

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

1. 基本情報

自治体名	他市町村との連携	事業番号	事業名			
双葉町		A－1	双葉町関係人口創出と交流促進のための情報発信等業務			
事業実施年度	当該年度総事業費	経費区分（該当区分に○を入力）				
R 8 年度	42,482 千円	①情報発信事業			②外部人材活用	
事業費	左記 事業費のうち 国費負担分	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	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
42,482 千円	21,241 千円		○	○		

2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

自治体が抱える風評等の現状について
- 双葉町は令和4年8月の特定復興再生拠点区域の避難指示解除を経て、町内での暮らしの再開が本格化した段階にある。一方、町内居住人口は依然として震災前の約3%にとどまっており、居住人口の拡大を含む着実な復興のためには、関係人口・企業の幅広いコミットメントを確保していくことが急務である。 - これまでは被災地、復興事業に関心がある人を中心に情報発信、関係構築を行ってきたが、今後は、双葉町で生活を営む人やコミュニティをどのように支え活性化させるかが肝になる。このため、今後は一般的な復興事業だけでなく、ソフト面での「双葉町の再生」を進める必要が生じている。 - 現在の情報発信は、既存コミュニティや町周辺地域への限定的なものであり、双葉町の現状や可能性をより広く正確に、全国的に発信していく体制が求められている。
上記の現状の原因となる課題について
- 双葉町の再生を加速させるためには、帰町した住民に加え、町外の多様な人々にも双葉町の現状を知ってもらい、「町の再生に関わりたい」「自分の力を活かしたい」と思う人材の関心を喚起し、実際に町に足を運んでもらい町の取組と協働してもらうことが必要である。一方、「復興知」事業や大学生インターンなどによって若い世代が双葉町を訪れつつあるが、プロジェクト参加や起業、継続的な関与といった具体的なアクションまで至っていない。 - 全国には、起業、コミュニティ形成、リノベーション、アートといった多様なテーマに関心を持ち、地域での実践に意欲を持つ人材が多数存在する。しかし現状の双葉町には、過年度事業によってこうした層とのネットワークや接点が徐々に形成されてきたが、アクションまで至っていない。 - また、これまでの情報発信手法は、主に産業や生活インフラの復興に関心を持つ層を想定したものであり、それ以外の多様な関心層にとっては、必ずしも響く内容・手法とはなっていない。 - このため、双葉町の再生に寄与し得る多様な人材との交流促進を図るべく、関係人口創出や地域活性化に取り組む層に対して効果的かつ持続的にアプローチできる、新たな情報発信の仕組みを構築する必要がある。
上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む）

<本事業以前からの取組>

- 壁画アートなどの民間による取組を実施。
- まちづくり会社により、町内でのイベント等を開催。
- 町内に産業団地を整備し、全国を対象に企業誘致を実施。
- 東日本大震災の被災地で新たな事業を立ち上げた若者やリノベーションの専門家、ランドスケープデザイナーの3名を交えたシンポジウムを実施。
(新型コロナウイルスの蔓延状況も踏まえ、オンライン(機微な意見もあるためクローズド)で実施。)

<過年度事業における取組>

OR7 事業

- 関係人口創出のためのサミット開催
- メッセンジャーインレジデンスの実施
- ツアーモデルの開発調査
- マatchingプラットフォームの構築・運用

OR6 事業

- 関係人口創出のためのサミット開催
- 町内ツアーの企画
- 復興状況・潜在可能性発信のためのWebコンテンツ制作・発信
- マatchingプラットフォーム構築のための基礎調査

OR5 事業

- 新たな情報ターゲット及び情報発信手法の検討
- 復興のための構想コンペの実施
- 復興状況・潜在可能性発信のためのWebコンテンツ制作・発信
- キャンプの実施による現地理解の促進
- 町内ツアーの企画

OR4 事業

- 関係人口創出のためのシンポジウムの実施

上記の取組における成果について

OR7 事業

- サミットの開催：2回(予定)
- スタディツアーのプレ実施：1回(予定)

- マatchingプラットフォームの構築数：1 件

OR6 事業

- サミットの開催：1 回
- 町内ツアーの実施：1 回
- メッセンジャーインレジデンスの実施：6 回（人）

OR5 事業

- 構想コンペの実施：1 回（参加登録者数：103 名、提出作品数：48 品）
- 特設 Web サイトの創設、SNS での関連情報の発信、大手メディアへの掲載
- キャンプの実施：1 回
- メッセンジャーインレジデンスの実施：8 回（人）

OR4 事業

- オンラインシンポジウムの実施：1 回

3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

1. 地域魅力向上・発信事業

- ①実施期間：令和8年6月～令和9年3月
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：首都圏・双葉町
- ④概算費用：42,482 千円
- ⑤実施内容：

