

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

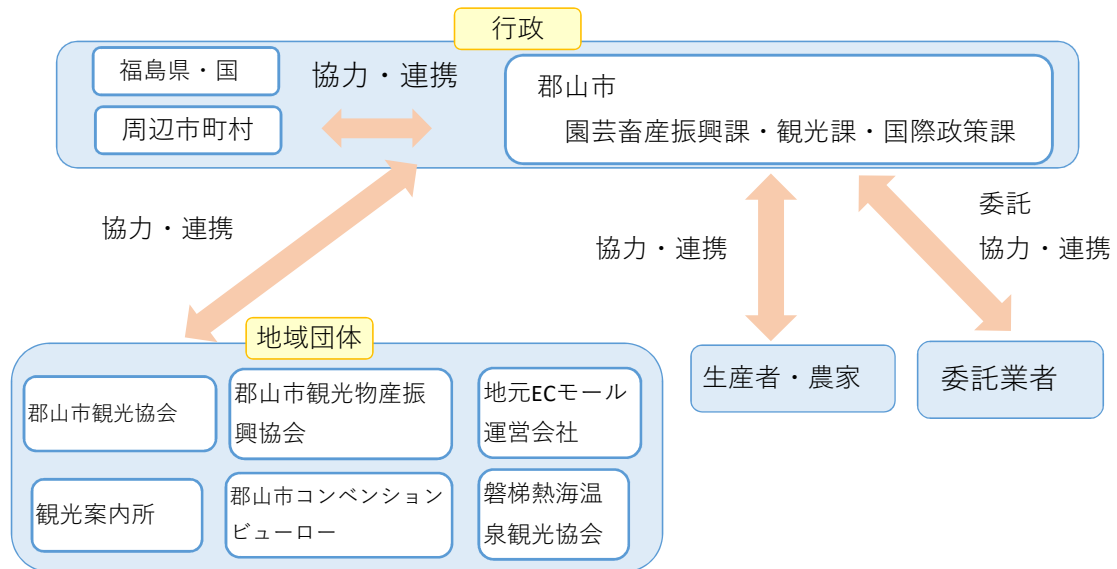
情報発信等戦略

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。



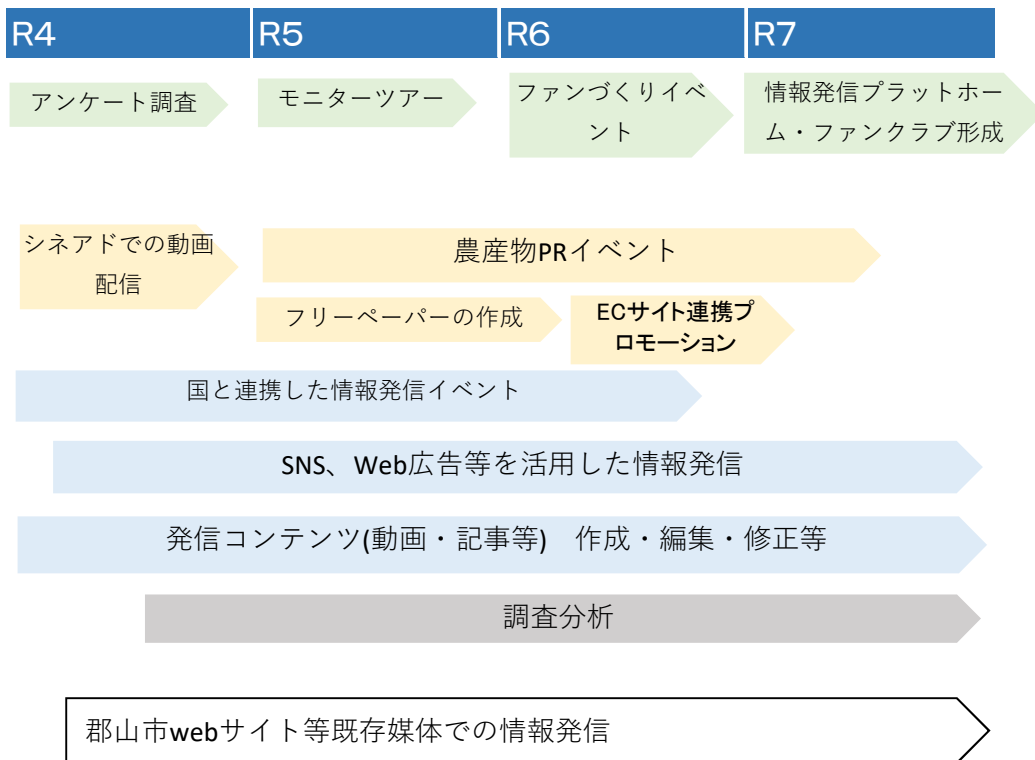
③ 情報発信等の戦略目標

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、本市を知ってもらうきっかけを作り、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。

【アウトカム(数値目標)】

- ・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)

