

令和2年度 長野市観光振興計画の指標達成状況について

1. 計画の目的及び評価の視点

(1) 長野市観光振興計画の目的

観光を通じて地域の魅力やそこにしかない資源を味わっていただき、長野市に何度も訪れてもらうリピーター＝「ながのファン」を創出・増加することが重要です。そこで本計画では、「ながのファン」創出・増加のための取組みを行い、その中で以下の2点についての実現を目指します。

①本市経済の活性化の実現

観光は経済活動です。訪れてもらうだけでなく、楽しんでもらいながら本市経済の活性化につなげる事業を実施します。

②地域コミュニティの活性化

観光客が訪れ、地域の人々と交流することは、ときには地域に希望や生きがいを生み出します。これまで観光客が訪れなかった地域にもスポットを当て、観光客と地域の交流を生み出す事業を実施します。

(2) 計画評価の意義と必要性

本計画では地域経済や地域コミュニティの活性化を目的に、観光振興のための様々な事業を実施します。そのためには、行政や観光関連組織だけでなく、民間事業者や地域住民も主体として活躍してもらう場面が多く出てくると考えられます。その際、多様な主体が共通認識を持って事業を行うことができるよう、計画を通じて目指す姿を指標化し、毎年度その達成状況を明確にしていきます。

前計画においては、事業を進める中で地域資源の磨き上げがある程度進んだ一方で、市内を周遊する動きがあまり見られなかったなどの課題がありました。

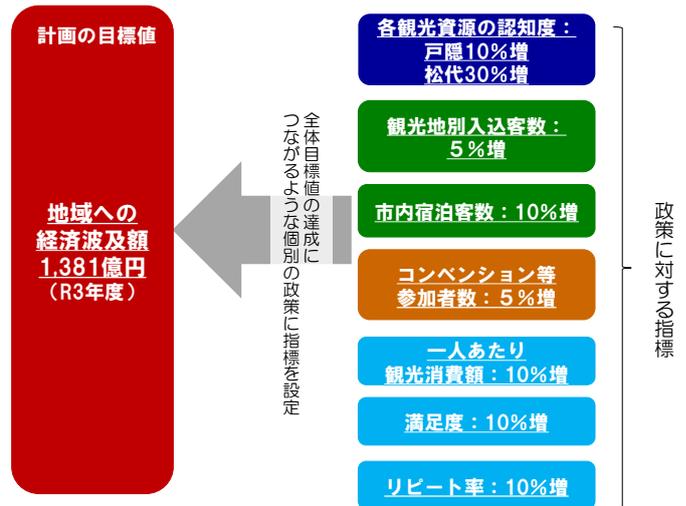
そこで、本計画では、PDCAサイクルを毎年度回すことで、いずれの取組みも改善・改良して次につなげるようにしていきます。

2. KPIによる評価

本計画の体系は「政策－施策－事業」の3階層となっています。政策にはKPI（重要目標達成指標）を設定しており、数値によって年度の達成状況を把握していきます。

また、各事業が最終的に目指す指標として、総合目標値を設定します。総合評価は、「ながのファン」の創出・増加に伴い、地域での消費活動の活発化を示す指標として「地域への経済波及額」を設定しています。

■目標管理のイメージ



3. 本資料の内容

本資料では、以降のページにおいて、令和2年度時点の各KPIの達成状況を整理しています。

本年度は計画最終年度にあたり、現在、次年度からの5年度を期間とする新たな観光振興計画を策定しているところです。また昨年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響が観光分野に大きな影響を与えたところでもあり、各KPIの達成状況を確認するなかで、アフターコロナも見据えた今後の本市の観光の課題を把握し、次期計画の内容検討につなげていきます。

(1) 市内観光資源の認知度

(単位：%)

		基準値 (H27 年度)	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R2 年度	R3 年度 (※)
善光寺	目標値	94.5	-	-	横ばい	-	横ばい
	実績値	-	-	-	82.6	-	84.9
戸 隠	目標値	79.3	-	-	85.0	-	90.0
	実績値	-	-	-	61.2	-	65.5
松 代	目標値	50.6	-	-	70.0	-	80.0
	実績値	-	-	-	34.8	-	37.0

