

長野市観光振興計画

令和4年度－令和8年度

長野市

目次

第1章	はじめに	1
第1節	計画策定の趣旨.....	1
第2節	本計画の位置づけ.....	2
第3節	本計画の期間.....	2
第2章	観光振興の目的及び方針	3
第1節	世界・日本・長野市の観光動向.....	3
第2節	観光振興の目的.....	8
第3節	観光振興の基本方針.....	11
第3章	観光振興政策	13
第1節	計画実施の考え方.....	13
第2節	計画の指標.....	13
第3節	計画の構造.....	15
第4章	計画のマネジメント	17
第1節	観光振興年次計画による事業の推進.....	17
第2節	指標・目標値による計画の進捗管理.....	18
第3節	評価実施・計画改善のタイミング.....	18
第4節	計画推進における各主体の役割.....	19
第5章	重点政策	20
第1節	重点政策の考え方と構造.....	20
第2節	重点政策体系.....	21
第3節	重点政策の内容.....	22
	重点政策1：地域資源を最大限活かした誘客.....	22
	重点政策2：長野市の魅力を活かしたインバウンド*の推進.....	26
	重点政策3：オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致.....	28
	重点政策4：快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築.....	30
第6章	地区別方針	32
第1節	地区別方針の考え方及び設定地区.....	32
第2節	実践プロジェクトの概要.....	34
第3節	各地区の地区別方針及び実践プロジェクトの内容.....	35
	地区別方針1：善光寺・中心市街地.....	35
	地区別方針2：戸隠・飯綱高原.....	36

地区別方針 3 : 松代	38
地区別方針 4 : 中山間地域	39
< 資料編 >	40
■ 長野市観光振興審議会委員名簿	40
■ 策定に係る審議状況	41
■ 市内の主な観光資源	42
■ 用語の解説	43

〈用語について〉

本文中で「*」を付けた用語は、巻末に用語集として説明を掲載していますのでご参照ください。
なお「観光コンテンツ」「コンベンション」については頻出しますので、それぞれ初出時にのみ「*」
を付けてあります。

第1章 はじめに

第1節 計画策定の趣旨

令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、多くの国で海外渡航制限等の措置が敷かれ、国内においても旅行控えや外出自粛の影響等により観光需要が激減しました。

長野市においても、今後、観光需要が回復する局面を見越し、戦略的に観光振興を進めていくことが求められています。

一方で、昨今の新型コロナウイルスの感染拡大、災害の激甚化など次々と想定外の出来事が起こり、不確定で変化の読めない時代が訪れています。

このような時代の観光振興は、戦略的・計画的に進めつつも、それら様々な情勢の変化に柔軟に対応でき、危機から迅速に回復できる力を地域として身に付けていくことが必須といえます。

そのためには、観光に関わる人々と観光振興を通じて何を目指しているか（Why）を共有するとともに、Whyを実現するために何を（What）していくかを一人ひとりが考え、実行していくことが求められます。

そこで、長野市観光振興計画を策定し、観光振興を通じて実現したい長野市の姿を示すとともに観光関連事業者、市民・地域、行政がそれを着実に実現していくための基本的な考え方や実施すべきことを取りまとめます。

第2節 本計画の位置づけ

本計画は「第五次長野市総合計画」の個別計画であり、それに示される観光振興施策をより具体化・実現化するために策定しています。また、「長期戦略 2040*」等、その他諸計画と連携・調整を図ります。

①第五次長野市総合計画（平成29年度～令和8年度）における観光振興の方針

政策1：魅力を活かした観光の振興

施策1：豊富な観光資源等を活かした観光交流促進

施策2：インバウンド*の推進

施策3：コンベンション*の誘致推進

②長期戦略 2040*のビジョン

本市の2040ビジョンとしては、「自然の循環と経済の発展を両立させる、長野らしい、世界に誇る「産業」創造で、平均所得を倍増する」としています。観光分野におけるビジョンは、「観光による経済循環を創造し、住民にも、訪問者にも、地球にも優しい形で、世界に誇る持続可能な観光先進都市を実現する」としています。

第3節 本計画の期間

計画期間は令和4年度（2022年度）から令和8年度（2026年度）までの5年間とします。

第2章 観光振興の目的及び方針

第1節 世界・日本・長野市の観光動向

1 世界の観光動向

成長傾向の世界の観光市場。キーワードはサステナブル「Sustainable」

観光振興の世界的な潮流は、観光における「持続可能性（サステナブル/Sustainable）」の担保です。

国連世界観光機関(UNWTO)では、持続可能な観光について次のように定義しています。

持続可能な観光とは

「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」

このようにこれからの観光振興は、「今」だけではなく、「未来」を視野に入れ行っていくことが求められています。

また、国連は2030年までの持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals、以下SDGs)として17のゴール掲げ、観光分野においても目標達成に取り組むことが求められています。

2 日本の観光動向

観光消費額は微増傾向。訪日外国人旅行者の比率が増加

新型コロナウイルス感染症拡大前の観光動向を中長期的にみると、国内における旅行消費額は増加しています。日本人旅行者数が順調に推移するとともに、訪日外国人旅行者による旅行消費額が増加傾向であるためです。

今後の動向は不透明で感染状況にもよりますが、消費者の様々なニーズに応えることで観光市場自体は拡大するものと見られています。

図表 1 日本国内における旅行消費額



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

※「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年は4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査が中止となったため、令和2年1-3月期の全国調査の結果を用いた試算値

脱炭素*化。環境配慮型観光は必須条件に

パリ協定の採択・発効など、地球温暖化対策の必要性は世界的に高まる中、令和2年10月、日本政府としても、2050年までのカーボンニュートラル*を宣言しました。このように持続可能な観光地を目指すうえにおいても脱炭素*・脱プラ*などをはじめとし、地域の観光のあり方を環境配慮型に転換していく必要があります。

新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルス感染拡大防止に向けては、3密（密集、密接、密閉）の回避やソーシャルディスタンスなど、新たな生活様式が求められ日常生活に大きな影響を与えています。

観光に対する影響を見てみると、観光客が激減する一方で、アウトドアツーリズムやオンラインツーリズム*、ワーケーション*など新たな観光スタイルが生まれ始めています。

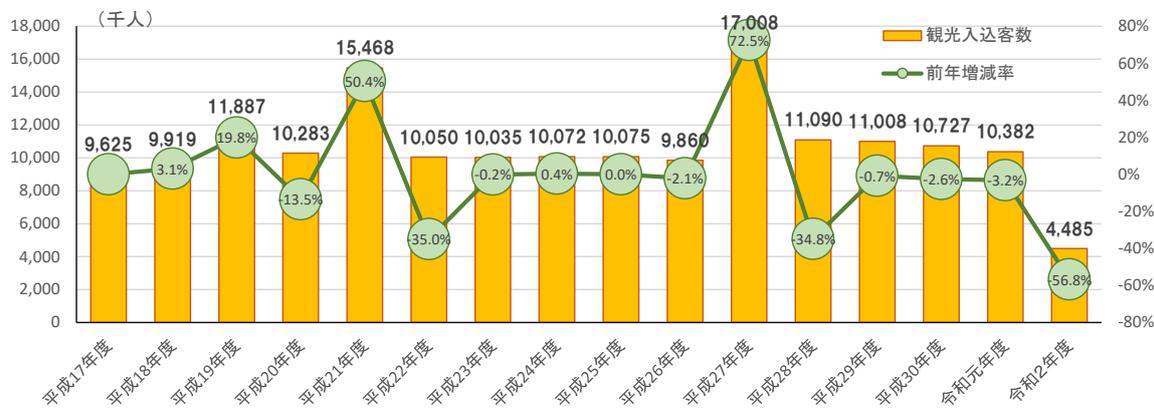
今後、新たな観光スタイルに対応していくことが観光産業には強く求められています。

3 長野市の動向

中長期的に本市の観光市場は横ばい

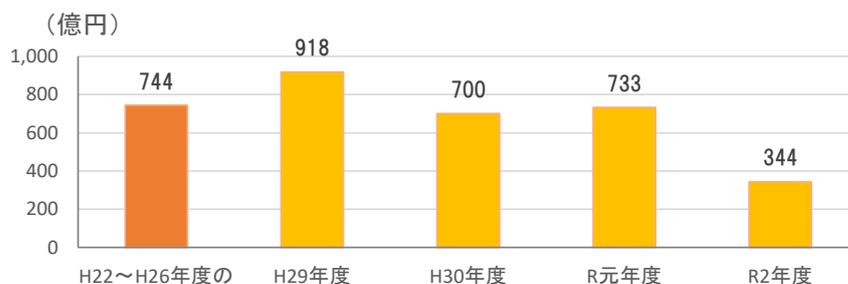
観光入込客数及び経済波及額など本市の観光の規模はおおむね横ばいで推移しています。しかし、令和2年度は新型コロナウイルスの影響を大きく受け、観光入込客数は半減しています。

