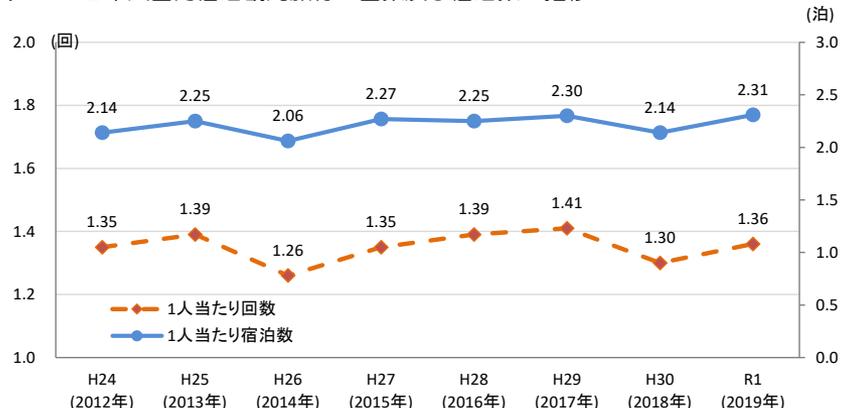


国内の宿泊・日帰観光旅行の動向

- 令和元年については、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.36回、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.31泊でした。微増減を繰り返し、横ばいで推移しています。

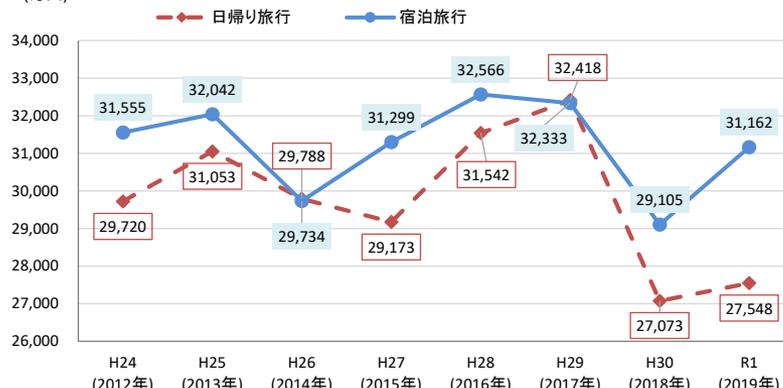
図表1-1：日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

- 令和元年の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ3億1,162万人（前年比7.1%増）、国内日帰り旅行者数は延べ2億7,548万人（前年比1.8%増）でした。休日日数の増加や災害など外部環境に影響を受け、増減しています。

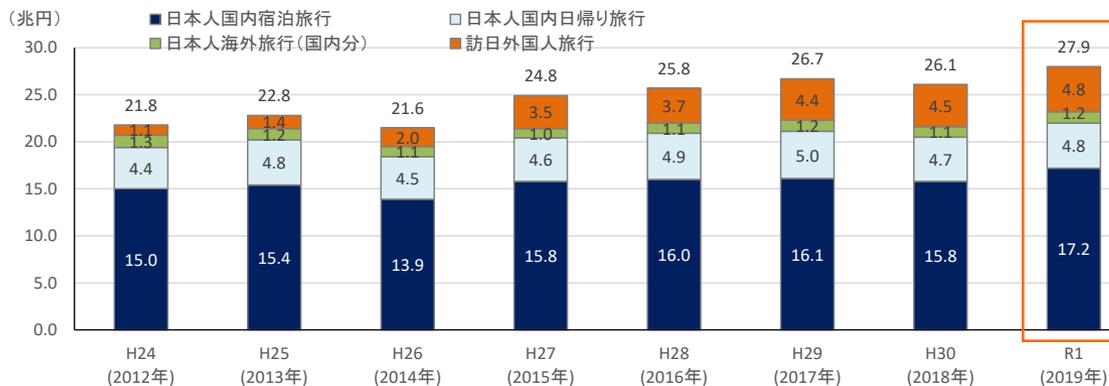
図表1-2：日本人国内宿泊旅行者 延べ人数、国内日帰り旅行者延べ人数の推移 (万人)



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

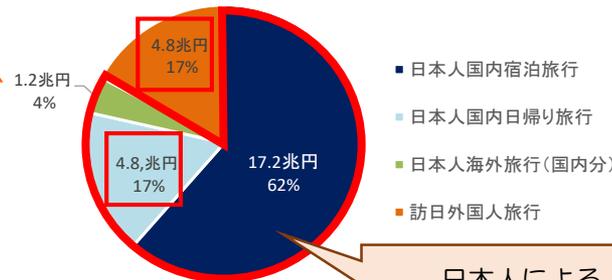
- 国内旅行者数が増加したことにより、令和元年の日本人国内旅行消費額は、宿泊旅行及び日帰り旅行とともに増加しています。令和元年の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、27.9兆円でした。このうち、日本人による旅行消費額は23.1兆円、訪日外国人旅行者による旅行消費額は4.8兆円であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の比率は高まっています。

図表1-3：日本国内における旅行消費額



令和元年度の比率

日本人国内日帰り旅行と、訪日外国人旅行の旅行消費額の市場が同規模になっています



日本人による旅行消費額は23.1兆円

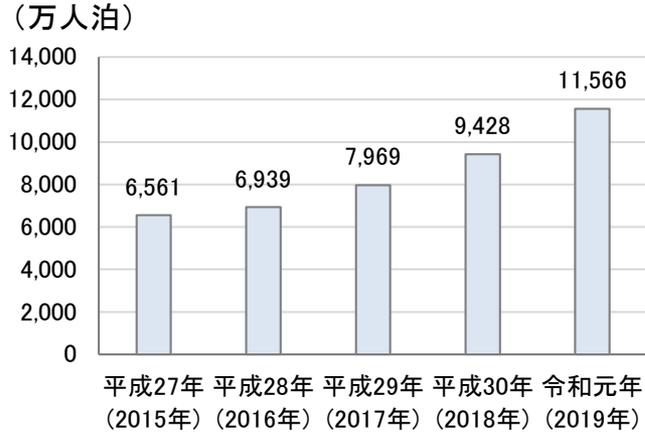
数値は公表されていませんが令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に減少することが見込まれます。

