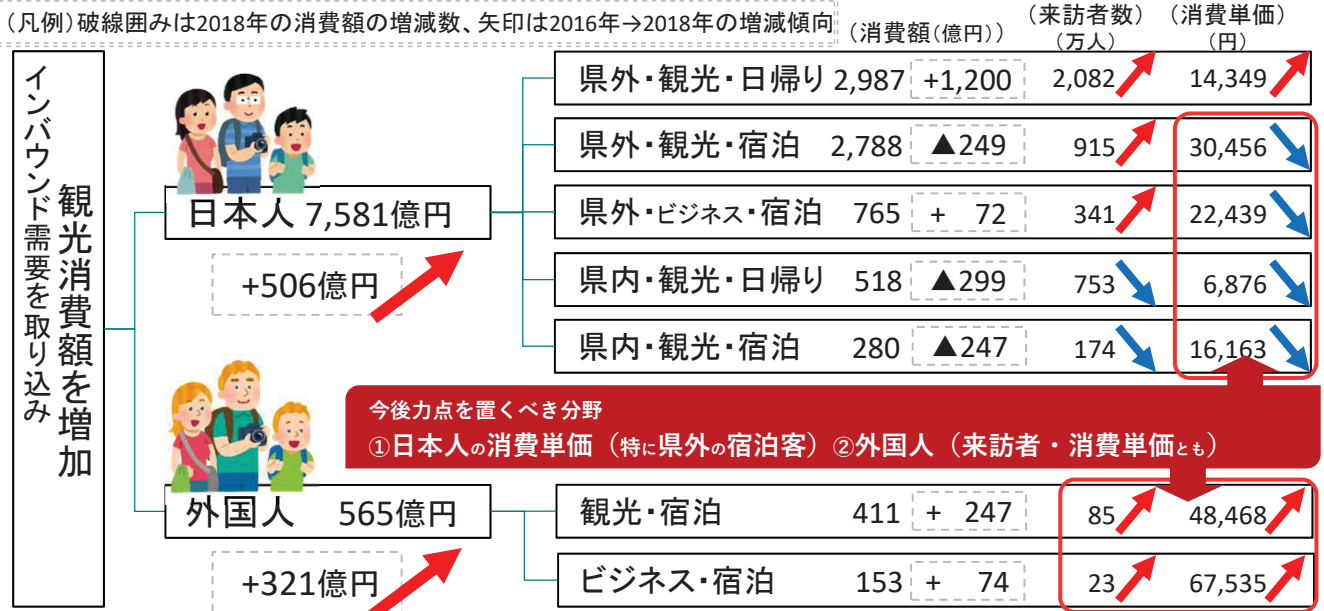


重点目標4「観光消費額」 政策評価

状況

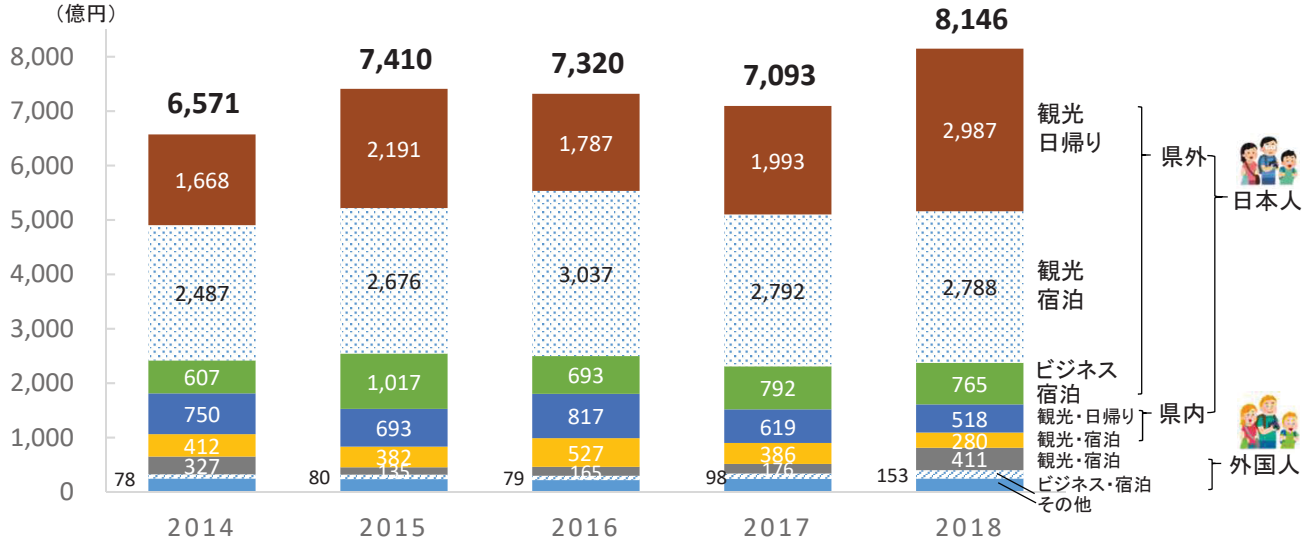
インバウンド需要を取り込み観光消費額を増加 《観光消費額》 (来訪者数×消費単価)	基準値 (2016)	最新値 (2018)	目標値 (2022)
	7,320億円	8,146億円	8,100億円

