

令和5年度 ( 自 令和 5年 4月 1日 )  
至 令和 6年 3月31日 )

# 事業計画書

公益財団法人ながの観光コンベンションビューロー

# 公益財団法人ながの観光コンベンションビューロー

## 令和5年度 事業計画書

### □ 事業運営方針

新型コロナウイルス感染症は、度重なる変異株の出現により、令和4年度も収束の兆しが見えない状況が続きましたが、一方で、国において感染拡大防止と社会経済活動の両立を図る方向性が示され、「Withコロナ」の新たなフェーズに突入しました。

そのような状況の中、本市の観光関連産業の需要を喚起すべく、令和4年度は感染状況を見極めつつ、都度柔軟な対策を講じながら事業を推進してまいりました。

コンベンション事業は、助成金制度を拡充し、東京都及び近隣県を中心に誘致訪問を展開するとともに、3年ぶりのリアル開催となった「国際MICEエキスポ2023」へも出展するなど、着実に商談を進めてまいりました。また、リアル開催となる各種スポーツ大会を中心に誘致することにより、市内の宿泊及び消費拡大に結び付けました。

観光振興事業は、「観光DX推進プロジェクト」を軸として、デジタル技術の積極的活用による誘客に取り組み、特に昨春の「善光寺前立本尊御開帳」では、善光寺御開帳奉賛会の一員として、SNS活用による旅マエ旅行者への積極的な情報発信をはじめ、旅ナカにおけるデジタルイラストマップ導入による街歩きの促進及び利用者の移動データ収集、さらにSDGsに繋がる360度カメラ映像を駆使したバリアフリー情報の発信等、従来にない取組を展開してまいりました。

また、観光入込客数の減少が課題となっている「アフター御開帳」に対する取組として、「城山公園一帯」における観光活性化を目的とする新たな協議会を発足し、長野県立美術館や善光寺の宿坊と連携しながら、具体的な旅行商品の造成を推し進めました。

令和5年度は、アフターコロナ時代への転換期として、コンベンション事業については、宿泊者数の増加をはじめ、地域全体の経済波及効果を生み出すため、令和7年大阪・関西万博開催に伴う各種コンベンションの地方分散開催を好機と捉え、積極的に誘致を進めるとともに、新たな取組として大学等高等教育機関との包括連携協定を締結するほか、本市に在住し、各種コンベンション開催決定に影響力を持つキーパーソンを発掘し、関係団体とより強固な関係を構築することにより、新規及び継続的な開催に向けた誘致を展開してまいります。

観光振興事業については、コロナの影響による旅行者の意識変化を踏まえ、「誘客促進」・「消費拡大」・「持続可能な観光」に留意し、4つの戦略を土台に推進してまいります。

第1に、「あの人と出会う旅」をコンセプトとした旅の提案に取り組みます。観光庁は“第二のふるさとづくり（何度も通う旅、帰る旅）”による新たな交流市場の開拓に取り組んでいますが、本市は善光寺のお膝元として、長きにわたり全国から多くの参拝客を迎え、その歴史が培った“人の温かさ”は大きな資産であります。この資産を活かし、“おもてなしの心”を旅マエから旅行者に届ける取組として「おもてなしプロジェクト」を展開し、リピーター化、ファン化を目指してまいります。

第2に、インバウンド誘客は、急激な回復期にある需要を取りこぼすことのないよう、長野県及び近隣市町村とも連携を強化し、双方の素材を活かして魅力を高めてまいります。また、在日大使館との関係構築に着手し、新たな切り口で国際交流の促進を図ります。

第3に、令和6年春北陸新幹線敦賀延伸を契機とした関西方面からの誘客展開を図ってまいります。具体的には、本市と延伸先となる福井県が共通の強みとして持つ「蕎麦」を活用した県単位の共同PR事業を展開し、観光入込客の増加及びリピーター獲得を目指すとともに、北陸新幹線の延伸効果を県全域へ広げてまいります。また、令和4年に松代入部400年を迎えた真田信之公を顕彰し、松代への来訪意欲の向上と機会創出を図ってまいります。

第4の戦略は、「観光DX推進プロジェクト」として、デジタル技術の積極的活用による新たな観光サービスの創出に向け、蓄積したデータや分析結果を賛助会員等地域の観光事業者と共有し、観光誘客や収益拡大に繋げてまいります。

