

新たな観光振興基本計画の 基本的な考え方 ～ 中間とりまとめ(案) ～

長野県観光振興審議会は、本年 4 月、新たな観光振興基本計画の基本的な考え方について知事から諮問を受けました。

現在、その内容について、広く県民の皆様のご意見もお聴きしながら検討を進めているところですが、この度、これまでの議論を踏まえて、中間とりまとめを行いました。

今後、11 月に予定している答申に向けて、観光に携わる人々の役割分担や、重点的に取り組む施策、数値目標のあり方、計画の検証・評価の方法など、さらに議論を深めてまいります。

平成 24 年 8 月

長野県観光振興審議会

～ 目 次 ～

はじめに	1 頁
1 計画策定の趣旨	
2 計画の位置づけ	
3 計画の期間	
第 1 編 現状と課題	
第 1 章 観光を取り巻く環境	2 頁
1 人口減少に伴う地域の衰退	
2 旅行形態の変化	
3 外国人旅行者の増加	
4 高速交通網の整備	
5 東日本大震災を契機とした変化	
第 2 章 長野県観光の現状	4 頁
1 近年の観光の動向	
2 長野県観光の魅力と評価	
3 観光産業の現状	
第 3 章 長野県観光の課題	11 頁
1 新たな観光振興の必要性	
2 地域経済への寄与	
3 顧客満足度と利便性・快適性の向上	
4 新たな観光スタイルへの対応	
5 海外からの誘客の促進	
6 信州のブランド力の相対的低下	
7 人材育成と仕組みの構築	
第 4 章 長野県観光の強み	13 頁
1 豊かな自然の恵みがもたらす観光資源	
2 信州暮らしが育んだ観光資源	
3 地理的優位性	
4 今後の観光振興を進める上でのポテンシャル	
第 2 編 長野県観光がめざす姿	15 頁
1 長野県観光がめざす姿	
2 達成目標	
第 3 編 重点的に取り組む施策	16 頁
第 4 編 施策展開	17 頁
1 観光地域づくり	
2 観光の高付加価値化	
3 おもてなしの推進	
4 観光の基盤づくり	
5 国内外からの誘客・交流の促進	
第 5 編 地域別の観光ビジョン	18 頁
第 6 編 計画の推進のために	18 頁

はじめに

1 計画策定の趣旨

長野県観光を取り巻く環境の変化を踏まえ、①本県観光を持続的に振興していくための方策を明らかにするとともに、②県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民が、適切な役割分担のもと、互いに協働して取り組むための指針としてこの計画を策定する。

2 計画の位置づけ

この計画は、「新たな総合5か年計画」における観光関連施策の個別計画と位置付けられるものである。

3 計画の期間

この計画は、平成25年度(2013年度)を初年度とし、29年度(2017年度)を目標年度とする5か年間を対象とする。

第1編 現状と課題

第1章 観光を取り巻く環境

1 人口減少に伴う地域の衰退

- 少子高齢化の進行により日本の総人口の長期的な減少が予想される中、地域活力の衰退が懸念
- 人口減少社会にあっても、交流人口の増加により地域を活性化させることができる観光への期待の高まり

2 旅行形態の変化

- 国内観光旅行は、景気の低迷や余暇活動の多様化などにより、回数、年間宿泊数ともに減少傾向。国内宿泊旅行実施率も減少傾向にあり、宿泊、日帰り旅行ともに実施しない旅行ゼロ階層の割合は52.2%
- 年代別の旅行回数を比較した場合、20代、30代の旅行回数の落込みが顕著
- 価値観やライフスタイルの多様化を背景とする、体験や交流、自己実現などを目的とする旅行へのニーズに対応した取組の重要性の高まり
- 情報通信技術が発達する中で、旅行先を決めた後の行動を「現地情報などを知人に相談」したり、「現地に行ってからパソコンや携帯電話で探す」場合が増えており、ロコミやITツールを活用した取組の重要性の高まり

3 外国人旅行者の増加

- 中国をはじめとするアジア諸国は人口が増加するとともに目覚ましい成長を続けており、日本を訪れる外国人旅行者数は増加傾向。また、中国からの数次査証の発給要件の緩和、台湾や香港などの訪日旅行の成熟を背景に個人旅行の増加が顕著
- 和の魅力や雪など日本の観光の魅力を活かした国際競争力のある地域づくり、観光地における案内表示の整備など受入体制整備の重要性の高まり
- 初来日の外国人旅行者を中心として首都圏・関西圏を結ぶゴールデンルートのニーズが引き続き高い中で、様々な地域に外国人旅行者を誘致することの重要性の高まり

4 高速交通網の整備

- 北陸新幹線の金沢延伸に加え、中部横断自動車道（佐久市－静岡市間）、中部縦貫自動車道（松本市－福井市間）、三遠南信自動車道（飯田市－浜松市間）をはじめとする高規格幹線道路の整備、さらには、リニア中央新幹線（東京－名古屋間）の開業を目指す構想を踏まえた観光振興の可能性の広まり

