

北陸新幹線(長野経由)金沢延伸に向けた 長野県の実践について



しあわせ信州



◎善光寺



長野県観光PRキャラクター
「アルクマ」

新・新幹線時代

日本の屋根と日本の海が結ばれる 2015 信州

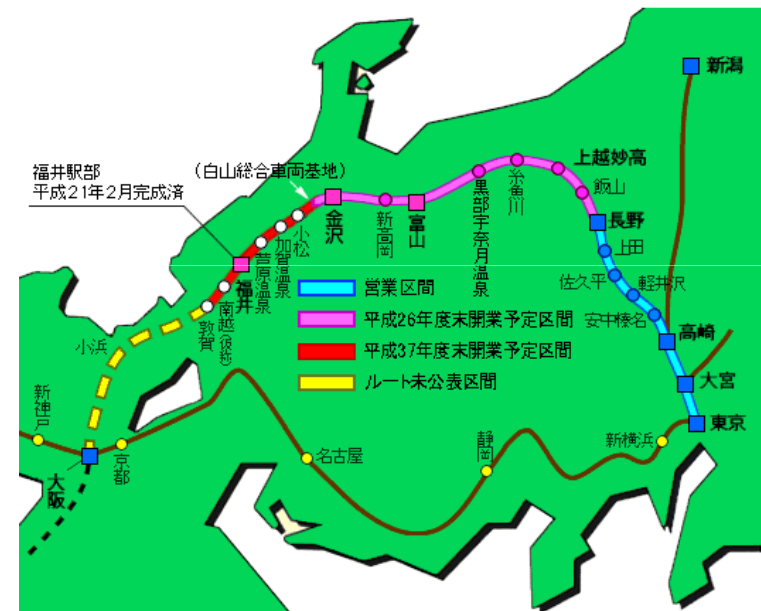
北陸新幹線の概要



しあわせ信州

- ◆ 区 間 ／ 東京・大阪間
- ◆ 主な経過地 ／ 長野市付近、富山市付近、小浜市付近(整備計画S48.11)
- ◆ 総延長 ／ 約700km (うち、東京・高崎間105kmは上越新幹線と共用)
- ◆ 設計最高速度 ／ 260km/h

平成 9年10月 高崎・長野間開業
平成 10年 3月 長野・上越間着工
平成 13年 5月 上越・富山間着工
平成 17年 6月 富山・金沢間着工
平成 24年 8月 金沢・敦賀間着工



平成27年 3月 長野・金沢間開業予定

228km 68分 (国土交通省資料)



飯山駅 (デザイン原案)

北陸新幹線の車両及び運行体系



しあわせ信州



本画像は、東京～金沢間の運行を予定している車両です

＜車両の概要＞ ※（ ）内は現行E2系あさま

編成	12両(8両)
定員	934名(630名)
特徴	○プレミアムブランドである「グランクラス」を導入 ○アクティブサスペンションを搭載し、より乗り心地の良い車両 ○バリアフリー設備の充実 等

＜運行体系＞

- 東京～金沢間直通（速達タイプ） 「かがやき」
※長野や富山など主要駅のみ停車
- 東京～金沢間直通（停車タイプ） 「はくたか」
※ほとんどの駅に停車
- 東京～長野間（現長野新幹線タイプ）「あさま」
- 富山～金沢間（シャトルタイプ） 「つるぎ」

車両のトータルコンセプト

「大人の琴線に触れる『洗練さ』と心と体の『ゆとり・解放感』」

車両のデザインコンセプト

日本の伝統文化と未来をつなぐ“和”の未来“

エクステリアデザイン

One-motion-line(ワンモーションライン シンプルな流線形)

