

(様式 1-5)

富岡町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 6 年 1 月 10 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	「富岡町の今を学ぶ」事業	事業番号	A-1
事業実施主体	富岡町	総交付対象事業費			44,193 千円
既配分額		28,179 千円	当該年度交付対象事業費		16,014 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 16,014 千円					
i) 風評動向調査					
千円					
ii) 体験等企画実施					
13,264 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
2,750 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					
令和 7 年度の富岡町における入込客数 70,000 人 (平成 22 年度入込客数 451,310 人、年度比約 15.5%)					
事業概要					
事業実施主体	富岡町				
主な企画内容	1. 首都圏在住者による体験ツアーの実施 2. 東京都で開催される大規模フードフェスティバルへの出展 3. マスメディアを活用した情報発信				
主な事業の実施場所	福島県及び東京都				
事業の実施期間	令和 4 年 4 月～令和 8 年 3 月				
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
・原子力災害被災地である富岡町の成り立ち、地域特性、復興状況などを一元化して学ぶことができる拠点として、とみおかアーカイブ・ミュージアムが令和3年7月に開館した。					
・原子力災害後の富岡町の放射線量や復興の状況などについて学ぶ事業のニーズが高まっている。					
・富岡町における観光入込客数は、徐々に回復してきているが、まだ震災以前の水準に戻っていない。					
・ALPS処理水の海洋放出が令和5年8月に始まった。					
<課題>					
・風評の払拭に向け、富岡町に関する正確な知識を学ぶ機会の提供及び情報発信の強化が課題となっている。					
・原子力災害が発生した東京電力福島第一原子力発電所と第二原子力発電所に挟まれた富岡町に足を運んでもらうには、被災地の現状を実際に見て理解してもらうことが重要である。					
・ALPS 処理水の海洋放出の開始により、原子力災害以前に戻りつつある福島県沿岸部自治体への客足が再び遠のく恐れがある。					

【課題に対するこれまでの取組と成果】

- ・令和5年9月と11月の2回、釣り船でのヒラメ釣り体験、食品の放射性物質検査や復興状況の視察等を行う「富岡町の海を知る体験ツアー」を実施。首都圏から11組22人の親子が参加した。釣り体験ではすべての親子が80センチ級の大ヒラメを釣り上げ、福島海の豊かさを実感。視察を通じて、食品の安全性や富岡町の現状、復興に向けた取り組みを知ってもらうことができた。
- ・参加者へのアンケートでは、すべての参加者から、福島海の豊かな海の魅力や原子力災害被災地の現状を知る貴重な機会になった等の高い満足度が示される一方で、放射線やALPS処理水に関する専門家による講義について、子供には難しすぎるとの声が聞かれた。
- ・ツアーに、人気YouTubeチャンネル「魚屋の森さん」を運営する森朝奈さんをゲストとして招聘。同チャンネルで、釣り体験とヒラメ調理の動画2本を配信。再生回数計52万回（12月8日時点）を達成した。
- ・ツアーの参加者募集やツアーの様子を紹介する記事を産経新聞に計5回掲載したほか、日本経済新聞や福島民報、福島民友などでもツアーの様子を紹介する記事が掲載されるなど、富岡町の今を知ってもらう情報発信を展開した。
- ・令和5年11月23～26日に東京都内で開催された日本最大級の魚介グルメフェスティバル「SAKANA&JAPAN FESTIVAL2023（魚ジャパンフェス） in お台場」（4日間の来場者約17万人）にブースを出展。イベント初日には富岡漁港所属の漁師が獲った「常磐もの」のヒラメを会場に直送。来場者の目の前でさばいて海鮮丼にし、100食を抽選で無料提供。抽選会には長蛇の列ができる盛況となり、多くの来場者に富岡町を知ってもらい、関心を持ってもらうことができた。
- ・富岡町食品検査所にあるのと同じ放射性物質検査機を会場に設置。さばいたヒラメの頭を使った放射性物質検査の実演と専門家による解説を実施。抽選会に参加した多数の来場者に、食品の安全性について知ってもらうことができた。
- ・ブースでは、上記体験ツアーの様子を紹介する動画を放映したほか、ツアーの様子や桜の名所「夜の森」の写真パネルを展示。また震災伝承に取り組む「富岡町3・11を語る会」の語り部による口演も実施。土日に行った高校生による紙芝居口演には、1回約20人の定員に対し立ち見も出るなど盛況となり、計3回の口演に約100人が参加。震災の記憶を風化させないようにと活動に取り組む高校生たちの言葉を通じて、帰還困難区域が今も残る富岡町の現状や復興に向けた歩みを伝えることができた。
- ・富岡町の出展内容を紹介する記事を産経新聞に計3回掲載したほか、イベント告知広告やイベントHPやパンフレットにブース紹介を掲載。ヒラメ丼の無料配布はテレビなど多数のメディアで紹介され、来場者以外の多くの人にも富岡町を知ってもらうことができた。
- ・ツアー及びイベント出展について紹介するウェブ記事体広告（15,000PV保証）を産経新聞社のニュースサイト「産経ニュース」に掲載した。

