

大町市観光振興計画



令和 7 年 3 月
長野県大町市

目 次

第 1 章 計画策定の趣旨

1	計画策定の目的	1
2	計画の位置づけ	1
3	計画の期間	2

第 2 章 観光の現状と課題

1	国内における観光動向	3
	（1）現状	3
	（2）課題とされていること	5
2	長野県内における観光動向	6
	（1）現状	6
	（2）課題とされていること	9
3	大町市内における観光動向	10
	（1）現状	10
	（2）課題とされていること	15
	（3）課題解決に向けて	16

第 3 章 市が目指す観光振興

1	目指す観光の将来像	17
2	基本施策	17
3	重点施策プロジェクト	17

第 4 章 計画実現に向けての取組み

1	基本施策の具体的取組み	18
	（1）通年滞在型観光の推進	18
	（2）訪日外国人旅行者の増加に向けた取組み	21
	（3）山岳観光の推進	23
	（4）観光地としての基盤づくり	25
	（5）エリア別の取組み	28
2	重点施策プロジェクトの取組み	30
	（1）二次交通の整備・再構築	30
	（2）滞在型コンテンツの集約と効果的な活用	31
	（3）山岳観光の取組み拡充	32
3	数値目標（K P I）	33
	（1）前計画（令和 4 年度～6 年度）の K P I	33
	（2）本計画（令和 7 年度～9 年度）の K P I	34

第1章 計画策定の趣旨

1 計画策定の目的

大町市では、令和3年度に策定した大町市観光振興計画に基づき、魅力ある観光地づくりを推進するため「ウィズコロナを踏まえた安心・安全な観光地」、「稼げる観光地」、「観光客と市民が満足する観光地」の実現を目指し、観光振興に取り組んできました。

令和5年以降のアフターコロナにおいては、観光客入込数が急激に回復基調となった一方で、物価高騰や労働力不足、デジタル技術の活用、急速に増加する外国人旅行者といった新たな課題への迅速かつ柔軟な対応が求められています。

このような観光を取り巻く状況に的確に対応し、当市の観光を持続的に発展させていくためには、戦略的な観光施策を着実に実施することにより、観光消費額を向上させ、観光産業全体の活性化につなげていく必要があります。

本計画は、これらの状況を踏まえ、当市の観光の将来を見据えた持続可能な観光振興策の具体的な指針として策定します。

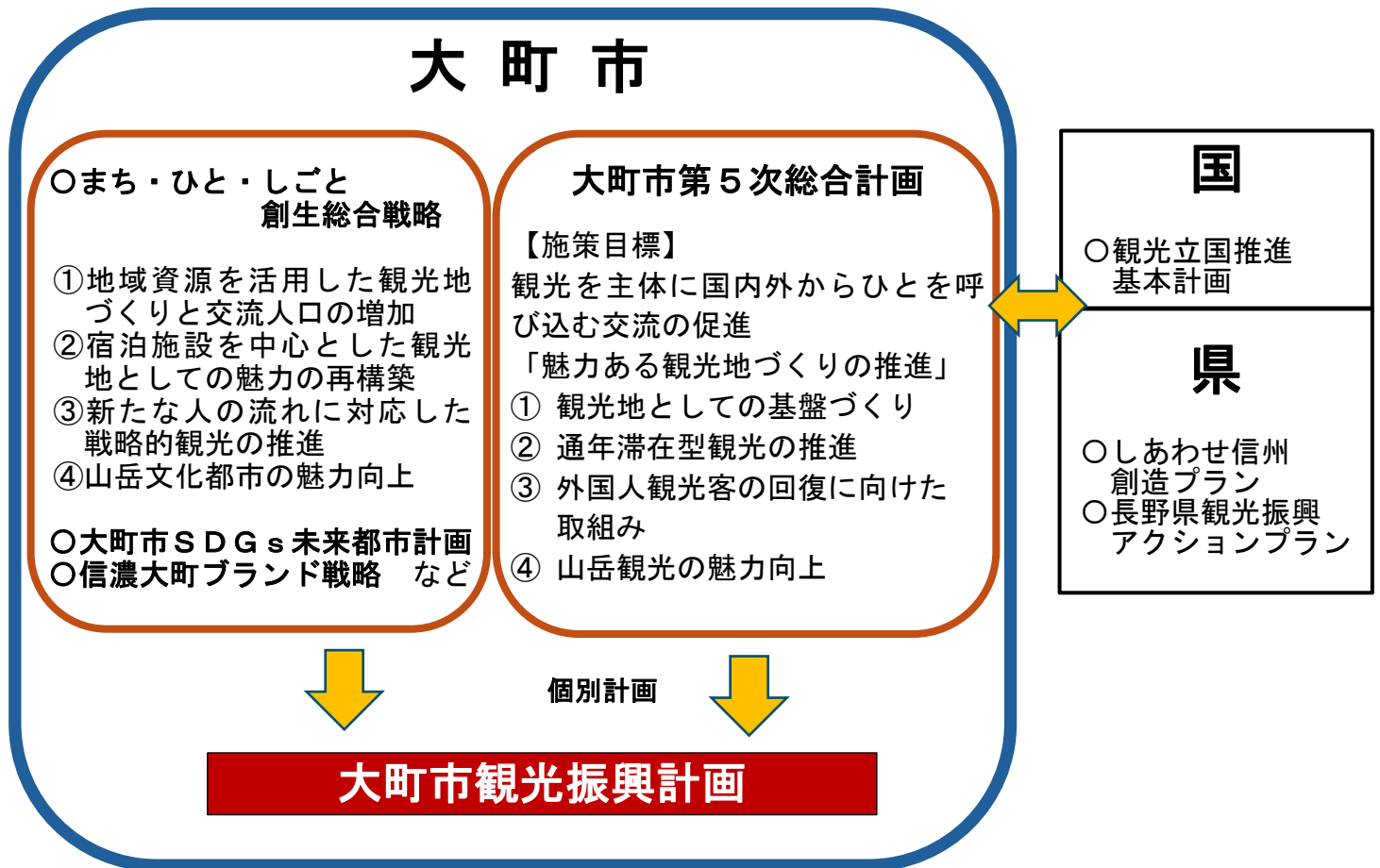
2 計画の位置づけ

「大町市第5次総合計画」では、観光に係るまちづくりのテーマとして「活力あふれる産業と地域の魅力を活かしたにぎわいのあるまち」を掲げ、その実現に向けた施策目標を「観光を主体に国内外からひとを呼び込む交流の促進」としています。

当市の北アルプスに抱かれた山岳高原観光地としての魅力や、立山黒部アルペンルートの長野県側の玄関口といった当市の強みを最大限に活かし、高瀬溪谷や仁科三湖、鷹狩山などの景観資源や、霊松寺や塩の道などの文化・歴史資源を国内外へ広く発信することにより地域のブランド力を高め、北アルプス国際芸術祭など数多くのイベントを開催することにより当市へのひとの流れを創出するなど、持続可能な観光地を目指して様々な観光振興策に取り組んでいます。

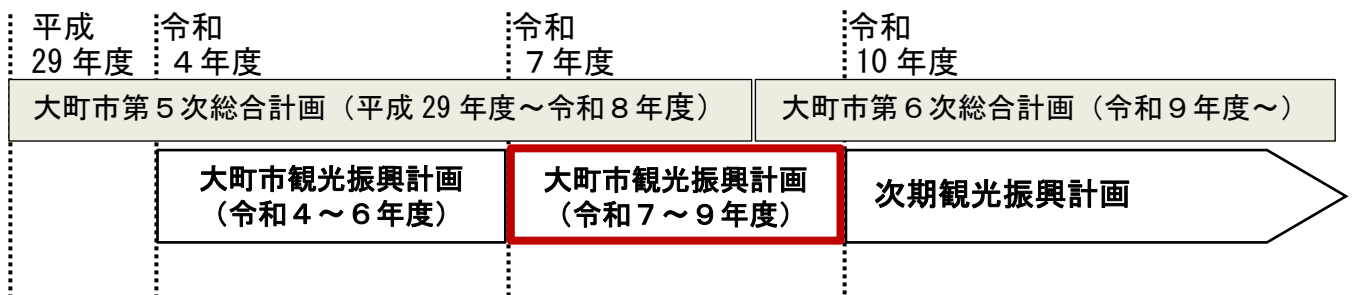
本計画は、市総合計画の個別計画として、行政や観光団体、観光事業者、市民が相互の役割を明確にし、連携を図りつつ、持続可能な観光地を目指す観光振興策の指針とします。

体 系 図



3 計画の期間

計画期間は、令和7年度から9年度までの3年間の計画とします。また、実施にあたっては進捗状況の把握に努めるとともに、重要度や緊急度、優先度や社会情勢などを総合的に判断し、必要に応じて計画内容の見直しを行います。



第2章 観光の現状と課題

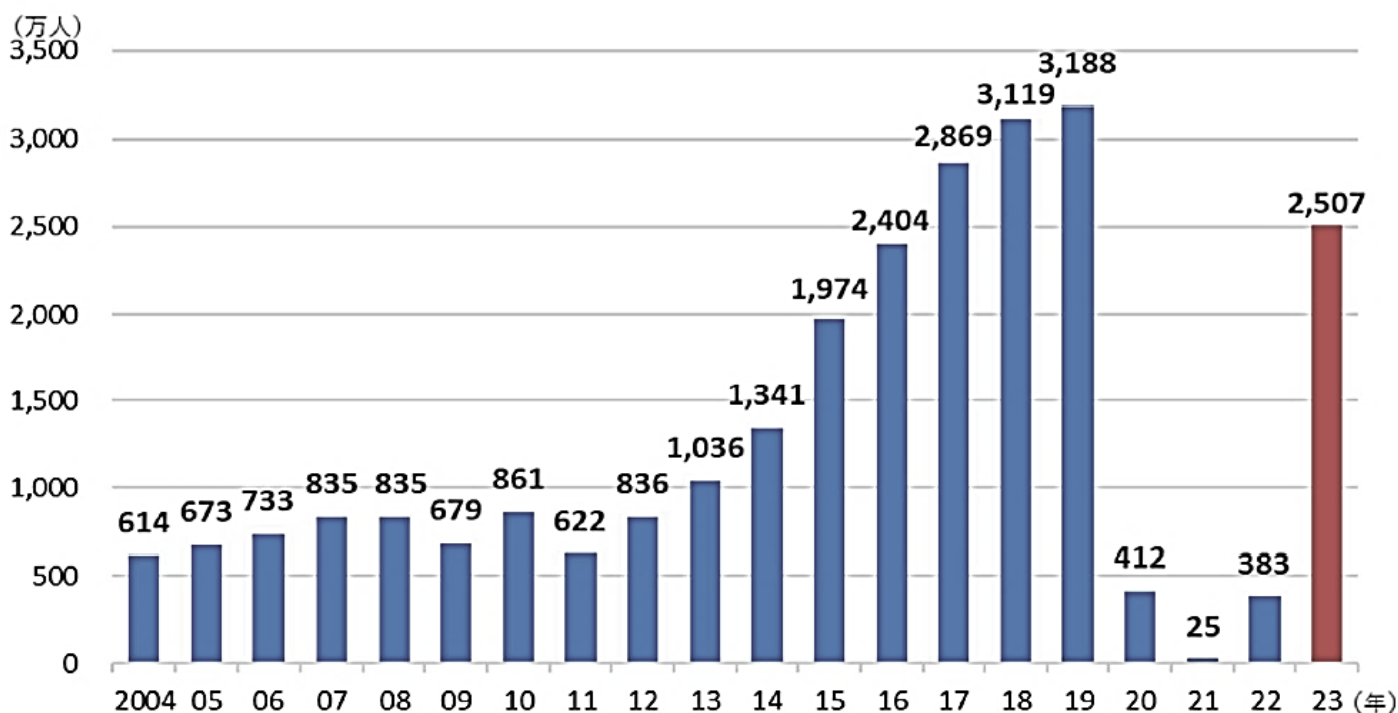
1 国内における観光動向

(1) 現 状

我が国では、観光立国推進基本法（平成 19（2007）年 1 月施行）に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました（令和 5 年 3 月 31 日閣議決定）。

この基本計画は、アフターコロナにおいて観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の 3 つをキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」の 3 つの戦略に取り組んでいます。訪日外国人旅行者数は令和 7（2025）年までに令和元年水準の 3,188 万人超えを目標としており、地方滞在への期待が高まっています。

