

事業番号	08 03 01	事業改善シート（令和4年度実施事業分）		<input type="checkbox"/> 当初要求	<input type="checkbox"/> 当初予算案	<input type="checkbox"/> 補正予算案	<input checked="" type="checkbox"/> 点検
事業名	インバウンド戦略推進事業	部局	観光部	課・室	国際観光推進室		
		実施期間	H14～	E-mail	go-nagano@pref.nagano.lg.jp		
総合5か年計画（しあわせ信州創造プラン2.0）との対応関係							
重点目標	④観光消費額						
総合的に展開する重点政策	3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり						

## 1 現状と課題

- ・ワクチン接種の進展などにより、今後、外国人旅行者に対する水際対策が段階的に緩和されると予測
- ・外国人旅行者に安全・安心を提供する感染症対策が不可欠
- ・量（宿泊者数）から質（観光消費額）への段階的な転換
- ・コロナ禍を経験したことによる旅行者の行動や意識変化への対応

## 2 事業目的

外国人旅行者の「滞在日数の長期化」、「消費単価の向上」、「リピーターの獲得」を図るため、（一社）長野県観光機構（地域連携DMO）を中心に、マーケティングに基づく戦略的なプロモーション及び商品造成を実施するとともに、外国人旅行者がストレスなく、安全・安心・快適に観光を満喫できる環境整備を推進する。

## 3 予算のポイント・主な取組（当初予算又は補正予算時の実施予定）

- ① Afterコロナを見据えた受入環境の整備
- ・Wi-Fi環境、多言語案内板の整備を支援（HAKUBA VALLEY重点支援）【山岳高原観光課予算計上】
  - ・24時間・21言語対応の「NAGANO多言語コールセンター」の運営
- ② 訴求力の高い体験型観光コンテンツの造成
- ・アドベンチャーツーリズム（AT）基準に基づくガイドを養成
  - ・AT商品の造成及び販売
- ③ 二次交通の利便性向上による県内周遊の促進
- ・観光バス路線の経路検索サービスの充実を図るため、事業者が実施するデータ整備（バス停の位置情報、時刻表の入力等）を支援
- ④ インバウンド再開を見据えたプロモーションの実施
- ・中国スキー愛好家などを対象としたハイブリッド形式によるスキー説明会を開催
  - ・英国・米国・豪州の旅行会社を対象としたオンラインセミナーを開催
  - ・「アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミット（ATWS）スイス」へ出展

## 4 成果指標

（推移の凡例 ↗：改善 ↘：悪化 →：変化なし ー：数値なし）

No.	指標名	単位	R2年度		R3年度		R4年度		R4年度目標値	達成状況	設定理由
			実績	実績	推移	実績	推移				
①	外国人延べ宿泊者数（暦年）	万人	53	6	↘	18	↗	300	未達成	日帰り旅行より宿泊旅行の方が県内経済に与える影響が大きいと考えられることから、外国人旅行者の来県による経済効果を量る目安として、観光庁が全国規模で実施し、信頼性の高い宿泊旅行統計調査の外国人延べ宿泊者数（暦年）を成果指標として設定した。	

## 5 事業コスト

（単位：千円、人）

区分	予算額					決算額	職員数
	前年度繰越	当初予算	補正予算等	合計 （予算現額）			
R4年度	0	67,247	20,088	87,335	64,987	83,871	3.0
R3年度	0	65,373	0	65,373	65,373	63,979	3.0
R2年度	0	95,305	△11,386	83,919	78,730	67,912	3.0

事業番号	08 03 01	事業改善シート（令和4年度実施事業分）	<input type="checkbox"/> 当初要求	<input type="checkbox"/> 当初予算案	<input type="checkbox"/> 補正予算案	<input checked="" type="checkbox"/> 点検
事業名	インバウンド戦略推進事業		部局	観光部	課・室	国際観光推進室

