

| | | | | | | |
|-------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------|
| 事業番号 | 08 02 04 | 事業改善シート (R2年度実施事業分) | <input type="checkbox"/> 当初要求 | <input checked="" type="checkbox"/> 当初予算案 | <input type="checkbox"/> 補正予算案 | <input type="checkbox"/> 点検 |
| 事業名 | 観光ブランド商品化・戦略的情報発信事業 | 部局 | 観光部 | 課・室 | 観光誘客課 | |
| | | 実施期間 | H25 ~ | E-mail | kankoshin@pref.nagano.lg.jp | |
| 総合5か年計画(しあわせ信州創造プラン2.0) | | | | | | |
| 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 事業の概要

| | | | |
|---------------|--|-------------|-----------|
| 現状 (予算編成時) | 国内外の旅行者に、長野県を観光地を選んでもらうために「旅行者の期待を膨らませるWebコンテンツを作り、いかに旅行者との接点をつくり予約してもらえるか」がデジタル時代には不可欠になってきている。 地域の多様な主体が参画して見出した地域のストーリーに従い、本県独自の魅力ある観光ブランドを創造していく必要がある。 | R2年度 予算額 | 77,777 千円 |
| | | 職員数 | 2.80 人 |
| 目指す姿 | ○感動県を目指した(来訪したくなる)強力な観光情報の発信 長野県に興味関心を抱き、比較検討をしている人(見込み客)を長野県に来訪させるための手法、体制、業務プロセスを構築し、デジタルプロモーションを強化するとともに、本県観光の総合的な情報発信により、選ばれる観光地を目指す。 ○競争優位となる価値の構築 長野県への来訪理由になる「その場所でしか味わえない、幸福感を伴う探検ストーリー」(=体験価値)の、提供を目指す。 (主な実施内容:長野県公式観光サイトGo NAGANOの戦略的発信強化事業、Japan Alps Cyclingブランド構築事業など) | | |

| 事業 | 区分(単位:千円) | H30年度 | R元年度 | R2要求 | R2予算案 | 指標及びその達成状況 | | | | | | |
|---------------|-----------|---------|---------|---------|---------|------------|------|---------------------|-----------|-----------|-----------|--|
| | | | | | | No | 成果指標 | H30年度末 | R元年度末(見込) | R2年度 | | |
| コスト | 予算額 | 前年度繰越 | | | | | | | | | | |
| | | 当初予算 | 83,460 | 94,059 | 87,826 | 77,777 | ① | 観光消費額(暦年) | 8,146億円 | 7,618億円 | 7,959億円 | |
| | | 補正予算 | 10,240 | | | | | | | | | |
| | 合計(A) | | 93,700 | 94,059 | 87,826 | 77,777 | | | | | | |
| | Aの財源 | 一般財源 | 88,540 | 87,266 | 72,567 | 55,586 | ② | 延べ宿泊者数(暦年) | 1,832万人 | 2,075万人 | 2,115万人 | |
| | | 県債 | | | | | | | | | | |
| | | 国庫支出金 | 5,154 | 6,787 | 15,254 | 22,186 | ③ | サイトへの訪問数(セッション数) | 3,856,000 | 2,510,000 | 7,711,000 | |
| | | その他 | 6 | 6 | 5 | 5 | | | | | | |
| | 決算額(B) | | 78,211 | | | | ④ | 宿泊施設でのリゾートテレワーク実施者数 | - | - | 50人 | |
| | 概算人件費 | 職員数(人) | 10.10 | 1.20 | 2.50 | 2.80 | | | | | | |
| 概算人件費(C) | | 81,830 | 9,722 | 20,255 | 22,686 | | | | | | | |
| 概算事業費(B(A)+C) | | 160,041 | 103,781 | 108,081 | 100,463 | | | | | | | |

| | |
|----------|--|
| 成果指標設定理由 | ①観光業の「稼ぐ力」を示す観光消費額の増加を成果目標に設定。 ②滞在型周遊観光の指標となる延べ宿泊者数を成果目標に設定。 ③新たな観光サイトを誘客プロモーションの中心に据え、セッション数を成果目標に設定。 ④北陸新幹線停車駅がある5市町での実施者数を成果目標に設定。 |
|----------|--|

| 指摘事項等への対応 | 指摘事項・意見 | 対応 |
|---|---------|----|
| <input type="checkbox"/> 監査 <input type="checkbox"/> 決算特別委員会 <input type="checkbox"/> 県民協働による事業改善 | | |

| | |
|--------------|--|
| 予算要求からの主な変更点 | <input type="checkbox"/> 戦略的バス活用事業費 バス運行ルートコースの数を見直し、減額。 <input type="checkbox"/> 観光情報の戦略的発信強化事業費 Web広告を配信する国を精査し、減額。 <input type="checkbox"/> Japan Alps Cyclingブランド構築事業費 実施内容を精査し、サイクルモードの出展は次年度以降に実施することにしたため、減額 |
|--------------|--|

