

福島市新たな時代の観光共創戦略 概要版

本市が旅行先として選ばれ、本市観光の回復と観光振興施策のさらなる推進を図るため、新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた「福島市新たな時代の観光共創戦略（令和4年度～令和7年度）」を策定します。

福島市新たな時代の観光共創戦略の位置付け

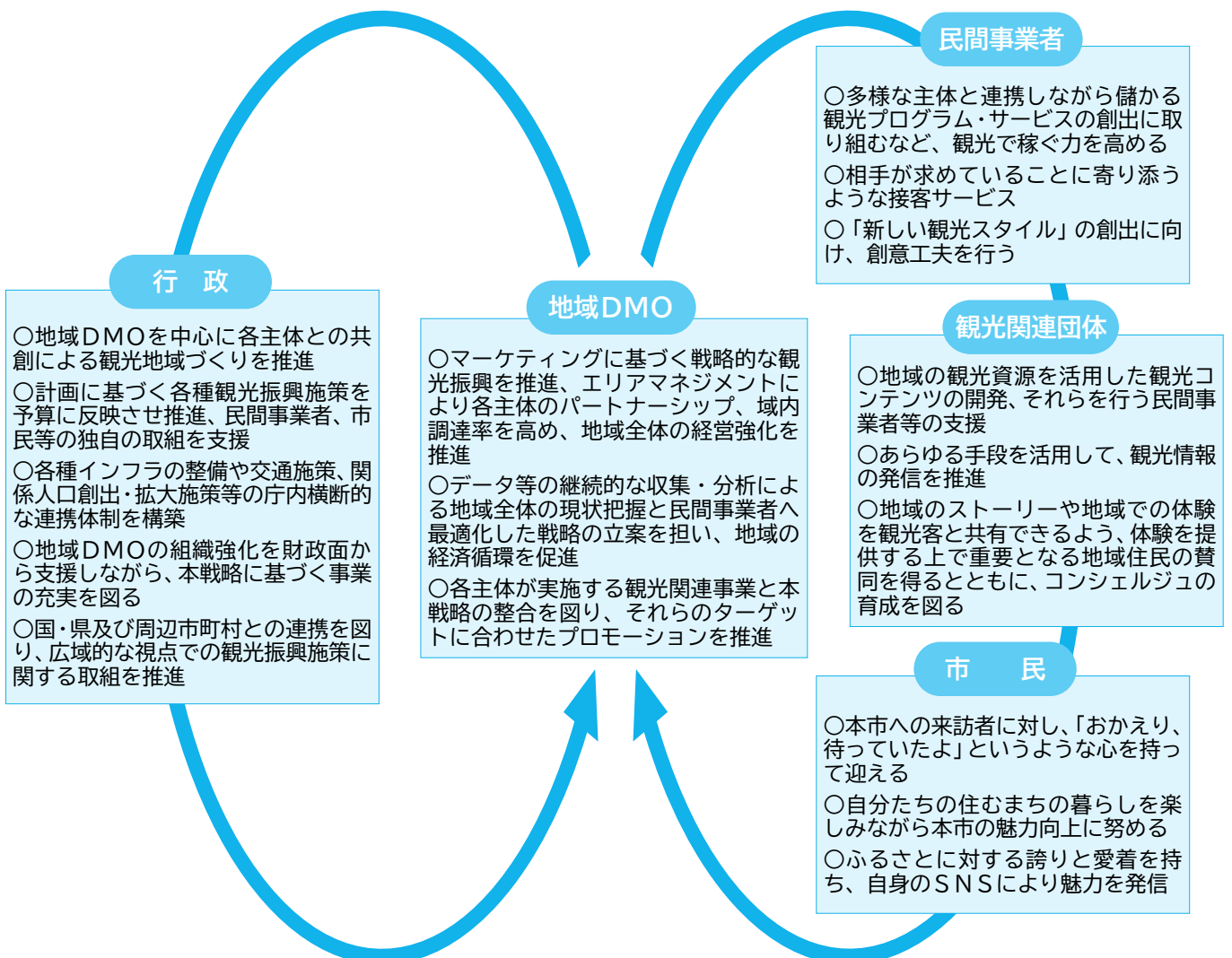
「第6次福島市総合計画」における観光分野の個別計画です。本市観光が目指す姿の実現に向けて戦略を立て、地域DMO、民間事業者、観光関連団体、市民、行政等が共創して観光振興施策を推進するための指針となるものです。

