

(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 6 年 1 月 10 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.	2	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			47,555 千円
既配分額	30,676 千円	当該年度交付対象事業費			16,879 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 16,879 千円					
i) 風評動向調査 1,815 千円					
ii) 体験等企画実施 5,929 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 9,135 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					
○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。					
・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。					
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					
【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 13 年が経過した今も、放射線による汚染、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。					
・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。					
・町の広報について、広報紙の他に YouTube、Instagram、X (旧: 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5年度の情報発信やツアー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。

【課題に対するこれまでの取組と成果】

- ・町キャラクターを活用したX(旧:Twitter)、Instagramでの分かりやすい広報の実施。
- ・町全体のPRパンフレットを作成し配布してきた。

<取組>

○令和4年度

- ・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。
- ・情報発信に併せて、風評動向調査等も行いデータ収集を実施。

○令和5年度

- ・町のプロモーションに繋がる動画を制作し、発信する広報を実施。
- ・町の観光や産業、発信した動画などを総合的に閲覧できるポータルサイトを作成し、公開。
- ・誘客ツアーを実施し、町に訪れてもらい、リアルな町を知る・体験する企画を実施。
- ・町民の皆さんと協同し、町の魅力を発信する広報を実施。

<成果>

- ・旅行者目線の動画は1万回以上再生され、町の風評払拭に寄与できた。また、福島県市町村広報コンクール映像部門で「特選」に選ばれ、全国推薦となり、さらに町の魅力を発信する機会となった。
- ・オンラインツアーや誘客ツアーに参加した人々からは、町のイメージが変わった、被災地なので町に行くのをためらっていたが行きたくなくなった、など前向きな感想をいただいた。
- ・情報発信に併せて、風評動向調査等も行いデータ収集を実施したところ、当町で想定していた「震災」や「復興」に関するワードよりも「観光」など楽しくて前向きなワードでの関心が高い発見があり、次回の取組みの方針を決める大きな成果を得られた。
- ・人気インフルエンサーによる発信は、テレビや新聞などのメディアから高い注目を得られ、各メディアで取り上げられるなど、広報に関して高い相乗効果が得られた。

【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6年4月～令和7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：12,886千円

取組内容：

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、X(旧:Twitter)、Instagram)で発信する。また、地域住民や事業者と連携したツアーを構築し、浪江町へ誘客し、リアルな浪江町を体験してもらう。

- ・令和5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5年度の情報発信やツアーのアンケート分析結果を反映し、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。

- ・誘客ツアーの実施

令和5年度に実施した誘客ツアーのアンケート分析結果を反映した新たなコース構築、地域で眠っているコンテンツの掘り出し、人材育成を行い、より関心興味を持たれるツアーを実施する。また、インフルエンサーなど著名人をツアーに招待し、ツアーや浪江町の様子を本人のSNSで発信してもらう。あわせて、参加者向けにアンケートを実施し、風評動向調査等も行う。

- ・コンテンツの造成と発信

町の産品や観光コンテンツの掘り出しを行い、令和5年度に制作したホームページに写真や動画を掲載していく。

- ・町の認知度向上、誘客ツアーへつなげるためキャラクターイベントへ出展
キャラクターイベントには全国各地から人が集まり、来場者が、キャラクターを通して地元（町）や地元の産品などに関心興味を持つ傾向があるため、当町のキャラクター「うけどん」とともにキャラクターイベントに参加し、ブース出展することにより、町の魅力を発信しながら、町への誘客を促すことが有効である。また、来場者に対し浪江町の認知度調査やイメージ調査などを行うことで、率直な意見を回収できる可能性があるため、調査と分析結果を本事業の動画制作やツアー、コンテンツ造成などに生かすことができる。

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6年4月～令和7年3月

実施体制：浪江町及び委託事業者

概算費用：3,993千円

取組内容：

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。前年度に効果のあった、実際に町へ訪れたインフルエンサーによるTikTokでのライブ配信を継続するとともに、当日ライブ配信を見られない方から配信を見たいという意見があったことから、ダイジェスト版の配信も行う。また、連携するインフルエンサーにも当日のダイジェストやオリジナルの動画を作成してもらい、相互のアカウントから浪江町の様子を知ってもらえる機会を提供する。

- ・インフルエンサーと連携したライブ配信企画と動画投稿 各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。ライブ配信のほかに、インフルエンサーが動画を作成し、自身のアカウントや町アカウントにて動画を投稿し、魅力発信を行う。また、インフルエンサーのファンの来町のきっかけとなるように、ファン交流の場も併せて実施する。

- ・ライブ動画のダイジェスト版の配信 2回

ライブ配信を見られなかった・再度見たい人向けに、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】

【アウトプット】

- 1 動画等の製作本数 横動画ロング2本、SNSで活用できる縦動画ショート10本を予定
- 2 令和5年度に構築した誘客ツアーをブラッシュアップした誘客ツアーの実施を予定（年2回を予定）
- 3 発信力のあるインフルエンサーと連携し、町の魅力発信を予定（毎年2度を予定）
- 4 イベント出展し、町の魅力発信を行うとともに、町のイメージ調査などを行う（出展回数5回を予定）

【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
- ・町のキャラクターのSNSのフォロワー数が、R5年度比較20%のUP

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・町の現状や復興の様子、町の魅力や産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】

- ・映像の更新 令和5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し、町の情報発信を担当している部署などにも共有していく。
- ・ポータルサイトの内容充実を継続しつつ、観光協会や観光担当部署などでポータルサイトを継続して運営できる体制を構築していく。
- ・ツアーの結果や効果などのデータを整理し、地元観光会社などでツアーを運営していけるようにサポートしていく。