長野市観光振興計画　令和６年度　年次事業計画の事業評価　（要旨）

資料３

（※令和６年度の個別の実施内容をまとめた「実施事業」ごとの評価になります）

重点政策における主な取組内容の実施計画

政策１　地域資源を最大限生かした誘客

政策	施策	実施事業	事業評価
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) 地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援	①歴史、伝統、文化、自然を生かしたコンテンツ開発	・文化庁の補助を受けて、松代の文化財を活用した新たな観光コンテンツ「松代真田家400年の歴史コンテンツ造成事業」では、地元事業者と連携し、高付加価値英語ガイドツアーの養成及び殿様御膳の造成を行った。今後、造成したコンテンツの販売に向けたプロモーションが重要となる。（資料参照） ・各観光協会が中心となりＥバイクツアーを造成されているが、ＰＲ不足などにより集客に苦労している。周知の改善や販売方法の工夫はもちろん、強力な販売チャンネルを持つ旅行業者との連携による商品開発も視野に入れるなど、開発した商品をいかに消費に結びつけていくことが重要となる。
		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	・選ばれる観光地となるためには、そこでしかできない「体験」が重要になってくる。そのため、案内ガイドやアクティビティ体験など地域で人とつながることのできる、体験型コンテンツを増やしていくことが求められている。
		③地産地消や地域産品、地域産材を活用したコンテンツ開発	・地産地消を推進するためのスタンプラリーや市内のホテルで長野市産のリンゴを提供するイベントを開催し、インバウンドを含めた国内旅行者へ本市の特産品のＰＲに努めている。 ・飯綱では、地元関係者と連携し、「IMOIモンブラン」「じゃがいももなか」を開発し、森の駅等での販売を開始した。 ・松代で開発したクラフトビールは、認知度が高まってきている。また、松代真田家400年の歴史体験コンテンツ造成事業で、殿様御膳の開発を行った「メルキュール長野松代リゾート＆スパ」では、同事業で行ったモニターツアー等で同ビールを提供した際、好評だったことからホテルでの取り扱いを開始した。今後も、販路拡大に向け、地元と連携を図りながらPRに努めていく。
		④ワーケーションを促進するコンテンツの開発	・ワーケーションに関する積極的なコンテンツ開発が図られていない。コロナウイルス感染症をきっかけとした、リモートワークなど「新しい働き方」のスタイルが定着化しているが、今後は、場所の提供だけではなく、子育て世代を対象とした親子ワーケーションなど、新たなニーズを把握しながら、コンテンツを検討する必要がある。
		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	・被災から５年目を迎え、10月に復興応援イベントを開催し、被災地区の特産品の販売やスタンプラリーを行い、被災地区の活性化や市民の防災意識の向上を図った。 ・住民の方々の気持ちの寄り添いながら事業を進める必要があり、地域と連携しながら事業を進めていくことが求められている。