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成

# 外国人観光客の動向

- 国内の外国人延宿泊者数は急増傾向にあり、令和元年には11,566万泊に達しています。しかし、令和2年度は新型コロナウイルスの影響で激減するものとみられます。速報値（令和3年2/26公表）では1,803万泊になっています。

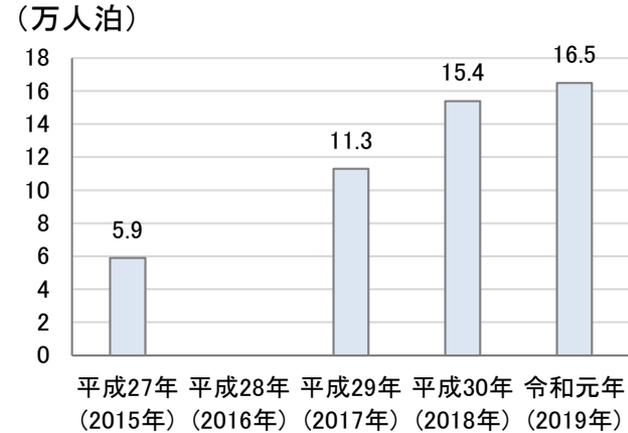
図表1-4：国内の外国人延宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

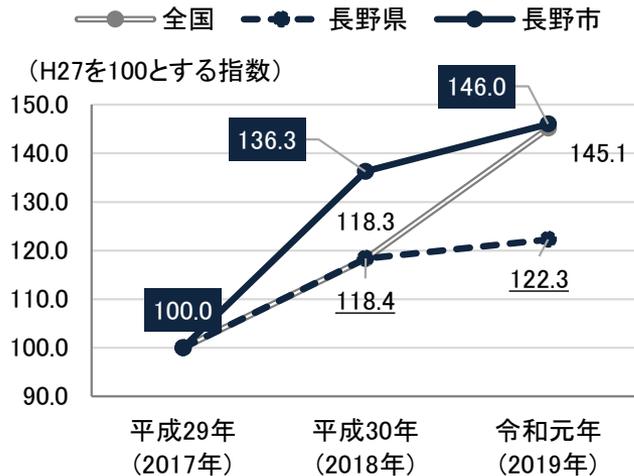
- 市内の外国人延宿泊者数も順調に傾向にありましたが、増加率が鈍化し始めています。市内総宿泊者数（1,568千人）の約11%となっています。
- 令和2年度は新型コロナウイルスの影響で激減するものとみられます。

図表1-5：長野市の外国人延宿泊者数の推移



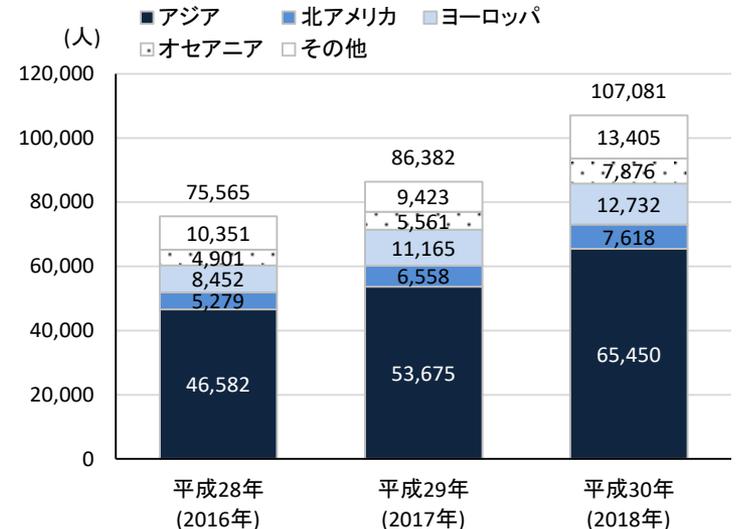
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」より推計  
H28年は個票未取得のため、算出していない

