

(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

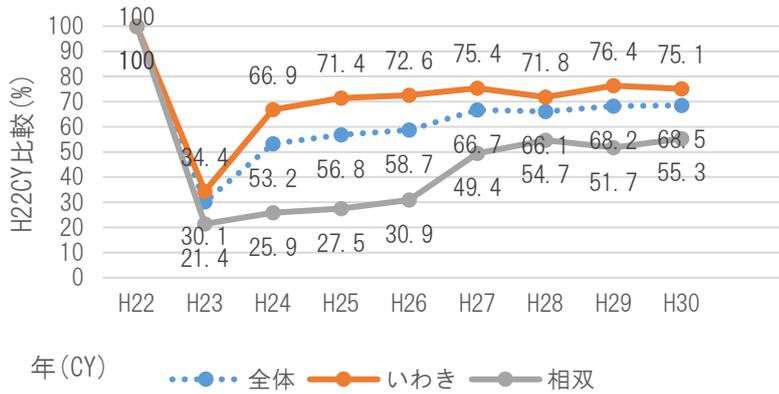
令和4年5月9日時点

※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		35,211千円
既配分類		16,674千円	当該年度交付対象事業費		18,537千円
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 18,537千円					
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施 12,487千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 6,050千円					
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】					
i 檜葉町の山と海、自然に触れ地域の魅力を感じ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。）の造成およびモニターツアーの実施					
アドベンチャーレース開催 1回					
アウトドアアクティビティ造成 2件以上					
アウトドアアクティビティ 利用者年間100名					
モニターツアー参加者の受入 60名					
ii 檜葉町とアウトドアコンテンツの魅力を発信するプロモーションの実施					
長期滞在型タレント起用による動画の制作出演動画作成4本以上					
県外へ向けたチラシ制作					
SNS広告の実施					
【アウトカム】					
i アウトドアコンテンツの造成					
アドベンチャーレース（モニター）参加者60人へのアンケート実施					
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30件					
ii 情報発信・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					

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) 木戸川渓谷、木戸ダム (海側) 天神岬スポーツ公園、岩沢海水浴場、井出川及び木戸川河口域
事業の実施期間	令和3年度～令和7年度
企画内容	
【実施体制】	
<p>①実地主体：檜葉町</p> <p>②連携団体及び役割分担</p> <p><檜葉町> アウトドアコンテンツを企画運営し、檜葉町の木戸川渓谷及び木戸ダム湖といった地域資源について、見て楽しむ自然から体験できるアウトドアコンテンツを形成し、それらを核として情報発信を実施する最適事業者を選定。ダム湖や河川・海岸・公園利用に関する各管理団体との調整と事業成果の検証を担う。</p> <p><観光協会> 自然体験コンテンツになりうる資源の活用方法やコンテンツの運営手法・体制を委託事業者と連携して検討。</p> <p><まちづくり会社：一般社団法人ならはみらい> 檜葉の自然を遊びやコンテンツに転換可能な町内人材と本事業の連携や、造成されたコンテンツの持続的運営体制構築の支援を担う。</p> <p><委託事業者> アウトドアコンテンツの造成・運用体制の構築・モニターツアーの実施・情報発信プロモーションの企画及び実施を担い、檜葉町の自然・観光資源の魅力を福島県外に広く発信。</p>	
【現状・課題】	
<p><現状></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・原子力災害に伴う除染、食品安全検査の取組による成果、檜葉町の自然が有する魅力等について、これまでの方法では十分に伝わっていない ・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 ・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 	

図1 観光客入込数の推移（浜通り）：震災前比較



※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、食品や環境の安全面に対する情報発信に留まっており、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、その方々からの情報発信により、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。
 ・ アウトドアコンテンツを造成しモニターツアーを企画する。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」ような、ポジティブな情報が連鎖することを目標とする。

① アウトドアコンテンツの造成と運用体制構築

R3年度より本格的にアウトドアコンテンツの造成に着手し、観光庁公認アドベンチャーレース専門家の指導のもと、木戸ダムでのSUP（スタンドアップパドルボート）、木戸川渓谷でのサイクリング等のコンテンツ開発を行ってきた。

