

令和6年度長野県観光振興アクションプラン

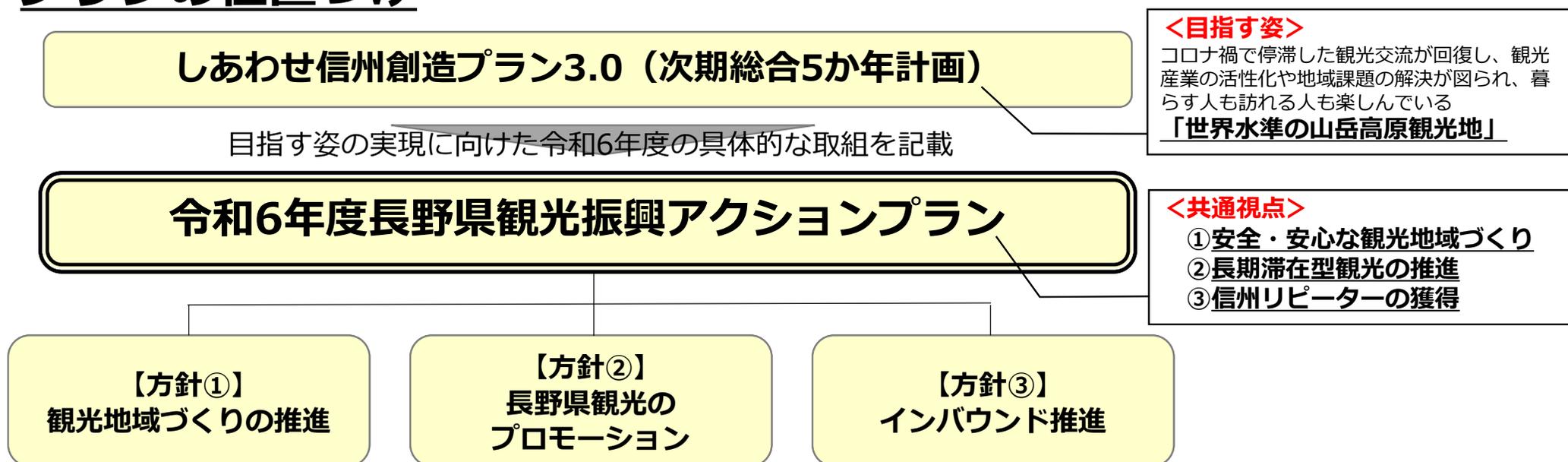
令和6年3月
長野県観光戦略推進本部

アクションプランの概要

▶ 策定趣旨

- 「しあわせ信州創造プラン3.0」に記載の方向性に沿って、令和6年度の各部局の取組を3つの方針に整理し、「令和6年度長野県観光振興アクションプラン」として取りまとめ
- 今後、長野県観光戦略推進本部において本プランに記載の事業の進捗管理・課題共有を行い、取組を推進

▶ プランの位置づけ



長野県観光振興の全体像①（共通テーマ）

【長野県の観光振興を進めるに当たっての共通テーマ：アウトドア】

- 「長野県ならではのアウトドアカルチャーの発信」を“ブレずに”行います
- それにより「アウトドアといえば、長野」のイメージ定着を図ります

⇒アウトドアに囲まれた長野県ならではの暮らしに憧れて本県を訪れる「長野ファン」を増やします


Go Nature. Go Nagano.



◆長野県の豊富な観光資源・アウトドアカルチャー

- 日本百名山の数日本一・博物館美術館の数日本一・スキー場の数全国トップクラス・日帰り温泉施設数日本一など、豊富な資源あり
- 本県への宿泊旅行の目的では、「アウトドア」「スキー・スノボ」「名所・旧跡の観光」等が全国平均以上（じゃらん宿泊旅行調査2023）
- 大規模なアウトドア関連イベントの開催
（R5.9月 アドベンチャーツーリズム※の世界大会が日本（北海道）で開催）
（R5.10月 ALPS OUTDOOR SUMMITが松本市内で開催 など）

◆これまでのプロモーション等の継続推進

- 長野県のアウトドアカルチャーを発信
（「Go Nature.Go Nagano.」を掲げ、サイクル・登山・キャンプなどのアウトドアコンテンツをPR）
- 自然環境や文化資源に配慮した「持続可能な観光」の推進
（令和5年度は県内7地域で持続可能な観光地域づくりの取組を推進中）
- インバウンド向けに自然・文化体験のコンテンツPR
（アドベンチャーツーリズムの世界大会前の関係者県内視察でのPRなど）

