

(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6年1月10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.	事業名	事業番号	
	いわきツーリズム拡大発信事業(旧事業名:いわきの魅力レベルアップ!「いわきツーリズム拡大事業」)	A-2	
事業実施主体	いわき市	総交付対象事業費	89,932千円
既配分額	59,933千円	当該年度交付対象事業費	29,999千円
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 29,999千円
i) 風評動向調査			千円
ii) 体験等企画実施			15,015千円
iii) 情報発信コンテンツ作成			7,040千円
iv) ポータルサイト構築			7,944千円
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10年度までに震災前の観光客入込数に近い水準まで回復させることを目標にしている。 本事業終了後の令和8年度には、コロナ禍前の平成31年度比12%増を目標に設定した。			
【参考】			
・ 震災前の観光客入込数 10,767千人(H22)			
・ コロナ禍前の観光客入込数 7,553千人(H31)			
・ 令和5年度事業後 7,000千人(R5見込み)			
・ 令和6年度事業後 7,855千人(R6):H31比4%増			
・ 本事業終了後 8,157千人(R8):H31比8%増			
8,459千人(R10):H31比12%増			
事業概要			
事業実施主体	いわき市		
主な企画内容	主として、原子力災害に起因し、今なお続く風評の払拭に向けた取組を実施するもの。 具体的には、 令和3年度の動画マーケティング事業にて、本市の誘客に有効なターゲットを選定し、令和4年度において、これらのターゲットに訴求し、本市の新たな魅力をPRできるような、観光資源・体験コンテンツを盛り込んだ、ツアープランを造成し、モニターツアーとして実施。また併せて、インフルエンサーを招聘し、ツアー内容を情報発信いただいたことに加え、ツアーと連動した動画を制作・配信することで、一体的な情報発信を行い、本事業の認知度向上に努めてきた。 令和5年度以降については、アフターコロナにて注目される体験コンテンツに着目し、既に実施しているコンテンツを磨き上げる他、新たなコンテンツの造成に向けて、事業者に対して伴走支援しながら、コンテンツの情報発信のため、ポータルサイトを整備しているところ。 今後においては、造成した体験コンテンツのさらなる磨き上げを図る他、本市の魅力である夏季のコンテンツを造成するなど、コンテンツを充実させながら、ポータルサイトやPR動画と連携し、強力に情報発信していくこととしている。		

