

## 令和4年度 長野市観光振興計画の指標達成状況について

### 1. 本資料の内容

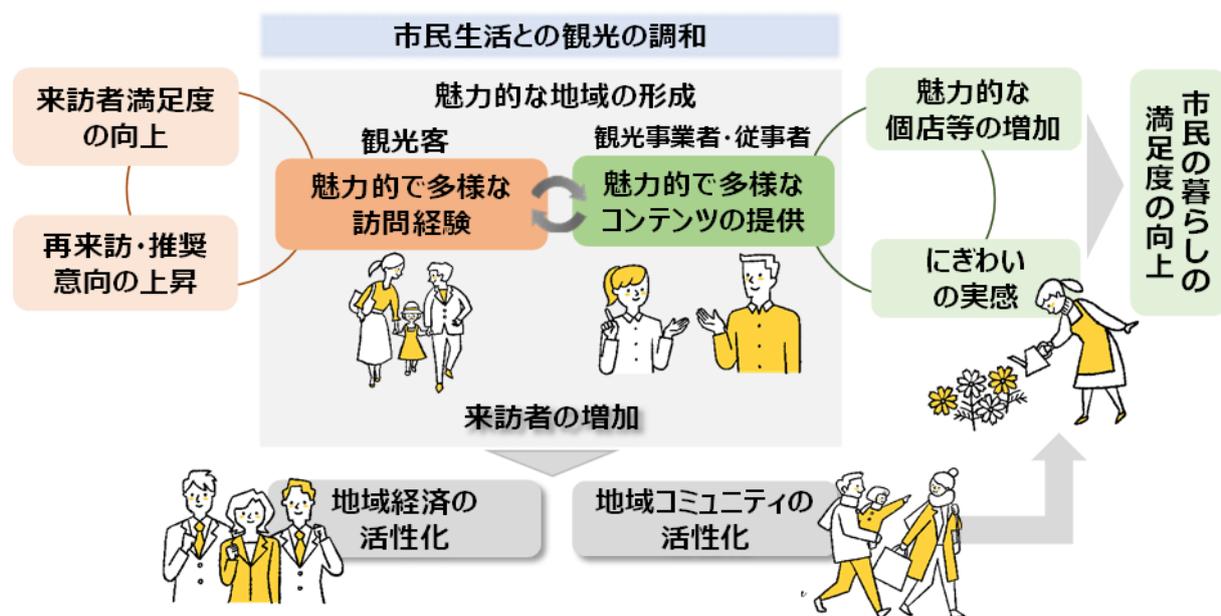
本資料は、「長野市観光振興計画（令和4年度～令和8年度）」（以下、「観光計画」）の定める指標について、令和4年度における達成状況を整理したものです。

令和4年度は、5年を期間とする観光計画の初年度にあたり、この達成状況を踏まえて今後の計画期間中の施策を推進していくことが求められています。

### 2. 観光計画における指標管理の考え方

#### （1）計画の目的

観光計画が目指すゴールは、観光消費を増加させ「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。



#### （2）指標設定の考え方

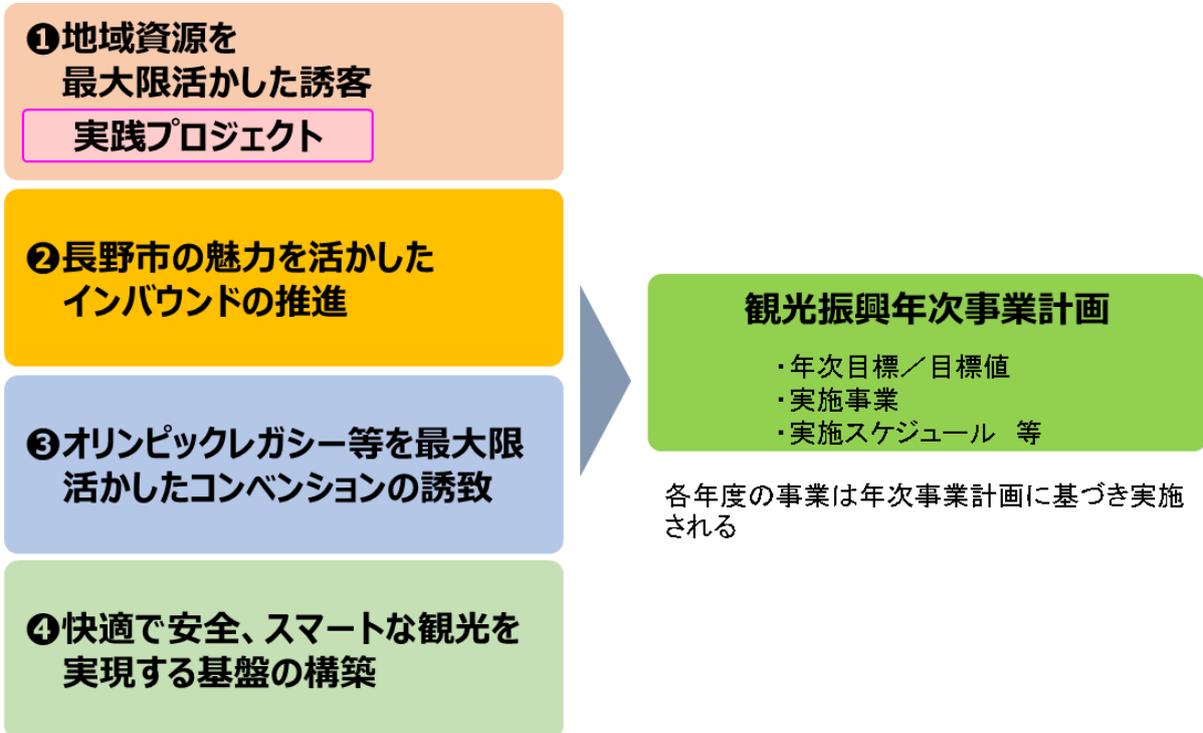
（1）のゴールへの到達度を示すものとして指標を定めています。これは観光関連事業者、ながの観光コンベンションビューロー（以下、「ビューロー」）、各観光協会、市のそれぞれがそれぞれの役割を果たすことで達成されます。

観光関連事業者が良質なモノやサービスを生み出し、それらを観光コンテンツ化することで、人が訪れ、消費が促され、経済が活性化します。観光関連事業者とビューローや各観光協会、市が連携し、取り組むことで、成果指標の達成を目指します。

(3) 指標の管理と計画進捗管理の考え方

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。

政策に関連する指標の評価・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を検討していきます。



なお年次事業の評価は毎年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。

### 3. 各指標の達成状況

#### (1) 観光による地域への経済波及効果

目標値と実績値（単位：億円）

		基準値 *1	R4 年度 *2	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
市全体	目標値	784	1,008 (御開帳)	645	807	823	839
	実績値	-	1,054				

\*1 基準値は、平成 29～令和元年度を新型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た。

\*2 R4 年度の目標値は、同年に善光寺御開帳があるため、前回御開帳時（平成 27 年）に平常時より増加した分を加えた（宿泊客数は平成 23～26 年の平均値と平成 27 年の差であった 203 万人、入込客数は御開帳参拝客総数であった 707 万人をそれぞれ加えた。経済波及効果はこの 2 つの指標をもとに算出）。

