

令和6年度 〔 自 令和 6年 4月 1日 〕
〔 至 令和 7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6年度 事業計画書

□ 事業運営方針

令和5年度は、5月に新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へ移行されたことを受け、観光も国内旅行やインバウンドを中心に賑わいを取り戻し始め、コロナ禍からの復活、持続可能な観光の実現に向けて本格的に動き出す年となりました。

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、北陸新幹線敦賀延伸や急回復するインバウンドといった潮流を押さえながら、本市の特性を活かした事業を推進してまいりました。

コンベンション事業は、コロナ禍前と比較してみた場合、件数ではほぼ同水準まで回復し、参加者総数は約7割であるものの、前年からは大幅に増加しました。誘致活動においては、観光庁MICE担当部署との連携を強化したほか、北陸新幹線敦賀延伸を見据えた関西圏からの誘致に具体的に着手しました。また、前年度から取り組んでいる高等教育機関との包括的連携協定に関しては、長野県立大学と協定を締結したことに加え、清泉女学院大学、長野保健医療大学とも協定締結に向けて協議を進めております。各高等教育機関との協定締結以降、教育機関側からの情報提供を起点としたコンベンションが開催決定するなど、連携協定締結による効果が見られております。

観光振興事業では、令和4年10月に新型コロナウイルスに関する水際対策が緩和されて以降、本市においてもインバウンドが急速に回復しており、特に、欧米豪や台湾、東南アジアからの来訪者が急激に増加しております。インバウンド回復に伴い、海外での旅行博や旅行商談会も復活しており、当法人としても海外に向けた複数の誘客プロモーションを再開しました。また、タイ王国在京大使館公使の招聘や本市と松本市・白馬村との連携協定を基にした冬季における長野―白馬間の特急バス増便及び善光寺大門停留所までの延伸等、様々なインバウンド誘客事業を進めております。今後の誘客は、義理人情に厚い台湾における海外観光レップの活用や“コト消費”として需要の高い果物狩りをコンテンツ化し、東南アジアからの送客に繋げてまいります。

国内旅行に関しては、大阪で行われた国内最大の旅行博ツーリズムEXPOジャパンをはじめ、複数の大都市開催イベントに出展しました。特に、北陸新幹線敦賀延伸に向け、長野・福井両県と連携した観光プロモーションを実施しており、今後は本市の集客プロモーションパートナー都市である福井市とも連携を強化し、首都圏だけでなく、関西圏や北陸圏からの誘客を進めてまいります。

社会経済活動が活発になった令和6年度について、まず、コンベンション事業は、宿泊者数の増加をはじめとした地域全体に対する経済波及効果を生み出すため、前年度から進めている関西方面からの各種コンベンションの誘致を強化してまいります。また、本市と関係のある団体からの案件発掘やコンベンションを推進する各関係機関との連携により、引き続き開催に向けた幅広い誘致を展開してまいります。更に、新たなユニークベニューの構築とMICE開催におけるサステナブルな取組を推進し、誘致へ繋げてまいります。

観光振興事業は、人々の「旅行」に対する意欲の回復が鮮明に感じられるようになってきており、本年度においても国内旅行・インバウンドともに、一層の旅行需要の回復が見込まれております。そうした中で、観光宣伝については、多様化する個人の趣味趣向に響くように、引き続きエリア別、テーマ別のおすすめ情報をデジタルコンテンツを中心に発信してまいります。

誘客推進に関しては、よりテーマ性の高い旅行が求められていることから、具体的な観光素材の提供を行い、効果的な誘客を図ってまいります。特に、隆盛なインバウンドについては、誘客対象国の国民性やアウトバウンド（海外旅行）の特性、ニーズを踏まえて、戦略的かつ具体的な施策を展開してまいります。

賑わいある街づくりや消費の向上へ繋がる観光客滞在時間延長に向けては、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するとともに、街としての観光客への「おもてなし」を推進し、ながのファン及び観光リピーター獲得を目指してまいります。

