令和8年11月17日
記者会見資料
観光文化部観光振興課

長野市観光振興計画(案)に対する市民意見等の募集(パブリック・コメント)の実施について

長野市観光文化部観光振興課

FEEL NAGANO, BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

パブリックコメントの実施概要

■ 募集期間	令和8年12月1日(火)～12月28日(月)
■ 計画(案)の閲覧場所	観光振興課、行政資料コーナー、各支所、市ホームページ
■ 提出方法	ながの電子申請サービス、郵送、ファックス、Eメール、持参
■ 意見等の公表	検討結果について市ホームページで公表

今後のスケジュール

11月10日(火)	臨時部長会議	計画(案)・パブリックコメント実施
11月16日(月)	政策説明会	計画(案)・パブリックコメント実施説明
11月17日(火)	記者会見	パブリックコメント実施
11月24日(火)	支所長会議	パブリックコメント実施
12月1日(火)～28日(月)	パブリックコメント	
1月22日(金)	観光振興審議会	パブリックコメント結果
2月上旬	臨時部長会議	パブリックコメント結果・計画決定
2月中旬	政策説明会	パブリックコメント結果・計画説明
2月中旬	記者会見	計画の公表
R9年4月	計画スタート	長野市観光振興計画　運用開始

長野市観光振興計画(案)の概要について

1 観光振興の目的 案 p.1

観光は、本市に人を呼び込み、交流を生み出すことで、地域に活気をもたらし、経済を活性化させます。社会がどのように変化しても変わらない本質的な目的として、次の二つを引き継ぎます。

地域経済の発展への寄与	地域社会の持続への貢献
観光関連事業者が適切な収益を得て、雇用を確保し、次の投資を生む状態	住民が旅行者を歓迎し、観光が自然環境や地域の暮らしと両立している状態

2 計画策定の趣旨 案 p.1

- コロナ禍から回復し、外国人旅行者は急速に拡大しました。
- 本市の観光は、**「多くの人が訪れながら、長くとどまらない」**という問題を長く抱えています。
- 日本人旅行者は増えず、急増する外国人旅行者の多くは市内に泊まらず通過しています。
- 観光関連の事業所数・従業者数は、長期的に減少しています。
- こうした状況を踏まえ、新たな観光振興計画を策定します。

これまで
訪れる人の
回数を増やす

→

これから
長くとどまり、
お金が落ち、
地域に再投資される
仕組みへ転換

3 計画の位置づけと期間 案 p.2

第六次長野市総合計画 前期基本計画の個別計画
目指す姿 「魅力的な観光都市としてにぎわっている」
総合計画の観光政策を具体化します。

国の観光立国推進基本計画、県の観光振興計画・宿泊税活用計画を踏まえるとともに、本市の関連計画と連携します。

令和9年度 2027	令和10年度 2028	令和11年度 2029	令和12年度 2030	令和13年度 2031
		中間評価		最終評価

令和11年度に中間評価を行い、必要に応じて政策と指標を見直します。

4 観光の現状 案 第2章第1節

(1)国内外の観光動向

世界的な傾向

- コロナ禍から回復し、旅行市場は拡大
- 持続可能性の重視、オーバーツーリズムへの対応

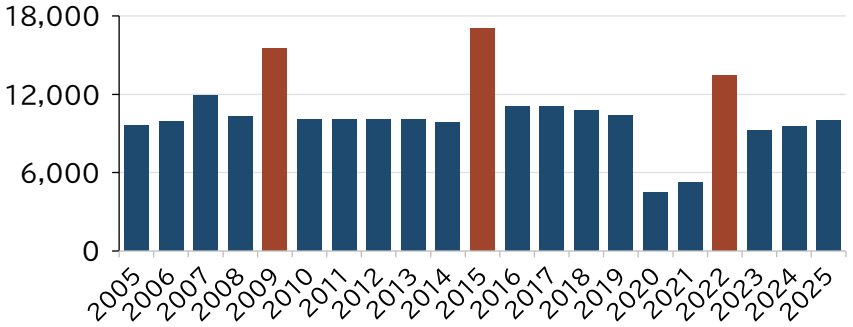
国内市場の動向

- インバウンドが急増。国は消費額の拡大と地方への誘客を重視
- 旅行する人としない人の二極化
- 旅行単価の上昇を上回る宿泊費の高騰
- 体験重視へのニーズの細分化、若年層の旅行離れ
- 予約・情報収集のデジタル化(生成AIの活用)
- 宿泊業を中心とした人手不足

