
長野市観光振興計画 素案

長野市

目 次

第1章 計画の概要.....	1
第1節 計画策定の意義.....	2
第2節 計画の位置付け.....	4
第3節 計画の期間.....	4
第2章 これまでの総括と観光の現状.....	5
第1節 これまでの観光振興計画の総括.....	6
第2節 観光の現状と課題.....	9
第3章 観光振興の考え方.....	17
第1節 観光振興の全体像と実現するために必要な機能.....	18
第2節 観光振興の進め方.....	19
第3節 計画の目標と計画体系.....	21
第4節 計画のマネジメント.....	28
第4章 政策体系.....	29
第1節 政策・事業体系.....	30
第2節 事業の展開.....	31
第5章 アクションプラン.....	43
第1節 アクションプランの概要.....	44
第2節 各アクションプランの詳細.....	48

第1章 計画の概要

第1節 計画策定の意義

(1) 計画策定の趣旨

観光とは地域固有の他にはない素晴らしい資源を地域外の人々（観光客）に体感し、楽しんでもらうことを通じて価値を提供する産業です。

観光客に価値を提供するためには地域の資源を磨きあげ、観光コンテンツ※を開発し、プロモーションを行い、観光客が楽しめる一連の工夫や努力をしていく必要があります。

長野市観光振興計画（以下、本計画）は、観光客に価値を提供するために、本市の観光が何を目指し、どのような取り組みを行うべきかをまとめたものです。

本計画に基づいた事業の実施を通じて、本市の観光産業の発展を目指します。

※ 観光コンテンツ：ルートや体験型・着地型プログラムが一体化した観光商品

(2) 計画の目的

人口減少や余暇活動の多様化により、全国的に日本人観光客数はやや減少傾向にあります。そのような中、何度も訪れてくれるリピーターを獲得することは、大変重要なことといえます。

そこで、本計画ではリピーター、すなわち「ながのファン」を増やすことを通じて、以下の2点の実現を目指します。

・本市経済の活性化の実現

観光は経済活動です。訪れてもらうだけでなく、楽しんでもらいながら本市経済の活性化につなげる事業を実施していきます。

・地域コミュニティの活性化

観光客が訪れ、地域の人々と交流することは、ときには地域に希望や生きがいを生み出します。これまで観光客が訪れなかった地域にもスポットをあて、観光客と地域の交流を生み出す事業を実施していきます。

なお、訪日外国人観光客は近年増加傾向にあり、東京オリンピック・パラリンピックに向けて今後もこの傾向は続くものと予測されます。本計画では訪日外国人観光客の獲得も視野に入れ、上記の実現を目指します。

(3) 計画推進に関わる関係者

観光は多くの関係者が関わる産業です。例えば直接観光客を対象としたビジネスをしていない農業者も、宿泊施設に食材を卸すといった形で関わります。

そのため、観光振興は、市やながの観光コンベンションビューロー、各地域の観光協会や観光事業者だけでなく、様々な関係者と意識を共有し、目的をともにしながら進めていきます。本計画に関わる関係者を以下に整理します。本計画は以下の関係者と連携して推進していきます。

- ・観光関連事業者
- ・地域・市民
- ・ながの観光コンベンションビューロー
- ・各観光協会
- ・市

●観光関連事業者：

観光客にモノやサービスを直接提供する事業者に加え、農業者や製造業者などの間接的に観光に関わる事業者を含めて観光関連事業者とします。

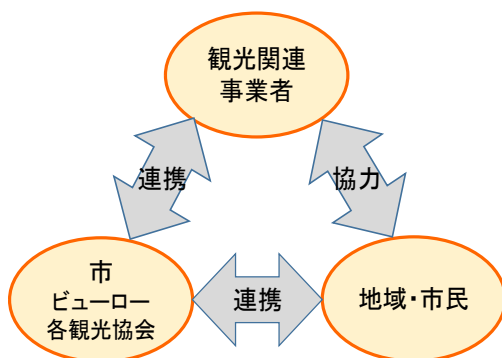
●地域：

本計画でいう地域とは、住民自治協議会、商工会議所、商工会等の観光を通じた地域づくりを実施する団体を意味します。

(4) 各関係者の役割

本計画の目的として掲げている地域経済や地域コミュニティの活性化を実現するためには、計画の実施を市やながの観光コンベンションビューローが担うだけでなく、各関係者も主体的に関わることが重要です。関係する各主体の役割としては、以下を想定しています。

■各関係者とその関係



●観光関連事業者

経済活動の主役として、観光客が楽しみ、満足度が向上するモノやサービスを開発、提供する役割を持ちます。

●地域・市民

地域づくりの主体として、魅力的な地域をつくり上げるとともに観光客を受け入れる役割を持ちます。また、自分たちが暮らす地域に関心を持ち、その良さを観光客に伝え、おもてなしの心を持ち、観光客に接することもその役割といえます。

●市・ながの観光コンベンションビューロー・各観光協会

各関係者間と連携を図るとともに、積極的に活動する観光関連事業者や地域の取組みに対して、支援を行う役割を持ちます。

第2節 計画の位置付け

本計画は「第五次長野市総合計画」の下位計画であり、それに示される観光振興施策をより具体化・実現化するために策定しています。また、その他、観光振興施策と関連する諸計画と連携・調整を図り策定作業を進めました。

●第五次総合計画における観光振興の方針

政策1：魅力を活かした観光の振興

施策1：豊富な観光資源等を活かした観光交流促進

施策2：インバウンドの推進※

施策3：コンベンションの誘致推進

※ インバウンド：訪日外国人旅行

第3節 計画の期間

計画期間は平成29年度から平成33年度までの5年間とします。

最終年度である平成33年度に善光寺御開帳が開催されるため、次回の御開帳時に、その成果が開花するように事業を実施していきます。

インバウンド関係の施策は東京オリンピック・パラリンピックに向けて成果が出るように実施していきます。

平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度
信州 DESTINEE ションキャンペーン	アフター DESTINEE ションキャンペーン		東京オリンピック・ パラリンピック	善光寺御開帳 戸隠神社式年大祭
平昌オリンピック・ パラリンピック				

第2章 これまでの総括と観光の現状

第1節 これまでの観光振興計画の総括

本市においてはこれまで2期の観光振興計画を策定しています。

1期は平成18年度から23年度までを計画期間とした「長野市観光振興計画 1200万人観光交流推進プラン（以下、「第1期計画」という。）」です。2期は平成24年度から28年度までを計画期間とした「長野市観光振興計画 新1200万人観光交流推進プラン（以下、「第2期計画」という。）」になります。本節では、2期にわたる観光振興計画を総括し、本計画に向けて必要な方針を整理します。

（1）これまでの観光振興計画の成果と課題

第1期及び第2期計画ともに、「重点戦略」部分と「基本戦略」部分の二本柱で構成されています。重点戦略では、地域資源の磨き上げ（ブランド化）を目的にした「イヤーキャンペーン」、市内の各観光地を「四季の楽しみ」や「体験」などのコンセプトでつなぎ、周遊を促す「テーマ別キャンペーン」を展開してきました。

基本戦略には、情報発信、受入環境の整備、人材育成など観光地として必要となる基本的な事業をまとめています。

1）第1期の重点戦略「イヤーキャンペーン」（H18年度から23年度）の成果と課題

地域のブランド化を図るため、戸隠、飯綱、鬼無里、松代、篠ノ井、信州新町において、イヤーキャンペーン事業を展開し、地域資源を活用した観光プログラムの開発、受入体制の整備などに取り組みました。その結果、以下のような成果と課題が見られました。

●イヤーキャンペーンの成果

- ・観光の担い手となる地域主体、ボランティア団体の増加
- ・市民がその地域と向き合い、地域づくりを行う意識の醸成
- ・一部地域では資源の磨き上げにより地域の魅力が向上し、ブランド化へ前進

●イヤーキャンペーンの課題

- ・地域資源の磨き上げがある程度進んだ一方で、市内観光地を周遊する動きがあまり見られなかった

2) 第2期の重点戦略「テーマ別キャンペーン」(H24年度から28年度)の成果と課題

市内周遊を促進するため、実行委員会を立ち上げ、下記4つのキャンペーン内容に応じて観光コンテンツを開発し、周知・広報を実施しました。

■テーマ別キャンペーンの概要



●テーマ別キャンペーンの成果

- ・善光寺以外の観光地の知名度も一定程度向上
- ・地域の特色を活かした取組みによるまち歩きなどの観光コンテンツの定着

●テーマ別キャンペーンの課題

- ・市内周遊について一定の成果は見られたが、十分ではない
- ・実行委員会事務局が中心であり、地域や事業者の主体的な関わりが十分でない

3) 基本戦略の成果と課題

基本戦略においては、第1期、第2期ともに以下の課題が見られました。

●計画の進捗管理上の課題

事業の進捗や成果、目標の達成状況が把握しにくくなっており、また関係者間で共有する場面が少なく、事業の改善につなげにくいといった課題がありました。

目標達成の実現性を高めるために、関係者間で現状を適切に把握し、PDCA サイクルを回していくための仕組みづくりが必要であるといえます。

●ターゲットが不明確

計画に基づき、地域の資源を活用した観光コンテンツの開発や周遊促進を図るプロモーションやイベントが企画、実施されてきました。しかし、これらの開発や情報発信は、資源やコンテンツを起点にしたものが多く、どのような客層に本市を訪れてほしいのかは明確に設定されていませんでした。また、観光客のニーズをもとに開発するという視点も計画に明確に設定されていませんでした。

何度も訪れたいと感じてもらえるよう、中心となるターゲットを設定し、ターゲットごとに観光コンテンツを開発し、ターゲットに届くようなプロモーションを展開する必要があります。

(2) 本計画における改善のポイント

1) 重点戦略における改善ポイント

本計画では「地域資源の磨き上げ」と「市内周遊を促す取組み」を、一体的に継続して実施します。

また、より成果を生み出すために、重点的に磨き上げを行う地域を設定することや、地域や観光関連事業者の連携を促すために、共通の目的や明確な目標、役割分担などを設定していく必要があります。

そこで、これまで実施してきたキャンペーン以上に踏み込んだ「どこで、誰が、何を、いつまでに、誰に対して、何のために実施し、どのような成果を得るのか」を記載した「アクションプラン」を策定します。

2) PDCA サイクルを行いやすい計画を策定する

本計画では、全体目標値及び政策ごとに指標を設定し、進捗及び事業の実施方法等の管理を行えるように改善します。

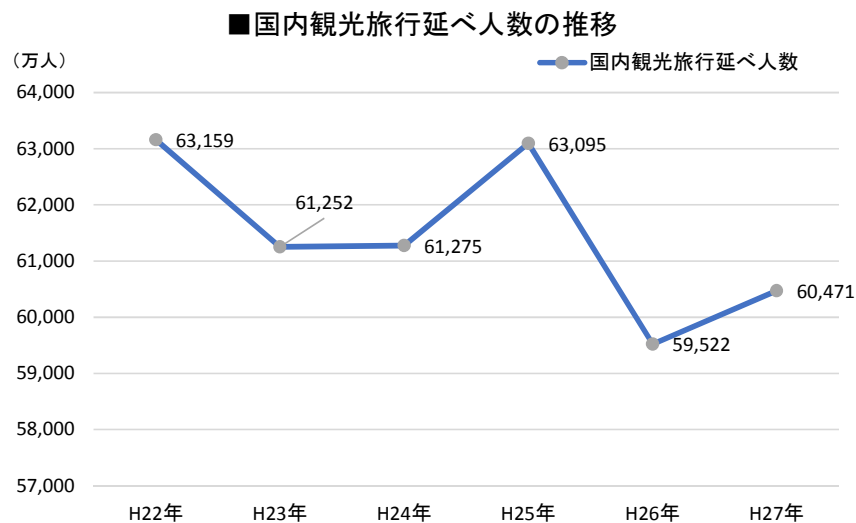
全体目標値は、本計画の総合的な成果を評価するものであり、指標は政策の達成度を測るものです。