引き続き、賛助会員の皆様、長野県をはじめとする地方自治体、関係諸団体・機関の皆様とも密接に連携し、本市の資産である“人の温かさ”、豊かな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

目的

コンベンションの誘致及び長野市内で開催されるコンベンションの支援をすることで経済波及効果の期待できる長野市内の宿泊客を増やし、地域経済の活性化を図る

重点目標

- 1 長野市のコンベンション開催に対するポテンシャルを把握し、適正かつ明確なターゲティングを行うとともに、有効的な誘致活動を展開する
- 2 過去に取り扱った案件のデータベースを整理して、次の誘致に繋がるデータ基盤を構築する
- 3 開催コンベンションの支援を着実にを行い、きめ細やかな「おもてなしの心」も提供することで「ながのファン」づくりに貢献する

推進方法

- 1 オリンピック施設をはじめとした長野市内のコンベンション、宿泊施設の規模・特徴を踏まえた上で、分科会の開催数や競技特性等を考慮してシミュレーションし、開催可能かつ誘致成功の可能性がより高い案件の選定、誘致を行う
- 2 様々なデータを整理・精査するとともに、主催者の評価も含めた開催地ならではのデータの蓄積を図る。そのデータを基にターゲットになりうる案件を顕在化させる
- 3 誘致に際してはキーパーソン等のターゲットを把握し、トップセールスや行政組織活用を含めた組織戦を展開する

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
	77,266 千円	79,516 千円	△2,250 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 令和6年3月の北陸新幹線敦賀延伸や令和7年大阪・関西万博により、ビジネスチャンスが生じる可能性が高いと推察される関西圏からの案件誘致活動を行う。

関西に本社を置き、長野に支社のある企業や、関西地区の長野県人会及び大学の校友会・同窓会組織等を中心にターゲットを選定して営業展開する。

イ 昨年度及び今年度に締結した信州大学・長野県立大学との連携協定をフックに、長野市内の他大学（清泉女学院大学・長野保健医療大学）との連携協定締結を推進し、案件の発掘を行う。

ウ 長野市と関係のあるスポーツ団体、保健医療組織等のデータを整理して、コンベンション案件とキーパーソンの洗い出しを行い、誘致推進を図る。

エ 行政組織、長野商工会議所、(一社)長野県経営者協会等の官・民組織と連携して、キーパーソンの発掘と人脈構築を図り、誘致に向けた働きかけを行う。

オ JCCB（日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー）のコンベンション・ビューロー部会や中部コンベンション連絡協議会、四都市コンベンションビューロー連携会議、JCMA（(一社)日本コンベンション協会）、JSTA（(一社)日本スポーツツーリズム推進機構）及び観光庁のMICE担当部署との連携を強化し、誘致活動に繋げる。

カ 過去の実施データを基に、学生の合宿（スポーツ系・文化系）誘致を推進する。

キ 学校向けの教育コンテンツを整理し、県内及び近隣県の学校誘致を推進する。

- ク 近年認知度が高まりつつある新興スポーツ競技や長野の気候・環境に合致した競技に着目し、開催シミュレーションにより運営の可否を見極め、ターゲットの選定を行うとともに大会誘致を推進する。
- ケ コンベンション施設を有する長野市近隣エリアと連携し、案件誘致と長野市内への宿泊取り込みを図る。
- コ MICE開催のための感染症対策等の情報提供を行い、主催者へ安心安全をアピールする。
- サ 長野市内の宿泊施設で先進的に取組が行われている、カーボンオフセット等の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。
- シ 長野市内のホテル部会、ホテル旅館組合等の宿泊施設組織と連携し、大会主催者から問い合わせがあった場合に情報提供していただける関係を構築する。
- ス 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。
- セ 地域の特色（歴史・文化・自然）を活かしたユニークベニュー[※]を提案し、長野の魅力発信を行う。
- ソ JCCBのデータライブラリーを有効活用し、誘致活動に反映させる。
- タ 帝国データバンク・東京商工リサーチ等のデータベースを有効活用し、キーパーソンの発掘や人脈構築に繋げる。
- チ 経済波及効果の特に大きい、ビッグハット、エムウェーブで開催される大規模コンサートに対する誘致支援を行う。

