

〔この資料は、第 5 回審議会（11 月 19 日開催）における答申の検討用資料であり、
今回の審議を踏まえた修正を経て、答申する予定です。〕

新たな観光振興基本計画の 策定について（答申） （案）

平成 24 年(2012 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 <u>地域活力の低下</u>	
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 <u>向上</u>	
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 <u>自然がもたらす</u> 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	長野県観光のめざす姿	
第1章	長野県観光のめざす姿	17 頁
第2章	達成目標	19 頁
第3編	施策の展開	21 頁
第1章	重点的に取り組むプロジェクト	22 頁
	“山岳高原を活かした”世界水準の滞在型観光地の形成	23 頁
	県民参加による共創と協働の“観光地域づくり”	24 頁
	“信州ブランド”の磨き上げと国内外への発信	25 頁
第2章	県の観光振興施策	26 頁
1	観光地域づくりを担う人材の育成	27 頁
2	強みを活かした信州観光の質の向上	28 頁
3	来訪者にやさしいハード・ソフト整備	29 頁
4	市場のニーズを踏まえた誘客、交流の促進	30 頁
5	ゴールデン・ルートに負けない外国人誘致戦略	31 頁
第4編	エリア別の観光地域ビジョン	33 頁
第5編	計画の推進のために	35 頁
1	計画推進の基本的な考え方	35 頁
2	計画の検証と評価	37 頁
<u>付属資料</u>		
1	諮問	
2	審議経過	
3	県民意見の聴取	
4	長野県観光振興審議会委員名簿	

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ものです。

2 計画の位置づけ

この計画は、「長野県総合5か年計画（仮称）」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す。

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か年間を対象とします。

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活力の低下

○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、地域活力の低下が懸念されています。

○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が高まっています。

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にあります。また、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過半数にのぼっています。

○年代別の旅行回数を比較した場合、特に20代、30代の旅行回数の落込みが顕著となっています。

○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、趣味や知的欲求を満たすことを目的とする旅行など多様化するニーズへの対応の重要性が高まっています。

○情報通信技術（「ICT」、以下同じ。）が発達する中で、旅行先を決めた後の行動を知人から現地情報を聞いた上で決めたり、実際に訪れる場所を現地に行ってからパソコンや携帯電話で探す人が増えており、口コミやICTツールを活用した取組の重要性が高まっています。

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にあります。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になっています。

○初来日の外国人旅行者を中心として東京－富士山－関西を結ぶゴールデンルートに引き続き人気が集まる中で、様々な地域に外国人旅行者を誘致することへの期待が高まっています。

○日本独特の“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が高まっています。

4 高速交通網整備による可能性の広がり

○平成 26 年度末に予定される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）の開業をめざす構想を踏まえた観光振興の可能性が広がっています。

○とりわけ、北陸新幹線金沢延伸を見据えた具体的な観光振興の重要性が高まっています。

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、人と地域の繋がりや豊かさに対する考え方など、人々の価値観が変化しています。

○これに伴って、再認識された絆意識を活かした地域づくり、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が高まっています。

○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が高まっています。

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～

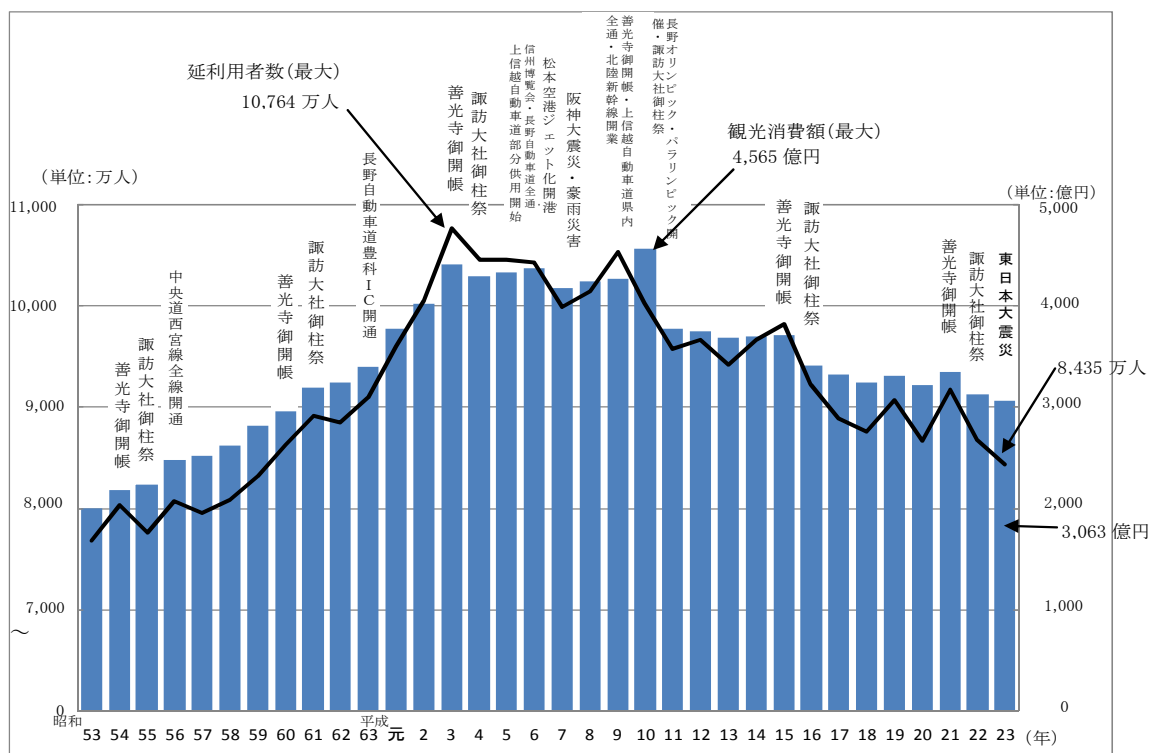
○近年の観光動向は、平成20年秋のリーマンショックを契機とした世界同時不況や東日本大震災、円高の長期化などによる経済の停滞が大きく影響しており、長野オリンピック（平成10年）開催前には1億人を超えていた観光地利用者数は平成23年には約8,500万人にまで減少しています。

