

(松本地域)

令和3年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	塩尻の新たなファン創出事業（認知度の向上、地域イメージの浸透）
事業主体 (連絡先)	塩尻市シティプロモーション活動協議会 (塩尻市企画政策部秘書広報課内) 0263-52-0333
事業区分	(8) その他地域の元気を生み出す地域づくりに質する事業
事業タイプ	ソフト事業
総事業費	2,680,000円

事業内容

謎解きというゲーム性の高い内容で、塩尻を訪れるきっかけやいつも生活する場所を楽しんでもらう機会とし、塩尻の「暮らしやすさ」「子育てしやすさ」を体感するとともに、イベントのプロモーションより認知度向上、ファン向上を目指して実施。

- ・プロモーション期間：10月25日～11月28日
- ・イベント実施期間：11月12日～28日

■プレスリリース3本から転載サイト数：70

■参加者数：3183台※携帯端末数のため、台と記載

□参加者属性別上位3都道府県：

長野県 1,080台（内：塩尻市 146、松本市 345）、
東京都 649台、大阪府 612台、その他 836台

■サイトプレビュー数：88,531回

■Twitter投稿数：51件



【参加者の様子】

【目標・ねらい】

- ① 塩尻の認知度向上
- ② 地域イメージの浸透

事業効果

- ① マスメディアやHP、SNS等の活用（メディアミックス）により、イベント参加者数が目標数を大幅に上回り、イベント参加していないひとにも塩尻市の魅力を知る機会となった。
- ② 謎解き問題をサイト上に掲載したことで、回答後には関連リンクへつなげる仕掛けも用意してあるため、街歩きをして「こんな子育て施設があるんだ」ということを知るだけでなく、更に発展的に塩尻を知ることができた。（Twitter投稿の感想から）

今後の取り組み

今回、塩尻市と市内各施設協力のもと事業実施を行った。市内各施設をまわる本事業のような企画は、塩尻市が主催をして事業実施することが、参加者の与信（「地方自治体が発行している」）を得やすく、イベント保険の観点からも事業プロモーション観点からも参加者への効果が增大すると考える。

そのため、来年度以降の今後は事業主催を塩尻市、企画運営を本協議会及び各事業者が行い、事業設計する。事業企画としては、塩尻市内の他イベントと日程を合わせ、誘客、ファンづくりの相乗効果を図る

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」：予定を上回る効果が得られた 「B」：予定していた効果が得られた

「C」：一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある

※自己評価【A】

【理由】

- ・コロナ禍における事業として、接触機会の低減をはかる事業内容により、参加者数が目標数の約15.9倍であったため。
- ・イベント実施中の参加者の自発的なTwitter投稿数及びブログ掲載数が目標数を超え、取材依頼とともにweb上、新聞記事等で掲載され、話題を生んだため。