

(様式 1 - 1 申請書)

3 川 企 第 242 号
令和 4 年 1 月 14 日

内閣総理大臣 殿

川俣町長 藤原一二

地域魅力向上・発信事業計画の提出について

福島再生加速化交付金（福島定住等緊急支援（地域魅力向上・発信支援））
実施要綱第 4 の 2 の規定に基づき、地域魅力向上・発信事業計画（令和 3 年
度）を提出します。

情報発信等戦略の期間	
令和3年度～令和7年度	
情報発信等戦略	
<p>① 情報発信の内容 川俣町の「食」や「健康」について正確な情報を発信し理解を得るとともに、本町の豊かな自然や歴史、文化、体験アクティビティなど魅力を発信しイメージ向上を図る。</p>	
<p>② 川俣町の情報発信体制</p> <ul style="list-style-type: none">・川俣町公式ホームページや公式SNS (Facebook、Twitter、LINE)、広報誌等による発信・地元メディアと協力・連携した発信・国や福島県、周辺自治体とイベント等の情報を共有し、連携しながら風評払拭に対する情報発信	
<p>③ 情報発信等の戦略目標</p> <ul style="list-style-type: none">・国内外に対して、川俣町産の農産物の安全性、健康への影響等について正確な情報を発信して、原発事故による放射能等の風評払拭を図るとともに、「自然」「歴史」「文化」等の魅力についての情報を発信することにより本町のイメージ向上を図る。	
<p>④ 全体工程表</p>	

(様式1-3)

308 川俣町 地域魅力向上・発信事業計画 令和4年度

平成34年1月14日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)	事業名 (注2)	事業 実施 主体	各年度の交付対象事業費 (注3)					総交付対象事業費	全体事業 期間 (注4)	備考 その他(注5)
				令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度			
1	A - 1	川俣町地域情報発信事業	川俣町	(1,373) 0 <1,373>	(0) 0 <0>				(1,373) 0 <1,373>	R3 ~ R3	
2	A - 2	川俣町地域情報発信事業 (かわまた里山ツーリズム)	川俣町	(0) 0 <0>	(0) 26,919 <26,919>				(0) 26,919 <26,919>	R3 ~ R7	
3	A - 3	首都圏等における川俣町の地域魅力情報発信事業	川俣町	(0) 0 <0>	(0) 1,187 <1,187>				(0) 1,187 <1,187>	R3 ~ R7	
4	-								(0) 0 <0>	~	
5	-								(0) 0 <0>	~	
6	-								(0) 0 <0>	~	
7	-								(0) 0 <0>	~	
8	-								(0) 0 <0>	~	
9	-								(0) 0 <0>	~	
10	-								(0) 0 <0>	~	
11	-								(0) 0 <0>	~	
12	-								(0) 0 <0>	~	
13	-								(0) 0 <0>	~	
14	-								(0) 0 <0>	~	
15	-								(0) 0 <0>	~	
合 計				(1,373) 0 <1,373>	(0) 28,106 <28,106>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(1,373) 28,106 <29,479>		

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 「各年度の交付対象事業費」は、上段()書きは前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段< >書き及び総交付対象事業費については、自動計算される。

(注4) 「全体事業期間」は、令和3年度以降に実施することが見込まれる事業については、令和3年度以降も含めて記載する。

(注5) 事業間流用を行った場合には、「備考」の「その他」に事業間流用を行った旨、その時期及び額を記載する。なお事業間流用を行う場合には、流用する(流用される)事業名も合わせて記載する。

(様式1-4)

308 川俣町 地域魅力向上・発信事業計画

令和4年度

平成34年1月14日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)	事業名 (注2)	事業 実施 主体	国費率 (a)	当該年度		備 考
					交付対象事業費 (b) (注3)	うち交付金交付額 (c) = a × b	
1	A - 2	川俣町地域情報発信事業 (かわまた里山ツーリズム)	川俣町	1/2	(0)	(0)	
					26,919	26,839	
					<26,919>	<26,839>	
2	A - 3	首都圏等における川俣町の地域魅力情報発信事業	川俣町	1/2	(0)	(0)	
					1,187	593	
					<1,187>	<593>	
3	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
4	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
5	-				(0)	(0)	
					0	0	
					<0>	<0>	
				合計額	(0)	(0)	
					28,106	27,432	
					<28,106>	<27,432>	

