

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-3	喜多方地方定住自立圏プロモーション事業			
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
3,000千円	1,500千円		○	○		

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"> ・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しょく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。 <p>【教育旅行の受入学校数】</p> <p>H22:59校 R1:31校 R6:29校</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの5類移行後の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、本市製品の買い控え、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。 ・令和7年度より3市町村連携により本事業に取り組んでいるが、風評の払拭やイメージの回復のためには長期的な取組が必要。
上記の現状の原因となる課題について
<ul style="list-style-type: none"> ・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。
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）
<ul style="list-style-type: none"> ・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】
- ・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】
- ・首都圏等で行われる移住相談会等への参加【H27～継続】
- ・喜多方シティプロモーション事業【R6～継続】
- ・喜多方地方定住自立圏プロモーション事業【R7～継続】

上記の取組における成果について

- ・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 R6：149 万人
- ・宿泊者数 震災後 H24：66 千人、コロナ禍前 R1：63 千人、現状 R6：53 千人
- ・市 HP PV 数 H26：85 万回 コロナ禍前 R1：215 万回 現状 R4：183 万回
- ・移住相談窓口を通じた県外からの UIJ ターン者数 R6：213 人(統計開始からの累計)

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. 動画等を活用したプロモーション事業

- ①実施期間：令和8年4月～令和9年3月
- ②実施体制：連携（喜多方市／北塩原村・西会津町）
- ③実施場所：首都圏又は関西圏及び喜多方地方定住自立圏内(モニターツアー実施の場合)
- ④概算費用：3,000 千円（連携する3市町村がそれぞれに3,000 千円を予算措置）
- ⑤実施内容：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、等に関する魅力に加え、風評払拭に向けた取組、食の安全性等を広く周知する番組又は動画を作成、公開するとともに、視聴者等を対象とした企画（モニターツアー等）を開催する。

※委託事業者及び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している。なお、番組又は動画の作成は必須とするが、視聴者を対象とした企画は実施の有無を含めプロポーザル参加者による自由提案とする。

【動画のイメージ】

- ・3市町村を巡りそれぞれの観光、物産、風評払拭に向けた取組、食の安全性等を紹介するテレビ番組又は動画を作成し、公開
- ・テレビ番組の場合は首都圏又は関西圏等（ローカル番組含む）において放映

・インフルエンサーの場合はインフルエンサー自身アカウントで配信（アカウントへ誘導するためのウェブ広告等を含む）

【視聴者対象企画】

・動画の視聴者等を対象（参加者数：40名程度想定）

・動画で紹介するコンテンツを含めた3市町村の魅力スポットを巡るとともに、風評払拭に向けた取組、食の安全性等を説明

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：3市町村がこれまで行ってきた風評払拭の取組を紹介するとともに、食品の安全性（[福島県が行っている放射性物質検査の結果等](#)）の説明を行う。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：3市町村の観光、物産等の魅力を包括的に動画により広く発信する。

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
・動画作成数 1本程度	・動画の視聴人数（再生回数） 2,000人（回） ・喜多方市への観光客入込数 191万人 ※第3期喜多方市総合戦略に基づく目標値
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（○%）
・本市観光客入込数：令和11年（2029年）目標値 203万人 ※第3期喜多方市総合戦略に基づく目標値	・本市観光客入込数：令和6年（2024年）実績値 149万人 [達成度] 73.3%