

情報発信等戦略の期間

令和5年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故による風評影響により、豊かな自然や日本の原風景を求めて当町を訪れる県外及び海外からの観光客は減少した。また、令和5年8月のALPS処理水の海洋放出による風評の影響も懸念されている。

一方で、令和4年10月に、11年ぶりにJR只見線が全線開通したり、令和5年5月に、新型コロナウイルス感染症が季節性インフルエンザと同じ5類に位置づけられ、海外渡航の入国制限等の措置が解除されたりするなど、インバウンド需要を狙う好機となっている。

特に台湾をはじめとした海外においてJR只見線の風景は海外からも注目を集めるようになってきており、そのほか、当町に残る日本の原風景、只見線からの絶景、ブランド野菜「赤カボチャ」などの食材、全国的にも希少な炭酸水・炭酸温泉、スキー場や雪国文化等の当町の観光資源を中心に情報発信を行う。

② 金山町の情報発信体制

町が主体となり、町観光関係者（観光物産協会、商工会ほか）と連携するとともに、台湾とのつながりのある町国際交流協会や観光情報発信となっている道の駅関係者など民間団体や福島県、近隣市町村とも連携して事業を展開する。また、現在、町の事業行っている関係団体のSNSによる情報発信事業と連携するなど、強固な情報発信体制を構築する。

③ 情報発信等の戦略目標

台湾市民特に今までのPR活動を通して交流を持った台湾金山區の関係者と連携を図り相互に情報を発信することで、当町の豊かな自然と安全性をアピールし、訪日からインバウンドでの観光訪問増を目指す。最終的には、令和8年度の町内観光関連施設等の入込客数を、過去の最も多かった平成31年度（182,840人）の約110%（200,000人）に増やすことを目標とする。

④ 全体工程表

○令和5年度

台湾において只見線関係写真の展示、当町のPRショートムービーの上映会の実施、現地関係者との交流、意見交換など（実施済み）

○令和6年度

昨年度事業により関係を築いた、台湾の金山區の関係者などを招聘し当町及び只見線沿自治体と連携したPRと台湾金山區商店街においての食を通したPR事業の実施（実施済み）

○令和7年度

令和5、6年度事業のPR活動を更に拡大し、台北メトロ及び金山區との相互交流を通じてのPR活動、また、台湾交流事業の映像コンテンツを作成し、国内における各種イベント時に来町者や県外に当町の取り組みをPRすることで、国内からの誘客も諮る。さらにそのコンテンツは、町ホームページ上にいつでも閲覧できるように公開し、これまでの取り組みを国内外に広くアピールする。