

大町市観光振興計画

～ コロナからの回復に向けて ～



令和4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 我が国の観光	3
2 長野県の観光	5
3 大町市の観光	7

第 3 章 前計画期間(令和元～3年度)の取組み状況

1 コロナ禍における取組み状況	12
2 施策ごとの取組み状況	13

第 4 章 市が目指す観光振興

1 目指す姿	14
2 基本施策	14
3 重点施策プロジェクト	14
4 目指す数値指標	14

第 5 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について	15
2 重点プロジェクトの目的	19

- 参考資料
- ・ 施策ごとの取組み状況（平成 31 年 3 月策定「大町市観光振興計画」）
 - ・ 策定までの経過及び今後の予定
 - ・ 大町市観光振興審議会員名簿

第1章 計画策定の趣旨

1 計画策定の目的

大町市では、平成30年度に策定した大町市観光振興計画に基づき、目指す姿の「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。

一方で、急激な少子高齢化の進行、全国各地で発生する異常気象や災害、ICT（情報通信技術）の進捗などにより、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。また、令和2年1月頃から新型コロナウイルス感染症拡大により経済活動が大きく衰退し、当市の観光産業は大きな打撃を受けており、この未曾有の危機的局面を乗り越え、当市の観光を持続的に発展させていくためには、様々な戦略的取組みを着実に実施していく必要があります。

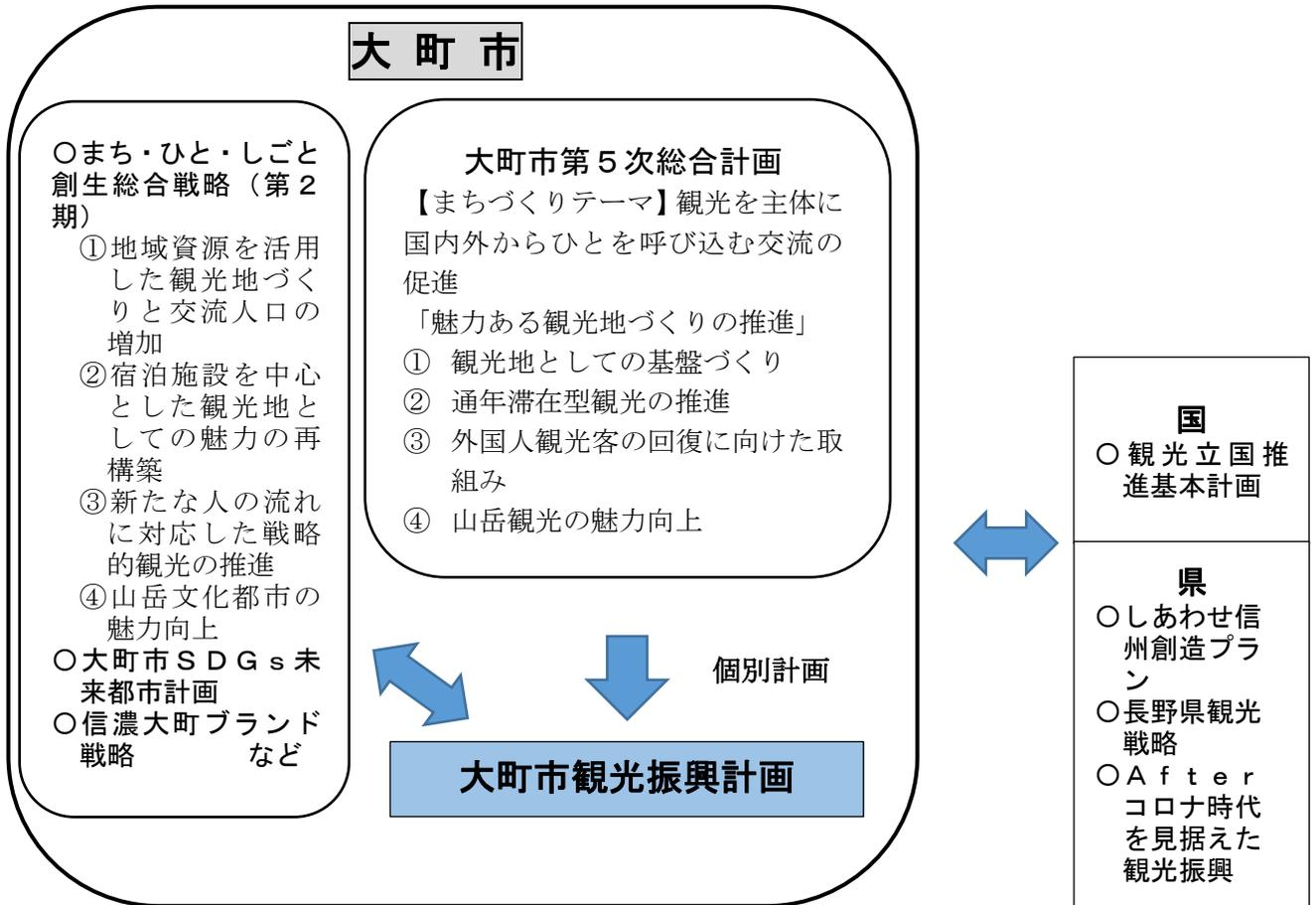
本計画は、これらの状況を踏まえ、当市の観光の将来を見据えた観光振興策の具体的な指針として策定します。

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、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である当市の強みとともに、高瀬溪谷や仁科三湖、鷹狩山といった景観資源や霊松寺、塩の道や社地区をはじめとする山城群等の文化・歴史資源を国内外へ広く発信し、地域のブランド力を高め、北アルプス国際芸術祭などイベントの開催、当市へのひとの流れを創出するため、様々な観光振興策に取り組んでいます。

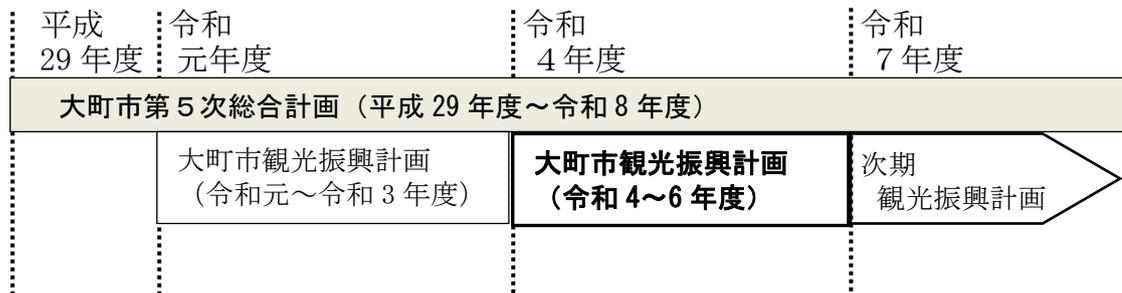
本計画は、市総合計画の個別計画として位置づけられており、市の観光の将来の姿を見据えた観光振興策の具体的な指針を示す実行計画として、行政や観光団体、観光事業者、市民がともに連携し、相互に役割を分担して推進に取り組むことといたします。

【体系図】



3 計画の期間

計画期間は、令和4年度から6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、予算編成に的確に反映します。



第2章 観光の現状と課題

1 我が国の観光

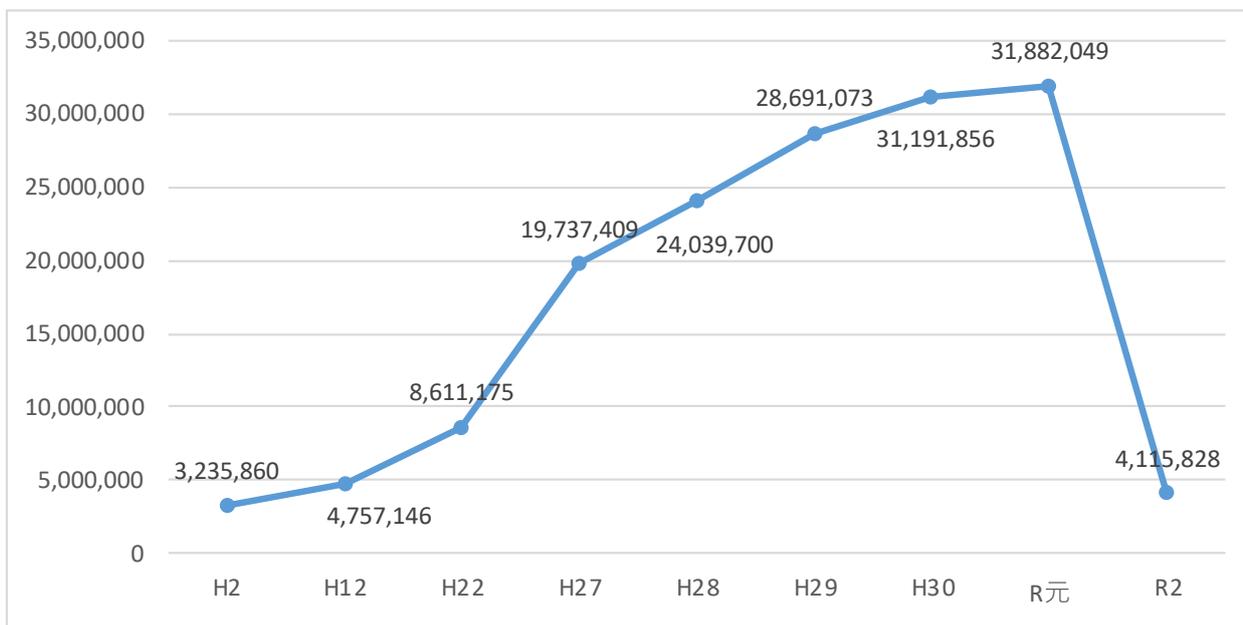
(1) 現状

我が国では、観光立国推進基本法に基づき、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。平成28年3月、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議において、「明日の日本を支える観光ビジョン」を決定し、2020年には『訪日外国人旅行者数4,000万人、旅行消費額8兆円、訪日外国人旅行者の地方部での延べ宿泊者数を7,000万人泊』等の新たな目標設定をしました。

国は、令和2年1月以降新型コロナウイルス感染症数の増加を受け、同年4月には緊急事態宣言を発出し、外出自粛や休業要請等、感染拡大防止に向けた取組みが進められました。以後も新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、我が国の観光は、水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えの動きが生じたことなどにより、需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いています。

①訪日外国人旅行者の推移

(単位：人)