主な事業の実施場所	いわき市内
事業の実施期間	令和4～7年度
企画内容	
<p><b>【現状・課題】</b></p> <p>&lt;現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本市の観光入込客数について、東日本大震災前と比較し、直近である令和4年において、約51%にとどまっている。</li> <li>○ 令和5年1～3月に実施した首都圏向けのキャラバンにてアンケートを実施したところ、水産物・農産物ともに、いわき産の購入について、放射線の影響が「気になる」との回答が約25%にのぼり、そのうち「購入を控える」・「購入をしない」という回答も6～7%を占めていた。</li> </ul> <p>&lt;課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ このような中、令和5年度よりALPS処理水の海洋放出が開始されたことから、新たな風評が生じないように浜通り地域にある本市は引き続き効果的な施策を展開することが必要である。</li> </ul> <p><b>【課題に対するこれまでの取組と成果】</b></p> <p>① これまでの取組</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 令和3年度においては、訴求力のあるタレントを活用したPR動画の配信により、約67万回の動画視聴回数を得られた他、タレントSNSのフォロワー等からの動画への流入も多く獲得できた。</li> <li>また、動画視聴の分析結果について、地域においては、関東圏での視聴率が比較的高く、中でも隣県の茨城県や東京都、神奈川県において高い結果を得たことから、当初目的としていた首都圏への情報発信について、一定の効果があった。</li> <li>○ 令和4年度においては、令和3年度のマーケティング調査により、本市への観光意向が比較的高い3つの層（旅好きファミリー、アクティブウーマン、ヤングトラベラー）を抽出し、各層の意向に応じた内容のモニターツアーを実施し、アンケート形式により、ツアーに対する意見等を聴取した。</li> <li>また併せて、ツアー内容を深掘した魅力を発信するため、動画制作を基軸とした情報発信を実施。</li> <li>動画に関しては、約49万回の動画視聴回数を獲得した他、モニターツアーに同行したインフルエンサーにツアー内容をSNS等へ投稿してもらうなど、多様なメディアを活用し、プロモーションを行ってきた。</li> <li>○ 令和5年度においては、令和4年度に実施したツアー内容の改善、ツアーで実施した体験コンテンツの磨き上げ・観光業とは異なる業界と連携した体験コンテンツの新規造成、伴走支援を実施してきた他、コンテンツを情報発信するためのポータルサイトを構築し、更なる情報発信の強化に努めているところ。</li> <li>なお、令和4年度の課題として挙げていた、モニターツアーの集客力不足に関しては、SNS広告に注力した情報発信により、令和4年度に定員20名で3回実施した際には平均14名の参加にとどまったが、令和5年度に抽選で公募した定員20名のツアーへの応募は108名となり、大幅に改善できた。</li> <li>コンテンツの実施にあたっては、初の試みで不慣れな事業者もあり、当日の進め方において、改善を要する点もあったが、各事業者の創意工夫により、参加者からの意見も概ね好評を得たところ。</li> </ul> <p>② 取組を踏まえた課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本市ならではの夏をテーマとしたコンテンツの不足</li> <li>○ 完成した体験コンテンツの認知度不足</li> <li>○ 新規造成した体験コンテンツの完成度不足</li> <li>○ 構築したポータルサイトのさらなる情報発信の必要性</li> </ul> <p>③ 本年度事業の対応方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 主に夏に注力した個人周遊型モニターツアーの実施</li> <li>○ 新規造成したコンテンツの完成度を高めるための伴走支援</li> <li>○ 構築したポータルサイトのユーザビリティを向上させる他、認知度を高めるための情報発信強化</li> <li>○ 本事業のブランドイメージ強化及び個々の体験コンテンツの魅力発信のための動画制作・配信</li> </ul> <p><b>【今年度事業における具体的な取組内容】</b></p> <p><b>1 いわきツーリズムコンテンツ強化事業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○実施期間：R6. 4月～R7. 2月</li> <li>○実施体制：いわき市・委託事業者</li> <li>○概算費用：15,015千円</li> </ul>	

#### ○具体的実施事項

体験コンテンツの新規造成・磨き上げを図っていく他、体験コンテンツをメインとした個人周遊型モニターツアーを実施し、観光コンテンツの評価・検証を行うことで、各コンテンツの商品化・自走化に向けて完成度を高めていく。

なお、今年度は事業の実施時期を早め、夏季に注力したツアーを実施できるよう準備を進めるとともに、本市の「推し」である海をテーマとしたコンテンツ造成にも着手していく。

#### (1) 個人周遊型向けコンテンツ造成伴走

これまでのマーケティング結果に基づき、引き続き「旅好きファミリー」や「アクティブウーマン」、「ヤングトラベラー」等をターゲットとし、コンテンツ提供事業者を対象とした伴走支援を行いながら、コンテンツの造成・既存コンテンツの磨き上げを図り、商品化・自走化に向けて完成度を高めていく。

さらに次年度においては、夏季に実施予定のモニターツアーと連携しながら、新たに、本市の「推し」である「海」をテーマとしたコンテンツの充実化を進めていく。

R5年度は個人周遊型としてタクシーでのツアーを実施（具体的なデータは集計中）。「運転手から地元の話が聞ける」ことや「方便が素敵」など、好意的な声が多かった一方で、実際のツアーとしての販売を考慮すると費用対効果が薄い面もあり、さらなる効果検証や他の有効な移動手段の検討が必要と考えている。

【実施期間】R6. 7月～12月 コンテンツ改善・造成支援

【伴走対象】新規事業者5社程度

令和5年度に伴走支援を実施した事業者については、実施結果を踏まえ、各事業者のコンテンツに応じた、マニュアル等を作成し、事業者へ共有することとなる。

事業者に対しては、次年度以降の自走化の希望の有無も考慮しながら、令和6年度以降において、自走化を希望する事業者に対しては、令和5年度に作成したマニュアルを活用し、モニターツアーにて実施するなど、さらなる磨き上げをかけていくこととしている。