- ・車体上部色は「空色」
- ・車体色は「アイボリーホワイト」
- ・車体中央の帯色は「銅色(カッパー)および空色」

インテリアデザイン

＜グランクラス＞



伝統を感じる空間と先進の機能を持つシートがお互いを高めあうことで、居心地の良い、ゆとりある空間を感じていただけるように演出。

北陸新幹線の延伸効果



しあわせ信州

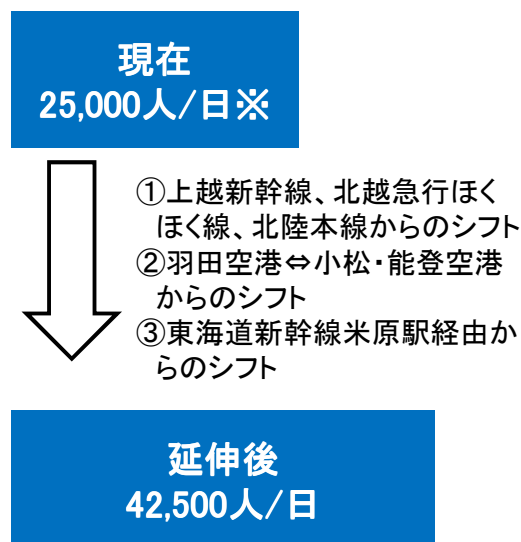
- 所要時間は長野・富山間で**49分**、長野・金沢間で**68分**
- 新幹線利用者は**1.7倍**に増加

【所要時間の短縮】

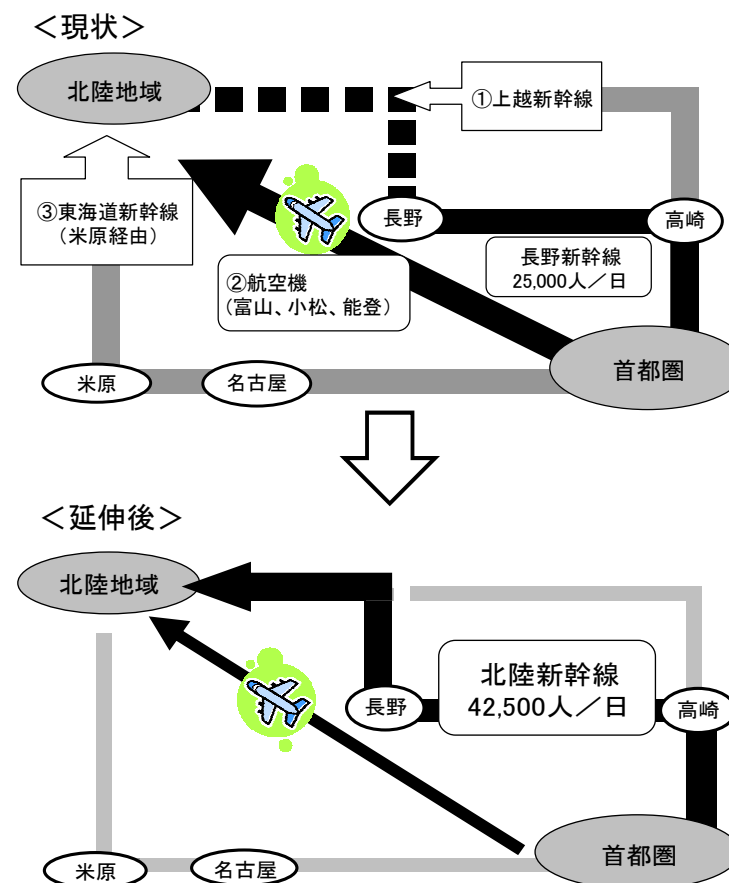
長野・富山間	長野・金沢間
<在来線> 2時間50分	<在来線> 3時間25分
<<新幹線>> 49分	<<新幹線>> 1時間8分
短縮効果 2時間 1分	短縮効果 2時間17分

「国土交通省交通政策審議会
整備新幹線小委員会資料(平成24年2月)」

【交流人口の増加】



※高崎ー軽井沢間実績
(平成20年度)



