

平成31年度事業計画

一般社団法人 長野県観光機構

平成 31 年度事業計画について

平成 30 年度は、長野県観光戦略推進本部が策定した「信州の観光新時代を拓く 長野県観光戦略 2018」に基づき、DMO 形成支援センターを設置し、広域的な観光地域づくりを支援するとともに、インバウンド支援センターを開設し、幅広い関係者の参画によるインバウンド推進体制の強化を図った。

また、信州フルーツ便や、オンラインお土産サービス（みやげっと）を開始するとともに、日本酒、ワインなど酒類卸売業免許を取得し、県産品普及拡大に努めた。

県内の宿泊旅行の動向に目を向けると、平成 30 年 1 月から 12 月までの累計（速報値）は、延べ宿泊者数が、1,821 万 2 千人で前年同時期比 1.2 パーセントの増加、うち外国人延べ宿泊者数は、146 万 5 千人、13.5 パーセントの増加となり、全国を上回るペースで順調に増加している。

平成 31 年度は、「信州の観光新時代を拓く 長野県観光戦略 2018」において求められている発信・販売促進の機能を強化し、県観光部との役割分担と連携をさらに進めるため、以下に記載した重点的事業に積極的に取り組む。

なお、機構組織の横の連携を強化し、広域型 DMO 形成に向けた地域の合意形成や、ターゲットを定めた魅力的な旅行商品造成、モニターツアーの受け入れ、商談会の開催など、県内各地域との顔の見えるネットワークを構築し、組織の柔軟性・機動性・信頼性を向上させていく。

※DMO : Destination Marketing/Management Organization

【重点的に取り組む事業】

1 広域型 DMO の形成支援

(1) 広域型 DMO の重点支援

- ・ DMO 形成支援センターの人材・ノウハウを重点的に投入し、地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域への愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役を担う広域型 DMO 重点地域の指定及び広域型 DMO の形成を支援するとともに、戦略策定や地域マネジメントを担う人材養成や、外国人旅行者にもわかりやすい案内標識の広域的な整備計画の策定支援等を行う。
- ・ 新たに来訪者満足度等アンケート調査集計のための分析システムを構築し、観光関連データの収集・分析手法を県内 DMO に提供し、マーケティング手法の導入拡大を支援する。

(2) インバウンドの推進

- ・ ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、インバウンドの推進に情熱、意欲のある民間事業者とともに設立された「長野県インバウンド推進協議会」の事務局を担い、「旅行商品造成」「まちづくり・交通の利便性向上」「おもてなし・受入環境の整備」「協働による戦略的なプロモーション」を、オール長野でスピード感をもって実施する。
- ・ 訪日外国人旅行者が求める体験型等の旅行商品を、県内各地域で様々な主体が作り出し、海外 O T A や海外 A G T に売り込む取組みや、J R と県内鉄道事業者、地元の様々な主体がタイアップした、外国人旅行者を対象とする周遊型交通パスの造成・販売に新たに取組む。

※O T A : Online Travel Agency A G T : Agent

(3) 国内ツーリズムの推進

- ・ 信州デスティネーションキャンペーンを一過性のイベントとして終わらせることなく、将来にわたり多くのお客様に継続的に信州にお越しいただけるよう、平成 19 年度から県観光部が担ってきた信州キャンペーン実行委員会事務局を当機構に移管し、柔軟性や機動性を活かした効率的な事業実施に努める。

キャンペーンは、期間別に以下の重点事業を実施する。

- ① 春季（4～6 月）信州花フェスタ 2019 と連携した誘客キャンペーン
- ② 夏季（7～9 月）Instagram やドローンを活用したコンテスト開催によるプロモーション
- ③ 秋季（10～12 月）県公式観光新サイトオープンを契機とした集中的なデジタルプロモーション
- ④ 冬季（1～3 月）「スノーリゾート信州」プロモーション事業と連携したキャンペーン

- ・ 年齢、国籍、障がいの有無に関わらず、誰もが安心して楽しめる旅行を提供するための情報収集と発信により、「信州型ユニバーサルツーリズム」の推進を図るとともに、ツーリズム EXPO ジャパン 2019 への出展、温泉地の新たな取組を支援する「温泉地 Re・デザイン研究会」事業、新潟県や富山県と連携したプロモーションを実施する。

2 デジタルマーケティングの強化

- ・ 「さわやか信州旅ネット」「信州デスティネーションキャンペーンサイト」「Go!NAGANO」を統合して制作する県公式観光新サイトのコンテンツの充実を図る。併せて、新サイトで取得できるデータの分析、競合サイトとの比較分析、トレンド分析などの多角的な分析を、他社データの活用や分析ツールの整備により実施し、顧客の嗜好に応じた効果的な情報発信を行うとともに、商品開発や地域DMO等に還元することにより、コンテンツ開発から予約に至るまでのデジタルマーケティングの強化を図る。
- ・ 新たにデジタルマーケティング担当を配置し、デジタル技術等を活用したマーケティング及びプロモーションを導入するとともに、専門知識・ノウハウの蓄積を図る。

3 「長野県営業本部」と連携した収益事業の強化

- ・ 新たに県が設置する「長野県営業本部」が戦略的に進める業務展開（マーケティング支援や連動プロモーション強化、小規模事業者の決済代行による支援など）が高いレベルで相乗効果を発揮するための連携体制を構築する。
- ・ 銀座 NAGANO における店舗販売や県外センターでの県産品販売、酒卸売販売、インターネット販売、オンラインお土産サービス（みやげっと）、フルーツ産直便などの売り上げ増加を通じて、県産品の価値や魅力を積極的に発信し、ブランド価値の浸透を図る。
- ・ 返礼品や返礼割合などの制度改正が検討されている「ふるさと納税」の事務局業務を市町村から受託し、テストマーケティングや商品開発支援を行う取組みを検討する。

世界を魅了するしあわせ観光地域づくり

1. 広域型DMOの形成支援

国内外からの誘客を促進するため、DMO人材の育成や地域観光素材の磨き上げ、商品開発力の向上等を図り、広域型DMOの形成を支援

広域型DMOの重点支援

- ・ 県観光戦略推進本部との連携による広域型DMO形成重点地域支援
- 新

外国人にもわかりやすい案内標識整備に向けた支援
- 新

来訪者アンケート調査集計分析システムの構築
- ・ 日本観光振興協会と連携したDMO人材の育成
- ・ インターンシップの推進等による県内観光業の人手不足対策・働き方改革支援
- 拡

温泉地の新たな過ごし方や楽しみ方の創出

インバウンドの推進

- 拡

「長野県インバウンド推進協議会」を通じた海外プロモーション、外国人旅行者受入環境整備の実施
- 新

外国人目線による商品造成
- 新

Nagano Passの造成・販売
- ・ 訪日教育旅行の誘致推進
- ・ 長野・新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会の運営等

国内ツーリズムの推進

- 新

信州キャンペーン実行委員会事務局の移管（重点キャンペーン、JR主要駅での観光PRイベント、県内周遊企画（NEXCO）、フォトコンテスト、食の魅力向上（信州しあわせ食旅））
- 新