※ 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 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
 - ようこそながの・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
 - ようこそながの・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

(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、メールマガジン配信により早く情報の提供を行う。

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、J N T O、J C C B、J C M A、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A S E A N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 J S T A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 北陸新幹線敦賀延伸への対応、大阪・関西万博の開催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 急回復するインバウンド（訪日外国人旅行者）に対する誘客対象国のニーズを的確に捉えた誘客促進
- 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 157 万人。外国人宿泊者数 103,599 人を目標とする（長野市観光振興計画目標値）
※参考：令和元年（2019 年）状況 市内宿泊者数 156.8 万人、外国人宿泊者数 11.7 万人
- 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
	175,677 千円	188,071 千円	△12,394 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。
 - ・「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。
 - ・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。
 - ・北陸新幹線敦賀延伸及び大阪・関西万博を誘客機会と捉え、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、バスツアー造成支援金を交付する。
- 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、スポーツ選手）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。
 - ・ タイや台湾等の誘客可能性の高い国を対象として、歴史、文化体験と併せ、フルーツ等の食や買物を気軽に楽しめるインバウンド向けのコンテンツを作成し、情報発信する。また、しなの鉄道及び台湾鉄路管理局との連携や海外観光レップ[※]の活用等により、台湾からの誘客強化を図る。
 - ・ 「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、文化・歴史＝ヨーロッパ・アメリカ）。
 - ・ 令和5年3月に「長期滞在型観光振興に係る協定」を締結した長野市、松本市、白馬村の3市村で連携し、冬期にスキー目的で白馬村を訪れる外国人旅行客を対象に、特急バス長野白馬線の利便性向上を図り、食や市内観光コンテンツの情報発信を強化することで白馬村からの周遊を促す。
 - ・ 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）。
- ※ 観光レップ
インバウンド誘致のためのセールス活動や情報提供、プロモーションを目的として、現地メディアや現地旅行事業者に向けて、自治体や事業者の代理としてセールスとプロモーションを行う事業者のこと
- 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。
 - ・ 善光寺宿坊や健康、酒蔵、果物狩り等をテーマに設定した体験コンテンツを再構築し、新たな切り口でインバウンドに向けた着地型旅行商品を造成する。
 - ・ 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。
 - ・「あの人に会いたい」をテーマに本市への誘客促進に寄与する観光スポット動画を制作及び配信し、新たな切り口により「ながのファン」を増やす。
 - ・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、令和4年度の真田信之公入部400年事業を契機とし、継続的に信之公について発信し、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

観光団体や観光事業者等との協働により、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で、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。

民間旅行会社と共同で企画立案することで、持続的に民間での催行が可能となる商品の造成を進める。

【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。

- ・令和6年3月に北陸新幹線が延伸した福井県及び集客プロモーションパートナー都市協定締結都市である福井市と連携し、両県の名産品である「信州そば」と「越前そば」という『そば』をキーワードに、互いに協力しながら各地においてPRすることで、東京方面及び関西圏からの観光誘客に繋げる。
 - ・そば関連イベントや、そばの花や新そばの収穫など、時節に合わせた内容を効果的にPRすることで、現地を訪れたいという情報を発信する。
- 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着地型旅行商品を民間旅行会社と共同で企画・実施し、長野市の魅力発信と誘客に努める。
 - ・初期段階において、採算性の観点等から民間旅行会社での催行が難しい場合には、当法人が試験的に実施し、販売実績を得ることで民間による催行実現に繋げる。
- 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 ロケ地マップの作成配布やフィルムコミッション事業の市民への周知広報により、新たな観光客層を獲得する。また、市民への意識向上を図ることで、撮影ボランティアによる支援体制を強化するとともにロケ地として選ばれた市内観光スポットの魅力を伝える。
- 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。
- ④ 市内ロケーション写真資料やドローン映像の作成等により制作者に撮影ロケーションを効果的に紹介し、映画等の撮影誘致に繋げる。