

| 1. 基本情報             |       |              |                                           |            |            |             |
|---------------------|-------|--------------|-------------------------------------------|------------|------------|-------------|
| 自治体名                | 事業番号  | 事業名          |                                           |            |            |             |
| 新地町                 | A-1   | しんち魅力体感・発信事業 |                                           |            |            |             |
| 年度                  | 令和3年度 | 令和4年度        | 令和5年度                                     | 令和6年度      | 令和7年度      | 合計額         |
| 総事業費                | 0     | 23,243,000   | 29,626,000                                | 25,000,000 | 25,000,000 | 102,869,000 |
| 対象事業費区分             |       |              |                                           |            |            |             |
| 情報発信事業              |       |              |                                           | 外部人材活用     |            | 施設改修        |
| 風評調査                | 体験企画  | 情報発信         | ポータル                                      | 外部人材       | 語り部        |             |
|                     | ○     | ○            |                                           |            |            |             |
| 2. 事業の実施状況サマリー      |       |              |                                           |            |            |             |
| 個別の事業名              | 開始年度  | 終了年度         | 具体的な取組内容の実績                               |            |            |             |
| しんち魅力体感事業           | 令和4年度 | 令和7年度        | モニターツアー 7 回、インフルエンサー招請ツアー 2 回、イベント2回      |            |            |             |
| 「小さなまちの大きな魅力」発信事業   | 令和4年度 | 令和7年度        | 観光サイト作成、SNS運営、Instagramキャンペーン3回、動画作成講習会3回 |            |            |             |
| 「小さなまちの大きな魅力」映像配信事業 | 令和5年度 | 令和5年度        | 観光パンフレット作成、PR動画 1 本作成                     |            |            |             |
|                     |       |              |                                           |            |            |             |
|                     |       |              |                                           |            |            |             |
|                     |       |              |                                           |            |            |             |

## 3. アウトプット・アウトカムの達成状況

| アウトプット① | モニターツアー・イベント開催数 |       |       |       |       |
|---------|-----------------|-------|-------|-------|-------|
|         | 令和3年度           | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
| 目標      |                 | 1回    | 2回    | 4回    | 3回    |
| 実績      |                 | 1回    | 2回    | 4回    | 3回    |

| アウトプット② | SNSキャンペーン実施回数 |       |       |       |       |
|---------|---------------|-------|-------|-------|-------|
|         | 令和3年度         | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
| 目標      |               |       |       | 2回    | 1回    |
| 実績      |               |       |       | 2回    | 1回    |

| アウトプット③ | 公式Instagramコンテンツ配信数 |       |       |       |       |
|---------|---------------------|-------|-------|-------|-------|
|         | 令和3年度               | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
| 目標      |                     | 60件   | 100件  | 180件  | 180件  |
| 実績      |                     | 92件   | 111件  | 600件  | 534件  |

| アウトプット④ | 観光パンフレット作成数 |       |        |        |        |
|---------|-------------|-------|--------|--------|--------|
|         | 令和3年度       | 令和4年度 | 令和5年度  | 令和6年度  | 令和7年度  |
| 目標      |             |       | 1,000部 | 5,000部 | 5,000部 |
| 実績      |             |       | 1,000部 | 5,000部 | 3,000部 |

| アウトプット⑤ | PR動画再生数 |       |       |       |       |
|---------|---------|-------|-------|-------|-------|
|         | 令和3年度   | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
| 目標      |         |       | 1万回   |       |       |
| 実績      |         |       | 4.9万回 |       |       |

| アウトカム① | 公式Instagramフォロー数 |       |       |        |        |
|--------|------------------|-------|-------|--------|--------|
|        | 令和3年度            | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度  | 令和7年度  |
| 目標     |                  | 200人  | 500人  | 1,500人 | 3,500人 |
| 実績     |                  | 180人  | 508人  | 2,004人 | 2,994人 |

| アウトカム② | イベント参加者アンケート回収率 |       |       |       |       |
|--------|-----------------|-------|-------|-------|-------|
|        | 令和3年度           | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
| 目標     |                 | 90%   | 90%   | 90%   | 90%   |
| 実績     |                 | 100%  | 93%   | 98%   | 100%  |

| アウトカム③ | 再訪へのポジティブ回答率 |       |        |       |        |
|--------|--------------|-------|--------|-------|--------|
|        | 令和3年度        | 令和4年度 | 令和5年度  | 令和6年度 | 令和7年度  |
| 目標     |              | 70%   | 70%    | 90%   | 90%    |
| 実績     |              | 90.6% | 100.0% | 97.6% | 100.0% |

