

平成 24 年度 長野市産業振興審議会 第 1 回 観光振興専門分科会

日時 平成 24 年 7 月 27 日（金） 午前 10 時 00 分～12 時 00 分  
場所 長野市役所第一庁舎 3 階 会議室 1  
出席者 委員（14 名中 12 名出席、2 名欠席）  
長野市商工観光部長、事務局 5 名

**【 質疑応答部分 議事録 】**

**（1）長野市産業振興ビジョン重点プラン前期振興計画における実績報告について**

**【委員】**

集客プロモーションパートナー都市協定について、今後、こういった都市と協定を結んでいくなどの予定はあるのか。

**【市】**

現在 4 都市と協定を締結しておりまして、まず、上越市でございますが、本市とは海水浴や北信と上越地方とのつながりなど昔から縁深く、お付き合いがあることから協定を締結いたしました。次に金沢市でございますが、新幹線延伸により新幹線沿線都市として交流を深めていきたいということから締結をいたしました。次に甲府市でございますが、本市と上越市が協定を結んでいる中、NHK大河ドラマ「風林火山」により川中島の戦いが注目を浴びるということで、越後・信濃・甲斐の 3 国で協定を結ぼうということから締結をいたしました。最後に静岡市でございますが、静岡市と甲府市が協定を結んでおり、また清水市と上越市が姉妹都市であったことから、静岡市も加入したいということになりまして、協定を締結したものでございます。こういった経過から様々な縁やゆかりがある市、新幹線沿線都市と協定を締結しております。協定を締結するとなりますと、お互いの広報紙に情報を掲出するわけでございますが、そういった点から考えますと同規模程度の都市と協定を締結していくことがよいのではないかと考えております。また、新幹線沿線都市の中でも何市かにお声掛けをしているところでございます。ただ、現在のところ調整等で時間を要していますので、締結は 4 市となっているものでございます。

**【委員】**

目標は 8 都市となっているが、現在声を掛けているのは 8 都市なのか。

**【市】**

お声掛けをしているのは 2 都市でございます。先程ご説明した広報紙に相互の情報を掲出する関係で、広報紙が以前より発行回数が減少し、ページ数等の関係で何処まで増やして情報を出すのが効果的であるのかという問題もございまして、現在は新幹線沿線都市の中の 2 都市にお声掛けをしているという状況でございます。

**【委員】**

観光地入込客数目標 1,200 万人に対して H23 実績が 1,003 万人となっているが、この数字はイヤ一実施地区のみの数字なのか。それとも市全体の数字なのか。

**【市】**

イヤ一実施地区も含めた市全体の数字でございます。

**[委員]**

2点お伺いしたい。イヤー事業を実施した地区は実施した成果が現れているのか。また同様に育成塾についても成果が現れているのか。それらを数値的に測定しているのか。もう1点は集客プロモーションパートナー都市に関連するものだが、県外からの観光客を呼び込む際にどの地域の都市をメインターゲットにしていくかというのがあれば教えてもらいたい。

**[市]**

1点目のイヤー実施の成果でございますが、いずれもイヤー実施の年はその前年に比較して3%から12%観光入込客数が増加しております。数値的にも確かに成果は出ておりますが、それよりもイヤー実施により地元の皆様の意識改革が進み、観光への対応力が増していると思われまます。次に育成塾でございますが、受講対象者数は増えており、地元におもてなしの心が芽生えています。しかし、観光客へのアンケート調査などは実施しておりません。今後はこういったことが課題となると考えておりますが、現在の状態では効果を数字で表すことは出来ません。もう1点目でございますが、今までは首都圏をターゲットとしていましたが、今後は新幹線延伸により北陸・関西方面をターゲットに入れていく必要があると考えております。その対策といたしまして、今年度から観光振興課内に観光戦略室を設置したところでございます。

**(2) 長野市産業振興ビジョン後期振興計画の概要プランについて**

**[委員]**

昨年度の観光入込客数はイヤーキャンペーンだけでなく、それ以外のイベント等も合わせた市全体の数字であるとの説明があった。今年度はすでに観光キャンペーンを実施中であるが、後半で観光キャンペーンによらないその他のイベントなど（市で後援したりしているものなど）を積極的にPRというか情報発信してもらうように予算を使用していく考えはあるのか。大きいキャパシティがあるところで大きな大会が開催されれば集客数がかかなりアップする。ただ、そういった大会を開催していることを土産物関係者ましては市民でも知らない人が非常に多い。市全体にPRをして周知を図った方がよい。

**[市]**

(財) ながの観光コンベンションビューローと協議しながら進めてまいりたい。それでもまだ、市民に対する情報提供が不足しているのであれば、もっと効果的に提供する方法も検討してまいりたい。

**[委員]**

すべてのイベントを(財)ながの観光コンベンションビューローが把握することは不可能である。市しか関係しないようなイベントでも(財)ながの観光コンベンションビューローに連絡して、とにかくPRに努めてほしい。