【属性別の消費額・構成要素の増減】



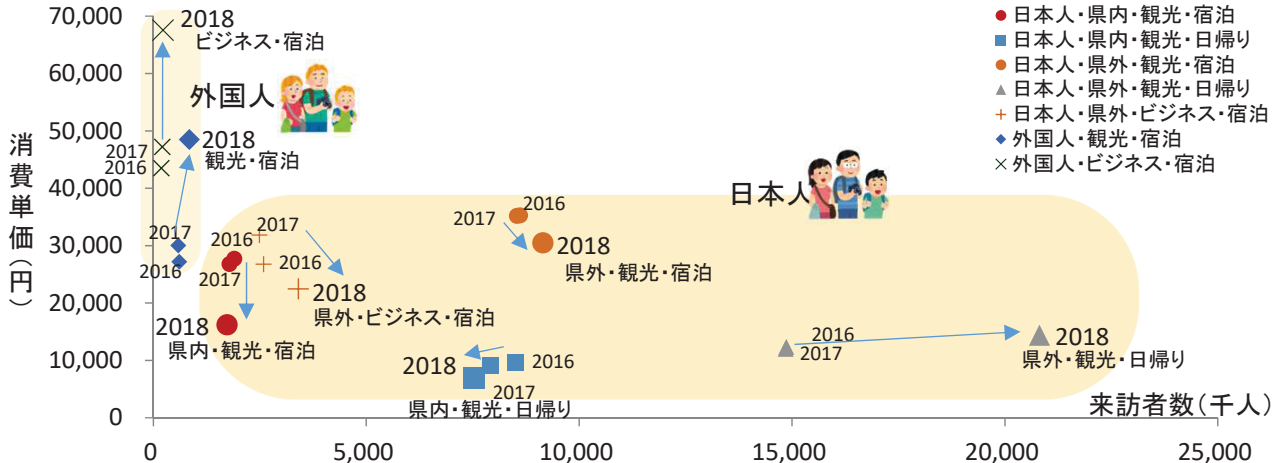
分

【観光消費額の年別・属性別推移】



析

【主な属性の来訪者数と消費単価の相関図(3か年の推移)】



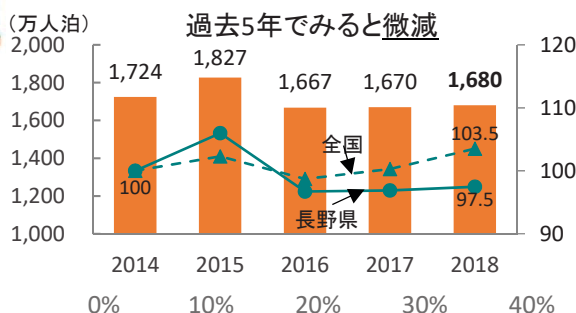
重点目標4「観光消費額」政策評価

【本県を訪れる観光客の状況・特徴】

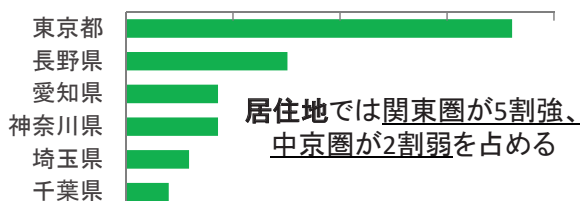
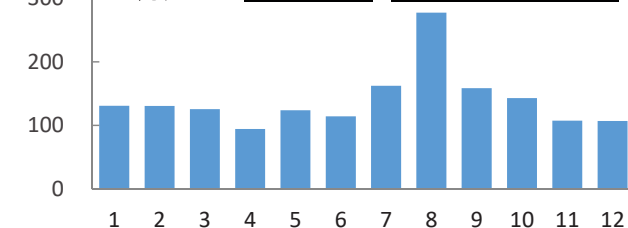
1 日本人旅行者



● 延べ宿泊者数 (折れ線は2014年を100とした場合の値)



● 月別では夏季が多く、4月と11月が少ない



● その他

日帰り客の割合は増加

[2016]61.8% ⇒ [2018]63.8%

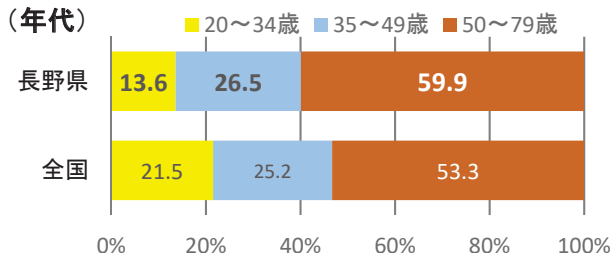
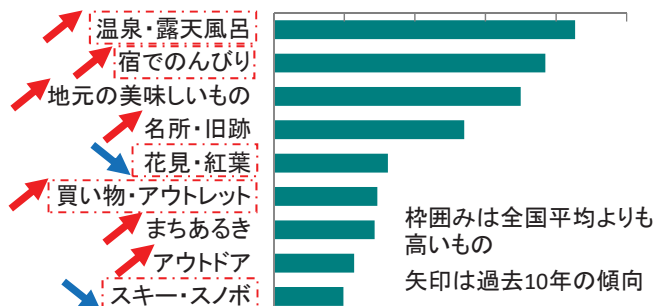
平均宿泊数は横ばい

