

(様式 1－1 申請書)

4 総 第 96 号
令和 4 年 5 月 9 日

内閣総理大臣 殿

福島県双葉郡葛尾村長 篠木 弘

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。

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

原子力災害に関する風評払拭を図るため、葛尾村の魅力ある産業や自然をPRする動画を制作し情報発信を行う。併せて動画と連携した観光パンフレットを作成し首都圏等で配布を行う。

② 葛尾村の情報発信体制

- ・葛尾村総務課が主担当となり、役場内の観光部門と連携する。村公式HP、広報誌等による発信を行う。
- ・首都圏にある福島県のアンテナショップに作成した観光パンフレットを陳列し広域的に配布を行う。
- ・地元メディアのネットワークを活用し、首都圏等のメディアを通じた情報発信を行う。

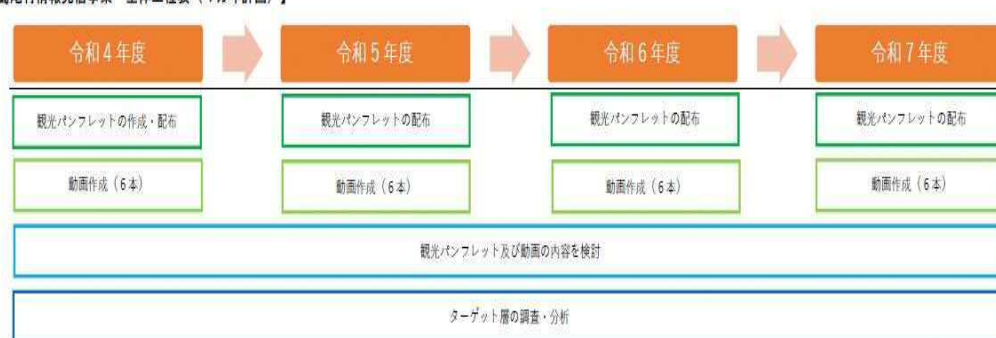
③ 情報発信等の戦略目標

葛尾村の食・自然・文化財等を中心に情報発信を行い、多くの人に葛尾村に興味を持ってもらおうと共に村内に足を運んでもらうため以下の内容を実施。

- ・タレントを活用し首都圏から村内までの移動を含めた動画を撮影。
- ・観光パンフレット内で動画のPRを行い、動画を見て葛尾村に興味を持ち、移動の動画で村までの道のりを案内することで、村を身近に感じてもらう。
- ・動画は年2季（移動編、村内紹介編、村内のキャンプ場を活用したキャンプ編）の計6本を撮影。
- ・動画は世代等別（ファミリー層、シニア層、キャンパー層）に併せて撮影。
- ・県外の幅広い世代に葛尾村に触れてもらうことで風評にとらわれない村の魅力を感じてもらおう。

④ 全体工程表

【葛尾村情報発信事業 全体工程表（4カ年計画）】



(様式 1－3)

福島県（葛尾村） 地域魅力向上・発信事業計画 令和４年度～７年度

令和４年５月時点

(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 (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	アウトドアコンテンツを活用した葛尾村魅力向上 発信事業	葛尾村		19,771	25,000	25,000	25,000	(0) 94,771	R3 ~ R7	
						<0>	<19,771>	<25,000>	<25,000>	<25,000>	<94,771>		
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>		
6		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
7		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
8		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
9		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
10		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
11		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
12		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
13		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
14		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
15		-									(0) 0	~	
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
					合 計	(0) 0	(0) 19,771	(0) 25,000	(0) 25,000	(0) 25,000	(0) 94,771		
						<0>	<19,771>	<25,000>	<25,000>	<25,000>	<94,771>		

(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」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、実施要項第４ ６ ー 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)