ユニバーサルツーリズムの推進
- ・ 旅行商品造成支援、スノーリゾート誘客の推進、地域振興局との連携等
- ・ 学習旅行の誘致推進（新市場へのアプローチ）等
- ・ 観光案内・案内所の機能強化
- ・ フィルムコミッションの推進
- ・ 物味湯産手形、信州手ぶら便事業における更なる増収のための取組

2. デジタルマーケティングの強化

信州DCの成果と課題を踏まえ、県公式観光サイト内で取得できるデータやサイト訪問前後のデータ、競合サイトとの比較などの分析ツールを整備し、コンテンツ開発から予約に至るまでのデジタルマーケティング等を強化

新

 デジタルマーケティング戦略の推進

- 新

 デジタルマーケティングデータの分析
- 新

 信州キャンペーン実行委員会事務局の移管（デジタルプロモーション・メディア広報）
- ・ 公式観光サイト、公式観光交通アプリの管理運用

3. 「長野県営業本部」と連携した収益事業の強化

酒卸売事業、みやげっと、信州フルーツ便などの外商販売を強化するとともに、地域産品事業者への支援等を通して地域の稼ぐ力を強化

物産ブランドの振興

- 新

 県営業本部との連携
- ・ 銀座NAGANOの店舗販売、イベントスペースの運営
- 新

 酒類卸売販売の取組（卸販売強化）、県内小規模事業者に対する決裁代行支援
- 拡

 インターネット販売、オンラインお土産サービス（みやげっと）の強化
- 拡

 店舗外販売営業の取組強化
- 新

 「ふるさと納税」を活用した商品開発支援等の検討

新

 会員増加の取組

- 新

 会員メリットの明確化
- ・ 会員との連携強化

平成31年度事業一覧

事業体系項目		事業名
広域型DMOの重点支援	1	DMO重点地域支援事業
	2 新	外国人にもわかりやすい案内標識整備計画策定支援事業
	3 改	マーケティング調査分析事業
	4 拡	観光人材育成強化事業
	5 拡	「温泉地Re・デザイン」事業
インバウンドの推進	6	地方連携・新たな観光地域支援事業
	7	山岳リゾートブランド構築事業
	8 新	地域で創ろう！NAGANOベスト1,000旅行商品造成事業
	9	インバウンド支援センター事業
	10	訪日教育旅行誘致推進事業
	11	各種協議会等連携事業
国内ツーリズムの推進	12 新	しあわせ信州観光キャンペーン事業
	13 新	ユニバーサルツーリズム推進事業
	14	旅行商品造成事業
	15	着地型旅行商品化支援事業
	16	戦略的バス活用事業
	17	冬期誘客促進事業（スノーキッズ倶楽部、スノーラブ.net）
	18	地域振興局協働事業
	19	学習旅行誘致推進事業
	20	サマーキャンプ・スノーキャンプ実施事業
	21	観光情報センター運営事業
	22	観光情報提供事業
	23	信州フィルムコミッションネットワーク推進事業
	24	物味湯産手形等事業
デジタルマーケティング戦略の推進	25 新	デジタルマーケティングデータ分析調査事業
	26	公式観光サイト管理運営事業
	27	公式観光サイト運用事業
物産ブランドの振興	28	銀座NAGANO店舗運営事業
	29	銀座NAGANOイベントスペース管理運営事業
	30 新	酒類販売事業
	31 拡	インターネット販売等運営事業
	32	県外センター県産品販売事業
	33 拡	外商販売事業
	34 新	ふるさと納税事務局事業
会員増加の取組	35	会員連携推進事業
	36	観光関係団体連携事業

事業名	事業費 (単位:千円)
事業概要	<内人件費>
1 DMO重点地域支援事業 広域型DMOの形成・確立に取り組む地域に対して、特にインバウンド対策においては、より効果的、効率的な“観光地域づくり”の核となる推進体制の構築が求められることから、「DMO形成支援センター」の人材・ノウハウ等を投入し、市町村域を越える広域型DMOの形成・確立に向けた合意形成等への支援を、地域の状況により求められる支援内容が異なることから柔軟に対応し、実施する。 また、「長野県観光戦略推進本部」が指定する「広域型DMO重点支援地域」や広域型DMOの組織形成が進んだ広域型DMOに対しては、商品開発、プロモーション、販売など、状況に応じた具体的な支援が必要になることから、機構全体の連携体制を整え「DMO形成支援センター」の支援体制を強化し対応する。 また、広域型DMOの形成にも関わる市町村域の地域DMOに対しても、課題を共有し解決に向けた支援を行う。 (1) 支援手法 ア 「DMO形成支援センター」内部の専門人材、外部の専門人材、DMO形成支援センター職員による支援を行う。 ・専門人材を地域に派遣しての状況把握、課題の明確化、危機意識の共有、助言、提案等 ・合意形成、ビジョン策定等に向けたシンポジウム、ワークショップ等の開催協力及び参加 ・マーケティング調査のノウハウの提供、共同実施、調査結果データの提供 ・具体的な施策策定に向けたワーキンググループ、会議、打合せ等への参加 ・稼ぐ仕組みづくりに向けた企業等との連携の提案 ・着地型旅行商品の造成・販売支援等 イ 施策の実現のために長野県に求める支援内容を「長野県観光戦略推進本部」につなぐ。 またその検討状況や結果等を地域につなぐ。 ウ 地域担当者に各部の担当地域の情報が集まる体制をつくり、「DMO形成支援センター」が調整することにより、支援の適正化、効率化を図る。   (2) 広域型DMO支援地域の主なエリアと支援概要 ア 北アルプスエリア(大町市、白馬村、小谷村) ・平成31年4月に新法人「HAKUBAVALLEY TOURISM」が設立予定。運営を軌道に乗せるために組織運営に係る支援を行うとともに、マーケティング、滞在型プランの企画立案、プロモーション等の具体的な業務を円滑に進めるために必要な域内の様々な事業者との連携構築のための支援を行う。 イ 上伊那エリア(伊那市、駒ヶ根市、上伊那郡6町村) ・平成30年10月に設立された「長野伊那谷観光局」が、DMOとして相応しい事業の企画立案に向けて開催する、ワークショップ、ワーキンググループ、会議、打合せ等への開催協力及び参加による支援を行う。 ウ 南信州エリア(飯田市、下伊那郡13町村) ・平成30年12月に日本版DMO登録となった「南信州観光公社」が、DMOとして相応しい事業の企画、立案に向けて開催する、ワークショップ、ワーキンググループ、会議、打合せ等への開催協力及び参加による支援を行う。	17,296 <11,434>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
エ 北信エリア(飯山市、中野市、飯綱町、信濃町、山ノ内町、木島平村、野沢温泉村、栄村、妙高市) ・「信越9市町村広域観光推進会議」がDMOとして相応しい事業の企画立案に向けて開催する、ワークショップ、ワーキンググループ、会議、打合せ等への開催協力及び参加による支援を行う。 オ 木曽エリア(木曽郡6町村) ・オール木曽での観光地域づくりを目指す「木曽観光地域づくり戦略」に基づく事業の推進、組織づくりや合意形成に向けて開催する、ワークショップ、ワーキンググループ、会議、打合せ等への開催協力及び参加による支援を行う。 カ 諏訪エリア(岡谷市、諏訪市、茅野市、下諏訪町、富士見町、原村) ・諏訪地方観光連盟等が合意形成に向けて開催する、シンポジウム、ワークショップ、ワーキンググループ、会議、打合せ等への開催協力及び参加による支援を行う。 キ 千曲川ワインバレーエリア ・合意形成に向けて開催する、シンポジウム、ワークショップ、ワーキンググループ、会議、打合せ等への開催協力及び参加による支援を行う。	前掲
2 外国人にもわかりやすい案内標識整備計画策定支援事業 (新規)	
本格的な“インバウンド大県”となるために、長野県が進める外国人観光客にもわかりやすい標識の整備に向け、長野県観光部と連携し、広域で取り組む整備計画の策定を支援する。 (1)案内標識整備を加速させるため、長野県が指定したモデル地域における標識整備計画の策定促進に向け、勉強会の開催や専門人材の派遣等により支援する。 ア 地域として取り組んでいくための勉強会開催支援(4地域程度) イ 標識整備計画策定に係る技術的支援(専門家派遣、計画策定への助言等)(4地域×3回程度)	2,562 <1,428>
3 マーケティング調査分析事業 (改善)	
(1)来訪者満足度等アンケート調査 (改善) DMOとして求められる必須KPI(来訪者満足度、リピート率)等のデータ収集を行い、当機構の戦略策定に活かすとともに、地域においても戦略策定等に活用してもらうよう、調査分析データを地域に提供する。 なお、専門業者に委託していた入力・集計・分析・レポート作成業務については、アンケート調査集計分析システム(汎用型アプリケーションソフト)を構築することにより内製化する。 ア 調査内容 ・対象 国内旅行者、訪日外国人旅行者 ・調査方法 聞き取り式アンケート調査(Webアンケート) 主要観光地等(2箇所×3期×10地域) 留め置き式アンケート調査(Webアンケート) 宿泊施設、観光案内所等(3期×10地域) (上伊那地域、南信州地域は、広域連携DMOとの共同実施を予定) ・調査時期 夏期、秋期、冬期の3回 ・目標サンプル数 国内旅行者1,000件、訪日外国人旅行者700件 ・設問 平成30年度の設問を基に、より活用できるデータが収集できるよう、共同実施団体と調整のうえ見直す ・調査票言語 日本語、英語、中国語(簡体字、繁体字)、韓国語 ・入力・集計・分析・レポート作成 内製(アンケート調査集計分析システム使用)	12,061 <5,140>
 	

