

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

県外（主に首都圏）の旅行者及び旅行エージェントを対象に、本市の魅力を体験できるモニターツアーを実施し、参加者に本市の観光コンテンツをSNS等で発信してもらうことで情報を拡散し、観光誘客と交流人口拡大を図る。

② 須賀川市の情報発信体制

【須賀川市役所】

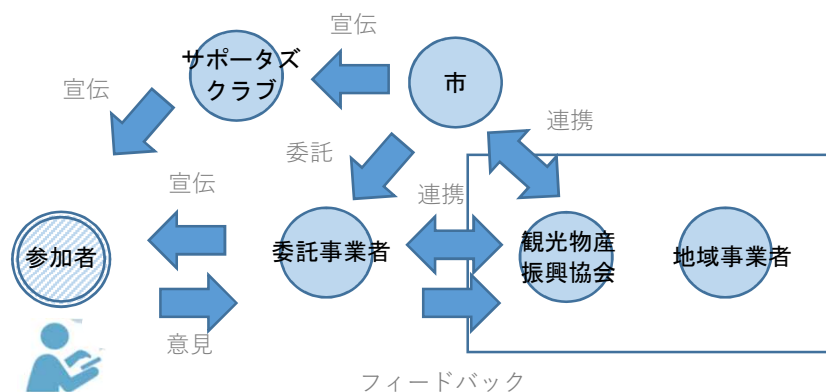
企画政策部を中心に、シティプロモーション、公式ホームページ、公式LINEアカウント、公式Youtubeチャンネル、広報紙等を活用

【須賀川市観光物産振興協会・地域事業者】

市の観光、イベント情報をホームページとSNSで発信

【須賀川サポーターズクラブ】

サポーター会員（約1,200人）の協力による情報発信

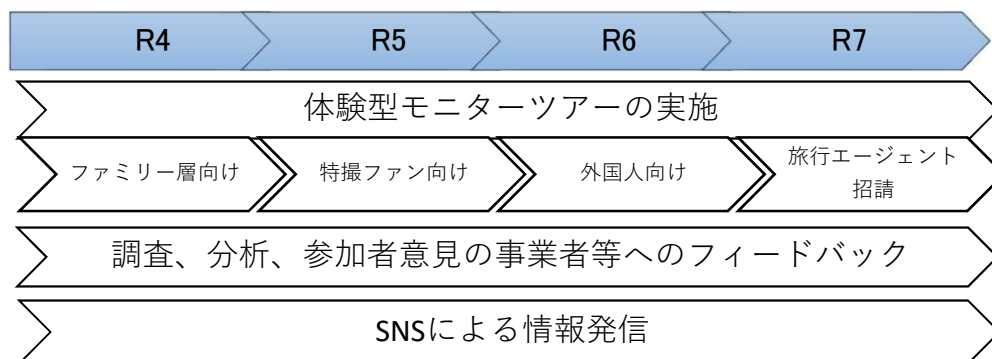


③ 情報発信等の戦略目標

市は、主導でPR活動を行うことよりも、メディアやSNS利用者に取り上げてもらえるような話題提供の仕方を工夫し、インターネット利用頻度が高い若年層やインフルエンサーにSNSやブログ等で情報発信をしてもらい、本市の情報を拡散することで、より多くの人に本市の魅力を伝えられるようにする。



④ 全体工程表



(様式1-3)

207 須賀川市 地域魅力向上・発信事業計画 令和4年度～令和7年度

令和4年1月14日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)	事業名 (注2)	事業 実施 主体	各年度の交付対象事業費(注3)					総交付対象事業費	全体事業 期間 (注4)	備考
				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			その他(注5)
1	A - 1	体験型交流推進事業	須賀川市		5,330	5,330	5,330	5,330	(0) 21,320	R4 ~ R7	
				<0>	<5,330>	<5,330>	<5,330>	<5,330>	<21,320>		
2	-							(0) 0	~		
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
3	-							(0) 0	~		
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
4	-							(0) 0	~		
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
5	-							(0) 0	~		
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
			合 計	(0) 0	(0) 5,330	(0) 5,330	(0) 5,330	(0) 5,330	(0) 21,320		
				<0>	<5,330>	<5,330>	<5,330>	<5,330>	<21,320>		

