

地方創生加速化交付金事業（TV 番組制作）について

1. 目的

県内レベルでの知名度・関心度は一定レベルであると思うが、琴浦町の知名度・関心度はまだまだ低いと考えており、特に、琴浦町が県下有数の農業産地であることの認知度は低いと思われる。新規に農業を志す方に県下でもトップレベルの琴浦町農業を伝える番組とし、新規就農者確保につなげる番組とする。また、町の魅力も盛り込み、町の認知度、関心度のアップを図る。

2. 概要

事業費：10,000 千円（制作費、出演者ギャラ込）

視聴者ターゲット：関西方面

放送局：関西テレビ

放送時間帯：土曜日または日曜日の昼間

放送時間：60 分

3. テレビの効果

動画などは、基本的にインターネットで PR するものであり、拡散力はあるが「見てみよう」と視聴者が操作をしなければ見るることができないもの。一方、テレビは一方通行であるものの、構えていない状態で視聴者に「インパクト（不意打ち）」を仕掛けやすいツールとして、現在も圧倒的なシェアを持つ宣伝媒体。

情報収集媒体のシェア：テレビ 63.9% （総務省 H24 情報通信白書）

次点 インターネット 29.6%

例：ふるさと納税の増加もテレビの影響が大きい。

この番組の時間帯での関西地区の平均視聴率は約 5%、約 65 万人の視聴がある。周辺地域も入れると 90 から 100 万人となる。

4. 関西のテレビ番組とした理由

町の移住定住者の 4 割が関西出身者であり、関西を中心として放送している関西テレビ番組とした。

また、町出身のテレビ構成作家が関西在住で関西テレビとつながりがある。町を知っている方が、テレビの構成を共に行っていただける。

5. 番組内容

琴浦町農業を知っていただくことを基本とする。

出演者が農業体験する、肥沃な大地の農業地帯であること、山から海までの自然に囲まれた土地であること、琴浦町農産物の紹介など考えられるが、構成作家や農家、関係機関と打ち合わせを行い内容を決定する。

シティープロモーション……選ばれる自治体

民間のマーケティング戦略

アイドマの法則　まずは認知→関心→欲求→記憶→購入行動

就農希望者・新規就農者の宿泊施設（旧以西小学校改修）

1. 目的

移住定住（農業）を志す者にとって、住居は重要である。また、同じ志を持った者同士（農業未経験者など）が農業技術や生活上での研修・相談を行い、お互いを励まし助け合える場所が必要である。このことから、旧以西小学校2階をそのような方の宿泊施設や研修・相談の場所として改修する。

2. 改修概要(予定)

2階を宿泊施設等に改修し、1階は地域の活性化（あすの以西を創る会など）に利用。

2階の一クラス（教室）を二つに仕切り、個々のプライバシーを保ちながら生活できる教室の改修を行う。また、教室以外の部屋については極力そのままにし、ミーティングルームなどとして活用する。

3. 施設の位置づけ

短期農業研修生、新規就農者の宿泊兼研修施設とする。

滞在期間：1年以内を想定

4. 計画概要(予定)

28年度：事業費7,000千円（改修実施設計委託料）

改修の実実施設計書の作成、地区説明、明日の以西を創る会説明
受け入れ体制の協議

29年度：改修工事、受け入れ体制の整備、受け入れ開始

5. 旧以西小学校とした理由

廃校となった校舎で一番新しい。

1階をあすの以西を創る会が利用しており、小学校利用の無駄がない。

他の小学校は広すぎると思われる。