[2016]1.29泊 ⇒ [2018]1.30泊

【出典】観光庁「宿泊旅行統計調査」
長野県観光入込客統計

● 宿泊客の特徴

(旅行の目的) 0% 10% 20% 30% 40% 50% (年代)



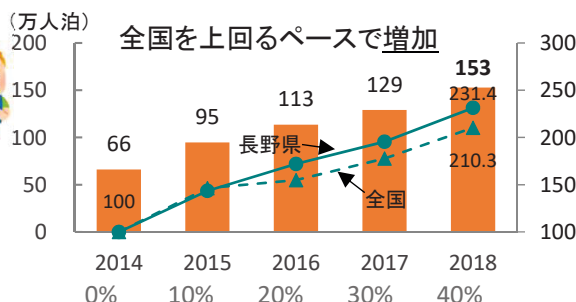
(性別) 過去10年をみると
男性はどの世代も増加傾向
女性は20～34歳、50～79歳が減少傾向

(その他) 移動手段は自家用車の割合が増加傾向
[2008]64.8% ⇒ [2017]69.2%

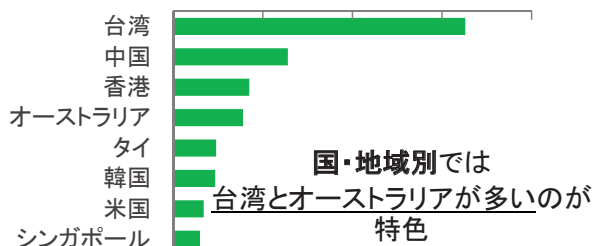
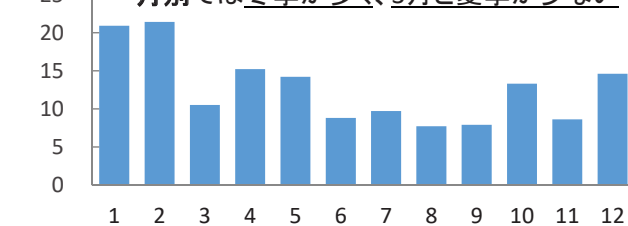
【出典】じゃらん「宿泊旅行調査」2018

2 外国人旅行者 (折れ線は2014年を100とした場合の値)

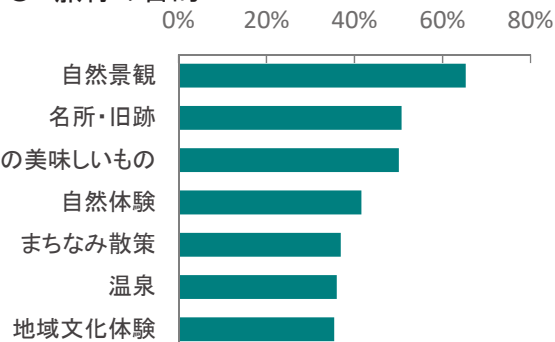
● 延べ宿泊者数



● 月別では冬季が多く、3月と夏季が少ない



● 旅行の目的



● その他

平均宿泊数は増加

[2016]1.48泊 ⇒ [2018]1.51泊

【出典】観光庁「宿泊旅行統計調査」、県観光機構「来訪者満足度等アンケート調査」

分

析

重点目標4「観光消費額」 政策評価

【関連目標の状況、現状分析】

1 日本人旅行者

(関連目標の状況)

□延べ宿泊者数↑ 【宿泊旅行統計】

1,790万人泊(2014年) ⇒ 1,780万人泊(2016年) ⇒ 1,832万人泊(2018年)

○日本人延べ宿泊者数↓ 【宿泊旅行統計】

1,724万人泊(2014年) ⇒ 1,667万人泊(2016年) ⇒ 1,680万人泊(2018年)

○平均宿泊数→ 【宿泊旅行統計】

1.33泊(2014年) ⇒ 1.29泊(2016年) ⇒ 1.30泊(2018年)

○日帰り客の割合↑ 【観光入込客統計】

60.2%(2014年) ⇒ 61.8%(2016年) ⇒ 63.8%(2018年)

○日帰り客数↑ 【観光入込客統計】

2,164万人(2014年) ⇒ 2,414万人(2016年) ⇒ 2,885万人(2018年)

(現状分析)

- ・日本人の観光消費額は2016年に比べ506億円の増加。
- ・内訳をみると、消費額の大きな割合を占める県外の日帰り観光客が来訪者の増により消費額が増加したものの、県外宿泊客は消費単価の減により消費額が減少。県内客は日帰り・宿泊とも来訪者・消費単価の減により消費額が減少。
- ・宿泊客の動向について、最近5年の延べ宿泊者数は全国は微増傾向であるものの本県は微減傾向。国内客の誘客での競合県(群馬、新潟、石川、山梨、岐阜)や延べ宿泊者数が同程度の県(神奈川、静岡、京都、愛知、福岡、兵庫)との比較でも、本県は他県よりも減少傾向が顕著。平均宿泊数はほぼ横ばいの傾向。
- ・日帰り客の動向について、日帰り客の割合は増加傾向([2014]60.2%⇒[2018]63.8%)。

