

令和7年度長野県観光振興アクションプラン

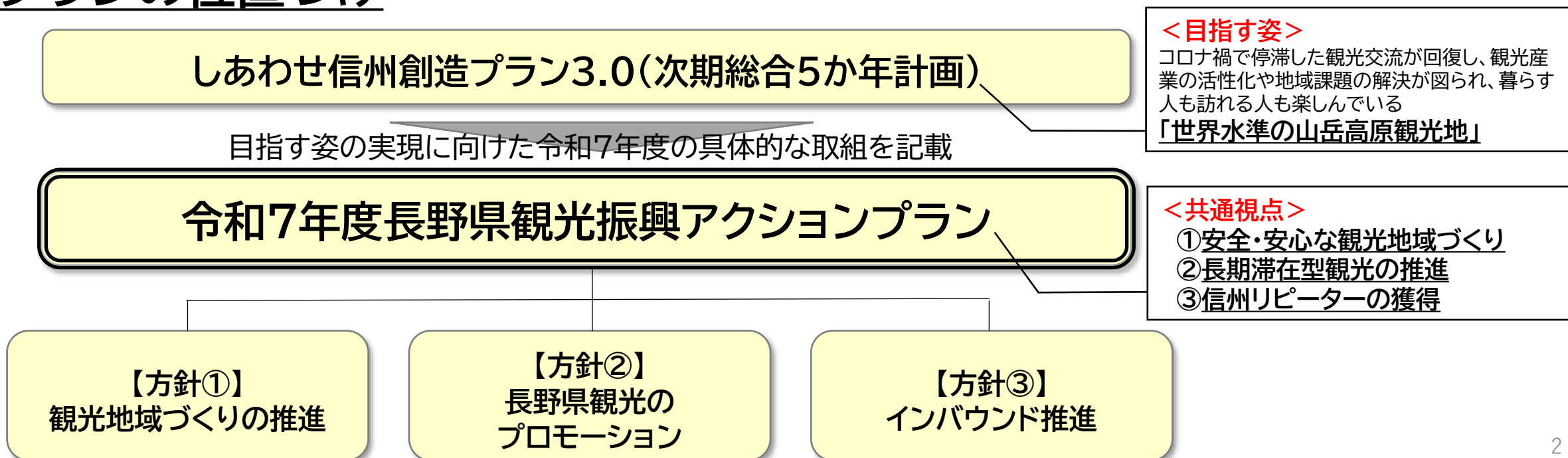
令和7年3月
長野県観光戦略推進本部

アクションプランの概要

▶ 策定趣旨

- 「しあわせ信州創造プラン3.0」に記載の方向性に沿って、令和6年度の各部局の取組を3つの方針に整理し、「令和7年度長野県観光振興アクションプラン」として取りまとめ
- 今後、長野県観光戦略推進本部において本プランに記載の事業の進捗管理・課題共有を行い、取組を推進

▶ プランの位置づけ



長野県観光振興の全体像①(共通テーマ)

