

# 「実践プロジェクト」 令和6年度実績と総括と今後の方向性

## 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 令和6年度の実施内容

#### ① まち歩きイベントを通じたまちなか消費拡大

- ・継続的に市街地の消費拡大を図るため、市街地周遊を促す拠点づくりを試行。民間事業者(R-DEPOT)と連携し常設の案内所兼観光拠点を開設した。
- ・路地裏などの「ディープな」スポット紹介を行う方針とし、裏路地パンフレットやお薦めスポットを紹介する「情報おみくじ」を実施。
- ・起点として、町歩きツアーを実施(夜の善光寺宿坊ガイド、夜の抹茶体験。食べ歩きチケット販売も併せて行った)。

■開設期間:10月～11月

■来訪者数:約1900人(1日35人程度)

■街歩きイベント参加者:計20人  
(2イベント開催)



▲写真キャプション

#### 〈課題・展望〉

- ・路地裏などのディープな情報を出すというコンセプトが伝わりにくい(ターゲットに届きにくい)
- ・「稼ぐ」には店舗連携やツアー催行が必要だが、継続性が確立していない。

#### ② 着地型コンテンツの販売促進による消費拡大

- ・昨年度作成したプロモーション動画を活用し、市街地の様々な体験等の観光商品の販売促進を実施(旅行博でのセールス、ネットでの動画活用、善光寺ワインツアーでの活用等)

#### 〈課題・展望〉

- ・引き続き既存コンテンツの磨き上げを行うとともに、動画を活用し、体験コンテンツのPRに努め、インバウンド等の顧客獲得につなげていく。

#### ③ 夜の楽しみ等のオプション提案による店舗・施設の消費拡大

- ・県立美術館が文化庁の伴奏支援を受けながら主催する、観光関係者による活用検討会に参加。美術館の活用方法や、市街地周遊を合わせた楽しみ方を検討。R6は周辺散策のモデルコースを作り、県観光サイトGoNAGANO、ながの観光net等に掲載を予定。

#### 〈課題・展望〉

- ・県立美術館はR6.9月に県美主催にて実施したワインイベントの発展やナイトミュージアム企画などを来年度検討しており、長野市でも連携していく。

### 3 総括と今後の方向性

#### ①市街地の観光拠点の支援と消費促進企画への協力

- ・開設した拠点、および拠点を軸としたイベントなどに関しては、民間事業者にて自立的に運営を継続する見込み。  
プロジェクトとしては、必要に応じて、さらなる誘客・消費拡大促進のためのコンテンツの実施に協力していく。

#### ②着地型コンテンツの磨き上げと販売促進

- ・引き続き既存コンテンツの磨き上げを行うとともに、動画を活用し、体験コンテンツのPRに努め、インバウンド等の顧客獲得につなげていく。

#### ③県立美術館との連携による楽しみ方の提案

- ・県立美術館と連携し、城山動物園などの周辺施設と合わせた周遊企画等実施し、回遊性を高め、滞在時間の延長を図る。
- ・引き続き、県美術館が主催するイベントへ協力し、善光寺エリアでの誘客を図る。

## 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 令和6年度の実施内容

### ① 宿泊客の滞在を伸ばすための体験コンテンツの充実・情報発信

#### 1) 戸隠・飯綱夏休みスタンプラリー

✓滞在中にできる体験を集約、期間中にスタンプラリーを行って景品を提供。

■体験提供数：31体験、12施設

■参加者：延べ6,700人、  
2箇所以上回ったのは884人



▲スタンプラリー告知バナー

〈課題・展望〉

- ・1ヶ月前からSNS等で告知したが、現地で知った人が大半。宿泊を伸ばす効果は限定的とみられるが、アンケート結果からも好評で滞在者の満足度向上には繋がった。
- ・もっと体験の数を充実させてほしいという意見が多く、コンテンツの掘り起こしや磨き上げが課題。

### 2) 冬のスキー客の滞在時間延長・宿泊促進

✓スキー客向けの観光商品(宿、飲食店など)を集約した冊子を制作。

・戸隠・飯綱高原+市街地で10,000部配布

✓スキー場PRイベントに出展

・戸隠スキー場を利用して長野市内に1泊以上宿泊した方を対象に飯綱高原エリア内のお買い物や飲食店で使えるクーポン券を配布。

■アンケート回答者：計1,445件

〈課題・展望〉

・体験の充実が課題だが、スキー客が滞在中にどのような観光コンテンツを求めているか、ニーズが充分把握できていない。

### ② 環境配慮型の観光地づくりの推進

・戸隠の「環境配慮型観光地」としてのブランディングを目的として、妙高戸隠連山国立公園10周年と連動したコンテンツを企画中。(地域内の環境配慮型の商品や宿・飲食店等の情報集約)



▲宿泊ガイド

## 3 総括と今後の方向性

### ① グリーンシーズンにおける既存宿泊客の滞在を伸ばす体験コンテンツ販促企画の実施

- ・R6実施内容をベースに継続してスタンプラリーを実施する。体験の数と品質を、宿泊日数を伸ばしなくなる水準に引き上げる。
- ・環境配慮型商品の開発支援・集約を行い、スタンプラリー内でのプロモーションに取り組む。
- ・飲食等も、特別優待等を打診しながら宣伝し、消費拡大につなげる。
- ・期間中の宿泊延長を目指し、事前の告知にさらに注力する。