“平和産業”といわれるツーリズム産業は、裾野の広い産業であり、交流人口が増加するほど、観光地としての国際水準が高まり、SDGsの課題解決へも繋がりますので、引き続き、長野県をはじめとする自治体とも密接に連携し、本市の自然や歴史文化を活用しながら事業を推進してまいります。

# I コンベンション事業

## 重点目標

- 1 中小規模コンベンションに対する誘致・支援の強化及び令和7年に開催される日本国際博覧会(大阪・関西万博)に伴うコンベンションの誘致強化
- 2 国際スポーツ大会及び全国的スポーツ大会等の計画的な誘致推進
- 3 合宿及び教育旅行誘致の推進
- 4 国際 M I C E ※の誘致

※ MICE

企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称

## 重点事業

- 1 中小規模のコンベンションの新規誘致に的を絞りと、首都圏の学会・協会等の会議主催団体及び旅行会社、PCO等へ積極的な誘致活動を展開するとともに、北陸、中京及び近畿圏での誘致活動を強化する。

なお、大規模コンベンションは全国で順番に開催されている状況であることから、引き続き情報収集を行い、長期的計画による継続的な訪問活動を行う。日本国際博覧会の開催により地方開催となるコンベンションに対して、前広な誘致活動を行う。併せて、拡充した助成金制度の情報発信に努め、誘致拡大を図る。

- (1) 高速交通網の利便性を活かし、首都圏、北陸、中京及び近畿圏での誘致活動を強化するとともに、日本国際博覧会開催を契機として地方開催に目が向けられている近畿圏開催コンベンションの主催者等への訪問活動を強化し、長野市開催に向けた誘致を図る。
- (2) 地域の特徴(歴史・文化・自然・環境)を活かしたユニークベニュー※を活用し、誘致の拡大に繋げる。
- (3) 誘致拡大のため、松本観光コンベンション協会、軽井沢観光協会等関係する他団体との連携を図る。
- (4) JCCB(日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー)を最大限活用し、誘致情報の収集、誘致に努める。
- (5) 自然環境や伝統文化を活用した長野市ならではの開催プランを創出し、企業MICEの新規需要獲得やワーケーションの誘致に繋げる。
- (6) 拡充した助成金制度の情報発信に努め、誘致の拡大に繋げる。

※ PCO (Professional Congress Organizer)

会議や展示会、シンポジウム、セミナー等の各種イベントを主催する企業・団体と連携し、会場手配事務局代行等の事前準備、当日の運営、事後サポート等を総合的に行う事業者。

※ ユニークベニュー

「特別な会場の意味」・美術館や博物館、歴史的建造物等で会議やレセプションを開くことで特別感や地域の特性等を演出できる会場のこと

- 2 「第三次長野市スポーツ推進計画」に基づき、長野市及び関係団体等と連携し、国際大会や全国大会等の計画的な誘致を図る。併せて、拡充した支援金制度の情報発信に努め、誘致の強化及び大会の継続開催を推進する。
- (1) 国際大会全国大会及びブロック大会に対して、拡充した支援金制度を活用し、新規大会の誘致や長野市での継続的な開催に繋げる。  
 なお、全日本大学軟式野球選抜大会については、長野市での開催が10年目を迎え定着しつつあることから、長野市開催の固定化へ向けた活動を積極的に推進する。
- (2) 各種スポーツ大会の事前合宿を誘致するため、長野市と連携し、情報の収集及び発信を行う。
- (3) 全国中学校スケート大会への継続した支援を行うとともに、オリンピック・パラリンピック開催都市としてのブランドを活かし、ウインタースポーツ競技の大会誘致に努める。
- 3 各種支援制度を活用し、新規合宿を誘致するとともに、コロナ禍においてニーズが多様化する教育旅行の誘致強化を図る。
- (1) 首都圏の教育機関、旅行会社及び大学生協等へ長野市独自のきめ細かな支援プログラムを積極的にPRし、誘致活動を展開する。
- (2) 新型コロナウイルスにより合宿や教育旅行を中止または延期した諸団体に対し、改めて開催を提案し、誘致する。
- (3) 高速交通網の利便性を活かし、北陸、中京及び近畿圏に向けた誘致活動を行う。
- (4) 旅行会社と連携を密にして、教育旅行における多様なニーズの把握に努め、誘致推進を図る。
- 4 台湾及びタイを中心としたASEAN諸国に加え、欧米豪並びに中国からMICEを誘致するため、JNTO（日本政府観光局）及び長野県等と連携し、国内外で開催される招請事業や商談会で積極的な誘致活動を展開する。
- (1) 長野市及び北信濃の魅力や伝統文化をPRすることで、海外MICEの開催候補地としての知名度向上及び誘致推進を図る。
- (2) 海外MICE取扱旅行会社との連携を密にして、多様なニーズの的確な把握に努めるとともに、誘致推進を図る。

