

資料

長野市観光振興計画【令和4年度年度次事業計画進捗状況】及び【令和5年度年度次事業計画(案)】

【令和4年度および令和5年度 成果指標】(長野市振興計画概要版 5ページ)

	観光による地域への経済波及額(億円)	一人当たりの観光消費額(円)			市内宿泊客数 ※2			観光入込客数(千人)		
		全体	宿泊客	日帰り客	総宿泊客数(千人)	外国人宿泊数(人)	全市	善光寺	戸隠	松代
基準値 ※1	784	11,991	20,280	6,621	1,570	103,599	10,706	6,436	1,482	545
令和4年度成果指数	1,008	12,111	20,483	6,687	1,414	50,762	13,629	10,945	1,176	328
令和4年度実績 (4月～12月) ※3							<b>11,836</b>	<b>9,125</b>	<b>1,325</b>	<b>415</b>
令和5年度成果指数	645	12,231	20,686	6,753	1,390	77,181	8,632	5,156	1,329	436

※1 基準値は、平成29年度～令和元年度をコロナの影響のない平常年と捉え、この期間の平均値としています。  
 ※2 「市内宿泊客数」及び「観光入込客数」は、令和2年度の実績から令和6年度の間年度で基準値まで戻すこととしています。  
 全市及び善光寺は善光寺御開帳の増加見込み分707万人(前御開帳参拝客総数)を加えています。  
 ※3 令和4年度実績値は令和4年4月から令和4年12月までの観光入込み客数を集計したものです。

【各地域における実践プロジェクトの事業実施計画】  
(長野市振興計画概要版 10ページ)

A:計画とおりに実施できた  
 B:部分的に実施できた  
 C:実施できなかった

地区名	趣旨	R4実施内容	担当課	年次目標値		R5達成状況		R5実施内容	年次目標値
				評価	評価	具体的な成果・残された課題等			
善光寺	善光寺界隈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。	①まちあるきの「着地型コンテンツ」開発販売 ・長野市中心街にある、古民家リノベーションのカフェ、裏路地めぐりといった資源を活用し、ガイドや体験等の付加価値をつけた収益性のある商品の販売 ・地域人材とのつながりや歴史、伝統、文化などを活かし、若者層をターゲットに訴求できるコンテンツを開発し、SNS等活用し広く発信する →1往職出演による動画発信を活用したコンテンツ作成 →リアル七福神川によるおすすめ店舗発信 →デジタルマップ(Stroly)の効果検証・滞在時間、場所等のデータ分析	観光振興課 ビューロー 各観光協会	-	B	①まちあるきの「着地型コンテンツ」開発販売 ・収益性のある商品販売には至らなかったが、旅行事業者、古民家リノベーション等を行う民間主体等と協議を重ね、裏路地で活用できる資源の洗い出しを実施 ・コンテンツ宣伝用のプロモーション動画を製作 ・ゲーム性のあるまち歩きイベントを検討、次年度秋開催を目指して調整中  →善光寺宿坊住職11人のメッセージ動画を制作(NCVB事業) →「リアル七福神」店舗紹介パンフレットを更新・配布した →デジタルマップによる人流データの取得を行った →地域人材とのつながりや体験コンテンツを軸とした旅行代理店主体のツアー商品作成に協力、モニターツアーを開催した  →まちあるきPRとしてのゲーム性のあるまち歩きのコンテンツ化を図りつつ、リノベーション等店舗の「消費」につながる仕組みを強化していく	①まちあるきの「着地型コンテンツ」開発販売 ・ゲーム性のあるまち歩きイベントの開催 ・秋を主眼に市街地のまち歩きイベントを開催するため、現地調査を実施する。また、定期開催についてを検討する →イベントをPRの機会と位置づけ、並行して裏路地店舗等での「消費」つながるキャンペーンやツアー開発に取り組み、商品開発・販売のための事業スキームを構築する。  ・裏路地散策コンテンツのデジタルコミュニケーション活用 →ガイドワークや割引チケット等の情報を集約、デジタルマップやSNSでの発信を強化し、キャンペーン等によって効果検証・顧客分析を行う →コンテンツ宣伝用のプロモーション動画を活用して、SNSなどで情報発信を行う  ・市街地滞在型ツアーの周知・販売 →旅行事業者と連携し、ラジューアリータクシー等を利用した少人数による、県立美術館や宿坊と連動した高付加価値ツアーの周知・販売		
戸隠・飯綱高原	戸隠を持続的に長期滞在に適した観光地にするため、長期滞在を可能にする仕組み(分散型宿泊、宿泊プラン、ワーケーション等)を構築するとともに、観光資源を活かしたコンテンツ開発でファンを増やし、リピーター確保につなげる。 飯綱高原のアウトドアコンテンツ開発を中心に進めるとともに、戸隠や他地域への周遊を促進する。	①地域資源活用による滞在型コンテンツ作成 ・自然、景観、文化、歴史を長期滞在観光スタイルに繋げる →「早朝お掃除ツアー」「戸隠古道ガイド」などのコンテンツの作成 →「パードウォッチング」(かやぶき履体験など)で長期滞在を促す ②Eバイクの戸隠-飯綱相互乗り捨てを活用した宿泊客獲得 ・戸隠と飯綱高原を連携したEバイクコースを構築し、それぞれの地域資源を活かした長期滞在の仕組みを構築 ・宿泊施設と連携し高付加価値化した宿泊プランを売り出す ・戸隠キャンプ場でワーケーションとEバイクのサイクリングコース構築 ・飯綱高原で「森の駅Daizahoushi」をSNS等で発信。地場産野菜の飲食プラン、里山の暮らし体験(農業体験)等の観光コンテンツの検討	観光振興課 ビューロー 各観光協会	-	B	①地域資源活用による滞在型コンテンツ作成 ・飯綱高原冬のアウトドア体験宿泊プランを作成、販売 ・飯綱高原の冬のアクティビティ体験をSNS(Instagram, Facebook)で情報発信。インフルエンサーによるPRを実施 ・コンテンツ宣伝用の地域共有プロモーション動画を製作 →1泊2日の戸隠古道ツアーを実施(戸隠観光協会) →官民協同による、かやぶき履根に用いる茅刈り体験を実施(戸隠観光協会) →各種体験を活かし、宿泊施設連携も構築しながら長期滞在プランを開発・販売していく  ②Eバイクの戸隠-飯綱相互乗り捨てを活用した宿泊客獲得 ・乗り捨ての仕組み設計、サービス開始 ・Eバイクによる周遊コースを3コース設計、コース上に看板を設置 →広域周遊Eバイクの太々的なPRと、宿泊プランとの連動やガイドによる付加価値化を図る	①地域資源活用による滞在型コンテンツ作成 ・長期滞在プランの開発・販売 →戸隠、飯綱の宿泊施設とともに、施設間の連携や、地元暮らしの体験コンテンツ(パードウォッチング、茅刈り体験など)との連携を通じ、長期滞在プランとしての開発・販売を行う  ②Eバイクを軸とした広域周遊・消費拡大 ・Eバイク連動型の宿泊プランの開発・販売 ・戸隠-飯綱間の広域エリアを対象として、ガイドによる体験コンテンツ(Eバイクツアーやその関連で提供できるアウトドア体験など)の開発・販売		
松代	松代荘などに宿泊する観光客がまちを周遊し、滞在時間を延ばすこと(買い物や食事)で、地域における観光消費につなげる。	①周遊Eバイクツアーの宿泊パッケージプラン販売 ・自然や絶景、地元農家と触れ合う収穫体験、名物ガイドによるガイドなど、地域の人と触れ合うEバイクツアーと宿泊施設と連携した販売を行う。 ②グルメ、歴史などテーマごとに新たな商品作成も検討。 ③文化財を活用した飲食等コンテンツ開発 ・伝統文化体験の提供・販売方法を整理しながら、収穫体験や食・温泉、まち歩き等松代のコンテンツを組み合わせ、魅力的な滞在コンテンツを達成する。	観光振興課 ビューロー 各観光協会	-	A	①周遊Eバイクツアーの宿泊パッケージプラン販売 ・ゲストハウスと連携し「里山めぐり」「りんご狩り・陶芸体験」「川中島歴史」の3つのEバイクツアーを開発・販売 ・宿泊施設と連携して、ガイド付きEバイク周遊プランを販売  →周知期間が短く、予約獲得できず。実施可能な状況にはあるため今後ビューローや宿泊施設等と連携しプロモーションを強化していく  ②文化財を活用した飲食等コンテンツ開発 ・文化財活用可能性を確保し、真田邸での食事付ガイドツアーを開発・販売 ・飲食コンテンツである松代クラフトビールの販促ツールを製作 →コンテンツ開発の手ごたえを感じており、文化財と飲食の連動プロモーションを強化し、消費拡大を進める	①Eバイクツアーと連動した宿泊プランの開発・販売 ・松代荘とEバイクツアーの連動宿泊パッケージを作成し、宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを実施して販売につなげていく  ②文化財を活用した飲食等コンテンツの開発・販売 ・R4の成果をもとに、より高頻度、高単価の商品コンテンツの開発・販売を行う(飲食店連携、定期イベント化の検討、真田邸以外の文化財活用検討など)		
中山間	中山間地域にある様々な地域資源を磨き上げ、それらを線で結び、観光客が中山間地域を周遊する仕組みを作る。	①市が現地リサーチしてプロジェクトを立案 ・自然環境や里山暮らしなどの地域資源が高単価な宿泊コンテンツを生み出す可能性があることと見込まれるもの、現時点ではこれを販売する事業者が不在の状態にある。今年度は長野市が宿泊や体験事業者をピックアップし、関係主体とともに、実践プロジェクトを立ち上げる。 →飯綱地区から手井地区周辺を巡る里山サイクリングコース作成 →鬼無里地区におけるEバイク活用サイクリングと体験等のコンテンツ検討 →収穫体験等と宿泊を組み合わせたコンテンツの検討	観光振興課 ビューロー 各観光協会	-	B	①市が現地リサーチしてプロジェクトを立案 ・鬼無里、信州新町、中条でそれぞれ宿泊等の事業者をピックアップ。フットバスや屋形船など宿泊の高単価化の可能性を確認し、次年度よりその開発に取り組み。 →鬼無里地区で収穫体験等と宿泊を組み合わせたプロジェクトを実施、同様の取り組みを広げていく  ・本市で初となるワイナリーの建設が信更地区で予定されており、現地を視察 →事業者と連携した(ブドウの収穫体験など)ワイナリーに関する可能性について検討した	①中山間地の高単価宿泊プランの開発・販売 ・先行して鬼無里地区で、フットバスやEバイク、農業体験等による高単価の宿泊プランの開発・販売を行う。 →一他地区でも今後の高単価宿泊プランの可能性を模索する。 →市有施設(さきり荘、鬼無里の湯、やきもち家など)と連携を図り、ツアーや宿泊プランを開発を行いPRを行っていく。 ・ワイナリーに関する先行した事例の調査・研究を進める		

