

(様式 1-5)

国見町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年8月12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	国見町魅力向上発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		国見町	総交付対象事業費		9,000千円
既配分類		千円	当該年度交付対象事業費		3,000千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
小計 3,000千円					
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 1,295千円					
iv) ポータルサイト構築 1,705千円					
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					
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】					
国見町の文化財や観光名所を紹介する音声ガイドが組み込まれたポータルサイト「音旅」制作(10箇所分)、WEB広告による「音旅」への誘導、ご集印帳の新規作成(QRコード印字による「音旅」への誘導)と県外施設への掲示。					
【アウトカム】					
WEB広告については、広告配信の費用対効果を見定めるために本年度500千円の予算設定とし、バナー広告を165万回表示させる。そして、ターゲットの設定をよく練ることでクリック率を1%(公表されている平均クリック率は0.6%)とし、WEB広告による国見町「音旅」への年間アクセス数を16,500回以上(①)とする。					
また、ご集印帳については、パンフレットを取った者のうち50%の500人・回(②)以上が「音旅」へのアクセスを行うようサポーターに対しPRの協力依頼を行い、①と②併せて17,000回以上のアクセス数を目標とする。					
事業概要					
事業実施主体	国見町				
主な企画内容	町内の魅力ある文化財や観光施設をPRするための「観光用音声ガイド(音旅)」が組み込まれたポータルサイトを開設し、WEB広告を活用して県外の住民に対しても配信を可能となる仕組みを構築する。また、「ご集印帳」を新規作成し、県外の国見町由来の施設に配布を依頼することで、本町の情報発信に繋げる。				
主な事業の実施場所	本町内、ラジオ放送局内、WEBサイト上、本町に由来のある県外施設				
事業の実施期間	R3 ~ R5				

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：国見町
- ②連携団体及び役割分担
 - ＜国見町＞企画調整課が主担当となり、国見町産業振興課と連携しながらポータルサイト「音旅」の開設、WEB広告による情報発信戦略の構築、ご集印帳の作成を行う。また、委託業者については、県内メディアとの連携を想定し選定する。さらに、「道の駅あつかしの郷」や「連携協定自治体」、「東京くにも会」等と協力・連携に努めながら事業を実施する。
 - ＜県内外団体＞
 - 「道の駅 あつかしの郷」においては、全国道の駅とのネットワークを通じて、「ご集印帳」等による県外への情報発信を行う。
 - 「県内メディア」においては、県外メディアとのネットワークを通じて、ラジオによる「音旅」の情報発信を行う。
 - ＜県外の団体＞
 - 「連携協定自治体」、「日本橋ふくしま館ミデッテ」、「東京くにも会」については、「ご集印帳」の配布を本町が依頼して、県外在住者への情報発信を行う。
 - ＜委託業者A＞
 - 音で旅するをテーマに「観光用音声ガイド（ナレーション）」が組み込まれたポータルサイト「音旅」を開設する。
 - ＜委託業者B＞
 - 「音旅」を県外の住民に対しても配信を可能とするWEB広告を構築する。また、本町への観光を促すご集印帳について、上記＜県外の団体＞と繋がりをもつ県外在住者への周知を目的として作成を行う。

【現状・課題】

- ＜現状＞・福島県商工労働部で公表の「福島県観光客入込状況」における本町の年間観光客は震災前は8.3万人だが、震災直後は0.8万人、新型コロナ前の直近である令和元年でも4.0万人となっている（H29に竣工した「道の駅国見あつかしの郷」への観光客数を除く）。また、令和元年分における、種目別観光客入込状況で区分した統計によると、福島県全体で「歴史・文化」に関する観光入込数が震災前よりも減少している（対H22年比）。これは、国見町においても同様の状況を表していると考えられる。
- ・中通りと浜通りを接続する「東北中央自動車道 相馬福島道路」が2021年に供用開始され、浜通りからの周遊観光客の取り込みを見込んでいるが、アルプス処理水の海洋放出が実施された場合、風評により、浜通り経由の県外観光客が減少することを懸念する声がある。
- ＜課題＞上記現状は、下記のとおり東日本大震災発生以降の原発事故に係る放射線の問題が少なからず影響していると推測される。
 - ・福島県に対する放射線事故の影響による風評
 - ・福島県の復興に対する県外在住者の理解度の不足
 - ・県産食品の忌避に伴う観光客自体の低下

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・各種復興イベントの実施（特産品のPR、首都圏・仙台での交流人口創出イベント等）

【事業実施により得られる効果】

- ・国見町の文化財や観光施設について、映像だけでなく音声ガイドにより特設サイト上でPRすることで、情緒あふれる国見町の自然や歴史をイメージしやすくし、国見町に関心を持ってもらい誘客に繋げることができる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

