

政策1：観光地域づくりの実践

政策目標「市内観光資源の認知度」「観光入込客数」「市内宿泊客数」 / 政策全体「消費額・満足度・レポート率」

施策<1-1>観光情報の効果的な発信		R1年度					
		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
<p>現状行っている観光情報の発信は、多様な主体が個別に実施しているため、市として統一感がないという課題があります。プロモーションの実施方針に則って、情報発信を行う関係者の役割や体制を明確にし、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。</p>	<p>事業<1-1-1> 共通のコンセプトに基づく観光情報の発信</p> <p>情報発信に係る共通コンセプトを設定し、それに基づき効果的に情報を発信する。</p>	<p>ようこそ長野へ(市ホームページ観光振興課サブサイト)を活用した情報発信</p>	<p>市(観光振興課)</p>	<p>動画による観光スポットのPR(鬼無里水芭蕉、真田邸庭園ライトアップ)、イベントの告知</p>	<p>英語キャプション付きの動画でインバウンドに対応した情報発信を実施した。</p>	<p>各観光協会との役割分担により、インバウンドを含めた情報発信を継続する必要がある他、民間サイトの活用等でHP及びSNS閲覧の入口を増やす工夫が必要と思われる。</p>	<p>・動画等用いながら、誘客に向け工夫した情報発信が行われている。市としての一体感や、Web上での動画等の情報拡散に向けた工夫が必要である。</p>
	<p>事業<1-1-2> ターゲットに向けた効果的な情報発信</p> <p>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。</p>	<p>ソーシャルメディアを活用した観光情報の発信</p>	<p>市(観光振興課)</p>	<p>市への送客拡大等のため、積極的な情報発信及び市内各地で特別企画を実施する。 ・「善光寺参道街あるき」 ・JR長野駅善光寺口壁面「おもてなし」映像 ・「真田邸ライトアップ」</p>	<p>特別企画「善光寺参道街あるき」(商議所連携)を実施、参加店舗のスタンプ集めで352枚の応募があった。 真田邸ライトアップは1,104人の参加(8/10~8/15の6日間開催)があった。</p>	<p>街あるきスタンプラリーについては、参加店舗の充実等を図りながら、引き続き実施していく。 真田邸ライトアップ、長野駅壁面映像についても引き続き実施していく。</p>	<p>・InstagramやTwitter、フェイスブックなど、様々なソーシャルメディアを活用したきめ細やかな情報発信が行われている。 特に戸隠は、ホームページ閲覧件数の増加、フォロワー数の獲得が進んでいる。</p>
	<p>長野市そば歳時記(事務局:観光振興課)</p>	<p>同実行委員会(観光振興課)</p>	<p>パンフレット制作[2万部]、SNS、新聞広告、電車で吊り広告による市内のそば店及びそばイベント情報の発信、表参道イルミネーションでのそば振る舞い協力</p>	<p>観光客への訴求力が高いパンフレットにリニューアルし、より効果的な情報発信ができた。また、信毎等への広告掲載等により、長野のイベントや食に興味のある層へのPRを実施できた。</p>	<p>引き続き、各SNSの特性・ターゲットに合わせた情報の発信を継続する他、イベントと運動した企画の実施を検討する。</p>	<p>より発展的な事業を実施するため、そば歳時記実行委員会は解散とするが、そば関連事業は市及びびながの観光コンベンションビューローにて継続する。</p>	<p>・引き続き、各ターゲットの特性等を踏まえるとともに、情報の拡散に向けた工夫を行うなど、効果を高めていく必要がある。</p>
	<p>SNSを活用した観光情報の発信</p>	<p>鬼無里観光振興会(鬼無里支所)</p>	<p>ツイッター、フェイスブックによる観光情報発信。</p>	<p>ホームページに掲載する情報と、SNSを使ったタイムリーな情報の発信を区別し、効果的なPRができた。</p>	<p>SNSを使ったきめ細かな情報発信は、鬼無里ファンを増やす効果的なPR方法なので、今後も積極的に活用していく。</p>		
	<p>・戸隠ナビ(戸隠観光情報アプリ) ・ホームページリニューアル</p>	<p>戸隠観光協会</p>	<p>公式Facebook、twitter及び戸隠観光情報アプリ「戸隠ナビ」を導入した。 公式ホームページのリニューアルを行った。</p>	<p>2.4.1現在 ・facebookフォロワー数 4,292人 ・twitterフォロワー数 7,405人 ・戸隠ナビDR数 772件 ・年間公式ホームページ閲覧数 307,032件(前年比119,981件増)</p>	<p>引き続き最新の観光情報の提供に努める 最新の観光情報の提供に努めるとともに必要リニューアルを行う</p>		
		<p>【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <1-1>観光情報の効果的な発信</p>		<p>・多様な主体が動画やソーシャルメディア等を活用し、情報発信を進めている。ターゲットやツールの特性にあわせ、どの層にどのような情報発信を行っていくかを検討し、効果を高めていくことが求められる。</p>			

