

(様式1-5)

福島県(新地町) 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年5月時点

※本様式は1-3, 1-4に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	1	事業名	しんち魅力体感・発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		新地町	総交付対象事業費		94,743千円
既配分類		千円	当該年度交付対象事業費		23,243千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力発信事業					
①情報発信事業					
				小計	23,243千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					23,243千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
				小計	千円
i) 企画立案のための外部人材の活用					
ii) 地域の語り部の育成					
二 関連施設の改修					
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
・インフルエンサー招聘ツアーの開催： 2回以上					
・一般モニターツアーの開催： 2回以上					
・イベントの開催(ミニ・本イベント)： 4回以上					
・雑誌への広告掲載					
・チラシ・パンフレット作成					
・WEB広告					
ホームぺージ事前、事後情報掲載					
SNSへの広告(ターゲティング広告)					
【アウトカム】					
・宿泊者数5,830人(平成22年度比で10%増加)					
事業概要					
事業実施主体	新地町				
主な企画内容	一般向けに町の現状や魅力を伝えたりするツアーをしたりメディア/インフルエンサーを招聘した町の観光コンテンツ検証ツアーを実施したりなどする。				
主な事業の実施場所	新地町内(鹿狼山、釣師防災緑地公園)				
事業の実施期間	事業実施：7月~12月 ツアー：10月上旬~中旬				

企画内容

【実施体制】

- ・実施主体：新地町
- ・連携団体及び役割分担
 - ①新地町
招聘ツアーやモニターツアーを企画し、委託業者と協議しながら本町の魅力を発信できるツアー内容を検討する。
 - ②新地町観光協会・地域事業者
ツアーへの協力、観光資源の活用方法の検討、SNS等での情報発信
 - ③委託業者
観光コンテンツ調査・検証ツアー、モニターツアーを企画運営し、参加者の募集・実施

【現状・課題】

<現状>

- ・震災により甚大な被害を受けた沿岸地域には、新たな観光スポット（釣師防災緑地公園、オートキャンプサイト、海釣り公園など）が整備されるなど、町の復興は進んできているが、震災前に約 5,300人ほどいた宿泊者は、平成30年度においても約 3,000人ほどとなっており、震災前の水準に戻っていない。
- ・「ふくしまに良いイメージを持っている人の割合」(R3.9)は、「良い（まあまあ良いを含む）」が46.1%で、「どちらともいえない」が45.2%となっている（※1：福島県風評・風化対策強化戦略（第5版））。

<課題>

- ・これまで町はハード面の復興に注力してきたため、新たに整備された観光資源のPRや、町の魅力を伝える情報発信が出来ていない。
- ・これまでの情報発信は、町のHP、広報誌等での発信に留まっており、町を広く知ってもらうためには、SNS、雑誌等これまでと異なる情報発信が必要である。
- ・町の現状を理解してもらうとともに、町を訪れ魅力を体感してもらうことが必要である。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・県内外の観光・物産イベントへの参加による、町の認知拡大と観光PRを実施。
- ・公式ホームページ等によるPRの実施。
- ・観光案内所の整備による、観光客の受け入れ体制強化。

【事業実施により得られる効果】

- ・町の現状を広く伝えることによる、浜通り地域や町のイメージ回復。誘客の促進が期待できる。
- ・「量」「質」「リアリティ」を重視した情報発信による、町の認知拡大。

【今年度事業における具体的な取組内容】

上記の課題を解決のため、復興の進んだ町の現状を伝え、町のイメージを回復し、誘客につなげていく取組として以下の内容を行う。

(1) 一般モニターツアーによる情報発信（概算費用3,512千円）

- ・ 募集ターゲット：仙台圏のファミリー層、トレイル・ハイキング好きの20代～60代男女
- ・ 募集方法：ラジオ番組との連携企画により番組内で募集を行うなどする。
(DateFMの番組（想定している番組名：AIR JAM FRIDAY）)
- ・ 募集人数：100名程度（A, Bの2コース合計）
- ・ 参加方法：番組パーソナリティー同行のバスツアー
- ・ 参加料：無料
その代わりに、参加者に義務として観光PRのために写真肖像及びアンケートを義務とする。
- ・ 行程：暫定2コースを設定（2コース同日開催）

[Aコース（例）]

町内周遊コース

アクセス：新地駅集合（仙台駅からバスの送迎あり）

家族連れやトレイル初心者ターゲットとした気軽に楽しめるトレイルコースを周遊します。

震災前からの風景や震災後にできた新しい街並みを体験して頂きます。

ゴール地点では釣師防災緑地公園にてBBQを楽しんで頂き、新地町の魅力を感じて頂きます。



[Bコース（例）]

