

## 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			
西会津町		A-2	地域資源を活用した地域の魅力発信事業			
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	20,000千円	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
8,792千円	4,396千円			○		

### 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"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul> <p>【観光入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅）】</p> <p>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%）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、本町を含む福島県全体のイメージを低下、本町製品の買い控え、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。</li> </ul>
上記の現状の原因となる課題について
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・県外の旅行者に対しては、風評が影響し本町の観光コンテンツの数、質、規模ともに少なくかつ小さい状況であり、また訴求力や発信力が弱いことから、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必要である。</li> </ul>
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）
<p>【シティプロモーション事業関連】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「日本の田舎、西会津町。」PR動画制作業務【H28,29】</li> </ul>

- ・「日本の田舎、西会津町。」ポータルサイトの開設【H30～継続】 ※R6 まで累積 754,857 アクセス
- ・「日本の田舎、西会津町。」ラッピングバス会津乗合自動車(株)高速バス新宿線の運行【R2～継続】
- ・「日本の田舎、西会津町。」商標登録【R5】

#### 【アウトドア資源活用事業関連】

- ・山開きイベントの開催【H23～継続】
- ・「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）【H27～継続】
- ・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【H27～継続】
- ・ガイド組織「西会津町観光ガイドの会」等の設立【H28～継続】
- ・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【R4,5】
- ・復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業「アウトドア資源を活用した地域魅力発信事業」【R6～継続】

#### 上記の取組における成果について

- ・「日本の田舎、西会津町。」ポータルサイトへのアクセス数 R6：754,857 アクセス
- ・観光入込数（大山祇神社、温泉健康保養センター、道の駅） R6：684,449 人
- ・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。

### 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. シティプロモーション動画制作事業

- 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：西会津町（動画の配信は、国内外）
- ④概算費用：5,000 千円
- ⑤実施内容：既存の「日本の田舎、西会津町。」ポータルサイトの意匠を継承し、西会津町の観光、物産、移住定住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。
  - ・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。
  - ・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。

・動画 25 本以上を作成し掲出することにより、本ポータルサイトへの年間 70,000 アクセスを目指すとともに、作成した動画を町や観光交流協会のホームページや SNS 等で広く公開し、動画再生数の向上を図る。

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： 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： 観光、物産、移住定住等の魅力を包括的に動画により広く発信する。

## 2. アウトドアアクティビティプロモーション動画制作事業

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：西会津町（動画の配信は、国内外）

④概算費用：3,792 千円

⑤実施内容：福島県外及び国外の方をターゲットに町内の登山ルート（2 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。

・本ポータルサイトでの掲出はもとより、プロポーザルにより実効性のある発信を提案し選定された委託事業者の取り組みと併せ、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。

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： 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： 観光、物産、移住定住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
3.1 動画作成数 25 本（概ね 15 秒/本）以上	「日本の田舎、西会津町。」ポータルサイト 70,000 アクセス/年
3.2 動画作成数 2 本（概ね 5 分/本）	西会津町への観光客入込数 73 万人

<p>長期的な目標 ※ 1つ以上は定量的な目標を設定</p>	<p>長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載 (○%)</p>
<p>西会津町への観光客入込数 (R11 年度目標値) 78 万人</p>	<p>西会津町への観光客入込数 (R6 現在) 68 万人、(R11 年度目標値) 78 万人、達成度合い 93%</p>