

(様式 1-5)

喜多方市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和6年1月10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。

N0.	1	事業名	喜多方市魅力向上・情報発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体	喜多方市	総交付対象事業費	4,479 千円		
既配分額	718 千円	当該年度交付対象事業費	3,761 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 3,761 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 1,068 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 2,693 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					
1. 国内旅行誘致・PR事業 ・喜多方市の観光客入込数 R8: 238 万人 (震災前 H23: 188 万人 現状 R4: 125 万人) ・宿泊者数 R8: 72 千人 (震災後 H24: 66 千人 現状 R4: 50 千人)					
2. インバウンド誘致・PR事業 ・外国人観光客数 R8: 8 千人 (震災時 H23: 103 人 現状 R4: 18 人)					
3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業 ・喜多方市のグリーン・ツーリズム交流人口 R8: 139 百人 (震災前 H22: 137 百人 現状 R4: 2.4 百人)					
事業概要					
事業実施主体	喜多方市				
主な企画内容	1. 国内旅行誘致・PR事業 首都圏や近隣県で開催される県等が主催する観光・物産イベントへの参加や、旅行会社訪問等の活動を通じて本市の魅力を発信し、国内旅行の誘致を図る。 2. インバウンド誘致・PR事業 本市外国人誘客のターゲット国である台湾をはじめ、中国・韓国・タイ・ベトナム等の近隣アジア諸国を中心に、食の安全性や本市の魅力を発信し、インバウンド誘致を図る。 3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業 首都圏や近隣県の学校や旅行会社を訪問し、農業・農泊体験をはじめ、本市の豊かな自然や歴史文化を生かした体験型教育旅行のPRや教育旅行者以外の旅行者に対して本市農泊の魅力を発信することにより、グリーン・ツーリズムの誘致を図る。				
主な事業の実施場所	首都圏及び近隣県				
事業の実施期間	令和5年度から令和7年度 (上記2の事業は令和6年度から令和7年度)				

企画内容

【現状・課題】

<現状>

- 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。
- また、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和し、国内外からの旅行客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、我が国、福島県、喜多方市への旅行について、本県水産物を中心に科学的根拠に基づかない風評による、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。

<課題>

- 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、歴史や文化について、今一度、首都圏などの国内に向けて、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ていく必要がある。
- また、コロナ禍以降、急激に我が国を訪れる外国人観光客が回復しているものの、首都圏や一部有名観光地に集中していることから、これら外国人観光客に対し、福島県、本市の安全・安心についてPRするとともに、旅行会社や現地でのPRを行うことで、地方・福島県への誘客が必要となっている。

【課題に対するこれまでの取組と成果】

1. 国内旅行誘致・PR事業

<主な取組>

- ・全国各地で開催される観光・物産展への参加【H23～R1】
- ・喜多方ブランド国内外販路開拓等支援事業【H25～継続】
 - 国内外で開催される商談会等への出展に要する経費を支援
- ・交流のある市区を中心とした観光・物産展への参加【R2～継続】
- ・官民協力した魅力ある観光地の再建・強化事業（漢字のまちづくり）【H25～継続】
- ・風評払しょく観光・物産PR事業【H26～R3】
 - （一社）喜多方観光物産協会への委託事業。本市観光物産の魅力をPR
- ・復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業【R5】
 - 県が主催するふくしまフェスタ（東京都中野区、神奈川県横浜市、愛知県名古屋市）における安全・安心・魅力のPR【R5】
 - 春の観光シーズンに向け、埼玉県、栃木県、山形県における広告掲載【R5】
 - 旅行商品造成に向けた首都圏旅行会社訪問による観光の魅力PRの実施【R5】

<成果>

- ・観光客入込数 震災前 H22：188 万人、震災時 H23：157 万人
コロナ禍前 R1：182 万人、現状 R4：125 万人
- ・宿泊者数 震災後 H24：66 千人、コロナ禍前 R1：63 千人、現状 R4：50 千円
- ・市HPPV数 H26：86 千回 コロナ禍前 R1：98 千回 現状 R4：64 千回

