

長野市観光振興計画 令和5年度 年次事業計画の事業評価（要旨）

資料3

（※令和5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	・各地区の地域資源を活かしたコンテンツの開発が活発に行われている。川中島古戦場では、「川中島の戦い」デジタルコンテンツが造成され、松代を含めた市内の周遊が期待される。また、国では文化財の保存と活用を進めており、今後は、本市の重要な観光資源である文化財を利用した観光誘客に積極的に取り組んでいく必要がある。 ・各観光協会を中心に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Eバイクツアーが造成されているが、PR不足などにより集客に苦労している。周知や販売方法を工夫することはもちろん、強力な販売チャンネルを持つ旅行業者と連携した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	・コロナ感染症が5類に移行され、各地に観光客が戻ってきているが、コロナ禍を経て、観光スタイルは「量より質」に変化している。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	・松代で開発したクラフトビールについては、メディアで取り上げられるなど、その認知度は高まってきている。今後も、地域全体で活用して行けるように、地元と連携を図りながらPRやメニューの拡大に努め、誘客につながるような販売戦略が必要となる。 ・地産地消を推進するためのスタンプラリーやイベントが開催されるなど、新たな動きが始まっている。また、本市のラーメン文化を観光誘客につなげるため、「ながのラーメン魅力発掘・発信事業」がスタートし、注目が集まっている。今後も市内各課、事業者と連携を図りながら、継続的にコンテンツを提供していくことが求められている。
		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	・災害からの復興途中であり、視察等を重ねて、住民の方々の気持ちに寄り添いながら事業を進めている状況。来年度は、災害復興5周年に当たり、注目も集まるが、ホープツーリズムには、地元の協力が不可欠であり、地域と連携しながら受け入れ態勢の支援も含め、検討し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	・文化芸術を切り口としたコンテンツは、文化芸術団体の重要な発表の場ともなっており、地域の貴重な資産として、引き続き庁内各課、観光事業者と情報を共有しながら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を進めている。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、今後さら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	・コロナ禍で関心の高まったサイクルツーリズムにより、近隣市町村と連携を図っているが、ツアー造成までは至らなかった。次年度に向けて、各市町村の持つコンテンツを繋ぎ合わせたツアーの造成の準備に着手しており、今後は、インバウンドも含めたニーズを考慮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	・ながので楽しむ「Eバイク・アクティビティ旅」推進事業において、長野駅周辺へEバイクステーションの設置や、既存のEバイク拠点を強化し、受け入れ態勢を整えることができた。今後は、各拠点での有効活用を図るとともに、ターゲットを絞ったコンテンツの開発が求められている。
	(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	・各観光協会などで造成されたコンテンツを広く販売していくため、ながの観光コンベンションビューローとの連携を密にして各種情報発信を展開している。今後も、各観光協会で開催したコンテンツを載せるO T A ページをビューローが主体となり構築するなど、長野市全体で販売体制を強化していく必要がある。また、旅行会社との商品開発など、ノウハウや情報を提供していくことも重要である。
		②観光人材の育成、プロガイドの養成	・ガイドの質により観光の満足度が大きく変わるため、ガイドの育成はますます重要になってきている。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進めており、受け入れ態勢が構築されている。今後は、急速に増えているインバウンドに対応できる通訳ガイドなど、対価に応じたサービスを提供できるプロガイドの養成ができる体制を整える必要がある。
		③広域連携による効果的な情報発信、プロモーション	・北陸新幹線敦賀延伸により、北陸地域および関西圏が時間的にも、心理的にも近くなった。これまでも、沿線都市と連携を図り、情報発信や相互イベントへの参加などを通じて、都市間の交流を深めているが、特に福井県とは、そばをテーマとしたプロモーションを展開するなど、本市への誘客促進を活発化させている。関西圏から誘客については、南回りの東海道新幹線だけではなく、北陸新幹線による北回りのルートを意識させ、誘客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、開発されたコンテンツを効果的に周知し、実際の販売に結び付け、地域の観光消費を向上させていくためのプロモーションの強化が、引き続き、課題となっている。また、自然や歴史、文化財等を活用した、長野市でしか体験できないコンテンツの開発が求められており、庁内各課、観光事業者等と情報共有、連携を行い、本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、インバウンドも見据えながら、検討し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情報更新、戸隠地区の茅の保全活動など、歴史・文化の継承事業を継続している。歴史・文 化は地域の貴重な資産を次の世代につなぐ、サステナブルな観光資源としての価値が見直されている。今後はそれらの保全を 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ていく必要がある。
	(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	・Eバイクの活用は市内各地で進んでおり、戸隠・飯綱では広域コースの整備やツアー化に至っている。環境に配慮したサステナ ブルな観光として、今後、インバウンドが回復する中で、さらに重要になってくる。インバウンドにも人気の高い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おり、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に配慮したコンベンション用トートバッグや環境にやさしいインクを使用したパンフレット作成などの取り組みを進めている。 SDGsに配慮した持続可能な観光は近年益々注目度を高めており、今後は温室効果ガス抑制に向けた取り組みの推進、 市内のゼロエミッション等の活動の積極的なPR等を通じて、観光地としてのイメージ向上にもつなげていくことが重要である。