鹿狼山トレイルコース

アクセス：新地駅集合（仙台駅からバスの送迎あり）鹿狼山登山口までバスにて送迎。

鹿狼山から見渡す新地町、そして太平洋の雄大な景色を満喫して頂きます。

下山後、バスにて釣師防災緑地公園まで送迎し、釣師防災緑地公園にてBBQを楽しんで頂きます。



(2) インフルエンサー招聘ツアーによる情報発信（概算費用6,038千円）

◎インフルエンサー1=雑誌編集者、アウトドア専門誌の編集者を招聘し、外部専門家視点で新地町の魅力の開発・情報発信を行う。

ツアー後には、実体験による町の魅力を編集記事として自社媒体に掲載し、情報発信を行う。

※雑誌（想定）

全国誌：ランドネ編集部、PEAKS編集部、新ハイキングクラブ

地方紙：S-style

WEBマガジン：YAMAP MAGAZINE

※販売店（想定）

石井スポーツ、XEBIO、WILD-1



石井スポーツ
ISHII SPORTS

THE SUPER XEBIO
SPORTS

WILD-1
OUTDOOR LIFE STORE

◎インフルエンサー2=YouTuber

アウトドア専門の人気YouTuberを招聘し、新地町の周遊・鹿狼山登山風景の映像配信を行う。

ツアー後には、有識者の声を交え、新地町の新しい観光コンテンツの発掘と既存の観光コンテンツの魅力を動画化し、情報発信を行う。

※インフルエンサー（想定）

かほの登山日記（YouTube登録者数20万人以上）

M A R i A 麻莉亜（YouTube登録者数9万人以上）



<1泊2日で新地町の観光コンテンツの開発・検証ツアー>

Day1:バスツアーによる町内周遊検証

暫定取材先：

新地町観光協会（観光案内所）集合/出発＝釣師防災緑地公園・パンプトラック・復興フラッグ・慰霊碑
・海釣り公園（現在修理中）・新地三清水・海の見えるガーデン 花木山・商店街散策→昼食→新地城跡・
白幡のいちよう・しんち地場市場めぐりや→ホテル着

※検証後のミーティング及び意見交換会（地域観光企業・団体参加）→ホテル泊



Day2:トレイルコースの検証（例：里山を巡り日本の原風景と出会う6時間コース）

新地駅集合・龍昌寺（津波で流された墓石を集めて作った集合墓）→田園風景→右近清水(平成の名水百選)→りんご果樹園（パンピりんご団地）→鹿狼山入口→鹿狼山眺望コース（約1時間）→鹿狼の湯→新地駅着

※検証後のミーティング→解散



（3）プロモーションサイトの作成及びSNS連携による情報発信（概算費用13,693千円）

モニターツアーの募集情報や実際のツアー動画配信・写真掲載、町の観光情報などを紹介するプロモーションサイトを開設し、県外の観光見込み客やリピーターに役立つ情報発信を行う。また、各SNSをリンクし町の観光資源のタイムリーな情報やリアリティのある情報発信を行う。

<サイト構成>

- お知らせ　ーイベント情報、イベント開催状況、各SNSリンクー
- トレイルコース案内　ーコースガイド、コースMAPー
- コース内観光スポット紹介　ー寄り道ポイント、宿泊施設等ー
- 町へのアクセス　ーJR、自動車、飛行機のアクセス情報ー
- 町のPR写真・動画　ーPR動画、PR写真、ツアーアーカイブ等ー

<ターゲット>

仙台圏、福島隣県に住むファミリー層、トレイル・ハイキング好きの20代～60代男女

※SNSはFacebook、Instagram、YouTube、Twitterを想定しているが、専門家等の意見を参考に的確な発信ツールを選定した発信を行う。

◎プロモーションの補足

モニターツアーの募集や町の魅力のPRとして、WEB上への広告掲載、チラシ、ポスター、パンフレットの作成や配布を行う。WEB広告はプロモーションサイトへリンクし、ファミリー層、トレイルやハイキングなどに興味がある層へのターゲティング広告とする。

【今年度事業における目標】※複数年度にわたって事業を実施する場合

【アウトプット】

- ・FM放送による事業告知、番組による紹介：　　5　回
- ・インフルエンサー招聘ツアー（1泊2日：参加人数20名）の開催：　　1回
- ・一般モニターツアー（日帰り：参加人数100名）の開催：　　1回
- ・広告掲載
 - エススタイル（タウン誌）特集：1回
 - 河北ウィークリー（新聞折込タウン誌）広告：2回
 - 専門誌掲載：3回
- ・宣伝ツール
 - B2ポスター：200枚
 - A4チラシ：2000枚
 - 新地町紹介パンフレット：20000枚
- ・WEB広告
 - ホームページ事前、事後情報掲載：更新回数：10回
 - SNS（Facebook、Instagram、youtube広告）発信件数：2回

【アウトカム】

- ・一般モニターツアー（日帰り：参加人数100名）のアンケート回収：90%以上
- ・上記アンケートにおける風評払拭に関するポジティブ回答率：70%以上

【今年度事業の実施により得られる効果】※複数年度にわたって事業を実施する場合

町の魅力を伝えるための観光コンテンツの充実と町の認知度の向上。

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

今年度検証したコンテンツの実証事業を実施し、内容の改善や充実を図る。

最終的には商品化を目指し、情報発信の自走化を目指す。

【新型コロナウイルス感染拡大防止対策】

新型コロナウイルス感染症拡大防止に向け、国・県が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施する。

<具体的な対策>

- ・密にならないようにし、室内では喚起を徹底する。
- ・参加者にはマスクの着用、検温や手指の消毒を行うことを徹底し、発熱や倦怠感等、風邪の症状がある方の参加は見合わせる。
- ・その他の対策方法については、旅行業における新型コロナウイルス対応ガイドラインに則って実施する。