

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

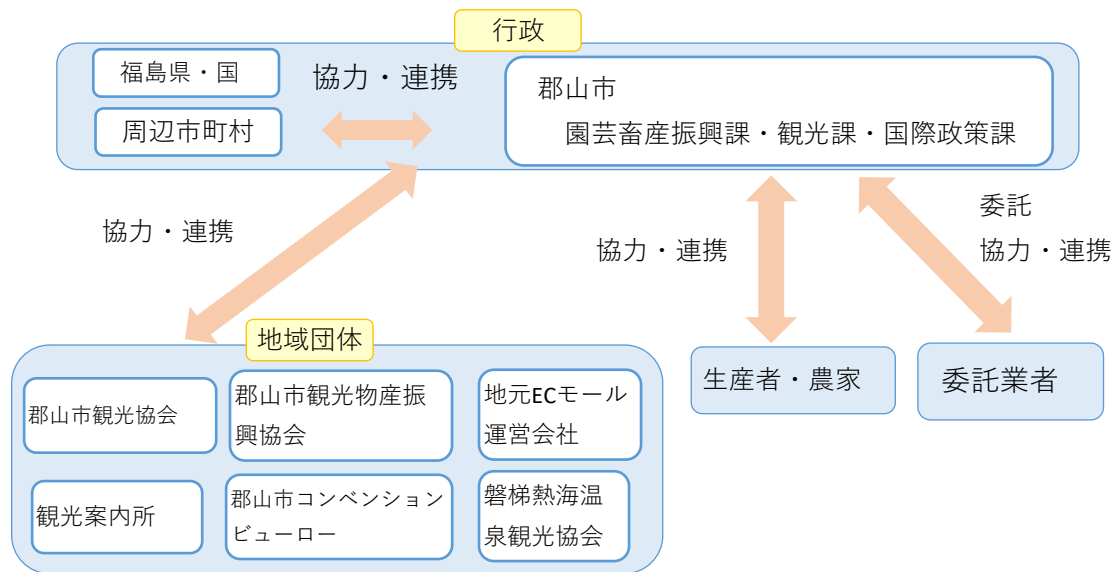
情報発信等戦略

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、福島県、国などの行政、観光協会などの地域団体や委託業者、農産品の生産者等と連携・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

国と連携した情報
発信イベント

(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8月17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	こおりやま魅力発信事業	郡山市	0	(19,813)	20,000	20,000	20,000	(19,813)	R4 ~ R7	
				<0>	<19,813>	<20,000>	<20,000>	<20,000>	<60,000>		
2	A - 2	国と地域が連携した情報発信イベント	郡山市		246				(0)	R4 ~ R4	
				<0>	<246>	<0>	<0>	<0>	<246>		
3	-								(0)	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
4	-								(0)	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
5	-								(0)	~	
				<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>		
			合 計	(0)	(19,813)	(0)	(0)	(0)	(19,813)		
				0	246	20,000	20,000	20,000	60,246		
				<0>	<20,059>	<20,000>	<20,000>	<20,000>	<80,059>		

(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」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。

また、福島県については、実施要項第4 6 - ⑤の一の市町村の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分1・2の市町村(複数市町村でも可)と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業(調整した市町村名を列挙)」と記載する。

(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8月17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)	(9,906)	
					<19,813>	<9,906>	
2	A - 2	国と地域が連携した情報発信イベント	郡山市	1/2	(246)	(94)	
					<246>	<94>	
3	-				(0)	(0)	
					<0>	<0>	
4	-				(0)	(0)	
					<0>	<0>	
5	-				(0)	(0)	
					<0>	<0>	
合計額					(19,813)	(9,906)	
					246	94	
					<20,059>	<10,000>	

(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。

(注4) 福島県については、実施要項第4 6 - ⑤の一の市町村の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分1・2の市町村(複数市町村でも可)と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業(調整した市町村名を列挙)」と記載する。