新幹線金沢延伸を観光に生かす6つのプロジェクト



しあわせ信州

目指すもの

1. 7倍に増加する新幹線利用者に県内駅で降車していただく仕組み

① 停車駅ハブ化と広域観光PJ

共有しよう

足元の価値を見直して商品化しよう！

- ◆地域観光資源のブラッシュアップと二次交通整備
- ◆新幹線停車駅ハブ化事業による駅を中心とするミニ観光圏づくり(4km・4時間、10～20km・8時間)
- ◆立山黒部アルペンルート・上高地・軽井沢を基点とする広域観光ルートづくり
- ◆旅行商品づくり、エージェントリップ(旅行会社招聘)、旅行商品商談会
- ◆信越観光圏との連携
- ◆インバウンド向けフリーパスの検討zzz

② 飯山新駅を徹底宣伝PJ

共有しよう

唯一の新駅をみんなで宣伝しよう！

- ◆駅を中心とする「信越自然郷」の魅力向上
- ◆旅行商品造成から販売まで行う広域観光プラットフォームの構築
- ◆カウントダウンイベントの支援
- ◆北陸新幹線誘客推進員(県東京観光情報センター配置)によるPR

信越自然郷



③ 沿線連携で相乗効果PJ

共有しよう

沿線県とWinWinの関係を築こう！

- ◆大都市圏での共同観光物産展等の開催
- ◆広域周遊ルートづくり、観光物産展の相互開催、商談会等の協力
- ◆個別連携
 - ・富山県:立山黒部アルペンルートの活用、首都圏からの誘客、富山空港を活かしたインバウンド
 - ・石川県:相互送客連携、広域観光ルートづくり、小松空港を活かしたインバウンド
 - ・新潟県:関西圏からの誘客、上越駅・糸魚川駅を活用した広域観光ルートづくり、大糸線の活用
 - ・岐阜県:上高地を観光基点とした広域観光ルートづくり

④ 経済効果を全県へ波及PJ

共有しよう

もう一か所、もう一泊にこだわろう！

- ◆延伸開業キャンペーンの実施
- ◆北陸地域からの誘客促進(観光PRイベントの開催・出展、商談会)
- ◆コンセプトを明確にしたキャンペーン(健康長寿、文化、子供の体験など)
- ◆大型催事(善光寺御開帳、諏訪大社御柱祭)を活用した全県周遊企画の実施
- ◆開業後の適切な時期におけるデスティネーションキャンペーンの実施

⑤ おもてなし日本一PJ

共有しよう

一人ひとりが信州の「顔」であることを自覚しよう！

- ◆観光客満足度調査の実施・公表(観光関係事業者へのフィードバック)
- ◆全県的なおもてなし推進組織の設置
- ◆業界ごとの主体的な取組の推進
- ◆県民向けメディアPR
- ◆おもてなしの表彰制度
- ◆「ずく出し！知恵出し！おもてなし宣言」の募集・実践



⑥ 情報発信の新拠点PJ

共有しよう

新拠点から「信州」を発信しよう！

- ◆JR長野駅 新駅ビル
- ◆軽井沢駅周辺
- ◆信州首都圏総合活動拠点



開業翌年度(H27)における新幹線利用者の増加目標



しあわせ信州

飯山駅 新設開業 1,300人/日	長野駅 6,380→ 7,100人/日	上田駅 2,699→ 3,000人/日	佐久平駅 2,454→ 2,700人/日	軽井沢駅 2,917→ 3,300人/日
-------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------------	----------------------------

※各駅の増加目標は、佐久・上小・長野の各地域観光戦略会議と信越9市町村広域観光連携会議で検討して設定(表の見方)例)長野駅: 現行(H24)の新幹線利用者数6,380人/日→開業翌年度(H27)に7,100人/日にする