福島県（葛尾村） 地域魅力向上・発信事業計画 令和 4 年度

令和 4 年 5 月時点

(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	アウトドアコンテンツを活用した葛尾村魅力向上発信事業	葛尾村	1/2	19,771 <19,771>	9,885 <9,885>	
2		-					 <0>	0 <0>	
3		-					 <0>	0 <0>	
4		-					 <0>	0 <0>	
5		-					 <0>	0 <0>	
						合計額	(0) 19,771 <19,771>	(0) 9,885 <9,885>	

(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、実施要項第 4 6 ー 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 - 5)

福島県(葛尾村) 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年5月24日

※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	アウトドアコンテンツを活用した葛尾村魅力向上発信事業		事業番号	A - 1	
事業実施主体		葛尾村	総交付対象事業費		94,771千円		
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		19,771千円		
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	19,771千円	
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							19,771千円
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】							
●YouTube等による動画配信							
●動画と連携したパンフレットを作成							
●動画の一部を都内のＴＶで放映、アウトドア雑誌等への広告掲載							
【アウトカム】							
●来村者数 17,000人 (平成21年度比で令和元年時点で36.6%までしか回復しておらず、70%程度を目指す)							
事業概要							
事業実施主体		葛尾村					
主な企画内容		村の現状、魅力等をSNS (YouTube)、WEB広告、雑誌及びパンフレットにより発信する					
主な事業の実施場所		葛尾村内、首都圏のアンテナショップ、アウトドアショップ					
事業の実施期間		令和3年8月～令和8年3月					
企画内容							
【実施体制】							
①実地主体：葛尾村							
②連携団体及び役割分担							
〈葛尾村〉							
福島県にゆかりのある有名人、キャンプ動画をインターネット上に配信している動画配信者を選考し、葛尾村の魅力を発信してもらう。							
また、村で別途作成するパンフレットを利用し、出発から動画を撮影してもらうことで、東京圏から葛尾村への行き方等を配信し村へ足を運びやすくする。							
〈例〉※福島県とのゆかり、キャンプ動画の発信力、予算等に応じて動画配信者を決定。							
ヒロシ (YouTubeでキャンプ動画を配信) ソロキャンプ女子こっしー (ユーチューバー)							
よぬこ (サバイバル熟練者) イモトアヤコ (サバイバル熟練者)							
サバイドル (ユーチューバー) 自衛隊0Bかざり (ユーチューバー)							

【現状・課題】

＜現状＞

- ・震災以降、葛尾村では放射能について、除染や食品検査に加え、測定結果等の情報を公表し、安全性を発信している。
- ・令和2年に東京都民を対象として実施された アンケートによると、福島県への旅行について、放射線を気にして自分が訪問することをためらう人は20%と、放射線の影響を気にしない人が約8割存在する。
- ・一方で、自分の家族・子どもが訪問する場合にためらう人は25%となっており、自分が旅行することは気にしないが、人に勧めることはためらう人が一定数いることがわかる。
- （出典：三菱総合研究所のアンケート調査【令和2年7月実施】）
- ・「福島県への旅行について積極的又はためらいが無い」東京都民の方は約8割存在するが、震災前（平成22年度）と比較した令和元年度の葛尾村における観光客入込数は36.6%と、震災前を大きく下回っている。
- ・震災による観光資源の被災及び原発事故の影響から落ち込んだ観光客数は、震災以降ほぼ横ばいの状況となっており、復旧・復興が進んだ現在も戻っていない。
- ・そのような中、震災以降、休園している村のキャンプ場がR4.9に再開予定である。

＜課題＞

- ・「福島県」への旅行を前向きに考える方が増えている一方、葛尾村の観光客数が増えない要因として、福島県の中でも「浜通り地方」一体への原発事故によるマイナスイメージが存在することが考えられる。
- ・復旧・復興が進んだ「現在の葛尾村」の魅力が伝わっておらず、旅行先選ばれていないことも考えられる。



