

# 「しあわせ信州創造プラン2.0」及び 「長野県観光戦略2018」における 観光振興施策の振り返り及び今後の方向性

令和5年9月13日

観 光 部

資料 A 「しあわせ信州創造プラン2.0」及び  
「長野県観光戦略2018」における  
観光振興施策の進捗状況

資料 B 今後の観光振興の方向性  
(審議事項含む)

「しあわせ信州創造プラン2.0」及び  
「長野県観光戦略2018」における  
観光振興施策の進捗状況

観 光 部

# 長野県観光戦略2018について

概要

## 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か年間

## 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みます。

- ◆ 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 主要指標

No.	評価指標	H28(2016)	目標値
1	延べ宿泊者数	1,780万人	2,175万人
2	外国人延宿泊者数	113.5万人	300万人
3	観光消費額	7,320億円	8,100億円
4	重点支援広域型DMO・DMCの指定数	—	10

No.	評価指標	H28(2016)	目標値
5	来訪者満足度(国内)	18.6%	25.0%
6	来訪者満足度(海外)	43.2%	50.0%
7	山岳遭難死傷者数	211人(2017)	180人以下

# 主要指標の達成状況

- 「観光消費額」や「延べ宿泊者数」はコロナ禍による落ち込みから回復傾向がみられるものの、未だコロナ以前の水準には戻っていない
- 来訪者満足度（国内）は目標を達成（海外はコロナ禍でアンケートを実施していないため結果なし）