◆目標値の設定方法：一人当たり観光消費額・観光入込客数の伸び率に準じた上昇値を設定。

- 令和 4 年度の経済波及効果は、1,054 億円となった。目標値の 104.5%であり、目標を達成した。
- 前回御開帳のあった H27 年度は 1,256 億円であり、御開帳のあった年度と比較すると前回の 83.9%（16.1 ポイント減）となっている。
- 前計画期間のうち、コロナ禍の影響を大きく受けた R2 年度・R3 年度の経済波及効果はそれぞれ 344 億円、393 億円であり、ここから比較すると大きく伸びた形となる（前年度比 268.1%・168.1 ポイント増）。
- 経済波及効果は「入込客数」と「一人当たり消費額」を掛け合わせて算出するが、令和 4 年度には感染防止の規制や自粛が緩くなり 10 月からインバウンドも復活したことや、一人当たりの消費額も増加している（後述）ことが増加の要因である。

#### 注）経済波及効果の算出方法について

前回計画期間中は、平成 23 年版産業連関表を基に市独自に作成した算出ツールを用いて算出していましたが、本年度より、長野県が平成 27 年版産業連関表を基に作成した算出ツールを用いることとしています（令和 3 年度公開）。従って、厳密には令和 3 年以前と本年度（以降）の値を単純比較することはできません。

ただし算出の計算方法は基本的に同じなので、算出ツールを変えたことで数字が大幅に変わることはありません。ベースとなる産業連関表が平成 23 年時点から 27 時点の経済状況に変わっていること、長野県の算出ツールでは宿泊業・飲食サービスを個別に計算するなど観光の実地に即した数字が出せるようになったことから、より信頼性の高い値が出せるようになった点が違いといえます。

#### ■用いた算出ツール

長野県版産業連関表「観光特化版」<https://www.pref.nagano.lg.jp/tokei/tyousa/sangyorenkan.html>

(2) 一人当たりの観光消費額

目標値と実績値 (単位：円)

		基準値 *1	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
全 体	目標値	11,991	12,111	12,231	12,351	12,471	12,591
	実績値	-	17,467				
宿泊客 *2	目標値	20,280	20,483	20,686	20,888	21,091	21,294
	実績値	-	29,165				
日帰り客 *2	目標値	6,621	6,687	6,753	6,819	6,885	6,952
	実績値	-	7,953				

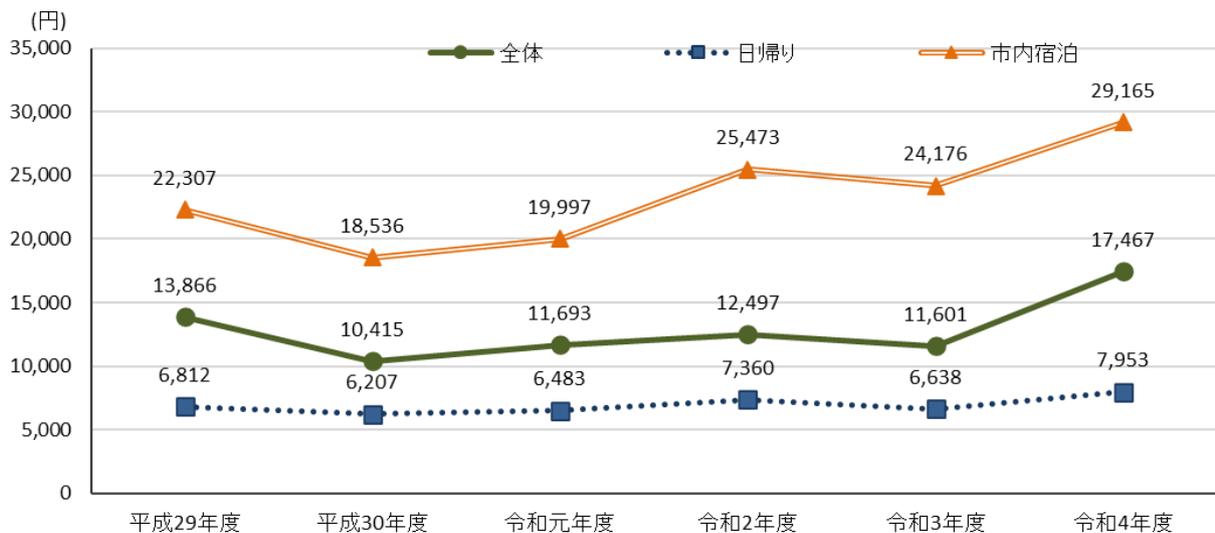
\*1 基準値は、平成 29～令和元年度を新型コロナの影響のない平常年と捉え、この期間の平均値とした。

\*2 宿泊客、日帰り客とは、「長野市内での宿泊」の有無によって区別したものである。長野市外に宿泊する旅行者が市内に立ち寄ったケースは「日帰り客」とみなしていることに注意。

◆目標値の設定方法：基準値（平常年）をベースに最終年度において5%上昇するものとして設定。

- 市内来訪者に対する調査結果から算出した一人当たりの観光消費額（宿泊客および日帰り客を含めた全体）は 17,467 円となった。目標値の 144.2% であり、目標を達成した。
- 内訳をみると、「市内宿泊」客は 29,165 円、「日帰り」客は 7,953 円となっている。
- 経年推移をみると、全体の観光消費額は平成 29 年度から 30 年度にかけて減少し、その後は増加傾向となっている。令和 2 年度から令和 3 年度にかけてやや減少したものの、令和 4 年度では再び増加しており、「日帰り」で 6,638 円から 1,315 円の増加、「市内宿泊」で 24,176 円から 4,989 円の増加で、全体では 11,601 円から 5,866 円の増加になっている。コロナ禍によるマイクロツーリズムや自粛等の意向が薄れ、顧客の消費意向が強くなったことが伺える。

図表 1 観光消費額の推移



〈参考：消費額の内訳〉

- 消費額の内訳をみると、「高速代」「ガソリン代」「駐車場」が減少する一方で「電車代・高速バス代」が増加しており、マイカーに比べて新幹線等の利用による来訪が増加していることが伺える。
- 他に増加している費用としては「レストラン等で支払った費用」や「お土産代」などがあり、コロナ禍の影響で低迷していたこれらの観光消費が回復に転じたとみられる。

図表 2 「日帰り」客の観光消費額の内訳推移

(単位:円)