2 外国人旅行者

(関連目標の状況)

□延べ宿泊者数↑ 【宿泊旅行統計】

1,790万人泊(2014年) ⇒ 1,781万人泊(2016年) ⇒ 1,832万人泊(2018年)

□外国人延べ宿泊者数↑ 【宿泊旅行統計】

66万人泊(2014年) ⇒ 113万人泊(2016年) ⇒ 153万人泊(2018年)

○平均宿泊数↑ 【宿泊旅行統計】

1.46泊(2014年) ⇒ 1.47泊(2016年) ⇒ 1.53泊(2018年)

(現状分析)

- ・外国人の観光消費額は2016年に比べ321億円の増加。消費額全体に占める割合は7%程度と低いものの来訪者・消費単価ともに増加。
- ・最近5年の延べ宿泊者数の動向をみると、本県は全国を上回る増加傾向。他県との比較では、周辺県(群馬、新潟、石川、山梨、岐阜)の中ではその傾向は鈍いものの、延べ宿泊者数が同程度の県(神奈川、静岡、京都、愛知、福岡、兵庫)の中では増加傾向が顕著。

【概括的な評価】

《前提》観光消費額の増加のためには、以下の要素に寄与する施策を進めることが必要

①来訪者数の増加 ⇒ 来訪者総数の増加(リピーターの増加、新規顧客の獲得など)

②消費単価の増加 ⇒ 滞在時間(周遊箇所)・日数の増加、滞在期間中の消費額(宿泊・食等)の増加

《日本人旅行者》

- ・日帰り客数は増加しているものの、宿泊者数は中長期的な減少傾向が顕著であるほか、宿泊日数も横ばいであり、これまでの施策が滞在時間・日数の増加に十分に寄与しているとはいえない。
- ・消費単価も、県外の日帰り観光客以外は減少しており、これまでの取組が成果に結びついていない。

《外国人旅行者》

- ・来訪者(宿泊者)数及び消費単価ともに増加しており、各市場の特性に応じた戦略的なプロモーションの成果が表れている。ただし、周辺県と比べると宿泊者数の増加率が鈍化しており、来訪者数の更なる増加に向け工夫が必要。

<p style="text-align: center;">主 な 施 策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>【観光の担い手としての経営体づくり】 (広域型DMOの形成・確立) 3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・<u>広域型DMOの形成・確立に向け、市町村域を越えた地域のコンセプト(ストーリー)構築などを支援</u></p>	<p>○観光機構「DMO形成支援センター」による支援地域 7地域(2016年)⇒7地域(2018年)</p>
<p>(観光を担う人材の育成・確保) 3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・学生のインターンシップやUIターン希望者の受入れ等により、<u>観光人材を育成・確保</u></p> <p>2-6 郷学郷就の産業人材育成・確保 ・新卒学生に対する魅力の発信、協定校との一層の連携強化・拡大、インターンシップの実施促進などにより<u>学生の県内就職を促進</u></p> <p>・県内大学への寄附講座の設置や地域観光のリーダー養成講座などにより、<u>観光地域づくりをけん引する人材を育成・確保</u></p> <p>・<u>中小企業のAI・IoT等の導入活用の支援や、活用事例の県内へ普及などにより業務の効率化を支援</u></p>	<p>○有効求人倍率(旅館・ホテル・乗物接客員) 7.525(2017年3月)⇒6.07(2019年3月)</p> <p>○宿泊・飲食サービス業就業者数 76,558人(2014年)⇒72,567人(2016年)</p> <p>○観光に関するアンケート <従業員不足の宿泊施設(回答数487)(2018年)> 38.2%</p> <p>○県内大学・短大生向けの産学官連携インターンシップ(2016年実施)マッチング状況 観光業関係: 11名参加→10名就職(2018年3月)</p> <p>○信州おもてなしマイスター養成数 81人(2016年度)⇒150人(2018年度)</p> <p>○観光マネジメント人材養成者数 55名(2018年)</p> <p>○観光に関するアンケート <観光業でのAI・IoT等活用状況(回答数622)(2018年)> 活用中1.1%、活用したい19.0%、必要ない42.9%</p>
<p>【観光地域としての基盤づくり】 (「稼ぐ」基盤づくり) 3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・<u>規制緩和や地域未来投資促進法の課税特例の活用</u></p> <p>2-1 革新力に富んだ産業の創出・育成 ・後継者バンクでのマッチングの促進や関係団体等によるネットワークの構築などにより、<u>中小企業等の円滑な事業承継を支援</u></p>	<p>○宿泊施設の客室稼働率 7 [施設数 7] (2016年→2018年) [全体] 35.1% [4,197] ⇒37.1% [4,156] [旅館] 26.3% [1,920] ⇒28.1% [1,490] [シティホテル] 72.5% [20] ⇒73.7% [20]</p> <p>○地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画承認状況 全体81件、うち宿泊業4件(2018年までの累計)</p> <p>○事業引継ぎ支援センターによる引継ぎ成約件数(2014からの累計)(後継者バンクによる成約を含む、センターとしての成約件数) [全体] 29件(2016年)⇒64件(2018年) [宿泊業] 4件(2016年)⇒8件(2018年)</p> <p>○観光に関するアンケート <宿泊業の後継者確保について(回答数487)(2018年)> 確保済18.1%、検討中・今後検討24.8%、確保せず廃業20.1%、まだ考える時期ではない16.4%</p>

