

# 長野市観光振興計画

令和4年度－令和8年度

(素々案)

長野市

## 目次

<b>第1章</b>	<b>はじめに</b> .....	<b>1</b>
第1節	計画策定の趣旨.....	1
第2節	本計画の位置づけ.....	2
第3節	本計画の期間.....	2
<b>第2章</b>	<b>観光振興の目的及び方針</b> .....	<b>3</b>
第1節	世界・日本・長野市の観光動向.....	3
第2節	観光振興の目的.....	8
第3節	観光振興の基本方針.....	11
第4節	地区別の観光振興の考え方.....	13
<b>第3章</b>	<b>観光振興政策</b> .....	<b>14</b>
第1節	計画実施の考え方.....	14
第2節	計画の指標.....	14
第3節	計画の構造.....	16
<b>第4章</b>	<b>計画のマネジメント</b> .....	<b>18</b>
第1節	観光振興年次計画による事業の推進.....	18
第2節	指標・目標値による計画の進捗管理.....	19
第3節	評価実施・計画改善のタイミング.....	19
第4節	計画推進における各主体の役割.....	20
<b>第5章</b>	<b>重点政策</b> .....	<b>21</b>
第1節	重点政策の考え方と構造.....	21
第2節	重点政策体系.....	22
第3節	重点政策の内容.....	23
	重点政策1：地域資源を最大限活かした誘客.....	23
	重点政策2：長野市の魅力を活かしたインバウンドの推進.....	26
	重点政策3：オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致.....	28
	重点政策4：快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築.....	30
<b>第6章</b>	<b>地区別方針</b> .....	<b>32</b>
第1節	地区別方針の考え方及び設定地区.....	32
第2節	実践プロジェクトの概要.....	33
第3節	各地区の地区別方針及び実践プロジェクトの内容.....	34
	地区別方針1：善光寺・中心市街地.....	34
	地区別方針2：戸隠.....	35
	地区別方針3：松代.....	36
	地区別方針4：中山間地域.....	37

# 第1章 はじめに

## 第1節 計画策定の趣旨

---

令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、多くの国で海外渡航制限等の措置が敷かれ、国内においても旅行控えや外出自粛の影響等により観光需要が激減しました。

長野市においても、今後、観光需要が回復する局面を見越し、戦略的に観光振興を進めていくことが求められています。

一方で、昨今の新型コロナウイルスの感染拡大、災害の激甚化など次々と想定外の出来事が起こり、不確定で変化の読めない時代が訪れています。

このような時代の観光振興は、戦略的・計画的に進めつつも、それら様々な情勢の変化に柔軟に対応でき、危機から迅速に回復できる力を地域として身に付けていくことが必須といえます。

そのためには、観光に関わる人々と観光振興を通じて何を目指しているか（Why）を共有するとともに、Whyを実現するために何を（What）していくかを一人ひとりが考え、実行していくことが求められます。

そこで、長野市観光振興計画を策定し、観光振興を通じて実現したい長野市の姿を示すとともに観光関連事業者、市民・地域、行政がそれを着実に実現していくための基本的な考え方や実施すべきことを取りまとめます。

なお、本計画は、観光振興を通じて何を目指し、そのために何をするのかを示した「計画書」と、計画策定に向けて実施した調査・分析結果を取りまとめた「調査・分析編」からなります。観光振興の目的やそのための施策の導出に活用した詳細なデータについては、「調査・分析編」をご覧ください。

## 第2節 本計画の位置づけ

---

本計画は「第五次長野市総合計画」の個別計画であり、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、「長期戦略 2040」等、その他諸計画と連携・調整を図ります。

### ①第五次長野市総合計画（平成 29 年度～令和 8 年度）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

### ②長期戦略 2040 のビジョン

本市の 2040 ビジョンとしては、「自然の循環と経済の発展を両立させる、長野らしい、世界に誇る「産業」創造で、平均所得を倍増する」としています。観光分野におけるビジョンは、「観光による経済循環を創造し、住民にも、訪問者にも、地球にも 優しい形で、世界に誇る持続可能な観光先進都市を実現する」としています。

## 第3節 本計画の期間

---

計画期間は令和 4 年度（2022 年度）から令和 8 年度（2026 年度）までの 5 年間とします。

## 第2章 観光振興の目的及び方針

### 第1節 世界・日本・長野市の観光動向

#### 1 世界の観光動向

##### 成長傾向の世界の観光市場。キーワードはサステナブル「Sustainable」

観光振興の世界的な潮流は、観光における「持続可能性（サステナブル/Sustainable）」の担保です。

国連世界観光機関(UNWTO)では、持続可能な観光について次のように定義しています。

##### 持続可能な観光とは

「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」

このようにこれからの観光振興は、「今」だけではなく、「未来」を視野に入れ行っていくことが求められています。

また、国連は2030年までの持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals、以下SDGs)として17のゴール掲げ、観光分野においても目標達成に取り組むことが求められています。

#### 2 日本の観光動向

##### 観光消費額は微増傾向。訪日外国人旅行者の比率が増加

新型コロナウイルス感染症拡大前の観光動向を中長期的にみると、国内における旅行消費額は増加しています。日本人旅行者数が順調に推移するとともに、訪日外国人旅行者による旅行消費額が増加傾向であるためです。

今後の動向は不透明で感染状況にもよりますが、消費者の様々なニーズに応えることで観光市場自体は拡大するものと見られています。

図表 1 日本国内における旅行消費額



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

※「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年は4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査が中止となったため、令和2年1-3月期の全国調査の結果を用いた試算値。

## 脱炭素化。環境配慮型観光は必須条件に

パリ協定の採択・発効など、地球温暖化対策の必要性は世界的に高まる中、令和2年10月、日本政府としても、2050年までのカーボンニュートラルを宣言しました。このように持続可能な観光地を目指すうえにおいても脱炭素・脱プラなどをはじめとし、地域の観光のあり方を環境配慮型に転換していく必要があります。

## 新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルス感染拡大防止に向けては、3密（密集、密接、密閉）の回避やソーシャルディスタンスなど、新たな生活様式が求められ日常生活に大きな影響を与えています。

観光に対する影響を見てみると、観光客が激減する一方で、アウトドアツーリズムやオンラインツーリズム、ワーケーションなど新たな観光スタイルが生まれはじめています。

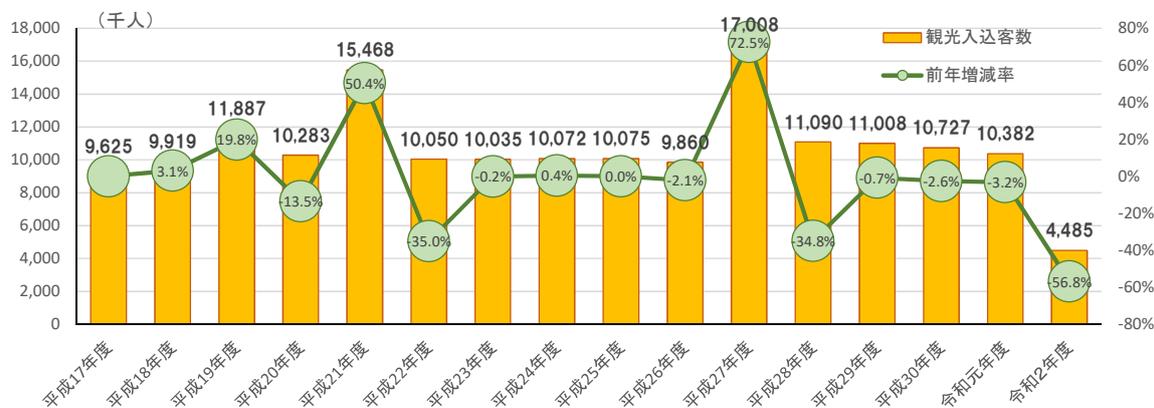
今後、新たな観光スタイルに対応していくことが観光産業には強く求められています。

## 3 長野市の動向

### 中長期的に本市の観光市場は横ばい

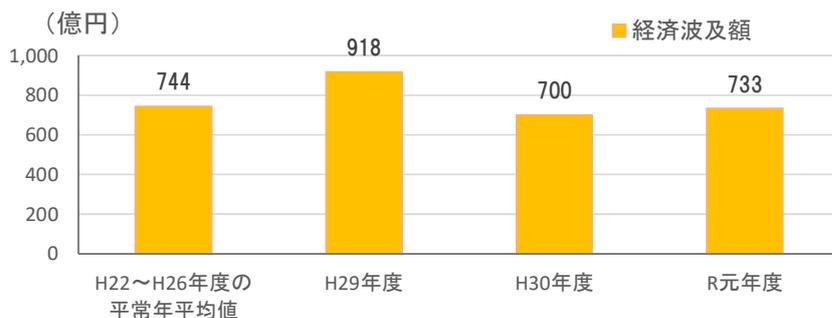
観光入込客数及び経済波及額など本市の観光の規模はおおむね横ばいで推移しています。しかし、令和2年度は新型コロナウイルスの影響を大きく受け、観光入込客数は半減しています。

