（別記様式第１２号）（第３の８関係）

（松本地域）

令和7年度　地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	地域の魅力発見によるインバウンドに対応した広域観光プロモーション事業
事業主体 （連絡先）	松本広域連合 （0263-87-5460）
事業区分	⑹ア特色ある観光地づくり-⑻その他地域の元気を生み出す地域づくりに資する事業
事業タイプ	ソフト
総事業費	5,816,408 円(うち支援金：　4,653,000 円)

事 業 内 容

観光観光需要が高まっている訪日外国人旅行客の松本広域エリアにおける「旅マエ」及び「旅ナカ」における認知度向上を図るため、下記事業を実施しました。

1　地域大学と協働した観光 PR 業務

⑴　信州大学と協働し、国内学生と留学生による観光ショート動画の作成及び「売れる観光プラン」（目標１プラン）の企画

⑵　松本大学と協働し、国内向け観光 PR 動画の作成

※観光ショート動画及び国内向け観光 PR 動画の目標視聴回数は、2,000 回と設定

2　ウェブ広告配信業務

作成した動画をウェブ広告（Instagram、Google）にて、主に海外に向け配信し、インバウンドサイト「Discover MATSUMOTO AREA」への誘導を図った。

3　観光アドバイザリー業務

インバウンド観光の専門家による大学授業での講演や観光施策における伴走支援。

【信州大学による現地視察】

【松本大学と受注業者による撮影】

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　地域大学と協働した観光 PR 事業について

⑴　信州大学グローバル化推進センターと協働し、国内学生・留学生のグループによる観光ショート動画及び「売れる観光プラン」を作成した。

「売れる観光プラン」は、1 プランの作成目標であったところ、2 プランを作成できた。

観光ショート動画は、留学生が母国語で案内する動画を 18 本制作し、インバウンドサイトへ掲載するとともにウェブ広告にて PR を行い、松本広域エリアの認知度向上を図った。

⑵　松本大学総合経営学部との協働し、学生による「若者」の視点と映像のプロによる「企画」により、6 本の国内向け観光 PR 動画を作成した。

観光 PR 動画は、東京駅前の商業施設で放映することで松本広域エリアの認知度向上を図った。

⑶　作成した観光ショート動画及び国内向け観光 PR 動画の再生回数は、目標の約 4 倍となる 7,847 回に達し、松本広域エリアの認知度向上に資するこ

【目標・ねらい】

①松本広域エリアの認知度向上
②松本広域エリアにおける滞在時間の延伸および観光消費額の増額
③地域大学との協働による地域人材の育成
④松本エリアにおける交流人口の拡大

※自己評価【B】

【理由】
地域大学との協働により、「若者」「外国人」視点によるプロモーションの実施が可能となり、また、学生自身が松本地域を考えるきっかけを生み出すことが出来た。

とができた。
２　作成した動画をウェブ広告で配信することによりインバウンドサイトへの誘導を図った結果、サイトのエンゲージメント率が 29.83%と、令和 6 年度実績と比較して 8 ポイント近くの伸びとなり、海外に対して松本広域エリアの PR ができた。
３　地域大学と協働した事業では、学生自身が松本エリアについて学ぶことや現地視察にて地域を知ることで、自ら地域課題や魅力を探る経験となり、地域人材の育成、将来的な交流人口の増加に寄与していると認識している。

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。

今後も引き続き、地域大学との協働を行い、「若者」「外国人」といった視点で松本エリアの魅力を PR する。

令和 8 年度では、地域大学と連携し「若者」の視点を取り入れながら、「売れる観光プラン」のブラッシュアップを行い販売するとともに、インバウンドサイトを用いて松本エリアの魅力をブログ形式で発信していく。

地域大学と継続的に協働することで、「学生」や「留学生」の、地域課題に対して主体的に考える力を養うこととなり、地域人材の育成や交流人口の拡大、エリア内の回遊性向上、観光消費額の増加につながり、ひいては「持続可能な観光地域づくり」の造成を目指していく。

※ 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