

# 「紀伊半島移住プロモーション事業これまでの取組

【事業目的】首都圏からの移住・定住を促進するため、同一の半島地域である奈良県・和歌山県・三重県が協働し、スケールメリットを生かし、紀伊半島を1つのエリアとして魅力をPRする移住プロモーションを実施し、情報発信力を高める。

## 第2ステージ

平成30年度～ 紀伊半島を深く知ってもらい  
関わってもらう人を増やす。

平成30年度(事務局:奈良県)

13,362千円(三県均等負担4,454千円)

- (1)週末お試し移住体験ツアーの実施  
各県においてそれぞれのターゲット層に応じたモニターツアーを各2回開催  
○奈良県 ①下北山村 OL・働く女性3名(1月12日～13日)  
②下北山村 フリーランス 3名(1月12日～18日)  
○和歌山県 ①田辺市・白浜町 フリーランス2名(1月12日～13日)  
②有田市・有田川町・海南市 OL・働く女性3名(1月26日～27日)  
○三重県 ①松阪市 子育て世帯 3名(1月12日～13日)  
②亀山市 子育て世帯 4名(1月19日～1月20日)
- (2)紀伊半島カフェイベントの開催  
「週末お試し移住体験ツアー」の参加者や先輩移住者が体験談、紀伊半島の魅力を語る  
カフェイベントを都内で開催(3月9日)  
第1部 紀伊半島ライフを語り合おう ～ファミリー移住者とシェアする魅力～  
場所: tiny peace kitchen 参加者11名  
第2部 kii Life in Tokyo ～紀伊半島移住者とライフスタイルを語り合おう～  
場所: リトル・トーキョー 参加者25名
- (3)市民参加型のWEBやSNS等を活用した情報発信  
・「紀伊半島サポーターズ・コミュニティ」となるメディア(SNS上)の立ち上げ  
・首都圏、地元住民で、紀伊半島の魅力発掘隊を育成するスクーリング(養成塾)の開催  
奈良県 下北山村で実施(12月15日) 参加者28名  
和歌山県 田辺市で実施(1月19日) 参加者44名  
三重県 尾鷲市で実施(1月26日) 参加者17名  
首都圏 「紀伊半島魅力発掘サミット」の開催(3月2日) 参加者29名



<週末お試し移住体験ツアー>



<カフェイベント>



## 第1ステージ

平成27年度～29年度 紀伊半島の移住に関して認知度を  
向上させるためのプロモーション

平成29年度(事務局:和歌山県)

14,507千円(三県均等負担4,836千円)

- (1)WEBを中心としたメディアミックスによる情報発信  
・asoview!での移住×体験特集ページ開設  
・趣味と仕事を両立した新たなライフスタイルの提案動画の配信  
・「PEAKS」「ランドネ」「NALU」「Discover Japan」での移住者紹介記事掲載
- (2)首都圏在住の20代～30代をターゲットとした「しごと」や「働き方」をテーマにしたイベントの実施  
①渋谷キャストでのトークショーイベント(1月20日/参加者44名)  
・テーマ「人生を謳歌する為の移住」  
・趣味誌の編集部員と趣味がきっかけで移住に至った方のトークイベント  
・紀伊半島の食材を生かした、投弾者・来場者との懇親会  
②渋谷キャストでのトークショーイベント(2月24日/参加者43名)  
・テーマ「紀伊半島でみつけた、自分らしい仕事と働き方」  
・地域の魅力を生かした働き方、またフリーランサーの移住者トークイベント  
・紀伊半島の食材を生かした、投弾者・来場者との懇親会

トークセッション参加者数 のべ87名



<趣味雑誌>



<動画制作>



<移住者トークイベントの様子(渋谷キャスト)>






総事業費

内容

# 「紀伊半島移住プロモーション事業」これまでの取組

【事業目的】首都圏からの移住・定住を促進するため、同一の半島地域である奈良県・和歌山県・三重県が協働し、スケールメリットを生かし、紀伊半島を1つのエリアとして魅力をPRする移住プロモーションを実施し、情報発信力を高める。

