

(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 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	「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			28,179 千円
既配分額		12,278 千円	当該年度交付対象事業費		15,901 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					
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					
iv) ポータルサイト構築					
② 外部人材活用					
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】					
○首都圏在住者による体験ツアーの実施：年 2 回程度（1 回当たり 12 人計 24 人参加）					
○東京都で開催される大規模フードフェスティバルへのブース出展：年 1 回					
○マスメディアやフードフェスティバルの制作物などを活用した情報発信：年 10 回以上					
【アウトカム】					
富岡町における入込客数令和 7 年度において 70,000 人（平成 22 年度入込数 451,310 人、年度比約 15.5%）					
（参考）令和 3 年度入込客数 22,848 人					
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 マスメディア等を活用した情報発信				
主な事業の実施場所	富岡町内及び首都圏				
事業の実施期間	令和 4 年 4 月～令和 8 年 3 月末				
企画内容					
【実施体制】					
① 実施主体 富岡町					
② 連携団体及び役割分担					
(1) 富岡町					
○事業を実施する委託業者の選定。					
○委託業者を指導・監督し、効果的な風評払拭に向けて昨年構築したポータルサイトも活用しながら情報発信を行う					
(2) 委託事業者					
○富岡町からの委託を受け、首都圏在住者による体験ツアーの企画・運営を行う					

○富岡町からの委託を受け、東京都で開催される大規模フードフェスティバルへのブース出展の企画・運営を行う

○富岡町からの委託を受け、マスメディア及びイベント制作物等における情報の発信を行う

【現状・課題】

〈現状〉

○富岡町の教育事業も少しずつ拡充を続けているが、原発事故後の放射線に関する自然環境を学ぶ事業に関心が集まっている。

○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2021年7月に開館した。

○ALPS処理水の海洋放出の開始時期が令和5年の「春から夏頃」になるとの見通しが示された。

○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。

〈課題〉

○原発事故後の放射線に関する自然環境を学ぶ事業の創出が望まれるものの実現できていない。

○国内への発信強化と富岡町に関する正確な知識の教育機会の提供が課題となっている。

○事故を起こ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、被災地の現状を実際に見て正しい情報を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おそれがある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

○現在まで復旧・復興事業の途上であり、町内視察等の受け入れ等は実施しているが、子ども達へ向けた富岡町の今を知るための教育事業として体験ツアーの実施の必要性を認識しながら未実施となっている。

○県外大学の学生誘致に向けた学会の場での報告・PRなどを積極的に行っている。

○とみおかアーカイブ・ミュージアムでは、SNSの発信を行っている。

【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、原子力災害に起因する風評の払拭及び震災及び原子力災害の風化を防ぐ。

【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「富岡町の今を学ぶ」事業として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、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及び③マスメディアを活用した情報発信を以下のとおり実施する。

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5年4月～令和6年3月末

実施体制：委託事業者

内訳費用：6,721千円

○富岡町文化交流センターの事業として「富岡町の海を知る」体験ツアーを実施（年2回）。参加者には、実際に富岡町に訪れていただき、見たり、触れたり、食べたりなどしてもらい「富岡町の今」を学んでもらう。また、参加できなかった方々にもツアーの模様をマスメディアやポータルサイトを通じて発信し、広く放射線及び放射性物資や水産物の安全市等に関する正確な知識の普及や理解向上を図る。

・参加者は首都圏在住者の親子や学生を想定。参加人数は1回当たり1組2人×6組の12人程度。

・ツアー内容としては、(1)富岡漁港の遊漁船での釣り体験、(2)富岡町食品検査所での釣った魚の放射性物質検査体験、(3)町内飲食店での釣った魚の実食体験、(4)「とみおかアーカイブ・ミュージアム」見学などの2泊3日を想定。

・令和7年度以降のツアーの自走を見据えて、参加者に係る費用については、1人当たり5,000円を参加者に負担してもらい、残りを事業で負担することとする。

・参加者に自身の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し、参加者の集客を図るとともに、インフルエンサーからのSNS発信を通じて「富岡町の今」を伝える。

