（様式１－２）　情報発信等戦略　466　矢吹町

情報発信等戦略の期間
令和７年度～令和７年度まで 　　※ 令和７年度までのうち、対象市町村等が設定
情報発信等戦略

① 情報発信の内容

矢吹町の「おいしい」やそれらを作る「ひと」など生産流通に関わる全てについて、ホームページやSNSなどのメディアの活用と、首都圏内での現地PRを併せて実施することで、その安全性や魅力を正確に発信し、矢吹町産農産物等に関する風評払拭を図る。また、今ある農産物や加工品をコラボさせることによる新商品の開発および発信を通して、常に新しく面白い情報を消費者へ提供し、一過性で終わらない継続した本町への興味関心を引き出す。

② 矢吹町の情報発信体制

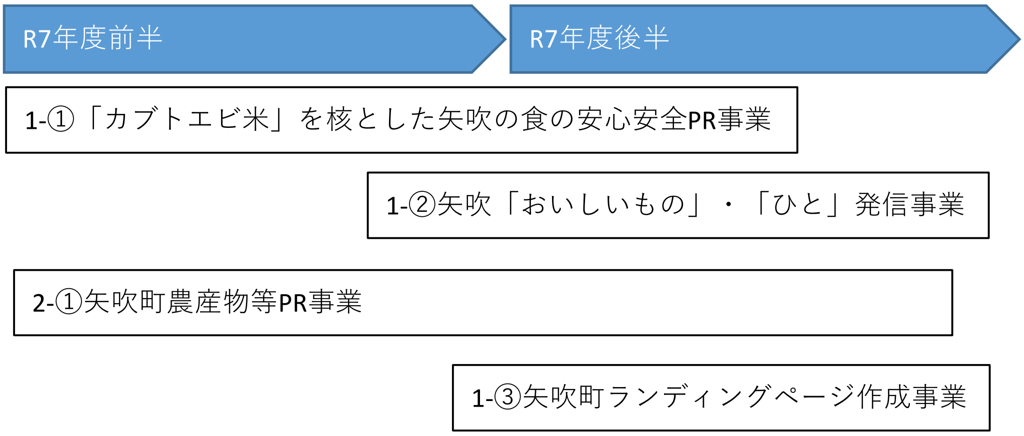
・矢吹町商工観光課を中心に、町公式ホームページや矢吹町の各種SNSによる発信
・やぶき観光案内所によるSNSでの発信
・矢吹町産米等販路拡大推進協議会と協力した農産物のPR
・委託業者と協力したメディアやSNSを活用した情報発信
・国や県または広域での連携および町単独のイベント等での情報発信

③ 情報発信等の戦略目標

矢吹町産の農産物や、加工品、工業製品等への安全性、健康への影響等についての正確な情報発信を通して、原発事故による放射能等の風評払拭およびALPS処理水の処分による風評防止を図る。さらに、常に新しく面白い取り組みを発信し続けることで、消費者を飽きさせず消費者から情報を探しに来たくなるようなＳＮＳへの投稿、矢吹町の「いま」を知ることができるランディングページの作成を検討する。

また、本町のブランドのイメージとして「安心・安全」というイメージが定着するような情報発信を目指す。

④ 全体工程表



（様式１－３）

466　矢吹町 地域魅力向上・発信事業計画　令和7年度～令和7年度

令和7年7月16日時点

（単位：千円）

No.	事業番号 （注１）	事業名 （注２）	事業実施主体	各年度の交付対象事業費（注３） 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	総交付対象事業費	全体事業期間 （注4）	備考 その他（注5）
1	A - 1	矢吹町特産品等魅力発信事業（変更）	矢吹町	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	(5,371) 594 ＜5,965＞	(5,371) 594 ＜5,965＞	R7 ～ R7	
2	-			＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	(0) 0 ＜0＞	～	
3	-			＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	(0) 0 ＜0＞	～	
4	-			＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	(0) 0 ＜0＞	～	
5	-			＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	(0) 0 ＜0＞	～	
			合　計	(0) 0 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	(5,371) 594 ＜5,965＞	(5,371) 594 ＜5,965＞		