第2節 観光の現状と課題

(1) 国内観光市場の状況

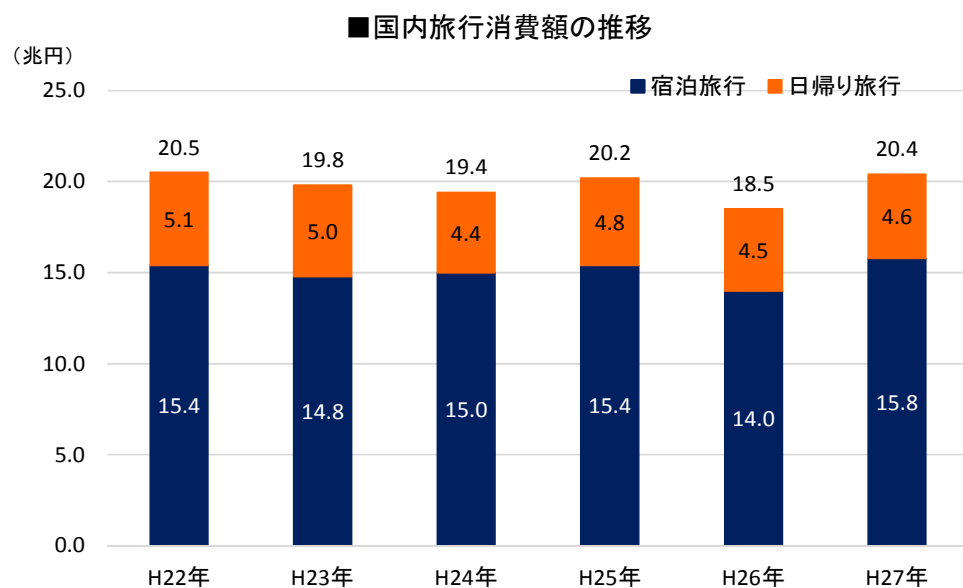
1) 国内観光旅行延べ人数及び国内旅行消費額

国内観光旅行延べ人数は平成27年と平成22年を比較すると約96%となっており、やや減少傾向にあります。



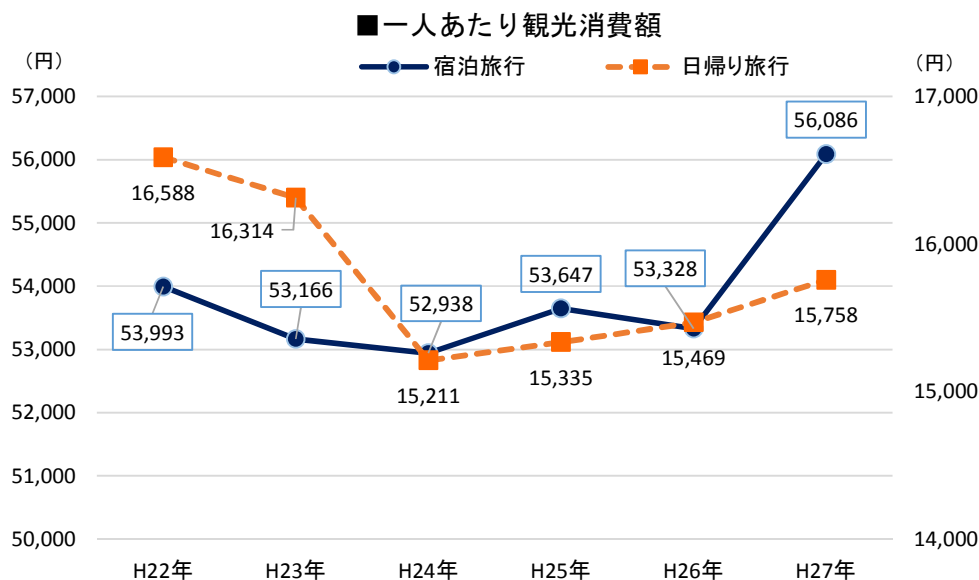
出典：観光庁「旅行・観光動向調査」

国内旅行における消費額はここ5年間横ばいとなっています。国内観光旅行延べ人数は減少していますが、消費額は横ばいで推移しています。



出典：観光庁「旅行・観光動向調査」

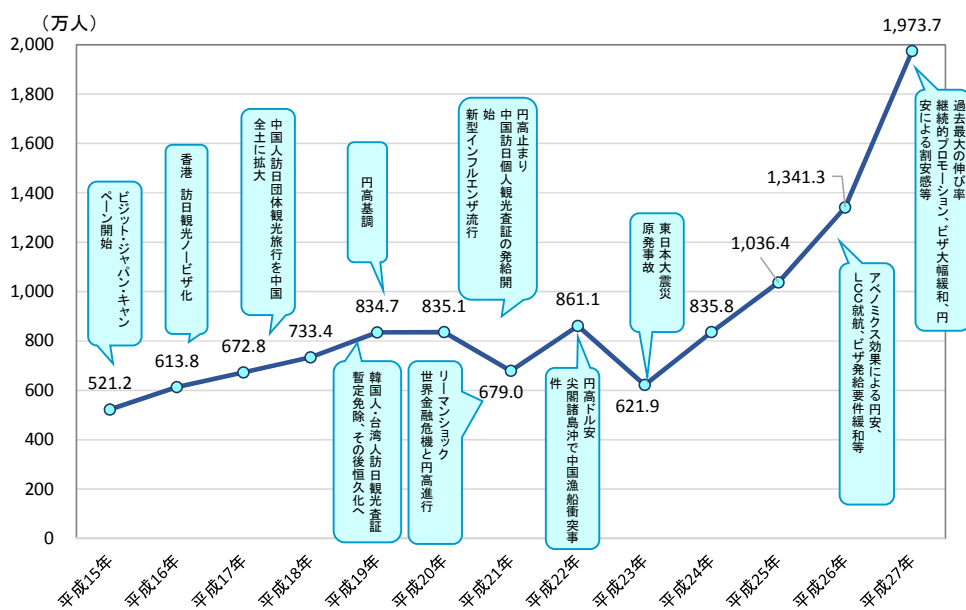
一人あたり観光消費額は平成27年に増加しており、特に宿泊旅行では約3,000円上昇しています。国内観光旅行延べ人数は減少していますが、観光関連での一人あたりの支出は増加しています。



出典：観光庁「旅行・観光動向調査」

2) 訪日外国人観光客の推移

訪日外国人観光客は、国がビジット・ジャパン・キャンペーンを開始後順調に増加しています。東日本大震災等の影響で一時的に減少に転じましたが、平成27年には過去最高の1,900万人に到達し、今後も増加傾向が継続すると見込まれています。



出典：日本政府観光局（JNTO）

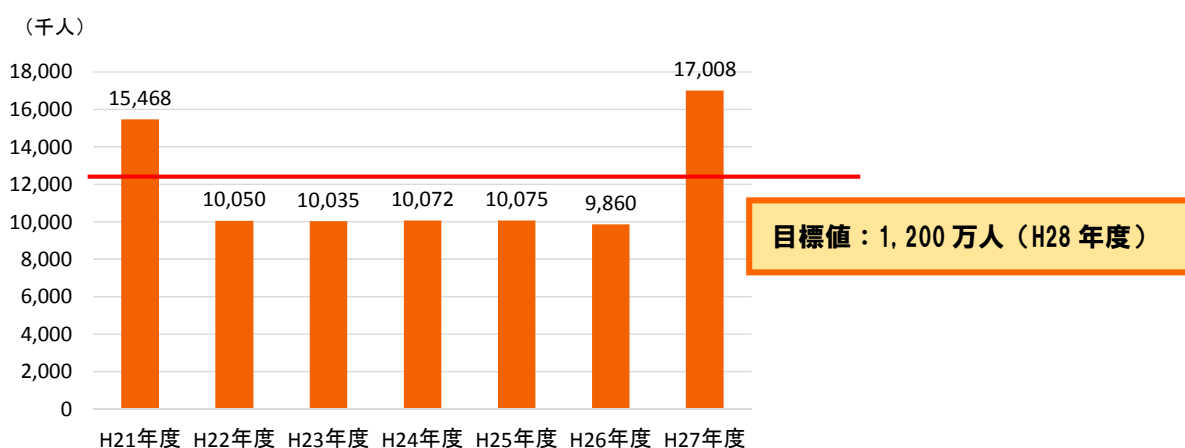
(2) 本市における観光の状況

第2期計画で目標値を設定した入込客数、観光消費額、宿泊者数について、その推移を以下に示します。

1) 観光入込客数

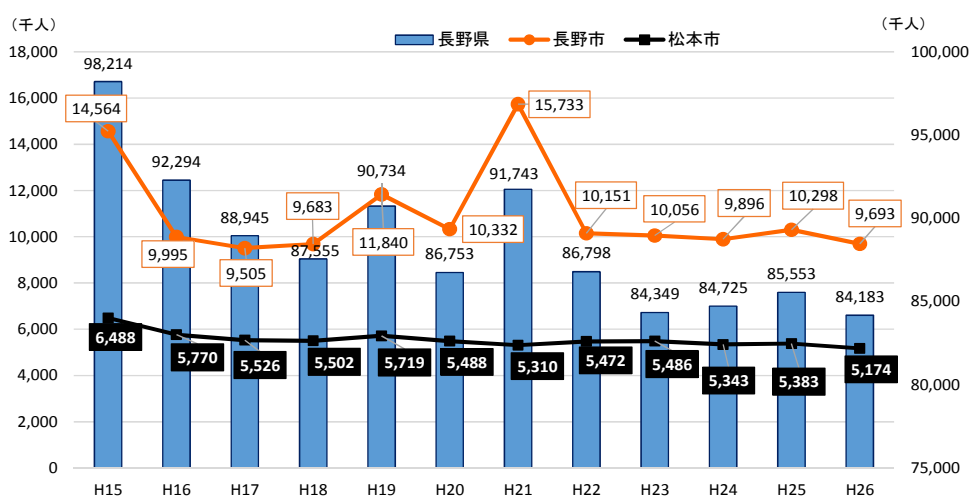
観光入込客数は、平成25年度までは1,000万人を上回りましたが、平成26年度には少し落ち込みを見せています。平成27年度については善光寺御開帳が開催されたため、28年度の目標値としている1,200万人を大きく上回っています。

■本市の入込客数の推移



出典：長野市

また入込客数を長期的に見ると県の観光客数は減少傾向にあります。本市、松本市も減少傾向にあります。本市の場合は御開帳によってその増減幅が大きくなる傾向が見られます。 ■県及び松本市との比較

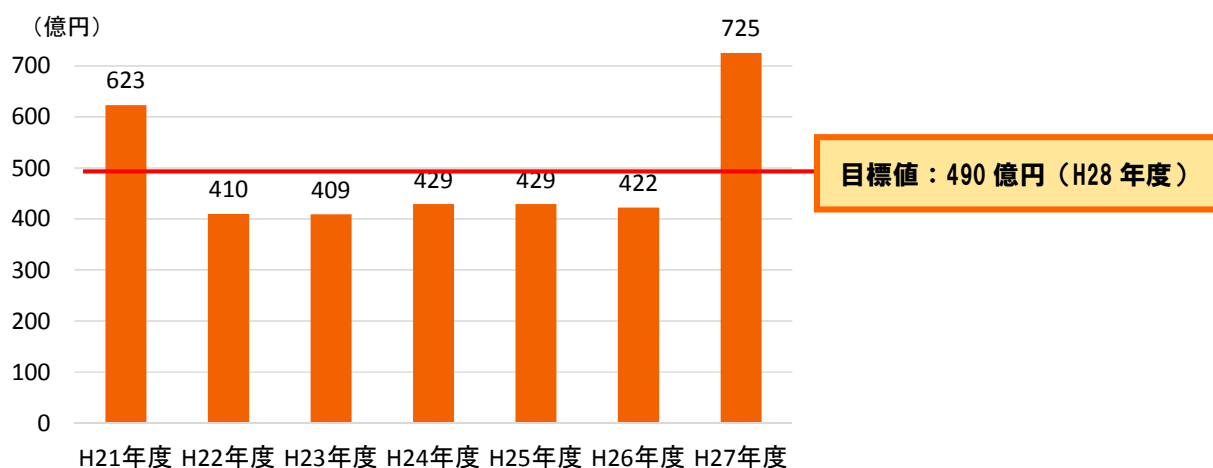


出典：長野県「観光地利用者統計調査」※暦年表示

2) 市内観光消費額

市内観光消費額は、入込客数に合わせて善光寺御開帳の年に増加する傾向にあります。平成27年度は、目標値となる490億円を上回っていますが、平成22年度～26年度に関しては目標値には達していません。