評価	<p>※認知度については、中間年度および最終年度の指標を定めているが、認知度を測定する「長野市観光に関する Web アンケート調査」を次期計画策定のタイミングにあわせて令和3年2月に実施しており、この時点で把握した値をもって令和3年度の値とした。</p> <ul style="list-style-type: none"> 認知度は善光寺で84.9%、戸隠で65.5%、松代で37.0%となっており、いずれの観光地点においても令和元年度に比べて微増となっているが、平成27年度調査の基準値から比べると低下しており、目標は達成できていない。 <p>※基準値とした平成27年度は、善光寺御開帳（4～5月）全国的に長野市への注目度が高まっていた時期であるため、平常時に比べ値が大きく出ている可能性が考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 年代別に分析すると、いずれの観光地においても年齢が高いほど認知度も高くなり、年齢が下がるにつれて認知度が下がっている。本市が将来にわたって顧客を獲得するには、今後は若い世代の認知度を上げることが重要である。 居住地別に分析すると、善光寺は全国的に知名度が高いが、戸隠では関東で73.9%、北陸・中部で74.8%と、認知度が全国平均より高くなっている。この傾向は松代も同様で、認知度は関東で42.4%、北陸・中部で39.5%となっている。
----	--

■ 目標値の算出方法：H27年度に実施した調査の結果、善光寺はすでに100%近い認知度を得ていることから、この認知度を維持していくことを目標とする。戸隠はR3年度に10ポイント（中間年度は5ポイント）、松代は30ポイント（中間年度は15ポイント）の認知度の増加を目標とする。

(2) 観光入込客数

(単位：千人)

		基準値 (平成27年度)	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度
全市	目標値	17,008(H27御開帳) 10,018(平常年)	10,100	10,200	10,300	10,400	17,900
	実績値	-	11,008	10,727	10,382	4,484	
善光寺	目標値	12,288(H27御開帳) 6,235(平常年)	6,300	6,360	6,423	6,485	12,903
	実績値	-	6,653	6,354	6,302	2,593	
戸隠	目標値	1,613	1,629	1,645	1,661	1,678	1,694
	実績値	-	1,496	1,578	1,371	1,023	
松代	目標値	776	784	792	800	808	815
	実績値	-	659	592	384	219	

評価

○全市の観光入込客数

- 市全体の令和元年度の観光入込客数は448万4千人となっており、前年(1,038万2千人)の43.2%に減少した。減少は新型コロナウイルス感染拡大の影響を強く受けており、月別の状況をみると1回目の緊急事態宣言が発令された4月以降大幅に減少、感染第2波収束後のGoToトラベル等による10月以降の回復をみるも、感染第3波が到来し2回目の緊急事態宣言が発令された1月以降再び減少、さらに第3波収束後のリバウンドのあった3月にはまた回復に転じるという波がある。これは概ね全国的状況と一致している。

○観光地点別観光入込客数

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響による入込客数の波については各観光地点で概ね同じ傾向があるものの、5ページの「図表1」のとおり、回復の幅をみると観光地ごとに違いがみられ、10月の回復期をみると善光寺では前年89.8%に留まっているのに対し、戸隠では143.9%、松代では141.4%と前年を上回っている。また、上記年間観光入込客数において、善光寺が前年比41.1%であり市全体平均を(43.2%)下回っているのに比べ、戸隠は前年比74.6%、松代は前年比57.0%と市全体平均を上回っている。
- 戸隠については、市街地での密を避け、郊外や自然豊かな地方の観光地を選ぶという顧客のニーズが背景にあるものと考えられる。

※なお、本市では令和元年度東日本台風災害により10月以降の入込客数が減少しているため、10月以降の前年比が他の観光地点より高く出やすくなっている傾向があることに留意すべきである。

■目標値の算出方法：平常年はH22年度からH26年度の平均値を使用。H29年度からR2年度は平常年の基準値をもとに毎年1%増、R3年度はH27年度から5%増を目標とする。

※新型コロナウイルスの影響を比較するために、観光入込客数と宿泊客数は令和2年1月～令和3年3月までのグラフを示す

図表 1 全市 月別 観光地点別観光入込客数 (令和2年1月～令和3年3月)



