

(様式 1 - 5)

浪江町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 5 年 1 月 13 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	浪江町デジタルコンテンツを活用した魅力発信事業	事業番号	A-2
事業実施主体	浪江町	総交付対象事業費	31,889 千円		
既配分類	16,063 千円	当該年度交付対象事業費	15,826 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 <span style="float:right">小計 15,826 千円</span>					
i) 風評動向調査 <span style="float:right">千円</span>					
ii) 体験等企画実施 <span style="float:right">1,532 千円</span>					
iii) 情報発信コンテンツ作成 <span style="float:right">10,210 千円</span>					
iv) ポータルサイト構築 <span style="float:right">4,084 千円</span>					
② 外部人材活用 <span style="float:right">小計 千円</span>					
i) 企画立案のための外部人材の活用 <span style="float:right">千円</span>					
ii) 地域の語り部の育成 <span style="float:right">千円</span>					
二 関連施設の改修 <span style="float:right">千円</span>					
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】					
1 動画等の製作本数 ロング 1 本、ショート 5 本を予定					
2 誘客ツアー及びオンラインツアーの実施を予定 (1 回を予定)					
3 発信力のあるインフルエンサーと連携し町の魅力発信 (毎年 2 度を予定)					
【アウトカム】					
○令和 7 年度末における目標					
・動画の再生回数が、R4 年度比較で 20%UP。					
・R4 年度当初のアンケート数値を基礎数値とし、比較で 50%UP。					
・インフルエンサーと連携した SNS のフォロワー数が、R4 年度比較 2 倍以上の UP。					
・町への観光客数が、R4 年度比較で 20%UP。					
事業概要					
事業実施主体	浪江町				
主な企画内容	浪江町の現況を PR する最新映像を作成し、原子力災害によるマイナスイメージを持つ 県外居住者に向けて発信				
主な事業の実施場所	-				
事業の実施期間	令和 4 年 6 月～令和 8 年 3 月				
企画内容					
【実施体制】					

### ①実地主体： 浪江町

- ・町は、動画資料の作成を業者に委託する。  
業務の委託にあたり、動画資料の内容は町プロモーション担当者、産業担当者、町の関係団体などと協議、企画する。作成した動画資料は、YouTube や町 HP に掲載するとともに SNS を活用し、URL を広く周知する。
- ・町は、業者に分析や検証等を委託する。  
既存 SNS の発信の手法の分析・検証、分析結果のフィードバック、発信方法の改善フォローにより、ターゲットに合わせたより効果的な情報発信を行う。

### ②連携団体及び役割分担

#### (1) 委託業者

- ・町からの委託を受け、動画の企画と編集、作成及び広告（情報発信）を担当。

### 現状・課題】

#### <現状>

- ・東京電力福島第一原子力発電所事故の影響の大きい浜通り地域等は、震災から 12 年が経過した今も、放射能による汚染、危険、人が住めないなどのマイナスイメージが根強く残り、また震災の記憶の風化により被災地への興味・関心が低下している。
- ・浪江町の現状や安全性を伝える情報が少ない。
- ・町の広報について、広報紙の他に YouTube、Instagram、Twitter、Facebook、TikTok 等の SNS を活用しているが、町民との絆を繋ぐための「町民向け」の発信が多い。
- ・復興する町の姿を観光資源として活用し、町内の観光関連産業の振興や、関係交流人口の拡大に結び付けられていない。
- ・若い世代への情報発信が弱い。

#### <課題>

- ・正しい浪江町の情報を知ってもらう必要があり、県外の無関心層への継続的なアプローチが必要である。
- ・令和 4 年度に実施した動画や SNS を活用した情報発信の分析や効果検証を行い、見る側がより見たくなる内容に更新していく必要がある。
- ・若い世代が好んで使う TikTok と知名度の高いインフルエンサーを連携させ、継続的に楽しく面白く町の現状を伝え、効果的な情報発信を実施する必要がある。
- ・令和 4 年度の情報発信によって興味や関心を持ってくれた人たちが町について検索したときに、誘客につながる情報に到達するように情報の整備を進める必要がある。

### 【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・町キャラクターを活用した Twitter、Instagram での分かりやすい広報の実施。
- ・旅行者目線の動画、地元民目線の動画を制作し、SNS で発信する広報を実施。
- ・人気インフルエンサーに町のイベントに参加してもらい、その様子を発信する広報を実施。
- ・オンラインツアーを実施し、町に訪れることができない人へ町の状況を伝える企画を実施。

