

(様式1-1 申請書)

4産第559号
令和4年5月6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3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

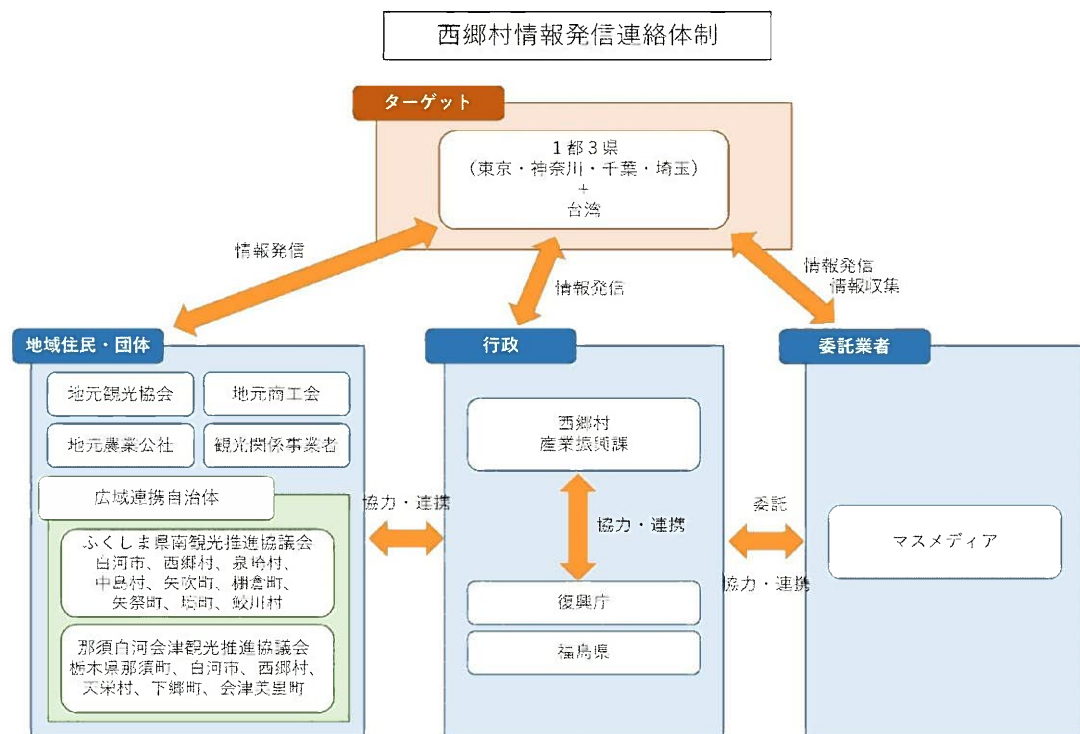
① 情報発信の内容

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つな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、総務課庶務広報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		
		国外インフルエンサー招聘	国外向けモニターツアー	
				台湾での観光プロモーション・販路拡大

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3年度～令和7年度

平成34年4月1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 その他(注5)
				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			
1	A - 2	西郷村地場産品魅力発信事業	西郷村		5,946	5,946	5,946	5,946	(0) 23,784	令和4 年度 ~ 令和7 年度	
				<0>	<5,946>	<5,946>	<5,946>	<5,946>	<23,784>		
2	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
3	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
4	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
5	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
6	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
7	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
8	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
9	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
10	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
11	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
12	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
13	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
14	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
15	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
			合 計	(0) 0	(0) 5,946	(0) 5,946	(0) 5,946	(0) 5,946	(0) 23,784		
				<0>	<5,946>	<5,946>	<5,946>	<5,946>	<23,784>		

(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3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3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」の「その他」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。

(様式 1 - 4)

461 西郷村 地域魅力向上・発信事業計画

令和 4 年度

平成34年4月1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
					交付対象事業費 (b) (注 3)	うち交付金交付額 (c) = a × b	
1	A - 2	西郷村地場産品魅力発信事業	西郷村	1/2	(0)	(0)	
					5,946	2,973	
					<5,946>	<2,973>	
2	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
3	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
4	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
5	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
				合計額	(0)	(0)	
					5,946	2,973	
					<5,946>	<2,973>	

(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。

(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 4 年 5 月 9 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	23,784 千円		
既配分類	千円	当該年度交付対象事業費	5,946 千円		
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業				小計	5,946 千円
①情報発信事業					
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					5,946 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					
iv) ポータルサイト構築					
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					
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】					
○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 2 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を年間 20 万人 (4 年間累計 80 万人)					
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 3 年 6 月上旬～令和 8 年 3 月末				
企画内容					
【実施体制】					

①実地主体：西郷村

②連携団体及び役割分担

(1) 西郷村

○公募型プロポーザルにより事業を実施していく委託業者（マスメディア）を選定。アンケート調査を行い、調査結果を分析しながら効果的に風評払拭のための情報を発信する。

○西郷村農産物直売所の運営者である一般財団法人西郷村農業公社をととした農産物販売会などに協力し開催する。

○若者世代が集うイベントで特産品を活用したプロモーションを行う。

(2) 委託業者（マスメディア、西郷村農業公社を想定）

○村からの委託を受け、マスメディアのHP上や新聞等を通して観光資源や西郷村産野菜を中心とした特産品の安全性や美味しさを伝える広告を掲載する。また、地元野菜等を使ったイベントの実施に併せ、食の風評払拭及び地場産品の情報発信を行う。

