

恋人の聖地 第3回 地域活性化大賞

# 授賞候補取り組み概要書面

(2022年用／審査資料)

# (1)宮城県\_松島離宮

持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組  
 [恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式]

プロジェクト名	松島湾を望む！恋人の聖地発信プロジェクト
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	宮城県 松島離宮
1.地域・施設の特徴	<p>■地域概要:松島町は、東北地方の宮城県の沿岸地域中部に所在する町。太平洋の松島湾に面する地域で、日本三景の一つに数えられる松島として知られている。この松島湾の島は、地球の誕生から現在までを示す地質時代の新第三紀という今から約2300万年前から約260万年前につくられた地層に含まれるもので、海水によって少しずつ削られては海食崖という、えぐられたような地形となり、松島湾の特徴的な景観を作り上げている。</p> <p>これらの島々を望む絶景を巡る遊覧船や、国宝である瑞巖寺や五大堂、色彩豊かな庭園のある円通院など、多くの観光資源があり、宮城県を代表する観光名所となっている。</p> <p>■観光客情報:日本三景松島と言われる松島湾全体では、年間600万人の観光客入込、松島町においては、年間300万人の観光客入込数。新型コロナ禍となり令和2年度は160万人と半減し、以前は観光客割合としてインバウンド観光客が約10%県内観光客40%県外観光客50%の割合で訪れている。「恋」や「恋愛」に関して、歩く順番が話題になっている縁結びスポットの3つの橋もある。</p> <p>最初に行くのは、松島の地名の由来にもなっている雄島にかかる「渡月橋」は、悪い過去と決別し悪縁を切る橋と言われており、かつて雄島へ修行に渡る僧たちが俗世との縁を切ったことが由来から、良縁を結ぶ前にまずは悪縁を切ってくれる縁切り橋として有名。</p> <p>その次に行くのは、良縁を引き寄せる出会い橋「福浦橋」。3つの橋の中で全長252mと最も長く、出会い橋と呼ばれ良縁橋を渡った先にある福浦島にある弁天堂の社殿には、恋愛等の願いを込めた、ものすごい数の小さなだるまがびっしりと並んでいる。</p> <p>最後にわたるのは、国重要文化財でもある「五大堂」にわたる小さな「透かし橋」。江戸時代中期から透かし構造になっていたといわれ、身も心も乱れのないよう足元をよく見つけて歩く必要があり、互によく見て気を引き締めること、下が見えるのが怖く手をつないで渡るといことから縁結びの橋とされている。</p> <p>■施設の特徴:日本三景松島の中心に位置する県立松島公園内に2020年秋に開業した観光拠点「宮城県松島離宮」。松島湾を取り囲む自治体3市3町と連携した新しい観光の発信や東北の食・土産の発信などを行っている。</p> <p>宮城県松島離宮の園内には、松島の守り神である日吉山王神社から分祀された鳥居と小さな祠があり、3つの橋を渡った最後に訪れて「恋愛成就」や新しいカップルのプロポーズの場所としてSNSでも話題になっている。その結果、コロナ禍でも年間観光客入込数16万人と、松島町の観光客入込数の約10%を担えるまでに成長している。</p>

2.地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p>日本三景松島としての特別な場所の意味や、パワースポットとしての由来、そして日中のみの観光滞在型からの脱却を図る取り組みを実施する事で、地域活性化に結び付ける。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>日本三景松島としての特別な場所を伝える 景色が綺麗という漠然としたイメージではなく、日本国内でも唯一の断層があり、海からの松島湾の地形造りが特別。その影響は、東日本大震災でも宮城県の沿岸部で、津波の影響が最も少ない事にもつながる。その特別な景観を伝える。</li> <li>霊場「松島」としてのパワースポットを伝える 日本三景松島として、景色が綺麗というイメージが強いが、本来の松島の歴史は、古くは中世の頃は「奥州の高野」と称される諸国から集まった僧が修行に励む霊場でもあった。それくらいパワースポットとしての御利益がある場所という土地柄を伝える</li> <li>夜も楽しめる滞在型観光につなげる 今までの松島は、日中に遊覧船に乗り、瑞巖寺に立ち寄ったらあとは見るところがない。地元の人やカップルが行くような場所ではないというイメージが定着している。このイメージを払しょくする為、カップルや夫婦が訪れて楽しむ空間演出を行い、夜までの滞在型観光、地元人も訪れる場所に変える事で、地域活性化につなげる。</li> </ol>
3.地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p>宮城県の観光地として、地元の方々が近寄りづらい雰囲気を改善するために、「恋人の聖地プロジェクト」を活用し、県外観光客のみならず、地域の恋人達も集まり、地域を自ら盛り上げられる仕組みに変えてゆく活動として以下の取り組みを行っている。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ハートの形のプールで愛を語る 今まで、松島エリアは特別名勝にも指定されている為、海岸沿いでありながら、水遊びができる場所がなかった。その為、施設内にハート形の簡易プールを整備し、日中はお子様がいる家族ずれに楽しんでもらい、夜はライトアップされたプールでカップルに楽しんでもらっている。</li> <li>通年ライトアップイベントを実施して、夜に松島に訪れやすくする 施設全体を通年ライトアップしている。特に照明技術においては、日本照明学会の「照明普及賞」を受賞している。 <a href="https://www.iej.or.jp/atarashii-shomei/2020/pg_09.html">https://www.iej.or.jp/atarashii-shomei/2020/pg_09.html</a> 2021年12月からは、恋人達にも認知度が高いクリエイター集団NAKEDと、東北では初めての常設型プロジェクションマッピングイベントを開催し、松島の夜に観光客だけでなく、恋人立ちを含む地域の方々も多くの来場され、周辺飲食店も夜間営業を行うところも出てきた。この結果、少しずつ地域活性化が具体的にってきている</li> <li>恋人向けの体験コンテンツを創出 宝石作りやカップル向けマグカップ等、今まで松島になかった恋人向けの体験コンテンツを多数提供し、恋人同士の記念品作り・思い出作りの一助になる活動を実施。</li> <li>松島湾の地形の歴史学が 施設内に東北大学 総合学術博物館と連携した松島湾の地形の不思議を学ぶコンテンツを造成。修学旅行生や日本に興味のあるインバウンド顧客に対して、日本三景の魅力を伝えている。</li> </ol>



7.成果・注目ポイント	
	
恋人向けブライダル撮影の会場として定着。施設を貸し切った結婚パーティーも認知され始めている。	恋人向け体験コンテンツが人気。二人で使うマグカップに砂を吹き付けるサンドブラスト体験や、松島産の竹を使った夫婦箸作り等、2人の旅の記念をお手伝い
	
施設内のレンタル着物を活用し、提携するカメラマンと一緒に街歩きをしながらの撮影プランが人気。女子旅やインバウンド顧客にも口コミが広がっています。	宮城県松島離宮の庭園内にあるカリヨンベル。ベルの高さが、東日本大震災当時の松島町の津波の高さで設置されており、鎮魂の意味も込めて、恋人達が鐘を鳴らしてくれます。
	
日吉山王神社から分祀された、「松島離宮(まつしまりぐら)」にて、インバウンド顧客や着物を着た恋人達が撮影されます。	紅葉シーズンや冬のライトアップイベントの認知が開業時から話題となり、2021年はwalkerplusによる宮城県ライトアップイベントランキング1位となりました。

4.取組みに関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しません)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 県庁記者クラブを活用したイベント毎のプレスリリースを配信</li> <li>2. 旅行会社への商談会に積極的に参加しPR活動を実施</li> <li>3. ツーリズムEXPO 2022に宮城県と連携して参加しPR活動を実施</li> <li>4. 公式HP及び各SNSでの配信 (Instagram Facebook Twitter TikTok) を積極的に実施</li> <li>5. DMOと連携した地元イベントの企画立案を実施し、積極的に参加</li> <li>6. 県内のワークショップアーティストと連携し、施設内に併設した工房で、恋人や修学旅行生などの観光客向けにいつでもワークショップの開催が仕組みを作りPR</li> <li>7. 松島周辺のホテルにライトアップイベントのポスターを作製し広報活動を実施</li> <li>8. 松島湾周辺自治体の観光団体と連携した観光PRを実施</li> <li>9. NAKEDと連携したSNS告知を実施</li> <li>10. るるぶなどの旅行雑誌への掲載を実施</li> <li>11. walkerplusなど旅行関連のサイトへのイベント掲載を実施</li> </ol>
5.活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しません)	「宮城県松島離宮」が開業した場所は、県立松島公園内で、東日本大震災前までは、マリニピア松島水族館という施設があった場所でした。その為、東日本大震災の後に、水族館が移転してからは、地域のランドマークが無くなってしまったという事で、どのような場所に今後すべきか議論がなされ、その結果、弊社が県に提案させていただきました大正・昭和の時代に日本三景松島のランドマークとして存在していた「松島パークホテル」の意匠を活かした、新施設を設計し、地域と観光の新しい交流の場として開業後、駅前に活気が戻り、更に水族館があった時代にはなかった夜にも若者が松島で食事をしたり、散策したりする風景が生まれました。新しい時代の観光拠点として、認知度も広がり、2022年は地元松島の音楽イベント「松島パークフェスティバル」のメイン会場としても活用いただき、継続した地域活性化の活動に繋がっております。
6.数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しません)	<p>実践前: 施設利用者 0人</p> <p>実践後: 2020年10月～12月 施設観光客入込数実績 25,000人 2021年1月～12月 施設観光客入込数実績 165,000人</p>



## (2)神奈川県\_横浜マリンタワー

持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組  
〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	横浜マリンタワーリニューアル事業
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	リストアロハティース株式会社
1. 地域・施設の特徴	横浜マリンタワーは1961年、横浜開港100年を記念して建設されました。高さ106M、かつて日本一高い灯台でもあった施設は、正10角形の美しい姿もあり、永く横浜港のシンボルとして人々に親しまれてきました。施設は低層の1~4階と29・30階に相当する2層の展望フロアから構成されています。展望フロアからは、360度の大パノラマで、みなとみらい21地区、横浜ベイブリッジなど港の景色が一望出来ます。近隣には、山下公園、横浜中華街、元町商店街などの観光地のほか、再開発が予定される山下ふ頭地区があります。横浜市は、少子高齢化等に備え、山下ふ頭の再開発などを通じて観光・MICE(国際会議などのビジネスネットワーク)を中心とした交流人口の増加を図ろうとしています。
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	横浜マリンタワーを「新しい発見」「ワクワクする高揚感」「感性を磨かれる感覚」を体感出来る「観光交流施設」とし、観光・MICEや、周辺地域を含めた魅力的な賑わいの創出に貢献していきたいと考えています。
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	永く培われたものを大切にしつつ、新たな魅力を未来に繋げたい。そんな思いから「NATURE & FUTURE」をテーマに2022年9月、全面リニューアルし、3つの新たな取り組みを始めました。 1. 「Tower in the Forest Garden」外壁・広場を緑化し、周辺との一体感を形成、地域の快適性、回遊性を高めました。また、展望台での結婚式、広場でのライブ等でも賑わいを創出していきます。 2. 「Art & Technology」最新の映像、ライティング装置を導入、展望フロア30階でのメディアアートの上映、タワーの表現豊かなライトアップを実現。2階にも絵画、彫刻などのアート展示スペースを設け、クリエイティブな体験の場を提供しています。 3. 「Welcom to YOKOHAMA」観光案内等を行う横浜シティガイドデスク、横浜ゆかりの書籍などを揃えた旅のライブラリを設置、観光・MICEに貢献します。
4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しませんが)	カットアートで恋人たちの物語動画を作成、SNSで発信しています。また、地元ラジオ局の人気DJにイベントの案内音声依頼、ラジオで告知頂きました。人気のお菓子、横浜ハーフともコラボ、施設をかたどった商品を作成、告知を兼ねて販売しています。最寄り駅出口には超大型のカットアートシートを貼付、その他にもテレビ、ラジオ出演、駅、電車広告、ツイッター、インスタグラムなどで多岐にわたる発信に注力しています。
5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しませんが)	多くの方々にご来場いただいているほか、SNSの方からの取組に関する取材も多く頂戴しております。また、コラボ企画や、アート、備品の無償提供の申し出、タワーライトアップのご依頼などもございます。
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しませんが)	リニューアル後間もないものの、来場者の数は、概ねリニューアル前の85%増で推移しております。

