

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

令和6年(2024年)5月20日

提出区分	実績	整理番号	5	課題区分	C
横断的な課題	ポストコロナ時代に選ばれる魅力的な地域づくりの推進				
地域重点政策	人口減少下にあっても「デジタル技術や地域の強みを生かし今後も躍進する長野地域」をつくる				長野地域振興局
実施機関	長野地域振興局		担当課	所属	商工観光課
事業名	体験型観光推進事業			電話	026-234-9527
				E-mail	nagachi-shokan@pref.nagano.lg.jp
事業内容	目的 (目指す姿)	長野地域の特長を生かした「体験型観光」を推進し、観光客の長時間滞在・宿泊化や周遊化を目指す。			
	現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症(以下「コロナ」という。)による行動制限がなくなり、観光需要の復調が期待される。 コロナの影響による新しい旅行様式(分散・解放・個人/少数者志向)が生まれるとともに、SNSの普及等による情報伝達の変化や嗜好の細分化が生じている。 令和4年度は、ワイン/サイクルツーリズムの受入態勢づくりと集客の仕組みづくりに着手したが、緒に就いたばかりであり、続く仕組みの構築が必要である。 管内には、善光寺等、多くの観光客が訪れる観光資源があるものの、宿泊に繋がりにくい。 <p>【参考:長野地域に來訪する観光客の宿泊率28.0%(出典:令和3年長野県観光地利用者統計調査結果)】</p>			
	内容 (変更後の内容)	<p>1 体験型観光PR(情報発信)事業 観光客の長時間滞在・宿泊化と周辺観光の促進を図るとともに、ファン化/リピーター化による交流人口の増加に繋げるため、長野地域で体験できるコンテンツ(アクティビティ)の掘り起こしと情報発信を行う。 *委託業者は、プロポーザル方式で決定する。</p> <p>【概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施内容:ファミリーや友人同士が、長野地域の観光コンテンツ(アクティビティ+食等)を実際に体験し、その魅力や感想等を「観光客目線」で動画と体験記にする。 動画と体験記は、別途制作するWEBサイトに掲載するとともに、WEB広告によりPRを行う。 動画/体験記制作本数:5セット 広告出稿日数:62日間 <p>2 "農観連携"ワインツーリズム推進事業 令和4年度から長野市信州新町、須坂市、高山村で、「ワイン用ぶどうの収穫手伝い」を核に「宿泊/周辺観光」を付加した観光コンテンツの造成に取り組んでいる。 今年度は、他地域に展開するとともに、集客の仕組みづくりとして、ターゲット層への効果的なアプローチを図る。</p> <p>【概要】</p> <p>主なターゲット層:ワイン単体ではなく、その背後にあるストーリー(ぶどうの生育状況や作り手の思い、生産工程への参加等)に価値を見出す首都圏等の成熟世代</p> <p>実施内容:①WEBサイトへの情報集積 ②WEB広告の出稿 ③ポストカードの制作</p> <p>実施概要:①各地域で造成した観光コンテンツやワイナリー・ぶどう農家が個別に行う収穫お手伝いの募集、ワイン関連イベント等の情報を収集し、一括して掲載する。</p> <p>②長野地域ワインや観光コンテンツの認知度向上及び集客のため、①のサイトへ誘導するWEB広告を出稿し、ターゲット層への効果的なアプローチを図る。</p> <p>③ターゲット層以外にも幅広くPRするため、①のサイトへ誘導するポストカードを作成する。</p> <p>掲載・配布場所:①ワインな猫の手旅(https://winetabi.naganoblog.jp/) ②WEBメディア(出稿媒体 Facebook、Instagram、Tiktok等) ③観光協会、銀座NAGANO、管内ワイナリー等</p> <p>3 長野・北信サイクルツーリズム推進事業 アウトドアや健康志向などにより市場の拡大が見込める「サイクルツーリズム」について地域関係団体との情報共有、研修を行うとともに、集客や自転車を活用した観光周遊を図るために情報発信を行う。</p> <p>【概要】</p> <p>ア 長野地域自転車情報発信事業</p> <p>実施内容:①サイクリング動画、試走レポートの制作発信 ②WEB広告の出稿 ③サイクルモード大阪へ出展</p> <p>実施概要:①20%ルールを活用し職員自らフィールドへ出て、魅力的なサイクリングコースの紹介動画・レポートを制作し、自転車まとめサイト「NAGANO CYCLING」等に掲載し情報発信を行う。</p> <p>②首都圏および関西圏のサイクルツーリズムに関心のある層へ向け、「自転車まとめサイト」へ誘導することを目的とした広告をWEBメディアに出稿する。</p> <p>③北陸新幹線敦賀延伸を見越し、関西圏在住のサイクリストを誘客するため関西最大級の自転車イベントへ北信地域振興局と共同で出展を行うことで、当地域の情報発信を行う。</p> <p>日時:3月2日(土)、3日(日)9:30~17:00 場所:大阪 万博記念公園 東の広場+EXPO'70パビリオン + お祭り広場 出展社数:115団体/来場者数:13,949名(2023実績) 出展概要:北信地域振興局、北アルプス地域振興局、上越地域振興局、糸魚川地域振興局と連携したスタンプラリー</p> <ul style="list-style-type: none"> 自転車を漕ぐと豆が挽ける『チャリコーヒー』の体験 来場者向けアンケート、観光パンフレットの配布など <p>掲載場所:①「自転車まとめサイト」及び局魅力発信ブログ、無料動画サイト(Youtube等) ②WEBメディア(出稿媒体 Youtube、Facebook、Instagram等)</p>			

