

地域振興推進費事業計画・自己評価書（実績）

令和7年（2025年）4月25日

南信州地域振興局

提出区分		実績	整理番号	2	課題区分	C																											
横断的な課題		高速交通網開通の効果を地域づくりに最大限に活かす基盤整備																															
地域重点政策		高速交通網開通の効果を地域づくりに最大限に活かす基盤整備																															
実施機関		南信州地域振興局			担当課	所属	商工観光課																										
事業名		南信州の特性を活かしたモニターツアー及び情報発信事業				電話	内線2266																										
						E-mail	minamichi-shokan@pref.nagano.lg.jp																										
事業概要	目的 (目指す姿)	・リニア中央新幹線の開業及び三遠南信自動車道の開通を見据え、南信州地域の特性を活かした資源を活用し、当地域の認知度向上につなげる。																															
	現状と課題	・今後、リニア中央新幹線の長野県駅が南信州地域の飯田市に設置される予定であるが、そのことも含め、当地域について首都圏等都市部ではまだ十分に知られていない状況であり、当地域の認知度向上が課題(参考データより)。 ・当地域において、リニア中央新幹線による来訪者はもとより、観光客、関係人口、企業誘致等を将来的に増やしていくには、地域の魅力や将来の可能性を様々な手段で発信していく必要がある。 ・上記の課題感より、令和5年度に県民参加型予算(提案・選定型)にて「南信州の認知度向上」をテーマに提案を募集し、「南信州の特性を活かしたウェルビーイングに関する調査研究・実証実験及び情報発信業務」(委託)事業を実施。 当事業の中で、3事業者により次の3つの取組が行われたもの。 ①「南信州における健康長寿を支える仕組みづくりとツーリズム強化」として、南信州の地形・景観を活かし、名勝「天龍峡」で健康運動の専門家と地元ガイドの方などによるウエルネスウォーキング等を実施。 ②「南信州のバリアは観光資源 バリアを活かした観光誘客と地域づくり」として、歩行に不安のある人でも介助サポートにより出かけられそう、または出かけたい場所をアンケート調査。その結果を基に、車いす補助具とサポーターの力を借りて、南信州の観光地を回るユニバーサルツーリズムの実証を実施。 ③「ルミナコイド摂取量と健康に関する調査」として、南信州地域では家庭での高野豆腐の消費量が長野県平均を上回ることに注目し、他にも味噌、おからなど「ルミナコイド(※)」を含む食品の南信州での摂取量と健康について調査、勉強会などを実施。 (※食品に含まれ、人の小腸で消化・吸収されにくい食物繊維等の食品成分の総称) (参考データ) ○飯田市の認知度 <table><tr><td></td><td>どのような地域か知っている</td><td>何県にあるか程度は知っている</td><td>聞いたことがある程度</td><td>知らない</td></tr><tr><td>首都圏</td><td>14.8%</td><td>33.5%</td><td>22.5%</td><td>29.3%</td></tr><tr><td>中京圏</td><td>21.0%</td><td>43.0%</td><td>20.8%</td><td>15.3%</td></tr></table> ※全体 n=800 (首都圏 n=400、中京圏 n=400) (出典：リニア時代を見据えた飯田市の効果的な情報発信の在り方に関する調査研究業務、飯田市 (R3実施)) ○リニア中央新幹線長野県駅が飯田市に開設予定であることの認知度 <table><tr><td></td><td>知っていた</td><td>聞いたことがある気がする</td><td>知らなかった</td></tr><tr><td>首都圏</td><td>14.0%</td><td>23.3%</td><td>62.8%</td></tr><tr><td>中京圏</td><td>17.5%</td><td>32.0%</td><td>50.5%</td></tr></table>						どのような地域か知っている	何県にあるか程度は知っている	聞いたことがある程度	知らない	首都圏	14.8%	33.5%	22.5%	29.3%	中京圏	21.0%	43.0%	20.8%	15.3%		知っていた	聞いたことがある気がする	知らなかった	首都圏	14.0%	23.3%	62.8%	中京圏	17.5%	32.0%	50.5%
		どのような地域か知っている	何県にあるか程度は知っている	聞いたことがある程度	知らない																												
	首都圏	14.8%	33.5%	22.5%	29.3%																												
中京圏	21.0%	43.0%	20.8%	15.3%																													
	知っていた	聞いたことがある気がする	知らなかった																														
首都圏	14.0%	23.3%	62.8%																														
中京圏	17.5%	32.0%	50.5%																														
内容 (変更後の内容)	・南信州地域の認知度向上に向けた取組を継続的に実施していくため、今年度は令和5年度事業内で実施された上記の3つの取組を活用する。 ・首都圏等からの参加者によるモニターツアーを実施するとともに、参加者にSNSでの発信力があるインフルエンサーも加え、情報発信を行う。 ・事業実施に際し、昨年度事業にプロジェクトチームメンバーとして参加いただいた有識者から助言をいただくことを想定。 ・モニターツアー実施中の記録動画を作成。動画はYoutubeでも公開する。 【モニターツアー及び情報発信(案)】(参加者募集～実施、インフルエンサー・情報発信、アンケート、動画作成等含め一式を委託) ・上記令和5年度事業の3つの取組を全てコースに組み込んだツアーとし、都心部等との環境の変化を体感してもらうため、数泊程度を想定。 ・参加者は首都圏在住の個人。人数は6～10名程度。 ・参加者内にはSNSでの発信力があるインフルエンサーを加え、ツアー実施中や前後に複数回情報を発信。モニターツアー参加者へアンケートを実施し、当地域やコンテンツ等に係る意見を得て、今後の参考とする。																																
事業期間	令和6年7月 ～ 令和7年3月																																
事業費等	(単位:円)																																
	事業を構成する細事業名等	実施内容	実績額	備考																													
	モニターツアー及び情報発信事業	・首都圏からの参加者を対象にした、南信州地域内でのモニターツアーの実施 ・インフルエンサーによる、ツアー中やツアー後におけるSNSでのPR ・有識者による助言	2,029,565	・委託料 : 1,958千円 ・有識者 報償費 : 42千円 ・有識者 費用弁償旅費 : 30千円																													
	合 計		2,029,565																														
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況																												
	モニターツアーへの参加者数		10名	5名	一部達成																												
	SNS(インフルエンサー)等を活用した情報発信回数(当課による発信も含む)		5回	29回																													

