

(様式 1-5)

大熊町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 5 月 8 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.	2	事業名	大熊町情報発信動画制作事業	事業番号	A-2
事業実施主体	大熊町	総交付対象事業費	6,306 千円		
既配分額	0 千円	当該年度交付対象事業費	6,306 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 6,306 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 6,306 千円					
iv) ポータルサイト構築 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					
<大熊町第三期まち・ひと・しごと創生総合戦略 p. 34, 36>の令和 8 年度目標の達成 (町 SNS の登録者数 3,000 人、町内視察 (おおくま町見学ツアー、学び舎ゆめの森等) の参加者・来町者数 3,450 人)					
事業概要					
事業実施主体	大熊町				
主な企画内容	① 東日本大震災における大熊町の被災状況および復興の過程を伝えるための動画作成 (町の被災状況と現状を正しく知ってもらうための情報発信) ② 避難指示解除が進む中で町が取り組んでいる施策や、震災を経た町だからこそ実現したい将来像を伝えるための動画作成 (町の魅力を伝え、関心を高めるための情報発信)				
主な事業の実施場所	大熊町内				
事業の実施期間	令和 7 年 7 月～令和 8 年 3 月				
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
・現在の大熊町の居住人口は推計 1,370 人、うち町に住民票を移した人の数は 900 人 (令和 7 年 2 月末現在) で、震災前の 8%に満たない。					
・原発事故で町内全域に避難指示が出された後、平成 31 年 4 月より段階的に避難指示解除が進み、居住環境の再整備が進んでいる。一方で、町の総面積の 50.9%はいまだ帰還困難区域であり、そこには中間貯蔵施設も含まれている。なお、中間貯蔵施設の面積は町面積の約 7 分の 1 にあたる。					
・原子力発電所事故による全町避難を経て、一部避難指示解除がなされた後に策定された「大熊町第 2 期まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」(令和 2 年 3 月) では、帰町、移住の促進により令和 9 年の町内居住者を約 4,000 人と設定した。しかし、令和 7 年 3 月時点で目標としていた人口規模に達していない現状を踏まえ、令和 7 年 3 月策定の「大熊町第 3 期まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」において、町の人口規模の目標 4,000 人は維持しつつ、その達成時期を令和 16 年に後ろ倒ししたところである。					
・「大熊町住民意向調査速報版」(令和 6 年 9 月実施、同 12 月公表) では、帰還意向について「戻りたいと考えている (将来的な希望も含む)」が 13.4%。震災後 14 年を経ても、その比率が大きく変動することはなく、むしろ前年度の調査結果より微増 (+0.7%) の状況である。また、まだ判断がつかないとの回答も 25.1%を占めた。					

・第3期まち・ひと・しごと創生人口ビジョンでは、令和16年で町内居住者4,000人を達成する前提として、現在の人口データに住民意向調査の帰還意向の率を掛け合わせ、令和6～16年の帰還者数を2,441人と推計している。令和7年3月公表の住民意向調査によると、帰還意向を示した世帯が求めることとして①医療機関の充実 ②商業施設の再開・充実 ③介護・福祉施設の充実 ④防犯体制の強化 ⑤継続的な健康管理など放射線に対する不安解消への取り組み——が挙げられている（上位5つを抜粋）。

・福島県の「令和7年度当初予算における風評・風化対策の全体像」では、県全体へのイメージの良し悪しについて「どちらともいえない」とする回答が増加したとし、「関心度が低下している」と分析。震災の風化を懸念する。一方、よくも悪くも「ふくしま」に対する関心が低下する中で、県産品の価格が全国平均よりも低いまま固定化しているとし、根強い風評も指摘する。

・当町でも、復興の進捗に伴い、「町立学び舎ゆめの森」や大熊インキュベーションセンター、大野駅西エリアなどを中心に視察者が増えているが、震災後の取り組みを目的とした視察者の中には、町面積の半分はまだ避難指示が継続している事実を知らずに訪れる方もいる。一方で、町移住定住センターで実施する福島第一原子力発電所を組み込んだ町内ツアーの参加者には、町に生活が戻っていることを知らない人もいる。

・上記のとおり、大熊町は避難指示解除区域の拡大、その上で人が安心して暮らせるインフラや耕作できる農地の整備など、町全域において町民が安心して住み、ものをつくり、消費する環境を取り戻し、人口増を目指す段階にある。しかし、復旧・復興を進めながら、「震災の風化」と「風評の定着」の両面を見据えた対応せざるを得ない状況である。

<課題>

・原発事故から14年を経過し、避難先での生活が定着する中で町民の帰還を促進するには、帰還困難区域の除染・避難指示解除が進むことはもちろん、復興に伴い変化する町の様子や放射線量の状況・低減に関わる取り組みを、継続してわかりやすく伝える工夫が求められている。

・東日本大震災に対する注目が薄れるにつれ、大熊町の現状に対する町外の方々の意識は「時が止まったまま町」か「復興が進んだ町」に二極化し、その両面を抱える町の実情は、知る機会がなければ更新されにくい。報道等も「暗」か「明」か、テーマを絞った内容になりがちである。さらに町の施策も「震災記録誌」もしくは「町の移住定住パンフレット」のように、町の一面にフォーカスを置くようなまとめをしがちである。

