

令和4年度 〔 自 令和 4年 4月 1日 〕
〔 至 令和 5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4年度 事業計画書

□ 事業運営方針

令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の収束の見通しが立たない中、とりわけ、“デルタ株”や“オミクロン株”といった変異株の猛威が、観光の需要低迷に更なる悪影響を及ぼし、令和2年度に引き続き、当初計画から修正を迫られる大変厳しい事業展開となりました。

しかしながら、そういった状況下にあっても、本市の観光関連産業の需要を喚起すべく、コロナウイルスの動向を注視しながら、都度柔軟な対応を講じることにより、事業を推進してまいりました。

まず、コンベンション事業は、コロナ禍でもリアル開催となる「スポーツ大会」に的を絞って誘致することにより、市内の宿泊稼働率の回復（中心市街地主要ホテル2月累計前々年度比71.7%）に努めました。また、コロナによる方面変更等が多く生じている「教育旅行」に着目し、県内及び近隣県の旅行会社に対する教育旅行関連の情報提供を行うなど、戦略的な活動を展開してまいりました。加えて、令和4年度に向けて、コンベンション開催助成金制度の改定を行ったほか、支援品の一つであるオリジナルトートバッグを世界的な潮流であるSDGsに対応する仕様に変更いたしました。

次に、観光振興事業は、国の交付金を活用したイベントやキャンペーンによる短期的な観光入込客数及び宿泊者数の回復を図りつつ、令和4年開催の「善光寺前立本尊御開帳」を見据え、新たな事業の策定及び継続事業のブラッシュアップを行いました。具体的には、「おもてなし夕食クーポン」における利用対象店舗の拡充に加え、旅行会社が企画造成する旅行商品の一部に組み入れて販売してもらうことにより、市内飲食店における消費の拡大に結び付けました。また、令和2年度末に設置した「観光DX推進プロジェクト」では、コロナ禍における生活様式の変容を踏まえ、公式観光サイトのリニューアルやSNSによる“旅マエ”の広報宣伝の充実に加え、観光データ集約技術の導入など、デジタル技術を積極的に活用する新たな観光サービスの創出に取り組んでまいりました。

令和4年度は、4月3日から約3カ月に渡り「善光寺御開帳」が開催されますが、これは、本市にとって、令和元年東日本台風災害やコロナ禍で落ち込む観光需要回復のための起爆剤になると考えております。この好機を最大限生かすため、期間中の各種イベントを支援・実施するほか、戸隠・善光寺・松代の9社寺を巡る専用御朱印帳の頒布や観光DXの一環となる街歩きデジタルマップの展開、また、5月中旬には「市内周遊オープントップバス」を運行するなど、新たな手法により旅行者に市内宿泊及び滞留時間延長を促し、リピーター獲得に努めてまいります。

また、コンベンション事業に関しては、改定した助成金制度を積極的に発信するとともに、令和7年の日本国際博覧会開催により地方開催となるコンベンションもターゲットとして、前広な誘致活動を継続してまいります。

善光寺御開帳が令和4年度の最大の誘客チャンスである一方で、本年度は、5か年に及ぶ新たな「長野市観光振興計画」の始まりの年でもあります。一般社団法人日本旅行業協会は、「文化・交流・経済・健康・教育」の5項目を「旅の力」の効果・効用と提唱しておりますが、豊かな自然や歴史文化を有する本市は、この効果・効用を最大化できるポテンシャルを秘めており、また、「長野市長期戦略2040」における観光ビジョンとして掲げられている「経済循環を創造し、住民にも、訪問者にも、地球にも優しい形で、世界に誇る持続可能な観光都市」を実現しうる都市であると考えております。

本年度も依然先行き不透明な状況からのスタートとはなりますが、短期的には「With コロナ」、中長期的には「After コロナ」を見据えながら、不確実な時代の変化に柔軟に対応できる力を地域として育むとともに、長野市長期戦略の観光ビジョンが掲げる「持続可能な観光地」の実現に向けて、SDGsの“サステナブル”かつ“ユニバーサル”な視点も取り入れながら、コンベンション事業・観光振興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、首都圏の学会・協会等の会議主催団体及び旅行会社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、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) 地域の特色(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。

※ 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9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、ウィ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

コンベンション事業費	予算額	前年度予算額	比較増減
	80,684 千円	71,768 千円	8,916 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、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※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、具体的な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（エスディージーズ）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するもの。

(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により、誘致活動・受け入れ態勢の再検討を行う。
- 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

重点目標

- 1 善光寺前立本尊御開帳開催年における長野市の魅力発信と誘客推進
- 2 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
- 3 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
- 4 広域観光の推進及び他都市との連携

重点事業

- 1 新たな「長野市観光振興計画」に基づき、市内の周遊と滞在時間の延長を図り、市内の宿泊拡大に繋げる。また、デジタル化の推進により地域の素材や情報を発信し、来訪者の満足度の向上とリピーターの増加を図る。

