

(様式2)

5 政 第 245 号

令和5年7月31日

内閣総理大臣 殿

福島市長 木 幡 浩

(公 印 省 略)

地域魅力向上・発信事業計画の変更について

令和5年5月8日付けで提出した福島市地域魅力向上・発信事業計画について、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7の規定に基づき、別添のとおり変更するので提出します。

情報発信等戦略の期間

令和3年度～令和7年度まで

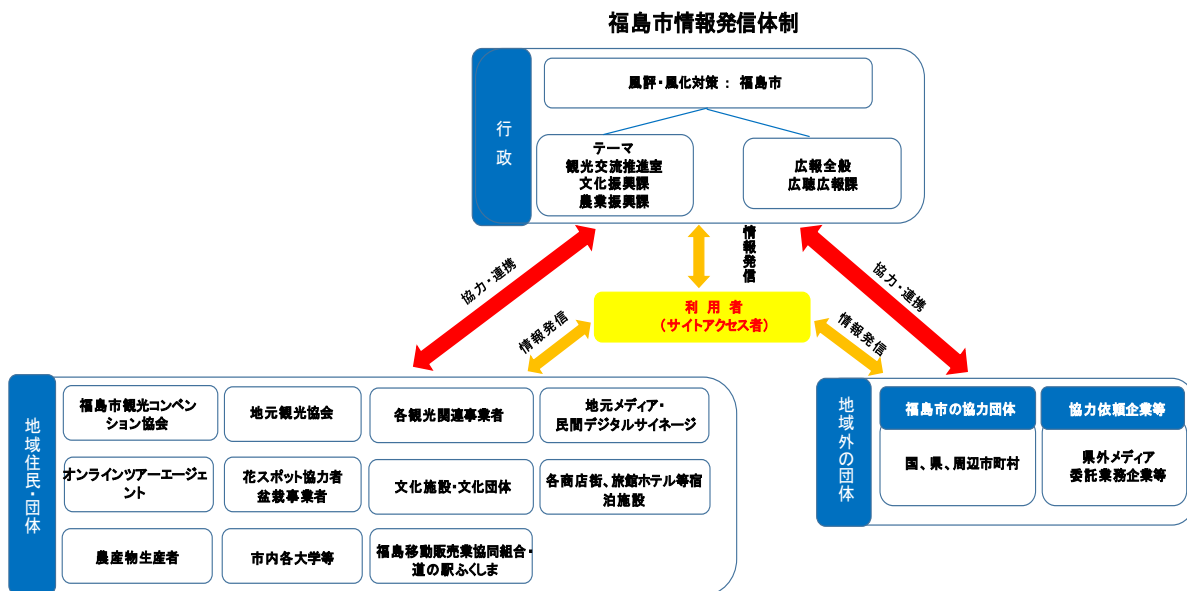
情報発信等戦略

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、文化振興課、農業振興課を中心に、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団体である観光コンベンション協会や飯坂、土湯、高湯各観光協会の協力のもとSNS等による発信
- ・ 事業者である各観光事業者と連携し情報の発信
- ・ 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内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
- ・ 文化施設へのブース設置、動画配信等による情報の発信
- ・ 市内の各文化団体との連携による情報の発信
- ・ 農産物生産者との連携による物品販売、Web販売や情報の発信
- ・ 市内各大学等との連携による物品販売や情報の発信
- ・ 福島移動販売業協同組合、道の駅ふくしま等と連携し農産物・加工品の出店販売及び情報の発信
- ・ 福島駅周辺の各商店街、旅館ホテル等宿泊施設、各種事業者との連携による情報の発信
- ・ 民間デジタルサイネージ等の活用、SNS専用アカウント作成による情報の発信
- ・ 官・民主権によるイベントへの出展による情報の発信

