

善光寺 善光寺界限・まちなか周遊促進プロジェクト

(1) プロジェクトの趣旨

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。

◆成果指標

成果指標	基準値	R8目標値
善光寺・中心市街地の入込客数(千人)	6,436	6,565
善光寺・中心市街地来訪客の平均滞在時間	1時間26分	1時間56分

※平均滞在時間は平成29～令和元年度の平均値、目標値は30分の上昇値

(2) R5年度の実施内容と成果

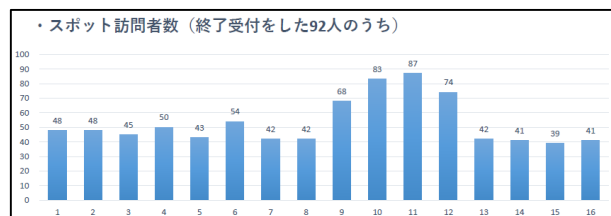
事業① ゲーム性のあるまち歩きイベントの開催

◆目的

中心市街地観光の機運向上、滞在時間・消費額の向上

◆主な成果

「善光寺もんぜん探検隊」（表参道と路地裏のスポット巡りイベント）を開催（11/3）、参加人数／136人、平均所要時間／2時間16分。イベントとしては概ね成功。ただし食べ歩きチケットの販売は2名のみで、消費効果は限定的。



▲スポットごとの訪問者数



▲SNSでの周知イメージ

事業② インバウンド向け体験コンテンツPR動画作成

◆目的

市街地散策や体験コンテンツのデジタル媒体での発信力強化

◆主な成果

散策や体験コンテンツのプロモーション用動画を制作（座禅・護摩焚き等）。インバウンドを意識した内容とし、今後民間でも活用可能なものとした。



▲制作したプロモーション動画

事業③ 市街地滞在型ツアーの周知・販売

座禅、写経、護摩焚き体験をインバウンド向けにブラッシュアップ。ラグジュアリータクシーによる少人数ツアー等の高付加価値商品の周知、多言語発信を実施。

3) 総括と今後の方向性

- まち歩きイベントは参加者数は目標を達成しひとまず成功。今後も毎年秋頃を目途に継続し、食べ歩きチケットを当初から組み込むなどして消費拡大に直結させるイベントとして成長させていく。このことで長野市街地を散策する楽しみを広く観光客にアピールし、まちなか周遊の機運を高める。
- 散策や体験コンテンツのプロモーション動画が制作できたため、次年度はこれを活用した誘客を進める。
 - ＞コンベンションビューローによる宣伝・セールスに活用
 - ＞着地型コンテンツ販売事業者とコンタクトを取り、動画活用の働きかけや連携した市街地観光のプロモーションによって、民間事業者の顧客獲得を後押し
- 滞在と消費を拡大するため、次年度は夜を楽しむコンテンツ（ナイトミュージアム等）を中心としたオプションツアー造成を事業者と連携して検討していく。

1) プロジェクトの趣旨

長期滞在を可能にする仕組み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。飯綱高原ではアウトドアコンテンツを中心に戸隠等への周遊を促す。

◆成果指標

成果指標	基準値	R8目標値
戸隠地区の入込客数(千人)	1,482	1,511
戸隠地区来訪客の平均滞在時間	2時間11分	2時間56分

※平均滞在時間は平成29～令和元年度の平均値、目標値は45分の上昇値

2) R5年度の実施内容と成果

事業① 地域資源活用の滞在型コンテンツ造成

◆目的

滞在中の楽しさを増やすことでの宿泊客の獲得と連泊化の後押し

◆主な成果

1) 飯綱の森スノーウォークのモニターツアーの実施

1/20・27に開催、参加人数／計28人（旅行会社7人、インフルエンサー3人、一般18人）。旅行会社からは好評で商品化に期待。

2) 雪上ナイトクルージング

3/9に開催、参加人数／12人。短期間の募集で参加が多く、戸隠ファンが主要客層。



▲スノーウォーク告知チラシ

事業② Eバイク&釣り体験ツアーの造成による広域周遊・消費拡大

◆目的

Eバイク活用コンテンツの造成による広域周遊・消費拡大の後押し

◆主な成果

8/26・27にモニターツアーと併せて実施（1泊2日）、参加人数／9名（大人7名・小人2名）。概ね好評で、R4年度に整備した自転車道が活用でき、釣り竿なども今後に活かせる。料金設定、雨天時の移動など検討課題あり。



▲Eバイク&スノーウォーク告知チラシ

3) 総括と今後の方向性

○各種体験コンテンツ開発が進み、本年度に造成したコンテンツも概ね好評。今後はその自立化（商品としての継続販売）と、これを宿泊滞在の延長につなげることが課題である。

＞次年度は、「夏のキャンプ客」と「冬のスキー客」という既存の宿泊客を主なターゲットとし、そのニーズに沿った各種体験コンテンツの充実・情報発信強化に取り組み、宿泊日数を伸ばすことを目指す。

