

(様式1-5)

相馬市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年7月29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.	4	事業名	「見て食べて知ってふくしまフェスティバル2022 at 名古屋」への出展		事業番号	A - 3
事業実施主体	相馬市		総交付対象事業費		504千円	
既配分額	千円		当該年度交付対象事業費		504千円	
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						
i) 風評動向調査					小計	504千円
ii) 体験等企画実施						504千円
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						
i) 企画立案のための外部人材の活用					小計	千円
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「見て食べて知ってふくしまフェスティバル2022 at名古屋」への出展						
・ 浜焼きの販売						
・ 相馬市特産品（「相馬ブランド」認定商品）販売						
・ 相馬市の魅力PR						
・ 市内で開催するイベントの宣伝						
【アウトカム】						
・ 相馬市への関心度 7割以上						
事業概要						
事業実施主体	相馬市					
主な企画内容	「見て食べて知ってふくしまフェスティバル2022 at名古屋」への出展					
主な事業の実施場所	久屋大通りパーク（名古屋市）					
事業の実施期間	令和4年度					
企画内容						
【実施体制】						
①実施主体：相馬市						
②連携団体及び役割分担						
(1) 相馬市：企画、PR、「相馬ブランド」認定商品の販売						
(2) 松川浦ガイドの会：浜焼きの販売						
(3) 相馬市観光協会：「相馬ブランド」認定商品の仕入れ						

## 【現状・課題】

### <現状>

風評の払拭については、これまでの取組に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。

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15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約6割で、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」と知っているという回答した人の割合は約2割となっている。

このように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。

### <課題>

上記のような現状の中で、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。

また、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。

そして、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地道に継続的に行うことで消費者理解の増進を図っていく必要がある。

さらに、消費者の手に取ってもらうためには、正しい情報発信に加えて、相馬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】

- ・放射線ガイドブックや放射線に関するQ&Aを市ホームページ等で公表。
- ・市内で栽培された農産物の放射性物質モニタリング測定結果を市ホームページ等で公表。
- ・松川浦にある旅館の若旦那たちでつくる「松川浦ガイドの会」が、釣りや伝統漁法の体験、魚介類の浜焼き等の体験コンテンツを企画・実施。

## 【事業実施により得られる効果】

- ・浜通りの現状、相馬市という地域を認知してもらうとともに、相馬市の海産物やその他特産品のおいしさや魅力を知ってもらう。
- ・市内で開催するイベント（福島再生加速化交付金（地域魅力向上・発信支援事業）活用した事業等）のPRをし、来訪のきっかけをつくる。

## 【今年度事業における具体的な取組内容】

「見て 食べて 知って ふくしまフェスティバル2022 at名古屋」への出展

前記の課題を解決するため、中京圏における消費の中心である名古屋市で実施されるイベントに出展する。

実施期間：R4年11月23日

実施体制：相馬市、相馬市観光協会、松川浦ガイドの会

概算費用：50.4万円

- ・浜焼きの販売及び相馬市産の食材や技術を活かした加工食品である「相馬ブランド」認定商品の販売  
中京圏の消費者に対して、松川浦名物の浜焼き（魚介類の串焼き）の販売を行い、相馬市産品の安全性、美味しさなどを伝え、その魅力等を知ってもらう。  
また、ECサイトにおいても取り扱いのある「相馬ブランド」認定商品等の販売を実施して中京圏における販売量の拡大を図る。
- ・復興の現状に関する情報発信  
中京圏の消費者に対して、相馬市の今を知ってもらうためにパンフレット、チラシ等を配布する。  
※パンフレット、チラシ等は既存のものを使用する
- ・A-1事業やA-2事業等のPR  
福島再生加速化交付金（地域魅力向上・発信支援事業）第3回及び第4回配分で採択された事業（「リアル宝探しイベント」及び「道の駅そうまにおける食と観光魅力発信事業」）についての宣伝を行う。

#### 【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・相馬市・名古屋市が発出する通知やガイドラインに則った形で事業を実施。

##### <具体的な対策>

- ・スタッフのマスク着用
- ・マスク着用や手洗いなどの感染症対策の呼びかけ
- ・参加者、関係スタッフを含めた体調管理の徹底