

(様式1-5)

檜葉町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年8月12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。

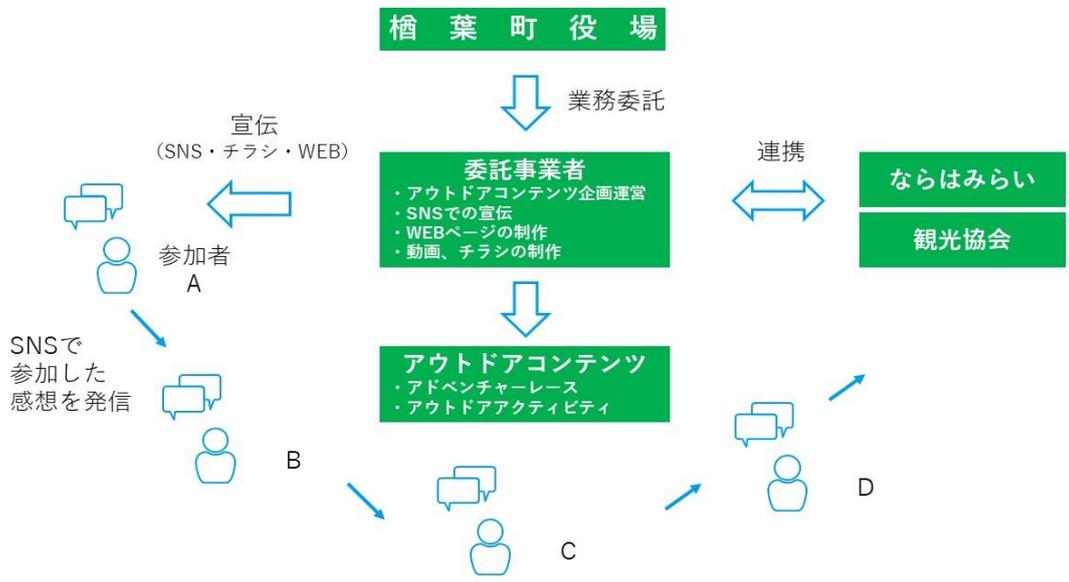
NO.	1	事業名	アウトドアコンテンツを軸とした檜葉の魅力体感・発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体		檜葉町	総交付対象事業費	116,674千円	
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費	16,674千円	
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
				小計	16,674千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					7,877千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					8,797千円
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
				小計	千円
i) 企画立案のための外部人材の活用					
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】					
①檜葉町の山と海、自然に触れ楽しめる体験型のコンテンツ（以下「アウトドアコンテンツ」という。）の制作					
アドベンチャーレース開催（モニター） 初年度1回					
アドベンチャーレース開催（令和4年度以降） 年2回以上					
アウトドアアクティビティ造成 2件以上（山側と海側）					
アウトドアアクティビティ 利用者年間200名					
アウトドアコンテンツを目玉としたパッケージツアーの造成 2件以上					
②プロモーション					
タレント出演動画作成4本以上					
チラシ制作					
WEBページ制作					
ラッピングバスの運行					
檜葉町のアウトドアを特集する地上波番組の制作					
SNSへの広告（ターゲティング広告）					
【アウトカム】					
①アウトドアコンテンツの制作					
アドベンチャーレース（モニター）参加者20人へのアンケート実施					
檜葉町へのイメージが向上したとの回答7割以上					
アウトドアアクティビティを体験した人のSNSへの感想等の投稿 年間100件					
②プロモーション					
情報発信リーチ数 年間50,000人（※）					
タレント出演動画の再生数総計5000回以上					
SNSでの檜葉町への言及数 10%増					
※情報発信リーチ数50,000人内訳					
・タレントによる動画作成などの情報発信5000人					
・観光資源情報発信WEBページ 10,000人					
・アウトドアアクティビティ参加者のSNSによる情報発信 10,000人					
（SNSへの感想投稿100件×各アカウントフォロー数100人＝10,000人）					
・チラシ 10,000人					
・SNS広告のリーチ数 15,000人					