政策１　地域資源を最大限生かした誘客

政策	施策	実施事業	事業評価
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) 地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援	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	・ながの獅子舞フェスティバルは、文化芸術団体の重要な発表の場となっている。一方、文化芸術を切り口としたコンテンツは、地域の貴重な資産であり、観光事業者と情報を共有しながら観光コンテンツとしても有効活用していくことが必要である。 ・本市のプロスポーツチームと連携を図り、スポーツ資源を最大限に活用した観光誘客の取り組みが求められている。その中でもアウェイツーリズムは、宿泊及び市内周遊を促進する有効な取り組みであり、積極的に展開していくことが必要である。
		⑦広域連携でのコンテンツ開発	・訪日外国人誘客事業として、サイクリストが多い台湾の旅行会社を招聘したファムトリップツアーを実施した。今後は、効果を検証しながら事業を進めていく必要がある。
		⑧若者向け（Ｚ世代）やファミリー向けのコンテンツの開発	・長野市レンタサイクル事業は、利用回数、利用者数とも増加傾向にある。今後は、利用が多い、善光寺周辺への新たなステーションの設置が望まれる。また、更なる市内周遊を促進するためモデルコースの構築を研究する必要がある。 ・茶臼山動物園を新たに評価対象事業に追加した。今後は観光コンテンツの一部として、観光客に対する効果的な情報発信の手段などを研究する必要がある。
	(2) 観光コンテンツの提供体制の構築と広域連携	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	・観光協会が作成したコンテンツを広範囲に販売するためには、ながの観光コンベンションビューローとの緊密な連携が必要で、各観光協会が開発したコンテンツを掲載するOTAページは、ビューローが主導して構築することが求められる。これにより、長野市全体の販売体制を強化することが可能となる。さらに、旅行会社との商品開発など、専門知識や情報の提供も重要な要素となる。
		②観光人材の育成、プロガイドの養成	・観光の満足度はガイドの質に大きく依存するため、ガイドの育成は、今後ますます重要性を増していく中で、戸隠では、通訳サポーターやサイクルガイドの育成を積極的に推進し、受け入れ体制を整備している。今後は、急増しているインバウンド需要に対応できる通訳ガイドや、対価に見合ったサービスを提供できるプロフェッショナルガイドの養成を構築することが求められる。
		③広域連携による効果的な情報発信、プロモーション	・北陸新幹線の敦賀延伸により、北陸地域と関西圏は時間的にも心理的にも近づいた。これまでにも、沿線都市との連携を強化し、情報発信や相互イベントへの参加を通じて都市間の交流を深めてきた。特に福井県と、そばをテーマにしたプロモーションを展開し、本市への観光客誘致を図っている。関西圏からの観光客誘致については、東海道新幹線の南回りルートだけでなく、北陸新幹線による北回りルートも意識させ、観光客誘致を促進するためのプロモーションに取り組む必要がある。
	政策評価	**・各地区で地域の歴史や文化を知っていただく体験やガイド付きツアーなど付加価値の高いコンテンツが造成されている。一方、これらのコンテンツを効果的に広め、実際の販売につなげ、地域の観光消費を向上させるためのプロモーション強化は、継続的な課題となっている。また、自然や歴史、文化財等を活用した、長野市独自の体験コンテンツの開発が求められている。観光事業者等との情報共有や連携を通じて、長野市の重要な観光資源である文化財施設を活用した新たな観光コンテンツの造成など、インバウンド観光も視野に入れ進めていくことが求められている。**	

政策１　地域資源を最大限生かした誘客

政策	施策	実施事業	事業評価
1-2 地域を守り未来へつなぐ観光振興	(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）	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	・中山間地域を中心に収穫体験やトレッキングなど、その地域の歴史や自然や文化を体験できるコンテンツが造成されている。今後は、それらの取り組みを保存活動と結び付け、観光コンテンツとして磨き上げていくことが必要である。
		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	・市内の伝統芸能保存団体の調査や戸隠地区の茅の刈り取りを体験事業として行っており、歴史、文化の継承事業を継続している。歴史、文化などの地域の貴重な資産を次の世代につなぐことで、サステナブルな観光としての価値が見直されてきている。それらの保全を目的とした取り組み自体が観光コンテンツとして活用されるように、地域と連携した取り組みを進めることが必要である。
	(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	・環境に配慮したサステナブルな観光は、ＳＤＧＳの観点からも重要である。また、インバウンド訪日客にとっても、魅力的な選択肢となるため、サイクリングコースを造成するとともに、ターゲットを絞り込んだ情報発信が必要となってくる。
		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	・中央通りやその沿道における課題解決のための勉強会が開催されているが、主に徒歩を想定したまちなか観光を楽しめる空間づくりが検討されている。長野駅周辺に整備したＥバイクなど、自転車を楽しめる環境づくりを提案するため、周遊を促すサイクリングコースの造成などと合わせた周知・啓発が必要である。
		③観光関連事業者へのゼロエミッション普及・啓発	・ＳＤＧｓに配慮した持続可能な観光は、選ばれる観光地となるためには必要不可欠な取り組みとなる。温室効果ガス抑制に向けた取り組みの普及啓発とともに、積極的に活動を周知し、機運を醸成していくことも重要である。 ・鬼無里地区では、信州大学と連携し、一夜山の登山道の再整備を行い、トレイルランの体験会を行った。
	政策評価	**・本市には、歴史や文化、自然など観光資源になり得るものが多くあり、これらを保全、継承し、観光コンテンツとして活用する取り組みが徐々に進み始めている。今後もこうした取り組みをさらに進め、交流機会の拡大や消費を保全、継承につなげていくことが求められる。** **・Eバイクや徒歩観光のように環境負荷を抑えた観光地づくりの取組みを進めるとともに、これを広くPRし市の観光イメージを向上させることも必要である。**	