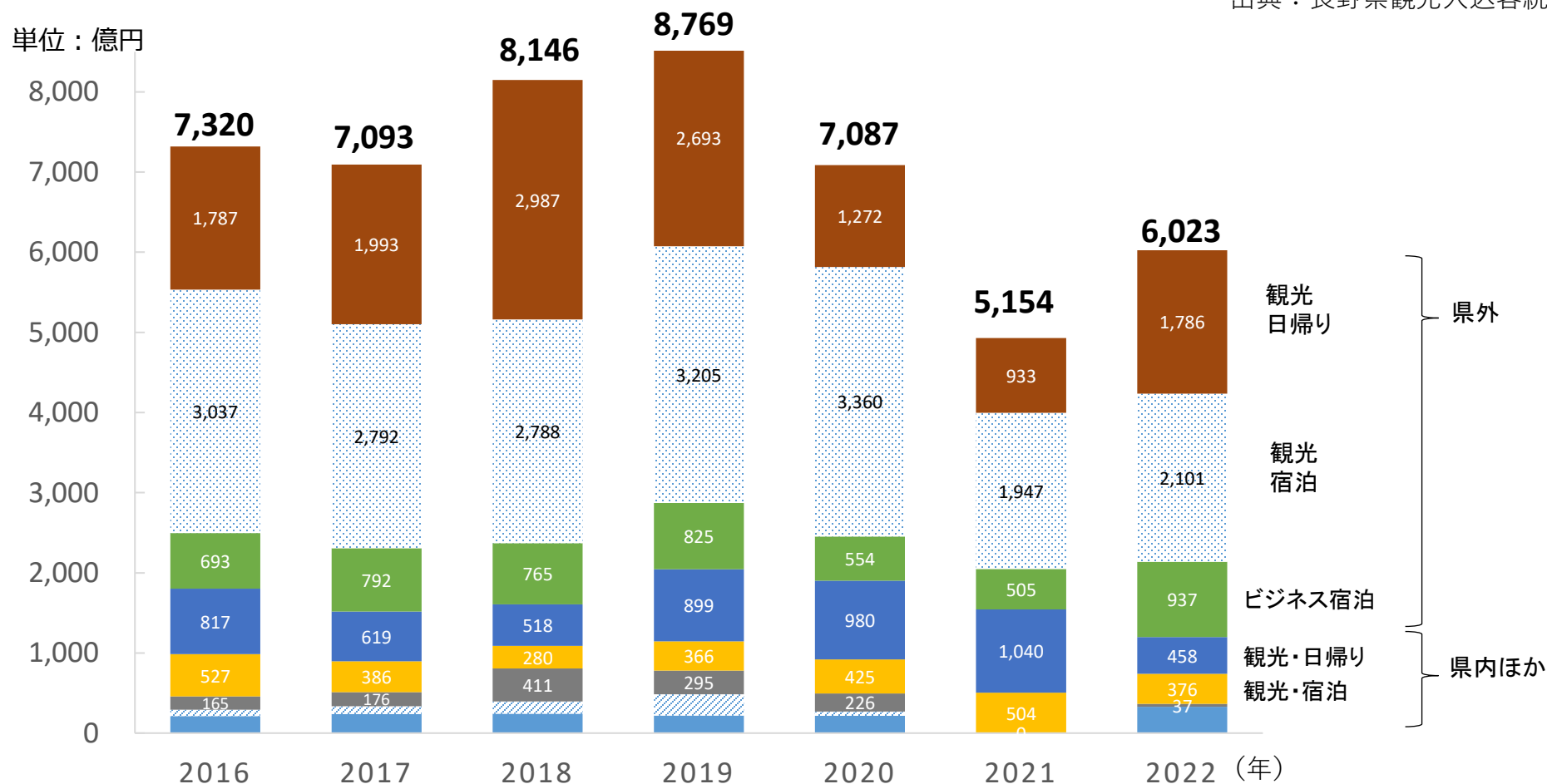
主要指標	基準値 (2016)	(2018)	(2019)	(2020)	(2021)	実績値 (2022)	目標値 (2022)
延べ宿泊者数 ※ [宿泊旅行統計調査（観光庁）]	1,780万人	1,832万人	1,805万人	1,124万人	1,084万人	<b>1,417万人</b>	2,175万人
外国人延べ宿泊者数 ※ [宿泊旅行統計調査（観光庁）]	113.5万人	152.7万人	157.8万人	52.7万人	6.3万人	<b>18.0万人</b>	300万人
重点支援広域型DMO・DMC 指定数 [観光部調べ]	0	0	1	1	1	<b>1</b>	10
観光消費額 ★ [観光入込客統計（共通基準）]	7,320億円	8,146億円	8,769億円	7,087億円	5,154億円	<b>6,023億円</b>	8,100億円
来訪者満足度（国内） [来訪者満足度調査（県観光機構）]	18.6%	25.8%	32.5%	26.7%	23.6%	<b>26.5%</b>	25.0%
来訪者満足度（海外） [来訪者満足度調査（県観光機構）]	43.2%	40.9%	37.5%	— (コロナ禍により 未実施)	— (コロナ禍により 未実施)	— (コロナ禍により 未実施)	50.0%
山岳遭難死傷者数 ※ [長野県警察本部調]	211人	203人	180人	120人	164人	<b>181人</b>	180人以下

★：「しあわせ信州創造プラン2.0」重点目標 ※：「しあわせ信州創造プラン2.0」関連目標

# 観光消費額の年別・属性別推移

- 観光消費額は、新型コロナの影響により基準値（2016年：7,320億円）を下回った
- 国内旅行者の消費額は5,987億円で基準値である2016年の約85%、インバウンドの消費額は37億円で基準値の約15%と、ともに基準値未滿
- なお、同じくコロナ禍であった前年比では約117%と回復傾向がみられる

