

(様式1-5)

石川町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年1月14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	石川町地域情報発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		石川町	総交付対象事業費		26,448千円
既配分額		12,299千円	当該年度交付対象事業費		5,122千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
				小計	4,313千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					
iii) 情報発信コンテンツ作成					4,313千円
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
				小計	809千円
i) 企画立案のための外部人材の活用					809千円
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】					
R3年度					
◆動画及びYoutubeによる発信					
・3本制作					
◆LINEを活用したファンクラブシステムの構築					
・本町出身者や東京石川会会員のお友達 300人					
・町内高校の卒業生のお友達 400人					
R4年度					
◆動画					
・8本制作					
◆SNS等による観光を軸とした石川町の魅力発信					
・Google×Yahooの動画広告活用 表示回数計1,500万回以上表示					
・広告クリック率平均0.4%以上					
◆外部人材を活用した、ワークショップの開催 3回/年					
R5年度～R7年度					
◆SNS等による観光を軸とした石川町の魅力発信					
・Google×Yahooの動画広告活用 表示回数計1,500万回以上表示					
・広告クリック率平均0.4%以上					
◆効果検証					
◆「ファミリー層」「女性層(30代～40代)」の誘客率調査					
【アウトカム】					

R3年度～
最終年度累計のアンケート結果による意識変容数 800人以上、または、ファンクラブ入会者の40%以上を目標。
(想定400人×5年=2000人(令和8年3月末) 2000人×40%=800人)

R4年度

- ◆観光入れ込み客数15万人以上
震災前の平成22年度(21万人)並みまでの回復を目指す
- ◆観光客の県外誘客率50%以上
震災前の平成22年度(51%)並みまでの回復を目指す

R5年度

- ◆観光入れ込み客数17万人以上
震災前の平成22年度(21万人)並みまでの回復を目指す
- ◆観光客の県外誘客率50%以上
震災前の平成22年度(51%)並みまでの回復を目指す
- ◆ターゲットに訴求したPRの効果による「ファミリー層」「女性層(30代～40代)」の誘客率の向上

R6年度～R7年度

- ◆観光入れ込み客数20万人以上
震災前の平成22年度(21万人)並みまでの回復を目指す
- ◆観光客の県外誘客率50%以上
震災前の平成22年度(51%)並みまでの回復を目指す
- ◆ターゲットに訴求したPRの効果による誘客率の前年度より向上

事業概要

事業実施主体	石川町
主な企画内容	・観光PR動画の作成及びデジタルコンテンツを利用した情報発信 ・外部人材を活用した観光PRアドバイザーの委託
主な事業の実施場所	—
事業の実施期間	令和3年9月～令和8年3月

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：石川町
- ②連携団体及び役割分担
 - (1)石川町：公募型のプロポーザルにより町及び町観光物産協会と連携し事業を推進していく委託事業者を選定。観光を中心とした町の魅力をデジタルコンテンツを活用した情報発信を実施していく。
 - (2)町観光物産協会：魅力、観光資源の整理と今までにないターゲット層の掘り起し、取材等の協力
 - (3)アドバイザー(外部人材)：町、観光物産協会と連携しワークショップを開催し、新しい視点・手法を取り入れ、観光PRのコンセプトを開拓(観光資源・ターゲット等)する。また、持続可能な情報発信を目指す。
 - (4)委託業者：町からの委託を受け、町のコンセプトを考慮したPR動画の作成及びデジタルコンテンツを駆使した情報の発信を行い、さらなる効果的な情報発信につなげるためのデータ収集を行う。

【現状・課題】

<現状>

本町の観光入れ込み客数は震災前の平成22年は214,732人であったが、令和2年においては97,508人と震災前の水準には戻っておらず、東京電力福島第一原子力発電所事故が大きく影響していると考えられる。また、今後アルプス処理水の海洋放出が実施された場合、県外観光客が減少することを懸念する。