長野県観光振興の施策の全体像（方針ごとの関係性）

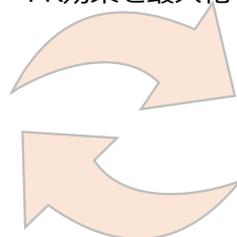
長野県の観光振興を進めるに当たっての共通テーマ：**アウトドア**



方針①：観光地域づくりの推進

- 地域の資源を活かしたコンテンツ造成支援
- 長野県ならではのスノーリゾート形成支援
- 自然環境・文化資源の保全に配慮した持続可能な観光地域づくりの推進
- インフラ・景観・二次交通などの受入環境整備
- 観光事業者の従業員やガイド等の人材確保・育成
- DMO等の経営支援
- 観光地の安全・安心対策
- その他各部局と連携したコンテンツ造成 など

魅力的な観光地をつくり
PR効果を最大化



訪れた観光客の意見を
フィードバック

方針②：長野県観光のプロモーション

- 共通テーマに基づく観光プロモーションの展開
- 県公式観光サイト等を活用したデジタルマーケティング・デジタルプロモーションの推進
- 観光事業者や各種団体と連携した情報発信の実施
- 学習旅行やスポーツ合宿の誘致推進
- MICEなど国際的なイベントの誘致
- その他各部局と連携した情報発信の実施 など

人口減少下の地域活性化に向け
インバウンドも見据えた
観光地域づくりを実施

方針③：インバウンドの推進

- 海外の高付加価値旅行市場（欧米豪）向けプロモーションの実施
- インバウンド向け高付加価値な旅行商品の企画・造成から販売までの一貫体制の構築
- インバウンド向けコンテンツの充実及び受入環境整備 など

人口減少下の地域活性化に向け
インバウンドもターゲットに
プロモーションを実施

方針① 観光地域づくり推進

◆現状・課題

(長野県の宿泊旅行者)

- 延べ宿泊者数(R5速報):1,695万人(R1年比93.9%)
- 外国人延べ宿泊者数(R5速報):142万人(R1年比89.8%)
(観光庁「宿泊旅行統計」)
- 長野県の宿泊客の居住都道府県TOP5 (国内・国外別)
<国内>長野市・松本市・軽井沢町・茅野市・上田市
<国外>軽井沢町・松本市・白馬村・長野市・山ノ内町
※出典(株)ドコモ・インサイトマーケティング提供「モバイル空間統計」データにより長野県作成
※©2023 DOCOMO InsightMarketing,INC. All Rights Reserved

(長野県の観光コンテンツや旅行トレンド)

- 長野県への宿泊旅行の目的は「自然鑑賞」「名所・旧跡の観光」「アウトドア」「スキー・スノボ」等が全国平均以上
(じゃらん宿泊旅行調査2023)
- 「日本百名山」「博物館・美術館数」「日帰り温泉施設数」「スキー場の数」「癒し効果のある森林数」が全国トップクラス
(R4「意外と頑張ってます長野県」)
- 「今後1年間に於いて、よりサステナブルに旅行したい」と回答した世界の旅行者：76% (2023年 Booking.com調査より)

(観光事業者の課題)

- 宿泊事業者の抱える主な課題としては「設備投資が高額」「人手不足の深刻化」「低い稼働率」など
- 交通事業者の抱える主な課題としては「利用者減少による経営ひっ迫」「県内タクシーの運転手不足」など
- 索道事業者の抱える主な課題としては「スキー人口の減少」「索道施設の老朽化」「グリーン期を含めた通年誘客」など
(10/6開催 第1回長野県観光振興財源検討部会資料)

▶ 施策推進のコンセプト

長野県ならではの「アウトドア」をメインコンテンツとして推進

自然・文化・スポーツなどを活かした体験型観光の推進

「サステナブル（持続可能性）」及び「ユニバーサル」な観光地域づくりを展開

▶ ターゲット設定

地域の魅力の底上げや広域的な取組が必要と考えられるエリア

R6年度の具体的な取組

■ 観光資源・コンテンツの磨き上げ

（観光×スポーツ・アウトドア）

- スノーリゾート再構築に向けたスキー場の経済波及効果分析等を支援【観光部】
- 県一周サイクリングルート「Japan Alps Cycling Road」の商品造成支援及び官民連携でサイクルツーリズムを推進する組織の設置・運営【観光部】
- 小海線におけるアウトドアアクティビティウェルカム車両の実証運行及び大糸線の利用促進を図るイベントの開催・着地型商品の造成【企画振興部】
- スポーツを活用した観光振興の取組を検討・実施 ※詳細はP12を参照

