

(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	相馬の食と観光魅力発信事業	事業番号	A-2
事業実施主体		相馬市	総交付対象事業費		10,062千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		10,062千円
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	10,062千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					10,062千円
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道の駅そうまを拠点とした食と観光魅力発信イベント（初年度:10月～3月）の開催					
②プロモーション					
・ SNSでの情報発信					
・ 新聞、地域情報誌、公共交通機関等への広告掲載					
・ 県外自治体や市内外の観光イベントでチラシ配布					
・ WEB広告での発信					
・ 近隣自治体と共催する風評払拭イベントで情報発信					
【アウトカム】					
道の駅そうまの年間観光入込客数: 67.8万人（平成22年度比10%増）					
相馬市に対する県外在住者の好感度率 7割以上					
事業概要					
事業実施主体		相馬市			
主な企画内容		道の駅そうまを拠点とした食と観光の魅力向上・発信			
主な事業の実施場所		道の駅そうま			
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】

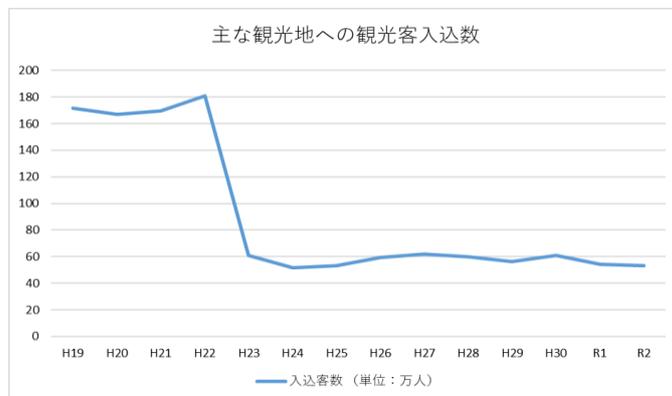
1. 実地主体：相馬市
2. 連携団体及び役割分担
 - (1) 相馬市
 - ・ 常時、市の魅力を積極的に情報発信
 - ・ イベントの企画および各種プロモーション
 - (2) 相馬市観光協会
 - ・ 市と連携してプロモーションを実施等
 - (3) 道の駅そうま
 - ・ 市と連携してプロモーションを実施
 - ・ 来場者へのおもてなしにより、市の地域資源の魅力を発信

【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(平成22年度：年間の入込客数約180万人)が訪れていた。

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(平成30年度：年間の入込客数約60万人)まで落ち込み、現在に至るまで回復の兆しがみられない。



<課題>

令和3年4月に相馬福島道路の開通、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める環境の整備は進みつつある。

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できていない。

また、現状では、他の目的地へと通過する交通が多い中で、立ち寄りきっかけをつくっていくことが効果的である。

【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】

- ・ 道の駅そうまを拠点としたイベントを開催することにより、来訪のきっかけをつくる。
- ・ 経路地から目的地への転換を図り、交流人口を増加させる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

前記の課題を解決するため、情報発信に当たっては、本件事業等でファミリーで楽しめるイベントを開催し、震災前に子供で訪れた親世代の記憶を喚起して本市の魅力を再認識してもらうことに力点を置く。

また、新たなターゲットとして歴史文化に関心のある者にも訴求するイベントを開催する。このようなイベントを市内の周遊や再訪のきっかけとし、ビーチレジャー等での宿泊を伴う滞在等につなげていくことを目指す。

こうしたイベントの会場や相馬市の有する様々な魅力に関する情報を一元的に入手できる拠点として、B-1事業により道の駅そうまの再生整備を行う。

I イベント等による情報発信

1. 相馬野馬追による歴史文化体験企画の開催

甲冑・陣羽織試着体験等

国指定重要無形民俗文化財であり、世界中の多くのメディアにも取り上げられてきた相馬野馬追を連想させる、甲冑着付けや陣羽織の試着体験をしたり、試着したままでの乗馬体験をしたりなどの体験企画を実施する。

