

(様式 1 - 1 申請書)

4 川 政 第 482 号
令 和 5 年 1 月 13 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 5 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3年度～令和7年度

平成35年1月13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>					(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>	(26,919) 0 <26,919>	39,696 0 <39,696>			(26,919) 39,696 <66,615>	R4 ~ 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>	(1,187) 0 <1,187>	4,298 0 <4,298>			(1,187) 4,298 <5,485>	R4 ~ 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>	(28,106) 0 <28,106>	(0) 43,994 <43,994>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(29,479) 43,994 <73,473>		

(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5年度

平成35年1月13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)	
					39,696	19,848	
					<39,696>	<19,848>	
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)	
					4,298	2,149	
					<4,298>	<2,149>	
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)	
					43,994	21,997	
					<43,994>	<21,997>	

(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 5 年 1 月 13 日時点

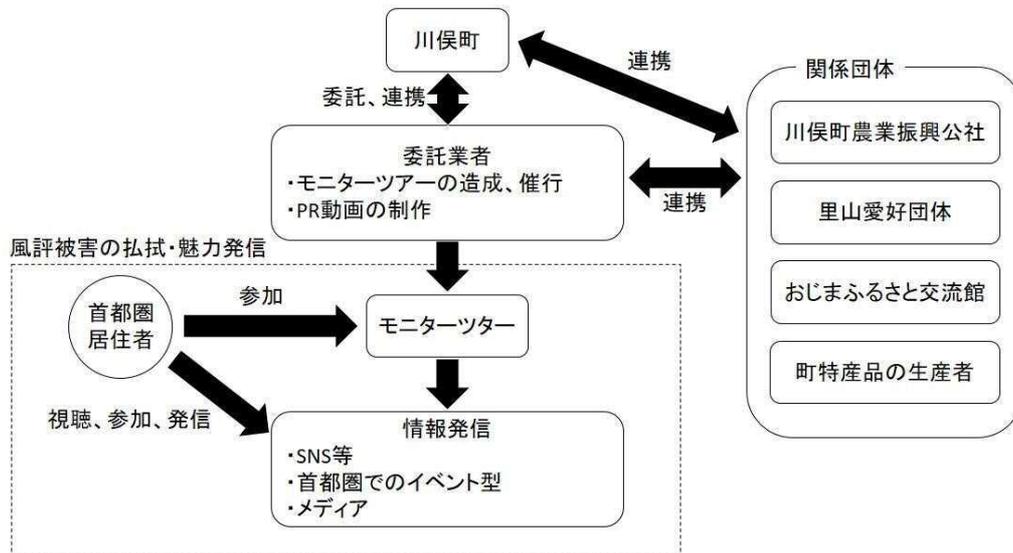
※本様式は 1 - 3, 1 - 4 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	2	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			66,615 千円
既配分額		26,919 千円	当該年度交付対象事業費		39,696 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 39,696 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 24,095 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 14,630 千円					
iv) ポータルサイト構築 971 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					
【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 件以上/年					
②プロモーション					
アウトドア、キャンプ等をテーマとする動画制作 2 本以上/年					
③情報発信					
SNS やメディアを活用した動画の配信 2 本以上/年					
首都圏でのイベント型による情報発信 1 回以上/年					
【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	・川俣町の里山を軸とした情報発信による風評被害の払拭 ・SNS 等を活用した情報発信 ・首都圏でのイベント型による情報発信				
主な事業の実施場所	川俣町、首都圏				
事業の実施期間	令和 4 年度～令和 7 年度				
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により、震災直後は川俣町を訪れる観光客入込数は減少、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、富士山の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、令和4年に地理的表示（GI）保護制度登録された川俣シャモ等の特産品等の魅力ある地域資源が存在している。
- ・令和4年度は本交付金にて、モニターツアー2本を催行し、今後ツアー動画および町PR動画をYoutubeにて公開し、町の魅力を発信する。