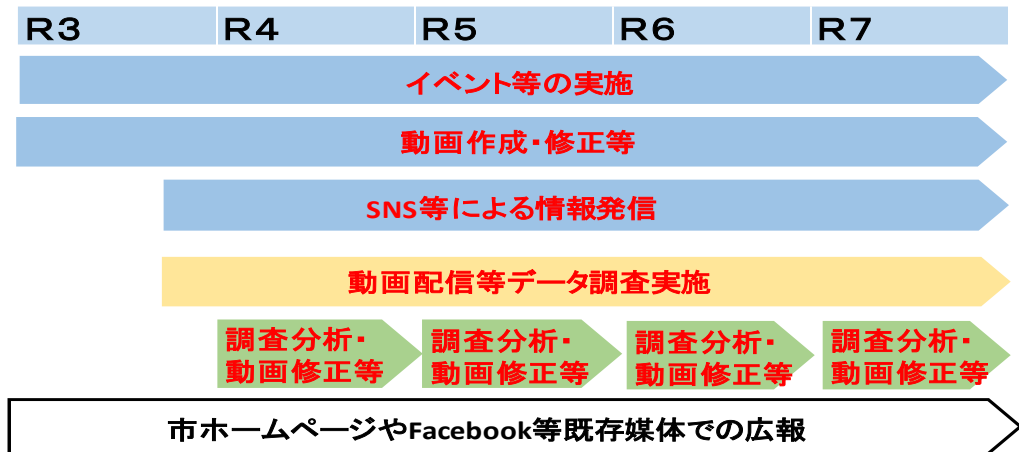


③情報発信等の戦略目標

- ・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5年7月31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	(4,000) 0 <4,000>	(4,999) 0 <4,999>	(11,479) 0 <11,479>	5,000 0 <5,000>	5,000 0 <5,000>	(20,478) 10,000 <30,478>	R3 ~ R7	
2	A - 2	「ふくぶん(福島らしい文化)」発信事業	福島市	(2,000) 0 <2,000>	0 0 <0>	0 0 <0>	0 0 <0>	0 0 <0>	(2,000) 0 <2,000>	R3 ~	
3	A - 3	Web版福島駅前軽トラ市事業	福島市	0 0 <0>	(3,987) 0 <3,987>	0 0 <0>	0 0 <0>	0 0 <0>	(3,987) 0 <3,987>	R4 ~	
4	A - 4	福島復興へのエール! 古閑裕而氏野球殿堂入り記念全早慶野球戦	福島市	0 0 <0>	0 0 <0>	(4,996) 3,000 <7,996>	0 0 <0>	0 0 <0>	(4,996) 3,000 <7,996>	R5 ~	
5	-			0 0 <0>	0 0 <0>	0 0 <0>	0 0 <0>	0 0 <0>	(0) 0 <0>	~	
			合 計	(6,000) 0 <6,000>	(8,986) 0 <8,986>	(16,475) 3,000 <19,475>	(0) 5,000 <5,000>	(0) 5,000 <5,000>	(31,461) 13,000 <44,461>		

(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举)」と記載する。

(様式1-4)

201 福島市 地域魅力向上・発信事業計画

令和5年度

令和5年7月31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 (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	訪日観光客受入環境整備事業	福島市	1/2	(11,479)	(5,739)	
					0	0	
					<11,479>	<5,739>	
2	A - 2	「ふくぶん(福島らしい文化)」発信事業	福島市	1/2	(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
3	A - 3	Web版福島駅前軽トラ市事業	福島市	1/2	(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
4	A - 4	福島復興へのエール！ 古関裕而氏野球殿堂入り記念全早慶野球戦	福島市	1/2	(4,996)	(2,498)	
					3,000	1,500	
					<7,996>	<3,998>	
5	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
合計額					(16,475)	(8,237)	
					3,000	1,500	
					<19,475>	<9,737>	

(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)

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5年7月31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	福島復興へのエール！ 古閑裕而氏野球殿堂入り記念 全早慶野球戦	事業番号	A-4
事業実施主体	福島市	総交付対象事業費	7,996千円		
既配分額	0千円	当該年度交付対象事業費	7,996千円		
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業①情報					
①情報発信事業					
				小計	7,996千円
i) 風評動向調査					千円
ii) 体験等企画実施					7,996千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					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					
・福島市の観光入込客数を東日本大震災前の水準に戻す（令和3年度：3,961,588人） 平成22年度：6,616,609人					
事業概要					
事業実施主体	福島市（情報発信に関する事業を担当） 全早慶野球福島大会実行委員会、早稲田大学・慶応大学野球部等（全早慶野球戦に関する事業を担当）				
主な企画内容	福島市で開催する全早慶野球戦の機会を活用し、福島市・福島県の魅力を県外に向けて発信することで風評の払拭につなげる。				
主な事業の実施場所	福島市				
事業の実施期間	令和5年8月～令和5年12月				
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
消費者庁の風評に関する消費者意識の実態調査（第16回）によると、放射性物質を理由に購入をためらう産地として「福島県」と回答した人の割合は、5.8%に、また「被災地を中心とした東北」と回答した人の割合は3.8%であった。本市が実施したWEBアンケートにおいても、「放射性物質を気にして福島市産農産物の購入をためらう」人の割合は、3%という結果であった。					
また、市全体の行楽地における入込客数は、令和4年度は震災前とほぼ同等程度にまで回復してきているものの、市内4か所の温泉地における入込客数は令和4年度では、約4割程度にとどまっている。また、入込客数のうち宿泊者の割合は、震災前が約69.5%であったのに対し、令和4年度は56.2%となっているなど、いまだ県外からの観光客が回復していない。					
さらに今年度は、東京電力福島第一原子力発電所のALPS処理水の海洋放出が開始される見込みである。					
<課題>					

