

(様式 1 - 1 申請書)

4 産 第 9 6 0 号  
令和 4 年 9 月 2 0 日

内閣総理大臣 殿

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 4 年  
度）を提出します。

(様式1-2) 情報発信等戦略 461 西郷村

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

※ 令和7年度までのうち、対象市町村等が設定

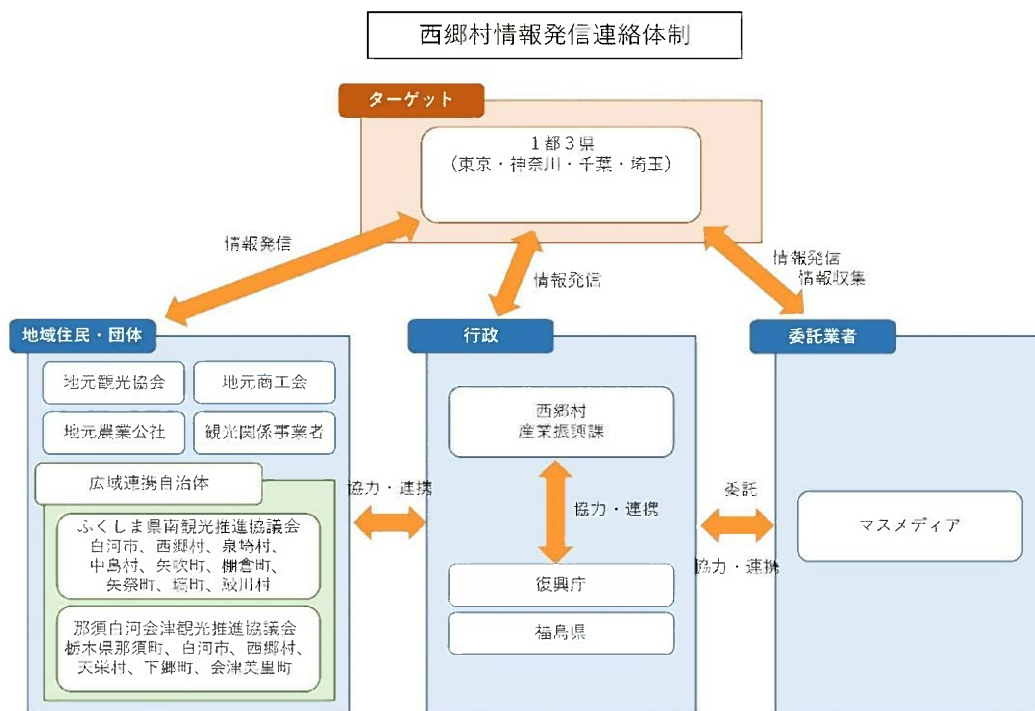
情報発信等戦略

① 情報発信の内容

別添のとおり

② 西郷村の情報発信体制

- ・ 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

情報発信等戦略の最終年度までに市町村等が目指す情報発信の将来像を記載してください。

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

交付金を活用して実施する取組についての工程表を記載してください。

取組	R4	R5	R6	R7
「知ってもらう」 「食べてもらう」 「来てもらう」	新聞・WEBを活用した風評払拭情報発信・西郷産特産品プロモーション（フードフェスティバル参加）			

(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4年9月20日

(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 - 1	西郷村地場産品魅力発信事業	西郷村		(5,946)	5,946	5,946	5,946	(5,946) 17,838	令和4年度 ~ 令和7年度	
				<0>	<5,946>	<5,946>	<5,946>	<5,946>	<23,784>		
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	12,477	12,477	12,477	(0) 49,908	令和4年度 ~ 令和7年度	
				<0>	<12,477>	<12,477>	<12,477>	<12,477>	<49,908>		
3	-								(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
4	-								(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
5	-								(0) 0	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
			合 計	(0)	(5,946)	(0)	(0)	(0)	(5,946)		
				0	12,477	18,423	18,423	18,423	67,746		
				<0>	<18,423>	<18,423>	<18,423>	<18,423>	<73,692>		