④ 全体工程表



(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6年1月10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		19,813	17,937	(37,750) 19,556	20,000	(37,750) 77,306	R4 ~ R7	A-2は、令和5年度からA-1に統合。
				<0>	<19,813>	<17,937>	<57,306>	<20,000>	<115,056>		
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) 246	R4 ~ R4	
				<0>	<246>	<0>	<0>	<0>	<246>		
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)	(37,750)	(0)	(37,750)		
				0	20,059	17,937	19,556	20,000	77,552		
				<0>	<20,059>	<17,937>	<57,306>	<20,000>	<115,302>		

(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、実施要綱第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6年度

令和6年1月10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 (注4)
					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	(37,750) 19,556 <57,306>	(18,875) 9,778 <28,653>	
2	-				<0>	(0) 0 <0>	
3	-				<0>	(0) 0 <0>	
4	-				<0>	(0) 0 <0>	
5	-				<0>	(0) 0 <0>	
				合計額	(37,750) 19,556 <57,306>	(18,875) 9,778 <28,653>	

(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、実施要綱第4 6 - ⑤の一の市町村名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6年1月10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		57,306千円
既配分額		37,750千円	当該年度交付対象事業費		19,556千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業①情報					
① 情報発信事業 小計 19,556千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 13,918千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 5,638千円					
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					
・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(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185億円(震災前の平成18年(182億円)並みまで回復を目指す) ※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					
【現状・課題】					
<現状>					
・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62.1%となっており、年々増加傾向にある。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」とを知っていると回答した人の割合は22.5%と低くなっている。					
・郡山市で生産された「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」や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、県外での認知度は高くない。					
・本市への観光入込客数は、震災前の水準に回復できていないため、県外においてプロモーション活動を行い、郡山市の魅力を広く知ってもらう必要がある。					
・本市農産物の産出額は、震災前の水準に回復できていないため、郡山市産農産物等の安全性や美味しさなどの魅力を発信していく必要がある。					
・ALPS処理水の海洋放出開始以降、本市にも国外からの電話が400件以上寄せられた。					
<課題>					
・令和4年度に実施した「郡山市のイメージに関する調査」結果によると、首都圏居住の20~30代の本市への非訪問意向の理由に「震災の悲惨なイメージ」(6%)、「福島第一原発の放射能」(5%)があり、若い世代にもそのような負のイメージが残っている。					

- ・令和 4 年度は同調査の結果を踏まえ、首都圏居住者に対し滞在イメージ動画発信による本市のイメージアップを図り、令和 5 年度は、実際に来て郡山の魅力を体感してもらい、個人の SNS で発信してもらう魅力体験ツアーを実施したが、現地での宿泊を伴うツアーでは、時間的余裕がある方が参加しやすいなど参加条件や参加人数にも限りがあるため、多くの人に機会を提供することは出来なかった。
- ・ALPS 処理水の海洋放出が始まったことによる新たな風評を発生させないため、正しい情報発信に加えて、郡山市産農産物等の安全性や美味しさなどの魅力を継続的に発信していく必要がある。

#### 【課題に対するこれまでの取組と成果】

##### <取組>

- ・郡山市のイメージに関する調査(対象：首都圏居住の 20～30 代男女)
- ・イメージアップ PR 動画の制作・発信
- ・体験ツアー動画の制作・発信
- ・県外住民を対象とした体験ツアーと参加者 SNS による情報発信
- ・シネアドを活用した農産物プロモーション
- ・都内での農産物魅力発信イベント開催
- ・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
- ・食のプロの視点から本市農産物の魅力を発信するコンテンツ作成
- ・インフルエンサーやメディアの活用による情報発信

##### <成果>

- ・ターゲット(首都圏居住の 20～30 代男女)が郡山に対してどのようなイメージを抱いており、どのようなことに興味があるのか知ることができ、結果を踏まえた効果的なプロモーションを実施することができた。
- ・映画館でのシネアドや視点を変えた動画による情報発信を通じて、本市の景色や人物、農産物の魅力など多角的に本市の魅力を伝えることができた。
- ・新しい手法を取り入れて情報発信を行ったことで、これまでにない新しい客層に情報を届けることができた。
- ・生産者との直接の交流により、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いただくことで、メディア PR や首都圏でのファンづくりを図ることができた
- ・農家のストーリーを伝える動画や記事により、生産者がどのような想いを持って農業に取り組んでいるかを広く発信し、風評払拭につなげることができた。

#### 【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(首都圏におけるファンづくりイベントの開催)

実施時期：令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月

実施体制：郡山市 委託業者

概算費用：6,699 千円

ターゲット：首都圏居住の 20～ 30 代

内容：令和 4 年度の動画制作、令和 5 年度のモニターツアーを通じ、本市の魅力を情報発信していくことで、その動画視聴数や参加者の声から本市に興味・関心を示す人口が増えてきたが、その人たちが気軽に参加でき実際の郡山を味わってもらふファンづくりイベントを首都圏で開催する。