■市内観光消費額の推移

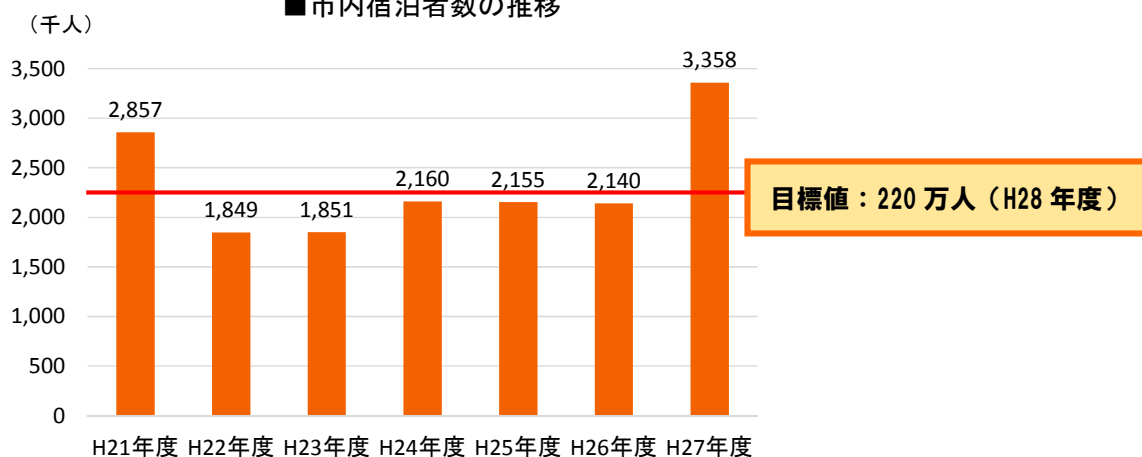


出典：長野市

3) 市内宿泊者数

市内宿泊者数は、平成24年度より200万人台を維持していますが、目標値となる220万人は御開帳以外の年では達成していない状況です。

■市内宿泊者数の推移



出典：長野市

(2) 各種調査結果

本計画を策定するにあたり、各種調査を実施しました。また、観光事業者等にもヒアリングを行い、本市において観光振興を行う上で重要と考えられることなどを把握しました。

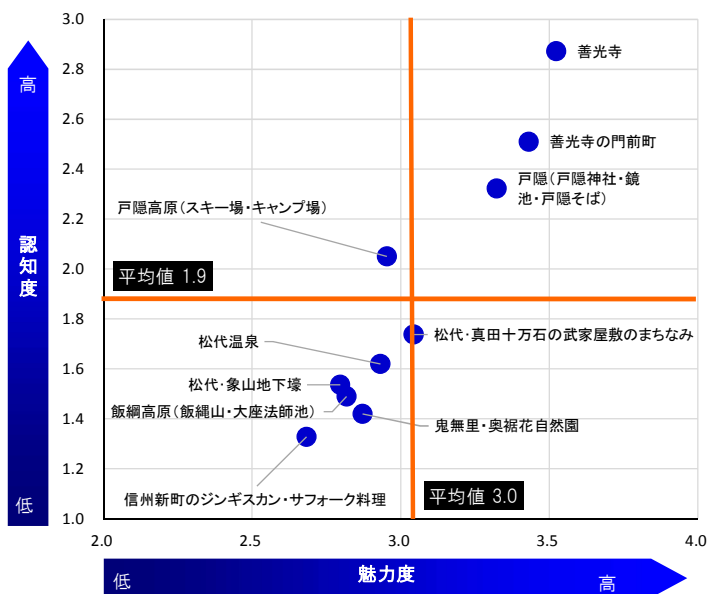
1) 各種調査の結果

名称	調査内容	主な結果
1 ギャップ調査	長野市観光資源の認知度、魅力度、観光行動等を把握するため、インターネット調査を実施 実施期間：2015年11月4日（水）～30日（月） 回答数：計1,154件（来訪経験あり648件、来訪経験なし506件）	<ul style="list-style-type: none"> ● 認知度が平均点以上の観光地は、「善光寺」「善光寺の門前町」「戸隠（戸隠神社、鏡池、戸隠そば）」である。これらの観光地は、魅力度も平均点以上であり、ブランド力がある観光地といえる。 ● 「戸隠高原（スキー場、キャンプ場）」は、認知度は平均点以上であったが、魅力度がやや低い。それ以外の観光地は、認知度、魅力度が平均点以下であった。 ● 市外立ち寄り地点は、松本市、軽井沢町、小布施町、飛騨・高山が多い傾向にある。
2 来訪者調査（日本語）	善光寺、戸隠、松代来訪者の観光行動や課題、観光消費額（※経済波及効果算出のため）等を把握するために実施 対面調査は、善光寺・戸隠・松代にて実施。留置調査は、市内各観光案内所にて実施。 実施期間：2015年10月～11月 回答数：328件	<ul style="list-style-type: none"> ● 市内立ち寄り地点が1ヵ所のみの方が約5割を占める。特に初めて長野市を訪れる観光客において、その傾向が強い。1ヵ所のみ理由としては、「行きたいが日数が足りない」が約5割。なお善光寺での対面調査では「他観光地を知らない」もやや多くあげられている。 ● 市外立ち寄り地点は、小布施町、松本市、上田市、軽井沢町が多い傾向にある。
3 訪日外国人観光客調査	長野市を訪れた外国人観光客の観光行動や課題等を把握するために実施。留置調査にて実施 実施期間：2015年10月～11月 回答数：116件	<ul style="list-style-type: none"> ● 訪日外国人観光客は、東京と京都を訪れる途中で長野市に立ち寄っている。市内では「善光寺」、近隣では「湯田中温泉（スノーモンキー等）」「松本」に立ち寄る者が多い。「戸隠神社」に立ち寄っている観光客も見受けられる。
4 GPS調査	KDDIの位置情報データより、分析 実施期間：2015年8月1日～10月31日 対象者：長野市で旅行した者（市内在住者、通勤者除く）、7,608人（ウエイトバック補正後） 対象エリア：善光寺界隈、長野駅周辺、戸隠、松代、飯綱高原の5エリア 分析内容：市内周遊状況・平均滞在時間などを分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 善光寺周辺、長野駅周辺、松代は長野県内来訪者が最も多い。戸隠、飯綱高原の来訪者は、県外が多い。 ● 滞在時間は、市内観光地エリアの中で善光寺界隈が最も短い（約1時間30分）。 ● 立ち寄り地点をみると、松本市、上田市、千曲市への立ち寄りが多い。 ● 市内観光エリアを2箇所以上立ち寄ったときのルートとしては、「善光寺界隈—長野駅周辺」が最も多く、次いで、善光寺界隈—戸隠」が多い。 <p>※上記データは、KDDI×コロプラの観光レポートより</p>
5 インバウンド調査	各国の主要ガイドブック等で、長野市の観光地がどのような評価を受け、紹介をされているのかを把握 Lonely planet, Michelin, CHUBU（タイ）等	<ul style="list-style-type: none"> ● 「善光寺」「戸隠神社」が主に紹介されていた。 ● 「善光寺」は、Michelinで三つ星の評価を得ており、Lonely Planetでもしっかりと紹介されている。特に、歴史やお戒壇巡り、お朝事など他にはない体験や、お土産や飲食店が並ぶ仲見世通りが評価されている。 ● 「戸隠」は、Michelinで二つ星の評価である。修験道など独自の歴史、奥社の杉並木の幻想的な風景が紹介されている。
6 観光事業者調査	市内で観光分野に携わっている事業者10団体（宿泊施設・交通・商店等）に対して、現状や課題、今後本市の観光において活用できる強み等について、個別にヒアリングを実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 近年の傾向として、「訪日外国人観光客の増加」「北陸地方からの観光客の増加」「バスによる団体旅行者の減少、個人旅行者へのシフト」「滞在時間の短縮化傾向」「宿泊の稼働率向上」があげられる。 ● 長野市の強みは、歴史・文化、山岳、自然、食材等、良い素材がそろっていること。資源を磨き、コーディネートしていくことが必要。また、東京、軽井沢、松本、金沢等へアクセスしやすい位置にあり、広域観光の拠点となりうる。 ● 善光寺来訪者への他観光情報の提供不足により、周遊につながっていない。近隣エリアの観光情報を積極的に発信し、少しでも周遊させる工夫が必要。もっと他地域の情報を知りたい。互いに勉強できる機会があるとよい。 ● 観光客に楽しんでもらい、お金を落としてもらう工夫ができていない。観光客増が経済活性化につながっていない。 ● 善光寺、戸隠では慢性的な駐車場不足、交通渋滞等が課題となっている。それにより満足度が下がり、今後來訪しないのではないかと、この懸念がある。

2) 各種調査結果の特徴的事項

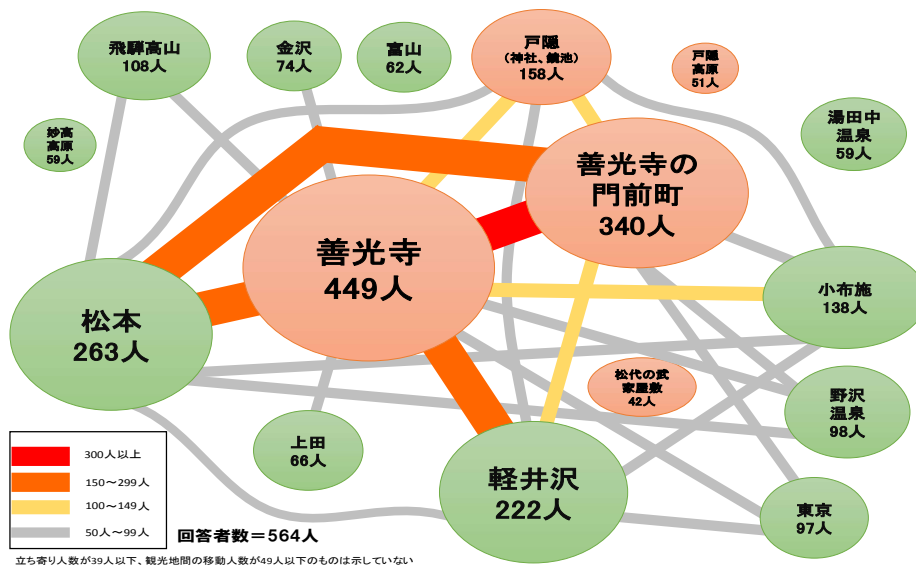
●各観光資源の認知度と魅力度（ギャップ調査）

下図は市内観光資源の認知度と魅力度を平均点化したものです。すでにブランド力がある観光地としては、「善光寺」「善光寺の門前町」「戸隠（戸隠神社、鏡池、戸隠そば）」が該当します。魅力は低いながら、認知度がある観光資源は「戸隠高原（スキー場、キャンプ場）」となっており、それ以外の観光地は、認知度、魅力度ともに平均以下となっています。



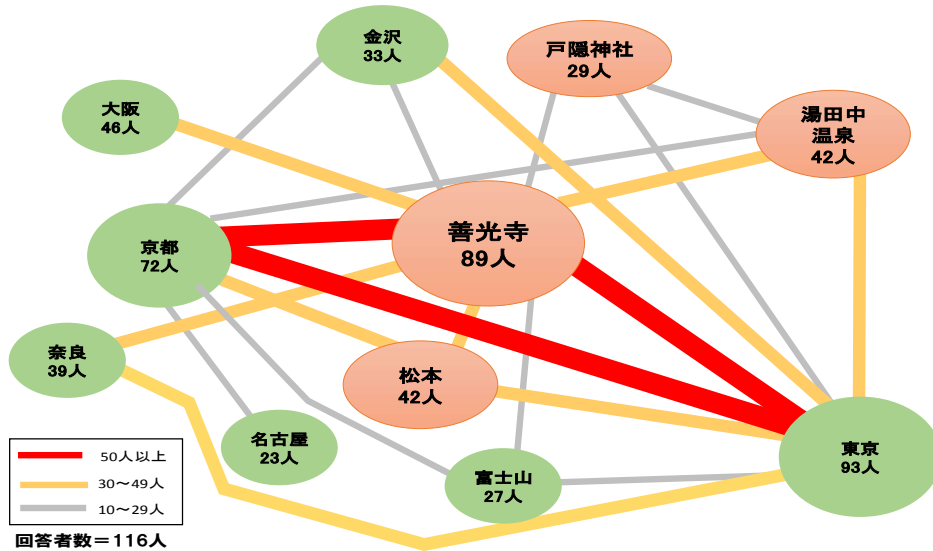
●市内来訪者の周遊状況（ギャップ調査）

日本人旅行者の市内外の周遊状況では、「善光寺～善光寺門前～松本市～軽井沢町」というルートが多くなっています。次いで「善光寺～戸隠～小布施町」への移動も比較的多く見られます。



