

## 令和3年度事業計画について

令和3年度事業計画は、次のとおりとする。

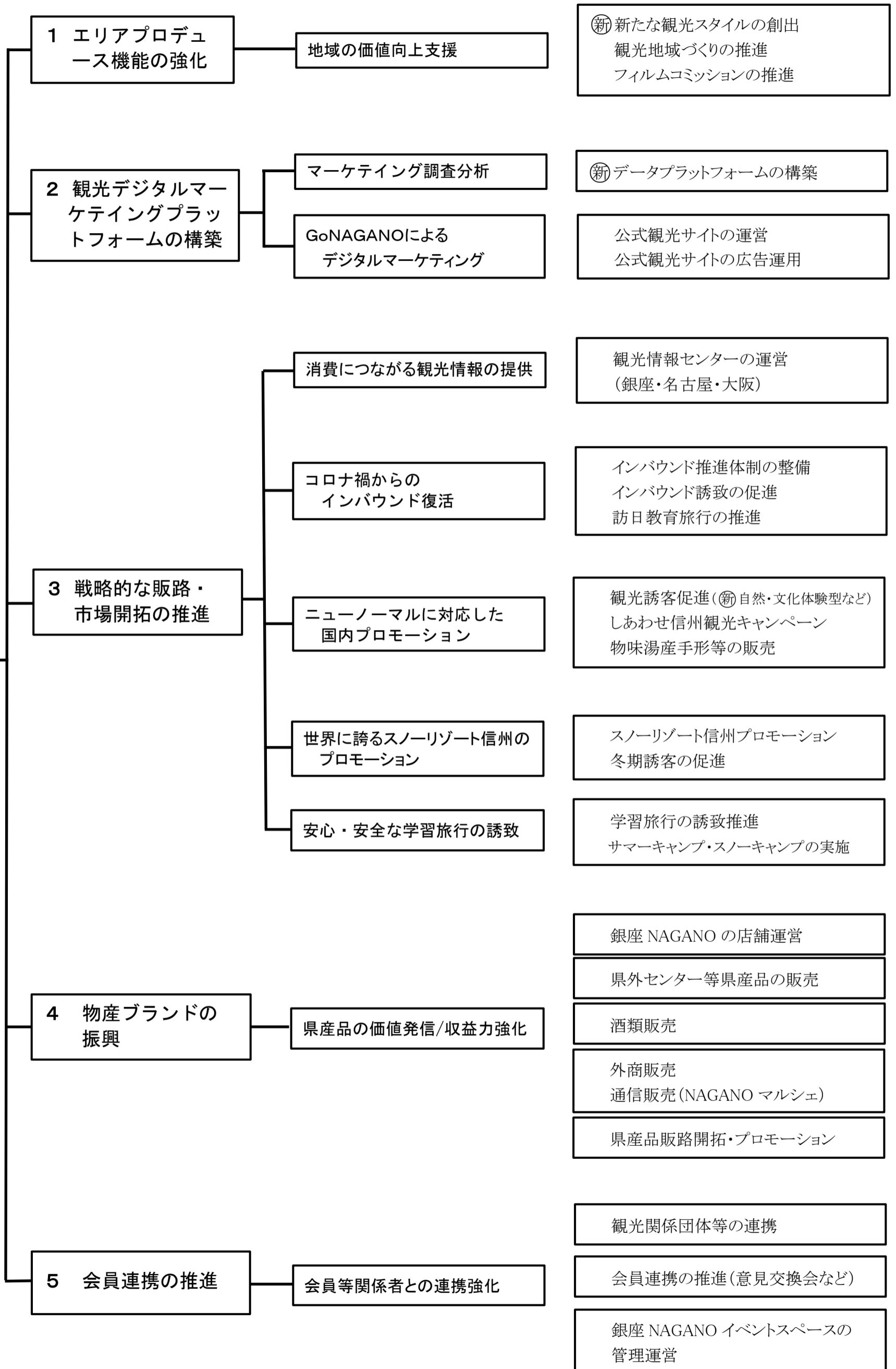
(令和3年4月1日から令和4年3月31日まで)

令和3年3月24日

一般社団法人 長野県観光機構

# 令和3年度 長野県観光機構の事業体系

観光と物産の力で信州をもっと元気に



## 令和3年度事業計画について

令和2年1月から12月までの県内の延べ宿泊者数の累計（速報値）は、日本人と外国人を合わせて1,030万人で、前年同期比42.9パーセントの減少となった。このうち外国人延べ宿泊者数は、46万6千人で、70.4パーセントの大幅な減少となった。