	利用率						利用者一人あたりの単価					
	H29	H30	R1	R2	R3	R4	H29	H30	R1	R2	R3	R4
長野ICで支払った高速代	38.1%	46.2%	48.1%	61.9%	55.5%	38.4%	2,801	3,026	2,599	1,865	1,810	2,056
市内で給油したガソリン代	12.9%	17.1%	16.9%	26.1%	21.4%	18.7%	2,035	3,066	2,642	2,546	2,259	2,551
市内での駐車場代	32.1%	33.3%	35.6%	46.6%	40.6%	35.0%	558	477	432	409	421	458
市内で支払ったレンタカー代	1.9%	1.5%	1.2%	2.2%	1.4%	3.1%	3,500	4,234	5,786	5,897	4,833	5,700
市内で支払った電車代、高速バス代	10.1%	4.8%	8.4%	4.0%	4.5%	16.7%	4,613	4,493	5,726	3,008	4,038	3,474
市内で支払ったバス・タクシー代	14.5%	10.6%	6.9%	4.8%	7.6%	100.0%	1,540	1,492	904	2,837	1,283	245
レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	75.6%	66.0%	75.5%	78.9%	80.0%	100.0%	1,965	1,936	1,793	2,040	1,943	1,872
コンビニやスーパー等で支払った費用	17.5%	24.6%	33.1%	35.2%	33.5%	36.4%	893	877	834	912	820	896
宿泊費	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
温泉や観光施設への入館料等 そば打ち体験・りんご狩りなどの参加費	28.5%	16.5%	16.5%	29.3%	28.5%	35.9%	720	952	927	1,065	1,133	1,422
お土産代(お菓子、お酒、キーホルダーなど)	63.6%	56.7%	63.1%	72.7%	64.0%	74.2%	3,917	3,375	3,521	3,448	3,609	3,498
その他の品目名	5.2%	7.3%	0.5%	5.6%	8.3%	8.7%	6,647	1,682	3,500	3,858	2,042	2,512

(単位:円)

	利用率(%) × 利用者一人あたりの単価(円)						
	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R3→R4 増減額
長野ICで支払った高速代	1,067	1,396	1,249	1,154	1,005	789	-216
市内で給油したガソリン代	262	525	446	664	483	476	-7
市内での駐車場代	179	159	154	191	171	160	-11
市内で支払ったレンタカー代	67	65	68	130	68	177	109
市内で支払った電車代、高速バス代	468	216	483	119	183	582	399
市内で支払ったバス・タクシー代	224	158	62	137	98	245	147
レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	1,486	1,277	1,354	1,609	1,555	1,872	317
コンビニやスーパー等で支払った費用	157	216	276	321	275	327	52
宿泊費	0	0	0	0	0	0	0
温泉や観光施設への入館料等 そば打ち体験・りんご狩りなどの参加費	205	157	153	312	323	510	186
お土産代(お菓子、お酒、キーホルダーなど)	2,490	1,914	2,221	2,508	2,309	2,596	288
その他の品目名	346	123	18	215	169	220	51

令和3年度からの増加額が多いのは、「電車代、高速バス代」(399円増)、「レストラン等で支払った費用」(317円増)、「お土産代」(288円増)となっている。一方で減少している費用は、「高速代」(216円減)、「駐車場代」(11円減)、「ガソリン代」(7円減)である。

図表 3 「市内宿泊」客の観光消費額の内訳推移

(単位:円)

	利用率						利用者一人あたりの単価						
	H29	H30	R1	R2	R3	R4	H27	H29	H30	R1	R2	R3	R4
長野ICで支払った高速代	35.1%	43.0%	54.6%	62.2%	45.8%	31.3%	2,637	3,203	3,369	3,140	2,519	2,300	2,643
市内で給油したガソリン代	18.4%	21.7%	29.0%	34.1%	30.8%	20.8%	2,494	2,963	3,466	2,957	2,621	2,390	2,324
市内での駐車場代	24.9%	30.4%	36.0%	47.8%	38.7%	25.9%	414	715	693	626	689	743	619
市内で支払ったレンタカー代	4.6%	2.4%	2.7%	6.7%	8.3%	5.5%	3,875	9,479	9,657	10,300	5,356	5,960	5,879
市内で支払った電車代、高速バス代	19.7%	8.4%	11.3%	13.0%	16.6%	36.4%	6,714	8,551	5,406	5,924	4,341	4,306	3,766
市内で支払ったバス・タクシー代	26.2%	17.1%	17.7%	16.7%	30.4%	100.0%	2,426	1,803	2,277	1,757	2,098	2,090	854
レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	78.7%	59.4%	83.6%	90.4%	90.9%	100.0%	2,776	4,274	3,850	2,958	3,753	4,481	5,087
コンビニやスーパー等で支払った費用	34.1%	34.6%	48.1%	61.1%	59.3%	67.8%	1,293	1,512	1,303	1,276	1,343	1,209	1,330
宿泊費	82.3%	79.4%	89.8%	96.3%	92.9%	94.0%	11,076	11,361	11,442	10,447	12,942	11,736	13,266
温泉や観光施設への入館料等 そば打ち体験・りんご狩りなどの参加費	31.8%	32.5%	30.9%	43.7%	37.5%	51.4%	2,779	926	1,599	1,075	1,232	1,598	1,797
お土産代(お菓子、お酒、キーホルダーなど)	74.4%	65.4%	76.1%	93.0%	85.8%	92.0%	5,095	5,702	3,741	4,030	4,057	4,240	5,426
その他の品目名	4.3%	7.3%	1.6%	7.4%	8.7%	20.8%	3,307	2,663	3,509	4,763	5,780	3,714	3,737

(単位:円)

	利用率(%) × 利用者一人あたりの単価(円)							R3→R4 増減額
	H29	H30	R1	R2	R3	R4		
長野ICで支払った高速代	1,124	1,449	1,714	1,567	1,055	828	-227	
市内で給油したガソリン代	544	751	859	893	737	483	-254	
市内での駐車場代	178	211	226	329	288	160	-128	
市内で支払ったレンタカー代	435	236	277	357	495	321	-173	
市内で支払った電車代、高速バス代	1,682	454	669	563	715	1,372	657	
市内で支払ったバス・タクシー代	473	390	312	350	636	854	218	
レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	3,363	2,288	2,473	3,392	4,074	5,087	1,013	
コンビニやスーパー等で支払った費用	516	451	614	821	717	901	184	
宿泊費	9,350	9,081	9,379	12,463	10,901	12,468	1,567	
温泉や観光施設への入館料等 そば打ち体験・りんご狩りなどの参加費	295	520	332	539	600	923	323	
お土産代(お菓子、お酒、キーホルダーなど)	4,244	2,446	3,066	3,772	3,636	4,991	1,355	
その他の品目名	114	258	77	428	323	776	453	

「市内宿泊」客では、令和3年度からの増加額が多いのは、上位から「宿泊費」(1,567円増)、「お土産代」(1,355円増)、「レストラン等で支払った費用」(1,013円増)となっている。一方で減少している費用は、「ガソリン代」(254円減)、「高速代」(227円減)、「レンタカー代」(173円減)、「駐車場代」(128円減)である。

### (3) 市内宿泊数

目標値と実績値（単位：千人、人）

		基準値 *1	R4 年度 *2	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
総宿泊客数 (千人)	目標値	1,570	1,414	1,390	1,570	1,585	1,601
	実績値	—	1,409				
外国人 宿泊客数 (人)	目標値	103,599	50,762	77,181	103,599	104,635	105,671
	実績値	—	46,723				

\*1 基準値は、平成 29～令和元年度を新型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た。

\*2 R4 年度の目標値は、同年に善光寺御開帳があるため、前回御開帳時（平成 27 年）に平常時より増加した分を加えた（宿泊客数は平成 23～26 年の平均値と平成 27 年の差であった 203 万人、入込客数は御開帳参拝客総数であった 707 万人をそれぞれ加えた。経済波及効果はこの 2 つの指標をもとに算出）。※なお外国人宿泊客数については善光寺御開帳を踏まえた補正をしていない。

