【別紙２】

地域魅力向上･発信事業計画に基づく事業　評価報告書

１．基本情報

事業番号	事業名						
Ａ－１	檜枝岐村における食及び観光の魅力発信事業						
自治体名	経費区分（該当区分に○を入力）						
檜枝岐村	①情報発信事業				②外部人材活用		関連施設の改修
事業実施年度	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	ⅳポータルサイト構築	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	
Ｒ６年度			○	○			

２．事業における目標と達成状況

アウトプット	アウトプットの達成状況
①食×観光の魅力発信イベント実施回数　３回以上 ②テレビ放映回数　２回以上 ③インフルエンサー招へい者数　４名以上 ④YouTube インストリーム広告　配信動画３本以上 ⑤多言語サイト　１ページ以上 ⑥掲載商品数　５点以上	①食×観光の魅力発信イベント実施回数　３回 ②テレビ放映回数　２回 ③インフルエンサー招へい者数　４名 ④Google ディスプレイ広告及び Meta 広告出稿数　７回 ⑤多言語サイト　12 ページ ⑥掲載商品数　５点
アウトカム	**アウトカムの達成状況**
①観光入込客数　71,800 人（平成 22 年度と同レベル） ※入湯税ベース（旅館、民宿、日帰り温浴施設） ②農産物等の販売額　3,170 千円（平成 23 年度比 180%増） ③釣り券販売数　3,900 枚（R5 年度比 110%）	①観光入込客数　43,944 人 ※入湯税ベース（旅館、民宿、日帰り温浴施設） ②農産物等の販売額　15,717 千円 ③釣り券販売数　3,229 枚

３．事業内容の詳細

具体的な取組内容の実績

Ⅰ　食×観光の魅力発信イベントによる情報発信

（１）日本橋ふくしま館ミデッテにおけるそばイベント

①実施時期：令和７年３月１４日（金）～１６日（日）

②事業委託先：株式会社ひのえまたツーリズム

③実施場所：日本橋ふくしま館ミデッテ

④精算払額：1,316 千円

⑤取組内容：福島県のアンテナショップ「日本橋ふくしま館ミデッテ」（東京都中央区）において尾瀬ひのえまたフェアを行い、３日間で裁ちそば定食 253 食を売り上げ、消費拡大と認知度向上に寄与した。消費者と深いコミュニケーションをとるため、新たな取り組みとしてそば打ち教室も実施し、一般消費者 10 名が参加した。

⑥写真



飲食コーナー



そば打ち体験

（２）夏山フェスタにおける観光ＰＲイベント

①実施時期：６月８日(土)～９日(日)

②事業委託先：株式会社ライト・エージェンシー

③実施場所：ウインクあいち

④精算払額：660 千円

⑤取組内容：登山愛好家が多数来場するイベント「夏山フェスタ」に出展し、尾瀬や村内の百名山をフックに福島県檜枝岐村の認知度を向上させた。ブース内では岩魚の甘露煮等村産品の販売も行い（売上約 15 千円）、村産品の安全性ＰＲと消費拡大に寄与した。

⑥写真





(３)韓国における BtoC 尾瀬セミナー

①実施時期：令和７年１月１１日（土）

②事業委託先：BRIGHTSPOON

③実施場所：大韓民国ソウル市 Ivy house

④精算払額：1,467 千円（職員旅費含む）

⑤取組内容：コロナ前は年間 2,000 名を超える韓国人ツアー客が尾瀬を訪れていたことから、尾瀬の知名度を活用して、食の安全性や尾瀬の魅力等をＰＲするセミナー（BtoC）をソウル市内で開催し、20 名が参加した。山小屋の主人も登壇し、参加者アンケートによると 87.5%が「行ってみたい」と回答した。登山愛好家をターゲットとすることで、市民レベルでの口コミ拡散による風評払拭を図った。併せて、旅行会社に対するＰＲ活動も実施し、アクセス面の不便さはあるものの好意的な反応があった。

⑥写真







Ⅱ　テレビによる情報発信

（１）中京テレビ「おぎやはぎのハピキャン」誘致

①実施時期：令和６年７月４日(木)、１１日(木)、１８日(木)、２５日(木)

②事業委託先：株式会社ライト・エージェンシー

③実施場所：檜枝岐村内

④精算払額：3,300 千円

⑤取組内容：キャンプをテーマとした当該番組を誘致し、首都圏をはじめとして近畿圏、中京圏など広域で放送し、有名タレントによって村内キャンプ場の魅力や、特産品の魅力、安全性を発信した。視聴率は平均 1.3%、シェア率は平均 17.8%で、前週までの実績を上回った