○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にまで減少しています。

○高速交通網の整備により大都市圏との時間的距離が大幅に短縮されたことに伴い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%まで低下しています。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が生じています。

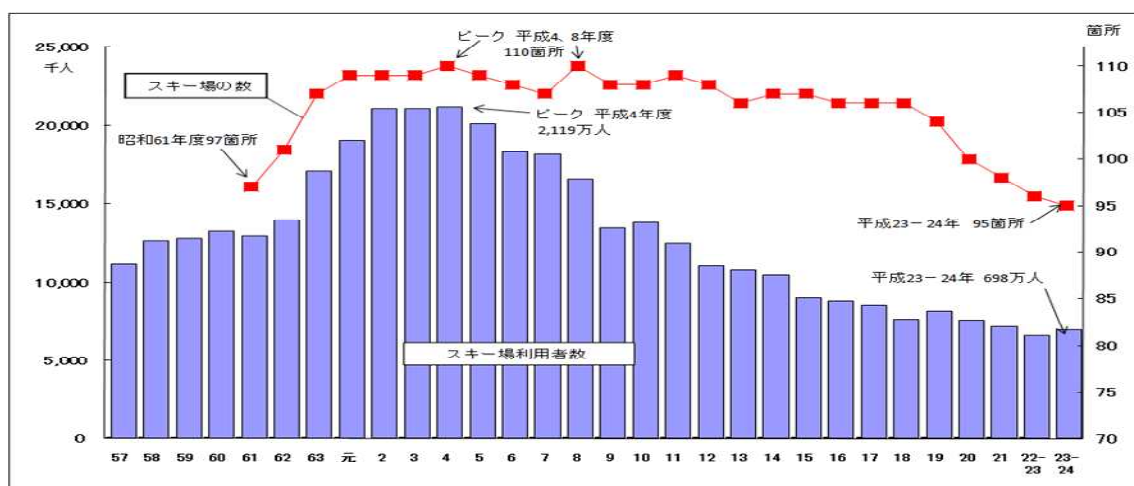
○東日本大震災後の本県への観光地利用者数は一時的に大きく減少したものの、平成23年6月以降はおおむね回復しています。

■観光地利用者数及び観光消費額の推移



資料：長野県観光部「観光地利用者統計調査」

■スキー場利用者数とスキー場数の推移

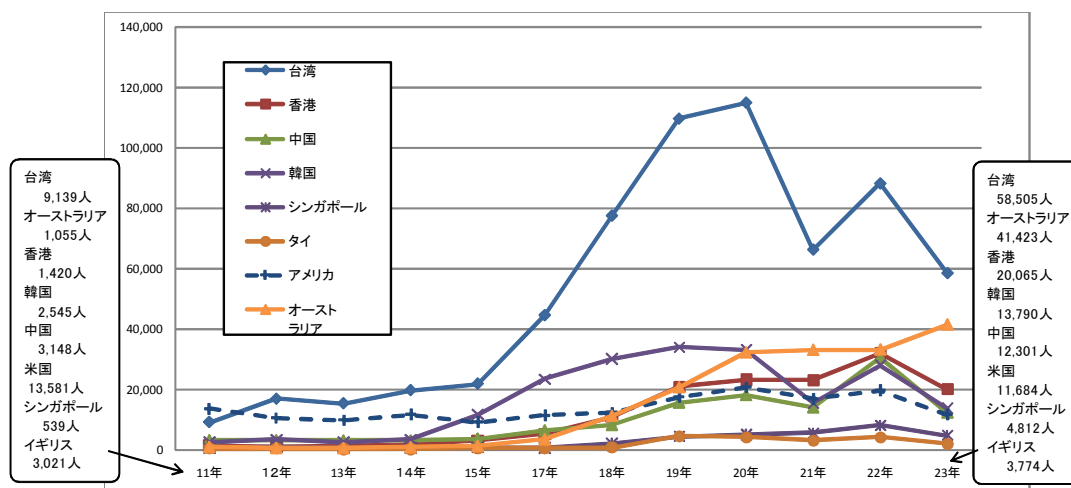


資料：長野県観光部「スキー・スケート場利用者統計調査」、「スキー場等現況調査」

○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年連続して増加しています。

○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%減少しました。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ていますが、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が遅れています。

■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、その魅力が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は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となっています。

■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、その点数はベスト3の北海道、京都府及び沖縄県と大きな差があります。

