

信州の観光新時代を拓く長野県観光戦略 2018 について

平成 30 年(2018 年)3 月 23 日
 観光部 山岳高原観光課 企画経理係
 (課長)丸山 賢治 (担当)木村 直
 電話 : 026-235-7247
 FAX : 026-235-7257
 E-mail : mt-tourism@pref.nagano.lg.jp

1 策定の趣旨

1 戦略の位置付け

平成 30 年度から始まる「しあわせ信州創造プラン 2.0(長野県総合5か年計画)」を具現化するため、県としての「稼ぐ」観光地域づくりに向けた県全体の取組の方向性を明確にするとともに、県民、市町村、DMO、観光関連事業者等と互いに協働して取り組むための指針。

2 対象期間

2018 年度(平成 30 年度)～2022 年度までの 5 年間。
 3 年経過で中間取りまとめと評価を行い、5 年目の次期戦略の策定につなげる。

2 戦略方針 ～世界を魅了するしあわせ観光地域づくり～

《目指す姿》

そこに暮らす人も訪れる人も「しあわせ」を感じられる世界水準の山岳高原リゾート

- ・そこに暮らす人がその地域に暮らす「しあわせ」を語れます。日々の暮らしを楽しんでいます。
- ・地域外の人々を受け入れ、交流することが地域の活性化につながることを認識しています。
- ・そこを訪れる人々が自分の暮らしや人生を豊かにするヒントや機会が得られます。
- ・私たちは信州の山里に育まれた健康でしあわせなライフスタイルや未来への知恵を、世界の人々とともに享受することのできる新たなリゾートの形を提案します。
- ・私たちは、ここ信州に集う全ての人々とともに、持続可能な地域づくりと先進的な自治のあり方を学び合い、「しあわせ」な観光地域づくりと地域文化の形成を推進します。

《県民の皆さんとともに取り組む観光地域づくりの行動指針》

- 1 地域の価値を来訪者を含む多様な視点から掘り起し、「地域のストーリー」を見出そう！
- 2 地域のストーリーに沿って様々な主体が協力し合い、学び合い、そこに暮らす人も訪れる人も「しあわせ」を感じられる地域づくりを進めよう！
- 3 世界標準を常に意識しながら、全世界の人々が訪れやすい環境づくりを進めよう！

《地域のストーリーとは》

- ・地域の風土や人々の営みが造り出してきたその地域のアイデンティティ(存在意義)や誇り
- ||
- ・地域外の人々がその地域を訪れたい(=学びたい)必然性
 これが世界に問う信州型の新たなリゾートのかたち

観光地域づくりの経営主体と県全体の観光政策との連動により地域の持続可能な自立を目指します。地域のストーリーを育み、訪れる必然性のある観光地域づくりを進めることにより、人や情報、技術や投資を呼び込み、そこに暮らす人と訪れる人の「しあわせ」の実現を目指します。

3 現状と課題

《統計から見た長野県の現状》

- 1 延利用者数、観光消費額 ⇒ **減少傾向** (H元→H28 延利用者数:△6.6% 観光消費額:△17.9%)
- 2 外国人延宿泊者数の推移 ⇒ **増加傾向** (H24→H29 +356.4%)
- 3 観光旅行者の日帰り・宿泊の状況 ⇒ (日帰り客) **増加傾向** (H22→H28 56.7%→61.8%)
(宿泊客) **減少傾向** (H22→H28 43.2%→38.2%)
- 4 宿泊施設別の客室稼働率 ⇒ (シティホテル、ビジネスホテル) **高い** (H29 75.5%、71.4%)
(旅館、簡易宿所) **著しく低い** (H29 26.8%、12.7%)
- 5 団体旅行・個人旅行の動向 ⇒ (団体旅行) **減少傾向** (H10→H27 24.5%→14.6%)
(個人旅行) **著しく増加** (H10→H27 61.2%→85.4%)

《本県の観光を取り巻く課題(アンケート調査結果)》

1 旅行者満足度調査 (全国との格差が大きい順に3項目)

旅の楽しみとして、長野県が全国を下回っている項目(日本人) ⇒ **食事、文化施設、宿泊施設**
〃 (外国人) ⇒ **食事、宿泊施設、温泉**

2 宿泊施設アンケート (複数回答のうち上位から3項目)

- (1) 経営者の悩み ⇒ **施設・設備の老朽化、従業員の確保、従業員の高齢化**
- (2) 今後実施したい取組 ⇒ **施設・設備のリニューアル、情報発信の強化、ネット予約の活用**
- (3) 外国人を受け入れない理由 ⇒ **言語の不安、トラブル発生時の不安、他の日本人への配慮**
- (4) 受け入れのために必要な支援 ⇒ **言語コミュニケーション、情報発信、案内表示の統一化**

