

重点目標4「観光消費額」 政策評価

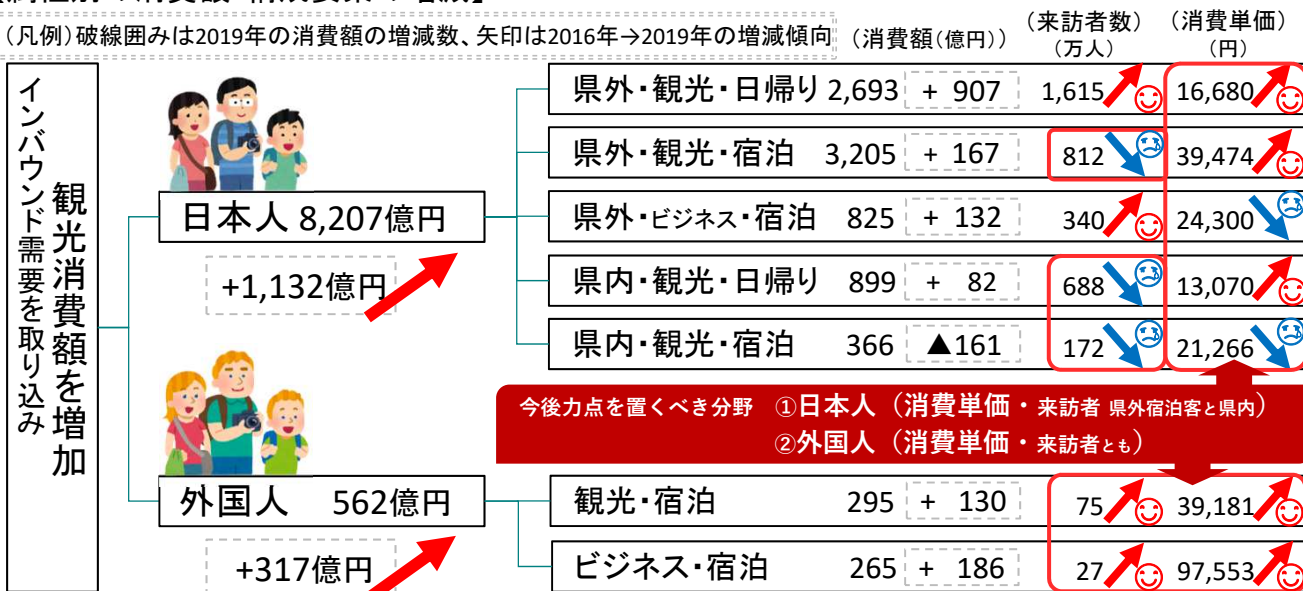
状況

インバウンド需要を取り込み観光消費額を増加 《観光消費額》 県内で旅行者が支出した宿泊費、交通費、飲食費等 の総計（来訪者数×消費単価）	基準値 (2016)	最新値 (2019)	目標値 (2022)
	7,320億円	8,769億円	8,100億円

(目標値の考え)

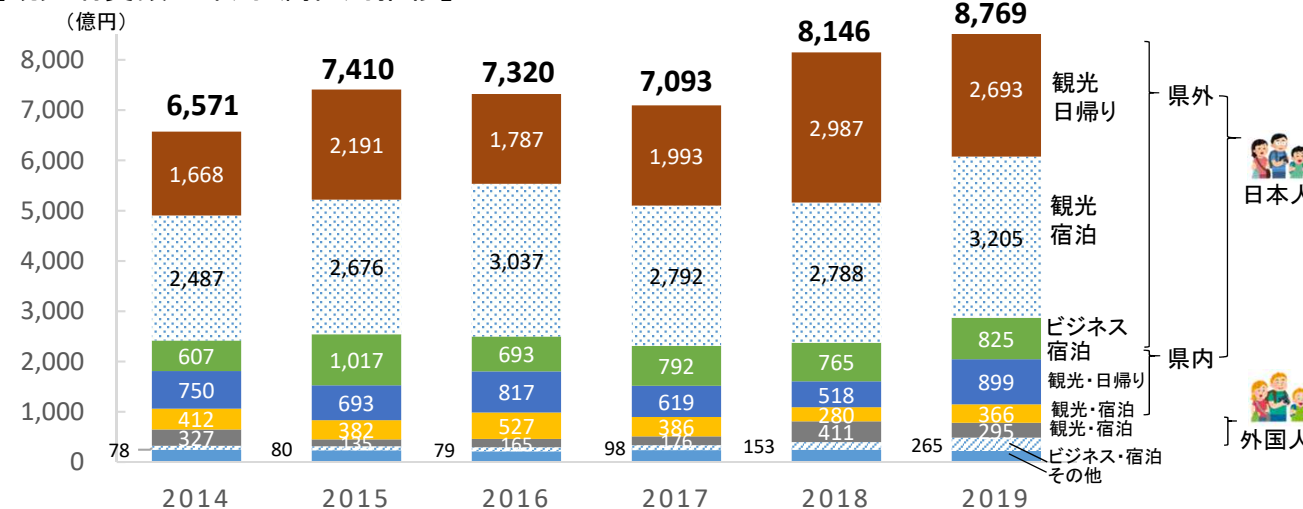
プラン2.0の取組成果としては、延べ宿泊者数の増加により観光消費額の増加を図るため、外国人延べ宿泊者数を毎年増加させ、目標値を300万人とし、日本人延べ宿泊者数は高水準の維持を目標値とした。

