

長野県観光戦略について

1 策定の趣旨

(1) 戦略の位置付け

新長野県総合5か年計画（しあわせ信州創造プラン 2.0）を具現化するため、県としての「稼ぐ」観光地域づくりに向けた県全体の取り組みの方向性を明確にするとともに、県民、県、市町村、DMO、観光関連事業者等が互いに協働して取り組むための指針として長野県観光戦略を策定する。

(2) 対象期間

2018年度（平成30年度）～2022年度までの5か年間。

2 戦略方針

《目指す姿》

訪れる人も住む人も「しあわせ」を共有する世界水準の山岳高原リゾート

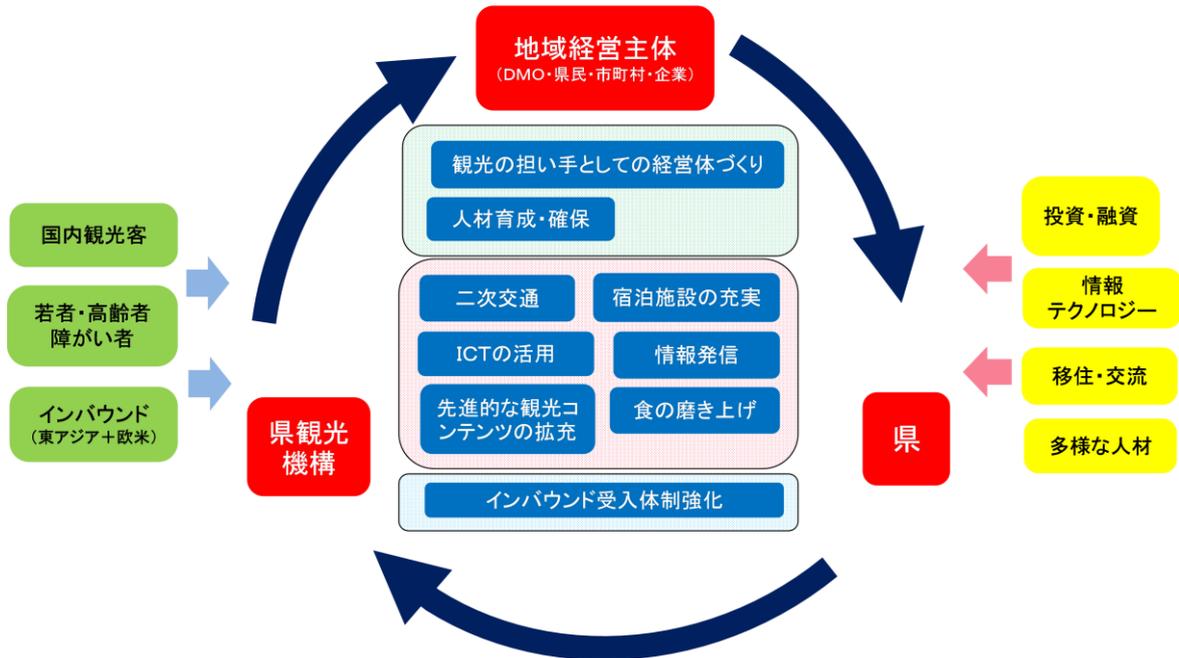
《県民皆で取り組む観光地域づくりの行動指針》

- 1 地域の価値を多様な視点から掘り起し、「地域のストーリー」を見出そう！
- 2 地域のストーリーに沿って様々な主体が協力し合い、訪れる人も住む人も「しあわせ」を感じられる地域づくりを進めよう！
- 3 世界標準を常に意識しながら、全世界の人々が訪れやすい環境づくりを進めよう！



掘り起こそう、足元の価値。
伝えよう、信州から世界へ。

3 戦略方針の概念図



観光地域づくりの経営主体と県全体の観光政策との連動による地域の持続可能な自立を目指します。地域のストーリーを育み、訪れる必然性のある観光地域づくりを進めることにより、人や物、技術などを呼び込み、訪れる人と住む人の「しあわせ」の実現を目的とします。