事業内容

概要

要 等	<p>4 長野地域観光戦略会議の開催 【概要】 目的: 長野管内の市町村や観光協会等と上記1～3の取組を共有し、一層の連携を図るとともに、観光商品づくりと効果的な情報発信について理解を深め、次年度以降の事業の足掛かりとする。 日時: 令和5年11月29日(水) 午後2時から午後4時まで 場所: 長野合同庁舎501～503会議室 参加者: 管内の市町村、観光協会、鉄道事業者等 約30名 内容: ①講演「(仮)デジタル社会における観光商品づくりと情報発信」 (株)リクルート じゃらんリサーチセンター 松本 百加里 氏 ②意見交換 助言者: 松本氏+同センター 菅野 美奈 氏</p> <p>5 Instagramを活用した情報発信勉強会の開催 SNSの普及等により情報伝達の変化や嗜好の細分化が生じている今日において、時代に即した情報発信が今後益々必要となるため、近年利用者が増加しているInstagramの特徴や有効な活用方法を学ぶための勉強会を開催し、効果的な情報発信を行うための一助とする。 日時: 令和6年2月29日(木) 午前10時から正午まで 場所: 長野合同庁舎501～503会議室 参加者: 管内の市町村、観光協会、鉄道事業者 等 内容: ①講演 (Instagram運用のコツ) ②投稿事例に基づく具体的アドバイス 講師: インスタグラマー 玉井 里香 氏</p> <p>6 広域観光情報マップ「ながの・にいがたうみやまイラストマップ」の増刷と配布の実施 評判の良い「ながの・にいがたうみやまイラストマップ」を増刷(一部情報更新)し、配布する。 ※当事業は、北アルプス地域振興局との連携事業だが、別々に契約する。 【概要】実施目的: 北陸新幹線敦賀延伸による関西・北陸方面から来訪を喚起する戦略的ツールとして、主に当該地域の観光案内所、観光協会、道の駅等で配布し、長野地域の認知度を上げるとともに来訪に繋げる一助とする。 増刷部数: 2万部 配布箇所: 主に関西・北陸方面の観光案内所、道の駅、イベント等</p>
	<p>事業期間 令和5年4月 ～ 令和6年3月</p>

				(単位:円)	
事業	事業を構成する細事業名等	実施内容	実績額	備考	
	費	体験型観光PR(情報発信)事業	動画/体験記制作、アクセス解析、広告出稿 等	2,783,000	動画・体験記制作(5セット) 1,099,500円 WEBサイト(デザイン、アクセス解析等) 75,000円 WEB広告(出稿料、デザイン料等) 450,000円 その他(機材貸出料、スタッフ同行費、企画費等) 905,500円 消費税 253,000円
WEB広告出稿		ワイン、サイクルに関するWEB広告の出稿、管理 等	797,377	WEB広告(ワインツーリズム、自転車等) 536,389円 紙媒体印刷(ポストカード印刷、デザイン料等) 62,000円 PR動画再編集 50,000円 その他(運営管理費等) 76,500円 消費税 72,488円	
長野地域自転車情報発信事業		体験動画・レポート作成に係る体験費用 サイクルモード大阪出展に係る職員旅費、備品購入費等	294,186	レンタサイクル使用料 7,600円 職員旅費(3泊4日2名分)103,906円 機材レンタル料 53,460円 アンケート返礼品 97,200円 消耗備品購入費 8,020円 「NAGANOCYCLING」使用料 24,000円	
長野地域観光戦略会議		講演、意見交換	90,000	謝金(2名分の交通費含む)90,000円	
情報発信勉強会		Instagramを有効に活用するための勉強会	50,000	謝金	
広域観光情報マップ「ながの・にいがたうみやまイラストマップ」の増刷と配布の実施		増刷と関西・北陸方面への配布	709,500	修正費、印刷費(20,000部)	
合 計			4,724,063		
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況
	【PR】「動画」、「WEBサイト」の年度末までの閲覧者数		延べ10,000人	延べ22,767人 (3/25時点)	○ 達成
	【ワイン】「動画」、「WEBサイト」の年度末までの閲覧者数		延べ30,000人	延べ60,739人 (3/25時点)	● 一部達成
	【自転車】サイクルツーリズム推進事業を通じた連携(共同事業、情報共有・提供、助言等)団体数		38団体 <small>※長野・北信サイクルツーリズム推進会議の構成機関数</small>	39団体	○ 未達成
	【自転車】「動画」、「WEBサイト」の年度末までのPV数 <small>※昨年実績 12,000PV</small>		延べ20,000PV	26,578回 (3/26時点)	
	【自転車】サイクルモード大阪 ブース来場者数		300名	302名	
	広域観光情報発信マップ「ながの・にいがたうみやまイラストマップ」新規配布箇所数		関西・北陸方面 新規配布箇所 ・観光案内所5か所 ・観光協会5か所 ・道の駅10か所 計20か所	関西・北陸方面 新規配布箇所 令和6年3月末時点で、観光案内所、観光協会等 計4か所	

