

**善光寺 善光寺・中心市街地まち歩き観光推進プロジェクト**

**1) 目標**

・まち歩きを楽しめるコンテンツを開発し、善光寺周辺の滞在時間を延長すること  
 > 目標値：滞在時間1時間36分（H27年度）→2時間10分（R3年度）

**2) これまでの主な取組**

- ・ 善光寺界隈での滞在時間の延長に向け、作業部会メンバーを中心に店舗（飲食店・土産物店等）をプロモーションする集団として「リアル七福神」を結成し、店舗の記事作成や店舗めぐりツアーなどを行ってきた。
- ・ この活動を広く伝える「発信力」を高めるために、「情報発信プラットフォーム」となる公式サイト構築、PR用動画やWeb記事の作成、アクセス数増加の仕掛け等に取り組んだ。



| 年度     | 主な取組み  |
|--------|--|
| 平成29年度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■「リアル七福神」の企画・活動準備</li> <li>・7つの活動テーマの策定（蕎麦、居酒屋、発酵食など）</li> <li>・各テーマに精通したメンバー選出</li> <li>・SNS情報発信の試験的開始</li> </ul>  |
| 平成30年度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■「リアル七福神」のプロモーション活動</li> <li>・食めぐりツアー（居酒屋、そばなどテーマごとに6本実施）</li> <li>・地域イベント（善光寺イルミネーション、豆まき等）への出演</li> <li>・広報パンフレット製作、メディア出演</li> </ul>                                   |
| 令和元年度  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■「リアル七福神」のプロモーション活動</li> <li>・飲食店の記事作成、食めぐりツアー地域イベントへの出演 など</li> <li>■「情報発信プラットフォーム」の構築</li> <li>・情報発信ディレクターの招聘による情報発信全体の企画・管理</li> <li>・公式サイト、PR用動画、SNSを用いた拡散</li> </ul> |
| 令和2年度  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症の影響で食めぐりツアーの取組を中止</li> <li>・「音ト食ノ癒し時間」にブース出店</li> </ul>  |
| 令和3年度  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「長野えびす講」へのリアル七福神の参加</li> </ul>   |

**3) 主な成果と課題、今後の方向性**

**■ 主な成果**

- ・ 平成30年度に実施した「まちあるきツアー」は参加者から好評を博し、「地元の良い店に詳しいコンシェルジュ」としての価値を提供できる手ごたえや勘所をつかむことができた。
- ・ 令和元年度に実施したプロモーション活動では、店舗紹介を行うページやプロモーション動画などの「情報発信プラットフォーム」が整備された。また、これらを活用してSNSで実施したキャンペーンでは、動画再生数が増え、大きな実績をあげることができた。

平成30年度に実施したまちあるきツアー

|              | 実施日   | 参加者数 |
|--------------|-------|------|
| ほろ酔いはしご酒ツアー  | 12/1  | 13名  |
| ラーメンツアー      | 12/15 | 11名  |
| 発酵食めぐりツアー    | 12/22 | 2名   |
| そばと地酒満喫ツアー   | 1/26  | 15名  |
| 手作りパン体験ツアー   | 2/11  | 10名  |
| 門前プリン食べ歩きツアー | 2/16  | 9名   |
| 合計           | -     | 60名  |

令和元年度プロモーション活動など情報発信

|                     | 目標値        | 達成状況  |
|---------------------|------------|---|
| ページアクセス数            | 月5,000 PV  | インフルエンサーを通じて獲得したプロモーション動画へのアクセス数：→25,936（再生）  |
| 動画再生数               | 10,000 再生  | 8本の動画の総再生数：43,000再生（R2年3/27時点）  |
| SNSよりページへ誘導したクリック総数 | 1,000 クリック | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Twitterによる働きかけ</li> <li>・総リツイート数：3,067、総いいね数：1,161</li> <li>■ Facebookによる働きかけ</li> <li>・総シェア数：424、総いいね数：259</li> </ul> |

**■ 主な課題**

- ・ 「信州リアル七福神」の活動はメンバーへの負担が大きく、継続的な実施には課題が残った。Webサイトや動画の維持・更新体制が定まっていないことも課題である。
- ・ 令和2年度からはコロナ禍のため、当初想定していた「店舗への来訪者数の増加」「消費額の拡大」といった最終目的に係る活動ができず、成果測定ができていない。

