

(様式 1 - 1 申請書)

3 政第 130 号
令和 3 年 6 月 16 日

内閣総理大臣 殿

福島市長 木 幡 浩

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3年度～令和7年度まで

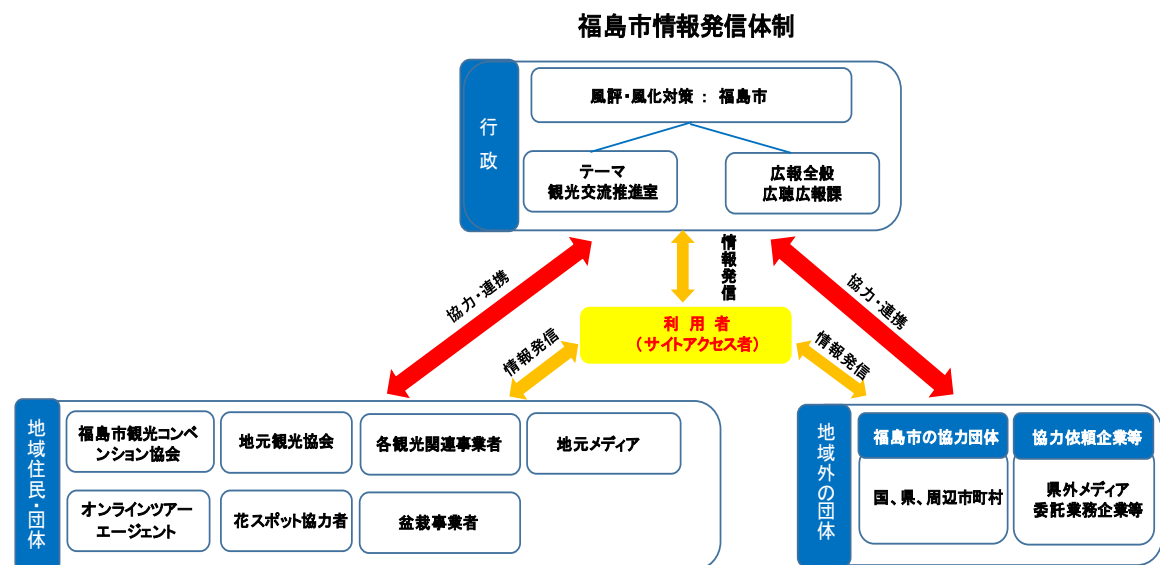
情報発信等戦略

①情報発信の内容

(テーマ) 福島市の「食」や「健康」について正確な情報を発信し理解を得るとともに本市の豊かな自然や歴史、文化、体験アクティビティなど魅力を発信しイメージ向上を図る。

②福島市の情報発信体制

- ・福島市観光交流推進室を中心に、広聴広報課の協力のもと公式ホームページや福島市公式YouTube、Facebook、広報誌等による発信
- ・福島市と連携する地域のDMOである福島市観光コンベンション協会や飯坂、土湯、高湯各温泉観光協会の協力のもとSNS等による発信
- ・地元メディアと協力・連携した発信
- ・オンラインツアーエージェント等と協力・連携し国内、海外インフルエンサーの活用
- ・各観光関連事業者との連携及び発信
- ・各花スポット、盆栽事業者等と連携し情報の発信
- ・プロモーション委託業者や県外メディアへ協力を依頼し情報を発信
- ・国や福島県、周辺自治体とイベント等の情報を共有し、連携しながら風評払拭に対する情報発信

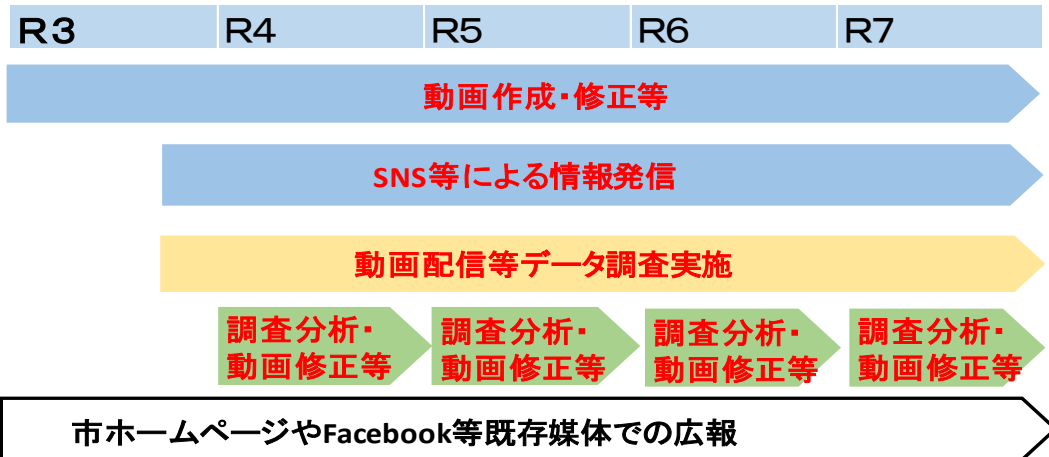


③情報発信等の戦略目標

- ・国内外に対して、福島市産の農作物の安全性、健康への影響等についての正確な情報を発信して原発事故による放射能等の風評の払拭を図るとともに、「自然」「温泉」「花」「文化」「歴史」「果物等農産物」「体験アクティビティ」等の魅力についての情報等も発信することにより本市のイメージ向上を図る。