(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4年度

令和4年9月20日

(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	(5,946)	(2,973)	
					<5,946>	<2,973>	
2	A - 2	西郷村大規模フードフェス魅力発信事業	西郷村	1/2	(12,477)	(6,238)	
					<12,477>	<6,238>	
3	-				(0)	(0)	
					<0>	<0>	
4	-				(0)	(0)	
					<0>	<0>	
5	-				(0)	(0)	
					<0>	<0>	
合計額					(5,946)	(2,973)	
					12,477	6,238	
					<18,423>	<9,211>	

(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 - 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4年10月12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.	事業名	事業番号	
	西郷村大規模フードフェス魅力発信事業	A-2	
事業実施主体	西郷村	総交付対象事業費	49,908 千円
既配分額	千円	当該年度交付対象事業費	12,477 千円
経費区分ごとの費用			
一 地域の魅力向上・発信事業			
①情報発信事業			
			小計 12,477 千円
i) 風評動向調査			千円
ii) 体験等企画実施			10,277 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成			2,200 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			
【アウトプット】			
○大規模フードフェスティバルへのブース出展及び体験型イベントの実施：年1回、累計4回			
○西郷村の魅力や上記イベントの出展物等のメディアによる情報発信：年10回以上			
【アウトカム】			
○西郷村が発信する情報への接触者数：年200万人以上、累計800万人以上			
○西郷村ブース及び体験型コンテンツ等への集客数：1回3000人以上、累計12000人以上			
○西郷村産水産物の出荷量：4カ年で30%増(震災前の水準を回復)			
事業概要			
事業実施主体	西郷村		
主な企画内容	① 東京都内で開催される大規模フードフェスティバルにおけるブース出展、体験型コンテンツ、ステージプログラムの実施 ② マスメディアを活用した情報発信		
主な事業の実施場所	東京都内		
事業の実施期間	令和5年1月～令和8年3月末		
企画内容			
【実施体制】			
① 実施主体 西郷村			
② 連携団体及び役割分担			
(1) 西郷村			
○事業を実施する委託業者の選定。			
○委託業者を指導・監督し、効果的な風評払拭のための情報発信を行う			
(2) 委託事業者			
○西郷村からの委託を受け、大規模フードフェスティバルにおけるブース出展の企画立案及びブース、体験型コンテンツ、ステージプログラムの運営を行う			

- 西郷村からの委託を受け、マスメディア及びマスメディアのウェブサイトを通じた情報の発信を行う
- (3) 農水産物生産事業者（林養魚場、農産物直売所友の会、にしごう大豆の会等）
  - 出展ブースで販売する料理に使用する食材及び出展ブースで販売する特産品の調達協力
- (4) 地元観光協会
  - 出展ブースにおける情報発信、取材等の協力要請
- (5) 観光関連事業者
  - 出展ブースにおける情報発信、取材等の協力要請
- (6) 地元メディア
  - 情報発信

#### 【現状・課題】

##### <現状>

- 国は観光立国推進基本計画において、訪日外国人観光客の増加等を目標に掲げているが、新型コロナウイルス感染拡大前に福島県を訪れた訪日客は、全国的にみて低い水準にとどまっている。東京電力福島第1原発事故に係る放射線の影響など風評が原因と考えられる。
- 令和3年度に本村が約2,000人を対象に実施したアンケートでは、農水産物の産地を「気にする」及び「やや気にする」との回答が合わせて70%を超えた。「放射性物質が含まれていない食品を買いたいから」との回答もあり、原発事故による風評が根強いことをうかがわせた。
- 製品の放射性物質検査など正確な情報発信に取り組んでいるが、福島県産品に対する市場の評価（価格など）や販路の回復が進んでいない。
- 本村の特産品である「メイプルサーモン」の出荷量は、震災後、原発事故の風評などによる販路縮小で大きく落ち込み、現在も震災前の水準に回復していない。

