

(様式 1-5)

福島県 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和5年1月13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.	4	事業名	外部人材等の活用によるふくしまの魅力・情報発信事業	事業番号	A-4
事業実施主体		福島県	総交付対象事業費		151,718 千円
既配分額		94,910 千円	当該年度交付対象事業費		56,808 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 56,808 千円					
i) 風評動向調査					
千円					
ii) 体験等企画実施					
14,185 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
42,623 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					
【アウトプット】					
○駐日大使等による福島県視察・メディア・インフルエンサーによる取材					
○国内インフルエンサーやメディア招請ツアー					
○旅行者やインフルエンサーを対象としたファミツアー					
○旅行サイト、観光情報サイト、メディア等への記事掲載					
○県外事例調査（先進地視察）で学んだ、地域の魅力を発信する仕組みづくりを実施					
【アウトカム】					
○観光客入込数 57,000 千人（最新値 R2 36,191 千人）					
○県内宿泊者数 13,000 千人泊（最新値 R2 9,536 千人泊）					
○外国人宿泊者数 214,000 人泊（最新値 R2 51,180 千人泊）					
○県産品輸出額 1,502 百万円（最新値 R3 1,375 百万円）					
※令和7年度までの目標					
事業概要					
事業実施主体	福島県				
主な企画内容	○駐日大使、メディア等の県内視察・招へいによる本県の復興状況や魅力の発信、本県 PR 資料提供による情報発信 ○ブルー・ツーリズムに関するコンテンツ磨き上げ、各種プロモーション、インフルエンサーやメディアを活用した情報発信 ○インフルエンサー・旅行 AGT の招請、地域人材を活用したアテンド・ファンづくり、SNS によるターゲットコミュニティへの情報発信、対象市場における観光情報サイト等へのコンテンツ掲載支援 ※外部人材等：駐日大使や国内外インフルエンサーなど				
主な事業の実施場所	福島県 浜通り地域の自治体、施設				
事業の実施期間	A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業 令和4年4月～令和8年3月 B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業 令和3年9月～令和8年3月				

**C 海外風評払拭情報発信事業**  
令和3年9月～令和8年3月

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：福島県
- ②連携団体及び役割分担
  - (1)福島県
    - I 委託業務の発注、進捗管理
    - II 浜通り地域を対象とした事業を実施する自治体等との連携
    - III 情報発信
  - (2)受託業者
    - I モニターツアー等の運営
    - II 既存コンテンツの磨き上げ、各種プロモーション
    - III インフルエンサーやメディアとタイアップした情報発信

【現状・課題】

<現状>

- 「風評・風化対策に関する情報発信分析事業」(R4.3.31)で以下のような結果が示されている。  
<福島県のイメージについて「良い」「まあまあ良い」の回答 単位%>

震災発生前	震災発生後	H28.3	H29.2	H30.2	H31.2	R2.2	R3.2	R4.2
43.8	20.4	25.5	33.9	40	38.1	39.4	46	44.9

ALPS 処理水の処分方針決定後、これまで回復傾向にあったイメージが低下した。

<課題>

- これまで輸入規制を解除した米・英・インドネシア等をターゲットとした情報発信を行ってきたが、輸入規制を継続している EU への更なる情報発信が必要。
- 令和3年度 WEB 調査によると、浜通りブルー・ツーリズムの認知度が低いことが不参加の主な理由であることが分かり、どのようにターゲットや発信方法を工夫しながら幅広いターゲットに対して情報発信するかが議論となった。
- 令和4年度に作成した海外の対象市場の観光情報サイトにおいて、本県観光情報を探そうとしても情報掲載整備不足のため、深く調べることができないなどの問題が生じた。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業**
  - 県内視察、都内での PR イベント等による情報発信
  - 在外公館等への資料提供による情報発信
- B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業**
  - VR 動画製作、ブランディング策定及びブランドイメージ動画作成
  - (旅行 AGT やインフルエンサー等) モニターツアー、プロモーション
  - 受入体制の整備・誘客の支援及び情報発信
- C 海外風評払拭情報発信事業**
  - ファムツアー(旅行会社・ランドオペレータ)、ファムツアー(インフルエンサー)
  - SNS による情報発信