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
	
圧倒的ボリュームの生木・生花で壁・広場を緑化。周辺の山下公園などとの一体感、回遊性が高まり、賑わっています。	展望フロアで横浜港の景色をバックに結婚式が出来ます。式後は夫婦で作成した記念プレートがフロアに飾ります。リニューアル記念として5組限定で無料挙式を挙げたところ、短い期間にも関わらず500組以上のご応募を頂きました。
	
新たなライティング装置により様々な表現が出来るようになりました。緑の壁、展望フロアでのメディアアートも相まって、より味わいのある夜の姿になりました。ライトアップのオーダーもたくさん頂戴しております。	2層の展望フロアを活かして、30階で映像アートと夜景を重ね合わせて楽しめるようにしました。29階からは従来通りの港や工業地帯の夜景が楽しめます。アーティストや学生の方からは是非ここで作品を展示したいというお声もいただいております。
	
2階に横浜ゆかりの観光、建築、芸術といった書籍などを置くスペースを設けました。また、地域のボランティアの方々に運営する観光ガイドデスクも設置、観光客や子供たちに横浜の歴史や見どころなどを案内いただいております。	施設には地元食材にこだわったレストラン、ブライダルスペースが入ります。1階には、ワンちゃんたちも入れるテラス席があります。また、広場では若手ミュージシャンにライブの場を提供するなどしており、足を止める恋人たちが多くいます。



### (3)長野県\_白馬村\_白馬五竜

持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組  
 【恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式】

プロジェクト名	恋人の聖地 オールシーズンサステナブルリゾート白馬村
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	長野県白馬村/白馬五竜
1.地域・施設の特徴	<p>日本が世界に誇る白馬村。                  長野県白馬村と隣接する白馬/バレーは長野県内の北側、新潟県と隣接した日本アルプスの山間部に位置し、1998年冬季オリンピックではスキージャンプ競技が行われました。北陸新幹線長野駅から高速バスで1時間、長野IC、安曇野ICから車で約1時間、スノーシーズンは毎晩新宿、大阪から夜行バスも運行されアクセスが便利なりリゾートです。</p> <p>豊富な積雪とパウダースノーが世界的にも人気で、冬季は国内外から多くの観光客が訪れる白馬村。白馬エリアには、八方尾根、岩岳、桐池高原、エイブル白馬五竜、Hakuba47、白馬コルチナなど全部で、10のバリエーションに富んだスキー場があります。日本の質の高いパウダースノーは海外で「Japow」(Japan+Powder Snow)と称され、白馬は世界でも最高のパウダースノーが楽しめる場所として認知されています。</p> <p>春から秋までのグリーンシーズンは、3000m級の山々が連なるフィールドを楽しむ登山だけでなく大自然を満喫できます。</p> <p>アウトドアアクティビティや温泉、歴史や特産品など、訪れた方にここでしか味わうことができない感動と特別な時間をお過ごしいただけます。</p> <p>また、北アルプスは高山植物の宝庫。特異な地理条件からいくつもの異なるエリアの高山植物が一緒に植生し、このエリアでしか見ることのできない貴重な高山植物をはじめ、絶滅危惧種や固有種が多く分布しています。北アルプスの雄大な景色と、高山植物の共演が楽しめるエリアです。</p> <p>2010年ごろから主にオーストラリアからのインバウンドが増加しました。白馬村、大町市、小谷村、大北地区索道事業者協議会、各市村観光団体が一枚岩となって設立した組織一般社団法人HAKUBA VALLEY TOURISMは、国内観光客の入込をベースに、外国人観光客の滞在環境の整備やプロモーションの更なる強化により入込を増加し、通年にわたる安定した顧客の確保を目指しています。</p>
2.地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p><b>インバウンド</b>                  ・世界のスノーリゾートを目指し、国内観光客の入込をベースに、外国人観光客の滞在環境（サインや案内看板等）の整備やプロモーションの更なる強化により入込を増加し、通年にわたる安定した顧客を確保します。</p> <p><b>サステナブルリゾート</b>                  ・白馬村の事業者や村外のパートナー企業がカンファレンス、ワークショップを重ねながら白馬村の未来をつかっていくサステナブルで「楽しい」未来を目指すプロジェクト「GREEN WORK HAKUBA」を開催。自然環境を生かし、白馬地元企業からの課題を解決し、村内外の企業が一体となってサステナブルなマウンテンリゾートを目指します。</p> <p><b>スキーリゾート</b>                  ・長い歴史のあるスキー文化を親しんでもらうため、昭和スキーヤーに扮して投稿し合うオンラインイベントや、昭和時代の展示などのイベントによってスキー文化、雪山文化への理解を深めます。</p>

	<p><b>SDG'sの取り組み</b>                  ・大自然の中にある村だからこそできるSDG'sに沿った取り組みを行い、先進的な地域として認知してもらうための村内外を超えた啓発活動を促進しています。</p> <p>・山岳案内、ボランティアガイド、登山道整備など、国内のみならず世界に誇れる山岳観光活性化を目指しています。</p>
3.地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p><b>サステナブルなナイトスキー</b>                  ・「恋人の聖地」幸せの鐘のあるとおみゲレンデは、スノーシーズンは、幻想的な夜のゲレンデを滑走できる白馬エリア唯一のナイトスキーゲレンデをOPEN。ライトアップされた幸せの鐘と恋人たちの景色は、白馬でしか味わうことのできない場所です。レストラン、カフェを営業しナイトスキーをしない方にも、雪景色、光や星空、ライトアップは恋人たちの特別な時間となります。</p> <p>・また、とおみゲレンデのナイトスキー（リフト稼働、照明、降雪機）は、国内唯一100%再生可能エネルギー電力で稼働し、環境負荷を減らし、未来の子どもたちへ繋ぐ活動です。同じく白馬村内の八方尾根スキー場もリフトの8割を再生可能エネルギーで賄っています。白馬村全体のサステナブルなイメージに貢献しています。</p> <p><b>ナイトゴンドラ</b>                  ・グリーンシーズンは、北アルプスとともに満点の星空が広がるアルプス平へのナイトゴンドラを運行します。一面に散りばめられた無数の星、数分おきに駆け抜ける流れ星、夜空と横断する天の川は、大切な人と過ごす特別な空間を演出します。</p> <p><b>グリーンシーズン</b>                  ・GREEN HAKUBAでは冬のスノーシーズンだけでなく春夏秋の白馬の魅力を作り発信するため、GREEN HAKUBA認知向上のためのビジュアル制作、掲示、ステッカー製作と配布、春夏秋の白馬の自然を満喫できる体験型アクティビティイベントを行っています。</p> <p>・スノーシーズンの終わりには、GREEN HAKUBA CLEAN ACT.を開催。白馬ヘスキー・スノーボード・観光で来村されるお客様とゴンドラ・リフトを運営する索道会社、アウトドア・キャンプ用品の販売店、アクティビティ施設、レストラン・宿泊施設などの地域住民が一体となって、スキー・スノーボードで楽しんだ白馬のゲレンデをきれいにするマウンテンクリーンは、白馬の雄大な自然を守り未来に繋げていくためのプロジェクトです。</p> <p>・スポーツの魅力推進、スポーツ文化振興を促す「マウンテンフェスティバル」を開催し、国内外で自然と向き合う人や、様々な背景を持って山岳アクティビティをする人にフォーカスした映像を集めた上映会を行いました。スノーボードを起点にサーフィンなど“横乗り”スポーツを特集した上映会も行い、集客につなげました。</p> <p>・北アルプス連峰百名山の一つである五竜岳のふもとにある小遠見山トレッキングコースでは、気軽に標高2000mの周囲が見渡せる小遠見山へアクセスしてもらうため、地域の人と協力し毎年整備ボランティアによるメンテナンスを行っています。</p> <p><b>白馬五竜高山植物園</b>                  ・五竜岳から白馬岳といった北アルプスの景観が間近に見える標高1515mにある展望の良いロケーションにある高山植物園です。スキー場の夏を利用して、ゴンドラやリフトに乗ることで、どなたでも気軽に長野県らしい山岳景観に出会える場所です。</p>



	<p>・長野県らしく、白馬らしく、花、山、人と揃ったおもてなし。をテーマに第7回「信州おもてなし大賞」を受賞しました。</p> <p>・公益社団法人日本植物園協会の会員として植物園や植物に関する文化の発展と科学技術の振興、自然環境の保全に貢献する事業を行っています。高山植物の絶滅危惧種の保全活動や、ライチョウ保全事業において食草の高山植物栽培・供給を行うなど環境省と連携した活動を続けています。また夏休みのイベントでは展示やツアーイベントで子供たちにも親しんでもらえる企画をしています。</p> <p>・白馬 ALPS 花三昧（2003 から 2019 まで）では、春夏秋の時期、花のある観光スポットを巡る周遊バスを設け夏の白馬と言えば「高山植物の花々」と周知されるようになりました。白馬村 women's クラブ主催のエディブルフラワーを使った白馬村の特産スイーツを販売し、より花であふれる白馬村を演出し、印象づけることができました。</p> <p><b>SDG's の取り組み</b></p> <p>・ Hakubavalley SDG's 小委員会を結成し、事業者向けの目標チェックシートを作成、配布し、白馬エリアに住む人々が楽しく取り組めるよう勉強会や親しめるイベントを開催しています。また白馬エリア外への発信を強化するためこの地域で SDG's な暮らしをしている人々を紹介する動画、冊子制作による発信を行っています。</p> <p>・白馬五竜高山植物園では、足腰の悪いお客様にも花々を楽しめるようアウトドア用の車イス（一輪車）トレイルライダーを活用し、ダイバーシティに取り組んでいます。</p> <p><b>インバウンド</b></p> <p>・長期滞在するインバウンド客に、滞在中の白馬エリアのディナーを楽しんでいただくため宿泊施設以外の白馬村内の飲食店を回れるような周回バス「元気号」を運行しています。</p> <p>・日英表記の村内レストランガイド、「エッセンシャルガイド」を作成。アクセス情報、日本の文化や慣習マナーの紹介、などインバウンド客にとって有用性の高い情報をまとめ宿泊施設やスノーリゾートなどで配布しています。</p> <p>・白馬エリア内のサイン看板の日英表記、ルールを統一するためデザインコード委員会を設立し空車のわかる屋外駐車場の掲示看板の新設や、表記改善を行っています。</p> <p><b>グルメ</b></p> <p>・魅力的なブランドづくりとして、高山帯でのみ生育する「花豆」を使い長野県長門牧場のミルクを使った「花豆ソフトクリーム」、白馬産フレッシュほおづきと花豆の餡を使った「ほおづき大福」など地場メニューを考案しゴンドラ駅レストランのレギュラーメニューにしました。</p> <p>・白馬村地元食材そばを広く知ってもらおうと、独自の基準を設けたそばガレット職人「白馬クレーピエ」を育成し、150人以上の「クレーピエ」が村内で魅力的なそばガレットを提供しています。</p> <p>・道の駅などでは白馬地域で昔から親しまれている紫米をリブランディングし新しい食材としてこれまで知らなかった観光客へアピールしています。</p> <p><b>サイクルツーリズム</b></p>
--	---

