

# Afterコロナ時代を見据えた観光振興方針

観 光 部

# 目次

策定の視点	1
現状認識	2
方針骨子 3本柱	3
[プロジェクト]	
安全・安心な観光地の見える化	
<b>Clean &amp; Safe Nagano プロジェクト</b>	4
ライフスタイルと観光の融合	
<b>寛ぎと発見の長期滞在 プロジェクト</b>	6
デジタル×観光＝信州ファン増	
<b>信州リピーター獲得 プロジェクト</b>	8
3本柱による観光地域づくりを支援	10
振興方針策定後の取組について	11
これまでの一般的な観光スタイル	12
社会変革を好機とした信州型観光モデル 全体の姿	13
位置づけ - 観光戦略2018との関係 -	14

# 観光振興方針策定の視点

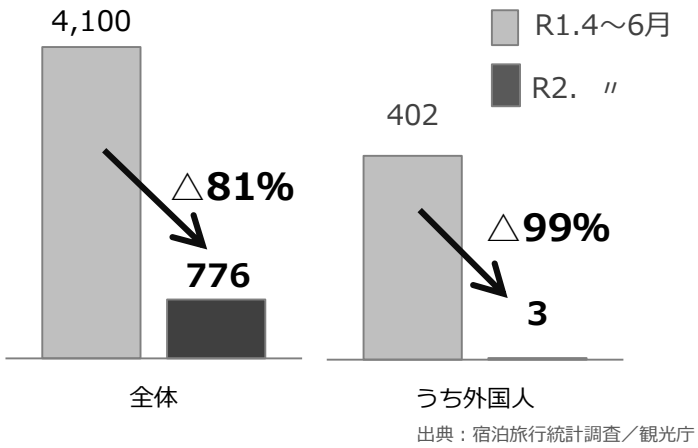
## 4つのポイント

- ① コロナの影響で生じた社会変革を捉え、  
⇒ 新型コロナの影響による喫緊の課題に危機感を持って対応
- ② 「あれも」「これも」ではなく、  
⇒ 3つの柱に的を絞って集中的に取り組
- ③ 責任所在を明確にするため、  
⇒ 部局横断のプロジェクト体制をつくり、課題に対して確実にコミットできる仕組みを構築
- ④ 県内地域が「一律型の金太郎あめ」とならないよう、  
⇒ 観光地が戦略的に独自の観光地経営を追求する体制を整備

# 現状認識

## コロナで観光産業は未曾有の大打撃

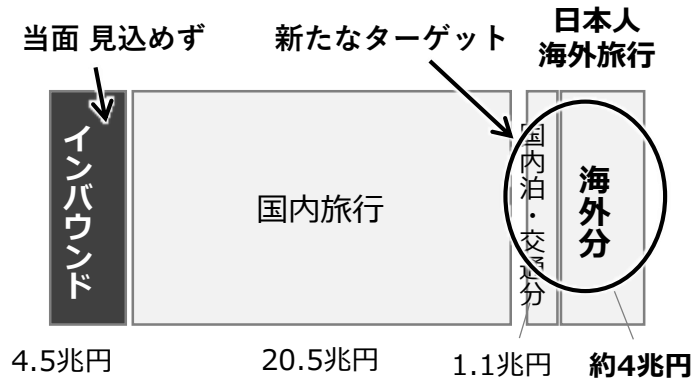
県内 延べ宿泊者数の比較 (単位: 千人)



## コロナの影響を受け、人々の行動や価値観が変化し働き方や生活様式等の変革が起きている

区分	コロナ前	コロナ後 (With コロナ)
暮らし 仕事	感染症はあまり意識せず 外+集団で行動 集中型試行 経済活動重視	感染症対策の関心大 家+個人単位で行動 分散型 (テレワーク) SDGsを更に重視
観光 志向	並んででも楽しみたい 時間に追われる観光地めぐり 密・団体旅行	人混みを避けたい 地方でゆっくり過ごしたい 疎・個人旅行 地域の魅力再発見
D X	デジタル技術 は先進事例 一部の人のため のもの	テレワークやオンラ イン通販等の急速 な普及 ごく一般的なものに

## 海外・国内の観光客動向に変化



参考: 令和元年版 観光白書/観光庁  
News Release 2020年の旅行動向見直し/JTB

- ▶ 観光地選択にあたっては「安全・安心」を重視
- ▶ 人混みを避け 地方でゆっくり過ごすニーズの高まり
- ▶ 社会の生活様式にデジタル技術活用 (DX)が浸透

# 方針骨子 - 3本柱 -

## 1 安全・安心な観光地域づくり

喫緊の課題である新型コロナウイルス感染症対策を観光地全体で対応する体制を整備

**<安全・安心の見える化> Clean&Safe NAGANO プロジェクト**

## 2 長期滞在型観光の推進

地方の開放的な環境で ゆったりと寛ぐ時間を提供し  
新たな気付きで 人生を豊かにする 長期滞在型観光を展開

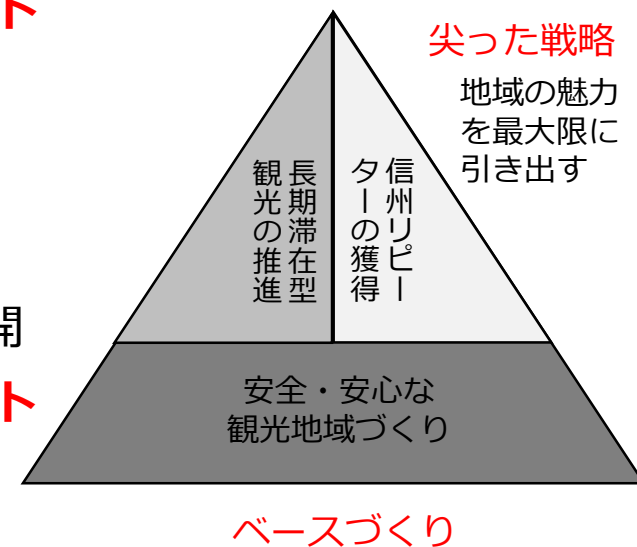
**<ライフスタイルと観光の融合> 寛ぎと発見の長期滞在プロジェクト**

## 3 信州リピーターの獲得

旅マエの魅力デジタル発信から旅アトのマーケティング戦略まで  
観光分野のDX推進により コアな信州ファン獲得へ

**<デジタル×観光=信州ファン増> 信州リピーター獲得プロジェクト**

【全体イメージ】



# 安全・安心な観光地の見える化 - Clean & Safe NAGANO プロジェクト -

【変化】 日常生活での感染症対策に関心、「安心」を第一に考えて行動するように

【予想】 コロナ対策など、安全・安心のための**対策を講じているか否か**によって**観光地を選択**する時代に入ってくる

【方向性】 各施設で感染症対策の徹底を図るとともに、地域全体で連携体制を構築し、安全・安心な観光地づくりを進める。

安心安全で楽しい観光  
信州版 新たな旅のすすめ

この冊子は、観光客が安心して楽しむための目安として作成されています。観光客は、すべての人に感染対策がとられているかを確認し、安心して楽しむことができます。

**感染防止の3つの基本**

- ①人と人との距離の確保
  - 人と人との距離が2メートル以上あれば安心(目安)となります
  - 人と人との距離が2メートル未満の場合は、マスクを着用してください
- ②マスクの着用、咳エチケット
  - 人と人との距離が2メートル未満の場合は、マスクを着用してください
  - 咳やくしゃみをするときは、マスクを着用してください
- ③にぎやかな手洗い・手指消毒
  - 手洗いは、流水で30秒以上洗い流してください
  - 手指消毒アルコールを使用した手指の消毒も効果的です

