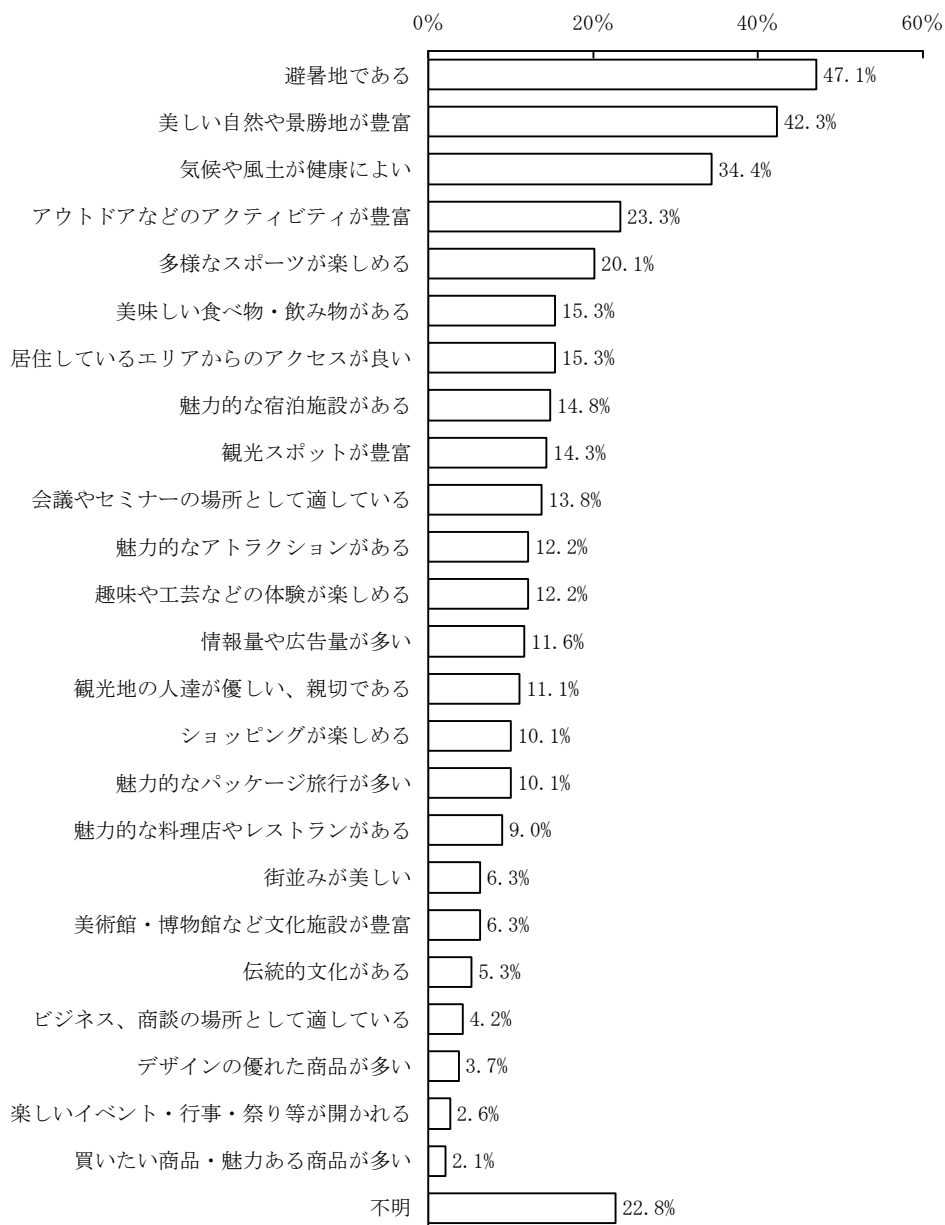


ウ 那須

那須の魅力については、「避暑地である」47.1%（89事業所）が最も高く、以下、「美しい自然や景勝地が豊富」42.3%（80事業所）、「気候や風土が健康によい」34.4%（65事業所）、「アウトドアなどのアクティビティ（活動）が豊富に用意されている」23.3%（44事業所）が続く

図表1-41 那須の魅力（MA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	美しい自然や景勝地が豊富	80	42.3
2	気候や風土が健康によい	65	34.4
3	街並みが美しい	12	6.3
4	観光スポットが豊富	27	14.3
5	ショッピングが楽しめる	19	10.1
6	美術館・博物館など文化施設が豊富	12	6.3
7	楽しいイベント・行事・祭り等が開かれる	5	2.6
8	美味しい食べ物・飲み物がある	29	15.3
9	魅力的な料理店やレストランがある	17	9.0
10	伝統的文化がある	10	5.3
11	避暑地である	89	47.1
12	アウトドアなどのアクティビティ（活動）が豊富に用意されている	44	23.3
13	買いたい商品・魅力ある商品が多い	4	2.1
14	デザインの優れた商品が多い	7	3.7
15	魅力的なアトラクションがある	23	12.2
16	多様なスポーツが楽しめる	38	20.1
17	趣味や工芸などの体験が楽しめる	23	12.2
18	観光地の人達が優しい、親切である	21	11.1
19	魅力的な宿泊施設がある	28	14.8
20	会議やセミナー、合宿の場所として適している	26	13.8
21	ビジネス、商談の場所として適している	8	4.2
22	居住しているエリアからのアクセスが良い	29	15.3
23	魅力的なパッケージ旅行が多い	19	10.1
24	情報量・広告量が多い	22	11.6
	不明	43	22.8
	全体	189	100.0

図表1-42 那須の魅力（MA）

区分		調査数	美しい自然や景勝地が豊富	気候や風土が健康によい	街並みが美しい	観光スポットが豊富	ショッピングが楽しめる	美術館・博物館など文化施設が豊富	楽しいイベント・行事・祭り等が開かれる	美味しい食べ物・飲み物がある	魅力的な料理店やレストランがある	伝統的文化がある	避暑地である	アウトドアなどのアクティビティ（活動）が豊富に用意されている	買いたい商品・魅力ある商品が多い	デザインの優れた商品が多い
合計		189	42.3	34.4	6.3	14.3	10.1	6.3	2.6	15.3	9.0	5.3	47.1	23.3	2.1	3.7
所 属	商工会	129	37.2	32.6	2.3	10.9	7.0	3.1	2.3	12.4	4.7	6.2	45.7	20.2	0.8	3.1
	観光協会	105	44.8	33.3	7.6	13.3	15.2	9.5	1.9	13.3	8.6	4.8	53.3	23.8	3.8	3.8
	旅館組合	24	58.3	37.5	16.7	20.8	25.0	12.5	4.2	12.5	12.5	0.0	62.5	33.3	4.2	8.3
法 人 格	株式会社	66	47.0	37.9	4.5	16.7	21.2	6.1	0.0	6.1	10.6	7.6	57.6	25.8	1.5	3.0
	有限会社	42	40.5	23.8	9.5	11.9	2.4	7.1	2.4	23.8	9.5	2.4	40.5	21.4	2.4	7.1
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	39.1	37.7	5.8	11.6	5.8	5.8	5.8	18.8	5.8	5.8	42.0	20.3	1.4	2.9
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	27.3	27.3	4.5	13.6	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1	40.9	18.2	0.0	0.0
	製造業	5	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	40.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0	20.0
	情報通信業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	運輸業	3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	51.4	37.1	0.0	17.1	0.0	2.9	0.0	17.1	2.9	8.6	45.7	20.0	0.0	5.7
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	36.4	27.3	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	9.1	9.1	9.1	27.3	36.4	0.0	9.1
	飲食店	27	29.6	25.9	0.0	7.4	7.4	3.7	7.4	18.5	7.4	3.7	48.1	11.1	3.7	0.0
	宿泊業	28	50.0	32.1	25.0	25.0	21.4	21.4	3.6	10.7	17.9	0.0	53.6	32.1	7.1	7.1
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	53.3	40.0	13.3	6.7	0.0	13.3	0.0	33.3	26.7	0.0	66.7	6.7	0.0	0.0
	その他	22	50.0	50.0	9.1	27.3	22.7	9.1	4.5	18.2	13.6	4.5	45.5	40.9	4.5	4.5
施 設	観光施設なし	155	37.4	30.3	6.5	13.5	8.4	6.5	3.2	14.8	7.7	4.5	44.5	23.9	1.9	3.2
	観光施設あり	17	76.5	58.8	11.8	23.5	29.4	11.8	0.0	23.5	17.6	5.9	76.5	29.4	5.9	11.8

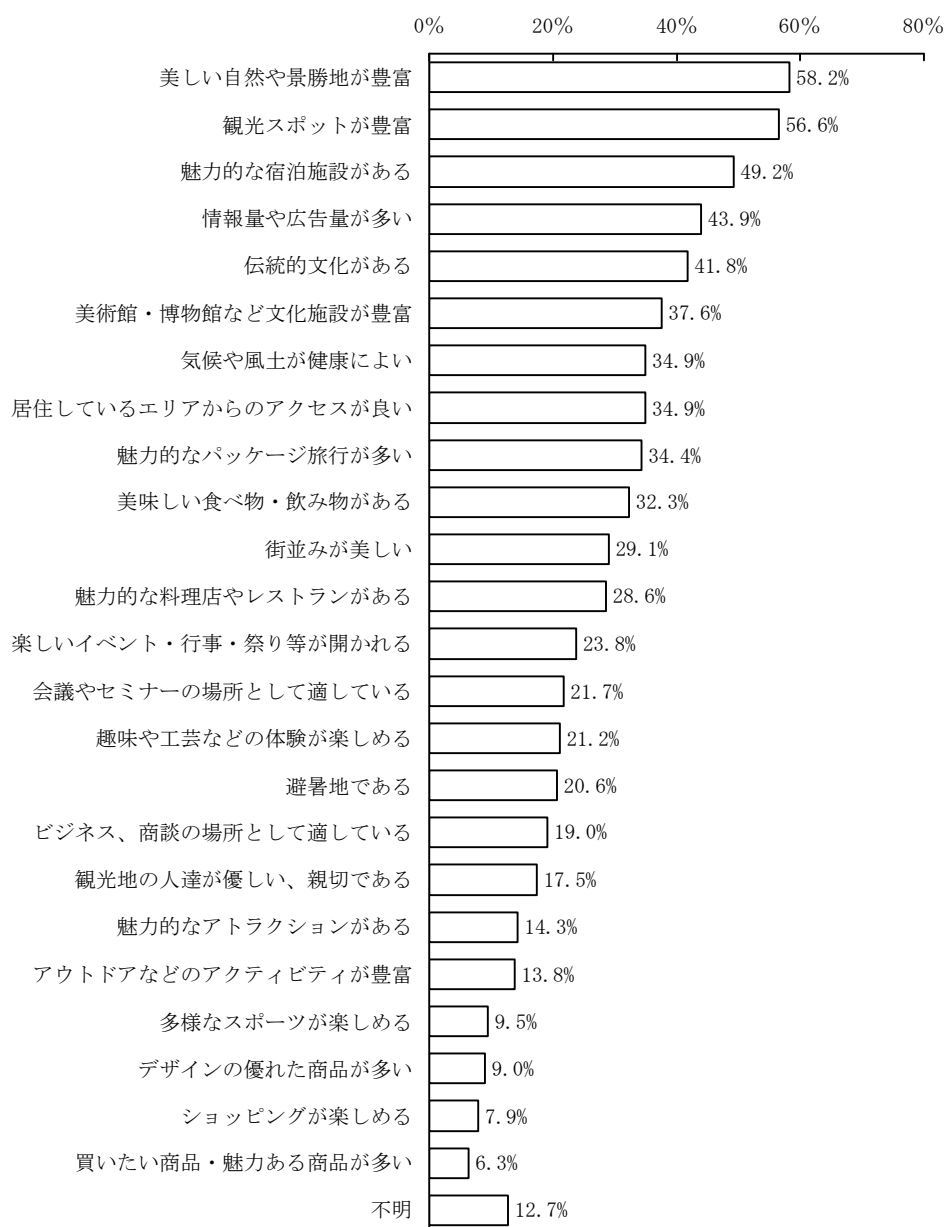
図表1-43 那須の魅力(MA)―続き―

区分		調査数	魅力的なアトラクションがある	多様なスポーツが楽しめる	趣味や工芸などの体験が楽しめる	観光地の人達が優しい、親切である	魅力的な宿泊施設がある	会議やセミナー、合宿の場所として適している	ビジネス、商談の場所として適している	居住しているエリアからのアクセスが良い	魅力的なパッケージ旅行が多い	情報量や広告量が多い	不明
合計		189	12.2	20.1	12.2	11.1	14.8	13.8	4.2	15.3	10.1	11.6	22.8
所 属	商工会	129	10.1	17.1	10.1	10.9	15.5	14.7	3.9	14.0	10.9	10.9	27.9
	観光協会	105	15.2	21.0	12.4	12.4	11.4	10.5	2.9	15.2	9.5	11.4	19.0
	旅館組合	24	20.8	20.8	16.7	20.8	16.7	8.3	8.3	16.7	8.3	12.5	8.3
法 人 格	株式会社	66	13.6	21.2	10.6	12.1	13.6	12.1	3.0	16.7	12.1	10.6	18.2
	有限会社	42	14.3	16.7	19.0	2.4	11.9	19.0	7.1	14.3	9.5	11.9	21.4
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0
	個人経営	69	10.1	20.3	8.7	14.5	15.9	13.0	2.9	11.6	8.7	10.1	27.5
	その他(法人でない団体等)	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	9.1	13.6	4.5	9.1	13.6	18.2	4.5	4.5	4.5	0.0	31.8
	製造業	5	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0	20.0	20.0
	情報通信業	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	0.0	66.7	66.7	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	0.0	14.3	11.4	5.7	11.4	8.6	2.9	14.3	11.4	14.3	28.6
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	不動産業	11	18.2	9.1	0.0	18.2	18.2	18.2	0.0	9.1	18.2	27.3	18.2
	飲食店	27	7.4	18.5	11.1	3.7	0.0	18.5	0.0	7.4	18.5	11.1	29.6
	宿泊業	28	25.0	17.9	10.7	17.9	21.4	14.3	10.7	21.4	7.1	10.7	10.7
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	13.3	20.0	20.0	13.3	13.3	13.3	6.7	26.7	0.0	6.7	13.3
その他	22	27.3	50.0	13.6	18.2	27.3	9.1	4.5	18.2	13.6	13.6	18.2	
施 設	観光施設なし	155	12.9	20.6	11.0	10.3	14.2	14.8	3.9	14.2	8.4	9.7	24.5
	観光施設あり	17	17.6	23.5	23.5	17.6	23.5	11.8	5.9	23.5	17.6	23.5	5.9

エ 箱根

箱根の魅力については、「美しい自然や景勝地が豊富」58.2%（110事業所）が最も高く、以下、「観光スポットが豊富」56.6%（107事業所）、「魅力的な宿泊施設がある」49.2%（93事業所）、「情報量・広告量が多い」43.9%（83事業所）、「伝統的文化がある」41.8%（79事業所）となっている。

図表1-4-4 箱根の魅力（MA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	美しい自然や景勝地が豊富	110	58.2
2	気候や風土が健康によい	66	34.9
3	街並みが美しい	55	29.1
4	観光スポットが豊富	107	56.6
5	ショッピングが楽しめる	15	7.9
6	美術館・博物館など文化施設が豊富	71	37.6
7	楽しいイベント・行事・祭り等が開かれる	45	23.8
8	美味しい食べ物・飲み物がある	61	32.3
9	魅力的な料理店やレストランがある	54	28.6
10	伝統的文化がある	79	41.8
11	避暑地である	39	20.6
12	アウトドアなどのアクティビティ（活動）が豊富に用意されている	26	13.8
13	買いたい商品・魅力ある商品が多い	12	6.3
14	デザインの優れた商品が多い	17	9.0
15	魅力的なアトラクションがある	27	14.3
16	多様なスポーツが楽しめる	18	9.5
17	趣味や工芸などの体験が楽しめる	40	21.2
18	観光地の人達が優しい、親切である	33	17.5
19	魅力的な宿泊施設がある	93	49.2
20	会議やセミナー、合宿の場所として適している	41	21.7
21	ビジネス、商談の場所として適している	36	19.0
22	居住しているエリアからのアクセスが良い	66	34.9
23	魅力的なパッケージ旅行が多い	65	34.4
24	情報量・広告量が多い	83	43.9
	不明	24	12.7
	全体	189	100.0

図表1-45 箱根の魅力（MA）

区分		調査数	美しい自然や景勝地が豊富	気候や風土が健康によい	街並みが美しい	観光スポットが豊富	ショッピングが楽しめる	美術館・博物館など文化施設が豊富	楽しいイベント・行事・祭り等が開かれる	美味しい食べ物・飲み物がある	魅力的な料理店やレストランがある	伝統的文化がある	避暑地である	アウトドアなどのアクティビティ（活動）が豊富に用意されている	買いたい商品・魅力ある商品が多い	デザインの優れた商品が多い
合計		189	58.2	34.9	29.1	56.6	7.9	37.6	23.8	32.3	28.6	41.8	20.6	13.8	6.3	9.0
所 属	商工会	129	56.6	36.4	27.9	51.9	7.0	31.0	20.2	34.9	27.1	41.1	22.5	14.0	5.4	7.0
	観光協会	105	61.0	38.1	28.6	63.8	6.7	41.0	28.6	39.0	31.4	47.6	25.7	13.3	4.8	8.6
	旅館組合	24	54.2	37.5	37.5	79.2	8.3	37.5	45.8	29.2	25.0	45.8	33.3	16.7	8.3	25.0
法 人 格	株式会社	66	63.6	40.9	25.8	66.7	10.6	37.9	24.2	31.8	30.3	45.5	21.2	16.7	6.1	9.1
	有限会社	42	50.0	33.3	26.2	52.4	4.8	38.1	21.4	47.6	33.3	35.7	19.0	7.1	7.1	11.9
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	60.9	33.3	36.2	52.2	8.7	36.2	24.6	26.1	24.6	44.9	24.6	15.9	5.8	8.7
	その他（法人でない団体等）	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	45.5	22.7	18.2	40.9	18.2	27.3	9.1	27.3	27.3	27.3	22.7	13.6	9.1	0.0
	製造業	5	40.0	40.0	40.0	60.0	0.0	40.0	40.0	40.0	60.0	40.0	40.0	20.0	0.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	80.0	60.0	40.0	60.0	0.0	60.0	20.0	40.0	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	33.3	33.3	33.3	100.0	33.3	33.3	100.0	33.3	66.7	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	57.1	37.1	22.9	51.4	5.7	34.3	11.4	28.6	17.1	37.1	25.7	14.3	0.0	2.9
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	72.7	36.4	36.4	81.8	0.0	36.4	36.4	45.5	27.3	63.6	9.1	0.0	0.0	18.2
	飲食店	27	55.6	40.7	37.0	55.6	7.4	29.6	25.9	33.3	25.9	51.9	22.2	14.8	7.4	7.4
	宿泊業	28	53.6	28.6	32.1	67.9	7.1	39.3	32.1	25.0	25.0	42.9	21.4	14.3	7.1	21.4
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	73.3	26.7	46.7	60.0	20.0	60.0	20.0	60.0	46.7	40.0	13.3	13.3	13.3	13.3
その他	22	63.6	45.5	22.7	59.1	4.5	54.5	36.4	31.8	40.9	50.0	18.2	13.6	13.6	13.6	
施 設	観光施設なし	155	56.8	36.1	31.6	55.5	7.7	36.1	23.9	32.3	25.2	41.3	21.9	14.2	7.1	11.0
	観光施設あり	17	70.6	23.5	29.4	82.4	5.9	58.8	35.3	52.9	70.6	58.8	11.8	5.9	0.0	0.0

図表1-46 箱根の魅力(MA)―続き―

区分		調査数	魅力的なアトラクションがある	多様なスポーツが楽しめる	趣味や工芸などの体験が楽しめる	観光地の人達が優しい、親切である	魅力的な宿泊施設がある	会議やセミナー、合宿の場所として適している	ビジネス、商談の場所として適している	居住しているエリアからのアクセスが良い	魅力的なパッケージ旅行が多い	情報量や広告量が多い	不明
合計		189	14.3	9.5	21.2	17.5	49.2	21.7	19.0	34.9	34.4	43.9	12.7
所 属	商工会	129	14.7	8.5	15.5	17.1	47.3	18.6	17.8	31.0	33.3	43.4	15.5
	観光協会	105	15.2	8.6	26.7	18.1	54.3	21.9	18.1	37.1	37.1	45.7	11.4
	旅館組合	24	8.3	12.5	37.5	20.8	58.3	16.7	33.3	58.3	41.7	58.3	8.3
法 人 格	株式会社	66	16.7	13.6	25.8	16.7	51.5	31.8	19.7	42.4	40.9	39.4	9.1
	有限会社	42	14.3	9.5	19.0	19.0	54.8	23.8	21.4	33.3	45.2	54.8	11.9
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0
	個人経営	69	10.1	7.2	21.7	15.9	44.9	11.6	15.9	29.0	24.6	42.0	14.5
	その他(法人でない団体等)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	13.6	13.6	4.5	13.6	45.5	22.7	9.1	13.6	27.3	27.3	27.3
	製造業	5	20.0	0.0	0.0	40.0	60.0	20.0	0.0	40.0	20.0	40.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	20.0	0.0	20.0	0.0	60.0	40.0	0.0	60.0	0.0	20.0	20.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	運輸業	3	100.0	66.7	0.0	33.3	66.7	33.3	33.3	66.7	66.7	33.3	0.0
	卸売・小売業	35	8.6	5.7	14.3	8.6	42.9	17.1	11.4	34.3	22.9	31.4	14.3
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	不動産業	11	9.1	9.1	36.4	18.2	63.6	18.2	9.1	54.5	27.3	63.6	9.1
	飲食店	27	18.5	7.4	14.8	25.9	48.1	22.2	22.2	33.3	29.6	51.9	7.4
	宿泊業	28	10.7	10.7	39.3	17.9	53.6	21.4	32.1	53.6	42.9	53.6	10.7
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0
	複合サービス業	15	26.7	13.3	33.3	20.0	60.0	33.3	46.7	40.0	53.3	53.3	13.3
	その他	22	9.1	9.1	31.8	18.2	45.5	18.2	13.6	13.6	50.0	54.5	9.1
施 設	観光施設なし	155	16.1	10.3	22.6	17.4	47.1	21.3	18.1	31.0	32.9	41.9	13.5
	観光施設あり	17	5.9	5.9	23.5	17.6	76.5	35.3	29.4	64.7	52.9	64.7	5.9

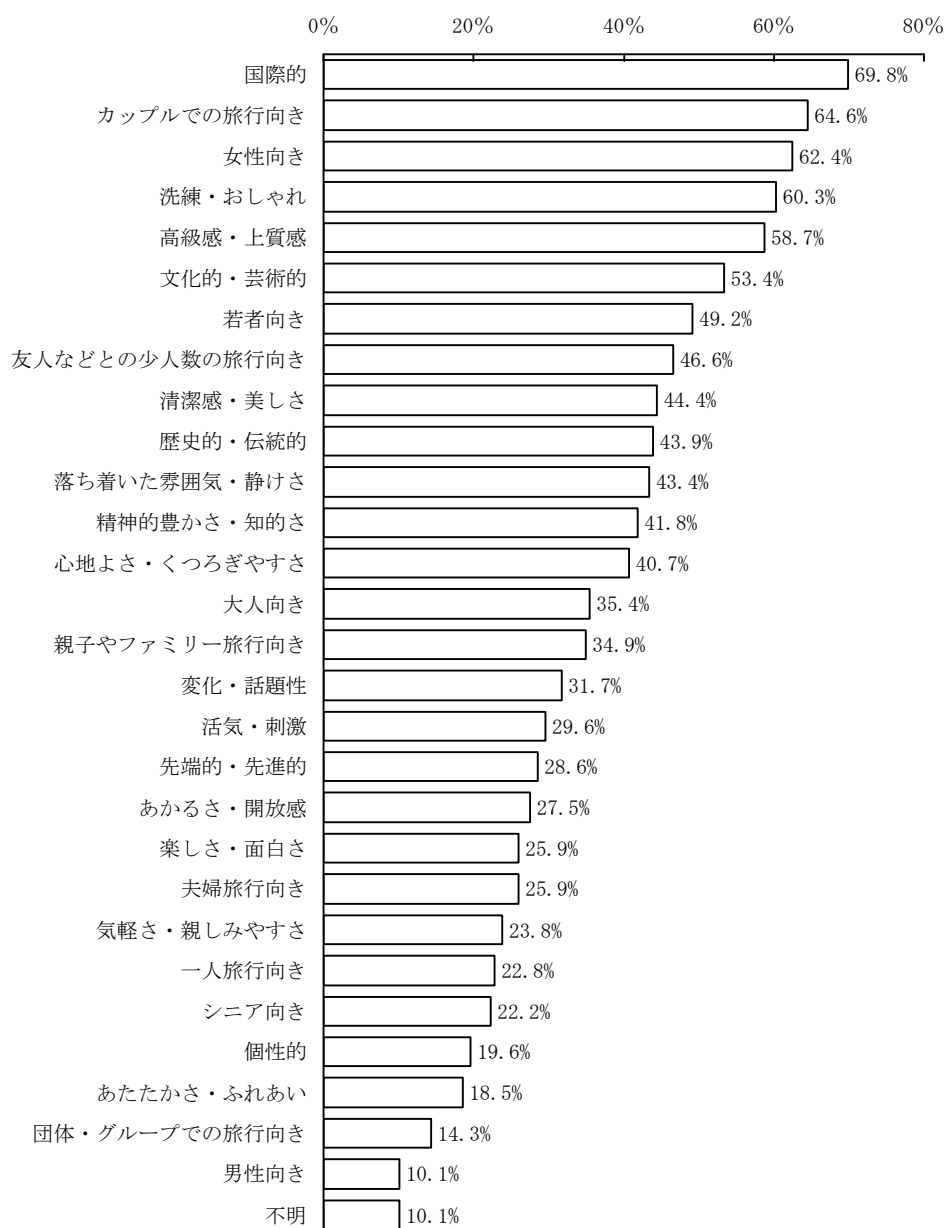
(2) 観光地のイメージ

問9 同様に、各観光地について、当てはまるイメージをお答え下さい。（観光地ごとにそれぞれ当てはまるものをすべて選んで下さい）
 ① 軽井沢 ② 草津 ③ 那須 ④ 箱根

ア 軽井沢

軽井沢のイメージについては、「国際的」69.8%（132 事業所）が最も高く、以下、「カップルでの旅行向き」64.6%（122 事業所）、「女性向き」62.4%（118 事業所）、「洗練・おしゃれ」60.3%（114 事業所）となっている。

