

令和7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7年6月19日（木）午後4時30分～
場所： 市魚市場3階会議室1・2 + オンライン

次第

1 開会

2 挨拶

3 出席者紹介

4 協議

(1) C-1-1：海業情報発信プラットフォーム構築に係る市場動向調査事業について

5 その他

(1) C-1：「みんなの港」の構築に向けた令和7年度の各取組について

6 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 - 別添資料

令和7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】

NO.	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	会場
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	欠席
3	学識経験者	東京海洋大学	海洋生命科学部 教授	東海正	欠席
4	各種団体 ・企業 (所属名順)	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
5		気仙沼信用金庫	常務理事	藤田洋平	欠席
6		アナハゼティ		加藤隆介	欠席
7		株式会社石渡商店	代表取締役社長	石渡久師	オンライン
8		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	オンライン
9		気仙沼市物産振興協会	事務局長	高橋ちひろ	会場
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	
11		株式会社八葉水産	取締役常務	清水健佑	欠席
12		株式会社ヤマヨ水産	代表取締役	小松武	オンライン
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	総括技術次長兼班長	芳賀圭悟	会場
14		宮城県気仙沼地方振興事務所水産漁港部 漁港管理班		三岡知古	会場
15		宮城県気仙沼地方振興事務所水産漁港部 水産振興班	技術次長兼班長	中家博	会場
16	気仙沼市	気仙沼市	デジタル補佐官	種子野亮	

【オブザーバー】

NO.	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	会場
2		合同会社サンリクテック		吉川直哉	オンライン
3		東京海洋大学三陸サテライト		小松朋子	会場

【事務局】

NO.	区分	所属	職名等	氏名	
1	気仙沼市	産業部水産課	課長	齋藤英敏	
2		産業部水産課漁業振興係	主幹兼係長	小野寺幸史	
3		産業部水産課漁業振興係	主査	川田成海	
4	古墳企業	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	



令和7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7年6月19日（木）
16：30～18：00

協議1.1. C-1-1：海業情報発信プラットフォーム構築に係る市場動向調査事業 概要

1. 概要

海業情報発信プラットフォーム「みんなの港」について、より多くの視聴を獲得していくために、令和6年度の成果を踏まえ、インターネット、SNS等の市場動向を把握するための調査を行う。

2. 背景・趣旨

- (1) 本調査は昨年度からの継続事業として位置付け（年次計画は次頁参照）。
- (2) 昨年度、短尺動画による海業情報発信の試行により得た多様な成果と課題について深掘りし、「みんなの港」のブランディングを目指す。