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は、実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 上段 () 書きは、前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段 < > 書きについては、自動計算される。

(様式1-5)

川俣町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年1月14日時点

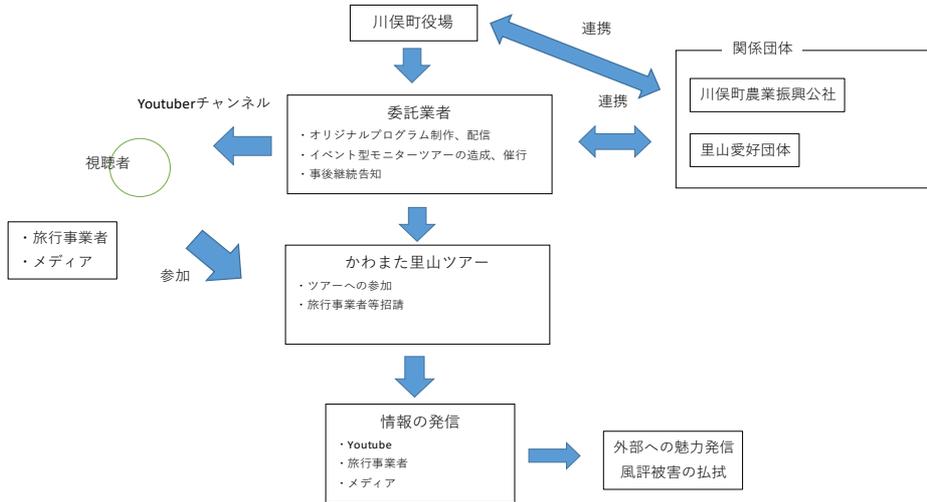
※本様式は1-3, 1-4に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	1	事業名	川俣町地域情報発信事業 (かわまた里山ツーリズム)	事業番号	A-2
事業実施主体		川俣町	総交付対象事業費	107,676千円	
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費	26,919千円	
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	26,919千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					10,863千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					16,056千円
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				小計	千円
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】					
「かわまた里山ツーリズム」を軸とした川俣町の魅力情報発信					
①モニターツアー					
モニターツアーの造成 2件以上/年					
モニターツアーの催行 2回以上/年					
②プロモーション					
オリジナルプログラムの制作と配信 2回以上/年					
アウトドア、キャンプ等をテーマとする動画制作 1本以上/年					
メディアへの掲載 2件以上/年					
③動画による情報発信					
メディア・旅行事業者等への動画配布 200枚以上					
【アウトカム】					
観光入込客数 320,000人 (R8)					
事業概要					
事業実施主体		川俣町			
主な企画内容		・川俣町の里山をコンテンツを軸とした情報発信による風評被害の払拭 ・SNS等を利用した情報発信			
主な事業の実施場所		川俣町内			
事業の実施期間		令和4年4月～令和5年3月			

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：川俣町
- ②連携団体及び役割分担
 - (1) 川俣町：実施主体
 - (2) 町内の各里山愛好団体：里山の案内
 - (3) 委託業者：ツアーの造成・催行、動画等の作成・配信等
 - (4) 川俣町農業振興公社：特産品（川俣シャモ）の提供



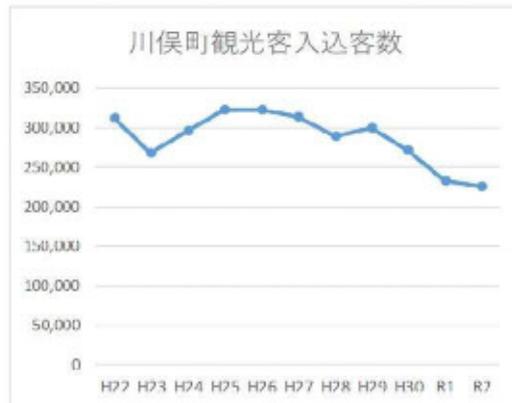
【現状・課題】

<現状>

- ・川俣町は除染や食品検査を通じて、安全に過ごせる町となっている。
- ・東日本大震災による原子力災害の影響により、震災直後は川俣町を訪れる観光客入込客数は減少、一時期は盛り返してきたものの、近年では復興への関心が薄れるとともに減少傾向にある。
- ・川俣町には、富士山が見える北限の山である花塚山をはじめとした豊かな数多くの里山、川俣シャモ等の魅力ある特産品等の魅力ある地域資源が存在している。

