

(様式 1-5)

いわき市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年10月4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	いわきの魅力レベルアップ！動画マーケティング事業	事業番号	A-1
事業実施主体		いわき市	総交付対象事業費		42,980千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		14,980千円
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	14,980千円
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					14,980千円
iv) ポータルサイト構築					
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】					
○ 首都圏在住者を中心とした観光PR動画の制作：1本					
○ 首都圏での動画配信					
・品川駅のデジタルサイネージにて動画放映（3月期：1週間）					
○ 各種SNSを活用した動画配信					
・YouTube、Twitter、Instagram、Facebookによる配信					
○ メディア等による動画配信					
・TV放映：1回以上 ラジオ放送：1回以上 新聞掲載：1回以上					
○次年度以降に実施するツアーのコース、対象、募集方法等の企画立案					
「観光や物産品購入のリピーター確保」「安全性を発信する仲間の拡大」につながるツアーの造成					
【アウトカム】					
○ 動画視聴回数 10万回（R3年度中）					
○ 令和5年における本市の観光入込客数で 8,088千人。					
※令和5年の入込客数を平成30年観光入込客数並みまで回復することを目標とする。					
※評価に当たっては、毎年市でまとめている「観光入込客数」を参照する。					
事業概要					
事業実施主体		いわき市			
主な企画内容		・本市にゆかりがある方など訴求力のある著名人等起用し、本市の観光資源である、豊かな自然と心躍るアクティビティ、歴史ある温泉に美味しいグルメ等の魅力を伝える動画制作・配信。 ・配信動画について、その内容や配信の効果を検証し、次年度以降の動画制作、配信方法に検証結果を反映させ、継続的な動画配信を展開する。 ・次年度以降に実施するツアーの企画立案。			
主な事業の実施場所		いわき市内			
事業の実施期間		令和3年11月～令和7年度			

## 企画内容

### 【実施体制】

- ① 実地主体：いわき市
- ② 連携団体及び役割分担
  - (1) いわき市：委託の発注・動画監修、連携先との連絡調整、支援等、動画の広報依頼
  - (2) いわき観光まちづくりビューロー：撮影場所の選定、取材等の協力要請、情報発信、分析
  - (3) 地元メディア：情報の発信
  - (4) 各観光関連事業者：撮影場所の選定、取材等の協力要請、情報発信
  - (5) 国、県、周辺市町村、友好都市、県外メディア：情報発信の協力と連携
  - (6) 委託業者：現状調査・分析、動画作成・企画、広報戦略の検討、広報

### 【現状・課題】

#### ○現状

- ・本市の観光入込客数について、東日本大震災前と比較し、新型コロナウイルス感染拡大前の平成30年において約75%と震災前の水準まで回復している。
- ・現地の物販展等で実施した首都圏の方々への福島県に対する食の安全性を説明したうえで、どのように思うのかなど聞き取りしたが、依然として、福島県やその産品に対し、「危険・不安」といった声があり、震災の風評が払拭されていない。
- ・情報発信について、首都圏在住の20-30歳の女性をターゲットとした動画等によるPRを行ってきたが、意図としていた結果が得られていない。
- ・アルプス処理水の海洋放出の方針が決定された。

#### ○課題

- ・風評払拭を図るためには、効果的な情報発信を行うとともに、安心・安全を実際に体験・実感していただき、福島県やその産品の安全性を含めた魅力を理解し、様々な形で、風評払拭に向けて共に取り組んでいただけるような方々を一人でも多く増やしていくことが大きな課題であると認識している。
- ・PR動画等について視聴結果を詳細に分析することで、訴求すべき年齢層や地域等を明らかにし、それらに見合ったPRの手法を企画・検討していくことが必要。
- ・アルプス処理水の海洋放出の方針が決定し、太平洋側に面している本市においては、更なるイメージダウンにつながる可能性がある。

### 【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・これまでは、風評払拭に向けた情報発信の取組みとして、本市出身の女優を起用した観光PR動画制作し、主に、首都圏在住の20-30歳の女性をターゲットに、YouTubeをはじめ、東京駅デジタルサイネージ等で動画を配信していた。

### 【事業実施により得られる効果】

- ・今年度は、まずは日本国内を対象とし、福島やその産品に対する安全性を意識付けする動画を制作・配信しながら、「いわき市」を含む浜通り地域に関心を持っていただく効果を得る。
- ・PR動画等について視聴結果を詳細に分析を行い、今後の動画内容や配信地域・対象者の選定を行うとともに、次年度以降に実施するツアーの内容の磨き上げなど、「観光や物産品購入のリピーター確保」「安全性を発信する仲間の拡大」といった風評払拭の基盤を構築するといった効果も得られる。
- ・訴求力のある動画を製作・配信し、より多くの幅広い世代の方に視聴いただき、視聴結果を今まで以上に詳細に分析することで、訴求すべき年齢層や地域等を明らかにし、それらに見合った観光PRの手法を企画・検討しようとするものであり、この点について、新たな取組みとしているものです。