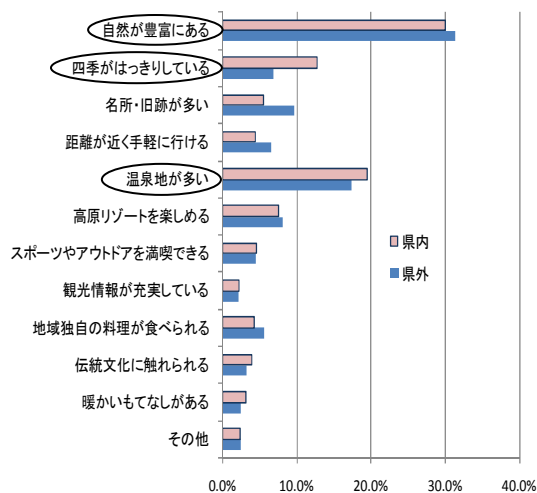
■魅力度ランキング

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 位となっており、特に食や特産品・土産物の満足度の低さが目立っています。

■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)」

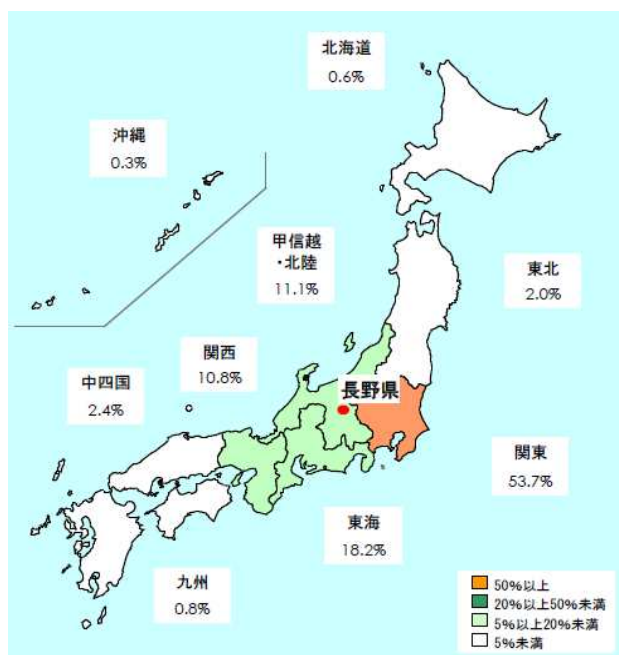
■満足度の全国順位

	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 割を超えています。

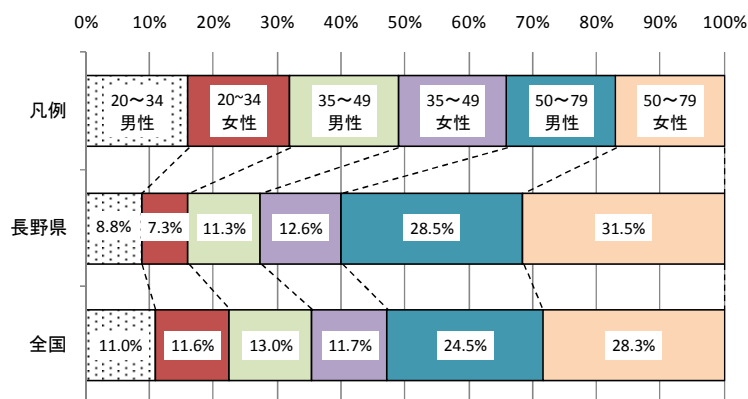
■宿泊旅行者の居住ブロック



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歳女性の低さが目立っています。

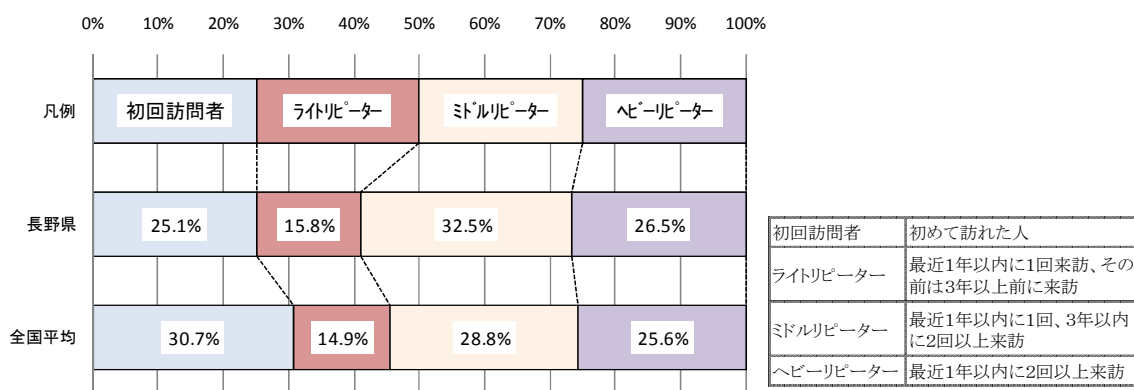
■宿泊旅行者の性別・年代別構成



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となっています。

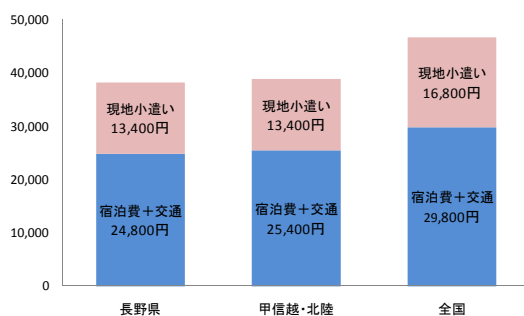
■来訪経験



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割以上低い状況にあります。

■宿泊旅行1回当たり費用



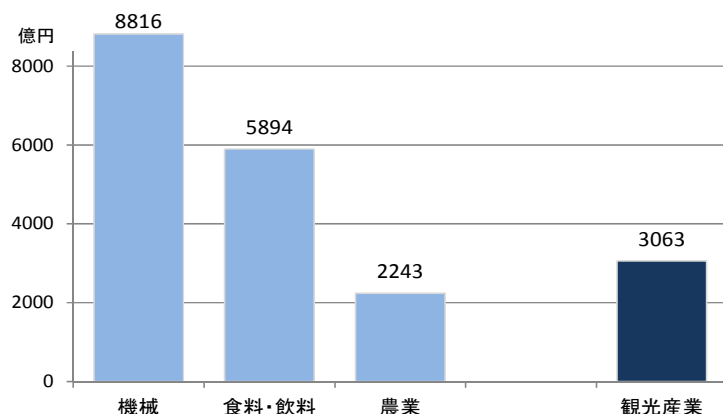
資料：(株)リクルート「じゃらん宿泊旅行調査 2012」

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となっています。

■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人と推計されます。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されます。

■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