<課題>

- ・川俣町の魅力ある地域資源について、首都圏等の方々に対して、効果的に届けることが出来ておらず川俣町に足を運んでもらうことが出来ていないと思料
- ・原子力災害に伴う除染、食品検査の取組による成果、川俣町の地域資源が有する魅力等について、ホームページに掲載するといった一般的な情報発信だけでは十分に伝わらないと思料。



出展：福島県観光客入込状況から抜粋

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・原子力災害からの復旧・復興を第一とした情報発信を実施（主な内容は安全面に関する情報発信）
- ・町内の環境放射線量測定結果や食品等放射性物質検査等を、町公式HPや町発行の情報誌（放射線モニタリングニュース）により発信
- ・年2回の川俣シャモまつりの開催（川俣町、福島市）
- ・近畿大学との連携による様々な復興への支援「『オール近大』川俣町復興支援プロジェクト」（ポリエステル媒地でのアンズリウム栽培や、地域へのフィールドワーク、新しい特産品の開発、川俣シャモのレシピコンテストなど）
- ・川俣シャモGI（地理的表示）申請中

【事業実施により得られる効果】

- ・川俣町の安全に係る現状、川俣町有する地域資源を活かした魅力等について、「知ってもらおう」、「食べてもらおう」、「来てもらおう」ことで風評に惑わされないようになってもらう。
- ・風評に惑わされない方々を増やしていくとともに、その方々からの連鎖的な情報発信により、行政からの情報発信とは別の切り口により風評の払拭につなげていく。
- ・川俣町認知度の向上。
- ・SNS（Facebook、Twitter）を活用した新たな情報発信により、農水産物等のモニタリング検査結果の正しい情報、生産過程及び商品に対する取り組み等を伝えることで、川俣町の食の安全・美味しさ・地域の魅力を広く発信することができる。
- ・JGAP団体認証を受けた生産団体（川俣シャモ振興会）が育成した川俣シャモの魅力を食の安全性に敏感な主婦層・ファミリー層にも知ってもらう。
- ・川俣シャモは、令和4年度にGI（地理的表示）を取得する見込みであることから、生産工程管理を徹底していることでの品質の良さ・安全性を伝えることができる。
- ・川俣町産の野菜は全て食品検査を実施しており、放射線は検出されていない事を知ってもらい、味わってもらうことで、食の安全性と町の魅力の情報発信につながる。
- ・震災復興への取組として実施してきたアンズリウムについて知ってもらい、風評払拭と町の魅力向上につなげる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

【「かわまた里山ツーリズム」を軸とした川俣町の魅力情報発信】

- ・風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略の「知ってもらおう」、「食べてもらおう」、「来てもらおう」の3つすべてに関する内容である。
- ・町の最上位計画である、川俣町振興計画の観光の振興「PR活動の推進」に、情報発信の強化とPRを推進すること、モニターツアー等の実施についての記載があり、町に来てもらい、自然と食を体験して、町の魅力と現状を知ってもらうモニターツアーを企画する。
- ・町にある里山の一つに、富士山が見える北限の山（花塚山）があり、その麓にあるキャンプ場（峠の森）が、コロナ禍を契機に穴場スポットとして注目されている。町内から遠く無いためアクセスが良好（車で15分程度）、何も無い（余計な施設がない）ことがキャンパーに受け入れられている。
- ・富士山が見える北限の山としての希少性と合わせ、町の特産品の川俣シャモを合わせ、ブラディングをして、町の魅力発信と、風評の払拭を図る。【花塚山 × 川俣シャモ】
- ・旧避難指示区域である山木屋地区は、高原地帯となっており、灯りが少なく、満天の星空を堪能できるスポットであるが、認知度は高くない。そこで、町の特産品の川俣シャモと合わせ、魅力を発信を図る。【山木屋 × 川俣シャモ】
- ・Youtubeチャンネルで番組を制作配信を行い、視聴者へ町の魅力と風評払拭のための情報発信を行う。
- ・モニターツアーを開催し、川俣町の被災地として安心安全であることや、里山と特産品（川俣シャモ等）への魅力を感じてもらい、町へのイメージの向上と風評払拭を図る。
- ・モニターツアー参加者だけでなく、旅行事業者やメディア等へもプロモーションをかけ、情報発信と情報の拡散を見込む。
- ・里山ツーリズムや川俣町の自然、特産品等の魅力の詰まった、動画を作成し、旅行会社やメディア等へのプロモーションに活用する。