- 平成 26 年度末に予定される北陸新幹線金沢延伸を見据えた具体的な観光振興策の重要性の高まり

5 東日本大震災を契機とした変化

- 平成 23 年 3 月に発生した東日本大震災を契機に、人と人、人と地域の繋がり、豊かさに対する考え方など人々の価値観が変化
- 原子力発電所の事故を契機として、電力不足の長期化が懸念
- 震災を契機に再認識された絆意識を地域づくりに繋げること、ゆとりや心の豊かさを実感できるライフスタイルを観光旅行者に提供することの重要性の高まり

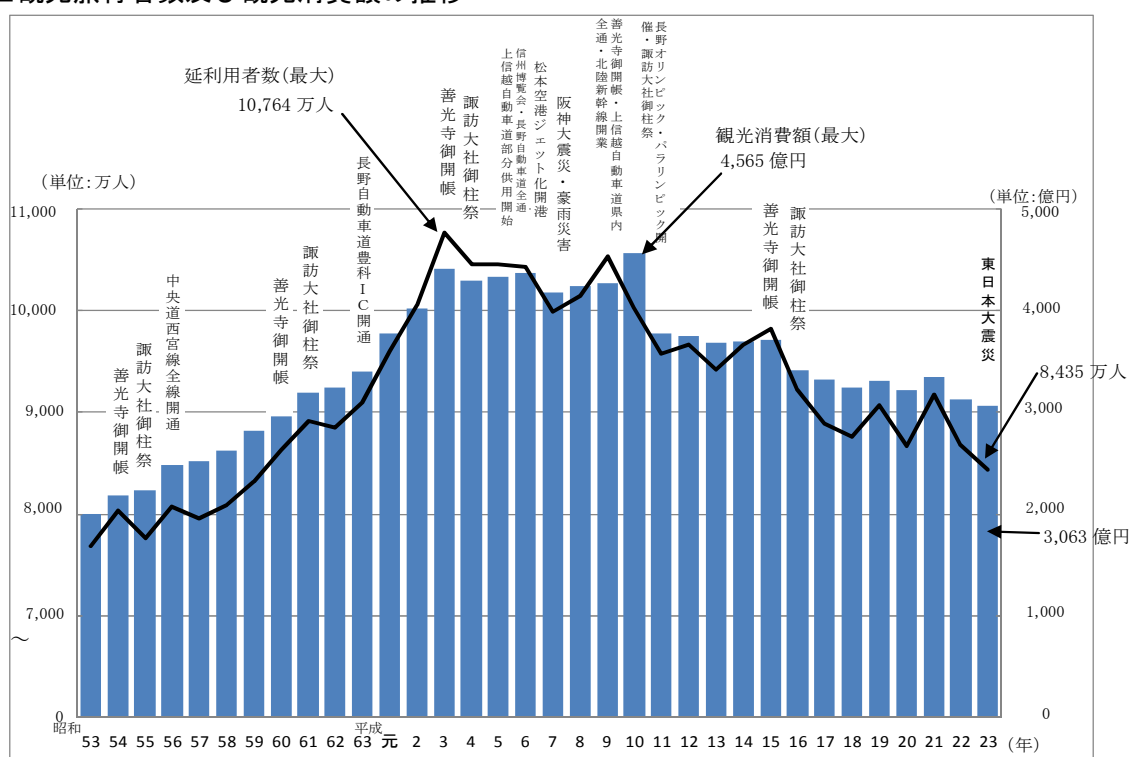
第2章 長野県観光の現状

1 近年の観光の動向

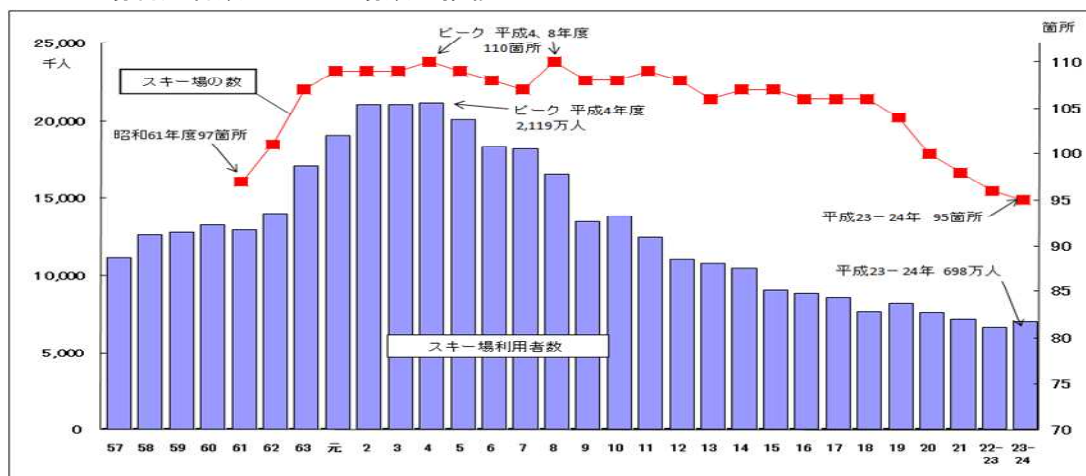
○長野県の観光旅行者数・観光消費額は平成11年以降長期的に減少傾向となっており、近年は、平成20年秋のリーマンショックを契機とした世界同時不況や東日本大震災、円高の長期化などによる経済の停滞が観光動向に大きく影響。加えて、高速交通網の整備による日帰り圏化や、スキー客の減少による宿泊旅行者の減少、観光地間の競争の激化なども減少の要因