R3年度に行ったモニターツアー参加者からの指摘として、

- ・ 類似の取組は全国に広がっており、それぞれのコンテンツ単体では来訪に至るまでの動機付けが難しい。
- ・ コンテンツの魅力に加え、安心安全で事故のない運営体制も来訪先選定の重要な要素である。

といった見解をいただいております、R4年度の取組として、専門家による安全管理指導の下

- ① アドベンチャーレースの企画
- ② アウトドアアクティビティの造成を行う。

①アドベンチャーレースの企画

R3年度整備したアウトドアコンテンツを中心に、複数のコンテンツを組み合わせ、レース形式での楽しみ方を構築することで、類似のアウトドアアクティビティとの差別化を図り、来訪意欲を高める。

事業費：1,100千円

実施内容：レースプログラムの作成及び実地による検証

②アウトドアアクティビティの造成およびモニターツアーの実施

選択肢を増やすことにより集客ターゲットを拡大するため、新たなアクティビティのメニューを造成し、モニターツアーにより実証する。なお、その際には、専門家による安全管理指導を徹底する。

事業費：8,602千円

実施内容：参加者旅費・受入対応（計6回開催）・アクティビティ用備品の調達・保険代・コロナ感染対策備品・アンケートの実施と分析・専門家による安全管理指導

<備品内訳>

カヤック・パドルセット×10

バドリングジャケット・パンツ×各10

ii 情報発信・プロモーションの実施

全6回の長期間モニターツアーを実施することで、四季折々の自然の中で楽しめるシーンをプロモーション素材として収集する。

モニターツアーに長期滞在可能なタレントを参加させ、モニターツアー参加者と共に楽しむシーンをドローン等を活用しながら魅力的な映像・画像素材として発信していく。

また、檜葉町はR3年度にアウトドア総合メーカーのモンベル社と包括連携協定を締結しており、同社と連携し地域資源の磨き上げやアウトドアの魅力発信を実施する予定である。

本事業ではこうした檜葉町の展望に合わせ、モンベル社が持つアウトドアファン層への訴求を意識したターゲット広告等を活用し、事業の相乗効果を図る。

同様に、檜葉町の復興に過去様々な支援や関与をいただいている「檜葉応援団」をはじめとする既存関係人口にも積極的な発信を行い、再来訪の機会づくりにつなげる。

事業費：5,500千円

実施内容：動画撮影・タレント起用・チラシ作成・SNS広告

【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運用体制構築

アドベンチャーレース開催 1回

アウトドアガイドの育成 3人以上

アウトドアコンテンツの開催 6回以上

②プロモーション

WEBページ制作

パンフレット制作

動画制作

【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参加者数60名以上

②プロモーション

情報発信リーチ数 50,000人

【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、自然及び町民との触れ合いから深い理解を促し、風評に対する正しい理解を促進する。
- ・ 来訪者との絆づくりを目指し関係人口化することで、来訪者からの口コミ等による再発信を促し、より幅広い方々への情報発信を狙う。

【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

- ・ 魅力及び安全性を担保したアウトドアコンテンツ商材として、旅行会社やモンベル社と連携した販路形成を行う。
- ・ アドベンチャーレースの継続開催を行い、檜葉町のフラグシップコンテンツとして育成する。

【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。
- ・ 参加者情報の収集に努め、クラスター発生時の即時連絡体制を構築する。

【モニターツアー】

- ・ 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。
- ・ 町外からの参加者及びスタッフへPCR検査を実施する。
- ・ 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。