減少傾向ではあるものの、依然として一定数の方は福島産農産物に対して不安を感じている状況である。また、本市全体の行楽地への入込客数は回復傾向にある中で、温泉地の入込客数・宿泊者数は回復に至っておらず、震災後の本県・本市に対する国民の理解がまだまだ不十分であると考えられる。

このような中、ALPS処理水の放出が実施されると、「福島」の食に対する不安や、放射線の影響などを不安視する新たな風評の発生のみならず、これまで対策を講じて一定の成果を上げてきた風評の再燃が懸念されることから、本県・本市の安全性をPRするとともに、農産物や温泉・自然をはじめとする観光地など本市の魅力を広く周知するなど、負のイメージ払拭に向けた取り組みが必要である。

【課題に対するこれまでの取組と成果】

- ・外部被ばく線量測定の実施等による放射線に対する健康管理。
- ・放射線測定による農産物の安全性の確保とホームページなどでの結果の公表。
- ・トップセールスや市産農産物の安全安心と魅力をPRするためのイベントの実施。
- ・福島市独自に、食と放射能に関する意識調査アンケートの実施。
- ・市長メッセージや、検査体制について周知を図るためのチラシ、パンフレット類の作成と配布。
- ・交流都市（東京都荒川区）における福島市産品や観光のPRイベントの実施。

【今年度事業における具体的な取組内容】

福島復興が道半ばで、処理水放出による不安が拭えぬ中、「栄冠は君に輝く」などを作曲したことで著名な本市出身の作曲家古関裕而氏の野球殿堂入りが実現した。

本市名誉市民第1号でもある古関裕而氏は、令和2年、NHK朝の連続ドラマ「エール」のモデルとなったことなどから、市内の古関裕而記念館を中心に、音楽ファンや野球ファンなどの本市来訪のきっかけとなっており、こうした気運は、本年1月、同氏が野球殿堂入り（特別表彰）したことから更に高まっている。

古関氏は、早慶それぞれの応援歌と早慶賛歌を作曲して早慶戦を盛り上げ、今日の隆盛に大きく貢献した功労者である。

古関氏の故郷福島市、そして東京2020野球金メダルのスタートの舞台となった福島県営あづま球場において全早慶野球戦を開催し、熱い戦いと応援で、野球殿堂入りを祝うとともに、福島復興へのエールをおくり、併せて早慶戦の一層の隆盛を期する機会とする。

試合開催にあたっては、関係者の来市のほか、野球ファンなど、県外からの多くの誘客が期待できることから、この機会を活用した情報発信事業に取り組むことによって、「知ってもらう」、「来てもらう」、「食べてもらう」に関連する本市の魅力の効果的にPRする。

1 全早慶野球戦および応援合戦の開催

実施体制 福島市、全早慶野球福島大会実行委員会、早稲田大学・慶応大学野球部等

事業費 15,000千円（全早慶野球福島大会実行委員会、早稲田大学・慶応大学野球部等）

早稲田大学及び慶応義塾大学の両大学野球部の現役野球選手とOB（社会人で活躍する選手）の混合チームが対戦する「全早慶野球戦」を本市で開催する。全早慶野球戦は全国にファンがいるため、県外からの一般観戦者の来市も多く見込むことができることから、この機会を捉えると、より広いエリアの方たちに対し効果的な情報発信が可能となる。

試合開始前には、オープニング・セレモニーとして、①古関氏作曲の「スポーツショー行進曲」による選手入場 ②東日本大震災犠牲者への黙とう ③古関氏作曲の「栄冠は君に輝く」にあわせた福島から早慶へのエールを行うほか、古関氏作曲の応援歌を、両大学の応援団が球場で披露することによって、野球殿堂入りの話題と相まって世の中の注目度が増し、より情報発信力が高まることも期待される。