◆目標値の設定方法：中間年度で基準値に回復、以降最終年度までに 2% 上昇するものとして設定。

#### ○総宿泊客数

- 観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づく令和 4 年度の総宿泊客数は 140 万 9 千人となった。目標値の 99.6% であり、達成とはならなかったがほぼ目標値に達している。
- 次ページのグラフで月別にみると、いずれの月でも前年度比を上回っている。また、そのうち 4～6 月、9 月、2 月は前年比 150% 以上となっている。4～6 月は善光寺御開帳による影響が大きいと考えられる。

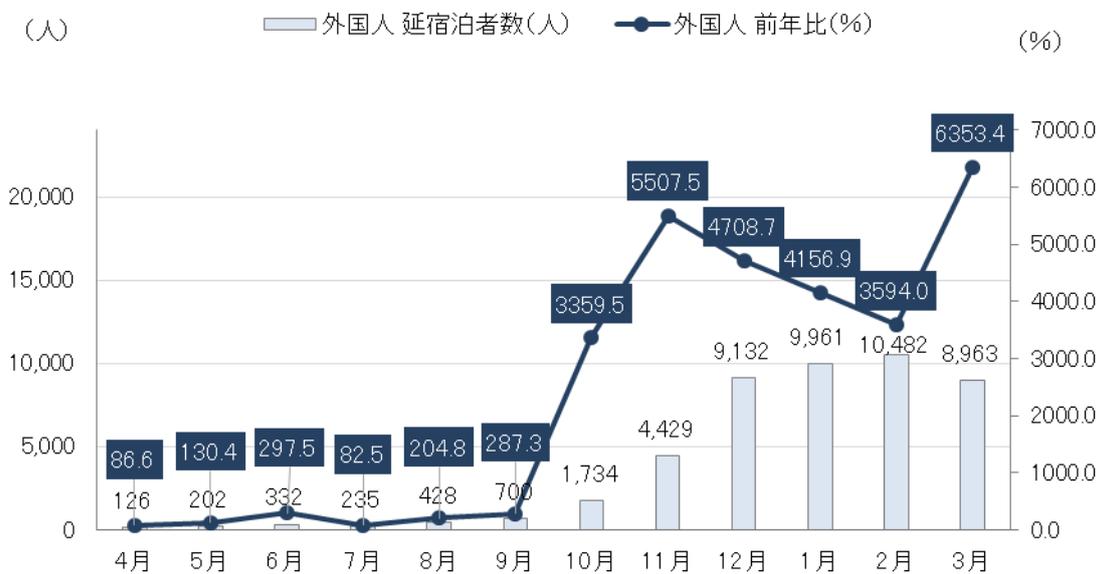
#### ○外国人宿泊客数

- 観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づく令和 4 年度の外国人宿泊客数は 4 万 6,723 人となった。目標値の 92.0% であり、目標には 8.0 ポイント届かなかった。
- 次ページのグラフで月別にみると、10 月以降に大幅に増加しており、これは同月のコロナ水際対策の大幅緩和によってインバウンド客が急増したことによるものである。

図表 4 月別 延宿泊者数（令和 4 年度）



図表 5 月別 外国人延宿泊者数（令和 4 年度）



#### (4) 観光入込客数

目標値と実績値（単位：千人）

		基準値 *1	R4 年度 *2	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
市全体	目標値	10,706	13,629	8,632	10,706	10,813	10,920
	実績値	-	13,349				
善光寺	目標値	6,436	10,945	5,156	6,436	6,501	6,565
	実績値	-	10,208				
戸 隠	目標値	1,482	1,176	1,329	1,482	1,496	1,511
	実績値	-	1,520				
松 代	目標値	545	328	436	545	550	556
	実績値	-	485				

\*1 基準値は、平成 29～令和元年度を新型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た。

\*2 R4 年度の目標値は、同年に善光寺御開帳があるため、前回御開帳時（平成 27 年）に平常時より増加した分を加えた（宿泊客数は平成 23～26 年の平均値と平成 27 年の差であった 203 万人、入込客数は御開帳参拝客総数であった 707 万人をそれぞれ加えた。経済波及効果はこの 2 つの指標をもとに算出）。※なお外国人宿泊客数については善光寺御開帳を踏まえた補正をしていない。

◆目標値の設定方法：中間年度で基準値に回復、以降最終年度までに 2% 上昇するものとして設定。

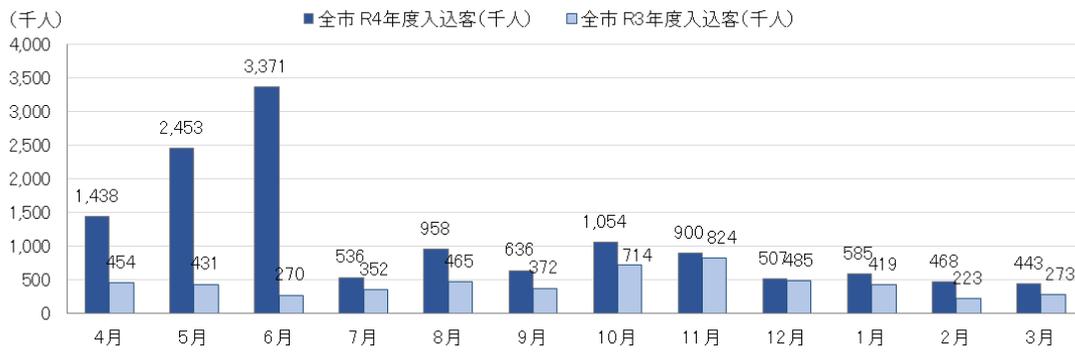
#### ○市全体の観光入込客数

- ・ 市全体の観光入込客数は 1,334 万 9 千人となった。目標値の 97.9% であり、わずかに達していない。
- ・ 前年（528 万 3 千人）と比べると 252.6% となっており、大幅な増加である。
- ・ 月別にみると 4 月～6 月で大きく伸びており、善光寺御開帳による増加であると考えられる。また他の月でもすべて前年を超えており、コロナ禍の影響が薄れ、旅行客が戻りつつあることが伺える。

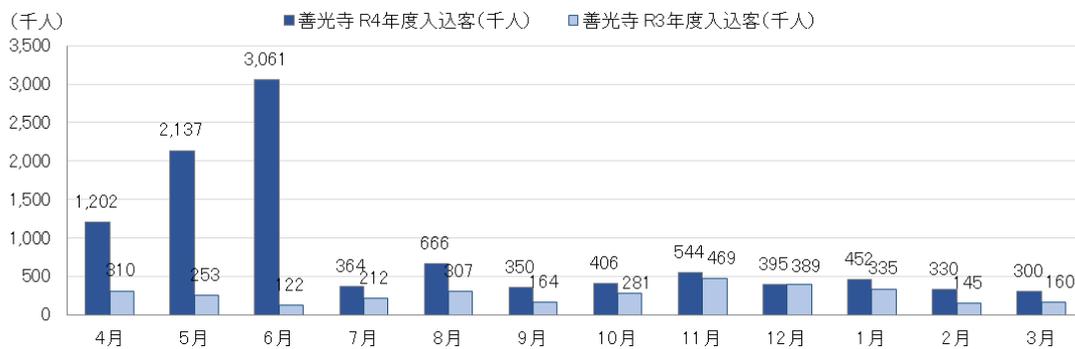
#### ○観光地点別観光延入込客数

- ・ いずれの地点でも、すべての月にわたってほぼ前年度を上回っている。
- ・ 御開帳のあった 4～6 月の増加は善光寺で顕著である。戸隠・松代では、他の月に比べると増加幅がやや大きいものの、善光寺ほどの急増はみられない。
- ・ 他には夏休みおよび紅葉シーズンとなる 7 月～10 月における入込の増加が目立つ。

