

(様式1-1 申請書)

3郡政第1531号
令和4年1月14日

内閣総理大臣 殿

郡山市長 品川 萬里

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4年
度）を提出します。

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

※ 令和7年度までのうち、対象市町村等が設定

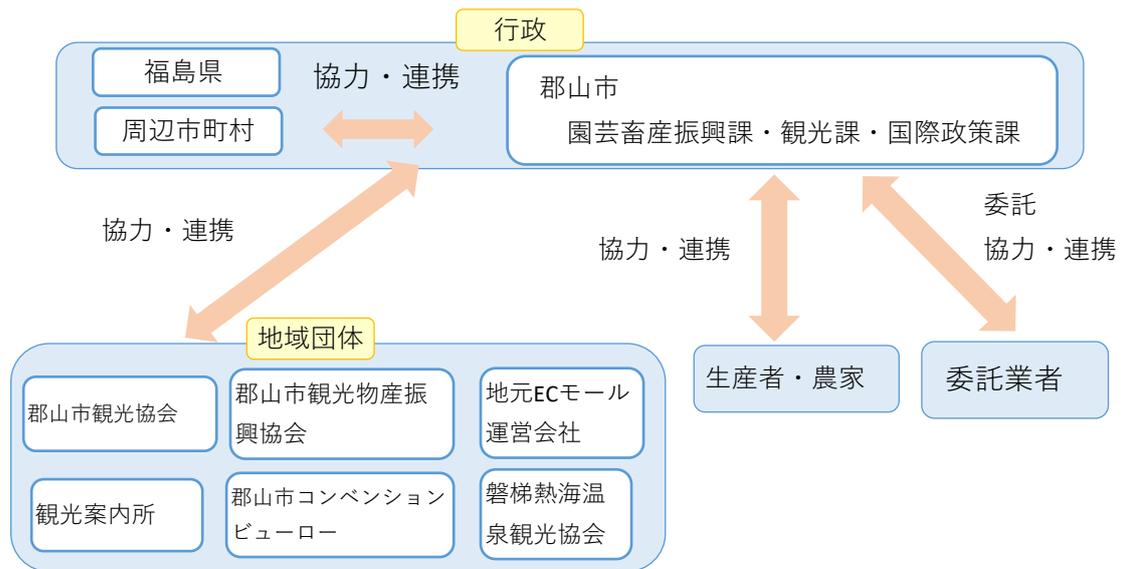
情報発信等戦略

① 情報発信の内容

震災後10年が経過するが、本市を含め福島県の本格的な復興・創生に向け今もなお続く風評を払拭することが重要である。このような背景のもと、本市の自然、文化、アクティビティなどの魅力や、食の安全性、美味しさを発信し本市の認知度、イメージの向上を図る。

② 郡山市の情報発信体制

周辺市町村や福島県などの行政、観光協会などの地域団体や委託業者、農産物の生産者等と連携・協力しながら、郡山市の魅力を発信する。



③ 情報発信等の戦略目標

郡山市の「自然」「文化」「食」などの魅力を国内外に発信することで、本市を知ってもらいきっかけを作り、本市のイメージと認知度の向上を図るとともに、本市を訪れる人や本市の農産物の販売額の増加を目指す。

④ 全体工程表

R4

R5

R6

R7

発信コンテンツ(動画・記事等) 作成・編集・修正等

新幹線コンコース、イベント会場での情報発信

シネアドによる情報発信

SNS、Web広告等を活用した情報発信

調査分析

郡山市webサイト等既存媒体での情報発信

(様式1-3)

203 郡山市 地域魅力向上・発信事業計画 令和4年度～令和7年度

令和4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
				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			その他(注5)
1	A - 1	こおりやま魅力発信事業	郡山市	0 <0>	19,813 <19,813>	20,000 <20,000>	20,000 <20,000>	20,000 <20,000>	(0) 79,813 <79,813>	R4 ~ R7	
2	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0 <0>	~	
3	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0 <0>	~	
4	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0 <0>	~	
5	-			<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	(0) 0 <0>	~	
			合 計	(0) 0 <0>	(0) 19,813 <19,813>	(0) 20,000 <20,000>	(0) 20,000 <20,000>	(0) 20,000 <20,000>	(0) 79,813 <79,813>		

