１．基本情報

自治体名	事業番号	事業名
檜枝岐村	A-1	檜枝岐村における食及び観光の魅力発信事業

年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	合計額
総事業費	0	9,645,000	8,690,000	17,344,000	17,499,000	53,178,000

対象事業費区分						
情報発信事業				外部人材活用		施設改修
風評調査	体験企画	情報発信	ポータル	外部人材	語り部	
	○	○	○			

２．事業の実施状況サマリー

個別の事業名	開始年度	終了年度	具体的な取組内容の実績
イベントによる情報発信事業	令和4年度	令和7年度	国内イベント８回、海外イベント１回
動画による情報発信事業	令和4年度	令和7年度	ＳＮＳ出稿２１回、テレビ８本、シネアド１本、バス１台
雑誌等による情報発信事業	令和4年度	令和4年度	記事１本
ウェブによる情報発信事業	令和4年度	令和7年度	サイトの新設または改修国内３、海外１
インフルエンサーによる情報発信事業	令和6年度	令和7年度	招へい数国内２名、海外３名、セールスコール４１社

３．アウトプット・アウトカムの達成状況

アウトプット①	イベント出展回数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	3	2	3	2
実績	-	2	2	3	2

アウトプット②	動画等の制作または出稿回数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	2	5	3	10
実績	-	2	5	7	10

アウトプット③	テレビ番組制作数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	1	2	2	-
実績	-	2	2	2	-

アウトプット④	ウェブサイト制作または改修数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	1	1	1	1
実績	-	1	1	1	1

アウトプット⑤	インフルエンサー招へい数				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	-	-	4	1
実績	-	-	-	4	1

アウトカム①	観光入込数を震災前と比較して増加させる				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	60,000	65,000	70,000	75,000
実績	-	41,599	47,386	43,944	44,341

アウトカム②	農産物売上額を震災前と比較して増加させる				
	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
目標	-	3,400,000	3,500,000	3,600,000	3,700,000
実績	-	11,779,105	13,861,203	15,717,041	15,394,881

４．風評の払拭に関する目標の達成状況

風評の払拭に関する目標①	設定期間	令和4年度	～	令和7年度	
観光入込客数					

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
56%	令和3年度	令和8年度	令和7年度	令和7年度檜枝岐村入湯税データ
人	34,767	79,000	44,341	

風評の払拭に関する目標を変更した理由
なし

風評の払拭に関する目標②	設定期間	令和4年度	～	令和4年度	要 変更理由
農産物等の販売額					

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
317%	令和3年度	令和8年度	令和4年度	令和7年度檜枝岐村温泉特産事業所売上
千円	12,316	3,717	11,779	データ

風評の払拭に関する目標を変更した理由
令和４年度に目標値を達成したため

風評の払拭に関する目標③	設定期間	令和4年度	～	令和7年度	
釣り券販売額					

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
89%	令和3年度	令和8年度	令和7年度	令和7年度檜枝岐村漁業協同組合売上データ
千円	5,178	6,329	5,613	

風評の払拭に関する目標を変更した理由
なし

風評の払拭に関する目標④	設定期間		～		要 変更理由

目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
#DIV/0!				
(単位)				

風評の払拭に関する目標を変更した理由

５．総合評価

事業実施による評価

（１）事業の総括と目的達成状況

本事業は、令和４年度の「食の魅力発信事業」の実施を皮切りに、４年にわたり継続的に実施してきた。村が有する尾瀬の豊かな自然環境や村のそば粉や岩魚と使用した「裁ちそば」「山人料理」等の食文化、さらにはスキー場などの観光資源を融合させ、首都圏をはじめとする国内主要都市（関西・中京・北関東）や海外（韓国、台湾、オーストラリア等）をターゲットとした多角的なプロモーションを展開した。テレビ番組や人気タレント・インフルエンサー（りんごちゃん、よよよちゃん等）の招聘、アウトドアショップや海外現地旅行エージェントとのタイアップ、高速バスラッピングやシネアド等の多様な媒体を戦略的に組み合わせた結果、各年度において設定したアウトプット・アウトカム目標に対して高い実績を残すことができた。

（２）アンケート結果等から見る参加者の動向とプロモーションの効果

各事業の実施時に実施したアンケート調査や参加者データの分析からは、ターゲット層に対する具体的な意識変容や波及効果が示されている。

韓国におけるBtoC尾瀬セミナー（令和6年度）：ソウル市内で開催されたセミナーでは、山小屋の主人の登壇等を通じて食の安全性や尾瀬の魅力を直接PRした結果、参加者アンケートにおいて87.5%が「行ってみたい」と回答するなど、登山愛好家を中心とした口コミ拡散および風評払拭に向けた極めて高い受容性と好意的な反応が得られた。

「真夏の雪まつり」へのインフルエンサー招聘と新規来場者（令和6年度・7年度）：若者に人気のタレント等を招聘し、SNS等による事前告知や広域PRを強化して開催した雪まつりでは、SNS投稿の総閲覧者が4万人を超えるなど大きなリーチを獲得した。アンケート等による実績として、県外からの新規来場者が約46%を超えるなど、これまでリーチしきれなかった新たな層への訴求と認知度向上に大きく寄与したことが確認されている。

関西・中京圏等におけるイベントおよびメディア展開: 好日山荘グランフロント大阪店等での尾瀬セミナーや、中京テレビ「おぎやはぎのハピキャン」、とちぎテレビインフォマーシャル等の放送（シェア率平均17.8%等）を通じ、ターゲットエリアにおける観光意欲およびブランド認知が着実に醸成された。令和7年度の各種WEB・SNS指標（総閲覧者数160万人超、WEBサイトPV数76万超など）においても、その波及効果が裏付けられている。

（３）情報発信基盤の確立と今後の展望

４か年の事業を通じて、令和5年度のポータルサイト構築、令和6年度のグローバルサイト（英語版）製作およびECサイトの一元化が完了し、国内外に向けたシームレスな情報発信・購買動線が確立された。また、広告出稿等の分野において、これまでの伴走支援によりスタッフや村内事業者の「自走化」に向けた体制が整い、令和7年度からは国内の出稿等を自ら行う段階へと移行している。蓄積されたノウハウ、および各種アンケートで得られた貴重な参加者ニーズの分析結果を今後の誘客施策にフィードバックすることで、持続可能かつ実効性の高い観光振興および地域経済の活性化を継続しているところである。