図表1-47 軽井沢のイメージ（MA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史的・伝統的	83	43.9
2	文化的・芸術的	101	53.4
3	国際的	132	69.8
4	個性的	37	19.6
5	先端的・先進的	54	28.6
6	あたたかさ・ふれあい	35	18.5
7	気軽さ・親しみやすさ	45	23.8
8	楽しさ・面白さ	49	25.9
9	心地よさ・くつろぎやすさ	77	40.7
10	落ち着いた雰囲気・静けさ	82	43.4
11	精神的豊かさ・知的さ	79	41.8
12	変化・話題性	60	31.7
13	活気・刺激	56	29.6
14	洗練・おしゃれ	114	60.3
15	清潔感・美しさ	84	44.4
16	高級感・上質感	111	58.7
17	あかるさ・開放感	52	27.5
18	男性向き	19	10.1
19	女性向き	118	62.4
20	若者向き	93	49.2
21	大人向き	67	35.4
22	シニア向き	42	22.2
23	一人旅行向き	43	22.8
24	夫婦旅行向き	49	25.9
25	親子やファミリー旅行向き	66	34.9
26	友人などとの少人数の旅行向き	88	46.6
27	カップルでの旅行向き	122	64.6
28	団体・グループでの旅行向き	27	14.3
	不明	19	10.1
	全体	189	100.0

図表1-48 軽井沢のイメージ（MA）

区分		調査数	歴史的・伝統的	文化的・芸術的	国際的	個性的	先端的・先進的	あたたかさ・ふれあい	気軽さ・親しみやすさ	楽しさ・面白さ	心地よさ・くつろぎやすさ	落ち着いた雰囲気・静けさ	精神的豊かさ・知的さ	変化・話題性	活気・刺激	洗練・おしゃれ	清潔感・美しさ
合計		189	43.9	53.4	69.8	19.6	28.6	18.5	23.8	25.9	40.7	43.4	41.8	31.7	29.6	60.3	44.4
所 属	商工会	129	43.4	48.8	75.2	19.4	27.9	19.4	24.8	24.8	38.8	41.1	39.5	27.1	28.7	59.7	44.2
	観光協会	105	42.9	54.3	73.3	22.9	28.6	15.2	22.9	25.7	43.8	48.6	43.8	31.4	29.5	64.8	46.7
	旅館組合	24	37.5	62.5	70.8	8.3	25.0	25.0	29.2	8.3	41.7	62.5	50.0	25.0	20.8	79.2	50.0
法 人 格	株式会社	66	51.5	59.1	69.7	19.7	27.3	21.2	24.2	31.8	45.5	47.0	43.9	33.3	30.3	65.2	45.5
	有限会社	42	42.9	54.8	76.2	23.8	35.7	19.0	28.6	23.8	50.0	50.0	47.6	38.1	38.1	64.3	52.4
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0
	個人経営	69	39.1	46.4	72.5	17.4	27.5	18.8	21.7	20.3	31.9	36.2	36.2	26.1	23.2	56.5	40.6
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	50.0	54.5	68.2	22.7	40.9	31.8	22.7	31.8	27.3	40.9	27.3	27.3	36.4	54.5	50.0
	製造業	5	80.0	60.0	80.0	40.0	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	60.0	40.0	20.0	20.0	60.0	60.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	40.0	40.0	80.0	0.0	20.0	40.0	60.0	0.0	60.0	40.0	0.0	20.0	20.0	40.0	0.0
	情報通信業	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0
	運輸業	3	33.3	33.3	100.0	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	100.0	66.7
	卸売・小売業	35	57.1	51.4	71.4	20.0	17.1	8.6	14.3	14.3	42.9	37.1	40.0	20.0	20.0	40.0	34.3
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	不動産業	11	54.5	63.6	72.7	36.4	54.5	18.2	27.3	54.5	54.5	45.5	45.5	36.4	36.4	72.7	63.6
	飲食店	27	25.9	40.7	88.9	25.9	37.0	14.8	37.0	44.4	37.0	37.0	44.4	51.9	44.4	81.5	51.9
	宿泊業	28	42.9	53.6	67.9	10.7	25.0	17.9	17.9	14.3	35.7	53.6	46.4	28.6	21.4	71.4	50.0
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0
	複合サービス業	15	53.3	73.3	60.0	20.0	40.0	26.7	20.0	33.3	66.7	53.3	60.0	40.0	40.0	60.0	60.0
その他	22	36.4	59.1	68.2	13.6	18.2	13.6	31.8	27.3	40.9	45.5	54.5	31.8	31.8	68.2	36.4	
施 設	観光施設なし	155	44.5	52.3	71.0	21.3	27.7	20.6	21.9	25.8	41.3	41.3	40.6	29.0	31.6	60.6	44.5
	観光施設あり	17	47.1	70.6	76.5	5.9	47.1	11.8	29.4	35.3	52.9	64.7	70.6	52.9	29.4	76.5	58.8

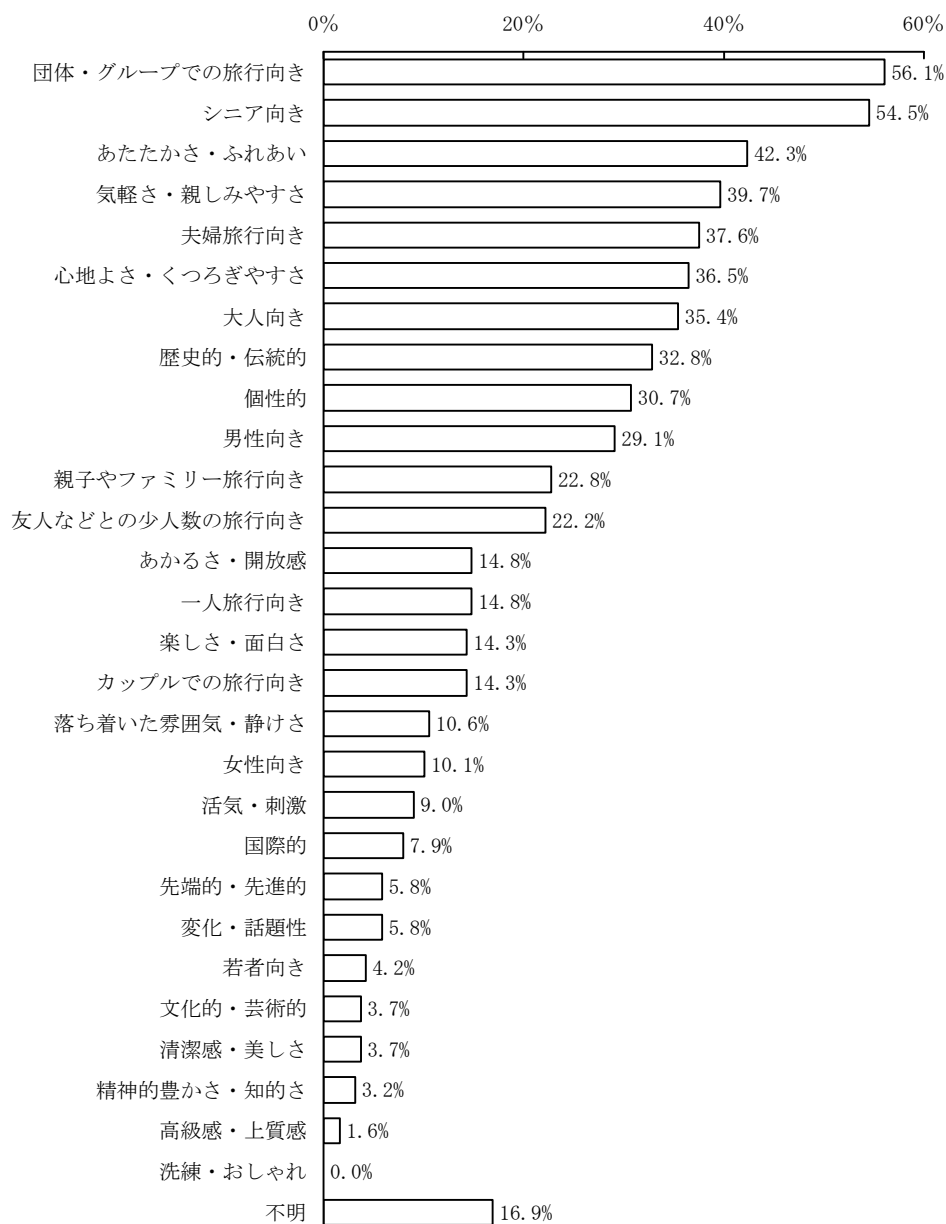
図表 1-49 軽井沢のイメージ (MA) —続き—

区分		調査数	高級感・上質感	あかるさ・開放感	男性向き	女性向き	若者向き	大人向き	シニア向き	一人旅行向き	夫婦旅行向き	親子やファミリー旅行向き	友人などの少人数の旅行向き	カップルでの旅行向き	団体・グループでの旅行向き	不明
合計		189	58.7	27.5	10.1	62.4	49.2	35.4	22.2	22.8	25.9	34.9	46.6	64.6	14.3	10.1
所 属	商工会	129	56.6	31.8	10.9	58.9	52.7	30.2	20.9	19.4	19.4	36.4	45.0	64.3	12.4	9.3
	観光協会	105	60.0	29.5	9.5	67.6	44.8	41.0	27.6	20.0	28.6	38.1	48.6	65.7	20.0	9.5
	旅館組合	24	62.5	20.8	4.2	66.7	33.3	45.8	37.5	25.0	45.8	16.7	54.2	62.5	0.0	4.2
法 人 格	株式会社	66	65.2	24.2	13.6	65.2	56.1	43.9	22.7	21.2	27.3	48.5	54.5	71.2	18.2	6.1
	有限会社	42	59.5	42.9	14.3	73.8	42.9	38.1	21.4	31.0	23.8	35.7	52.4	64.3	11.9	7.1
	協同組合・信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	個人経営	69	50.7	24.6	5.8	58.0	47.8	26.1	24.6	20.3	24.6	20.3	40.6	62.3	13.0	11.6
	その他(法人でない団体等)	1	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	54.5	27.3	13.6	40.9	45.5	18.2	4.5	18.2	13.6	31.8	45.5	45.5	4.5	9.1
	製造業	5	60.0	20.0	0.0	60.0	80.0	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	40.0	60.0	0.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	20.0	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	80.0	20.0	80.0	0.0	0.0
	情報通信業	1	100.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	運輸業	3	100.0	66.7	0.0	100.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	51.4	25.7	8.6	57.1	48.6	25.7	22.9	17.1	28.6	34.3	37.1	54.3	11.4	11.4
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0
	不動産業	11	90.9	36.4	45.5	72.7	72.7	72.7	45.5	9.1	27.3	63.6	45.5	72.7	27.3	9.1
	飲食店	27	59.3	40.7	3.7	85.2	70.4	40.7	33.3	25.9	18.5	37.0	55.6	85.2	25.9	0.0
	宿泊業	28	67.9	21.4	3.6	67.9	32.1	39.3	25.0	28.6	39.3	17.9	57.1	57.1	7.1	7.1
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	60.0	33.3	20.0	66.7	33.3	60.0	26.7	20.0	46.7	46.7	53.3	66.7	20.0	13.3
その他	22	50.0	22.7	9.1	63.6	54.5	36.4	18.2	31.8	31.8	31.8	59.1	81.8	27.3	18.2	
施 設	観光施設なし	155	56.1	29.7	11.6	62.6	49.0	33.5	20.6	23.2	23.9	34.2	46.5	63.9	14.8	9.0
	観光施設あり	17	88.2	23.5	5.9	88.2	52.9	58.8	41.2	17.6	41.2	52.9	70.6	76.5	23.5	5.9

イ 草津

草津のイメージについては、「団体・グループでの旅行向き」56.1%（106事業所）が最も高く、以下、「シニア向き」54.5%（103事業所）、「あたたかさ・ふれあい」42.3%（80事業所）、「気軽さ・親しみやすさ」39.7%（75事業所）となっている。

図表1-50 草津のイメージ（MA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史的・伝統的	62	32.8
2	文化的・芸術的	7	3.7
3	国際的	15	7.9
4	個性的	58	30.7
5	先端的・先進的	11	5.8
6	あたたかさ・ふれあい	80	42.3
7	気軽さ・親しみやすさ	75	39.7
8	楽しさ・面白さ	27	14.3
9	心地よさ・くつろぎやすさ	69	36.5
10	落ち着いた雰囲気・静けさ	20	10.6
11	精神的豊かさ・知的さ	6	3.2
12	変化・話題性	11	5.8
13	活気・刺激	17	9.0
14	洗練・おしゃれ	0	0.0
15	清潔感・美しさ	7	3.7
16	高級感・上質感	3	1.6
17	あかるさ・開放感	28	14.8
18	男性向き	55	29.1
19	女性向き	19	10.1
20	若者向き	8	4.2
21	大人向き	67	35.4
22	シニア向き	103	54.5
23	一人旅行向き	28	14.8
24	夫婦旅行向き	71	37.6
25	親子やファミリー旅行向き	43	22.8
26	友人などとの少人数の旅行向き	42	22.2
27	カップルでの旅行向き	27	14.3
28	団体・グループでの旅行向き	106	56.1
	不明	32	16.9
	全体	189	100.0

図表1-51 草津のイメージ（MA）

区分		調査数	歴史的・伝統的	文化的・芸術的	国際的	個性的	先端的・先進的	あたたかさ・ふれあい	気軽さ・親しみやすさ	楽しさ・面白さ	心地よさ・くつろぎやすさ	落ち着いた雰囲気・静けさ	精神的豊かさ・知的さ	変化・話題性	活気・刺激	洗練・おしゃれ	清潔感・美しさ
合計		189	32.8	3.7	7.9	30.7	5.8	42.3	39.7	14.3	36.5	10.6	3.2	5.8	9.0	0.0	3.7
所 属	商工会	129	32.6	3.1	8.5	31.0	7.8	38.0	38.0	17.1	34.1	7.8	2.3	7.0	12.4	0.0	4.7
	観光協会	105	35.2	3.8	7.6	29.5	3.8	44.8	41.0	11.4	36.2	9.5	3.8	4.8	8.6	0.0	2.9
	旅館組合	24	37.5	12.5	12.5	41.7	4.2	54.2	41.7	8.3	45.8	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
法 人 格	株式会社	66	34.8	3.0	3.0	33.3	1.5	48.5	47.0	12.1	33.3	7.6	1.5	6.1	10.6	0.0	1.5
	有限会社	42	28.6	0.0	2.4	28.6	4.8	42.9	31.0	14.3	31.0	14.3	4.8	7.1	7.1	0.0	7.1
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	34.8	7.2	14.5	27.5	11.6	36.2	40.6	17.4	39.1	10.1	4.3	4.3	10.1	0.0	4.3
	その他（法人でない団体等）	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	31.8	0.0	0.0	22.7	4.5	27.3	22.7	4.5	18.2	9.1	0.0	9.1	4.5	0.0	0.0
	製造業	5	20.0	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0	60.0	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	情報通信業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	運輸業	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	34.3	5.7	5.7	28.6	0.0	22.9	28.6	5.7	28.6	2.9	2.9	5.7	14.3	0.0	5.7
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	45.5	0.0	9.1	27.3	9.1	45.5	45.5	27.3	18.2	18.2	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0
	飲食店	27	33.3	3.7	18.5	29.6	7.4	63.0	51.9	22.2	55.6	18.5	0.0	7.4	18.5	0.0	11.1
	宿泊業	28	35.7	10.7	7.1	35.7	3.6	50.0	39.3	7.1	42.9	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	3.6
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	20.0	0.0	6.7	33.3	0.0	53.3	53.3	20.0	46.7	13.3	0.0	0.0	13.3	0.0	0.0
	その他	22	36.4	4.5	9.1	40.9	13.6	50.0	50.0	31.8	45.5	9.1	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
施 設	観光施設なし	155	32.3	3.9	7.7	29.0	7.1	40.0	40.6	14.2	33.5	9.7	3.9	5.2	10.3	0.0	4.5
	観光施設あり	17	47.1	5.9	5.9	41.2	0.0	64.7	47.1	17.6	52.9	11.8	0.0	5.9	5.9	0.0	0.0

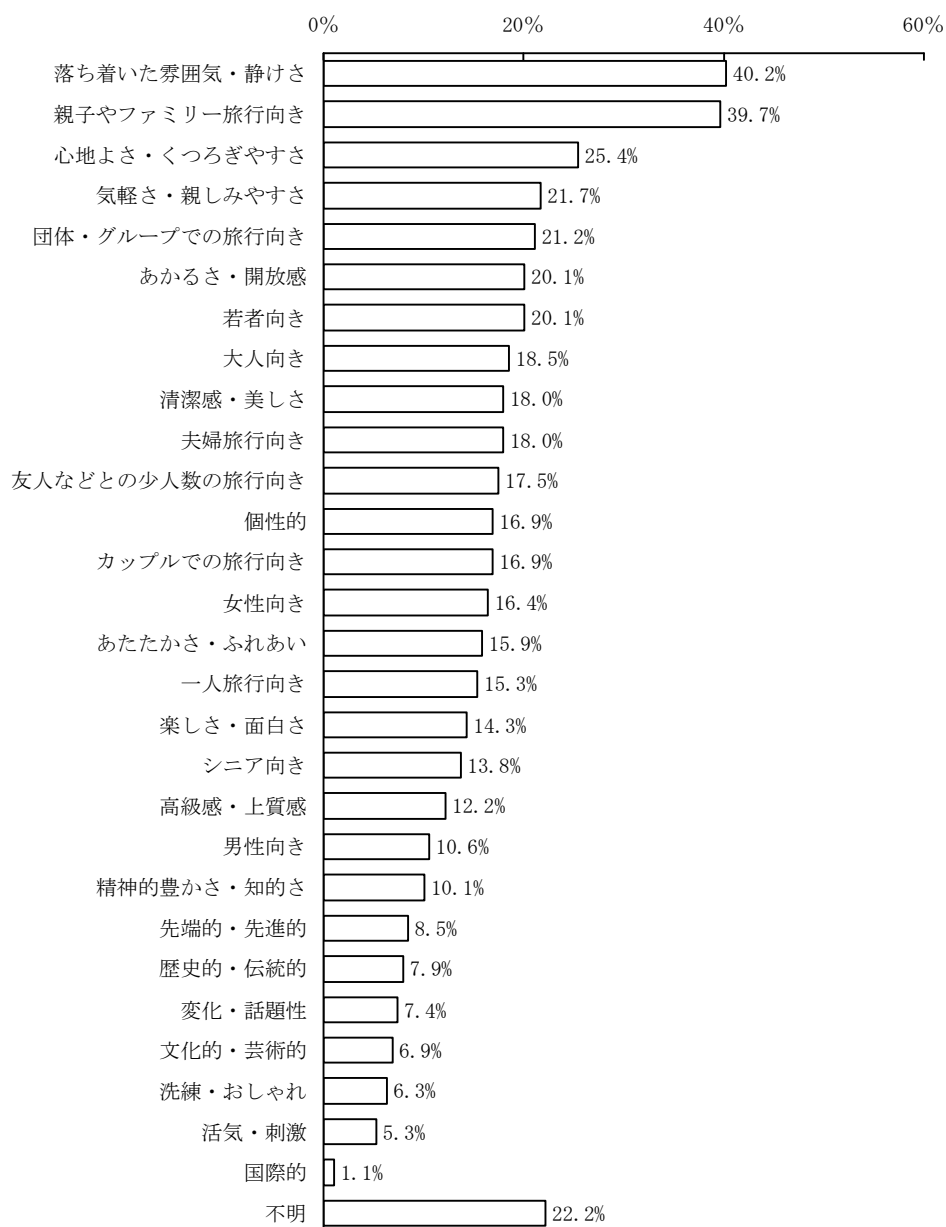
図表 1-52 草津のイメージ (MA) —続き—

区分		調査数	高級感・上質感	あかるさ・開放感	男性向き	女性向き	若者向き	大人向き	シニア向き	一人旅行向き	夫婦旅行向き	親子やファミリー旅行向き	友人などの少人数の旅行向き	カップルでの旅行向き	団体・グループでの旅行向き	不明
合計		189	3.7	1.6	14.8	29.1	10.1	4.2	35.4	54.5	14.8	37.6	22.8	22.2	14.3	22.2
所 属	商工会	129	1.6	15.5	27.1	8.5	4.7	36.4	53.5	15.5	19.4	35.7	14.7	14.0	17.1	23.3
	観光協会	105	2.9	18.1	33.3	13.3	4.8	35.2	57.1	13.3	16.2	44.8	14.3	17.1	26.7	21.0
	旅館組合	24	4.2	20.8	33.3	8.3	12.5	41.7	54.2	16.7	8.3	41.7	12.5	16.7	12.5	16.7
法 人 格	株式会社	66	1.5	4.5	18.2	31.8	10.6	3.0	42.4	63.6	10.6	40.9	25.8	27.3	12.1	16.7
	有限会社	42	7.1	0.0	14.3	28.6	16.7	2.4	35.7	54.8	14.3	40.5	19.0	14.3	11.9	19.0
	協同組合・信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	個人経営	69	4.3	0.0	11.6	26.1	7.2	5.8	31.9	47.8	17.4	34.8	23.2	21.7	17.4	27.5
	その他(法人でない団体等)	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	0.0	4.5	9.1	9.1	9.1	4.5	22.7	40.9	9.1	27.3	13.6	18.2	13.6	36.4
	製造業	5	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	60.0	40.0	20.0	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	0.0	0.0	33.3	100.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	5.7	0.0	14.3	22.9	8.6	0.0	37.1	54.3	14.3	42.9	22.9	25.7	14.3	34.3
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	0.0	0.0	27.3	27.3	0.0	9.1	45.5	63.6	18.2	27.3	18.2	36.4	9.1	18.2
	飲食店	27	11.1	0.0	18.5	40.7	14.8	3.7	44.4	66.7	18.5	48.1	29.6	18.5	22.2	11.1
	宿泊業	28	3.6	3.6	17.9	35.7	10.7	7.1	39.3	50.0	17.9	32.1	25.0	14.3	14.3	17.9
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
	複合サービス業	15	0.0	6.7	6.7	46.7	33.3	6.7	46.7	60.0	6.7	46.7	33.3	40.0	13.3	13.3
その他	22	0.0	0.0	13.6	27.3	4.5	4.5	27.3	59.1	9.1	50.0	18.2	22.7	18.2	18.2	
施 設	観光施設なし	155	4.5	1.9	14.8	28.4	9.0	3.9	33.5	54.8	14.2	34.8	23.2	18.7	12.9	22.6
	観光施設あり	17	0.0	0.0	17.6	47.1	23.5	0.0	47.1	70.6	17.6	58.8	29.4	47.1	29.4	11.8

ウ 那須

那須のイメージについては、「落ち着いた雰囲気・静けさ」40.2%（76 事業所）が最も高く、以下、「親子やファミリー旅行向き」39.7%（75 事業所）、「心地よさ・くつろぎやすさ」25.4%（48 事業所）、「気軽さ・親しみやすさ」21.7%（41 事業所）となっている。

図表1-53 那須のイメージ（MA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史的・伝統的	15	7.9
2	文化的・芸術的	13	6.9
3	国際的	2	1.1
4	個性的	32	16.9
5	先端的・先進的	16	8.5
6	あたたかさ・ふれあい	30	15.9
7	気軽さ・親しみやすさ	41	21.7
8	楽しさ・面白さ	27	14.3
9	心地よさ・くつろぎやすさ	48	25.4
10	落ち着いた雰囲気・静けさ	76	40.2
11	精神的豊かさ・知的さ	19	10.1
12	変化・話題性	14	7.4
13	活気・刺激	10	5.3
14	洗練・おしゃれ	12	6.3
15	清潔感・美しさ	34	18.0
16	高級感・上質感	23	12.2
17	あかるさ・開放感	38	20.1
18	男性向き	20	10.6
19	女性向き	31	16.4
20	若者向き	38	20.1
21	大人向き	35	18.5
22	シニア向き	26	13.8
23	一人旅行向き	29	15.3
24	夫婦旅行向き	34	18.0
25	親子やファミリー旅行向き	75	39.7
26	友人などとの少人数の旅行向き	33	17.5
27	カップルでの旅行向き	32	16.9
28	団体・グループでの旅行向き	40	21.2
	不明	42	22.2
	全体	189	100.0

図表1-54 那須のイメージ（MA）

区分		調査数	歴史的・伝統的	文化的・芸術的	国際的	個性的	先端的・先進的	あたたかさ・ふれあい	気軽さ・親しみやすさ	楽しさ・面白さ	心地よさ・くつろぎやすさ	落ち着いた雰囲気・静けさ	精神的豊かさ・知的さ	変化・話題性	活気・刺激	洗練・おしゃれ	清潔感・美しさ
合計		189	7.9	6.9	1.1	16.9	8.5	15.9	21.7	14.3	25.4	40.2	10.1	7.4	5.3	6.3	18.0
所 属	商工会	129	9.3	5.4	0.0	18.6	8.5	14.0	16.3	9.3	24.0	41.9	10.9	6.2	2.3	4.7	20.9
	観光協会	105	7.6	7.6	1.0	16.2	8.6	17.1	21.9	13.3	22.9	39.0	5.7	8.6	5.7	6.7	18.1
	旅館組合	24	4.2	8.3	0.0	25.0	8.3	16.7	33.3	33.3	29.2	33.3	8.3	12.5	12.5	8.3	12.5
法 人 格	株式会社	66	12.1	7.6	1.5	19.7	9.1	13.6	24.2	10.6	21.2	39.4	7.6	6.1	4.5	7.6	13.6
	有限会社	42	0.0	4.8	0.0	21.4	11.9	14.3	19.0	19.0	23.8	40.5	14.3	11.9	7.1	7.1	23.8
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	8.7	8.7	0.0	13.0	5.8	18.8	18.8	15.9	29.0	44.9	8.7	7.2	2.9	4.3	17.4
	その他（法人でない団体等）	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	4.5	0.0	0.0	13.6	4.5	13.6	18.2	4.5	18.2	40.9	9.1	0.0	4.5	4.5	13.6
	製造業	5	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	40.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	卸売・小売業	35	8.6	5.7	0.0	5.7	5.7	8.6	14.3	2.9	25.7	48.6	8.6	5.7	0.0	5.7	17.1
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	27.3	45.5	9.1	0.0	27.3	0.0	18.2	9.1	0.0	18.2
	飲食店	27	7.4	18.5	0.0	29.6	7.4	11.1	14.8	14.8	33.3	48.1	18.5	18.5	11.1	11.1	37.0
	宿泊業	28	7.1	10.7	3.6	14.3	3.6	17.9	28.6	35.7	17.9	28.6	7.1	10.7	10.7	7.1	10.7
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	複合サービス業	15	0.0	6.7	0.0	13.3	13.3	13.3	20.0	13.3	40.0	46.7	6.7	6.7	0.0	6.7	13.3
その他	22	9.1	4.5	0.0	27.3	22.7	22.7	22.7	27.3	31.8	31.8	4.5	4.5	4.5	9.1	9.1	
施 設	観光施設なし	155	7.7	7.1	0.6	16.8	7.7	16.1	18.7	14.8	23.9	38.1	9.7	6.5	4.5	5.8	18.7
	観光施設あり	17	5.9	5.9	0.0	23.5	11.8	11.8	35.3	17.6	35.3	58.8	11.8	17.6	5.9	11.8	17.6