目指す姿

暮らす人も訪れる人も楽しめる世界水準の山岳高原観光地

- 人口減少下におけるインバウンドを意識した「世界水準」の観光地づくり
- 長野県が持つ 強みや個性を観光資源として最大限生かす観光地づくり



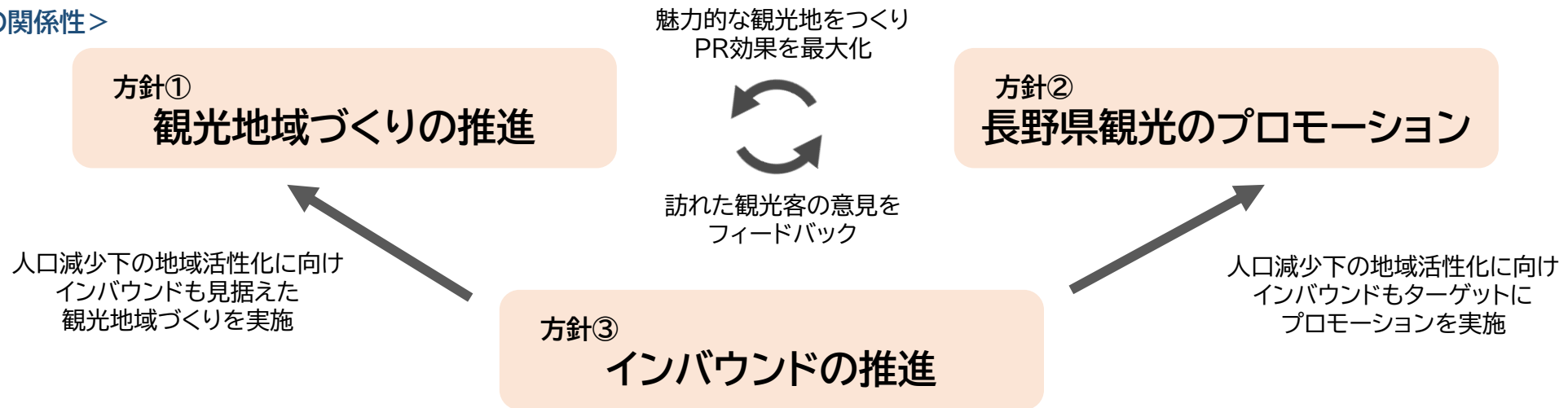
長野県の強みを生かして国内外に負けない観光地づくりを推進

長野県の観光振興を進めるに当たっての共通テーマ: **アウトドア**

- 「**長野県ならではのアウトドアカルチャーの発信**」を”ブレずに”行います
- それにより「**アウトドアといえば、長野**」のイメージ定着を図ります


Go Nature. Go Nagano.

<方針ごとの関係性>



長野県観光振興の全体像②(現状・課題を踏まえた施策の方向性)

現状・課題

現状

<長野県の宿泊旅行者>

- 延べ宿泊者数(R6速報):**1,867万人**(R5年比:**103.9%**)【観光庁「宿泊旅行統計」】
- 外国人延べ宿泊者数(R6速報):**219万人(過去最高)**(R5年比:**146.4%**)
- 宿泊旅行者の50%以上は関東圏から来訪
- 県内旅行者の年代割合は全国と比べ18～39歳の割合が低い
 - ・18～29歳:12.7%(全国平均:21.0%)
 - ・30～39歳:10.9%(全国平均:14.8%)【じゃらん宿泊旅行調査2024】

<長野県の観光コンテンツや旅行トレンド>

- 長野県への宿泊旅行の目的は、「温泉」「自然にふれる」「アウトドア」「スポーツレジャー」等が全国平均以上【じゃらん宿泊旅行調査2024】
- 「今後1年間に於いて、よりサステナブルに旅行したい」と回答した世界の旅行者は75%、日本の旅行者は53%にのぼる【2024年 Booking.com調査より】
- 観光で行きたい都道府県(観光意欲度)ランキングで全国8位【「地域ブランド調査2024」(ブランド総合研究所)】

<長野県に対する世界からの評価>

- 白馬村の「ベストツーリズムビレッジ」(UNWTO)選出や、小布施町・千曲市の「世界の持続可能な観光地Top100選」(Green Destinations)選出など、県内自治体がサステナブルな観光地として世界で認められつつある
- 「日本で最も居心地の良い都市10選」に「白馬」・「野沢温泉」が選出【2024年 Booking.com調査】

課題

<観光地の受入環境整備>

- 「子ども・若者が楽しめる施設・体験」や「現地へのアクセス」の旅行後の満足度が全国より低い
- 旅行者が長野県観光において今後取り組む必要があることとして、「自然環境の保全」や「景観の整備」を求める声が多い
- 観光関連産業における人材不足や、県内バス・タクシーの担い手不足が深刻化【「長野県観光振興税(仮称)」骨子に係る県民説明会資料】

<国内外への観光プロモーション>

- (国内向け)
- 長野県観光の「自然・アウトドア」のさらなるイメージ定着に向けて継続した取組が必要
- 若年層(18歳～39歳)の旅行者の獲得が課題であり、効果的な情報発信が課題(インバウンド向け)
- 特に欧米市場において、長野県に対する認知度が低く、情報発信の強化や継続したプロモーションが必要
- 人気のSNSツールがアジア圏各国で異なり、情報発信に効果的なツールの検討が必要

■「しあわせ信州創造プラン3.0」に沿って取り組む3つの柱

観光地域づくりの推進

■施策推進のコンセプト

- ✓長野県ならではの「アウトドア」をメインコンテンツとして推進
- ✓自然・文化・スポーツなどを活かした体験型観光の推進
- ✓「サステナブル」及び「ユニバーサル」な観光地域づくりを展開

