

情報発信等戦略の期間									
令和6年度～令和7年度まで									
情報発信等戦略									
①情報発信の内容 東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故による風評の影響により、豊かな自然や日本の原風景を求めて当町を訪れる県外及び海外からの観光客は減少した。また、令和5年8月のALPS処理水の海洋放出による風評の影響も懸念されている。 国内外の方々に福島県の正しい姿や多様な魅力を知っていただくため、県外の大消費地や特に台湾をはじめとした海外への積極的な情報発信、輸出の拡大など、根強い風評に対応するため、町が一丸となり、相乗効果を創出できるような取組等を企画・調整し、戦略的かつ効果的な情報発信に取り組む。 ②西会津町の情報発信体制 本町の資源と魅力を、町が主体となり、町観光及び物産関係団体（観光交流協会、商工会、町振興公社ほか）と連携するとともに、台湾とのつながりのある町内民間団体や台湾に精通したコーディネーター（事業者）などとも連携して事業を展開する。また、現在、町の事業を請け負っている関係団体のポータルサイトやSNSによる情報発信事業と連携するなど、強固な情報発信体制を構築する。 ③情報発信等の戦略目標 台湾市民及び旅行代理店に当町の豊かな自然と安全性をアピールし、インバウンドでの観光訪問者増を目指し、本町へのインバウンド宿泊客数の倍増を目標とする。 福島県外からの観光客誘致を図り観光の復興を目指すため、本町の飯豊山や阿賀川等の自然資源や食、人を活用した魅力を創出し、継続的な情報発信の環境整備を図るため、観光プロモーション動画制作を実施し、これを活用した体験コンテンツの定番化を目標とする。 最終的には、令和7年における観光入込数を、東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故前の平成22年度比の約120%となる70万人に増やすことを目標とする。 ④ 全体工程表									
事業	取組事項	R6				R7			
台湾インバウンドに向けた地域の魅力発信事業	台湾インフルエンサーのファムトリップ								
	台湾でのトップセールスによる現地関係者との交流・意見交換			★					
	本町を中心とした会津PRイベントの開催			★				★	
	台湾インフルエンサーと行く「日本の田舎、西会津町。」ツアーの旅行商品造成支援の実施								
	SNS情報発信								
	町内産米関連商品の販売促進PR								
	ツアー商品の開発・実施								
	台湾人向けの観光マップの造成								

アウト ドア資 源を活 用した 地域の 魅力発 信事業	企画立案								
	ロケハン			★			★		
	撮影・編集			★	★		★		★
	情報発信								
喜多方 地方定 住自立 圏プロ モー ション 事業	企画立案								
	ロケハン						★		
	撮影・編集						★		★
	情報発信								

(様式 1 - 3)

405 西会津町 地域魅力向上・発信事業計画 令和6年度～令和7年度

令和7年1月9日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注1)			事業名 (注2)	事業 実施 主体	各年度の交付対象事業費（注3）					総交付対象事業費	全体事業 期間 (注4)			備考	
						令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度					その他（注5）	
1	A	-	1	台湾インバウンドに向けた地域の魅力発信事業	西会津町				11,891	10,230	(0) 22,121	R6	～	R7		
						<0>	<0>	<0>	<11,891>	<10,230>	<22,121>					
2	A	-	2	アウトドア資源を活用した地域の魅力発信事業	西会津町				5,512	6,770	(0) 12,282	R6	～	R7		
						<0>	<0>	<0>	<5,512>	<6,770>	<12,282>					
3	A	-	3	喜多方地方定住自立圏プロモーション事業	西会津町					3,000	(0) 3,000	R7	～	R7		
						<0>	<0>	<0>	<0>	<3,000>	<3,000>					
4		-									(0) 0		～			
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>					
5		-									(0) 0		～			
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>					
					合 計	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 17,403 <17,403>	(0) 20,000 <20,000>	(0) 37,403 <37,403>					

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 「各年度の交付対象事業費」は、**上段 () 書きは前回までに配分された額**を記載し、**中段には今回申請する額**を記載する。なお、下段 < > 書き及び総交付対象事業費については、自動計算される。

