

## 第1回 福島市観光共創戦略策定懇談会 議事概要

日 時 令和7年6月30日(月) 午前10時～午前12時  
場 所 福島市役所複合棟303会議室  
出席者 委員9名(欠席1名)、事務局10名、オブザーバー5名

### 1. 次第

- (1) 開 会
- (2) 委嘱状交付
- (3) あいさつ
- (4) 委員・事務局紹介
- (5) 座長選出
- (6) 議 事
  - ①次期戦略策定の概要について
  - ②現行戦略の振り返りについて
  - ③次期戦略の方向性について
  - ④その他
- (7) 閉 会

### 2. 次期戦略の方向性等に対する主な発言内容

#### (1) 委員

- ・参考資料3については、県内の温泉地、地域別の統計も併せて載せておいた方が、福島市の観光の現状がより分かりやすくなると思う。
- ・また、資料2の数値目標については、県や国の指標と比較ができるような、一元化されたデータが必要であると考えます。
- ・インバウンドに関して、福島市では台湾・タイ・中国が中心となっているが、国としては韓国からの訪問が多いにもかかわらず、本市ではほとんどない現状である。このことに対する見解を明確にすべきと考えます。
- ・我々が発信したい福島市と、外から見た福島市には乖離があるように思う。その違いを何らかの形で明文化して残しておくことで、次世代への継承につながると考える。

#### (2) 委員

- ・福島市には泉質の異なる三つの温泉地がある。これはとても珍しいことであるが、観光客にはあまり伝わっていないと感じている。
- ・観光客がどのような視点で福島を選び、何を求めて来ているのかに対し、情報発信がうまくできていないように思い、もったいないと感じる。

・車利用であればスムーズに移動できるが、インバウンドなど公共交通に頼る観光客にとっては厳しい移動環境である。特に高湯温泉は年間の半分が冬であるため、そこに対して隔たりのない仕組みが求められる。

・観光客の方には何度も来てもらいたいと思う一方、花見山・温泉・浄土平などを一度で回りたいという声も多いが、花見山の見頃の時期にスカイラインが開通していないなど、現状では難しい。

・観光の人材が不足していること、観光業に従事している人の年収が非常に低いことも課題である。稼ぐ観光を実行することによって、働く方にとって、また、市民の財産になると考える。

### (3) 委員

・計画の策定にあたり取り組むべき事項について、県全体の観光振興を担う立場として、まさに同じように取り組んでいかなければならない。計画を立てるが、どの地域でも同じような課題を抱えており、同じように外へのコンテンツは大事である。

・インバウンドについては、過去最高と言われているが、地域ではそれが実感されていないという声も多い。

・デジタルマーケティングも重要であるが、それだけではなく、「ふくしまならでの取り組み」を市の計画に位置付けていく必要がある。

・福島市は新幹線も通っているにもかかわらず、通過されてしまっている。また、インバウンドの方も訪れるが、泊まるだけになってしまっていることもある。

・人材不足や観光への魅力の向上にもつながると思うが、高付加価値化で地域にお金が落ちる仕組みが重要。長期滞在、観光資源を面で捉える話があったが、ふくしまならでの体験型コンテンツで、滞在してもらい、付加価値を付け単価を上げ、事業者やガイドにお金が落ちていくものが必要。福島市には花や温泉、自然といった魅力がたくさんあり、今のコンテンツの磨き上げに繋がると思うが、例えば、朝の滞在時間でできるもの、夜の滞在時間でできるものなど、地域に滞在してもらえるような福島ならでの滞在体験を入れ込む必要がある。

・市民意識の醸成について、良くも悪くも地元に対しての愛着が普通というところがある。会津や二本松の住民は地域の歴史や誇りを語るように、福島市のよさをこどもたちが考える機会が必要で、こどものうちから福島市のいいところに愛着をもってもらいたい。それが将来の人材にも、関係人口にも繋がり、市民意識の醸成も重要になってくる。

### (4) 委員

・桃の時期には関東・関西方面から車での来訪者が多い。新幹線で訪れる人に対して、どのような観光体験を提供できるのか観光農園や農業従事者は課題であると感じている。

・SNSでは、夜に東京を出て朝から無人販売所を巡るなどの投稿も見られるが、宿泊して滞在期間を延ばしてもらうためのPRがなかなか難しい。

・観光施設へのアクセス向上、バスの増便、人手不足の解消など、課題は多岐にわたるが重要であると考えられる。

#### (5) 委員

- ・二次交通の弱さは現場でも非常に実感している。福島交通と協議を行ったが、Suicaの導入は難しいとの回答を受けた。
- ・インバウンド客がSuicaを提示し、使えなかったということがあり、再訪につながらなかった。SNS上でそのような情報が拡散されることで、他の来訪者に影響することも考えられる。移動しやすい環境整備、共通IC導入などの対応が求められる。
- ・花・温泉・食など、他地域でもやっているようなコンテンツではなく、「福島ならではの」強みを磨き上げて構築していくのが重要である。