##### <課題>

- 流通事業者は、不評への懸念から、「消費者は買ってくれないのでは」との推定評価により、福島県産品の取扱量を抑制する傾向にあり、消費者の購入機会が減少している。
- 一方で、震災後「福島県産品を購入したくない」という人の割合は、着実に減少しており、上記の流通事業者の推定評価と、実際の消費者の評価の間に大きなギャップがある。
- このような中で計画認可されたALPS処理水の海洋放出は、福島に新たな風評を引き起こすことが予想され、国内外からの観光客の減少や、流通事業者が福島県産品の取扱量を抑制につながる懸念される。
- メイプルサーモンにおいても、内水面の養殖魚であるにもかかわらず、水産物であることから、ALPS処理水の海洋放出に伴う風評で、取引が減少することが懸念されている。

##### <課題解決のための方策>

- 大規模イベントへの出展等により、西郷村産品を消費者に食べてもらう機会を創出し、その魅力を体験してもらうとともに、安心・安全に関する認知の向上を図る。
- イベントへの出展により、多くの消費者は風評に惑わされることなく食べてくれることを実証。メディアを通じた情報発信により、それを広く周知し推定評価のギャップを解消することで、流通事業者による取扱量の拡大及び販路の回復を図る。

#### 【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・観光客への対応
  - (1) 観光誘致のための動画・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の招致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
- ・西郷村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
- ・西郷村産米や農産物の美味しさや認知度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】

- 西郷村及び西郷村農水産物に対する消費者の認知度向上及び安心・安全に関する正しい知識の普及による風評の払拭
- 西郷村への誘客数増加
- 西郷村産農水産物に対する消費者の購買意欲の向上
- 西郷村産農水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 大規模フードフェスティバルを活用した魅力発信

実施期間：令和5年2月23～26日

実施体制：委託事業者 随意契約

実施費用：10,277千円（税別9,343千円、消費税934千円）

- 東京都内で開催される大規模フードフェスティバルにブース出展し西郷村産品の販売や体験型コンテンツの実施等により、西郷村の魅力と安心・安全に関する情報発信を行い、風評払拭を図る。
  - ・生食が提供可能なコンテナブースを出展。西郷村の特産品であるメイプルサーモン（林養魚場）や源流米コシヒカリを使用した海鮮丼を販売。イベント期間中に約2000食を販売し、多くの消費者が風評に惑わされることなく、食べてくれることを実証し、安心・安全に関する疑念を払拭するとともに、生産者や流通・小売業者による「買ってくだらないだろう」という推定評価の解消を図る。
  - ・物販用テントブースを出展し、西郷村産の農水産物や地ビールなどの特産品を販売。魅力的な西郷村産品の購入機会を提供することにより、消費者の認知度の向上や持続的な購入につなげる。
  - ・テントブースにおいて西郷村の観光地などを紹介する動画放映やパンフレットの配布等を実施。西郷村への関心を高め、観光客の増加を図る。
  - ・西郷村の観光施設である「ますつり公園」をイベント会場で体験できる出張ニジマス釣り堀を実施。東京において西郷村の魅力を実験してもらうことで、西郷村への関心を高め、安心・安全への疑念を払拭し観光客の増加を図る。
  - ・購入者を対象に料理の感想、西郷村及び西郷村産農水産物に対する認知度や印象、安心・安全に関するアンケートを実施。西郷村ブース訪問に伴う意識変化・行動変容についても調べる。
  - ・イベント会場のステージにおいて、西郷村のご当地キャラクター「ニシゴージュ」や村内の事業者らが出演し、西郷村の魅力発信するプログラムを実施。西郷村への関心を高め、安心・安全への疑念を払拭し観光客の増加を図る。

