

情報発信等戦略の期間

令和 7 年度

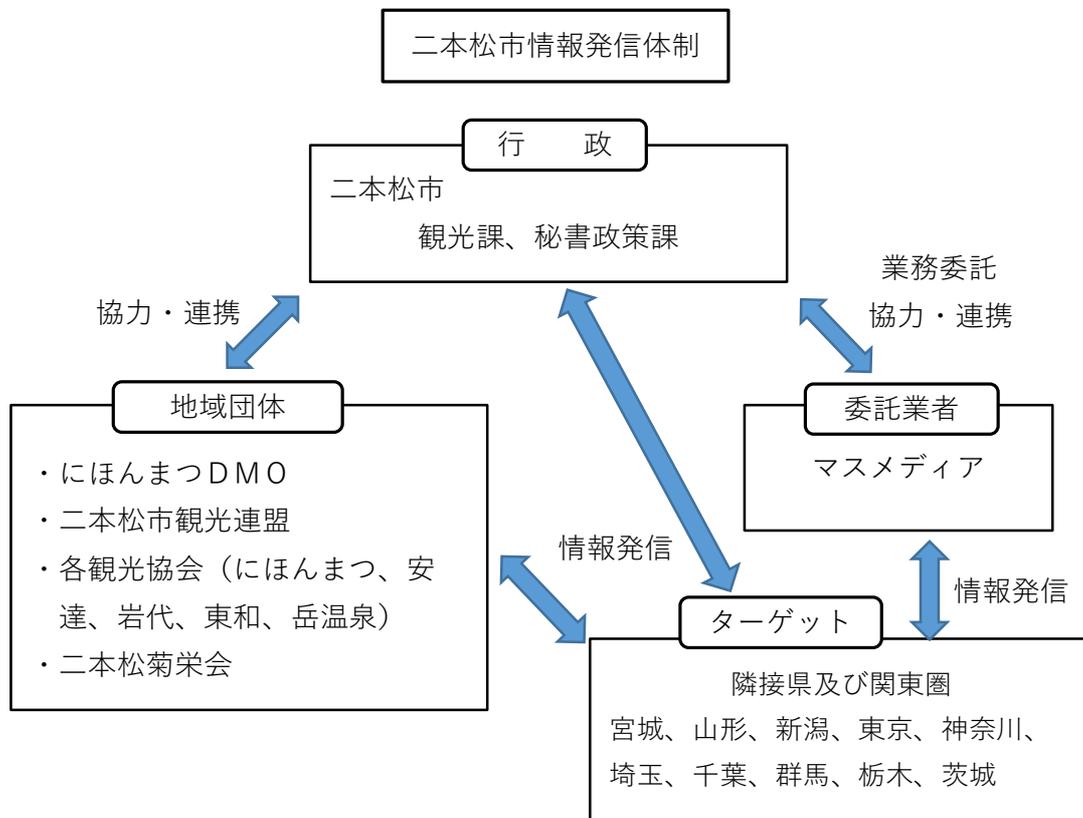
情報発信等戦略

① 情報発信の内容

二本松市における、東日本大震災での原発事故や、ALPS処理水の海洋放出の影響による風評払拭のため、ポスター等でのPR、電波宣伝やSNS等、各種媒体の活用により情報発信し理解を得るとともに、本市のイメージアップ及び誘客に取り組む。