①「かわまた里山ツーリズム」告知

アウトドアやキャンプ等に影響力のあるYouTuberを起用し、「かわまた里山ツーリズム」に関する告知動画を制作する。動画の作成に当たっては、川俣町の自然や里山、川俣シャモをはじめとする特産品等の魅力、安全性等を基幹情報とし、YouTuberのチャンネル登録者をはじめとした多くの視聴者に対して情報を発信する。

YouTube動画作成例)

【里山（花塚山） × 満天の星空(山木屋) × 川俣シャモ】

実施期間：令和4年4月～

実施体制：委託業者・YouTuber

概算費用：9,700千円

ターゲット：関東圏、福島隣県に住むアウトドア、キャンプ等が好きな20代～60代男女

②「かわまた里山ツーリズム」モニターツアー

(1) モニターツアーの造成

「かわまた里山ツーリズム」に関する実際に催行可能なツアーを企画・造成する。(2案程度企画・造成)川俣町の里山と特産品を活用したモニターツアーとしyoutuber、専門家等のアドバイスを受けて造成する。

参加者は首都圏向けの雑誌等により募集をかけることを想定する。

モニターツアー造成例

「川俣町の里山で川俣シャモのダッチオープン料理にチャレンジするツアー」
「川俣町の里山で川俣シャモと満天の星空を満喫するナイトトレッキング」等

ツアー造成費 1,500千円×2案=3,000千円

(2) モニターツアーの催行

(1)で造成した2コースのモニターツアーを催行する。一般参加者(12人×2回)のほか、旅行会社・メディア等の関係者(3人×2回)もモニターツアーに参加することとし、メディア、旅行会社等からの情報発信も同時に図る。モニターツアー参加者へ、アンケートを実施し、次年度以降の検討材料や魅力が伝わったかを調査する。

モニターツアー催行費(旅費・宿泊費・添乗等催行費等) 1,500千円×2回=3,000千円

(3) モニターツアー催行に係る情報発信

招請メディアへの記事広告を行う。2ページ程度の特集記事とし、SNS等による情報拡散を行う。また、一般参加者については、SNSへの投稿をツアー参加条件とするなどして情報の拡散を図る。

招請メディアへの記事広告・SNS等情報発信 2,500千円×2回=5,000千円

実施期間：令和4年4月～

実施体制：委託業者・里山愛好団体・川俣町農業振興公社

概算費用：11,000千円

ターゲット：関東圏、福島隣県に住むアウトドア、キャンプ等が好きな20代～60代男女、旅行事業者・メディア等

③動画制作（「かわまた里山ツーリズム」に関する情報発信用）

「かわまた里山ツーリズム」の魅力を継続的に発信するためのPR動画を制作する。メディアや旅行会社等へのプロモーションとして活用することを見込む。制作した動画は、YouTube広告による拡散を行う。

実施期間：令和4年4月～

実施体制：委託業者

概算費用：6,400千円

ターゲット：関東圏、福島隣県に住むアウトドア、キャンプ等が好きな20代～60代男女（YouTube広告による拡散）

【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

- ・「かわまた里山ツアー」のモニターツアーの造成 2件
- ・川俣町に対する認知度とイメージの向上（風評払拭） アンケートでイメージ向上した人の割合8割以上
- ・YouTube動画の再生回数 12万回以上
- ・YouTube広告の再生回数 15万回以上

【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

- ・川俣町の安全に係る現状、川俣町有する地域資源を活かした魅力等について、「知ってもらおう」、「食べてもらおう」、「来てもらおう」ことで風評に惑わされないようになってもらう。
- ・風評に惑わされない方々を増やしていくとともに、その方々からの連鎖的な情報発信により、行政からの情報発信とは別の切り口により風評の払拭につなげていく。
- ・川俣町認知度の向上。