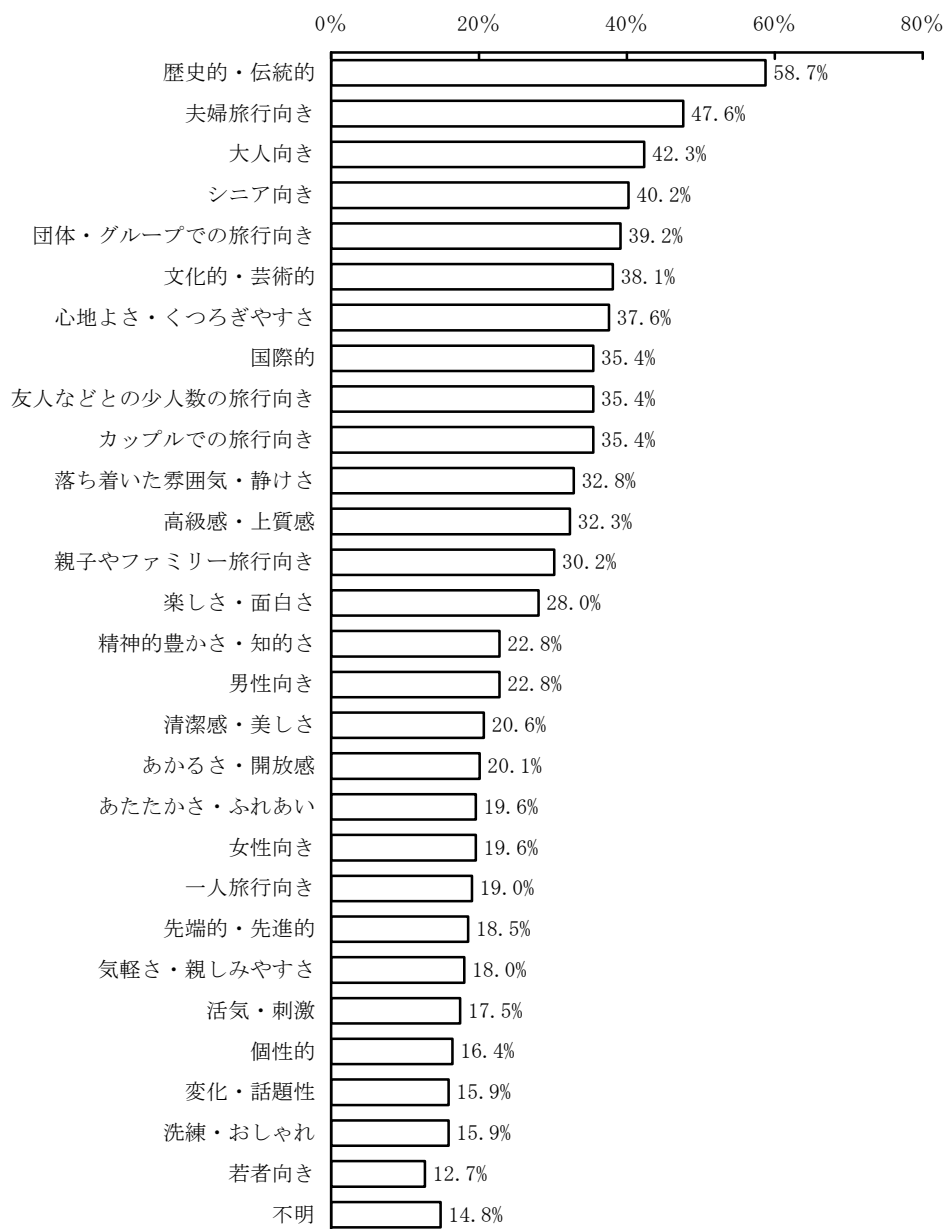
図表 1-55 那須のイメージ (MA) —続き—

区分		調査数	高級感・上質感	あかるさ・開放感	男性向き	女性向き	若者向き	大人向き	シニア向き	一人旅行向き	夫婦旅行向き	親子やファミリー旅行向き	友人などの少人数の旅行向き	カップルでの旅行向き	団体・グループでの旅行向き	不明
合計		189	12.2	20.1	10.6	16.4	20.1	18.5	13.8	15.3	18.0	39.7	17.5	16.9	21.2	22.2
所 属	商工会	129	14.7	16.3	12.4	14.7	15.5	19.4	15.5	15.5	19.4	35.7	14.7	14.0	17.1	23.3
	観光協会	105	11.4	23.8	10.5	18.1	20.0	18.1	13.3	13.3	16.2	44.8	14.3	17.1	26.7	21.0
	旅館組合	24	12.5	33.3	4.2	25.0	33.3	4.2	0.0	16.7	8.3	41.7	12.5	16.7	12.5	16.7
法 人 格	株式会社	66	10.6	21.2	10.6	21.2	24.2	21.2	18.2	15.2	16.7	48.5	19.7	16.7	19.7	16.7
	有限会社	42	14.3	19.0	11.9	16.7	19.0	19.0	9.5	9.5	16.7	40.5	21.4	19.0	35.7	19.0
	協同組合・信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	個人経営	69	13.0	23.2	10.1	11.6	20.3	13.0	11.6	17.4	21.7	31.9	14.5	15.9	14.5	27.5
	その他(法人でない団体等)	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	13.6	0.0	18.2	4.5	9.1	18.2	18.2	9.1	13.6	13.6	22.7	13.6	9.1	36.4
	製造業	5	20.0	40.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.0	20.0	20.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	運輸業	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	20.0	20.0	8.6	20.0	2.9	25.7	17.1	8.6	25.7	20.0	14.3	11.4	28.6	34.3
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	9.1	18.2	9.1	18.2	18.2	9.1	27.3	9.1	9.1	54.5	0.0	9.1	36.4	18.2
	飲食店	27	14.8	25.9	14.8	11.1	33.3	25.9	18.5	25.9	22.2	55.6	22.2	22.2	22.2	11.1
	宿泊業	28	10.7	32.1	3.6	28.6	32.1	3.6	0.0	17.9	7.1	39.3	14.3	21.4	25.0	17.9
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
	複合サービス業	15	13.3	20.0	6.7	33.3	20.0	33.3	6.7	13.3	20.0	46.7	33.3	26.7	26.7	13.3
その他	22	4.5	27.3	13.6	9.1	36.4	9.1	4.5	18.2	27.3	59.1	22.7	22.7	18.2	18.2	
施 設	観光施設なし	155	11.6	19.4	11.6	14.8	18.7	18.1	13.5	14.8	16.8	39.4	15.5	16.1	20.0	22.6
	観光施設あり	17	17.6	41.2	5.9	35.3	41.2	17.6	11.8	11.8	29.4	58.8	41.2	35.3	29.4	11.8

エ 箱根

箱根のイメージについては、「歴史的・伝統的」58.7%（111 事業所）が最も高く、以下、「夫婦旅行向き」47.6%（90 事業所）、「大人向き」42.3%（80 事業所）、「シニア向き」40.2%（76 事業所）、「団体・グループでの旅行向き」39.2%（74 事業所）となっている。

図表1-56 箱根のイメージ（MA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史的・伝統的	111	58.7
2	文化的・芸術的	72	38.1
3	国際的	67	35.4
4	個性的	31	16.4
5	先端的・先進的	35	18.5
6	あたたかさ・ふれあい	37	19.6
7	気軽さ・親しみやすさ	34	18.0
8	楽しさ・面白さ	53	28.0
9	心地よさ・くつろぎやすさ	71	37.6
10	落ち着いた雰囲気・静けさ	62	32.8
11	精神的豊かさ・知的さ	43	22.8
12	変化・話題性	30	15.9
13	活気・刺激	33	17.5
14	洗練・おしゃれ	30	15.9
15	清潔感・美しさ	39	20.6
16	高級感・上質感	61	32.3
17	あかるさ・開放感	38	20.1
18	男性向き	43	22.8
19	女性向き	37	19.6
20	若者向き	24	12.7
21	大人向き	80	42.3
22	シニア向き	76	40.2
23	一人旅行向き	36	19.0
24	夫婦旅行向き	90	47.6
25	親子やファミリー旅行向き	57	30.2
26	友人などとの少人数の旅行向き	67	35.4
27	カップルでの旅行向き	67	35.4
28	団体・グループでの旅行向き	74	39.2
	不明	28	14.8
	全体	189	100.0

図表1-57 箱根のイメージ（MA）

区分		調査数	歴史的・伝統的	文化的・芸術的	国際的	個性的	先端的・先進的	あたたかさ・ふれあい	気軽さ・親しみやすさ	楽しさ・面白さ	心地よさ・くつろぎやすさ	落ち着いた雰囲気・静けさ	精神的豊かさ・知的さ	変化・話題性	活気・刺激	洗練・おしゃれ	清潔感・美しさ
合計		189	58.7	38.1	35.4	16.4	18.5	19.6	18.0	28.0	37.6	32.8	22.8	15.9	17.5	15.9	20.6
所 属	商工会	129	58.9	34.9	34.1	17.1	19.4	21.7	17.8	28.7	35.7	31.8	20.9	15.5	20.2	17.8	21.7
	観光協会	105	66.7	45.7	41.9	20.0	20.0	17.1	17.1	29.5	39.0	36.2	30.5	17.1	18.1	16.2	21.9
	旅館組合	24	62.5	50.0	45.8	8.3	25.0	29.2	16.7	29.2	41.7	54.2	25.0	12.5	12.5	16.7	33.3
法 人 格	株式会社	66	65.2	43.9	39.4	22.7	18.2	18.2	21.2	31.8	40.9	42.4	30.3	18.2	19.7	16.7	19.7
	有限会社	42	61.9	38.1	35.7	11.9	16.7	19.0	14.3	35.7	33.3	26.2	21.4	14.3	23.8	19.0	21.4
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	個人経営	69	55.1	36.2	34.8	14.5	20.3	20.3	18.8	23.2	37.7	30.4	18.8	14.5	14.5	15.9	23.2
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	50.0	18.2	27.3	18.2	13.6	9.1	9.1	18.2	13.6	27.3	13.6	4.5	9.1	13.6	9.1
	製造業	5	80.0	80.0	80.0	80.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	40.0	40.0	0.0	20.0	80.0	60.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	60.0	80.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	100.0	66.7	0.0	33.3	66.7	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	66.7	66.7	100.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	57.1	17.1	22.9	11.4	5.7	11.4	8.6	14.3	28.6	11.4	11.4	17.1	17.1	5.7	2.9
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	72.7	54.5	45.5	9.1	18.2	18.2	18.2	54.5	54.5	54.5	36.4	36.4	36.4	18.2	27.3
	飲食店	27	66.7	40.7	48.1	18.5	29.6	25.9	33.3	44.4	37.0	29.6	29.6	25.9	18.5	29.6	33.3
	宿泊業	28	64.3	46.4	53.6	3.6	21.4	17.9	14.3	21.4	39.3	42.9	25.0	14.3	7.1	17.9	28.6
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	複合サービス業	15	46.7	53.3	33.3	26.7	26.7	20.0	26.7	46.7	60.0	53.3	40.0	13.3	20.0	20.0	40.0
その他	22	63.6	50.0	22.7	27.3	18.2	27.3	22.7	31.8	50.0	45.5	18.2	9.1	22.7	9.1	22.7	
施 設	観光施設なし	155	61.3	35.5	36.1	16.8	18.7	20.0	18.7	29.0	37.4	31.0	23.2	16.1	18.7	16.8	20.6
	観光施設あり	17	70.6	70.6	47.1	23.5	17.6	11.8	23.5	29.4	47.1	58.8	41.2	11.8	11.8	17.6	23.5

図表 1-58 箱根のイメージ (MA) —続き—

区分		調査数	高級感・上質感	あかるさ・開放感	男性向き	女性向き	若者向き	大人向き	シニア向き	一人旅行向き	夫婦旅行向き	親子やファミリー旅行向き	友人などの少人数の旅行向き	カップルでの旅行向き	団体・グループでの旅行向き	不明
合計		189	32.3	20.1	22.8	19.6	12.7	42.3	40.2	19.0	47.6	30.2	35.4	35.4	39.2	14.8
所 属	商工会	129	58.9	34.9	34.1	17.1	19.4	21.7	17.8	28.7	50.4	30.2	34.9	35.7	36.4	15.5
	観光協会	105	66.7	45.7	41.9	20.0	20.0	17.1	17.1	29.5	47.6	26.7	38.1	38.1	41.0	14.3
	旅館組合	24	62.5	50.0	45.8	8.3	25.0	29.2	16.7	29.2	37.5	29.2	37.5	29.2	37.5	8.3
法 人 格	株式会社	66	36.4	22.7	33.3	21.2	10.6	47.0	47.0	22.7	54.5	25.8	34.8	45.5	45.5	12.1
	有限会社	42	40.5	21.4	14.3	21.4	19.0	47.6	47.6	21.4	52.4	38.1	40.5	33.3	45.2	11.9
	協同組合・信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	個人経営	69	26.1	18.8	21.7	17.4	10.1	37.7	31.9	15.9	40.6	30.4	36.2	29.0	30.4	15.9
	その他(法人でない団体等)	1	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	22.7	9.1	13.6	18.2	9.1	31.8	40.9	13.6	40.9	27.3	18.2	36.4	36.4	27.3
	製造業	5	80.0	20.0	20.0	60.0	20.0	60.0	60.0	0.0	60.0	40.0	40.0	40.0	20.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	60.0	0.0	0.0	20.0	20.0	60.0	20.0	40.0	40.0	0.0	40.0	20.0	20.0	20.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	0.0	33.3	33.3	0.0	66.7	66.7	33.3	33.3	100.0	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0
	卸売・小売業	35	20.0	11.4	20.0	8.6	8.6	42.9	37.1	14.3	45.7	31.4	28.6	28.6	34.3	20.0
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0
	不動産業	11	36.4	27.3	36.4	27.3	9.1	54.5	54.5	27.3	54.5	18.2	45.5	54.5	54.5	9.1
	飲食店	27	29.6	25.9	22.2	22.2	14.8	51.9	44.4	18.5	59.3	40.7	51.9	40.7	59.3	7.4
	宿泊業	28	42.9	35.7	14.3	25.0	14.3	32.1	28.6	21.4	28.6	32.1	35.7	28.6	39.3	10.7
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
	複合サービス業	15	60.0	20.0	40.0	33.3	20.0	46.7	53.3	13.3	46.7	40.0	40.0	46.7	33.3	13.3
その他	22	27.3	18.2	36.4	18.2	0.0	45.5	40.9	31.8	63.6	22.7	40.9	27.3	36.4	13.6	
施 設	観光施設なし	155	32.3	18.7	24.5	20.0	12.9	39.4	39.4	16.8	46.5	27.7	35.5	36.1	40.0	14.2
	観光施設あり	17	52.9	29.4	29.4	23.5	5.9	82.4	64.7	29.4	58.8	35.3	52.9	52.9	35.3	11.8

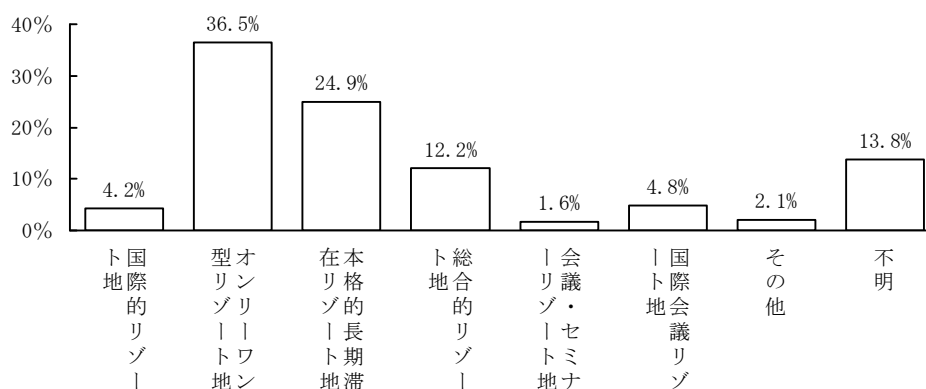
5 軽井沢観光の方向性

(1) 軽井沢観光の方向性

問 10 軽井沢は今後どのようなリゾート地を目指すべきだと思いますか（1つだけ選んで下さい）

軽井沢観光の方向性については、「他の観光地にはない独自の雰囲気やサービスが楽しめるオンリーワン型のリゾート地」36.5%（69 事業所）が最も高く、以下、「別荘地を中心とした本格的な長期滞在リゾート地」24.9%（47 事業所）、「ショッピングやスポーツ、娯楽などが総合的に楽しむことができるゾート地」12.2%（23 事業所）となっている。

図表 1-59 軽井沢観光の方向性（SA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	海外から観光客を誘致できる国際的なリゾート地	8	4.2
2	他の観光地にはない独自の雰囲気やサービスが楽しめるオンリーワン型のリゾート地	69	36.5
3	別荘地を中心とした本格的な長期滞在リゾート地	47	24.9
4	ショッピングやスポーツ、娯楽などが総合的に楽しむことができるゾート地	23	12.2
5	会議やセミナー、合宿などでもできるリゾート地	3	1.6
6	サミットや首脳会議など、海外からVIPが来訪するような国際会議リゾート地	9	4.8
7	その他	4	2.1
	不明	26	13.8
	全体	189	100.0

図表 1-60 軽井沢観光の方向性 (SA)

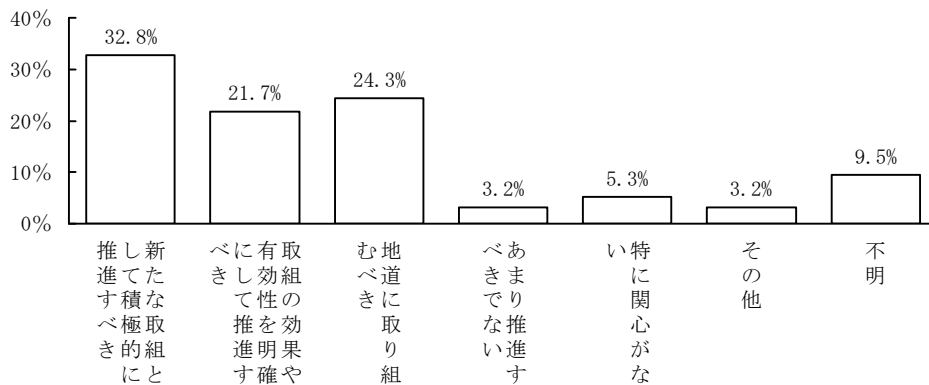
区分		調査数	リゾート地	海外から観光客を誘致できる国際的なリゾート地	他の観光地にはない独自の雰囲気やサービスが楽しめるオンリーワン型のリゾート地	別荘地を中心とした本格的な長期滞在リゾート地	ショッピングやスポーツ、娯楽などが総合的に楽しむことができるリゾート地	会議やセミナー、合宿などできるリゾート地	サミットや首脳会議など、海外から来訪するような国際会議リゾート地	その他	不明
合計		189	4.2	36.5	24.9	12.2	1.6	4.8	2.1	13.8	
所 属	商工会	129	2.3	34.1	31.0	8.5	1.6	6.2	2.3	14.0	
	観光協会	105	6.7	38.1	18.1	12.4	1.9	3.8	2.9	16.2	
	旅館組合	24	8.3	50.0	12.5	16.7	0.0	4.2	0.0	8.3	
法 人 格	株式会社	66	6.1	34.8	22.7	15.2	0.0	3.0	1.5	16.7	
	有限会社	42	4.8	50.0	14.3	7.1	0.0	4.8	2.4	16.7	
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	公益法人	2	0.0	100.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	個人経営	69	2.9	26.1	34.8	10.1	4.3	7.2	2.9	11.6	
	その他(法人でない団体等)	1	0.0	0.0	100.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業	22	0.0	13.6	45.5	13.6	0.0	9.1	0.0	18.2	
	製造業	5	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.0	60.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	
	情報通信業	1	0.0	100.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	卸売・小売業	35	2.9	17.1	31.4	11.4	5.7	2.9	2.9	25.7	
	金融・保険業	1	0.0	100.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業	11	18.2	9.1	36.4	0.0	0.0	9.1	0.0	27.3	
	飲食店	27	3.7	40.7	25.9	7.4	0.0	7.4	3.7	11.1	
	宿泊業	28	10.7	53.6	10.7	14.3	0.0	3.6	0.0	7.1	
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	100.	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	複合サービス業	15	0.0	60.0	6.7	13.3	0.0	6.7	0.0	13.3	
その他	22	0.0	45.5	27.3	13.6	4.5	0.0	4.5	4.5		
施 設	観光施設なし	155	4.5	35.5	26.5	10.3	1.9	5.8	1.9	13.5	
	観光施設あり	17	5.9	41.2	17.6	17.6	0.0	0.0	5.9	11.8	

(2) 滞在型リゾートに関する意向

問 11 日帰りや1~2泊程度の短期間の旅行ではなく、軽井沢の別荘やホテルなどで長期間過ごす滞在型リゾートの取組についてどのようにお考えですか（1つだけ選んで下さい）

滞在型リゾートに関する意向については、「軽井沢町の観光戦略、まちづくりにとって重要な取組であり、新たな取組として積極的に推進すべき」32.8%（62事業所）が最も高く、以下、「既存の観光戦略、まちづくりと関連づけながら地道に取り組むべき」24.3%（46事業所）、「地域イメージの向上や経済活性化など、取組の効果や有効性を明確にして推進すべき」21.7%（41事業所）が続く。

図表1-61 滞在型リゾートに関する意向（SA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	軽井沢町の観光戦略、まちづくりにとって重要な取組であり、新たな取組として積極的に推進すべき	62	32.8
2	地域イメージの向上や経済活性化など、取組の効果や有効性を明確にして推進すべき	41	21.7
3	既存の観光戦略、まちづくりと関連づけながら地道に取り組むべき	46	24.3
4	これまでの軽井沢の観光戦略やまちづくりにそぐわないので、あまり推進すべきでない	6	3.2
5	特に関心がない	10	5.3
6	その他	6	3.2
	不明	18	9.5
	全体	189	100.0

図表 1-6 2 滞在型リゾートに関する意向 (SA)

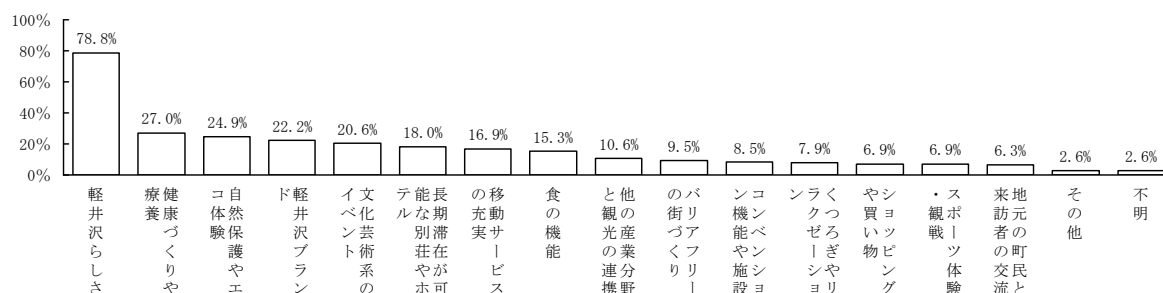
区分		調査数	積極的に推進すべき	軽井沢町の観光戦略まちづくりにとって重要な取組であり、新たな取組として推進すべき	地域イノベーションの向上や経済活性化なく、取組の効果や有効性を明確にして推進すべき	既存の観光戦略まちづくりと関連づけながら地道に取り組むべき	これまでの軽井沢の観光戦略やまちづくりにならぬので、あまり推進すべきでない	特に関心がない	その他	不明
合計		189	32.8	21.7	24.3	3.2	5.3	3.2	9.5	
所 属	商工会	129	31.8	22.5	26.4	3.1	3.9	3.1	9.3	
	観光協会	105	36.2	19.0	23.8	3.8	3.8	4.8	8.6	
	旅館組合	24	37.5	29.2	20.8	0.0	0.0	4.2	8.3	
法 人 格	株式会社	66	37.9	25.8	18.2	4.5	3.0	3.0	7.6	
	有限会社	42	31.0	19.0	31.0	4.8	2.4	2.4	9.5	
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	公益法人	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
	個人経営	69	33.3	21.7	23.2	1.4	5.8	4.3	10.1	
	その他(法人でない団体等)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業	22	31.8	9.1	36.4	4.5	4.5	4.5	9.1	
	製造業	5	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	20.0	20.0	20.0	0.0	40.0	0.0	0.0	
	情報通信業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業	3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	
	卸売・小売業	35	40.0	22.9	14.3	0.0	5.7	0.0	17.1	
	金融・保険業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業	11	45.5	27.3	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
	飲食店	27	37.0	14.8	33.3	0.0	0.0	7.4	7.4	
	宿泊業	28	35.7	25.0	21.4	3.6	3.6	3.6	7.1	
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	教育・学習支援業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	複合サービス業	15	26.7	33.3	20.0	6.7	0.0	0.0	13.3	
	その他	22	31.8	22.7	22.7	4.5	4.5	4.5	9.1	
施 設	観光施設なし	155	35.5	21.3	25.2	3.2	4.5	3.2	7.1	
	観光施設あり	17	29.4	35.3	23.5	0.0	0.0	0.0	11.8	

