

(様式 1 - 5)

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 6 年 1 月 10 日時点

※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		77,869 千円
既配分額		52,869 千円	当該年度交付対象事業費		25,000 千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業①情報					
①情報発信事業					
小計 25,000 千円					
i) 風評動向調査					
千円					
ii) 体験等企画実施					
15,219 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
9,781 千円					
iv) ポータルサイト構築					
千円					
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					
千円					
ii) 地域の語り部の育成					
千円					
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					
千円					
風評の払拭に関する目標					
・令和 7 年度における宿泊者数 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		・町の現状や魅力を伝えるイベント実施、メディア/インフルエンサーによる町の観光コンテンツの PR を実施する。 ・本町の観光資源である、豊かな自然やアクティビティ体験等の魅力を伝えるための SNS 等を活用した情報発信を行う。			
主な事業の実施場所		新地町内			
事業の実施期間		令和 4 年度～令和 7 年度			
企画内容					
【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 人ほどとなり、震災前の水準に戻っていない。					
・町の観光資源を代表する釣師浜海水浴場は、震災前の来場者数は約 11,400 人 (H20～H22 年度の平均) であったが、震災から 9 年ぶりに海水浴場を開設した令和元年度に来場者数は 4,743 人、令和 2 年度はコロナの影響により中止、令和 3 年度は 3,200 人、令和 4 年度は 3,694 人ほどとなっている。					
<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、動画配信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。					

・ALPS 処理水の海洋放出を踏まえ、安心・安全に関する情報発信を強化するなど、新たな風評を生じさせない取組を継続することが重要である。

【課題に対するこれまでの取組と成果】

①これまでの取組

令和 5 年度においては、インフルエンサーによる町の PR や海釣り公園をメインとしたモニターツアーを実施し、実際に町を訪れてもらうことで、多くの方に町の魅力を感じてもらうことができた。モニターツアーの募集においては、テレビ CM やラジオ、SNS 広告等の活用により広く情報を流したことで、定員を大幅に超える応募があったことから、仙台圏への情報発信について、一定の効果があったと考えられる。また、PR 動画を作成し、YouTube にアップしたところ 5 万回近い動画視聴回数を獲得したことは、町の認知拡大につながっていると考える。

②取組をふまえた課題

- ・モニターツアー参加者の半分は新地町を初めて訪れており、「新地町に初めてきた。」「仙台からこんなに近いとは知らなかった。」などの感想があったことから、町の認知度の低さや PR 不足はまだ課題である。
- ・町を訪れ魅力を感じることで、「また来たい」「他の場所も訪れたい」という声も多数あったことから、実際に町の魅力を体験してもらう機会は効果的であり、認知度アップを図るためにターゲットに向けたリアルイベントを開催することや継続的な情報発信が今後も重要である。
- ・海釣り公園を利用した釣り大会は、エントリー者数があまり伸びなかった。天候不良の要因も大きいですが、期間の設定や開催方法などについて改善点を見出すことができた。

③本年度事業の取組方針

- ・仙台圏をターゲットに町のフレッシュな情報を常時発信できる仕組みをつくり、情報への接触機会を増やすことで、町を知ってもらい、町への関心の向上を図る。また、町民も巻き込み町民自ら町のリアルを届けることができるようになることで、事業終了後の情報発信の強化につなげていく。
- ・モニターツアーやアンケート結果を踏まえ、仙台圏特にファミリー層をターゲットとして気軽に参加できるリアルイベントを多く開催し、町を訪れ魅力を体験する機会を増やすことで、リピーターやファン獲得を目指す。

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 「小さなまちの大きな魅力」発信事業

○実施時期：R6.6月～R7.3月

○実施体制：新地町・委託事業者

○概算費用：9,781千円

○実施概要

・令和 3、4 年度と SNS（Instagram や YouTube など）を活用した情報発信を実施してきたが、まだまだ情報発信の総量が少ない状況である。そのため、年間を通じて魅力的な SNS コンテンツを作成できるような制作チーム（町民も含める）を設置して、常時発信する。町民も巻き込み、動画製作や撮影講習会なども開催し、町民からの情報発信も促進することで、情報発信の自走化を目指す。

・SNS 投稿キャンペーンなどを実施し、オーディエンスに投稿をしてもらうことで SNS 上に町の情報を拡散させるとともにフォロワーを獲得する。

・R5 年度に作成した PR 動画や観光パンフレットの更新。

(1)新地町紹介 365CM

【実施時期】R6.6月～R7.3月

毎日町の情報が更新されるような SNS コンテンツを目指し、制作チームを設置してコンテンツ（メインはショート動画）を作成して、配信する。ファミリー層をターゲットとし、ほんわり柔らかく、町の人へのぬくもりやあたたかさが伝わりつつ、「クスッ」と笑ってしまうようなコンテンツを配信することで、リアルな町の情報への接触機会の最大化を図る。モデルには、町民や町職員なども出演し、その時期の旬な情報を楽しく伝えることで、町のファン獲得や町への観光意欲を喚起し、誘客の促進につなげる。

