

令和 2 年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

| | |
|---------------|---|
| 事業名 | 新価値創造モデルを活用したコンテンツ開発および地域 PR 推進事業 |
| 事業主体 (連絡先) | 一般社団法人松本市アルプス山岳郷 0263-94-2221 / office@alps-kanko.jp |
| 事業区分 | (6)産業振興、雇用拡大 (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 | 5,802,000 円 (うち支援金: 4,641,000 円) |

事業内容

<体験向上価値および満足度向上のためのツールの整備>

●オリエンカード (非接触のオンライン上で閲覧できるよう PDF データにて 6 種類
のカードを作成)

●動画制作 (オリエンおよび PR 用として 2 分 30 秒の動画 1 本作成)

<プロモーション>

プログラム認知向上および行動喚起のため WEB サイトへ誘導するネット広告を配信。

●Google 広告の配信 (事業期間中 1700 万表示 / 57200 クリック)

<参加者アンケート分析>

プログラムの PDCA サイクルを回すため、実際に体験したお客様に満足度調査を実施。

プログラムの改善点等を随時モニターし、改善していく。

●調査実施・分析 (個別プログラム参加者 20ss の回答を回収・分析)



【作成した動画】

【目標・ねらい】

- ① 観光客のプログラム参加目標 10 名
- ② WEB ページセッション数目標および露出
メディア目標月平均 10,000PV / 15 メ
ディア以上露出

事業効果

※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。

●観光客のプログラム参加目標

(成果) 個別プログラム参加人数 20 名

●WEB ページセッション数目標および露出メディア目標

(成果) 月平均 6,500PV / 0 メディア露出

<考察>

新型コロナウイルスの影響もあり、パッケージ全体での参加者は期待以上に伸びなかったが、密に依らない自然コンテンツの参加意向から、個別コンテンツの参加者は目標値に届くことができた。サイトアクセスおよびメディア露出については、新型コロナウイルスの感染拡大状況から積極的なプロモーションを控えていた部分もあり、目標に至らなかった。

※自己評価【 B 】

【理由】

新型コロナウイルス感染拡大や 7 月豪雨被害等の事由により、モデルコース (パッケージ) 全体での参加はなかったものの、個別コンテンツのみの参加は多く、目標に達した。一方、サイト PV やメディア露出は目標値に届かなかった。

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。

令和 2 年度は、本エリアだけでなく世界全体での新型コロナウイルス感染拡大における消費・観光動向が鈍化したことにより、本事業でもプログラム全体の参加者数は伸びなかった一方、個別コンテンツの参加者アンケートでは、本プログラムを認知することで再訪や他のコンテンツへの参加に対する動機付けとなりうる可能性が裏付けられた。今後、より自然回帰・小グループ参加の傾向が高まることが予想されるため、五感を整える本プログラムをエリアプロモーションのひとつとして位置づけ、継続的に PR していくことで、ウィズコロナ時代に対応した地域の武器のひとつとなると考えられる。

※ 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