**三つの留意**

- ①感染防止(要)を忘れず
- ②みんなが楽しむ観光地
- ③よくて観光地

安心旅人宣言カード

安全・安心が見える旅がいいね

私達も  
気を付けよう



## 重点戦略

コロナの感染症対策に向けた地域での連携体制を構築し、安全・安心な観光地づくりを進める。

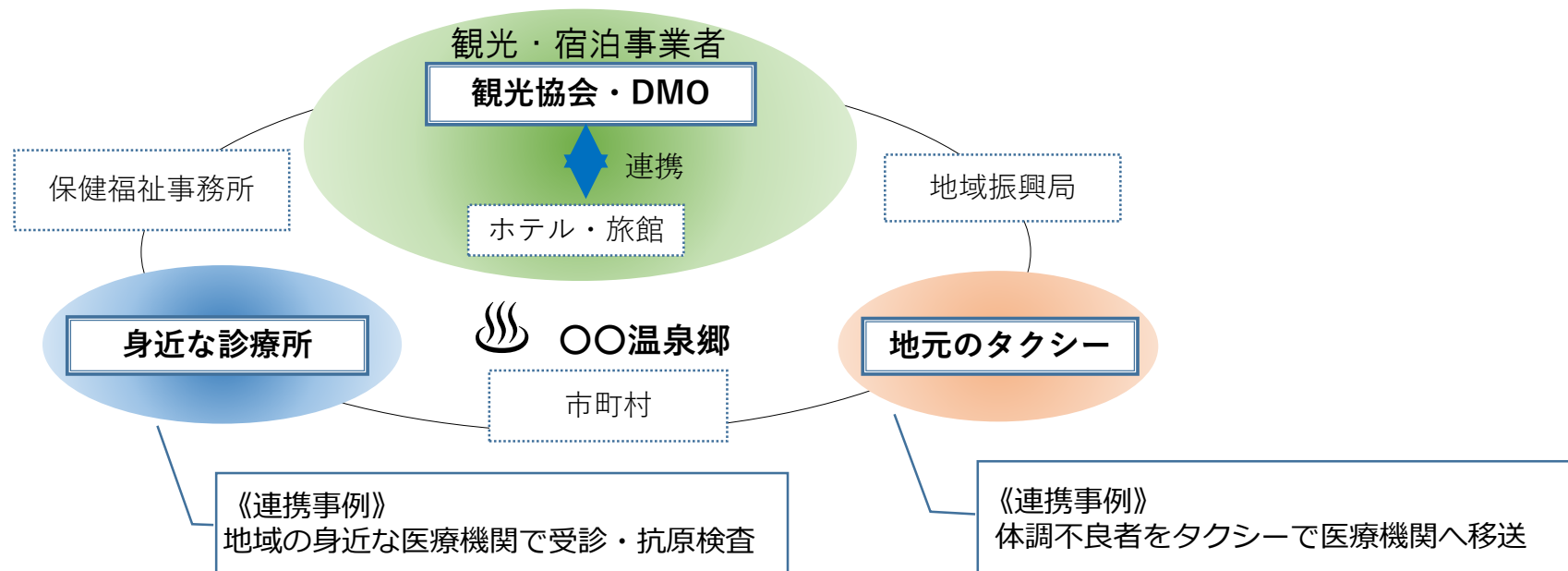
## 取組

【今すぐ着手】 ※インフルエンザの流行期に備え

- ▶ ガイドラインに沿った感染症対策の徹底
- ▶ 「新型コロナ対策推進宣言」事業者の拡充
- ▶ 非接触型・非対面型に対応したサービスや施設への転換

【さらなる対応】

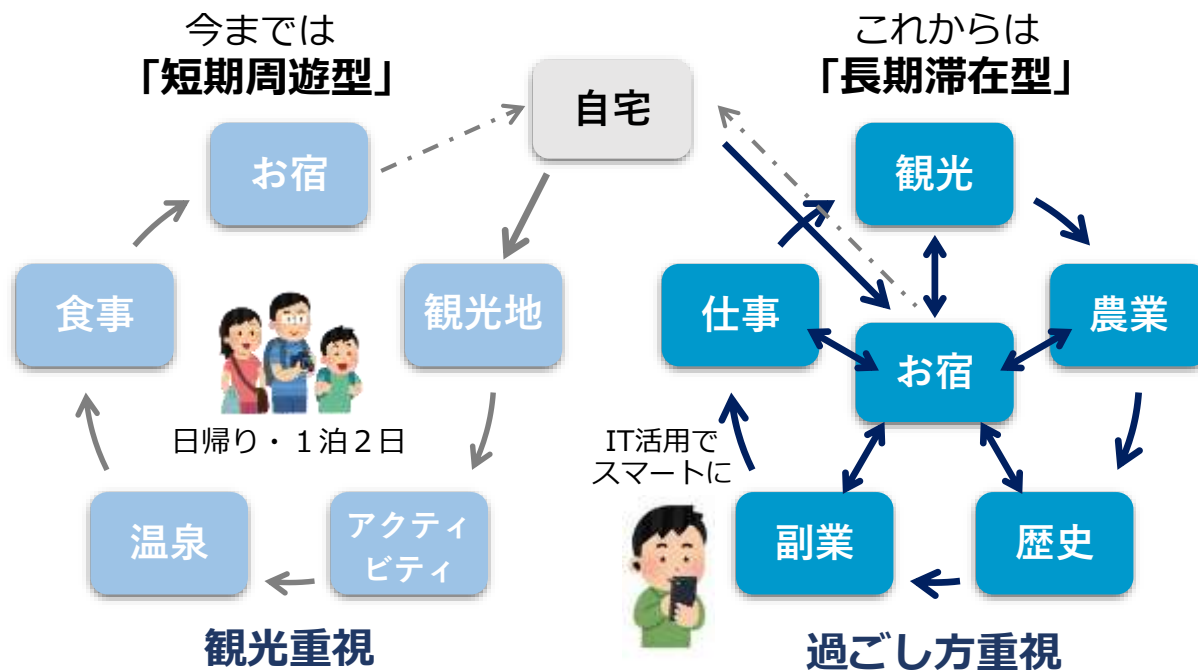
- ▶ 感染疑いのある旅行者の迅速な受診・検査体制や移送体制など連携体制の構築



# ライフスタイルと観光の融合

## - 寛ぎと発見の長期滞在プロジェクト -

- 【変化】 団体から個人行動へ、休日集中から平日分散へ、密を避ける行動へシフト。  
テレワークの浸透など働き方改革の推進により生活スタイルが大きく変化。
- 【予想】 **個々に拠点**を持ちながらライフスタイルに応じた**多様な長期滞在型**が定着。
- 【方向性】 ライフスタイルと観光を融合した「**観光 × ○○**」など、様々な分野とのコラボにより**“新たな発見”**を得て**人生を豊かにする長期滞在型観光**を創出。  
(○○の例：仕事、歴史・文化、農業、趣味、スキルアップ・・・)



寛ぎ  
発見





## 重点戦略

- ▶ 歴史や食・文化を知って楽しむ**旅のストーリー**を探求
- ▶ その土地ならではの**過ごし方（くらし、食、遊び）**を提供
- ▶ 信州が育んできた**持続可能なライフスタイル**を体感

## 取組

### 【今すぐ着手】

- ▶ 連泊割引による長期滞在への誘導
- ▶ リゾートテレワークの環境整備、企業等への積極的なPR
- ▶ 長期滞在に対応した泊食分離の普及支援