図表 2 観光入込客数の推移



出典：長野市

図表 3 経済波及額の推移



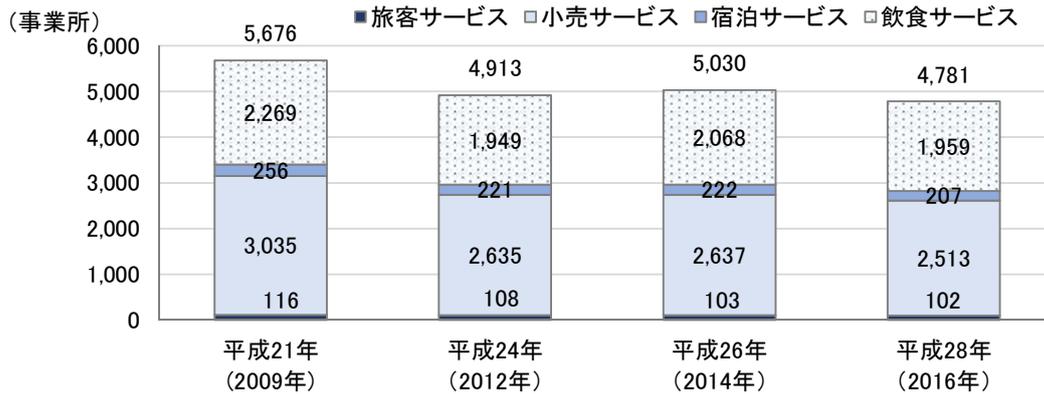
令和2年度は  
算出中です。

出典：長野市

### 中長期的に観光関連事業所数が微減

観光関連産業（宿泊、飲食、小売、旅客サービス）の事業所数は、近年は減少傾向にあります。観光客にサービスを提供するのは事業所です。事業所数の減少は本市の観光の弱体化に直結します。新規参入するに足る魅力的な観光市場を形成し、観光関連事業所同士が切磋琢磨し、よりよいコンテンツやサービスが生まれる地域にしていく必要があります。

図表 4 市内観光関連事業への事業所数の推移

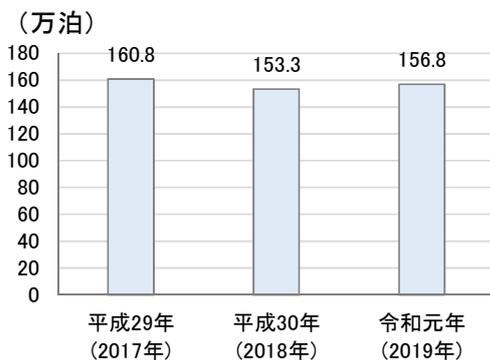


出典：総務省・経済産業省「経済センサス基礎調査」「経済センサス活動調査」

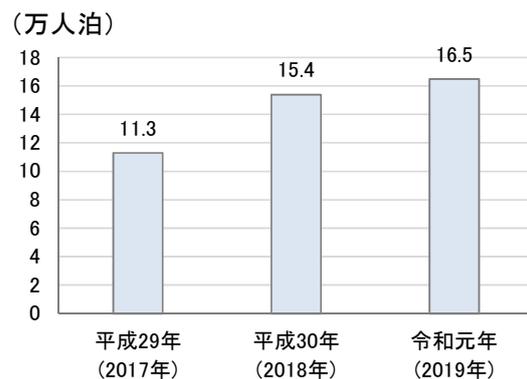
### 総宿泊者数は横ばいで推移。外国人宿泊者数は一貫して増加傾向

コロナウイルス感染拡大前の、総宿泊者数は、平成 29 年から平成 30 年は 4.7%減少しましたが、平成 30 年から令和元年にかけて 2.3%増加するなど、増減しつつ、横ばいで推移しています。外国人宿泊客数においては、平成 29 年から令和元年まで一貫して増加し、インバウンドは好調に推移してきました。

図表 5 長野市総宿泊者数の推移



図表 6 長野市外国人宿泊者数の推移

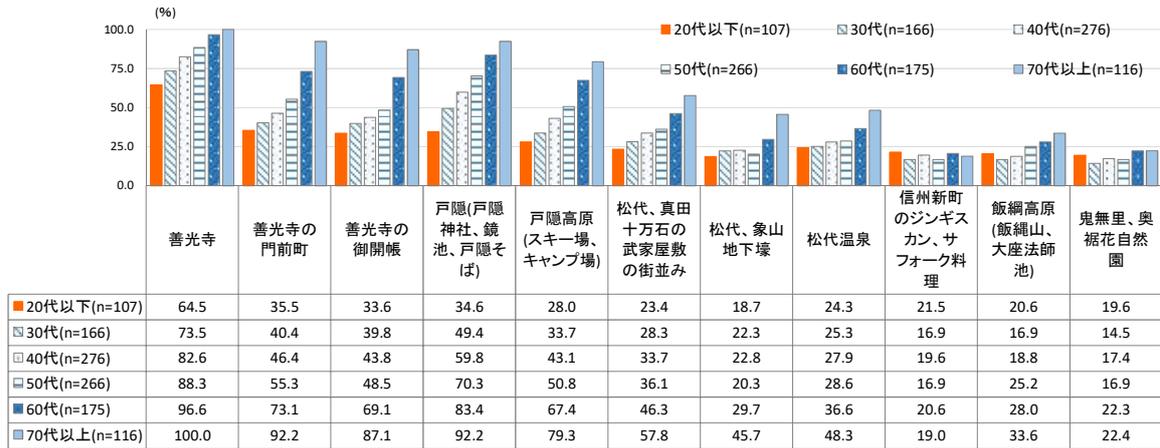


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

## 若者世代における市内観光資源の認知度が低い

市内観光資源の認知度を年代別にみると、60代以上のシニア層の認知度が高く、その層に支えられています。20代以下と70代以上の認知度の差をみると、「善光寺の門前町」「善光寺の御開帳」「戸隠」「戸隠高原」でその差が大きくなっています。5年後、10年後の未来への投資としてのZ世代をはじめとする若い世代に対する誘客促進及び「ファン化」が重要です。

図表 7 年代別にみる長野市の観光資源の認知度



出典：長野市観光に関する Web アンケート（令和2年度）

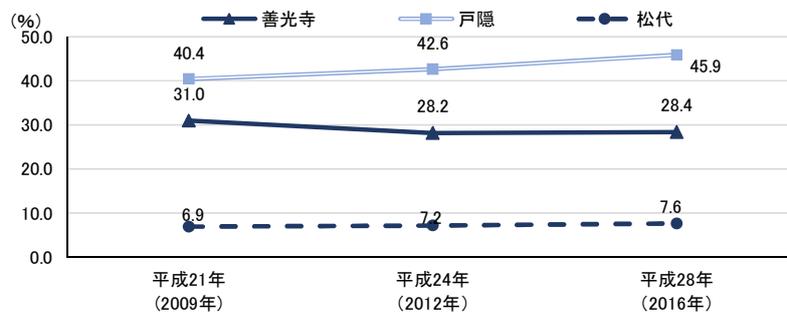
## 地域の観光の成熟度に合わせた支援が必要

長野市の入込客数の推移を見ると長期的に概ね横ばいで推移しています。しかし、地域別に見ると、中長期的に飯綱高原、戸隠高原は増加傾向、一方、松代、豊野、鬼無里などは減少傾向となっており、地域によって傾向が異なります。

また、前計画では、長野市の民間事業者、地域団体等が主体的に観光に関わる体制を構築するために、善光寺、戸隠、松代で「長野市観光振興計画アクションプラン作業部会」を組織し、当該地域における重点的な振興テーマを定め、それを達成するための実践活動を行いました。その結果、各地域の団体・事業者を発掘し、地域資源を活かした観光コンテンツが生まれるなど一定の成果を上げることができました。しかし、地域の観光の成熟度や参加者のビジネスモデルの違いにより、アクションプランの進捗には大きな地域差が見られました。