そこで、原子力災害に伴う除染、食品安全検査の取組による成果、葛尾村が有する村の自然やキャンプ場の安全性、魅力等について、公式ホームページからの一般的な情報発信だけでは十分に伝わらない可能性があるため、ホームページ、SNS（YouTube）、雑誌及びパンフレットといった様々な媒体を通じて村を知ってもらうとともに、村内に足を運び実際に体験してもらうための取組が必要である。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・広報、村公式ホームページによる情報発信
- ・村外の方に来村してもらえるようなイベント開催（自転車ロードレース・感謝祭・山開き・そば祭り）
- ・移住、定住フェアへの参加

【事業実施により得られる効果】

- ・葛尾村の認知度の向上
- ・来村者の増加
- ・村内の施設の利用者、産品等の出荷量の増加等

【今年度事業における具体的な取組内容】

上記の課題を解決するために、本年は葛尾村の現状、村が有する自然の魅力等を、まずアウトドア愛好家等をターゲットとして知ってもらうことを目的としたコンテンツを作成し以下の内容で発信することとする。

コンテンツの作成に当たっては、Youtuberの動画を軸に作成し様々な媒体を用いて、アウトドア愛好家に訴求していく。

①SNS（Youtube）による情報発信

実施期間：令和4年9月～

発信事業内容：

- ・村内キャンプ場で楽しむ姿を撮影した動画を作成する。
- ・作成に当たっては、村内でのキャンプ（旅）がイメージできるように、キャンプ場での撮影だけでなくYoutuber等に村内の各施設を訪問してもらい観光や買い物等を楽しんでいる映像を収録し、葛尾村滞在での魅力を伝える。
- ・自家用車の保有率の低い若い世代や都心部の生活の方々でも、葛尾村でキャンプを楽しんでももらえる（自動車等を使わず、公共交通機関のみの利用で村及びキャンプ場を訪れることができる）ことも伝える。
- ・発信は、Youtuberのアカウントから行ってもらうことで、訴求力を高める。

②WEB広告（ホームページ等）による情報発信

実施期間：令和4年9月～

発信事業内容：

- ・Youtuberのフォロワーではない方、普段Youtubeを積極的に視聴していない方等にも、村およびキャンプ場の情報を取得できるようWEB広告（特設サイト）の構築を行う。
- ・また、動画のリンクも付けることで動画への導入口としても活用し、動画の閲覧も促すこととする。
- ・サイトへのアクセス向上のため、ネット広告も活用する

③テレビによる情報発信

実施期間：令和4年9月～

発信事業内容：

- ・普段Youtubeを積極的に視聴していない方等にも、葛尾村および再開するキャンプ場について知っていただくために、番組内告知やCM等を通じての認知度向上および、ホームページへのアクセス促進を促す。

④雑誌による情報発信

実施期間：令和4年9月～

発信事業内容：

- ・普段、趣味に関する情報をインターネット等を利用して収集しない方々をターゲットに、専門雑誌等を利用した情報発信を行う。掲載内容としては、キャンプ場の内容を簡潔にまとめて記事化した広告または、枠型の広告掲載を予定している。
- ・また、記事には、①の動画にリンクするQRコードも入れ、動画への導入口としても活用し、動画の閲覧も促すこととする。

⑤パンフレットによる情報発信

実施期間：令和4年9月～

発信内容等：

- ・①～③の媒体を御覧いただいていない方々をターゲットに①の内容を簡潔にまとめたパンフレットを用いて訴求する。①の動画にリンクするQRコードも入れ、動画への導入口としても活用し、動画の閲覧も促すこととする。

パンフレットの配布に際しては、MIDETT、首都圏のアウトドアショップ等に配布する。

【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

- ・動画閲覧数 10万回
- ・WEB広告閲覧者 5万人
- ・TVCM閲覧者 1万世帯
- ・雑誌等の記事に触れた者 1万人
- ・観光パンフレットの配布 1万枚

【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

- ・様々な媒体を通じた発信により、葛尾村の認知度向上を図る。
- ・葛尾村の魅力を伝えることで誘客につなげる。

【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

- ・本年度と動画撮影の季節を変更し、季節に応じた葛尾村の魅力を発信する。
- ・各世代等（ファミリー、シニア、キャンパー）に対応した動画撮影を行う。

【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。