	<p>・白馬五竜観光協会が主催の「五竜サイクルフェスタ」では、村内を一日かけて自転車で満喫してもらうためのイベントを6年連続での開催をはじめとして、サイクルツーリズムを推進しています。</p> <p><b>オープンガーデン</b></p> <p>・「恋人の聖地」スポットの一つ、エスカルガーデンでは魅力的な高原ガーデンをと工事を重ねガーデン内を流れる小川やウッドテラス、散策路の整備を行い四季折々の野草や花々を楽しんでいただいています。</p> <p>・さらに、有志の組織「Open Garden of Hakuba」で村内28カ所程を観光客に周遊する取り組みをしています。</p> <p>・ガーデンツーリズムを推奨し、白馬村だけでなく隣接の町市、小谷村のガーデンとも連携して旅行会社に企画を組んでもらい集客に努めています。</p> <p>・現存している宿泊施設、個人の自宅、商業施設庭園などを繋いで観光客が周遊してもらえるコンテンツ作り、サステナブルなツーリズムになる事を目的としています。</p> <p><b>少子化対策</b></p> <p>・白馬村としては、少子化対策事業に関連し、地域おこし協力隊の制度を積極的に活用し若い世代の移住・定住の促進を行なっています。ライフスタイルの紹介や相談など移住者の目線になり、村づくりに必要な実行者を外部から積極的に呼び込みます。</p> <p>・同じく少子化対策事業に関連し、H 29 年より子育て支援課を設け、出生率の増加を目指し小児科オンラインの開設、子育て支援アプリ「おひさまメモリーズ」を活用しています。</p> <p>・白馬村商工会では、将来的な移住・定住につなげたいというねらいからゲレンデを活用した白馬ならではの冬の婚活イベント「ゲレ婚 in 白馬五竜」を開催し、若い男女の出会いの場を設けようとスノーボードを滑った後パーティを楽しみ20～40代の男女15名が参加しました。</p> <p>・「恋人の聖地」幸せの鐘は、雪景色の中にイルミネーションを点灯しロマンティックな演出を施し、訪れた若年層にフォトスポットとして、また SNS 発信用スポットとして活用してもらいました。</p> <p>・各イベントや活動は、広くメディアへリリースされるよう白馬村観光局、白馬五竜スキー場、岩岳スノーフィールド、八方尾根スキー場などが中心となりプレスリリース発信し、地域の新聞はもとより、白馬村内のローカルテレビ、長野県内の民放局などに継続して取り上げてもらい、地域として発信を続けています。</p> <p>・Hakubavalley SNS 委員会では Facebook、Instagram、Twitter、Weibo など SNS のフォロワー数、閲覧数などの動向を月に一度話し合い確認分析し、新たな魅力的なコンテンツ作成し続け、発信しています。</p> <p>・Hakubavalley プロモーションボード委員会を発足し、プロモーションイメージビデオ制作、白馬エリアの魅力を紹介する YouTube 開設・運営、インフルエンサーの活用、白馬エリアの絶景フォトコンテスト「Hakubavalley 八景」開催しています。</p> <p>・白馬村観光局の facebook 登録者14万人、五竜47スキー場では SNS を活用しハッシュタグによるキャンペーンを実施。2500人以上のフォロワーを獲得しました。</p>
<p>4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しません)</p>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>・また海外への発信として、中国エリアで人気の SNS である Weibo アカウントを運用、オールシーズンの魅力とイベントを毎日1投稿紹介しています。</li> <li>・白馬エリアの10のスキー場がそれぞれインスタグラムアカウントを運営し総フォロワーは10万人を超え、オールシーズンの自然の美しさや楽しさを日々発信し続けています。</li> <li>・影響力のあるインフルエンサーを活用し、数万～数十万のフォロワーを持つSNS運営者に白馬の魅力を継続的に紹介してもらっています。</li> </ul>
5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しません)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「恋人の聖地」スポットの一つ幸せの鐘は、地域の人にも観光客にも愛され、一年中鐘を鳴らす音が響いています。</li> <li>・白馬五竜高山植物園開園、白馬ALPS花三昧の開催、白馬岩岳マウンテンリゾートの絶景テラスオープンなどにより、スノーシーズンのみならず一年を通したオールマウンテンリゾートへ進化していることを村民事業者が意識し、飲食店、宿泊業、ツアーアクティビティ会社などの営業形態にも変化が見られています。</li> <li>・SNS発信によりコロナ禍でも海外の白馬ファンからも期待が高まり来日、来村を見込める反応が多数あります。1月26日のオーストラリアで発信したスキースノーボードトレイン動画は、アップ直後から「早く白馬に行きたい！」などたくさんさんの反応がありました。</li> <li>・国内のお客様からも、コロナ禍前に恒例だった白馬エリアの人気イベントの開催を心待ちにいただき、観光旅行の機運を高めています。</li> </ul>
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しません)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スノーシーズンにおいては、HAKUBA VALLEYエリアインバウンド来場者は、2012-2013シーズン9万6,000人→2019-2020シーズン37万5000人と増加。 (2021-2022シーズン以降激減したが、2022-2023シーズンは回復と予想)</li> <li>グリーンシーズンにおいては、2021年以降新型コロナの営業で減少したが、回復傾向。</li> <li>HAKUBAエリア八景を選定し観光ルート構築をはじめ、SNSではFB、インスタグラム、Weiboへの定期投稿、SDGS関連ではアクションリスト・ハンドブック作成、ガストロノミーツーリズムイベントの開催など広域での連携、プロモーション、活動の成果とされます。</li> <li>・GREEN HAKUBA CREAM Act. 参加者は初回150名→440名に増加。お客さまと地域の一体感が生まれ、サステナブルマウンテンリゾートへの関心が高くなっていると実感しています。</li> <li>・夏の観光事業「白馬ALPS花三昧」では、2003年開始以降白馬村観光客入込数は年々増加し2012年8月では最大63万人、翌年62万人を記録し、その後も継続してコロナ禍前まで50万人前後を維持しました。</li> <li>・岩岳スノーフィールドでは、オールシーズンリゾートを目指して岩岳マウンテンリゾートに転身し、白馬三山を臨める絶景テラスをオープン。前年度比153%増となりました。その後も特に絶景を臨める紅葉シーズンは10万人以上の観光客を呼び込んでいます。</li> <li>・白馬五竜サイクルフェスタでは、村内のいくつかのポイントを自転車で巡り、エイドポイントでは地元の食材を使って栄養補給をしてもおうと、地元産蕎麦、ほおずき、オーガニックマフィン、地場野菜のピザなど趣向を凝らしたおもてなしで、開催スタート年76人→240人(2年目) →最大定員数500人(3年目)を迎え、2022年は第7回目を迎えました。</li> </ul>

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
	
「恋人の聖地」白馬五竜スキー場でスノボを愛する二人がホワイトウェディングを行いました。「幸せの鐘」を二人で鳴らし、友人らがバルーンリリースで祝福。居合わせたスキー客200人が二人を見守り心温まる結婚式となりました。	白馬村内唯一のスキー場ナイター営業を行うのは「恋人の聖地」幸せの鐘のあるエイブル白馬五竜。2019年冬にリフト、降雪、照明すべてを賄う「再生可能エネルギー」が開始。再エネ営業スタート記念のオープニングセレモニーが行われました。
	
植物研究の大学合同セミナー 東京大学、東京学芸大学、立教大学、岡崎統合バイオエッセンスセンターの皆様が合同で研究の成果発表をする合宿が行われました。	白馬五竜高山植物園の環境省と連携した絶滅危惧種保護活動を行っています。 白馬五竜高山植物園正会員118園、大会時には120名以上が参加。
	
第7回「信州おもてなし大賞」を受賞した白馬五竜高山植物園では、植物専門の学芸員スタッフによる植物園内散策ツアーやビジターセンター展示等を地域の人や観光客に自然に生きる植物に親しんでもらっています	地産地消メニューを目指して白馬周辺エリアなど高山帯でのみ生育する「花豆」を地域の中学生と一緒に植え、情報交換会などを行い「恋人の聖地」のあるレストランの新メニューに。





白馬五竜スノーフェスティバルイベント 地域のスキー場、地域の宿泊施設、観光協会一体となったイベントとして、観光を盛り上げ、地域活性化につながるシンボルとして使われています。



「恋人の聖地」幸せの鐘では、冬の間夜のイルミネーションを実施し、若年層の大切な人と撮影いただけるよう記念写真スポットを用意しました。



マウンテンフェスティバル「横乗り映画祭」 スノーボードだけでなく、サーフィン、スケートボードなど“ヨコノリ”スポーツの文化振興を促す複数の映像フィルムを上映し集客にもつなげました。



ひな祭り抽選会 3月3日に女性ゲストを中心にプレゼント抽選会を行いスキー場や周辺施設の地域活性を刺激する商品を配布しました。



「恋人の聖地」バレンタインイベントでは太鼓、抽選会、チョコレートタワーのおふるまいなど若年層へ地域観光を働きかけ冬の集客へ繋げました。バレンタインイベントのチョコレートタワーは子供たちも喜んでもらえる楽しいイベント。



「恋人の聖地」幸せの鐘のあるとおみゲレンデでは、スキー場営業最終日にマウンテンクリーンイベントでボランティアのお客様150名とゴミ拾いイベントを開催。記念にGREEN HAKUBAオリジナルTシャツをプレゼント。他に2つのスキー場でも同時開催されました。



SDG's勉強会 大町・白馬・小谷で同時開催された目標チェックシートの説明や、動画の紹介、専門家による登壇などを行い「恋日能登の聖地」スポットの幸せの鐘のある敷地内が会場になりました。



ゲレンデを活用した白馬ならではの冬の婚活イベント「ゲレ婚in白馬五竜」を開催し、若い男女の出会いの場を設けようとスノーボードを滑った後パーティを楽しみ20~40代の男女15名が参加。



7月第2週は「海の日」にちなんだ海洋ゴミをなくそう、海ゴミゼロウィークイベントに参加し、地域の子供たち、若い男女の有志の方たち50人以上で「恋人の聖地」幸せの鐘をスタートに一級河川のゴミ拾いイベントを行いました。



JC長野ブロック大会 in 北アルプス SDG'sフォーラム、多子社会フォーラムを開催しました。



オープンガーデンオブ白馬 白馬ALPS花三味では白馬花物語として飲食店、宿泊施設の各ガーデンを周遊してもらえるよう、ガイドマップを製作、配布し多くの人に白馬のガーデンを楽しんでもらいました。



白馬村内の八方尾根スキー場もリフトの8割を再生可能エネルギーで賅っています。白馬八方尾根スキー場で一早く再生可能エネルギーに切り替えた黒菱ゲレンデのリフト。





小遠見トレッキングコースの整備 毎年雪どけの6月に、観光組合の方の協力の下数日間かけて雪で崩れた登山道を整備して夏山登山文化、夏山観光に貢献しています。



白馬村の事業者や村外のパートナー企業がカンファレンス、ワークショップを重ねながら白馬村の未来をつくっていくサステナブルで「楽しい」未来を目指すプロジェクト「GREEN WORK HAKUBA」は4回開催。



オープンガーデン魅力化 「恋人の聖地」スポットの一つ、エスカルガーデンでは魅力的な高原ガーデンをとと工事を重ねガーデン内を流れる小川やウッドテラス、散策路の整備を行い四季折々の野草や花々を楽しんでいただいています。



足腰の悪い方にもトレイル環境を楽しんでいただくためのカナダからきた車いすサービス。自然の美しさを楽しみたい祖父母へのプレゼントに、と人気で集客につなげ、ダイバーシティ、サステナビリティにも貢献。