3. 調査概要

(1) 概要

短尺動画等を用いた海業情報を制作・発信し、その再生数から市場動向を調査する。

(2) 時期 令和7年7月～令和8年3月

(3) 主体 協議会

(4) 委託先 合同会社サンリクテック

(5) 内容（詳細は別添資料参照）

制作頻度：週1回ペース（前後あり）

投稿先：Youtube「ショート」, Instagram「リール」, TikTok

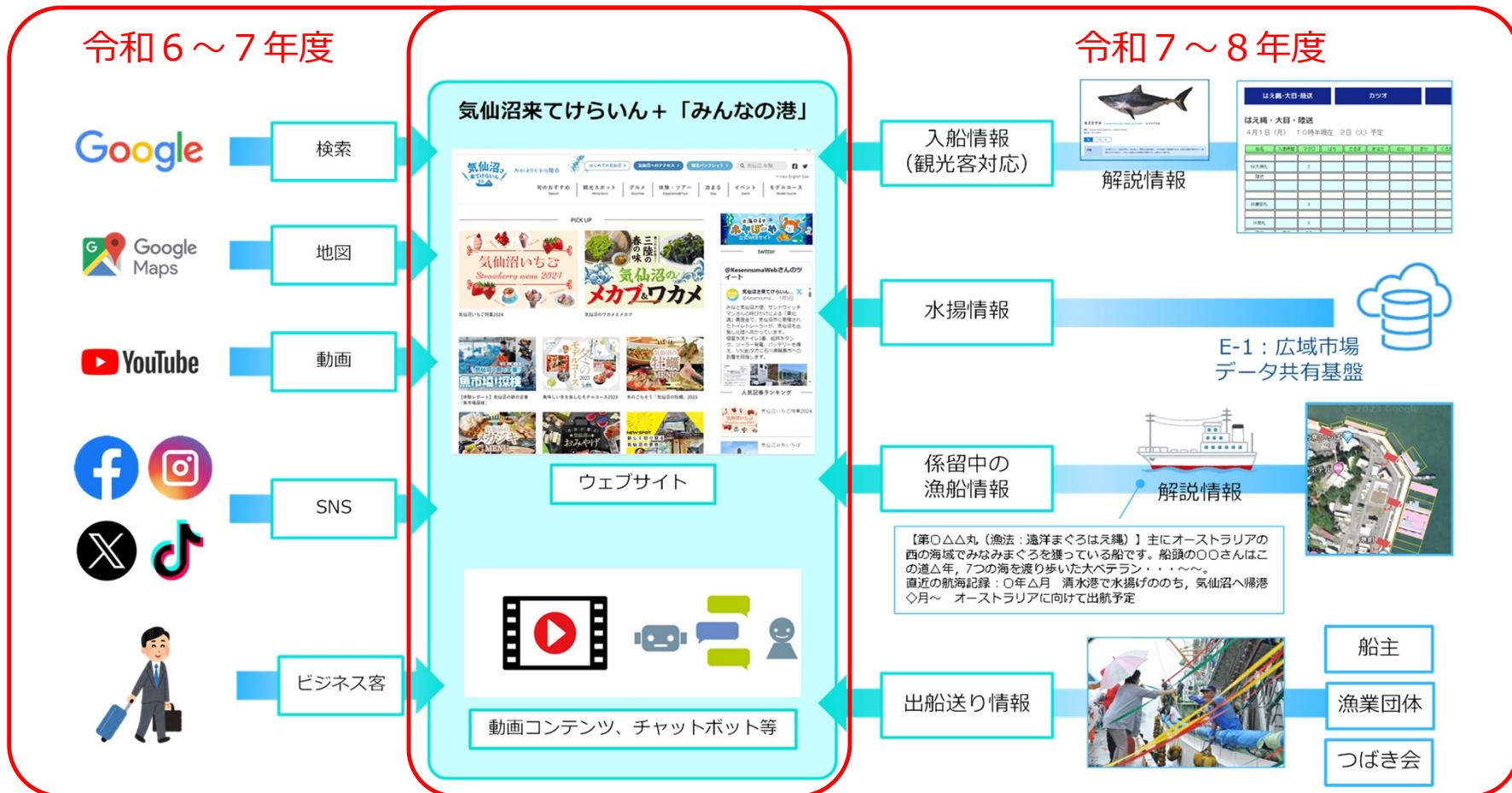
有償広告・インフルエンサー等を用いたPR など

(6) 予算 4,000千円

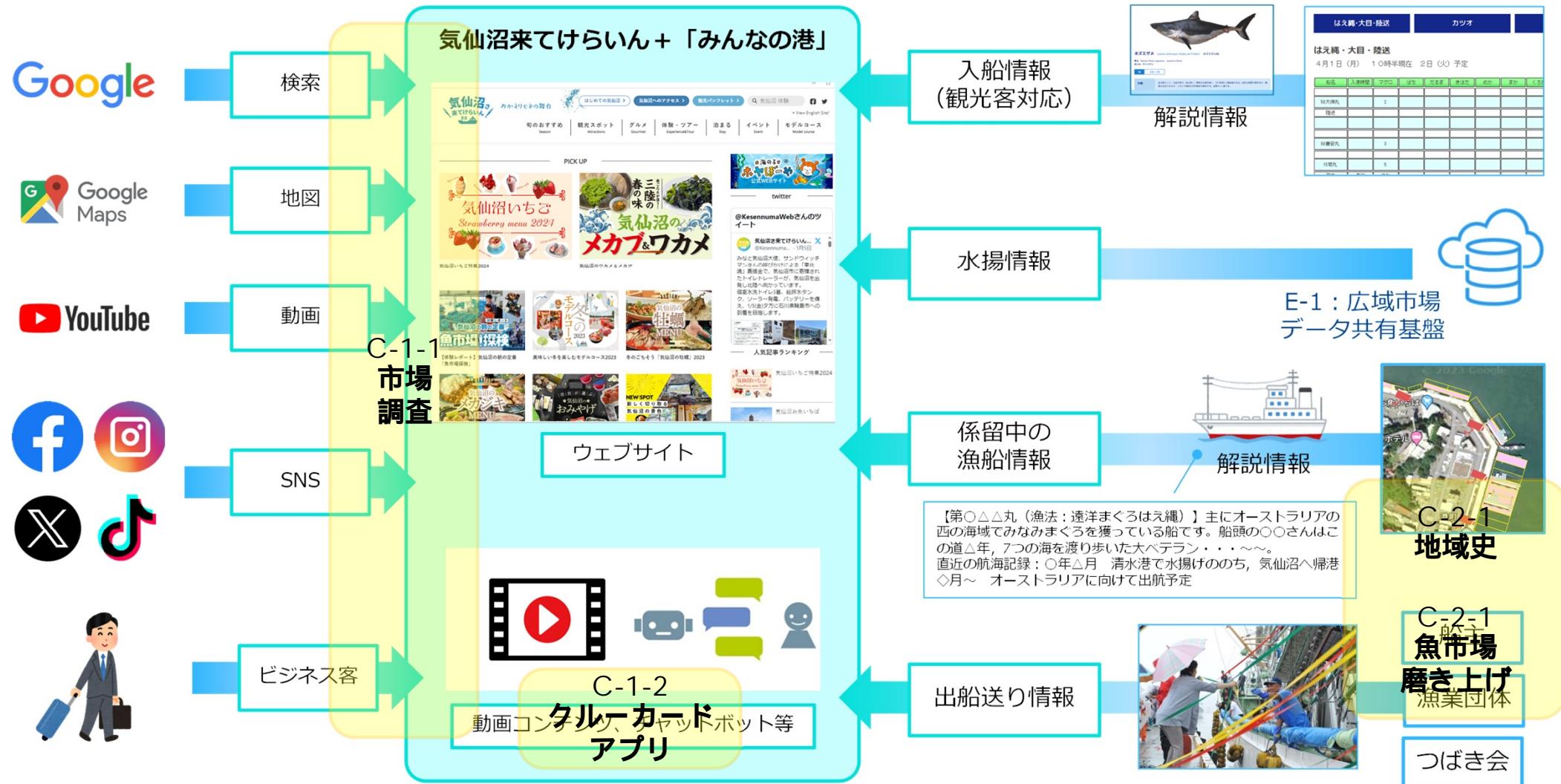
協議1.2. C-1：“みんなの港” 年次計画と位置づけ

令和6～7年度：情報にアクセスする方法・媒体の市場動向（下図左）について検討を進める。

令和7～8年度：発信する海業情報の検討、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（下図右）について検討を進める。



その他1. C-1：“みんなの港”の構築に向けた各取組の位置付け



別添資料



気仙沼市デジタル水産業推進協議会御中

みんなの港プロジェクト

第2期運営提案

2025.6.19

成果のハイライト

	YouTube	Instagram	TikTok	合計
フォロワー数	3464	1063	479	5006 人
総再生数	83,511	1,588,163	1,696,707	3,368,381回 <small>(広告換算で¥6,580,000相当 のPR効果)</small>
総高評価数	3,974	14,185	43,961	62,120