(注4) 「全体事業期間」は、令和4年度以降に実施することが見込まれる事業については、令和4年度以降も含めて記載する。

(注5) 事業間流用を行った場合には、「備考」に事業間流用を行った旨、その時期及び額を記載する。なお事業間流用を行う場合には、流用する(流用される)事業名も合わせて記載する。

また、福島県については、実施要綱第 4 6 — ⑤の一の市町村の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分1・2の市町村(複数市町村でも可)と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業(調整した市町村名を列挙)」と記載する。

(様式 1 - 4)

405 西会津町 地域魅力向上・発信事業計画 令和7年度

令和7年1月9日時点

(単位：千円)

No.	事業番号 (注 1)	事業名 (注 2)	事業 実施 主体	国費率 (a)	当該年度		備 考 (注 4)
					交付対象事業費 (b) (注 3)	うち交付金交付額 (c) =a×b	
1	A - 1	台湾インバウンドに向けた地域の魅力発信事業	西会津町	1/2		(0)	
					10,230	5,115	
					<10,230>	<5,115>	
2	A - 2	アウトドア資源を活用した地域の魅力発信事業	西会津町	1/2		(0)	
					6,770	3,385	
					<6,770>	<3,385>	
3	A - 3	喜多方地方定住自立圏プロモーション事業	西会津町	1/2		(0)	
					3,000	1,500	
					<3,000>	<1,500>	
4	-					(0)	
						0	
					<0>	<0>	
5	-					(0)	
						0	
					<0>	<0>	
				合計額	(0)	(0)	
					20,000	10,000	
					<20,000>	<10,000>	

(注 1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添 1 の番号) - (同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注 2) 「事業名」は、実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注 3) 上段 () 書きは、前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段< >書きについては、自動計算される。

(注 4) 福島県については、実施要綱第 4 6 ー ⑤の一の市町村名の区域を超える広域の情報発信等が見込まれる事業を地域区分 1・2 の市町村（複数市町村でも可）と実施する場合には、「備考」に「市町村連携事業（調整した市町村名を列举）」と記載する。

(様式 1-5) 西会津町 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。

NO.	1	事業名	台湾インバウンドに向けた地域の魅力発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体	西会津町	総交付対象事業費	22,121 千円		
既配分額	11,891 千円	当該年度交付対象事業費	10,230 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					10,230 千円
i) 風評動向調査					千円
ii) 体験等企画実施					10,230 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					
令和 5 年度における本町へのインバウンド宿泊客数は約 200 名で、うちほぼ 100%が台湾からの状況であった。そのため、特に台湾に向けた魅力発信を行い、令和 7 年度事業終了時点で 400 名の創客を目指す。					
事業概要					
事業実施主体	西会津町				
主な企画内容	台湾でのトップセールス及び本町PRイベントの実施 台湾旅行会社へ訪問・ツアー誘致の実現性についてヒアリング 台湾インフルエンサーの招聘 本町を目的地とした旅行商品の開発 FIT をターゲットとした情報発信 台湾向け観光マップの制作 町内観光施設インバウンド受入体制支援				
主な事業の実施場所	西会津町、台湾台北市・台南市・高雄市				
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>					
震災以降、新潟県と接するほど福島県内でも西の端に位置する当地についても、「福島」という括りに属してしまうため観光、物産ともに需要が減少した。					
そのような中で、台湾との間で積み重ねてきた文化交流を機に昨年令和 5 年度には台湾から約 200 名の宿泊客を迎えることができ、本町の観光産業への好影響があった。					
福島空港には本年 3 月からタイガーエアのチャーター便が運航し、今後の定期便化によりますます台湾からのインバウンドに期待を持てる状況にある。					
<課題>					
本町は中山間地であるため、風光明媚な景色と福島県の中でも有数の米が美味しく育つ環境がある。また江戸時代から続く宿場町「野沢宿」は昔の趣をまだ残しており、東南アジアからのインバウンドが求めるような環境・文化・歴史は揃っている。しかしながら、販売する特産品や観光体験コンテンツの認知度が低く、対外的に発信・PR を積極的に行えておらず、もとより地域内の海外からの観光客を受け入れる体制が整っていない。					

