

(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.	2	事業名	アートの町『新地』創造・アートの魅力発信事業	事業番号	A-2
事業実施主体	新地町	総交付対象事業費	45,372 千円		
既配分額	20,372 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 0 千円					
ii) 体験等企画実施 25,000 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 0 千円					
iv) ポータルサイト構築 0 千円					
②外部人材活用 小計 0 千円					
i) 企画立案のための外部人材の活用 0 千円					
ii) 地域の語り部の育成 0 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 0 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 6,095 人 (平成 22 年度比で 15%増加)					
事業概要					
事業実施主体	新地町				
主な企画内容	新地町ゆかりのアーティスト作品を活用したアートイベントを開催。インフルエンサーや SNS、CM や雑誌など活用して幅広く情報発信し、アートの魅力を体験できるツアーを実施。県外からの誘客を促進する。				
主な事業の実施場所	新地町				
事業の実施期間	令和 5 年度～令和 7 年度				
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
本町においては、東日本大震災からの復興に向けて、常磐自動車道や福島復興道路など首都圏や仙台圏からの交通アクセスが充実する中で、津波被害を受けた沿岸部に施設や公園を整備し、釣りやキャンプが楽しめるアウトドアフィールドを展開している。また、町の顔でもある JR 新地駅前には、445 席のホールを有する文化交流センターをオープンし、コンサートやアート展が開催されるなど文化振興の新たな拠点となっている。					
<課題>					
・ 県外ではいまだに福島県浜通りへの風評被害が消え失せない中で、ALPS 処理水の海洋放出が開始され、新たな風評被害を生じさせない取組を継続することが重要である。					
・ 風評払拭のためには、実際に新地町を来訪してもらうことで町の魅力に触れ、現状と安全性を理解してもらうことが最も効果的であるが情報発信力の充実が課題である。デジタル配信を十分に活用し、多種多様な情報を効率的で効果的に広げていく必要がある。					
・ 「齋藤研」「志賀一男」「坂元郁夫」「星茂」など新地町ゆかりの画家たちが残した作品が数多く町内施設に収蔵されており、新地町出身で日本を代表する建築家「遠藤新」氏が設計デザインした「くるめがすりの家 (旧小塩邸)」は、郷里である新地町福田地区に復元建設されている。こうした貴重な文化資源を地域の魅力として全国に発信し、新たな誘客コンテンツとして活用する必要がある。					
【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、インフルエンサーや訴求力のあるアーティストが集結しワーキンググループを立ち上げ、「アートのまち新地」創造に向けて調査・意見交換・提言を行うとともに、SNS配信により町の魅力情報を効果的に発信した。

また、一般参加を公募して、絵画展をメインとしたモニターツアーを実施し、県外から実際に町を訪れてもらうことで、豊かで雄大な自然、食のおいしさと安全性、歴史的で伝統的な景観や文化など、アートにとどまらない町の魅力を存分に感じてもらうことができた。仙台からのアクセスの良さを考え、仙台圏のテレビCMやタウン情報誌・SNS等の活用によりモニターを募集した結果、定員を大幅に超える応募があったことや、ツアー参加者によるSNS発信を促進しツアー内容を参加者自ら投稿することで、隣県である本町の魅力がさらに拡散されたことから、仙台圏への情報発信については一定の効果があったと検証できる。絵画展では、アーティストによるギャラリートークを開催しその動画をYouTubeにアップしたところ、インプレッション数は開催期間中に5000回近くにのぼった。絵画展終了後もこのアートの取り組みを継続的に視聴できる仕組みづくりが出来たと考えており、「アートのまち新地」の認知拡大につなげることができた。

また、デジタルスタンプラリーの開催期間中にSNSフォトコンテストも同時に実施したところ、県外から新地を訪れた多くの方々が町中の魅力的でアートな場所を巡り最高の一枚を画像として投稿いただくと、たちまちインプレッション数が増大しInstagramのリアクション数は18,000回に、Xのリーチ数は約62,000回にもおよび、誘客の拡大と認知度アップにつなげてきた。

### ②取組をふまえた課題

・モニターツアーの参加者に対して実施したアンケート調査によれば、「味わいのある素敵な町」「季節を変えてまた来てみたい」など比較的関心は高かった一方、町の認知度の低さやPR不足はまだ課題といえる。

・SNSを活用した情報発信については、「アートのまち新地創造プロジェクト」の特設サイトを立ち上げ、イベントやツアーの動画配信、画像の掲載、県外からの来訪者に役立つ地域の情報などの発信をきめ細やかに行った。今後も継続してデジタル素材を発信し、獲得できたリピーターやファンへ「町の今」をリアルタイムで情報を届けるとともに、さらに多くの人に町の魅力を発信していくために、デジタル発信の積極的かつ効果的な活用が必要とされる。