出典：長野県観光入込客統計

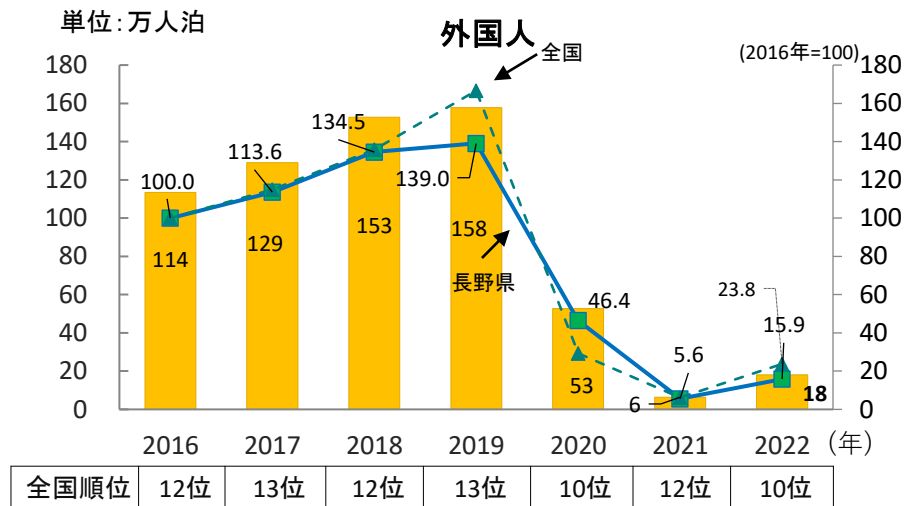
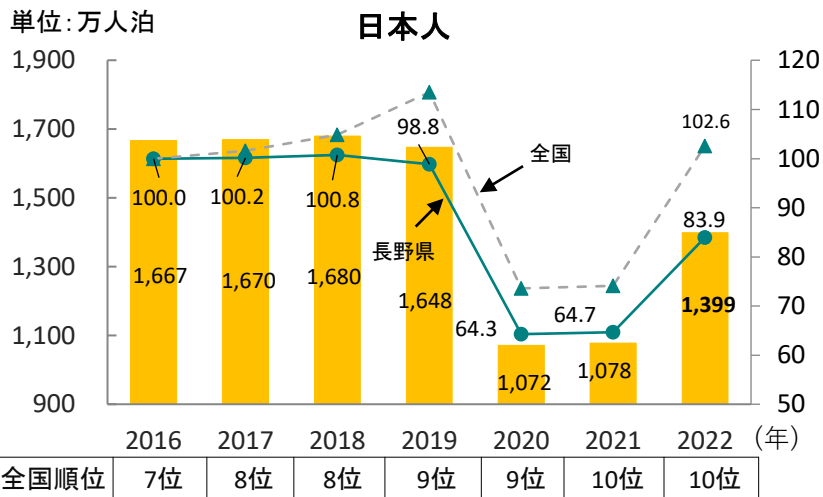


# 本県の延べ宿泊者数の状況

- 延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数は、共に前年比では増加したが、コロナ前の2019年比には届かない状況
- また、直近（R5.1～6月）の延べ宿泊者数をコロナ前の2019年と比較すると、いずれの月も80～100%で推移する等、回復傾向が顕著となっている

※出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」（2023年は速報値）

## ◆延べ宿泊者数の推移



## ◆直近の延べ宿泊者数（日本人+外国人）の状況

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
2019年	1,613,410	1,484,580	1,306,860	1,341,910	1,548,000	1,210,350
2023年	1,476,470	1,442,180	1,328,650	1,073,980	1,388,090	1,131,710
(対2019比:%)	<u>91.5%</u>	<u>97.1%</u>	<u>101.7%</u>	<u>80.0%</u>	<u>89.7%</u>	<u>93.5%</u>

# 長野県 来訪者満足度等アンケート調査結果

- 過去の最高値は2019年の32.5%だが、昨年（23.6%）から2.9%増加し、目標を達成
- コロナ禍での旅行代金割引や宿泊施設の前向き投資を支援したことが満足度向上につながったと考えられる

※出典：長野県観光機構「2022年度長野県来訪者満足度等アンケート調査」

		そう思う			どちらでもない (4)	そう思わない		
		大変そう思う (大変満足) (7)	そう思う (満足) (6)	やや思う (やや満足) (5)		あまり思わない (やや不満) (3)	思わない (不満) (2)	全く思わない (大変不満) (1)
凡例								
Q9 長野県の期待に対する上回り	(n=449)	20.9	30.7	25.8	17.1	2.7	1.6	1.1
Q7 長野県の総合満足度	(n=449)	26.5	43.9	18.5	8.2	1.1	0.7	1.1
Q11 最も行きたかった場所の紹介意向	(n=449)	22.0	37.9	18.7	17.1	2.0	0.4	1.8
Q12 長野県への来訪意向	(n=449)	29.6	34.1	22.3	10.9	1.8	0.2	1.1