総コメント数	17	303	481	801

目標：気仙沼の観光「動画メディア」としての第一想起獲得

Web記事なら

気仙沼さ来てけらいん



動画なら

みんなの港 けせんぬま



2大メディアを通じた気仙沼コンテンツの掘り起こし&発信で
地域を盛り上げ、観光客数増加に繋げていく

第1期の成果と課題

成果

- ・再生数が高かったのは「雑学系動画」
例：「魚市場の魚についている歯形の正体は？」「サメの漁獲量ランキング」
- ・“知って面白い”系のネタに強い反応
→ 気仙沼の認知に関係なく広い層に響いていることを確認

課題

- ・発信ジャンルがバラバラで、チャンネルの個性が見えづらい
- ・再生数が伸びても、継続的なフォロワー獲得にはつながりにくい
- ・発信力、拡散に限界
- ・安定した数字や収益化など、長期的な仕組みづくりの余地あり

第2期方針 ①チャンネルブランディングの明確化

第2期では、視聴者に「このチャンネルを継続的に見たい」を思ってもらうため、動画の方向性と構成を一本化します。

コンセプト案：「気仙沼を知ると、もっと面白くなる」

- ・地元民でも知らないような、けれど“知って面白い”豆知識や裏話を中心に構成
(例：気仙沼の歴史／地元の知る人ぞ知るお菓子／水産業の舞台裏)
- ・知識欲を刺激しながら、気仙沼への愛着を自然と高める流れに

動画フォーマットの固定

- ・構成の軸を揃えて・ナレーション・テンポ感を統一
(例：冒頭にクイズや問い合わせ → 情報の提示 → 軽いオチ)
- ・このチャンネルといえばこれ！といった“安心感”を醸成し、継続視聴を目指す
- ・編集・ナレーションもテンプレート化し、制作の効率化も実現

