

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

1. 基本情報

自治体名	他市町村との連携	事業番号	事業名			
平田村		A－1	平田村地域魅力発信事業			
事業実施年度	当該年度総事業費	経費区分（該当区分に○を入力）				
R 8 年度	19,998 千円	①情報発信事業			②外部人材活用	
事業費	左記 事業費のうち 国費負担分	i 風評動向調査	ii 体験等企画実施	iii 情報発信コンテンツ 作成	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
19,998 千円	9,999 千円			○		

2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

自治体が抱える風評等の現状について
東日本大震災及び原発事故から間もなく 15 年が経過するが、いまだ「福島県産」に対する不安の声が聞かれ、県産品に対する市場の評価は戻っていないなど、風評は根強く残っている。平田村には豊富な観光資源があり、毎年多くの観光客に訪れていただいているが、コロナ禍を挟んだこともあり、いまだ震災前の水準には戻っていない。また、ALPS 処理水の海洋放出が開始されたことにより、県外や海外からの観光客減少など新たな風評が発生するおそれがある。
上記の現状の原因となる課題について
復興の様子がたびたび注目される浜通りや、鶴ヶ城などで元々知名度のあった会津と比べ、中通り、特に平田村が位置する県中地域南部はマスコミの注目度も低く、いまだ認知度は低い。風評を払拭するためには産地、産品の魅力や安全性に関する情報発信が重要であり、そのためには現地に赴いてもらうことが効果的である。平田村では、蓬田岳山麓に整備された自然公園「ジュピアランドひらた」で芝桜まつりを震災前から開催しているほか、新たな観光資源として同敷地内にあじさい園及びゆり園を整備し「世界のあじさい・ゆりまつり」を開催、展示されたあじさいの最多品種数でギネス世界記録に認定されるなど、話題づくり、人の呼び込みを継続してきたがいまだ効果は十分ではなく、村の魅力について県外に対し効果的に届けることができていない。県と連携して県外へのプロモーションも行っているが、他自治体との差別化ができておらず、埋もれてしまっている。
上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む）
○村独自の取組 ・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 ・村及び（一財）平田村産業振興公社が実施する芝桜まつり・世界のあじさいゆりまつり、商工会が実施する夏祭り、村で実施する文化祭等において風評払拭のための PR 活動 ○令和 6・7 年度事業での取組 ・都内におけるイベント告知 →村の一大イベントである芝桜まつり及び世界のあじさいゆりまつりの PR 動画を作成し、首都圏の主要 19 駅の J・AD ビジョンにおいて 15 秒広告を各 7 日間実施。

・魅力発信パンフレット作成・配布

→デジタルサイネージによる PR に併せ、東京交通会館や福島県東京事務所など、都内福島県関連機関向けに平田村の魅力を発信するパンフレットを 1,000 枚製作・配布。

・登山体験モニターツアー

→首都圏在住者を対象に、村の山「蓬田岳」登山や道の駅での買い物、村内宿泊施設での入浴など、村の魅力を満喫いただく無料のモニターツアーを実施。ツアー終了後は SNS でツアーの様子や感想等を発信してもらい、正しい情報を広く発信していただく。

上記の取組における成果について

芝桜まつり来場者数

R5 年度 42,000 人 → R6 年度 47,000 人 → R7 年度 41,000 人（開花時期が遅れたため）

【参考 H22：約 76 千人、H23：約 33 千人】

3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

1. 平田村魅力発信事業

①実施期間：令和 8 年 4 月～令和 9 年 3 月

②実施体制：単独

③実施場所：平田村内（コンテンツ作成のための撮影等）及び首都圏（駅構内サイネージ等）

④概算費用：19,998 千円

⑤実施内容：

平田村の重要な観光資源である「ジュピアランドひらた」を中心に平田村を知ってもらい、村への興味・関心を高めるため、著名人を活用し、村の観光地や飲食店、特産品等を紹介する情報発信媒体を作成する。より多くの方に届けるため、紙媒体及び電子雑誌（20P 程度）のほか、PR 動画 2 本（ショート、ロング ver.）を作成する。都内の主要駅におけるデジタルサイネージ（1 か月程度）も組み合わせることで、今まで平田村を知らなかった人にも著名人をきっかけにジュピアランドひらたや山鶏滝等の観光資源、ハバネロや自然薯、アスパラガス等の高原野菜といった特産品及び村内飲食店を紹介することにより村の魅力を知ってもらい、平田村を認知してもらうことを目的としている。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