④全体工程表

福島市情報発信全体工程表



(様式 1 - 3)

201 福島市 地域魅力向上・発信事業計画 令和3年度～令和7年度

令和3年6月16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	訪日観光客受入環境整備事業	福島市	(0) 4,000 <4,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 44,000 <44,000>	R3 ~ R7	
2	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
3	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
4	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
5	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
6	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
7	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
8	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
9	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
10	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	0 <0>	~	
			合 計	(0) 4,000 <4,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 10,000 <10,000>	(0) 44,000 <44,000>		

(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)

201 福島市 地域魅力向上・発信事業計画 令和3年度

令和3年6月16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 - 1	訪日観光客受入環境整備事業	福島市	1/2	(0)	(0)	
					4,000	2,000	
					<4,000>	<2,000>	
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)	
					4,000	2,000	
					<4,000>	<2,000>	

(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) 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)

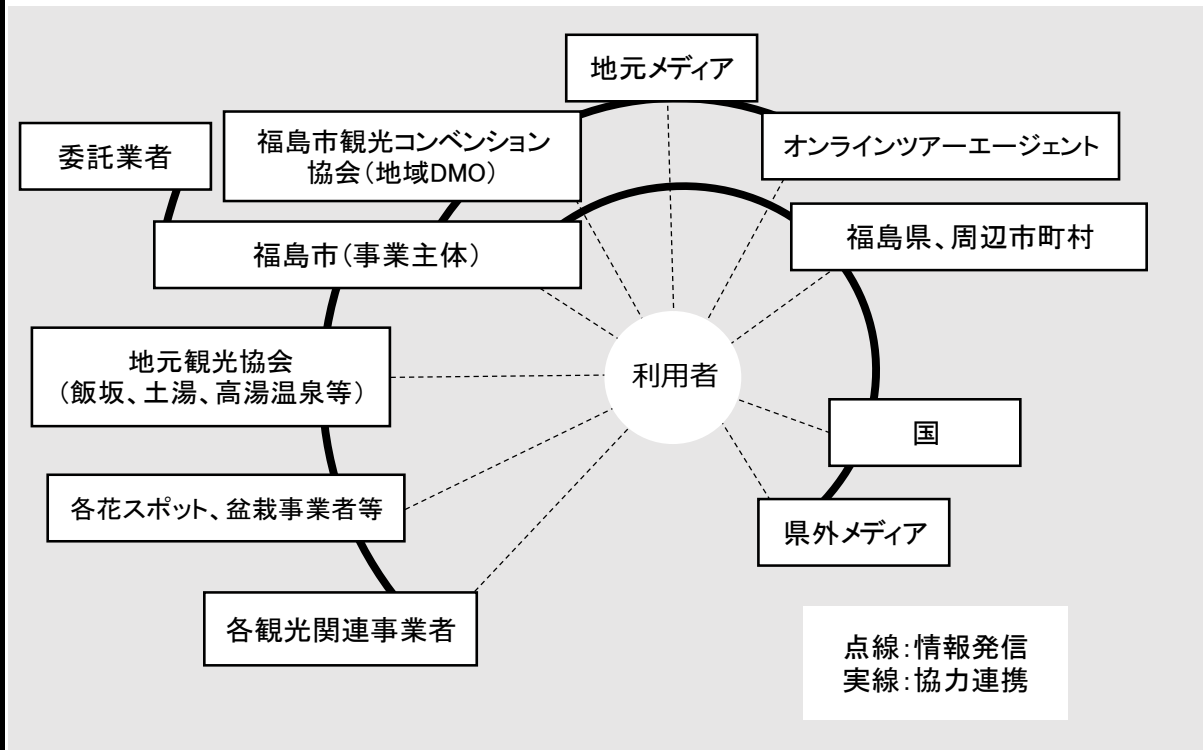
201 福島市地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年6月16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	訪日観光客受入環境整備事業	事業番号	-
事業実施主体	福島市	総交付対象事業費		4,000千円
既配分類		千円	当該年度交付対象事業費	4,000千円
経費区分ごとの費用				
一 地域の魅力発信事業				
①情報発信事業				
			小計	4,000千円
i) 風評動向調査				
ii) 体験等企画実施				千円
iii) 情報発信コンテンツ作成				4,000千円
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				
欧米豪の年齢層20～39歳の男性をターゲットにし、英語にて情報発信拡散することにより、福島市に独自の魅力があることを伝え、興味を持ってもらうことで、誘客につなげていく。また、福島市の観光サイトである「福島市観光ノート」への誘因を図り、年間アクセス数増を図る。また、多くの外国人が福島市に興味を持ってもらうことにより、誘客にもつなげていく。				
【目標設定の根拠】				
福島市の外国人延べ宿泊者数の国籍別データを、震災翌年と令和元年について比較すると、アジア圏は54.6%から66.6%と増加しているが、欧米豪については32.7%から17.7%と減少している。(出典：観光庁より福島市の延べ宿泊者数を抽出したデータを供与) また、日本政府観光局によると2017年の1人あたり国際観光支出額の上位4か国が欧米豪であり、さらに来訪する割合の64%が年齢層20～39歳の男性である。				
このことから、欧米豪の20～39歳の男性を中心に、原発事故や放射能のイメージを払拭し福島市の魅力を発信するため、情報発信サイトである「福島市観光ノート」へ誘因する。このサイトの年間アクセス数は約175万件であり昨年、「さくらんぼ狩りキャンペーン」(福島市が観光農園協会や福島市内三温泉観光協会と連携し、市内温泉地への宿泊者限定で、さくらんぼ狩りをお得にできるチケットを配布した新規事業)をSNSで掲載した際、前年度より年間アクセス数が約5%増となった。このことを踏まえ、令和2年度のアクセス数175万回を基準とし、毎年5%増のアクセス数を目指します。				
【測定方法】				
年間アクセス数を集計				
福島市観光ノートへのアクセス数は、一般社団法人福島市観光コンベンション協会へ依頼し、年間アクセス数、また随時月ごとのアクセス数を確認し集計する。				
事業概要				
事業実施主体	福島市			
主な企画内容	福島市が有する豊かな自然や歴史、文化、体験アクティビティ等の魅力を伝える動画の制作及び国内外への情報発信による風評払拭			
主な事業の実施場所	福島市内			
事業の実施期間	令和3年8月上旬～令和8年3月末			
企画内容(No.1)				
【実施体制】				
①実地主体：福島市				
②連携団体及び役割分担				
(1) 福島市：委託の発注・動画監修、連携先との連絡調整、支援等、動画の広報依頼				
(2) 福島市観光コンベンション協会(地域DMO)：動画作成場所の選定、取材等の協力要請、情報発信				

