

(様式 1 - 1 申請書)

5 商 第 216 号
令和 5 年 7 月 31 日

内閣総理大臣 殿

南会津町長 渡部正義

地域魅力向上・発信事業計画の提出について

福島再生加速化交付金（福島定住等緊急支援（地域魅力向上・発信支援））
実施要綱第 4 の 2 の規定に基づき、地域魅力向上・発信事業計画（令和 5 年
度）を提出します。

情報発信等戦略の期間

令和5年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

福島県の南西部に位置し、栃木県（日光市、那須塩原市）と隣接している本町は、鉄道1本で東京都（浅草）とつながり、首都圏から電車で会津地方を訪れる際の玄関口となっているため、本町の安全性や魅力等の情報を効果的に発信することで、多くの来訪につながることを期待できる。

そこで、首都圏の高齢層やファミリー層、若年層などそれぞれ事業ごとにターゲットを絞り、「知ってもらう」「食べてもらう」「来てもらう」という3つの視点で、地酒をはじめとする町特産品の美味しさや安全性、町の魅力などを発信し、風評の払拭と認知度の向上、さらには町全体のイメージアップを図る。

② 南会津町の情報発信体制

【商工観光課商工振興係・観光交流係】

総合政策課広報情報係と協力し、町の特産品や観光資源を通じた風評払拭と魅力発信等に取り組む。

- ・首都圏における町の情報発信イベントの開催
- ・マスメディアを通じた観光資源や特産品の広告掲載
- ・町の魅力度を高める新たなPRコンテンツの制作
- ・地域資源発掘や旅行商品開発のためのモニターツアー等の実施

【南会津町観光物産協会・会津高原スキー場協議会】

行政と連携し、町の特産品や観光資源を通じた風評払拭と魅力発信に取り組む。

- ・首都圏等における物販イベント等への参加
- ・町の魅力を発信するパンフレットの作成
- ・インフルエンサーを活用した情報の発信

③ 情報発信等の戦略目標

情報発信の目的やターゲット等を明確にした上で、適切なツールによる情報発信に努める。今回の計画では、人口が集中する首都圏を主なターゲットとし、効果的な情報発信に取り組む。

また、情報発信を通じて、風評の払拭と本町の認知度向上を図り、本町の観光誘客の促進につなげていく。

④ 全体工程表

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
首都圏イベントによる情報発信	物販イベント パンフレット制作	物販・体験イベント 新メニュー開発	物販・体験イベント 新メニュー提供
委託業者マスメディア活用による情報発信	広告掲載	ファミトリップ・モニター ツアー、アンケート調査	旅行商品等開発
インフルエンサー活用による情報発信	インフルエンサー情報 発信	インフルエンサー情報 発信、イベント開催	インフルエンサー情報 発信、イベント開催

(様式 1 - 3)

368 南会津町 地域魅力向上・発信事業計画 令和5年度～令和7年度

令和5年7月31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	南会津町魅力発信事業	南会津町			10,234	16,230	17,330	(0) 43,794	R5	～	R7		
						<0>	<0>	<10,234>	<16,230>	<17,330>	<43,794>					
2		-									(0) 0		～			
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>					
3		-									(0) 0		～			
						<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>					
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) 10,234 <10,234>	(0) 16,230 <16,230>	(0) 17,330 <17,330>	(0) 43,794 <43,794>					

(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 ー 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 ）

368 南会津町 地域魅力向上・発信事業計画

令和 5 年度

令和5年7月31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	南会津町魅力発信事業	南会津町	1/2		(0)	
							10,234	5,117	
							< 10,234 >	< 5,117 >	
2		-						(0)	
								0	
							< 0 >	< 0 >	
3		-						(0)	
								0	
							< 0 >	< 0 >	
4		-						(0)	
								0	
							< 0 >	< 0 >	
5		-						(0)	
								0	
							< 0 >	< 0 >	
						合計額	(0)	(0)	
							10,234	5,117	
							< 10,234 >	< 5,117 >	

(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 ― 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)

南会津町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 5 年 7 月 3 1 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。

N0.	1	事業名	南会津町魅力発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体	南会津町	総交付対象事業費	10,234 千円		
既配分額	0 千円	当該年度交付対象事業費	10,234 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 10,234 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 5,122 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 5,112 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 8 年度における観光客入込数 120 万人（平成 22 年度比 100%、令和 4 年度比 200%）					
事業概要					
事業実施主体	南会津町				
主な企画内容	地域特産品の地酒を中心とした南会津町の魅力発信イベント等の実施 旅行雑誌を活用した「南会津旅」の情報発信 インフルエンサーを活用したスキー場等の魅力発信				
主な事業の実施場所	南会津町内及び東京都内				
事業の実施期間	令和 5 年 10 月～令和 8 年 3 月				
企画内容					
【現状・課題】					
<現状>					
・ 東日本大震災による東京電力福島第一原子力発電所事故後 10 年以上が経過したが、風評の影響等で観光客入込数は減少傾向にあり、令和 4 年度の本町の観光客入込数は、震災前の平成 22 年度の約半分まで減少している。					
・ ALPS 処理水の海洋放出方針が決定され、新たな風評被害の発生が懸念される。					
・ 南会津町の現状や安全性について情報発信が少ない。					
・ 若い世代への情報発信が弱い。					
<課題>					
・ ALPS 処理水について、政府が海洋放出する方針を決定したことで、新たな風評被害の発生が懸念され、水産物をはじめ県産品の買い控えが危惧される。					
・ 南会津町ならではの地域特性が反映された日本酒を中心とした地域の魅力が県外に発信できておらず、認知度が低い。					
・ 画一的な広く浅い情報発信ではなく、産品やターゲットを絞った戦略的な情報発信が必要である。					
・ 優れた地酒や自然資源などの本町の魅力について、県外に対する継続的な情報発信が不足している。					

