

成果検証報告書

【成果指標の達成状況】

成果検証実施年度 令和3年度

| | | | | | | |
|--------------------|--|----------------------|------------------|--------------|------------------|-------|
| 市町村名 | 長瀬町 | | | | | |
| 提案事業名 | 長瀬町WEB版移住窓口・お試し移住体験プロモーション事業 | | | | | |
| 事業期間 | 令和2年度 ~ 令和2年度 | | | | | |
| 成果指標 | (成果を検証する指標) 窓口相談件数 | | | | | |
| | (成果検証の具体的な方法) WEB窓口での問合せ及び役場窓口での問合せ件数及び個別相談・個別ツアー参加者数の実測合計値とする。住民への公表方法については、町HP内にて公表を行う。 | | | | | |
| | (成果の目標値に対する実績) | | | | 達成度 | A B C |
| | 従前値 (R2年1月時点) | 4件 ※令和元年12月より運用開始 | 目標値 (R3年3月時点) | 225件 | 実績値 (R3年3月時点) | 114件 |
| | (施設建設等の場合の実績) | | | | | |
| | 年間利用者数 (人) | (目標) (実績) | 稼働率 (%) | (目標) (実績) | | |
| 住民への公表状況 及び特記事項 | 町HPにリンクを掲載し、幅広く周知している | | | | | |

【事業効果の整理・原因分析】

令和2年度 構成事業

| 構成事業名 | 事業効果 | 事業効果の概要及び原因分析 |
|--------------------------|-------|--|
| ① WEB版移住サポート・おたためし移住体験事業 | ○ | 動画の再生回数が延べ126,862回、移住漫画はWEBサイト訪問者の約30%が閲覧、チャットボット起動回数に対して67%が質問を行うなど、アクセスした人のコンテンツ利用率は高い結果となった。 |
| ② 移住プロモーション事業 | △ | プロモーションの実施により80社のメディア記事掲載（広告換算額57,570,000円）があり、広くPRはできたものの、ターゲット層の移住に対する興味関心が具体的な行動を起こすところまで高まっていなかったこと、移住環境の整備（住居・テレワーク環境等）が十分でなかったことから、WEBサイトへの誘引にまでは至らなかった。 |
| ③ | ○ △ × | |
| ④ | ○ △ × | |
| ⑤ | ○ △ × | |
| ⑥ | ○ △ × | |

【成果検証の総括・改善策の検討】

| | |
|--------------------------|---|
| 実施事業について 十分に成果が認められた点 | 認知については、動画作成やプロモーションの実施により広くPRできた。 また、各種メディアで取り上げられたように、コンテンツ自体もあまり前例のない手法であったため、町の移住施策として独自性をPRすることができた。 また、チャットボットにより延べ90回分の簡易な質問を担当の工数をかけずに対応することができ、人的コストの改善につながった。 |
| 実施事業について 成果が不十分である点 | 社会情勢による影響も大きいと想定されるものの、認知→興味からの具体的なアクションを起こすまでの導線の設計に課題が残った。 目標値は大きく届かなかった結果となったが、チャットボットの質問回数90回を加算すると目標数値に近い数値となるため、目標自体に設計漏れがあった。 |
| 成果検証を踏まえた 今後の改善策 | 利用者が問い合わせたくなるようなソフト面、ハード面を整備し、また相談者に親身に対応することにより実績を積み上げることで、今回のPR手法とは異なる人脈型のPRを行っていく。 |