資料：日本政府観光局

※訪日外国人旅行者数は、令和元年までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充や対外プロモーションの強化等により、7年連続で過去最高を更新しましたが、令和2年は新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い各国・地域において水際対策等が強化された影響により、2月以降大きく減少し、前年比87.1%減の約412万人となっています。

(2) 課題とされていること

- ・我が国の国内旅行の特徴のひとつとして、宿泊日数の短さや月別旅行消費額の偏りがあります。
- ・宿泊業の労働生産性（従業員 1 人当たり付加価値額）は、全産業平均に比べ低い。
- ・宿泊業の売上高経常利益率は、2020 年 1－3 月期以降、新型コロナウイルス感染症による減収により、マイナスに転じました。
- ・宿泊業の年間賃金は全産業平均に比べると低い。
- ・宿泊業の就業者数は 2019 年にかけて増加したが、2020 年には減少に転じました。
- ・宿泊業の雇用者の非正規比率は全産業平均よりも高い。
- ・宿泊業、飲食サービス業の入職率、離職率は他産業に比べて高い。

（令和 3 年観光白書より）

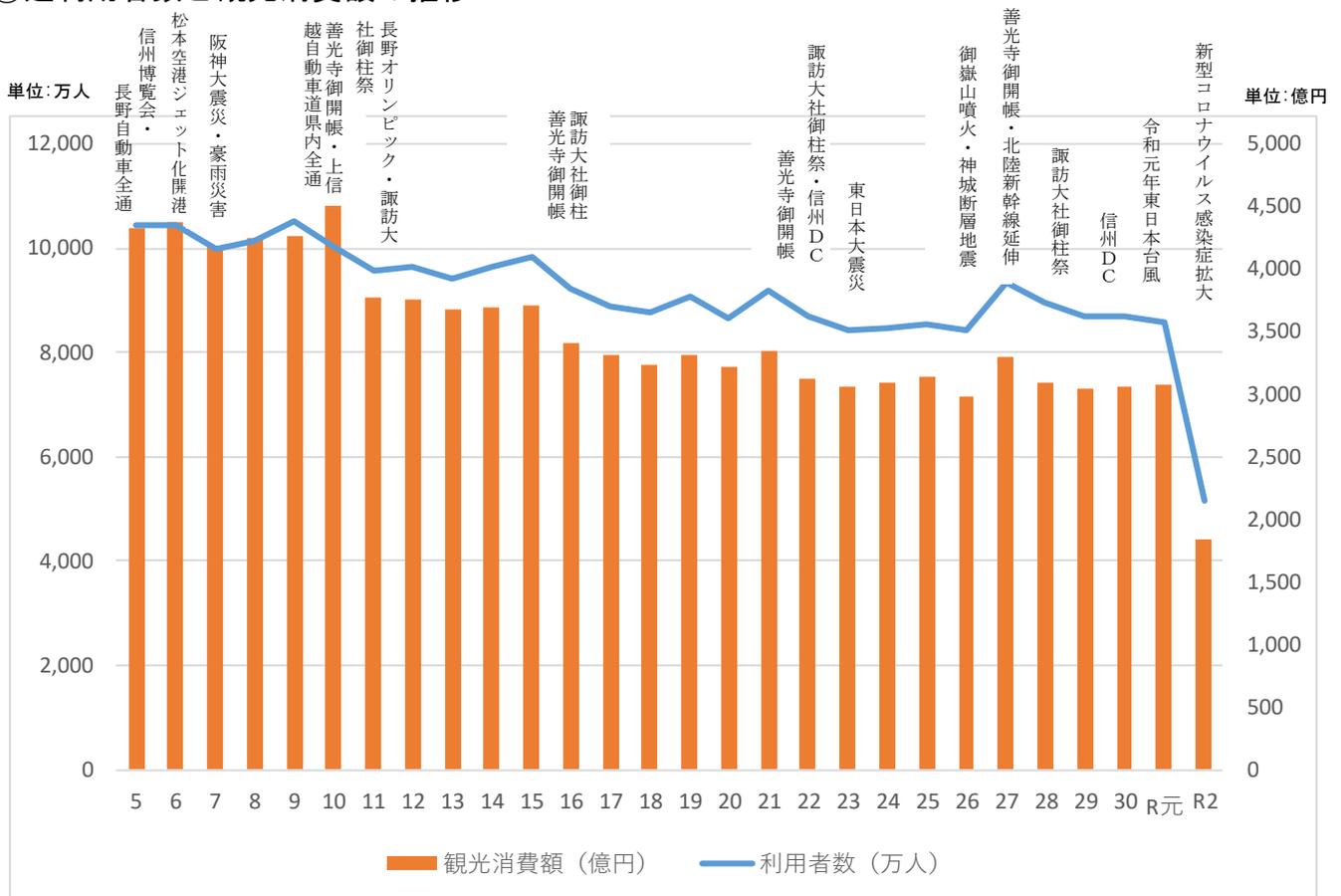
2 長野県の観光

(1) 現状

長野県では、平成30年度から始まった「しあわせ信州創造プラン2.0（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県全体の取組みの方向性を明確にするとともに、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の指針として、「長野県観光戦略2018（5か年計画）」を策定しました。また、この中で戦略方針を「世界を魅了するしあわせ観光地域づくり」として、戦略方針を実現するために3つの戦略「①観光の担い手としての経営体づくり、②観光地域としての基盤づくり、③世界から観光客を呼び込むインバウンド戦略」を掲げています。

県の観光入込客数は、平成3～10年頃にピークを迎えたのち徐々に減少傾向を辿り、近年は年間8,400～9,300万人で推移しています。ピークを過ぎてからは、善光寺御開帳の年に入込増となり平成27年度は顕著な数値結果となりました。また、過去に何度も見舞われた地震や豪雨災害のほか、平成26年の御嶽山噴火など、自然災害による入込みへの影響が小さくない地域となっています。

①延利用者数と観光消費額の推移



資料：長野県観光部

※新型コロナウイルス感染拡大の影響で、令和2年の県内入込客数（5,148万人）は、前年比59.8%（令和元年8,601万人）まで減少しています。

②長野県内主要観光地入込客数順位

順位			観光地名	市町村名	延利用者数（千人）		
H30年	R元年	R2年			H30年	R元年	R2年
1	1	1	軽井沢高原	軽井沢町	8,707	8,423	5,144
2	2	2	善光寺	長野市	6,286	6,271	3,349
3	3	3	上諏訪温泉・諏訪湖	諏訪市	4,010	4,008	2,408
4	4	4	志賀高原・北志賀高原	山ノ内町	3,201	3,188	2,282
6	5	5	白馬山麓	白馬村	2,179	2,376	1,694
5	6	6	霧ヶ峰高原	諏訪市	2,285	2,242	1,564
7	7	7	白樺湖・東白樺湖	立科町・茅野市	2,005	2,073	1,205
8	8	8	安曇野穂高温泉郷	安曇野市	1,672	1,583	1,112
9	13	9	戸隠高原	長野市	1,579	1,361	1,036
12	9	10	蓼科	茅野市	1,495	1,481	1,004
18	16	11	諏訪大社	諏訪市・下諏訪町	1,008	1,167	906
20	19	12	道の駅雷電くるみの里	東御市	1,025	971	765
16	17	13	湯田中渋温泉郷	山ノ内町	1,194	1,131	720
13	14	14	美ヶ原高原	上田市・長和町・松本市	1,389	1,293	709
23	24	15	ほりがね道の駅・楡の里	安曇野市	826	809	707
11	11	16	上田城跡	上田市	1,513	1,432	670
27	27	17	野沢温泉	野沢温泉村	720	701	606
26	26	18	仁科三湖	大町市	730	731	593
21	20	19	戸倉上山田温泉	千曲市	970	943	532
55	59	20	富士見高原	富士見町	970	943	532
19	22	50	黒部ダム	大町市	1,048	901	250

資料：長野県観光部

※首都圏を主な市場として抱える軽井沢がトップとなり、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」のほか、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」等が上位に並んでいます。

※大町市及び周辺地区については、「仁科三湖が18位（前年26位）」「黒部ダムが50位（前年22位）」に位置しています。

（2）課題とされていること

- ・最近10年間の観光客数は、冬期（12～3月）は約250万人、春～秋期（4～11月）は約450万人前後で推移しています。グリーンシーズン、特に観光客が減少する春・秋の誘客への取組が必要です。
- ・高齢化等の社会環境の変化や、多様化する旅行者ニーズへのきめ細かな対応が求められています。
- ・外国人宿泊者数は近年、増加傾向にあり、更なる誘客や管内への回遊促進に向けた、多彩なサービスの検討、提供が必要です。

