

(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 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.	3	事業名	ミス・インターナショナル及びミス・ワールド・ジャパンを通じた国内外への風評払拭・魅力発信事業（旧事業名：美と平和の親善大使「ミス・インターナショナル」を通じて富岡の今を伝える魅力発信事業）		事業番号	A-3
事業実施主体			富岡町	総交付対象事業費	18,351 千円	
既配分額			10,300 千円	当該年度交付対象事業費	8,051 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	8,051 千円
i) 風評動向調査						千円
ii) 体験等企画実施						8,051 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成						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（外国人観光客含む）70,000 人 （令和 3 年度入込客数 22,848 人の約 3 倍）						
事業概要						
事業実施主体			福島県富岡町			
主な企画内容			1. ミス・インターナショナルを招いた町内視察・交流・懇親会開催 2. ミス・ワールド・ジャパンを招き、地域産品の生産者や関係者の取組みを中心に した復興状況視察 3. 首都圏での地域産品に対する理解醸成の機会開催 4. 上記 1～3 に係るミス・インターナショナルなどが有する発信力を活用した SNS など による情報発信			
主な事業の実施場所			福島県富岡町			
事業の実施期間			令和 7 年 7 月～令和 8 年 3 月			
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
・富岡町は令和 5 年 4 月の特定復興再生拠点区域の避難指示解除により、町の面積の約 93%で避難指示が解除されたが、観光客入込数は震災前の 16.9%に留まっている。 ※観光客入込数：H21 年 486,636 人、R5 年 82,154 人（「福島県観光客入れ込み状況」より） ・令和 5 年 8 月から ALPS 処理水の海洋放出が開始され、海外での禁輸等の影響が生じており、風評払拭には欠かすことができない継続的な事業として実施しています。						
<課題>						
・福島県産品への忌避と放射線への健康影響への不安を改善するには、発信力のある国内外の方への働きかけが重要です。						

- ・ALPS 処理水の海洋放出により、中国やロシアでは日本の水産物を規制するなど水産業への影響が広がっており、水産業だけではなく観光業としても富岡町や福島県沿岸部自治体への客足が再び遠のく恐れがあります。
- ・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町である富岡に足を運んでもらうには、発信力のあるインフルエンサーに被災地に実際に足を運び、常磐ものを食べてもらうことで正しく情報を理解してもらい、その情報を国内外に発信してもらうことが重要です。

【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 5 年度は、33 か国のミス・インターナショナル代表が富岡町を訪問した。原子力発電所事故の風評被害に加えて ALPS 処理水の放出が行われた直後であったことから、町内産、福島産、国内産の食品が安全かつおいしいということを PR するため、浜通り地域の食材の使用にこだわり、英語でのお品書きなどの説明資料を準備した。また、町内のもち米を使用した餅つき体験や、伝統芸能である獅子舞神楽を実施し、日本の文化芸能を堪能していただいた。その他にも、ワイン畑の見学や福島第二発電所、きれいな太平洋が見える絶景スポットを案内し情報発信をしていただいた。また、認定こども園や小学校・中学校、特別養護老人ホームを訪問し、幅広い世代の町民の方と交流していただきました。
- ・令和 6 年度は、32 か国のミス・インターナショナル代表が富岡町を訪問しました。令和 5 年に続き、原子力発電所事故の風評被害当の払拭を目標に新たに富岡漁港背後地での植樹体験や福島第一原発の視察、さらに町内在住の外国人ら約 40 名を招待した形式としたパワーアップした懇親会、に加え、地元食材にこだわったレストランや花卉栽培に取り組む事業再開した地元事業者と交流を深める機会を提供し、情報発信をしていただいた。

