

## 地域観光新発見事業 事業計画書

|              |   |  |  |   |  |               |
|--------------|---|--|--|---|--|---------------|
|              | 申請種別  | 類型1「新創型」<br>本事業終了後に販売開始することを見据えた取組です。  | ●                                      | 類型2「販売型」<br>本事業実施期間内に販売することを前提にした取組です。                          |  |               |
|              | 重点支援事業に認定を希望しますか  | はい   |  | いいえ   |  |               |
|              | 事業名   | 地域と未来をつなぐ「NEOネオン」の魅力新発見事業  |  |   |  |               |
|              | 事業概要  | 千曲市戸倉上山田温泉は、他の温泉地に類を見ない多くのスナックやネオン街を有し、これまでツイッターコンテンツの造成、情報発信による新しいスナック文化「NEOネオン」としてブランディングを行い、コロナ禍で疲弊したスナック事業者の回復に繋がっている。本事業では、情報発信の強化により意欲的な学生や起業家、インフルエンサー等の情報感度の高い新たなターゲット層の獲得を行い、新規顧客との新しい「NEOネオン」の発見そのものをコンテンツ化し、提供・販売を行うことで、コンテンツや地域事業者の収益向上を目指す。   |  |   |  |               |
| ① 基本情報・実施体制等 | 事業を実施する都道府県・市区町村<br><small>※複数の地域で実施の場合、実施する地域を全て列挙すること</small>               | 都道府県   | 長野県                                    |   |  |               |
|              |   | 市区町村   | 千曲市                                    |   |  |               |
|              |   | 名称   | 一般社団法人信州千曲観光局                          | 代表者名（役職）  | 若林正樹（代表理事）                             |               |
|              |   | 住所   | 長野県千曲市上山田温泉2丁目12-10                    |   | 郵便番号                                   | 〒389-0821     |
|              |   | 担当部署   | 事務局                                    | 電話番号  | 0262610300                             |               |
|              | 担当者氏名   | 多田空太   | MAIL                                   | tada@chikuma-kanko.com  |  |               |
|              | 実施主体が任意団体の場合の構成<br><small>※協議会等の任意団体が実施主体の場合は、団体構成員を明記すること</small>            | 団体/組織  | 担当部署及び氏名                               | 電話番号（市外局番からハイフン無し）  | 役割                                     |               |
|              | 販売時の観光コンテンツの運営実施事業者<br><small>※類型2「販売型」は記入必須、類型1「新創型」において未定の場合は、未定と記入</small> | 団体/組織  | 担当部署及び氏名                               | 電話番号（市外局番からハイフン無し）  |  |               |
|              | 連携する市区町村<br><small>※適宜行を追加ください<br/>※様式5「市区町村の同意書」を提出すること</small>              | 市区町村名  | 千曲市                                    | 電話番号（市外局番からハイフン無し）  | 0262731111                             |               |
|              | 連携先<br><small>※様式6「連携先の同意書」を提出すること</small>                                    | 連携先<br>団体/組織名  | 担当部署及び氏名                               | 電話番号（市外局番からハイフン無し）  | 役割<br><small>※本事業の役割を明確に記載すること</small> | 当事業での連携の同意の有無 |
|              | これまでに活用した事業<br><small>※右の5つに該当する事項がある場合、選択するとともに、事業名を記載すること</small>           | <input checked="" type="checkbox"/> 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業<br><input type="checkbox"/> インパウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業<br><input type="checkbox"/> 観光再始動事業<br><input checked="" type="checkbox"/> その他過去の観光庁事業（令和2年度以降）  | 採択事業名<br>「千曲市NEOネオン計画」<br>NEOネオンプロジェクト | 採択事業名<br>観光庁事業名<br>地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業（計画地域：戸倉上山田温泉） |  |               |
