

(様式 1－1 申請書)

7 産第 185 号
令和 7 年 5 月 8 日

内閣総理大臣 殿

福島県西白河郡西郷村長 高橋 廣志

地域魅力向上・発信事業計画の提出について

福島再生加速化交付金（福島定住等緊急支援（地域魅力向上・発信支援））
実施要綱第 4 の 2 の規定に基づき、地域魅力向上・発信事業計画（令和 6 年
度）を提出します。

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

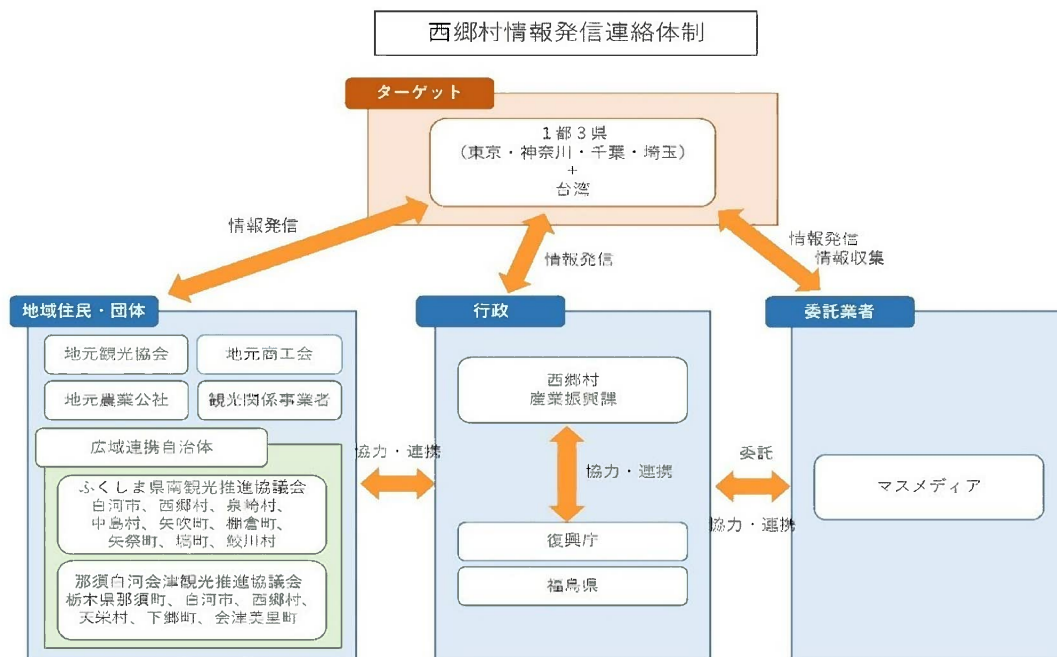
① 情報発信の内容

関東圏（栃木県那須町）と隣接する本村は、東北自動車道（白河I.C.）や東北新幹線（JR新白河駅）など高速交通体系が整備され首都圏からのアクセスにも恵まれているため、風評払拭に向けて効果的な情報発信をすることで、本事業を通して多くの来訪に繋がることを期待できる。

このため、原子力災害による風評の払拭のため、「知ってもらう」、「食べてもらう」、「来てもらう」の3つの視点から、来県者が多く見込める1都3県（東京、神奈川、千葉、埼玉）にターゲットを絞り、本村の観光と併せて食品等の安全性等の情報発信や特産品のプロモーションを行い、当村さらには福島県の認知を高めながら復興・再生を加速していく。