施策<1-2>地域資源の磨き上げによる魅力向上支援		R1年度					
		実施事業概要	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
市内の様々な地域資源を観光コンテンツとして磨きあげを行い、来訪を促します。長野市観光の課題の克服や市場ニーズ等に合致するようなテーマを設定します。	事業<1-2-1> 「長野市ならではの」食事やお土産(飲食物)の開発支援 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」食事メニューやお土産の開発を支援する。	松代地区における地産材料(柴石)を活用した新たな土産品の開発・販売	マツシロックプロジェクト(観光振興課)	松代市区における地産材料(柴石)を活用した新たな土産品の開発 [松代アロマ、プレスレット等10種類以上を商品化]	地域の協力を得ながら、地域資源を活用した新たな土産品の開発が進み、商品化することができた。	本市の土産品として認知されるには、継続的な取組みが必要となる。	・地域の協力を得ながら、地域資源を活用した新たな土産品の開発が進み、商品化することができた。新商品は、本市の土産品として認知されるよう発信していくとともに、定着化に向け、観光客の反応をみながら改良(サイズ、味、値段等)していくことが求められる。
		松代地区にゆかりの深い、杏を素材とした新たなスイーツ、菓子の商品化・販売	松代杏スイーツ研究会(観光振興課)	松代地区にゆかりの深い、杏を素材とした新たなスイーツ、菓子の商品化・販売 [商品化した6種類の販売促進のため、長野県主催のイベント等で出店・販売]	地域の協力を得ながら、地域資源を活用した新たな土産品の開発が進み、商品化することができた。	本市の土産品として認知されるには、継続的な取組みが必要となる。	・長野市の魅力発信として、SNSを活用した動画コンクールを実施し、若者世代に発信を行った。長野市の新たな魅力発見・発信につながった。引き続き、効果を高めていく必要がある。
		ながのシティプロモーション動画コンクール及び動画制作ワークショップの開催	市(市長公室)	○動画制作ワークショップ 市の魅力ある「食」、「場所」、及び「人」を紹介する動画の制作講座 ○動画コンクール 市の魅力的な「食」や「場所」などのPR動画を応募し、最優秀賞、優秀賞作品に賞金を授与	○動画制作ワークショップ 予定回数(3回)を実施したほか、各回とも定員20名を上回る応募があり、好評だった。 ○動画コンクール 合計69作品の応募があり、魅力的な動画が多く集まった、最優秀賞、優秀賞作品は市内各所で流され、魅力発信につながった。	動画はSNSを通じて若者世代に訴求力があるほか、「食」や「場所」などの魅力を発信するツールとして効果的であり、引き続き実施する。 なお、動画制作ワークショップはオンラインでも実施することができ、また動画コンクールもSNSを通じて応募できるため、コロナ禍でもあっても実現可能である。	
	事業<1-2-2> 市内滞在時間延長のための善光寺界隈、戸隠、松代を起点とした周遊コンテンツ開発 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。	(善光寺界隈) 信州リアル七福神	実行委員会 作業部会	各ジャンルの神(ラーメン、そば、甘味、発酵食、洋食、居酒屋、粉もん)を、地元をよく知る7人が七福神に扮してPR。 外部より選出した情報発信のディレクターによる、SNSを活用した発信。	・各ジャンルの神が案内するご利益うまいもんめぐりツアー 6回開催。57名参加。 ・うまいもんめぐりツアー募集チラシ5000部×3回 ・情報発信のディレクターを外部より選出し、公式サイト構築、プロモーション動画を作成し、SNSで発信。作成動画8本 動画再生数 43,000回 ・長野灯明まつりの初日に、ふるまい餅を実施。200食	各ジャンルの神がお薦めする店舗数を増やし、SNSを活用した更なる情報発信により、リピーター客の獲得・消費拡大を図る。	・作業部会等の取組みにより、地域特性に応じた新たな観光コンテンツの開発が進んでいる。コンテンツの検討・開発・改良を継続していく必要がある。同時に、誘客につなげていく取組も必要である。 ・また、コンテンツ提供を地域で持続可能なスタイルで続けていく体制づくりが求められる。
		(戸隠) ・お掃除体験ツアー&五地藏ツアーの継続・自立化 ・行動食の販売 ・新たなツアーの検討	実行委員会 作業部会	・神社掃除ツアーの実施 [113名参加(7回開催)] ・早期バードウォッチングツアーの実施 [3名参加(1回開催)] ・立冬/立春ツアーの実施 [12名参加(2回開催)] ・戸隠土産となる「行動食」の開発と販売	・神社掃除ツアーの実施 [市内宿泊者率37名、32.7%] ・早期バードウォッチングツアーの実施 [市内宿泊者2名、66.6%] ・立冬/立春ツアーの実施 [市内宿泊者2名、16.6%] ・「行動食」の開発と販売を実施(11/1~2/29の間に販売) [240個販売]	それぞれ観光コンテンツとして固まってきたため、プロモーションに力を入れてつづき継続実施する。 戸隠観光協会へ事業運営移管を目指す。	
		(松代) リアル寛永通宝でつくる信州真田六文銭「ロクモンGO!」	実行委員会 作業部会	・市内の協賛施設で宿泊・買い物し「信州真田六文銭」を完成させる販売促進事業「ロクモンGO!」の継続実施 ・ロクモンGO!のPR(ホームページ、Instagram)	「一文銭」配布枚数約1,500枚、「台紙」配布枚数約1,300枚、観光案内所での「台紙」配布枚数94枚(=六文銭完成者数)、完成させた参加者からのアンケートハガキ7枚	町内で実施するほかの企画との連携など、参加意欲が高まる工夫の検討が必要。 より地域の魅力に基づくコンテンツの開発または磨き上げを検討する。	
		(飯綱高原) 大谷地湿原保全・再生事業	市(環境保全温暖化対策課)	・湿性植物等分布状況調査 ・前年度に作成された報告書に基づいた保全管理手法(ヨシ刈り・撤出、樹木の伐採、外来植物駆除、水の導入など) ・保全管理手法による湿原へのダメージがないかモニタリング調査を実施する。	湿原草地面積の減少率が平成24年度から平成27年度の4.2%と比較し、平成27年度から平成30年度は0.4%と低かった。これは、平成29年度以降、保全対策として樹木等の伐採を実施した影響であると考えられる。	持続可能な保全対策事業の手法を検討したい。	
		(戸隠) 茅刈り体験&立冬の戸隠神社奥社参拝	地元まちづくり協議会、観光協会(文化財課)	重要伝統的建造物群保存地区の茅葺屋根修理に使用する茅の刈り取り体験	伝統の茅葺文化に関心の高い地区外の方に対して、戸隠の魅力を体験できる茅刈りを11月に予定していたが、令和元年東日本台風災害の影響により見送った。	令和2年度の実施に向けて検討していく。	