## 事業の概要

<b>コンベンション事業費</b>	予 算 額	前年度予算額	比較増減
	79,516 千円	80,684 千円	△1,168 千円

### 1 コンベンション誘致事業

- (1) コンベンション誘致活動
- ア 首都圏及び中京・近畿圏を中心にコンベンション主催者を訪問し、誘致活動を行う。
- イ 日本国際博覧会開催に伴い近畿圏で開催されているコンベンションが地方開催に移行されることが推測され、その代替開催地としての誘致活動を強化する。
- ウ 高速交通網の利便性を首都圏はもとより、北陸、中京及び近畿圏の大学及び旅行会社にPRし、合宿を誘致する。
- エ 信州大学・長野県立大学をはじめとする高等教育機関との連携協定や、学会関係者及び関係団体との情報交換会等を実施し、人脈の構築とキーパーソンの発掘を行う。
- オ コンベンション主催者の事前視察費用を支援し誘致強化を図る。
- カ 国際MICEエキスポ<sup>\*</sup>に参加し、コンベンション主催者と商談を行う。
- キ 「コンベンション総合ガイド」及び「長野市合宿ガイド」を活用し、情報発信を行う。
- ク コンベンション連絡協議会及び他都市コンベンション推進機関との連携強化を図る。
- ケ 新型コロナウイルス感染症禍におけるMICE開催のための情報提供を行う。

コ コンベンション開催時に可能なSDGs※の具体的な取り組み方の情報を主催者へ提供する。  
サ エクスカーションの提案を積極的に行い、参加者の滞在時間の延長と消費の拡大に繋げる。

※ 国際MICEエキスポ

国際会議や企業ミーティング・インセンティブ旅行等について、日本への誘致あるいは開催を計画し、  
具体的案件を保有している国内主催者との商談会の場として毎年2月に開催されるイベント

※ SDGs (エスディーゼーズ) 持続可能な開発目標

地球上の「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を  
年限とする17の国際目標

## 2 コンベンション開催を促進するために行う各種支援事業

### (1) コンベンション支援

ア 長野市内での開催・宿泊を伴う会期が2日以上かつ大会参加者50人以上のコンベンション・  
スポーツ大会に対する支援

・ 歓迎看板等の設置

JR長野駅デジタルサイネージ及び大会開催会場

・ コンベンション支援パンフレット等の提供

おいでなしてながの・グルメガイド・トートバッグ※

・ エクスカーションバスの運行

バス2台まで

参加者100人以上、会期2日間以上

・ シャトルバス(駅・会場・宿泊施設間)の運行

参加者1,000人以上 運行経費上限50万円

参加者200人以上 運行経費上限30万円

・ ポスター・ドアステッカーの掲出(参加者1,000人以上)

タクシードアへの歓迎ステッカー掲出・商店街等への歓迎ポスター掲出

イ 企業コンベンション(参加者50人以上)に対する支援

・ 歓迎看板等の設置

JR長野駅デジタルサイネージ及び大会開催会場

・ コンベンション支援パンフレット等の提供

おいでなしてながの・グルメガイド・トートバッグ

・ アトラクションの提供

木遣り・太鼓・神楽等(経費上限10万円以内)

参加者100人以上

・ エクスカーションバスの運行

バス2台まで

参加者100人以上

ウ コンベンション開催検討中の主催者

※トートバッグ

従来のトートバッグの素材や製法を見直し、「植物由来99%以上の生地」、縫合は「糸不使用の超音波接合」、「水性インキを使用した印刷」を採用することにより、生地・接合・印刷の全ての段階において、SDGs対応の自然環境に優しいトートバッグに変更。

