

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	
R6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"> ・東京都台東区でミニアンテナショップ開設：1回 ・泉佐野市におけるイベントでの観光資源・物産等のPR：計2回 ・福島県東白川郡4町村（棚倉町・矢祭町・塙町・鮫川村）連携事業における観光資源・物産等のPR：2回 ・川越市イベント、横浜市鶴見区イベントへの出展：計3回 ・首都圏等で町単独イベントの開催：計4回 ・首都圏等で委託業者による出展：計5回 ・たなぐら応援大使会議：1回 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都台東区でミニアンテナショップ開設：1回 ・棚倉城築城400年記念PR：1回 ・まるごとふくしまフェア出展：1回 ・首都圏等で町単独イベントの開催：計3回 ・首都圏等で委託業者による出展：計9回 ・川越市イベント、横浜市鶴見区イベントへの出展：計3回 ・たなぐら応援大使会議：1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。：R6年分目標 392,500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 ⇒ R7.3 68名 ・たなぐら応援大使会議の参加者数⇒20名 	<ul style="list-style-type: none"> ・本町の年間観光入込客数 R6年 427,331人、H23年 290,715人 ⇒ 146%増 ・たなぐら応援大使：(R6.3) 67名 ⇒ (R7.3) 76名 9名増 ・たなぐら応援大使会議の参加者数⇒14名

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6年7月20日
- ② 事業委託先：合同会社ふくわらい
- ③ 実施場所：東京都渋谷区
- ④ 精算費用：115千円
- ⑤ 実施内容

福島県が主催する「まるごとふくしまフェア」に出展し、観光・移住・物産品等のPRを行うことで、交流人口の増加、定住人口の促進、物産品・農産物の風評払拭に努めた。

約1万人の方がイベントに訪れ、県主催イベントに県内複数市町村が参加することで福島県全体のPRができ、相乗効果で風評払拭に向けて良いPRとなった。恵比寿という立地から外国人が多い印象を受けた。たなぐら応援大使の来店もあった。



2 友好都市風評払拭事業

- ① 実施期間：令和6年5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：809千円
- 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「三ツ池公園フェスティバル」、「つるみ臨海フェスティバル」等に出展した。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し、風評の払拭に努めた。さらに、当日は横浜市長と面会する機会を得て、福島県および棚倉町の現状について直接説明を行うことができ、情報発信および関係強化の観点からも有意義な機会となった。



三ツ池公園フェスティバル



つるみ臨海フェスティバル

(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全性・安心性についてPRを実施し、風評の払拭に努めた。2日間のイベントであったが、どちらも盛況で多くの商品が購入され、貝ミネラルを使用した米が大変人気であった。交流のある川越市の職員や議員も多く来店いただき、風評払拭に向けた連携も強化することができた。



3 魅力発信事業

- ① 実施期間：令和6年8月～令和7年2月のうち15回
- ② 事業委託先：（1）合同会社ふくわらい（2）甲斐路苑（3）合同会社ふくわらい（4）職員
- ③ 実施場所：（1）東京都中央区、埼玉県川越市
（2）神奈川県鎌倉市、横浜市、川崎市、東京都八王子市、台東区、世田谷区、埼玉県浦和市、所沢市、千葉県習志野市
（3）東京都港区
（4）神奈川県横浜市
- ④ 精算費用：5,195千円
- ⑤ 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。全イベントで150～200名近くの方がたなぐら市に来場し、特産品を購入された。また、日本橋ミデッテは福島県のアンテナショップであることから、棚倉町を既に認知している来場者も多く見受けられた。一方、小江戸蔵里では家族連れの来場が多く、幅広い層へのPRの機会となった。さらに、町のPRパネルに足を止めて閲覧する来場者も多く見られ、棚倉町に対する関心の高さを実感することができた。



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、それらの安全性・安心性の 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展開し、事前および当日の情報発信を通じて来場促進を図った。また、昨年度より参加イベント数を拡大し、計 10 件のイベントに参加することで、より多くの地域において PR の機会を創出した。各イベントにおける来店者数は 100 人から 2,000 人と幅があり、平均来店者数は約 650 人となり、昨年度と比較すると減少したものの、参加機会の拡大により広域的な PR を展開することができた。

- 【イベント参加数 10 回】
- ・かまくら夜市 令和 6 年 8 月 1 7 日
 - ・横浜北丘マルシェ 令和 6 年 8 月 1 8 日
 - ・ホテル緑道 緑マルシェ 令和 6 年 9 月 2 7 日
 - ・八王子タワーマンションマルシェ 令和 6 年 1 0 月 6 日
 - ・さいたまタワーマンションマルシェ 令和 6 年 1 0 月 2 7 日
 - ・川崎銀座街 令和 6 年 1 1 月 2 ~ 3 日
 - ・京成津田沼駅 令和 6 年 1 1 月 2 9 日
 - ・みみずくいちば 令和 6 年 1 1 月 3 0 日
 - ・桜神宮（楽市楽座）令和 6 年 1 2 月 1 日
 - ・ふるさと交流ショップ台東 令和 7 年 1 月 3 0 日 ~ 2 月 4 日



横浜北丘マルシェ



ふるさと交流ショップ台東

(3) たなぐら応援大使会議関係

首都圏を会場に、たなぐら応援大使を集めた「大使会議」を開催し、棚倉町の歴史についての講演会の実施、棚倉町の魅力ある物産品等の販売を行うことで、棚倉町産品等が安心安全であることをPRし、風評払拭に努めた。



(4) 棚倉城築城400年記念PR

棚倉町の国指定史跡「棚倉城跡」は2025年（令和7年）に築城から400年の節目を迎えることから、毎年、公益財団法人日本城郭協会が主催し、2日間で約20,000人が来場する「お城EXPO」に出展し、全国の城郭愛好家に棚倉町の魅力ある観光資源をPRし来訪に繋げるための魅力発信を行った。