② 西郷村情報発信体制

- ・西郷村産業振興課（農政係・観光係）を中心に、総務課広報広聴係の協力のもと公式HPや西郷村公式YouTube、Facebook、Instagram、広報誌等による発信
- ・委託業者のマスメディアを通じて、新聞やマスメディアHP上で観光資源や特産品に関する広告を掲載して発信
- ・地元観光協会と協力・連携し、観光関連事業者への取材協力要請及び情報発信
- ・観光関連事業者と協力・連携し、PR動画の作成及び情報発信
- ・地元メディアと協力・連携し、TV・新聞等を通じた情報発信
- ・にしごう体験隊と協力・連携し、観光案内及び情報発信
- ・広域連携自治体（ふくしま県南観光推進協議会・那須白河会津観光推進協議会）と協力・連携し、HP等でPR動画・観光情報の発信
- ・西郷村農産物直売所友の会、にしごう大豆の会、西郷の花生産組合等イベントでの連携協力
- ・福島県が実施する首都圏での風評払拭イベントでの連携協力



③ 情報発信等の戦略目標

西郷村が発信する情報への接触者数を5年間の累計で500万人とする（新聞広告、WEB広告、イベント来場者等を数値化し、目標達成を図る）。

④ 全体工程表

取組	R4	R5	R6	R7
「知ってもらう」	風評動向調査			
	新聞・WEBを活用した風評払拭情報発信			
	動画作成・情報発信			
「食べてもらう」	西郷産特産品プロモーション			
「来てもらう」	国内インフルエンサー招聘	国内向けモニターツアー		

PDC Aサイクルについて

本事業については、目標達成のため予定している計画を着実に実行し、実施した事業については振り返りを行うとともに、アンケート調査の結果等も参考にして、改善点については次年度に反映し、風評払拭に向けて効果的に取り組む。



(様式 1 - 3)

461 西郷村 地域魅力向上・発信事業計画 令和4年度～令和7年度

令和5年5月8日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)			事業名 (注2)	事業 実施 主体	各年度の交付対象事業費 (注3)					総交付対象事業費	全体事業 期間 (注4)			備考		
						令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度					その他 (注5)		
1	A	-	1	西郷村地場産品魅力発信事業	西郷村		(5,946)	(5,945)	(7,500)	(19,391)	令和4年 度	～	令和7年 度				
2	A	-	2	西郷村大規模フードフェス魅力発信事業	西郷村		(12,477)	(12,476)	(12,476)	(37,429)	令和4年 度	～	令和7年 度				
3		-								(0)		～					
4		-								(0)		～					
5		-								(0)		～					
					合 計	(0)	(18,423)	(18,421)	(19,976)	(0)							
						0	0	0	0	7,501							
						<0>	<18,423>	<18,421>	<19,976>	<7,501>	<64,321>						

(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)「全体事業期間」は、令和4年度以降に実施することが見込まれる事業については、令和4年度以降も含めて記載する。

(注5)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。

また、福島県については、実施要綱第4 6 — ⑤の一の市町村の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分1・2の市町村(複数市町村でも可)と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業(調整した市町村名を列挙)」と記載する。

(様式 1 - 4)

461 西郷村 地域魅力向上・発信事業計画 令和 7 年度

令和5年5月8日時点

(単位：千円)								
No.	事業番号 (注 1)	事業名 (注 2)	事業 実施 主体	国費率 (a)	当該年度		備 考 (注 4)	
					交付対象事業費 (b) (注 3)	うち交付金交付額 (c) =a×b		
1	A - 1	西郷村地場産品魅力発信事業	西郷村	1/2		(0)		
					7,501	3,750		
					<7,501>	<3,750>		
2	-					(0)		
						0		
					<0>	<0>		
3	-					(0)		
						0		
					<0>	<0>		
4	-					(0)		
						0		
					<0>	<0>		
5	-					(0)		
						0		
					<0>	<0>		
				合計額	(0)	(0)		
					7,501	3,750		
					<7,501>	<3,750>		

(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) 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< >書きについては、自動計算される。

(注 4) 福島県については、実施要綱第 4 6 ー ⑤の一の市町村名の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分 1・2 の市町村（複数市町村でも可）と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業（調整した市町村名を列挙）」と記載する。

(様式 1-5)