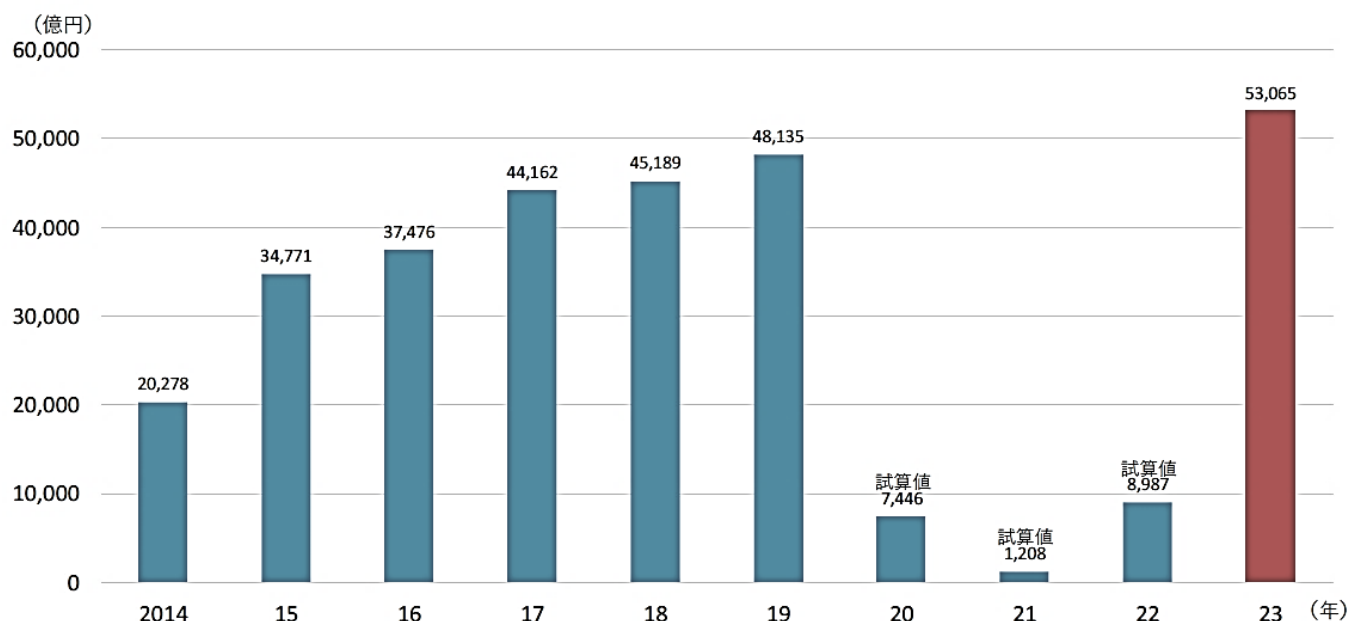
①訪日外国人旅行者の推移



資料：観光庁「令和 6 年 観光白書」

訪日外国人旅行者数は、令和元（2019）年までは過去最高を更新しておりましたが、令和 2（2020）年から令和 4（2022）年まで新型コロナウイルス感染拡大に伴い、年間を通じて大きく減少しました。その後、同年 6 月の外国人観光客の受入再開や水際措置の大幅緩和等により徐々に回復しはじめ、令和 5（2023）年に入ってから東アジアを中心に大きく増加し、同年 10 月には令和元（2019）年同月を超え、年間では 2,507 万人（2019 年比 21.4%減）となりました。

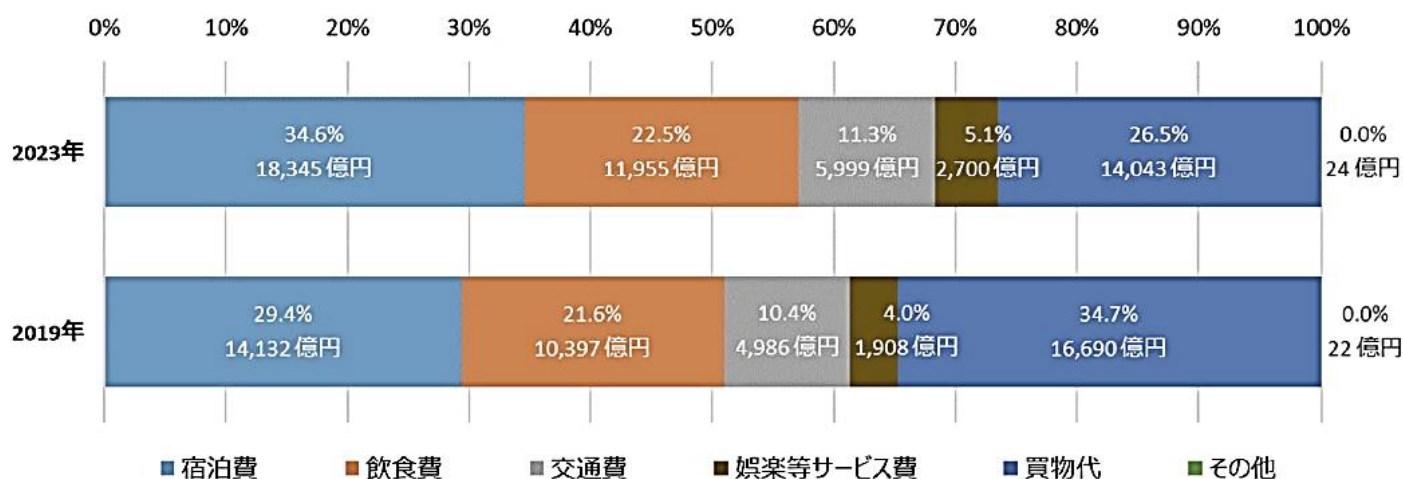
②訪日外国人旅行者による消費額の推移



資料：観光庁「令和6年 観光白書」

令和5（2023）年の訪日外国人旅行消費額は、5兆3,065億円（2019年比10.2%増）と過去最高となりました。国籍・地域別にみると、台湾が最も大きく、次いで中国、韓国、米国、香港の順で、令和元年と比較すると中国の構成比が低下した一方で、韓国や米国等の構成比が上昇しました。

③費目別にみる訪日外国人旅行消費額



資料：観光庁「令和6年 観光白書」

令和5（2023）年の訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、全体に占める割合では、「宿泊費」が34.6%と最も高い数値となり、買物代が大幅に減少しています。

アフターコロナ以降、ショッピングなどの「モノ消費」（買物代・交通費）から体験型の「コト消費」（宿泊費・飲食費・娯楽等サービス費）へとニーズが変わり、特別な体験を求める旅行者が増加しています。

(2) 課題とされていること

①交流人口・関係人口の拡大

- ・人口減少・少子高齢化に伴う、地域の活力維持のための国内外からの交流人口の拡大
- ・観光を通じた地域活性化と持続可能な地域社会の構築

②観光による国際相互理解とシビックプライドの醸成

- ・観光を通じた異文化理解、国際社会との絆の深化
- ・観光を通じて地域住民が地域への愛着を持つことによる持続可能な地域社会づくり

③観光地の集中化と混雑の問題（オーバーツーリズム）

- ・滞在先の集中による混雑・マナー問題
- ・観光地の分散化

※オーバーツーリズム＝観光地に過剰な観光客が訪れることで、地元住民の生活や自然環境に悪影響を及ぼす現象。

④持続可能な観光への関心の高まり

- ・世界的に注目が高まっているサステナブルな観光への対応
- ・自然やアクティビティの需要増加に対応する観光資源の開発

⑤アドベンチャーツーリズムへの期待

- ・自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて日本の本質を探究する観光コンテンツの造成
- ・世界の観光旅行者の来訪・滞在を促し、全国各地での消費機会の拡大

※アドベンチャーツーリズム＝自然環境や文化的体験を重視し、冒険性や挑戦的な要素を伴う旅行スタイル。

⑥観光産業におけるデジタル化の遅れ

- ・観光産業の生産性向上に向け、デジタル化の推進
- ・宿泊業をはじめとする観光産業全体の労働生産性の向上

⑦観光産業における人材不足と労働環境改善

- ・宿泊業や飲食サービス業での慢性的な人材不足
- ・観光業界全体での欠員率の高さや労働環境の改善

参考：観光庁「観光立国推進基本計画」より

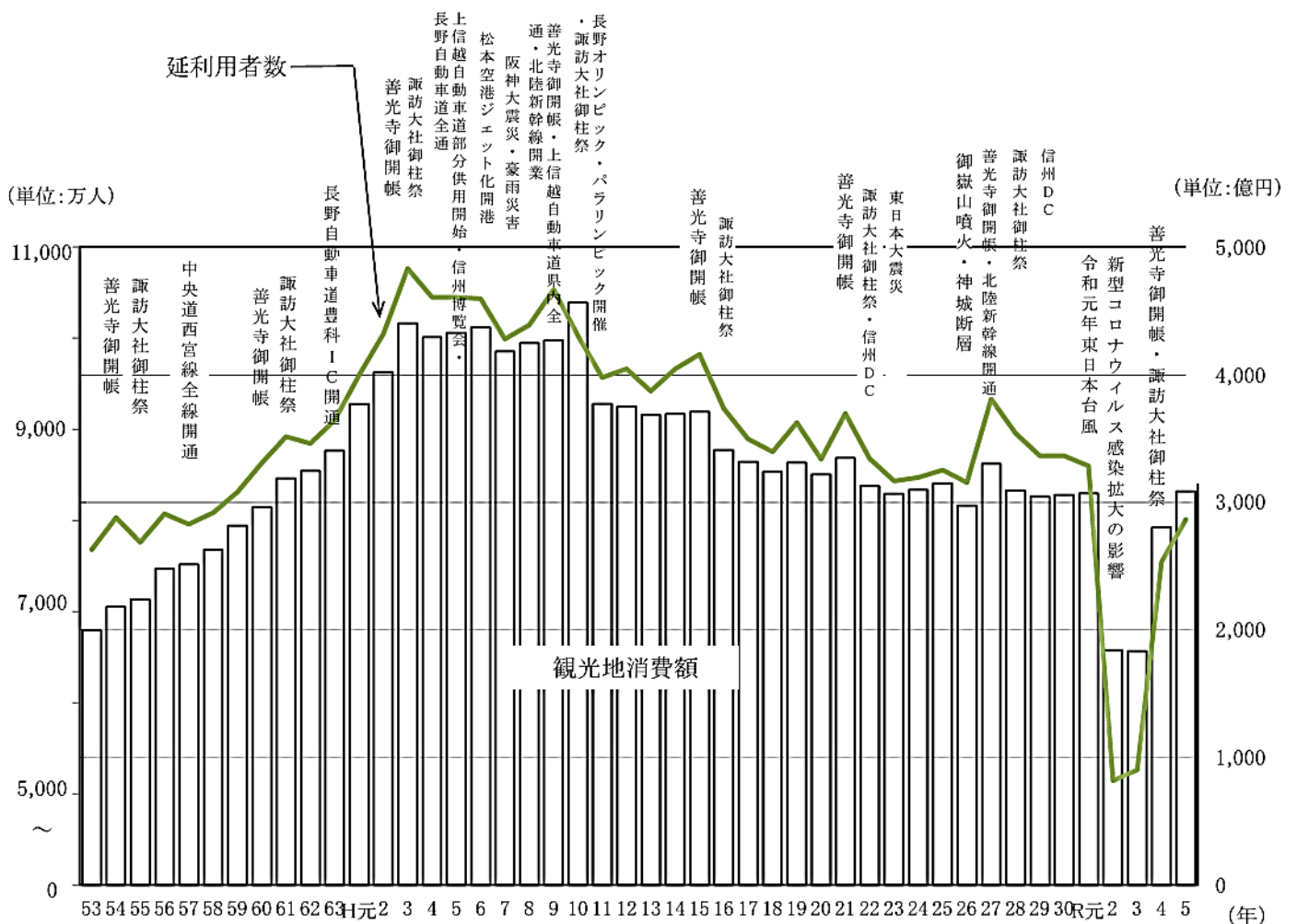
2 長野県内における観光動向

(1) 現 状

長野県では、令和5年度から始まった「しあわせ信州創造プラン3.0（長野県総合5か年計画）」を具現化するため、県としての「稼ぐ」観光地域づくりに向けた取組みを明確にし、県民、市町村、DMO、観光関連事業者等と互いに協働して取り組むため、「長野県観光振興アクションプラン（令和5年度より単年度）」を策定し、令和6年度共通テーマを「アウトドア」とし、①観光地域づくりの推進 ②長野県観光のプロモーション ③インバウンド推進を掲げています。

県の観光入込客数は、平成3～10年頃をピークに徐々に減少傾向を辿り、以降、年間8,400～9,300万人で推移していましたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、令和2～3年は5,200万人前後まで減少しました。アフターコロナ以降の令和5年には訪日外国人の急激な増加により、8,014万人まで回復しています。

①延利用数と観光消費額の推移



資料：長野県「令和5年 観光地利用者統計調査結果」

(単位：万人、億円、%)

	S53	H3	H10	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4	R5
延利用者	7,682	10,764	10,028	8,473	8,555	8,418	9,331	8,958	8,710	8,710	8,601	5,148	5,267	7,545	8,014
対前年	-	7.1	△4.8	0.4	1.0	△1.6	10.8	△4.0	△2.8	0.0	△1.3	△40.2	2.3	43.3	6.2
観光地消費額	1,997	4,403	4,565	3,097	3,148	2,974	3,302	3,093	3,046	3,058	3,071	1,841	1,836	2,804	3,087
対前年	-	9.6	6.9	1.0	1.7	△5.5	11.0	△6.3	△1.5	0.4	0.4	△40.0	△0.3	52.7	10.1

資料：長野県「令和5年 観光地利用者統計調査結果」より

令和5年の長野県内の観光地の利用者数は延べ8,014万人、観光地消費額は3,087億円となり、アフターコロナ以降は、利用者数、観光地消費額ともに急激な回復が見られます。

②主要観光地（延利用者数上位50位）の状況

(単位：千人)

