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			
二本松市		A－1	にほんまつ魅力発信事業			
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）				
R８年度	14,492 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
14,492 千円	7,246 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

・令和元年度観光客入込数 370 万人（市集計：観光客入込客数）
・令和４年度観光客入込数 308 万人
・令和５年度観光客入込数 304 万人
・令和６年度観光客入込数 324 万人
※ALPS 処理水が R5 年に放出される

上記の現状の原因となる課題について

東日本大震災での原発事故の影響によるマイナスイメージは、アジア圏の国々を中心にいまだ根強く残っている。航空便の上海路線やソウル路線がいまだに運休されており、中国や韓国からのインバウンドに影響している。「フクシマ」という地名が出た時点で、旅行先から敬遠されてしまうという話もあるが、国内を対象とした調査によると、福島県への訪問意向として、「訪れたくない」と「あまり訪れたくない」を合わせた割合は 14.4%（R6 年）となっており、いまだに一定程度の層は本県への訪問に否定的な状況（福島県風評・風化対策強化戦略（第６版））。

令和５年度から開始された「ALPS 処理水の放出」により新たな風評の発生が懸念され、国内旅行者やインバウド等外国人観光客の誘客に影響が出る。

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）

・令和７年度には、二本松の魅力を発信し、観光客誘致を図るため、ＴＶ及びラジオＣＭ放送、ＰＲポスター、チラシ作製、インフルエンサーを活用した SNS での情報発信（日本人１名、台湾人１名）、市の観光資源や文化、特産品等を紹介する内容のテレビ番組放送、インターネットを活用した広告・ＰＲを行った。

・二本松市の特産品である二本松の菊を栽培し、国内外の観光客が多い東京の浅草寺に千輪咲という特殊な大きい菊の展示及び二次元バーコード付の看板設置を行う事で二本松市の知名度の向上・誘客及び風評被害の払拭を行った。

上記の取組における成果について

・ＴＶＣＭ　３０３本放送（宮城県１局、新潟県１局、栃木県１局、埼玉県１局）
・ラジオＣＭ　２１２本放送（宮城県１局、新潟県１局、栃木県１局、茨城県１局、埼玉県１局）

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．イメージアップ広報宣伝事業

①実施期間：令和８年４月～令和９年１月

②実施体制：単独

③実施場所：国内外

④概算費用：14,492 千円

⑤実施内容：

【にほんまつ魅力発信業務】 概算費用：13,492 千円

本市の魅力を届けるためにテレビ、ラジオＣＭの放送、ポスター、パンフレット作製及び配布のほか、若年層や既存メディアを視聴しない層などへの情報発信として、ＳＮＳを活用した情報発信やウェブ広告掲載等（国内外へ発信する）を行う。

・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、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）

・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５００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２００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３００件

B1 ポスター　６００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　１５０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２５０件
B1 ポスター　７５０枚 B2 ポスター300 枚 パンフレット 15,000 枚
旅行業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。

・インフルエンサーの招聘による PR
・観光面で訴求力のあるインフルエンサーを招へいし、１泊２日程度で市内に宿泊するほか市内観光地を取材し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。
・PR 動画・映像作成等
観光誘客の動画を作成し、国内外に情報発信を行う。
・インターネットを活用した広告、PR（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。）

【二本松の菊花等展示業務】 概算費用：1,000 千円
・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 10 月中旬～11 月中旬までの１ヶ月間）、本市の情報を発信する。（※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。）

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：安達太良山や岳温泉、霞ヶ城公園、二本松の菊人形などの観光スポットが安心して訪れてもらえる場所であることを発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：安達太良山や岳温泉、霞ヶ城公園、二本松の菊人形などの観光スポットをはじめ、二本松市の自然を生かした日本酒や和菓子、農産物等の食品の魅力や体験プログラムの紹介。

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
・令和８年度二本松市の観光入込客数　４００万人 ・チラシ 80,000 部、ポスター3,200 部作製・配布、SNS による情報発信	・年間を通して観光客３０万人の増
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（○%）
・二本松市に安心して観光に訪れてもらうことができるようにする。 ・岳温泉の宿泊者数　年間２５万人	・令和６年度の岳温泉宿泊者数１４万人（５６%）

（二本松市）地域魅力向上・発信事業計画

令和８年３月時点

（単位：千円）

No.	事業番号（注１）	事業名（注２）		各年度の交付対象事業費（注３）					総交付対象事業費	備考（注４）
				令和８年度	令和９年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度		
1	A - 1	にほんまつ魅力発信事業	前回まで						(0)	
			今回	14,492					14,492	
			計	＜14,492＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜14,492＞	
2	-		前回まで						(0)	
			今回						0	
			計	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	
3	-		前回まで						(0)	
			今回						0	
			計	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	
4	-		前回まで						(0)	
			今回						0	
			計	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	
5	-		前回まで						(0)	
			今回						0	
			計	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	
			前回まで	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	
			今回	14,492	0	0	0	0	14,492	
			計	＜14,492＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜0＞	＜14,492＞	

（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） 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。