図表 2 観光入込客数の推移



出典：長野市

図表 3 経済波及額の推移

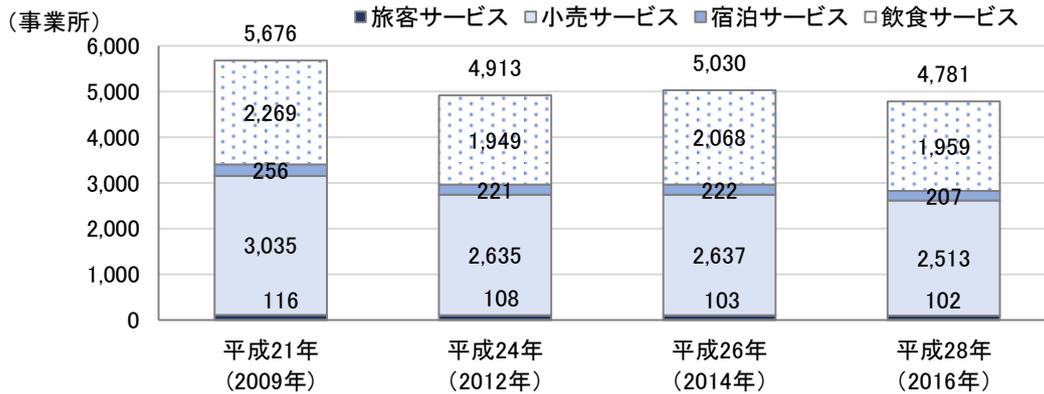


出典：長野市

中長期的に観光関連事業所数が微減

観光関連産業（宿泊、飲食、小売、旅客サービス）の事業所数は、近年は減少傾向にあります。観光客にサービスを提供するのは事業所です。事業所数の減少は本市の観光の弱体化に直結します。新規参入するに足る魅力的な観光市場を形成し、観光関連事業所同士が切磋琢磨し、よりよいコンテンツやサービスが生まれる地域にしていく必要があります。

図表 4 市内観光関連事業所数の推移

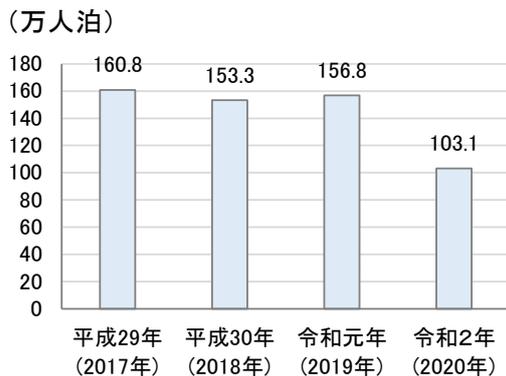


出典：総務省・経済産業省「経済センサス基礎調査」「経済センサス活動調査」

総宿泊者数は横ばいで推移。外国人宿泊者数は一貫して増加傾向

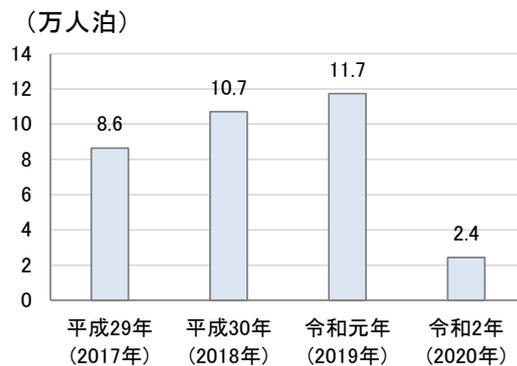
コロナウイルス感染拡大前の、総宿泊者数は、平成 29 年から平成 30 年は 4.7%減少しましたが、平成 30 年から令和元年にかけて 2.3%増加するなど、増減しつつ、横ばいで推移しています。外国人宿泊者数においては、平成 29 年から令和元年まで一貫して増加し、インバウンド*は好調に推移してきました。

図表 5 長野市総宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表 6 長野市外国人宿泊者数の推移

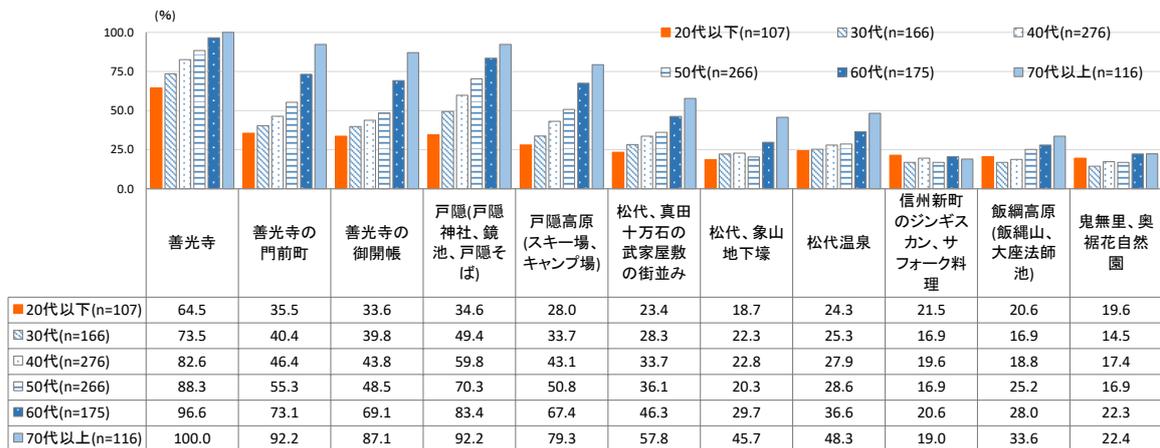


出典：長野県「外国人延宿泊者数調査」

若者世代における市内観光資源の認知度が低い

市内観光資源の認知度を年代別にみると、60代以上のシニア層の認知度が高く、その層に支えられています。20代以下と70代以上の認知度の差をみると、「善光寺の門前町」「善光寺の御開帳」「戸隠」「戸隠高原」でその差が大きくなっています。5年後、10年後の未来への投資としてのZ世代*をはじめとする若い世代に対する誘客促進及び「ファン化」が重要です。

図表 7 年代別にみる長野市の観光資源の認知度



出典：長野市観光に関する Web アンケート調査（令和3年度）

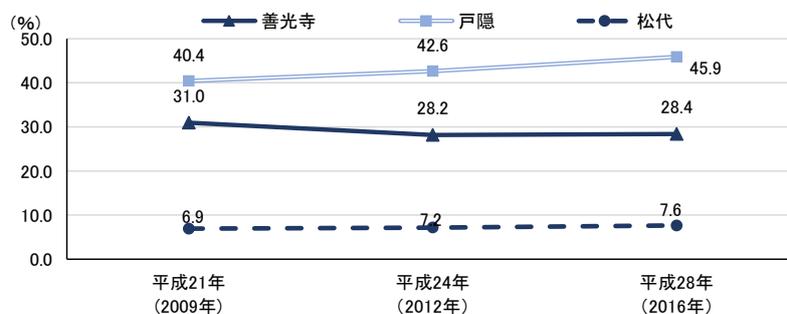
地域の観光の成熟度に合わせた支援が必要

長野市の入込客数の推移を見ると長期的に概ね横ばいで推移しています。しかし、地域別に見ると、中長期的に飯綱高原、戸隠高原は増加傾向、一方、松代、豊野、鬼無里などは減少傾向となっており、地域によって傾向が異なります。

また、前計画では、長野市の民間事業者、地域団体等が主体的に観光に関わる体制を構築するために、善光寺、戸隠、松代で「長野市観光振興計画アクションプラン作業部会」を組織し、当該地域における重点的な振興テーマを定め、それを達成するための実践活動を行いました。その結果、各地域の団体・事業者を発掘し、地域資源を活かした観光コンテンツ*が生まれるなど一定の成果を上げることができました。しかし、地域の観光の成熟度や参加者のビジネスモデルの違いにより、アクションプランの進捗には大きな地域差が見られました。

このことは地域の実情に合わせた観光振興策が求められていることを示しています。

図表 8 地域別 宿泊・飲食事業所の割合の推移



出典：総務省・経済産業省「経済センサス基礎調査」「経済センサス活動調査」

4 各地域の現状

善光寺・中心市街地：観光入込客数は堅調に推移。長野市の観光の顔として、経済・集客力をさらに向上していくことが重要

- ・善光寺界隈の観光入込客数は、平成 28 年度～令和元年度は 600 万人台を維持し、本市で最も集客力があるエリアとなっています。善光寺の認知度は 82.6%（令和元年度）であり、市内観光資源の中でも最も高くなっています。
- ・善光寺界隈の全事業所に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合は 28.4%（平成 28 年）であり、主要な産業となっています。
- ・県立美術館がリニューアルし、新たな魅力が加わる中、善光寺・中心市街地での滞在、周遊をさらに促していくことが必要です。

戸隠：繁忙期における交通渋滞が見られる。長野市の観光先進地として持続可能な観光を実現していくことが重要

- ・戸隠高原の観光入込客数は、平成 28 年度～令和元年度は 130～160 万人台を維持しています。繁忙期においては交通渋滞が課題となっています。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた令和 2 年度においても 102 万人の観光入込客数があり、他地域と比較し前年度からの減少率が低くなっています。
- ・来訪者の満足度は 56.4%（令和 2 年度）と高い水準を維持しています。
- ・全事業者に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合は 45.9%（平成 28 年）であり、年々その割合は高まっており、地域経済を支える重要な産業となっています。

松代：大河ドラマ「真田丸」以降、観光入込客数がやや減少傾向である。宿泊客数を増やしつつ、まちなか周遊を促していくことが必要

- ・大河ドラマ「真田丸」の放映で平成 28 年度の観光入込客数は大きく増加しましたが、それ以降はやや減少傾向です。
- ・全事業者に占める宿泊・飲食サービスの事業所の割合は 7.6%（平成 28 年）と低い状況であるため、宿泊客数を増加させ、多くの観光客がまち中を周遊する状態を創出することで、観光事業者を増やしていくことが重要です。

中山間地域：観光コンテンツ化するための資源の磨き上げが必要。まずは、一つひとつコンテンツを作り上げることが優先。その後そのコンテンツをつなぐことで、徐々に観光振興を進めていく

- ・道の駅や宿泊施設等の市有観光施設が集客の拠点となっています。
- ・その地域ならではの体験（収穫体験等）を活用し、小規模の誘客でも、満足度の高いコンテンツの構築を目指していくことも必要です。
- ・現在、道の駅等を起点に、中山間地域を巡るサイクリングコースを設定し、サイクリングマップを作成しています。今後、E バイク等を活用し、各コンテンツをつなぐことで、より広い客