●訪日外国人観光客の周遊状況（訪日外国人観光客調査）

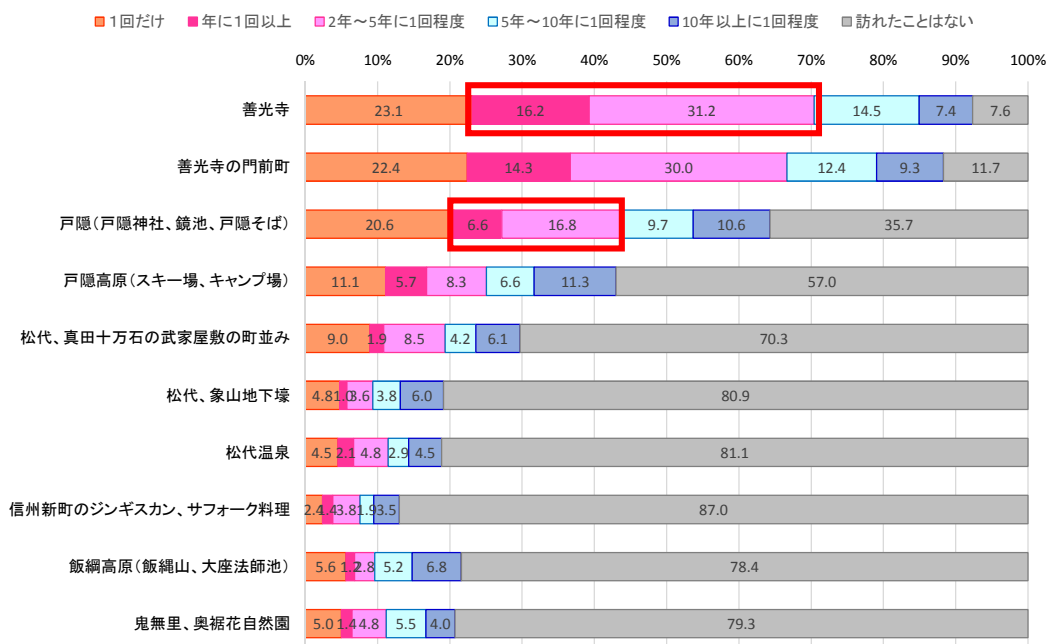
訪日外国人観光客の周遊状況は、広域に及んでいることがうかがえます。善光寺来訪者は、松代・戸隠に周遊するのではなく、湯田中温泉や松本市への移



動が顕著に見られます。

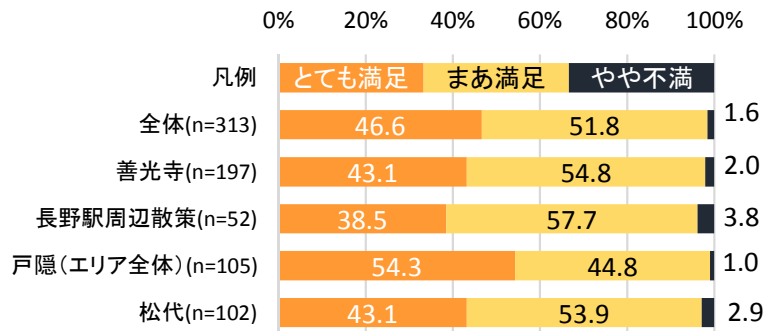
●観光地別の来訪回数（ギャップ調査）

善光寺は、5年に一度以上訪れている者が5割弱おり、定期的に来訪している者が非常に多いといえます。また、戸隠（戸隠神社、鏡池、戸隠そば）にも5年に一度以上訪れている者が約2割程度となっていますが、それ以外の観光地は定期的を訪れている者が少ない状況です。



●来訪者の満足度（来訪者調査）

戸隠エリアでは「とても満足」と回答する割合が「まあ満足」を上回っているが、全体及び善光寺、長野駅周辺散策、松代に関しては、「まあ満足」とする割合が最も多くなっており、来訪者が十分に満足した状態でないことがうかがえます。



●事業者連携に関する本市の課題（観光事業者調査）

観光事業者からは、地元のことや市内の他地域に関する情報が不足しているため、十分に紹介できないことが多いとの声があがっています。事業者同士の連携が弱く、その点も市内周遊を促進できていない要因の一つと考えられます。

観光の重要な要素である、魅力的な「食」が少ないとの指摘があり、その強化が必要です。飲食が弱いことから観光が地域経済の活性化に十分寄与していないとの指摘もあり、地域でお金が回る仕組みづくりが求められています。

3) 調査結果の総括

各種調査結果から、本市内を来訪している観光客は市外にも立ち寄っていることがわかります。特に、松本市、軽井沢町、小布施町などとのつながりが強いことがうかがえます。本市観光地としては、善光寺、戸隠という強いブランド力を持った有力な観光地があり、周遊の核となっていますが、それ以外の観光地がまだ立ち寄り地点としては弱い状況です。今後は、核となる観光地を踏まえつつ、松代をはじめとする市内各観光資源を育てていく必要があると考えられます。

なお、訪日外国人観光客ではゴールデンルートを中心に広域に周遊しており、県内では、松本市や湯田中温泉が立ち寄り地点として多い状況です。よって、広域連携による周遊ルート形成や誘客活動が必要であります。

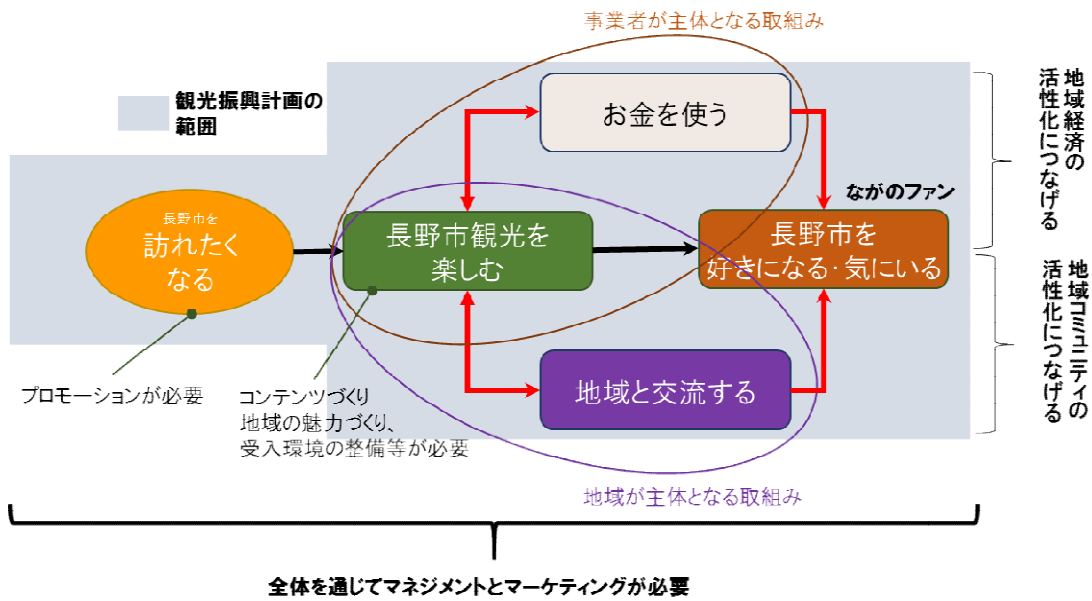
また、観光事業者からは、事業者間での連携不足が寄せられており、市内周遊促進に向けて事業者間で連携が図られるよう市としても支援する必要があります。事業者間の連携から生み出されるアイデアや事業に関しては積極的に支援する必要があります。

第3章 観光振興の考え方

第1節 観光振興の全体像と実現するために必要な機能

本計画では、「訪れたいくなる」⇒「長野市観光を楽しむ」⇔「お金を使う」、「地域と交流する」という一連のながれを通じて、「ながのファン＝長野市で観光することが好き」な観光客を生み出すことを目的にしています。そのイメージを観光客目線で示したものが以下の図です。

■観光客の視点から見た観光振興の全体像



つまり、本計画は「観光客が訪れたいくなる」プロモーションを展開し、地域の魅力づくりや、受入環境の整備を通じて「観光客が楽しめる状況をつくりだす」ことが範囲になります。また、これら取組みを効果的かつ効率的に行うためのマネジメント（戦略策定、仕組みづくりや進捗管理）やマーケティングの方針なども本計画に含まれます。

結果として本市での観光を何度も楽しみたいくなるファンを増加させます。以下に、上図に基づき観光を振興していくために関係者が担う機能を記載します。

■観光振興のために各関係者が担う機能

すべきこと	実施事項	実施主体
観光客に 長野市を訪れたいと思ってもらう	全市的なプロモーション	・ながの観光コンベンションビューロー
	個別地域のプロモーション	・各観光協会 ・ながの観光コンベンションビューロー
観光客に 長野市観光を楽しんでもらう	コンテンツづくり	・主体：観光関連事業者 ・支援：ながの観光コンベンションビューロー、各観光協会
	地域の魅力づくり	・主体：地域 ・支援：ながの観光コンベンションビューロー、各観光協会
	受入環境の整備	・全市：市、ながの観光コンベンションビューロー ・地域：市、各観光協会等
地域の観光が発展するように マネジメントする	戦略策定・仕組みづくり・進捗管理	・市、ながの観光コンベンションビューロー
	マーケティング活動	・市、ながの観光コンベンションビューロー、各観光協会

第2節 観光振興の進め方

観光を振興していくためには適切なマーケティング活動（プロモーション及び市場データの収集、それに基づく観光コンテンツの開発等）が必要です。それぞれを適切に実施するための方針を示します。

（1）マーケティングの考え方

プロモーションや市場把握、コンテンツ開発、受入環境の整備などの施策を有機的・一体的に実施することを本計画におけるマーケティングと定義します。

●マーケティングの定義

- ①対象となる市場を設定し、
- ②本市の地域資源を対象市場の消費者のニーズを満たすようにコンテンツ化を行い、
- ③対象市場に対して、そのコンテンツの適切なプロモーションを行い、
- ④対象市場の消費者が購入しやすい環境・状況をつくり出すこと

（2）プロモーションの実施方針

プロモーションは、誰に何を伝えるかを明確に設定した上で実施します。

また、例えば、高齢者や若年層が接するメディアがそれぞれ違うように、ターゲットごとにアクセスする広告媒体が違うため、ターゲットごとに適切なプロモーションの手法を選定し、実施します。

■プロモーションの対象とその目的・手法

対象	目的	内容	実施主体
観光に関心がある層	長野市での観光に対する明確なニーズがない層に対し、長野市を訪れたいくなるような情報を提供する	イメージプロモーション	・ながの観光コンベンションビューロー
長野市を訪れたい層	より具体的な長野市の楽しみ方を伝え、来訪への動機付けを行う	個別具体的なコンテンツのプロモーション	・観光関連事業者 ・各観光協会 ・ながの観光コンベンションビューロー
ながのファン	次回の来訪を促すため、新しいコンテンツや四季折々のコンテンツ等を伝える	個別具体的なコンテンツのプロモーション	・観光関連事業者

（3）対象市場のニーズの把握と関係者への情報提供

市やながの観光コンベンションビューローは、対象市場におけるニーズの把握は主に旅行代理店からの情報や各種統計、民間調査機関等の公表データ、観光客アンケート調査の結果から把握します。