【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＞

令和 6 年 12 月末現在において、「台湾でのトップセールス及び本町 PR イベントの実施」、「台湾旅行会社へ訪問・ツアー誘致の実現性についてヒアリング」及び「台湾インフルエンサーの招聘」を実施した。

また、令和 6 年度は、「本町を目的地とした旅行商品の開発」、「FIT^(※)をターゲットとした情報発信」を実施予定。

＜これまでの取組における成果＞

- ・台湾台北市において本町 PR イベントを開催し、イベントへの参加者が 80 人であり、参加者へのアンケート結果で好印象が 8 割。
- ・台湾旅行会社への訪問・ツアー誘致の実現性についてヒアリングを実施し、台北市内 10 社から各社の顧客の需要動向と本町コンテンツについての興味関心について、情報の抽出を行うことができた。
- ・台湾インフルエンサー（2 名、いずれもフォロワー数 10 万人以上）が SNS により、来町時の本町の情報を発信した。

＜目標達成状況＞

- ・観光客入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅） R6.9 末時点において 52 万人を達成 R6: 町商工観光課調べ

【今年度事業における具体的な取組内容】

1. 台湾での西会津 PR イベントの実施

実施期間：令和 7 年 11 月下旬

実施体制：運営 委託先、台湾現地エージェント、町商工観光課、町内観光関係団体
ゲスト 台湾インフルエンサー（2 名想定）

実施場所：台湾台南市内

概算費用：7,056 千円

実施内容：観光で本町に来てもらうことで、復興の現状を知ってもらうため、これまで交流を深めてきた台南市においてイベントスペースを借上げ、1 回実施し、パンフレット等を来場者全員に配布する。ターゲットは、これまでの親交の深い関係者のネットワークを活用しこれまで交流を深めてきた方々、さらにインフルエンサーの情報に関心の高い方々を集客し、本町を PR するイベント『「日本の田舎、西会津町。」ナイト in 台湾 vol.2（仮称）』を開催する。

- ・参加者 約 60 名（事前申し込み制）
- ・開催告知 ゲストの台湾インフルエンサー（2 名想定）の SNS 投稿、台湾の日本観光関連企業への情報伝達
- ・開催場所 台南市内イベントスペース（未定）
- ・内容
 - 福島県及び本町の復興の現状の紹介
 - 本町の紹介（町内の地域団体にて実施）
表参道・西会津お米ナイトで使用した投影資料を使用し、同時通訳をして来場者へ説明する。
 - ゲストの台湾インフルエンサーによるトークショー
インフルエンサーに来場してもらい、本町に対する感じたこと感動したことを話し合う。
 - 西会津「食」の試食会
米、酒、米粉商品などふるさと納税でも人気の西会津の産品を来場者に振舞う。
 - 本町の魅力度と福島風評に関するアンケート
来場者全員へイベントの感想を問うとともに風評に関するアンケートを行う。
※アンケートに答えた来場者には本町のお土産「赤べこ」をプレゼントする。（1,000 円程度）

2. 台湾旅行会社へ訪問

実施期間：令和 7 年 11 月下旬

実施体制：計画・実施＞委託先 4 名

商工観光課担当職員 2 名、町内観光関係者 1 名、町内事業者 1 名

訪問先 ＞台湾現地旅行会社 10 社以上を想定

実施場所：台湾台北市・台南市・高雄市

概算費用：※事業 1「台湾での西会津 PR イベントの実施」計上費用に含む

実施内容：観光で本町に来てもらうことで、復興の現状を知ってもらうため、今年度は前年度の事業においてインバウンド観光資源として可能性を感じたコンテンツの情報を、一般団体旅行、インセンティブツアー、教育旅行とどの分野にも提案ができるように観光タリフを用意し、具体的