- 参考 図表1-6：外国人延宿泊者数の増加率の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

- 参考 図表1-7：市内外国人宿泊者の国籍



出典：長野県「外国人延宿泊者調査」

# 長野市の観光入込客数

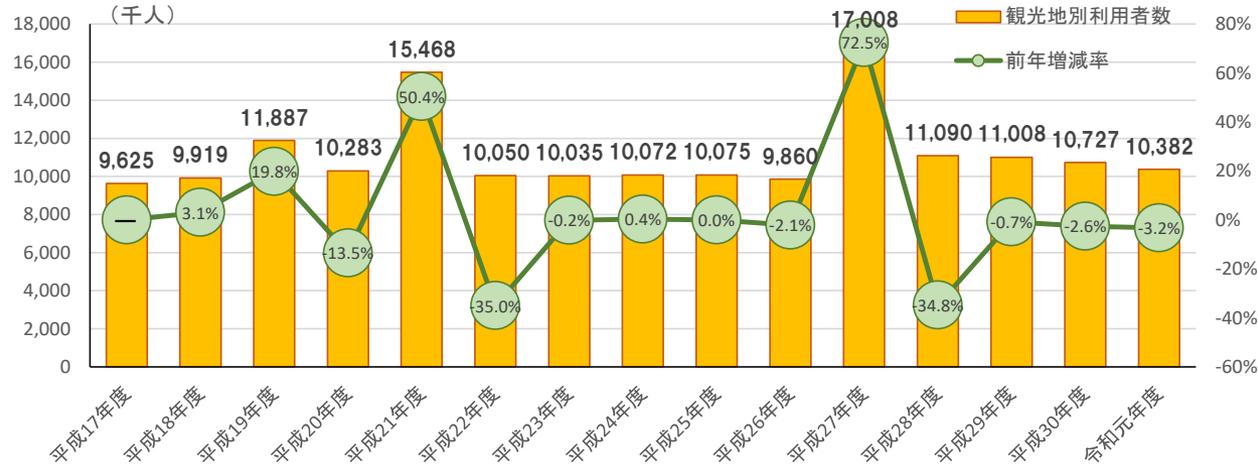
## 〇本市全体の観光入込客数

●本市の観光入込客数は、御開帳時に大幅に増加します。平成21年度の御開帳と比較して、平成27年度は増加しています。また、それ以降（平成28年度以降）1,100万人前後であり、平成22年～平成26年と比較し、増えています。

## 〇観光地別の観光入込客数

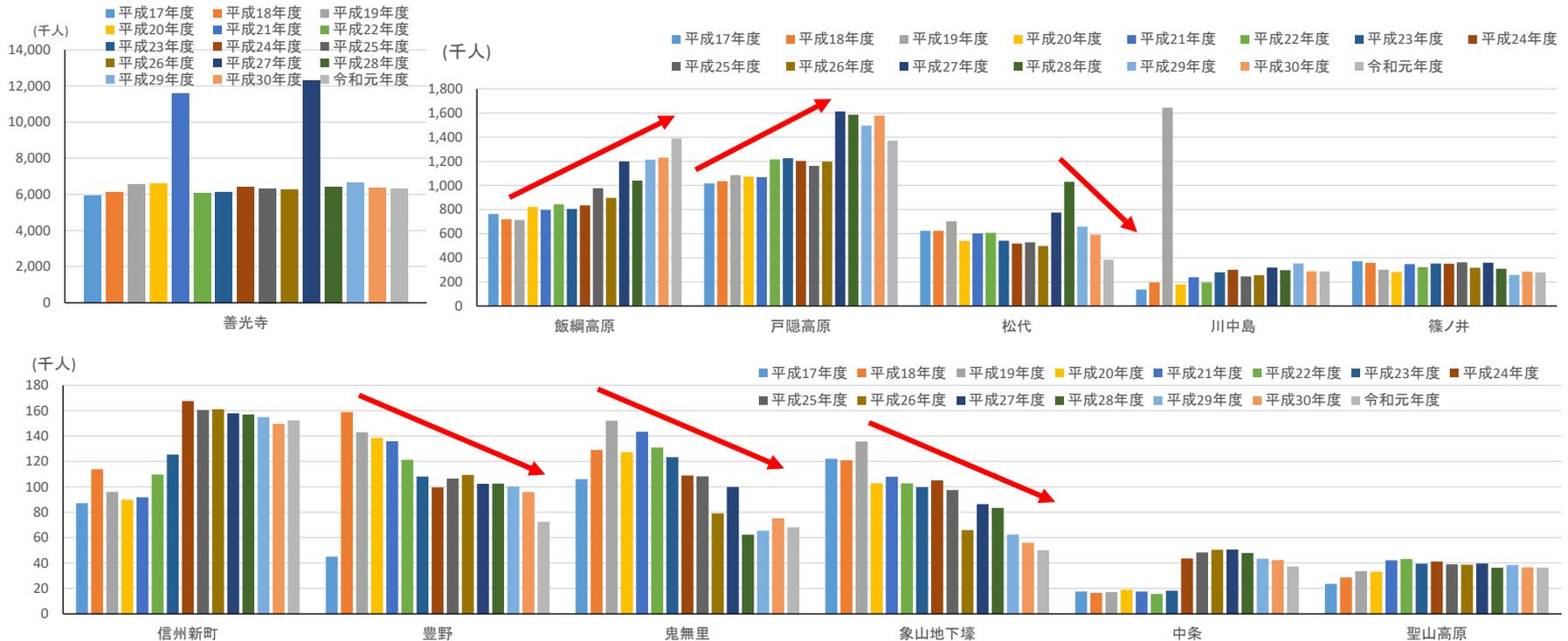
●観光地別にみると、飯綱高原、戸隠高原は中長期的にみて増加しています。松代は平成28年度以降、減少傾向です。豊野、鬼無里、象山地下壕は減少傾向です。

図表2-1：長野市の観光入込客数の推移(平成17年度～令和元年度)



出典：長野県「長野県観光地利用者統計調査」

図表2-2：観光地別 観光入込客数の推移(平成17年度～令和元年度)



出典：長野県「長野県観光地利用者統計調査」

## 長野市の市内宿泊者の動向

### ○本市の宿泊者数

- 令和元年（1月～12月）の総宿泊者数は156万8千人であり、目標値を上回りました。経年でみると、平成29年から平成30年は4.7%減少しましたが、平成30年から令和元年にかけて2.3%増加しています。