評 価

【評価】

- ・DMO形成支援センターと連携して、重点支援広域型DMOを含む7の広域型DMOの形成に向けた支援を実施。

【評価】

- ・学生のインターンシップのマッチングが就職に結びついた例もあるが、旅館・ホテル・乗物接客員の有効求人倍率は5.25（2017年3月）から6.07（2019年3月）へ上昇、従業員が不足していると回答した宿泊施設の割合が約40%と、依然として人手不足が続いており、成果は限定的。
- ・2019年3月に「観光業就業促進・働き方改革会議」において、外国人材の活用などの人手不足対策と、稼ぐ観光地域づくりを担う人材育成策を両輪として推進するための方針を取りまとめたところであり、2019年度から取組を本格化した。

- ・県内観光業におけるAI・IoTの導入事例は限定的で活用意向も20%弱に留まる。ICT活用の取組事例など、普及を進めるための取組の効果が表れるには時間を要し、スピードアップに課題がある。

【評価】

- ・宿泊施設の客室稼働率は、延べ宿泊者数の増加で全体では35.1%（2016年）から37.1%（2018年）に上昇。タイプによって二極化しているが、全国的にも最低水準であり、稼働率向上の工夫が必要。
- ・地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画の承認を受けた4件の宿泊業者は、課税特例等を活用してグランピング等の通年型アクティビティ強化や、宿泊施設と連携したワインツアーなどを実施しており、取組の成果が表れている。
- ・宿泊業における公的支援を活用した事業承継件数は全体の10%程度あり、一定の成果が表れている。
- ・観光に関するアンケート結果からは、経営者が早期に事業承継に着手することを促すには至っていない現状が見られる。

<p style="text-align: center;">主 な 施 策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>2-4 収益性と創造性の高い農林業の推進 ・<u>観光地の魅力向上につながる間伐や景観の育成</u></p>	<p>○観光地の魅力向上につながる森林整備面積↗ 0ha (2016年) ⇒11ha (2018年)</p>
<p>(交通インフラの整備と二次交通の充実)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・自然環境や地域の景観・街並みを移動しながら楽しむ<u>サイクルツーリズムを推進</u></p> <p>・バス・タクシーの活用により、<u>国際空港等からの誘客を促進</u></p> <p>・<u>観光地間を結ぶ道路整備を推進・促進</u></p> <p>3-9 本州中央部広域交流圏の形成 ・<u>信州まつもと空港を発着する国内定期便やチャーター便の利用を促進</u></p>	<p>○自転車通行空間の整備延長↗ 25km (2016年) ⇒28km (2018年)</p> <p>○長野県1周ルート「Japan Alps Cycling Road」先行整備箇所3地域 (諏訪湖周、北アルプス地域、千曲川)</p> <p>○中部国際空港から白馬地域へのスキーバス運行数46本・乗車人数延べ426人 (2018年)</p> <p>○道路整備推進状況↗ (2016年→2018年) 箇所数：22箇所 道路整備延長：1.2km⇒4.3km 整備率：4.4%⇒16.2%</p> <p>□信州まつもと空港利用者数↗ 12.4万人 (2016年度) ⇒13.8万人 (2018年度)</p> <p>○信州まつもと空港国内チャーター便就航便数・利用者数↗ 94便・6,127人 (2016年度) ⇒127便・7,126人 (2018年度)</p>
<p>(世界水準の情報インフラづくり)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・インターネット上の旅行先選定サイトから、ネット予約や口コミサイトに誘導する<u>戦略的な情報発信システムの構築を検討</u></p> <p>・<u>ビッグデータを活用した効果的なマーケティングを推進</u></p> <p>2-1 各新緑に富んだ産業の創出育成 3-7 先端技術の積極的な活用・導入 (にも記載あり)</p> <p>・<u>観光・交通案内アプリの機能拡張</u></p> <p>・<u>資金決済のキャッシュレス化など先端技術を活用した観光客の利便性向上</u></p> <p>2-1 各新緑に富んだ産業の創出育成 3-7 先端技術の積極的な活用・導入 (にも記載あり)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり 2-1 革新力に富んだ産業の創出・育成 ・<u>Wi-Fi 環境などの受入環境の整備を促進</u></p>	<p>○「信州DCサイト」閲覧数↗ 117.7万PV (2017年) ⇒192.1万PV (2018年)</p> <p>○「さわやか信州旅ネット」閲覧数↘ 1,188万PV (2016年) ⇒984万PV (2018年)</p> <p>○「さわやか信州旅ネット」直帰率(トップページだけ見て他のサイトに移動) モバイルユーザー 86.4% (2018年) パソコンユーザー 65.5% (2018年)</p> <p>○「Go!Nagano」閲覧数↗ 146万PV (2016年) ⇒182万PV (2018年)</p> <p>○「信州ナビ」ダウンロード数(累計)↗ 24,347件 (2017年) ⇒38,264件 (2018年)</p> <p>○キャッシュレス決済比率 12.5% (2014年) ※全国28位</p> <p>○観光に関するアンケート <観光施設でのクレジットカード導入状況(2018年)> 宿泊施設(回答数487) 導入済50.5%、必要ない37.2% タクシー(回答数43) 導入済み30.2%、必要ない34.9%</p> <p><旅行会社からみてキャッシュレス決済を導入すべき場所(回答数19)(2018)> 宿泊施設、飲食店42.1%、バス、タクシー36.8%</p> <p>○無料Wi-Fiスポット数↘ 8,388 (2018年2月) ⇒7,598 (2019年6月)</p> <p>○Wi-Fi支援実績(国庫、県単)(2015) 公共施設11箇所、宿泊施設351箇所、交通要所6施設</p>

