

内的要因

強み

□地域資源

- メイドイン上越、発酵食品、上越産コシヒカリ、日本酒、上越野菜など、食に関する優れた地域資源がある。
- 観桜会、謙信公祭、蓮まつりなど、四季ごとに開催される集客力のあるイベントがある。
- 信越トレイルなど、豊かな自然に触れ合える体験や、四季折々の自然の豊かさを活用した田舎体験ができる。
- 日本海の夕日や棚田など、日本の原風景がある。
- 春日山城跡、高田城、雁木などの歴史的資源や、スキー場、海水浴場などのスポーツレジャー施設、水族博物館、温泉など、多様な観光シーンに対応できる施設がある。
- 水族博物館における日本一のマゼランペンギン、高田公園における東洋一の蓮、日本一の長さを誇る雁木通りなど、オンリーワンの地域資源がある。

□観光基盤

- 新幹線、高速道路、鉄道、航路の結節点があり、乗換時の立寄り機会が多い。

□新たな交流機会

- オリンピック・パラリンピックのキャンプ誘致に向け、新体操や器械体操の設備がそろった大湯体操アリーナや、新たに建設を予定している県立武道館（仮称）が活用できる。

弱み

□地域資源

- イベント中心型の集客が主であるため、通年での安定的な集客力が弱い。
- 米や日本酒、発酵食品といった優れた食材のほかに、訴求力のある食が少ない。
- 田舎体験やまち歩きなど、着地型旅行商品が少ない。

□観光基盤

- 上越妙高駅での新幹線から従来路線への接続性が悪く、また、市内に分散している地域資源を結ぶための移動手段が車以外にないなど、2次交通が弱い。
- 宿泊施設の不足やユニバーサルデザインへの配慮不足など、多様な観光旅行者に対応できる受入体勢が整っていない。
- 駅前施設や中心市街地の閑散化、中山間地域の衰退など、地域力が低下している。
- 市の財政の見通しが厳しく、取り組むべき施策を絞り込む必要がある。

□人材、組織

- 観光振興の主体となるべき観光関係団体等の組織の連携が不足している。
- 上越市の人口減少、少子高齢化、過疎化等によって観光に携わる担い手が不足している。

□観光情報とPR、プロモーション

- 情報発信が不足しており、市の観光イメージが弱い。
- 観光旅行者のニーズに合わせたタイミングで必要な情報を的確に発信できておらず、集客に有効なプロモーション活動ができていない。

□域内外の周遊

- 地域資源が分散して存在するため、時間をかけて移動することが必要であり、周遊が非効率的である。
- 中心市街地への回遊が不足している。

外的要因

機会

□ターゲット

- ターゲットエリア（地元圏・近郊圏・首都圏）において「上越市」の認知度が高い。
- スマートフォンやタブレットなど、モバイル機器の利用率が向上し、情報収集の機会が拡大している。
- 高齢化によりシニア層の人口が増加する。
- シニア層や女性層を中心に健康志向が高まっている。
- 外国人観光旅行者が飛躍的に増加している。

□1次交通

- 北陸新幹線の開業、高速道路の整備（4車線化など）によって、日帰り圏が拡大する。

□将来の展望

- 上杉謙信生誕500年（2030年）を機会に、様々な観光振興（イベント開催、PR活動、ブランド化等）の展開が期待できる。
- NHK大河ドラマ「真田丸」の放映（2016年）により、上越市への来訪意向の高まりと、観光関連事業者の意欲の向上が期待できる。
- 佐渡金銀山の世界遺産登録に向けて佐渡への観光旅行者が増加することが予想され、佐渡への渡航の結節点として、市内の地域資源への立寄りが期待できる。
- 東京オリンピック・パラリンピックの開催（2020年）に伴い、参加者のキャンプ・合宿地としての誘致や、外国人観光客の誘客が期待できる。

脅威

□ターゲット

- 国内旅行機会が減少傾向にある（消費額、宿泊日数、宿泊回数）。
- 可処分所得が減少傾向にある。
- ターゲットエリアの人口が減少し、集客競争が激化する。
- スキー場の利用客が減少している。
- 海水浴は日帰りが多く、誘致圏が狭い。
- ターゲットエリアにおける宿泊旅行の目的地は首都圏が多く、上越市は宿泊先としての認識が低い。

□1次交通

- 上信越自動車道の利便性向上（4車線化）により、日帰りが促進され、滞在時間の減少や宿泊の減少につながる。
- 北陸新幹線開業により、上越市を通過してしまう観光旅行者が増加（ストロー現象）する懸念がある（富山や金沢へ行ってしまう）。

□競合

- 水族館や田舎体験は競合が多く、優位性を高めるための付加価値づくり等、集客のための各種施策が必要である。
- 妙高市はスキー、トレッキング・登山を目的とする旅行が多く、自然をテーマとした観光地として認識されている。
- 金沢市は伝統工芸や歴史文化資源を中心とした通年型の観光を実現しており、集客力が非常に強い。
- 特産品は新潟県全体のイメージから米や酒があげられやすく、上越市の特産品として認識されているか不明である。