② 二本松市の情報発信体制

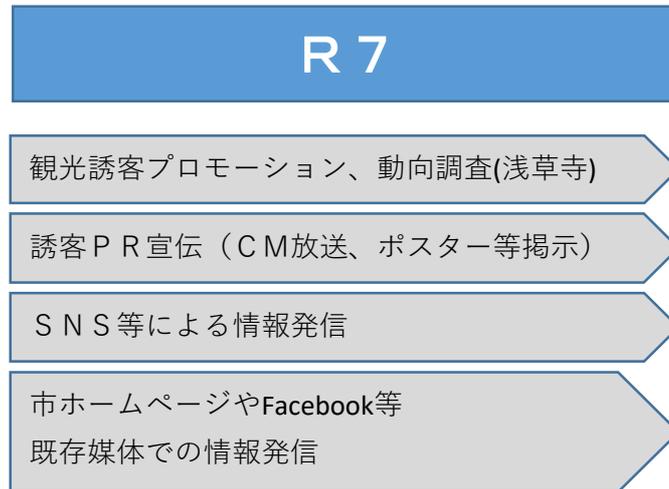
- ・ 二本松市観光課を中心に、秘書政策課の協力のもと市公式ホームページやFacebook、広報誌等による発信
- ・ にほんまつDMOと連携した情報発信
- ・ 地元観光連盟、各観光協会の協力のもとSNS等による情報発信
- ・ 一般財団法人二本松菊栄会と連携した事業展開及び情報発信
- ・ 県外イベントへ参加しての情報発信
- ・ 委託業者のマスメディアを通じて、県外へTVCM及びラジオCMの放送及びウェブ広告等を使った情報発信
- ・ JR東日本各駅へのポスター及びチラシの掲示
- ・ NEXCO東日本各SA、PAへのポスター及びチラシの掲示



③ 情報発信等の戦略目標

二本松市の「自然」「文化」等の魅力を県外に発信することで風評払拭を行い、本市のイメージアップ及び誘客と認知度の向上を図り、観光客の増加を目指す。

④ 全体工程表



(様式1-3)

210 二本松市 地域魅力向上・発信事業計画 令和7年度

令和7年1月9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 その他(注5) |
|-----|--------------|-------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|--------------------|-------------------|
| | | | | 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 | | | |
| 1 | A - 1 | にほんまつ魅力発信事業 | 二本松市 | | | | | 13,003 | (0) 13,003 <13,003> | 令和7年度 ~ 令和7年度 | |
| | | | | <0> | <0> | <0> | <0> | <13,003> | | | |
| 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) 0 <0> | (0) 0 <0> | (0) 13,003 <13,003> | (0) 13,003 <13,003> | | |

(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 - 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)

210 二本松市 地域魅力向上・発信事業計画

令和 7 年度

令和7年1月9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 | にほんまつ魅力発信事業 | 二本松市 | 1/2 | 13,003 <13,003> | (0) 6,501 <6,501> | |
| 2 | - | | | | <0> | (0) 0 <0> | |
| 3 | - | | | | <0> | (0) 0 <0> | |
| 4 | - | | | | <0> | (0) 0 <0> | |
| 5 | - | | | | <0> | (0) 0 <0> | |
| | | | | 合計額 | (0) 13,003 <13,003> | (0) 6,501 <6,501> | |

(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挙)」と記載する。

(様式 1-5)

二本松市 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. | 事業名 | 事業番号 | A-1 |
|---|-------------------------------------|-------------|-----------|
| 事業実施主体 | 二本松市 | 総交付対象事業費 | 13,003 千円 |
| 既配分額 | 0 千円 | 当該年度交付対象事業費 | 13,003 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 13,003 千円 | | | |
| i) 風評動向調査 479 千円 | | | |
| ii) 体験等企画実施 1,022 千円 | | | |
| iii) 情報発信コンテンツ作成 11,502 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 | | | |
| 二本松市観光入込客数(市内観光地入込数調査より) | | | |
| ・平成 22 年 2,259,675 人(震災前) | | | |
| ・令和 5 年 1,448,400 人 | | | |
| ・令和 7 年 1,520,000 人(目標)5%増 | | | |
| (単年で観光PR及び誘客を行うため、前年度比5%の増を目標とする。) | | | |
| 事業概要 | | | |
| 事業実施主体 | 二本松市 | | |
| 主な企画内容 | 観光誘客に向けた首都圏でのプロモーション、関東圏及び隣接県での誘客PR | | |
| 主な事業の実施場所 | 首都圏及び隣接県 | | |
| 事業の実施期間 | 令和 7 年 4 月～令和 8 年 3 月 | | |
| 企画内容 | | | |
| 【現状・課題】 | | | |
| <現状> | | | |
| ・日本百名山に数えられている安達太良山があり、登山アプリ「YAMAP(ヤママップ)」の登られた山ランキングでは 2021 年から 3 年連続で東北の山で第 1 位である。登山口近くには岳温泉を有している。 | | | |
| ・市街地には、史跡「二本松城跡」があり、桜の名所になっているほか、秋には本市のメインの観光イベントの 1 つである「二本松の菊人形」が開催されている。 | | | |
| ・上記のように観光地として一定の知名度はあるものの、観光入込客数が伸びない要因として、原発事故による放射能の影響が考えられ、また ALPS 処理水の海洋放出により、県外及び国外の観光客の客足が遠のく恐れがある。 | | | |
| <課題> | | | |
| ・東日本大震災での原発事故やアルプス処理水の海洋放出の影響によるマイナスイメージ払拭のため、さらなる情報発信や観光PRが必要である。 | | | |
| ・観光地としてある程度の知名度はあるものの、隣接県を含めて関東方面に向けて本市の魅力発信、誘客活動を実施していく必要がある。 | | | |
| ・ポスター等のPRに加え、電波宣伝やインターネット等、各種媒体の活用により、本市のイメージアップ、誘客に取り組む。 | | | |