### ○本市の外国人宿泊者数

- 外国人宿泊客数は、平成29年から一貫して増加しています。

## 消費額の動向及び経済波及効果

### ○本市での観光消費額

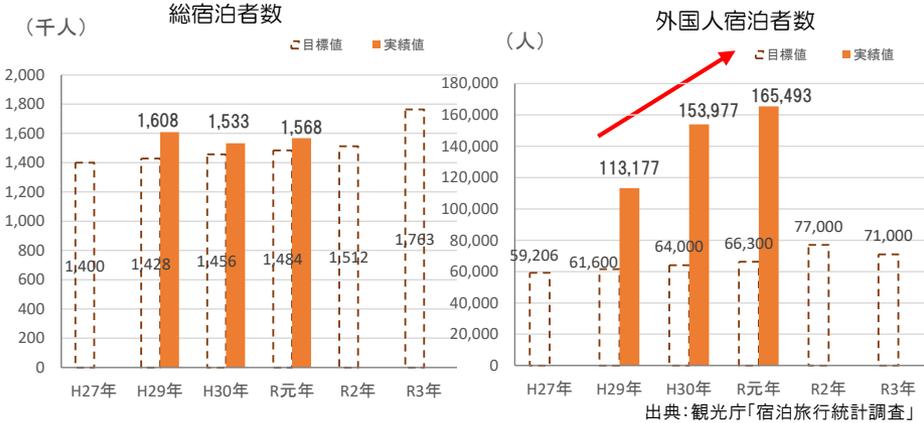
- 一人当たり観光消費額をみると、令和2年度の日帰り・市外宿泊者は7,360円、市内宿泊者は25,473円でした。市内宿泊者の消費額はGOTOトラベルの影響もあり、過去5年間で最も高くなっています。

### ○経済波及効果

- 令和元年度の経済波及効果は733億円となり、依然として基準値および目標値を下回っているものの、平成30年度から33億円増加しています。

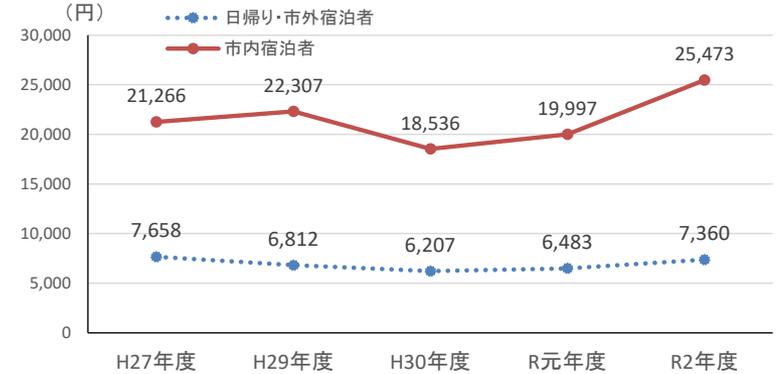
## ●市内宿泊者数

図表3-1：長野市 宿泊者数の推移



## ●一人当たりの観光消費額

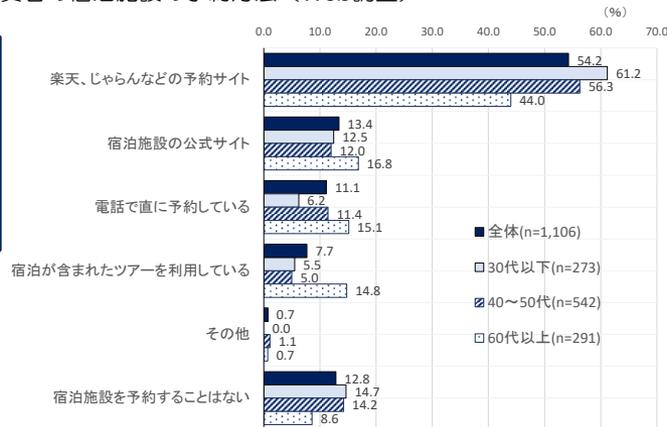
図表3-3：長野市来訪者の一人当たりの消費額（対面調査）



図表3-2：（参考）一般消費者の宿泊施設の予約方法（Web調査）

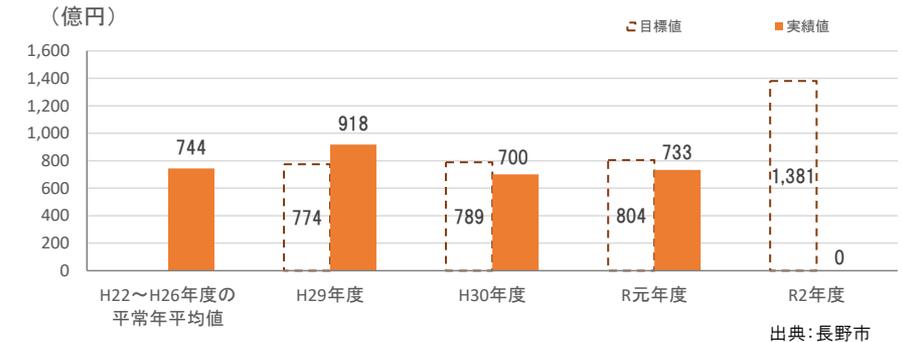
### ○宿泊施設の予約方法

- 年代によらず、およそ半数が予約サイトを通して予約しています。年齢が若くなるほど、その傾向は強まっています。



## ●経済波及効果

図表3-4：経済波及効果の推移



## 長野市来訪者の特徴

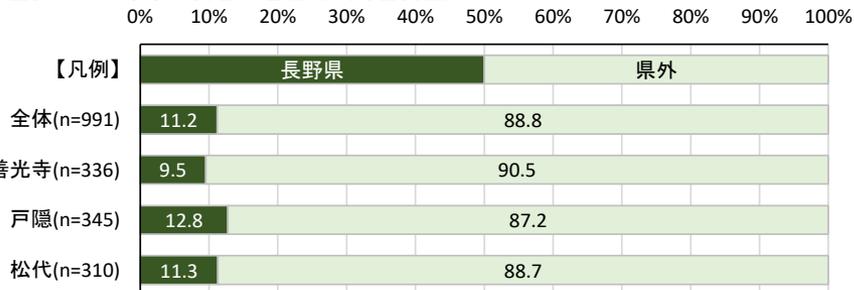
- 令和2年度の来訪者の属性をみると、戸隠で30代以下の割合が高くなっています。居住地はどの観光地も県内が1割前後でした。
- 日帰り、市内宿泊の割合をみると、善光寺での回答者で、日帰りの割合が高くなっています。