## 第1ステージ 平成27年度～29年度 紀伊半島の移住に関して認知度を向上させるためのプロモーション

	平成28年度（事務局：三重県）	平成27年度（事務局：奈良県）
総事業費	14,641千円(三県均等負担4,880千円)	14,885千円(三県均等負担4,962千円)
内容	<p>(1)紀伊半島地域で「働く」ことをテーマとした企画の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東京在住のクリエイターに紀伊半島での暮らしを体験してもらうモニターツアーの実施及び発信</li> </ul> <p>(2)紀伊半島地域での働き方や暮らし方などを専門誌やインターネット等複数の媒体でPR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・雑誌『Discover Japan』11月号、1月号、3月号での紀伊半島での暮らしを体験してもらうモニターツアーに関する記事掲載</li> <li>・雑誌『ランドネ』3月号での三県移住者に関する記事掲載</li> <li>・『Discover Japan』ウェブサイト内特設ページ、フェイスブックでの情報発信</li> <li>・抜き刷り冊子制作</li> </ul> <p>(3)都内の飲食店等における一定期間の移住プロモーション事業の実施</p> <p>①渋谷シティラウンジでのプロモーション(2月6日～3月14日)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・紀伊半島の移住者の日常を捉えた写真を中心に店内装飾(パネル展示・ランチョンマット等)を実施</li> <li>・紀伊半島の食材を使用したメニューの提供(提供例：紀伊半島3種のごちそう丼セット)</li> <li>・三県移住者及び三県へのモニターツアー参加者によるトークイベント開催 (3月4日/参加者60名)</li> </ul> <p>②丸の内ハウス内3店舗(MUSMUS・来夢来人・TIKIBAR)でのプロモーション(2月20日～3月5日)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・紀伊半島の移住者による3県の魅力発信ポスター等の掲載</li> <li>・紀伊半島の食材を使用したメニューの提供(提供例：紀伊半島ばかり蒸しセイロごはん)</li> <li>・三県移住者トークセッション等のイベントの開催(3月1日/参加者31名)</li> </ul> <p style="text-align: center;">トークセッション参加者数 のべ91名</p>	<p>(1)渋谷シティラウンジ店舗連動型イベントの実施</p> <p>①渋谷ロフト2階「渋谷シティラウンジ」にてPR(1月5日～1月31日)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・パネル展示・ランチョンマット等による店内装飾</li> <li>・紀伊半島エリア食材を使った料理提供 提供例：紀伊半島のごちそうプレート (三重県伊勢まだいの岩塩グリル、和歌山県めはり寿司・紀州うめ鶏のエスカベッシュ、奈良県いちごマカロンを盛り合わせたプレート)</li> </ul> <p>②三県移住者によるトークセッション(1月30日/参加者98名)</p> <p>③渋谷ロフト1階「間坂ステージ」での特産品等展示・販売(1月13日～1月27日)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・パネルやパンフレット等の情報媒体の展示に加え、3県を代表する品々の展示販売も実施 (上記期間中に183点25万円超の売上)</li> </ul> <p>④雑誌「Discover Japan」による広報</p> <p>⑤抜き刷りパンフレットの作成</p>
	<p>①移住者トークイベントの様子 (MUSMUS) &gt;</p>  <p>&lt;抜き刷り冊子&gt;</p>  <p>&lt;ランチメニュー&gt; (渋谷シティラウンジ)</p>  	<p style="text-align: right;">&lt;雑誌「TURNS」記事&gt;</p> <p>②三県テラスでの移住者トークセッション(1月23日)</p> <p>①三県移住者によるトークセッション(参加者35名)</p> <p>②雑誌「TURNS」による広報</p> <p style="text-align: center;">トークセッション参加者数 のべ133名</p> <p>&lt;間坂ステージ(渋谷ロフト)で販売&gt;</p>  <p>&lt;渋谷シティラウンジ&gt;</p> 