

(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 7 年 1 月 9 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.	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			9,053 千円
既配分額		4,479 千円	当該年度交付対象事業費		4,574 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 4,574 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 1,763 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 2,811 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 R5 : 156 万人) ・宿泊者数 R8 : 72 千人 (震災後 H24 : 66 千人 現状 R5 : 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 R5 : 1,351 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 : 13.9 千人 (震災前 H22 : 13.7 千人 現状 R5 : 3.9 千人)					
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することにより、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の一つである台湾の旅行会社を訪問し、本市観光プロモーションと旅行担当者等との意見交換を実施することにより、インバウンド誘客の強化を図る。 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。
- 新型コロナウイルス感染症の影響が緩和し、国内外から本市を訪れる観光客数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、福島県並びに喜多方市への旅行の敬遠だけでなく、本県水産物を中心とする科学的根拠に基づかない風評と他の本県産品への波及、新たな風評の発生が懸念される。

<課題>

- 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科学的根拠に基づかない風評と他の本県産品への波及、新たな風評の発生が懸念される。このため、本市の豊かな自然・絶景、歴史や文化といった魅力的な観光資源と併せて、本市の農畜産物や加工食品をはじめとする「食の安全性」や「食と放射能」に関する正確な情報を、首都圏を中心とする国内や海外に向けて発信することにより、本市はもとより福島県全体の安全・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。
- コロナ禍以降、我が国を訪れる外国人観光客は急激に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状況にある。このため、これら外国人観光客の地方への誘客を促進するため、本市はもとより福島県の安全・安心をPRするとともに、国内外の旅行会社訪問による旅行商品造成に向けたプロモーションや観光イベント等でのPRを行うことにより、地方への誘客を強化する必要がある。

【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>

1. 国内旅行誘致・PR事業

- (1) 全国各地で開催される観光・物産展への参加【H23～R1】
- (2) 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
- (3) 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】
- (4) 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】
- (5) 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
- (6) 復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業【R5～継続】
 - ①県が主催する首都圏等での風評払拭、観光物産PRイベントへの出展
 - ・ふくしまフェスタ（神奈川県横浜市、愛知県名古屋市）でのPR【R5】
 - ・ふくしまフェスタ（東京都渋谷区、愛知県名古屋市）、東海テレビITCH—祭りでのPR【R6】
 - 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
 - ・東京都中野区での物産展でのPR【R5】
 - ・東京都東大和市、中野区、港区、江東区、千葉県香取市、市川市、宮城県塩竈市でのPR【R6】
 - 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
 - ・春の観光シーズンに向けた埼玉県、栃木県、山形県における広告掲載【R5】
 - ・春の観光シーズンに向けた埼玉県、栃木県、新潟県、宮城県における広告掲載【R6】
 - ④旅行商品造成に向けた首都圏旅行会社訪問によるPR活動
 - ・首都圏（東京都、埼玉県）旅行会社訪問によるPR【R5】
 - ・県主催の観光商談会への参加、首都圏（東京都、埼玉県）旅行会社訪問によるPR【R6】

2. インバウンド誘致・PR事業

- (1) 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
- (2) 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
- (3) 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
- (4) 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

- (5) インバウンド受入体制整備支援事業【R6】
→ホームページや店内メニューの多言語化、翻訳機・電子決済機器の購入や MEQ 対策の登録に要する経費を支援
- (6) 復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業【R6～継続】
→本市誘客のターゲット国である台湾のインフルエンサーを活用した情報発信と META 広告の実施

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業

- (1) 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
- (2) 教育旅行関係者（教育旅行代理店）モニターツアー事業【H25】
- (3) 復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業【R5～継続】
 - ① 首都圏への教育旅行誘致キャラバンの実施
 - ・東京都内、千葉県内（千葉市、松戸市、船橋市）、埼玉県内（さいたま市、川越市）の旅行会社、東京都品川区教育委員会、東京都内（江戸川区）、千葉県内（柏市）の中学校訪問によるPR【R5】
 - ・東京都内及び千葉県内の旅行会社、教育機関訪問によるPR【R6】
 - ② 隣県への教育旅行誘致キャラバンの実施
 - ・新潟県（新潟市）、宮城県（仙台市）の教育機関、旅行会社訪問によるPR【R5】
 - ・新潟県（新潟市）の旅行会社訪問によるPR【R6】

<これまでの取組における成果>

1. 国内旅行誘致・PR事業

- (1) 観光客入込数（喜多方市観光交流課調べ）
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 R5：156 万人
- (2) 宿泊者数（喜多方市観光交流課調べ）
震災後 H24：66 千人、コロナ禍前 R1：63 千人、現状 R5：50 千円
- (3) 市ホームページ PV 数（喜多方市観光交流課調べ）
H26：86 千回、コロナ禍前 R1：98 千回、現状 R5：41 千回

