

プロジェクトリーダー: 南山大学 石川良文教授

事業実績調書

1 プロジェクト内容

(1) プロジェクト名	瀬戸市居住促進のための魅力分析と情報発信
(2) プロジェクトの成果	<p>① 魅力発信イベントの開催</p> <p>名古屋市栄オアシス21でイベントを開催し、市内外から414名の来場があった。イベントの内容別では、染付体験111名、子供向けゲーム153名の参加があり、参加型の企画に多くの反響があった。また、それらの企画には、イベントのターゲット層であった子育て世代に多く足を運んでいただいた。イベントではアンケートも実施したが、回答者の95%以上が本イベントによって「瀬戸市のイメージが良くなった」と回答しており、市内外の方に有効な情報の発信ができたと言える。</p> <p>② 瀬戸市の魅力を発信する情報冊子の改訂・作成、配布</p> <p>昨年度作成した、大学生に向けて瀬戸市の魅力を伝える地域情報冊子「せとぶら」を改訂し、2,600部を発行した。瀬戸市内の施設・店舗への設置や、イベントでの配布により、市内外の多くの方に瀬戸市の魅力を発信できた。また、子育て世代向けにはリーフレット「せとりこ」を300部発行し、子育てに関する瀬戸市の魅力・情報の発信を行った。イベントで実施したアンケートでは、95%以上の方が両冊子により「瀬戸市のイメージが良くなった」と回答しており、冊子による瀬戸市の魅力発信は有効であったと言える。</p> <p>③ 瀬戸市PR動画による魅力発信</p> <p>瀬戸市PR動画「瀬戸町物語」を作成し、YouTubeとホームページ「知ってせと、住んで瀬戸。」に掲載した。視聴回数は545回であった(2019年2月8日現在)。また、撮影にも協力いただいた、あいち海上の森センター内においても映像を流していただいた。イベントで実施したアンケートでは、93%以上の方が動画を見て「瀬戸市のイメージが良くなった」、「瀬戸市へ行きたくなった」と回答しており、動画による情報発信には効果があったと言える。</p> <p>④ SNSによる魅力発信</p> <p>Instagramでは30回の投稿をし、フォロワー数を234人(2018年4月1日時点)から376人(2019年1月31日時点)に増やすことができた。また、TwitterでもInstagramと同一の内容を投稿し、フォロワー数を9人(2018年8月時点)から67人(2019年1月時点)に増加させた。</p> <p>⑤ ホームページによる情報発信</p> <p>一昨年度作成したホームページの情報の更新・追加、月別コラムの掲載に加え、QRコードを載せたポストカードを作成・配布したことで、配布した月の一日当たりの訪問者数は1,338人まで増加した(2018年4月時点では449回)。また、1日当たりのページレビューは最高で2,795回まで増加させることができた(2018年4月時点では1,294回)。</p>

(3) プロジェクト実施内容

本プロジェクトでは、①「魅力発信イベントの開催」、②「瀬戸市の魅力を発信する情報冊子の改訂・作成、配布」、③「瀬戸市 PR 動画による魅力発信」、④「SNS による魅力発信」、⑤「ホームページによる情報発信」を行った。

① 魅力発信イベントの開催

- ・イベント名「出張！せとまち」を2018年11月25日（日）にオアシス21で開催。
イベントでは、ツクリテ作品展示ブース、子供向けゲームブース、染付体験ブース、PR 動画紹介ブースを設置し、パネル展示も行った。ゼミ活動の宣伝として、「せとぶら」などの作成物をファイルに入れて配布も行った。イベントの宣伝は、名鉄瀬戸線の駅でのビラ配り、Instagram で行った。

② 瀬戸市の魅力を発信する情報冊子の改訂・作成、配布

- ・大学生等の若者をターゲットにした冊子「せとぶら」を2,600部改訂、作成した。
昨年掲載した店舗の情報訂正に加え、新店舗を掲載など行った。
- ・20代から30代の子育て世代をターゲットにしたリーフレット「せとりこ」を300部作成した。

③ 瀬戸市 PR 動画による魅力発信

- ・大学生等の若者をターゲットにしたPR動画「瀬戸町物語」をyoutube、ホームページ「知ってせと、住んで瀬戸。」に掲載した。
6月中旬から7月末に企画内容を検討、決定。8月から撮影を開始し、9月から編集作業に入り10月14日youtube、ホームページで公開した。

④ SNS による魅力発信

- ・昨年度に引き続きInstagram アカウント名「せとさんぽ」として瀬戸市の魅力を伝えた。
Instagram では2018年8月31日から2019年1月29日現在で30投稿をした。瀬戸市のマスコットキャラクター「せとちゃん」が瀬戸市内の飲食店、風景などの紹介をした写真を掲載し発信することにより、若者が瀬戸市に興味を持つきっかけづくりをした。

⑤ ホームページによる情報発信

- ・ホームページ名「知ってせと、住んで瀬戸。」URL <https://www.standsetup16.com/>
一昨年度に作成したホームページのリニューアルを行った。情報の訂正、月ごとにコラムを掲載した。また、ホームページ閲覧数の増加を図るため、ポストカードを作成し、名鉄瀬戸線沿いの駅周辺で配布し、イベント当日にも会場で配布した。

(4) プロジェクトの今後の課題と展望

- ・PR動画の再生回数、ホームページの閲覧回数、SNSのフォロワー数をどのように継続的に増加させるかが課題。
- ・イベント実施・参加や、SNS・ホームページの情報発信・更新を定期的に行う必要がある。



瀬戸市フィールドワーク



プロジェクト内容詳細検討



瀬戸市 PR 動画「瀬戸町物語」



Instagram 投稿写真



ホームページ「知ってせと、住んで瀬戸」



PRリーフレット「せとりこ」



情報発信イベント (1)



情報発信イベント (2)