事業名				事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要				
(2) アンケート調査集計分析システムの制作 (新規) アンケート調査集計分析システム(汎用型アプリケーションソフト)を制作し、当機構で活用するほか、地域DMO、観光関係団体、市町村等にも利用可能なものとして、地域のマーケティング手法の導入を支援する。 ア システム概要 - Webによるアンケート回答入力、調査票(紙ベース)の回答入力に対応する。 - 入力されたデータを集計解析し、報告書用の集計分析結果(図表)が作成できるようにする。 - 比較対象データをシステムに流し込み、集計解析結果に反映できるようにする。 - 設問等が自由に設定できるようにする。 - 地域が容易で安全に利用可能なものにする。(地域や観光団体等がアンケート調査集計分析システムを活用することで、マーケティング手法の拡大を図っていく。)				前掲
4 観光人材育成強化事業 (拡充) (1)DMO人材養成 (拡充) 広域的なDMOの形成支援の一環として、観光地経営の観点からマーケティングに基づく戦略策定や財源の確保などの地域をマネジメントする力を習得するセミナーを開催し、地域を担う中核人材を養成する。 ア 日本観光振興協会との連携による観光地経営に関するセミナーの開催 ・セミナー概要(参加者が自分のレベルや習得したい知識に応じて参加できるようクラスを分ける。)				
クラス・コース		対象者	プログラム候補(予定)	開催時期等(予定)
ビギナークラス		DMO、観光協会、行政、事業者等の観光に携わる初任者	・観光の現状と展望(全国、長野県) ・長野県観光戦略 ・DMOの基礎 ・広域型DMOの必要性 ・事例研究	4月開催 (1日×1回)
エキスパートクラス	マーケティング	DMO、観光協会、行政、事業者等の観光地域づくりに携わる者	・デジタルマーケティング(Webプロモーション) ・商品開発(テーマ別観光) ・インバウンド対策(コンテンツ・商品開発、情報発信) ・事例研究	6月と10月開催 (1日×2回)
	マネジメント	DMO、観光協会、行政、事業者等の観光地域づくりに携わる者	・合意形成、プラットフォームづくりの手法 ・財源確保、人材確保・育成 ・KPI、PDCA ・ガバナンス、コンプライアンス ・情報セキュリティ ・会計、決算の知識 ・事例研究	7月と11月開催 (1日×2回)





事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
(2) 観光インターンシップ推進 県内観光業で深刻化している人材不足対策として、観光インターンシップ推進員を配置し、インターンシップを受け入れる県内観光企業を増やす活動を行うとともに、県内外の学生に対して県内観光企業へのインターンシップを促す活動を行い、インターンシップを拡大することで、就職につなげる。 県労働雇用課、県高等教育振興課が進める全業種を対象としたインターンシップへの取組みとの連携を強化し、観光業のインターンシップ促進につなげる。 また、インターンシップに限らず、人手不足や生産性向上に関する活動も行う。 ア インターンシップ受入企業の拡大 ・県内観光企業への訪問等により、インターンシップの受入を促す。 ・インターンシップの受入方法のノウハウが不足している小規模施設等に対しては、「受入マニュアル」等を配布し、受入体制の整備を支援する。 ・県労働雇用課等の「インターンシップ応援補助金」の活用や「就活・インターンシップフェア」等のイベントへの参加を促し、インターンシップの受入事業者の拡大を図る。 イ インターンシップ情報の発信 ・長野県就活支援ポータルサイト「シューカツNAGANO」(運営:県労働雇用課)に、観光企業のインターンシップ受入情報を提供し発信する。 ウ インターンシップのマッチング実施 ・大学(観光系学科)、調理専門学校、観光系専門学校を中心に、県内観光企業へのインターンシップ参加を働きかける。 ・「シューカツNAGANO」等を活用して、インターンシップのマッチングを実施する。 ・「就活・インターンシップフェア」等のイベントに参加し、観光企業のインターンシップ情報の提供や県内観光業の魅力を伝える場を作り、インターンシップのマッチング、さらには就職への動機付けを促進する。 ・観光地域でのインターンシップ受入地域を掘り起こし、大学の観光系ゼミ等とのマッチングに取り組む。 エ 県内高校等との連携によるインターンシップ推進 ・大型観光地に近い高校との連携による観光企業へのインターンシップ推進について取り組む。 ・低年齢層から地元の観光企業が存在を知ってもらい将来的に就職につなげるため、小、中、高の学校に地元企業の情報提供を行う仕組みづくりについて可能性を探る。 オ 観光企業の就業促進や生産性向上につながる情報収集と提供 ・観光企業や大学等への訪問により収集した情報を整理し、人手不足や働き方改革につながる情報を観光企業等へフィードバックする。	前掲
(3) 観光人材バンク 平成30年9月に開設した「観光人材バンク」の活用を促進し、市町村、DMO、観光協会等の観光地域づくりの推進団体が抱える課題解決に向けた支援をする。 ア 専門人材の登録 ・長野県内で機動的に活動が可能で、マーケティング、プロモーション、IT・Web等の様々な分野に長けた専門人材を随時追加登録する。 ・長野県の観光に関する知識や活動実績があり、単発的な派遣だけでなく、地域に入り込んで活動することができる専門人材を登録し、他の同種人材バンクとの差別化を図る。 イ 専門人材の紹介 ・当機構ホームページ内に設けた専用ページに掲載し紹介する。 ・相談窓口を開設し、市町村、DMO、観光協会、観光事業者等からの相談に対応する。 ウ 制度の活用促進 ・専門人材の登録者を増やす。 ・当機構や会員等の専門人材の活用事例を紹介し、活用のイメージが湧くようにする。 ・他団体等の同種制度との連携による相乗効果で利用促進を図る。	

