

## 令和元年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	世界に開かれた信濃大町のおもてなし事業 ～ガイドプラットフォーム構築とインバウンド観光に向けた着地情報の充実～
事業主体 (連絡先)	大町市観光協会 大町市大町 3200
事業区分	⑥ 産業振興、雇用拡大に関する事業 ア 特色ある観光地づくり
事業タイプ	ソフト
総事業費	2,552,920 円 (内支援金: 2,042,000 円)

### 事業内容

- ガイドのプラットフォーム構築
  - ガイド認定の仕組みづくり
  - ガイドの実践の場づくり
  - 新規ガイドの募集と育成学び合いの継続
- インバウンド観光に向けた着地情報の充実
  - YouTube で発信する動画コンテンツの制作。
  - 制作した動画を対象国(台湾・オーストラリア)と日本に来ているインバウンド客を対象情報発する。



【 ガイド研修 】

### 事業効果

※地域活性化のための目標・ねらいに対してどのような効果があったか、項目毎に記載すること。

- ガイドのプラットフォームの構築
  - モデルコースを2本制作した。
    - モニターツアーをブラッシュアップしたコースの制作  
水の生まれるまち大町を体感する水源巡り(三日町配水池～居谷里水源～木崎湖～わっぱらんど～大町ダム～市街地)
    - 北アルプス国際芸術祭と連携したモデルコースの制作  
西回り(カモシカコース) 東回り(ライチョウコース)
  - ガイドマニュアルコースの実践と研修会を開催した。  
目標ガイドマニュアルを活用したガイドの実践と研修 11回  
実績実戦 4回 研修会 11回 開催した。
  - 有償ガイド6人、ボランティアガイド15人登録する。  
※登録希望者と話し合い有償ガイドを対象とした。  
目標 有償ガイド 6人 無償ガイド 15名  
実績 有償ガイド 15人 無償ガイド 0名
  - おもてなしのできる市民団体を3団体  
観光ボランティア、ぐるったネットワーク、YAMANBA ガールズの3団体に協力していただいた。  
目標 おもてなしのできる市民団体 3団体 実績 3団体
  - ガイドに関心のある市民10人  
北アルプス国際芸術祭と共にガイド希望者を市民に集めた。  
目標 ガイドに関心のある市民 10名 実績 38名
- インバウンド観光に向けた着地情報の充実
  - 大町の街中の紹介や日本らしい体験の動画を制作した。  
和紙体験・大町市町歩き・寿司体験の3本
  - 動画を1/16～1/31 15日間 YouTube で発信した。  
目標 再生回数 10,000回 実績 再生回数 46,881回  
※総合計 表示回数 3,286,039回 再生率 0.0014%

### 【目標・ねらい】

2020年までの3年間で次の目的で事業を展開。

- 個別に活動している観光団体と連携し、ガイドのプラットフォームを作り、大町の魅力を伝えるガイドを養成する。
- インバウンド観光に向けた着地情報の充実を図る。

### ※自己評価 【A】

### 【理由】

多くの研修会を開催した。研修会に参加した方々の繋がりが昨年以上に強くなりガイド登録を積極的にしていただき、希望者を顕在化することができた。2020年の北アルプス国際芸術祭では協会が窓口となり各ツアーに派遣できる体制ができつつある。

当初は有償と無償ガイドの養成を予定したが参加者と話し合う中で有償ガイドを対象とした研修会とすることになった。

## 今後の取り組み

※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。

2020年は北アルプス国際芸術祭が開催される。この大きなイベントに本年まで一緒に研鑽してきた大町市観光協会認定ガイドの方々に大町の魅力を伝えるガイドとして活動していただく体制ができた。次年度は、登録したガイドの皆様を対外的に紹介し芸術祭以降もガイドとして観光推進に寄与していただくための仕組みをつくり活躍していただく。

インバウンドについては当支援金事業においてHPと文化財に特化したパンフレットを制作させていただいた。次年度は大町市を総合案内するパンフレットの繁体字版を制作し台湾・香港に向け大町市をPRしていく。

### (1)ガイドのプラットフォーム構築

- ①北アルプス国際芸術祭オフィシャルツアーへのガイド派遣
- ②登録ガイドを紹介するHPを制作
- ③ガイドコースプランの紹介HP制作
- ④フォローアップ研修会の開催
- ⑤着地ツアー商品の商談会用リーフレットの制作
- ⑥登録ガイドによるツアーの開催

芸術祭以降もガイドとして観光推進に寄与していただくために昨年初めて実施した“秋の塩の道を巡るガイドツアー”を今年度より定番として有料実施できる体制をつくる。

### (2)インバウンド向け情報発信

- ①台湾、香港に向けた市総合パンフレットの制作
- ②海外商談会での配布、市内への設置

※ 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