

総合計画 施策	政策	施策	事業	事業の評価
施策 1 豊富な観光資源等を活かした観光交流促進	1 観光地域づくりの実践	1-1 観光情報の効果的な発信 観光情報の発信は、多様な主体が個別に実施しているため、市として統一感が無い。プロモーションの実施方針に則って、情報発信を行う関係者の役割や体制を明確にし、誰に何を伝えるかを意識し実施する。	1-1-1 共通のコンセプトに基づく観光情報の発信 ・市ホームページを活用した情報発信 ・信州アフターDCと連携した情報発信 等	・動画等を用いながら、誘客に向け、工夫した情報発信が行われている。 ・情報発信に向けたコンセプトが不明確であり、各観光協会との役割分担により、統一的な情報発信に向けた検討を進める必要がある。
			1-1-2 ターゲットに向けた効果的な情報発信 ・SNSを活用した観光情報発信 ・長野市そば歳時記 等	・若年層向けにInstagramなどソーシャルメディアを活用した情報発信が行われており、ターゲットを意識した取組が実施されている。 ・引き続き、各ターゲットの特性・好みを踏まえるとともに、各ソーシャルメディアの拡散（ハッシュタグや、更新頻度など）に向けた工夫を行い、効果を高めていくことが求められる。
		<施策の評価>		・多様な主体が、動画やソーシャルメディア等を活用し、情報発信を進めている。より効果を上げるため、コンセプトなど統一的な情報発信に向けた検討・実践を行う必要がある。ターゲットやツールの特性にあわせ、どの層にどのような情報発信を行っていくかを検討し、効果を高めていくことが求められる。
			1-2-1 「長野市ならではの」の食事やお土産(飲食物)の開発支援 ・マツシロックプロジェクト ・松代スイーツ研究会 等	・地域の協力を得ながら、地域資源を活用した新たな土産の開発が進み、商品化することができた。新商品は、本市の土産品として認知されるよう発信していくとともに、定着化に向け、観光客の反応をみながら改良(サイズ、味、値段等)していくことが求められる。 ・また、本市の伝統的な保存食の発信など、既存産品の見直しや再発信を行うことができた。引き続き、地域資源を活用し、現代の消費者ニーズにあう「長野市ならではの」産品の開発が求められる。
		1-2 地域資源の磨き上げによる魅力向上支援 市内の様々な地域資源を観光コンテンツとして磨きあげを行い、来訪を促します。長野市観光の課題の克服や市場ニーズ等に合致するようなテーマを設定します。	1-2-2 市内滞在時間延長のための善光寺界隈、戸隠、松代を起点とした周遊コンテンツ開発 ・(善光寺界隈)リアル七福神 ・(戸隠)戸隠神社早朝お掃除体験等 ・(松代)ロクモンGO! 等	・作業部会(善光寺界隈、戸隠、松代)他の取組みにより、地域特性に応じた新たな観光コンテンツの開発が進み実施され、着実に結果を出すことができた。 ・引き続き、コンテンツの検討・開発・改良を継続していくとともに、誘客につなげていくことが必要である。また、コンテンツ提供を地域で持続可能なスタイルで続けていく体制づくりが求められる。
			1-2-3 スポーツや文化芸術、文化財などを切り口としたコンテンツ開発 ・トライアングルコンサート「麻衣と舞」 ・真田邸ライトアップ「幻奏」 等	・文化財等を観光資源として活用し、多くの集客を得ることができた。併せて、文化財に愛着を持つ気運の醸成につながったと考える。 ・継続的な実施に向けた体制づくり等が必要である。 ・また、庁内各課と情報共有を行い、観光資源としコンテンツ化できるものを引き続き探していくことが求められる。
			1-2-4 未活用の地域資源を活かした新しいコンテンツ開発支援 ・鬼無里フットパスによるまちづくり事業 ・移住者起業支援金 等	・住民、NPO等と連携し、身近な地域資源を活用した新たな観光コンテンツづくりを進め、形になってきている。また、空き家のリノベーションなど、地域資源も増えつつある。 ・更なる地域資源の発掘と磨き上げによる観光コンテンツ化の支援と、それら資源への周遊を促す取組が必要である。