福島市新たな時代の観光共創戦略の期間

令和4年度から令和7年度までの4年間です。

取組の担い手

観光地域づくりの主体は本市に関わるすべての人であり、本戦略の推進に当たっては、明確なコンセプトに基づく地域に密着した観光振興を図るため、地域DMOを中心に民間事業者、観光関連団体、市民、行政の主体的な取組を通してさらなる連携が求められます。



基本目標

目的地として選ばれる“ふくしまツーリズム”で 稼ぐ観光を目指します

より多くの観光客に満足していただき、観光消費を促進する上で、稼ぐ主体となる民間事業者の研鑽は不可欠です。また、観光客が訪れたいまちは、地域の住民が住み続けたいまちであるとの認識のもと、市民一人一人が地域の良さを再発見し、自分たちのまちへの誇りと愛着を醸成することで、将来にわたって市民も観光客も満足度が高い持続可能な三方良しの観光地域づくりが可能となります。

稼ぐ観光を実現する6つのゴール



『観光客UP』



『リピーター増』



『回遊性UP』



『滞在時間延長』



『満足度UP』

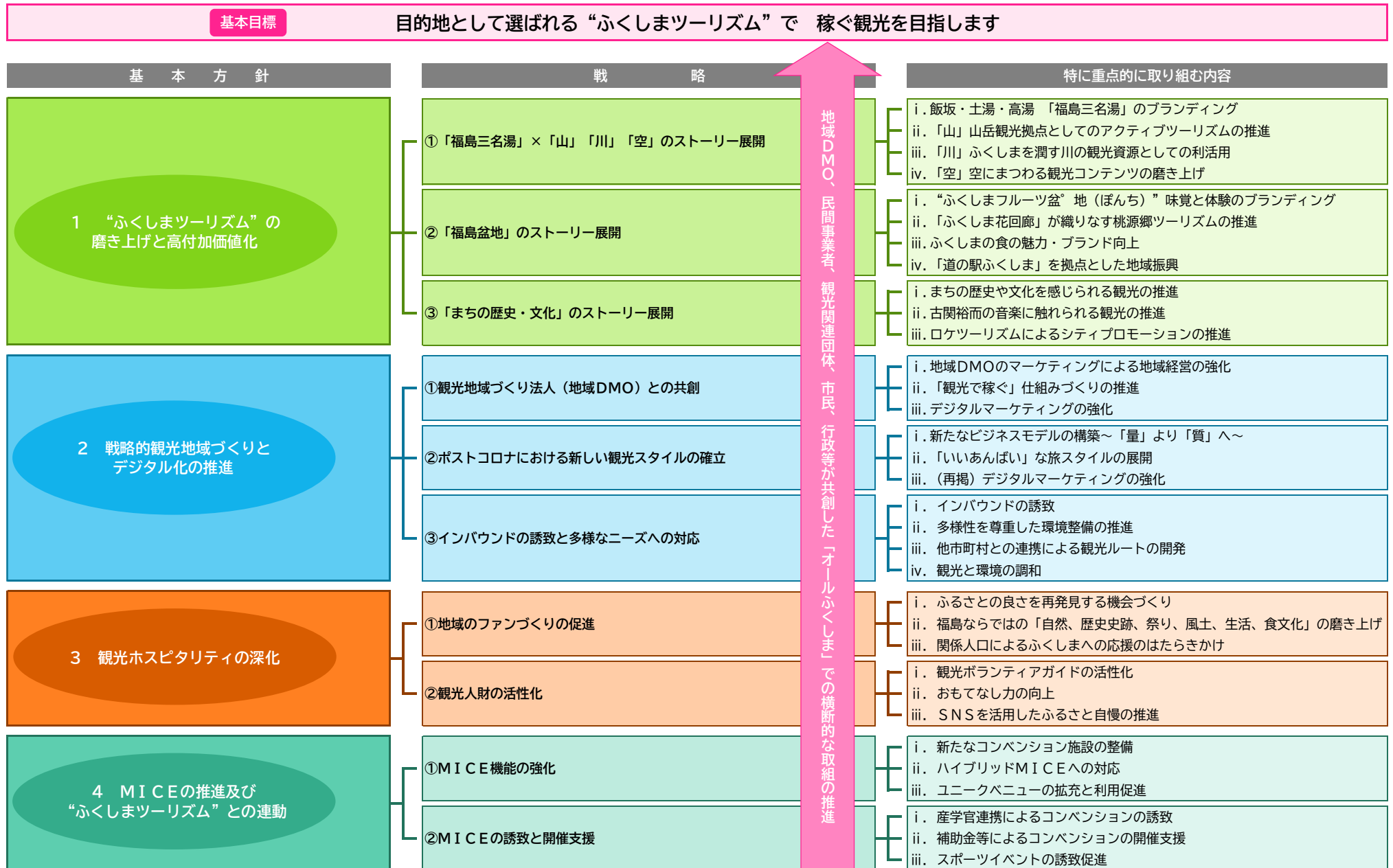


『消費額UP』

数値目標（福島市の数値）

① 観光消費平均単価額（「福島市来訪者向けデジタルアンケート調査」福島市観光コンベンション協会）		
過去値（平成25年度）	基準値（令和元年度）	目標値（令和7年度）
23,152円	24,366円	×1.06 → 25,827円
② 観光客入込数（「福島県観光客入込状況」福島県）		
過去値（平成28年）	基準値（令和元年）	目標値（令和7年）
633万人	602万人	現状維持 → 602万人
③ 外国人延べ宿泊者数（「宿泊旅行統計調査」観光庁）		
過去値（平成28年）	基準値（令和元年）	目標値（令和7年）
13,430人	36,160人	現状維持 → 36,160人
④ 来訪者満足度（「福島市来訪者向けデジタルアンケート調査」福島市観光コンベンション協会）		