西郷村 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 5 月 8 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	西郷村地場産品魅力発信事業		事業番号	A-1
事業実施主体		西郷村	総交付対象事業費		26,892 千円	
既配分額		19,391 円	当該年度交付対象事業費		7,501 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 7,501 千円						
i) 風評動向調査 千円						
ii) 体験等企画実施 7,501 千円						
iii) 情報発信コンテンツ作成 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						
西郷村の観光入込客数：36 万人（震災前の水準を回復）（H22：364,517 人（観光客入込調査））						
西郷村の主要農産物（ブロッコリー、きゅうり、とまと、ねぎ等）の販売実績：令和 8 年度 106.26t （本事業開始前の令和 3 年度比 5 % 増）（H22：（JA 西郷園芸事業販売実績表））						
事業概要						
事業実施主体		西郷村				
主な企画内容		体験型コンテンツの作成に併せた風評動向調査、新聞やマスメディア HP を活用した風評払拭のための効果的な情報発信及び県内外での農産物販売会等イベント開催				
主な事業の実施場所		西郷村内施設及び都心部				
事業の実施期間		令和 4 年 6 月上旬～令和 8 年 3 月末				
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
○ 国は観光立国推進基本計画において、訪日外国人旅行者数の増加等を目標に掲げて「世界が訪れたいとなる日本」を目指し、日本国内には多くの外国人旅行者が訪れていた。しかしながら、東北、さらには福島県への旅行者数は全国から見ても低く、原発事故によって「福島」という知名度はあるものの、来訪に結び付かない要因として原発事故に係る放射線による影響等への憂慮も考えられる。						
○ 令和 3 年度に本村が約 2,000 人に対し行ったアンケート調査では、産地について「気にする」及び「やや気にする」の回答が合わせて 70%を超えており、産地を意識する消費者が多い。その中でも、いまだに「放射性物質が含まれていない食品を買いたいから」の回答もあり、うち 30%以上が「米」「野菜」の産地を気にしている。令和 6 年度福島県の風評・風化対策関連指標の現状においては、県に対する良いイメージを持つ層は 49%で、悪いイメージを持つ層が減り、「どちらともいえない」層が増加してきていることから、県への関心度が低下する「風化」が進んでいると考えられている。						
○ 農産物の正確な情報発信（放射能検査等）に取り組んできているが、福島県産に対する市場の評価（品質や価格面）が戻っていない。						

<課題>

- これまでの西郷村産品の安心・安全に係る情報の認知が進んでおらず、より一層効果的な情報発信を行う必要がある。
- 原発事故による風評払拭に努めてきたところではあるが、ALPS処理水の海洋放出が実施され、さらに県内産の農産物価格の回復が遠のくことなどが懸念される。
- このため、安心・安全な西郷村とその産品の情報を知ってもらうため、より効果的な情報発信を行い、また、実際に西郷村に来てもらい、産品を手に取り、食べてもらって体感することで、西郷村の風評払拭につなげるとともに、西郷村の魅力を知っていただく取組を強化する必要がある。