政策１　地域資源を最大限生かした誘客

政策	施策	実施事業	事業評価
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、周遊促進に向けたコンシュルジュ機能の強化	①長期滞在／ワーケーションの全市的な集約とプロモーション	・戸隠の中社・宝光社地区は特徴的な宿坊も含めて「重要伝統的建造物群保存地区」に選定されており、宿坊は、その街並みと合わせ、魅力的な宿泊施設となっている。引き続き、パンフレットやホームページを活用し、長期滞在も見据えた情報発信が必要である。
		②デジタルマップ等を活用したまちなかの環境配慮型の宿や店舗の宣伝	・善光寺界隈のデジタルマップの利用促進を図るため、パンフレットや各種媒体等で周知した。今後は、データの有効活用するとともに、得られた情報をフィードバックする仕組みづくりが必要となる。
	(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長野市のプロモーション	・Z世代が頻繁に利用している動画配信について、ＳＮＳ動画配信の専門企業に動画作成や広告発信を委託し、より効果的な情報発信ができている。今後も、ターゲットに対する効果的な情報発信を続け、ながのファンを増やす取り組みを進めることが重要である。
		②SNSを通じたまちなか周遊の楽しみ方の発信	・様々なソーシャルメディアを通じて、イベント情報のほか、天気や市街地の状況、まち歩きに役立つ情報を発信するなど、観光客の利便性向上に寄与している。今後も効果を検証しながら継続的な情報発信を行っていくことが必要である。
		③ながのファンづくりの強化	・イベント等でのPRだけではなく、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、会員の増加を図った。（Ｒ6.４月 8,344人 → Ｒ7.1月 9,955人）
	政策評価	**・様々なソーシャルメディア等を活用した、情報発信が進められている。今後も、きめ細やかな情報発信により、全体的なフォロワー数や閲覧回数を引き上げていくことが求められている。また、ターゲットを意識したプッシュ型の情報発信だけでなく、相互発信ができる仕組みを検討しながら、「ながのファン」の獲得に取り組むことが必要である。さらに、デジタルマップ等により観光客の動向を把握するだけでなく、そのデータの有効活用や情報の共有化に取り組む必要がある。**	