事業名	事業費 (単位:千円)
事業概要	<内人件費>
5 「温泉地Re・デザイン」事業 (拡充) 温泉地を訪れる観光客は、団体客が減少し、個人と小グループ客が増加している。特に一人旅の旅行者や訪日外国人旅行者が増加しており、多様化する旅行者ニーズへの対応が必要不可欠となっている。 長野県の温泉地が国内外の観光客から選ばれるために、今までの発想や方針を転換(Reデザイン)して、温泉地の新たな過ごし方や楽しみ方を創出し、誘客促進を図る。 (1) 温泉地Re・デザイン研究会の開催 県内外で先進的な取り組みをしている仕掛け人を講師やパネラーとして招き、県内温泉地の新たな取り組みにつなげる。 ・県内外の先進事例を学ぶ講演及びパネルディスカッション ・新たな取り組みをケースごとに掘り下げるグループワーク (開催数:2回程度)   (2) ONSEN・ガストロミーツーリズムシンポジウムの開催 (新規) 温泉とその地域の食や文化を広く発信し、地域活性化を目指すONSEN・ガストロミーツーリズムの取り組みが全国で広がっている。毎年開催されている同シンポジウムを長野県で開催することにより、全国へ長野県の温泉地の新たな魅力をアピールするとともに、県内温泉地の事業者等が、自身の温泉地での新たな過ごし方を創出する機運を醸成する。 ・ONSEN・ガストロミーツーリズム推進機構による講演 ・ONSEN・ガストロミーツーリズム開催地による事例発表 (3) 各温泉地での具体的な取り組みを検討するグループワークの開催 ・研究会の内容も参考にして、各温泉地で取り組むべきテーマを設定 ・温泉地での新たな過ごし方・楽しみ方を創出するための具体的な取り組みを検討し、計画を策定し、可能であれば試行する。 ・グループワークを推進するため、必要に応じてアドバイザーを派遣   (4) 県外在住者によるモニターツアー及びワークショップの実施 ・県外在住者が消費者の目線で県内温泉地を視察するモニターツアーを実施 ・モニターツアーから見てきた課題やこれからの展望を語り合うワークショップを開催 (実施数:2回程度) (5) 発表会の開催 ・各温泉地でのグループワークで策定された新たな取り組みの計画(試行されたものはその結果も含む)の発表 ・県外在住者によるモニターツアーと同ワークショップでの意見等の発表 (6) 県内温泉地へフィードバック ・本年度の実施結果を全県の温泉地に提供し、新たな取り組みへの機運を全県に広げ、取り組みの拡大を図る。	3,362 <1,554>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
6 地方連携・新たな観光地域支援事業 訪日旅行市場が成熟し、市場のニーズが多様化する中、平成31年までに外国人宿泊者200万人を達成するため、従来のプロモーション事業を拡大し、中国をはじめとする東アジアや成長著しい東南アジア等の市場に加え、引き続き欧米市場や新興市場へ積極的にアプローチし、DMOへ移行した当機構が主体となり、国の支援制度を活用し、マーケティングに基づくプロモーションを強化・実施し誘客を図る。 (1) 長野県主体の地方連携事業 アジアスノープロモーション事業(新潟県、石川県)【中国、シンガポール】 旅行会社等セールスコール(9月、上海、北京、広東省)、スキー説明会(BtoC)(9月、上海、北京、広東省)、中国メディア招請(1月)、シンガポールメディア招請(1～3月)「国際冬季運動(北京)博覧会」(WWSE)出展(9月)     (2) 他県・協議会等主体の地方連携事業 ア 北陸・信州の文化を活用した観光プロモーション(石川県、富山県)【中国】 記事広告(9～2月)、メディア招請(7月)、ブロッガー招請(10月) イ 中山道を活用した欧米豪誘客事業(岐阜県)【欧米】 自転車、トレッキングマップ作成、モデルルート作成、旅行会社等を招請しモニターツアーを実施(9～10月) ウ 北陸新幹線を活用した新たな観光ルートプロモーション事業(石川県外4団体)【米国他】 旅行情報サイトを活用したテーマ訴求型情報発信、「Los Angeles Travel & Adventure Show」(LATAS)出展(米、2月)メディア招請(マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン各1名、8～10月) (3) 新たな観光地域支援事業 ア タイ・スノーリゾートプロモーション事業 スキー・スノーアクティビティ説明会(6～8月)、富裕層向け旅行会社招請(9～10月)、FIT(海外個人旅行)フェア出展(11月)、セールスコール(6～8月)、共同広告(9月～11月、12月～2月)、広告支援 イ インドネシア・スノーリゾートプロモーション事業 旅行会社招請(12～2月)、「TTC Travel Mart」(BtoB商談会)参加(3月)、メディア招請(3月)、広告支援(12～3月) ウ 信越ルートへの欧米誘客事業 旅行会社招請(米、10～11月) エ レンタカーを活用した外国人観光客広域誘客事業【台湾、香港】 メディア招請(5～7月)、ライブマップ作成(5～6月)、共同広告(7～2月)	21,865 <2,858>

