

(様式 1-5)

双葉町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 4 月 28 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.		事業名	双葉町新規人材交流促進のための情報発信等事業	事業番号	A-1
事業実施主体			双葉町	総交付対象事業費	92,847 千円
既配分額			62,847 千円	当該年度交付対象事業費	30,000 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 30,000 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 21,443 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 5,002 千円					
iv) ポータルサイト構築 3,555 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 年度末までに、産業や生活の復興のみならず、地域コミュニケーションの活性化や起業などを担う多様な人材との交流を促進し、本事業の終了後には双葉町へ移住する者を 10 名程度創出することを目指す。					
事業概要					
事業実施主体			双葉町		
主な企画内容			本事業では、双葉町の将来像に共感し、地域の再生や起業等を担う意欲ある層を対象に、効果的かつ戦略的な情報発信を実施する。 併せて、彼らが双葉町に関心を持ち、来訪・交流・関与に至るまでのプロセスを支援する仕掛けを展開し、関係人口の創出・拡大を図ることで、町の持続的な再生につなげていく。		
主な事業の実施場所			双葉町、大都市圏（東京近郊）		
事業の実施期間			令和 4 年度～令和 7 年度		
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
• 双葉町は震災から 12 年以上が経過した令和 4 年 8 月末にようやく特定復興再生拠点区域の避難指示解除、住民帰還が始まったところであり、被災自治体の中での復興状況は最も遅い状況である。					
• 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、関係創出を行ってきたが、特定復興再生拠点区域の避難指示解除を受け、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、全国的に発信していく体制が求められている。					
<課題>					
• 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うことが重要である。					
• 全国には、リノベーションや映像、起業、コミュニティ形成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、こうした層とのネットワークや接点が十分に構築されていない。					

- 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。

【課題に対するこれまでの取組と成果等】

<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>

○R6 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
- マッチングプラットフォーム構築のための基礎調査

○R5 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

○R4 事業

- 関係人口創出のためのシンポジウムの実施

<過年度事業における成果>

○R6 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）

○R5 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）

○R4 事業

- オンラインシンポジウムの実施：1回

<目標達成状況>

- 特定復興拠点区域の避難指示が解除された令和4年9月（居住者2人（うち、帰還0人、転居2人））と比べ、令和7年5月現在185人（うち、帰還78人、転居107人）となっている。移住者の人口がある一定の割合を占めていることから本取り組みがソフト面での人口増加の一助となっている。

過年度行ってきた事業は移住を視野に入れている層の注目や興味を惹くにとどまっており、移住の意思決定や行動に結びついていない現状もあり、移住や町との関わりを促すような設計が必要である。

【今年度事業における具体的な取組内容】

1. 地域魅力向上・発信事業

実施期間： 令和7年8月～令和8年3月（予定）

実施体制： 双葉町、委託事業者

実施場所： 双葉町、首都圏（予定）

概算費用： 約 30,000 千円（予定）

① サミット（イベント）の開催

・予算額：約 13,170 千円（予定）

・開催予定場所：双葉町、首都圏（予定）

- ・昨年度に引き続き、町を離れた町民や町に関心を寄せる多様な層を対象とし、食体験等を含む地域文化を起点とした交流を促すとともに、風評の払拭や復興・創造をテーマに町の将来を語り合う場として設計する。
- ・今年度のサミットでは、新たな登壇者からの視点に加え、昨年度の登壇者が再登壇し、1年間を経たからこそ得られた気付きや変化について議論を深める。また、登壇者・参加者の双方が、本サミットを契機として双葉町での活動に踏み出す機運を醸成できるよう、テーマ設定や内容構成に工夫を凝らす。
- ・イベントに関しては、各種メディアを効果的に活用し、開催前後のタイミングで広く情報発信を行う。

② メッセンジャーインレジデンスの実施

・予算額：約 4,007 千円（予定）

・実施場所：双葉町

- ・昨年に引き続き、アーティスト、起業家など多様な発信力を持つ「メッセンジャー」を6名ほど町内に招聘し、数日間の滞在（旅費・宿泊費は本交付金内で町が負担）を通じて、双葉町で得たインスピレーションを作品として表現・発信してもらう。
- ・昨年度は、元々双葉町やメッセンジャーに関心を持つ一部の層にしか届かない内容が多かった。今年度は、メッセンジャーの選定を工夫するとともに、認知してもらいたい層が検索しそうなキーワードに引っかかるような投稿を行い、新たな関係人口の創出を図る。
- ・制作物は、アート、写真、映像、詩、レポート、音楽など多様な形式とし、完成後は SNS や Web サイト、オンラインメディアを通じて国内外に発信する。作品の制作過程および発信内容については、町と随時共有を行い、町の持続的な魅力発信体制の一翼を担う役割を果たす。