層に中山間地域を楽しんでもらえるように取り組んでいくことが必要です。

5 まとめ

観光を取り巻く状況は非常に大きく変化しました。今後の本市の観光振興はこの変化に柔軟に対応し、誘客を図るための政策に変化させていく必要があります。

持続可能性などを求める新しい観光の潮流を踏まえつつ、ウィズコロナ、アフターコロナを見据え、かつ、本市の各地域の成熟度に合わせた観光振興策の立案が必要です。

第2節 観光振興の目的

1 観光振興により目指すこと

観光は、本市に人を呼び込みます。人が訪れ、交流することで、地域に活気が生まれ経済も活性化します。本計画では観光振興を通じて、**観光消費を増加させ「地域経済の活性化」や「地域コミュニティの活性化」に寄与します。**

重要なゴール「地域経済の活性化」への寄与とは

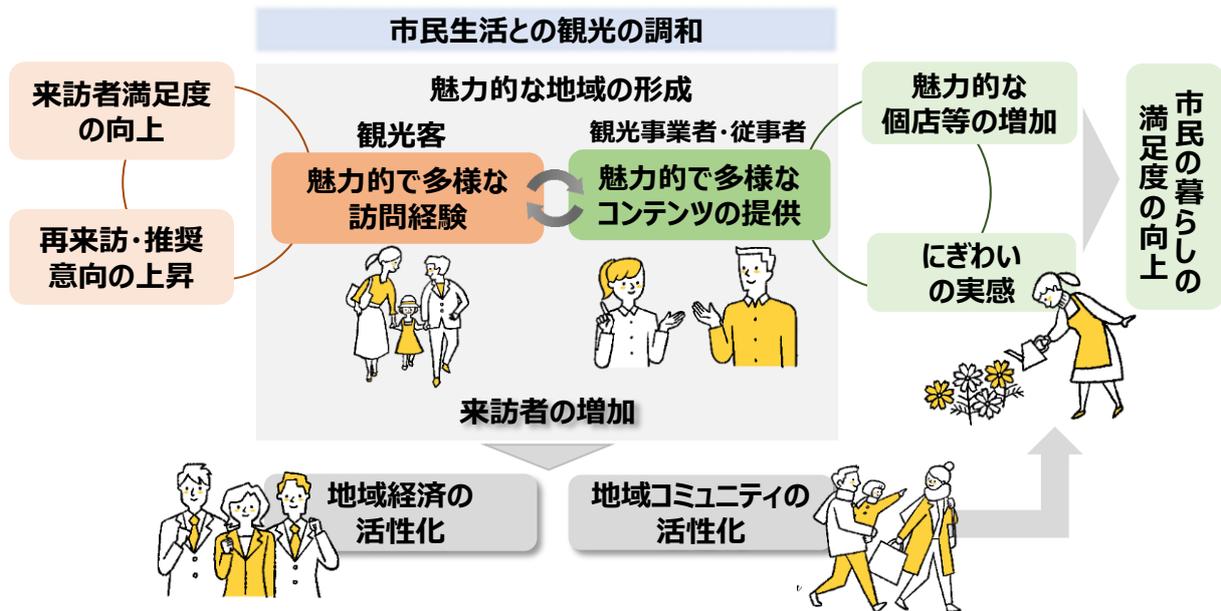
地域経済の活性化への寄与とは、地域資源を活用した財やサービス（以下、観光コンテンツ）を観光客に提供することを通じて、外貨を稼ぎ、地域内の循環を高め、雇用を確保していくことを意味します。

重要なゴール「地域コミュニティの活性化」への寄与とは

観光は地域の魅力を地域外の人々と分かち合う機会でもあります。観光客が長野市を知り、訪れ、関わり、好きになり、そして、地域と関わり合うような、観光客と「つながり」をつくり、地域コミュニティの活性化に寄与する観光振興政策を立案します。

2 長野市における観光振興の基本的な考え方

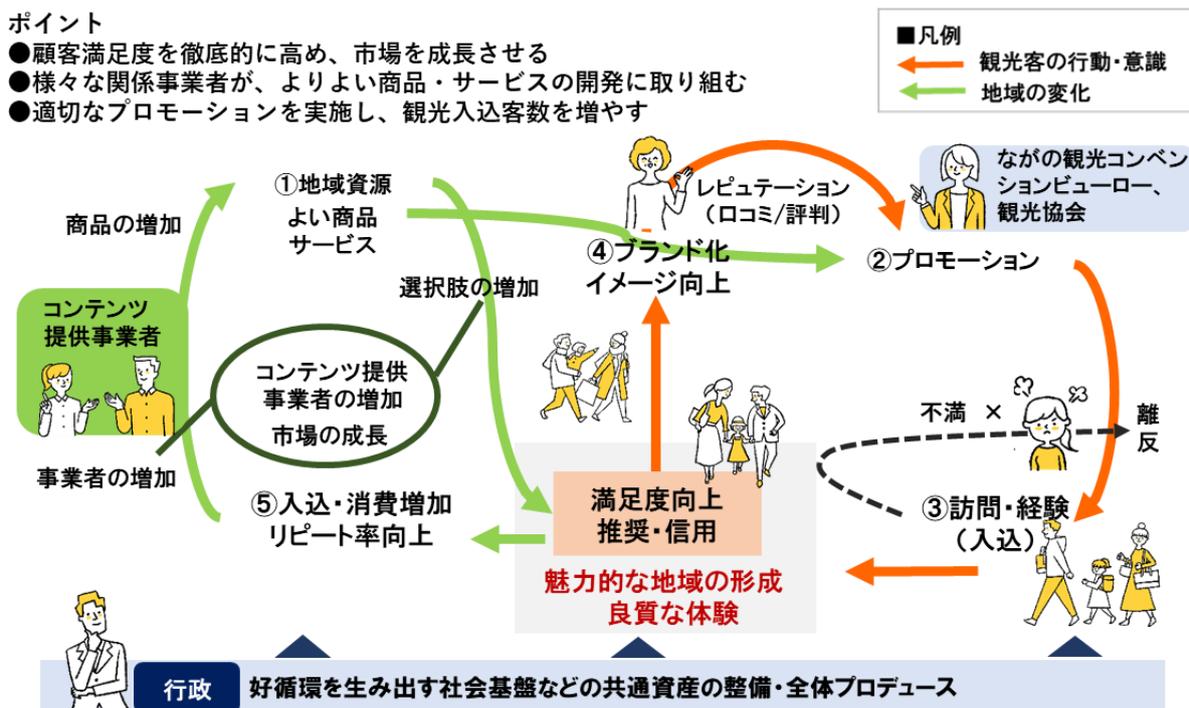
これからの観光振興は「ただ、人が来ればよい」という考え方で実施する時代ではありません。自然環境への負荷を最小限に押さえ、市民生活と調和し、経済の活性化につながる観光振興が求められます。そこで、長野市の豊かで美しい自然が維持され、市民生活との調和が図られた「魅力的な地域」を本市に形成することを目指し、計画を推進していきます。



3 持続的に成長していく観光産業の実現する好循環構造の構築

少子高齢化などにより国内観光市場は縮小していくことが見込まれ、国内外の新たな客層の開拓、リピーターの確保などが必須となります。そのためには、地域資源を活かした長野市ならではの体験を、個々の観光客に適した形で提供していくことが求められます（図表 9 参照）。

図表 9 成長し続ける観光産業の好循環モデル



この好循環を維持するうえで重要になるのは、観光客の満足度です。

魅力的な地域のモノやコトを消費し、満足することで、再訪問、再購入、関連消費の増加などにつながります。

また、市場の成長は、新たな観光関連事業者の参入を促します。それにより、よりよいコンテンツが生まれ、観光客の選択肢を増やします。それがまた、さらに満足度を高め、結果として地域に対する良好なイメージが形成され、地域がブランド化していきます。

このように形成されたブランドや地域資源を適切に管理し、口コミ、評判をマネジメントすることで新しく訪れる観光客を増やすことにつながります。

観光振興計画では、市民生活との調和と地域持続可能性の担保といった方針を踏まえつつ、この好循環を形成するための施策を実施します。

第3節 観光振興の基本方針

これからの観光振興は長期的な視点を持ち、地域の観光産業やコミュニティ、自然環境など様々な分野において「持続可能性」を意識して取り組んで行く必要があります。それを踏まえ、「観光振興の基本方針」を以下の8点とします。

1 持続可能を担保した観光産業への転換

今後の観光政策は、SDGsへの対応や環境負荷の低減（地域資源の保護、ゴミ0、公共交通の活用等）、地域社会への貢献などがこれまで以上に求められるようになります。それらを可能にするための様々な取り組みを関係機関と連携して行います。

2 新たな観光スタイルに対応した観光への転換

環境問題への意識の高まりや新型コロナウイルスの影響などにより、消費者の観光スタイルに変化が見られます。例えば地方で働きながらバケーションをとるワーケーション*や3密を避けるためのアウトドアツーリズム、サイクルツーリズムなどが注目されつつあります。

そこで、本市の地域資源を活用し、新たな観光スタイルに対応する「長野ならではの」観光コンテンツ開発を進めます。

3 人と人とのつながりを大切にした「ながのファン」づくりの強化

地域の人材は「長野ならではの」を演出するうえで非常に重要なアクターと言えます。「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」のいずれのプロセスにおいても、観光客と地域人材との「つながり」を生み出し、「ながのファン」との関係性を強化します。

4 Z世代*など若者への観光需要の喚起

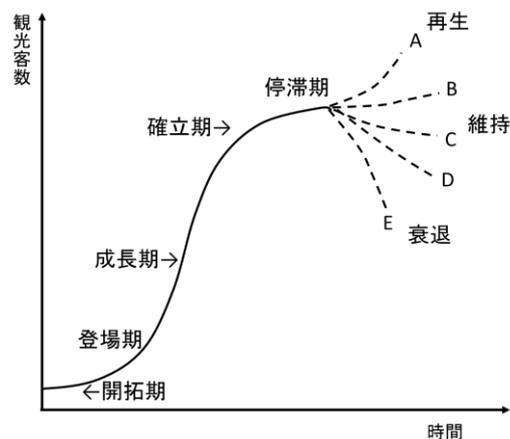
本市観光資源の認知度はシニア層に支えられています。一方で若年層の認知度は低く、課題と言えます。

