

令和5年度 大洗町地域おこし協力隊活動のご報告

令和6年3月19日
大洗町地域おこし協力隊 宮本史郎

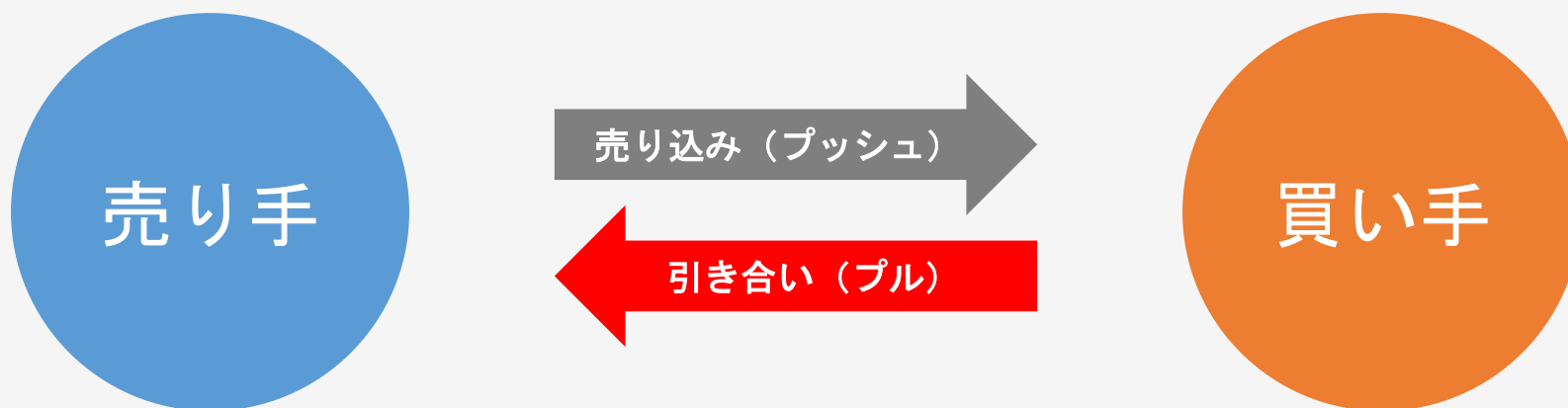
自己紹介（宮本 史郎 みやもと しろう）

- ✓ 1970年 小田原生まれ、東京育ち
- ✓ 1993～2020年 東京でマーケティング・プランナーとしてはたらく
- ✓ 2020年12月 会社を早期退職
- ✓ 2021年4月 地域おこし協力隊として大洗町に移住
- ✓ 2023年度は、地域おこし協力隊 3年めの活動

私の思う「マーケティング」

“マーケティングとは「売り込み」をムダなものにすること”（P.ドラッカー）

- 「売り込み」には人手やお金がかかりますが、「引き合い」はかかりません
- ひとりでに、しかも高値で、**引き合いが来続ける仕組み**をつくること
- 目標は、「多少高くても買う」&「人に奨めたい」商品・サービスにすること



本日の内容（目次）

- ✓ 今年度活動①「知覚品質」向上のための調理写真撮影
- ✓ 今年度活動② SNSで「エモい」大洗町伝えるデジタルアート
- ✓ 3年間を振り返って

転換点にあるふるさと納税

「マーケティング」による息の長い、持続可能な制度への転換

～2019年
「広告・販促」が
モノをいうステージ

広告・販促活動

- ・ 換金性の高い返礼品で誘う
- ・ 不特定多数の人に広告を打つ
- ・ 検索連動型広告を打つ
- ・ 「訳あり」で注目を引く
- ・ 「安い・お得」で注目を引く
- ・ 「いまだけのキャンペーン」で注目を引く
- ・ 世間で売れているものを後追いする