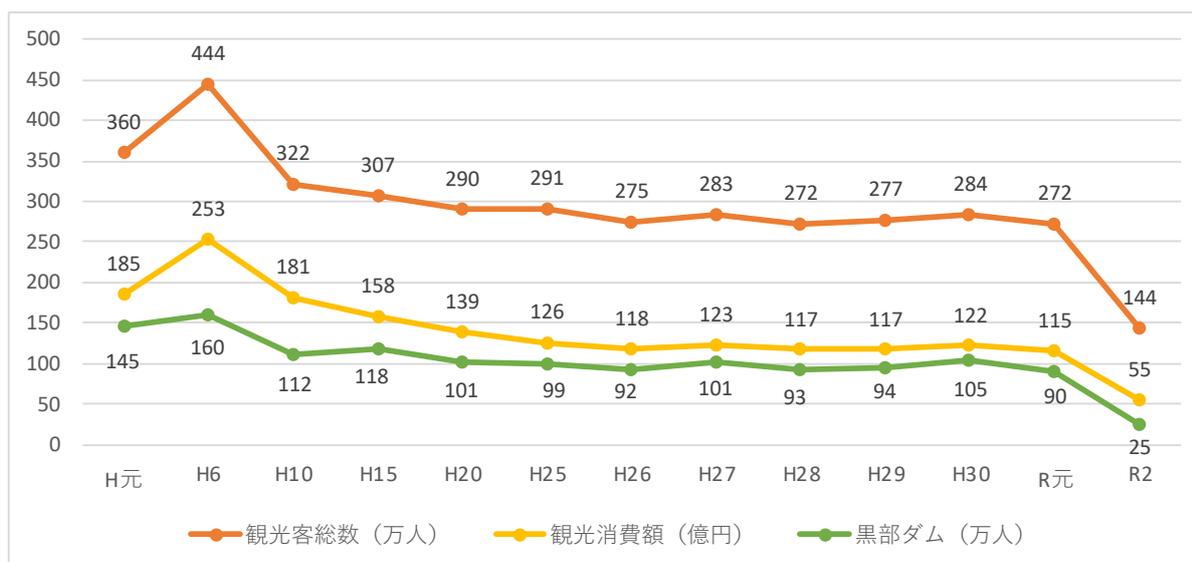
（しあわせ信州創造プランより）

3 大町市の観光

(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）

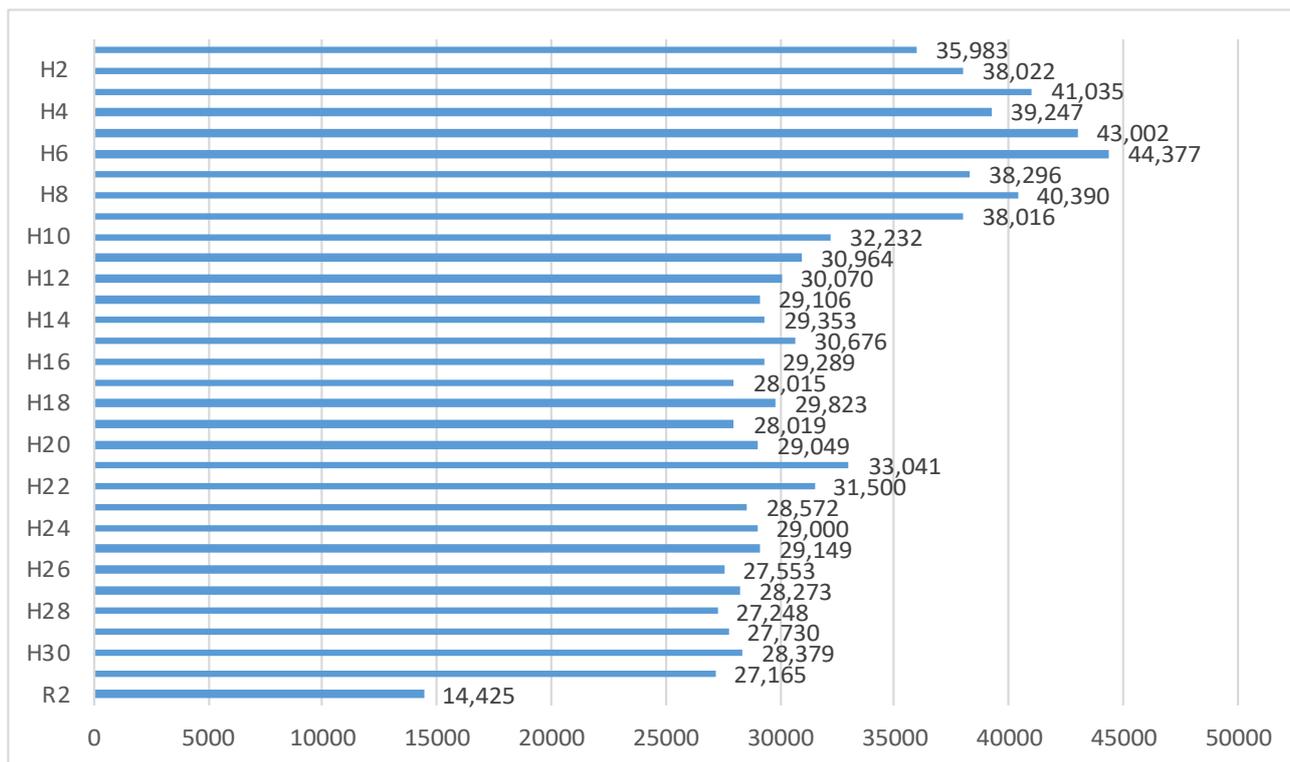


資料：大町市観光課 観光統計データ

※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市場に認知され、平成6年のピーク時には444万人の来訪がありましたが、平成23年以降には300万人に届かない状況が続いています。

②観光客の入込数の推移（延数）

（単位：百人）



資料：大町市観光課 観光統計データ

③観光客の入込数の推移（延数）

年次	観光客総数		大町 温泉郷	高瀬 溪谷	市街地 東山	黒部 ダム	後立山	仁科 三湖	鷹狩 高原	新高原 ぼかぼかラ 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
H元	35,983	—	7,265			14,556	792	2,912	—	—	—
H6	44,377	—	5,930		1,720	16,037	687	2,900	—	—	—
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	28,273	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	7,205	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

資料：市観光課 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

※新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、令和2年の観光客数は1,442,500人、前年比53.1%（令和元年2,716,500人）まで減少しています。

④観光客の入込数の推移（スキー場）

（単位：人）

年度	総数	鹿島槍 スキー場	青木湖 スキー場	ヤナバ スキー場	大町 スキー場	爺ガ岳 スキー場
H元	1,045,800	954,700			36,000	55,100
H6	1,710,300	1,471,800			39,100	199,400
H25	175,985	146,145	—	—	—	29,840
H26	189,918	143,035	—	14,563	—	32,320
H27	119,491	96,514	—	8,817	—	14,160
H28	113,040	95,360	—	—	—	17,680
H29	120,509	92,753	—	—	—	27,756
H30	111,681	93,601	—	—	—	18,080
R元	82,655	81,455	—	—	—	1,200
R2	69,655	52,802	—	—	—	16,853

資料：市観光課 観光統計データ

※この表の数値は「観光客の入込数の推移(延数)」の観光客総数に含まれている。

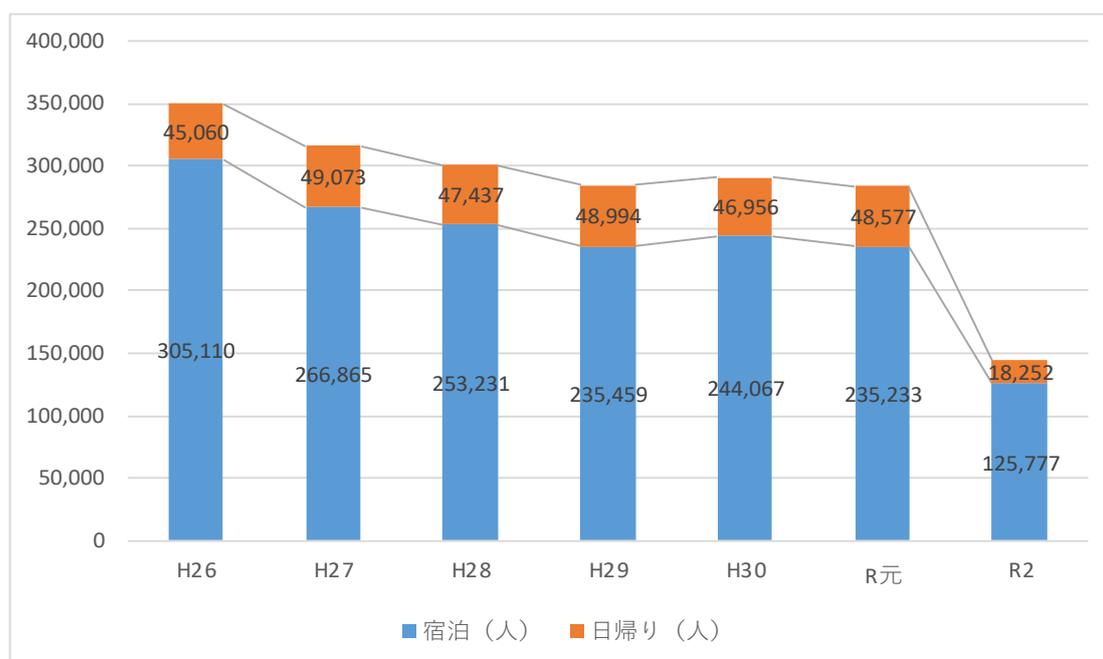
（ただし、平成12年度以降の数値について）

※大町スキー場はH20から、青木湖スキー場はH21から、ヤナバスキー場はH28から営業していない。

※平成6年には市内に5つのスキー場があり、1,710,300人の入込数でしたが、平成28年から鹿島槍スキー場と爺ガ岳スキー場の2つのスキー場となりました。ここ数年は、降雪不足や新型コロナウイルス感染症の影響により利用者が減少しています。

⑤大町温泉郷の入込客数

（単位：人）

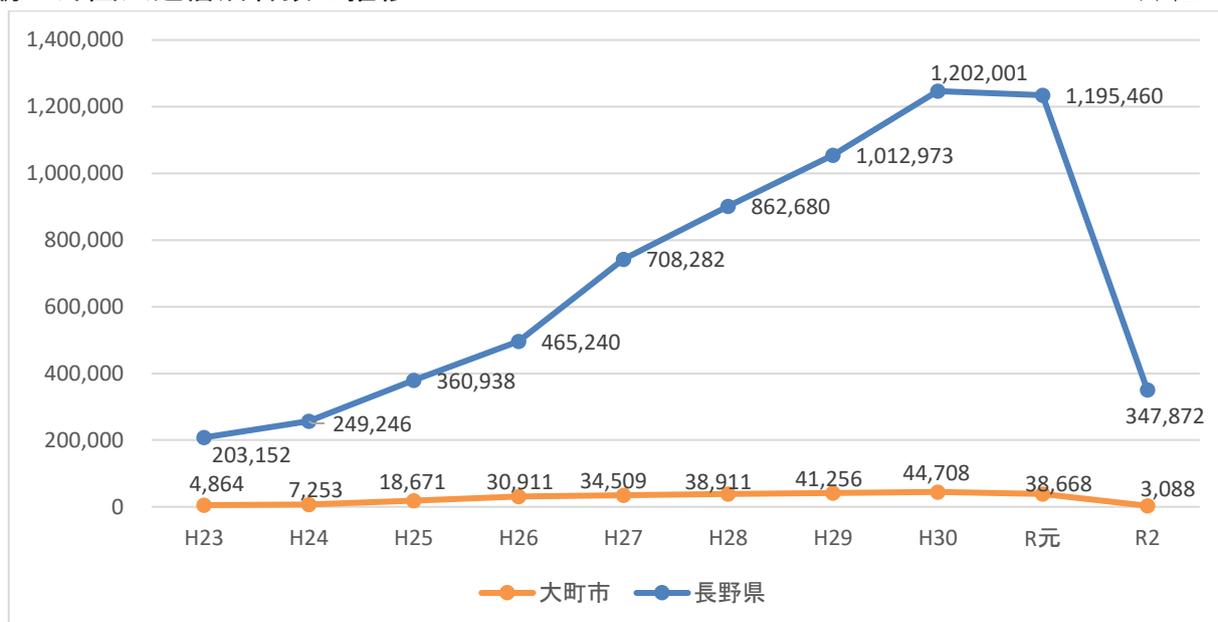


資料：大町市観光課 観光統計データ

※大町温泉郷の入込は、平成28年から令和元年は約30万人で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、令和2年利用者数は144,029人、前年比50.7%（令和元年283,810人）まで減少しています。