(3) 滞在型リゾートの整備条件

問12 どのようなリゾート地としての条件づくりをすべきだと思いますか（主なものを3つまで選んで下さい）

滞在型リゾートの整備条件については、「軽井沢らしさを満喫できる雰囲気づくり、まちづくりを進める」78.8%（149事業所）が最も高く、以下、「森林セラピーなど、健康づくりや療養ができる滞在施設やサービスを増やす」27.0%（51事業所）、「自然保護やエコ体験など、自然環境に配慮した取組を重視する」24.9%（47事業所）、「軽井沢ブランドやイメージを高めていくためのイベントや商品づくりやPRを推進する」22.2%（42事業所）となっている。

図表1-63 滞在型リゾートの整備条件（MA3）



No.	カテゴリー名	n	%
1	軽井沢らしさを満喫できる雰囲気づくり、まちづくりを進める	149	78.8
2	ショッピングや買い物が楽しめるゾーン、店舗を増やす	13	6.9
3	おいしい食事や雰囲気が楽しめるレストランを増やすなど、食の機能を拡充する	29	15.3
4	エステや温泉など、くつろぎやリラクゼーションを味わえる施設やサービスを増やす	15	7.9
5	長期滞在が可能な別荘やホテルなどを増やす	34	18.0
6	マラソンやスキーなどスポーツを体験したり、観戦したりできる施設やサービスを増やす	13	6.9
7	森林セラピーなど、健康づくりや療養ができる滞在施設やサービスを増やす	51	27.0
8	サミットなど国際的な会議やセミナーなど行えるコンベンション機能や施設を整備する	16	8.5
9	農業や食品業などの他の産業分野と観光を結びつけた取組を増やす	20	10.6
10	自然保護やエコ体験など、自然環境に配慮した取組を重視する	47	24.9
11	地元の方と来訪者が人間的な交流できるイベントやサービスを増やす	12	6.3
12	音楽や演劇、美術などが楽しめる文化芸術系のイベントの開催や雰囲気づくりを行う	39	20.6
13	軽井沢ブランドやイメージを高めていくためのイベントや商品づくりやPRを推進する	42	22.2
14	高齢者や子供にも優しいバリアフリーの街づくりを進める	18	9.5
15	周遊バスなどの域内交通やレンタサイクル・バイクなどの移動サービスの充実を進める	32	16.9
16	その他	5	2.6
	不明	5	2.6
	全体	189	100.0

図表1-64 滞在型リゾートの整備条件（MA3）

区分		調査数	軽井沢らしさを満喫できる雰囲気づくり、まちづくりを進める	ショッピングや買い物を楽しめるゾーン、店舗を増やす	おいしい食事や雰囲気を楽しめるレストランを増やすなど、食の機能を拡充する	エスタや温泉など、くつろぎやリラクゼーションを味わえる施設やサービスを増やす	長期滞在が可能な別荘やホテルなどを増やす	マラソンやスキーなどスポーツを体験したり、観戦したりできる施設やサービスを増やす	森林セラピーなど、健康づくりや療養ができる滞在施設やサービスを増やす	サミットなど国際的な会議やセミナーなど行えるコンベンション機能や施設を整備する	農業や食品業などの他の産業分野と観光を結びつけた取組を増やす	自然保護やエコ体験など、自然環境に配慮した取組を重視する	地元の町民と来訪者が人間的な交流できるイベントやサービスを増やす	音楽や演劇、美術などが楽しめる文化芸術系のイベントの開催や雰囲気づくりを行う	軽井沢ブランドやイメージを高めていくためのイベントや商品づくりやPRの推進する
合計		189	78.8	6.9	15.3	7.9	18.0	6.9	27.0	8.5	10.6	24.9	6.3	20.6	22.2
所 属	商工会	129	82.9	6.2	16.3	4.7	21.7	7.8	27.9	10.9	10.9	22.5	7.8	22.5	18.6
	観光協会	105	75.2	7.6	15.2	7.6	13.3	9.5	28.6	10.5	13.3	23.8	4.8	24.8	21.0
	旅館組合	24	87.5	4.2	16.7	4.2	25.0	12.5	20.8	16.7	12.5	25.0	8.3	8.3	20.8
法 人 格	株式会社	66	78.8	10.6	13.6	10.6	24.2	7.6	25.8	7.6	15.2	30.3	9.1	15.2	25.8
	有限会社	42	83.3	7.1	23.8	4.8	16.7	9.5	19.0	9.5	9.5	26.2	2.4	21.4	28.6
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	個人経営	69	81.2	4.3	11.6	5.8	15.9	2.9	33.3	8.7	7.2	18.8	7.2	21.7	15.9
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	81.8	4.5	9.1	4.5	40.9	0.0	50.0	4.5	13.6	22.7	4.5	18.2	0.0
	製造業	5	100.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	80.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	運輸業	3	66.7	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	82.9	5.7	25.7	8.6	11.4	8.6	25.7	8.6	11.4	17.1	2.9	25.7	20.0
	金融・保険業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	不動産業	11	100.0	9.1	18.2	9.1	18.2	0.0	36.4	9.1	0.0	9.1	9.1	9.1	54.5
	飲食店	27	81.5	7.4	3.7	7.4	29.6	11.1	29.6	3.7	7.4	22.2	7.4	25.9	33.3
	宿泊業	28	85.7	7.1	21.4	10.7	17.9	10.7	17.9	10.7	14.3	25.0	7.1	7.1	17.9
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	66.7	6.7	13.3	0.0	13.3	6.7	33.3	20.0	6.7	33.3	6.7	40.0	26.7
その他	22	77.3	4.5	4.5	9.1	4.5	0.0	22.7	9.1	4.5	45.5	0.0	22.7	22.7	
施 設	観光施設なし	155	81.3	7.1	13.5	8.4	19.4	7.7	27.7	9.7	10.3	20.6	5.2	20.0	22.6
	観光施設あり	17	76.5	5.9	17.6	0.0	17.6	0.0	29.4	0.0	17.6	47.1	11.8	11.8	17.6

図表1-65 滞在型リゾートの整備条件（MA3）—続き—

区分		調査数	高齢者や子供にも優しいバリアフリーの街づくりを進める	周遊バスなどの域内交通やレンタサイクル、バイクなどの移動サービスの充実を進める	その他	不明
合計		189	9.5	16.9	2.6	2.6
所 属	商工会	129	9.3	13.2	3.1	1.6
	観光協会	105	7.6	19.0	4.8	2.9
	旅館組合	24	8.3	20.8	4.2	4.2
法 人 格	株式会社	66	4.5	16.7	6.1	0.0
	有限会社	42	11.9	11.9	2.4	2.4
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	100.0	50.0	0.0	0.0
	個人経営	69	10.1	18.8	0.0	5.8
	その他（法人でない団体等）	1	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	13.6	18.2	0.0	4.5
	製造業	5	0.0	0.0	0.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.0	0.0	20.0	0.0
	情報通信業	1	0.0	100.0	0.0	0.0
	運輸業	3	0.0	33.3	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	8.6	17.1	2.9	5.7
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	9.1	0.0	9.1	0.0
	飲食店	27	3.7	18.5	0.0	0.0
	宿泊業	28	7.1	21.4	0.0	3.6
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	20.0	13.3	6.7	0.0
	その他	22	9.1	22.7	4.5	4.5
施 設	観光施設なし	155	10.3	18.1	1.3	1.9
	観光施設あり	17	5.9	17.6	11.8	5.9

(4) 軽井沢振興に向けたアイデア

問 13 今後の軽井沢の観光振興に向けた方向性、アイデア、資源の活用方法などがありましたら、具体的にご記入ください。

軽井沢振興に向けたアイデアについては下記の通りとなっている。

図表 1-66 軽井沢振興に向けたアイデア

No.	法人格	業種	回答
1	株式会社	建設業	近隣市町と連携して巡回型の観光をすれば、今迄以上に楽しい観光が出来るのではないのでしょうか 佐久市、東御市、小諸市、御代田町、等
2	株式会社	建設業	自然を生かした施設の整備
3	株式会社	建設業	長野から東京への新幹線代金の中に都内でのお買物券や食事券が付いた日帰りパックがありますが、その逆で東京→軽井沢のチケット代に、美術館、コンサート、お買物券、食事券を付ける etc の案はどうでしょうか。割引金額になり又交通渋滞解消にも繋がると思います。
4	株式会社	製造業	・看板規制の撤定（正直物がバカを見ない） ・別荘税の制定
5	株式会社	製造業	無理に特色付けをする必要はない。落ち着いた、日常の生活を離れた時のリズムを楽しませるべきである。
6	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	・滞在型農園 ・近隣自治体を巻き込んだツアーの設定（志賀布施あたりまでも） ・外国人観光客の為の道標やパンフの拡充 ・グリーンツーリズム エコツーリズム ・地産地消の展開 ・生物多様性戦略策定
7	株式会社	情報通信業	・バス会社、JRなどとタイアップして、軽井沢号などのラッピングバス、ラッピング列車。 ・ミステリーツアー ・大賀ホールでのコンサートと宿泊のセット
8	株式会社	運輸業	軽井沢の豊かな自然を活用して、自然の中でゆったりと静かに過ごすことができるリゾート、おいしいものが食べられるリゾートをめざしてほしい。豊かな自然は人工的には作り出せないものなので、大切に生かしてほしい。自然と調和した開発をしてほしい。
9	株式会社	卸売・小売業	“心身の健康”をテーマにしたらどうでしょう
10	株式会社	卸売・小売業	例えば、矢ヶ崎公園にかかっていた橋が無くなり、とてもスッキリとして、雰囲気も良くなりました。物を、施設をやたらと増やすのではなく、もっと軽井沢の持つ根本的なパワーを引き出すような方向性がいいと思います
11	株式会社	卸売・小売業	〈長期安価宿泊に対するアイデア〉宿泊者が増えると街の活性化が進む ・企業の軽井沢寮の復活（税の優遇とか…） ・不使用宿泊可能施設の再利用と総合管理（貸別荘、貸寮、コンドミニアムの利用リネン・清掃から宿泊予約管理まで運営委託できる企業を作る） ・旧道 2F 空店舗の宿泊施設化（町の補助が必要）※小規模なので、上記の管理会社に業務委託する必要がある。 ・旧道で、路面しない場所の宿泊施設化（町の補助が必要）

No.	法人格	業種	回答
12	株式会社	卸売・小売業	<ul style="list-style-type: none"> 町内はマイカーいっさい不要で充分に行きたい所が廻れる交通整備は必須。とにかく、移動が不便すぎる。町全体がバラバラ、全体がテーマパークとなるよう統一した町並み景観に。 夏の突然の雷雨が気の毒。安全に雨やどりできるような対策を。（雨の中、ムリに自転車に乗って帰らなくてもいい方法など）アブナイ事故につながる。
13	株式会社	不動産業	新朝線の利用率を高める為、運賃を安くする方策は考え出せないだろうか？（車で来軽するより安上がりにする）連動して町内アイドリングストップバス、運賃も無料とか。周回バスの利用促進（乗りたい、使いたいと思えるもの） 上記は例えば年会費2～3000円で軽井沢カードを発行してサービスを提供してはどうでしょうか？
14	株式会社	不動産業	<ul style="list-style-type: none"> 軽井沢国際音楽祭の強化リゾート地避暑地というイメージに文化的側面を強化し、PRをする 冬季スポーツの強化スケート場やオリンピック施設を有効に活用し、夏とは異なる能動的な冬の軽井沢を提案する
15	株式会社	不動産業	観光地としてその地域が広く、文化施設も東西南北あちこちに素晴らしいものがある。長所としては新幹線の駅を降りてすぐに、軽井沢を満喫できる場所が多くあるが、ここで終わってしまうのはもったいない。現在ある交通網と路面電車のような新たな交通網を生かして街全体の活性化を望む。
16	株式会社	飲食店	①長期ステイの客を増やすには、宿泊施設をあまり高額でなく、移動のバス等の充実。又、食べ物も、町内のおすすめ品、食堂等を利用すると割引サービス等を実施し、週単位でも、飽きないようなプランを考える。現在、ターゲットは60才以上の年金をもらっている人だと思います。
17	株式会社	宿泊業	冬の誘致方を模索して頂きたい。夏の人口はむしろ多すぎるので促販、イベント等の仕掛けを行っても年間の行事としては物足りない。
18	株式会社	宿泊業	旧軽銀座周辺を盛り上げる。若者向けの施設など
19	株式会社	宿泊業	森林の中で都会からいったんストレスを切り離れた状態で健康作りをするのに適している軽井沢で、セラピー施設を増やしていくことや、ジムを造設することは重要である。
20	株式会社	複合サービス業	フットパスなど自由に別荘地内や自然体験可能エリアを散策できるコースの設定。会議、文化イベント、スポーツイベントを企画立案、推進できる組織設立。軽井沢らしい別荘建築、デザイン、滞在スタイルの提案。軽井沢文化デザイン会議の設立
21	株式会社	複合サービス業	<ul style="list-style-type: none"> 軽井沢という伝統や歴史を前面に出したアピール 外国人誘致と結婚式の町に特に力を入れる。
22	株式会社	その他	<p>① 避暑地の宿命ではありますが、冬場の収入が極端に低いので商店などが貧しいし、軽井沢町としてはそこが課題でしょうか。あまりの厳寒の地軽井沢で、冬のイルミネーション、矢ヶ崎公園のイベントなどで訪れた観光客も、せっかく来ても、ストーブの燃える暖かい小屋も無い。町の職員でも観光課でも商工会でも良いから当番制で熱い「おしるこ」でも販売したら、家族づれ、恋人同士でもまた来ようと思いませんか？</p> <p>② 駅前通りを広くしましたが、街路樹が貧弱で、通りを歩く観光客が照り返えしの日光と上からの日光をあびながら汗だくで歩いています。「軽井沢も暑いね～」これが感想です。木漏れ日の歩道が理想ですが…。</p>
23	株式会社	その他	「芸術の町 軽井沢」を目指し、音楽をはじめとする芸術面の振興に力を入れていく。

No.	法人格	業種	回答
24	株式会社	その他	新・旧軽を観光の中心にすることは大切。だがこれだけでは日帰り観光になってしまう。中軽にもっと目をむけ、そこからの西へ、南への観光資源を開発しなければ、宿泊をとまなう滞在型の観光地にはならない。いなかには良い所、良さがいっぱいある。
25	株式会社	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅前から旧道に続く道の景観は考え直した方がいいと思う。看板の規制など ・ レンタサイクルを売りにするなら駐輪場を整備するべき。 ・ 旧軽銀座内に無料トイレを増やしてほしい。有料美術館だが「トイレだけ貸してほしい」という人が後を絶たなくて困る。
26	株式会社	その他	ソーシャルメディアを活用する
27	株式会社	その他	<ol style="list-style-type: none"> 1、軽井沢にはおいしいレストランなど沢山ある（和・洋・中・イタリアン）が中でもアメーラトマトがおいしいと言うお客さまが多いので今後もアメーラトマトの販路拡大が良い。 2、美しい村をめざしていくためにはさらなる環境整備が必要、渋滞の解消や歴史ロマンも観光に入れてアピールしていくことや、今後は河川の整備による、ゆったりした散策やホテルなどが見られる環境づくりが求められる。 3、小学生にはスキーもスケートも体育授業に入れて経験させた方がよい（中学生高校先生）町民にはスキー、スケートを体験し、アピールしてもらいたい（他にはない町！！）
28	株式会社	その他	観光や政策だけでなく、スキー・ゴルフ・テニス・マラソン・ウォーキングなどウエルネスリゾートとしての整備・発信。
29	株式会社	その他	避暑地のイメージが強い軽井沢で、夏だけでなく、冬もゲストを呼べる仕掛け。現在はなくなってしまったが、以前はあった軽井沢氷まつりのイメージ、札幌雪まつりまで大規模でなくても、「町ぐるみで取組んでいる恒例のイベント」があると良いと思います。（継続出来るもの）
30	株式会社	不明	生まれてからずっと軽井沢の変わり様をながめてきました。昔、旧通りは銀座からの出張店が数多くあり別荘の方とか午前午後メイン通りを行ったりきたり、時代が変わったといえはそれまで旧軽井沢に活気をとりもどしたい、と企業人としては、だれしも思うこと。東京と近くなりすぎた現在、町として、観光地であるという意識ではなく、東京の一部と思ってもらえるようなとり組みはどうだろう。やはり大手商業シセツを駅北にも考えるべき。又は芸術的なものでなくてもよいが必要な
31	株式会社	不明	雑然とした街並をなんとかした方がよい。統一感がなくきたならしい。（特に建物）
32	有限会社	建設業	軽井沢全体の雰囲気統一すること、雑然とした、町並を整備すること、分譲による、建物の不均等の配置をやめること商店街の活性化をすること、（リフォームして治用）歩道の整備（特に自転車の至りやすい道）
33	有限会社	卸売・小売業	脱車社会・歩道及自転車専用道を充実させる。
34	有限会社	不動産業	昔の軽井沢のふんいきを残しつつ、今の若者も楽しめるような新しい施設を増やしていくべき
35	有限会社	飲食店	別荘の方達も、冬の過ごし方を知らない方が多いので、クリスマスイルミネーション廻りとか、雪祭り、氷祭り等、冬（シーズンオフ）に楽しめるイベントをするべき。
36	有限会社	飲食店	食とスポーツと文化をからめていく

No.	法人格	業種	回答
37	有限会社	飲食店	日頃から湧水には関心があり、あちこちの湧水をくみに行っていますが、軽井沢にも湧水場があってもいいのにナーと思っていました。お客様にもたまにどこか近くにないのが聞かれます。又、今回3・11の震災の時、水不足で大変でしたが、災害時の事も考えて、ぜひ軽井沢にも湧水場をつくって欲しいと思います。
38	有限会社	宿泊業	キレイな街並み、渋滞の少ない道路、整備されたハイキングコースを充実させるべき。
39	有限会社	宿泊業	夏のすずしさをアピールし、高原でできる合宿などをうけ入れて、冬はその寒さをいかしたイベントなどを企画するべき。
40	有限会社	複合サービス業	ガイドブックに力を入れてはどうでしょう。先日行った京都では、「自転車」と「歩き」で1日ずつ観光しましたが、成美堂出版「京都散歩マップ」が役立ちました。京都もそうですが、車だと渋滞で時間がもったいない。具体的に「こういうコースで、歩くと良い」というオススメを何パターンも用意していると、それに従ってみようと思いました。軽井沢は「歩いて気持ち良い」場所なはずなのに、車のための道路ばかりを充実させていて、もったいない。
41	有限会社	複合サービス業	ウェディングのまち軽井沢を国内外にもっとアピールすべきである。思い出の場所として、毎年のように記念日にレポートしてくれる。レポートのお客様をあたたかく迎えるサービスを全町あげてやって（取り組んで）欲しい。
42	有限会社	複合サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人との交流もかね国際盆踊り大会の開催 ・ ホテル狩りとレストランとの組み合わせ（例 東京の椿山荘） ・ 浅間山が見える場所（発地等）でのビアガーデン等ホテルトコラギ ・ パワースポット（峠）へのイベント（バスと） ・ しなの追分馬子唄道中の一大イベント（軽井沢駅～しなの追分駅）のPR ・ 臨穴の伝説のアピールと周辺の女街道への案内 ・ 中山道治いの茶屋等町での運営
43	有限会社	複合サービス業	細部は各企業努力で方向性をまとめるのは難しいと思います。大きなくくりで何にかするなら大きなくくりで。例えば、学校への働きかけ、福利厚生施設を持ってない企業に対して新しい保養地としての働きかけなど。スポーツや会議を推進するのは、良いと思います。
44	有限会社	複合サービス業	インバウンドではなし、日本人を相手にした、観光開発が必要。
45	有限会社	その他	観光とともに地元の人との関係業者との関係、他の町の業者をあまりつかわず地元業者との関係
46	有限会社	その他	夏休み期間中連休、土日以外の平日オフシーズンの誘客を今後考えていかないと来客数が違いすぎ、必要なスタッフに差が有りすぎ人手の確保に苦勞しています。もう少し平均していると助かるのですが日によりバラつきが多く、大変です、平日、オフの誘客に力を入れて下さい。
47	有限会社	不明	もともと避暑としての歴史の中から出発した観光地だけに、なかなか小さい子供と家族が楽しめる施設が少なく、温泉にしても入浴料が高く、家族で入ると大金となり楽しめない様です。自信を持ってここならいいですからぜひ行ってみたいところがない様です。とにかくどこへ行くのにも渋滞で大変ですってお客様の声を聞いて欲しいです。
48	公益法人	その他	特に関心がない
49	個人経営	建設業	軽井沢に来ないと得られないもの（土産、食事）を作る。
50	個人経営	卸売・小売業	道路の拡充整備と居住性に豊んだ公共施設への観光客誘致。ゴミ箱、トイレの町内全面的設置。ベンチを多くおき、自転車での回遊が楽しめるようにする。

No.	法人格	業種	回答
51	個人経営	卸売・小売業	単なる避暑地の軽井沢なので、せめて景観や自然を大事に、落ちつきのある町になるよう願っております。
52	個人経営	卸売・小売業	<ul style="list-style-type: none"> 軽井沢が暑くなっているのはマンションや別荘にクーラーを入れている所があったりしている事も一つの原因になっていると思います アウトレットが暑いのはコンクリートで道が出来ている事だと思います 暑い軽井沢は全然魅力的ではないと思うので、クーラーは大反対です。
53	個人経営	卸売・小売業	竹下通りのようになってしまった旧軽銀座の見なおしが必要！日本一安い店ばかりになってしまったともっばら評判。マイクでの客引はやめてほしい。別荘の人々が買物できる街が必要！もはや別荘の人はスーパーだけに買い物に行っているありさま！一般の買物がなくなってしまった。
54	個人経営	卸売・小売業	横川や霧積温泉、北軽などと協力してトレールのコースを整備し、北米やヨーロッパのような滞在型のお客様を誘客してほしい。
55	個人経営	卸売・小売業	もう一度、行きたいけどあの渋滞はもうこりごり……リピーターの減少。交通渋滞対策が喫緊かつ最重要の課題。 [解決策] 軽井沢ならではのユニークな方式（例えば電気自動車を活用した大規模なパーク＆ライド）を導入を徹底した渋滞対策と自然保護そしてスムーズで快適な人の流れを実現する。
56	個人経営	卸売・小売業	幹線通路や駅前、旧道商店街などに緑が少ないので増やした方が良いと思う。夏に暑い軽井沢のイメージにそぐわない。観光資源やインフラはすでにかなり恵れていると思うので、ソフト面（文化的イベントで）での充実が必要ではないか。
57	個人経営	飲食店	西武の様な先を見すえた計画性が必要。何故銀座通りよりもアウトレットに人が流れる様に成ったか考えてほしい。これは一過性の問題ではなく計画性の問題。 ・企業が軽井沢全体をイメージ及び活性化させる義務が有る事を自覚してほしい（特に大手観光事業者）。自然が豊富にある軽井沢の良さを活かしていない。歩く軽井沢のパンフは良いのに全然活かされていない。他に周辺に良い所はいっぱいある。
58	個人経営	飲食店	自分達だけの事を考えるのではなく、軽井沢町全体の今後を思い、インフラなど進めていくべきだと思います。これだけの自然が残っているのは貴重な財産なので徹底的に条例を守り続ける。ただし、時代に見合ったものでなくては意味がないのでは…。
59	個人経営	飲食店	特産品を増す（おみやげは何ですかと聞かれてもジャム以外答えられない） 軽井沢だから高くても（価格）良いという考えは将来につながらない 良心的な価格、親切さ、真心がほしい
60	個人経営	飲食店	渋滞の緩和、駐車場の案内板の取付など周遊バスの増便など
61	個人経営	飲食店	自然エネルギーの活用・長期振興計画（第5次）WSメンバーを中心に町づくりを進める。地元資源である人材を有効利用してください。
62	個人経営	飲食店	若者は、流行に押されやすいと思うので、若者にこびてコロコロ一貫性のない姿勢にならないように気をつけたいところ。元来の軽井沢を出せ、それに来軽者が納得し、なじんでくれたらうれしいかと。全体的に、観光 spot への行き方がわからない人が多くて、→看板等をわかりやすく、ウチで言えば、信濃路自然歩道の入り口、千ヶ滝への行き方等とても良くたずねられます。あと、登山口、「軽井沢はどちら？」と、道ききも多いです。

No.	法人格	業種	回答
63	個人経営	飲食店	ショッピング中心の日帰りや、バスツアー等の滞在時間の短い客属から滞在時間を増やしてゆっくりしてもらえる様業種を越えての連携、町を中心として各商店街を一つにまとめて滞在者をあきさせないイベント等文化施設の修繕等をしてその施設を利用したイベントを行ったりしてほしい。
64	個人経営	飲食店	御当地ソング NHK の連続ドラマの舞台 など、メディアに発信する
65	個人経営	宿泊業	自転車で走るのに道が悪すぎる。街灯がないので夜道があぶない。ゴミのポイステが多い。雑草がおいしげり見た目が悪い。
66	個人経営	宿泊業	とにかく渋滞対策をして欲しい。バスレーンの設置や、中心地へのマイカー立入禁止など、他の観光地にさきがけて、「軽井沢はやっぱ違うな！」と思わせる策を講じて欲しい。エコに本気で取り組んでいる姿勢を見せて欲しい。新町長の英断を！！
67	個人経営	宿泊業	町内の交通（移動）アクセスを効率良く利便性を考える
68	個人経営	宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旧軽方面に路面電車もしくはそれに代る、交通機関を走らせる。 ・ 電柱を地下に…建物の規制（色、形、古い物を残す） ・ 石畳やレンガの道に ・ 楽団や歌手による、路上演奏… 駅観光会館その他。
69	個人経営	宿泊業	許可車輛以外の車の乗入れ禁止、森林を増やす、景観を重視、ガス・電気自動車などや馬車の普及店を増やす、スーパー以外大型店いらない、自転車の普及道路を歩行者や自転車の優先道路をもうける。
70	個人経営	教育・学習支援業	散歩が気楽にできる安全性の確保（熊・猿 etc）
71	個人経営	複合サービス業	会議、セミナー、研修、合宿など、長期滞在して何か目的を果たすような場所に軽井沢は向いていると思う。また、サミットや政府系会議、学会など、ハイレベルな会を催すのに、高級なイメージが役立つと思う。会議都市になれば当然観光振興につながるだろう。
72	個人経営	その他	目先のお金にばかり目を向けず、長期にわたっておちついた安心できる町であってほしい。そのためには、軽井沢病院を充実させること（誰が行っても安心できる病院であってほしい）。バス（町内じゅんかん）せめて1時間に1本はほしいです。大型でなく、マイクロバスのようなものでもOK
73	個人経営	その他	各世代に対応された健康づくり、スポーツができる場を作り、また各種の趣味にも対応できる場がふえると滞在者も増えると思う。（費やす時間が必要なので）。
74	個人経営	不明	観光・体験・別荘・長期滞在などを線で結ぶ事が必要と思います。観光の範囲を増やし、体験の種類（季節の利用）を増やす事でリピーターを増やし滞在日も増えると思います。軽井沢を観光の中心（ハブ）とし、半日や一日のツアーで長野県全土や群馬県・新潟県などに行き必ず軽井沢に戻って来る様なことが出来れば、軽井沢での滞在時間が増えると思います。必ず軽井沢に戻る事によって、レストランやショッピングも利益高上含め 軽井沢に日帰りでも、長期滞在していても、別荘人のお客さんも飽きさせるとは思いません。軽井沢は都心からのアクセスも良いし、いろんな宝があります。地元民には当たり前の事が他県からだ体験の出来ない事ばかりです。また、町を荒れさせないように軽井沢人と共に案内できたら良いと思います。
75	不明	飲食店	車を一定区域を決めて、町中に入れないようにする。後は駐車場を考え、そこからバスなりエコカーなどで、送迎してはいかがでしょうか。（クリーンな町づくりが今からは大事だと思います。又、軽井沢発展につながっていくのではないのでしょうか
76	不明	その他	国際都市軽井沢の雰囲気やけがさないように。・ファミリーレストラン等はつくらない。・のぼり旗などはやめる。

