

新たな観光振興基本計画 答申(案)たたき台

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。

今回、9月21日に公表した「中間とりまとめ」をベースに「答申(案)たたき台」を作成しました。

今後、11月に予定している答申に向けて、さらに議論を深めてまいります。

平成24年 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 旅行形態の多様化	
3 外国人旅行者の増加	
4 高速交通網整備による可能性の広がり	
5 東日本大震災を契機とした価値観の変化	
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 観光振興施策の点から面への転換	
2 地域経済への貢献	
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と高齢者、子ども、女性の視点の重視	
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	14 頁
1 豊かな自然の恵みがもたらす観光資源	
2 信州の暮らしが育んだ観光資源	
3 大都市圏から近い地理的優位性	
4 観光振興を進める上での高いポテンシャル	

第2編	長野県観光がめざす姿	
第1章	長野県観光がめざす姿	17 頁
第2章	達成目標	18 頁
第3編	施策の展開	19 頁
第1章	重点的に取り組むプロジェクト	20 頁
	世界水準の山岳高原リゾートづくり	21 頁
	信州ブランドの磨き上げと発信による観光魅力の向上	22 頁
	連携と協働による観光地域づくり	23 頁
第2章	施策体系	24 頁
1	観光地域づくりを担う人材の育成	25 頁
2	強みを活かした信州観光の質の向上	26 頁
3	来訪者にやさしいハード・ソフト整備	27 頁
4	マーケティングに基づく誘客・交流の促進	28 頁
5	ゴールデン・ルートに負けない外国人誘致戦略	29 頁
第4編	エリア別の観光地域ビジョン	31 頁
第5編	計画の推進のために	33 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本県の観光施策を計画的かつ戦略的に推進する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、事業者、県民等が、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 旅行形態の多様化

- 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に旅行の形態が団体旅行から個人・グループ旅行に変化する中で、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、口コミやICT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 高速交通網整備による可能性の広がり

- 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がり
- 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価値観の変化

- 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
- 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の重要性の高まり
- 原子力発電所の事故を契機とした自然エネルギーの利用拡大など環境負荷の少ない暮らしの重要性の高まり

第2章 長野県観光の現状

1 近年の観光の動向

～観光地利用者はピーク時に比べ 20%以上減少、特にスキー客は3分の1に～

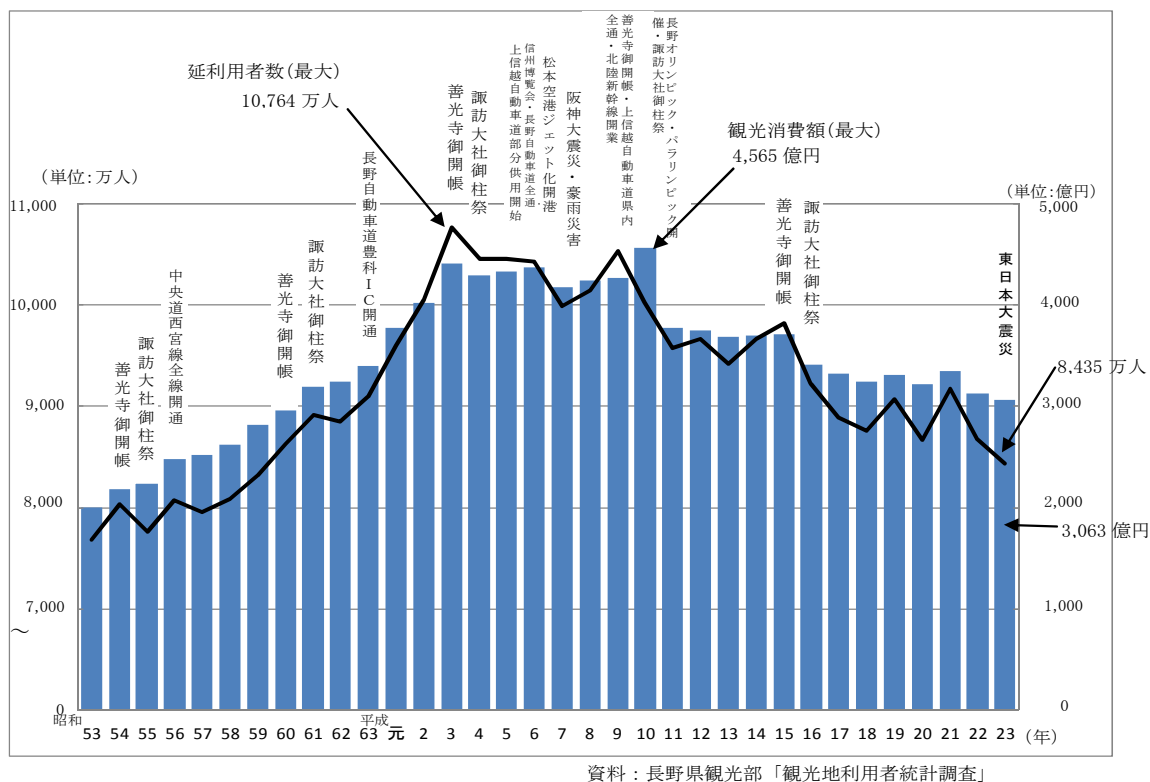
○近年の観光動向は、平成20年秋のリーマンショックを契機とした世界同時不況や東日本大震災、円高の長期化などによる経済の停滞が大きく影響しており、長野オリンピック（平成10年）開催前には1億人を超えていた観光地利用者数は平成23年には約8,500万人にまで減少