### 来訪者属性

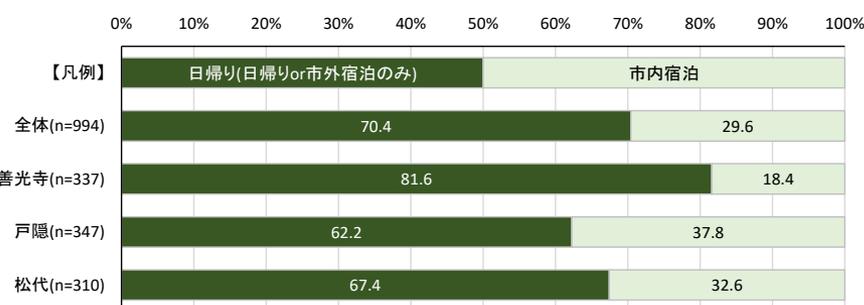
図表3-5：本市来訪者の年代（対面調査）



図表3-6：本市来訪者の居住地（対面調査）



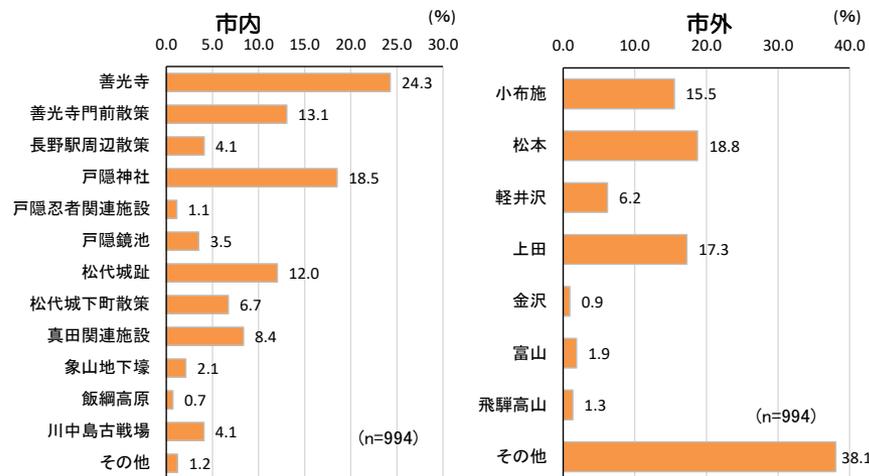
図表3-7：本市来訪者の旅行形態（対面調査）



### 長野市来訪者の立ち寄り地点

- 市内・市外の立ち寄り場所をみると、市外では「松本」「上田」「小布施」が多くなっています。

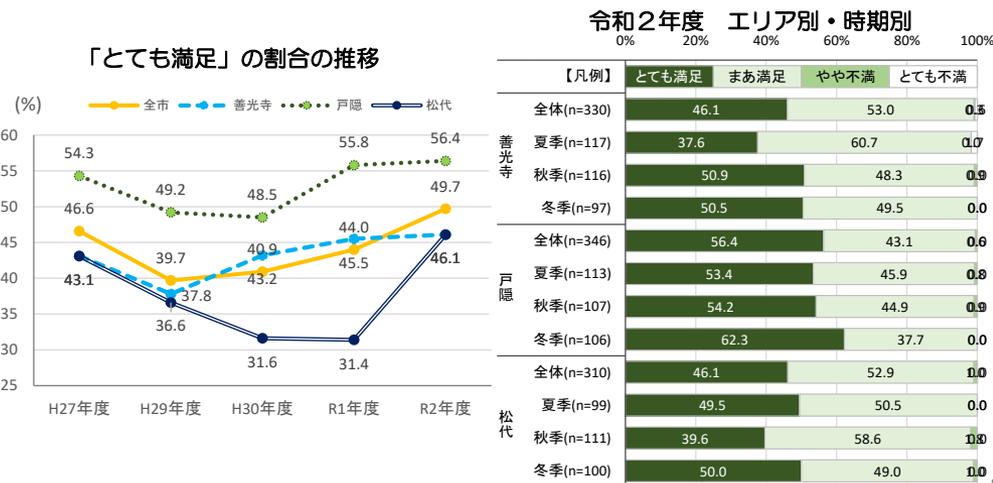
図表3-8：本市来訪者の立ち寄り地点（対面調査）



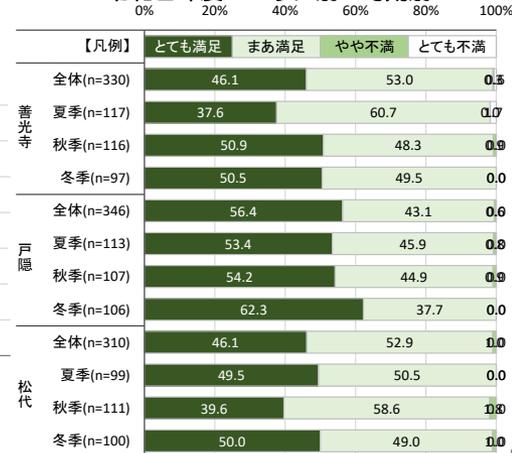
### 来訪者の満足度

- 「とても満足」の割合の推移をみると、令和2年度はどの観光地も「とても満足」の割合が上がっています。

図表3-9：来訪者の「とても満足」の割合（対面調査）



令和2年度 エリア別・時期別



## 長野市観光資源の認知度・魅力度・特徴等

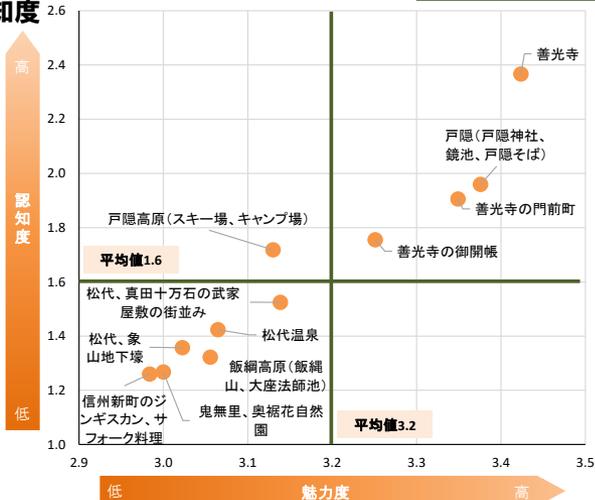
- 認知度と魅力度を平均点化したものです。すでにブランド力がある観光地としては、「善光寺」「戸隠（戸隠神社、鏡池、戸隠そば）」「善光寺の門前町」「善光寺の御開帳」が該当します。
- 魅力は弱い、認知度がある観光地は「戸隠高原」です
- 平成27年度調査から各地点のポジションは同じです。

※「魅力度」は、長野市の来訪回数が1回以上の回答者を対象に集計しています。

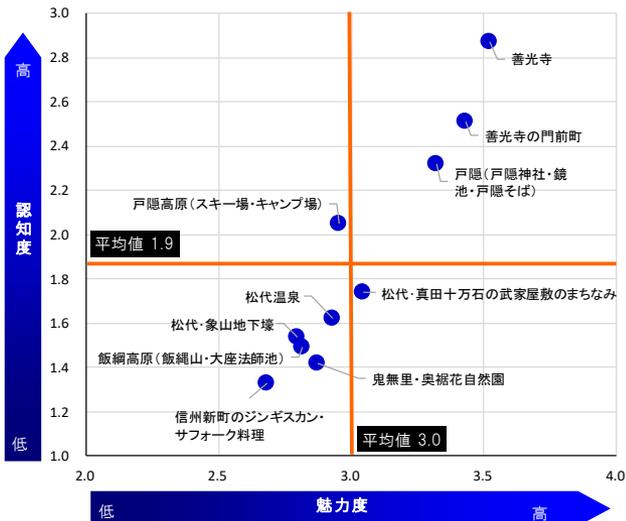