事業概要	
事業実施主体	檜葉町
主な企画内容	檜葉町の自然と人をつなぐコンテンツを軸とした情報発信による風評の払拭
主な事業の実施場所	(山側) 木戸川溪谷、木戸ダム (海側) 天神岬スポーツ公園、岩沢海水浴場
事業の実施期間	令和3年11月～令和8年3月

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：檜葉町
- ②連携団体及び役割分担
  - <檜葉町>  
公募型プロポーザルによりアウトドアコンテンツを企画運営し、檜葉町の木戸川溪谷及び木戸ダムといった地域資源について、見て楽しむ自然から体験もできる自然へと変換し、それを核として情報発信を実施する事業者を選定。
  - <観光協会>  
観光資源の活用方法を委託事業者と一緒に検討。
  - <まちづくり会社：一般社団法人ならはみらい>  
地域連携や区を担い、地域資源磨き上げや情報発信事業に町内事業者と連携。
  - <委託事業者>  
アウトドアコンテンツを企画運営し、檜葉町の観光資源の魅力を福島県外に広く発信。



## 【現状・課題】

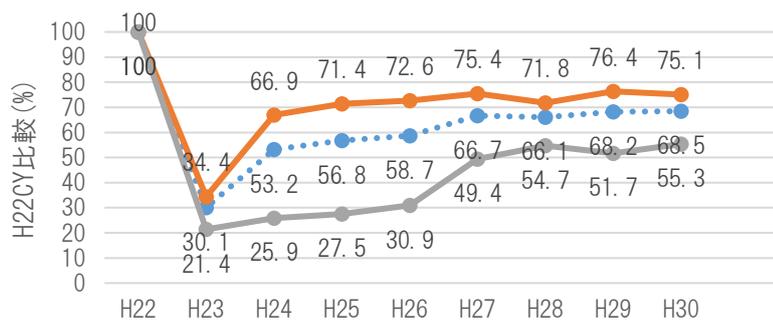
### <現状>

- ・ 檜葉町は除染や食品の検査を通じて、安全で安心して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、檜葉町及び被災12市町村のある浜通りエリアを訪れる観光入込客数は震災以前に比べ低迷が続いている。
- ・ いわき市への観光入込客数は震災前の75%まで回復している一方で、檜葉町のある相双での回復は55%に留まっている（図1参照）。
- ・ 檜葉町にはJヴィレッジ、木戸川渓谷、天神岬スポーツ公園等の観光資源があるが、首都圏等の方々に対して、それらの魅力について効果的に届けることが出来ておらず檜葉町に足を運んでもらうことが出来ていない。

### <課題>

- ・ 原子力災害に伴う除染、食品安全検査の取り組みによる成果、檜葉町の自然が有する魅力等について、一般的な情報発信だけで十分に伝わらないと史料
- ・ 直接体験してもらうことで前記について実感してもらうとともに現状を理解してもらうことが、必要であると思料
- ・ いわき市から檜葉町にもう少し足を延ばしてもらえよう情報を発信していく必要があると思料

図1 観光客入込数の推移（浜通り）：震災前比較



年(CY)

全体

いわき

相双

※出典：平成31年福島県観光客入込状況P5 表4観光圏域別入込数をもとに作成

## 【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・ 令和2年度までは復興・創生期間であり町としては原子力災害からの復旧・復興を第一としていたため、安全面に対する情報発信による風評払拭の取組に留まっており、これまで固定化されてしまった町のイメージを上書きする取組まで発信できていない。

## 【事業実施により得られる効果】

- ・ 檜葉町の安全に係る現状、檜葉町の自然が有する魅力等について、体感し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。
- ・ 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。
- ・ 檜葉町認知度の向上。

