観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業
事業計画書　【新創出型】

○：単一回答　□：複数回答　自由記述箇所は指定のない場合1,000文字を上限。

①-１　事業名 （40文字以内）			シルク岡谷の旅 The Experience of wonder：命を紡ぐ物語
①-２　事業概要 （100文字以内）			蚕から糸、布になるまでを1日で体験できる世界でも比類ない場所、岡谷。隣接市を訪れる外国人旅行者をターゲットに、命を紡ぎ生まれる美しいシルクを「自然生命・伝統文化・創造」で巡る旅へ誘う。
	区分		**区分1：観光コンテンツの造成、販路基盤の整備から販売までを実施。**
		○	**区分2：観光コンテンツの造成、販路基盤の整備を実施。**
			区分3：観光コンテンツの販売開始、デジタル上での情報発信等を実施。
			長野県岡谷市は、明治時代から昭和初期にかけて国内では「糸都岡谷（しとおかや）」、国外では「SILK OKAYA」と呼ばれ世界的に知られた、日本最大の製糸業の中心地だった。最盛期には日本の生糸輸出量の約35%を占め、日本の近代化を支える外貨獲得の柱となっていた。 製糸工場には多くの工女が全国から集まり、当時の岡谷市（平野村）は、人口の半分近くを工女が占めていた。女性の社会進出の先駆けとなった地でもある。 現在は、その歴史や文化を活かし、養蚕・製糸・染織までを岡谷で行い、「岡谷シルク」としてオール岡谷産の新しいものづくりや担い手づくりにも取り組んでいる。 養蚕から糸、布になるまで、本物の"命を紡ぐ物語"を体験できる日本で唯一の地域である岡谷市。この事業によって、私たちが次の世代に残していきたい、繋げていきたい。どれだけ手間暇かかっても、継承していきたい日本の手仕事。それを守れると信じている。 １.時系列ストーリーに基づいた高付加価値コンテンツの構築 実施主体：本事業の全体統括およびプログラム開発のコンサルティングを旅行事業者に委託し、各工程の実施組織（三沢区民農園、岡谷蚕糸博物館、観光荘、旧林家住宅、岡谷絹工房、交通手段）と密接に連携した実行体制を構築する。 取組内容：東京方面や、名古屋方面から松本地域を訪れる欧米豪の知的好奇心旺盛な富裕層をターゲットに、岡谷駅発着を主に近隣の駅発着も可能な貸切タクシーで、岡谷のシルクの全容を「自然・生産（養蚕体験）」→「技術（歴史学習、製糸）」→「食（文化）」→「富（建築物）」→「創造（草木染め・機織り体験）」という時系列ストーリーで巡る、1日完結型の周遊プログラムを造成する。 【生産：養蚕】三沢区民農園にて、養蚕農家の指導により給桑・養蚕体験を実施。生き物としての蚕に触れ、シルクの原点（命）を体感する。 【技術：製糸】岡谷蚕糸博物館にて、岡谷シルクの歴史学習と製糸の動態展示を見学。命が糸へと変わる技術の変遷を学ぶ。 【食：文化】観光荘にて、岡谷市の食資産である鰻の中でも蚕の蛹を餌とした"シルク鰻"を、地酒のペアリングと共に提供。 【富：建築】岡谷市生涯学習課が管理する国指定重要文化財「旧林家住宅」にて、製糸業がもたらした富と、和洋折衷の建築美を見学・体験する。 【創造：機織り】岡谷絹工房およびTINTt 株式会社の協力により、自らの手で絹糸を形にする草木染め・機織り体験を実施。旅の記憶を形として持ち帰るプロセスを構築する。 目的、工夫点：これまで点在していたシルク関連の地域資源を物語をもって繋ぎ、職人と語り合うことで、単なる施設見学から知的体験へと昇華させ、高単価でも選ばれる商品力を実現する。 「プロセス」や「真正性」を重視する。養蚕から始まり、それがどのように岡谷市ひいては日本の富を築き、日本の近代化を支えたのかという、歴史の重層性を感じさせる構成を構築する。

