

(様式 1-5)

田村市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 7 年 7 月 25 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.	5	事業名	インバウンド魅力発信事業		事業番号	A-5
事業実施主体		田村市	総交付対象事業費		2,712 千円	
既配分額		0 千円	当該年度交付対象事業費		2,712 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 2,712 千円						
i) 風評動向調査 千円						
ii) 体験等企画実施 千円						
iii) 情報発信コンテンツ作成 2,712 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						
令和 7 年度末時点の田村市あぶくま洞のインバウンド入場客数 11,000 人						
事業概要						
事業実施主体		田村市				
主な企画内容		情報発信コンテンツ作成				
主な事業の実施場所		田村市、台湾、米国				
事業の実施期間		R7.12~R8.3				
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
・令和 5.9.8 公表の原子力文化振興財団アンケート調査結果（対象 1,200 人）によれば、ALPS 処理水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。						
・市内の観光施設は、鍾乳洞を観光客に気軽に見学してもらう「あぶくま洞」、狭い鍾乳石空間をくぐりぬけ本格的な冒険気分が味わえる「入水鍾乳洞」、カブトムシやクワガタとの触れ合い交流・昆虫観察ができる「ムシムシランド」、お遍路になぞらえて美しい桜を 88 本選定した「田村の美桜 88 景」などがある。						
・特に「あぶくま洞」は、年間約 20 万人が訪れる市内屈指の観光施設であり、うち、インバウンドも約 1 万人となるなど、市内を訪れるインバウンドのほぼすべてが観光するスポットである。						
<課題>						
・市内の観光施設は全体的に東日本大震災及び原発事故から立ち直りつつあるが、ALPS 処理水の海洋放出による新たな風評の影響を生じさせないため、対策が必要である。						
・近年増加傾向にあるインバウンド需要を市内へ取り込み、風評払拭につなげつつ観光入込数を増やさなければならぬ。						
・ALPS 処理水海洋放出による風評を抑えるため、春に満開となる市内の桜を活用してインバウンド向けに情報発信を行い、「田村の美桜 88 景」「あぶくま洞」を実際に訪れて現状を見てもらうことで風評を払拭する必要がある。						

- ・市内の桜「田村の美桜 88 景」パンフレットを翻訳改良し、台湾語、英語のパンフレットを作成するとともに、海外の福島県人会や姉妹都市交流を通して配布することで情報発信を行い、風評を払拭する必要がある。
- ・多言語化したパンフレットを海外施設やあぶくま洞を訪れるインバウンドへ配布することで、インバウンド向けに市の魅力度アップを図り、市のファンを増やして風評を払拭する。

【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>

- ・インバウンド向けに市内観光施設の知名度等の調査
- ・「あぶくま洞」を訪れるインバウンドを増やすため、海外の旅行会社やインフルエンサーを招聘して実際に現地を視察
- ・日本在住の ALT（英語教師）を始め市内在住の外国人を通して、母国へ「田村の美桜 88 景」「あぶくま洞」を広めていただけるよう広報
- ・ALPS 処理水海洋放出について、市ホームページや広報紙による情報発信

<これまでの取組における成果>

- ・インバウンド知名度調査（福島空港を利用した台湾人旅行者 111 サンプル調査）の結果、「あぶくま洞」の認知度は 5.4%、「田村の美桜 88 景」の認知度は 0%
- ・旅行会社・インフルエンサー誘致の結果、SNS 等での発信により、総リーチ数 490,000 件を達成

<目標達成状況>

- ・令和 6 年度 あぶくま洞のインバウンド数 10,385 人
- ・現在のところ情報発信により、ある程度市民の理解は得られているものと考えるが、市外・海外への PR には至っていない。