2. インバウンド誘致・PR事業（新規）

<主な取組>

- ・訪日団体バス助成事業【H29～R3】
 - 訪日旅行における国内移動用の貸切バス借上げに要する経費を支援
- ・海外誘客促進環境整備事業【H28～R4】
 - 公衆無線LAN環境の整備や看板等の多言語化に要する経費を支援
- ・インバウンド対策支援事業【R5】
 - ホームページや店内メニューの多言語化や翻訳機の購入に要する経費を支援
- ・極上の喜多方ラーメンリブランディング事業【R5】
 - 喜多方でしか食べることのできないインバウンド向け喜多方ラーメンの開発とPRを実施

<成果>

- ・外国人観光客数 震災後 H24：270 人、コロナ禍前 R1：1,500 人、現状 R4：18 人
- ・外国人宿泊客数 コロナ禍前 R1：900 人、現状 R4：90 人

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業

<主な取組>

- ・教育旅行関係者モニターツアー事業【H24～R4】
 - 農泊・農業体験を組み入れた農業体験旅行のモニターツアー
- ・教育旅行関係者（教育旅行代理店）モニターツアー事業【H25】
- ・復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業【R5】
 - 首都圏（東京都や隣県の小学校及び旅行会社を訪問し、歴史・文化・自然が体験できる安全・安心な教育旅行をPRするキャラバンを実施。

<成果>

- ・グリーン・ツーリズム交流人口
震災前 H22：13,700 人、震災時 H23：8,500 人、コロナ禍前 R1：6,800 人、現状 R4：700 人
- ・喜多方市で農業・農泊体験を実施した学校数
震災前 H22：59 校、震災時 H23：12 校、コロナ禍前 R1：31 校、現状 R4：17 校
- ・喜多方市で農業・農泊体験を実施した児童生徒数
震災前 H22：9,000 人、震災時 H23：950 人、コロナ禍前 R1：5,400 人、現状 R4：1,800 人

【今年度事業における具体的な取組内容】

1. 国内旅行誘致・PR事業

① 県が主催する首都圏等での風評払拭観光・物産PRイベントへの参加 3回

- (1) 実施期間 令和6年4月～令和7年3月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 224,760 円
- (4) 取組内容 県主催の風評払拭観光・物産PRイベント（「ふくしまフェスタ」（首都圏）、県名古屋事務所と連携した「名古屋まつり」（愛知県名古屋市）を想定）に参加し、本市物産品の販売を通して、本市製品の安全性や品質の高さを直接消費者にPRするとともに、本市観光パンフレット等を配布し本市観光の魅力をPRする。
特に、令和5年度にも実施した東海地方でのイベントについては、物産販売よりも観光PRを目的とした来客が多く、福島県、本市の安全・安心と観光の魅力を更に発信できるよう、令和6年度は工夫した出店方法（市のSNS友達登録で特産品が当たるSNS連動キャンペーンや旅行気分を味わえるたまりせんべい焼体験等）を行う。

② 交流のある市区が主催するイベントへの参加による効果的な観光・物産PR 9回

- (1) 実施期間 令和6年4月～令和7年3月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 545,975 円
- (4) 取組内容 本市と交流のある市区（東京都東大和市、東京都中野区、千葉県香取市、千葉県市川市、山形県米沢市）が主催する物産展等に参加し、本市物産品の販売を通して、本市製品の安全性や品質の高さを直接消費者にPRするとともに、本市観光パンフレット等を配布し本市観光の魅力をPRする。
特に、令和5年度は加工食品を中心とした物産品の販売を行ってきたが、令和6年度は米や野菜などの農産物を中心としたPRを中心に行う。

③ 首都圏や近隣県等を中心とした観光誘客PR広告の実施 4回

- (1) 実施期間 令和6年6月～令和7年3月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 449,350 円
- (4) 取組内容 近隣県で交通アクセスの良い宮城県や新潟県、栃木県に加え、今後誘客が見込まれる埼玉県で発行されている情報誌等において、春・夏の観光シーズンに向けた観光情報や食の安全・安心について、WEB広告を中心としたPRを行う。
特に、令和6年度は、宮城県、新潟県、茨城県を追加してWEB広告を行うことで、新規観光客の獲得に努める。