評 価

・森林づくり県民税を活用し、観光地の魅力向上につながる森林整備を進めた（2018年は景観を向上させる伐採を11ha実施）。

【評価】

・「自転車の安全で快適な利用に関する条例」等に基づく自転車活用推進計画を2019年3月に策定し、自転車通行空間の広域的な整備に着手した。

・中部国際空港から白馬地域へのスキーバスのニーズが高かったことから、自立的な運行につなげることができた。

・観光地間を結ぶ道路として整備を進めている22か所のうち、2018年には茅野市杖突峠、南木曾町漆畑拡幅、長野市西組バイパスが完成供用。他の路線についても、事業の推進が図られている。

・信州まつもと空港の利用者数、国内チャーター便の就航数・利用者数はともに増加し、利用促進の取組の成果が表れている。

【評価】

・信州DC公式サイトは、体験メニューや宿泊施設の予約との連動を図ったほか、競合県を意識したプロモーション（Web広告）を展開したことにより、2018年は前年を上回る閲覧があった。

・3つの公式観光サイト（旅ネット、DC公式サイト、Go!Nagano）の並存によるアクセス分散、旅ネットの直帰率が高いことなど、デジタルプロモーションに課題がある。

・観光・交通案内アプリ「信州ナビ」のダウンロード数は堅調に推移。2018年度にはバスロケーションシステムを構築。（運用は2019年4月から）

・本県でのキャッシュレス決済比率は12.5%と全国平均（16.1%）を下回っており、利用環境整備の遅れが大きな要因となっている。

・宿泊施設や飲食店、交通事業者でのキャッシュレス決済のニーズがあることに対して、事業者の認識が高くなく、取組の成果が表れていない。

・無料Wi-Fiスポットは、活用状況によって撤去される場合もあり減少しているなど取組の成果は限定的。観光客によるリアルタイムのSNSへの投稿等が可能となるよう、観光地での面的な整備が求められている。

<p style="text-align: center;">主 な 施 策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>(観光ブランドの形成・確立)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・山岳観光、アウトドア、健康長寿、ユニバーサル、学びなど本県の強みを活かしたテーマや、<u>地域の特色ある文化を取り込んだ観光誘客を推進</u> ・「<u>学び</u>」や「<u>体験</u>」、「<u>食</u>」など<u>天候に左右されない観光コンテンツを充実させるとともに、新たな魅力ある旅の創造や宿泊プランの開発を支援</u> ・<u>地域食材を活かした世界に通用する料理を発信し、信州の「食」のブランド価値を向上</u> ・<u>本県の自然を活かし守るサステイナブル観光を推進</u> ・<u>県内主要駅や宿泊施設を発着地として県内観光資源を結ぶ商品の企画・販売を促進</u> ・<u>外国人や障がい者など多様な利用者にも対応した登山道やトイレ整備を進めるとともに、自然保護を意識した質の高い山岳高原観光地づくりを推進</u> <p>3-1 信州と関わりを持つ「つながり人口」の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験機会の充実など、農山村活性化のための都市農村交流を促進 ・長野県での居住と大都市での仕事との両立を可能にするテレワークを促進 	<p>【体験・アウトドア・アクティビティ関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○スキー場利用者数↘ 661万人（2016年）⇒645万人（2018年） ○学習旅行来訪数（国内）↘ 4,593校・86.4万人（2016年）⇒4,583校・81.6万人 ○体験予約サイト「アソビュー」への掲載プログラム数 740件（2018年） ○信州観光ブランド戦略的発信・販売促進事業に基づく旅行商品造成数 7件・催行実績7,643人（2018年） ○アクティビティ等に興味があって本県を旅先に選んだ国内宿泊旅行者の割合↘ 31.3%（2016年）⇒30.2%（2018年） 【インフラツーリズム】 ○新たに観光資源として環境整備された疏水等の箇所数 2016年：—⇒2018年：6 ○インフラツーリズム「土木のお宝」のWEB掲載数（累計）↗ 70件（2016年）⇒76件（2018年） 【景観】 ○信州ふるさとの見える(丘)の認定件数（累計）↗ 49件（2016年）⇒63件（2018年） 【食】 ○食や特産品に興味があって本県を旅先に選んだ国内宿泊旅行者の割合↗ 35.2%（2016年）⇒38.1%（2018年） ○全国新酒鑑評会における県内酒蔵金賞受賞数↗ 10蔵（2016年）⇒12蔵（2017年）⇒14蔵（2018年） ○日本ワインコンクールにおける県産ワイン受賞数↗ 57点（2016年）⇒65点（2017年）⇒61点（2018年） ○ニホンジカ食肉生産量（信州ジビエの振興）↘ 27 t（2016年）⇒26 t（2017年） ○戦略的バス活用促進事業に基づく着地型バスツアー催行数 105件・催行実績1,355人（2017、2018年累計） ○「きれいな信州環境美化運動」の展開↗ 実施市町村：170（2016年）⇒177（2018年） 参加者：283,500人（2016年）⇒279,604人（2018年） 回収量：265.6t（2016年）⇒357.5t（2018年） ○多様な利用者に対応したトイレ整備件数 3件(2016年)、1件(2017年)、2件(2018年)
	<p>□都市農村交流人口↘ 62.5万人（2016年）⇒62.2万人（2017年）⇒62.3万人(2018)</p> <p>■ふるさとテレワーカー数↗ 56人（2015年）⇒487人（2018年）</p>