| ② これまでの実績等   | これまでに活用した観光コンテンツの内容や販売状況<br><small>※現在販売中の観光コンテンツについてはURLも記載すること</small>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>■看板商品の創出事業<br/>戸倉上山田温泉の特徴である歓楽街を活かし、スナックに対して一般的に抱かれる、「男性や常連が多く踏み入れづらい場所」という固定観点を払拭し、今まで戸倉上山田温泉に足を運んで来なかった新たなターゲットを誘客するためのコンテンツを造成。<br/>・販売状況：NEOネオンスナックツアー 2回（販売実績：2022年12月9日参加者9名、2023年3月18日参加者17名）※20.00集合の1Dayツアー</li> <li>■インパウンド向け観光コンテンツ造成事業<br/>新たなターゲットとしてインパウンドの誘客を軸に、鉄道会社と連携して交通課題解決も視野に、スナック文化「NEOネオン」のブランド醸成を実施。<br/>・スナック列車の運行（2023年9月9日、参加者30名）※14:30軽井沢駅集合～16:30戸倉上山田温泉解散<br/>・外国人向けモニターツアー（2023年11月25日参加者8名）※スナック文化やNEOネオンに関する意見モニター</li> <li>■メディア掲載等<br/>・「NEOネオン」の取り組みは注目度も高く、朝日新聞や日経新聞、信濃毎日新聞、観光経済新聞などに記事掲載された。<br/>・新聞社以外にも長野放送（FNNプライムオンライン）やSBCニュースワイド、東洋経済など幅広いメディアでも取り上げられている。<br/>・NEOネオンは取り組み事例を他の観光地へ横展開するという役割も大きい。</li> <li>■現在販売中の観光コンテンツ<br/>・過年度からの取組により地域のブランドとして「NEOネオン」が定着しつつあるものの、持続性を持った稼げるコンテンツには至っておらず、自組織内の限られたリソースでは将来の発展・継続に寄与するブランド醸成、認知拡大等による販売力の強化が十分に実施できなかった点などが課題としてあげられる。<br/>・看板商品の創出事業ではNEOネオンスナックツアーを実施したが、宿泊を伴う着地型商品には至らず、商品としての収益性にも課題が残った。<br/>・インパウンド向け観光コンテンツ造成事業では、鉄道会社との連携による移動手段のコンテンツ化とインパウンドに向けた情報発信を充実できたものの、コンテンツ化した「スナック列車」を組み込んだパッケージ型の商品化には至っておらず、インパウンド以外に国内首都圏から「NEOネオン」へ誘因する取り組みにも課題があった。<br/>・培ってきた地域ブランドの「NEOネオン」を軸に、来訪者データに基づいて絞り込んだターゲットに対して誘客施策を行い情報感度の高い新たな顧客層を発掘することで収益拡大を図る。また地域と新たな顧客が共創して持続可能な「NEOネオン」のあり方を考え地域への愛着の醸成に繋げるとともに、再来訪を促す魅力的なコンテンツとして地域の鉄道会社や宿泊事業者等も巻き込み、地域一体で販売力強化を行う。<br/>・本事業は、看板商品の創出事業で基盤を構築したスナックツアーとインパウンド事業でコンテンツ化した「スナック列車」を軸に、首都圏の新規層をターゲットとして宿泊を伴う「稼げる観光商品」としてNEOネオンのブランド力醸成を行い、地域が一体となって将来の更なる発展に取り組むものである。</li> </ul> |  |   |  |               |
|              | これまでの実績<br><small>※右の5つに該当する事項がある場合、選択すること</small>                            | <input type="checkbox"/> 農林水産省「農泊インパウンド受入促進重点地域」に選定<br><input type="checkbox"/> 農林水産省「SAVOR JAPAN（農泊食文化海外発信地域）」に認定<br><input type="checkbox"/> 総務省「放送コンテンツによる地域情報発信力強化事業（補助事業）」に採択<br><input type="checkbox"/> 総務省「映像コンテンツによる地域情報発信（実証事業）」に採択<br><input type="checkbox"/> 経済産業省「伝統的工芸品産業支援補助金事業」に採択<br><input type="checkbox"/> 環境省「国立公園等資源整備事業費補助金」に採択<br><input checked="" type="checkbox"/> 他省庁事業（補助事業、調査事業）に採択<br><small>※省庁名、事業年度、事業名を記載すること</small>  |  |   |  |               |
|              | 他省庁事業等との関連性<br><small>※同一事業内容に対して複数省庁から補助金を受給することはできません</small>               | 省庁名<br>事業年度<br>事業名   | 文化庁<br>令和5年度<br>日本遺産における魅力増進事業         |   |  |               |

|  |                              |   |
|--|------------------------------|---|
|  | <p>他省庁事業等での<br/>取組内容</p>     | <p>・文化庁事業：千曲市内に点在する日本遺産構成文化財をつなぐ二次交通や観光MaaSの実証を実施。LINEを基盤としたデジタル周遊チケットも活用。</p>  |
|  | <p>他省庁事業等と<br/>本事業の連携・違い</p> | <p>・ナイトタイム活用のための方策を検討し、ナイトバスの実証運行を行うなど、本事業における夜間のスナック利用者が使用する可能性のある二次交通手段に関連する観光MaaSの基盤となるデータを収集し分析した。日本遺産構成文化財を巡る利用者をターゲットとしていた点で本事業との違いがあるが、二次交通と連携したデジタル周遊チケットの応用・連携が可能。</p> |