【重点政策における主な取組内容の実施計画】  
 (長野市振興計画概要版 7ページから9ページ)

A:計画とおりに実施できた  
 B:部分的に実施できた  
 C:実施できなかった

政策	施策	実施事業	追加	R4実施内容	対象地域 ※※※※※※※※	担当課	年次目 標値	R4年度の達成状況		新規	R5実施内容	年次目 標値
								評価	具体的な成果・残された課題等			
政策1 地域資源を最大限活かした誘客	1-地域資源を活用した魅力的なコンテンツの創出と流通促進	(1) 地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援		・文化財を活用した旅策コンテンツの開発 各文化施設と周辺の隠れた名跡・旧跡や地域資源を掘り起こし、それを組み合わせた旅策コンテンツを開発する。	〇	観光振興課 NCOB 各観光協会 文化財課		B	【松代地区】ゲストハウスと連携し、人を巡る名物ガイドによるガイド付きEバイクツアーを新たに3コース(里山めぐり、りんご狩り・陶芸体験、川中島歴史)を達成し販売した。予約獲得には至らなかったものの、モニターツアーを開催し、インフルエンサーによる発信を行った。 【戸隠地区】宿坊に宿泊し、地元食材を使った精進料理や宿坊神前でのお勤めなどの宿坊体験を盛り込み、外国人インフルエンサーも招いたファミトリップを実施し、情報発信をした。	【松代地区】松代荘、ロイヤルホテル等とEバイクツアーの運動宿泊パッケージを達成し、宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを強化していく。 【戸隠地区】宿坊体験とともにコロナ前に行っていった早朝お掃除体験(神宮体験)も組み入れ、着地型旅行商品を作成する。		
				・文化財施設における伝統文化体験ツアーの達成・販売 これまでの着地型での提供に限らず、発地型のツアーを達成することで、積極的に発信し、誘客につながる。また、伝統文化体験だけでなく、収穫体験や温泉などその他の素材を組み合わせたツアーにすることで、ツアーとしての魅力を高める。実施に際しては、地元旅行会社等と連携してツアーを達成・販売する。	〇	観光振興課 NCOB 各観光協会	B	【善光寺地区】地域人材とのつながり(宿泊住職)や体験コンテンツ(精進料理・ウオーキング・ヨガ・酒蔵巡り等)を軸とした旅行代理店主体のツアー商品達成に協力、モニターツアーを開催した。 【松代地区】地元旅行会社と連携して発地型のインバウンド向け伝統文化体験ツアーを達成・販売した。伝統文化体験だけではなく、善光寺のライトアップ鑑賞や日本酒試飲などの異素材を組み込み、ツアーの魅力を高め、4日間開催し計22名の参加があった。 【戸隠地区】上記を含むファミトリップを2泊3日の旅行商品として販売し、39名の参加があった。	【善光寺地区】引き続き地元旅行会社と連携してツアーの磨き上げと販売を行う。 【松代地区】引き続き地元旅行会社と連携して発地型のインバウンド向け伝統文化体験ツアーの磨き上げと販売を行う。 【戸隠地区】引き続き旅行会社と連携してツアーの磨き上げと販売を行う。	各地区 ロシア等 以上開発		
				・Eバイクを活用した地域の人を巡るツアーコースバリエーションの検討 松代地区において既に完成している地域の人と話しながら、収穫体験や文化体験、絶景スポットや歴史の名所を組み合わせた、名物ガイドによるガイド付きEバイクツアーについて、販売を開始する。 今後、ブラッシュアップを図るとともに、他地区においてもグルメ、歴史などテーマごとにコースを設定するなど、新たな商品の達成について検討する。	〇	観光振興課 NCOB 各観光協会	A	【松代地区】ゲストハウスと連携し、人を巡る名物ガイドによるガイド付きEバイクツアーを新たに3コース(里山めぐり、りんご狩り・陶芸体験、川中島歴史)を達成し販売した。予約獲得には至らなかったものの、モニターツアーを開催し、インフルエンサーによる発信を行った。 【戸隠地区】Eバイク戸隠・飯綱高原の連携コースとして、新たに3コースの新設を行った。飯綱山、戸隠連邦を巡る絶景ポイントやインバウンド物語の「お菓子の家」を連想させる機軸スポット「菜峰のファンタジーランド」の建物があるなど、魅力あるコースを達成する事が出来た。 【鬼無里地区】E-BIKEの増台及び鬼女紅葉伝説にちなんだサイクルコースを策定しサイクルマップを作成した。また、鬼女紅葉伝説にちなんだ史跡をE-BIKEで巡るガイド付きサイクリングイベントを実施した。	【松代地区】松代荘、ロイヤルホテル等とEバイクツアーの運動宿泊パッケージを達成し、宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを強化していく。 【戸隠地区】戸隠・飯綱高原観光協会、アソビバ、アルカディアとEバイクツアーの運動宿泊パッケージを達成し、宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを強化していく。 【鬼無里地区】地域資源を活用したE-BIKEサイクリングイベントを開催する。			
				・文化財施設における伝統文化体験のメニューの整理・販売体制の見直し エコーロード・まつしる倶楽部が真田邸や樋口家住宅などで提供している華や投扇興などの伝統文化体験について、スタッフの質の向上を図るとともに、体験料を適正にし、質の高いコンテンツを提供することで、お客様の満足度を上げ、地域やコンテンツの価値を高める。	〇	観光振興課 NCOB 信州松代観光協会	A	エコーロード・まつしる倶楽部が提供している伝統文化体験について、体験料の見直しを行ったとともに、それに伴う質の向上に向けた意識づけと講習などを実施した。また、予約がなくても、松代地区での商遊を希望する方に対しては、全体コーディネートで信州松代観光協会で行い、予約受付・販売していく体制を構築した。	エコーロード・まつしる倶楽部が提供する伝統文化体験をブラッシュアップしてより魅力ある体験にし、松代荘、ロイヤルホテル長野との連携を図り、伝統文化体験を取り入れた宿泊プランの販売を行う。			
