

重点目標④ 観光消費額

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）	年	基準値 (2016)	目標値 (2022)	最新値 (2022)	進捗状況
	数値	7,320億円	8,100億円	6,023億円	判定せず

(目標値の考え)

$$\text{観光消費額} = \text{来訪者数} \times \text{消費単価}$$

消費単価を基準値(2016年)に固定した上で、関連目標「2022年の日本人延べ宿泊者数1,875万人」及び関連目標「2022年の外国人延べ宿泊者数300万人」を目標に想定値を設定し、算出

日本人観光消費額

(重点政策・主な施策)

①県内

	2016年	2022年
観光目的・宿泊	526.9億円	376.2億円
観光目的・日帰り	816.7億円	457.9億円
ビジネス目的・宿泊	171.6億円	305.9億円
ビジネス目的・日帰り	1億円	4.0億円

3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり

- ・観光の担い手としての経営体づくり
- ・観光地域としての基盤づくり

2-1 革新力に富んだ産業の創出・育成

- ・起業・スタートアップへの支援

2-4 収益性と創造性の高い農林業の推進

- ・森林の持続的な管理と多面的な利活用

2-6 郷学郷就の産業人材育成確保

- ・就業促進と働き方改革の推進

3-1 信州と関わりを持つ「つながり人口」の拡大

- ・移住・交流の新展開

3-3 心豊かな暮らしを実現する文化芸術の振興

- ・文化芸術に親しむ基盤づくり
- ・地域に根付く文化芸術の継承・活用

3-7 先端技術の積極的な活用・導入

3-9 本州中央部広域交流圏の形成

- ・信州まつもとと空港の発展・国際化の実現

4-5 地球環境への貢献

- ・生物多様性の保全

6-2 信州のブランド力向上と発信

②県外

	2016年	2022年
観光目的・宿泊	3,037.4億円	2,100.5億円
観光目的・日帰り	1,786.5億円	1,786.3億円
ビジネス目的・宿泊	692.9億円	936.7億円
ビジネス目的・日帰り	42.1億円	19.4億円

③合計

	2016年	2022年
合計	7,075.1億円	5,986.9億円

外国人観光消費額

	2016年	2022年
観光目的・宿泊	164.8億円	36.6億円
観光目的・日帰り	0.3億円	—
ビジネス目的・宿泊	79.3億円	—
ビジネス目的・日帰り	—	—
合計	244.4億円	36.6億円

