

平成27年度 長野市産業振興審議会 第2回 観光振興専門分科会

日時 平成28年1月26日(火) 午後3時から午後5時まで
場所 長野市役所第一庁舎4階 教育委員会室
出席者 委員(13人中8人出席、1人代理出席)
事務局7人
次期長野市観光振興計画策定の支援業務受託事業者 2人

1 議長選出

長野市産業振興審議会条例第6条の規定により、以下のとおり選出

議長：笠原 甲一 委員(長野電鉄株 代表取締役社長)

副議長：山崎 行夫 委員(長野市ホテル旅館組合 理事長)

2 議事(要旨)

(1) ながの「祈りの朝・宵の宴」キャンペーンの実施状況について

(資料1、キャンペーン用パンフレット「ながの旅」及び「ながの市てくてくまち歩きガイド」に基づき事務局説明)

【補足説明・意見など】

■NHK大河ドラマに関連して(事務局より)

- ・パンフレット「ながの旅」の表紙に戸隠の鏡池と戸隠神社奥社の杉並木の写真が使われているが、NHK大河ドラマ「真田丸」のオープニング映像に、一部映像に加工はされているが、この2箇所が使われている。また松代城の太鼓門も使われている。戸隠、松代はドラマの舞台とはなっていないが、長野市から3箇所がオープニング映像に使われているので、委員の皆様におかれては、豆知識として周りの皆様に広めていただけるとありがたい。

■おもてなし夕食クーポンについて

- ・1冊3,000円で、1,000円の3枚つづりとなっており、指定のお店でコース料理やセットの料理が楽しめる仕組みとなっている。
- ・チケット1枚の料理、2枚の料理、3枚の料理のというようにお店・料理の内容によりチケットの枚数が異なる。
- ・月平均で50冊から70冊位の販売実績がある。
- ・宿泊される観光客が、ホテル・旅館で購入し、夕食の際に使用する、という使い方をしてもらうために作っている。
- ・旅行エージェントを通じて、ホテル・旅館に販売をしてもらっている。
- ・会議・大会等のコンベンションの際には、開催の事務局にチケットの案内をして、利用促進につながるよう依頼をしている。

■ながのファンクラブについて

- ・長野のファンを増やすことを目的に、継続して実施している。
- ・現在の会員数は3,103人。県内の方が1,191人、県外が1,477人、都道府県が未

登録の人が435人。県外の人が若干多い。

- ・登録のお店で特典が得られる仕組みである。
- ・長野市と集客プロモーションパートナー都市協定を締結している都市に向けて、同一の仕組みを都市間で提携して行えるよう提案している。例えば、長野ファンクラブの会員が他都市に観光で訪れた際に、加盟店で特典が得られる、また、他都市の人が長野市に観光に訪れた際には、長野ファンクラブ加盟店で特典が得られる、という仕組みを作りませんか、ということで投げかけを行っている。

■おやきスタンプラリーについて

- ・長野の食文化として「おやき」を継続して発信しており、スタンプラリーを継続して行っている。
- ・1年を上期、下期に分けて応募を受け付けているが、各回2百数十件の応募をいただいている。

■善光寺表参道おさんぼクイズラリーについて

- ・中心市街地の周遊・まち歩きを促すための仕組みであるが、今年度は8月から3月までの8ヶ月を期間としている。
- ・12月末現在で、約800人が景品交換に来ている。

■今年度のキャンペーンの状況について

- ・善光寺の宿坊、戸隠の宿坊共に、宿泊の稼働は順調に推移している模様である。
- ・長野市内の宿泊の稼働率は、12月と1月は若干落ちているが、11月までの平均は80%を超えていた。この数字は相当良い。

■松代への誘客について

- ・真田宝物館の展示は良くできていると思う。
- ・上田市の大河ドラマ館に行った人の話を聞くと、松代は本物が展示してあり迫力がある、という声が聞かれた。
- ・上田と松代の両方を見ていただき、来年のJRのプレ・ディステーションキャンペーンに繋げて行きたいと考えている。
- ・ネットで宿泊を予約されたお客様向けの特典として、真田の六文銭と甲冑のデザインの携帯電話の画面クリーナーを差し上げている。
- ・上田市との連携の一環として、上田の大河ドラマ館と真田宝物館の共通入場券を購入して、真田宝物館に入場された方には、色とデザインを変えた携帯電話の画面クリーナーを差し上げている。