<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考えている。
- ・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考えている。
- ・令和5年にはALPS処理水の海洋放出が予定されている。海洋放出されれば福島県全体のイメージダウンが起これ、海産物のみならず福島県産食品に対する風評被害が発生すると考えられる。
- ・令和4年度の本交付金を活用した事業は、動画配信が完了していないため効果的な地域魅力の発信が未だ出来ていない。しかし、ツアー参加者からのSNS発信が見られたため、川俣町発信では届かない人に対する情報発信はできていると考えている。

【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 を町発行の情報誌（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「” オール近代” 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スリウム栽培や、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）
- ・川俣シャモ地理的表示保護制度（GI）登録
- ・令和 4 年度、本交付金を活用したモニターツアーを催行し、参加者・出演者による SNS を使った情報発信が行われた。今後は、ツアー動画および町 PR 動画の配信を行う。

【事業実施により得られる効果】

- ・川俣町の安全に係る現状、川俣町が有する地域資源を活かした魅力等について、「知ってもらい」、「食べてもらう」、「来てもらう」ことで風評に惑わされないようになってもらう。
- ・これからの ALPS 処理水の海洋放出により、福島県全体が風評被害にあうと懸念されるため、風評に惑わされないような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 を活用した情報発信により、農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。
- ・令和 4 年度、地理的表示（GI）保護制度に登録された川俣シャモは、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。
- ・川俣町産の野菜はすべ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ス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「知ってもらう」、「食べてもらう」、「来てもらう」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。
- ・令和4年度は、モニターツアーで小学校を改修した施設（おじまふるさと交流館）をベースに、富士山の見える北限の山（花塚山）に登山し、その麓にあるキャンプ場（峠の森）にてキャンプ等を行った。そこでのアンケートにて、学校に泊まれたことが林間学校のように楽しかった、キャンプをもっと堪能したかったと意見があった。
令和5年度は、林間学校をイメージした川俣町の自然と文化に触れて学べる親子向け宿泊体験学習と、川俣町の自然を堪能できるアウトドア愛好者向けの屋外活動をメインとしたモニターツアーを、ターゲット層を変えて催行する。
- ・川俣町は絹織物産業が盛んであるため養蚕体験や機織り体験、里山に自生する珍しい植物や昆虫の生態を学習する里山散策、川俣町産の木々を使用した木工クラフトにより、川俣町の地域魅力発信をする。
- ・川俣町で産出・採取され収穫自粛や出荷制限されていない食品（クリ等）の放射性物質検査を行い、安全性をアピールしながらキャンパーに食べてもらい、風評被害の払拭を図る。
- ・動画を制作し YouTube で配信することで、視聴者へ町の魅力と風評払拭のための情報発信を行う。
- ・令和4年度は、動画の配信を Youtube で行うといった受動的なものであったため、令和5年度はより幅広い人へ発信するために、首都圏内現地にて、イベント形式による情報発信を能動的に行う。
- ・モニターツアーを開催し、川俣町が安全安心であることや、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。
- ・アウトドアやキャンプ等に影響力のある YouTuber を起用し、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発信する。
- ・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」モニターツアー

実施期間：R5.7月～R5.10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：14百万円

ターゲット：首都圏・親子連れ・アウトドア愛好者

(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、専門家等のアドバイスを受けて造成する。
- ・参加者は町 SNS や HP により募集をかけることを想定する。

モニター造成例

川俣町の絹織物文化と里山で学ぶ宿泊体験学習ツアー
川俣町の里山で自然を堪能キャンプ

(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。
- ・ツアーの一般参加者は、1コースあたり20名とする。
- ・一般参加者のほか、YouTuber や旅行会社・メディア等の関係者もモニターツアーに参加することとし、YouTuber や旅行会社・メディア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。
- ・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。

(3) モニターツアー催行に係る情報発信

- ・全国放送によるテレビジョン番組や雑誌記事にて告知を行う。
- ・後述するキャンペーンサイトの QR コード等を記事に入れ込み、キャンペーンサイトへの呼び込みを狙う。
- ・SNS 等による情報拡散を行う。
- ・一般参加者については、ツアー中に SNS への投稿を参加条件とすることで確実な情報発信と拡散を図る。