【属性別の消費額・構成要素の増減】



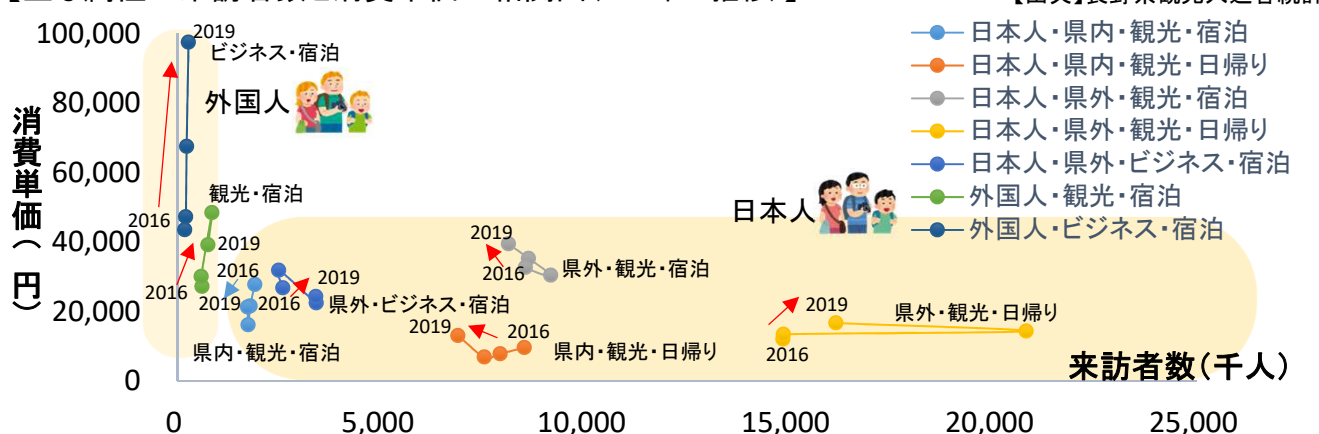
分

【観光消費額の年別・属性別推移】



析

【主な属性の来訪者数と消費単価の相関図(4か年の推移)】



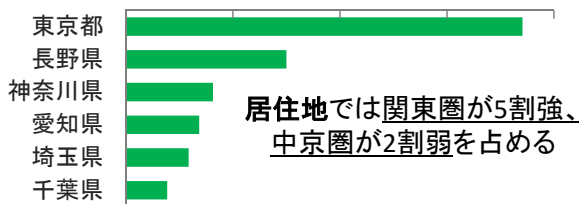
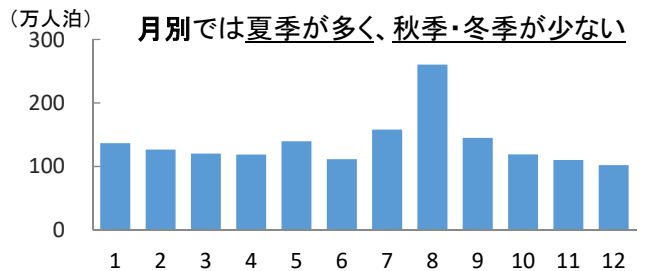
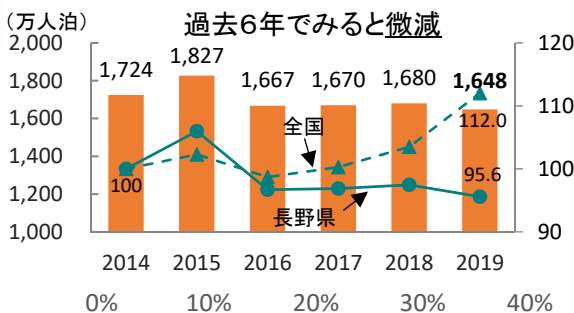
重点目標4「観光消費額」 政策評価

【本県を訪れる観光客の状況・特徴】

1 日本人旅行者



● 延べ宿泊者数 (折れ線は2014年を100とした場合の値)



● その他

日帰り客の割合は横ばい

[2016]61.8% ⇒ [2019]60.9%

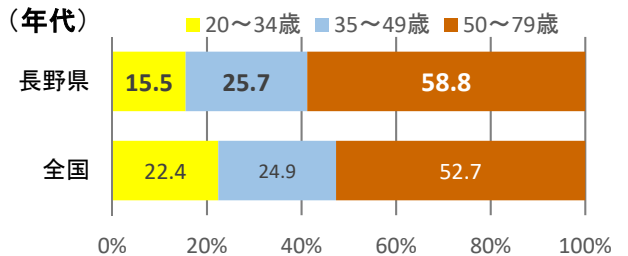
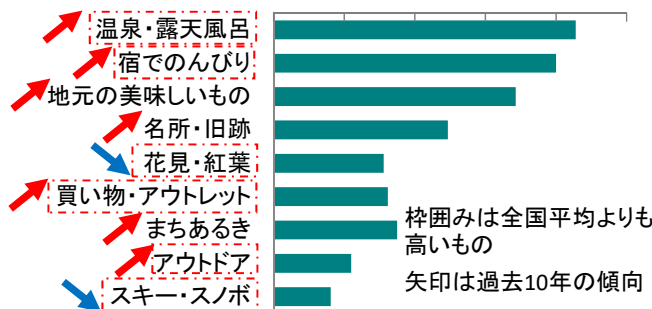
平均宿泊数は横ばい