## (2) 助成金及び支援金の交付

### ア 主催者に対する助成金及び支援金

#### ・コンベンション開催助成金

長野市内開催の宿泊を伴うコンベンション主催者に対し、会場使用料（控室 楽屋 託児所等含む）及び冷暖房料の半額を助成する。

ただし、参加者数の区分に応じた交付額を上限とし、いずれか低い額を交付する。

〔助成金額〕

コンベンション参加者数	上 限 額
50人以上 100人未満	5万円
100人以上 200人未満	12万円
200人以上 300人未満	20万円
300人以上 500人未満	38万円
500人以上 700人未満	60万円
700人以上 1,000人未満	85万円
1,000人以上	100万円

#### ・国際コンベンション開催助成金

長野市内開催の宿泊を伴う国際会議主催者に対し、海外3ヵ国以上から参加した人数に応じた助成金（20,000円×人数、上限50万円）と会場使用料（控室 楽屋 託児所等含む）及び冷暖房料の半額相当額（上限100万円）の合算した額を助成金として交付する。

#### ・スポーツ大会開催支援金

スポーツ大会主催者に対し、参加者数の区分に応じた支援金を交付する。

〔支援金額〕

参 加 人 数	交 付 額
50人以上 100人未満	5万円
100人以上 200人未満	11万円
200人以上 300人未満	18万円
300人以上 500人未満	28万円
500人以上 700人未満	40万円
700人以上 1,000人未満	58万円
1,000人以上 1,500人未満	80万円
1,500人以上	100万円

なお、所定の要件を満たした場合、スポーツ大会参加者が負担したバスの夜間駐車料の一部を支援金として交付する。

#### ・合宿開催支援金

長野市内で50人以上の宿泊を伴う合宿主催者に対し、延べ宿泊者数に応じた支援金（1泊につき500円×宿泊人数、上限10万円）を交付する。

なお、所定の要件を満たした場合、合宿主催者が負担したバスの夜間駐車料の一部を支援金に加算し交付する。

#### ・企業コンベンション開催助成金

企業が実施する長野市内での宿泊を伴う会議や研修に対し、会場使用料（控室 楽屋 託児所等含む）及び冷暖房料の半額を助成する。

ただし、参加者数の区分に応じた交付額を上限とし、いずれか低い額を交付する。

※交付額はコンベンション開催助成金に準じる

#### イ 旅行事業者に対する支援金

- ・企業コンベンション送客促進支援金

長野市内開催の宿泊を伴う企業コンベンションを企画・実施した旅行事業者に対し、宿泊者数の区分に応じた送客促進支援金を交付する。

- ・合宿斡旋送客促進支援金

長野市内開催の宿泊を伴う合宿を斡旋・販売した旅行事業者に対し、1企画につき5万円の斡旋送客促進支援金を交付する。

#### (3) コンベンション開催準備金貸付

長野市内で開催されるコンベンションに対し、主催者支援のためコンベンション開催準備金の貸付を行い、主催者の便宜を図ることによりコンベンション誘致を促進するもの。

具体的には主催者への貸付金を当法人が金融機関から借り入れ、利息及び手続き費用を当法人が負担し、主催者へ無利息で貸し付けを行う。

### 3 コンベンションに関する情報収集・情報発信

#### (1) コンベンションアンケート

ア コンベンション主催者・参加者へのアンケート調査を行い、調査結果を基に誘致活動・受入態勢を強化する。

イ コンベンションアンケート調査に基づく経済波及効果等の試算・公表を行う。

ウ アンケート調査結果を有効に活用し、「ながのファン」の増加を図る。

#### (2) 情報発信

ア コンベンション誘致情報のデータベース管理により、情報共有化と誘致活動を推進する。

イ 長野市のコンベンション、合宿及び観光情報等を当法人ホームページから発信する。

ウ 国際スポーツ合宿誘致のため、関連情報を発信する。

エ 当法人ホームページ賛助会員専用ページのコンベンション開催等情報を随時更新するとともに、賛助会員へ次年度以降開催のコンベンション情報を提供する。

オ 海外からのMICE誘致に向け、当法人ホームページの英語版コンベンション誘致ページからの情報発信を行う。

カ 機関紙「インフォームながの」を発行し、賛助会員、関係行政機関、大会主催者等に、事業活動報告及びコンベンション・観光に関する情報を提供する。(年3回発行)

キ コンベンション開催予定状況調査によるコンベンションカレンダーを発行し、コンベンションの告知及びイベント情報の紹介を行う。また、賛助会員に対しては、より早く情報の発信を行う。

ク MICE業界誌、県人会誌等への広告掲載により、大会主催者等に向け長野市でのコンベンション開催をPRする。

ケ 大会プログラム等への広告掲載を行い、大会参加者に向けて長野市のPRを行うとともに、大会主催者に対して長野市での継続開催を促進する。

コ 長野商工会議所、長野商店会連合会等へコンベンション開催情報を提供し、コンベンション参加者への歓迎ムードを醸成する。

サ ホームページにより閲覧者の利便性を向上させるとともに、各施設の新型コロナウイルス感染症対策等の情報発信を強化する。

シ ユニバーサルツーリズム等の情報発信を行い、バリアフリー化への機運を醸成する。

### (3) 情報収集

- ア 観光庁、JNTO、JCCB、旅行会社、観光事業者が主催する各種会議・シンポジウム・セミナー等へ参加する。
- イ 中部コンベンション連絡協議会への参加により、関連組織との協調を図る。
- ウ 台湾及びタイを中心としたASEAN諸国に加え、欧米豪並びに中国の旅行会社やメディア等からの情報収集に努める。
- エ JSTA（一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構）を活用し、長野市のスポーツコミッション事業※に有益な情報の収集に努める。

※ スポーツコミッション事業

スポーツを活用したまちづくりや地域づくりを推進することで地域の活性化を図る事業

## 4 「おもてなしの心」の醸成を図る事業

セミナー及び情報交換会の開催により、「市民のおもてなしの心」の醸成及び賛助会員間の情報交換や連携推進を図る。

## Ⅱ 観光振興事業

### 目的

観光誘客を推進することにより、街のにぎわい創出及び地域の産業経済の活性化を図る

### 重点目標

- 1 With コロナ時代への対応とともに After コロナ時代を見据えた長野市ならではの新たな観光スタイルの提案による滞在型観光の推進
- 2 インバウンド（訪日外国人旅行者）の新たなニーズに対応した誘客促進
- 3 人との繋がりを構築する企画によるリピーター獲得
- 4 市内宿泊者数 139 万人。外国人宿泊者数 77,181 人を目標とする
- 5 旅行の目的地となるよう地域としての魅力を高める

### 事業の概要

観光振興事業費	予算額	前年度予算額	比較増減
	201,422 千円	328,115 千円	△126,693 千円

#### 1 観光宣伝事業

観光パンフレット等の作成・配布、新聞・雑誌等への広告掲載、テレビ・ラジオでのPR、ホームページ、SNSによる情報発信等、多様な広告媒体を活用して旬な観光情報を発信するとともに、観光キャンペーン及び各種イベントを実施し、長野市の観光及び特産品のPR 活動を通じて長野市及び周辺地域の知名度向上を図る。

#### 【事業方針及び実施計画】

- ① インターネットやSNSの普及により、観光情報の入手が容易になり、パッケージ商品ではなく、個人の好みや興味・関心に合わせた旅行が増加しているため、デジタル媒体を活用し、多様化する個人の趣味趣向に響くようにエリア別、テーマ別のおすすめ情報を発信する。
  - ・ホームページで提案型の情報発信を効果的に行う。
  - ・デジタルマップ等を活用し、旅マエ・旅ナカの情報収集の利便性を図る。
  - ・アンケート調査やデジタル施策等で取得した顧客情報を活用し、個人の趣味趣向に合わせた効果的な情報を発信する。
  - ・ユーザーや発信する内容に適したSNS媒体を活用し、旬な観光情報を発信する。
  - ・写真愛好家を対象に市内の主要観光地を対象としたフォトコンテストを開催し、参加型の企画により観光地の魅力拡散を図るとともに、「名勝地」「イベント」「四季の自然」等の画像素材を収集し、活用する。
- ② 長野市内の歴史・文化・自然等の観光資源を活用し、長野ならではの魅力を伝え、誘客に繋がる積極的なPR活動を行う。
  - ・長野市ならではの歴史・文化・自然や、郷土食を紹介するパンフレット等を作成し、各種イベントや旅行商談会等で配布することにより、旅先として選ばれるようPRする。
  - ・ツーリズムEXPOや旅行商談会に出展し、旅行への関心が高い一般消費者や観光業界関係者に対して具体的に観光コンテンツの魅力をPRする。