### 【事業実施により得られる効果】

- ・町の広報について、分析やアドバイス、専門家の知見を通して、より質が高く、効果的な発信をすることにより、SNS のフォロワーの増加等、町に関心を持つ関係人口の拡大が期待できる。
- ・情報データを集約することにより、伝わる発信の実現及び効果的な分析・検証の体制を確立し、次回以降の広報活動の効果を高める。
- ・町の現状や復興の様子、町の魅力や製品の安全性を正確に情報発信することで、当該地域にマイナスイメージを持ち生産や販売・生活に不安を抱いている県外の人たちが、浪江町に関心を持ち、訪れるためのきっかけを創出する。

### 【今年度事業における具体的な取組内容】

- 1 デジタルコンテンツを活用した町の魅力発信  
実施期間：令和5年4月～令和6年3月  
実施体制：浪江町及び委託事業者、町内事業者  
概算費用：1,248万円

令和4年度の継続事業。浪江町の関係・交流人口を増加し、町のイメージを向上させるため、「町を知らない人」や「町を知っているけどマイナスイメージを持っている人」たちに向け、町の現状や復興の様子、製品の安全性を正確に伝える動画などを制作し、各種デジタルコンテンツ（YouTube、TikTok、Twitter、Instagram）で発信する。

- ・令和4年度の分析結果を生かした動画の企画・制作を行う。  
動画制作や広報を行うにあたり、令和4年度の情報発信の分析結果を反映し、ターゲットに応じた効果的な動画制作や情報発信に取り組む。
- ・オンラインツアーや誘客ツアーの実施  
動画と連携したオンラインツアーに加え、実際に浪江町を訪れるきっかけとなる誘客ツアー等を新たに実施する。また、アンケートを活用して、風評動向調査等を行う。
- ・ポータルサイトの構築  
令和4年度は、動画発信やTikTokを活用したライブ配信、オンラインツアーを実施したが、情報がネット上に点在している状態であり、情報発信の分析をするためのデータベースも集約されていない。  
この課題に対応し、ターゲットが情報を検索した際に情報に到達するようにするために、ツアーコースや本事業で制作した動画などを集約したポータルサイトの構築を行う。併せて、発信分析・検証のデータベースも整備する。

2 インフルエンサーと連携し、TikTokを活用した町の魅力発信

実施期間：令和5年4月～令和6年3月  
実施体制：浪江町及び委託事業者  
概算費用：335.2万円

令和4年度の継続事業。若年層（10代～20代）の利用者が増えているTikTokで人気のあるインフルエンサーと連携し、町の魅力発信や町へ訪れたいくなる仕掛けづくりを企画し、実施する。前年度効果のあったライブ配信はTikTok上でアーカイブが残らないので、ダイジェスト版を配信するなど当日見られない人向けの発信も行う。

- ・インフルエンサーと連携したライブ配信企画（TikTokとYouTubeの同時配信） 2回  
町のイベントなどに来てもらい、町の様子をインフルエンサーとともに発信する。  
R4年度はTikTokでライブ配信を行っていたが、システムの関係上アーカイブが残らず、ライブ配信をリアルタイムに見られない人への配慮ができなかった。R5年度は、TikTokとYouTubeの同時配信を行い、アーカイブが残るようにして、2つのアプリからの閲覧を促す。
- ・ライブ動画のダイジェスト版の配信 2回  
上記にて、YouTubeのライブ配信も行うが、視聴者の閲覧数を増やすため、ライブ動画のダイジェスト版を編集し、TikTokとYouTubeにて配信する。

【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】

- 1 動画 ロング1本、ショート5本を制作
- 2 誘客ツアー及びオンラインツアーを1回実施
- 3 発信力のあるインフルエンサーと連携した町の魅力発信を2回実施

【アウトカム】

- ・動画の再生回数が、R4年度比較で10%UP。
- ・R4年度当初のアンケート数値を基礎数値とし、比較で20%UP。
- ・インフルエンサーと連携したSNSのフォロワー数が、R4年度比較20%のUP。

【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

- ・町の現状や復興の様子、町の魅力や製品の安全性を正確に情報発信することで、当該地域にマイナスイメージを持ち、生産や販売、生活に不安を抱いている県外の人たちが、浪江町に関心を持ち、訪れるためのきっかけになる。
- ・データを集約することにより、伝わる発信の実現及び効果的な分析・検証の体制を確立し、次回以降の広報活動において、より高い効果が見込まれる。

【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・映像の更新 令和4年度に作成した動画資料は、毎年新たな情報に更新する。
- ・PDCAサイクルにより広報内容をバージョンアップしていく体制を構築する。
- ・SNSやサイト、ツアーの参加者などから、データベースを制作する。

【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。

<具体的な対策>

- ・ ツアー催行中は、基本的なマスク・定期的な消毒、施設毎の規定に沿っていただく。
- ・ 参加者には、新型コロナワクチン3回目の接種済証明書または PCR 検査等陰性証明書(コピー可)を提示いただく。
- ・ 観光庁が示しているガイドラインに沿って運営する