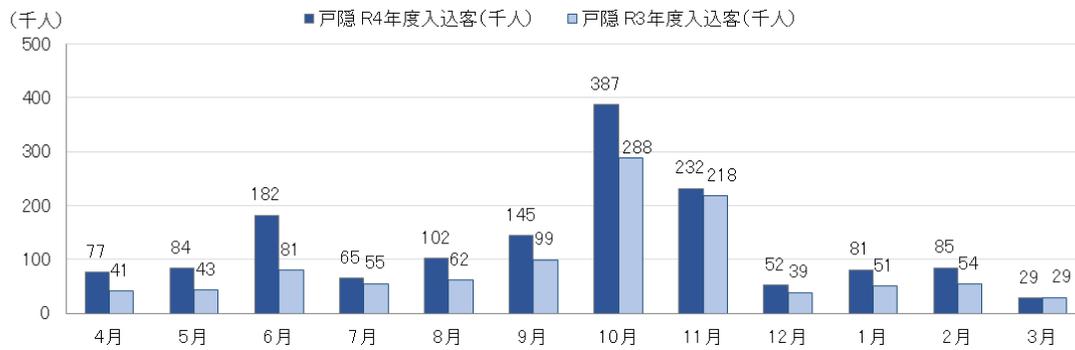
图表 6 市全体 月别 観光地点別観光延入込客数



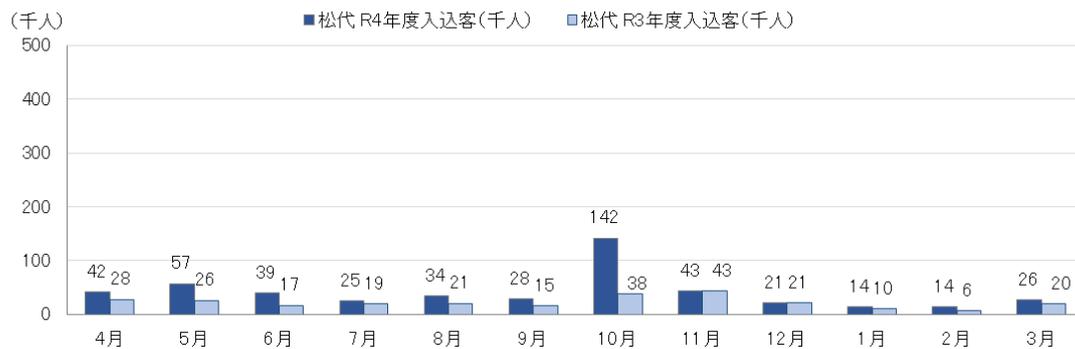
图表 7 善光寺 月别 観光地点別観光延入込客数



图表 8 戸隠 月别 観光地点別観光延入込客数



图表 9 松代 月别 観光地点別観光延入込客数



(5) 観光客の満足度

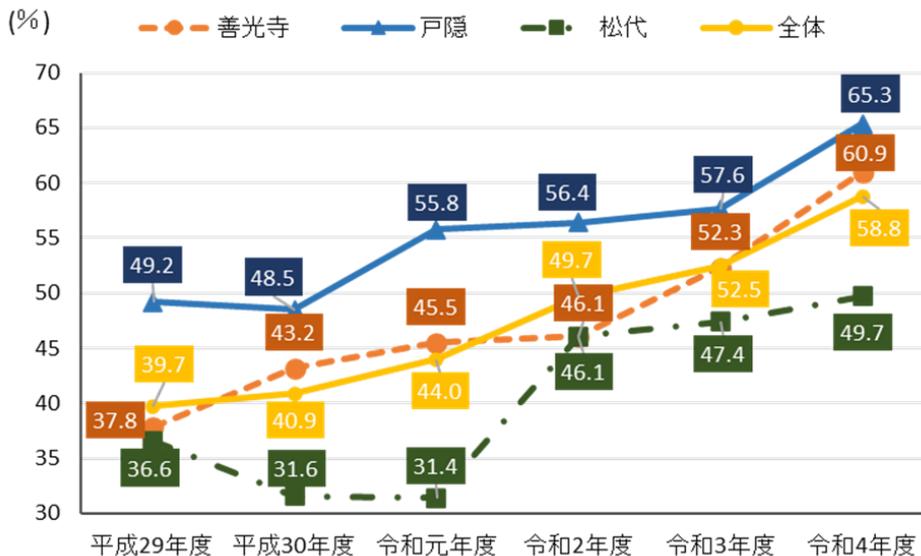
目標値と実績値（単位：％）

満足度		基準値 (R2年度)	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
市全体	目標値	49.7	-	-	-	-	59.7
	実績値	-	58.8				
善光寺	目標値	46.1	-	-	-	-	56.1
	実績値	-	60.9				
戸隠	目標値	56.4	-	-	-	-	66.4
	実績値	-	65.3				
松代	目標値	46.1	-	-	-	-	56.1
	実績値	-	49.7				

◆目標値の設定方法：来訪者調査(R3年度実施)の結果を基準値とし、最終年度までに10ポイント上昇するものとして設定。なお質問項目は、「1.とても満足」「2.まあ満足」「3.やや不満」「4.とても不満」の4項目で、「1.とても満足」の回答割合を満足度として用いている。

- ・ 観光に対する満足度（アンケート調査で「とても満足」と回答した割合）は、市全体で58.8%となった。基準値（R2年度）を9.1ポイント上回っており、R8年度の目標に迫っている。
- ・ 観光地点別にみると、善光寺60.9%、戸隠65.3%、松代49.7%で、いずれも基準値（R2年度）を上回っている。
- ・ 経年推移をみると、満足度は平成29年度以降上昇し続けており、令和4年度はこれまでの調査中で最も高くなっている。なお、次ページ以降で示すとおり、どの地点でも「30代以下」が最も満足度が高く、また若者の来訪が増加していることを示唆するデータがある。若者層の満足度の高まりが、市全体の満足度を引き上げている側面があるとみられる。