**■ 今後の方向性**

- ・ 善光寺や宿坊など長野らしい観光資源が豊富にある善光寺界隈は、引き続き、観光客に周知し、周遊を促していく取組みが必要である。様々な観光関連事業者と連携し、継続可能な形で、周遊を促す仕組みを構築する。

## 1) 目標

- ・宿泊客を増やし、ゆったりとした滞在型観光地としての認知を向上させること  
> 目標値：滞在時間2時間40分（R27年度）→3時間40分（R3年度）

## 2) これまでの主な取組

- ・ 戸隠は、滞在型観光地に向け、複数の観光コンテンツの開発や商品開発を行った。  
 <開発した観光コンテンツ>
  - 神社お掃除ツアー
  - 早朝バードウォッチングツアー
  - 立冬ツアー、立春ツアー
  - 「戸隠流 行動食」 など
- ・ 開発した観光コンテンツのうち、早朝の「神社お掃除ツアー」は軌道に乗り、戸隠観光協会による継続的事業とする目処がついた。



## 『早朝お掃除体験&amp;正式参拝』

各回 6:30~8:00頃  
 戸隠神社中社（6:20社務所前集合）  
 参加費：おひとり 1,000円  
 特典：戸隠神社の御神木で作られた大変希少な「特別木守り」を授与

| 年度     | 主な取組み   |
|--------|---|
| 平成29年度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域の強み分析、資源発掘、コンテンツ企画検討</li> <li>・ 登山、神社お掃除、かんじき等のツアーの試験的開催</li> </ul>  |
| 平成30年度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 神社お掃除ツアーの実施</li> <li>・ 登山ツアー実施</li> <li>・ 行動食の企画検討</li> </ul>  |
| 令和元年度  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 神社お掃除ツアー実施</li> <li>・ 登山ツアー改良版実施（早朝バードウォッチングツアー、立冬ツアー・立春ツアー）</li> <li>・ 行動食の開発・販売</li> <li>・ 竹細工かんじきツアー</li> </ul> |
| 令和2年度  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 神社お掃除ツアーの実施（コンテンツ開発については、コロナ禍のため検討段階で中断）</li> </ul>  |
| 令和3年度  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 神社お掃除ツアーの実施</li> </ul>   |

## 3) 主な成果と課題、今後の方向性

## ■ 主な成果

- ・ 作業部会を通じて地域の観光コンテンツを次々と生み出していくという良い流れが生まれた。参加者アンケート等を踏まえ、コンテンツの改善も行われた。
- ・ な中でも、「早朝お掃除体験&正式参拝ツアー」は、継続的に実施し、安定的に参加者の確保ができ、成果をあげることができた。運営も戸隠観光協会に引き継がれ、継続的なコンテンツとなった。
- ・ 戸隠土産としての行動食「戸隠流 行動食グラノーラ」はテストマーケティングを重ねて商品を改善し、販売する目処がついた。

## 早朝お掃除体験&amp;正式参拝ツアーの参加者数（目標：平均参加者数10名）

|             | H30   | R1    | R2   | R3    |
|-------------|-------|-------|------|-------|
| 参加者数        | 102人  | 113人  | 23人  | 66人   |
| 1回当たり平均参加者数 | 14.6人 | 16.1人 | 7.7人 | 13.2人 |

※R2年度、R3年度は新型コロナウイルスの影響で中止した回がある。  
 R3年10月開催分は、申込者数をもとに算出した。

## ■ 主な課題

- ・ いくつかの着地型ツアーの開発に取り組んだが、宣伝・プロモーションが十分にできず、誘客に苦慮したツアーもあった。
- ・ 開発した観光コンテンツを継続販売するためには、関係する事業者、観光協会、コンベンションビューロー等の中で役割分担や業務内容の引継ぎ、予約・販売の仕組みづくりなど必要である。円滑な事業移管を想定した取組が求められる。