・町を実際に訪れ町の魅力を体験し、新地の良さを実感いただくための機会としてモニターツアーはとても効果的と考えるが、令和5年度においては、全てのモニター枠を一般参加の公募としたところ、発信力の高い大学生などの若者の申込みが少なかった。町の認知度やアートのまちのイメージをSNSで効果的に高めていくためにも、学生や若者向けの情報発信やアナウンスが必要である。また、令和5年度はイベント会期が短かったため、県外向けに周知はしたものの県外からの一般来場者を受け入れるには期間が十分ではなかった。



#### 【今年度事業における具体的な取組内容】

##### 1 アートのまち新地創造プロジェクト「アートの魅力発信事業」

・実施期間：令和6年6月～11月

・実施体制：新地町、委託事業者

・概算費用：25,000千円

##### ・事業概要

・仙台圏を中心に宮城・山形・新潟、そして関東圏から意欲的で発信力の高い大学生や若者アーティストやクリエイターなどを招聘し、アートのまち新地を楽しむモニターツアーを実施する。町の新たな魅力シーンを発掘・再編したツアーの造成、新地が生んだ画家たちの絵画展や建築アート展の開催、アート体験（ストリートペイント、ワークショップ、セミナー）など多くのイベントを通じて「アートのまち新地」の魅力を体感いただき、若者の発信力を活かし、SNSのリツイートやシェアにより新地の魅力を拡散させる。

・「アートのまち新地創造プロジェクト」特設サイトを活用し、「町の今」「アートな新地」など、リアルな情報を継続的に配信していくと共に新地町出身で日本を代表する建築家「遠藤新」氏（フランク・ロイド・ライトに学び、そのデザインや空間の技術を受け継ぎ、帝国ホテルなど数々の設計活動を行ってきた。）の魅力を広め認知度を上げ、建築アートを新地の文化の新たな魅力の一つとして情報発信する。また、町が誇る海・

里・山の自然や歴史深い文化、旬のおいしい食など町の魅力を発信し、新地を知ってもらい関心を高め、来訪意欲を増進させる。

(1) アートのまち「新地」体験モニターツアー事業《実施時期：R6.10月頃》

○宮城県、山形県、新潟県、関東圏から大学生や若手アーティスト等をターゲットに、「新地ゆかりの画家 絵画祭」新地アートの魅力モニターツアーを実施する。絵画展の作品鑑賞に加えて、多様なワークショップやアクティビティを取り入れる。開催時期は令和6年10月頃、1泊2日1回35名を2回実施。申込み時には、SNS発信やフォローを参加条件とする。

ワークショップは、福島県重要無形民俗文化財「福田十二神楽」や、建築家の遠藤新の作品「くるめがすりの家」など、町の歴史文化を学ぶ新地歴史めぐり。新地町のシンボル「鹿狼山」のガイド付き自然体験ハイキングや、四季の花と太平洋が一望できる新地ガーデンの散策。大漁旗を掲げた漁船への乗船体験や釣り公園での海釣り体験。東日本大震災の復興拠点「釣師浜防災緑地公園」での震災語り部ツアー。また、町内施設に新地のイメージを描くストリートペイント体験。参加者は、太平洋の海岸や鹿狼山の山並みが一望できる町内ホテルへ宿泊、昼食は地元自慢の手打ち蕎麦や新鮮な海鮮を食べていただき、新地町のアートと食の様々な体験を通して、「新地」の魅力を存分に堪能していただく。

○ツアー参加者には、絵画祭や町のアートな風景など積極的に投稿していただく。

観光協会と連携したフォトコンテストも開催し町の魅力拡散につなげる。

○募集広告はテレビCM、タウン誌、SNSを活用。モニターとなった参加者の事後調査（アンケート）を実施、課題の洗い出しと評価、課題解決へ向けた対策と改善に繋げる。

(2) 『新地ゆかりの画家 絵画祭』アート発信事業《実施時期：R6.10月頃》

○アートのまち『新地』を創造するイベントの開催。新地町文化交流センターにて17日間開催。

○文化交流センター大ホールをメイン会場として、新地町ゆかりの画家「志賀一男」「坂元郁夫」「齋藤研」「星茂」の4名の作品を100点以上展示する。来場パンフレットとして記念作品集も制作する。

○展示会場には大型モニターを設置し、画家出演による作品紹介動画を来場者に視聴してもらう。

○展示作品のキャプションや記念作品集には、QRコードを取り入れて作品をデジタル解説する。映像は公式SNSで発信し、イベントのPRにつなげながら、作品の理解を深めてもらう。

○会期中、画家たちによるギャラリートークを開催し、イベント映像はYouTubeで配信する。

○イベントの開催にあわせて、新地町の“食”を体感できるイベントを絵画展会場にて開催。町観光協会や地元事業者等と協力して「食」のブースを出店し、特産品や地元農産物のPRと試食販売を行う。県外から来場された方には「食のおもてなし」として新地いも煮汁や新地しらす丼など実際に食べてもらい、新地町の美味しいものと食の安全安心をPRする。来場者にはSNSで情報発信していただく。

