

(課題)	現状	(問題点)
本県のディスティネーションは何か?	<ul style="list-style-type: none"> ○ ディスティネーションがない <ul style="list-style-type: none"> ・「見つけれられていない。伝えられていない。」(国内外訪日旅行取扱会社) ・「都市にない面白いモノを求めている」、「ナガノには何がかわからない」(北米旅行会社) ・インバウンドに取り組むにあたって、長野県に欠けているもの <ul style="list-style-type: none"> ▶観光資源の掘り起こし 36.8% (5位) (H29旅行者アンケート) ○ 今までは素材を頼りに数字を伸ばしてきた <ul style="list-style-type: none"> ・「コンテンツ+交通+宿泊」の一体性がない ・ターゲットが不明確(マーケティングが不十分) ・旅館・ホテル・飲食店の魅力や個性が乏しい 	
交通が不便?	<ul style="list-style-type: none"> ○ 二次交通が不十分 <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドに取り組むにあたって、長野県に欠けているもの <ul style="list-style-type: none"> ▶二次交通 42.1% (4位) (H29旅行者) ・「二次交通の充実を求める。」(H30旅館ホテル組合会要望) ○ 県内の広域観光を促す交通手段がない ○ 県外の国際空港等からのアクセスルートがない 	
まちは魅力的か?	<ul style="list-style-type: none"> ○ インバウンド受入に消極的 <ul style="list-style-type: none"> ・外国人客を受け入れていない宿泊施設のうち、 <ul style="list-style-type: none"> ▶今後も受け入れる予定はない施設 56.8% (H29宿泊事業者) ○ どのホテルに泊まったら良いかわからない <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドに取り組むにあたって、長野県に欠けているもの <ul style="list-style-type: none"> ▶高級ホテル 26.3% (6位) (H29旅行者) ▶外国人旅行者を受け入れる宿泊施設 26.3% (6位) ○ 早朝やナイトタイムを楽しめない <ul style="list-style-type: none"> ・「お店や飲食店が早く閉まってしまう。」(H29旅行者) ○ 外国人観光客の興味ある場所を理解していない。 	
受入環境をどのように整備するのか?	<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国語による案内表示の不備 <ul style="list-style-type: none"> ・「外国人をもてなす気持ちを感じない」(北米旅行者) ・市町村ごとの整備(広域的な観光地がわからない) ・飲食店のメニューの多言語化が進んでいない ○ ストレスフリーな環境整備が不十分 <ul style="list-style-type: none"> ・Wi-Fiの整備は進んでいるが使いにくい ・キャッシュレス化が進んでいない ○ 外国語によるコミュニケーションがとれない ○ インバウンド推進の重要性が十分理解されていない 	
どのように伝えるのか?	<ul style="list-style-type: none"> ○ 今までは商品のプロモーションがない <ul style="list-style-type: none"> ・今まではコンテンツ(雪、花、スノーモンキー等)のみのプロモーションで、商品になっていない ・ターゲットを絞ったプロモーションができていない ○ 効率的なプロモーションができていない <ul style="list-style-type: none"> ・国別・年代別のマーケティングができていない ・海外の有効な団体・組織とのつながりが少ない ・JNTOの活用が不十分 ・「ナガノには何がかわからない」(北米旅行会社) ○ 個人旅行(FIT)に対応した情報伝達・予約システムができていない <ul style="list-style-type: none"> ・Web上での海外向け情報発信が圧倒的に弱い ・海外OTAとの連携がない 	

具体的な商品やターゲットなきバラバラの対応

方向性	(目的)
<p>I.商品造成の促進</p> <p>～ディスティネーションあってこそそのインバウンド!～</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.商品づくりの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・商品プロデューサーによる商品づくり支援 ・信州の特色を生かした商品の発掘 2.商品を生かす体制づくり <ul style="list-style-type: none"> ・プロデューサー兼ガイドの育成 3.素材の創造(商品の基盤づくり) 4.既存友好関係に基づく交流の拡大 	
<p>II.交通の確保</p> <p>～商品を生かす円滑な交通～</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.商品にタイアップした地域内交通の整備促進 2.広域間をつなぐ交通・モビリティの確保 3.NAGANOゴールデンルートの構築 	
<p>III.まちづくりの推進</p> <p>～「まち」も重要なコンテンツだ～</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.推進組織の形成 2.魅力的なコンテンツの創造 3.多様な宿泊体制の構築 	
<p>IV.受入環境の整備</p> <p>～商品を輝かせる「おもてなしシステム」～</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.外国人にわかりやすい案内表示の推進 2.キャッシュレスやWi-Fi利用環境の整備 3.コミュニケーションの支援 4.インバウンド推進の重要性認知の醸成 	
<p>V.効果的なプロモーション・情報発信</p> <p>～商品ターゲットへの効果的・効率的発信～</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.国別・年代別のターゲットを絞った重点的な売込 2.欧米へのプロモーションの強化 3.県公式観光Webサイトの戦略的リニューアル 4.映像を活用した魅力的プロモーション(海外向け映像素材、海外映画ロケ誘致など) 	