事業名	事業費 (単位:千円)
事業概要	<内人件費>
7 山岳リゾートブランド構築事業 当機構が実施したマーケティング調査により明らかとなった、インバウンドにおける本県の外的(機会、脅威)・内的(強み、弱み)状況の分析等に基づき、強みを活かして、東京オリンピック・パラリンピックに向け急増する訪日外国人旅行者を長野県へ取り込むのに有効なプロモーションを実施する。 (1) 中山道ブランド構築事業 在日欧米人(留学生等)を招請し、モニターツアーを実施(9月) (2) 韓国プロモーション事業 ブロッガー招請(8～9月) SNSを活用した情報発信(春、夏、秋、冬 4回) セールスコール(6月、9月) (3) 中国プロモーション事業 北京現地コーディネーターによるPR(通年) SNS等を活用した情報発信(9～2月) セールスコール(6月、2月) (4) 台湾プロモーション事業 サイクルツーリズム関係者等招請(6～8月) セールスコール(5月、8月) 「台北国際旅行博」(ITF)出展(11月) (5) 香港プロモーション事業 EGLtoursと連携しPRイベントを開催(7～8月)、セールスコール(6月、2月) (6) タイプロモーション事業 バンコク現地コーディネーターによるPR(通年) (7) 東南アジアプロモーション事業 セールスコール(7月) (8) 欧米プロモーション事業 「Japan Showcase」(BtoB商談会)参加(米、10月、2月)、欧州セールスコール(11月) (9) 旅行商品造成のための宿泊助成 県内2泊以上の滞在型ツアー商品に対する助成 (10) インバウンド商談会 国内商談会開催(5月東京、7月松本)、トラベルマート等国内商談会への参加 (11) 大阪観光局連携事業 ツーリズムEXPOジャパン2019(10月)に向けたプロモーション (12) 中部経済連合会連携事業 ラグビーワールドカップ(9月)に向けたプロモーション (13) JR東海等連携事業 WEBサイト構築、現地メディアイベント(5～7月)	33,605 <4,331>



