

(様式 1-5)

会津若松市 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。

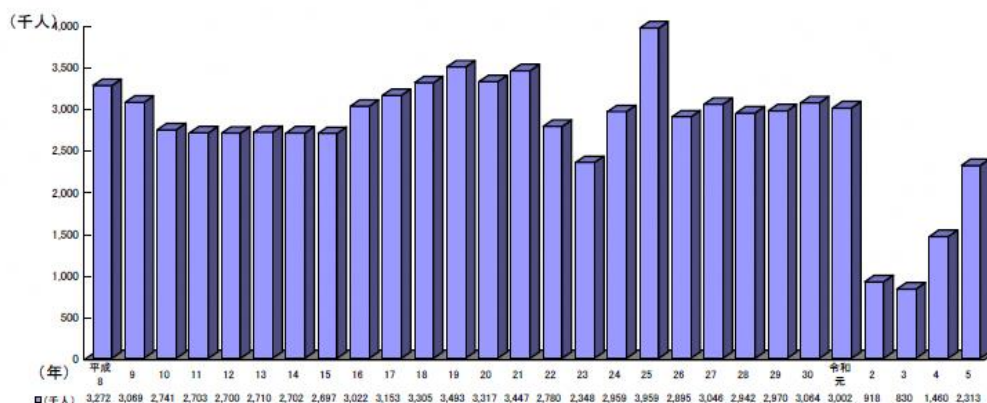
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                             |     |                          |          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------|----------|-----|
| NO.                                                                                                                                                                                  | 1                                                                                                           | 事業名 | さっぽろ雪まつりにおける会津若松市の魅力発信事業 | 事業番号     | A-1 |
| 事業実施主体                                                                                                                                                                               | 会津若松市                                                                                                       |     | 総交付対象事業費                 | 4,506    |     |
| 既配分額                                                                                                                                                                                 | 0 千円                                                                                                        |     | 当該年度交付対象事業費              | 4,506 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                                                                                                                                                                              |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 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                                                                                                                                                                     |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| iv) ポータルサイト構築                                                                                                                                                                        |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ②外部人材活用                                                                                                                                                                              |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 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                                                                                                                                                                        |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 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                                                                                                                                                           |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 4,506 千円                                                                                                                                                                             |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 風評の払拭に関する目標                                                                                                                                                                          |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ①本市の食品等が安全・安心だと感じた人の割合 100%                                                                                                                                                          |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ②PR ブースへの 1 日の来場者数 5 千人                                                                                                                                                              |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ③本市に好意的な(風評を感じていない)印象持った人の割合 80%                                                                                                                                                     |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ④SNS の投稿に対する「いいね」の数 年間総数 8,000 「いいね」                                                                                                                                                 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 事業概要                                                                                                                                                                                 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 事業実施主体                                                                                                                                                                               | 会津若松市                                                                                                       |     |                          |          |     |
| 主な企画内容                                                                                                                                                                               | ・雪まつり会場に PR ブースを開設し、会津の食材や民芸品など、特産品の販売を行う<br>・食の安全や会津の魅力発信を行う動画の上映<br>・PR ブース内での風評払拭やシティプロモーションに関するアンケートを実施 |     |                          |          |     |
| 主な事業の実施場所                                                                                                                                                                            | 北海道札幌市                                                                                                      |     |                          |          |     |
| 事業の実施期間                                                                                                                                                                              | 令和 7 年 4 月～令和 8 年 2 月                                                                                       |     |                          |          |     |
| 企画内容                                                                                                                                                                                 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| 【現状・課題】                                                                                                                                                                              |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| <現状>                                                                                                                                                                                 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ・会津若松市は 2011 年の東日本大震災や原子力発電所事故による風評被害に直面し、観光客入込み数は現在も震災前のピーク時には戻っていない。さらには、令和 5 年に ALPS 処理水の海洋放出が開始されたことに伴う中国等の福島県産水産物の輸入禁止措置や、マカオが 10 都県産の生鮮食品や動物性食品の輸入停止を現在も継続するなど、新たな風評被害が出ている状況。 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ・本市では、Instagram や YouTube などの SNS を活用した魅力発信を行うシティプロモーションを展開し、県内外を問わず、多くの方々が本市を訪れ、食や文化、歴史に触れるきっかけになるよう本市の認知度向上に努めている。                                                                 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| <課題>                                                                                                                                                                                 |                                                                                                             |     |                          |          |     |
| ・原子力発電所事故後に観光客が減少し、震災前のピーク時の入込客数に戻らないなか、ALPS 処理水の放出により新たな風評被害が出ている状況であり、この払拭のため、本市で取り組む SNS 等での魅力発信に加え、                                                                              |                                                                                                             |     |                          |          |     |