- (3) 地元メディア：情報の発信
- (4) オンラインツアーエージェント：動画作成場所の選定、取材等の協力要請、情報発信
- (5) 地元観光協会（飯坂、土湯、高湯温泉等）：動画作成場所の選定、取材等の協力要請、情報発信
- (6) 各花スポット、盆栽事業者等：動画作成場所の選定、取材等の協力要請、情報発信
- (7) 各観光関連事業者：動画作成場所の選定、取材等の協力要請、情報発信
- (8) 国、県、周辺市町村、県外メディア：情報発信の協力と連携
- (9) 委託業者：現状調査・分析、動画作成・企画、広報戦略の検討



【現状・課題】

国や企業の支援により全国的に訪日外国人が増えているが、2019年に福島県を訪れた訪日外国人は全国で40位（観光庁実施：平成31年宿泊旅行統計調査1月～12月）となっており福島市を訪れる訪日外国人も同様であると考えられる。

これは、首都圏から福島県へのアクセスの困難さなどもあるが、東日本大震災の発生以降は、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。

これまでも原発事故による放射線の風評払拭に努めてきたところではあるが今後、アルプス処理水の海洋放出が実施された場合、外国人の足がさらに遠のくおそれがある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ①農産物の安全を確保するための取り組み
 - (1) 市農産物（出荷物）の全品目全戸検査の放射能測定
 - (2) 家庭菜園等で作った自家消費用農作物の放射能測定
 - (3) 米のモニタリング検査（2019年産米までは全量全袋検査実施）
- ②放射線に対する健康管理
 - (1) ガラスバッジ型積算線量計等を配布し外部被ばく線量測定の実施
 - (2) ホールボディカウンタによる内部被ばく検査の実施
- ③外国人観光客への対応
 - (1) 宿泊施設従業員、タクシー乗務員等の外国人受け入れのための講習会実施
 - (2) 在住外国人や留学生の協力による観光ボランティアガイドの育成
 - (3) 外国人観光客のニーズに沿った体験プログラムの開発（まち歩き、自然散策、くだもの狩り、日本酒の試飲、伝統工芸、盆栽、ジャパンエコトラック認定コースを要するなど）
 - (4) 国際交流イベント等への積極的な参加による外国人との交流や広報

