

### 令和2年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

|               |                                |
|---------------|--------------------------------|
| 事業名           | COOLな松本エリアProject              |
| 事業主体<br>(連絡先) | 松本広域連合<br>0263-87-5461         |
| 事業区分          | ⑥ ア 特色ある観光地づくり                 |
| 事業タイプ         | ソフト                            |
| 総事業費          | 5,550,214円 (うち支援金: 4,440,000円) |

#### 事業内容

地域に根差した特産品と観光を有機的に結び付け、松本地域への観光誘客と地場産業の振興を図るための事業を実施しました。

3カ年の最終となる今年度は、新型コロナウイルス感染症の全国的な感染拡大に伴う移動制限等により、観光・誘客事業に大きな制約を受けましたが、SNSを活用した広域観光ウェブサイトの活用や、「食」を切り口としたシリーズパンフレットの活用等様々なアプローチにより見込み・潜在顧客の確保に努めました。

- 1 広域観光ウェブサイトの全面更新とブランド化の創出
  - (1) SNSを活用した広域観光ウェブサイトの全面更新
  - (2) ブランディングによる松本地域のイメージ構築
- 2 観光・特産品PRキャラバンの実施
  - ・県誘客対象地域でのPRキャラバン (GoToトラベル時)
- 3 シリーズパンフレットの作成
  - ・シリーズパンフレット第3号「そば・おやき」編



【観光キャラバン (山雅 vs 山形)】



【食シリーズパン第3号「そば・おやき」編】

#### 事業効果

- 1 SNSを活用した広域観光ウェブサイトによる広範な情報拡散・ウェブ集客により潜在顧客の確保に努めるとともに、同サイトの非接触機能を活用したキャラバン活動により、コロナ禍においても有効なPRを実施しました。
 

また、松本地域のブランディングを推進し、構成市村とも意識を共有することで一体的な地域PRの基礎を構築しました。
- 2 県の誘客促進地域におけるPRキャラバンの実施により、観光誘客に係る新規開拓が図られました。
- 3 シリーズパンフレットを充実させることにより、個人の趣味や嗜好に沿った様々なアプローチによる観光・特産品紹介が可能となりました。

#### 【目標・ねらい】

- ①「観光」×「特産品」による地域振興
- ②地域内周遊と滞在時間延長
- ③松本地域のブランド化推進

※自己評価【B】

#### 【理由】

新型コロナウイルス感染症の全国的な感染拡大により、当初予定していた観光誘客については大きな制約があったものの、コロナ禍においてもウェブサイトや同サイト機能による非接触型のPRキャラバン等により、観光や地場産振興に係る一定の成果を上げることができたものと認識しています。

#### 今後の取り組み

成果品である広域観光ウェブサイトの機能強化を図り、SNSと連携した継続的な情報発信により、アフターコロナ後に予想される地域間競争に速やかに対処します。また、コロナを経験したことによる意識変化（三密回避、地方需要）にも配慮し、新規顧客の獲得に努めます。

※ 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