信州の多様な魅力为背景とした多様な商品づくりができる県づくり

長野県インバウンド推進協議会

[具体的な施策案]
<p>I-1 商品づくりの推進</p> <p>① 県がリードするインバウンド商品造成「地域で創ろう!NAGANOベスト1,000旅行商品造成事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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・インセンティブツアー用ユニークペナールの造成を図るため、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。 <p>【関連事業】 広域型DMOの形成・確立に対する支援</p>
<p>I-2 商品を生かす体制づくり</p> <p>① アドベンチャー・ツーリズムガイドとの連携によるツアー造成事業(北陸信越運輸局との連携事業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値商品の造成を目指し、ATTAと連携し商品創造プロデューサー兼ガイドの養成セミナーを開催する。
<p>I-3 素材の創造(商品の基盤づくり)</p> <p>【関連事業】 サイクルツーリズムの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専用Webサイトの構築【観光部】 ・サイクリンロード・関連施設の整備・充実【建設部】
<p>II-1 商品造成にタイアップした地域内交通の整備促進</p> <p>① 忍者&サムライ観光列車等企画列車開発促進</p> <p>【関連事業】 DMOの魅力を発信する「周遊バスツアー」の開発促進</p>
<p>II-2 広域間をつなぐ交通・モビリティの確保</p> <p>① 長野県内周遊フリーパス「Nagano Pass(仮称)」の造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JRバス(北陸アーチバス、JRイーストバス、東京ワイドバス)と県内私鉄4社が連携し、JRバス+私鉄4社乗り放題(5日間)+沿線市町村の観光施設等の割引特典のあるバスを発行する。 <p>② 「2020東京・オリンピック・パラリンピック交通対策協議会」の開催</p>
<p>III まちづくりの推進</p> <p>① 「長野県インバウンド推進協議会」設立による民間主導のインバウンド推進</p> <p>② ナイトコンテンツの充実</p> <p>【関連事業】 広域型DMOの形成・確立に対する支援【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・温泉Re・デザイン事業(H30~) ・「信州の食」ブランド促進向上事業(H30~)
<p>IV-1 外国人にわかりやすい案内標識の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事例集周知により県内における案内板整備を促進するとともに、モデル地域での案内標識整備を支援する。
<p>IV-2 キャッシュレスやWi-Fi環境の整備</p> <p>① 民間事業者とタイアップしたキャッシュレス緊急普及事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者からキャッシュレス普及促進のための提案を募集し、採択事業を通じてキャッシュレスの普及を促進する。 <p>② 無料Wi-Fi設置促進キャンペーン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者から無料Wi-Fi環境整備促進のための事業提案を募集し、採択事業を通じて無料Wi-Fi整備を加速する。
<p>IV-3 コミュニケーションの支援(インバウンド支援センター設置事業)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 本県公式観光外国語サイト「Go!NAGANO」やSNSを活用した海外への情報発信 ② 多言語コールセンターの設置 ③ インバウンドおもてなしセミナーの開催 ④ 多言語メニュー作成支援、AI・IoT活用コミュニケーションツールの導入支援
<p>V 商品ターゲットへの効果的・効率的発信</p> <p>① 県主催のプロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アジアスノープロモーション(中国・シンガポール) ・海外富裕層向けプロモーション(タイ・インドネシア・アメリカ) ・「中山道」ブランド構築・発信事業 ・国別プロモーション(韓国・中国・台湾・香港・東南アジア・アメリカ・イギリス) <p>② 他県との共同プロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・北陸新幹線を活用した中国誘客(富山・石川) ・グランドサークルプロジェクト(北陸新幹線沿線12団体) ・首都圏空港からの縦断ゴールデンルート活用(埼玉・群馬) ・中山道を活用した欧米豪誘客(岐阜) <p>③ 中京・関西連携事業(大阪観光局・中経連・JR東海)</p> <p>④ 学習旅行誘致推進事業 ⑤ 旅行商品造成のための宿泊助成</p> <p>⑥ インバウンド商談会(東京会場・大阪会場)</p> <p>⑦ その他負担金(各種広域協議会・JNTO・日本忍者協議会など)</p> <p>【関連事業】 県公式観光Webサイトの戦略的リニューアル</p>

① 商品

② 環境

③ 発信

異文化に興味を持つのは、外国人 ⇒ 国内の若者の誘致にも!

長野県インバウンド推進協議会について

観光部国際観光推進室

1 目的

長野県のインバウンド推進に情熱・意欲のある関係者が連携して、世界を魅了する観光地域づくりを目指し、受入環境の整備を推進するとともに、外国人のニーズに合った旅行商品の造成・提供、プロモーション事業等、インバウンド施策をオール長野でスピード感を持って実施する体制を整えるため、「長野県インバウンド推進協議会」を設立し、インバウンド推進による本県の消費拡大・地域発展に資することを目的とする。

2 事業内容

(1) ワーキング部会による取組

- ① 商品造成部会：商品作りの推進、商品を生かす体制づくり、素材の創造など
- ② まちづくり・交通部会：商品とタイアップした地域内交通の整備促進、広域間をつなぐ交通・モビリティの確保など
- ③ 受入環境整備部会：外国人にわかりやすい案内表示の推進、キャッシュレスや無料Wi-Fi利用環境の整備など
- ④ プロモーション部会：国別・年代別ターゲットを絞った重点的な売込、欧米へのプロモーションの強化、県公式観光WEBサイトの戦略的なりリニューアルなど

(2) その他の取組

- ① 定期的なインバウンド情報の提供
- ② インバウンド支援センターとの連携による事業者サポート
- ③ 会員向け研修会・先進地視察

3 スケジュール

- 2月28日 設立総会&インバウンドセミナー開催
- 4月下旬 受入環境整備部会(4/23)、商品造成部会、まちづくり・交通部会(4/24)、プロモーション部会(4/26)
- 6月11日 総会・理事会

4 会員の状況

平成31年4月4日現在会員数：328 団体（会員は随時受付）

■業種別

業種	団体数
宿泊業	116
観光協会・連盟・団体	51
交通事業者	31
旅行業	23
観光関連施設	19
索道事業者	13
その他	18
飲食業	9
金融・経済団体	7
広告宣伝	7
酒蔵・ワイナリー	7
ガイド・通訳	7
市町村	6
沿道サービス事業者・土産屋	4
製造業	5
放送・新聞社	5

■地域別

