

(様式 1 - 5)

三春町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 5 年 1 月 13 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	三春町デジタルコンテンツを活用した魅力発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体	三春町	総交付対象事業費	32,275 千円		
既配分類	23,357 千円	当該年度交付対象事業費	8,918 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	8,918 千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					5,111 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					905 千円
iv) ポータルサイト構築					2,902 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					
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】					
【体験等企画実施】					
・ 農産物の魅力体験イベント 年 2 回以上					
・ 観光の魅力体験イベント 年 2 回以上					
・ 野菜収穫体験イベント 年 5 回以上					
・ 上記体験イベントに係る SNS (Instagram, Facebook 等) による情報発信 年 5 回以上					
【情報発信コンテンツ作成】					
三春町の魅力発信を目的として、観光や食の魅力をテーマにプロモーションマンガなどを制作し、SNS や Web 等により県外在住者及び県外消費者へ情報を発信する。					
・ SNS 発信 10 回以上 (令和 7 年度までの期間中)					
・ Web 配信 10 回以上 (令和 7 年度までの期間中)					
【ポータルサイト構築】					
三春町産の農産物の魅力発信や安全性 PR 等を目的とした HP を制作し、SNS や Web 等により県外在住者及び県外消費者へ情報を発信する。					
・ SNS 発信 6 回以上 (令和 5 年度から令和 7 年度までの期間中)					
・ Web 配信 6 回以上 (令和 5 年度から令和 7 年度までの期間中)					
【アウトカム】					
【体験等企画実施】					
・ 農村体験イベント参加者数 115 人					
・ 観光関連イベント参加者数 20 人					
【情報発信コンテンツ作成】					
・ 三春町産農産物に対する県外消費者の好感度及び三春町の観光に対する県外在住者の好感度の向上					
令和 5 年度：前年比 3%、令和 6 年度：前年比 5%、令和 7 年度：前年比 7%以上の向上					
※好感度については、令和 3 年度から令和 7 年度まで毎年実施する風評動向調査 (令和 4 年度以降は町独自に実施) を基に算出する。					
【ポータルサイト構築】					
・ 三春町産農産物に対する県外消費者の好感度の向上					
令和 5 年度：前年比 3%、令和 6 年度：前年比 5%、令和 7 年度：前年比 7%以上の向上					
※好感度については、令和 3 年度から令和 7 年度まで毎年実施する風評動向調査 (令和 4 年度以降は町独自に実施) を基に算出する。					

事業概要	
事業実施主体	三春町
主な企画内容	<p>【体験等企画実施】 サイクリングイベントや農村体験イベントなど、三春町の美しい景色や豊かな食などの体験を通じて楽しんでもらうための体験型イベントを開催する。</p> <p>【情報発信コンテンツ作成】 観光及び食など、三春町の魅力発信をデジタルコンテンツの活用により実施する。</p> <p>【ポータルサイト構築】 当町の農産物やその加工品について、購入や飲食が可能な場所、農業体験イベント、安全性に係る情報など、農業に係る一連の情報を紹介するポータルサイトを作成し、情報発信を行う。</p>
主な事業の実施場所	三春町内
事業の実施期間	令和3年12月～令和8年3月
企画内容	
<p>【実施体制】</p> <p>【体験等企画実施・情報発信コンテンツ作成・ポータルサイト構築】</p> <p>①実地主体：三春町</p> <p>【体験等企画実施】</p> <p>②連携団体及び役割分担 三春町：事業実施、関係団体（㈱三春まちづくり公社、農協・農家、商工会、地域の新聞社等）との連絡調整 委託業者：体験型イベントの実施及び情報発信</p> <p>【情報発信コンテンツ作成】</p> <p>②連携団体及び役割分担 三春町：事業実施、関係団体（㈱三春まちづくり公社、農協・農家、商工会、地域の新聞社等）との連絡調整 委託業者：情報発信コンテンツの制作及び情報発信</p> <p>【ポータルサイト構築】</p> <p>②連携団体及び役割分担 三春町：事業実施、関係団体（㈱三春まちづくり公社、農協・農家、商工会、地域の新聞社等）との連絡調整 委託業者：ポータルサイトの制作及びポータルサイトを活用した情報発信</p> <p>【現状・課題】</p>	