## 6 主な取組実績と成果

<p><b>①Afterコロナを見据えた受入環境の整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Wi-Fi環境、多言語案内板の整備を支援（HAKUBAVALLEY重点支援）【山岳高原観光課予算計上】</li> <li>・24時間・21言語対応の「NAGANO多言語コールセンター」を運営し、611回の利用実績あり（R4.4～R5.3）</li> </ul> <p><b>②訴求力の高い体験型観光コンテンツの造成</b></p> <p>北陸信越運輸局事業と連携し、以下の取組を支援した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中山道（姫街道）周辺の伝統工芸等を活用し、滞在型コンテンツを南信州（和紙・水引）・上伊那（蚕業・伊那紬）・木曾（赤沢自然休養林・お六櫛）の3地域で造成</li> <li>・造成したコンテンツのガイド人材を育成するための研修</li> </ul> <p><b>③二次交通の利便性向上による県内周遊の促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国庫補助事業が活用できることとなったことにより、交通政策課により事業を一体的に実施するため、観光部予算は不執行（路線バス事業者の84%が整備済）</li> </ul> <p><b>④インバウンド再開を見据えたプロモーションの実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国でハイブリッド形式で開催されたウィンタースポーツの国際博覧会に出展し、本県の冬季リゾートプロモーションを実施（R4.9）</li> <li>・米国の大手旅行会社の顧客約80名を対象としたオンラインセミナーを開催し、長野県の観光情報のプレゼンを実施（R5.1）</li> <li>・政府の水際措置緩和の機を捉え、インバウンド誘致に向けた豪州への知事トップセールス（R4.10～11）をはじめ、韓国（R5.1）、タイ・シンガポール（R5.1～2）にて海外セールスを実施</li> </ul>
--

## 7 成果指標の達成状況に関する要因分析

指標①	外国人延べ宿泊者数（暦年）	R3年度推移	↘	R4年度推移	↗	達成状況	未達成
令和4年6月の観光目的の入国受入れ再開や段階的な水際措置の緩和、同年10月の本格的な受入れ再開により前年度からは回復傾向となったが、航空便の回復が十分ではないことや一部の国からの受入が再開されていないことから未達成。							

## 8 今後の事業の方向性

<p><b>(1) 令和4年度の取組実績、成果指標の分析及び県民の意見等を踏まえた課題</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受入環境の整備については、水際対策緩和による外国人観光客の増加により多言語コールセンターの利用件数が増加した。今後は更なる訪日外国人観光客数の増加が見込まれ、コミュニケーション支援が必要な場面が増加することが想定されることから、宿泊、交通、小売、医療機関等の登録事業者の拡大を目指す必要がある。</li> <li>・インバウンド再開を見据え、訴求力の高い体験型観光コンテンツの造成については、新たに3商品を造成するとともに、造成した商品のガイド育成を支援した。一方で、世界的基準に基づいた安全管理と自然に対する倫理を身に付けたガイド育成やガイドの可視化を要望する声が寄せられていることから、求められるガイドの育成研修やガイドの可視化を検討していくことが必要。</li> <li>・インバウンド再開を見据えたプロモーションの実施については、東アジアや東南アジアなど、これまでの実績国・地域でデジタルプロモーションを展開するとともに、水際措置緩和後は、積極的に現地セールスを行ってきた。一方で、消費額拡大のための取組推進を要望する声が事業者から挙がっていることから、今後は誘客数ではなく消費額に着目したプロモーションを展開していくことが必要。また、量から質への転換に伴い、欧米豪を中心とした高付加価値市場でのプロモーションも強化していく必要がある。</li> </ul>
<p><b>(2) 翌年度以降の事業改善の方策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・Afterコロナを見据えた受入環境の整備のため、多言語コールセンターの更なる周知を図り、登録事業者数の拡大を目指す。</li> <li>・世界的基準に基づいた安全管理と自然に対する倫理を身に付けたガイドの育成支援とガイドの可視化に向けた取組を検討する。</li> <li>・インバウンドが回復基調にあることから、これまでの実績国・地域からの誘客を図るため、各市場の特性に応じたデジタルプロモーションを実施するほか、観光消費額の拡大に向けた高付加価値旅行市場の開拓を図るため、現地コーディネーターを新たに米・豪・独に設置するなど重点的なプロモーションを展開する。</li> </ul>

事業名	<b>インバウンド戦略推進事業</b>	部局	観光部	課・室	国際観光推進室
-----	---------------------	----	-----	-----	---------