○特に、平成4年度に約2,100万人を数えたスキー客数が平成23-24年シーズンには3分の1にまで減少

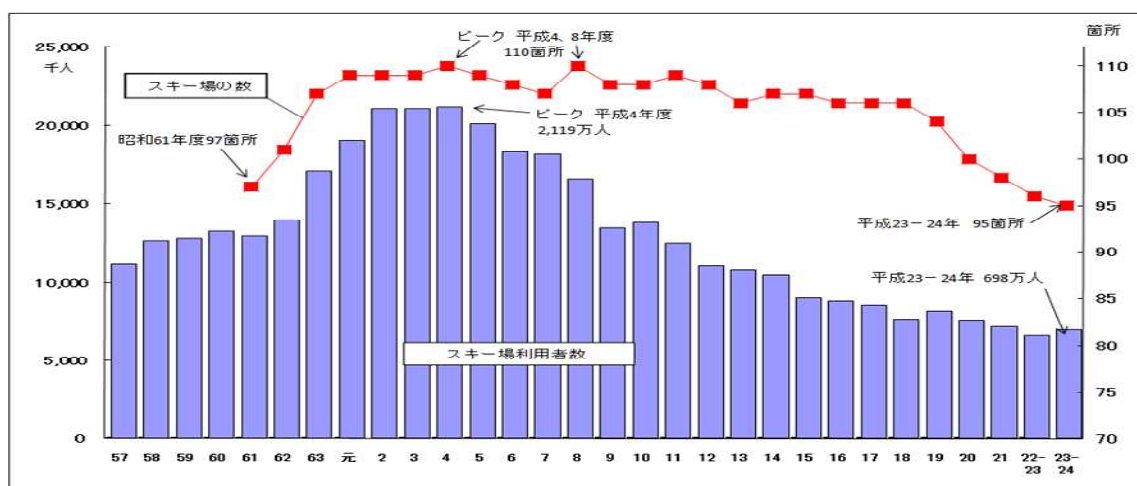
○高速交通網の整備による日帰り圏化が進む中で、観光地利用者に占める宿泊客の割合は、平成10年の38.1%から平成23年には31.6%まで低下。この間、観光客一人当たりの消費額も900円以上減少しており、これらにより県内の観光産業に深刻な影響

○東日本大震災後の本県への観光地利用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

■観光地利用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

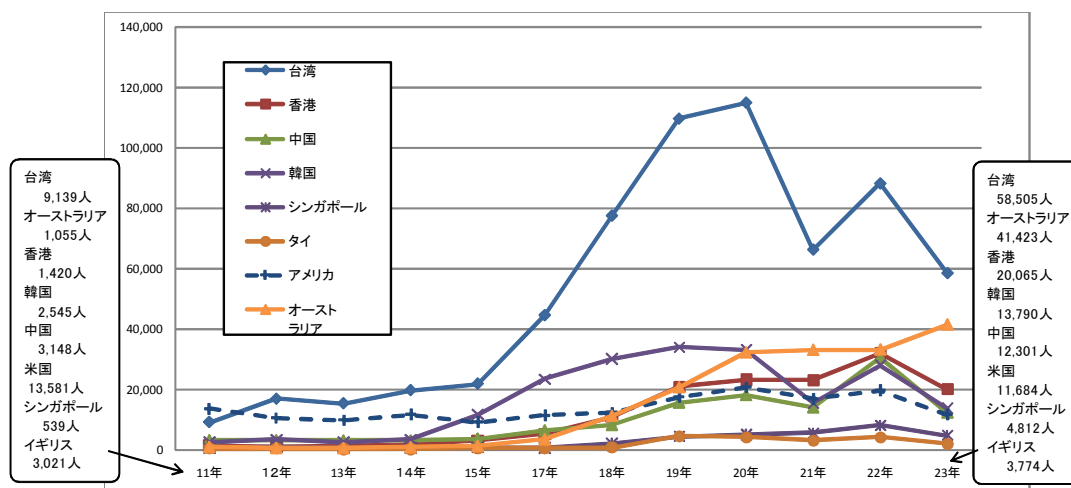


資料：長野県観光部「スキー・スケート場利用者統計調査」、「スキー場等現況調査」

○スキー、自然体験、農林業体験などを目的に学習旅行で長野県を訪れる児童・生徒数は、平成23年度は述べ710千人となり、3年連続して増加

○長野県の外国人旅行者は近年増加傾向にあるものの、平成23年の外国人延宿泊者数は、東日本大震災の影響などにより、過去最高だった前年から33.4%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ほぼ回復したとされるものの、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	23
延べ宿泊者数(人)	46,689	50,472	67,555	116,630	281,469	234,561	304,972	203,152
伸び率	100	108.1	144.7	249.8	602.9	502.4	653.2	435.1

(平成11年=100)

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

～長野県観光のポテンシャルは高いが、その魅力は十分に浸透していない～

- 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 24 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 7 位となり上位に位置するものの、点数はベスト 3 の北海道、京都府及び沖縄県と大きく乖離