4 施策の展開方向

【第Ⅰ章 観光の担い手としての経営体づくり】

◆広域的な信州版認証DMO・DMCの構築

- ・ ワイン、くだもの等をキーワードとした食の地域づくりや歴史文化をキーワードにした学びの地域づくりなど、市町村域を越え地域のストーリーに沿った広域観光圏でDMO・DMCを構築
- ・ 「広域型地域DMO形成・確立重点支援地域」を設定。県の支援策や地域・市町村の取組も併せて必要な基盤整備を重点的かつ効果的に実施
- ・ 広域型の地域DMOの形成を進めるため、県が求める基準を明確に示した認証制度を構築。認証DMOを重点的に支援 等

◆県観光機構が地域の課題・将来像に積極的にコミットできるよう体制を充実強化

- ・ 観光部と県観光機構の役割の明確化、県観光機構の職員・組織体制の充実強化
- ・ 「地域DMO連携創造センター(仮称)」による地域DMOの設立・運営支援 等

◆総合産業としての観光を担う人材の育成・確保

- ・ 県内観光業への就職促進のための「観光インターンシップ協議会(仮称)」の設置

- ・ 県内大学において寄附講座を開設し、観光人材を育成
- ・ 地域DMO等に専門人材を派遣するための「観光人材バンク(仮称)」の設置 等

【第二章 観光地域としての基盤づくり】

◆地域の持続可能な自立を目指す「稼ぐ」基盤づくり

- ・ 世界レベルのホテル誘致、旅館・ホテルのリニューアル、事業承継支援
- ・ 観光地域づくりにつながるハード整備の推進 等

◆最先端の技術を活かした世界水準の観光インフラ(情報・交通)づくり

- ・ 民間予約サイト事業者との連携を強化し、県公式サイト上における体験・宿泊予約機能を強化
- ・ 旅行先選定に向けた情報発信から、ネット予約、ロコミサイトへとつながる戦略的な情報発信システムを構築
- ・ AI、ビックデータ等を活用した持続可能な公共交通システムを構築 等

◆信州の強みを最大限発揮する観光ブランドの形成・確立

- ・ 発酵文化など信州自慢の食の強みの活用や健康に配慮したメニューの提供、県産食材の利用等、県民の健康向上にもつながる「信州の食」の磨き上げ
- ・ NAGANO WINEブランドの確立、信州ジビエの振興
- ・ 歴史や文化と調和した景観の保全と人材育成、歴史的資源の観光活用
- ・ 信州らしさを活かした、ストーリー性豊かで魅力的な旅(ユニバーサルツーリズム、ヘルスツーリズム、アウトドアツーリズム、学びツーリズム等)の提供
- ・ 天候に左右されない新たな観光スタイルの形成 等

◆地勢の利点を活かしたMICE誘致・スポーツコミッションの推進

- ・ MICE誘致促進のための市町村や経済団体等との情報共有・連携推進体制の整備
- ・ 東京五輪の事前合宿誘致 等

◆安全・安心で楽しい登山環境の確立

- ・ 登山道の危険箇所の整備、安全登山文化の醸成 等

【第三章 世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略】

◆インバウンド誘客の推進・受入環境の整備

- ・ 海外OTA(オンライン トラベル エージェント)や旅行ロコミサイトとの連携強化
- ・ 「インバウンド支援センター(仮称)」による受入環境の支援体制の充実
- ・ 8県にまたがる特長を活かした魅力的な広域観光周遊ルートの造成推進 等

◆国別戦略による戦略的なプロモーション展開

- ・ 欧米市場へのターゲットの拡大
- ・ 二国間協定の活用 等

5 基本目標（数値目標）

- ・稼ぐ → 観光消費額、宿泊者数
- ・山岳高原観光ブランドの形成・確立 → 観光客満足度
- ・インバウンド → 外国人宿泊者数、外国人観光消費額
- ・県民の誇り → 県民アンケート調査
- ・持続可能性 → 国際認証

