

(様式第2号)

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

令和5年3月23日

提出区分	実績	整理番号	10	課題区分	C
横断的な課題	木曽らしさを活かした観光振興				
地域重点政策	観光地域づくり				
実施機関	木曽地域振興局		担当課	所属	商工観光課
事業名	木曽地域観光資源等魅力発信事業			電話	8-238-2244
				E-mail	kisochi-shokan@pref.nagano.lg.jp
事業概要等	目的 (目指す姿)	新型コロナウイルスの影響で落ち込む当地域観光者数の増加を図る。			
	現状と課題	○2018年度の長野県観光機構によるエリアレポートによると、観光目的で木曽地域を来訪する国内旅行者のうち、東海地方からの旅行者の割合は51%と半数以上を占め、これは県全体平均の倍以上である。また、リピート率も県平均と比較して高く、東海地方から繰り返し木曽に観光に訪れる方は多い。 ○令和3年度のグリーンシーズンの観光客数はコロナ前と比べ4割程度の水準である。冬場の当地域の一部のスキー場では利用者数は持ち直しつつあるが、コロナ前の水準には回復していない。 ○インバウンドの全面的な解禁時期が見通せない現状において、当地域における観光客の増加を図るためには東海地方、とりわけ木曽へのアクセスが良く、人口も多い愛知県を中心とした中京圏に対しての継続的な観光資源の魅力発信が必要不可欠。			
	内容 (変更後の内容)	○愛知県名古屋市の栄駅の地下街(「サカエチカ」)において、観光資源のPR展示(今年度開館予定の御嶽山ビジターセンターを含む御嶽山の観光PRを含む)を木曽地域の町村、商工会、観光協会等と連携しながら行う。 ○具体的には、各町村ごとに各町村を主体とした展示を期間中1回ずつ実施する。この際、各町村は商工会や観光協会等と連携し、展示時期を加味した展示の企画立案及び現地の展示作業を行う。地域振興局はこれらの展示作業に協力するほか、御嶽山やスキー場といった複数町村にまたがる観光PR展示の企画立案・展示作業を実施する。 ○季節に応じた旬の展示ができるよう、概ね月1~2回程度展示を入替えながら6月末から翌年3月にかけて通年で実施する。			
事業期間	R4.5		~	R5.3	
事業費等	(単位:円)				
	事業を構成する細事業名等	実施内容等		計画(実績)額	備考
	常設展示等	木曽の観光地等のPR展示経費		95,274	職員旅費:9,000円 展示用消耗品等:31,674円 展示物借用料等:54,600円
	合計				95,274
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況
	夏季観光動向調査における観光地利用者数 (管内2か所・令和3年度45千人)		54千人	64千人	○ 達成
	管内スキー場利用者数 (2月末時点で比較・令和3年度136千人)		144千人	134千人	● 一部達成 ○ 未達成
事業実績・成果	木曽地域の町村、商工会、観光協会等と連携しながら事業を実施した。夏季観光動向調査については、管内では南木曽町(妻籠宿)及び王滝村(御岳高原)が調査対象地になっていたため、春から夏にかけて当該町村に係る展示を行い集客につなげることができた。また、冬季については管内スキー場のオープンにあわせたスキー場のPR展示も実施した。利用者数としては、来客者規模の大きい1スキー場に经营主体の変更があり、不慣れな中のオープンであったため客数を減らしたが、それ以外の3スキー場は対前年比で客数を増やすことに繋がった。通年展示したことで、作業中に「次は何の展示か楽しみにしている」「展示を見て木曽に行ってみようと思った」等の声もいただくことができた。				
今後の方向性	引き続き中京圏における木曽の観光資源PRを行っていく				