把握した情報は、市やながの観光コンベンションビューロー、各地域の観光協会、その他関係者で共有するとともに観光関係事業者や地域からの要請に応じて情報提供します。

(4) コンテンツ開発支援の実施方針

コンテンツ開発は、誰にどのような価値を提供するかを、明確にターゲットを設定した上で実施します。なお、コンテンツ開発は、観光関連事業者や地域、各観光協会が中心に行い、市やながの観光コンベンションビューローはその支援を行います。

1) 主体的に取り組む観光関連事業者や地域を支援する

観光客が楽しむためのコンテンツは観光関連事業者や地域の努力、工夫により提供されるものです。よって、主体的に活動する観光関連事業者や地域の取組みを支援します。

2) 地域にメリットのある取組みを支援する

本計画に基づき実施する事業は、特定の観光関連事業者だけにメリットを提供するために行うものではなく、複数の観光関連事業者と地域が協力することで、地域経済や地域コミュニティの活性化に寄与します。

第3節 計画の目標と計画体系

(1) 本計画において目指すこと（計画の目標）

本計画の目標を以下に示します。

「ながのファン」を増やすことで、本市経済と、地域コミュニティの活性化を目指す

また、計画の総合的な成果を図る目標値として「観光による地域への経済波及額」を設定します。

● 計画の目標値：観光による地域への経済波及額 10%増（平成33年度）

基準値	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
1,255億7,628万円 (H27御開帳)	759億	773億	788億	803億	1,381億
744億1,522万円 (平常年)	353万円	9,183万円	8,014万円	6,844万円	3,391万円

▶ 算出方法：対面調査により市内での観光消費額を算出、H27年度の市内入込客数と、H22年度～H26年度の市内入込客数の平均値をそれぞれ用いて、H23長野県版産業連関表をもとに算出
H29年度～H32年度は平常年基準値をもとに毎年2%増、H33年度はH27年度から10%増にて算出

(2) 目標達成の方針

事業を実施するにあたり、現状や取り巻く環境から本市観光の強み、課題を明らかにし、これからの5年間で取り組む方向性を以下に示します。

● 観光客が楽しめるコンテンツの開発／地域資源の磨きあげ

・ 善光寺界限、戸隠、松代を重点地域とする

本市の代表的な観光地である、善光寺界限、戸隠、松代において重点的に施策を展開し、ながのファンの獲得を目指します。また、市内他地域の多様な観光資源を磨き上げ、それらと重点地域を組み合わせた周遊型観光コンテンツの開発を支援することで、市内周遊を促し、滞在時間の延長により、経済波及効果の増加につなげます。

・ 観光客の満足度を高めリピーターを確保

本市ならではの「食・お土産」「伝統文化、自然」に加え、「スポーツ」や「アート」といった新しい資源なども活用し、多様な観光コンテンツを生み出すことで何度でも訪れたいと考える「ながのファン」を増やします。

・ インバウンドの推進

現在本市に多数訪れている台湾、今後來訪者数の増加が期待されるタイを中心としたアセアン諸国、冬期間スキーに多数訪れているオーストラリア人などを対象とした誘客活動を進める他、Wi-Fi整備・案内表示等の多言語化対応など外国人観光客の受入環境整備を進めます。

なお、誘客活動や周遊コースの提案等は金沢市や松本市など広域連携によって進めていきます。

また、平昌、東京各オリンピック・パラリンピックに向けたホストタウンや事前合宿誘致をきっかけにその相手国を対象にプロモーションを展開します。

● 受入体制を充実させる

・ 観光事業者や観光関連団体との連携強化

地域の観光事業者が主体的に活動しやすい仕組みをつくり（アクションプランや観光コンテンツ開発支援）、観光客のニーズを捉えたモノやサービスの開発を促し、観光消費額の向上を目指します。このような仕組みを機能させるため、関係機関及び観光関連事業者同士の連携強化に取り組みます。これらの取組みを通じてDMO※の機能や設立の必要性等について研究します。

※ DMO：観光地域マーケティング・マネジメントの機能を持った、観光地経営の視点から地域づくりに取り組むとともに、多様な関係者との調整機能を備えた法人

・ おもてなし力の向上

ながのファンを増やすには、事業者や地域、市民誰もが観光客を快く迎え入れる「おもてなしの心」が欠かせません。事業者や地域、市民におもてなしの必要性を伝え、その意識の醸成に一層努めます。なお、市民は本市の魅力を発見し、市外に伝えていく役割も担っています。市民の地域に対する愛着の醸成も合わせて取り組んでいきます。

これらの取組みは、本計画期間中だけでなく、長期的に継続した取組みとして実践していきます。

- **本市の強みを活かすための方針**

- **広域連携の推進とハブ機能の強化**

金沢市などの北陸新幹線沿線自治体や、集客プロモーションパートナー都市※、松本市などの周辺自治体、連携中枢都市圏自治体、妙高戸隠連山国立公園連絡協議会等との広域連携により広域周遊ルート等の提案をすることで効果的なプロモーションを展開します。また本市が、滞在しながら周辺観光地へ周遊できる観光の拠点であることを発信するとともに、滞在している観光客の市内周遊を促進します。

※ 集客プロモーションパートナー都市：テーマにより相互交流を目的に協定を締結（上越市、金沢市、甲府市、静岡市、富山市、福井市）

- **特色あるコンベンションの誘致促進**

国内外のコンベンションやスポーツ大会、文化芸術イベント等の積極的な誘致を進め、あわせて観光誘客につなげます。

加えて、東京オリンピック・パラリンピックについては大会前に開催される国際競技連盟の総会にあわせたエクスカージョンの誘致についても進めます。

（3）計画体系

本計画の構成は、「基本戦略」としての政策体系と「重点戦略」としてのアクションプランの二本柱で構成します。

政策体系は第2期計画と同様、ここ5年間で実施する観光振興にかかる基本的な事業を目的別に体系的に取りまとめたものです。市、ながの観光コンベンションビューローが中心となり、関係団体等と連携して事業を実施していきます。

アクションプランは、集客力の大きい「長野市ならではの」観光コンテンツを開発するために、複数の関係者が協力し、一体となって取り組むプロジェクトです。観光関連事業者や地域が主体となって、詳細を設計し、事業を実施していきます。

基本戦略：政策体系

計画期間中に取り組む基本的な施策を体系的にまとめたものです。

重点戦略：アクションプラン

関係者が一体となって重点的に取り組むプロジェクトを中心に記載します。

各政策及びアクションプランを下表に示します。

政策体系	
1	観光地域づくりの実践
2	広域連携とハブ機能の強化
3	地域資源に根ざしたインバウンドの推進
4	特色あるコンベンションの誘致促進
5	計画の効果的な実行

アクションプラン	
1	善光寺・中心市街地まち歩き観光推進プロジェクト
2	上質な魅力を活かした、戸隠宿泊型観光促進プロジェクト
3	歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる松代観光地域づくりプロジェクト
4	日本の原風景を満喫する、中山間地域の魅力発掘・コンテンツ開発プロジェクト

(4) 各政策に対する事業効果の測定

本計画では、各政策にて実施される事業の効果測定のためにK P Iを設定します。

● 市内観光資源の認知度：戸隠：10ポイント増、松代30%増（平成33年度）

／政策「1 観光地域づくりの実践」

資源名	基準値 (H27)	H31	H33
善光寺	94.5%	←	←
戸隠	79.3%	85.0%	90.0%
松代	50.6%	70.0%	80.0%

➤ 善光寺に関してはすでに100%に近い認知度を得ていることから、この認知度を維持していくことを目標とする

出典：長野市

● 観光入込客数：5%増（平成33年度）

／政策「1 観光地域づくりの実践」、政策「2 広域連携とハブ機能の強化」

種別	基準値	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度
全市	17,008,400人 (H27御開帳) 10,018,260人 (平常年)	10,118,443人	10,218,625人	10,321,823人	10,418,990人	17,858,820人
善光寺	12,288,800人 (H27御開帳) 6,235,480人 (平常年)	6,297,835人	6,360,190人	6,422,544人	6,484,899人	12,903,240人
戸隠	1,613,000人	1,629,130人	1,645,260人	1,661,390人	1,677,520人	1,693,650人
松代	776,000人	783,760人	791,598人	799,514人	807,509人	814,800人

➤ 算出方法：平常年はH22年度～H26年度の平均値を使用。H29年度～H32年度は平常年基準値をもとに毎年1%増、H33年度はH27年度から5%増にて算出

出典：長野市

- 市内宿泊客数：10%増、外国人 20%増（平成 33 年度※平成 32 年の外国人宿泊客数は 30%増）

／政策「1 観光地域づくりの実践」、政策「3 地域資源に根ざしたインバウンドの推進」

種別	基準値 (H27)	H29	H30	H31	H32	H33
総宿泊客数						
外国人宿泊客数						

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

- コンベンション等参加者数：5%増（平成 33 年度）

／政策「4 特色あるコンベンションの誘致促進」

基準値 (H27)	H33
115,537 人	120,000 人

出典：ながの観光コンベンションビューロー

- 一人あたり観光消費額：10%増（平成 33 年度）／全政策の各事業

種別	基準値 (H27 年度)	H29	H30	H31	H32	H33
観光客全体	13,017 円	13,277 円	13,538 円	13,798 円	14,058 円	14,319 円
宿泊客	21,266 円	21,691 円	22,117 円	22,542 円	22,967 円	23,393 円
日帰り客	7,658 円	7,811 円	7,964 円	8,117 円	8,271 円	8,424 円

➤ 算出方法：毎年 2%増にて算出

出典：長野市

● 満足度：「とても満足」10ポイント増（平成33年度）／全政策の各事業

地域	とても満足	基準値（H27）		H33
		（まあ満足）	（計）	
総合満足度	46.6%	(51.8%)	(98.4%)	57.0%
善光寺	43.1%	(54.8%)	(97.9%)	53.0%
戸隠	54.3%	(44.8%)	(99.1%)	65.0%
松代	43.1%	(53.9%)	(97.0%)	53.0%

➤ H33の目標値は、基準値の内、「とても満足」の満足度を10%増とする。

出典：長野市

● リピート率（市外在住者で3回以上来訪経験を持つ者）：10ポイント増（平成33年度）
／全政策の各事業

基準値 （H27）	H33
56.0%	66.0%

出典：長野市

第4節 計画のマネジメント

(1) 計画の実施体制

計画の実効性を高めるためには、策定後確実にそして効果的、効率的に事業を実施していくことが求められます。そこで本計画では、関連団体との連携はもとより、観光振興課が中心となり、庁内関係各課と積極的に連携を行い、事業を実施します。

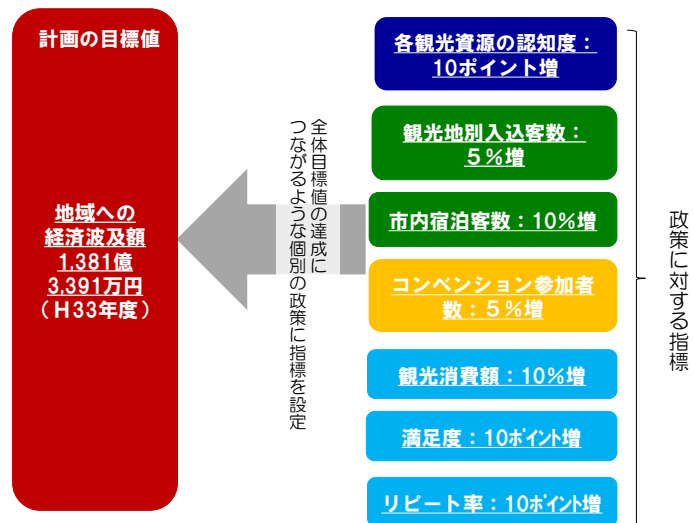
(2) 計画の進捗管理

本計画では、先に設定した指標の達成状況を毎年度把握し、進捗及び事業の実施方法等を改善します。中間年においては計画を総合的に評価・検証し、事業継続の判断や、実施方法の改善等を行います。

(3) 指標把握の方法

各種指標の把握方法等を下表に取りまとめます。

■目標管理のイメージ



指標名	把握するために用いるデータ・手法	備考
経済波及額	対面調査（観光消費額の把握） 県産業連関表（平成23年版）	対面調査は「善光寺」「戸隠」「松代」の3地点、春夏秋冬で、毎年実施
認知度	魅力度・認知度調査	中間年において実施
入込客数	長野市調査	
宿泊客数	観光庁「宿泊旅行統計調査」	
コンベンション等参加人数	ながの観光コンベンションビューローが誘致・支援した年間参加者数	
一人あたり観光消費額	対面調査における観光消費額より算出	
満足度	対面調査における「とても満足」と回答した割合（項目：とても満足、まあ満足、やや不満、とても不満）	対面調査において把握
リピート率	対面調査における「市内来訪回数3回以上」回答した者の割合	対面調査において把握