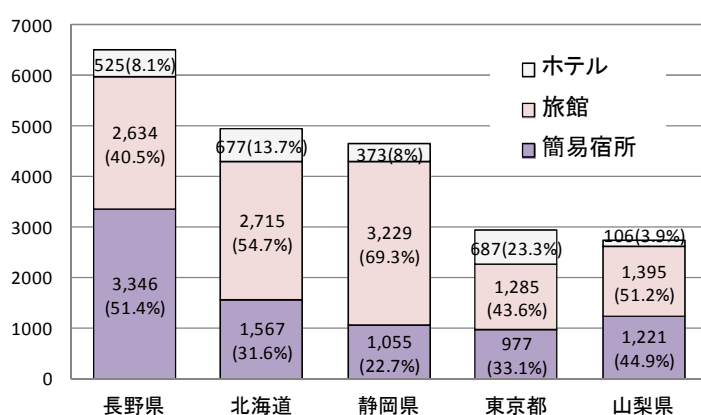
資料：「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(2010年版)」(観光庁)、
「平成17年長野県産業連関表(34部門)」をもとに長野県観光部が推計

○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あった宿泊施設は、旅館を中心に13年間で約1,800減少しました。

○宿泊施設数は現在も全国第1位となっていますが、宿泊施設の客室稼働率は全国で最も低い水準にあります。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都道府県の中で最も多い状況にあります。

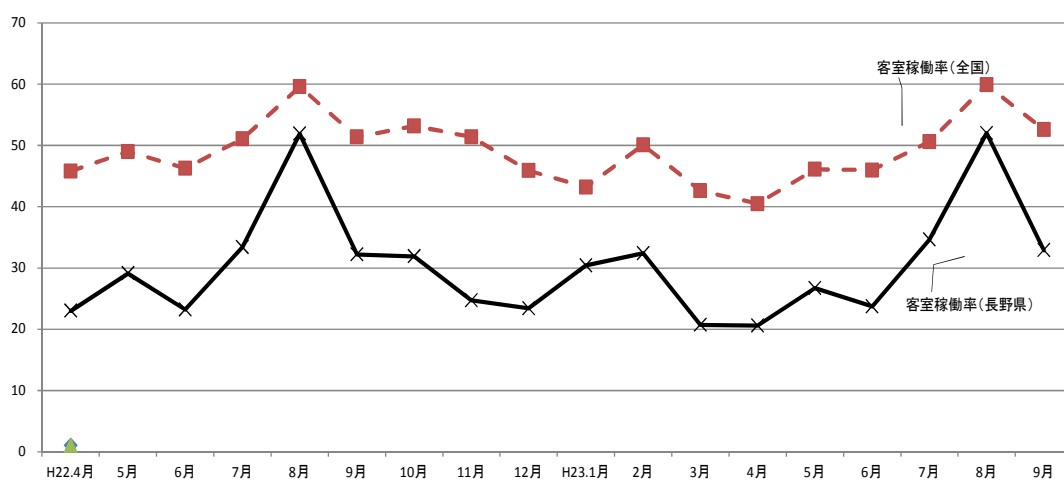
○県内宿泊施設の客室稼働率を月別にみると、8月の稼働率が50%を上回っているのに対し20%台に止まる月があり、その差が目立っています。

■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の観光需要が減少する中で、これからの観光振興においては、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です。
- これらの視点の下で、「地域の日常空間」をありのままに楽しむという来訪者のニーズの変化に対応しながら、地域づくりと一体となった「観光地域づくり」※に中長期的に取り組んで行くことが不可欠です。
- この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醸成が重要です。
- 国内外から訪れてもらえる魅力ある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です。

2 地域経済への貢献

- これからの観光振興においては、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です。
- 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です。