【課題に対するこれまでの取組と成果等】

<課題に対するこれまでの取組>

- 令和4年度事業において、キャンプ初心者家族層をターゲットとしたキャンプイベント（モニターツアー）を実施。西郷村に実際に足を運んでもらって村の魅力を肌で感じてもらうとともに、村産品の安全性について体感していただいた。イベント参加者からは「実際に村の魅力、食の安全性を体感することで、福島が安全・安心であることがよく分かった」といった感想が聞かれた。
- 他方で、イベントの内容について、「村の魅力である自然をもっとアピールすべきではないか」といった意見が聞かれたり、実施時期についても、「開催時期や場所なども変えて、四季を通して村の魅力を発信すべき」といった貴重な意見があった。
- また、都心部での農産品販売イベントを実施したことにより、都市部への農産品出荷量が増加（直接消費者に農産品の安全性を伝えることが食の安全性のPRや風評影響の払拭のために重要であることを実感した）。
- 令和5年度事業において、キャンプイベントにおいては申し込みが想定以上となり、さらなる誘客と風評払しょくに向けたイベントとなった。
- 令和5年度は、福島県が主催の風評払しょくイベント（ふくしまフェスタ）にも参加し、より広域なイベントでの効果的な情報発信にも繋がった。
- 令和5年度はALPS処理水の海洋放出が実施され、風評への影響が懸念されたが県外での販売会では、特に影響を感じる事がなく、たくさんの方々に応援いただいた。
- 令和6年度キャンプイベントについては好評を博し、参加者多数のため2回（1回目25組（66名）、2回目19組（52名））に分けて実施した。令和7年度においても、できるだけ多くの方に参加していただくよう進めていく。
- 令和6年度の首都圏における農産物等販売会においては、あらたに東京都中央区にある福島県のアンテナショップ日本橋ふくしま館ミデッテで販売会と新商品西郷村産小麦を使ったラーメンの提供を行った。また、近隣市町村と合同で湯島天神梅まつりに参加し農産品の販売PR活動も行った。今年度は、西郷村産米を使った日本酒の製造販売を検討しており、米生産地としてのPRを図っていく。

<これまでの取組における成果>

キャンプイベント参加者：令和4年度2組（2人※ゲストインフルエンサー5名）

令和5年度25組（61人）

令和6年度44組（118人）

県外での農産物販売会：令和4年度（福島にしごうフェス in 眞野屋販売会（201,500円）、モトスミ・プレーメン通り商店街農産物販売会（285,680円））

令和5年度（水曜どうでしょうキャラバン2023仙台会場（90,990円）、ふくしま西郷村農産物販売会 in 東京都大田区（203,940円）、モトスミ・プレーメン通り商店街農産物販売会（393,780円）、ふくしまフェスタ in ららぽーと横浜（70,560円））

令和6年度（ふくしま西郷村農産物販売会 in 東京都大田区（227,070円）、モトスミ・プレーメン通り商店街農産物販売会（466,943円）、日本橋ふくしま館ミデッテ特産品販売会（305,610円）、第68回湯島天神梅まつり（70,040円））

まるごと西郷館売上：令和4年度（240,292,304円（181,935人））

令和5年度（243,437,443円（182,992人））

令和6年度（257,935,263円（185,797人））

<目標達成状況>

令和6年度観光入込客数265,065人（令和4年度：282,091人、令和5年度：281,540人）

西郷村の主要農産物（ブロッコリー、きゅうり、とまと、ねぎ等）の販売実績：令和6年度80t
（令和4年度：95.2t、令和5年度：96t）

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 体験等企画実施

実施期間：R7.7月～R8.3月

実施体制：委託業者（西郷村観光協会）

概算費用：4,400千円

実施概要

○ モニターツアーの実施

- ・ 西郷村の魅力を満喫してもらうため、県外在住者を対象に1泊2日のツアーを開催する。イベントは、前年度の参加者の意見などを踏まえ、自然を通じて西郷村の魅力を体感してもらうことができる、フットパス、登山、SUP、農業体験等をプランに加え、宿泊は村内キャンプ場でキャンプとし、キャンプ飯には西郷村及び県南地区の食材を用いた「キャンプ飯」を体験してもらうためのモニターツアーを実施する。
- ・ 9/13-14、10/4-5の2回実施予定で、各回20組の定員を予定している。
- ・ ツアーは2回とも同じ内容で、より多くの方に体験してもらうことを目的としている。
- ・ 西郷村の魅力体験として、5件ある温泉旅館・ホテルの温泉の何れか一つを日帰り入浴として体験していただく。
- ・ イベントと併せて、キャンプ参加者を対象にアンケート調査を行うこととし、イベントに対する感想や要望等、西郷村に対する印象や製品の魅力や、放射線に関する意識の調査を行う。