(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4年5月9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	プロスポーツチームを活用した檜葉の魅力発信事業	事業番号	A-2
事業実施主体		檜葉町	総交付対象事業費		11,000千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		11,000千円
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	11,000千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					2,970千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					8,030千円
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】					
【檜葉町の魅力発信】					
J3プロサッカークラブである「いわきFC」と連携し、選手が出演した動画や広報物の制作を行い、いわきFCの公式SNSや公式YouTube、WEB、メディア等によりサッカーファン層やスポーツ愛好家へ檜葉町の魅力や情報を発信する。					
・ SNS発信					
・ YouTube配信					
・ ホームゲームでの電子看板広告					
【アウェー開催の試合でのブース出店】					
全国各地で開催されるいわきFCアウェー戦にブースを出店し檜葉町の特産品や広報物を配布し食の安全・地域の魅力等のPRをする。					
・ アウェーブース出店 10回(令和4年度)					
7月10日 FC岐阜(岐阜メモリアルセンター長良川競技場)					
7月30日 カターレ富山(富山県総合運動公園陸上競技場)					
8月13日 ヴァンラーレ八戸(プライフーズスタジアム)					
8月27日 藤枝MTFC(藤枝総合運動公園サッカー場)					
9月11日 ギラヴァンツ北九州(ミクニワールドスタジアム北九州)					
9月18日 FC今治(ありがとうサービス夢スタジアム)					
10月9日 ガイナーレ鳥取(チュウブYAJINスタジアム)					
10月16日 アスルクラロ沼津(愛鷹広域公園多目的競技場)					
10月30日 テゲバジャーロ宮崎(ユニリースタジアム新富)					
11月13日 相模原SC(相模原ギオンスタジアム)					

【アウトカム】

【檜葉町の魅力発信】

情報発信リーチ数

Youtube: 選手出演動画再生回数5,000回/1動画

Twitter: 50,000人/1投稿

広報物配布: 5,000部

サイネージ看板

当日観客20,000人 (2,000人/1試合×10回)

Live配信再生回数150,000回 (15,000回/1試合×10回)

【アウェー開催の試合でのブース出店】

ブース来場者数5000人 (500人×10回)

事業概要

事業実施主体	檜葉町
主な企画内容	いわきFCを活用した檜葉町の魅力発信
主な事業の実施場所	いわきFCアウェー戦実施地
事業の実施期間	令和4年7月～令和5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

(1) 檜葉町

J3プロサッカークラブである「いわきFC」へ業務委託を実施する。

※檜葉町はプロサッカークラブ「いわきFC」のホームタウンであり、以前からJヴィレッジスタジアムでの試合開催等の際は自治体として協力を行っていた。

(2) いわきFC

いわきFCアウェー戦実施地での檜葉町ブースの設置運営や、PR動画及び広報物の作成を行い、檜葉町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、安全で安心に過ごせる町となっている。
- ・檜葉町には、Jヴィレッジ、天神岬スポーツ公園、スカイアリーナ等の観光資源があるが、それらの魅力を効果的に情報発信出来ておらず、檜葉町に足を運んでもらうことができていない。

<課題>

- ・ターゲットを絞り、興味を引く形で檜葉町産品や観光スポットについて情報発信し、風評払拭を図るなどの必要性がある。
- ・全国でより多くの人に檜葉町を認知してもらう必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・来てもらうための体験型コンテンツの整備。
- ・タレントを使用した檜葉町のプロモーション動画の作成。

【事業実施により得られる効果】

【檜葉町の魅力発信】

- ・いわきFCのSNSフォロワー (述べ7万人) へ直接的に情報発信。
- ・選手自らが体験・発信することで説得力を持った風評被害の払拭につなげていく。

【アウェーブース出店】

- ・全国各地へ直接出向き、檜葉町の特産品や広報物を観戦客に配ることで震災や原発事故の風評被害払拭や魅力を直接PR。
- ・全国のスポーツファンに対する檜葉町の認知度の向上。

【今年度事業における具体的な取組内容】

① 檜葉町の魅力発信

・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」「来てもらう」に重点を置いた内容。
檜葉町をホームタウンにするいわきFCの選手が直接檜葉町で体験したものを広報物として制作し、いわきFCの公式SNSや公式YouTubeで発信することや試合会場で広報物を配ることによって「知ってもらい」、ゆくゆくは興味を持ってもらった人にいわきFCのホームゲーム時に檜葉町に「来てもらう」につなげていくことを目的とする。

