

(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 7 年 1 月 9 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			102,869 千円
既配分額	77,869 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 10,982 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 14,018 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 6,095 人 (平成 22 年度 (5,300 人) 比で 15%増加) (町独自で集計)					
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 人だったが、令和 4 年度は 3,694 人、令和 5 年度は 4,046 人、令和 6 年度は 2,519 人とどまっている。					
<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等】

<課題に対するこれまでの取組>

令和4年度においては、インフルエンサーによる町のPRや鹿狼山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、町の魅力を感じてもらえた。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、定員の20倍以上の応募があった。

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。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。

令和6年度においては、新地の海・里・山の魅力を体験する各種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えた。参加者のアンケートからも、イベント参加の満足度は高く、「また来たい」という回答も多く見られた。また、Instagram での情報発信においては、事業期間中ストーリーズの投稿をほぼ毎日実施することができ、キャンペーンなども実施したことによりフォロワーも大幅に増加した。

<これまでの取組における成果>

令和4年度～6年度における各種モニターツアーにより、実際に町の魅力を体験してもらうことで、ファンの獲得が図られた。また、募集の際にはメディアを広く活用することにより、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。

SNS 等による情報発信については、令和5年度に作成したPR動画はYouTube で5万回近い動画視聴回数を獲得したこと、Instagram においては令和6年度の各種施策によりフォロワーが大幅に増加（Instagram のフォロワー500人程度→2,000人弱）しており、SNS を通してのこれまでの情報発信は町の認知拡大につながっていると考えられる。

<目標達成状況>

令和6年度における宿泊者数5,700人（平成22年度比で8%増加）（見込み）

【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：R7.6月～R8.3月

○実施体制：新地町・委託事業者

○概算費用：14,018千円

○実施概要

・令和6年度においてもSNS（Instagram や YouTube など）を活用し、町内の特別な風景やスポット、イベント情報、新地で働く人などを発信してきたが、まだまだ情報発信の総量が少ない状況である。そのため、令和7年度は新地で働く人をより多く紹介しながら、観光のみならず移住などにも興味を持ってもらえるコンテンツを充実させる。

・令和6年度事業での繋がりを活用し、ユーザーとの協力体制（コミュニティ）の構築し、様々な視点から町の魅力を発信する。

・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。

・既存の観光パンフレットの更新・増刷。

・観光サイトのコンテンツ充実。

(1) 新地町紹介 365CM

【実施時期】R7.6月～R6.3月

【概算費用】8,863千円

【実施概要】

令和6年度に作成したコンテンツのクオリティを維持しながら、令和7年度は新地で働く人をより多く紹介する。町の日常や町民とのコラボ動画を発信することで、観光のみならず移住などにも興味を持ってもらえるコンテンツを充実させ、リアルな町の情報への接触機会の最大化を図る。

また、令和6年度には地域おこし協力隊や観光協会職員、個人事業主、隣接市である相馬市民の方などを対象に、各回6～7人で動画講習会を3回実施した。講習会では、動画の撮影画角や編集方法、Instagramの投稿や数値分析など、Instagram運用に必要な知識の習得と屋外での撮影実習を行った。また、講習会以外で質問や情報交換ができるようにグループメッセージアプリを活用し、参加者のフォローアップも適宜実施した。参加者は、講習会で制作した動画の発信はもちろん、これまでInstagramへの投稿頻度が低かった参加者もInstagramを活用したPRなどができるようになった。

令和7年度においては、令和6年度事業での繋がりを活かして、積極的に町内の写真を投稿してくれるユーザーと連携し、様々な視点から町の魅力を発信する取り組みを進める。具体的には、講習会に参加した人や町に関心があるユーザーと協力体制（コミュニティ）を構築し、町の魅力を各々のアカウントで発信または、ユーザーから素材を提供してもらい町のインスタグラムで発信する。加えて、令和8年度以降も、協力体制（コミュニティ）を継続できるよう、運営ノウハウの蓄積や人材育成を進め、情報発信の自走化を目指す。

(2) SNS 投稿キャンペーン

【実施時期】R7.7月～R7.11月

【概算費用】2,047千円

【実施回数】1回

【投稿数】2,500投稿

SNSキャンペーンを行いイベントの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。

令和6年度は2回のキャンペーンを行い、1回目は約2,300投稿、2回目は約1,300投稿が集まった。令和7年度は全国に向けての認知向上のための全国参加型企画としてSNS広告やキャンペーンLPにて全国から参加者を募集する。また、町内で開催される様々なイベントにおいて、共通ハッシュタグを設定し投稿できるように、来訪者を対象としたエントリー枠も設定する。（最優秀賞1点、優秀賞2点のほか、テーマごとの特別賞などを計22点、合計25点分の景品を用意する。）

○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した方の中から入選作品を選びプレゼントを贈る。

(3) 観光パンフレット更新・増刷／観光サイトのコンテンツ充実

【実施時期】R7.6月～R7.12月

【概算費用】1,678千円

- ・R6年度には観光パンフレットについて、飲食店やお土産ページの一部及びMAP内容の一部を更新した。R7年度も一部飲食店等の写真などを更新しパンフレットを手にとった人が町内で楽しめる飲食やアクティビティをイメージすることで、放射能や被災というマイナスイメージの払拭を図る。パンフレットは5,000部印刷し、首都圏や仙台圏でのイベントなどで配付する。（周辺自治体、宮城県内の高速道路SA、宮城県内商業施設、宮城県内道の駅などへ配布）
- ・令和6年度の観光サイトへのアクセス解析を踏まえて、四季のタイムリーな情報を提供する仕組みを構築し、コンテンツの充実を図る。