順位			市町村名	観光地名	延利用者数		
R3年	R4年	R5年			R3年	R4年	R5年
1	2	1	軽井沢町	軽井沢高原	5,484	7,129	7,713
2	1	2	長野市	善光寺	3,138	9,765	5,803
3	3	3	諏訪市	上諏訪温泉・諏訪湖	2,478	3,258	3,593
4	4	4	山ノ内町	志賀高原・北志賀高原	1,791	2,281	2,673
6	5	5	白馬村	白馬山麓	1,396	1,944	2,339
5	6	6	諏訪市	霧ヶ峰高原	1,457	1,880	2,122
7	7	7	立科町・茅野市	東白樺湖・白樺湖	1,254	1,790	2,110
8	8	8	茅野市	蓼科	1,143	1,510	1,627
9	9	9	長野市	戸隠高原	1,085	1,460	1,511
16	10	10	上田市	上田城跡	709	1,261	1,357

42	20	23	大町市	大町温泉郷	336	722	800
51	35	25	大町市	黒部ダム	305	513	748
96	39	37	大町市	大町東山・市街地	104	467	517

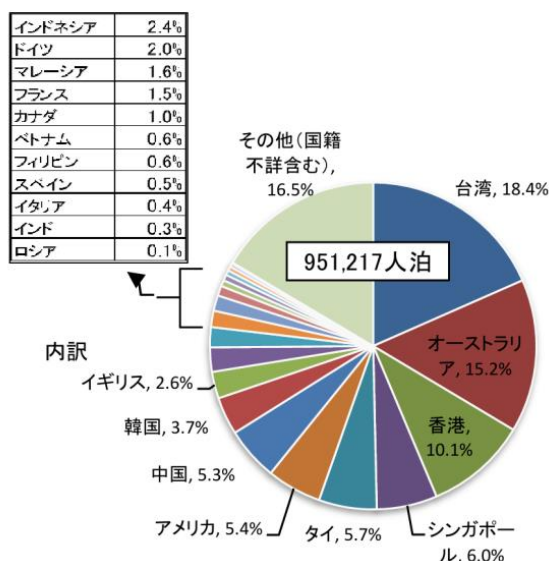
資料：長野県「令和5年 観光地利用者統計調査結果」より

利用者数は、首都圏を主な市場として抱える軽井沢がトップで、アクセスが良く核となる歴史文化系観光地と自然系観光地をバランス良く有している「善光寺」や「諏訪」、高原リゾートとしての認知度が高い「志賀高原」、「霧ヶ峰高原」、「白馬山麓」が上位に並んでいます。

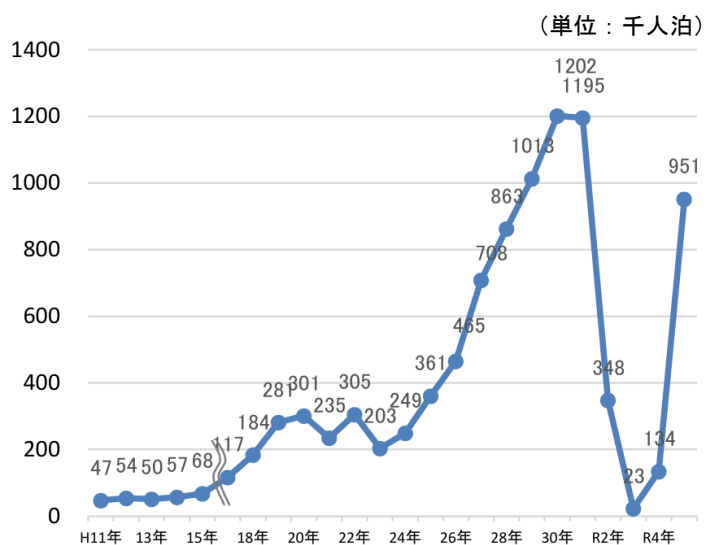
大町市及び周辺地区については、23位「大町温泉郷」、25位「黒部ダム」、37位「大町東山・市街地」に位置しています。

③外国人延宿泊者数調査結果

国・地域別延宿泊者数割合



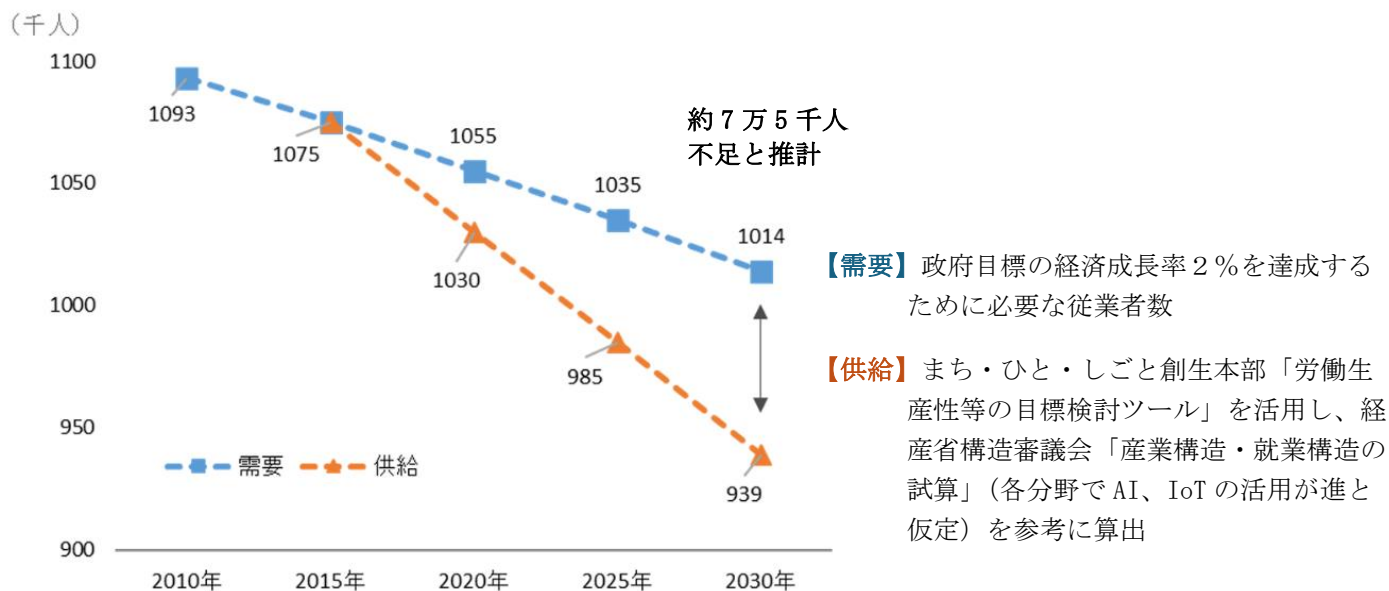
延宿泊者数の推移



資料：長野県「令和 5 年外国人延宿泊者数調査結果」

令和 5 年の長野県内における外国人延べ宿泊数(実数)は 951, 217 人泊で対前年比 607. 4%と、急激に増加しています。地域別では、台湾が 175, 142 人泊（構成比 18. 4%）と最も多く、次いでオーストラリアが 144, 152 人泊（同 15. 2%）、香港が 95, 998 人泊（同 10. 1%）となりました。

④労働力（従業者）の需給推計



資料：長野県「長野県就業促進・働き方改革基本方針」（令和 2 年 3 月）より

長野県内の令和 2（2020）年の労働力は、需要が約 105 万人に対して供給が約 103 万人で、その差は 2 万 5 千人が不足となっています。

令和 12(2030)年の労働力は、需要が約 101 万人に対して供給が約 94 万人と推計され、その差は 7 万 5 千人の不足と推計されています。

（２）課題とされていること

①観光地づくりの推進

宿泊事業者：設備投資の高額化、人手不足の深刻化、低い稼働率

交通事業者：利用者減少による経営ひっ迫、県内タクシーの運転手不足

索道事業者：スキー人口の減少、索道施設の老朽化、グリーン期を含めた通年誘客

②長野県観光のプロモーション

- ・令和７年４月の大阪・関西万博等関西圏からの誘客拡大の機会を捉えた取組
- ・Ｚ世代の約５割が旅行先の選択時に SNS からの情報を重視

③インバウンドの推進

- ・海外の高付加価値旅行市場（欧米豪）向けプロモーション
- ・インバウンド向け高付加価値な旅行商品の企画・造成から販売までの一貫体制
- ・インバウンド向けコンテンツの充実及び受入環境整備
- ・アドベンチャーツーリズムの推進

④新たな観光振興財源確保

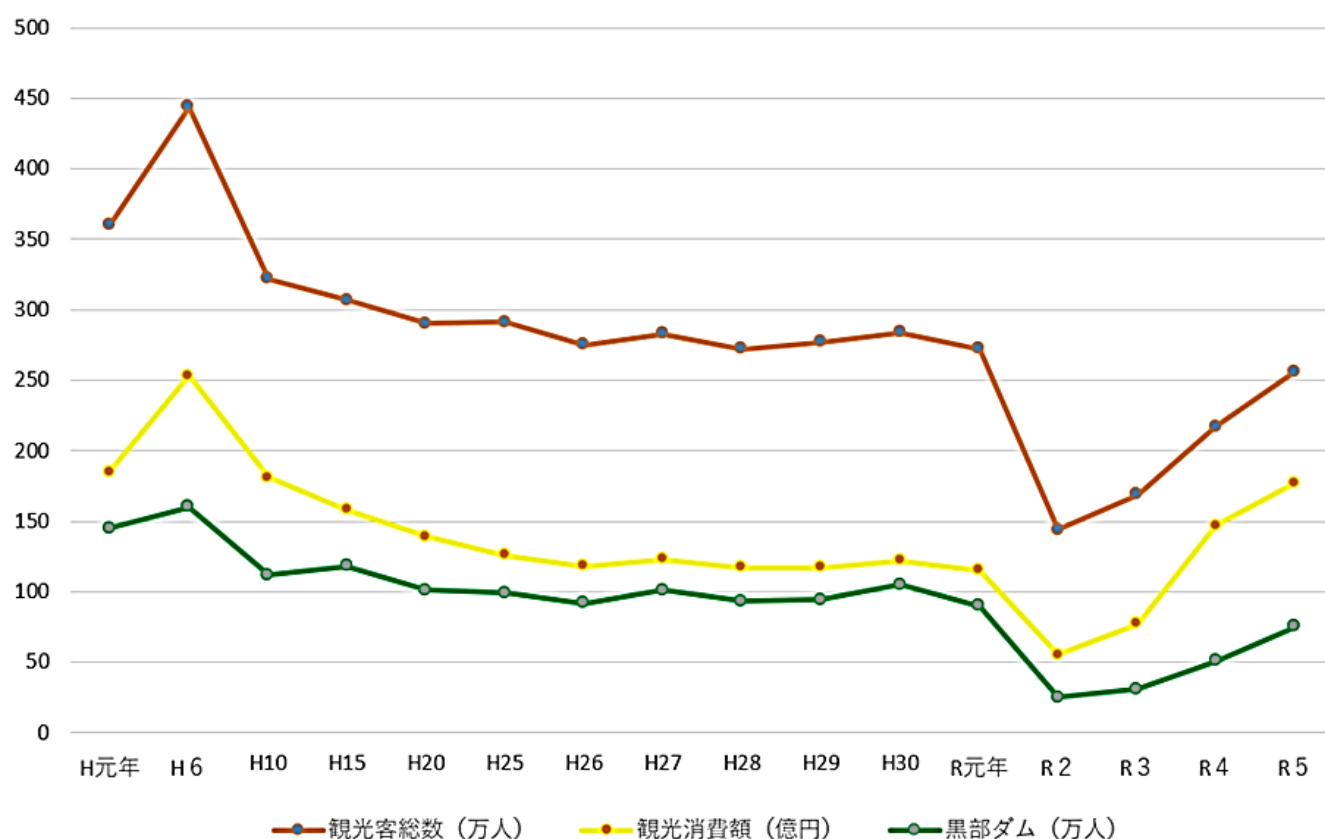
- ・長野県観光の目指す姿である「世界水準の山岳高原観光地」の実現に向けて、ハード・ソフト両面からの様々な観光振興施策
- ・高齢化による社会保障関係費の増加や頻発する災害への対応強化費用増加などにより県財政の硬直化
- ・現状の地方財政制度では、県税収入が増加しても地方交付税は減少することとなるため、独自の自主財源の確保

3 大町市における観光動向

(1) 現 状

「大町市第5次総合計画」では、観光に係るまちづくりのテーマとして「活力あふれる産業と地域の魅力を活かしたにぎわいのあるまち」を掲げ、その実現に向けた施策目標を「観光を主体に国内外からひとを呼び込む交流の促進」として、魅力ある観光地づくりに向けて、様々な観光振興策に取り組んでいます。

① 観光客の入込数の推移（観光客総数、観光消費額、黒部ダム入込数）



資料：大町市観光文化課 観光統計データ

当市は、「立山黒部アルペンルートの長野県側の玄関口」として認知され、黒部ダム入込数の増減により、観光客総数と観光消費額が比例していることが確認できます。このため、立山黒部アルペンルート入込数の変動が、当市の観光客の推移に大きく影響しています。