				・真田信之松代入部400年に係る誘客イベントの開催 次の事業を実施し、今後も継続的に実施することで誘客に繋げていく。 ①寺宝公開 ②町内寺社と連携し、真田信之に纏わる御堂屋などの寺宝を特別公開するツアーを達成し、販売する。 ③歴史ゲームを題材としたEスポーツ大会を、文化施設で開催し、若者の誘客を図る。	〇	観光振興課 信州松代観光協会	A	①町内寺社と連携し、真田信之に纏わる御堂屋などの寺宝を特別公開するツアーを達成し、販売した。 第1回寺宝特別公開：R4.4.28～5.8 約2,000人参加 ツアー：R4.5.7 11人参加 第2回寺宝特別公開：R5.3.10～3.13 約1,000人参加 ツアー：R5.3.11～3.12 32人参加 ②歴史ゲームを題材としたEスポーツ大会を、文武学校で開催し、若者の誘客を図った。 信州松代Eスポーツ大会の開催 R4.10.2開催 400人参加 Eスポーツ大会も含め真田信之松代入部400年記念事業の総括を行い、次年度以降の事業の実施について検討を行う。	令和4年度事業終了			
				・大室古墳を活用した誘客の検討 意外と知られていない大室古墳の価値を掘り起こし、発信・誘客の方法を検討する。 例) 縄文人の嗜好をしながら古代米を使った古代弁当を大室古墳で食べるツアーなど	〇	観光振興課 文化財課 信州松代観光協会	B	Eバイクコースに組み込み販売を行った。 販売実績：2件販売 計4人参加	コースに入れるだけではなく、ガイドによる案内や参加したくなるような仕掛けの企画、プロモーションの強化を検討する。			
				・アウトドアの開発 森の駅Daizhoushiを中心に、戸隠や周辺中山間地域を繋げたEバイクのコース達成やアウトドアコンテンツを開発する	〇	観光振興課 戸隠観光協会 飯綱観光協会	A	【戸隠】戸隠・飯綱高原の連携コースとして、新たに3コース新設を行った。そのほか、Eバイクで巡るスポットをデジタル設定し、スタンダラー形式で達成者に豪華景品を提供し利用の促進を図った。 【飯綱高原】飯綱高原における冬の誘客対策として、新たな冬のコンテンツ開発を行った。開発したコンテンツのうち、アウトドア分野においては「こたつで冬キャンプ」と「看板」が、フード分野では「市長プロデュースのスープカレー」が利用者からの好評を得ることができた。また、冬のアウトドア体験コンテンツ体験を組み合わせた宿泊プランを達成し、販売を行った。	【戸隠】森の駅Daizhoushi、アソビバ、アルカディア等とEバイクツアーの運動宿泊パッケージを達成し、宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを強化していく。 【飯綱高原】令和4年度のコンテンツ開発の結果を踏まえ、森の駅Daizhoushiの指定管理者が中心となり、継続コンテンツの実施及び新たなコンテンツ開発を進めていく。			
					〇	観光振興課 文化財課 新産業創造課 連携	新規	【文化・観光DX事業(デジタル田園都市国家構想交付金申請事業)】 ・デジタルコンテンツでつなぐ「旅マエ・旅ナカ・旅アト」 本市の文化・観光分野の課題として、貴重な財産である文化財などを観光誘客や学びのコンテンツとして活用しきれていないことが挙げられる。本事業では、長野市の財産である文化財を起点とし、旅マエの「予感」、旅ナカの「体感」、旅アトの「満足感」を味わうことにより、川中島古戦場及びその周辺の松代地域への誘客・周遊を促進するデジタルコンテンツの開発をする。 (1)川中島古戦場特設サイトを構築 (2)屏風絵図3Dデジタルアニメーションの作成 (3)屏風絵図3D合戦VRの構築 (4)甲斐ARの構築 (5) デジタルスタンダラー+ NFTコレクションの構築 (6) 戦国ぬりえコンテンツの開発				
				②「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開発		・宿坊と連携した滞在コンテンツ開発 善光寺のお坊さんによる39のおすそめとして動画制作し発信するとともに、その後SNSで繋がり、リピーター獲得を図る。 ・地元農家と連携した収穫体験(杏・長いも)ツアー開発 単に収穫するだけでなく、地域のストーリーと掛け合わせたツアーを達成する。 例) 産卵が香をもたらして以降400年守り育てられた話や、台風災害から復興した長いも畑の話などとするなど 例) 自分で採った長いもを、温泉に入っている間に調理してくれるなど	〇	観光振興課 NCOB	A	・善光寺宿坊洞之坊を訪ねる着地型旅行商品を作成、販売した。3日間実施し、70名集客。アンケート実施により満足度などの調査もできた。 ・善光寺宿坊住職11人のメッセージ動画を制作	引き続き、善光寺、宿坊と連携したコンテンツを検討していく。	
							・ゲストハウスと連携し、人を巡る名物ガイドによるガイド付きEバイクツアーを新たに3コース達成し、その中に収穫体験(りんご狩り体験)を組み込み、販売した。予約獲得には至らなかったものの、モニターツアーを開催し、インフルエンサーによる発信を行った。	〇	観光振興課 信州松代観光協会	B	令和4年度に企画したりんごの収穫体験を取り入れたEバイクコースを、松代荘、ロイヤルホテルと連携して宿泊パッケージに達成し、宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを強化していく。	各地区 ロシア等 以上開発