令和2年は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響が顕著となり、日本人延べ宿泊者数は5月に対前年比1割程度であったものが、11月には9割を超えるまでに回復したが、外国人延べ宿泊者数は、4月～12月まで対前年比1割に満たない状況が続いている。

新型コロナウイルス感染症は、私たちの暮らし方や働き方に大きな影響をもたらし、多くの企業の業績が悪化、雇用情勢が厳しくなっている。

バス、タクシー、鉄道、航路等の交通事業者や、旅行業者、宿泊事業者、索道事業者、スキースクールなどの体験アクティビティ事業者、土産物店、ドライブイン等の観光関連事業者、飲食事業者など人の移動に関わる業種と、そうした業種に酒類・食材・物品・サービスを提供する農林水産業、製造業、卸売業などの事業者は、近年経験したことのない大幅な需要消失に、その多くが経営継続を見通せない状況に追い込まれている。

感染状況に応じて発せられる不要不急の外出自粛の呼びかけは、観光だけでなく、出張や帰省、スポーツ合宿、修学旅行などあらゆる旅行とそれに伴う飲食などの消費活動に極めて大きな影響を及ぼし、観光産業は、ゴールデンウィークや夏休み、お盆、年末年始、スキーシーズンなどの書き入れ時を失い、持続化給付金や雇用調整助成金ほか国県市町村の支援金、協力金、融資、納税の猶予などのさまざまな経営支援策や、GoToキャンペーンなどの消費喚起対策をもってしても、売り上げの減少を補いきれていない事業者が多い。

当機構では、令和2年春以降の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に対応して、4月中には当初計画していた事業をゼロベースで見直し、苦境に陥っている県内の観光地域づくり法人、観光協会、観光事業者とともにwithコロナ対策を考え、感染症対策と併せて、各種割引クーポンやインターネット物産販売（NAGANOマルシェ）による消費喚起策を実施するとともに、長野県公式観光サイト「GoNAGANO」やSNS、動画共有サービス（YouTube）などデジタル媒体による情報発信を続けるとともに、コロナ収束を見据えた新たな観光コンテンツづくりに努めてきた。

### 【令和3年度の実施方針】

ワクチン接種が開始され、延期された東京オリンピック・パラリンピックの開催が予定される令和3年度は、一日も早く感染状況が収束の方向に向かい、国内観光需要が回復し、インバウンドの再開が望まれるところであるが、拡大と縮小の波を繰り返す新型

コロナウイルス感染症の感染状況や、観光市場に起きる変化について複数のシナリオを想定し、柔軟な施策を展開する必要がある。

当面は、感染状況と医療提供体制の状況に応じた消費喚起のための国県の施策の効果を高めるための情報発信を行うとともに、修学旅行など団体旅行の需要回復に向けた取組みにより、事業者の経営継続を支援する。また、GoTo トラベルキャンペーン終了後を見据えて、市場ニーズの変化を予測した新たな観光コンテンツの創出や、県が新たに策定した「After コロナ時代を見据えた観光振興方針」の柱である「安心・安全な観光地域づくり」や「長期滞在型観光の推進」、「リピーターの獲得」につながる取組みを、それぞれの観光地域と連携して取組むとともに、インバウンドの再開に向けたデジタルを中心としたプロモーションを実施する。

バブル経済の崩壊後、低迷を続けていた観光産業は、平成 15 年の「観光立国宣言」を契機に、少子高齢化時代の地域活性化の切り札として、インバウンドの飛躍的な拡大とともに期待を集め、平成 26 年に開始された地方創生の柱として、全国でその振興が進められてきたが、1 年以上にわたるコロナ禍により、大きな転換期を迎えている可能性がある。

コロナ禍だけでなく、度重なる自然災害、年々リスクが高まる温暖化（寡雪）など、観光産業を取り巻くさまざまな外部環境へのレジリエンス（対応力）を高めなければ生き残れない状況の中で、After コロナ時代の観光地域づくりのかじ取り役としての当機構の役割を発揮していくためには、時代や環境の変化に合わせて提供する価値を変化させ、その時のニーズにあった新しいサービスを生み出し続ける組織への改革を、スピード感を持って進めていく必要がある。