⑥訪日外国人延宿泊者数の推移

(単位：人)

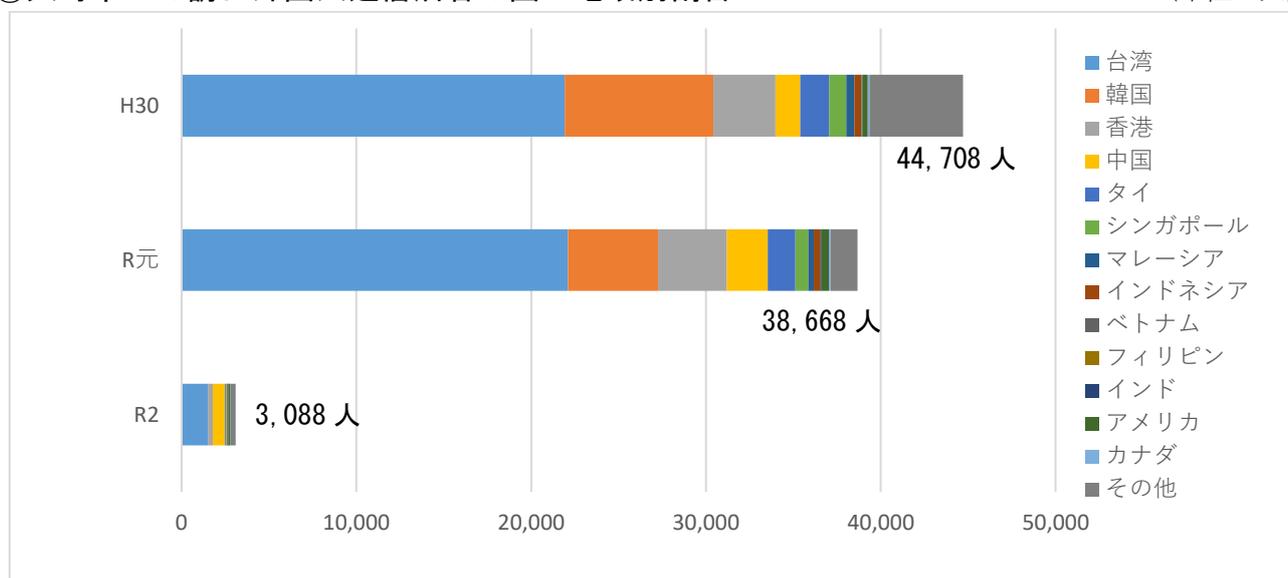


資料：長野県観光部

※新型コロナウイルス感染拡大の影響で、令和2年の訪日外国人延宿泊者数 3,088 人は、前年比 7.8% (令和元年 38,668 人) まで減少しています。

⑦大町市への訪日外国人延宿泊者の国・地域別割合

(単位：人)



※大町市の訪日外国人延宿泊者数の内訳

- ・ H30 台湾 21,918 人、韓国 8,514 人、香港 3,542 人、タイ 1,650 人、中国 1,421 人など
- ・ R1 台湾 22,103 人、韓国 5,151 人、香港 3,947 人、中国 2,339 人、タイ 1,570 人など
- ・ R2 台湾 1,528 人、中国 700 人、香港 245 人、アメリカ 119 人、タイ 64 人など

(2) 課題とされていること

県内主要観光地（6頁「②長野県内主要観光地入込客数順位」）として認知されている仁科三湖（18位）・黒部ダム（扇沢駅・50位）や、北アルプスの山々に多くの観光客・登山者が訪れています。しかしながら、市内観光に結びつかず、いわゆる通過型観光になっていることが、長年の課題となっています。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光に対するニーズは大きく変わっており、変化に即した対応が求められています。

通過型観光から滞在型観光への転換や、ウィズコロナを踏まえた安心・安全な観光地に向けて、多様化する観光客のニーズに即した観光コンテンツの充実等を図る必要がありますが、本市では観光客の動向や消費実態等のデータ把握、分析が不足している状況にあるため、データを活用した戦略的なマーケティングが課題となっています。

コロナ以前は、黒部ダム・立山黒部アルペンルート、大町温泉郷には、台湾をはじめ、東南アジアからの訪日観光客が数多く訪れていました。また、隣接する白馬村に冬季を中心に来訪するオーストラリア等からの多くの観光客が訪れていました。これら観光客を本市へ誘客するため、3市村DMO「HAKUBA VALLEY TOURISM」を通じた活動の展開や情報発信等推進していく必要があります。さらに、黒部ダム等を訪れている台湾を中心とする訪日外国人の市内での滞在や、冬季間の誘客を図り、一年を通じて宿泊客を安定して増加させることにより、宿泊業等における安定した質の高いサービスと雇用を創出することが課題となっています。

また、今後さらに激しさを増す観光地間の競争に勝ち残れる観光地に向けて、観光協会や観光産業を支える事業者、直接的に観光を支える方々への支援を行うとともに、市民が観光客を温かく迎える観光づくりを継続して取り組んでいくことが必要です。

第3章 前計画期間(令和元年～3年度)の取組み状況

新型コロナウイルスの感染拡大により、観光産業を中心に宿泊業や飲食業、交通事業者などの経営に甚大な影響を及ぼしています。こうした状況の中、市ではこれまで、中小企業支援事業制度資金の拡充と保証料補給金の助成をはじめ、「がんばろう！大町応援券」事業や大町市新型コロナウイルス感染拡大防止支援金、「信濃おおまち満喫宿泊キャンペーン」事業など、国の新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を最大限活用することにより、以下のとおり観光事業者等に支援を行いました。

また、平成31年3月策定「大町市観光振興計画」で設定した施策ごとの取組み状況を整理します。

1 コロナ禍による取組み状況

令和2年度

①新型コロナウイルス拡大防止観光施設支援金

県・市町村連携新型コロナウイルス拡大防止協力企業等特別支援事業の支援金の支給を受けた（県事業対象者上乗せ）市内宿泊事業者に支援金を支給 ※カッコ内は収容人数

- ・支給額 100,000円(～9人)、200,000円(10～49人)、700,000円(50人～)
- ・支給者数等 65件、25,200,000円

②新型コロナウイルス感染症対策バス事業者支援金

新型コロナウイルス感染症の影響により、経済的損失を受けた市内バス事業者に対する支援金を支給

- ・支給額 5法人／3,405,000円

③新型コロナウイルス感染症対策貸切バスツアー支援事業補助金

新型コロナウイルス感染症の影響により、経済的損失を受けた旅行事業者に対する支援策として、貸切バスツアーを実施する旅行会社に補助金を交付

- ・交付額 3法人／1,500,000円

④新型コロナウイルス軽症感染可能者輸送車両運行事業

軽症の新型コロナウイルス感染の疑いのある者（市民、観光客）を搬送する車両運行に対して補助金を交付（1BOX車両購入費・改造費・運行委託費への補助）

- ・事業費 4,070,880円

⑤満喫クーポン（第1弾・第2弾、期間R2.6.6～11.30）

- ・販売価格 2,500円で5,000円分のクーポンを販売（発行数5,000冊）
- ・クーポン総額 25,000,000円、精算額 23,361,000円（精算率93.4%）

⑥宿泊キャンペーン（宿泊助成・クーポン券、第1弾・第2弾）

- ・期間 第1弾：R2. 8. 1～11. 7 第2弾：R2. 12. 1～R3. 2. 28
- ・宿泊代金 10,000 円以上の場合 宿泊助成券 5,000 円＋クーポン券 2,000 円
6,000 円～10,000 円未満の場合 宿泊助成券 3,000 円＋クーポン券 2,000 円
- ・宿泊助成・クーポン総額 190,000,000 円（第1弾・第2弾）
- ・第1弾 宿泊助成額 66,787,000 円 クーポン精算 27,920,000 円（精算率 99.8%）
- ・第2弾 宿泊助成額 54,579,000 円 クーポン精算 22,042,500 円（精算率 94.5%）

令和3年度

①満喫クーポン（第3弾、期間 R3. 7. 3～10. 31）

- ・販売価格 3,000 円で 5,000 円分のクーポンを販売（発行数 6,000 冊）
- ・クーポン総額 42,000,000 円、精算額 41,554,000 円（精算率 98.9%）

②宿泊キャンペーン（宿泊助成、第3弾・第4弾）

- ・期間 第3弾：R3. 4. 14～8. 31 第4弾：R3. 10. 1～R4. 2. 28
- ・宿泊代金 10,000 円以上の場合 宿泊助成券 4,000 円
6,000 円～10,000 円未満の場合 宿泊助成券 2,000 円
- ・第3弾 助成額 47,000,000 円 宿泊助成額 46,524,000 円、宿泊者 12,749 人
- ・第4弾 助成額 88,800,000 円 予約状況 74.3%（R4. 1. 19 現在）

③新型コロナウイルス感染症対策バス事業者支援金

新型コロナウイルス感染症の影響により、経済的損失を受けた市内バス事業者に対する支援金を支給

- ・支給額 5 法人／3,420,000 円

④新型コロナウイルス感染症対策貸切バスツアー支援事業補助金

新型コロナウイルス感染症の影響により、経済的損失を受けた市内旅行事業者に対する補助事業を支給

- ・支援金限度額／4,000,000 円

⑤新型コロナウイルス感染症対策山小屋支援金

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けている市内の山小屋の経営者に対する支援金を支給

- ・支援金限度額／3,600,000 円

2 施策ごとの取組み状況

参考資料（別紙）

第4章 市が目指す観光振興

コロナ禍がもたらした多大な影響と変化に対応し、「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。

1 目指す姿 「魅力ある観光地づくりの推進」

- 1 ウィズコロナを踏まえた安心・安全な観光地
- 2 観光客・市民が満足する観光地
- 3 稼げる観光地

2 基本施策

- (1) 通年滞在型の観光及びマイクロツーリズムの推進
- (2) コロナ対策取組みの充実
- (3) 外国人観光客の回復に向けた取組み
- (4) 山岳観光の推進
- (5) 観光地としての基盤づくり

3 重点プロジェクト

プロジェクト名	2 基本施策（該当箇所）				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) 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		○	○	○	○
(2) 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	○	○		○	
(3) 宿泊施設を中心とした魅力の再構築	○	○	○		
(4) 山岳観光の魅力向上		○		○	○
(5) 観光を支える事業者や人の支援	○	○	○	○	○

