

観光部長議案説明要旨

今回提出いたしました議案のうち、観光部関係につきまして、その概要を御説明申し上げます。

観光部関係の平成31年度当初予算案の総額は、一般会計12億5,579万7千円です。

(観光を巡る状況)

日本全体の宿泊旅行の動向をみますと、観光庁宿泊旅行統計調査における平成29年の延べ宿泊者数は、5億959万7千人で前年比3.5パーセントの増加となっています。平成30年1月から11月までの各月速報値の累計は、4億6,732万人と、平成29年の同時期と比べ0.4パーセント減少しており、国内の延べ宿泊者数は、ほぼ横ばいの状況となっています。一方、平成29年の外国人延べ宿泊者数は、7,969万1千人で前年比14.8パーセントの増加、平成30年1月から11月までの各月速報値の累計は、8,091万7千人と、前年の同時期と比べ10.8パーセントの増加となり、年々増加し続けています。

同じく平成30年1月から12月までの訪日外国人旅行者の状況をみますと、夏季に発生した風水害や地震などの影響により旅行の手控えがみられましたが、各海外市場で積極的なプロモーションが行われたほか、欧米やオーストラリアからクルーズ船で訪れる旅行者が増加したことなどにより、前年同期比で8.7パーセント増の3,119万2千人と過去最高を更新するとともに、史上初めて年間で3,000万人を突破することになりました。国別にみると、中国が前年同期比13.9パーセント増の838万人と全市場で初めて800万人台に達したほか、韓国が前年同期比5.6パーセント増の754万人、台湾が前年同期比4.2パーセント増の476万人など、主要20国・地域の市場のうち19市場で過去最高を更新しています。

県内の宿泊旅行の動向をみますと、観光庁宿泊旅行統計調査における平成 29 年の延べ宿泊者数は、1,798 万 9 千人で前年比 1.0 パーセントの増加、平成 30 年 1 月から 11 月までの各月速報値の累計は、延べ宿泊者数が 1,700 万 9 千人と前年同期と比べ 1.7 パーセントの増加となっています。一方、平成 29 年の外国人延べ宿泊者数は、129 万人で前年比 13.7 パーセントの増加、平成 30 年 1 月から 11 月までの各月速報値の累計は、132 万 9 千人と前年同期と比べ 14.6 パーセントの増加となり、依然として全国を上回るペースで順調に増加しています。

(観光施策の推進体制)

国においては、本格的な少子高齢化・人口減少を迎える中で、観光がこれからの我が国の地方創生の切り札、成長戦略の大きな柱であるとの認識の下、平成 28 年 3 月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」において、訪日外国人旅行者数の目標値を東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年に 4 千万人、また 2030 年には 6 千万人と、達成時期を大幅に前倒しするとともに、平成 29 年 3 月には「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、観光を我が国の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」の実現を図るため、政府一丸、官民一体となって推進することとしています。

本県では、観光施策を抜本的に転換し戦略的に推進することを目指し、知事を本部長とし副知事以下各部長、地域振興局長と県観光機構で構成する「長野県観光戦略推進本部」を平成 28 年 6 月に設置し、ハード・ソフト両面からの本格的な観光地域づくりに関する議論を行ってまいりました。

(「長野県観光戦略 2018」に基づくしあわせ観光地域づくり)

長野県観光戦略推進本部では、平成 30 年度から始まる「しあわせ信州創造プラン 2.0 (長野県総合 5 か年計画)」を具現化するため、「稼ぐ」観光地域づく

りに向けた県全体の取組の方向性を明確にするとともに、県民、市町村、DMO、観光関連事業者等と互いに協働して取り組むための指針として、昨年3月「信州の観光新時代を拓く 長野県観光戦略 2018」を策定しました。そして、戦略初年度である本年度を「信州観光改革元年」と位置付け、世界を魅了するしあわせ観光地域づくりに向け、「観光の担い手としての経営体づくり」、「観光地域としての基盤づくり」、「世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略」の3つの柱を基に総合的な取組を開始しました。

東京オリンピック・パラリンピックの開催を来年に控え、増加するインバウンド需要への対応など、国内外からの観光客を受け入れるための環境整備が急務です。戦略の2年目となる来年度におきましては、本県の特性を最大限に活かすべく「『感動県信州』の創造」をテーマに据え、「魂震える観光ブランドの創造」と「感動を支える先進的な基盤づくり」のソフト・ハードの両面から事業化を図りました。

以下、主な施策について、順次御説明申し上げます。

（魂震える観光ブランドの創造）

魂震える観光ブランドの創造は、「アウトドア大県としての基礎づくり」、「感動をよぶ商品があふれる県づくり」、「地域の特性を活かした誘客と発信」の3点で進めてまいります。