このため、組織経営の経験やノウハウを持つ外部人材に参画を依頼し、新たに経営改革推進チームを始動し、自主性、主体性がより発揮できるような政策形成プロセスや多様な財源確保のための取組み、経営環境の変化に伴い必要となる職員の能力開発、多様な人材を獲得する仕組みなどを検討し、着実に実行に移していくとともに、2 年目を迎える第二次中期経営計画の取組みを加速化していく。

### 【主たる事務所の移転】

当機構は、その前身である社団法人長野県観光開発公社、社団法人長野県観光連盟の時代から、県庁舎に主たる事務所を置いてきたが、県庁東庁舎の解体などによる本庁舎内の県組織の増加に伴い、令和 3 年度早期にホテル信濃路（長野市中御所岡田町）に主たる事務所の移転を行う。

事務所の移転を契機に、より一層職員が外部と交流し、そこで生まれるネットワークやコラボレーションから、多くの新しい価値を生み出していく。

## 1 地域プロデュース機能の強化

### (1) ① 新たな観光スタイル創出事業

地域が抱える課題を共有し、観光地域づくりの戦略策定、事業企画立案、実施検証、事業評価、分析等を中心に事業を受託し、協働で取り組むことで、観光産業のイノベーションに寄与する。

受託する業務は、アドバイザー派遣、講演など地域が求める様々なソリューションへのマッチングや、地域素材の発掘から旅行商品造成、販売、催行管理、長野県公式観光サイト「G o N A G A N O」等を活用したデジタルプロモーションに至る一貫した着地型旅行商品販売の協業、イベント企画・実施等のコンサルティング、地域産業関連表作成・分析などとし、当観光機構の収益にもつながるものとする。

なお、事業の資金を確保するために、観光地域づくり法人や市町村観光協会、観光関係事業者等に対して、観光庁や環境省、経済産業省、文部科学省等の国や県観光部等の観光地域づくりに資する補助金を活用した事業提案を行い、採択されるための具体的なアドバイスを行うとともに、実施に当たり求められる役割を果たしていく。

また、当機構が地域に働きかけて取り組んできたサイクルツーリズムや冬キャンププログラム、長野県ならではの自然体験型学習旅行に繋がる「けもの塾（今泉忠明先生監修）」などのコンテンツづくりやその運用ノウハウをさまざまな地域に応用し、新たな観光スタイルを創出する。

### (2) 観光地域づくり推進事業

「長野県観光戦略 2018」（長野県観光部）による「重点支援広域型DMO」の、HAKUBAVALLEY TOURISM に続く指定に向けて、県観光部との連携を図りながら他のモデルとなり得る地域に対して伴走支援を行う。

特に、「After コロナ時代を見据えた観光振興方針」（長野県観光部）に基づき、「安心・安全な観光地域づくり」や「長期滞在型観光の推進」、「リピーターの獲得」を視野に入れた戦略策定・取組みを、DMO形成支援センターの専門人材が集中的に支援する。

また、平成30年6月に指定されたHAKUBAVALLEY TOURISMの戦略が効果的に推進されるよう、アドバイザーボードを運営し、具体的なアクションプラン策定、関係者間の合意形成を支援する。

### (3) 信州フィルムコミッションネットワーク推進事業

長野県内のフィルムコミッション、観光地域づくり法人、市町村観光協会等のロケ誘致や現地ロケ支援を実施するとともに、信州フィルムコミッションネットワーク連絡会議を開催し、関係団体の情報共有を図る。

フィルムコミッション専門組織を持たないエリアでは、観光地域づくり法人などが行うロケ受け入れをサポートする。

また、本県を舞台とする映画やテレビドラマなどの効果的な情報発信とロケ地への誘客、また、ロケ実施による経済効果及び地域活性化を推進する。

## 2 観光デジタルマーケティングプラットフォームの構築

### (1) ① データプラットフォーム構築事業

宿泊施設、観光案内所等と連携し、旅行者に関するさまざまなデータを効率的に取得・分析し、観光庁やJNTO、長野県観光部や交通機関などが収集しているデータと併せて、迅速にマーケティングに活用できる仕組み（データプラットフォーム）づくりを行う。