アフターコロナとなる令和5年は急激な回復が見られますが、コロナ禍以前の数値には達していません。

②観光客の入込数の推移（観光地別）

年次	観光客総数		大町 温泉郷	高瀬 渓谷	市街地 東山	黒部 ダム	後立山	仁科 三湖	鷹狩 高原	新行高屋 ばかばカラ ンド美麻	国営アル プスあづ みの公園
	百人	対前年比 %	百人	百人	百人	百人	百人	百人	百人	百人	百人
H25	29,149	—	5,596	1,151	1,231	9,914	873	7,414	539	1,124	1,307
H26	27,553	94.5	5,120	944	1,442	9,193	881	7,005	490	1,076	1,402
H27	28,274	102.6	5,170	1,053	1,433	10,094	837	7,087	461	470	1,668
H28	27,248	96.4	4,410	916	1,426	9,306	739	7,737	417	656	1,641
H29	27,730	101.8	4,523	1,203	1,479	9,372	780	7,343	428	993	1,609
H30	28,379	102.3	4,415	1,106	1,352	10,481	758	7,295	401	954	1,617
R元	27,165	95.7	4,462	1,188	1,477	9,011	782	7,314	389	912	1,630
R2	14,425	53.1	2,370	535	877	2,497	245	5,933	581	458	929
R3	16,902	117.2	3,361	584	1,044	3,052	144	6,486	860	367	1,004
※R4より算出方法変更											
			大町 温泉郷	高瀬 渓谷	市街地 東山	黒部 ダム	後立山	仁科 三湖	乳川源流・ア ルプスバノラ マ工業団地		
R4	21,747	—	7,219	639	4,673	5,126	892	1,708	1,490		
R5	25,626	117.8	8,001	642	5,169	7,477	1,128	1,634	1,575		

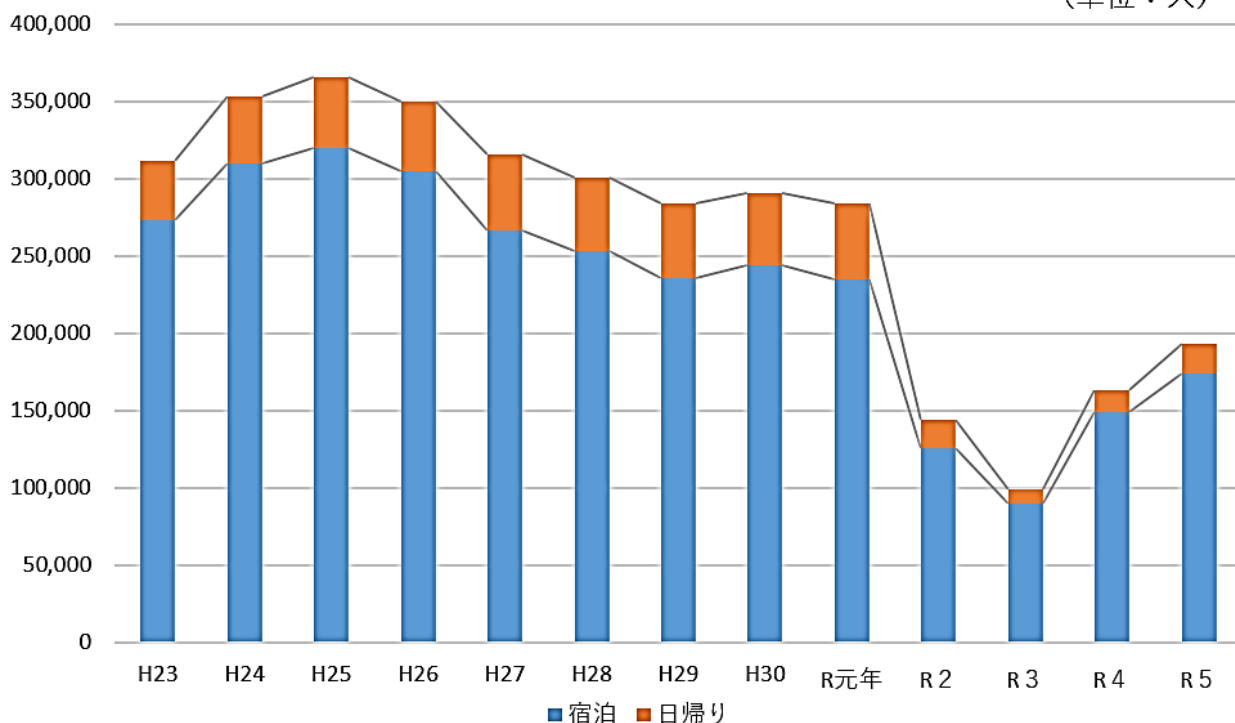
資料：大町市観光文化課 観光統計データ

※平成 22 年から国の示した全国共通基準による集計方法に変更

※国営アルプスあづみの公園は平成 21 年 7 月 18 日開園

③大町温泉郷の入込客数

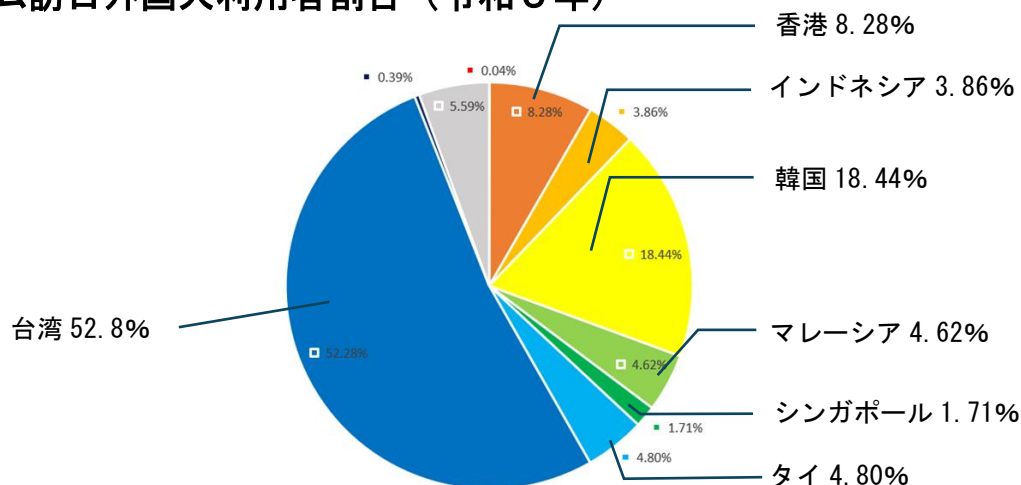
(単位：人)



資料：大町市観光文化課 観光統計データ

令和元年までは約 30 万人で推移していましたが、アフターコロナは施設の収容人数を縮小する動きもあり、アフターコロナ後も宿泊施設全体の総数は以前よりも減少しています。

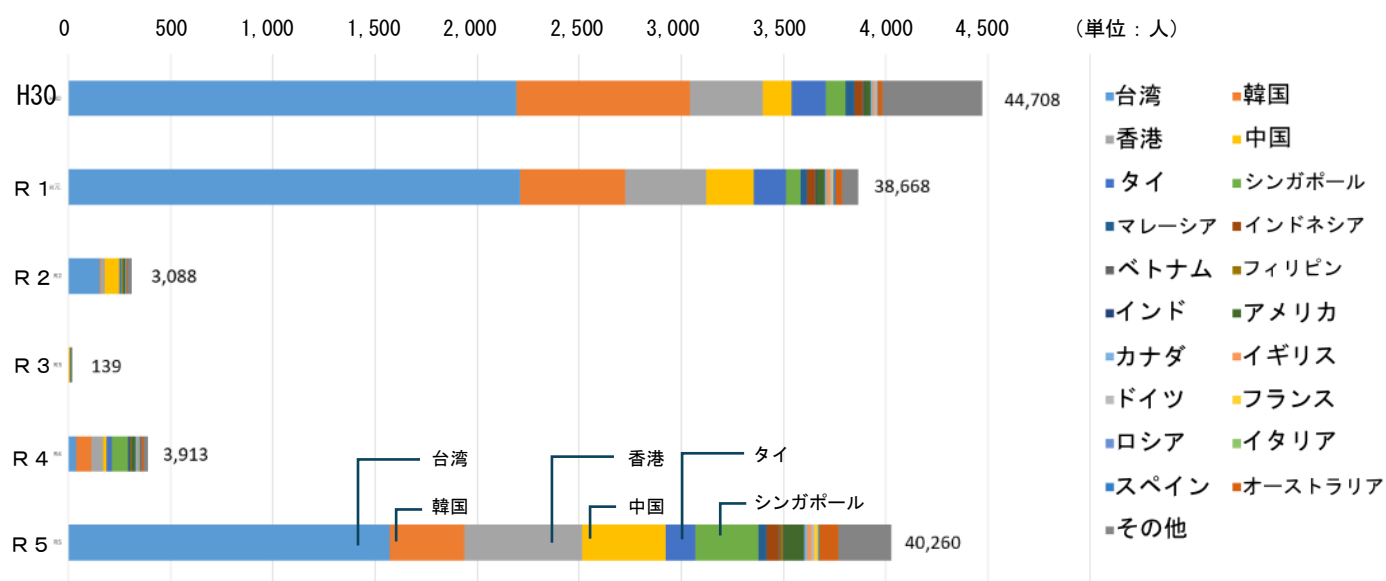
④黒部ダム訪日外国人利用者割合（令和5年）



資料：大町市観光文化課 観光統計データ

全体の約半数を台湾が占めており、次いで韓国、香港、タイ、マレーシアで、8割以上をアジア圏内の国々が占めています。

⑤大町市への訪日外国人延宿泊者の国・地域別割合



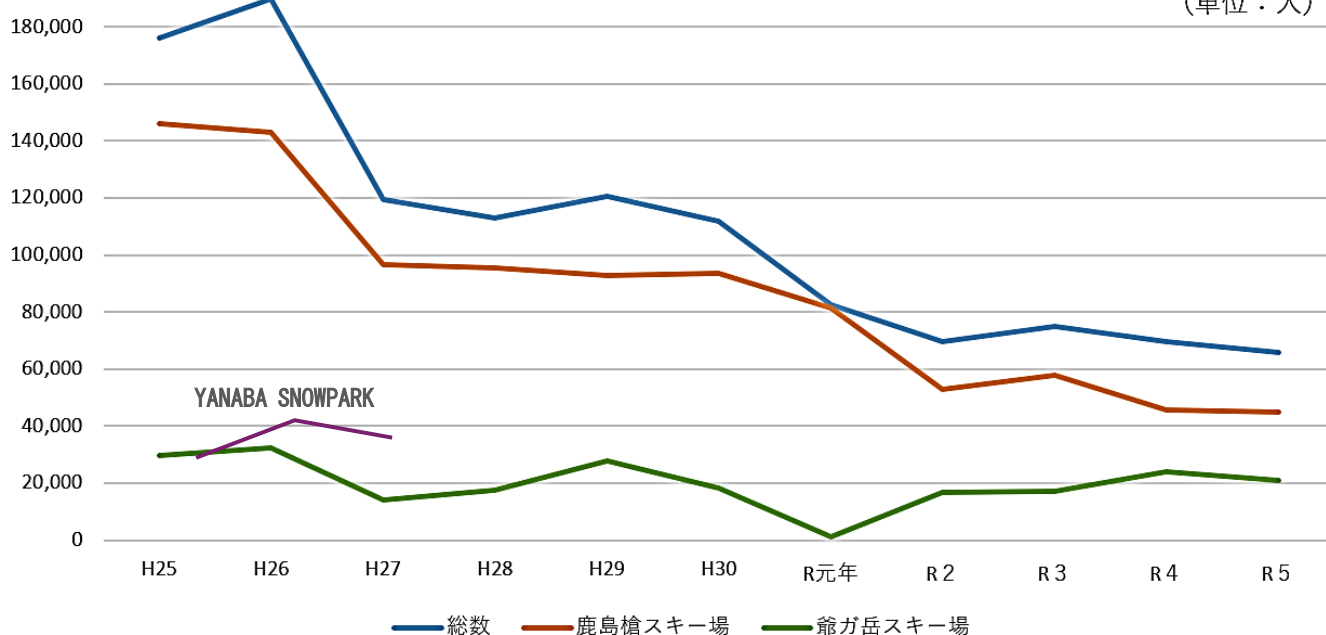
【宿泊者人数 上位内訳】

	1 位	2 位	3 位	4 位
H30	台湾 21,918 人	韓国 8,514 人	香港 3,542 人	タイ 1,650 人
R 1	台湾 22,103 人	韓国 5,151 人	香港 3,947 人	中国 2,339 人
R 2	台湾 1,528 人	中国 700 人	香港 245 人	アメリカ 119 人
R 3	ベトナム 46 人	台湾 31 人	中国 15 人	フィリピン 13 人
R 4	シンガポール 794 人	韓国 771 人	香港 554 人	台湾 350 人
R 5	台湾 15,749 人	香港 5,797 人	中国 4,078 人	韓国 3,616 人