## ■ 今後の方向性

- ・ 今後も戸隠らしい資源を活かした観光コンテンツ開発を続けることで、長期間滞在・宿泊する理由をつくり、戸隠を持続的で長期滞在に適した観光地にできる見込みがある。引き続き、戸隠らしさを感じるコンテンツの発掘・磨き上げが重要となる。
- ・ 開発した観光コンテンツのプロモーションを行い、戸隠ファンに伝えるとともに、コンテンツを継続販売できる体制づくりが必要である。

## 松代

### 歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる 松代観光地域づくりプロジェクト

#### 1) 目標

- ・松代固有の歴史・文化を体験できるコンテンツを充実させ、地域内での周遊・消費を促すこと
- > 目標値：満足度43.1%（H27年度）→53.0%（R3年度）

#### 2) これまでの主な取組

- ・松代部会では、平成30年度から、指定された店舗で条件を満たす商品を購入することで寛永通宝（古銭）が1枚入手でき、6枚そろえて「真田六文銭」の完成を目指すという周遊促進の取組「ロクモンGo!」を行った。
- ・令和2年度からは、松代ならではの特産品を中心とした商品を販売する「松代朝市」の企画を行い、12/14、1/10の2回にわたり開催。継続を検討中である。

#### 3) 主な成果と課題、今後の方向性

##### ■主な成果

- ・「ロクモンGo!」：市内の約20店舗と連携した取組みとなった。ホームページやのぼり、パンフレットなどの作成を行い、集客を図った。
- ・「松代朝市」：松代荘の宿泊客をメインターゲットとしたことで、大々的な宣伝がない状況でも一定の顧客を獲得できた。また、イベント開催にかかる経費は、松代荘のスペースや備品を利用したり、出店者がそれぞれ必要備品を持ち寄るなどして最小限に抑えることができ、事務局としての継続ハードルは高くない状態にある。前向きに出店を検討する声も農業従事者から出ており、販売可能な農産物が増える春以降のシーズンではさらなる増加も期待できる。

##### ■主な課題

- ・「ロクモンGo!」：この取組に連動して観光コンテンツの開発を目指したが、積極的に観光分野で商品開発を行う事業者が少ないこともあり、十分な開発につながらなかった。こうしたこともあり新たな消費喚起が十分できず、事業の継続化（予算補助がなくとも自走できる仕組みづくり）ができなかった。
- ・「松代朝市」：農産物が多い時期の開催や、更なる広報宣伝を強化することにより、イベントとしての収益増加を図っていくことが必要である。

##### ■今後の方向性

- ・松代荘などに宿泊する観光客にターゲットを絞り、まずはまちを周遊し、買い物や食事をするを通じて、地域における観光消費を増やし、観光分野に積極的な事業者を増やしていく取組が必要である。

## 中山間地域

### 日本の原風景を満喫する、中山間地域の魅力発掘・コンテンツ開発プロジェクト

#### 1) 目標

- ・中山間地域の自然を活用したアクティビティや田舎暮らしを味わってもらうことによる、観光客数の増加
- > 目標値：－（実施地域確定後、成果指標を設定する）

#### 2) これまでの主な取組

- 中山間地域は、作業部会など組織は立ち上げず、市、ビューローが中心となり、サイクルツーリズムの環境整備を行った。
- モデルコースづくりやWebサイト、マップの作成、Eバイクの整備等を行ってきた。また道の駅、宿泊施設等において、サイクリスト向けのサービス（スタンド、ポンプ）の受入環境が整いつつある。

#### 3) 主な成果と課題、今後の方向性

##### ■主な成果

- ・サイクルツーリズムのルート開発や環境整備、Webサイトマップなど情報発信ツールの整備が進んだ。

##### ■主な課題

- ・作成した情報発信ツールをもとに、外部に発信していくことが必要である。
- ・中山間地域は、観光関連事業者が少ない状況にある。地域の気運醸成を行い、観光資源を磨き上げ、地域での消費につながるような取組をしていくことが必要である。

##### ■今後の方向性

- ・環境整備を進めるとともに、地域の気運醸成を行い、観光事業者を徐々に増やし、様々な地域資源の磨き上げ、それらを線で結ぶことで、中山間地域を周遊する仕組みを作り観光消費につなげることが必要である。



NAGANOCYCLING  
のWebサイト