しあわせの実現

6 戦略を推進するための施策一覧

【第Ⅰ章 観光の担い手としての経営体づくり】

◆ 広域的な信州版認証DMO・DMCの構築

- ・ 観光地経営をリードできる広域型の地域DMO・DMCの構築支援(観光部・県観光機構)
- ・ 広域型の地域DMOの形成を進めるため、県が求める基準を明確に示した認証制度を構築し、認証DMOを重点的に支援(観光部・県観光機構)
- ・ 広域型地域DMOの形成・確立を進める重点支援地域を設定し、県の支援策や地域・市町村の取組も併せて必要な基盤整備を重点的・効果的に実施(各部局)

◆ 県観光機構が地域の課題・将来像に積極的にコミットできるよう体制を充実強化

- ・ 観光部と県観光機構の役割を明確化し、県観光機構の職員・組織体制を充実強化(観光部・県観光機構)
- ・ 「地域DMO連携創造センター(仮称)」を設置し、「人材」、「マーケティング戦略構築」、「ビジネス」の観点から地域DMOの設立・運営を支援(県観光機構)

◆ 総合産業としての観光を担う人材の育成・確保

- ・ 「観光インターンシップ協議会(仮称)」を設置し、県内観光関連事業者によるUIJターン希望者・学生等のインターンシップ受け入れを支援(県観光機構)
- ・ 県内大学において寄附講座を開設し、観光人材を育成(観光部)
- ・ 観光の専門人材を登録する「観光人材バンク(仮称)」を設置し、地域DMO等の要望に応じて専門人材を派遣できる体制を構築(県観光機構)
- ・ 地域観光リーダー養成講座により観光地域づくりを牽引する人材を育成(観光部)
- ・ 外国人旅行者受入対応研修会の開催(宿泊施設等)(県観光機構)

【第Ⅱ章 観光地域としての基盤づくり】

◆ 地域の持続可能な自立を目指す「稼ぐ」基盤づくり

- ・ 県内観光地の歩道やサイクリングロードのグレードアップを推進(建設部)

- ・ 道路整備による交通の円滑化(建設部)
- ・ 観光客にお得感のある「交通 × 宿泊パス」の企画・販売促進(観光部)
- ・ クルーズ船や国際空港、県内主要駅や宿泊施設を起点とし、県内の周遊につながる着地型観光商品を企画・販売促進(観光部)
- ・ シェアサイクルの推進(観光部・企画振興部が協働)
- ・ 信州まつもと空港に就航する国内定期便やチャーター便の利用促進(企画振興部)
- ・ 自然公園のグレードアップを進め、多様な利用者に対応した山岳高原観光地づくりを推進(環境部)
- ・ 観光地の魅力向上に資する間伐や景観育成(林務部)
- ・ 信濃美術館を整備し、観光資源としての魅力を向上(県民文化部)
- ・ 世界レベルのホテル誘致、旅館・ホテルのリニューアル、事業承継支援、欧米に準じた宿泊施設タイプ分類の導入(関係部が協働)

◆ 最先端の技術を活かした世界水準の観光インフラ(情報・交通)づくり

- ・ 民間予約サイト事業者と連携し、県公式サイト上における体験・宿泊予約機能を強化(観光部・県観光機構)
- ・ 旅行先選定に向けた情報発信から、ネット予約、口コミサイトへとつながる戦略的な情報発信システムを構築(観光部)
- ・ ドローンを積極的に活用し、デジタルプロモーションで発信(観光部)
- ・ Wi-Fi環境の整備(観光部・企画振興部が協働)
- ・ 観光情報アプリ「信州ナビ」の機能拡張(観光部・企画振興部が協働)
- ・ キャッシュレス決済の推進(産業労働部)
- ・ 電気自動車(EV)を活用した観光周遊の促進(環境部)
- ・ メディアの戦略的活用による発信力の強化(観光部)

