

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 評価報告書

1. 基本情報

事業番号	事業名						
A-1	棚倉町物産品等 PR・風評対策事業						
自治体名	経費区分（該当区分に○を入力）						
棚倉町	①情報発信事業				②外部人材活用		関連施設の 改修
事業実施年度	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	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	
R5年度		○					

2. 事業における目標と達成状況

アウトプット	アウトプットの達成状況
<ul style="list-style-type: none"> ・福島県東白川郡4町村（棚倉町・矢祭町・埴町・鮫川村）連携事業における観光資源・物産品等のPR：2回 ・川越市イベント、横浜市鶴見区イベントへの出展：各2回 ・「ミデッテ」イベント、首都圏でのイベント開催による観光資源・物産品等のPR：計4回 ・委託業者のイベント開催による観光資源・物産品等のPR：計5回 	<ul style="list-style-type: none"> ・福島県東白川郡4町村（棚倉町・矢祭町・埴町・鮫川村）連携事業における観光資源・物産品等のPR：1回 ・川越市イベント、横浜市鶴見区イベントへの出展：計2回 ・「ミデッテ」イベント、首都圏でのイベント開催による観光資源・物産品等のPR：計3回 ・委託業者のイベント開催による観光資源・物産品等のPR：計4回
アウトカム	アウトカムの達成状況
<ul style="list-style-type: none"> ・本町の観光入込客数の増を目指す。：R5年分目標 392,000人（H23年分比の135%） ・たなぐら応援大使の新規登録者数の増を目指す。：R5.4 63名 ⇒ R6.3 68名 	<ul style="list-style-type: none"> 本町の年間観光入込客数 R5年 419,885人、H23年 290,715人 ⇒ 144%増（県観光客入込状況調査） ・たなぐら応援大使：R5.4 63名 ⇒ R6.3 67名 4名増（町の登録実績者集計数）

3. 事業内容の詳細

具体的な取組内容の実績

1 市町村連携事業

- ① 実施期間：令和5年11月19日
- ② 事業委託先：合同会社ふくわらい
- ③ 実施場所：東京都江東区
- ④ 精算費用：31千円
- ⑤ 実施内容：東白川郡4町村（棚倉町・矢祭町・埴町・鮫川村）連携で東京都江東区「東京イーストサイドホテル権会」主催のイベントに出展し、棚倉町をはじめ郡内各町村の農産物、物産品の販売を行い、棚倉町産品、福島県産品が安心・安全であることをPRし、風評の払しょくに努めた。



2 友好都市風評払拭事業

- ① 実施期間：令和5年9月～11月
- ② 事業委託先：合同会社ふくわらい
- ③ 実施場所：（1）神奈川県横浜市 （2）埼玉県川越市
- ④ 精算費用：542千円
- ⑤ 実施内容：（1）横浜市鶴見区

友好交流都市である横浜市鶴見区において開催された「つるみ臨海フェスティバル」に出展した。本イベントには約5万人が来場し、本町の出展ブースにも多数の来訪者が訪れた。当日は、棚倉町の魅力ある物産品の販売を行い、来場者に対して棚倉町および福島県を身近に感じてもらうとともに、町産品および県産品の安心、安全についてPRを実施し、風評の払拭に努めた。販売においては、特にシイタケが好評であり、多くの来場者に農産物を手に取っていただく結果となった。



実施内容：（2）埼玉県川越市

友好都市である埼玉県川越市において開催された「かわごえ産業フェスタ」に出展した。本イベントには約2万人が来場し、本町の出展ブースにも多数の来訪者が訪れた。

当日は、棚倉町の魅力ある物産品の販売を行い、来場者に対して棚倉町および福島県を身近に感じてもらうとともに、町産品および県産品の安心、安全についてPRを実施し、風評の払拭に努めた。また、来場者の中には棚倉町をツアー等で訪れた経験のある方も多く見受けられ、友好都市としてのつながりの深さを実感する機会となった。



3 魅力発信事業

- ① 実施期間：令和5年8月～令和6年3月のうち7回
- ② 事業委託先：（1）合同会社ふくわらい、（2）甲斐路苑
- ③ 実施場所：（1）東京都中央区、埼玉県川越市（2）埼玉県所沢市、東京都台東区、千葉県佐倉市、神奈川県横浜市
- ④ 精算費用：1,327千円

取組内容：

（1） たなぐら市

首都圏において多くの来訪者への効果的なPRが期待できる日本橋ミデッテおよび小江戸蔵里にて、町単独による物販イベントを開催した。イベントでは町の特産品であるブルーベリー、米、いちごを中心に、それぞれの旬の時期に合わせて販売を行い、季節ごとの魅力を発信した。

実施にあたっては、事前にチラシを作成し、関係団体や関係機関等へ配布することで周知を図るとともに、来場促進に努めた。その結果、各回のイベントにおいて約100～200名の来場があり、多くの来場者に棚倉町の特産品を購入いただいたほか、継続的な関心やリピーターの獲得にもつながるなど、一定のPR効果が得られた。



日本橋ミデッテ



小江戸蔵里

(2) 首都圏イベント開催委託

委託業者において、民間が主催する各種イベント等を活用し、棚倉町の農産物および物産品の販売を実施するとともに、それらの安心、安全の PR 並びに観光資源の周知を図り、風評の払拭に努めた。実施にあたっては、SNS 等を活用した広報活動を積極的に行い、事前および当日の情報発信を通じて来場促進を図った。これにより、計 4 つのイベントに参加し、いずれの会場においても多くの来場者を得ることができた。各イベントにおける平均来店者数は約 850 人にのぼり、多くの来場者に棚倉町の魅力や特産品に触れていただく機会を創出した。販売面では、生うどんや生ラーメンが特に好評を得て、イベントをまたいで来店するリピーターも見受けられるなど、継続的な関心の醸成にもつながった。

- 【イベント参加数 4 回】
- ・東所沢マルシェ 令和 5 年 1 2 月 3 日
 - ・奥浅草マルシェ 令和 6 年 2 月 1 7 日
 - ・スカイプラザ ユーカリが丘 令和 6 年 2 月 1 8 日
 - ・いそご丘の上マルシェ 令和 6 年 3 月 3 日



いそご丘の上マルシェ（神奈川県横浜市）



奥浅草マルシェ（東京都台東区）