(2)本市を訪れる日本人旅行者の動向 ― 新規の旅行者を獲得できていない

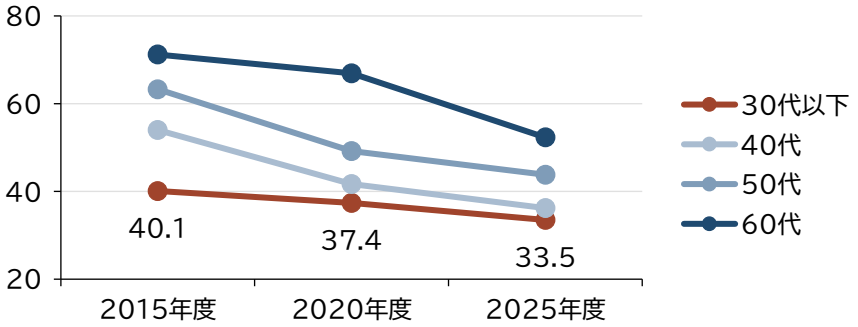
- 市内観光地の利用者数は、御開帳の年を除けば長期的に横ばいです。
- 来訪経験率は10年前より下がり、若い世代ほど低くなっています。
- 一方、40代以上のリピーター(訪問3回目以上)は、おおむね6～8割を占めています。
- 宿泊は一人客・1泊が多く、ビジネス利用中心の短期滞在型です。

市内観光地の延べ利用者数(年度、千人)



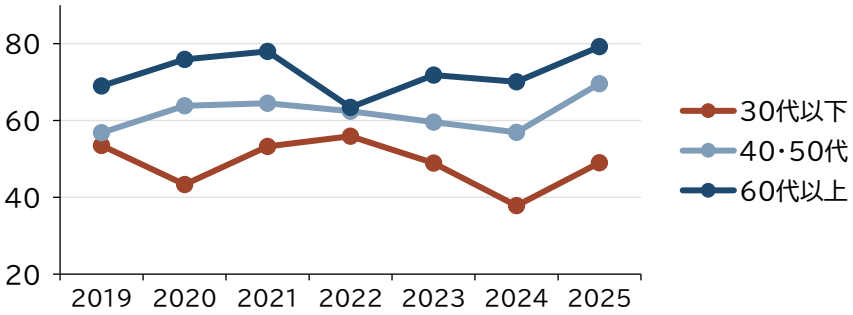
→ 御開帳の年を除けば横ばい。2025年度は9,978千人

年代別 長野市来訪経験率(%)



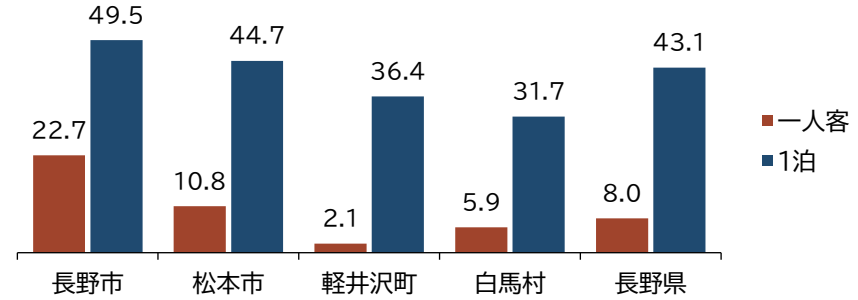
→ 30代以下は33.5%と最も低い

年代別 リピーター割合(訪問3回目以上、年度、%)



→ 40代以上はおおむね6～8割

宿泊者に占める一人客・1泊の割合(2024年、%)