3-2 世界を魅了するしあわせ観光地域づくり

- ・世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略

2-3 海外との未来志向の連携

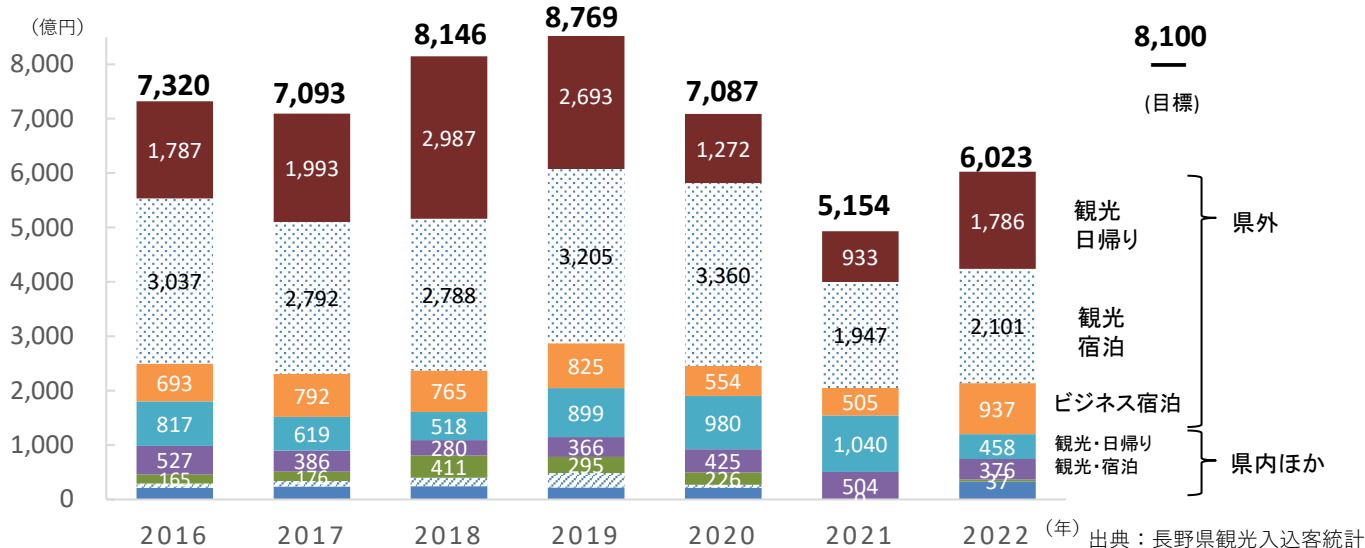
- ・海外活力の取り込み強化
- ・国際連携の強化

3-9 本州中央部広域交流圏の形成

- ・信州まつもとと空港の発展・国際化の実現

(1) 目標値に対する最新値の状況

観光消費額の推移

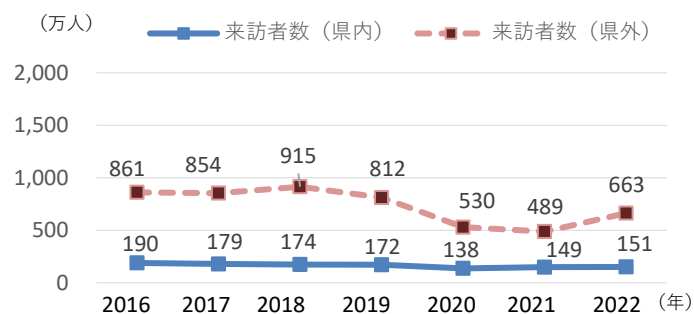


- 2022年の観光消費額は6,023億円となり、目標値である8,100億円に対する進捗率は△166%、基準値である2016年の消費額7,320億円の約82%にとどまり、長引く新型コロナの影響を受けた。
- 内訳としては、国内旅行者の観光消費額は5,987億円で基準値である2016年実績の約85%、国外旅行者(インバウンド)の観光消費額は37億円で基準値である2016年実績の約15%と、いずれも基準値を下回っている状況。

(2) 進捗状況の要因分析

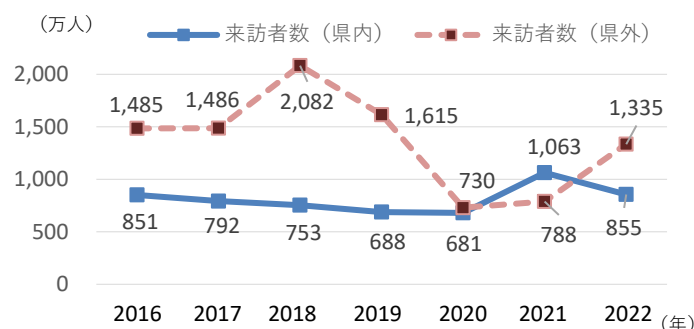
① 本県への来訪者数推移 (日本人・観光)

【宿泊・観光】



出典：観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づく長野県観光入込客統計

【日帰り・観光】



出典：観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づく長野県観光入込客統計

【宿泊観光客】

- 県内観光客は、前年比では横ばいだったが、2016年比では約80%と減少した。
- 県外観光客は新型コロナで落ち込んだ2020年・2021年からは微増となったが、2016年比では約77%と減少した。

【日帰り観光客】

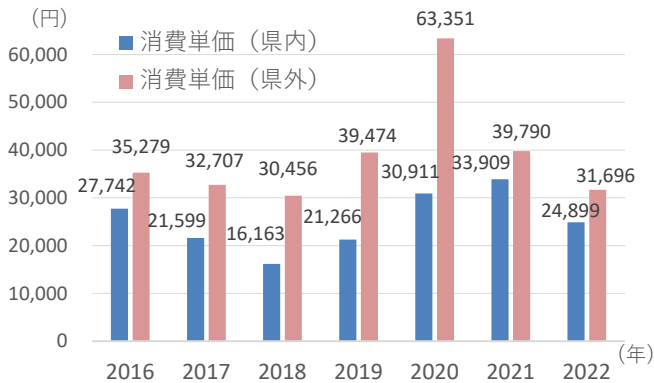
- 県内観光客は、コロナ禍におけるマイクロツーリズム需要の高まりにより増加した前年比で減少となったが、2016年比では横ばい。
- 県外観光客は新型コロナで落ち込んだ2020年・2021年からは増加(前年比約169%)となったが、2016年比では約90%と減少した。