③ スタディツアー開発に向けた調査・検討

・予算額：約 4,007 千円（予定）

・実施場所：双葉町（帰還困難区域を含む）

- ・本業務では、昨年度に実施したスタディーツアーの成果と課題を踏まえ、双葉町におけるツアー事業の事業化可能性を検証する。昨年度は、町の現状を体感し、町内プレイヤーとの交流を通じて関係人口との継続的な接点を構築することを目的に、20～40代の若手社会人を主対象としたスタディーツアーを実施した。
- ・一方で、若手社会人に対するツアーそのものは、関係人口の拡大に一定の成果を見せたものの、単発的なイベントにとどまり、商品としての販売・継続的な運営体制の構築には至らなかった。また、価格設定、安全管理、運営主体の明確化といった点において、事業化に向けた検証が不足していた。
- ・こうした課題を踏まえ、今年度は富裕層やインパクト投資家等の高付加価値層をターゲットに、震災遺構や地元食体験等を組み合わせたスタディーツアーの事業化可能性を検証する。専門事業者に調査・企画・ブレ実施を委託し、需要・供給・事業性の観点から総合的に分析を行い、モデルコースと事業化ロードマップの策定等を目指す。

④ マッチングプラットフォームの構築

・予算額：約 2,848 千円（予定）

・使用媒体：Slack

- ・過年度はマッチングプラットフォーム構築に向けて、他自治体の事例を調査した。また、近隣自治体の類似サービスの比較検討を行い、ポジショニングマップによって本マッチングプラットフォームのターゲット設定を行った。
- ・調査結果を踏まえ、双葉町で何かを始めたいと考える人と、町内外の支援者・サポーターをつなぐためのマッチングプラットフォームを構築する。初年度は Slack 等の既存のプラットフォームを活用し、投稿カテゴリやチャンネル設計を工夫しながら、関係人口の交流・実践のハブ機能を整備する。初年度以降の活用媒体や費用負担含む運営体制については、初年度の運用を踏まえて検討する。

町内でのイベントやお祭りとの連動を図りながら、リアルとオンラインの接点を多層的に構築し、双葉町に対する中長期的な関与・移住・起業へとつながるコミュニティ基盤を育成する。

<積算参考資料>

	全体経費	30,000,000	
①	体験等企画実施	21,442,624	消費税 × (⑤⑪ + 特別経費 × ⑤⑪/④)
②	情報発信コンテンツ作成	5,002,101	消費税 × (⑧ + 特別経費 × ⑧/④)
③	ポータルサイト構築	3,555,274	消費税 × (⑭ + 特別経費 × ⑭/④)
	全体事業費（税込み）	30,000,000	
	全体事業費（税抜き）	27,272,727	
	特別経費	3,240,827	一般管理費 + 旅費
	一般管理費	2,479,339	0.1 × (旅費 + 全体事業費)
	旅費	761,488	
④	全体事業費（特別経費除く）	24,031,900	⑤⑧⑪⑭
⑤	サミット（イベント）	13,169,900	⑥⑦
⑥	人件費	5,669,900	
⑦	製作費	7,500,000	
⑧	メッセンジャー	4,007,000	⑨⑩
⑨	人件費	2,507,000	
⑩	製作費	1,500,000	
⑪	スタディツアー	4,007,000	⑫⑬
⑫	人件費	2,507,000	
⑬	製作費	1,500,000	
⑭	マッチングプラットフォーム	2,848,000	⑮⑯
⑮	人件費	1,848,000	
⑯	製作費	1,000,000	

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

- ① サミット（イベントの開催）
 - ・サミット（イベント）の実施：1 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 ツアー開発に向けた調査・検討
 - ・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

<アウトカム>

- 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 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

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・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、将来的な移住・起業・事業連携の可能性が高まる。
- ・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。