【事業実施により得られる効果】

- A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業**
  - 福島県の安全・安心に関する正確な情報が海外に理解され、風評払拭及び本県産品の輸入規制の緩和・撤廃につながる。
- B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業**
  - WEB 広告やインフルエンサー、メディアを活用したプロモーションを継続して情報発信を行い、実際にブルー・ツーリズムを体感してもらうことで、原子力災害で風評被害を受けている浜通り地域の風評を払拭。

## C 海外風評払拭情報発信事業

- インフルエンサーの招請を通じて、特定関心層へのターゲットを絞った情報発信が可能となり、高いクリック率や閲覧者数等が見込まれるなど、従来の総花的な情報発信ではリーチできなかったターゲット層にアプローチができる。
- 対象市場において福島県の観光情報を掲載・整備することで、上記情報発信により福島県に興味を持った層が旅マエにおける情報収集を適切かつ迅速に行うことができるようになる。
- 旅行会社の招請を通じて、福島県の魅力を実感してもらうことで、将来的な旅行商品造成の機会を創出し、本県へ旅行するきっかけを創出する。

### 【今年度事業における具体的な取組内容】

## A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業

- 令和4年度事業では、駐日大使等を対象とした都内PRイベントや県内視察、海外インフルエンサーの招請をとおして、本県の正確な情報や魅力の発信を行った。
- 令和5年度事業では、新たに、輸入規制を継続しているEUの各国をメインターゲットとした事業を展開する。

### 1 駐日大使等による福島県視察・メディア、インフルエンサーによる取材

実施期間：R5年度中に視察1回、取材2回

実施体制：福島県

概算費用：11,814千円（旅費571千円、需用費33千円、委託費①4,306千円、委託費②3,833千円、委託費③3,071千円）

取組内容：

- ・本県産品の安全性や本県への訪問の安全性の理解が不足しているという課題に対処するため、駐日大使等による視察、メディア・インフルエンサーによる取材を実施。
- ・イノベーションコースト構想を踏まえ整備された「東日本大震災・原子力災害伝承館」や「福島ロボットテストフィールド」をはじめとした県内の最新の復興状況に加え、国内の鑑評会で9回連続日本一の日本酒やフルーツ王国福島の果物、海産物の提供を通じて食の安全性・魅力を伝える。
- ・各本国に対し高い発信力を持つ上記参加者・被招へい者に情報発信してもらうことで、風評払拭に向けた効果的な発信が期待できる。事業への参加に際し、本県の情報をSNSもしくは紙媒体、動画等のメディアを通して発信してもらうよう依頼し、事業実施後は発信した記事等を共有してもらう。
- ・なお、R5年度は輸出規制を継続しているEUの各国をメインターゲットとして事業を展開し、輸入規制の解除のみならず、輸出・インバウンド促進を図る。

### 2 在外公館等への資料提供による情報発信

実施期間：R5年度内に作成・送付

実施体制：福島県が広報資料の内容を検討し、委託業者にて印刷製本を行う。

概算費用：2,371千円（需用費138千円、役務費200千円、委託費④2,033千円）

取組内容：

- ・本県の復興や魅力についての正確な情報を広く理解してもらうという課題に対処するため、本県の広報資料（パンフレット、県産品等）を作成（または購入）して在外公館等に送付し、機会を捉えて政府要人等に提供してもらうとともに、各種イベントに活用する。

## B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業

- 令和3年度事業では、コロナ禍でも魅力が伝わるようにVR動画やパンフレットを制作し、県外旅行AGTへ配布した。また、インフルエンサーを招請し、モニターツアーを実施した。
- 令和4年度事業では、ブランドイメージ動画の制作やインフルエンサー・メディア招請ツアー、一般モニターツアーを開催した。また、浜通りのブルー・ツーリズム関連コンテンツの磨き上げのための事業者ヒアリングや県外事例調査を実施した。
- 令和5年度事業では、県外事例調査において学んだ「地域として魅力を発信するための仕組みづくり」の検討を進めるほか、旅行サイト等を活用したモデルコースや観光コンテンツの紹介に関する記事掲載等を新たに行う。