このことは地域の実情に合わせた観光振興策が求められていることを示しています。

図表 8 地域別 宿泊・飲食事業所の割合の推移



出典：総務省・経済産業省「経済センサス基礎調査」「経済センサス活動調査」

#### 4 各地域の現状

##### 善光寺・中心市街地：観光入込客数は堅調に推移。長野市の観光の顔として、経済・集客力をさらに向上していくことが重要

- ・善光寺界隈の観光入込客数は、平成 28 年度～令和元年度は 600 万人台を維持し、本市で最も集客力があるエリアとなっています。善光寺の認知度は 82.6%（令和元年度）であり、市内観光資源の中でも最も高くなっています。
- ・善光寺界隈の全事業所に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合は 28.4%（平成 28 年）であり、主要な産業となっています。
- ・県立美術館がリニューアルし、新たな魅力が加わる中、善光寺・中心市街地での滞在、周遊をさらに促していくことが必要です。

##### 戸隠：繁忙期においてオーバーツーリズムが見られる。長野市の観光先進地として持続可能な観光を実現していくことが重要

- ・戸隠高原の観光入込客数は、平成 28 年度～令和元年度は 130～160 万人台を維持しています。繁忙期においては渋滞等が課題となっています。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた令和 2 年度においても 102 万人の観光入込客数があり、他地域と比較し前年度からの減少率が低くなっています。
- ・来訪者の満足度は 56.4%（令和 2 年度）と高い水準を維持しています。
- ・全事業者に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合は 45.9%（平成 28 年）であり、年々その割合は高まっており、地域経済を支える重要な産業となっています。

##### 松代：大河ドラマ「真田丸」以降、低迷が続く。宿泊客数を徐々に増やしつつ、まちなか周遊を促していくことが必要

- ・大河ドラマ「真田丸」の放映で平成 28 年度の観光入込客数は大きく増加しましたが、それ以降はやや減少傾向です。
- ・全事業者に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合は 7.6%（平成 28 年）と低い状況であり、地域経済の活性化につなげることで、事業者を増やしていくことが重要です。

##### 中山間地：ほとんど観光振興が進んでいない状況。まずは、一つひとつコンテンツを作り上げることが優先。その後そのコンテンツをつなぐことで、徐々に観光振興を進めていく

- ・現在、道の駅等を起点に、中山間地域を巡るサイクリングコースを設定し、サイクリングマップを作成しています。今後、Eバイクを活用し、各コンテンツをつなぐことで、より広い客層に山間地を楽しんでもらえるように取り組んでいくことが必要です。
- ・その地域ならではの体験（収穫体験等）を活用し、小規模の誘客でも、満足度の高いコンテンツの構築を目指していくことも必要です。

## 5 まとめ

観光を取り巻く状況は非常に大きく変化しました。今後の本市の観光振興はこの変化に柔軟に対応し、誘客を図るための政策に変化させていく必要があります。

持続可能性などを求める新しい観光の潮流を踏まえつつ、ウィズコロナ、アフターコロナを見据え、かつ、本市の各地域の成熟度に合わせた観光振興策の立案が必要です。

## 第2節 観光振興の目的

---

### 1 観光振興により目指すこと

観光は、本市に人を呼び込みます。人が訪れ、交流することで、地域に活気が生まれ経済も活性化します。本計画では観光振興を通じて、**来訪者を増加させ「地域経済の活性化」や「地域コミュニティの活性化」に寄与します。**

#### 重要なゴール「地域経済の活性化」への寄与とは

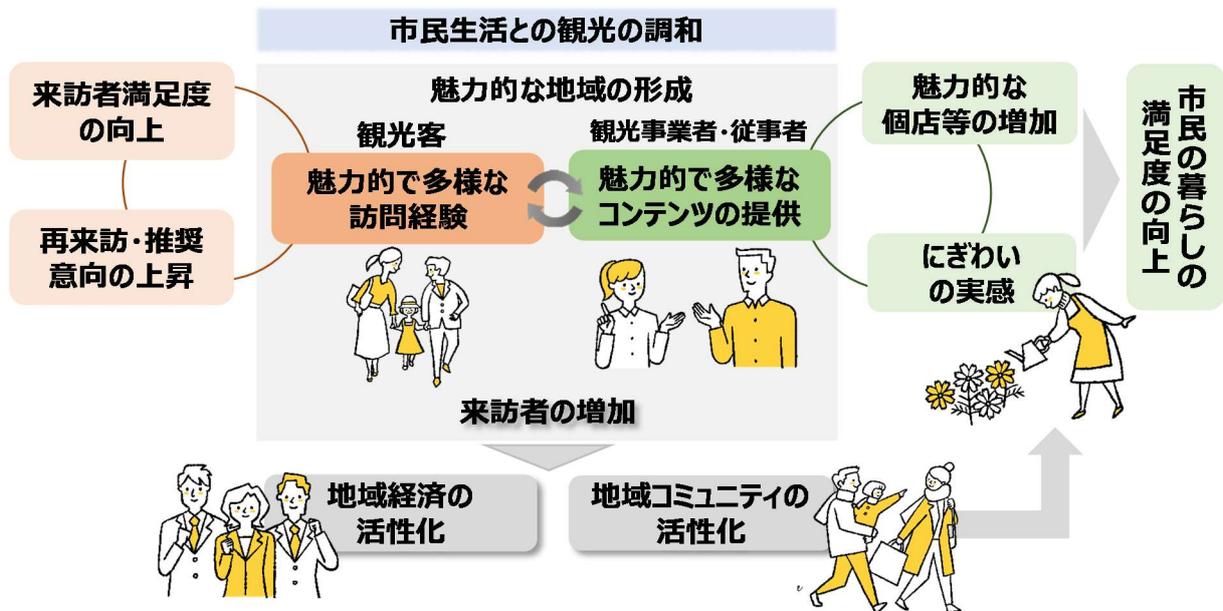
地域経済の活性化への寄与とは、地域資源を活用した財やサービス（以下、観光コンテンツ）を観光客に提供することを通じて、外貨を稼ぎ、地域内の循環を高め、雇用を確保していくということを意味します。

#### 重要なゴール「地域コミュニティの活性化」への寄与とは

観光は地域の魅力を地域外の人々と分かち合う機会でもあります。観光客が長野市を知り、訪れ、関わり、好きになり、そして、地域と関わり合うような、観光客と「つながり」をつくり、地域コミュニティの活性化に寄与する観光振興政策を立案します。

## 2 長野市における観光振興の基本的な考え方

これからの観光振興は「ただ、人が来ればよい」という考え方で実施する時代ではありません。自然環境への負荷を最小限に押さえ、市民生活と調和し、経済の活性化につながる観光振興が求められます。そこで、**長野市の豊かで美しい自然が維持され、市民生活との調和が図られた「魅力的な地域」**を本市に形成することを目指し、計画を推進していきます。





### 第3節 観光振興の基本方針

---

これからの観光振興は長期的な視点を持ち、地域の観光産業やコミュニティ、自然環境など様々な分野において「持続可能性」を意識して取り組んで行く必要があります。それを踏まえ、「観光振興の基本方針」を以下の8点とします。

#### 1 持続可能を担保した観光産業への転換

今後の観光政策は、SDGsへの対応や環境負荷の低減（地域資源の保護、ゴミ0、公共交通の活用等）、地域社会への貢献などがこれまで以上に求められるようになります。それを可能にするための様々な社会基盤を再整備します。

#### 2 新たな観光スタイルに対応した観光への転換

環境問題への意識の高まりや新型コロナウイルスの影響などにより、消費者の観光スタイルに変化が見られます。例えば地方で働きながらバケーションをとるワーケーションや3密を避けるためのアウトドアツーリズム、サイクルツーリズムなどが隆盛しつつあります。

そこで、本市の地域資源を活用し、新たな観光スタイルに対応する「長野ならではの」観光コンテンツ開発を進めます。

#### 3 人と人とのつながりを大切にしながらのファンづくりの強化

地域の人材は「長野ならではの」を演出するうえで非常に重要なアクターと言えます。「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」のいずれのプロセスにおいても、観光客と地域人材との「つながり」を生み出し、ながのファンとの関係性を強化します。

#### 4 Z世代など若者への観光需要の喚起

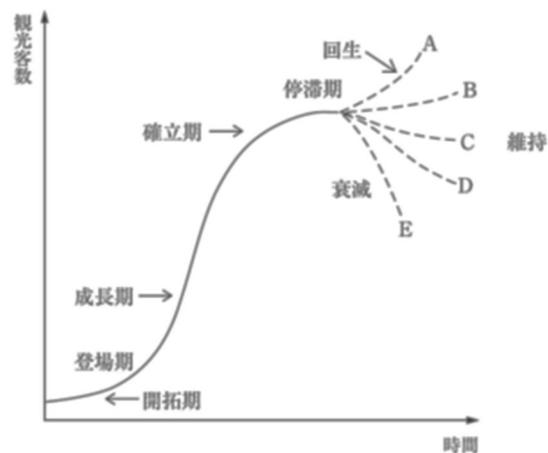
長野市観光資源の認知度はシニア層に支えられています。一方で若年層の認知度は低く、課題と言えます。