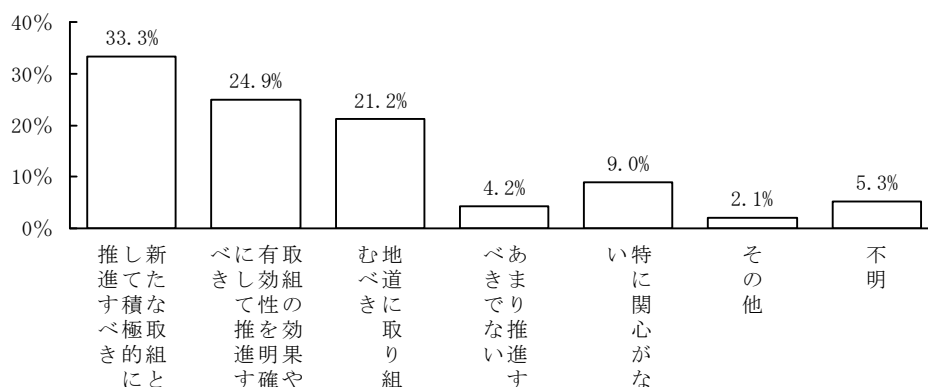
No.	法人格	業種	回答
77	不明	不明	<ul style="list-style-type: none"> ・ 道路を広く美しく ・ 工芸を楽しめる（体験施設）店舗を増やして欲しい
78	不明	不明	<p>軽井沢が独特の歴史文化によって、今、稀な町として存在している。まず、地元の人がある背景を理解するところから、町の愛着心が生まれ、誇りが生まれ、それから、軽井沢らしい町づくりをしていけばよいと思う</p>
79	不明	不明	<p>軽井沢で花を楽しむ場所が無い 程度の広さを持った場所に、花いっぱい場所を作ることで、来訪者を楽しませることができる</p>

(5) MICEに関する意向

問 14 国際会議をはじめ、国や企業、大学等が実施する会議やセミナー等のイベントを誘致・開催できるまちづくりを推進するため、本年2月に町商工会において「軽井沢リゾート会議都市推進協議会」を設立しました。こうした新しい取組についてどのようにお考えですか。（1つだけ選んで下さい）

MICEに関する意向については、「軽井沢町の観光戦略、まちづくりにとって重要な取組であり、新たな取組として積極的に推進すべき」33.3%（63 事業所）が最も高く、以下、「地域イメージの向上や経済活性化など、取組の効果や有効性を明確にして推進すべき」24.9%（47 事業所）、「既存の観光戦略、まちづくりと関連づけながら地道に取り組むべき」21.2%（40 事業所）となっている。

図表 1-67 MICEに関する意向（SA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	軽井沢町の観光戦略、まちづくりにとって重要な取組であり、新たな取組として積極的に推進すべき	63	33.3
2	地域イメージの向上や経済活性化など、取組の効果や有効性を明確にして推進すべき	47	24.9
3	既存の観光戦略、まちづくりと関連づけながら地道に取り組むべき	40	21.2
4	これまでの軽井沢の観光戦略やまちづくりにそぐわないので、あまり推進すべきでない	8	4.2
5	特に関心がない	17	9.0
6	その他	4	2.1
	不明	10	5.3
	全体	189	100.0

図表 1-68 MICEに関する意向 (SA)

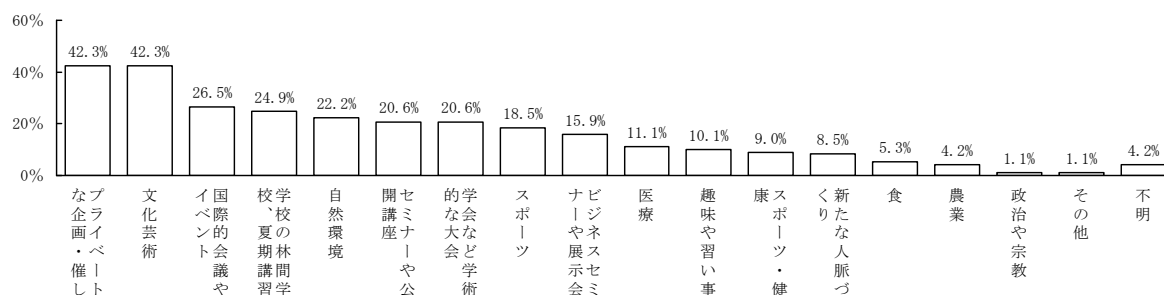
区分		調査数	積極的に推進すべき	軽井沢町の観光戦略まちづくりにとって重要な取組であり、新たな取組として積極的に推進すべき	地域イノベーションの向上や経済活性化なく、取組の効果や有効性を明確にして推進すべき	既存の観光戦略まちづくりと関連づけながら地道に取り組むべき	これまでの軽井沢の観光戦略やまちづくりにならぬので、あまり推進すべきでない	特に関心がない	その他	不明
合計		189	33.3	24.9	21.2	4.2	9.0	2.1	5.3	
所 属	商工会	129	33.3	28.7	19.4	3.9	5.4	2.3	7.0	
	観光協会	105	38.1	25.7	15.2	5.7	7.6	2.9	4.8	
	旅館組合	24	33.3	16.7	29.2	8.3	4.2	0.0	8.3	
法 人 格	株式会社	66	39.4	25.8	25.8	1.5	3.0	0.0	4.5	
	有限会社	42	26.2	26.2	19.0	9.5	9.5	4.8	4.8	
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	公益法人	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
	個人経営	69	31.9	24.6	18.8	4.3	11.6	2.9	5.8	
	その他(法人でない団体等)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業	22	31.8	27.3	18.2	4.5	4.5	4.5	9.1	
	製造業	5	20.0	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	情報通信業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
	卸売・小売業	35	28.6	28.6	17.1	5.7	8.6	2.9	8.6	
	金融・保険業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業	11	36.4	18.2	27.3	9.1	9.1	0.0	0.0	
	飲食店	27	40.7	29.6	22.2	0.0	7.4	0.0	0.0	
	宿泊業	28	28.6	17.9	25.0	10.7	10.7	0.0	7.1	
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	教育・学習支援業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	複合サービス業	15	33.3	26.7	26.7	0.0	0.0	6.7	6.7	
	その他	22	40.9	18.2	18.2	0.0	13.6	4.5	4.5	
施 設	観光施設なし	155	32.9	27.1	20.6	4.5	9.0	1.9	3.9	
	観光施設あり	17	41.2	17.6	17.6	5.9	5.9	5.9	5.9	

(6) MICEの方向性

問15 軽井沢で実施する会議、セミナー等のイベントはどのようなものが可能だとお考えですか。（主なものを3つまで選んで下さい）

MICEの方向性については、「結婚式やお祝い事など、プライベートな企画・催しや集まり」42.3%（80事業所）が最も高く、以下、「音楽、美術、映画などの文化芸術系のセミナーや合宿」42.3%（80事業所）、「知名度の高い国際的な会議やイベント」26.5%（50事業所）、「小・中・高校生などの林間学校、夏期講習など」24.9%（47事業所）となっている。

図表1-69 MICEの方向性（MA3）



No.	カテゴリー名	n	%
1	結婚式やお祝い事など、プライベートな企画・催しや集まり	80	42.3
2	ビジネス・セミナーや展示会、商談会	30	15.9
3	小・中・高校生などの林間学校、夏期講習など	47	24.9
4	大学などが主催するセミナーや公開講座	39	20.6
5	学会など学術的な大会やセミナー	39	20.6
6	趣味や習い事に関係したセミナーや合宿、催し	19	10.1
7	音楽、美術、映画などの文化芸術系のセミナーや合宿	80	42.3
8	食生活の改善など、食を中心としたライフスタイル関連のセミナーやイベント	10	5.3
9	農業を中心とした体験・研修	8	4.2
10	体力測定や体力増進、メタボ対策などのスポーツ・健康系のセミナーや企画	17	9.0
11	健康診断や各種検査などの医療分野と連携した滞在、セミナー	21	11.1
12	本格的なスポーツのセミナーや合宿、大会	35	18.5
13	自然環境を中心としたECO体験・実践セミナー、合宿など	42	22.2
14	異業種交流や婚活、就活など、新たな人脈づくりや出会いが生まれるセミナーや催し	16	8.5
15	知名度の高い国際的な会議やイベント	50	26.5
16	政治や宗教などのセミナーや催し	2	1.1
17	その他	2	1.1
	不明	8	4.2
	全体	189	100.0

図表1-70 MICEの方向性 (MA3)

区分		調査数	結婚式やお祝い事など、プライベートな企画・催しや集まり	ビジネス・セミナーや展示会、商談会	小・中・高校生などの林間学校、夏期講習など	大学などが主催するセミナーや公開講座	学会など学術的な大会やセミナー	趣味や習い事に関係したセミナーや合宿、催し	音楽、美術、映画などの文化芸術系のセミナーや合宿	食生活の改善など、食を中心としたライフスタイル関連のセミナーやイベント	農業を中心とした体験・研修	体力測定や体力増進、メタボ対策などのスポーツ・健康系のセミナーや企画	健康診断や各種検査などの医療分野と連携した滞在・セミナー	本格的なスポーツのセミナーや合宿、大会	自然環境を中心としたECO体験・実践セミナー、合宿など	異業種交流や婚活、就活など、新たな人脈づくりや出会いが生まれるセミナーや催し
合計		189	42.3	15.9	24.9	20.6	20.6	10.1	42.3	5.3	4.2	9.0	11.1	18.5	22.2	8.5
所 属	商工会	129	38.8	15.5	26.4	22.5	24.0	10.1	41.9	5.4	3.9	8.5	10.9	19.4	20.2	7.0
	観光協会	105	44.8	17.1	19.0	21.9	21.9	9.5	54.3	7.6	3.8	9.5	10.5	19.0	23.8	8.6
	旅館組合	24	37.5	8.3	12.5	16.7	16.7	20.8	50.0	4.2	4.2	4.2	16.7	20.8	41.7	4.2
法 人 格	株式会社	66	47.0	25.8	19.7	22.7	30.3	7.6	45.5	7.6	1.5	6.1	6.1	13.6	25.8	15.2
	有限会社	42	47.6	19.0	19.0	16.7	14.3	11.9	40.5	9.5	9.5	9.5	9.5	33.3	21.4	0.0
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	個人経営	69	33.3	4.3	34.8	24.6	15.9	11.6	40.6	1.4	2.9	8.7	18.8	15.9	20.3	7.2
	その他(法人でない団体等)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	45.5	13.6	36.4	36.4	36.4	13.6	36.4	0.0	9.1	0.0	4.5	22.7	22.7	0.0
	製造業	5	0.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	60.0	20.0	20.0	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0
	情報通信業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3
	卸売・小売業	35	34.3	14.3	34.3	20.0	22.9	14.3	45.7	8.6	0.0	8.6	8.6	11.4	8.6	8.6
	金融・保険業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	不動産業	11	36.4	18.2	27.3	18.2	18.2	9.1	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2	18.2	9.1
	飲食店	27	51.9	3.7	22.2	18.5	14.8	7.4	51.9	11.1	3.7	7.4	11.1	29.6	25.9	7.4
	宿泊業	28	46.4	10.7	14.3	17.9	14.3	17.9	46.4	0.0	7.1	7.1	17.9	14.3	35.7	7.1
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	複合サービス業	15	40.0	40.0	20.0	13.3	13.3	0.0	26.7	13.3	0.0	20.0	0.0	26.7	26.7	20.0
その他	22	40.9	18.2	31.8	18.2	18.2	13.6	36.4	4.5	0.0	18.2	13.6	18.2	27.3	4.5	
施 設	観光施設なし	155	46.5	13.5	25.8	20.6	20.6	11.6	46.5	5.8	4.5	8.4	10.3	18.7	23.2	8.4
	観光施設あり	17	23.5	35.3	29.4	23.5	29.4	5.9	23.5	0.0	0.0	11.8	11.8	23.5	17.6	5.9

図表1-71 MICEの方向性（MA3）—続き—

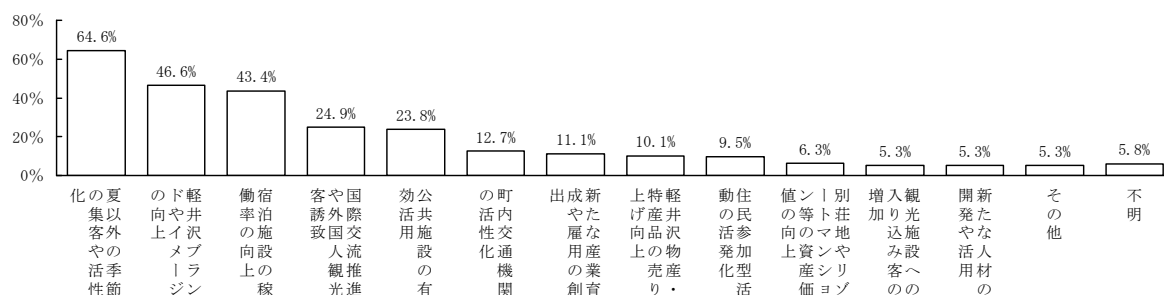
区分		調査数	知名度の高い国際的な会議やイベント	政治や宗教などのセミナーや催し	その他	不明
合計		189	26.5	1.1	1.1	4.2
所 属	商工会	129	27.1	0.0	1.6	4.7
	観光協会	105	28.6	1.9	1.0	1.9
	旅館組合	24	37.5	0.0	0.0	4.2
法 人 格	株式会社	66	30.3	0.0	1.5	0.0
	有限会社	42	23.8	0.0	0.0	4.8
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	0.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	26.1	1.4	1.4	8.7
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	100.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	22.7	0.0	0.0	4.5
	製造業	5	40.0	0.0	0.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	33.3	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	31.4	2.9	2.9	8.6
	金融・保険業	1	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	45.5	0.0	0.0	9.1
	飲食店	27	18.5	0.0	3.7	0.0
	宿泊業	28	32.1	3.6	0.0	3.6
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	20.0	0.0	0.0	6.7
	その他	22	27.3	0.0	0.0	0.0
施 設	観光施設なし	155	24.5	1.3	0.0	3.2
	観光施設あり	17	35.3	0.0	5.9	5.9

(7) MICEの効果

問 16 本格的なリゾート会議都市の実現により、どのような効果を期待されますか。(主なものを3つまで選んで下さい)

期待するMICEの効果については、「夏以外の季節の集客や活性化」64.6%（122 事業所）が最も高く、以下、「軽井沢ブランドやイメージの向上」46.6%（88 事業所）、「ホテル等の宿泊施設の稼働率の向上」43.4%（82 事業所）、「国際交流の推進や外国人観光客の誘致」24.9%（47 事業所）、「大賀ホール等の公共施設の有効活用」23.8%（45 事業所）となっている。

図表 1-72 MICEの効果 (MA3)



No.	カテゴリー名	n	%
1	ホテル等の宿泊施設の稼働率の向上	82	43.4
2	軽井沢物産・特産品の売り上げ向上	19	10.1
3	美術館などの観光施設への入り込み客の増加	10	5.3
4	大賀ホール等の公共施設の有効活用	45	23.8
5	夏以外の季節の集客や活性化	122	64.6
6	新たな産業育成や雇用の創出	21	11.1
7	通訳、イベントなど新たな人材の開発や活用	10	5.3
8	国際交流の推進や外国人観光客の誘致	47	24.9
9	会議ボランティアなど、住民参加型活動の活性化や町民の生きがいの創出	18	9.5
10	軽井沢ブランドやイメージの向上	88	46.6
11	町内交通機関（鉄道、バス、タクシー等）の活性化	24	12.7
12	別荘地やリゾートマンション等の資産価値の向上	12	6.3
13	その他	10	5.3
	不明	11	5.8
	全体	189	100.0

図表1-73 MICEの効果（MA3）

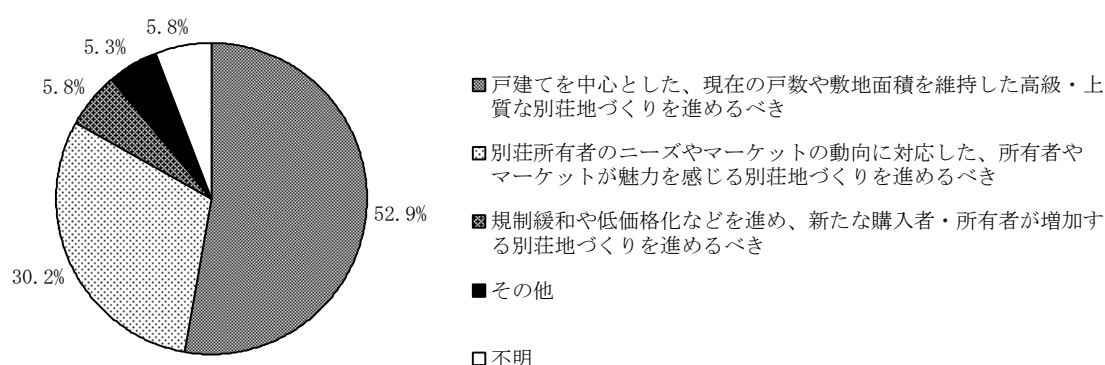
区分		調査数	ホテル等の宿泊施設の稼働率の向上	軽井沢物産・特産品の売り上げ向上	美術館などの観光施設への入り込み客の増加	大賀ホール等の公共施設の有効活用	夏以外の季節の集客や活性化	新たな産業育成や雇用の創出	通訳、イベントなど新たな人材の開発や活用	国際交流の推進や外国人観光客の誘致	会議ボランテアなど、住民参加型活動の活性化や町民の生きがいの創出	軽井沢ブランドやイメージの向上	町内交通機関（鉄道、バス、タクシー等）の活性化	別荘地やリゾートマンション等の資産価値の向上	その他	不明
合計		189	43.4	10.1	5.3	23.8	64.6	11.1	5.3	24.9	9.5	46.6	12.7	6.3	5.3	5.8
所 属	商工会	129	42.6	8.5	5.4	25.6	65.9	10.9	5.4	24.0	9.3	47.3	10.1	7.8	6.2	5.4
	観光協会	105	42.9	8.6	5.7	25.7	64.8	10.5	5.7	30.5	9.5	54.3	11.4	3.8	4.8	4.8
	旅館組合	24	70.8	8.3	0.0	29.2	62.5	12.5	8.3	16.7	8.3	50.0	16.7	4.2	0.0	4.2
法 人 格	株式会社	66	54.5	6.1	4.5	18.2	68.2	12.1	1.5	31.8	10.6	59.1	12.1	7.6	4.5	3.0
	有限会社	42	45.2	16.7	2.4	31.0	71.4	7.1	2.4	28.6	4.8	57.1	14.3	4.8	2.4	4.8
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	33.3	7.2	5.8	24.6	59.4	13.0	10.1	18.8	13.0	31.9	13.0	7.2	8.7	5.8
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	45.5	13.6	9.1	27.3	63.6	9.1	4.5	31.8	9.1	36.4	4.5	9.1	0.0	13.6
	製造業	5	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0	20.0	0.0	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	60.0	20.0	0.0	40.0	80.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	66.7	100.0	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	40.0	8.6	5.7	22.9	62.9	8.6	2.9	20.0	14.3	40.0	8.6	5.7	14.3	5.7
	金融・保険業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	27.3	0.0	0.0	0.0	63.6	9.1	9.1	45.5	18.2	72.7	0.0	27.3	9.1	9.1
	飲食店	27	29.6	7.4	7.4	40.7	77.8	7.4	7.4	22.2	7.4	48.1	25.9	3.7	3.7	0.0
	宿泊業	28	64.3	7.1	0.0	28.6	67.9	10.7	10.7	17.9	7.1	46.4	17.9	3.6	0.0	3.6
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	33.3	13.3	6.7	13.3	66.7	13.3	13.3	26.7	13.3	60.0	13.3	6.7	0.0	6.7
その他	22	72.7	13.6	9.1	22.7	50.0	4.5	0.0	18.2	4.5	50.0	0.0	4.5	9.1	0.0	
施 設	観光施設なし	155	43.9	11.0	3.9	25.8	65.8	10.3	6.5	25.2	10.3	47.1	12.3	5.8	5.8	3.2
	観光施設あり	17	47.1	0.0	11.8	11.8	76.5	17.6	0.0	29.4	0.0	52.9	11.8	5.9	5.9	5.9

(8) 別荘地のあり方

問 17 軽井沢町では、約 1 万 4 千戸の別荘地を有しております。今後の別荘地のあり方についてどのようにお考えですか。(1つだけ選んで下さい)

別荘地のあり方については、「戸建てを中心とした、現在の戸数や敷地面積を維持した高級・上質な別荘地づくりを進めるべき」52.9% (100 事業所) が最も高く、以下、「別荘所有者のニーズやマーケットの動向に対応した、所有者やマーケットが魅力を感じる別荘地づくりを進めるべき」30.2% (57 事業所)、「規制緩和や低価格化などを進め、新たな購入者・所有者が増加する別荘地づくりを進めるべき」5.8% (11 事業所) が続く。

図表 1-74 別荘地のあり方 (SA)



No.	カテゴリー名	n	%
1	戸建てを中心とした、現在の戸数や敷地面積を維持した高級・上質な別荘地づくりを進めるべき	100	52.9
2	別荘所有者のニーズやマーケットの動向に対応した、所有者やマーケットが魅力を感じる別荘地づくりを進めるべき	57	30.2
3	規制緩和や低価格化などを進め、新たな購入者・所有者が増加する別荘地づくりを進めるべき	11	5.8
4	その他	10	5.3
	不明	11	5.8
	全体	189	100.0

図表1-75 別荘地のあり方（SA）

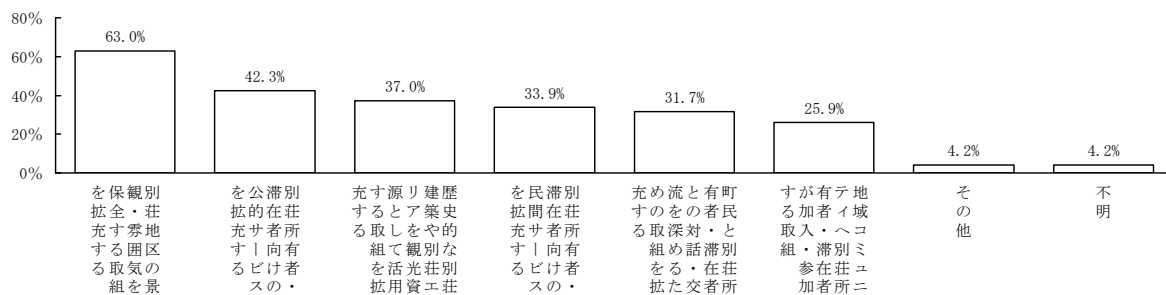
区分		調査数	戸建てを中心とした、現在の戸数や敷地面積を維持した高級・上質な別荘地づくりを進めるべき	別荘所有者のニーズやマーケットの動向に対応した所有者やマーケットが魅力を感じる別荘地づくりを進めるべき	別荘所有者が増加する別荘地づくりを進めるべき	規制緩和や低価格化などを進め、新たな購入者・所有者が増加する別荘地づくりを進めるべき	その他	不明
合計		189	52.9	30.2	5.8	5.3	5.8	
所 属	商工会	129	52.7	27.9	7.0	6.2	6.2	
	観光協会	105	53.3	31.4	5.7	7.6	1.9	
	旅館組合	24	54.2	25.0	8.3	8.3	4.2	
法 人 格	株式会社	66	53.0	27.3	9.1	7.6	3.0	
	有限会社	42	52.4	35.7	2.4	4.8	4.8	
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	公益法人	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	個人経営	69	53.6	27.5	5.8	4.3	8.7	
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業	22	50.0	31.8	4.5	4.5	9.1	
	製造業	5	60.0	20.0	0.0	0.0	20.0	
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	40.0	20.0	0.0	20.0	20.0	
	情報通信業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	卸売・小売業	35	51.4	25.7	8.6	5.7	8.6	
	金融・保険業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業	11	36.4	45.5	9.1	9.1	0.0	
	飲食店	27	48.1	44.4	3.7	3.7	0.0	
	宿泊業	28	50.0	25.0	10.7	7.1	7.1	
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	教育・学習支援業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	複合サービス業	15	66.7	20.0	13.3	0.0	0.0	
	その他	22	68.2	22.7	0.0	4.5	4.5	
施 設	観光施設なし	155	53.5	30.3	5.2	5.2	5.8	
	観光施設あり	17	58.8	29.4	5.9	5.9	0.0	

(9) 別荘地対策の方向

問 18 今後の観光振興のなかで、別荘地に対する取組はどのように進めるべきだとお考えですか。(主なものを3つまで選んで下さい)

別荘地対策の方向については、「別荘地区の景観・雰囲気を保全する取組を拡充する」63.0% (119 事業所) が最も高く、以下、「別荘所有者・滞在者向けの公的サービスを拡充する」42.3% (80 事業所)、「歴史的な別荘建築や別荘エリアを観光資源として活用する取組を拡充する」37.0% (70 事業所)、「別荘所有者・滞在者向けの民間サービスを拡充する」33.9% (64 事業所) となっている。

図表 1-76 別荘地対策の方向 (MA3)