「アウトドア大県としての基礎づくり」については、アルプスの雄大な景観など山岳県ならではの魅力をはじめ、歴史や文化、温泉など豊富な観光資源を活かし、本県を「サイクルツーリズムの聖地」として確立するため、県内でサイクルツーリズムを推進する方々と「長野県サイクルツーリズム推進協議会(仮称)」を設立し、イベントの開催情報などを共有するとともに、県内のサイクリ

ングコースやイベントを国内外のサイクリストに紹介する専門性の高いウェブサイトを構築・運営し、効果的な誘客を図ってまいります。

本県の強みである山岳高原観光地において、誰もが安心して旅を楽しんでいただけるよう、先進的な取組を実践される皆様と昨年7月に立ち上げた「長野県ユニバーサル推進会議」を中心に、県民の温かいおもてなしとサポートの和を広げ信州型ユニバーサルツーリズムを推進してまいります。また、健康・長寿を育む本県の豊かな自然環境を活かしてヘルスツーリズムに取り組む皆様とのネットワークを強化するとともに、近隣県とも連携して県外へのPRを強めてまいります。

世界に誇る本県の山岳を心から楽しんでいただき、全国をリードする山岳県であり続けるため、日本で最初に制定した「登山安全条例」に基づく登山計画書の届出の徹底や、首都圏や中京圏で安全な登山を学ぶ「信州山岳アカデミー」の拡充、山際での直接指導・相談の強化などを通して、登山を安全に楽しむ環境づくりを更に進めてまいります。

「感動をよぶ商品があふれる県づくり」については、観光事業者自らが旅行商品を造成できるよう能力を強化し、その質を高めていくことが大切です。そのため、専門家や観光客など外からの視点も採り入れながら、県下各地で観光事業者やDMO関係者の皆様とともに地域の魅力を具体的な商品づくりにつなげる「地域で創ろう！NAGANOベスト1,000旅行商品造成事業」を実施してまいります。

海外プロモーションについては、中国をはじめとする東アジアや成長著しい東南アジアに加え、欧米市場への取組を強化し、各市場の特性に応じた戦略的なプロモーション活動を展開してまいります。その際、上記事業を通して県内各地で造成された旅行商品の売り込みにも力を入れてまいります。

本県温泉地の新たな魅力を創出し、誘客を促進する「温泉地 Re・デザイン事

業」では、来年度は新たに温泉と地域の食・文化を結びつけ発信し地域活性化を目指す「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」をテーマにしたシンポジウムを開催するなど、旅行者ニーズの変化等を踏まえた新たな視点や発想で、観光客の滞在の新たなカタチを温泉地の皆さまが検討・実行する取組を支援してまいります。また、食を目的に本県を訪れていただけるよう、観光客のニーズと信州らしさのベストマッチングによる新たな信州の食ブランドの創造に向け、来年度も引き続き「信州感動健康料理アカデミー」を開講し、県内の料理人とともにその効果的な提供や演出などを学んでまいります。

「地域の特性を活かした誘客と発信」については、大きな経済効果、発信効果が見込まれる国際会議や大規模イベント等の開催を支援する制度を創設するなど、MICE (Meeting, Incentive Travel, Convention, Exhibition/Event) の誘致促進に向けた取組を強化してまいります。東京オリンピック・パラリンピックを来年に控え、海外からの事前合宿の誘致が更に進むよう関係市町村との連携を強め長野県スポーツコミッションの活動を展開するとともに、映画等の撮影地の積極的な誘致やロケ地の聖地巡礼等が本県への誘客や交流の促進につながるよう、県観光機構に配置した専門家や信州フィルムコミッションネットワークを活用した取組を推進してまいります。

(感動を支える先進的な基盤づくり)

本県を訪れる観光客の感動を呼び起こすためには、観光関連情報の入手や県内での移動が円滑に行われるとともに、「また来たい」と思えるようなおもてなしや環境づくりが必要です。このため、感動を支える先進的な基盤づくりは、「世界級リゾートとしての受入環境整備」、「感動をつなぐ情報・交通インフラづくり」、「観光地域をリードする経営体づくり」の3点で進めてまいります。

「世界級リゾートとしての受入環境整備」については、本年9月に開幕するラグビーワールドカップや来年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、今後一層の増加が見込まれる外国人旅行者に快適に県内での旅を楽しんでいただくため、キャッシュレス決済やWi-Fi環境の普及について、商工関係団体や民間事業者と連携し拡大を図ってまいります。また、外国人にもわかりやすい案内標識の整備促進に引き続き取り組むこととし、外国人チームによるモニター調査や広域的な標識の整備計画の策定を支援することに加え、来年度は、新たに整備計画を策定したモデル地域での標識整備を支援してまいります。

「感動をつなぐ情報・交通インフラづくり」については、現在3つのサイトに分散している県の公式観光ウェブサイト統合し、観光コンテンツを充実するとともに、最新のデジタルテクノロジーにより顧客の嗜好に応じた情報発信を行い、宿泊の体験から予約までつなげるウェブサイトを新たに構築し、誘客につながる戦略的な情報発信の強化に取り組んでまいります。

