

(参考様式)

7 産 第 1 5 7 4 号

令和8年3月27日

福島県知事 内堀 雅雄 様

西郷村長 高橋 廣志

(公印省略)

地域魅力向上・発信事業計画の提出（令和8年度第1回）について

別紙のとおり、地域魅力向上・発信事業計画を提出します。

(国実施要綱様式 3)

西郷村地域魅力向上・発信事業計画

令和8年4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	西郷村地場産品魅力発信事業	(0)					(0)	
					12,000					12,000	
					<12,000>	<0>	<0>	<0>	<0>	<12,000>	
2		-								(0)	
										0	
					<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	
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>	
					(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	
					12,000	0	0	0	0	12,000	
					<12,000>	<0>	<0>	<0>	<0>	<12,000>	

(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。

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			
西郷村		A－1	西郷村地場産品魅力発信事業			
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	12,000 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
12,000 千円	6,000 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

- 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。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。

上記の現状の原因となる課題について

- 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。

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）

- 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感じてもらおうとともに、村製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。

上記の取組における成果について

<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）

令和7年度43組（113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・ブ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・ブ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・ブ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））

令和 7 年度「八十里越」界隈交流フェスタ in 道の駅もてぎ（129,320 円）
ふくしま西郷村農産物販売会 in 東京都大田区（261,990 円）
モトスミ・ブレーメン通り商店街農産物販売会（464,000 円）
日本橋ふくしま館ミデッテ特産品販売会（318,704 円）
第 69 回湯島天神梅まつり（158,660 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））

令和 7 年度（273,970,776 円（186,450 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 80 t
（令和 4 年度：95.2t、令和 5 年度：96t）

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 体験等企画実施事業

①実施期間：R8.4 月～R9.3 月

②実施体制：単独

③実施場所：西郷村内

④概算費用：8,007 千円

⑤実施内容：モニターツアーの実施

○ 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。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、S U P、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。

- ・5/16-17、9/19-20 の2回実施予定で、各回20組の定員を予定している。
- ・モニターツアーは1回目がキャンプ場でのステージイベントも開催し音楽フェスを実施する。県外からの宿泊者を対象に旅館のモニターツアーを実施する。なお、新白河駅からシャトルバスを出し音楽フェスへの誘導を図る。さらに2回目はキャンプのみに特化したモニターツアーとし、1回目とは異なる層へ参加を呼び掛けていく。
- ・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モニター体験していただく。
- ・モニターツアーと併せて、参加者を対象にアンケート調査を行うこととし、モニターツアー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) モニターツアー参加者の費用負担

- ・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、旅館のモニターツアーに係る費用、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、友人との参加

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

- ・キャンプ場でのステージイベントにはゲストとしてタレントを招請し、参加者と交流していただくことで、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。

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：

モニターツアー参加者には福島県の復興の現状がわかる「復興・再生のあゆみ」及び村観光パンフレットで村の食品等の安全性等の情報を発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

○ モニターツアーの情報発信

- ・参加者やゲストにモニターツアーの様子等をSNS発信していただくとともに、モニターツアーの様子を映像化し、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) モニターツアー参加者による情報発信

- ・ モニターツアー中の SNS 発信を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、モニターツアー終了後に 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、キャンプ場でのイベントの様子や、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

- ・ モニターツアー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。

⑧福島県内でイベント等の事業を実施する理由

(1)イベント等への参加者の半数以上が県外からの参加者となる理由とその確認方法：

キャンプ及び旅館のモニターツアーについて参加者は県外限定としているため。

(2)事業費の半分以上が県外への情報発信に要する費用となる手法：

上記のとおりモニターツアーの参加者を県外限定としているため。

2 農産物 PR 促進事業の実施

①実施期間：R8.7 月～R9.3 月

②実施体制：単独（委託業者（西郷村農業公社））

③実施場所：東京都大田区、神奈川県川崎市等

④概算費用： 3,993 千円

⑤実施内容：都心部等での農産品販売イベント

都心部での農産品販売イベントの実施（計 4 回開催）

ふくしま西郷村農産物販売会 in 東京都大田区（10 月（1 日間））

OTA ふれあいフェスタ（11 月（2 日間））

モトスミ・ブレーメン通り商店街農産物販売会（12 月（3 日間））

日本橋ふくしま館ミデッテ特産品販売会（1 月（3 日間））

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等情報」の具体的な発信内容：

- ・ 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や放射性物質吸収抑制対策の実施などの情報（チラシ等配布）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。
- ⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：
- ・ 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などの情報（パンフレット等配布）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。

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
【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	【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)
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(○%)
・ イベントによる交流人口21,000人 ・ 転入者数1,018人	・ イベントによる交流人口10,994人(R6) 52.4% ・ 転入者数1,136人(R6) 111.6%