[2016]1.29泊 ⇒ [2019]1.28泊

【出典】観光庁「宿泊旅行統計調査」
長野県観光入込客統計

● 宿泊客の特徴

(旅行の目的) 0% 10% 20% 30% 40% 50% (年代)



(性別) 過去10年をみると
男性は35~49歳、50~79歳が増加傾向
女性は20~34歳、50~79歳が減少傾向

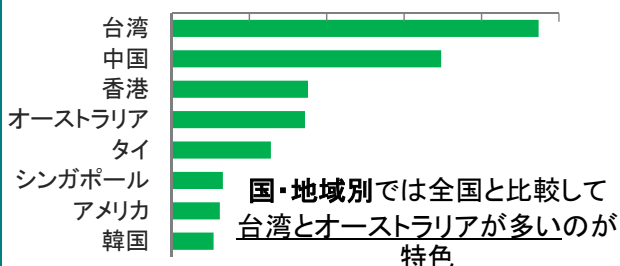
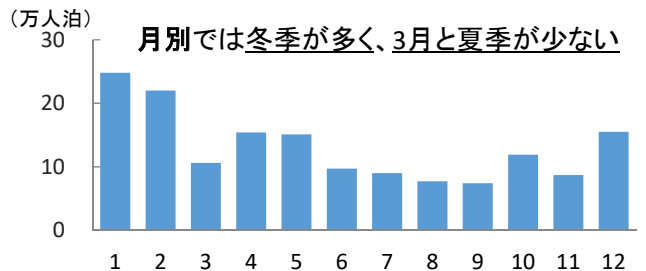
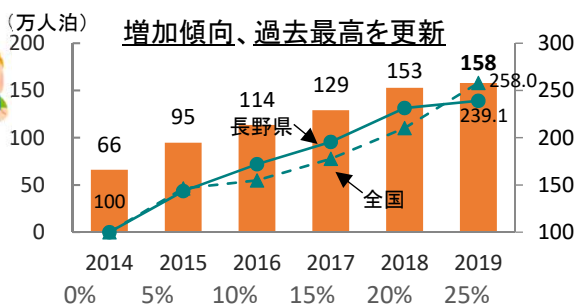
(その他) 移動手段は自家用車の割合が微増傾向

[2008]64.8% ⇒ [2018]65.3%

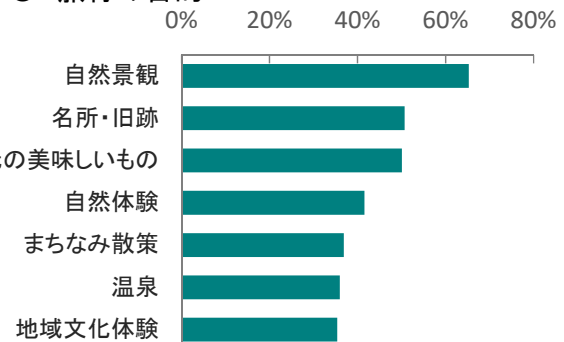
【出典】じゃらん「宿泊旅行調査」2019

2 外国人旅行者 (折れ線は2014年を100とした場合の値)

● 延べ宿泊者数



● 旅行の目的



● その他

平均宿泊数は増加

[2016]1.48泊 ⇒ [2019]1.52泊

【出典】観光庁「宿泊旅行統計調査」、県観光機構「来訪者満足度等アンケート調査」

分

析

重点目標4「観光消費額」 政策評価

【関連目標の状況、現状分析】

1 日本人旅行者

(関連目標の状況)

□延べ宿泊者数 \nearrow 【宿泊旅行統計】

1,790万人泊(2014年) \Rightarrow 1,781万人泊(2016年) \Rightarrow 1,805万人泊(2019年)

○日本人延べ宿泊者数 \searrow 【宿泊旅行統計】

1,724万人泊(2014年) \Rightarrow 1,667万人泊(2016年) \Rightarrow 1,648万人泊(2019年)

○平均宿泊数 \rightarrow 【宿泊旅行統計】

1.33泊(2014年) \Rightarrow 1.29泊(2016年) \Rightarrow 1.28泊(2019年)

○日帰り客の割合 \rightarrow 【観光入込客統計】

60.2%(2014年) \Rightarrow 61.8%(2016年) \Rightarrow 60.9%(2019年)

○日帰り客数 \nearrow 【観光入込客統計】

2,164万人(2014年) \Rightarrow 2,414万人(2016年) \Rightarrow 2,358万人(2019年)

(現状分析)

- ・日本人の観光消費額は2016年に比べ1,132億円の増加。
- ・内訳をみると、消費額の大きな割合を占める県外の日帰り観光客が来訪者と消費単価の増により消費額が増加した、県外の宿泊客及び県内の日帰り客は来訪者が減少しているものの、消費単価の増により消費額が増加。県内の宿泊客は来訪者・消費単価の減少により消費額が減少。
- ・宿泊客の動向について、最近6年の延べ宿泊者数は全国は微増傾向であるものの本県は微減傾向。他県との比較では、周辺県※1や延べ宿泊者数が同程度の県※2との比較でも、本県は減少傾向が顕著。平均宿泊数はほぼ横ばいの傾向。
- ・日帰り客の動向について、日帰り客の割合は横ばい傾向。

2 外国人旅行者

(関連目標の状況)

□延べ宿泊者数 \nearrow 【宿泊旅行統計】

1,790万人泊(2014年) \Rightarrow 1,781万人泊(2016年) \Rightarrow 1,805万人泊(2019年)