- ①ポータルサイト「音旅」の作成
 - 実施期間：R3.10月～R4.2月 1回
 - 実施体制：委託業者
 - 概算費用：171万円
 - （情報発信に関する仕掛け）
 - ラジオ放送会社への委託を想定し、「音で旅する」をテーマに掲げ、経験を生かしたナレーションにより、オンライン上で本町の観光名所を案内する。利用者は音声による疑似体験をすることで、本町への興味を持ってもらい観光を促す。
 - （ターゲット）
 - 音声ガイドにより本町に興味を持ってもらうため、県外の本町観光未経験者をターゲットとする。
 - 「年齢」のターゲット設定については、将来的な移住・定住及び関係人口の創出を見据え、30代～40代のファミリー世代を主軸に置きつつ、ラジオを好む傾向にある60歳以上の高齢者層にも周知する。
 - 「地域」のターゲット設定については、国見町は国道4号線及び高速道路（SA）を交通網の核としているため、宮城県や関東圏等の上記交通利用者を主軸とする。
 - 「性別」については、男女問わず本町の魅力PRに努める。

②WEB広告の構築（「音旅」へのアクセス）

実施期間：R3.10月～R4.2月 1回

実施体制：委託業者

概算費用：74万円

（情報発信に関する仕掛け）

「音旅」を広く全国的に認知されるよう、委託業者がグーグルサイト上のWEB広告により、「音旅」へのアクセスを可能とする仕組みを構築する。

（ターゲット）

「年齢」のターゲット設定については、インターネットの利用者が大多数を占める若い世代（20代～40代）のファミリー世代とする。

「地域」のターゲット設定については、国見町は国道4号線及び高速道路（SA）を交通網の核としているため、宮城県や関東圏等の上記交通利用者を主軸とする。

「性別」については、男女問わず本町の魅力PRに努める。

③ご集印帳の作成及び県外への周知

実施期間：R3.10月～R4.2月 配布実施5回以上

実施体制：委託業者

概算費用：55万円

（情報発信に関する仕掛け）

観光を促す「ご集印帳」については、本町10ヶ所の観光施設（「音旅」と整合性を図る）を主に紹介しつつ、併せて本町の「食」や「イベント」についても情報発信するようデザイン、作成する。さらに、QRコードを掲載し「音旅」への誘導を図り、全国どこでもご朱帳があれば、本町やふくしまの魅力を発信できるように図る。

①「日本橋ふくしま館ミデッテ」、②連携協定を締結している町（北海道ニセコ町、岐阜県池田町、栃木県茂木町）、③首都圏在住の本町出身者やゆかりのある方で組織する「東京くにも会の会員」などをサポーターとしてPRする。

（ターゲット）

上記サポーターとの繋がりのある県外在住者に「ご集印帳」を配布することで情報発信する。

「年齢」のターゲット設定については、将来的な移住・定住及び関係人口の創出を見据え、30代～40代のファミリー世代を主軸に置きつつ、歴史文化財を好む傾向にある60歳以上の高齢者層にも周知する。

「地域」のターゲット設定については、国見町は国道4号線及び高速道路（SA）を交通網の核としているため、宮城県や関東圏等の上記交通利用者を主軸とする。

「性別」については、男女問わず本町の魅力PRに努める。

【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】

国見町の観光名所におけるナレーションガイド制作（10箇所）、WEB広告によるポータルサイト「音旅」への誘導、ご集印帳の県外施設への掲示とQRコードによる連携。

【アウトカム】

WEB広告については、広告配信の費用対効果を見定めるために本年度500千円の予算設定とし、バナー広告を165万回表示させる。そして、ターゲットの設定をよく練ることでクリック率を1%（公表されている平均クリック率は0.6%）とし、WEB広告による国見町「音旅」への年間アクセス数を16,500回以上（①）とする。

また、ご集印帳については、パンフレットを取った者のうち50%の500人・回（②）以上が「音旅」へのアクセスを行うようサポーターへPRに力を入れてもらうよう協力してもらい、①と②併せて17,000回以上のアクセス数を目標とする。

【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

・国見町の文化財や観光施設について、映像だけでなく音声ガイドにより特設サイト上でPRすることで、情緒あふれる国見町の自然や歴史をイメージしやすくし、国見町に関心を持ってもらい誘客に繋げることができる。

【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

・今年度事業の継続と県外ターゲットの分析及び見直し、変更（発信地域、年齢層）。

【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。

<具体的な対策>

・WEBサイトなどオンラインによる情報発信。ラジオ放送による「音旅」のPR。