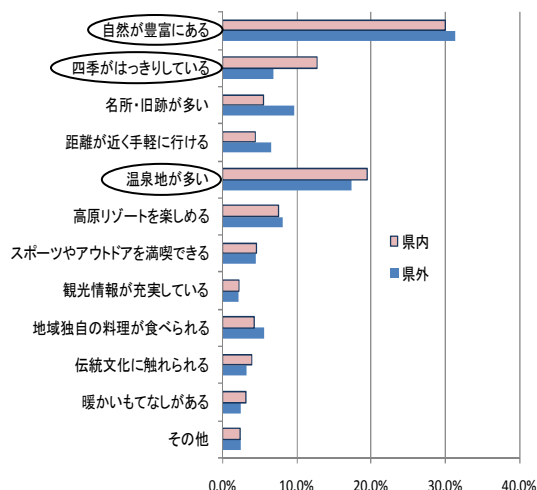
■魅力度ランキング

順位	地域名	点数	2011年順位
1	北海道	63.9	1
2	京都府	54.6	2
3	沖縄県	48.4	3
4	東京都	41.1	4
5	奈良県	35.9	5
6	神奈川県	34.2	6
7	長野県	27.8	8
8	大阪府	27.5	7
9	長崎県	27.4	11
10	福岡県	26.4	10
11	兵庫県	22.1	9
12	静岡県	21.9	12

資料：(株)ブランド総合研究所「地域ブランド調査2012」

○来訪者からみた長野県の魅力は、「自然が豊富」、「温泉地が多い」の項目が高評価であるにもかかわらず、来訪者の総合的な満足度は 47 都道府県中第 19 位。特に食や特産品・土産物の満足度が低い。

■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)」

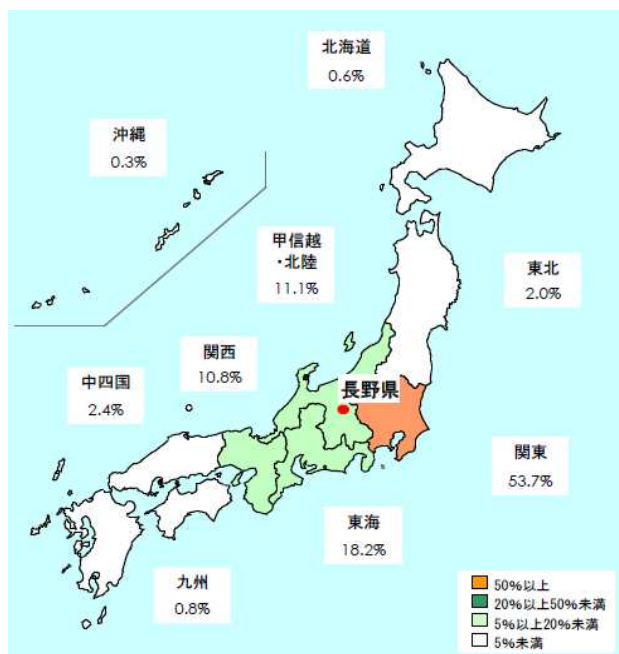
■満足度の全国順位

	長野県	順位	全国平均
総合的な満足度	81%	19位	81%
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	49%	38位	54%
魅力のある特産品や土産物が多かった	40%	33位	43%
魅力的な宿泊施設が多かった	39%	18位	38%
子供が楽しめるスポットや施設が多かった	18%	23位	21%
若者が楽しめるスポットや施設が多かった	21%	15位	24%
大人が楽しめるスポットや施設が多かった	37%	23位	39%
地元の人のホスピタリティを感じた	23%	21位	21%
現地で良い観光情報を入手できた	23%	23位	23%