【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>

本市独自の取組

- ・二本松市公式 Web サイトやSNS を通じた観光情報の発信
- ・首都圏の交流都市で開催されるイベントや物産展への出展やパンフレット配布
- ・県内を中心とした電波宣伝
- ・近隣に向けた観光PRポスターやチラシの掲示、配付

<これまでの取組における成果>

- ・NEXCO東日本主催のハイウエフェスタへ参加（仙台市勾当台公園） 来場者66,498人
- ・せたがやふるさと区民まつりへ参加（世田谷区JRA馬事公苑） 来場者約295,000人
- ・県内4局TVCM放送、2局ラジオCM放送
- ・県内外の観光施設、旅館等へのポスター、チラシの掲示 約1,400件送付
- ・「二本松の菊人形」への来場者の約8割が県内の観光客で、県外からの観光客はまだ少ない。
（観光客にアンケート等を実施しているのは、菊人形のみ）
- ・県外イベントでPRを行うとパンフレット等は受取るものの、観光客増にはつながっていないと感じる。

<目標達成状況>

二本松市観光入込客数（市内観光地入込数調査より）

- ・平成22年 2,259,675人（震災前）
- ・令和5年 1,448,400人
（単年で観光PRを行い誘客を行うため、前年度比5%の増を目標とする。）

【今年度事業における具体的な取組内容】

1、首都圏での菊花展示による観光誘客プロモーション及び動向調査事業

実施期間：令和7年6月～令和7年12月

実施体制：二本松市、委託業者

実施場所：浅草寺（東京都台東区）

概算費用：1,501千円

- 実施内容：・首都圏の観光地の中でも観光客の多い浅草寺境内に、本市の菊花（千輪咲等の実物）や説明を展示し（菊の開花期に合わせて10月中旬～11月中旬までの1ヶ月間）、観光誘客を実施する。
（※千輪咲……1本の茎から500輪以上の花を咲かせる相当の技術を要する大菊。）
- ・また期間中に周辺においてチラシ等配布、観光PR、風評被害動向調査を実施する。
タブレットを使用しアンケートに回答してもらう。
展示期間中5回実施し、1,000人を予定。

2、風評払拭、誘客PR広報宣伝事業

実施期間：令和7年4月～令和8年3月

実施体制：二本松市、委託業者

実施場所：関東圏及び隣接県

概算費用：8,503千円

- 実施内容：・本市の観光のメインとなる「秋の二本松」の観光情報発信のため、①の首都圏での菊花展示を盛り込んだ内容のCMを作成、放送し、風評払拭、誘客PRを行う。
- ・秋のテレビ、ラジオCMの放送（9月～11月、関東圏及び隣接県で実施）
（菊人形の来場者アンケートの結果を考慮し放送範囲を決定する。）
 - ・ポスター、パンフレット作製及び配布
JR東日本の各駅 B1ポスター461枚掲示
（東北本部、盛岡、秋田、水戸、高崎、新潟、長野の各支社、首都圏本部、横浜、八王子、大宮、千葉の各支社へ送付）
NEXCO東日本のSA、PAへB2ポスター130枚掲示、パンフレット20,000枚設置
（青森、八戸、盛岡、北上、秋田、仙台、仙台東、福島、郡山、会津若松、いわき、山形、鶴岡、宇都宮、加須、三郷、千葉、市原、東京湾アクアライン、谷和原、水戸、高崎、湯沢、新潟、長岡、上越の各管理事務所へ送付）
その他ポスター、パンフレット等の配布先
県内外の旅館 約250件
B1ポスター 500枚 B2ポスター 700枚 パンフレット15,000枚
県内外の道の駅 50件
B1ポスター 50枚 パンフレット15,000枚 リーフレット4,500枚

県内外の観光施設等 約 200 件
B1 ポスター 600 枚 B2 ポスター 300 枚 パンフレット 15,000 枚
旅行者等ダイレクトメール 約 500 件
パンフレット 500 枚 リーフレット 500 枚
イベント等での配布
パンフレット 5,000 枚 リーフレット 5,000 枚
菊人形会場での配布
パンフレット 9,500 枚 リーフレット 50,000 枚

※県外はもとより、県内の宿泊施設や観光地には県外からの旅行者が多く訪れるため、これらの施設に掲示を行い観光PRを行う。

3、風評払拭、イメージアップ宣伝事業

実施期間：令和7年4月～令和8年3月

実施体制：二本松市、委託業者

実施場所：二本松市

概算費用：2,999千円

実施内容：①Web 広告

- ・有効なターゲット絞り込み設定を行い、本県や東北に関心を示している層に効果的なPRリーチを図る。

②番組、SNS等による情報発信

- ・タレント1名又は芸人1組を起用し、観光誘客の動画を作成し、国内外に情報発信を行う。

- ・観光面で訴求力のあるインフルエンサー1名を招へいし、2泊3日程度で岳温泉に宿泊するほか市内観光地取材しSNS等を通じて情報発信を行う。

観光地については、インフルエンサーの意向等を聞き調整するため現時点では未定。

※新聞やテレビなど既存マスメディアを視聴しない層や若年層などへ情報発信し本市の魅力を届ける。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

- ・首都圏（浅草寺）での菊花展示 約1ヶ月間（10月中旬～11月中旬）
- ・誘客PR、テレビCM作製・放送（関東圏及び隣接県、9月～11月）
- ・誘客PR、ラジオCM作製・放送・実施（関東圏及び隣接県、9月～11月）
- ・誘客PR、JR東日本各駅、NEXCO東日本SA等でのポスター、チラシ掲示
- ・イメージアップ、Web 広告
- ・イメージアップ、タレントを起用した情報発信1回（旅番組1本を作製しTVで放映）
- ・イメージアップ、インフルエンサー招へいによるSNS発信1回
- ※ 現地取材に基づき、リアル動画等を本人のInstagram等で公開するのが一般的なため、発信回数は1回としている。

<アウトカム>

- ・二本松の菊人形への来場者数前年比5%増
- ・風評被害動向調査の結果に基づく、次年度以降の事業展開の実施。
- ・JR東日本各駅へポスター等掲示することでの情報の閲覧者数 72万人
(1日平均乗車人数約52万人×掲示期間14日×閲覧率10%として=72万人)
- ・NEXCO東日本SA等へポスター等掲示することでの情報の閲覧者数 113万人
(1日平均接触可能人数(主要SA等)約27万人×掲示期間42日×閲覧率10%として=113万人)
- ・インフルエンサー記事のビュー数 10,000回

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・本市への観光交流人口の増加
- ・本市の認知度やイメージの向上
- ・観光客の増に伴う地域経済の活性化
- ・本市の安全性等、現状に対する理解度の向上