

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

1. 基本情報

| 自治体名 | 他市町村との連携 | 事業番号 | 事業名 | | | |
|---------|--------------------|-----------------|-----------------|---------------------|-----------------------|--------------|
| 喜多方市 | | A-1 | 喜多方市魅力向上・情報発信事業 | | | |
| 事業実施年度 | 当該年度総事業費 | 経費区分（該当区分に○を入力） | | | | |
| R8年度 | 20,908千円 | ①情報発信事業 | | | ②外部人材活用 | |
| 事業費 | 左記 事業費のうち 国費負担分 | i 風評動向調査 | ii 体験等企画実施 | iii 情報発信コンテンツ 作成 | i 企画立案のための外 部人材の活用 | ii 地域の語り部の育成 |
| 3,147千円 | 1,573千円 | | ○ | ○ | | |

2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

| 自治体が抱える風評等の現状について |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 本市をはじめ福島県内の各自治体は、これまで福島第一原子力発電所の原子力災害の影響により、科学的根拠に基づかない風評被害を被ってきた。 ● 震災以降、原子力災害の影響による風評の払拭に向けて様々な取組や情報発信を行ってきたものの、未だに一定程度の風評が残っている。 ● コロナ禍を経て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、我が国及び福島県並びに本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新たな風評の発生や本県産品への波及が懸念される。 |
| 上記の現状の原因となる課題について |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 令和5年8月に開始されたALPS処理水の放出を起因として、本県水産物を中心に科学的根拠に基づかない新たな風評や本県産品への波及が懸念されることから、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と併せて、本市の食や豊かな自然・絶景、歴史や文化といった魅力的な観光資源、観光コンテンツ、本市特産品などの情報を、首都圏を中心とする国内や東アジアを中心とする海外に向けて発信するなど、本市はもとより福島県全体のイメージ向上や復興の状況を継続的に発信していく必要がある。 ● 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、2024年にはコロナ禍前（2019年）の年間値を上回るまでとなったものの、首都圏や一部有名観光地など特定の地域に集中している状況にあることから、本市はもとより福島県全体のイメージ向上や復興の状況をPRするため、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、旅行商談会等でのPRを行うなど、外国人観光客の地方への誘客を促進と旅行消費額増加に向けた取組を強化する必要がある。 |

上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む）

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、イベントへの参加【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) 本市と交流のある自治体を中心とした観光・物産展、イベントへの参加【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】
…本市観光・物産の魅力をPRするための委託事業（受託者：（一社）喜多方観光物産協会）
- (6) 地域魅力向上・情報発信支援事業【R5～継続】
 - ① 福島県等が主催するイベント等への出展によるPR
 - ・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）、東海テレビイチー祭り（愛知県名古屋市）でのPR【R6】
 - ・会津ものづくりフェスタ（東京都大田区）、豊田通商本社観光・物産販売会、ふくしまうまいものフェア in 中日ビル（愛知県名古屋市）でのPR【R7】
 - ② 本市と交流のある自治体等が主催するイベント等への出展によるPR
 - ・東京都中野区での物産イベントでの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】
 - ・東京都東大和市、中野区、港区、神奈川県横浜市、千葉県香取市、市川市、宮城県塩竈市でのPR【R7】
 - 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】
 - ・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【R7】
 - 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】
 - ・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【R7】

2. インバウンド誘致・P R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地元食材を活用したインバウンド向け喜多方ラーメンの開発と PR の実施
- (5) インバウンド受入体制整備支援事業【R6～継続】
…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 MEO 対策の登録に要する経費を支援
- (6) 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【R6】
 - ・本市ターゲット国である台湾現地の旅行会社へのトップセールスの実施【R7】

3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・P R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 P R【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 P R【R6】
 - ・東京都内、千葉県内、神奈川県内の旅行会社及び教育機関訪問による P R【R7】
 - 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 P R【R5】
 - ・新潟県（新潟市）の旅行会社訪問による P R【R6】
 - ・宮城県（仙台市）の旅行会社、関係機関訪問及び農泊商談会出展による P R【R7】

上記の取組における成果について

1. 国内旅行誘致・PR事業

- (1) 観光客入込数（喜多方市商工観光課調べ）
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 R6：149 万人
- (2) 宿泊者数（喜多方市商工観光課調べ）
震災後 H24：66 千人、コロナ禍前 R1：63 千人、現状 R6：53 千人
- (3) 市ホームページ PV 数（喜多方市商工観光課調べ）
H26：86 千回、コロナ禍前 R1：98 千回、現状 R6：50 千回

