

(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 5 年 10 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。

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		718 千円
既配分額		0 千円	当該年度交付対象事業費		718 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 718 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 718 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					
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					
・宿泊者数 R8 : 72 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					
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					
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 近隣県や首都圏で行われる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 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を発信し、インバウンド誘致を行う。				
	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、本市の歴史文化や自然などが体験できる教育旅行をPRし、誘致活動を行う。				
主な事業の実施場所	首都圏および近隣県				
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。

<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。

【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

<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HP PV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 *今年度は実施しないため省略

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】

<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6年1月～3月
- (2) 実施場所 東京都内
- (3) 概算費用 164,080円
- (4) 実施内容 (一社)喜多方観光物産協会と連携し、本市物産品の安全性をPRするとともに、春の桜シーズンに向けた観光PR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 1回

- (1) 実施期間 令和6年3月
- (2) 実施場所 東京都中野区
- (3) 概算費用 113,520円
- (4) 実施内容 「なかの里・まち連携事業」として交流のある東京都中野区における事業者交流会・物産展へ参加し、農産物の安全・安心の理解促進や本市観光の魅力PRを行う。

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 3回

- (1) 実施期間 令和6年1月～3月
- (2) 実施場所 北関東エリア、山形県の媒体(紙またはWeb)
- (3) 概算費用 179,850円
- (4) 実施内容 交通アクセスの良い山形県、栃木県に加え、今後誘客が見込まれる埼玉県の情報媒体に対し、春の桜シーズンに向けた観光情報と食の安全・安心をPRする広告を掲載する。

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 1回

- (1) 実施期間 令和6年3月
- (2) 実施場所 埼玉県及び東京都内主要旅行会社
- (3) 概算費用 37,840円
- (4) 実施内容 埼玉県及び東京都内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。

2. インバウンド誘致・PR事業 *今年度は実施せず

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業

① 首都圏への教育旅行誘致キャラバンの実施 2回

- (1) 実施期間 令和6年1月～3月
- (2) 実施場所 東京都江戸川区、千葉県柏市
- (3) 概算費用 160,620円
- (4) 実施内容 震災以前に、本市に農業体験や農泊体験を行程に含む教育旅行で来訪していた首都圏の学校、旅行会社を訪問し、農業・農泊体験以外の本市の歴史文化、自然などが体験できる安全・安心な教育旅行をPRする。

② 隣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1月～3月
- (2) 実施場所 宮城県仙台市内の小学校及び旅行会社
- (3) 概算費用 62,800円
- (4) 事業内容 隣県の学校、旅行会社を訪問し、農業・農泊体験以外の本市の歴史文化、自然などが体験できる安全・安心な教育旅行をPR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 3回
- ・広告による観光誘客 3回
- ・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 3回

<アウトカム>

1. 国内旅行誘致・PR事業

- ・喜多方市ブースでのチラシ配布枚数 ①～②の合計500枚以上
- ・広告掲載に伴い、令和6年3月月内の市ホームページページビュー数6,500回以上
- ・旅行会社訪問数5社以上

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 30 校以上
 - ・旅行会社訪問数 5 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
 - ・喜多方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

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業
 - ・喜多方市への教育旅行訪問校の増加によるグリーン・ツーリズム人口の増加

【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 2 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、中野区、千葉県香取市、市川市）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 5 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 1 回以上）
2. インバウンド誘致・PR事業
 - ・R6 年度に多言語によるポータルサイトを構築し、世界に向けて観光情報を発信する。R7 年度には更に情報を充実させ、インバウンド需要を喚起する。
3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業
 - ・過去にグリーン・ツーリズムで来訪実績のある首都圏の学校や旅行会社を中心とした教育旅行誘致キャンペーンを実施する（年 4 回以上）。