**[市]**

その話は(財)ながの観光コンベンションビューローとも話しております。市(観光振興課)といたしましても、庁内に照会を出し、情報を集めるように動き始めたところでございます。それらを集約していく中で、事業にうまく反映させていきたいと考えています。

**[委員]**

新1200万人観光交流推進プランのテーマ別キャンペーン「四季の彩りキャンペーン」の春の時期が終了したと思うが、この春の分析はもう出来ているか。

**[市]**

詳しい分析はまだ出来ておりませんが、数値的にはほぼ例年並みかと考えております。しかし、現在は東北の復興のため、旅行先が東北中心になっている状況に対しまして不安がございます。

**[委員]**

これからキャンペーンも夏・秋と続いていくので、早目に春の状況を分析しておいた方が良いでしょう。続けて提案のようになるが、「ながのファンクラブ」の制度をもっと活用して特典などをつけ、会員を増やしていくことが重要である。都会では「有機野菜の会」のようなものがあり、会員も大勢いて農業体験や収穫ツアーなどを企画すると1,000人から1,200人程度がすぐに集まる。そういった会員を持つ会社に情報を提供してアプローチをかけていく方がすぐに観光客は集められる。また、そういった会のポイント制度とも絡めて、ツアーなどで長野市に来てもらった時にポイントサービスを受けられるような形にするなどコラボレートする方法も考えてみたらどうか。

**[市]**

野菜の収穫体験につきましては、テーマ別キャンペーン「四季の彩りキャンペーン」の夏事業として実施しているところがございますが、周知方法もホテルなど宿泊施設に情報は提供しております。今、委員さんから新しい提案をいただきましたので、今後検討して参りたいと思います。

**[委員]**

JRでは、会社的にも被災地を抱えているため、やはり東北中心のキャンペーンとなっているが、長野支社では長野のPRもしっかり行っている。首都圏のお客様の状況は今年の4月～6月と比較して旅行者が増えているのはもちろんだが、今年の夏に風評被害でだいぶこちら（長野）に来るお客がいたので、今年の夏はその反動が予想されたが、今のところ昨年よりもわずかではあるが伸びている。ここで気を抜かずにはしっかりやっていきたい。夏はもちろんのこと、秋には新幹線開業15周年も控えているので、皆様にもご協力いただきたい。

**[委員]**

旅館業については、震災による自粛があったせいで昨年同時期と比較してもあまり意味がない。むしろ比較となるのは一昨年の数字となるので、対前々年を重視している。

**[委員]**

最近、「ながの御穀膳」が話題になっていない。取扱店舗数も伸びていないし、ましてや一般市民にもあまり知られていないのではないかと。これについてはどう考えるのか。

**[市]**

「ながの御穀膳」は長野商工会議所が中心となって行っていますが、新しい形での開発は一旦ストップがかかっている状態でございます。ただ、現在取り扱っている店舗は24店舗あり、こちらについては従来の形のもので進めていく予定でございます。実際、市民にも浸透していないのが実態でございます。予約制であるためお客さんがすぐに食べられないということが理由でございます。これは材料の絶対的な確保が不可欠ということでございまして、この点が難しいということでもあります。こういった点からもなかなか利用しづらいというのが現状でございます。「食」に関しては他に「長野ヤキメン」もございまして、「ながの五穀膳」につきましては、とりあえず現状で進めていく形になると思われまして。

**[委員]**

「食」は大事なことであるし、観光客を呼ぶ大きなポイントにもなる。そんな中、「ながの五穀膳」がこのような状態では…。何か方策はあるのか。

**[委員]**

観光客にとって「食」は非常に重要なものであるが、確かに「ながの五穀膳」は予約制のため利用しづらい。現状を考えると厳しいのではないか。その代わりとってはなんだが、里山のイメージである「ジビエ」に注目している。確かに県や他市町村で失敗しているが、もっと安価に例えばハンバーグなどで(1,000円以下)にして、まず食べてもらいたいと考えている。実現できるかどうか分からないが検討中である。

**[委員]**

B級グルメなどで、昔からその地で食されているものではなく、町おこしのために創作されたものはハッキリ言って成功しない。長野で通用するのは「そば」と「おやき」のみである。この2つを食べに来ている。昔から元々あるこれらをもっとしっかり販売していくことが重要である。あとフルーツもよい。都会では高いフルーツを私たちは普通に食べている。こういったものが都会の人に好まれるので、この方向を磨いていったほうがよい。

**[委員]**

やはり、観光で来るお客は、その土地のものを求める傾向が強い。食べ物でも「そば」が一番売れる。今、急に何か新しいモノを作るといのはいかがなものか。「ジビエ」に関して、昔から長野で食べられているということでフレンチのように大げさでなく、ネーミングにこだわり、日本食的例えば、“串焼き”などのようにもっと手軽な感じの食べ物として販売してみたらどうか。気軽に食べられるものであれば価格に対する敷居の高さも低くなると思うのだが。