2020年～
「マーケティング」が
モノをいうステージ

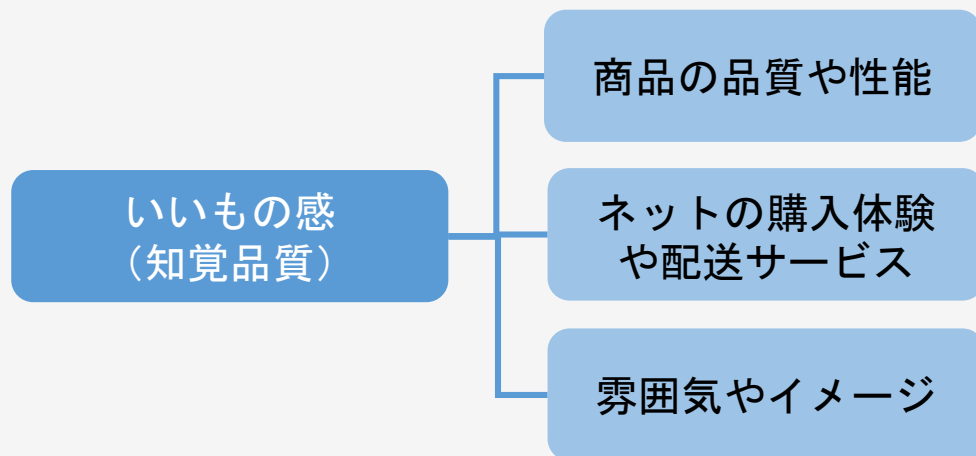
マーケティング活動

- ・ **大洗町のブランド力を高める**
- ・ 他にはない返礼品を増やす
- ・ 返礼品のストーリーを伝える
- ・ **返礼品の質感を高める**
- ・ 届いたときの喜び体験を高める
- ・ 高く評価される工夫をする
- ・ 寄附者の推奨意向を高める

活動① 「知覚品質」向上のための調理写真撮影

- 寄附者は、自治体や返礼品そのものではなく、ブランドに寄附している
- ブランドとは、寄附者の頭の中にあるもの
- 寄附者の頭の中にある「いいものの感」（知覚品質）が大切

どちらもふるさと納税のポータルサイトにある「マンゴー」の紹介画像だが…



活動① 「知覚品質」向上のための調理写真撮影

大洗町、ふるさと納税返礼品の「映え力」強化 写真で魅力を表現

大洗町が8月7日、県央地域で活躍する料理家らとともに、ふるさと納税の返礼品を魅力的に見せる「映える」写真の撮影会を行った。（水戸経済新聞記事より引用）

MENU

水戸経済新聞

15th Anniversary

MINKEI

9°C

食べる 見る・遊ぶ 買う 暮らす・働く 学ぶ・知る 特集

大洗町、ふるさと納税返礼品の「映え力」強化 写真で魅力を表現

まちづくり 大洗町



撮影会に参加したスタッフ



茨城 神社学式の実績
No.1
株式会社小野写真館

JOYNS

JOYNS.LLC

週刊みんなの経済新聞

ハッピーニュースアワー

アクセスランキング

1



県央地域9市町村でノーマイカーウィーク 公共交通機関や自転車利用推奨

2



水戸に「ラーメン・餃子250」 製麺所が出店、250円の低価格で提供

3



撮影した返礼品リスト

事業者	返礼品	調理メニュー
谷籐水産	さば缶詰 水煮 190g 24缶 セット	●サバ缶のスパイスカレー ●サバ缶のトマト煮ブルスケッタ
株式会社マルショウ	訳あり ほっけ 干物 規格外 2kg	●ほっけ焼の定食
株式会社SK farm	大洗産 さつまいも 紅はるか 5kg	●焼き芋バター乗せ ●焼き芋のナッツキャラメリゼ (アイスクリーム添え)
株式会社ヤマিশ	フライ 唐揚げ セット	●海産物フライ唐揚げセット
株式会社にんべんいち	しらす干し 1kg 釜揚げしらす 各1kg	●釜揚げしらす丼
有限会社弥七商店	特大 ボイル ズワイガニ カット済み 1kg	●ズワイガニのカニ鍋
有限会社弥七商店	伊勢海老 2尾 1kg 冷凍	●伊勢海老のお刺身
有限会社 浜光	朝獲れ 大洗港直送 真鯛 ハナダイ まるごとセット 3kg	●ハナダイのお刺身 ●鯛茶漬け