【総括】

- 2022年は、アフターコロナに向けた旅行需要復活の機会を捉えて実施した「信州割」の全国展開(全国旅行支援)や「信州観光復興元年」をコンセプトに据えた観光誘客プロモーション等により、主に県外からの来訪者数が前年と比べて増となった。
- 一方、コロナ禍で需要が高まった県内旅行(マイクロツーリズム)は、需要喚起策の拡大やワクチン接種と進展により県外旅行の実施が可能となることに伴い、前年と比べ減少した。

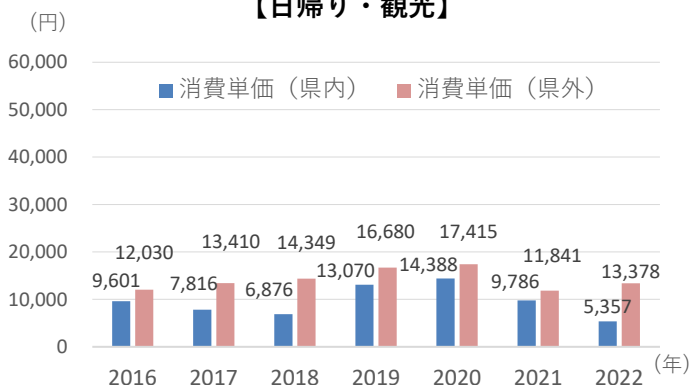
② 本県来訪者の消費単価の推移（日本人・観光）

【宿泊・観光】



出典：観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づく長野県観光入込客統計

【日帰り・観光】



出典：観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づく長野県観光入込客統計

【宿泊観光客】

- 県内・県外ともに前年比・2016年比で消費単価は減少した(県内：前年比約73%、2016年比約90%、県外：前年比約80%、2016年比約90%)。
- コロナ前(2019年)比で見ると、県内観光客の消費単価は増加した(2019年比約117%)が、県外観光客は減少した(2019年比約80%)。

【日帰り観光客】

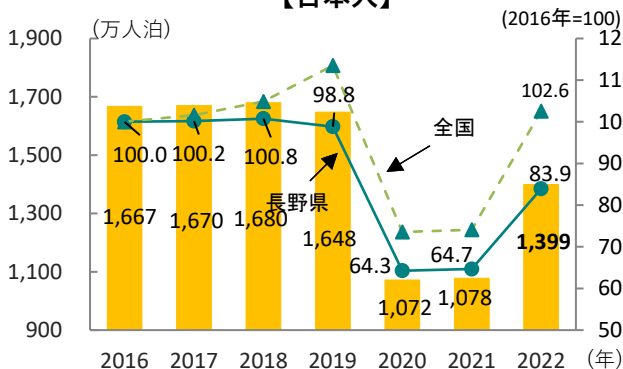
- 前年比・2016年比ともに県内観光客の消費単価は減少した(前年比約55%、2016年比約56%)が、県外観光客は増加した(前年比約113%、2016年比約111%)。
- コロナ前(2019年)比で見ると、県内・県外ともに消費単価は減少した(県内観光客：2019年比約41% 県外観光客：2019年比約80%)。

【総括】

- サイクルツーリズムやユニバーサルツーリズムといった長期滞在客やリピーターの獲得に資する地域の取組への支援など消費単価を増加させるための施策を展開したが、結果としては減少傾向となった。
- その要因としては、GoToトラベル等過去の需要喚起策よりも全国旅行支援の割引額が低いことや原油高・物価高による可処分所得の減少等が考えられる。

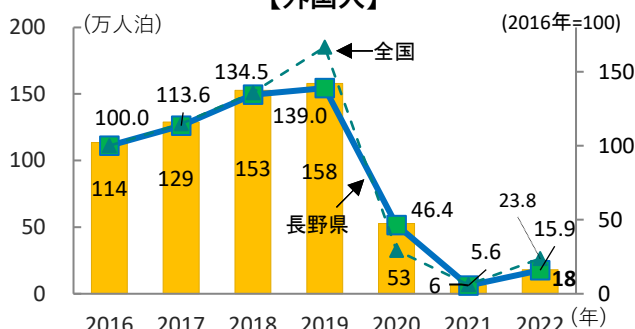
③ 延べ宿泊者数

【日本人】



全国順位 7位 8位 8位 9位 9位 10位 10位
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

【外国人】



全国順位 12位 13位 12位 13位 10位 12位 10位
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

【日本人延べ宿泊者数】

- 前年比では増加(約130%)したが、コロナ前の水準には戻っていない(2019年比約85%)。
- また、2016年比で見ると、全国の延べ宿泊者数は102.6%となった一方、長野県は83.9%と基準値に達していない状況。