また、もっと町を PR したいと感じている町民もいるので、町内・町外から動画製作やカメラなどに興味がある方を募集し、プロを呼んでの講習会を開催する。町内をフィールドに現地講習などを行い、その動画や写真に共通ハッシュタグを付けて発信するなど、町の情報拡散を図るとともに自ら情報発信できる人材を育成する。

(2) SNS 投稿キャンペーン

【実施時期】R6. 7 月～R6. 11 月

【実施回数】2 回程度

【参加人数】300 人

町を訪問し写真や動画を投稿してもらうことで、SNS 上に町の情報を拡散させるとともに、町の SNS フォロワーを獲得する。キャンペーンを拡散するために SNS 広告なども実施する。

○SNS 拡散施策

町の公式アカウントをフォローし、PR 動画を視聴&拡散のうえ、WEB アンケートに答え応募した方へ抽選でプレゼントを贈る。

○SNS 投稿施策

町の公式アカウントをフォローし、共通ハッシュタグを付け、自分が撮った町の写真や動画を投稿のうえ、WEB アンケートに答え応募した方へ、抽選でプレゼントを贈る。

(3) 観光パンフレット更新・増刷

【実施時期】R6. 6 月～R6. 10 月

R5 年度に作成したパンフレットについて、より魅力的なパフレットとなるよう内容の更新を行い、首都圏や仙台圏でのイベントなどで配付する。

2 しんち魅力体感事業

○実施時期：R6. 6 月～R7. 3 月

○実施体制：新地町・委託事業者

○概算費用：15,219 千円

○実施概要

・海、里、山を体験できるイベントや初心者や家族連れで楽しめる体験イベントを実施し、来町目的を創出する。

・1の「小さなまちの大きな魅力」発信事業の中で、イベント開催前後にはイベントへの期待が高まるような情報提供やイベントの実施状況が楽しく伝わるような情報発信を行い、次回イベントへの参加意欲を喚起し、誘客の促進につなげる。

(1) 「新地で Debut」○○教室

【実施時期】R6. 6 月～R6. 11 月

【実施回数】2 回程度

【参加人数】各 30 名

R5 年度に作成した PR 動画「新地で Debut」と連携したイベントを開催する。初心者やファミリーをターゲットにプロからの指導や助言を受けながら、あるいはインフルエンサーと楽しく参加体験できるイベントとし、町の認知拡大や来町目的を拡大する。

※参加者には観光 PR のための写真肖像及びアンケート、SNS での拡散を義務とする。

①新地で Debut！海釣り教室

②新地で Debut！鹿狼山登山教室

(2) 「わたしがみつける！小さな町の大きな魅力」体験イベント

【実施時期】R6. 8 月～R6. 11 月

【実施回数】2 回

【参加人数】各 50 名程度

町の魅力を満喫するイベントを開催し、町で開催するイベントとして定着を図る。イベントにはインフルエンサーなどを招き広く告知する他、参加者による SNS 発信を義務付け、情報の拡散につなげる。

①浜キャンプ満喫体験（海）

・夏の海水浴シーズンに、浜キャンプや海鮮キャンプ飯を楽しむイベントを開催する。

・ターゲットは仙台圏のファミリー層、キャンパーを想定しており、町の海の魅力や海鮮キャンプ飯を体験・体感してもらうことで、ファン獲得や放射能や被災といったマイナスイメージの払拭につなげる。

②あぜ道トレイルウォーク（里）

・町内ののどかな風景を歩いてもらい、町の魅力を体験するイベントを開催する。水田の間を歩いたり、鹿狼山に沈む夕日を見ながらウォーキングを楽しむなど、町ならではの風景や町民との触れ合いを楽しむコースを設定する。コース内に、立ち寄りポイントを設けて、飲食や買い物も楽しめるようにする。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- SNS コンテンツ配信数：180 回以上
- SNS キャンペーンの実施：2 回
- ファミリー向けイベントの実施：2 回
- 魅力満喫イベントの実施：2 回

【アウトカム】

- 公式 Instagram フォロワー数：1,500 人
- 各イベント参加者のアンケート回収：90%以上

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・町の魅力を伝えるための SNS コンテンツの充実と町の認知度の向上。
- ・イベント参加者に、本町の海・里・山の魅力や海の安全性を体感いただくことで、風評の払拭につながるるとともに、参加者に対して実施するアンケート調査により、イベント内容やPR の改善を図ることで、次年度以降の本町への誘客を促進するような取り組みにつなげる。

【次年度以降の取組】

- ・これまで検証したコンテンツの内容の改善や充実を図り、訴求効果の高いツアー・イベント等を企画し、リピーターやファンの獲得を図る。
- ・今年度における SNS コンテンツの配信を踏まえ、配信内容の改善や充実を図るとともに、情報発信人材の育成を進めて、情報発信の自走化を目指す。