	政策評価	・本市には、歴史・文化や自然のなかで観光資源になりうるものが多くあり、これらを保全・継承したり、観光コンテンツとして活用する取 組み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推し進め、観光商品を通じた誘客と、そうして得られた交流機会の拡大や 消費を保全・継承につなげるというサイクルを展開し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り組みはまだ端緒についたばかりだが、戸隠などで商品コンテンツに結び 付いている例も生まれている。中山間地をはじめ、自然資源を豊富に有する地域では、特に意識的に環境配慮型観光を推進することが 効果的と考えられ、今後は各観光協会、事業者などと連携した、観光コンテンツ活用（商品化）や、自転車や徒歩によるまちなか観光 の整備を進めるとともに、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	・ワーケーションに関する全市的なプロモーションは実施されていない。戸隠ではインバウンド向けツアー造成を実施し、長期滞在に向けた取り組みを行っている。戸隠の中社・宝光社地区は「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、既存のコンテンツを磨き上げ、長期滞在を促すような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とその機能を活用したヒートマップによる可視化により、観光客の動きを分析することができた。今後は、その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世代が多く活用している動画での発信方法について、SNS動画配信の専門家を招聘し、効果的な配信方法を研究、実践することで、より効果的な情報発信ができています。引き続き、ターゲットに向けた効果的な情報発信に努め、ながのファンづくりを進めていくことが必要である。
		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、会員の増加を図ることにより、前年比約106%の会員増をすることができた。
	政策評価	・観光客に向けた各種の情報発信は進んでおり、SNSや動画等の利用も活発に行われている。今後も様々なソーシャルメディア等を活用した、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。また、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、今後は、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などの地域資源を活用したコンテンツにつて、海外旅行会社を招聘し、ファムツアーや商談会を実施することができた。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。
	(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、そば打ち体験や竹細工、スノーシューなど、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	・インバウンドから需要の高いサイクリングサイトの多言語化を実施した。また、スマホを活用した多言語観光ガイドや飲食店の多言語案内サイトおよび冊子の利用を促進することで、市内のインバウンド誘客を推進することができた。今後も引き続き、インバウンドのニーズに合わせた多言語化への取り組みが必要である。
		②広域的なサイクリングコースの造成	・飯山駅に直結するアクティビティセンターの機能を持つ飯山市や山ノ内町等の広域を周遊するコースのFAMトリップおよび商談会を行うなど、広域的なハブ機能を活かした集客への取組を実施し、旅行商品化による誘客促進を図ることができた。
	(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	・これまでの「公衆無線LAN」の設置、スマホを活用した多言語観光ガイドの整備のほか、市内の飲食店のベジタリアン、ヴィーガン、ハラル対応等をまとめたサイトや冊子の周知や利用促進を図る取り組みが必要である。
	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コンテンツの開発は最重要課題となっている。これまで取り組んできた、善光寺での文化体験、松代での伝統体験、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	・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が行うトップセールス映像を活用し、海外の現地トップセールスを実施することができた。また、国際的な学会や各種コンベンション、長野駅のビジョンでも活用するとともに、海外Youtube広告等でも発信した。今後も、市長の知名度を活かした海外へのトップセールスにより、商品造成に結び付けていくことが求められる。
		②インバウンド旅行プロダクト造成事業	・重点ターゲットとしている「タイ」「中国」において、市長のトップセールが実際の商品造成やオンラインサイトでの販売に結びつきなど成果をあげている。今後も重点ターゲット国でのトップセールスを実施することで、インバウンド誘客強化を図ることが求められている。
	(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、興味が高かったコンテンツを取り入れた旅行商品化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O T A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。
	政策評価	・台湾やタイ、オーストラリア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」「中国」における市長のトップセールスでは、実際の商品造成やツアー催行に結びつくなど、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おり、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キスカーシ 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数は117件、前年比126%、取扱人員は77,000人、117%と前年を上回っているが、令和元年度の水準には戻っていない。北陸新幹線延伸や令和7年開催の大阪・関西万博をチャンスとして捉え、引き続き、情報発信と誘客活動に努める必要がある。
		②スポーツ大会開催や合宿開催の支援	・スポーツ大会の開催件数は57件、前年比112%、取扱人員40,300人、前年比111%と回復しているが、令和元年度の水準には戻っていない。オリンピック施設など本市の優位性をPRし、スポーツ大会にターゲットを絞ることも重要になってくる。
		③大学等と連携した学会誘致	・信州大学および長野大学との包括連携協定締結を踏まえ、市内の教育機関とも連携強化を図っている。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、協力をするための包括連携協定締結を交わすことは、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	・コンベンション等の参加者への情報発信の強化とコンテンツの充実の一つとして、善光寺大勧進など特別な場所での会議（ユニークアベニュー）などの取り組みは、今後、本市の特徴として誘客活動の強みとなりえる。引き続き、参加者に観光や飲食に関するガイドブック等を配布し、市内での滞在時間延長を図る取り組みを実施し、実績を積み上げることが必要である。
	政策評価	・市内のコンベンション開催数は、前年より伸びているが、コロナ前の水準には戻っていない。北陸新幹線やオリンピック施設、またユニークアベニュー等でのコンベンション開催など長野市の強みをPRすることで、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、市内の大学等高等教育機関との連携を図り、地域資源を活かしたエキスカーションを強化するなど、市内の消費拡大や再訪を促していくことも求められている。	