# (4)長野県\_須坂市

## 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組 〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	須坂まるごと恋人の聖地プロジェクト
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	須坂市
1. 地域・施設の特徴	<p>○特色ある自然・景観と農ある暮らし</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上信越高原国立公園に属する「峰の原高原」や、80m級の二つの滝が並ぶ国指定名勝「米子大瀑布」など景勝地に恵まれる。</li> <li>・国立公園から流れ出る河川によって形成された扇状地は、肥沃で水はけが良い。また、降水量が少なく昼夜の寒暖差が大きい。こうした天候、土壌は、果実の糖度が上がりやすく、味が凝縮されるため、フルーツ栽培に最適な土地である。</li> <li>・須坂市は、1年を通して美味しい果物を味わうことができるため、フルーツ王国としてふるさと納税寄付受入件数が3年連続県内1位。</li> </ul> <p>※現在、令和元年東日本台風（台風19号）の被害により、米子大瀑布へのアクセス道路が全面通行止となっている。2023年初夏の開通を目指し、今後に向け新たな体験型観光商品の開発をしている。</p> <p>○歴史と文化を感じられる町並みや公園</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・江戸時代は、須坂藩主堀氏の館町として、明治から昭和にかけては製糸業で栄え、今も豪壮な土蔵造りの旧製糸家建物や繁盛した大壁造りの商屋などの町並みが多く残っている。</li> <li>・現在は、蔵を活かした商店、博物館、美術館などに改築され、新たな魅力が作り出されている。</li> <li>・他にも、本多静六林学博士の設計でさくら名所100選及び日本の名松100選の「臥竜公園」、東日本最古最大級の積石塚古墳「八丁鎧塚古墳」などがある。</li> </ul>
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p>須坂まるごと恋人の聖地プロジェクトとは、須坂市に点在する多くの地域資源や環境資源、文化施設を繋ぎ、それらを取り巻く人のすべてを体験してもらい、持続可能なまちづくりを目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内各所に点在している地域資源を最大限活用し、新たに価値を付加する。従来の観光地や展示物を見学するというイメージから脱却し、テーマやストーリー性をもって市全域の観光資源や文化財を繋げる。この仕組みを作ることで、市民が地域に誇りを感じるとともに、観光資源の磨き上げを行い、まちとしての価値をさらに高める。</li> <li>・「恋人の聖地」を含む様々な活動を、デジタルを活用した情報発信により、「無関心層を関心層に変え」交流人口の拡大、定住人口の拡大に結び付ける。</li> </ul>
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p>①須坂をまるごと繋げる取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スザカのスサガをさがすバス</li> <li>須坂駅と動物園、臥竜公園などを結ぶバスを実証運行。200円で乗車券を購入。乗車券は一日乗り放題で、市内各所の施設に無料で入館できる他、オリジナル特典が貰える。</li> <li>・スイーツスタンプラリー</li> <li>飲食店を繋げる</li> <li>・ロゲイニング、鬼滅ウォーク</li> <li>まちに興味を持ち、文化と人が繋がる。</li> </ul>

	<p>②恋人の聖地を核とした取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スイーツフェア、クラフトフェア</li> <li>・恋華めぐり</li> <li>・オープンガーデン事業</li> </ul> <p>③子育て、移住定住促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人をつなぎ、地域をつなぐ須坂の新拠点「bota」オープン</li> <li>2022年7月、須坂駅前に地域に暮らすすべての人にとっての「最高のサードプレイス」になることを目指した複合施設がオープン。須坂市子育て支援センターや多目的交流スペース、キッチンスタジオ、託児スペース、コーヒースタンド、コワーキングスペースなど、暮らしの拠点に。</li> <li>※須坂の蔵の街並みで見られる「ぼたもち石」という石垣がモチーフ</li> <li>・須坂ファミリーフェスティバル</li> <li>子育て世代が自らの経験や活動を活かした発表の場を作り、親子で一緒に楽しみ交流できるイベントを開催。</li> <li>・移住促進c h</li> </ul> <p>④環境資源の維持、発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・eバイク</li> <li>・アウトドアフェア</li> <li>・五味池整備</li> </ul>
4. 取組みに関する広報活動・SNS 配信などについて <small>(※審査以外での掲出・公表しませんが)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住推進チャンネル</li> <li>・スザカのタカラビト</li> <li>・須坂市観光協会 HP、SNS</li> <li>・まる博 HP</li> <li>・須坂市広報誌</li> <li>・文化振興事業団の HP、チラシ</li> </ul>
5. 活動の効果(地域の反響) <small>(※審査以外での掲出・公表しませんが)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モニュメントの設置により、フォトスポットとして人気を集めている。特に春分の日、秋分の日にはハートの形が浮かび上がり、観光協会のスタッフがシャッターサービスをしており好評を得ている。</li> <li>●モニュメントの敷地内にある世界の民俗人形博物館において、実施される「三十段飾り 千体の雛祭り」では、ぼんぼりでハート型に飾りつけたことにより、地域の皆さんに喜んでいただけるだけでなく、団体旅行でも人気がある。</li> </ul>
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 <small>(※審査以外での掲出・公表しませんが)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モニュメント設置後には、同じ敷地内の「世界の民俗人形博物館」「須坂版画美術館・平塚運一版画美術館」「歴史的建物園」の3施設来館者数が伸びた。</li> <li>●恋人の聖地となったアートパークで様々なイベントを実施することにより、観光誘客を図ることができ、周辺施設への数字面での相乗効果があった。</li> </ul>



7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)



【恋人の聖地（アートパーク）モニュメント】  
 ●須坂アートパークに設置されているリングの形をしたモニュメント。春分の日、秋分の日にはハートが浮かび上がります。



【須坂スイーツフェスタ in 恋人の聖地】  
 ●恋人の聖地であるアートパークにおいて実施  
 ●スイーツ体験教室（スムージー作り体験、フルーツパフェづくり体験）も実施  
 ●約2,000人が来場して賑わった



【須坂スイーツフェスタ in 恋人の聖地】  
 ●市内外の約20店舗が出展  
 ●須坂産のフルーツを使用したスイーツを販売する店舗もあった。



「オープンガーデン」  
 ●平成17年度から個人のお宅の庭園を開放していただく「信州須坂オープンガーデン」を開始。  
 ●カップルで散策すれば、花のようにお互いの心が花開く?!



「信州須坂フルーツエール」  
 ●須坂産のフルーツを使用したクラフトビール。最近ではシャインマスカットを使用した商品が誕生。カップルにおすすめの商品。



「信州須坂健康スムージー」  
 ●須坂産の野菜、果物を使用。市内でスムージーを提供するお店を2カ所巡ると、抽選で景品をもらえる信州須坂スムージーフェスを実施。



# (5)愛知県\_名古屋テレビ塔

## 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組

〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	中部電力 MIRAI TOWER のリニューアルと公園の再開発
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	中部電力 MIRAI TOWER
1. 地域・施設の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・愛知県名古屋市の中心部にある街のランドマークタワーとして、展望台を中心に塔内にはホテルや披露宴ができる会場のほか、ミュージックホール（チャペル）、レストランなどのショップが揃う。</li> <li>・展望台からの夜の眺望は日本夜景遺産に認定されており、カップルの定番デートスポットとして知られる。</li> <li>・日本初の集約電波鉄塔として65年以上の歴史を持ち、世代を超えて地域のシンボルとして親しまれている。(10月12日に重要文化財に答申)</li> <li>・足元に公園が広がるロケーションと相まって、地元の人や観光客が記念写真を撮る写真スポットとして、地域を代表するシンボリックなエリアとなっている。</li> </ul>
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	・タワーが位置する公園や近隣施設であるオアシス21と連携したライティングを実施。
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・花の生産日本一として知られる愛知の花をテーマに地域の魅力発信と地域活性を目的に、フラワーマルシェの実施やそれと連動したプロジェクションマッピング企画を展望台にて実施。タワーの特性を活かし、夜景と映像を融合したコンテンツで若者を中心に好評を得ている。</li> <li>・塔内にあるホテル及びレストランでは、客室や料理に地域の特産品や伝統工芸品、食材を使用する事でこの地域ならではの特色を活かしたおもてなしを実現。カップルの記念日利用等も多い。</li> </ul>
4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて <small>(※審査以外での掲出・公表しませんが)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取組み内容をTwitterやInstagramでも定期的に紹介している。</li> <li>・WEB上でイベントページの設置や、インフルエンサーを使ったSNSでの広報活動の実施。</li> </ul>
5. 活動の効果(地域の反響) <small>(※審査以外での掲出・公表しませんが)</small>	・週末や夜景の時間帯には多くの方に来場して頂いている。新しくなった公園と中部電力 MIRAI TOWERのリニューアルで回遊性が高まった。
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 <small>(※審査以外での掲出・公表しませんが)</small>	・コロナの影響で数字的にはマイナスになっています

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
<p>写真</p>  <p>(説明文) 地上90mの展望台で行っているプロジェクションマッピングと夜景を融合したイベント。地域の「花」をテーマに、映像や香りの演出もあり、カップルや若者を中心とした集客を図る。</p>	<p>写真</p>  <p>(説明文) 展望台のイベントと連動し、地域の花をテーマにしたフラワーマルシェ。鉢植えの販売や、子供連れも気軽に楽しめる花を使ったワークショップなども実施している。</p>
<p>写真</p>  <p>(説明文) 塔内にはホテルや披露宴会場、レストランがあり、地域の特産品や伝統工芸品、食材が使われている。ホテルは、世界初、タワーの中に宿泊ができる施設として注目されている。</p>	<p>写真</p>  <p>(説明文) タワーの足元に広がる公園や近隣施設のオアシス21と連携したライティングを実施。</p>
<p>写真</p>  <p>(説明文) タワーのリニューアルとともに再開発された公園でエリア全体の賑わいを生み出している。</p>	<p>写真</p>  <p>(説明文) 展望台には自然をテーマにした家具や、名古屋城の石垣をイメージしたソファを設置。読書スペースやワークスペースなども設け、展望台をよりゆったりと過ごせる空間にした。</p>



# (6)三重県\_渡鹿野島

## 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組 【恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式】

プロジェクト名	「オノコロハートアイランド ～日本最古の恋人島・わたかのじま～」
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	渡鹿野旅館組合
1. 地域・施設の特徴	志摩市は、三重県の東南部に位置し、北部は伊勢市および鳥羽市に、西部は南伊勢町に接し、南部および東部は太平洋に面しています。市全域が伊勢志摩国立公園に含まれ、英虞湾、的矢湾といったリアス式の海岸が特徴的で、湾内をはじめ、大小の島々も点在する自然豊かな地域です。渡鹿野島(わたかのじま)は三重県志摩市、伊勢志摩の中心に位置する小さな島です。三重県の無形文化財である「天王祭」や、盆踊り大会、灯籠流しなど日本の古き良き伝統文化がこの島で生きついています。
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	旅館組合ではビーチの清掃活動、夏休み中毎日行われるナイトクルージング、不法投棄された漁具を用いた「ビン玉あかりのさんぽみち」の整備、地域おこし協力隊と一体となった「たけあかり」によるライトアップ事業など様々な事業を通して、島を訪れる人々へのおもてなしを行い、地域の活性化に島民全体が一体となって過去の性風俗の島というイメージを払拭するために活動を行っています。さらに、「縁結びの島旅」と銘打って各旅館が独自のアイデアを活かした宿泊プランを設定。更なる活性化に努めています。
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	そんな渡鹿野島にこの4月から島の地域振興を担当する「志摩市地域おこし協力隊」の新メンバーが着任。島の魅力を全国に発信するとともに島の賑わい醸成に活躍しています。天王祭の3年ぶりの復活に神輿の先達や音楽祭の司会も務め、島民としての大役を担い、島民と一体となった活動がマスコミにも多く取り上げられました。
4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて <small>(※審査以外での掲出・公表しません)</small>	志摩市の公式ホームページで恋人の聖地の認定について掲載されています。また地域おこし協力隊も自らInstagramやツイッターで発信。そのことによりNHKの長期密着取材も実現し、島の活性化に大きく寄与しました。
5. 活動の効果(地域の反響) <small>(※審査以外での掲出・公表しません)</small>	新型コロナウイルス感染症のまん延により途絶えていた修学旅行が復活。島にも活気が戻ってきました。また、地域おこし協力隊の活動をNHKの特集で知った問い合わせ県内外から連日あり、島への誘客につながりました。
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 <small>(※審査以外での掲出・公表しません)</small>	認定後、新型コロナウイルス感染症まん延のため大きく来島者は減少しましたが、地域割りや全国力支援など自治体や政府の支援も相まって観光客はコロナ以前の8割まで回復してきました。 本年度、観光庁の看板商品づくり事業に採択され「島ウエディング」の催行を予定しているのにさらに来島者の増加するとみています。