2 「かわまた里山ツーリズム」告知

実施期間：R5.5月～

実施体制：委託業者・Youtuber

概算費用：10百万円

- ・「かわまた里山ツーリズム」に関する告知動画を制作する。
- ・また、動画の発信には親子でアウトドアを行う Youtuber やアウトドアやキャンプ等に影響力のある Youtuber を起用することとし、これらの 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ことで効果的な情報発信を実現する。
- ・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、風評の払拭にも効果的なものを作成する。
- ・ツアーの告知は、Twitter や Instagram 等の SNS（町公式 SNS を想定）や YouTube 等の動画配信サービスにて情報発信する。

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）

実施期間：R5.7月～

実施体制：委託業者

概算費用：4百万円

- ・「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。
- ・旅行会社やメディア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 広告やショート動画による拡散を行う。

4 かわまた里山キャンペーンサイトの作成・運営

実施期間：R5.8月～

実施体制：委託業者

概算費用：1百万円

- ・WEB 上に点在している川俣町の特産品等に関する情報群の入口となるようなキャンペーンサイトを作成する。
- ・キャンペーンサイトから動画へ、動画からキャンペーンサイトへ双方に誘導できる仕組みを作る。
- ・上記 1 から 3 の事業で実施した内容や様子を掲載することで、「かわまた里山ツーリズム」に関する情報を継続的に発信する。

5 首都圏内現地での情報発信

実施期間：R5.10月～

実施体制：委託業者

概算費用：10百万円

- ・モニターツアーの内容をより幅広い人へ発信するために、首都圏内現地にてイベント形式による情報発信を行う。
イベントを開催することで、多くの方に効果的に「かわまた里山ツーリズム」の魅力やモニターツアー参加者が体験した各コンテンツの内容を紹介することが可能となり、これを契機に多くの首都圏在住者に川俣町の魅力を知ってもらい、観光入込客数の増大につなげていく。
- ・イベントの周知に当たっては、上記 4 で作成するキャンペーンサイトや、メディア等を活用し、広報を行う。

【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】

- ・「かわまた里山ツアー」のモニターツアー造成 2件
- ・キャンペーンサイトの公開
- ・情報発信用の動画制作

・動画の配信

【アウトカム】

- ・キャンペーンサイトのアクセス数 2万以上
- ・YouTube 動画の再生回数 15万回以上
- ・YouTube 広告の再生回数 150万回以上
- ・川俣町に対する認知度とイメージの向上（風評被害払拭）

【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

(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 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.	3	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	5,485 千円		
既配分額	1,187 千円	当該年度交付対象事業費	4,298 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 4,298 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 4,298 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					
【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					
・ 関西方面でのイベント参加 1 回					
・ 首都圏のデパート、アンテナショップなどでの出店 5 回					
・ SNS (Facebook 等) による情報発信 計 9 回					
【アウトカム】					
・ 江東区民まつり中央まつり 来場者 400,000 人					
・ 関西方面でのイベント 来場者 12,000 人					
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、大阪府、都内デパート、アンテナショップなどで町特産品を PR するために出店 ・ 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、大阪府、都内デパート (大丸、三越、西武等)、日本橋ふくしま館 MIDETTE				
事業の実施期間	令和 4 年度～令和 7 年度				
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) 川俣町農業振興公社：特産品 (川俣シャモ) の提供					
(2) ふくしま未来農業協同組合：野菜の販売					
(3) ポリエステル媒地活用推進組合：アンスリウムの販売					
【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、内部被ばく検査などにより、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、これまでの取組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。

このような科学的根拠に基づかない風評は、福島県の現状についての認識が不足していること、放射線に関する正しい知識等が十分に周知されていないことなどに原因があると考えられる。

本町において現在策定中の「第6次川俣町振興計画」でも、「原子力災害からの復興を目指すまち」としてALPS処理水などにより懸念される新たな風評への防止対策を取り組むとしている。

