

4 都市との絆を深める

(1) 戦略的な情報発信

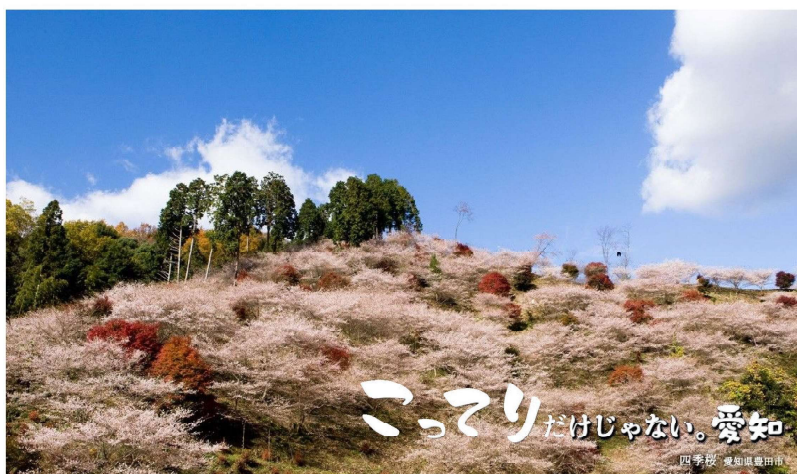
＜主な取組状況＞

- 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。



愛知県観光PRキャラクター
ひでっち

小原四季桜まつり（豊田市）

- 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

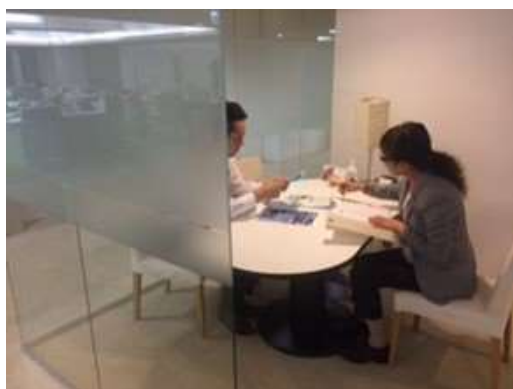


PRポスター

(2) 移住・定住の促進

<主な取組状況>

- 新都市内に起業支援、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**UIJ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。
ツアーについてTV・ラジオ番組、HP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)



椎茸菌打 (3月26日)