- (1) 市内宿泊者数の増加に繋げるため、観光事業者等と連携して、長野の「食」や「伝統文化」「自然」、「人」等の地域の特色を活用したサステナブルツーリズム*の推進を図る。
- (2) 各地域の観光ボランティアや観光事業者との連携を強化し、長野市でしか味わえない独自の楽しみ方を提案する「散策・体験プログラム」により、滞在時間の延長を図る。
- (3) 誘客の起点とする善光寺表参道、戸隠、本年「真田信之松代入部 400 年」の節目を迎える松代における観光コンテンツの充実と中山間地域をはじめとする周辺地域の魅力ある観光素材の発信を行うとともに、観光客の周遊促進と滞在時間の延長に繋げる。
- (4) 「善光寺前立本尊御開帳」開催期間中に多くの旅行者に関する様々なデータを効率的に取得・分析し、御開帳終了後は、そのデータをマーケティングに活用し、満足度の向上とリピーターの増加を図る。

※ サステナブルツーリズム

「持続可能な観光」という意味で、大量の観光客が訪れた結果生じがちな、環境や文化の悪化、過度な商業化を避けつつ、観光地本来の姿を求めていこうとする考え及びその実践をいう。

- 2 With コロナ、After コロナ時代においても、安心して来訪いただけるよう、長野市ならではの新たな観光スタイルを全国に発信し、滞在型観光の推進を図る。

- (1) With コロナ時代に対応するため、DX*化を推進し、来訪者のニーズが見える化するとともに、デジタルを活用した観光コンテンツの開発を目指す。
- (2) 善光寺や戸隠での宿坊体験等、朝と夜の魅力を活かした宿泊を伴う小規模ツアーによる誘客を図る。
- (3) 善光寺表参道、戸隠、松代における4か国語（日本語及び英語、中国語、広東語）で対応可能な音声ガイドを活用し、非接触型観光の推進を図る。
- (4) まち歩きガイド団体と連携し、市内各地の自然や文化等の魅力を活かした「まち歩き観光」を促進するとともに、再度来訪したくなる仕組みを構築する。

※ DX（デジタルトランスフォーメーション）

企業がデータやデジタル技術を活用し、組織やビジネスモデルを変革し続け、価値提供の方法を抜本的に変えること。

3 多くのインバウンドの方々には長野市を訪れていただけるよう、長野県等との連携を強化し、誘客拡大を図る。

- (1) 外国人に広く知られている「SNOW MONKEY」「HAKUBA」「NAKASENDO」等の周辺地域のキラーコンテンツ※を活用し、ハブとしての長野市を認知させ滞在を促すとともに、コロナ禍の収束に伴い、インバウンドの少人数旅行が増えることが予測されることから、適切な時期と対象国を見定め、旅行単価の高い層に対して継続的に情報を発信する。
- (2) JNTO（日本政府観光局）や長野県が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。
- (3) インバウンドに対応したホームページやSNSを活用し、動画による情報発信を強化する。
- (4) 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。

※ キラーコンテンツ

ある特定の分野を普及させるきっかけとなるような、圧倒的な魅力を持った情報やサービス、製品のことであり、観光分野においては、旅行先決定の決め手となり得るものをいう。

4 北信濃観光連盟を中心とした広域観光の推進及び他都市と連携した効果的な情報発信を図る。

- (1) 長野市がJR長野駅新幹線改札口の正面に設置したデジタルサイネージ（デジタル表示パネルを利用した電子看板）を利用し、長野市及び北信濃の観光プロモーション映像等を放映することで、効果的な情報発信を図るとともに、北信濃エリアの玄関口である長野市観光情報センター（JR長野駅東西自由通路内）において、市内のみならず県内の細やかな観光情報を提供することにより観光客の利便の向上に努める。
- (2) 北信濃観光連盟、長野県及び観光事業者との協働により、各地域の特色を活かした旅行者目線による企画を提案し、広域での滞在型観光を推進する。
- (3) 長野市と近隣8市町村で展開する長野地域連携中枢都市圏※エリア内の観光素材の掘り起こしを行い、広域観光の推進を図る。
- (4) 上越市や松本市、上田市、軽井沢町等、県内外の市町村と連携し、観光ルートを模索するとともに、国内外に向けて広く情報を発信する。

※ 長野地域連携中枢都市圏

国が進める連携中枢都市圏構想に基づき、長野市が近隣2市4町2村（須坂市・千曲市・信濃町・飯綱町・小布施町・坂城町・高山村・小川村）と連携して構成する圏域（長野地域）。圏域の様々な課題に対し、合併によらず、スクラムを組んで「お互いの強みを活かし、弱みを補う」ことにより、持続可能な地域社会を創生するとともに、圏域全体を活性化し発展させていくことを目的とし、具体的な取組等をまとめた「長野地域スクラムビジョン」（長野地域連携中枢都市圏ビジョン）が平成28年3月に策定されている。

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
	228,915 千円	365,428 千円	△136,513 千円

1 観光宣伝事業

- ア 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、滞在時間延長に繋がる積極的なPR活動を行う。
- イ 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、北陸、中京及び近畿圏での情報発信を強化する。
- ウ 長野市と近隣エリア内の観光素材を効果的に発信することにより、長野市への誘客推進を図る。
- エ 県、市、周辺市町村等の関係機関・団体と連携した観光キャンペーン等を実施し、あらゆる機会を通じて観光宣伝に努める。