□外国人延べ宿泊者数 \nearrow 【宿泊旅行統計】

66万人泊(2014年) \Rightarrow 114万人泊(2016年) \Rightarrow 158万人泊(2019年)

○平均宿泊数 \nearrow 【宿泊旅行統計】

1.46泊(2014年) \Rightarrow 1.47泊(2016年) \Rightarrow 1.52泊(2019年)

(現状分析)

- ・外国人の観光消費額は2016年に比べ317億円の増加。消費額全体に占める割合は6%程度と低いものの来訪客・消費単価ともに増加。
- ・最近6年の延べ宿泊者数の動向をみると、本県は過去最高を記録したものの、全国と比べると増加率は鈍化。他県との比較では、周辺県※1の中では傾向は鈍いものの、延べ宿泊者数が同程度の県※2の中では増加傾向。 ※1 群馬、新潟、石川、山梨、岐阜 ※2 神奈川、静岡、京都、愛知、福岡、兵庫

【概括的な評価】

《前提》観光消費額の増加のためには、以下の要素に寄与する施策を進めることが必要

①来訪者数の増加 \Rightarrow 来訪者総数の増加(リピーターの増加、新規顧客の獲得など)

②消費単価の増加 \Rightarrow 滞在時間(周遊箇所)・日数の増加、滞在期間中の消費額(宿泊・食等)の増加

《日本人旅行者》

- ・日帰り客数は横ばいで推移しているものの、宿泊者数は中長期的な減少傾向が顕著であるほか、宿泊日数も横ばいであり、これまでの施策が滞在時間・日数の増加に十分に寄与しているとはいえない。
- ・消費単価は、県外の日帰り・宿泊観光客や県内の日帰り観光客など一部で増加傾向が見られるが、更なる増加に向け工夫が必要。

《外国人旅行者》

- ・来訪者(宿泊者)数及び消費単価ともに増加しており、各市場の特性に応じた戦略的なプロモーションの成果が表れている。ただし、周辺県と比べると宿泊者数の増加率が鈍化しており、来訪者数と消費単価の更なる増加に向け工夫が必要。

<p style="text-align: center;">主 な 施 策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>【観光の担い手としての経営体づくり】 (広域型DMOの形成・確立) 3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・<u>広域型DMOの形成・確立に向け、市町村域を越えた地域のコンセプト(ストーリー)構築などを支援</u></p>	<p>○観光機構「DMO形成支援センター」による支援地域↗ 0地域(2016年)→7地域(2019年) ○「重点支援広域型DMO」の指定↗ 0法人(2016年)→1法人(2019年)</p>
<p>(観光を担う人材の育成・確保) 3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・学生のインターンシップやUIターン希望者の受入れ等により、<u>観光人材を育成・確保</u></p> <p>2-6 郷学郷就の産業人材育成・確保 ・新卒学生に対する魅力の発信、協定校との一層の連携強化・拡大、インターンシップの実施促進などにより<u>学生の県内就職を促進</u></p> <p>・県内大学への寄附講座の設置や地域観光のリーダー養成講座などにより、<u>観光地域づくりをけん引する人材を育成・確保</u></p> <p>・<u>中小企業のAI・IoT等の導入活用の支援や、活用事例の県内への普及などにより働き方改革を推進</u></p>	<p>○有効求人倍率(旅館・ホテル・乗物接客員)↘ 5.25(2017年3月)→4.73(2020年3月) ○宿泊・飲食サービス業就業者数↘ 76,558人(2014年)→73,588人(2017年) ○県内大学・短大生向けの産学官連携インターンシップ(2017年実施)マッチング状況 観光業関係:2名参加→1名就職(2019年3月)</p> <p>○信州おもてなしマイスター養成数↗ 81人(2016年度)→151人(2019年度) ○観光マネジメント人材養成者数↗ 55名(2018年度)→76名(2019年度) ○観光に関するアンケート <観光業でのAI・IoT等活用状況(回答数622)(2018年)> 活用中1.1%、活用したい19.0%、必要ない42.9%</p>
<p>【観光地域としての基盤づくり】 (「稼ぐ」基盤づくり) 3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり ・<u>規制緩和や地域未来投資促進法の課税特例の活用</u></p> <p>2-1 革新力に富んだ産業の創出・育成 ・後継者バンクでのマッチングの促進や関係団体等によるネットワークの構築などにより、<u>中小企業等の円滑な事業承継を支援</u></p> <p>2-4 収益性と創造性の高い農林業の推進 ・<u>観光地の魅力向上につながる間伐や景観の育成</u></p>	<p>○宿泊施設の客室稼働率↗[施設数↗](2016年→2019年) [全体] 35.1% [4,197] →39.2% [4,246] [旅館] 26.3% [1,920] →28.7% [1,450] [シティホテル] 72.5% [20] →75.5% [20] ○地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画承認状況 全体123件、うち宿泊業5件(2019年までの累計)</p> <p>○事業引継ぎ支援センターによる引継ぎ成約件数(2014年からの累計)(後継者バンクによる成約を含む、センターとしての成約件数)↗ [全体] 29件(2016年)→89件(2019年) [宿泊業] 4件(2016年)→10件(2019年) ○観光に関するアンケート <宿泊業の後継者確保について(回答数487)(2018年)> 確保済18.1%、検討中・今後検討24.8%、確保せず廃業20.1%、まだ考える時期ではない16.4%</p> <p>○観光地の魅力向上につながる森林整備面積↗ 0ha(2016年)→43ha(2019年度)</p>