→ 長野市は一人客・1泊の割合がともに最も高い

出典:長野市「長野市の観光概要」「市外在住者調査」「観光客動向把握アンケート調査」、RESAS(観光予報プラットフォーム)、国連世界観光機関、観光庁 ほか

4 観光の現状 案 第2章第1節

(3)本市を訪れるインバウンドの動向 ―「通過点」としての来訪が多い

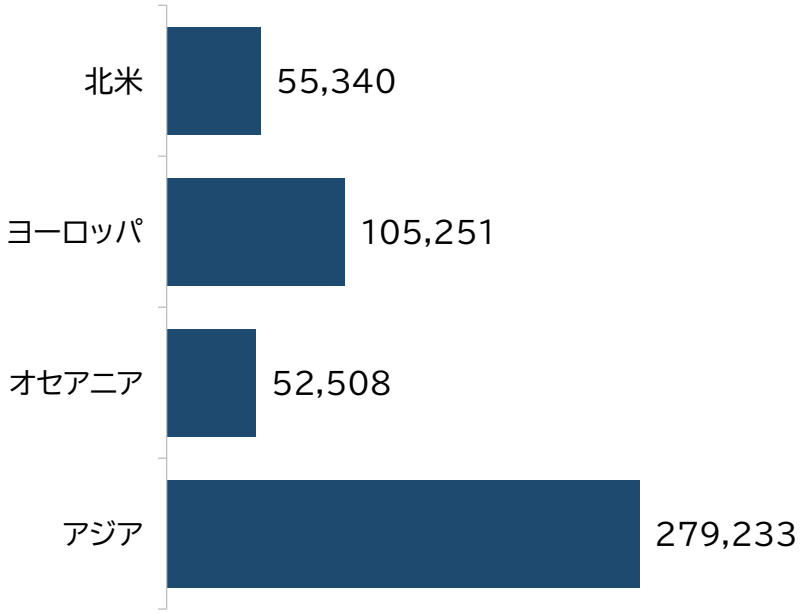
約50万人
年間の外国人来訪者数(推計)

46.4%
市内に宿泊しない人

1.9日
平均宿泊日数(県平均2.6日)

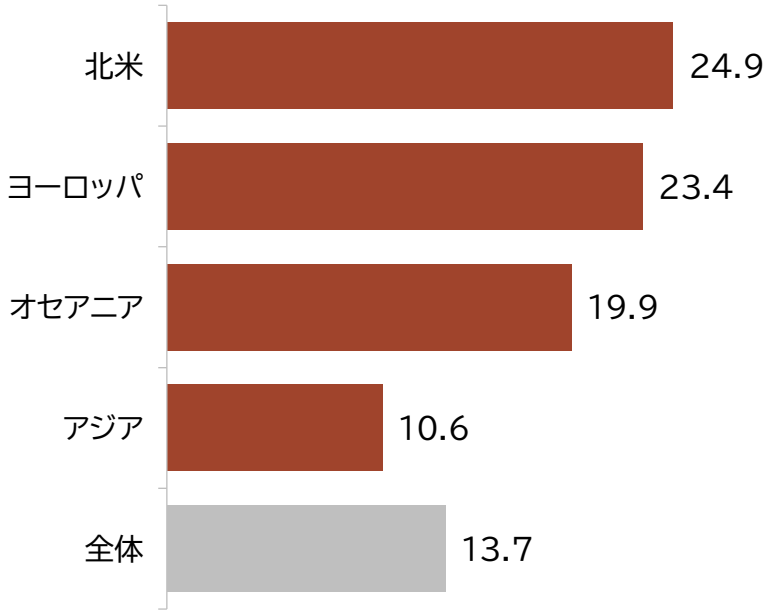
46.6%
市内でアクティビティを体験していない人

地域別の年間来訪者数(推計、人)



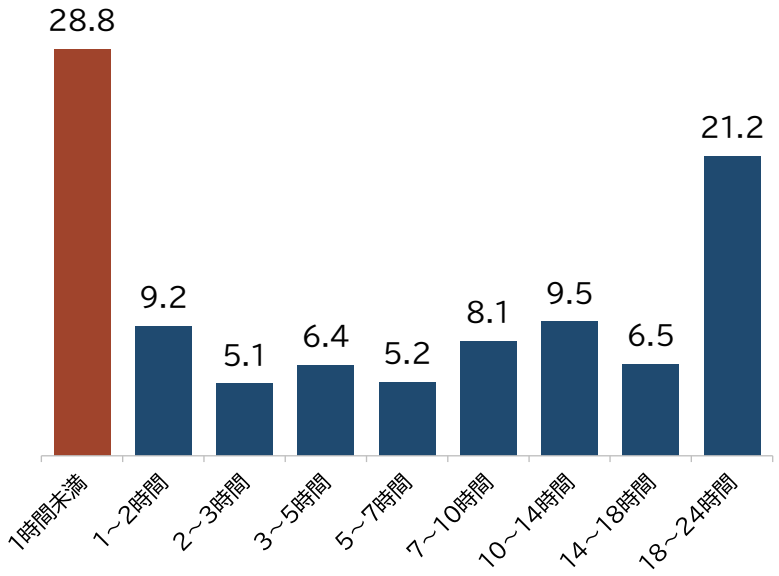
→ 人数はアジアが最も多く、約28万人

県を訪れた人のうち長野市も訪れた割合(%)