県外で開催される大規模なイベント等への参加などを通じて、本市はもとより、福島県全体の食の安全や、福島県の魅力を国内外に広く、わかりやすく発信していくことができるかが課題。

(本市ホームページで公開した観光客の入込み数)

## 令和5年会津若松市観光客入込みの概況について

【会津若松市観光客入込の推移】



### 【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＞

公式Instagramによる情報発信「会津の宝探し」

YouTubeによる本市の魅力の情報発信

#### ＜これまでの取組における成果＞

公式InstagramとYouTubeのフォロワー数

Instagram 13,000人

YouTube 2,800人

#### ＜目標達成状況＞

・風評の払拭に関する目標の中の①～③については、今後、アンケート結果や来場者数をもとに達成か未達かを判断。

④について、市の公式Instagram1投稿につく「いいね」の件数は平均500～800件となっている

### 【今年度事業における具体的な取組内容】

#### ○さっぽろ雪まつりにおける会津若松市の魅力発信事業

実施期間：令和7年4月～令和8年2月

実施主体：会津若松市

実施場所：北海道札幌市

概算費用：4,506千円

実施内容：令和8年2月に北海道札幌市で開催されるさっぽろ雪まつりにおいて、国内旅行及びさっぽろ雪まつりに来場する外国人旅行者などを対象に、PRブースを開設し、会津の特産品を販売するほか、来場者へのアンケートを実施する。PRブースでは商品の試食や試飲などの機会を通じて本市、引いては福島県の食料が安全・安心に食べることができることを広くアピールすることで原子力災害の風評払拭に繋げる。

また、本市の食品の安全や、魅力を発信する動画を作成して雪まつり会場内で放映するシティプロモーション活動を展開することで、風評を気にすることなく本市の食や歴史、文化に触れてみたいというきっかけとなり、本市に訪れる旅行者の増加に寄与することで、風評払拭に繋げていく。

#### 【PRブースの概要】

サイズ：正面4.65m×奥行5.6m×高さ2.4m

内容：①本市の郷土色豊かな特産品（日本酒、赤べこ、こづゆ、鯉の山椒漬 など）の試食、試飲、販売。

②来場者アンケートの実施。回答していただいた方にオリジナルノベルティを進呈。

【アンケート内容（案）】

- ・本市のことを知っていたか。知らない場合、このイベントを通じて本市のことを知ることができたか
- ・本市に対してどのような印象を持っているか
- ・本市（福島県）の食品等を安全・安心だと感じることはできたか
- ・本市のPRブースでの特産品を購入したか
- ・会津若松市に旅行に行ってみようと思ったか など

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

- ① PRブースの開設
  - ・会期予定のすべての期間（令和8年2月4日～2月11日の8日間）で特産品などの物販を開催 8回
  - ・おもな物販品  
日本酒、こづゆや鯨の山椒漬などの郷土料理、喜多方ラーメン、菓子類、発酵食品（味噌、漬物）  
山塩シュークリーム、生どら焼き等のスイーツ類、赤べこ、起き上がり小法師などを中心とした会津の民芸品 など
- ② 食の安全や会津の魅力を発信する動画の制作と上映 制作1本 上映回数80回（1日10回×8日間）  
PR動画再生回数 年間3,000回以上
  - ・PRブースで販売する特産品の紹介や本市で栽培する農作物等の安全をPRするとともに、鶴ヶ城などの観光地を紹介するなど、食の安全や会津若松市の魅力などを発信する動画を制作して雪まつり会場で上映するほか、YouTubeに投稿。
- ③ 市の公式Instagram等による効果的な情報発信 8回
  - ・PRブースや特産品の紹介、北海道の方々とのふれあいや交流の様態を広く発信

＜アウトカム＞

- ① PRブース
  - ・PRブースへの1日の来場者数5千人 8日間で4万人
  - さっぽろ雪まつりへの来場者（対象1,300人※）にアンケートを実施
  - ・本市の食品等が安心、安全だと感じた人の割合 100%
- ② PR動画制作
  - さっぽろ雪まつりへの来場者（対象1,300人※）にアンケートを実施
  - ・本市に好意的な（風評を感じていない）印象持った人の割合 80%
- ③ 情報発信
  - ・さっぽろ雪まつりの参加者などによるSNSの投稿に対する「いいね」の数  
年間総数8千「いいね」

※天候などにより変更の可能性あり

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・会津若松市及び福島県内への旅行や食に関して安全や安心とを感じる人が増加し、風評被害の払拭につながる
- ・動画やSNSなどにより本市の魅力を発信するシティプロモーション活動を通して、本市についての認知度やポジティブな印象を持つ方が増える
- ・さっぽろ雪まつりの会場に来場した人の中から、会津を旅行したい、食や文化に触れてみたいというインバウンドも含めた観光客等が増加する