資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査 2012」

○長野県を訪れる宿泊旅行者の居住地は、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

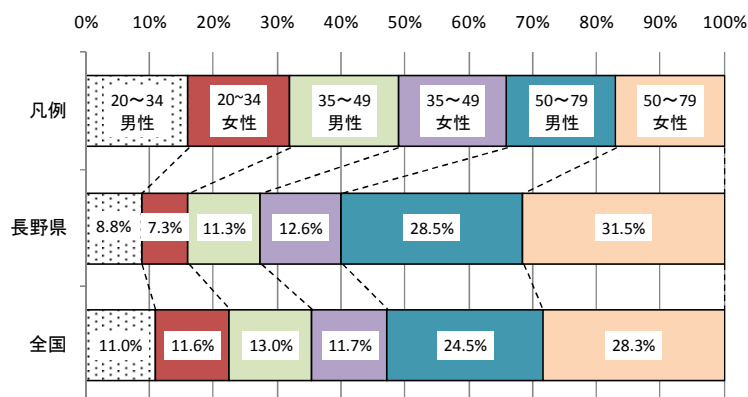
■宿泊旅行者の居住ブロック



資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査 2012」

○長野県を訪れる宿泊旅行者の性別・年代別構成をみると、50歳代以上男女が6割に達する一方で、20～34歳女性の低さが顕著

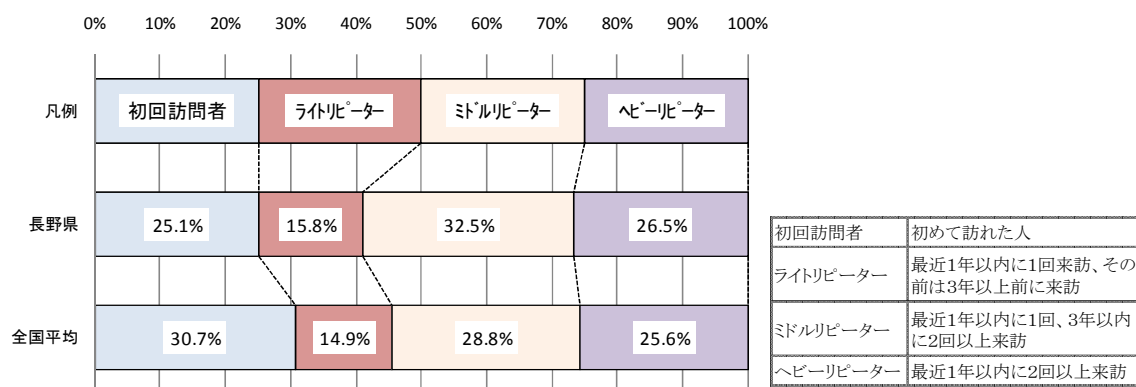
■宿泊旅行者の性別・年代別構成



資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査 2012」

○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

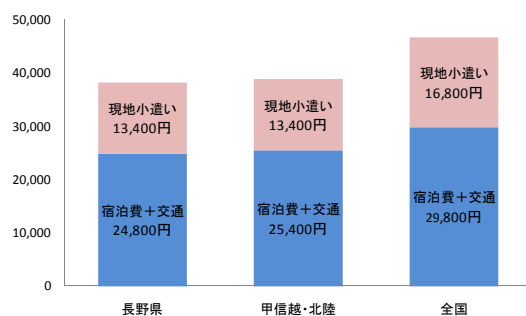
■来訪経験



資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査 2012」

○宿泊旅行者が長野県への旅行で使う現地小遣いは13,400円であり、全国平均(16,800円)と比較して2割以上低い。

■宿泊旅行1回当たり費用



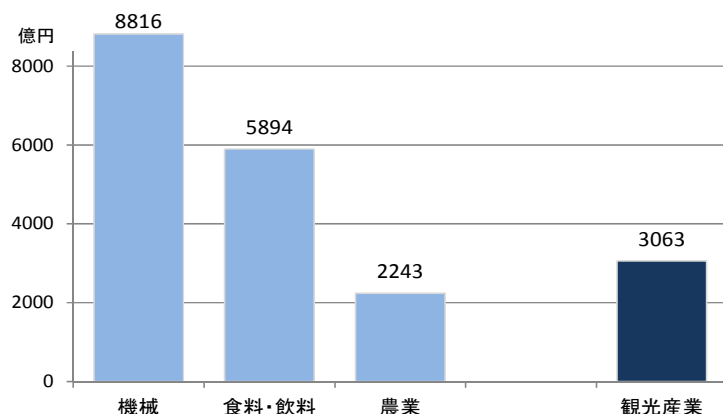
資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査 2012」

3 観光産業の現状

～観光産業は主要な産業の一つだが、宿泊施設の稼働率は低迷～

○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)

○平成23年の長野県の観光消費額（3,063億円）をもとに経済波及効果を試算すると、生産誘発額は4,519億円（1.48倍）、雇用誘発者数は31,311人と推計。
観光消費は、食事代や宿泊費、土産代、交通費、施設入場料をはじめとする直接消費に加えて、それらの消費に伴う原材料費、消耗品代や食材となる農林水産物の仕入れ費用など非常に幅広い範囲に影響が波及することから、地域経済への貢献が期待

■観光消費がもたらす経済波及効果

平成23年観光消費額 3,063億円…①

観光消費がもたらす生産誘発額

	生産誘発額	雇用誘発者数
直接効果	2,517億円	19,814人
1次波及効果	1,221億円	7,153人
2次波及効果	781億円	4,344人
計	4,519億円…②	31,311人

波及倍率 ②／① ≒ 1.48倍

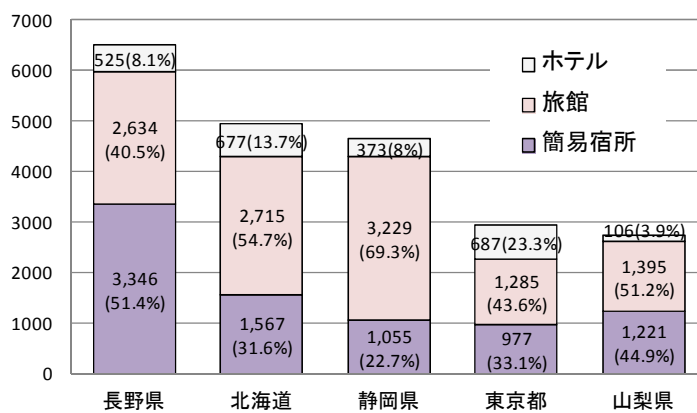
資料：「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(2010年版)」(観光庁)、
「平成17年長野県産業連関表(34部門)」をもとに長野県観光部が推計