事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
8 地域で創ろう！NAGANOベスト1,000旅行商品造成事業（新規） 訪日旅行者が増える中、団体旅行型から個人旅行型（FIT型）にシフトしてきており、目的型・体験型の旅行需要が増加し、モノからコトを求める傾向が顕著となってきた。 しかしながら、これまでは素材（雪、花、城等）をプロモーションするのみで、確実に海外において商品化されたか確認できていない。 そこで、訪日旅行者の視点で長野県の優れた素材を活かした数多くの商品をつくり、海外旅行代理店に売り込むことによって、長野県での長期滞在を促す。 (1) 研修会開催 各地域において①現地発着商品②BtoBパーツ商品③プレミアム商品の造成を図るため、事業者、DMO、観光協会等を対象に研修会、ワークショップを開催する。 (2) レベルアップ講習会開催 次回の研修会・ワークショップに向けた商品造成のフォローアップをする。 (3) 交流会の実施 (1)で造成した商品のコンテスト（プレゼンテーション・評価・表彰）におけるレベルアップ交流会を開催する。 (4) モニターツアー実施 (2)で優秀商品に選ばれた商品のモニターツアー実施（AGT・マスコミ等招聘） (5) 優秀商品の情報発信（海外OTA・海外AGT）	11,650 <2,696>
9 インバウンド支援センター事業 平成31年に、外国人延べ宿泊者数200万人を達成するためには、本県の観光情報発信力の強化を図るとともに、外国人とのコミュニケーションに対する不安感を解消し、宿泊施設・飲食店・体験施設等における受入環境整備の促進を図る必要がある。そのため、これら課題にワンストップで対応する「インバウンド支援センター」により、効率的・効果的に情報発信を行うとともに、インバウンド推進協議会を中心に民間事業者と連携しながら、外国人が県内で快適・安心・安全に長期滞在できる環境を整備する。 (1) 情報発信事業 情報発信員が県内の観光地を取材し、多言語で情報発信、外国語観光パンフレット作成・印刷 (2) インバウンド推進協議会の運営（ワーキング部会の運営、先進地視察、研修会・セミナーの実施） ア ワーキング部会の運営 イ 先進地視察 ウ 研修会・セミナーの実施   (3) 多言語コールセンター設置事業 外国人、警察、消防、観光案内所等が利用できる24時間・無休・15言語電話通訳サービスを提供するコールセンターを設置 (4) 長野県外国人周遊フリーパスNAGANO PASS（仮称）造成・販売事業（新規） JR、県内私鉄4社と連携し、乗り降り自由のフリーパスを設定するとともに、沿線自治体・事業者と連携して特典・割引などの付加価値を付け、パス販促事業を実施する。	27,427 <12,935>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
10 訪日教育旅行誘致推進事業	
競争激化により環境が厳しくなる訪日教育旅行市場であるが、長野県の受入実績や旅行会社とのネットワークを活かし、ワンストップで対応することにより、早期受入校の決定や交流内容の充実を図り安定した実績を積み上げる。 (1) 海外商談会・現地営業の実施 (2) インバウンド旅行会社への営業 (3) 学校交流のアテンド、支援業務	11,649 <6,898>
11 各種協議会等連携事業	
複数の近隣他県等と連携し、テーマ性・ストーリー性を有する一連の観光地域をネットワーク化し、外国人旅行者の滞在日数に見合った、訪問を強く動機づける回遊性のある広域観光周遊ルートを通し、地方への訪日外国人旅行者の誘客を図る。 (1) 中部山岳広域観光推進協議会〔富山・長野〕 事務局 富山県(固定) 東南アジア・東アジアを対象にした、旅行会社招請、情報発信セミナー、メディア招請、旅行博出展 (2) 海外観光客誘客推進協議会〔富山・長野・岐阜〕 事務局 富山県(固定) 台湾を対象にした現地商談会の開催、旅行会社・メディア招請、旅行博出展 (3) 長野-新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会〔長野・新潟〕 事務局 当機構(固定) スキーズンパンフレット更新、グリーン期アウトドアパンフレット制作、豪州・英国Ski Expo出展、アウトドアエージェント・メディア招請	8,678 <3,499>
12 しあわせ信州観光キャンペーン事業 (新規)【信州キャンペーン実行委員会 事務局】	
平成28年から30年にかけて開催された信州デスティネーションキャンペーン(信州DC)で得られた成果と課題を生かし、更なる県内各地域の魅力の発掘、発信、「滞在・周遊型」観光の推進を図るため、全県的な観光キャンペーンを展開する。 (1) デジタルプロモーション ア 2019年秋に新設される長野県観光公式サイトと強力に連携したWebプロモーション(信州アフターDCで得られたデータに基づいた広告によるサイトへの閲覧者誘導) イ SNSによる情報発信(インスタ映えする場所をプロ視点での発掘・発信等) ウ 体験予約サイトとの連携による素材開発支援と販路支援 エ 宿泊予約サイトとの連携による信州朝ごはんプロジェクトのPR支援 (2) 信州キャンペーンの3つの柱 ア 10連休後フォローキャンペーン イ 新観光サイトオープンキャンペーン ウ スノーリゾート信州キャンペーン (3) 新潟県との共同プロモーション実施 事務局 当機構 (4) ツーリズムEXPOジャパン2019出展 事務局 当機構	30,172 <1,715>
13 ユニバーサルツーリズム推進事業 (新規)	
年齢、国籍、障がいの有無にかかわらず、誰もが安心して楽しめる旅行を提供するため、長野県ならではの山岳高原観光地における「信州型」ユニバーサルツーリズムを形成し、観光客の増加や地域活性化を図る。 (1) バリアフリー情報の強化収集 (2) 体験コンテンツ・旅行商品等の情報収集、商品造成支援 (3) 「さわやか信州旅.net」等での情報発信	3,993 <1,342>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
14 旅行商品造成事業 長野県への旅行商品造成を促進するため、これまで県外での旅行会社との商談会、商談セールス、エージェントリップ、商品造成支援等を実施してきた。継続した県外へのこうした働きかけにより、安定した長野県への旅行商品造成が行われている。 引き続き、会員と県外旅行会社との情報交換・商談の場を設け、旅行商品造成の促進を図るため、商談会、各種助成、招聘事業等を実施する。また、消費者への需要喚起のため、メディアへの情報発信を行う。 (1)旅行商品造成商談会 ア 会場:東京、名古屋、大阪等 イ 内容:国内旅行商品造成担当者と長野県側関係者との情報交換・商談 (2)メディア交流会 ア 会場:東京、名古屋 イ 内容:大都市圏のメディア関係者と長野県側関係者との情報交換 (3)旅行商品造成商談セールス ア 実施地:札幌、福岡 イ 内容:札幌、福岡市内旅行会社への旅行商品造成の働きかけ (4)旅行商品造成支援 ア 旅行商品造成助成 イ 北陸新幹線および二次交通を活用した旅行商品造成に対する助成 (5)エージェントリップ 県内各地域で企画・造成された旅行商品素材の売り込みのため、旅行会社造成担当者を現地に招聘、旅行商品造成につなげる。 (6)メディアトリップ 県内各地域で企画・造成された素材を消費者に訴求するため、メディア関係者を現地に招聘しメディアへの情報発信強化を図る。 ア 県外観光情報センター等との連携によるもの イ 信州まつもと空港就航路線の利用促進を目的としたもの (7)信州まつもと空港と連携した周遊観光推進 ア 九州地域において、地元メディア連携による観光PRイベント出展により、魅力発信及び誘客促進を図る。 (8)富山県と連携した旅行商品造成支援(新規) 事務局 当機構	15,646 <5,281>
15 着地型旅行商品化支援事業 地域が有している観光素材をより誘客に結びつけるために、関係団体及び近隣地域との連携強化により魅力ある旅行商品を造成し販売を行う。 また、既に着地型旅行商品を実施している市町村および事業者でも、販売網拡大に課題を抱えているため、当機構の旅行商品WEB販売サイト“VISIT長野県”等との連携により、PR・販売拡大を支援し、長野県への誘客を促進する。 (1)地域の観光素材を活用した旅行商品の造成・販売 ア 関係団体(民間団体を含む)及び市町村等と連携し、機構独自の旅行商品を造成・販売す イ 旅行業未登録の市町村と連携して着地型旅行商品を造成し、PR・販売化を図り、地域への誘客を促進する。 (2)地域で造成・販売している着地型旅行商品を提携販売し、販売網拡大化を支援 ア 旅行業登録済み市町村等と連携し、“VISIT長野県”を活用した提携販売商品の販路拡大を促進する。 (3)広域観光事業の支援 ア 市町村、地域DMO等が連携して実施する滞在型観光につながる事業、誘客イベントの支援を行う。 支援上限額30万円×2事業	6,227 <2,265>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
16 戦略的バス活用事業 増加傾向にある訪日外国人旅行者、自動車を持たない都会の若年層や高齢者等が、気軽に長野県内を周遊観光できるバスツアーや、宿泊施設を起点に県内観光地を結びつけるバスツアーの造成を誘導・展開することにより、地域DMOが取り組む長期滞在型の観光地域づくりを促進する。 (1) 県内周遊バスツアー支援 県内の主要駅等を出発地として魅力的な県内観光資源を結ぶ着地型周遊ツアーを支援する。 支援対象: 県地域振興局、県外観光情報センター、県内市町村、観光協会等が造成に関わるツアー、またはその造成が観光地域づくりを促進すると考えられるツアー(いずれも国内旅行業資格を有する旅行会社が企画・実施するツアー) (2) 研修会の開催 県内市町村等を対象とした着地型バスツアー商品の造成に関する研修会、意見交換会を開催す	8,662 <2,287>
17 冬期誘客促進事業(スノーキッズ倶楽部、スノーラブ.net) 信州のファンを増やし、スノースポーツ人口の拡大と長野県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」を展開するほか、「NAGANO SNOWLOVE.NET」での情報発信及び誘客プロモーションを行うことを目的とする。 (1) 信州スノーキッズ倶楽部 ア 会員特典の企画・設定 イ 会員ツール・販促ツール制作 ウ 入会受付(販売)、発送、会員管理 エ 入会プロモーションの開催 (2) NAGANO SNOWLOVE.NET (NAGANO SNOWLOVE.NET実行委員会による事業) ア ウェブサイト「NAGANO SNOWLOVE.NET」の運営、管理 イ スキー場積雪情報の配信 ウ メールマガジンの配信 エ SNS(Facebook、Twitter、Instagram)を活用した情報発信 オ 長野県索道事業者協議会が発行する「長野県全スキー場共通リフトシーズン券」の抽選販売 カ 長野県索道事業者協議会が発行する「長野県全スキー場共通リフト引換券(1日券)」の発券管理 キ ウェブコンテンツ制作・掲載	 18,688 <4,226>
18 地域振興局協働事業 長野県内の観光地域づくりを推進するため、県地域振興局等と連携を図った広域観光を推進する協働プロジェクトを実施し、長野県への誘客促進を図る。 地域振興局との協働プロジェクト (1) 地域振興局と協働する着地型旅行商品等の造成、造成に向けた取り組み (2) 地域振興局と協働する広報の実施	1,133 <336>
19 学習旅行誘致推進事業 新しい学習旅行形態が増える傾向に対応し、各地域の魅力発信を行い、生活体験や物作り体験から「本物の体験を通じた感動」「人々とのふれあい」を提供し、心に響く出会いを体験できる長野県への学習旅行誘致を積極的に行う。 (1) 学習旅行誘致拡大のための商談会・キャラバンの実施 ア 年間計画に基づいた誘致活動 ・首都圏・大阪での商談会開催 ・九州全県誘致キャラバンの実施 (2) 学習旅行実態調査によるマーケティング ア 新規ターゲットの開拓 イ 東海・北陸・中四国の旅行会社への誘致営業の実施 (3) 教育旅行担当者の県内視察招聘	 13,112 <6,130>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
20 サマーキャンプ・スノーキャンプ実施事業 夏期・冬期に首都圏から信州への誘客拡大の為、長野県内の独自の価値を活かした観光地域づくりを推進し、各地域DMO、市町村、観光協会、関連事業者等と情報交換を行い、地域課題解決に向けたサポートを行い、広域観光を推進し、滞在型交流観光を促進する。 県内4地区(乗鞍・白馬・菅平・蓼科)での旅行商品造成並びに誘客宣伝活動の支援 ア キャンプ旅行企画とパンフレット作成 東京都・神奈川県・埼玉県内のターゲット先小学校へのパンフレットの直接送付及び各都県内教育委員会への事前挨拶とパンフレット送付の承諾確認 イ 事前保護者説明会の実施 安心・安全なキャンプ受入体制の説明 県内4地区の受入スタッフによる体験内容の説明、質疑応答 	4,679 <432>
21 観光情報センター運営事業 長野県負担金により、東京銀座NAGANO、名古屋及び大阪の観光情報センターを運営する。 県外観光情報センターは、長野県への誘客拡大を図るための重要な情報発信拠点であることから、会員等から提供された情報等を基に、都市ごとのニーズにあわせ、情報発信・提供を行う。 (1) 情報センター窓口での情報提供 (2) 観光展・物産展・イベント等への参加・協力 (3) 旅行会社、メディア等への情報提供等 (4) 旅行商品造成・販売活動 (5) 県内市町村・観光協会等への協力(同行営業・情報交換等) (6) スポーツ合宿等の誘致活動	45,196 <33,873>
22 観光情報提供事業 会員との連携による情報収集に努め、全県の観光案内窓口を運営するとともに、長野市観光情報センターにおいて、全県の観光案内等を行い、利用者の利便性及び観光誘客を図る。 また、長野県に訪れるお客様に観光情報をワンストップで提供できるようにするため、市町村・市町村観光協会等が運営する観光案内所間の相互交流機会を設けることにより、情報の共有化を進め、より広域的な観光案内を各案内所で実施できる体制を整える。 (1) 信州観光情報センター(長野県庁2階事務所に併設)の運営管理 ア 観光案内(直接対話、電話、FAX、電子メール) イ パンフレットの配布(当機構会員との連携による) ウ パンフレット発送サービス エ 観光PR用画像及び映像の貸出、収集、保管 オ 観光パンフレット等送付用封筒作成(31年度分) (2) 長野市観光情報センターでの観光案内 (3) 観光案内所職員現地視察研修の開催 県下2地域で開催 (4) 観光情報の共有 観光案内所一覧の配付(5月)、情報共有のための情報交換会を開催 	8,881 <3,832>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
23 信州フィルムコミッションネットワーク推進事業 長野県への長期的なロケ誘致体制を確立するため、県内各FCや市町村、関係団体との連携を図り、また、専門人材を活用することにより、ロケ誘致、それに伴う誘客促進を図る。 (1) 信州フィルムコミッションネットワーク(SFN)連絡会議の開催 SFNを構成する県内各FCや市町村、関係団体等を対象に、制作会社等専門家による講演や、先進県の取組事例を学び県単位でのレベルアップを図るため、連絡会議を開催する。(年2回)6月、1月 (2) ロケ誘致活動 ア 制作会社等へのロケ誘致 ジャパンフィルムコミッション(JFC)等関係機関と連携し、制作会社等にロケ誘致の活動を行う。 イ JFCへの参加 JFCへの参加により、制作関係者との関係強化、全国各地のロケ支援状況の情報収集を行う。 (3) SFN会員等のロケ受入相談窓口の設置、現地ロケ支援 ア フィルムコミッション機能を持たない市町村のロケ受入相談の実施 イ 制作会社からの相談窓口、SFNへのロケ照会情報提供、制作会社とSFN会員との仲介 ウ 現地ロケ支援(必要な場合) 	7,407 <3,628>
24 物味湯産手形等事業 長野県内での周遊観光促進のため、新規顧客の開拓、県外観光客のリピータ化、県民の県内流動活性化および観光客の消費拡大を目的とした「物味湯産手形」を製作・販売し県内・県外からの誘客を図るとともに、「信州手ぶら便」を運営し、観光客の利便性を高める。 (1) 物味湯産手形事業 ア 2019年度版「物味湯産手形」の印刷、販売 イ 2020年度版「物味湯産手形」の制作 (2) 信州手ぶら便事業 下記地域において実施する「信州・手ぶら便」を運営し、手数料収入を得る 軽井沢地域(軽井沢駅) 	11,371 <2,516>
25 デジタルマーケティングデータ分析調査事業 (新規) (1) 事業目的 新構築予定の長野県観光公式サイトでは、顧客の嗜好に基づきターゲット広告を実施し、サイトに訪れた顧客のデータを取得するシステムを導入し、コンテンツを常に見直し予約までつなげるウェブサイトを構築する。 ウェブサイト効果の最大化及び広告の効率化を図るためには、サイト内で取得できるデータを分析するだけでなく、サイト訪問前後のデータの分析や、競合サイトとの比較分析、トレンド分析など多角的なデータ分析が必須であるため、他社データや分析ツールなどの環境を整備する。 分析結果はウェブサイトの運営に活用する他、「外国人目線による商品造成事業」等にも提供し、地域の観光事業者やDMO、観光協会等が商品を作成する際に活用してもらうことで、効果的、効果的な商品造成につなげる。 (2) 事業内容 ア サイト訪問前分析(検索クエリによる分析等) イ サイト訪問後分析(OTAデータによる分析等) ウ 競合サイト分析(比較分析データによる分析等) エ トrend分析(検索ワードのトレンド分析等)	16,568 <10,536>

