

令和6年度気仙沼市デジタル水産業推進協議会

第1回C分科会

日時： 令和6年7月8日（月）午前10時00分～

場所： 気仙沼市水産研修センター＋オンライン

次 第

1 開 会

2 挨拶

3 出席者紹介

4 報 告

（1）今年度における取組事項について

5 協 議

（1）今年度の事業計画について

6 そ の 他

7 閉 会

【配布資料】

- 1 次第（本紙）
- 2 出席者名簿
- 3 説明資料
- 4 説明資料 - 別添参照

令和6年度気仙沼市デジタル水産業推進協議会 第1回C分科会名簿

【気仙沼市デジタル水産業推進協議会C分科会員】

N0.	区分	所属	職名等	氏名	摘要
1	分科会長	アサヤ株式会社	代表取締役社長	廣 野 一 誠	
2	副分科会長	株式会社阿部長商店	経営管理部 部長	菅 原 圭 介	会場出席
3	学識経験者	東京海洋大学	海洋生命科学部 教授	東 海 正	オンライン
4	各種団体 ・企業 (所属名順)	アナハゼティ		加 藤 隆 介	欠席
5		株式会社石渡商店	代表取締役社長	石 渡 久 師	会場出席
6		気仙沼観光推進機構 (事務局：一般社団法人気仙沼地域戦略)	事務局長	小 松 志 大	会場出席
7		気仙沼商工会議所	総務課長兼デジタル化 推進室長	佐 藤 淳 一	会場出席
8		気仙沼市物産振興協会	事務局長	高 橋 ちひろ	会場出席
9		気仙沼信用金庫	常勤理事	加 藤 將 一	欠席
10		気仙沼つばき会・ 一般社団法人歓迎プロデュース	副会長・ 代表理事	小野寺 紀 子	会場出席
11		株式会社八葉水産	経営企画室 部長	清 水 健 佑	会場出席
12		株式会社ヤマヨ水産	代表取締役	小 松 武	欠席
13	関係 行政機関	宮城県気仙沼地方振興事務所水産漁港部	技術副参事 兼総括技術次長	鈴 木 永 二	オンライン代理出席 漁港管理班：五十嵐班長 水産振興班：阿部班長
14	気仙沼市	気仙沼市	デジタル補佐官	種子野 亮	欠席

【事務局】

N0.	区分	所属	職名等	氏名	摘要
1	気仙沼市	産業部水産課	課長	齋 藤 英 敏	
2		産業部水産課水産基盤係	技術主幹兼係長	吉 田 和 史	
3		産業部水産課漁業振興係	主幹兼係長	小野寺 幸 史	
4		産業部水産課漁業振興係	主幹	佐 藤 吉	
5	支援企業	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	主任研究員	秋 元 康 男	
6					