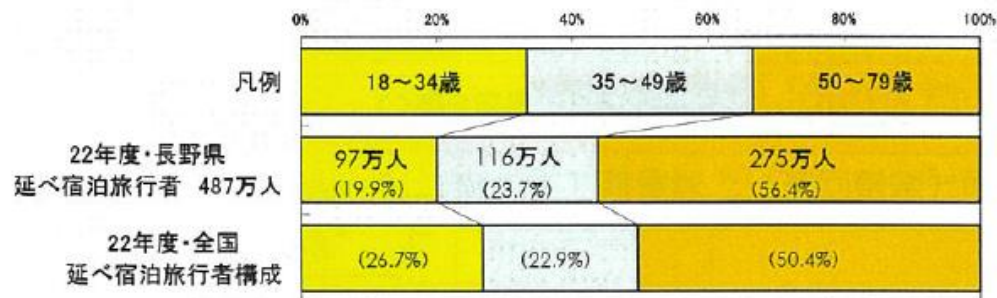
- 年代別では40～50代の満足度が最も高く29.7%、60代以上が20.9%と最も低い
- 居住エリア別では長野県内旅行者の満足度が最も高く53.8%、次いで四国・九州（29.4%）関東（28.4%）
- 季節別では夏季（7～9月）が最も満足度が高く36.6%、次いで冬季（24.5%）



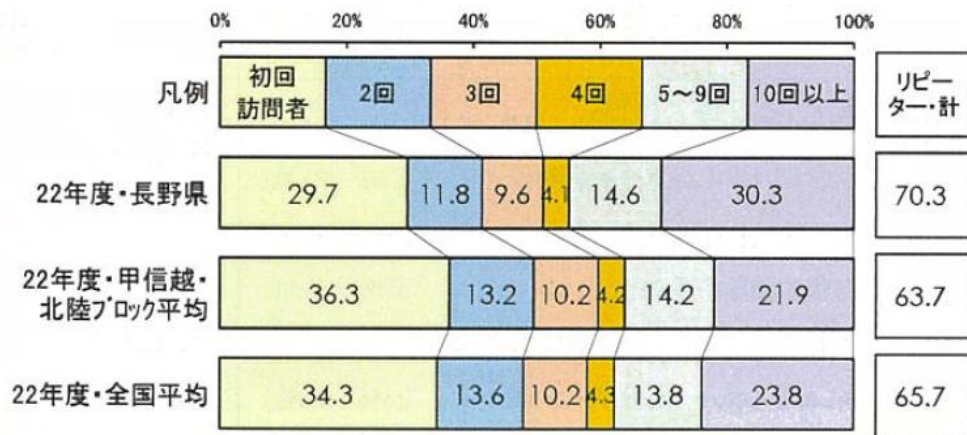
# 本県における旅行者ニーズ①

- 長野県への宿泊旅行者の年代は50歳以上が半数以上であり、若年層への情報発信が課題
- 長野県への宿泊旅行者の居住地は、関東・甲信越・東海地域の順に多い
- 長野県への来訪者はリピーター率が高く、特に10回以上の訪問者が全国平均以上