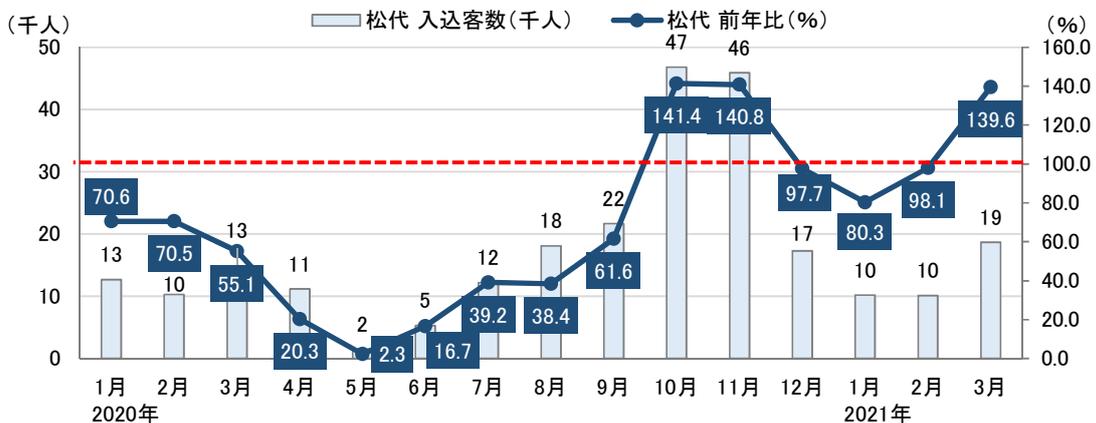
図表 2 善光寺 月別 観光地点別観光入込客数 (令和2年1月～令和3年3月)



図表 3 戸隠 月別 観光地点別観光入込客数 (令和2年1月～令和3年3月)



図表 4 松代 月別 観光地点別観光入込客数 (令和2年1月～令和3年3月)



