

事業計画書

事業名	スタートライン ～佐久で暮らし、働く。～(PR動画制作)		
重点テーマへの該当	有 テーマを記載	若い世代の人口増加につながる取組	
実施箇所	佐久市内各所 及びインターネットYouTubeなどを通じて公開		
実施期間	事業開始予定年月日	令和3年	5月6日
	事業終了予定年月日	令和4年	2月28日
事業概要	＜事業の目的＞ ・転出者や首都圏に住む若年女性のUIJターンに繋げる取組。 ・若い世代の人口増加につなげ関係・交流人口を新たに生み出す。 具体的には ・佐久地域の若者の減少に起因する地域課題の解決を図るため、「佐久の企業で生き生きと働く若者」や「佐久の素晴らしい自然風景や暮らしやすさ」をストーリー仕立てで作成した動画を当所HP及びインターネットのYouTubeなどでPRすることで特に若年女性のUIJターンや交流人口増加に繋げることを目的とする。 また、動画制作においては地元企業従業員や多くの住民が参画することで佐久地域の一体感と地域の元気づくりの創出に繋げることを目的とする。 ＜ニーズの把握＞ 移住希望者のニーズの把握については、佐久市が実施した「佐久市シティプロモーション基本方針」の参考資料より把握。それによると ・東京圏調査による20-40代の移住検討率は24.7%。20代の若年者は30.4%と全体より高い。また、東京圏の20-40代の佐久市への独身の移住検討者は20代が14.7%。 上記ニーズ等を検討した中でターゲットを下記に絞り込む ＜ターゲット＞ 主として10代後半から30代前半 ・首都圏で働く若年女性（独身） あくまで若い女性向けに制作するが、併せて若年層の若者や現在佐久市在住の高校生等にも訴求することで、本事業目的の効果を高める。 ・佐久又は長野県出身者で県外大学専門学校等に通う若者 ・佐久又は長野県出身者で県外企業で働く若者 ・子育てを田舎で暮らしたいと考えている子育て中の若年夫婦 ・佐久市内高校生		

<事業の内容>

「佐久の企業で生き生きと働く若者」や「佐久の素晴らしい自然風景や暮らしやすさ」をストーリー仕立てで作した動画をインターネットのYouTube※などでPRする

また、併せて下記方策を打ち出すことで事業効果を高める。

「佐久市シティプロモーション基本方針」の参考資料によると移住者全般の情報接触媒体としては「インターネット」が4割以上と一番高く、その中でも都道府県および自治体のホームページより情報を得ている。したがって、

①行政機関との連携によるPR

長野県及び佐久市移住促進ホームページに制作動画のリンクの依頼
併せて

②SNSのターゲット広告を活用した拡散PR

具体的にはLineやInstagram、Twitter等SNSのターゲット広告で「年代」「所在地」「興味」等で絞り込み広告。

③佐久市職業安定協会等で行う就職相談会などでの上映検討

④メディアリリースによるPR

⑤佐久市長に依頼しTwitterで広めていただくなど依頼したい。

⑥佐久市内高校生にも本動画をlineのターゲット広告で配信することで「佐久市にもこんな仕事があるんだ」「将来こんな企業で働きたい」など佐久市で働く選択肢を知ってもらう。

⑦本年度佐久商工会議所が元気づくり支援金採択事業として実施する佐久市内企業と求職者を結びつける「佐久求人求職サイト」及び佐久産業支援センターが実施する企業紹介サイトと連携することで若者が移住し働く就職先の情報提供およびマッチングにも繋げる。

※ネットリサーチ事業展開するテストターの、若年層の男女を対象に、YouTuber（ユーチューバー）に関する調査によると10～20代の男女のYouTube利用率はどの性別年代でも利用率は約9割となり、そのなかで毎日YouTubeで動画を視聴していると回答した人は10代で7割、20代で約6割となっており、特に若年層に訴求効果が高い。

【ミュージックビデオ「スタートライン」作品概要】
オリジナル楽曲を制作し、楽曲に併せた振付で出演者（市民等）が佐久市内の事業所や観光名所等を組み合わせたミュージックビデオを完成させ、主にインターネット配信。

【物語】
東京在住の「普通」の20代女性が主人公。
どこか虚しさを感じながら暮らしていたが、たまたま訪れた佐久で、生き生きと夢をもって働く人々や自然・風土に触れて、佐久への転職・移住を決意する。
そして諦めていた夢に向かって、充実した新しい生活に踏み出していく。

【構成】
佐久市内企業からさまざまな業種からいきいきとした人々をピックアップ。

①人物案

- ・オリンピックで活躍するスキーポール
- ・モータースポーツで活躍するブレーキパッド
- ・医療先進地を舞台に活躍する若手医師・看護師たち
- ・佐久にもいる！高圧電線のメンテに当たる技術者
- ・疲れを癒やす温泉シーン
- ・お客の笑顔に生きがいを感じるスタッフ
- ・素晴らしい眺望の宅地開発をとおして移住者誘致に取り組む職員
- ・小洒落たレストラン・カフェシーン
- ・ピザを焼く職人と技術を学ぶ若手職人等