### 【さらなる対応】 ※長期滞在型観光コンテンツづくり

- ▶ 信州の強み“健康長寿”を前面にした長期滞在中で、自身のライフスタイル（生活・健康）を見つめ直す機会を提供
- ▶ “学びの宝庫” 信州で一つのテーマ（ワイン、美術etc）をとことん極めて自分の価値を高める旅プログラム



# デジタル×観光＝信州ファン増 - 信州リピーター獲得プロジェクト -

- 【変化】 コロナ下でも人とのつながりや社会生活を維持できる手法として **デジタル技術が社会生活に浸透**し始め、一部の専門領域から一般化
- 【予想】 旅マエ・旅ナカ・旅アト あらゆる場面で **デジタルを有効に活用**し次につながる **マーケティング戦略へ活かす**時代に
- 【方向性】 積極的なDX推進で 旅マエから旅アトまで **快適かつ満足度が高く** **信州リピーターの獲得につながる**仕組みを展開

## デジタルで信州の魅力を発信



HP等での高画質動画配信



旅の計画や予約をもっと手軽に



アプリやネットで施設予約

旅マエ

信州の文化に興味！



旅アト

また行きたい

記念日に信州特産品

旅行体験者がオンラインサロンで再び信州に住む人と談話



旅人と信州とのつながりを大切に



収集データをマーケティングに活用



予約や決済データをマーケティングに活用

旅先の行動をスムーズに



混雑状況の見える化と利用者の分散 施設・交通機関でのキャッシュレス決済

消費動向を把握



旅ナカでの関心事は何か？



## 重点戦略

旅マエ デジタル技術によるコンテンツの徹底した可視化によって

旅ナカ 旅行を通じた信州の魅力発見と探求を後押しし、

旅アト 「コアな信州ファン（リピーター）」の着実な獲得につなげる

## 取組

### 【今すぐ着手】

- ▶ 何度も訪れたいくなる仕掛け（デジタル映像発信、NAGANOマルシェ等ECサイト活用、信州オリジナル物産販売との連携）
- ▶ 快適な旅に資する環境整備（wifi等）
- ▶ 身近な観光資源の再発見