○長野オリンピックが開催された平成9年度には県内に約8,300あった宿泊施設数は、旅館を中心に13年間で約1,800が減少

○宿泊施設数は現在も全国第1位となっているが、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

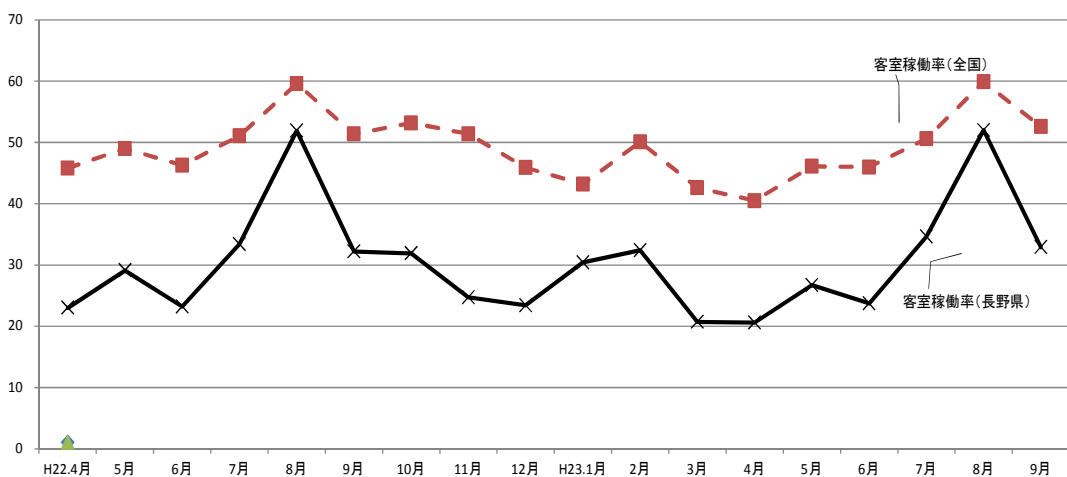
○県内宿泊施設の客室稼働率を月別に比較した場合、8月の稼働率が50%を上回っているのに対し20%台に止まる月があり、乖離が顕著

■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 観光振興施策の点から面への転換

- 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来訪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」のありのままを楽しむという来訪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、行政や観光関連団体、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参加と観光に対する意識の改革が重要
- 国内外から選ばれる魅力ある観光地域づくりを進める上で、景観の保全、標識の統一化、観光案内所の機能の向上など、統一感のある環境整備やそのための基準づくりが必要

2 地域経済への貢献

- 地域の魅力を高めることで、来訪者を個々の宿泊・観光施設の顧客である「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を獲得し地域経済に貢献していく視点が必要
- 観光振興の中心的役割を担い長野県観光を支えているスキー場や温泉地などの観光事業者は、厳しい現状認識を踏まえ、関係者と一体となって観光産業の振興を図っていくことが重要

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、観光事業者はもとより、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来訪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、ICTを活用して来訪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と高齢者、子ども、女性の視点の重視

- 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の中で、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、文化、環境、ものづくりなど他分野と連携しながら、魅力ある観光資源、体験・交流プログラムの開発などにより、新たな需要を開拓していくことが重要
- また、車を利用することが少ない高齢者、子ども、女性の視点を重視した「人」優先の地域づくりに取り組むとともに、旅行ニーズの多様化が顕著な若者のニーズにも的確に対応していくことが重要
- ものやサービスの商品づくりに当たっては、マーケティングに基づき、市場の視点を的確に把握した上での取組が必要

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
- 国際定期便が就航している空の玄関口がなく、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きめ細かな施策展開が不可欠

6 信州のブランド力の相対的低下

- 全国的な地域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おり、統一感のあるブランドイメージの発信が不可欠
- 強力なブランド力の確立のためには、来訪者の期待を裏切らない、さらには期待以上の価値を提供することが必要であるが、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、地域経営の中核となる人材の育成、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が必要

○県民が観光の広がりを意識し一人ひとりが来訪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・黒部アルペンルート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来訪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 信州の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や里山の景観、古の街道の雰囲気、を今に伝えるまち並み、日々の暮らしの中で育まれた風習や食文化、各地域のその土地ならではの暮らしは、現代人に心のやすらぎを提供
- 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、御柱祭りや善光寺御開帳、道祖神祭りなどの伝統行事が各地域で「文化」として生まれ、世代を越えて現代に承継
- サイトウ・キネン・フェスティバル松本や日本を代表する画家の作品を所蔵する東山魁夷館、安曇野や諏訪湖エリアに集積する美術館などが、県民はもちろん多くの来訪者に本物の芸術文化に触れる機会を提供

3 大都市圏から近い地理的優位性

- 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、さらには関西圏との新たな交流の可能性が拡大

4 観光振興を進める上での高いポテンシャル

○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、県内各地を周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

○長野県の美しい自然やまち並み、味わいのある建造物が映画やテレビドラマのロケ地、アニメの舞台として選ばれ情報発信されていることは、新たな来訪者を開拓する上で高いポテンシャル

第2編 長野県観光がめざす姿

第1章 長野県観光がめざす姿

私たちは、これまで豊かな自然から恵みを得ながら、自然と共に生きてきた。雄大な山並みに囲まれ、四季折々の自然の恵みがあつたからこそ、先人たちは美しい景観、伝統や文化といった個性的な地域の魅力を育くむことができた。また、長野県の自然は、私たちの拠りどころとなると同時に、訪れる国内外の多くの人々も魅了してきた。私たちは、このような長野県の豊かな自然を未来に向けて守りながら活かしていく必要がある。

