

(様式1-5)

玉川村 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年3月7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	玉川村地域情報発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		玉川村	総交付対象事業費		82,347千円
既配分類		千円	当該年度交付対象事業費		2,386千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
				小計	2,386千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					2,386千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					
iv) ポータルサイト構築					
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					
ii) 地域の語り部の育成					
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					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
・ イベントへの出展とノベルティの配布によるPR (R3:1回/年、R4~:5回/年)					
・ モニターツアーの開催 (R3:旅行代理店5社、R4:一般100名)					
・ 誌面PRとウェブアンケート (R4~:2媒体/年)					
・ インフルエンサーによる動画配信 (R4~:5本/年)					
・ PortableVillageTamakawa (R4~:アプリ内情報発信100件/年)					
・ 飲食店連携PR (R4~:玉川村産農産物使用店舗数2店舗以上/年)					
・ モニターツアー (R7年度末時点における商品開発数10本、SNS投稿数1,000件/年)					
【アウトカム】					
・ インフルエンサーによる動画配信 (配信年度の再生数10万回)					
・ ウェブアンケートによる玉川村の認知度が最終年度において50%以上向上 (初回 (令和4年度) 比)					
・ インスタスポットに関するSNS投稿数 (累計2,000件)					
・ PortableVillageTamakawaアプリダウンロード数 (累計1,000件)					
・ 村内宿泊者数 (最終年度において年間7,000人) ※平成30年度4,040人					
事業概要					
事業実施主体		玉川村			
主な企画内容		玉川村の地域資源を題材とした魅力発信のためのコンテンツの制作と発信			
主な事業の実施場所		—			
事業の実施期間		令和3年12月~令和8年3月			

企画内容

【実施体制】

①実地主体：玉川村

②連携団体及び役割分担

- (1) 玉川村：事業の実施、委託事業者との調整等を行う。
- (2) 委託事業者（村観光物産協会及び協力企業等）：動画等のコンテンツ作成・配信、イベント出展等。

【現状・課題】

<現状>

- ・東日本大震災、福島原子力発電所事故から10年が経過したものの、依然として放射能に対する不安の声が聞かれるなど風評は根強い。そのような中で、ALPS処理水海洋放方針決定により、県内の農林水産業関係者等多くの方々から、福島県産農産物等に対する新たな風評を強く懸念する声が聞かれる。
- ・このような科学的根拠に基づかない風評は、福島県の現状についての認識が不足していること、放射線に関する正しい知識等が十分に周知されていないことなどに原因があると考えられる。
- ・玉川村では、令和3年度に廃校となった小学校をリノベーションし、キャンプやテントサウナを楽しむことが出来るたまかわ観光交流施設森の駅yodgeがオープンしたほか、福島空港の敷地内を含むMTBトレイルコースなど魅力あるアウトドアコンテンツのほか、BMXやスケートボードの屋内パークを整備し体験型観光を推進しているが、それらの魅力について効果的に届けることが出来ていない。

<課題>

- ・ALPS処理水の海洋放出により福島県の観光・農産物に対する風評の再燃が懸念されることから、正しい情報や玉川村の魅力等の発信を継続的に行っていく必要がある。
- ・国（復興庁）及び地域（福島）が、風評の払拭に向けて、それぞれ効果的な情報発信を実施してきたが、両者が一体となつての情報発信は実施できていない。
- ・玉川村の持つアウトドアコンテンツ等の魅力について効果的に届けるためには、まず魅力を経験してもらいその経験から得たものをいかに伝えていくかなどの戦略等を考える必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・玉川村公式ホームページにおいて、空間線量や農産物のモニタリング結果の公表
- ・玉川村公式ホームページ自家消費野菜等の簡易モニタリング結果の公表

【事業実施により得られる効果】

- ・国（復興庁）及び地域が連携・協力して情報発信することにより、それぞれの総和以上の発信力を発揮することを狙い、また、効果的な情報発信を継続して他イベント等に出店し、玉川村の魅力発信や認知度向上を図る。
- ・玉川村を訪れ、楽しんでもらうためのコンテンツ（産品試食会・飲食店ツアー・BMX屋内パーク・森の駅yodgeなど）や体験コンテンツ（MTB・イーバイク・カヌー・アウトドアなど）を多面的視点から展開し、継続的、定期的な来村や村内での回遊に繋げ、地域の魅力を知って体験してもらうことにより、玉川村はもとより福島県全体の風評払拭を図る。
- ・専門誌やインフルエンサーなどによる情報発信を行うことで、玉川村や福島県への興味、関心が低い層に対して効果的な情報発信と認知度向上が期待される。