		<施策の評価>		・市内の様々な地域資源を観光コンテンツとして磨きあげを行い、来訪を促すことができている。市場ニーズ等に合致するようなテーマの設定を引き続き検討していくことが必要。
		1-3 観光都市を実現するための人材育成・体制整備 質の高いサービスや新しいコンテンツ開発が行われる基盤として、観光事業者による人材育成支援を行います。また、観光都市としての意識を市民全体が高く持てるよう、地域教育の促進やおもてなしの心の醸成に努めます。	1-3-1 観光リーダー育成支援 ・長野市観光振興計画アクションプラン作業部会	・善光寺・戸隠・松代の作業部会では、参加した観光客の反応を踏まえ、各種取組の課題把握・改善が行われており、部会を通してコンテンツ開発の知識等が共有されつつある。 ・外部講師やアドバイザー等を入れるなど、レベルアップに向けた取組が求められる。
			1-3-2 観光関連事業者間連携・受入体制構築支援 ・長野市観光振興計画アクションプラン作業部会 ・バスロケーションシステムの構築 ・戸隠観光協会ガイド部の発足 等	・各作業部会には、幅広い観光事業者が参画しており、地域課題の共有・改善に向けた取組が行われ、事業者間連携が進んでいる。 ・また、交通面において観光客にやさしい整備が進められており、バスロケなどの取り組みの周知を図り、認知度を高めていく必要がある。 ・観光の質を左右するガイド面においても強化が進む地域が出てきており、他地域でも展開できるよう、好事例を共有していくことが求められる。
			1-3-3 おもてなし意識の醸成 ・長野県観光ガイドタクシー乗務員養成講座への講師派遣	・観光関連事業者を対象にし、質の高いホスピタリティと観光知識を備えた観光ガイドタクシー乗務員の養成を支援することができた。 ・観光都市として市民意識の向上につながる取組が必要。
		<施策の評価>		・質の高いサービスや新しいコンテンツ開発が行われる基盤として、市、ビューローによる人材育成支援が行われた。
2 広域連携とハブ機能の強化	2-1 広域連携による誘客活動の推進 長野市を起点とした広域周遊観光促進のために、関係自治体と連携し、コンテンツ開発やプロモーションに取り組めます。	2-1-1 広域周遊観光促進のためのプロモーション・コンテンツ開発 ・松本市、上田市との連携事業 ・集客プロモーションパートナー都市協定 等	・広域周遊観光の促進に向け、関係自治体等と連携を図りながら効果的な観光プロモーションが実施できた。 ・関係自治体等との情報交換及び、広域周遊により得られるデータ等を活かし、さらに効果的な誘客となるよう、取組を進めていくことが求められる。	
		2-1-2 ハブ機能強化に向けた長野市観光情報センターの強化検討 ・長野市観光情報センター運営	・利用者総数の伸びに比べ、外国人利用者の伸び率が大きく、案内所がインバウンドにも認知されてきている。 ・現地視察研修を実施し、旅行者のニーズ把握、二次交通や観光に要する時間等の情報、各地案内所との広域連携等が重要であることがわかった。 ・こうした課題を踏まえ、外国人観光客に対する案内の充実と案内所の機能強化を図っていく必要がある。	
		<施策の評価>	・広域周遊観光の促進に向け、関係自治体等と連携を図りながら効果的な観光プロモーションが実施できた。関係自治体等との連携により、広域周遊観光の促進に向けた取組を推進し、更なる誘客を目指していくことが必要である。 ・また、研修等により、長野市の玄関口であり、ハブとなる観光情報センターの機能を一層高めていくことが求められる。	

総合計画 施策	政策	施策	事業	事業の評価
施策2 インバウンドの推進	3 地域資源に根ざしたインバウンドの推進	3-1 インバウンド推進のためのプロモーション・コンテンツ開発 関係自治体と連携して、インバウンド誘客につながる戦略的情報発信を行います。また重点ターゲットを設定し、嗜好性・ニーズを踏まえた観光コンテンツの開発も実施します。	3-1-1 ターゲット市場への情報発信力の強化 ・海外でのイベント・旅行博への出展・参加	・本市の外国人宿泊者数は前年比124%、重点ターゲット国である台湾、タイも前年比増であり、プロモーションの効果が表れているものと考えられる。「スノーモンキー」や「Hakuba Valley」など、集客力が高いエリアと積極的に連携し、ターゲットに即したより効果的な取組を進めることが求められる。