【オブザーバー】

N0.	区分	所属	職名等	氏名	摘要
1	外部企業	合同会社サンリクテック	代表	佐 藤 光 彦	
2					

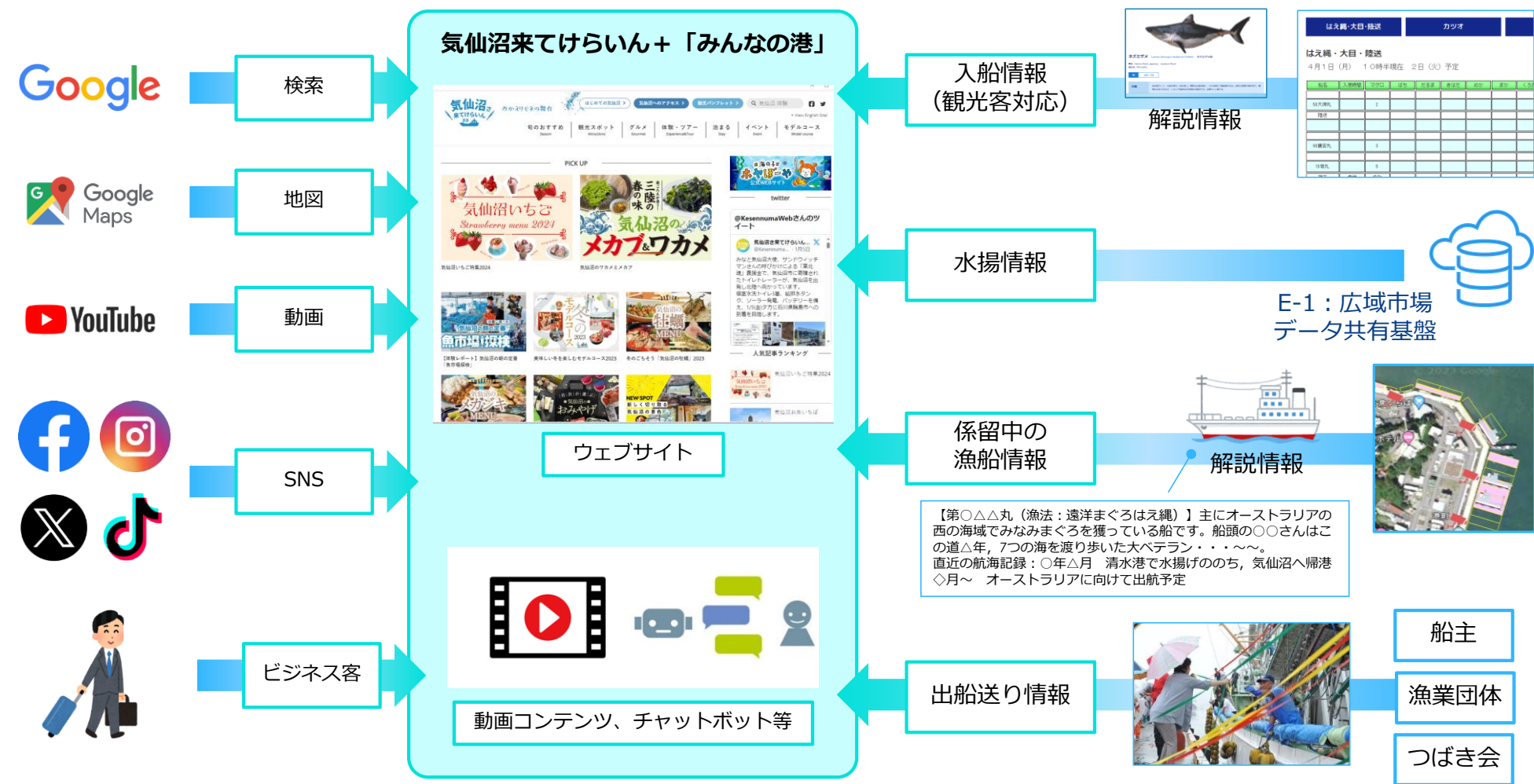


令和6年度気仙沼市デジタル水産業推進協議会 第1回C分科会説明資料

令和6年7月8日（月）
10：00～11：00

1. 報告 今年度における取組事項（全体像：“みんなの港” 連携する仕掛けの実現モデル）

昨年度の検討も踏まえ、発信する海業情報（下図右）、その情報を集約するプラットフォーム“みんなの港”（下図中央）、その情報にアクセスする方法・媒体の市場動向（下図左）について、検討する。



2. 協議 今年度の事業計画について

(1) 概要

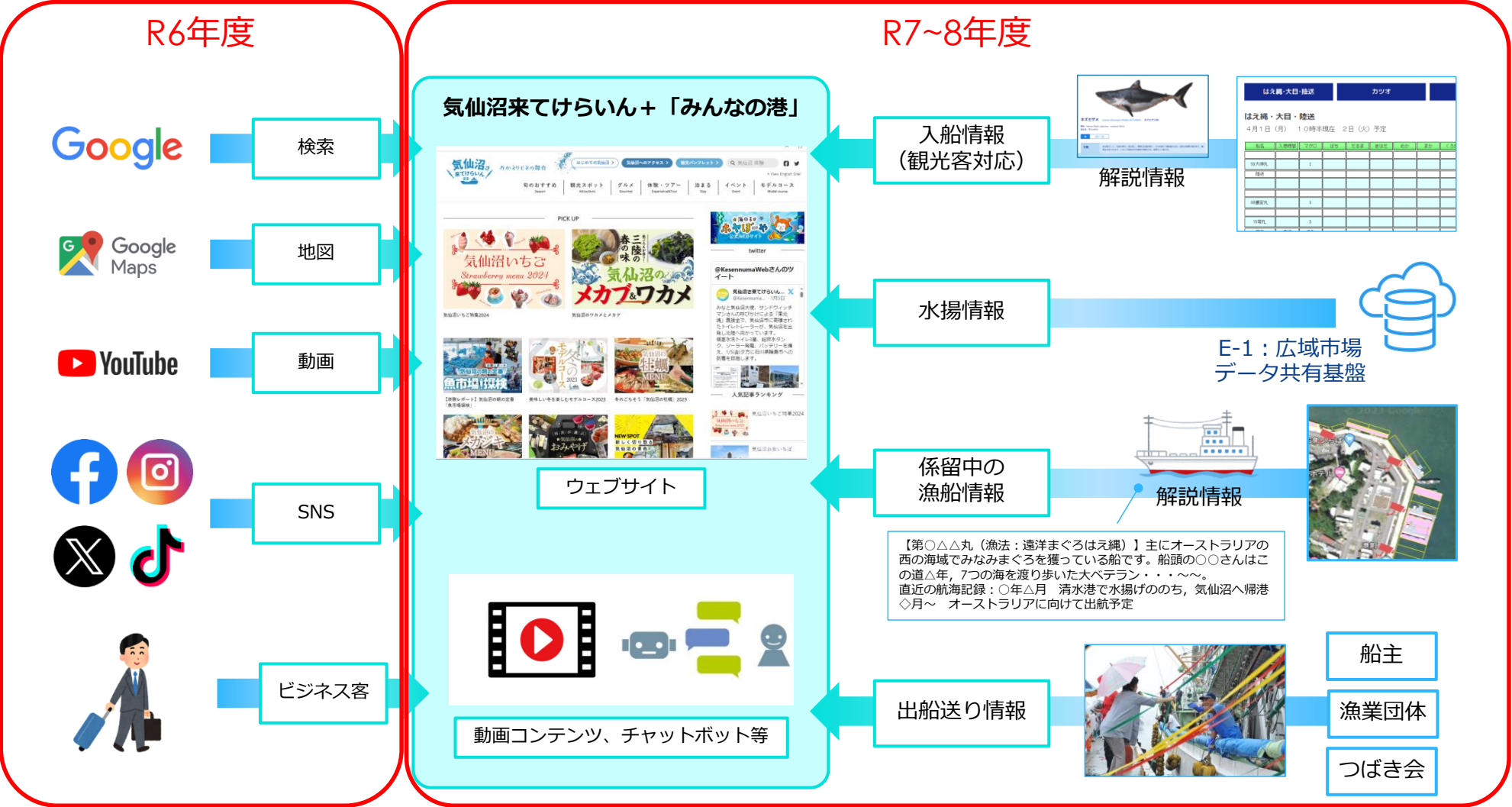
海業情報発信プラットフォーム「みんなの港」から発信される情報によって、より多くの視聴を得ていくために、その前段として、インターネット、SNSにおける市場動向を把握するための調査を実施する。