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 強化とロケツーリス ムの推進	①ロケツーリズムの推進	・ジャパンフィルムコミッションでの宣材広報用に松代地区の観光ショート動画を制作したほか、各種ロケツーリズム推進の取り組みを実施。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。引き続き番組制作支援やロケーションのデータベース見直しを図りながら、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	・NHK大河ドラマ「どうする家康」と連携したPR等を展開。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、情報収集に努め、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。
	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、風景や食などを楽しみ、人々のおもてなしに触れることでその地域の「ファン」になることであり、持続的な観光誘客つなげる取り組みである。フィルムコミッションを強化することで、知名度の向上、誘客促進が図られるため、今後も首都圏からのアクセスの良さや松代、戸隠など、歴史や自然などの地域資源、サポート体制など強みを活かした誘客を積極的に進めていく必要がある。また、ロケ地のSNSによる発信、ロケ地マップの更新など受け入れ環境を整えることも重要である。	

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 月にJR東日本のSuica機能が付いた新しいバス共通ICカードが導入される。1 枚のカードで全国の公共交通機関で利用でき、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」が実施されている。引き続き、庁内各課、事業者との連携し、キャッシュレス環境の普及を図ることが必要である。
		②M s a a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、M a s s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。
	(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、周遊促進や消費につなげることができている。引き続き、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	・1月の能登半島地震や架線トラブルによる北陸新幹線の停止など、今年度、実際に長野駅で観光客が帰宅困難者となる事例が発生した。長野市観光危機マニュアルに沿って対応したが、観光事業者と連携が取れなかった部分もあり、今後、十分な検証を行ったうえで、災害時の対応を共有し、マニュアルを改定するなど、より実効性のある危機管理を行うことが求められる。
	(2) 安全な観光地づくり	①感染症対策の支援、情報共有	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行されたが、今後も、必要時応じて、県や市の関連部局と連携し、的確な情報発信と情報共有を図ることが必要である。
		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り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。	