な提案によりインバウンドに直結する商談を行う。また後述している観光マップも台湾人向けに作成したものの提供する。

今年度については商談の意味合いの訪問をし、前年度、訪問し興味関心を持ってもらった台北市の旅行会社と今回は新規に台南市及び高雄市の旅行会社も訪問する。

3. 台湾インバウンドキーマンの招聘

実施期間：令和8年2月上旬に1回、3泊4日予定

実施体制：運営＞委託先

ゲスト＞台湾インバウンドキーマン2名

実施場所：西会津町内

概算費用：1,505千円

実施内容：実際に現地で本町が想定するツアー内容を体験してもらうことで復興の現状を知ってもらい台湾でのツアー造成を行ってもらうことを目的として、3泊4日の予定で、台湾で今後の創客に期待をもてる人物をキーマンとして招聘し、そのときにしか見ることができない景色や空気を体感してもらい、これまで開発してきた特産品の商品を飲食してもらったり、体験観光商材を実際に体験してもらったり、団体旅行や教育旅行の創客増の足がかりとする。

4. 町内観光施設インバウンド受入体制支援

実施期間：令和7年11月下旬

実施体制：実施＞委託先

対象＞西会津町内の飲食・観光事業者でインバウンド受け入れを希望する事業者

実施場所：西会津町内

概算費用：920千円

実施内容：町内において、インバウンド受け入れを希望する事業者向けにセミナーを開催し、外国人観光客との接し方・食事の制限、マナーのレクチャーや推奨される翻訳機の紹介などを行う。その上で対象となる町内事業者の外語対応マニュアルとメニューを各々作成する。

5. 台湾向け観光マップの制作

実施期間：令和7年7月上旬

実施体制：実施＞委託先

監督＞西会津町商工観光課

概算費用：495千円

実施内容：観光で本町に来てもらうことで、復興の現状を知ってもらうために、実際にツアーの造成を行う台湾旅行会社との商談に向けて台湾人向けの観光マップを作成する。現在、西会津町で使用されている観光マップのデザインをベースに一部、修正をして繁体字に翻訳したものを作成する。またその後、町内の前述したインバウンド受け入れに前向きな事業者に配布し、活用していただく。

6. インバウンド施策に対する可能性のとりまとめ

実施期間：令和8年3月上旬

実施体制：実施＞委託先

監督＞西会津町商工観光課

概算費用：254千円

実施内容：観光で本町に来てもらうことで、復興の現状を知ってもらうために、本事業で回収したアンケートやインフルエンサーが発信した内容へのリアクション、商談をする台湾旅行会社の反応を元にデータを分析し、報告書として取りまとめる。今後の本町におけるインバウンド施策がどのような方向性を取る必要があるのかを明確にして、次年度以降の取り組み内容の検討素材とする。

報告内容：事業実施報告

- ・インフルエンサーの発信内容、本町の感想・意見
- ・台湾でのイベントにおける参加者の属性、アンケート結果（観光・風評）
- ・台湾旅行会社へ訪問の反応・ツアー商品開発の意向
- 台湾から見た西会津町の観光ポテンシャル
- インバウンド増加に向けた必要事項と改善事項
- 他の地域と比較したときの優位点
- 本町におけるPR戦略

報告書ページ数：20ページ程度を想定。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

西会津紹介イベント「日本の田舎、西会津町。」ナイト in 台湾 vol.2」の実施（台南市内）
観光タリフの作成 10 か所以上
台湾人向け観光マップの作成
町内事業者向けインバウンド受け入れセミナーの開催
台湾旅行会社の招聘

<アウトカム>

イベント参加者 60 名以上
インバウンド受け入れ可能事業者を 10 軒以上
台湾人向け観光マップを 1,000 部町内に配布
台湾人ツアーの商談を 10 回以上実施
令和 7 年度台湾人ツアーの誘致、3 件以上（100 名以上）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・国内でも評価の高い当地域で生産された米の P R とその加工品の台湾での流通の実現が期待できる。
- ・インバウンドの団体観光客が当地域を訪れることのできるようなツアー商品の開発が期待できる。
- ・会津若松市まで来ている F I T ^(※) 受け入れの準備と F I T が当地域に訪訪してもらうための地域情報の発信・P R の体制が確立できる。
- ・今年度のインフルエンサーの意見や実施結果を踏まえ、町内を周遊する台湾人向けの観光マップ（夏編、冬編等）を制作・配布することで、集客の促進が期待できる。
- ・当地域では外国語対応に乏しいため、その先駆けとして道の駅にしあいづと町営温泉宿泊施設ロータスインにて、今回事業の受託業者による講習を開催し、インバウンドが受け入れ側に望むものをレクチャーして、受け入れの基礎をすることにより、中華圏の観光客の増加が期待できる。