<課題>

- ・風評の払拭に向けては、これまでラジオ、テレビ、インターネット等のメディアを活用した情報発信を行ってきたが、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で、安全・安心を実感していただき、負のイメージを払拭していくことが必要である。
- ・本町の一部が原発事故による避難区域の指定を受けたことで、風評被害の払拭に努めてきたが、原発事故に関係のあるALPS処理水が海洋放出された場合、さらにイメージダウンにつながる可能性がある。

【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」（ポリエステル媒地を活用したアンスリウム栽培や、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）取得

【事業実施により得られる効果】

- ・川俣町認知度の向上
- ・40万人が参加する江東区民まつり中央まつりは、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、川俣町の特産品を直接PRすることができる。
- ・SNS（Instagram、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組等を伝えることで、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・ファミリー層に知ってもらい、味わってもらおう。
- ・川俣シャモは、GI（地理的表示）を取得したことから、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ス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】

① 江東区民まつり中央まつり

【日時】令和5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（Instagram、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】1,629千円

【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）
- ・アンスリウム

【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、GI（地理的表示）を取得しており、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スリウムの生産者（ポリエステル媒地活用推進組合）と連携し、アンス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に対して、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った方へ、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、アンスリウムの販売。
 - ・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。
 - ・また、令和5年の春から夏頃にALPS処理水の海洋放出が始まることを踏まえ、海洋放出開始後に実施される本イベントにおいて、改めて川俣町の産品に対する印象や川俣町のブースに対する要望等、江東区民を中心とする来客の意向状況に加え、ALPS処理水放出による川俣町や福島県に対する印象などについてのアンケート調査を実施し、ALPS処理水の海洋放出による風評被害などの現状分析や次年度に向けた事業改善につなげる。

② 首都圏、関西方面でのPR活動

【日時】令和5年度中（未定）

【場所】首都圏、関西方面

【情報発信】公式HP、SNS（Instagram、Facebook等）、川俣町農業振興公社を通じた発信

【概算費用】2,669千円

【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）

【事業内容】

- 川俣シャモは、JGAP 認証を取得しており、また令和4年3月31日にGI（地理的表示）を取得したことにより、全国的にも知名度が上がってきているため、町に対する理解の醸成とイメージアップを図る。幅広い年齢層をターゲットにPRするために、様々なイベントに参加する。具体的には、川俣シャモを取り扱っている川俣町農業振興公社と首都圏のデパートや日本橋ふくしま館 MIDETTE、関西方面でのイベント参加により町特産品である川俣シャモの安全性をPRする。
 - ・デパートでは、高品質で高評価を得ている「川俣シャモ」の魅力、美味しさ、安全性を、品質にこだわりを持つ高級志向の購買層を対象にPRすることで、「川俣シャモ」のブランドと安全性の浸透を図り、消費の拡大と出荷額の増大を図る。
 - ・日本橋ふくしま館 MIDETTE では、福島県産の特産品が並ぶ中で、本町さらには福島県産の特産品も併せてPRする。
 - ・関西方面では、これまで首都圏を中心にPRを続けてきたが、活動の場を広げ、関西においても福島県産、川俣町産の特産品の安全性や知名度の向上を図る。
- ブース出店内容としては、川俣シャモの加工・販売者である川俣町農業振興公社と町が連携し、川俣シャモの販売を行い「食の安全性」をPRする。
 - ・川俣シャモのふるまい（試食）により、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った方へ、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。

【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

関西方面イベントへの出店 1回

販売金額 令和4年度比 3%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（アンスリウム）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。
- ・関西方面での活動、PRを全国に広げることができる。

【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

- ・異なるターゲットへの情報発信（内容・販売品目等の検討）
- ・新規会場でのイベント開催

【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>

- ・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。

- ・川俣町の安全に係る現状、川俣町が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。
- ・これからの ALPS 処理水の海洋放出により、福島県全体が風評被害にあうと懸念されるため、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 を活用した情報発信により、農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。
- ・川俣町産の野菜はすべ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。

【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

- ・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
- ・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た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、手指消毒・マスク着用の徹底