②風景

- ・内山キャンプ場、佐久平駅、千曲川、佐久鯉の養殖場など景観もピックアップ。

<達成目標>

若い世代の人口増加につながる取組

- ・「佐久の企業で生き生きと働く若者」や「佐久の素晴らしい自然風景や暮らしやすさ」をストーリー仕立てで作した動画をインターネットのYouTubeなどでPRすることで若者や女性のUIターンや交流人口増加に繋げる。
- ・具体的には佐久市シティプロモーション基本計画の目標値に連動し、2021年度にそれぞれ増加に繋げる一助とする。

東京圏在住20代から40代までの佐久市の認知度55% →57%

東京圏在住20代から40代までの佐久市の来訪者指数29% →31%

東京圏在住20代から40代までの移住者数57人 →60人

- ・ターゲット広告を活用し本動画を制作配信することで、直接若い女性に佐久市へ移住定住することを働きかけることができる。
- ・動画制作においては地元企業従業員や多くの住民が参画することで佐久地域の一体感と地域の元気づくりの創出に繋げる。
- ・本事業は、若い世代の人口増加に繋がるモデルケース事業となる。

		<広報表示の方法（佐久市まちづくり活動支援金事業である旨の表示）> ・制作動画内に「佐久市まちづくり活動支援金事業」の表記
		<重点テーマに該当する場合 該当する理由（アピール）> 「佐久の企業で生き生きと働く若者」や「佐久の素晴らしい自然風景や暮らしやすさ」をストーリー仕立てで作した動画をインターネットのYouTubeなどでPRすることで、若い女性のUIターンや交流人口増加に繋げる。 また、動画制作においては地元企業従業員や多くの住民が参画することで佐久地域の一体感と地域の元気づくりの創出に繋げることを目的としているため。 また佐久市内企業からなる商工会議所が制作することで、多くの企業が参画し情報発信することで、移住定住にネックとなる「働く場」を動画視聴者がイメージすることができる。
年間計画	4月	
	5月	・企画 動画制作企業相見積もり 契約 ・タイムスケジュール作成、実施内容の段取り
	6月	・楽曲、振付制作 ・撮影依頼 ・撮影開始
	7月	・撮影
	8月	・撮影 ・映像制作
	9月	・撮影 ・映像制作
	10月	・撮影 ・映像制作
	11月	・撮影 ・映像制作
	12月	・撮影 ・映像制作
	1月	・動画公開
	2月	・完了報告申請
	3月	

地域や社会にどのような利益がもたらされるか	<「公益性」の視点> 地域「人」「企業」「景観」など広く佐久の魅力を引き出すことで佐久地位の魅力を広域にPRし、佐久市へのUIJターン推進のモデルケースとなる。 ・対象者（出演者） 佐久地域企業で働く女性・若者・経営者・一般市民 ・参加予定人数 佐久市企業従業員 約50名 地域住民（ダンス） 約200名 企業経営者 約30名 地元ダンススクールの生徒さんともコンセンサスができており、200人規模の若い子供たちが本動画に参加することで将来佐久で働くという選択肢を知ることができる。
どのような点に独自性や工夫があるか	<「発想の豊かさ」や「創意工夫」の視点> ・広域のプロモーションとしてインターネットでの動画配信でPRを行うこと ・佐久に生きる「若者」「女性」を生き生きと映し出すこと ・ダンスを取り入れることで佐久地域の一体感を演出すること ・企画制作にあたっては商工会議所会員企業等からなる「スタートライン制作委員会（仮称）」によって様々な意見と企画を取り入れることでよりクオリティの高い作品を制作することができる。歌詞、楽曲案、出演スタッフ等の手配は制作委員会で行う。実際に佐久市で働く現役の経営者・社員によるリアルティに富んだ、また商工会議所ならではの企業間ネットワークによるほかでできない多業種のコラボによる作品作りを目指す。その企画を基に動画制作会社に制作を委託する。 ・制作にあたってはより多くの方に視聴してもらうための作品のクオリティをを上げるため脚本撮影から動画編集まで一貫性を持たせて訴求効果の高い動画を製作する必要性があるため、相見積もりの上一社に制作委託する。
特記事項 中内へどのように取組が波及していくことが見込まれるか	<「波及効果」や「発展性」の視点> 本事業は平成31年3月に佐久市が取りまとめた「佐久市シティプロモーション基本方針」にも合致しており、官民連携でシティプロモーションを実施していくことで波及効果を生む。

活動を継続するためにどう取り組むか	<「自立性」の視点> ・佐久商工会議所が地域育約2100企業及び一般市や各団体と連携しながら、企画 運営を行うことで、事業を実施する。
翌年度以降の活動内容概要	・事業実施後、事業効果等を協議し継続やテーマについて協議。 ・本年度佐久商工会議所では別途WEBで行う「求人求職サイト」を製作している。本サイトが立ち上がった場合、そのサイトに本動画を掲載することで相乗効果が期待できる。
事業の最終目標	・「佐久市シティプロモーション基本方針」に合致しており、官民連携でシティプロモーションを実施していくことで波及効果を生む。 具体的には佐久市シティプロモーション基本計画の目標値に連動し、2021年度にそれぞれ増加に繋げる一助とする。 東京圏在住20代から40代までの佐久市の認知度55% →57% 東京圏在住20代から40代までの佐久市の来訪者指数29% →31% 東京圏在住20代から40代までの移住者数57人 →60人 ・佐久市シティプロモーション基本方針に掲げた「東京圏からの20代から40代までの移住者目標達成のための一翼を担う。 ・女性若い世代の人口増加につながる取組とする