

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 評価報告書

1. 基本情報

事業番号	事業名						
A-1	国見町魅力向上発信事業						
自治体名	経費区分（該当区分に○を入力）						
国見町	① 情報発信事業				② 外部人材活用		関連施設の 改修
事業実施年度	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	iv ポータルサイト構築	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	
R5 年度		○		○			

2. 事業における目標と達成状況

アウトプット	アウトプットの達成状況
■町の魅力（農作物や特産品、イベントなど）を伝える総合ポータルサイトの web 広告による発信：1,000 万回 ■歴史音声ガイドサイト「音旅」の web 広告による発信：1,000 万回広告表示 ■主要農産物であるものの試食・サンプルの配布 500 人／日	■表示回数 733,341 回 ■「音旅」のリスティング広告表示回数 133,136 回表示 ■桃の試食に係る支出金額 280,897 円（人数は不明）
アウトカム	アウトカムの達成状況
■総合ポータルサイトへのアクセス数 55,000 回 ■web 配信による国見町の歴史・文化認知者 10 万人（「音旅」アクセス数） ■道の駅国見あつかしの郷の年間利用者数（令和 2 年度 1,304,383 人） 4,500,000 人 ■ものの販売・注文受付 販売・注文 100 人／日	■総合ポータルサイトへのアクセス数：260,034 回 ■「音旅」サイトのアクセス数 6,291 人 ■道の駅国見あつかしの郷の年間利用者数 1,514,308 人 ■桃の販売個数 1,660 箱（人数は不明）

3. 事業内容の詳細

具体的な取組内容の実績

1. 町の魅力を伝える総合ポータルサイトの情報発信強化

- ① 実施期間：令和 5 年 4 月～令和 6 年 3 月
- ② 事業委託先：株式会社インフォメーション・ネットワーク福島
- ③ 実施場所：国見町
- ④ 精算払額：1,799,600 円
- ⑤ 実施内容：

総合ポータルサイトでは、20 歳～40 歳代の SNS やインターネットを活用し、他地域に旅行に出かける世帯等をターゲットに国見町の農産物、特産品、四季の豊かな自然・観光地、県外の方（主に交通の便が優れている東北自動車道や J R 東北本線等）でも楽しめるイベント、魅力的な地域ブランドの積極的な PR をおこなった。

令和 5 年度は、農産物や特産品の生産者や自然・観光地の町内関係者による生の声をインタビュー形式で掲載するほか、町の魅力である四季折々の自然の豊かさが分かる動画をサイトに掲載することで、より国見町を身近に感じてもらい、国見町にきたいと感じてもらうようにした。具体的には、桃の木やりんごの木オーナー制度に参加している県外のオーナーや生産者へのインタビューを想定しており、オーナーによる収穫体験の様子や楽しさを発信いただくほか、生産者からも農産物の魅力について PR してもらう。この結果、多くの人に国見町の農産物の良さを知ってもらえるほか、実際に国見町に来てもらい、地域ブランドに触れ、購入してもらえるよう促した。

【オーナー制度について】

・桃の木やりんごの木を複数人でシェアしながらオーナーとなることで、採れたての果物を受け取るだけでなく、生育過程を知ることができたり、農園見学や収穫体験などに参加することができる制度。

令和 3 年度に桃の木のオーナー制度を試験的に始め、本格的に実施したのは令和 4 年度からとなる。

令和 4 年度は、桃の木のオーナーが 75 名、りんごの木のオーナーが 10 名の合計 85 名に登録いただいた。

【地域ブランド】

・農産物：もも、リンゴ、米（特別栽培米「くにみ米」、天のつづ、コシヒカリ）、蜂屋柿・平種柿、あんぼ柿、サクランボ、プラム、川内野菜（人参、ゴボウ、山芋など根菜類）等