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や景観、伝統や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、心をこめたおもてなしで来訪者の満足度を向上させることが重要です。

※観光地域づくり 観光による交流人口の拡大や地域経済の活性化などを目的として、身近にある自然や景観、伝統や文化などの地域資源を活かしながら、住民参加のもと、地域の幅広い関係者が一体となって進める地域づくり

- 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来訪者の快適性を高める取組が必要です。

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、工業、スポーツ、文化、環境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です。
- 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です。
- 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です。

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て、新たな市場の獲得が重要です。
- 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－関西を結ぶゴールド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です。

6 信州のブランド力の向上

- 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です。
- 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すが、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です。このため、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です。

7 人材育成と仕組みの構築

○観光地域づくりを進めるためには、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です。

○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です。

○観光マーケティングに携わる人材、観光関連産業を担う人材を育成することが必要です。

第4章 長野県観光の強み

1 豊かな自然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、溪谷などの景勝地に富んでいます。
- 中でも、雄大な山岳景観は国内でも屈指の自然景観であり、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します。
- 豊富な湯量に恵まれた温泉、優れた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しています。
- 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してきました。
- 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されています。

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しています。
- 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、諏訪大社御
柱祭や善光寺御開帳、道祖神祭りなどの伝統行事が各地域で「文化」として
育まれ、世代を越えて現代に受け継がれています。
- 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しています。

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備えています。
- 中央自動車道、長野自動車道、上信越自動車道の全線開通、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しています。

~~○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広がっています。~~

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になります。

○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なっています。その要因の一つ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になります。

○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になります。

○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ポテンシャルになります。

第2編 長野県観光のめざす姿

現在の長野県観光は、第1編 現状と課題でみてきたように、観光地利用者の長期的な減少をはじめとする厳しい現状に直面しており、そこから生じるさまざまな課題はこれまでの発想の延長線上では解決できない状況にあります。これまでの観光振興施策は、キャンペーンを主体としてきましたが、今後は、それに加え、観光地や観光産業の体質改善といった本質的な部分を強化していく必要があります。

このため、長野県観光のめざす姿、計画期間中に到達すべき達成目標を明らかにして、その実現のため、観光関係事業者だけでなく、県民が一体となって中長期的な視点で継続的に観光振興に取り組んでいく必要があります。

第1章 長野県観光のめざす姿

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ました。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ました。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ました。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ります。

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ます。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ています。

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ます。

これらを踏まえ、長野県観光のめざすべき姿を次のとおり掲げます。

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、信州らしさ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ます。

○ 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を結びつけ、さらには、地域間の連携により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に対応します。

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、また、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ます。

○ 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ます。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長野県をめざします。

長野県観光のめざす姿の実現に向けて、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みます。

また、長野県観光のめざす姿の実現に向けた取組により、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します。

第2章 達成目標

○第1章の長野県観光のめざす姿の実現に向けて県、市町村、観光関連団体、事業者、県民などが力を合わせ、県をあげて取り組んでいくため、達成目標を設定することが必要です。

○主要な達成目標は、観光地利用者数、外国人宿泊者数、観光消費額、顧客満足度を基本として設定することが適当です。

○なお、達成目標については、社会経済情勢の変化に応じて内容の見直しを行うなど、弾力的な対応が必要です。

第3編 施策の展開

重点的に取り組むプロジェクト（第1章）

“山岳高原を活かした”世界水準の滞在型観光地の形成

県民参加による共創と協働の“観光地域づくり”