第4章 政策体系

第1節 政策・事業体系

本計画期間である5年間で市やながの観光コンベンションビューローが中心となって取り組む基本的な施策を、5つの政策の柱に則って体系としてまとめています。これらの事業実施は、庁内関係課及び関係機関と積極的に連携して実施します。

総合計画 施策	政策	施策	事業
施策1 豊富な観光資源等を活かした観光交流促進	1 観光地域づくりの実践	1-1 観光情報の効果的な発信	1-1-1 共通のコンセプトに基づく観光情報の発信
			1-1-2 ターゲットに向けた効果的な情報発信
		1-2 地域資源の磨き上げによる魅力向上支援	1-2-1 「長野市ならではの」の食事やお土産(飲食物)の開発支援
			1-2-2 市内滞在時間延長のための善光寺界限、戸隠、松代を起点とした周遊コンテンツの開発
			1-2-3 スポーツやアート、文化財などを切り口としたコンテンツ開発
			1-2-4 未活用の地域資源を活かした新しいコンテンツ開発支援
		1-3 観光都市を実現するための人材育成・体制整備	1-3-1 観光リーダー育成支援
			1-3-2 観光関連事業者間連携・受入体制構築支援
			1-3-3 おもてなし意識の醸成
	2 広域連携とハブ機能の強化	2-1 広域連携による誘客活動の推進	2-1-1 広域周遊観光促進のためのプロモーション・コンテンツ開発
		2-1-2 ハブ機能強化に向けた長野駅観光情報センターの強化検討	
施策2 インバウンドの推進	3 地域資源に根ざしたインバウンドの推進	3-1 インバウンド推進のためのプロモーション・コンテンツ開発	3-1-1 ターゲット市場への情報発信力の強化
			3-1-2 外国人観光客が楽しめる観光コンテンツ開発
			3-1-3 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーションの実施
		3-2 外国人観光客受入環境整備	3-2-1 主要観光地・主要施設、主要観光コンテンツの多言語化促進
			3-2-2 主要観光地におけるWi-Fi環境整備の検討
		3-3 インバウンド対応人材の育成	3-3-1 外国人観光客受入意識の向上
	3-3-2 インバウンド専門人材育成支援		
	施策3 誘致コンベンションの推進	4 特色あるコンベンションの誘致促進	4-1 コンベンション誘致強化
4-1-2 コンベンション等参加者への観光情報の発信			
4-2 フィルムコミッション強化と観光への活用		4-2-1 ドラマや映画の舞台となるような作品の誘致	
		4-2-2 これまで撮影されたドラマや映画情報のPR	
5 計画の効果的な実行	5-1 関連情報収集、施策評価の実施	5-1-1 統計情報の定期的収集とそれに基づく事業評価	
		5-1-2 定期的な事業の見直し	
	5-2 庁内関係機関との連絡調整・事業コーディネート	5-2-1 関係課と連携した事業実施に係る進捗共有	

第2節 事業の展開

政策1 観光地域づくりの実践

観光客に「ながのファン」になってもらうには、観光客が本市ならではの観光コンテンツが多数あり、それらを観光客に適切に伝えるとともに、存分に楽しむことができる環境が必要です。

このような状況をつくり出すためには、地域が「地域の良さ」を日々磨いていく、大切に守っていくことが何よりも重要です。そしてまた、その地域に暮らしている市民が快適に豊かに暮らし続けていけることが必要不可欠です。

このように観光振興と地域づくりとは一体的に実施していくことが求められます。本計画では、観光客が楽しめ、暮らしている市民が豊かになる観光地域づくりを実践します。

施策1-1 観光情報の効果的な発信

現状、本市の観光情報の発信はながの観光コンベンションビューローをはじめ各地域の観光協会や事業者等が個別に実施しており、長野市として情報発信が統一されていないという課題があります。

そこで「プロモーションの実施方針」で示したように、情報発信を行う関係者の役割を明確することで、その体制を構築し、誰に何を伝えるかを常に意識したプロモーションを実施します。

事業1-1-1 共通のコンセプトに基づく観光情報の発信

事業概要	
情報発信に係る共通コンセプトを設定し、それに基づいた効果的な情報発信を実施する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none">・全市共通のコンセプトの設定・パンフレット、サイト等媒体作成のルールを設定	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー、 各観光協会

事業 1-1-2 ターゲットに向けた効果的な情報発信

事業概要	
特に来訪して欲しいターゲットを明確にし、そのターゲットの興味や関心を引くために、魅力的な観光情報を取りまとめるとともに、ターゲットに効果的に届く媒体を選定して発信する。	
主な取組み内容	主な実施主体
・観光コンテンツ等にあわせた重点ターゲットの設定及び、魅力的な観光情報の取りまとめ、ターゲットに届く媒体の選定	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー、 各観光協会

施策 1-2 地域資源の磨き上げによる魅力向上支援

市内には善光寺や戸隠、松代など集客の拠点となる有力な観光地が複数あります。これら観光地に訪れた観光客を市内の他地域への周遊を促進するため、まだ光のあてられていない地域資源を発見し、観光コンテンツとして磨き上げます。ただし、やみくもに地域資源を観光コンテンツとして磨き上げるのではなく、本市の課題の克服や市場ニーズ等からテーマを設定して進めます。

事業 1-2-1 「長野市ならではの」の食事やお土産（飲食物）の開発支援

事業概要	
本市観光の課題でもある食の強化を図るために、地域に根付いている資源や文化等を活用し、「長野市ならではの」の食事メニューやお土産の開発を支援する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・郷土食や伝統を活かした食やお土産の開発支援（西山大豆、鬼無里乾燥野菜等） ・首都圏等でのフードプロモーションによる特選素材（野菜・果物や発酵食品）のPR ・宿泊施設や飲食店等における地元食材を使用した食事メニューの提供 	観光振興課、産業政策課、 農業政策課、企画課、 ながの観光コンベンションビューロー、 各観光協会

事業 1-2-2 市内滞在時間延長のための善光寺界限、戸隠、松代を起点とした周遊促進コンテンツの開発

事業概要	
観光客の市内滞在時間延長するため、善光寺界限、戸隠、松代を起点とし、周辺エリアへの周遊を促すためのコンテンツ開発等を行う。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・善光寺界限、戸隠、松代と他の観光資源をつなぐコンセプト、観光コンテンツの開発 ・開発したコンテンツのプロモーション ・善光寺～城山公園～信濃美術館の周遊促進 	観光振興課、産業政策課、文化財課、環境政策課、公園緑地課 ながの観光コンベンションビューロー、各観光協会

事業 1-2-3 スポーツやアート、文化財などを切り口としたコンテンツ開発

事業概要	
スポーツやアート、文化財など、新しい資源を活用し、既存施設等も有効活用する観光コンテンツ開発に取り組む。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツやアートを活用したアクティビティ、体験メニュー等の開発（トレッキングやロードバイク（自転車）、街角アート&ミュージック、表参道芸術音楽祭等の活用） ・芸術館等の既存施設や文化財の観光への有効活用 ・戸隠スキー場、飯綱高原スキー場の有効活用 ・戸隠、飯綱エリアのグリーンシーズンの誘客強化に向けた、キャンプ場や遊歩道、トレッキングコース、アクティビティ施設等の整備・充実 ・産業観光（工場見学等）の推進 	観光振興課、スポーツ課、文化芸術課、文化財課、産業政策課、各観光協会

事業 1-2-4 未活用の地域資源を活かした新しいコンテンツ開発支援

事業概要	
ポテンシャルはあるが観光資源として十分に活用されていない地域資源の発掘と観光コンテンツ化の支援を行い、他の観光コンテンツと組み合わせることにより市内周遊を促す。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源の発掘、観光コンテンツ化のための支援体制の構築 	観光振興課、ながの観光コンベンションビューロー

施策 1-3 観光都市を実現するための人材育成・体制整備

ながのファンを生み出すためには、絶えず新しい観光コンテンツが開発されることや常に心地よい質の高いサービスが提供される必要ことが求められます。これらコンテンツ開発やサービス提供の主体は観光関連事業者です。そこで、観光関連事業者が行う人材育成を支援します。

また、同時に観光客が快適に観光できる体制づくりも必要といえます。観光関連事業者が連携し、質の高い観光コンテンツを提供しながら、さらには観光客におもてなしできるような体制づくりを支援します。

なお、市民が地域の良さに気づき、それを発信し、訪れた観光客を暖かく迎えることも、ながのファンを生み出すためには欠かせません。そこで地域教育の促進や市民のおもてなしの心の醸成に努めます。

事業 1-3-1 観光リーダー育成支援

事業概要	
観光コンテンツ開発や質の高いサービス提供ができる人材を「観光リーダー」とし、その育成に取り組むことで、市全体の観光産業のレベルアップを実現する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> 各観光地のリーダーを対象とした研修会の実施 観光リーダーとの情報共有、意見交換会の開催 	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

事業 1-3-2 観光関連事業者間連携・受入体制構築支援

事業概要	
観光に関連する幅広い事業者間の連携を促進することで、新しい観光コンテンツ開発や観光客が求める情報を、各観光関連事業者が提供できる基盤を構築する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> 多様な事業者（農業者、食品加工、宿泊、交通事業者など）間での連携促進のための情報共有、意見交換会を開催 長野駅から市内各観光地への公共交通利用促進に向けた案内マップや、案内表示等の滞在環境整備 DMOの機能や設立の必要性について研究 	観光振興課、交通政策課、 ながの観光コンベンションビューロー、 各観光協会

事業 1-3-3 おもてなし意識の醸成

事業概要	
観光関連事業者や市民を対象にし、観光振興の方向性の共有やおもてなし意識醸成に取り組む。	
主な取り組み内容	主な実施主体
・観光振興の重要性やおもてなし意識を醸成するセミナー・講演会等を開催	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

政策2 広域連携とハブ機能の強化

本市は、県内、北信越等の観光拠点として、重要な機能を担っています。北陸新幹線延伸により、首都圏だけでなく、関西圏とのアクセス性も向上しており、ますます本市の果たす役割に期待が高まっています。

また、本市は自家用車でのアクセスも良く、観光客は広域に周遊している状況です。そこで、関係自治体（松本市等の県内他市町村や金沢市等の集客プロモーションパートナー都市、北陸新幹線沿線都市など）との連携を図り、プロモーションやコンテンツ開発に取り組んでいきます。

施策2-1 広域連携による誘客活動の推進

本市を起点とした広域周遊観光を促すため、関係自治体と連携し、広域周遊観光コンテンツの開発や広域プロモーションに取り組みます。

事業2-1-1 広域周遊観光促進のためのプロモーション・コンテンツ開発

事業概要	
関係自治体と連携し、山岳観光やウインタースポーツなど、テーマに基づいた広域周遊観光コンテンツの開発やプロモーションを実施する。プロモーションの実施に当たっては、重点ターゲットや効果的な媒体を設定し、観光事業者とも情報共有を図り戦略的に実施する。	
主な取り組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・テーマや重点ターゲットの設定と周遊観光コンテンツの開発やプロモーションの実施 ・新たな集客プロモーションパートナー都市協定締結先自治体の検討 ・松本空港、富山空港等を活用したプロモーションの実施 ・北陸方面や関西方面へのプロモーションの実施 	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

事業2-1-2 ハブ機能強化に向けた長野市観光情報センターの強化検討

事業概要	
本市を拠点に市外、県外へ周遊する観光スタイルを確立するために、長野市観光情報センターに広域エリア全体のコンシェルジュと位置付け、その機能強化の検討を行う。	
主な取り組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・ツアーデスク化を見据えた機能強化(着地型ツアーの販売・予約等)の検討 	ながの観光コンベンションビューロー