3 旅行会社アンケート (複数回答のうち上位から3項目)

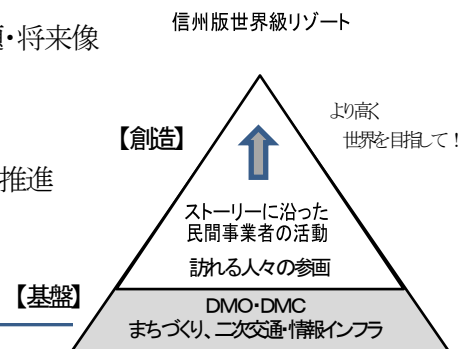
- (1) 旅行先には選択されない理由 ⇒ **交通アクセスが悪い、自然以外の観光素材が乏しい、情報発信が弱い**
- (2) 観光地としての課題 ⇒ **アクセスが不便、著名観光地以外の情報不足、富裕層向けのコンテンツ不足**
- (3) 泊まりたくなる宿泊地を増やす方策 ⇒ **交通アクセスの充実、施設の改修、飲食の改善**
- (4) インバウンドに取り組むにあたって欠けているもの ⇒ **外国人対応スタッフ、Wi-Fi 環境、多言語表示**

4 施策の展開方向 ～しあわせ観光地域づくりを実現する3つの戦略～

【第I章 観光の担い手としての経営体づくり】

戦略推進本部と県観光機構は連携して広域型DMO・DMCの形成と将来を担う人材の育成を行うとともに、県観光機構は組織体制を充実強化します。

- ◆ 「広域型DMO・DMC」の形成・確立
- ◆ 県観光機構が広域型DMO・DMCの形成や観光地域づくりの課題・将来像に積極的にコミットできるよう組織体制を充実強化
- ◆ 観光地域づくりの視点からの「まちづくり」の推進と支援体制の構築
- ◆ 暮らす人も訪れる人も参画する「学び」を重視した観光地域づくりの推進
- ◆ 総合産業としての観光を担う人材の育成・確保
- ◆ 県観光部の役割の明確化



【第二章 観光地域としての基盤づくり】

地域の多様な主体が参画して地域のストーリーに従い、「稼ぐ」基盤となるまちづくりや二次交通・情報インフラの充実、観光ブランドの形成に取り組みます。

- ◆ 地域の持続可能な自立を目指す「稼ぐ」基盤づくり
- ◆ 世界からのアクセスを円滑にする交通インフラの整備と二次交通の充実
- ◆ 最先端の技術を活かした世界水準の情報インフラづくり
- ◆ 信州の強みを最大限発揮する観光ブランドの形成・確立
- ◆ 本県観光の新たな付加価値を生み出す「学びツーリズム」の確立
- ◆ 地勢や環境を活かした大規模イベントの開催やフィルムコミッション・スポーツコミッションの推進
- ◆ 安全・安心で楽しい登山環境の確立

【第三章 世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略】

本格的なインバウンド先進県となるべく、ハード・ソフト両面からインバウンド受入体制を強化します。

- ◆ インバウンド誘客の推進・受入環境の整備
 - ・信州のポテンシャルを活かした海外からの誘客レートの確立
 - ・海外から選ばれる体験型観光の発掘・磨き上げ
 - ・官民挙げての受入環境の整備
- ◆ 国別戦略による効果的なプロモーション
 - ・重点地域と個別戦略
 - ・オリンピックレガシーの活用
 - ・二国間協定の活用

※観光戦略を具現化する取組は、「戦略を推進するための施策一覧」として別途記載

上記に加え、継続的検討課題として、「観光振興のための財源の検討」、「本格的な物販・流通支援体制の検討」について記載

5 主要指標

指標名	現状	目標	備考
延宿泊者数 [宿泊旅行統計調査(観光庁)]	1,780 万人 (2016 年)	2,175 万人	県内の旅館やホテル等に宿泊した者の延べ人数
外国人延宿泊者数 [宿泊旅行統計調査(観光庁)]	113.5 万人 (2016 年)	300 万人	県内の旅館やホテル等に宿泊した外国人の延べ人数
観光消費額 [観光入込客統計(共通基準)(長野県)]	7,320 億円 (2016 年)	8,100 億円	県内で旅行者が支出した宿泊費、交通費、飲食費等の総計
重点支援広域型 DMO・DMC指定数	0	10	
来訪者満足度(国内) [来訪者満足度調査(県観光機構)]	18.6% (2016 年)	25.0%	来訪エリアの総合満足度(7段階評価)「大変満足」の割合
来訪者満足度(海外) [来訪者満足度調査(県観光機構)]	43.2% (2016 年)	50.0%	同上
山岳遭難死傷者数 [長野県警察本部調査]	211 人 (2017 年)	180 人以下	山の遭難による死傷者数