資料：大町市観光文化課 観光統計データ

⑥観光客の入込数の推移（スキー場）

（単位：人）

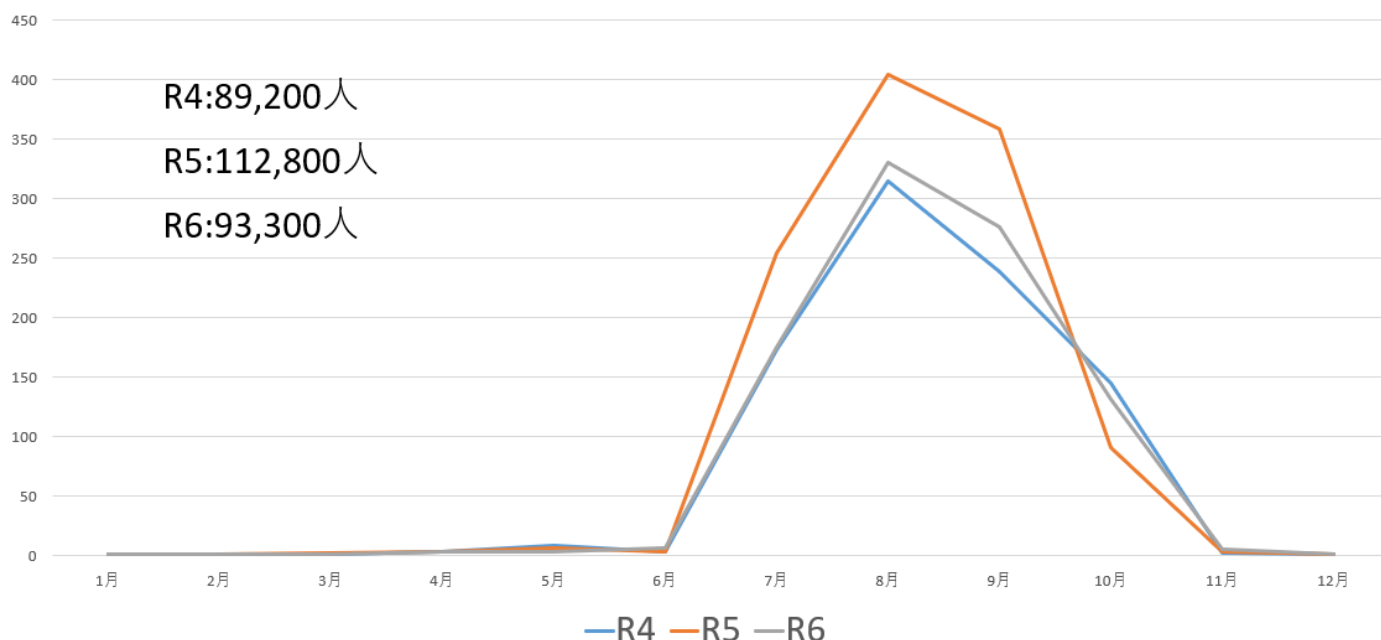


資料：大町市観光文化課 観光統計データ

平成 28 年以降の市内スキー場運営事業者は 2 者となり、コロナ禍以前（平成 28 年～30 年）は 9 万人以上あった入込が、アフターコロナとなる令和 5 年には積雪が少なく、営業日が短かったこともあり、コロナ禍以前の水準までには至っていません。

⑦後立山エリア利用者数（R4～R6）

（単位：人）

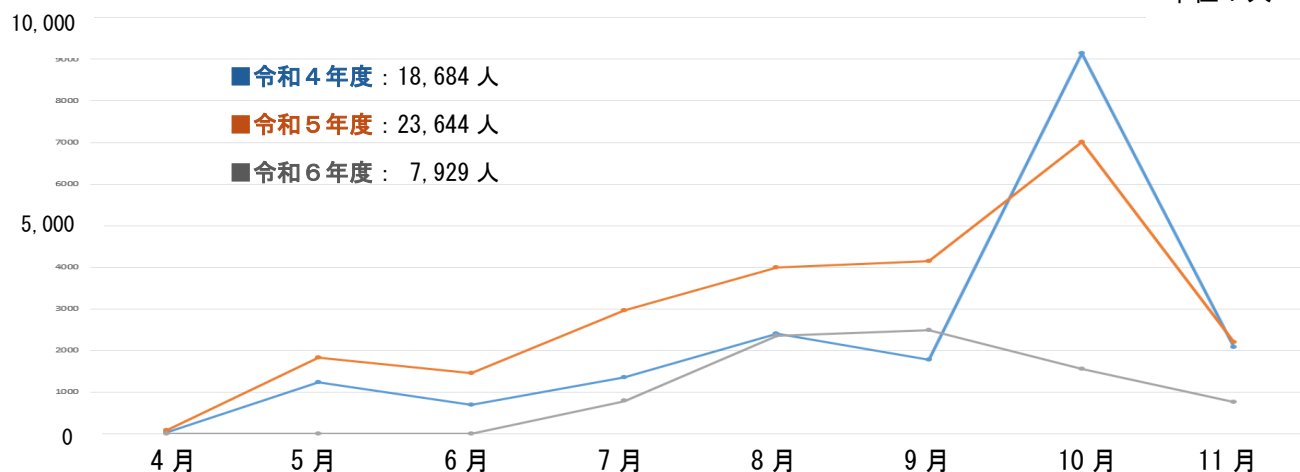


資料：大町市観光文化課 観光統計データ

後立山エリアの登山利用者数は天候条件に影響されやすい特徴があり、令和 5 年度は天候に恵まれたことで、令和 4 年度や令和 6 年度に比べて約 1 万人近く増加しました。

⑧七倉登山口⇄高瀬ダム タクシー理利用者数 (R4～R6)

単位：人

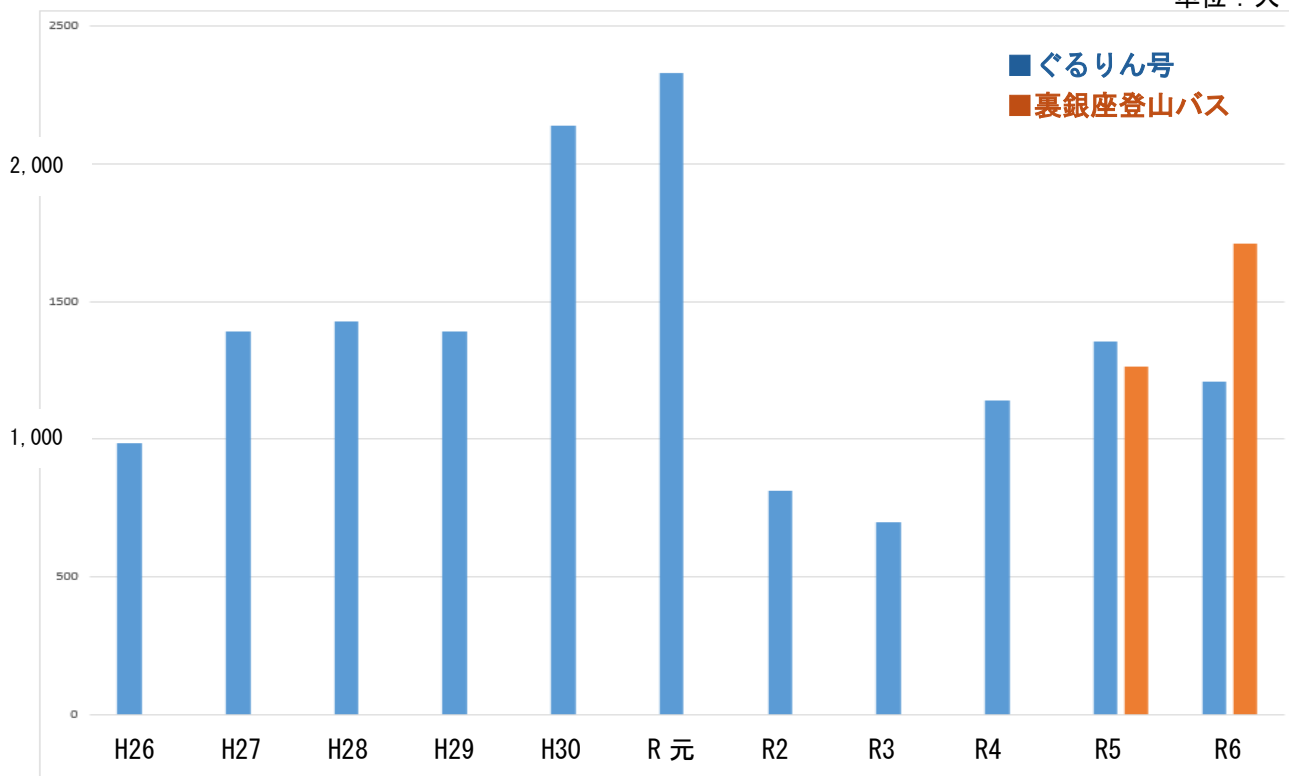


資料：大町市観光文化課 観光統計データ

令和4年度はコロナ禍にも関わらず、紅葉シーズンの10月は9,000人を超える利用者数となりました。一方で、令和6年度は3月に発生した管理用道路区間の落石の影響により一部通行できない期間があったため利用者数が減少しました。

⑨二次交通利用者数の推移 (信濃大町ぐるりん号・裏銀座登山バス)

単位：人



資料：大町市観光文化課 観光統計データ

平成26年度より運行開始した「信濃大町ぐるりん号」は、信濃大町駅から南部方面の観光地を巡るコースで、コロナ禍の令和2～4年度を除き、1,000人以上の利用がありました。令和4年度から運行開始した「裏銀座登山バス」はアフターコロナと登山ブームにより、2年目には1,500人を超える利用者となりました。

(2) 課題とされていること

①依然として観光客が長期滞在せずに通過するだけの「通過型観光」

- ・大町温泉郷・黒部ダムは、前回の計画策定時（令和3年）と比較して県内主要観光地の入り込み客数の順位は上昇していますが、市内の他の観光スポットへの回遊や滞在等には繋がらない状況にあります。

②立山黒部アルペンルート以外の観光スポットの磨き上げ及び誘客促進

- ・コロナ禍を経て、旅行形態は「団体」から「個人」へと加速し、訪日外国人観光客の入込は急速に回復しており、多様化する観光客のニーズに即した観光コンテンツ等の充実を図る必要があります。
- ・単に有名な観光スポットを観覧することに加え、地域の「文化・風土」、「遊び」、「学び」の体験志向が強まる傾向にあります。

③観光業における人材不足の解消

- ・観光客のニーズを支えるための人材が不足しており、ホテルや旅館、山小屋、鉄道・バス・タクシーといった宿泊・運輸業では、顕著にその影響が広がっています。

④リピーターの増加と観光入込数の確保

- ・我が国の人口は少子高齢化により減少傾向が続いており、安定して地域に観光客を迎えるためには、リピーターを増やすことが重要で、当地ならではの魅力的な体験を提供し、訪れる人々に「また来たい」と思ってもらえる観光地としての価値を高めていく必要があります。

⑤年間を通じたインバウンドの誘客及び受入環境整備

- ・黒部ダム・立山黒部アルペンルート・大町温泉郷では、コロナ禍前の入込数まで回復してきており、それを支えているのが訪日外国人観光客です。隣接する白馬村には冬期を中心にオーストラリア等からの多くの観光客が訪れるようになった反面、宿泊施設や飲食店の不足や、2次交通、物価や地価にまで影響が生じており、いわゆる「オーバーツーリズム」への対応も急務となっています。
- ・立山黒部アルペンルートや大町温泉郷に訪れる台湾を中心とした東南アジアからの入込みを安定化し持続させるとともに、冬期のオーストラリア等からの観光客の取り込みを積極的に展開することは、年間を通じて宿泊者数を確保することに繋がり、地域経済や雇用の安定にも好影響を与え、「通過型観光」から「滞在型観光」への転換となります。

（３）課題解決に向けて

これらの課題を解決していくにあたっては、当市に止まらず、周辺市町村の関係団体や民間事業者等と連携した広域的な取り組みが、今後、益々重要となります。また、先端技術を活用したＤＸ化による基盤整備にも積極的に取り組むことが必要であり、そのための財源確保として、令和８年から長野県が導入する長野県宿泊税をはじめ、国・県の補助金や起債の活用など、有利な財源確保について検討する必要があります。

これらの課題を解決し、持続可能な観光振興を推進するには、一般社団法人 大町市観光協会（以下「市観光協会」という。）をはじめとした観光関係団体や、民間事業者等とも緊密に連携するとともに、それぞれが役割分担を明確にし、地域が一丸となって戦略的に取り組まなければなりません。



第3章 市が目指す観光振興

1 目指す観光の将来像

「大町市第5次総合計画」及び「大町市まち・ひと・しごと創生総合戦略（第2期）」を踏まえ、市が目指す観光の将来像を次のように設定します。

行きたくなる 住みたくなる 信濃大町

人口減少社会となる中、観光客が再訪したいと思えるような魅力的な環境やサービスを整え、地域の特色を活かし“行きたくなる”さらに“住みたくなる”観光地を目指します。

2 基本施策

市観光の目指す姿を実現するため、5つの基本施策に取り組むことで、本計画に実行性を持たせます。

通年滞在型観光の推進
訪日外国人旅行者の増加に向けた取り組み
山岳観光の推進
観光地としての基盤づくり
エリア別の取り組み

3 重点施策プロジェクト

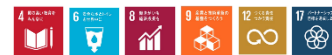
基本施策を展開するうえで、特に重視すべき項目を重点施策プロジェクトとして取り組みます。