また、交通面では、JRと県内鉄道事業者4社、沿線の地元の皆様がタイアップして、外国人旅行者を対象とした県内周遊フリーパスに、沿線観光施設等の割引特典を加えた「NAGANO Pass（仮称）」を造成・販売することにより、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックで我が国を訪れる外国人旅行者を中心に県内への誘客・滞在を促進し、県内での消費拡大につなげてまいります。

なお、インバウンドの推進に情熱・意欲のある民間事業者の皆様とともに今月末に設立を予定している「長野県インバウンド推進協議会」では、旅行商品の造成、まちづくりや交通の利便性の向上、おもてなしや受入環境の整備、海外へのプロモーションなど、インバウンド施策をオール長野でスピード感をもって実施してまいります。

「観光地域をリードする経営体づくり」については、総合産業としての観光を担う人材の確保・育成や生産性の向上、現下の人手不足への対応、新たな働き方の導入などの取組が急務です。本年度は長野県就業促進・働き方改革戦略会議の産業分野別会議である「観光業就業促進・働き方改革会議」を3回開催し、緊急性を要し、直ちに実行すべき即効性のある人手不足対策と、労働生産性を上げて「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ました。

人手不足対策については、本年度から実施している県観光機構のインターンシップ推進員による学生と受入施設とのマッチング支援に加え、来年度は日本学生観光連盟と連携したインターンシップを開催するとともに、観光業の多様な魅力や新しいワークスタイルなど夢のあるキャリアビジョンの情報発信を進めてまいります。加えて、外国人労働者の受入拡大に向けた国の新たな在留資格の創設に対応し、新たに県内事業者による海外現地の若者へのPRと採用面接の実施を支援するとともに、関係団体等と連携して海外の若者・学生のインターンシップや日本で学ぶ外国人留学生の就業促進に取り組んでまいります。

人材育成策については、引き続きサービスの高付加価値化やマネジメント人材の養成に取り組むとともに、来年度は県内観光事業者と「丸の内朝大学」が連携し、相互理解と学びを通じて首都圏の有用人材の発掘に取り組んでまいります。

「観光業就業促進・働き方改革会議」で見据えた方向性を実効性あるものとするため、今年度中に「観光業就業促進・生産性向上協議会」を設置し、具体的な取組を展開してまいります。

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役を担う広域型DMO (Destination Management/Marketing Organization) については、県内各地で形成に向けた動きが活発化してきています。本年度、県観光機構に設置された

「DMO形成支援センター」を中心に、各地域の課題解決やDMO形成に向けた計画づくりへの支援が行われていますが、来年度は更に広域型DMOの形成が加速されるよう市町村や関係する皆様と取り組むとともに、広域型DMOの下で観光を基軸とした地域づくり・まちづくりが進められるよう、長野県観光戦略推進本部を中心に、各部局が専門性を発揮した総合的かつ多様な支援を検討してまいります。

（長野県営業本部の設置）

産業の生産性向上には、生産の効率化に加え、販売力の強化による付加価値の向上が必要です。

4月に新設する長野県営業本部では、これまで県の生産振興担当部局が行ってきた産地・技術支援、関係団体・業界が中心に行ってきた経営支援に加え、新たに、個別製品の売り込み支援、市場や消費者のマーケティングデータ収集、ブランディング、プロモーションなどの営業機能を強化することにより、生産から販売まで一貫したマーケティング支援体制を構築いたします。

具体的には、市場や消費者の動向、商品特性を踏まえた営業戦略に基づき、ターゲットを定めて県外販路の開拓・拡大に取り組むとともに、マッチングサイトや商談会の活用により、県内事業者と県外需要者とのマッチング支援を強化してまいります。

特に、信州を代表する産品でありながら売り込み・発信が足りていなかったもの、今後「長野県の顔」となりうる新しい開発品種、ワインのようにチーズやジビエ等の加工食品や観光への波及効果があり本県全体のブランド形成に大きく寄与する産品を重点品目として選定し、これらを中心に、ブランディングから売り込みまで事業者に寄り添ったマンツーマンでの支援を実施するとともに、営業活動と連動してメディア、ネットなどでの本格的かつ戦略的なプロモーションを実施してまいります。

また、産品に対する国内・海外市場の反応を県内事業者の産品の改良等に活かしていただけるよう、産地や関係団体に適切にフィードバックします。

銀座NAGANOは、これまでイベントや商品販売等を通じてコアな信州ファンの開拓やメディア等を通じた国内外への情報発信に取り組んでまいりましたが、営業本部設置後は首都圏サテライトと位置付け、外商・販売やイベント支援など、首都圏の拠点としての機能を強化してまいります。

以上、観光部関係の議案等につきまして、その概要を御説明申し上げます。
何とぞよろしく御審議の程をお願い申し上げます。