政策3 地域資源に根ざしたインバウンドの推進

インバウンド市場は、今後も大きく成長するといわれています。この拡大する市場に対応するため、必要な対策を実施することが大変重要といえます。

そこで、外国人観光客が楽しめる市内観光コンテンツの開発及び受入環境の整備に加え、本市を拠点とした広域観光コンテンツの開発を関係自治体（松本市等の県内他市町村や金沢市等の集客プロモーションパートナー都市、北陸新幹線沿線都市など）と連携して行います。なお、観光コンテンツの開発は重点ターゲットを設定の上、取り組みます。

また、平昌、東京の各オリンピック・パラリンピックに向けたホストタウンや事前合宿誘致をきっかけに、その相手国を対象にプロモーションを展開します。

施策3-1 インバウンド推進のためのプロモーション・コンテンツ開発

外国人観光客の誘客につながる戦略的情報発信を関係自治体と連携し、実施します。あわせて重点ターゲットの嗜好性・ニーズを踏まえた外国人観光客向け観光コンテンツを開発します。

事業3-1-1 ターゲット市場への情報発信力の強化

事業概要	
ターゲットとなる外国人観光客が楽しめる観光コンテンツを厳選し、それらがターゲットに的確に伝わるように適切な媒体を選定し、プロモーションを実施する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none">重点ターゲットの設定及びターゲットに訴求する市内観光コンテンツの厳選外国人観光客の動向にあわせた適切な媒体の選定及びプロモーションの実施平昌、東京各オリンピック・パラリンピックのホストタウンや事前合宿誘致先の相手国を対象にプロモーションを展開します。	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

事業 3-1-2 外国人観光客が楽しめる観光コンテンツ開発

事業概要	
重点ターゲットとなる外国人観光客にとって魅力的な資源を組み合わせたコンテンツ開発に取り組む。開発にあたっては、ニーズに対応できるよう「外国人目線」を取り入れる。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> 重点ターゲットの設定 重点ターゲット国の外国人による地域資源の発掘、点検を行うモニターツアーの実施 市内外観光資源を活用した周遊ルートの開発 	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

事業 3-1-3 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーションの実施

事業概要	
関係自治体と連携し、重点ターゲット向けの広域周遊の観光コンテンツの開発及びプロモーションを実施する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> 金沢市との連携による北陸新幹線を活用した周遊ルートの開発、プロモーションの実施 関係自治体と連携した広域エリアでのプロモーション（ファムトリップ、セールス活動等）の実施 	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

施策 3-2 外国人観光客受入環境整備

外国人観光客が快適に滞在できるための環境整備を進めます。受入環境の整備は優先順位付けを行い、重要度の高いものや他の施策と関連の高いものから実施します。

事業 3-2-1 主要観光地・主要施設、主要観光コンテンツの多言語化促進

事業概要	
訪日外国人観光客がスムーズに観光できるように、主要観光地や主要観光施設等の多言語化を行う。また、本計画に基づき開発する観光コンテンツに関しても多言語化を行う。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> 主要観光地の案内表示等の多言語化 開発した観光コンテンツを楽しむための多言語パンフレットの作成等 	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

事業 3-2-2 主要観光地におけるW i - F i 環境整備の検討

事業概要	
主要観光地においてW i - F i 環境の整備を検討し、利用状況や利用者情報等の分析により今後の整備計画を検討する。	
主な取組み内容	主な実施主体
・主要観光地におけるW i - F i 環境整備の検討、データ収集、効果検証	観光振興課

施策 3-3 インバンド対応人材の育成

外国人観光客の増加に対応できる観光関連事業者を育成することが必要になります。

外国人観光客を受け入れることに積極的な観光関連事業者を増やし、事業者独自の観光コンテンツやサービス開発を行える人材の育成を目指します。

事業 3-3-1 外国人観光客受入意識の向上

事業概要	
外国人観光客を受け入れるメリットや受け入れるにあたり最低限行うべきことなどを観光関連事業者に伝えることで、インバウンドに取り組む事業者を増加させる。	
主な取組み内容	主な実施主体
・インバウンド対応セミナー等の開催 ・観光関連事業者が行う受入環境整備への支援（メニュー等の多言語化支援）	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

事業 3-3-2 インバウンド専門人材育成支援

事業概要	
外国人観光客向けの観光コンテンツやサービスを開発できる人材を育成し、インバウンドの促進を目指す。	
主な取組み内容	主な実施主体
・事業者を対象とした外国人観光客向けコンテンツ開発セミナー等の実施	観光振興課、 ながの観光コンベンションビューロー

政策4 特色あるコンベンションの誘致促進

市内には長野オリンピック開催を機に、スポーツやコンサート等を行う施設が充実しています。長野市芸術館をはじめとした文化・芸術施設も含め、これら施設を活用したコンベンション誘致を行っています。今後は、これまでの取組みを継続するとともに、スポーツやアートなどに関連するコンベンション誘致についても積極的に進めます。加えて、東京オリンピック・パラリンピック大会前に開催される国際競技連盟の総会にあわせたエクスカージョンの誘致についても進めます。

また、コンベンション参加者が、市内観光につながるような取組みも実施していきます。

施策4-1 コンベンション誘致強化

本市の強みを活かしたコンベンション誘客とともに、参加者に対しての市内観光、滞在を促進するよう情報発信を強化します。

事業4-1-1 スポーツ・アートなどに関連するコンベンション等の誘致活動

事業概要	
スポーツやアートなどのテーマに即したコンベンション等の誘致を実施する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none">・スポーツやアートに関連するコンベンションの誘致活動の実施・オリンピック開催都市としての知名度を活用した誘客活動展開・東京オリンピック・パラリンピックに係る国際競技連盟関係者を対象としたエクスカージョンの誘致・県、近隣都市と連携した誘客体制の強化	ながの観光コンベンションビューロー、スポーツ課

事業 4-1-2 コンベンション等参加者への観光情報の発信

事業概要	
コンベンション等で市内を訪れた参加者に対して市内観光に関する情報提供を行い、滞在時間の延長や観光消費額の増加を目指す。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンション主催者等への市内観光プラン、滞在コンテンツの情報提供 ・コンベンション開催にあわせた中心商店街でのイベント企画、実施（権バル等既存企画含む） 	ながの観光コンベンションビューロー

施策 4-2 フィルムコミッションの強化と観光への活用

本市を舞台とする原作小説や漫画の発掘や、撮影地として選ばれるようドラマや映画等関係者へのPRを図り、広く本市への関心を高める取組みを行うとともに映画等の舞台を訪れる観光客の増加を図ります。

事業 4-2-1 ドラマや映画の舞台となるような作品の誘致

事業概要	
映画やドラマ等の撮影地としてのPRや、アクセスを活かした撮影誘致を強化する。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・本市が舞台となる作品情報の収集、映像化PR ・撮影地マップの作成、PR ・ドラマ、映画等の撮影誘致 	ながの観光コンベンションビューロー

事業 4-2-2 これまで撮影されたドラマや映画情報のPR

事業概要	
ドラマや映画の舞台となった市内地域を訪れる観光客を増加させるため、これまで撮影された作品の情報を収集し、PRを行う。	
主な取組み内容	主な実施主体
<ul style="list-style-type: none"> ・本市が舞台となった作品情報の収集及びロケ地マップの作成等PR用ツールの作成 	ながの観光コンベンションビューロー

政策5 計画の効果的な実行

計画を着実に実行し、事業の効果を最大限とするためには、定期的に取り組み状況を把握し、改善を図っていく必要があることから、事業の進捗管理を強化します。また関係者との情報共有を定期的に行い、事業が確実に実施される状況を整えます。

施策5-1 関連情報収集、施策評価の実施

計画を適切に評価するために、指標の定期的な収集、事業評価を行います。またそれらをもとに事業の実施効果を点検し、改善を図っていきます。

事業5-1-1 統計情報の定期的収集とそれに基づく事業評価

事業概要	
指標として設定したデータを適切、定期的に収集し、計画や事業評価に活用する。	
主な取組み内容	主な実施主体
・指標データの収集 ・定期的な事業評価の実施	観光振興課

事業5-1-2 定期的な事業の見直し

事業概要	
事業評価に基づき、定期的に指標数値、事業等を見直し、改善を図る。	
主な取組み内容	主な実施主体
・取り組み内容の改善、一層の強化	観光振興課

施策5-2 庁内関係機関との連絡調整・事業コーディネート

観光振興課以外にも庁内他課や観光事業者など多岐にわたる主体と計画を推進するために、関係者との情報共有や事業効果検証、見直しを適切に行います。

事業5-2-1 関係者と連携した事業実施に係る進捗共有

事業概要	
庁内関係課や観光事業者との事業進捗状況を適宜情報共有し、一層の事業実施推進に向けて意識を共有する。	
主な取組み内容	主な実施主体
・関係課、観光事業者との情報共有、意見交換の実施	観光振興課

第5章 アクションプラン

第1節 アクションプランの概要

(1) アクションプランの目的

アクションプランは、観光客が楽しむことができる具体的なコンテンツを生み出し、ながのファンを創出するためのプロジェクトです。観光関連事業者や地域が中心となり、関係する複数の者が、アクションプランに示される同じ目標に向かって取り組むことで、本計画に実効性を持たせます。

アクションプランは、計画策定時に組織した市民ワークショップ及び庁内検討チームにおいて、地域の現状や課題を踏まえた上で検討し、取りまとめました。

善光寺界限、戸隠、松代の重点地域に中山間地域を加えた各アクションプランにより、観光資源を磨き上げ、重点地域と中山地域等の資源を組み合わせた周遊型観光コンテンツの開発を支援することで、市内周遊を促します。

(2) アクションプランの仕組み

アクションプランは、本計画において重点地域に設定している善光寺界限、戸隠、松代に加え、未活用の資源が豊富な中山間地域において立案・実施します。

本計画に示すアクションプランでは、それぞれの地域で「実施すべきテーマ・目的・方針」を記載します。具体的な実施内容や実施者及び予算については、アクションプランを実施する各地域の観光関連事業者等が検討を行います。市は、検討結果を精査し、予算化に努めることでプランの実施を担保します。

(3) アクションプランの検討・実施の考え方

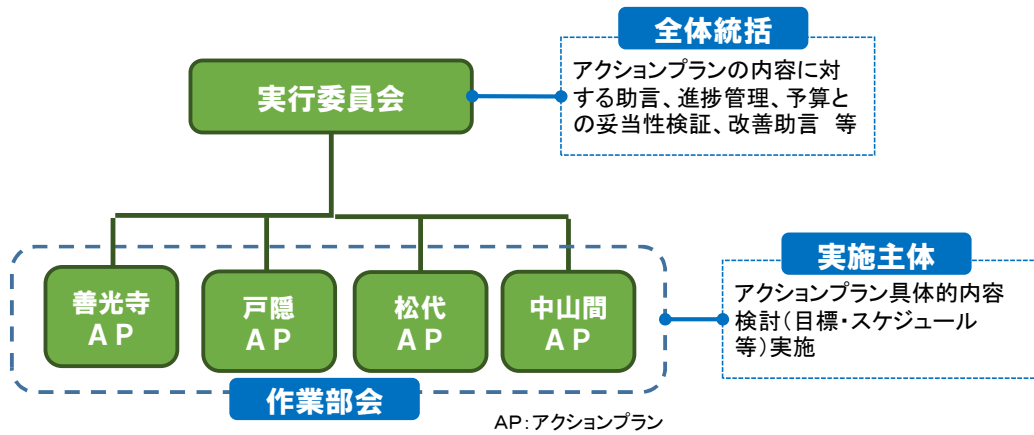
1) 検討・実施体制

アクションプランの検討は「実行委員会」と「作業部会」の2部体制とします。実行委員会は、市、ながの観光コンベンションビューロー及び関係団体等で構成し、アクションプランの内容への助言・精査、進捗管理・目標達成状況のチェックなどを担います。

作業部会は各アクションプランの実施内容を検討し、実施する主体です。作業部会には、実行委員会が認めた者であれば誰でも参加することを可能とします。特にその地域でアクションプランが実施するテーマに賛同した事業者を中心とした、地域の観光関連事業者や地域団体などを想定しています。また、市内周遊促進や誘客といった共通するテーマについては、作業部会間で連携してコンテンツ開発等に取り組んでいきます。