No.	カテゴリー名	n	%
1	別荘所有者・滞在者向けの公的サービスを拡充する	80	42.3
2	別荘所有者・滞在者向けの民間サービスを拡充する	64	33.9
3	町民と別荘所有者・滞在者との対話・交流を深めるための取組を拡充する	60	31.7
4	町内会などの地域コミュニティへ別荘所有者・滞在者が加入・参加する取組を拡充する	49	25.9
5	別荘地区の景観・雰囲気を保全する取組を拡充する	119	63.0
6	歴史的な別荘建築や別荘エリアを観光資源として活用する取組を拡充する	70	37.0
7	その他	8	4.2
	不明	8	4.2
	全体	189	100.0

図表1-77 別荘地対策の方向（MA3）

区分		調査数	別荘所有者・滞在者向けの公的サービスを拡充する	別荘所有者・滞在者向けの民間サービスを拡充する	町民と別荘所有者・滞在者との対話・交流を深めるための取組を拡充する	町内会などの地域コミュニティへ別荘所有者・滞在者が加入・参加する取組を拡充する	別荘地区の景観・雰囲気を保全する取組を拡充する	歴史的な別荘建築や別荘エリアを観光資源として活用する取組を拡充する	その他	不明
合計		189	42.3	33.9	31.7	25.9	63.0	37.0	4.2	4.2
所 属	商工会	129	43.4	30.2	33.3	29.5	62.8	37.2	3.1	5.4
	観光協会	105	35.2	33.3	33.3	26.7	64.8	40.0	6.7	2.9
	旅館組合	24	25.0	41.7	25.0	37.5	50.0	25.0	8.3	12.5
法 人 格	株式会社	66	40.9	39.4	33.3	24.2	69.7	40.9	4.5	0.0
	有限会社	42	38.1	33.3	19.0	26.2	66.7	47.6	7.1	4.8
	協同組合、信用金庫	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公益法人	2	50.0	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	個人経営	69	44.9	27.5	39.1	27.5	55.1	30.4	2.9	7.2
	その他（法人でない団体等）	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
業 種	農林漁業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	22	45.5	18.2	31.8	13.6	77.3	50.0	4.5	4.5
	製造業	5	20.0	20.0	40.0	40.0	60.0	20.0	0.0	20.0
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	60.0	20.0	20.0	20.0	80.0	40.0	0.0	20.0
	情報通信業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
	運輸業	3	33.3	66.7	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	卸売・小売業	35	51.4	34.3	37.1	31.4	51.4	28.6	8.6	2.9
	金融・保険業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業	11	54.5	45.5	18.2	27.3	54.5	27.3	0.0	0.0
	飲食店	27	44.4	22.2	33.3	22.2	63.0	59.3	0.0	0.0
	宿泊業	28	17.9	39.3	21.4	28.6	53.6	35.7	7.1	10.7
	医療・福祉	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	教育・学習支援業	1	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	複合サービス業	15	40.0	40.0	40.0	26.7	66.7	33.3	6.7	0.0
その他	22	45.5	40.9	36.4	27.3	72.7	31.8	4.5	4.5	
施 設	観光施設なし	155	39.4	31.0	29.0	24.5	67.7	38.7	3.2	4.5
	観光施設あり	17	58.8	52.9	35.3	29.4	41.2	47.1	11.8	0.0

6 自由記入回答

調査票では、質問の最後に自由記入欄を設け、軽井沢町の観光振興のあり方、本調査などに関する内容を自由に記入していただいた。記入があったもののうち、「わかりません」、「なし」などを除いた。

掲載にあたっては、原則的には記述されている本文をそのまま記載し、誤記などが明らかな場合には適宜修正を行った。また、個人や団体、地域を特定できる具体的な記載については掲載を控えた。

(1) 事業について

No.	法人格	業種	回答
1	株式会社	建設業	巡回型の観光を近隣市、町と連携して実施してみるのも、観光客増にもつながるし、滞在日数の増にもつながると思う
2	株式会社	建設業	<ul style="list-style-type: none"> 自然を大切にしたい建設工事を施工したら良いと思います。(他の町にはない舗装や公園等) また、現状は町全体を観光化しようという感じですが、地域を区切り、特化させれば良いと思います。軽井沢町はお金がない町ではないので、道路等もその地域のみ庭のガーデニングのような感じで施工してみると良いと思う また、道路の端には、プランター等を置いて花を多くすると、道路の草刈はかかさないようにした方がよい。(観光客をむかえる上で、町内の草刈、道路清掃が一番のイメージアップにつながると思います)
3	株式会社	建設業	東日本大震災に伴う放射能問題で安全な地域として軽井沢町に、別荘を持ちたい、あるいは定住したいというお客様が増すと思われ、その声に出来るだけ応えたいと考えています。
4	株式会社	建設業	弊社の顧客は99%県外の方々です。軽井沢の地に魅力を感じ、セカンドハウスとして家を持たれ活用されておられます。その中で感じられる事は非日常を求めて、そして、近いため、利用回数も多くもてる事が良い様です。その為にも、良い環境で、良い建物の建築をし、その後のご利用時のサービスにも、心掛けて行きます。
5	株式会社	建設業	軽井沢の自然を大切にしながら、環境に合った建物を造ってゆきたいと思います。公共の建物も含め、軽井沢らしい癒される空間がイコール観光地になれば良いと考えます。
6	株式会社	製造業	小売の業況から考えると交通のアクセス、渋滞の解消、流れの良さなどを見込んだ開発を進めていただきたい。しかし自然を失くすような開発はNGである。街並み、家並みを等一した方向性を生み出してもらいたい。
7	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	別荘所有者様の庭木の管理について、道路上へ出たり、電線に接触しそうなものを自己責任で伐採していただけるような条例等を行政の力で制定して欲しい。
8	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	家庭用燃料主体の事業なので対象は観光客ではなく別荘客。ご利用の不規則な別荘のお客様に対し、ガスや灯油が水や空気のように「あってあたりまえ」という状態を構築したい。
9	株式会社	情報通信業	観光客への情報発信の場として良い情報を電波で流していき、町の皆様と軽井沢町の発展に役立っていければ良いと思います。軽井沢キャンペーンの様なものをプロに任せたいかがでしょう。素人にアイデアを求めても限りがあります。行政は資金などのバックアップ観光協会はすべてのイベント情報の集約。地元メディアで広報すると、役割を明確にしたいです。

No.	法人格	業種	回答
10	株式会社	運輸業	問題点：観光客の多い時期の軽井沢町内の渋滞 せっかく軽井沢に来ていただいてバスを利用して移動していただくにも渋滞によりバスが動かず、お客様は満足していただけないのではないかと思います。
11	株式会社	卸売・小売業	軽井沢の特産品が増えて、売り安く、お客さん側も買いやすい物が豊富にあればあるほど、いいと思います。軽井沢で補助金を出し、推奨している、軽井沢産のそばの栽培ですが、現状では、とても残念です。軽井沢は、気温、湿度、土、水ともに、いい条件が、そろっているのに、いま一つ良質なそば粉が採れないのは、作り手のスキルが低いためである。そばは荒地でも育つと言われているが、良いそばを育てるにはそれなりにやらなければならないという事を知らない人が多過ぎる。
12	株式会社	卸売・小売業	当社では小売店舗の多店化と、ショッピングビル運営を実行する中で、飲食店運営、貸店舗などの不動産計画を含め、エリアの面的計画を実施し、いかに観光客を含むリゾート客のニーズをすい上げ、顧客満足を高めてゆけるかを社業の中核課題としてとり組んでいる。今後の動向としては飲食業が、旧軽井沢地区で強く求められているとの認識で、飲食の強化を計っている。また、銀座通りに面したにぎやかさとはちがう、おちついた空間の提供も、観光客の受け入れとして銀座通りに面しながら相方の良さを体験できる。サプライズもってよこばれている。当社、社業実行が、そのまま軽井沢の魅力向上に貢献するものとしてはげんでいる。
13	株式会社	卸売・小売業	軽井沢に来られるお客様の要望に答えられるような、店づくり、商品の手配、サービス。高い要望にできるだけ近づけていきたい。
14	株式会社	卸売・小売業	既に、現在も、お問合せいただいたお客様には対応させていただいております。当社としては、当社の特色であり、都心の人にとってはなかなか触れる機会の少ない“ハーブ・植物”を活用した体験をしていただける環境施設などを目指したいと考えます。
15	株式会社	不動産業	軽井沢駅前では「不動産屋ばかり！」との観光客の声をよく耳にします。観光客の皆様にも、「さすが別荘地！」との声を多くいただく為に、違和感のない店づくり、明るさや清潔感をもち、場合によっては軽井沢のイメージに含む高級感を取り入れるなどの努力が必要と考えます。軽井沢の価値を高めるのも私たち業界の仕事と考えます。むやみな開発は避け軽井沢の大切な自然を守りまた、新しいオーナーにも、その軽井沢の理念を伝えていきたいと思っています。
16	株式会社	不動産業	軽井沢の別荘地は年間販売件数も少なくなり事業主の負担で別荘地の環境（道路整備含む）を今までのように維持していくことが難しくなっている。軽井沢のブランド価値は、国内屈指の別荘地があつてこそのものであり、別荘地の環境が維持できなければ、「軽井沢国際親善文化観光都市」構想も色あせてしまうのではないのでしょうか。別荘地の環境維持、あるいは今以上の環境整備を推進していくために、町として、環境維持（道路含む）の補助金を出してもよいのではないのでしょうか。町は、別荘地の事業者を集めて、意見をきき、別荘地維持に対する協力体制を構築する必要があると思います。
17	株式会社	不動産業	<ul style="list-style-type: none"> 来店客の年齢層が40代～50代メインとなっているため、ニューファミリー層、20代といった次世代へのPRを強化、誘客策の構築 渋滞緩和策と連動した公共交通機関との連企画の策定 軽井沢町主催企画、イベントへの積極的な参加

No.	法人格	業種	回答
18	株式会社	不動産業	ただ販売するのではなく、規制の範囲内であれば何をやってもよいというわけではなく、街の雰囲気高めるという気持ちをもって営業していきたい。景観を高める建物を表彰することはとてもよいことだと思います。そういったことを街でもっととりいれていってもよいと思う。建物も色だけの規制だけでなく素材等も規制対象とするなど統一感のある文化的な街並を望む。
19	株式会社	飲食店	温暖化により、一層軽井沢の夏は、人気を得ていますが、8月以外の日の差が多すぎ、倒産・閉店するお店が目立ちます。これは、どこの地方観光地でも同じことではありますが、軽井沢は異常なほど目につきます。9～6月（平日）特に10～4月（土日も含め）…
20	株式会社	飲食店	飲食業を始めて、10年経ちます。4年前位から右肩下りの状況、又、隣、近所では閉店が相次ぎ、シャッター通りとなってしまうています。売れない→品質の低下、安くする 客の減少←品質の低下、安くする 客の失望←→と悪循環のような気がします。もう一度、商店街の活性化を取り戻す為の話し合いが必要だと思います。新道→旧軽銀座へ行く通りです。
21	株式会社	宿泊業	夏季以外も旅行者が増えるように町をあげて取り組んで欲しい。
22	株式会社	宿泊業	夏季以外の観光客の集客が課題。イベントやスポーツ事業などに合わせ集客を図っていきたい。
23	株式会社	宿泊業	雰囲気を大切にしながら気軽に利用出来る、便利なホテルを運営する。
24	株式会社	宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 通年を通して稼働する事業の組み立て ・ 滞在型のプログラム開発 ・ リゾートとしてのサービスレベルの質の向上
25	株式会社	複合サービス業	ファンの獲得（ヘビーユーザーの獲得） 自然を活かした施設であることのPR ガーデンミュージアムをより定義づける エリア全体にサービス施設を配置する
26	株式会社	複合サービス業	・ 日常業務であるので、観光客の増加による事業への影響は少ない。
27	株式会社	その他	当社で管理している別荘所有者は軽井沢に癒しを求めて来軽されています。その障害になっているのはまず第一は道路交通網の貧弱さではないでしょうか。地価、地権等むずかしい点も多いと思いますが、さらに改善されたら嬉しいです。当社ではお客様の満足度の向上に勤めて参ります。
28	株式会社	その他	観光客にも喜んでもらえるような商品の開発をしていく。
29	株式会社	その他	正直、外観が景観美を損ねているのでどうかと思う点はある。
30	株式会社	その他	課題、外国語を話すことができる従業員が少ない。
31	株式会社	その他	<p>ゴルフ場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 古き良き時代の軽井沢が残っている（50周年）のでぜひ町民のみならず皆様のご利用をお願いしたい、キッズ、ファミリーの利用も多くなっているのぜひファミリーで楽しんでいただきたい。 ・ 周辺環境整備のお願い、道路整備、標識の位置など見直しや伐採もお願いしたい裏道利用も多くおているので… ・ 渋滞緩和策の推進（かなり標識など出来ているが…旧碓氷峠の整備などを行いマイカーは旧碓氷峠から引き込み町内は一方通行や大型駐車場を完備…少し離れていてもシャトル利用とさせていく環境にも良い。
32	株式会社	その他	<ol style="list-style-type: none"> 1、施設の整備。（概存、新設） 2、ウェルネスリゾートとしての提案。 3、ウインタースポーツ（スキー・スノボ・キッズパーク）の掘り起こし。 4、特性を生かした営業。（アクセスの良さ、立地条件、天候の良土）

No.	法人格	業種	回答
33	株式会社	その他	弊社は全員制リゾートホテルの為、集客のターゲットが全員権所有のオーナー様に限られますが、全員リスト、モバイルサイトの登録メンバー等に積極的に季節毎の情報を発信。集客増につながる努力をいたします。（ホテルの情報だけでなく、軽井沢という地域の情報）
34	株式会社	不明	業界の変化等もあるが、別荘の方々とも町民の方々とも同じように接する事ができ、どちらの方々のお見もお聞きできる職種なのはありがたい。滞在型の別荘の方々利用は多方面のニーズを感じる。医療への紹介、介護のお手伝い、食への御紹介 彼等は地元民からの情報をすごく喜んで受け取めてくれる。その後のコメントも確実に返って来て、様々な知識等いただけるというような交流はまことに嬉しい。長期滞在者の増加を希望する。それには、医療、それに伴う諸々の充実は不可欠に思われる。1-2日観光客の導入よりも、じっくり腰をすえ、軽井沢を更なる軽い観光地にしてほしくない。
35	有限会社	建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 連休、長期休暇時の道の混雑→（特に離れ、南原の信号付近）信号の間隔の問題・点灯時間の調整が必要。 ・ 自転車が走る道がなく、車と接触しそうになる。道の整備が必要。 ・ 細い道への大型バスの進入の問題（特に六本辻から雲場に行く道）。 ・ 中国人のマナー違反の問題。タバコの道捨て。個人敷地内に、違反駐車。個人宅での勝手な撮影 ・ 最近できた、バイパス沿いのガラス張りの美術館と鋼板張りの美術館（？）景観条例（軒の出500）を満たしていない等の公共の建物のデザインが自然と合っていない。
36	有限会社	建設業	建築業として別荘建築に対し、樹木を出来るだけ残すとか景観、なるべくコンクリートでなく木を使った建物をすすめている
37	有限会社	運輸業	渋滞を少なくしてほしい。
38	有限会社	卸売・小売業	季節によって、入込客の数が差がありすぎるので、雇用の面で非常に難しい。近くに大学でもあれば助かる。
39	有限会社	卸売・小売業	質の向上と食を通して軽井沢らしさの提供をする
40	有限会社	卸売・小売業	現在の状況だと先き細りスーパー、コンビニにできない商売を探していかなければならないと思っている。
41	有限会社	不動産業	最も軽井沢らしい景観の中で安心、安全、心地好い別荘としての長期滞在できる施設を目ざしています。アミューズメントやイベント等にたよることなく、軽井沢本来の魅力を満喫できる宿泊施設を自負しています。むやみに稼働率を上げることががさわがしさや環境の悪化になることがあり、そのバランスをとることが最大の課題です。
42	有限会社	不動産業	駅前ビルなので、軽井沢の入口にふさわしい建物にしていきたい（条例がかべになると思われるが）
43	有限会社	飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1日1~2組しか取らず、完全予約制なので、お客様からは、夏に来て冬に来て、いつも同じいねいなお料理で安心すると言われるが、シーズンオフはお客様が来ず（スタットレスタイヤが怖いと言って別荘の方は冬は来ない事が多い）、夏も多くは入れられないので、経営は大変です。 ・ シーズンオフにも軽井沢に来る人達が多くなれば、ホテル・レストランも助かる。
44	有限会社	宿泊業	日帰り客の取り込みをしていきたい。
45	有限会社	宿泊業	震災の影響でキビしい状態がつづいている。7月、8月は集客数の伸びはあったが、あいつぐ値引きで収益は伸びず、数字は悪くなっている。
46	有限会社	宿泊業	夏以外のシーズンのお客をいかに増やすかが課題と考える。 ・魅力あるイベント開催 ・シーズンオフでも開いている店を多くする。 ・ブライダル地軽井沢をアピールする。 ・日帰り客を泊まり客にする、魅力を考える

No.	法人格	業種	回答
47	有限会社	複合サービス業	多くの若者が訪れる魅力ある商品づくりと質を高めていかなければならない。軽井沢らしい魅力ある施設（旧三笠ホテル、駅舎記念館等）をもっと活用してウエディング写真がキレイに撮れる場所、エリアを考えて欲しい。公園などもキレイに整備して、町のあちこちで写真撮影をして、ウエディングのまち軽井沢をPRして、たくさんの若者が憧れの結婚式を挙げられる場所になればいいと思う。
48	有限会社	複合サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・看板の整理 ・軽井沢の特色を生かす
49	有限会社	その他	観光客のマナーの悪さを中心に考えて、軽井沢らしい、自然豊かな、町づくりをしてもらいたい。
50	有限会社	その他	過当競争、自由競争の為、年々客単価が減少、消費税を支払いつつ、実際はお客さんから取れない状況です、単価が下がった為、客数は伸びたが、年々経費が増加、経営に苦勞しています。観光地のさだめで営業できる日数が少ないのも大きな原因です。平日、オフミーズレにもお客さんが増加するような方法があればと思います、特に JR などが平日の割安料はなどを考えてくれればと思います。
51	有限会社	不明	別荘管理、貸別荘の営業を行なっています。その為にも軽井沢の事をよく知りたいと軽井沢検定を受け、2級を合格しました。でも地元の人がもっと軽井沢のことをよく学んで事業に役立てようとする気持ちが薄いと思います。アウトレットへの渋滞、18号の渋滞に関して町の対策がよくわかりません。それを一番と考えて欲しいです。当地は、旧軽銀座へも裏道で10分位、中軽へも裏道で10分位といい地にありますので助かりますが、いらっしゃるお客様にとってやはりこの時間が疲れるし、もったいないと思いますので何か方法がないか検討して頂きたいと思います。別荘に入られたお客様は、出かけるのも少なくのんびりされる傾向にあり、とってもしも良かったですってお帰りになされるとほっとします。そんな軽井沢になるようにお願いします。
52	公益法人	複合サービス業	町民へのスポーツの普及を促すとともに、スポーツを活用した観光活性を考えております。
53	個人経営	建設業	<ol style="list-style-type: none"> 1、建物の統一制（色調） 2、土地（別荘地）の植林、花類を植える
54	個人経営	製造業	老人事業者にて後継者も1人息子病人にて現状維持がやっこのことにて申し訳けなく思っています。悪しからず。
55	個人経営	卸売・小売業	当店の事業、時計の販売等については観光客との接点はほとんどない わずかに別荘客の時計電池交換がほんの少しあるだけで当店にとっての観光客は直接の影響はありませんので観光事業そのものについての意見はほとんどありません。地元のお客様だけで営業しているようなものですので地元の景気が良くなれば当店にも多少の良い影響はあるかもしれません
56	個人経営	卸売・小売業	軽井沢では、2～3ヵ月滞在する別荘客や近隣の観光客、バスで周遊の一ヵ所として来訪する方など、様々な訪れ方があるので、それぞれできるだけ心地よく対応できるよう心がけているつもりです。
57	個人経営	卸売・小売業	30年近く前に軽井沢に店を開いた時に比べて最近では売上げも落ちています。でも集客の為に隣りにイベントやカルチャーの出来る場所を作りコンサートや絵画展をしたりして居ます 又個人では遠くから見えるお客様方に少しでも楽しんで頂ける様工夫して居ます でもお客様の質も昔より落ちたと思う事もあります コンビニエンスストアかなにかの様に入ってきてトイレだけ使って帰ったり悲しくなる事もあります、これも時代なのでしょう？ 当店の商品は他にない様な個性を大切に気をつけて仕入れて居ます。売上げが落ちててもなんとか続けられるのは個性的な商品と努力だと自負して居ます。

No.	法人格	業種	回答
58	個人経営	卸売・小売業	軽井沢の魅力であるブライダル事業で日本で初めての手作りの結婚指輪制作教室で一段上げたサービスを提供していきたい
59	個人経営	卸売・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・ ペットボトル、おにぎり持参の客でない人が来るような街にしてほしい。商品をさわるだけで仕事にならない。別荘者が街に出る雰囲気にしてほしい。 ・ バスが駅からロータリーまで直行はおかしい。しのめ、中部電力でとめるべきだ
60	個人経営	卸売・小売業	大型店やチェーン店にはない魅力的な商品構成を目指す。
61	個人経営	卸売・小売業	マナーの低下で商品の破損、万引きが増加、（でもうちの店を気に入って、大事にしてくれるお客様もたくさんいる。観光客、別荘の方、町民の方、匠効の方 etc. うちには観光客だけ向けの店ではないので、）ガイドブックたよりでなく、町のついた町内地図みたいのあれば、道案内しやすい。
62	個人経営	飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店内にパンフレットを種類多く置いて客が方向性を持つ様になっている ・ アウトドアは成るべく余り知られていない場所をすすめる ・ 客が何を求めているかを聞いた上で成るべく自然に接する様に方向づけしている
63	個人経営	飲食店	口コミで知っていただき、ご来店くださる方々が多いので今後も一生懸命美味しい料理を提供していきたい。
64	個人経営	飲食店	地元の方々の集まる様、手軽に来られる場所作り
65	個人経営	飲食店	長期振興計画（第5次）で提案された事が良かった。個人でも第5次計画で提案された内容を推進したいです。
66	個人経営	飲食店	期間、時間帯にたいへん扁りがあるのでたいへんです。自らの色をどう出せるかがkey だと思うが。
67	個人経営	宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2011、1月から、B&B（一泊朝食）に変更。新しいスタイルを提案していきたい。 ・ インバウンド、台湾、香港から200名程度の来客があり、HPを充実させ、英語でも予約がとれるようにしていきたい（今年は震災の影響でまったく×） ・ 一人旅、ロングステイは、かなり定着してきている。この夏も7連泊等あり ・ アウトレット一辺倒を自然や体験にシフトしていきたい。
68	個人経営	宿泊業	観光客の減少、個人のプライベート旅行者が多い。
69	個人経営	宿泊業	規模の小さい施設にも集客できる様なイベント企画に力を入れてほしい。
70	個人経営	宿泊業	<ol style="list-style-type: none"> 1、個性化を推進 2、外国人観光客受け入れ推進 3、経営の世代交代促進 4、ホテル周辺地域の整備依頼（散歩のコース、歴史の表現） 5、景観の維持（森や林の保全、木や自然の保全） 6、陛下、ご宿泊時の協力
71	個人経営	宿泊業	原発以降、滞在型リゾートを目指し、食っていければ良いが…。日帰り客の増加に歯止めを！渋滞解消
72	個人経営	複合サービス業	私共はすでに軽井沢が国際会議都市になることを視野に見すえ、通訳・翻訳・外国人向け英語ガイド・接客英語研修・英語での観光情報提供に着手している。町役場でも、民間企業でも、ぜひ積極的に語学面のサポートが必要な時に、相談してほしい。まだ、子供たちや学生に国際的な見識を持ってもらったり、住民の誇りや生きがいのため、軽井沢に有償・無償の通訳・ガイドのグループを作り、研修や取りまとめなどをしたいと考えている。町としても同様の意見があれば、協力関係を築けたらと思います。

No.	法人格	業種	回答
73	個人経営	その他	店が分散する中で、訪れる人がわかるようなかんばんを統一したもの（レストラン・物販・宿泊 etc にわけて）を町で用意し、事業所が購入し、立てられるようにしてほしいです。かんばん条例のために立てられず、お客様が不自由なようです。
74	個人経営	その他	私のところは、町がやっている事業だと、来館者のほとんどの人に思われていますが、軽井沢町の map にはまったく載せてくれません。日々努力していますが、個人がやっているから…と町の観光 map にも観光パンフレットにも載せていただけません。私のところの他にも個人でやっても文化を伝えているところは他にもあると思います。町立の施設でないからという理由だけで観光パンフレットや地図に紹介されないのは、どうしてでしょうかと、お客さまに聞かれます。map や観光パンフレットは大切な観光発進源だと思います。でも町の施設だけ載せるでは、お客さまにとっては不親切です。町として紹介したい施設がすべて載っていなかったら、利用価値が小さくなると思います。もう少しグローバルな観点から考えて頂けるようにお願いします（観光協会にははいています）
75	個人経営	その他	文部科学省と群馬県の航空機モニタリングのセシウム134, 137の蓄積量の汚染地図が発表された。特に山間部の汚染がひどい。（セシウムは森林に蓄積しやすい）長野県はこれから調査することだが軽井沢町も地理的に汚染があるのは確実だ。住民も観光客も別荘所有者も今、最も関心があるのは「軽井沢の汚染レベル」である。この地図で汚染を明確にし、誰もが安心できる町にしていくことが今は何よりも大切である。こういった戦略はそれからだと思う。
76	個人経営	不明	軽井沢に溶け込む様な商売したくて越して来ました。お客様は、地元の人が40% 別荘の人が40% 観光客が20% でしょうか
77	不明	飲食店	車の渋滞の緩和を考える、目的地にスムーズに行けない。