そこで、Z世代*や若いファミリー層などの若者世代の観光需要を獲得するため、ソーシャルメディア等を活用するとともに、若者向けのコンテンツ開発を積極的に行っていきます。

5 地域の成熟度に合わせた観光振興

地域における観光の成熟度は様々であり、当該地域が「図表 10」のどこに位置しているかによって取組み内容の力点が変わってきます。そこで、「地区別方針」としてまとめることで、地域の実情に適した振興を図ります。

図表 10 観光振興において観光地の成熟度に合わせた取組みの必要性



出典： R.W.Butler(1980)より表現を一部分かりやすく編集した

6 インバウンド*の回復を見据えた環境整備

外国人観光客が再び日本を訪れるようになるにはしばらくかかると言われています。この期間を活用し、ウィズコロナ、アフターコロナに求められる新しいコンテンツづくりと、受入環境整備を行い、ターゲットに届く方法で情報発信を行います。

7 DX（デジタル・トランスフォーメーション）*の推進による観光サービスの提供

AI やビッグデータなどを活用して、マーケティングデータを収集し、「ながのファン」づくりに活かすとともに、ニーズに即した顧客目線での快適で魅力的な観光サービスの提供を行います。

8 災害やコロナなど情勢の変化に対応した観光地づくり

観光は災害やコロナ、国際政治情勢などの外部環境に大きな影響を受けます。観光を安定的に収益が上げられる産業にするため、災害後の適切な情報発信などの観光地としてのリスクマネジメントを強化します。

第3章 観光振興政策

第1節 計画実施の考え方

今、社会は、不確実で変化の読めない時代になりつつあります。このような時代においては、状況に対して柔軟に対応しながら観光振興を進めていくことが求められます。

そこで本計画においては、次の5年間においてどのような時代の変化があらうと、観光を振興するうえで重要であり、必須な政策を記載します。

そのうえで、毎年度実施する具体的な事業については、その時の状況を踏まえて、「年次事業計画」を策定し、その中に記載していきます。このようにすることで時代の変化・状況に迅速に対応しながら観光振興を進めていきます。

第2節 計画の指標

本計画が目指すゴールは、**観光消費を増加させ「地域経済の活性化」や「地域コミュニティの活性化」に寄与すること**です。ゴールへの到達度を示す指標は前計画を引き継ぎ、設定します。

なお、これらの指標は観光関連事業者、ながの観光コンベンションビューロー（以下、「ビューロー」という。）、各観光協会、市のそれぞれがそれぞれの役割を果たすことで達成されます。観光関連事業者が良質なモノやサービスを生み出し、それらを観光コンテンツ化することで、人が訪れ、消費が促され、経済が活性化します。観光関連事業者とビューローや各観光協会、市が連携し、取り組むことで、成果指標の達成を目指します。

図表 11 成果指標一覧

・経済波及額、消費額、宿泊者数、入込客数

		基準値 *1 (平常年)	目標設定の 考え方	R4年度 (ご開帳)	R5年度	R6年度 (中間年の目標)	R7年度	R8年度 (最終年の目標)
観光による地域への 経済波及額(億円)		784	一人当たり観光消費額・観光入込客数の伸び率に準じて上昇	1,008	645	807	823	839
一人当たり観光消費額 (円)	全体	11,991	基準値をベースに最終年度で5%上昇	12,111	12,231	12,351	12,471	12,591
	宿泊客	20,280		20,483	20,686	20,888	21,091	21,294
	日帰り客	6,621		6,687	6,753	6,819	6,885	6,952
市内宿泊者数	総宿泊者数 (千人)	1,570	中間年度で基準へ回復、以降最終年度までに2%上昇	*2 1,414	1,390	1,570	1,585	1,601
	外国人宿泊者数(人)	103,599		50,762	77,181	103,599	104,635	105,671
観光入込客数(千人)	全市	10,706		*2 13,629	8,632	10,706	10,813	10,920
	善光寺	6,436		*2 10,945	5,156	6,436	6,501	6,565
	戸隠	1,482	1,176	1,329	1,482	1,496	1,511	
	松代	545	328	436	545	550	556	

*1 基準値は、平成 29～令和元年度を新型コロナの影響のない平常年と捉え、この期間の平均値とした。

*2 R4 年度の指標のうち「総宿泊者数」「観光入込客数(全市および善光寺)」については、同年に善光寺御開帳が予定されていることから、前回(平成 27 年)の御開帳時の増加分を加えた(宿泊客数は平成 23～26 年の平均値と平成 27 年の差であった 203 万人、入込客数は御開帳参拝客総数であった 707 万人をそれぞれ加えた)。

・満足度、認知度、リピート率、コンベンション等参加者

		基準値 *3 (R2年度)	目標設定の考え方	R8年度 (最終年の目標)
各地域の 満足度(%)	全市	49.7	最終年度までに10ポイント上昇	59.7
	善光寺	46.1		56.1
	戸隠	56.4		66.4
	松代	46.1		56.1
市内観光資源の 認知度(%)	善光寺	84.9	最終年度に90%	90.0
	戸隠	65.5	最終年度に75%	75.0
	松代	37.0	最終年度に50%	50.0
リピート率(%)		61.3	最終年度までに10ポイント上昇	71.3
コンベンション等参加者(人)		10,220	最終年度に12万人	120,000

*3 基準値は令和 2 年度の値とした。

第3節 計画の構造

目標達成に向け、本計画では、「重点政策」、「地区別方針」、「実践プロジェクト」の3つで構成する事業を実施していきます。以下に計画の全体像を示します。

市民生活との調和を図りながら魅力的な地域を形成することで、観光消費を増加させ、「地域経済」や「地域コミュニティ」の活性化につなげる

重点政策1：地域資源を最大限活かした誘客

- 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
- 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興
- 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり



地区別方針	善光寺	戸隠飯綱高原	松代	中山間
実践プロジェクト	まちなか周遊促進	長期滞在型観光の実現 アウトドア観光推進	宿泊客のまちなか周遊	スローツーリズムの推進

重点政策2：長野市の魅力を活かしたインバウンドの推進

- 2-1 長野市の特長的な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備
- 2-2 ターゲットに届く効果的な情報発信

重点政策3： オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致

- 3-1 コンベンション誘致の強化
- 3-2 地域資源を活かしたフィルムコミッション等の誘致



重点政策4： 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築



- 4-1 DXの推進による快適な滞在環境の構築
- 4-2 災害に強い観光都市基盤の構築

①重点政策

重点政策は、この5年間で重点的・優先的に取り組む「1 地域資源を最大限活かした誘客」、「2 長野市の魅力を活かしたインバウンド*の推進」、「3 オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致」、「4 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築」の4本で構成されています。

②地区別方針

多様な地域を有する長野市においては、重点政策を全地域画一的に進めていくことは最適ではありません。特に、重点政策「1 地域資源を最大限活かした誘客」に関しては、地域の状況に応じて適切に進めていくことが求められます。そこで、地域毎の方針（地区別方針）を設定し、当該地区の状況に応じた最適な政策推進を図ります。

地区別方針を設定するエリアは、「善光寺・中心市街地」「戸隠・飯綱高原」「松代」「中山間地域」とします。なお、前計画期間中に飯綱高原スキー場が廃止され、新たに「森の駅 Daizahoushi」が整備されるなど、地域の状況が大きく変化しつつあることから、「飯綱高原」を加えるものとします。

③実践プロジェクト

重点政策「1 地域資源を最大限活かした誘客」及び地区別方針を踏まえ、ビューローが主体となって、地区の観光関連事業者の支援を通じて、観光コンテンツを開発し、魅力的な地域づくりを実践するプロジェクトを「実践プロジェクト」と称し、実施します。実践プロジェクトを通じて、観光コンテンツ開発等を具体的かつ強力に推し進め、地域経済の活性化に寄与します。

