（北アルプス地域）

令和７年度　地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	地域一体となった観光マーケティング活動及び国際山岳リゾートとしての観光誘客インフラの整備
事業主体 （連絡先）	(一社)HAKUBAVALLEY TOURISM TEL 0261-71-1898
事業区分	(6) 産業振興及び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	8,222,330 円（うち支援金：4,320,000 円）

事 業 内 容

アンケート分析、ビッグデータ分析を元にアジア圏からの夏季インバウンド客増加を目指し、ターゲット国での旅行博への出展参加、旅行会社へのアプローチと共に SNS 広告を展開し、エリア（大町市・白馬村・小谷村）内周遊旅行の動機付けを意図し、フォトコンテストの開催、写真展の開催を行った。また、エリア内各事業者に SDGs 普及活動の一環として、大学生を招聘し、域内の事業者訪問、現況調査を実施した。



【タイ旅行博出展風景】

【目標・ねらい】

① アジア圏の夏季インバウンド客増加
② HV 八景の認知度アップ
③ 観光施策のためのデータ分析
④ 域内 SDGs 普及啓発

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。

① アンケート調査では、インバウンド客から 90 サンプル（前年 98）、国内客から 1,326 サンプル（前年 2,655）と回答の取得に苦戦したが、継続的な実施により基礎となるデータの構築が可能となった。
② シンガポール旅行博来場者数前年比 112%、タイ旅行博来場者前年比 102%と着実に認知度が向上した。
③ 八景フォトコンテスト応募者人数 137 人(前年比 83%)、応募作品数 628 点（前年比 54%）と減少したが、質の高い作品が集まり域内周遊のプロモーションに使用できる画像が集まった。
④ SDGs 事業については中期目標の最終年度として成果を集約することができ、地域としての取組を広報する機会が得られた。

※自己評価【B】

【理由】
参加海外旅行博については来場者も増加し、SNS 広告との相乗効果で当エリアの認知度は向上している。

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。（今後の事業展開、取組の継続に向けた財源確保など）。

引き続き、国内外の来訪者の動向、趣向を把握し、ターゲット国の選定に活かし、当該国での旅行博等に出展・参加しながら、白馬バレーエリアの認知度向上と、ターゲット国の旅行会社からツアー造成担当を招いての FAM トリップの開催、SNS 広告等での後押しで夏季インバウンド客の来訪を着実に増加させていく。

※ 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