

令和7年度の 大糸線プロモーション事業（案）について

2025年3月13日

大糸線利用促進輸送強化期成同盟会

来年度の大糸線プロモーション事業（案）について①

令和6年度事業の成果

大糸線の認知度UP

- ▶ 大糸線特設サイト、謎解きイベント、PR施策
 - ・乗車人数：49,815人、目標達成率82.6%（R7.2月末現在）
 - ・昨年の乗車人数：7,161人を大幅に更新
 - ・輸送密度（R6.6～R7.1）：159人（2023年度の約1.4倍）

大糸線の定着化

- ▶ 大糸線特設サイト、バス増便事業（地域住民・観光来訪者）

利用者増への課題

- ▶ インバウンドを含めた需要の取り込み、情報発信
- ▶ 大糸線の接続・利便性向上

令和7年度事業の取組

新年度事業について、事務局・関係者等で取組方針を協議したうえ、第7回振興部会で継続実施を合意

令和7年度の取組方針

- 令和6年度事業をふまえ「本格的な利用促進・利便性向上事業」を継続実施
- 北陸新幹線の延伸に加え大阪・関西万博を契機とし、インバウンドを含む関西・首都圏等からの誘客による大糸線の効果を、より高めるための取組みを実施
- 白馬などへのインバウンドを含む観光客等の、大糸線を利用した糸魚川方面・松本方面への誘導
- 利便性向上策として、バス増便事業を継続実施
継続実施により、大糸線の周知と定着化を図る

来年度の大糸線プロモーション事業（案）について②

事業	実施内容	事業費 (千円)	R6決算見込 (千円)
特設サイト 「いとしの大糸線」	▶ サイト内容の充実 ・ 季節との連動、四季の背景や車窓からの景色（映像等）を掲載 ・ 沿線のトピックスや観光情報等の充実 ▶ インバウンド向けに外国語サイトの制作	3,800	4,125
周遊型謎解きイベント	▶ 参加しやすい区間設定 ・ 3つのコース（物語）に分けて開催 ・ 1コースだけでも楽しめる形式へ改善 ・ 参加意欲を高めるための特典（ノベルティ）を検討	6,000	6,492
旅行商品 企画・造成	▶ 観光や自然資源等を活用した旅行商品の造成 ・ インバウンド向け商品企画・造成 ・ 体験やグルメを含む商品企画・造成 ▶ 沿線住民等を中心とした、大糸線日帰りツアー	3,200	1,760
広告・宣伝	▶ メディア広告 ・ Web広告、SNS広告 ・ 雑誌等への掲載 ▶ 交通広告 ・ 駅広告、車内広告等	5,000	4,758
	プロモーション事業 計	18,000	17,135

◆負担額：新潟・長野両県 各6,000千円、市 各1,000千円、町村 各500千円
（※各自治体の予算措置を前提とする。）

◆事業費負担割合：新潟県1/3、長野県1/3、市町村1/3