【外国人延べ宿泊者数】

- 2022年10月の水際対策緩和を受け、前年比では増加(約286%)となったが、コロナ前の数値には依然として届かない状況(2019年比約11%)。
- 2016年との比較でも、全国が23.8%、長野県が15.9%といずれも本格的な回復には至っていない。

【総括】

- 2021年度に実施した「信州安全・安心な宿魅力向上事業」で宿泊施設の前向き投資を支援したこと等により、日本人・外国人ともに延べ宿泊者数は増加傾向となった。
- また、インバウンド需要回復を目的に各種プロモーションを実施したが、水際対策緩和による海外個人旅行の解禁は2022年10月からだったこともあり、外国人延べ宿泊者数は微増にとどまった。

● 都道府県別延べ宿泊者数（上位10県）

順位	都道府県	2021年	2022年	対前年比 (%)	順位 (増減率)
		延べ宿泊者数 (千人)	延べ宿泊者数 (千人)		
1	東京都	38,239	59,037	154.4	7
2	大阪府	17,859	30,522	170.9	2
3	北海道	19,060	29,169	153.0	4
4	千葉県	14,085	22,800	161.9	9
5	神奈川県	14,813	22,091	149.1	10
6	京都府	11,920	21,110	177.1	1
7	静岡県	14,263	18,308	128.4	32
8	沖縄県	11,473	18,233	158.9	3
9	愛知県	11,342	15,812	139.4	16
10	長野県	10,842	14,172	130.7	24
	全国	317,774	450,458	141.8	

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

【都道府県別延べ宿泊者数(上位10県)】

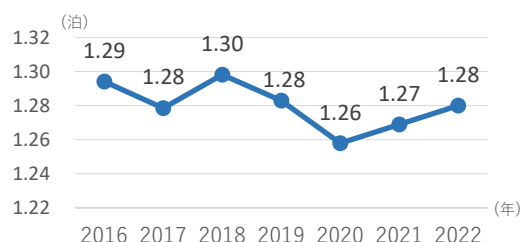
- 各県とも2021年比で大きく増加する中、本県の全国順位は横ばいとなった(2021年・2022年ともに全国第10位)。

【平均宿泊数(日本人・外国人)】

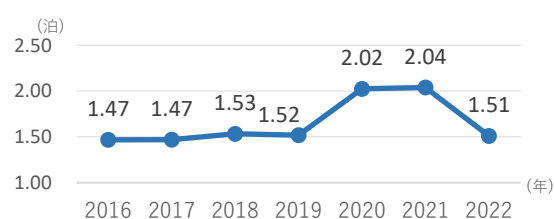
- 日本人は、基準年(2016年)と比較するとほぼ横ばいだが、コロナ前水準には達していない状況。
- 外国人は、コロナ禍での一時的な増加を除き、小幅な伸びとなった。

● 平均宿泊数（日本人・外国人）

日本人：[2016] 1.29泊 ⇒ [2022] 1.28泊



外国人：[2016] 1.47泊 ⇒ [2022] 1.51泊



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

(3) 要因分析を踏まえた今後の施策の方向性

① 本県の強みを生かした 観光地域づくりの推進

Go Nature. Go Nagano.

観光プロモーションキャッチフレーズロゴ



サイクルツーリズムの様子

- 2022年10月の水際対策緩和や2023年5月新型コロナウイルスの感染症法上の類型変更などにより、観光消費額及び延べ宿泊者数が回復傾向にあるなど、国内外の旅行需要は今後ますます増加することが見込まれる。
- 一方で、コロナ禍を通して実施されてきた観光需要喚起策が2023年6月をもって終了したこともあり、引き続き観光消費額を増加させていくためには、その地域ならではの魅力の見える化や発信(プロモーション)が重要となる。
- また、コロナ禍を経て、自然や文化資源の保全に取り組む「サステナブル(持続可能)な観光地」に向けた取組が注目されているところ。
- 以上を踏まえ、今後は長野県ならではの「アウトドアカルチャー」の発信をメインテーマにターゲットを絞ったプロモーションを展開していくとともに、「サステナブル(持続可能)」及び「ユニバーサル(誰でも楽しめる)」な観光地域をつくる取組を推進していく。

② インバウンド推進



SnowTravelExpo (2022.5豪州) の様子

- 水際対策緩和によるインバウンド需要回復は今後本格化していくものと考えられる。
- このことを見据え、「従来から来訪者の多いアジア圏の需要回復」と「より旅行消費単価の高い高付加価値旅行市場(欧・米・豪)の開拓」の2軸でプロモーション等の取組を推進していく。