政策	施策	実施事業	追加	R4実施内容	対象地域		担当課	年次目標	R4年度の達成状況		新規	R5実施内容	年次目標	
					市内	市外			評価	具体的な成果・残された課題等				
政策1 地域資源を活用した魅力的なコンテンツの創出と流通促進 1-地域資源を活用した魅力的なコンテンツの創出と流通促進 最大限活かした誘客	地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援	②「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開発		〔再掲〕 ・Eバイクを活用した地域の人を巡るツアーコースバリエーションの検討	○		観光振興課 NPOB 各観光協会	各地区 1コンテンツ 以上開発	A	上記に掲載済		上記に掲載済	各地区 1コンテンツ 以上開発	
				・アイディアソンを開催し、地域外の方が松代で宿泊し、参加者同士で松代の観光について一緒に考える、滞在交流型観光「アイディアソン」を開催し、地域に興味を持ってもらい、継続的に松代の人と関わってもらうための取り組みを実施する。	○		観光振興課 信州松代観光協会	1コンテンツ 以上開発	A	滞在交流型観光「アイディアソン」「まっしろん」を開催し、地域外の方に対し継続的な交流促進を図った。 R4.10.29開催 12人参加 また、リクルート主催の「アイディアソン」WOWBASE)では開催地として協力・共同運営を行い、全国の学生に対して松代の認知度向上と継続的交流を促進した。 R4.11.26～12.4開催 学生約30名参加		2年間実施した「まっしろん」の効果等を総括し見直しを行うとともに、これまで「まっしろん」で提案された事業の実施について検討を行う。	1コンテンツ 以上開発	
				・地産地消を促進するための宿泊施設との連携 長手などの地域食材をメニューに加えることで、観光コンテンツ化として活用していく。	○		観光振興課 農業政策課 農工商課	-	A	【農業政策課】地産地消の趣旨に賛同し、地元の農産物を積極的に取り扱う「長野市地産地消協力店」に、令和4年度、新たに11宿泊施設を認定し、地元食材を数多く使った料理を提供する宿泊施設との連携を深めた。(R5.2月現在 市内16宿泊施設を「地産地消協力店」として認定済) 【販網高原】アウトドアコンテンツの達成に合わせ、地元食材を使った鍋料理と、地域の野菜を中心に鶏肉と中菜で加工されたジビエを加えた「市長プロデュースのスーパーカレー」を開発し、誘客につなげた。		【農業政策課】ホームページなどで「地産地消協力店」の情報や取組を周知するとともに、引き続き、宿泊施設や飲食店などへ協力店認定を募り、地産地消を促進していく。 【販網高原】お客様のニーズを把握しながら、森の駅(Daizahoushi)の指定管理者と連携を図りながら、メニューの改善、及び新規メニューの開発を進めていく。	高	
			・土産品の開発(柴石、古銭、松代一本ねぎの活用) お土産が少ないと言われる松代地区において、これまであるお土産品のブランケットアップや販路拡大を図るとともに、新たに地域の素材を活用した土産品を開発する。	○		企画課 農工商課 信州松代観光協会	1商品以上 開発	A	【松代地区】真田信之松代入部400年記念の開催に合わせ、真田信之と小松姫をイメージした香りのアロマ2種を開発し、イベントやマルシェでの発信ツールとして活用したほか、各所で販売した。また、真田信之の末裔・真田家14代当主とコラボした御城印を制作し販売した。柴石を活用したカトラリーを開発し、上田市斎藤ホテル内に新規オープンした。長野県の食材や素材にこだわったレストラン「restaurant遠」に導入した。開発実績：松代アロマ「信之」、松代アロマ「小松姫」、14代当主オリジナルコラボ御城印、柴石カトラリー 【戸隠地区】戸隠産の農産物や山菜を使った漬物(ピクルス)を試作開発した。また、戸隠産そばハチミツの販売を検討中。		これまで開発してきた商品の磨き上げ、販路拡大・プロモーション強化を行う。	1商品以上 開発		
			・クラフトビールの販路拡大 地域内での販売店舗拡大に加え、地域外への販路を拡大し広くPRする。地域外への拡大については、デパートや、森の駅、道の駅などの交通拠点、銀座NAGANOのようなアンテナショップなどブランド力や集客力のある店舗を中心に進め、商品ブランディングを市場イメージを意識した戦略のもとに行う。	○		観光振興課 信州松代観光協会	-	A	持続可能な販売体制を整えるため、地域内の酒屋と連携し、在庫管理などができる体制を整えた。地域内のイベントやマルシェでの発信ツールとして活用したほか、各所で販売した。また、交通拠点やブランド力のある店舗を中心に販路の拡大を行った。 実績：森の駅(Daizahoushi)、道の駅中、Rondinella(コンディネッタ)		商品ブランディングを市場イメージを意識した戦略のもとに、今後もブランド力や集客力のある店舗を中心に販路の拡大を進める。	-		
			・クラフトビールに合う地元食材を活用したメニューの開発 飲食店や宿泊施設と連携し、クラフトビールに合う地元食材を活用したメニューの開発を行い、クラフトビールとセットで販売することで、地元食材の認知度の向上とブランディングを進める。	○		観光振興課 信州松代観光協会	-	A	飲食店や宿泊施設と連携し、クラフトビールに合う地元食材を活用したメニューの開発を行い、クラフトビールとセットで販売することで、地元食材の認知度の向上とブランディングを進めた。 実績2店舗 宿泊施設：松代荘(長手コラッセんべい、長手フライ)、雑味座(長手チーズコロッケ)		一過性の取組めで終わらないよう継続的に取組むとともに、更なる協力店舗を兼ね、取組を拡大していく。目標：新規2店舗(2商品)追加	-		
			・開発メニューの販売と飲食店・宿泊施設への誘客仕組みづくりの検討 開発したメニューを、オープンレンドとして各飲食店や宿泊施設で提供してもらい、町内全体に取り組みを広げるほか、ツアーや宿泊プランとセットで販売する仕組みを構築する。	○		観光振興課 信州松代観光協会	-	B	飲食店や宿泊施設と連携し、クラフトビールに合う地元食材を活用したメニューの開発を行い、クラフトビールとセットで販売することで、地元食材の認知度の向上とブランディングを進めた。 実績2店舗 宿泊施設：松代荘(長手コラッセんべい、長手フライ)、雑味座(長手チーズコロッケ) コロナ禍の影響により、オープンレンドの展開や宿泊プランの達成には至らなかったものの、宿泊施設では必ずクラフトビールやオリジナルメニューをお勧めしてもらっている体制を構築した。		クラフトビールに合う地元食材を活用したメニューを提供する飲食店や宿泊施設を増やし、クラフトビールと地元食材の認知度とブランディングを図る。 また、クラフトビールを活用したツアーの達成を検討する。	-		