○東日本大震災後の本県への観光旅行者数は一時的に大きく減少したものの、平成23年6月以降おおむね回復

■観光旅行者数及び観光消費額の推移

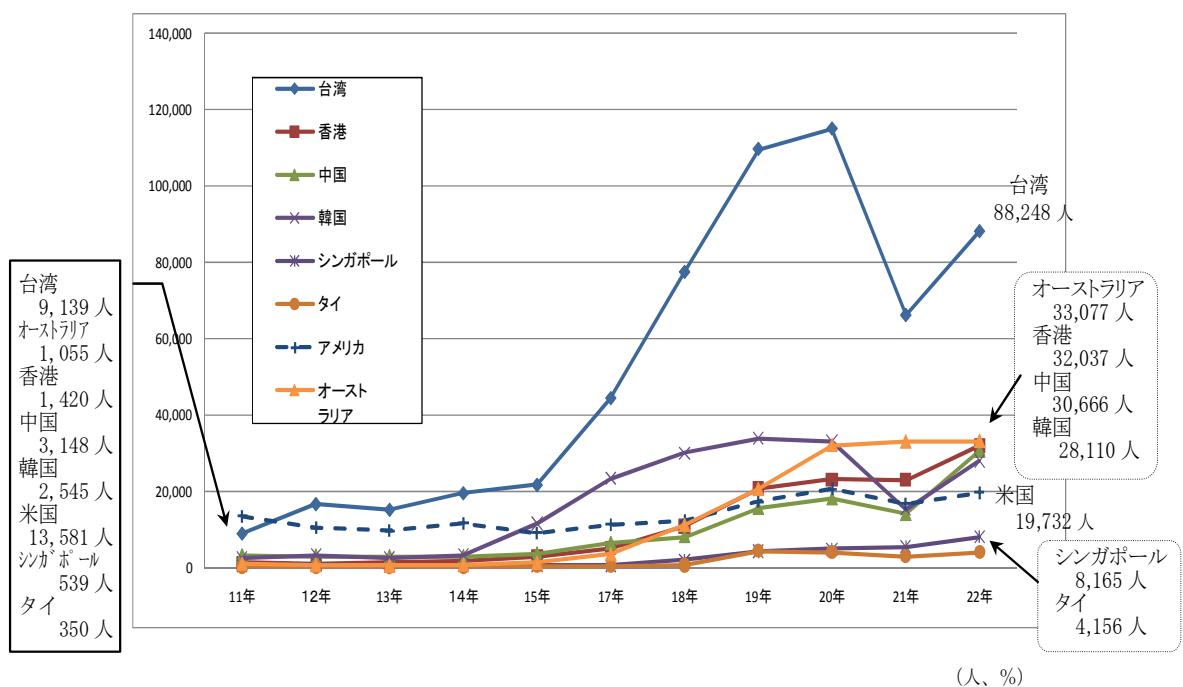


■スキー場利用者数とスキー場数の推移



○長野県の外国人旅行者は近年増加傾向にあるものの、観光庁の統計によると、平成 23 年の外国人延宿泊者数は 22 万 4 千人で、東日本大震災の影響などにより前年と比較して 42.1%の減少。平成 24 年 6 月時点で市場全体では震災の影響からはほぼ回復とされるものの、国、地域により回復状況に偏りがあり、中国、台湾、タイ等が震災前と比較して増加する一方で、韓国、香港、シンガポール等で回復の遅れも

■外国人宿泊者数の推移



年	11	13	15	17	19	21	22
延べ宿泊者数	46,689	50,472	67,555	116,630	281,469	234,561	304,972
伸び率	100	108.1	144.7	249.8	602.9	502.4	653.2

(11 年を 100 とする)

資料:長野県観光部「外国人宿泊者数調査」

2 長野県観光の魅力と評価

○ビジネス目的等を含む延宿泊者数が 47 都道府県中第 5 位、観光旅行に限定した宿泊観光入込客数（試算）では第 2 位となっている長野県は、全国的にみて有数の観光県

■延宿泊者数の全国比較

(万人)		
1位	東京都	4,153
2位	北海道	2,729
3位	大阪府	2,176
4位	静岡県	1,941
5位	長野県	1,938
6位	神奈川県	1,633
7位	千葉県	1,596
8位	京都府	1,441
9位	沖縄県	1,415
10位	福岡県	1,324
11位	愛知県	1,241
12位	兵庫県	1,189
13位	福島県	1,080
14位	新潟県	1,037
15位	宮城県	979