|                                       |  | 【メインテーマ】NEOネオン/スナック文化<br>【活用する地域資源】戸倉上山田温泉/地酒（日本酒・ワイン）/貸切列車（しなの鉄道）<br>※補足説明：テーマ分類について<br>・夜間：ナイトタイムコンテンツとしてツアーを実施する<br>・ワーケーション：誘客ターゲットとして企業経営者等のワーケーション利用も促進<br>・アート・芸術：スナック街のネオン（風景）をアートとして捉えている<br>・地域固有の生活文化：温泉街とスナックが共生している固有の生活文化である   |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|---------------------------------------|--|--|--|------------------------------------|-----------|---------------|------------------------|---|---|-------------|----|--------------|----------------------|----|---------------------------|--------------|---|--------------------|-------------------------------------|----|---|---------------------------------------|---|---|------------|----|----------------------------|-------------------|---|---|---|----|
|                                       |  | ターゲットの国籍や地域  | <input checked="" type="checkbox"/> 日本国内 <input type="checkbox"/> 欧米豪 <input type="checkbox"/> アジア <input type="checkbox"/> 中東・アフリカ  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| ターゲット等<br>※参考にしたデータがあれば記載すること         | ターゲット像（詳細）   | ①学生（首都圏の大学生）、②ワーケーション利用者（企業経営者・インフルエンサーなど）   |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | ターゲットの設定理由（想定されるターゲットのニーズ、達成する観光コンテンツがターゲットを惹きつける理由）   | <p>■①学生：本事業では夏休みのゼミや部活等含宿利用者など大学生をターゲットとして想定しており、その後は卒業旅行や就職後には②のワーケーション利用の潜在顧客として高いLTVが見込まれることから選定している。昨今では「飲みにケーション」がやや下火になりつつあるものの、依然として宿泊滞在先では夜間のお酒を絡めたコミュニケーションは需要があると考える。</p> <p>■②一般（ワーケーション利用者など）：①の学生と同様に、ワーケーションとして仕事で観光地へ滞在した際には「飲みにケーション」の場として飲食店を利用することが見込まれる。この社会人層の中には、ネオンの昭和レトロを懐かしく感じる比較的高い年代の層と、昭和の空気感を新しいカルチャーとして感じる比較若い年代の層が混在するため、その中から現代にあったスナック文化の可能性を見い出せると考えている。</p>  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 現状認識                                  | 地域   | <p>課題</p> <p>■戸倉上山田温泉街の飲食店舗数の減少。コロナ禍以降、後継者問題などを含め地元民・観光客から愛される店舗でも廃業を余儀なくされ、スナック文化が衰退しつつある。</p> <p>■タクシー台数の減少など、温泉街を中心とした交通の課題がある。</p>   | <p>これまでの取組</p> <p>■スナック文化を「NEOネオン」としてブランディングを実施。<br/>■他省庁事業（文化庁事業など）で二次交通の課題を抽出する観光MaaSの実証的な展開を実施。</p>   |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 自組織  | <p>課題</p> <p>■人的リソースが不足しており、様々な課題への対応が不足している部分がある。<br/>■情報発信の媒体や内容など、ブラッシュアップの必要性を認識している。</p>  | <p>課題の解決方法、その効果</p> <p>■「NEOネオン」を共通のテーマとしてブランドを醸成し、地域の飲食店や宿泊施設が稼げる着地型の観光商品の造成と販売が課題解決のカギとなる。<br/>■学生やワーケーションなど、高いLTVの見込まれる客層の取り込みで課題解決に繋げる。<br/>■引き続き、様々な施策を実施していくが、例えば、観光商品の販路拡大には旅行会社を、今後の戦略策定には地域のシタックを活用するなど、外部のリソースを活用した高レベルの取り組みを行うことで課題解決に繋げる。</p>  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| ③ 事業内容                                | 達成する観光コンテンツの具体的内容<br>※できるだけ具体的に記載すること（以下同）   | <p>■概要：戸倉上山田温泉に泊まりスナック文化を体験する1泊2日の「NEOネオンツアー」 ※異なるターゲット層向けに2回実施 &lt; 1泊2日の行程イメージ &gt;</p> <p>●1日目<br/>【スナック列車体験】<br/>・軽井沢駅から戸倉上山田駅までしなの鉄道の車両を貸し切り、観光地に着く前からスナック気分を味わえる特別な体験<br/>・14:15軽井沢発～15:15戸倉駅到着の想定。駅到着後は総合観光会館へ移動<br/>【NEOネオンの簡単なレクチャー】<br/>・地域に愛着を感じてもらうため、スナック文化、NEOネオンの概要や背景、考え方、参加者に期待すること等を簡単に参加者にレクチャー<br/>・16:00頃～1時間程度を想定。場所は温泉街にほど近い総合観光会館内、レクチャー後は近隣の街歩きなどの実施も検討<br/>【スナックでの飲みにケーション】<br/>・スナック文化に触れて、地域を感じ、普段交流できない参加者との飲みにケーション<br/>・NEOネオンを理解した上で地域をより良くするための意見交換会の実施<br/>・スナックが営業を開始する時間を目途に移動（通常は20:00～の営業が多いが、前倒しの営業を検討）<br/>【宿泊】<br/>・温泉を有する周辺の施設にて宿泊</p> <p>●2日目<br/>【市内観光】<br/>・スナックママのオススメスポット等、飲みにケーションで得た情報を活用して充実した街歩き<br/>・自由度を高め域内回遊を促進できるように二次交通チケットの配布なども組み入れる予定</p>  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 販路開拓計画   | <p>本事業実施期間内（又は本事業終了後の）販路開拓・情報発信の取組</p> <p>※類型1「新創型」は、本事業終了後に販売開始することを見据えた販路開拓・情報発信の取組を記載ください。