### ② 戸隠・飯綱エリアにおける観光動向の基礎調査の実施

- ・本地域の観光客受入について、宿泊施設・観光関連事業者等へ聞き取りを行い現状把握を行うことで、観光客・地元事業者双方にとってより良い観光地となることを目指す。

### ③ 周辺地域と連携したプロモーションの実施

- ・周辺地域と連携を図りながら滞在中の体験コンテンツ等の情報発信を行うことでエリア内及び広域での周遊を促進する。

## 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

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事で、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 令和6年度の実施内容

#### ① ターゲットを絞ったEバイクコンテンツの磨き上げ

- ・ガイドツアー開発を試行してきたが、予約制では集客が見込めなかったため、「いつでも気軽に立ち寄ってすぐ楽しめる」コンテンツとしてEバイクの利用を増やす方向へ舵を切り、環境整備に着手した。
- ・インバウンドやスマートフォンを使いこなせる世代にターゲットを絞り、サイクリング用アプリを使ったコースを開発。  
■アプリの主な内容:サイクリングマップ、コース、各スポットの写真、そこで楽しめるコンテンツ情報



▲戦国タイムスリップコース:典厩寺

#### 〈課題・展望〉

- ・基盤は整ったが、今後はターゲットに訴求するEバイクの楽しみ方提案が必要。

#### ② 文化財を活用した飲食等コンテンツの開発・販売(真田家プレミアムバスツアー)

- ・昨年度のツアーをブラッシュアップし継続開催。真田邸での食事、長國寺御霊屋内陣の拝観など、特別な体験を提供。

- 日 程:10/25、11/7、8  
計3日開催
- 参加者:3日間の合計で41人  
(去年より19人増)



▲長國寺御霊屋のガイドの様子

#### 〈課題・展望〉

- ・早めの宣伝、市外(東京名古屋関西)を含めて上田市・沼田市など真田ゆかりの自治体へのチラシ配布拡大が奏功して集客できているが、宣伝費を100%実践プロジェクト予算から拠出している。
- ・ツアーの評価は高いが、民間で自立的に実施できる目途が立っていない。

### 3 総括と今後の方向性

#### ① インバウンド/若者向けEバイクコンテンツの魅力発信

- ・インバウンド向けに、歴史、侍文化を楽しめる内容、スマートフォンを使いこなせる世代にターゲットを絞り、インスタ映えする景色などを提案し、レンタル利用客増加を図る。
- ・メルキュール長野に宿泊したインバウンド客に、山之内(スノーモンキー)へ行く前後で松代滞在を楽しんでもらうなど、ホテル連携の誘客を企画。

#### ② 真田家プレミアムバスツアーの継続開催

- ・主な顧客層である高齢の歴史好きへの効率的な宣伝を企画。費用を抑え、かつ今後の継続的な集客につながる方法を模索する。
- ・開催時期や回数の増加を検討する。

#### ③ 松代真田家400年の歴史体験コンテンツプロモーション

- ・本年度開発したコンテンツを地元ホテルと連携しプロモーションを行う。ツアーが恒常的に開催されるよう、旅行会社への売り込み等を通じて販路開拓を図る。

## 中山間地 山間部の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 令和6年度の実施内容

#### ① 渓流釣りをテーマとした消費・滞在の拡大

・鬼無里、戸隠をフィールドとした「渓流釣り（テンカラ釣り）」ツアーを実施し、鬼無里地区で先行しながら他の中山間地へも横展開を図っている。

- 鬼無里ツアー：参加費4,500円  
参加者30人
- 戸隠ツアー：参加費4,800円  
参加者29人

・渓流釣りの今後の開催にも活用するため、「ライフジャケット」「竿」などの備品を購入した。



▲鬼無里 渓流釣り体験会

#### 〈課題・展望〉

・中山間地ではプレイヤーが少なく、継続的な商品販売が課題。今回開催した事業者「まみず」が軸となり、いかに販売を継続・展開できるかを模索していく。

#### ② ワインツーリズムのコンテンツ開発

- ・市内で篠ノ井有旅、信州新町、浅川でワイナリーが完成したこと契機にワインツーリズムによる誘客・周遊を研究
- ・関係者とコンテンツ開発に向けた協議を実施した。  
※宿泊施設とワイナリー農家



▲信州新町 ワインぶどう畑

#### ③ フォトクイズ実施による周遊促進

「フォトクイズin鬼無里&大岡」

- 開催内容 利用者がクイズで指定されたポイントの写真を撮影することで周遊を促した。
- 開催期間 8月1日～8月31日
- 参加者 80人

### 3 総括と今後の方向性

#### ① 渓流釣りをテーマとした消費・滞在の拡大

- ・渓流釣りツアーは継続的に開催。
- ・地元の飲食・宿泊事業者、道の駅等との連携を進め、宿泊プランをつくることを目指す。
- ・茅葺の民泊などを活用し、中山間の暮らしを体験できる内容を模索する。インバウンド客も想定し、訴求できる体験コンテンツの開発に向け研究する。

#### ② ワインツーリズムのコンテンツ開発

- ・長野市内のワイナリーを巡るツアーを開発し、プロモーション・販売を実施する。