一方で、人口が減少し経済の成熟化が進む中で人々の価値観が変化し、物質的な豊かさに加えて精神的な満足感や暮らしのゆとりが求められている。加えて、東日本大震災の発生は、人と人、人と地域とのつながりを重視するとともに、これまでの生活のあり方を見つめ直す契機となった。

このような時代にあつて、長野県観光は、適切に守られた自然環境や景観、地域が大切にしてきた伝統や文化などに直に触れてもらうことによって、来訪者に癒しや楽しみ、感動を提供するとともに、心の豊かさを実感できる新しい生き方を提案することができる。

このため、長野県観光がめざす姿を次のとおり掲げる。

長野県観光のめざす姿

○ 県民一人ひとりが「信州暮らし」を楽しみ、発信

県民一人ひとりは、進歩の著しい情報通信技術、充実する高速交通網など現代の技術の利便性を活かしながらも、身近にある豊かな自然や美しい景観、伝統や文化などを大切に守り続けるライフスタイル「信州暮らし」を楽しみ、誇りと愛着を抱きながら、その魅力をおもてなしの心をもって来訪者に伝える。

○ 地域全体で魅力を高める「観光地域づくり」

地域は、住民参加のもと、観光に直接携わる事業者と食品産業、小売業、農林水産業など幅広い関連事業者との連携、地域間の連携により、現在ある観光資源と地域に根差した農林業、健康長寿などのポテンシャル、各地域の魅力を結び付けながら、新たな価値を生み出し、体験や交流を求める新たな観光需要を開拓する。

その中で、現在厳しい状況にある観光産業は、観光ニーズの変化に対応し競争力を高めることにより、地域と来訪者を結びつける役割を果たしながら、地域経済や雇用を支える産業として発展していく。

○ 信州のブランド力を高め、国内外から選ばれる長野県へ

長野県全体として、「信州」と聞けば誰もが想起する雄大な山岳やさわやかな高原のイメージを活かしながら、地域における新たな価値の発掘・磨き上げに取り組み、その魅力を一体感をもって発信することにより長野県観光のブランド力を高める。そして、来訪者の期待を裏切らない、さらには期待以上の価値を提供する世界に通用する魅力ある観光地域をめざす。