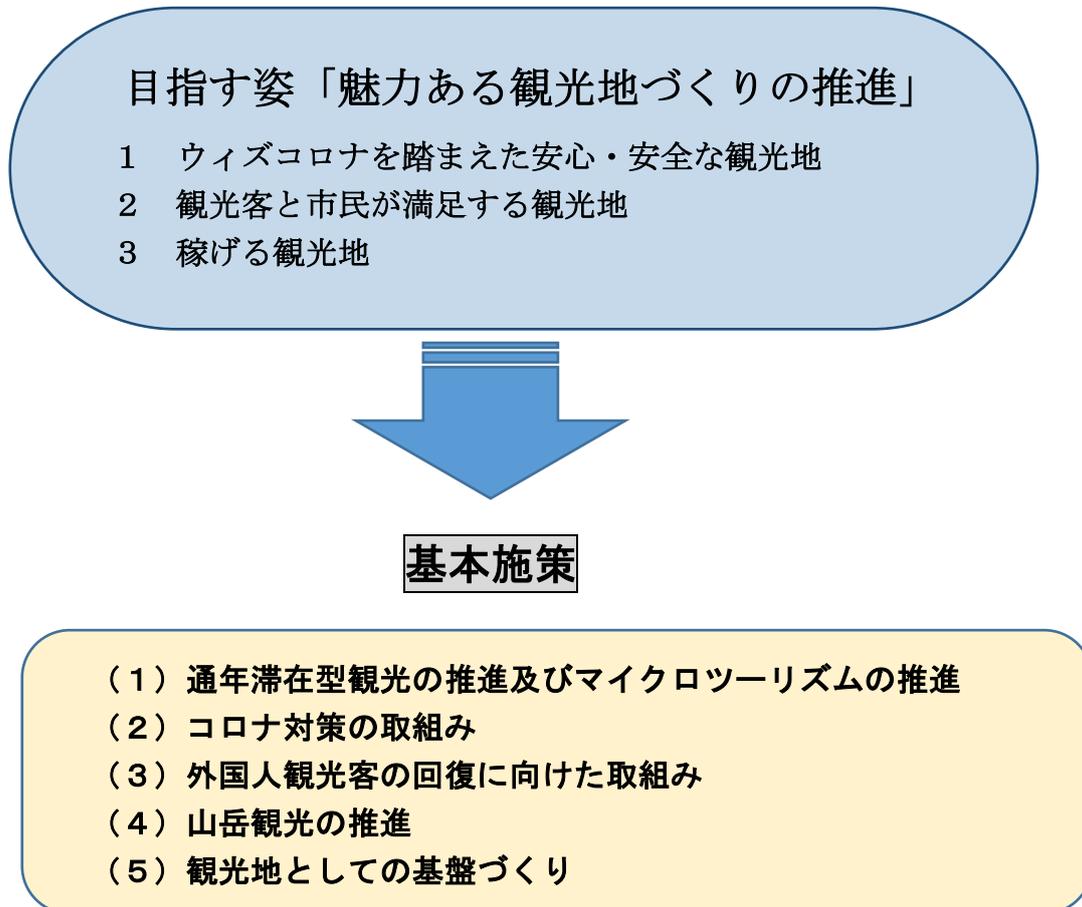
4 目指す数値指標

観光客入込総数	286万人（令和元年	272万人）
観光客の年間消費額	121億円（令和元年	115億円）
延宿泊者数	74万人（令和元年	70万人）
外国人延宿泊者数	39,800人（令和元年	38,668人）

※目指す数値は、令和6年の数値とし、コロナ下前（令和元年）を上回ることを指標とする。

第5章 計画実現に向けての取組み

大町市観光の目指す姿を実現するため、基本施策及び重点プロジェクトを以下のとおりとします。基本施策は5つから成り、これらの基本施策の中でも本計画期間の3年間で取り組む重要な施策を重点プロジェクトとしています。



1 基本施策の具体的取組みについて

(1) 通年滞在型観光の推進及びマイクロツーリズムの推進

①新たな観光資源の発掘及び観光資源の洗い出しと活用

- ・ 地域資源を活かした魅力ある体験型・周遊滞在型コンテンツの商品化
- ・ コンテンツと交通、宿泊を組み合わせた旅行商品の造成及び旅行会社等における販売
- ・ SDGs や水にまつわる資源を活用した観光の推進（クラフトビール工場、サントリー食品インターナショナル水工場、ダムの水力発電・仁科三湖など）
- ・ SDGs 教育旅行プログラムの開発
- ・ 市の魅力を発信するイベント等の開催

②アクティビティの把握と情報発信の強化

- ・着地型体験プログラムの充実
- ・サイクルツーリズムの推進
- ・屋内外のアクティビティ情報の発信
- ・天候の影響を受けにくいアクティビティの開発
- ・索道事業者と宿泊事業者を中心にスノーリゾートの将来ビジョンを検討
- ・スキー場と宿泊施設とのセットプランの充実
- ・スポーツ合宿の誘致の強化
- ・トレッキング・ハイキングコースの開発・整備と情報発信

③文化や歴史、芸術的資源やダムを活かした魅力づくり

- ・文化や歴史的資源を活かした体験プログラムの開発
- ・高瀬、七倉、大町ダムと高瀬川上流開発による水利システムなどを活かした教育旅行プログラムの開発とガイドの育成
- ・芸術文化等のイベントを活用した観光

④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
- ・宿泊施設等従事者の観光に対する意識の醸成・共有を図る場の充実

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
- ・データに基づいたメディア系及びSNS等による情報発信
- ・信濃大町なびのポータルサイトとしての機能充実と情報発信力の強化

⑥広域観光連携の推進

- ・3市村DMO HAKUBA VALLEY TOURISM を通じた活動の展開
- ・日本アルプス観光連盟等広域観光の推進

【SDGsの視点】



(2) コロナ対策の取組みの充実

- ①信州の安心なお店の普及
- ②観光事業者等への新たな旅のスタイルの浸透
- ③国・県の対策に応じた対応
- ④「新しい生活様式」に即したモデルコースの提案と、着地型体験プログラムの充実

【SDGsの視点】



(3) 外国人観光客の回復に向けた取組み

- 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強化と市内観光の魅力発信
- ②海外商談会・旅行博への参加
- ③外国人による情報の収集や情報発信の強化
- ④メディア、ブLOGGER招致事業
- ⑤「信濃大町なび」の多言語サイトの改修・充実
- ⑥観光案内インフラ整備（多言語化）
- ⑦Wi-Fi環境の整備

【SDGsの視点】



(4) 山岳観光の推進

- ①登山環境の整備
 - ・登山道整備
 - ・登山口の駐車場整備
 - ・山岳情報の収集の仕組みづくりと発信
 - ・市街地と山岳エリアを結ぶ交通アクセスの充実
 - ・七倉登山案内所の常駐と活用に向けた検討
- ②山好き&山に関係する人口を増やす取組み
 - ・大町市の山の魅力を伝えるため、ターゲットを絞った情報発信の強化
 - ・関係人口を増やし、山岳環境の保全や登山道の維持などの活動につなげる取組み
 - ・県山岳総合センターとの連携
 - ・安全な登山活動の推進及び自然保護思想の普及
 - ・針ノ木岳慎太郎祭等イベントの開催
 - ・登山案内人組合と協力した安全登山ツアーの開催
 - ・大町山岳博物館を活用した観光
 - ・東山などトレッキングコースの整備促進

【SDGsの視点】



(5) 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

- ・観光客データの捕捉と、データを活かしたマーケティング
- ・把握した的確な情報に基づく企画立案
- ・統計データの（一社）大町市観光協会及び観光関連事業者との共有
- ・データ活用に関する研修会の実施

②利用しやすい滞在環境整備

- ・施設の適切な維持管理及び整備
- ・利用しやすい二次交通の整備と分かりやすい運行案内
- ・e-バイクを活用したシェアサイクル等の拡充
- ・観光案内インフラ整備（標識等）
- ・W i - F i 環境の整備

③計画推進体制の強化

- ・（一社）大町市観光協会の組織強化
- ・（一社）大町市観光協会と観光関連事業者との連携強化
- ・多様な主体による推進体制の構築
- ・重点プログラム推進体制の構築

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（観光ガイド、登山案内人、通訳ガイド等）
- ・宿泊施設等を対象とする外国人旅行者受入対応研修会の開催
- ・観光に対する意識の醸成（市民向け講演会開催等）

【SDGsの視点】



重点プロジェクト

- 1 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
- 2 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
- 3 宿泊施設を中心とした魅力の再構築
- 4 山岳観光の魅力向上
- 5 観光を支える事業者や人の支援

2 重点プロジェクト

(1) 目的

重点プロジェクトは、大町市観光の目指す姿である「魅力ある観光地づくりの推進」を図るにあたり、本計画期間の3年間を通して特に重視すべき施策です。目標に向かって重点となるプロジェクトに取り組むことで、本計画に実効性を持たせます。

(2) 仕組み

課題に対する実施主体を中心に、担うべき役割を定めます。また、本プロジェクトにおいては、PDCAサイクルに基づき実施すべく、3カ年の具体的スケジュールの設定と成果指標を明確に定めます。具体的な実施方法については、プロジェクトチームにおいて検討し、評価や改善は大町市観光振興審議会にて管理していきます。市は、検討結果を精査し、予算化に努めることでプロジェクトの実施を担保します。

(3) 推進体制

①観光事業者

観光・宿泊施設や関連する事業者・企業等は、観光客への満足度の高いサービス提供のみならず、観光振興による経済波及効果を高める「稼げる観光地」のための中心的役割を果たします。

②大町市観光協会

(一社)大町市観光協会は、観光振興を推進する中心的な役割を担う団体です。協会会員や関係団体などと連携・調整を図りながら、新しい観光コンテンツの開発や各種観光情報の発信、誘客への取組みなど観光振興に関する具体的な事業を実施します。

③市民・地域活動団体（自治会、各種団体、NPO法人など）

市民は自然、歴史などの観光資源や地域の魅力を知り、地域への愛着やほこりを持つことが重要です。観光振興の担い手として、観光客へのおもてなしの心を市全体で共有していきます。

④行政

観光振興に係る戦略や具体的な施策の企画・立案を行い、総合計画や本計画に基づき、各実施主体が行う事業を支援します。また、各団体、組織など関係者間の連携や情報共有を促進し、市内各観光協会と相互に連携しながら観光振興を進めます。

