

(様式第2号)

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	8	課題区分	C
横断的な課題	人々を呼び込む魅力的な地域づくりの推進				
地域重点政策	ポストコロナ時代に選ばれる「誰もが自分らしく健康に暮らせる長野地域」をつくる				
実施機関	長野地域振興局		担当課	所属	商工観光課
事業名	体験型観光情報発信事業			電話	026-234-9527
				E-mail	nagachi-shokan@pref.nagano.lg.jp
事業概要	目的 (目指す姿)	国内外観光客に対し、長野地域の特徴ある観光資源情報等を発信し、観光誘客数及び観光消費額の増加を図る。			
	現状と課題	(1)長野地域観光戦略会議を通じて把握した地域の課題 ・長野地域の強みである「食」をテーマにしたPRが不足 ・デジタルプロモーションは、テーマ及びターゲット設定が不十分であるとともに、データ活用がなされていない。 ・外国人旅行者誘客にあたり成功地域を活かした誘客、プロモーションが必要 H30.12-R1.3 白馬村・小谷村134,371人>長野市44,563人、 山ノ内町81,537人>須高1,278人、信濃町10,328人>飯綱町6人 ・観光資源は豊富だが、鉄道、バスで観光施設へ移動できない地域がある(信濃町、高山村) (2)長野地域振興局の情報発信の課題 ・受動的な情報発信中心(HP、ブログ)であり、能動的な情報発信ができていない。 (猫の手ブログ:平均5.7PV/日、体験ながのブログ:平均4.7PV/日 ※2025年1月時点)			
	内容 (変更後の内容)	(1)インスタグラマーを活用した情報発信 ・ターゲット 首都圏在住者(20~40歳)、外国人旅行者 ・方法 インスタグラマー(体験者)が撮影・編集したショート動画(リール)を発信(Instagram) ・内容 観光資源のみならず、「食」「交通(公共交通・サイクリング)」「伝統文化」等の観光と親和性の高い内容をセットにして発信 ・発信本数 20本以上 ・多言語対応 日本語バージョンと多言語(英語・中国語等)バージョンを制作 (音声は日本語、テロップは外国語) (2)独自のSNSによる情報発信 ・SNS Instagram ※商工観光課公式SNS ・内容 長野地域の交流・関係人口、(観光)消費額の増加に資する情報を発信 (3)WEB広告の実施 ・ターゲット 首都圏在住者(20~40歳) ・方法 Meta広告			
	事業期間	令和7年6月 ~ 令和8年2月			
実績額	(単位:円)				
	事業を構成する細事業名等	実施内容	実績額	備考	
	インスタグラマーを活用した情報発信	動画制作及びInstagramへの投稿	3,542,000		
	Meta広告	広告の実施	299,200	Web広告費	
	合 計		3,841,200		

指標及び達成状況	成果指標	目標値	成果	達成状況
	Instagram動画再生回数	100万回以上 (5万回×200本)	約60万回	○ 達成
	SNSフォロワー数	3,000人以上	900人	○ 一部達成
				● 未達成
事業実績・成果	【事業実績】 ○全20本の動画を投稿。(多言語動画を含めると58本) ○商工観光課の公式Instagramアカウントを作成し、インスタグラマーと共同投稿を実施した。 【成果】 ○総再生回数約60万回及びフォロワー数900人と目標値には届かなかったものの、広告出稿により従来の発信のみではリーチが難しかった県外ユーザーへの情報発信を行うことができた。 (参考)商工観光課公式Instagramフォロワーの居住市町村別上位5位 ①長野市(7.2%)②横浜市(5.7%)③川崎市(2.2%)④上田市(2.1%)⑤さいたま市(2.1%) ○多言語動画については、当課公式Instagramのみでの発信となったため、再生回数が伸びなかった。 (公式Instagramのフォロワーは日本人が98%) 多言語動画の発信においては、ターゲット国のインスタグラマーを起用する、広告出稿を行う等のリーチを広げるための施策が必須である。			
	今後の方向性	公式Instagramの活用も含め、ターゲットに合った定期的な情報発信を継続していく。		