（様式１－５）

# いわき市　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. | 2 | 事業名 | いわきツーリズムプロモーション事業（旧事業名：いわきツーリズム拡大発信事業） | 事業番号 | A-2 |
|---|---|---|---|---|---|
| 事業実施主体 | | | いわき市 | 総交付対象事業費 | 119,932 千円 |
| 既配分額 | | | 89,932 千円 | 当該年度交付対象事業費 | 30,000 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　30,000 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 | 30,000 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 10 年度までに震災前の観光入込客数に近い水準まで回復させることを目標にしている。
本事業終了時の令和７年度には、コロナ禍前の平成 31 年度比７％増を目標に設定した。
（「いわき市観光まちづくりビジョン」（令和６年５月改訂）における目標値を参照）

【参考】
・　震災前の観光入込客数　　１０，６６７千人（Ｈ２２）
・　コロナ禍前の観光入込客数　　７，５５３千人（Ｈ３１）
・　令和６年度事業後　　７，４５３千人（Ｒ６見込み）
・　本事業終了時　　８，０８６千人（Ｒ７）：Ｈ３１比７％増
　　８，５００千人（Ｒ１０）：Ｈ３１比１３％

## 事業概要

| | |
|---|---|
| 事業実施主体 | いわき市 |
| 主な企画内容 | 本市の正確な情報と魅力を伝える取組を実施し、原子力災害に起因する風評の払拭を図り、観光入込客数の回復を目指すもの。<br>令和７年度は、令和６年度までに実施した事業において発掘・磨き上げしたコンテンツをテレビ等活用し情報発信を行うとともに、各種ＷＥＢ・ＳＮＳを活用しターゲットを限定した効果的な情報発信を行う。 |
| 主な事業の実施場所 | いわき市内 |
| 事業の実施期間 | 令和４～７年度 |

## 企画内容

【現状・課題】

＜現状＞

○　本市の観光入込客数について、東日本大震災前と比較し、直近である令和５年において、約 64%にとどまっている。

○　令和５年１～３月に実施した首都圏向けキャラバンにてアンケートを実施したところ、水産物・農産物ともに、いわき産の購入について、放射線の影響が「気になる」との回答が約 25%にのぼり、そのうち「購入を控える」・「購入をしない」という回答も６～７％を占めていた。

＜課題＞

○　安全・安心である本市の正確な情報と、その魅力を発信することで風評払拭を図る必要がある。
○　令和５年度よりＡＬＰＳ処理水の海洋放出が開始されたことから、浜通り地域にある本市は、新たな風評が生じないように原発や放射線等への不安感を超える本市の魅力を発信するため、引き続き効果的な施策を展開することが必要である。

【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＞
○　令和３年度においては、訴求力のあるタレントを活用したＰＲ動画の配信を行った。
○　令和４年度においては、令和３年度のマーケティング調査により、本市への観光意向が比較的高い３つの層（旅好きファミリー、アクティブウーマン、ヤングトラベラー）を抽出し、各層の意向に応じた内容のモニターツアーを実施し、実際に来訪してもらいアンケート形式により、意見等を聴取した。また、併せて、動画制作を基軸とした情報発信を実施。
○　令和５年度においては、令和４年度に実施したツアー内容の改善、ツアーで実施した体験コンテンツの磨き上げ・観光業とは異なる業界と連携した体験コンテンツの新規造成、伴走支援を実施してきた他、コンテンツを情報発信するためのポータルサイトを構築し、更なる情報発信の強化に努めた。
○　令和６年度においては、引き続き体験コンテンツの磨き上げを図りながら、モニターツアーを実施し、各コンテンツの完成度を高めていく。また、本市ならではの魅力を最大限発信していくため、風評の大きな懸念点でもある「海」をテーマとしたコンテンツの充実を図っている。
　動画制作においては、本市の正確な実状とその魅力を伝えるため海浜・大型アミューズメント・温泉・美食を中心とした動画を制作し、ポータルサイトと連携し情報発信に努めているところ。