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査（H23）」

■宿泊観光入込客数（試算）

(万人/年)		
1位	北海道	1,396
2位	長野県	1,206
3位	静岡県	1,159
4位	東京都	988
5位	神奈川県	864
6位	千葉県	833
7位	栃木県	592
8位	京都府	579
9位	兵庫県	522
10位	群馬県	518
11位	沖縄県	481
12位	福島県	438
13位	新潟県	429
14位	大阪府	427
15位	三重県	414

資料：(財)日本交通公社「旅行動向2011」

○平成 23 年の 47 都道府県の魅力度ランキングにおいて長野県は第 8 位となり、上位に位置

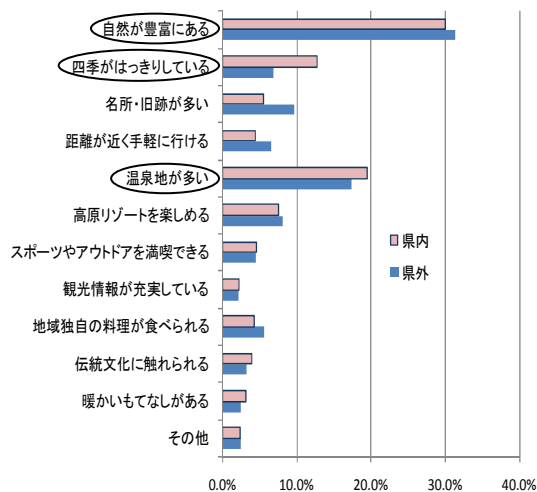
■魅力度ランキング

順位	地域名	点数	2010年順位
1	北海道	70.7	1
2	京都府	53.4	2
3	沖縄県	50.3	3
4	東京都	40.3	4
5	奈良県	34.0	5
6	神奈川県	30.6	6
7	大阪府	29.4	7
8	長野県	28.9	10
9	兵庫県	27.0	8
10	福岡県	26.7	12
11	長崎県	25.9	9
12	静岡県	23.6	11

資料：(株)ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2011」

○観光旅行者からみた長野県の魅力は、「自然が豊富」、「温泉地が多い」の項目が高評価。一方で、観光旅行者の総合的な満足度は、食や特産品・土産物の満足度の低さから、47都道府県中第22位と全国平均をわずかに上回る水準

■長野県の魅力



資料：長野県観光部「観光地点パラメータ調査(平成23年4-6月)」

■満足度の全国順位

	長野県	順位	全国平均
総合的な満足度	84%	22位	83%
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	52%	38位	57%
魅力のある特産品や土産物が多かった	44%	31位	45%
魅力的な宿泊施設が多かった	41%	19位	41%
子供が楽しめるスポットや施設が多かった	18%	24位	22%
若者が楽しめるスポットや施設が多かった	24%	14位	27%
大人が楽しめるスポットや施設が多かった	43%	13位	42%
地元の人のホスピタリティを感じた	27%	23位	27%

資料：(株)じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査2011」

○長野県を訪れる観光旅行者の居住地は、関東ブロックが過半数を占め、東海ブロック、関西ブロックを合わせた三大都市圏からの入込は全体の8割超

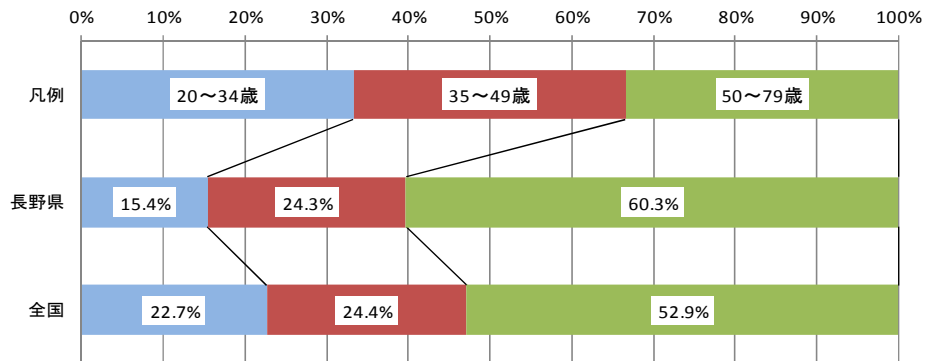
■宿泊旅行者の居住ブロック



資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査2011」

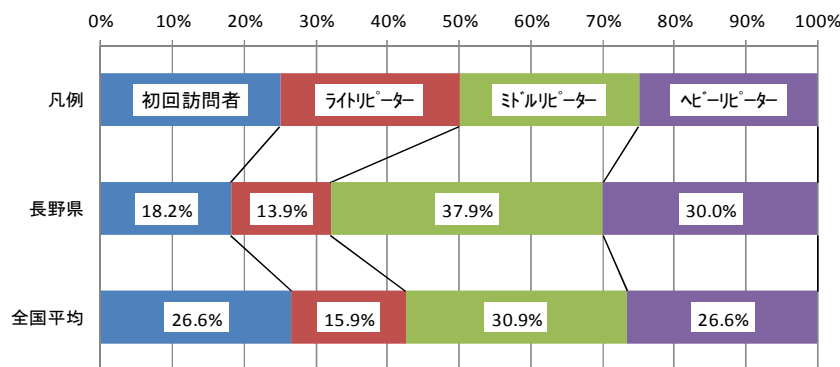
○長野県を訪れる観光旅行者を年代別にみると、50歳代以上が過半数。来訪経験についてみると、数年内に2回以上来訪している者の比率が全国平均に比べ高くリピーター率が高水準

■宿泊旅行者の年代別構成



資料：(株)じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2011」

■来訪経験



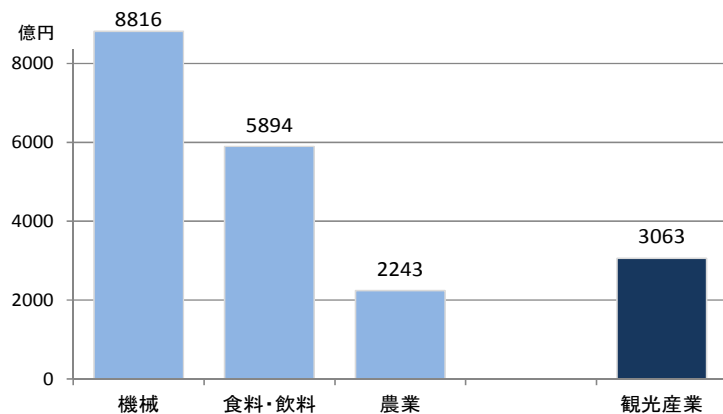
- ▶初回訪問者・・・初めて来た人
- ▶ライトリピーター・・・最近1年以内に1回来訪、その前は3年以上前に来訪
- ▶ミドルリピーター・・・最近1年以内に1回、3年以内に2回以上来訪
- ▶ヘビーリピーター・・・最近1年以内に2回以上来訪

資料：(株)じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2011」

3 観光産業の現状

○宿泊業、飲食業、運輸・交通業、小売業など幅広い分野を包含したすそ野の広い総合産業である観光産業は、長野県の主要な産業の一つ

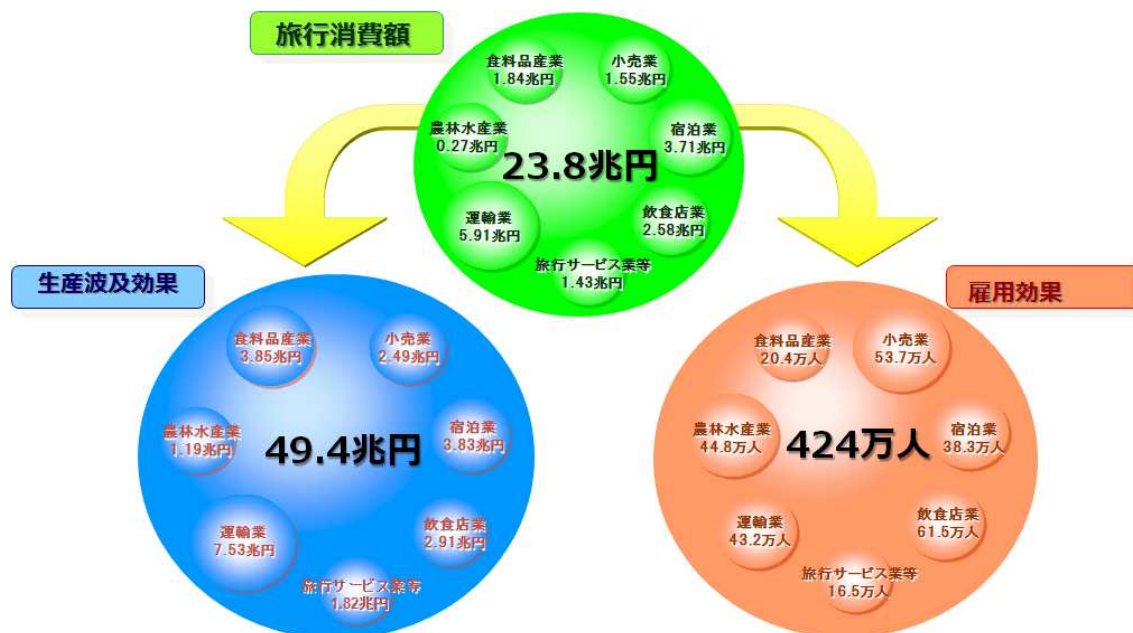
■長野県の観光消費額の規模比較



資料：長野県企画部「工業統計調査」、関東農政局長野農政事務所「長野農林水産統計年報」
いずれも平成22年。観光消費額は長野県観光地利用者統計(平成23年)