第2期方針 ②拡散力強化と外部連携

気仙沼の魅力をさらに多くの人に届けるために、地域内外の発信者との協業を行います。

インフルエンサーとのコラボ施策

- ・観光／グルメ／地域紹介得意とするインフルエンサーに案件依頼
(例：気仙沼に来て「グルメツアー」／サメ製品を大量購入してレビュー)
- ・インフルエンサーのファン層を巻き込む設計
Instagramでは「共同投稿」機能を活用し、両者のタイムラインに動画を表示させることも可能。

その他の外部連携案

- ・市内事業者（飲食・宿泊業など）とのコラボ企画
- ・地元高校生や地域団体を巻き込んだ共創型発信

第2期方針 ③持続可能なメディア運営

第2期の運営では、「一過性のPR」で終わらせず、
“気仙沼の常設メディア”として育てていく視点を持ちます。

自走する仕組みづくり

- ・ YouTube広告収益化
- ・ 地元企業とのタイアップ（例：〇〇商店コラボ企画）
- ・ 気仙沼に興味を持った人が、次の一步（来訪／移住）につながる導線設計

収益モデルの構築を目指す

- ・ 助成や委託事業に依存せずとも独立運営が可能になれば、継続性が高まる
- ・ 「地域とともに運用できるメディア」は、全国的にもモデルケースになる可能性

すでに認知のあるコンテンツとの掛け合わせ

サメ × 雑学

「なぜ気仙沼はサメの町になったの？」「フカヒレはなぜ高級なの？」
「サメの漁ってどうやるの？」

ホヤぼーや × 雑学

「色々出ているホヤぼーやグッズ」「ホヤぼーやはどうして生まれたの？」
「気仙沼のキャラクターでなぜ“ホヤ”？」

カツオ × 雑学

「カツオって一匹でどれくらい泳ぐの？」「カツオの“タタキ”は、土佐じゃなくて…？」
「カツオの一本釣り、なぜ“早く釣る”必要がある？」

すでに認知のあるコンテンツとの掛け合わせ

- ・ ホヤぼーや

気仙沼に設定が大渋滞してるキャラクターがいるらしい

- ・ サメ

フカヒレ、なんであんなに高いんだろう？

推しの心、食べたいなら——サメで予習しひとけ。

怖いのは、サメじゃなくて人間かもしれない

- ・ カツオ

鰐界隈、ガチで気仙沼が強すぎた。

鰐って血生臭くてムリって思ってた...

気仙沼市御中

観光意欲向上に向けた Z世代向け観光プロモーションのご提案

-ご提案資料-

株式会社EDiN.

令和7年6月

私たちは、観光プロモーションに特化した日本のマーケティング会社です。

弊社は「バズを起点に、社会の負を解決する。」を合言葉にした、エンターテイメント・ソーシャル・カンパニーです。エンタメを起点に、優しさ溢れる里山のようなまちをつくることを目指し、あらゆる社会の負に立ち向かっています。

株式会社EDiN.

ミッション：バズを起点に、社会の負を解決する

会社名：株式会社EDiN.

所在地：〒063-0012 北海道札幌市西区 福井10丁目11番10号

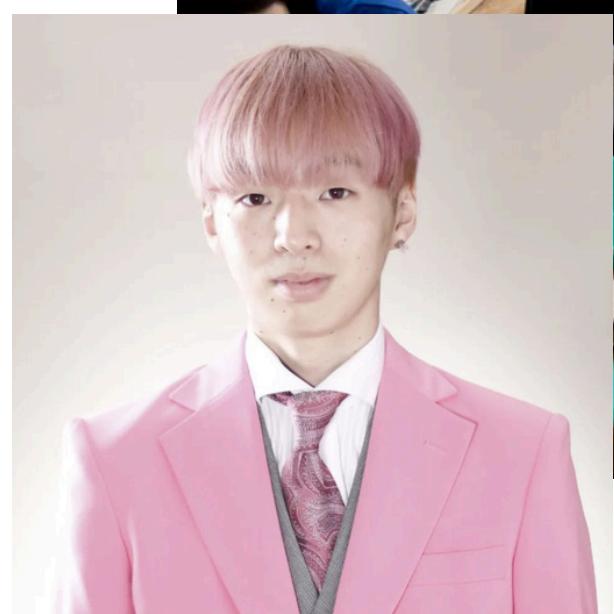
設立22年5月

代表取締役：関口 巧斗

事業内容：

- インフルエンサープロダクション事業
- インフルエンサーマーケティング事業
- 自社広告サービス EDiN targeting
- インフルエンサーコミュニティ IH
- インフルエンサースクール事業 IC
- インフルエンサーへの商品ギフティング事業 gifteez
- 番組制作事業 / 映像制作事業
- 撮影スタジオ貸出事業
- ライブ配信事業 / ライブコマース事業

