工夫をしていくと良いと思います。</li> </ul>
------	---

#### (5) パブリックコメントの実施

上里町パブリックコメント実施要綱（平成 24 年 3 月 26 日告示第 38 号）に基づき、パブリックコメントを実施。

実施期間	令和 8 (2026) 年 1 月 19 日～同年 2 月 20 日
対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・町内に在住、在勤、在学している方</li> <li>・町内に事務所または事業所を有する方</li> <li>・本町に納税義務を有する方</li> </ul>
実施方法	<p>① 資料の公開</p> <p>【インターネット】上里町ホームページ内「お知らせ」 ※ダウンロード可  【役場庁舎窓口】総合案内、地域活力創造課</p> <p>② 意見の提出方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・意見用紙（任意様式可）を持参、郵送、または FAX で提出</li> <li>・専用フォームから提出</li> </ul> <p>③ 提出先</p> <p>上里町地域活力創造課活力創造係  〒369-0392 埼玉県児玉郡上里町大字七本木 5518 番地 庁舎 2 階  FAX：0495-33-2429  専用フォーム：<a href="https://www.town.kamisato.saitama.jp/public_c/">https://www.town.kamisato.saitama.jp/public_c/</a></p>
意見件数	計 1 件（意見者数：計 1 名）

意見等	<p>第1次上里町観光振興ビジョン(案)は素晴らしい取組みだと思います。私は健康維持を目的とし町内の史跡・旧跡を探しながら散歩をしています。町内を歩いていると色々なものを発見でき散歩が楽しいです。メジャーで無くても良いです。(健康維持から観光へ散歩目的が変化して来ました)最近、観光用名刺版カードや上里町のCDも作り始めました。18ページ2-4項「現状と課題の整理」に「観光アンケート」の記載がありますが大変良いアイデアだと思います。アンケートは今後何回も繰り返して町民の幅広い意見を集めたら如何でしょうか？</p>
回答	<p>ご意見いただいた内容は、本ビジョンの施策方針3に掲げる「データの積極的活用」に包含されております。今後も、「観光旅行者」「地域住民」等のステークホルダーを対象とした調査を定期的・継続的に実施し、観光施策展開のエビデンスとして活用して参ります。</p>

