

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			
田村市		A-3	インバウンド魅力発信事業			
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	6,299千円	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
2,750千円	1,375千円			○		

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
<ul style="list-style-type: none"> ・観光の核となるあぶくま洞や入水鍾乳洞の歴史ある観光施設と、虫の楽園ムシムシランドを中心に年間約 50 万人の観光誘客を回り、観光施設においては年間 10 億円の消費を生んでいた。しかしながら、東日本大震災及び原発事故の影響による風評被害も相まって、過去最低の 13 万人まで減少し、現在も事故以前の水準にまで回復していない状況にある。 ・当市の観光施設は、「自然」に基づくコンテンツであり、屋外での体験が主な魅力である一方で、原発事故の影響によって汚染された自然環境は誘客へも多大な影響を及ぼし、更には令和 5 年 8 月に ALPS 処理水の海洋放出を開始したことにより、来訪への足も一段と遠のき、国内においても未だ正しい理解が浸透していない。 ・本市の魅力ある観光資源については、SNS 等も含め様々なツールを用いて情報発信を実施しており、一定の認知は獲得しているものの、ALPS 処理水等における情報発信は不足しており、風評払拭に着手できていない。 ・また、令和 5 年 9 月 8 日公表の原子力文化振興財団のアンケート調査の結果（対象 1,200 人）によると、「ALPS 処理水の海洋放出について国民の理解は得られていない」と回答した方が 51.9%である。
上記の現状の原因となる課題について
<ul style="list-style-type: none"> ・地域外からの来訪者に向けた情報発信は行っているものの、適格なターゲット層へ届いていない可能性がある。 ・来訪者が情報を取得できないため十分な満足感を得られず、むしろマイナスなイメージを植え付けてしまっている可能性がある。 ・市民の大多数が外国人との交流経験も無く、インバウンドの誘客への対応は不十分な状況である。 ・県内へのインバウンドの 1/3 を占める台湾人旅行者（RESAS 調べ）における需要も把握できておらず、的確な観光施策に繋がっていない。 ・情報発信においては、内向きな施策が多く、市民のデジタルリテラシーに合わせパンフレット等も現物制作を基本としており、地域外からの誘客への視点が欠けている。 ・インバウンドも含めた来訪者への受け入れ環境の整備として、多言語化も要するデジタルパンフレットを含む観光情報サイトの整備が急務である。

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）

- ・ALPS 処理水の海洋放出について、市ホームページや広報紙及び SNS による情報発信
- ・昨今のインバウンドの機運が高まっている状況や大阪・関西万博開催等に伴いパンフレットを随時多言語化へ拡充する。
- ・桜観光ポータルサイト改修によるデジタルパンフレットの整備、それによって情報入手のハードルを下げる。
- ・周遊促進に向けては観光地のストーリーを詳細にまとめて掲載することで、歴史で紐づけられたルート設計に沿った周遊促進を図る。
- ・デジタルパンフレットにおける多言語化対応も行う。来訪傾向の高い、米国、中国、台湾、韓国、タイを中心に多言語化を図り、受け入れ環境を拡充していく。
- ・外国人旅行者は日本の山々など、日本固有の原風景を求めて来訪される方の傾向が高いことから、地域一体的な周遊によるさらなる消費喚起等の効果拡大も図る。

上記の取組における成果について

- ・ターゲット国を台湾、米国に絞りパンフレットを多言語化
- ・大阪・関西万博出展等に伴いインバウンド向けパンフレットを 2,000 部配布
- ・桜観光ポータルサイト改修によるデジタルパンフレットを整備し、多言語化することでインバウンド約 500 人誘客増

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. インバウンド魅力発信事業

- 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：関東圏、県内
- ④ 概算費用：2,750 千円
- ⑤ 実施内容：観光サイトの多言語化（英語、台湾語（繁体字））

桜観光ポータルサイト改修によるデジタルパンフレットの整備、多言語化によりインバウンドが気軽にサイトへ立ち寄るようになったため、この取組みを観光サイト全体へ拡大する。

旅行形態が団体旅行から個人旅行へ需要がシフトしている昨今（観光庁 訪日外国人動向調査：約 7 割が FIT）では、ガイドが不在の観光コンテンツや情報が分かりづらいアナログなコンテンツは、来訪者としても単発の観光に閉じてしまい、その先の周遊機会も喪失し兼ねない。これらの来訪者に対し、デジタルパンフレットの整備、多言語化によって情報入手のハードルを下げ、さらには周遊促進に向けて、ストーリーや歴史で紐づけられたルート設計に沿った周遊促進を図る。

特に来訪傾向の高い、米国、台湾を中心に多言語化を図り、受け入れ環境を拡充していく。外国人旅行者は日本の山々など、日本固有の原風景を求めて来訪される方の傾向が高いことから、地域一体的な周遊によるさらなる消費喚起等の効果拡大も図る。

なお、安心・安全な地域であることを発信、更には他地域には無い当市ならではの魅力あるコンテンツを発信することで、正しい理解を全国へ広め、更なる誘客促進を図っていく。

観光サイトの多言語化の具体的な取組みは以下のとおり。

a : ALPS 処理水等により発生した風評被害の払拭に向けたインバウンドの正しい理解浸透

- ・観光サイトでは市内の生態系や特産品に触れるなど、安心・安全な地域であることを発信
- ・インバウンドに向けた情報発信を実現

b : 当市ならではの魅力ある観光資源等の情報発信

- ・あぶくま洞やムシムシランド等の自然を核とした観光資源を中心に、安心・安全な施設であることに加え、歴史的な背景やストーリーも含めた魅力を発信

C : 人や特産品等にもフォーカス

- ・復興から立ち上がる想いを動画に乗せるなど、手触り感のある当市ならではの魅力を情報発信

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：

観光サイトの多言語化を行う際に、安全性に関する資料や文言を記載して情報発信する。

⑦ 「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

観光サイトの多言語化を行う際に、随所に観光情報を掲示する。

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
・観光サイトの多言語化 1件	・あぶくま洞へのインバウンド数増加 1,000人/年
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(○%)
・あぶくま洞入洞者数 194,000人/年	・あぶくま洞入洞者数 192,088人/年(99%)