二次交通の整備・再構築
滞在型コンテンツの集約と効果的な活用
山岳観光の取り組み拡充

第4章 計画実現に向けての取組み

1 基本施策の具体的取組み

(1) 通年滞在型観光の推進



SDGsの視点

①観光コンテンツ集約と活用

■雨の日に楽しめる観光コンテンツ集約と情報発信

市内の博物館やギャラリーをはじめ、体験施設やフォトスポットなど、雨天時に対応可能な観光コンテンツを磨き上げ、関係事業者等への周知を行うとともに、専用WEBサイトやSNSを通じた情報発信に取り組みます。

■信濃大町駅周辺の情報発信強化

信濃大町駅周辺には、歴史的建造物や飲食店、商店街のレトロなアーケード、魅力的なフォトスポットなどが点在しており、これら他の地域にはない資源を活用し、情報発信を強化するとともに、観光客の市街地エリアへの誘導を促進します。

■観光コンテンツと交通・宿泊を組み合わせた旅行商品の造成・販売促進

立山黒部アルペンルートや市内二次交通の周遊パス付き宿泊プランを充実させるため、旅行事業者等との提携を深め、旅行商品の造成と販売促進に取り組みます。

■「北アルプスの麓 水が生まれる 信濃大町」をテーマとしたプログラムの推進

一般団体旅行が減少する中、探究学習プログラム「大町水の学校」は、SDGsや地域の水資源を活用し、学習旅行の新たなニーズとして注目されており、継続した取組みによりプログラムの充実を図り新たな学習旅行の招致に取り組みます。

■事業者や市民が取り組む観光コンテンツの集約と一元的な情報発信

市内事業や市民が取り組む事業やおもてなしは、地域性に富み、差別化できるコンテンツであることから、継続的な取組みができるよう支援するとともに、観光コンテンツを一元的にまとめ、効果的な情報発信に取り組みます。

②新たな旅のスタイルの推進

観光関係事業者と連携し、地域独自の魅力を最大限に生かした観光コンテンツの開発を進め、新規の来訪者の獲得とともに、滞在期間の長期化やリピーターを獲得することにより、交流人口の増加を目指します。

■アドベンチャーツーリズムの推進

国や県が推奨するアドベンチャーツーリズム（AT）は、「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の要素を2つ以上組み合わせた旅行形態を指します。この取り組みにより、地域の魅力を深く知ってもらい、地域住民との交流を通じて特別な体験を創出することを目指します。

■地域の食文化を生かしたガストロノミーツーリズムの推進

当市の地酒が日本酒の地理的表示※「G I 長野」に加え、「G I 信濃大町」として国内初の2段階認証を受けている強みを活かし、清らかな水資源と自然環境に恵まれたクラフトビールやワイン、地元食材等を組み合わせたメニューを開発し、旅行商品として展開することで、他地域との差別化を図り当市への誘客へ繋がります。

※お酒の地理的表示（GI=Geographical Indication）は、地域の共有財産である「産地名」を守り、適切な使用を促す制度。産地が申請し、国税庁長官の指定を受けると産地名を独占的に名乗ることができる。

■サイクルツーリズムの推進

市観光協会および北アルプス地域自転車活用推進協議会等と連携し、サイクルステーションの充実を図るとともに市観光協会 web サイト「信濃大町なび」において、Google マップを活用したおすすめコースの表示など情報発信を推進します。

■着地型商品の充実

当地域の観光資源を活用し、宿泊数や滞在時間の増加を図るため、市観光協会や旅行事業者と連携し、着地型商品の充実に取り組みます。また、様々な体験型コンテンツや宿泊施設とのセットプランを拡充し、来訪者の満足度向上を図ります。

■文化・歴史的資源やアートを活かした体験型プログラムの開発

地域の特色ある資源を活用し、地元の食材を使った料理体験や文化体験、まちなかの歴史的建造物・水路などをめぐるガイド付きツアー、北アルプス国際芸術祭で培った経験を活かしたアート体験など、既存のコンテンツを磨き上げた体験型プログラムの開発を推進します。

③宿泊施設の魅力再構築

■国等による宿泊施設の改修等の補助金確保・活用

急激な社会環境の変化や多様なニーズに対応し、持続可能な観光地とするためには、観光地の再生と高付加価値化、面的DX化※に取り組む必要があり、専門家派遣や伴走型支援、個別施設の改修、など補助事業に関する情報を観光事業者と共有し、効果的な活用を促進します。

※地域の生産性向上を目的とし、観光地の面的再生に資するDX化の取組みのこと。

■宿泊施設従事者等の観光に対する意識の醸成・共有を図る場の充実

接客スタッフ等を対象に、市内の観光スポットや農産物・特産品についての知識を深めるための研修会を実施し、おもてなしのスキル向上を図ります。

■大町温泉郷未来検討会議※と連携した観光コンテンツの充実

大町温泉郷 60 周年を契機に、滞在型観光地を目指し観光コンテンツの充実を図ります。

※令和 6 年 3 月 7 日、目指すべき将来像をまとめた「2030 年ビジョン」を大町市長に報告。水資源を活かした滞在型の観光地づくりの対策として、隣接する鹿島川河川敷に親水公園を整備する構想を盛り込んでいる。

④広域観光連携の推進

外国人観光客の滞在は期間も長く、県境等に関わらず移動距離も長いことから、市内の宿泊滞在はもちろんのこと、当市を起点とした周辺観光地との連携した観光商品の開発・造成も必要となります。

市だけに止まらず、周辺市町村等の行政機関、観光スポットや関係団体、民間事業者等との連携を密にし、広域連携を推進することで観光入込数の増加と平準化に取り組みます。

⑤効果的なプロモーションの展開

■観光情報の一元管理と情報発信

市観光協会が運営する WEB サイト「信濃大町なび」をプラットフォームとして活用し、観光客が必要とする情報を的確に提供できるよう努めます。また、関連する SNS を通じて、旬の情報をタイムリーに発信できるよう、情報の共有体制を強化します。

■データに基づいたメディア系及び SNS 等による情報発信

情報発信の内容については、統計情報や各観光スポットのターゲット（目的、居住地、年代など）を把握し、効果的に SNS 広告やプレスリリースを活用して発信します。

■Web サイト「信濃大町なび」の機能充実と情報発信力の強化

市観光協会が運用する Web サイト「信濃大町なび」において、市内各エリアの詳細ページをはじめ、多言語ページの強化を図ります。

■Web サイト「おおまちカフェ」と連携した情報発信

“ホッとひと息つけるまち、大町”をテーマとした Web サイト「おおまちカフェ」（市まちづくり産業課運営）と連携した情報発信を推進します。

⑥ロケ支援の推進

■ロケ受入れ体制の充実

映画やドラマ、CMなどの撮影が地域で行われる際、撮影場所の提供、許可取得のサポート、地元の人材や設備の手配など、効率的かつ効果的に推進できる体制づくりの検討を進めます。また、メディアでの露出を通じて、当市の認知度向上や魅力の発信に取り組みます。

■「信州フィルムコミッションネットワーク」との連携

信州フィルムコミッションネットワークや県内のフィルムコミッション、市町村等と連携・協力し、県内での映画・テレビドラマ・コマーシャルフィルム等のロケーション撮影の誘致・支援を推進します。

（２）訪日外国人旅行者の増加に向けた取り組み



①立山黒部アルペンルートを軸とした観光プロモーションの推進

■立山黒部アルペンルート関係事業者と連携したプロモーション活動の実施

市プロモーション委員会や立山黒部観光宣伝協議会など、立山黒部アルペンルートの関係団体や事業者等と連携し、訪日外国人旅行者が必要としているタイムリーな情報をSNSやWeb等を通じて把握できる体制を構築し、情報発信に努めます。

■インバウンド商談会への参加

県主催の商談会への参加やJNTO（日本政府観光局）をはじめとする関係機関と連携し、国内外の旅行業界とのネットワークを構築し、海外商談会では、台湾、香港、韓国を中心のセールス活動に加え、タイやシンガポールなどの地域からの誘客を推進します。

②広域連携によるオーバーツーリズム対策の推進

訪日外国人旅行者の急増により、観光地やその周辺地域では、地域住民との間で騒音や交通渋滞、生活環境や治安に関する不安など、オーバーツーリズムの影響は、もはや都市部に限らず、軽井沢や上高地など県内の地域にも及んでいます。この問題を解決するためには、広域連携を通じて観光客数の適正化や、持続可能な観光の推進を進め、地元住民と観光業者等が協力し合いながら、地域全体で取り組むことが不可欠です。

■Web・SNSによる情報の周知

HAKUBA VALLEY TOURISMをはじめ、関係団体や交通事業者等と連携し、交通情報や訪日外国人旅行者の受け入れ可能な宿泊事業者・飲食店等の情報発信をより強化します。

■二次交通対策および冬期の観光コンテンツ開発

令和6年度冬期に白馬村と大町温泉郷や市街地を結んだ二次交通対策「ぐるっとBUS（実証実験）」の効果検証をもとに、今後の二次交通の在り方や、外国人観光客の受け入れ策を検討し推進します。

③訪日外国人旅行者向け情報発信の強化

■多言語サイトの強化

市観光協会WEBサイト「信濃大町なび」の多言語ページを強化するとともに、立山黒部アルペンルートやHAKUBA VALLEY、Go NAGANOなど多言語ページとの相互リンク連携を図り、SNSでの多言語による情報発信に取り組みます。

■Google Business Profileのオーナー登録推進

訪日外国人旅行者への情報提供ツールとして、Googleの検索やマップなどが有効であるため、観光事業者へGoogle Business Profileオーナー登録※を推奨し、効果的な観光情報の発信を行います。

※ Google Business Profile オーナー：登録することにより Google 検索・マップで店舗情報（所在地、写真、営業時間、電話番号など）の表示や管理ができる。

■メディア、ブローガー招致事業の推進

市プロモーション委員会をはじめ、立山黒部アルペンルート関係事業者、県観光機構、HAKUBA VALLEY TOURISM等と連携して、海外からメディアやブローガーを招聘し、効果的な情報発信を行います。

■リポーターの発掘・育成

当市の観光スポットや体験を多言語で発信できるリポーターを発掘・育成し、SNSを活用した情報発信を行います。

④訪日外国人旅行者が快適に滞在できる環境整備

■案内表示の多言語化とITインフラの推進

キャッシュレス決済の普及、信濃大町駅や主要観光地における案内表示の多言語化など、訪日外国人旅行者が快適に過ごせる環境を構築します。

■観光事業者向け「マイノリティ研修会」の実施

観光事業者向けに、宗教的習慣や食文化、LGBTQ+※への配慮など、多様な旅行者のニーズに応じた対応方法を学び、魅力的な旅行体験が提供できる地域づくりを目指します。

※LGBTQ+=性的指向や性自認に関する多様なアイデンティティを包括する言葉で、R：レズビアン、G：ゲイ、B：バイセクシュアル、T：トランスジェンダー、Q：クエスチョニングを表わし、+はそれらを超える全ての性の多様性を表しています。

(3) 山岳観光の推進



① 登山環境の整備および支援

■ 登山道整備に対する人的支援と財源確保

登山道の維持管理は山小屋関係者が主体となって実施していますが、人材確保や財源確保等が課題となっています。そのため、人的支援として、地域住民やボランティアの協力体制を構築するとともに、登山道整備に関する情報発信により支援の輪を広げる取り組みを強化します。財源確保においては、クラウドファンディングの活用や、県補助金、個人版ふるさと納税の寄付金を積極的に活用します。

また、北アルプスエリアでは、上高地エリアや乗鞍エリアを含む長野県、岐阜県飛騨エリアや、富山県立山エリアにおける自然保護と持続可能な観光を目的とした「北アルプストレイルプログラム」の実証実験および本格導入が行われており、登山道の現状やルール・マナーの周知、登山道維持のための協力金収受の取り組みが実践されています。

当市においても、環境省や林野庁などの現地機関をはじめ、白馬村、小谷村の三市村、登山案内人組合、山小屋組合などで構成される「北アルプス北部山域連絡会」において登山環境整備に向けた協議を始めており、引き続き実現に向けた検討を行います。

■ 低山帯トレッキングコースの維持整備

来訪者が安心・安全に利用できるよう、各コースの点検と計画的な補修等の維持管理に努めます。

■ 「パーク＆ライド」の実施

繁忙期の七倉エリアや扇沢駅周辺では、駐車場の混雑や沿線道路の渋滞が課題となっています。これらを緩和するため、二次交通の充実や路線バス等を活用したパーク＆ライド方式の導入を検討し、利用者の利便性の向上を図ります。

② もっと山を好きになる・つながるためのプロモーション

■ Web サイト「信濃大町なび」登山ページの充実

市観光公式サイト「信濃大町なび」では、山小屋等と連携し、基本情報であるコースや見どころ、地図の表示、最新情報などを充実させ、初心者から熟練者まで幅広い登山者が必要とする情報を見やすく整理するなど、ユーザーが興味を持ち、必要な情報が一元的に閲覧できる魅力的なサイトを構築します。

■ 低山帯のトレッキングを活かした着地型旅行商品の開発

低山帯のトレッキングコースの利用は初心者が多く、その目的も多岐にわたるため、利用者のニーズを的確に把握し、トレッキングに加え、歴史的建造物や食文化の体験を組み合わせ体感するなど、滞在時間を増やし、満足度を向上させ、来訪意識が高まる旅行商品の造成に取り組みます。