**[委員]**

話が変わって、「おやき」についてだが、大量生産では出せない味を各店舗で色々工夫して行っているし、スタンプラリーや食べ歩きも実施中である。こういったキャンペーンなどを引き続き行っていく。また、「おやき」はそれぞれの地域から始まり、家庭ごとに味も異なるものである。都会の人に色々味わってもらいながら、食べ歩きをしてもらうことはいいことだと思う。

**[委員]**

「ジビエ」を流通させるためにも、途中の手続きや流通経路がスムーズに行えるようになればいいと思うが。市の方で何か出来ることはないか。うまい方法はないか。

**[市]**

関係する部署と簡単ではありますが「ジビエ」の話はしております。本日出されました意見も関係部署に話をしまして、今後検討してまいりたいと思っております。

**[委員]**

話は変わるが、「そばを食べに訪れるのか」、「他の目的で訪れ、たまたまそばを食べるのか」ということでは考え方に大きな違いがある。この辺のデータはきっちり取ったほうがよいと思う。また観光で訪れる人は、その土地の雰囲気味わうことも目的としている。また壊さないようにすることが重要で、観光トータルで考え、「そば」や「おやき」を邪道ではなく正しい方向で「食」として組み込んでいくことが重要である。「ジビエ」に関して同様で里山の雰囲気を壊さないようにやっていき、前後の関係を考えて展開していくことが重要である。

**[市]**

「食」に関する貴重なご意見をたくさんいただき、ありがとうございます。私どもも「食」は重要なポイントとして捕らえておりますが、なかなかうまくいかないのが現状であります。しかし、長野市を何の目的で訪れるかということが大変重要な意味を持つと思われまます。そこで、これから

アンケート調査を実施していく計画がございますので、ぜひ、質問項目に加えていきたいと思っております。

### (3) 観光振興課事業について

#### [委員]

先程のイベント情報の関連だが、例えばスケートのW杯開催などもあまり知られていない。地元のマスコミに意欲的に取り上げてもらい、地元から盛り上げて市民に関心をもってもらうようにしてほしい。そういった方面にお金をつぎ込めるのであればそうしてほしい。

#### [委員]

「ながの瓦版」は非常に良く出来ていると思う。さらに情報発信を行ってほしい。色んなコンテンツを使い、街歩きを楽しんでほしいと思う。情報をいかに周知させるのかが重要である。

#### [委員]

「ながのファンくらぶ」について会員募集の目標数・ターゲットは決まっているか。

#### [委員]

会員の目標数やターゲットの決まりはない。出来れば若い世代に入会してほしいと思っている。また、ゆくゆくは集客プロモーション協定都市とも提携して色々やっていきたいと考えている。  
(四季の彩りキャンペーン事務局である、ながの観光コンベンションビューロー滝沢委員)

#### [委員]

県の観光協会で行っている「信州なび助」の制度と調整できるようになればもっとよい。必要であれば、そちらと調整してみしてほしい。この他にもう1点あり、「涼風便り」で涼しさを売りにしていくのはよいが、1つ気になっている点がある。それは天気予報である。天気予報は都市の気温の表示でしかなく、今であれば、気温が東京より高い状態になってしまっている。こうなってしまうと、涼しくないではないか！と観光客に思われてしまう。よく駅前などに気温を表示してあるが、駅前では街中にあるため気温も高い。そこで、“駅前の気温は高いが高原は何度です”といった表示をするべきである。まずここで涼しさを感じてもらったらどうか。さらに長野県は帽子の販売が全国1位である。よって、ここで帽子を販売し、駅に降りた瞬間から涼しさを感じさせるといったことは出来ないか。市としての考えはどうか。

#### [委員]

それに関連して、ある雑誌で滝に関する記事があり、そこに“マイナスイオン指数”が記載されていた。こういった数値を出すことで“涼しさ”を前面に押し出すということはどうか。滝の持つ涼しさに加えてマイナスイオンでより涼しいという感じになるのではないか。マイナスイオン表示を全国に先駆けてやってみてはどうか。一番最初にやることに意味がある。

#### [市]

駅の改築に併せて高原の気温の表示などについて、そういったことをやりたい又は設置可能なのかということを担当課に話していきたいと考えております。さらにマイナスイオンの基準、例えば標準はどれくらいの数値なのか、また気温であれば何度だと暑いと感じられるがマイナスイオンはどうか、また数値を計測する機械などはどのようになっているのかなど、わからない面も多々ございますが、戦略室で検討してまいります。

**[委員]**

今の意見に関連して、さらに湿度や朝・夕の気温も併せて表示したらどうか。湿度が低いということはカラッとした暑さで、都会にありがちなベトベト感がないというのはかなり重要なポイントである。また、朝・夕が涼しいというのも魅力的である。最低気温を表示するなどしてもよい。いずれにせよ、涼風を感じさせる工夫が必要である。

**[市]**

本日は、いろいろとご審議をいただきましてありがとうございました。  
以上を持ちまして、平成 24 年度第 1 回観光振興専門分科会を閉じさせていただきたいと思います。  
お疲れ様でした。