			3-1-2 外国人観光客が楽しめる観光コンテンツ開発 ・善光寺イルミネーション、灯明まつり・松代ツアー	・本市の外国人宿泊者数は、前年比124%となっていることから、プロモーションの効果が表れているものと考えられる。また、外国人観光客をターゲットにした体験型コンテンツを造成することにより、本市への誘客につなげることができた。誘客に向け、近隣市町村と連携した取り組みをさらに進めていくことが求められる。
			3-1-3 広域連携によるコンテンツ開発・プロモーションの実施 ・信越高原連絡協議会(妙高市、信濃町、飯綱町) ・サイクリング誘客促進事業等	・ターゲットを適切に選定し、効果的なプロモーション、コンテンツづくりが行われている。安定的な誘客につながるよう、関係自治体等との連携を行うとともに、外国人観光客の国・地域の特性や本市の地域資源を踏まえ、様々なニーズへの対応を図っていくことが必要である。
		<施策の評価>	・関係自治体と連携して、インバウンド誘客につながる戦略的情報発信を行い。また重点ターゲットを設定し、嗜好性・ニーズを踏まえた観光コンテンツの開発も行われている。	
		3-2 外国人観光客受入環境整備 外国人観光客が快適に滞在できるための受入環境整備を進めます。受入環境の整備は優先順位を付け、重要度の高いものや他の施策と関連性が高いものから実施します。	3-2-1 主要観光地・主要施設、主要観光コンテンツの多言語化促進 ・各種外国語パンフレットの作成	・外国語パンフレットの整備等により、外国人観光客の受入環境の整備は進んでいる状況にある。引き続き、配布の工夫などを行い、市内でスムーズな観光ができるような取組を行う必要がある。
		3-2-2 主要観光地におけるWi-Fi環境整備の検討 ・Wi-Fiのアクセスポイントを設置	・アクセスポイント(観光拠点)整備数 7カ所とすることができた。 ・年間延べアクセス件数は127,628件と多かった。利用状況や外国人旅行者の意見等を踏まえ、整備をしていく必要がある。	
<施策の評価>	・外国人観光客が快適に滞在できるための受入環境整備が進んでいる。市内でストレスなく旅行が楽しめるよう、外国人観光客目線で、受入環境の整備を今後も続けていくことが必要である。			
3-3 インバウンド対応人材の育成 外国人観光客の増加に伴い、それに対応できる観光関連事業者を育成することが必要になります。外国人観光客を受け入れることに積極的な観光関連事業者を増やし、事業者独自の観光コンテンツやサービス開発を行える人材の育成を目指します。	3-3-1 外国人観光客受入意識の向上 ・観光事業者養成塾	・外国人観光客受入意識の向上に向けたセミナーには、市内及び周辺地域より多くの観光関連事業者が参加し、インバウンドの必要性を共有し、関心を高めることはできた。 ・今後さらに増加が予想される外国人観光客の受入に向け、令和元年度はサイクルツーリズム、令和2年度にはフィルムツーリズムと別のテーマなど新たなマーケットで、具体的な取り組みを進める。		
3-3-2 インバウンド専門人材育成支援 ・長野市ガイド協会インバウンドプロジェクト	・本市を訪れる外国人観光客に対するサービスの向上に向けた気運の醸成が図られつつあるが、外国人向けの観光コンテンツやサービスを開発できる専門人材は少ない状況である。 ・今年度より、講座を開講し、取組が始まりつつあり、継続し取り組むことで専門人材の育成を進めていく。			
<施策の評価>	・本市を訪れる外国人観光客に対するサービスの向上に向けた気運の醸成が図られつつあるが、インバウンドの受入れを積極的に行おうとする事業者等が未だ少ない状況にある。 ・インバウンド専門人材の育成は、十分とは言えないことから、関係者との連携の強化や受入意識の向上につながる取組を実施していくことが必要。			