①農業

<現状>

- ・三春町は農業を基幹産業とする中山間地域であるが、東日本大震災に伴う原発事故の影響により、農産物直売所の年間売上額が未だ震災前比で1割弱減少している。(震災前(平成22年)は91,007千円であったのに対し、震災当時(平成23年)は68,887千円まで落ち込み、現在(令和3年)は回復傾向にあるものの、84,783千円となっている。)
- ・県外在住者を対象とした風評動向調査において、「三春町産の農産物は放射線被害の心配がある」と回答した人が1.1%であった。(令和3年度実施)

②観光

<現状>

- ・三春町は国の天然記念物にも指定されている「三春滝桜」を軸に、観光産業に力を入れて取り組んでいるが、年間の観光客数については、震災前(平成22年)は675,171人であったのに対し、平成31年※は539,195人に留まるなど、震災前に比べ約2割も減少している。(※新型コロナウイルス感染症の影響がない最新データ)
- ・県外在住者を対象とした風評動向調査において、「三春町は原発の事故で放射線の被害の心配がある」と感じる人が17.4%、「観光で三春町に行きたくない」と回答した人の13.3%が「放射線被害の心配がある」と回答していた。(令和3年度実施)

<課題>

- ・三春町産の農産物に対する県外在住者の理解度の不足
- ・福島県や三春町の復興に対する県外在住者の理解度の不足
- ・県産食品の忌避に伴う観光客自体の減少

上記課題から、三春町自体、また、三春町産の農産物の安全性のPRを継続的に実施していく必要がある。これまで、デジタルコンテンツを活用した魅力発信及び企画体験については対象者を首都圏中心に実施してきたが、風評動向調査の結果、関西圏に訴求がされていないことが判明したため、令和5年度については、ターゲットとして関西圏への情報発信及び関西圏からの体験ツアー参加者増も目指して事業を実施する。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・首都圏等における農産物販売や観光PRなどを通じた安全性の情報発信
- ・町の食品等放射能検査所における測定結果の公表
- ・町の空間線量モニタリング結果や農産物等の放射性物質の検査結果の公表

【事業実施により得られる効果】

- ・三春町の農産物や観光等に対する理解、興味・関心及び好感度の向上

【今年度事業における具体的な取組内容】

1. 体験等企画実施

実施期間：R5.4月～R6.3月

実施体制：委託事業者による実施

概算費用：5,105千円

① 酒米生産・酒造り体験ツアー(モニターツアー)の実施 1,149千円

〔事業内容〕

令和4年度実施した「もち米生産・もち作り体験ツアー」が三春町農村部の魅力と三春町産農産物の安全性に関する理解醸成に非常に効果的であったことから、令和5年度も類似のツアーを継続して実施する。令和4年度のもち作り(もちつきなど)は、農村文化を最大限に味わえる内容ではあるが、比較的どこでも(三春町以外でも)体験することが可能なものであったため、参加者アンケートの中には「より三春ならではの体験もあると良い」といった意見もあった。

これを踏まえ、令和5年度は「城下町三春」に立地する酒蔵を活用した、酒米の生産(田植えから収穫)から酒造り(仕込み)を体験する「酒米生産・酒造り体験ツアー」とし、より「三春らしさ」のある農産加工品の製造に携われる内容とする。また、農村の古民家ないし生産圃場等における生産者とツアー参加者との交流会(料理作りなど)を開催することにより、三春町産農産物に関するより深い理解の醸成を図る。農業体験以外にも、歴史由緒ある三春町ならではの文化体験(寺社や陶芸窯における体験等)をツアーに組み込み、「マチ」と「ムラ」が連環しながら共存する三春町のPRに繋げる、など、より効果的なツアー内容とするべく令和4年度からの改善を図る。なお、前回同様、ツアー参加者にはアンケート・ヒアリング等の調査への回答及びSNS等への情報発信を必須条件として、首都圏・関西圏での三春町の認知度向上と次年度以降の更なる改善に繋げていく。