⑥写真







地元食材を使ったアヒージョ

（２）とちぎテレビ「U 字工事の旅！発見」誘致

①実施時期：令和６年７月１１日(木)、１８日(木)、２５日(木)

②事業委託先：株式会社ライト・エージェンシー

③実施場所：檜枝岐村内

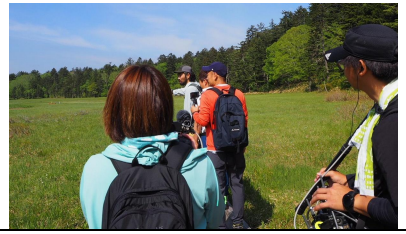
④精算払額：1,100 千円

⑤取組内容：村への来訪が多い栃木県内で放送されている当該番組を誘致し、U 字工事を活用した旅番組において村の観光コンテンツや村産品を紹介・ＰＲすることで、村への誘客を図った。YouTube にも掲載し、2025/3/7 時点で 76,700 回再生。

⑥写真







Ⅲ　インフルエンサーによる情報発信

（１）雪まつりへのインフルエンサー招へい　　※イベント自体の企画・運営費は村の自己財源を充当

①実施時期：令和６年８月３日(土)～４日(日)

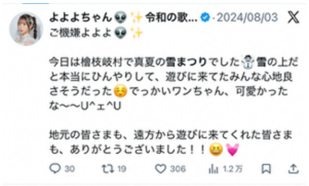
②事業委託先：株式会社ライト・エージェンシー

③実施場所：尾瀬檜枝岐温泉スキー場

④精算払額：2,200 千円

⑤取組内容：従来から、山岳観光地の強みをいかしたイベント「真夏の雪まつり」を開催しているが、来訪者は隣町をはじめとした県内在住者が多くを占めていた。そこで従来行ってこなかった近隣県の道の駅へのチラシ配架や東京及び神戸イベント、ＳＮＳをとおして事前告知を行うとともに、発信力のあるタレント「よよよちゃん」を招へいしＳＮＳを活用した発信を行うことで、県外における村の認知度向上を図った。若者に人気の「よよよちゃん」を招へいし、SNS 投稿の総閲覧者が４万人を超えるとともに、新規来場者は約 46%を越え、村の認知度向上に大きく寄与した。

⑥写真



（２）台湾旅行エージェント招へい

①実施時期：令和６年７月９日(火)～１２日(金)

②事業委託先：日遊推廣有限公司

③実施場所：檜枝岐村内

④精算払額：1,042 千円

⑤取組内容：福島空港に就航している台湾の旅行エージェント等を招へいし、旅行商品造成の働きかけにより村の認知度向上を図った。うち１社は翌年ツアーを２本造成し、その他２社についても前向きに検討中。

⑥写真



Ⅳ　ＷＥＢを活用した情報発信

（１）YouTube インストリーム広告（協議の結果、Meta 及び GDN に変更）

①実施時期：通年

②事業委託先：株式会社 SATORU（国内）、株式会社テオーリア（海外）

③実施場所：檜枝岐村内

④精算払額：3,282 千円

⑤取組内容：従来の東北及び関東地域（首都圏＋北関東ほか）に加え、関西や海外（韓国、台湾、米国ほか）にも配信し、村の認知度向上を目指すとともに市場ごとの分析とＰＲ戦略策定を行った。国内に関しては広告配信の伴走支援も受け、SNS 広告出稿の自走化にむけたスタッフのトレーニングも実施した。

（２）観光グローバルサイト（英語版）の製作

①実施時期：通年

②事業委託先：株式会社テオーリア

③精算払額：2,860 千円

④取組内容：令和５年度までに整備した日本語版ポータルサイトに加え、英語版のグローバルサイトを製作した。製作にあたっては国内在住外国人を３名招へいし、外国人目線の意見を反映させるとともに紀行記事を英語版ウェブサイトに掲載した。

（３）EC サイトの改修

①実施時期：通年

②事業委託先：株式会社テオーリア

③精算払額：330 千円

④取組内容：役場が運営している EC サイト機能をリニューアルし、令和５年度までに整備した日本語版ポータルサイトの配下に組み込むことにより、顧客にとってよりスムーズな動線をつくり、村産品の魅力の一体的な発信や販売額向上に繋げた。