2. インバウンド誘致・PR事業

- (1) 外国人観光客数（喜多方市商工観光課調べ）
震災後 H24：270 人、コロナ禍前 R1：1,500 人、現状 R6：2,100 人 ※観光案内所来訪者数
- (2) 外国人宿泊客数（喜多方市商工観光課調べ）
コロナ禍前 R1：900 人、現状 R6：575 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（喜多方市商工観光課調べ）
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 R6：5,100 人
- (2) 喜多方市で農業・農泊体験を実施した学校数（喜多方市商工観光課調べ）
震災前 H22：59 校、震災時 H23：12 校、コロナ禍前 R1：31 校、現状 R6：29 校
- (3) 喜多方市で農業・農泊体験を実施した児童生徒数（喜多方市商工観光課調べ）
震災前 H22：9,000 人、震災時 H23：950 人、コロナ禍前 R1：5,400 人、現状 R6：3,900 人

3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

1. 国内旅行誘致・PR事業

(1) 福島県等が主催する首都圏等でのイベント等への出展によるPRの実施 [実施回数 2回]

- ①実施期間：令和8年4月～令和9年3月
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：東京都、愛知県（現時点において実施場所の詳細未定）
- ④概算費用：350,420円
- ⑤実施内容：

福島県や民間団体が主催する、県内自治体や会津地域の自治体が連携して各自治体の魅力を発信するイベントに出展し、本市物産品の販売を通して本市産品の安全性や品質の高さを直接消費者にPRする。また、来場者等に本市観光パンフレットを配布するとともに、ブース内に福島県が運営する「ふくしま復興情報ポータルサイト」の情報や福島県発行の「ふくしま復興のあゆみ」等の資料を掲示し、本市観光PRと併せて最新の福島県の復興状況を発信する。

【想定イベント】 会津ものづくりフェスタ（主催：JA 会津よつば農業協同組合、実施場所：東京都内予定）
ふくしまうまいものフェア in 中日ビル（主催：福島県、実施場所：愛知県内予定）

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- ・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促すQRコード掲示
- ・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

文化庁 100年フードに認定された喜多方ラーメン、山都そば、塩川烏モツをはじめ、国税庁より酒類の地理的表示(GI)の指定を受けて地域ブランドが確立された日本酒などの食文化について、物産販売と併せて発信する。また、約3kmにわたって約1,000本のしだれ桜が植栽されている「日中線しだれ桜並木」や飯豊山、雄国沼などの自然・景観、市内に約4,000棟ある蔵のまち並みや小田付地区伝統的建造物群保存地区などの歴史・文化、農業体験をはじめとするグリーン・ツーリズムに関する情報やモデルコース等についても発信する。

(2) 本市交流自治体等が主催するイベント等への出展によるPRの実施 [実施回数 4回]

- ①実施期間：令和8年4月～令和9年3月
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：東京都、神奈川県、宮城県
- ④概算費用：473,400円
- ⑤実施内容：

本市と交流のある自治体等が主催するイベント等に出展し、本市物産品の販売を通して本市産品の安全性や品質の高さを直接消費者にPRする。また、来場者等に本市観光パンフレットを配布し、交流自治体の繋がりを生かした観光誘客を促進するとともに、ブース内に福島県が運営する「ふくしま復興情報ポータルサイト」の情報や福島県発行の「ふくしま復興のあゆみ」等の資料を掲示し、本市観光PRと併せて最新の福島県の復興状況を発信する。

【想定イベント】 全国交流物産展 in 新橋（東京都港区）
なかの里・まち連携イベント（東京都中野区）
SAKE フェス（神奈川県横浜市）
塩竈みなと祭り花火大会前夜祭（宮城県塩竈市）

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- ・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促す QR コード掲示
- ・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

文化庁 100 年フードに認定された喜多方ラーメン、山都そば、塩川烏モツをはじめ、国税庁より酒類の地理的表示(GI)の指定を受けて地域ブランドが確立された日本酒などの食文化について、物産販売と併せて発信する。また、約 3 km にわたって約 1,000 本のしだれ桜が植栽されている「日中線しだれ桜並木」や飯豊山、雄国沼などの自然・景観、市内に約 4,000 棟ある蔵のまち並みや小田付地区伝統的建造物群保存地区などの歴史・文化、農業体験をはじめとするグリーン・ツーリズムに関する情報やモデルコース等についても発信する。

(3) WEB 広告、SNS による首都圏、近隣県への情報発信 [実施回数 2 回]

