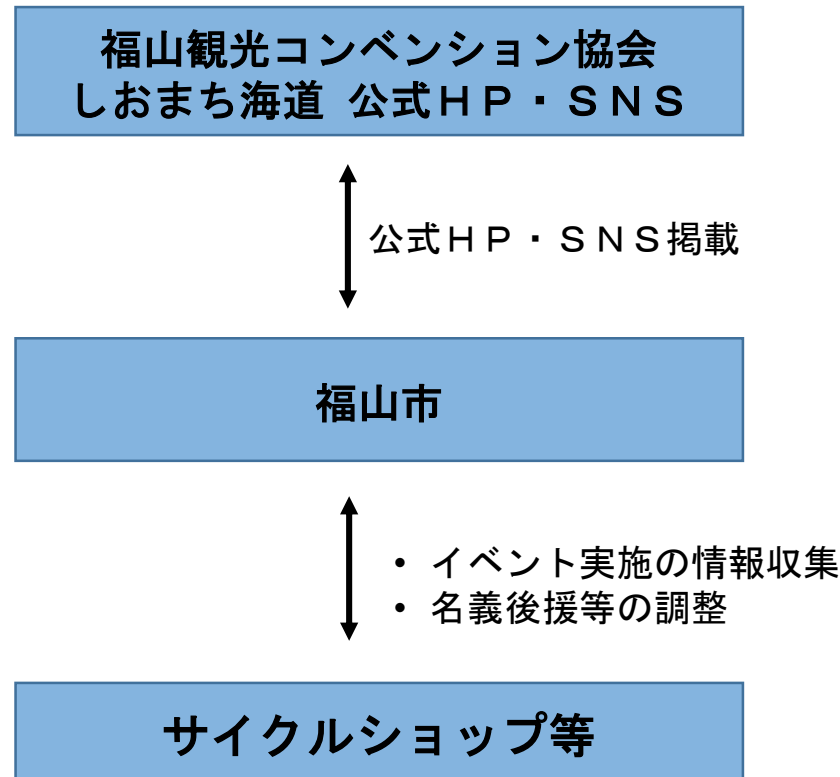
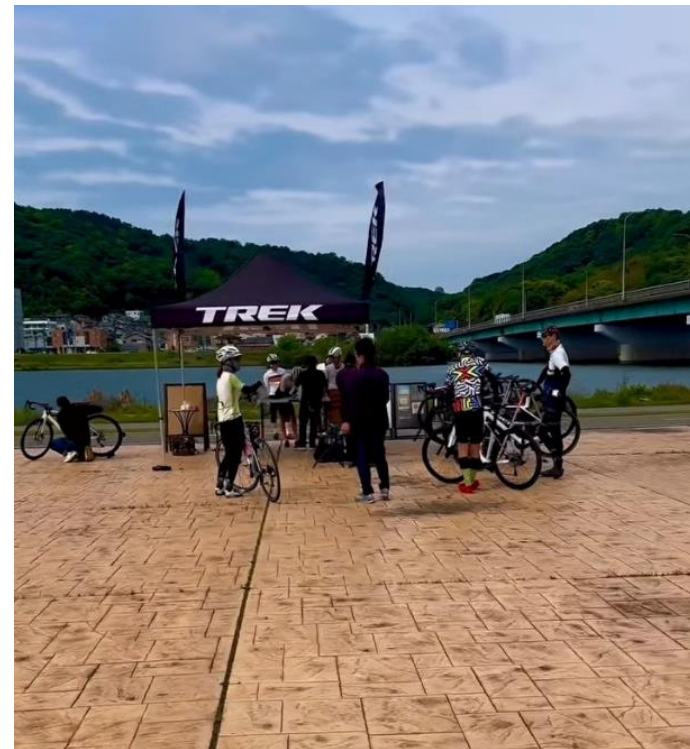


今年度のソフト施策について (2) サイクルショップ等との連携

- ・ サイクルショップ等が実施するサイクルイベントについて、公式HPやSNSで情報発信を行う
- ・ しおまち海道の利用促進に寄与する取組については、市が名義後援を行う



しおまち海道で行われているサイクルショップによるイベント



〈試乗会イベント〉



〈パン&カフェライド〉

今年度のソフト施策について (3) 情報発信

- ・ インフルエンサーと連携し、しおまち海道のPRを実施する
- ・ 既存のしおまち海道のPR動画を活用し、SNSで3か月間集中的に情報発信を行う

【情報発信の取組の現状】

観光コンベンション協会が公式HP
やSNSの更新を行っている

○投稿頻度

- ・ 月に1回程度

○SNSの登録者数

- ・ Instagram : 771人
- ・ Facebook : 85人

【認知度向上の取組案】

○インフルエンサーとの連携

影響力のある投稿者と連携し、しおまち海道のPRを通じて認知度の向上を図る（他市事例：いばらきサイクリングナビゲーター）

○既存のしおまち海道のPR動画の活用

- ・ 既存のしおまち海道のPR動画を活用し、情報発信アドバイザーの助言を受けて、20秒程度に編集・分割した動画を配信する
- ・ 3か月間は2～3日ごとに更新を行う



〈インフルエンサーを活用した情報発信 茨城県HP参照〉



〈既存のPR動画を分割して配信〉