## 【今年度事業における具体的な取組内容】

### 【取組みの背景・狙い】

- ・国が主体となった風評払拭の取組みとも歩調を合わせ、地域自らが幅広く訴求力のある情報発信を行うことに加え、旅行のみならず仕事等で足を運んでいただいた方々に安心・安全を実感していただき、「リピーターとなって再び訪れる」「戻った後も福島の物産品を通販サイト等も利用しながら継続して購入する」、そして「福島の安全性を情報発信する仲間となる」ような方を一人でも増やしていく取組みを重ね、福島の風評払拭につなげるといった方向性を庁内を組織横断する「魅せる課」で改めて整理したところである。
- ・その一環として、本事業では、動画マーケティングにより、福島やその産品に対する安全性の発信と併せ、地域・年齢層に応じた配信内容等を把握・分析するとともに、安全性を含めた魅力を実感できるツアー等の取組みを重ねることとしたもの。
- ・動画については、魅力発信だけではなく、食の安全や体験、人との触れあいを中心としながらも、復興した今の現状を発信していくものとして、改めて福島の安全性や魅力を伝えていただく（国や福島県内の自治体などとは利害関係を持たない、いわゆる第三者の「口コミ」を、風評払拭の取組みを広げる切り札として行うものです。

### ○いわきの魅力レベルアップ！動画マーケティング事業

実施期間：R3.11月～R4.3月 動画制作本数：1本

実施体制：いわき市

概算費用：15百万円（動画制作費、広報費、分析費等）

### 【取り組みのポイント】

- ・訴求力のある著名人等を起用することで、動画の注目度を高める。
- ・本市の自然豊かな場所、整地された田畑風景等をドローンを用いて撮影したり、グラフィックアニメーションを使用したりする
- ・農業、釣り（漁業）、温泉、釣り等の本市の有するコンテンツを活用し、本市の安全安心と魅力を伝える
- ・本市で活躍している生産者、料理人等も参加
- ・動画配信に関しては、各種SNS、YouTubeにて配信する他、首都圏内駅等のデジタルサイネージ等可能な限り多様な媒体を活用し、より広範囲での動画配信を実施する。なお、デジタルサイネージについては本市を知ってもらうきっかけの一つとし、QRコードや検索ワードを表示しそこから動画を閲覧してもらうような仕組みとする。
- ・配信後については、SNS等において、再生回数や動画の表示回数、閲覧者の地域、男女、年齢等を分析していく。
- ・分析結果を、来年度以降の事業に反映させる。

## 【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】

- 観光PR動画の制作：1本
- 各種SNSを活用した動画配信
  - ・YouTube、Twitter、Instagram、Facebookによる配信
- 首都圏での動画配信
  - ・品川駅デジタルサイネージにて動画放映（品川駅自由通路サイネージ（面数：44面、画面サイズ：70インチ）を想定）
- メディア等による動画配信
  - ・TV放映：1回以上 ラジオ放送：1回以上 新聞掲載：1回以上
- 「観光や物産品購入のリピーター確保」「安全性を発信する仲間の拡大」につながるツアーの造成
  - ・次年度以降に実施するツアーのコース、対象、募集方法等の企画立案

### 【アウトカム】

- 動画視聴回数 10万回（R3年度中）
- 令和3年度における本市の観光入込客数で4,000千人。
- 令和4年度における本市の観光入込客数で6,000千人。
  - ※令和5年度の入込客数を平成30年観光入込客数並み（約8,000千人）まで回復することを目標とする。
  - ※評価に当たっては、毎年市でまとめている「観光入込客数」を参照する。

【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

- ・次年度以降実施予定の本市観光事業に対する、首都圏視聴者の関心、好感度の向上
- ・動画配信から得られる視聴者の評価（再生回数や動画の表示回数等）に係るデータの獲得
- ・「観光や物産品購入のリピーター確保」「安全性を発信する仲間の拡大」につながるツアー等の磨き上げ

【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

- ・今年度における動画の配信結果を踏まえ、動画内容の磨き上げを行うとともに、動画を発信するターゲットや発信方法についてより効果的な手法を検討した上で、動画を制作・発信していく。
- ・次年度以降、福島やその産品の安全性も含めた魅力を実感できるようなツアーを実施し、実際に体感していただいたうえで、「観光や物産品購入のリピーター確保」「安全性を発信する仲間の拡大」につなげるとともに、参加者の意見等をお聞きしながら、改めて動画制作・配信方法、情報発信の地域や対象、ツアーの内容などを改善する。

【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。