現状分析・評価

【評価】

・DMO形成支援センターと連携して、重点支援広域型DMOを含む7地域で広域型DMOの形成に向けた支援を実施。2019年6月に、県の重点支援広域型DMOの第1号として「HAKUBAVALLEY TOURISM」を指定し、DMOの機能強化に向けた専門人材による助言等のソフト支援に加えて、無電柱化やサイクリングロード等の基盤整備などハード支援を実施することで、市町村域を越えたHAKUBAVALLEYエリアでの体制構築が進んでいる。

【現状分析】

・2019年3月に「観光業就業促進・働き方改革会議」において、外国人材の活用などの人手不足対策と、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たところであり、2019年度から取組を本格化した。
・新型コロナウイルス感染症の影響により、急激に経営状況が悪化している旅館・ホテル・乗物接客員の有効求人倍率低下（対前年同月比22%減）。

【評価】

・2020年3月に「長野県就業促進・働き方改革戦略会議」において中長期的な取組の方向性を定めた基本方針を取りまとめたところであり、本基本方針の観光分野については、「観光業就業促進・生産性向上協議会」において検討し、観光業への若者や移住希望者等の就業促進、労働生産性の向上、外国人材の活用等に関する取組を今後進めていく。
・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、今後の人材不足が懸念されるが、受入れ体制の再構築、観光人材の確保・育成をさらに進める必要がある。

・県内観光業におけるAI・IoTの導入事例は限定的で活用意向も20%弱に留まる。ICT活用の取組事例など、普及を進めるための取組の効果が表れるには時間を要し、スピードアップに課題がある。また台風災害や雪不足、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光事業者の経営状況が急激に悪化しているため、経営改善や新しい生活様式への対応に向けて取組の加速が必要。

【現状分析】

・宿泊施設の客室稼働率は、全体では35.1%（2016年）から39.2%（2019年）に上昇。旅館の低い稼働率が課題となっている。
・森林づくり県民税を活用し、観光地の魅力向上につながる森林整備を進めた（2019年度は景観を向上させる伐採を43ha実施）。

【評価】

・客室稼働率は全国的に最低水準であり、稼働率向上に向けて小規模旅館等への工夫が必要。
・地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画の承認を受けた5件の宿泊業者は、課税特例等を活用してグランピング等の通年型アクティビティ強化や、宿泊施設と連携したワインツアーなどを実施しており、「稼ぐ」基盤づくりの取組の成果が表れている。
・事業引継ぎ支援センターにおける事業承継支援や、「丸の内朝大学」と連携して、首都圏のビジネスパーソンを対象に宿泊業の事業承継をテーマとした「旅館を継ごうクラス」を開講（受講者25名）し宿泊業への参入を喚起している。
・「検討中・今後検討」又は「確保せず廃業」と回答した事業者は4割近く、経営者の早期の事業承継着手に向けて継続的な支援が必要。

<p style="text-align: center;">主な施策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>(交通インフラの整備と二次交通の充実)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然環境や地域の景観・街並みを移動しながら楽しめる <u>サイクルツーリズムを推進</u> ・バス・タクシーの活用により、<u>国際空港等からの誘客を促進</u> ・<u>観光地間を結ぶ道路整備を推進・促進</u> <p>3-9 本州中央部広域交流圏の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・信州まつもと空港を発着する国内定期便やチャーター便の <u>利用を促進</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○自転車通行空間の整備延長 \nearrow 25km (2016年) \rightarrow 40km (2019年) ○長野県1周ルート「Japan Alps Cycling Road」先行整備箇所3地域 (諏訪湖周、北アルプス地域、千曲川) ○中部国際空港から白馬地域へのスキーバス運行数 \nearrow 46本・乗車人数延べ426人 (2018年) \rightarrow 231本・1,091人 (2019年) ○道路整備推進状況 \nearrow (2016年\rightarrow2019年) 箇所数: 22箇所 道路整備延長: 1.2km\rightarrow4.8km 整備率: 4.4%\rightarrow18.7% □信州まつもと空港利用者数 \nearrow 12.4万人 (2016年度) \rightarrow 15.7万人 (2019年度) ○信州まつもと空港国内チャーター便就航便数・利用者数 \nearrow 94便・6,127人 (2016年度) \rightarrow 127便・6,724人 (2019年度)
<p>(世界水準の情報インフラづくり)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット上の旅行先選定サイトから、ネット予約や口コミサイトに誘導する <u>戦略的な情報発信システムの構築を検討</u> ・<u>ビッグデータを活用した効果的なマーケティングを推進</u> <p>2-1 革新力に富んだ産業の創出育成</p> <p>3-7 先端技術の積極的な活用・導入 にも記載あり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>観光・交通案内アプリの機能拡張</u> ・<u>資金決済のキャッシュレス化</u>など先端技術を活用した観光客の利便性向上 <p>2-1 革新力に富んだ産業の創出育成</p> <p>3-7 先端技術の積極的な活用・導入 にも記載あり</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <p>2-1 革新力に富んだ産業の創出・育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>Wi-Fi 環境などの受入環境の整備を促進</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○「Go NAGANO」閲覧数 131万PV (2019年) ○「Go NAGANO」直帰率(トップページだけ見て他のサイトに移動)\searrow モバイルユーザー86.4% (2018年) \rightarrow 75.38% (2019年) パソコンユーザー65.5% (2018年) \rightarrow 56.85% (2019年) ○「Go NAGANO」女性ユーザー比率 \nearrow 35.7% (2018年) \rightarrow 46.6% (2019年) ○「信州ナビ」ダウンロード数 (累計) \nearrow 24,347件 (2017年) \rightarrow 66,963件 (2019年) ○キャッシュレス決済比率 12.5% (2014年) ※全国28位 ○観光に関するアンケート <観光施設でのキャッシュレス決済導入状況 (2019年)> 宿泊施設 (回答数724) 導入済34.0% タクシー (回答数51) 導入済54.9% 鉄道(回答数4)導入済25.0% バス (回答数37) 導入済8.1% ○無料Wi-Fiスポット数 \searrow 8,388 (2018年2月) \rightarrow 7,272 (2020年6月) ○Wi-Fi支援実績 (国庫、県単) (2015) 公共施設11箇所、宿泊施設351箇所、交通要所6施設