(2) 今後の振興方向（町全体）について

No.	法人格	業種	回答
1	株式会社	建設業	夏の交通渋滞の緩和を真剣に考えることが町のイメージUPにつながるのでは。上高地のような状況を作っていければ理想だと思います。国際親善観光都市としては道路整備が遅れている状況ではないかと思います。
2	株式会社	建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 軽井沢駅北口を出ると、不動産屋が軒並み軒を建てているのは感じが良くないと思うが、規制は難しいので、看板等の色、大きさを規制して高級感を出すと良いと思う ・ 最近よく、軽井沢は清里等のように大衆化していると言われるが、歴史ある高級リゾート地としてある程度の規制は必要だと思う。自然を前面に出した観光を柱としてやっていくうえでは、会議等のビジネスは持ちこまずに、リゾート一本でやっていった方が良いと思う。今現状は観光客が増えれば何でもOKという風潮があるように感じられる。これではそのうちあきられてしまうと思います。また、交通の便が良くなり、滞在する人が少なくなったが、これから新幹線が北陸、関西と伸びるにつれてますます通過点となります。新たな滞在する魅力を強力に打ち出しておかないとそのうち大衆化してしまうと思います。
3	株式会社	建設業	軽井沢は観光地、避暑地として全国的に有名ですが、オールシーズン観光客が訪れたいと思える様な魅力ある町づくりが必要と考えます。又、夏場の交通渋滞の緩和策は早急に対処する必要があると思われまます。
4	株式会社	建設業	良い環境の維持に努めるべきです。観光地というよりも、保養地（別荘地）としての軽井沢のブランドを高めて行くべきだと思います。
5	株式会社	建設業	ショッピングパークの集客率は大きいと思いますが、それによる、夏期の渋滞解消案を検討していただくと、よりスムーズに観光地を回っていただける様に思います。
6	株式会社	製造業	<p>軽井沢の品格を大切に、町民として誇りを持つ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旧道のロータリー案内所移転整備 ・ 駅から旧道間のトイレ整備 ・ 軽井沢駅東空地の有効利用（商業地） ・ 中軽駅1階のテナント充実（中軽区でなく全体で募集） ・ 追分-佐久のアクセス（草越から）拡幅工事 木陽里周辺のエコツーリズム
7	株式会社	製造業	地域としてのまとまりが、やや足りない感じがし、それぞれの努力でまかなっているところがある。大型のショッピングモールも結構ですが、軽井沢の良さとのつながりを欠いている部分がある。
8	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	観光客の皆さままで自転車を利用され、移動されることが多々見えますが、道路等が狭く非常に危険な感じがするので、安心して通行できるように、整備を進めて欲しい。
9	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	現在、年間を通して観光客が来軽していますのでイベントをするのもよいのですが、ゴミ・雑草・落葉が町内にちらかっているのが気になりますので、町で掃除をしていただきたいです。特に旧道は出張店が多く、シーズンオフは無人店となり、近隣の地元の方々が掃除をしていますが限界があり、ゴミ等がちらかり放題です。イベントを減らしても、町内が清潔感が大事かと思います。御代田町では、道路をよく掃除をしています。確認はしていませんが、シルバーの方々らしいです。予算をつけていただき、年間ゴミの落ちていない観光地にしていただきたいです。

No.	法人格	業種	回答
10	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	当町を訪れるお客様には「非日常」を満喫していただきたい。都会的な快適さを脱し、少々不便であっても軽井沢らしい生活を楽しんでいただきたい。3.11を経験した今こそ、他の観光地と違う暮らし方の提案をすべき。少々不便で窮屈であるけれど環境負荷の小さな生き方、「美しい村暮らし」。(自販機の制限、看板規制、更なる色調の厳しい制限など) 観光客数増を目指すのではなくお客様を選ぶことのできる展開にもっていききたい。
11	株式会社	情報通信業	道路の渋滞対策は、今までも、これからも課題になるかと思えます。本通り沿いに空店舗が目立つ。
12	株式会社	運輸業	渋滞の緩和に力を入れてほしい。冬でも観光客が来るように、何か軽井沢といえばこれという名物料理を作り出してほしい。
13	株式会社	卸売・小売業	交通渋滞の解決策を考えるべきだと思います
14	株式会社	卸売・小売業	中国、台湾のお客様を誘致するのはいいが、常織を教えてほしい。店内で平気でつばをはくのは、とつてもいやである。それが、台湾で、いくつもホテルをもっているっていう人でもやるから大変である。て言うか困る。
15	株式会社	卸売・小売業	滞在者を増やす事が軽井沢を活性化させ良くする近道だと考える。滞在物価の高さが、軽井沢から滞在者を遠ざけている。高価な宿泊や高価な飲食も、1度はいいが毎日では無理。良質な安価な宿泊と飲食と自由な安い足がワンセットで必要。コンドミニアム、フードパントリー、寮、順回無料バスが急ぎ必要。地区ごとの魅力向上努力もさらに継続すべきで、プライベートはしっかりまもり、その中で自由をたのしみ、パブリックはさらに充実して巡回利用ができるしくみと足を用意しなければならない。それらがコンパクトにまとまってこそ滞在の利便性、魅力がより深まる。旧軽井沢は、商業地区とそれをとりまく高級別荘地という申し分ない立地なので、ここに各種コンテンツを集合させる事こそ、軽井沢の活性化の費用対効果を高め、結果を出すための最大のポイントです。
16	株式会社	卸売・小売業	今の自然を残しながら、お客様がより楽しめる町になったらと思います。
17	株式会社	卸売・小売業	いらっしゃる観光客の皆さま、必らず「空気がおいしい」「水がおいしい」「緑が豊か」で、深い呼吸ができる。→体がのびのびする→心身リフレッシュできた、とおっしゃられます。ショッピングや新しいスポットそして温泉も楽しみが大きいようですが、ゆっくりと自然を味わっていただけよう。町全体が美しい森林の中のテーマパーク、という統一感があれば、他にないオンリーワンの保養観光地にならないでしょうか？
18	株式会社	卸売・小売業	もっと軽井沢特集などをテレビにとりあげられてほしいです。昔の良き軽井沢を語りつくすような番組でいい意味での変化をとげるときにきているように思います。今までの軽井沢のいいところをいかし、いいお店やイベント、著名人をもっと誘致してほしいです。駅前に、銀座から出店されたようないいお店がどんどん軽井沢に出るよう軽井沢町から率先して出店要請していくべきだと思います。あと、旧軽井沢銀座は時に出店の規制もしていただきたいですね。のぼりなどは軽井沢にありませんし粋な街づくりをお願いします。
19	株式会社	不動産業	もっと町をきれいにしたほうがよいと思う。観光客にとって軽井沢は期待どおりの美しい憧れの町であってほしい。その意味で道路、歩道脇の伸びきった雑草の処理刈り込みを積極的に行なったほうがよいと思う。車での目線、歩いた時の目線、電車の車窓からの目線など、ここまで美しくするかと思っていただく事が感動と軽井沢の価値を生むと思う。ゴミや特にタバコのポイ捨てを抑制する同しキャンペーンも必要。それらを通して住民や観光客の意識向上をはかると共に美しい町を守るという互いを思いやる心を定着させられるとよいと思う。

No.	法人格	業種	回答
20	株式会社	不動産業	<p>1. イメージアップのために、軽井沢独自の標識を作成し、町全体を今以上におしゃれに洗練されたものとしていく必要があるのではないのでしょうか、ヨーロッパのリゾート地はサインひとつをとってもおしゃれで絵になります。そういう軽井沢にセンスアップしていくと良いと思います。</p> <p>2. 軽井沢の車の渋滞緩和対策は必須です、多くの観光客の方々も軽井沢に来られることを楽しみにしていますが、道路の渋滞緩和の必要性は多く寄せられています。道路の渋滞緩和により、また、軽井沢に行きたいというリピーターを増やしていく必要があると考えます。観光客のストレスを軽減することがリピーターを増やすことにつながります。</p>
21	株式会社	不動産業	<ul style="list-style-type: none"> 町全体が一丸となったイベント等を実施していくことが必要 ex) 町全体をイベントカーとして回遊するバスなどを運行して、利便性を高めるなど来町者のCS向上に努める 観光地、避暑地として有名だが、より具体的な特徴を打ち出していく ex) 美術館・博物館等の文化施設の更なる誘致強化、スポーツ振興、高級リゾートを突き詰めるなど、他の観光地にはない絶対的なものの構築
22	株式会社	不動産業	上記にも言えることだがそのためには町民が賢く、そしてハイセンスでなければならないと思う。幼少期から、また小中学校の教育現場で、デザイン性、センスをみがく教育をしてほしい。現状、町全体がセンスがいいとは言えないと思う。
23	株式会社	飲食店	現在、アウトレット＝軽井沢というイメージが多分にあるので、伝統的な街並み、商品等、もっとアピールすべきでは？と思う。
24	株式会社	宿泊業	若者向け施設が少なく、アウトレットのみの利用者が多いことが残念。日帰りではなく、連泊で利用したいと思えるような観光スポット・イベント・アピールが必要ではないか。
25	株式会社	宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> 魅力ある、個性的な店づくり→どこにもあるような店の集合体はダメ 滞在型リゾート地を目指すなら温泉開発を進める→総合リゾート（宿 食 体験 音楽 美術 ショッピング スポーツ） ブライダル事業の強化
26	株式会社	複合サービス業	<ol style="list-style-type: none"> ① 軽井沢観光の質の向上（個々施設の質向上） ② 街並デザインの統一化 ③ 駅前（軽井沢、中軽井沢、追分）の緑地化（林化） ④ 来訪者満足度を高めるサービス、ホスピタリティ ⑤ 季節出張店が多く、意志の統一化が難しい（ある程度、行政での指導も必要）
27	株式会社	複合サービス業	従前からある軽井沢ブランドにたよるのでなく新たなコンセプトが必要ではないか。
28	株式会社	その他	<ol style="list-style-type: none"> ① 理想はヨーロッパのフランス・イギリスのような街づくりでしょうか。 ② 別荘建築などで悪質業者が別荘客をくいのみにしているといううわさを聞きますがいかがでしょうか。
29	株式会社	その他	これから高齢者がますます増えるので、医療の充実も考えていく必要があると思う。保健保養地として安心して滞在のできる町づくり。
30	株式会社	その他	<ul style="list-style-type: none"> 夏場の渋滞がひどい 旧軽井沢銀座に無料トイレが少ない 駐輪場が少ない 自転車ですりやすいよう整備されていない 旧軽銀座の中に銀行 ATMがあると便利だと思う。
31	株式会社	その他	トップシーズンの渋滞緩和が必要

No.	法人格	業種	回答
32	株式会社	その他	1、美しい村づくり (1) 新たな観光名所づくり→河川の整備(湯川精神場所など) ゆったり、のんびり散策が出来る、ホテルも見る事が出来るように! (2) 歴史、ロマンも魅力の一つとなるので整備や今後マップへの取り込みをお願いしたい (3) 今後は健康、エコの取組みが求められるので今から取組みをはじめます。 2、町民の意識改革 自分たちの健康も大切なのでスキー、スケート、カーリングなど授業へ取り入れて実施してほしい(教育委員会へ) 3、その他 (1) 町民から幅広く意見提案を受ける※イノベーションの出来やすい環境づくりも大切である
33	株式会社	その他	1、交通混雑の解消。(道路、駐車場の整備) 2、観光スポットの整備。 3、ウエルネスリゾートとしての整備・発信。(オールシーズン) 4、ゆるキャラの設定。
34	株式会社	その他	オールシーズン集客出来るリゾート、1泊2泊だけでなく長期滞在しても飽きないリゾートを目指せば理想的だと思います。(申し訳ございません。かなりあいまいです)。
35	株式会社	不明	確実に、町に収入を持たらすのは東部分だと思いの、その地に住む定住者が、その地を盛りあげようという意識に欠けている事が残念。中軽駅周辺開発に多額の予算が行ってしまった事も、自分達のその意識の欠除の為と思われるが、美術館等ではなくもう少し考えたいものである。旧軽井沢ではお米が買えない現実も考えたいし自己企業をいかに盛栄させるかが、実は、町のにぎわいを呼ぶのだとは思いますが…
36	有限会社	建設業	昔は緑に囲まれた家だったのに、今は建物に囲まれた住み難い場所になったという声をよく耳にする。家の前にマンションが建ってしまった時のどうしようもない気持ち。前に建っていた家を取り壊わされ、木をすべて根こそぎ切って新しい家を境界ギリギリ(一応規定範囲内)に建ってしまった時の残念な気持ち。多くの方が、ここ数年間で感じていることだと思う。そして、町は、アウトレットは栄えるが、中軽井沢商店街はシャッター街のまま。何も進まない、衰退するばかり。その中でも、あるパン屋や、花屋はリフォームをして、素敵な空間を作り出し、不便な場所でも集客に成功している。町全体で、方向性を決めることが重要だと考える、別荘の住み方、住民の暮らし方、商売、店舗の在り方、そして動線。
37	有限会社	建設業	道路の混雑を何とか考えた方がいい、毎日の事ではありませんが、土・日祝日等、特に高速から出た車がプリンス通りで、動きがとれない。ゴミの問題は別荘客に、仕分けをもっと、きびしくした方がいいと思います
38	有限会社	電気・ガス・熱供給・水道業	・ 自然の中でサイクリングなど盛んですが、歩道が狭かったりと安全なサイクリングが出来ない所が多いので、その点の整備をしてほしい。 ・ 観光客ばかりにとらわれないでほしい。通学路一つとってもなかなか実現が難しいので電線の地中下もいいですが、地上の方でもやらなくてはならない事が沢山あるのではないですか。
39	有限会社	運輸業	渋滞をすくなくする。
40	有限会社	卸売・小売業	幅広い来客を迎える為の魅力ある町づくりをする。
41	有限会社	卸売・小売業	軽井沢が世界の避暑地(別荘地)になるためにはその条件の検討を研究すべきで少しでも可能性があれば世界のリゾート地を求め続けてはいかかと思う
42	有限会社	卸売・小売業	大賀ホールについて 亡き大賀氏の遺志を継げるスタッフの入れ代えを願います。

No.	法人格	業種	回答
43	有限会社	不動産業	観光客にとって軽井沢の魅力は、洗練された上質な別荘の景観である。町全体として見ると、別荘エリアと公共施設や住宅エリアの景観に差がありすぎる。町全体を避暑地としての高原町のイメージで統一してほしい。特に、駅周辺、病院、公民館など、環境保護をうたっている町の景観とは思えない。建物の景観もしっかり環境保護として別荘エリアを重要視するだけでなく町全体を考えて商業施設、公共施設、住宅エリア、街路も含めて、ランドスケープ構想を作してほしい。特に駅や病院周辺に樹木をふやしてほしい。近年の温暖化を防ぐためにも、（別荘地エリアだけに伐採を規制するより）樹木のすくない場所を緑化してほしい。それが本来の自然保護、景観保護ではないでしょうか。
44	有限会社	不動産業	相変わらず夏や休日の渋滞がひどい。基本アウトレットが渋滞の元になっているのだから駐車場を増やすなどして改善させなければいけない。高速をおりてから町に入るまでの渋滞で軽井沢が嫌になった友人もいます。又、プリンス通りにおいて駐車場を示す看板やひょうしきが小さいなどで余計に渋滞をひどくさせている感じがする。軽井沢＝サイクリングとしているにしては18号沿いの歩道などはガタガタでとてもあぶない。全体的に整備すべき。熱海がいい例だが、道沿いに空家や空きテナントなどが多くあると町全体が暗く、終わった感がただよってしまっている旧道に向かう途中、右側にある大きな建物はイメージをかなり悪くしている。
45	有限会社	飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2度と行きたくない店が多い(当店に来るお客様によると、この値段でこの料理・サービスで飲食店として恥かしくないのかと思う)。 ・ 夏だけの営業が多く、5月の連休と8月で1年分をもうけるという考えがよくないと思う。
46	有限会社	飲食店	皇室の皆様を軽井沢へお迎えに四季を通じて利用される施設を遣り、静かなさわやかな軽井沢を愛してもらいにより、多勢の皆様に来軽されると思う。このことは長い年月にわたり、相当数の観光資源になるのではないかと思います。
47	有限会社	宿泊業	インフラ整備、もっと美しく、かつ機能的な街並みを求む
48	有限会社	宿泊業	軽井沢を訪れた人がそこに住みたいと思える様な街づくり 道路の整備、バス停の設置（風雨を防げる様な）
49	有限会社	宿泊業	宿泊業者のきちんとした区分もくずれてきている。ペンション、民宿の参加するコンペにホテルが参入して低価格で客をとるということは、ホテル（軽井沢での）格を地の底までおとすことになり、正規料金で宿泊するお客様に失礼で、かつ民宿なみの料金で、きちんとしたサービスができるわけがないので、結果的にはホテルの悪評につながり、だれも、もうからないと思う。今後、必要なサービスには、これだけの料金がかかる、と言うことをキチンとお客様に理解してもらいたい。各宿泊業者の住み分けをキチンとできるようにしてもらいたい。どこかの温泉ホテルのように平日に超低料金で送りむかえなんていうことをやってつぶれる。といったことを軽井沢ではやってほしくない
50	有限会社	宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新軽井沢交差点からトンネルをぬけアウトレットへの道の渋滞。 ・ プリンス通りの右左折が分かりづらい ・ 工事ドラックの住宅地でのスピード ・ 無料トイレ、コインロッカーをふやす ・ カーナビの住所ケンサクが使えない ・ 駅から旧軽までの「平日」バスを増やす ・ 旧軽銀座のお店のふんいきを統一する
51	有限会社	宿泊業	アジア地域のお客様を多くすることも必要
52	有限会社	複合サービス業	若者が魅力を感じて訪れる町にしないとダメだと思う。

No.	法人格	業種	回答
53	有限会社	複合サービス業	<ul style="list-style-type: none"> 軽井沢銀座の街とショー祭を結びつけ、町をあげてPRすべき。過去のいきさつはわからないが、一つになっていない現状。駅をおりて旧道までその日は案内（祭）ができる体制をすべき。今はバラバラである。 11年をスケジュールを前の年には出るよう統一してほしい。
54	有限会社	複合サービス業	<p>繁忙期に重なるPRは関西方面を強くして、小諸ICを使ってもらった方がよいと思う。基本的には、夏季、GW、集中させないように通年型にしていく方が好ましい。季節雇用では、人材が育ちづらく、全体として経済の発展も難しい。大きな資金を持っていないければ設備投資はリスクが高すぎるので、資金を持っていない所は陳腐に、大手観光業者などは巨大に、二極化が進んで、全体としてはあまり好ましくない方向に進んでしまう。軽井沢を訪れるお客さんの多くが車を使うのに、案内所は駅・旧軽で、道に看板はない、では不親切なときが多い。</p>
55	有限会社	その他	夏前の規制がちょっと早いと思う。
56	有限会社	その他	<p>スマートフォンが急激し、シェアを伸ばしていると聞きます。商工会、観光協会店を中心に軽井沢の観光案内、店紹介などに益々力を入れて欲しいと思います。又観光客にアンケートを求め軽井沢に期待するもの不満点などを調査するのも良いと思います。行政とは関係有りませんが、旧軽を中心にあまりに高すぎる家賃の為、出張店が皆苦しんでいます。その為一流店が出店せず、年々店の質が低下しているように感じます、共存共栄するの上からも地元住民も少し考えを変えていってくれたらより良い町ができると思うのですが…。出張店あつての旧軽銀座だと思ふのですが。</p>
57	有限会社	不明	<p>大型店に観光客をすべてとられてる。お金をもたず、ふらふらしてるだけの人が、旧道を歩いてる。店、食事、観光と、もう少し、「また来たい」と思うような物が必要。人気スポットが込み、あとは、人通りも少ないという感じ。それぞれの楽しみで軽井沢をリピーターの多い観光地にしてほしい。</p>
58	有限会社	不明	<p>誰に会っても軽井沢に住んでいますって言うと、いい所ですね。うらやましいですって言われます。本当に日本中で知らない人はいない位のところです。ですから、東京近郊だけでなく、西の方からも、もっと来て欲しいですね。それだけアピールして欲しいです。混雑の時期を外して来て頂いた時の軽井沢の良さをどんどんアピールした宣伝をして欲しいです。静かでどこへ行くのにも、十分ゆっくり行かれるし時間を充分活用できると思います。</p>
59	公益法人	複合サービス業	夏場の交通渋滞は大きなマイナスイメージにつながるように思われます。単純な道路インフラの拡充ではなく、観光都市としてふさわしい、地域内交通のあり方を検討して頂きたいと思います。
60	個人経営	建設業	<ol style="list-style-type: none"> 商業エリア、別荘エリア、一搬住宅の地域分け、特に道路の整理。 行楽エリアの充実（最低2泊3日）
61	個人経営	卸売・小売業	<p>神戸が震災以降、見違えるような美しい街並みに変わった。不幸な出来事が結局根本的にリニューアルする方向へ市全体を向かわせた。軽井沢が観光地としてより発展させる為には町政の方向が町民に対すると同等もしくはそれ以上重視する姿勢が重要ではないのか。役場の人達、町会議員の人達、住民、各商工業者の再考を期待したい。観光客をいかにして楽しませるか、又、来たいと思わせるか。</p>
62	個人経営	卸売・小売業	<p>軽井沢町全体の観光客はアウトレット、及び旧道に行ってしまうので中軽井沢の商店迄来る人は、ほとんどいないと思います</p>

No.	法人格	業種	回答
63	個人経営	卸売・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 長期滞在（1～2週間）できるよう、ホテル・旅館等特別料金設定の必要がある。 ・ 細かい例で、たとえば風越テニス料金はピーク時は1500円でそれ以外は600円（コート1面）。あまりの料金の違いに驚いております
64	個人経営	卸売・小売業	町としては、景観の規制を明確にした方が良いと思います。店舗等の外観などの雰囲気や、自然（木の管理など）について。
65	個人経営	卸売・小売業	夏や連休の車の混雑などかなりませんか 頭の良い人達が何か考えて下さらないかと思ひます。
66	個人経営	卸売・小売業	自然をこのまま保護して行って欲しい
67	個人経営	卸売・小売業	旧軽銀座の低俗化をくいとめてほしい 一社の企業（安物専門）が6店舗を営業させるのはおかしい。すべての商品が中国物になってしまう
68	個人経営	卸売・小売業	道路清掃、側溝の整備など住者が住み安い良い環境を基本に重視して頂く事で観光客の受け入れも中途半端でなくなるのではないのでしょうか。又、未来ある子ども達の為に学業の面にもお力を入れていただき、この町を築き上げてくださった人生のご先輩方々に取りましても老後を安心して住ごせるそんな町造りをして頂きたいと思ひます。行政と住民が手を取り合い伝統を重んじ新しいニーズも受け入れ、似合った町造を望んでおります。
69	個人経営	卸売・小売業	活性化は重要だが、本当の魅力がある街にしたい。
70	個人経営	卸売・小売業	別荘、マンション住民のゴミ処理をどのように指導しているのか？又はどのように指導しようとしているのか？町の住人とのトラブルはあるのか無いのか？◎ゴミ処理の問題
71	個人経営	卸売・小売業	旧軽について、かきます一問題点・トイレ不足、休けい所なし、ベンチ出してますが、毎年注意されます！ゴミバコなし、ほどの凸凹で車イス、ベビーカート歩きづらい。冬場の除雪のおそさへたくそも（ほどはやらないから各店ポでやっている） 駅について、まずはコレが軽井沢らしくないと思う。使いにくい、ロータリーが生きてない。昔の木造駅舎、特急あさま、のころのふんい気をつくってほしい。横川からの機関車復活希望！！草軽鉄道もぜひ
72	個人経営	不動産業	建設課に確認申請を出す際4m以下の狭い道路については原則でセットバックが必要となります。この場合下記の方法を取ってほしい。 1、セットバック分の土地をまづ分筆を義務付る 2、セットバック分の土地を軽井沢町に寄付済納をする。（又は買受する） 3、町は職権により町の所有にする。上記の要件を同意しない場合は確認申請は受理出来ない方法とする。現在の状況ではセットバックは申請時だけで建物が完成し少し月・日が経過するとセットバックした土地に植木を植えたり、石垣を取ったり塀を築いたりして確認申請前の道巾となっている。この状態を軽井沢町の将来の為に是非変えてほしい。砂利道をアスファルト舗装道路してほしい。ほこりがたって住にくい。
73	個人経営	飲食店	まず、地元の住人に目を向け、それからいかに観光客を取り込めるかを町全体が考えるべきではないでしょうか。
74	個人経営	飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 渋滞の緩和 ・ 駐車場の整備
75	個人経営	飲食店	地域資源の活用・自然循環型生活は今からやるべき事だと思います。
76	個人経営	飲食店	軽井沢の人口をふやすこと、企業（軽井沢の自然をそこなわない）を誘致すること、観光や別荘だけ考えていても町は豊かにならない。固定資産税だけでなく、町に金が入ることを考えるべき、今まで他のことで税収を考へた町長や議員はいたのだろうか？

No.	法人格	業種	回答
77	個人経営	飲食店	どういふ方向に行くのか、大切なところだと思う
78	個人経営	宿泊業	<p>① 渋滞の解消 「夏は混むもの」という意識が町民にもあるのではないか。別荘客以外の初めて来るお客は、絶対「もういいや」と思ってるに違いない。ツェルマットや上高地のようなマイカー禁止を本格リゾートで初めて採用してもらいたい。長い目で見れば集客等、必ずプラスになると思う。それが無理なら、バスレーン設置&夏期のみバスの増便。中軽井沢駅改装に何十億がけるんだったら「観光地・軽井沢」としてもっとお金を使うべきところがあるのでは？</p> <p>② 観光地としてのホスピタリティ 案内看板の統一など、もっとスマートに、別所温泉など小さい町だが統一感があり、町全体でもこなそうという感じが伝わってくる。旧軽、新軽、中軽、追分などすべてバラバラに活動しているような印象、統一感がない。もっと町全体でまとまれないものか。</p>
79	個人経営	宿泊業	道路の混ざつ
80	個人経営	宿泊業	地域の特性をもっと生かした開発を進めてもらいたい
81	個人経営	宿泊業	<p>1、規制の強化</p> <p>(1) 自然保護</p> <p>(2) 景観の維持 (建物、看板、他)</p> <p>(3) 商業の規制 (職種、時間、他)</p> <p>(4) 車の進入…他の交通手段促進</p> <p>2、文化活動の推進</p> <p>(1) 音楽環境</p> <p>(2) 美術館他文化事業</p> <p>3、スポーツ活動の推進 ex、</p> <p>テニス、乗馬、スキー、スケート、カーリング、他</p>
82	個人経営	宿泊業	シーズン、連休など一時期の渋滞がひどすぎる。これは、国、警察、町で何とかしなければいけない。これを受け入れるだけのうつわ (器) が足りない。
83	個人経営	宿泊業	GWやお盆休み、秋の連休の頃の交通渋滞は住民にとっても、自然環境にとっても、また車で来た観光客本人たちもストレス強です。トップシーズンは車で行かない、公共交通機関を使った方が便利でお得という軽井沢のイメージを作り上げる方法はないでしょうか。・首都圏からの高速バスが増えてきたので、お客様にすすめています、意外と知らない人も多いです。・レンタサイクルを希望する方もありますが、夏は雷雨、冬は寒すぎて、年々利用が減っています。またサイクリングロードも充分とはいえ危険がいっぱいです。・町内循環バスや美術館めぐりのバスがもっと利用しやすくなるといいと思います。
84	個人経営	教育・学習支援業	お客さま (軽井沢訪問者) (観光客) に対する接客サービス (CS サービス) は、都内の接客サービスと比べるとまだまだレベルが低い。お客さま満足の向上は、重要な観光サービス事業の基盤となる施策であり強化すべき内容である。
85	個人経営	複合サービス業	インバウンドの観点から見ると、軽井沢は世界的知名度が特に欧米で低い。欧米人は「長期滞在」を好むし、リゾート地を好むので、来てさえもらえれば気に入ってもらえると思う。ただ、有名な寺社仏閣や日本の文化を味えるものは少ないので、やはり滞在を伴う会議都市や自然を楽しむ体験などを、重視していくとよいと思う。
86	個人経営	その他	今以上、マンションを増やすべきでない。サイクリングロードを整備すべき 渋滞対策として、アンダーの先を一方通行にすれば (町へ)
87	個人経営	その他	自転車専用レーンの充実 (道路交通法を考へても今の軽井沢の点数は100点満点中5点)