活動② SNSで「エモい」大洗町伝えるデジタルアート

大洗町の情緒を伝えることで、ふるさと納税の寄附促進に結びつくドット絵（デジタルポスター）1点を、作家の[豊井祐太さん](#)に制作いただく

- さらなる寄附額向上のために、大洗町の「情緒的な魅力」「大洗町のふるさと納税」の認知をさらに広げていきたい
- この施策のターゲットは、
 - ①SNSを駆使するデジタル生活が当たり前で、かつふるさと納税に関心の高い高額所得のセグメント（紙のポスターやふるさと納税サイトでは十分にアクセスできない老若男女問わない人々）
 - ②大洗町・茨城県出身者＋大洗町が好きなすべての人々（観光リピーター、サーファー、ガルパンファンなど）

活動② SNSで「エモい」大洗町伝えるデジタルアート

- 豊井祐太さん到大洗町にお越しいただき、彼の眼を通した大洗町の魅力を、動きのあるデジタル作品（磯浜灯柱とカモメ）に。
- Xの大洗町アライッペアカウントで発信。
- 2023年12月27日のこのポストは、現時点で25.6万ものインプレッションを獲得。
- 紙のポスターやチラシにはどうしてもその拡がりに限りがありますが、デジタルアートは瞬時に大きく拡がることを改めて実感。



大洗町アライッペ @oarai_town · 2023年12月27日

#地域おこし協力隊 の活動としてピクセルアーティストの @1041uuu さん到大洗町のドット絵を描いてもらったよ🎨🌟大洗の海を見守る大洗灯台（磯浜灯柱）の作品だっぺ🌊☆きれいな日の出が見える人気の観光スポットだからみんな遊びにきてね！

#大洗町 #ドット絵 #ピクセルアート #大洗町ふるさと納税



🔄 98

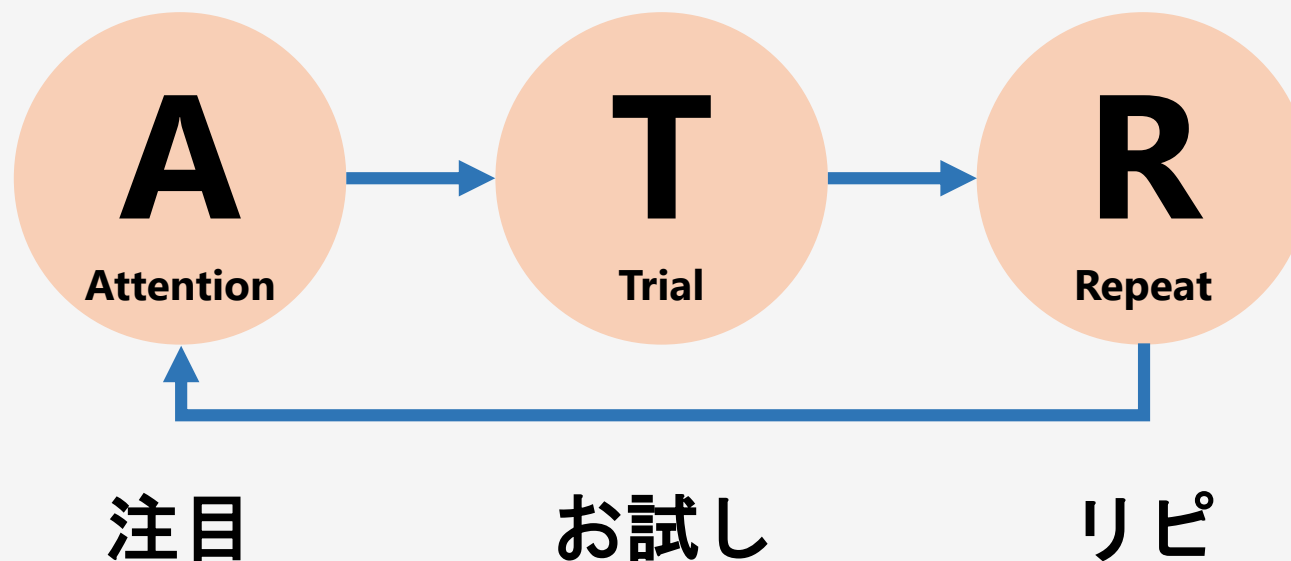
❤️ 390

📊 25万



3年間を振り返って

マーケティングは、「注目の競争」から「評判の競争」へ



大洗町のますますのご発展をお祈りします。

3年間ありがとうございました。