③安全登山の普及

■安全登山啓発活動の推進

登山者における安全意識の向上と山岳遭難の防止を図るため、SNS などを活用した情報発信を充実させ、登山者への啓発を進めます。また、県が主催する登山講習会への参加を促進するとともに、市観光公式サイト「信濃大町なび」登山ページを活用した啓発・普及に努めます。さらに、県山岳総合センター、大町登山案内人組合、北アルプス北部地区山岳遭難防止対策協会等と連携して安全な登山の啓発活動を広く展開していきます。

■「信州 山のグレーディング」の周知

登山者の知識や経験と山の難易度とのミスマッチ、無理な登山計画が遭難の一因となっており、県山岳総合センターでは、県内の一般的な登山ルートを体力度と技術的難易度で評価した「信州 山のグレーディング」を作成し、安全登山への啓発を実施しています。当市においても、これを基に、WEB や SNS を通じた周知を行い、安全登山を啓発する情報発信を推進します。

④山岳文化都市としてのブランディング

当市は、大正 6 年に日本初の「大町登山案内人組合」が設立され、昭和 26 年には日本で初めて山岳をテーマとする「大町山岳博物館」が開館し、さらに昭和 44 年には、山岳遭難事故の防止や自然保護思想の普及を目的に「県山岳総合センター」が設立されるなど、山岳文化の振興に向けた多くの取り組みが行われてきました。こうした歴史的背景を経て、市では平成 14 年に山岳博物館開館 50 周年を機に「山岳文化都市」を宣言し、山岳文化の発展と創造を目指し今日に至っています。

当地域は、東山低山帯や北アルプス後立山連峰など、多彩な山岳地域を有しており、登山トレッキングの初心者から熟練者まで幅広く山岳文化を体験できることが他の地域にはない大きな強みとなっています。

こうした強みを活かし、他にはない魅力や体験、感動を提供する地域としてのイメージを醸成するため、山岳関係者を中心に、行政や民間、地域の様々な事業者が一体となって、山岳としてのブランディングに取り組みます。

(4) 観光地としての基盤づくり



①計画推進の基盤となる統計の整備及び活用

■観光の動向データ等の共有

観光統計情報や HAKUBA VALLEY TOURISM の来訪者動向など、様々なデータを用いて、来訪者の動向やニーズの把握しターゲット層を明確化した戦略的なマーケティングに活用できるよう、観光事業者とデータの共有を強化します。

■産業連関による経済波及調査

令和4年度に北アルプス連携自立圏が「産業連関による経済波及調査・分析事業」により作成した、圏域内市町村別産業連関表と地域間連結産業連関表を活用し、事業の経済波及効果や費用対効果を算出し、検証を行うとともに事業の見直しを図り効果的な事業展開に取り組みます。

②利用しやすい滞在環境整備

■AI デマンド交通の導入

観光地を訪れる旅行者の利便性向上と、より効果的な運行体制の構築を目的に、従来の観光周遊バス「信濃大町ぐるりん号」に代わり、AI を活用したデマンド交通の実証実験を実施します。この実験結果を踏まえ、当市の観光における二次交通の再構築を図ります。

■e-バイク等を活用したレンタルサイクルの拡充

外国人旅行者のニーズが「モノ消費」から体験型観光の「コト消費」へ変化していることや運輸業における人手不足等を踏まえ、計画的にe-バイクや電動アシスト付き自転車のレンタルサイクル等を拡充して、旅行者のニーズに対応します。

■施設の適切な維持管理及び整備

- ・既存の道路標識の更新および撤去
- ・既存施設の適正な維持・管理
- ・既存照明設備のLED化
- ・仮設・常設のトイレの環境美化
- ・公衆トイレの洋式化および経年劣化施設の撤去

■飲食店・土産物店の充実

旅行者の満足度を向上させるものとして「地元ならではのおいしい食べ物」「魅力ある特産品や土産物」は欠かせないものとなっています。飲食店や土産物店の充実を図ることは、満足度向上はもちろんのこと、地域経済の活性化にも繋がることから、開業・開店等に係る環境整備を関係団体と連携をして取り組みます。

③計画推進体制の強化

■市観光協会との連携

市の観光振興施策を持続的かつ効果的に推進するためには、市や事業者間との連携を密にして地域が一丸となって事業に取り組むことが重要です。それぞれの組織の役割や目的を理解し意見を取りまとめ、観光振興策を推進するためには、市観光協会が主導的役割を担い、柔軟に連携体制を調整するとともに、情報交換や意見交換などを通じて信頼関係を構築して地域全体の活性化に取り組む必要があります。

④観光を支える担い手の育成・支援等

■観光を担う人材育成の推進

観光ガイドや登山案内人、通訳ガイド等専門的な分野の養成をはじめ、北アルプス国際芸術祭等で活躍したガイドの観光ボランティアにおける登録を促すなど、今後も観光を担う人材育成の推進に努めます。

■市内小中学校において「観光」をテーマとした授業等の推進

小学校の「総合的学習の時間」や中学校の「職業体験」、児童会活動など、地域と一体となって特色ある学校づくりを進める「コミュニティ・スクール」の一環として、観光の視点から地域を知るカリキュラムを設けることで、児童生徒のシビックプライドの醸成を図り、将来的に、当市の「スポークスマン」となる人材育成に努めます。

■担い手確保に向けた取組み

観光業における人材不足は、当市においても深刻であり、観光需要が季節性や曜日差が大きいため、通年雇用に至らない状況も一因に挙げられます。市内に止まらず、周辺市町村等との広域的な連携による入込数の平準化をして、通年雇用の実現に向け取り組むとともに、関係機関等とも連携し担い手確保に向け取組みます。

⑤サステナブル（持続可能）な観光地域づくりの推進

観光利用と地域資源の保全を両立するため、地域が持つ自然・文化・歴史・産業などが互いに連携して好循環で繋がる仕組みを構築し、先人から引き継がれた貴重な資源を守りつつ、SDGsの取り組みを推進することで、当市の観光資源を未来の世代へと受け継いでいきます。

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS



平成 27 年 9 月に国連で採択された 17 ゴール・169 のターゲットからなる「持続可能な開発目標」であり、世界共通のモノサシとして、「誰一人取り残さない持続可能な社会づくり」の達成を目指すものです。大町市は SDGs の達成に向けて優れた取組を提案する「SDGs 未来都市」として、令和 2 年 7 月に国から選定されました。

■大町「水の学校」SDGs 探究学習旅行の推進

大町市 SDGs 学習旅行誘致協議会による探究学習プログラム『大町「水の学校」』を通じて、100 年先の未来においても今と変わらない“水が生まれる信濃大町”を目指します。持続可能な水資源の大切さを深く学ぶことができるよう、事前学習や現地学習、事後学習などが一体となった体験型プログラムとして提供します。また、学習旅行を希望する学校や旅行代理店のニーズを的確に把握し、要望に沿ったカリキュラムを追加するなど、参加者のニーズに対応したプログラムを造成し、当市への学習旅行誘致を促進します。

■サステナビリティへの貢献

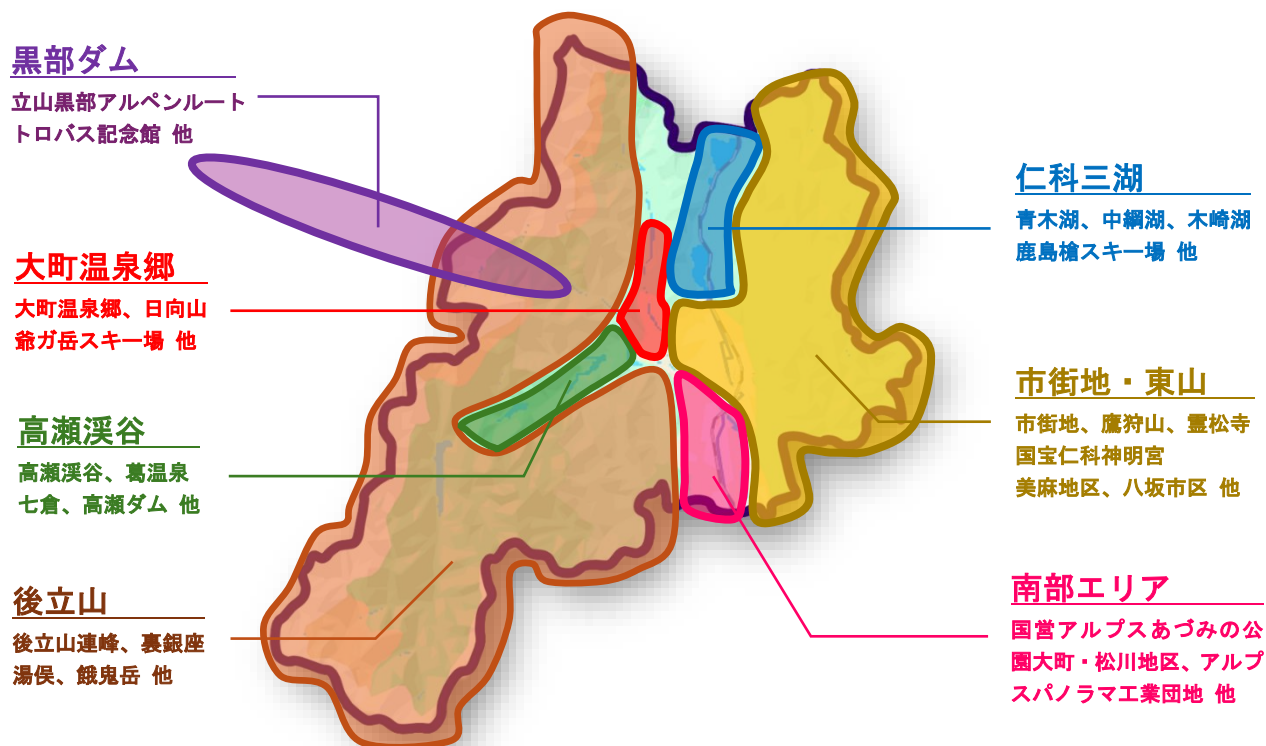
探究学習プログラム『大町「水の学校」』を活用した学習旅行の誘致を行うことにより、参加する観光事業者等が、自然環境への配慮や地域経済の活性化、伝統文化の継承等への理解を深め、さらに、当市の観光資源を未来へ繋ぐ意識を熟成させ、持続可能な活動へと発展させていくことを促進します。

■広域連携による「SDGs アクションリスト」の普及

HAKUBAVALLEY TOURISM は「自然の豊かさと心の豊かさにあふれる持続可能な山岳エコツーリズムの聖地」を目指しており、その上で、未来の子供たちに豊かな自然環境を残すために、“今できる取組み”として「SDGs アクションリスト」を作成し、観光に関わる事業者がリストを活用し、2025 年までに気候変動に関連する項目（省エネ、自然エネルギーへの切り替え、CO2 排出量の削減、ゴミ削減）のうち、15 項目の達成を目指し、2030 年までには全項目が達成できるよう取り組んでいます。

この取組みに多くの観光事業者が賛同し、同アクションリストを活用できるよう普及に取り組めます。

(5) エリア別の取り組み



黒部ダム	・関連事業者と連携した誘客プロモーション活動の推進 ・新たな公募ツアーの検討 ・繁忙期の渋滞対策 ・パーク＆ライドに向けた検討 ・トロバス記念館における展示の充実
高瀬渓谷	・Web サイト「信濃大町なび」掲載内容の充実 ・七倉登山口および七倉ダム周辺での繁忙期における駐車場対策 ・裏銀座登山バス及び葛温泉タクシープランの利用促進 ・パーク＆ライドに向けた検討 ・湯俣エリアにおける山小屋・観光事業者等との意見交換会設置の検討
大町温泉郷	・大町温泉郷 60 周年を契機とした連携活動の推進 ・冬期における観光コンテンツ開発の検討 ・爺ガ岳スキー場・大町温泉郷との連携によるイベントの実施 ・環境美化運動の取組み ・街灯 LED 化

仁科三湖	・ ゆ〜ぷる木崎湖の利用促進 ・ アクティビティコンテンツの情報発信 ・ 水上安全等の取り組み強化 ・ サイクルツーリズムの推進 ・ 鹿島槍スポーツヴィレッジ（スキー場）との誘客プロモーション連携 ・ 環境美化活動の推進
市街地・東山	【市街地エリア】 ・ まちなかの歴史ある建造物を見ながら楽しむ散策ルートの検討 ・ 信濃大町駅を起点とした観光コンテンツの集約 【東山エリア】 ・ 低山帯トレッキングルートの魅力発信の推進 ・ 低山帯と市街地を繋ぐ着地型旅行商品の開発
南部エリア	・ AI デマンド交通を活用した二次交通対策 ・ サントリー（北アルプス信濃の森工場）との連携 ・ 国営アルプスあづみの公園大町・松川地区との連携 ・ ガストロノミーツーリズムの推進
後立山	・ Web サイト「信濃大町なび」登山ページの充実 ・ 登山道整備の支援 ・ 「北アルプストレイルプログラム」の導入に向けた検討 ・ パーク＆ライドに向けた検討 ・ 山小屋等との連携強化 ・ 北アルプス北部遭難防止対策協会との連携