2 事業を構成する細事業の内容

(単位:千円)

| No | 細事業名 | R2年度 実施内容(予定) | 職員数(人) | R元年度(当初) | R2年度 | |
|----|------------------------------|---|--------|----------|--------|--------|
| | | | | | (要求) | (予算案) |
| 1 | しあわせ信州観光キャンペーン事業費 | しあわせ信州観光キャンペーン等負担金 | 0.10 | 25,000 | 20,000 | 20,000 |
| 2 | アルクマを活用した長野県PR事業費 | ・「アルクマ」を活用した長野県PR事業 ・誘客推進員の雇用 等 | 0.50 | 12,236 | 9,533 | 10,180 |
| 3 | 信州観光ブランド戦略的発信・販売促進事業費 | ・旅行商品発表会・商談会・商品造成支援 ・メディア向け情報発信、ヘルスツーリズム推進事業 等 | 0.40 | 9,759 | 10,230 | 9,557 |
| 4 | 戦略的バス活用事業費 | 新規観光ルートを運行するバス会社への支援 | 0.10 | 6,100 | 6,000 | 3,600 |
| 5 | 観光情報の戦略的発信強化事業費 | ・長野県公式観光サイトGo NAGANOコンテンツ取材・制作 ・Web広告の配信 | 0.50 | 34,866 | 28,936 | 23,436 |
| 6 | Japan Alps Cycling ブランド構築事業費 | ・Japan Alps Cyclingプロジェクト負担金 ・サイクルツーリズムに関するマーケティング調査 | 1.00 | 6,098 | 9,543 | 7,920 |
| 7 | 信州リゾートテレワーク推進事業費 | ・信州リゾートテレワーク体験ツアーの造成 ・リゾートテレワーク実施可能な宿泊施設のリストアップ調査 等 | 0.20 | 0 | 3,584 | 3,084 |
| 合計 | | | 2.80 | 94,059 | 87,826 | 77,777 |

事業改善シート附表

□当初要求 ■当初予算案 □補正予算案 □点検

| 事業番号 | 事業名 | 観光ブランド商品化・戦略的情報発信事業 | | | | 部局 | 観光部 | | 課・室 | 観光誘客課 | | |
|-------|-----------------------------|--|------|--|---------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 細事業No | 細事業名 | 項目 | 実施方法 | R2年度 実施内容（予定） | R2年度 実施内容（実績） | R元年度 実施 状況 | H30年度 | R元年度 | R2年度 | | | |
| | | | | | | | 当初 （千円） | 当初 （千円） | 要求 （千円） | 当初 （千円） | 補正 （千円） | 決算 （千円） |
| 1 | しあわせ信州観光キャンペーン事業費 | 信州キャンペーン実行委員会負担金 | 負担金 | 「滞在・周遊型」観光の推進を図るため、全県的な観光キャンペーンを展開 | | | 50,000 | 25,000 | 20,000 | 20,000 | | |
| 2 | アルクマを活用した長野県PR事業費 | 「アルクマ」を活用したプロモーション | 委託 | 県内外の多くの方に長野県の魅力を認知していただくため、長野県PRキャラクター「アルクマ」を活用したプロモーションを展開する。 | | | 12,151 | 12,236 | 9,533 | 10,180 | | |
| 3 | 信州観光ブランド戦略的発信・販売促進事業費 | ・商品発表会・商談会の開催 ・商品造成支援 ・沖縄からの誘客促進 | 負担金 | 県全体で稼ぐ観光地域づくりを促進するため、商談会を開催する他、旅行商品の造成支援を行う。また、沖縄からの誘客促進事業を実施する。 | | | 9,809 | 6,977 | 8,423 | 8,267 | | |
| 3 | 信州観光ブランド戦略的発信・販売促進事業費 | ヘルスツーリズム推進事業 | 委託 | 県内ヘルスツーリズムプログラムの磨き上げを図るため、マーケティング支援を実施。 | | | 2,000 | 2,782 | 1,807 | 1,290 | | |
| 4 | 戦略的バス活用事業費 | バス会社への支援 | 負担金 | 観光ルートの定着化を図るため、新規に定期観光バスを運行するバス会社に支援を実施。。 | | | 9,500 | 6,100 | 6,000 | 3,600 | | |
| 5 | 観光情報の戦略的発信強化事業費 | 長野県公式観光ウェブサイトの戦略的発信強化事業 | 負担金 | 観光情報の戦略的な発信を行うため、顧客の嗜好に合わせたコンテンツの取材・制作を実施するほか、Web広告の配信をする。 | | | 0 | 34,866 | 28,936 | 23,436 | | |
| 6 | Japan Alps Cyclingブランド構築事業費 | Japan Alps Cyclingプロジェクト負担金 | 負担金 | 長野県のサイクルツーリズムをJapan Alps Cyclingブランドとして構築するため、サイクルツーリズムに特化したホームページを運営する。 | | | 0 | 6,098 | 5,720 | 5,720 | | |
| 6 | Japan Alps Cyclingブランド構築事業費 | サイクルツーリズムに関するマーケティング調査 | 委託 | サイクリストのニーズや今後の施策展開の方向性を把握するため、調査を実施。 | | | 0 | 0 | 2,200 | 2,200 | | |
| 6 | Japan Alps Cyclingブランド構築事業費 | サイクルモードへの出展 | — | — | | | 0 | 0 | 1,623 | 0 | | |
| 7 | 信州リゾートテレワーク推進事業費 | ・体験ツアー造成 ・宿泊施設のリストアップ調査 | 委託 | 都内企業のテレワーク需要の取り込みを図るため、体験ツアーを造成する。また、実施可能な宿泊施設のリストアップ調査を実施する。 | | | 0 | 0 | 3,584 | 3,084 | | |
| 合 計 | | | | | | | 83,460 | 94,059 | 87,826 | 77,777 | 0 | 0 |