（注１）「事業番号」は、「（交付要綱別添１の番号）-（同一事業計画中の同種の事業の通し番号）」となるよう記載する。
（注２）「事業名」は実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。
（注３）「各年度の交付対象事業費」は、**上段（　）書きは前回までに配分された額**を記載し、**中段には今回申請する額**を記載する。なお、下段〈　〉書き及び総交付対象事業費については、自動計算される。
（注４）「全体事業期間」は、令和４年度以降に実施することが見込まれる事業については、令和４年度以降も含めて記載する。
（注５）事業間流用を行った場合には、「備考」に事業間流用を行った旨、その時期及び額を記載する。なお事業間流用を行う場合には、流用する（流用される）事業名も合わせて記載する。
また、福島県については、実施要綱第４　６　ー　⑤の一の市町村の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分１・２の市町村（複数市町村でも可）と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業（調整した市町村名を列挙）」と記載する。

（様式１－４）

466　矢吹町 地域魅力向上・発信事業計画　　　令和７年度

令和7年7月16日時点

（単位：千円）

No.	事業番号（注１）	事業名（注２）	事業実施主体	国費率（a）	当該年度 交付対象事業費（b）（注３）	うち交付金交付額（c）＝a×b	備　考（注４）
1	A - 1	矢吹町特産品等魅力発信事業（変更）	矢吹町	1/2	(5,371) 594 ＜5,965＞	(2,685) 297 ＜2,982＞	
2	-				 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	
3	-				 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	
4	-				 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	
5	-				 ＜0＞	(0) 0 ＜0＞	
				合計額	(5,371) 594 ＜5,965＞	(2,685) 297 ＜2,982＞	

（注１）「事業番号」は、「（交付要綱別添１の番号）-（同一事業計画中の同種の事業の通し番号）となるよう記載する。
（注２）「事業名」は、実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。
（注３）**上段（　）書きは、前回までに配分された額**を記載し、**中段には今回申請する額**を記載する。なお、下段＜　＞書きについては、自動計算される。
（注４）福島県については、実施要綱第４　６　一　⑤の一の市町村名の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分１・２の市町村（複数市町村でも可）と実施する場合には、
「備考」に「市町村連携事業（調整した市町村名を列挙）」と記載する。

（様式１－５）

矢吹町　　地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業　個票

令和７年７月16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	矢吹町特産品等魅力発信事業（変更）	事業番号	A-1
事業実施主体		矢吹町	総交付対象事業費		5,965 千円
既配分額		0 千円	当該年度交付対象事業費		5,965 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	
①情報発信事業	小計 5,965 千円
ｉ）風評動向調査	千円
ii）体験等企画実施	4,271 千円
iii）情報発信コンテンツ作成	1,100 千円
iv）ポータルサイト構築	594 千円
②外部人材活用	小計　千円
ｉ）企画立案のための外部人材の活用	千円
ii）地域の語り部の育成	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	千円

風評の払拭に関する目標

・令和７年度における本町の農業産出額 46 億円（震災前の平成 17 年(50.3 億円)、令和４年（43.8 億円)）
　※事業評価時に令和７年度の数値が公表されていない場合は、公表されている最新の年度の数値とする。
・令和７年度における本町のふるさと納税の寄附額 5,000 万円（令和５年度寄附額 1,033 万円）
　※本町の特産品である、農産物（米、野菜）、加工食品（日本酒、味噌）、各種工業製品（日用雑貨品、印刷物など）が掲載される本町のふるさと納税サイトにおける数値とする。