そこで、Z世代など若者の観光需要を獲得するため、ソーシャルメディア等を活用するとともに、若者向けのコンテンツ開発を積極的に行っていきます。

## 5 地域の成熟度に合わせ、観光振興を進める

地域における観光の成熟度は様々であり、当該地域がライフサイクル上（図表 10 参照）どこに位置しているかによって取組み内容の力点が変わってきます。そこで、「地区別方針」としてまとめることで、地域の実情に適した振興を図ります。

図表 10 観光振興において観光地の成熟度に合わせた取組みの必要性



出典： R.W.Butler(1980)

## 6 インバウンドの回復を見据えた環境整備

外国人観光客が再び日本を訪れるようになるには数年かかると言われています。この期間を活用し、ウィズコロナ、アフターコロナに求められる新しいコンテンツづくりと、受入環境整備を行い、ターゲットに届く方法で情報発信を行います。

## 7 DXの推進による観光サービスの提供

AIやビッグデータなどのテクノロジーの力を活用して、マーケティングデータを収集し、ながのファンづくりに活かすとともに、ニーズに即した顧客目線での快適で魅力的な観光サービスの提供を行います。

## 8 災害やコロナなど情勢の変化に対応した観光地づくり

観光は災害やコロナ、国際政治情勢などの外部環境に大きな影響を受けます。観光を安定的に収益が上げられる産業にするため、観光地としてのリスクマネジメント（災害後の適切な情報発信、観光入込客数の平準化）を強化します。

## 第4節 地区別の観光振興の考え方

---

### 1 善光寺・中心市街地

善光寺・中心市街地は多くの市民や観光客が訪れ、食事や買物などを楽しんでいます。特に善光寺界隈には年間約 600 万人（御開帳時には約 1,200 万人）の観光客が訪れており、観光地としては成熟した地域と言えます。

長野市観光の顔となる地域として、魅力的な地域づくりをリードしていく必要があります。

そこで、善光寺・中心市街地では、個店等の進出を促しつつ、徒歩や自転車などでゆっくり移動することを楽しむまちの実現を図ります。また、併せて地域内の魅力的な路地や店舗などを積極的に発信し、観光客の周遊や消費を促すことを方針とします。

### 2 戸隠地区

戸隠地区は美しい自然に囲まれ、深い歴史・文化が根付いた本市を代表する観光地です。年間約 150 万人前後の観光客が訪れており、事業所に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合が 45.9%に達しており、成熟した観光地と言えます。しかし、それにより繁忙期には大渋滞が発生するなどオーバーツーリズムが課題になっています。

先人がつないできた地域の資源を活用している観光産業においては、戸隠の美しい自然や伝統・文化を守り、次の世代につないでいくことは必須と言えます。

そこで、戸隠地区においては本市における「持続可能な観光の先進地」としてファーストツーリズムからの転換を強く図り、長期滞在型観光の実現、サステナブルツーリズムの開発や環境負荷低減などを促進していきます。

### 3 松代地区

松代地区は江戸時代 250 年にわたり真田十万石の城下町として栄え、今なお多くの文化財や歴史的建造物等が残っています。また、市内では数少ない天然温泉も湧出しており、観光地としてのポテンシャルを秘めた地域と言えます。

しかし、松代地区を訪れる観光客は、大河ドラマ真田丸以降、減少傾向にあります。また、観光関連事業所も少ないため、観光の地域経済への寄与は大きくない状況です。

このような松代地区においては、観光客の地域での消費額を少しずつ増やし、観光によりお金が地域の中で巡るようにしていくことがまずは求められます。

そこで、松代地区においては、天然温泉を有する松代荘等の宿泊施設の宿泊客数を増やし、その宿泊客がまちを巡ることを通じて、観光消費につなげていく仕組みの構築を促進します。

### 4 中山間地域

市内の中山間地には豊かな自然、静かな里山の暮らし、景観、地域固有の食文化など豊富に観光資源が数多くあるものの、それらは活用されておらず、観光関連事業者も少ない状況です。このような中山間地においては、まずは各地域の地域資源の観光コンテンツ化を少しずつ進めていくことが観光振興の第一歩になります。

その後、そうして生まれた観光コンテンツをつなぐ線（周遊ルートの整備、情報発信）を整備することで地域間の周遊・移動を促していきます。

## 第3章 観光振興政策

### 第1節 計画実施の考え方

---

今、社会は、不確実で変化の読めない時代になりつつあります。このような時代においては、状況に対して柔軟に対応しながら観光振興を進めていくことが求められます。

そこで本計画においては、次の5年間にどのような時代の変化があらうと、観光を振興するうえで重要であり、必須な政策を記載します。

そのうえで、毎年度実施する具体的な事業については、その時の状況を踏まえて、「年次事業計画」を策定し、その中に記載していきます。このようにすることで時代の変化・状況に迅速に対応しながら観光振興を進めていきます。

### 第2節 計画の指標

---

#### 1 最終成果指標

本計画が目指すゴールは、**来訪者数を増加させ「地域経済の活性化」や「地域コミュニティの活性化」に寄与すること**です。ゴールへの到達度を示す指標は前計画を引き継ぎ、設定します。

なお、これらの指標は観光関連事業者、ながの観光コンベンションビューロー（以下、「ビューロー」という。）、各観光協会、行政のそれぞれがそれぞれの役割を果たすことで達成されます。特に中核となるのは観光関連事業者です。観光関連事業者が良質な観光コンテンツ等を生み出すことで、それを求めて人が訪れ、消費が生まれ、経済が活性化します。

図表 11 最終成果指標一覧

最終成果指標		実績		R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
		R元年度	R2年度					
観光による地域への 経済波及額（億円）		733	算出中					
一人当り観 光消費額 （円）	全体	11,693	12,497					
	宿泊客	19,997	25,473					
	日帰り客	6,843	7,360					
市内宿泊者 数	総宿泊者数 （千人）	1,568	算出中					
	外国人宿泊者 数（人）	165,493	算出中					
観光入込客 数（人）	全市	10,382,000	4,484,800					
	善光寺	6,302,000	2,593,600					
	戸隠	1,371,000	1,023,000					
	松代	384,000	219,000					
各地域の満 足度（%）	全市	44.0	49.7					
	善光寺	45.5	46.1					
	戸隠	55.8	56.4					
	松代	31.4	46.1					
市内観光資 源の認知度 （%）	善光寺	82.6	84.9					
	戸隠	61.2	65.5					
	松代	34.8	37.0					
リピート率（%）		60.9	61.3					
コンベンション等参加者（人）		108,061	10,220					

### 第3節 計画の構造

目標達成に向け、本計画では、「重点政策」、「地区別方針」、「実践プロジェクト」の3つで構成する事業を実施していきます。以下に計画の全体像を示します。

**市民生活との調和を図りながら魅力的な地域を形成することで、  
来訪者を増加させ、「地域経済」や「地域コミュニティ」の活性化につなげる**

**計画の最終成果指標：一人当り観光消費額、市内宿泊者数、観光入込客数 など**

#### 重点政策1：地域資源を最大限活かした誘客

- 1-1 地域資源を活用した魅力的で多様なコンテンツの創出と流通促進
- 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興
- 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり



地区別方針	善光寺	戸隠	松代	中山間
実践プロジェクト	まちなか周遊促進	長期滞在の実現	宿泊客のまちなか周遊	スローツーリズムの推進

#### 重点政策2：長野市の魅力を活かしたインバウンドの推進

- 2-1 長野市の特長的な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備
- 2-2 ターゲットに届く効果的な情報発信

#### 重点政策3： オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致

- 3-1 コンベンション誘致の強化
- 3-2 地域資源を活かしたフィルムコミッション等の誘致



#### 重点政策4： 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築



- 4-1 DXの推進による快適な滞在環境の構築
- 4-2 災害に強い観光都市基盤の構築

### ①重点政策

重点政策は、この5年間で重点的・優先的に取り組む「1 地域資源を最大限活かした誘客」、「2 長野市の魅力を活かしたインバウンドの推進」、「3 オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致」「4 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築」の4本で構成されています。

### ②地区別方針

多様な地域を有する長野市においては、重点政策を全地域画一的に進めていくことは最適ではありません。特に、重点政策「1 地域資源を最大限活かした誘客」に関しては、地域の状況に応じて適切に進めていくことが求められます。そこで、地域毎の方針（地区別方針）を設定し、当該地区の状況に応じた最適な政策推進を図ります。