(4) プロジェクトの詳細

5つのプロジェクトごとに、目的や背景、スケジュール等の詳細を20ページから24ページに記載します。

(1) 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

プロジェクトの目的と背景

●プロジェクトの目的

デジタル化が進む中で、多くの観光客の行動データが可視化されている。これらのビッグデータを活用することで、根拠ある観光振興の取組みと、適切な効果検証を行うことを目的とする。

●プロジェクトの概要

- ・ 外部データの提供（観光予報プラットフォーム等）の活用や観光アンケート調査、ウェブサイト閲覧、立川アンテナショップ等での情報収集によるデータを収集
- ・ 旅行スタイルや観光ニーズ等の観光動向の分析を外部専門家と連携し実施
- ・ 上記分析に基づく施策の立案、実施を行うとともに、新たなデータ取得方法の検討

●誰が取り組むべき課題か

大田市、広域 DMO（一社）HAKUBAVALLEY TOURISM、市内各観光団体、国や県が保有する情報をもとに、大田市観光課、（一社）大田市観光協会が中心となり、外部専門家の助言を参考に実施

スケジュール

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
人流データ収集による現状把握	観光予報プラットフォームなど、外部データプラットフォームの活用		
	独自のデータ収集方法の調査・検討		
	【実施主体】 ◎市・市観光協会		
SNS・HP等の観光動向分析による施策立案・実施	SNS、HP等のデータ分析とレポート配信		
	観光アンケート、ソーシャルリスニングの実施		
	【実施主体】 ◎市・市観光協会		
観光統計情報を理解できる人材の育成	データ収集及び活用に関する研修の実施		
	データに基づくプロモーションの実施		
	【実施主体】 ◎市・市観光協会		

目指す姿と成果指標

●目指す姿

- ・ 急速に変化する旅行スタイルや観光ニーズに対して、大田市への来訪意欲のある層を適切にとらえる手段を持っている。
- ・ また、来訪意欲のある層に戦略的なマーケティングが取り組んでいる。
- ・ 大田市に訪れた動機や、実際訪れた感想などを集約・分析し、今後の観光振興に役立てることができる。

●令和6年度目標数値

- ・ 大田市来訪者情報の定期公開レポートの配信 4 半期ごと（令和3年度 未実施）
- ・ データ収集及び活用に関する研修会の実施
1 回/年（令和3年度 未実施）

(2) 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

プロジェクトの目的と背景	<p>●プロジェクトの目的</p> <p>大町市には多くの観光資源が存在することから、アルペンルート・黒部ダムに過度に頼らず、地域資源の再発見と発信を行うことで、観光地“信濃大町”の認知度の向上とファンを増やすことを図ることを目的とする。</p>
	<p>●プロジェクトの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大町市の観光資源の情報を整理し、訪れたいくなるオンリーワンコンテンツの発掘と情報を発信 ・観光素材の組み合わせによる着地型商品の開発と情報発信 ・インバウンド需要の回復に向けた、観光情報の発信や受入体制等の構築
	<p>●誰が取り組むべき課題か</p> <p>(一社) 大町市観光協会を中心に、大町市プロモーション委員会などの観光関連組織及び観光事業者等の他、広域 DMO (一社) HAKUBAVALLEY TOURISM と連携し実施</p>

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
スケジュール	プロジェクトチームの立ち上げ/ワーキング会議開催		
	観光資源の洗い出し 商品開発		
	着地型商品の検討・開発・販売 / イベントの商品化		
	観光事業者と農林業者・商業者等の交流会の実施 【実施主体】 ◎市観光協会 ○観光関連事業		
スケジュール	定期的な情報発信・商談会などを活用した露出機会の活用		
	SNS、マスメディアを活用した情報発信		
	SNS運用、HP運用に関する役割の検討 必要に応じた体制構築 【実施主体】 ◎市観光協会 ○観光関連事業者、市		
スケジュール	情報発信		
	新たな旅行スタイルに応じたインバウンド誘客		
	ターゲット国へ向けたプロモーション・セールス 【実施主体】 ◎市プロモーション委員会・市観光協会 ○観光関連事業者、市		
	市内Wi-Fi環境の整備、多言語対応の推進 【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	<ul style="list-style-type: none"> ・“黒部ダム”などを目的とする観光と滞在者が楽しめる体験などの観光素材を組み合わせた滞在型観光を提供・発信できる仕組みができています。 ・異業種との交流等により、新たな観光素材を見出し、滞在型観光につなげる仕組みができています。 	●成果指標 令和6年度目標数値	<ul style="list-style-type: none"> ・信濃大町なび「信濃大町で体験を楽しもう」掲載商品数 商品数 30 個 (11 個) ・SNS フォロワー数、公式 HP ユーザー数 Instagram 12,000 名 (8,921 名) Facebook 35,000 名 (30,287 名) 信濃大町なび 500,000UU (250,000UU) ・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 (2 回) ※カッコ内は令和3年度数値
-------	---	--------------------	---

(3) 宿泊施設を中心とした魅力の再構築

プロジェクトの目的と背景

●プロジェクトの目的

宿泊施設は観光産業のほか様々な産業との関連により、地域の経済活動と雇用の重要な拠点である。宿泊施設の魅力を高めることで、大町市への経済効果の最大化を図ることを目的とする。

●プロジェクトの概要

- ・国等による宿泊施設の改修等の補助金確保に努めるとともに、宿泊施設、観光事業者の業者間連携の促進による個々の宿泊施設、観光事業者のサービス・魅力向上を支援
- ・「信州の安心なお店」の普及など、新たな旅のスタイルへの取組の推進

●誰が取り組むべき課題か

市内宿泊事業者および、(一社)大町市観光協会、大町温泉郷観光協会、木崎湖観光協会

スケジュール

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
宿泊施設の魅力向上	大町温泉郷未来会議(仮称)開催・現状把握と取組計画		
	大町温泉郷魅力向上の具体的施策の実行、国等による宿泊施設の改修等の補助金確保・活用 【実施主体】 ◎温泉郷観光関連事業者 ○観光関連事業者、市観光協会		
	国等による宿泊施設の改修等の補助金確保・活用支援		
	業者間連携の促進による宿泊施設のサービス向上の支援 【実施主体】 ◎観光関連事業者 ○市観光協会		
新たな旅行スタイル・安心安全な観光施設への取組み	新たな旅のスタイルの理解浸透 【実施主体】 ◎観光関連事業者 ○市観光協会		
	市内観光・宿泊エリアの魅力向上への取組みの支援 【実施主体】 ◎観光関連事業者 ○市観光協会		

目指す姿と成果指標

●目指す姿

- ・事業者間連携等により、市内の観光・宿泊エリアの魅力向上の取組みが実施され、市内宿泊施設が観光客に宿泊地として選ばれる状態
- ・継続的な観光地となるために、新たな旅のスタイルなどのニーズへの対応、変化を地域全体として取り組んでいる。

●成果指標
令和6年度目標数値

- ・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
- ・国費等を活用した、補助金の獲得支援
2件 (令和3年度 1件)

(4) 山岳観光の魅力向上

プロジェクトの目的と背景

●プロジェクトの目的

大町市は、国内でも随一の山岳観光都市であるだけでなく、市街観光スポットも充実している。山岳と市街の観光を連携させ、近隣の山岳観光との差別化を図る。

●プロジェクトの概要

- ・ 山小屋や登山案内人組合等と連携し、登山道の整備、資金の確保
- ・ 登山者が登山道などの現地での情報が手に入りやすいよう情報発信の検討
- ・ 登山目的の旅行客へ市内消費を促すための取組みの検討

●誰が取り組むべき課題か

山小屋、登山案内人組合、市内観光事業者、市、(一社)大町市観光協会

スケジュール

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
安全な登山の推進	登山道整備推進の検討	登山道整備推進	
	【実施主体】 ◎市 ○山小屋、登山案内人組合		
登山者向け2次交通の整備、駐車場整備の検討	登山情報発信方法に関する検討	新たな登山情報発信	
	【実施主体】 ◎市観光協会 ○山小屋、登山案内人組合、市		
登山者向け2次交通の整備、駐車場整備の検討	2次交通整備・駐車場及び看板等の整備の検討		
		登山者向け2次交通の整備	
	【実施主体】 ◎市 ○観光関連事業者		

目指す姿と成果指標

●目指す姿

- ・ 重要な観光資源である大町市の山岳地帯を観光地として持続的な場所として保持するための資金が継続して調達されている状態である。
- ・ 最新の登山情報が常に発信される状態である
- ・ 登山口の整備と登山者と市街地を結ぶための2次交通体制が整備された状態である。

●成果指標 令和6年度目標数値

- ・ 山岳観光都市の振興のための資金調達
3カ年累計 30,000,000円
(* 令和2年度 7,941,000円)
* 個人版ふるさと納税寄付金使途指定項目計
- ・ 新たな登山情報の発信
新規1箇所(令和3年度 未実施)
- ・ 登山者向け2次交通整備の実施
新規1箇所(令和3年度 未実施)

(5) 観光を支える事業者や人の支援

プロジェクトの目的と背景

●プロジェクトの目的

「稼げる観光地」に向けて、観光産業を支える事業者への支援や、直接的に観光を支える方々への支援を行うとともに、市民が観光客を温かく迎える環境づくりを推進する。

●プロジェクトの概要

- ・観光協会に対する継続した支援の実施
- ・観光産業に携わる方や市民を対象とした講演会の開催、観光等事業者間の交流等、必要な資格取得助成制度の導入について検討
- ・誰もが自信をもって自らの暮らす地域を紹介できるなど、地元意識や地元愛が持てる取組みを推進

●誰が取り組むべき課題か

観光関連事業者、市民・地域活動団体、大町市、(一社)大町市観光協会

スケジュール

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
観光事業者・観光に従事する方の支援	観光協会に対する継続した支援の実施		
	【実施主体】 ◎市		
	誘客活動支援金の検討及び実施		
	観光関連資格取得助成制度の検討		
地元意識・地元愛の向上	地域資源を巡るイベント及び講演会等開催(新規事業検討含む。)		
	山岳ガイド・観光協会公認ガイドの支援		
	【実施主体】 ◎市観光協会 ○市民、観光関連事業者、市		

目指す姿と成果指標

●目指す姿

- ・市内での業種間連携が図られ、域内消費を推進する仕組みの基盤ができた状態
- ・事業者や市民が、観光に対する情報共有がより図られた状態である。
- ・市民が観光客を温かく迎える環境づくりを継続的に取り組んでいる状態である。

●成果指標 令和6年度目標数値

- ・誘客活動支援金の実施及び実施数
3回 (令和3年度 未実施)
- ・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

