

(様式 1-5)

自治体名 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 5 年 1 月 13 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	相馬市周遊コンテンツによる情報発信と風評払拭事業	事業番号	A-1
事業実施主体	相馬市	総交付対象事業費			28,246 千円
既配分額		15,477 千円	当該年度交付対象事業費		12,769 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 12,769 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 12,769 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					
【アウトプット】					
相馬市内を周遊する体験型コンテンツ「リアル宝探しイベント」開催 プロモーション					
・ 県外の自治体や小学校、市内外の観光イベント参加者へチラシ等配布：15,000 部/年					
・ SNS 等による情報発信：10 回/年					
・ WEB 広告や公共交通機関への広告掲載：イベント開催期間中					
・ 新聞、地域情報誌への広告掲載：5 回/年					
【アウトカム】					
・ 事業終了年度における主な観光地への入込客数：150 万人（震災前の 80%程度まで増やす）					
事業概要					
事業実施主体	相馬市				
主な企画内容	相馬市内の観光名所等を巡る体験型コンテンツを軸とした情報発信による風評払拭				
主な事業の実施場所	市街地、道の駅そうま、相馬市千客万来館				
事業の実施期間	令和 4 年度～令和 7 年度				
企画内容					
【実施体制】					
①実地主体：相馬市					
②連携団体及び役割分担					
(1) 相馬市					
・ 体験型コンテンツ「リアル宝探しイベント」を企画運営及び情報発信する事業者を選定					
・ 事業者とともにイベント内容等を検討し決定					
・ イベントのプロモーションを実施					
・ イベント開催時には、参加者の窓口として市の魅力を積極的に発信					
(2) 相馬市観光協会					
・ 観光資源の活用方法等について、市および委託事業者と検討					

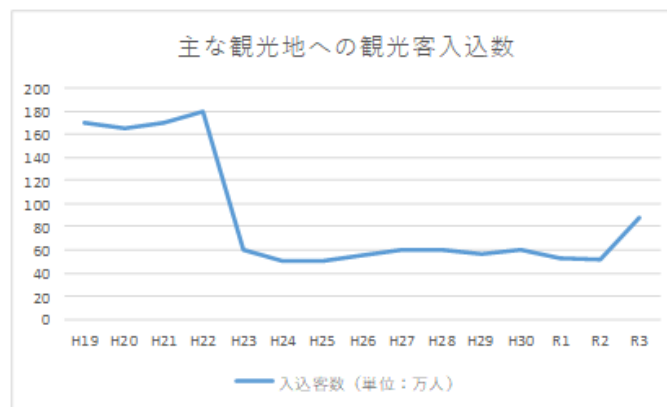
- ・市と協力してプロモーションを実施
- (3) 委託事業者
 - ・イベントを企画運営し、市の地域資源の魅力を福島県外に発信
 - ・イベントのプロモーションを実施
- (4) 商店等
 - ・イベントの協力（ヒントの掲示、イベントとタイアップしたサービス提供、クーポン券発行等）

【現状・課題】

<現状>

東日本大震災以前の相馬市は、松川浦の風光明媚な風景、海水浴、潮干狩り等のビーチレジャー、新鮮な常磐もの（魚介類）のグルメ、相馬野馬追、相馬中村城等の歴史文化史跡等数多くの観光資源があり、様々なコンテンツを一つの場所で楽しむことが広く知られていて、山形県や宮城県等の近隣県のみならず、首都圏からもファミリー層を中心に多くの観光客が訪れていた（平成 22 年度の主な観光地への年間入込客数約 180 万人）。

しかし、震災によって、松川浦の津波被害による海水浴や潮干狩り等のビーチレジャーのほか、福島第一原発事故での放射性物質の拡散で漁業は大きな影響を受けることとなり、復旧・復興には長期を要した。その間に、被災地、原子力災害地域に近いというイメージが定着し、観光地としてのイメージが薄れてしまった。その影響は大きく、観光客入込数は、震災以前の 3 分の 1 まで落ち込んでいる（平成 30 年度の主な観光地への年間入込客数約 60 万人）。現在は回復傾向にあるが、震災以前の入込客数には至っていない。



<課題>

令和 2 年 10 月に新鮮な魚介等を販売する新たな拠点として浜の駅松川浦がオープンし、令和 3 年 4 月に相馬福島道路が開通するなど、震災以前よりも交通アクセスが改善したり、更なる観光コンテンツができたりするなど相馬市の観光を楽しむ環境の整備が進んでいる。こうした環境の整備を観光の復活につなげていくには、被災地や原子力災害のイメージを払拭するとともに相馬市の魅力を県外の方に知ってもらうことが重要となる。

上記の課題を解決するためには、実際に相馬市を来訪してもらうことで魅力に触れ、実感を得てもらうことが最も効果的であるが、そのための来訪のきっかけづくりが十分にできていない。

特にファミリー層は、子どもへの放射能の影響を恐れて、旅行先に選ばれていないことも考えられるため、マイナスイメージの回復を重点的に図る必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・観光客入込数の増加を目的として、市内に宿泊する方を対象に宿泊助成事業を実施。
- ・放射線ガイドブックや放射線に関する Q&A を市広報紙や市ホームページで公表。
- ・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広報紙や市ホームページで公表。