- ・インバウンドに向け外国語（英語・中国語等）版観光パンフレット等を作成し、海外旅行博等で配布することにより、長野市の代表的な観光情報を継続的に発信し、知名度向上を図る。
- ③ ターゲットを明確に定めた訴求効果の高い広告媒体による情報発信を行う。
    - ・テレビ、ラジオ、新聞等の広告媒体活用にあたり、ターゲットを明確に定め、訴求効果の高い内容となるよう企画し、長野市が旅の目的地となるよう発信する。
    - ・拡散力が高いメディア関係者（ブロガー等のSNS発信者等）を招請し、自身が体験したコンテンツの魅力について発信を促す。
    - ・旅行会社等の商品パンフレットやウェブサイトへキラーコンテンツや旬な観光情報を掲載し、旅行を検討している人々に長野市を印象付け、誘客に繋げる。
  - ④ 県・市・周辺市町村等の関係機関・団体と連携し、長野市をハブとした広域観光PRを強化する。
    - ・しなの鉄道沿線の関係団体と連携し、知名度の高い「軽井沢」をはじめとする沿線の観光スポットと長野市を結ぶ企画を実施することにより、長野市に立ち寄り、滞在するきっかけを作る。
    - ・北信濃観光連盟と連携し、パンフレット・ポスター・ホームページ及びデジタルサイネージを活用することにより、エリア内の情報を発信する。
    - ・スノーモンキーや白馬リゾート等、長野市を拠点にした周辺エリアを含めた着地型旅行商品を造成販売し、市内宿泊客の増加を図る。
  - ⑤ 高速交通網の利便性を活用し、長野市への誘客拡大を図るため、首都圏、北陸、中京及び近畿圏での情報発信を強化する。
    - ・新幹線車内誌への観光コンテンツ記事を掲載し、ビジネス目的の乗客も含め、「長野市」が新幹線の停車駅で利便性の高い観光地であることの認知度向上を図る。
    - ・新幹線によるアクセスの利便性をポスター、パンフレット等で積極的にPRし、気軽に訪れることができる観光地であることをPRする。
    - ・北陸新幹線の敦賀延伸を見据え、長野市が旅の目的地となるよう首都圏、関西圏、北陸エリアに向けた観光PRを強化する。

## 2 誘客推進事業

長野市及び周辺地域の観光関係団体・交通事業者・観光事業者と連携した商談会の開催や旅行会社等への訪問営業、各種誘客キャンペーンのほか、長野市の特色を生かした団体送客プランを実施する旅行会社に対する支援金の交付等により、国内外から長野市及び周辺地域への誘客推進を図る。

### 【事業方針及び実施計画】

[国内向け誘客推進事業]

- ① 団体旅行が減少する中で、よりテーマ性の高い旅行が求められていることから、旅行会社に対して具体的な観光素材の提供を行い、効果的な誘客を図る。
- ② 観光立国政策により、国内各地が観光地化する中で、長野市に誘客するため、旅行会社から企画提案のあった旅行商品を対象に、広告宣伝費支援金及び送客促進支援金を交付する。

- ③ 長野市の文化財施設入館料の精算における利便性を高め、立寄り先として選んでいただくため、松代文化施設等における旅行会社とのクーポン券精算業務を行う。

[インバウンド向け誘客推進事業]