①実施主体等概要	①-３ 事業期間中の 主な取組事項	主な取組の 具体的内容 （5,000字以内）	２．富裕層向け受入環境の整備と移動のプレミアム化 実施主体：委託旅行事業者（交通手段の提供、移動コンテンツの提供） 取組内容：岡谷駅発着を主に近隣市町村発着も可能なの貸切タクシーを基盤とした「ドア・ツー・ドア」のストレスフリーな移動環境を整備する。 移動中のコンテンツ化：タクシー車内で使用できるタブレット端末を設置。これから行うことへの背景知識や、当時の製糸場の活気を描いた多言語（英語等）の動画を上映する。 接遇品質の標準化：各施設において、富裕層を迎え入れるための接遇マニュアルを策定。特別対応（プライベート感の演出）を徹底する。 目的、工夫点：地方観光の最大の壁である「二次交通の不便さ」と「言語の壁」を同時に解消し、富裕層が安心して滞在できる環境を整える。 単なる翻訳ではなく、欧米豪のゲストが好む「背景説明」を重視した多言語化を行う。移動時間を「ただの待ち時間」ではなく、ストーリーを深めるための「没入への準備時間」として定義し直すことで、プログラム全体の満足度を高める。 ３．養蚕期に合わせた実証（モニターツアー）とフィードバック分析 実施主体：委託旅行事業者 取組内容：9月の養蚕期に合わせ、在日外国人インフルエンサーや、ラグジュアリー層に強い旅行エージェントを招聘したモニターツアーを実施。 実証の実施：三沢区民農園での実際の給桑から、各施設を巡るフルパッケージを体験。 検証方法：委託旅行事業者のノウハウを用い、各行程での「滞在時間」「価格妥当性」「食事の量・質」「ガイドの解説深度」を詳細にヒアリング・分析する。 目的、工夫点：実際の顧客視点を取り入れることで、机上の空論ではない、マーケットに適合した売れる商品へとブラッシュアップする。 生き物（蚕）に触れる体験や、鰻を食することが、海外ゲストにとってどの程度の驚きや忌避感を与えるかも細かく検証する。必要に応じて、それらが苦手な層向けの代替案を用意し、ターゲットの幅を広げる工夫を検討する。 ４．戦略的プロモーションと販路の開拓 実施主体：委託旅行事業者 取組内容： ターゲットの絞り込み→日本文化への深い関心と高い購買力を併せ持つアメリカ、イギリス、オーストラリアをメインターゲットとする。 デジタル販路の構築→富裕層が利用するViator、GetYourGuide、およびラグジュアリー特化型のOTA（Online Travel Agent）への登録を実施。委託旅行業者の海外ネットワークを通じたBtoBの営業活動も並行する。 クリエイティブ制作→「命、技術、富」をテーマにした、シネマティックなプロモーション映像を制作。YouTubeやSNS広告を通じて、松本・上高地エリアを検索する層へピンポイントでリーチさせる。 目的、工夫点：松本地域で観光を終えていた外国人観光客に対し、車でわずか30分の距離にある「ストーリー性のある岡谷シルクの体験」という新たな選択肢を提示し、岡谷市への回遊を促す。 洗練された現代的なビジュアルで発信。シルクが過去の遺産ではなく、現代のライフスタイルにも繋がるファッショナブルでアートな側面がアピールできる映像を作成する。 ５．事業終了後の持続的な運営体制と地域経済への還元 実施主体：委託旅行業者、岡谷市および地域事業者（TINTt株式会社など） 取組内容：本事業で構築したプログラムを、単発のイベントで終わらせることなく、委託旅行事業者を販売主体の一つとして、定常的に予約・購入が可能な「定番商品」へと定着させる。 目的、工夫点：補助金終了後も自走できる収益モデルを確立し、地域に継続的なインバウンド消費をもたらすよう販路を構築する。 得られた収益の一部を、三沢区民農園の養蚕維持や、旧林家住宅の修繕等の活動支援に充てる仕組みを検討する。 「観光が文化を守り、文化が観光を呼ぶ」という地域内循環モデルを構築することで、地域住民の理解と協力を得ながら、持続可能な観光地経営（サステナブル・ツーリズム）を実現する。

①-4 補助対象事業との 合致状況		該当	設問		内容 ※具体的に記入してください。	
	需要分散への寄与		本事業は、観光需要を地域的にも、時間的にも分散させる取組である。			
		○	本事業は、観光需要を地域的に分散させる取組である。		主にインバウンド需要の高い隣接の松本市からの誘客を目指す。	
			本事業は、観光需要を時間的に分散させる取組である。			
	提供の恒常性		本事業で造成する観光コンテンツは、1年を通じ一貫して提供が可能である。			
		○	本事業で造成する観光コンテンツは、ある特定の季節を通じ一貫して提供が可能である。		提供する季節	毎年6月、9月の春・秋の養蚕シーズン
①-5　事業を実施する都道府県・市区町村		都道府県	長野県	市区町村	岡谷市	
①-6 実施主体	名称	岡谷市				
	本事業における役割	商品造成の主幹				
	設立・発足年月日	1936年4月1日				
	実施主体HP URL	https://www.city.okaya.lg.jp/index.html				
	代表者氏名 ※フルネームで記入すること。	早出　一真			代表者役職名	市長
	実施主体の分類 （1つ選択）	○	地方公共団体		観光庁登録DMO	観光協会
			会社法人（第一種旅行業）		会社法人（第二種旅行業）	会社法人（第三種旅行業）
			会社法人（地域限定旅行業）		会社法人（旅行業者代理業）	会社法人（旅行業登録のない観光関連企業）
			会社法人（観光と関連のない企業）		任意団体（法人格を有しない協議会等）	その他
		※実施主体が法人格を有しない場合、「定款に類する規約等を有すること」、「団体の意思を決定し、執行する組織が確立していること」、「自ら経理し、監査する会計組織を有すること」、「活動の本拠となる事務所等を有すること」の4要件を満たすことが分かる書面（定款等）を「財務諸表等」の提出ページから提出してください。			
	住所	長野県岡谷市幸町8-1			郵便番号	394-8510
	担当部署	産業振興部ブランド推進室				
	責任者連絡先	氏名	役職名	電話番号（ハイフンなし、10桁または11桁。）	MAIL	
		小平　寛	室長	0266-23-3489	brand@city.okaya.lg.jp	
	担当者連絡先	氏名	役職名	電話番号（ハイフンなし、10桁または11桁。）	MAIL	
		田畑　幸司	主幹	0266-23-3489	brand@city.okaya.lg.jp	
	その他連絡先 ※緊急時に担当者と連絡が取れない場合の連絡先	氏名	役職名	電話番号（ハイフンなし、10桁または11桁。）	MAIL	
		唐澤　真奈	主事	0266-23-3489	brand@city.okaya.lg.jp	
②事業実施背景	②-1　本事業で取り組む地域の課題と原因	隣接する松本地域には年間約14.7万人（R5年）の外国人観光客が訪れ、その約6割が欧米豪層であるが、松本市から岡谷市に寄る事例は皆無であり、岡谷市は旅程の通過点となっている。岡谷には「養蚕・製糸・建築」という一級の資源があるものの、それらは点在しており公共交通での周遊が困難である。また、各施設、各事業が単独で運営されており、「絹糸が生まれ、それが製品化するまでのストーリー性をもった体験コンテンツがなかった。さらに、インバウンド対応がされていないため海外の富裕層が満足できる状況ではなかった。				
	②-2　解決策として 観光コンテンツ造成を目指す理由	解消すべき課題は、松本地域のインバウンド需要からいかに岡谷市に外国人を呼び込むかになる。 貸切タクシーによる快適な移動の提供と、併せて、個々のコンテンツを養蚕から製品化までストーリー性をもって繋ぐことで、コンテンツの価値を高め、岡谷市にしかない高付加高価値の体験コンテンツに興味をもってもらい、客単価を高価格帯へ引き上げる。それにより地域への経済波及効果を最大化し、収益の一部を養蚕農家の支援や文化財の修繕等に充てるなど地域経済の循環を作ることを目指していく。				