過去値（平成25年度）	基準値（令和元年度）	目標値（令和7年度）
84.2%	63.2%	+26.8% → 90.0%

※ 福島市来訪者向けデジタルアンケート調査は令和3年度から始まった調査のため、過去値と基準値は計画策定のための基礎調査の結果を記載しています。



基本方針1 “ふくしまツーリズム”の磨き上げと高付加価値化

本市が誇る「豊かな自然」、豊かな自然から生まれた「温泉」「果物」「花」「まちの歴史・文化」など、先人の暮らしにより形作られ守られてきた観光資源を磨き上げ、時代のニーズに応えた唯一無二の“ふくしまツーリズム”としてストーリー展開し、それぞれの観光資源を掛け合わせることで、本市の魅力にさらなる付加価値を生み出します。

戦略1-① 「福島三名湯」×「山」「川」「空」のストーリー展開

i. 飯坂・土湯・高湯 「福島三名湯」のブランディング

- ・「飯坂温泉」「土湯温泉」「高湯温泉」それぞれの個性を活かした徹底的なブランディング
- ・「福島三名湯」としてのプロモーションの推進
- ・「福島三名湯」を拠点とした自然・文化体験ツアーなど旅のメニュー作り

ii. 「山」山岳観光拠点としてのアクティブツーリズムの推進

- ・登山・サイクリング・スノーモービル等の自然アクティビティー体験ができるプランと温泉地での滞在を組み合わせた開放的で爽快なアクティブツーリズムの推進

iii. 「川」ふくしまを潤す川の観光資源としての利活用

- ・日本一の清流・荒川流域に点在する霞堤、水林自然林などの土木遺産群を活かした産業遺産・インフラツーリズムの展開
- ・摺上川や阿武隈川の親水空間の保全と自然体験アクティビティーの開発促進

iv. 「空」空にまつわる観光コンテンツの磨き上げ

- ・空にまつわる他に類を見ないコンテンツの磨き上げ
- ・「ふくしまスカイパーク」「浄土平」「UFOふれあい館」等を活用した、空を見上げられる体験プログラムの造成