(※) Foreign Independent Tour の略。団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。

(様式 1-5)

西会津町 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。

NO.	2	事業名	アウトドア資源を活用した地域の魅力発信事業	事業番号	A-2
事業実施主体	西会津町	総交付対象事業費	12,282 千円		
既配分額	5,512 千円	当該年度交付対象事業費	6,770 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 6,770 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 6,770 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					
福島県外からの観光客誘致を図り観光の復興を目指すため、本町の飯豊山や阿賀川等の自然資源や食、人を活用した魅力を創出し、継続的な情報発信の環境整備を図る。					
○令和 8 年における観光入込数 70 万人 (平成 22 年度比の 120%)					
・東日本大震災前:平成22年 588,992人					
・直近観光入込数:令和5年 613,924人					
事業概要					
事業実施主体	福島県西会津町				
主な企画内容	観光プロモーション動画制作				
主な事業の実施場所	福島県西会津町				
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>					
本町では東日本大震災前の 2012 年には年間約 62 万人の観光客が訪れている。このうち約 37 万人が郡山市と新潟県を結ぶ国道 49 号沿いに立地している「道の駅にしあいづ」の観光客入込数となっており、本町を訪れる多くが通過型の観光客となっており、本町は自然豊かな地域であるが、アウトドア・アクティビティに関する観光メニューが少なく、アウトドアを目的に町内を訪れる観光客が少ない状況である。また、東日本大震災（原発事故）やコロナ禍における観光客の入込は大きな影響を受けており、未だに回復していない状況にある。そのような中で、令和 5 年度には東京電力第一原発の A L P S 処理水が令和 5 年 8 月から令和 6 年 2 月まで計 4 回、海洋放出されている。					
【観光入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅）】					
・東日本大震災 :平成 22 年 588,992 人 → 平成 23 年 505,277 人 (前年比△14.2%)					
・コロナ禍 :平成 31 年 826,199 人 → 令和 2 年 552,442 人 (前年比△33.1%)					
・直近観光入込数:令和 5 年 613,924 人					
<課題>					
本町には豊富な自然資源や地域資源が点在しているが、近隣市町村や本町が属する会津地域に目を向けると、あくまで地域の一部に過ぎず、本町の観光客の多くが道の駅に立ち寄るだけで通過する現状である。					

また、農業や林業を産業の中心において発展してきた町であるため、一部の観光地を除いて、特にアクティビティサービスの数、質、規模ともに少なく、かつ小さい状況であり、長期滞在を目的にした遠方からの旅行者に対しては、訴求力や発信力が弱い。このことから、地域資源を活用した観光コンテンツの造成や受け入れ体制の整備、情報発信の強化等が求められている。

また、令和 5 年 5 月から新型コロナウイルス感染症が 5 類感染症に移行したことにより、観光入込の回復を目指していたが、同年 8 月から東京電力第一原発の A L P S 処理水が海洋放出されたことにより、新たな風評が発生することが懸念されている。

【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>

町内の歴史ある風景などが楽しめる山や峠道を「西会津十三名山と八峠」と銘打ったパンフレット等での告知やトレッキング等のガイドイベント、また、山開きイベントの実施の他、町内ガイドで構成された組織の設立などに取り組んでいる。アウトドア資源の活用の指標の一つとして登山者数をあげるならば、本町の登山者数は、飯豊山（自動計測〔登山下山〕：1 ルート）のみ把握しているが、令和 2 年度が 837 人で令和 5 年度は 751 人（人数△86 人、対比△10.0%）となっており、コロナ禍前まで登山者数が回復していないことから更に取り組みの強化が必要である。