③ターゲティング	③-１主なターゲットの国籍や地域 ※ターゲットとする国・地域を選択し、〇をつけてください。かつ、もっとも中心的なターゲットとなる国・地域には◎をつけてください。 ※もっとも中心的なターゲットとなる国・地域が日本国内であることは認められません。	◎	北米	〇	欧州	〇	豪州		中国		台湾		韓国
			香港		東南アジア		中東・アフリカ・中南米		その他	具体的な国名・地域名			
	③-２ターゲット像の詳細	隣接する松本地域に訪れる外国人観光客の中でも多い欧米豪層をメインに、観光に未知の実体験を求める層で、ファミリー層よりも成人の特にシルク関連に興味をもつ方々を想定している。											
	③-３ターゲットの設定理由	隣接する松本市には年間約15万人の外国人客が訪れるが、当市は通過点となっていることが最大の理由。 下記のデータのとおり、松本市のインバウンド特性がこの事業に向いていることも理由である。 【データ】 1. 松本市のインバウンド特性（欧米豪比率） o 出典: 一般社団法人 松本観光コンベンション協会『令和6年度事業計画（案）』、松本市『観光統計』 o データ: 令和5年の松本城外国人入場者数は約14.7万人。そのうち欧米豪（米国・豪州・欧州）が約9.1万人（約62%）を占め、アジア圏を大きく上回る。 2. 富裕層旅行者の移動ニーズ o 出典: 観光庁『高付加価値旅行者の誘客に向けて』 o データ: 富裕層は「時間効率」と「快適性」「プライバシー」を重視する。→ 岡谷市内の周遊において、「貸切タクシー」のパッケージ化は、富裕層誘客の必須条件である。 3. 体験型消費（コト消費）の需要 o 出典: 日本政府観光局（JNTO）『訪日外国人旅行者の消費動向』 o 傾向: 欧米豪客は「見るだけ」よりも「自分の手を動かす」「地域の人と触れ合う」体験に対し、高い付加価値を感じる傾向がある。											
	④-１活用する地域資源	地域資源の名称	三沢区民農園（養蚕体験）、岡谷蚕糸博物館（シルクの歴史、製糸、動態展示）、観光荘（食文化）、旧林家住宅（富の象徴）、岡谷絹工房（草木染め・機織り体験）										
		概要	・三沢区民農園（養蚕体験）：桑の葉を取り、「お蚕さま」へ給桑する体験を実施。桑園からの景観も一見の価値あり。 ・岡谷蚕糸博物館（シルクの歴史学習、製糸の動態展示、糸取り体験）：国内に4件しかない製糸工場の1件、宮坂製糸所を館内に併設し、シルクの世界を五感で感じることのできる世界的にも類まれな博物館。繭から糸が紡がれる技術の進化を、五感を通じて理解できる。 ・観光荘（食文化）：「うなぎのまち岡谷」を代表する老舗鰻店。製糸過程で出る「蚕の蛹」を飼料に配合して育てた「シルク鰻」が食べられる。また、うなぎ蒲焼としては日本初、観光荘の「スペースうなぎ」がJAXAによる『宇宙日本食』の認証を取得するなど多岐にわたり活躍している。 ・旧林家住宅（富の象徴）：製糸家が築いた富を象徴する国重要文化財。シルクがもたらした富が日本の芸術文化に昇華された様を体感できる。 ・岡谷絹工房（草木染め・機織り体験現代への創造）：国登録有形文化財に指定されている趣ある建物で草木染め・手織体験ができる。										
		地域資源活用に際しての許認可等	活用する地域資源の中に、その利用に際して法的な許認可や所有者による許諾が必要なものがありますか？ ※国立公園・国定公園を活用する場合は「はい」を選択すること。					〇	はい		いいえ		
			「はい」を選択した場合、該当する地域資源と、必要な許認可・許諾の内容。					三沢区民農園：代表者への利用許諾 観光荘：代表者との利用許諾 旧林家住宅：岡谷市生涯学習課（岡谷市）との調整 岡谷絹工房：代表者との利用許諾					