■ターゲット設定

地域の魅力の底上げや広域的な取組が必要と考えられるエリア

長野県観光のプロモーション

■施策推進のコンセプト

- ✓「アウトドアといえば、長野」という第一想起の獲得
- ✓デジタル技術を活用した緻密なニーズ把握とそれに応じた発信
- ✓観光客を惹きつけて逃さない「地域の魅力」の見える化

■ターゲット設定

- ✓従来のボリューム層である高齢層に加え「若年層」(30代+Z世代)
※概ね1990年中盤～2010代序盤に生まれた若者(デジタルネイティブであるY世代に続く世代)
- ✓首都圏・東海・関西の「大都市圏」

インバウンドの推進

■施策推進のコンセプト

- ✓「量(旅行者数)から質(消費額)へ転換」
- ✓実績国・地域からの「着実な集客」と高付加価値旅行市場の「更なる開拓」の2軸で展開
- ✓長野県ならではの自然・文化体験を活かした「アドベンチャーツーリズム※」を推進 ※「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち最低2つを含む旅行形態

■ターゲット設定

高付加価値旅行市場におけるターゲット
旅行消費単価が高い「欧・米・豪」市場のうち自然や文化・歴史体験へ高い関心を示す「セレクトティブ・ラグジュアリー層※」
※興味・関心のある事項に多くの消費を行う富裕旅行者

R7に取り組む観光振興関連施策(概要)

■「しあわせ信州創造プラン3.0」に沿って取り組む3つの柱における具体的施策

観光地域づくりの推進

- 観光資源・コンテンツの磨き上げ
 - 県内一周サイクリングルート「Japan Alps Cycling Road」ブランド構築【観光スポーツ部】
 - 県内プロスポーツチームと連携し複数の競技観戦や県内観光地の周遊促進を図る仕組みを構築【観光スポーツ部】
 - 日本酒・ワイン・発酵食品を観光に活かしたツーリズム事業を展開【産業労働部】
 - 自然公園の利活用推進に向けた質の高い受入環境整備計画を策定【環境部】
- 観光地の受入環境整備
 - 公共交通や観光施設等の検索・予約を一元化し、シームレスな県内観光を実現するための観光MaaSを検討・構築【観光スポーツ部】
- 観光関連事業者の人材育成・確保及び生産性向上支援
 - 県内宿泊業の生産性向上のため、宿泊事業者のDX投資を支援【観光スポーツ部】
- サステナブル(持続可能)な観光地域づくりの推進
 - 「世界の持続可能な観光地TOP100」等国际的な認証取得を目指して取り組む地域を支援【観光スポーツ部】

長野県観光のプロモーション

- 長野県ならではの「アウトドアカルチャーの発信」をテーマとしたプロモーション【観光スポーツ部】
- 大阪・関西万博を契機とした誘客
 - 県産品の魅力や販路拡大につなげるためのPRを実施【観光スポーツ部・営業局】
- 信州フィルムコミッションネットワーク推進【観光スポーツ部】
 - WEBサイト改修等の情報発信基盤を整備し、営業力・発信力強化
 - 名探偵コナンと連携したプロモーションの展開 等

インバウンドの推進

- 実績国・地域からの着実な誘客
 - SNSの活用や、海外での観光プロモーションイベントの実施【観光スポーツ部】
- 高付加価値旅行市場開拓に向けたプロモーション事業【観光スポーツ部】
 - ツアーオペレーター向けモニターツアーの実施
 - 独・米・豪に設置した現地コーディネーターによる旅行商品造成促進 等

長野県観光の底力を高めるための中長期的な取組

長野県宿泊税の導入・活用

制度概要

- 課税客体：宿泊行為
- 税 額：定額制300円
(制度開始3年間は200円)
- 免 税 点：6,000円未満の宿泊
- 課税免除：修学旅行等学校行事や学校公認の部活動やサークル活動に伴う宿泊

想定税収
年33億円程度
※制度開始3年間は
22億程度/年



現時点で想定される使途

- ・長野県らしいコンテンツの充実
(例：自然公園等の利用環境整備 等)
- ・観光客の受入環境整備
(例：観光MaaSの実装, 二次交通の充実 等)
- ・観光振興体制の充実
(例：観光地経営組織(DMO)の機能強化 等)
- ・市町村への交付金 など