現状分析・評価

【現状分析】

- ・「自転車の安全で快適な利用に関する条例」等に基づく自転車活用推進計画を2019年3月に策定し、自転車通行空間の広域的な整備に着手し、8月には先行整備区間の諏訪湖周サイクリングロードのうち0.8kmが供用された。
- ・観光地間を結ぶ道路として整備を進めている22か所のうち、2019年までに3箇所が完成供用。他の路線についても、事業の推進が図られている。

【評価】

- ・引き続きサイクルツーリズムの推進に向け、整備延長に取り組む必要がある。
- ・中部国際空港から白馬地域へのスキーバスのニーズが高かったことを受け試験運行を実施し、その後自立的な運行につなげた結果、スキーバス運行数は約5倍に、乗車人数も倍以上増加し、国際空港からの誘客に成果が表れた。
- ・信州まつもと空港の利用者数、国内チャーター便の就航数・利用者数はともに増加し、県内及び就航先における利用促進の取組の成果が表れている。

【評価】

- ・情報発信の3つの公式観光サイト（旅ネット、DC公式サイト、Go!Nagano）を統合した観光公式サイト「Go NAGANO」を10月1日から公開。スマートフォンユーザーや若い世代に向けたサイトデザイン・写真の使用、コンテンツづくりにより、直帰率は改善、女性の比率が増加しており、戦略的な情報発信の成果が表れている。

- ・2019年度には路線バスの位置情報を表示するバスロケーションシステムを実装することで、観光・交通案内アプリ「信州ナビ」のダウンロード数は堅調に推移しており、情報インフラづくりに成果が表れている。

- ・総務省「統一QR『JPQR』普及事業」やキャッシュレス緊急普及事業、経済産業省「キャッシュレス・消費者還元事業」や長野県インバウンド推進協議会によるキャッシュレスセミナーの開催などに取り組んだことで、約3,000店舗が「JPQR」を、約1,000店舗が「アリペイ」「ウィーチャットペイ」を新たに導入するなど、取組の成果が表れた。

- ・一方で、本県でのキャッシュレス決済比率は12.5%と全国平均（16.1%）を下回っており、さらなる利用環境整備の推進が必要。

- ・無料Wi-Fiスポットは、整備を進めてきたものの活用状況によって撤去される場合もあるため、スポット数は減少しているなど取組の成果は限定的。観光地やまちなかでは、観光客がリアルタイムでSNSへの投稿や旅ナカ情報の検索等が可能となるよう、面的な整備が求められている。

<p style="text-align: center;">主な施策</p>	<p style="text-align: center;">□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>(観光ブランドの形成・確立)</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・山岳観光、アウトドア、健康長寿、ユニバーサル、学びなど本県の強みを活かしたテーマや、<u>地域の特色ある文化を取り込んだ観光誘客を推進</u> ・「学び」や「体験」、「食」など天候に左右されない<u>観光コンテンツを充実させるとともに、新たな魅力ある旅の創造や宿泊プランの開発を支援</u> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>地域食材を活かした世界に通用する料理を発信し、信州の「食」のブランド価値を向上</u> ・<u>本県の自然を活かし守るサステイナブル観光を推進</u> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>県内主要駅や宿泊施設を発着地として県内観光資源を結ぶ商品の企画・販売を促進</u> ・<u>外国人や障がい者など多様な利用者にも対応した登山道やトイレ整備を進めるとともに、自然保護を意識した質の高い山岳高原観光地づくりを推進</u> <p>3-1 信州と関わりを持つ「つながり人口」の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験機会の充実など、農山村活性化のための都市農村交流を促進 ・長野県での居住と大都市での仕事との両立を可能にするテレワークを促進 <p>4-5 地球環境への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然保護センターをネイチャーセンターとして機能を高めることで、<u>豊かな自然と触れ合うエコツーリズムを普及・拡大</u> 	<p>【体験・アウトドア・アクティビティ関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○スキー場利用者数↘ 661万人(2016年)→440万人(2019年) ○学習旅行来訪数(国内)↗ 4,593校・86.4万人(2016年)→5,037校・86.4万人(2018年) ○体験予約サイト「アソビュー」への掲載プログラム数↘ 740件(2018年)→507件(2019年) ○信州観光ブランド戦略的発信・販売促進事業に基づく旅行商品造成数↗ 7件・催行実績7,643人(2018年)→5件・催行実績40,841人(2019年) ○アクティビティ等に興味があって本県を旅先に選んだ国内宿泊旅行者の割合↘ 31.3%(2016年)→30.2%(2018年) <p>【インフラツーリズム】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新たに観光資源として環境整備された疏水等の箇所数↗ 0箇所(2016年)→10箇所(2019年) ○インフラツーリズム「土木のお宝」のWEB掲載数(累計)↗ 70件(2016年)→76件(2019年) <p>【景観】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○信州ふるさとの見える(丘)の認定件数(累計)↗ 49件(2016年)→63件(2019年) <p>【食】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○食や特産品に興味があって本県を旅先に選んだ国内宿泊旅行者の割合↗ 35.2%(2016年)→38.1%(2018年) ○全国新酒鑑評会における県内酒蔵金賞受賞数↗ 11蔵(2016年)→14蔵(2019年) ○日本ワインコンクールにおける県内ファイナリー受賞数↗ ○戦略的バス活用促進事業に基づく着地型バスツアー催行数 160件・催行実績1,988人(2017～2019年累計) ○「きれいな信州環境美化運動」の展開↗ 延実施市町村: 170(2016年)→156(2019年) 延参加者: 283,500人(2016年)→280,501人(2019年) 回収量: 265.6t(2016年)→410.5t(2019年) ○多様な利用者に対応したトイレ整備件数 3件(2016年)、1件(2017年)、1件(2018年)、1件(2019年) <ul style="list-style-type: none"> □都市農村交流人口↘ 62.5万人(2016年)→62.2万人(2017年)→62.3万人(2018年)→58万人(2019年) ■ふるさとテレワーカー数↗ 56人(2015年)→607人(2019年) <ul style="list-style-type: none"> ○自然公園利用者数↗ 3,607万人(2016年)→3,707万人(2018年)