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 「各年度の交付対象事業費」は、上段()書きは前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段< >書き及び総交付対象事業費については、自動計算される。

(注4) 「全体事業期間」は、令和4年度以降に実施することが見込まれる事業については、令和4年度以降も含めて記載する。

(注5) 事業間流用を行った場合には、「備考」の「その他」に事業間流用を行った旨、その時期及び額を記載する。なお事業間流用を行う場合には、流用する(流用される)事業名も合わせて記載する。

(様式1-4)

207 須賀川市 地域魅力向上・発信事業計画

令和4年度

令和4年1月14日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)	事業名 (注2)	事業 実施 主体	国費率 (a)	当該年度		備 考
					交付対象事業費 (b) (注3)	うち交付金交付額 (c) = a×b	
1	A - 1	体験型交流推進事業	須賀川市	1/2	5,330 <5,330>	(0) 2,665 <2,665>	
2	-				<0>	(0) 0 <0>	
3	-				<0>	(0) 0 <0>	
4	-				<0>	(0) 0 <0>	
5	-				<0>	(0) 0 <0>	
				合計額	(0) 5,330 <5,330>	(0) 2,665 <2,665>	

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は、実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 上段()書きは、前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段< >書きについては、自動計算される。

(様式1-5)

須賀川市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年1月26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	体験型交流推進事業	事業番号	A-1
事業実施主体		須賀川市	総交付対象事業費		21,320千円
既配分類		千円	当該年度交付対象事業費		5,330千円
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	5,330千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					5,330千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					
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】					
①体験型モニターツアーの実施 4回以上					
②旅行エージェントの招請 2回以上					
③インフルエンサーの招請（会員数50万人以上のSNS媒体への記事投稿） 2回以上					
【アウトカム】					
・本市の観光入込客数2,000,000人（平成22年度1,276,247人から56%向上）					
事業概要					
事業実施主体	須賀川市				
主な企画内容	県外（主に首都圏）の旅行者及び旅行エージェントを対象に、本市の魅力である「特撮文化」などを体験できるモニターツアーを実施する。東日本大震災以降、復興に向けて実施してきた取組や新たに開館した施設をツアーに組み込み、参加者に本市の観光コンテンツをSNS等で発信してもらうことで情報を拡散し、観光誘客と交流人口拡大を図る。				
主な事業の実施場所	市内				
事業の実施期間	R4 ~ R7				

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：須賀川市
- ②連携団体及び役割分担
 - (1) 須賀川市
体験型モニターツアーを企画し、ツアー内容を委託業者と協議しながら本市の魅力を発信できる内容を検討。
 - (2) 須賀川市観光物産振興協会・地域事業者
観光資源の活用方法の検討、SNS等での情報発信
 - (3) 須賀川サポーターズクラブ
SNS等での情報発信
 - (4) 委託業者
体験型モニターツアーを企画運営し、ツアー参加者の募集・実施

【現状・課題】

<現状>

東日本大震災後、復興に向け、特撮文化などの地域資源を活用したイメージアップ戦略に取り組み、ウルトラマン関連モニュメントの設置、円谷英二ミュージアムの開設、特撮アーカイブセンターの開館などを行い、震災後に落ち込んだ本市の観光入込客数は徐々に回復傾向にある。