地区別方針を設定するエリアは、「善光寺・中心市街地」「戸隠地区」「松代地区」「中山間地域」とします。

### ③実践プロジェクト

そこで、重点政策「1 地域資源を最大限活かした誘客」及び地区別方針を踏まえ、ビューローが主体となって、地区の観光関連事業者の支援を通じて、観光コンテンツを開発し、魅力的な地域づくりを実践するプロジェクトを「実践プロジェクト」と称し、実施します。このようにすることで、本市における観光コンテンツ開発等を具体的かつ強力に推し進め、地域経済の活性化に寄与します。

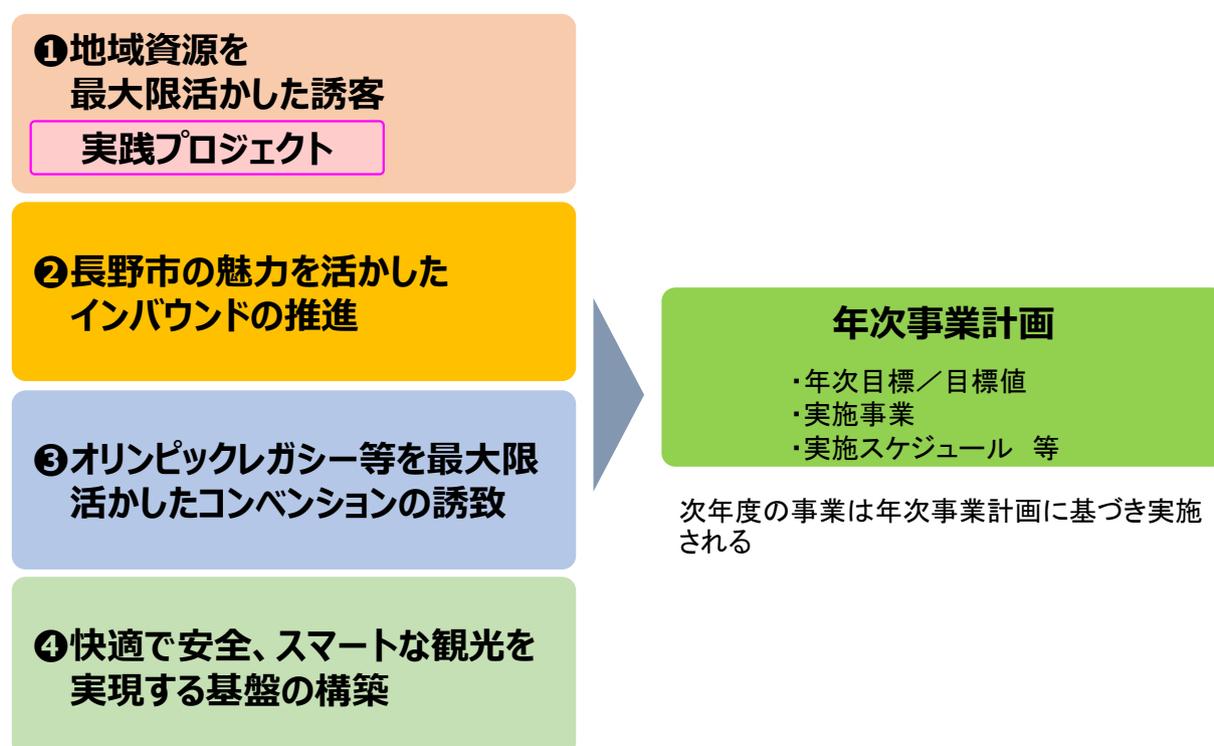
## 第4章 計画のマネジメント

### 第1節 観光振興年次計画による事業の推進

重点政策の4つの柱に基づき、毎年度、各重点政策において何を実施するかを観光振興年次計画にまとめます。

年次事業計画は、毎年度、ビューロー及び各地区の観光協会とともに、長野市が取りまとめ、実施します。

年次事業計画においては当該年度の事業目標及び目標値、それを実現するための具体的な事業、実施スケジュール等を記載します。



## 第2節 指標・目標値による計画の進捗管理

---

計画を適切に推進し、成果を導出するために、以下に3つの指標・目標値を設定し、計画をマネジメントします。

### 1 最終成果（ゴール）の進捗管理：最終成果指標の設定

本計画で目指している最終成果である地域経済の活性化などへ、観光がどの程度寄与しているかを測定するため、P15に記載したように最終成果指標を設定し、毎年度評価・検証を行います。

### 2 毎年度の活動の管理：年次事業計画における進捗管理指標の設定

年次事業計画の進捗をマネジメントするため、年次の目標及びそれを代替する目標値を設定します。目標及び目標値は年次事業計画策定時に設定するものとします。

## 第3節 評価実施・計画改善のタイミング

---

計画の進捗管理及び改善は長野市観光振興審議会において実施します。

政策目標値の評価・検証は毎年度10月頃までに実施し、その結果を踏まえ、次年度の年次事業計画の重点目標や事業の実施内容等の見直しを行います。

評価は毎年3月頃に実施し、その結果を次年度の年次事業計画に反映させます。なお、後述する実践プロジェクトにおける成果指標についても年次事業計画と合わせて評価を行い、プロジェクトの改善につなげるものとします。

## 第4節 計画推進における各主体の役割

魅力的な地域づくりに向けて、各主体が以下のような役割分担で取組みます。観光関連事業者、ビューロー、各観光協会、長野市と計画の目的・目指すことの共有を図りながら、連携し、進めていきます。

図表 12 各主体の役割分担

主体	主な役割
観光事関連業者	・観光客をはじめとする来街者／市民が満足するコンテンツ／サービスの開発と提供
長野市	・全体プロデュース、マネジメント ・社会基盤などの共通資産の整備（ハード・ソフト） ・本計画の進捗・管理・改善 ・年次事業計画の策定及び実施の管理
ながの観光 コンベンションビューロー （全市）	・口コミ、評判のマネジメント →観光客、ビジネス客との適切なコミュニケーション ・プロモーション ・コンテンツ開発における伴奏型支援／コーディネート ・年次事業計画の策定及び実施
<各地域>各観光協会、 ながの観光コンベンション ビューロー（市街地）	・地域内での目指す姿の共有（地域内の合意形成の促進） ・プロモーション、マーケティング、コンテンツ開発 ・各地域における年次事業計画の策定及び実施

そして、地域・市民や観光客にも情報発信等を通して、長野市の環境や文化などに与える影響に意識を向けてもらいます。

地域・市民には、自分たちが暮らす地域に関心を持ち、次世代につなげるために磨き上げることやおもてなしの心を持ち、観光客に接することを促進します。

観光客には、環境負荷の軽減や地域コミュニティへの配慮、感染症対策を徹底するなど、持続可能で安全な観光地づくりに向けた行動を促します。

図表 13 地域・市民、観光客の役割

主体	主な役割
地域・市民	・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る ・おもてなしの心を持ち、観光客に接する 等
観光客	・環境負荷を低減した行動、地域コミュニティに対する尊重と共感（配慮、感染対策の徹底 等）

## 第5章 重点政策

### 第1節 重点政策の考え方と構造

---

#### 1 重点政策の考え方と記載事項

重点政策は、「1 地域資源を最大限活かした誘客」、「2 長野市の魅力を活かしたインバウンドの推進」、「3 オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘客」、「4 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築」の4つからなり、それぞれに紐付く政策、施策及び取組み例により構成されます。

目指していること	政策において目指すゴールを示しています。
施策	目指すゴールの実現に向けて重点的に取り組むことを示しています。
全体管理	施策を管理する主体を記入しています。
実施主体	年次事業計画を検討する主体を記入しています。

## 第2節 重点政策体系

### 1 重点政策の全体像

重点政策の施策体系を示します。「総合計画の施策」や「観光振興の基本方針（P11,12）」との対応は以下のとおりです。

また SDGs では、右記のゴールの実現を目指します。



総合計画との対応	政策	施策		
施策1 豊富な観光資源を活かした観光交流促進	<b>政策1</b> 地域資源を最大限活かした誘客  <b>方針との対応</b> 1 2 3 4 5	1-1 地域資源を活用した魅力的で多様なコンテンツの創出と流通促進	地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援 観光コンテンツの提供体制の構築	
		1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	観光を通じた歴史・文化、自然資源の保全と情報のシェア（価値の伝達と共有） 観光における温室効果ガスや廃棄物等の排出抑制	
		1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	ファンづくり、周遊促進に向けたコンシェルジュ機能の強化 長野市の魅力をつたえるコミュニケーション	
		<b>政策2</b> 長野市の魅力を活かしたインバウンドの推進  <b>方針との対応</b> 6	2-1 長野市の特長的な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備	歴史・文化、アクティビティ等の地域資源を活用したコンテンツ開発 冬季のコンテンツ開発 広域の連携による周遊コンテンツの開発 外国人観光客が快適に滞在できる受入環境整備
			2-2 ターゲットに届く効果的な情報発信	ターゲット市場への情報発信の強化 他市町村と連携した情報発信
			<b>政策3</b> オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致  <b>方針との対応</b> 2 3	3-1 コンベンション誘致の強化
3-2 地域資源を活かしたフィルムコミッション等の誘致	フィルムコミッションの誘致とロケツアーリズムの強化			
<b>政策4</b> 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築  <b>方針との対応</b> 7 8	4-1DX の推進による快適な滞在環境の構築	快適に滞在できる環境整備 快適な滞在を提供するためのマーケティングシステムの構築		
	4-2 災害に強い観光都市基盤の構築	災害など緊急時の対応力強化 安全な観光地づくり		

