（別記様式第１２号）（第３の８関係）

（松本地域）

令和５年度　地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	光と氷の城下町ブランド化推進事業
事業主体 （連絡先）	城下町松本フェスタ組織委員会 松本市大手３丁目８番１３号　松本市役所大手事務所５階 観光プロモーション課内
事業区分	⑹ 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・ハード
総事業費	５，４４０，８５７円（うち支援金：４，３１１，０００円）

事 業 内 容

観光の閑散期となる冬季の旅行需要の喚起と夜の消費拡大、インバウンド需要の回復に伴う周遊観光振興への寄与を目的に、既存の冬季イベントを昇華させるため、街中の賑わい創出に繋がるイベントや宣伝を実施した。

〇市街地広場の空間演出(クリスマススポット)：12 月
〇キッチンカーブースへの机整備：12～2 月
〇光と氷をキーにした各種プロモーション：12～2 月
・市街地へのフラッグ掲出
・商店及び商業施設への下げビラ掲出
・宿泊施設及び飲食店への卓上三角ポップ掲出

【賑わいの様子】

【目標・ねらい】

① 冬季の旅行需要の喚起
② 街中の賑わいづくり
③ イベントの魅力向上
④ 夜の消費拡大

事 業 効 果

① 既存イベントと合わせた各種イベントの実施で、街中の賑わいと来場者の満足度の向上に寄与した。
〇観光地延利用者数対前年比(12～2 月)：117%
〇アンケート（回答 568 件）
・旅行形態：宿泊 30.5%、日帰り 69.5%
・満足度：満足 87.3%、普通 10.6%、低い 2.1%

② 夜の消費拡大に繋がった。
〇アンケート（回答 568 件）
・消費活動：あり 89.6%、なし 10.4%

③ プロモーションの成果
〇アンケート（回答 568 件）
・イベント認知：フラッグ・下げビラ 16.9%

※自己評価【A】

【理由】
〇冬の賑わいが生まれた。
・枡形週末来場者数
16,462 人
・城マッピング(既存イベント)
154,437 人(175%)
・アンケート結果からも高い評価

今後の取り組み

既存イベントを中心に冬の賑わい創出、誘客促進を図っている中で、「光」と「氷」をキーにした冬の観光政策が定着してきています。今後も事業を磨き上げることで、ブランド化できるよう、継続して事業を実施していきます。

今回の元気づくり支援金の活用により、初期の活動に必要な備品整備やイベント開催のノウハウを培えたので、引き続き更なる賑わいづくりを行っていきます。

※ 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

（別記様式第１２号）（第３の８関係）