〔行程案〕

参加者各自現地(郡山駅)集合→会場到着→体験→宿泊施設(交流会・宿泊)→文化体験→郡山駅→解散(それぞれ移動にはまちづくり公社社用車を使用予定)

〔ターゲット層〕

首都圏、関西圏在住者

〔参加人数〕

14名×3回

〔参加者要件〕

福島県外在住の18歳以上の方（但し家族連れの子供は参加を認める）

〔内容〕

田植え体験1回 5月、収穫体験1回 10月、酒仕込み体験1回 1月

〔広報〕

全国でも日本酒づくりが盛んな福島県の利点を生かし、SNS(InstagramやYoutube等)やWEBを活用した広報を実施する。

② サイクリングツアー（モニターツアー）の実施 2,741千円

〔事業内容〕

令和4年度実施の「サイクリングツアー」が三春町のイメージ向上に効果的であった（参加者アンケート）ことから、令和5年度も継続して実施する。令和4年度は「美しい自然や景色、豊かな食」をテーマに実施したが、令和5年度は「三春町の歴史・文化」をテーマに実施する。城下町である三春町の歴史に直接触れ、体験してもらうことで三春町の魅力向上に繋げる。前回同様モニターツアーとして実施し、参加者にはアンケート等の調査への回答及びSNSへの情報発信を必須条件として、本町に対する認知度向上及び次年度以降の取組に反映させる。

〔行程案〕

1日目：東京駅集合→バス移動→三春駅到着→レンタサイクルで歴史・文化のまちめぐり（神社仏閣、歴史民俗資料館等）→宿泊施設へ（地元食材をふんだんに活用したメニューの提供）
2日目：体験企画（座禅体験、民芸品絵付け体験等）→コミュタン福島（放射線に関する理解を深める）→バス移動→東京駅→解散

〔ターゲット層〕

主に首都圏在住者

〔参加者数〕

20名

〔集客方法〕

町HPやSNS広告発信により集客を図る。

③ 野菜収穫体験の実施 1,215千円

〔内容〕

令和4年度実施の野菜収穫体験事業では、「体験を通じて三春町の農業を身近に感じ、農業や農産物への正しい理解を深めることができた」（参加者アンケート）などから、町産農産物の安全性理解等に効果的な事業であると考えられるため、継続して実施する。

令和5年度事業では、実際の生産者の農地での摘取り体験の機会を増やすなど、生産者との直接の交流を通じて三春町の野菜に対する理解を深める取組を強化する。なお、前回同様、ツアー参加者にはヒアリング等の調査を実施し、首都圏・関西圏での三春町の認知度向上と次年度以降の更なる改善に繋げていく。

〔ターゲット層〕

首都圏または関西圏在住者（主に県外からの観光客や宿泊客）

〔実施時期〕

6月～10月の5ヶ月間

〔収穫可能品種〕

ピーマン、きゅうり、ミニトマト、さつまいも、枝豆、とうもろこし等

〔参加人数〕

100名（月20名×5ヶ月）

〔広報〕

SNS(InstagramやYoutube等)やWEBを活用した広報を実施する。

2. 情報発信コンテンツ作成

実施期間：R5.4月～R6.3月

実施体制：委託事業者による実施

概算費用：904千円

①マンガイラストの作成 904千円

〔事業内容〕

令和3年度には、町の観光の魅力（滝桜、城下町の街並み等）と食の魅力（郷土料理、収穫野菜等）について、主人公が再発見するストーリーのマンガを制作。令和4年度は、夏をテーマにしてレンタサイクルを利用しながら、町農産物等の魅力（特産品であるブルーベリーや新鮮野菜の調理等）を体験するストーリーで制作した。令和5年度は、その続編として三春町の秋・冬の魅力テーマとしたマンガを制作し、年間を通した三春町魅力をシリーズで発信する。令和4年度までに制作したマンガでは、三春町産農産物等の安全性のPRが少し弱かったため、令和5年度ではその安全性にも触れた内容を盛り込むことを検討する。