A) サミット（イベント）の開催

- 震災により町を離れた元町民や、町に関心を寄せる多様な層を対象としたトークイベントを首都圏、双葉町の2地域で開催する。首都圏開催（約60人規模）では、他地域での実践者や専門家からみた双葉町の可能性や復興の課題などを議論することで関係人口の裾野を広げ、双葉町開催（約80人規模）に誘導する。双葉町では、実際の町をフィールドにした具体的な可能性を感じてもらう設計とする。双葉町開催では、双葉町の食材や郷土料理を活用した飲食コンテンツと、首都圏開催の議論を出発点に町の未来を語るシンポジウムを組み合わせた複合型の催しとする。
- 双葉町にゆかりのある人材や実践者を招き、地域文化を起点とした交流を促すとともに、復興と創造をテーマに町の将来や、今後双葉町で何ができるかを具体的に議論できる場とする。町のポテンシャルの再発見と可視化を通じて、町で「コト」を起こそうとする人材の裾野を広げるとともに、実際のプロジェクト・事業につなげていくことを目的とする。具体的には、過年度のサミットでの議論を踏まえ、双葉町においてどのような投資やプロジェクトが起こる可能性があるのかを議論する。

B) メッセンジャーインレジデンスの実施

- 世間から支持を集めているクリエイター層においても、原子力災害被災地に対してネガティブな感情を依然として持っていることから、町内に招聘し数日間の滞在で得たインスピレーションを作品として滞在後数か月を目安に発表し、関係人口創出と風評払拭を図る。
- メッセンジャーはアーティスト、写真家、映像作家、ライターなどの芸術家だけでなく、起業家を含めたビジネスパーソンも巻き込み多様なバックグラウンドを持つ構成とし、6名程度招聘する。また、町内での活動拠点の紹介を含めることで、企画終了後もメッセンジャー自身によって「コト」の創出・発信が行われる設計とする。

C) ツアー自走に向けたモデルの構築

- 過年度業務における若手経営者層にフォーカスしたプレ実施を踏まえ、双葉町を知り可能性を感じてもらうためのツアーを民間主体で継続実施できるようにするための運営体制や収支、広報などのビジネスモデルを具体化する。
- ツアーモデルの妥当性や運営の実現可能性を検証することを目的とし、プレ実施（1泊2日、30人規模を想定）を行う。

D) マッチングプラットフォームによる共創促進を目的とした情報発信

- R7に整備したスラックを活用したマッチングプラットフォームを用い、町の復興状況や今後の取り組みなどを正しく発信することによって、双葉町の現状等について正確な理解を促し、双葉町に可能性を感じる層や何かをはじめたいと考える層といった関係人口を増やす。加えて、そうした関係人口と町内外の支援者や場所、コトをつなぎ、双葉町に対する中長期的な関与・起業へとつながるコミュニティ基盤を育成する。
- 過年度業務で行った仮説検証を踏まえ、機能拡充や人材・コスト等を踏まえた運営体制の検討を行う。

E) 情報発信ツールの制作

- 現在双葉町の町内施設の情報を網羅的に把握する手段がなく、スポット的な情報発信にとどまっていることから、イベント来訪者だけでなく、常時来訪する方に対する情報発信のツールとして、パンフレット制作する。（5,000部以上）
- 見る、食べる、泊まるなどの基本的な内容から復興の状況含め、双葉町が網羅的にわかる内容とする。
- R8に県外で開催されるイベントや県外の県情報発信拠点等での配布を想定。
- デジタルパンフレットも制作し、オンラインでの情報発信も強化していく。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- 復興・創生に向けた取組
「双葉駅東地区まちづくり基本構想」（R6年度3月公表）や「双葉町復興まちづくり計画（第四次）」（R7年度末公表予定）の基本構想を、サミットにおけるトークセッションの前提とすることで、町の復興に向けて実施している取組や今後の方針について町外に向けて広く情報発信を行う。また、これまで行われてきた復興に向けた取組についてメッセンジャーインレジデンスやツアーで説明を行う。
- 双葉町で生産される食品の安全性
双葉町開催のサミットの飲食コンテンツでは、双葉町の食材や郷土料理を活用する。実際に食べてもらうことによって町で生産される食品が安全であることを発信する。
- 双葉町の食材を使用している店舗を紹介することで、町で生産される食品が安全であることを発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

- 地域特有の文化や自然の魅力紹介

双葉町にしかない風景や文化的な背景をサミットのテーマに取り入れ、町の未来像を描く議論を通じて外部参加者との共創につなげる。震災後の復興に向けた町の取組を見える化し、外部参加者にその魅力を感じてもらう。