（観光×食・酒）

- 観光客とワインの接点をつくるため、ワイン提供機器の整備等を支援【観光部】
- NAGANO WINEのブランド化に向けた検討を実施【産業労働部】
- 日本酒・ワイン・発酵食品を観光に活かしたツーリズム事業を展開【産業労働部】

（観光×農林（グリーンツーリズム））

- 「農ある暮らし」の体験研修実施や相談センター運営【農政部】
- 森林を観光分野で活用する「森林サービス産業」の活動支援【林務部】
- 誰もが親しめる「開かれた里山」の整備や利用の仕組づくりを支援【林務部】
- 民間団体と連携し、松本平広域公園の魅力向上に資する植栽管理を実施【建設部】

（観光×文化）

- 長野県立美術館における企画展等の開催【県民文化部】
- 信州アーツカウンシルによる地域の文化芸術活動支援【県民文化部】

（その他）

- 空き家DIYイベント等を通じた地域との交流促進【企画振興部】
- 「信州リゾートテレワーク」の普及拡大に向け、都市圏企業向けPRイベントを開催及び首都圏で行われるイベントへ出展【産業労働部】
- 「信州ユニバーサルツーリズム」の普及拡大に向け、実務人材の育成や学習旅行等における実証を実施【観光部】

■ DMO等の経営支援

- 観光地域づくりにおける観光機構の研究機能強化【観光部】
- DMO等のマネジメント体制強化やネットワーク形成を支援【観光部】

■ 観光関連事業者の人材育成・確保及び生産性向上支援

- 宿泊施設における業務の細分化～従業員採用を伴走支援【観光部】
- 地域で様々な観光関連業種の体験が可能なインターンシップを実施【観光部】
- バス・タクシー等の運転手等の人材確保のため、求職者向けマッチングイベントの開催や就職相談窓口の設置、運転手確保のための移住支援を実施【企画振興部】
- 県内中小企業の経営者等を対象にDX推進のための講座を実施【産業労働部】

■ 観光地の受入環境整備・滞在環境整備

- 交通事業者が行う地域連携ICカードの導入を支援【企画振興部】
- 標準的なバス情報フォーマットの整備促進や維持・更新支援及びバスロケーションシステム等の導入検討【企画振興部】
- 観光地の景観に合致した森林整備及び眺望確保するための伐採を支援【林務部】
- 良好な景観形成に向け、街路樹などのまちなかの緑地を保全【建設部】
- 観光地における道路環境整備の一貫として、無電柱化の推進・自転車通行空間整備・道の駅のトイレ整備・道路の舗装修繕・沿道美化等を実施【建設部】

■ サステナブル（持続可能）な観光地域づくりの推進

- 「世界の持続可能な観光地TOP100」等国际的な認証取得を目指して取り組む地域を支援【観光部】
- 自然公園を活用したエコツアー商品の造成支援【環境部】
- 観光地等における電気自動車の充電インフラ整備を促進【環境部】
- 観光客含む消費者へ環境配慮のために簡易包装を選択する啓発を実施【環境部】
- 自然環境の保護と活用の両立に関する知識を有するエコツーリズムガイド人材を育成するとともに、来訪者とガイドをマッチングする仕組を構築【環境部】
- 県産品や地域のお店を選ぶ意識の醸成、行動変容を促す「しあわせバイ信州運動」を本格展開【産業労働部】

■ 観光客の安全・安心確保

- 安全登山の啓発や山岳遭難救助体制整備等を実施【観光部】
- 山の魅力発信と安全登山を推進する信州登山案内人を育成【観光部】
- 火山防災の普及啓発のため、御嶽山火山マイスターの資質向上研修や、御嶽山噴火災害10年を契機としたシンポジウム開催を支援【危機管理部】

方針② 長野県観光のプロモーション

◆現状・課題

(長野県の観光コンテンツや観光トレンド) ※再掲

- 長野県への宿泊旅行の目的は「自然鑑賞」「名所・旧跡の観光」「アウトドア」「スキー・スノボ」等が全国平均以上
(じゃらん宿泊旅行調査2023)
- 「日本百名山」「博物館・美術館数」「日帰り温泉施設数」「スキー場の数」「癒し効果のある森林数」が全国トップクラス
(R4「意外と頑張ってます長野県」)

(長野県への旅行者の属性)