④ 首都圏等を中心とした旅行会社の訪問による国内外旅行商品の造成に向けたPR活動の実施 2回

- (1) 実施期間 令和6年6月～令和7年3月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 105,680 円
- (4) 取組内容 首都圏（東京都、埼玉県を想定）の主要旅行会社に対し、夏から秋にかけての本市観光スポット等の情報提供による旅行商品造成に向けたPR活動に加え、食の安全・安心について情報発信を行う。
特に、令和5年度に福島県で行われた観光商談会に参加した旅行会社の中で本市の主要観光素材の認知度が低かった旅行会社を中心に対しPRを行う。

⑤ パンフレット作成・配布による効果的な観光PR

- (1) 実施期間 令和6年4月～令和7年3月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 462,000円
- (4) 取組内容 本市の魅力的な観光コンテンツや安全・安心な喜多方観光のための情報を効果的に発信するため、それらを掲載した観光パンフレットを作成し、上記①、②、④で実施する観光・物産PRイベントや旅行会社へのPR活動において配布するとともに、首都圏の駅や旅行会社に配架する。

2. インバウンド誘致・PR事業（新規）

- (1) 実施期間 令和6年5月～令和7年3月
- (2) 実施体制 喜多方市（委託業者）
- (3) 概算費用 1,331,000円
- (4) 取組内容 令和6年3月に福島空港と台湾を結ぶ国際定期便の就航が予定されており、今後、台湾を中心に本県を訪れる外国人観光客の増加が見込まれることから、本市外国人誘客のターゲット国である台湾からの誘客強化を図るため、台湾において本市観光情報をMETA広告にて配信する。また、台湾で影響力のあるインフルエンサー等を活用した情報発信を行う。

① SNS広告業務

【内容】台湾のユーザーを対象とし、本市観光情報等についてFacebookに広告を掲載するとともに、リーチ数やエンゲージメント数などの効果分析を行う（予定）。

特に、台湾人が好むグルメを中心に、雪など会津地方ならではの魅力発信を行う。

【回数】1回程度

【期間】1か月程度

② インフルエンサー情報発信業務

【内容】台湾に影響力のあるブロガーやユーチューバーなどのインフルエンサーについて、委託業者からの提案等により選定し、現地取材を行っていただき、その様子をFacebookやInstagramへ掲載し、本市観光情報を発信するとともに、効果分析を行う（予定）。なお、インフルエンサーは必ずしも現地の方ではなく、在日台湾人の場合もある。

【取材案】・福島空港から喜多方までの旅行手段・旅行の様子

・喜多方ラーメンなどのグルメ

・会津喜多方漆器の絵付け体験、たまりせんべい焼体験、雪遊び体験
日本酒の試飲などのコンテンツ紹介

・恋人坂からの絶景や農業体験などの日本の田舎体験 等

【回数】2回程度

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業

① 首都圏（特に東京都、千葉県）への教育旅行誘致キャラバンの実施 3回

- (1) 実施期間 令和6年7月～12月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 158,020円
- (4) 取組内容 近年、震災以前に本市で農業・農泊体験を行っていた学校（特に東京都内、千葉県内の中学校）が再来訪しているものの、震災前の水準までには至っていないことから、過去に本市で農業・農泊体験を行ったことのある学校や首都圏（特に東京都、千葉県）の学校をターゲットに教育旅行誘致を促進するため、それら学校を営業区域とする旅行会社の教育旅行部門を訪問し、農業・農泊体験をはじめ、本市の自然や歴史文化などの地域資源を生かした体験・学習メニューをPRする。
特に、令和5年度は首都圏の大手旅行会社や過去に来訪実績のある首都圏の学校へのPRを中心に実施してきたが、令和6年度はこれまで訪問実績のない旅行会社やこれまで来訪実績のない首都圏の学校、教育委員会へのPRを行う。また、令和5年度は農業体験を中心にPRを行ってきたが、農泊を伴う教育旅行を重点的にPRする。