(2) 趣旨

- ① 海業プラットフォーム「みんなの港」の在り方の検討
= **多様にある海業情報のうち、どのような情報を発信していくのかの検討**
- ② ①の検討で大切な視点
= インターネット上の市場において、海業情報がどの程度求められるのか、どこで好反応を示すのか、**そのマーケット側の戦略も踏まえること**
- ③ ②の一方で、最近は、「検索エンジン<SNS」「テキスト<画像・動画」などの傾向から、以前よりも、マーケットの傾向を掴むことは難しさを増している。
→ 実際に、情報を発信してその反応を見る、トライ&エラーによってその傾向を掴むしかない。
- ④ 海業プラットフォーム構築の初年度（令和6年度）は、①の検討材料となる②に対する情報収集を目的として、③のとおり試行錯誤を伴う市場動向を把握するための調査を実施し、令和7年度以降の具体的実装に繋げていく。

3. 協議 年次計画と位置づけ

- R6年度 情報にアクセスする方法・媒体の市場動向（下図左）に対する検討
- R7年度 発信する海業情報，その情報を集約するプラットフォーム“みんなの港” の形成に対する検討
- R8年度～ プラットフォーム“みんなの港” の本格運用開始



4. 協議 実施内容

(1) 実施期間

令和6年7～12月予定

(2) 実施内容

① ショート動画からの市場動向調査

TikTok, Instagram「リール」, Youtube「ショート」と呼ばれる短尺動画（1分程度）について、本市観光・海業情報を基にした動画を作成し、その再生数から、当該SNSにおける市場動向を捕捉する。

② マーケット調査

各種SNSおよび検索エンジンを用いて、海業情報の検索数、閲覧数、エンゲージメントなどのデータを収集・分析する。

5. 協議 実施内容①ショート動画からの市場動向調査

(1) 内容

TikTok, Instagram「リール」, Youtube「ショート」と呼ばれる短尺動画（1分程度）について、本市観光・海業情報を基にした動画を作成し、その再生数から、当該SNSにおける市場動向を捕捉する。

(2) 動画仕様

- ① 作成本数： 約24本（週1本×4週×6月間を目安）
- ② 本市観光・海業情報を基にした動画を作成し、その再生数から、当該SNSにおける市場動向を捕捉する。
（例）第三者視点×食×気仙沼風景、観光してみた系
（イメージ）