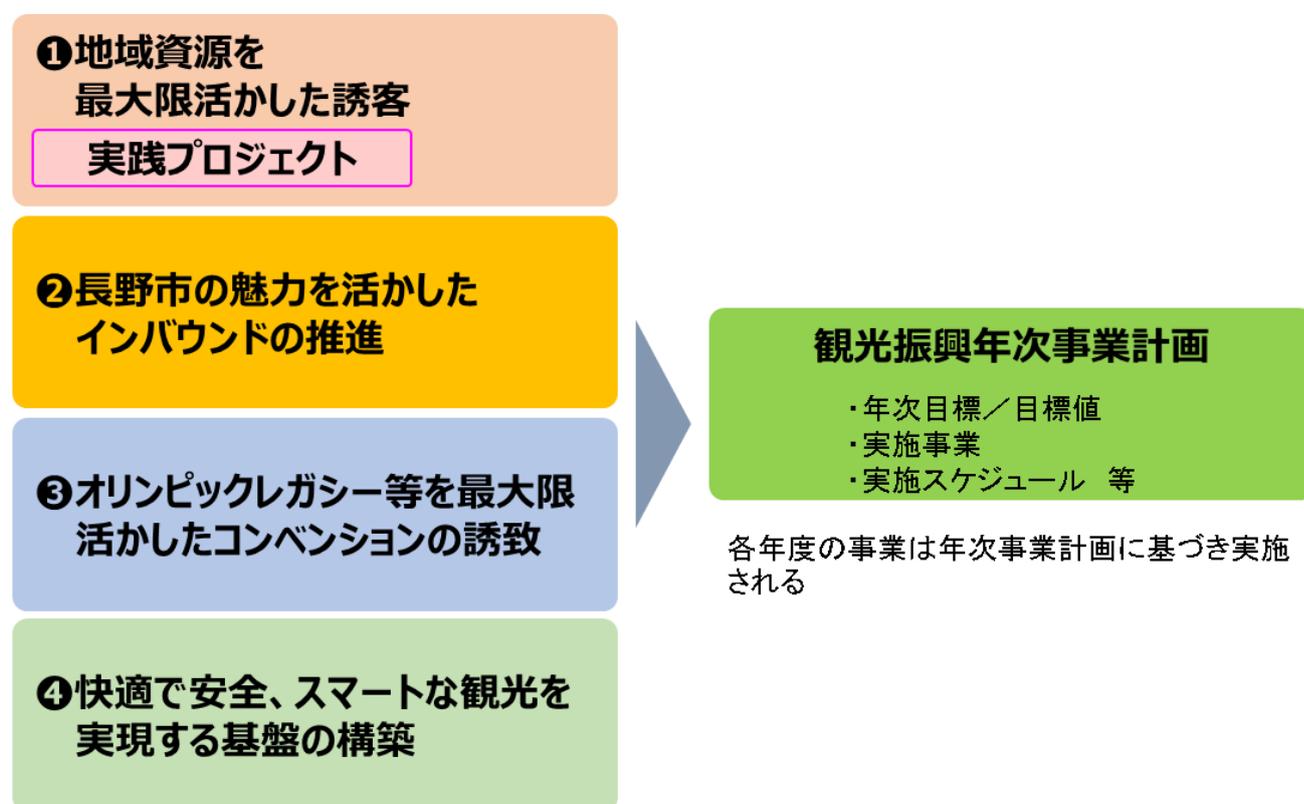
第4章 計画のマネジメント

第1節 観光振興年次計画による事業の推進

重点政策の4つの柱に基づき、毎年度、各重点政策において何を実施するかを観光振興年次計画にまとめます。

年次事業計画は、毎年度、ビューロー及び各地区の観光協会とともに、長野市が取りまとめ、実施します。

年次事業計画においては当該年度の事業目標及び目標値、それを実現するための具体的な事業、実施スケジュール等を記載します。



第2節 指標・目標値による計画の進捗管理

計画を適切に推進し、成果を導出するために、以下に2つの指標・目標値を設定し、計画をマネジメントします。

1 最終成果（ゴール）の進捗管理：最終成果指標の設定

本計画で目指している最終成果である地域経済の活性化などへ、観光がどの程度寄与しているかを測定するため、P14に記載したように最終成果指標を設定し、毎年度評価・検証を行います。

2 毎年度の活動の管理：年次事業計画における進捗管理指標の設定

年次事業計画の進捗をマネジメントするため、年次の目標及びそれを代替する目標値を設定します。目標及び目標値は年次事業計画策定時に設定するものとします。

第3節 評価実施・計画改善のタイミング

計画の進捗管理及び改善は長野市観光振興審議会において実施します。

政策目標値の評価・検証は毎年度10月頃までに実施し、その結果を踏まえ、次年度の年次事業計画の重点目標や事業の実施内容等の見直しを行います。

評価は毎年3月頃に実施し、その結果を次年度の年次事業計画に反映させます。なお、後述する実践プロジェクトにおける成果指標についても年次事業計画と合わせて評価を行い、プロジェクトの改善につなげるものとします。

第4節 計画推進における各主体の役割

観光関連事業者、ビューロー、各観光協会、長野市が計画の目的・目指すことを共有し、連携しながら計画を進めていきます。また、計画の目的を達成していくために、各主体が以下のような役割を持ち、年次事業計画に取り組んでいきます。

図表 12 各主体の役割分担

主体	主な役割
観光事関連業者	・観光客が満足するモノやサービスの開発と提供
長野市	・全体プロデュース、マネジメント ・社会基盤などの共通資産の整備（ハード・ソフト） ・本計画の進捗・管理・改善 ・年次事業計画の企画、策定及び実施の管理
ながの観光 コンベンションビューロー （全市）	・プロモーション ・コンテンツ開発におけるコーディネート ・口コミ、評判のマネジメント →観光客、ビジネス客との適切なコミュニケーション ・年次事業計画の策定及び実施
各観光協会（各地域）、 ながの観光コンベンション ビューロー（市街地）	・地域内での目指す姿の共有（地域内の合意形成の促進） ・プロモーション、マーケティング、コンテンツ開発 ・各地域における年次事業計画の策定及び実施

加えて、観光客や地域、市民にも適切に情報を提供し、観光が本市の経済や市民生活、自然環境に与える影響に対して意識を向けてもらうよう働きかけます。

観光客には、地域コミュニティへの配慮、感染症対策を徹底、自然環境への負荷低減を意識するなど、持続可能で安全な観光地づくりに向けた行動を促します。

地域や市民には、自分たちが暮らす地域に関心を持ち、次世代につなげることにに対して意識を持つとともに、おもてなしの心で観光客に接することを促進します。

図表 13 観光客、地域・市民の役割

主体	主な役割
観光客	・地域コミュニティに対する理解と共感（配慮、感染対策の徹底 等） ・自然環境へ負荷をかけない観光行動
地域・市民	・自分たちが暮らす地域に関心を持ち、その良さを観光客に伝える ・おもてなしの心を持ち、観光客に接する 等

第5章 重点政策

第1節 重点政策の考え方と構造

1 重点政策の考え方と記載事項

重点政策は、「1 地域資源を最大限活かした誘客」、「2 長野市の魅力を活かしたインバウンド*の推進」、「3 オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘客」「4 快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築」の4つからなり、それぞれに紐付く政策、施策及び取組み例により構成されます。

目指していること	政策において目指すゴールを示しています。
施策	目指すゴールの実現に向けて重点的に取り組むことを示しています。
全体管理	施策を管理する主体を記入しています。
実施主体	年次事業計画を検討する主体を記入しています。

第2節 重点政策体系

1 重点政策の全体像

重点政策の施策体系を示します。「総合計画の施策」や「観光振興の基本方針（P11,12）」との対応は以下のとおりです。また SDGs では、右記のゴールの実現を目指します。



総合計画との対応	政策	施策			
進 施策1 豊富な観光資源を活かした観光交流促進	政策1 地域資源を最大限活かした誘客 基本方針との対応 1 2 3 4 5	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	地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援 観光コンテンツの提供体制の構築と広域連携		
		1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	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） 観光における温室効果ガスの排出抑制		
		1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	ファンづくり、周遊促進に向けたコンシェルジュ機能の強化 長野市の魅力をつたえるコミュニケーション		
		施策2 インバウンド*の推進	政策2 長野市の魅力を活かしたインバウンド*の推進 基本方針との対応 6	2-1 長野市の特長的な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備	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 冬季のコンテンツ開発 広域連携による周遊コンテンツの開発 外国人観光客が快適に滞在できる受入環境整備
				2-2 ターゲットに届く効果的な情報発信	ターゲット市場への情報発信の強化 他市町村と連携した情報発信
				促進 施策3 コンベンションの誘致	政策3 オリンピックレガシー等を最大限活かしたコンベンションの誘致 基本方針との対応 2 3
3-2 地域資源を活かしたフィルムコミッションの強化	フィルムコミッションの強化とロケツアーリズムの推進				
した観光交流促進 施策1 豊富な観光資源を活か	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 基本方針との対応 7 8	4-1 DX*の推進による快適な滞在環境の構築	快適に滞在できる環境整備 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		
		4-2 災害に強い観光都市基盤の構築	災害など緊急時の対応力強化 安全な観光地づくり		

第3節 重点政策の内容

重点政策1：地域資源を最大限活かした誘客

基本方針との対応

1 2 3 4 5

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

目指すこと

- ・長野市でしか楽しむことができない魅力的なコンテンツが開発され、観光客に提供されています。SDGsや環境負荷へ対応した新たな観光スタイルのコンテンツも開発されています。
- ・様々な地域産品が観光に活用され、経済が地域内で循環しています。
- ・ビューローや各地域の観光協会が開発された観光コンテンツの販売チャンネルとなり、多く販売されています。

施策

(1)地域資源を活かしたコンテンツ開発の支援

- 本市ならではの資源を活かした魅力的なコンテンツの開発を支援します。
- 特に、新型コロナウイルス等への対応やSDGs等を意識したコンテンツ開発を支援します。
- 本市の観光資源の認知度が低い若者向け(主にZ世代*)のコンテンツの開発を支援します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地）、各観光協会、
市関係課	文化財課、スポーツ課、文化芸術課、農業政策課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ●本市の歴史、伝統、文化、自然を活かしたコンテンツの開発 ●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 ●既存コンテンツのSDGs・地域資源活用転換支援、サステナブルツーリズムの開発 ●夜を楽しむコンテンツの開発 ●若者向け(Z世代*)やファミリー向けのコンテンツの開発 ●ワーケーション*を促進するコンテンツの開発、オンラインツアーの開発 ●地産地消や地域産品・地域産材を活用したコンテンツの開発 ●市内観光施設を活用したコンテンツ開発 ●「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の開発 ●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*の開発 ●広域連携でのコンテンツ開発

(2) 観光コンテンツの提供体制の構築と広域連携

- 魅力的なコンテンツの販売・宣伝体制の強化を図るとともに、提供する観光関連事業者を増やします。
- 関係自治体との広域連携により、効果的な情報発信やプロモーションを行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ●ビューロー、各観光協会による販売体制強化 ●観光関連事業者とオンライン旅行サイトとのコーディネート ●観光人材の育成、プロガイドの育成 ●観光分野等における起業、事業継承支援 ●広域連携による効果的な情報発信、プロモーション

1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興

目指すこと

- ・ これまでの歴史の積み重ねにより育まれた、各地域の風土、食生活、自然観光などを保全し、それを楽しむ観光客が本市を訪れています。
- ・ 温室効果ガスや廃棄物等の排出を抑制する仕組みができています。