(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4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4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)

203 郡山市 地域魅力向上・発信事業計画

令和4年度

令和4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 - 1	こおりやま魅力発信事業	郡山市	1/2	19,813 <19,813>	(0) 9,906 <9,906>	
2	-				<0>	(0) 0 <0>	
3	-				<0>	(0) 0 <0>	
4	-				<0>	(0) 0 <0>	
5	-				<0>	(0) 0 <0>	
				合計額	(0) 19,813 <19,813>	(0) 9,906 <9,906>	

(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)

郡山市 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	こおりやま魅力発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		郡山市	総交付対象事業費		79,813千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		19,813千円
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	19,813千円
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					19,813千円
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】					
・観光PR動画の制作 10本 ・首都圏や新幹線コンコース等での観光PR動画放映 20回 ・首都圏の映画館での農産物プロモーション動画上映 20館 ・インフルエンサーの活用や農産物生産現場の取材による記事の作成と発信 20回					
【アウトカム】					
・令和7年度における本市の観光入込客数400万人(震災前の平成22年度(396万人)並みまで回復を目指す) ・令和7年度における本市の農業産出額194億円(平成28年度における162億円から20%向上を目指す) ※事業評価時に令和7年度の数値が公表されていない場合は、公表されている最新の年度の数値とする。					
事業概要					
事業実施主体		郡山市			
主な企画内容		関係人口、農業産出額の向上に向けた情報発信			
主な事業の実施場所		首都圏、郡山市			
事業の実施期間		令和4年4月から令和8年3月			

企画内容

【実施体制】

①実地主体：郡山市

②連携団体及び役割分担

- (1)郡山市：情報発信の企画、委託業者等連携団体との調整
- (2)委託業者：プロモーション動画・記事の作成、広告掲載、アンケート調査の実施
- (3)郡山市観光物産振興協会：取材の協力要請、情報発信
- (4)郡山市コンベンションビューロー：情報発信
- (5)郡山市観光協会、磐梯熱海温泉観光協会：取材の協力要請、情報発信
- (6)観光案内所：情報発信、観光案内
- (7)地元ECモール運営会社：情報発信
- (8)生産者・農家：取材の協力、情報発信

【現状・課題】

<現状>

- ・郡山市における観光入込客数は、震災前の水準にまで回復していない。
- ・福島県の観光客のうち県外からの来訪者は、関東地域（首都圏＋北関東）で60%を超えている。また、来訪者の年代は、30代が18.3%、40代が18.2%など、ミドル層の割合が高めとなっている。
- ・郡山市は、福島県の中心に位置し、JR東日本の新幹線と在来線各線が乗り入れ、東西南北へ向かう路線の結節点となっている。
- ・夏はヨット、ウインドサーフィン等ウォータースポーツの基地として、冬は白鳥の飛来地として多くの人でにぎわう猪苗代湖や月岡温泉・いわき湯本温泉とともに「磐越三美人湯」に数えられている磐梯熱海温泉等の観光コンテンツがある。
- ・消費者庁が実施した風評被害に関する消費者意識の実態調査（第14回（令和2年度実施））によると、「食品中の放射性物質の検査が行われていることを知らない」と回答した人の割合は年々、増加傾向にあり62.1%となっている。さらに、「基準値を超える食品が確認された市町村では、他の同一品目の食品が出荷・流通・消費されないようにしている」と回答した人の割合は22.5%となっている。