施策3 コンベンションの誘致推進	4 特色あるコンベンションの誘致促進	4-1 コンベンション誘致強化 コンベンション誘客とともに、参加者に対しての市内観光、滞在促進のための情報発信を強化します。	4-1-1 スポーツ・文化芸術などに関連するコンベンション等の誘致活動 ・コンベンション誘致活動 ・スポーツ大会開催支援金 等	・コンベンションの参加人数：前年比106.7%(うち宿泊者数：前年比135.4%)であり、高い水準を維持している。開催期間3日間以上のコンベンションが増加していることも要因と思われる。 ・しかし、対象となるスポーツ大会・合宿の開催は前年度と比較し、横ばいである。更に誘致に努めていく必要がある。
			4-1-2 コンベンション等参加者への観光情報の発信 ・コンベンション等参加者への観光情報の発信	・ながの観光コンベンションビューローが支援を行ったコンベンションは、前年比増となっており、引き続き誘致に努めることが必要。 ・コンベンション等の参加者に対して、観光情報及び飲食店情報等を提供し、周遊を促進している。引き続き、情報提供を継続して、滞在時間の延長を促すきっかけづくりを強化していくことが求められる。
		<施策の評価>	・ながの観光コンベンションビューローが支援を行ったコンベンションは前年比増となっており、好調である。引き続き情報発信を強化し、誘致に努め高い水準を維持するとともに、参加者の市内周遊及び消費額増加に向けた取組をより一層、強化していくことが必要である。	
		4-2 フィルムコミッションの強化と観光への活用 ドラマや映画関係者へのPR強化を図り、広く長野市への関心を高める取組を行うとともに、これまで撮影された映画等の舞台を訪れる観光客の増加を図ります。	4-2-1 ドラマや映画の舞台となるような作品の誘致 ・フィルムコミッション支援	・映画・ドラマ・CM等の撮影について政策支援することにより、映像を通じて市の知名度を向上させ、誘客推進が図られている。
4-2-2 これまで撮影されたドラマや映画情報のPR ・これまで撮影されたドラマや映画情報のPR	・過去支援作品アニメ「長門有希ちゃん消失」(2015)が「訪れてみたい日本のアニメ聖地88(2019年度版)」に選出される等、PRが図られている。これまでに誘致した作品情報を収集し、再度PRに取り組む必要がある。			
<施策の評価>	・ドラマや映画等の舞台となり、作品が評価されると、国内及び世界的なプロモーションにつながる可能性がある。首都圏等からのアクセスの良さや多様な地域資源、受入側のサポート体制(各種交渉など)などの強みをPRし、撮影誘致を積極的に進めていくことが必要である。また、公開後の作品の評価も収集し、相乗効果が得られるようなプロモーションとしていくことが求められる。			
5 計画の効果的な実行	5 計画の効果的な実行	5-1 関連情報収集、施策評価の実施 指標の定期的な収集、事業評価を行います。またそれらをもとに事業の実施効果を点検し、改善につなげます。	5-1-1 統計情報の定期的収集とそれに基づく事業評価 ・観光客へのアンケート調査実施 等	・指標となるデータの収集を行い、客観的視点から観光振興計画の進捗把握を行い、各事業が観光振興計画の指標の達成に資するものとなっているか、今後も定期的に評価検証を行っていくことが必要。
			5-1-2 定期的な事業の見直し	-
		<施策の評価>	・指標となるデータの収集を行い、客観的視点から観光振興計画の進捗把握を行い、各事業が観光振興計画の指標の達成に資するものとなっているか、今後も定期的に評価検証を行っていくことが必要。	
		5-2 庁内・関係機関との連絡調整・事業コーディネート 庁内関係課や観光関連事業者など関係者との情報共有や事業効果の検証を行います。	5-2-1 関係者と連携した事業実施に係る進捗共有 ・庁内における関連情報の収集	関係機関と連携を図りながら、観光振興計画の指標の達成に向け、各事業の推進することが必要。
<施策の評価>	・更なる庁内関係課や観光関連事業者など関係者との情報共有や事業効果の検証が必要。			