政策２　魅力を活かしたインバウンドの推進

政策	施策	実施事業	事業評価
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	(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	①歴史・文化を楽しむ体験型コンテンツの開発	・これまで磨き上げてきた善光寺の文化体験や松代の伝統体験、戸隠のスノーシューの利用者が増加した。今後は、参加者の意見や評価を踏まえて、コンテンツをさらに磨き上げ、旅行商品化に結びつけていくことが求められている。また、インバウンドに訴求する文化財などを活用した新たな観光コンテンツの造成を行う必要がある。
	(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	・戸隠の冬の魅力として、スキーだけでなく、そば打ち体験など、戸隠でしかできないコンテンツ開発を支援し、海外旅行会社にその魅力を発信するとともに、商品造成に向けての働きかけを行った。今後も引き続き、商品化に向けた働きかけを継続していく必要がある。
	(3) 広域連携による周遊コンテンツの開発	①全市的なデジタル周遊マップの多言語整備	・街なかオーディオガイド（スマホを活用した多言語観光ガイド）は、市内各所で継続的に配布することで、観光客が市内を検索しながら情報を得れる有効な手段となっている。また、「食旅☆NAGANO」（飲食店の多言語案内サイト、冊子）を白馬村の306宿泊施設に対して配布したことで、白馬村に滞在している外国人スキーヤーに長野市の食をＰＲでき、市の飲食店を支援し、地域の魅力を広める有効な取組となった。今後も、このような取組を継続することが必要である。
		②広域的なサイクリングコースの造成	・長野駅を発着として北信地域の市町村を周遊するツアーを実施し、北信地域の自然を利用したアクティビティコンテンツを巡るFAMツアーとした。また、商談会を行い、広域的なハブ機能を活かした集客への取組を実施した。今後は、継続的な商品化に向けた取組が必要となる。
	(4)外国人観光客が快適に滞在できる受入環境整備	③商工団体等との情報共有	・急増するインバウンド客に対し、市全体で受入体制を整えるため、商工関係団体や宿泊事業者等で現状や課題等の情報を共有する新たな機会「インバウンド交換会」を設け、12月に開催した。主な課題として、手荷物預かり所の不足や観光バスの駐車場不足の意見があったため、現在、関係者と調整を行っており、有意義な場となった。 今後も、継続的に開催することで、官民一体で取組みを進めていくことが重要となっている。
	政策評価	**・インバウンドの急速な回復により、受け入れ環境の整備やインバウンドに訴求する新たなコンテンツの開発は重要課題となっている。また、これまで取り組んできた、善光寺の文化体験や松代の伝統体験、戸隠でのスノーシューなど、地域資源を活用した評価の高いコンテンツをさらに磨き上げ、海外旅行会社を招聘したＦＡＭツアーや商談会を積極的に実施し、旅行商品化に結び付けていくことが必要である。そのため、これまでの整備してきた受入れ環境等の周知を図るとともに、活用促進に向けたプロモーションが求められている。**	

政策２　魅力を活かしたインバウンドの推進

政策	施策	実施事業	事業評価
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	・バンコク日本博に出展し、トップセールスを行った結果、タイの旅行会社主催のファムツアーが本市を含む行程で開催されたほか、タイのインフルエンサーが本市や白馬村で過ごした様子をSNSに投稿するなどの効果があった。今後も、市長の知名度を活かしたトップセールスが必要となる。
		②インバウンド旅行プロダクト造成事業	・近年、増加傾向にあるアメリカで旅行博に東海道新幹線、北陸新幹線沿線の都県と共同で出展し、訪日旅行の提案を行った。また、重点ターゲットとしている台湾では、現地旅行会社の商談などを行った。 今後は、訪日外国人の状況分析を行う中で的確なターゲット国の選定を行い、効果的なプロモーションが求められる。
	(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	・昨年度に引き続き、金沢市と連携し、オーストラリアをターゲットに、メディア、旅行会社を対象としたファムツアーを実施した。 今後は、旅行商品の流通に向けて取り組んでいくことが必要となる。
		②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	・白馬村・松本市との「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」に基づき、白馬村に滞在するインバウンドに対して、アルピコ特急バス長野白馬線の増便や善光寺大門までの延伸、バス車内での広報およびホテル・旅館や交通結節点での広報等を実施することで、本市への誘客に寄与した。
		③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	・信越自然郷10市町村で連携して、サイクルツーリズムにおいて、台湾、タイをターゲットとした旅行会社との商談会と旅行商品のＯＴＡ掲載を行い、ターゲット国に向けた誘客促進を図ることができた。 今後は、効果を検証しながら的確なOTAの選定が求められる。
	政策評価	**・台湾など重点ターゲット向けの情報発信の強化として、その国ごとにあった適切なプロモーションが重要である。 今年度、実施した「タイ」における市長のトップセールスでは、タイの旅行会社主催のファムツアーやインフルエンサーの訪日に結びつくなど、成果が目に見える形で出ており、今後も、市長の知名度を最大限に活かした海外へのトップセールスにより、商品造成、インバウンドの誘客が期待できる。 また、白馬村・松本市との「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」に基づき、白馬村のインバウンドを本市へ誘客する取り組みが始まっている。今後は、協定内の連携を強化しながら、ピンポイントでの情報発信を行うことにより、インバウンドの誘客促進に取り組む必要がある。**	

