

1. 基本情報

自治体名	事業番号	事業名
棚倉町	A-1	棚倉町物産品等PR・風評対策事業

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			1,900,000	6,119,000	5,451,000	13,470,000

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
市町村連携事業	令和5年度	令和7年度	連携事業参加数計 7回
友好都市風評払拭事業	令和5年度	令和7年度	友好都市イベント参加数計 8回
魅力発信事業	令和5年度	令和7年度	広告掲載 1回、イベント参加数 29回

3. アウトプット・アウトカムの達成状況

アウトプット①	風評払拭イベント参加数				
	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			13	17	15
実績			10	19	15

アウトカム①	本町の年間観光入込客数				
	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			392,000	392,500	420,000
実績			419,885	427,331	450,503

アウトカム②	たなぐら応援大使数				
	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			68	68	80
実績			67	76	78

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5年度	～	令和7年度
本町の地域資源や町ブランド認証品、町物産品等の魅力発信により、交流人口や関係人口の拡大につなげる				
目標達成度	従前値	目標値	実績値	実績値の根拠
107%	令和3年度	令和7年度	令和7年度	県観光客入込状況調査より
(単位)	385,039	420,000	450,503	
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
<p>本事業の取組により、本町への観光客入込数は令和7年で450,503人となり、平成23年比（290,715人）で1.55倍へと増加することに成功し、目標値の420,000人を達成することができた。</p> <p>その要因としては以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 令和5年度では首都圏や友好都市での出展により、多様な層の来場者に直接触れてもらう機会が増え、試食や販売、説明を通じて町の魅力を効果的に伝えることができ、ブルーベリーや生うどん、生ラーメン、シイタケなどの特産品が好評でリピーターの獲得にもつながった。また、友好都市との交流やバイヤーとの商談を通じた関係構築にも成果があり、町産品・県産品の安心・安全性や観光資源の周知にも寄与した。一方で、イベント規模や来場者数の差、天候などの影響によりPR効果や販売成果にばらつきが見られ、来場者数や販売数を最大化するための集客手法や広報戦略のさらなる工夫が課題となった。 ● 令和6年度は、「まるごとふくしまフェア」や友好都市の横浜市鶴見区・埼玉県川越市での出展、首都圏での単独物販イベント「たなぐら市」などを通じ、棚倉町産品の試食・販売や観光情報のPRを実施した。会場でのPRパネルや試食を通じ、来場者の関心を直接確認でき、リピーターや新規来場者の獲得にもつながった。これらの取組により、町産品・県産品の安心・安全性や観光資源の周知、バイヤーや関係機関との関係構築、広域的なPR機会の創出に一定の成果が得られた一方で、イベント規模や来場者数の差、天候などによる出展条件の制約、販売数や来場者数を最大化するための集客・広報戦略のさらなる工夫が課題として残った。 ● 令和7年度は、関東圏での県主催イベントの参加により、県内市町村との連携を活かして福島県全体のPRと風評払拭に成果をあげた。友好都市事業では、横浜市鶴見区・川越市に加え大阪府泉佐野市に初出展し、ブルーベリーや農産物の試食・販売を通じて幅広い層に安心・安全性をPRし、認知向上に貢献した。魅力発信事業では、日本橋ミデッテ・小江戸蔵里・ふるさと交流ショップ台東での「たなぐら市」や東京ビッグサイト「よい仕事おこしフェア」、お城EXPO、都営地下鉄広告など多様な手法で町の魅力を発信し、200～500名規模の来場者に特産品を販売、委託先の変更により丁寧なPRと抽選会による来店者関心上や購入促進も実現した。