(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8月17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	国と地域が連携した情報発信イベント	事業番号	A - 2
事業実施主体	郡山市		総交付対象事業費	246千円	
既配分類			当該年度交付対象事業費	246千円	
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	246千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施				246千円	
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】					
・名古屋市内 復興庁主催イベント ブース出展 1回 (郡山市の特産品の販売を中心とした菓子、野菜、加工品等のPRイベント)					
・SNS (LINE、Instagram) による情報発信等 計4回					
【アウトカム】					
イベント来場者数 5,000人					
福島県に対するイメージが向上した者の割合 70%					
・復興庁が実施するアンケート調査結果を利用					
事業概要					
事業実施主体	郡山市				
主な企画内容	・名古屋市内での特産品販売等を中心としたイベントの開催 ・SNS等を利用した情報発信				
主な事業の実施場所	名古屋市内				
事業の実施期間	令和4年11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：事業の実施、関係団体との調整等を行う。					
(2) 復興庁：イベントを主催					
(3) 委託業者：イベントの企画、運営等を行う。					
※必要に応じて図表により各団体の関係を詳細に記載ください。					

【現状・課題】

<現状>

風評の払拭については、これまでの取組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全国平均価格との乖離、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。

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」と知っている人の割合は22.5%となっている。

<課題>

国（復興庁）及び地域（福島）が、風評の払拭に向けて、それぞれ効果的な情報発信を実施してきたが、両者が一体となつての情報発信は実施できていない。

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及びシンポジウム、販促イベント等の直接的な双方向コミュニケーションによる情報発信を行ってきたが、後者については、首都圏が中心で行われてきた。

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
 - ・首都圏で開催されるイベント、物産展へ出展し観光PRを実施するとともに、本市の原子力災害への取り組みを紹介し、本市産品の食の安全性のPRを実施した。
 - ・食品や農産物の放射性物質検査の実施と結果の公表
- ※課題に対するこれまでの取組で足りない内容が本件の事業の対象となるとともに、新規性となります。これを念頭に記載ください。

【事業実施により得られる効果】

・国（復興庁）及び地域（福島）が連携・協力し、情報発信することにより、それぞれの総和以上の発信力を発揮することを狙う。

・そのため、直接的な双方向コミュニケーションによる情報発信は、首都圏を中心に実施してきたところであるが、中京圏に対しても強い発信力をもって伝えることができる。

郡山市産品のおいしさや魅力、安全性及び品質、観光資源の魅力を中京圏の消費者に直接伝えることができる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

名古屋市内の復興庁主催イベント

【テーマ】

復興庁の風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略として、

①福島復興の現状等を「知ってもらう：放射線に関する正しい知識の理解と誤解の払拭」
②福島県（郡山市）産品を「食べてもらう：福島県（郡山市）産品の利用・販売促進等」
③郡山市に「来てもらう：国内外からの被災地への誘客促進」の3つの大項目の観点から、多くの人にアピールするため、中部地方の主要都市である名古屋市において、人の交流が増加する祝日に、効率的に①～③の該当項目の情報を発信する。国（復興庁）においては、①の情報発信を行い、地域（地方自治体）においては、②③を中心に情報発信を行う。

【日時】令和 4年 11月 23日（水）1日間

【場所】名古屋市内

【ターゲット層】ファミリー層

【情報発信】市公式SNS（LINE、Instagram等）及び復興庁HP・関連団体等を利用し発信

【概算費用】19万円

【販売予定品目】菓子、工芸品、野菜等

【事業内容】

本市のご当地パン（クリームボックス）、野菜（こおりやまブランド野菜【しいたけ、さつまいも等】）や、工芸品（デコ屋敷のだるま、三春駒）などをパンフレットで紹介して販売につなげる。また、本市で作成したPR動画やフォトガイドブックにより、写真映えする観光ポイント（麓山公園、高司神社等）を案内する。さらに、本市では、「こおりやま広域圏」を形成しており、本市のみならず周辺地域の周遊プランを提案するなど圏域全体の観光PRを行う。以上の対応により、郡山市の魅力や安全性を中京圏の消費者に伝え、郡山市への訪問意欲を喚起する。

【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

【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

【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

【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>

- ・ イベント会場内でのマスク着用・手指アルコール消毒の徹底
- ・ イベント参加時については、開催日前後の自身の体調を把握し、当日体調の悪い職員は参加しない。