

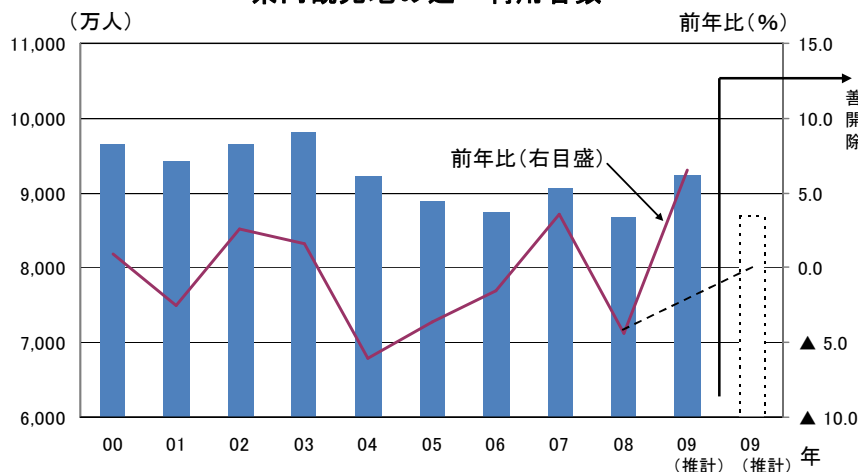
長野県における観光業の現状と課題

1. 観光客の入り込み動向等

(1) 観光客の入り込み動向

県内観光地の延べ利用者数をみると、09年（推計値）は、善光寺御開帳の開催のほか、ETC 休日割引の効果も相俟って利用者が大きく増加。しかしながら、こうしたイベント等の効果がみられる年（03、09年：善光寺御開帳、07年：NHK大河ドラマ「風林火山」の放送）を除くと、スキー客の減少などを背景に総じて減少傾向。

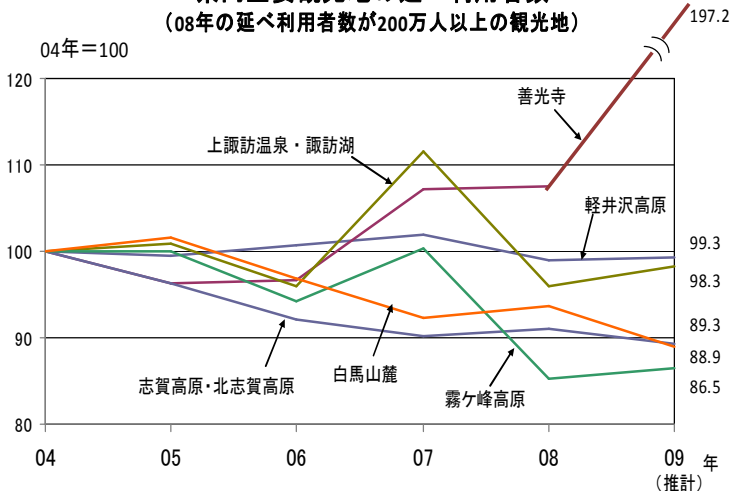
県内観光地の延べ利用者数



(注) 09年は、09/上半期(速報値)に08/下半期(実績値)を加えた推計値。
このうち善光寺の御開帳効果を除くベースは、善光寺の09/上半期計数を前年同期の計数に置き換えたもの。以下同様。
《資料出所》長野県観光部観光企画課「観光地利用者統計調査結果」

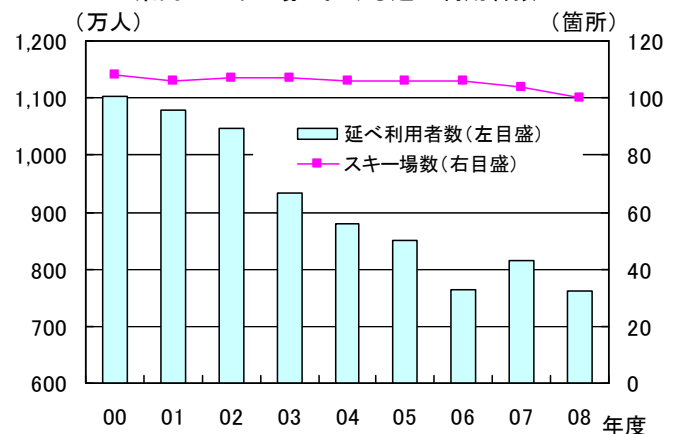
県内主要観光地の延べ利用者数

(08年の延べ利用者数が200万人以上の観光地)



