

1 観光地域づくりの実践

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
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 ・市ホームページやJR長野駅における映像での情報発信 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 動画やサイト等を用いながら誘客に向け様々な情報発信を実施、ノウハウやネットワークも蓄積できた。</li> <li>▲ 今後は、蓄積したノウハウ・ネットワークを活かし、各観光協会や地域事業者と連携を図りながら、より統一的・戦略的な情報発信を検討していくことが求められる。</li> </ul>
	1-1-2 ターゲットに向けた効果的な情報発信 ・SNSを活用した観光情報発信 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>● InstagramやTwitter、Facebook、YouTubeなど様々なソーシャルメディアを活用したきめ細かな、またターゲットを意識した情報発信を実施。HPのデザイン改善も行い、ユーザーの情報入手の利便性向上にも取り組んだ。</li> <li>▲ ソーシャルメディアのフォロワー数はまだ少なく、目に見える成果は明確ではない。今後はターゲットの特性に合わせた情報発信の方法を検討するなどし、情報発信による具体的な成果（フォロワー数、コンバージョン数等）を測定、これを高めていくことが重要となる。</li> </ul>
	<p style="text-align: center;">施策評価</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信のプラットフォームであるホームページの改善・充実や、様々ソーシャルメディア等の活用が着実に進み、ノウハウ・ネットワークが蓄積されている。現行計画ではこの蓄積を活かし、より統一的・戦略的な情報発信を検討していくと共に、情報発信による具体的な成果を測定し、発信によって着実に「ながのファン」を獲得できるようはかることが重要になる。</li> </ul>	
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」の食事やお土産（飲食物）の開発支援 ・松代地区の資源を活かした商品開発 ・シティプロモーションの取組 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の協力を得ながら、地元の特産物を生かした新たな商品開発を実践しており、松代のクラフトビールをはじめとした具体的な商品販売での成果も得られている。</li> <li>▲ 成功例のなかで築いた開発販売スキームを活かし、今後も商品開発を継続する。また、今後はプロモーションや市場ニーズに合わせた改良支援などによって、開発した商品の認知度向上・販売促進を推し進めることも重要となる。</li> <li>● 都市ブランディングを意識した動画や写真コンテストを実施するなど「長野市ならでは価値」のプロモーションを着実に展開しており、ブランド構築の基盤（ロゴ、タグライン等）も整いつつある。</li> <li>▲ 都市ブランディングをさらに推し進め、今後は実際の誘客や商品販促などにもつなげて成果獲得を目指していくことが重要である。</li> </ul>

