

1. 基本情報

自治体名	事業番号	事業名
石川町	A-2	石川町地域魅力発信事業

年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	合計額
総事業費	823,000	525,000				1,348,000

対象事業費区分

情報発信事業				外部人材活用		施設改修
風評調査	体験企画	情報発信	ポータル	外部人材	語り部	
	○					

2. 事業の実施状況サマリー

個別の事業名	開始年度	終了年度	具体的な取組内容の実績
大阪市内の復興庁主催イベント	令和3年度	令和3年度	5G×VR動画や4Kと360度カメラの映像による疑似体験等を通じた本町の魅力発信
名古屋市内の復興庁主催イベント	令和4年度	令和4年度	特産品の販売及び5G×VR動画や4Kと360度カメラの映像による疑似体験等を通じた本町の魅力発信

3. アウトプット・アウトカムの達成状況

アウトプット	復興庁主催イベント ブース出展				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	1回	1回			
実績	1回	1回			

アウトプット					
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標					
実績					

アウトプット					
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標					
実績					

アウトプット					
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標					
実績					

アウトプット					
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標					
実績					

アウトプット					
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標					
実績					

アウトカム	イベント来場者数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	5,500人				
実績	－				

アウトカム	福島県に対するイメージの向上				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	70%				
実績	96%				

アウトカム	来場者アンケート調査による石川町へ訪れたい意見の割合				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標		40%			
実績		90%			

アウトカム	出展ブース来場者数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標		200人			
実績		130人			

4 . 風評の払拭に関する目標の達成状況

風評の払拭に関する目標	設定期間	令和3年度	～	令和3年度	要 変更理由
-------------	------	-------	---	-------	--------

福島県に対するイメージの向上

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
137%		令和3年度	令和3年度	来場者アンケート調査
%	－	70	96	

風評の払拭に関する目標を変更した理由

令和 3 年度のみのも事業であったため。

風評の払拭に関する目標	設定期間	令和4年度	～	令和4年度	要 変更理由
-------------	------	-------	---	-------	--------

石川町へ訪れたい意見の割合

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
225%		令和4年度	令和4年度	来場者アンケート調査
%	－	40	90	

風評の払拭に関する目標を変更した理由

令和 4 年度のみのも事業であったため。

風評の払拭に関する目標	設定期間		～		要 変更理由
-------------	------	--	---	--	--------

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
#DIV/0!				

風評の払拭に関する目標を変更した理由

風評の払拭に関する目標	設定期間		～		要 変更理由
-------------	------	--	---	--	--------

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
#DIV/0!				
(単位)				

風評の払拭に関する目標を変更した理由

5 . 総合評価

事業実施による評価

令和 3 , 4 年度において、復興庁主催の魅力PRイベントに参加したことで、福島県や本町に対するイメージ、関心を大幅に向上させることができた。

その要因は以下の通り。

○関西圏の方々は、震災や原発事故があったにも関わらず、福島県が日本のどこにあるのか知らない人も多い。そのため、まずは認知してもらうことが必要であり、当該イベントで直接的にPRをしたことが効果的であったと考えられる。また、VR動画等の工夫を凝らし、視覚的に魅力を発信したことが「行ってみたい」という関心の向上に寄与したと考えられる。しかしながら、ブースへの来場者が少なかったため、あくまで限定的な認知と関心の向上であったことも事実であり、今後はSNSやテレビといった媒体を駆使した情報発信により、広く認知度の向上を図っていく必要がある。

自治体名	事業番号	選択肢	年度
福島県	A-1	○	令和3年度
福島市	A-2		令和4年度
会津若松市	A-3	×	令和5年度
郡山市	A-4		令和6年度
いわき市	A-5		令和7年度
白河市	A-6		令和8年度
須賀川市	A-7		令和9年度
喜多方市	A-8		令和10年度
相馬市	A-9		
二本松市	A-10		
田村市			
南相馬市			
伊達市			
本宮市			
桑折町			
国見町			
川俣町			
大玉村			
鏡石町			
天栄村			
下郷町			
檜枝岐村			
只見町			
南会津町			
北塩原村			
西会津町			
磐梯町			
猪苗代町			
会津坂下町			
湯川村			
柳津町			
三島町			
金山町			
昭和村			
会津美里町			
西郷村			
泉崎村			
中島村			

矢吹町
棚倉町
矢祭町
塙町
鮫川村
石川町
玉川村
平田村
浅川町
古殿町
三春町
小野町
広野町
檜葉町
富岡町
川内村
大熊町
双葉町
浪江町
葛尾村
新地町
飯舘村
市