《資料出所》長野県観光部観光企画課「観光地利用者統計調査結果」

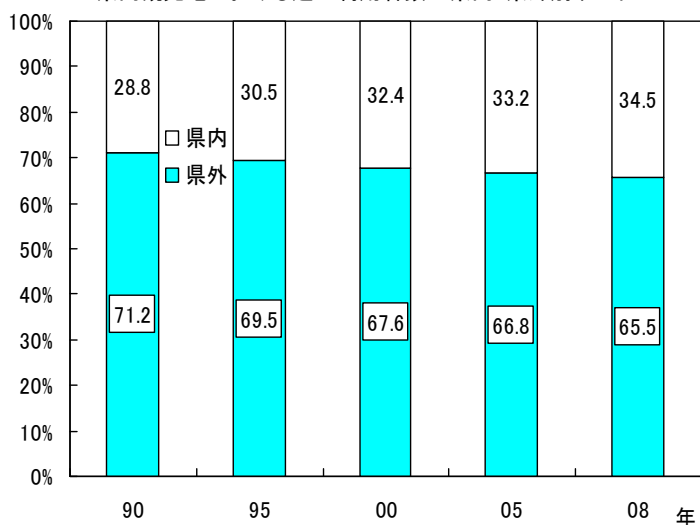
県内のスキー場における延べ利用者数



《資料出所》長野県観光部観光企画課「スキー・スケート場の利用者統計調査結果」、「スキー場等現況調査結果」

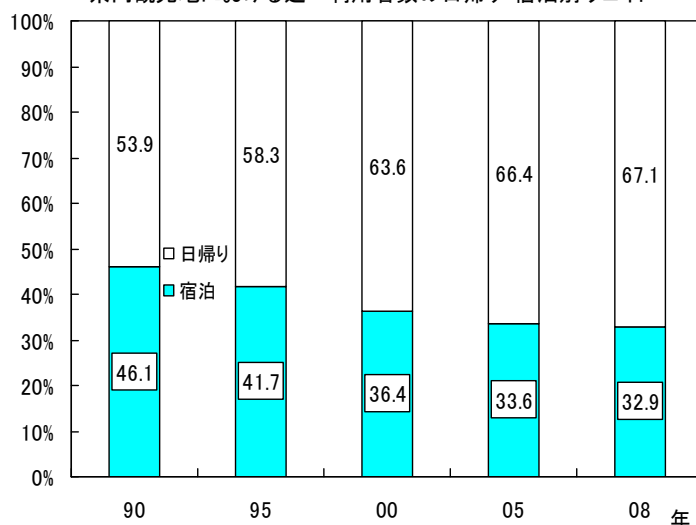
県内観光地の延べ利用者数を県内・県外別、日帰り・宿泊別にみると、県外客および宿泊客のウェイトが低下。県内の延べ宿泊客数も減少傾向を辿っており、宿泊施設の定員稼働率は全国ワースト4位となっている。このように宿泊客が減少しているのは、前述したとおりスキー客の入り込みが減少していることに加え、長野新幹線や長野自動車道等の高速道路網といった交通インフラの整備による影響があると思われる。

