

令和 2 年度以降の政策・施策の進め方について

1. 総括

計画の全体成果を測る指標として、「経済波及額」「一人あたり観光消費額」「満足度（とても満足の割合）」「リピート率」が設定されています。このうち「リピート率」は目標値に近い水準になっており、「満足度」は目標値に達成していないものの、善光寺、戸隠ともに 40%以上と一定の水準を維持しています（松代は 30%台）。しかし、「一人あたり観光消費額」は平成 29～30 年にかけて減少（令和元年度においては、「一人あたり観光消費額」が持ち直しつつある）しており、その結果、経済波及額も縮小し、目標達成に至っていません。

「市内宿泊客数」は、外国人宿泊客数は 4 万人増ですが、総宿泊客数をみると 7 万人ちかく減っています。市の「観光入込客数」も日帰り客は微増ですが、宿泊客は大きく減少しています。つまり、「日帰り化」が進んだと推測され、そのことも経済波及効果を大きく下げている要因といえます。

また、観光客が比較的満足し、リピートもしていますが、消費額の増加や宿泊に結びついていないという点も課題としてあげられます。

これらを踏まえ、計画期間の後半は、消費、宿泊に結びつけるという視点を強く持ち各施策を実施していくことが必須といえます。また、計画後半に向けて、数多くのコンテンツ開発やプロモーションをスピーディーに実践していくことが、目標の達成に有効といえます。

なお、地域別に見ると特に松代における「観光入込客数」及び「満足度」、「市内観光資源の認知度」の低下が見られ、大河ドラマ「真田丸」の効果を十分に活かし切れていない可能性があります。計画期間の後半に向け、松代の観光資源を十分に活かしたコンテンツづくり、プロモーション等を通じて、観光入込客数、観光消費額の増加につながるべくこ入れが必要です。

2. 各政策・施策の方向性

政策 1：観光地域づくりの実践

「政策 1：観光地域づくりの実践」の成果を測定する指標は、「市内観光資源の認知度」、「観光入込客数」「市内宿泊客数（総宿泊客数、外国人宿泊客数）」です。

これらの指標は低下傾向にあり、特に「市内観光資源の認知度」、「総宿泊客数」については、数値が下がっています。なお、「市内観光資源の認知度」は低下しましたが、「観光入込客数」はさほど減少していません。

計画後半に向けた大きな課題は、先に示したように「市内宿泊客数」、「一人あたり観光消費額」を増加させることであることから、宿泊や消費の増加につながる事業（今あるコンテンツのブラッシュアップ、プロモーション等）を最優先に実施することが重要です。なお、市外在住の観光客が宿泊・消費を行わなければ、一人あたり観光消費額の増加につながらないため（引いては経済波及額の増加につながらない）、事業の実施にあたり、ターゲットの見極めが必要といえます。

●想定される事業

- ・善光寺や戸隠の宿坊に特化したプロモーション／宿坊でのコンテンツ開発
- ・善光寺周辺の食・名物に特化したプロモーション
- ・松代における積極的な観光事業者によるコンテンツ開発
- ・里山における滞在観光・体験メニューの開発（中山間地におけるコンテンツ開発）
- ・アソビュー、じゃらんなど OTA の活用・体験メニューの情報発信 等

政策 2：広域連携とハブ機能の強化

「政策 2：広域連携とハブ機能の強化」の成果を測定する指標は、「観光入込客数」です。

繰返しになりますが、「観光入込客数」は減少しているものの微減にとどまっています。また、本政策に関係する施策は、他自治体と連携して実施するため、長野市だけの考え方で事業内容を変更することは難しいといえます。これらのことから、本政策においては、他自治体との広域連携による誘客活動の推進を強化することで長野市への「観光入込客数」の増加を目指すことが妥当といえます。

政策 3：地域資源に根ざしたインバウンドの推進

「政策 3：地域資源に根ざしたインバウンドの推進」の成果を測定する指標は、「市内宿泊客数（総宿泊客数、外国人宿泊客数）」です。

「外国人宿泊客数」は、日本を訪れる外国人観光客が増加していることを受け、長野市においても増加傾向にあり、既に目標値である 71,000 人を大幅に上回っています。また、令和 2 年度はオリンピックイヤーであり、日本を訪れる外国人観光客がこれまで以上に増加することが見込まれます。計画目標値を達成するためにも、順調に拡大しているインバウンド市場においてシェアを獲得していくことには、引き続き力を入れていく必要があります。

そのために、東京から外国人観光客を呼び込み、消費増加を促すコンテンツ開発及びそのプロモーションを行っていくことなども考えられます。

あわせて、発地において長野ならではのコンテンツをブラッシュアップし、長野に来てもらうプロモーション等もこれまで以上に行っていくことも必要です。

●想定される事業

- ・オリンピック観戦者を長野市に呼び込むための海外 OTA 等を活用した長野観光のキャンペーン（コンテンツや独自の文化、アクセスの良さ 等）
- ・善光寺及び戸隠における外国人向け宿坊コンテンツの開発とプロモーション
- ・戸隠における外国人向けアドベンチャーツーリズムの開発とプロモーション（登山・トレイル、自転車、スノーコンテンツ、キャンプ場の活用等）
- ・松代への誘客を促進するため、武士・歴史に関心のある海外客を対象とした、歴史コンテンツの開発とプロモーション 等

政策 4：特色あるコンベンションの誘致促進

「政策 4：特色あるコンベンションの誘致促進」の成果を測定する指標は、「コンベンション等参加者数」です。

コンベンション等参加者数は、平成 30 年現在で目標値の 12 万人に対してやや少ない状況といえます。最終年度に目標値を達成するために引き続き誘致コンベンション数を増やす、大型と併せ中小規模のコンベンションを誘致するなどの取組みを継続的に実施していくことが必要です。