事業名	事業費 (単位:千円)
事業概要	<内人件費>
26 公式観光サイト管理運営事業 会員である市町村等との連携により長野県公式観光サイト「さわやか信州旅.net」の管理運営を行い、一元的な観光情報発信の強化を図ることで利用者の利便性を高め、長野県への誘客を促進する。 (1)「さわやか信州旅.net」(パソコン用サイト、スマートフォン用サイト)管理運営 ア 情報の収集と更新 ・トップページ、トピックス情報 ・イベント情報、桜及び花各種開花情報、紅葉情報、くだもの狩り情報等の季節情報 ・観光スポット(データベース約1200件)、スキー場情報等の施設情報 ・メールマガジンの発行、SNS管理運営 イ コンテンツ管理 ・投稿コンテンツの管理、リンク管理、フォトライブラリーの貸出管理 ・サイト分析及び特集コンテンツの作成及び管理 ウ サーバ等機器装置及びシステム保守 ・サーバ管理 ・システム保守及び改修 ・プロバイダー管理、ドメイン管理 エ サイト分析 ・Webサイトデータ取得・管理 ・外部データ収集 ・分析FD作成  (2)「さわやか信州旅.net」(パソコン用サイト、スマートフォン用サイト)管理運営 ア 情報の収集と更新 ・スペシャルページの情報更新 ・観光施設等の情報更新 ・イベント情報更新 イ サーバ等機器装置及びシステム保守 ・サーバ管理 ・システム保守	12,985 <5,619>
27 公式観光サイト運用事業 長野県公式観光サイト「さわやか信州旅.net」(PCサイト、スマートフォンサイト)及び長野県観光データベースを運用し、情報発信の充実化を図るとともに収益の拡大を図る。 (1)宿泊施設情報発信サービス ア 未登録施設への営業活動 イ 宿泊予約サイトの運営(株式会社たび寅との連携) ウ 管理運営(登録料の清算・新規入力・更新等) (2)店舗情報発信サービス ア 未登録施設への営業活動 イ 管理運営(登録料の清算・新規入力・更新等) (3)バナー広告 ア バナー広告の掲載管理 イ 広告料の請求及び入金確認 (4)観光情報データ外部提供 ア 観光情報データの抽出及び作成 イ 請求及び入金確認	1,323 <818>