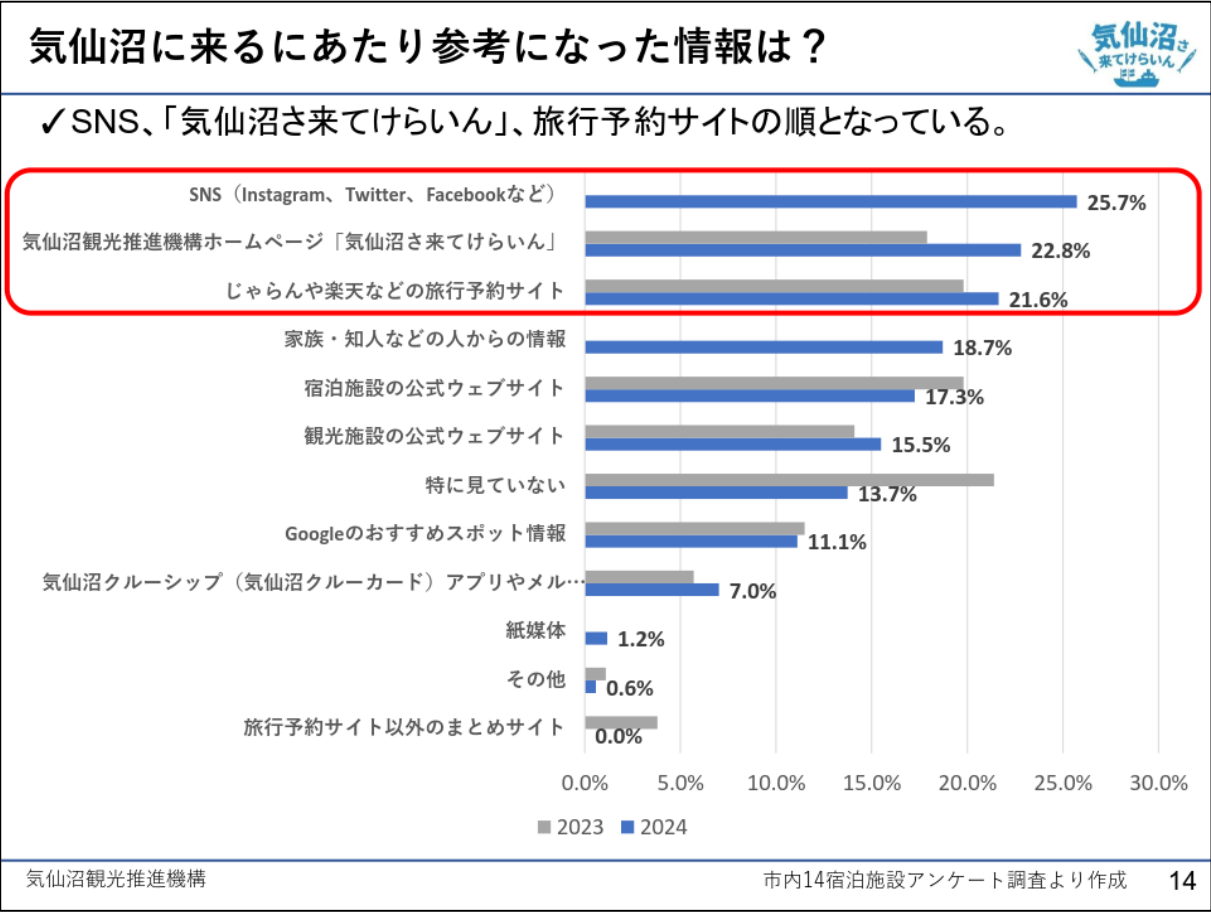


6. 協議 実施内容①ショート動画からの市場動向調査（補足）

SNSは既に全世代において広く活用されているほか、本市観光客にとっても最も参考となる情報の位置付けとなっている。
また、コンテンツ量が増え続ける中、動画視聴の時間が短縮されており、各媒体において短尺動画が中心となっている。

【令和5年度】主なソーシャルメディア系サービス／アプリ等の利用率										
	全年代(N=1,500)	10代(N=140)	20代(N=217)	30代(N=241)	40代(N=313)	50代(N=319)	60代(N=270)	男性(N=760)	女性(N=740)	70代(N=296)
LINE	94.9%	95.0%	99.5%	97.9%	97.8%	93.7%	86.3%	93.3%	96.5%	64.2%
X(旧Twitter)	49.0%	65.7%	81.6%	61.0%	47.3%	37.0%	19.6%	49.9%	48.1%	7.1%
Facebook	30.7%	10.0%	28.1%	44.4%	39.3%	32.6%	18.9%	32.8%	28.5%	11.1%
Instagram	56.1%	72.9%	78.8%	68.0%	57.2%	51.7%	22.6%	48.8%	63.6%	9.5%
YouTube	87.8%	94.3%	97.2%	97.1%	92.0%	85.6%	66.3%	89.6%	85.9%	39.9%
ニコニコ動画	13.7%	23.6%	24.4%	17.8%	10.5%	9.4%	5.2%	16.4%	10.9%	2.0%
TikTok	32.5%	70.0%	52.1%	32.0%	26.8%	25.4%	13.0%	29.2%	35.9%	3.7%

出典：R5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書
(R6.6:総務省情報通信政策研究所)



出典：令和6年度事業方針（R6.6.7：気仙沼観光推進機構）

7. 協議 実施内容②マーケット調査

(1) 内容

各種SNSおよび検索エンジンを用いて、海業情報の検索数、閲覧数、エンゲージメントなどのデータを収集・分析する。

(2) 調査内容

- ① 主要な検索ワード、ハッシュタグの使用状況、エンゲージメントの高い投稿内容などを調査し、どのような情報が求められているのかを把握する。
- ② 調査結果と本市が有する観光アセットを踏まえて、今後の海業情報発信の方針を策定する。
- ③ 調査内容は定期的に見直しを行い、最新の市場動向に対応する形で情報発信の戦略を更新する。