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 インバウンド魅力発信事業

実施期間：R7.12 月～R8.3 月

実施体制：パンフレット多言語化は業者委託

各所へ配布は直営（費用は田村市が負担）

実施場所：田村市、台湾、米国

概算費用：2,712 千円

事業内容：福島県田村市の風評対策、「田村の美桜 88 景」「あぶくま洞」PR のため、以下の取組を行う。

- ・「田村の美桜 88 景」パンフレットを翻訳改良し、台湾語、英語のパンフレットを作成するとともに、海外の福島県人会や姉妹都市交流を通して配布することで情報発信を行う。なお、旅行会社や施設を訪れた方々を対象に配布していく。

配布計画 台湾の旅行会社（日本語・台湾語各 600 部）

台湾の福島県人会事務所（日本語・台湾語各 200 部）

米国の姉妹都市オハイオ州マンスフィールド市施設（日本語・英語各 600 部）

米国出身 ALT の関連施設（日本語・英語各 200 部）

国内インバウンド対応施設：東京の県観光物産館、八芳園等

（日本語 6,400 部、台湾語 200 部、英語 200 部）

- ・「田村の美桜 88 景」を入口として市内を周遊し、市内屈指の観光地であり最終消費地でもある「あぶくま洞」へ向かう動線を作り、おすすめの巡回コースをパンフレットに掲載していく。具体的には、「田村の美桜 88 景」のうち 2～3 か所の桜をレンタカーで巡回しつつ観光や買物が楽しめるようなコースを作成し、最後には「あぶくま洞」にたどり着くようにコースを設計する。さらに、田村市の安全性や復興の様子も盛り込み風評払拭につなげていく。

- ・多くの方に市内の観光施設へお越しいただくことで、被災地の現状と ALPS 処理水海洋放出についての理解を得よう努め、「あぶくま洞」へのインバウンド入場者数 11,000 人を目標に、田村市が安全な地域であることを PR する。

- ・この取組により、「田村の美桜 88 景」「あぶくま洞」の魅力を大きく伝えることができ、また田村市の魅力を体験することになる。さらに、市内ツーリズムなどへの誘客につながり、被災地の風評払拭になっていく。

・インバウンドへの「流れ」の強化：以下の①～⑤の流れを再認識して強めていく。

- ① 発見・覚知（インバウンドが本市を覚知、動画等へたどり着く）
- ② 関係作り（コンテンツを気に入った場合、動画を何度も繰返し参照し、市内観光への造詣を深める）
- ③ 確認・注意（信頼性が十分に育ったら、インバウンドは、そのコンテンツから誘導される商品やサービスに関心・興味・魅力をもつか、確認・吟味し、納得して初めて本市観光に注意を払う）
- ④ 訪問・行動（本市観光が魅力的であれば、インバウンドは、実際の訪問などといった行動を起こす）
- ⑤ 体験と共有（本市観光と触れ合ったインバウンドは、実際にその価値を体験する。その上で、「良かった」あるいは「期待外れだった」などの感想を持つ）

→インバウンドは、SNS やサイトの口コミなどで自分の体験を共有する。その際、行動のきっかけとなったコンテンツも一緒に紹介されることにより、別のユーザーがそのコンテンツの存在を知ることとなり、最初の「①発見・覚知」のフェーズが新たに始まる。

【今年度事業における目標】

<アウトプット>

「田村の美桜 88 景」パンフレット 10,000 部作成・配布

<アウトカム>

あぶくま洞のインバウンド入場客数 11,000 人（対前年比約 600 人増）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・パンフレット作成・配布による情報発信により、被災地の観光情報が発信できる。
- ・パンフレットに田村市の安全性や復興の様子を掲載し、視聴者へ安全性、魅力を届け、県内外に向けて風評を払拭し、被災地の元気を発信し、誘客に反映できる。
- ・多言語化したパンフレットによって田村市へ行ってみたいと思う人を増やし誘客する。
- ・田村市の安全、魅力を直接来て知ってもらうことで、ALPS 処理水海洋放出による負のイメージ・被災地に対する人々の意識の変容を図り、風評の払拭につながる。
- ・ALPS 処理水海洋放出による風評を抑え、県内外の関係機関との連携につながり、田村市への関心を集めることで市内観光施設への誘客促進にもつながる。