開催期間 令和4年10月～令和5年3月 月1回程度
開催場所 道の駅そうま物産館の屋外スペース
協力団体 相馬市観光協会、地元騎馬会

2. 食文化体験企画の開催等

・常磐ものをはじめとした浜通り食文化体験企画の開催

地域の農業・水産業の担い手等が主体となり、浜通り食文化を一気通貫できる食文化体験企画を実施する。

(例) 収穫・漁業～放射性物質検査～加工・調理～実食（ものによっては持ち帰り可）

開催期間 令和4年10月～令和5年3月のうち3回程度
11月：新米・カレイ 1月：青のり、カニ 3月：小女子、イチゴ
開催場所 道の駅そうま物産館内
協力団体 JAふくしま未来、相馬双葉漁協等

・上記企画の開催と併せて、季節ごとに旬の魚介類・農産物に特化した特産物フェアも開催

常磐もの（相馬港直送のヒラメをはじめとした魚介類）や相馬ブランド酒を販売したり、道の駅内食堂にて提供したりする。

II SNS等による情報発信

1. ユーチューバーやインスタグラマー等のインフルエンサーを活用し、SNSによる情報発信

・発信・訴求能力のあるインフルエンサーが来館し、道の駅そうまを活動拠点にしたインフルエンサーとして、定期的に（頻度については、今後事業者と調整）、道の駅そうまから相馬市の観光名所や季節の特産物等について情報発信を行う。

・インフルエンサーが継続的に相馬市の情報を発信することにより、道の駅そうまの象徴になり、将来的にはインフルエンサーに会いに行くことを目的になってもらうなどして、リピーターの増加と相馬市のさらなるPRにつなげる。

・A-1事業とも連携して発信を行い、A-1事業の盛り上げにもつなげる。

2. 旬の農水産物や、道の駅そうまを含む市内のイベント情報等を発信

・インフルエンサーが中心となり、道の駅そうま及び相馬市内で開催されるイベント情報や観光情報をSNSで情報発信することにより、相馬市内の周遊に導き、リピーターを増加させる。

・イベント開催時にあわせて相馬市産農水産物をPRすることにより、食のおいしさと安全性を広め、一方的ではない風評払拭につなげる。

III A-1事業（「リアル宝探しイベント」）と連携した情報発信

福島再生加速化交付金（地域魅力向上・発信支援事業）第3回配分で採択された「リアル宝探しイベント」の会場には、道の駅そうまも使用することとしており、上記I、IIの情報発信については、「リアル宝探しイベント」とも連携して実施することとする。

【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】

I イベント等による情報発信

1. 相馬野馬追による歴史文化体験企画の開催 10月～3月（月1回程度）
2. 食文化体験企画の開催等 10月～3月のうち3回程度

II SNS等による恒常的な情報発信（10月～3月）

- ・ SNS発信回数 20回程度

◎プロモーション

- ・ イベント周知用チラシ制作
- ・ 市内外の観光イベント参加者へチラシ配布
- ・ WEB広告、SNSによる情報発信
- ・ 新聞、地域情報誌、公共交通機関等への広告掲載

【アウトカム】

I イベント等による情報発信

1. 相馬野馬追による歴史文化体験企画の開催、2. 食文化体験企画の開催等
 - ・ 来場者数 延べ500人以上
 - ・ 相馬市に対する好感度率7割以上
 - ・ 来場者によるSNSへの投稿数 100件以上

II SNS等による恒常的な情報発信

ユーチューブにおける視聴回数や「高評価」数、インスタグラムにおける「いいね」数、ツイッターにおけるリツイート数や「いいね」数

【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

- ・ 道の駅そうまを拠点とした食と観光魅力発信イベントを開催することにより、本市を訪問するきっかけをつくる。
- ・ イベント等をきっかけに、本市の魅力を知ってもらうことにより「行きたい」「食べたい」「知らせたい」というファンを増やす。
- ・ 来場者のSNS等による情報発信を促す企画内容にすることで、本市の魅力発信及び風評払拭につなげていく。

【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

- ・ 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
- ・ 誘客の地域や年齢層などターゲットの見直し
- ・ 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