【今年度事業における具体的な取組内容】

① イベント出展によるPR

【テーマ】

復興庁の風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略として、

① 福島復興の現状等を「知ってもらう：放射線に関する正しい知識の理解と誤解の払拭」

② 福島県産品を「食べてもらう：福島県産品の利用・販売促進等」

③ 福島県に「来てもらう：国内外からの被災地への誘客促進」の3つの大項目の観点から、

多くの人にアピールするため、関西圏の主要都市である大阪市において、人の交流が増加する週末に、効率的に①～③の該当項目の情報を発信する。国（復興庁）においては、①の情報発信を行い、本村においては、②③を中心に情報発信を行う。

【ターゲット層】健康志向の食に興味がある若年層

【情報発信】村公式HP及び復興庁HP・関連団体HP（玉川村観光物産協会）等を利用した情報発信
玉川村観光物産協会、玉川村地域おこし協力隊等のSNSでの情報発信

【概算費用】2,387千円

【販売予定品目】

さるなし（加工品）、野菜、コメ、農産物加工品等

※さるなしとは、ビタミンCがレモンより多く含まれ、アクチニジンなどの酵素、クロロフィルといった栄養素も豊富なことからスーパーフルーツとも呼ばれています。

【事業内容】

多くの来場者数が見込まれる大都市での開催を主軸としてイベントに出展し、玉川村の魅力ある特産品を中心とした野菜、米、農産物及び加工品の販売を行う。昨今の情勢を踏まえ、健康志向の高い消費者に向けて、玉川村の特産品である「さるなし」など特色ある食材や旬の食材を紹介することで、食の安全性だけではなく、玉川村農産物の美味しさや地域の魅力を発信していく。

併せて、玉川村農産物直売所（こぶしの里※道の駅たまかわ併設）のPRを行い、ECサイトで玉川村産農産物等が購入できることを発信する。

玉川村が有する観光資源（乙字ヶ滝などの景勝地）や玉川村で展開しているサイクルビレッジたまかわなど各種事業の紹介を含めたパンフレット等を作成し配布することにより、玉川村の魅力を知ってもらうきっかけとする。

イベント会場の入口等では、ブースへの誘導とパンフレットを配布する人員を確保することにより、来場者との接触の機会を増やすとともにブース来場者の増加を図る。また、配布時に来場者が手に取りやすいようパンフレット等はビニールの袋にひとまとめにする。

玉川村についてSNS等で投稿いただいた方には、さるなしを使用した加工品をプレゼントし、より多くの方に情報を拡散性する仕組みをつくる。

○復興庁主催イベント

【日時】令和4年3月6日（日）1日間

【場所】大阪市内

○ふくしまファスタ（中止）

【日時】(A) 令和4年2月中旬／(B) 令和4年2月中旬 ※共に日程調整中

※上記中止の場合の代替 (C) 令和4年3月12日（土）～13日（日）

【場所】(A) 銀座駅コンコース（東京都千代田区）

(B) 丸ビルMARUCUBE（東京都千代田区）

※代替イベント (C) 恵比寿ガーデンプレイス（東京都渋谷区）

【今年度事業における目標】※複数年度にわたって事業を実施する場合

【アウトプット】

・ イベントへの出展とノベルティ（パンフレット等）の配布によるPRを行う。

【アウトカム】

・ 玉川村、玉川村観光物産協会公式ホームページ閲覧数の増加（10%）

・ SNSでの玉川村への言及数の増加（10%）

【今年度事業の実施により得られる効果】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・ 玉川村の認知度向上

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・ 玉川村は福島空港の所在地であることから、就航先である関西圏や北海道で開催されるイベントに積極的に出展し、情報発信することで認知度向上を図る。
- ・ 全国誌への掲載による情報発信とWebアンケートによる調査を実施する。
- ・ 県外からの誘客を図るため、インスタスポット整備などによる魅力向上を図る。
- ・ インフルエンサーによる動画、SNS等を活用し、ターゲットを明確にするなど、効果的な情報発信を行う。
- ・ 地域の魅力を体験してもらうため、一般向けモニターツアーを開催する。
- ・ 玉川村を舞台としたアプリゲームによる認知度の向上と、来村することでゲーム内のオプションが獲得できるなどほか、ゲーム内でイベント情報等の発信や、ECサイト等と連動することにより、玉川村といつでもつながることのできる仕組みを構築することで、継続的に本村を訪れてもらい、様々な場所を巡ることにより玉川村の魅力を体験してもらい、風評の払拭を図る。
- ・ 玉川村産農産物のおいしさや、珍しい野菜などを発見、体感してもらうために、都市部の飲食店と連携したPRを行うとともに、本村農産物の流通促進を図る。

【新型コロナ感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。