

情報発信等戦略の期間

令和 5 年度～令和 7 年度

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

○福島第一原子力発電所の原子力災害により、本市をはじめ、福島県は科学的根拠に基づかない風評被害を被ってきた。

○これまで、風評払拭に係る様々な情報発信を行ってきたものの、未だに一定数の風評被害が残っているのが現状。

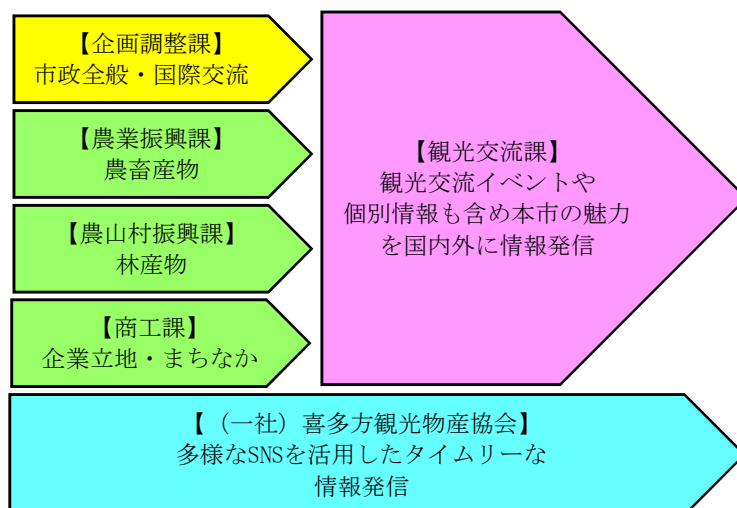
○新型コロナウイルス感染症の影響が緩和し、国内外からの旅行者が回復傾向にあった中、令和 5 年 8 月に開始されたALPS処理水の放出は、本県水産物を中心に我が国、福島県、喜多方市への旅行についても科学的根拠に基づかない風評により、旅行の敬遠などが懸念され、または既に発生している状況にある。

○このため、風評の大きな要因である「食」や「健康」について正確な情報を発信し、理解を得るとともに、本市の農畜産物や加工食品をはじめとした食の安全性を中心に、豊かな自然・絶景、歴史や文化、ここでしか体験できない教育旅行制度等について、今一度、首都圏などの国内はもとより、台湾や中国等をターゲットとして、正確な情報を発信し、理解を得て、本市はもとより、福島県の魅力、安全・安心をPRし、全体的なイメージ向上に繋げる。

② 喜多方市の情報発信体制

○行政による情報発信は、各部署が個別に行う情報発信に加え、それらすべての情報を観光交流課が中心となって、風評払拭に向けた情報発信を市ホームページ等で実施。

○また、本市中核的な観光の担い手である一般社団法人喜多方観光物産協会では、これら行政の情報に加え、独自の視点で各種情報をタイムリーに発信する。



○このほか、会津17市町村と関係団体で構成する極上の会津プロジェクト協議会や福島県に加え、会津若松市、山形県米沢市や北塩原村・西会津町などの近隣市町村と連携した情報発信を実施

○また、交流のある市区（東京都東大和市、中野区、千葉県香取市、市川市）や本市インバウンドのターゲット国である台湾、姉妹都市であるアメリカ合衆国オレゴン州ウィルソンビル市や友好都市である中国江蘇省宿遷市を中心に本市の情報発信していく。

③ 情報発信等の戦略目標

○国内については、本市の主要観光ターゲットである近隣県や首都圏を中心に、本市の農畜産物や加工食品をはじめとした食の安全性を中心に、豊かな自然・絶景、歴史や文化、ここでしか体験できない教育旅行制度等について、情報発信を図る。

○国外については、本市の主要ターゲットである台湾をはじめ、中国・韓国・タイ・ベトナム等のアジア圏を中心に、食の安全性や本市の魅力について情報発信を行う。

○これら、①国内旅行誘致、②インバウンド誘致、③グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致の3つの事業に取り組むことで、令和7年度の事業完了までに、平成22年の水準または更なる増に向け、次の項目を指標とし、達成することを目指す。

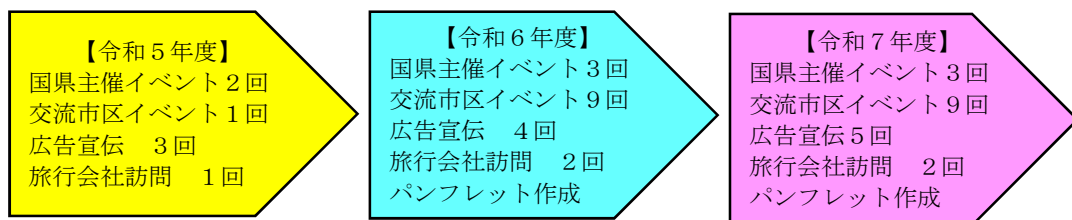
① 観光客入込数	H22：188万人	現状R4：125万人	目標R8：238万人
② 宿泊者数	H24：66千人	現状R4：50千人	目標R8：72千人
③ グリーン・ツーリズム交流人口			
	H22：13千人	現状R4：2千人	目標R8：13千人
④ 外国人観光客数	H23：103人	現状R4：18人	目標R8：8,000人
⑤ 市HPPV数	H22：－	現状R4：64千回	目標R8：110千回
⑥ 県外からのU I J ターン者数	H27：9人	現状R4：143人	目標R8：206人

統計開始（H27）からの累計

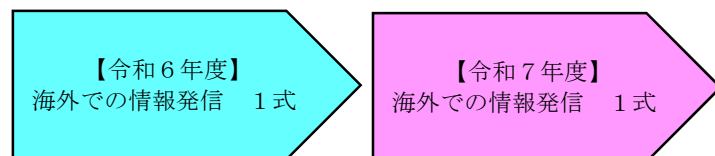
④ 全体工程表

A-1

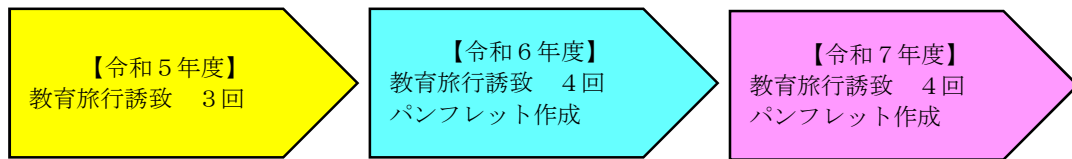
1 国内旅行誘致・PR事業



2 インバウンド誘致・PR事業

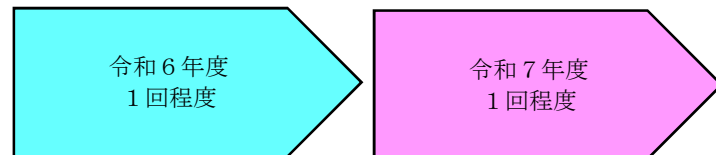


3 グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業

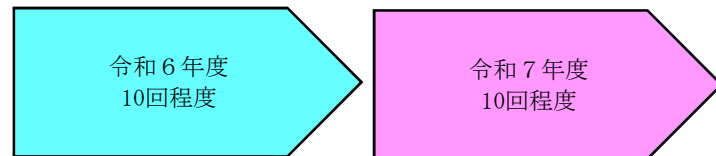


A-2

1 企業の社員食堂等での「喜多方マルシェ」等の開催



2 SNSを活用した情報発信



3 首都圏等で開催される観光物産イベントに合わせたPR