8. 協議 調査の成果について

(1) 調査成果

R7年度以降における海業情報のインプット, プラットフォーム形成に資する調査となるよう, 以下の市場動向が明らかとなるような成果を目指す。

- ① ターゲット → 誰が見ているか, 誰に届くか。
- ② 海業情報の優劣 → どのような情報が有意か
- ③ 情報発信の表現方法 → どのような表現が有意か

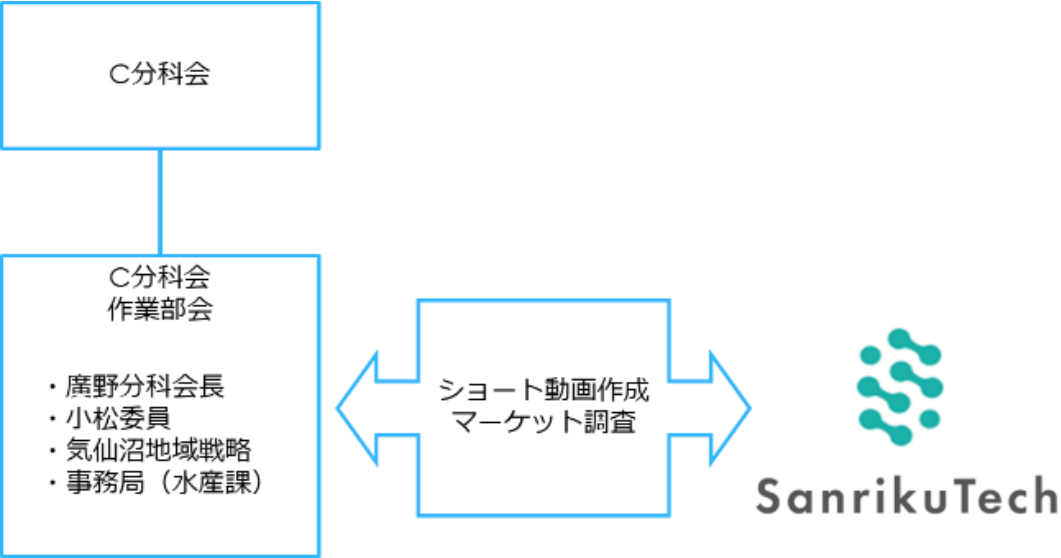
(2) 指標

- ① 動画再生回数ターゲット
- ② 「気仙沼さ来てけらいん」への流入数 など

9. 協議 実施体制・スケジュール

(1) 実施体制

- ① 作業部会と業務委託先で構成
- ② 業務委託先：合同会社サンリクテック
- ③ 予算：6,000千円
→ うち今回執行見込：2,200千円
※今後増額の可能性あり



(2) スケジュール

	R6						R7		
	7	8	9	10	11	12	1	2	3
C分科会	● 第1回						● 第2回 とりまとめ	→	
作業部会	● 進捗確認	→							
業務委託先	● 調査実施	→							



気仙沼市デジタル水産業推進協議会御中

SNS(ショート/長尺動画)を用いた マーケット調査・PRプロジェクト提案書

Confidential

SNS(ショート動画)に今取り組むべき理由

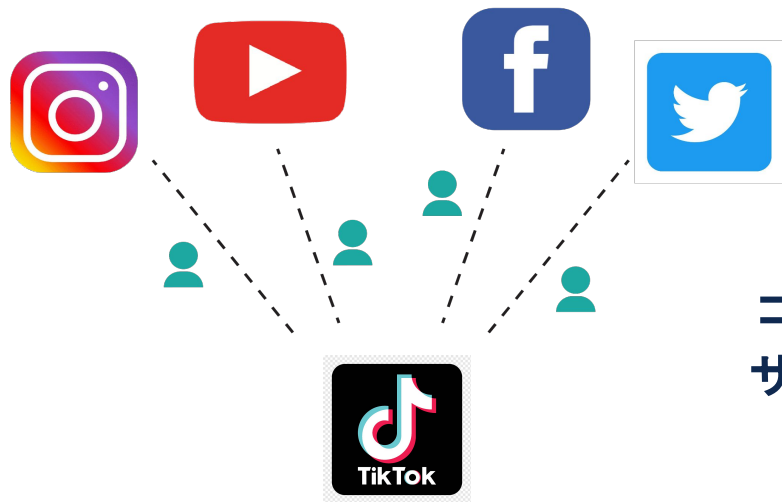
2023年末時点

国内18歳以上のYouTube月間視聴ユーザー:

7120万人

幅広い世代が視聴

(5歳から64歳が2680万人超)



コンテンツの量が増え続ける現代社会ではユーザーがアテンションを維持できる時間はどんどん短縮されている(約6秒程度)