また、事業推進や戦略策定に必要な必須KPI（来訪者満足度、リピート率など）や、旅行動向のデータ収集を行う。

### (2) 公式観光サイト運営事業

現在、年間 150 万セッション(※1)（令和3年2月現在推計）となっている長野県公式観光サイト「G o N A G A N O」の閲覧者数を更に増加させるため、継続的な新規ユーザーの獲得と約 13%となっているリピーター率を向上させることに重点を置きコンテンツ制作などの運営を行う。

特にコンテンツ制作では地域ライターを活用したコンテンツ制作を推進し、リピーター獲得対策としての新着情報記事、特集的なクリエイション記事の制作、新規ユーザー獲得対策としてのSEO記事(※2)、観光テーマ記事の制作に注力する。

※1 セッション数：ユーザーが期間中にサイトを閲覧した回数

※2 SEO記事：検索エンジン（Google 等）の検索結果で上位表示されるよう対策し制作する記事

### (3) 公式観光サイト広告事業

ターゲティングコンテンツ（体験記事）の企画・制作・掲載、SNSによる広告運用を行い、その閲覧データ等から地域のコンテンツ開発・改善につながるフィードバックを行い、地域の観光消費額向上に貢献する。

また、地域との連携を強化するため、デジタルマーケティングに関するコンサルティング、有料セミナー等を開催するとともに、コンテンツ制作と分析結果を通じた新たな施策の提案を積極的に行う。

## 3 戦略的な販路・市場開拓の推進

### (1) 観光情報センター運営事業

銀座NAGANO、名古屋及び大阪の観光情報センターを運営し、会員等から提供された情報をもとに、都市圏ごとのニーズにあわせた旬の観光案内、情報提供を行う。

また、同センターでは、当機構や県内の観光地域づくり法人、市町村観光協会などが各都市圏で旅行会社やメディアに営業活動を行う拠点としての機能を担う。

なお、県庁1階の機構本部で行っている観光案内は、県庁外に主たる事務所が移転した後も、電話やメールによる照会対応などを、利用者の利便性を損なうことがないように実施する。

## (2) インバウンド推進体制整備事業（インバウンド支援センター）

長野県インバウンド推進協議会の会員と連携して、コロナ禍からのインバウンド復活に向けた受入環境の整備やまちづくり、プロモーションなどの施策の実施体制を整える。

同協議会ワーキング部会の運営・事業実施、会員向けセミナー・現地研修会、事業者サポート、定期的なインバウンド情報の提供など、会員にとって価値ある事業を実施する。

外国人の視点で本県の優れた素材を磨き上げた旅行商品は、令和2年度に構築した旅行商品販売サイトで販売するとともに、専門家を招聘して売れる商品への展開を図る。

また、外国人旅行者を対象に、24時間365日19言語に対応する多言語コールセンターを設置する。

## (3) インバウンド誘致促進事業

新型コロナウイルス感染症の影響でほぼゼロベースに落ち込んでいる訪日外国人旅行者の再開の見込みを想定し、コアなファンを確保するとともに、インバウンド復活に向けてターゲットとなる国、地域を定めてプロモーションを実施する。

コロナ時代に対応して現地プロモーションを見直し、GoNAGANO、SNS、BtoB及びBtoCオンラインセミナー、オンライン広告を実施する。

また、自然（みどり）を核として、アクティビティ、歴史・文化体験を取り入れたアドベンチャーツーリズムや日本みどりのプロジェクト推進協議会と連携したガイド養成、商品造成を地域とともに行い、9月に開催されるATWS（アドベンチャートラベルワールドサミット）北海道2021商談会への参加、旅行会社招請などを実施する。

プロモーションを効果的に実施するために、大阪観光局、中央日本総合観光機構、昇龍道プロジェクト推進協議会、関東観光広域連携事業推進協議会など他団体と協力し、広域的なプロモーションを実施するとともに、中国（北京）及びタイ（バンコク）などには現地コーディネーターを配置する。

観光庁等の国予算の活用や、他県と連携した共同プロモーションを行う。

- ・ 長野-新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会（新潟県、欧米豪）
- ・ アジアスノープロモーション（新潟県、中国、タイ）
- ・ 中国都市部（上海等）からのFIT（※1）誘客（北陸信越4、中国）
- ・ グランドサークルプロジェクト（※2）

（1都2府9県、欧米豪、東南アジア、東アジア）

- ・ 「TOKYO&AROUND TOKYO」 デジタルプロモーション(関東1都10県、英語圏)
- ・ 侍・忍者ブランディングによる中部エリア誘客  
(中部国際空港、愛知県、岐阜県、三重県、滋賀県など)
- ・ 中部山岳広域観光推進協議会(富山県、香港、韓国)
- ・ 海外観光客誘客推進協議会(富山県、岐阜県ほか、台湾)