## 【今年度事業における具体的な取組内容】

・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」のうち「知ってもらう」、「来てもらう」に重点を置いた内容。  
・町の最上位計画である町勢振興計画の「交流を生み出す観光の振興」にあるように体験型観光パッケージツアーを企画する。被災地を訪れ直に自然環境に触れることで、檜葉町の現状、魅力について体験を通じて「知ってもらい」、そこで得た個人の体験をSNSで発信してもらうことで情報発信につなげ、ゆくゆくは、それを見た人に「来てもらう」につなげていくことを目的とする。（※1）

### ①アウトドアコンテンツの制作

檜葉町の自然が有する魅力を実際に体験してもらうことで、安全性、魅力等を実感してもらい、これまでの檜葉町のイメージを上書きし、風評払拭を図る。

観光庁公認アドベンチャーレース（ゲーム）主催会社による伴走支援のもと、木戸ダムを活用したカヤックやSUP（スタンドアップパドルボード）、木戸川渓谷を活用したトレッキングやイーバイクでのサイクリングといったアウトドアアクティビティ及びアドベンチャーレースの企画運営を行う。

アウトドアコンテンツは（1）アドベンチャーレース（2）アウトドアアクティビティ に大別する。

実施期間：令和3年11月～

実施体制：委託業者

概算費用：7,877千円

ターゲット：関東圏、福島隣県に住むアウトドア好きの20～60代男女（※2）（アドベンチャーレース試験的モニター20名程度想定）

### (1) アドベンチャーレース

・2～4人が一つのグループとなり様々なアクティビティ（カヤック、トレッキング、自転車等）を駆使しながらチームで協力しゴールを目指すレースを実施。

・観光庁公認アドベンチャーレース（ゲーム）主催会社と連携し、町内にてアドベンチャーレースを企画、開催する。

・アドベンチャーレースをパッケージツアー化し関東圏、福島隣県のアウトドア好きの20～60代男女を呼び込む。

・アドベンチャーレースのモニター実施のために、東京⇄檜葉の直行バスを運行する。

・アドベンチャーレースのモニター参加者は委託業者が募集、選定を行う。

・参加者にアンケートを実施し、事業内容のブラッシュアップを図るとともに、アンケート項目に檜葉町のイメージについての問いを設け、参加前と参加後での変化を図る。

・モニター参加者を対象としたSNSキャンペーンを実施。町内の観光スポットやアウトドアコンテンツに関する感想、写真をSNSに投稿してもらうことを参加条件とする。檜葉町の魅力を体験した生の声をSNS上で発信してもらう。ターゲットをアウトドアに興味がある層と範囲を狭めることで小さなコミュニティでのロコミの連鎖を期待する。

### <概要>

開催時期：3月

日数：1日

参加料金：モニター事業のため原則参加者負担なし（保険料のみ徴収予定）

内容：檜葉町の地形、自然を生かした複数の種目にまたがるレース。

種目はトレッキング、カヤック、自転車等を想定。

カヤック、自転車等の機材はレース主催会社が用意する。（レンタル）

コース内容は初心者向けを想定。

レース開催時には専用スタッフを雇用

モニターの参加者募集、選定はアドベンチャーレース主催会社が行う。

### <消耗品について>

・抗原検査キット

モニター参加者、運営スタッフへ使用する。

### <SNSキャンペーンについて>

アウトドアコンテンツに参加した人がSNS上に感想を投稿することで、その投稿を見た人が次に参加するきっかけとなるような情報の連鎖を期待するもの。

参加者のSNSへの投稿を促す策として、今年度のモニター事業であればその参加条件としてSNSへの感想の投稿を必須とし、令和4年度の本格稼働以降は参加料金を割引くなど特典を付けることを想定。