<これまでの取組における成果>

- ・各国代表であり広く影響力があるミス・インターナショナル自身や町公式の Instagram 等での発信、町広報紙や視察受け入れ団体での発信、新聞、テレビ取材により富岡町での町民の元気な姿、伝統文化の発信や民間企業等による新しい取り組みの発信により、町民や町のポジティブな発信が継続的に実施できている。
- ・令和 5 年度は 61 万のフォロワーをもつ参加者を筆頭に懇親会での獅子舞や学校での児童生徒との交流、廃炉等国際研究施設などの視察の様子を SNS を用いて情報発信がなされ、事業完了時点で約 5,500 件のフォロワーからの高評価をいただいた。また、世界大会本番では視察の様子が約 250 万人以上がユーチューブで視聴されるなか紹介された。
- ・令和 6 年度は主に福島第一原子力発電所、とみおかアーカイブ・ミュージアムでの原子力災害の被災地の復興の状況、地域で生産・漁獲された農産物や海鮮料理をふるまい、おいしく召し上がっていただき、Instagram 等で地場産品のおいしさと安全に対する地元で事業再開を遂げたレストランや花卉栽培農家などの取組について 68 万人ものフォロワーをもつ参加者をはじめとする多くの参加者に発信していただき事業完了時点で約 3,200 件の高評価が得られた。また、町関係団体や町公式ユーチューブなど既存広報媒体に加え、地元テレビ局や新聞社など計 5 社のメディアで県内にも広く放送された。
- ・視察を通じてミス・インターナショナル代表からは、「想像以上に安全で前向きな町であることを知り、とても勉強になり感銘を受けた。」今後も交流を継続していきたいなどの感想をいただき、交流したこども園の園児も幼いながらにミスの取組みを感じることができたことから国際交流の楽しさや重要性に関する理解の深化を感じ取ることができる感想も得られた。

<目標達成状況>

観光客入込数は震災前の 16.9%にとどまっているが、令和 5 年（82,154 人）は、前年比+69.5%（令和 4 年 48,467 人）と被災 12 市町村の中では一番伸び率が高い。令和 6 年の観光客入込数はまだ発表されていないが令和 3 年：22,848 人 令和 4 年：48,467 人 令和 5 年：82,154 人と右肩上がりであり、今後の増加も十分見込める。（「福島県観光客入込状況」より）

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 第 63 回ミス・インターナショナル世界大会 2025 出場者を対象とした招聘事業

実施期間：令和 7 年 11 月 19 日・20 日

実施体制：富岡町・委託事業者・一般社団法人国際文化協会

①富岡町

- ・事業を実施する委託事業者の選定
- ・委託事業者を指導・監督し、効果的な風評払拭に向けた情報発信を行います。

②委託事業者

- ・富岡町からの委託を受け、首都圏からの移動手段、宿泊施設の手配のほか富岡町内の視察ツアーの企画・運営・関係機関との連絡調整を行います。
- ・富岡町からの委託を受け、マスメディア等への情報の発信を行います。
- ・視察の様子を動画にして YouTube などで発信します。

③一般社団法人国際文化協会

- ・ミス・インターナショナル出場者の交流派遣を実施します。

概算費用：7,348 千円

実施内容： 第 63 回ミス・インターナショナル世界大会 2025 に出場する各国代表に世界大会前に富岡町や東京電力福島第一原子力発電所を訪問、視察いただくことで富岡町の復興の状況や福島県産・富岡町産農産物の魅力についての認知向上を図ります。

各国代表に復興の途上にあるため各種団体が思うように活動できないながらも町の伝統継承や地域づくりのために取組む団体などが行う文化芸能等に触れながら県産・町産農産物を味わっていただくとともに、町民とふれあいながら町の元気な姿を知っていただき、富岡町の復興の状況や県産・町産品の安全性や魅力について情報発信を行います。

令和 7 年度の実施結果、ミス・インターナショナル各国代表に県産・町産品の安全性や魅力、町民のあたたかさや富岡町の古き良き文化を知っていただき、SNS 等により数多く情報発信を行っていただくことができました。令和 7 年度ではさらなる情報発信の強化にあたり、Instagram 等への投稿よりもより強い影響力を持つショート動画を活用し国内外に発信します。

① 町民との懇親会

- ・県産・町産農産物等を味わいながら、文化芸能（餅つきや獅子舞、剣道体験など）や町民との交流を通じて、富岡町の復興の状況や県産・町産品の安全性や魅力を知っていただきます。