### 【さらなる対応】

- ▶ 予約・決済データ活用やSNS発信内容の分析により顧客満足度の向上を図る観光地マーケティングの展開
- ▶ オンラインツアーの造成



## 推進の仕組み

推進主体は 個性ある**“地域”**

本方針に沿った戦略的な観光地域づくりを支援

⇒ 観光地経営の視点を持った観光地域への転換を推進

- ・ **県** : 方針3本柱を提示、地域の取組をバックアップ
- ・ **地域** : 地域一体で取り組む経営戦略と事業方策を策定・実践
- ・ **機構** : 地域の取組に助言、民間とのコーディネート役 これまでの取組を活かしてプロジェクト実現へ

【狙い】 喫緊の課題に着手 ➡ 観光振興方針の実践 ➡ 観光戦略の加速

インセンティブの付与とノウハウ支援により地域独自の**「稼ぐ」観光地域づくりへ**

### コロナの社会変革を追い風にする発想の転換

観光客も減り  
地域として何かしなくては…



でも ・何をしたいかわからない  
・ 結束するきっかけがない  
・ チャレンジする資金がない



### 「稼ぐ」観光地づくりの実践を支援

県（本庁・現地）

**観光振興  
方針**

3本柱を提示し  
地域の具体的取組を  
バックアップ

広域  
エリア

地域に入って、直接、助言  
民間企業とのコーディネート

機構



# 振興方針策定後の取組について

安全・安心な観光地域づくり・長期滞在型観光の推進・信州リピーターの獲得

## 現地機関（地域振興局）

プロジェクトへの参画

- ・ 長期滞在型観光を観光協会単位の範囲で進めるには限界がある。
- ・ 管内だけでなく、局間連携も含め、市町村間のつなぎ役を担う。
- ・ 広域的な視点でエリアの魅力を磨き、観光客に飽きられない観光コンテンツづくりを集中的に進めていく。

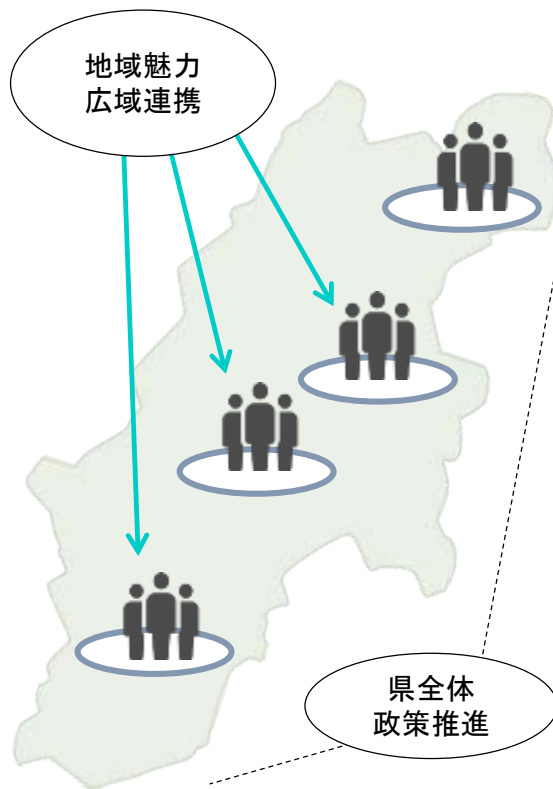


常に連携・情報共有

## 本 庁

プロジェクトチームの設置  
→「安全・安心」「長期滞在・リピーター」

- ・ 3本柱の政策が更に進むよう、県庁全体で横軸の連携を図る。
- ・ 現地の取組で解決できない課題に対して、新たな対応が必要であれば、事業構築を行う。
- ・ 県全体の進捗管理を行い、評価と見直しを行う。