<p>事業<1-2-3> スポーツや文化芸術、文化財などを切り口としたコンテンツ開発</p> <p>スポーツや文化芸術、文化財など、本市が持っている貴重な資源や既存施設を新たな観光資源として有効活用する観光コンテンツ開発に取組む。</p>	<p>真田邸ライトアップ「幻奏」</p> <p>市(観光振興課)</p>	<p>真田邸(庭園、正面門、南側塀)のライトアップ、土蔵にてプロジェクションマッピング[1,104人参加(8/10~8/15の6日間開催)]</p>	<p>文化財等を観光資源として活用し、多くの集客を得ることができた。併せて、文化財に愛着を持っていただく気運の醸成につながったと考える。</p>	<p>今後も文化財等を観光資源として活用する取組みを進めていく。</p>	<p>・H30と比較し、ながの獅子舞フェスティバルの来客者は1万人増加するなど、文化財等を観光資源として活用し、前年よりも多くの集客を得ることができた。併せて、文化財に愛着を持つ気運の醸成につながったと考える。</p> <p>・戸隠観光情報センター内にユニバーサルツーリズムデスクを開設し、高齢や障がいの有無に関わらず、楽しめる観光地づくりが始まった。今後、需要が見込まれる旅行スタイルであり、定着化に向けた取組みが必要である。</p> <p>・庁内各課と情報共有・連携を行い、既存の観光資源や施設の見直し、有効活用を引き続き進めていくことが求められる。</p>	
	<p>ながの獅子舞フェスティバル 5/3 善光寺表参道 駅前広場8会場</p> <p>市(文化芸術課)</p>	<p>・5/3(金・祝)中央通り(末広町~新田町)、長野駅前広場 ・市内各地の獅子舞の披露、神楽屋台の展示、獅子舞体験会、写真コンテスト</p>	<p>開催情報、伝統芸能団体をHP等で発信する。 ・参加81団体 約1,300名 ・参加団体満足度 96.9% ・来場者 約7万人</p>	<p>長野広域圏の市町村へ参加を募るなど広域的取組を進めている。引き続き多くの団体が参加するように周知する。</p>		<p>引き続き多くの子ども達に参加を促すとともに、大勢の観客が訪れるようにHP等で周知を図る。</p>
	<p>伝統芸能こどもフェスティバル</p> <p>市(文化芸術課)</p>	<p>・9/22(日)、23(月・祝)長野市芸術館 ・こどもたちのステージ発表、体験ブース</p>	<p>開催情報、出演団体をHP等で発信する。 ・出演 17団体 257人 ・来場者 3,785人</p>	<p>HP、SNS等を活用し、様々なジャンルのアーティストの発表を行うとともに、開催情報を周知する。</p>		
	<p>・表参道芸術音楽祭 4/27~29 5/3~5 TO i GO 広場 ・街角アート&ミュージック 6月~11月(全12日)</p> <p>市(文化芸術課)</p>	<p>・表参道芸術音楽祭 4~5月の連休中6日間、トイゴ広場、音楽・ダンス・舞踊・伝統芸能などの発表 ・街角アート&ミュージック 6月~R2.2月 全12日、駅前広場、千歳公園など、音楽・ダンス・舞踊・伝統芸能などの発表、他イベントとの連携</p>	<p>開催情報、出演団体をHP等で発信する。 ・表参道芸術音楽祭 出演 103団体 1,100人 来場者 12,168人 ・街角アート&ミュージック 出演 110団体 1,176人 来場者 8,840人</p>			
	<p>トレッキングコースパンフレット改訂</p> <p>市(観光振興課)</p>	<p>地附山トレッキングマップの改訂 日本語版・英語版各10,000部作成</p>	<p>各トレッキングコース愛護会によるトレッキングイベントの開催した</p>	<p>各コース愛護会の要望に応じ、広報などに掲載する等、情報を発信していく。</p>		
	<p>ユニバーサルツーリズム事業</p> <p>戸隠観光協会</p>	<p>戸隠観光情報センター内にユニバーサルツーリズムデスクを開設した。(電動車いすなどのレンタル、相談窓口、ユニバーサルツーリズムイベントや研修会の開催)</p>	<p>・介助用品レンタル ・ユニバーサルツーリズムフェス ・地域サポーター養成講座 ・デュアルスキー体験会上記事業を手探りの中で始めたが、関係者からは好評を得ている</p>	<p>長野県内でも先進的な取り組みであり、地に足がついた事業になるよう継続して取り組んでいく</p>		
<p>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</p> <p>ポテンシャルはあるが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。</p>	<p>鬼無里の新たな広域観光ツールとして、身近な里山の魅力を伝えるフットパスコースを増やし、フットパス＝"鬼無里"と想起してもらえるよう、少しずつ実績を積み上げていく。</p> <p>鬼無里観光振興会(鬼無里支所)</p>	<p>コースづくりの第三弾として、前年度に続き、身近な地域資源を活用した新たな観光ツールとして、フットパスを事業展開し、ワークショップでの検討を経て、町地区周辺を巡る「鬼無里の町かどコース」を開設。併せてウォークイベントや研修会を開催。</p>	<p>住民もコースづくりやウォークイベントに参画し、地域の文化や自然の良さを改めて認識するとともに、コースの除草作業などの維持管理作業など、まちづくり実践者が増加した。また、ワークショップ、イベント、NPOとの連携交流企画などの参加者や観光客等の交流人口・関係人口が増加した。</p>	<p>同事業を実施している団体との交流や、特色あるイベントを行い、既存コースの利用促進を図る。</p>	<p>・住民、NPO等と連携し、身近な地域資源を活用した新たな観光コンテンツづくりが形になってきている。 ・コンテンツの磨き上げとともに、交流人口・関係人口の増加に向け、情報発信を更に進めていく必要がある。</p>	
<p>移住者起業支援金</p> <p>市</p>	<p>県外から市内に移住(3年以上県外へ居住し、Uターンした場合も対象)して起業する50歳未満の方を対象に、起業の初期費用を助成</p>	<p>令和元年度実績:4件(美容業、飲食店、地域食材Web販売、学習塾) 地域資源を生かした事業はあるものの、直接的に観光コンテンツの開発に繋がった事業はなかった。</p>	<p>移住して起業する方への支援を引き続き実施するなかで、地域資源の発掘や観光コンテンツ開発に繋がるよう移住希望者と既に起業した移住者とを繋ぐなどの工夫をしていく。</p>			
<p>第30回信州百名山の開山祭</p> <p>虫倉山開山祭実行委員会</p>	<p>令和元年5月3日金曜日の午前7時30分から12時まで実施。参加者は有料参加者込みで246人。丸山公園にて、安全祈願祭を関係者で行い、終了後記念登山を中条山岳会の指導のもと、不動滝コースで実施。参加者に缶バッジを記念品として配布。</p>	<p>信州百名山にもなっており、また登山も短時間でできる比較的上りやすいことから、認知度も高いので、リピーターも多い。このイベントも定着しているため、参加者は見込める。登山での山岳会が用意したお茶のサービスや参加賞は好評であった。</p>	<p>例年楽しみにされている方も多く、また期日も毎年一緒で定着しているため、PR等をあまりしなくても参加者は見込める。地域を盛り上げるイベントであり、自然の中での実施するので、密を避ける対策をしながら、行っていく。</p>			
<p>信州むしくらまつり 虫倉山の日</p> <p>信州むしくらまつり実行隊</p>	<p>令和元年11月3日に「第13回むしくらまつり」を開催する予定であったが、10月12日台風19号により長野市は未曾有の大災害となり、被災した地域に勤務している者、親類縁者等もいることから、むしくらまつりは中止とした。</p>	<p>実施に際しては地元からの寄付金を募るが、一大イベントとして開催しているため、毎年多くの寄付が集まる。それだけ、地域に溶け込んだイベントとなっている。</p>	<p>新型コロナウイルスへの対策を考慮しながら、今までのイベントと同等とするかやり方を変えてのイベントとするか、今後検討し何らかの方法で実施していく。</p>			
	<p>【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <1-2>地域資源の磨き上げによる魅力向上支援</p>	<p>・市内の様々な地域資源に観光コンテンツとしての磨き上げや開発を行い、来訪を促すことができているが、市場ニーズ等に合致するようなテーマの設定を引き続き検討し、改良していくことが必要である。</p>				