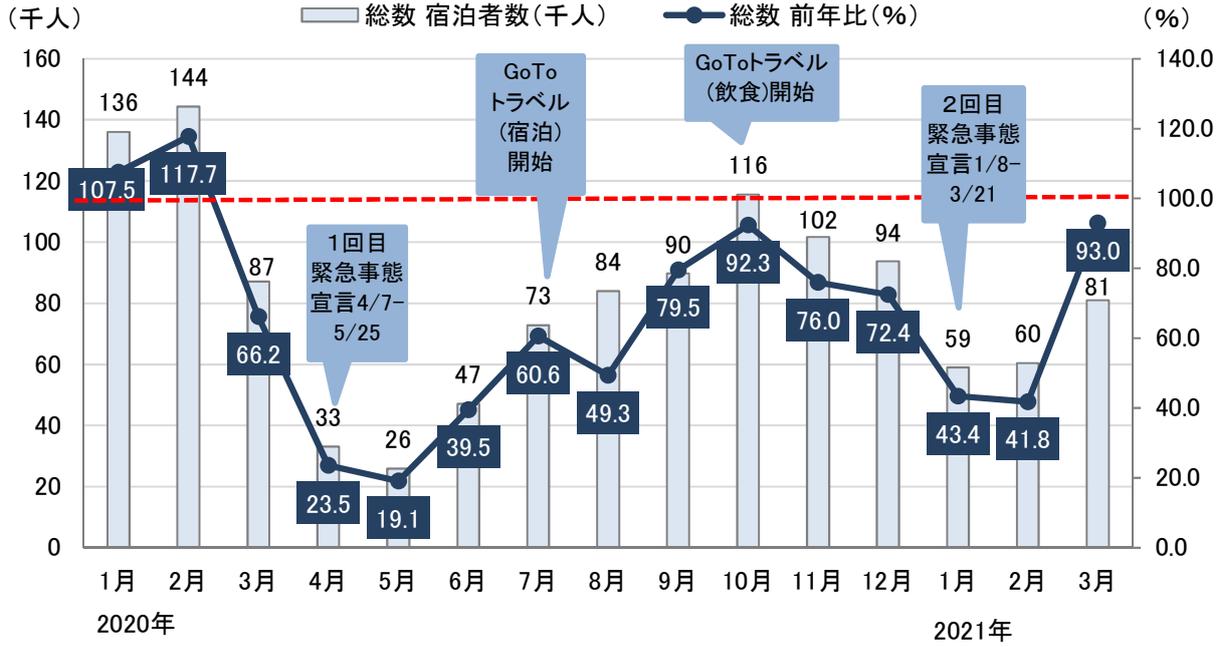
(3) 市内宿泊客数

		基準値 (H27年)	H29年	H30年	R元年	R2年	R3年
総宿泊客数 (千人)	目標値	1,603 (H27 御開帳) 1,400 (平常年)	1,428	1,456	1,484	1,512	1,763
	実績値	-	1,608	1,533	1,568	1,031	
外国人 宿泊客数 (人)	目標値	59,206	61,600	64,000	66,300	77,000	71,000
	実績値	-	113,177 [*86,382]	153,977 [*107,081]	165,493 [*117,334]	35,951 [*集計中]	
評価	<p>○総宿泊客数</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づく令和2年（1月～12月）の総宿泊客数は103万1千人であり、前年（156万8千人）の65.8%に減少した。 新型コロナウイルス感染拡大の影響による減少と回復の波は、入込客数と概ね同じ傾向となっており、GoTo トラベルの宿泊割が開始された7月では前年比60.6%、飲食割が開始された10月では前年比92.3%に回復したものの、2回目の緊急事態宣言を受けて1、2月は低迷、その後3月にふたたび回復している。 <p>○外国人宿泊客数</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人宿泊客数の令和2年の総宿泊客数は3万5,951人となっており、前年（16万5,493人）の21.7%と大幅に減少した。特に2020年3月18日からは外国人の入国制限措置がかけられたため、4月以降の外国人宿泊客数は月3桁の状況が続いている。 						

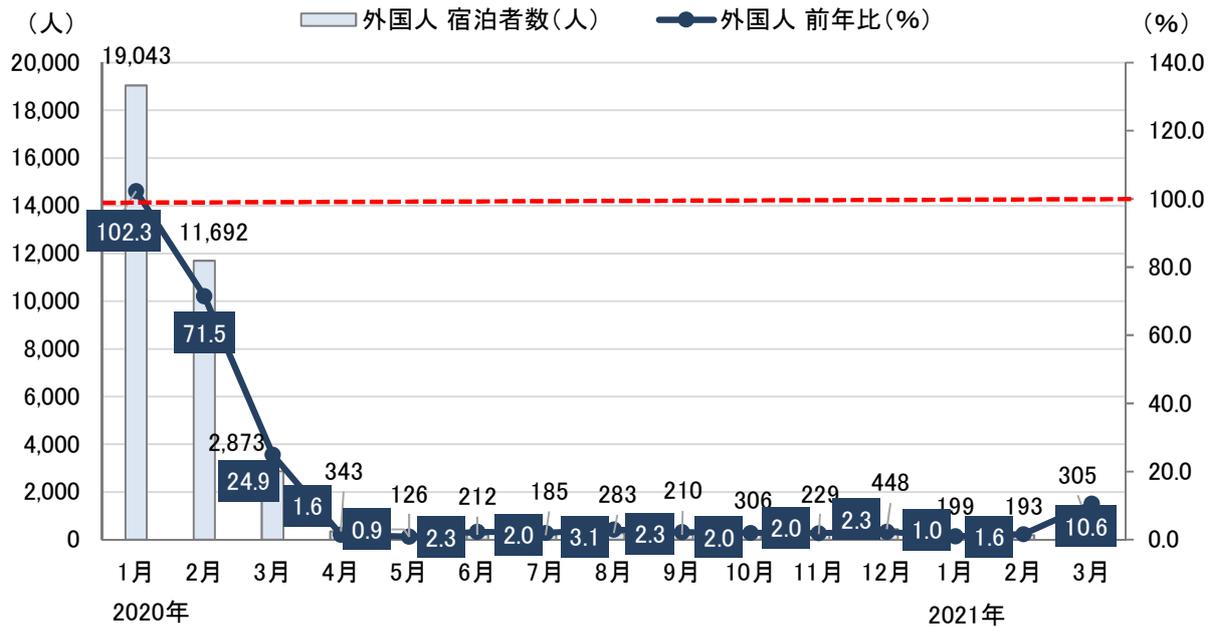
※…この数値は長野県「外国人延宿泊者数調査」による実績値である。

- 目標値の算出方法：
- (1) 総宿泊客数：観光庁「宿泊旅行統計調査」のデータを活用し、平常年はH23年からH26年の平均値を使用。H29年からR2年は平常年の基準値をもとに毎年2%増、R3年はH27年から10%増を目標とする。
 - (2) 外国人宿泊客数：H27年を基準値とし、R2年のみ基準値から30%増、それ以外は基準値から毎年4%増を目標とする。
 - (3) いずれの数値も暦年にて算出

図表 5 月別 宿泊者数 (令和2年1月～令和3年3月)



図表 6 月別 外国人宿泊者数 (令和2年1月～令和3年3月)



※新型コロナウイルスの影響を比較するため 観光入込客数と宿泊客数は令和2年1月～令和3年3月までのグラフを示す

(4) コンベンション等参加者数

(単位：人)