増加目標を達成するための総力を結集した取組

機運の醸成と
信州ブランドの発信

新幹線を利用した観光客を増加

北陸・隣接各県との
連携・協力

【増客目標】80万人/年

年間各駅利用者数の計

現行(H24)
530万人/年

目標(H27)
610万人/年

15%up

※飯山駅は観光目的利用者を推計し積算

“これからもっと”首都圏から

20万人/年

“つながる”北陸から

40万人/年

“ひろがる”関西から

20万人/年

新幹線金沢延伸に向けての観光戦略



しあわせ信州

目指すもの

北陸新幹線(長野経由)の金沢延伸開業のチャンスを最大限に生かし、新幹線を利用した観光客を増加させるとともに、延伸効果を全県下に波及させる。

実現するために

マーケットに応じた誘客策を展開

首都圏

最大のマーケット

一定の認知度があるが、北陸が攻勢をかける中、長野県の特徴を顕在化させる必要がある。
→ 長野県の強みや新たな魅力を発信(他地域との差別化)

北陸地域

新たなマーケット

北陸地域においては、「軽井沢」など長野県のイメージは限定的である。
→ 長野県観光地の認知度向上、時間距離短縮のPR

関西圏

マーケット拡大

金沢への旅行客が多いため、長野県まで足を延ばすための優位性のアピールが必要。
→ スキー・学習旅行の取込、金沢経由での移動時間短縮PR

長野県で降車、周遊・滞在いただくための取組

- 降車: 東京ー金沢間での途中下車につながる「4時間・8時間パッケージ」づくり
- 周遊: 停車駅と中南信地域との連携による周遊商品づくり
- 宿泊: 県内宿泊に結びつける「食」や「夜・朝」の魅力づくり
- 山岳: 北陸とは異なる「信州の山岳高原」の魅力発信
- 再訪: 再び来たくなる「日本一のおもてなし」



平成26年度における長野県観光部の取組



しあわせ信州

北陸地域向け 37,329千円

- 信州の認知度を上げるため
メディア等を活用したキャンペーン
- 相互送客の連携

<事業>

- ・ラジオ番組・テレビCMを活用したPR
- ・北陸最大級の旅フェアへの出展
- ・旅行・物産商談会、観光物産展の開催

全国向け 15,584千円

- 旅行商品の造成を促進する現地説明会議の開催
- 長野駅での観光情報の発信
- 善光寺御開帳奉賛会との連携
- 美しい星空を活用した誘客促進

<事業>

- ・全国販売促進会議とエキスカーションの開催
- ・長野市観光情報センターと連携した全県の観光案内
- ・善光寺御開帳奉賛会との連携キャラバンの実施
- ・美しい星空をテーマにしたモニターツアーの実施やシンポジウムの開催

関西圏向け 1,046千円

- 北陸回りの誘客を想定したセールス
- 沿線県との共同PRの実施

<事業>

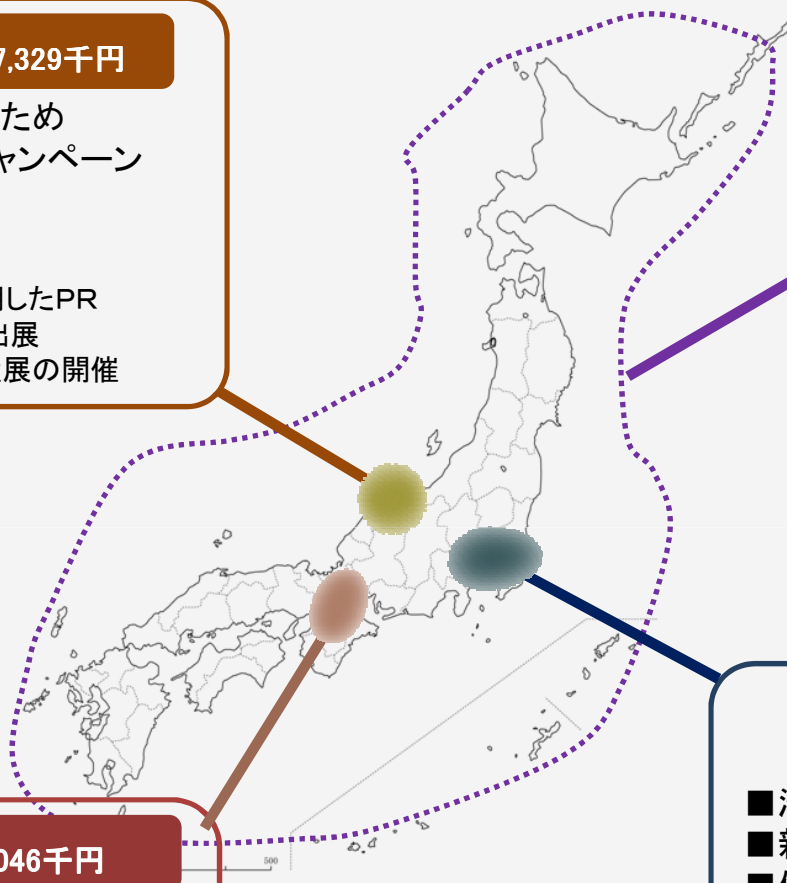
- ・新潟県との共同イベントの開催
- ・旅行会社へのスキー関連キャラバン
- ・教育旅行の誘致