なお、開催日、会場については、東京六大学秋季リーグとの日程調整等が必要となるものの、以下のとおり予定している。

開催日：令和5年11月26日（日）

会場：県営あづま球場

2 全早慶野球戦の機会を活用した情報発信

実施体制 福島市、全早慶野球福島大会実行委員会、早稲田大学・慶応大学野球部等

事業費 7,996千円（福島市）※以下の3の取組を含む

本市で全早慶野球戦を開催することを事前PRするため、独自のTwitterおよびFacebookアカウント「全早慶野球戦ふくしま2023（仮称）」を開設する。独自アカウントでは、全早慶野球戦の試合情報や選手情報に加え、本市の旬の農産物の紹介や、温泉、食べ物、観光などの情報も季節に応じて更新して提供する。

また、早稲田大学・慶応義塾大学両校の広報部や選手・応援団など学生の皆さんに、福島大会開催に向けた広報大使となってもらい、本市が発信した情報の拡散に協力してもらう。あわせて、試合開催のため

に作成する新聞広告やポスター、チラシ等にも、本市情報を掲載（紙面の1/4を想定）し、魅力発信につなげる。

3 全早慶野球戦と連動した情報発信

全早慶野球戦の開催に合わせて以下の取組みを実施し、本市の魅力に関する情報を県外に向けて連鎖的に発信する。

(1)「古閑裕而～野球殿堂への道」展

前述のとおり、古閑裕而氏はNHK朝の連ドラのモデルとなったことなどから、県外からの誘客を呼び込むきっかけの一つとなっており、同氏ゆかりの地を巡るツアーは、本市の魅力を発信する重要なアイテムとなっている。そこで、全早慶野球戦の開催時に、球場の一角を利用し、古閑裕而記念館等と連携してパネルを展示するなどの企画展を開催する。

(2)福島県物産展

会場周辺から2階コンコースにまで本市農産物・観光情報などのPRブースを拡大して設け、試食や試飲、観光パンフレットの配布などを通じて、食の安全性や本市の魅力等を伝える取組を強化する。

なお、本物産展では、周辺自治体にも声がけをし、県都福島市が中心となって、福島県全体の魅力を県外からのお客様に伝えるイベントとする。また、初冬期に県外のお客様を迎えての屋外イベントであることから、寒さ対策としてテントの横幕等も設置する。

(3)地元の子どもたちとの交流を通じた情報発信

福島市内はもとより、今なお原子力災害の影響を受けている浜通り地区、交流都市（東京都荒川区）の子供たちを招待して、交流試合や全早慶野球戦参加選手による野球教室などを行う。また、市内高校の吹奏楽部生徒も参加し、早慶応援部とともに早慶両校の応援を行う。

それらの触れ合いを通じて、福島市をはじめとした福島県の今、復興の様子をPRする。

(4)全早慶野球戦関係者の福島魅力体験

本市の農産物や加工品を試食してもらい、本市農産物の安全性やおいしさを知ってもらうためレセプションを開催して本市農産物等を提供する。レセプションでは、食の魅力のほか、両大学の応援歌を作曲した古閑裕而氏の縁の場所の紹介や、温泉地・花の名所といった観光情報も提供し、観光地としての魅力も知ってもらう。

なお、本レセプションは、風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略に基づき、福島県産品を「食べてもらう」ことによって、おいしさ、安全性を体験していただくため、県産品をふんだんに使ったメニュー構成にするとともに、パネル等を展示して食の安全性のPRなども行う。

上記(3)の地元住民との交流の取組や、レセプション等における本市の魅力体験等の関係者に向けた取組に対しては、両大学野球部、応援団や選手個人のSNS等から写真や感想を投稿してもらうよう協力を求め、情報の拡散を図る。また、情報内では市や観光協会などのホームページへの誘導をはかるようにする。

さらに、物産展イベント、野球教室における県外関係者と地元住民の交流の等では、食の情報、復興の現状等を紹介しつつイベント進行ができる司会者をつけることで、スムーズな運営と効果的な情報発信につなげる。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

今回制作するSNSアカウントのエンゲージメント率

・Twitter 1.0%

・Facebook 2.0%

【アウトカム】

早慶野球部、応援団、関係者らの特に若い世代を中心に情報が拡散され、福島産農産物の安全性への認識や観光地としての認知が高まる。

【今年度、事業の実施により得られる効果】

本市、本県への観光客の入込客数の増加や、福島産農林水産物の購入量の増加につながる。

【次年度以降の取組】

本事業は、本年度のみの取組ではあるが、SNSで誘導を図った本市・本県のホームページなどで随時情報を発信し、引き続き魅力のPRに努める。