◆ 信州の強みを最大限発揮する観光ブランドの形成・確立

- ・ インフラツーリズムの活用(農政部・建設部・企業局)
- ・ 歴史的資源の観光活用(建設部)
- ・ 「歴史や文化と調和した景観」の保全と人材育成(建設部)
- ・ 「火山と共生する」マイスター制度(危機管理部)
- ・ 都市との交流の推進(企画振興部・企業局)
- ・ 釣—リズム信州の推進(農政部)
- ・ 県内若手料理人がトップ料理人から信州の感動料理を学ぶ「信州感動料理アカデミー(仮称)」の開講(観光部)
- ・ 「信州の食」を愛する首都圏の若手料理人をネットワーク化し、発信力強化(観光部)
- ・ 発酵文化など信州の食の強みを活かした体験実践ツアーを発信(観光部)
- ・ 健康に配慮したメニューの提供や県産食材の利用等を行っている施設を「信州食育発信3

つの☆レストラン」として認定・情報発信(健康福祉部)

- ・ 信州・食の”地消地産”の推進(農政部)
- ・ HACCPによる食品衛生管理の導入推進(健康福祉部)
- ・ 発酵・長寿ブランドの形成(産業労働部)
- ・ 百花繚乱！信州日本酒PRプロジェクトによる酒蔵の発信力強化(産業労働部)
- ・ NAGANO WINE のブランド確立(産業労働部)
- ・ 信州ジビエの振興(林務部)
- ・ 「〇〇なら信州！」観光ブランド強化プロジェクト(ユニバーサル・ヘルス・アウトドアツーリズム等の推進) (観光部・企画振興部・県民文化部・健康福祉部・環境部・林務部・建設部)

◆ 地勢の利点を活かしたMICE誘致・スポーツコミッションの推進

- ・ フィルムコミッションの推進(観光部・県観光機構)
- ・ スポーツコミッションの推進(観光部・県観光機構)
- ・ MICE誘致の促進(観光部・県観光機構)

◆ 安全・安心で楽しい登山環境の確立

- ・ 安全登山の環境整備(観光部・環境部)
- ・ 捜索救助の迅速化(観光部・危機管理部・警察本部)
- ・ 安全登山文化の醸成(観光部)

【第三章 世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略】

◆ インバウンド誘客の推進・受入環境の整備

- ・ 日本の中央に位置する利点を活かした誘客やチャーター便の活用による海外からの誘客ルートの確立(観光部・県観光機構・企画振興部)
- ・ 世界レベルのホテル誘致、旅館・ホテルのリニューアル、事業承継支援、欧米に準じた宿泊施設タイプ分類の導入(関係部が協働)
- ・ 海外OTA(オンライン トラベル エージェント)や旅行口コミサイトとの連携を強化(観光部・県観光機構)
- ・ 「インバウンド支援センター(仮称)」を設置し、戦略的な情報発信や事業者からの相談窓口等、受入環境の支援体制を充実(県観光機構)
- ・ 「インバウンド推進協議会(仮称)」を設立し、民間主導の誘客・受入環境整備を推進(観光部・県観光機構)
- ・ 主要な駅周辺・観光地において案内標識の多言語化の重点整備(観光部)
- ・ 「体験」や「学び」と「宿泊」がセットになった体験型旅行商品等の開発(観光部)
- ・ 8県にまたがる特長を活かして、魅力的な広域観光周遊ルートの造成を推進(観光部)

◆ 国別戦略による戦略的なプロモーション展開

- ・ 従来の重点市場である東アジア・東南アジアに加え、欧米市場にもターゲットを拡大し、各市場の特性に応じた戦略的なプロモーションを展開(観光部・県観光機構)
- ・ 東アジアの冬季オリンピック開催(予定)地である中国・韓国からの事前合宿誘致や相互の情報発信を推進(観光部)
- ・ 本県との協定締結国・都市や県内市町村の国際友好・姉妹都市等との相互交流を促進し、欧米からの誘客を促進(観光部)