# 1 観光地域づくりの実践

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
1-2 地域資源の 磨き上げによる 魅力向上 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開発 <ul style="list-style-type: none"> <li>・（善光寺界限）リアル七福神</li> <li>・（戸隠）戸隠神社早朝お掃除体験</li> <li>・（松代）松代朝市 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●善光寺界限では、信州リアル七福神による食めぐりツアーなど好評を得たが、コロナ禍により活動が縮小。うまいもんマップなどの情報発信に力を入れている。</li> <li>▲既存の媒体も活かしつつ、今後はデジタルマップやSNS等を活用し、ウィズコロナでも着実に消費拡大につなげられる手法を模索していくことが求められる。</li> <li>●戸隠では「早朝お掃除体験」などで開発したコンテンツが継続的に販売される成功スキームを確立。茅の刈り取り体験など、サステナブル観光の新たな動きも大きな成果といえる。</li> <li>▲今後も、これまで開発に取り組んだバードウォッチングや「行動食」、古道トレッキングマップなどのアイデアも活かしつつ、サステナブル観光の潮流を見据え、観光協会が主軸となって継続的なコンテンツ開発を進めていく。</li> <li>●松代では「ロクモンGO！」などの周遊促進事業を実施したが、参画事業者が少なく継続化に至らなかった。一方、クラフトビールのように商品化を成功させた成果も出ている。</li> <li>▲今後は、信州松代観光協会が主導して事業を企画し、地元事業者の実際の動きを活かしながらコンテンツ開発を進めていく。</li> </ul>
	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 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユニバーサルツーリズム事業</li> <li>・真田邸ライトアップ「幻奏」 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●文化芸術、文化財を切り口としたコンテンツは、文化芸術、文化保存団体の重要な発表の場ともなっており、地域の貴重な資産を次の世代につなぐ意味でも意義が見出される。</li> <li>▲今後も各関係機関と連携しながら、こうした文化資源の観光コンテンツとしての活用を、インバウンドニーズも見据えながら、模索していくことが重要である。</li> <li>●コロナ禍において密なイベントの開催が難しくなる一方、サイクルツーリズムやアウトドアの手応えがみられ、今後の発展が期待される状況にある。</li> <li>▲今後は、各地域で進められているEバイク等によるアウトドアコンテンツの開発を積極的に進める。また、こうした取組では、戸隠で先進的に進められているユニバーサルツーリズムの取組を取り入れることも検討していく。</li> </ul>
	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 <ul style="list-style-type: none"> <li>・鬼無里フットパスによるまちづくり事業</li> <li>・移住者起業支援金 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域の魅力の地区内外への発信を後押しするイベントや支援制度を実施、一定の成果も見られたものの、コロナ禍の逆風もあり、観光事業としての活用という成果は十分に達成できていない。</li> <li>▲次世代の観光コンテンツを育てる意味でも、今後も試行錯誤によって地域資源の活用を模索する動きは進めていく。事業化が見込める段階となれば、これを販売する事業者の動きと連携しながら商品化につなげる。</li> </ul>
	施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>●戸隠の早朝掃除体験や松代のクラフトビールのように継続的な商品開発の成功例が生まれつつあり、ここで培ったスキーム（ビューローや観光協会が主軸になって継続的な事業を生み出す）を応用してさらなる商品開発・販売促進を推し進めていくことが求められる。イベントや祭りがコロナの逆風を受ける一方で、サイクリングなどアウトドアコンテンツの可能性が見出されている状況もあり、こうした新たな潮流やインバウンドの復活を見越して、顧客に選ばれるコンテンツ開発を進めていくことが重要となる。</li> </ul>

## 1 観光地域づくりの実践

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
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 ・長野市観光振興計画アクションプラン作業部会	●民間活力を活かしたコンテンツ開発を通じ、いくつかの商品開発や、地元観光関係者間のネットワーク構築といった成果を得た。 ▲今後はこれまでの成果を活かしつつ、ビューローや観光協会が主導することでより実践的なコンテンツ開発を推し進める必要がある。
	1-3-2 観光関連事業者間連携・受入体制構築支援 ・戸隠の交通渋滞対策 ・バスロケーションシステムの構築 ・戸隠観光協会ガイド部の構築 等	●幅広い観光事業者を巻き込んだ課題把握や改善のための取組が進んだ一方、コロナ禍の対応やインバウンドの激減などの状況もあって連携体制を構築しにくい状況に直面している。 ▲ウィズコロナ、アフターコロナにおいて求められる受入環境を見つめ直し、整備すべきことに応じたステークホルダー（交通事業者・観光事業者、ガイド等）ごとの連携体制を改めて検討し、具体的な取組を進めることが重要である。
	1-3-3 おもてなし意識の醸成 ・長野市未来共創事業（サイクルツーリズムセミナー） 等	●タクシー乗務員や観光事業者のスキル向上に取り組んだ。 ▲今後は、SDGs やサステナブル観光など最新の潮流を踏まえたおもてなしの向上や、そのための研修のオンライン化などを模索していく。また観光事業者だけでなく、市民のおもてなし意識向上についての取組も考えることが必要である。
	施策評価	・タクシー乗務員や観光事業者の意識・知識向上の取組が進められており、今後はSDGs やサステナブル観光など最新の潮流を踏まえた取組、また観光事業者だけでなく市民全体のおもてなしの向上に取り組むことが求められる。