施策<1-3>観光都市を実現するための人材育成・体制整備		R1年度					
		実施事業概要	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
<p>質の高いサービスや新しいコンテンツ開発が行われる基盤として、観光事業者による人材育成支援を行います。また、観光都市としての意識を市民全体が高く持てるよう、地域教育の促進やおもてなしの心の醸成に努めます。</p>	<p>事業<1-3-1> 観光リーダー育成支援</p> <p>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。</p>	<p>長野市観光振興計画アクションプラン作業部会</p> <p>実行委員会 作業部会</p>	<p>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として、善光寺界限、戸隠、松代の各作業部会を「観光リーダー」として位置付け、市全体の観光産業のレベルアップを図る。</p>	<p>各作業部会において、部会員が幅広い知識や人脈などを活かした取組みによって、市全体の観光産業のレベルアップが図られている。</p>	<p>引き続き、正副部会長会議等を開催し、各部会の取組み等を情報共有することによって、市全体の観光産業のレベルアップを図っていく。</p>	<p>・善光寺・戸隠・松代の作業部会では、参加した観光客の反応を踏まえ、各種取組の課題把握・改善が行われており、部会を通してコンテンツ開発の知識等が共有されつつある。</p> <p>・外部講師やアドバイザー等を入れるなど、レベルアップに向けた取組みが求められる。</p>	
	<p>事業<1-3-2> 観光関連事業者間連携・受入体制構築支援</p> <p>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の共有が観光関連事業者において行われる基盤を構築する。</p>	<p>長野市観光振興計画アクションプラン作業部会</p> <p>実行委員会 作業部会</p>	<p>観光振興計画で重点地域に設定した善光寺界限、戸隠、松代において、観光関係事業者等で構成する作業部会による観光客が楽しめる具体的なコンテンツ開発を進めた。</p>	<p>地域の状況や観光に精通した関係者が連携することより、地域の特徴を活かした新たな観光コンテンツの検討、開発が進み、一部地区では、ツアー等を実施した。</p>	<p>引き続き、作業部会におけるコンテンツの開発や磨き上げを通じて、事業者等の連携強化を図る。</p>	<p>・各作業部会には、幅広い観光事業者が参画しており、地域課題の共有・改善に向けた取組が行われ、事業者間連携が進んでいる。その反面、地域によって活動に大きな差があるため、各地域の実情に応じた取組を進める必要がある。</p>	
		<p>バスロケーションシステムの構築</p>	<p>長野県、長野市、松本市(交通政策課)</p>	<p>システム利用者数の増加を目指して、関係機関と連携しながら広報活動を実施した。</p>	<p>令和元年度ダウンロード数30,034</p>	<p>引き続き、関係機関と連携しながら広報活動を実施する。</p>	<p>・交通面において観光客にやさしい整備が進められており、バスロケーションなどの取組みの周知を図り、認知度を高めていくことが必要である。また、戸隠では交通渋滞対策として、様々な試みが行われ、成果が出始めている。効果の検証を行いながら、課題を改善していくことが必要である。</p>
		<p>戸隠の交通渋滞対策</p>	<p>戸隠観光協会</p>	<p>春の連休、お盆の交通渋滞対策として①シャトルバスの運行②交通規制の実施③交通警備員の配備④臨時駐車場の開設を行った。 (秋は、台風の影響で中止)</p>	<p>シャトルバス利用者 春7,753人、盆3,355人 戸隠スキー場駐車場にスムーズに自家用車を誘導でき、県道の渋滞が大きく緩和できた</p>	<p>行楽期の渋滞対策として必須の事業であり、継続していくことが必要である。また、戸隠では交通渋滞対策として、様々な試みが行われ、成果が出始めている。効果の検証を行いながら、課題を改善していくことが必要である。</p>	
		<p>戸隠観光協会ガイド体制の構築</p>	<p>戸隠観光協会</p>	<p>戸隠登山ガイド組合を戸隠観光協会内に組み入れ、ガイド部を発足させた。</p>	<p>協会公式ホームページにガイドのモデルコースなどを掲載し、WEB上からガイドの申し込みができるようにした</p>	<p>戸隠神社五社巡り、アドベンチャーツーリズムなどガイドのニーズが増加する中、これに対応できるガイドの養成が必要。</p>	<p>・観光の質を左右するガイド面においても強化が進む地域が出てきている。ニーズに対応するガイドツアーに対応できるガイド養成が必要である。</p>
	<p>事業<1-3-3> おもてなし意識の醸成</p> <p>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組む。</p>	<p>長野県観光ガイドタクシー乗務員養成講座への講師派遣</p>	<p>長野県(観光振興課)</p>	<p>質の高いホスピタリティと観光知識を備えた観光ガイドタクシー乗務員の養成を支援 [1回]</p>	<p>県観光ガイドタクシー乗務員(長野・更埴・高水支部)20名に対し、「長野市の観光」について説明。質の高いホスピタリティと観光知識を備えた観光ガイドタクシー乗務員の養成を支援した。</p>	<p>県観光ガイドタクシー協会及び県からの要望があれば継続していく。</p>	<p>・質の高いホスピタリティと観光知識を備えた観光ガイドタクシー乗務員の養成を支援することができた。</p>
		<p>長野市未来共創事業</p>	<p>ビューロー</p>	<p>テーマ別観光セミナーとして、長野市未来共創事業「長野市サイクルツーリズムセミナー」を3回開催した。</p>	<p>【参加者数】 第1回:43人 第2回:45人 第3回:41人 講師として、市内の自転車店経営者の方等を招きし、ターゲットとなる自転車愛好家について理解を深め、本市における自転車愛好家の受入体制の構築の一助とした。</p>	<p>従前より行っていた本市を起点として北信濃エリアを走破するモデルコースの造成を引き続き実施するとともに、関係機関と連携して自転車愛好家の受入環境をより一層高めることにより、自転車愛好家の満足度向上を目指す。</p>	<p>・世界的にも人気が出てきている自転車事業についても受け入れ態勢の整備に取組むことができた。関係機関と連携して自転車愛好家の受入環境をより一層高める必要がある。</p> <p>・市民とともにより良い観光都市にしていきたいにも、市民意識の向上につながる取組みが必要である。</p>
		<p>【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <1-3>観光都市を実現するための人材育成・体制整備</p>			<p>・質の高いサービスや新しいコンテンツ開発が行われる基盤として、市、ビューローによる人材育成支援が行われているので、継続して力を入れていく必要がある。</p>		

