

(様式 1 - 5)

北塩原村 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 1 月 9 日時点

※本様式は 1 - 3, 1 - 4 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	1	事業名	北塩原村地域情報発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体		北塩原村	総交付対象事業費		33,573 千円
既配分額		16,573 千円	当該年度交付対象事業費		17,000 千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業①情報					
①情報発信事業 小計 17,000 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 2,000 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 15,000 千円					
iv) ポータルサイト構築 千円					
②外部人材活用 小計 千円					
i) 企画立案のための外部人材の活用 千円					
ii) 地域の語り部の育成 千円					
二 関連施設の改修					
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修 千円					
風評の払拭に関する目標					
○北塩原村の観光入込客数 256 万人 (平成 22 年の水準まで回復させる)					
事業概要					
事業実施主体		北塩原村			
主な企画内容		○東京都杉並区での物産イベントの開催 ○全国放送ドラマとのタイアップによる広告宣伝事業 ○福島県や国が主催する首都圏や関西圏でのイベントへの参加 ○動画作成コンペによる情報発信コンテンツづくり			
主な事業の実施場所		首都圏、関西圏、東京都杉並区			
事業の実施期間		令和 4 年度～令和 7 年度			
企画内容					
【現状・課題】					
＜現状＞					
風評の払拭については、これまでの取組により一定の成果を上げているものの、消費者庁（風評被害に関する消費者意識の実態調査（R6））によると、放射性物質を理由に購入をためらう産地として福島県を回答した人の割合は 4.9%となっており、年々減少しているものの、依然として一定の風評が残っていることが分かる。					
また令和 5 年の北塩原村の観光入込客数は 201 万人であり、震災前までの水準まで回復していない。					
さらに、令和 5 年度に福島県沖に ALPS 処理水が放出され、全国的に大きな話題となった。					
＜課題＞					
村独自に県外においてアンケートを実施した結果、村や県の放射性物質対策に対する取組を知らない方が 50%弱おり、さらに福島県産品の購入を控える方が 1%程度いるのが現状であり、科学的根拠に基づかない誤った認識を持たれている方やそもそも取組を知らない方がいるため、より一層理解の促進を図れていないことが課題である。					

また、ALPS 処理水の放出により新たな風評の発生が懸念されるため、これまでの取組を継続していくことが重要である。

そのため、引き続き、物販イベントの実施により直接的な双方向コミュニケーションによる情報発信を行い、風評に苦しむ生産者が実際に現地で、農産物の良さや安全性などを伝えながら販売できる物産展イベントなどを実施する必要がある。

#### 【課題に対するこれまでの取組と成果等】

<課題に対するこれまでの取組>

##### ○全国版の旅行雑誌を活用した情報発信【R4】

首都圏まっぐる「夏と遊ぶ本」見開き1ページ

るるぶ「福島会津磐梯」見開き1ページ

まっぐる「福島会津磐梯」見開き1ページ

##### ○東京都杉並区での物産展及び情報発信【R4～R6】

観光物産イベントにて認知度や風評にアンケート実施し、674件回収。

アンケート結果により、未だに福島県産の農産物への不安を覚えている人もいるため、引き続き安全性を説明する必要があるため、生産者などの顔が見える物産展の開催、PR活動の充実を行っていく。

##### ○福島県外でのイベントを活用したアクティビティ等の情報発信【R5】

福島県が主催するイベント等へ出展し、情報発信等し、606件のアンケートを回収。

村独自に実施したアンケート結果により、首都圏に比べ西日本での北塩原村の認知度は、低いことが分かったため、関西圏をはじめ全国的な情報発信にも注力することが求められる。

<これまでの取組における成果>

○杉並区でのイベント（5月・9月・11月）で参加者100,000人へPR

○福島県・復興庁イベントで参加者50,000人へPR

<目標達成状況>

○事業終了年度における観光入込客数256万人に対して、令和5年における観光入込客数204万人（約80%）

#### 【今年度事業における具体的な取組内容】

##### 1 東京都杉並区での物産イベントの開催と杉並区主催イベントへの参加

実施期間：R7.5月～R8.2月

実施体制：東京都杉並区まると保養地協定交流推進実行委員会

概算費用：2,000千円

事業内容：

○初夏（時期：5月下旬、会場：杉並区役所前、主な特産品：アスパラガス、キュウリ、会津山塩関連商品）と秋（時期：10月初旬、会場：杉並区役所前、主な特産品：高原大根、トウモロコシ、白菜、山塩関連商品）の物産展では、特産品の販売及び観光PRを実施し、アンケート調査の協力者に対し、記念品として特産物（山塩試供品）を配布する。

○山塩試供品に村の公式ツイッターアカウントや福島県の放射能に関する取組を伝えるHPのQRコードなどを記載したメッセージカードを添付、購入者や杉並区役所の窓口利用者などに配布し、魅力的な商品とともに、北塩原村及び福島県の安心安全を発信する。

○杉並区主催イベント（場所：杉並区桃井原っぱ公園、日程：R6年11月）である「すぎなみフェスタ」は、杉並区の交流自治体（静岡県南伊豆町、新潟県小千谷市、東京都青梅市など9自治体）が集まるイベントであり、特産品（新米、加工品（トウモロコシや大根ドレッシング、ジャム、ワカサギの甘露煮など）、長ネギ、カボチャなど）の販売とステージを活用した魅力発信を行う。

○杉並区のケーブルテレビを活用したCM放送を実施し、北塩原村の特産品のPR等を実施する。

##### 2 福島県及び国が主催するイベントへの参加によるアクティビティに関する情報発信

実施期間：R7.5月～12月

実施場所：首都圏・関西圏

概算費用：1,000千円

事業内容：首都圏・関西圏イベント

○パンフレット等を配布するPR活動を複数市町村が連携して実施する。

○パンフレットに併せて、会津山塩ノベルティを配布するアンケート調査を実施し、北塩原村の認知度向上と安心安全の普及を図る。

○裏磐梯観光協会と連携し、アクティビティに関する情報発信を行う。

##### 3 メディアを利用した県外への情報発信

実施期間：R7.4月～R8.2月

実施場所：首都圏

概算費用：14,000 千円

事業内容：北塩原村オリジナルのテレビ番組発信及びPR 動画制作コンペ

○視聴率の高いテレビ東京のドラマタイアップ企画に参画し、北塩原村発信のアクティビティや食などをPRする。

○15秒動画を製作する広告コンペを実施し、YouTube等で配信する。また、首都圏の媒体で広告を掲出する。

#### 【今年度事業における目標】

<アウトプット>

- 1 杉並区内のイベント 3回出展。アンケート収集100件
- 2 国・県などが主催するイベントに2回以上出店する。アンケート収集100件
- 3 オリジナルドラマ制作1回、動画制作1回

<アウトカム>

- 1 物産展・北塩原村ブースでの物産展の来場者数7,000人。
- 2 国・県イベントでの来場者5,000人
- 3 ドラマ放送実績全国15局 15秒動画制作本数10本以上

#### 【今年度、事業の実施により得られる効果】

1・2

食の安心安全のPRを行うことにより、風評等の理解促進を図る。

- 3 視覚的に消費者に訴えることにより、北塩原村の認知度向上を図る。