

4 都市との絆を深める

(1) 戰略的な情報発信

<主な取組状況>

- 名古屋発のCBCテレビでの「プレ旅MAX」、「旅MAX」（合計10本）、FM愛知「山里の魅力創造社」（12回）の放送により**情報発信**の機会を増やした。



あいちの山村で魅力体験バスツアー（茶臼山高原：10月16日）

- 観光プロモーション公式サイト「こってり愛知 de 首都圏」及びフェイスブックの効果的な運用、及び**観光PRキャラクターひでっち**を活用したPR資材の作成・配布により、首都圏在住者に向けて愛知の魅力を発信し、誘客促進を図った。

A promotional image for the 'Kottori Aichi de Chubu' website. It features a scenic view of a hillside covered in blossoming trees, likely cherry blossoms, with a clear blue sky and white clouds above. The website's logo, 'こってり愛知 de 首都圏', is visible in the top left corner. In the top right corner, there are links for Facebook and other social media platforms. The bottom right corner features the 'hideっち' mascot character.

小原四季桜まつり（豊田市）



愛知県観光PRキャラクター
ひでっち

- あいち観光戦略にも盛り込まれた国内向け観光PR用キャッチワード「**モノスゴ愛知で待つ県**」を平成27年度に引き続いて使用し、俳優 松平健氏起用による新規の動画やポスターを制作する中で、茶臼山高原の芝桜を取り上げた。



PR動画

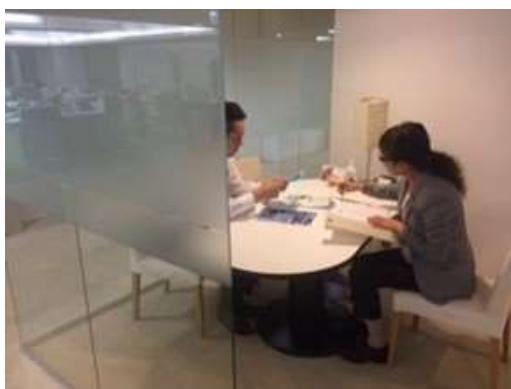


PRポスター

(2) 移住・定住の促進

<主な取組状況>

- 新城市内に起業支援、定住促進等を行う**三河の山里サポートデスク**を設置し、愛知県交流居住センターと協力し移住促進に取り組んだ。
- 首都圏等県外からの**U I Jターン希望者**に、本県における仕事と暮らしに関する**情報提供、個別相談や県内企業とのマッチング**などの就労支援を行った。



個別相談



就職フェア出展による仕事と暮らしの情報提供

(3) 流域圏等の連携強化

<主な取組状況>

- **水源林保全活動**等に取り組む市町村等への支援を行った。
- **東三河振興ビジョン**の推進を図った。

(4) 大都市等との連携推進

<主な取組状況>

- 山里の魅力創造発信事業において、名古屋発着の**バスツアー**を 10 回実施。ツアーアイテムについて T V ・ ラジオ番組、 H P などで告知し、都市に住む人に三河山間地域の周知を行った。

(5) 多様な主体の連携促進

<主な取組状況>

- 三河の山里サポートデスクを設置し、都市部と地域の集落活動をつなげる**三河の集落応援隊**の活動を行った。



草刈（11月20日）



新城市黄柳野地区集落活動

椎茸菌打（3月26日）