### 1 観光客受入体制の整備

実施期間：令和5年4月～令和6年3月

実施体制：委託業者

概算費用：5,082千円（1）

取組内容：

- ・R4から継続して、ブルー・ツーリズムコンテンツ事業者へのヒアリングや磨き上げを実施する。
- ・また、R4に各地域の観光協会職員を中心として行った県外事例調査（先進地視察）において学んだ、地域として魅力を発信するための仕組みづくりの検討を進める。

- ・なお、令和 7 年度を目標に、地域における販売スキームを固め、各地域で自走化することを目指す。

## 2 プロモーション

実施期間：令和 5 年 4 月～令和 6 年 3 月

実施体制：委託業者

概算費用：15,299 千円 (2+3)

取組内容：

- ・ターゲットであるミレニアル世代に向け、主にデジタルを活用したプロモーション展開を図る。
- ・既存ランディングページにおけるデジタルパンフレットのブラッシュアップや、R3、R4 で制作した動画を活用した YouTube 広告、SNS 広告による配信を行うほか、旅行サイト等を活用したモデルコースや観光コンテンツの紹介に関する記事掲載等を行う。
- ・また、ターゲットへの訴求力が高いインフルエンサーやメディアを招請したツアーを実施し、各 SNS やデジタル媒体における記事掲載を行う。
- ・公式 SNS を活用したフォトコンテスト等のキャンペーンを開催する。

※その他、委託費（報告書制作費）：121 千円、旅費：121 千円

## C 海外風評払拭情報発信事業

- 令和 3 年度事業では、インフルエンサーや旅行会社がテーマを活かした活動を行う県内観光地を視察し、商品造成を支援した。また、インフルエンサー自らの SNS 等でファムツアーから得られた本県観光地の魅力の情報発信を行った。
- 令和 4 年度事業では、地域で復興に立ち向かい頑張る事業者や、地域で新しいことに果敢に取り組む事業者などをファムツアー実施時にアテンドとして加え、参加者に対しコンテンツだけではなく「人」や「文化」の側面からも魅力を感じてもらいファンにつなげる等の取組を行った。
- 令和 5 年度事業では、令和 4 年度に作成した海外の対象市場の観光情報サイトにおいて、本県観光情報を探そうとしても情報掲載整備不足のため、深く調べることができないなどの問題に対応するため、対象市場で旅行検討の際によく利用されている観光情報サイト等に本県の観光情報を掲載・整備するため、県内観光施設等へ掲載支援を新たに行う。

### 1 (1) ファムツアー（旅行会社・ランドオペレータ等）、ファムツアー（インフルエンサー）

実施期間：6～2 月ファムツアー 合計 5 回以上実施

実施体制：委託業者

概算費用：17,017 千円

取組内容：

- ・企画競争にてテーマを選定。インフルエンサーや旅行会社がそのテーマを活かした活動を行う県内観光地を（各回 3～4 箇所）視察することによって、旅行商品造成に向けてターゲットに訴求できる情報（活動の背景や最新情報など）を収集したり、地域の関係者（宿泊事業者や観光施設運営者）との商談を行ったりすることで商品造成を支援していく。
- ・また R4 からの追加施策として、地域で復興に立ち向かい頑張る事業者や、地域で新しいことに果敢に取り組む事業者などをファムツアー実施時にアテンドとして加え、参加者に対しコンテンツだけではなく「人」や「文化」の側面からも魅力を感じてもらいファンにつなげることで、草の根的にじわじわと拡げていく風評払拭を行う。

### (2) ターゲットコミュニティへの情報発信

実施期間：7～3 月 ターゲットコミュニティへの情報発信 合計 10 回以上

実施体制：委託業者

概算費用：(1)に含む

取組内容：

- ・インフルエンサー自らの SNS 等（Facebook、や自らのホームページ等広報媒体）でファムツアーから得られた本県観光地の魅力の情報発信を行う。
- 発信回数：7～3 月に 10 回

## 2 観光情報サイトの情報整備

実施期間：5 月～3 月

実施体制：委託業者

概算費用：4,828 千円

取組内容：

- ・対象市場で旅行検討の際によく利用されている観光情報サイト等において、本県の観光情報を掲載・整備するため、県内観光施設等へ掲載支援を行う。
- 対象市場における観光情報サイトへの本県情報の掲載支援 合計 100 件以上