施策

(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）

- 歴史・文化、伝統産業、まち並みや里山の景観等、地域の貴重な資産を次世代につなぐ取組みを行います。
- 地域の貴重な資産を紹介し、誘客につなげます。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会
市関係課	文化芸術課、文化財課、都市政策課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●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

(2)観光における温室効果ガスの排出抑制

- 観光関連事業者の温室効果ガス抑制に向けた取組みを広めるため、普及・啓発を行います。
- 環境への負荷が低い旅行スタイルへの転換を促進します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会、
市関係課	交通政策課、環境保全温暖化対策課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ●観光関連事業者への温室効果ガス抑制に向けた取組みの普及・啓発 ●自転車や公共交通など環境負荷が低い旅行スタイルの促進 ・自転車やEバイクの整備による観光価値の向上と車利用の抑制 ・自転車や徒歩によるまちなか観光が楽しめる空間整備 ・公共交通で楽しめる観光の実現 ・戸隠でのグリーンスローモビリティ*の導入検討

1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり

目指すこと

- ・ビューローや各地域の観光協会が、ツアーデスクやコンシェルジュの機能を持ち、観光客の周遊促進に貢献しています。
- ・ながのファンとコミュニケーションが取れています。
- ・本市を訪れたいと思う若い世代が増えてきています。

施策

(1)ファンづくり、周遊促進に向けたコンシェルジュ機能の強化

- ながのファンづくりにつながるよう、コンシェルジュを育成します。
- 長野観光の玄関口となる長野市観光情報センターの機能強化を引き続き図ります。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ●ビューロー／観光協会案内所のコンシェルジュ機能強化 ●チャットボットなどIT技術を活用したコンシェルジュ機能の強化

(2)長野市の魅力をつたえるコミュニケーション

- 本市の観光資源の認知度が低い若者向け(主に Z 世代*)“をターゲットにしたデジタルコミュニケーションを強化します。
- 「ながのファン」づくりにつながるよう、来訪者との地域人材とのコミュニケーションを促進します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● Z 世代*をメインターゲットとしたマーケティングの強化 <ul style="list-style-type: none"> ・SNS や Web メディアを活用したデジタルコミュニケーションの強化 ・Z 世代*向けにカスタマイズしたコンテンツ情報の提供 ● ながのファンづくりの強化 <ul style="list-style-type: none"> ・「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」での観光客と地域人材とのつながりの形成に向けたコミュニケーションの強化 ・ながのファンクラブ会員とのコミュニケーション強化 ・顧客データベースの構築

2-1 長野市の特長的な資源を活かしたコンテンツ開発・環境整備

目指すこと

- ・インバウンド*需要回復を見据え、重点ターゲット国のニーズに対応した本市固有の資源を活かしたコンテンツの開発が行われています。

施策

(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

- 歴史・文化、アクティビティ等を活用し、外国人観光客に訴求するコンテンツの開発を支援します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会
市関係課	文化財課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 歴史・文化、アクティビティ等を活用した体験型観光コンテンツの開発 ● 山間地を巡るサイクリングコースの開発

(2) 冬季のコンテンツ開発

- 冬季は、オーストラリア・アジアなどの外国人観光客が、長野県にウィンタースポーツを楽しみに訪れます。冬季に楽しめるコンテンツの開発の強化を図ります。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー（中心市街地及び中山間地域）、各観光協会
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● ウィンターアクティビティによる外国人観光客の誘客 ● 長野市の冬の魅力が伝わる地域資源を組み合わせたコンテンツの開発

(3) 広域連携による周遊コンテンツの開発

- 関係自治体と連携し、重点ターゲット向けの広域周遊の観光コンテンツの開発を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 広域的なサイクリングコースの造成 ● デジタルコンテンツ（マップ、ガイド）の整備

(4) 外国人観光客が快適に滞在できる受入環境整備

- 外国人観光客が本市を楽しんで周遊してもらうための多様なガイド環境の整備を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
主な取組内容	● 音声ガイドアプリ等の活用

2-2 ターゲットに届く効果的な情報発信

目指すこと

- ・ターゲットとなる外国人観光客が楽しめる観光コンテンツを厳選し、それらがターゲットに的確に伝わるよう適切な媒体を選定した情報発信が行われています。
- ・関係自治体と連携し、重点ターゲット向けの効果的な情報発信が行われています。

施策

(1) ターゲット市場への情報発信の強化

- 新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、重点ターゲット国の現地の機関と連携を図るとともに、動画配信などの情報発信を行います。
- 新型コロナウイルス感染症の収束後は、旅行博などに出展し、積極的なセールスを行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none">● 動画配信など、外国旅行者の誘客に向けたコミュニケーション● 海外でのイベント・旅行博への出展・参加● 海外メディア招聘事業、ファムトリップ● 海外旅行会社との商談会

(2) 他市町村と連携した情報発信

- サイクリングなどのテーマごとに、関係自治体と連携し、効果的な情報発信を行います。
- 外国人観光客の集客力がある自治体と連携した情報発信を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none">● 北陸新幹線沿線の集客力のある自治体と連携した情報発信● 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● 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

重点政策3：オリンピックレガシー等を最大限活かした
コンベンションの誘致

基本方針との対応

2 3

3-1 コンベンション誘致の強化

目指すこと

- ・ スポーツや文化・芸術施設を活用したコンベンションが数多く開催されています。
- ・ オリンピック関連施設で開かれるスポーツ大会がブランド化しています。
- ・ コンベンション参加者が市内で食事や買物をし、まちが賑わっています。

施策

(1) コンベンション誘致やエクスカージョンの強化

- オリンピック施設等を活用した、コンベンションや学会、スポーツ、文化・芸術等の開催を支援します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、スポーツ課、文化芸術課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 誘致強化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 大学等と連携した学会誘致 ・ 地域資源を活用したエクスカージョンの企画 ・ スポーツ大会開催や合宿開催の支援

(2) コンベンション参加者への情報発信

- コンベンション等で市内を訪れた参加者に対して市内観光に関する情報提供を行い、滞在時間の延長や観光消費額の増加を目指す。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● 夜間も楽しめる環境づくりの促進

3-2 地域資源を活かしたフィルムコミッションの強化

目指すこと

- ・ 本市が映画やドラマなど撮影地として選ばれるよう、受入環境の整備や関係者への PR を行うことで、選ばれ、多くのロケ地になり、日本のみならず、世界に発信されています。
- ・ 撮影された映画やドラマなどの舞台を訪れる観光客が増え、賑わっています。

施策

(1) フィルムコミッションの強化とロケツーリズムの推進

- フィルムコミッションの強化を図り、観光コンテンツに活用していきます。
- 映画やドラマなどの公開後にロケ地を訪れるファンが新たな「ながのファン」となるよう、情報発信等を行います。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none">●フィルムコミッションの強化と観光への活用●ドラマ、映画等の撮影誘致●ロケツーリズムの推進

重点政策4：快適で安全、スマートな観光を実現する基盤の構築

7 8

4-1 DX*の推進による快適な滞在環境の構築

目指すこと

- ・国内及び海外からの旅行者が、快適に移動や買い物等を行い、周遊しやすい環境が整っています。
- ・顧客ニーズを適切に把握する仕組みの構築により、観光客がより消費行動を楽しめるようになっています。

施策

(1) 快適に滞在できる環境整備

- 移動や買い物等にDX*を取り入れ、市内での周遊や消費を促進します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、各観光協会
市関係課	企画課、交通政策課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● キャッシュレス環境*の整備 ● Maas*の導入検討、公共交通機関の利便性向上 ● Eバイクの整備、サイクリングツーリズムの整備 ● デジタルマップなどの作成 ● 多言語への対応の強化 ● Google マイビジネスなどへの登録・活用の促進 ● 戸隠の交通渋滞対策

(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

- ビッグデータの活用、顧客データベースなどマーケティングデータの収集等を行い、快適な環境を整備します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
市関係課	企画課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客データベースシステムの構築、消費情報の活用 ● 顧客コミュニケーションへの活用 ● ビッグデータを活用した新たな観光サービスの提供（NAGANO スマートシティコミッションとの連携）

4-2 災害に強い観光都市基盤の構築

目指すこと

- ・ 災害時や感染症など緊急時に備えた危機管理体制が構築されています。
- ・ 災害からの復旧状況など、これから訪れようとしている人たちが安心できる情報発信ができています。
- ・ 感染症対策等を行い、旅行者が安心して旅行できる観光地づくりが行われています。
- ・ 高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく楽しめる観光地となっています。

施策

(1) 災害など緊急時の対応力強化

- 危機管理マニュアルの周知を行い、事前に災害時の対応を共有します。
- 災害後の適切な情報発信などのリスクマネジメントを強化します。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー
市関係課	危機管理防災課
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none">● 観光関連事業者や地域と連携した危機管理体制の強化● 危機管理マニュアルの関係者間での共有● 多様なリスクに応じた効果的な情報発信の強化● 災害時等に利用できる支援制度の情報整理等と周知

(2) 安全な観光地づくり

- 感染症対策への支援等を行い、新しい生活様式に対応した観光地づくりを進めます。
- 誰もが気軽に楽しく観光が出来る観光地づくりを進めます。

全体管理	観光振興課
実施主体	ビューロー、各観光協会
主な取組内容	<ul style="list-style-type: none">● 観光関連施設等の感染対策の支援● 観光地、観光施設等のバリアフリー化の推進

第6章 地区別方針

第1節 地区別方針の考え方及び設定地区

1 地区別方針の考え方

観光振興を考える上で、各地区の状況を考慮することは重要と言えます。そのため、各地区における観光の成熟度に合わせて、重点的に実施すべきことを地区別方針として設定します。地区別方針は、重点政策1「地域資源を最大限活かした誘客」を地域毎にどのように進めていくか記載しています。