上記媒体で平田村の農産物やそれを使った料理、そして村の復興のシンボルである「ハバネロ」やその加工品等を紹介することで平田村の復興に向けた取り組みを発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

首都圏の若年層から好感度及び知名度の高い著名人を活用することでパブリシティ効果が生まれ、マスコミへの露出も図ることができ、また、若年層及び著名人本人による SNS での発信によるファン層への連鎖反応を狙うことができる。

首都圏イベントにおいては、幅広い年代の方に対し「紙冊子」を配布するとともに、スマートフォン等を利用されている方向けに「電子雑誌」へと誘導する QR コード付きのチラシを配布する。また、首都圏の駅構内にデジタルサイネージを活用した動画を配信することで、首都圏の多くの人に対して情報発信を実施する。

【配布予定イベント】 ※首都圏在住者を対象とした関係人口づくりのためのイベント。この他に配布可能なイベントが生じた場合は調整する。

- ・テーマから探す！移住フェア&地域おこし協力隊フェア（1,000 部） ・東北移住&つながり大相談会 2026（500 部）
 - ・JOIN-FURUSATO フェア～ ふるさと回帰（15,000 部） ・JOIN-FURUSATO フェア～ 移住・交流&地域おこし（1,000 部）
 - ・福島くらし&しごとフェア 2026（1,000 部） ・福島県東京事務所、日本橋ふくしま館 MIDETTE 等における配布（1,500 部）
- なお、従来どおり村 HP で動画及び電子雑誌を掲載することで県内外問わない情報発信を実施する。

4. 事業における目標等

今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る	今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る
・著名人出演動画 2 本 ショート・ロング ver. ・著名人出演電子雑誌 特設 HTML ページ、バナー作成 ・著名人出演冊子 20,000 部	・関連動画：10,000PV/年 ・電子雑誌閲覧数：10,000PV/年 ・紙冊子配布数：20,000 部
長期的な目標 ※1 つ以上は定量的な目標を設定	長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載（○％）
・交流人口の増加、及びそれに伴い関係人口へ切り替わる人の増加 →芝桜まつり来場者数目標 50,000 人（R12 年度）※村総合計画 →世界のあじさいゆりまつり来場者数目標 22,000 人（R12 年度）※村総合計画	・芝桜まつり来場者数：41,000 人（R7 年度）、達成度 82％ ・世界のあじさいゆりまつり来場者数：13,000 人（R7 年度）、達成度 59％

平田村地域魅力向上・発信事業計画

令和8年3月時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)	事業名 (注2)		各年度の交付対象事業費(注3)					総交付対象事業費	備考 (注4)
				令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度		
1	A - 1	平田村地域魅力発信事業	前回まで 今回 計	(0) 19,998 <19,998>	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	(0) 19,998 <19,998>	
2	-		前回まで 今回 計	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	(0) 0 <0>	
3	-		前回まで 今回 計	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	(0) 0 <0>	
4	-		前回まで 今回 計	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	(0) 0 <0>	
5	-		前回まで 今回 計	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	 <0>	(0) 0 <0>	
				前回まで 今回 計	(0) 19,998 <19,998>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 19,998 <19,998>	

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 「各年度の交付対象事業費」は、上段()書きは前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段< >書き及び総交付対象事業費については、自動計算される。

(注4) 事業間流用を行った場合には、「備考」に事業間流用を行った旨、その時期及び額を記載する。なお事業間流用を行う場合には、流用する(流用される)事業名も合わせて記載する。