# これまでの一般的な観光スタイル

## 旅マエ

- ・観光情報サイトのコンテンツは充実
- ・一方で顧客ニーズにマッチしているのか再点検が必要
- ▶安全・安心に関する情報が一元化できないか
- ▶情報発信と予約システムの一体化はできないか
- ▶混雑状況や目的地へのルート・移動手段が分からない
- ▶実際に行った人の感想や評判がわかると便利



## 旅ナカ



- ・週末等の限られた時間で行かせるのでスケジュールがタイトになりがち
- ・観光消費の広がりには限界があり周辺散策・発見のチャンスもない
- ・観光＝観光地巡りだけという固定概念
- ・コロナ下では文化や歴史といった資源をフル活用する新たな視点必要

安全・安心が見えない

余裕がない＝消費型観光

アナログ対応に限界

知らない土地での  
予期せぬトラブル

- ・感染症が疑われる
- ・相談するのはどこ？
- ・頼れる医療機関は？



人気の観光地は  
常に混雑と隣合わせ

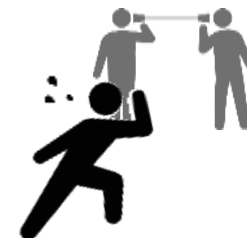


人の往来が途絶すると  
観光営業の継続困難



## 旅アト

- ・楽しかった思い出は主に身近な人と共有
- ・実際の体験が他人の「次」に繋がらない



- ・ニーズ調査 未実施か店舗単位実施が中心
- ・地域としてのデータ取得や分析がなかなか進まない



次につながらない



## 旅マエ

- ・地域の魅力や安全・安心の情報を顧客にダイレクトに伝える情報発信
- ・オンライン配信による事前学習等で
- ・旅行者は事前に健康チェックを実施



## 旅ナカ

ふらっと出かけるときは  
宿泊施設で周辺をご案内



五感と好奇心を刺激する  
学び・体験が主眼の観光



都会の喧騒から離れて  
リゾートテレワーク



学びでライフスタイルを  
デザインする「過ごし旅」

長期滞在型観光へ

トータルで安全・安心が  
見える観光地づくり

いざというときの相談先や  
地域の連携体制が明確



デジタル技術で「信州ファン」  
の快適な行動をサポート

混雑を避けて  
スムーズで快適な旅を



「もっと知りたい」  
に応える 見える化



## 旅アト

- ・SNS等を活用し旅で得た価値を広く共有
- ・レビューベース発信で顧客満足度を上げてリピーター獲得へ



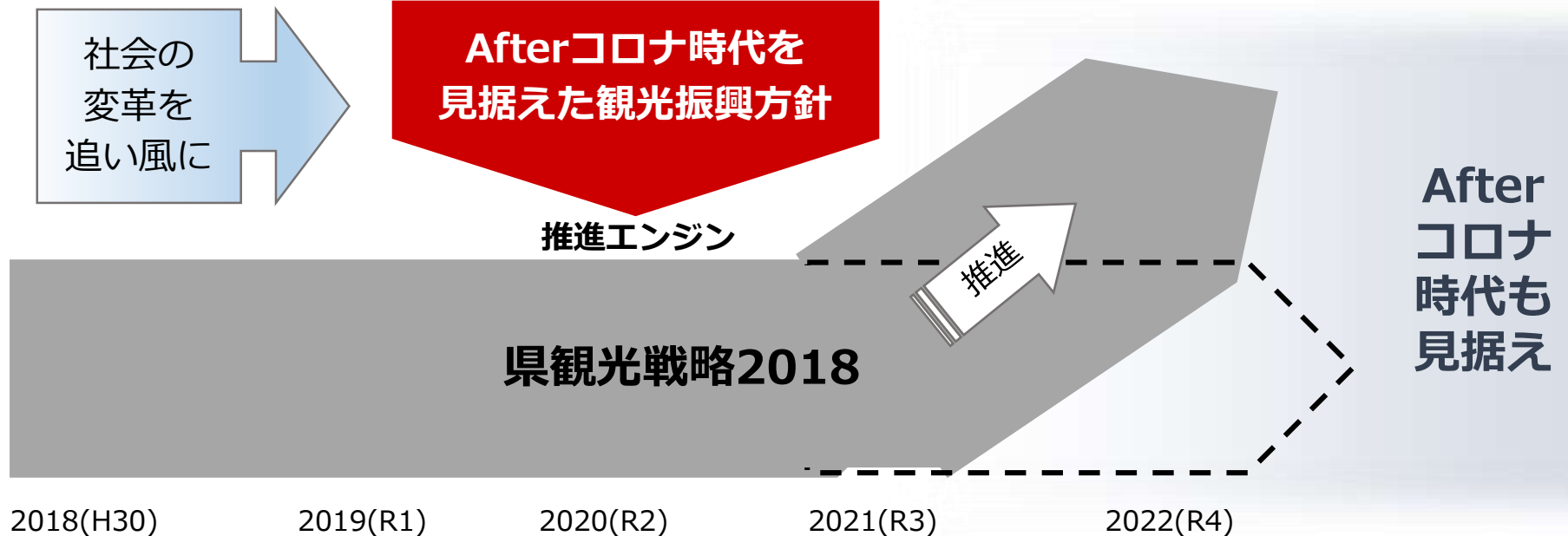
取得データを活用し  
地域が一体となって  
新たなコンテンツを造成



信州を愛するコアなファンを獲得

- 本方針では、新型コロナの影響による社会変革を好機として 重点的に取り組む観光モデルの方向性を提示
- この実現に向けて 地域が積極的に観光経営を追求する体制を整備  
→ **県観光戦略2018の目指す姿を推進** 2022年度まで集中的に取り組む
- Afterコロナ時代も見据えて地域のモデル的な取組を全県下に波及

①観光地の構造転換、②集中的に取組  
③プロジェクト体制、④独自の観光経営





