

第2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8月29日（金） 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）座長あいさつ
- （3）議 事

①次期福島市観光共創戦略の素案について

②その他

- （4）閉 会

2. 次期戦略素案に対する主な発言内容

（委員）

・ 素敵なビジョンで、また、これを実行していくところがとても大切であると思います。今後5年間の観光戦略を進めていく中で、戦略の中に少しでも予算付けに関することは記載するべきと思います。観光庁の次年度の概算要求額も増額され、地方を活かす戦略に対して様々な予算が振り分けられます。それを市はどのように考えるのか、予算の確保については議会の承認等必要なことは承知していますが、積極的な予算確保に努めたい、予算確保に向け動いていくといった言葉があるとういと思います。

・ 防災減災の事前対策に関して、経済産業省の事業継続力強化計画認定制度があり、飯坂温泉観光協会と高湯温泉観光協会は取得している。土湯温泉観光協会さんでも検討いただき、三温泉地で連携して取り組んでいくといったものを福島市として打ち出していくのもいいのかと思いました。

・ 基本目標のKGI・KPI 正確な数値の把握は欠かせない点と思います。他の先進自治体や観光振興に成功している地域がどのように数値を把握し、次に活かしているのかを、この5年間にきちんと考えていく必要があると思います。いろいろな手法あるかと思いますが、それも何らかの形で、素案の中に盛り込んでいただければと思います。

（事務局）

- ・ 予算の確保に関しては記載の可否も含め検討。
- ・ 防災減災の取り組みについて、事業所の連携等について記載を検討。
- ・ 数値目標の数値は戦略の基礎となる部分であるため、しっかりと精査していく。

(委員)

- ・タイトル、ビジョンを短くわかりやすいほうがよいと感じました。素案はサブタイトルのような感じがします。観光には稼ぐことなど色々あるが、訪れる人、住む人、サービスを提供する人らが喜び、幸せになることが大原則で、これらが何か一つキャッチになるといいと思います。
- ・福島市は良くも悪くも中途半端で、観光にしても一番がないが、ちょうどいいまちという点をキーワードにしてもいいと思います。最初のタイトルは大事なので、わかりやすいキャッチをつけ、サブタイトルで素案の中身について具体的に触れるという方向性がよいと思います。
- ・3つの“つなぐ”の構成で、“繋ぎ”の点について、我々観光事業者同士の繋がり、連携の視点も大切であると思います。例えば、ふく酒街道を展開しているが、様々な酒蔵を繋ぐ意味がある。また、三温泉地について、それぞれの魅力でそれぞれ頑張っているが、温泉地として福島市が売り出していくにあたり、ここにも繋がりが必要となる。単純にお客様とまちだけではなく、我々内部のものも繋がっていくという観点も、1つ入れると、例えば、具体的な交通戦略に落とし込むにあたり、花見山はどこを繋いでモデルコースを作っていこうとか、あとは温泉地も同じように。そういったことにもビジョンとしては、繋がっていくだろうなと思い、“つなげ”のところは、我々自身の繋がりっていうところも少し、含めていく必要があるのかなというふうに思いました。
- ・インバウンド戦略についてはここまで記載があれば細かい戦略も打ち出せると思いますが、インバウンドのアンケートでトップは「食」、次は「ショッピング」です。これは東京や大阪だけではなく、福島市でも同じかと思います。福島市でショッピングを考えたときに、工芸品やくだものといった福島ならではのお土産があるはずで。飯坂ではラジウム玉子があり、観光物産館に行けばなんでも揃うではなく、市としてどう売っていくのかが大切かと思います。インバウンド戦略の中で盛り込むことができるかは別として、これらを何か含められるといいと思います。
- ・KGIを設定するにあたり、必ずKPIの設定をしていく必要があると思い、ゴールに向けて最低でも1年に1回のKPIの設定は必要と思います。戦略に記載がなくとも、市内部で管理しているのであればそれで構わない。

(事務局)

- ・ビジョンについて、ご意見を踏まえ再度検討する。委員の皆さまからもご意見をいただきたい。
- ・“つなぐ”の事業者同士の連携の視点は、ビジョンの説明の中に記載を検討する。
- ・物産振興の戦略も項目立てしているが、インバウンド戦略を含め、記載内容を検討する。
- ・KGI、KPIについてご意見を踏まえあらためて整理する。

(委員)