県内観光地における延べ利用者数の県内・県外別ウェイト



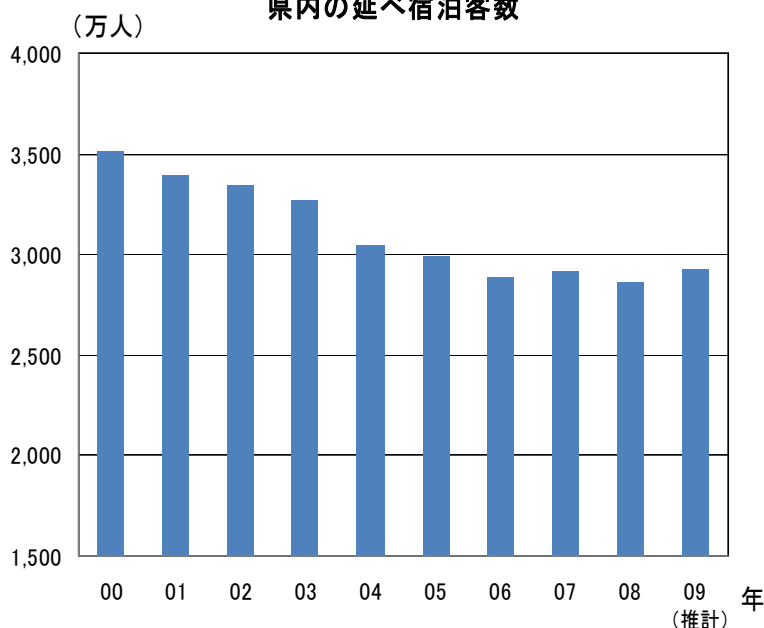
《資料出所》長野県観光部観光企画課「観光地利用者統計調査結果」

県内観光地における延べ利用者数の日帰り・宿泊別ウェイト



《資料出所》長野県観光部観光企画課「観光地利用者統計調査結果」

県内の延べ宿泊客数



《資料出所》長野県観光部観光企画課「観光地利用者統計調査結果」

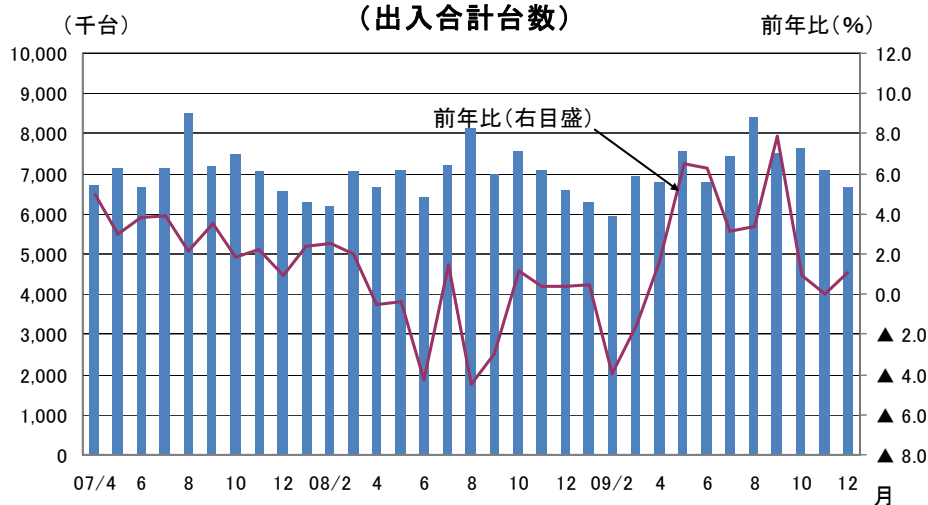
都道府県別の宿泊定員稼働率(08年)

	宿泊施設全体	旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル
1.東京都	65.2	46.2	51.8	72.2	60.7
2.大阪府	65.2	30.2	63.8	67.2	67.4
3.沖縄県	58.7	33.9	59.3	54.2	63.6
4.京都府	58.1	43.7	47.9	70.7	72.2
5.千葉県	56.9	35.7	63.3	60.9	62.9
43.青森県	33.2	26.1	27.7	45.6	37.3
44.長野県	33.1	29.6	30.7	51.6	56.1
45.新潟県	32.8	28.1	23.6	53.6	50.1
46.山形県	32.4	28.8	24.3	50.5	41.6
47.秋田県	31.8	25.5	28.7	43.2	51.1
全国平均	45.2	33.1	41.2	59.4	59.3

《資料出所》国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」

なお、県内における高速道路インターチェンジの通行量は、ETC 休日割引¹が本格化した 09/4 月以降、善光寺の御開帳効果も相俟って、前年比増加に転じた。しかしながら、一方で鉄道の利用者が減少しているほか、ここにきて ETC 休日割引の効果も一巡しつつある。こうした状況下、消費者の節約志向が強いこともあって、県内の観光消費額は目立って増加していないのが実情である。

県内高速道路インターチェンジの通行量
(出入合計台数)