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・毎年異なるテーマによる「かわまた里山ツーリズム」の魅力を発信
- ・モニターツアー、情報発信反響によるPDCAサイクル実施による磨き上げ
- ・ツアー商品の造成、流通チャンネルの獲得と定番化
- ・販促プロモーションの実施
- ・異なるターゲットへの情報発信

【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>

- ・換気及びこまめな消毒を実施
- ・参加者及び関係スタッフを含め体調管理を徹底する。
- ・モニターツアー等の開催にあたっては新型コロナウイルスの感染状況を見て判断する。
- ・参加者へPCR検査、抗原検査等を実施する。
- ・イベント参加スタッフの健康状態の把握と、手指消毒・マスク着用の徹底

(様式1-5)

川俣町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年1月14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.	2	事業名	首都圏等における川俣町の地域魅力情報発信事業	事業番号	A - 3
事業実施主体		川俣町	総交付対象事業費		4,748千円
既配分類		千円	当該年度交付対象事業費		1,187千円
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	1,187千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					1,187千円
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					
				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】					
・東京都江東区 江東区民まつり中央まつり ブース出展 1回/年 (川俣町の特産品販売を中心としたPR)					
・SNS (Facebook等) による情報発信 2回/年					
【アウトカム】					
川俣シャモ出荷数量 55,000羽					
事業概要					
事業実施主体	川俣町				
主な企画内容	・東京都江東区で開催される区民まつりで特産品販売のための出店 ・SNS等を利用した情報発信				
主な事業の実施場所	東京都江東区				
事業の実施期間	令和4年6月～令和4年11月				
企画内容					
【実施体制】					
①実地主体：川俣町					
②連携団体及び役割分担					
(1) 川俣町：実施主体					
(2) 川俣町農業振興公社：特産品（川俣シャモ）の提供					
(3) 江東区：イベントを開催					
(4) ふくしま未来農業協同組合：野菜の販売					
(5) ポリエステル媒地活用推進組合：アンズリュウムの販売					

【現状・課題】

<現状>

本町では震災以降、モニタリングポストの設置、自家用農産物等放射性物質検査、内部被ばく検査等により、放射線等の正確な情報発信に努めてきた。

原発事故に係る放射線の風評払拭については、これまでの取り組みにより一定の成果を上げているものの、福島県産農林水産物の安全面への風評や観光業の不振等が今も続いている。

また、消費者庁の調査においても「食品中の放射性物質に関する出荷制限等への意識や理解」については、「検査が行われていることを知らない」とする割合は増加傾向であり、R3年では62.1%になっている。

このような科学的根拠に基づかない風評は、放射線に関する正しい知識等が十分に伝わっていないことなどに原因があると考えられる。

<課題>

風評の払拭に向けては、これまで、福島県内、川俣町内を中心に行ってきたが、直接本町を訪れる人数はそう多くはないため、イベントなどの参加によりPR活動を積極的に行うことが重要。

川俣シャモをはじめとする特産品等の魅力、安全性等を実感していただき、意識の変容を図ることが必要である。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・町内の環境放射線量測定結果や食品等放射性物質検査等を、町公式HPや町発行の情報誌（放射線モニタリングニュース）により情報発信
- ・年2回の川俣シャモまつりの開催（川俣町、福島市）
- ・近畿大学との連携による様々な復興への支援「“オール近大”川俣町復興支援プロジェクト」（ポリエステル媒地でのアンズリウム栽培や、地域へのフィールドワーク、新しい特産品の開発、川俣シャモのレシピコンテストなど）
- ・川俣シャモGI（地理的表示）申請中