→ 北米・ヨーロッパは約4人に1人、アジアは約1割

長野市内の滞在時間(来訪者の割合、%)



→ 1時間未満が約3割。7時間以上は45.3%

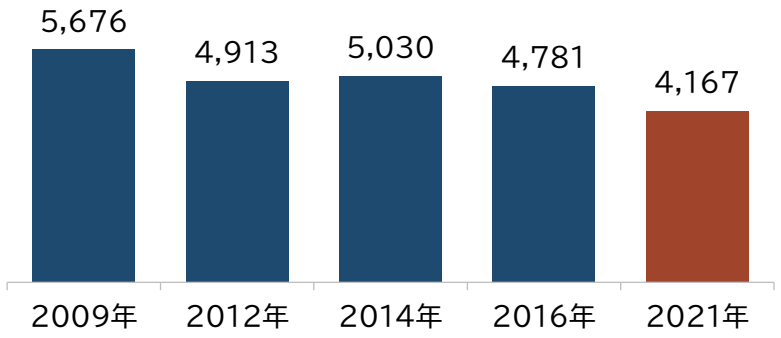
出典:長野市来訪外国人動向分析(2024年10月~2025年9月、位置情報データ。中国は含まない)、長野市「外国人旅行者調査」2025年

4 観光の現状 案 第2章第1節

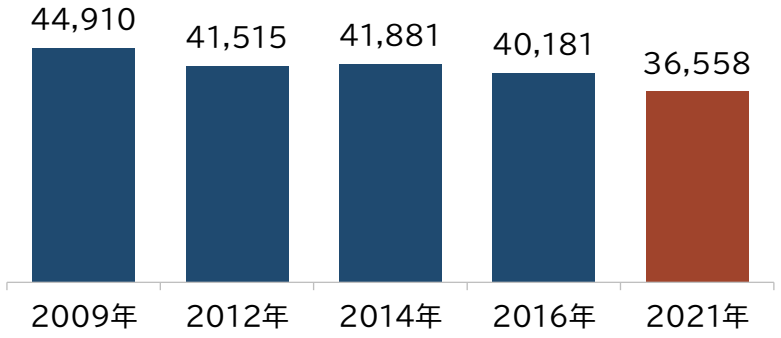
(4)観光関連産業 ― 基盤が長期的に弱体化

- 観光関連の事業所数・従業者数は、長期的に減少しています。
- 客室の約半数をビジネスホテルが占め、旅館・簡易宿所との稼働率の差が大きくなっています。
- 事業者からは、経営者の高齢化や人材不足などの問題が挙がっています。

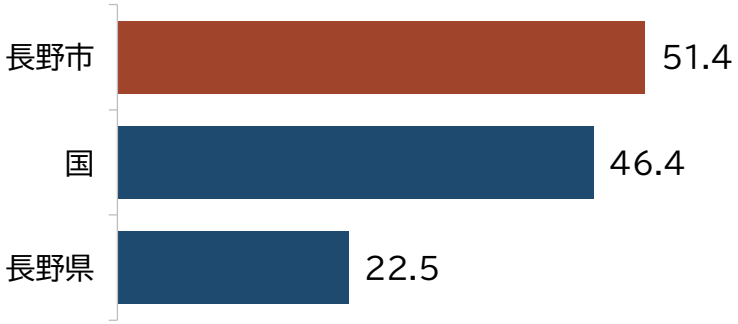
観光関連産業の事業所数



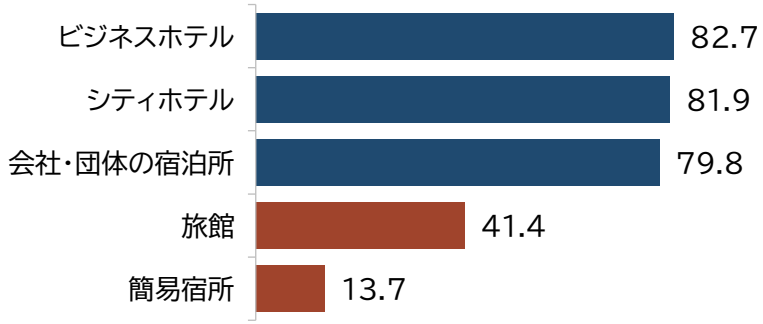
観光関連産業の従業者数(人)