類型2「販売型」は本事業実施期間内に販売することを前提とした販路開拓・情報発信の取組を記載ください。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>販売・情報発信等</th> <th>該当</th> <th>具体的な内容を記載すること</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>観光コンテンツの予約が可能な自社ホームページ</td> <td>✓</td> <td><a href="https://ohikuma-kanko.com/">https://ohikuma-kanko.com/</a></td> </tr> <tr> <td>旅行業者（海外・国内）</td> <td>✓</td> <td>クラブツーリズム株式会社</td> </tr> <tr> <td>OTA等のオンライン販売プラットフォーム</td> <td>—</td> <td></td> </tr> <tr> <td>宿泊施設、観光案内所など</td> <td>✓</td> <td>スナックを紹介する紙媒体の販促物など</td> </tr> <tr> <td>地図検索サービスへの情報入力（例：Googleビジネスプロフィール等）</td> <td>✓</td> <td>※類型2「販売型」は、地図検索サービス（例：Google ビジネスプロフィール等）への情報入力を充実することが補助要件となります。</td> </tr> <tr> <td>予約検索表示サービスの活用（例：Google Things to do等）</td> <td>✓</td> <td>※類型2「販売型」は、予約検索表示サービス（例：Google Things to do等）の活用が補助要件となります。</td> </tr> <tr> <td>その他（アプリ含む）</td> <td>—</td> <td></td> </tr> <tr> <td>現地におけるキャッシュレス化の推進</td> <td>—</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> |  | 販売・情報発信等                           | 該当        | 具体的な内容を記載すること | 観光コンテンツの予約が可能な自社ホームページ | ✓ | <a href="https://ohikuma-kanko.com/">https://ohikuma-kanko.com/</a> | 旅行業者（海外・国内） | ✓  | クラブツーリズム株式会社 | OTA等のオンライン販売プラットフォーム | —  |                           | 宿泊施設、観光案内所など | ✓ | スナックを紹介する紙媒体の販促物など | 地図検索サービスへの情報入力（例：Googleビジネスプロフィール等） | ✓  | ※類型2「販売型」は、地図検索サービス（例：Google ビジネスプロフィール等）への情報入力を充実することが補助要件となります。 | 予約検索表示サービスの活用（例：Google Things to do等） | ✓ | ※類型2「販売型」は、予約検索表示サービス（例：Google Things to do等）の活用が補助要件となります。 | その他（アプリ含む） | —  |                            | 現地におけるキャッシュレス化の推進 | — |   |   |    |
| 販売・情報発信等                              | 該当   | 具体的な内容を記載すること  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 観光コンテンツの予約が可能な自社ホームページ                | ✓  | <a href="https://ohikuma-kanko.com/">https://ohikuma-kanko.com/</a>  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 旅行業者（海外・国内）                           | ✓  | クラブツーリズム株式会社   |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| OTA等のオンライン販売プラットフォーム                  | —  |  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 宿泊施設、観光案内所など                          | ✓  | スナックを紹介する紙媒体の販促物など   |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 地図検索サービスへの情報入力（例：Googleビジネスプロフィール等）   | ✓  | ※類型2「販売型」は、地図検索サービス（例：Google ビジネスプロフィール等）への情報入力を充実することが補助要件となります。  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 予約検索表示サービスの活用（例：Google Things to do等） | ✓  | ※類型2「販売型」は、予約検索表示サービス（例：Google Things to do等）の活用が補助要件となります。  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| その他（アプリ含む）                            | —  |  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 現地におけるキャッシュレス化の推進                     | —  |  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 効果的な販売促進・情報発信計画（SNSの活用等）              | <p>・インフルエンサーなどと連携して、直接ターゲット層にアプローチするダイレクトマーケティングを実施。<br/>・「NEOネオン」を象徴する販促物やウェブサイトを更新して新たな顧客層へ訴求できるようにする。