※その他、旅費：104 千円、使用料：32 千円、役務費：19 千円

【今年度事業における目標】※複数年度にわたって事業を実施する場合

【アウトプット】

**A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業**

○駐日大使等による福島県への視察・取材：計3回想定：（「東日本大震災・原子力災害伝承館」、「福島口ポットテストフィールド」等）を想定

**B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業**

○コンテンツ磨き上げ数 5本  
○YouTube 広告、SNS 広告配信回数 3,000,000回  
○インフルエンサー・メディア招請ツアー 2回  
○SNS キャンペーン実施回数 1回

**C 海外風評払拭情報発信事業**

○ファミツアー（旅行会社・ランドオペレータ等）3回程度、計5人以上参加  
○ファミツアー（インフルエンサー）2回程度、計2人以上参加  
○地域人材を活用した上記ファミツアーへのアテンド 5回程度 計5人以上参加  
○ターゲットコミュニティへの情報発信 10回以上  
○対象市場における観光情報サイト等へのコンテンツ掲載支援 100件以上

【アウトカム】

**A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業**

○福島県への視察参加者・被招へい者：20名想定  
※令和4年度は外務省との共催で11月末に駐日大使等による福島復興視察ツアーを実施。外務省との調整により15名定員とし、15名10カ国が参加した。（参加国：カメルーン、モルドバ、コソボ、モルドバ、リビア、ハイチ、サモア、スウェーデン、ドイツ、米国）  
※令和4年度は米・英・インドネシア出身のインフルエンサー計5名を招へい。

**B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業**

○磨き上げコンテンツの参加者数 前年比120%  
○広告配信による動画視聴回数 500,000回  
○インフルエンサー・メディア招請ツアーによる記事掲載コンテンツの入込数 前年比120%  
○SNS キャンペーン投稿数 200件

**C 海外風評払拭情報発信事業**

○情報媒体接触者数 500万PV以上  
○商品造成数 5商品  
○R6年の中国（香港含む）から本県への訪日外国人宿泊者数 32,000人泊  
○県内の訪日外国人宿泊者数はR6年に感染症拡大前の目標である20万人泊を目指す。  
○感染症拡大前（H31年）の本県へのインバウンド宿泊者数のうち、中国（香港含む）から割合は約16%であり、R6年においてもその割合を減らすことなく、本県への宿泊者数を回復させていく。

【今年度事業の実施により得られる効果】※複数年度にわたって事業を実施する場合

**A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業**

○福島県の安全・安心に関する正確な情報が海外に理解され、風評払拭及び本県産品の輸入規制の緩和・撤廃につながる。

**B ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業**

○WEB広告やインフルエンサー、メディアを活用したプロモーションを継続して情報発信を行い、実際にブルー・ツーリズムを体感してもらうことで、原子力災害で風評被害を受けている浜通り地域の風評を払拭。

**C 海外風評払拭情報発信事業**

○インフルエンサーの招請を通じて、特定関心層へのターゲットを絞った情報発信が可能となり、高いクリック率や閲覧者数等が見込まれるなど、従来の総花的な情報発信ではリーチできなかったターゲット層にアプローチができる。  
○対象市場において福島県の観光情報を掲載・整備することで、上記情報発信により福島県に興味を持った層が旅マエにおける情報収集を適切かつ迅速に行うことができるようになる。  
○旅行会社の招請を通じて、福島県の魅力を実感してもらうことで、将来的な旅行商品造成の機会を創出し、本県へ旅行するきっかけを創出する。

**【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合**

根強い風評被害等により観光客入込数が震災前の水準に回復しておらず、また、本県の県産品に対する輸入規制が続く国・地域もあることから、情報発信や被災地域の観光コンテンツである「ふくしま浜通りブルー・ツーリズム」の定着等の取組を継続する必要があるが、独自の定性定量調査や「風評・風化対策に関する情報発信分析事業」の結果等を踏まえ、工夫しながら、より効果的に本県の安全・安心に関する正確な情報や地域の魅力等の発信する必要がある。

**【新型コロナ感染拡大防止対策】**

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体の地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

**<具体的な対策>**

基本的な感染防止対策（必要な場面でのマスクの着用、手洗い、三密の回避、換気など）の徹底を心がける。