現状分析・評価

【現状分析】

- ・昨秋の台風災害、雪不足、新型コロナウイルス感染症の影響により、スキー場利用者数は大幅に減少している。
- ・国内最大級の体験予約サイト「アソビュー」では500を超える県内の体験メニューが紹介され累計予約件数は2,895件と前年同期比14%上昇した。
- ・10月に開設した観光公式サイト「Go NAGANO」では、若い世代や女性からのアクセスの数が増加した。（「Go NAGANO」の女性ユーザー比率は35.7%（2018年）から46.6%（2019年）に増加。）
- ・「重点支援広域型DMO」に指定した「HAKUBAVALLEY TOURISM」が、サステイナブルツーリズムの実践地域となるよう支援。

【評価】

- ・「Go NAGANO」では山岳観光、アウトドア、健康長寿、ユニバーサル、学びなど本県の強みを活かしたテーマや、地域の特色ある文化を取り込んだ観光コンテンツページが増加し、アクセス数の増加につながった。
- ・2019年4月から6月にかけて開催した信州花フェスタと連携した旅行商品を宿泊予約サイトとタイアップして、約2,900プラン造成したことで、人泊数が前年同期比約10%増加し、観光コンテンツ充実で成果が表れている。
- ・土木景観や農業資産、食などの地域のコンテンツを観光資源としていく取組が進み、多様な旅行商品づくりに向けた成果が出ている。

・着地型バスツアー催行数は順調に増加しており、木曽路観光タクシープラン、長野駅から戸隠・小布施を巡る定期観光バス等、商品の定着化に向けた取組の成果が表れている。

- ・環境美化運動は回収量が増加しており、着実に成果を上げている。
- ・環境省や関係市町村との協力体制構築や補助事業の活用などにより自然公園内の環境配慮型トイレの整備を進めており、ユニバーサルツーリズムの環境整備が進んでいる。