2 重点施策プロジェクトの取り組み

(1) 二次交通の整備・再構築

目的と背景

目的

定時定路線の交通体系から、A I を活用した二次交通の再構築により、交通網の利便性と持続可能性を高め、観光客の満足度向上を目指す。

概要

- ・観光周遊バスに代わる A I デマンド交通（タクシー）の導入
- ・パーク＆ライドの検討および実証実験の実施
- ・冬期オーバーツーリズム対策「ぐるっとBUS」の運行

取り組み

A I デマンド型交通を導入し、利用者に応じた効率的な移動手段を提供するほか、広域連携による地域間での二次交通の構築。

スケジュール

	令和7年度	令和8年度	令和9年度
A I デマンド交通の促進	デマンド交通の整備・調整		
	運行期間	運行期間	運行期間
	【実施主体】◎市 ○観光関連事業者、交通事業者		
パーク＆ライドの検討 および実証実験の実施	パーク＆ライドの整備・調整		
	テスト実施	運用	運用
	【実施主体】◎市 ○観光関連事業者、山小屋、交通事業者		
冬期オーバーツーリズム対策 「ぐるっとBUS」の運用	二次交通の調整		
	運行期間	運行期間	運行期間
	HAKUBA VALLEY TOURISM と連携したプロモーション 【実施主体】◎市 (R8以降は広域的な調整も含む) ○観光関連事業者、交通事業者		

目指す姿と成果指標

【 目指す姿 】

外国人観光客をはじめ、個人旅行の傾向が増す中で、ニーズに合わせ快適でスムーズ、かつ持続可能な交通体系を再構築することで、満足度を高めるとともに、当市での滞在時間の増加を目指す。

【 令和9年度成果指標 】

デマンド交通利用者数 1,500 人
パーク＆ライド利用者 30 人／日
冬期オーバーツーリズム対策
「ぐるっとBUS」利用者 2,000 人

	滞在型観光 の推進	訪日外国人旅行者の増加に向けた取り組み	山岳観光の推進	観光地としての 基盤づくり
オンライン予約等DX化による A I デマンド交通の促進	○	○		○
パーク＆ライドの検討 および実証実験の実施	○		○	○
冬期オーバーツーリズム対策 「ぐるっとBUS」の運用	○	○		○

(2) 滞在型コンテンツの集約と効果的な活用

目的と背景

目的

「通過型」から「滞在型」への転換を目指し、コンテンツを集約し、運用・検証することで、効果的に活用する取り組みを推進していく。

概要

本計画「通年滞在型観光の推進」に基づき、以下の2項目を重点に置き、市内の観光コンテンツの集約と活用を推進する。

- ・観光コンテンツの集約と活用
- ・新たな旅のスタイルの提案（アドベンチャーツーリズムの推進）

取り組み

既存の観光コンテンツを磨き上げ、異なる要素を組み合わせることで、新たな価値を創出する。また、地域の参加を促し、来訪者へのおもてなしをすることで、来訪者の満足度の向上と再訪意識の醸成を促進させ、シビックプライドを育む。

スケジュール

	令和7年度	令和8年度	令和9年度
観光コンテンツの集約と活用	コンテンツ集約	運用・検証・再集約	運用・検証・再集約
	情報発信に向けた取り組み	情報発信に向けた取り組み	
	【実施主体】◎市 ○市プロモーション委員会「作業部会」、市観光プロジェクトチーム会議、市観光協会「宣伝誘致部会」「事業開発部会」		
新たな旅のスタイルの推進	コンテンツ集約	運用・検証・再集約	運用・検証・再集約
	情報発信に向けた取り組み	情報発信に向けた取り組み	
	【実施主体】◎市 ○市プロモーション委員会「作業部会」、市観光プロジェクトチーム会議、市観光協会「宣伝誘致部会」「事業開発部会」		
訪日外国人旅行者向け アドベンチャーツーリズムの実施	コンテンツ集約	テストツアー実施	検証・告知準備 ツアー実施
	【実施主体】◎市観光協会 ○観光関連事業者		

目指す姿と成果指標

【 目指す姿 】

滞在型観光の推進と定着により、訪れる観光客が新たな発見を通じて地域と深く結びつくことで、リピーターの獲得に繋げる。

【 令和9年度成果指標 】

新たな観光コンテンツによる商品造成 6本（累計）

アドベンチャーツーリズム参加者 100人（累計）

	滞在型観光の推進	訪日外国人旅行者の増加に向けた取り組み	山岳観光の推進	観光地としての基盤づくり
観光資源コンテンツの集約と情報発信	○	○		
新たな旅のスタイルの推進	○	○		
訪日外国人旅行者向けアドベンチャーツーリズムの実施	○	○		

(3) 山岳観光の取組み拡充

目的と背景

目的

北アルプス後立山連峰、東には東山低山帯に有する豊かな自然に恵まれた土地や風土、文化は、山岳文化と山岳観光の振興を図る上で他地域にはない強み。山岳のプロから気軽なハイキングなどを楽しむ方まで、幅広く山岳文化を体験できる唯一の地域であり、これらを活かしたブランディングを確立する。

概要

- ・Web サイト「信濃大町なび」登山ページの拡充
- ・「北アルプストレイルプログラム」の導入に向けた検討
- ・「裏銀座登山バス」運行の充実

取り組み

北アルプスの麓にある街、後立山連峰への登山の玄関口に止まることなく、他にはない魅力や体験、感動が得られる、また来たくなるようなイメージの醸成や、共感を高めるようブランディングを進める企画を立案し、活動の推進を目指す。

スケジュール

	令和7年度	令和8年度	令和9年度
Web サイト「信濃大町なび」登山ページの拡充	Web ページ制作への取り組み	2026年版公開 更新作業	2027年版公開
	【実施主体】◎市 ○市観光協会、山小屋、登山案内人組合ほか山岳関係事業者		
「北アルプストレイルプログラム」の導入	導入に向けた協議・調整	トレイルプログラム運用・情報発信ほか	
	【実施主体】◎北アルプス北部山域連絡会 ○市、小谷村、白馬村、環境省・林野庁等現地機関、山域山小屋事業者、登山案内人組合		
「裏銀座登山バス」の充実	告知・宣伝 検証 バス運行	告知・宣伝 検証 バス運行	告知・宣伝 検証 バス運行
	【実施主体】◎市 ○観光関連事業者、交通事業者		

目指す姿と成果指標

【 目指す姿 】

山岳文化都市に相応しく、後立山連峰から低山帯、初心者から熟練者まで幅広く楽しめる唯一無二である地域の特性を活かしたブランディングの確立を目指す。

【 令和9年度成果指標 】

後立山エリア利用者数 110,000 人／年
裏銀座登山バス 1,960 人／年
トレイルプログラム協力金
北ア北部山域累計 2,000 千円

	滞在型観光の推進	訪日外国人旅行者の増加に向けた取り組み	山岳観光の推進	観光地としての基盤づくり
Web サイト「信濃大町なび」登山ページの拡充	○	○	○	
「北アルプストレイルプログラム」の導入			○	○
「裏銀座登山バス」の持続可能な運用			○	○

3 数値目標（K P I）

（１）前計画（令和４年度～６年度）のK P I

「目指す数値目標」のK P I		達成率
観光客入込総数	286万人 → 256.3万人	90%
観光客の年間消費額	121億円 → 176.9億円	100%
延宿泊者数	74万人 → 101.4万人	100%
外国人延宿泊者数	39,800人 → 40,260人	100%
観光の動向分析とそれを活用した戦略的マーケティング		達成率
大町市来訪者情報の定期公開	→ 1回／年実施（令和５年度）	50%
データ収集及び活用に関する研修会の実施	1回／年 → 5回実施（令和５年度集計）	80%
観光プロモーションの推進とブランドを活かした商品開発		達成率
信濃大町なび「信濃大町で体験を楽しもう」掲載商品数 ※着地型旅行商品 商品数 30 個 → 32 個（令和６年１１月時点）		100%
SNS フォロワー数、公式 HP ユーザー数 Instagram 12,000 名 → 13,156 名（令和６年１１月時点） Facebook 35,000 名 → 42,228 名（令和６年１１月時点）※国内 30,990 名、台湾 11,238 名 信濃大町なび 500,000UU → 461,445UU（令和５年度集計） ※UU＝Web サイト訪問者数		95%
観光事業者と農林業者・商業者等の交流会の実施 ３年間累計 6 回 → 36 回（令和６年１１月時点） ※観光プロジェクトチーム会議 15 回、大町温泉郷未来検討会議 21 回）		100%
宿泊施設を中心とした魅力の再構築		達成率
事業者間連携等により、市内観光・宿泊エリアの魅力向上への取組みの新規支援 ３カ年累計新規支援件数 2 件 → 29 件（令和６年１１月時点）※R6:9 件 R5:10 件 R4:10 件		100%
国費等を活用した、補助金の獲得支援 2 件 → 6 件（令和６年１１月時点）※R4 採択		100%
山岳観光の推進		達成率
山岳観光都市の振興のための資金調達 ※個人版ふるさと納税寄付金使途指定項目計 ３カ年累計 30,000,000 円 → 27,762,000 円（令和６年１１月１１日時点）		93%
新たな登山情報の発信 新規 1 箇所→新規 2 箇所（令和６年１１月時点）※①登山関係者内 LINE ②信濃大町なび登山ページ		100%
登山者向け 2 次交通整備の実施 新規 1 箇所 → 1 箇所（令和６年１１月時点）		100%
観光を支える事業者や人の支援		達成率
誘客活動支援金の実施及び実施数 3 回 → 3 回（令和６年１１月時点） ※R6:4 件、R5:4 件、R4:2 件		100%
地域資源を巡るイベント及び講演会等の開催 ３カ年累計新規事業数 2 事業 → 10 事業（令和６年度のみ 令和６年１１月時点）		100%

(2) 本計画（令和7年度～9年度）のKPI

①令和9年度に目指す数値目標

観光客入込総数	290万人（令和5年 256.3万人）
観光客の年間消費額	200億円（令和5年 176.9億円）
延宿泊者数	105万人（令和5年 101.4万人）
外国人延宿泊者数	72千人（令和5年 40,260人）

②重点施策プロジェクト

項 目	数値目標
AI デマンド交通利用者数	1,500人／年（新規）
冬期オーバーツーリズム対策「ぐるっとBUS」の運用	2,000人／年（新規）
新たな観光コンテンツによる商品造成	延べ6本（新規）
裏銀座登山バス利用者数	2,000人／年（R6：1,708人）
後立山エリア利用者数	110,000人／年（R6：93,300人）
北アルプストレイルプログラム協力金 北ア北部山域累計	2,000千円（新規）

③基本施策

項 目	数値目標
SNS フォロワー数	Instagram 17,000人（R6：13,156人） Facebook 46,000人（R6：42,228人） X 11,000人（R6：9,515人）
公式HPユーザー数	510,000 UU（R5：461,455 UU）
大町市観光協会造成旅行商品本数	55本／年（R6：42本）
訪日外国人延宿泊者	72,000人（R5：40,260人）
訪日外国人受入れ可能な飲食店数	累計50件（R6:22件）
リポーターの発掘・育成	累計5人（新規）
山小屋事業者との打合せ会議	累計6回（R5：1回／年）
山岳振興のための資金調達（個人版ふるさと納税、県・国ほか）	3カ年累計 30,000,000円 (R4～R6 11月11日累計：27,762,000円)
観光事業者向け観光動向データの共有	1回／年

策定までの経過

期 日	内 容
令和6年6月10日	第1回大町市観光審議会 委嘱、正副会長選任、大町市観光振興計画諮問 大町市観光振興計画策定について
令和6年7月16日	第2回大町市観光審議会 現行「観光振興計画」の進捗状況について
令和6年8月20日	第3回大町市観光審議会 課題のブラッシュアップについて
令和6年9月24日	第4回大町市観光審議会 未来に向けたビジョンについて
令和6年11月25日	第5回大町市観光審議会 大町市観光振興計画（素々案）について
令和6年12月23日	第6回大町市観光審議会 大町市観光振興計画（素案）について
令和6年12月27日～ 令和7年1月28日	パブリックコメント
令和7年2月27日	市議会全員協議会説明
令和7年3月12日	第7回大町市観光審議会
令和7年3月13日	大町市観光振興計画答申

大町市観光審議会委員名簿

区分	氏 名	区分・所属
会 長	遠藤 高弘	大町市観光協会（会長）
副会長	丸山 晃司	有識者（（株）トラベルプラザ代表取締役）
委 員	曾根原 光重	大町商工会議所副会頭（副会頭）
	小林 芽理	大町博物館連絡会（委員）
	伊東 裕	有識者（北アルプス北部山小屋副組合員）
	水野 宗雄	有識者（北アルプス地域振興局商工観光課長）
	岡田 聡	有識者（J R信濃大町駅長）
	菊原 昭一	有識者（大町市観光協会専務理事）
	遠藤 美湖	有識者（大町温泉郷観光協会副会長）
	遠藤 鷹一	有識者（木崎湖温泉観光協会会長）
	鹿田 敏彦	有識者（観光ボランティアの会会長）
	赤羽 タミー	公募委員
	永澄 悠太	公募委員

アドバイザー

川端 祥司	有識者（地域活性化支援アドバイザー、レインボウパブリッシング㈱）
-------	----------------------------------

事務局 大町市地域振興部観光文化課