施策ごとの取組み状況

参考資料

※太線内は、平成31年3月策定「大町市観光振興計画」より記載（該当事業 ◎稼げる観光地づくり ●観光客と市民が満足する観光地づくり）

①観光資源の有効活用と魅力向上 【重点施策プロジェクト】観光資源の磨き上げ、ブランド力の向上		実施時期				実施主体				主な取組状況（R1年度～R3年度）※R3年度は一部
		R1	R2	R3	R4～	市	観光団体	民間	市民	
1	既存イベントの実施（塩の道まつり、木崎湖花火大会、雪まつりなど）	●	●	●		○	○	○	○	【塩の道まつり】R1:約1千人、R2:中止、3:中止（5/5市観光協会主催「塩の道ウォーク&フォトコンテスト」開催、約170人） 【木崎湖灯籠流しと花火大会】R1:約25千人、R2:中止、R3:約1200人（3日間の開催予定が、悪天候のため1日のみ開催） 【雪まつり】R1:約30千人、R2:約6千人（R2は規模縮小のため、夢花火と音の祭典を中止し、かまくら&冬のイルミネーションを実施）
2	仁科神明宮式年正遷宮祭の開催 ・観光誘客テレビ番組制作、放送 ・歴史文化・太鼓演奏など	○ ○				○ ○	○ ○		○	【R1県内民放テレビ局と委託契約締結】1時間番組・CM15秒40本・ミニ番組5分3本・テレビ1時間番組特集等を放映
3	サイクルツーリズムの推進 ・サイクルイベントの実施 ・レンタルサイクル事業 ・サイクルステーション運営	○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○		○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○	○	【ガイド付ツアー】8～10月の土日に毎年開催 【レンタサイクル】H28から実施、利用件数R1:136件、R2:293件 【サイクルステーション】市内55箇所(令和3年9月現在)設置(サイクルラック・トイレ・空気入れ・修理道具などを完備)
4	黒部ルート一般開放に向けた誘客宣伝活動				○	○	○			【新ルートの一般開放】黒部ダムと黒部峡谷の樺平を結ぶルート。2024年に一般開放予定
5	大町市アミューズメントハウス（プール棟）施設利用者（百人）	○ 370	○ 375	○ 375		○		○		【利用者】R1:32,701人、R2:26,786人、R3.4～12:24,979人
6	大町市交流促進センター明日香荘指定管理委託	○	○	○				○		【利用者】R1:21,802人、R2:52,250人、R3.4～12:50,411人
7	大町市美麻温泉交流施設ぼかぼかランド指定管理委託	○	○	○		○		○		【利用者】R1:58,430人、R2:31,771人、R3.4～12:24,742人
8	観光案内板整備（市街地・東山など）箇所数	5	5	5		○				R1:中山高原表示看板、鷹狩山頂そらチケ利用案内看板などを設置 R2:鷹狩山トレッキングコース上に案内看板14基設置 山頂までの距離、英語表記あり、コロナ感染対策周知看板製作
9	霊松寺公衆トイレ建設工事 ・霊松寺利用者（百人）	○ 320	○ 330	○ 330		○				【建設工事費】23,804千円 【利用者】R1:39,390人、R2:12,110人、R3:27,304人
10	観光キャンペーンによる誘客宣伝活動	○	○	○		○	○	○		【大町市プロモーション委員会】R1:横浜、名古屋、神戸ほか、R2:実施なし、R3:長野
11	広域観光連携事業（日本アルプス観光連盟、大糸線ゆう浪漫委員会など）									【日本アルプス観光連盟】女子旅やSNSの活用など、従来より若い層に対してアプローチする方向に転換。InstagramではR2.6に開設してからフォロワー数1,000人を獲得

	<ul style="list-style-type: none"> ・ツーリズム EXPO ジャパンや VISIT JAPAN トラベルマート、旅まつりへの出展 ・広域観光プラットフォーム「大糸線の旅」の発行、設置 ・広域観光キャンペーンによる誘客宣伝活動 	○	○	○		○	○	○	<p>【信州まつもと空港地元利用促進協議会】就航先でのキャラバン等のPRイベント、ラジオを主にしたマスコミ宣伝、利用促進のための助成等の施策を実施</p> <p>【大糸線ゆう浪漫委員会】R1:池袋・立川・名古屋各駅のキャンペーン、ツーリズム EXPO ジャパン(県の一部として)、都庁物産展(単独)、パンフレット「大糸線の旅」3季各8万2千部作成、</p> <p>【ツーリズム EXPO】R1:ツーリズム EXPO(大阪参加)、旅まつり(名古屋中止)、R2:ツーリズム EXPO(沖縄不参加)、旅まつり(名古屋中止)、R3:ツーリズム EXPO(中止)、旅まつり(名古屋中止)</p>	
12	メディア系情報発信(テレビ、ラジオ、雑誌、新聞など)	○	○	○		○	○		<p>【大町市プロモーション委員会】R1:abn「#おおまち女子旅」他テレビ6件、雑誌・新聞3件、R2:雑誌・新聞5件、YouTubeチャンネル8本、R3:abn「駅テレマルシェ」他テレビ3件、ラジオ1件、雑誌・新聞7件・</p> <p>【大糸線ゆう浪漫委員会】R1:フリーブック「aumo」、新聞1件、R2:長野こまち、R3:長野こまち</p>	
13	ICT系情報発信、拡散(信濃大町なび、Facebook、Twitter、Instagram)	○	○	○			○		<p>【大町市プロモーション委員会】フォロワー数はInstagram:9,009人、Twitter:939人、Facebook:10,147人(R4.1月現在)</p>	
14	ICT活用による観光客データの捕捉 ・(仮称)信濃大町カード発行による基本情報の取得					○	○	○		
15	観光客データを活かしたマーケティング・ビッグデータ活用 ・マネジメント組織の立ち上げ							○	○	R3:観光予報プラットフォーム(旅行会社等が提供する約2億泊の宿泊予約及び実績データから国内外の宿泊客の属性・動向の把握分析等)の導入
16	信濃大町ブランド力の向上による情報発信 ・北アルプスの麓水が生まれる信濃大町	○	○	○		○	○			信濃大町ブランド戦略(期間:H28~R6年度)。魅力ある信濃大町ブランドの確立を目指して、ブランドコンセプトを「自然と人が共生し、水が地域と人を育むまち」

②滞在型観光の推進 【重点施策プロジェクト】滞在周遊型観光の推進		実施時期				実施主体			主な取組状況(R1年度~R3年度) ※R3年度は一部
		R1	R2	R3	R4~	市	観光団体	民間 市民	
1	二次交通整備(周遊バス「信濃大町ぐるりん号」、雷鳥ライナー、アルペンライナー、信州まつもと空港シャトル便など)	○	○	○		○		○	<p>【周遊バス「信濃大町ぐるりん号」】R1:2,330人、102日間(南コース1526人、東コース804人) R2:813人、80日間(南コース487人、東コース326人)、R3:698人、99日間(南コース)</p> <p>ボンネットバス R3.5芸術祭プレイベントにて運行(3日間)、R3.8~ぐるりん号で運行</p> <p>【とくとくタクシー】R3.8月から、3千円で5千円分使えるクーポンを販売</p>

									【信州まつもと空港シャトル便（大糸線ゆう浪漫委員会）】R1:大町市計155名（全体1,283名）R2:大町市計104名（全体697名）
2	二次交通マップ（WEB）の作成	○	○	○	○	○	○		毎年作成（3市村+ゆう浪漫）。コロナの影響が出てからは時刻表等の変更も多く、変更のきかない紙媒体については利便性に疑問が生じている。今後WEBに限定し、サイト内機能を充実させる方向も検討している。
3	北アルプス3市村DMOの設立	○				○	○	○	R1.6.20大町市、白馬村、小谷村を対象地域とする広域型DMO「HAKUBAVALLEYTOURISM」を設立
4	広域観光連携事業 ・ファミトリップ事業 ・北アルプス地域旅行商品造成促進事業	○ ◎	○	○		○ ○	○	○	R1:東南インフルエンサー招聘(タイ、インドネシア、フィリピン):アルペニールト・高瀬渓谷・仁科三湖の紅葉、峯村農園・ラ・カスタの体験を紹介、情報発信を依頼。 中国メディア招聘:アルペニールト・スキー場・峯村農園・温泉郷を案内、告知発信を依頼、R2・R3なし
5	体験プログラムの充実		◎	◎			○	○	信濃大町なび内に着地型観光の予約から決済までできるサイトを構築
6	周遊・まち歩きWEB、パンフレットなど作成		○	○			○		信濃おおまち東山マップ、信濃大町スイーツプロジェクト開催に伴うWEB等を使用した周知など
7	まちなかアプリ（YORIP）継続運用	◎	◎	◎		○		○	スマートフォンで利用できるアプリで、訪日観光客向けの体験コンテンツや周遊コースの磨き上げと情報発信（R1実施） R1:松崎和紙の漉き体験、一番寿司の握り体験の設定
8	スポーツ合宿の誘致	◎	◎	◎		○	○	○	各施設で対応
9	スキー場利用客の促進 ・スキー場入込数（百人）	○ 118	○ 119	○ 120			○	○	R1:82,655人（鹿島槍81,455人、爺ヶ岳1,200人）、 R2:69,655人（鹿島槍52,802人、爺ヶ岳16,853人）
10	市周辺のオプションツアー実施、 充実・秘境高瀬渓谷ツアーなど ・北アルプス国際芸術祭ツアー	◎	◎	◎			○	○	【高瀬渓谷ツアー】H31:35人、R2:26名、R3:22名 R3:信濃大町なびホームページ内に着地型商品の紹介・予約・決済まで行えるページを作成
11	多様な宿泊プラン（連泊プラン）の充実		◎	◎				○	各施設で対応
12	お土産品の開発				◎			○	R3:北アルプス国際芸術祭に併せて、市内飲食店が地元食材等を活用等した弁当及び蔵元3社が共同で限定セットを製作・販売
13	観光ガイド養成事業	●	●	●			○	○	【観光ガイド研修会】R1:4回（フィールドワーク4回）参加者各15～32名、R2:18回（フィールドワーク7回、座学11回）参加者各10～14名、R3:実施なし
14	国営アルプスあづみの公園を活用した観光 ・体験メニュー（クラフト体験など）の充実 ・イベント（北アルプスフェアなど）の実施	◎ ○	◎ ○	◎ ○		○ ○	○ ○	○	【北アルプス里山探検】R1:申込30組110名（定員20組70名）、 R2:申込13組43名（コロナにより中止） 【北アルプスフェア入園者数】R1:4,413名（1日目曇り・2日目曇り時々雨）、R2:8,831名（フェア中止・パンフェス実施）
15	飲料系工場を活用した観光 ・クラフトビール工場の活用 ・サントリー食品インターナショナル水工場の活用		◎ ◎	◎ ◎				○ ○	常盤西山に「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」敷地面積は約41万㎡、延床面積は約4万㎡、年間生産能力は1500万ケース（1ケース550ml）。令和4年春に、北アルプスを一望できる展望テラス、小川が流れる芝生広場等が開業予定

