

平成29年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	信濃大町『恋華めぐり』
事業主体(連絡先)	信濃大町『恋華めぐり』実行委員会
事業区分	⑥ーア 特色ある観光地づくり
事業タイプ	ソフト事業
総事業費	4,824,860円(うち支援金:1,222,000円)
事業内容	

恋人の聖地として選定された大町市内をフィールドとして、大町市内のさまざまな観光資源(自然・環境・文化・観光・宿泊施設など)を『花』と『恋』をテーマに、信濃大町『恋華めぐり』事業として展開。

■信濃大町「恋華めぐり」2017開催

○開催期間 平成29年10月21日～11月26日

○実施内容

①假屋崎省吾 恋華めぐり展覧会

假屋崎省吾氏が創作した作品を4会場で展示

②假屋崎省吾トーク&デモンストレーション

トークを交えながら生け花のライブパフォーマンス。

③「ハートロード」おもてなしプロジェクト

『恋華めぐり』をテーマに市内の素材を活用した事業を展開。

④信濃大町『恋華めぐり』スイーツスタンプラリー

16店舗の飲食店・観光施設などを巡るスタンプラリーを実施

⑤信濃大町『恋華めぐり』インスタグラムキャンペーン

『花』・『恋』をテーマにした大町の風景をインスタグラムへ投稿したものの中から抽選でプレゼント贈呈。

⑥宿泊プラン造成



【信濃大町『恋華めぐり』】

【目標・ねらい】

- ①『花』と『恋』をテーマとした大町市の観光PR
- ②宿泊誘客、関連イベント等開催による多業種参画による地域活性化
- ③市民活動の活性化、おもてなしのまちづくり
- ④『恋華めぐり』の定着化PR
- ⑤県内外の他地域との連携構築

事業効果

・メイン装花を制作し、現存する観光施設に付加価値を加え、来訪者を増やす効果が得られた。

・「假屋崎省吾」「花」「恋」を活用することにより、観光客、近隣市町村への来訪者に向けた旅行情報発信に大きな訴求力を持たせ、他地域との差別化に効果を発揮した。

・メディア等取材実績→TSBニュース、信濃毎日新聞、大糸タイムス、タウン情報、北陸・信越観光ナビ、大町市ケーブルテレビ、広報おおまち

・文化祭のメイン会場である文化会館で開催し、地元花関係団体に装花制作に携わってもらったり、文化祭を視察し出品団体と懇談したりすることで交流を深められた。既存事業との連携により来訪者を増加させるなど相乗的な効果が得られた。

・観光関連企業・団体、農業関連団体、市民活動団体など、組織の枠を越えた横断的な連携の礎として実施され自立的な地域活性化のための運営組織を生み出すことができた。

・温泉郷宿泊をセットにした商品造成を行い、着地型旅行商品の充実を図れるような取組みが出来た。

今後の取り組み

・『花』と『恋』をテーマとした市民活動の活性化、おもてなしのまちづくりや『恋華めぐり』の定着化PRを推進する一定の成果が得られた。今後は恋人の聖地プロジェクトに参画するメンバーとして「恋人の聖地」の名称とコンセプトを共有し、既存の観光スポットのリノベーションを図りつつ、観光スポットとして訴求力を高め、新たな来訪客層の開拓を可能とする取り組みを継続して企画していく。

※自己評価【A】

【理由】

- ・昨年事業より約1か月間となる期間へ延長したイベントを開催することができ、展覧会だけのイベントではなく、付随した企画による効果でイベントを盛り上げることができた。
- ・「恋人の聖地観光協会」によるモデル的な連携事業となり全国の恋人の聖地の中でも先進的な取り組みとして、雑誌掲載等で当事業が紹介されたことで、各種メディア等への注目率が高まり、今後の大きな集客効果が期待されることとなった。