○観光庁の調査によると、旅行消費は、観光に直接関係する産業のみならず、食料品産業、小売業、農林水産業など、他産業にもその効果が波及

■旅行消費が及ぼす産業別経済効果

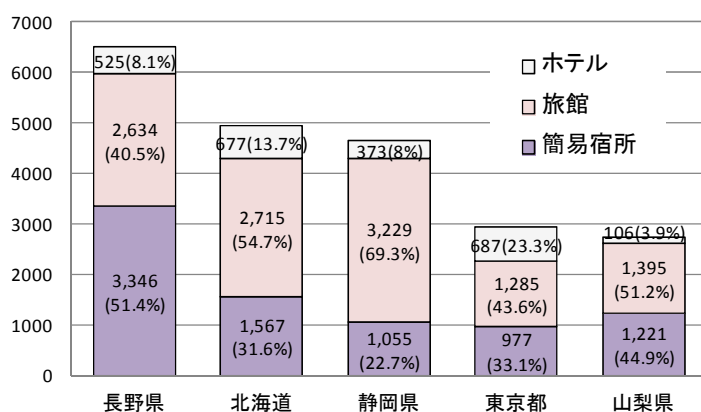


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

○県内の宿泊施設数は全国1位となっているものの、宿泊施設の客室稼働率は全国で最も低い水準。また、平成23年の県内のホテル・旅館の倒産件数は15件となり、47都道府県の中で最多

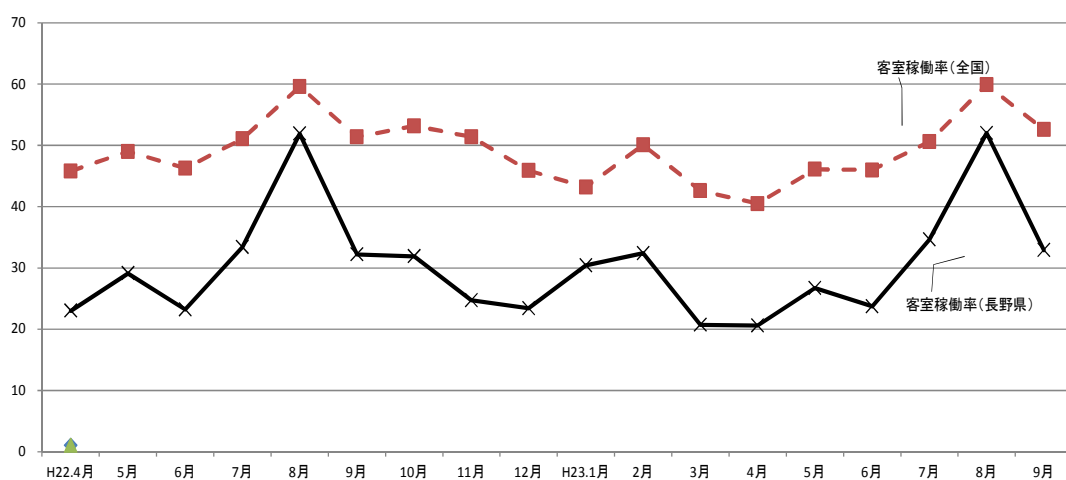
○県内宿泊施設の客室稼働率を月別に比較した場合、8月の稼働率が50%を上回っているのに対し20%台に止まる月があり、乖離が顕著

■宿泊施設数上位5都道府県の種類別施設数



資料:厚生労働省「衛生行政報告例(平成22年度)」より作成

■客室稼働率の推移



資料:観光庁「宿泊旅行統計調査」

第3章 長野県観光の課題

1 新たな観光振興の必要性

- 人口減少により国内観光需要が減少する中で、観光振興は、①観光旅行者に日帰りではなく滞在してもらう、②何度も訪れてもらう、③外国からも訪れてもらう視点が必要
- 「地域の日常空間」をありのまま楽しむという観光旅行者のニーズの変化に対応し、中長期的な視点で地域づくりと一体となった観光地域づくりを重点的に進めることが不可欠
- 観光地域づくりのためには、観光産業に直接携わる事業者のみならず、県民や幅広い事業者の観光に対する意識の改革が重要

2 地域経済への寄与

- 地域の魅力を高めることにより、観光旅行者を個々の宿泊・観光施設の顧客（施設顧客）から様々な観光資源の物語性や人と人とのふれあいなどを通じてその地域のファンとなる「地域顧客」に転換することにより、リピーターや新規顧客の獲得などによる地域経済への寄与の視点が必要
- これまで観光振興の中心的役割を担い、長野県観光を支えてきたスキー場や温泉旅館などの観光事業者について、例えばスキーをしない人も楽しめるスノーリゾートづくりなどにより振興を図っていくことも重要

