

令和 4 年度の全県による誘客観光施策の準備状況について

長野県観光部

1. 今後の誘客施策の基本的な考え方

R3～4 は、県内各地で大型催事が集中することから、新型コロナウイルス感染症により激減した観光需要を回復するとともに、After コロナ時代の観光振興につなげる機会としたい。

After コロナ時代を見据えた観光振興方針（R2.9 策定）の骨子-3つの柱-

- ①「安全・安心な観光地域づくり」
例) 旅行者の受診・検査体制や移送体制などの連携体制の構築
- ②「長期滞在型観光の推進」
例) 歴史や食・文化を知って楽しむ旅のストーリーづくり
- ③「信州リピーターの獲得」
例) デジタル技術によりコンテンツ可視化し魅力発信

2. 令和 4 年度に向けたキャンペーンの取組

【実施事項】

○「滞在・周遊型」観光を促すデジタルプロモーション

- ・潜在的観光客をターゲットにしたインターネットによる PR
- ・長野県公式観光サイト「GO NAGANO」訪問者に対するターゲット分析
- ・宿泊予約サイトとの連動キャンペーン（特別メニューを提供する宿泊プランの開発）



○市町村の枠を越えたメディア広報

- ・民放テレビ等の旅番組・情報番組での発信
- ・JR 等連携したプロモーション（首都圏の主要駅でのポスター掲示やデジタルサイネージでの情報発信）



○イベント等と併せた物産 PR

- ・JR 主要駅や道の駅において、物産販売、観光パンフレットの配布やステージイベント、クイズラリー等の観光キャラバンを実施



○誘客効果を広域に波及させる周遊・宿泊の促進

- ・満点の星空をガイドと散歩するツアーなど、観光資源を活用した観光バス周遊ツアーの造成
- ・地元食材を活用した「農家、シェフこだわりのグルメトレイン」の運行



【スケジュール案】

実施事項	春期 (4～6月)	夏期 (7～9月)	秋期 (10～12月)	冬期 (1～3月)	2022 春期 (4～6月)
メディア・プロモーション	ロゴ、キャッチフレーズ、ポスター作製		冬プロモーション		春プロモーション
イベント展開	市町村・団体の出展希望調整		道の駅・収穫祭等での物販		都市部でのイベント