

(様式 1-5)

浅川町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 5 月 8 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	浅川町魅力発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体	浅川町	総交付対象事業費			39,754 千円
既配分額		19,998 千円	当該年度交付対象事業費		19,756 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 19,756 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 11,000 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 2,530 千円					
iv) ポータルサイト構築 6,226 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					
○令和 7 年度末における目標					
・「吉田富三記念館」の年間入館者数：3,000 人(令和 4 年度比 35%アップ)					
事業概要					
事業実施主体	浅川町				
主な企画内容	観光ルートの策定、ポータルサイト構築、食体験イベント企画実施				
主な事業の実施場所	首都圏				
事業の実施期間	令和 6 年 8 月から令和 8 年 3 月				
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
原発事故から 10 年以上が経過したが、現在でも「福島県」、「福島県産」というだけで忌避される傾向にある。「おいしい」や「よい場所」という広報活動に成功した一部の県産品や観光施設を除き、そのような印象が残っている。また、県中地方南部は、原発事故の被害が大きかった双葉地方や、元々比較的名度の高い会津地方に比べて、震災からの復興や一大観光地のような話題がなくマスコミからの注目度が低いため、自ら情報発信をしなくてはならない。しかし、存在感をアピールしづらく、未だ認知度が低い状況にある。					
浅川町においては、町のブランド米「漢方資材栽培米（R6 より『浅川の優味米』に名称変更）」が県外に販路を見出していた中で原発事故が起こった。同ブランド米については、事故後早い時期から放射性物質は検出限界値未満であったが、それまでの販路が絶たれたままとなっている。現在は、大手企業のパックご飯に他の産地のお米とミックスされて販売されているため、ブランド名が表に出ることがない状況である。					
石川地方における観光客入込数は以下のとおりである。					
(1) 母畑・石川温泉（石川町）					
214,732 人（H22：震災前） 156,169 人（H23：震災後） 204,074 人（H30：震災後）					
(2) 吉田富三記念館（浅川町（当町））					
1,796 人（H22：震災前） 2,411 人（H23：震災後） 2,242 人（H30：震災後）					
これらを見ると、県外からの誘客に左右される旅館業においては、震災の影響を大きく受けていることが分かる。一方、当町の施設は震災前後で入館者数があまり変わっておらず、これは主に県内（特に町内）の利用					

が中心であることを示している。すなわち、過去 10 数年で行ってきた国・県による県外プロモーションの効果  
が当町の施設に現れていないと考えられる。

#### <課題>

消費者庁の統計調査において、「風評被害を防止し、売られている食品を安心して食べるために、どのようなことが行われるとよいと思うか」との問いに対し「それぞれの食品の産地や産品の魅力に関する情報提供」と回答した者の割合が上位に入っており、町の産品の魅力を知ってもらうことが風評払拭のために必要である。そして町の産品の魅力を知ってもらうためには、まず町を訪れてもらうことが重要であり、観光スポットの魅力を認知してもらうことが重要である。

しかし、浅川町は、県内最古の伝統を持つ「浅川の花火」、県内唯一の即身仏「弘智法印宥貞」、がん研究の先駆者「吉田富三博士」など県を代表するような観光資源を有しているものの、他の自治体の観光資源との差別化が図れていないことなどから、県と連携した県外へのプロモーションによるスケールメリットが生かされていない。情報発信のノウハウも十分でなく、従来の町 HP での情報発信がメインとなっており、県外への積極的な情報発信が不足しているなど、持続的に情報発信を行う体制が整備されていないことも課題の一つである。

#### 【課題に対するこれまでの取組と成果等】

##### <課題に対するこれまでの取組>

###### 【令和 6 年度】

首都圏の若年層から好感度・知名度の高い著名人を活用した動画、紙冊子、電子雑誌の作成及び首都圏の駅構内でのデジタルサイネージを活用した情報発信を行った。

動画及び雑誌の内容については、著名人が実際に本町を散策し、歴史・文化や食に触れた内容を著名人自らの言葉を入れながら作成・発信した。

##### <これまでの取組における成果>

###### 【令和 6 年度】

東京都で 12 月に開催された地域とのつながりをテーマとした移住・交流イベントにおいて、6 年度に作成した紙冊子及び動画を配布、放映したところ、多くの方が町のブースに立ち寄って興味を示してくださり、その中で実際に浅川町について相談をしに来てくれた件数が、前年度の同イベントの 12 件から 30 件と 2.5 倍に増加した。（件数は参加者が所持するエントリーシートの提出枚数）

また、6 年度事業で目標としていた動画視聴回数及び電子雑誌閲覧数も下記の通り達成することが出来た。

動画視聴回数 <目標> 10,000PV/年 <R6.3.31 時点> 20,927PV

電子雑誌閲覧数 <目標> 10,000PV/年 <R6.3.31 時点> 10,889PV

##### <目標達成状況>

「吉田富三記念館」の年間入館者数：2,318 人（R7.3.31 時点）

※R5 入館者数：1,972 人

#### 【今年度事業における具体的な取組内容】

##### 1 食の体験イベント

実施期間：令和 7 年 8 月～令和 8 年 3 月

実施体制：浅川町、委託事業者

概算費用：11,000 千円

##### 取組内容：

浅川町の魅力と 1 次産品の風評払拭を目的として首都圏在住者に対する、町の特産品を活用した食を提供するイベントを実施する。イベント当日は、訪れた方とコミュニケーションを図りながら町の 1 次産品の風評払拭および認知拡大と関係人口の増加につなげる。