② 隣県（新潟県）への教育旅行誘致キャラバンの実施 1回

- (1) 実施期間 令和6年10月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 概算費用 34,000円
- (4) 取組内容 近年、新潟県内の小学校について、教育旅行で会津地域に来訪し、自然体験や歴史文化体験を実施する学校が増加していることから、新潟県内の旅行会社の教育旅行部門を訪問し、本市の安全・安心な農業・農泊体験をはじめ、本市の自然や歴史文などの地域資源を生かした体験・学習メニューをPRする。
特に、令和5年度は宮城県内の小学校及び旅行会社を中心にPRを行ってきたが、令和6年度は新潟県内の旅行会社を中心にPRを行う。

③ 農泊の魅力を発信するパンフレット作成・配布による効果的なPR

- (1) 実施期間 令和6年4月～12月
- (2) 実施体制 喜多方市（パンフレット作成は外部発注）
- (3) 概算費用 450,500円
- (4) 取組内容 本市内には農家民宿が36施設（令和5年11月30日現在）あり、毎年多くの教育旅行者の受入を行っているが、国内外を問わず、教育旅行者以外の一般旅行者の受入が少ない状況にあることから、教育旅行者以外の誘客促進を強化するため、農泊地域としての魅力や、市内農泊施設の特色や施設情報を分かりやすくまとめた旅行者向けのパンフレットを作成し、各種PRキャラバンや商談会など様々な機会を通して情報発信する。

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

- 1. 国内旅行誘致・PR事業
 - ・イベント等への参加によるPR活動 11回
 - ・広告による観光誘客 4回
 - ・旅行会社対象のPR活動 2回
- 2. インバウンド誘致・PR事業
 - ・現地広告による観光誘客 1回
 - ・インフルエンサーによるPR活動 2回
- 3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業
 - ・首都圏および隣県への教育旅行誘致活動 4回
 - ・農泊パンフレットによる観光誘客 4回

＜アウトカム＞

- 1. 国内旅行誘致・PR事業
 - ・①、②、④における喜多方市ブースでのパンフレット配布及び首都圏の駅や旅行会社への配架枚数 20,000枚以上
 - ・広告掲載による令和6年度の本市観光情報からのホームページページビュー数 104,000回以上
 - ・旅行会社訪問数5社以上
- 2. インバウンド誘致・PR事業
 - ・広告掲載による令和6年度の本市観光情報からのホームページページビュー数 104,000回以上
- 3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業
 - ・学校訪問数10校以上
 - ・旅行会社訪問数30社以上

【今年度、事業の実施により得られる効果】

1. 国内旅行誘致・PR事業
 - ・本市の知名度向上による観光客入込数の増
 - ・旅行商品の造成による観光客入込数の増
2. インバウンド誘致・PR事業
 - ・本市の知名度向上による外国人観光客入込数の増
3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業
 - ・本市への教育旅行訪問校の増加によるグリーン・ツーリズム交流人口の増加
 - ・本市への農泊体験者の増加によるグリーン・ツーリズム交流人口の増加

【次年度以降の取組】

風評払拭に向け、次年度以降も引き続き次の事業に取り組む。

1. 国内旅行誘致・PR事業
 - ・国・県が主催する風評払拭イベント（年7回以上）への参加
 - ・国・県が主催する旅行商談会（年1回以上）への参加
 - ・交流のある市区（東京都東大和市、東京都中野区、千葉県香取市、千葉県市川市、山形県米沢市）が主催するイベントへの参加による効果的な観光・物産PR
 - ・首都圏や近隣県等を中心とした観光誘客PR広告の実施（年4回以上）
 - ・首都圏等を中心とした旅行会社の訪問による国内外旅行商品の造成に向けたPR活動の実施（年2回以上）
2. インバウンド誘致・PR事業
 - ・令和6年度事業の結果や効果を分析し、さらなるインバウンド需要の喚起と外国人観光客の誘客に向けてターゲット国である台湾への情報発信を充実させるとともに、本市外国人誘客のターゲット国である台湾以外の近隣アジア諸国への情報発信も強化する。
3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業
 - ・過去に本市で農業・農泊体験で来訪実績のある学校や市内散策等で来訪実績のある学校をターゲットとした、旅行会社の教育旅行部門への訪問を中心とする教育旅行誘致PRの実施（年4回以上）。
 - ・教育旅行者以外の一般旅行者の誘致に向けた旅行会社への訪問を通じた誘致PRの実施（上記、教育旅行誘致PRと併せて実施）