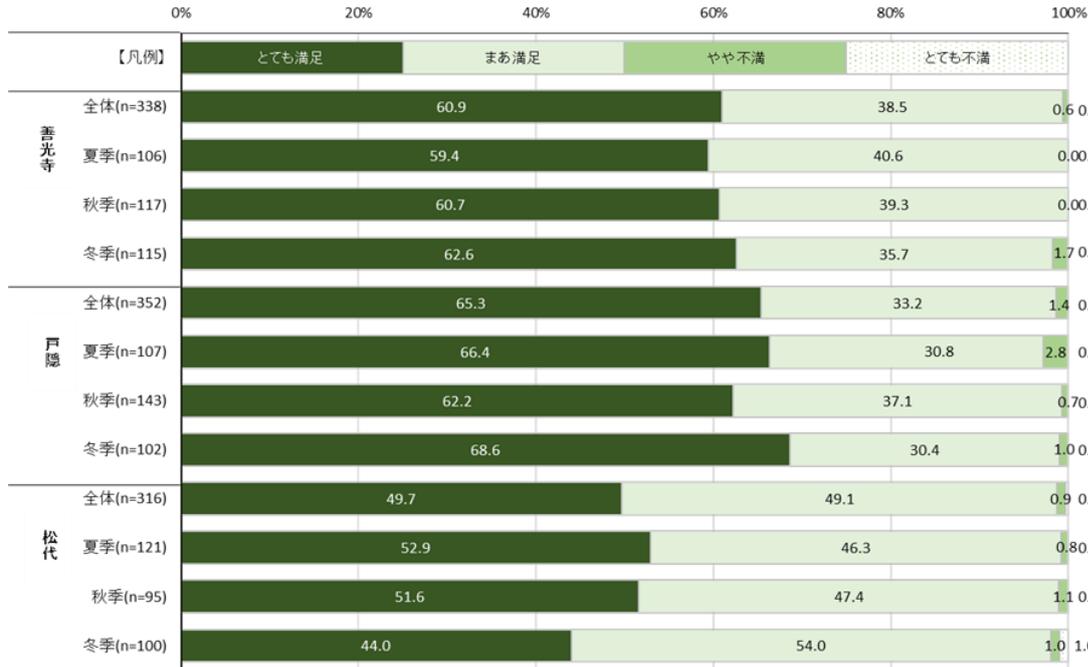
図表 10 満足度の推移



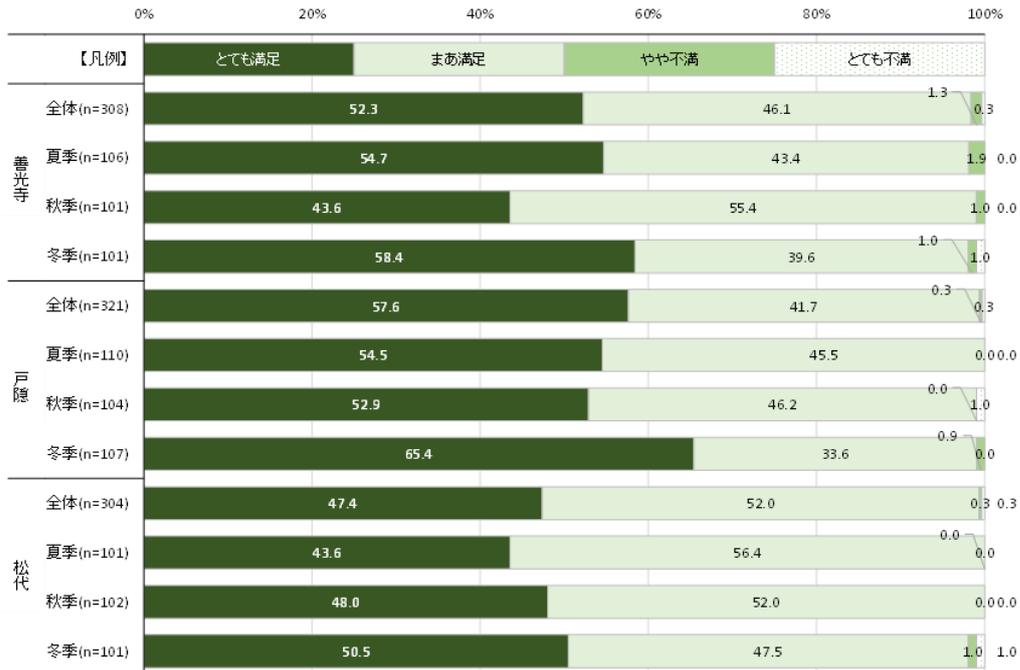
### 〈満足度の詳細分析〉

- ・ 調査地点別・季節別に「とても満足」の割合をみると、最も割合が高くなる季節は、善光寺・戸隠では冬季（それぞれ 62.6%、68.6%）で、松代では夏季（52.9%）となっている。
- ・ 令和3年度と比べると、松代での「とても満足」の割合が、令和3年度では夏季から冬季に至るにしたがって高くなっていったが、令和4年度では逆に夏季から冬季に至るにしたがって低くなっており、傾向が変化している。また善光寺の秋季の「とても満足」が大きく増加した（43.6%から 60.7%）。