3 顧客満足度と利便性・快適性の向上

- これからの観光振興においては、県民一人ひとりが郷土の自然環境や歴史・文化など地域の魅力と価値を再認識し、県民自らが信州での暮らしを楽しみながら、心をこめたもてなしで観光旅行者の満足度を向上させることが重要
- 情報収集手段の多様化に対応し、ITを活用して観光旅行者の利便性を高める情報提供、観光地のバリアフリー化など快適性を高める取組が必要

4 新たな観光スタイルへの対応

- 価値観やライフスタイルの多様化を背景に旅行スタイルが変化する中で、信州の自然や風土、健康長寿などの強みを活かし、農業、スポーツ、環境、ものづくりなど他分野と連携しながら、新たな観光資源、体験・交流プログラムの開発などにより、観光ニーズの変化に対応していくことが重要
- その際、市場の視点や女性の視点を重視して訪れたいと思わせる商品づくりを進めるとともに、旅行ニーズの多様化が顕著な若者の視点を取り込んでいくことが重要

5 海外からの誘客の促進

- 増加傾向にあるアジア諸国やオーストラリアなどからの外国人旅行者の誘致に加え、新たな市場の獲得が重要
- 外国人旅行者を直接迎え入れる玄関口がなく、国際的に人気の高い東京－富士山－関西を結ぶゴールデンルート上に位置しない長野県がさらなる外国人旅行者誘致を促進するためには、対象国ごとの現状を踏まえた思い切った施策展開が不可欠

6 信州のブランド力の相対的低下

- 各地域が地域のブランドイメージを独自に発信しており、統一感のある発信が不十分。このため、地位間競争が激化する中で、信州のブランド力は、相対的に低下してきていると指摘
- 長野県の多くの優れた観光資源にどのように磨きをかけるのか、系統的な取り組みがない状態
- 産学官の協働により、長野県の観光資源の価値を創出し発信する仕組みの構築が必要

7 人材育成と仕組みの構築

- これからの観光地域づくりのため、その中核となる人材の持続的な育成、地域全体の情報発信から商品の企画・販売までワンストップでサービスを提供する仕組みの構築が不可欠
- 観光マーケティングに携わる人材、観光関連産業に携わり観光を担う人材の育成に加え、県民が観光の広がりを意識し一人ひとりが観光旅行者を温かく迎えようとする気運の醸成が重要

第4章 長野県観光の強み

1 豊かな自然の恵みがもたらす観光資源

- 周囲を高い山に隔てられ広大な面積を有する長野県は、豊かな自然環境に恵まれ、山岳、高原、湖沼、湿原、溪谷などの景勝地が豊富
- 北アルプスに代表される雄大な山岳景観は国内でも長野県にしかない自然景観であり、上高地、立山・黒部など国際的に知名度の高い観光地が存在
- 豊富な湯量に恵まれた温泉、良質な雪質を誇るスキー場が多く、国内外から訪れる多くの観光旅行者やスキー客を魅了
- 南北に長く標高差のある地勢は長野県に多様な気候をもたらし、中でも高原の冷涼な気候は軽井沢をはじめとする著名な避暑地の発展に寄与
- 多様な気候を利用して、果樹、高原野菜など豊富な食材が生産

2 信州暮らしが育んだ観光資源

- 自然との関わりの中で育まれた美しい農村景観、古の街道の雰囲気や今に伝える街なみ、日々の暮らしの中で育まれた風習や食文化など、各地域のその土地ならではの「信州暮らし」は、心のやすらぎを求める現代人のライフスタイル
- 信州の風土や歴史の中で、人形浄瑠璃や歌舞伎などの民俗芸能、御柱祭りや道祖神祭りなどの伝統行事が各地域で個性的文化として生まれ、その多くが世代を越えて現代に承継
- 人口 10 万人当たりの博物館・美術館数は全国第 1 位であり、県民はもちろん多くの観光旅行者の知的欲求に対応

3 地理的優位性

- 日本のほぼ中央に位置する長野県は、首都圏や中京圏から 200km 圏内に位置し、観光県としての地理的優位性を具備
- 中央自動車道、長野自動車道、上信越自動車道、信州まつもと空港のジェット化、北陸新幹線長野・東京間の開通をはじめとする本県の高速度交通ネットワークの整備は、大都市圏などからの移動時間を短縮
- 平成 26 年度末に予定される北陸新幹線の金沢延伸により、北陸圏などとの新たな交流の可能性が拡大

4 今後の観光振興を進める上でのポテンシャル

- 広大な県土に豊富な観光資源や個性あふれる地域が多いことは、県内各地を回遊する移動型の滞在観光を進める上で活かすべきポテンシャル
- 平均寿命が高く、高齢になっても元気に働く人が多いことから、全国トップレ

ベルの健康長寿県といわれており、その要因といわれる豊かな自然環境の中でのゆとりある暮らし、県民の高い健康意識は長野県の観光振興を進める上で活かすべきポテンシャル

○二地域居住・移住先としての高い人気は、交流人口の拡大を図る上で大きなポテンシャル

第2編 長野県観光がめざす姿

1 長野県観光がめざす姿

〔豊かな「信州暮らし」を楽しみ、発信〕

○人口減少をはじめ観光を取り巻く環境が変化する中で、豊かな自然環境や優れた景観、伝統や文化など長野県の強みに裏打ちされた豊かな「信州暮らし」を県民一人ひとりが誇りをもって楽しむとともに、新たな価値を創出し、おもてなしの心で発信する。