2. インバウンド誘致・PR事業

- (1) 外国人観光客数（喜多方市観光交流課調べ）
震災後 H24：270 人、コロナ禍前 R1：1,500 人、現状 R5：1,351 人
- (2) 外国人宿泊客数（喜多方市観光交流課調べ）
コロナ禍前 R1：900 人、現状 R5：413 人

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業

- (1) グリーン・ツーリズム交流人口（喜多方市観光交流課調べ）
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 R5：3,957 人
- (2) 喜多方市で農業・農泊体験を実施した学校数（喜多方市観光交流課調べ）
震災前 H22：59 校、震災時 H23：12 校、コロナ禍前 R1：31 校、現状 R5：21 校
- (3) 喜多方市で農業・農泊体験を実施した児童生徒数（喜多方市観光交流課調べ）
震災前 H22：9,000 人、震災時 H23：950 人、コロナ禍前 R1：5,400 人、現状 R5：2,778 人

<目標達成状況>

1. 国内旅行誘致・PR事業

- ・ 喜多方市を訪れる観光客入込数 156 万人（喜多方市観光交流課調べ）を達成（達成率：65.5%）
- ・ 喜多方市に宿泊する宿泊者数 50 千人（喜多方市観光交流課調べ）を達成（達成率：69.4%）

2. インバウンド誘致・PR事業

- ・ 喜多方市を訪れる外国人観光客数 1,351 人（喜多方市観光交流課調べ）を達成（達成率：16.9%）

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 3.9 千人（喜多方市観光交流課調べ）を達成（達成率：28.1%）

【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 2回

- ① 実施期間 令和7年4月～令和8年3月
- ② 実施体制 喜多方市
- ③ 概算費用 235,000円
- ④ 取組内容

県主催の風評払拭観光・物産PRイベント（「ふくしままるごとフェア」（首都圏）、県名古屋事務所と連携した観光・物産イベント（愛知県名古屋市）を想定）に出展し、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を配布し本市観光の魅力をPRする。

また、これまで出展を行ったイベント等において、本市独自のアンケート調査を行っているが、東海地方では首都圏に比べ福島県製品の安全性に関するイメージについて「不安」「やや不安」と回答する人が多く、福島県製品の買い控えを行うとの回答が多く見受けられたため、特に東海地方においては本県新生ふくしま復興推進本部の発行する「～ふくしまの現在～復興・再生のあゆみ」などの資料を活用しながら、本県の復興状況と合わせて食や放射能等に関する正しい情報を発信する。

(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7年4月～令和8年3月
- ② 実施体制 喜多方市
- ③ 概算費用 630,690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、宮城県塩竈市、山形県南陽市等）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を配布し、本市観光の魅力をPRする。

なお、首都圏や近隣県においては、福島県製品の安全性等の認知が進んでいるように思われるが、今後、ALPS処理水の放出に伴う科学的根拠に基づかない新たな風評の発生が想定されるため、特に本県原子力安全対策課が公開・発信する「ALPS処理水に関する海域モニタリング」の調査結果等の資料を用いて食の安全性やALPS処理水に関する正しい情報を発信する。

(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7年6月～令和8年3月
- ② 実施体制 喜多方市
- ③ 概算費用 454,850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年度では、WEB広告ページからのランディングページへの誘導方法や広告期間の見直し等の課題が浮き彫りとなったため、より効果的なPR方法を検討し、本市観光誘客の促進につなげる。

(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7年6月～令和8年3月
- ② 実施体制 喜多方市
- ③ 概算費用 90,680円
- ④ 取組内容

首都圏（東京都、埼玉県を想定）の主要旅行会社を訪問し、本市観光パンフレットの配布など、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6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7年4月～令和8年3月
- ② 実施体制 喜多方市（外部発注）
- 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21,000部作成し、上記1-(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、本市と交流のある県外の自治体や福島県の出先機関（北海道事務所、東京事務所、名古屋事務所、大阪事務所）に配架する。

〔配布場所・枚数〕

- ・上記 1-(1)の観光物産イベントでの配布 2回（計 2,000 枚）
- ・上記 1-(2)の観光物産イベントでの配布 2回（計 1,000 枚）、7回（計 7,000 枚）
- ・上記 1-(4)の旅行会社訪問での配布 1回（計 200 枚）
- ・上記 1-(4)の旅行商談会での配布 1回（計 500 枚）

