

天塩町では、料理投稿に優れ、多数のフォロワーを獲得している主婦インスタグラマーと連携し、インスタグラムによる町食材を活用した料理写真・記事を発信することで町食材を広くPRしている。

関連数値目標・KPI

	基準値 (H30)	実績 (R2)	目標値 (R6)	進捗率 (%)
交流人口	175,843	297,011	180,000	165.0
公認インフルエンサー	1	1	1	100.0

取組の推進体制

役場、住民代表者から構成される「地方創生推進委員会」を立ち上げ、適切な役割分担の下、官民の連携により取組を効果的に推進。



取組事例 インスタグラムによる地域ブランディング

天塩食材のイメージアップ

- 令和2年度
○主な取組
- 1回目 5月4日、10日
フォロワー数 73,350人 いいね数4,992 広告費換算465,060円
・ニシン、有機JAS認証牛乳、サクラマス、ギョウジャニンニク、ヤチブキ、ヤマワサビ、アザミ、かずのこ
- 2回目 7月31日
フォロワー数 71,227人 いいね数2,096 広告費換算224,161円
・さけるチーズ、ミルクアイス、ヨーグルト、黒にんにく、どらソフト、天塩産魚介（マゾイ、ホッケ、マガレイ、ソウハチガレイ、ハッカク）
- 3回目 12月14日
フォロワー数 68,793人 いいね数1,669 広告費換算214,724円
・鹿肉、天塩鮭、もどり蛸、牛乳豆腐、レッドムーン、原木椎茸、ニンニク、落葉キノコ、山ワサビ
- 4回目 3月2日
フォロワー数 67,487人 いいね数1,438 広告費換算209,651円
・鹿肉、天塩鮭、もどり蛸、ラクレットチーズ、最高峰の牛乳
- 令和2年度合計
フォロワー数 354,207人 いいね数10,195 広告費換算1,113,596円
- 主な成果
自治体とインフルエンサーがタイアップした先進的な広告戦略と調理レシピ等の付加価値化による天塩町産品のブランディング。