戦略1-② 「福島盆地」のストーリー展開

i. “ふくしまフルーツ盆地（ぽんち）”味覚と体験のブランディング

- ・名物の桃を主力に、果物狩りやスイーツの商品化など多様な味わい方を提供し、ブランドイメージ醸成
- ・果物をふるさと納税の返礼品として味わってもらうことで本市産の果物ファンの獲得と認知度向上

ii. 「ふくしま花回廊」が織りなす桃源郷ツーリズムの推進

- ・「花見山」をはじめ各地域の花スポットなどを一体的に「ふくしま花回廊」としてイメージ展開
- ・「吾妻五葉松」の盆栽を活用した観光や「花の写真館」の活用など、花観光の新しい魅力の創出

iii. ふくしまの食の魅力・ブランド向上

- ・「ふくしまの桃」「円盤餃子」などの名物を主力とした、ふくしまの食の認知度向上と食による観光誘客
- ・地域の魅力を活かした特産品の差別化とお土産としての商品化

iv. 「道の駅ふくしま」を拠点とした地域振興

- ・本市の広告塔として、本市産農産物の販売や特産品の開発を促進し、本市産品ブランドイメージの醸成
- ・Eバイクを活用したサイクルツーリズムなど、「道の駅ふくしま」を拠点とした観光プログラム開発

戦略1-③ 「まちの歴史・文化」のストーリー展開

i. まちの歴史や文化を感じられる観光の推進

- ・信達地方の養蚕業で栄えたまちの歴史を物語る観光資源や産業遺産を巡るまち歩きモデルコースの認知度向上とまち歩き観光の推進
- ・福島競馬開催に合わせた市民イベントや市外からの集客力が高い市民イベントの開催

ii. 古関裕而の音楽に触れられる観光の推進

- ・エールレガシーを活用した古関裕而の音楽に触れられるまちづくりの推進
- ・「古関裕而のまち・福島市」としての都市ブランドの向上

iii. ロケツーリズムによるシティプロモーションの推進

- ・ロケの誘致の推進と、ロケ支援のための撮影サポートの体制づくり
- ・映画やドラマのロケ地となった風景や食を周遊ルートとして開発し、新たな観光資源としての活用

基本方針2 戦略的観光地域づくりとデジタル化の推進

地域DMOを観光地域づくりの舵取り役として、エリアマネジメントによる地域全体での経営を強化するとともに、各種データの収集・分析に基づく民間事業者へ最適化した戦略の提案及びプロモーションを展開し、戦略的に「稼ぐ観光」を推進します。また、新しい観光スタイルに対応したビジネスモデルの構築や、インバウンドの誘致と多様なニーズに応じた受入体制の整備を進めます。

戦略2-① 観光地域づくり法人（地域DMO）との共創

i. 地域DMOのマーケティングによる地域経営の強化

- ・各種データの収集・分析に基づく明確な戦略を各主体と共有し、エリアマネジメントにより地域全体の経営強化

ii. 「観光で稼ぐ」仕組みづくりの推進

- ・地域DMOによるセミナーの開催などにより、民間事業者が求めるマーケティング調査やノウハウの底上げ
- ・「地消地産」の推進による地域内循環を高め、経済波及効果の向上

iii. デジタルマーケティングの強化

- ・観光客に関するデータの収集・分析から民間事業者へ最適化した戦略の提案
- ・デジタルやSNSで観光客と本市がつながり、本市に訪れたいような旅行者目線での共感型の情報発信

