

(様式1-5)

田村市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年8月12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	風評払拭地域産品ブランド情報発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体		田村市	総交付対象事業費		12,430千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		2,486千円
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					
ii) 体験等企画実施					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
iv) ポータルサイト構築					
小計 2,486千円					
②外部人材活用					
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					
小計 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					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
R3: 市内の流通・販売業者10社へPR					
R4~R7: 初年度の10社から理念を共有する県外関連企業50社/年を開拓してPR 東京都の都心部住民への浸透					
【アウトカム】					
R3: 10社中1社から地域産品に対する商談にまでこぎつける					
R4~R7: 50社中5社から地域産品に対する商談にまでこぎつける/年					
事業概要					
事業実施主体	田村市				
主な企画内容	情報発信コンテンツ作成				
主な事業の実施場所	市内外				
事業の実施期間	R3~R7				
企画内容					
【実施体制】					
①実地主体: 田村市					
②連携団体及び役割分担					
(1) 田村市: 市条例に則り有識者10名による審査で市を代表するものとして選定される地域ブランド産品について、出来上がるまでの取り組みと安全・安心の情報発信を動画で企画する。					
(2) 委託業者A: 年度毎に決定したブランド産品動画を制作し情報発信する。					
【現状・課題】					
<現状>					
・原発事故により、東京都都心部で本市野菜・加工品の買い控えが発生している。 令和3.7.27公表の原子力白書(三菱総合研究所が昨年度に東京都民を対象に行った意識調査)によれば、東京都民の約1/4が福島県産の食べ物の放射線が気になるとされている。					
・消費者行動を先読みした流通・販売業者の買い控えが発生している。					
<課題>					
・本市野菜・加工品について、安全性、魅力等の正しい食の情報を消費者とともに流通・販売業者に伝える必要がある。					
・本市野菜・加工品を広く周知し、魅力を伝える必要がある。					

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・放射能情報等正しい情報の発信を行うため、市ホームページや広報紙を活用し発信した。
- ・産品情報を県内外のイベント等でPRを行ってきた。
- ・広く周知するため、市ホームページやSNS等で特集を組んで発信した。

【事業実施により得られる効果】

動画により、田村市産品の安全、魅力等を流通・販売業者等に発信することで、本市野菜・加工品をはじめとした福島県産品に対する意識の変容を図り、風評の払拭につなげる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

風評払拭地域産品ブランド情報発信事業

実施期間：R3.10月～R4.3月 1回

実施体制：業者委託

概算費用：249万円

- ・事業内容：地域ブランド産品の魅力を生産者・加工者の言葉で消費者、消費者、流通・販売業者に向けて発信し、東京都心部の住民へ波及させる。動画の作成に当たっては、流通・販売事業者へのPRも考慮して生産者・加工者の生活に近い場所で撮影し臨場感を創出する。また、消費者の興味、関心等を考慮して色彩や音量等にも工夫をこらす。
- ・情報発信及び拡散性・連鎖性について：地域ブランド産品を知人に紹介したくなるような気持ちを醸成させる動画を制作し、youtube、日本橋にある福島県アンテナショップモニター画面での発信を行う。動画の作成に当たっては、インフルエンサーの発信力を活用するなど、多くの消費者の目にとまりやすくなるよう工夫する。
- ・流通・販売業者への発信等について：委託業者と取引があり、委託業者のyoutube、twitter、facebookに登録をしている、東京都心部の百貨店、流通・販売業者を中心に積極的に売り込み、少しでも興味を示した事業者へはさらに詳しく案内を行うなど、産品をできる限り知り取り引きへ結びつける。
- ・情報発信コンテンツ（動画制作、動画周知）を通して、地域ブランド産品（福うなぎかば焼き、都路ハム・ソーセージ等）が放射能に汚染された産品ではないこと、産品が放射能の影響を受けることなく生産され販売され、人々は普段の生活を取り戻していることなど、正しい情報を発信し、だれでも閲覧ができる環境を整える。そして、動画でまずは消費者の日常食に関して最も影響力がある流通・販売事業者へ産品を知ってもらい、それが川上から川下へ情報が流れるように一般消費者へと伝え、正しい理解のもと購入されることで本市産品の買い控えを是正し風評の払拭につなげる。

【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：市内の流通・販売業者10社へPR
- ・アウトカム：10社中1社から地域産品に対する商談にまでこぎつける

【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

動画により、田村市産品の安全、魅力等を消費者、流通・販売業者に発信することで、本市野菜・加工品をはじめとした福島県産品に対する意識の変容を図り、風評の払拭につなげる。

【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

- ・流通・販売業者への周知を市外へ広げ商談回数を増やし、都市部の住民にも波及させる。
- ・福島県のアンテナショップで動画を上映するとともにアンテナショップで商品を取り扱ってもらうなど連携を図る。
- ・地域ブランド産品は毎年増加するため、過年度分の動画制作・周知状況を検証し、改善点等を新たな産品の動画制作・周知に取り入れていく。
- ・youtube動画にデジタル広告を掲出して効果を高める。

【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・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

<具体的な対策>

- ・撮影する際は、適切な距離を保ち、検温・手指消毒を徹底、マスクを着用して行う。