URL：<https://edin.jp>



実績①

インフルエンサー100人旅行 in 伊東市 【伊豆シャボテンリゾート】

静岡県伊東市の魅力を発信するため、インフルエンサー100人を起用した大型プロモーションを実施。東京からのアクセスはもちろん、その他のグルメ・観光体験・リゾート等を包括的にプロモーションすることに成功。

<企画内容>

1. インフルエンサー100人で動物園行ってみた！（伊豆シャボテン動物公園）
2. インフルエンサー100人でホテル貸し切ってみた！（赤沢温泉郷）
3. 伊東市で一番映えた人にホテル宿泊券プレゼント！（赤沢HAKU）

累計投稿本数

1,210 件

総再生回数

8,900 万回



実績②

インフルエンサー100人旅行 in 香川県高松市 【香川県高松市】

香川県高松市よりZ世代向けプロモーション業務として弊社のパッケージであるインフルエンサー旅行を100人で実施。アクセスや伝統工芸品はもちろん、地元民しか知らない穴場スポットまで、100通りの多角的な高松の魅力を発信した。

<企画内容>

1. インフルエンサー100人 x カマタマーレ讃岐 サッカー対決
2. うどん作り体験 @ さぬき麺業
3. 男木島・女木島観光 / 市内観光 / うどん巡り 等のグループ別体験及び発信

累計投稿本数

1,346 件

総再生回数

1億1000 万回



ご提案内容



【インフルエンサー旅行in気仙沼】

気仙沼にバズるインフルエンサーを呼び込む！

インフルエンサーが気仙沼の魅力・観光素材を徹底分析/発信。

地域や商品の魅力を実際に触れてもらって伝えたい自治体、

本当に良いと感じたものをPRしたいインフルエンサーそんな両者の想いを繋ぐ、旅行イベント。

インフルエンサー側には、厳しい審査を設けた完全招待制企画。

自治体側はEDiNを通して、安心してインフルエンサーにPRを任せることが可能。

インフルエンサー旅行は、「インフルエンサーによるPRのチカラ」で

都市部だけではなく、さまざまな魅力あふれる地域を盛り上げます。

※総フォロワーは全媒体を合計したもので発信媒体とは異なる。総再生回数はストーリー/広告配信分を含む。

ご提案内容

<ポイント1> 2人（予定）のインフルエンサーが同時にSNS PR



※総フォロワーは全媒体を合計したもので発信媒体とは異なる。総再生回数はストーリー/広告配信分を含む。

<ポイント2> インフルエンサー視点で訴求ポイントを発見！発信！

インフルエンサー旅行の強みは、参加インフルエンサー本人が「本当に良い！」と思ったコンテンツを発信する点にあります。最近主流で、Z世代には避けられている「広告らしい」動画ではなく、「リアルなユーザー voices」として届けます。

