

(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3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.	2	事業名	「デジタル・リアルで触れる」喜(び)多(い)方シ ティプロモーション事業		事業番号	A-2
事業実施主体			喜多方市	総交付対象事業費	24,405 千円	
既配分額			15,081 千円	当該年度交付対象事業費	9,324 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	9,324 千円
i) 風評動向調査						千円
ii) 体験等企画実施						9,324 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成						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						
観光客入込数 R8 238 万人 R4 125 万人 H22 (震災前) 188 万人						
事業概要						
事業実施主体			喜多方市			
主な企画内容			1 企業等での「喜多方マルシェ」 企業での喜多方マルシェの開催や本市の観光物産を始めとするプロモーション 2 首都圏等での PR 首都圏等で開催されるイベントに出展し、喜多方市クイズ、物産品の販売、観 光、移住定住等に関する PR、市産食材を使用したメニューの試食会フェア (メ ニュー提供)、料理教室を開催			
主な事業の実施場所			首都圏			
事業の実施期間			令和6年度～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、本市を含む福島県の自治体は、科学的根拠に基づかない風評被害に苦しんでいる。
- ・本市においても、これまで各担当課において風評払拭のため様々な取組を行ってきたものの、未だに教育旅行の受入学校数が震災前の半数程度に留まっている等一定の風評被害が残っている状況。

【教育旅行の受入学校数】

H22:59校 R1:31校

- ・新型コロナウイルスの5類移行を受け、経済活動の活発化や旅行需要が高まっている中で、令和5年8月のALPS処理水の海洋放出により、科学的根拠に基づかない風評により、本市を含む福島県全体のイメージを低下、本市産品の買い控え、旅行需要の低下、移住候補先としてのプレゼンスの低下等が懸念される。

<課題>

- ・科学的な根拠に基づかない風評を払しょくするために、科学的な根拠を用いて安全をPRすることはもとより、住環境、観光、物産を始めとする本市の魅力を包括的、直接的にPRし、親近感、安心感を得られるような取組を行う必要がある。

【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>

- ・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
- ・首都圏等で行われる移住相談会等への参加【H27～継続】
- ・「デジタル・リアルで触れる」喜（び）多（い）方シティプロモーション事業【R6～】

<これまでの取組における成果>

- ・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 R4：50千人
- ・市HP PV数 H26：86千回 コロナ禍前 R1：98千回 現状 R4：64千回

<目標達成状況>

観光客入込数 156万人（達成率：65.5%）

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 企業等での「喜多方マルシェ」

- (1) 実施期間 令和7年5月～10月の内3日間程度
- (2) 実施体制 喜多方市：チラシ配布等 PR、ノベルティの配布
 （一社）喜多方観光物産協会：観光 PR、物産品の販売
 喜多方市ふるさと振興㈱：物産品の販売
 協力企業：会場の提供・社員への周知
 ※みずほ銀行2日間、日産自動車1日間を想定
- (3) 概算費用 655 千円
- (4) 取組内容 本市の観光物産を始めとするプロモーション
 ターゲット みずほ銀行（丸の内オフィス等）及び日産自動車（グローバル本社）の社員
 目 的 包括連携協定を締結しており本市に興味・関心を寄せている企業の社員をターゲットとして以下の取組を行うことにより、魅力や安全性を発信すること
 で風評の払拭を図る。
 内 容 ・観光物産 PR（チラシ配布等）※チラシ製作費用は全額当市負担
 【想定配布枚数】
 チラシ 10 種類 × 1 日当たり 100 部 × 3 日間 = 3,000 部
 ・物産品販売
 ・市職員による魅力発信プレゼン（新規）

2 首都圏等での PR

- (1) 実施期間 令和7年5月～令和8年3月（期間中首都圏等において2回程度の出展を想定）
- (2) 実施体制 喜多方市：イベント会場等での PR、委託事業者等との調整
 委託事業者：喜多方市ブースの運営等一式
- (3) 概算費用 8,669 千円
- (4) 取組内容 首都圏等で開催されるイベントに出展するなどし、本市の観光物産の魅力、食の安全性等について PR することにより、風評の払拭を図るため、次の①～③の取組を実施。
 ※委託事業者及び下記①～③の取組の詳細についてはプロポーザルにより決定することを想定。
 - ① イベント出展による PR（福島県主催イベントへの参加や市単独での開催を想定）
 会 場 首都圏等
 内 容 喜多方クイズ（参加者にノベルティ（市産米等を想定）をプレゼント）
 物産品の販売
 観光、物産、移住定住等に関するチラシ配布等の PR 活動
 SNS フォローキャンペーン（市公式 SNS をフォローした方を対象にノベルティ（市産米等を想定）をプレゼント）
 - ② 料理教室
 開催場所 東京都内
 回 数 1 回程度
 内 容 喜多方市産食材を使用したメニューを作る料理教室を開催することにより、喜多方市産食材の安全性や美味しさ等の魅力を伝えることにより風評の払拭を図る
 - ③ 飲食店コラボ企画
 開催場所 東京都内飲食店
 回 数 試食会 1 回程度、フェア（メニュー提供）1 週間程度
 内 容 喜多方市産食材を使用したメニューの試食会及びフェアを開催し、喜多方市産食材の安全性や美味しさ等の魅力を伝えることにより風評の払拭を図る

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

- ・企業等での「喜多方マルシェ」の開催回数 2 回程度
- ・チラシ配布 3,000 部程度
- ・首都圏等での PR 回 2 回程度

<アウトカム>

- ・企業等での「喜多方マルシェ」への参加人数 1,000 人

- ・首都圏等での PR 物産品売上金額 30 万円
- ・SNS フォロワー増加数 550 人（内訳：LINE200 人、Instagram200 人、X100 人、Facebook50 人）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・企業等での「喜多方マルシェ」の開催により、本市の特産品に直接触れる機会を創出し、食品等の魅力はもとより、安全性を発信することにより風評の払拭が期待される。
- ・首都圏等での PR において、本市の魅力を様々な手法で発信することにより、国内外から高い評価を得ている喜多方ラーメンや地酒を始めとする特産品の認知度向上及び、移住先としての魅力を周知することで、安心感や親近感が創出され、風評の払拭に繋がることが期待される。