- 県内旅行者の年代別割合
18~34歳：19.9% (全国平均：26.4%)
35~49歳：23.7% (全国平均：22.9%)
50~79歳：56.4% (全国平均：50.4%)
⇒全国と比べ18~34歳の割合が低く、若年層への情報発信が課題
(じゃらん宿泊旅行調査2023)
- 県内宿泊者の居住地別割合 (TOP3)
南関東地方 (埼玉・千葉・東京・神奈川・山梨)：48.5%
東海地方 (岐阜・静岡・愛知・三重)：15.3%
長野県内：14.6%
※出典(株)ドコモ・インサイトマーケティング提供「モバイル空間統計」データにより長野県作成
※©2023 DOCOMO InsightMarketing,INC. All Rights Reserved
- (その他)
 - R6.3月の北陸新幹線敦賀延伸やR7.4月~の大阪・関西万博など、関西圏からの誘客拡大の機会を捉えた取組が必要
 - Z世代の約5割が、旅行先の選択時にSNSからの情報を重視
(JTBF旅行実態調査2022【トリップ調査】)

▶ 施策推進のコンセプト

「アウトドアといえば、長野」という
第一想起の獲得

デジタル技術を活用した緻密なニーズ把握
とそれに応じた発信

観光客を惹きつけて逃さない「地域の魅力」
の見える化

▶ ターゲット設定

従来からのボリューム層である高齢層に加え

首都圏・東海・関西の「大都市圏」

+

「若年層」(30代+Z世代※)

※概ね1990年中盤~2010代序盤に生まれた若者
(デジタルネイティブであるY世代に続く世代)

▶ R6年度の具体的な取組

■「アウトドアカルチャーの発信」をテーマとしたプロモーション

- 「Go Nature. Go Nagano.」を引き続きキャッチフレーズに、地域の“人”にフォーカスした長野県ならではのアウトドアカルチャーを発信【観光部】

■デジタルマーケティング・デジタルプロモーションの推進

- 県公式観光サイト「Go NAGANO」のコンテンツ充実やWeb広告の配信を実施【観光部】
- (R5年度に導入した)県公式観光サイト「Go NAGANO」の閲覧データ分析機能を活用し、顧客のトレンド等を踏まえた質の高いコンテンツを制作・発信【観光部】
- 「ながのファンコミュニティ」の運営やQRコードを活用したアンケート実施により観光客のリアルなニーズを捕捉【観光部】
- 人流データ（携帯電話の位置情報等のビックデータを利用した人口統計）を活用した県の実施する観光統計の見直し【観光部】

■観光関連事業者・団体等と連携したプロモーション

- 観光協会・事業者・市町村等多様な主体と連携し、県全体で強力な観光プロモーションを実施する【観光部】
- 索道事業者と連携し、県内スキー場の利用拡大に向けたプロモーションを実施【観光部】
- R5年3月に締結された連携協定に基づき、沖縄からの誘客促進を図るため、沖縄県内で観光商談会や教育旅行説明会等を実施【観光部】

■学習旅行や国際イベント（MICE等）などの誘致推進

- 県学習旅行誘致推進協議会と連携し、教育旅行誘致の働きかけや、受入に当たっての調整を実施【観光部】
- 市町村等と連携して県内へMICEを誘致するため、推進員の設置や主催者への事業経費補助を実施【観光部】
- 国内外の社会人や大学生・高校生の交流型体験学習（サマースクール）を実施【教育委員会】

■国内の販路開拓・物産振興

- 芸能人等を活用した本県の観光・物産PRを展開【営業局】
- 大都市圏・北陸圏において、県産品の販売及び魅力を伝える観光物産展を開催【営業局】
- 首都圏において、信州ブランドの魅力を高め、発信する拠点として「銀座NAGANO」を運営【営業局】

■様々なコンテンツと連携した長野県観光のPR

- （移住×観光）移住関連サイト「SuuHaa（スーハー）」「ニブンノナガノ」を運営し、将来的な移住・二地域居住先としての長野県を発信【企画振興部】
- （文化×観光）文化芸術情報発信サイト「CULTURE.NAGANO」により、県内の文化施設情報やイベント情報を一元的に発信【県民文化部】
- （ワイン×観光）NAGANO WINEの知名度向上や消費増を図るため、PRイベントの開催や魅力発信サイトを運営【産業労働部】
- （食×観光）観光協会等による地域食材を活用したイベントの開催など地消地産の新たな取組を支援【農政部】
- （農業×観光）信州の棚田の魅力をサイト等で発信するとともに、銀座NAGANO等と連携した県内棚田の特産品PRを実施【農政部】
- 北陸新幹線敦賀延伸（R6.3月）や大阪・関西万博（R7.4月～）といった機会を捉え、関西圏との交流・関西圏からの誘客を強化 ※詳細はP11を参照

