

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	14	課題区分	C	令和7年4月28日	
横断的な課題		雪国の暮らしを支える生活基盤の維持と確保						
地域重点政策		雪国の暮らしを支えるライフライン、地域医療など生活基盤の維持と確保					北信地域振興局	
実施機関		北信地域振興局			担当課	所属	企画振興課	
事業名		JR飯山線利用活性化事業				電話	0269-23-0201	
						E-mail	hokuchi-kikaku@pref.nagano.lg.jp	
事業概要等	目的 (目指す姿)	JR飯山線の活性化などに取り組むことにより、暮らしを支える生活基盤である公共交通の維持・確保を図る。						
	現状と課題	・飯山線は、長野県と新潟県を結び、沿線住民の生活路線としてだけでなく、北陸、上越両新幹線を結ぶ広域観光路線としても重要な役割を担う路線である。しかし沿線の過疎化等に伴い、平均通過人員は1987年から8割近く減少し、国土交通省の有識者会議がまとめたバス代替運行等も含めた今後のローカル鉄道の在り方提言の対象とされており、持続可能な路線運営に向けた取組が必要。 ・昨年度は飯山線の利用促進のためデジタルガイドパンフレットを制作し、飯山線活性化協議会のHP等で広く発信し一定の効果が得られたが、今年度は一層の利用促進を図るため、沿線地域を訪れると想定されるインバウンド（欧米、シンガポール、台湾）をメインターゲットに設定し集中的にアプローチするため、記事作成とターゲット広告を行う。						
	内容 (変更後の内容)	【JR飯山線の活性化に向けたプロモーション事業】 県公式観光HPへの記事掲載及びSNS広告 【概要】 ●記事作成及び長野県公式観光HP掲載（GoNaganoによる取材及び記事制作） 沿線地域を訪れるインバウンド（欧米、シンガポール、台湾）をメインターゲットとして飯山線を活用した旅のモデルコースを紹介する英語記事を制作する。記事の構成は、アウトドア、地域の歴史文化、自然景観や飯山線の楽しみ方などターゲット層が興味関心を引く内容とする。 ●FaceBook、Instagram等での広告 SNSで上記インバウンドに絞ったターゲット広告を行う。 （委託先：長野県観光機構） 【デジタルパンフレットを活用したプロモーション事業】 デジタルサイネージ広告掲載とリーフレットの配布 【概要】 ●デジタルサイネージ広告掲載 昨年度作成したデジタルパンフレットをさらに閲覧してもらい利用促進につなげるため、インバウンドが多く訪れるウインターシーズンに、北信地方の拠点駅である長野駅のデジタルサイネージにデジタルパンフレットに誘導する広告を制作し、放映する。 ●リーフレットの配布 デジタルパンフレットに誘導するリーフレットの増刷及びグリーンシーズン用の作成。また名刺大サイズのチラシを新たに作成する。						
	事業期間	令和6年6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		計画(実績)額		備考	
	JR飯山線の活性化に向けたプロモーション事業		県公式観光HPへの記事掲載及びSNS広告		496,320		委託費496,320（記事制作費210,100、取材費11,000、SNS広告費22,000、記事掲載費220,000、管理費33,220）	
	デジタルパンフレットを活用したプロモーション事業		長野駅デジタルサイネージ広告掲載及びリーフレットの作成		187,505		委託費99,000（コンテンツ制作費19,000、広告掲載費80,000） リーフレット・チラシ印刷費69,245（@11.66円×2,500枚、@9.9円×4,050枚） 郵送料19,260	
合 計				683,825				
指標及び達成状況	成 果 指 標			目標値		成果		達 成 状 況
	記事閲覧数			3000PV		3877PV		● 達 成
	パンフレット閲覧数			100PV		200PV		○ 一部達成
								○ 未 達 成

事業実績・成果	【JR飯山線の活性化に向けたプロモーション事業】 掲載内容:長野県公式観光HP「GO NAGANO」に飯山線サイクルトレイン、信越トレイル、小菅の里等飯山線沿線の魅力を伝える記事を掲載。併せてfacebookのターゲティング広告を実施し、日本への関心の高いインバウンド向けに直接的なプロモーションを図った。 ●掲載期間: 9/26～10/10、12/12、12/26 ●記事閲覧数:3877PV 【デジタルパンフレットを活用したプロモーション事業】 デジタルパンフレットに誘導する仕組みとして、管内にインバウンドが多く訪れるスノーシーズンに、長野駅のデジタルサイネージやリーフレットの旅館への配架を通じてプロモーションを行った。 ●デジタルサイネージ掲載期間:2/8～3/10 ●リーフレット作成数:A4 2,500枚、名刺サイズ 4,050枚 ●リーフレット配布先(宿泊施設等):107か所 【成果】 誘客ツールを活用するために、関連記事の作成やインバウンドが多く利用する拠点駅及び宿泊施設等での情報発信を行い、主にインバウンドを中心に効果的に発信することができた。
今後の方向性	引き続きパンフレットを活用しつつ、具体的な乗車人員向上に向けた取組を推進。