事業概要

事業実施主体	矢吹町
主な企画内容	・首都圏での農産物、特産品の販売イベントにおいて本町の「安心安全」「おいしい」「ひと」をPR。 ・イベント等の現地以外で本町の「安心安全」「おいしい」「ひと」をPRするため、稼働していない既存のWEBサイトを改修し、矢吹の「いま」を発信するPR専用ランディングページを作成。
主な事業の実施場所	首都圏、町ホームページ
事業の実施期間	R7

企画内容

【現状・課題】

＜現状＞
・消費者庁の実施する「風評に関する消費者意識の実態調査（第17回)」(令和６年１月31日～2月１日実施）によると、「食品中の放射性物質の検査が行われていることを知らない」と回答した人の割合は 61.5%であり、令和３年に行われた調査から継続して６割を超えている。
・本町では震災直後に「安心・安全」をかかげ作付けに挑戦したカブトエビ農法による米作りが行われ、商品化したがその認知度はまだまだ低い。
・ALPS 処理水の海洋放出により、福島県の水産物だけではなく、農産物や加工品にまで新たな風評を懸念する声が聞かれる。また、「福島で製造されたもの」ということを隠さなければ海外での工業製品の展開が難しいといった事業者からの切実な声も聞かれた。

＜課題＞
・本町では、安心安全な農畜産物の生産について各事業者が懸命に取り組んでいる。しかしながら、消費地である首都圏ではそのことを知らない方が多いため本町の農産物、特産品の安全性について PR する必要がある。
・震災以降、姉妹都市である東京都三鷹市において農産物の PR を行ってきたが、ターゲット層が比較的年齢の高い層だったため、新たなファミリー層やビジネスパーソンを取り込み PR していく必要がある。
・ALPS 処理水の海洋放出は、福島県の食の安全・安心に対する新たな風評を発生させる恐れがあるため、この正しい情報や本町の農産物や特産品の安全性及び魅力等の発信を継続的に行っていく必要がある。
・震災以降現在まで、紙媒体での安全性の発信と現地での対面での発信は行ってきたが、HP を活用した風評払拭のための情報発信が足りていない部分がある。

【課題に対するこれまでの取組と成果等】

＜課題に対するこれまでの取組＞

①町内放射能測定センターにおいて線量検査の実施
②姉妹都市である東京都三鷹市を中心に比較的年齢層の高い方が集まるイベントにて農産物の直売や町事業者の加工品の安心安全の PR・販売等を実施
③町ふるさと納税サイト等において、本町の「おいしいもの」を全国に伝える取組を実施
④町の情報誌を制作し、町内農家の農産物に込める想いや線量の検査体制を記載し食の安心安全を PR
⑤福島県等が主催する首都圏等で開催されるイベントや近隣市町村と連携した県外での農産物 PR イベントへの参加

＜これまでの取組における成果＞

①線量検査について実施しているが、その結果についての周知やそもそもの興味関心が薄れている。
②姉妹都市の比較的年齢層の高い方が集まるイベントへは毎年５回程度出展し、着実にファンが増えてきたところであるが、ファミリー層にはまだ浸透しきれていない。
③本町ふるさと納税サイトにおいて本町の特産品の美味しさや安心・安全・作り手のこだわりを発信しているところであり、本町の特産品の一つである味噌や日本酒についての認知度は高まってきているが、農産物についての認知度がイマイチとなっている。
③町の情報誌にて農畜産物や特産品の魅力と安全性を PR しており、イベント等で実際に手に取っていただいた方には理解を深めていただけた。
④R6 年度は、県南９市町村で出展した 8/28 首都圏 PR（来場者数約 900 名）や、福島県の主催する 10/26.27「ふくしまフェスタ」（来場者数 34,000 名）、9/21.22 ふるさと回帰フェア内のふるさとマルシェ（来場者数 28,800 名）等多数のイベントに出展し本町の特産品等について PR を行った。