④商品概要	④-2 造成する観光コンテンツ	造成する観光コンテンツのテーマ分類 ※当てはまるものをすべて選択すること。	□	スポーツ	■	歴史（寺社仏閣・城、世界遺産・日本遺産等）	□	夜間・早朝	□	ワーケーション
			□	ウエルネス・リラクゼーション（温泉等）	□	アート・芸術	■	地場産業・伝統工芸	■	産業観光（工場見学、インフラ等）
			■	自然・アドベンチャー（国立公園・国定公園の活用を含む）	■	食・食文化	■	農業・農泊	■	博物館・美術館・動植物園・水族館
			□	スノーアクティビティ	□	祭り・伝統芸能	■	地域固有の暮らし・生活文化	□	ユニバーサル
			□	その他	（その他の場合）詳細を記載					
		コト消費の実現 ※補助対象事業の要件	○	本事業で造成する観光コンテンツは、その地域への滞在を促すための体験にかかわる消費である。						
			①観光コンテンツの商品名称、価格 シルク岡谷の旅 [The Experience of wonder SILK OKAYA] ～命を紡ぐ物語～ ②概要や特徴 東京方面や名古屋方面から松本地域を訪れる欧米豪の富裕層・知的好奇心旺盛な旅行者をターゲットに、貸切タクシーで岡谷のシルク産業の全容を「時系列（自然・生産から富、そして創造へ）」で巡る高付加価値商品。 三沢区民農園での「養蚕体験」を起点に、博物館での「技術見学」、重要文化財・旧林家住宅での「富の体感」、そして絹工房での「草木染め・手織り体験」という一貫したストーリーと職人と語らう没入感のある時間を提供。 ③想定する販売開始時期（モニターを実施する場合は合わせて記載すること） 7月～8月: コンテンツ詳細設計、タクシー事業者との協定、受入環境整備（三沢地区等） 9月: 養蚕シーズンに合わせたモニターツアー実施、プロモーション動画・写真撮影 10月～12月: モニター意見に基づくコンテンツ改善（食事内容や時間配分の調整）オフシーズン用代替プログラムの検討開発 1月: 海外OTA（Viator等）への商品ページ作成・登録、予約受付体制の構築 2月: 事業報告書作成、次年度からの本格販売開始						

	④-３ 造成する観光コンテンツの内容	具体的な 行程や内容	④観光コンテンツの行程案（岡谷駅発着の場合）

交通手段	出発	到着	食事	内 容
貸切タクシー	8:15			集合：JR岡谷駅
	8:20	8:45		移動（岡谷駅→三沢区民農園蚕室・桑園）
	8:45	9:45		**【生命：養蚕体験】** ＜三沢区民農園蚕室・桑園＞ 朝の里山にて、養蚕農家の指導のもとで実際に桑の葉を摘み、お蚕さまへ給桑を行う。生き物としての蚕に触れ、シルクが「命」から紡がれる背景を五感で体験していただきます。
	9:45	10:00		移動（三沢区民農園蚕室・桑園→岡谷蚕糸博物館）
	10:00	11:15		**【技術：博物館・製糸工場見学】** ＜岡谷蚕糸博物館・宮坂製糸所＞ 国内唯一の博物館内に併設された現役の製糸工場（宮坂製糸所）を見学。明治初期の諏訪式繰糸機から現代の自動繰糸機までの命が糸へと変わる技術の変遷を見学したり、製糸の音や香りを間近で体感していただきます。
	11:15	11:30		移動（岡谷蚕糸博物館→観光荘・岡谷本店）
	11:30	13:00	昼食	**【食：シルク鰻】** ＜観光荘・岡谷本店＞ 製糸過程で出る「蚕の蛹」を飼料に配合して育てた、岡谷独自の「シルク鰻」を堪能する。地元の地酒とのペアリングにより、シルクが育んだ食文化を体験いただきます。
	13:00	13:20		移動（観光荘・岡谷本店→旧林家住宅）
	13:20	14:10		**【富：建築美】** ＜旧林家住宅＞ 国指定重要文化財の豪商邸宅にて、金唐紙の壁紙や和洋折衷の建築美を、専門ガイドの解説と共に巡る。シルクがもたらした莫大な富が、どのように日本の近代化と芸術文化を支えたかを深く感じていただきます。
	14:10	14:20		移動（旧林家住宅→絹工房）
	14:20	16:10		**【創造：機織り体験】** ＜岡谷絹工房＞旧山一林組製糸事務所（国登録有形文化財）国登録有形文化財の建物内で、草木染めと、自らの手で機織りを行う。自分だけのシルク製品を制作し、「旅の記憶」を形としてお持ち帰りいただきます。
	16:30			解散：JR岡谷駅