### 第3節 重点政策の内容

#### 重点政策1：地域資源を最大限活かした誘客

方針との対応

1 2 3 4 5

##### 1-1 地域資源を活用した魅力的で多様なコンテンツの創出と流通促進

###### 目指すこと

- ・長野市でしか楽しむことができない魅力的なコンテンツが開発され、観光客に提供されています。SDGsや環境負荷へ対応した新たな観光スタイルのコンテンツも開発されています。
- ・様々な地域産品が観光に活用され、経済が地域内で循環しています。
- ・ビューローや各地域の観光協会が開発された観光コンテンツの販売チャンネルとなり、多く販売されています。

###### 施策

###### (1) 地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援

- 本市ならではの資源を活かした魅力的なコンテンツの開発を支援します。
- 特に、新型コロナウイルス等への対応やSDGs等を意識したコンテンツ開発を支援します。
- 本市の観光資源の認知度が低い若者向け(主にZ世代)のコンテンツの開発を支援します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会、スポーツ課、文化芸術課、文化財課
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本市の歴史や文化、自然を活かしたコンテンツの開発</li> <li>●アウトドアやスポーツ、文化芸術などを切り口としたコンテンツ開発</li> <li>●既存コンテンツのSDGs・地域資源活用転換支援、サステナブルツーリズムの開発</li> <li>●夜を楽しむコンテンツの開発/ ●オンラインツアーの開発</li> <li>●若者向け(主にZ世代)のコンテンツの開発</li> <li>●ワーケーションを促進するコンテンツの開発</li> <li>●地産地消や地域産品・地域産材活用支援</li> <li>●「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」での地域人材とのつながりを活かしたコンテンツの開発</li> </ul>

###### (2) 観光コンテンツの提供体制の構築

- 魅力的なコンテンツの販売体制の強化を図るとともに、提供する観光関連事業者を増やします。
- コンテンツの魅力を伝えるプロガイドの育成を進めます。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ビューロー/観光協会による販売強化</li> <li>●観光関連事業者とOTAのコーディネート</li> <li>●プロガイドの育成強化</li> <li>●観光分野等における起業/事業継承支援（宿坊等）</li> <li>●広域連携による効果的な観光情報の発信/プロモーション</li> </ul>

## 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興

### 目指すこと

- ・ これまでの歴史の積み重ねにより育まれた、各地域の風土、食生活、自然観光などを保全し、それを楽しむ観光客が本市を訪れています。
- ・ 温室効果ガスや廃棄物等の排出を抑制する仕組みができています。

### 施策

#### (1) 観光を通じた歴史・文化、自然資源の保全と情報のシェア（価値の伝達と共有）

- 歴史・文化、伝統産業、里山の景観など、地域の貴重な資産を次世代につなぐ取組みを行います。
- 地域の貴重な資産を紹介し、誘客につなげます。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会、文化芸術課、文化財課
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 里山などの景観の保全及び観光コンテンツ化</li> <li>● 歴史・文化、伝統産業（地場産業）の保全活動の観光コンテンツ化</li> <li>● 歴史・文化、伝統産業のアーカイブ化と誘客への活用</li> </ul>

#### (2) 観光における温室効果ガスや廃棄物等の排出抑制

- 観光関連事業者の温室効果ガス抑制に向けた取組みを広めるため、普及・啓発を行います。
- 環境への負荷が低い旅行スタイルへの転換を促進します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会、交通政策課、環境保全温暖化対策課、市街地整備課、駅周辺整備課
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光関連事業者への温室効果ガス抑制に向けた取組みの普及・啓発</li> <li>● 自転車や公共交通など環境負荷が低い旅行スタイルの促進</li> <li>・ 自転車やEバイクの整備による観光価値の向上と車利用の抑制</li> <li>・ 自転車や徒歩によるまちなか観光が楽しめる空間整備</li> <li>・ 公共交通で楽しめる観光の実現</li> <li>・ 戸隠でのグリーンスローモビリティの導入検討</li> </ul>

### 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり

#### 目指すこと

- ・ビューローや各地域の観光協会が、ツアーデスクやコンシェルジュの機能を持ち、観光客の周遊促進に貢献しています。
- ・ながのファンと双方のコミュニケーションが取れています。
- ・本市を訪れたいと思う若い世代が増えてきています。

#### 施策

##### (1)ファンづくり、周遊促進に向けたコンシェルジュ機能の強化

- ながのファンづくりにつながるよう、コンシェルジュを育成します。
- 長野観光の玄関口となる長野市観光情報センターの機能強化を引き続き図ります。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ビューロー／観光協会案内所のコンシェルジュ機能強化</li> <li>●チャットボットなどIT技術を活用したコンシェルジュ機能の強化</li> </ul>

##### (2)長野市の魅力をつたえるコミュニケーション

- 本市の観光資源の認知度が低い“若者向け(主にZ世代)”をターゲットとしたデジタルコミュニケーションを強化します。
- ながのファンづくりにつながるよう、来訪者との地域人材とのコミュニケーションを促進します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Z世代をメインターゲットとしたマーケティングの強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSやWebメディアを活用したデジタルコミュニケーションの強化</li> <li>・Z世代向けにカスタマイズしたコンテンツ情報の提供</li> </ul> </li> <li>●ながのファンづくりの強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」での観光客と地域人材とのつながりの形成に向けたコミュニケーションの強化</li> <li>・ながのファンクラブ会員とのコミュニケーション強化</li> <li>・顧客データベースの構築</li> </ul> </li> </ul>

## 2-1 長野市の特長的な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備

## 目指すこと

- ・新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、長野市固有の資源を活かしたコンテンツの開発が行われています。
- ・重点ターゲット国の外国人観光客の目線に立ち、ニーズに対応した開発が行われています。

## 施策

## (1) 歴史・文化、アクティビティ等の地域資源を活用したコンテンツ開発

- 歴史・文化、アクティビティ等を活用し、外国人観光客に訴求するコンテンツの開発を支援します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 歴史・文化、アクティビティ等を活用した体験型観光コンテンツの開発</li> <li>● 山間地を巡るサイクリングコースの開発</li> </ul>

## (2) 冬季のコンテンツ開発

- 冬季は、オーストラリア・アジアなどの外国人観光客が、長野県にウィンタースポーツを楽しみに訪れます。冬季に楽しめるコンテンツの開発の強化を図ります。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ウィンターアクティビティによる外国人観光客の誘客</li> <li>● 長野市の冬の魅力が伝わる地域資源を組み合わせたコンテンツの開発</li> </ul>

## (3) 広域の連携による周遊コンテンツの開発

- 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を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 広域的なサイクリングコースの造成</li> <li>● デジタルコンテンツ（マップ、ガイド）の整備</li> </ul>

## (4) 外国人観光客が快適に滞在できる受入環境整備

- 外国人観光客が本市を楽しんで周遊してもらうための多様なガイド環境の整備を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
取組み例	● 音声ガイドアプリ等の活用

## 2-2 ターゲットに届く効果的な情報発信

### 目指すこと

- ・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適切な媒体を選定した情報発信が行われています。
- ・関係自治体と連携し、重点ターゲット向けの効果的な情報発信が行われています。

### 施策

#### (1) ターゲット市場への情報発信の強化

- 新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、重点ターゲット国の現地の機関と連携を図るとともに、動画配信などの情報発信を行います。
- 新型コロナウイルス感染症の収束後は、旅行博などに出展し、積極的なセールスを行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
取組み例	<ul style="list-style-type: none"><li>● 動画配信など、外国旅行者の誘客に向けたコミュニケーション</li><li>● 海外でのイベント・旅行博への出展・参加</li><li>● 海外メディア招聘事業、ファムトリップ</li><li>● 海外旅行会社との商談会</li></ul>