## ◆長野県への宿泊旅行者の年代



## ◆長野県への来訪経験



## ◆長野県への宿泊旅行者の居住地（ブロック別）



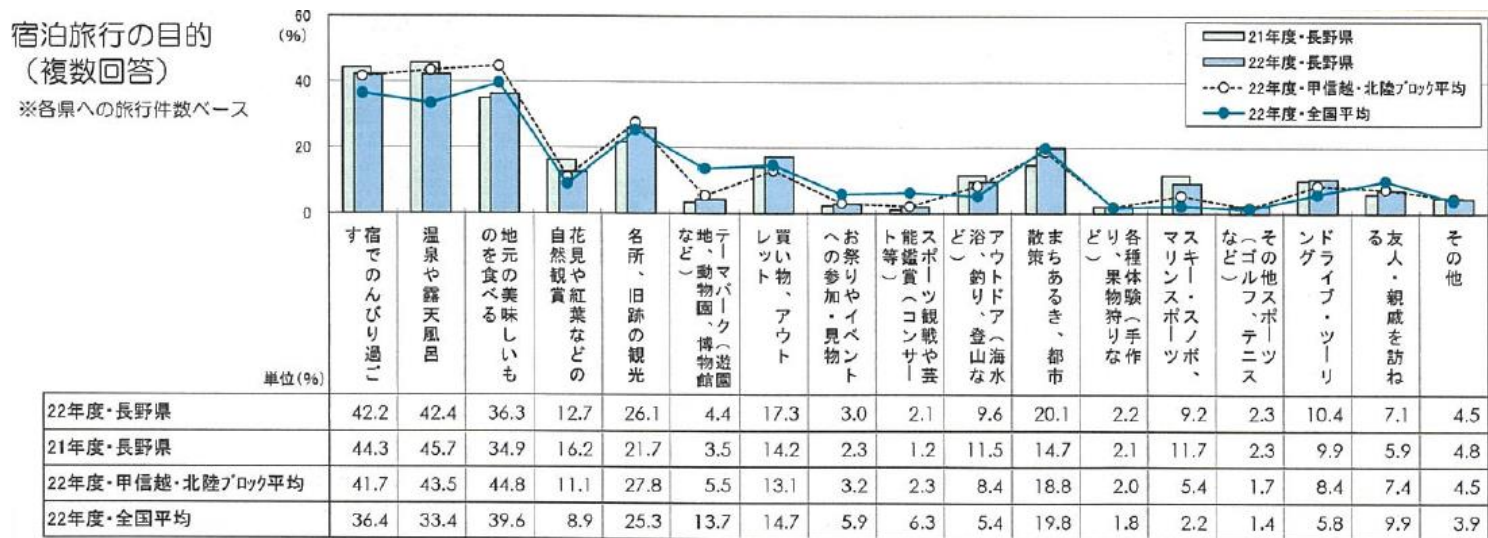
※出典：じゃらん「宿泊旅行調査2023」

# 本県における旅行者ニーズ②

- 長野県への「宿泊旅行の目的」や「旅行先として選んだ理由」から、長野県へ訪れる方の傾向として
- ①温泉・自然鑑賞・アウトドア・スキー等を目的に来訪する方が多い
  - ②なじみの旅先であることや知人のすすめ・誘いで来訪する方が多い
- ことがわかる

## ◆長野県への「宿泊旅行の目的」

※出典：じゃらん「宿泊旅行調査2023」



## ◆長野県を「旅行先を選んだ理由」

単位(%)	ハード資源			ソフト資源			情報接点				
	スポット	温泉	交通の便	食・特産品	イベント・アタビティ	宿・ホテル	テレビ等で話題	クチコミ・評判	親戚や知人がいた	知人のすすめ・誘い	なじみ
22年度・長野県	69.0	41.8	39.8	43.0	35.5	60.1	20.3	24.9	20.8	34.8	37.7
22年度・甲信越・北陸ブロック平均	66.8	43.8	43.5	50.6	32.7	56.9	21.3	26.0	21.1	32.8	34.9
22年度・全国平均	65.3	36.7	48.8	47.6	36.1	55.2	23.7	28.8	24.2	31.5	35.2