(2)アウトドアアクティビティ（月1～2回週末開催）

- ・町内にまちづくり会社が別途整備を予定しているコワーキングスペースの一部をアウトドアアクティビティ拠点とする。
- ・アウトドアアクティビティの運営に関わる人員を1～2人と想定し、その人数でも安全管理可能な体験者数として想定した数から逆算し機材を購入する。
- ・カヤックやイーバイク等を調達しアウトドアアクティビティの環境整備を行う。
- ・アウトドアアクティビティの機材保管場所としてトレーラーハウスを調達する。トレーラーハウスは現地事務所、現地トイレとしても使用する。
- ・木戸ダムでのカヤックやSUPの体験、木戸川渓谷でのイーバイクの体験企画を実施する。
- ・参加者を対象としたSNSキャンペーンを実施、SNS投稿を促し、檜葉町の魅力を体験した生の声をSNS上で発信してもらう。ターゲットをアウトドアに興味がある層と範囲を狭めることで小さなコミュニティでの口コミの連鎖を期待する。

<概要>

実施時期：令和4年3月～

開催頻度：月1～2回程度、基本的には週末

開催条件：オンラインの申請フォームより応募があり次第

（申請フォームは本交付金WEBページ内に整備予定）

料金：未定（今年度はモニター事業のため体験料金は無料）

内容：主に初心者向け。木戸ダム湖でのSUPやカヤック、木戸川渓谷でのイーバイク乗車の体験。

規模感：団体は想定しておらず、同時受入可能人数としては2人連れ×3組程度想定。

運営：町内まちづくり会社が運営を行う。

<備品費・借料について>

・いずれも2人連れ×3組=6人を想定

イーバイク6台（レンタル）

カヤック（1人用）8台（予備、スタッフ用2台含む）

カヤック（2人用）6台

SUP6台

ライフジャケット20個（カヤック1人用8台+カヤック2人用6台+SUP6台）

・トレーラーハウス（レンタル）

アウトドアアクティビティの機材の保管場所として使用。

普通自動車免許で牽引できる大きさのもの。アウトドアアクティビティ実施の際は木戸川渓谷へその都度牽引する。イベントがない通常時は町敷地内で保管する。

運営の現地事務所、トイレとしても活用する。

見積書記載のトレーラーハウス牽引は、レンタル元から檜葉町までの牽引費用。

<SNSキャンペーンについて>

アウトドアコンテンツに参加した人がSNS上に感想を投稿することで、その投稿を見た人が次に参加するきっかけとなるような情報の連鎖を期待するもの。

参加者のSNSへの投稿を促す策として、今年度のモニター事業であればその参加条件としてSNSへの感想の投稿を必須とし、令和4年度の本格稼働以降は参加料金を割引くなど特典を付けることを想定。

## ②プロモーション

実施期間：令和3年11月～

実施体制：委託業者

概算費用：8,797千円

ターゲット：関東圏、福島隣県に住むアウトドア好きの20～60代男女（※2）

・大手タレント事務所と連携し県外出身のタレントが檜葉町の観光スポットを巡りながら動画を作成。SNS等を活用しながら動画を配信することで、町の観光資源のプロモーションを行う。今回造成するアウトドアコンテンツへも参加し、体験している様子を動画にする。

・今回造成するアウトドアコンテンツや、町内にある既存のアウトドア施設を特集するアウトドアに特化したWEBページを制作する。またWEBページにはアウトドアアクティビティのオンライン予約機能を設ける。

・新たに整備するアウトドアコンテンツのPRとしてWEB上への広告掲載、チラシの制作や配布を行う。WEB広告は今回制作するWEBページへリンクする。またWEB広告はアウトドア愛好者、アウトドアに興味がある層へのターゲティング広告とする。

・アドベンチャーレースをドローンで撮影、動画編集を行い、今回制作するWEBページに掲載する等宣伝を行う。

・チラシは令和4年度から本格稼働するアドベンチャーレース、アウトドアアクティビティをつうじて檜葉町の魅力を伝えるために作成する。関東圏、福島隣県のアウトドアショップや道の駅に送付し置いてもらう。

