

31H 中村 茜 33H 内湯 美晴 32H 奥之山 十和
 35H 東 楓真 35H 上島 舞子 36H 松田 純怜

■課題

能登の自治体についてのPR活動を促進し、他地域の人が能登について知る機会を作る

■解決策

インターネットを用いて能登の情報を世界に発信する

- ・能登に関するインターネット上でのPR件数を増やす
- ・より多くの人に能登を知ってもらえるような取り組みを行う

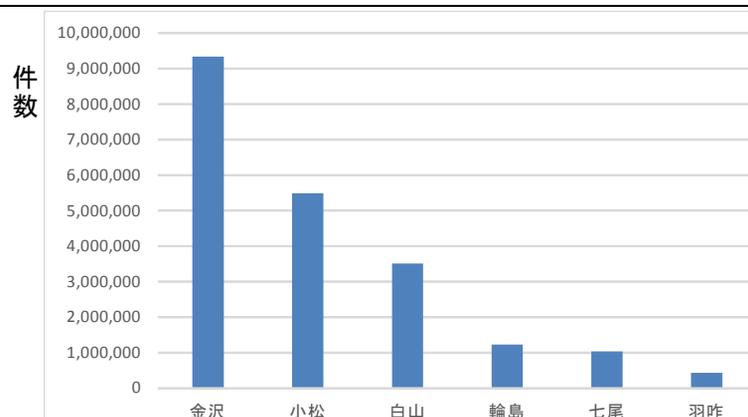
■現状（課題の背景）

1. 能登に関するWEBの件数比較

Googleで「お勧め ○○」と○○に加賀地方、能登地方の人口上位3位の市の名称をいれ検索しその件数を調べた。
 能登地方のインターネット件数が**少ない**ことが分かる。



件数が少ないということは、
 情報が少なく、偏りがあると考えられる。



2. CMによるPR活動

成功例

① 大分県 「シンフロ」

(内容) 元シンクロ・オリンピックらが大分の温泉でシンクロを披露し、大分県をPR

(効果) ・35億5千万円の経済効果

・インバウンド海外向けの動画作成



<https://www.pref.oita.jp/soshiki/10400/shinfuro.html>

② 宮崎県小林市 「ンダモシタン小林」

(内容) フランス人がその土地の方言をフランス語に見立てて紹介

(効果) ・10億円の経済効果

・移住の問い合わせ4.5倍



<https://www.youtube.com/watch?v=jrAS3MDxCeA>

現状

石川県が30秒間で各自治体のCMを作り、PRする、「ふるさとCM大賞」を毎年開催している。

大賞の副賞として、主催局のCM枠にCMが年間365回放送される。



http://www.hab.co.jp/furusato_cm/

- ・県内にしかCMは流されない
- ・CMの流される本数が少ない
- などの問題点があり、多くの人にPRできていない

CMの斬新なアイデアに**話題性**があり、テレビで取り上げられ、全国でのPRにつながった

■具体的内容・効果

① インターネット上でのPR件数の増加

- ・移住希望者のマッチングサイトに加入する
 →移住に意欲的な人が利用するサイトであるため、能登に移住する人が**増加**する可能性がある
- ・各地域の市役所から斡旋してもらいWEB作成会社があることを広め、能登のWEBサイトを制作してもらう
 →件数**増加**につながると考えられる

② CM放送の機会を増やす

- ・YouTubeにふるさとCM大賞のCMが載っていることを広め、他サイト(Twitter、Instagramなど)に拡散する
 →**短時間**のPRが可能で、**印象に残りやすい**



■結論

能登の自治体についてPRし、拡散することで、能登について認知する人を増やし、興味を持ってもらう

■参考文献

大分県企画振興部広報広聴課

<https://www.pref.oita.jp/uploaded/attachment/1021461.pdf>