・ビジョンを拝見し、本当にすばらしいものだと思います。この3本柱を、具体的に進めていく上で、各セクションでいろいろ施策を展開していく必要がある。福島市には素晴らしいものがたくさんあり、それを骨太のものにし、観光客の方をはじめ、住民の方にも訴えられるかが大切。観光客の方に満足してもらうのは当たり前で、感動してもらい、また来てもらうことが大切で、期待を超える福島市になればと思います。

・地元の住んでいる私たちが知らないところもたくさんあることを、この5年間で取り組んでいくことが楽しみです。

(委員)

・今回の素案について、前回懇談会で委員から多かったこどもたちへの教育について、十分取り入れていただいたと思います。また、同じく多かった、福島らしさというのも十分に反映された素晴らしいものと思います。

・観光における3つの大切な視点で、「稼ぐ観光」は地域にお金を落としていくこと、観光業を継続していく点で大切なことと思います。K G I で、観光消費平均単価額が掲げられていますが、物価高が今も続いていますので、おそらく消費単価というものは上がっていくと思います。

そのような中で、K G I としての消費単価額をどう設定するかを考える必要があると思います。

・花見山などで、ボランティアのガイドさんが活用されているかと思いますが、外国人観光客の受け入れなどに繋がる、ガイドさんの育成っていうのは重要になってくると思います。ボランティアガイドもよいと思いますが、ガイドが生業となることが大切かと思います。

・外国人の観光客は県のほうでも重要だということでインバウンド向けの研修会など実施している。初めて福島に来る個人の方は、そういったところに多少高くてもお金を使うと思います。それを職業にすることは、将来の人材育成にも繋がると思います。

・市民に、こどもたちに、観光に興味関心を持ってもらって、1つの職業の選択肢にガイドさんが位置付けられるようになってほしいなと思います。

・DCに向け、福島市でもコンテンツの磨き上げ等に取り組まれているかと思いますが、先日、当館主催でDCに向けたコンテンツ磨き上げの研修会を実施し、講師の方から成功事例を紹介いただいた。福島県内自治体の例で、観光客が増え対応が難しくなってきたことから、高付加価値化を図り価格を見直したところ、単価増により観光客が減るのではなく、結果として観光客増につながった。単価を上げ高付加価値化を図ることで、より遠くからお客様が来てくれるようになった。ボランティアや市民のおもてなしの気持ちの醸成も大事と思いますが、この観光いう分野に重点的にも取り組んでいくということであればやはり、産業として成り立たせて行くことが大事であると感じました。

・物産について、観光物産館には夏の期間、昨年よりも多くのお客様にきていただいた。今年は桃がとても美味しく、桃関連の商品がとても人気があった。SNSなどで情報発信したときも反響があり、あらためて、県外、市内で桃がすごく人気であることを認識した。お菓子に関しても、桃関連の商品が売れ、物産振興のところで、くだものを使った新しい目玉になるような商品開発といったことに踏み込めれば、より県外の方への魅力発信につながると感じました。

・“ふくしま推しづくり”について、ふるさと納税で応援してくれる人がたくさんおり、そういった方の応援っていうのはとてもいい取り組みだと思います。このふくしま推しの方は、実際に福島に関心をもって、商品を取り寄せたり、実際に足を運んでくれていると思う。これらの方と関係を持続するために、こちらからの情報発信に組み込めるといいと感じました。

・素案全体を通して、内容もとてもわかりやすいものになっているので、これを市民、事業者、行政、観光関連団体のみなさんに理解していただいて、みんなで取り組んでいければよいと思いました。

（事務局）

- ・ガイドの育成等については記載を検討。
- ・ふくしま推しへの情報発信について記載を検討。

（委員）

・とてもすばらしい素案だと思いました。先に委員の方からもお話にありましたが、“つなぐ”について、お客様とまちを繋ぐだけではなく、我々事業者同士の繋がりも大切であると同じく感じました。自身の所属する団体の会員同士は会議やイベント等で顔をあわせる機会が多いが、一方で、知っている人同士でないと関りがなく、事業者同士の横のつながりが薄いこともあらためて感じた。

・横の繋がりを強化するためにどうすればいいか難しいところもあるが、市で何か機会を設けてもらうといいと感じました。例えばふるさと納税で農家が個別で出品するのではなく、協力して出品するといったことも大事と個人的に感じました。

・ピーチホリデーでスタンプラリーなどに取り組んでいるが、桃の品種の美人図巻などのPRをもっと他の事業者と連携して取り組めるとよいと感じた。

・福島に来てくれた方に、我々農業者としてこのような温泉地があるがあるという提案がなかなかできないので、福島の観光をPRするのに何か勉強会みたいなのがあれば、お客様との間で話が膨らみ、宿泊などに繋がるのかなと感じました。