### ●長野市観光資源の認知度

図表4-1：長野市観光資源の認知度×魅力度（R2年度）



図表4-2：長野市観光資源の認知度×魅力度（平成27年度）



## ●県内観光地における旅行のイメージ

- 県内の軽井沢、松本、白馬、上田と観光地のイメージについて比較を行いました。善光寺は「伝統・歴史・文化を学べる」が、軽井沢や白馬、戸隠は「自然景観を鑑賞できる」が多くなっています。松代や上田は「特にイメージがない」が多くなっています。

図表4-3：県内観光地のイメージの比較〔複数回答〕（Web調査）

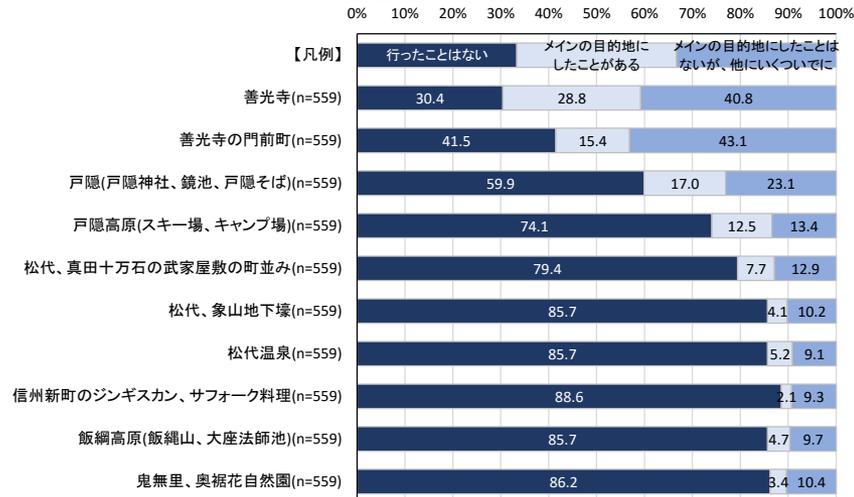
※各観光地n=1,106（単位：%）

	善光寺	戸隠	松代	軽井沢	松本	白馬	上田
伝統・歴史・文化を学べる	61.1	20.7	16.0	8.2	44.5	5.2	26.4
スピリチュアルな雰囲気を感じられる	18.4	8.5	2.1	5.7	4.0	3.8	3.0
さまざまな体験コンテンツを楽しめる	4.6	4.3	2.3	11.0	4.4	5.4	2.6
地域の伝統工芸品に触れられる	8.7	6.9	4.8	6.1	10.1	3.3	6.9
自然景観を鑑賞できる	20.6	29.8	10.6	51.6	20.5	46.4	13.1
スポーツ・アウトドアを楽しめる	2.8	6.1	1.9	19.2	3.1	31.0	2.7
温泉でリラックスできる	8.6	12.6	6.1	14.2	9.7	17.5	8.4
街並みを散策できる	22.1	9.9	7.8	43.8	25.5	6.8	11.7
地域の料理を味わえる	12.2	22.2	5.2	10.7	15.0	6.4	7.7
特にイメージがない	24.5	39.7	66.9	16.1	32.3	26.6	56.0