【今年度事業における具体的な取組内容】

富岡町の今について知ってもらい、富岡町に来てもらうための「富岡町の今を学ぶ」事業として、以下の取組を行う。

1. 首都圏在住者による「富岡町の海を知る体験ツアー」の実施

実施期間：令和6年4月～令和7年3月

実施体制：富岡町、委託事業者

概算費用：6,644千円

実施概要：令和5年度は親子を対象としたツアーを2回実施したが、放射線やALPS処理水について正しい情報を知ってもらう専門家による講義等は子供には難しすぎたとの声を踏まえ、令和6年度は親子を対象としたツアーと大人を対象としたツアーを各1回実施。それぞれ、釣り体験や釣った魚を食べる食体験、放射性物質検査や復興状況の視察を通じて、「富岡町の今」を学んでもらう。大人向けツアーでは、東京電力福島第一発電所の視察も組み入れ、ALPS処理水についてより深く理解してもらう。またインフルエンサーやマスメディアを活用した情報発信を通じて広く「富岡町の今」を知ってもらう。

実施内容：

- ・ツアーは2泊3日、参加者は首都圏在住の親子及び成人・大学生とし、参加人数は1回当たり1組2人×6組の12人、計24人とする。
- ・ツアーは親子向け、大人向けとも、①富岡漁港の釣り船でのヒラメ釣り体験②富岡町食品検査所での釣った魚の放射性物質検査見学③釣った魚を味わう食体験④「とみおかアーカイブ・ミュージアム」見学を実施する。
- ・3日目に親子向けツアーは、いわき市の水族館「アクアマリンふくしま」を見学。大人向けは、富岡町の廃炉資料館及び東京電力福島第一原子力発電所の視察を行う。
- ・令和7年度以降のツアーの自走を見据えて、参加者には1人当たり5,000円を負担してもらい、残りを事業費で拠出する。

- ・参加者自身のSNSへの投稿を参加条件とし、富岡町の今を学んだ生の声をSNSで発信してもらう。
- ・ツアーにはインフルエンサーを招致（いずれかのツアー1回）し、インフルエンサーのSNS発信を通じてツアー参加者以外に対しても「富岡町の今」を伝える仕掛けとする。
- ・ツアーの模様を紹介する動画コンテンツを制作し、「富岡町文化交流センター」及び「とみおかアーカイブ・ミュージアム」のポータルサイトに掲載し発信する。

2. 東京都での大規模フードフェスティバルへのブース出展

実施期間：令和6年11月

実施体制：富岡町、委託事業者

概算費用：6,619千円

実施概要：東京都内で開催される来場者15万人超が見込める大規模フードフェスティバルに出展し「富岡の今」を多くの人に発信する。出展を通じて、富岡町の魅力の発信に加え、放射線及び放射性物質や食品の安全性等に関する正確な知識の普及や理解向上を図り、風評を払拭する。令和5年度は、ヒラメ丼100食を抽選で無料提供したが、食べられた人が限定的だったことを反省点とし、令和6年度は少量の試食として1000人に提供する方法に改める。提供するメニューもヒラメに加えて、富岡町が震災後に新たな特産品として栽培促進に取り組んでいるタマネギも使用したカルパッチョとする。