上記のような様々な事業を実施し、風評払拭について取り組んできたが、生産者たちの安全安心に込める想いや、実際の生産者の声を消費者へ届けることが弱かった。
今までは、本町が単独で首都圏で行うイベントが無かったため、連携して行った近隣市町村との差別化が図れず埋もれてしまっていた。そこで、本交付金を活用し、安心安全な「食」の PR はもちろん、それらを生産する方々の想いや本町についてじっくり PR することで、「矢吹町」としてのブランド化・風評払拭を強化していきたい。
また、本町の風評払拭への取り組みや情報を集約した専用ページが無いことで、本町を知らない方への WEB 上での情報発信が行き届いていなかった。

＜目標達成状況＞

R6.1～11 月　ふるさと納税ポータルサイト　8,736 人（楽天ふるさと納税　店舗全体アクセス数）
R5.1～11 月　ふるさと納税ポータルサイト　2,659 人（楽天ふるさと納税　店舗全体アクセス数）
R6.12.9 現在　本町インスタグラムのフォロワー数　1,063 人
R6.12 月末現在　本町ふるさと納税寄附額　51,399,900 円

【今年度事業における具体的な取組内容】

1　安心安全に取り組む矢吹「おいしいもの」・「ひと」発信

■①矢吹町の「カブトエビ米」を核とした矢吹の食の安心安全 PR 事業
実施期間：令和 7 年 4 月～令和 8 年 3 月
実施体制：矢吹町、委託業者
概算費用：1,100 千円
実施内容：
本町で震災以降取り組んできた「安心・安全」の取り組みの代表的な事例としてカブトエビ農法を活用した「カブトエビ米」の栽培がある。カブトエビ農法とは、カブトエビが雑草の芽を食べたり、泳ぎ回ることで水を濁らせ雑草の光合成を阻害したりすることで、除草剤を限りなく減らして米作りをすることができるもの。また、カブトエビは農薬等に弱く、カブトエビが生息する田んぼは環境に配慮された安心安全な田んぼといわれている。令和 7 年度においては、ALPS 処理水の海洋放出等による新たな風評の発生を抑えるためにも、本町の「安心・安全」への取り組みをオンラインプレスリリースでの発信、カブトエビ農法や農業に知見のある著名な方とコラボしたオンライン記事の作成等を実施し、風評払拭に向けて取り組みを行う。カブトエビ米についての PR は主に首都圏を予定しており、姉妹都市の三鷹市やふるさと納税の返礼品にカブトエビ米を選択された方に向け、さらに詳しく本町の安心安全への取り組みが分かるようリーフレットの配布を実施する。

■②矢吹「おいしいもの」・「ひと」発信事業
実施期間：令和 7 年 10 月～令和 8 年 3 月
実施体制：矢吹町、委託業者
実施場所：首都圏を予定
概算費用：3,226 千円
実施内容：
首都圏のビジネスパーソンが集まる場所で矢吹町の「おいしいもの」魅力的な「ひと」をＰＲ。
本町の食材を使用したレシピ開発を料理家に依頼し、ランチＢＯＸとおつまみＢＯＸを各 100 セット制作して本町の「おいしいもの」をＰＲする。また、イベント会場には生産者のこだわりや食の安心安全への取り組み等をＢＯＸ購入者はもちろん、通りすがりの人が目にとめ足を止めて見て知っていただけるよう、本町農家の等身大ロールアップバナーの設置等を行い、情報の発信を行う。
ＢＯＸ購入者には、本町ＳＮＳのフォローを促し、本町が首都圏で行うイベントへの再来につなげたり、ＢＯＸに使用した食材を選べる本町のふるさと納税サイトでの購入等につながるよう誘導する。
料理家によるレシピ開発の様子は Instagram 等の SNS により発信を行い、また、開発したレシピも SNS で発信することで新たな層のフォロワーの獲得を狙う。