		⑤ガイド等のインバウンドに対する多言語対応状況 タクシー車内には多言語（英語等）タブレットを設置し、移動時間を「没入への準備時間」として、当時の製糸場の活気を描いた動画等を上映する。また、各施設において、外国人を迎え入れるための接遇マニュアルを整備予定。 ⑥観光コンテンツへの想定されるアクセス方法 国際線が発着する空港から、電車、レンタカーにより松本方面へ訪れる方を、岡谷駅を主に近隣市町村の駅（岡谷駅から30分程度）から貸切タクシーを利用し、岡谷市へ移動する。 ⑦観光コンテンツを体験する観光客の利用が想定される宿泊施設 宿泊施設については近隣市町村を想定している。岡谷市内宿泊の場合は、インバウンド向けの古民家宿泊施設が想定される。
	④-４ 想定されるターゲットのニーズを踏まえ、 コンテンツ設計上行う工夫	ターゲットと想定している欧米豪客は、日本政府観光局（JNTO）『訪日外国人旅行者の消費動向』によると、「見るだけ」よりも「自分の手を動かす」「地域の人と触れ合う」体験に対し、高い付加価値を感じる傾向がある。との調査結果がある。養蚕から製品化まで体験が多いコンテンツとすることで、体験型消費（コト消費）の需要を満たすことができる。 また、観光庁『高付加価値旅行者の誘客に向けて』の調査では、富裕層は「時間効率」と「快適性」「プライバシー」を重視する。とあり、岡谷市内の周遊に「貸切タクシー」をパッケージ化することで、富裕層誘客を図るものである。
⑤競争力・差別化	**⑤-１ 差別化の方針**	本コンテンツを、主に松本地域を訪れる欧米豪の富裕層をターゲットとし、松本地域観光の通過点であった岡谷市を、日本の養蚕文化に触れる滞在中継拠点として位置付ける。 岡谷市は本州、長野県でも中央の交通の要衝であり、中央自動車道と長野自動車道が交差する岡谷ジャンクションを擁している。中部国際空港や、羽田・成田空港方面へも円滑にアクセスできる二大都市圏の空へアクセスしやすい立地は、旅の効率的かつ質の高い体験を求めるインバウンド富裕層にとって、既存の観光地にはない強力な優位性となると考えている。 他地方のシルク観光が歴史遺産の静止的な見学に留まるのに対し、本コンテンツは以下の設計上の工夫により、他地方にない魅力を提供できる。 松本駅、岡谷駅発着の貸切タクシーを活用し、車内での多言語解説動画により移動中も没入感を維持させ、単なる移動を体験物語のプロローグへと転換。 コンテンツ単品や製品紹介主体の他地域とは異なり、お蚕様への給桑体験を起点に、技術、食、富、創造へと時系列で巡るストーリー性のある観光コンテンツを提供。この一貫したストーリーと職人と語らうラインは、他地域では得られない深い知的充足感を生む。 養蚕から草木染め・機織りまでの全工程が、今なお現役の資源としてコンパクトな圏内に集結している岡谷の独自性を、国際線の空港への優れた近接性というフットワークの軽さと掛け合わせることで、松本・木曽・高山などの広域周遊ルートにおける最高の立ち寄り先としての付加価値を確立できる。

	⑥-１　販路開拓計画	**本事業実施期間内の、販路開拓・情報発信の取組**		
		販売・情報発信等	**該当に○**	**具体的なサービス名等**
		観光コンテンツの予約が可能な自社ホームページ		
		旅行業者（海外・国内）	○	以下、委託旅行事業者により販路開拓実施予定。
		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		
		地図情報サービス（Googleビジネスプロフィール等）	○	
		予約検索表示サービス（Google Things to do等）	○	
		ランドオペレーター・ツアーオペレーター		
		その他		
	⑥-２　販路の設定理由	主要ターゲットを欧米豪の個人旅行者と想定しているため、当該市場で圧倒的なシェアと信頼性を誇る世界最大級の閲覧数を有するOTAであるViatorおよびTripadvisorに掲載予定。 本コンテンツは、タクシー送迎を含むパッケージ商品として販売することで高付加価値な立ち寄り体験という独自の検索ニーズに応えることができる。また、アクティビティ単体予約が可能なこれらOTAの特性を活かし、旅程の自由度を求める知的好奇心旺盛な層への確実なリーチを図る。 9月の養蚕シーズンに合わせ、欧米豪市場に強い影響力を持つトラベルライターや、日本の伝統文化・サステナブルな旅を専門とするインフルエンサーを招へいしたモニターツアーを実施。 視覚的・情緒的価値の高いシーンをプロモーション動画やSNSを通じて発信することで、ストーリー性を重視するターゲット層の共感を呼び起こす。 デジタル販路に加え、欧米豪の富裕層向けツアーを組成するランドオペレーターや、文化観光に特化した海外の専門旅行代理店に対し、周知・営業を実施。 ターゲットが意思決定の基準とするデジタルでの信頼性（OTA）、感性を刺激する視覚情報（SNS）、そして富裕層が信頼を寄せるプロによる推奨（代理店・コンシェルジュ）の3点を網羅することで、松本地域を訪れるインバウンド客を通過点である岡谷へと誘引できるよう設計する。		

⑥販路基盤整備・情報発信等

⑥-３　活用する情報発信媒体

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		
販売・情報発信等	**該当に○**	**具体的なサービス名等**
自社保有メディア（Webサイトなど）	○	以下、委託旅行事業者により販路開拓実施予定。
SNS発信・広告	○	
Web広告	○	
OTA等のオンライン販売プラットフォームでの広告	○	
その他デジタル媒体（オンラインウェビナーなど）	○	
新聞・雑誌広告	○	
テレビ・ラジオCM		
その他アナログ媒体（旅行博出展など）		

⑥-４　効果的な販路開拓・情報発信計画（SNSの活用等）

・デジタルピンポイントマーケティングの活用
ターゲットキーワード広告： GoogleやSNS（Instagram/Meta）広告において、「松本城」「上高地」「松本市 観光」などを検索している、または同エリアに滞在中の欧米豪層（米国・英国・豪州）に限定して、プロモーション映像を配信。
・リマーケティング：松本地域の観光情報を閲覧したユーザーに対し、「車でわずか30分の場所にある、日本近代化のルーツ」というメッセージで、岡谷への回遊を促す広告を継続表示。
・松本市内での直接アプローチ： 松本市内の富裕層向けホテルへチラシを設置していただく。
・OTAの最適化：ViatorやTripadvisor等において、「松本発」のプライベートツアーとして登録。松本を拠点とする個人旅行者が検索結果で容易に発見できるよう、リスティングを最適化。
・BtoB営業：欧州・北米・豪州のラグジュアリー層に強いランドオペレーターや専門旅行代理店に対し、文化体験としての希少性を訴求し、ツアーの組み込みを働きかける。