R7の具体的な取組

- ・旅行者や特別徴収義務者に対して宿泊税制度の周知・広報を実施【総務部・観光スポーツ部】
- ・税収見込試算、市町村への交付金配分の算出を行うためのデータを取得【観光スポーツ部】
- ・宿泊税の対応に係る宿泊事業者の既存システム改修経費を支援【観光スポーツ部】
- ・旅館業無許可営業者の取締を強化【健康福祉部】

重点テーマ①:大阪・関西万博を契機とした関西圏からの誘客

▶ R6年度の取組:

北陸新幹線延伸を契機としたプロモーション

- 長野県ならではの「アウトドアカルチャー」を関西圏へ発信するプロモーションを実施
- JR西日本との連携プロモーションを実施
- 新幹線と結節する大系線の利用促進の取組を実施
 - ・大系線の観光面の魅力を集約したサイト開設
 - ・大系線を舞台とした誘客イベントの開催
 - ・着地型旅行商品の造成
- 北アルプス地域・北信地域におけるサイクルツーリズム推進
 - ・サイクルモードライド大阪への出展

▶ 現状・課題

- 関西圏から長野県への一般宿泊旅行者は全体(487万人)の10%程度
 - ・大阪府:約19万人(8位) 　・兵庫県11万人(9位) (じゃらん宿泊旅行統計2023)
- 関西圏から長野県への学習旅行(小～高校)
 - ・大阪府:25,671人(4位) 　・京都府:17,708人(6位)
 - ※1位:東京都(171,206人) (令和4年度長野県学習旅行実態調査)
 - ⇒ 修学旅行等で訪れた思い出は長野県に良い印象を残し、
将来のリピーターとして期待できる
- 外国人延べ宿泊者数は大阪府215万人(全国2位)であり、
北陸新幹線敦賀延伸により大阪から長野へのアクセスが向上したことで、
インバウンドの誘客チャンス

大阪・関西万博を契機と捉えて、令和7年度も**関西圏からの誘客促進・関西圏との経済交流活発化**を図ります

◆ 大阪・関西万博に伴う誘客・PR(R6)

【大阪・関西万博基本情報】

- ▶ 開催場所:夢洲(大阪市此花区)
- ▶ 開催期間:令和7年4月13日(日)～10月13日(日)

【長野県が実施する取組】(予定)

- 万博会場に長野県の自然やアウトドアを体験できるブースを出展
 - ▶ 長野県出展期間:令和7年8月26日(火)～31(日)
- 万博以外の大型催事出店やフォーラム開催時にも長野県の魅力を発信



- 長野県ならではの「アウトドアカルチャー」を関西圏へ発信するプロモーションを実施
- 万博を契機とした関西圏での県産食材PR
 - ・関西版「信州ゆかりのお店」を発信するほか、
 - ・一流ホテル・レストランでのフェア開催
 - ・大型商業施設でPRイベントの開催

◆ その他関西圏との交流の取組

- JR西日本との連携プロモーション
- 関西圏の企業等へ信州リゾートテレワークのPR
 - ・万博を契機としたイベントへの出展
- 信州まつもと空港の(関西圏も含めた)国内線利用促進に向け、PRや旅行商品造成支援を実施
- 関西圏も含めた、国内学習旅行の誘致促進
- 大阪観光局との連携事業
 - ・大阪観光局主催イベントへブース出展
 - ・大阪観光局のインバウンド向けポータルサイトでの発信

重点テーマ②: 信州やまなみ国スポ・全障スポを見据えた観光×スポーツの地域活性化

- ✓ 令和6年4月に長野県知事部局に「観光スポーツ部」が発足
- ✓ 令和10年に長野県で「信州やまなみ国スポ・全障スポ」が開催される予定

スポーツ振興×観光交流の好循環を促進し、信州やまなみ国スポ・全障スポに向けて地域活性化！

“する”スポーツ×観光

長野県のアウトドア資源を活用した“する”スポーツツーリズムの推進や国スポ等大規模イベントを契機としたスポーツ交流の拡大により、スポーツを通じた観光地域づくりを進め、地域活性化を推進します。

【施策例】

- 冷涼な気候を生かしたスポーツ合宿等の誘致促進
- 県内外の学校登山や登山部を登山案内人の案内で実施
- 山岳総合センターで事前トレーニングや学生への学びを提供
- スポーツイベントを契機に選手とその家族へ観光周遊を提案
- 国スポ等を契機としたスポーツ合宿誘致の活発化