		基準値 (H27 年度)	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R2 年度	R3 年度
参加者数	目標値	115,537	-	-	-	-	120,000
	実績値	-	106,513	113,702	108,061	10,220	
評価		<ul style="list-style-type: none"> 令和2年度のコンベンション等参加者数は1万220人である。前年の10万8,061人に比べて90.5%と大幅に減少した。 コンベンション開催件数は、平成29年度以降156件、136件、116件と減少傾向にあったが、令和2年度は新型コロナ感染拡大の影響で23件と大きく落ち込んでいる。しばらく同様の状況が続くとみられ、今後のコンベンション施策では感染対策やワーケーション等の新たなニーズに応じることが必要である。 					

■目標値の算出方法：R3年度において、基準値(H27年度実績)の5%増を目標とする。

(5) 一人あたり観光消費額

(単位：円)

		基準値 (H27 年度)	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R2 年度	R3 年度																																														
全体	目標値	13,017	13,300	13,500	13,800	14,100	14,300																																														
	実績値	-	13,866	10,415	11,693	12,497																																															
宿泊客	目標値	21,266	21,700	22,100	22,500	23,000	23,400																																														
	実績値	-	22,307	18,536	19,997	25,473																																															
日帰り客	目標値	7,658	7,800	8,000	8,100	8,300	8,400																																														
	実績値	-	6,812	6,207	6,483	7,360																																															
評価		<ul style="list-style-type: none"> 市内来訪者に対する調査結果をもとに算出した、一人あたり観光消費額(宿泊客および日帰り客を含めた全体)は、令和2年度は一人あたり12,497円となっており、2年度連続で前年を上回った(前年比106.9%)。しかし平成27年度の基準値および目標値を依然下回っている状況である。 宿泊客・日帰り客別にみると、令和2年度の日帰り客は7,360円、市内宿泊者は25,473円だった。市内宿泊者の消費額は過去4年度中で最も高くなっており、これはGoToトラベルの影響もあると考えられる。秋季、冬季アンケート調査においてはGoToトラベルの利用状況も調査しており、市内宿泊者の88.0%が利用していた。 消費額の内訳をみると、「宿泊費」が前年比132.9%と大きく向上している。GoToトラベルによる増加とみられる。このほか「飲食費」「お土産代」「ガソリン代」が前年から増えている。また「ガソリン代」が増える一方「電車・バス代」は減少しており、コロナ禍の状況で旅行者の移動手段が公共交通からマイカーへ移行している可能性が伺える。 																																																			
		<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>R元年度(円)</th> <th>R2年度(円)</th> <th>前年比(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">宿泊費</td> <td>9,379</td> <td>12,463</td> <td>132.9%</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">飲食費</td> <td>日帰り</td> <td>1,354</td> <td>1,609</td> <td>118.8%</td> </tr> <tr> <td>市内宿泊</td> <td>2,473</td> <td>3,392</td> <td>137.2%</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">お土産代</td> <td>日帰り</td> <td>2,221</td> <td>2,508</td> <td>112.9%</td> </tr> <tr> <td>市内宿泊</td> <td>3,066</td> <td>3,772</td> <td>123.0%</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">ガソリン代</td> <td>日帰り</td> <td>446</td> <td>664</td> <td>148.9%</td> </tr> <tr> <td>市内宿泊</td> <td>859</td> <td>893</td> <td>104.0%</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">電車・バス代</td> <td>日帰り</td> <td>483</td> <td>119</td> <td>24.6%</td> </tr> <tr> <td>市内宿泊</td> <td>669</td> <td>563</td> <td>84.2%</td> </tr> </tbody> </table>								R元年度(円)	R2年度(円)	前年比(%)	宿泊費		9,379	12,463	132.9%	飲食費	日帰り	1,354	1,609	118.8%	市内宿泊	2,473	3,392	137.2%	お土産代	日帰り	2,221	2,508	112.9%	市内宿泊	3,066	3,772	123.0%	ガソリン代	日帰り	446	664	148.9%	市内宿泊	859	893	104.0%	電車・バス代	日帰り	483	119	24.6%	市内宿泊	669	563	84.2%
		R元年度(円)	R2年度(円)	前年比(%)																																																	
宿泊費		9,379	12,463	132.9%																																																	
飲食費	日帰り	1,354	1,609	118.8%																																																	
	市内宿泊	2,473	3,392	137.2%																																																	
お土産代	日帰り	2,221	2,508	112.9%																																																	
	市内宿泊	3,066	3,772	123.0%																																																	
ガソリン代	日帰り	446	664	148.9%																																																	
	市内宿泊	859	893	104.0%																																																	
電車・バス代	日帰り	483	119	24.6%																																																	
	市内宿泊	669	563	84.2%																																																	