■戸隠について

- ・雪不足でスキー場の営業が遅れ、宿泊は若干苦戦している
- ・2月22日が「忍者の日」として認定されており、今年の戸隠スキー場は「忍者」を取り上げ、2月22日（月）から27日（土）を「忍者ウィーク」として盛り上げるよう企画している。

■観光情報の発信について

- ・ながの観光コンベンションビューローのホームページについて、作りが古い

ためスマートフォンに対応できていない。来年度中に対応できるようリニューアルを予定している。

- ・これまで長野商工会議所松代支部で管理していた、松代の観光案内のアプリ（松代まちあるきNavi）について、これまで更新をしないままであまり活用されていなかったが、NHK大河ドラマ「真田丸」の放映に合わせてリニューアルし、てこ入れを図った。
- ・JR長野駅の新幹線改札前のデジタルサイネージについても、松代の映像を流す準備をしている。
- ・長野駅前の列柱にNHK大河ドラマ「真田丸」のポスターを掲示したり、駅構内の長野観光情報センターにポスターを連続して掲示したり、東西自由通路の懸垂幕を掲示するなど、松代・「真田丸」のPRに努めている。

(2) 真田大博覧会の概要について

（資料2、信州松代真田大博覧会2016のパフレットに基づき事務局説明）

【補足説明・意見など】

■ 県外へのセールスについて

- ・関西方面について、JR西日本や大手旅行会社など、トップセールスを行った。
- ・首都圏についても、市と松代の関係者が一緒にトップセールスを行った。

■ 旅行商品の状況について

- ・バス旅行会社で、既に旅行コースを作っている会社や、春から旅行商品の展開を図る会社がある。
- ・大手旅行エージェントでも、パフレットに松代の旅行商品の募集を始めている会社がある。
- ・JR西日本では、春から大阪の環状線の1編成で「真田丸」にちなんだラッピングを実施することになっており、松代、上田、沼田、九度山、大阪城などの真田のゆかりの地を紹介していただける。松代では4つの画像を提供した。
- ・長野市と上田市とで行政同士の連携・絆を深めていることをアピールし、松代と上田を巡る1泊2日の商品の編成をお願いしている。

■ 松代町内におけるのぼり旗の掲出について

- ・今年1年間は、真田大博覧会ののぼり旗を松代町内に掲出する。

■ 門前回廊への提灯の掲出について

- ・提灯の光の色について、真っ白でなく、昔のろうそくの灯りをイメージした暖色系の色にしたほうが良いと思う、という話を聞いた。御検討いただきたい。

→4月からの掲出について、色合いの調整が可能か確認する。

(3) 次期長野市観光振興計画の策定について

(資料3-1、3-2、事務局から説明の後、別紙資料「長野市観光の原状と課題把握 ～各種調査の結果報告～」に基づき、支援業務受託事業者から各種調査結果等の要点の説明)