戦略2-② ポストコロナにおける新しい観光スタイルの確立

i. 新たなビジネスモデルの構築～「量」より「質」へ～

- ・露天風呂付き個室や貸切風呂、部屋食などのプライベート感を重視したプラン及びオーダーメイド対応
- ・ニューノーマル時代のニーズに合わせたサービスを提供する持続可能なビジネスモデルへの転換

ii. 「いいあんばい」な旅スタイルの展開

- ・「いいあんばい」をコンセプトに、旅行者自身の自由度が高く、それぞれの旅行者にフィットした福島流の新しい旅スタイルの提供
- ・ワーケーション向けの滞在型ゆったりプランなど、多様化するニーズに対応した新たな旅のスタイルの推進

iii. (再掲) デジタルマーケティングの強化

- ・観光客に関するデータの収集・分析から民間事業者へ最適化した戦略の提案
- ・デジタルやSNSで観光客と本市がつながり、本市に訪れたいような旅行者目線での共感型の情報発信

戦略2-③ インバウンドの誘致と多様なニーズへの対応

i. インバウンドの誘致

- ・花や盆栽、食などの観光資源を磨き上げ、日本の自然や生活文化に関心を持つ海外の人々に向けた情報発信
- ・インバウンド誘致による国内外における交流人口の拡大

ii. 多様性を尊重した環境整備の推進

- ・観光案内板、観光パンフレット、メニュー、Web情報の多言語化整備とデジタルサービスの充実
- ・施設のユニバーサルデザイン化とバリアフリーマップによる施設情報の提供など、バリアフリー観光の推進

iii. 他市町村との連携による観光ルートの開発

- ・福島圏域及び近隣都市との広域観光連携により、各エリアで共有する歴史や生活文化などのストーリーと観光資源のスケールメリットを活かしたプロモーション

iv. 観光と環境の調和

- ・周囲の環境と調和した受入体制の整備、「持続可能な観光地域づくりに取り組む福島市」の地域ブランディング

基本方針3 観光ホスピタリティの深化

市民一人一人がふるさとの良さを再発見する機会を創出し、ふるさとの良さを市民自ら楽しむことにより、地域のファンづくりを促進し、自信と誇りを持って観光客に紹介できる観光地域づくりを進めます。また、観光事業者はもちろんのこと市民一人一人もおもてなし力を高め、地域の魅力を効果的に発信するなど、主体的に観光人財として行動するよう活性化を図ります。

戦略3-① 地域のファンづくりの促進

i. ふるさとの良さを再発見する機会づくり

- ・自然や歴史・文化といった本市の魅力ある資源を再発見する機会を創出し、ふるさとへの誇りや愛着の醸成
- ・ふるさとの良さを市民自ら楽しむことにより、自信と誇りを持って観光客に紹介できる地域づくり

ii. 福島ならではの「自然、歴史史跡、祭り、風土、生活、食文化」の磨き上げ

- ・伝統の祭りや福島らしい歴史史跡と文化の魅力発信と地域固有の文化を体感できる観光資源としての磨き上げ
- ・市民にとって当たり前の日常に光を当て、旅行者が福島の人々の暮らしぶりに触れられるような旅の創出

iii. 関係人口によるふくしまへの応援のはたらきかけ

- ・マスコミやSNS、ふるさと納税制度を活用した認知度向上と関係人口の獲得
- ・本市で暮らすように旅行していただくリピート旅行、ふるさと納税、口コミでの魅力拡散の促進

戦略3-② 観光人財の活性化

i. 観光ボランティアガイドの活性化

- ・市民活動による観光ボランティアガイドの育成と観光ボランティアガイドが活躍できる機会や環境の創出
- ・新たな観光ボランティアガイドの発掘と養成

ii. おもてなし力の向上

- ・民間事業者や観光関連団体等の連携によるスキルアップ研修や心のバリアフリーを推進
- ・子どもから高齢者、障がいのある人、外国人など本市に訪れるすべての観光客に寄り添ったおもてなし力の向上

iii. SNSを活用したふるさと自慢の推進

- ・自身のSNSを活用してふるさとの良さや観光の魅力の効果的な発信



飯坂温泉



土湯温泉



高湯温泉



磐梯吾妻スカイライン



荒川(地蔵原堰堤)