- オ 北信濃観光連盟との連携により、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し、エリア内の情報を発信する。
- カ 全国の主要駅及び県外観光案内所等での観光ポスター等の掲出により、情報の発信を行う。
- キ 広告媒体（テレビ、新聞、雑誌、インターネット等）の活用にあたっては、ターゲットを明確にし、訴求効果の高い媒体により情報を発信する。
- ク メディア関係者（ブロガー等のSNS発信者等）を招請し、「長野市」の知名度向上を図る。
- ケ 外国語（英語・中国語等）版観光パンフレット等を作成し、長野市の基本的な観光情報を海外に発信する。
- コ リニューアルしたホームページとSNSを活用し、「ながの」おすすめ情報を積極的に発信する。

2 誘客推進事業

- ア 旅行会社の特性に合致した具体的な観光素材の提供を行い、効果的な誘客を図る。
- イ 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。
- ウ 松代藩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。
- エ 海外メディア関係者やエージェント等の取材受け入れを行い、オリンピック開催都市「NAGANO」の知名度の向上と誘客を図る。
- オ 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に対して、「SNOW MONKEY」や「HAKUBA」をキーワードとしながら、インバウンドの回復時期に向け、長野市内の宿泊拡大に繋がるよう、善光寺表参道、戸隠、松代等の歴史や伝統文化、各種体験、イベント等を組み込んだ商品の提案を行い、誘客を図る。
- カ 海外からの個人旅行受け入れ態勢の整備を図り、誘客の拡大に努める。
- キ 観光業界をはじめ各界に影響力を持つ在留外国人から海外へ情報発信を行い、インバウンドの来訪意欲誘発を図る。
- ク JNTOや長野県が主催する海外での商談会や旅行博へ積極的に出展し、認知度の向上を図る。
- ケ 中間富裕層をターゲットにアドベンチャーリズム[※]等のコンテンツ整備を推進するとともに、SDGsの達成に向けた観光地ならではの仕組み作りに取り組む。
- コ バーチャルツアー等、オンラインでも対応可能なコンテンツを整備し、手軽に長野市の魅力を感じてもらえる新たな旅行形態を提案することにより、将来の来訪に繋げる。
- サ 新たな誘客の手法として、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造成し、情報発信する。

[※] アドベンチャーリズム

アクティビティ、自然、文化体験の3要素の内2つ以上で構成される旅行形態をいう。

3 観光客滞在時間延長事業

- ア 善光寺表参道、戸隠、松代を起点に市内の観光スポットの周遊を図り、滞在時間の延長に繋げる。
- イ 長野市のガイドブックやパンフレットを市内宿泊施設等に設置することにより、観光客の周遊促進と滞在時間の延長に繋げる。
- ウ デジタルマップや音声ガイドを活用し、非接触型観光の推進を図る。
- エ 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「まち歩き観光」の充実により、滞在時間の延長及び再来訪に繋げる。
- オ 市民を対象とした講座を開催し、「おもてなしの心」の醸成を図る。
- カ 市内のバリアフリー情報を集約し、観光客の利便性の向上を図る。

4 新たな観光の魅力創出事業

- ア 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・造成し、長野市内への誘客拡大を図る。
- イ 北信濃観光連盟、長野県及び長野県観光機構等と連携し、旅行商談会や観光キャンペーンにおいて、地域に根差した伝統食に加え、高品質な果物や日本酒、ワイン等の“食”をはじめとする魅力ある観光素材を提案することにより、広域観光を推進し、誘客拡大を図る。
- ウ ながの祇園祭（屋台巡行）、長野びんずる、飯縄火まつり、長野えびす講煙火大会、長野灯明まつり等各種観光行事やイベント・まつりの支援を行い、新たな誘客を図る。
- エ 観光ボランティア団体、各種体験受け入れ団体や新たなコンテンツツーリズム推進団体との連携強化を図る。

5 観光案内施設の運営

- ア 新型コロナウイルス感染症対策を実施しながら、長野市観光情報センターにおいて、市内のみならず県内の細やかな観光情報を提供することにより、来訪客の満足度向上に努める。
- イ 当日の宿泊手配等を行い、観光客の利便性向上を図る。
- ウ 長野市の魅力を活かし、地域の自然や文化を堪能することができる「まち歩き観光」の促進に努める。
- エ 職員研修を実施し、案内力の強化と職員の資質向上を図る。

6 フィルムコミッション事業

- ア 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。
- イ 映像制作者への訪問活動を通じて、長野市由来のエピソード等を提案することにより、長野市を直接の舞台とする作品の誘致を目指す。
- ウ 監督、制作会社スタッフを長野市へ招聘することにより、映画、テレビドラマ等の誘致を図る。
- エ ロケ撮影が行われた地元との協働による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。
- オ ホームページの掲載内容を充実し、ロケ撮影候補地に関する情報提供の強化を図る。
- カ ジャパン・フィルムコミッション及び信州フィルムコミッションネットワーク・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。