・ツアーの模様を紹介する動画などの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ことでイベントに参加できなかった方々にも「富岡の今」を伝える。

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5年11月

実施体制：委託事業者

内訳費用：6,430千円（職員旅費を含む）

○①のツアーに参加いただき、富岡町で見たり、触れたり、食べたりしてもらうことで「富岡の今」を知ってもらうことが効果的である一方、参加者には限りがある。そこで、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」を多くの方々に知ってもらう。出展を通じて放射線及び放射性物質や水産物の安全性等に関する正確な知識の普及や理解向上を図る。

- ・富岡漁港所属の漁船が漁獲した「常磐もの」の魚をイベント直前に調達。会場に直送し、キッチンカーにおいて来場者の目の前でさばいて、海鮮丼として提供する「とれたて！さばきたて！常磐もの海鮮丼」ライブキッチンカーを出展。海鮮丼は食数限定（100食程度）で無償提供することを想定している。
- ・展示ブースにおいて、魚の放射性物質検査を実演し、安全性確保のための取組を知ってもらう。
- ・展示ブースにおいて、①の体験ツアーの模様を紹介する動画を放映、チラシ・パンフレットの配布等を実施する。

③マスメディアの活用

実施期間：令和5年4月～令和6年3月末

実施体制：委託事業者

内訳費用：2,750千円

○上記①②事業の効果の促進を狙い、それぞれの取組の募集、取組の事後リリース等にマスメディアを活用する。

- ・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（各1回）
- ・体験ツアーの模様を紹介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（各1回）
- ・ブース出展内容について告知するメディア向けリリースを配信
- ・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（各2回程度）
- ・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）
- ・大規模フードフェスティバルのホームページや会場配布パンフレット、メディア向けリリースなど制作物においてブース出展内容を紹介（各1回）
- ・マスメディアのウェブサイトにて体験ツアー及びブース出展の模様を紹介する記事媒体広告を掲載

【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】

- 体験ツアーの実施。2回で参加者計24人
- 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での情報発信
- 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10回以上

【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
- 富岡町出展ブースの訪問者数：3,000人以上

【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

- 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】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- 体験ツアー参加者及び出展ブース訪問者にアンケートを実施し分析。より効果的な情報発信方法の見直しを行う
- ポータルサイトを活用し、「富岡町の今」に関する情報の発信を継続的に増やしていく

【新型コロナ感染拡大防止対策】

《ツアー》

- ツアーの実施にあたっては密にならない広い会場を用いることとし、窓を開けるなどの基本的な感染対策の徹底。
- ツアーの参加者について事前の体調チェックや手指消毒を徹底し、発熱や倦怠感などの症状がある方の参加を見合わせる。食事を伴う場合にも発言する際はマスク着用を徹底し、食材を別々の更に切り分ける。

《イベント》

- 入場ゲートに検温機を設置。発熱者は入場をお断りする
- 入場ゲートにアルコール消毒器を設置し、入場時の手指消毒を実施する
- 来場者にマスクの着用を徹底する。未着用者にはマスクを配布する
- 配布物は手渡しせず、各自で取ってもらう
- アルコール消毒器を各所に設置し、消毒を促す
- 商品購入および購入列に並ぶ際にはマスク着用を徹底する
- 購入列の間隔は1mを確保する
- 販売窓口に飛沫防止幕を設置する
- 飲食用に感染防止策を行ったエリア以外での飲食の制限
- 飲食スペースのテーブル配置は一方方向にし、対面での飲食を避ける
- 酒類の販売は、国や東京都のガイドラインに従う
- 飲食スペースのテーブルなどはこまめにアルコール消毒を実施する
- マスク会食の方法を掲示し、飲食時以外はマスクの着用を促す
- 手洗いスペースの場所案内を設置し、食前食後の手洗い・消毒を促す
- 電子マネーによる非接触決済の利用を促す