図表 11 調査地点別・季節別 長野市観光の全体的な満足度（令和4年度）

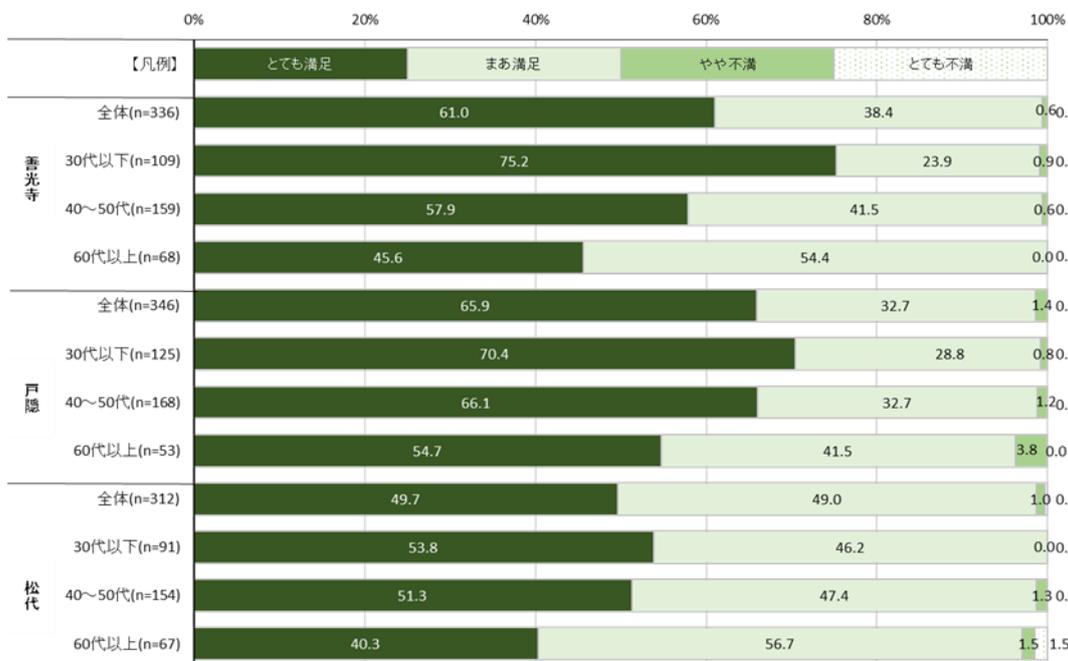


図表 12 【参考】 令和3年度 調査地点別・季節別 長野市観光の全体的な満足度

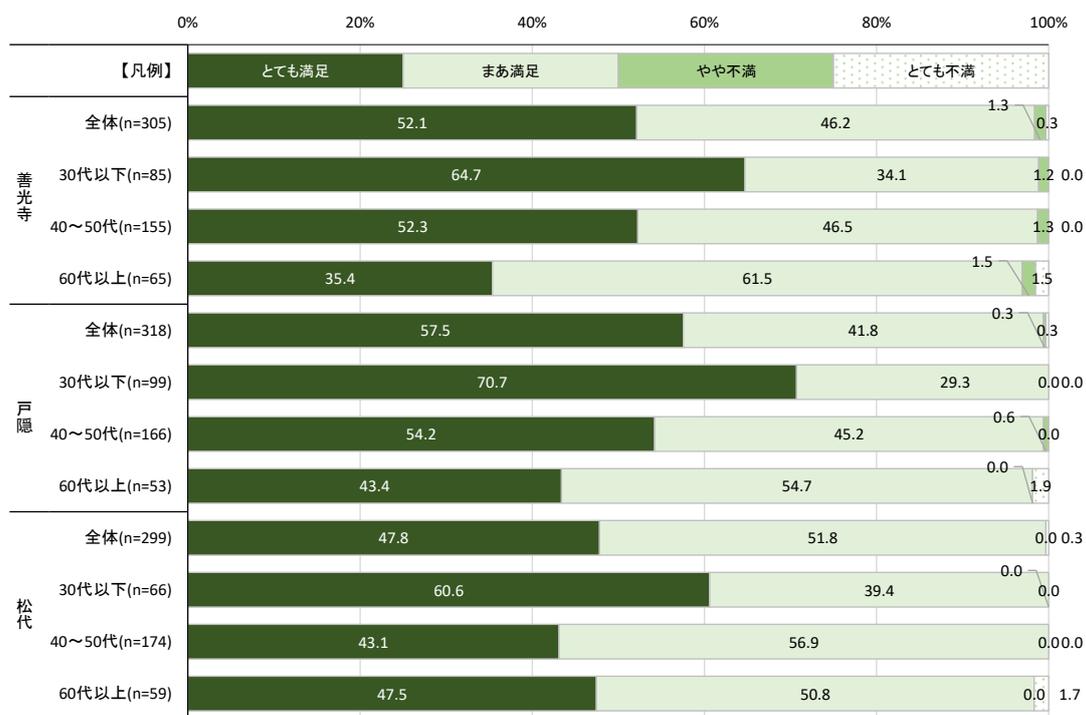


- ・ 調査地点・年代別に「とても満足」の割合をみると、各地点において「30代以下」が最も高くなっており、年代が上がるにしたがってこの割合が低くなっている。
- ・ 令和3年度と比べてもこの傾向は同様である。

図表 13 調査地点別・年代別 長野市観光の全体的な満足度（令和4年度）

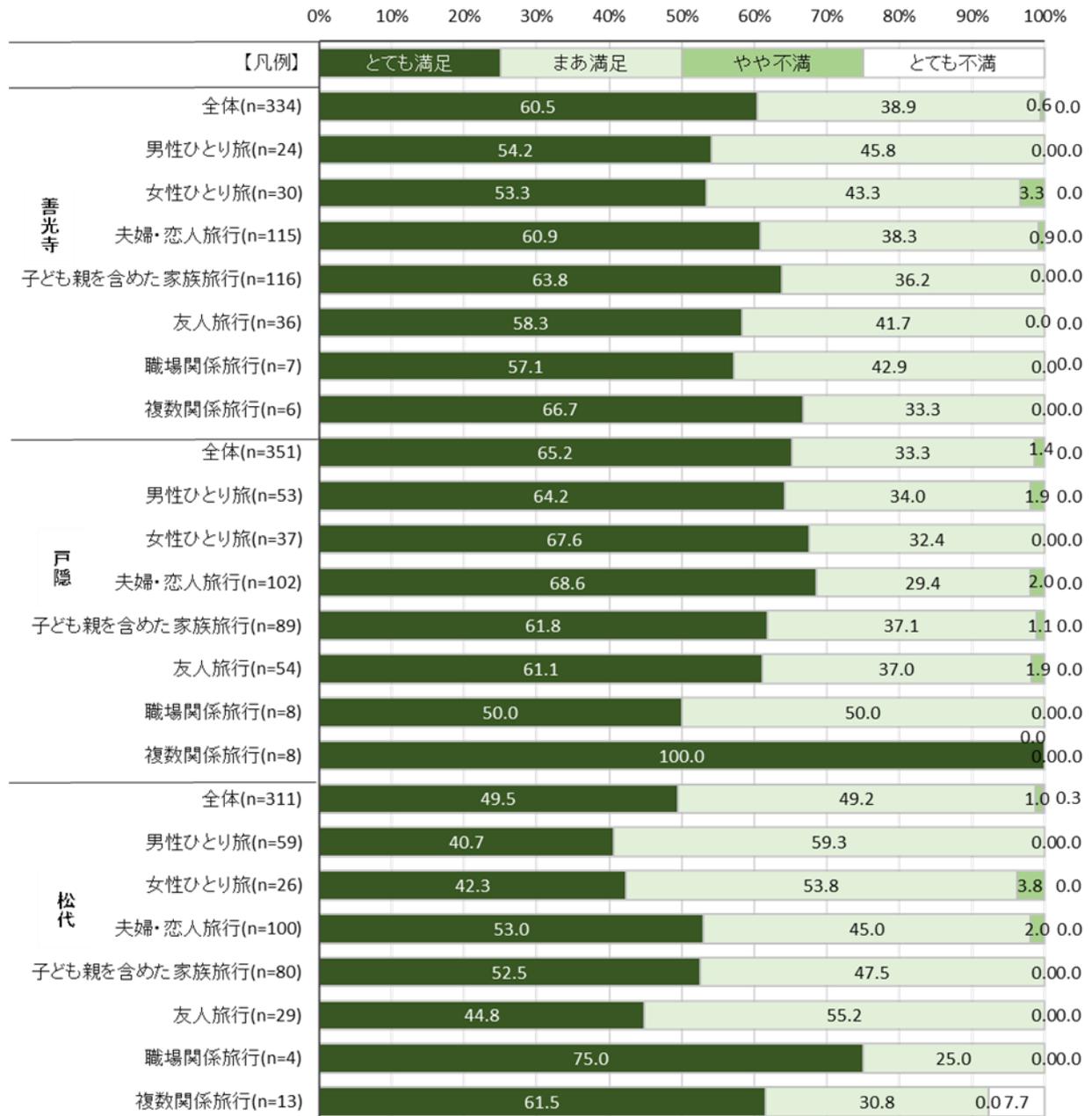


図表 14 【参考】 令和3年度 調査地点別・年代別 長野市観光の全体的な満足度



・調査地点別・同伴者別に「とても満足」の割合が高いものをみると、母数の少ない「複数関係旅行」を除けば、善光寺では「子どもを含めた家族旅行」(63.8%)が最も高く、次いで「夫婦・恋人旅行」(60.9%)となっている。戸隠では「夫婦・恋人旅行」(68.6%)、「女性ひとり旅」(67.6%)の順に高い。松代では、母数の少ない「職場関係旅行」(75.0%)を除けば、「夫婦・恋人旅行」(53.0%)が最も高く、次いで「子どもを含めた家族旅行」(52.5%)となっている。

図表 15 調査地点別・同伴者別 長野市観光の全体的な満足度 (令和4年度)