○県外向けにポスター、広告、SNS広告、大学への周知等により事業のPRをして、県外の方を呼び込む。

○大学生など若手アーティストが中心となり、新地をイメージした作品制作に取り組み、絵画祭サブイベントとして町内施設にて作品展を開催。作品を制作した若手アーティストたちによるギャラリートークも展示会場にて開催し、イベント映像はYouTubeで配信する。若者のネットワークを活用して新地アートの取り組みをSNSで拡散していく。許可が取れた作品については町内施設に常時掲示したり、観光PRに活用したりすることで、アートがあふれた町を創造していく。

(3) 新地ゆかりの建築家「遠藤新」情報発信事業《実施時期：R6.7月頃》

○新地町出身で日本を代表する建築家「遠藤新」氏。フランク・ロイド・ライトに学び、そのデザインや空間の技術を受け継ぎ、帝国ホテルや甲子園ホテル、自由学園やドラマ撮影の舞台となる国指定登録有形文化財「葉山加地邸」など、数々の設計活動を行ってきた。こうした「遠藤新の世界」を建築アートとして、家具や設計図など町の文化資源の魅力を発信する。

○文化交流センターを会場として企画展を開催し、建築設計書や建築物の模型、デザイン家具など、遠藤新の作品を展示する。町内に復元建設されている「くるめがすりの家（旧小塩邸）」を会場として、建築家の講演会や専門家ガイドによる見学ツアーも実施。講演の様子はYouTubeで配信する。開催時期は令和6年7月頃、会期は5日間程度。

○宮城県や山形県・関東圏から、インフルエンサーや建築アートデザイン系の学生、芸術系の大学生や専門家等を招いて「新地アートの魅力招聘ツアー」を実施。遠藤新建築アート作品展の鑑賞とともに、建築アートや建築デザインについて、有識者によるセミナーや意見交換も行う。また、町の歴史文化を学ぶ新地歴史めぐりや鹿狼山の自然体験ハイキング、東日本大震災の復興拠点「釣師浜防災緑地公園」での震災語り部などを体験し

ていただき、アートのまち「新地」の魅力から受けたインスピレーションをもとに作品創作などワークショップにも取り組む。作品は、絵画祭サブイベントとして絵画展会期中に町内施設にて展示を行う。ツアー参加者には様々な場面でSNS発信を促し、遠藤新や建築アートを新地文化の新たな魅力として拡散する。

(4) アーティスト&インフルエンサーによる新地体験ファムツアー《実施時期：R6.9月》

○令和5年度に立ち上げた「アートのまち新地創造プロジェクトワーキンググループ」を継続して実施していく。作家、アーティスト、有識者、インフルエンサー、大学生、ITエンジニアなどを招聘しファムツアーを企画、新地アートの価値を共に創りあげるプロジェクトチームを組み、迅速でかつ戦略的に事業を推進し、アートのまち新地の礎を築いていく。町内現況調査と検証を行い、意見交換をふまえ、事業推進に向けて計画から実行までのプランづくりへつなげる。県外向けのPR戦略も検討し、インフルエンサーなどの発信力を最大限に活かして、アートのまち新地を効果的に発信していく。開催時期は令和6年9月頃、1泊2日を1回実施し参加者は10名程度。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・アートイベントの開催 絵画展1回、建築アート展1回
- ・新地アートの魅力モニターツアーの実施 1泊2日を2回（交通費は宿泊者負担） 計70名
- ・新地アートの魅力招聘ツアーの実施 1泊2日を1回 計30名
- ・アーティストやインフルエンサーによる新地体験ファムツアーの実施 1泊2日を1回
- ・インフルエンサー活用による情報発信
- ・CM放送や雑誌掲載による広告発信  
(CM告知・紹介5回、情報誌掲載1回、ポスター100枚、SNS発信10回以上)

【アウトカム】

- ・モニターツアーへの参加者100人 アンケート回収100%
- ・アートイベント来場による県外からの誘客 3000人

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・町の文化資源を新たな誘客コンテンツとして造成することにより新地町の魅力が向上
- ・アートのまち「新地」を効果的に情報発信することで町の認知度がアップ
- ・県外から来て見て体験することで、町の現況や安全性が理解され、風評払拭を促進

【次年度以降の取組】

本事業は継続して実施をし、アートの町としてイベントを定着させると共に県外へ安心・安全をPR。次年度は、大学生や専門学生など若者アーティストが地域と交流し作品を制作するなど、新地の魅力向上と魅力発信につながる持続可能なアートイベントを実現する。今年度モニターツアー参加者の事後調査（アンケート）結果を基に、ワーキンググループにおいて課題の洗い出しや評価検証を行い、より誘客効果の高い情報発信とイベントになるよう磨き上げを行う。アートのまち新地創造に向けたワーキンググループを中心に数年かけて常設展示への礎をつくり、駒ヶ嶺公民館を改修整備したアート収蔵展示館での常設展示の骨格を重ねていく。デジタルアーカイブを活用してイベントの作品の一部をデジタル化し、バーチャル美術館としての展開も可能としていく。また、稲刈り後の田んぼを利用した光アートなど、新地らしさを活かしたアート事業を地域の方々を巻き込んで企画し、県外の方々を地域全体でおもてなしするような持続可能なイベントに取り組んでいく。