政策2：広域連携とハブ機能の強化

政策目標「観光入込客数」 / 政策全体「消費額・満足度・リピート率」

施策<2-1>広域連携による誘客活動の推進	R1年度						
	実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>	
長野市を起点とした広域周遊観光促進のために、関係自治体と連携し、コンテンツ開発やプロモーションに取組みます。	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	松本市、上田市との連携事業	信州観光PR大阪キャラバン[大阪を訪問し、観光PR活動を行うとともに、季節運航しているJAL大阪線のPRを実施]	広域周遊観光の促進に向け、関係自治体等と連携を図りながら効果的な観光プロモーションを実施した。	信州観光PR大阪キャラバン関係自治体等との連携により、広域周遊観光の促進に向けた取組みを推進していく。	・広域周遊観光の促進に向け、関係自治体等と連携を図りながら効果的な観光プロモーションが実施できた。 ・関係自治体等との情報交換及び、広域周遊により得られるデータ等を活かし、さらに効果的な誘客となるよう、取組みを進めていくことが求められる。	
	関係自治体と連携し、山岳観光やウィinters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、観光関連事業者と情報共有を図り戦略的に行う。	集客プロモーションパートナー都市協定(上越市、金沢市、甲府市、静岡市、富山市、福井市)	市(観光振興課)	市庁舎等への観光・イベントポスターの掲出、広報紙への観光・イベント情報の掲載、ホームページの相互リンク等	県外自治体におけるパンフレット等の掲出や広報誌への情報掲載により、広域的な観光情報の発信を実施した。		引き続き、各都市と相互連携したプロモーションを実施していく。
	信越高原連絡協議会誘客宣伝ツール	同協議会(観光振興課)	わくわくチケット付き広域マップの配布[60,000部]	同協議会でクーポン付のパンフレットの作成・配布により、より広域的に誘客効果を高めた観光宣伝を実施した。 長野市管内は15000部配布誘客ツールとしても活用されている。	北信エリアで協同した観光宣伝を継続していく。		
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	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、長野市観光情報センターを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。	長野市観光情報センター運営(JR長野駅東西自由通路に設置)	ビューロー	・主として、北信、東信、中信エリアを対象に、広域的な観光情報案内を実施(年中無休) ・市街地散策マップの配布、「善光寺表参道七福神巡り」の色紙販売、「善光寺表参道食べ歩きチケット」や「おもてなし夕食クーポン」の販売・引換えによる「まち歩き観光」の促進 ・日本語及び英語に対応(JNTO認定外国人案内所(カテゴリー2)) ・現地視察研修(立山黒部アルペンルート、白川郷・飛騨高山)の実施などにより職員の資質向上と外国人観光客等に対する案内力の向上を図った。	新型コロナウイルスの影響により、利用者総数(151,147人)は前年度比100.7%、外国人の利用者数(33,374人)は前年度比97.7%。 なお、新型コロナウイルスの影響が出る前の4月～1月期の利用者総数(134,071人)は前年同期比105.3%、外国人利用者数(27,588人)は前年同期比105.4%。 現地視察研修により、自信をもって観光プランの提案や回り方の案内ができた。	2月以降、新型コロナウイルスの影響で利用者数が前年度より減少しているが、今後の観光客の増加及び入国制限緩和後のインバウンドの回復に備え、センターのハブ機能の強化と外国人観光客に対する案内力の向上を図っていく。 散策マップの配布やチケットクーポンの販売等に加え、「まち歩きデジタルスタンプラリー」の拠点として「まち歩き観光」を促進する。 現地視察研修等により、本市を起点に県内外の観光地へ向かう観光客に対する案内力の向上に努める。	・長野市観光情報センターの利用は、新型コロナウイルスの影響前は前年同期比105%であり、着実に認知されてきている。 ・インバウンド回復期に向け、県内外の観光地に向かう観光客への案内など、案内力向上に努めることが重要である。 ・また、まち歩き観光の拠点としてチケット・クーポンの販売促進を進めていく必要がある。
			【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <2-1>広域連携による誘客活動の推進	・関係自治体等と連携を図りながら効果的な観光プロモーションが実施できているが、一層、関係自治体等との連携を強化し、広域周遊観光の促進に向けた取組を推進し、更なる誘客を目指していくことが必要である。 ・長野市の玄関口であり、ハブとなる観光情報センターの機能を研修等により一層高めていくことが求められる。まち歩き観光の拠点としてチケット・クーポンの販売促進を進めていく必要がある。			