方針③ インバウンド推進

◆現状・課題

(訪日外国人旅行者の動向)

- 新型コロナ5類化等により訪日外国人旅行者はほぼコロナ前水準に回復
 - ・外国人延べ宿泊者数(R5速報): 142万人(R1年比89.8%)
(観光庁「宿泊旅行統計調査」)
- 3大都市圏(東京・大阪・京都)への偏在傾向
 - ・2019年 約52%→2023年 約63% (観光庁「宿泊旅行統計調査」)
- 長野県への旅行者のうち、特に消費単価の高い国地域
 - ・イギリス: 138,165円(全国平均: 55,205円)
 - ・オーストラリア: 92,127円(全国平均: 39,771円)
(じゃらん宿泊旅行調査2023)

(国外における観光トレンド)

- 県内自治体が“持続可能な観光地と”して世界で認知されつつある
 - ・白馬村がUNWTO「ベストツーリズムビレッジ」に選出
 - ・小布施町がGreen Destination「世界の持続可能な観光地TOP100」に選出
- 米国大手旅行雑誌「Condé Nast Traveler(コンデ・ナスト・トラベラー)」が発表した「世界で最も魅力的な国ランキング」で日本が1位となるなど、訪日旅行への期待度は高い
- アドベンチャーツーリズム(AT)の人気の高まり
 - ・世界市場規模3,249億ドル(2022年)・2032年には2兆ドルに達する予測(2023年10月Allied Market Research社レポート)
 - ・AT旅行者数の上位国は、米53%、独12%、英11%
(ATTA 2020 Adventure Travel Trends Snapshot)

▶ 施策推進のコンセプト

「量(旅行者数)から質(消費額)へ転換」

実績国・地域からの「集客維持」と
高付加価値市場への「拡大」の2軸で展開

長野県ならではの自然・文化体験を活かした
「アドベンチャーツーリズム※」を推進

※「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち最低2つを含む旅行形態

▶ ターゲット設定

高付加価値旅行市場におけるターゲット

旅行消費単価が高い「欧・米・豪」市場
のうち

自然や文化・歴史体験へ高い関心を示す
「セレクトティブ・ラグジュアリー層※」

※興味・関心のある事項に多くの消費を行う富裕旅行者

▶ R6年度の具体的な取組

■実績国・地域からの誘客を維持する取組

- 海外の訪日ツアー取扱旅行会社と県内のDMOや観光関係事業者との接点を創出し、具体的な商品造成を図る商談会などを開催【観光部】
- 新規ツアーの造成やメディア露出につなげるため、海外の旅行会社やメディア視察を支援【観光部】
- 新たな滞在型観光ツアーを促進するため、訪日ツアー取扱旅行会社に対して新規ツアー造成費を補助【観光部】
- 観光機構に学習旅行誘致推進員を配置し、訪日教育旅行の誘致・受入調整を実施【観光部】
- 長野県の魅力を外国人の視点で発信するため、国際観光情報発信員を観光機構へ配置し、様々な媒体を活用した長野県PRを展開【観光部】
- 県産品の海外展開を推進するため、輸出関連の展示商談会への出展や海外バイヤー商談会の開催を支援【営業局】

■海外の高付加価値旅行市場（欧・米・豪）をターゲットとした重点的なプロモーション

- 海外における発信拠点として、現地の旅行会社等に長野県への誘客を働きかけるコーディネーターを設置【観光部】
- 高付加価値旅行市場における長野県の認知度向上を図るため、高付加価値旅行者が閲覧する雑誌・webサイトといった媒体へ広告を掲載【観光部】
- 北米・欧州で開催するアドベンチャーツーリズム※の商談会へ出展し、参加旅行会社等へPRを実施【観光部】
- 高付加価値旅行商品の企画・造成から販売まで一貫して行う「Nagano Operation Center（仮称）」を設置【観光部】
- 日本文化との親和性の高い「欧州」ターゲットに、グローバルサイトによる発信や現地ネットワークの継続等を通じた物産振興を実施【営業局】
- ハワイ州をターゲットとした県産米の輸出拡大を戦略的に進めるため、現地小売店等における販促活動・産地PR活動などを展開【農政部】