			・真田信之松代入部400年記念を活用した土産品の開発 真田信之に関わる土産品を開発し、真田信之や松代の歴史をPRし、真田ファンや歴史好きなどの松代への誘客と満足度の向上を目指す。 例)真田信之末裔・真田家14代当主コラボ御城印など	○		観光振興課 信州松代観光協会	-	A	真田信之松代入部400年記念の開催に合わせ、真田信之と小松姫をイメージした香りのアロマ2種を開発しイベントやマルシェでの発信ツールとして活用したほか、各所で販売した。また、真田信之の末裔・真田家14代当主とコラボした御城印を制作し販売した。 販売実績：松代アロマ「信之」19個、松代アロマ「小松姫」21個、14代当主オリジナルコラボ御城印4,520枚		令和4年度で開発した商品の磨き上げと更なるPRを行い、真田家のブランド力を活かした発信を行う。14代当主オリジナルコラボ御城印は期間限定での販売であったため、それに代わる新たな御城印の作成により、継続的に真田ファンやお城ファンの誘客促進と顧客満足度の向上に努める。	-		
							○	観光振興課				新規	「ながのラーメン」魅力発信・発信事業 本市の食のコンテンツとして「そば」が「おやき」は広く知られているが、「ラーメン」につきましては、全国的に店舗数が多いものの、その魅力に気がついていない状況である。そのため、インバウンドなどにも大人気のある「ラーメン」に焦点を当て、「長野市はラーメンの激戦区」といった都市ブランディング(意識の醸成)及び情報発信を行うことで、新たな観光資源として、誘客促進や地域経済の活性化を目指していくもの。 ①基礎調査 ラーメン文化の環境分析・コンセプト分析・プロモーション戦略の策定 ②プロモーション 上記調査に基づくプロモーションの実施	-
			④ワーケーションを促進するコンテンツの開発	・連泊プランの開発 戸隠地区において、宿坊に宿泊し、ワークスペースで仕事を行うなどワーケーションコンテンツの開発を進める。	○		観光振興課 NPOB 戸隠観光協会	1コンテンツ 以上開発	B	宿坊や戸隠キャンプ場で連泊、宿泊し、ワークスペースで仕事の実施している。戸隠観光情報センターのワーケーションルームでの利用は少ないが、個々の宿坊において独自に施設提供を行うなどワーケーション目的の連泊者が増加している。宿坊の宿泊は、延べ1千泊を超過利用者があった。		宿坊や戸隠キャンプ場及びアンダーパ等と連携して、会議、研修等で団体宿泊コンテンツを開発し、ワーケーションスペースでのコンテンツ開発に努める。	1コンテンツ 以上開発	
			⑤令和元年東日本台風災害被災地の復興活性化のためのホープツーリズムの推進	・地域産品の販売協力 地域産品の販売協会の提供や販路を拡大に協力する。 ・情報受入への連携協力 地域の受入体制の整備に合わせて、ながの観光コンベンションビューローと連携しながら旅行会社へプロモーションを実施する。	○		農工商課 復興推進特別対策室	-	B	新しい公共施設整備 整備予定の公共施設で地元物産等の販売を行えるよう、地域の要望を聞きながら公共施設の基本設計や実施設計を進めている。 第17回全国市議会議員会研究フォーラムin長野 旅行会社と連携し、視察プラン「令和元年東日本台風による被災からの復興」の設定および実施協力を行い、視察には他市市議会議員が参加した。		引き続き、整備予定の公共施設で地元物産等の販売を行えるよう、公共施設の基本設計や実施設計を進める。 令和元年東日本台風災害の影響が今なお残る長沼地域において、ホープツーリズムという長沼地域でしか体験できない新たな旅行商品により、教育旅行を中心とした観光誘客を図ると共に地域の復興・活性化を促進する。商品達成にあたっては、ながの観光コンベンションビューロー等の協力を得ながら進める。	-	
			⑥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	追加 ・ながの獅子舞フェスティバルの開催 次世代への伝統芸能の継承と世代や地域を超えた交流を目指し、地域への愛着を深め、ふるさと回帰を図るとともに、にぎわいづくりによる交流人口の増加につなげる。 追加 ・表参道芸術音楽祭、街角アート&ミュージックの開催 市民による音楽やダンス、地域の伝統芸能等を披露する場として、市民参加型イベントを実施、市民の文化芸術活動の発表機会の充実を図るとともに、まちの賑わいに繋げる。	○		文化芸術課	-	A	善光寺御開帳に併せて開催した「日本一の門前町大緑日」の一環として、第6回のがの獅子舞フェスティバルを開催した。 開催日：令和4年5月3日(火) 開催場所：善光寺表参道(中央通り)、長野駅善光寺口駅前広場 計8会場 開催実績：長野市内及び近隣市町村の神楽獅子舞保存団体34団体、約600人が参加、観客約4万人、工作体験コーナー		第7回のがの獅子舞フェスティバルを開催する。 開催日：令和5年5月3日(水) 開催場所：善光寺表参道(中央通り)、長野駅善光寺口駅前広場 計8会場 開催内容：市内各地の獅子舞の披露、工作体験コーナー	-	
				追加 ・表参道芸術音楽祭、街角アート&ミュージックの開催 市民による音楽やダンス、地域の伝統芸能等を披露する場として、市民参加型イベントを実施、市民の文化芸術活動の発表機会の充実を図るとともに、まちの賑わいに繋げる。	○		文化芸術課	-	A	①善光寺御開帳に併せて開催した「日本一の門前町大緑日」の一環として、信州郷土食フェア&表参道芸術音楽祭を開催した。 開催日：令和4年6月18日(土)19日(日)、25日(土)、26日(日) 開催実績：出演者数48団体・639名、観客数8,360人 ②街角アート&ミュージックを開催した。 開催日：6月～11月 10日間 開催実績：出演者数91団体・942人、観客数12,566人		表参道芸術音楽祭、街角アート&ミュージックを開催する。 市民による音楽やダンス、地域の伝統芸能等を披露する場として、市民参加型のステージイベントを実施、市民の文化芸術活動の発表機会の充実を図るとともに、まちの賑わいに繋げる。 表参道芸術音楽祭 4月、5月 5日間 ToGo広場、セントラルスクエア 街角アート&ミュージック 6～11月 8日間 城山公園、長野駅前広場など	-	

