

事業評価報告書

1 地域課題の名称

市内特産品の PR 方法について

2 市町村名及び評価部局課名

滑川市総務部企画政策課

3 課題の概要

滑川市がふるさと納税の返礼品として提供している特産品について、生産者や製品のこだわりなどの魅力について取材し、消費者への訴求力を高めるために効果的な PR 方法について考案する。

4 解決策の提言に対する評価(観点及び分析等について、具体的に記載願います。)

学生たちは、事前に商品について予習の上、取材に臨んでいたため、より深く生産者から話を聞きだすことができていた。現地での写真撮影も、既存の記事に不足している生産者の顔や現地の風景など、寄附者(消費者)に見せることを考えて撮影されていた。

大人が作ると当たり障りのない表現になってしまうところ、学生たちの感性でまとめられた記事には「空の住人になったかのような気分になれるお風呂」や「海特有の抱擁感」など独自の表現が見られたことに加え、具体的な数値や成分を盛り込んだことで説得力のある記事に仕上がったと感じている。文章力としては未熟なところもあったが、市や生産者などの指摘をもとに校正を重ねるうちに、読みやすい文章の書き方についても理解が深まったように思う。また、キャラクターグッズや墓掃除代行サービスなど、他の商品に比べて特色を見出すことが難しいものもあったが、必要な点を押さえ丁寧な記事に仕上げることができたと感じている。

コロナ禍による巣ごもり需要など特殊な事情はあったが、記事公開後2週間の寄附額は昨年の約 1.24 倍に増加した。また、取材した特産品のうち半数以上が、12 月上旬と比較し、ページ閲覧数や平均ページ滞在時間が増加していたことは、学生の作成した記事による効果として評価できる。

今回の取組みと寄附状況の分析結果として、「美」や「健康」を意識した特産品の創出や PR の推進が更なる寄附の増加につながるのではないかと提言いただいた件については、今後の返礼品開発・PR の参考とさせていただきたい。

なお、今回の事業についてポータルサイト内に特集記事を掲載した結果、ニュースアプリにも取り上げていただくことができた。これらのことも含め「滑川市を知らない人に対して返礼品を通して滑川市の魅力を PR する」という当初の目的を十分に果たすことができたと感じている。