2 地区別方針の構成

地区別方針では各地区が5年間かけて実施する事業の方向性、目指すゴール及びそれを測定するための成果指標、重点政策1「地域資源を最大限活かした誘客」と連動を図りながらコンテンツ開発等を行う「実践プロジェクト」から構成されます。

3 地区別方針を設定する地区

地区別方針は、善光寺・中心市街地、戸隠・飯綱高原、松代、中山間地域について設定します。

・善光寺・中心市街地

善光寺や宿坊など長野らしい地域資源が豊富にある地区です。本市観光の中心地である「善光寺・中心市街地」においては、これからも「長野市の観光」の起点であり、本市観光をけん引する役割を担うことから地区別方針を設定します。

・戸隠・飯綱高原

戸隠には固有の自然環境、戸隠神社や竹細工、戸隠そばなど豊富な地域資源があり、それを活用した観光産業が盛んな地区です。また、コロナ禍においてワーケーション*など新しい観光スタイルに対する取組みが始まっている地区でもあります。このように、戸隠は本市における新しい観光スタイルを生み出す先進地としての役割を担います。

また、「森の駅 Daizahoushi」の整備やEバイクの導入が進んでいる飯綱高原と戸隠との連携が効果的と考え、両地区の地区別方針を設定します。

・松代

真田家の歴史的資源や松代温泉など特徴的な観光資源があるポテンシャルの高い地域です。このポテンシャルを活かし、本市観光の重要な拠点とするため、地区別方針を設定します。

- ・ 中山間地域

中山間地域には、未だ活用されていない地域資源が存在しています。その地域資源を活かし、中山間地域の活性化に寄与するモデルを構築するため、地区別方針を設定します。

第2節 実践プロジェクトの概要

1 実践プロジェクトの位置づけ

実践プロジェクトは、重点政策1「地域資源を最大限活かした誘客」にかかる事業に、地区別方針を反映させながら、当該地区において具体的な事業を展開していく取り組みです。観光振興にかかる個々の事業を個々で実施するのではなく、コンテンツ開発・プロモーション・販売・地域での定着化といった一連のバリューチェーンを構築するためプロジェクト形式で実施します。

このため、ビューロー及び各地区の観光協会がプロジェクトの実施主体となり、関係する事業者を巻き込みながら推進していきます。

2 実践プロジェクトの実施プロセス

実践プロジェクトは、地区方針で設定された成果指標を達成するため、毎年、観光コンテンツの企画・開発・プロモーション・販売（流通）・地域での定着化という一連のプロセスを実施していきます。なお、開発した各コンテンツは翌年度以降も継続して実施していくことを前提に開発します。

各プロセスにおけるポイントを以下に整理します。

プロセス1：観光コンテンツの企画・開発

- ・長野市及びビューロー/各観光協会が企画
- ・観光関連事業者に働きかけ、商品化

プロセス2：プロモーション

- ・ビューロー及び各観光協会が実施
- ・各団体のホームページやSNS等を活用し、開発したコンテンツをプロモーション

プロセス3：販売（流通）

- ・ビューローまたは各観光協会が販売
- ・旅行会社やオンライン予約サイト等でも販売

プロセス4：地域での定着化

- ・次年度以降、商品を継続的に販売し続けられるよう、各コンテンツの実施主体を明確化

3 実践プロジェクトの実施スキーム

実践プロジェクトは重点政策同様に、各地区において年次事業計画を策定し、その中で詳細な実施内容を決定した上で、実施プロセスに基づき進めていきます。

このようにすることで、事業実施時の長野市の観光を取り巻く状況に柔軟に対応するとともに、そのとき求められることを迅速に実践に移せるようにしていきます。

第3節 各地区の地区別方針及び実践プロジェクトの内容

地区別方針1：善光寺・中心市街地

1) 観光振興の方向性

善光寺を中心に多くの観光客が訪れている地域です。7年に一度の御開帳開催年には年間約1,200万人もの人が訪れます。

善光寺や宿坊など長野らしい観光資源が豊富にある地区であり、本市観光の中心地である「善光寺・中心市街地」においては、これからも長野市の観光の起点であり、本市観光をけん引する役割を担っています。

今後も長野市観光の中心として、それら門前界隈の歴史、文化などを活用したコンテンツ開発により、まち中の周遊を促進していきます。

■目指すこと

- ・長野市独自の魅力的な観光コンテンツが豊富にある
- ・多くの観光客がそのコンテンツを楽しみながらまちを周遊している

■成果指標

成果指標	基準値	R8年度の目標値
善光寺・中心市街地の入込客数(千人)(再掲)	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) 実践プロジェクト：善光寺界隈・まちなか周遊促進プロジェクト

善光寺界隈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。

■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策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	<ul style="list-style-type: none">・宿坊と連携した滞在コンテンツづくり・文化財を活用した散策コンテンツの開発・善光寺・中心市街地と県立美術館をつなげた周遊促進
政策1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none">・観光関連事業者のエコな取組みの促進・ホテル・旅館のゼロエミッション*の推進・Eバイクを活用したまちなか周遊促進
政策1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none">・SNSやWebメディアを活用したデジタルコミュニケーションの強化・Z世代*をターゲットとした情報発信

地区別方針 2：戸隠・飯綱高原

<戸隠>

1) 観光振興の方向性

戸隠地区には自然・景観、歴史・文化が集積している善光寺と並ぶ長野市観光の顔と言え、成熟した観光産業が根付いています。

戸隠がこれまで守り受け継いできたこれらの資源を次代に受け渡していくことを通じて、新しい長野市の新しい観光スタイル（ファーストツーリズムからの転換、年間を通じて様々な地区を来訪者が訪れている分散化・平準化の実現、持続可能な観光や長期滞在の実現 等）を確立していくモデル地区として発展させていきます。

また、訪れる観光客と長期にわたる関係を構築するため、戸隠のファンになってもらう取組みを強化し、リピーターの確保につなげます。

■目指すこと

- ・ゆっくりと長期間滞在し、地域の風土・生活に触れる観光スタイルが定着している
- ・環境負荷を抑えた観光産業が生まれつつある

■成果指標

成果指標	基準値	R8年度の目標値
戸隠地区の入込客数（千人）（再掲）	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) 実践プロジェクト：地域の自然・歴史・文化と調和した長期滞在型観光の実現プロジェクト

戸隠を持続的で長期滞在に適した観光地にするため、長期滞在を可能にする仕組み（分散型宿泊、連泊プラン、ワーケーション*等）を構築するとともに、戸隠ならではの観光資源の特徴を活かした観光コンテンツを開発することで、戸隠ファンを増やし、リピーターの確保につなげます。

■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策 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	<ul style="list-style-type: none">・ 宿坊やペンション等の連泊プランの開発・ 複数の宿泊施設を組み合わせた分散型宿泊の実施・ アウトドアなどニューツーリズムの開発・ 文化・自然・歴史・アウトドア等のプロガイドの育成
政策 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none">・ 観光関連事業者のエコな取組みの促進・ ホテル・旅館のゼロエミッション*の推進・ Eバイクの整備と飯綱高原との連携体制の構築・ グリーンスローモビリティ*の導入検討
政策 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none">・ 長期滞在／ワーケーション*の情報の発信・ 戸隠観光協会等のコンシェルジュ機能の強化・ 飯綱高原との連携による情報発信・ 宿泊施設同士の連携促進（食事や温泉の共有等）

<飯綱高原>

1) 観光振興の方向性

「森の駅 Daizahoushi」を中心に、自然やアウトドア（サイクリング、キャンプ等）を気軽に楽しむ地域として観光振興を進めていきます。また、戸隠との連携や飯綱町との観光連携協定に基づく取り組みにより、観光コンテンツの開発や情報発信を行うことで、広域での周遊を促進していきます。

■目指すこと

- ・飯綱高原の地域資源を活用した観光コンテンツが開発されている
- ・飯綱高原から戸隠や市内他地域や他市町村へ周遊する観光客が増えている

■成果指標

成果指標	基準値	R8年度の目標値
飯綱高原の観光入込客数（千人）	1,279	1,306

※基準値は平成29～令和元年度の平均値、目標値は2%の上昇値

2) 実践プロジェクト：飯綱アウトドア観光推進プロジェクト

飯綱高原の自然を活かしたアウトドアコンテンツ開発を中心に進めるとともに、戸隠や他地域への周遊を促進する。

■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策 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	<ul style="list-style-type: none">・「森の駅 Daizahoushi」を中心とした「ナガノフォレストビレッジ」などのアウトドアフィールドを活用したコンテンツ開発・サイクルツーリズムの開発・市内他地域や他市町村と連携したコンテンツ開発
政策 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none">・Eバイクの活用と戸隠との連携・里山の暮らし、文化の発信・大谷地湿原や、一の鳥居苑地の環境整備を通じたコンテンツ開発
政策 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none">・SNSを活用した飯綱高原の魅力発信・戸隠と連携した情報発信

地区別方針 3：松代

1) 観光振興の方向性

江戸時代 250 年にわたり真田十萬石の城下町として栄えた松代には固有の歴史、文化が息づいている他、松代温泉などの観光資源が存在します。周辺には松代にゆかりの深い川中島古戦場などの、歴史的に価値のある大変魅力的な資源が存在するため、それらを求めて多くの観光客が訪れています。

しかし、観光客を対象とした飲食店等の観光関連事業者が少ないことから、観光産業の基盤は十分ではないため、これから成熟した観光地へと発展していくことが必要であります。

松代ならではの資源を活かした体験コンテンツ等を充実させ、周遊を促し滞在時間を延ばすことで、観光消費につなげます。

■目指すこと

- ・ 宿泊者が宿を出て、まちを周遊し、飲食や買い物を楽しんでいる
- ・ 飲食店等の観光関連事業者が増えている

■成果指標

成果指標	基準値	R8年度の目標値
松代地区の入込客数（千人）（再掲）	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) 実践プロジェクト：宿泊客のまちなか周遊促進プロジェクト