<br/>・参考：信州千曲観光局SNSフォロー数、Instagram 2,527人、Facebook 2,039人、X 2,811人（2024年4月11日時点）</p>   |  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| ④ スケジュール                              | これからの販売に向けた段階的な状態の想定到達時期および販売想定期間<br>※販売を開始している場合は、過去の該当日時を記入すること  | 必須回答項目   | <table border="1"> <thead> <tr> <th>観光コンテンツが達成できる想定時期</th> <th>令和</th> <th>年</th> <th>月</th> <th>日</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>収支・販売計画を策定し、販売チャネルに対する営業活動を終える想定時期</td> <td>令和</td> <td>6</td> <td>年</td> <td>6</td> <td>月頃</td> </tr> <tr> <td>観光コンテンツの販売に関する宣伝を開始する想定時期</td> <td>令和</td> <td>6</td> <td>年</td> <td>7</td> <td>月頃</td> </tr> <tr> <td>観光コンテンツが販売開始できる想定時期</td> <td>令和</td> <td>6</td> <td>年</td> <td>7</td> <td>月頃</td> </tr> <tr> <td>継続的に販売・運営実績があり利益をあげられる想定時期</td> <td>令和</td> <td>7</td> <td>年</td> <td>8</td> <td>月頃</td> </tr> </tbody> </table> | 観光コンテンツが達成できる想定時期                  | 令和        | 年             | 月                      | 日 | 収支・販売計画を策定し、販売チャネルに対する営業活動を終える想定時期                                  | 令和          | 6  | 年            | 6                    | 月頃 | 観光コンテンツの販売に関する宣伝を開始する想定時期 | 令和           | 6 | 年                  | 7                                   | 月頃 | 観光コンテンツが販売開始できる想定時期   | 令和                                    | 6 | 年   | 7          | 月頃 | 継続的に販売・運営実績があり利益をあげられる想定時期 | 令和                | 7 | 年 | 8 | 月頃 |
|                                       | 観光コンテンツが達成できる想定時期  | 令和   | 年  | 月                                  | 日         |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 収支・販売計画を策定し、販売チャネルに対する営業活動を終える想定時期    | 令和   | 6  | 年  | 6                                  | 月頃        |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 観光コンテンツの販売に関する宣伝を開始する想定時期             | 令和   | 6  | 年  | 7                                  | 月頃        |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 観光コンテンツが販売開始できる想定時期                   | 令和   | 6  | 年  | 7                                  | 月頃        |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 継続的に販売・運営実績があり利益をあげられる想定時期            | 令和   | 7  | 年  | 8                                  | 月頃        |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| 任意回答項目<br>※適宜状態を自由記述して、時期を記載してください    | <table border="1"> <tbody> <tr> <td></td> <td>令和</td> <td>年</td> <td>月</td> <td>頃</td> </tr> <tr> <td></td> <td>令和</td> <td>年</td> <td>月</td> <td>頃</td> </tr> <tr> <td></td> <td>令和</td> <td>年</td> <td>月</td> <td>頃</td> </tr> </tbody> </table> |  |  |                                    |           | 令和            | 年                      | 月 | 頃   |             | 令和 | 年            | 月                    | 頃  |                           | 令和           | 年 | 月                  | 頃                                   |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 令和   | 年  | 月  | 頃                                  |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 令和   | 年  | 月  | 頃                                  |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 令和   | 年  | 月  | 頃                                  |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| ⑤ 事業の目標                               | KGI<br>販売開始後の収益性<br>※可能な範囲で記載ください  | 目標売上   | 想定費用<br>※事業にかかる経費（見込み）を記載ください。   | 想定収益                               |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       |  | 令和6年度  | ¥700,000   | ¥490,000                           | ¥210,000  |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       |  | 令和7年度  | ¥2,100,000   | ¥1,470,000                         | ¥630,000  |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 令和8年度  | ¥4,200,000   | ¥2,940,000   | ¥1,260,000                         |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| KSF                                   | 目標を達成するために必要な要素  | <p>・地域への来訪を促す魅力的なコンテンツの提供<br/>・WebサイトのリニューアルやSNS等を活用した認知拡大による新たな顧客層の獲得<br/>・地域内の様々な事業者（飲食、宿泊、二次交通など）との連携</p>   |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| KPI                                   | 指標   | 年間集客数（国内観光客）   | 年間集客数（インバウンド）  | 平均単価                               | その他（自由記述） |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 具体目標値  | 40   | -  | ¥17,500                            |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
|                                       | 具体目標の算出方法  | ①学生：20名<br>②一般（ワーケーション利用者など）：20名   | -  | ①学生向け：¥15,000/人<br>②一般向け：¥20,000/人 |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |
| ⑥ 事業                                  | 令和7年度以降の取組   | <p>本事業でリニューアルするWebサイトの活用等により信州千曲観光局の販売力を強化し、「NEOネオン」と宿泊、体験事業者等を含む着地型商品として展開することで、地域全体の収益力向上に寄与するとともに、宿泊、体験事業者から来訪者に対する「NEOネオン」の間接的なマーケティングを促し、収益力の高いコンテンツとして更なる磨き上げを図る。</p>  |  |                                    |           |               |                        |   |   |             |    |              |                      |    |                           |              |   |                    |                                     |    |   |                                       |   |   |            |    |                            |                   |   |   |   |    |

|   |  |  |    |     |
|---|--|--|----|-----|
| ⑥<br>の<br>特<br>来  | 持続可能な観光地域づくりへの寄与   | 「NEOネオン」のブランドを維持・発展させ、来訪者の満足度向上による再来訪の促進を図り継続的な収益基盤とするとともに、「NEOネオン」を軸に地域の宿泊事業者と飲食事業者が連携した相互送客により地域全体の収益最大化に寄与する。 |    |     |
| ⑦<br>誓<br>約<br>事<br>項   | 今年度、他の補助金（観光庁以外の省庁が実施しているものを含む）に同様の内容の事業で申請をし、複数採択となった場合は、いずれか一方の申請を取り下げざることを誓約します。                                  | ●  |    | はい  |
|   | 過去に、他の補助金（観光庁以外の省庁が実施しているものを含む）に同様の内容の事業で採択されていないことを誓約します。<br>（例：同様の内容の事業が、観光庁「特別体験事業」で採択されている場合、「はい」を選択することはできません。） | ●  |    | はい  |
|   | 将来にわたって暴力団排除条例の規定に違反する行為を行わないことを誓約します。   | ●  |    | はい  |
| ⑧<br>ア<br>ン<br>ケ<br>ー<br>ト  | 申請前支援①「観光マーケティング分析支援」を受講しましたか？   | ●  | はい | いいえ |
|   | 申請前支援②「地域観光新発見スペシャルトーク」を受講しましたか？   | ●  | はい | いいえ |
|   | 申請前支援③「地域観光新発見オンライン講座」を受講しましたか？  | ●  | はい | いいえ |
| <p>※<u>様式2</u>及び<u>様式3</u>の記載事項との整合性が確認できるものとなるように作成してください。</p> <p>※必要に応じて、欄を拡大して記載ください。ページ数が増えても構いません。</p> <p>※「実施体制」の項目を除き、行の追加は行わないでください。</p> <p>※その他の留意点等については、公募要領を参照してください。</p> |  |  |    |     |