## ●メインの目的地になり得るか

- 長野市来訪経験者における市内観光資源をメイン目的地とした経験を見ると、善光寺、戸隠はメインの目的地にしたことがあるという回答が多くなっています。

図表4-4：メインの目的地の経験〔複数回答〕（Web調査）

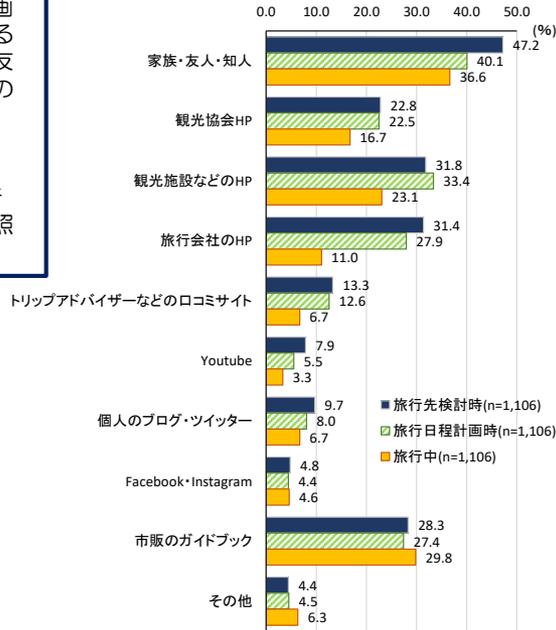


## 参考にする情報源や口コミ・SNSの利活用状況

### ●旅行行程別 参照する情報媒体

- 旅行先検討時、旅行日程計画時、旅行中ともに、参照する情報媒体としては「家族・友人・知人」「観光施設などのHP」「市販のガイドブック」が高くなっています。
- 特に「観光施設などのHP」「旅行会社のHP」は、旅行先検討時、旅行計画時に参照する傾向にあります。

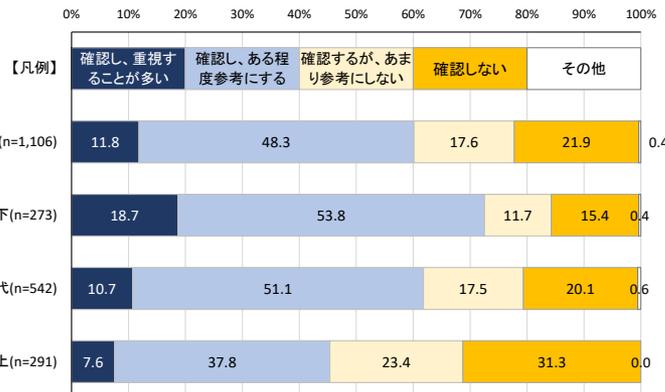
図表5-1：旅行行程別 参照する情報媒体〔複数回答〕(Web調査)



### ●口コミの重視の程度

- 口コミ件数や評価、コメントなど利用者の声を重視している割合をみると、全体では11.8%が重視することが多いと回答しています。
- 年代別に見ると、30代以下でより重視している傾向にあります。

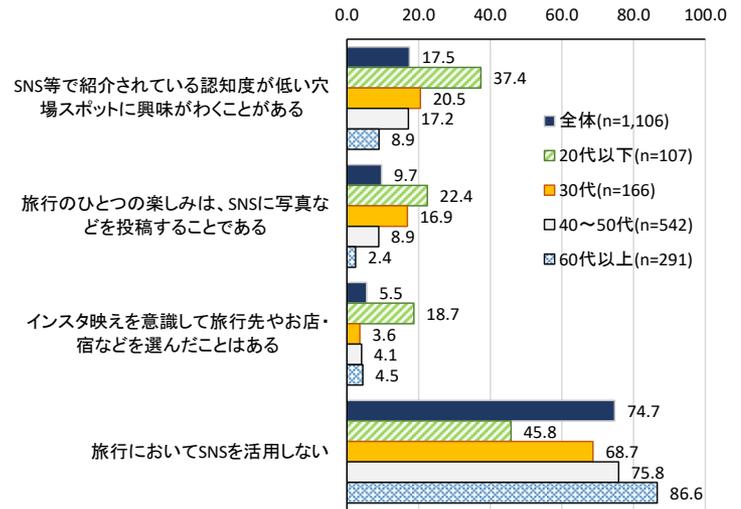
図表5-2：宿泊施設や訪問先を決める際に、口コミ件数や評価、コメントなど利用者の声をどの程度確認するか(Web調査)



### ●旅行におけるSNSの活用の程度

- 若い人ほど旅行時にSNSを活用する傾向にあります。特に、20代以下で認知度が低い穴場スポットに興味をわくと回答した割合が高くなっています。

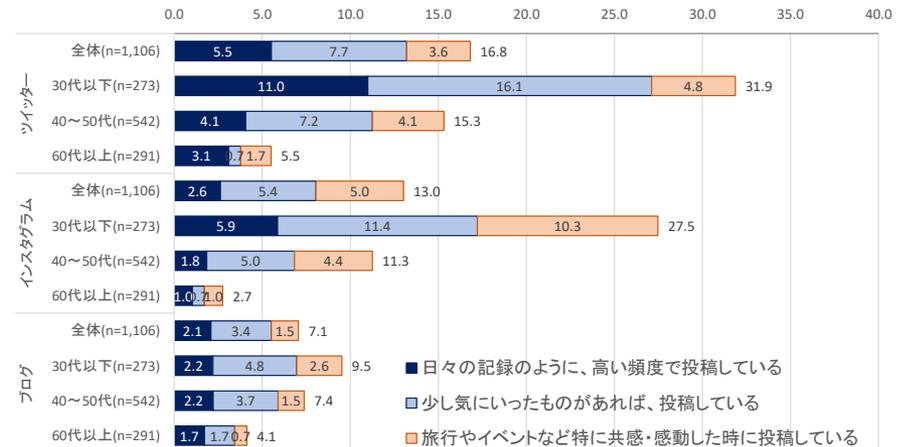
図表5-3：旅行におけるSNSの活用の程度〔複数回答〕(Web調査)