■インバウンド向けコンテンツの造成

- 年間を通じた長期滞在型観光の推進に繋がり、欧米で人気の高い「アドベンチャーツーリズム※」を推進するため、国際水準のガイド育成を目的とした研修とガイドの情報発信を行うとともに、国内のトップコンテンツの研究等を実施【観光部】
- 「世界の持続可能な観光地TOP100」等国際的な認証取得を目指して取り組む地域を支援【観光部】※再掲
- 自然環境の保護と活用の両立に関する知識を有するエコツーリズムガイド人材を育成するとともに、来訪者とガイドをマッチングする仕組を構築【環境部】※再掲

■インバウンド向け受入環境整備

- 外国人旅行者と県内事業者との円滑なコミュニケーションをサポートするためにする電話通訳サービスを運営【観光部】
- 信州まつもと空港の発展・国際化推進に向け、国際チャーター便の誘致及び国際乗継便の利用促進を実施【企画振興部】

■広域観光の推進

- 他都道府県や団体等と連携して広域観光に取り組む各協議会等へ参画【観光部】

※アドベンチャーツーリズム：「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち最低2つを含む旅行形態

令和6年度の重点テーマ①：関西圏からの誘客

◆関西圏からの誘客に向けたチャンス・強み

- R6.3月 **北陸新幹線敦賀延伸**によるアクセス向上（長野～大阪が約30分短縮）
- R7.4月～**大阪・関西万博**開催予定（長野県への誘客機会）
- 「この夏旅行に行きたい都道府県(西日本版)」：R5は長野県が3位（アソビュー(株)調査）
- 長野県-長野県観光機構-大阪観光局との連携協定・飯山市-大阪府の姉妹都市提携など
関西圏との連携の下地あり



一方

- 関西圏から長野県への宿泊旅行者は全体の10%**と、まだまだ誘客の可能性あり
(じゃらん宿泊旅行調査2023)
- 長期滞在型観光の推進に向け、**県内の広域周遊も促進する必要あり**

これらのチャンス・強みを生かし、令和6年度は**関西圏からの誘客促進・関西圏との経済交流活発化**を図ります

2024年度				2025年度			
4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月
北陸新幹線敦賀延伸(R6.3月以降)				大阪・関西万博(4～10月)			

◆北陸新幹線延伸を契機とした取組(R6)

- 長野県ならではの「アウトドアカルチャー」を関西圏へ発信するプロモーションを実施
- JR西日本や北陸3県との連携プロモーション
- 新幹線と結節する大糸線の利用促進の取組を実施
 - ・大糸線の観光面の魅力を集約したサイト開設
 - ・大糸線を舞台とした誘客イベントの開催
 - ・着地型旅行商品の造成
- 北アルプス地域・北信地域におけるサイクルツーリズム推進
 - ・サイクルモードライド大阪への出展

◆大阪・関西万博に伴う誘客・PR(R6)

- 長野県ならではの「アウトドアカルチャー」を関西圏へ発信するプロモーションを実施 ※再掲
- JR西日本や北陸3県との連携プロモーション ※再掲
- 万博を契機とした関西圏での県産食材PR
 - ・関西版「信州ゆかりのお店」を発信するほか、一流ホテル・レストランでのフェア開催
 - ・大型商業施設でPRイベントの開催
- 関西圏の企業等へ信州リゾートテレワークのPR
 - ・万博を契機としたイベントへの出展

◆その他関西圏との交流の取組

- 信州まつもと空港の（関西圏も含めた）国内線利用促進に向け、PRや旅行商品造成支援を実施
- 大阪・関西と長野県間でのキーパーソンの交流を通じた信州リゾートテレワークの魅力発信
- 関西圏も含めた、国内学習旅行の誘致促進
- 大阪観光局との連携事業
 - ・大阪観光局主催イベントへブース出展
 - ・大阪観光局のインバウンド向けポータルサイトでの発信

令和6年度の重点テーマ②：観光×スポーツ振興

- 令和6年度から長野県の知事部局に「**観光スポーツ部**」が発足
 - 2028年には長野県で「**国民スポーツ大会**」「**全国障害者スポーツ大会**」といった大規模行事が予定されている
- ⇒以上を踏まえ、「**観光スポーツ部長**」のもと、スポーツの持つ力の多面的活用により、**スポーツ振興と観光振興の好循環を促すことで、交流人口拡大や地域活性化を目指し、以下の取組を検討・実施していく**

