

(様式 1-5)

平田村 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 6 年 7 月 1 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。

N0.	1	事業名	平田村地域情報発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体	平田村	総交付対象事業費	7,895 千円		
既配分額	0 千円	当該年度交付対象事業費	7,895 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 7,895 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 3,999 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 3,896 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					
・平田村の観光入込客数を令和 8 年度において東日本大震災前の H22 年度数値（約 76 千人）以上を目標とする。（参考値 H22 76 千人 H23 33 千人 R5 42 千人）					
事業概要					
事業実施主体	平田村				
主な企画内容	平田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	平田村、東京都				
事業の実施期間	令和 6 年度～令和 7 年度				
企画内容					
【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 処理水海洋放出方針決定により、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。					
・平田村では、平成 30 年度に村内の観光施設であるジュピアランドひらたに新たな観光資源としてあじさい園を整備しギネス世界記録を取るなど新たな人の呼び込みを続けてきたがそれらの魅力について県外に対し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・農物産に対する風評の再燃が懸念されることから、正しい情報や平田村の魅力等の発信を継続的に行っていく必要がある。					
・平田村の持つ観光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。					
【課題に対するこれまでの取組と成果】					

〈取組〉

- ・村広報誌及びホームページにおいて風評払拭のためのPR活動
- ・村が実施する芝桜まつり、商工会が実施する夏祭り、村で実施する文化祭において風評払拭のためのPR活動

〈成果〉

- ・震災以降、村が発行する広報誌及びホームページにおいて村の観光資源であるジュピアランドひらたで実施する「芝桜まつり」は、H23年度33千人まで来場者が落ち込んだが、テレビCMや広告の効果によりR5年度には、42千人まで回復した。なお、直近の来場者アンケートでは27%が県外からの来場者であり、PR方法の拡大により、さらなる来場者の獲得が見込まれる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

①. 都内における認知度向上PR事業

実施時期：令和7年1月

実施主体：平田村、委託事業者

概算費用：3,896千円

取組内容：

○目的

都内において村の県外観光客の一番多い「芝桜まつり」「あじさいまつり」の効果的な情報発信を行い、村の認知度向上を図り県外からの来村に繋げる事業を実施する。

○6年度事業

情報発信力効果が高い都内主要駅におけるデジタルサイネージによる情報発信を新規の取組として実施する。今年満開時に撮影したドローンによる空撮映像と通常撮影の写真を組み合わせた映像コンテンツを作成し、来年の来場を依頼する内容を発信する。

首都圏の主要駅である池袋・新宿・恵比寿・五反田・品川等19駅のJ・ADビジョンの15秒広告を7日間、池袋中央改札口で4週間実施する。このPR動画の短縮版をSNSで発信し、かつ、首都圏でのPRを実施している事実も併せてPRする。

○ターゲット層

首都圏を中心とした若者世代（20代～40代）、都内在住者、移住希望者

○情報発信ツール

- ・デジタルサイネージ
- ・SNS（Instagram、X、等）

①-1. 認知度向上PR事業用頒布物等作成

実施期間：令和6年10月

実施体制：平田村

概算費用：626千円

取組内容：

○目的

上記①の実施に併せて職員による都内でのPRを行う。サイネージの放映に併せて頒布物でPRを行う。

なお、PR活動は他の出張に付随する形で実施することから職員の旅費等は計上しない。

○6年度事業

- ・移住向けパンフレット作成800枚
- ・配布用米袋（2合用）1,000枚
- ・不織布バッグ（A4）900枚
- ・スタッフジャンパー3着

②. 地元飲食店と連携した登山体験モニター事業

実施期間：令和6年11月

実施体制：平田村

概算費用：3,048千円

取組内容：

○目的

都内から比較的近距離で登山初心者向けである蓬田岳（952m）の観光資源としての周知を図るツアーイベントを実施し、昼食時に村内で収穫された農産物での食事を提供し、県内の食の安全をPRするとともに、継続して農産物を購入してもらえるようPRを図る。

○6年度事業

都内の登山希望者を対象に無料のモニターツアーを実施する。例年秋から冬にかけての登山客が週末20～40人ほど来村することから定員を20名に設定し東京駅からのバスツアーを手配し、県内での登山の放射線等の安全性をPRする。登山を体験した後、村内の宿泊施設にて入浴と食事を提供する。食事には村内で収穫された野菜を提供し安全性をPRする。

○ターゲット層

首都圏を中心とした中年世代（40代～60代）、都内在住者、移住希望者

○情報発信ツール

- ・デジタルサイネージ（都内快速線のトレインチャンネル、スポットCM）
- ・SNS（Instagram、X、等）
- ・無料ツアーの参加者にツアーの様子、感想をSNSで発信することをツアー参加の条件とし、正しい情報を広く発信してもらうよう依頼する。

②-1. 登山ツアーおもてなし用頒布物等作成

実施期間：令和6年10月

実施体制：平田村

概算費用：325千円

取組内容：

○目的

上記②を実施するにあたり必要な頒布物を作成し効果的にPRを図る。

○6年度事業

- ・移住向けパンフレット作成200枚
- ・配布用米袋（2合用）200枚
- ・不織布バッグ（A4）100枚
- ・スタッフジャンパー7着
- ・スタッフポロシャツ10着

【今年度事業における目標】

〈アウトプット〉

- ・都内での広告掲載14日間（事業番号①）
- ・モニターツアーの実施1回（事業番号②）
- ・作成パンフレットの配布600枚（事業番号②-1）

〈アウトカム〉

- ・ジュピアランドひらたへの来場者数前年比5%増（事業番号①、②）
- ・村観光資源の発掘、SNS等利用による情報発信による集客数前年比5%増（事業番号②）
- ・特産品の売上額増加前年比5%増（事業番号②）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・観光施設への入場者数の増加（事業番号①）
R6年度46千人→R7年度50千人
- ・村観光資源の発掘、SNS等利用による情報発信による集客（事業番号②）
村インスタのフォロワー数R6年度1400名→R7年度2100名
- ・特産品の売上額増加、認知度向上、移住者の増加（事業番号②）
ふるさと納税返礼品の増加 R5年度470千円→R7年度1,000千円

【次年度以降の取組】

- ・特産品を含む村農産物の安全性の PR を継続しつつ、事業終了後にも継続して購入いただけるような事業取組を行う。
- ・集客力が高い村内イベント開催により、本村を知ってもらいきっかけをつくることで、再訪してもらえるよう取り組む。
- ・村の認知度向上を図るため、都内公共交通機関における情報発信を行う。