首都圏向け 8,666千円

- 沿線県との共同プロモーション
- 新たな信州の魅力の発信
- 信州首都圏総合活動拠点からの発信

<事業>

- ・沿線県との共同観光物産展の開催
- ・「山」をテーマにした体験交流型イベントの開催
- ・新幹線誘客推進員(MICE誘致推進員と兼務)の設置
- ・信州首都圏総合活動拠点の開設(H26夏予定)※別掲
- ・農村ツーリズムセミナー・商談会の開催



新幹線停車駅ハブ化事業



しあわせ信州

○地域の観光素材を再度見直し、磨き上げ、情報発信を行うとともに商品化につなげる。

○駅からの移動手段について、お客様目線での整備・情報発信を行う。

	軽井沢	佐久平	上田	長野	飯山
主な取組	「冬の軽井沢」の着地商品化 美術館、歴史的建造物等の活用による着地商品化	「中山道をゆこう」「星空ウォーク」などのプログラム 体験型長期滞在田舎暮らしの推進	おもてなし武将隊と歩く上田城学びの旅 電動サイクルで巡る真田三代ゆかりの地	長野駅～善光寺ガイド付街歩き 戸隠、飯綱高原、松代の魅力向上	「信越自然郷」のブランド化 着地型旅行商品「飯山旅々」のブラッシュアップ
二次交通等	・しなの鉄道とバスがセットになった「軽井沢フリーパス」の発売（2013.4～） ・しなの鉄道を基軸とした交通商品（特に観光列車）の検討	軽井沢来訪者の取込及び小海線を活用した誘客促進	・運賃低減バスの運行（2013.10～） ・観光タクシー商品の開発検討	・リーズナブルな観光タクシー ・ぐるりん号の活用	飯山駅からの二次交通（検討）