長野県観光のめざす姿を実現するために、県、市町村、観光関連団体、事業者、県民等が一体となって中長期的な視点で継続的な観光振興に取り組む。

また、長野県観光のめざす姿を実現することで、交流人口の拡大と来訪者の滞在時間の増加を図り、地域経済、地域の活性化に貢献する。

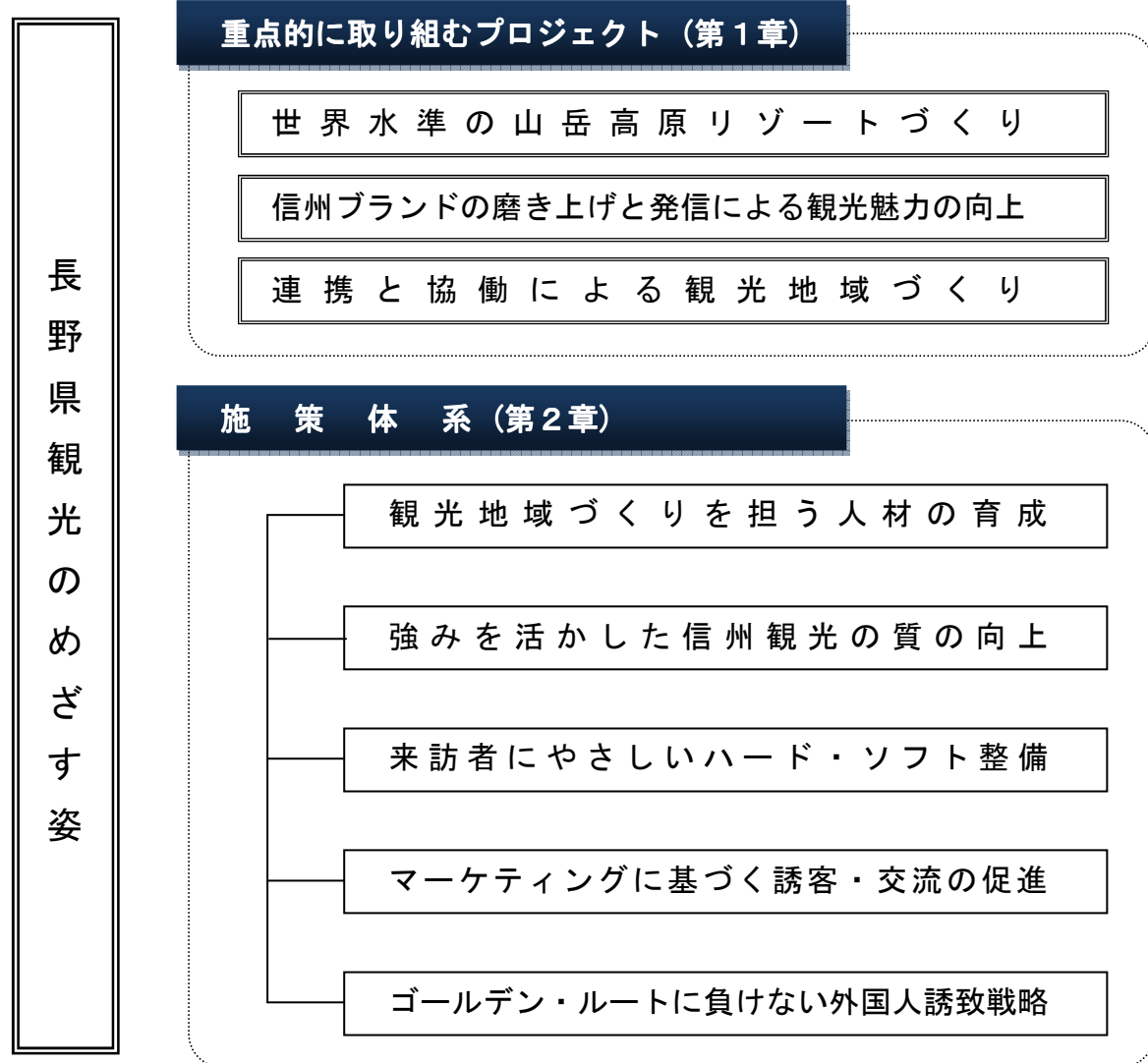
第2章 達成目標

○計画の進捗を点検するため、達成目標の設定が必要。達成目標としてどのような統計を採用しどのような指標を設定するかは、検討が必要

参考資料 1 達成目標の設定

第3編 施策の展開

○長野県観光のめざす姿を実現するため、効果的な施策展開が必要である。



第1章 重点的に取り組むプロジェクト

○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、重点的に取り組むテーマを設定して、プロジェクトとして取り組む必要がある。

○このため、

①国内でも長野県だけにしかない強みを活かした長期滞在にも対応できる地域づくり、

②長野県観光の対外的訴求力の向上、

③観光地域づくりの中核となる人材の育成と観光地域づくりを促進する仕組みづくり

を重点的に取り組むテーマとして掲げて施策を展開することによって、長野県観光全体のレベルを引き上げていくことが適当と考える。

○なお、プロジェクトの推進に当たっては、県、市町村、観光関連団体、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、互いに連携・協働し、一体となって効果的に施策を展開することが重要である。

世界水準の山岳高原リゾートづくり

《趣旨》

- 長野県ならではの優位性を活かし、域外からの需要を積極的に掘り起こし、取り込むため、雄大な山岳、美しい景観、さわやかな高原、良質な雪などを活かした世界的にも評価される山岳高原リゾートづくりを、幅広い総合的な施策により地域と一体となって推進するとともに、国内外からの誘客を促進する。

《主な取組》

- ① 長野県ならではの山岳高原環境の保全
- ② 豊かで美しい景観の保全・育成
- ③ 長期滞在のための質の高い過ごし方の提供
- ④ 外国人旅行者の戦略的誘致

信州ブランドの磨き上げと発信による観光魅力の向上

《趣旨》

- 観光の対外的訴求力を高めるため、食や温泉資源、文化など多様性溢れる長野県観光の魅力を信州ブランドとして磨き上げるとともに、統一感をもって発信する。

また、地域のおもてなしの心が来訪者の心に響き、「もう一度訪れたい」と思ってもらえるよう取組を展開する。

《主な取組》

- ① 長野県観光のアイデンティティの発信
- ② 商品やサービスの魅力の磨き上げ
- ③ 県民総参加のおもてなしによる長野県観光のブランド化

連携と協働による観光地域づくり

《趣旨》

- 新たな観光ニーズに対応するため、地域経営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支援することにより、地域全体で観光地域づくりを進める。

《主な取組》

- ① 観光地域づくりの中核となる人材の育成
- ② 観光地域づくりを推進する組織の立上げとその活動の支援
- ③ 滞在交流型旅行商品の創出支援

第2章 施策体系

- 長野県観光のめざす姿を実現するためには、重点的に取り組むプロジェクトに加えて、長野県観光の弱い部分を早急に補強するとともに、長野県ならではの強みを活かし観光魅力にさらなる磨きをかけていくことが重要である。
- このため、5年間の計画期間に県が行う観光振興施策をわかりやすく体系化し、着実に取り組んでいく必要がある。

1 観光地域づくりを担う人材の育成

- 観光地域づくりを進めるため、地域経営の中核となる人材をはじめとする観光を担う人材の育成に取り組む必要がある。
- 観光地域づくりへの県民や幅広い事業者の参画を促進するため、観光に対する意識の改革や子どもの頃からの地域学習に取り組む必要がある。
- 顧客満足度を向上させるため、観光事業者はもとより、県民一人ひとりが来訪者をあたたかく迎えようとする機運の醸成を図る必要がある。
- 魅力ある地域づくりのため、地域の連携・協働による取組を促進する必要がある。

《主な取組例》

- ①観光地域づくりための地域経営の中核となる人材、マーケティングに携わる人材をはじめとする観光を担う人材の育成
- ②県民の観光に対する意識醸成と子どもがふるさとの素晴らしさを学ぶ機会の提供
- ③県をあげてのおもてなし向上の取組
- ④地域の連携・協働による取組の促進・支援

