

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			
福島県	—	A-14	海外風評払拭情報発信事業			
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）				
R 8 年度	1,756,007 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
22,000 千円	11,000 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
インバウンド需要を牽引してきた東アジア、特に中国、香港、韓国といった市場において、依然として根強く風評の影響が残っている。 このため、中長期的に継続して正しい情報発信を行う必要がある。
上記の現状の原因となる課題について
1. 宿泊者数の伸び悩み ・中国市場での全国の宿泊者数の伸び率（平成 22 年を基準とした令和 6 年）が 459%であるのに対し、本県の伸び率は 115%に留まっている。 ・令和 6 年の中国市場の本県の宿泊者数は、全国で 40 位と低迷している（香港からの宿泊者数は 41 位、韓国からの宿泊者数は 47 位）。 ・中国・香港・韓国市場における令和 6 年の宿泊者数は 30,140 人泊であり、厳しい風評の影響が継続している。 2. ALPS 処理水放出の影響 ・令和 6 年の現地調査では、「ALPS 処理水放出の本県への旅行や県産食品を食べることへの影響」について確認したところ、マイナスな回答が多く、風評の影響が未だ残っていることが確認された。 ・特に、「大きく影響する」または「影響する」と回答した割合は、韓国で 72%、中国で 91%、香港で 73%に上っている。 ・本県のイメージについては、「放射能が心配」「原発事故」といった意見がいまだにある。 3. 旅行商品の造成困難: ・ALPS 処理水放出開始以降、特に中国からの反応が厳しくなっており、旅行商品の造成においても、「ふくしま」を前面に出しての販売が難しい状況となっている。

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）			
「海外風評払拭情報発信事業」に取組んできた。これは、中長期的に継続して正しい情報発信を行う必要があるという認識に基づいている。 この事業は、特にインバウンド需要を牽引してきた中国、香港、韓国の東アジア市場を対象としている。 具体的には、根強い風評の影響が残る対象市場において、正確な情報と福島の魅力に焦点を絞った情報の発信、および海外市場における旅行情報の整備を行うことで、風評払拭を図っている。 ○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・整備し、県内観光施設等へ掲載支援を新たに行った。 ○令和 6 年度事業では、インバウンド誘客施策及び風評払拭の手段に旅行会社・インフルエンサー招請や SNS での情報発信は有効であるため継続しつつ、招請事業には地域人材を活用することも継続して実施した。さらに、ALPS 処理水放出後の影響を正しく把握するための調査も新たに実施した。 ○令和 7 年度事業では、ファムツアー（旅行会社・ランドオペレータ等、インフルエンサー）の実施、ターゲットコミュニティへの情報発信、観光情報サイトの情報整備、調査事業を展開。			
上記の取組における成果について			
<令和 6 年度事業の成果> ■インフルエンサーの招請			
項目	目標	実績	詳細・備考
ファムツアーの実施 (2泊3日以上)	3回 3名 以上	3回 3名	1. 韓国人インフルエンサー（キム・テヨンさん） 2. 香港人インフルエンサー（風信子さん） 3. 中国人インフルエンサー（匠游）
情報発信 (発信回数)	15回 以上	61回	1. Instagram（13回）、Naverblog（12回） 2. Instagram（2回）、Facebook（3回） 3. 抖音（3回）、快手（3回）、bilibili（3回）、wechat（3回） 小紅書動画（3回）・ブログ（2回）、Weibo（3回）・ブログ（2回）、 头条号（3回）、Tiktok（3回）、YouTube（3回）
情報発信 (PV数)	750万 以上	8,809,125	1. 60,100PV（25回合計） 2. 79,992PV（5回合計） 3. 8,669,033PV（計31回合計）※うち3,065,474PVはKOCの拡散
Fukushima Travel への誘導 (閲覧数)	1,950 以上	283,702	韓国語、簡体字、繁体字