松代荘など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ことで、地域における観光消費につなげます。

■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策 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	<ul style="list-style-type: none">・ 松代荘などの宿泊施設発着の観光コンテンツの開発・ 宿泊施設同士の連携促進（食事や温泉の共有等）/朝市の定期開催・ 川中島古戦場など地域固有の資源を活かしたコンテンツ開発・ 文化・自然・歴史等のプロガイドの育成
政策 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none">・ 地産地消を促進するための宿泊施設との連動・ 地域資源を活用したクラフトビールの開発・ 松代ならではの食材を活かしたお土産やメニューの開発・ Eバイクの整備とサイクリングコースの開発
政策 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none">・ マーケティングに活用する顧客管理システムの構築・ SNS を通じた松代の宿泊やまち歩きの魅力発信

地区別方針 4：中山間地域

1) 観光振興の方向性

本市の多くの地域は中山間地域です。そこでは日本の原風景である里山が広がり、古民家が残り、田園風景が守られ、残っています。しかし、人口は減少し、高齢化が進み、地域の担い手は確実に減りつつあります。

観光の力を活用し、そのような地域を守り、維持していくことも観光振興の大きな役割と言えます。中山間地域にはこれからの活用が期待されるアウトドアフィールド・里山の暮らし・文化・食など地域資源が豊富にあります。そのような資源を少しずつ見つけ、磨き、外部に発信していくことで、中山間地域の観光資源の点を増やしていきます。

■目指すこと

- ・中山間地域の地域資源を活用した観光コンテンツが開発されている
- ・中山間地域に観光客が訪れ、地域が活気づいている

■成果指標

成果指標	基準値	R8年度の目標値
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) 実践プロジェクト：スローツーリズム推進プロジェクト

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。

■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策 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	<ul style="list-style-type: none">・里山の景観や暮らしなどを活用したコンテンツ開発・サイクリングやアウトドアフィールドを活用したコンテンツの開発・ジンギスカンなど、地域特有のコンテンツの活用
政策 1-2 地域を守り、未来へつなぐ観光振興	<ul style="list-style-type: none">・歴史・文化、伝統産業（地場産業）の保全活動を活用したコンテンツ開発・Eバイクの整備とサイクリングコースの開発（鬼無里など）・農業体験や民泊等を活用した里山の暮らし、文化の発信
政策 1-3 コミュニケーションを通じたファンづくり	<ul style="list-style-type: none">・SNSを活用した中山間地域の魅力発信

<資料編>

■長野市観光振興審議会委員名簿

(氏名 50 音順 敬称略)

	役 職	氏 名	職 名
1	副会長	赤 池 健	長野市ホテル旅館組合 理事長
2		鈴 木 栄 一	(公財)ながの観光コンベンションビューロー理事長
3		伊 藤 宗 正	公募委員
4		岩 原 英 治	公募委員
5	会長	笠 原 甲 一	長野電鉄(株) 代表取締役社長
6		小 林 義 一	公募委員
7		小 林 玲 子	長野郷土史研究会 副会長
8		清 水 秀 幸	(株)さくら都市総合研究所 代表取締役
9		田 川 賀 子	カフェ+まち案内えんがわ 代表
10		辻 美 幸	(一社)戸隠観光協会
11		中 村 久美子	公募委員
12		山 根 崇	東日本旅客鉄道(株)長野支社運輸部 観光推進室長
13		芳 川 順 一	信州松代観光協会 理事長
14		若 麻 績 秋 嘉	善光寺事務局 庶務部長

(委嘱期間：令和2年6月1日から2年間)

■策定に係る審議状況

年 月 日	項 目	内 容
令和3年3月26日	令和2年度 第2回長野市観光振興審議会	計画の骨子について
令和3年10月1日	令和3年度 第1回長野市観光振興審議会	計画の素々案について
令和3年11月9日	令和3年度 第2回長野市観光振興審議会	計画の素案について
令和4年2月4日	令和3年度第3回長野市観光振興審議会 (書面協議)	計画案について

■市内の主な観光資源

区分	観光資源	区分	観光資源	区分	観光資源
善光寺 及び その周辺	善光寺 苅萱山西光寺 往生寺 雲上殿 城山公園 城山動物園 長野県立美術館・ 東山魁夷館 善光寺七福神 ちよっ蔵おいらい館 ばていお大門 水野美術館	松代	松代城跡 象山記念館・高義亭 梅翁院 長国寺 真田宝物館 真田邸 旧松代藩文武学校 旧横田家住宅 旧前島家住宅 旧樋口家住宅 山寺常山邸 寺町商家（旧金箱邸） 大英寺 象山地下壕 大室古墳群 松代温泉「松代荘」 杏、長芋	大岡	アルプス展望公園 聖山パノラマホテル 芦ノ尻道祖神 大岡温泉 道の駅長野市大岡特産 センター
	篠ノ井 (茶臼山)		茶臼山自然植物園・ 恐竜公園 茶臼山動物園 中尾山温泉 驥山館 長谷寺	信州新町	久米路峡 さざり荘 道の駅信州新町 ろうかく湖 ろうかく梅園 屋形船 ジンギスカン
若穂	清水寺 保科温泉 温湯温泉 「湯～ばれあ」	戸隠	戸隠連峰 鏡池 戸隠神社 戸隠森林植物園 森林学習館 戸隠スキー場 戸隠キャンプ場 戸隠牧場 いこいのいで湯 「森林囃子」 戸隠地質化石館 戸隠そば博物館 「とんくるりん」 どんぐりハウス 戸隠そば	中条	虫倉山 道の駅中条 やきもち家 灰やきもち作り体験 おぶっこ
飯綱高原	飯縄山 大座法師池 大谷地湿原 飯綱高原キャンプ場 小天狗の森 神代桜 一の鳥居苑地 フォレストアドベンチャー・長野		奥裾花自然園 奥裾花溪谷 白髯神社 白髯の杜のホテル 奥裾花温泉 「鬼無里の湯」 そば処鬼無里・ 農林産物直売所 松巖寺 鬼無里ふるさと資料館 おやき	オリンピック 施設	エムウエーブ 長野オリンピックミュージアム ビッグハット アクアウイング ホワイトリング 南長野運動公園
豊野 (アップル ライ)	つつじ山公園 りんご狩り体験 豊野温泉 「りんごの湯」 りんご・ぶどう	川中島 古戦場	川中島古戦場史跡公園 市立博物館 信玄・謙信一騎討像 典厩寺		

■用語の解説

あ行

- **インバウンド**
訪日外国人旅行のこと。

- **オンラインツーリズム**
インターネットを活用して観光地と顧客を遠隔でつなぎ、動画の視聴やガイド等とのコミュニケーション等による旅行の疑似体験を商品として提供すること。

か行

- **カーボンニュートラル**
温暖化抑制のために、温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。

- **観光コンテンツ**
地域資源を活かして顧客に提供されるツアーや体験プログラム、飲食メニュー等の観光商品のこと。

- **キャッシュレス環境**
「Cash (現金)」を「Less (少なくする)」のために、物理的な現金 (紙幣・硬貨) を使用せずに決済できる環境のこと。

- **グリーンスローモビリティ**
公道を走行できる低速の電気自動車を利用した移動サービス、またはその車両のこと。地域の交通課題解決と脱炭素の双方に資するものとして期待されている。

- **コンベンション**
会議・集会・大会・展示会・見本市等、特定の目的で多数の人が集まること。付随し

て、人・物・情報等の交流がある。

さ行

- **ゼロエミッション**
経済活動や生産活動の持続可能性を高めるために、環境に負荷をかける廃棄物の排出 (エミッション) をゼロに近づけること。具体的な取組としては、原材料や生産工程の見直し、資源の循環利用の促進等がある。

た行

- **脱炭素**
地球温暖化の原因となる温室効果ガスの排出を抑制するため、その要因となる石油・石炭などの化石燃料への依存から脱却すること。

- **脱プラ**
海洋中に廃棄されるプラスチックによる環境への悪影響を抑えるため、プラスチック製品をできるだけ使用しないこと。

- **長期戦略 2040**
高齢者人口 (65 歳以上) がピークを迎え、生産年齢人口 (15~64 歳) の減少による人手不足の深刻化が予想される 2040 年頃に向け、長期的な視点で本市の経済基盤の底上げと長野地域の経済成長をけん引する具体的方策について、官民協働のプロジェクトチームにより“2040 年に向けての挑戦”として、未来のまちを創るビジョンと、その実現に向けて今後取り組むべき具体的な方向性をまとめたもの。

は行

ル・ネイティブ」の世代である。

- **ホープツーリズム**

災害被災地における教育旅行や視察、復興支援ボランティア等の受入を通じて、被災地の復興・活性化につなげる取組のこと。東日本大震災の被災地域をフィールドとして福島県が実践する活動がその先駆けとなっている。

わ行

- **ワーケーション**

「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語。観光地等に滞在しながら、リモートで働くことで、仕事をしながら休暇をとる過ごし方のこと。

アルファベット

- **DX**

Digital Transformation (デジタル・トランスフォーメーション)の略。進化したIT技術を浸透させることで、人々の生活をより良いものへと変革させるという概念のこと。

- **Maas**

Mobility as a Service (モビリティ・アズ・ア・サービス)の略。バス、電車、タクシーなどの様々な交通機関を1つのサービスとして使えるよう、ICTを用いてシームレスにつなぐ仕組みのこと。

- **Z世代**

概ね1990年代半ばから2010年代初頭までに生まれた世代のこと。生まれたときからインターネットに触れている「デジタ

長野市観光振興計画

令和4年度～令和8年度

発行 令和4年2月

発行者 長野市商工観光部観光振興課

〒380-8512 長野市大字鶴賀緑町1613番地

TEL：026-224-8316 FAX：026-224-5043

メールアドレス：kankou@city.nagano.lg.jp

URL：<http://www.city.nagano.nagano.jp/soshiki/kankou/>