以下の取組を実施する。

(1) 檜葉町×いわきFC PR動画 (2) 檜葉町×いわきFC広報物 (3) 試合会場サイネージ掲出

実施期間：R4.7月～R5.3月

実施体制：いわきFC

概算費用：803万円

(1) 檜葉町×いわきFC PR動画

檜葉町の自然が有する魅力(特産品、観光地、地域行事等)をいわきFC選手が実際に体験し、それを動画制作し安全性、魅力等をいわきFCの公式SNS、公式YouTube等で発信し風評払拭につなげ、魅力を伝える。

・撮影時期 7月～8月

いわきFC選手が檜葉町を訪れ檜葉町の魅力を体験している様子を撮影。

・制作時期 9月

撮影した映像を編集しPR動画を完成させる。

・発信時期 10月～

完成したものをいわきFC公式SNS、公式YouTubeチャンネル、にて配信するほか、アウェーブースでも動画を活用する。

(2) 檜葉町×いわきFC 広報物

檜葉町の魅力を選手が直接PRしているものを広報物として制作し、ホームゲーム・アウェーゲームどちらでも配布し試合に来場してもらった観客に檜葉町の魅力を伝える。

・撮影時期 7月～

上記PR動画撮影と同時に広報物用を作成する。

・配布開始時期 8月下旬

8月中旬までを制作期間とし、8月下旬配布開始を目指し完成したものの順次配布していく。

(3) 試合会場サイネージ看板掲出

いわきFCのホームゲームで試合会場に掲出されるサイネージ看板にて檜葉町の魅力を掲出し来場した観客、動画配信サービス(DAZN)の視聴者に檜葉町のPRを行う。

・配信開始 7月2日 テゲバジャーロ宮崎戦以降10試合

7月2日テゲバジャーロ宮崎戦からサイネージ看板掲出をする。

②アウェー開催試合でのブース出店

全国各地で試合をするいわきFCとのアウェーゲームを利用し、檜葉町のPRブースを出店する。ブース内で檜葉町の特産品を振舞いや、モニターを設置し檜葉町のPR動画及び上記の①で制作した動画の放映、①で制作した広報物を配布することによって、観戦に訪れた全国の人々に直接檜葉町の安全性・魅力をPRすることができる。

実施期間：R4.7～

実施体制：いわきFC

概算費用：297万円

実施内容詳細：
・檜葉町の特産（さつまいも・お酒・ゆず・すいとん等）の振舞及び配布
・広報物の配布（パンフレット・チラシ）
・モニターを設置しPR動画の放映

【アウェーゲーム 日程】

7月10日 FC岐阜(岐阜メモリアルセンター長良川競技場)
7月30日 カターレ富山(富山県総合運動公園陸上競技場)
8月13日 ヴァンラーレ八戸(プライフーズスタジアム)
8月27日 藤枝MTFC(藤枝総合運動公園サッカー場)
9月11日 ギラヴァンツ北九州(ミクニワールドスタジアム北九州)
9月18日 FC今治(ありがとうサービス夢スタジアム)
10月9日 ガイナーレ鳥取(チュウブYAJINスタジアム)
10月16日 アスルクラロ沼津(愛鷹広域公園多目的競技場)
10月30日 テゲバジャーロ宮崎(ユニリースタジアム新富)
11月13日 相模原SC(相模原ギオンスタジアム)

【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>

（共通）

- ・ 還気こまめな消毒を実施。
 - ・ 関係者の体調管理の徹底。
- （いわきFCアウェー戦でのブース出店）
- ・ スタッフ関係者の体調管理
 - ・ ブース窓口にアクリル板の設置。
 - ・ ブース内消毒液の設置

