

# 広告による経済の活性化～STという名の青春を～

兵頭慧泰 島津太貴 谷本万侑 村上裕菜  
 指導者 都築 果林

## 研究の背景

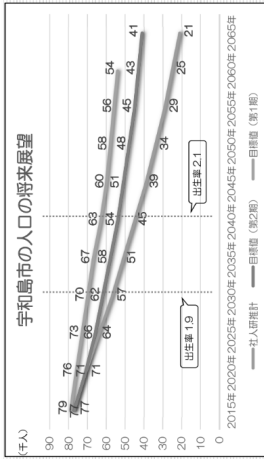
・全国チェーン店の出店があっても短期間で撤退。空き店舗が目立つ。  
 (私たちの憩いの場が...)

・イベントの集客率が低い。(観光客数？認知度？)

## 日常化する地域課題

## 宇和島市の現状

## 人口減少 一人・金の流出ー



- ・人口168,430人(R6.2)
- ・全国の人口7万人規模都市の中でも宇和島市は減少率が高い。
- ・南アルプス市は増減率が+→どのような戦略が？

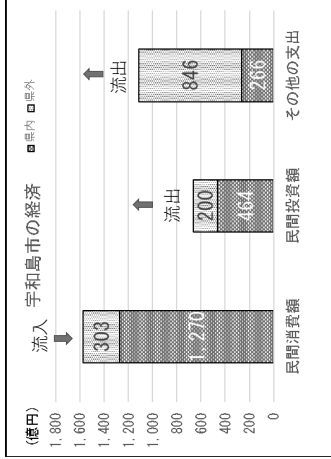
宇和島市と同規模都市	法定人口	推定人口	増減率(%)
宇和島市	70,809	66,111	-6.63
阿南市	69,470	66,532	-4.23
武蔵村山市	71,229	69,838	-1.95
鶴ヶ島市	70,117	70,282	0.24
南アルプス市	69,459	69,690	0.33

日本の地域別推定人口(国立社会保障人口問題研究所H30)

南アルプス市)  
 自然と文化が調和した幸せ創造都市

新しい人の流れを作るシティープロモーション  
 →移住の促進・市民をサポーターに設定

**【宇和島市の地域経済循環率】**  
 75.6%  
 (愛媛県全体は91.1%)



## 先行研究

○米国での調査の結果

- ・商品のPOPをつける...18%UP
- ・商品の情報の表示を載せると...33%UP
- ・特別価格の表示を載せると...124%UP
- ・チラシ商品の表示+特別価格表示...194%UP

## 情報の見せ方

広告が売上に影響

## 仮説と目標

社会移動数(転入数-転出数)  
 △494人→△250人以上  
 移住者マッチング件数30人以上

出典：宇和島市総合戦略(第2期)

〈宇和島市〉 キャッチコピー、ロゴ



## 研究方法

- ・市民アンケート、表現面での検証(テキストマーケティング等)をもとに自分たちで広告を作り、市役所の協力を得て地域の方々や市役所の職員に評価していただく。
- ・改善点や気づいたことをまとめ、市役所などと連携してイベント広告を作成し発信する。HPの閲覧数、SNSの登録者数、メディアでの取り上げられ方などで認知度の高まりを検証する。

## 市役所の取材で得た情報

宇和島市は広告の製作は専門業者に委託。  
 広告の専門家に研修をしてもらい職員の広告技術向上のための人材育成を実施中。

「宇和島本」でふるさとパンプレット大賞を受賞！！

宇和島市商工観光課の皆様に取り材協力いただきました！



## 今後の研究

- ・市役所のイベントの広告を作成
- ・過去のデータの分析
- ・来年度開催予定の市のイベントの参加
- ・PR動画を作成(SNS・WEBサイトの開設)