<課題>

本町には、日本のホテル・旅館100選で1位に選ばれた母畑温泉八幡屋や他地域の桜の名所にも引けを取らない桜並木、日本三大鉱物産地にも選ばれている鉱物等、一流の観光資源を有しているが、これまでの広報活動は、震災後に県内でTVCMを3か月にわたり210本程度実施し、希望者へのパンフレット配布、本町HP掲載等を実施したが、県内を中心としたPR活動となっており、風評払拭の取組等県外への訴求はできておらず観光誘客につながっていない。

ターゲット層を絞らずに本町の果樹農産物、食の安全安心を主な内容とした動画制作を行っているが、今後の観光誘客促進に繋げるためにファミリー層及び女性層(30代～40代)に訴求する必要性があると史料する。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・温泉旅館のCM放映や阪急交通社と連携した桜の時期のバスツアーを実施。
- ・姉妹都市や首都圏の自治体が開催するイベントへの農産物を中心とした物産販売等の出店を行い、物産の安全安心をPRするとともに、観光PRを実施し本町の魅力の発信を行った。
- ・LINEを活用したファンクラブシステムの構築し、ファンクラブ会員の募集開始3月6日予定。
- ・動画作成については、果樹農産物、食の安全安心を主な内容として動画作成3月6日完成予定。作成後、町HPやSNS等で情報発信を行う。

【事業実施により得られる効果】

- ・石川町に悪いイメージもっていた県外の方々に対し、外部人材を活用し、新たな視点・手法を取り入れつつ映像も通して本町の食・観光資源等の魅力を県外に情報を発信することで、風評払拭を図る。また、観光誘客の増加により実際に来ていただいたお客さんに満足してお帰りいただき、SNSの口コミ等による拡散性で、安全安心を発信してもらうことで風評が払拭され関心、好感度の向上につながる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

本町の課題解決に向けて、情報発信を効果的に実施し、認知度向上・観光誘客につなげていくため以下の事業に取り組む。

1. 外部人材を活用した観光PRアドバイザーの委託

実施期間：令和4年4月～令和5年2月

概算費用：809千円

全国的に活躍する「観光地域づくり」の視点を持った、雑誌等の編集長クラスの方をアドバイザーとして招聘し、観光物産協会の会員及び若年層で次世代を担い今後の観光地域づくりのプレイヤーになりえる人材に参加いただき、ワークショップを開催して、本事業の取組（動画作成及び効果的な情報発信手法）をより県外に発信するための検討及び県外への持続的な観光振興の推進及び事業スキームを構築し、風評払拭を図り認知度向上、誘客促進を図る。次年度以降については、今年度の事業の結果分析をもとにさらなる効果的な情報発信と、満足度を高めるため、新たに有用な観光資源の掘り起こしやそれに合うターゲット層の絞り込みを図り、地域が一体となった魅力発信を行う。

2. 観光PR動画の作成 計8本

実施期間：令和4年4月～令和5年2月

実施体制：委託業者

概算費用：2,113千円

観光のターゲット層として考えているファミリー層と女性層（30代～40代）をターゲットとした動画の作成を想定はしているが、今後のワークショップでの検討やアドバイザーからのアドバイス等を取り入れ、ブラッシュアップをしながら魅力的な動画を作成する。

内容については、本事業は観光に特化した魅力発信を実施するため、本町の観光資源の代表である温泉をメインに町内に点在する体験コンテンツを織り交ぜながらストーリー性のある動画撮影を実施する。

また、撮影に出演者や協力者として観光物産協会会員や観光事業者、地域の方々等に参加をいただくことにより、町、事業者、町民が一体となった魅力発信が図られることで、町全体としての受け入れ態勢も醸成されていくものと考えている。

①メイン（3分）動画作成

・【ファミリープラン】1本

母畑温泉八幡屋をメインとしてPRを実施し、体験コンテンツ（いちご狩り、乳しぼり体験、上生菓子づくり体験など）をストーリー上にして、親子の方々に参加いただき、アットホームなファミリー層の目線に立った映像とする。