2 強みを活かした信州観光の質の向上

- 来訪者に質の高い過ごし方を提案するため、地域全体の情報発信から商品の企画・販売までを一元的に行う仕組みづくりに取り組む必要がある。
- 長野県観光の魅力を向上させるため、信州ブランドのイメージの統一感ある発信、観光資源の価値を創出し発信する仕組みの構築に取り組む必要がある。
- 豊かな自然がもたらす観光資源、信州の暮らしが育んだ観光資源などの強みを活かし、ニーズに応じた他分野との連携による商品の造成・販売を促進することにより、新たな観光需要を開拓する必要がある。

《主な取組例》

- ①地域全体の情報発信や商品造成・販売などを一元的に行う仕組みづくりとその取組の支援
- ②食、温泉資源、文化など多様性あふれる長野県観光の魅力の信州ブランドとしての磨き上げ、統一感をもった発信
- ③優れた芸術文化に接する機会の提供
- ④健康長寿を支える食文化や健康づくりの提案
- ⑤森林セラピーや農村の暮らしなど信州らしいライフスタイルの提案
- ⑥ファミリーを中心に誰もが楽しめる信州の強みを活かした魅力あるスノーリゾートの構築
- ⑦山岳遭難防止対策の取組や信州登山案内人制度の活用による安全・安心な登山機会の提供
- ⑧長野県ならではの食の魅力向上、土産物などの物産振興の取組、その魅力の発信

3 来訪者にやさしいハード・ソフト整備

- 来訪者にやさしい地域とするため、自然環境や景観の保全、標識の統一化、観光案内所の機能の向上など、統一感のある環境整備やそのための基準づくりに取り組む必要がある。
- ICTを活用した情報提供、道路づくりなど来訪者の利便性や快適性の向上に取り組む必要がある。
- 高齢者、子ども、女性の視点を重視した来訪者にやさしい地域づくりに取り組む必要がある。
- 観光事業者と関係者が一体となった観光産業の振興に向けた方向性の検討の場づくりや、観光事業者の競争力向上に向けた取組の支援に取り組む必要がある。

《主な取組例》

- ①環境への意識が高い観光旅行者の獲得や自然豊かな観光地を次世代へつなげていくための取組
- ②来訪者を魅了する信州の景観の保全・育成
- ③観光情報のデータベース化や観光地トイレの整備をはじめとする観光旅行者の利便性や快適性の向上の取組
- ④来訪者の利便性・快適性を向上させる道路づくり
- ⑤来訪者が過ごしやすい快適な空間づくり
- ⑥安全で安心して過ごせる観光地づくり
- ⑦宿泊業者など観光事業者の競争力の向上に向けた取組の支援

4 マーケティングに基づく誘客・交流の促進

- 市場の視点を的確に把握しながら、ターゲットを絞った観光情報を発信するとともに、効果的な誘客・宣伝に取り組む必要がある。
- M I C E、スポーツ合宿や学習旅行などの誘致により交流人口の拡大に取り組む必要がある。
- 周遊の広域化や北陸新幹線金沢延伸を見据えた広域観光の推進に取り組む必要がある。

《主な取組例》

- ①観光情報の発信、観光キャンペーンによる効果的な誘客・宣伝、観光大使による観光PRなど
- ②M I C Eやスポーツ合宿、体験やスポーツを目的とした学習旅行の誘致の促進
- ③映画やドラマのロケ支援を契機とした交流人口の拡大
- ④多様化する観光旅行者のニーズや外国人旅行者に対応した周遊の広域化の取組
- ⑤北陸新幹線の金沢延伸に向けた長野県観光の認知度の向上と新幹線停車駅を核とした広域観光の推進

5 ゴールデン・ルートに負けない外国人誘致戦略

- 増加傾向にある外国人旅行者のさらなる誘致のため、受入体制を充実するとともに、新たな市場の獲得、対象国ごとの現状を踏まえたきめ細かな施策に取り組む必要がある。
- 学校交流を軸とした海外からの教育旅行の受入に取り組む必要がある。

《主な取組例》

- ①外国人旅行者のためのワンストップ旅行手配機能の構築や国際空港からの二次交通モデルの構築
- ②海外のメディアや旅行業者に対するターゲットを絞った効果的な宣伝・招へい、海外への情報発信
- ③学校交流を軸とした海外からの教育旅行の受入
- ④松本空港の活性化の取組

第4編 エリア別の観光地域ビジョン

- 長野県は全国で4番目に広大な県土を有し、地域ごとに特色・特性があるため、長野県観光のめざす姿の実現に向けて、それぞれの地域特性に応じた戦略的な観光振興を図ることが重要である。
- このため、10圏域（県の広域行政区分）ごとに、地域特性を踏まえためざす将来像・施策の展開を取りまとめる必要がある。
- また、10圏域を越えた広域連携についても、その現状と課題を踏まえ、今後取り組む事業内容を明らかにする必要がある。

参考資料2 エリア別の観光地域ビジョン ～地域特性と地域の課題～

第5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。
- なお、県と社団法人 信州・長野県観光協会との役割分担を明確にし、観光振興施策の効率的で効果的な展開を図る必要がある。

参考資料 3 役割分担の基本的な考え方

- 観光振興策には景気対策としての短期的な施策と、将来に向けた産業政策としての中長期的な施策の二つの性格があることを踏まえ、計画の推進に当たっては、経済情勢など観光を取り巻く状況を勘案し、これらをバランスよく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。

参考資料 4 検証・評価の考え方