■目標値の算出方法：来訪者調査の結果(H27年度実施)を基準値とし、毎年2%の増(R3年度において10%の増)を目標とする。

(6) 満足度（とても満足の割合）、リピート率

(単位：%)

満足度 (とても満足の割合)		基準値 (H27年度)	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度
全 市	目標値	46.6	-	-	-	-	57.0
	実績値	-	39.7	40.9	44.0	49.7	
善光寺	目標値	43.1	-	-	-	-	53.0
	実績値	-	37.8	43.2	45.5	46.1	
戸 隠	目標値	54.3	-	-	-	-	65.0
	実績値	-	49.2	48.5	55.8	56.4	
松 代	目標値	43.1	-	-	-	-	53.0
	実績値	-	36.6	31.6	31.4	46.1	
リピート率		基準値	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度
	目標値	56.0	-	-	-	-	66.0
	実績値	-	65.7	56.4	60.9	61.3	
評価	<p>○満足度</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内来訪者への調査結果をもとに算出した、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）をみると、令和2年度の全市の値は49.7%となっており、前年に比べて5.7ポイント上がっている。 観光地点別の満足度をみると、善光寺は46.1%、戸隠は56.4%、松代は46.1%であり、いずれも基準値を上回っている。満足度は年代の影響を受けており、どの観光地でも「60代以上」で下がる傾向にある。 善光寺では「テイクアウトで飲食」をした人で、戸隠は「まち歩き・散策」をした人で、「とても満足」の割合が高い傾向にある。 松代では、これまで30%代で推移していたものの、前年比14.7ポイントと大きく上昇した。年代別にみると、松代の満足度が上がったのは30代以下の層の満足度が上がったことが要因である。令和2年度は「Go To 長野市デジタル世代のススメ」プロジェクトとして、インスタグラマー・石井里奈氏による松代での“映える写真”撮影体験ツアー、若手俳優・岡宮来夢氏を起用した「松代の旅」紹介動画の公開などを実施しており、こうした取組みが若者層の来訪・満足度向上に寄与した可能性がある。 <p>○リピート率</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内来訪者への調査結果をもとに算出したリピート率については、令和2年度は61.3%となっており、令和元年度から横ばいで推移している。令和2年度のリピーター率を居住地別にみると、「北陸・中部」は61.7%、「関東」は58.8%と高い。特にリピーターとして訪れやすいこれらの地域から繰り返し訪れたいと思われるような取組みが全体のリピーター率の向上に求められる。 						

■ 目標値の算出方法：(1) 満足度：来訪者調査(H27年度実施)の結果を基準値とし、R3年度において10%増を目標とする。なお、満足度の質問項目は、「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、項目1の回答割合を満足度として用いている。

(2) リピート率：市外在住者で3回以上来訪経験を持つ者の割合について10%増を目標とする。

(7) 経済波及額

(単位：億円)

		基準値	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R2 年度	R3 年度
	目標値	1,256 (H27 御開帳) 744 (平常年)	759	774	789	804	1,381
	実績値	-	918	700	733	344	
評価		<ul style="list-style-type: none"> 令和元年度の経済波及効果は 344 億円となっており、前年の 733 億円から 389 億円の減少（前年比 46.9%）となっている。 算出の根拠となる「初期需要」（観光客が直接市内で消費した金額）は 306.4 億円となっており、前年の 654.6 億円から 348.2 億円の減少（前年比 46.8%）となっている。「初期需要」は「観光入込客数」と「一人当たり観光消費額」を掛け合わせて算出するが、このうち「観光入込客数」（P4 参照）が前年比 43.2%になっていることが減少の大きな原因である。また「一人当たり消費額」（P8 参照）は前年比 106.9%となっているが、このうち入込客数の宿泊割合は 27.8%から 20.8%と 7 ポイント減少しており、消費額の高い宿泊客割合が減少している。このことも初期需要の減少につながっている。 					

- 目標値の算出方法：来訪者調査(H27年度実施)により、市内での観光消費額を算出。H27年度の観光入込客数と、H22年度からH26年度の観光入込客数の平均値をそれぞれ用いて、H23長野県版産業連関表をもとに算出。H29年度からR2年度は平常年の基準値をもとに毎年2%増、R3年度はH27年度から10%増を目標とする。