- ・下記 3-(1)の教育旅行キャラバンでの配布 4回（計 150 枚）
- ・下記 3-(2)の教育旅行キャラバンでの配布 1回（計 50 枚）

- ・国内の旅行会社への配布 200社（計 2,000 枚）
- ・福島県出先機関への配架 4箇所（計 2,000 枚）
- ・交流のある自治体等への配架 10箇所（計 6,000 枚）

※東京都東大和市、中野区、港区、千代田区、千葉県香取市、市川市、新潟県新潟市、宮城県塩竈市、山形県南陽市、米沢市を想定

- ・各種協定を締結する企業等への配布 5箇所（計 100 枚）

2. インバウンド誘致・PR事業

- ① 実施期間 令和7年5月～令和8年3月
- ② 実施体制 喜多方市（一部外部発注）
- ③ 概算費用 2,054,181円
- ④ 取組内容

令和6年3月から福島空港と台湾を結ぶ定期チャーター便が就航されており、本市外国人誘客のターゲット国の一つである台湾からの誘客強化を図るため、令和6年度は、台湾のインフルエンサーを活用した情報発信を実施。

令和7年度は、台湾からの誘客強化、特に団体旅行の誘致を図るため、台湾の現地旅行会社を訪問（日程3泊4日、実施回数1回）し、団体旅行や教育旅行誘致に向けたトップセールスや旅行商品造成に向けた働きかけを行うことにより、インバウンド誘客促進を推進する。

なお、実施に際しては、プロポーザル方式により訪問する台湾現地の旅行会社（現在就航中の定期チャーター便に席を持つ隆祥旅行社、喜美旅行社、三益旅行社、太平洋世界旅行社を想定）を企画提案してもらい業者を決定する。

また、本県及び本市の安心・安全性をPRするため、本県新生ふくしま復興推進本部の発行する「～ふくしまの現在～復興・再生のあゆみ」などの資料を活用しながら、本県の復興状況と合わせて食や放射能等に関する正しい情報を発信する。

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 4回

- ① 実施期間 令和7年7月～12月
- ② 実施体制 喜多方市
- ③ 概算費用 195,860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。

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、教育委員会へ農泊を伴う教育旅行のPRを重点的に行ってきたが、令和7年度については、過去（震災前に来訪実績はあるが、震災以降、来訪実績のない学校や訪問実績はあるが、催行にいたっていない旅行会社へ農泊を伴う教育旅行のPRを重点的に行うとともに、震災後の福島県の現況及び風評の払拭を図るための取組等を周知し、本市への教育旅行誘致の促進を図る。

(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7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。

令和6年度は新潟県内の旅行会社を中心にPRを行ってきたが、令和7年度は、新潟県内の大学や専修学校を中心に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7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 417,500円
- ④ 取組内容

本市内には農家民宿が33施設（令和6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3,000部作成し、各種PRキャラバンや商談会など様々な機会を通して配布することにより、本市農泊の魅力を発信する。

（配布場所・枚数）

- ・上記1-(1)の観光物産イベントでの配布 2回（計100部）
- ・上記1-(2)の観光物産イベントでの配布 2回（計50部）、7回（計350部）
- ・上記1-(4)の旅行会社訪問での配布 1回（計100部）
- ・上記1-(4)の旅行商談会での配布 1回（計100部）
- ・下記3-(1)の教育旅行キャラバンでの配布 4回（計400部）
- ・下記3-(2)の教育旅行キャラバンでの配布 1回（計100部）
- ・国内の旅行会社への配布 200社（計1,000部）
- ・福島県出先機関への配架 4箇所（計200部）
- ・交流のある自治体等への配架 10箇所（計500部）※
- ・各種協定を締結する企業等への配布 5箇所（計100部）

※配架する自治体は、1-(5)に同じ

【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
- ・(1)、(2)、(3)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
- ・旅行会社訪問数5社以上

2. インバウンド誘致・PR事業

- ・旅行会社対象のPR活動 1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 5回
- ・学校訪問数30校以上
- ・旅行会社訪問数10社以上
- ・(1)、(2)における学校や旅行会社への農泊パンフレットの配布 5回
- ・(1)、(2)における学校や旅行会社への配布及び物産イベントや旅行会社への配架枚数 2,800部以上

<アウトカム>

1. 国内旅行誘致・PR事業

- ・本市観光客入込数の像（前年比25%）
- ・広告掲載による令和7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

2. インバウンド誘致・PR事業

- ・台湾の旅行会社からのプラン提案数 4プラン以上

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及び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（前年度比4%増加）

【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及び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