▶各媒体「縦型・短尺ショート動画」アルゴリズム優遇が進んでおり、新規認知獲得のチャンスです。



アナハゼティ Anahazeti

@anahazeti6599 · チャンネル登録者数 10.5万人 · 701 本の動画

釣りやガサガサ、昆虫採集などのアウトドアを中心に活動し、アナハゼを信仰する秘密結... >

[instagram.com/anahazeti](https://www.instagram.com/anahazeti)、他 2 件のリンク

チャンネル登録



オガトレ

@ogatoro · チャンネル登録者数 147万人 · 504 本の動画

体が硬くて困っている人をこの世から無くしたい！ >

bit.ly/3dmcu4P、他 2 件のリンク

チャンネル登録



Animist

@Animist_1 · チャンネル登録者数 231万人 · 251 本の動画

世界中の感動時間を増やす！ >

[instagram.com/animist_stopmotion?igshid=YTQwZjQ0NmI0OA==&utm_sou...](https://www.instagram.com/animist_stopmotion?igshid=YTQwZjQ0NmI0OA==&utm_sou...)、他 5 件のリンク

チャンネル登録



MELOGAPPA

@MELOGAPPA · チャンネル登録者数 80.4万人 · 757 本の動画

もりとさくまによる音楽ユニットMELOGAPPAです！ >

melogappa.com、他 7 件のリンク

チャンネル登録



ながら洗車チャンネル

@nagaracarwash · チャンネル登録者数 14.8万人 · 193 本の動画

洗車の教科書を目指したチャンネルです！ >

チャンネル登録

YouTubeチャンネル登録数累計220万人超の成長と運営に関わり培ってきた実績と経験に加え、同業者コネクションに基づく情報蓄積があります。

Confidential



【400万円】お家、離れ、物置が付いた海を一望出来る御殿でスロー...

5327 回視聴・2 週間前

商店街にあるお菓子屋さんの空き家が喫茶店に生まれ変わった

108 回視聴・1 か月前

【100万円】海が見える畑付きファミリー向け物件。宮城の古民家で...

3287 回視聴・1 か月前

築54年、7年間空き家だった古民家がゲストハウスに生まれ変わった

188 回視聴・2 か月前



長尺、ショート動画の制作・運用 に強みがあります。



代表 ディレクター
佐藤 光彦 (Sam)

#オガトレを世界へ でツイートお願いします！
このチャレンジが広まることが一層の応援になります！



ライブ配信 タイムスケジュール
20:05- リターンの内容を紹介
20:15- 「オガトレHIT」の実演
20:20- オガトレvsSamの
首ゲー対決...?



(株)OGATORE取締役/ (合) サンリクテック代表

宮城県気仙沼市出身。千葉大学法経学部卒業。株式会社ADWAYSに新卒入社し、最年少部署月間MVPに輝くなどWeb領域で実績と経験を積む。その後個人事業主を経て、気仙沼市役所入庁。デジタル推進チーム最年少メンバーとして市公式LINE立ち上げ等に従事。通販エキスパート検定1級、宅建士資格を保有。講演実績あり。4児の父。

【主な経験と実績】

- ・通販ブランド/商品開発立ち上げ複数（半年で8桁規模成長に寄与、県水産加工品評会一般投票1位商品開発など）
- ・気仙沼市公式LINE新規立ち上げと運用（半年で市民1万人登録）
- ・Webサイト、ECサイト構築、DX推進、PM複数
- ・アプリ、システム開発（世界最大AR/VRアワードAuggie Awards受賞 *国内2社目）
- ・三井物産Shopifyアプリ「プラス SHIPPING」開発協力
- ・クラウドファンディング（360万円超の支援を集める）



役員 デザイン統括

吉川 直哉 Naoya Kikkawa

経歴

- ・宮城県気仙沼市出身
国立一関工業高等専門学校→公立はこだて未来大学 卒
- ・株式会社アドウェイズ 2014-2017 （代表佐藤と奇跡の同期入社！）
広告代理店のデザイナーとしてバナー広告、ロゴ、LPを中心としたデザイン制作。
その後は広報として企業PRに従事。
- ・コミュニティFMラジオ局、水族館スタッフなどを経て
釣りYouTubeチャンネル「アナハゼティ」設立（チャンネル登録者 10万人超）
- ・現在はフリーでデザイン業務も行いつつ、「YouTuber」と「デザイナー」の二足の草鞋で活動中！

Cross Spire



◎現役データサイエンティストが、マーケットデータ解析します

サンリクテックが、本プロジェクト実施にあたっての業務顧問として、現役の大手IT企業データサイエンティストである、鈴木透馬氏（気仙沼市出身・東京大学卒）にサポートいただきます。

豊富な提携パートナー：会社理念により、「**地域内経済循環最大化**」を目指しております。宮城県気仙沼市在住の動画クリエイターのほか、カメラマン/ディレクター/デザイナー/Webエンジニアなど、迅速かつ効率的にお客様のニーズに対応するための業務提携を行い、万全な運用体制を整えています。