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
<b>1</b>	<b>インバウンド誘致促進事業</b>	50,035 千円	50,058 千円	51,230 千円
No.	細事業を構成する主な取組	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）		
1	（一社）長野県観光機構が中心となって実施する海外からの誘客プロモーション	負担金	（一社）長野県観光機構が中心となり、オンライン観光セミナー等のデジタルプロモーション、メディア招請等の誘客プロモーションを実施 メディア招請 8回、エージェント招請 7回、海外プロモーション 56回	
2	各種団体との連携による海外からの誘客プロモーション	負担金	広域連携DMOである（一社）中央日本総合観光機構などとの連携による広域的な誘客プロモーションを実施 負担先：（一社）中央日本総合観光機構、（一社）関東観光広域連携事業推進協議会など 関東広域での主要実施事業：SNSを活用したデジタルプロモーション中央日本での主要実施事業：広域エリアDMP構築事業	
3	訴求力の高い体験型観光コンテンツの造成	負担金	北陸信越運輸局と連携し、ATガイドの養成やAT商品造成及び販売を実施 負担先：（一社）長野県観光機構 AT商品造成件数 3件	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
<b>2</b>	<b>インバウンド支援センター設置事業</b>	17,877 千円	13,921 千円	12,553 千円
No.	細事業を構成する主な取組	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）		
1	二次交通の利便性向上	委託	事業者や市町村による公共交通情報オープンデータ化促進のため、データ整備支援やセミナー、勉強会を実施。（事業すべてを交通政策課にて実施したため、観光部予算は不執行） -	
2	（一社）長野県観光機構内にインバウンド支援センターを設置	負担金	長野県公式サイト「Go Nagano」による情報発信等を実施。 負担先：（一社）長野県観光機構 Go Nagano ページビュー 292,325回、Facebookフォロー 16,874人、Instagramフォロー113,450人	
3	受入環境整備のための取組	負担金	コミュニケーション問題解決のための「NAGANO多言語コールセンター」の運営や、受入環境整備に資するセミナーなどを実施。 負担先：（一社）長野県観光機構 多言語コールセンター利用件数（R4.4～R5.3） 611回、セミナー開催回数 1回	

細事業 No.	細事業名	R2年度 決算額	R3年度 決算額	R4年度 決算額
<b>3</b>	<b>インバウンド需要回復緊急対策事業</b>	0 千円	0 千円	20,088 千円
No.	細事業を構成する主な取組	令和4年度実施内容（実績）（上段：事業概要、下段：活動によるアウトプット）		
1	新規ツアー造成に対する支援	負担金	春節、スキーなど短期に大きな需要が見込める台湾、東南アジア（タイ）をターゲットに、新たに滞在型の旅行商品造成し、送客した旅行会社に対し宿泊数に応じた助成を実施。 負担先：（一社）長野県観光機構 ツアー旅行助成件数 5本（487名分）	
2	旅行会社及びメディア関係者の視察支援	負担金	短期の団体及び個人の誘客につなげるため、旅行会社及びメディアの視察を支援。 負担先：（一社）長野県観光機構 メディア取材支援件数 10本	
3	海外旅行博出展	負担金	本県への訪問割合が高い台湾（27.2%）及びタイ（6.4%）の旅行博に県内市町村及び事業者と出展。 負担先：（一社）長野県観光機構 ・台北国際旅行博に出展し、観光PRやアンケート（回答：964人）を実施。 ・タイ・バンコクにて開催されたFITフェアに出展し、観光PRを実施	
4	デジタル広告	負担金	訪日旅行再開後の幅広い市場からの個人の旅行直前の予約需要を獲得するため、公式観光サイトGo Nagano、同SNSを活用しターゲット国に対して広告を実施。 負担先：（一社）長野県観光機構 2本の動画を作成・広告配信し、1か月で900万回以上の完全視聴を記録	
5	訪日教育旅行関係者の招へい	負担金	新たな訪日教育旅行需要を獲得するため、台湾等海外からの訪日旅行関係者の招へいを実施 負担先：（一社）長野県観光機構 台湾の教育旅行関係者10名を招へいし、県内学校視察やプログラムの体験を実施	