事業実績・成果	・R5年度の3事業に加え、農家民泊、天竜舟下り、星空観賞、ユニバーサルツーリズム体験、飯田焼肉体験、オーチャードピクニックなど、当地域のコンテンツを入れ込んだモニターツアーとし、インフルエンサー1名を含む首都圏在住者をモニターとした委託事業にて実施。 ・モニター人数を「6人～10人」として発注し、催行に係る費用の関係から6名を選定。1名が直前の体調不良でキャンセルとなったため、5名での催行となった。（応募人数は40名弱） ・情報発信は、Instagramフォロワー約38万人のインフルエンサーによるSNS発信も含め、各種プレスリリース、モニター募集期間中のWebニュースでの掲載、モニターのHPや個人SNSでの発信、ツアーの様子の記事掲載などを含め29回実施。目標値を上回った。 ・首都圏在住者がリアルに感じた南信州の良かった点やコンテンツの改善点など、生の声をアンケート等で収集できた。今後の当地域における観光関連施策等、他の事業にも活用できる。 ・また、「その土地ならではの風習・文化、そこで生きる人たちとの交流がよかった」「地元の人たちとの交流が南信州の魅力一つ」「遠いからこそ近場では味わえない魅力がある」「人との交流による心の動き、笑顔の総数が増える」「一般の観光では味わえない特別な体験」といったモニターの声や、新鮮な反応等を現場で見ることで、地域の関係者の自信や気づき(今まで取り組んできたことや身近にあるものがコンテンツとなる、都会の人に楽しんでもらえる)等にも繋がった。
今後の方向性	・リニア中央新幹線の開業及び三遠南信自動車道の開通を見据えると、単発で終わらずに継続的なPR活動が必要。本事業は令和5年度に「県民参加型予算(提案・選定型)」として地域の提案から始まったものであることから、引き続き提案者を含む地域の意向を尊重しながら、南信州地域の知名度向上に向けた取組を実施していく。