■各種調査と現行計画の評価

- ・ギャップ調査については、長野市の観光の認知度や魅力度、観光行動等を把握するためのインターネット調査を主に11月に行い、概ね1,000件程度の回答が得られた。
- ・来訪者調査については、善光寺、戸隠、松代を来訪した観光客に、観光の行動や困ったこと、観光の消費額等について、対面方式で実施した。また、併せて、長野駅、松代、戸隠の観光案内所への調査票の留め置きで調査を実施し、300件程度の回答が得られた。
- ・外国人旅行者の調査については、長野市を訪れた外国人旅行者の観光行動、困ったこと、観光の消費額等について把握するための調査を行った。市内のホテル、ゲストハウス等に調査票の留め置きをお願いし、宿泊された方から100件程度の回答が得られた。
- ・GPS調査については、長野市に来訪している観光客の動向や平均的な滞在時間を、携帯電話のGPSの位置情報から把握する調査である。現在分析中であるため、今回の報告では結果をお示しできていない。
- ・インバウンド調査については、現在発行されている主要なガイドブック、主にロンリープラネット、ミシュランにおいて、長野市がどのように紹介され、評価をされているかを調査した。
- ・観光事業者調査については、市内の観光の分野に携わっている商店、宿泊、交通事業者等の10団体にヒアリングを行い、長野市観光の現状、課題、今後の方向性等について話を伺った。
- ・現行計画の評価については、テーマ別キャンペーン、実施されている施策の実施状況、成果、課題の把握、現行計画の目標値として設定されている数値の推移等について分析を行った。
- ・長野市観光の指標のひとつとなっている観光入り込み客数は、横ばいで推移している。
- ・入り込み客数を地域別で見ると減少傾向の地域も見られる。
- ・日本全体では旅行者数が減少傾向にある中、長野市が横ばいで推移していることは、健闘している方であると判断できる。
- ・外国人旅行者数については増加傾向であるが、白馬村や松本市と比較すると、やや伸び率が低い。白馬村は冬季のスキー、松本市は上高地や松本城など、インバウンドにとっては大きな集客の目玉となる場所があるので、単純な比較はできないという面もある。
- ・ミシュラン（ミシュラン グリーンガイド ジャパン）において長野市が取り上げられており、善光寺が3つ星、戸隠が2つ星で紹介されている。今後

更に認知度が高まって行けば、外国人旅行者の伸び率が増加して行くと思われる。

- ・市内観光消費額については、目標値に達していないが、長野県の数値（伸び率）と比較すると、長野市の増加の幅が大きくなっているため、健闘していると判断できる。
- ・市内宿泊者数については、目標値には達していないが、平成24年度以降は好調に推移していることが見て取れる。
- ・各年度のテーマ別キャンペーンについては、その年度に重点的な取り組みが行われたことにより、新しいコンテンツが開発されたり、その年度のキャンペーンの終了後にも、定着して継続的に行われているものもある。例として、平成25年度の「体験！長野道場」キャンペーンで、収穫体験などの着地型コンテンツが見出されて観光資源として発掘されたり、平成26年～27年の「善光寺表参道」キャンペーンでのまち歩きなどがある。

■長野市観光を取り巻く状況

- ・長野市観光の「強み」と言えるものとしては、多種多様なコンテンツがあり、選択肢が多い場所である、市街地と自然が共存している、歴史的なまち並み、美しい山里の風景、オリンピック施設が残っていて現在も活用されている、等々、コンテンツが充実しており、幅広い層の人たちに楽しんでもらえる街であること、また、ハブ機能を有している場所であり、広域観光の拠点となる場所であることが言える。
- ・ハブ機能については、長野オリンピックを契機として、これまでも機能は有していたが、北陸新幹線の開業を契機に、より強化されたと言える。

■長野市来訪者の観光行動と声

- ・1点目は、市内をあまり周遊しておらず、特に善光寺の滞在時間が短いことが挙げられる。GPS調査については現在分析中であるので、データとしてお示しできないが、別の調査において、近隣の観光地の小布施においては、平均滞在時間が約3時間半のところ、善光寺においては2時間程度という結果が出ている。
- ・WEB調査の結果で、長野市に訪れた日本人旅行者の立ち寄り地点は、善光寺、戸隠、松代には訪れているが、市内の観光地1箇所立ち寄った後は、市外の観光地に移動してしまうという傾向が見られた。善光寺を訪れている方は、戸隠・松代ではなく、松本、軽井沢、小布施といった市外の観光地に流れている現状がある。宿泊場所についても、松本、軽井沢に流れている。長野市での宿泊が、もう少し延びる可能性があると考えられる。
- ・10月～11月に行った対面調査の結果の特徴的な動きとして、松代について、NHK大河ドラマ「真田丸」の影響により、上田と松代とのつながりが見られる。
- ・外国人旅行者の立ち寄り地点については、善光寺から山ノ内町、松本という動きが見られる。
- ・善光寺、戸隠については、定期的に訪れている参拝者が一定数いることが分