- ① 長野市内における観光及び宿泊の需要を高めるため、J N T O（日本政府観光局）や長野県等の広域団体と連携し、効果的な誘客を行う。
- ・ J N T O、長野県及び広域団体の主催する海外での商談会や旅行博等への出展及び現地旅行会社等への誘客活動を行うとともに、オンラインによるセミナー・商談会にも積極的に参加する。
- ② ターゲット国ごとに、多様化するインバウンド需要に対応したメディア及びコンテンツを活用し、訴求効果のある情報を発信する。
- ・ J N T O、長野県、しなの鉄道沿線の市町村と連携し、海外のメディア関係者及び旅行エージェントを招聘、取材受入を行い、長野市の情報を発信する。
  - ・ 観光業界をはじめ各界に影響力を持つ在留外国人(大使館担当職員、国内インフルエンサー、ランドオペレーター、在日米軍)に直接コンテンツを紹介し、自身の感想を海外へ情報発信させることにより、インバウンドの来訪意欲誘発を図る。
  - ・ 長野市国際交流員による外国人目線で長野市のコンテンツを選定し SNS（TikTok、大衆点評）で発信する。
  - ・ タイ、台湾、香港を対象として、歴史、文化体験と併せ、食や買い物を気軽に楽しめるインバウンド向けのコンテンツを整備し、情報発信する。
  - ・ 「雪」・「スキー」・「宿坊」といった、長野ならではのコンテンツを整備し、対象国に対して的確に情報配信する（雪＝台湾・タイ、スキー＝オーストラリア・中国、宿坊＝オーストラリア・アメリカ）。
  - ・ インバウンド向け外国語（英語・中国語等）版観光パンフレット等を作成し、海外旅行博等で配布することにより、長野市の代表的な観光情報を継続的に発信し、知名度向上を図る（再掲）。
- ③ インバウンドのニーズの変化を踏まえ、地域の特性を生かした文化・体験による高付加価値観光プランの創出により、誘客拡大を図る。
- ・ インバウンドの立山黒部アルペンルート観光に伴う宿泊地を富山県内から長野市内へ誘導するため、長野市での夜・朝の楽しみ方を提案し、宿泊意義を創出する。
  - ・ 外国人観光客に人気の観光地（軽井沢・上高地・松本）と連携し、プラス1泊を長野市で過ごせる提案を行う。
  - ・ 長野市を拠点とした具体的なプランを提案し、長野市での滞在意義を創出する。
  - ・ 心と体の健康をキーワードに善光寺・戸隠・松代の体験コンテンツを再構成し、新たな切り口で発信することで新規需要獲得を図る。
  - ・ 酒蔵・居酒屋めぐり、サイクリング、ロングトレイル等、テーマを設定した観光ルートを構築し、提案する。
  - ・ 来訪者の属性や趣向を把握し、データに基づく来訪者のニーズに合わせた観光コンテンツを情報発信できる環境を構築する。
  - ・ 長野駅からの二次交通（路線バス）の活用を促進するため、バス乗り場や時刻表の発信を強化する。

### 3 観光客滞在時間延長事業

観光客の長野市及び周辺地域における滞在時間の延長を図ることで、賑わいある街づくりと消費向上による地域経済への波及効果の創出を促す。

また、訪れた観光客に快適な滞在時間を提供し、“何度も訪れたい”と思ってもらえるよう、観光事業者や観光ボランティア、市民を対象に「おもてなしの心」の醸成を図る講座等を開催する。

#### 【事業方針及び実施計画】

- ① 旅行形態の個人化、小グループ化に伴い、人と人との繋がりを強化することにより、「また来たい」・「あの人に会いたい」という感情に訴求するコンテンツを整備し、ながのファン及び観光リピーター獲得を目指す。
  - ・善光寺宿坊住職が勧める観光スポット動画を制作及び配信し、新たな体験を通して若年層の「ながのファン」の増加を目指す。
  - ・温かみのある街づくりを目的として、観光地におけるキーパーソンの発掘と観光客への「おもてなし」をコンテンツ化し、リピーター獲得を目指す。
- ② 真田の城下町である松代の知名度向上を図る。
  - ・歴史ファンに向けて各種媒体を活用し、入部400年事業を契機とし、継続的に真田信之公について発信し、松代を訪れていただくため、募集型旅行商品を企画する旅行会社に具体的なツアー造成を促し、町内の滞在時間延長と市内周遊を目指す。
- ③ 旅ナカの情報発信を強化し、市内周遊と滞在時間延長を目指す。
  - ・デジタル技術を活用した旅の具体的な提案支援等、観光DXによるストレスフリーの観光基盤づくりを推進する。
  - ・デジタルマップや音声ガイドを活用し、若年層に向けた情報収集の利便性を図る。
  - ・手軽な情報収集のため、着地型のガイドマップやパンフレット等を作成し、市内宿泊施設や観光施設に設置することにより、観光客の市内周遊促進と滞在時間延長に繋げる。
  - ・市内のガイド団体と連携し、地域の歴史や文化を堪能できる「まち歩き」の充実により、滞在時間延長及びリピーター獲得に繋げる。
  - ・市内のバリアフリー情報を集約し、ホームページ等で広く公開することにより、利便性の向上を図る。

### 4 新たな観光の魅力創出事業

住民、行政等との協働により、地域の観光資源を掘り起こし、隠れた観光名所等を具体的な旅行プランとして企画・提案することにより、訴求力を高める。

また、誘客効果の大きい各種行事や祭り、イベント等を支援することにより、観光誘客の促進及び地域活性化を図るとともに、事業を通じた住民の地域文化における魅力の再認識及び地域に対する愛情の醸成を促す。