(4) 鹿狼山 PR

【実施時期】 R7. 6 月～R7. 11 月

【概算費用】 1, 430 千円

【実施概要】

町の一番の観光資源である鹿狼山の「絶景低山 100」の登録を目指す。山と渓谷社が 2025 年 11 月号の特集で予定している「絶景低山 100」に鹿狼山が登録されることでの認知向上を図り、令和 8 年度以降の誘客につなげる。鹿狼山を 100 分の 1 の絶景低山として取り上げてもらえるよう、山と渓谷社に直接取材をしてもらい、雑誌「山と渓谷」に鹿狼山の特集記事を掲載するほか、別途ライターが鹿狼山へ登り取材を行い、山の会が行う登山道整備活動や山頂からの 360° の大パノラマなどをレポートし、山と渓谷社へ情報提供したり町の HP で情報発信するなどして登録を目指す。

2 しんち魅力体感事業

○実施時期：R7. 6 月～R8. 3 月

○実施体制：新地町・委託事業者

○概算費用：10, 982 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。令和 8 年度以降も継続したイベントなるようにする。
- ・1 の「小さな町の大きな魅力」発信事業の中で、イベント開催前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、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」○○教室継続化

【実施時期】 R7. 6 月～R7. 11 月

【概算費用】 3, 696 千円

【実施回数】 2 回程度

【参加人数】 各 10 名

町の PR 動画「新地で Debut」と連携したイベントを開催する。令和 6 年度は、海釣り教室と登山教室を実施した。海釣り教室は親子の参加も多く、指導者がいることで初心者の方も釣果を上げることができた。登山教室については、登山 YouTuber 麻莉亜さんからのレクチャーと一緒に登山できたことで、参加者満足度の高いイベントとなった。令和 7 年度も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、楽しく参加体験できる教室イベントを開催し、町の認知拡大や来町目的を拡大する。教室については、令和 8 年度以降も継続して開催できるようノウハウをまとめる。

※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。

<新地で Debut！鹿狼山登山＋登山道整備教室>

鹿狼山が持続可能な観光資源となるよう、登山のみならず登山道整備についても関心をもってもらうことで、リピーターやファンの獲得を目指すことを目的に、登山道整備教室を 2 回程度開催する。

(R6 年度は、釣り教室及び登山教室を行い、各 30 名参加した。R7 年度は、予算の関係もあり登山道整備をメインとした登山教室を行い、主にリピーターの獲得を目指す。そのため、登山道整備を行うにあたり、最大 10 名程度が受入限度となるため、人数を限定して開催する。)

(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】 R7. 9 月～R7. 11 月

【概算費用】 7, 286 千円

【実施回数】 1 回

【参加人数】 想定来場者数 500 人

町の魅力を満喫するイベントを開催する。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。

<新地風土 (FOOD) フェス (里) >

- ・県外観光客と地域住民の交流を目的に、観海公園にて新地の食を PR するイベントを開催し誘客を図る。イベント内では、芝生広場にテーブルとイスを設けて町内飲食店のブース出店やキッチンカーを設置する。3 組のバンドを招待し 2 ステージの生演奏などを実施するほか、料理の専門家と町民を交えて新地の食材 (ホッキ貝、スズキ、タコ、ヒメラや地元野菜など) を軸とした新メニューを複数開発し、大試食会を開催する。メニュー開発については、地域の風土として残る食文化に新しい感性やアイデアを盛り込んだ「新地風土 (FOOD)」となるようにする。来場者は、地元飲食店の出店ブースや「新地風土 (FOOD)」ブースに自由に立ち寄り、好きなものを購入できる。また、集客を図るために限定 250 名に地元魚介類の浜焼きの振舞いも実施する。美味しい食事とお酒を楽しみ、音楽を聴きながら秋の夜を過ごせるイベントをすることで、食の安全性や魅力の PR を進める。
- ・開催時期は 9 月下旬～10 月上旬の 1 日間を想定。
- ・集客のために、これまでに新地町で実施したモニターツアーへ応募してくれた方へ DM 等でお知らせするほか、仙台圏を対象として SNS 広告、ラジオ CM 等を実施する。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

「小さなまちの大きな魅力」発信事業

- SNS コンテンツ配信数：180 回以上
- SNS キャンペーンの実施：1 回
- 観光パンフレット 5,000 部
- 専門誌の鹿狼山特集記事掲載 1 回

しんち魅力体感事業

- 「新地で Debut」教室イベントの実施：2 回
- 魅力満喫イベントの実施：1 回

<アウトカム>

「小さなまちの大きな魅力」発信事業

- 公式 Instagram フォロワー数：3,500 人
- 鹿狼山の「絶景低山 100」への登録

しんち魅力体感事業

- 「新地で Debut」教室イベント参加者のアンケート回収：90%以上 (しんち風土 (FOOD) フェス)
- イベント来場者数 500 人
- 試食会参加者からのアンケート回収：80%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とともに、イベント継続的に実施するためのノウハウを蓄積により、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繋がる。