

### ①前計画・現行計画の施策体系

前計画および現行計画ともに、重点戦略部分と基本戦略部分の二本柱で構成されています。重点戦略では、地域の磨き上げ（ブランド化）を目的とした「イヤークャンペーン」、市内の観光地をコンセプトでつなぐことを目的とした「テーマ別キャンペーン」を展開して来ました。基本戦略には、情報発信、受入環境の整備、人材育成など観光地として必要な基本的な事業をまとめたものになっています。

<b>重点戦略</b>	地域別もしくはテーマ別で、年度ごとに集中的・重点的に取り組む内容を決め、展開しています。
<b>基本戦略</b>	計画期間内に実施する施策をまとめています。基盤整備や情報発信といった基本的なもの、長期的に取り組む施策を盛り込んでいます。

### ②前計画「イヤークャンペーン」総括

#### 1)前計画の重点戦略の概要:「イヤークャンペーン」(H18年度～23年度)

10地域（善光寺界限、松代、飯綱、戸隠、鬼無里、豊野、大岡、篠ノ井、信州新町、中条）を選定し、地域資源を活用した観光プログラムの開発、受入体制の整備を図りました。

H18	【市内全域】「歩く」をテーマとした自然との調和・歴史文化との対話キャンペーン
	【戸隠】 イベントや、集中的な広報を展開
H19	【川中島合戦ゆかりの地】 NHK大河ドラマ「風林火山」効果による川中島古戦場地域への観光客に対する受入体制整備、プロモーション展開
	【飯綱】 飯綱ライフを共に楽しむ、「飯綱社の講座」を本格開講
	【善光寺界限】善光寺御開帳と戸隠神社式年大祭に向けた広報キャンペーン協力
H20	【鬼無里】歴史・伝説・里山体験、地産地消リゾートキャンペーン展開
H21	【善光寺界限】善光寺御開帳と戸隠神社式年大祭の広報を展開
H22	【松代】「遊学城下町 信州松代」のブランド力を再強化
	【篠ノ井】観光・文化・レクリエーションの広域的な交流促進
H23	【信州新町】豊かな芸術文化・食文化を活かした訪れたい地域づくり

#### 2)イヤークャンペーンの成果

- ・観光の担い手となる地域主体、ボランティア団体の増加
- ・市民がその地域と向き合い、地域づくりを行う意識の醸成
- ・特定の観光地では、リピーターをある程度確保
- ・一部地域では、資源の磨き上げにより地域の魅力が向上、ブランド化へ前進

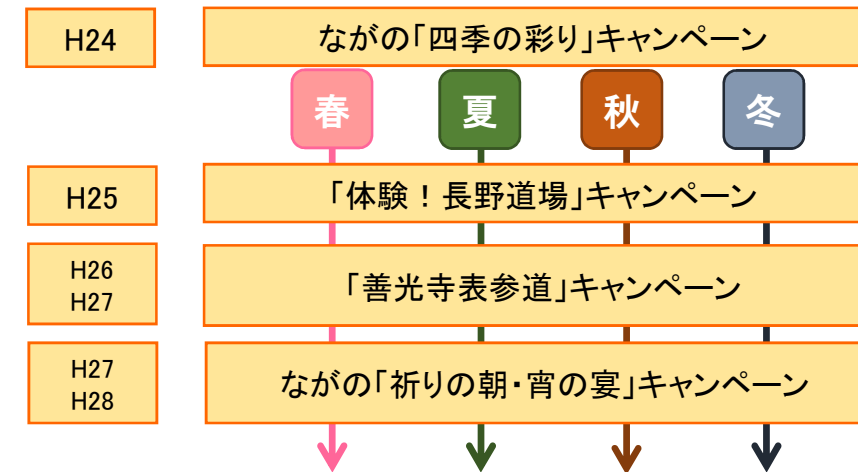
#### 3)イヤークャンペーンの課題

地域別を実施したため、市内観光地間での連携体制が構築されず、観光客を十分に周遊させられなかったことなどが課題となりました。

### ③現行計画「テーマ別キャンペーン」総括

#### 1)現行計画の重点戦略の概要:「テーマ別キャンペーン」(H24年度～28年度)

市内周遊を促進するため、実行委員会を立ち上げ、下記4つのキャンペーン内容に応じて観光コンテンツの開発、周知・広報、誘客別のツール作成等を実施しました。



#### 2)テーマ別キャンペーンの成果

- ・北陸新幹線延伸、善光寺御開帳による観光客の増加
- ・善光寺以外の観光地の知名度も一定程度向上
- ・テーマに応じて地域の特色を活かした取組みを実施することで、まち歩きなどの観光コンテンツが定着しました。

#### 3)テーマ別キャンペーンの課題

市内周遊について一定の成果は見られましたが、十分とはいえない状況です。またキャンペーン実施の運営体制は、実行委員会事務局が中心になっているため、地域の団体や事業者が主体的に関わる体制にする必要があります。