※1 FIT: Foreign Independent Tour (個人旅行)

※2 グランドサークルプロジェクト: 北陸新幹線沿線の周遊ルート形成

#### (4) 訪日教育旅行推進事業

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により 中断している中華圏等からの訪日教育旅行の早期受け入れ再開を目指して、学校や旅行会社へ「長野県教育旅行 NEWS」をメール配信するなどの 情報発信を継続し、県内の学校や農家民泊、宿泊施設とのネットワークを活かし、営業活動や商談会、オンラインによる学校交流支援、交流内容の充実を進める。

#### (5) 観光誘客促進事業

当機構も参画して昨年設立された日本みどりのプロジェクト推進協議会と連携して、自然と歴史・文化の組み合わせによる「特別な感動体験」ができるツアーの造成や磨き上げ、その販路開拓のための取組みを実施する。

リゾートテレワーク、ユニバーサルツーリズム、サイクルツーリズム、ガストロノミーツーリズムなど、コロナ後の新しい観光のスタイルに合うようブラッシュアップしたコンテンツの販路・市場を開拓するための商談会の開催、旅行商品造成に対する助成、旅行会社及びメディア招聘を実施するとともに、ツーリズムEXPO ジャパン 2021 大阪など誘客イベントに出展する。

北陸新幹線敦賀延伸を見据えて、JR西日本などと連携し、関西圏からの旅行商品造成を支援する。

昨年沖縄で開催されたツーリズムEXPOジャパン 2020 への出展を通じて進めた 沖縄との交流を具体化するため、官民交流を推進する民間団体と連携してさまざまなネットワークの強化を図るとともに、学習旅行担当者の招聘や、信州まつもと空港と沖縄を結ぶ チャーター便の運航に向けた旅行商品の造成に取り組む。

#### (6) しあわせ信州観光キャンペーン事業

令和4年春に開催される「飯田お練り祭り」「善光寺御開帳」「諏訪御柱祭」「穂高神社式年遷宮祭」などの イベントを契機として計画されている観光誘客キャンペーンを、観光地域づくり法人、市町村観光協会、観光事業者、交通事業者等との連携により、「G・NAGANO」やSNSを活用したデジタルプロモーションを中心に実施する。(実施主体:信州キャンペーン実行委員会)



(7) <sup>ものみゆきさん</sup>物味湯産手形等事業

コロナ禍で大きく落ち込んだ日帰り温泉施設などを利用する周遊観光需要を早期に回復し、飲食や土産物、観光施設など消費拡大を図るため、「物味湯産手形」を製作・販売する。

手形に掲載したQRコードからの専用ホームページへのアクセスを分析するなどにより、特典提供や特典の利用状況把握におけるデジタル化のスキームを検討する。

(8) スノーリゾート信州プロモーション事業

コロナ禍で密を避けたアウトドアレジャーが注目される中で、県内のスノースポーツ関連団体と連携して、スキー場の利用拡大に向けた取組を行うとともに、他産業と融合した形で従来のスキー場のイメージを転換し、スキー・スノーボードだけではない新たなスノーリゾートの魅力を発信する。(実施主体:「スノーリゾート信州」プロモーション委員会)

(9) 冬期誘客促進事業

冬の信州ファンを増やし、スノースポーツ人口の拡大とスキー観光産業全体の振興を図るため、小学生に向けた「信州スノーキッズ倶楽部」運営や「NAGANO SNOWLOVE.NET」での情報発信を、ポータルサイトにおけるオンラインでのチケット販売など、ウィンタースポーツ・レジャー関連事業者にとってメリットがあり持続可能な事業形態に改変することを検討する。

(10) 学習旅行誘致推進事業

コロナ禍の影響が続く中で、学習旅行誘致の重要性を認識し、県内観光業の維持継続のために、安心・安全な旅行の実施に向け、受入施設の新型コロナウイルス対策の徹底を喚起した上で、今年度の中止や行先変更の状況に的確に対応した営業活動を行う。

