

地方創生先行型に係る事業説明書

事業名：小城市まるごと情報発信事業		担当課：総務部 総務課		
事業概要 【目的】 SNSの急速な発展によりスマートフォンやタブレットが普及している現在において、市内外の人に市の魅力を発信するにはイメージしやすい動画が有効な手段と考える。その動画を活用して、市の魅力を発信することで交流人口を増やし、地域の活性化を目指す。 また、市内産業の情報を発信とともに、プライベートブランドを創出することで製品の需要が増え、収益のアップと産業の活性化に繋がり、さらには雇用の創出に繋がるとともに定住人口の増加を図ることを目的とする。 【内容】 市内のあらゆる情報をインパクトのある映像として制作し、市内外の人に小城市の魅力を伝えた。また、市のイメージアップを図るための取組を行った。 ① インターネット番組制作・・・小城市の市政、観光、産業などの魅力がぎゅーっと詰まった「おぎゅっと」を制作し、情報発信した。市のCMについては、主に「鯉」と「羊羹」のまちとしてPR動画を情報発信した。 ② プライベートブランドの認定・・・農産物加工品（15品目）と鯉こくのフリーズドライをプライベートブランドとして認定した。加工品には「おぎゅっと」シールを貼付することで、イメージアップや売り上げ増に繋がった。 ③ デジタルフォトフレームの設置・・・市内の直売所等にデジタルフォトフレームを設置し、小城市の四季の景色や産業のPRを行い、また来ていただけるようにイメージアップを図った。				
地方創生先行型事業のKPI	指標値		事業効果	理由
	目標値	実績値(H27)		
・プライベートブランド数 ・65歳以下の定住人口増加人数	2 10	16 -97	地方創生に効果があった	加工品にシールを貼ることで売り上げが伸びており、製品の需要が増え、収益アップに繋がったが、定住人口の増加までには至らなかった。
上記以外の参考指標	指標値			理由
	実績値(H26)	実績値(H27)		
1	・おぎゅっと動画の制作 ・YouTube再生回数		25本 43,852回	市政情報12本、魅力発信9本、CM4本 動画の再生回数は、平成28年6月10日現在
2	「おぎゅっと」シールの配布枚数		65,400枚	加工品のほか、ふるさと納税の返礼品の箱（段ボール）に「おぎゅっと」シールを貼った。その結果、緩やかではあるが売り上げが伸びている。また、加工者の販売意識が高くなった。
3	鯉の養殖業者が清水地区へ納品した鯉の量（2月実績分）	3,870kg	6,440kg	鯉の消費が伸びない2月にスポットを当て、テレビCMにて、小城市清水の鯉のPRを行い、鯉の消費量が前年度66.4%の増となった。
4	市内の4か所の直売所その他の事業所にデジタルフォトフレームを設置した台数		12台	来店者に小城市の四季の景色のほか、産業のPR映像を流すことによって、市の魅力を発信。 (直売所4、羊羹屋6、鯉しげ1、アイル1)