事業名	事業費 (単位:千円)
事業概要	<内人件費>
28 銀座NAGANO店舗運営事業 (1) 事業目的 ア 1、2階のショップスペースにおいて県産品を販売し「信州ブランド」を創出、発信する。 イ 秀逸な県産品を消費者に紹介することで「コアな信州ファン」づくりの拠点としても機能を果たす。 ウ 銀座NAGANOの取扱い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。 エ 2020年東京オリンピック・パラリンピックを目前に控え、外国人を対象とした情報発信やイベントを実施し、長野県への誘客につなげるとともに、県のイメージアップを図る。 (2) 事業内容 ア 「登録商品検討会議」の開催及び取扱商品の選定を行う イ 県内事業者の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事業者へのフィードバックを実施する。   ウ 総合案内スタッフ(しあわせ信州コンシェルジュ)を配置し、長野県のヒト・コト・モノのストーリーを発信するとともに、在日外国人対象のイベントを年度内に2回実施して、現地誘客と情報拡散を図る。 (信州のヒト・コト・モノ総合案内事業)  エ 顧客分析ツールにより、販売状況の整理、分析を行い顧客への販促活動を実施する。 (効果測定情報収集事業)	287,600 <64,238>
29 銀座NAGANOイベントスペース管理運営事業 信州ファンの増加、長野県への誘客促進のため、銀座NAGANO2階のキッチン・イベントスペースの運営、管理を長野県からの委託を受けて行う。 (1) 集客及び利用促進のためのPR営業等 (2) 利用申請受付、取りまとめ (3) 主催者との事前事後連絡調整、助言、諸届等 (4) イベント実施状況レポート、報告書作成等 (5) 食器、事務・音響機器の管理及び整理整頓 (6) イベントスペース等の清掃	28,828 <15,549>

事業名	事業費 (単位:千円) ＜内人件費＞
事業概要	
30 酒類販売事業 (新規) (1) 事業目的 ア 日本酒・ワインをはじめ酒類製造の好適地である長野県の酒類を販売(卸売・小売)することにより、県産酒類の県外での認知度を向上させるとともに魅力を発信していく。 イ 県観光機構における新たな収益の柱として、販売を拡大していく。 (2) 事業内容 ア 主に県外の酒販店に対して販売(卸売)を行う。 イ 主に県外の飲食店等に対して販売(小売)を行う。 ウ 銀座NAGANOで販売する酒類についても仕入を行う(一部商品)。	166,923 ＜18,871＞
31 インターネット販売等運営事業 (拡充) (1) 事業目的 ア 「銀座NAGANO」と連動し、インターネットを通して広く県産品を販売することで「信州ブランド」を創出し発信していく。 イ 新たな取り組みとしてスタートする「みやげっと」については、県内の観光関連事業者(ホテル、交通事業者等)と連携しながら設置場所を増やしていくとともに、SNSやメールで手軽に信州のお土産を送ることができる優位性をアピールし、販売を拡大していく。 (2) 事業内容 ア 「NAGANOマルシェ」でのインターネット販売の実施 イ 「NAGANOマルシェ」と連動したチラシ等を作成、活用した通信販売の実施 ウ 「みやげっと」を活用した県産品販売の実施	20,338 ＜3,832＞



NAGANO マルシェ



事業名	事業費 (単位:千円) ＜内人件費＞
事業概要	
32 県外センター県産品販売事業 (1) 事業目的 ア 県外観光情報センターでの観光案内や発信にあわせて長野県の特産品を販売することにより、長野県への誘客促進を図る。 イ 中京圏および関西圏で行われる観光物産展等に出展し、県産品の販売をとおして「信州ブランド」を発信する。 (2) 事業内容 ア 名古屋観光情報センター ・名古屋観光情報センター内で、長野県の特産品を販売する。(りんごジュース、そば、栗菓子等) ・久屋中日ビルの合同物産展や県が出展するイベント等での物産販売を行う。   イ 大阪観光情報センター ・関東甲信越6県物産展(せんちゅうパル)、ふるさと名産品まつり(第1ビル協同体)、新潟・長野合同観光物産展(大阪駅)、また、県の包括連携協定企業での職域販売等へ参加し、物産販売を行う。 	8,710 <384>
33 外商販売事業 (拡充) (1) 事業目的 ア 長野県の魅力を高め、広げることにより、長野県のコアなファンを増やす。 イ 店舗外で実施する「外商販売」(主に個人、法人向け)を実施することにより、収益性を強化する。 (2) 事業内容 ア 長野県にしかない食材や観光コンテンツを紹介することで、身近に感じてもらえるように月1回「信州味めぐり教室」を開催し、情報発信を行う。 (メインターゲットは、20歳～44歳の女性)  イ 長野県と包括連携協定を締結している企業或いは県人会、長野県に縁のある会合にフルーツや加工品産直便を推奨販売する。 総会等のお集まりの際に産直便のちらしを送付し、購入につなげる。  ウ 県営業本部と連携し、その帳合機能を行う。	38,977 <7,864>

事業名	事業費 (単位:千円) <内人件費>
事業概要	
34 ふるさと納税事務局事業 (新規) ふるさと納税制度については、総務省の指導により転換期を迎えており、今後は、寄附獲得競争という短期的視点から、いかに地域の自力を養うかという中長期的な視点に競争領域が移っていくと予想される。このため、ふるさと納税事務の自治体からの受託を通して、地域の魅力ある産品の商品開発やテストマーケティング、地域の魅力発信の支援を行う仕組みづくりを検討する。 (1) ふるさと納税事務局サービスを提供できる体制およびインフラの構築 (2) ふるさと納税事務局サービスの提供 (3) 自治体への営業活動(プロポーザル参加含む) (4) 商品開発コンサルティング	— <一>
35 会員連携推進事業 機構の事業策定の参考とするため、会員との意見交換を行うとともに、会員への情報共有を図り連携を強化する。 (1) 事業策定の為の意見交換会の開催 ア 開催箇所 6広域観光エリア毎6箇所にて開催 イ 開催時期 平成31年11月(予定) (2) 会報及び情報提供 ア 提供方法 メール イ 提供回数 随時(会報年4回程度) (3) 会員相互の情報共有を図るため機構HPを改修 ア CMS形式による情報発信 イ 会員が入力できるシステムの構築	1,303 <420>
36 観光関係団体連携事業 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。 (1) 会費負担金等 日本観光振興協会、関東甲信越静岡観光協会・連盟協議会、県旅行業協会、全国修学旅行研究協会、日本修学旅行協会、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、長野経済研究所、信州豊かな環境づくり県民会議、他 (2) 各団体の活動等に参加	1,596 <84>