〈令和8年度の場合の発信計画〉
広告時期：SNS広告（Instagram/Meta）など： 2026年7月～9月（養蚕シーズンの視覚的訴求を最大化）　OTA広告（Viator/Tripadvisor）： 2026年10月～12月（翌シーズン以降の予約獲得に向けた評価蓄積）
モデルツアー（ファムトリップ）と海外営業：2026年9月～。
養蚕最盛期の9月に、欧米豪市場に強い影響力を持つトラベルライターや、日本の伝統文化・サステナブルな旅を専門とするインフルエンサーを招へいし、本物の養蚕体験や重要文化財でのプライベートな接遇を多言語で発信する。また、連携するランドオペレーターを通じ、欧米豪の高付加価値旅行者向け旅行代理店に対し、国際線移動時の立ち寄りコンテンツとして直接の周知・販売を行う。
情報発信計画の妥当性と手法：ビジュアル重視のSNS戦略。生きているお蚕さまや繭から糸をとる動態展示といった独自性の高い視覚素材で、日本文化の深淵を求める層に訴求する。

⑥-５　販売時の観光コンテンツの運営実施事業者
※商品として販売していく責任者・主体者となる事業者名を記載してください。実施主体が含まれる場合は、実施主体についても記載してください。
＜この項目で特に審査する観点＞
【実施体制・持続性】

団体／組織	**担当部署名**	**旅行業登録有無**	**役割**	**電話番号**（ハイフンなし、10桁または11桁。）
（委託旅行事業者）		○	販売実施主体	
TINTt 株式会社			ツアー商品販売支援	

⑦ 事業の目標	⑦-1 収益関連 KGI	販売開始後の収益性 ※複数のコンテンツを造成する場合、もっとも代表的な1商品について記載すること。複数商品を平均した概算を記載することは求めない。 ※可能な範囲で記載すること。		想定 販売単価 （単位：円）	×	目標 年間販売数 （単位：人・台・組等） ※着実な実売を念頭に、目標値を設定してください。事務局より実情の問い合わせを行う場合がございますので、現実的な目標を設定してください	−	想定費用 ※商品の造成ではなく、商品の提供に係る費用を上げてください。補助金により充当する金額も費用に含めてください。	＝	想定収益
			今年度	¥50,000		10		¥6,000,000		¥-5,500,000
			次年度 （令和9年度）	¥65,000		30		¥2,525,000		¥-575,000
			次々年度 （令和10年度）	¥65,000		60		¥2,525,000		¥1,375,000
			将来、運営が安定化した時点	¥65,000		100		¥2,525,000		¥3,975,000
			上記「将来、運営が安定化した時点」は何年を想定しますか？	令和12年度予定						
		価格設定の理由		〇費用の積算根拠 移動（貸切タクシー）: ¥60,000 ～ ¥80,000　松本～岡谷間の往復、および市内点在施設を巡る7～8時間の拘束（普通車またはジャンボ）。 食事（観光荘 シルク鰻＋地酒ペアリング）: ¥8,000 ～ ¥12,000 / 名 体験・入場料: ¥5,000 ～ ¥8,000 / 名　養蚕体験、機織り体験（材料費込）、博物館・旧林家住宅の入館料等 運営・多言語対応費: ¥10,000 ～ ¥20,000 / 1ツアーかかる間接コスト。 計算例（2名参加の場合）: 直下コスト計 約¥98,000。ここに利益や予約サイトの手数料（20%前後）を乗せると、販売価格は約¥130,000（1名あたり¥65,000）となる。 〇市場相場との比較 長野県内および周辺のインバウンド向けプライベートツアーの相場。 松本発 貸切タクシーツアー（一般）: ¥30,000 ～ ¥47,000 / 1台（食事・体験別） 松本発 上高地プライベートツアー: 約¥172,000 / 1グループ 善光寺・戸隠 プレミアムタクシー（住職同行等）: 1名 ¥90,000 ～ ¥185,000					
		想定費用の内訳		上記に記載。						

⑦-2　KPI ※本事業実施期間内の各指標・項目を設定し、記載すること。								
指標・項目名	販路構築数	数値	2以上	単位	媒体	計測方法	販売サイト掲載数
指標・項目名	モニターツアー参加者数	数値	10	単位	人	計測方法	モニターツアー参加人数
指標・項目名	モニター満足度	数値	5段階中4.5以上	単位	ポイント	計測方法	レビューポイント数