ふくしまスカイパーク

基本方針4 MICEの推進及び“ふくしまツーリズム”との連動

MICEの誘致に取り組むにあたり、福島駅前交流・集客拠点施設の整備やユニークメニューの利活用により開催体制を強化するとともに、“ふくしまツーリズム”との連動を図り、本市でMICEを開催する魅力を高めます。また、産学官連携の推進による学会会議や、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のレガシーを活用したスポーツイベント等の誘致を推進します。

戦略4-① MICE機能の強化

i. 新たなコンベンション施設の整備

- ・「福島駅前交流・集客拠点施設」の整備による市民の文化芸術活動の促進とコンベンション機能の強化
- ・JR福島駅前という立地を最大限に活かした県都にふさわしい魅力あふれる広域的な拠点づくり

ii. ハイブリッドMICEへの対応

- ・ニューノーマル時代に合わせた、コンベンション施設におけるオンライン会議に必要な通信、映像、音響等の整備

iii. ユニークメニューの拡充と利用促進

- ・歴史的建造物や文化施設などの柔軟な活用
- ・ユニークメニューの利用と合わせ、“ふくしまツーリズム”と連動した周辺観光スポットへの誘導

戦略4-② MICEの誘致と開催支援

i. 産学官連携によるコンベンションの誘致

- ・市内に複数の大学等が立地するアドバンテージを活かした学会会議等の誘致
- ・企業や商工団体と連携し、会議のほか展示会やイベント等MICEの誘致

ii. 補助金等によるコンベンションの開催支援

- ・一定規模以上のコンベンション開催にかかる経費などに対し、補助金による助成
- ・コンgresバッグの提供や市内のコンベンション施設の情報提供など、きめ細かなサポートや受入体制の構築
- ・コンベンション参加者及びその家族が楽しむデイトリップとして“ふくしまツーリズム”との連動

iii. スポーツイベントの誘致促進

- ・「東京2020オリンピック競技大会」の会場となった「あづま球場」を擁するステータスやレガシー、交通アクセスの良さなど、本市の優位性を活かしたプロモーションの推進
- ・市スポーツコミッションが中心となり、多様なスポーツイベントの誘致