・特産品、6 次化商品：あつかしさん（日本酒）、ピーチワイン、ブランデーケーキ、もも大福 等

・観光地：道の駅国見あつかしの郷、ハスが綺麗な公園「あつかし千年公園」、パノラマスポット「阿津賀志山山頂・展望台」、コンサートホール「観月台文化センター」等

・イベント：観月台公園桜まつり、農業市、国見まるごと再発見、義経まつり、あつかし山ビッグツリー、道の駅国見あつかしの郷での販売イベント等

情報発信として、Facebook や Instagram などの SNS や、web 広告（グーグルなどの大手 web サイトでのリスティング広告など）積極的に活用し、広告の発信回数を増やすことで PR 強化につなげた。また、令和 4 年度は仙台圏など周辺自治体を中心に web 広告を発信したが、令和 5 年度は、仙台圏と並行して風評が残っている東京を中心とした関東圏への周知を強化した。

⑥ 上記⑤の実施内容が確認できる写真



サイト内における SNS 等での発信様子



令和 5 年度りんご・桃の木オーナーチラシより

2. ポータルサイト「音旅」「ご集印帳」の周知徹底

- ① 実施期間：令和 5 年 5 月 31 日～令和 5 年 11 月 30 日
- ② 事業委託先：株式会社エフエム福島
- ③ 実施場所：宮城県内全域（Google ディスプレイ広告、ラジオ広告）
- ④ 精算払額：1,925,000 円
- ⑤ 実施内容：

【情報発信に関する仕掛け】

「音で旅する」をテーマに掲げ、経験を生かしたナレーションによりオンライン上で本町の観光名所を案内した。利用者は音声による疑似体験をすることで、本町への興味・関心を持ってもらい観光を促した。

また、「音旅」を広く全国的に認知されるよう、グーグルサイト上の web 広告を掲載することで、「音旅」へのアクセスを可能とする仕組みを強化した。周遊を促す「ご集印帳」については、本町 10 ヶ所の観光施設（「音旅」と整合性を図る）を主に紹介しつつ、QR コードを掲載することで「音旅」への誘導を図った。

【エリア設定】

令和 4 年度の「音旅」の情報発信は、「近隣県（宮城県等）」を中心としたエリア設定とし、web 広告や仙台のラジオ番組での PR 放送、近隣県の道の駅、各種イベントにおける周知を図った。前回までの結果、目を引く画像 web 広告を行うよりも、「観光」、「旅」等のキーワードを使用して web 広告対象者を絞った文字広告の方が費用対効果が高いことが分かったことから、令和 5 年度においては、以上を踏まえたキーワードを設定した web 広告を近隣県（宮城県等）を中心にラジオ番組での PR 放送を含め行い、サイトの周知徹底を図った。

⑥ 上記⑤の実施内容が確認できる写真



3. 交流市町等でのPR活動

- ① 実施期間：令和5年7月16日～令和5年9月18日
- ② 事業委託先：なし（歌舞伎座のみ株CIAへ委託）
- ③ 実施場所：岩手県平泉町（道の駅平泉）、栃木県茂木町（道の駅もてぎ）、北海道ニセコ町（道の駅ニセコビュープラザ）、岐阜県池田町（道の駅池田温泉）、東京都（歌舞伎座地下木挽町広場）
- ④ 精算払額：5,261,000円
- ⑤ 実施内容：

（開催内容）

- 岩手県平泉町 7月16日 1日
道の駅平泉内の特設ブースで試食・パンフ配付・直売（BtoC）
- 栃木県茂木町 7月23日 1日
道の駅もてぎ内の特設ブースで試食・パンフ配付・直売（BtoC）
- 北海道ニセコ町 8月5日～6日 2日
道の駅ニセコビュープラザ特設ブースで試食・パンフ配付・直売（BtoC）
- 岐阜県池田町 7月29日～30日 2日
道の駅池田温泉特設ブースで試食・パンフ配付・直売（BtoC）
- 東京都 9月16日～18日 3日
歌舞伎座地下1階木挽町広場において試食・パンフ配付・直売（BtoC）

⑥ 上記⑤の実施内容が確認できる写真