かった。

- ・ 2点目として、観光客の満足度についての調査で「まあ満足」の回答比率が多いという特徴がある。観光客のアンケートでは通常、観光に来ているという気持ちの高揚感により「とても満足」という回答が多くなる傾向が多い傾向があるが、長野市においては「まあ満足」が多い。また、良いところや困ったことについては「特に無し」の回答が多い。観光地に対する思い入れが強くなく、感動が薄いのではないかと推測される。
- ・ 3点目として、市内観光地において、駐車場が少ない、バスで行きづらい、行き方が分かりづらい等の意見があることから、2次交通について課題があることが見て取れる。

■観光事業者が感じている課題

- ・ 1点目は、事業者間の連携ができていないために、市内の周遊が生み出せていないのではないかと、という声があった。観光事業者が、市内の他の地域の観光地のことを聞かれても、歴史、文化、特性について答えることができなかつたり、どの施設やお店について勧めてよいか分からない、といった状況があることから、他の地域の事業者と交流を図ることで、他の地域の歴史や文化を知ることができ、情報の共有が出来るのではないかと、という意見が聞かれた。
- ・ 2点目として、善光寺周辺や戸隠では、慢性的な駐車場不足や交通渋滞が課題として認識されており、それを原因として、何度も訪れているリピーターの満足度が下がり、固定客として着いていたファンが離れてしまう懸念を感じているという意見があった。また、2次交通について、善光寺から他の観光地に周遊を促すにあたり、戸隠や松代を案内する際に、2次交通が弱い部分があるという声が聞かれた。
- ・ 3点目として、観光消費額を増加させる工夫が出来ていない、お金の稼ぎ方が上手ではなく、消費につながる機会を逃しているのではないかとという声があった。善光寺門前エリアでは、まち歩きなどで人が周遊するようになってきているが、十分にお金を落としてもらうための工夫が出来ていない状況であるという意見があった。地域によっては、観光客が来ていても、単に観光するだけで、飲食やお土産を買うといった行動に至っておらず、お金を使っているという実感が無い、といった意見が聞かれた。

■まとめ

- ・長野市の強み、伸びる可能性がある部分、ポテンシャルが高い部分もあるが、現行計画において設定された目標値に達していないものもある。
- ・次期の観光振興計画の策定にあたっては、強みを伸ばし、課題は克服しながら、次のステップに向かって進む必要があると考える。
- ・現在の状況を踏まえると、多種多様なコンテンツがあり、さまざまな場所が楽しめ、ハブ機能を活かして長野市を拠点にさまざまな場所に周遊することが出来るが、現状の観光客は足早に長野市を通り過ぎてしまっているという

課題がある。特に善光寺は、年間600万人もの参拝客が訪れているが、市内の他の地域に足を延ばすことをしないで、市外へ流出しているという状況がある。

- ・長野市を訪れた観光客に、見るだけでなく、歩いたり、食べたり、体験したりすることを勧めるような、楽しみ方を仕掛けて行くことが必要であると考えている。
- ・次期の観光振興計画の策定にあたっては、楽しい場所、良い場所があるということを伝えながら、「見る」を中心とした観光地から、「歩く」「食べる・飲む」「泊まる」「人とのふれあい」をしながら、「感動」してもらえる観光地になる、ということ 키워ワード・コンセプトになると考えている。
- ・そのために必要なこととして、滞在時間を長くする、観光の消費を促すコンテンツ・仕掛けを作って行くこと、宿泊をしてもらうことを促進するための朝・夕のコンテンツの強化、事業者間・地域間の連携の強化、観光資源の認知度や魅力度を向上させるプロモーション、観光客が気持ちよく観光していただくための基盤整備等について、これから取り組んで行くことが求められる。

【質問・意見など】

■観光客の動向と満足度について

- ・観光客の動向と満足度について、善光寺と長野駅周辺についてはあるが、善光寺周辺として、例えば東山魁夷館や信濃美術館に訪れた観光客の動向や満足度はデータはあるのか？

→善光寺の周辺や近場で細かい動きをしている観光客の動向・満足度は把握していない。

- ・善光寺周辺の観光地としての環境が良くなると、滞在時間の延長にはつながらないと考える。善光寺に参拝の後に、美術館に行ったり、お店の散策、まち歩き、宿坊巡り、買い物をする等、観光の要素が沢山ある中で、善光寺周辺の動向・満足度の把握は意味があると思う。