政策	施策	実施事業	追加	R4実施内容	対象地域 [市] [町] [村] [区]	担当課	年次目標値	R4年度の達成状況		新規	R5実施内容	年次目標値
								評価	具体的な成果・残された課題等			
政策1 地域資源を最大限活かした誘客	(1)	地域資源を活用したコンテンツ開発の支援	追加	⑥アウトドアスポーツ、文化芸術などを切り口としたコンテンツ開発 ・アウェイツーリズムの推進 地元プロスポーツチームの試合観戦をきっかけに、アウェイサポーターが長野市での観光を楽しむことで、ながのファンの増加とスポーツをハブに地域を活性化させていく取り組みを検討する。	○	観光振興課 NCVB	-	A	・信州プレイブウォーリアーズとの連携による誘客と発信 土日に2日間続けて試合が開催されるBリーグの特徴を活かし、アウェイチームのブースターに宿泊と周遊促進を図るため、夕食クーポン付きチケットの販売と、SNSや専用ランディングページ、選手が巡る観光動画により発信を行った。 【チケット販売数】 令和4年11月26日秋田戦 23名、令和5年1月21日千葉戦 39名、令和5年2月11日vs渋谷戦 3名 計65名 ※3月18日の琉球戦でも販売予定 【動画制作数】 普光寺・戸隠・松代地区各1本 計3本	-	・信州プレイブウォーリアーズとの連携による誘客と発信の継続 令和4年度に初めて行った取り組みを令和5年度も継続しながら、ランディングページの充実化を図り、情報発信の強化を行う。 また、試合の前夜でOB選手と観光スポーツを巡るツアーの達成について、検討を行う。	コンテンツ 以上開発
			追加	⑦広域連携でのコンテンツ開発 ・広域連携でのコンテンツ開発の推進 関係自治体と連携し、広域的なサイクリングコースの造成を行う。	○	観光振興課 各観光協会	-	A	信越高原エリアにおける観光コンテンツをEバイクでつなぎ合わせた1泊2日のサイクリングツアーを造成し、実施 参加人数5名	-	・Eバイクやアクティビティなどのコンテンツをつなぎ合わせたツアーを造成し、ファミリブツやモニターツアーの実施、一般販売に向けた検討を行う。	-
				若者向け(2世代)やファミリー向けのコンテンツの開発	○	観光振興課 各観光協会					新規	ながのを楽しむ「Eバイク・アクティビティ」推進事業 SDGsの視点や密を避ける新たな観光スタイルとして注目されている「Eバイクで巡る旅」や「アクティビティ体験コンテンツ」など、ウィズコロナに対応したコンテンツの造成・発信を行うことで、若者やインバウンドを中心に長野市の魅力を伝え、誘客促進と地域経済の活性化を図る。 ①Eバイクの拠点整備、乗入環境整備 ②体験コンテンツ商品化・発信・販売
	(2)	観光コンテンツの提供体制の構築と広域連携	追加	①ビューロー、各観光協会の連携によるコンテンツ販売体制強化 ・各観光協会間の情報共有促進 各観光協会での誘客事業を共有し、連携してプロモーションや販売体制を構築する。	○	NOVB 各観光協会	-	B	【松代地区】「御霊屋公開」などのコンテンツをながの観光コンベンションビューローのWEBサイトで告知したり、広告発信を行ったりした。	-	WEBサイトやSNSでの情報発信を協会間で相互に行う。	-
			追加	②観光人材の育成、プロガイドの養成 ニーズに対応した観光人材の育成、プロガイドの養成 戸隠での山岳ガイドやスノーシューガイドの養成を行う	○	観光振興課 NCVB 各観光協会	-	A	・戸隠観光協会及び戸隠登山ガイド組合において、戸隠地質化石博物館の田辺委員を講師に迎え研修会を行った。また、ガイドマニュアルを作成し、既存のガイドのほか、新しいガイド参加者の質の底上げを図った。 ・スノーシューガイドの依頼が増えていることから、令和5年1月11日にスノーシューのガイド研修会を行った。 ・インバウンド旅行者に対応するための英語対応ガイドの養成講座を3回実施した。	-	四季ごとのガイドツアーの計画やガイドが要望する内容に関する研修会をガイド委員会でも決めながら行う。また、引き続きインバウンド対応としての通訳ガイド及びEバイクのサイクルガイドの養成を行っていく。 五社巡りの需要に対応するため戸隠観光情報センターに常駐ガイドの配置について検討する。 あまみトレイルなどアドベンチャーツーリズムに対応できるガイド体制を構築する。	-
			追加	③広域連携による効果的な情報発信、プロモーション ・北陸新幹線延伸の沿線各都市及び県内自治体と連携した情報発信、プロモーションの実施	○	観光振興課 NCVB	-	A	・金沢市と連携しインフルエンサーであるソレイを招き、youtubeにて新幹線を使った長野・金沢間のモデルコース及び両都市の魅力を発信した。再生回数:約26,000回 ・信越高原エリアでは妙高市・飯綱町・信濃町と連携し、Eバイクを活用したコースの紹介やエリア全体の魅力発信のページの制作、長野駅での動画放映を行った。 ・北陸新幹線沿線都市13市と連携し、インフルエンサーを活用して雑誌「リソネル」に記事掲載を行ったほか、北陸新幹線延伸を見据えたキャンペーンイベントへの参加を行った。	-	・金沢市と連携し、インフルエンサーを活用したメディア発信を引き続き行う。 ・信越高原エリアでは、Eバイクやアクティビティなどのコンテンツを、インバウンド向けに海外雑誌などのメディア上で発信する。 ・北陸新幹線延伸に伴い、沿線の上の各都市と連携して、相互のイベント等への出展及び連携した情報発信を行う。	-
	(1)	観光を通じた歴史・文化、自然資源の保全と情報の伝達(価値の伝達と共有)		[再掲] ・文化財を活用した数策コンテンツの開発	○	観光振興課 文化財課 NCVB 各観光協会	-	B	上記に掲載済	-	上記に掲載済	-
				[再掲] ・Eバイクを活用した地域の人を巡るツアーコースバリエーションの検討	○	観光振興課 NCVB 各観光協会	-	A	上記に掲載済	-	上記に掲載済	コンテンツ 以上開発
			追加	①まち並みや里山などの景観の保全及び観光コンテンツ化 ・里山の暮らし、文化の発信 地域の文化をSNS等で紹介し、来訪者の増加を目指すとともに、収穫体験やEバイクと宿泊を組み合わせたツアーやコンテンツを開発する。	○	観光振興課 鬼無里観光協会	-	A	【鬼無里地区】地区内の団体と協力し、野沢菜収穫体験を組み込んだフットバスイベントを開催。また、E-BIKEを使った鬼女紅葉伝説ゆかりの史跡を巡るガイド付きサイクリングイベントも開催。	-	【鬼無里地区】引き続き、収穫体験やE-BIKEを活用したイベント実施やコンテンツ開発に取り組む。	-
			追加	②大谷地温泉保全・再生事業 ①専門家による調査と管理手法の検討 長野高専と連携し温泉内の植生・水質等の調査・実験を行い、長期的な保全管理手法を検討する。 ②乾燥化を防ぐための維持管理 これまでの調査報告に基づき、温泉の乾燥化を防止するため、当面の処置としてヨシ刈り・撤出を実施する。	○	環境衛生課 文化財課	-	B	・昨年度末に令和3年度報告書が完成し提出された。令和4年度報告書は3月末に提出される予定。なお、長野高専への調査委託は令和元年度から開始しているが、保全管理手法の検討には長期間のデータの蓄積が必要であることから、委託は令和6年度までを予定している。 ・11月に飯綱高原観光協会に委託しヨシ刈りを実施した。	-	令和4年度に引き続き、長野高専への調査委託を継続し、持続可能な保全管理手法を検討する。 また、委託業務内容に定められている地元向け報告資料作成の一環として撮影している360°カメラの画像について、観光へ活用できるかどうかを検討する。	-
追加			・奥穂花自然植物園の保全と活用 観光資源としての奥穂花自然植物園を利用したコンテンツの開発	○	鬼無里観光協会	-	A	【鬼無里地区】奥穂花渓谷の地層やブナの原生林がある奥穂花自然園、今は使われなくなっている峠道などを活用したガイド付きトレッキングを実施	-	【鬼無里地区】リピーターも多いことから引き続きイベントを実施していく。	-	
(1)	②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	追加	・市内の伝統芸能保存団体の紹介 長野市内の神楽・獅子舞や甚句、語りなどの伝統芸能保存団体の活動状況等について、市ホームページに掲載する。	○	文化芸術課	-	A	・令和元年度に各団体の調査に基づき公開した情報を最新のものに更新した。 現在の掲載団体数:160	-	公開情報に追加、修正をいいつつ、公開を継続する。	-	
		追加	・戸隠地区における茅の苫の保全活動	○	戸隠観光協会	-	B	・貴重な宿坊群・門前町の歴史的まちなみが残り、官民協働で歴史を活かしたまちづくりが進む戸隠地区で、茅葺き屋根に用いる茅の刈り取り体験を実施	-	引き続き、茅刈り体験を官民協働で実施するとともに、宿泊などと連携したコンテンツ開発につなげていく。	コンテンツ 以上開発	