① イベント参加者の費用負担

- ・ イベント参加者には、会場までの交通費とテント一式及びSUP活動の一部を負担していただき、キャンプ場利用料、キャンプ飯に係る食材、燃料等のキャンプに係る経費一式及び体験に関する経費は交付金から支出する。

② ターゲット地域及びターゲット層

【ターゲット地域】

- ・ 関東（栃木県、茨城県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）

【ターゲット層】

- ・ 家族連れ及びキャンプ初心者

③ 募集方法

- ・ 参加要件等を記載した専用のWebページで参加者募集を行う。
なお、募集広報は、関東地域のアウトドアショップ等へのチラシ配布や、SNSやHPによる広報を行う。

④ ゲスト招請

- ・ キャンプイベントにはゲストとしてタレントを招請し、イベント参加者と交流していただくことで、キャンプイベントをより魅力あるものとする。タレントについては各回4名程度で、2回とも同じタレントを予定している。
- ・ タレントについては福島県にゆかりのあるタレントやキャンプに関連のあるタレントを考えている。
- ・ 下記記載の通り、イベントの様子をSNSで情報発信していただく。

○ イベントの情報発信

- ・ イベント参加者やゲストにイベントの様子等をSNSで発信していただくとともに、イベントの様子を映像化し、ネットメディアにより発信により、西郷村の魅力を発信する。

① イベント参加者による情報発信

- ・ イベント中のSNS発信をイベント参加要件とすることで、村内の魅力を発信していただく。
また、参加者により良い情報発信を行っていただくよう促すため、イベント後にSNS発信の内容を審査し、上位の者に賞品を進呈することとする。

② ゲストによる情報発信

- ・ ゲストとして招請したタレントに、イベントの様子や、イベント参加者との交流の様子をSNSで発信していただく。

③ メディアを通じた情報発信

- ・ イベントの様子を撮影し映像化、制作した映像をネットメディア（Youtube等）にて発信する。

2 農産物PR促進事業の実施

実施期間：R7.7月～R8.3月

実施体制：委託業者（西郷村農業公社）

概算費用：3,101千円（西郷村職員旅費301千円、委託費2,800千円）

実施概要

○ 都心部及び西郷村内施設での農産品販売イベント

① 都心部での農産品販売イベントの実施（計４回開催）

- ・ 都心部で西郷村の農産品の販売イベントを開催し、西郷村の農産品の魅力や風評払拭に関する情報を発信することで、都心在住者に西郷村の農産品を知ってもらい、消費の拡大を図る。
- ・ また、イベントでは、西郷村産品を使った試食品等の提供を行う。

【開催場所】：東京都内、川崎市内、その他

- ・ 東京都内での販売イベントは、大田区で実施予定（地元商店街のお祭りに合わせて出店）
- ・ 川崎市内での販売イベントは、元住吉商店街（東急東横線・元住吉駅）で実施予定

※ いずれも場所代の負担はなし

- ・ その他ふくしまフェスタ等集客の多いイベントへの参加販売会を実施予定

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ネットニュースへのイベント記事配信 １回
- 体験型イベントの動画の作成 １回
- 体験型イベントのSNSによる情報発信 28回
- 県外農産物販売会の開催 ４回
- 西郷村農産物直売所まると西郷館での収穫祭イベントの開催 １回

【アウトカム】

- 西郷村が発信する情報への接触者数が20万人

（接触者についてはキャンプフェスタ参加者 SNS フォロワー数、販売会は開催場所最寄り駅（例：大田区なら糎谷駅、川崎なら元住吉駅）駅利用者数等を基に算出）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- 西郷村及び西郷産農産物に対する消費者の認知度と安全性についての理解度の向上
- 本村への誘客数増加
- 西郷産農産物に対する消費者の購買意欲の向上
- 西郷産農産物の販売量の拡大