【課題に対するこれまでの取組と成果】

- ・風評払拭、認知度向上のため首都圏での物産販売や観光 PR イベントを実施してきた。
- ・町の情報発信については、広報紙の他に Youtube、Instagram、Twitter、Facebook 等の様々な媒体を活用しているが、「町民向け」の発信が多く、「町外」「県外」向けの情報は広く浅いものが多く効果は薄い。

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 地域特産品の地酒を中心とした南会津町の魅力発信イベント等の実施

実施期間：令和5年11月～令和6年3月

実施体制：南会津町 情報等の提供及び関係機関との連絡調整

委託事業者 パンフレットの制作及びイベントの企画運営

概算費用：6,442 千円（委託費、職員旅費等）

取組内容：

（1）南会津町の4蔵元の地酒パンフレット（日本語版、英語版）の作成 10,000 部

（2）首都圏を含む県外イベントによる情報発信

①日本酒と南会津町産品を活用したペアリングメニュー会食イベントの実施

令和6年1月に東京都内で南会津町の日本酒と食材を使用したペアリングメニューイベント（南会津町の日本酒に合わせた南会津町産品を活用したペアリングメニューの提供、蔵元等を交えた交流、PR動画等による観光紹介など）を開催し、南会津町の食の安全性と美味しさを首都圏の方を中心に理解してもらうとともに、南会津ファンになってもらう。アンケート調査により認知度調査等を実施。都内在住インフルエンサーを含む情報発信者の参加により、魅力発信と認知度向上を図る。

②首都圏及び西日本における南会津町のPRイベントの実施

令和6年1月に東京都内2か所で日本酒を中心としたPRイベント（南会津町の食材を使用したメニューの提供、日本酒をはじめとする特産品の販売、PR動画の放映、ポスター掲示、パンフレット配布など）を開催し、南会津町の食の安全・安心・美味しさや魅力を発信する。さらに、正しい産地情報を全国に発信し風評払拭を図るため、これまで実施していなかった九州地方（福岡県）や四国地方（徳島県）でも東京のイベントと同じ内容のPRイベントを開催する。

2 旅行雑誌を活用した「南会津旅」の情報発信

実施期間：令和5年11月～令和6年3月

実施体制：南会津町 情報等の提供

委託事業者 現地取材及び旅行雑誌への記事掲載

概算費用：1,650 千円

取組内容：旅慣れたアクティブシニアをメインターゲットにした旅の全国誌に、南会津町の「食」「自然」「歴史」などに触れる記事などを掲載して、南会津町への誘客促進と風評の払拭を図る。

3 インフルエンサーを活用したスキー場等の魅力発信

実施期間：令和5年10月～令和6年3月

実施体制：南会津町 情報等の提供

委託事業者 インフルエンサーの選定及び連絡調整

インフルエンサー 現地取材及び情報発信

概算費用：2,142 千円（委託費）

取組内容：インフルエンサーに実際に町内の4スキー場に来てもらい、スキー場や宿泊施設等の魅力のほか、食のおいしさや安全性などについて正しい情報を発信してもらい、風評の払拭とスキー場への誘客促進を図る。

情報発信の回数については、各スキー場5回程度とし、全体（4スキー場）で20回以上の情報発信を想定。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・地酒に特化したパンフレット作成（日本語版、英語版） 10,000 部
- ・南会津町の日本酒と食材を活用した会食イベントを開催 1 回
- ・県外（首都圏含む）南会津町の特産品・地酒 PR イベントの実施 4 回
- ・インフルエンサーによるスキー場の情報発信回数 20 回以上

【アウトカム】

- ・県外イベントの参加者数 3,000 人以上
- ・インフルエンサーが発信する情報への接触者数 10 万人

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・首都圏の有名シェフが開発した南会津町の日本酒及び食材を活用した創作ペアリングメニューを提供するとともに、酒蔵等の地元関係者から正しい産地情報を直接発信する機会を設けることで、風評払拭と新たな南会津ファンの獲得が期待できる。
- ・日本酒に特化した国内外向けのパンフレットを制作し、新たな切り口でPRすることで、酒蔵や地酒の地域資源としての価値を浸透させることができる。
- ・英語版のパンフレットを制作してPRすることで、海外への販路開拓にもつながる。
- ・旅の全国誌に特集記事を掲載することで、南会津町の認知度向上が期待できる。
- ・知的探求心が強く、可処分所得が高いアクティブシニアをメインターゲットにすることで、南会津町への誘客促進が期待できる。
- ・インフルエンサーにより SNS で町の情報が発信されることで、若い世代を中心とした多くの人に町の正確な情報や魅力をタイムリーに伝えられる。

【次年度以降の取組】

- ・県外（首都圏など）での日本酒と地元食材を使ったペアリングイベントや物販イベントを継続するとともに、南会津町に「来てもらう」、南会津町と「つながる」ことができるツアーコンテンツを造成する。
- ・ファムトリップを企画し、国内の旅行会社と町内観光事業者のネットワークを構築することで、国内観光客の誘致を強化し、風評の払拭と経済の活性化を図る。
- ・ファムトリップ参加者等にアンケート調査を実施し、調査結果等を反映させながら実際に旅行商品を造成させる。
- ・インフルエンサーによる情報発信を継続するとともに、スキー場への県外者の誘客促進につながるようなインフルエンサーを活用したイベントを開催する。