### 1 戦略の位置付け

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、県としての「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

2 対象期間：2018年度(平成30年度)～2022年度までの5カ年間

### 3 施策展開の方向

#### 【第I章観光の担い手としての経営体づくり】

戦略推進本部と県観光機構は連携して広域型DMO・DMCの形成と将来を担う人材の育成を行うとともに、県観光機構は組織体制を充実強化します。

- ◆ 「広域型DMO・DMC」の形成・確立
- ◆ 県観光機構が広域型DMO・DMCの形成や観光地域づくりの課題・将来像に積極的にコミットできるよう組織体制を充実強化
- ◆ 観光地域づくりの視点からの「まちづくり」の推進と支援体制の構築
- ◆ 暮らす人も訪れる人も参画する「学び」を重視した観光地域づくりの推進
- ◆ 総合産業としての観光を担う人材の育成・確保
- ◆ 県観光部の役割の明確化

#### 【第II章観光地域としての基盤づくり】

地域の多様な主体が参画して地域のストーリーに従い、「稼ぐ」基盤となるまちづくりや二次交通・情報インフラの充実、観光ブランドの形成に取り組めます。

- ◆ 地域の持続可能な自立を目指す「稼ぐ」基盤づくり
- ◆ 世界からのアクセスを円滑にする交通インフラの整備と二次交通の充実
- ◆ 最先端の技術を活かした世界水準の情報インフラづくり
- ◆ 信州の強みを最大限発揮する観光ブランドの形成・確立
- ◆ 本県観光の新たな付加価値を生み出す「学びツーリズム」の確立
- ◆ 地勢や環境を活かした大規模イベントの開催やフィルムコミッション・スポーツコミッションの推進
- ◆ 安全・安心で楽しい登山環境の確立

#### 【第III章世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略】

本格的なインバウンド先進県となるべく、ハード・ソフト両面からインバウンド受入体制を強化します。

- ◆ インバウンド誘客の推進・受入環境の整備
  - ・信州のポテンシャルを活かした海外からの誘客ルートの確立
  - ・海外から選ばれる体験型観光の発掘・磨き上げ
  - ・官民挙げての受入環境の整備
- ◆ 国別戦略による効果的なプロモーション
  - ・重点地域と個別戦略
  - ・オリンピックレガシーの活用
  - ・二国間協定の活用

### 4 主な指標と実績

No.	評価指標	目標値	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R01 (2019)	達成率
1	延べ宿泊者数	2,175万人	1,780万人	1799万人	1,832万人	1,805万人	83.0%
2	観光消費額	8,100億円	7,320億円	7,093億円	8,146億円	8,769億円	120.6%
3	重点支援広域型DMO・DMCの指定数	10	—	—	0	1	10.0%
4	来訪者満足度(国内)	25.0%	18.6%	23.7%	25.8%	32.5%	130.0%