・移住定住施策を打ち出し、一定の効果を上げているが、いまだ町面積の約半分に避難指示が継続し、各所で除染・復興作業が実施され、中間貯蔵施設も抱える町である。帰還、移住に関わらず町に暮らす人の不安を払しょくし、居住後のミスマッチ（「このような町だと思わなかった」など）を防ぐために、現在も続く町の復興の過程を正しく理解してもらうことは必須である。

・上記より、東日本大震災及び原発事故からの町の歩み、現在の町の状況を伝え、「被災」にも「復興」にも偏りすぎない視点で町への関心を高める必要があるが、各課・各担当者によるそれぞれの施策説明やPRにとどまっており、町の現状や魅力を統一した見解の下、一体的に伝える施策がない。

【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>

・町内見学ツアー（中間貯蔵施設コース、福島第一原発コース）

令和4年度～、実施主体：町、移住定住センター

震災を切り口に町への関心を高め、関係人口、移住者の増加を目指して町内を案内するもの。

いずれのコースも年に計6回企画、各回定員6名～10名

<これまでの取組における成果>

令和4～6年度のツアー参加者 のべ356人

令和7年度の福島第一原発コースはすでに定員が埋まるなどツアーに対する一定のニーズはある。

ツアーの参加者は町というより原発、中間貯蔵施設に対する関心が高い人が多い。必ず復興が進んだ町内の様子も視察先に組み込むことで、震災や事故のみを学ぶ機会としない工夫があり、視察者の感想では「町の様子が知れてよかった」「こんなに暮らしが戻っているとは思わなかった」「10年以上経っても課題が多いことが分かった」など、自分の関心外の現状を知ることにより、かえって来町の満足度や町への関心が高まっているという。

<目標達成状況>

SNS登録者数2,332人、視察ツアー参加者・教育施設視察計約160人～180人/月

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 大熊町情報発信動画制作事業

実施期間：令和7年7月～令和8年3月

実施体制：大熊町、委託事業者

実施場所：大熊町内

概算費用：6,306千円

実施内容：

指名型プロポーザルでの事業者選定を想定。事業者は、大熊町の概要を動画で発信するため、企画、構成、取材、映像作成、編集、校正等、制作に必要な一連の業務を担う。なお、作成する動画は下記のとおりとし、令和7年度時点での町の現状を反映するが、今後5年程度の活用を見込めるものとする。

・大熊町の震災からの歩みを伝える動画の作成（5分程度）：風化防止

震災前の町の状況から発災、全町避難から現在までの過程を伝える内容とする。特定の関心を持って来町する方を対象とし、町の復興や変化の前提として、被災の状況や放射線量の推移などを事実として知ってもらう。英語字幕をつけ、海外の方にも伝えやすい動画とする。

・町の魅力を伝える動画の作成（3分程度のもの×5テーマ）：風評防止

「企業誘致」「教育」「ゼロカーボン」など、震災を経た町だからこそ取り組むことができる、取り組む価値が増す町の独自施策や町内の動きをテーマ別に紹介する。震災後の町に関心が強くない方を対象に、すでに生活が戻って6年が経過し日々変化していく町の現状を分かりやすく、押しつけがましさを感じさせずに伝えるため、短めの尺とする。

主な業務内容は以下のとおり。

（１） 企画・構成

各動画の構成を提案し、発注者との協議の上で決定する。動画はいずれも令和7年度の動画完成から5年程度の活用を見込める構成とする。

（２） 取材・映像作成

構成に基づき、必要となる素材の収集、取材、撮影、作画等を行う。

（３） 編集・校正

効果的な音響、BGM、ナレーション、字幕等を組み入れ、動画を編集する。なお、ナレーションは日本語とするが、字幕は少なくとも日本語と英語の２種類を作成すること。なお、編集にあたっては、完成までに発注者が内容を確認できる機会を複数持ち、必要に応じて校正、修正すること。

（４） 権利確認・調整

成果物及び構成素材に係る第三者の著作権及びその他の権利について、必要な確認及び手続き等を担うこと。なお、本業務の実施により完成した映像等の著作権は、当町に帰属するものとし、必要な権利処理を済ませた上で納品すること。

（５） その他

- ・発注者との打ち合わせ
- ・取材先等との連絡調整
- ・委託業務着手届、委託業務完了届、ほか町が求める書面の提出
- ・活用展開の提案。現時点では視察時に資料、町のホームページ等広報媒体を介した視聴、イベント等での活用を見込んでいる。なお、提案された内容を実施する場合には、本交付金予算は仕様せず別途、町予算を組むなどして実施する。現時点で想定している活用展開は以下のとおり。視察時資料、町のホームページ等広報媒体を介した視聴、イベント等での活用やふくしま12市町村移住ポータルサイトとの連携など。

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

・動画全6本

＜アウトカム＞

・視察受け入れ、企業訪問などでの動画活用30回（年）

・ふくしま12市町村移住支援センター及び県観光物産交流協会等が県内外で開催するイベント等での動画活用10回

・町の広報媒体等を通じた動画再生数1万回（年）

・年間移住者61人

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・ 大熊町の現状に対する理解の醸成
- ・ 町について新しい知識、経験を得ることによる来町時の満足度の向上
- ・ 居住先としての大熊町に対する関心の向上
- ・ 関係人口の増加
- ・ 居住者の増加