“する”スポーツ×観光

長野県のアウトドア資源を活用した“する”スポーツツーリズムの推進や国スポ等大規模イベントを契機としたスポーツ交流の拡大により、スポーツを通じた観光地域づくりを進め、地域活性化を推進します。

【施策例】

- 冷涼な気候を生かしたスポーツ合宿等の誘致促進
- 県内外の学校登山や登山部を登山案内人の案内で実施
- 山岳総合センターで事前トレーニングや学生への学びを提供
- スポーツイベントを契機に選手とその家族へ観光周遊を提案
- 国スポ等を契機としたスポーツ合宿誘致の活発化

“みる”スポーツ×観光

プロスポーツ観戦や県内のスポーツ施設を活用して、スポーツを“みる”機会を増やすとともに、スポーツイベントを通じて長野県を訪れたお客様に長野県の魅力をPRし、交流人口の拡大を目指します。

【施策例】

- アウェイサポーター向け旅行商品(試合観戦+観光周遊)造成
- 県内チームと連携し、試合の中で長野県のPR
- 国スポ・全障スポの来場者を対象とした長野ファンの拡大
- 県民参加型予算を活用し、プロスポーツ×観光の事業検討

一般スポーツ×障がい者スポーツ

一般スポーツと障がい者スポーツを同一部局が所管することにより、スポーツを通じた共生社会の実現に取り組みます。

【施策例】

- 国スポ等において障がいの有無に関わらず楽しめる競技の実施(デモンストレーションスポーツやオープン競技)
- 両スポーツ選手間の交流による競技力向上(体験会・スポーツ大会等における選手への専門的な指導)
- 「パラウエーブNAGANOプロジェクト」の拡大

障がい者スポーツ×観光

障がい者スポーツの振興を通じて、「年齢や障がいに関わらず誰でも楽しめるユニバーサルツーリズム」の更なる推進に取り組みます。

【施策例】

- 障がい者スポーツ大会とユニバーサルツーリズムの連携(ユニバーサルツーリズムでユニバーサルデザイン対応施設の活用・選手へのユニバーサルツーリズム体験)

中～長期を見据えた取組例

▶ **観光地域づくり推進**

- 観光振興施策を継続的かつ安定的に実施するため、新たな観光財源の創設を検討
- 「山岳を総合的に学ぶ拠点」として山岳総合センターの機能拡充等、そのあり方を検討
- XR※や空飛ぶ車など、先端技術を活用した新たなコンテンツの展開
(※現実世界と仮想空間を融合することで現実にはないものを知覚できる技術の総称 (VR (仮想現実) ・AR (拡張現実) ・MR (複合現実) など))
- 貴重な観光資源である信州の美しい景観の育成を図るため、「長野県景観育成計画」の見直しを実施
- リニア開通を見据えた観光客の受入環境整備などの観光地域づくりの推進