⑧福島県内でイベント等の事業を実施する理由 ※県内で事業を実施しない場合は⑧は削除

本事業は A サミットの開催、B メッセンジャーインレジデンス、C ツアー自走に向けたモデル構築、D マッチングプラットフォームの 4 つのプロジェクトが相互に関連することによって、単なる関係人口の発掘にとどまらず、関係人口が実際に双葉町に関わることを見据えた情報発信を目指している。これらは「実際に来てもらい関係人口となってもらう性質」(A, B, C)と「関係人口をつなぎとめる性質」(D)に分類され、前者については町の現状を現地で知り可能性を感じてもらう必要があるため県内でのイベントを実施し他事業での情報発信の効果を高めていく。

(1)イベント等への参加者の半数以上が県外からの参加者となる理由とその確認方法：

A) サミットの開催

双葉町開催は、県外参加者の来訪を前提に、現地で町の現状を体験し、今後の関わり方を具体化する場として設計している。このため、参加募集は事前申込制とし、県外参加者を優先する参加枠（先行受付・優先割当）を設定する。あわせて、首都圏（東京）での開催により県外の参加見込み層を獲得し、双葉町開催への誘客を強化する。

C) ツアー自走に向けたモデル構築

県外からの誘客を目指したツアーモデルの実証であるため、県外者のみを対象とした定員制とする。申込フォームにおいて住所の登録を必須とし、出身や属性を踏まえて参加者を決定する。

(2)事業費の半分以上が県外への情報発信に要する費用となる手法：

サミットのうち双葉町開催以外を県外への情報発信に直接的に要する費用は以下の通りとなる。また、広報活動を強化し、メディアやオンライン広告を活用して双葉町の復興活動を全国的に発信することが重要となってくることから、SNS や専門メディアを活用し県外からの関心を集める。

A) サミットの開催のうち東京開催分 7,797 千円

B) メッセンジャーインレジデンス 4,078 千円

C) ツアー 4,337 千円

D) マッチングプラットフォーム 5,911 千円

E) パンフレット制作 1,903 千円

24,026 千円 / 42,482 千円

4. 事業における目標等

今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る	今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る
①サミット（イベントの開催） サミット（イベント）の実施：2回程度 ②メッセンジャーインレジデンスの実施 メッセンジャーインレジデンスの実施：6件程度 ③スタディツアー開発に向けた調査・検討 スタディツアーの試行・プレ実施：1回以上 ④マッチングプラットフォームの構築 マッチングプラットフォームの構築数：1件 ⑤情報発信ツールの制作 1件	①サミット（イベントの開催） イベント参加者数：200人以上 ②メッセンジャーインレジデンスの実施 メッセンジャーの発信によるSNSインプレッション数：10万件以上 ③スタディツアー開発に向けた調査・検討 プレ実施ツアーの参加者満足度（アンケート回答）：「満足」「やや満足」の割合が80%以上 ④マッチングプラットフォームの構築 実際のマッチング（相談・情報提供・協働等を含む）の件数：5件以上
長期的な目標 ※1つ以上は定量的な目標を設定	長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載（○%）
- 町の魅力や将来性を、地域外の多様な層へ向けて戦略的に発信することで、双葉町の認知拡大と新たな関心層の獲得につながる。 - 実践的な交流や創作活動を通じて、双葉町に対するポジティブなイメージや共感が生まれ、町の価値を再認識する契機となる。 - プラットフォームの整備により、町と関係人口との間に持続的な接点が形成され、将来的な起業・事業連携の可能性が高まる。（指標：マッチングプラットフォームを起点に生まれたプロジェクト数：10） - スタディツアーの開発に向けた調査・検証を通じて、町の受入体制や訴求ポイントが整理され、将来的な自主財源化や関係人口との安定的な接点形成に向けた基盤が整う。 「外から関わる人」の姿が町内外に可視化されることで、町の再生が“自分ごと”として多くの人に認識され、復興に向けた民間・個人の主体的関与を促す。	- 双葉町の将来の在り方についてゲストを交えトークセッションを行った R6 年度のサミットでは、100 名ほどの参加者があった。サミットだけでなくツアーも実施することにより認知拡大はできている。 - 実践的な交流や創作活動を通じて、双葉町に対するポジティブなイメージが広がりつつある。 - 構築されたマッチングプラットフォーム数は R7 中に 1 件を予定している。達成度合いは 100%。 - R6 年度は多様な層に向けたスタディツアーを行った。また、R7 年度は起業家向けのツアーの仮説検証を行う。自主財源化や安定的な接点形成はできていない。 - 本事業によって裾野を広げることにはできているが、民間・個人の主体的関与を促すに至っていない。