(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4年5月9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	国際会議の機会を活用した「Jヴィレッジのある町檜葉&広野」魅力発信事業	事業番号	A-3
事業実施主体		檜葉町	総交付対象事業費		6,495千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		6,495千円
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	6,495千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					6,495千円
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】					
①「Jヴィレッジのある町檜葉&広野」をテーマとした檜葉町の魅力についての動画等の制作 動画(5分程度)の制作 ASEAN諸国向け3カ国語対応 2本程度(檜葉町単独と広野町共同) レセプション会場等で掲示するパネル(英語)の制作 10台(檜葉町分)					
②国際会議である「第4回日ASEANスマートシティネットワーク ハイレベル会合(以下、「会合」という。)の一部が「Jヴィレッジ」で開催される機会を活用した効果的信息発信 i) 会議出席者の「Jヴィレッジ」における宿泊体験や交流ランチ等 ii) 語り部等による「Jヴィレッジのある町檜葉&広野」の紹介等 iii) Jリーグ等と連携した情報発信 iv) 同行記者らによる各国メディアへの情報発信					
【アウトカム】					
①動画等 出席者(100名)へのアンケート実施 檜葉町の「Jヴィレッジのある町」としての認知率100%					
②国際会議開催の機会を捉えた効果的信息発信 出席者(100名)へのアンケート実施 檜葉町へのポジティブな印象の認知率9割以上					

事業概要	
事業実施主体	檜葉町
主な企画内容	動画配信。海外における風評払拭をねらい、「Jヴィレッジ」で開催される国際会議における檜葉町の魅力発信。
主な事業の実施場所	Jヴィレッジ
事業の実施期間	令和4年7月～令和5年3月
企画内容	
【実施体制】	
①実施主体：檜葉町	
②連携団体及び役割分担 福島県及び関係市町等が連携して、以下のとおり役割分担。 i) 檜葉町：動画等情報発信、町内宿泊体験対応等。 ii) 広野町：動画等情報発信、町内宿泊体験対応等。 iii) 福島県：ASEANから訪日した参加者の福島での視察対応、動画等情報発信等 iv) 会津若松市：動画等情報発信。宿泊体験対応。市内観光支援。市内移動対応等 v) Jヴィレッジ：国際会議の会場として、国内外への情報発信拠点等	
【現状・課題】	
<現状> ・檜葉町は放射線量の測定や食品検査を通じて、安全・安心に過ごせる町である。 ・東日本大震災による原子力災害の影響により全町避難指示を行った関係で居住者数は落ち込んだが、徐々に回復し、現在は移住者や関係人口の増加を図っている。 ・一方で、インバウンド客も含め、観光客入込客数はいまだ大きく伸びているとは言えない。 ・「浜通りを牽引する農業モデルの形成」を掲げ、水稻栽培の回復を進めつつ、大学芋や芋けんぴといった菓子の材料となるサツマイモの一大生産地を目指す特色のある農業を展開している。 ・広野町との町境に位置する「Jヴィレッジ」は、「復興五輪」をうたった東京オリンピック2020において、聖火リレーの出発点となるなど、国内では高い知名度を誇る。	
<課題> ・いまだ風評被害は残っており、幅広く、多くの人に、町に「来てもらう」ことが重要である。 ・海外からの訪問者、特に影響力のある人に数多く「来てもらい」、町を「見てもらう」とともに、町内の生産物等を「食べてもらい」、発信してもらうことが、海外での風評払拭に有効であるが、手段が限られる。 ・コロナ禍により、東京五輪の聖火リレーも縮小されたため、海外への発信も想定より限定的となってしまった。継続的かつよりインパクトのある海外への発信が必要である。	
【現状の課題に対するこれまでの取組】	
・町の復興のために、商業施設や住宅、交流施設（CANvas）が集まった、コンパクトタウン「笑みふるタウンならは」を新たに建設。 ・国内でスイートポテト等菓子の製造販売で知られる白ハトグループを誘致し、町内で42haを超える大規模サツマイモ生産を行うとともに、大規模甘藷貯蔵施設を町で建設するなど、国内有数のサツマイモ生産地を目指す取組を進めている。 ・福島しろはとファームは、農業機械の自動化実験にも取り組むなどICT化にも取り組んでいる。 ・町内の檜葉南工業団地には、電気自動車（EV）の車載用電池材料となる水酸化リチウムの製造工場が進出。	