※将来的には旅行会社と連携し、連泊プラン販売につなげる

○戸隠・飯綱でのコンテンツ宣伝販売に合わせて、今後は環境配慮型観光地としてのブランド構築も図り、優良顧客の囲い込みを通じた長期滞在観光を推進していく。

＞妙高戸隠連山国立公園協議会等と連携しエコツアーを開発
＞環境配慮型観光地として来訪者へのメッセージを発信（環境の価値を伝える、ルールやマナーの啓発など）。

＞宿泊施設等のゼロエミッション・環境配慮の環境省事業とも連携し、国立公園のルール・マナー啓発等を進める。

松代 宿泊客のまちなか周遊促進プロジェクト

1) プロジェクトの趣旨

松代荘など地域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で、買い物や食事をするすることで、地域における観光消費につなげる。

◆成果指標

成果指標	基準値	R8目標値
松代地区の入込客数（千人）	545	556
松代地区来訪客の平均滞在時間	1時間41分	2時間11分

※平均滞在時間は平成29～令和元年度の平均値、目標値は30分の上昇値

2) R5年度の実施内容と成果

事業① Eバイクツアーと連動した宿泊プランの開発・販売

◆目的

滞在中のコンテンツ造成を通じた宿泊客の獲得

◆主な成果

里山ツアー、体験ツアー、川中島合戦ツアーの3種類で宿泊連動パッケージを造成、新聞・SNS広告・宿泊施設HP等で宣伝したが、参加者を獲得できず。

＞宣伝（タイミングをもっと早くする、顧客につながる媒体を選ぶ等）と、商品内容（中高年向け体験とEバイクがうまくニーズに合致しない、ガイド予約なしで楽しめるものがあってもいい、等）の両面で課題あり。



▲Eバイクツアーの広告イメージ

事業② 真田邸を活用した飲食バスツアーの開発・販売

◆目的

歴史資源を活用した買い物・食事の機会づくりによる消費拡大

◆主な成果

10/26・27開催、参加者／計22人。
顧客の多くは県内客、50～70代の中高年の真田ファンで、そのニーズを捉えており、特別感の演出、住職の説明やガイド内容などでは概ね高い満足が得られた。

＞事前の連携に不十分な点があったこと、詰め込みすぎなどの意見、お土産や食事にもっと松代らしさを入れること等に対応し、改善していく。



▲真田バスツアーのチラシ

3) 総括と今後の方向性

○Eバイク活用については集客が成功しておらず、今後はEバイクニーズのある顧客（インバウンド客も想定）にターゲットを絞り、ガイドや宿泊に縛られず、まずは喜ばれる楽しみ方をゼロベースで企画する。個人で周遊できるマップ電子化等を想定。

○真田邸を活用した飲食ツアーは顧客を獲得でき、概ね好評。来年度も引き続きその磨き上げを進め、顧客を増やす。

＞まずはメイン客層である「県内在住で中高年の真田ファン」に向けてツアーを改善していく。

＞さらに、全国あるいはインバウンド向けなど新規の顧客開拓にも挑戦する。

○その他、あんず、ぶどう、長芋、松代一本ねぎなどのメニュー開発、松代周遊ルートづくり、ボランティア連携などで滞在中の楽しみを増やす取組みを継続。

中山間地 スローツーリズム推進プロジェクト

1) プロジェクトの趣旨

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。

◆成果指標

成果指標	基準値	R8目標値
中山間地域の観光入込客数（千人）	389	397

※基準値は平成29～令和元年度の鬼無里、聖山高原、豊野、信州新町、中条の観光入込客数合計の平均値、目標値はその2%上昇値

2) R5年度の実施内容と成果

①中山間地に滞在中に楽しめるコンテンツの開発

◆目的

滞在中のコンテンツを増やすことで将来的には中山間地に宿泊するプランを造成、滞在につなげる。

◆主な成果

- ・宿泊プランの素材となる商品造成のため、溪流釣りを観光資源としたコンテンツの造成に取り組み、次年度より販売できる準備を進めた。
- ・鬼無里観光振興会とタクシー事業者との連携により、インバウンド客を対象とした白馬からのツアー化を検討。FAMツアー時の海外旅行事業者との意見交換会に参加。

②ワインツーリズムの研究

◆目的

市内初のワイナリーが中山間地（有旅）に開かれたのを機に、ワインツーリズムによる誘客・周遊を模索する。

◆主な成果

- ・長野県地域振興局の「長野地域におけるワインツーリズム検討会」に出席し、近隣の先進事例の情報収集。次年度以降、中山間地でのワイナリー見学ツアーの企画を検討。

3) 総括と今後の方向性

○滞在中のコンテンツ開発についてはまだ着手したばかりだが、毎年継続して観光誘客を少しずつ増やしていく。次年度は、本年度企画を進めた「溪流釣り」をテーマとして、鬼無里観光振興会や裾花川漁協を中心に地元の企業等と連携しながらツアーを造成し、販売する予定。



◀ 現在企画
中の溪流釣
りツアーの
広報イメー
ジ

○ワインツーリズムとしては、本年度は研究段階で様々な情報収集を行ったところ。次年度には、有旅で稼働予定の「長野市第1号ワイナリー」を見学するツアーを開発し、収穫体験等とも組み合わせて新たな「ながのファン」の獲得を目指す。