インフルエンサーが
現地を訪れて、魅力を探る

インフルエンサーが現地
で「良いと思ったもの」
を撮影

インフルエンサーが
現地を訪れて、魅力を探る

気仙沼の魅力や訴求ポイントに合わせてアレンジ可能

①女子旅を中心に



20,30代の女性をターゲットに

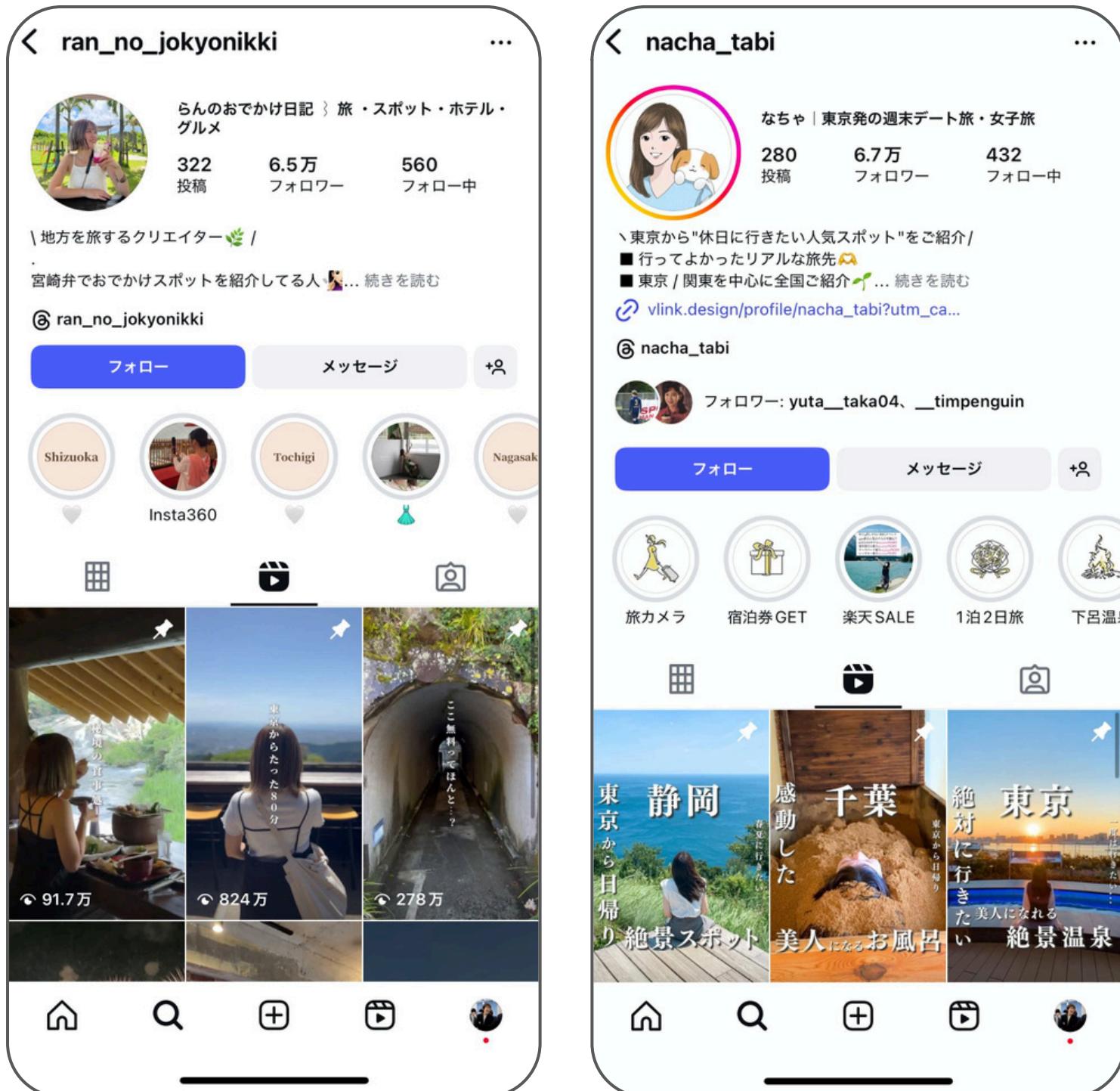
②家族旅を中心に



30,40代の家族層をターゲットに

①女子旅中心の設計

20,30代女性をターゲットにインフルエンサー訴求を高める



- ✓ インスタ映え重視のスポット中心
- ✓ グルメや旅館などの体験も合わせて発信

②家族連れ中心の設計

家族連れをメインターゲットとして情報発信



- ✓ 体験アクティビティ中心の飽きないコンテンツ
- ✓ 自然を重要視したコンテンツ

さらに広告配信で動画の訴求を加速

投稿された動画の中から一番質の高いもの



広告配信でさらに広報を加速

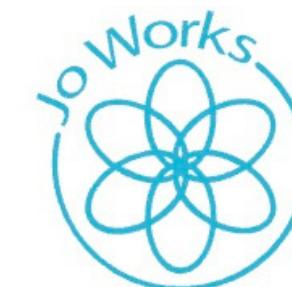


クリエイティブ制作コストなし！
(今回は予算10万円を想定)

インフルエンサー施策費用イメージ

項目	単価	数量	小計
インフルエンサー起用費用	¥ 350,000	1 式	¥ 350,000
広告配信費用	別途広告 予算内運用	1 式	別途広告予算内 で運用
広告配信手数料	別途広告 予算内運用	1 式	別途広告予算内 で運用
旅行手配及び投稿ディレクション費用	¥ 150,000	1 式	¥ 150,000
	合計		¥ 500,000

