

## 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

### 1. 基本情報

自治体名	他市町村との連携	事業番号	事業名			
田村市		A-2	デジタルコンテンツ発信事業			
事業実施年度	当該年度総事業費	経費区分（該当区分に○を入力）				
R8年度	6,299千円	①情報発信事業			②外部人材活用	
事業費	左記 事業費のうち 国費負担分	i 風評動向調査	ii 体験等企画実施	iii 情報発信コンテンツ 作成	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
862千円	431千円			○		

### 2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

自治体が抱える風評等の現状について
<ul style="list-style-type: none"> <li>観光の核となるあぶくま洞や入水鍾乳洞の歴史ある観光施設と、虫の楽園ムシムシランドを中心に年間約 50 万人の観光誘客を図り、観光施設においては年間 10 億円の消費を生んでいた。しかしながら、東日本大震災及び原発事故の影響による風評被害も相まって、過去最低の 13 万人まで減少し、現在も事故以前の水準にまで回復していない状況にある。</li> <li>当市の観光施設は、「自然」に基づくコンテンツであり、屋外での体験が主な魅力である一方で、原発事故の影響によって汚染された自然環境は誘客へも多大な影響を及ぼし、更には令和 5 年 8 月に ALPS 処理水の海洋放出を開始したことにより、来訪への足も一段と遠のき、国内においても未だ正しい理解が浸透していない。</li> <li>本市の魅力ある観光資源については、SNS 等も含め様々なツールを用いて情報発信を実施しており、一定の認知は獲得しているものの、ALPS 処理水等における情報発信は不足しており、風評払拭に着手できていない。</li> <li>また、令和 5 年 9 月 8 日公表の原子力文化振興財団のアンケート調査の結果（対象 1,200 人）によると、「ALPS 処理水の海洋放出について国民の理解は得られていない」と回答した方が 51.9%である。</li> </ul>
上記の現状の原因となる課題について
<ul style="list-style-type: none"> <li>原発事故及び ALPS 処理水の海洋放出に伴う誤った情報の流布により、当市ならではの観光資源であるあぶくま洞やムシムシランド等の自然コンテンツの魅力が半減し、来訪機会の損失となっている。</li> <li>来訪への呼び水である観光施設への誤った認識により、市内飲食店や野菜等の直売所の利用機会も失われており、地域一体的な消費機会も損失している。</li> <li>上記の解決に向けては、原発事故後様々な施策を展開しているが、一過性の効果しか得られず、原発事故前の水準にまで回復していない状況である。</li> <li>来訪施策の前段階での国内における ALPS 処理水におけるバイアスを取り除くことが最優先であり、正しい理解を広く周知するとともに、この地域の素晴らしい魅力を発信する新たな施策が不可欠である。</li> </ul>

#### 上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む）

- ・ALPS 処理水の海洋放出について、市ホームページや広報紙及び SNS による情報発信
- ・あぶくま洞やムシムシランドにおける各イベントを通じた来訪機会の創出
- ・令和 7 年度中に広く信頼できる情報発信媒体であるテレビドラマを制作し情報発信予定
- ・令和 7 年 9 月に「あぶくま洞秋まつり」を開催し、地域内外からの誘客に加え、安全・安心な地域としての理解を深めるため、鍾乳洞への入洞体験を通じた魅力体験を実施
- ・全国の市町村、団体と昆虫の聖地協議会を運営、原発事故等の影響により汚染された里山の保全や昆虫の生態系調査を通し、安全性の情報発信等を実施
- ・毎年「全国クワガタサミット」を開催し、市外からの来訪者等において、市内の昆虫生息調査を通じた豊かな自然環境を体験、県内外から昆虫有識者を集め、当市の魅力ある自然環境や豊かな生態環境を情報発信
- ・関東圏における観光 PR 等のイベント出展を通じた正しい情報の発信