	⑦-3 次年度以降の中長期的な計画	・令和9年度：本格販売の開始と体験ルートの確立 本事業で完了したコンテンツ造成および受入体制整備を基盤に、本格的な一般販売を開始するフェーズへ移行。 松本地域に滞在する欧米豪富裕層が、成田・羽田・中部国際空港へ向かう際の旅の締めくくりに最適な立ち寄りエクスカーションとして、岡谷市の地理的優位性を活かしたプロモーションを展開。 欧米豪市場で高いシェアを持つ国際的OTAへ掲載し、レビューの蓄積を図る。また、松本市内のホテルコンシェルジュと提携し、宿泊客への直接提案も行う。 4月より予約受付を開始し、養蚕シーズンである6月および9月に注力販売する。 ・令和10年度：販売初年度の実績と顧客レビューをエビデンスとして、高付加価値旅行を取り扱うエージェントへの営業を強化。 欧米豪の富裕層向けツアーを組成するランドオペレーターや海外のラグジュアリー旅行代理店を通じた受注比率を高め、安定的な集客と高単価の維持を両立させる。 4月からの通年営業に加え、次年度の予約確保に向けた商談会への参加。 ・令和11年度以降：地域共助型の自走運営と持続可能な資源保存 補助金に頼らない自走運営を定着させ、地域経済の循環モデルを完成させる。 安定したツアー収益の一部を、養蚕振興の維持や文化財の修繕、接遇ガイドの育成費用に充てる「地域還元システム」を構築し、コンテンツの核となる地域資源の持続可能性を確保する。 令和11年度には年間販売数100名、想定収益3,975,000円（運営費控除後）を達成し、地域の代表的な体験商品として定着させる。
⑧体制・オペレーション	⑧- 1 事業の着実な実施にあたっての課題	①複数施設にまたがる予約管理と調整の業務負担 本事業は、三沢区民農園（養蚕）、岡谷蚕糸博物館、飲食店（観光荘）、旧林家住宅、岡谷絹工房、およびタクシー会社の計6つ以上の主体が連携して一つの時系列ストーリーを構成している。現状、各施設で予約システムが統一されておらず、電話やメール等の個別連絡による調整が必要なため、予約受付から確定までに多大な労力と時間を要する。特に、小規模な事業者などの連携先において、本コンテンツの運営が新たに始まることで、日常業務に加えてインバウンド客の受入可否確認や工程調整といった事務的負担が急増することが事業継続上の大きな課題となる。 ②富裕層向け接遇品質の維持とガイドのマッチング ターゲットとする欧米豪の富裕層は、単なる見学ではなく、高度な背景説明（ストーリーテリング）やプライベート感を重視されると思う。各施設において多言語接遇マニュアルの策定を進めていく必要がある。また実際にゲストを案内する通訳案内士や専門ガイド、多言語対応可能な人物の確保とマッチングに時間を要する懸念がある。特に、地域資源の深い価値を専門的な英語で解説できる人材は限られており、質の高いガイドをタイムリーに割り当てるためのオペレーション構築が、提供時の品質を左右する留意点となると考えられる。
	⑧- 2 対応策	ICTの活用と、業務の標準化による持続可能性に重点を置く。 低予算で対応するため、新規のシステム開発ではなく、既存の外部プラットフォームや委託事業者のインフラを最大限活用する。 ①外部OTAの予約管理機能を活用した事務負担の省力化 独自の予約システムを構築するのではなく、委託先の旅行事業者が持つ既存の予約基盤や、外部OTAである「Viator」「Tripadvisor」の管理機能を活用する。 予約の受付、在庫管理、決済、顧客への自動返信メールをすべてOTAのシステム上で完結させる。各施設への連絡は、委託旅行業者がこれらのデジタルデータを一括管理し、必要最小限の連絡フローに集約する。新たなICT予算やシステム保守費を発生させることなく、定型業務を自動化することにより、対応工数を大幅に削減し、人的リソースの制約を受けずに販売機会を最大化することができると考える。 ②民間パートナーとの連携によるデジタル支援の受入（持続可能な体制） 地域内の民間事業者である株式会社Tintの協力を得て、OTAの運用支援や商品ページ管理のサポートを受ける。 具体の内容：ICTに精通した民間パートナーが日常的なデジタル操作を担う体制を構築。専門知識を外部に依存することで、行政側の教育負担やシステム維持費をゼロに抑えることができる。これは補助事業終了後も、民間主導でコンテンツを自走させるための標準化された業務フローとして機能する。 ③ 補助金を活用した初期環境の整備 ICTに関する初期的な整備（タクシー車内の多言語タブレットや動画制作）については、本事業の補助金を充てて実施する。補助期間中に、一度制作すれば繰り返し使用可能な「多言語解説動画」や「接遇マニュアル」を完成させる。補助金で初期アセットを揃えることにより、次年度以降は追加のICT予算を投じることなく、タブレット等の活用による案内の自動化を継続できる。

⑨ 地域裨益	⑨-１ 観光地域づくりへの寄与・ 地域への好影響	本事業は、年間約15万人の外国人観光客が訪れ、オーバーツーリズムの懸念も生じるかもしれない隣接の松本地域から、車でわずか30分の距離にありながら通過点となっていた岡谷市へ誘客を図ることで、広域的な観光需要の地域的分散に寄与する。 これまで点在し、個別に運営されていた地域資源を、貸切タクシーによる1日完結型の時系列ストーリーとして統合。これにより、短時間の立ち寄り観光を1日滞在型の深い文化体験へと転換させ、滞在時間を延長できます。また、高付加価値な価格設定により、タクシー事業者、飲食店、各体験施設、およびコンテンツ関係事業者に対し、直接的なインバウンド消費の波及効果をもたらす。 本事業の最大の影響は、経済収益と地域資源保存の循環モデルを構築することにある。ツアー収益の一部を、担い手不足が課題となっている養蚕事業者や、文化財の管理運営費用などに充てる仕組みを検討。これにより、行政予算のみに頼らない自走的な活動が可能となり、地域のアイデンティティである岡谷シルクの文化を次世代へ継承する基盤を強化できる。 関係各所が「シルク岡谷の旅」という共通の物語の下で連携することで、地域全体での受入機運が高まる。地域住民が岡谷市の歴史の価値を再認識し、シビックプライドを醸成するきっかけを創出する。 これらから経済、文化、社会のあらゆる側面で持続可能な観光地域づくりの核となる。