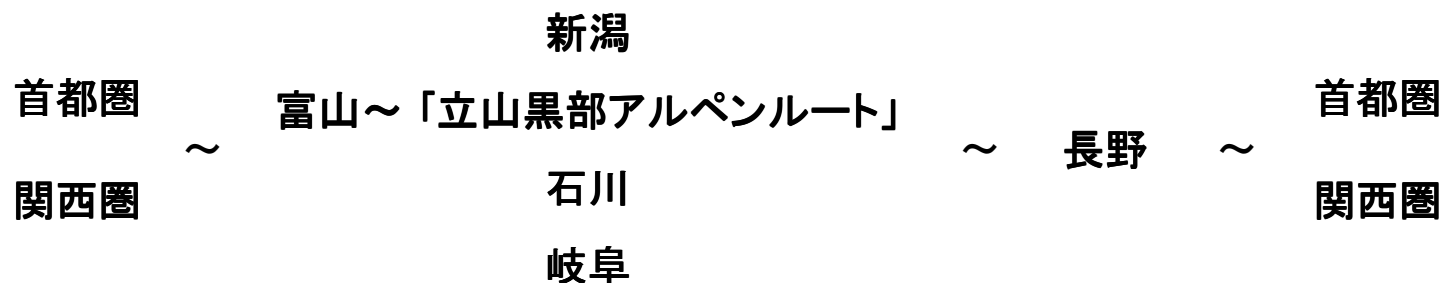
	立山黒部アルペンルート	上高地
主な取組	「大糸線ゆう浪漫会議」を軸とした観光商品の開発	・奈良井宿と塩尻ワイナリーをテーマとした旅行商品開発 ・“新”松本物語を活用した商品化
二次交通等	・北アルプス地域内周遊バスの運行及び連携の検討 ・立山黒部アルペンルートの交通商品の検討	・「名古屋＝松本＝上高地＝高山・下呂＝名古屋」を周遊する旅行商品の販売（2013.5～） ・「松本＝高山＝金沢」の交通商品の検討