今回のご提供内容① ソーシャルメディア調査 & メディア構築

目的: 気仙沼市水産コンテンツ認知アップ による観光客数向上

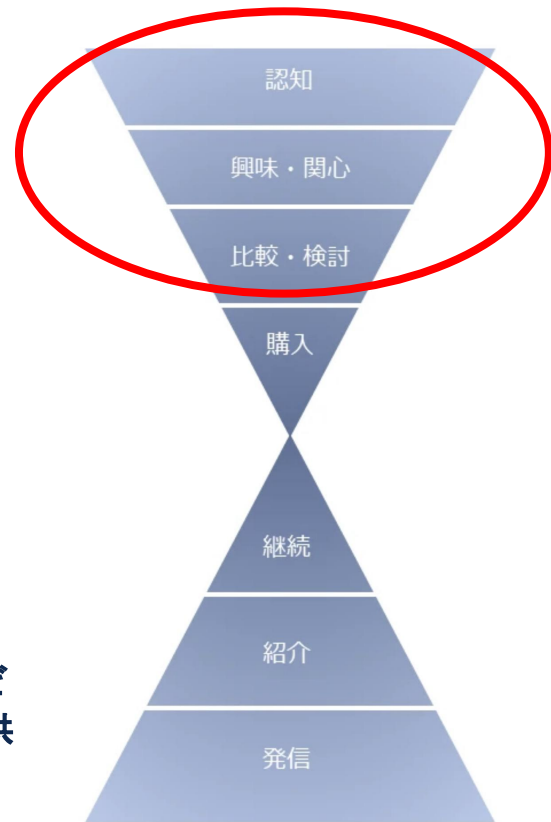
提供内容: 各種 SNSでのショート動画投稿を通じて、
「新規接点」を増やすことで目的をサポートします。

1. マーケットインでの「1分以内」のショート動画を企画・撮影・編集します。

2. Instagram、TikTok、YouTube、それぞれのアカウントを新規開設。

複数の動画投稿をし、水産コンテンツのマーケットを調査します。

*動画を投稿していくことで、各種データ(再生数やエンゲージメント等)を検証し、どれだけのアトリビューション(目的達成への貢献度)があるかの参考データをご提供します。



今回のご提供内容② その他マーケット調査

ご提供内容: マーケット調査データを提供します。

- ・検索キーワード調査 「例: 検索ボリュームの多い海関連のキーワード調査」
- ・Googleマップ調査 「日本全国で海関連で多い良口コミを調査」

◎情報ソース調査

- 各種魚市場の状況
- 係留岸壁の状況
- イベント情報の状況

- ①国内マーケット / ②海外マーケット
- ③ビジネス客誘客のための情報周辺データ



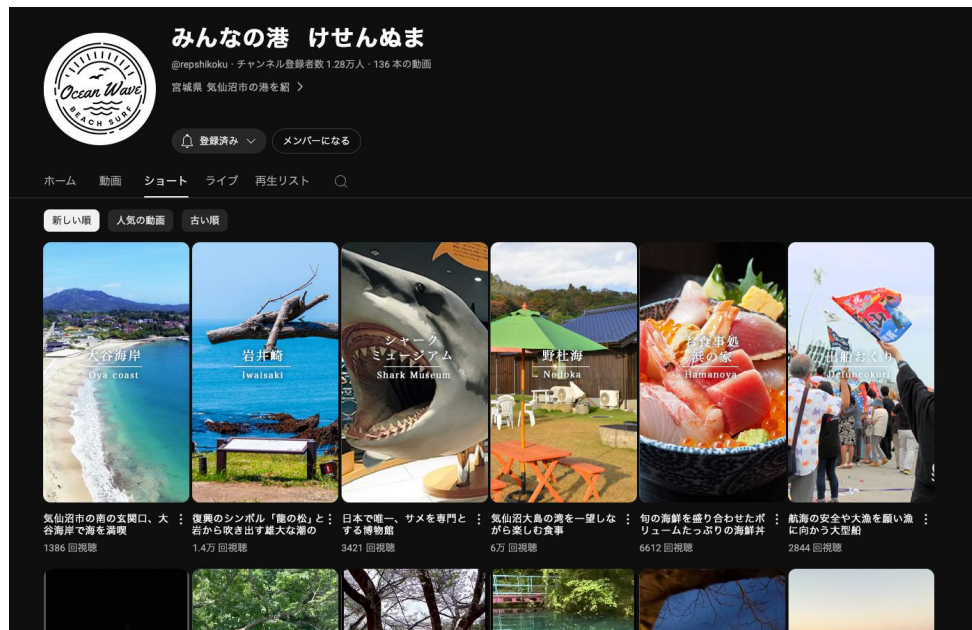
The screenshot shows a web interface for finding new keywords. At the top, it says '新しいキーワードを見つける' (Find new keywords) with a close button. Below this are two tabs: 'キーワードから開始' (Start from keyword) and 'ウェブサイトから開始' (Start from website). The 'キーワードから開始' tab is active. The main section is titled 'ビジネスに密接に関連している商品やサービスを入力します' (Enter products or services closely related to your business). It features a search bar with a magnifying glass icon, a dropdown menu showing '気仙沼' (Kesennuma) and '港' (Port), and a button '+ 別のキーワードを追加します' (+ Add another keyword). Below the search bar, there are radio buttons for '日本語 (デフォルト)' (Japanese (default)) and '日本' (Japan). To the right of the search bar, there is a note: '限定的または一般的になりすぎないようにしましょう。たとえば、食品宅配ビジネスの場合は「食事」ではなく「食事の宅配」のほうがよいでしょう' (Don't be too specific or too general. For example, in the case of a food delivery business, 'meal' is better than 'food delivery'). Below the search bar, there is a section titled '無関係なキーワードを除外するため、サイトの URL を入力しましょう ②' (To exclude irrelevant keywords, please enter the site URL ②). It features a text input field with a placeholder 'https://'. To the right of the input field, there is a note: 'サイトを使用すると、サイトで取り扱っていないサービス、商品、ブランドは対象から除外されます' (When using the site, services, products, and brands not handled on the site will be excluded). At the bottom left, there is a blue button labeled '結果を表示' (Display results).