“信州ブランド”の磨き上げと国内外への発信



県の観光振興施策（第2章）

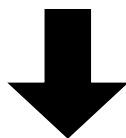
観光地域づくりを担う人材の育成

強みを活かした信州観光の質の向上

来訪者にやさしいハード・ソフト整備

市場のニーズを踏まえた誘客、交流の促進

ゴールデン・ルートに負けない外国人誘致戦略



長野県観光のめざす姿の実現

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ります。

○具体的には、

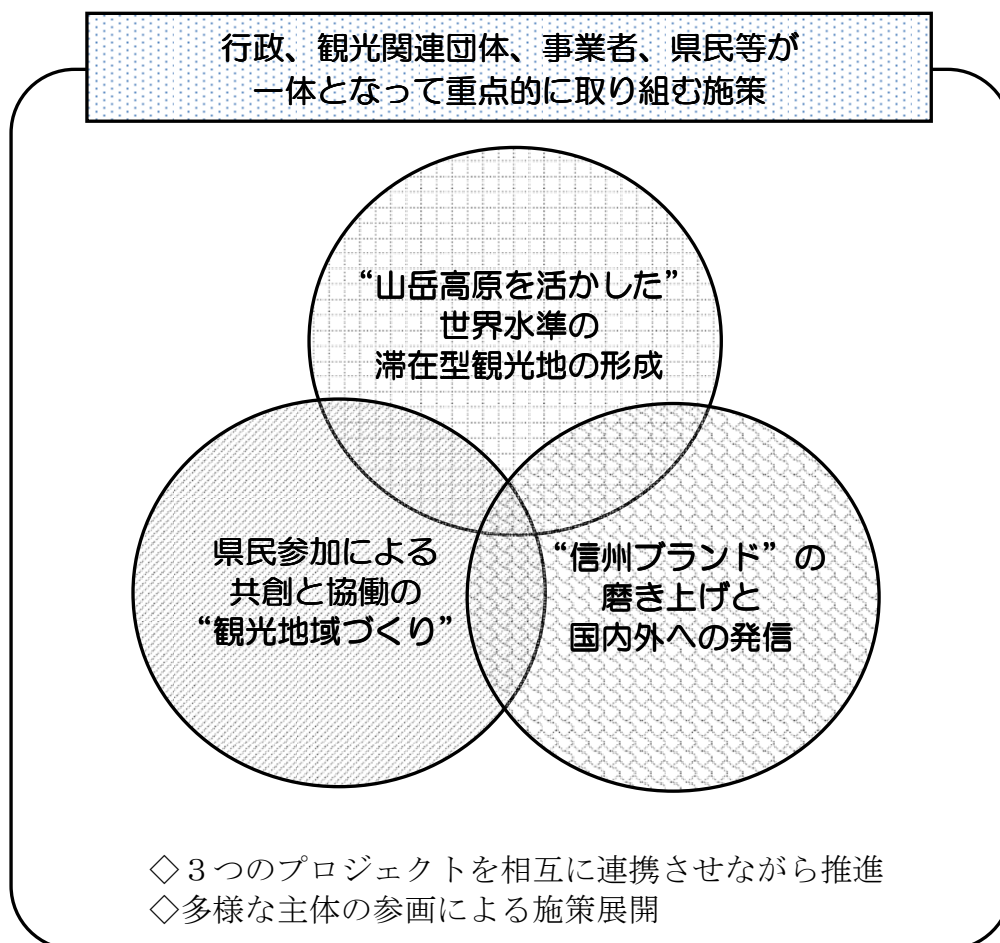
① “山岳高原を活かした” 世界水準の滞在型観光地の形成

② 県民参加による共創と協働の“観光地域づくり”

③ “信州ブランド” の磨き上げと国内外への発信

をテーマに掲げ、これらを相互に連携させながら推進することにより、長野県観光全体のレベルを引き上げていくべきです。

○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、県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す。



“山岳高原を活かした”世界水準の滞在型観光地の形成

《趣旨》

- 雄大な山岳、さわやかな高原、美しい景観、優れた雪質など長野県ならではの優位性を活かし、世界的に評価される滞在型観光地を、幅広い総合的な施策により地域と一体となって形成し、国内外からの誘客を促進します。

《主な取組》

- ① 登山道や山小屋トイレの整備、希少種の保護・回復など長野県の山岳高原環境の徹底した保全に取り組みながら、自然を楽しむ学ぶ機会を提供します。
- ② 地域が主体となった景観の育成、無電柱化など信州の美しい景観の保全・育成に取り組みます。
- ③ 山岳高原を活かした滞在プログラムの造成、そのプログラムを手軽に購入できる仕組みづくりにより、質の高い滞在を提案します。
- ④ 新しいスノースポーツ人口を創出することにより、ファミリーを中心に誰もが楽しめる魅力あるスノーリゾートの構築を推進します。
- ⑤ 長野県独自の信州登山案内人制度や山岳遭難防止の取組などにより、登山者に安全で楽しめる登山の機会を提供します。
- ⑥ 県内旅行の手配機能の充実、大都市圏からの二次交通モデルの構築により、外国人旅行者を戦略的に誘致します。

県民参加による共創と協働の“観光地域づくり”

《趣旨》

- 観光地域づくりの中核となる人材や推進組織の育成・支援、県民総参加のおもてなしの推進などにより、その地域ならではの「信州暮らし」の魅力を活かした観光地域づくりを促進し、新たな観光ニーズに対応します。

《主な取組》

- ① 観光地域づくりの中核となる人材を育成し、その活動をサポートするとともに、推進組織の立ち上げを支援します。
- ② 幅広い事業者の連携による地域の魅力を活かした滞在・交流プログラムの企画・造成を支援することにより、新たな観光ニーズへの対応を促進します。
- ③ 県民に向けた「おもてなしキャンペーン」の展開などにより、県民意識を醸成し、県民総参加のおもてなしを推進します。

※共創 多様な主体がそれぞれの持つ特性や創造性を相乗的に発揮し、新しい発想で新たな価値を創り出すこと

“信州ブランド”の磨き上げと国内外への発信

《趣旨》

- 観光に関連する“もの”やサービスの魅力を向上させるとともに、信州ブランドとして磨き上げ、期待以上の価値を提供します。また、ブランドのイメージとともに統一感をもって国内外に発信します。

《主な取組》

- ① 県民と信州ブランドのコンセプトを共有し、県内外に「信州らしさ」を統一感をもって発信します。
- ② 伝統的な食文化、ワイン、ジビエなど長野県ならではの食の魅力向上、土産物などの物産の振興に取り組み、その魅力を発信します。
- ③ 心温かい接客に取り組む団体や観光事業者の情報の発信などにより、観光サービスにおけるおもてなし向上の取組を促進します。
- ④ 観光に関連する“もの”やサービスの「信州らしさ」が十分に伝わるよう、県民参加でブランド価値の開発や磨き上げに取り組み、期待以上の価値を提供する信州ブランドとして国内外に発信します。

第2章 県の観光振興施策

- 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、長野県観光の強みをさらに伸ばし、弱い部分を補強することにより、魅力にさらなる磨きをかけていくことが重要です。
- 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ります。