## ●プロモーションの補足

・SNS広告費（ターゲティング広告）

広告内容：令和3年度造成するアウトドアコンテンツ（アウトドアアクティビティ、アドベンチャーレース）を宣伝する

単価は広告のクリック数によって変動があるため、一式で計上。

・チラシ制作

チラシの内容：令和3年度造成するアウトドアコンテンツ（アウトドアアクティビティ、アドベンチャーレース）を宣伝する

・チラシの配布

関東圏、福島隣県のアウトドアストアや道の駅へ送付し置いてもらう。

アウトドアストア：好日山荘、WILD-1、OSHMAN'S、モンベルショップ、L-Breath、ISI石井スポーツ、ゼビオ等

100店舗×100枚＝10,000枚

・ウェブページ制作

アウトドアコンテンツを特集する内容。

アウトドアアクティビティの申請フォームも整備する。

・タレント動画出演、制作

今年度はある程度名が知られているタレントに来てもらい、町のPR動画の作成を行う。

アウトドアコンテンツへも参加、体験してもらいその様子も撮影する。

作成してもらう動画の本数は4本想定。

動画編集作業はプロに委託する。

※1 出典：第六次 檜葉町町勢振興計画P37、P42

基本目標5「地域資源・人材が輝く、にぎわいのまち」

取組方針5-4「交流を生み出す観光の振興」

※2 出典：令和元年度福島県観光地実態調査報告書P19福島県観光客満足度調査（アンケート調査）より福島県を訪れた観光客を対象としたアンケートである。

アンケート回答者の年齢の世代別割合は40代が20.5%と最も高く、次いで50代（18.3%）、60代（18.0%）、30代（15.5%）、20代（8.7%）の順となっている。

アンケート回答者の住まいとしては、福島県を除くと東京都が13.0%と最も高く、次いで埼玉県（8.5%）、宮城県（8.4%）、千葉県（7.4%）、神奈川県（7.1%）、茨城県（7.0%）の順となっている。

以上を踏まえ、ターゲットの年齢を20～60代、住まいを関東圏、福島隣県（宮城県、茨城県：檜葉町へのアクセスが比較的容易である）と設定した。

【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】

- ①アウトドアコンテンツの制作  
アウトドアアクティビティ造成 1件  
アドベンチャーレース開催（モニター） 1回
- ②プロモーション  
タレント出演動画作成4本  
チラシ制作  
WEBページ制作

【アウトカム】

- ①アウトドアコンテンツの制作  
アドベンチャーレース（モニター）参加者20人へのアンケート実施  
檜葉町へのイメージが向上したとの回答7割以上
- ②プロモーション  
情報発信リーチ数 50,000人  
タレント出演動画再生数総計5000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

- ・檜葉町の安全に係る現状、檜葉町の自然が有する魅力等について、体感し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。
- ・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。
- ・檜葉町認知度の向上。

【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

- ・アウトドアコンテンツの本格始動
- ・海側のアウトドアコンテンツの造成（天神岬スポーツ公園、岩沢海水浴場）
- ・本年度造成したコンテンツについて、旅行代理店や旅行ウェブサイトへの掲載

【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>

【共通】

- ・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。

【アドベンチャーレース】

- ・開催にあたっては新型コロナの感染状況を見て判断する。
- ・東京からの参加者及びスタッフへPCR検査を実施する。
- ・東京からの貸切バスの運行にあたり、検温及び換気、また密にならないように座席は片席空ける。
- ・レース本番は日本スポーツ協会作成の感染拡大防止ガイドラインに基づき以下を実施する。

受付窓口にアクリル板、手指消毒剤の設置。

参加者同士が密にならないよう距離を置くよう注意を促す。

スタッフはマスクを着用する。

参加者は屋外前提で互いに距離を確保できる状態であればマスクの着用を義務付けない。

マスクの装着は任意とする。

※運動の強度によってはマスクの着用が人体に悪影響を及ぼす可能性があるため。