#### (2) 他市町村と連携した情報発信

- サイクリングなどのテーマごとに、関係自治体と連携し、効果的な情報発信を行います。
- 外国人観光客の集客力がある自治体と連携した情報発信を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
取組み例	<ul style="list-style-type: none"><li>● 北陸新幹線沿線の集客力のある自治体と連携した情報発信</li><li>● 長野市のハブ機能を活かし、集客力のある観光資源を有する県内自治体と連携した情報発信</li><li>● 広域連携による台湾、タイ等へのサイクルツーリズムの情報発信</li></ul>

重点政策3：オリンピックレガシー等を最大限活かした  
コンベンションの誘致

方針との対応

2 3

### 3-1 コンベンション誘致の強化

#### 目指すこと

- ・ スポーツや文化・芸術施設を活用したコンベンションが数多く開催されています。
- ・ コンベンション参加者の市内で食事や買物をし、まちが賑わっています。

#### 施策

##### (1) コンベンション誘致やエクスカージョンの強化

- オリンピック施設等を活用した、コンベンションや学会、スポーツ、文化・芸術等の開催を支援します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、スポーツ課、文化芸術課
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 誘致強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ オリンピック施設等を活用したコンベンション活動の強化</li> <li>・ 大学等と連携した学会誘致</li> <li>・ 地域資源を活用したエクスカージョンの企画</li> <li>・ スポーツ大会開催や合宿開催の支援</li> </ul> </li> </ul>

##### (2) コンベンション参加者への情報発信

- 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。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンベンション等参加者への観光情報の発信と周遊促進策の実施</li> <li>● 夜間も楽しめる環境づくりの促進</li> </ul>

### 3-2 地域資源を活かしたフィルムコミッション等の誘致

#### 目指すこと

- ・ 本市が映画やドラマなど撮影地として選ばれるよう、受入環境の整備や関係者への PR を行うことで、選ばれ、多くのロケ地になり、日本のみならず、世界に発信されています。
- ・ 撮影された映画やドラマなどの舞台を訪れる観光客が増え、賑わっています。

#### 施策

##### (1) フィルムコミッションの誘致とロケツーリズムの強化

- フィルムコミッションの強化を図り、観光コンテンツに活用していきます。
- 映画やドラマなどの公開後にロケ地を訪れるファンが新たな「ながのファン」となるよう、情報発信等を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
取組み例	●フィルムコミッションの強化と観光への活用 ●ロケツーリズムの促進

## 重点政策4：快適で安全、スマートな観光を 実現する基盤の構築

方針との対応

7 8

### 4-1 DXの推進による快適な滞在環境の構築

#### 目指すこと

- ・国内及び海外からの旅行者が、快適に移動や買物、休憩等を行い、周遊しやすい環境が整っています。
- ・顧客ニーズを適切に把握する仕組みの構築により、観光客がより消費行動を楽しめるようになっています。

#### 施策

##### (1) 快適に滞在できる環境整備

- 移動や買物等にDXを取り入れ、市内での周遊や消費を促進します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、交通政策課、情報政策課、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● キャッシュレス環境の整備</li> <li>● Maasの導入検討、公共交通機関の利便性向上</li> <li>● Eバイクの整備、サイクリングツーリズムの整備</li> <li>● デジタルマップなどの作成</li> <li>● 多言語への対応の強化</li> <li>● Googleマイビジネスなどへの登録・活用の促進</li> <li>● 戸隠の交通渋滞対策</li> </ul>

##### (2) 快適な滞在を提供するためのマーケティングシステムの構築

- ビッグデータの活用、顧客データベースなどマーケティングデータの収集等を行い、快適な環境を整備します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、情報政策課
取組み例	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客データベースシステムの構築</li> <li>● 消費情報の活用</li> <li>● 顧客コミュニケーションへの活用</li> </ul>

## 4-2 災害に強い観光都市基盤の構築

### 目指すこと

- ・ 災害時や感染症など緊急時に備えた危機管理体制が構築されています。
- ・ 災害からの復旧状況など、これから訪れようとしている人たちが安心できる情報発信ができています。
- ・ 感染症対策等を行い、旅行者が安心して旅行できる観光地づくりが行われています。
- ・ 高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく楽しめる観光地となっています。

### 施策

#### (1) 災害など緊急時の対応力強化

- 危機管理マニュアルの周知を行い、事前に災害時の対応を共有します。
- 災害後の適切な情報発信などのリスクマネジメントを強化します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、危機管理防災課
取組み例	<ul style="list-style-type: none"><li>● 観光関連事業者や地域と連携した危機管理体制の強化</li><li>● 多様なリスクに応じた効果的な情報発信の強化</li><li>● 災害時等に利用できる支援制度の情報整理等と周知</li></ul>

#### (2) 安全な観光地づくり

- 感染症対策への支援等を行い、新しい生活様式に対応した観光地づくりを進めます。
- 観光地、観光施設のバリアフリー等を進めます。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、各観光協会
取組み例	<ul style="list-style-type: none"><li>● 観光関連施設等の感染対策の支援</li><li>● ユニバーサルツーリズムの推進</li></ul>

## 第6章 地区別方針

### 第1節 地区別方針の考え方及び設定地区

---

#### 1 地区別方針の考え方

観光振興を考える上で、各地区の状況を考慮することは重要と言えます。そのため、各地区における観光の成熟度に合わせて、重点的に実施すべきことを地区別方針として設定します。地区別方針は、重点政策1「地域資源を最大限活かした誘客」を地域毎にどのように進めていくか記載しています。

#### 2 地区別方針の構成

地区別方針では各地区が5年間かけて実施する事業の方向性、目指すゴール及びそれを測定するための成果指標、重点政策1「地域資源を最大限活かした誘客」と連動を図りながらコンテンツ開発等を行う「実践プロジェクト」から構成されます。

#### 3 地区別方針を設定する地区

地区別方針は、前計画のアクションプランで取り組んできた、善光寺・中心市街地、戸隠、松代、中山間地域について設定します。

##### ・善光寺・中心市街地

善光寺や宿坊など長野らしい地域資源が豊富にある地区です。本市観光の中心地である「善光寺・中心市街地」においては、これからも「長野市の観光」の起点であり、本市観光をけん引する役割を担うことから地区別方針を設定します。

##### ・戸隠

自然環境、戸隠神社や竹細工、戸隠そばなど豊富な地域資源があり、それを活用した観光産業が盛んな地区です。また、コロナ禍においてワーケーションなど新しい観光スタイルに対する取り組みが始まっている地区でもあります。本市における新しい観光スタイルを生み出す先進地としての役割を担うことから地区別方針を設定します。

##### ・松代

真田家の歴史的資源や松代温泉など特徴的な観光資源があるポテンシャルの高い地域です。このポテンシャルを活かし、本市観光の重要な拠点とするため、地区別方針を設定します。

##### ・中山間地域

中山間地域には、未だ活用されていない地域資源が存在しています。その地域資源を活かし、中山間地域の活性化に寄与するモデルを構築するため、地区別方針を設定します。

## 第2節 実践プロジェクトの概要

---

### 1 実践プロジェクトの位置づけ

実践プロジェクトは、重点政策1「地域資源を最大限活かした誘客」にかかる事業に、地区別方針を反映させながら、当該地区において具体的な事業を展開していく取り組みです。観光振興にかかる個々の事業を個々で実施するのではなく、コンテンツ開発・プロモーション・販売・地域での定着化といった一連のバリューチェーンを構築するためプロジェクト形式で実施します。

このため、ビューロー及び各地区の観光協会がプロジェクトの実施主体となり、関係する事業者を巻き込みながら推進していきます。

### 2 実践プロジェクトの実施プロセス

実践プロジェクトは、地区方針で設定された成果指標を達成するため、毎年、観光コンテンツの企画・開発・プロモーション・販売（流通）・地域での定着化という一連のプロセスを実施していきます。なお、開発した各コンテンツは翌年度以降も継続して実施していくことを前提に開発します。

各プロセスにおけるポイントを以下に整理します。

プロセス1：観光コンテンツの企画・開発

- ・長野市及びビューロー/各観光協会が企画
- ・観光関連事業者に働きかけ、商品化

プロセス2：プロモーション

- ・ビューロー及び各観光協会が実施
- ・各団体のホームページやSNS等を活用し、開発したコンテンツをプロモーション

プロセス3：販売（流通）

- ・ビューローまたは各観光協会が販売
- ・旅行会社やOTA等でも販売

プロセス4：地域での定着化

- ・次年度以降、商品を継続的に販売し続けられるよう、各コンテンツの実施主体を明確化

### 3 実践プロジェクトの実施スキーム

実践プロジェクトは重点政策同様に、各地区において年次事業計画を策定し、その中で詳細な実施内容を決定した上で、実施プロセスに基づき進めていきます。

このようにすることで、事業実施時の長野市の観光を取り巻く状況に柔軟に対応するとともに、そのとき求められることを迅速に実践に移せるようにしていきます。

### 第3節 各地区の地区別方針及び実践プロジェクトの内容

#### 地区別方針1：善光寺・中心市街地

##### 1) 観光振興の方向性

善光寺を中心に多くの観光客が訪れている地域です。7年に一度の御開帳開催年には年間や約1,200万人もの人が訪れます。

善光寺や宿坊など長野らしい観光資源が豊富にある地区であり、本市観光の中心地である「善光寺・中心市街地」においては、これからも長野市の観光の起点であり、本市観光をけん引する役割を担っています。