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
	
デザインは三つ愛(恋人・親子・友達)をテーマに、地域おこし協力隊の岬さんと島民とで決定しました。ハートの間からは夕日が臨め、島民が集めたシーグラスが敷き詰められています。来島する人々のフォトスポットとなるように島民の手で作りました。	渡鹿野島のPRプレゼンをする地域おこし協力隊の岬さん。情報発信による移住促進のための一役も担っています。岬さんの隊員としての任期は23年3月末まで。来年度にはNPO法人か一般社団法人を福寿荘とともに立ち上げ、マリニアクティビティと「恋人の聖地」をからめた事業を行っていく。
	
不法投棄された漁具を回収し、清掃から穴あけ電飾。設置まで地域の業者と島民が一体となり旅館組合が設置した「ビン玉あかりの散歩道」。島を訪れるカッブルや観光客の絶好の散歩コースとなっています。	地域おこし協力隊の岬さんと島民が企画した「あばばいフォトコンテスト」。県内外から応募があり、投票と審査員の審査で入賞作品が決定。コロナ禍でもできる島旅として情報発信を行いました。
	
観光庁の看板商品づくり事業で導入される2人乗りのLOVE SUP。三重県では初のLOVE SUPは問い合わせも多くあり、恋人の聖地にふさわしいマリニアクティビティとなるのは間違いありません。志摩自然学校の全面バックアップで遂行します。	縁結びの恋絵馬(風待ちの湯福寿荘内 福寿神社)本年度より三重県産間伐材を使用し、環境保護や森林保全にも取り組んでいます。また絵馬の印刷は障がい者授産施設に委託し、障がい者自立支援にも繋がっています。



# (7)大阪府\_泉佐野市

## 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組 〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	LOVE RINKU/関空・大阪湾を望むりんくう公園
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	泉佐野市
1. 地域・施設の特徴	<p>泉佐野市は、大阪市と和歌山市のほぼ中間に位置し、背後に一部が金剛生駒紀泉国定公園に指定された和泉山脈を擁し、美しい山河、緑あふれる恵まれた自然環境にあります。商・工・農・漁業がそれぞれバランスよく栄えてきましたが、関西国際空港の開港などに伴う人口の増加とともに、商業・サービス業が盛んになっています。瀬戸内式気候に属するため、気候は温暖で、比較的少ない降水量となっています。</p> <p>第5次総合計画においては、「世界に羽ばたく国際都市 泉佐野市 ― ひとを支え ひとを創り 賑わいを創る ―」を将来像として表現し、平成6年9月に開港した関西国際空港の玄関都市として「国際化」を中心に踏まえたまちづくりに取り組んでいます。</p> <p>関西国際空港の対岸に位置するりんくう公園は、大阪湾や空港、離発着する飛行機が一望でき、ジョギングや散歩にも最適な公園で、日本の夕日百選にも選ばれているこの公園からの夕日は、見る人の心をほっとさせてくれます。</p> <p>令和元年4月には、公園内に「LOVE RINKU」モニュメントを新たに設置され、SNS映えスポット、フォトウエディングの撮影スポットとして人気です。また、モニュメントを訪れた証として、オリジナルの刻印を施すことができるハート型の「LOVE-TAG」を取り付けることもできます。</p>
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p>「恋人の聖地」認定スポットとして、単体でのブランド力の波及や認知度の向上を目指すだけでなく、市内各観光スポットや観光事業に結びつけて周知啓発を行うことで、市全体としての誘客促進や滞在時間の増加、イメージアップを図る。</p> <p>また、少子化対策として、「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」を基本目標とし、泉佐野市出会いの機会創出事業を毎年度実施している。本事業では、体験型婚活イベント等を開催し、「想いに残る出会いの機会創出」を実施することで、婚活だけでなく、本市の魅力を伝え、定住人口はもとより、関係人口や交流人口としてのファンや関係性の繋がりがも増加させることを目指している。</p> <p>さらに令和4年度は他社協力のもと、泉佐野市の周遊アプリを作成し、地域振興を図るほか誘客にもつなげていくことを目指している。</p>
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p>・平成30年4月、大阪府の「大阪ストーリープロジェクト事業」の助成を受けて、りんくう公園内に「LOVE RINKU」モニュメントを設置し、大阪ミュージアムにも登録された</p> <p>・令和元年10月には「LOVE RINKU/関空・大阪湾を望むりんくう公園」が恋人の聖地に認定された</p> <p>・令和2年度にはさらなる魅力度アップのため、モニュメント付近に海を眺められるベンチとカメラ台等を新たに設置</p> <p>・他スポットとの差別化を図るため、オリジナルの刻印を施すことができる金属製のタグ「LOVE-TAG」を販売しており、訪れた証としてモニュメントに南京錠で取り付けできる</p> <p>・若年層の更なる誘客促進を目的に、フォトスポット効果を高めるべ</p>

	<p>く、タグの取り付け方法等を記載したハート型専用看板を設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「LOVE RINKU」チラシの制作、配布</li> <li>・市内観光スポットの認知度・回遊性向上を目的に、現地ではなく、近くの観光案内所「りんくうまち処」で「LOVE-TAG」を販売</li> <li>・日本の夕陽百選に選定されていることから美しい夕陽の絶景フォトスポットとしてのSNS等でPR</li> <li>・観光情報誌として知名度の高い「るるぶ」の泉佐野版を多言語で作成し、訪日外国人を含めて、市内観光スポットを来訪者へ広くPR</li> <li>・山間部には大阪府下唯一の温泉郷を有し、犬鳴山温泉として親しまれており、犬鳴山七宝瀧寺は日本最古の修験道の霊場でパワースポットとしても知られ、参道はハイキングコースとしても人気があり、それらを雑誌等様々な媒体でPR</li> <li>・泉佐野市主催もしくは関連イベントでの恋人聖地のチラシ配布等のPR活動</li> <li>・毎年12月には市内の高校生の作品をはじめ、様々な光の演出がなされる泉佐野駅前LEDイルミネーションを設置(※令和2年度・令和3年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止)</li> <li>・日本遺産に認定された『日根荘』日根神社は、子宝に恵まれない若嫁が子授けを祈願してまくらを奉納し、それを祭の幟にくくりつけて渡御したという伝承により、夫婦円満にして子を授かり子宝に恵まれるとされ、日本で唯一「枕の神社」としても知られる</li> <li>・家庭と地域における子育て支援事業や教育・保育の充実事業、義務教育の充実事業や地域連携の充実事業等、様々な子育て関連事業を実施</li> <li>・本市の魅力を広く知っていただくため、「定住促進パンフレット」を作成</li> <li>・定住促進の一環として、市内において、住宅を新築、購入し、町会加入された方を対象に、泉佐野地域ポイント「さのほ」を最大25万円分付与</li> <li>※3世代同居(近居)、新婚世帯にはさらに取得費用等の助成あり</li> <li>・出会いの機会創出事業(結婚を希望する若い世代に対し、出会いの場を提供)として、婚活イベントの開催</li> </ul>
4. 取組に関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しませんが)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「恋人の聖地バレンタインフォトコンテスト」、「とくナビスタンプラリー」等への賞品提供</li> <li>・市の広報紙等への掲載</li> <li>・泉佐野TV「さのテレ!」での放映</li> <li>・大阪観光局によるFacebook(海外向け)記事の取材</li> <li>・メトロックなどの音楽イベントでの若年層へのPR</li> <li>・泉佐野市及び観光サイトのHP、フェイスブックでの発信</li> <li>・オリジナルポスターの作成</li> <li>・シェアサイクル周遊スポットとしてLINEでプッシュ配信</li> <li>・(一社)KIX泉州ツーリズムビューロー(地域連携DMO)HPへの観光スポット、イベント情報等の掲載</li> <li>・りんくうまちづくり協議会のHP、フェイスブック、ツイッター、インスタグラムへの掲載</li> <li>・泉佐野シティプロモーション推進協議会(地域DMO)HPへの掲載</li> <li>・りんくう公園管理事務所運営のHP、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムへの掲載</li> <li>・泉佐野市主催もしくは関連イベント等でのチラシ配布</li> <li>・「恋人の聖地」に認定されたことを記念に、チラシを新たに作成し、市内公共施設や観光案内所、イベント等で配布</li> <li>・10か国語対応の多言語サイト(QR Translator)への掲載</li> <li>・日本郵便公式SNSにおいて訪日外国人向け観光情報として発信</li> </ul>



<p>5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・モニュメント設置により恋人の聖地としての認知度向上、フォトスポットとして集客に効果あり</li> <li>・SNS(特にInstagram)への投稿数の急増、認知度の大幅な上昇、それによる訪問者数の増加。</li> <li>・市内、特にりんくうタウンエリアへの若い世代の来訪者が増加</li> <li>・関連イベントでのガイドブック、チラシ配布等により、市内観光スポットの認知度が向上</li> <li>・泉佐野市観光協会ウェブサイト及び SNS へのアクセス数の増加</li> </ul>
<p>6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●LOVE-TAG販売数： <ul style="list-style-type: none"> <li>H29年度：0個</li> <li>→H30年度：46個</li> <li>→R1年度：81個</li> <li>→R2年度：128個</li> <li>→R3年度：107個</li> </ul> </li> <li>●りんくう公園駐車場利用状況： <ul style="list-style-type: none"> <li>H27年度：約53,000台</li> <li>→H30年度：51,087台</li> <li>→R1年度：54,768台</li> <li>→R2年度：73,286台</li> <li>→R3年度：53,689台</li> </ul> </li> <li>●りんくうまち処・閑空まち処来場者数：(LOVE-TAG販売、るるぶ配架場所) <ul style="list-style-type: none"> <li>→H28年度：164,174人</li> <li>→H30年度：158,625人(うち外国人86,989人)</li> <li>→R1年度：171,606人(うち外国人74,983人)</li> <li>→R2年度：12,025人(うち外国人274人)</li> <li>→R3年度：17,173人(うち外国人385人)</li> </ul> </li> <li>※R2度・R3年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により利用者数が大幅減</li> <li>●泉佐野市観光協会のフェイスブックフォロワーの数： <ul style="list-style-type: none"> <li>令和元年5月：1,539→令和4年10月現在：1,917名</li> </ul> </li> <li>●SNS投稿数：Instagram(#loverinku)：138件</li> </ul>

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 「LOVE RINKU」モニュメント 令和元年10月1日に恋人の聖地に認定された令和2年度には、さらなる魅力度アップのため、空港と海を眺められるベンチとカメラ台を設置</p>	<p>(説明文) 「LOVE RINKU」チラシ</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) モニュメントの近くに設置されているハート形のかわいい専用看板</p>	<p>(説明文) 「LOVE-TAG」 大切な人との絆を深めるため、「LOVE RINKU」モニュメントを訪れた証として、タグに好きな文字を刻印し、モニュメントに取り付けできる</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 観光交流プラザ「りんくうまち処」 「LOVE-TAG」販売場所で、観光案内所兼アンテナショップとして、泉佐野市や連携自治体の特産物も購入できる</p>	<p>(説明文) 夕日百選に選定されたりんくう公園の夕日</p>



7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 観光情報誌として知名度の高い「るるぶ」の泉佐野版を作成</p>	<p>(説明文) 犬鳴山散歩の拠点となり、身も心も癒してくれる秘境ムードが漂う犬鳴山温泉</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 犬鳴山七宝瀧寺</p>	<p>(説明文) 犬鳴山七宝瀧寺で行う一日修験道体験 女人禁制の修業が多い中、女人大釜とも呼ばれており、多くの女性が修行される</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 「第45回郷土芸能の集い」にてとくナビのPRを実施している様子</p>	<p>(説明文) 令和3年9月にリニューアルした泉佐野産の野菜と米粉を使った体に優しいクッキー</p>

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 泉佐野駅周辺LEDイルミネーション 「LEDのまち」徳島県阿南市の協力により実施</p>	<p>(説明文) 毎年5月に日根神社で実施される日根神社の例祭「まくら祭り」はのぼりに色とりどりの飾り枕をつけて村々を巡行する特色ある祭礼行事</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 定住促進パンフレット</p>	<p>(説明文) 出会いの場を提供する体験型婚活イベントのパンフレット(令和4年10月実施)</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文)</p>	<p>(説明文)</p>