No.	法人格	業種	回答
88	個人経営	その他	誰にでも土地を売るのはなく（例えば、中国人や投資目的はどうかと思う） こち良い軽井沢を保つため、目先のお金にとらわれることなく長い目で見た美しい軽井沢作りに考慮いただきたいです。
89	個人経営	その他	第1に交通渋滞を無くし、道路の整備に力を入れる
90	個人経営	不明	軽井沢全体ついて 他の観光地に比べ、知名度・歴史的避暑地・自然など1年を通して宝の眠る町だと思います。方向性が1つになることで海外のリゾート地（ナショナルパーク）に肩を並べる事の出来そうな町だと思います。ブランド・センス・オリジナリティーを再確認して見ては良いのではないのでしょうか比べる事より学ぶ事でしょうか カナダのロッキー山脈に在るバンフ国立公園やジャスパー国立公園などは軽井沢に似た環境だと思います。
91	不明	飲食店	車の渋滞の緩和を考える、目的地にスムーズに行けない。
92	不明	不明	夏にしかお客様が来ない
93	不明	不明	軽井沢に住む人が誇りをもって商売をすることで魅力も高まるのでは。そのためにも、小、中、高で、軽井沢の歴史を学ばせることが必要。

(3) 今後の振興方向（イベント）について

No.	法人格	業種	回答
1	株式会社	建設業	スポーツ関連が町に合っているのでは
2	株式会社	建設業	<ul style="list-style-type: none"> 春・秋に行われているマラソン大会ですが、走るルートの規制がある為、時間的制限が出ている様に思います。コースの検討をお願いできればと思います。 スポーツ etc のイベントで、軽井沢に人が集まる事は、とても良い事と思います。
3	株式会社	製造業	ウィンターフェスティバル…イルミネーションはひとつの時代として終り、予算の再編を検討 大賀ホールと公園開設の企画
4	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	参加型滞在型イベントに力を入れ当町の魅力（景観・気候など）を十分に感じていただける形にしていきたい。
5	株式会社	情報通信業	観光協会のイベントが他のイベントと重なり合うので、調整して頂けたらいいと思います。講演会等は出席できる方も限られています。話を聞いても理解しても、実行できないもの。先生を派遣していただき、新入社員教育、中堅社員教育をしていただくのはどうか。
6	株式会社	運輸業	特になし
7	株式会社	卸売・小売業	少し整理し、主催者・運営者を明確にした方が良いと思う。
8	株式会社	卸売・小売業	冬のイベント、特にカーリング大会のように宿泊を供なうようなイベントをもっと大事にしてほしい。又、ラブリングアワードの、政策成果及び、経済効果が低いと思う。
9	株式会社	卸売・小売業	各種イベントは、良質な宿泊、飲食、足のワンセットがあって生きてくる付加価値のような物。優先順をあやまらなければ、どんどん実施すべきです。
10	株式会社	卸売・小売業	<p>スポーツイベントが増え、注目度も上がったと感じます。車と分離し安心して歩いたり自転車が楽しめる整備をして、お父さんがイベントを楽しむ間、参加していない家族も同じような体験ができる工夫があるとよいのでは。</p> <p>★軽井沢・信州は自転車にとって面白い恵まれた地形。マラソン・トレイルランなども、人気あり、増えていくとよいと思う。</p>
11	株式会社	卸売・小売業	万平ホテルダンスパーティー復活など、富裕層が参加したい、イベントなどしてほしいです。ワインパーティーなど、せっかく大賀ホールで音楽鑑賞されてそのあとにパーティーなどあれば皆さん参加されないでしょうか？軽井沢の町と大賀ホールでコラボした企画、ホテル&旧軽銀座高級ショップタイアップイベント展示会&パーティーみたいな盛大なイベント。
12	株式会社	不動産業	<ul style="list-style-type: none"> スポーツイベントのさらなる拡大 冬のイルミネーションの拡大（補助金等の整備を踏えて）
13	株式会社	不動産業	観光客に“軽井沢はイベントの町”というイメージを持ってもらえる程積極的に行なったほうがよいと思う。年間を通じて、いつ訪れても何かやっているという“おもしろ味”があれば集客につながるのではないだろうか。それにはあまり素人っぽいものでは、飽きられてしまうので計画性をもって行なったほうがよいと思う。
14	株式会社	不動産業	軽井沢マラソンや軽井沢ウィンターフェスティバル等、さまざまなイベントを行っていますが、今後もトップシーズンに限らず軽井沢の四季を楽しめるようなイベントを開催していただきたい。
15	株式会社	不動産業	花火については色々な場所で数回行うのではなく、一回に集約して名物化を図る
16	株式会社	不動産業	地元密着型のイベントが多いが、そこにもっと様々な人々が加わることでできるイベントになればいいと思う。ただ皆様イベントのために力をつくして、大変すぎるような気もするのでそのあたりなんとかならないかと思います。
17	株式会社	飲食店	冬の閑散期を乗り越える何かイベントを考えてもらいたい。
18	株式会社	宿泊業	スポーツ事業・イベントに期待したい。
19	株式会社	宿泊業	セラピーイベントを増やしていきたい
20	株式会社	複合サービス業	質の高いイベント（文化的要素）を仕掛ける
21	株式会社	その他	芸術・文化・健康面に関するイベントを多く開催していく。

No.	法人格	業種	回答
22	株式会社	その他	「軽井沢といえば」みたいなイベントがあったらいいと思う。清里のフィールドバレーみたいな。
23	株式会社	その他	1、現状の軽井沢ハーフマラソン、軽井沢リゾートマラソングラン（グルメ）フォントー軽井沢などは継続、今後も推進していく 2、大賀ホールまたは野外コンサートなども宿泊の見込めるものは実施した方がよい（何もクラシックだけにこだわらず…） 3、八月祭は見なおした方がよいと思う ・冬季イベントも充実させるべき（ウィンターフェスタもあるが…） 4、スキー・スケート・カーリングを柱としたものを！！
24	株式会社	その他	1、スポーツイベントの誘致。（マラソン、トレラン、自転車など） 2、B級グルメイベント。 3、冬季イベントの見直し。 4、大賀ホールの有効利用。（利用状況が良くわからない）
25	株式会社	その他	前ページにも記入いたしましたが、継続的に、町ぐるみで取り組んでいるイベントがあると良いと思います。（申し訳ございません。かなりあいまいです）
26	株式会社	不明	軽井沢 H.P. を利用した。ドックをメイン摂食指導者の宿泊 健康アピール誘地は良案だと思われるが、Dr. 不足の現状ではどのようなものであろうかとは思ふ。軽井沢 H.P. は建物としては充分アピールできると思われ、それに伴う駐車場の広さも、もう少し活用できるのでは？
27	有限会社	建設業	・ イベントを軽井沢、中軽井沢、と分けて行うのはなぜか。旧軽井沢、新道、中軽井沢の花火大会を一つにまとめれば盛大にできるのではないかと ・ イルミネーションは、エコの面から見て、どうなのだろうか？キャンドルなどで代用できないのか？むしろその方が幻想的であり、木にも負担がかからない。キャンドルグーズ等も売れる気がする……
28	有限会社	建設業	観光客を客と思わない言動や発言、粗暴な者が多く、モラルの低下が激しい。特に交通機関関係者に多く見られるが、それを注意出来ない事務局や組合などにも問題あり。この事が観光客離れを加速させる為、客からのクレーム処理はきちんと対応すべきだと思う。
29	有限会社	電気・ガス・熱供給・水道業	軽井沢という名前から全国から集まって来て下さるので、いろいろなイベントをしてほしいと思う。経済効果は高いと思う。
30	有限会社	運輸業	スポーツイベントを増し、集客する。
31	有限会社	卸売・小売業	イベントは軽井沢の魅力の再発見につながるようなイベントが良いイベントの時だけお客が集めるのだけでなく、長く軽井沢を愛してくれる人が増えるようなイベントを。
32	有限会社	不動産業	安易にイベントや国際会議などを誘致すべきでない。どこにでもあることをやるというのは軽井沢の独自性をそこなうことにつながる。ハードの面では、自然保護や景観条例に反する大きな建物を作ることになるし、ソフト面では、人材の不足で質をのぞめない。軽井沢は観光地でありながら、サービスの質や劣るようだから。
33	有限会社	不動産業	大賀ホールのコンサートは定期的に大物が来てとてもいいと思います。今後はB級グルメ大会とか人気ラーメンを集めたイベントとかグルメ系のイベントを定着させるといいと思う
34	有限会社	飲食店	公報とか、新聞のチラシでしか知る事が出来ないが、アウトレット以外にも県内・近隣他県にイベントを宣伝した方がよい。
35	有限会社	飲食店	時間がなくかけません
36	有限会社	宿泊業	自然やエコロジーに関係するイベントが良いと思う。
37	有限会社	宿泊業	自然とふれ合えるイベント等を多くする、ウォーキング、トレッキング人口は多い
38	有限会社	複合サービス業	町民参加型のコミュニケーションが取れるイベントを考えるべきだと思う。そこに別荘や観光客が入ってくる。
39	有限会社	複合サービス業	イベントがバラバラ。きっと、皆で協力して一つのものをやった方がよい

No.	法人格	業種	回答
40	有限会社	複合サービス業	町主催で民間を動かすイベントは難しいと思います。ただ、2年後に出来る、カーリング場は町の物なので、カーリングのイベントは大々的にやっていた方がよいと思います。既存の社体や風越の延長で管理するか、新しい組織をつかって、広告代理店をからめるかなど、やり方によっては大きな産業となると思います。
41	有限会社	その他	イベントについては、色々やってもらいたい
42	有限会社	不明	冬のイベントも増えて良いことだと思います 厳しい寒さの中の良さも十分楽しんで欲しいです
43	公益法人	複合サービス業	競争力の乏しい小規模のイベントが乱立しているように思われます。地区毎に行われる同種のイベントは全廃し、町全体で取組む方向に持っていく方が好ましいと思います。
44	個人経営	建設業	野外コンサート等自然を生かしたイベント。
45	個人経営	卸売・小売業	もう既に、あちらこちらで、個人的にも開催されてる様子なので、近隣に迷惑がかからない程度で、イベントをしたら良いと思います。
46	個人経営	卸売・小売業	有名人の「歌とトーク」を時々当店で行ってますが、最初の話が軽井沢の冬の活性化という事で冬のコンサートを計画したらしいのですが、言い出した方々が協力しないので私が協力しました。冬の軽井沢はとても大変なのでもう少し町や商工会が協力して、集客につとめないと、軽井沢ブランドだけでは商店は大変だと思います
47	個人経営	卸売・小売業	ハーフマラソンをもっともっと有名にしていって欲しいです フルでも良いです 国際的な大会になって欲しい
48	個人経営	卸売・小売業	単発の打ち上げ花火ではなく継続的な誘客につながるようなイベントを考えていきたい。
49	個人経営	卸売・小売業	熟年が心から楽しめて、若者が何かを得られるイベントを！
50	個人経営	卸売・小売業	マラソン等のイベント時の交通規制を事前に協力と理解を得られるようにした方がよい。今年5月のマラソン大会の時の様にホテルの送迎バスが、交通規制している中に無理に侵入する事の無い様に観光業の方には得に理解してもらう事が大切だと思います。今回の事は、すごくイメージダウンだったと思います。あまり皆さんには知られていない、トラブルだとは思いますが、大会に参加した方や、応援していて、その場にいた人達は、とっても残念な気持ちになっていました。
51	個人経営	卸売・小売業	国際会議みたいなお一部特別な人だけのイベントじゃなくて、市民マラソンのような、たくさんの一般の人が全国から集まるようなイベントが増えるのがよい。商店も町民の人もみんな参加できる。
52	個人経営	不動産業	冬のイベント氷祭りは取りやめになり大変良かったと思う。その変わり、新しくクリスマスや新年を祝うイルミネーション等夜を明るく飾る美しい光景は軽井沢の自然にふさわしいと思う。ぜひ続けてほしいです。
53	個人経営	飲食店	・イベントは単発でなく全体につなげてほしい ・花火の打上げ等のスケジュール、場所がわかりにくい ・地元住民しか知らない地名を使っている
54	個人経営	飲食店	集客の見込める時期には色々なイベントがあり、それを楽しみにしている別荘族も多いようだが、その反面、地元で生活している私達も楽しめる時期（12月～3月頃）に参加したくなるような各種イベントがあるべきだと常々感じています。
55	個人経営	飲食店	もっと特定の人々だけでなく多くの人への日時の告知
56	個人経営	飲食店	色々なイベントがあって楽しいです。できればオフシーズンにも大きなイベントを週一ぐらいで開催してほしいです。
57	個人経営	飲食店	町民音楽祭が冬に行われたのは良かった（町民に春～秋多忙の人が多いと思うから）一般のイベントにはあまり参加できないのでコメント欠！
58	個人経営	宿泊業	マラソンなど新しいものも入ってきて、定着していけばいいと思う。他方、旧態然としたイベントも多く、もっと「今は何が流行っているのか」、「軽井沢をアピールできるオリジナリティのあるイベントは何か」を考えた方がいいと思う。八月音楽祭、ほんの町など、文化的なものをもっと露出、アピールして定着させたい。

第1章 観光事業者調査（アンケート調査）

No.	法人格	業種	回答
59	個人経営	宿泊業	音楽祭など、各種スポーツ、イベントの開きが良い
60	個人経営	宿泊業	数を増さず、個々の内容の充実を盛大になるように！
61	個人経営	宿泊業	1、国際会議 2、国内会議 3、音楽会
62	個人経営	宿泊業	マラソン、自転車レースは良いと思う、信号を守らない選手など大勢いるので、全国的マナー向上につながればいいが、都市部では自転車は歩道を走ってはいけないことになっているが、この町では歩道を走るようにすすめていると思うので、人と自転車の融合（調和）をとっていければ良いのだが…。ゴルフ、サイクリング、テニス、ホッケー、カーリング、スケート、スキーなど全て良いのだが、それ程大きなイベントにする必要ない。いろいろ気軽に出来るのが良いと思う。530運動やどんぐり運動なども良いし、歴史巡り、名所、旧跡よくやっていると思う（など巡りなども）。どんどんガイドしてガイドを増やして、ネイチャーウォッチングをすすめていければ良い。
63	個人経営	複合サービス業	国際会議や国際スポーツ大会は、インバウンドに有効と思う。自然ツアーやスキーツアーもよい。日本人向けには、セミナーなどの知的なイベントや、マラソンなどのスポーツ大会、美術や音楽のイベントもよいし、ショッピングやグルメに関連するイベントも喜ばれると思う。
64	個人経営	その他	皆さん頑張っているので今後の向上を期待します。
65	個人経営	その他	知名度にすぐれた軽井沢 是非、町内全体でまとまった祭り（イベント）があると良いと思います。ふるさと公園のような大きな場所で物販・体験・音楽・講演などいろいろなもよおしを3～7日間くらいやると良いと思います。町内あげてのまとまりも望みます。
66	個人経営	その他	花火大会が夏・冬と行なわれているが、（矢ヶ崎）きれいで良いのですが、あまり動員は多くないように思う。日にちを検討された方がよいと思う。（また本当に花火大会は必要なのか？）
67	個人経営	不明	各種イベントについて イベントについては他に比べて多いと思います。文学・スポーツ・お祭り回りきれない位多いです。自営業しているとなかなか参加できないのが残念です。年に一度、軽井沢町（地区）が1つになったお祭りの開催が出来たら面白いと思います。農産物販売・文化交流・グルメなどで数万人を集める軽井沢祭みたいなものを最近では、各地で大型イベント開催が主流です。
68	不明	飲食店	無理なイベントはやらない方がいいと思う、シーズンオフのイベントを考える方がいいと思う。

(4) 今後の振興方向（情報発信）について

No.	法人格	業種	回答
1	株式会社	建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット ・山手線電車内広告
2	株式会社	建設業	避暑や自然をアピールしているが、手入れのされていない木々を見ると自然といってもきれいに感じられない。何でも観光客が来るならOKという体質は変えた方が良く、方向性を出して特化しないと他のリゾート地と一緒にになってしまう。軽井沢色というものが欲しい。
3	株式会社	建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・ショッピングパークのCMはTVで見かけるのですが、もみじ祭り、若葉まつり、ウィンターフェスティバルetcのCMもTVやラジオで流すと、集客に繋がると思います。（雲場池の紅葉やウィンターフェスティバルのツリーは見事です）上記の写真を雑誌に載せるだけでも魅力があると思います。
4	株式会社	製造業	閑散期の集客を促す発信をもっとすべきである
5	株式会社	電気・ガス・熱供給・水道業	IT関連中心に
6	株式会社	情報通信業	ぜひ、地元メディアを利用してほしい。インターネットラジオもやっているの、海外の方むけの英語、中国語の番組をやってもよいと思う。
7	株式会社	卸売・小売業	分からないが、もっと多方面、例えば、ブログ、ツイッター等で情報発信するというのはどうなのでしょう？
8	株式会社	卸売・小売業	新規来街を高めるため実行すべき事。特に国外に向けた発信は強化すべき。・情報発信と受け入れての顧客満足が車の両輪。顧客満足は、最大の情報発信であるロコミという強力な発信力となると考える。大事です。
9	株式会社	卸売・小売業	電車の中吊り広告で興味をひかれた経験があります。旅情たっぷりに誘いかけてくる各種観光地の広告は、仕事疲れの心にとっても響きました。（観光業者のツアーパッケージ広告ではダメ）
10	株式会社	卸売・小売業	メディアをもっと利用した方がよい。例えば、街おこしで有名な、秋井康史になどがされている団体に依頼してメディアにとりあげてもらおうとか。
11	株式会社	不動産業	軽井沢町特有のスローライフなイメージは、そのままに、必要な情報は的確に発信しローカルにしないほうがよい。CATYやラジオも多いに利用すべきと思う。
12	株式会社	不動産業	昨今情報発信については紙媒体よりも、インターネットの効果の方が有効になってきています。軽井沢町のHPとは別に軽井沢の各種イベントやガイド等、ロコミ情報等、軽井沢ファンがお気に入り登録をするようなHPを作ったらどうでしょう。できれば、数ヶ国語で作成し、海外からのアクセスもできるようにすれば良いのではないのでしょうか。
13	株式会社	不動産業	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏へのPRを積極的に行い、町としてキー局へCMを出稿するなど常に人の目に触れているPRを行った方が良く *横浜元町もCMをキー局に出稿→危機感を抱いている。 ・DCやインバウンドといった行政寄りの施策に加え、民間的な媒体利用をすることで、各世代に向けたPR強化が必要
14	株式会社	不動産業	観光協会のホームページのこれからの期待します。スマートフォン等でも見やすく、軽井沢の魅力が伝わりやすいものになればと思います。
15	株式会社	飲食店	東京、大阪etcもっとC・Mを増やしたら？
16	株式会社	宿泊業	テレビ・インターネットでの露出をもっと増やせば良いと思う。公式ホームページの充実
17	株式会社	宿泊業	双方向性のあるコミュニケーション媒体、例えばSNSなどを使って発信していきたい。
18	株式会社	複合サービス業	軽井沢文化デザイン会議のような文化組織を中心に、文化、スポーツ、健康、医療などをテーマに応じた情報発信
19	株式会社	その他	インターネットを有効に活用していく。旅行会社とうまくタイアップしていく。

No.	法人格	業種	回答
20	株式会社	その他	ただの情報の寄せ集めではなく、「行ってみたい」と思わせるようなポータルサイトが必要だと思う。
21	株式会社	その他	観光協会加入者（施設）は町内の各施設（名所・各ホテル・ゴルフ場ブライダル関係、美術館など）を見学したりして情報の収集や情報の共有を行う。また、各施設担当者は自施設の旬な情報などを観光協会を通じてメールにて配信する→お客さまに適切な情報やご案内が出来る→他施設の情報をもとに自事業所や自施設への取組みの参考にもなる。さらにはイノベーションへとつながるのでは？
22	株式会社	その他	1、Webの有効利用。（観光協会、役場のHP内容充実） 2、旅行冊読などへの掲載を増やす。 3、TV・雑誌などとのタイアップ企画による露出増。 4、旅行会社からの発信。（企画造成、タイアップ） 5、県との協力体制の強化。（積極的な参加）
23	株式会社	その他	既に各々で情報発信をしていると思いますが、町として、メールマガジンを発信。その為のメンバーの募集及び囲い込みを強化し、リピーターを増やしていく。
24	株式会社	不明	自社のホームページ等
25	有限会社	建設業	・ るるぶ、たびりあん、ことりっぶ等で軽井沢版が出ているのは良いと思う。情報発信をする必要もあるが、できれば口こみが良いと思う。その方が信頼性もあるし、定着する。 ・ アナログな情報や、災害情報はラジオ等で発信する
26	有限会社	建設業	石の上にも10年と云われるイベントですが、継続する事を望みます。また、町民がイベントに関心を持っていない事にも問題があり、町民への広報活動の強加が必要と思慮します。最近のマラソンは、町民が応援する体制が出来ており素晴らしいと思います。
27	有限会社	卸売・小売業	更に軽井沢の良さを発信し続ける。
28	有限会社	不動産業	テレビや雑誌での露出は定期的にスマートフォン向けに軽井沢アプリの開発！！
29	有限会社	飲食店	イベントについて知らない人達が多いので、旅行社と組んで宣伝すべき。たとえばホテル・朝食付き新幹線付き・レストラン送迎（ホテルの食事だけでなく、町のレストラン等）レストランによって値段は違うので、カジュアル・高級・超高級に分ける。料金が高くてもよい部屋に泊まり有名レストランで食事（タクシークーポン付）したい方とか、なるべく安くしたい方とかいるので、いろいろな値段設定があるとよい。
30	有限会社	飲食店	時間がなくかけません
31	有限会社	宿泊業	インターネットと、フリーペーパーの充実。
32	有限会社	宿泊業	マスコミを利用し軽井沢の良さをもっとアピールしてほしい。
33	有限会社	複合サービス業	多くの若者に来てもらいたいので、携帯等の端末で情報を発信する。
34	有限会社	複合サービス業	軽井沢に勤めている人は、皆は他県からの観光者へのガイドという認識をきって勉強会等発信すべき。
35	有限会社	複合サービス業	個々でできる発信は個々でやれば良いので、全体ではより広く、遠く、おおまかに発信していけばいいと思います。誰が有名な人を連れてくるのも情報発信になると思います。
36	有限会社	その他	今は、ネット社会であり、情報はそういう点から色々配信すればいい
37	有限会社	不明	貸別荘の受け入れも観光協会さんからもご紹介頂いてありがたいと思っています。2年前よりインターネットに貸別荘協会より各部屋の写真などをのせて頂いて24時間対応して下って予約を入れて頂いています。やはり今はインターネットの情報はすごいですね。今のところ大きな問題もなく、お泊り頂いています。
38	公益法人	複合サービス業	行政や観光協会での取組は充分だと思われます。民間が創意工夫すべき要素が大きいと思います。

No.	法人格	業種	回答
39	個人経営	建設業	テレビ、インターネット（ツイッター等）の commercials を利用する。
40	個人経営	卸売・小売業	情報は様々あって、単に“情報発信について”というのは難しいと思う。
41	個人経営	卸売・小売業	このままでも良いと思います
42	個人経営	卸売・小売業	町の HP を中心としてそれぞれが効率的にリンクし、町の HP にアクセスすれば必要な情報がとり出せるようにしていただきたい。
43	個人経営	卸売・小売業	IT と本で、即時性と熟考性を。
44	個人経営	卸売・小売業	町役場 Twitter おねがいします！！
45	個人経営	飲食店	・広告料を取って発信する情報誌は意味がない。 ・フランス料理、イタリアン料理の店ばかり。
46	個人経営	飲食店	各団体が一体化して、多くの人に告知をする体制作り
47	個人経営	飲食店	十分だと思いますが、間違った情報や軽井沢のイメージダウンになる情報は発信しないでほしい。
48	個人経営	宿泊業	観光協会、軽井沢町役場の HP とも、ちょっと新鮮みに欠ける？ 色々なページを参考にした方がいいと思う。
49	個人経営	宿泊業	アナログ派なので、特になし。
50	個人経営	宿泊業	・軽井沢町としての統一した、PR（町主権の会…ロゴ…etc） ・海外に…特に欧米…にも。
51	個人経営	宿泊業	災害、自然、天候、観光名所、情報提供など行政としては今のままで良いが、詳細な観光情報などは民間の情報と活用情報サイト、広告代理店、旅行観光業者との連携をすすめ、観光協会を全面に押し出すやり方を強める。災害時（地震・台風など）の交通機関の運休通行止迂回路のお知らせなどタイムリーな情報に心がけてほしい。
52	個人経営	複合サービス業	海外に向けた発信を増やすべきと思うし、その点でお役に立てると思います。
53	個人経営	その他	紙媒体での集客には限界があるので映像（テレビ等）のより積極的な利用。
54	個人経営	不明	情報発信について ラジオ・テレビ・インターネットなどは効果的ですが一番はロコミではないでしょうか？軽井沢に来た人が、軽井沢が本当に楽しいと思えば、新たな家族・友人を連れて来軽すると思います。時間がかかるかも知れませんが、息の長い良い町になると思います。今、幼児期や子供時代に親に連れられて、軽井沢を楽しむ事が出来れば成人して恋人や友人と、家族が出来て子供と、年を重ねて孫と来てくれると思います。良い思いでは生涯心に残るはずで、何十年先も観光地でいられると思います。