##### ② マスメディアを活用した魅力発信

実施期間：令和5年1月～3月

実施体制：委託事業者 随意契約

実施費用：2,200千円（税別2,000千円、消費税200千円）

- 上記①事業と連動して、西郷村産品の魅力と安心・安全に係る情報を、メディアを活用して発信する。
  - ・西郷村の魅力に加え上記イベントで販売するメニューや産品について紹介する記事をマスメディアに掲載する。
  - 併せて、当該記事をマスメディアのウェブサイトでも配信する（各3回配信を想定）
  - ・また、メディアへの記事広告（10,000PVを保証）やフリーマガジンに、阿武隈川の清流で丹精込めて育てられた西郷村産のメイプルサーモンや、源流米など、西郷村産品のおいしさ、安心・安全確保のための取組などを紹介するなど、上記イベントと連動した西郷村や産品に対する風評払拭に向けた、効果的な情報発信を行う。

#### 【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】

- 大規模フードイベントへの参加 1回
- 東京都内で開催される来場者10万人以上が見込める大規模なフードフェスティバル（SAKANA&JAPAN FESTIVAL<魚ジャパンフェス>を想定）へのブース出展、ステージプログラムを実施 各1回
- 上記イベントのリリースに西郷村のブース紹介を掲載 3回
- 西郷村の魅力や上記イベントの販売メニューなどを紹介する新聞記事を掲載 3回
- 上記記事をマスメディアのウェブサイトでも配信 3回
- フリーマガジン（発行部数20万部程度を想定）に上記イベントの販売メニューを紹介する記事掲載 1回
- マスメディアのウェブサイトの記事体広告（1万PV保証）を掲載



#### 【アウトカム】

- 西郷村が発信する情報への接触者数年間 200 万人以上
- 西郷村ブース及び体験型コンテンツ、ステージプログラムへの集客数：3000 人以上
- 西郷村産品を使った海鮮丼の販売食数;2000 食以上
- 西郷村産水産物の出荷量：前年比 10%増

#### 【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

- 西郷村及び西郷村農水産物に対する消費者の認知度向上及び安心・安全に関する正しい知識の普及による風評の払拭
- 西郷村への誘客数増加
- 西郷村産農水産物に対する消費者の購買意欲の向上
- 西郷村産農水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

- イベント会場でのアンケートの分析と検証を行い、より効果的な情報発信方法の見直しを行う
- 著名料理人等とコラボし新メニューを開発し販売。西郷村内でも新メニューを販売し、誘客の拡大を図る
- 令和 5 年度は、イベント会場に外国人インフルエンサーを招致し海外向け情報発信を行い、海外販路開拓や外国人観光客の誘致を図る
- 令和 6 年度は、関西圏で開かれる大規模フードフェスティバルへの出展を検討する

#### 【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>

国及びイベント開催地の自治体が定める新型コロナ感染拡大防止のためのガイドラインを順守するとともに、イベントにおいては、最大限の感染防止策を徹底。感染状況によっては入場制限も行う。

- 入場ゲートに検温機を設置。発熱者は入場をお断りする
- 入場ゲートにアルコール消毒器を設置し、入場時の手指消毒を実施する
- 来場者にマスクの着用を徹底する。未着用者にはマスクを配布する
- 配布物は手渡しせず、各自で取ってもらう
- アルコール消毒器を各所に設置し、消毒を促す
- 商品購入および購入列に並ぶ際にはマスク着用を徹底する
- 購入列の間隔は 1m を確保する
- 販売窓口に飛沫防止幕を設置する
- 飲食用に感染防止策を行ったエリア以外での飲食の制限
- 飲食スペースのテーブル配置は一方向にし、対面での飲食を避ける
- 酒類の販売は、国や東京都のガイドラインに従う
- 飲食スペースのテーブルなどはこまめにアルコール消毒を実施する
- マスク会食の方法を掲示し、飲食時以外はマスクの着用を促す
- 手洗いスペースの場所案内を設置し、食前食後の手洗い・消毒を促す
- 電子マネーによる非接触決済の利用を促す