

新たな観光振興基本計画 「中間取りまとめ」に向けた議論のためのたたき台

～ 第2回審議会までの議論を踏まえて ～

長野県観光部

1 観光を取り巻く環境

(1)人口の減少、高齢化の進行

- ・少子高齢化の進行による日本の総人口の長期的な減少が予想される中、国内観光需要の減少が懸念される一方で、当面増加する高齢者は観光需要の下支えになると期待

(2)旅行形態の変化

- ・国内観光旅行は、景気の低迷や余暇活動の多様化により、回数、年間宿泊数ともに減少傾向。また、国内宿泊旅行実施率も減少傾向
- ・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、半数超
- ・個人の価値観やライフスタイルの多様化により、旅行スタイルも多様化
- ・スマートフォンによる旅先での情報入手など旅行者の情報収集手段が多様化

(3)訪日外国人数の状況

- ・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、訪日外国人数は増加傾向
- ・訪日外国人数は、世界規模の景気変動や近年の円高傾向の影響を受けやすい状況

(4)東日本大震災の発生

- ・人と人とのつながりや働き方に対する価値観の変化
- ・震災と原子力発電所事故の発生により大幅に減少した訪日外国人数は回復傾向にあるものの、回復状況は国により二極化の傾向
- ・原子力発電所事故を契機として電力不足の長期化が懸念

2 長野県観光の現状

(1)近年の観光の動向

- ・経済の停滞、日帰り圏化、スキー客の減少を背景に、長野県の観光旅行者数、観光消費額は長期的に減少傾向
- ・震災後、長野県への観光客は一時的に落ち込んだが、夏以降は回復傾向
- ・近年増加傾向にあった外国人旅行者は、震災と原子力発電所事故の影響により大幅に減少

(2)高速交通網の充実

- ・平成26年度末の北陸新幹線（長野・金沢間）の開業、中部横断自動車道、中部縦貫自動車道、三遠南信自動車道をはじめとする高速交通網整備の進展

(3)観光旅行者の動向と評価

- ・近年、長野県のブランド力は相対的に低下傾向
- ・長野県を訪れる観光旅行者の総合的な満足度は、食や特産品・土産物の満足度の低さから、全国平均をわずかに上回る程度

(4)観光産業の現状

- ・宿泊業、飲食業、鉄道業、運輸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、長野県においては主要な産業として位置づけ
- ・宿泊施設数は全国1位となっているものの、宿泊施設の客室稼働率は全国最低水準

3 長野県観光の課題

(1)観光地域づくり

- ・人口が減少し地域間の競争が激しくなる中で、国内外の多くの人から目的地として選ばれ続ける観光地域づくりとそのための人材の育成
- ・「作り手の視点」から「市場の視点」へ

(2)顧客満足度の向上

- ・本質的な「おもてなし」の浸透と魅力の向上による顧客満足度の向上

(3)新たな観光形態への対応と利便性の向上

- ・自然や風土、健康長寿などの強みを活かした農業、健康、スポーツなど他分野と連携した体験観光をはじめとする新たな観光スタイルの提供
- ・「名所」から「名所+ありのまま」へ
- ・旅行スタイルの変化に対応した情報提供など観光客の利便性の向上

(4)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の促進と新たな市場の獲得

(5)高速交通網の充実への対応

- ・北陸新幹線金沢延伸を契機に北陸及び首都圏の2つのマーケットを長野県に呼び込むことが重要

(6)地域経済の活性化への寄与

- ・観光消費額への着目など観光振興への取組が着実に地域経済に寄与する方策の検討

(7)信州ブランド

- ・統一感がない。豊富な資源が活かされておらず、各主体の取組の相乗効果が発揮されていない。

4 長野県観光の強み

(1)豊かな自然の恵み

- ・豊かな自然、温泉やスキー場、山岳観光
- ・伝統芸能や街なみ、美術館などの歴史的・文化的資源
- ・自然との関わりの中で育まれた美しい農村景観
- ・りんごや高原野菜などの豊富な食材、そばやおやきなどの伝統的な食文化

(2)地理的優位性

- ・首都圏、中京圏など大都市圏からのアクセスのよさ
- ・高速自動車道、北陸新幹線（長野・東京間）などによる高速交通ネットワークの充実

- ・平成26年度末に予定される北陸新幹線の金沢延伸

- ・南北差、標高差がもたらす多様な魅力

(3)高いポテンシャル

- ・世界に誇る健康長寿
- ・移住先としての高い人気
- ・上高地、軽井沢、立山黒部など国際的知名度の高い観光地
- ・風土や歴史の中で育まれてきた地域毎の個性的文化

5 長野県観光の将来ビジョン（新たな総合5か年計画の20年後のめざす姿と整合を図りつつ検討）

強みを活かした国内外から選ばれる観光地域づくりを長野県の総力をあげて進めていくため、次の方向性を掲げます。



【参考】長野県観光の将来ビジョンにつながるもの（これまでの議論の取りまとめ）

(1) 地域経済への寄与

人の流動に伴う経済効果の最大化を図る。

観光に携わる幅広い事業者が相互に利益をもたらし合う仕組みづくり
観光と他産業との融合
若者が働きたくなくなるような雇用の場としての観光産業の育成 など

(2) 観光地域づくり

住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり

「施設顧客」から「地域顧客」への転換
観光地域づくりをけん引する中核的な人材の育成
地域全体としての情報発信、商品の企画から販売までを一体的に行う体制の構築 など

(3) 強みを活かし、弱みを転換

雄大な自然、文化資源、健康長寿、食文化などの長野県の強みを十分に活かす。

自然の恵みと地理的優位性を活かした「程よく便利で味わい深い田舎」の提供
多彩な地域資源を活かした新しい形態のツーリズムの振興
「おもてなしの心」を大切に
する県づくりを幅広い県民参加で推進 など

(4) 訪日外国人旅行者の誘致

増加傾向にある外国人旅行者のさらなる誘致

アジアを対象とした新規成長市場の獲得
健康長寿、スノーリゾート、温泉など長野県の強みを活かした誘客促進
対象国や旅行形態、旅行目的などターゲットの特性に応じた誘引策 など

(5) ブランド戦略

長野県観光の魅力の統一感のある発信

ブランド戦略に基づく、顧客の期待に応える質の高いサービスの提供
観光資源の発掘と磨き上げの仕組みづくり
他の観光地との差別化につながるストーリーづくり など

6 重点的に取り組む施策の方向性

- ・将来ビジョンを実現するため、重点的に取り組む施策の方向性

7 施策展開

- ・将来ビジョンを実現するため、着実に取り組む施策の体系と方向性

8 各地域の観光ビジョン

- ・広大な県土、異なる気候・風土のもとで育まれた各地域の多彩な特性を踏まえた観光ビジョン

9 計画の着実な推進

- ・計画の推進体制、市町村等との連携と県民等との協働、現状を把握するための観光統計の充実、評価の仕組み