《資料出所》東日本高速道路株式会社、中日本高速道路株式会社のデータをもとに日本銀行松本支店で作成

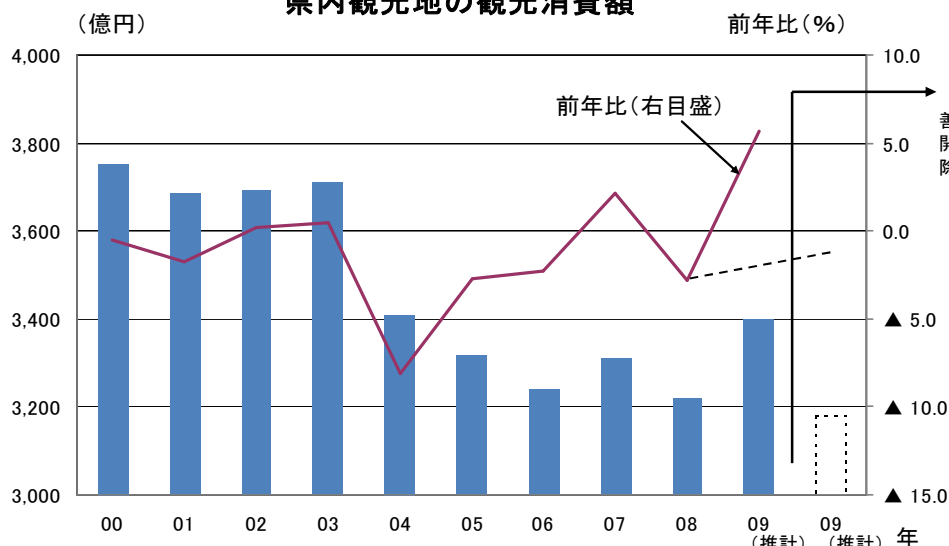
鉄道利用状況(09年)

	長野新幹線	中央本線
ゴールデンウィーク (4/24~5/6日)	+1%	▲7%
夏期間 (7/17~8/18日)	▲10%	▲8%
年末年始 (12/25~1/5日)	▲8%	▲7%

(注)長野新幹線は高崎~軽井沢間、中央本線はあずさ・かいじ等の利用状況。

《資料出所》東日本旅客鉄道株式会社

県内観光地の観光消費額

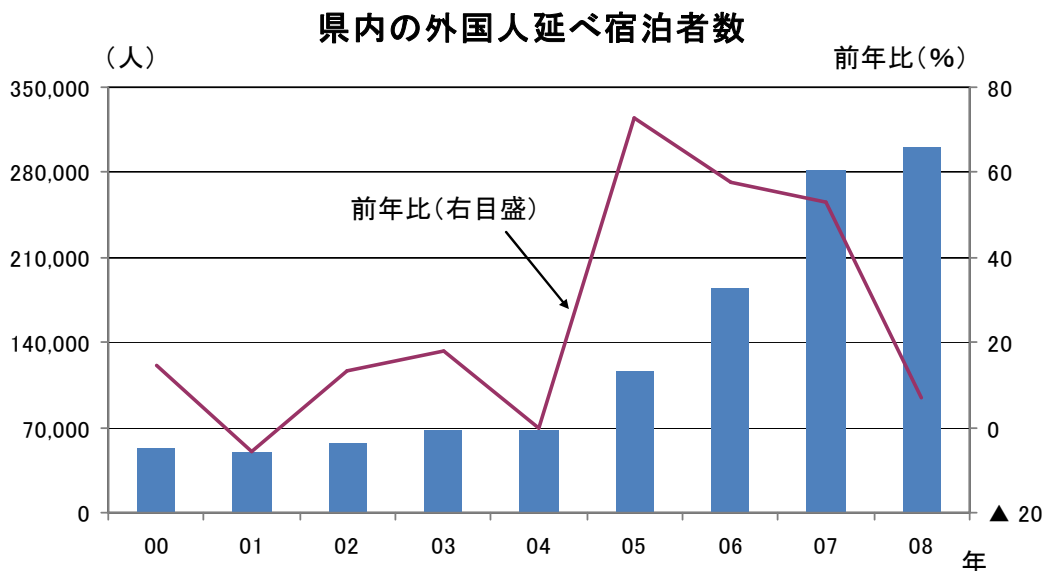


《資料出所》長野県観光部観光企画課「観光地利用者統計調査結果」

¹ 09/3/28 日に開始。一部の区間を除き、土・日・祝日の高速道路料金の上限が ETC を利用した場合に 1,000 円になるというもの。因みに、08/9/20 日から 09/3/27 日までは、土・日・祝日の 9~17 時に通行した高速道路料金が最大で同 50%割引 (100 km以内) となる休日昼間割引が適用されていた。