## (8)大阪府\_泉南市

### 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組 〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	恋するせんなん♡SENNAN LONG PARK
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	泉南市
1. 地域・施設の特徴	2020年7月、関西国際空港の対岸、「恋人の聖地」泉南マーブルビーチ、海水浴場や大規模音楽フェス等の会場として賑わう「タライサザンビーチ」に隣接する南北約2kmの広大なエリアに、美しい自然を存分に生かした SENNAN LONG PARK(泉南りんくう公園)がオープンした。パーク内は、アクティビティエリア、コミュニティエリア、マルシェエリア、グランピングエリアと4つのエリアに分けられ、それぞれに特徴のある施設を有し、夕陽の百選にも選ばれる絶好のロケーションに加え、地元の恵みを生かした食、スポーツ、レジャーをまるごと体験することのできる、関西最大級のリクリエーション施設となっている。
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	市では、泉南ロングパークを誘客のフックとして位置づけ、施設を持つポテンシャルを最大限に活用することで、様々な場面において、多様なターゲットに訴求するための仕掛けを用意し、泉南ロングパークや市の知名度向上を図っている。将来的には自走可能なコンテンツとして育てあげること目標としている。また泉南ロングパークを起点として、市内全域への誘客を図るため、様々な観光情報や飲食店等の情報を発信するためのデジタルサイネージの整備や、泉南ロングパークと市内の観光スポットとを結ぶシャトルバスを運行するなどし、誘客効果の波及に努めている。
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p>(1) 地域の新たなブランドづくり・魅力づくりに貢献しているか ・泉南ロングパークに隣接するタライサザンビーチを会場に「ビーチランタンフェス」をこれまでに3回開催している。ほかに輝くランタンが一斉に浮遊し、海上に投影される様子は、息を呑むほどの幻想的な光景となっており、SNS等での拡散効果もあって、有料イベントではありながら、都度、前回は上回る参加者を得ている。</p> <p>(2) 来訪者に対して自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を伝えられているか ・泉南ロングパークと「熊野街道信達宿藤まつり」会場とを結ぶシャトルバスを運行した。相互の来訪者を送迎することで滞在時間の延長効果があった。</p> <p>(3) 来訪者にとって魅力的な観光コンテンツとなっているか ・泉州光と音の夢花火は、コロナ以前には一日10,000発の打ち上げ花火を二日間にわたって打ち上げ、音楽や噴水とシンクロさせる演出によってエンターテインメントとしてのショーアップも図るなど、大規模かつ現代的な花火大会として広く認知されていたところ。泉南ロングパーク開園後はコロナの影響もあり、完全実施は見送られているものの、将来的には泉南ロングパークのポテンシャルを活かし、より魅力的な観光コンテンツとして発展することが期待される。</p> <p>(4) 来訪者、一般市民の興味を引く内容となっているか ・泉南ロングパークは海上に面して整備されたものであるため、大自然の恵みを楽しめる一方、天候や季節の影響を受けやすいといった側面もある。冬</p>

季、泉南ロングパーク園内に様々なイルミネーションを設置することで幻想的な雰囲気を作り出し、魅力向上や誘客促進に努めた。期間中、SNS等による拡散効果もあり、若年層を中心に多くの来場者を得ることに成功した。

#### (5) イベント、広報活動など取り組みの発展性や拡散性があるか

・関西国際空港を擁する自治体として、ANAグループと連携し、航空輸送事業の人材確保や教育的観点から、従来から求職ニーズの高い空港関連業務に関する職業体験イベントを実施した。実際の航空機内や待機場のバックヤードなどを見学し、生の仕事に触れる貴重な機会となった。

#### (6) IoT の活用など先進的な取り組みとなっているか

・観光情報や飲食店などの情報を効果的に発信するため、情報通信技術を活用した観光デジタルサイネージを作成し、泉南ロングパーク内のほか、イオンモールりんくう泉南、泉南市観光協会案内所に設置した。タッチパネル式のため、観光客が自由に情報を検索することで、個別情報はそれぞれ観光客自身のスマホ上で閲覧できるSPサイトへの誘導される仕組みとなっている。現在はより多くの観光客に触れてもらうための仕掛けとして、飲食店のクーポン発行機能等の実装に向けての準備を行っている。

#### (7) SNS その他、来訪・集客促進のための情報発信方法等の工夫がなされているか

・泉南ロングパークをはじめ、市内観光スポットの効果的なPRのため、地元メディアであるJ.COMとタイアップしたプロモーションを行った。  
・また、ANAの現役CAが実際に市内を散策するプロモーション動画を作成し、ビジュアルにこだわった作品とするとともに、日本語版のほか、英語テロップ版も作成している。成果品をANAのYoutubeチャンネルにて配信することで、短期間で2万回を超える再生回数を記録した。

#### (8) 地元の団体・企業が参加、利用できるハード、ソフトが整っているか

・泉南ロングパークを会場に、泉南市商工会を中心とした実行委員会が商工、農水産、クラフト作家の参加によるマルシェイベントを開催した。泉南ロングパークの特徴である機長のレイアウトを活かし、奥行きのある会場設置を行うことで、感染対策に配慮した導線を実現させた。

#### (9) 他地域の自治体、団体、企業においても活用できる取り組みであるか

・官民連携により泉南ロングパークのブランディングに注力した成果として、多数の団体や企業から活用申し出を受けている。City Trial Japan実行委員会による「City Trial Japan 2022 in OSAKA」が泉南ロングパーク特設コースにおいて実施されたほか、トヨタグループとの連携によって、近未来型コミュニケーションとして注目されているモビリティがいち早く泉南ロングパークにお目見えした。  
・関西国際空港立地自治体である強みを活かし、ANAのフラッグシップ機である「Flying HONJ」が関西国際空港発着の特別運行される機会に、市民招待席を設定、また空港内には泉南市のプロモーションブースを設けるなどした。

#### (10) 訪日外国人に向けて日本の魅力ある自然環境の発信として評価されるものであるか

・泉南ロングパークに隣接するタライサザンビーチは身近な海水浴場として親しまれているほか、アカウミガメが産卵に訪れるなど都市部にあっても良好な自然環境が保たれていることで評価をされている。関西国際空港に近接する絶好の立地を活かし、広く国内外に向けこうした魅力を発信するため、ワールドマスターズゲームズ関西のオープンウォーター競技の会場となり、その前哨戦として泉南オープンウォータースイミング大会を開催した。将来的には広く世界中からの参戦を得ることを目指している。

#### (11) 訪日外国人観光客に向けた取り組みとしても評価されるものであるか

・タライサザンビーチにおいて大規模音楽フェス「Music Circus」が開催されている。コロナ以前にはインバウンドに訴求するため、海外から多くのDJ、ア



	<p>ーティストを招致し、音楽ジャンルもハウス、クラブ系に特化したものとなっている。</p> <p>(12) サステナブルツーリズムに対する理解と実践がなされているか</p> <p>・泉南ロングパークに隣接するタライサザンビーチはアカウミガメが産卵に訪れることでも知られ、都市部にあつて良好な自然環境が保たれていることでも評価をされている。こうした自然環境の保護及び啓発の一助として、ウミガメをモチーフに市内小学生から募集したデザインを元に、巨大なバルーンを作成した。イベントでは、ウミガメバルーンを中心に、参加者がウミガメ型のサンドアートを作成するイベントを行い、ウミガメを通じた自然環境の保護啓発に努めた。</p>
4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しません)	<p>本市HPやSNS (Facebook、LINE) に加え、観光協会のSNS (Instagram) でも開催するイベントを、各媒体に適した時期に配信し、メディアミックスの効果を最大限に活かした広報活動を展開した。</p> <p>また、再訪を継続的に促すため、ハッシュタグ「#恋するせんなん」や「#lovesennan」「#sennanlongpark」等SNS等の機能も活用し旅行者の体験が広範に共有できるような仕掛けを展開するとともに、本市HPにおいてもイベント当日のにぎわいを発信した。さらに、プラットフォームを活用しプラットフォーム登録者を中心とした旅行者やメディア等に対し、WEB配信に適した映像コンテンツを作成し、配信を行った。また、旅行者をとする紙媒体のメディアを活用し、ターゲット層の拡大に努めた。</p>
5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しません)	<p>SENNAN LONG PARKでイベントを展開することで多くの来訪者が得ることができ、知名度の向上に繋がった。また、旅行者のみならず民間事業者等においても認知を獲得し、民間主導のイベントの誘致や大手小売業数社の立地にも成功した。</p> <p>また、イベントにおいて連携した国内外の有名観光地とタイアップした企画の検討が進んでおり、2025年大阪万博に向けインバウンドを含めた様々なターゲット層への訴求が求められる中、さらなる魅力の向上に寄与するものと考えている。</p> <p>さらに、インナープロモーションとして、イベントへの地元事業者の出店や市民向けイベントの開催やプロモーションの展開により、シビックプライドの醸成に繋がっている。</p>
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しません)	<p>2020年7月に開園したSENNAN LONG PARKへの来園者数は、2020年度に約100万人、2021年度には約150万人となっており、2022年度においても順調な伸びを示している。</p>

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
	
(1) 泉州ビーチランタンフェス 参加者、観覧者含め、1万人前後の来場を得た。	(2) 泉南ロングパークと藤まつり会場を結ぶシャトルバスを運行
	
(3) 泉州光と音の夢花火 1万発/日の打ち上げ花火が夜空を彩る。	(4) 「SENNAN "PARK Light up" ×FeStA LuCe」 冬季に多くの集客効果があった。
	
(5) 実機や空港内バックヤードで生のお仕事に触れることが出来た。	(6) ICTを活用した観光デジタルサイネージ



 <p>ANA CAが 大阪・泉南市をご紹介!</p> <p>VIDEO LOG 泉南</p>	
<p>(7) ビジュアルにこだわったプロモーション</p>	<p>(8) まるごとフェスティバルをメイド イン 泉南で開催</p>
	
<p>(9) 多くの企業や団体とのタイアップイベント・公民連携モデル事業</p>	<p>(10) 関西国際空港を臨むビーチでの国際大会の誘致に向けたオープンウォータースイミング大会</p>
	
<p>(11) 夏の風物詩として、外国人も多数参加する日本最大級の音楽フェス</p>	<p>(12) アートイベント「ウミガメを待つビーチ」</p>



# (9)岡山県\_瀬戸内市観光協会

持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組  
 【恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式】

プロジェクト名	牛窓デート
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	一般社団法人 瀬戸内市観光協会
1. 地域・施設の特徴	<p>恋人の聖地：オリーブ園                  施設：瀬戸内きらり館</p> <p>日本のエーゲ海といわれる牛窓。古くからは潮待ちの港として栄え異国情緒あふれる小さな港町。温暖な気候からオリーブの栽培も栄え、穏やかな瀬戸内海の風景、西日本最大のヨットハーバーもあり、マリンスポーツのメッカとしても栄えている。近年では、潮が引くと一本の道でつながる黒島ビーナスロードへの人気も高い。古い町と地中海のような気候と風景で若いカップルの人気も高く。デートスポットとしても有名。</p>
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p>若い方たちが楽しむための参考になる動画配信やSNSを中心に活動。地元キャストの動画のドラマ化。若いメンバーたちを巻き込んで動画作成など。新しいアイテムでメタバースやVRを取り入れた活動計画中。</p>
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p>牛窓デート胸キュンストーリー動画配信中！  <a href="http://date.ushimado.net/">http://date.ushimado.net/</a>                  牛窓デート（イベント名）                  15年前より活動。最初はデートスポットを散りばめてカップルが巡っていおるポスター作成で関係各所に牛窓デートという名前の熟知のためのイメージ広告展開。（当時はまだSNSが広がっていない時期）次に、海辺の観光センター前で夕日のLIVEの音楽イベント。街角コンサートを中心とした活動。そこから生まれた地元バンドと自前で作成した曲「牛窓デート」その後、調子に乗って7曲入りの牛窓をイメージしたアルバムを作成。                  過去、恋人の聖地イベントでも新潮社の恋人の聖地小説にて井上荒野先生にUF0と胸キュンを題材に短編小説も書いていただきました。                  さらに「よしもとの沖縄国際映画祭」出展の地域映画「うしまどのふしおきなできごと」の撮影誘致                  なんと、ヒロインはNHK朝ドラでもヒロインをした「芳根京子」ちゃん。完成後、沖縄国際映画祭出展、各地での上映会や山形国際ムービーフェスティバルで大賞もいただきました。                  その後の時代の変化でインスタ映えするということで牛窓の前島にフェリーで渡り日本の夕日百選に選ばれた夕日スポットで写真撮影デートお散歩イベントに、帰ってきうしまどのふしおきなできごと」上映会。                   そして、コロナ禍でイベント開催できない中、牛窓デートとして自前の短編映画を作成。人が来れない中でも地域を楽しんでいた</p>