なお、アクションプランの検討・実施に関する詳細な取り決めは別途定めます。

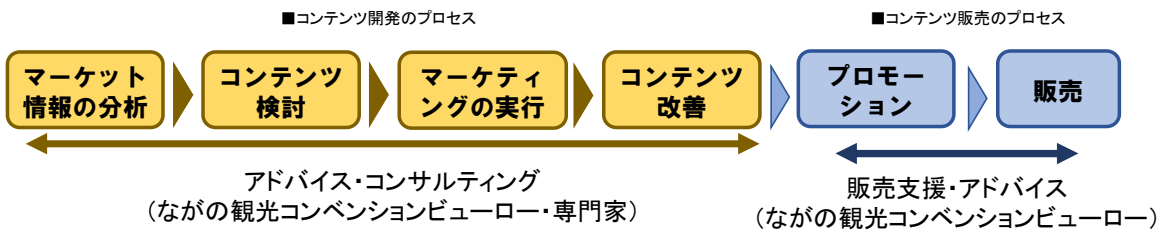
■ 検討・実施体制のイメージ



2) アクションプラン検討の進め方

アクションプランの内容を具体化、実施していく大まかなプロセスと各プロセスにて実施する内容を以下に示します。

■ アクションプラン検討の流れ



■ 各プロセスの取組みの実施内容

	プロセス	取組み内容
コンテンツ開発	マーケット情報の分析	現在の市場の潮流や観光トレンド等についての的確な情報分析を行う
	コンテンツ検討	アクションプランを通じて地域が目指すこと及びマーケットの状況から、地域で実施するコンテンツについて検討する
	マーケティングの実行	ターゲット(市場や想定する観光客像)を設定し、検討したコンテンツの見直しを行い、市場での実験的販売(テスト・マーケティング)を行う
	コンテンツ改善	テスト・マーケティングを通して得られた情報をもとに、検討したコンテンツの内容や提供体制等の改善を行う
コンテンツ販売	プロモーション	改善したコンテンツを本格的に市場に周知するために、PRを実施する
	販売	実際にコンテンツを提供する なおコンテンツ販売で得られる市場や観光客の反応等から継続的に、繰り返しコンテンツの見直しを図っていく

作業部会において実施するアクションプランの検討には、ながの観光コンベンションビューロー、専門家が参画し実施を支援していきます。それぞれの役割を以下に示します。

- **ながの観光コンベンションビューロー：**
各部会のコンテンツ検討・マーケティング等へのアドバイス、進捗管理・マネジメント支援
- **専門家：**
観光やマーケティングに関する専門的知見から、コンテンツ内容やプロモーション・販売活動へのコンサルティング

(4) 実施するアクションプランとその実施方針

本計画に基づき実施するアクションプランとその実施方針を以下に示します。

■ アクションプラン一覧

	プラン名	実施により目指すこと	想定される実施主体
1	善光寺・中心市街地まち歩き観光推進プロジェクト	まち歩きを楽しめるコンテンツ開発により、善光寺周辺の滞在時間延長	善光寺周辺の商店・飲食店などの事業者
2	上質な魅力を活かした、戸隠宿泊型観光促進プロジェクト	日帰りではなく宿泊客の増加により、ゆったりとした滞在型観光地としての認知向上	観光協会／飲食店・宿泊事業者／観光施設など
3	歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる松代観光地域づくりプロジェクト	松代地域固有の歴史や文化を体験できるコンテンツの充実による地域の観光消費額の増加	松代観光推進機構／周辺商店・飲食店などの事業者
4	日本の原風景を満喫する、中山間地域の魅力発掘・コンテンツ開発プロジェクト	中山間地域の自然を活用したアクティビティや田舎暮らしを味わってもらうことによる、観光客数の増加	観光協会／事業者／支所／住民自治協議会

(5) アクションプランの進め方

各アクションプランは平成 29 年度に作業部会を立ち上げます。中山間 AP については、希望する地域を募り、その上で部会を形成します。

作業部会で実施内容を検討した後、それらの実証と修正を実際に繰り返しながら、アクションプランに示される成果指標の達成を目指します。

以下にアクションプランの推進スケジュールを示します。なお、スケジュールは目安でありコンテンツの開発が済み次第、販売、改善、新しいコンテンツの開発等をスピーディーに進めていきます。

■ アクションプラン推進スケジュール

アクションプラン	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度
善光寺AP	作業部会 立ち上げ★	マーケット情報分析・ コンテンツ検討	マーケティングの実行・ コンテンツ改善	アクションプランの実行 (プロモーション・販売)	
戸隠AP	作業部会 立ち上げ★	マーケット情報分析・ コンテンツ検討	マーケティングの実行・ コンテンツ改善	アクションプランの実行 (プロモーション・販売)	
松代AP	作業部会 立ち上げ★	マーケット情報分析・ コンテンツ検討	マーケティングの実行・ コンテンツ改善	アクションプランの実行 (プロモーション・販売)	
中山間AP	作業部会立ち上げ★		体制づくり・コンテンツ検討	マーケティングの実行・ コンテンツ改善	アクションプランの実行 (プロモーション・販売)
計画期間内の 主な予定	信州 destinations キャンペーン	アフター destinations キャンペーン	平昌オリンピック・パラ リンピック	東京オリンピック・パラ リンピック	善光寺御開帳 戸隠神社式年大祭

※上記実施時期は作業部会立ち上げ以外、あくまでも目安であり、コンテンツの検討、開発ができ次第スケジュールを前倒して「アクションプランの実行」を実施します。

第2節 各アクションプランの詳細

●アクションプラン1

善光寺・中心市街地まち歩き観光推進プロジェクト

プロジェクトの背景と目的

●目指すもの

善光寺界限及びまち歩きを楽しんでもらうことで、周遊を促し、中心市街地が活性化（賑わい創出、観光消費の増加等）すること。

●プロジェクト概要

善光寺及び中心市街地における滞在時間延長に向けたまち歩きルートの開発、既存のルートやプランの磨き上げ、情報発信及び販売手法の統一化を図る。

●誰が取り組むべき課題か

善光寺界限及び中心市街地の事業者、商工関係団体
観光振興課、産業政策課、企画課等
ながの観光コンベンションビューロー

現状と成果

●現状

- ・善光寺界限における滞在時間が約1時間36分と短い（市全体2時間10分）
- ・善光寺を訪れた観光客がまちなかを周遊していない（事業者の声、その他調査結果等から類推）
- ・事業者からは事業者間だと連携することで、もっとまち歩きを楽しんでもらえる環境づくりができるのでは、との意見がある。

成果

- 善光寺・中心市街地を楽しめるルート・プランが複数できている
 - 善光寺・中心市街地のまち歩きが楽しめる環境（マップ等）が整っている
- ▼
- 善光寺周辺での滞在時間延長

●成果指標

善光寺界限滞在時間

現状：
1時間36分
目標：
2時間30分

●プロジェクト開始時期

- 作業部会立ち上げ：平成29年度
- プロジェクト実施：平成31～33年度

●検討方針・備考

- 既存のまち歩きルートやプランを活かすこと
- 情報発信及び販売手法の統一化を図ること

●アクションプラン2

上質な魅力を活かした、戸隠宿泊型観光促進プロジェクト

プロジェクトの背景と目的

●目指すもの

戸隠固有の自然・伝統文化を楽しみながら長期滞在できる地域として戸隠を磨き上げ、繁忙期以外の宿泊客が増加すること。

●プロジェクト概要

戸隠の多様な既存の資源（自然、伝統文化、食、スポーツ等）を磨き上げ、「妙高戸隠連山国立公園」や「伝統的建造物群保存地区」などを活用し、朝夕それぞれに楽しめるコンテンツを開発し、情報発信や販売体制を整備する。

●誰が取り組むべき課題か

戸隠観光協会、戸隠未来会議（飲食店・宿泊施設・商店・農家など）
観光施設（キャンプ場・スキー場）
観光振興課、戸隠支所、ながの観光コンベンションビューロー

現状と成果

●現状

- ・滞在を促進する地域資源が充実しているにもかかわらず、日帰りによりその魅力が十分に訴求できていない。（蕎麦屋や中社地区だけに立ち寄って帰ってしまう観光客もいるなど）
- ・大型連休等での渋滞問題
- ・戸隠での平均滞在時間 約2時間40分

成果

- 戸隠でゆっくり過ごす観光スタイルが定着する。
- 戸隠での魅力的な観光資源を堪能できる滞在型プランが充実している。

- 戸隠での滞在時間の延長
- 戸隠での宿泊客数の増加

●成果指標

戸隠での滞在時間
現在：
2時間40分
目標：
●時間●分

●プロジェクト開始時期

- 作業部会立ち上げ：平成29年度
- プロジェクト実施：平成30～33年度

●検討方針・備考

- 繁忙期以外でのコンテンツ開発を中心に行うこと
- 既存の地域資源を組み合わせ、一体的な滞在プランを開発すること

●アクションプラン3

歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる 松代観光地域づくりプロジェクト

プロジェクトの背景と目的

●目指すもの

松代固有の歴史・文化を楽しみながら体験し、まちなかや周辺地域を周遊するコンテンツを開発し、松代の観光消費の増加につなげること。

●プロジェクト概要

豊富な資源や既存のコンテンツを観光や消費に結びつけるために、観光客にとって魅力と感じられるように整理、見直しを行う。また、まち歩き促進のための体験型コンテンツやルート開発、情報発信、観光客の受入体制整備を行う。

●誰が取り組むべき課題か

松代観光推進機構、松代地域のまちづくり団体、商店・飲食店などの事業者
観光振興課、松代支所、ながの観光コンベンションビューロー

現状と成果

●現状

- ・「真田丸」効果で観光入込客数は増加傾向にあるが、観光地としての十分な受入体制が整っていない
- ・松代には様々な地域資源、まち歩きコースがあるが、観光消費に結びついていない。
- ・食事を楽しめる店舗や魅力的な飲食メニューが十分でない

成果

- 松代固有の歴史や伝統文化を活かした体験型コンテンツが観光客にわかりやすく提供されている
 - 松代のまち歩きが楽しめる環境が整っている
 - まち歩きルート沿いで買い物（体験・食・グッズ）が楽しめる
- ▼
- 体験型コンテンツの参加人数の増加
 - 松代での観光消費額の増加

●成果指標

体験型コンテンツ参加者数
現在：
●●人
目標：
●●人

●プロジェクト開始時期

- 作業部会立ち上げ：平成29年度
- プロジェクト実施：平成30～33年度

●検討方針・備考

- 既存の地域資源を活かし、松代でのまち歩きを実現すること
- 情報発信、コンテンツ販売体制を整備すること

●アクションプラン4

日本の原風景を満喫する、 中山間地域の魅力発掘・コンテンツ開発プロジェクト

プロジェクトの背景と目的

●目指すもの

中山間地域独自の資源を観光コンテンツ化し、観光客を読み込むことで地域の活力を創出することを通じて観光と地域づくりとを両立させること。

●プロジェクト概要

既存の地域づくり活動と連動しながら地域資源の発掘、磨き上げを行い、地域に滞在してもらえるための体験型観光コンテンツを開発、提供するための運営体制の確立や訴求に向けた情報発信、他地域との連携を促進する。

●誰が取り組むべき課題か

各観光協会、地域の事業者・まちづくり団体、住民自治協議会
観光振興課、各地域の支所、ながの観光コンベンションビューロー

現状と成果

●現状

- ・観光地として認知されておらず、他地域来訪の際の立ち寄り地点として訴求されてる地域が少ない
- ・市内観光地来訪者のうち、中山間地域を訪れた人は5%程度と低い割合
- ・規模は小さいながらも農業体験やアクティビティなどのコンテンツは実施している

成果

- 資源の発掘、磨き上げにより観光コンテンツが育っている
 - 観光客の受入体制が整備されている
- ▼
- 中山間地域の観光地としての認知度向上
 - 中山間地域への来訪者数の増加

●成果指標

来訪者数
現在：
●●●●●人
目標：
●●●●●人

●プロジェクト開始時期

- 作業部会立ち上げ：平成29～30年度
- プロジェクト実施：平成33年度

●検討方針・備考

- 地域の中の実施機運を高めるためにも、検討は時間をかけること
- 滞在することで地域の魅力をじっくりと味わえる、宿泊型プランも開発すること
- 地域間や観光事業者間で連携した誘客活動を行うこと

