

(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。

N0.	3	事業名	喜多方地方定住自立圏プロモーション事業	事業番号	A-3
事業実施主体	喜多方市（北塩原村、西会津町）		総交付対象事業費	3,000 千円	
既配分額	0 千円		当該年度交付対象事業費	3,000 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	3,000 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					3,000 千円
iv) ポータルサイト構築					千円
②外部人材活用					
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 観光客入込数					
R8 238 万人 R4 125 万人 H22（震災前） 188 万人					
※統計は翌年度上半期中に集計					
事業概要					
事業実施主体	喜多方市（北塩原村、西会津町）				
主な企画内容	動画等を活用したプロモーション事業 テレビ番組又はユーチューバー等のインフルエンサーを活用して、動画により喜多方地方定住自立圏の観光物産、移住定住等に関する魅力を発信する。				
主な事業の実施場所	首都圏又は関西圏等				
事業の実施期間	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。					

- ・県外の方からは会津、中通り、浜通りの区別はなく、福島は一つと認識されており、市町村単独の取組に加えて、近隣自治体と連携して広域的に福島の魅力を発信する必要がある。

【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＞

- ・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
- ・移住相談窓口を通じた県外からの UIJ ターン者数 R5：179 人（統計開始からの累計）

＜目標達成状況＞

- 1 観光客入込数 喜多方市 156 万人（達成率：65.5%）R5：市観光交流課調べ

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 動画等を活用したプロモーション事業

実施期間：令和7年7月～令和8年3月

実施体制：喜多方市：観光、物産、移住定住等プロモーションに起用する素材決定等

委託事業者：プロモーション活動

連携自治体（北塩原村及び西会津町）：観光、物産、移住定住等プロモーションに起用する素材決定等

※実施内容の詳細及び委託事業者の選定に当たってはプロポーザル方式を想定。

3市町村において業務仕様は同内容とする予定であり、事業実施の効率化を図るため、プロポーザルの実施に係る事務は喜多方市が代表して行うものとし、喜多方市及び連携自治体職員によるプロポーザル審査会を設置予定。

当該プロポーザル審査会で選定される事業者と3市町村それぞれが個別に契約を締結するが、事業の実施に当たっては3市町村が緊密に連携を図り進める。

実施場所：首都圏又は関西圏等

概算費用：3,000 千円（このほか、北塩原村、西会津町がそれぞれ3,000 千円を予算措置）

実施内容：喜多方地方定住自立圏を形成している喜多方市、北塩原村、西会津町が緊密に連携し、福島の魅力を広域的に発信するため、テレビ番組又はインフルエンサーを活用し、喜多方市（北塩原村、西会津町）の観光、物産、移住定住等に関する魅力を広く周知する番組又は動画を作成、公開する。

【動画のイメージ】

- ・3市町村を巡りそれぞれの観光、物産、移住定住等を紹介するテレビ番組又は動画を作成し公開することで、3市町村の魅力を発信し、正しい情報を伝えることで風評の払拭を図る
- ・テレビ番組の場合は首都圏等（ローカル番組含む）において放映
- ・動画の場合は起用するインフルエンサーのアカウントで配信（アカウントへ誘導するためのウェブ広告等を含む）

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

プロモーション用動画作成数 1 本

＜アウトカム＞

プロモーション用動画の視聴人数（再生回数） 2,000 人（回）

喜多方市への観光誘客数 238 万人（目標値の内数）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

・動画等を活用することにより、どこかに出向かなくても喜多方市（北塩原村、西会津町）の観光、物産、移住定住等の魅力に触れる機会を創出できることに加え、視覚的に魅力を訴えることで効率的、効果的に風評払拭が図られることが期待される。