桃狩り



花見山



円盤餃子



古関裕而記念館



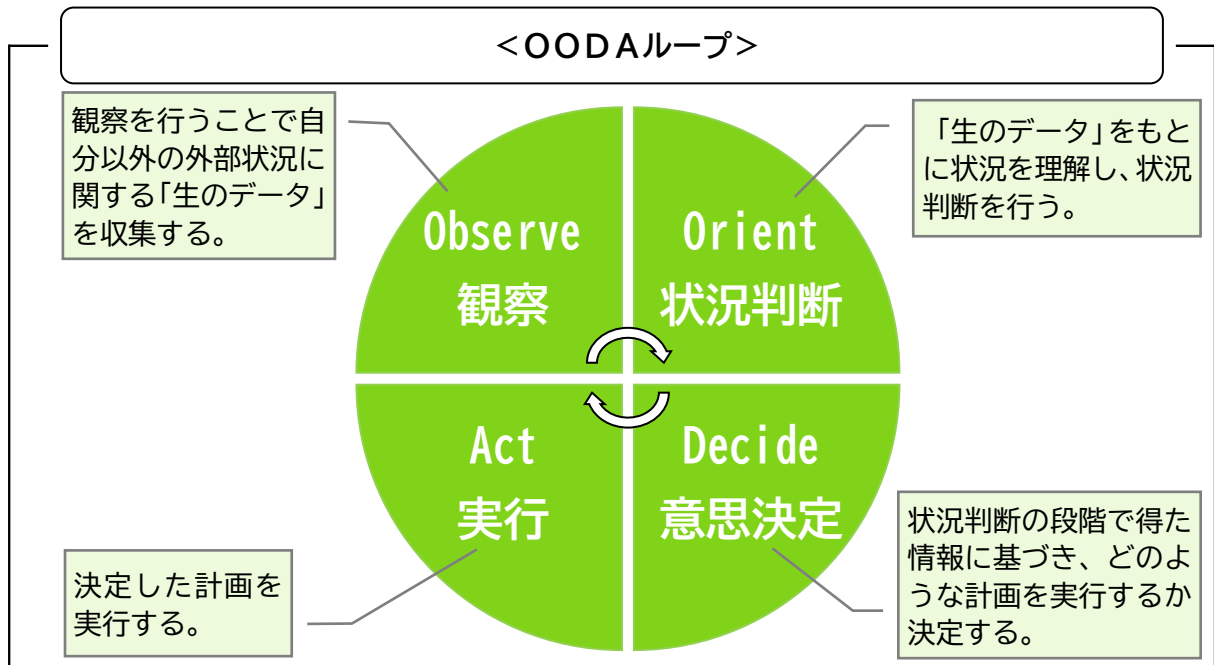
信夫三山暁まいり



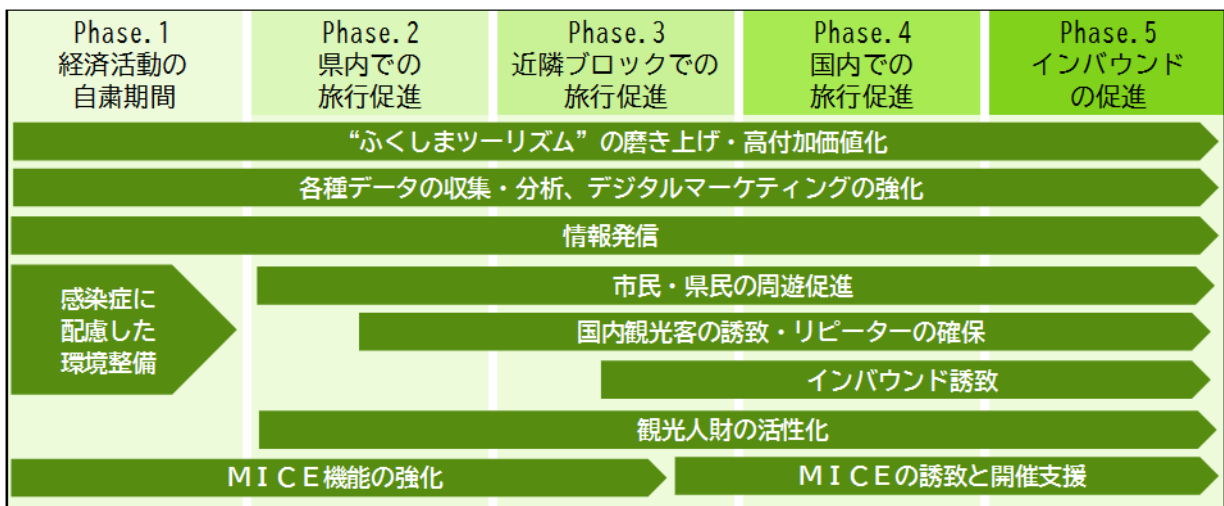
あづま球場

福島市新たな時代の観光共創戦略の施策の推進

本戦略の実現に向けて施策を推進するに当たっては、新型コロナウイルス感染症の影響により観光を取り巻く環境が大きく変化していることから、OODAループ（Observe [観察] - Orient [状況判断・方向付け] - Decide [意思決定] - Act [実行]）に基づき、各施策・事業のスピードや規模を臨機応変に対応します。



また、OODAループは刻々と変わる状況に応じてそれぞれの主体の臨機応変な対応が求められるため、新型コロナウイルス収束までの観光の状況を5つのフェーズに分けてロードマップを共有することとします。



【編集・発行】 令和4年3月

〒960-8601 福島市五老内町3番1号

福島市商工観光部観光交流推進室

TEL：024-525-3722（直通）、FAX：024-535-1401

E-mail：kankou@mail.city.fukushima.fukushima.jp

ホームページ：https://www.city.fukushima.fukushima.jp



私たちは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています。