

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-15	ホープツーリズム情報発信事業			
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
15,957 千円	7,978 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
浜通り地域において、来訪者数の回復が見られる市町もあるものの、依然、風評被害の影響から浜通り地域への来訪者数は震災前の水準まで回復していない。（R6 年度観光客入込状況は、対 H22 年度比で相双△3.1%、いわき△34.3%）
上記の現状の原因となる課題について
令和 6 年度ホープツーリズム運営基盤整備事業において、ホープツーリズムの現状把握を目的に、浜通りの調査地点に訪れた観光旅行者を対象に現地調査を行った結果、「ホープツーリズムを知らない」と回答した割合が全体の 7 割以上を占めたことから、個人の方に実際に福島に来て、福島の実状を体験してもらうために、デジタルを活用した効果的な情報発信が必要である。

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）

個人旅行客向けにホープツーリズムに関する情報を発信するため、WEB サイトの活用や、旅行商品造成に向けた営業活動を実施している。

○令和５年度

- ・個人向けホープツーリズムの特設 HP の開設及び動画を活用した Web 広告配信の展開
- ・特設 HP 上への新規コンテンツ、モデルコースの追加
- ・個人向けホープツーリズム商品の紹介

○令和６年度

- ・個人向けホープツーリズムの特設 HP の開設及び動画を活用した Web 広告配信の展開
- ・特設 HP 上への新規コンテンツの追加
- ・個人向けホープツーリズム商品を紹介
- ・ホープツーリズム商品造成に向けた営業活動の実施

○令和７年度

- ・個人向けホープツーリズムの特設 HP の運営及び動画を活用した Web 広告配信の展開
- ・特設 HP 上への新規コンテンツの追加
- ・個人向けホープツーリズム商品を紹介
- ・ホープツーリズム商品造成に向けた営業活動の実施
- ・ホームページの多言語化（英・繁）

上記の取組における成果について

○令和６年度

- ・広告配信結果 インプレッション数 3,940,807 クリック数 40,220
- ・個人向けホープツーリズム商品掲載数 2 社 5 商品

○令和７年度（11 月末時点）

- ・広告配信結果 インプレッション数 97,675 クリック数 2,114
- ・個人向けホープツーリズム商品掲載数 2 社 7 商品
- ・営業活動により、ふくしまデスティネーションキャンペーン（2026 年 4 月～6 月）の時期を想定した商品造成の検討 3 社

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. ホープツーリズム情報発信事業（ホープツーリズム運営基盤整備事業）

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：首都圏、関西など

④概算費用：15,957 千円

⑤実施内容：

一般観光客向けホープツーリズムの特設 HP を使用し、引き続きホープツーリズムに関する情報発信を行う。また、実際に福島を訪問してもらうために、一般観光客向けホープツーリズムの旅行商品を HP 上に掲載し、取扱い可能な旅行エージェントを紹介することによる積極的な情報発信とサイト管理を行う。具体的には主に以下の3点。

①特設 HP の更新

- ・個人向けホープツーリズム旅行商品の掲載。
- ・ホープツーリズム体験スポットの追加（3件以上）。

②広告配信

- ・ホープツーリズム旅行商品の WEB 広告配信4回（想定）（配信商材の更新含む）。
- ・SNSを活用した再来訪を促す記事配信。

③営業活動

- ・旅行会社商談会などにおけるホープツーリズム旅行商品造成に向けた営業活動の実施。

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：

地震・津波、原子力災害、風評被害という世界で類を見ない複合災害を経験した福島の「ありのままの姿（光と影）」を見て、さまざまな分野で「復興に向け果敢にチャレンジする人々との対話」を通して想いを聞いて、複合災害により顕在化したさまざまな社会課題（人口減、高齢化、地域の衰退、エネルギー問題等）を「他人事」から「自分事」として考える、福島オンリーワンのスタディツアーであるホープツーリズムを推進することで、浜通り地域の正しい理解を促し風評払拭を図る。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

特設 HP において、浜通り地域の食や産業、文化を体験しつつ、地域の方との対話を通じたホープツーリズムを体験できるスポットの紹介し、今までにない「学べる旅行」の魅力を発信する。

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
一般観光客向け旅行商品広告配信（４回） ホープツーリズム営業活動の実施（４０回）	○浜通り観光客入込：14,200 千人 （最新値 R6 12,288 千人）
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（○％）
浜通り観光客入込数：19,200 千人（R12）	R6 年の浜通り観光客入込は 12,288 千人 （進捗率：75.8％）