

(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 4年12月6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	浪江町の産品を通じた風評払拭と地域情報発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体		浪江町	総交付対象事業費		239,912千円
既配分額			当該年度交付対象事業費		12,489千円
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	12,489千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					3,289千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					9,200千円
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
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】					
①東京都内で浪江町情報発信イベントを開催(年2回)					
②パンフレット作成					
③町の農林水産品、伝統産業品(大堀相馬焼)を活用した地域の魅力発信					
○令和7年度末における目標					
令和3年度に実施できていない①~③等のイベント開催や新商品開発などを行っている。					
【アウトカム】					
○令和7年度末における目標					
首都圏における浪江町農産物等の販売金額について、平成22年度比較で20%アップさせる。					
事業概要					
事業実施主体	浪江町				
主な企画内容	・KITTE及び新宿駅西口地下広場での浪江町物産イベントの開催 ・浪江町の産品の魅力を紹介するパンフレットを作成し、イベント等で配布 ・浪江町の農林水産品や伝統産業品(大堀相馬焼)を活用し都市圏で浪江町の食材・郷土料理等を中心にした会食イベントを開催。有名シェフ・インフルエンサー等を起用して、浪江町の農産品・海産品等をPRする動画・パンフレットを作成。				
主な事業の実施場所	KITTE、新宿駅西口地下広場				
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実施主体：浪江町

②連携団体及び役割分担

(1)浪江町：委託業務の発注・成果品の監修・連携先との連絡調整

委託業者：浪江町と協力し、イベントの企画・実施や情報発信するための動画やパンフレットを作成する。

町内事業者：イベントの際に自ら出店し、町の産品PRを行う。また、作成する動画に町内事業者の農産品、海産品等を取り上げ、町の魅力を全国に発信する。

【現状・課題】

【現状】

・令和3年の原子力白書によれば、震災から10年以上経った今でも、放射線が気になるかとされており、福島県産食材の買い控えが発生している。

・それに伴い県外の量販店等では、消費者行動を先読みした福島県産食材の買い控えも発生している。

・消費者庁の調査においても「食品中の放射性物質に関する出荷制限等への意識や理解」については、「検査が行われていることを知らない」とする割合は増加傾向であり、令和3年の調査では62.1%にもなっている。

・浪江町は山、川、海を有しており米、玉ねぎ、イチジクなどの農産品、請戸漁港のしらす、カレイなど豊かな産品が存在している。また、大堀相馬焼は300年以上の歴史、青ひび・二重焼き・駒の絵などの特徴を有する町を代表する特産品。国の伝統的工芸品に指定されている。

【課題】

・浪江町産の農林水産品は流通業者に対して、食品中における放射性物質の検査が行われており、安全性が確認されているが、「福島のもの不安」「浪江町のものって食べられるの？」などの声がある。これらの風評を払しょくし、販路拡大、販売量増加の障壁になっているためには、県外の人にもその魅力が伝わるような創意工夫をした取組が必要。

・これらの取組を県外の人たちに、知ってもらう、見てもらう、(福島県に)来てもらうためには、産品を単品で取り上げるだけではその効果が十分になりにくいことが課題。これを解決するため伝統産品である大堀相馬焼との掛け合わせやインフルエンサーとの連携等により、地域の魅力を発信する必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・福島県等が主催するPRイベントに出展してきた。
- ・町全体のPRパンフレットを作成し配布してきた。
- ・町公式フェイスブック等で情報を発信してきた。

【事業実施により得られる効果】

- ・浪江町産品の魅力と正しい情報の発信による風評払拭を図る。
- ・Youtube等を活用し情報発信を行うことにより、幅広い世代に正しい情報や魅力を伝えることができる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

① 東京都内のイベントスペースKITTE及び新宿駅西口地下広場での浪江物産イベントの開催

実施期間：下半期の週末及び連休中で2日間ずつ（年2回）

実施体制：浪江町及び委託事業者、町内事業者

概算費用：3,289千円

浪江町を知ってもらい、町への興味・関心を高めるために県外において積極的な物販イベントを町が主催し、町内事業者が参加する形で開催する。浪江町産玉ねぎ、浪江町の水とお米で作った日本酒等の町内の産品を販売する事業者が出展することで、他の玉ねぎより秀でた甘味や良質な水とお米が成す日本酒の口当たりなどの魅力を町内事業者が直接首都圏の消費者に対して売り込み、浪江町を知ってもらう。会場については、いいものであれば金額を問わず買いたいという購買意欲が高い方々が多く来訪する丸の内、新宿を会場に選定し事業効果を高める。

②浪江町の産品の魅力を紹介するパンフレットによる情報発信

実施期間：～令和4年12月

実施体制：浪江町及び委託事業者、町内事業者

概算費用：4,400千円

浪江町の産品の安全性や魅力を各地のイベント等で全国に発信するために、町ブランド玉ねぎ「浜の輝き」や「唐辛子」「しらす」といった産品にスポットをあてたパンフレット等を作成する。パンフレットの構成・企画・撮影までを委託事業者に業務委託し、町産品の製造を行う事業者と町が協力して取り組む。町産品は今後も増加していくことが見込まれ、その時の旬な商品を取り上げたパンフレット等を作成し福島県のアンテナショップ、首都圏の方が浪江町まで来る際に利用する常磐道等のサービスエリア等で配布する。

③町の農林水産品、伝統産品（大堀相馬焼）を活用した地域の魅力発信

実施期間：令和5年1月～令和5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：4,800千円

- 浪江町の農林水産品や伝統産品（大堀相馬焼）を活用し、都市圏で浪江町の食材・郷土料理等を中心にした食事会を開催。
- 食事会には食通の方、インフルエンサー等の情報発信の効果を高める者が参加し、その様子を動画にする。
- 動画は大堀相馬焼の紹介、浪江町の農林水産品の紹介、請戸漁港の様子、町の農業の様子の映像を加えて編集を行い、Youtube、関連サイト等で配信することでその魅力を発信する。
- 食事会の様子の写真を組合わせた浪江町の農林水産品、伝統産品（大堀相馬焼）をPRするパンフレット（冊子）を作成し、県外で配布をおこなう。

【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

- ①関連動画総視聴数：5,000回/年
- ②パンフレット配布部数500部

【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

- ・町内事業者が自ら産品を販売し商品の安全性・品質を伝えることで、県外での風評払拭とPRにつなげることができる。
- ・これまでなかった町の原材料の安全性や魅力にスポットを当てたパンフレットを作成・配布することで風評払拭を行うことができる。
- ・インフルエンサーによりSNS等から多くの方に、正しい町の産品情報を伝えることができる。
- ・商談会で全国の事業者にはパンフレット配布やPRを行うことで販売先の地域においても浪江町の情報発信と風評払拭につなげることができる。

【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

- ・首都圏を中心とした施設での物販イベントを開催し、継続的に町の産品のPRを行っていく。
- ・新たに生まれた町の産品を取り上げた最新版浪江町パンフレットを作成する。
- ・SNS等で注目されやすい「映え」を意識した商品を開発し発信してもらう。

【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、国と県、開催地が属する地方公共団体等が発出する通知やガイドラインに乗っ取った事業実施とする。