#### 上記の取組における成果について

- ・原発事故以前の水準には至っていないものの、令和 6 年度の来訪者数として、あぶくま洞は 192,088 人、ムシムシランドは 22,321 人の誘客を実現
- ・令和 7 年 9 月に開催した「あぶくま洞秋まつり」においては 2,061 人の誘客
- ・令和 7 年 8 月に開催した「全国クワガタサミット」には約 200 人の参加、「昆虫の聖地協議会シンポジウム」には 14 自治体及び 4 団体の参加
- ・関東圏におけるイベント出展を通しては、当市の野菜や特産品の購入による正しい理解の情勢と特産品の認知度拡大、更にはふるさと納税や田村市オンラインショップへの誘導を図り、再消費を促すことでファン層の拡大

### 3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

#### 1. デジタルコンテンツ発信事業

- ① 実施期間：令和 8 年 4 月～令和 9 年 3 月
- ② 実施体制：単独
- ③ 実施場所：関東圏、県内
- ④ 概算費用：862 千円
- ⑤ 実施内容：情報発信（アーカイブ動画）ツール制作

イベント開催による誘客は一定のインセンティブ効果としては成果を生んでいるものの、インセンティブが無いと訪れない他地域より優位性の低い地域とも言える。

本来この地域は、あぶくま洞やムシムシランドのように豊かな自然体験を通じた当市ならではの魅力が味わえる唯一無二の地域であるが、風評被害によって価値が失われてしまったことから風評払拭は最優先である。

風評被害の払拭に向けては、令和7年度は、広く信頼できる情報発信媒体であるテレビドラマにより情報発信を図った。  
 令和8年度はよりストーリーを再度際立たせて、アーカイブ動画を制作し YouTube 等 SNS で広く周知する。  
 周知の方法は、当市の公式 YouTube に掲載するとともに、首都圏の日本橋ふくしま館等へ DVD を送付し放映依頼する。  
 同時に関連グッズを以下のとおり作成する。

・アーカイブ動画、風況払拭の取組ページを紹介する QR コード付きウエットティッシュ

作成数：2,000 個、配布先：日本橋ふくしま館等、活用方法：アーカイブ動画放映時に配布して周知

・撮影秘話、撮影場所、風況払拭の取組ページを紹介するパンフレット

作成数：1,000 枚、配布先：日本橋ふくしま館等、活用方法：アーカイブ動画放映時に配布して周知

安心・安全な地域であることを発信、更には他地域には無い当市ならではの魅力あるコンテンツを発信することで、正しい理解を全国へ広め、更なる誘客促進を図っていく。  
 アーカイブ動画を活用した具体的な取組みは以下のとおり。

a : ALPS 処理水等により発生した風評被害の払拭に向けた正しい理解浸透

・動画内で市内の生態系や特産品に触れるなど、安心・安全な地域であることを発信

・YouTube 等 SNS で日本国内全域に向けた情報発信を実現

b : 当市ならではの魅力ある観光資源等の情報発信

・あぶくま洞やムシムシランド等の自然を核とした観光資源を中心に、安心・安全な施設であるという魅力を情報発信

c : 人や特産品等にもフォーカス

・復興から立ち上がる想いを動画に入れ込むなど、手触り感のある当市ならではの魅力を情報発信

⑥ 「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

YouTube 等 SNS を通して PR を行う際に、安全性に関する資料や文言を記載して情報発信する。

⑦ 「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

アーカイブ動画を制作する際に、地域コンテンツの成り立ち、経緯、地域の魅力等の説明書きを掲示する。

#### 4. 事業における目標等

今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る	今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る
・アーカイブ動画制作 1体2本	・アーカイブ動画閲覧数 100 回/年

長期的な目標 ※ 1つ以上は定量的な目標を設定	長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載 (○%)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・あぶくま洞入洞者数 194,000 人／年</li> <li>・ムシムシランド（昆虫館+カブトムシドーム）への誘客 23,000 人／年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あぶくま洞入洞者数 192,088 人／年 (99%)</li> <li>・ムシムシランド（昆虫館+カブトムシドーム）への誘客 22,321 人／年 (97%)</li> </ul>