※全国平均より5ポイント以上高い項目に網掛け

# 進捗状況等のまとめ

---

- ◆全国旅行支援の開始や水際対策緩和以降、アフターコロナに向けた動きが加速し、それに伴い国内外の旅行需要も回復傾向となっている。
  - ・観光消費額：2022年 6,023億円（2021年比 約117%）
  - ・延べ宿泊者数：2022年 1,417万人泊（2021年比 約131%）
- ◆直近の延べ宿泊者もコロナ前にほぼ戻っている状況
  - ・延べ宿泊者数：2023年6月 113万人泊（2019年同月比約94%）
- ◆長野県への来訪者満足度等アンケート調査における来訪者満足度は前年水準より増加（2023年 26.5%（2022年 +2.9%））
- ◆各種調査等により把握した旅行者のニーズ・トレンドに基づき、適宜有効な施策を推進していく

# 今後の観光振興の方向性 (審議事項含む)

観 光 部

# しあわせ信州創造プラン3.0について

基本目標…確かな暮らしを守り、信州からゆたかな社会を創る

## <政策の柱>

持続可能で安定した暮らしを守る

創造的で強靱な産業の発展を支援する

**快適でゆとりのある社会生活を創造する**

誰にでも居場所と出番がある社会をつくる

誰もが主体的に学ぶことができる環境をつくる

## 世界水準の山岳高原観光地づくり

### 【目指す姿：世界水準の山岳高原観光地づくり】

コロナ禍で停滞した観光交流が回復し、観光産業の活性化や地域課題の解決が図られ、暮らす人も訪れる人も長野県を楽しんでいる。

### 【達成目標】

観光消費額：（2021年）5,154億円 ⇒ （2027年）9,000億円 など

### 【主な施策の記載】

#### ①観光地域づくりの推進

- ・長野県の特徴ある観光資源やその歴史や風土などのストーリーの用・創出を支援するなど、長期滞在客やリピーターを呼び込む取組を推進
- ・脱炭素をはじめとする持続可能な観光地づくりに向けた取組を推進
- ・観光振興施策を継続的かつ安定的に実施するため、新たな観光振興税の創設について検討

#### ②「長野県観光」のプロモーションの展開

- ・長野県の特徴を活かした観光資源のブランド化や関係者と連携した誘客プロモーションを推進
- ・ターゲットとなる旅行者の関心やトレンドに対応した効率的かつ効果的なデジタルプロモーションを展開

#### ③インバウンドの推進

- ・海外からの観光客の市場分析やニーズを踏まえ、情報発信やガイド育成、商品造成を支援
- ・海外の高付加価値旅行市場など観光消費額の最大化に向けてターゲットを絞った国外プロモーション等を展開

# 長野県観光振興アクションプランについて①

## ◆ 策定趣旨

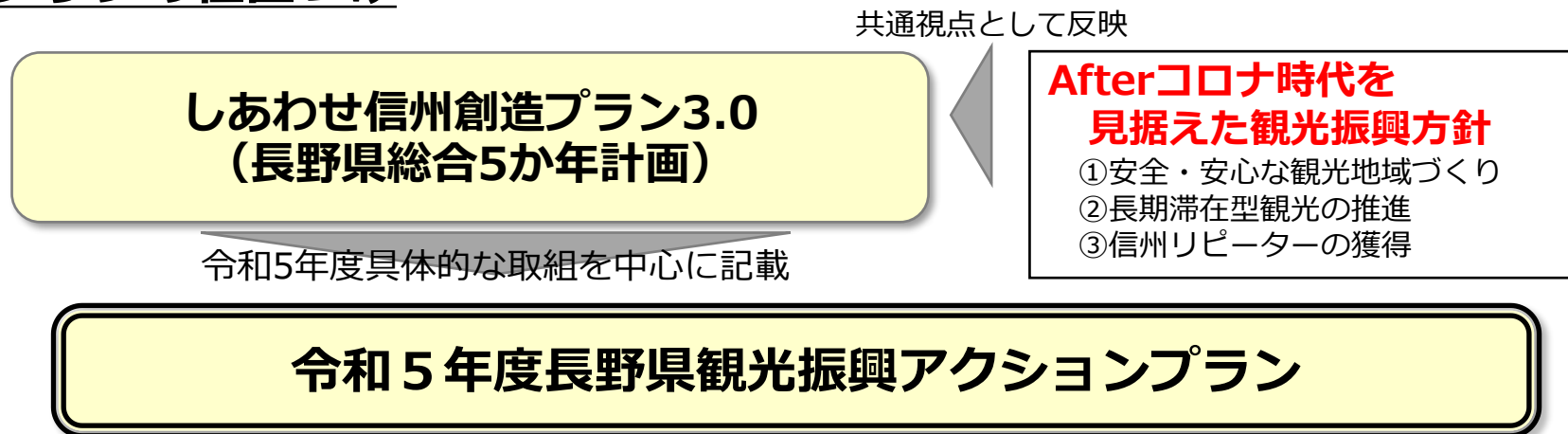
- アフターコロナにおける長野県観光の再生・復興のため、「しあわせ信州創造プラン3.0」及び「Afterコロナ時代を見据えた観光振興方針」を踏まえ、横断的かつ機動的な取組が必要
- 長野県各部局の取組を以下の3つの戦略に整理し、有機的に結び付けたものを「令和5年度長野県観光振興アクションプラン」として取りまとめ