#### (6) 委員

- ・観光案内所で働いていて、やはりフルーツラインや今が旬の陽林寺のアジサイを見に行きたい観光客には行きづらく、二次交通の課題が解消されるとよいと感じている。行きたい場所にアクセスが繋がっていると、福島駅に新幹線でいらっしゃる方が多いため、観光客の皆さんに案内しやすくなる。
- ・まち歩きが異常な高温になっており、案内所で案内しづらくなっている。今後の状況に合わせた観光案内が必要であると感じる。
- ・お土産について、例えばもものポテトチップスなど小分けのものであったり、福島市で買ってきたお土産だと分かるパッケージがあると、福島に来てくださった方が地元を持ち帰って配った際、福島市のお土産とわかると思う。
- ・誰一人取り逃さない観光も重要であり、ターゲットは若い方かもしれないが、高齢者の方にも来ていただけるようなことももっと考えていきたい。視覚障害や聴覚障害の方など見た目ではわからない障がいの方も意識し、声掛けやお客様の目線といったおもてなし、人との接し方、意識すればちょっとしたことでできることであり、そういったところに対してのおもてなし強化も図れたらと思う。

#### (7) 委員

- ・世界中を旅した経験で、観光客目線で言うと、人が住んでいる町だから、どんなところでも良いところがあるというのは、自身が旅した中で強く感じたことであり、福島もやはり刺さる旅行者に届けられると考える。
- ・自身の宿泊施設は一方通行で入り組んだ場所に位置しているが、海外の方には駅からの道中、古いビルや店舗が立ち並び、わくわくと喜ばれている。自分たちの住んでいる場所を違う視点で見えてくれ、そこにポジティブな意見やコメントを伝えてくれる。それを受け取った私たちは、自分が住んでいるところはこういう言い方をするとすごく響くのだと認識できる。そのようにして、市民意識も向上し、良い関係性をつくっていけると思う。
- ・自身の宿泊施設の客層に限るかもしれないが、福島市のメインの観光はまず1つ、県庁所在地ならではのビジネス出張であると思う。あとは競馬、そしてプラスで温泉である。
- ・ビジネス出張については、まちなかに出店・立地している大手企業の支店がなくなり、大変になってきている。今年だけでも野村総研のビルが丸々抜けており、先月、秋田銀行は駅前に移っ

た。ビジネス出張も大分減ってきており、ルートインができ、競争が激化している状況である。

- ・競馬の期間となると、どのホテルもいっぱいになる。インバウンドで1週間、2週間の滞在をしたくても、福島競馬の開催があると2~3か月前から予約が埋まり、連泊ができない状況である。その期間に予約検索を行っても検出されないこともあり、福島での滞在がなくなってしまう。競馬はたくさんのお客さんが入り、良いコンテンツではあるが、それに頼る集客だけでなく、平日を拾えるようなインバウンドの取り込みをしていかなければならないと考える。

- ・国内宿泊者数はそれなりにあるが、インバウンドは弱い。その弱いところは、人口が減っていき中で一番簡単に組みやすい部分であると思う。

- ・多くの方から意見のあった二次交通については、同様に課題と感じている。昨日も浄土平に行きたい外国人観光客がいたが、バスがない。スカイアクセス線が始まってはいるが、一人旅では予算的に難しい場合がある。お客さんには電動自転車で行ってもらうこともあるが、移動そのものを楽しんでもらえる場合もある。体力自慢の方には良いと思うが、少し課題であると感じている。

- ・DXについて、宿泊施設は国内旅行者中心の戦略を立てている。海外の方が利用するサイトに掲載されていない施設も多く、物理的に宿があっても、結局デジタル上に存在していないものとなる。

- ・せっかくコンテンツを整備しても、データ上に表示されていないと、届くべき人に届かない。そのため、そういった点を整えていき、福島市全体で年間を通して勝負していけたらよいと思う。

- ・「福島ならでは」はUF0である。海外の方がアート雑誌への掲載のため、わざわざ写真を撮りに来ていたという話を聞いた。飯野町から積み上げてきたものが、ようやく世界に売れる状態にまで育ってきており、さらに磨いていけたらよいと感じている。

#### (8) 委員

- ・情報発信をする立場として、一つひとつの魅力的なコンテンツはもちろん、それをどうやってつなげて、どう組み立てて、周遊させるかという点を常日頃から考えている。

- ・交通手段も様々であり、個人や団体といった旅行形態や滞在の仕方も多様である。温泉でゆったりしたい人もいれば、宿泊費を抑えて他にお金をかけたい人もいる。個人個人、その時々で得た情報も異なる。そういったニーズに応えられるコンテンツを磨き上げていけたらと考えている。

- ・教育については、子どもが5年生の社会科の授業で地域の文化や魅力を学んでいる。各小学校でそれぞれの地域の魅力について、小学生が1年かけて真面目に取り組んでいた事例がある。

- ・地域の魅力を小学生がそれぞれ発表する場があれば、私たちが知らない魅力や地域コンテンツが新たに見つかるのではないかと思う。子どもが巻き込まれれば、大人も自然とついてきて、より地域について、福島市について、観光について考える機会になるのではないかと感じている。

#### (9) 委員

- ・今、最先端で観光に取り組んでいる方々もいれば、逆に観光業に従事しているが、まず何をやればよいのか分からないという方々もいる。そうした幅広い層をケアしなければならないのが行政であると思う。その意味で、悪い意味ではなく、総花的に様々な事業や考え方を計画にまとめ

ていかなければならないと考える。

- ・福島市として観光をどう捉えるのか、観光客をどう定義づけるのか、あるいは課題や意識、メッセージ性をどうするのか。総花的に整理していく必要がある。

- ・これから数年間の観光産業、また福島市の目標となる戦略策定に向け、委員の皆さまのご協力をお願いしたい。