1 観光地域づくりを担う人材の育成

【施策の方向性】

- 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ります。
- 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、観光に対する意識醸成や子どもの頃からの地域学習に取り組む必要があります。
- 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ります。
- 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ります。

《主な取組》

- 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

【施策の方向性】

- 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ります。
- 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ります。
- 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ります。

《主な取組》

- 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観光×農業、観光×工業、観光×スポーツ、観光×文化など他分野との連携による新たな観光需要の開拓の促進
- ③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
- ④優れた芸術文化に接する機会の提供
- ⑤健康長寿を支える食文化や健康づくりの提案
- ⑥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
- ⑦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
- ⑧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
- ⑨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

【施策の方向性】

- 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ります。
- 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ります。
- 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ります。
- 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を支援する必要があるとあります。

《主な取組》

- 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 市場のニーズを踏まえた誘客、交流の促進

【施策の方向性】

- 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ります。
- 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ります。
- 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ります。

《主な取組》

- 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P R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

【施策の方向性】

○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ります。

○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ります。

《主な取組》

- ①外国人旅行者向けの県内旅行の手配機能の充実、大都市圏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す。
- 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ります。
- 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ります。

第5編 計画の推進のために

1 計画推進の基本的な考え方

- この計画の推進に当たっては、観光振興策には経済対策としての短期的な施策と、将来のあるべき姿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、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ります。
- 観光振興には事業者や観光関連団体など民間の活力が不可欠であり、行政（県や市町村）は、民間の主体的な取組が結実するよう環境づくりや支援を行う必要があります。
- こうしたスタンスを基本としつつ、県、市町村、事業者、観光関連団体、県民等がそれぞれの役割を担いながら、連携・協力してこの計画を推進することが重要です。
- なお、県と社団法人 信州・長野県観光協会は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ります。

（１）県の役割

- ①県内の各主体の取組を支援するとともに、相互に連携・協働できるよう総合調整します。
- ②観光地域づくりに必要な人材や組織の育成を重点的に支援します。
- ③環境や景観の保全、案内機能の向上など統一感のある環境整備、ブランド力の発信、大規模なプロモーションや外国人旅行者誘致など、全県共通の仕組みや個別の市町村の対応では非効率な活動に取り組みます。
- ④周遊の広域化を踏まえ、都道府県レベルの広域連携を推進します。

（２）社団法人信州・長野県観光協会の役割

- ①マーケティングの発想に立った戦略的で広域的な旅行商品の造成・販売などの県民益実現のための経済活動に取り組みます。
- ②全県的なプロモーションなどの誘客活動において中心的な役割を果たします。
- ③会員である市町村や観光事業者などと連携し、観光振興に関する取組に対して協力・支援します。

(3) それぞれの主体に期待する役割

市町村	①観光地域づくりの取組に積極的に参画します。 ②観光事業者や住民との連携を図り、地域の取組に対して支援・調整します。 ③観光振興に資する基盤施設の整備を推進します。 ④市町村の区域を越えた連携を推進します。
観光関連団体	①観光地域づくりの中心的な役割を担うとともに、行政と民間を繋ぐ役割を果たします。 ②マーケティングを実施し、観光事業者が必要とする情報を提供します。 ③地域の観光の魅力を来訪者に提案します。 ④自ら滞在型旅行商品を開発し、販売します。
観光事業者	①自らの企画力と経営力を高め、顧客満足度の向上に努めます。 ②観光地域づくりに積極的に参画し、来訪者と地域を結びつける役割を果たします。 ③着地型観光への意識を高め、他産業と連携しながら新たな観光需要に対応します。
事業者一般	①観光地域づくりに各々の立場で参画します。 ②観光事業者と連携して、農業×観光、健康×観光をはじめとする新たな観光の魅力の創出に努めます。
大学など	①観光を担う人材の育成・輩出をはじめ、観光事業者などの知識や能力の向上への積極的な貢献に努めます。 ②観光地域づくりへの積極的な貢献に努めます。
ボラン N県 P県 テ、 ィア	①自らが暮らす地域の「信州暮らし」を再認識し、次代に伝えます。 ②おもてなしの心で来訪者を迎えます。 ③観光に関心を持ちながら、観光地域づくりに参画します。

2 計画の検証と評価

- 計画をより実効性あるものとするため、長野県総合5か年計画（仮称）の政策評価の仕組みを踏まえながら、検証・評価の仕組みを構築する必要があります。
- 観光振興審議会に対して、達成目標の進捗状況や主な施策の事業化の状況を報告する必要があります。
- エリア別の観光地域ビジョンについては、各地域の地域観光戦略会議等においてエリアごとに取り組状況を検証することが重要です。

[付属資料]

1 諮 問

24観企第16号

平成24年(2012年)4月25日

長野県観光振興審議会
会長 佐藤 博 康 様

長野県知事 阿部 守一

新たな観光振興基本計画の策定について（諮問）

本県では、平成20年2月、『国内外の多くの人々が繰り返し訪れ時代を超えて愛される日本のふるさと「長野県」(NAGANO)』を将来像にすえた「観光立県長野」再興計画を策定し、市町村、観光事業者、県民とともに様々な取組を展開してまいりました。