また、SDGsを組み込んだプログラムなど新たなニーズに対する各地域での取り組みを集約し、情報発信を行う。

- ・ 近隣周辺県からの誘致 (北陸県からの新幹線利用の修学旅行の提案を含む)
- ・ 海外、航空機を利用した遠隔地への修学旅行を実施していた学校の誘致
- ・ コロナ対策の一つとして、従来の1校1館型から分宿型への宿泊提案

(11) サマーキャンプ・スノーキャンプ実施事業

今年度、コロナ禍で実施できなかった夏期・冬期の首都圏の小学生を対象とした体験型キャンプを、新型コロナウイルス感染症の感染状況を注視しながら実施する。

## 4 物産ブランドの振興

### (1) 銀座NAGANO店舗運営事業

1、2階のショップスペースにおいて秀逸な県産品を販売し発信することで「信州の美しさ」と「健康な暮らし」を、首都圏をはじめ多くの人とシェアし、コアな信州ファンづくりの拠点としての役割を果たす。

銀座NAGANOの取扱商品や信州にまつわる情報、イベント情報等を総合的に案内するスタッフを配置し、信州のヒト・コト・モノのストーリーを積極的に発信するとともに、在日外国人対象のイベントを年度内に1～2回実施して、来県促進と情報拡散を図る。

県内事業者の魅力的な商品の掘り起しを行い、ショップスペースにおいて販売するとともに販売状況や感想等を事業者にフィードバックする。

### (2) 県外センター等県産品販売事業

名古屋観光情報センターでの観光案内や発信にあわせて特産品の販売を行うことにより、長野県への興味・関心を喚起し、中京圏からの来県につなげる。

中京圏及び関西圏で行われる合同物産展や県が出展するイベント、関東甲信越静7県物産展、ふるさと名産品まつり、新潟・長野合同観光物産展等に出展し、物産販売を行う。

観光物産展等に出展し、県産品の販売を通して「信州ブランド」の価値向上を図るとともに来県につなげる。

### (3) 酒類販売事業

日本酒・ワインをはじめ酒類製造の好適地である長野県産の酒類を販売（卸売・小売）することにより、県外や海外において長野県産酒類の魅力を発信し、販路拡大につなげる。

ソムリエ、唎酒師などの専門職員による営業活動を充実し、県外での販路拡大につなげる。

### (4) 外商販売事業

長野県と連携協定を締結している企業（保険会社等）での社内販売を実施することにより、県産品販売額の増加を図り、長野県の魅力を発信する。

また、酒類販売事業での販売先に、酒類に加えて長野県産の食品を提案し、店頭における長野県ブランドの相乗効果を図る。

### (5) 通信販売等運営事業

銀座NAGANOにおける首都圏向けの物産販売に加えて、インターネットによる通信販売（ショッピングサイト「NAGANOマルシェ」等）を通して広く全国の消費者を対象として県産品を販売し、長野県の魅力を伝え、「信州ブランド」を

高める。

既存の大手通信販売事業者が展開する商品とは一線を画し、当機構独自の開発商品の比率を高めることで、同業他社との商品及び情報発信の差別化を図り、コアな長野県ファンを増やすことで事業の収益性を向上させる。

#### (6) 県産品販路開拓・プロモーション事業

長野県産品の価値を県外に発信・販売をしていく取組みの中で、長野県営業局と連携して、重点地域としている「海外」「沖縄県」での販路開拓とプロモーション活動を実施していく。

### 5 会員連携の推進

#### (1) 観光関係団体等連携事業

当機構の事業推進及び情報収集のため、全国組織等の観光関係団体に会員として加盟し、連携を図りながら各種事業を実施する。

(会費負担金等)

⑨ 日本みどりのプロジェクト推進協議会、日本アドベンチャーツーリズム協議会、日本観光振興協会、関東甲信越静岡観光協会・連盟協議会、長野県旅行業協会、長野 - 新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会、中部山岳広域観光推進協議会、海外観光客誘客推進協議会、中央日本総合観光機構、松本空港利用促進協議会、立山黒部観光宣伝協議会 他

#### (2) 会員連携推進事業

意見交換会の場を通じて、会員が抱える課題や当機構への意見・提案を聴き、機構の事業に生かしていく。

また、機構の価値を広く知っていただくための情報をメールマガジン等により発信する。

#### (3) 銀座NAGANOイベントスペースの管理運営

信州ファンの増加、本県への誘客促進のため、銀座NAGANO 2階のキッチン・イベントスペースの運営、管理、利用促進のためのPRを行う。