・【女子旅プラン】1本

母畑温泉八幡屋をメインとし、体験コンテンツ（林業体験（木々との触れ合いやDIY体験）、農業体験、いちご狩り、上生菓子作り体験など）疑似体験できる女子旅プランとしての映像とする。特に、地上カメラ以外に空撮（ドローン撮影）映像も取り入れる事で広大な自然の中で実施される、林業体験や農業体験などを地上カメラでは撮影できない、別視点からのダイナミックな映像とする。

②TrueView等用 15秒～30秒 【ファミリープラン】【女子旅プラン】各1本

・TrueView等の時間制限がある場面で活用するため、①のメイン動画を15秒～30秒に再編集し、ファミリー層は「体験コンテンツ」、女性層には「温泉」に主軸を置いてPRを実施する。

③バンパー広告等用6秒動画 【ファミリープラン】【女子旅プラン】各1本

・バンパー広告等の②よりさらに短い場面で活用するため、①のメイン動画を6秒に再編集し、ファミリー層は「体験コンテンツ」、女性層には「温泉」に主軸を置いてPRを実施する。

宣伝方法について

町ホームページやYoutube等は勿論のこと、ターゲットに対して、「3. 作成動画を駆使した魅力発信」の事業、Google、Yahoo、YouTubeのサイト上に掲載される動画広告等を活用し、「温泉」「旅行」「ファミリー層」「女性層（30代～40代）」といったターゲットに訴求し、「動画を視聴」、「興味をもっていただく」、そして「来町を目的」に配信媒体を選定。

3. 作成動画を駆使した魅力発信

実施期間：令和4年4月～令和5年2月

実施体制：委託業者

概算費用：2,200千円

・利用予定媒体：GoogleTrueview、Googleバンパー広告、Yahoo動画広告、YDA、GDN

完成した動画を、各ターゲット層に効果的なPR媒体を選別し配信する。また、配信後、「ターゲットに正しく届けられているか」「動画は最後まで見てもらえているか」の2点を徹底的に分析するためのデータ収集を行う。収集するデータの主なものとしては「動画のサムネイルが視聴者に表示された回数（インプレッション）」「インプレッションのクリック率」「再生維持率」「視聴者が動画に流入した経路（トラフィックソース）」「視聴者の分析（年齢、性別など）」などで、今後の持続的な情報発信につなげていく。

【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】

- ◆動画
 - ・ 8本制作
- ◆SNS等による観光を軸とした石川町の魅力発信
 - ・ Google×Yahooの動画広告活用 表示回数計1,500万回以上表示
 - ・ 広告クリック率平均0.4%以上
- ◆外部人材を活用した、ワークショップの開催 3回

【アウトカム】

- ◆観光入れ込み客数15万人以上
震災前の平成22年度（21万人）並みまでの回復を目指す
- ◆観光客の県外誘客率50%以上
震災前の平成22年度（51%）並みまでの回復を目指す

【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

・石川町に悪いイメージもっていた県外の方々に対し、外部人材を活用し、新たな視点・手法を取り入れつつ映像も通して本町の食・観光資源等の魅力を県外に情報を発信することで、風評払拭を図る。また、観光誘客の増加により実際に来ていただいたお客さんに満足してお帰りいただき、SNSのロコミ等による拡散性で、安全安心を発信してもらうことで風評が払拭され関心、好感度の向上につながる。

【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、「温泉」「旅行」「ファミリー層」「女性層（30代～40代）」といった各ターゲットに訴求し、実施した情報発信の結果を分析し、「再生維持率」等が悪かった短編動画については、再編集を行い、効果的な情報発信を行っていく。
・今年度のアドバイザーの内容を精査し、有効的な情報発信へ繋げていく。

【新型コロナ感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

会議、打合せ開催時には最低限の人数とし、マスクの着用、手指消毒、ソーシャルディスタンス、こまめな換気等を実施しながら、感染対策を徹底し実施する。また、動画作成時についても、ソーシャルディスタンス確保し、撮影スタッフ含め検温を実施し、体調のすぐれない方は作業に従事させないよう徹底する。