今後も長野市観光の中心として、魅力的な観光資源を活かしたコンテンツを生み出し、周遊を促進していきます。

##### ■目指すこと

- ・長野市独自の魅力的な観光コンテンツが豊富にある
- ・多くの観光客がそのコンテンツを楽しみながらまちを周遊している

##### ■成果指標

成果指標	基準値	2026年度の目標値
善光寺・中心市街地来訪客の平均消費額	円	円
善光寺・中心市街地来訪客の平均滞在時間	時間	時間

##### 2) 実践プロジェクト：善光寺界限・まちなか周遊促進プロジェクト

善光寺界限と中心市街地の周遊を促進するため、様々な観光関連事業者と連携し、周遊促進コンテンツを開発するとともに、周遊を促す仕組みを構築する。

##### ■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策 1-1 地域資源を活用した魅力的で 多様なコンテンツの創出	<ul style="list-style-type: none"><li>・宿坊と連携した滞在コンテンツづくり</li><li>・文化財を活用した散策コンテンツの開発</li><li>・善光寺・中心市街地と県立美術館をつなげた周遊促進</li></ul>
政策 1-2 地域を守り、未来へつなぐ 観光振興	<ul style="list-style-type: none"><li>・観光関連事業者のエコな取組みの促進</li><li>・ホテル・旅館のゼロエミッションの推進</li><li>・Eバイクを活用したまちなか周遊促進</li></ul>
政策 1-3 コミュニケーションを 通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none"><li>・SNSやWebメディアを活用したデジタルコミュニケーションの強化</li><li>・Z世代をターゲットとした情報発信</li></ul>

## 地区別方針 2：戸隠

### 1) 観光振興の方向性

戸隠地区には自然・景観、歴史・文化が集積している善光寺と並ぶ長野市観光の顔と言え、成熟した観光産業が根付いています。

戸隠がこれまで守り受け継いできたこれらの資源を次代に受け渡していくことを通じて、新しい長野市の新しい観光スタイル（ファーストツーリズムからの転換、年間を通じて様々な地区を来訪者が訪れている分散化・平準化の実現、持続可能な観光や長期滞在の実現 等）を確立していくモデル地区として発展させていきます。

また、訪れる観光客と長期にわたる関係を構築するため、戸隠のファンになってもらう取組みを強化し、リピーターの獲得につなげます。

#### ■目指すこと

- ・ ゆっくりと長期間滞在し、地域の風土・生活に触れる観光スタイルが定着している
- ・ 環境負荷を抑えた観光産業が生まれつつある

#### ■成果指標

成果指標	基準値	2026年度の目標値
戸隠地区来訪客の平均消費額	円	円
戸隠地区来訪客の平均滞在時間	時間	時間

### 2) 実践プロジェクト：地域の自然・歴史・文化と調和した長期滞在観光地の実現プロジェクト

戸隠を持続的で長期滞在に適した観光地にするため、戸隠にある資源をその特徴を活かした観光コンテンツを開発する（長期間宿泊する理由をつくる）とともに長期滞在を可能にする仕組み（分散型宿泊、連泊プラン、ワーケーション 等）を構築する。

#### ■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

<b>政策 1-1</b> 地域資源を活用した魅力的で多様なコンテンツの創出	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 宿坊やペンション等の連泊プランの開発</li><li>・ 複数の宿泊施設を組み合わせた分散型宿泊の実施</li><li>・ アウトドアなどニューツーリズムの開発</li><li>・ 文化・自然・歴史・アウトドア等のプロガイドの育成</li></ul>
<b>政策 1-2</b> 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 観光関連事業者のエコな取組みの促進</li><li>・ ホテル・旅館のゼロエミッションの推進</li><li>・ Eバイクの活用</li><li>・ グリーンスローモビリティの導入検討</li></ul>
<b>政策 1-3</b> コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 長期滞在／ワーケーションの情報の発信</li><li>・ 戸隠観光協会等のコンシェルジュ機能の強化</li><li>・ 長期滞在環境の整備（通信環境 等）</li><li>・ 宿泊施設同士の連携促進（食事や温泉の共有等）</li></ul>

## 地区別方針 3：松代

### 1) 観光振興の方向性

江戸時代 250 年にわたり真田十萬石の城下町として栄えた松代には固有の歴史、文化が息づいている他、松代温泉などの観光資源が存在しますが、観光産業の基盤はまだ十分でなく、これから成熟した観光地へと発展していくことが必要であります。

松代ならではの資源を活かした体験コンテンツ等を充実させ、周遊を促すことで観光消費額を増やして行きます。

#### ■目指すこと

- ・ 宿泊者が宿を出て、まちを周遊している
- ・ 観光関連事業者が増えつつある

#### ■成果指標

成果指標	基準値	2026 年度の目標値
松代地区来訪客の宿泊者数	人泊	人泊
松代地区の観光入込客数	人	人
松代地区来訪客の平均消費額	円	円
松代地区における観光関連事業者割合	%	%

### 2) 実践プロジェクト：宿泊客のまちなか周遊促進プロジェクト

松代荘などに宿泊する観光客がまちを周遊し、買い物や食事をするを通じて地域における観光消費を増やしていきます。

#### ■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

<b>政策 1-1</b> 地域資源を活用した魅力的で 多様なコンテンツの創出	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 松代荘などの宿泊施設発着の観光コンテンツの開発</li><li>・ 宿泊施設同士の連携促進（食事や温泉の共有等）</li><li>・ 朝市の定期開催</li><li>・ 文化・自然・歴史等のプロガイドの育成</li></ul>
<b>政策 1-2</b> 地域を守り、未来へつなぐ 観光振興	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 地産地消を促進するための宿泊施設との連動</li><li>・ 地域資源を活用したビールの開発</li><li>・ 松代ならではの食材を活用したお土産やメニューの開発</li><li>・ E バイクの整備と活用</li></ul>
<b>政策 1-3</b> コミュニケーションを 通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 宿泊客の情報を蓄積し、マーケティングに活用する顧客管理システムの構築</li><li>・ SNS を通じた松代の宿泊の魅力発信</li></ul>

## 地区別方針 4：中山間地域

### 1) 観光振興の方向性

本市の多くの地域は中山間地です。そこでは日本の原風景である里山が広がり、古民家が残り、田園風景が守られ、残っています。しかし、人口は減少し、高齢化が進み、地域の担い手は確実に減りつつあります。

観光の力を活用し、そのような地域を守り、維持していくことも観光振興の大きな役割と言えます。中山間地にはこれからの活用が期待されるアウトドアフィールド・里山の暮らし・文化・食など地域資源が豊富にあります。そのような資源を少しずつ見つけ、磨き、外部に発信していくことで、中山間地の観光資源の点を増やしていきます。

#### ■目指すこと

- ・中山間地の地域資源を活用した観光コンテンツが開発されている
- ・中山間地に少しずつ観光客が訪れている

#### ■成果指標

成果指標	基準値	2026年度の目標値
中山間地域の観光入込客数	人	人

### 2) 実践プロジェクト：スローツーリズム推進プロジェクト

中山間地にある様々な地域資源を探し、磨き上げ、それらを線で結び、観光客が中山間地を周遊する仕組みを作る。

#### ■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

<b>政策 1-1</b> 地域資源を活用した魅力的で多様なコンテンツの創出	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 飯綱高原「森の駅 Daizahoushi」や「ナガノフォレストビレッジ」などのアウトドアフィールドを活用したコンテンツ開発</li><li>・ 里山の景観や暮らしなどを活用したコンテンツ開発</li><li>・ 里山を活用したサイクルツーリズムの開発</li></ul>
<b>政策 1-2</b> 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 歴史・文化、伝統産業（地場産業）の保全活動を活用したコンテンツ開発</li><li>・ Eバイクの整備と活用（飯綱高原・鬼無里など）</li><li>・ 農家民泊を活用した里山の暮らし、文化の発信</li></ul>
<b>政策 1-3</b> コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none"><li>・ SNS を活用した中山間地域の魅力発信</li></ul>