【補足資料】運営体制



株式会社
女性が
働きやすい会社



AIなどのテクノロジー活用 × 人の力で効果最大化を追求します。

地域内経済循環向上を目的に、気仙沼市内を中心とした動画クリエイターとの提携を強めております。YouTube動画の立ち上げから成長に従事していた経験を活かし、コンセプト設計、ショート動画・クリエティブ制作を総合的にサポートします。東京都内の累計500万人超チャンネル登録数を持つ動画クリエイター会社等との横のつながりを生かした情報交換も適宜行っており、YouTubeを中心としたSNS情報のアップデートに努めています。

【補足資料】費用 概算見積もり

	ヒアリング ネタ探し	企画・構成	撮影	動画編集	公開・管理	合計
作業者 (兼業含む)	1~2人 プロデューサー、 ディレクター	1~2人 プロデューサー、 台本作家	1~4人 現場ディレクター、 カメラマン、出演者、 ナレーション	2人 編集ディレクター、 編集者	1~2人 プロデューサー、 分析者	3~6人
時間	2~4時間	2~4時間	2~6時間	3~6時間	2時間	1~2人
コスト概算	-	3000~ 50,000円	3000~ 50,000円	6000~ 20,000円	-	12,000~ 120,000円

他メディアとの主な違い

テキストメディア等との詳細な比較はできないが、企画、撮影、編集、など専門技術者の工程が多いので、その作業者と管理者の分コストが上がりやすいことが推測される

【補足資料】公式LINEアカウント開設による マネタイズ動線の強化

公式LINEアカウント開設は、マネタイズの動線を強化し、行動までの動線をつなぐ有効な手段です。具体的には、ターゲット層へのリーチ拡大、顧客とのコミュニケーション強化、そして具体的なアクションを促すための機能（セグメント配信、クーポン配布、リッチメニューなど）を活用することで、ナーチャリング（顧客育成）から行動に繋がる顧客行動を促すことができます。

- ・動画→公式LINEの新規開設と、ギフティング活用により、気仙沼への興味関心度合いの高いユーザーを囲い込むことでみんなの港、メディア自走への取り組みを強化します。



【補足資料】YouTubeやSNSでの発信はもはや必要不可欠に

図表3:2024年 日本におけるトータルデジタル利用時間シェア TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間 利用時間シェア
1	YouTube	Custom Census	37%
2	LINE	Panel Only	11%
3	Google	Panel Only	7%
4	Yahoo Japan	Panel Only	6%
5	Instagram	Panel Only	4%
6	TikTok	Panel Only	4%
7	Twitter X	Panel Only	4%
8	Rakuten	Panel Only	1%
9	Amazon	Panel Only	1%
10	SmartNews	Panel Only	1%

Source: デジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※Brand レベルを使用

※利用時間はYouTubeはビデオのみ、他のサービスはテキストコンテンツのみを対象に算出

※2024年1月から10月までのデータ：平均月間総利用時間シェア

図表1:2024年 日本におけるトータルデジタル 利用者数、リーチ(%) TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間 利用者数(万人)	平均月間リーチ
1	Google	Panel Only	8,460	68.8
2	Yahoo Japan	Panel Only	8,335	67.7
3	LINE	Panel Only	8,155	66.3
4	YouTube	Custom Census	7,493	60.9
5	Rakuten	Panel Only	7,347	59.7
6	Amazon	Panel Only	6,885	56.0
7	Instagram	Panel Only	6,237	50.7
8	Twitter X	Panel Only	6,138	49.9
9	PayPay	Panel Only	5,413	44.0
10	Mercari	Panel Only	3,859	31.3

Source: デジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※Brand レベルを使用

※リーチは日本の2歳以上の人口をベースに算出

※2024年1月から10月までのデータ：平均月間リーチ ※モバイルキャリア系サービスを除いて集計

引用：TOPS OF 2024: DIGITAL IN JAPAN ニールセン2024年日本のインターネットサービス利用者数/利用時間ランキング

【補足資料】参考お見積もり

- 動画台本企画取材・映像制作 短尺動画：5.5万/本 × 制作本数30本
- 動画台本企画取材・映像制作長尺動画（3分以上）：11万/本 × 制作本数6本
- インフルエンサー施策費用一式：50万（旅費込）
- 広告費用一式：30万円
- プロジェクト進行費用：5万円×9か月

業務内容

(1) ショート動画制作による市場動向調査

TikTok, Instagram「リール」, Youtube「ショート」と呼ばれる短尺動画について、本市海業情報を基にした動画を制作・発信し、その再生数から市場動向を調査する。