【これまでの取組を踏まえた現状】

国内においては、食品の安全性を明確にするため農産物等食品の検査や、住民の内、外部被ばく線量の検査等を実施し放射線等に関する正確な情報発信することにより、福島市の現状について理解が進んできている。

一方、外国人観光客等においては、原発事故による放射線のイメージが根強くあり、その先入観により福島市が有する豊かな自然や歴史、文化、体験アクティビティ等の魅力が効果的に伝わっていないと考えられ

【事業実施により得られる効果】

- ①福島市の放射能の影響等について、空間放射線量が東京や世界の主要都市と変わらないことや、福島市産農産物の流通については放射性物質の検査が行われ安全を確認し出荷されていることなど、正確な情報を発信することにより、多くの外国人に知ってもらい放射能による負のイメージを払拭する。また、福島市が有する豊かな自然や歴史、文化、体験アクティビティ等の魅力を映像コンテンツで発信し福島市のイメージを向上させることができる。
- ②正確な情報を映像コンテンツとして発信することにより、放射能の影響等の誤った認識を払拭することにより、今まで知られていなかった新たな福島の魅力に関心を持ってもらい誘客につなげることで、震災から原発事故の影響による観光業や農業等地域の経済的被害を回復することにより、福島市の活気を創出することができる。

（事業1）訪日観光客受入環境整備事業

＜実施時期＞プロポーザル実施要領等の公告 8月上旬

動画制作期間 9月中旬～12月末

プロモーションSNS広告展開 1月～2月末

＜実施体制＞主 体：福島市

連携先：観光コンベンション協会、温泉観光協会、福島市国際交流協会
福島市観光農園協会、福島県飲食業生活衛生同業組合
動画制作情報発信委託業者（プロポーザルにより選定予定）

＜事業概要＞

福島市の原発事故や放射能のイメージを払拭し「食」や「健康」への安全性、本市が有する豊かな自然、歴史、文化、体験アクティビティの新しい福島の魅力等を、外国人宿泊者数が伸び悩んでいる欧米豪をターゲットにYoutube、Instagram等で情報発信することにより、原発事故による放射能のイメージを払拭し本市への来訪に繋げる。また、発信に当たっては、欧米豪の年齢層20～39歳中心に発信力のある者を起用するなど効果的な発信を行っていく。

＜創意工夫＞

- ・福島の安全性を伝えやすくするため、欧米豪国の言語である英語にて発信し、その言語に直した際、どのような内容なのか一目でわかりやすく、簡潔なタイトルにし効果的に発信する。
- ・原発事故に関するインターネット上での放射能のイメージを払拭するため、福島市の自然や歴史、文化、体験アクティビティなど新たな魅力を動画検索で上位表示がされるよう、動画内で適切なキーワードやタイトルを説明文に盛り込む。なお、キーワードは動画との関連性が高いものを選択する。
- ・行政や観光事業者による発信だけではなく、SNS等で発信力のある個人等の協力も得ながらPR方法を組み合わせる。

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

福島市の観光サイトである「福島市観光ノート」へ誘因し、年間アクセス数を9万件増の184万件とする。

＜アウトカム＞

Youtube動画再生回数9万回

（年間アクセス数を増やすことにより、閲覧者が動画を再生する回数を9万回を目標とする）

【今年度事業の実施により得られる効果】

- ①外国人が持つ原発や放射能のイメージを払拭し、福島市へ来訪しやすい環境を作る。
- ②欧米豪の年齢層20～39歳の男性をターゲットにし、英語にて、アクティブユーザー数が20億人のYoutubeを媒体を活用するとともに、ターゲットの閲覧率が高いYoutubeチャンネルより、観光サイトへのリンク、また、アクティブユーザーが世界で5億人を超えるInstagramよりターゲットに向けて本市の安全性や更なる魅力を複合的に拡散する。
- ③福島に対する認知度が向上し、新型コロナウイルス終息後も見据え、いわゆるゴールデンルート以外の次の来訪先としての選択につながる。

【次年度以降の取り組み】

- ①動画へ興味を示してくれたアクセス数が最も多い国を調査、分析し、その国に絞った「体験型観光ツアー」を展開していく。
- ②ターゲットにしている欧米豪の中で、アクセス数が少ない国を調査、分析し、映像コンテンツの見直し等も含め工夫していく。
- ③オンラインツアーエージェント等と協力・連携し国内、海外インフルエンサーの活用を検討する。

【その他】

新型コロナウイルス感染対策について

- ・映像コンテンツ作成時は、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（ソーシャルディスタンスの徹底）
- ・室内での作業は、こまめな換気を行う。
- ・スタッフも含め関係者に関しては検温を実施し、体調が悪い方は作業に従事させないようにする。