〔地域全体で魅力を高める「観光地域づくり」〕

○優れた地域資源を最大限に活用し、かつ、広域連携により地域全体で観光地域づくりを進め、滞在時間を増加させることにより地域経済の活性化に寄与する。

○観光産業、農林水産業、商工業など、幅広い事業者が連携し、新たな観光ニーズに対応することにより、交流人口を拡大する。

〔「信州ブランド」を高め、国内外から選ばれる長野県へ〕

○豊かな「信州暮らし」を世界に発信するとともに、観光旅行者の期待に応え続けることにより、長野県観光のブランド力を高め、選ばれ続ける観光県になることで、さらなる観光振興に繋げる。

2 達成目標

計画の進捗を点検するため、達成目標の設定が必要。どのような指標を達成目標に設定するかは、検討が必要

第3編 重点的に取り組む施策

観光を取り巻く環境が大きく変化する中であって、長野県観光のめざす姿の実現に向け、新たな観光ニーズに対応しながら重点的・横断的に取り組む方策を明らかにするプロジェクトを設定し、取り組んでいく。

＜施策例＞

◎ 観光地域づくり

地域の日常空間を最大限に活かした観光地域づくりを進めるため、その中核となる人材を育成するとともに、地域全体の情報を発信し、商品の企画から販売までワンストップでサービスを提供する仕組みづくりを進める。

◎ 他分野と連携したニューツーリズムの推進

新たな観光スタイルに対応するため、他分野との連携を強化し、農業×観光、健康×観光、スポーツ×観光など新たな観光スタイルを提供するニューツーリズムを推進するとともに、長野県ならではの山岳や高原を活かした観光を推進する。

◎ 信州ブランドの磨き上げと発信による観光魅力の向上

多様性豊かな長野県観光の価値や魅力を統一感をもって発信すると共に、地域の魅力を県民共通のブランドとして磨くことにより、観光の対外的訴求力を高める。

◎ おもてなしの推進

豊かな信州暮らしを県民と観光旅行者とがともに楽しむため、県民一人ひとりが地域のことを知るとともに、観光旅行者を「おもてなしの心」で迎える機運を醸成し、県民運動として展開する。

◎ 外国人旅行者の誘致促進

富裕層、中間層をターゲットにした外国人旅行者のさらなる誘致を促進するため、長野県観光の魅力を海外に積極的にPRする体制、県内への来訪を促進するための交通手段など、新たな仕組みを導入するとともに、新たな市場を獲得する。

◎ 北陸新幹線延伸による効果の活用

北陸新幹線の金沢延伸に向けて、北陸圏での長野県観光の認知度を向上させるとともに、新幹線停車駅を核とした広域観光を推進する。

◎
：

第4編 施策展開

観光振興を図る施策をわかりやすく体系化し、5年間の計画期間に着実に取り組んでいく。

<施策例>

○ 観光地域づくり

- ・人材の育成（中核人材、マーケティング担当、観光産業の従事者）
- ・観光地域づくりプラットフォームの構築
- ・地域が一体となった連携・協働による観光地域づくり

○ 観光の高付加価値化

- ・観光分野における信州ブランドの再構築と統一感のある発信、観光資源の発掘と磨き上げの仕組みづくり
- ・他分野と連携したニューツーリズムの推進
- ・食をはじめとする物産の振興

○ おもてなしの推進

- ・観光に対する県民意識の醸成
- ・観光に携わる事業者の資質向上
- ・県民運動によるおもてなしの実践

○ 観光の基盤づくり

- ・観光事業者の観光魅力や競争力の向上に向けた取組支援
- ・自然環境の保護、観光地の景観形成、快適な交流空間づくり
- ・高速交通網の充実
- ・観光地における安全・安心の確保（観光地の観光旅行者対策、安心な旅行のための環境整備）
- ・観光地の利便性や快適性の向上（利便性の高い情報発信、快適な観光地のトイレ整備など）

○ 国内外からの誘客・交流の促進

- ・国内誘客の推進
- ・インバウンドの推進
- ・広域観光の推進
- ・MICE、教育旅行などの誘致

○
：

第5編 地域別の観光ビジョン

広大な県土、異なる風土のもとで育まれた各地域の多彩な特性を踏まえ、県下 10 地域別の観光ビジョンを掲げるとともに、広域観光の観点から県内外との地域間の連携を明らかにする。

第6編 計画の推進のために

- 計画の推進に当たっては、県、市町村、観光関連団体、観光事業者、地域住民など多様な主体が適切な役割分担のもと、互いに協働し、施策を展開する必要がある。
- 計画をより実効性あるものとするため、計画の検証と評価を行う仕組みを検討する必要がある。