## 2 広域連携とハブ機能の強化

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
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 ・松本市、上田市との連携事業 ・集客プロモーションパートナー都市協定 等	●コロナ禍の制約はあったが、その中で可能な広域周遊事業を展開し、新しい観光スタイルに合わせた広域連携のため、関係自治体と情報共有を進め、プロモーションを実施できた。 ▲今後もアフターコロナの状況を見据え、アウトドア観光など顧客ニーズの見込めるプロモーションを展開していく。
	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 ・長野市観光情報センター運営	●コロナによって成果が見えにくいところもあるが、長野市観光情報センターの機能強化が着実に進み利用もコロナ禍以前は右上がり伸びている。 ▲今後はアフターコロナやインバウンドの復活を見据え、案内機能の強化、コンシェルジュ人材の育成、まち歩き観光拠点としてのチケット・クーポン等の販売等を進めていくことが重要となる。
	施策評価	・関係自治体等との連携、長野市観光情報センターの機能強化が着実に進められており、今後もアフターコロナやインバウンドの復活を見据えて取組を最適な形で実施していくことが需要である。

### 3 地域資源に根ざしたインバウンドの推進

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
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	3-1-1 ターゲット市場への情報発信力の強化 ・海外の旅行博への出展等によるプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>● プロモーションにより長野市の認知度向上などの成果も得られているが、コロナ以降は海外プロモーションが困難となっている。</li> <li>▲ インバウンド復活を見据え、スノーモンキーや白馬等の集客力が高いエリアとも連携したプロモーションを展開していく。</li> </ul>
	3-1-2 外国人観光客が楽しめる観光コンテンツ開発 ・善光寺イルミネーション、長野デザインウィーク 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 白馬の観光客を長野に誘客するツアー企画などインバウンド回復後に繋がる取り組みができた。善光寺イルミネーションは冬の風物詩として定着。</li> <li>▲ インバウンドの復活を見据え、外国人観光客ニーズに応じて近隣エリアとも連携した誘客・宿泊増にに取り組むことが必要。イルミネーションを消費拡大につなげることも課題である。</li> </ul>
	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、台湾、タイへのプロモーション等	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 他市町村とも連携しながら、台湾・タイからの誘客に向けファムトリップ・商談などを展開。</li> <li>▲ インバウンド復活を見越して、引き続き安定的な誘客につながるようなコンテンツ開発、検証を行い、関係自治体と連携しながらプロモーションを展開していくことが求められる。</li> </ul>
	施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プロモーションのための関係自治体連携やファムトリップ等の実践を行ってきたが、コロナによって近年での取組は縮小。今後はインバウンド復活が見込まれるため、アフターコロナのニーズも踏まえながら、市内への誘客・宿泊増加の成果につながるインバウンド推進のプロモーションをあらためて拡大していく。</li> </ul>
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 ・各種外国語パンフレットの作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> <li>▲ 今後も、配布の工夫やデジタル化など、スムーズに市内観光ができる受入環境向上を進めていくことが求められる。</li> </ul>
	3-2-2 主要観光地におけるWi-Fi環境整備の検討 ・Wi-Fiのアクセスポイントを設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Wi-Fi環境整備を着実に進め、維持管理している。</li> <li>▲ 今後はインバウンドの増加状況を踏まえ、必要に応じてさらなる整備を検討・実施する。</li> </ul>
	施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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図られている。今後はインバウンドの増加の状況を確認しつつ、必要に応じてさらなる整備を進めていくことが求められる。</li> </ul>

### 3 地域資源に根ざしたインバウンドの推進

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
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 ・観光事業者養成塾、未来共創事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナにより近年の取組は中断しているものの、多言語対応音声ガイドアプリなどを活用していく。</li> <li>▲観光事業者との連携を引き続き維持し、インバウンド復活を見据えて取組を再開し、事業者のインバウンド対応支援や人材育成支援を進めることが重要である。</li> </ul>
	3-3-2 インバウンド専門人材育成支援 ・長野市ガイド協会インバウンドプロジェクト	
施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドに対応する人材育成はコロナのため事実上中断せざるを得ない状況にあるが、インバウンド復活の兆しがある中で、実際のインバウンド対応の機会が増える状況に応じて徐々に人材育成を再開し、今後の受入環境向上につなげることが重要である。</li> </ul>	