	<p>だけの活動として胸キュン動画配信で若い方たちにコロナ収束後にロケめぐりして胸キュン旅をしてもらいたく作成配信中！現在、4作目の秋バージョン作成中。                  脚本監督、プロデューサーは恋人聖地担当者が担当です。</p> <p>牛窓デート夏版でも宣伝していますが、恋ポスト計画。古いレトロポストを3箇所を設置、オリーブ園（ピンク）、港前の観光センター（マリンスポーツ）、竹久夢二生家（レトロレッド）で大切な方にじっくりと直筆でお手紙を書いていただこうと設置しました。2021年には地域郵政との包括連携。</p>
4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて <small>(※審査以外での掲出・公表しません)</small>	<p>広報活動はYoutubeでの動画配信、インスタ、facebook、ツイッター、WEBサイト</p>
5. 活動の効果(地域の反響) <small>(※審査以外での掲出・公表しません)</small>	<p>特に動画配信での牛窓デートはキャストも地域の住民に出演いただき地域の方や観光の方楽しんでいただけてます。この役の〇〇さんに会いに行ってみようとか！                  観光で来た方が地域の方への馴染み安がでていい効果が出ています。</p>
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 <small>(※審査以外での掲出・公表しません)</small>	<p>配信後の観光協会のWEBサイトのアクセスの数字も増えている。動画配信したロケ地へのお店への効果も少なからず出ているようです。（数字は不明）クチコミです。</p>



7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)			
写	真	写	真
			
<p>(説明文) 牛窓デートタ日のコンサート風景 場所は観光センターきらり館前</p>		<p>(説明文) 牛窓デートタ日のお散歩ツアー フェリーで5分の前島の夕日スポットへのお散歩ツアー 正面には黒島ビーナスロード</p>	
写	真	写	真
			
<p>(説明文) 牛窓デート7曲入りのCD作成 地元ペンションでのレーコーディングにて。</p>		<p>(説明文) よしもと地域映画撮影風景 「U.F.O〜うしまどのふしぎなできごと」</p>	
写	真	写	真
			
<p>(説明文) 恋ポスト設置 オリープ園</p>		<p>(説明文) 胸キュン観光動画。 牛窓デートSummer撮影風景</p>	



# (10)佐賀県\_基山町

## 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組 〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	基山定住サブライズプロジェクト
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	佐賀県基山町
1. 地域・施設の特徴	佐賀県の東端に位置し、町内を国道3号、九州自動車道、県道17号、JR鹿児島本線が縦走り、交通の要衝地となっている。 高度経済成長期に福岡市のベッドタウンとして発展してきたため、昭和から平成にかけて人口が増加。その後、平成11年をピークに人口は減少傾向にあったが、平成28年度から人口増対策に力を注ぎ、現在では横ばいから増加傾向に転じている。 恋人の聖地に選定されている「大興善寺」への観光をはじめ、インターナショナルワインチャレンジ(IWC)で金賞を受賞した地元の銘酒「基峰鶴」や大型の鳥「エミュー」を活用したまちづくりなど、多彩なシティプロモーションを行っている。
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	第5次基山町総合計画 人口目標 18,000人(令和7年) 【第2期基山町まち・ひと・しごと創生総合戦略】 目的:結婚・出産・子育ての希望をかなえるまちづくり 目標:定住人口増 500人
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	平成28年度から福岡都市圏の子育て若者世帯をターゲットにした移住定住施策を展開。具体的には、 ① 空き家を活用した移住体験住宅を2棟整備し、約100組の移住体験を受け、その内10組が町内へ移住。 ② 子育て若者世帯の住宅取得補助金を開始し5年間で522人が移住。 ③ 新婚世帯の移住を促すために、新婚世帯家賃補助金(3年間で104名が移住)や結婚新生活家賃補助金事業を実施した。 ④ 子育て若者世帯向け地域優良賃貸住宅『アモーレ・グランデ基山』をPFI方式で建設し、オープンから今日まで30戸が満室。 ⑤ 子育て世代の就労支援や子育て支援を目的とした、『基山っ子みらい館』を建設し、子育て交流広場や町立保育園を併設して運営を開始した。 ⑥ 民間分譲マンションの建築の際に、まちづくりに関する協定を締結し、協定に基づきマンション内に民間保育園を併設した。 ⑦ 住宅金融支援機構と協定を締結し、子育て世帯が住宅を購入する際の受託ローンの金利優遇を行った。 ⑧ 大型の鳥「エミュー」を使った動画を作成し、福岡都市圏でのテレビCMや博多駅等の大型ビジョンで放映し、シティプロモーションを展開した。
4. 取組に関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しません)	町公式ホームページ、SNS、地方創生推進交付金を活用した業務委託によるシティプロモーションなど
5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しません)	明確な人口増対策を打ち出し、それに特化した事業を実施したことにより、町内外からの反響が大きかった。取り組みの直後、全国からの行政視察依頼が相次ぎ、現在も続いている。
6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しません)	人口:平成11年の19,153人をピークに約20年で17,314人まで減少。 平成28年から定住サブライズプロジェクトを開始し、人口減少に歯止めがかけられ、現在は17,518人と増加に転じている。 また、0-5歳の子どもの数が5年連続増加している。H27:764人⇒R3:896人

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
	
<p>平成29年6月から移住体験住宅事業をスタート。大学と地元工務店・建築組合の協力を得て、築40年以上の空き家を2棟リノベーション。新築同然となった物件は無料で最大2週間利用可能。</p>	<p>シティプロモーションの一環でエミューや町民の方々を活用したCMやチラシを作成。福岡都市圏のテレビ、バス、駅などで放映。大きな反響を得た。</p>
	
<p>役場が移転して空き地となっていた場所に、基山町初となるPFI方式による子育て・若者世帯の定住促進住宅を建設。入居申し込み開始から1か月で30戸が満室に。</p>	<p>平成28年度から開始した子育て・若者世帯の住宅取得補助金。移住定住に大きな成果を上げている事業で、現在では各種加算金を合わせて最大70万円の補助事業に。</p>
	
<p>令和2年度に新設した「基山っ子みらい館」は誰もが気軽に訪ねることができる子育て支援及び就業支援のための拠点施設と位置付け、基山町版ハローワークとの近さを最大限に活用して、子育て世代の衝力を引き出し、地域の人々のワークライフバランスの向上と雇用創出や事業者の生産性革命による地域活性化を推進しています。</p>	<p>平成11年の19,153人をピークに約20年で17,314人まで減少。 平成28年から定住サブライズプロジェクトを開始し、人口減少に歯止めがかけられ、現在は17,518人と増加に転じている。</p>



# (11)熊本県\_阿蘇山本堂西巖殿寺

持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組  
〔恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式〕

プロジェクト名	阿蘇山本堂西巖殿寺奥之院再建プロジェクト～温故知新
申請者(地方自治体名・団体・企業名など)	阿蘇山本堂西巖殿寺奥之院
1. 地域・施設の特徴	<p>&lt;阿蘇山本堂西巖殿寺奥之院の歴史&gt; 阿蘇山中岳の火口から約1キロの立地で1300年の間、阿蘇山の火口が静謐であるように祈り続けてきた。また、オンダケサンマイリといわれる山伏たちが先導した春秋の彼岸の火口詣りで夫婦の契りを交わすことも多く、オンダケサンマイリをしていることが結婚の条件ともなっていた。</p> <p>&lt;熊本地震発生&gt; 2016年の熊本地震により奥之院が大破し、調査の結果、元の部材での修復は不可能なことが判明し、新築での再建を行うこととする。</p> <p>&lt;再建、そして再始動&gt; しかし、阿蘇で木造の伝統建築技法での施工ができる業者が手が空かず、熊本地震から6年が経過し、ようやく再建を果たすことができた。また、建築に当たっては、広く寄付を募り、また広報を兼ねてクラウドファンディングを行い、都度都度にプレスリリースを出して、工事の進捗やプロジェクトの進捗を発信してきた。</p> <p>建物が令和4年7月に完成すると再び、恋人の聖地として多くのカップルや若い男女がお参りに訪れるようになった。 現在、阿蘇市観光課と連携し、阿蘇山を恋人の聖地としてリブランディングしていく取り組みを進めている。</p>
2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p>&lt;活動目的・目標&gt; 温故知新…縁結びの山として阿蘇山を復活させる</p> <p>① 五縁結びの復活、縁結びを通じた地域づくり まだ、火口見学ができないものの奥之院が再建されたことで、これまで「火口を見れないならば帰る」という層を一旦留め、滞留させることができています。また、阿蘇山の信仰について学びきっかけとなっている。</p> <p>② 火口に頼らない観光の構築について 今までの阿蘇山は「火口ありき」の観光だった。火口を見るために大型バスで乗り付けてロープウェイでの火口見学、火口を見る人を対象とした物販… 熊本地震から6年が経過し、ロープウェイは撤去され、火口見学はまだ始まっていない。そんな今だからこそ火口に頼らない観光を作らなければならない。今までの火口に頼りすぎていた観光形態から脱却し、温故知新の精神で阿蘇山の歴史を掘り起こし、磨き上げ、現在に通用するものとする。 阿蘇山の山伏は峰入りという修行で途中で二手に分かれ、修行を</p>

	<p>する一団と里を巡り阿蘇山詣でを勤める一団が阿蘇山への誘客を図っていた。今、信仰の山＝パワースポットとして古くからオンダケサンマイリで言われてきた良縁成就の山として再生することを主眼として活動している。</p> <p>③ 本尊レプリカ作成プロジェクト 阿蘇山上は中岳火口からの火山性ガスにより金属などを腐食させてします。平成13年まで本尊である木造十一面観世音菩薩ほか3体（いずれも県指定重要文化財）が安置されていたが、火山ガスの影響を鑑みて、熊本県立美術館に寄託することとなった。その後は仮本尊を安置していたが、やはり、元の本尊様を拝みたいという声もあり、関係する熊本県文化課、熊本県立美術館、阿蘇市教育委員会と協議したところ、建物を新築しても仏像を元の場所に戻すことはできないという結論に達した。その代わり、レプリカを作成することを提案したところ了承を得た。</p>
	<p>① 五縁結びの復活、縁結びを通じた地域づくり 五縁結びを主とした人と人を繋ぐ縁結びの取り組みは、阿蘇市との協働に発展した。 今まで荒地であった場所を阿蘇市により噴煙公園として人々が憩う場所となり、新築で復興された阿蘇山本堂西巖殿寺奥之院は縁結びの象徴となった。阿蘇山本堂西巖殿寺奥之院では、仏様の御手と繋がった五縁紐に自分のお願いを託し、仏様と直接ご縁を結ぶことができる。熊本地震から6年が経過し、再建した奥之院では五縁結びも再開した。7月より10月10日現在で1500本の五縁結びが結ばれた。やはり、恋愛成就を願う赤色の五縁紐が圧倒的に多いのは、縁結びを願う方々の思いの表れだと思われる。</p> <p>② 火口に頼らない観光の構築について キリンホールディングスの被災地支援活動「復興応援・キリン絆プロジェクト」において阿蘇山の歴史を掘り起こし、住職が先導して寺跡の草原を歩き、地元の食材で作った特別な昼食を食べてもらう散策のプログラムを作成した。終着点が阿蘇山本堂西巖殿寺奥之院であり、火口の活動が活発でも草千里や寺跡の草原などを山伏が先導して歩くという火口に頼らない観光の形態を新たに作った。</p> <p>③ 本尊レプリカ作成プロジェクト 阿蘇カラクリ研究所を通して、熊本県産業技術センターに協力を依頼し、熊本県立美術館において産業技術センターの3Dスキャナーを持ち込み、木造十一面観世音菩薩の3Dデータを撮影し、データ処理を行い、1/10スケールのサンプルを作成した。 今後は原寸大（約1800mm）のレプリカを作成する予定である。 熊本県では初の試みであり、関係各所と協議を行っている。 この取り組みが成功すれば、管理の難しい無人のお堂や環境の悪い中、安置されている仏像を保護する取り組みの端緒となる。</p>
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	