政策	施策	実施事業	追加	R4実施内容	対象地域		担当課	年次目標値	評価	R4年度の達成状況		新規	R5実施内容	年次目標値	
					市内	市外				具体的な成果・残された課題等					
政策1 地域資源を最大限活かした誘客	1-2地域を守り、未来へつなぐ観光振興(2)	観光における温室効果ガスの排出抑制		①Eバイクを活用したサイクリングコースの開発	〔再掲〕 ・Eバイクを活用した地域の人を巡るツアーコースバリエーションの検討	○	観光振興課 NCVB 各観光協会	-	A	上記に掲載済		上記に掲載済	100%以上開業		
			追加	②自転車や徒歩によるまちなか観光が楽しめる空間整備	・自転車通行空間の整備 ・千曲川新道の自転車道・歩道の整備 ・道路標識、道路標示の適切な設置と運用	○	道路課	-	A	矢羽根型路面標示による自転車通行空間として1.6kmを整備し、千曲川新道の自転車道・歩道を0.3km整備 自転車通行可歩道の道路標識を設置して注意喚起を図った。		自転車通行空間の整備、千曲川新道の自転車道・歩道の整備、道路標識、道路標示の適切な設置と運用、自転車通行空間の利用方法、マナーの広報啓発を実施する。	-		
			追加	③観光関連事業者へのゼロエミッション普及・啓発	・中央通り歩行者優先道路化事業 ・長野駅から善光寺を結ぶ中央通りについて、長野駅～新田町交差点区間における再整備に向けた検討組織(勉強会)を設置する。	○	都市計画課	-	B	中央通りの歩行者優先道路化に向けて、市内関係課との情報共有及び推進に向けて確認を行った。 中央通りの再整備に向けた地域商店会と市の検討組織(勉強会)の設置について、地域商店会調整を図った。		地域商店会と市による勉強会を開催し、中央通り及びその沿道における課題等を話し合い、課題解決へ向けた先導事例や方策等について情報共有・検討する。	-		
	1-3コミュニケーションを通じたファンづくり	(1)	ファンづくり、周遊促進に向けたデジタル機能強化	①長期滞在/ワーケーションの全時的な集約とプロモーション	・対応施設の情報収集、集約 ・地域資源を活用した宿泊施設(ハブ)を作成し、各種ツアーやコンテンツを提供する。その情報をホームページ等で効果的に発信する。	○	観光振興課 NCVB 各観光協会	-	B	宿泊など戸隠の特徴ある宿を紹介した「戸隠宿帖」を作成し、宿泊者の増加を図った。		戸隠観光協会、各宿泊と連携し、宿泊に繋がる宣伝媒体や旅行代理店の活用等でプロモーションを強化していく。	-		
				②デジタルマップ等を活用したまちなかの環境配慮型宿泊や店舗の宣伝	・デジタルツールを活用した効果的な情報発信 ・各地域特有の素材を活用し、おすすめ店舗等効果的に発信する。	○	観光振興課 観光労働課 NCVB	-	A	多くの観光客が訪れる時期に善光寺や宿泊施設にポップを設置し、デジタルマップの利用促進を図った。デジタルマップの機能を使いマップで可視化させることで、観光客の動きを知ることができた。携帯キャリアのデータを活用した御帰省期間中の善光寺への来訪者分析の他地域への回遊調査を行った。		利用人数が少ない善光寺境内のマップを表参道マップと一体化させ、利便性を高める。他エリアにおいてもデジタルマップの活用を検討する。・旅行博、イベントブース及び観光案内所等でのデジタルアンケートを行い、サンプル数の拡大を図る。観光事業者等へのデータ交流の方法を検討する。	-		
		(2)	長野市の魅力をつたえるコミュニケーション	①Z世代に向けた、環境配慮型観光地としてのプロモーション	・Z世代に向けた、環境配慮型観光地としてのプロモーション ・観光協会SNSの発信体制の構築 ・地元ならではの情報やリアルタイムの情報など、お客様の目線と近い視点で、継続的に発信することで、ファンの獲得を目指す。	○	観光振興課 NCVB	-	A	SNS運用の見直しを行い、Z世代をメインターゲットとした情報発信を行った。インスタグラムでは、令和4年4月と比較し、リーチアカウントの20～30%の割合が増加した。 R4.4月>35～44歳:31%、45～54歳:27.4%、25～34歳:20% R4.12月>25～34歳:31%、35～44歳:22.3%、18～24歳:22%、45～54歳:15.5%		継続的なアカウント運用を行っていく。	-		
				②SNSを通じたまちなか周遊の楽しみ方の発信	・「ながのファンクラブ」会員募集の強化	○	観光振興課 NCVB 各観光協会	-	A	Instagram、Twitter、FacebookなどのSNSを通じて、イベント情報の発信に加え、天気や市街地の状況、まち歩きに役立つ情報などを発信した。		継続的な情報発信を行っていく。	-		
				③ながのファンづくりの強化	・「ながのファンクラブ」会員募集の強化	○	NCVB 観光振興課				新規	長野市役所の市民窓口課、各支所で「ながのファンくらぶ」会員募集のチラシを長野市に転入、転出した方に配布し、会員の増加を図る。	-		
		政策2 魅力を活かしたインバウンドの推進	2-1長野市の特長な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備		(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	・サイクリング旅行商品の販売 令和3年度の販売状況を分析、在日旅行会社を招請して商談会を実施し、OTA掲載・販売を実施する。	○	観光振興課 NCVB	-	B	インバウンド専門家に市内に滞在いただき、市内のコンテンツを調査、インバウンドに売れる長野市の魅力の発掘・磨き上げを実施した。また、併せてインバウンドの受け入れのために必要な受入環境整備や価格設定に関する市内事業者向けの説明会を実施した。磨き上げたコンテンツについて、海外旅行会社や国内ランドオペレーターを招請してFAMトリップを実施し、旅行商品達成への働きかけを行った。 サイクリング旅行商品について、在日旅行会社を招請して商談会等を行い、商品達成に結び付けた。		・地域資源を活用したコンテンツの販売に向けた取組 令和4年度までの旅行商品販売状況を分析、令和4年度に磨き上げた、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について、海外旅行会社や国内ランドオペレーターを招請し、FAMツアーや商談会を実施する。	-
					(2)	冬季のコンテンツ開発	①冬の魅力が伝わる地域資源を組み合わせたコンテンツ開発	・戸隠の冬のコンテンツの開発・販売 民間事業者が販売する戸隠の冬のコンテンツ開発を支援する。	○	観光振興課 NCVB 戸隠観光協会	100%以上開業	B	スキー以外の冬の楽しみ方について、海外旅行会社や国内ランドオペレーターに体験していただき、商品造りに向けての取り組みを行った。また、駒形戸隠が販売するスノーキャット&スノーシューズツアーをクラウドファンディングの返礼品として活用した。 そのほかの冬季コンテンツとして、善光寺表参道イルミネーションについては、ツイッターで30万回以上再生される投稿も出るなど、全国的に話題を呼んだ。		・戸隠の冬のコンテンツの開発・販売 民間事業者が販売する戸隠の冬のコンテンツ開発を支援する。スキー以外の冬の楽しみ方について、海外旅行会社や国内ランドオペレーターへ発信し、商品達成に向けての働きかけを行う。
(3)	広域連携による周遊コンテンツの開発				①全時的なデジタル周遊マップの多言語整備	・サイクリングマップの電子化 既存の掲載マップの多言語整備を検討するとともに、電子化を図る。	○	観光振興課 NCVB	-	B	NCVBで運営しているサイクリングサイトの多言語化を実施し、現在7か国でサイクリングマップを使用する事ができる。また、広域周遊として、海外旅行会社や国内ランドオペレーターを招請して、金沢市や山ノ内町、白馬村等の広域を周遊するコースのFAMトリップを行い、広域的なハブ機能を活かした集客への取組を実施した。		・引き続き、サイクルサイトの充実を図っていく。 ・ハブ機能を活かした集客への取組 金沢市や山ノ内町、白馬村等の広域を周遊するコースのFAMトリップを行うなど、広域的なハブ機能を活かした集客への取組を実施する。	-	
(4)	外国人観光客が快適に滞在できる受入環境整備				①音声ガイドアプリの活用	・オーディオガイドの運用、ブラッシュアップ 令和3年度に整備したオーディオガイドが円滑に運用・周知できるようにするとともに、運用後のブラッシュアップ・改善点を洗い出す。	○	観光振興課 NCVB		B	令和3年度に整備したオーディオガイドについて、TV取材や各機会を捉えて周知した。 その他の受入環境整備として、市内飲食店・宿泊施設におけるベジタリアン・ヴィーガン・ハラール対応、外国語メニューの有無や日本の文化・マナーを紹介するサイト・パンフレットである「食旅★NAGANO」の整備を行った。		・オーディオガイド、「食旅★NAGANO」の運用、ブラッシュアップ 令和3年度に整備したオーディオガイド、令和4年度に整備した「食旅★NAGANO」について、機を捉えて周知や活用促進を図る。	-	
2-2ターゲットに届く効果的な情報発信	(1)	ターゲット市場への情報発信の強化	①海外に向けた地域の魅力の動画発信	・トップセールスによる映像制作・発信 令和4年度新規事業のトップセールス事業について、事業者選定し、四季を通じて魅力ある映像制作等を行う。合わせて、制作した映像を国内外に発信する。	○	観光振興課 NCVB	-	A	四季を通じて市長が出演し、英語ナレーションも市長自ら行うトップセールス映像を制作し、国内外に発信した。また、国際的なスポーツの全国大会等の各種コンベンション、長野駅ビジョンでも活用いただいている。		令和4年度に制作した動画を活用し、市長による現地トップセールス等を実施する。市内コンテンツの情報や動画について、海外旅行会社や国内ランドオペレーターへ発信し、商品達成に向けての働きかけを行う。	-			
			②インバウンド旅行プロダクト造成事業(海外でのイベント・旅行博への出席・参加)			○	観光振興課 NCVB			新規	重要ターゲットとしている「タイ」や「中国」での、イベント、旅行博においてトップセールスを実施し、セールスからプロダクト購入への誘導、旅行会社等へのセールスコールを通じて、インバウンド誘客を強化する。	-			
			③インバウンド旅行プロダクト造成事業(ターゲット向けのプロダクト)			○	観光振興課			新規	ターゲット向けのプロダクト(旅行商品)造成およびオンラインサイト(OTA)への掲載	-			
		④インバウンド旅行プロダクト造成事業(インバウンド送客支援事業)			○	観光振興課		新規	国内外の旅行会社が自社サイトにおいて、海外から「飲食や体験を組み込んだ宿泊ツアー」の予約獲得、およびOTAからの予約獲得の手法にインセンティブ	-					