### 4 特色あるコンベンションの誘致促進

施策	事業	事業評価
4-1 コンベンション誘致強化	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 ・スポーツ大会開催支援金 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コロナの影響があるものの、リモートミーティング等の工夫で誘致を実施できている。</li> <li>▲今後、アフターコロナ、ウィズコロナにおいても、これまでの開催実績を活かし、オリンピックレガシーを最大限に活用した、学会誘致やスポーツ大会・合宿の誘致に努めていくことが必要である。</li> </ul>
	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コンベンション参加者向けに観光や飲食に関するガイドブック等を配布し、市内での滞留時間延長を図るといった取組を実施している。</li> <li>▲今後も引き続き、参加者向けに、消費拡大や長野市への再訪を促す動画等のPRが求められる。</li> </ul>
施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション誘致はコロナ禍において、リモートミーティングなどの工夫を模索しつつ継続しているところである。今後もウィズコロナ、アフターコロナのニーズに応じた形でコンベンション誘致を継続し、長野市の強みであるオリンピック施設等を活用したスポーツ大会の誘致など、他地域との差別化を図っていく。また、参加者への情報提供を通じて市内消費拡大や再訪を促していく。</li> </ul>	

## 4 特色あるコンベンションの誘致促進

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
4-2 フィルムコミッション の強化と観光への 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 ・フィルムコミッション支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>●戸隠、松代など地域を舞台にした作品が地元の盛り上がりにも有効であり、映画、ドラマ、CMなど、映像による長野市の知名度向上が誘客に繋がってきている。</li> <li>▲これまでに公開されたロケ地を訪れるロケツーリズムの促進など、撮影作品やロケ地を積極的にPRすることにより、地域の観光コンテンツとなりえるため、引き続きフィルムコミッションの強化に取り組む必要がある。</li> </ul>
	4-2-2 これまで撮影されたドラマや映画情報のPR ・これまで撮影されたドラマや映画情報のPR	
	施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラマや映画の撮影舞台になり、作品が評価されると、国内のみならず世界的なプロモーションにつながる可能性がある。首都圏からのアクセスの良さや松代、戸隠といった多様な地域資源、受入側のサポート体制など強みを活かし誘致を積極的に進めている。引き続き、長野市への誘客につながるよう、ロケツーリズムの促進に取り組む必要がある。</li> </ul>

## 5 計画の効果的な実行

●……主な成果 ▲……課題と今後の方向性

施策	事業	事業評価
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 ・観光客へのアンケート調査実施 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定期的な調査を通じ指標となるデータの収集・分析を継続。客観的視点から観光振興計画の進捗状況を把握できている。</li> <li>▲新計画にあたっても継続的に取り組むとともに、指標の評価を次年度の取組にスピーディに活かすことが重要となる。</li> </ul>
	施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前計画では、指標となるデータを定期的に収集・分析し、客観的視点から観光振興計画の進捗状況を把握できている。新計画でもこの取組を継続するとともに、評価検証が翌年度の事業改善につながるよう、スピーディなPDCAサイクルの展開に努めることが重要である。</li> </ul>
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 関係者と連携した事業実施に係る進捗共有 ・庁内における関連情報の収集	<ul style="list-style-type: none"> <li>●関係機関同士の連携は進んでいる。</li> <li>▲今後は、事業者との連携強化を、各地域で実践する観光事業に合わせて進めることが重要になる。</li> </ul>
	施策評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市担当課、ビューロー、観光協会等の連携が進んでおり、今後は民間事業者との連携強化を、各地域で実践する観光事業に合わせて進めていくことが重要となる。</li> </ul>