① 受入環境整備を含めた観光地域づくり推進戦略

② 長野県観光のプロモーション戦略

③ インバウンド推進戦略

## ◆ プランの位置づけ



# 長野県観光振興アクションプランについて②

## ◆ 方針①：受入環境整備を含めた観光地域づくり推進戦略

### ▶ 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

「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

宿泊客及び訪日外国人旅行者が多く  
底上げや広域的な取組が必要と考え  
られるエリアを中心に取組を推進

## ◆ 方針②：長野県観光のプロモーション戦略

### ▶ 施策推進のコンセプト

信州ならではの「アウトドアカルチャー」を  
メインテーマとして発信

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

高齢層を維持しつつ、現地での消  
費が期待できる若年層（Z世代※）  
を意識

※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)

# 長野県観光振興アクションプランについて③

## ◆ 方針③：インバウンド推進戦略

### ▶ 施策推進のコンセプト

量（旅行者数）から質（消費額）へ転換

「回復（維持）と拡大」の2軸で展開

⇒消費額の高い高付加価値旅行市場開拓を通じて量から質への転換を図るとともに、実績国・地域からの集客を維持しつつ、グリーン期を含めた通年誘客と市場拡大を目指す

### ▶ 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

## ◆ その他：中～長期を見据えた取組

- 観光産業の生産性を向上させるため、観光関連事業者のDX化を推進
- 観光振興施策を継続的かつ安定的に実施するため、新たな観光財源を検討
- 国内スキー人口の減少や今後のインバウンド需要増加を踏まえ、スキー場の今後のあり方や経営改善に向けた取組等について検討  
など



# 令和5年度の主な取組①

## ◆ **アウトドアコンテンツ**の磨き上げ

### ■ **アウトドアアクティビティ事業者強化支援事業（R5.6月補正）**

- ・アウトドアカルチャーの発信・定着を進めるため、県内のアウトドアアクティビティ事業者の新たな事業展開や生産性向上の取組を支援

支援対象：県内のアウトドアアクティビティ事業者

対象経費：①新たな事業展開（アクティビティ機材の購入費等）

②生産性向上支援（キャッシュレス決済の導入等）

補助率等：1/2 上限額10,000,000円

- ・サイクルツーリズム推進に向け、県1周サイクリングルート「Japan Alps Cycling Road」上の環境整備を支援

支援対象：サイクルステーション整備・宿泊施設の受入環境整備等

補助率等：1/2 上限額50,000円～500,000円

## ◆ **サステナブルツーリズム**の推進

### ■ **サステナブルなインバウンド観光地づくり事業（R5当初）**

- ・自然資源や文化資源の保全等に配慮した「サステナブル」な観光地づくりに取り組む地域を支援

支援対象：DMO（候補）法人

※R5年7月に公募終了

  
Go Nature. Go Nagano.