評 価

【評価】

- ・ スキー場利用者数、学習旅行来訪者数はどちらも人口減少等により減少している。体験・アウトドア・アクティビティの分野では本県の強みを活かした誘客の成果が表れていない。
- ・ 2018年に実施した信州アフターDC期間中の延べ宿泊者数は625万3千人と3年間のDC期間で最高を記録。DC公式サイトはページビュー数が前年同期比約40%増加したほか、国内最大級の体験予約サイト「アソビュー」では700を超える県内の体験メニューが紹介されるなど、DC本番の取組を通じて見えてきた課題にチャレンジした成果が表れている。

- ・ 土木景観や農業資産、食などの地域のコンテンツを観光資源としていく取組が進み、多様な旅行商品づくりに向けた取組の成果が表れている。

- ・ 国内の宿泊旅行者に対する、地域食材を活かした「食」の観光コンテンツとしての魅力向上の取組の成果が表れている。

- ・ 「G20持続可能な成長のためのエネルギー転換と地球環境に関する関係閣僚会合」に先立ち、サステイナブル・ツーリズムに関する勉強会やフォーラム開催し、機運の醸成を図った。

- ・ 木曽路観光タクシープラン、長野駅から戸隠・小布施を巡る定期観光バス等、商品の定着化が図られており、取組の成果が表れている。
- ・ 環境美化運動の実施市町村数、回収量ともに増えており、着実に成果を上げている。
- ・ 環境省や関係市町村との協力体制構築や補助事業の活用などにより自然公園内の環境配慮型トイレの整備を進めている。

- ・ 地方のサテライトオフィス等で都市部の仕事を行うふるさとテレワーカーは、2018年には487人と大きく増加しており、取組の成果が表れている。

<p style="text-align: center;">主 な 施 策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>4-5 地球環境への挑戦</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然保護センターをネイチャーセンターとして機能を高めることで、<u>豊かな自然と触れ合うエコツーリズムを普及・拡大</u> <p>3-3 心豊かな暮らしを実現する文化芸術の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セイジ・オザワ松本フェスティバルなど最高水準の音楽祭や、国内外の芸術家が<u>地域と協働して行う創作活動</u>など、<u>地域に根付く文化芸術を支援</u> <p>6-2 信州のブランド力向上と発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）などの活用</u>を通じ、<u>信州のヒト・コト・モノをトータルに発信</u>することで、<u>国内外へ信州の魅力を発信するとともに、コアな信州ファンを創造</u> 	<p>○自然公園利用者数↗ 3,607万人（2016年）→3,676万人（2017年）</p> <p>○セイジ・オザワ 松本フェスティバル鑑賞者数↘ 10公演（有料公演）・88,958人（2016） ⇒8公演・82,280人（2018）</p> <p>○銀座NAGANO利用状況（2016年→2018年） 【観光案内来訪者↗】28,756人⇒30,683人 【電話・文書問合せ対応↗】9,726件⇒10,853件 【観光パンフレット送付件数↘】6,456件⇒5,919件</p>
<p>（大規模イベントの開催、フィルムコミッション・スポーツコミッションの推進）</p>	
<p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>フィルムコミッションによる映画・テレビ撮影や、スポーツコミッションによる国際スポーツ大会の事前合宿</u>、いわゆるM I C Eの誘致を促進 ・<u>県外からの学習旅行やスポーツ合宿の誘致を促進</u> <p>3-4 2027年国民体育大会・全国障害者スポーツ大会に向けた</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピック・パラリンピックなどの事前合宿を契機に、<u>スポーツ大会の誘致やスポーツによる誘客</u>を 	<p>○映画等のロケ誘致件数↘ 663件（2016年）⇒578件（2018年）</p> <p>○国際会議開催件数、参加者数↗ 3件・834人（2016年）⇒10件・2,240人（2018年）</p> <p>○国内スポーツ合宿誘致件数↗ 54件・12,219人泊（2016年）⇒79件・15,182人泊（2018年）</p> <p>○海外ナショナルチーム等のキャンプ等誘致状況（覚書等締結）↗ 東京オリンピック・パラリンピック事前合宿：3か国（～2018年）</p>
<p>【世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略】</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東アジア・東南アジアに加え欧米市場にもターゲットを拡大し、<u>市場特性に応じて戦略的に誘客を促進</u> ・<u>長野オリンピック・パラリンピックのレガシーや友好国・都市との絆を活かして誘客を促進</u> ・海外の若者に長野県の魅力を伝え、県内の児童生徒の国際感覚を育む<u>訪日教育旅行の誘致を促進</u> <p>2-3 海外との未来志向の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>海外向けの情報発信や魅力ある観光商品の提供などにより、戦略的な訪日外国人誘客を推進</u> ・観光などの海外展開において、<u>具体的な成果を意識したトップセールスを実施</u> 	<p>□外国人延べ宿泊者数↗（2016年→2018年） [全体] 113.5万人泊⇒152.7万人泊 ※上位の国・地域別（台湾、中国、香港、欧米、豪州、タイ）でも増加</p> <p>○訪日教育旅行来訪数↗（2016年→2018年） 142団体・4,557人⇒176団体・5,823人</p> <p>○知事・副知事・部長によるトップセールス実施状況 2018年：4回（台湾、香港、中国、米国）</p>