② 町内の子供たちとの交流

- ・町内の認定こども園等を訪問し、子どもたちとの文化交流などを通して、富岡町の復興、学校の復興状況、さらに県産・町産品の安全性や魅力を知っていただきます。

③ 町内視察

- ・富岡町の成り立ちと複合災害がもたらした地域の変化の伝承する「とみおかアーカイブミュージアム」、震災後に新しい産業づくりに取り組みワインを通して町産品の安全性や魅力を伝える「とみおかワインドメニュー」などを視察していただきます。

④ ①～③の情報発信

- ・テレビや新聞社などのマスメディアで①～③の様子を取り上げてもらうとともに、ミス・インターナショナル出場者に①～③の視察を通じて得た知識や体験について SNS により発信してもらうことで、国内外へ富岡町の復興の状況や県産・町産品の安全性や魅力について情報発信を行います。

⑤ PR 動画の制作

- ・インバウンド向け動画となるよう視察の様子を動画に編集し、YouTube に英語版で投稿し発信します。
- ・県産・町産農産物の安全性や魅力、観光スポットやお土産等を紹介する、より拡散力の大きいショート動画を制作し YouTube や Instagram に日英版で投稿し発信します。

2 ミス・ワールド・ジャパンを対象とした招聘事業（町内復興状況視察、首都圏での地域産品 PR）

実施期間：町内復興状況視察…令和 7 年 8 月 2 日・3 日

首都圏での地域産品 PR…令和 8 年 1 月・2 月に開催予定

実施体制：富岡町・委託事業者

①富岡町

- ・事業を実施する委託事業者の選定
- ・委託事業者を指導・監督し、効果的な風評払拭に向けた情報発信を行います。

②委託事業者

- ・富岡町からの委託を受け、移動手段の確保及び宿泊施設の手配、関係機関との連絡調整を行います。

概算費用：1,095 千円

実施内容： 町内復興状況視察ではミス・ワールド・ジャパン 2025 ファイナリストに東京電力福島第一原子力発電所や廃炉資料館を訪れていただき、より原子力災害について理解を深めていただくと同時に風評という障害を乗り越えることが復興に欠かすことのできない取組みと強く認識され、町の

基幹産業である第一次産業へ異業種から挑戦している「パッションフルーツ」の生産者や同じく異業種から町内産米を用いたバウムクーヘンづくりに取組む事業者から学ぶ機会を通じ、県産・富岡町産農産物の魅力や安全性についての認知向上を図るとともに実際に食べ、収穫したりすることで一過性の共感以上の理解提供を促し、「未来志向のまちづくり」への理解を深めます。

首都圏での地域産品 PR では、町内視察により学んだことを生かし、地域産品 PR 活動を行っていただきます。

ALPS 処理水による風評の他、主に福島県外の方に向けて放射線に対する正しい知識と理解醸成を目的とし、ミス・ワールド・ジャパン自らが個々の感性で現状や活動内容などを強く広く発信していくことを促します。ミス・ワールドというアイコンだからこそ成しえる交流・関係人口の拡大を図り、実際に原子力被災地域に足を運んでもらい、更に発信をしていただけるような波及効果が期待されます。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

- ・視察ツアーの実施。(ミス・インターナショナル各国代表 35 名程度、ミス・ワールド・ジャパン 2025 ファイナリスト 20 名程度招聘。)
- ・フォロワー数千人から数万人を持つ各国代表による SNS での情報発信(視察を通して各 3 回以上)
- ・日本人のフォロワーを多数持つミス・ワールド・ジャパンによる SNS での情報発信(視察を通して各 3 回以上)
- ・マスメディアを活用した情報発信 3 回以上

<アウトカム>

- ・富岡町が発信する情報への接触者：年 200 万人以上(SNS による情報発信による接触者約 200 万人)

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・発信力のあるミス・インターナショナル各国代表及びミス・ワールド・ジャパンに、福島県産・富岡町産品農産物の魅力や安全性、原子力被災地域の住民とのふれあいを通じて「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、風評の払拭及び富岡町の魅力を世界に発信できる。
- ・富岡町へのインバウンドの回復