

テーマ設定型事業②（令和6年度活動事例）

北のクラフトフェア まちなか企画発信事業

事業の内容

「北のクラフトフェア」（10月12日～14日）に合わせ、中心市街地の店舗や施設で開催される「まちなか企画」に対し、情報発信を強化することで、来場者数の増加や盛岡市内の賑わい創出につながりました。

◆発信方法

・ 6月～7月

当実行委員会と協働で情報発信に取り組む学生グループ「まちきた〜ず」を発足。7月までにSNSの運用について学びを深め、ロゴマークやInstagramへの投稿フォーマットを制作。

・ 8月

「まちなか企画」への参加企画を募集し、作家の展示販売など20のまちなか企画の応募があった。

・ 9月

学生3チームと実行委員会スタッフで分担し、企画主催者への事前取材を実施。撮影した動画を60秒のリール動画にまとめ、Instagramに投稿。

・ 10月（「北のクラフトフェア」）

開催日当日に各企画会場を巡り、開催風景をリアルタイムで発信した。

【実施主体】

北のクラフトフェア実行委員会

【設立年月】 令和4年4月

【代表者】 実行委員長 木村 敦子

【主な活動実績】

○令和4年度

・ 北のクラフトフェア MORIOKA 2022

○令和5年度

・ 北のクラフトフェア MORIOKA 2023

○令和6年度

・ 北のクラフトフェア MORIOKA 2024

※「北のクラフトフェア」とは

盛岡城跡芝生広場で開催されるクラフト作家の作品展示販売を中心としたイベント。令和4年度から、毎年10月の3連休に開催。

【協働担当課】

経済企画課

【令和6年度補助額】 500,000円

事業の実施を通して

事前取材を経て制作したInstagramへの投稿の閲覧数は平均で1,111ビュー、クラフトフェア当日のストーリー投稿は10月12日分が2,824ビュー、10月13日分が1,834ビューとなりました。

開催後に「まちなか企画」主催者へ行ったアンケートでは、「来店者数の増加」「企画認知度の向上」を感じたとの回答が半数から寄せられ、個人店の回答者のうち、8割が普段の土日よりも売り上げが増加したと回答しました。

Instagramの閲覧数の伸びやアンケート結果から、「まちなか企画」の発信が各企画への来場者数の増加に対して一定の効果をもたらし、来場者に対して市内中心市街地エリアへの来店を促すとともに、個人店の認知度の向上や盛岡市内の回遊を高める目的を達成できたと考えます。

（北のクラフトフェア実行委員会）

