

平成26年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	北アルプス山麓フェスティバル 2014
事業主体 (連絡先)	北アルプス山麓フェスティバル実行委員会 (事務局：大町市観光課)
事業区分	(6) ア 特色ある観光地づくり
事業タイプ	ソフト事業
総事業費	6,302,448 円

事業内容

「信州山の日」制定を契機に、長野県や北アルプス山麓自治体（大町市、白馬村、小谷村）が一体となり、グリーンシーズンにおける集客増および固定客誘致を目指した。山麓フェスオフィシャルイベントの実施をはじめ、オフィシャルブックの製作、関連のチラシやネット記事配信等をメディアとタイアップし、登山・トレッキングユーザーへの告知強化に繋げた。



【関連イベント風景と掲載紙・ホームページ】



事業効果

- ①「夏山 JOY」(『ワンダーフォーゲル』7月号増刊)『北アルプス山麓親子トレッキング Book』綴じ込み付録 11 万部発行。
実売数:約 9 万部 配布先:全国登山ショップ(好日山荘、石井スポーツグループ、WILD-1 ほか)イベントカレンダー・チラシ 10 万部、ポスター制作 300 部
- ②「ヤマケイオンライン」にレクタングバナーを3ヶ月間掲載(大町市、白馬村、小谷村の観光サイト各 1 ヶ月)、キャンペーン特設サイト掲載
期間:6/1~8/30、アクセス数 2,666,944PV(2014 年 8 月データ)
- ③トレッキングイベント・アウトイベント等の実施
「夏遊びキャンペーン」に表記されているイベントの実施により、「北アルプス山麓エリア」で行われている感じを出すことができた。

※地域活性化のための目標・ねらいに対してどのような効果があったか、項目毎に記載すること。

- ①紙媒体によるタイアップ
- ②ネットからの情報発信
- ③エリアを一括で発信できた

※自己評価 【 B 】

【理由】
事業実施は予定通り行うことができたが、中央西線不通の影響をはじめ夏期の天候不順等、登山・トレッキング客の入込は前年に比べて大きく落ち込んだ結果となった。

今後の取り組み

- ※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。
- 次年度も継続し、下記の課題をクリアしていく。
- ・ターゲットを親子に絞りがすぎた。次年度はもう少し広い範囲でのターゲット設定にしたい。
 - ・タイミングは早くできたが、更に早いタイミングで告知できる様強化していきたい。
 - ・扇沢駅から小谷までの二次交通「アルパライナー」の告知についても併せて実施したい。

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。
「A」: 予定を上回る効果が得られた 「B」: 予定していた効果が得られた
「C」: 一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある