

(様式 1-5)

埴町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 1 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	「はなわ」の魅力・情報発信事業		事業番号	A-2
事業実施主体		埴町	総交付対象事業費		36,170 千円	
既配分額		29,170 千円	当該年度交付対象事業費		7,000 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						
①情報発信事業						
					小計	7,000 千円
i) 風評動向調査						千円
ii) 体験等企画実施						7,000 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成						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 年における埴町観光入込客数 46 万人 (令和元年 345,494 人の 133.14%) (観光客入込客数 平成 20 年 450,647 人、平成 21 年 509,148 人、平成 22 年 527,855 人) ※出典: 福島県観光客入込状況 (県 HP) 令和 7 年における外販及びネット販売による農産物の売上額 8,000 千円 (令和 4 年度 6,646,000 円の 120.37%) ※出典: 埴町ふるさと産業おこし連絡協議会資料						
事業概要						
事業実施主体		埴町				
主な企画内容		首都圏での農産物等の販売会等の開催、体験ツアーの開催、都内特設会場における情報発信				
主な事業の実施場所		練馬区、葛飾区、江戸川区、江東区など				
事業の実施期間		R5 年度～R7 年度				
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
・ 埴町は農業が基幹産業であり、道の駅はなわの売上げの約 2/3 が農産物販売を占めているなど町民の重要な収入源である。 しかしながら、震災を契機に道の駅はなわの売上げや埴町への観光入込客数はともに大きく減少、その後、徐々に持ち直して来てはいるものの、どちらも震災前の数字までには回復していない。 (参考) 道の駅はなわ売上金額 H22 年度 380,553 千円、H23 年度 315,218 千円、R4 年度 347,375 千円 埴町観光入込客数 H22 年 527,855 人、H23 年 413,803 人、R02 年 277,890 人、R03 年 272,540 人						
・ このような中、令和 5 年度より開始された ALPS 処理水の海洋放出に関して更なる理解を深めるための情報発信の継続が必要である。						
<課題>						
・ 上記の現状を打開するためには、実際に埴町をはじめとする福島県の各地に来てもらい、知ってもらい、現地の物を食べてもらうことで、埴町や福島県の現状を正しく理解していただくことが重要である。						

- ・特に、R05 年の夏より実施されている ALPS 処理水の海洋放出について、ALPS 処理水に関する正しい理解を図るとともに、より効果的に埴町の情報発信を行っていく必要がある。
- ・このため、埴町としては、都市部を中心に埴町の花であるダリアや農産物等を積極的に売り込み、都市部在住の方とも協働した情報発信を展開することで、埴町や福島県のことを多くの方に知っていただき、埴町や福島県への観光誘客の増加を図る。

【課題に対するこれまでの取組と成果等】

<課題に対するこれまでの取組>

【令和 5 年度】

- イベント開催・出展等
各区においてイベント開催、出展等を実施した。
練馬区 1 回・葛飾区 7 回・江戸川区 2 回・江東区 1 回 計 11 回
- 体験ツアーの実施
江戸川区松江地区連合町会 43 名
ホテル権会 6 名
練馬区光が丘ボランティアの会 20 名
練馬区光連協 18 名
練馬区光が丘お月見の会 16 名
計 5 団体 103 名
- 都内特設コーナーにおける情報発信
葛飾区新小岩駅ビル内「駅にこわ」において特設コーナーを実施。ALPS 放流水に関する啓発や観光案内等を実施した。
- ポータルサイト運営
ポータルサイトを作成。町内各団体の販売サイトを集約化。

【令和 6 年度】

- イベント開催・出展等
各区においてイベント開催、出展等を実施した。
練馬区 1 回・葛飾区 27 回・江戸川区 6 回・中央区 1 回 計 35 回
- 体験ツアーの実施
一般公募参加者 20 名 水戸タウン誌・HP による公募
東京埴会 32 名
新小岩北口地域を話しあう会 18 名
計 70 名
- 都内特設コーナーにおける情報発信
葛飾区新小岩駅ビル 6 階「えきにこわ」で 11/11 から 12/12 までの期間で展示パネル等を展示した特設コーナーで、ALPS 放流水に関する啓発や観光案内等を実施した。
- ポータルサイト運営
ポータルサイトを作成。町内各団体の販売サイトを集約化。拡充を行った。

<これまでの取組における成果>

【令和 5 年度】

- イベント開催・出展等
東京都練馬区、葛飾区、江戸川区、江東区で計 11 回、イベントを開催したところ、ブースに計約 5,700 人が訪れ、町の魅力発信に効果的であった。
- 体験ツアーの実施
放射性物質検査場を見学し ALPS 処理水の説明を受け、農業体験や農畜産物試食したりしたことで、「放射性物質や検査工程を理解することができた」「福島県の食材は安全だと感じられた」との回答があった。一定の理解がある成果があり、理解を深める成果があった。
- 都内特設コーナーにおける情報発信
パネル展示等を通して、来場者の理解が進んだと思われる。
- ポータルサイト運営
ポータルサイトを集約化したことで、整理した情報を発信できた。

【令和 6 年度】

○イベント開催・出展等

東京都練馬区、葛飾区、江戸川区、中央区で計 35 回、イベントを開催した。
前年度より大幅に回数を増やし、約 16,900 人の来場者に魅力を発信することができた。

○体験ツアーの実施

タウン誌や旅行者手配の募集を行うことで広く参加者を集めることができた。放射性物質検査場を見学し ALPS 処理水の説明をし、ダリア染め体験、道の駅はなわ、ふるさとカフェ矢塚分校などで農業体験や農畜産物試食したりしたことで、「放射性物質や検査工程を理解することができた」「福島県の食材は安全だと感じられた」との回答があった。一定の理解がある成果があり、理解を深める成果があった。

○都内特設コーナーにおける情報発信

多くの見学者が来場し、QR コード添付したペットボトル米を配布し、安全安心のお米 PR、アンケート約 280 件を回収した。また、期間中の 11/14 には、近隣のにこわ新小岩で「新米フェア」イベントを行い、炊立て新米を配布し食の安全と ALPS 放流水に関する啓発や情報発信ができた。

○ポータルサイト運営

新たなポータルサイトを作成し、販売力を増すことができた。

<目標達成状況>

現時点での目標達成状況

- ・観光入込客数 R5 年実績 303,237 人
- ・農産物の売上額 R6 年度概算 7,679,070 円

【今年度事業における具体的な取組内容】

以下 3 事業を実施する。

○イベント開催・出展等

実施期間：令和 7 年 4 月～令和 8 年 3 月
実施体制：埴町ふるさと産業おこし連絡協議会へ業務委託
実施場所：東京都葛飾区、江戸川区、練馬区など
概算費用：4,500 千円
実施内容：以下のとおり

葛飾区や江戸川区などの下記 4 区の友好交流都市を中心にダリアや野菜等の展示・PR 配布・販売会等を開催し、さらに交流を深めていく。また、他公共関係団体が主催する出展イベントが行うイベント等にも参加していくようにし、町の魅力を発信 PR する場を拡大していく。葛飾区新小岩の青空市や駅ビル、練馬区の照姫まつり、江戸川区の区民まつり、江東区潮見のホテル権会東白川マルシェなどの各種イベントに出展し、風評払拭や観光の PR をしながら埴町産のダリアや農産物等の販路拡大・更なる認知力向上を目指す。

令和 7 年度も物販のみのイベントに留まらず、ペットボトル米の配布等（計 300 本 各 10 本×30 箇所）を行い、アンケートを行い ALPS 処理水の理解度を深めていく。併せて、経済産業省作成のチラシを配布することで連携して啓発 PR を実施し、ALPS 処理水に関する正しい情報を発信していく。

