

(様式 1-5)

川内村 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 4 年 7 月 28 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	川内村地域情報発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体	川内村	総交付対象事業費		99,407 千円	
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費	24,407 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	24,407 千円
i) 風評動向調査					418 千円
ii) 体験等企画実施					3,944 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					20,045 千円
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】					
・新聞広告：首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）を含む東日本エリア及び関東エリア版に掲載（R04 年度 2 回）					
・WEB 広告：新聞広告とリンクした広告を掲載（R04 年度 3 回（3 種）各 1 か月間）					
・イベント参加：首都圏（東京）において特産品等を出品（R04 年度 1 回）					
・風評動向調査：オンラインにより川内村に関する風評動向調査を実施（R04 年度 1 回）					
【アウトカム】					
・川内村が発信する情報への接触者数を年間 400 万人（R04 年度）					
・イベントでの川内村ブース認知・接触者数 4 万人（R04 年度）					
事業概要					
事業実施主体	川内村				
主な企画内容	新聞・WEB 広告による情報発信、イベント参加による特産品等のプロモーション、オンラインアンケートによる風評動向調査				
主な事業の実施場所	首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）				
事業の実施期間	令和 4 年 11 月～令和 5 年 3 月末				
企画内容					
【実施体制】					
①実地主体：川内村					
②連携団体及び役割分担					
(1) 川内村：情報発信の企画・運営、事業実施に係る委託業者の選定					
(2) 委託業者：新聞・WEB 広告の掲載、イベント企画、風評動向調査					
(3) 川内村観光協会：情報発信に係る情報提供、協力・連携					
(4) かわうちラボ：情報発信に係る情報提供、協力・連携					
(5) 川内村商工会：情報発信に係る情報提供・協力・連携、イベント参加に係る特産品等の出品					

【現状・課題】

<現状>

- 川内村では、震災以降生活環境などの復旧が進み、住民の8割が帰村している状況にある。今後さらに復興を推進していく上で、川内村としては、地域資源を活かした観光交流を推進することで来村者数を増加させ、このことを通じて関連人口の増加や村の特産品等の消費拡大も図ることとしている。
- 観光入込数を増加させるため、これまで川内村では、村や観光協会のHPでのPRを行うほか、震災後中止となっていた村の三大祭りの一つ「ドウダン祭り」を復活するなどにより、川内村の魅力と安全性に関する情報を発信してきたが、現在に至るまで観光入込数の回復には至っていない。
- このような中、ALPS処理水の海洋放出が決定され、これを契機としてさらなる風評の拡大が予想される。
このため、これまで以上に強力かつ効果的な風評の払拭と川内村の魅力発信するための各種の対策が必要な状況にある。

【参考】川内村観光客入込数

H22 104,734人

H31 70,247人

<課題>

- 観光資源に加え、農産物、食などの商工業製品の魅力を県外の人々に発信し、原発事故による放射能の影響が残っているイメージの払拭し、原発事故の避難地域であるというネガティブなイメージから、豊かな自然や魅力ある食（特産品等）が存在する村というポジティブなイメージへの転換するための情報発信等が必要である。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・ 川内村、観光協会、かわうちラボ、各観光施設のホームページ等による村のPR
- ・ イベント参加による村のPR（令和3年度：仙台市において楽天球団主催のイベントで特産品等をPR）
- ・ 村内の食物（農産物及び天然の山菜やきのこ等）の安全性を確認するための放射性物質検査の実施
- ・ 「川内の郷かえるマラソン大会」や「かえるの郷トライアスロンinかわうち」など県内外の参加者を対象としたスポーツイベントの開催
- ・ 震災後、中止となっていた村の三大祭りの一つ「ドウダン祭り」を復活し、村の自然や食（特産品等）の安全性のPR

【事業実施により得られる効果】

- ・ 本村への誘客数増加
- ・ 川内村及び川内産の特産品等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
- ・ 川内産の特産品等に対する消費者の購買意欲の向上

【今年度事業における具体的な取組内容】

①新聞・WEB 広告掲載

実施期間：R4.11月～R5.3月 新聞広告2回 Web 広告3種

実施体制：委託業者

※公募型プロポーザルで川内村地域情報発信事業を一括実施する業者を選定予定

概算費用：2,005万円

【新聞広告】

○ 川内村への観光誘客をより一層促進するためには、現在の川内村の放射線量が安全な水準であることを発信することはもとより、幅広い層に方々に川内村そのものを認知してもらうことと、川内村の魅力的な観光資源や特産品等を知ってもらうためのポジティブな情報発信を強力に実施する必要がある。

