

(様式 1 - 5)

檜枝岐村 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	食の魅力発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		檜枝岐村	総交付対象事業費		20,106 千円
既配分額		11,416 千円	当該年度交付対象事業費		8,690 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 8,690 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 4,290 千円					
iv) ポータルサイト構築 4,400 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】					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
■テレビ放映企画 (とちぎテレビ) 2 回					
■YouTube インストリーム広告 配信動画 5 本					
■食×観光の魅力発信イベント (都内) 2 回					
iv) ポータルサイト構築					
■観光ポータルサイトの構築 ページ数 5 ページ以上					
【アウトカム】					
観光入込客数 79,000 人 (平成 22 年度比 110%増) ※入湯税ベース (旅館、民宿、日帰温浴施設)					
蕎麦をはじめとした農産物等の販売額 3,717 千円 (平成 23 年度比 211%増)					
釣り券販売数 3,800 枚 (R4 年度比 110%)					
事業概要					
事業実施主体	檜枝岐村				
主な企画内容	檜枝岐村の安全な「食」及び自然、歴史文化体験等の「観光」を連動させた情報発信を行う。				
主な事業の実施場所	檜枝岐村、首都圏				
事業の実施期間	令和 4 年度～令和 7 年度				
企画内容					
【実施体制】					

①事業主体：檜枝岐村

②連携団体及び役割分担

- (1) 檜枝岐村：事業主体。企画運営、契約、全体調整、進捗管理等。
- (2) 尾瀬檜枝岐観光協会：事業主体と連携してSNS等による情報発信やイベント運営を行う。
- (3) ひのえまたツーリズム：着地型商品を催行する村内企業。担当事業は蕎麦イベントの運営等。
- (4) 檜枝岐村漁業協同組合：釣り場の管理、釣り券販売実績の情報提供等。
- (5) 村内民間事業者：キャンプ場を含む宿泊施設、ガイド等を想定。
- (6) 村外連携団体：横浜創英中学校、東京電力、東武鉄道等と連携して都内イベントを実施。
- (7) 委託業者：テレビ番組制作、動画配信作業、ウェブサイト制作等。

【現状・課題】

<現状>

- ・震災以降、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。
- ・福島県の観光客のうち県外からの来訪者の多くは関東地域（首都圏＋北関東）からとなっている。
- ・震災前（平成22年度）と比較した観光客入込数は、復旧・復興が進んだ現在も戻っていない。
- ・消費者庁の調査によれば、「食品中の放射性物質の検査が行われていることを知らない」と回答した人の割合は年々、増加傾向にあり62.1%となっている。さらに、「基準値を超える食品が確認された市町村では、他の同一品目の食品が出荷・流通・消費されないようにしている」と知っているという回答した人の割合は22.5%となっている。
- ・蕎麦をはじめとした村の主要な農産物の出荷額は、震災以前にまで回復していない。

<課題>

- ・村及び村産品の安全性や魅力について、これまで実施してきた県や村HPへの掲載等の一般的な情報発信のみでは不十分であると思料される（人によって情報を得ている媒体は区々であることから、SNS、TV、雑誌等の様々な媒体による発信を行う必要がある）。
- ・イワナの釣れる渓流や尾瀬に代表される自然豊かなキャンプ場等の観光コンテンツがあるものの認知度は高くない。
- ・関東地域（首都圏＋北関東）をはじめとした県外からの観光客の回復ができていない。
- ・安全性等の正確な情報について、継続した発信を行っていく必要がある。
- ・安全性や魅力を伝えていくためには、正しい情報発信に加えて、村産蕎麦の美味しさなどの魅力についても発信していく必要があり、また、動画で伝えるだけではなく実際に食べてもらうなどして複数の媒体で効果的に伝えていく必要がある。
- ・R4年度事業では、日本橋ふくしま館でのPRにより中高年や、釣り番組の放送により釣り客への訴求できたが、R5年度は若者層をターゲットとした施策も展開し、多層的な関係人口の拡大を図る。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・県や村の公式HP等による情報発信
- ・イベントやテレビ番組を通じた正確な情報発信
- ・食品や農産物の放射性物質検査実施と結果の公表

【事業実施により得られる効果】

- ・村や村観光コンテンツの認知度の向上
- ・若者を中心とした関係人口の増加
- ・村の農産物等の認知度の向上や販売量の増加

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 イベントによる情報発信（2百万円）

(1) 首都圏での試食会イベント

日本橋ふくしま館ミデッテにおいて村産の蕎麦をはじめとした農産物等を食してもらうことで、美味しさなどの魅力や安全性を知ってもらい、購買につなげる。

R4 年度も実施し、飲食メニューは平均して約 100 食を販売した(ミデッテの平均販売数量は 70 食程度)。R5 年度は、1-(2)の体験型展示会で製作した展示物の再展示や、ミデッテ(県観光物産交流協会)と協力した周辺飲食店とのマッチング商談会を検討する。

実施期間：R5.11月の3日間程度

実施体制：檜枝岐村、尾瀬檜枝岐温泉観光協会、ひのえまたツーリズム

概算費用：1,100千円

(2) 横浜創英中学校と連携したPR

(1)は昨年実施し一定の成果は得られたが、ミデッテの立地等の要因で近隣の会社員や中高年に客層が限られていた。

そこでR5年度は若者層にも訴求するため、R4年度に村内でSDGsツアーを実施した横浜創英中学校の生徒と協働し、ツアーのワークショップで学生から提案のあった尾瀬の写真展示、出張「橋場のばんば(縁切り・縁結びの神様)」、歌舞伎化粧体験といった「体験型展示会」を関係企業とも連携してプロモーションを行う。

実施期間：R5.5-6月の土日

実施場所：スカイツリー近辺

実施体制：檜枝岐村、横浜創英中学校、東武鉄道、東京電力ほか

概算費用：550千円

2 テレビ番組による情報発信（1百万円）

R4 年度は釣りのテレビ番組(テレビ埼玉)を誘致しPRを行った結果、遊漁券の販売数は前年度比約120%となった。

R5 年度は栃木県内で放送される番組を誘致し、キャンプをテーマとしたテレビ番組を製作し村の特産品の魅力や安全性をPRする。

放送時期：R5 夏期

実施体制：檜枝岐村、とちぎテレビ

概算費用：1,210千円

3 ウェブによる情報発信（5百万円）

(1) ポータルサイト製作

観光と食のポータルサイトを製作し、村の観光コンテンツや特産品の魅力、安全性を発信する。

完成時期：R6.2月

概算費用：4,400千円

(2) YouTube インストリーム広告

別事業で製作した動画(釣り、登山、キャンプ、ウインタースポーツ等)を活用し、YouTube上で首都圏在住者をターゲットとした広告配信を行い、認知度の向上を図る。

実施時期：R5.5月、6月、9月、12月

概算費用：1,430千円

【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

- ・ イベント来場者数：600名
- ・ テレビ番組の視聴世帯数：1,000世帯
- ・ ウェブサイト及び動画の閲覧回数：100,000回

【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

- ・ 村や村観光コンテンツの認知度の向上
- ・ 村の農産物等の認知度の向上や販売量の増加

【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

令和6年度計画

- ・ 首都圏をターゲットとした情報発信

【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。

<具体的な対策>

- ・イベント実施時はマスクの着用や消毒液の設置などの感染対策を講じる。