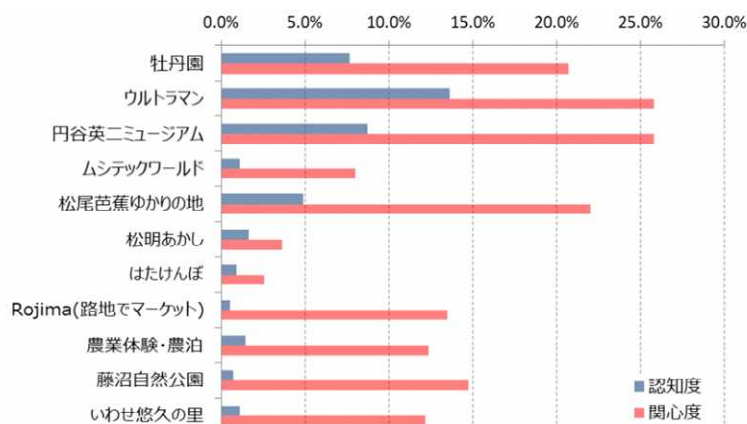
福島県への旅行者を居住地別で見ると、東北を抑え、南関東からの旅行者の割合が最も高い。(※1)

本市の滞在人口のうち、県内在住者が9割であるのに対し、県外在住者は1割未満に留まるが、そのうち南関東の割合が最も高い。(※2)

<課題>

全国的に本市の認知度が低いため、誘客につながる観光コンテンツを広くピーアールしきれていない。本市の観光資源の認知度の低さに比べ、関心度は高い傾向にあり、観光資源としての伸びしろがあると思料するため、来訪割合の低い県外に対し情報発信をしていくことが必要である。特に、福島県内に最も多く訪れている南関東圏内の旅行者を本市にも誘客することで、観光入込客数の伸びが期待できるため、首都圏への情報発信が必要である。

また、本市の誘客を図るターゲット層が明確でないため、効果的な情報発信が実施できていない。



「須賀川市観光振興アクションプラン」須賀川市への来訪未経験者における観光資源の認知度と関心度より
※首都圏、近隣の宮城県、山形県、新潟県、福島県(市外)居住者へのwebアンケート調査(2020年2月)

※1 (公財)日本交通公社「JTBF旅行実態調査」旅行年報2021より

※2 RESAS地域経済分析システムより

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・本市の観光施設を関東圏等にて紹介するTV番組を放映。
- ・首都圏のほか、福島空港就航先である大阪、北海道等にて風評払拭のための物産販売と観光PRを実施。
- ・福島空港就航先の旅行エージェンツ等に本市を行程に含めた商品造成を促すPR活動を実施。

【事業実施により得られる効果】

- ・ ヒト、モノ、情報が集中する首都圏の参加者から情報発信されることにより、行政からの情報発信とは別の切り口で本市の情報が拡散する。
- ・ 本市の認知度が向上することで、観光誘客につながり、交流人口拡大が期待できる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

本市総合計画の「観光振興と交流促進」にある体験型交流事業を展開し、本市の観光資源などを情報発信することで、広く認知してもらうことを目的とする。

○体験型交流推進事業の実施

県外（主に首都圏）の旅行者のうち、ウルトラマンシリーズを好む子どもがいるファミリー層を対象に、本市の魅力のひとつである特撮文化に触れた体験型モニターツアーを実施し、本市の観光コンテンツをSNS等で発信してもらうことで情報拡散を図る。

また、影響力のあるインフルエンサーにツアーに参加してもらい、その内容を発信してもらうことで、拡散力を高め、本市への旅行需要の喚起に訴求する。

実施期間：R4.4月～R5.3月

実施回数：一般向けモニターツアー 2回（うち、1回はインフルエンサーを招請）

実施体制：須賀川市、須賀川市観光物産振興協会、地域事業者、須賀川サポーターズクラブ、委託業者

概算費用：モニターツアー実施418万円・インフルエンサー招請115万円

ツアー内容：本市の魅力「特撮文化」に触れることができる内容とする

(1) 一般向けモニターツアー 2回

県外（主に首都圏）の旅行者のうち、ファミリー層をターゲットとし、特撮に興味を持つ子どもも一緒に参加することを想定したツアーを組み、インターネット利用者目線で本市の情報を発信してもらうことで、本市の観光資源の認知度アップを図る。