政策３　オリンピックレガシー等を最大限生かしたコンベンションの誘致

政策	施策	実施事業	事業評価
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ションの強化	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	・市内のコンベンションの開催見込数は122件、前年比101%、取扱人員は79,197人、前年比102%と上回っており、ほぼコロナ前の水準にまで回復した。現在、コンベンション誘致の営業で利用しているデータベースに不備があることが分かったことから改修を予定している。 今後は、データベースを改修し、NCVBの担当者が変わっても大学関係者等に継続的な営業を行い、情報収集を行うことがMICE誘致を行う上で重要となる。
		②スポーツ大会開催や合宿開催の支援	・市内で開催される長野マラソンなど大規模大会は通常どおり開催したほか地元プロスポーツチームによるイベントも開催されるなどスポーツで地域を活性化する取組みが図られている。
		③大学等と連携した学会誘致	・清泉女学院、短期大学や長野保健医療大学と包括連携協定を締結し、連携強化を図ることで、文化、教育、学術等の分野で連携、協力をすることは、学術会議などコンベンションの誘致促進を図るうえで、非常に有効な手段といえる。
	(2) コンベンション参加者への情報発信	①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	・会議の会場として、新たに市内の結婚式場を加えた。式場は、外装や内装とも豪華で特別感があり、食事も提供できることから新しいコンテンツとして期待できる上に、式場としても、空き時間の有効活用が図られ、有益な手段といえる。
	政策評価	**・市内でのコンベンション開催数は増加傾向にあり、コロナ前の水準にほぼ戻っている。北陸新幹線延伸やオリンピック施設、さらには結構式場などで本市の強みをPRし、他地域との差別化を図りながら、情報発信と誘致活動に努める必要がある。 また、市内の大学や高等教育機関との連携を図り、地域資源を活かしたエクスカーションの強化にも取り組むことで、市内の消費拡大や再訪を促進することが求められる。**	

政策３　オリンピックレガシー等を最大限生かしたコンベンションの誘致

政策	施策	実施事業	事業評価
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ーリズムの推進	①ロケツーリズムの推進	・映画やテレビ番組の舞台となることは、「聖地巡礼」といわれるように、市の知名度の向上と誘客促進が期待できる。 また、ロケ地のマップ化など計画的にロケツーリズムの促進に取り組む必要がある。
		②フィルムコミッションの強化と観光への活用	・メディア等を活用した観光情報発信の強化は、広く周知を図るうえで有効な取り組みである。ジャパン・フィルムコミッションなど全国的なネットワークを活用しながら、情報取集に努め、SNS等による情報発信と合わせて行うことが重要である。
		③ドラマ、映画等の撮影誘致	・全国ロケ地フェアやジャパン・フィルムコミッションでの活動を通じて、映画及びテレビ関係者等への撮影誘致を強化しており、実際の撮影誘致につながっている。今後も市内の自然、文化財を活用した積極的な誘致活動に取り組む必要がある。 また、担当者がドローンの資格を取得し、より良い撮影素材の充実を図り、誘致に向けた取り組みの強化を行っている。
	政策評価	**・映画やドラマのロケ地を訪ねるロケツーリズムは、風景や食事を楽しみ、地元のおもてなしを体験することで、その地域の「ファン」になる取り組みであり、持続的な観光誘客つながる。フィルムコミッションの強化により、知名度の向上や誘客促進が図られるため、今後も、首都圏からのアクセスが良好で、松代や戸隠の歴史や自然などの地域資源やサポート体制の強みを活かし、積極的に進めていく必要がある。また、SNSを通じたロケ地の情報発信やロケ地マップの更新など、受け入れ環境の整備も重要である。**	

