

## (西会津町) 地域魅力向上・発信事業計画

令和8年3月時点

(単位: 千円)

No.	事業番号 (注1)	事業名 (注2)		各年度の交付対象事業費(注3)					総交付対象事業費	備考 (注4)
				令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度		
1	A - 1	台湾インバウンドに向けた地域の魅力発信事業	前回まで						(0)	
			今回	8,208					8,208	
			計	<8,208>	<0>	<0>	<0>	<0>	<8,208>	
2	A - 2	地域資源を活用した地域の魅力発信事業	前回まで						(0)	
			今回	8,792					8,792	
			計	<8,792>	<0>	<0>	<0>	<0>	<8,792>	
3	A - 3	喜多方地方定住自立圏プロモーション事業	前回まで						(0)	
			今回	3,000					3,000	
			計	<3,000>	<0>	<0>	<0>	<0>	<3,000>	
4	-		前回まで						(0)	
			今回						0	
			計	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	
5	-		前回まで						(0)	
			今回						0	
			計	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	
			前回まで	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	
			今回	20,000	0	0	0	0	20,000	
			計	<20,000>	<0>	<0>	<0>	<0>	<20,000>	

(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) 「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) 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。

## 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-1	台湾インバウンドに向け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
8,208千円	4,104千円		○	○		

### 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>・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ているものの、首都圏や一部有名観光地に集中している状況にある。このため、これら外国人観光客の地方への誘客を促進するため、本町はもとより福島県の安全・安心をPRするとともに、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等でのPRを行うことにより、地方への誘客を強化する必要がある。</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）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向け体験観光商材（出ヶ原和紙作り体験、中山間地域のトレッキング、農業体験、古民家宿泊体験等）の開発【H23～継続】</li> </ul>

- ・西会津国際芸術村における台湾・西会津文化交流【H27～継続】
- ・復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業「台湾インバウンドに向け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

- ・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
- ・令和 5 年に台湾人アーティストや学生を招待して地域住民との交流会や地元中学生対象のワークショップを開催するなど、地域ぐるみの交流に発展している。
- ・台湾台北市（R6：参加者 80 名）、台南市（R7 参加者 60 名）で本町 PR イベントを開催し、いずれも募集定員の参加者を集め、参加者へのアンケート結果で好印象が 8 割。
- ・令和年 6 年・7 年に、台湾旅行会社延べ 20 社を訪問し、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の情報の抽出と、商談を行うことができた。
- ・令和年 6 年・7 年に、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。
- ・令和年 7 年に、台湾インバウンドキーマン（2 名、いずれも教育旅行関係）が来町時の本町の情報を基に、旅行商品を造成した。

### 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. 福島県主催 台湾現地商談会・現地プロモーション・県内商談会での P R 活動

①実施期間：令和 8 年 7 月～10 月

②実施体制：単独

③実施場所：台湾 台北市・高雄市、福島県内

④概算費用：5,153 千円

⑤実施内容：福島県は台湾からの訪日観光客誘客強化のため、台湾現地で「福島県台湾観光商談会（仮称）」及びプロモーション「FUN 飛福島 2026（仮称）」、また県内に台湾旅行会社を招聘し「福島県台湾観光商談会（仮称）」を実施する。

この機会に本町も県と連携して参加し、「福島県台湾観光商談会（仮称）」では、これまで台湾で訪問した旅行会社および本年に訪問予定のある旅行会社を中心に、町の概要や観光情報を記した資料とともに、道の駅や温泉宿泊施設・観光協会が提供するサービス等に関する観光タリフを作成し、町内事業者が直接台湾の旅行会社に具体的な提案を行う。また、BtoC イベントである「FUN 飛福島 2026（仮称）」では、多くの台湾の方々へ本町の魅力をお伝えし、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い、回答者限定 100 名へ本町のお土産「赤べこ」をプレゼントする。（1,000 円程度）

当該町内事業者はインバウンド商談会に不慣れなため、委託事業者が同行支援を行い、本商談会における成果をより確実なものとする。

#### 2. 台湾旅行会社へ訪問

①実施期間：令和 8 年 7 月

②実施体制：単独

③実施場所：台湾 台北市

④概算費用：※事業 1「台湾での西会津 P R イベントの実施」計上費用に含む

⑤実施内容：7 月の「福島県台湾観光商談会（仮称）」の渡航に併せ、町内事業者（道の駅や温泉宿泊施設・観光協会）と共に 2 班体制で 10 社を訪問し商談する。訪問により、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。

### 3. 台湾旅行会社のエクスカージョンの実施

①実施期間：令和 8 年 4 月～12 月

②実施体制：単独

③実施場所：本町

④概算費用：2,704 千円

⑤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旅行会社の産品部員 3 名（各社 1 名）を招聘し、そのときにしか見ることができない景色や空気感を体感し、これまで開発してきた特産品の商品を飲食し、体験観光商材を実際に体験することで本町の旅行商品を造成をしてもらい、団体旅行や教育旅行の創客増の足がかりとする。また、ツアー型旅行商品を造成する旅行会社へ企画費等を支援し、本エクスカージョンにおける成果をより確実なものとする。さらに、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。

### 4. 台湾向け観光マップの制作

①実施期間：令和 8 年 12 月

②実施体制：単独

③実施場所：本町

④概算費用：169 千円

⑤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、本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。

## 5. インバウンド施策に対する可能性のとりまとめ

①実施期間：令和9年3月

②実施体制：単独

③実施場所：本町

④概算費用：182千円

⑤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商談をする台湾旅行会社の反応、エクサカーション内容へのリアクション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。報告書ページ数：20ページ程度を想定。

【報告内容：事業実施報告】

・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

### 上記、全事業共通事項

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
県主催の商談会・プロモーションへの参加 3回 台湾旅行会社への訪問 10社 町内事業者向けインバウンド受け入れセミナーの開催 1回 観光タリフの作成 5件 台湾人向け観光マップの作成 1件	インバウンド受け入れ可能事業者を5件以上創出 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8年度台湾人ツアーの誘致、3件以上（100名以上）

台湾旅行会社の招聘 1回 3名	
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 (○%)
西会津町への観光客入込数 (R11 年度目標値) 78 万人	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%

## 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

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 (○%)
西会津町への観光客入込数 (R11 年度目標値) 78 万人	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%

## 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-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	20,000千円	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
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"> <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> <li>・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。</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。</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）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国各地で開催される観光・物産展への参加【H23～継続】</li> <li>・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】</li> </ul>

- ・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】
- ・復興庁による地域魅力向上・情報発信支援事業「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

- ・移住相談窓口を通じた県外からの UIJ ターン者数 R6 : 71 人(統計開始からの累計)
- ・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

### 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
3.1 動画作成数 1本程度	3.1 動画の視聴人数（再生回数） 2,000人（回） 3.1 西会津町への観光客入込数 73万人
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（○%）
西会津町への観光客入込数（R11年度目標値）78万人	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%