→本日はお示しできなかったが、携帯電話の位置情報から観光客の動向を把握するGPS調査を実施している。但し、位置情報のメッシュ（網の目）の範囲が500m四方となっているので、その範囲で調べられるものは分析したい。

また、対面調査の中で、善光寺周辺を回っている観光客の方の自由記述の欄があるので、深く掘り下げて調べてみたい。

- ・信濃美術館の改修の計画があるが、善光寺の後ろから美術館に向かう周辺の一体的な整備というのは、ぜひしっかりと行っていただきたいと思っている。善光寺周辺の観光客の動向の面では大きなチャンスであるので、ぜひ前向きに進めていただきたい。

- ・長野市にせっかくこれだけ多く、魅力的なコンテンツがありながら、滞在時間が短い最大の原因は、エンターテインメント性が足りていないことであり、

非常にもったいない。エンターテインメント性をどこに持たせるのかということ、次期観光振興計画として考えて行かなければならないと考える。各種調査や分析については、それらの要素をつなぎ合せた、しっかりとした資料を作っていたきたい。そうすれば良いアイデアも出てくると思う。

- ・参考資料の「2 長野市来訪者の立ち寄り地点 日本人旅行者の立ち寄り地点」の調査において、主たる立ち寄り地点というものがあるが、観光客が主たる目的とする場所はどこか、というのは示されているか？主たる目的地と、従となる、次の目的地が分かるようであればお示しいただけると良いのではないか。

→WEB調査では「主たる目的地はどこですか」という聞き方はしておらず、「直近で訪れた所をお答えください」という聞き方をしている。

来訪者調査において「今回の主な目的地はどこですか」と質問しており、図表10では立ち寄り地点の数字しか出ていないが、基礎データはある。

- ・長野市が「ハブ」となる地であるということが、北陸新幹線の金沢までの延伸以降に強くなっていると思うが、そのおかげで、イベントやコンベンションが増えている。その多くの割合が県外の人であり、イベント等に来た人達が観光をするために移動をすることも、要素として大きいと考えられる。

「ハブ」ということを前面にするのであれば、そういった部分の変化があるはずだと思うので、これらの調査でそのような要素を含んでいるのか？

→今回の調査においては「最も楽しみにしている観光地・観光施設」ということを把握している。旅行のテーマについてお聞きしており、イベント等に来て、その後に観光に行く、といった細かい行動までは分析していないが、データを抽出して分析をすることは可能だと思う。主たる目的から派生的な状況で長野市を周遊する観光客がどのくらい居るかについては、現時点のデータだけでは把握しきれないかもしれないが、ただいまの意見を元に分析してみたい。

- ・意見としてであるが、このような調査を行った際、ビジネスの視点として、このデータを作るために市が支出した経費が、どのように活用されるか、あるいはビジネスに反映されるか、そこまでつながって行かないと意味が無いと思う。先ほどの「エンターテインメント性」の話があったが、これらのデータがビジネスを仕掛けることに結びつく可能性がある。イベントと観光との関連性の有無であるとかは、単に観光資源を見せるための仕組みだけでない、能動的な誘客にもつながると思う。

- ・長野市の観光においては、商売をなさっている方々が一番問題であると思っている。観光の現状と課題把握の部分で、行政であったり、観光に携わる組織の人達がこれらの施策を全て実施しなければならない、もっと頑張らなくてはならない、というように見えるが、そこはどう考えれば良いか？

実際に事業者等に聞き取り調査等を行っている中で、どう感じたか。

→難しい質問であるが、今のご意見にあった「商売をなさっている方々の問題」については、事業者ヒアリング等を通じて少なからず有ると感じてい

る。「観光事業者が感じている課題」の部分で、消費額を増加させる工夫が出来ていない、と感じている事業者もいる。

その一方で、長野市の観光振興計画をまとめる中で、事業者の努力が足りない、ということを計画に反映させることが出来るのかということは、今後考えて行きたい。

- ・事業者が真剣になって取り組んで行くような観光振興計画でなければ、前に進まない。その場限りで終わってしまい後に続かない。

例を挙げると、上田市武石に「信州せいしゅん村」を運営している小林さんという方がいるが、この方がどのような思いがあって一生懸命運営をしているか御紹介したい。「今は良いです。子どもの代でも大丈夫です。孫の代になると、(武石に)誰も住んでいなくなってしまうだろう。だから一生懸命やっているんです。」この位の思い、真剣さを持って取り組まないといけないと思う。他人任せ、行政任せの考えを持った事業者が多いが、自分の事として考え、自分で努力をしていただきたい。