実施内容：

- ・イベント初日に、富岡漁港所属の漁師が獲ったヒラメと富岡町産のタマネギを使ったカルパッチョを1000人に試食として提供することで、「常磐もの」のヒラメのおいしさとともに、富岡町が震災後に新たな特産品としてタマネギの栽培に取り組んでいることを知ってもらう。
- ・富岡町食品検査所にあるものと同じ放射性物質検査機を会場に設置し、ヒラメやタマネギの放射性物質検査の実演と専門家による解説を実施。食品の安全性や放射性物質についての正しい知識を知ってもらう。
- ・「富岡町3・11を語る会」の語り部や高校生による口演を実施。富岡町の現状や復興の歩みを伝える。
- ・1.のツアーの様子を紹介する動画の放映やパネル展示を行い、富岡町の魅力を伝える。

3. マスメディアを活用した情報発信

実施期間：令和6年4月～令和7年3月

実施体制：富岡町、委託事業者

概算費用：2,750千円

実施概要：上記1、2.の取り組みについてマスメディアを活用した情報発信を展開。ツアー参加者やイベント来場者以外にも広く「富岡町の今」を知ってもらう。

実施内容：

- ・体験ツアー内容を告知し参加者を募集する記事をマスメディア及びマスメディアのウェブサイトに掲載（計4回）。
- ・体験ツアーの模様を紹介する実施記事と採録記事をマスメディア及びマスメディアのウェブサイトに掲載（計8回）。
- ・ブース出展内容を告知する記事をマスメディア及びマスメディアのウェブサイトに掲載（計2回）。
- ・ブース出展内容を告知する記事をマスメディアが発行するフリーマガジンに掲載（1回）。
- ・メディア向けリリースでブース出展内容を紹介（3回）。
- ・フードフェスティバルのホームページやパンフレットにおいてブース出展内容を紹介。
- ・マスメディアのウェブサイトに体験ツアー及びブース出展の模様を紹介する記事体広告を掲載。

今年度における目標

【アウトプット】

- ・体験ツアーの実施。2回で参加者計24人が参加
- ・体験ツアー参加者のSNSでの情報発信
- ・体験ツアーにインフルエンサー1人を招致し、SNSで情報発信
- ・ツアーの模様を紹介する動画をポータルサイトで発信
- ・東京都内で開催される来場者15万人以上が見込める大規模なフードフェスティバルへのブース出展
- ・マスメディア及びマスメディアのウェブサイトを活用した情報発信20回程度

【アウトカム】

- ・富岡町が発信する情報への接触者数：年 200 万人以上
- ・社会教育施設の県外からの利用者数：1,000 人以上
- ・富岡町のブース訪問者数：3000 人以上

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- 体験ツアー及び大規模フードフェスティバルへのブース出展、マスメディア及びファンコミュニティを活用した情報発信を通じ、「富岡町の今」を学んでもらうことで、放射線及び放射性物質等に関する正確な知識の普及、理解向上等を図り、風評の払拭及び震災及び原子力災害の風化を防ぐ。

【次年度以降の取組】

- ・体験ツアー参加者やブース訪問者へのアンケートを検証し、より効果的な情報発信の方策を検討する。アンケートの結果を基に、既存の事業の良かったところ悪かったところを精査した上で、よりよい情報発信事業となるよう参加者と共に次年度以降の事業を作り上げていけるように細心の注意を払いながら事業を実施する。
- ・そして、事業の最終年度となる次年度は、事業終了後も本町の魅力や安全性について継続的に情報発信を行う体制を整備できるよう、過年度の事業の取組と成果を踏まえたブラッシュアップを行っていく。