<課題>

- ・交通の結節点となっており、県内外からのアクセス性が高い一方で、会津地方等の県内有名観光地への中継地点・通過地点となってしまう傾向にあり、旅行者の目的地になれていない。
- ・魅力的な観光コンテンツはあるが、郡山市と結びついておらず、認知度は高くない。
- ・郡山で生産された「コシヒカリ」「ひとめぼれ」の一等米で商標登録されている郡山産ブランド米「あさか舞」、古来より高級魚として食されてきた鯉等の魅力的な農産物等が生産されているものの県外の認知度は高くない。
- ・消費者の食品中の放射性物質に関する検査の知識、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等は減退してきており、正しい情報発信等を継続的に行っていくことで消費者理解の増進を図る必要がある。
- ・正しい情報発信に加えて、郡山市産農産物等の美味しさなどの魅力を発信していく必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・郡山市公式webサイト、公式SNSを通じた観光情報の発信
- ・観光施設の整備（猪苗代湖一周サイクリング「イナイチ」の環境整備、磐梯熱海温泉エリアにおける物産館の設置等）
- ・首都圏で開催されるイベント、物産展への出展や観光パンフレットの配布
- ・食品や農産物の放射性物質検査の実施と結果の公表

【事業実施により得られる効果】

- ・郡山市の認知度の向上、農産物等に関する理解促進
- ・関係人口や誘客数の増加
- ・本市来訪者の滞在時間の増加や消費活動の拡大
- ・本市農産物の認知度の向上や販売量の拡大

【今年度事業における具体的な取組内容】

①関係人口創出に向けた情報発信

実施期間：R4.4月～R5.3月
実施体制：郡山市 委託業者
概算費用：7.9百万円

●ターゲット

関東地域（首都圏＋北関東）の30代、40代

●方法

ターゲットに対して、郡山市における観光資源（磐梯熱海温泉、猪苗代湖、逢瀬ワイナリー等）、体験型コンテンツ（田舎体験のできるアスパラ牛の里、なんだべ村等）、グルメ（日本酒、ブランド農産物等）等について紹介したうえで、興味・関心をもった内容を回答してもらいアンケートを実施。アンケート結果に基づいて、2つのプランの観光PRを行う。

<滞在向け>

他の観光地への通過点ではなく、郡山市が目的地となり、足を留めてもらうことを狙い、ターゲットが興味・関心のあるコンテンツを組み合わせた滞在プランを作成する。

滞在プランがイメージできる動画を作成し、ターゲットに「知ってもらい」、「来てもらう」ように情報を発信する。まずは、「知ってもらい」が重要であることからSNSによる広告も活用して積極的にターゲットに情報を届ける。

<ビジネス向け>

また、交通の結節点であることを活かし、滞在だけでなく、ビジネスで訪れた方等に空いた時間でちょっと寄り道、立ち寄って楽しんでもらうプランについて作成する。

ターゲットが興味・関心のあるコンテンツのうち、滞在までしなくてもちょっと立ち寄って楽しめるコンテンツについて動画を作成する。旅行の途中にちょっと立ち寄ってもらうために、SNSによる情報発信のほか、新幹線コンコース内のデジタルサイネージによる発信も行い「来てもらう」ようにターゲットに情報を届ける。

②農産物の風評払拭、消費促進に向けた情報発信

実施期間：R4.4月～R5.3月
実施体制：郡山市 委託業者
概算費用：1.2百万円

●ターゲット

首都圏の食料品購買層

●方法

郡山市産農産物等の主な消費地は首都圏となっていることから、首都圏に対して動画、記事による情報発信を行う。情報発信に当たっては、ターゲットに応じて、シネアド、SNS、雑誌等を使い分ける。

<シネアドの活用> 569万円

特に食品の安全性等に対して敏感な比較的年齢の小さな子供を育てる層をターゲットに市町村別の生産量第1位である鯉等の郡山市産品を想定し、その美味しさ等の魅力、安全性について伝える。