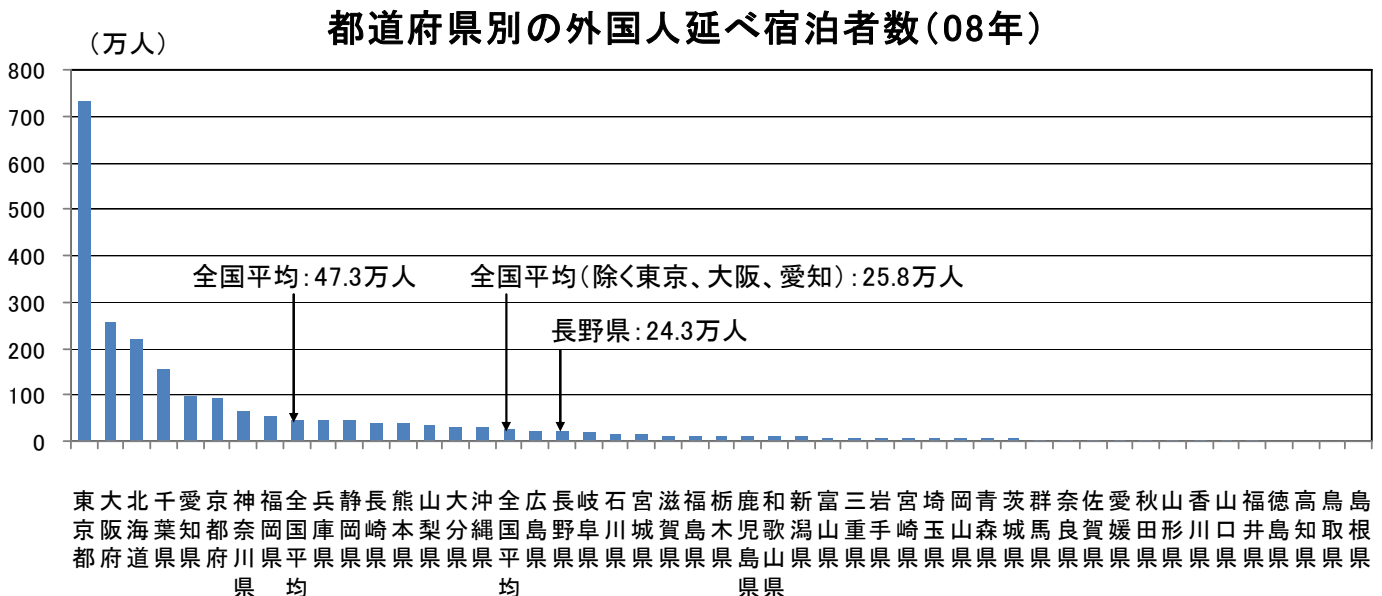
(2) インバウンドの状況

前述したとおり県内全体の延べ宿泊客数が減少している一方で、外国人の延べ宿泊者数は、総じて増加傾向。都道府県別にみても、首都圏や大都市を除けば上位（全国17位）との評価が可能。