【事業実施により得られる効果】

- ・川俣町認知度の向上
- ・40万人（令和元年度）が参加する江東区民まつりは、都内、首都圏の方々が足を運ぶ大きなイベントであるため、特産品販売のブースを出店することで、川俣町の特産品を首都圏の消費者に直接PRすることができる。
- ・SNS（Facebook、Twitter）を活用した新たな情報発信により、農水産物等のモニタリング検査結果の正しい情報、生産過程及び商品に対する取り組み等を伝えることで、川俣町の食の安全、美味しさなどの魅力を広く発信することができる。
- ・JGAP団体認証を受けた生産団体（川俣シャモ振興会）が育成した川俣シャモの魅力を食の安全性に敏感な主婦層・ファミリー層に知ってもらい、味わってもらおう。
- ・川俣シャモは、令和4年度にGI（地理的表示）を取得する見込みであることから、生産工程管理を徹底していることでの品質の良さ・安全性を伝えることができる。
- ・川俣町産の野菜は全て食品検査を実施しており、放射線は検出されていない事を知ってもらい、味わってもらうことで、食の安全性と町の魅力の情報発信につながる。
- ・震災復興への取組として実施してきたアンズリウムについて知ってもらい、風評払拭と町の魅力向上につながる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

江東区民まつり中央まつり

【日時】 令和4年10月の土、日の2日間

【場所】 東京都江東区

【ターゲット層】 主婦層・ファミリー層

【情報発信】 公式HP、SNS（Facebook等）、関連団体（川俣町農業振興公社・ポリエステル媒地活用推進組合）等を利用し発信

【概算費用】 1,187千円

【販売予定品目】

- ・川俣シャモ（川俣シャモ ムネ・モモ串、手羽ロースト、シャモステーキ 等）
- ・川俣町産の野菜（ねぎ、トマト 等）
- ・アンズリウム

【事業内容】

東京都江東区と川俣町は、地震等の災害発生時に人的・物的支援による協力体制を構築するため防災協定を締結しており、東日本大震災の復興支援として、町への職員派遣やイベント等への参加等を通じて交流を続けてきた。江東区で行われる、「江東区民まつり中央まつり」は江東区で開催される一大イベントであり、多くの来場者が見込まれ、首都圏における風評払拭・魅力発信の効果が高いため、川俣町としてブース出店をする。

ブース出店内容としては、川俣町の魅力ある特産品販売を中心に、川俣シャモの加工・販売者（川俣町農業振興公社）とふくしま未来農業協同組合（JA）と町が連携し、川俣シャモや川俣町産の野菜の販売を行い「食の安全性」をPRする。なお、川俣町の農産物は全て食品検査を実施しており、放射線の検出はされていない。

町を代表する農産物である川俣シャモは、JGAP認証を受け、さらにはGI取得に向け申請をしており、こだわりの生産体制で生産し食品の安全性を発信することができるため、町に対する理解の醸成とイメージアップを図る。

また、震災後に復興支援として近畿大学と連携して取り組んできた、アンズリウムの生産者（ポリエステル媒地活用推進組合）と連携し、アンズリウムの販売等を通して、被災地の復興の現状と取組を知ってもらい、風評払拭と町の魅力向上につなげる。

- ・川俣シャモのふるまい（試食）により、食の安全性に敏感である主婦層やファミリー層へ行き、安心・安全で美味しい川俣町の特産品があることと同時に町の魅力を発信する。
- ・川俣町の出展ブースへ立ち寄りの方へ、オリジナルクリアファイルに入った町の各種観光パンフレット等の配布を行い、町の魅力を伝える。
- ・川俣シャモの焼き鳥のふるまい（試食）の提供。
- ・川俣町産の産地直送の新鮮な野菜、アンズリウムの販売。
- ・ファミリー層の関心を集めるため、川俣町公式キャラクター（お手姫様）の着ぐるみによるPRを実施

【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

- ・江東区民まつり中央まつりへの出店 1回
- ・販売金額 令和3年度比5%増

【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

- ・川俣シャモ、川俣産の野菜の販売により、食の安全性を伝え、風評払拭と魅力向上につなげる。
- ・川俣町が取り組んできた復興事業（アンズリウム）について、被災地の現状を伝えるとともに、町の認知度と魅力を伝える。

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・異なるターゲットへの情報発信（内容・販売品目等の検討）
- ・江東区だけでなく別の会場でのイベント開催

【新型コロナウイルス感染拡大防止対策】

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>

- ・イベント参加スタッフの健康状態の把握と、手指消毒・マスク着用の徹底
- ・来場者への3密の防止と感染症対策への呼びかけ
- ・食べ歩きとならないように、個別に包装し、密にならない安全な場所で食べるよう呼びかける。