### ●旅行におけるSNSの投稿状況

- ツイッターやインスタグラム、ブログの投稿頻度をみると、30代以下でツイッターやインスタグラムに投稿している割合が高くなっています。

図表5-4：ツイッターやインスタグラム、ブログの投稿頻度 (Web調査)

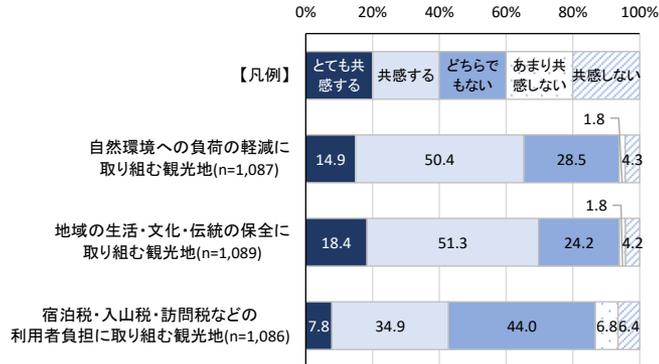


## 持続可能な観光等に関する意向

- 持続可能な観光に関しては、「自然環境への負荷の軽減」「地域の生活・文化・伝統の保全」に取り組む観光地に関しては、半数以上が「とても共感する」「共感する」と回答しており、支持する人が多い状況です。

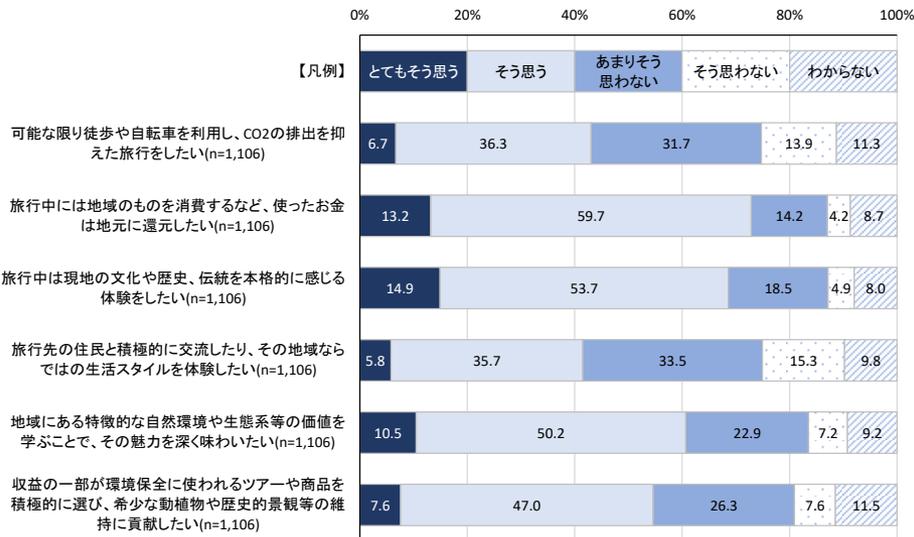
### ● 持続可能な観光に対する意向

図表6-1：以下のような取り組みを行う観光地への共感（Web調査）



- 「使ったお金の地元への還元」「現地の文化や歴史、伝統を本格的に感じる体験」「自然環境や生態系等の価値を学ぶ」「希少な動植物や歴史的景観等の維持に貢献したい」という旅行に半数以上が、関心を示しています。

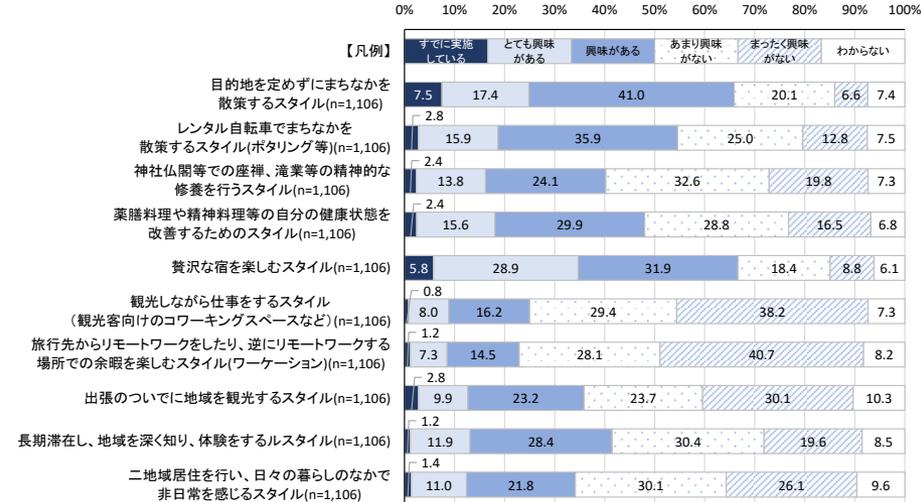
図表6-2：環境や地域コミュニティに配慮した旅行に関するあなたの考え（Web調査）



- 観光スタイルに対する意向としては、「贅沢な宿を楽しむスタイル」「目的地を定めずにまちなかを散策するスタイル」「レンタル自転車でまちなかを散策するスタイル（ポタリング等）」で、半数以上が関心を示しています。
- 「ワーケーション」「出張のついでに地域を観光するスタイル」「長期滞在し、地域を深く知り、体験するスタイル」は、2～3割が関心を示しています。

### ● 観光スタイルに対するニーズ

図表6-3：観光スタイルに対するニーズについて（Web調査）



- 旅行先での交流については、「地域の人や他の旅行者との交流を持ちたいと思ったことはない」は41.6%であり、6割は、旅行先での何らかの交流を求めています。
- 具体的には地域住民のガイドや旅行先で店の人などとの交流への意向がみられます。

### ● 旅行先での交流

図表6-4：旅行先での交流について（Web調査）