政策	施策	実施事業	追加	R4実施内容	対象地域 市内   市内   市内	担当課	年次目標値	R4年度の達成状況		新規	R5実施内容	年次目標値
								評価	具体的な成果・残された課題等			
政策2 魅力を活かしたインバウンドの推進	2-2ターゲットに届く効果的な情報発信	(2) 他市町村と連携した情報発信	①北陸新幹線沿線及び県内自治体と連携した情報発信 ②広域連携による台湾、タイ等へのサイクルーツリズムの情報発信	・金沢市、近隣市町村と連携した情報発信 ・信越自然郷10市町村の連携による、サイクルーツリズム台湾、タイとターゲットを明確にしたファムツアーや旅行会社との商談会の実施	市が中心となり、関係各所と連携しながら実施	観光振興課 NCVB	-	A	・オーストラリアをターゲットに、現地からの旅行会社招請 (BtoB)、メディア・インフルエンサー招請 (BtoC) によるFAMトリップを2回ずつ行い、旅行商品達成への働きかけ、FIT (個人旅行者) へのプロモーションを行った。 ・信越高原エリアでは妙高市・飯綱町・信濃町と連携し、Eバイクを活用したコースの紹介やエリア全体の魅力発信のページの制作、長野駅での動画放映を行った。	-	・オーストラリアをターゲットに、現地からの旅行会社招請 (BtoB)、メディア・インフルエンサー招請 (BtoC) によるFAMトリップを行う。 ・信越高原エリアでは、Eバイクやアクティビティなどのコンテンツを、インバウンド向けに海外雑誌などのメディア上で発信する。	-
						観光振興課	-	-	-	白馬村・松本市と「インバウンドを柱とする長期滞在型観光振興に関する連携協定」を締結し、戦略的に互いのリソースやコンテンツを共有することで、新たな魅力や品質で洗練された滞在型空間を創出し、外国人旅行者のニーズを着実に捉え長期滞在型観光を振興する。	-	
						観光振興課 NCVB	-	A	・サイクルーツリズムでは、台湾、タイをターゲットに、広域10市町村で連携して、在日旅行会社の招請と商談会の実施し、旅行商品販売に結び付けた。	-	・サイクルーツリズムでは、台湾、タイをターゲットに、広域10市町村で連携して、旅行商談会と旅行商品のOTA掲載を行う。	-
政策3 オリンピック誘致の強化	3-1コンベンション誘致の強化	(1) コンベンション誘致やエクスカージョンの強化	①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	・助成事業の強化 これまで実施していた開催助成金を増額し、新たなコンベンションを誘致する。	ながの観光コンベンションビュローで実施	NCVB	-	A	【NCVB】令和4年度は見込みであるが取扱件数92件 (令和元年度比75%)、取扱人数65,000名 (令和元年度比59%) という状況であり新型コロナウイルスの影響は受けたが回復傾向にある。また、他都市との比較でも回復は堅調である。 ・学会は取扱件数8件 (令和元年度比100%)、取扱人数3,817名 (令和元年度比110%) であった。	-	【NCVB】新型コロナウイルスの収束に伴い、コンベンション開催件数の増加が見込まれるため、北陸新幹線駅周辺を見据え、関西圏も含めた積極的な誘致活動を行う。 ・本市におけるスポーツ大会の支援情報が主催者に共有されてきており、スポーツ大会と合宿が取扱件数、取扱人数共に堅調に伸びつつあるため、スポーツのキーパーソンの開拓を行いながら誘致を進めていく。 ・大学等高等教育機関との連携を強化し、学会とコンベンションの誘致促進を図る。	-
						スポーツ課	-	A	令和4年度は長野マラソンでオリンピックスタジアムを活用し、また、日本全大軟式野球選抜大会がオリンピックスタジアムで開催されるなど、オリンピック施設を活用した活動が行えた。	-	・イベントを継続しながら、オリンピック施設を有効に活用し、スポーツを楽しむ環境づくりを推進するとともにスポーツで地域を活性化させる。	-
		NCVB	-	-	-	コンベンションの誘致強化の一環として、信州大学と長野市が相互の発展に資するため、資源及び研究成果等の交流を促進し、文化、教育、学術等の分野で連携し、協力するための包括連携協定の覚書を交わす予定。当法人が信州大学と締結する協定により、相互の連携を深めることで学術会議などコンベンションの開催を促すとともに、同様の連携を県内の他の大学にも広げていく。	-					
		NCVB	-	A	参加者支援としてガイドマップ「おいでなしてながの」や「ながのグルメガイド」を提供している。 毎年お客様目録で刷新しており、本年はコンベンション会場として利用頻度が高い中文化ホールから着光寺まで一目で確認できる地図に修正した。コンベンション参加者からのアンケートでも好評をいただいている。 ・各グルメガイドには戸隠、松代等の情報も掲載しており長野市全体の観光PRも行っている。	-	・高等教育機関との連携を図り、地域資源を活用したエクスカージョンを更に提案していく。 「おいでなしてながの」や「ながのグルメガイド」は令和5年度も内容の刷新を行いお客様が活用しやすくしていく。	-				
3-2地域資源を活かしたフィルムコミッションの強化	(1) フィルムコミッションの強化とロケツアーリズムの推進	①ロケツアーリズムの推進	・ロケ地等の情報発信強化 これまで行われたロケ等の情報をホームページやSNSを活用して情報発信する。	ながの観光コンベンションビュローで実施	NCVB	-	A	・令和4年2月下旬～4月25日までの長期にわたり機度も撮影を実施し4月30日に放映された。テレビ東京「出で！アト街ツク天国 信州着光寺」の影響が大きく放映以降の参拝者数に大きく反映された。 ・「長門有希ちゃんの消失」はアニメーツリズム協会による「訪れてみたいアニメの聖地88」に5年連続選出された。大きなキャンペーンなどは行っていないが一定数のファンが継続的に聖地巡礼を行っている。また「ツルネ」もつながら「一射」放映により、少数ながらも向ヶ野社などのロケ参考地への巡礼者訪問の情報を現地から得ている。 ・「ツルネ」製作の京都アニメーションとはプロモーションを兼ねた素材借用による巡礼マップなどの作成については残念ながら交渉決裂してしましたが、SNSでのロケーション紹介は好評であった。	-	・令和4年度撮影作品 映画「ゴールデンカムイ」や米国ドラマ「TOKYO VICE season2」が上映/放映されることを受け、広域展開された商作品撮影地のプロモーションを企画することにより、フィルムツーリズムの機会創出へと発展させられる可能性は高い。(県・JFCとの協働) ・業務内容の整理を行い、「作品プロモーション」を作品素材活用によるロケ地宣伝について計画的な展開を図る。 ・ロケーションデータベースの見直しを行い映像制作者への訴求力を高める。	-	
					NCVB	-	A	参加者への情報発信の強化 改めて家族等で訪れもらえるよう、本市の魅力や観光情報を発信するとともに、周遊促進策を検討し、実施する。	-	・参加者への情報発信の強化 これまで行われたロケ等の情報をホームページやSNSを活用して情報発信する。	-	
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環境の構築	(1) 快適に滞在できる環境整備	①キャッシュレス環境の整備に向けた協議、検討	・導入に向けた情報共有 各種キャッシュレス環境の整備のための国の補助制度や動向の情報を取集するとともに市内や各観光協会と共有する。	市が市内関係各課と共有	観光振興課 企画課 観光振興課 観光振興課 観光振興課 観光振興課	-	B	・地域応援キャッシュレス決済還元事業 (令和4年度新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金) 新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ市内経済の活性化及び消費喚起のため、キャッシュレス決済を利用して買い物をした場合に、決済額に応じてポイントを還元することで、キャッシュレス決済の促進と消費喚起を両立を図った。	-	R4年度事業終了	-
						交通政策課	-	-	-	地域連携ICカードの導入 平成24年から運用を開始したバス共通ICカード「KURURU」の更新に伴い、JR東日本のSuicaをベースに開発された地域連携ICカードを令和7年春に導入するためのシステム開発	-	
		(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	①MaaSの導入検討、公共交通機関の利便性向上	・MaaSの導入、情報発信	○	観光振興課 NCVB	-	B	東日本旅客鉄道と連携して、観光の利便性向上と広域周遊促進を目的として、長野県、北信濃エリアで観光型MaaS「旅する北信濃」を導入した。移動し、便利な交通電子チケットやグルメ、温泉、レンタサイクル等、お得で便利な観光電子チケットを導入した。	-	「旅する北信濃」をサービス提供エリアの拡大に加え、利便性の構築に努める。	-
		(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	①顧客データベースシステムの構築及びビッグデータ活用の検討	・デジタルマップ利用者の、ながのファンクラブ等の顧客データ分析 滞在時間、場所等のデータを分析し、人気の店やスポットの情報を取得し、今後のプロモーションに活用する。	市とNCVBで連携しながら実施	観光振興課 NCVB	-	B	デジタルマップのヒートマップから見える動向を分析し、主要道路以外の小路へ誘導するためのリノベーション店舗やカフェ情報を紹介した。	-	引き続き顧客データ取得に努め、取得したデータを活用し、興味趣向にあった情報発信を検討・実施する。	-
4-2災害に強い観光都市基盤の構築	(1) 災害時対応力の強化	①観光危機管理マニュアルの情報共有、危機管理体制の強化	・情報連絡体制の確認、点検 自然災害等の有事の際に、観光危機管理マニュアルに沿った適切に対応できるよう情報連絡体制を確認、点検するとともに、必要に応じてマニュアルを改訂する。	○ ○ ○ ○	観光振興課 危機管理課	-	B	関係機関、団体と協力体制を構築するため、実際に災害が発生した時と類似した図上訓練を実施した。 災害時「犯しにくい失敗を認識させ、迅速かつ適切な対応をとるための検討が可能となり、組織としての災害対応能力を高めることができた。	-	観光危機管理マニュアルに沿って、帰宅困難者の一定期間滞在する場所について、宿泊施設や公共施設と協力体制を構築させる。必要に応じて、マニュアルの改訂を行う。	-	
					(2) 安全な観光地づくり	①感染症対策の支援、情報共有 ②観光地、観光施設等のバリアフリー化の推進	・チラシ配布、情報発信への協力 各事業者が状況に応じた適切な対応が取れるよう、各観光協会を通じて情報を提供する。 ・観光地でのバリアフリー・ユニバーサル化の推進 戸隠でのユニバーサルツーリズムの取り組み	○	観光振興課 危機管理課	-	A	県からの情報や市内の関係部局と連携し、感染状況や予防対策等を各観光協会へ情報を提供した。
					○	戸隠観光協会	A	令和元年度より戸隠観光協会内に「戸隠ユニバーサルデスク」を設置し、年齢、障がいの有無にかかわらず、誰もが安全に楽しめる観光地を目指す。	-	【戸隠観光協会】引き続き戸隠観光情報センター内の「戸隠ユニバーサルデスク」においてユニバーサルツーリズムに関する情報提供や介助備品など旅行支援を行っていく。	-	