ビジネスホテルが客室に占める割合(2025年、%)



施設タイプ別 客室稼働率(2025年、%)



事業者ヒアリングで挙がった主な問題

宿泊施設	経営者の高齢化・後継者不足、清掃・フロントなどの人材不足
飲食店	日曜日の夜に食事できる店が少ない(善光寺界隈)、店主の高齢化
体験の提供	ガイドを担う組織の高齢化・後継者不足
交通・移動	駅から離れた宿からの交通手段の不足、雪道でのレンタカー事故、戸隠の渋滞
地域への影響	戸隠の杉並木の根の踏みつけ、多言語での注意喚起の不足

出典:総務省・経済産業省「経済センサス」、観光庁「宿泊旅行統計調査」(長野市分は独自推計)、観光協会・ながの観光コンベンションビューロー・宿泊事業者へのヒアリング

5　観光の課題 案 第2章第2節

課題1　短期滞在・通過型【最優先】

- 日本人・外国人旅行者とも、来訪はあっても市内に滞在せず、地域経済への貢献が限られている
- 約半数の旅行者がアクティビティを体験していない
- 本市に泊まって周辺を巡る拠点となることが必要

課題2　観光基盤の弱体化

- 事業所・従業者の減少、経営者の高齢化と後継者不足
- 長野駅前のホテルは稼働率が高く、滞在の受け皿が不足
- 二次交通、夜間の飲食、多言語対応が不足
- 多様なニーズに応える宿泊施設の誘致・充実が必要

課題3　地域の競争力低下

- 若年層を中心に、新規の旅行者を獲得できていない
- 本市固有の資源を生かした体験の充実と周知が必要
- 戸隠スキー場の再整備や、会議・スポーツ大会・ロケの誘致で本市が選ばれる理由をつくることが必要

課題4　地域との調和

- 繁忙期の混雑が、地域生活や自然環境に影響
- 中山間地域では担い手が減り、観光資源を守る力が弱まっている

負の循環を断ち切ること：滞在が短いために収益が伸びず、泊まる場所や楽しめる場が減り、滞在がさらに短くなる。この悪循環を断ち切ることが、本計画の重要なミッションです。

6 本計画の体系 案 第3章・第5章

本計画は、第六次長野市総合計画に掲げる観光分野の目指す姿「魅力的な観光都市としてにぎわっている」の実現に向けて、3つの基本政策のもと、6つの施策と21の方策に市全体で一体的に取り組みます。

第六次長野市総合計画		長野市観光振興計画		
目指す姿	政策	基本政策	施策	方策
魅力的な観光都市としてにぎわっている	政策1 観光受入環境の充実	基本政策1 受入環境の充実	① 滞在環境の整備	①-1 長野駅の受入機能の整備 ①-2 市内をスムーズに移動できる環境の整備 ①-3 言葉と支払いの壁の解消 ①-4 安全・安心に観光できる環境の確保 ①-5 観光と地域の共生
			② 観光を支える基盤の整備	②-1 観光を担う人材の確保と育成 ②-2 観光関連事業者の経営力・生産性の向上 ②-3 事業承継と新たな担い手の参入の促進
	政策2 戦略的な観光誘客の推進	基本政策2 戦略的な観光誘客の推進	③ ブランディングと情報発信	③-1 長野市の魅力の発信 ③-2 ブランドの管理と共有 ③-3 デジタル情報の整備と生成AIへの対応
			④ 誘客プロモーション	④-1 データに基づく顧客の分析 ④-2 市場に応じたプロモーションの展開 ④-3 コンテンツを届ける販売経路の確保 ④-4 大型行事・イベントを周遊と再訪につなげる取組
	政策3 観光コンテンツの高付加価値化	基本政策3 魅力ある観光コンテンツの創出	⑤ コンテンツの高付加価値化	⑤-1 地域資源を生かした体験型コンテンツの創出 ⑤-2 既存コンテンツの磨き上げ ⑤-3 文化財を活用したコンテンツの創出
			⑥ 多様なコンテンツの創出	⑥-1 所要時間・価格帯の異なるコンテンツの拡充 ⑥-2 夜間・早朝コンテンツの充実 ⑥-3 需要の少ない時期のコンテンツ創出

