

## 事業計画書

事業名	沼津市非公式「観光ウェブサイト（仮称）」の構築
場所	沼津市岡宮 1271-1
実施予定期間	平成 29 年 1 月 10 日 ～ 平成 29 年 3 月 31 日
日程	実施項目・作業項目
	<p>日程  平成 28 年 11 月～ WEB 制作会議/打ち合わせ  平成 29 年 1 月上旬 情報収集開始  平成 29 年 1 月下旬 映像制作  平成 29 年 2 月上旬 映像完成 WEB 仮オープン 微調整開始  平成 29 年 3 月上旬 WEB サイトオープン</p> <p>「沼津市非公式ウェブサイト」について  現代において、情報はメディアなどの一方的な発信からインターネットを利用した即時性や相互性の高いものへと変質しています。  行政や市民発信のイベントなども同様に、単一方向から双方向へと変わって来ています。</p> <p>伊豆を含めて静岡県東部の中核都市、沼津市の市民目線からの情報発信の希薄さを受け「より市民に近いポータルサイト」の必要性からこの事業の発案に繋がりました。また各所に点在する「沼津のいい所を紹介するサイト」や「沼津の名物」「沼津の名所」などのサイトを繋げる「コンシェルジュ」的な要素も盛り込みます。</p> <p>「非公式」という立場を生かして沼津公式のアカウントなどと連携しつつ、あえてトラブルっぽい演出からの和解など「プロレス」をする事によって、沼津の情報発信への求心力を高めて行くと共に市外へのアピールもしていく。</p> <p>WEB 概要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ イベント情報 各イベントの情報などをある程度の種類別に分けてアクセシビリティをあげます。</li> <li>■ マップ イベントコーナーと相互連動して google マップで情報を取れる様にします。またこれを実店舗に今後設置予定のタッチパネル等でもアクセス出来る様にします。</li> <li>■ コラボレーション企画 地域の有名な食べ物などやグッズなどを色々ご紹介します。またコラボレーションなどで「ここでしか手に入らない商品」などもご用意する予定です。</li> <li>■ 映像コーナー 当店キャラクター「ひものん(仮称)」をナビゲーターとして沼津/伊豆のいい所などを映像で紹介します。</li> <li>■ SNS 連動コーナー FACEBOOK や Twitter、Instagram などを利用して情報のアウトプットへのスピード感を重視していきます。</li> <li>■ 読み物 「沼津の凄い方」にコラムを書いて頂いたり、「沼津の話題の場所」などを取材して記事にしたりと市のオフィシャルでは出来ないを多めに盛り込みます。</li> </ul>

事業効果	<p>官公庁発信のキッチリした形の web ではなく、スピード感のある更新の web を作成する事によって、若年層へのアピールとなる。また SNS などと連動して中間層～高齢層へのアピールも可能である。</p> <p>それら幅広い層へアピールする際に市のオフィシャルサイトなどでは出来ないだけ方やゆるキャラなどの程よい脱力感とトガリ方(例:ふなっしー等)などで親近感を持って貰い、そこに双方向のコミュニケーションを作成し、さらに情報収集の精度を高めていく。</p> <p>情報発信にプラスしてそのだけ方やトガリ方がインターネットのスピードに乗る事によって県外の方にも届き、それが集客へのアピールとなっていく。</p>
------	--

※ 評価の視点については、募集の手引きを確認してください。

公益性	<p>沼津市は食事や景観など観光資源が豊富にも関わらず役所の発信と市民のアンテナの距離感が遠い街である。両者の間に入って情報の収集/共有などを民間の目を通じて間近に感じさせる事が出来るサイトが出来る事によって、沼津市内は元より市外、県外からいらっしゃるお客様の増加に繋がり、イベントの活性化とより高い経済効果が臨めるものである。またより公益性の高いイベントについては特集などを組んで取材するなどその強みをより高める事が出来る。</p>
発展性	<p>初期段階として市役所からの情報と共に市民団体や NPO などの情報収集に努め、弊社キャラクターをナビゲーターとした動画作りなどを含めて様々な場所を紹介し、より親しみを持って頂く。</p> <p>その後の段階として地元企業とコラボレーションしたイベントなどでまとまった PV や SNS メディアへのアピールなども継続して行う事により地域活性化の一助となる。</p>
地域性	<p>行政だけでなく地元の老舗や有名店などのアピールと共に共同商品開発、その先にある新名物の開発など様々な展開の可能性はある。</p> <p>そこからの展開で沼津市や伊豆地方への来客の増加やイベントの多様性へと波及していく。</p> <p>またそれを利用する事によってぐるめ街道や沼津市街などにも大きな波及になって行く事を期待出来る。</p>
必要性	<p>現状で、沼津市の官民を含めたイベント情報などを総合的にチェック出来るサイトがしっかり検索に引っかかって来ない現実を受け、そこを埋めていく事は花火大会や中央公園イベント、ママイイベントなど多岐に渡っての集客へのアピールへと繋がる。</p> <p>そこを起点として沼津市に興味を持って頂いたり来て頂いたりする事は、コストをかけて 100,000 枚チラシを作るって近隣に送る事よりコストも下がリスピードも上がり費用対効果としては著しい。</p>
先導性	<p>「市の非公式サイト」という形で沼津市の公式サイトや SNS アカウントなどと「あえての」絡みをした事によって話題になっていく部分は非常に多い。かつて東北の震災の際に NHK の災害情報アカウントが NHK らしからぬ(いい意味で)挙動を起こした事に反応した人々などをみるに限り、そのギャップを使う事は沼津市への注目を高める事が出来る。</p>
継続性	<p>Twitter や Facebook などの SNS ごとの流行り廃りは今後とも起きるものの、インフラとしてのインターネットが下火になる事はこの先当分の間はあり得ない。新たに現れる WEB サービスなどを取り入れながら発信を続ける事でアクセスを高め、そのアクセス数からブランディングをやる事で広告や物品販売などでの収入を見込める。</p>