○西郷村農産物直売所の運営者である一般財団法人西郷村農業公社をととした農産物販売会等行う。

(3) 地元観光協会：取材等の協力要請、情報発信

(4) 観光関連事業者：取材等の協力要請、情報発信

(5) 地元メディア：情報の発信

(6) ツーリズムガイドにしごう：農業体験・観光案内

(7) 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）：情報の発信

(8) 福島県：福島県が首都圏で開催するイベントで連携し、福島の魅力の情報発信

(9) 農産物直売所友の会、にしごう大豆の会等農産物生産者：販売イベントの支援協力

【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。

○ 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た場合、さらに国内外の観光客の足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。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

・観光客への対応

(1) 観光誘客のための動画・パンフレットの作成を通じたプロモーション活動

(2) 台湾に向けたインフルエンサー招聘及びモニターツアーの実施等

・広域市町村との連携

(1) 福島県県南地方の観光資源を活用した着地型観光の推進

(2) 「サイクルツーリズム」をテーマに白河市・那須町と連携した回遊性の向上

・西郷産の米や農産物の安全性を確保するための取り組み

(1) 米のモニタリング検査

(2) 農産物のモニタリング検査

(3) 家庭菜園等で作った自家消費用農作物のモニタリング検査

・西郷産米や農産物の美味しさや認知度を向上させるための取り組み

(1) 観光パンフレットや雑誌等による紹介

(2) イベントでの物産PR（スーパー、パーキングエリア、お祭り、百貨店等）

【事業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正しい放射線量の理解度の向上
- 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

【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：R4.7月～R4.10月 1～2回
 実施体制：委託業者（マスメディア）
 概算費用：2,846千円

○ モニターツアーの実施

- ・ 村内のキャンプ場でキャンプイベントを開催、イベントに県外在住者を招待し、西郷村での1泊2日のキャンプと、西郷産野菜や県南地区の牛肉・豚肉等を用いた「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
- ・ 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、等に加え、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について負担していただき、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】

- ・ 隣県（宮城県、茨城県、栃木県）及び都心部一都三県（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、募集公告は、LINE ニュースによる告知と、アウトドアショップ「WILD-1」のHPにてイベントの告知を掲示していただくとともに、上記ターゲット地域に所在する「WILD-1」の店舗に募集公告のチラシを設置することとしている。
 ※ 「WILD-1」での募集告知は、先方の厚意により無償で実施。

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。
 併せて、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。

○ キャンプイベントの情報発信

- ・ イベント参加者やゲスト招請するタレントにイベントの様子等をSNS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、西郷村のキャンプ体験の魅力を発信する。

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、キャンプイベントでキャンプ飯を作る様子、食べる様子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、キャンプイベントの様子や、イベント参加者との交流の様子をSNS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を想定）にて発信する。

2 農産物PR促進事業の実施

実施期間：R4.7月～R5.3月実施体制：委託業者（西郷村農業公社）
 概算費用：3,100千円（西郷村職員旅費300千円、委託費2,800千円）

○ 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

- ・ 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
 - ・ 東京都内での販売イベントは、日本橋ふくしま館で実施予定
 - ・ 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
- ② 「まるごと西郷館」を活用した農産品販売イベント
 - ・ 交通の便が良い西郷村の地理的条件を活かして西郷村農産物直売所「まるごと西郷館」においてイベントを開催し、県外の近隣自治体から西郷村に来てもらい、西郷村の農産品を実際に見て、手に取ってもらうことで、西郷村の農産品の魅力や安全性を知ってもらい、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。
 - ・ イベントへの来客の増加を図るため、イベントの開催について地域別観光ガイドブックに記事を掲載する。

【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

【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 2回
- 西郷村農産物直売所まるご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

【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

- 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

【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- アンケート調査の分析と検証を行い、より効果的なPR方法の見直しを行う。
- 受験生の親に向けた、西郷応援簡易レシピ開発を行う。
- 令和4年度以降は、令和3年度に実施する事業に加え、大型施設でのプロモーションを実施する。
- インフルエンサーによる情報発信については、令和4年度に国内向け、翌5年度には台湾向けに行い、本村の観光地や食の魅力について発信する。
- モニターツアーについては、実際に本村に足を運んでいただき、農業体験や観光体験を通して魅力を感じていただく。
- 令和6年度以降は、台湾での観光PRイベント等を通して、台湾における本村の認知度を高め、本村へのインバウンド増加に繋げていく。
- 以前は、トップセールスで誘客に繋げる取り組みを行ってきたが、今後は、モニターツアーやインフルエンサーを通じて、県南地域や那須町の近隣市町村等と連携を図り、自然や体験型観光を中心とした商品ルートを造成して、誘客につなげる。
- 新規の取組として、体験型観光では、果物や農業体験も含めて実際収穫された旬な果物やお米をその場で食べるなどして、安全性のPRにも努める。
- 福島県が実施するインバウンド事業についても積極的に連携を図り、効果的な事業実施に努める。
- 県外農産物販売会や西郷村農産物直売所まるごと西郷館でのイベントを継続拡大していく中で、リピーターや新たな消費者の掘り起こしと繋げていく。

【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・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

<具体的な対策>

- PR動画作成及びプロモーション時は、マスクの着用と手指の消毒を徹底する。また、人との距離を保つ。
- スタッフも含め関係者に関しては全員検温を実施し、体調が悪い方は作業に従事させないようにする。
- イベント会場では入場時の検温の実施。
- 事前申込として、申込内容と過去2週間の体調管理の確認。
- アルコール噴霧ゲート設置。
- 会場内のアルコール完備。
- 再入場時の検温実施と再入場用リストバンドの作成。