#### (2) 個人周遊型モニターツアー

(1)で造成・磨き上げたコンテンツを体験できる個人周遊型モニターツアーを実施する。ツアーについては、参加者とコンテンツ提供事業者の交流ができる内容とし、参加者の声を地域事業者が直接聞く機会を設ける。アンケートも実施し、今後のコンテンツの磨き上げにつなげる。

なお、今年度においては、実施時期を早め、本市ならではの魅力を最大限発信していくため、新たに夏の期間に注力したモニターツアーを実施していく。

【実施期間】R6. 7月～R7. 2月を予定

【実施回数】最低3回（移動手段は、ツアーの内容に応じて選定）

【参加人数】60人程度（1回あたり20名程度）

## 2 ポータルサイト情報発信強化

#### ○実施期間

・Webサイト改修：R6. 4月～R7. 2月

○実施体制：いわき市・委託事業者

○概算費用：14,984千円

#### ○具体的実施事項

ポータルサイトにおいて、各体験コンテンツへの予約動線を確保するとともに、体験コンテンツを充実させ、サイト利用者のユーザビリティ向上を図る。

さらにコンテンツの魅力を発信し、事業全体のグッドイメージを醸成するため、PR動画を制作し、ポータルサイトへ掲載する他、視聴獲得に向けた情報発信を行う。

#### (1) ポータルサイト情報発信強化

ポータルサイトへ各体験コンテンツの予約・決済機能を新たに付与し、ワンストップで体験コンテンツを予約できる仕組みを作る他、随時、造成したコンテンツをサイトへ掲載し、内容の充実化を図る。

さらに、ポータルサイトの広告配信を行い、強力的に情報発信を行う。

【実施期間】R6. 4月～7月 予約・決済機能付与

4月～R7. 2月 コンテンツ掲載・広告配信（随時）

#### (2) 動画制作・配信によるブランド強化

令和5年度に構築したポータルサイトのブランドイメージをわかりやすく旅行者に伝えるため、本市のキーコンテンツである海浜・大型アミューズメント・温泉・美食を中心に、新たに造成中の地域体験の魅力を伝えるものとする予定。

制作動画はターゲットをセグメントしたうえで、積極的に配信し、ポータルサイトへの誘導を図るなど、本事業のイメージを広く伝えるための強力なフックの役割を果たすものを想定している。

動画内容はインフルエンサーを活用するものではなく、よりコンテンツや本事業のイメージを伝えやすく、柔軟に活用できるものとし、より多くの視聴回数が得られるよう情報配信を行う。

【実施期間】R6. 4月～7月を予定

【製作本数】1本

#### 【今年度事業における目標】

##### 【アウトプット】

- 新規体験コンテンツの造成：10本
  - ・モニターツアーの実施3回
- ポータルサイトWEB広告配信：17,000クリック以上
- 動画制作：1本

##### 【アウトカム】

- ポータルサイトPV数：220,000PV以上
- 動画視聴回数：50,000回以上

#### 【今年度、事業の実施により得られる効果】

- 近年の旅行需要の傾向に合わせながら、これまでのマーケティング結果を踏まえ、事業の改善を図り、各観光コンテンツをこれまで以上に持続可能なものとする事で、本市の観光資源の魅力がさらに高まる。
- ポータルサイトの認知度を高める他、PR動画の制作・配信により、ブランドイメージを向上させ、情報発信力を強化することにより、令和8年の観光客入込数8,157千人とする目標達成に向けて、観光入込客数のさらなる増加が期待できる。

#### 【次年度以降の取組】

- 各体験コンテンツのさらなる磨き上げを行い、商品化・自走化に向けて完成度を高める
- 完成した体験コンテンツの認知度を向上させるため、首都圏にてイベントや各種キャンペーンを実施
- 自由にコンテンツを組み合わせる体験できる有料ツアーの実施
- 本市体験コンテンツのブランドイメージを確立させるため、各種SNSや動画サイト等デジタル媒体に加え、首都圏におけるキャラバンなどリアルでのプロモーション活用を展開