①実施期間：令和 8 年 4 月～令和 9 年 3 月

②実施体制：単独

③実施場所：宮城県、栃木県

④概算費用：341,000 円

⑤実施内容：

本市への更なる誘客が期待できる栃木県、宮城県に誘客ターゲットを絞り込み、春・夏の観光シーズンに向けた観光情報や安全・安心な食に関する情報について、WEB 広告や SNS を活用して効果的に発信する。発信にあたっては、福島県が運営する「ふくしま復興情報ポータルサイト」にリンクさせるなど、福島県の復興状況等についても発信できるよう工夫する。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- ・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促す QR コード掲示
- ・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。
- ・広告の中に「観光×食」をテーマとした内容を盛り込み、福島県の食の安心・安全性のイメージアップにつながる情報発信を展開する。また、その中で福島県公式ポータルサイト

「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのアクセスを促す等の仕掛けを閲覧者に施し、科学的根拠に基づいた福島への食の安心・安全性への理解促進を図っていく。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

文化庁 100 年フードに認定された喜多方ラーメン、山都そば、塩川烏モツをはじめ、国税庁より酒類の地理的表示(GI)の指定を受けて地域ブランドが確立された日本酒などの食文化について情報発信する。また、約 3 km にわたって約 1,000 本のしだれ桜が植栽されている「日中線しだれ桜並木」や飯豊山、雄国沼などの自然・景観、市内に約 4000 棟ある蔵のまち並みや小田付地区伝統的建造物群保存地区などの歴史・文化、農業体験をはじめとするグリーン・ツーリズムに関する情報やモデルコース等についても発信する。

(4) 国内外旅行商品の造成に向けた P R の実施 [実施回数 2 回]

①実施期間：令和 8 年 6 月～令和 9 年 3 月

②実施体制：単独

③実施場所：東京都

④概算費用：90,560 円

⑤実施内容：

本市への着地型旅行商品の造成を促進するため、首都圏の主要旅行会社を訪問し、本市観光の魅力や観光スポット等を P R する。営業活動に加え、食の安全・安心について情報発信を行う。特に令和 8 年度は、令和 7 年度の観光商談会や旅行会社訪問の実施結果を踏まえ、福島県や喜多方市への誘客に興味関心の高かった旅行会社を中心に P R を行う。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促す QR コード掲示

・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

文化庁 100 年フードに認定された喜多方ラーメン、山都そば、塩川烏モツをはじめ、国税庁より酒類の地理的表示(GI)の指定を受けて地域ブランドが確立された日本酒などの食文化について、物産販売と併せて発信する。また、約 3 km にわたって約 1,000 本のしだれ桜が植栽されている「日中線しだれ桜並木」や飯豊山、雄国沼などの自然・景観、市内に約 4,000 棟ある蔵のまち並みや小田付地区伝統的建造物群保存地区などの歴史・文化、農業体験をはじめとするグリーン・ツーリズムに関する情報やモデルコース等についても発信する。

2. インバウンド誘致・P R 事業

①実施期間：令和 8 年 5 月～令和 9 年 1 月

②実施体制：単独

③実施場所：台湾

④概算費用：1,760,517 円

⑤実施内容：

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情報発信を図るため、令和6年度に台湾のインフルエンサーを活用しての情報発信を実施し、令和7年度は台湾における本市の認知度向上と特に団体旅行の誘客を強化するため、台湾の旅行会社等を直接訪問してのトップセールスを行い、旅行商品造成に向けた営業活動を実施した。令和8年度は（一社）東北観光推進機構が主催する台湾における東北地方に特化したプロモーションイベント「日本東北遊楽日」へ出展し、本市の食（ラーメン、そば、日本酒等）や自然、体験（グリーンツーリズム含む）などの観光コンテンツを情報発信し、本市への誘客促進を図る。また、新たな旅行商品の造成を図るため、令和7年度に関係を構築した台湾旅行会社を含む福島県への送客実績のある現地旅行会社を訪問し、本市観光のPR活動を行う。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- ・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促すQRコード掲示
- ・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

文化庁 100年フードに認定された喜多方ラーメン、山都そば、塩川烏モツをはじめ、国税庁より酒類の地理的表示(GI)の指定を受けて地域ブランドが確立された日本酒などの食文化、約3kmにわたって約1,000本のしだれ桜が植栽されている「日中線しだれ桜並木」や飯豊山、雄国沼などの自然・景観、市内に約4,000棟ある蔵のまち並みや小田付地区伝統的建造物群保存地区などの歴史・文化、農業体験をはじめとするグリーン・ツーリズムに関する情報など、台湾人旅行者が興味関心を持つ観光資源やモデルコース等についても発信する。