- ① 業務期間は契約締結後から令和8年3月までとする。
- ② 動画制作・発信は、業務期間中において週1本ペースで行う。また、委託者と隨時協議を行い、必要に応じて追加制作・発信する場合がある。
- ③ 必要に応じて、各種SNS媒体を始めとする有償広告を用いて制作動画を発信する。
- ④ 制作・発信する動画は短尺動画を中心とするが、事情がある場合にはその限りではない。

(2) C分科会の作業部会への参加

上記(1)について、その進捗や方針等を確認・協議するため、C分科会の作業部会

6.1. 令和7年度収支予算1

1 収入の部

(単位：円)

科目	本年度予算額 A	前年度決算額 B	比較増減 C=A-B	摘要
補助金・交付金等	127,943,000	100,000,000	27,943,000	気仙沼市デジタル水産業戦略拠点推進事業補助金 令和7年度当初分 令和6年度繰越分
雑収入	0	44,578	▲44,578	
繰越金	0	0	0	
合計	127,943,000	100,044,578	27,898,422	

2 支出の部

(1) R7年度当初分

(単位：円)

科目	本年度予算額 A	前年度決算額 B	比較増減 C=A-B	摘要
事業費	97,584,000	30,763,654	66,875,146	協議会・分科会開催費 事業推進支援費 調査費 実証事業費 ・ A分科会 ・ B分科会 ・ C分科会 ・ D分科会 ・ E分科会 システム開発費
事務費	6,359,000	1,503,989	4,800,211	一般事務費 先進地視察費
予備費	0	0	0	
計	103,943,000	32,267,643	71,675,357	

6.2. 令和7年度収支予算2

2 支出の部

(2) R6年度繰越事業分

(単位：円)

科目	本年度予算額 A	前年度決算額 B	比較増減 C=A-B	摘要
事業費	24,000,000	0	24,000,000	協議会・分科会開催費 事業推進支援費 調査費 実証事業費 · A分科会 · B分科会 · C分科会 · D分科会 · E分科会 システム開発費
事務費	0	0	0	
予備費	0	0	0	
計	24,000,000	0	24,000,000	

6.3. 令和7年度支出予算の概要 1

<令和7年度当初分>

(単位 : 円)

科目	費用名称	概要	内訳	金額
事業費	協議会開催費	協議会に出席した委員に対する報酬・費用弁償	472,000	2,884,000
		分科会に出席した委員・外部識者に対する報酬・費用弁償	2,412,000	
	事業推進支援費	各取組に対する全体的な進捗・工程管理等支援		13,000,000
	調査費	各取組に対する情報収集等調査・研究費（5分科会×1,000,000円）		5,000,000
	実証事業費	各取組に対する実証事業費		61,700,000
	A分科会	A-1-1：洋上診療の構築	5,000,000	7,000,000
		A-1-2：機関・機器修理対応の構築	1,000,000	
		A-2：漁業支援システム	1,000,000	
	B分科会	B-1：労働力確保	6,000,000	13,000,000
		B-2：スマート水産業の普及・一部実証確認	7,000,000	
	C分科会	C-1-1：情報発信	5,000,000	9,700,000
		C-1-1：みんなの港プラットフォーム構築	1,000,000	
		C-1-2：民族・歴史	2,700,000	
		C-1-2：魚市場情報発信施設	1,000,000	
	D分科会	D-1：気仙沼漁港のデジタル管理システム構築		15,000,000
	E分科会	E-1：広域市場データ共有基盤	10,000,000	17,000,000
		E-2：水産バリューチェーン調査	1,000,000	
		E-2：水産バリューチェーン実証	5,000,000	
		E-2：魚市場スマートフォン入札	1,000,000	
	システム開発費	各取組に対するシステム開発費		15,000,000
	小計			97,584,000

6.4. 令和7年度支出予算の概要 2

(単位 : 円)

科目	費用名称	概要	内訳	金額
事務費	一般事務費	人件費、需用費、役務費、使用料、備品購入 など		4,397,000
	先進地視察費	下関、大阪、銚子等を候補とした視察		1,962,000
	小計			6,359,000
合計				103,943,000

<令和6年度繰越分>

(単位 : 円)

科目	費用名称	概要	内訳	金額
事業費	実証事業費	各取組に対する実証事業費		24,000,000
	B分科会	B-2 : スマート水産業の普及・一部実証確認		7,000,000
	D分科会	D-1 : 気仙沼漁港のデジタル管理システム構築		17,000,000
合計				24,000,000