

地域振興推進費事業計画・自己評価書 (実績)

提出区分	実績	整理番号	1	課題区分	C	令和6年(2024年)3月29日
横断的な課題	1 上田地域の魅力の向上と発信による人を惹きつける観光地域づくり					
地域重点政策	1 上田地域の魅力の向上と発信による人を惹きつける観光地域づくり					上田地域振興局
実施機関	上田地域振興局			担当課	所属	商工観光課
事業名	上田地域広域観光推進事業			電話	0268-25-7140	
				E-mail	uedachi-shokan@pref.nagano.lg.jp	
事業概要等	目的 (目指す姿)	・地域の歴史や自然環境から生まれた多くの観光資源やスポーツ合宿の適地としての特色を効果的に発信し、コロナ禍で打撃を受けた観光需要の回復を図るとともに、観光客に選ばれる、魅力ある観光地域づくりを目指す。				
	現状と課題	・新型コロナウイルス感染症が「5類感染症」に移行し、各地で賑わいを取り戻し始めている。 観光地延利用者数: 令和4年度581万人(前年比+42.1%増) ※令和3年度409万人 観光消費額: 令和4年度119億円(前年比+67.6%) ※令和3年度 71億円 ・DXの発展等、コロナ禍において大きく変わった観光需要を的確にとらえる必要があり、状況の変化を踏まえつつ、地域が一体となって観光振興に取り組んでいくことが必要となっている。 ・既存の調査では年度ごとの変化は分かるが、数字があいまいなことや地点の数が少ないといったことがある為、より詳細な人流調査が必要である。				
	内容 (変更後の内容)	1 観光動向調査 コロナ禍前後の観光客の人数・属性・行動を調査・分析する。(観光部の調査は2019年の市町村別の旅行者数を対象としているが、タイムリーなデータや観光地単位の数字を把握したいため)それにより得た結果を活用し、効果的な観光PR方法や、広域の観光ルートの検討等を行う。 また、市町村・観光協会とも情報共有を行い、それぞれの観光振興の取組に活用してもらう。 (データ取得: 9月・12月・3月) 2 観光キャンペーンの実施 市町村や観光協会と連携し、集客力のある施設等において上田地域の観光キャンペーンを実施し、地域内の観光地、日本酒・ワインや伝統的工芸品等の特産品を広くPRして認知度を高める。 (県外2回) 1回目: 10月14日(土) 上里SA(下り) 2回目: 12月14日(木)15日(金) 銀座NAGANO 参集者: 管内市町村・観光協会・ワイン等特産品生産者・長野県観光機構(日本酒) 事業内容: 物販を含めた地域の観光PR				
	事業期間	令和5年(2023年) 8月 ~ 令和 6年(2024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	計画(実績)額	備考		
	観光動向調査	ビッグデータによる人流調査	825,000	役務費 825,000円		
	観光キャンペーンの実施	観光&地場産品PRキャンペーン実施費用	506,017	報償費 52,000 旅費(費用弁償含む) 195,893円 需用費(印刷・配布品等) 157,948円 役務費(荷物輸送費等) 13,655円 使用料 86,521円		
	合 計		1,331,017			
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況	
	市町村・観光協会への動向調査における調査・分析結果の情報提供		3回	3回	○ 達成	
	R5観光施策(事業)への反映件数		4件	1件	● 一部達成	
	観光キャンペーンの来場者数(各回100名)		200人	630人	○ 未達成	
事業実績・成果	・「KDDI Location Analyzer」を利用し、「管内市町村観光施設」、「管内道の駅」、「管内主要駅+県内主要駅」におけるコロナ禍前後の人流データを取得した。性別・年代・来訪地といった来訪者の属性や年間における来訪者数、データ取得地間の相互利用率などを把握・分析し、市町村・観光協会、道の駅へ情報提供を行った。県の観光振興の取組に反映するとともに、各市町村へデータ提供後アンケートをとったところ、全ての市町村から、キャンペーン・プロモーションの企画立案やイベントのフィードバックに今後活かしたいとの回答を得た。 ・各キャンペーンでは地域のパンフレット配布に加え、特産品の試食を提供することで、広く地域のPRを行った。上里SAでは地域おこし協力隊による特産品の販売、銀座NAGANOのイベントでは地域のヴィンヤード5者+日本酒4蔵(長野県観光機構協力)による有料試飲など、官民連携でのPRができた。また、銀座NAGANOでは、地域の特産品を景品とした各市町村の観光PRを聞いた来場者が参加する抽選会を行い、87名が参加した。					
	今後の方向性	観光キャンペーンについては、上田地域の認知度向上にはつながっているものの、「来訪につながったか」等の効果測定が難しいため、観光客等に地域を周遊してもらう取組を行うとともに、その効果を測定できるよう工夫していく。				