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 [実施回数1回]

- ①実施期間：令和8年5月～12月
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：東京都、千葉県
- ④概算費用：54,380円
- ⑤実施内容：

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、現在、本市で農業・農泊体験を行っている首都圏（特に東京都、千葉県）の学校周辺をターゲットとして、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7年度は、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を重点的に行った。令和8年度については、これまで本市への来訪実績のある旅行会社や教育委員会を中心にPRを実施する。継続的な訪問や教育旅行の取扱いを通じて関係性を構築してきた旅行会社に対して、新たな体験・学習メニューの提案による教育旅行のPRを行うとともに、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。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- ・福島県のホープツーリズムの趣旨、目的、各地域で展開されるプログラム内容およびモデルコース等を整理した資料を活用し、教育旅行における有効性を発信する。
- ・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促す QR コード掲示
- ・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

農家の仕事や暮らしをありのまま体験することができる農業体験、農泊体験を中心に、都市と農山村の交流による本市グリーン・ツーリズムの魅力について発信する。また、地域の歴史や郷土文化に触れる蒔絵・絵付体験や、まちおこしを起点とした古代文字ミステリーウォーク、再生可能エネルギーの学習につながる太陽光発電所の施設見学など、SDGs 達成に向けた課題解決や探求的な学習を学べる体験・学習メニューについても発信する。

(2) 農泊商談会への出展 [実施回数 2 回]

①実施期間：令和 8 年 7 月～12 月

②実施体制：単独

③実施場所：東京都（現時点において実施場所の詳細未定）

③概算費用：77,360 円

④実施内容：

本市では首都圏の学校を中心に教育旅行の受入を行っているが、受入時期が集中しており、冬季間がおける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、商談会への出展を行う。本市農泊パンフレットを配布するとともに、旅行会社との農泊ツアーの企画・造成や新規旅行会社との関係の構築を行うことで、農泊を含む本市グリーン・ツーリズムの魅力を PR し、本市への観光客の誘致を促進する。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

- ・福島県公式ポータルサイト「ふくしま復興情報ポータルサイト」へのリンクを促す QR コード掲示
- ・福島県の復興の基礎的な情報や現状と課題等をまとめた「復興・再生のあゆみ」（発行：福島県）、福島県の復興の進捗についてグラフ等を用いてまとめた「ふくしま復興のあゆみ」（発行：福島県）を活用して、産業分野を風評・風化対策を中心に発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

農家の仕事や暮らしをありのまま体験することができる農業体験、農泊体験を中心に、都市と農山村の交流による本市グリーン・ツーリズムの魅力や、地域の歴史や郷土文化に触れる蒔絵・絵付体験、本市の食文化を味わうそば打ち体験等について発信する。

4. 事業における目標等

| 今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る | 今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る |
|---|---|
| <p>1. 国内旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント等への参加によるPR活動：6回 ・WEB広告（SNS含む）の実施：2回 ・旅行会社訪問による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 <p>2. インバウンド誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名刺交換した旅行会社数：20社以上 <p>3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏への教育旅行誘致活動 1回 ・旅行会社訪問数5社以上 ・教育委員会数1自治体 | <p>1. 国内旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市観光客入込数の増（前年比2%） ・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110,000回以上 <p>2. インバウンド誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市外国人観光客数の増（前年比5%） <p>3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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1%増加） |
| 長期的な目標 ※1つ以上は定量的な目標を設定 | 長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載（○%） |
| <p>1. 国内旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市観光客入込数：令和11年（2029年）目標値2,035千人 ※第3期喜多方市総合戦略に基づく目標値 <p>2. インバウンド誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市外国人観光客数：令和11年（2029年）目標値14.4千人 ※第3期喜多方市総合戦略に基づく目標値 <p>3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市グリーン・ツーリズム交流人口：令和11年（2029年）目標値7.8千人 ※第3期喜多方市総合戦略に基づく目標値 | <p>1. 国内旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市観光客入込数：令和6年（2024年）実績値1,492千人 [達成度] 73.3% <p>2. インバウンド誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市外国人観光客数：令和6年（2024年）実績値10千人 [達成度] 69.4% <p>3. グリーン・ツーリズムによる教育旅行誘致・PR事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市グリーン・ツーリズム交流人口：令和6年（2024年）実績値5.2千人 [達成率] 66.6% |