シネアド[※]による発信により、ターゲットに対して効果的に届ける。

※シネアド：映画鑑賞時、最初に流れる広告映像のこと。小さな子向けの映画の上映に際して広告を流すことでターゲットに確実に動画を届ける。

<首都圏メディアやインフルエンサーの活用> 310万円

本市で開催される農産物関係イベントに、首都圏メディアやインフルエンサーを招へいし、農業や食に関わるヒト・モノ・コトを直接見て聞いて触れてもらい(※1)首都圏メディア(※2)とのタイアップ記事の発信や、インフルエンサーがSNSから情報を発信する。招へいするイベント内容によって一番効果的なメディア、インフルエンサーを選定する。活用するメディアは料理人や飲食店関係者が主な読者層である専門メディア等を想定し、食材として農産物を使う方やより食にこだわりがある層へ情報発信を行う。インフルエンサーについては、一般消費者向けの広い情報発信を想定し、本事業を通して本市農産物の美味しさや安全性、生産者の情報等の正しい知識の発信を行う。

(※1 招へい想定イベント案)

農産物等の旬やトピック、農産物関連イベント、プレスツアー等

(※2 首都圏メディア例)

料理王国 (<https://cuisine-kingdom.com/>)

エルグルメ (<https://www.elle.com/jp/gourmet/>)

日本食糧新聞 (<https://news.nissyoku.co.jp/>)

<農家の姿や農産物のストーリーを伝えるコンテンツ作成> 307万円

福島県産の農産物についての正しい理解が進んでいない状況を受け、郡山市内の農家の姿や取り組み、農産物にまつわる正しい知識や魅力を広く消費者へ伝える。より多くの消費者へ情報を届けるため、SNSを活用した情報発信を行うとともに生産者自身も主体的な情報発信を行えるような環境を整え、本市農産物の販売促進やさらなる風評払しょくを図る。

○実施内容

1. ライター・カメラマンを派遣し、農家を取材(インタビュー&写真撮影)
2. 撮影した写真は農家へ無償提供し、自身のPR活動にも活用してもらうことで、生産者自身も農産物をPRできる環境を整える。これによりさらに多くの情報発信が可能となる。
3. 取材記事を作成し、無料ウェブサイト(note)及びSNS(Instagram、Facebook)に掲載

さらに上記に連動した以下のプロモーションを行い、コンテンツ力を強化することで本市農産物の販売促進、魅力発信や風評払しょくをさらに進める。

・取材時に同時に30秒程度のティザー動画を撮影・作成。写真や文章だけでは伝えきれない生産者の取り組みやリアルな想いなどを伝えると同時に、SNS広告などで発信することで取材記事への興味を持たせ、記事サイトへの誘導にも活用。

・上記ティザー動画を総集編として取りまとめたものを年に一本作成し、「魅力や個性にあふれる生産者が集う街・郡山」としての紹介動画を製作し、本市農産物の認知をさらに広げる。

・地元農産物を取り扱う飲食店及び飲食店経営者、調理人などを取材し、地元農産物を取り扱う関係者を広く紹介することで、食のプロの視点による本市農産物の新たな魅力を発信する。また、農産物が楽しめる飲食店の紹介により観光面へのPRにも繋げる。

【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

(アウトプット)

- ・観光PR動画の制作 4本
- ・首都圏や新幹線コンコース等での観光PR動画放映 7回
- ・首都圏の映画館での農産物プロモーション動画上映 10館
- ・インフルエンサーの活用や農産物生産現場の取材による記事の作成と発信 10回

(アウトカム)

- ・観光客入込数前年比5%アップ 1,460,500人 (R3年1,390,866)
- ・郡山市観光協会webサイトアクセス数 2,000,000回
- ・作成した動画の再生回数 のべ30,000回
- ・作成した記事のビュー数 10,000回

【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

- ・関係人口や誘客数の増加
- ・本市来訪者の滞在時間や消費活動の拡大
- ・本市農産物の認知度や販売量の拡大

【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

- ・今年度事業をベースに情報発信体制をブラッシュアップ
→発信コンテンツや情報発信方法の見直し
- ・ECサイトの連携強化
- ・決済情報を活用したマーケティング調査支援
- ・情報ポータルサイトの構築

【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・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する。

<具体的な対策>

- ・イベント会場内でのマスク着用・手指アルコール消毒の徹底
- ・動画撮影時、適切な距離を保ち、検温や手指消毒の徹底、マスクの着用