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

政策	施策	実施事業	事業評価
4-1 DXの推進による快適な滞在環境の構築	(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	・令和７年３月１日にJR東日本のSuica機能が付いた新しいバス共通ICカードのサービスが開始した。 １枚のカードで公共交通機関を利用でき、電子マネーとしてスーパーやコンビニなどで使用できるため、観光客の利便性が大きく向上すると期待される。 ・市の事業として、キャッシュレス決済を導入する事業者に対し、対象経費の一部を補助する「飲食・小売業等業務改善支援事業補助金」は、令和６年度で事業は終了するが、別事業として継続する予定である。キャッスル環境の整備は、インバウンドの受入環境整備の向上にも資するため重要な取り組みである。
		②Ｍｓａａの導入検討、公共交通機関の利便性向上	・東日本旅客鉄道（株）と連携し、Ｍａｓｓを導入したことにより、市内および北信エリアでの周遊を促すことができた。引き続き、利用エリアやサービスの拡大に努め、利便性の向上と周知を図っていくことが必要である。 また、令和６年度から飯綱町が加わり、サービス拡大が図れた（９自治体）。 ・令和７年度実施予定のバスロケーションシステムの調査研究を行った。
	(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	・デジタルアンケート、ながのファンクラブ等から得られる顧客データ（サンプル数）を蓄積するだけでなく、そのデータを活用し、誘客につなげていくことが求められている。様々なビッグデータの蓄積方法、活用方法を検討し、マーケティングに活かしていくことが必要である。
	政策評価	**・Massの導入やキャッシュレスの普及、デジタルマップ等の活用により、観光客等の利便性の向上が図られている。 また、イベント等でのデジタルアンケートや、ながのファンクラブ等の顧客データの取得に努め、そのデータを分析し、趣味趣向にあったプッシュ型の情報発信をすることが求められている。今後は、ながの観光コンベンションビューローが主体となり、情報のインプットだけでなく、観光事業者などへのアウトプットの手法を検討し、地域全体で快適な滞在環境の提供に取り組んでいく必要がある。**	

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

政策	施策	実施事業	事業評価
4-2 災害に強い観光都市基盤の構築	(1) 災害など緊急時の対応力強化	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	・今年度、ＪＲ等の鉄道事業者が運航する交通が遮断した場合や災害発生時等の帰宅困難者に関し、情報共有等を図るため市と連携協定を締結するための協議を進めていることから、今後、その内容を反映した観光危機マニュアルの改訂を行う必要がある。
	(2) 安全な観光地づくり	①感染症対策の支援、情報共有	・県等からの情報を庁内の関係部局と連携し、各観光協会へ提供した。
		②観光地、観光施設等のバリアフリー化等の推進	・持続可能な観光地として、誰もが気軽に、安心して楽しむことができるユニバーサルツーリズムの取り組みは非常に重要になっている。その先進地でもある「戸隠」では、観光協会を中心に、年齢や国籍、障害の有無にかかわらず、誰もが安心して楽しめるよう、環境整備や人材育成を進め、ジャパントラベルアワード特別賞を受賞するなど、非常に評価が高い。このような先進的な取組みが本市の観光地に広がっていくように情報の共有化や啓発を進めていくことが必要である。
	政策評価	**・災害時などの緊急時に備えた危機管理体制を構築するため、観光危機管理マニュアルを宿泊施設や公共施設と共有し、より実効性のあるものに改訂していく必要がある。また、持続可能な観光地として、戸隠ユニバーサルツーリズムデスクの取り組みは、全国的にも非常に評価が高く、今後、市内の観光地の見本となるように情報を共有し、周知、啓発を進めていくことが必要である。**	