そのような中でも自身で頑張っている事業者もいる。計画の策定にあたっては、そのような方々の御意見を聞きながら、前向きに改善して行くにはどうすべきか、という内容を盛り込んで作ったほうが良いと思う。頑張っている方々の意見を聞かないと良くならないので、そのような方々の意見を汲み上げていただくようお願いしたい。

- ・観光地であってはならないことが、長野では起きている場合がある。クレジットカードを使う際に手数料を取るお店がある。そういうところには観光客を連れて行きたくない。タクシーに乗った時に、観光客に対して「また善光寺ですか」と言われてしまう。
- ・観光に対する民間の意識が低いのではないかと思うが、そのような内容の調査はできないか。長野市を観光地だと思っている市民は少ないのではないかと思っており、長野を観光地として認識し、おもてなしを考え、観光について真剣に考えているのは一部の事業者だけである。まち全体で観光を考えているように見えないので、そのような部分が分かるような調査を取り入れていただきたい。観光に対する民度を上げ、観光に対する理解を深めるにはどうしたら良いか、ということが重要であると思う。せっかくオリンピックが開催された街であるのに、観光に対する意識が根付いていないことが問題と考えている。

→庁内ワーキンググループや市民ワーキンググループにおいて、いただいた情報等を提供しながら、特に、先ほど話のあった、長野市民の観光地としての意識について吸い上げる努力をして行きたいと思う。

- ・各種調査は、現在まとめの段階に入っているのか？
→調査自体は既に終わっているが、先ほど話のあった、頑張っている事業者の声を汲み取って欲しい、ということに関しては、事業者のヒアリングを行うことは出来ると思う。
- ・観光振興計画の骨子策定にあたっては、今回の分科会で出された委員の皆様

の意見に対応していただくような分析を、いろいろな切り口で行っていただくようお願いしたい。

- 今回のアンケート調査で「旅行の目的」という項目はあるか？何か目的を持って来た観光客は、その目的が達成されると満足度が高まると思う。お客様が来た場合には、遠まわしであっても、何を目的に来たか、何をするために来たかを必ず聞いて情報を得る。それによって、自分達がお客様に対して何かお手伝いできることは無いか、目的を達成するために何が出来るか、何を調べたら良いかということを考え、お客様の満足の達成を図る。その上で、サプライズ的なイベントであったり、ちょっとしたサービスを提供すると、更に満足を得ていただけることがある。

→旅行のテーマということで、例えば癒しを得るためであるとか、自然に触れるためであるとか、抽象的な聞き方である。

一番多いのが「リフレッシュ」を挙げる方で4割弱。また、長野市の特徴的として、対面調査において、真田丸の影響が出ているのか「歴史を学ぶ」という項目が2割を超え、他の地域では見られない傾向であった。

- 「リフレッシュ」というのはどこでも見られる傾向であると思うが、自然が多い長野においては挙げる人が多いと思う。
- インバウンドの関係で、自転車のロードバイクが伸びて行く可能性を秘めているが、今後、その動向や情報等があったら寄せて欲しい。
- 宿泊客で「お一人様」が、男性・女性に限らず増えてきている傾向があるが、旅館だと断られる場合もあると思う。お一人様でも泊まり易いような、旅行の行動がし易いような対策があれば良いと思う。SNS（ソーシャルネットワークサービス）が発達し、一人で行動していても、SNSにアップすると反応があるため、一人ではない、皆が見ているというような意識が有るのかも知れない。
- 「民泊」の要件緩和の報道があった。民泊の今後の動向を注視して行く必要がある。

以上