“みる”スポーツ×観光

プロスポーツ観戦や県内のスポーツ施設を活用して、スポーツを“みる”機会を増やすとともに、スポーツイベントを通じて長野県を訪れたお客様に長野県の魅力をPRし、交流人口の拡大を目指します。

【施策例】

- 県内プロスポーツチームと連携し、複数の競技観戦や県内観光地の周遊促進を図る仕組を構築
- 「信州アルクマスポーツ応援団」を活用した県内プロスポーツ応援機運の醸成
- アウェイサポーター向け旅行商品(試合観戦+観光周遊)造成
- 国スポ・全障スポの来場者を対象とした長野ファンの拡大

連携の
相乗効果

一般スポーツ×障がい者スポーツ

一般スポーツと障がい者スポーツを同一部局が所管することにより、スポーツを通じた共生社会の実現に取り組みます。

【施策例】

- 国スポ等において障がいの有無に関わらず楽しめる競技の実施(デモンストレーションスポーツやオープン競技)
- 両スポーツ選手間の交流による競技力向上(体験会・スポーツ大会等における選手への専門的な指導)
- 「パラウエーブNAGANOプロジェクト」の拡大

障がい者スポーツ×観光

障がい者スポーツの振興を通じて、「年齢や障がいに関わらず誰でも楽しめるユニバーサルツーリズム」の更なる推進に取り組みます。

【施策例】

- 障がい者スポーツ大会とユニバーサルツーリズムの連携(ユニバーサルツーリズムでユニバーサルデザイン対応施設の活用・選手へのユニバーサルツーリズム体験)

▶ 観光地域づくり推進 R7年度の具体的な取組

■観光資源・コンテンツの磨き上げ

(観光×スポーツ・アウトドア)

- 民間団体等と連携し県内一周サイクリングルート「Japan Alps Cycling Road」ブランドを構築【観光スポーツ部】
- 県内プロスポーツチームと連携し、複数の競技観戦や県内観光地の周遊促進を図る仕組を構築【観光スポーツ部】

(観光×食・酒)

- NAGANO WINEのブランド化に向けた検討を実施【産業労働部】
- 日本酒・ワイン・発酵食品を観光に活かしたツーリズム事業を展開【産業労働部】

(観光×自然公園)

- 自然公園の利活用推進に向けた質の高い受入環境整備計画を策定【環境部】
- 自然環境の保護と活用の両立に関する知識を有するエコツーリズムガイド人材を育成【環境部】
- 国定公園化を契機とした御嶽山の魅力・特徴をPR及び受入環境整備【環境部】

(観光×農林(グリーンツーリズム))

- 「農ある暮らし」の体験研修実施や相談センター運営【農政部】
- 森林を観光分野で活用する「森林サービス産業」の活動支援【林務部】
- 誰もが親しめる「開かれた里山」の整備や利用の仕組づくりを支援【林務部】
- 民間団体と連携し、松本平広域公園の魅力向上に資する植栽管理を実施【建設部】

(観光×文化)

- 長野県立美術館における企画展等の開催【県民文化部】
- 県内にある文化財の保存・継承・活用を支援【県民文化部】
- 「NAGANO ORGANIC AIR」を通じた地域の文化資源の掘り起こし【県民文化部】

(その他)

- 空き家DIYイベント等を通じた地域との交流促進【企画振興部】
- 「信州ユニバーサルツーリズム」の普及拡大に向け、実務人材の育成や学習旅行等における実証を実施【観光スポーツ部】

■DMO等の経営支援

- 観光地域づくりにおける観光機構の研究機能強化【観光スポーツ部】
- DMO等のマネジメント体制強化やネットワーク形成を支援【観光スポーツ部】

■観光関連事業者の人材育成・確保及び生産性向上支援

- 持続可能で稼ぐ観光業実現のため、観光業を支える人材を育成【観光スポーツ部】
- 県内宿泊業の生産性向上のため、宿泊事業者のDX投資を支援【観光スポーツ部】
- バス・タクシー等の運転手等の人材確保のため、求職者向けマッチングイベントの開催や就職相談窓口の設置、運転手確保のための移住支援を実施【企画振興部】
- 省力化(DX化等)に取り組む県内中小企業を対象に民間の専門家を派遣【産業労働部】
- 県内中堅・中小企業が取り組む業務共同化に対し実証事業として支援【産業労働部】