| 4. 風評の払拭に関する目標の達成状況                      |       |       |       |        |  |
|------------------------------------------|-------|-------|-------|--------|--|
| 風評の払拭に関する目標①                             | 設定期間  | 令和4年度 | ～     | 令和7年度  |  |
| 令和 7 年度における宿泊者数6,095人にする。（平成22年度比で15%増加） |       |       |       |        |  |
| 目標達成度                                    | 従前値   | 目標値   | 実績値   | 実績値の根拠 |  |
| 95%                                      | 令和4年度 | 令和7年度 | 令和7年度 | 町独自で集計 |  |
| 人                                        | 5,000 | 6,095 | 5,800 |        |  |
| 風評の払拭に関する目標を変更した理由                       |       |       |       |        |  |
| なし                                       |       |       |       |        |  |

## 5. 総合評価

### 事業実施による評価

本事業は、震災復興により整備された観光インフラ等の認知拡大と風評払拭を目的に、令和4年度から4年間にわたり段階的に展開した。情報発信においては、R4のSNS開設から始まり、R6には住民参加型の動画講習会を実施するなど発信体制を強化した。結果として、公式Instagramのフォロワー数はR4当初の180人からR7末には2,994人に増加し、広域からの認知を獲得する基盤が構築された。

また、R7にはこれまでの継続的なPRが実を結び、本町のシンボルである「鹿狼山」が雑誌『山と溪谷』において「絶景低山100」に選定されるなど、町の観光資源の知名度向上に大きく貢献した。

体験事業においては、年を追うごとに「自然体験×食」を組み合わせた体験プログラムの構築を図り、集客力の向上に成果が見られた。

R4のモニターツアー(山・公園)の実施を経て、R5には「海釣り×ホッキ貝調理」、R6には「キャンプ・トレイル×地元食材」の企画を実施し、参加者アンケートでは高い再訪意向(R4:90.6%、R5:100%、R6:97.6%)を得た。実際に町を訪れ、自然と食を体感する機会を提供したことは、安全・安心の理解促進(風評払拭)に有効であることが確認された。

最終年度(R7)には、地元飲食店等の協力を得て「新地フードフェス」を開催し、地元食材を活用した新地オリジナルメニューを開発し販売したことで、目標500人に対し972人の集客を達成した。これにより、本町の食を通じた誘客の可能性が示された。「登山道整備教室」では、単に登山を楽しむだけでなく「自分たちが整備した道を歩いてもらえる喜びがある。」「またこの道を通る時に整備したことを思いだし嬉しく感じる」などの感想から、町に関わりを持つ「関係人口」の創出にも繋げることができた。

最終的なアウトカム目標として掲げた「令和7年度の宿泊者数6,095人」に対して、実績は5,800人と未達となった。

この主な要因は、本事業を通じて「日帰りでの一定の集客力(フードフェスの972人集客等)」や「特定コンテンツ(絶景低山・釣り)の求心力」は実証されたものの、一過性のイベント参加で完結してしまい、その集客を「町内での宿泊を伴う滞在」へと結びつけるための動線・商品設計が不足していた点にある。

日帰り客を宿泊を伴う再訪へと誘導するためには、「次は宿泊してでも訪れたい」と思わせるような、滞在を前提としたインパクトのある体験プログラム(非日常的な体験や夜間・早朝のコンテンツ等)や地元ガイド同行ツアーなどの質の高い体験機会の創出が必要不可欠である。さらに、それらを実施するにあたっては、町内宿泊施設との連携による宿泊パッケージの造成や相互送客の仕組みづくりを進めていくことが課題である。

本事業の4年間を通じて、「約3,000人のSNSフォロワー」「絶景低山100に選定された鹿狼山」「食の魅力」「関係人口」といった、今後の観光推進に向けた基礎的な基盤が形成された。今後は、本事業で構築したこれらの基盤を活用し、必須課題である町内宿泊施設との連携を深め、リピーター獲得と「滞在・周遊型観光」への展開を図る。

同時に、約3,000人のフォロワーを有するSNS等による日々の情報発信については、継続して取り組むことが不可欠である。単なる情報提供に留まらず、町の価値を高める「ブランディング」の視点を持った発信を続けるとともに、体験プログラム等のリアルな誘客施策と連動させることで、さらなる交流人口の拡大と地域経済の活性化を目指していく。