- ・「西会津十三名山と八峠」パンフレットを作成し観光客に配布（年間約 200 部）
- ・町や観光交流協会、山・峠等の情報発信団体のホームページに山情報の掲載
- ・山開きイベントの開催
- ・ガイド組織「西会津町ガイドの会」等の設立
- ・本町と包括連携協定を締結している総合アウトドアメーカー(株)モンベルによる自然体験資源調査の実施

<これまでの取組における成果>

- ・定期的なトレッキングイベントを開催することにより、町の地域資源の知名度が向上しており、イベントの参加者も増加している。
- ・山情報を観光交流協会のホームページ等に掲載し情報を発信しており、登山シーズンでは町や観光交流協会への問合せが増加している。

<目標達成状況>

- ・観光客入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅） R6.9 末時点において 52 万人を達成

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 観光プロモーション動画制作事業

実施期間：令和 7 年 7 月～令和 8 年 2 月

実施体制：西会津町：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

概算費用：6,770 千円

実施内容：福島県外の方をターゲットに町内の登山ルート（3 ルート）への誘客促進や地域の魅力発信を図るとともに、正しい情報を伝えることで風評の払拭を図る。

- ・山岳経験が豊かな福島県ゆかりの著名人を起用したプロモーション動画を制作する。
- ・町の山の中でも気軽に挑戦できる山を選定することにより、多くの観光客の誘客を図る。
- ・山岳経験が豊かな福島県ゆかりの著名人だけの撮影ではなく、同行者にその地域の歴史や文化、食等を語ってもらう動画にすることにより、広い角度で町の知名度の向上を図る
- ・より多くの方に視聴してもらうため、映像の美しさやストーリー性等を最大限に表現された動画を制作する。
- ・動画を世界中の人々に視聴してもらうため、多言語による動画を制作する。
- ・制作した動画を町や観光交流協会のホームページや SNS 等で広く公開することにより、動画再生数の向上を図る。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

- ・令和 7 年度作成動画を 2 つ以上配信する。

<アウトカム>

- ・動画再生回数 5 千回以上を目指す。

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・ 山岳経験が豊かな福島県ゆかりの著名人を起用することにより、視聴者数が増加し西会津町の魅力を知る機会が創出され、西会津町の知名度が向上する。
- ・ 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。
- ・ 関係人口や観光入込客数の拡大が図られるとともに、リピーターの獲得が期待できる。
- ・ 来町者の滞在時間の増加による消費が拡大される。

(様式 1-5)

西会津町 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。

NO.	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	西会津町（喜多方市、北塩原村）		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					
				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 70 万人 R4 601,250 人 H22（震災前） 588,992 人					
事業概要					
事業実施主体	西会津町（喜多方市、北塩原村）				
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、本町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。					
・本町においても、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、未だに東日本大震災（原発事故）の風評被害が残っている状況にある。					
【観光入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅）】					
東日本大震災：平成 22 年 588,992 人 → 平成 23 年 505,277 人（前年比△14.2%）					
・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、本町を含む福島県全体のイメージを低下、本町産品の買い控え、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町の魅力を包括的、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～継続】
- ・交流のある都市等を中心とした観光・物産展への参加【H23～継続】
- ・物販出店等のイベント参加による安全安心のPR【H27～継続】
- ・生産者・消費者交流会【H27～継続】
- ・首都圏等で行われる移住相談会等への参加【H27～継続】

<これまでの取組における成果>

- ・移住相談窓口を通じた県外からのUIJターン者数 R5：53人（統計開始からの累計）
- ・観光客入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅） R5：613,924人

<目標達成状況>

- ・観光客入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅） R6.9末時点において52万人を達成
R6：町商工観光課調べ

【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：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

委託事業者：プロモーション活動

連携自治体（喜多方市及び北塩原村）：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、西会津町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、喜多方市、北塩原村がそれぞれ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、西会津町（喜多方市及び北塩原村）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）

【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西会津町（喜多方市、北塩原村）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。