評 価

・自然公園利用者利用者数は、2017年は2016年と比較して6.9万人増加しており、取組の成果が表れている。

・セイジ・オザワ松本フェスティバルの鑑賞者数（有料公演）は、公演数の減少に伴って減少したが、多くの固定客がおり、地域に根付く国際的な音楽祭として定着している。

・銀座NAGANOは、前年を上回る来訪者を記録。観光案内や電話相談件数も増加しており、首都圏における信州の総合活動拠点としての機能を十分に発揮している。

【評価】

・誘致推進員の配置等により、国際会議の開催件数・参加者、国内スポーツ合宿の誘致件数ともに増加し、MICEなどの大規模イベントやスポーツ合宿の誘致の成果が表れている。

・2018年の映画等のロケ誘致件数は減少したものの、映画・ドラマ等のロケ地としてファンによる聖地巡礼による入込みが増えるなどの成果が表れている。

【評価】

・外国人延べ宿泊者数は、全体的に増加しており、各市場の特性に応じた戦略的なプロモーションの成果が表れている。

・訪日教育旅行の来訪者数は、2018年は2016年に比べて約1,300人増加しており、誘致の成果が表れている。

<p style="text-align: center;">主 な 施 策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村や県境を越えた広域的な繋がりを活かした新たな観光ルートを確立・活用 ・体験と宿泊、学びと宿泊をセットにした体験型観光資源の発掘・磨き上げや、宿泊と周遊をセットにした商品の企画・販売を促進 <p>2-3 海外との未来志向の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外向けの情報発信や魅力ある観光商品の提供などにより、戦略的な訪日外国人誘客を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○昇龍道プロジェクトによる中部北陸9県の外国人延べ宿泊者数↗ 447万人泊（2014年）⇒943万人泊（2018年） ○「Go!Nagano」閲覧数↗ 146万PV（2016年）⇒182万PV（2018年）
<p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バス・タクシーの活用により、国際空港等からの誘客を促進 <p>3-9 本州中央部広域交流圏の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・信州まつもと空港を発着するチャーター便の利用を促進 <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・初めて訪れる外国人も安心・安全・快適に旅を楽しめる外国語表示看板やWi-Fi環境、相談窓口など多言語受入環境の整備を促進 	<ul style="list-style-type: none"> ○中部国際空港から白馬地域へのスキーバス運行数 46本・乗車人数延べ426人（2018年） ○信州まつもと空港国際チャーター便就航便数・利用者数↗ 6便・412人（2014年度）⇒35便・1,351人（2018年度） ○多言語コールセンター利用件数（累計） 4,252件（2017年7月～2019年3月） ○無料Wi-Fiスポット数↘ 8,388（2018年2月）⇒7,598（2019年6月）

評 価

・いわゆるゴールデンルートから地方への誘客に向け、複数県による広域的なプロジェクトにより、中部北陸9県の外国人延べ宿泊者数は943万人（2018年）と5年前に比べ倍増するなど、取組の成果が表れている。

・中部国際空港から白馬地域へのスキーバスのニーズが高かったことから、自立的な運行につなげることができた。

・2018年の信州まつもと空港国際チャーター便就航数・利用者数は過去最高を記録し、取組の成果が表れている。

・多言語コールセンターは外国人旅行者の落とし物や事故の対応などでこれまでに4,200件以上の利用があり、取組の成果が表れている。