【事業実施により得られる効果】

- ・体験型コンテンツ「リアル宝探しイベント」を開催することにより、相馬市を訪問するきっかけをつくる。
- ・実際に本市を訪れ、地域を巡ることで、本市の魅力と現状を知ってもらい、「被災地」「放射能」といったマイナスイメージの払拭につなげる。
- ・本イベントをきっかけに、本市の魅力を知ってもらうことにより、イベント参加以外の機会でも「また行きたい」というリピーターを増やす。
- ・イベント参加者の SNS 等による情報発信を促す企画内容にすることで、更なる本市の魅力発信及び風評の払拭につなげていく。

【今年度事業における具体的な取組内容】

▽「リアル宝探し」イベントの実施

参加冊子に記載された謎を、市街地に複数配置された手がかりを基に謎を解き、隠された宝箱を探すイベントで、見つけた宝箱からキーワードを入手し、発見報告所に報告することで、参加ノベルティを入手できる。

宝探しをクリアすることで、相馬市産品等が当たる抽選に応募することができるほか、参加者がイベントに関する SNS を投稿すると特典を提供し、イベントや本市の PR 拡散を狙う。

参加者は、イベントを通して観光スポットや飲食店等を巡ることで、本市の魅力や食の安全性を知ってもらい、震災によるマイナスイメージを払拭し、本市へまた来てもらうことを目的とする。

開催期間：令和5年7月～令和5年11月

参加費：無料

主なターゲット：近隣4県（宮城県、山形県、茨城県、栃木県）に住む小学生の子をもつファミリー世帯
仙台市、山形市、米沢市を集客重点地域とする

令和4年度は、本市の復興が進んでいることを発信することをテーマに、市内を広く周遊する仕組みとした。参加者からは、「相馬市の観光名所を巡ることができて楽しかった」「また相馬市を訪れたい」「友人たちに勧めたい」という声が多くあった。また、当イベントをきっかけに初めて本市を訪れた参加者や、浜の駅松川浦や飲食店に立ち寄って食事や買い物を楽しんだ参加者もいたため、事業実施の効果が一定程度みられた。

令和5年度は、本市の歴史的行事である相馬野馬追をテーマに、本市の歴史・文化の魅力発信する内容とする。徒歩や自転車でも周遊できる仕組みとし、城下町だった本市の風情や魅力を感じてもらおう。

あわせて、商店等と協力してイベントを実施することにより、相馬市産品を食べてもらうとともに、相馬市産品の安全性や魅力を知ってもらう。

◎プロモーションについて

- ・ターゲット層に直接訴求するため、近隣自治体の小学校や本市の姉妹都市等の自治体にチラシ等を配布し、周知する。
- ・新聞広告や地域情報紙等を活用し、集客重点地域に向けて情報発信する。
- ・近隣の県に所在する道の駅や観光案内所にチラシ等を配布し周知する。
- ・SNS やインターネット利用者が多い小学生の親世代に向けて、SNS や WEB 広告で情報発信する。
- ・「リアル宝探し」に関心のある謎解きファン層に向けて、委託事業者と連携して PR し、さらなる集客と風評払拭を図る。
- ・開催期間中に市内で実施される各種イベント・行事と連携し、本イベントを PR することで、集客力の向上を図る。（7月：相馬野馬追、7～8月：海水浴、11月：そうま市民祭り、通年：道の駅そうまを拠点とした魅力発信イベント等）

【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】

▽「リアル宝探しイベント」の開催

▽プロモーション

- ・県外の自治体や小学校、市内外の観光イベント参加者へのチラシ配布 15,000部
- ・SNS等による情報発信：10回
- ・WEB広告や公共交通機関への広告掲載：イベント開催期間中
- ・新聞、地域情報誌への広告掲載：5回

【アウトカム】

▽相馬市内を周遊する体験型コンテンツ「リアル宝探しイベント」

- ・参加者 1,300人以上
- ・アンケートにて、相馬市に対する参加者の好感度率 7割以上
- ・参加者の SNS への投稿数 250件以上

【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

- ・体験型コンテンツ「リアル宝探しイベント」を開催することにより、相馬市を訪問するきっかけをつくる。
- ・実際に本市を訪れ、地域を巡ることで、本市の魅力と現状を知ってもらい、放射能や被災といったマイナスイメージの払拭につなげる。
- ・相馬野馬追をテーマにすることで本市の歴史や文化に触れたり、本市の魅力を感じたりすることにより、イベント参加以外でも「また行きたい」というリピーターを増やす。

- ・イベント参加者の SNS 等による情報発信を促す企画内容にすることで、更なる本市の魅力発信及び風評の払拭につなげていく。

【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・イベント実績等を踏まえ、ブラッシュアップしたイベントの実施
- ・ターゲット（地域、層）の見直し
- ・プロモーション及びイベント内容の見直し 等

【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・福島県・相馬市が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施する。

<具体的な対策>

- ・開催については、新型コロナウイルス感染症の状況をみて判断
- ・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
- ・換気及びこまめな消毒の実施
- ・施設等においては検温の実施及び三密の回避
- ・参加者、関係スタッフを含めた体調管理の徹底