▶ **長野県観光のプロモーション**

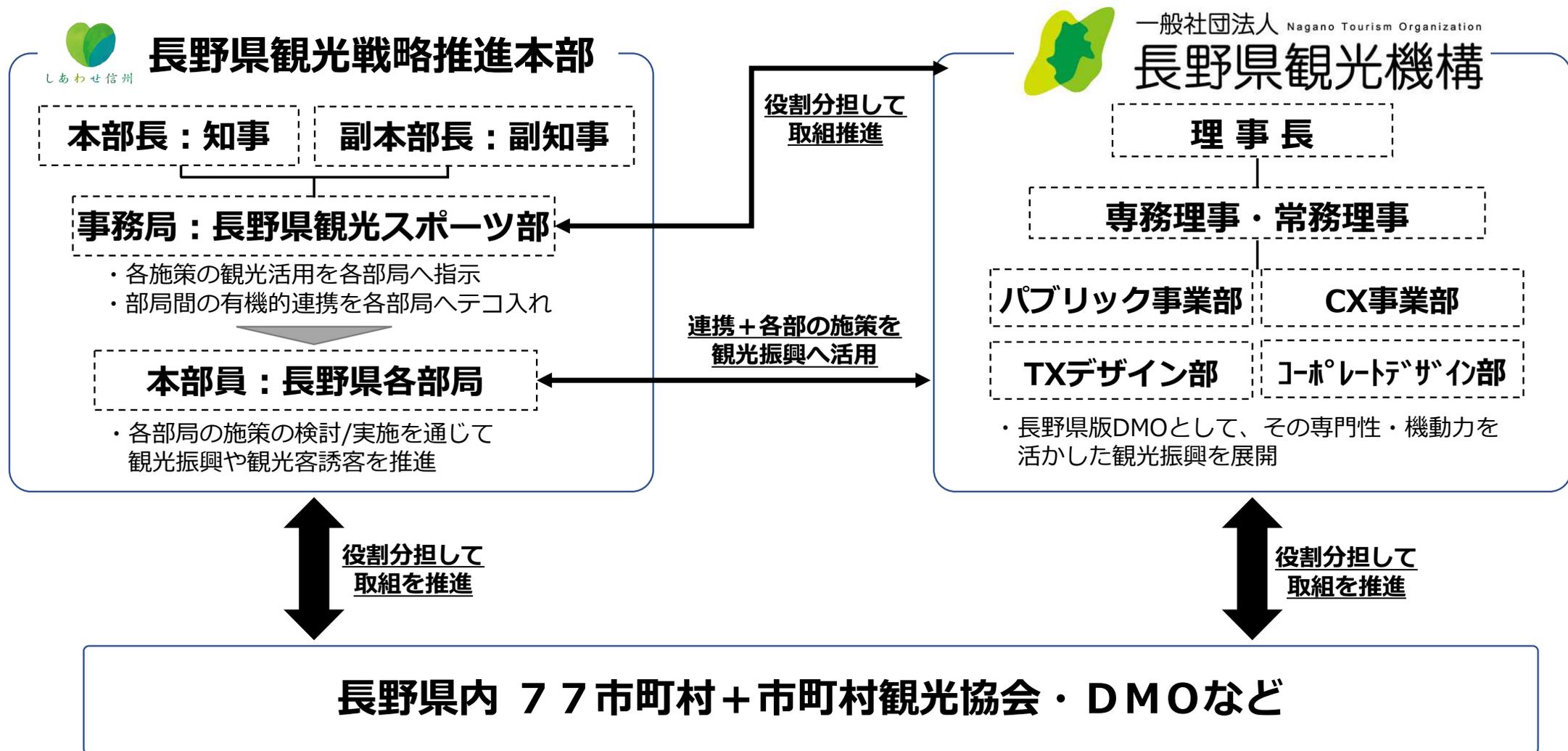
- メタバース※等、新技術を活用した国内外への観光プロモーション手法を検討
- 長野県ならではのアウトドアカルチャーの強力な発信が可能な大規模イベント開催を検討

▶ **インバウンド推進**

- インバウンド向け情報発信の一環として、メタバース※等新技術の活用を検討
- 信州まつもと空港における国際路線の新規開拓を推進
- 地域と連携し、世界の富裕層を呼び込む高付加価値な宿泊施設の誘致等を検討
- 信州ならではの特別な体験を提供する県推奨ガイドの育成を検討

※メタバース：「メタ（超越した）」と「ユニバース（宇宙・世界）」を組み合わせた造語。
ユーザー間でコミュニケーションが可能な、インターネット等を通じてアクセスできる仮想的なデジタル空間

長野県観光振興の推進体制



長野県・長野県観光機構・県内市町村との役割分担

▶ 県観光戦略推進本部と観光機構の役割分担

県	機構
<ul style="list-style-type: none">・ 県全体の観光政策の方針の策定・ 各部局・観光機構との連携・協働の推進 (長野県観光戦略推進本部の事務局)・ 法令等により県が実施主体と定められていること・ 喫緊の政策課題に関すること	<ul style="list-style-type: none">・ 県観光政策方針を踏まえた効果的かつ具体的な観光振興の取組に係る企画立案及び実施・ 観光振興に係る地域の先進的な取組の創出及び県内波及

▶ 県（及び県観光機構）と市町村の役割分担

<県>

- ・ 広域的な観点からの観光振興施策の実施
【例】 地域間交通、広域プロモーション、マーケティング分析
- ・ 市町村に対する技術的・財政的支援
【例】 地域DMOの人材育成等経営支援、
(事業者、市町村への) 補助金制度
- ・ 県で実施することがより効率的な施策
緊急性の高い課題に対する施策
【例】 高度なガイド等の専門人材育成、新興感染症等への対応

<市町村>

- ・ 地域の観光地経営（地域観光ビジョンの共有）
【例】 インフラ等まちの基盤整備、オーバーツーリズム対策
- ・ 地域観光ビジョンを踏まえた受入・滞在環境整備
【例】 観光案内機能の充実、観光地に誘引する二次交通整備
- ・ 観光資源の磨き上げ
【例】 地域ガイドの育成、観光施設の維持、機能向上
- ・ 観光地域づくりを通じた事業者支援・連携促進
【例】 地域DMOの経営