政策3：地域資源に根ざしたインバウンドの推進

政策目標「市内宿泊客数(外国人宿泊客数)」 / 政策全体「消費額・満足度・レポート率」

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		令和元年度				
		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性
関係自治体と連携して、インバウンド誘客につながる戦略的情報発信を行います。また重点ターゲットを設定し、嗜好性・ニーズを踏まえた観光コンテンツの開発も実施します。	事業<3-1-1> ターゲット市場への情報発信力の強化	海外でのイベント・旅行博への出展・参加	ビューロー	重点ターゲットとしている台湾及びタイの他欧米において観光プロモーションを実施 ・6/19～22 台北駅「日本の観光と物産博2019」 ・6/29～7/2 カナダ バンクーバー「長野県プロモーションin Canada」 ・11/8～10 タイ バンコク「Visit Japan FIT Fair2019(台13回FITフェア)」 ・2/15～16 アメリカ ロサンゼルス「Los Angeles Travel & Adventure Show 2019」出展、参加	台湾及びタイを中心としたASEAN諸国に加え、欧米豪並びに中国の旅行会社に対して「スノーモンキー」や「Hakuba Valley」をキーワードとしながら、長野市内の宿泊拡大に繋がるよう、善光寺表参道、戸隠、松代等の歴史や伝統文化、各種体験、イベント等を組み込んだ商品の提案を行うとともにFIT化した旅行形態に併せ旅行者個人へ訴求、誘客を図る。	・新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド回復期に向け、「スノーモンキー」や「Hakuba Valley」など、集客力が高いエリアと連携したプロモーションの準備を行う必要がある。また長野市内の宿泊に繋がるような効果的な取組みを進めることが求められる。
	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	善光寺表参道イルミネーション、灯明まつり・松代ツアー	市(観光振興課)	白馬村及び野沢温泉村に滞在する訪日外国人旅行者を対象としたツアー(善光寺表参道イルミネーション、灯明まつりを体験)を松代ツアー(投票箱体験、真田紐作り、甲冑体験等を体験)と兼ねて開催した。[32人参加(3日間開催)]	令和元年の本市の外国人宿泊者数は117,334人(速報値)であり、前年比124%となっていることから、プロモーションの効果が現れているものと考えられる。また、外国人観光客をターゲットにした体験型コンテンツを造成することにより、本市への誘客につなげることができた。	・外国人観光客をターゲットにした体験型コンテンツを造成することにより、本市への誘客につなげることができた。 ・白馬村及び野沢温泉村に滞在する訪日外国人旅行者を対象とするツアーの実施など、近隣市町村と連携した取組みも実施することができた。 ・一層の誘客に向け、外国人旅行者のニーズを掴んだコンテンツづくり、近隣市町村と連携した誘客促進の取組みが必要がある。
	善光寺イルミネーション、灯明まつり、松代ツアーの開催	市(観光振興課)	長野県と連携し、白馬村・野沢温泉村から松代での文化体験と善光寺表参道イルミネーションを組み込んだツアーを造成し催行した。	日本の伝統的な文化体験ツアーin松代 2/22 15名(アメリカ・イギリス・マレーシア) 2/23 7名(アメリカ・イギリス・オーストラリア)	多くの参加があるよう効果的なプロモーションを実施しながら、引き続き事業を実施していく。	
	旅行代理店等と連携したインバウンド向けツアーの造成	市(観光振興課)	白馬村や野沢温泉村など外国人が旅行者が多く訪れる観光地の旅行代理店等と連携し、外国人に人気なキラコンテンツと善光寺表参道イルミネーションを組み込んだ着地型旅行商品を造成する。	令和元年東日本台風の影響により催行中止	今後の状況に注視しながら、事業を継続していく。	
	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	信越高原連絡協議会 訪日外国人誘客推進事業	同協議会(観光振興課)	構成市町にまたがるサイクリングコースの造成に向け、台湾のサイクリストによるファミトリップを実施。併せて、台湾最大級のサイクリングレースイベントにブース出展を実施。	事業実施による台湾観光客の誘客効果は不明。ファミトリップでの台湾サイクリストの反応は良好であった。	台湾の誘客に向け継続する。事業成果がわかるように、アンケートの実施を行うなどの改善が必要。
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。	台湾、タイのロードバイク、クロスバイクユーザをターゲットに、ファミトリップ、レースイベントへの参加、セールスコール、SNS等の媒体を活用したプロモーションを実施。	長野市ほか計10市町村(観光振興課)	新潟県上越地方と長野県北信地方の多様な周遊広域サイクリング観光コースの流通を促進し、エリア特有の観光スポットを対象市場に訴求することで認知度向上及び実態誘客を図り、地域の雇用・消費に貢献させる運動したプロモーションを実施する。	○8/22-26 自転車雑誌等招請(台湾) ○9/15-19 メディア招請(タイ) ○10/24-25 レースイベント出展・セールスコール(台湾)	効果的なプロモーションを実施しながら事業を継続していく。	・近隣市町村と連携し、重点ターゲット国である台湾の誘客に向け、サイクルツーリズムの開発が進んでいる。 ・安定的な誘客につながるよう、関係自治体等と連携したプロモーションを展開していく必要がある。 ・引き続き、コンテンツ開発・プロモーションの評価・検証を行い、効果的な取組みとしていくことが求められる。
	金沢市との連携による海外メディア招聘事業	長野・金沢国際観光客協議会(観光振興課)	歴史・伝統文化、建築、食等に関心が高く、個人で長期間旅行を楽しむ傾向にある欧米豪の旅行者を対象に、新交通バスの発売に合わせ、当該バスを活用して3つ星街道及び本市を巡る新たな観光ルートを形成する。 ・ウェブページ制作および電子パンフレット制作 ・ウェブ広告、パンフレット制作 ・メディア招請	○ウェブページ等制作 ○ウェブ広告 7月-1月×2回 ○パンフレット制作 英3万部・中繁1万部・中簡1万部・タイ1万部 ○メディア招請(1/18-24) 2社2名(イギリス・ドイツ)	ウェブ等活用しながら、多くの外国人に効果的なプロモーションができるよう、引き続き事業を実施していく。	
	【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <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			・関係自治体と連携して、インバウンド誘客につながる戦略的情報発信を行った。 ・新型コロナウイルス感染症収束後を見据え、ターゲットに適した嗜好性・ニーズを踏まえ、観光コンテンツの開発、効果的なプロモーションを進めていく必要がある。		

施策<3-2>外国人観光客受入環境整備		令和元年度					
		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
外国人観光客が快適に滞在できるための受入環境整備を進めます。受入環境の整備は優先順位を付け、重要度の高いものや他の施策と関連性が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	各種外国語パンフレットの作成	ビューロー	各種外国語パンフレットを作成し、外国人観光客、海外現地旅行博等で提供	・NAGANO CITY GUIDE MAP[日本語、英語併記4万部] ・NAGANO 長野市[英語2万部] ・Good Luck Trip 長野[英語、韓国語、繁体字、タイ語併記7万部] 長野市トラベルガイド [タイ語1.3万部中国語1万部]	各種外国語パンフレットを作成し、外国人観光客、海外現地旅行博来場者等に提供することにより、外国人の観光誘客に努める。	・外国語パンフレットの整備等により、外国人観光客の受入環境の整備は進んでいる状況にある。引き続き、配布の工夫などを行い、市内でスムーズな観光ができるような取組を行う必要がある。
	事業<3-2-2> 主要観光地におけるWi-Fi環境整備の検討			「もんぜんぶら座」、「セントラルスクエア」、「善光寺山門東側公衆トイレ」に、Wi-Fiのアクセスポイントを設置	市(観光振興課)	「もんぜんぶら座」、「セントラルスクエア」、「善光寺山門東側公衆トイレ」に、Wi-Fiのアクセスポイントを設置する。	「もんぜんぶら座」、「セントラルスクエア」、「善光寺山門東側公衆トイレ」に、Wi-Fiのアクセスポイントを設置した。
		【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <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受入環境整備が進んでいるが、引き続き市内でストレスなく旅行が楽しめるよう、外国人観光客目線で、受入環境の整備を今後も継続していくことが必要である。			
施策<3-3>インバウンド対応人材の育成		令和元年度					
		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
外国人観光客の増加に伴い、それ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	観光事業者育成塾 未来共創事業	ビューロー	訪日インバウンドの拡大に伴い、関連するコンテンツ等に関する講演会を開催する。	サイクルツーリズムに関する講演会を実施し、3回のべ129名参加。	従前より行っていた本市を起点として北信濃エリアを走破するモデルコースの造成を引き続き実施するとともに、関係機関と連携して自転車愛好家の受入環境をより一層高めることにより、自転車愛好家の満足度向上を目指す。	・世界的にも人気が出てきている自転車事業についての講演会を通して、受け入れ態勢の整備に取組むことができた。
	事業<3-3-2> インバウンド専門人材育成支援			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。	長野市ガイド協会 インバウンドプロジェクト	同協会(観光振興課)	東京オリンピック・パラリンピック、善光寺御開帳を見据え、外国人観光客への対応として、英会話研修会等による人材育成を実施した。
		【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <3-3>インバウンド対応人材の育成		・本市を訪れる外国人観光客に対するサービスの向上に向けた気運の醸成が図られつつあるが、インバウンドの受入れを積極的に行おうとする事業者等が未だ少ない状況にある。 ・インバウンド専門人材の育成は、十分とは言えないことから、関係者との連携の強化や受入意識の向上につながる取組を実施していくことが必要。			

政策4：特色あるコンベンションの誘致促進

政策目標「コンベンション等参加者数」 / 政策全体「消費額・満足度・レポート率」

施策<4-1>コンベンション誘致強化		令和元年度					
		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
コンベンション誘客とともに、参加者に対する市内観光、滞在促進のための情報発信を強化します。	事業<4-1-1> スポーツ・文化芸術などに関連するコンベンション等の誘致活動	コンベンション誘致活動	ビューロー	市内で開催される「コンベンション」について、一定の要件を満たすものについて、ながの観光コンベンションビューローが助成金を交付	ながの観光コンベンションビューローが令和元年度に支援を行ったコンベンションの参加人数(災害等での中止10,270人は含まない)は108,061人であり、誘致に努めている地方都市では高い水準を維持している。	コンベンションの誘致拡大に向け、ながの観光コンベンションビューローの取組を積極的に支援していく。	・コンベンションの参加人数は、地方都市では高い水準を維持している。 ・東日本台風災害や東京2020オリンピックの延期によりスポーツ大会が中止となった影響があったため、対象となるスポーツ大会・合宿の開催は前年度と比較し、減少となった。今後の誘致に努めていく必要がある。
	スポーツ大会開催支援金・合宿開催支援金	ビューロー	市内で開催・宿泊する期間2日以上、参加者60人以上で、競技団体が主催、共催または後援を行う大会、市内で開催し、宿泊を伴う延べ宿泊者数60人以上の合宿について、ながの観光コンベンションビューローが支援金を交付	スポーツ大会 中止 7件4,160名 除く 実施件数 42件(前年度 47件) 参加者数 18,843人(前年度 23,553人) 合宿 中止 2件74人 282人泊 除く 実施件数 19件(前年度 30件) 参加者数 960人(前年度1,128人) 延べ宿泊者数3,086人(前年度4,386人)	コンベンションの誘致と併せ、横ばいで推移しているスポーツ大会・合宿開催支援も積極的に行っていく。		
	オリンピックコンサート	市(スポーツ課)	オリンピック映像とフルオーケストラによる音楽が融合したコンサートを市芸術館で開催	観覧者848名の内約81%が市内からの観覧者であったが、オリンピックムーブメントの推進には一定の効果があった。「大変良かった」「良かった」約95%	オリンピック開催年は開催できない		
	デンマーク競泳チーム事前合宿	市(スポーツ課)	2019世界水泳大会(韓国)に参加するデンマーク王国水泳連盟の事前合宿の受入れ、併せて市内小学校との交流会を実施	選手10名、コーチ等7名の計17名が、7月8日から17日まで10日間合宿を行った。市内小学校との交流や水泳教室など、子供達を中心に市民との交流を実施した	東京2020オリンピックの事前合宿が7月に行われる予定だったが、本大会延期により中止		
	オリンピック都市世界連合視察	市(スポーツ課)	令和元年度東日本台風災害により中止	—	—		
	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	コンベンション等参加者への観光情報の発信	ビューロー	観光情報や飲食に関するガイドブック等の配布、長野市のPR用DVDを放映	ながの観光コンベンションビューローがコンベンション参加者に対して、令和元年度に配布した部数は「おいでなしてながの50,190部」「ながのグルメガイド43,810部」	参加者に対し周遊観光及び滞在時間の延長に向けてガイドブックや映像で魅力を伝えるコンベンションの誘致拡大に向け、ながの観光コンベンションビューローの取組を積極的に支援していく。	
			【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <4-1>コンベンション誘致強化	・ながの観光コンベンションビューローが支援を行ったコンベンションは前年比増となり、好調であるが、引き続き情報発信を強化し、誘致に努め高い水準を維持できるよう、支援するとともに、参加者の市内周遊の促進に向けた取組をより一層、強化していく必要がある。			