＜これまでの取組における成果＞
○　令和３年度に行ったＰＲ動画の配信により、約 67 万回動画視聴回数を得られた他、タレントＳＮＳのフォロワー等からの動画への流入も多く獲得できた。また、動画の分析結果について、関東圏での視聴率が高く、中でも隣県の茨城県や東京都、神奈川県において高い結果を得たことから、大震災以前から来訪が多い首都圏への情報発信について、一定の効果があったことを確認できた。
○　令和４年度に行ったモニターツアーに関するアンケートについて、事業者にフィードバックし改善・磨き上げを図ったほか、モニターツアーに同行したインフルエンサーにツアー内容をＳＮＳ等に投稿してもらうなど、多様なメディアを活用しプロモーションを行った。また、制作した動画については、約 49 万回の動画視聴回数を獲得した。
○　令和５年度に行ったモニターツアーについて、令和４年度はツアー参加者の集客力不足が課題として挙がっていたが、ＳＮＳ広告に注力した情報発信により、定員 20 名のツアーへの応募は 150 名以上となり大幅に改善できた。また、２月に開設したポータルサイトについて PV 数 20 万を獲得したほか、Instagram、GDN、YouTube での広告配信では、表示回数 700 万回、クリック数７万回、クリック率１％と効率よく配信することができた。

＜目標達成状況＞
○　令和 10 年度までに震災前の観光入込客数近い水準まで回復させる。(8,500 千人)
　現在の達成状況：80.8%【令和５年観光入込客数 6,869 千人】
（いわき市令和５年観光客入込客数調査）
○　本事業終了後の令和７年度には、コロナ禍前の平成 31 年度比７％増を目標とする。(8,086 千人)
　現在の達成状況：84.9%【令和５年観光入込客数 6,869 千人】
（いわき市令和５年観光客入込客数調査）

【今年度事業における具体的な取組内容】

1　いわきツーリズムプロモーション事業
実施期間：令和７年４月～令和８年２月
実施体制：いわき市・委託事業者
概算費用：30,000 千円
実施内容：令和６年度までに実施した事業において発掘・磨き上げしてきた体験コンテンツ、ポータルサイト、ＰＲ動画をさまざまなメディアを活用しプロモーションを実施する。（詳細は別紙参照）

⑴　ＷＥＢ・ＳＮＳを活用した広告配信（概算費用：18,695 千円）

本市の誘客に有効なターゲットである首都圏の３つの層（旅好きファミリー、アクティブウーマン、ヤングトラベラー）に対し、ＷＥＢ・ＳＮＳ（Google、Instagram、YouTube）を活用し広告配信を行う。

配信動画は、令和６年度に制作した本市の正確な実状とその魅力を伝えるため海浜・大型アミューズメント・温泉・美食を中心とした動画を配信し、風評払拭につなげる。

これまでに実施した事業で造成・磨き上げを図ったさまざまな体験コンテンツ・個人周遊型モニターツアーの実施状況を掲載するなど令和６年度において内容を充実させたポータルサイトへ誘導し、コンテンツの認知向上を図る。

また、ポータルサイトへの掲載するコンテンツを本事業で造成・磨き上げを図った事業者に限らず、市内事業者へと拡大し、情報発信の強化を図る。

⑵　テレビ等を活用した情報発信（概算費用：11,305 千円）

全国ネット、関東ローカルの情報・バラエティ番組内等で本市の情報発信を行う。

配信動画同様、本市の正確な実状とその魅力を伝えるため海浜・大型アミューズメント・温泉・美食を中心に体験コンテンツを紹介し、風評払拭を図る内容とする。複数の番組で放送し、より多くの視聴者へ向けて発信する。

想定している放送番組は次のとおり。

主に朝から昼間に放送している番組で、放送時間は 10 分程度を想定。

| 番組名 | 曜日 | 時間 |
|---|---|---|
| フジテレビ「ノンストップ！」 | 月～金曜日 | 9:50～11:25 |
| TBS「ラヴィット！」 | 月～金曜日 | 8:00～9:55 |
| 日本テレビ「ヒルナンデス」 | 月～金曜日 | 11:55～13:55 |
| テレビ東京「昼めし旅　あなたのご飯見せてください！」 | 月～金曜日 | 12:00～13:40 |
| TBS「王様のブランチ」 | 土曜日 | 9:30～14:00 |
| TBS「プチブランチ」　　など | 月～木曜日 | 9:55～10:25 |

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞
○　ＷＥＢ・ＳＮＳ広告配信回数：3,900 万回
○　テレビ放送：４番組
＜アウトカム＞
○　ポータルサイト表示回数：20 万クリック
○　動画視聴回数：160 万回

【今年度、事業の実施により得られる効果】

○　これまで発掘・磨き上げしてきた体験コンテンツ、ポータルサイトの認知度を高める他、ＰＲ動画の配信により本市の正確な実状とその魅力を伝えるため、より多くの方へ向けた強力なプロモーションを行うことで、風評の払拭を図り、令和 10 年の観光入込客数 8,500 千人とする目標達成に向けて、観光入込客数のさらなる効果が期待できる。