### ④基本戦略の課題

#### 1)計画の進捗や達成状況が見えづらい

基本戦略に掲げられた事業の進捗や成果、目標の達成状況が把握しにくくなっておりまた関係者間で共有する場面が少なく、事業の改善につなげにくいといった課題があります。

目標達成の実現性を高めるために、関係者間で現状を適切に把握、PDCAサイクルをこまめに回していくことが必要です。

#### 2)ターゲット設定がなく、画一的な情報発信となっている

前計画及び現行計画では、地域の資源を活用した観光コンテンツや、周遊促進を図るPRやイベントが企画、実施されてきました。ただ、これらの発信は、資源やコンテンツを起点にしたものが多く、観光客のニーズや、そもそものような客層に長野市を訪れてほしいのかは明確に設定されていませんでした。

何度も訪れたいと感じてもらえるよう、中心となるターゲットを設定し、ターゲット毎にPRすべき観光コンテンツや情報を整理して発信していくことが必要です。

## (2) 次期計画における改善のポイント及び計画の構造

### ①改善ポイント

#### 1)重点戦略における改善ポイント

次期計画の期間中には善光寺の御開帳が予定されています。これまでの成果とこれからの取り組みの成果を御開帳のタイミングに合わせて“収穫”することが次期計画における大きな目標になります。そのためには、これまで計画ごとに行っていた各地域の磨き上げと市内周遊を促す取り組みを継続して実施する必要があります。

また、より成果を生み出すために、重点的に磨き上げを行う地域を設定することや、地域・事業者間の連携を促すために、共通の目的や明確な目標、役割分担などを設定していく必要があります。つまり、これまで実施してきたキャンペーン以上に踏み込んだ「誰が、何を、いつまでに、何のために実施し、どのような成果を得るのか」を明確に記載した「アクションプラン」を策定することが求められています。

#### 2)PDCAサイクルを行いやすい計画に

次期計画では、全体目標値及び政策・施策によっては個別目標値（活動、成果指標）を設定し、進捗及び事業の実施方法等の管理を行えるように改善します。また、目標値は抽象的なものでなく、具体的に何をすればいいかが明確な目標値を設定します。

#### 3)事業立案の考え方

善光寺、戸隠、松代は本市の代表的な観光地であるとともに、多くの観光客を集めることができる観光の起点でもあります。この3地域を中心としたプロジェクトを立案し、アクションプランとして取りまとめます。

また、本市には観光資源がたくさんあります。しかし、それが観光客に十分に伝わっていないなどの課題があります。既存の資源を磨くとともに、資源の発掘を行い、新たな観光コンテンツを生み出すような事業を立案します。ただし、それらは観光客のニーズを満たす必要があります。そのために、中心となるターゲットを設定します。

### ②計画の構造

#### 1)次期計画の構造(H29年度～33年度)

従来の計画と同様に、重点戦略と基本戦略の二本柱で構成します。

##### 重点戦略⇒アクションプラン

重点的に取り組むアクションプランを設定します。複数の関係者が協力し、一体となってひとつの目的のために取り組むプロジェクトを中心に記載します。

##### 基本戦略⇒政策体系

主にここ5年間で実施する事業の内容を体系的（政策－施策－事業といった構造）に取りまとめたものです。長野市、ながの観光コンベンションビューローが中心となり、関係団体等と連携し、実施する事業を中心に取りまとめます。

#### 2)「アクションプラン」の考え方

- 地域資源の磨き上げの継続  
前計画のイヤーキャンペーンでは、一部地域では観光の担い手が育成され、地域の磨き上げが進みました。ただし、全市的な地域ブランドの確立には至っていません。そこで次期計画でも、地域資源の磨き上げは継続して行っていきます。
- 市内周遊促進のコンテンツ開発  
イヤーキャンペーンでの反省点を踏まえ、市内他地域の資源を組み合わせた周遊コンテンツを開発するプロジェクトを構築します。それぞれの資源を、観光客にとって魅力に感じる周遊ルートとしてPRしていくことが重要です。
- 事業者が主体的に取り組む仕組みの構築  
テーマ別キャンペーンを展開する中で、事業者が主体となって企画やイベントを行う場面は少なかったことが、課題としてあげられます。そこでこれまで以上に事業者が主体となって活動する仕組みが必要です。複数の関係者が一緒に同じ目標に向かって取り組めるようなプロジェクトを構築します。
- 広域連携の推進  
効果的な誘客を図るために、他市町村との広域連携を推進し、広域周遊ルートの開発と、プロモーションに取り組むプロジェクトを構築します。

### ③計画の管理

前計画及び現行計画を実施する中で、計画の進捗・達成状況が関係者にわかりやすく目に見える状態でない、との課題があげられました。そのために、全市的に同じ目標に向かって取り組みを進めることが難しい状況であることもあげられました。

そこで次期計画においては、計画全体にかかる全体目標値及び政策・施策によっては個別目標値（活動、成果指標）を設定し、進捗及び事業の実施方法等の管理を行います。

毎年、事業の評価を行うことで、その必要性を調整するとともに、実施する事業の質を向上させ、計画の実効性を担保します。また、中間年において計画の進捗の把握及び評価・検証を行い、事業の継続、実施方法等を検討し、計画を全体的に見直します。

計画の進捗・達成状況を管理し、関係者と共有することで、5カ年の計画の中で現状どこまで進んでいるか、進んでいる方向が観光客のニーズと一致しているかを見極めることができます。5カ年の中で定期的にPDCAサイクルを回すことが可能となります。