施策<4-2>フィルムコミッションの強化と観光への活用		令和元年度					
		実施事業内名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 〈事業の評価〉
ドラマや映画関係者へのPR強化を図り、広く長野市への関心を高める取組みを行うとともに、これまで撮影された映画等の舞台を訪れる観光客の増加を図ります。	<p>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</p> <p>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。</p>	フィルムコミッション支援	ビューロー	ロケーション選定交渉申請、エキストラ募集取りまとめ、撮影協力要請等の実施	映画作品の撮影支援件数が7件と多くまた、中には長野市を舞台とした作品もあり二次的経済効果(フィルムツーリズム)に繋がる可能性を有するコンテンツあり	現体制で執行する限りは現状維持	・映画・ドラマ・CM等の撮影について政策支援することにより、映像を通じて市の知名度を向上させ、誘客推進が図られている。
	<p>事業<4-2-2> これまで撮影されたドラマや映画情報のPR</p> <p>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やすため、これまで撮影された作品の情報を収集し、PRを行う。</p>	これまで撮影されたドラマや映画情報のPR	ビューロー	長野市総合版のロケ地マップの編集発行(初)	編集発行にあたり、フィルムコミッション設立前に長野市内で撮影された映画やドラマの情報集から歴代の支援作品の情報掘り起しを実施 長野市内外、県外からの問い合わせ多数あり	新規で支援した作品の採用などで毎年内容を更新して発行可能 市内のフィルムツーリズムにおいての指標となるコンテンツとして熟成させていく必要あり	・過去支援作品アニメ「長門有希ちゃん消失」(2015)が「訪れてみたい日本のアニメ聖地88(2019年度版)」に選出される等、PRが図られている。これまでに誘致した作品情報を収集し、再度PRに取り組む必要がある。
		【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <4-2>フィルムコミッションの強化と観光への活用		・ドラマや映画等の舞台となり、作品が評価されると、国内及び世界的なプロモーションにつながる可能性がある。首都圏等からのアクセスの良さや多様な地域資源、受入側のサポート体制(各種交渉など)などの強みをPRし、撮影誘致を積極的に進めていくことが必要である。また、公開後の作品の評価も収集し、相乗効果が得られるようなプロモーションとしていくことが求められる。			

政策5：計画の効果的な実行

		令和元年度					
施策<5-1>関連情報の収集、施策評価の実施		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
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、改善につなげます。	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 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。	観光客へのアンケート調査の実施	市(観光振興課)	対面アンケートによる観光客の動向分析(外部委託)	指標となるデータの収集を行い、客観的な視点から観光振興計画の進捗管理を行った。	各事業が観光振興計画の指標の達成に資するものとなっているか、今後も定期的に評価検証を行っていく。	・指標となるデータの収集を行い、客観的な視点から観光振興計画の進捗把握を行い、各事業が観光振興計画の指標の達成に資するものとなっているか、今後も定期的に評価検証を行っていくことが必要である。
		入込客数や観光消費額のデータ収集	市(観光振興課)	入込客数や観光消費額のデータ収集、分析(外部委託)	指標となるデータの収集を行い、客観的な視点から観光振興計画の進捗管理を行った。	各事業が観光振興計画の指標の達成に資するものとなっているか、今後も定期的に評価検証を行っていく。	
		GAP調査	市(観光振興課)	市外在住者を対象にウェブによるアンケート調査を実施	1,108件の回答があった。	今後も継続的に実施し、今後の施策展開に活用していく。	
		【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <5-1>関連情報の収集、施策評価の実施		・指標となるデータの収集を行い、客観的な視点から観光振興計画の進捗把握を行い、各事業が観光振興計画の指標の達成に資するものとなっているか、今後も定期的に評価検証を行っていくことが必要。			
		令和元年度					
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		実施事業名	実施主体	実施事業内容	【成果】 KPIへの寄与 他、実施した事業の成果	【今後】 実施事業の継続性	【観光振興課記入】 <事業の評価>
庁内関係課や観光関連事業者など関係者との情報共有や事業効果の検証を行います。	事業<5-2-1> 関係者と連携した事業実施に係る進捗共有 事業実施の推進に向けて、庁内関係課や観光関連事業者などの関係者と事業進捗状況の情報を共有する。	関係機関との連携	市(観光振興課)	観光振興団体(ながの観光コンベンションビューロー、観光協会)、長野市ガイド協会、関連事業者等との連携による誘客の推進	関係機関と連携を図りながら、観光振興計画の指標の達成に向け、各事業の推進に努めた。	観光関連事業者等との連携や情報共有に努め、指標の達成につながる事業を展開していく。	・関係機関と連携を図りながら、観光振興計画の指標の達成に向け、各事業の推進することが必要。
		庁内における関連情報の収集	市(観光振興課)	観光振興計画の推進に向け、庁内に開催予定等を照会し、情報を集約	関係機関と連携を図りながら、観光振興計画の指標の達成に向け、各事業の洗い出しを行った。	観光関連事業者等との連携や情報共有に努め、指標の達成につながる事業を展開していく。	
		【観光振興課記入】 【R1施策の評価】 <5-2>庁内・関係機関との連絡調整・事業コーディネート		・更なる庁内関係課や観光関連事業者など関係者との情報共有や事業効果の検証が必要。			