【様式２】

観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業
費用積算書　【新創出型】

事業名　シルク岡谷の旅 The Experience of wonder：命を紡ぐ物語

※補助対象経費（事業費）の合計は6,000,000円～21,000,000円の範囲で計上。超過する金額分は補助対象外経費に計上してください

（単位：円 ※税込）

項目 ※プルダウンから選択	費目 ※プルダウンから選択	費目に応じた 注意点を確認した	支払予定先	支出内容	単価 （税込）	数量	単位	補助対象経費 （事業費、税込）	補助対象外経費 （税込）	費用総額（税込）	備考
①観光資源を活用した観光コンテンツの造成に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	コンテンツ企画開発統括業務			件				
①観光資源を活用した観光コンテンツの造成に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	高付加価値化商品造成			件				
①観光資源を活用した観光コンテンツの造成に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	モニターツアー企画			件				
①観光資源を活用した観光コンテンツの造成に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	動画視聴用タブレット購入			台				
②販路基盤整備・情報発信に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	インフルエンサーの招聘			件				
②販路基盤整備・情報発信に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	プロモーション動画の編集			件				
②販路基盤整備・情報発信に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	SNSによる情報発信			件				
②販路基盤整備・情報発信に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	モニターツアー、ファムトリップ実施業務			件				
②販路基盤整備・情報発信に係る経費	ケ．委託費	✓	委託旅行会社(プロポーザル予定)	OTA等連携業務			件				

【様式３】

観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業
事業実施スケジュール　【新創出型】

事業名：シルク岡谷の旅 The Experience of wonder：命を紡ぐ物語

必須/自由	タイトル・概要	内容 （自由記述）	開始予定年月日	終了予定年月日
自由	コンテンツ詳細設計および連携事業者間の協定締結	実施主体と各施設（三沢区民農園、観光荘、TINTt株式会社）、タクシー事業者との間で詳細行程を最終化し、協力体制に関する協定を締結する。（委託旅行事業者主管）	2026/7/1	2026/8/31
自由	受入環境整備（多言語解説動画・接遇マニュアル制作）	タクシー車内で視聴する多言語動画の制作、および各施設での富裕層向け接遇マニュアルの策定、スタッフ研修を実施する。	2026/7/1	2026/8/31
必須	造成商品の提供実施（実証）	9月の養蚕シーズンに合わせ、在住外国人有識者やエージェント等を対象とした実証ツアーを実施。コンテンツの有効性を検証する。	2026/9/1	2026/9/30
自由	プロモーション用素材の撮影および制作	モニターツアー時にプロによる写真・動画撮影を行い、OTA掲載や広告配信に使用するクリエイティブ素材を完成させる。	2026/9/1	2026/10/31
自由	モニター意見に基づく商品改善等	モニターのフィードバックを受け、食事内容や時間配分を調整。あわせて養蚕オフシーズン用の代替プログラムの開発を検討する。	2026/10/1	2026/12/31
必須	コンテンツタリフまたはOTA向け掲載情報表の提出 ※販売開始前の実施必須	本格販売に向けた価格設定（タリフ）およびOTA掲載情報を確定させ、事務局へ提出する。	2026/12/15	2027/1/15
自由	デジタル販路基盤の構築（OTA登録・予約体制整備）	Viator、Tripadvisor等の海外OTAへの商品登録、旅行事業者の自社サイトへの登録を実施。あわせて予約受付・決済のオペレーションを確立する。	2027/1/1	2027/1/31
必須	最終報告 ※遅くとも1月中旬までに開始、2月末までに完了	補助事業の成果をまとめ、実績報告書および必要書類等を整理して提出する。	2027/1/15	2027/2/28
自由	地元旅行業者との販路連携と大型タクシーによる受入拡大	本事業で整備した受入基盤を基に、本格的な一般販売を開始する。 戦略：委託事業者の自社サイトや海外OTAに加え、市内の地元旅行業者との販路連携を構築。また、家族層や小グループの需要に応えるため、大型タクシーの運用も検討し、1回あたりの最大体験人数を増大させ、二次交通の効率化と集客数の最大化を同時に実現する。	2027/4/1	2028/3/31
自由	プレミアムオプションの導入による単価向上とBtoB販路の深化	通常プランに加え、「湖上（レイクフッドOKAYA等）でのプライベート貸切ディナー」や「古民家宿泊施設による宿泊プラン」等のプレミアムオプションを開発・導入。シルク以外の魅力も活用し、客単価の引き上げを図る。また、販路として海外のラグジュアリー特化型エージェントとの契約を推進し、安定的な高単価受注の比率を高める。	2028/4/1	2029/3/31
自由	収益の地域還元による「養蚕の担い手育成」の本格化	KGIとして掲げる年間100名の集客と収益から、補助金に頼らない自走運営を確立。事業収益を原資として、「養蚕担い手支援」をする。具体的には、三沢区民農園での養蚕資材の購入補助や、新規就農者への技術継承謝礼、蚕室の改修支援を実施。養蚕を「収益性の高い生業」にすることで、次世代の担い手が参入しやすい環境を整え、地域経済と文化保存の持続可能な循環を実現する。	2029/4/1	20303/31
自由				