# 令和5年度の主な取組②

## ◆ ユニバーサルツーリズムの推進

### ■ ユニバーサルツーリズム推進事業（R5当初）

- ・長野県の自然豊かな山岳高原観光地を、年齢や障がいの有無に関わらず、誰もが安心して楽しめるよう受入環境づくりを推進

<具体的な取組内容>

- ①専門機材の運用技術等を身に着けた実務人材を育成 ※信大と連携
- ②専門人材を活用した学習旅行プログラムを企画・立案し、希望校にて実証事業を実施 ※信大・教育委員会と連携
- ③専門機器である「アウトドア用車椅子」「デュアルスキー」等の導入費用を支援(補助率 1/2 上限額1,000,000円)



## ◆ 観光関連事業者の人材確保

### ■ 観光地域パッケージ型インターンシップ促進事業（R5当初）

- ・観光業に関心のある学生等を観光地として受け入れ、地域内で、宿泊業、DMO等様々な業種を体験するパッケージ型インターンシップ実施を支援

<実施予定地域>

渋温泉(山ノ内町)	8/26～27開催	県内高校生16名参加
戸倉上山田温泉(千曲市)	冬季開催予定	
小諸市	冬季開催予定	他2地域程度(公募中)



# 令和5年度の主な取組③

## ◆ インバウンド推進

### ■ 高付加価値旅行市場開拓に向けたプロモーション事業（R5.当初）

- ・インバウンドの県内観光消費額を最大化するため、旅行消費単価が高い「欧・米・豪」市場の開拓に向けたプロモーション等を実施

＜具体的な取組内容＞

#### ① 海外現地コーディネーター（レップ）の設置

現地に拠点を置き、旅行会社へのセールスや旅行博への出展等を行うコーディネーターを設置

#### ② 富裕層向け雑誌・Webサイトへの広告掲載

#### ③ Adventure ELEVATE（米国の商談会）におけるプロモーション

アドベンチャーツーリズム※のエージェントが集まる商談会において「中山道」をはじめとした自然・文化体験コンテンツをPR

※自然・アクティビティ・異文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行形態

#### ④ 知事トップセールスの実施

- ・中国（R5.7月～8月）  
⇒中国スキー市場における富裕層誘客等が目的
- ・欧州（今後実施予定）  
⇒現地旅行者・メディア等を対象としたプロモーションが目的



# 令和5年度の主な取組④

## ◆ 新たな観光振興財源検討

- 人口減少や少子高齢化がますます進む中、地域の維持・発展のためには交流人口・関係人口の拡大や他産業への経済波及に資する「観光」は地域活性化の切り札
- 観光は学び・社会貢献・地域交流の機会でもあり、旅のもたらす感動や満足感は県民一人ひとりの生きる活力やしあわせの実感へつながる

- サステナブル・ユニバーサル・人材不足・旅行者ニーズの把握等々、様々な課題へ対応し、「世界水準の山岳高原観光地」を目指す必要がある
- 取組を前にすすめるための財源確保も大きな課題のひとつ

**受益者である観光客に一定の負担を求めることも含め、  
持続的・安定的な観光振興財源の検討が必要**

**7月27日に知事から長野県観光振興審議会に対し新たな観光振興財源の検討について諮問**

- ・ 諮問を受け、県観光振興審議会に検討部会を設置
- ・ 税財政や観光に関する学識者、観光関連事業者等とともに検討予定

## 【審議事項】

---

- ◆ 県内観光の現状や課題をどのように捉えているか  
各委員の皆様からの視点からご発言いただきたい
- ◆ 今後、観光振興を進めていくに当たり必要な視点  
についてご発言いただきたい
- ◆ 「しあわせ信州創造プラン3.0」や「長野県観光振興アクションプラン」の方向性に基づき、  
来年度以降、県が新たに取り組むべきこと・継続  
して取り組んでいくべきことについてご意見を  
いただきたい