【事業実施により得られる効果】

- ・Jヴィレッジで開催される国際会議に出席するために訪問されたASEANの各国、各都道府県代表者に、Jヴィレッジ、さらに檜葉町を直接「見てもらい」、発信することができることから、海外における檜葉町の認知度が上がり、その現状が理解されることから風評払拭につながる。
- ・さらに、同行する海外メディアにより、ASEAN諸国において、より情報受信者の多い現地マスメディアによる情報発信が期待できる。
- ・また、レセプションにおいて浜通りの食品を「食べてもらう」ことができることから、その姿が発信されることは、海外のみならず国内における風評払拭にも大きなインパクトとなる。
- ・加えて、会合の実施時期はFIFAワールドカップカタール大会の期間中であり、東南アジアにおいてはJリーグの人気の高いことから、Jリーグと連携した情報発信ができれば、その相乗効果により、より幅広い東南アジアの人に情報発信できることになる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

- ・国際会議との連携による情報発信により、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」のすべてに取り組む。
- ・まず、Jリーグ人気の高いASEAN諸国からの会議参加者（各国・各都道府県関係者）を町内のJヴィレッジに体験宿泊（昼食含む）させ、Jヴィレッジの存在について、これら体験宿泊者を契機として情報発信する。
- ・また、開催される会議の一部は「ビジネスマッチング」であることから、JASCA（日ASEANスマートシティ・ネットワーク官民協議会）の会員企業であるスマートシティ開発に関する国内企業が、数多く出張でJヴィレッジを訪れることとなり、ビジネス会議等の拠点としてのJヴィレッジの国内PR、さらにはこれら国内企業からの発信により、国内の風評払拭につなげる。
- ・会議等で使用する「Jヴィレッジのある町檜葉&広野」等の動画をASEAN向けに多国語で作成し、併せて作成する英語等のパネル等も活用して、ASEAN諸国からの会議参加者等に情報発信する。また、これら動画については、町webサイト等を活用して東南アジア等へ発信する。
- ・滞在期間を通じて、サツマイモ等町の農産物を含む浜通り産の食品も「食べてもらう」ことで、さらなる風評払拭のための情報発信を図る。
- ・上記に加えて、東京電力福島第一原子力発電所、東日本大震災・原子力災害伝承館、東京電力廃炉資料館、請戸小学校、檜葉町コンパクトタウン等の視察を実施。
- ・同行する海外メディアにより、これらの取組を発信してもらい、ASEAN各国で幅広く情報発信してもらう。
- ・結果として、Jヴィレッジ及び「Jヴィレッジのある町檜葉&広野」の魅力的な側面が、効果的にASEAN各国で発信され、海外における風評が払拭されて将来のインバウンド需要や農林水産物の輸出につながる。さらに、参加する国内企業や国内での報道により、国内での風評払拭にもつながる可能性がある。

①「Jヴィレッジのある町」魅力等情報発信（動画等作成・発信企画及び発信）

実施期間：R4. 7月～R5. 3月

実施体制：委託事業

ターゲット：ASEAN各国のJリーグ等に興味を持つ者及び一般国民

成果品：動画（5分）2本（広野町との共同版及び檜葉町単独版）3カ国語対応

なお、必要に応じて、ショート版の作成も含む。

レセプション等で使用する町紹介等のパネル（日本語・英語）

②「会合」のJヴィレッジ開催の機会を捉えた情報発信

実施期間：主にR4. 12. 5～7（R4. 7月～12月）

実施体制：委託事業者

- ・ASEAN諸国への魅力発信を目的としたリクリエーション施設宿泊体験事業（1泊+α）
- ・国際交流ランチ等事業（町特産物提供を含む。）
- ・「Jヴィレッジのある町」魅力等情報発信事業（会議会場ブースでの動画発信を含む会合おもてなし）
（例：町内太鼓サークルによる実演）
- ・Jリーグ等と連携した情報発信事業

【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する。