開催場所：首都圏の商業施設（主要な都心の駅から徒歩圏内とする）

日程：12 月某日（2 日間）

##### イベント概要：

浅川町単独で実施する食の体験イベントとし、料理系インフルエンサーや SNS 等で発信力のある方を招待し現地で町の 1 次産品（町のブランド米である「浅川の優味米」をはじめとする旬の食材）を使用したアラカルト等を調理いただき、来場者の方へ試食をしていただく。イベント当日は、町の特産品を購入できるブースや町の魅力が伝わる「浅川の花火」パネル展示や町の公式キャラクター「あさまる」の展示を行い、受託事業者が来場者の方とコミュニケーションを取る。なお、当日の調理の様子や会場の様子はインフルエンサーの所有する SNS アカウントで発信を行っていただくことで、イベント後も浅川町の風評払拭に寄与し、観光誘客増やふるさと納税額の増額など波及効果を期待する。

## 2 情報発信コンテンツ作成

実施期間：令和7年8月～令和8年3月

実施体制：浅川町、委託事業者

概算費用：2,530千円

取組内容：

昨年度実施した情報発信で興味をもってくれた方々に浅川町を知ってもらい、実際に来てもらうことでこれまでネガティブな印象を持ち観光に来ていただけなかった方や、訪問していたが町の魅力をより肌で体感できる観光ルートを知らず1次製品の購入に至らなかった方に対して、現地で風評を払拭してもらうべく以下の情報発信コンテンツを作成する。

### 【観光ルート策定、パンフレット制作】

町外からの観光客へ配布し町内での消費行動につなげることを目的とした観光マップの制作を行う。観光ルートは役場職員のみならず地域住民等の意見や要望等をヒアリングのうえ受託事業者が策定する。

また、前述した観光ルートを掲載した観光パンフレットを作成する。観光パンフレットはA4の1/3仕上げり巻き3つ折りとし、観光ルートの掲載および浅川町で1日過ごす際のプラン内容を掲載する

### 【情報発信コンテンツ制作】

町の魅力が伝わるスポットとして、全国でも稀有な即身仏が安置される曹洞宗貫秀寺をはじめ、町出身のがん研究で世界的に知られる医学者吉田富三博士の偉業を後世に伝える吉田富三記念館、“花火の里あさかわ”と言われる所以である町の花火の歴史的資料を展示する浅川町歴史民俗資料館といった場所の紹介、浅川町のブランド米である「浅川の優味米」を生産する有志農家団体、震災後も農業経営を承継され継続して農業を行う方などの紹介、現在取り組んでいるイベントを行う民間団体等への取材内容を30本程度の記事に仕上げ、新設するポータルサイト上に掲載し県外の方へ発信する。

## 3 ポータルサイトの構築

実施期間：令和7年8月～令和8年3月

実施体制：浅川町、委託事業者

概算費用：6,226千円

取組内容：

### 【魅力発信 HP の立ち上げ】

観光客（インバウンド含む）をターゲットにした町の総合的な魅力を発信するプロモーションサイトを立ち上げる。HPの内容は、地域の特産品等の購入につなげる紹介ページや、地域の観光・イベント情報ページ、町の移住・定住に関する支援等の情報ページ（移住定住関係は自治体負担にて作成）とともに、町民や事業者のインタビュー記事を掲載するページなどを作成し町の魅力を発信することで、興味・関心を持ってもらえるような仕掛けを構築し、交流人口増加を図る。

### 【キュレーションサイト（みんなの経済新聞）との連携】

みんなの経済新聞ネットワークは、地域のビジネス&カルチャーニュースを配信する各地の情報サイトから成るメディアネットワークであり、大手ニュースアプリやSNSにて拡散力があり月間約2,550万PVを誇る。本メディアにて地域のローカルニュースやイベント情報等をアップしマルチチャンネルで全国の方へ地域情報を届ける環境を整備する。（ローカルニュースの内容は、地域で行われるイベント情報や地元食材を提供するお店の新作メニュー等の紹介、農家さんの取り組み等を取材した風評払拭につながるような情報発信を行う。）

また、掲載する記事についてはポータルサイトに掲載する内容と同様な記事を掲載する。

## 【今年度事業における目標】

### 【アウトプット】

首都圏での食の体験イベント開催 1回

観光案内パンフレット 3,000部

WEB掲載コンテンツ 30本

浅川町ポータルサイト 1サイト

### 【アウトカム】

WEBサイト閲覧数 50,000PV

## 【今年度、事業の実施により得られる効果】

浅川町の認知度の向上と観光客増加

浅川町の食の安全・安心性の向上