しかしながら、本県は全国でもトップクラスの観光県であるものの、宿泊客数や観光消費額は減少傾向にあり厳しい状況におかれています。

このような中、近年は人口減少・少子高齢化、観光地間の競争の激化、余暇活動や旅行形態の多様化など観光を取り巻く環境が急速に変化しています。

一方で、本県は、豊富な観光資源や大都市圏に近いという地理的な優位性など高いポテンシャルを有しています。また、このところ県内では農山村の価値を見直す気運の高まりや訪日外国人旅行者の増加、平成26年度末に予定される北陸新幹線の金沢延伸などにより、さらなる発展の可能性が広がっています。

これらの状況を踏まえ、長野県観光の将来を見据えた今後の観光振興施策の具体的な指針として、平成25年度から29年度までの5か年を計画期間とする新たな観光振興の基本計画を策定したいので、長野県観光振興審議会条例第2条の規定により、その基本的な考え方について貴審議会の意見を求めます。

なお、審議に当たっては、特に下記の視点での御検討をお願いします。

記

- 1 地域経済の活性化に寄与する観光施策の方向性
- 2 強みを伸ばし、弱みを強みに転換することにより目的地として選ばれ続けるための長野県観光の魅力の向上
- 3 住む人が誇りや愛着を抱くことができる観光地域づくり
- 4 本県への訪日外国人旅行者の一層の増加とツーリズムの質の向上のための実効性のある取組
- 5 長野県らしい「おもてなし」や美しい観光地づくりなどを幅広い県民参加で推進していくための仕組みづくり

2 審議経過

- (1) 第1回観光振興審議会（平成24年4月25日）
 - 新たな観光振興基本計画の策定について、知事から諮問
 - 長野県観光の現状と課題、方向性について議論
- (2) 第2回観光振興審議会（平成24年6月7日）
 - 「ワールド・カフェ」方式による意見交換を実施
テーマ
第1フェーズ：長野県観光のたな卸しと将来ビジョン
第2フェーズ：第1フェーズからみえる取組分野別の方向性
- (3) 第3回観光振興審議会（平成24年8月21日）
 - 平成24年度の長野県観光部の新たな施策について意見交換
 - 新たな観光振興基本計画 中間とりまとめ（案）を審議
- (4) 第4回観光振興審議会（平成24年10月22日）
 - 「観光立県長野」再興計画の進捗状況について意見交換
 - 新たな観光振興基本計画 答申（案）たたき台を審議
- (5) 第5回観光振興審議会（平成24年11月19日）
 - 新たな観光振興基本計画 答申（案）を審議
- (6) 答申（平成24年 月 日）
 - 知事に答申

3 県民意見の聴取

- (1) 地域懇談会（平成24年7月9日～7月31日）
 - 県内10の広域圏ごとに地域からの幅広い意見・提言を聴取（203名）
- (2) 大都市圏での懇談会（平成24年8月2日～8月7日）
 - 東京、名古屋、大阪で長野県にゆかりのある者（県人会、県出身者）、観光に関する有識者からの幅広い意見・提言を聴取（27名）
- (3) 県民意見募集（平成24年7月9日～9月30日）
 - ホームページ（電子メール）、手紙、ファクシミリにより、常時、意見・提言を受付（18件）
- (4) 経済団体等との意見交換
 - （社）長野県経営者協会、長野県中小企業団体中央会、（社）長野県商工会議所連合会、長野県商工会連合会、長野県旅館ホテル組合会と実施
- (5) 有識者からの意見聴取
 - 随時実施

4 長野県観光振興審議会委員名簿

(氏名は五十音順・敬称略、役職名は平成24年11月19日現在)

会 長	佐藤 博康	松本大学 総合経営学部 観光ホスピタリティ学科 教授
会長職務代理	渡邊 充子	いーずら大町特産館 副理事長 (株)創舎「わちがい」 代表取締役
委 員	井上 弘司	NPO法人しんきん南信州地域研究所 主席研究員
〃	今井 明美	公募委員 ラ・フィューユ 代表 (JTB旅館ホテル連盟長野支部勤務)
〃	岡庭 一雄	長野県町村会 産業経済部会員 (阿智村長)
〃	奥原 克彦	東日本旅客鉄道 (株) 長野支社 営業部長 (平成24年6月22日まで)
〃	久保田くに子	フリーアナウンサー
〃	駒谷 嘉宏	長野県索道事業者協議会 会長 (株)五竜 代表取締役
〃	近藤 清一郎	長野県市長会 経済部会長 (前千曲市長) (平成24年5月22日から同年10月17日まで)
〃	塩島 和子	公募委員 白馬リゾートホテル ラネージュ東館 取締役支配人
〃	芹澤 勤	長野県市長会 経済部会長 (前小諸市長) (平成24年4月18日まで)
〃	高野 和也	長野県旅館ホテル組合会 専務理事 (株)亀屋本店 代表取締役
〃	高野 登	人とホスピタリティ研究所 代表
〃	竹村 元尋	東日本旅客鉄道 (株) 長野支社 営業部長 (平成24年8月21日から)
〃	玉沖 仁美	(株)タマノワ 代表取締役
〃	中川 完治	公募委員 (株)中川企画室 代表
〃	花岡 利夫	長野県市長会 経済部会長 (東御市長) (平成24年10月24日から)
〃	松本 猛	ちひろ美術館 常任顧問