なお、企画する旅行プランは、採算性の観点から民間の旅行会社で旅行商品としての販売が難しい場合でも、当法人が試験的に販売し、将来、商品価値が見出され、安定的な集客が見込まれる商品となった場合には、民間旅行会社による商品展開を提案する。

#### 【事業方針及び実施計画】

- ① 旅行における重要な目的の一つである「食」について、長野の「食」の代表であるそばのPRを強化するとともに、日本三大そばの一つである「戸隠そば」の更なるブランド化を図る。
  - ・市内そば店のおすすめや味の詳細な情報を掲載したそば専門のパンフレットを作成することにより、自分好みの味を探求し、何度も訪れたいような情報を発信する。
  - ・北陸新幹線敦賀延伸を見据え「信州そば」と「越前そば」とを競合する形を取ることで、味や文化の違いを分かりやすく紹介し、そば業界全体の魅力増進とおいしさをPRする。
- ② 長野ならではの素材を組み込んだ着地型旅行商品を企画・造成する。
  - ・長野の自然や食を堪能できる旅行商品「旬旅ながの」を企画・実施し、長野市の魅力発信と誘客に努める。
- ③ 各種観光行事やイベント・祭りの支援と各種観光関連団体との連携を強化する。
  - ・長野びんずる、長野えびす講煙火大会、長野灯明まつり等の観光行事や祭りを支援し、県内外からの誘客を図る。
  - ・北信濃観光連盟、長野県及び長野県観光機構と連携し、旅行商談会や観光キャンペーンを実施するとともに、果物や酒・ワイン等、観光素材となる長野県の「食」を活用し、広域の観光誘客拡大を図る。

## 5 観光案内施設の運営

長野市の玄関口であるJR長野駅構内の「長野市観光情報センター」は、長野市を中心とした北信地域をはじめ、長野県全体へ旅行する観光客やビジネスマンにおけるハブ機能をもった拠点を担う状況となっている。そのため、訪問する方々の様々なニーズに合った情報の提供やPR、情報収集等を行うとともに、「おもてなしの心」による対応で訪れる観光客の利便を図り、また訪れたい「長野市」・「長野県」を醸成する。

#### 【事業方針及び実施計画】

- ① 長野市及び北信エリア、長野県内における観光情報の提供と案内  
長野駅に降り立つ観光客やビジネスマンは、善光寺、戸隠、松代、小布施町だけの情報に留まらず、多くの県内観光地の情報を求めてセンターに立ち寄っていることから、エリアの内外を問わず毎日の情報収集を欠かさず行うほか、観光施設へ直接問い合わせ、窓口でネット検索により得た情報等を提供するなど、来訪者のニーズに合った案内を行う。
- ② 各種チケットの交換、受付と販売等  
センターでは以下の交換等の業務を行う。
  - ・アルピコ交通信濃路フリーきっぷの交換
  - ・「旬旅ながの」の受付
  - ・「善光寺表参道食べ歩きチケット」の販売とバウチャーとの交換
  - ・「おもてなし夕食クーポン」の販売とバウチャーとの交換
  - ・「善光寺七福神めぐり」台紙の販売と案内
  - ・車いすの貸し出し
- ③ 当日宿泊の斡旋  
宿泊予約せずに訪れた方へ当日の宿泊手配を行う。
- ④ 電話等による観光案内に対するパンフレット等の送付  
郵送（メール便）により観光案内パンフレット等を送付する。

⑤ その他

センター内に設置されている外貨両替機の案内と使い方の補助  
駅構内が不案内な方への補助等

## 6 フィルムコミッション事業

長野市及び北信濃地域で行われる映画・テレビドラマ・CM等の撮影を誘致するとともに、ロケに関する連絡調整やエキストラ手配などの制作支援を行うことにより、制作された映像作品を通してロケ地が広く紹介されることで、長野市の知名度及びイメージの向上、観光誘客の増加及び地域経済の活性化を図る。

### 【事業方針及び実施計画】

- ① 長野市の映像露出の機会を増やし、知名度や都市ブランド力の向上を図るため、映画、ドラマ、CM、アニメーション等のロケ撮影の支援、広報を行う。
- ② ロケ地ツアー等の実施やロケ地マップ等の作成配布により、新たな観光客層の獲得を図る。
- ③ 関係団体及び近隣市町村と連携したロケ撮影の情報共有を図り、誘致に努める。