7　重点施策 ― この5年間に集中して取り組むこと 案 第6章

基本政策に基づく取組のうち、この5年間に特に力を入れて取り組むものを重点施策として位置づけます。

この５年間の目標　**短期滞在・通過型から滞在型観光への転換**

重点施策　この５年間に集中的に取り組む施策

- 重点施策Ⅰ　ホテル誘致・宿泊施設の充実
- 重点施策Ⅱ　戸隠スキー場再整備
- 重点施策Ⅲ　インバウンドの受入強化と滞在促進
- 重点施策Ⅳ　長野市をハブとした広域観光の推進
- 重点施策Ⅴ　コンベンション・スポーツ・ロケの誘致

重点施策	背景・課題	方策
Ⅰ　ホテル誘致・宿泊施設の充実 延びた滞在を受け止める宿泊機能をつくる	・高い評価を得ている宿泊施設が少ない ・長野駅周辺のホテルは稼働率約8割、旅館・簡易宿所は大きく下回る	Ⅰ-1　上質な宿泊施設の誘致 Ⅰ-2　既存宿泊施設の機能向上
Ⅱ　戸隠スキー場再整備 四季を通じて選ばれる観光地に進化させる	・リフトの多くが建設から30年以上 ・戸隠高原の利用者の約8割はスキーの時期以外に来訪	Ⅱ-1　再整備と通年型観光化 Ⅱ-2　通年で楽しめるコンテンツの創出 Ⅱ-3　受入環境の整備 Ⅱ-4　交通・渋滞対策 Ⅱ-5　戸隠エリアのプロモーション

7　重点施策 ― この5年間に集中して取り組むこと 案 第6章

重点施策	背景・課題	方策
Ⅲ　インバウンドの受入強化と滞在促進 量ではなく滞在の質を高める	・約半数が市内に宿泊しない ・約6割が生成AIを情報源に利用	Ⅲ-1　国・地域に応じたプロモーション Ⅲ-2　旅行中の外国人に届くデジタル発信 Ⅲ-3　不便なく過ごせる環境の整備 Ⅲ-4　マナーと安全の周知
Ⅳ　長野市をハブとした広域観光の推進 周辺との連携により、滞在の拠点と訪れる目的地になる	・乗り換えの「交通のハブ」として機能しているが、「滞在のハブ」になっていない	Ⅳ-1　周辺自治体との連携体制の構築 Ⅳ-2　本市に泊まって周辺を巡る旅の定着 Ⅳ-3　周辺に泊まる旅行者の本市への来訪促進
Ⅴ　コンベンション・スポーツ・ロケの誘致 宿泊を伴う来訪を計画的に呼び込む	・利用者の多い月と少ない月で約2.4倍の差 ・オリンピック関連施設と冷涼な気候	Ⅴ-1　コンベンション・文化芸術イベント等の誘致 Ⅴ-2　スポーツ大会・合宿の誘致 Ⅴ-3　スポーツ施設の機能強化 Ⅴ-4　ロケ誘致と来訪の促進

8 計画の指標 案 第4章第1節

- 「成果指標」で5年間の成果を、「進捗確認指標」で毎年度の進み具合を測ります。
- 観光は外部要因の影響を大きく受けるため、目標値は定めず、現状からの改善を目指します。



区分	指標	
最終成果指標	・観光による地域への経済波及額 ・一人当たり観光消費額（日本人） ・観光満足度（日本人）	・観光関連事業所数・従業者数 ・市民の観光に対する肯定的評価
中間成果指標	・来訪リピート率（日本人） ・若年層の来訪経験率（日本人） ・主要観光資源の認知度（日本人） ・平均滞在時間（外国人）	・平均宿泊日数（外国人） ・長野駅周辺以外への来訪者比率（外国人） ・市内立ち寄り箇所数（外国人） ・アクティビティ体験率（日本人・外国人）
進捗確認指標	・延べ宿泊者数（全体・外国人） ・宿泊比率 ・客室稼働率（施設タイプ別） ・冬季・初夏の延べ宿泊者数	・観光消費額 ・宿泊税に係る市町村交付金額