■③矢吹町ランディングページ作成事業
実施期間：令和 7 年 10 月～令和 8 年 3 月
実施体制：矢吹町、委託業者
実施場所：町ホームページ
概算費用：594 千円
実施内容：
イベント等の現地以外で本町の「安心安全」「おいしい」「ひと」や風評払拭への取り組みを PR するため、稼働していない既存の WEB サイトを改修し、矢吹の「いま」を発信する PR 専用ランディングページを作成する。「開拓のうた」「田んぼの学校（カブトエビ米）」「矢吹町商工会」ページでは、本町の魅力ある自然や「安心安全」「おいしいもの」「ひと」を発信し、「まちあるきガイド」「サイクリングロード」ページでは、来訪者が本町を満喫できるモデルコースを紹介した観光マップを中心に情報を発信する。
また、「やぶきのけしきのれきし」ページでは、本町の歩んできた歴史を漫画やアニメーションを用いて子どもでも分かりやすく解説することで、本町に親しみをもってもらう。

2　姉妹都市三鷹市での新たなターゲット層へ向けた PR

■①矢吹町農産物等 PR 事業
実施期間：令和 7 年 4 月～令和 8 年 3 月
実施体制：矢吹町、委託業者
実施場所：東京都三鷹市を予定
概算費用：1,044 千円
実施内容：

姉妹都市の東京都三鷹市において今までにPRを行ってこなかった若い世代が集う三鷹国際交流フェスティバルや三鷹の森フェスティバル等のイベントに参加し本町の特産品や農産物についての魅力のPRを実施する。

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞
・料理家に矢吹町産農産物等を活用したレシピ開発　８種　ランチBOX・おつまみBOX　各１種
・矢吹町の「おいしいもの」「ひと」を発信するイベント　２回/年
・SNSによるプロモーション（SNSへの投稿、広告等）　１２回/年
・姉妹都市でのPRイベント　３回/年
・矢吹町のＰＲ専用ランディングページの作成

＜アウトカム＞
・「おいしい」発信イベントでのランチBOX販売個数　５０個/回
・「おいしい」発信イベントでのおつまみセット販売個数　５０個/回
・矢吹町公式Instagram　新規フォロー　１００人/年
・イベント投稿へのリーチ数　７，２００人/年
・本町ECサイト（ふるさと納税サイト）へのアクセス数　Ｒ６年比　８％アップ
・ランディングページのアクセス数　２０，０００件/年

【今年度、事業の実施により得られる効果】

■事業番号１－①
今まで、オンライン上での周知が弱かった部分があったため、首都圏のみならずカブトエビ農法（減農薬）や安心安全を常に意識する方へ正しい情報を届けるとともに、ALPS 処理水による新たな風評の防止をすることができる。

■事業番号１－②
今までにＰＲ機会の少なかった首都圏のビジネスパーソンに本町の食材の安全性や味などの魅力を発信することで、新たな本町のファンづくりの種をまき、今後継続して本町食材の魅力を伝えていくターゲットが得られる。
・本町の食材を活用したメニュー開発の様子や、レシピ、生産者の様子等を SNS で発信することで、従来の本町の SNS（通常は観光情報や町内のお店の情報の発信）のフォロワーとは違う層のフォロワーの獲得ができる。

■事業番号１－③
本町へ来訪したことがない方、本町を知らなかった方など、これまで福島県や本町と縁遠い方々に町の様々な情報や取り組みを知ってもらい、興味をもってもらうことで、観光等での県内・町内の来訪を促進し、交流人口・関係人口の増加を図るとともに、ふるさと納税の寄附へと繋げることができる。

■事業番号２－①
今までにＰＲ機会の少なかった姉妹都市のファミリー層に本町の食材の安全性や味などの魅力を発信することで、新たな本町のファンづくりが可能となる。それにより、本町の農産物等の安全性等を正しく理解してもらうことで、リピーターや本町と三鷹市で実施しているグリーンツーリズムへの参加などが促進される。