（委員）

・方針・指針という意味では非常にすばらしい中身だと思います。これをいかに具体的にしていくなかが一番大切なのかなと思います。かつ、ホームページに上げてますだけではなくて、やっぱり住んでいる方たちが、これをどう理解するか、我々観光の関係者だけではなくて、住んでいる方たちにどう伝えていくか、福島市はこうやっていくというようなことを、どう伝えるのかが一番大切なのかなと思います。

・飛騨高山はまち全体が観光に携わっているまちです。バリアフリーの話が出ましたが、歩道をなくし、段差をなくしたまちがつくられています。一方で、段差をなくしたことによって、目の不自由の方が、歩道がわからなくなったってことでまた新しいバリアができてしまったという反省もされております。また、すべての飲食店で、メニューは写真と多言語で表記されています。外国人の方はやっぱり写真見ないとメニューがわからないので、そういった取り組みをまち全

体としてやられている。本当にインバウンドを誘致するのであればそれぐらい本気になってやるべきなのかなという気がします。

- ・今、駅の取り組みとして、三河台小学校の5年生と1年間かけて、地元の駅がどうなったらいいか、こどもたちに聞いています。こどもたちが住んでいるまちを、どうなって欲しいかイメージするのは非常に大事で、こどもたちの意見聞くってのものすごく大事と思うので、ぜひ、民間も含めて、どう広げていくのかっていうところに取り組んでいただければと思います。

（委員）

- ・今回の資料、素晴らしく、読みやすく、フォントも見やすく、評価、わかりやすいなと思いました。

- ・「障がいを持った方」の表現について、持つは個人に障がいがある医学モデルの表現となる。社会モデルは、社会全体に障がいがあり、その障がいを解消していく責務があるっていう考え方で、この場合には、障がいがある方っていう表現の方がよいと思います。

- ・バリアフリーマップの写真はリニューアルしたので、最新版にしていいただければと思います。

- ・先にもお話がありましたが、各事業者同士の繋がりがすごく大事な事かなとあらためて思いました。

（事務局）

- ・「障がいをもった方」の表記については修正。

- ・バリアフリーマップの写真は最新版に差し替え。

（委員）

- ・宙と空、花見山、吾妻山もだが、私の思うこのまちの宝は、このまちの借景に山々があること。個人的には福島市がもつ魅力ではなく、福島盆地がもつ魅力だと思っています。隣接する自治体と有機的に繋がって行って、お互いに送客し、お互いに魅力を分かち合えるような戦略を置いていただけると、この盆地文化が観光で来た方々にも知ってもらえると思います。福島市を出た瞬間に桃畑が途切れるわけでもなく、もともとは養蚕で桑畑があったところを桃畑に転作したという歴史がある。そうすると養蚕で絹がよく採れていた自治体も関連してくる。今ある魅力は実は福島市だけで完結するものじゃなくて、もっと広いエリアで染み出るように魅力ができているのかと思います。

- ・海外の都市は、文化圏で繋がっており、国を跨いで文化が共有されている。地域の魅力は自治体で途切れるものではないのかなと感じている。福島市の持つ魅力を福島市だけで活用するのはもったいないような気がします。例えば、近隣の自治体で何かやっているとき宿泊施設が少ないので、市内に宿泊してもらっている。他の自治体とお互いに送客をしながら、広い、福島盆地として稼げる観光になるといいなと思います。福島市だけでは語りきれないストーリーになると思います。

- ・素案の3つの基本方針にそれぞれ戦略が記載されているが、感情的な表現と合理的な表現が混在している。ここの表記のし方を上手く整理できると、わかりやすくなると思います。

・事業者支援について、間接的に観光に関わる事業者へのフォローなど、にぎわい商業課さんと連携などを考えていただくとよいと思います。どうしても新規事業者向けの支援、フォローが中心となってしまうと思いますが、既存事業者へのフォローも大切だと思います。既存事業者、顧客がついている事業者は戦える商品・プロジェクトを持っており、それらがより広まり、継続できるようなフォローを、観光だけではなく、他の部署も連携してサポートできる体制となるとよいと思います。

（事務局）

- ・互いのプロモーションなど、広域連携について、記載を検討。
- ・戦略の表現について、統一的な表現となるよう精査、検討。
- ・事業者支援については、庁内各部署で連携し取り組んでいく。