また、情報発信の対象地域としては、川内村の立地を考えると、近隣の大都市圏である1都3県（東京、神奈川、千葉、埼玉）を含む東日本エリア及び関東エリアに対して重点化することが有効である。

○ このため、東日本エリア及び関東エリア在住者を対象に、幅広い層への広告への接触が期待できる新聞の全面広告等を活用して、川内村の主な観光資源である「平伏沼とモリアオガエル（天然記念物）」「天山文庫」「いわなの郷」「かわうちの湯」「かわうちワイナリー」等を題材にした広告を出稿する。

【出稿する新聞】

- ・ 全国紙の東日本エリア及び関東エリア版を想定

【出稿時期及び回数】

- ・ R04年11月からR05年3月までの期間で、2回出稿

【WEB 広告】

○ マスメディアのHP 閲覧者をターゲットとして、マスメディアのHP 上にPR 広告（大型バナー・レクタングル・ネイティブ広告）を一定期間掲載する。

広告配信に当たっては、観光関心層へのターゲティングを可能とする方法を採用し、「飲み・食べてもらう」「来てもらう」の加速化につながるものとする。

○ また、②の「ふるさとイベント」と連動した、川内村の特産品等を紹介するランディングページを設置し、イベントでの効果の増大を図る。

②イベントの参加

実施期間：R4.11月～R5.3月

実施体制：委託業者

※公募型プロポーザルで川内村地域情報発信事業を一括実施する業者を選定予定

概算費用：394万円

○ 首都圏（東京）で開催される「ふるさとイベント」に参加し、村の特産品等や観光をPRする。

イベントにおいては、村の特産品である「農産物（米、ブドウ、イチゴ等）」「ワイン」「イワナ」等の展示即売や「いわなの郷」「かわうちの湯」「かわうちワイナリー」等の観光施設を紹介し、村に来ていただけるような魅力あるPRを行う。

③風評動向調査

実施期間：R4.11月～R5.3月

実施体制：委託業者

※公募型プロポーザルで川内村地域情報発信事業を一括実施する業者を選定予定

概算費用：42万円

○ 川内村や川内村の特産品等、観光資源等に対する認識や関心度、特産品等の購買や川内村への来訪の意向等、川内村に対する風評動向に関する設問を設定、調査し、川内村を「知ってもらう」「飲み・食べてもらう」「来てもらう」という取組につなげるため、首都圏生活者の川内村に対する意識を数値で可視化し、把握しながら次年度以降の取組に反映していくための基礎資料とする。

○ 風評動向調査はJ-MONITOR 調査を利用することとしており、回収率を上げるため、プレゼントパブリシティ（10名対象）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】

- ・新聞広告：首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）を含む東日本エリア及び関東エリア版に掲載（2回）
- ・WEB広告：新聞広告とリンクした広告を掲載（3回（3種）各1か月間）
- ・イベント参加：首都圏（東京）において特産品等を出品（1回）
- ・アンケート調査：オンラインにより川内村に関する風評意向調査を実施（1回）

【アウトカム】

- ・川内村が発信する情報への接触者数を年間400万人
- ・イベントでの川内村ブース認知・接触者数4万人

【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

- ・本村への誘客数増加
- ・川内村及び川内産の特産品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
- ・川内産の特産品等に対する消費者の購買意欲の向上
- ・川内産の特産品等の販路と販売量の拡大
- ・村内飲食店、旅館及び施設等の地域経済の活性化

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・R04年度の新聞広告、WEB広告の実施状況や、風評動向調査の結果を踏まえ、R05年度以降の情報発信の戦略を検討、当該戦略に基づく情報発信を展開。
- ・WEB広告を掲載（12ヶ月間）
- ・WEBによる村のPR動画を配信（12ヶ月間）
- ・首都圏でのイベントに特産品等を出品
- ・川内村にゆかりのある詩人「草野心平」の生誕120周年イベント（交付金外で実施）に関連して、県外在住者に向けた川内村の魅力発信イベントを開催（R05年度）、及び首都圏居住者を対象とした村内を巡るツアーを開催（R05年度以降）

【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>

- ・打合せ及びイベント参加時は、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を実施。