(注)04年は調査計数が存在しないため、03年と同数を横置き。

《資料出所》長野県観光部観光企画課「外国人宿泊者数調査結果」

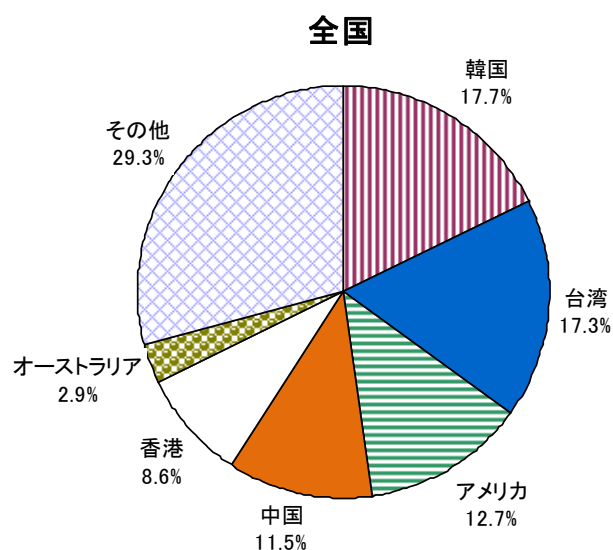
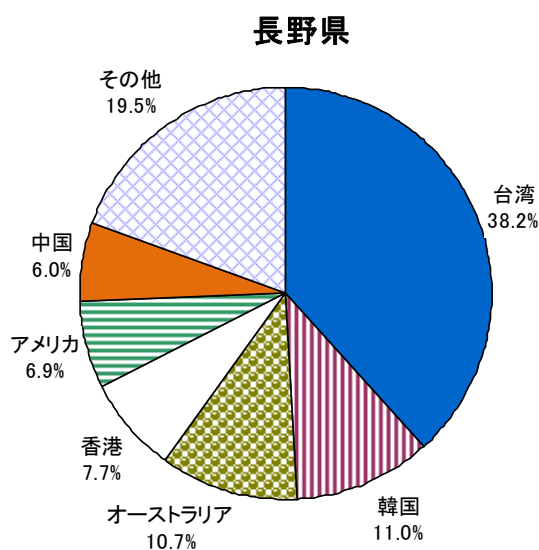


《資料出所》国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」

なお、国・地域別の外国人延べ宿泊者数割合をみると、全国と比べて、台湾、オーストラリアのウェイトが高く、韓国、アメリカ、中国が低い。

—— 「台湾では立山黒部アルペンルートの人気が高いほか、修学旅行先として選ぶ学校が増えている」（長野県観光部）。

国・地域別の外国人延べ宿泊者数割合（08年）



《資料出所》長野県観光部観光企画課「外国人宿泊者数調査結果」

《資料出所》国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」

2. 観光促進に向けた取り組み状況

従来、個々の宿泊施設や旅館組合がそれぞれにキャンペーンや誘致を行うケースが多く、県全体としてはっきりとした成果がみられなかったというのが実態のように思われる。こうした状況を受け、最近では、県など地方自治体や観光協会の主導のもと、宿泊業だけではなく、農業や文化、交通など様々な産業が協力し、かつ広域に展開して観光促進に取り組む動きがみられ始めている。主な取り組み事例は、以下のとおり。

信州北回廊プロジェクト	北信濃地域を中心とした地方公共団体、交通機関、各種観光関連団体等で組織する観光促進プロジェクト。地域内に点在する観光資源を最大限に活用するため、エリア内における交通機関のフリーパスや主要観光施設の割引クーポン券がセットになった旅行プランの提案などを実施。
-------------	---

信州ぐるっとキャンペーン	善光寺の御開帳に合わせて、県内を巡るモデルコースの提案やスタンプラリーを実施。
「南信州観光公社」の設立	下伊那 15 市町村のほか、農協や交通会社等も協同して設立。個人観光客のほか、学校、企業の研修を対象に、そば打ちや農村体験など様々な体験プログラムを提供。
信州・諏訪温泉泊覧会「ズーラ」	諏訪を中心に複数の体験プログラムを用意した、09 年で 2 回目のイベント。08 年は「諏訪市、下諏訪町、岡谷市」で 9 日間の開催であったが、09 年は「茅野市、富士見町、原村」が加わり、期間も 23 日間（10/24～11/15 日）に拡大。地元の有志が講師として参加し、グルメツアーやウォーキング、工芸制作等の 75 の体験プログラムを実施。
白馬村ナイトシャトルバス「元気号冬物語」の運行	白馬村では、村内に公共の移動手段がないことから、宿泊施設以外での食事を好む傾向が強い外国人観光客を主なターゲットとして、村内を循環するシャトルバスを運行。
戸倉・上山田温泉「姨捨夜景ツアー」	千曲市観光協会と民間バス会社が連携して、戸倉・上山田温泉の宿泊客を主な対象として低価格（1,000 円）で、夜景の有名な姨捨サービスエリアに案内。
信州デスティネーションキャンペーン	JR グループと県内の観光関係者や市町村等が協同で実施する大型観光キャンペーン。10/10～12 月の実施に先立ち、09 年の 10～12 月をプレキャンペーン期間として、「北信濃」「東信州」「日本アルプス」「諏訪」「木曾路」「伊那路」の各エリアで、ウォーキングラリーなどのイベントや地域紹介を実施。 —— 過去に他地域で実施されたデスティネーションキャンペーンでは、期間中における観光入り込み客の前年同期比が、千葉では+8.0%(07/2～4 月)、山口では+5.1%(08/7～9 月)、仙台・宮城では+7.0%(08/10～12 月)と相応に増加。