- 1.各種マーケットを調査する
- 2.全体調査しつつ、マーケットイン型でいくつかのパターンで新規 SNS (Instagram、TikTok、YouTube) でショート動画を制作し、SNSで認知を取れるコンテンツの型を探す
- 3.当たる型が見つかれば、それを拡大する。同時並行的に、インフルエンサーマーケティング実施(選定からギフトイング、コラボレーションまで一気通貫でサポート)
- 4.そこから初めて「気仙沼」という町を知ってもらい、比較検討する人へ、オンラインからリアルの気仙沼観光来訪までの動線を敷く(例:コメントでクーポン配布、イベントプロモーションなどと連携)

SNSのアルゴリズム優位で新規リーチしやすい「ショート動画」を軸に観光「見込み客」との接点を増やすことで、目的達成をアシストします。

目的・コンセプト

- 気仙沼のコンテンツを国内外に発信し、「世間の興味を調査」する 気仙沼が持つ豊かな自然、地元の特産品や文化など、さまざまなコンテンツを動画で紹介し、国内外の視聴者からの反応を分析することで、気仙沼に対する興味や関心の動向を把握する。
- 気仙沼の港のブランディングを図る 気仙沼港の魅力や特色を強調した動画を制作し、ブランドイメージの確立を目指す。
- 観光客の誘致 動画を通じて、気仙沼の魅力的な観光スポットやアクティビティを紹介し、気仙沼を訪れる観光客を増やし地域の活性化を図る。



ショート動画 イメージ

(マーケット調査をしつつコンテンツをストックしていく)





チーム内で連携し気仙沼の海業の有力コンテンツ(魚食等)を活かした動画企画を検討していく。
弊社で撮影不可な素材(季節物、船上での漁の様子など)については、各機関と随時連携させていただく。

- 唐桑半島トレッキング(各種トレッキング)
- 気嵐、歩こう朝の魚市場、Kesennnuma Brewer's Table
- 塩づくり体験(岩井崎)、伝承館・語り部
- RSTクルーズ、気仙沼まちあるき、Oyster Farm Tour～Oyster cruise & Steamed Oyster～、Oyster Farm Tour～Oyster cruise & Tasting Oyster～
- 唐桑カキホタテ養殖漁業体験、防潮堤視察プログラム(団体)
- 漁具屋体験(漁具屋探検ツアー)、バスガイド
- 氷屋体験(オカモト・オブ・アイス)、あわび養殖体験、海水浴、マリニアクティビティ系

週1本ずつを目安に、6か月で24本の動画発信を通じてマーケットを調査いたします。

撮影コンテンツ	動画形式	スケジュール(月)	内容例
大谷海岸	Shorts	7	海岸を空撮、砂浜から歩いて全体撮影(人は映り込まないように)
小田の浜海水浴場	Shorts	8	
シャークミュージアム	Shorts	8	
氷の水族館	Shorts	8	
浮見堂	Shorts	8	

- そのほかの構成イメージは、都度ご相談します。気仙沼の食×特産品、気仙沼の食×レシピ系、
(例：紅梅の揚げあんぱんを買ってきて風光明媚な景色と共に食べる、地元の鮮魚店で海鮮丼を買ってきて海見ながら食べる等)



合同会社サンリクテック

クリエイターと地域社会が共に笑顔になる未来を創る。

〒988-0804 宮城県気仙沼市東中才145番地2

Mail: info@sanrikutech.jp / <https://sanrikutech.jp>

個人情報保護士・宅建士在籍

2023年4月創業