■旅行会社等の招請

項目	目標	実績	詳細
ファムツアーの実施 (2泊3日以上)	2回 以上	2回	1. 韓国旅行会社等(1回) 2. 中国旅行会社等(1回)
ファムツアーの実施 (2泊3日以上)	4名 以上	4名	1. 韓国旅行会社等(2名) 2. 中国旅行会社等(2名)
商品造成数	4商品 以上	5商品	1. 韓国 3 商品 (ヘチョ旅行: 2 商品、アルファインツアー: 1 商品) 2. 中国 2 商品 (大連富麗華国際旅行社: 1 商品、黒桃スキークラブ: 1 商品)

■観光情報サイトの情報整備

項目	目標	実績	詳細
掲載支援	100件 以上	108件	韓国 40件 香港 17件 中国 51件
整備完了	70件 以上	107件	韓国 39件 香港 17件 中国 51件

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. 海外風評払拭情報発信事業

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：福島県内・香港・韓国

④概算費用：22,000 千円

⑤実施内容：

(1) 招請事業（旅行会社・インフルエンサー等を活用した情報発信）

・影響力のあるインフルエンサーや旅行会社を福島県に招請し、実際に体験した情報を発信してもらう。

・具体的には、旅行会社（韓国 1 回、計 2 名）やインフルエンサー（中国・香港・韓国 各 1 回、計 3 名）の活用を計画している（一部変更の可能性あり）。

また、旅行会社については、商品造成と販売、インフルエンサーについては、SNS で動画等の素材を作成し、TTL 15 回以上の発信を行う。

(2) 情報整備事業

・対象市場で利用頻度の高い観光情報サイト等（韓国：TTL ニュース、中国：レッドブック・微博（weibo）、香港：WAmazing Discover）に掲載している、福島県の観光コンテンツ情報のアップデートを実施する。

(3) 現地での情報発信（新規）

・風評の影響は、対象市場における政権の状況や報道の総量変化などによって状況が変わるため、現地での正確な状況把握を行うことが重視されている。

・このため、職員等が現地を訪問し、正確な情報を直接伝える取り組みを実施する。

(4) 東北観光推進機構連携事業

・単県でのプロモーションが難しい中国、韓国、香港市場を対象として、東北観光推進機構と連携し、共同で旅行会社（香港市場）の招請と旅行博出展（香港、韓国各 1 回）を実施し、広域連携を通じて誘客を図る。

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：

・招請事業において、旅行会社やインフルエンサーに直接福島県に来県いただき、復興・創生に向けて歩みを進める姿を見ていただくとともに、福島県産食品を味わっていただくことで食品の安全性を発信する。

・旅行博において、直接現地の事業者に向けて、復興の状況や食品の安全性について説明を行う。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

・福島県が誇る観光の魅力（DC 等も含めたブラッシュアップされたコンテンツや、仙台空港などを利用し隣県を含めた広域での旅行行程が組めることなど）について、旅行博において、情報発信を行う。

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
- インフルエンサー招請：4回4名以上（内1回は東北観光推進機構連携）。 - 旅行会社招請：3回5名以上（内2回は東北観光推進機構連携）。 - 情報発信整備支援数：100件以上。 対象市場で利用頻度の高い観光情報サイト等における福島県の観光情報掲載・整備に関する支援数	情報発信の影響に関する目標 - 被招請者情報発信 PV 数：800 万 PV 以上 インフルエンサーや旅行会社などを招請し、彼らが発信する情報の影響力を PV（ページビュー）数で測定 - Fukushima Travel PV 数：2,000 万 PV 以上 福島県の観光情報サイト「Fukushima Travel」へのアクセス数を増やすことを目標とする
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（○%）
旅行者数回復に関する目標 宿泊者数：41,880 人泊の達成 厳しい風評の影響が続く現状から、R11 までに原発事故前の水準への回復を目指す	R6 年の宿泊者数は 30,140 人泊（進捗率 71.9%）