3. 観光業における今後の課題

以上のように、ここにきて異業種との提携や、地域を越えた広域での観光促進に向けた取り組みがみられ始めているが、足もとの景気動向も踏まえると、観光客の入り込みあるいは観光消費額の増加という形で成果を出していくためには、そうした取り組みを一層強めていくことが求められる。

本年は、観光客の入り込み増加が期待できる信州デスティネーションキャンペーンや御柱祭が開催される年でもあり、これらも一つの契機として、以下に挙げたような課題に取り組みつつ、長野県の魅力を全国、世界（とくにアジア）によりアピールしていくことが期待される。

① 観光客のターゲットの明確化とそのニーズに合わせた取り組みの強化

県では「平成 20 年度観光旅行者流動調査」²により観光客のニーズ調査等を行っているが、こうした調査で得られたデータ等をもとに、地域あるいは各宿泊施設等において、具体的なターゲットを設定し、何を売り込んでいくのかを明確にすることが重要であるように思われる。

—— 白馬村では、前述したとおり主に外国人観光客をターゲットにシャトルバスを運行する取り組みを行っているが、このようにターゲットを明確にし、そのニーズに応じた施策をさらに拡げていくことが望まれる。例えば、①中高年をターゲットにするのであれば、宿泊施設からウォーキングコースや登山口まで送迎する、②学生向けの合宿をターゲットにするのであれば、公共の運動施設や音楽施設、他団体との試合（大会）の場を提供する、といった取り組みなどが考えられる。

② 宿泊施設の経営統合や業務提携による顧客利便性・収益力の向上

県内における宿泊施設の定員稼働率は非常に低い。これは、景気の低迷といった全体的な問題もあるが、長野県の宿泊施設が全国に比べて多い（ホテル客室数が全国 7 位、旅館客室数が同 3 位<厚生労働省>）こともその要因の一つと考えられる。また、団体客から個人客・家族旅行へのシフトの中で生じている観光客のニーズの変化や多様化に未だ十分対応できていないということも指摘できよう。消費者の節約志向が引き続き強いなど、全体の観光客数を増やすことが容易ではない環境にあるだけに、食材や備品の共同仕入れといった宿泊施設同士の業務提携等により経営効率を高めることも重要である。そうした取り組みによって、収益力を少しでも高め、それを原資に設備投資等を行い、顧客ニーズ変化

² 長野県が「観光立県長野」再興計画（平成 20 年度～24 年度）に基づき、観光地利用者数や観光消費額の増加に繋がる施策を立案・展開するための基礎資料を作成する目的で、県内を訪れる観光旅行者のプロフィールや動向などを実態調査したもの。

への対応やサービスの向上を図るといったプラスの循環を作っていくことが望まれる。

③ インバウンドに向けた取り組みの強化

県内の外国人延べ宿泊者数は増加傾向にあり、全国的にみても上位にあることを踏まえると、さらに伸ばす余地は十分にあると思われる。そのためには、近隣他県とも協力しつつ、魅力ある観光商品を従来以上に売り込んでいくほか、外国語表記を増設するなどのインフラ整備もさらに進めることが重要である。また、空路については、国際線の運航がある近隣空港（富山空港など）からの観光客の誘致を進めるほか、信州まつもと空港についても、（同空港との定期便がある）福岡空港経由や直行便など海外との交流に一層の活用が期待される。

以 上