〔ターゲット層〕

首都圏、関西圏、近隣県在住の若者

〔発信方法〕

令和4年度同様、作成したイラストはデータ化し、町HP、(株)三春まちづくり公社HP等に掲載して情報発信を行う。また、SNS（Instagram、Twitter）を活用してマンガイラスト（Web）への誘導を行う。

データ配信に加えて、参加者がSNS等で情報発信できるような環境の設定や、首都圏等におけるイベントでのマンガ本の配布などによる情報拡散力の強化を目的とした活用を図る。

3. ポータルサイト構築

実施期間：R5.4月～R6.3月

実施体制：委託事業者による実施

概算費用：2,902千円

①三春町産農産物・農産加工品発信ホームページの作成 2,902千円

〔事業内容〕

三春町においては、各種ブルーベリー商品を中心として一定程度の6次産業化・農商工連携商品が存在するほか、町内に所在する飲食店等が地元産農産物等を使用したメニューを提供している例も数多く見られる。

これらの情報と三春町産農産物等の安全性に関する情報とを合わせて発信することができれば、三春町産農産物等の風評被害払拭と三春町魅力発信に大いに資するところであるが、現状としては特にホームページ等のインターネットにおける発信はほとんどできていない状況である。

そこで、町内の農産物やその加工品、それらを購入可能な場所（オンライン含む）、飲食可能な場所、農業体験イベント、農産物の安全性など農業に係る一連の情報を整理しわかりやすく紹介するホームページを作成し、情報発信を行う。

〔ターゲット層〕

首都圏、関西圏、近隣県在住者

〔発信方法〕

町HP、(株)三春まちづくり公社HPなどから誘導する。また、SNS（Instagram、Twitter）広告配信や、ふるさと納税の返礼品用段ボール等に町HPのQRコードを印字（交付金外での実施事項を含む）するなど、HPへ誘導する機会を創出し、情報拡散力の強化を図り三春町の農産物や加工品の情報発信を行う。併せて、HP作成委託事業者の発信力を活用したプロモーションを行い、HPへの誘導を確実に実施する。

【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

アウトプット

【体験等企画】

- ・農産物の体験イベント 年2回以上
- ・観光の体験イベント 年1回以上
- ・野菜収穫体験イベント 年5回以上
- ・上記体験イベントに係る SNS (Instagram、Facebook 等) による情報発信 年5回以上

【情報発信コンテンツ】

- ・SNS 配信 2回以上・Web 配信 2回以上

【ポータルサイト構築】

- ・SNS 配信 2回以上・Web 配信 2回以上

アウトカム

- ・県外の消費者の三春町の農産物に対する好感度の向上 前年比2%向上
- ・県外からの観光客の三春町に対する好感度の向上 前年比2%以上
- ・三春町をまた訪れたいと思う人の割合 30%以上 (体験イベント参加者)
- ・三春町の農産物を買いたいと思う人の割合 30%以上 (体験イベント参加者)

【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

三春町における農産物、観光等に対する理解、興味・関心及び好感度の向上

【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合

【体験型イベントの実施】

町の魅力の発信や風評被害の払しょくにつなげるためには、直接三春町を体感する体験型イベントの実施が効果的であると考えられるため継続して実施する。

【ツアーのテーマ予定】

令和6年度 郷土食令和7年度 伝統芸能、行事等の伝統文化

【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症拡大防止に向け、国や実施主である地方公共団体（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・ガイドラインに則した形で事業を実施する。