■観光地の受入環境整備・滞在環境整備

- 交通事業者が行う地域連携ICカードの導入を支援【企画振興部】
- 標準的なバス情報フォーマットの整備促進や維持・更新支援及びバスロケーションシステム等の導入検討【企画振興部】
- 公共交通や観光施設等の検索・予約を一元化し、シームレスな県内観光を実現するための観光MaaSを検討・構築【観光スポーツ部】
- 観光地の景観に合致した森林整備及び眺望確保するための伐採を支援【林務部】
- 良好な景観形成に向け、河畔林や街路樹などのまちなかの緑地を保全【建設部】
- 観光地における道路環境整備の一貫として、無電柱化の推進・自転車通行空間整備・道の駅のトイレ整備・道路の舗装修繕・沿道美化・サイン整備等を実施【建設部】

■サステナブル(持続可能)な観光地域づくりの推進

- 「世界の持続可能な観光地TOP100」等国际的な認証取得を目指して取り組む地域を支援【観光スポーツ部】
- 観光地等における電気自動車の充電インフラ整備を促進【環境部】
- 県産品や地域のお店を選ぶ意識の醸成、行動変容を促す「しあわせバイ信州運動」を本格展開【産業労働部】

■観光客の安全・安心確保

- 安全登山の啓発や山岳遭難救助体制整備等を実施【観光スポーツ部】
- 山の魅力発信と安全登山を推進する信州登山案内人を育成【観光スポーツ部】
- 浅間山をフィールドとしてガイド等の活動を行う人材等を育成【危機管理部】
- 火山防災の普及啓発のため、御嶽山火山マイスターの資質向上研修を開催し、火山マイスターによる火山防災教室の開催を支援【危機管理部】

▶ 長野県観光のプロモーション R7年度の具体的な取組

■「アウトドアカルチャーの発信」をテーマとしたプロモーション

○「Go Nature. Go Nagano.」を引き続きキャッチフレーズに、地域の“人”にフォーカスした長野県ならではのアウトドアカルチャーを発信【観光スポーツ部】