(6) 観光客のリピート率

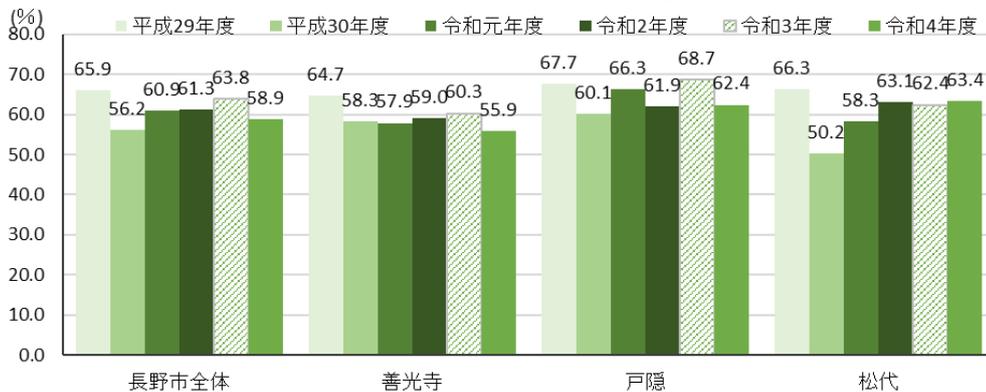
目標値と実績値（単位：％）

リピート率		基準値 (R2年度)	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
市全体	目標値	61.3	-	-	-	-	71.3
	実績値	-	58.9				

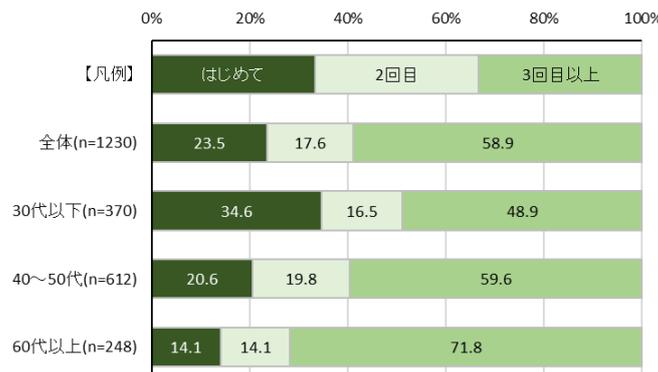
◆目標値の設定方法：来訪者調査(R2年度実施)の結果を基準値とし、最終年度までに10ポイント上昇するものとして設定。なお質問では長野市への来訪回数を聞いており、「3回以上」の回答者の割合をリピート率として算出している。

- ・ リピート率は58.9%となった。基準値（R2年度）から2.4ポイント減少している。
- ・ 調査地点別にみると、「戸隠」と「松代」が全体平均値より高く、それぞれ62.4%、63.4%となっている。一方で「善光寺」は55.9%で、全体平均値より低い。
- ・ 推移をみると、平成30年度以降はどの地点でもおおむね増加傾向にあったが、令和4年度には善光寺で60.3%から55.9%に4.4ポイント減、戸隠で68.7%から62.4%に6.3ポイント減となっている。一方松代では62.4%から63.4%と1.0ポイント増となっている。
- ・ 年代別にみると、30代以下で48.9%、40～50代で59.6%、60代以上で71.8%と、年代が上がるほど高くなっている。来訪者の若者の割合は増加しており（次ページの〈参考〉を参照）、若者の新規来訪者の増加によってリピート率が下がっている可能性がある。

図表 16 調査地点別 リピート率の推移



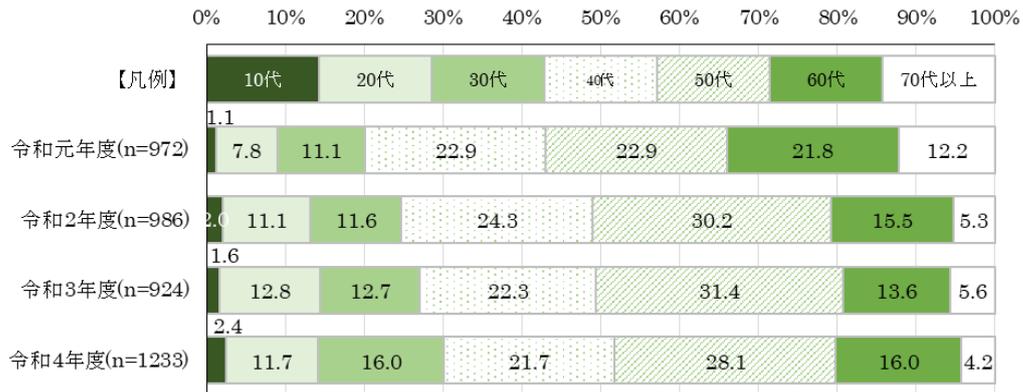
図表 17 年代別リピート率



〈参考：来訪者の年代〉

毎年実施している来訪者アンケート調査の回答から来訪者の年代の推移をみると、40～50代で約半数を占めており、この傾向はこれまでと同様である。一方で30代以下の割合は、R4年度で30.1%、前年度は27.1%、前々年度は24.7%であり、30代以下の若者の来訪客が増加傾向にあることが伺える。

図表 18 来訪者の年代（来訪者アンケートより）



### (7) コンベンション等参加者数

目標値と実績値（単位：人）

		基準値 (R2年度)	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
参加者数	目標値	10,220	-	-	-	-	120,000
	実績値	-	65,867				

◆目標値の設定方法: 最終年度において12万人を達成する。

- ・ 令和4年度のコンベンション等参加者数は6万5,867人となった。前年度は2万8,771人であり、基準値のR2年度以降増加を続けている。
- ・ コロナ禍の影響でR2年度に大きく落ち込んだが、その後の各種誘致・支援策の実施により回復基調にある。

## 4. 総括

### (1) 指標のまとめ

- ・ 令和4年度は善光寺御開帳の年度であり、入込数、宿泊数、経済波及効果は前年度を大きく超えている。コロナ前の平常年と比べるとまだ完全な回復には至っていないものの、インバウンドの回復をはじめ、顧客が大きく戻ってきている状況である。
- ・ 前年度に比べて観光消費額も増加しており、内訳をみると新幹線など遠方からの来訪客の増加や、レストランやお土産等での消費が増加していることが伺える。コロナ禍での自粛ムードの反動から来訪者の消費意識が高まっている可能性がある。
- ・ 満足度は上昇を続けており、年代では30代以下の若者の満足度が特に高まっている。リピート率は前年度に比べて低下しているが、来訪者アンケートによれば30代以下の来訪者の割合が増加しており、若者の新規来訪者が増えていることが一因とも考えられる。

### (2) 今後求められること

- ・ コロナによる旅行への抵抗が薄れつつあり、インバウンドも伸長する中で、今後も入込客数は増加すると見込まれる。この機を活かして「ながのファン」を獲得することが重要である。
- ・ 満足度や消費額の上昇には、コンテンツ開発等の各種事業の成果が現れているとみることもでき、特に30代以下の若者の顧客をつかんでいる可能性がある。今後も実践プロジェクトをはじめとする各種事業で、こうした新たな顧客獲得と共にその満足度を高め、何度も来訪するリピーターを獲得するコンテンツ開発や受入環境整備を推し進めていくことが求められる。
- ・ 御開帳は善光寺での入込客数を大きく伸ばしたものの、戸隠・松代での効果は限定的であった。これは来訪者の市内周遊が十分でないことを示唆しており、善光寺・戸隠・松代をはじめ市内各観光地の周遊を促すコンテンツや環境整備も今後の課題である。