

区自治協議会提案事業 事業評価書

中央区自治協議会 第1部会

区分	内容
テーマ・事業名	にいがた推しメシプロジェクトin古町・本町
事業目的・概要	新潟駅バスターミナルの開業や、駅ビルのリニューアルオープンによる駅を中心とした賑わいを好機と捉え、市内外からの来訪者をターゲットとして、古町・本町エリアの交流人口の増加につなげるため、同エリアの「食」の魅力をInstagramを活用してPRする。
事業の実施実績 (実施回数、参加者数など)	<p>【令和6年度実施事項】</p> <p>○前年度より検討を進めてきた「食」の魅力に着目した古町活性化の取組について、商店街組合からの助言も踏まえ、地元食材を活用したメニュー開発企画から、古町・本町エリアの飲食店から「イチ推し」メニューを自薦で申込してもらい、第1部会が運用するInstagramでPRする取組に変更することとした。</p> <p>○古町・本町エリアの商店街組合等関係団体に、各店舗へ取組の周知協力を依頼するとともに、委員自ら古町・本町エリアの飲食店計160店舗を訪問し、事業趣旨・申込方法について説明した。</p> <p>○一次締切としたR6.8月末時点での申込状況に鑑み、9月からは申込条件の一部緩和や電子申請項目の簡素化など、より多くのお店が参加できるようプロジェクト内容を見直し、募集期間を12月末まで延長した結果、計25店舗より申込があった。また、参加特典として、Instagramの二次元コード入りステッカー(店内掲示用)とポケットティッシュ(来店客等への配布用)を贈呈した。</p> <p>○飲食店から申込のあった「イチ推し」メニュー写真は、店舗基本情報やPRポイントとともにInstagramに投稿した。キャプション(投稿文)部分は、インバウンドにも対応できるよう、英訳付きとした。また、継続的な運用とフォロワーの増加を図るため、Instagramのストーリーズやハイライト機能も積極的に活用した。</p> <p>○プロジェクト内容について、新聞、区だより、区ホームページ、市公式LINEのほか、民間委託によるWeb記事制作や対象エリア店舗へのDM送付等、様々な広報媒体を用いて情報発信を行った。 ※R7.3月現在Instagramフォロワー数:478人</p>
事業の評価 (地域課題の抽出方法や企画立案の評価 事業の公益性・実効性・効率性の評価など)	<p>○第1部会は、地域コミュニティ協議会からの選出者のほか、公共交通に関し知見を有する者、区内専門学校の子生などから構成され「賑わい創出/交流人口/都市機能」を所管分野としている。</p> <p>○参加店を募るにあたり、委員自ら各店舗を回り、事業の背景や趣旨について説明した結果、多くの飲食店より取組について賛同を得ることができ、実際に参加申込までは至らなかった店舗も含め、「新潟駅を中心とした賑わいを古町・本町につなげたい」という一体感の醸成に寄与することができた。また、参加店には比較的新しいお店や個人経営店も多く、同エリアの「食」の魅力を再発見するきっかけとなった。</p> <p>○中央区自治協議会で初めてInstagramを開設し、学生委員が操作方法を他委員へ伝達しながら運用を進めていくことで、これまでInstagramを使ったことがなかった委員がSNSを体験し、活用方法を習得することができた。</p> <p>○Instagramを活用した情報発信は、情報の更新が容易であることに加え、参加店との相互フォロー、タグ付けや投稿シェア等の機能も活用することで、自治協議会の存在や取組の認知度向上にも寄与することができた。また、閲覧数、「いいね」の数やフォロワー数から興味関心の程度を測ることができた。また、学生委員が10代～20代の友人・知人を対象に調査した結果、古町・本町を訪れる目的の多くが「飲食」であったことも踏まえ、第9期終了後も、「にいがた推しメシ」アカウントが継続的・発展的に運用され、投稿をきっかけに古町・本町エリアへの来訪者が増え、賑わい創出につながることを期待する。</p>
備考	