・地方のサテライトオフィス等で都市部の仕事を行うふるさとテレワーカーは、2019年には607人と大きく増加しており、つながり人口の拡大に寄与している。

・自然公園利用者数は、2018年は2016年と比較して100万人増加しており、エコツーリズムをはじめとした利用推進の取組の成果が表れている。

<p style="text-align: center;">主な施策</p>	<p>□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標</p>
<p>3-3 心豊かな暮らしを実現する文化芸術の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セイジ・オザワ松本フェスティバルなど最高水準の音楽祭や、国内外の芸術家が<u>地域と協働して行う創作活動</u>など、<u>地域に根付く文化芸術を支援</u> <p>6-2 信州のブランド力向上と発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）などの活用を通じ、信州のヒト・コト・モノをトータルに発信すること</u>で、<u>国内外へ信州の魅力を発信するとともに、コアな信州ファンを創造</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○セイジ・オザワ 松本フェスティバル鑑賞者数↘ 10公演（有料公演）・88,958人（2016年） →10公演（有料公演）・74,434人（2019年） ○銀座NAGANO利用状況（2016年→2019年） 【観光案内来訪者↘】28,756人→26,241人 【観光案内電話対応↘】9,308件→8,933件 【観光パンフレット送付件数↘】6,456件→5,682件
<p>（大規模イベントの開催、フィルムコミッション・スポーツコミッションの推進）</p>	
<p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>フィルムコミッションによる映画・テレビ撮影や、スポーツコミッションによる国際スポーツ大会の事前合宿、いわゆるM I C Eの誘致を促進</u> ・<u>県外からの学習旅行やスポーツ合宿の誘致を促進</u> <p>3-4 2027年国民体育大会・全国障害者スポーツ大会に向けたスポーツ振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピック・パラリンピックなどの事前合宿を契機に、<u>スポーツ大会の誘致やスポーツによる誘客を促進</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○映画等のロケ誘致件数↘ 663件（2016年）→513件（2019年） ○国際会議開催件数、参加者数↗ 3件・834人（2016年）→12件・2,274人（2018年） ○国内スポーツ合宿誘致件数↗ 54件・12,219人泊（2016年）→76件・14,350件（2019年） ○海外ナショナルチーム等のキャンプ等誘致状況（覚書等締結）↗ 東京オリンピック・パラリンピック事前合宿：7か国（～2019年）
<p>【世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略】</p> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、<u>市場特性に応じて戦略的に誘客を促進</u> ・<u>長野オリンピック・パラリンピックのレガシーや友好国・都市との絆を活かして誘客を促進</u> ・海外の若者に長野県の魅力を伝え、県内の児童生徒の国際感覚を育む<u>訪日教育旅行の誘致を促進</u> <p>2-3 海外との未来志向の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>海外向けの情報発信や魅力ある観光商品の提供などにより、戦略的な訪日外国人誘客を推進</u> ・観光などの海外展開において、<u>具体的な成果を意識したトップセールスを実施</u> 	<ul style="list-style-type: none"> □外国人延べ宿泊者数↗（2016年→2019年） 【全体】113.5万人泊→157.8万人泊 ※上位の国・地域別（台湾、中国、香港、欧米、豪州、タイ）でも増加 ○訪日教育旅行来訪数↘（2016年度→2019年度） 142団体・4,557人→125団体・3,920人 ○知事・副知事・部長によるトップセールス実施状況 2019年：3回（香港、中国）
<p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>市町村や県境を越えた広域的な繋がりを活かした新たな観光ルートを確立・活用</u> ・<u>体験と宿泊、学びと宿泊をセットにした体験型観光資源の発掘・磨き上げや、宿泊と周遊をセットにした商品の企画・販売を促進</u> <p>2-3 海外との未来志向の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>海外向けの情報発信や魅力ある観光商品の提供などにより、戦略的な訪日外国人誘客を推進</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○昇龍道プロジェクト外による中部北陸9県の外国人延べ宿泊者数↗ 447万人泊（2014年）→1,094万人泊（2019年）

現状分析・評価

・セイジ・オザワ 松本フェスティバルの鑑賞者数は、学校行事と重なり、教育プログラムへの参加学校数が少なくなったことなどに伴い、減少したが、多くの固定客がおり、地域に根付く国際的な音楽祭として定着している。

・2019年度の銀座NAGANOの観光案内利用者数は前年度比微減となったが、ほぼ同水準を維持しており、首都圏における信州の総合活動拠点としての機能を十分に発揮している。

【評価】

・誘致推進員の配置等により、国際会議の開催件数・参加者、国内スポーツ合宿の誘致件数ともに増加し、MICEなどの大規模イベントやスポーツ合宿の誘致の成果が表れている。

・2019年の映画等のロケ誘致件数は減少したものの、映画・ドラマ等のロケ地としてファンによる聖地巡礼による入込みが増えるなどフィルムコミッションの成果が表れている。

【評価】

・外国人延べ宿泊者数は2011年以降順調に増加しており、2019年は過去最高を記録したものの台風19号の影響で伸びが鈍化した。一方で全国順位はここ数年12位前後で推移しており、各市場の特性に応じた戦略的なプロモーションの成果が表れている。

・訪日教育旅行の来訪者数は、2019年度は新型コロナウイルスの感染拡大の影響で2016年度に比べて約14%減少したものの、長期的には増加傾向にあり、海外への魅力発信の成果が表れている。

・いわゆるゴールデンルートから地方への誘客に向け、複数県による広域的なプロジェクトにより、中部北陸9県の外国人延べ宿泊者数は447万人（2014年）から1,094万人（2019年）に倍以上増加するなど、新たな観光ルート確立によるインバウンド戦略の成果が表れている。

主な施策	□プラン2.0関連目標 ■プラン2.0フォローアップ指標、○その他指標
<p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バス・タクシーの活用により、<u>国際空港等からの誘客を促進</u> <p>3-9 本州中央部広域交流圏の形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>信州まつもと空港を発着するチャーター便の利用を促進</u> <p>3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・初めて訪れる外国人も安心・安全・快適に旅を楽しめる <u>外国語表示看板やWi-Fi 環境、相談窓口など多言語受入環境の整備を促進</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○中部国際空港から白馬地域へのスキーバス運行数↗ 46本・乗車人数延べ426人（2018年）→231本・乗車人数1,091人（2019年） ○信州まつもと空港国際チャーター便就航便数・利用者数↗ 6便・412人（2014年度）→44便・1,983人（2019年度） ○多言語コールセンター利用件数（累計） 5,460件（2017年7月～2020年3月） ○無料Wi-Fiスポット数↘ 8,388（2018年2月）→7,272（2020年6月）

現状分析・評価

- ・中部国際空港から白馬地域へのスキーバスのニーズが高かったことを受け試験運行を実施し、その後自立的な運行につなげた結果、スキーバス運行数は約5倍に、乗車人数も倍以上増加し、国際空港からの誘客に成果が表れた。
- ・2019年度の国際チャーター便就航便数は過去最高を記録し、東アジアからのインバウンドチャーター誘致の成果が表れている。
- ・多言語コールセンターは外国人旅行者の落とし物や事故の対応などでこれまでに5,400件以上の利用があり、受入環境整備の成果が表れている。