実施規模はモニター20名程度とし、募集方法については、委託業者のメールマガジン登録情報を基に、エリア、年代などを絞り、委託業者によりメールにて周知する。

参加者は、ツアーの内容や感想をを写真付きで自身のSNS等に投稿することを条件とする。

ツアー終了後に参加者にアンケート調査を行い、結果を事業内容の見直しに反映する。

<ツアー内容イメージ>

	行程
1日目	東京 = 須賀川駅(M78光の町住民票発行) = 昼食(郷土の名物料理) = ウルトラマン×鍾馗様の絵付け体験 = 円谷英二ミュージアム&ウルトラヒーローモニュメント見学 = 市内泊
2日目	農家交流(収穫体験) = 昼食(郷土の名物料理) = 牡丹園見学 = 特撮アーカイブセンター見学 = 観光物産館flatto(お買い物) = 東京

(2) インフルエンサー招請 1回

旅行関連の情報発信を得意とする旅行系インフルエンサー（1～2名程度）に、一般向けモニターツアー2回のうち1回へ参加してもらい、その内容を発信してもらうことで、本市の観光資源の情報拡散を図り、旅行需要の喚起に訴求する。

委託業者にてインフルエンサーを選定し、ツアーの内容を写真付きで会員数50万人以上のSNS媒体にて記事投稿し、最低PV保証5,000回を条件とする。なお、投稿するSNS媒体については、特撮に興味を持つ子どもを育てる世代であり、ソーシャルメディアを利用する割合が高い層（F2層/20代～40代の女性）の会員割合が高い媒体とする。

※「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書/総務省情報通信政策研究所」より、インターネットの利用内訳で、男性が「動画投稿・共有サービスを見る」割合が高いのに対し、女性は、「ソーシャルメディアを見る・書く」割合が高い。

【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】

- ①体験型モニターツアーの実施 2回（うち、1回はインフルエンサーを招請）
- ②インフルエンサー投稿（会員数50万人以上のSNS媒体への記事投稿） 1回

【アウトカム】

- ①体験型モニターツアー参加者へアンケートを実施し、本市へ再訪したいとの回答 7割以上
- ②体験型モニターツアー参加者のSNS情報発信回数 40回以上
- ③須賀川サポーターズクラブの新規会員登録数 40人以上
- ④インフルエンサーSNS発信記事ページビュー 5,000回以上
- ⑤本市の観光入込客数1,500,000人

【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

- ・ ヒト、モノ、情報が集中する首都圏の参加者から情報発信されることにより、行政からの情報発信とは別の切り口で本市の情報が拡散する。
- ・ 本市の認知度が向上することで、観光誘客につながり、交流人口拡大が期待できる。

【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

- ・ R5「体験型交流推進事業」の継続実施及び前年度以前調査の結果分析
ターゲット→「特撮のコアなファン層」に向けた内容を実施。
- ・ R6「体験型交流推進事業」の継続実施及び前年度以前調査の結果分析
ターゲット→「外国人」に向けた内容を実施。
(ex. 外国語ガイドツアー、外国人インフルエンサー招請)
- ・ R7「体験型交流推進事業」の継続実施及び前年度以前調査の結果分析、旅行商品企画造成における課題の抽出
ターゲット→「旅行エージェント」に向けた内容を実施。

【新型コロナ感染拡大防止対策】

新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・県が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施する。

＜具体的な対策＞

- ・ 各ポイントでは、密にならないようにし、窓を開けるなど換気を徹底する。
- ・ 参加者にはマスクの着用、検温や手指の消毒を行うことを徹底し、発熱や倦怠感等、風邪の症状がある方の参加を見合わせる。
- ・ その他対策方法については、旅行業における新型コロナウイルス対応ガイドラインに則って実施する。