・葛飾区 新小岩駅前・東京聖栄大学敷地内ほか

埴町産農産物等を使用した加工品の開発契約を締結している東京聖栄大学との連携の下、埴町と当該大学の学生が協力して地元密着型の青空市の運営を令和 5 年度から開始し、令和 6 年度も上半期に月 2 回（土曜日）、下半期に月 1 回（土曜日）の定期開催を実施する。また、新小岩駅前広場でイベントの開催を行う。

・江戸川区 区内イベント会場

令和 5 年 12 月に防災協定を締結し、交流を深めてきた。令和 6 年度イベント出展回数は、令和 5 年度の 2 回よりも多い 6 回出展し、令和 7 年度も同程度の出展を予定し関係性を深めていく。

・江東区 ホテル権会内ロビー

ホテル権会と連携したホテル内の常設販売コーナーを設置し常設販売を目指す。

○体験ツアー

実施期間：令和7年4月～令和8年3月
実施体制：埴町観光協会へ業務委託
実施回数：3回×20名
募集方法：公募
概算費用：2,000千円
実施内容：以下のとおり

都市部を中心に参加者を募り、体験ツアーを開催する。実際に埴町に来てもらい、放射線測定所の見学や地元農家での収穫体験、地元産品の試食等を通して、福島県の現状を正しく理解してもらう。また、ツアー実施の様子をポータルサイトや埴町観光協会のSNS等に掲載する。

令和5年度は、5団体103名に対して実施。令和6年度は、一般公募で20名、2団体50名の参加があった。

令和7年度は、タウン誌や旅行者手配等での一般公募を行うほか、葛飾区の青空市に協力いただいている東京聖栄大学やダリアの華展で協力いただいた埼玉女子短期大学などに声をかけ、情報発信力のある若い世代に理解を深めていただき、理解を深めてもらいSNS発信してもらうきっかけとしたい。

※ツアーは1泊2日を想定。放射線測定所の見学、地元農家訪問及び収穫体験、ダリアの摘み取り体験、福島県産食材を用いた料理等の試食を予定。宿泊先候補は町有施設である「湯遊ランドはなわ」。

○都内特設コーナーにおける情報発信

実施期間：令和7年9月～令和7年11月
実施体制：埴町ふるさと産業おこし連絡協議会へ業務委託
実施場所：東京都江戸川区
概算費用：500千円
実施内容：以下のとおり

令和5年度は都内特設コーナーにてALPS放流水に関する啓発PRコーナーを設け、各種PR資料等を用いて来訪者に正しい知識を啓蒙した。併せて埴町の観光情報や移住定住等の情報発信を行った。令和6年度は、葛飾区えきにこわ、にこわ新小岩で情報発信を行った。

令和7年度は、隣接区で防災協定を締結して日が浅い江戸川区に特設コーナーを設置する。新小岩で活用した展示パネル等を継続利用し、ALPS放流水に関する啓発やPRを行い、ALPS放流水とはどういうものなのかをより理解できる展示を目指す。特設コーナーへの集客のために、ペットボトル米の配布や野菜の試食なども行う。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

販売会等開催回数 30回
体験ツアー 3回
ツアー参加者 合計60名以上
都内特設コーナーにおける情報発信 1箇所 期間1箇月以上

<アウトカム>

販売会等来場者 合計10,000人以上
体験ツアーアンケート 肯定的好印象80%以上
都内特設コーナーにおける情報発信 来場者500人以上

【今年度、事業の実施により得られる効果】

○イベント開催・出展等
○体験ツアー

○都内特設コーナーにおける情報発信

- ・ALPS処理水をはじめとした福島県の現状を正しく理解していただくことで、原子力災害による風評の払拭を図ることができる。
- ・販売会やイベント出展を重ねることで、埴町についてより深く理解し価値を感じてもらえるきっかけを作り、埴町への観光誘客の増加につなげていくことが期待できる。
- ・都市部での販売会やイベント出展を重ねることによるPRのさらなる強化。観光誘客の拡大。
- ・ALPS処理水をはじめとした福島県の現状の啓発活動の継続。