##### <イベント内容>

- ・10 月開催を予定
- ・リアル会場(首都圏)、オンライン配信を予定
- ・郡山ゆかりの著名人とゲストによる郡山トーク(必要経費は 2 で計上)
- ・郡山の逸品試食
- ・生産者による農産物・加工品販売
- ・首都圏向け情報発信 SNS フォロープレゼント
- ・福島県ゆかりのお店での 2 次会(生産者と消費者との語らいの場)
- ・告知・募集方法：イベント開催の一月前に東京都や福島県が主催する首都圏イベントにおいてフライヤーによる本イベント告知、下記 3 に示す首都圏メディアへのリリース、ターゲット層に対する SNS 広告

##### 2 プロモーションアンバサダーによる PR

実施時期：令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月

実施体制：郡山市 委託業者

概算費用：5,572 千円

ターゲット：首都圏居住の 20～ 30 代

内容：郡山市や福島県にゆかりがあり、首都圏でも認知度が高く、若年層の支持を受けている人材を(仮称)プロモーションアンバサダーに委嘱し、アンバサダーが出演する動画や SNS、イベント出演による情報発信を通じて、本市のイメージアップと風評払しょくを図る。

<実施内容>

- ・観光・産業・食・暮らしなどの情報についてアンバサダー出演動画1本を制作
- ・県外住民向け情報集約ランディングページで動画を公開するとともに、1の首都圏イベントに出演し、郡山を知らないゲストとトークショーを開催

3 メディアプロモート

実施時期：令和6年4月～令和7年3月

実施体制：郡山市

概算費用：66千円

ターゲット：各事業のターゲット

内容：ALPS 処理水の海洋放出を踏まえ、全国に対し、本市の現在の正確な状況について幅広く情報発信するための取組を強化する。

そのため、令和5年度の事業内容を継承し、本市の復旧・復興に関する取り組みや、本市を訪れたい魅力の先導的な施策について、プレスリリース配信サービスを用いて、首都圏テレビ、雑誌、WEBメディア（想定メディア例：在京テレビキー局、読売新聞オンライン、朝日新聞DIGITAL、東洋経済ONLINE、PRESIDENTOnline等）に情報発信を行い、関係人口増加の契機を生み出す。配信依頼後は、ウェブクリッピングにより、本市の復旧・復興等施策への興味・関心度を測り、施策立案等へフィードバックする。加えて、配信先メディアリストを「政治・官公庁・地方自治体主要メディア」にこだわることなく、特に首都圏居住の20～30代向けの配信先メディアリストを作成し、事業内容を主要ターゲットに効果的に訴求していく。

また、職員の情報発信能力を向上させる勉強会を開催することで、情報発信機会の裾野を広げ、関係人口の創出や農産物の算出額の向上に資する取組を確実にターゲットへ訴求できる体制を整えると同時に、科学的根拠に基づく風評の払拭に資する情報発信を行っていく。

4 産直ECサイトと連携したプロモーション

実施時期：令和6年4月～令和7年3月

実施体制：郡山市 委託業者

概算費用：7,000千円

県外の消費者により深く本市の農への理解を深め、愛着を持ってもらうため、令和5年度は農家の姿や農産物のストーリーを伝えるコンテンツを作成し、SNSを活用した情報発信を実施した。

令和6年度は作成したコンテンツを広く県外の消費者にPRするとともに、実際に購入する機会を創出するため、大手産直ECサイトと連携したプロモーションを実施する。

具体的には、産直EC内への特設ページ開設、送料無料等キャンペーンの実施、本市農産物や産地の紹介をするウェブコンテンツ作成・情報発信、本市農産物情報の集約化、登録・販売フォローアップ・サポートなどを実施する。

5 復興庁主催の福島魅力発信関係イベントへの出展

実施期間：未定

実施体制：郡山市

概算費用：220千円

ターゲット：ファミリー層

内容：復興庁主催の福島魅力発信関係イベントに出展し、物販のほか動画放映によるPRや本市産品等のPRを行う。令和6年度は地域特産品の試食PRや市公式SNS（観光、農産物情報等）フォローキャンペーンを実施することにより、販促及び今後の来訪に繋げる。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・首都圏でのファンづくりイベントの開催 1回
- ・プレスリリース配信件数 12件
- ・農産物PRウェブコンテンツ制作 7本
- ・著名人出演動画の制作 1本

【アウトカム】

- ・観光客入込客数 前年比5%アップ
- ・首都圏でのファンづくりイベントの来場者 500人
- ・首都圏向けSNSの登録者数 500人
- ・作成した動画の再生回数 のべ10,000回
- ・EC販売件数 500件

**【今年度、事業の実施により得られる効果】**

- ・ 関係人口や誘客数の増加
- ・ 本市のファン(応援人口)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

**【次年度以降の取組】**

- ・ 今年度実施したファンづくりイベントの記事掲載、新たに獲得したファン層への情報発信
- ・ ギフトブックの充実
- ・ 効果検証調査
- ・ EC サイト、料理系雑誌等と連携し、本市農家の生産物を活用した料理教室及び当日の様子をまとめたウェブコンテンツの作成