<p>4. 取組みに関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<p>阿蘇山本堂西嶽殿寺奥之院Facebook (1) <a href="#">阿蘇山本堂西嶽殿寺奥之院   Aso Oita   Facebook</a> 阿蘇山本堂西嶽殿寺奥之院Instagram <a href="#">阿蘇山本堂西嶽殿寺奥之院(@asosanemusubi) · Instagram</a>写真と動画 適宜情報を発信し、互いに連動させて情報発信を行っています。</p>
<p>5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<p>今まで訪れなかった地元の若い方が観光や縁結びの祈願に訪れるようになってきた。奥之院の裏にある阿蘇神社の奥宮と両参りする取り組みを阿蘇神社と行っています。阿蘇に恋人の聖地があることを初めて知ったという方も多く、また、オンダケサンマイリなど縁結びの風習が阿蘇山に会ったことを知るきっかけとなっている。 観光客の方が8割方ですが、願いが叶ったとお礼参りに来られたり、SNSで発信してくれている。</p>
<p>6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<p>①五縁結びの復活、縁結びを通じた地域づくり 2022年7月～10月 参詣者約1500人(五縁結び実績)</p> <p>② 火口に頼らない観光の構築について コロナウィルス蔓延のため、実施延期。来年度以降、集客を増やしたい。</p> <p>③ 本尊レプリカ作成プロジェクト 来年度には実寸大のレプリカを作成し、お披露目を行いたい。</p>

7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)	
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 阿蘇山火口から約1kmの立地。観光地に所在する阿蘇山本堂西嶽殿寺奥之院</p>	<p>(説明文) 新築した奥之院。地元の小国杉をふんだんに使い、伝統工法で建てられた建物です。</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 五色の紐で願い事を表す五縁結び。この紐は御本尊の手に繋がっており、紐を結べば、仏様と直接縁を結ぶことができます。</p>	<p>(説明文) 五縁結びの授与所。無人の時でも、できるよう説明看板を設置しています。お願い事を書く方も多いので、マジックを用意しています。</p>
<p>写真</p> 	<p>写真</p> 
<p>(説明文) 阿蘇山の山伏がどのような活動を行っていたかを地元のガイドの方や行政、研究者の方に説明する活動に力を入れた。そこから、色々な切り口で阿蘇山の歴史が商品となっていった。</p>	<p>(説明文) 3Dデータを3Dプリンターで出力した1/10スケールの奥之院の本尊。これから火山ガス等からの耐久テストを経て、原寸大の物を出力します。</p>



# (12)大分県\_豊後高田市

## 持続可能な地域活性化・少子化対策に結びつく取組

【恋人の聖地 第3回地域活性化大賞 応募様式】

プロジェクト名	大分県内最長のインスタ映え観光スポット！ 恋叶トンネルアートプロジェクト
申請者(地方自治体名・ 団体・企業名など)	大分県豊後高田市
1. 地域・施設の特徴	<p>大分県豊後高田市は、リアス式海岸や遠浅の砂浜に広がる風光明媚な海岸線を有しており、その海岸線を走る国道213号沿線には、昭和30年代の雰囲気や今に残すノスタルジックな「昭和の町」や日本夕陽百選に選ばれた「真玉海岸」、縁結びの神様「粟嶋社」、春に2,200万本の菜の花、夏には160万本のひまわりが咲き誇る九州最大級の花公園「花とアートの岬 長崎鼻」など、女性の嗜好にあった観光スポットが点在している。これらの観光スポットを有機的に結び付けストーリー性を持たせることで、新たな付加価値を創出して誘客促進につなげるため、平成25年度に「昭和の町」から「長崎鼻」までの海辺の道約20kmを「恋が叶う道＝恋叶（こいかな）ロード」（平成28年1月NPO法人地域活性化支援センターの「恋人の聖地」に選定）と銘打ち、現在、主に都市部の女性を中心とした若年層をメインターゲットとして、官民をあげて地方創生に資する誘客促進事業を展開している。</p> <p>魅力的なデートスポットが数多く点在している恋叶ロードではあるが、歩みを止めることなく、恋叶ロード全体をより魅力的な観光地へとブラッシュアップするため、既存の施設等を活用した新たな魅力づくりを、地域住民、民間企業、行政等が連携し、ハード・ソフト両面において継続的に展開している。</p> <p>平成28年度には、バス会社と協働し、恋叶ロードを走る路線バスに「恋叶ロード」のラッピングを施すとともに、同じくラッピングを施し、環境にも配慮した超小型電動モビリティのレンタカー事業も開始した。また、画家の北村直登氏の協力を得て、恋叶ロード沿線のバス停に、それぞれ異なるフォトジェニックなイラストを制作するなど、常に魅力の付加を意識した。</p> <p>そして、恋叶ロードの中間点に位置する真玉地区における新たな観光スポットづくりとして実施したのが、この「恋叶トンネルアートプロジェクト」である。</p> <p>恋叶トンネルはもともとあった全長421メートルの人道トンネルで、普段は地域住民や中高生の安全確保のためのトンネルであったが、この人道トンネルに、計50以上のフォトジェニックなアート作品（壁画）を制作した。アート作品は、人と一緒に写り込むことで、ひとつの作品として完成するように設計されており、人道という機能しかなかった単なるトンネルが、今では若者を中心とした多くの観光客が写真を撮りに訪れるフォトジェニックな場所に変容した。</p>

2. 地域活性化に結びつく活動目標・目的などについて	<p>恋叶ロードは全長約20kmで、出発点の「昭和の町」から中間点の「真玉海岸」までの観光スポットがなく、ストーリーの連続性に欠けるという課題を抱えていた。そこで、着目したのが、この真玉人道トンネルの活用である。普段は通行の用に供するだけの施設であるが、人道で全長421メートルという長さの特異性を活かした新しい価値の創出ができないか検討を重ねた結果、壁面にアートを描くことで、インスタ映えスポットとしての価値を付加させた。</p> <p>恋叶トンネル自体は公道であることから、単体での収益性は期待できないが、新たな魅力の付加により、来訪のきっかけづくり、恋叶ロード全体のイメージ・認知度向上、観光客の滞在時間の延長など通じた、他の沿線観光地への経済波及効果、そして、アート作品の制作を地域の子どもたちと協働することによる、地域の人々のシビックプライドの醸成を活動目標に、地域活性化を目指すこととした。</p>
3. 地域活性化に結びつく活動内容・実績などについて	<p>真玉人道トンネルは、大分県管理のため、トンネルの活用、事業実施にあたっては、大分県と大分県警察、地元住民等と協議を重ね、本プロジェクトの目的について理解を得た上で、通行人の安全性確保を前提として実施することとした。</p> <p>まず、平成28年度と29年年度に、全国公募で選出したデザインをもとに、本市で唯一の高校である高田高校の美術部生徒が、恋人や家族、友人で写真を撮って楽しめるアート作品を15作品制作した。</p> <p>その後、総合ディレクターとして壁画アーティストの空間ベインター 芳賀健太氏を迎え、恋叶トンネルアート「LOVE-happy colorful tunnel project」というプロジェクトのもと、令和元年8月から翌年3月までの期間で、更にトンネル内の残りの壁面に、地元の小・中学校、高田高校の児童・生徒や県内の大学生、一般の有志の方々の手により、作品が描かれた。</p> <p>※壁画制作参加校          (市内中学校)          ・高田高校、真玉中学校、真玉小学校、臼野小学校          (県内大学等)          ・APU立命館アジア太平洋大学、大分県立芸術文化短期大学          別府大学、日本文理大学、一般の方々</p> <p>恋を叶える場所（デートスポット）を自分たちで創るという大きな試みに挑戦し、トンネル内には計50作品以上のフォトジェニックなアート作品が完成した。</p> <p>完成後は、完成お披露目イベントを皮切りに、恋叶ロードの新たな観光スポットとして情報発信を強化。市の観光情報媒体を通じて発信した結果、県内外の新聞、テレビなどの各種メディアにも取り上げられるようになった。現在は、大分県内最長のインスタ映え観光スポットとして、若者を中心にカメラを手にした多くの観光客が訪れている。</p>



<p>4. 取組に関する広報活動・SNS配信などについて (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<p>恋叶トンネルを含む、恋叶ロード全体として、主に市の観光サイトやInstagramを活用し、定期的な広報PRを行っている。</p> <p>そのほかSNSを活用した発信では、「国道213号」にちなんで、2月13日が『豊後高田市恋叶ロードの日』として一般社団法人日本記念日協会から記念日認定を受けていることから、バレンタインデーの前日“バレンタイン・イブ”ということもあり、例年2月13日前後にInstagramを活用した恋叶ロード ハッシュタグキャンペーンなどを実施している。</p> <p>上記取組などにより、インスタ映え観光スポットとして認知されつつあるため、Instagram投稿による拡散効果も表れている。</p> <p>また、恋叶トンネルは、タレントを起用したテレビ番組企画などにも取り上げられており、年々認知度は高まっている。</p>
<p>5. 活動の効果(地域の反響) (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<p>本取組は、一般公道を活用した事業ということで、地域住民の理解と協力はもとより、大分県や大分県警察など、他の行政機関との連携の上で成り立っている。</p> <p>そして、大分県内最長のインスタ映え観光スポットという、新たな観光地が創出できた根柢には、多くの地元の子供たち、県内の学生たちが自らの手で新たな観光スポットを創るという大きな試みがある。アート作品としての壁画はこれから何年間もその場所に残るため、観光客のみならず、本事業に携わった多くの人々の思い出が詰まった場所にもなっている。</p> <p>このことから、恋叶トンネルは単なる観光振興施設に留まらず、地域住民、子どもたちのシビックプライドの醸成に大きく寄与している。</p>
<p>6. 数字で表す実践前と実践後の成果・比較 (※審査以外での掲出・公表しませんが)</p>	<p>観光サイトにおける「恋叶ロード」関連ページのPV数は、平成28年度約1万に対し、令和3年度には約1万8千となっており、80%伸びている。</p> <p>また、Instagramでは「#恋叶トンネル」の投稿数は1,000件、「#恋叶ロード」の投稿数は5,000件を超えており、認知度は着実に伸びてきている。</p> <p>恋叶トンネルは公道のため来訪者実数は把握できないが、恋叶トンネルを通過し、恋叶ロードの終着点となる「長崎鼻リゾートキャンプ場」の入込客数は、令和2年には過去最高の11万人を超え、長崎鼻の施設整備事業や恋叶トンネルアート整備前の平成27年度と比較し、81%増という高い伸びとなった。</p> <p>恋叶トンネルをはじめとする沿線観光スポットの整備や各種誘客ソフト事業の効果が着実に発現している。</p>

<p>7. 成果・注目ポイント(写真と説明文)</p>	
	
<p>地元小学生へのアート制作指導の様子 アート作品の制作には、地元真玉地区の多くの小・中学生が参加した。</p>	<p>地元小学生によるアート作品制作の様子</p>
	
<p>大学生によるアート作品制作の様子</p>	<p>完成後の恋叶トンネル</p>
	
<p>アート作品の一例 人が写り込むことによって、フォトジェニックな作品となる。</p>	<p>キャンペーンのWEB広告 恋叶トンネルをはじめ、沿線観光地を絡めたハッシュタグキャンペーンを実施。</p>