③外国人観光客の誘客強化 【重点施策プロジェクト】インバウンドの推進		実施時期				実施主体				主な取組状況（R1年度～R3年度）※R3年度は一部
		R1	R2	R3	R4～	市	観光団体	民間	市民	
1	多言語化パンフレット・マップの作成 ・対応言語数		○ 4	○ 4		○	○	○		R1:英語、繁体字、R2・R3なし
2	海外商談会・旅行博への参加 ・参加国数（台湾、韓国、タイ等）	○ 2	○ 3	○ 3		○	○	○		R1:台湾、韓国、香港、タイ R2・3はコロナにより参加なし
3	海外向け情報発信 ・Facebook（大町市旅遊指南） ・雑誌（GOOD LUCK TRIP 長野等） ・WEB（GO! NAGANO 等）	○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○		○ ○ ○	○ ○ ○			【Facebook】R1に香港向けに広告実施し、フォロワー10,000名突破 【雑誌】Good Luck Trip 長野(R1)、att.nagano(R2) 【WEB】オーストラリア向けWEB広告（R1.2継続）
4	WEB「信濃大町なび」の多言語化対応 ・対応言語数	○ 4	○ 4	○ 5		○				4言語（英語、簡体字、繁体字、韓国語）
5	メディア、ブロガー招致事業 ・招致国数	○ 1	○ 1	○ 1		○	○			R1:タイ、インドネシア、フィリピン、中国
6	まちなかアプリ（YORIP）継続運用	◎	◎	◎		○		○		スマートフォンで利用できるアプリで、訪日観光客向けの体験コンテンツや周遊コースの磨き上げと情報発信 R1:松崎和紙の漉き体験、一番寿司の握り体験の設定
7	観光案内板整備（多言語化） ・箇所数（市街地、JR信濃大町駅前周辺）		○ 1	○ 1		○				R2:2箇所（信濃大町駅前、塩の道ちょうじや） 設置費用6,160千円、白馬村・小谷村と共通デザイン
8	Wi-Fi環境の整備 ・個所数（市街地など）		○ 1	○ 1		○		○		R1:仁科神明宮1基、R2:木崎湖キャンプ場3基、木崎湖園地1基、 R3:仁科神明宮（エリア拡大）2基
9	北アルプス3市村DMOの設立	○				○	○	○		R1.6.20大町市、白馬村、小谷村を対象地域とする広域型DMO「HAKUBAVALLEYTOURISM」を設立
10	ICT活用による観光客データの捕捉 ・(仮称)信濃大町カード発行による基本情報の取得				○		○	○		

④山岳観光の推進 【重点施策プロジェクト】観光資源の磨き上げ		実施時期				実施主体				主な取組状況（R1年度～R3年度）※R3年度は一部
		R1	R2	R3	R4～	市	観光団体	民間	市民	
1	登山道整備	○	○	○		○		○		【事業総額】R1:2,116千円（7路線ほか標柱作製等） R2:1,462千円（5路線ほか通行止看板作製等）
2	霊松寺公衆トイレ建設工事 ・霊松寺利用者（百人）	○ 320				○				【建設工事費】23,804千円 【利用者】R1:39,390人、R2:12,110人、R3:27,304人

3	針ノ木岳慎太郎祭や雪形ウォッチングの開催	○	○	○			○	○	【針ノ木慎太郎祭】R1:約90人、R2・R3:中止(関係者で神事のみ開催) 【雪形ウォッチング】R1:6人(2回開催予定が1回開催)、R2・R3:中止
4	信濃大町山岳フェスティバルの開催 ・来場者数(人)	○ 750	○ 750	○ 750			○	○	R1:約700人、R2:実施なし、R3以降:当面の間実行委員会休止
5	大町山岳博物館を活用した観光 (山岳史等の展示、展望ラウンジ、ライチョウ飼育など)	○	○	○			○		R1:企画展「北アルプスの山小屋」、 R2:企画展「博物学と登山-対象登山ブームと信州理科教育のさきがけ」、 企画展「山に魅せられた画家たち」 R3:山岳博物館70周年記念講演会「エヴェレストが教えてくれたこと」 (開催予定)など特別展、企画展、イベントを実施
6	登山案内所の開設	○	○	○			○	○	爺ヶ岳相談所、七倉相談所、針ノ木相談所を毎年、GW約1週間、7月中旬～8月中旬約1ヶ月間、9月シルバーウィーク約4日間、年末(七倉のみ)約4日間開設 【利用者】R1:春323人、夏5850人、秋1435人、冬13人 R2:春46人、夏2818人、秋725人、冬5人 R3:春156人、夏3579人、秋1377人
7	市内のダム、発電所を活用した見学会の開催	○	○	○				○	【市主催】R1:18名(8月)、R2・R3:実施なし 【大町ダム・東電合同】R1:38名(8月)、R2:20人(人数制限あり、10月)

⑤おもてなしの心で観光客を迎える魅力ある観光地づくり 【重点施策プロジェクト】観光資源の磨き上げ		実施時期				実施主体				主な取組状況(R1年度～R3年度)※R3年度は一部
		R1	R2	R3	R4～	市	観光団体	民間	市民	
1	観光ガイド養成事業	●	●	●			○		○	【観光ガイド研修会】R1:4回(フィールドワーク4回)参加者各15～32名、R2:18回(フィールドワーク7回、座学11回)参加者各10～14名、R3:実施なし
2	観光ボランティアによる観光案内延登録数	20	20	21			○			【大町観光ボランティアの会の会員数】R1及びR2:18人 【案内者数】R1:9,348名、R2:2,875名、R3:4,918名
3	リゾートビューふるさとを活用した受け入れ ・おもてなしイベントの開催 ・駅弁「大糸線の旅」の販売	○ ○	○ ○	○ ○				○ ○	○	【おもてなしイベント】R1:コロナの影響の出た3月頃までは毎週末実施。ほかにも車内で食事を楽しむ「リゾートビューびすとろ」(年間5回)の運行に合わせて甘酒・おやきの振舞いを実施 R2:おもてなし団体に高齢の方が多くもあり、団体と相談のうえ、コロナ状況が落ち着いていた短期間のみ実施 【駅弁「大糸線の旅」販売個数】R1:3,643個、R2:1,236個
4	信州花フェスタ2019の開催	●					○	○	○	【開催期間】H31.4月～R1.6月(53日間) 【市内会場】国営公園大町・松川、信濃大町駅前、中心市街地周辺エリア、ラ・カスタ ナチュラルヒーリングガーデン、大町温泉郷

										<p>主な内容：市街地周辺のポケットパークなどの花壇整備、ワークショップの開催、小中生が植栽したフラワーコンテナの設置、関連イベントの開催など</p> <p>【来場者数】 国営公園（大町・松川）5.7万人 信濃大町サテライト会場 2.2万人</p>
5	北アルプス国際芸術祭の開催		◎			○	○	○	○	<p>R2 開催予定が、コロナ感染拡大の影響により R3. 8. 21～11. 21 に開催（プレーオープン 5. 15～30 の土・日曜日の6日間）</p> <p>【作品】 37 作品、【作家】 11 カ国、36 組（パフォーマンス含む。）</p> <p>【来場者数】 33,892 人（8/21～11/21）、プレーオープン（5/15～5/30 の6日間）は 846 人</p>
6	市民意識調査の実施				●	○			○	<p>【調査期間】 R2. 9～10、回答数：948/2000</p> <p>【観光振興の満足度】 満足度 51.4%。カッコ内回答数 満足 1.4% (13 人)、やや満足 5.7% (54 人)、普通 44.3% (420 人)、やや不満 17.6% (167 人)、不満 13.3% (126 人)、わからない 10.2% (98 人)、無回答 7.5% (71 人)</p> <p>【観光振興の重要度】 重要度 77.0%。カッコ内回答数 力を入れて欲しい 25.5% (242 人)、やや力を入れて欲しい 27.8% (264 人)、今のままでよい 23.7% (225 人)、あまり力を入れる必要はない 0.7% (7 人)、わからない 6.4% (61 人)、無回答 14.8% (140 人)</p>

⑥観光ボランティア活動、観光ガイドの育成 【重点施策プロジェクト】観光資源の磨き上げ		実施時期				実施主体				主な取組状況（R1 年度～R3 年度）※R3 年度は一部
		R1	R2	R3	R4～	市	観光団体	民間	市民	
1	観光ガイド養成事業	●	●	●			○		○	【観光ガイド研修会】 R1:4 回（フィールドワーク 4 回）参加者各 15～32 名、R2:18 回（フィールドワーク 7 回、座学 11 回）参加者各 10～14 名、R3:実施なし
2	観光ボランティアによる観光案内延登録数	20	20	21			○			【大町観光ボランティアの会の会員数】 R1 及び R2 : 18 人 【案内者数】 R1:9,348 名、R2:2,875 名、R3:4,918 名
3	北アルプス国際芸術祭ガイド・サポーター活動		●				○		○	【サポーター数】 2,776 名（制作、受付、片付け） 【ガイド】 14 名
4	北アルプス国際芸術祭パートナーシップ・連携事業		●					○	○	【パートナーシップ】 16 団体 18 イベント

策定までの経過

期 日	内 容
令和3年9月30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（素案）について
令和3年11月4日	・第2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3年12月23日	・第3回大町市観光審議会 大町市観光振興計画（案）について
令和4年1月31日～3月1日	・パブリックコメント
令和4年2月25日	・市議会全員協議会説明
令和4年3月11日	・第4回大町市観光審議会 大町市観光振興計画（案）について
令和4年3月24日	・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	長崎 義一	有識者（(株)トラベルプラザ代表取締役）
委 員	蜜澤 茂志	大町商工会議所副会頭（副会頭）
	山下 邦彦	大町博物館連絡会（会長）
	柏原 一正	有識者（北アルプス北部山小屋副組合長兼大町支部長）
	藤戸 昌浩	有識者（北アルプス地域振興局商工観光課長）
	塩原 佳春	有識者（JR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）
	松澤 啓	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）
	梅田 敏男	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(株)）
吉川 英孝	有識者（地域活性化企業人、株式会社JTB）

事務局 大町市産業観光部観光課