事業実績・成果	<p>【実績】</p> <p>1 体験型観光PR(情報発信)事業 長野地域で体験できる5つの観光コンテンツを動画と体験記にして、開設したアクティビティ紹介サイト「体験！ながの」に掲載するとともにWEB広告によりPRを行った。 ・制作動画/体験記:①祖父母への贈り物 陶芸に挑戦！ ②都会のマンション暮らしファミリーが2泊3日の田舎暮らしを体験してみた！ ③ゆかた de モン活 in 小布施 ④チビっ子忍者村で憧れの忍者体験！ ⑤信州絶景サイクリング 景色もイーネ！Eバイク ・広告出稿日数:62日間 ・広告表示回数:299,388回 ・クリック数:8,394回 ・広告出稿媒体:Google、Facebook/Instagram</p> <p>2 "農観連携"ワインツーリズム推進事業 5地域(長野市浅川、長野市信州新町、須坂市、千曲市、高山村)で「ワイン用ぶどうの収穫手伝い」を核とした観光コンテンツを造成し、WEB広告や制作したポストカード等により集客したところ、合計18組27名の参加があった。 ・広告出稿日数:41日間 ・広告表示回数:932,928回 ・クリック数:21,875回 ・広告出稿媒体:Google、Facebook/Instagram、TikTok ・ポストカード制作枚数:5,000枚(県内外22箇所の観光協会、ワイナリー、宿泊施設、イベント会場等で配布)</p> <p>3 長野・北信サイクルツーリズム推進事業 ①サイクリング動画、試走レポートの制作発信 ・20%ルールを活用して、サイクリング動画を2本作製し、動画配信サイトを活用し発信を行った。再生回数は427回(3/26時点)。 ②WEB広告の出稿 ・首都圏および関西圏のサイクルツーリズムに関心のある層へ向け、自転車まとめサイトへ集客を行うため9月1日から11月30日までの91日間WEB広告を出稿したところ、3,964件のサイト訪問へつながった。 ・出稿媒体:Youtube、Facebook/Instagram ・広告表示回数:248,021回 クリック数:3,964件 ③サイクルモードライド大阪へ出展 ・北信地域振興局と合同でサイクルモードライド大阪へ出展し、当地域のサイクリング情報発信を行った。 ・ブース来場者:302名(アンケート回答者)</p> <p>4 長野地域観光戦略会議の開催 「地域資源の活用等による体験型観光と広域連携の推進」及び「デジタル社会における効果的な情報発信」をテーマに開催し、参加した18団体23名と意見交換等を行った。</p> <p>5 Instagramを活用した情報発信勉強会の開催 Instagramの特徴や効果的な活用方法を学ぶための勉強会を開催し、SNSを活用した情報発信に取り組む管内の観光協会や民間事業者等、19団体31名が参加した。</p> <p>6 広域観光情報マップ「ながの・にいがたうみやまイラストマップ」の増刷と配布の実施 ・2万部を増刷 ・関西・北陸地区 道の駅、観光案内所、観光協会等31か所にサンプルを送付。令和6年3月末時点で希望のあった4か所に配布した。 ・その他常設箇所12か所に配布した。</p> <p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類へ移行したことに伴い、国内の旅行需要は回復基調にある中で、新しい旅行様式、SNSの普及等による情報伝達の変化を捉え、長野地域の魅力をPRできた。 ・特に趣味性の高いサイクリングやワインといった特定の層に対しては、効果的にPRできた。 ・ワインやサイクルツーリズムの受入態勢づくりと集客の仕組みづくりが進んだ。 ・「CYCLE MODE RIDE OSAKA 2024」では、北陸新幹線の敦賀延伸機会を捉え、新たな誘客が期待できる関西地区のサイクリストにPRできた。 ・「ながの・にいがたうみやまイラストマップ」を、関西・北陸地区の観光案内所に新たに4か所設置でき、来訪への契機の一助となりえた。
	今後の方向性