沿線県との連携による広域観光の推進



1、首都圏、関西圏からの誘客促進

新幹線延伸を活用し、北陸等各県と長野県を周遊する観光ルートを企画・PR



2、富山、小松空港を利用した誘客

両空港を活用して共同で取り組む外国人旅行者の誘致

3、相互送客

沿線県と長野県が、相互に観光・物産PRを行い、観光・交流を促進

4、強みを活かしたコラボレーション

海の幸と山の幸の観光資源の融合による誘客

例えば 海産物 × NAGANO WINE



富山湾鮭

&



NAGANO WINE



“海”と“山”をいちどに楽しむ旅をPR



しあわせ信州

2泊3日で長野県の山岳高原や温泉と、日本海の手産物が楽しめます！



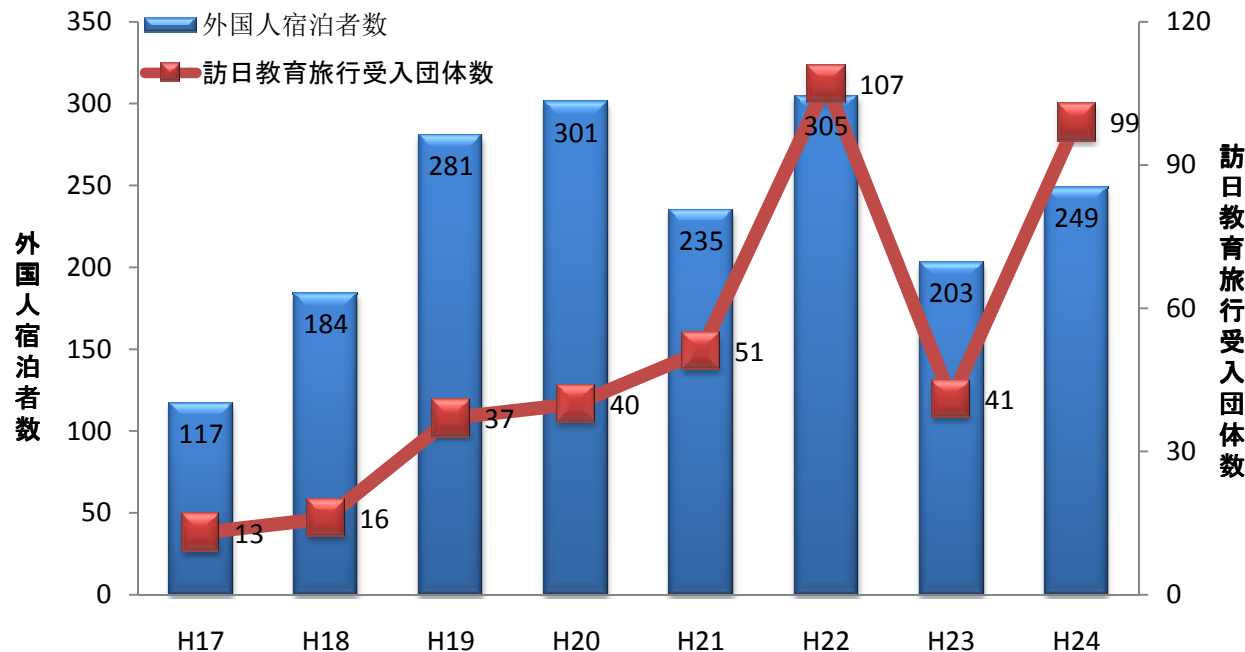
外国人観光客の誘客



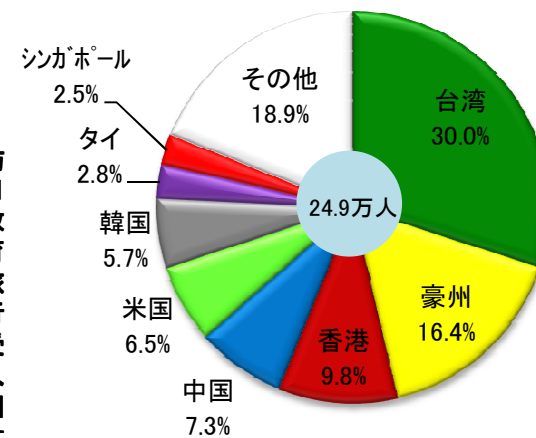
しあわせ信州

長野県外国人宿泊者数、訪日教育旅行受入団体数

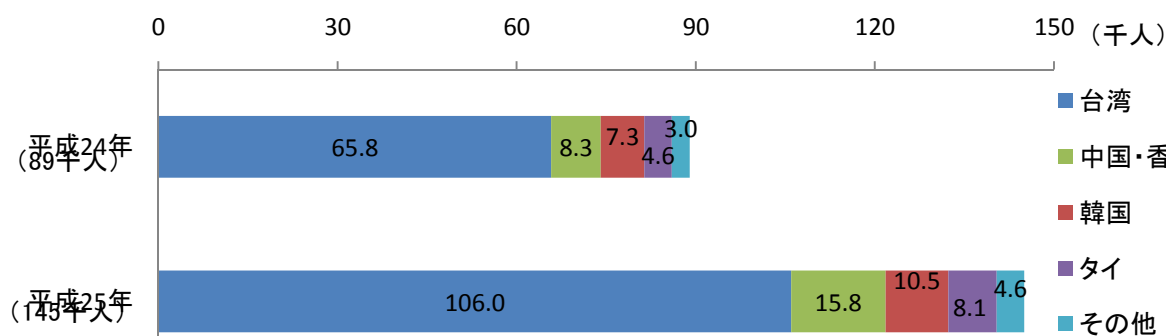
(千人) ■外国人宿泊者数、訪日教育旅行受入団体数の推移



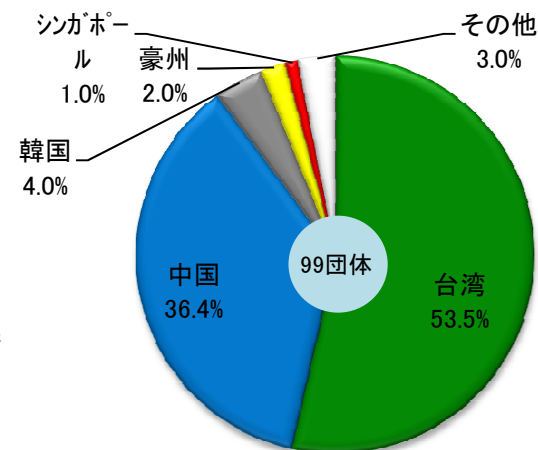
■宿泊者数 国別構成比(H24)



立山黒部アルペンルート外国人観光客数



(立山黒部観光(株)発表資料)



■教育旅行受入団体数 国別構成比(H24)