■デジタルマーケティング・デジタルプロモーションの推進

○県公式観光サイト「Go NAGANO」のコンテンツの充実【観光スポーツ部】

○県公式観光サイト「Go NAGANO」の閲覧データ分析機能を活用し、顧客のトレンド等を踏まえた質の高いコンテンツを制作・発信【観光スポーツ部】

○「ながのファンコミュニティ」の運営やQRコードを活用したアンケート実施により観光客のリアルなニーズを捕捉【観光スポーツ部】

■信州フィルムコミッションネットワークの推進

○WEBサイト等の改修等を通じて情報発信基盤を整備し、県内へのロケ誘致のための営業力や県内撮影作品に関する発信力を強化【観光スポーツ部】

○長野県を舞台とした映画「名探偵コナン」公開に合わせて市町村・民間事業者と連携した観光プロモーションを展開【観光スポーツ部】

■観光関連事業者・団体等と連携したプロモーション

○観光協会・事業者・市町村等多様な主体と連携し、県全体で強力な観光プロモーションを実施する【観光スポーツ部】

○索道事業者と連携し、県内スキー場の利用拡大に向けたプロモーションを実施【観光スポーツ部】

○R5年3月に締結された連携協定に基づき、沖縄からの誘客促進を図るため、沖縄県内で観光商談会や教育旅行説明会等を実施【観光スポーツ部】

■学習旅行や国際イベント(MICE等)などの誘致推進

○県学習旅行誘致推進協議会と連携し、教育旅行誘致の働きかけや、受入に当たっての調整を実施【観光スポーツ部】

○市町村等と連携して県内へMICEを誘致するため、推進員の設置や主催者への事業経費補助を実施【観光スポーツ部】

■国内の販路開拓・物産振興

○芸能人等を活用した本県の観光・物産PRを展開【営業局】

○首都圏や(大阪・関西万博を契機として)関西圏において、県産品の魅力発信及び販路拡大につなげるため、観光物産展の開催やPRを実施【営業局】

○首都圏において、信州ブランドの魅力を高め、発信する拠点として「銀座NAGANO」を運営【営業局】

■様々なコンテンツと連携した長野県観光のPR

○(移住×観光)移住関連サイト「SuuHaa(スーハー)」「ニブンノナガノ」を運営し、将来的な移住・二地域居住先としての長野県を発信【企画振興部】

○(文化×観光)文化芸術情報発信サイト「CULTURE.NAGANO」により、県内の文化施設情報やイベント情報を一元的に発信【県民文化部】

○(食×観光)観光協会等による地域食材を活用したイベントの開催など地消地産の新たな取組を支援【農政部】

○(農業×観光)信州の棚田の魅力や棚田の特産品のPRをサイト等で発信【農政部】

○(自然公園×観光)生物多様性ポータルサイト「信州いきものがたり」により、自然公園をフィールドとしたイベント情報を発信【環境部】

○(インフラ×観光)インフラカード特集記事の発信やスタンプラリーの実施を通じて、発電所やダムといったインフラを活用した誘客を推進【観光スポーツ部・企業局】

○大阪・関西万博(R7.4月～)といった機会を捉え、関西圏との交流・関西圏からの誘客を強化 ※詳細はP6を参照

▶ インバウンド推進 R7年度の具体的な取組

■実績国・地域からの着実な誘客に向けた取組

- 海外の訪日ツアー取扱旅行会社と県内のDMOや観光関係事業者との接点を創出し、具体的な商品造成を図る商談会などを開催【観光スポーツ部】
- 新規ツアーの造成やメディア露出につなげるため、海外の旅行会社やメディア視察を支援【観光スポーツ部】
- 新たな滞在型観光ツアーを促進するため、訪日ツアー取扱旅行会社に対して新規ツアー造成費を補助【観光スポーツ部】
- 「Go NAGANO」多言語版を通じた発信の強化や、効果的なSNSツールの調査・選定を実施【観光スポーツ部】
- 観光機構に学習旅行誘致推進員を配置し、訪日教育旅行の誘致・受入調整を実施【観光スポーツ部】
- 長野県の魅力を外国人の視点で発信するため、国際観光情報発信員を観光機構へ配置し、様々な媒体を活用した長野県PRを展開【観光スポーツ部】
- 人口減少下における企業の海外展開やインバウンド誘致を強化するため、「稼ぐ」産業の海外展開の基本的な方向性を整理【産業労働部】
- 県産品の海外展開を推進するため、輸出関連の展示商談会への出展や海外バイヤー商談会の開催を支援【営業局】

■海外の高付加価値旅行市場(欧・米・豪)をターゲットとした重点的なプロモーション

- 高付加価値旅行を取り扱うツアーオペレーター(旅行会社)を招請し、モニターツアーを実施【観光スポーツ部】
- 海外における発信拠点として、現地の旅行会社等に長野県への誘客を働きかけるコーディネーターを設置【観光スポーツ部】
- 高付加価値旅行市場における長野県の認知度向上を図るため、高付加価値旅行者が閲覧する雑誌・webサイトといった媒体へ広告を掲載【観光スポーツ部】
- 北米・欧州で開催するアドベンチャーツーリズム※の商談会へ出展し、参加旅行会社等へPRを実施【観光スポーツ部】
- 高付加価値旅行商品の企画・造成から販売まで一貫して行う「NAGANO Travel Operation Center(N-toc)」を設置【観光スポーツ部】
- 国内外での長野ブランドの確立に向けて欧州をターゲットにグローバルサイトによる情報発信や現地ネットワークの継続等を通じた物産振興を実施【営業局】

■インバウンド向けコンテンツの造成

- 年間を通じた長期滞在型観光の推進に繋がり、欧米で人気の高い「アドベンチャーツーリズム※」を推進するため、国際水準のガイド育成を目的とした研修とガイドの情報発信を行うとともに、国内のトップコンテンツの研究等を実施【観光スポーツ部】
- インバウンド旅行者への訴求や海外展開を見据えて、伝統工芸産業の稼ぐ力を向上のため、伝統工芸品の新商品開発を支援【産業労働部】
- 「世界の持続可能な観光地TOP100」等国际的な認証取得を目指して取り組む地域を支援【観光スポーツ部】※再掲
- 自然環境の保護と活用の両立に関する知識を有するエコツーリズムガイド人材を育成【環境部】※再掲

■インバウンド向け受入環境整備

- 外国人旅行者と県内事業者との円滑なコミュニケーションをサポートするために電話通訳サービスを運営【観光スポーツ部】
- 信州まつもと空港の発展・国際化推進に向け、国際チャーター便の誘致及び国際乗継便の利用促進を実施【企画振興部】

■広域観光の推進

- 他都道府県や団体等と連携して広域観光に取り組む各協議会等へ参画【観光スポーツ部】

※アドベンチャーツーリズム:「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち最低2つを含む旅行形態