

第 4 章

観光振興の基本方針

1 この計画でめざすもの

これから人口減少、少子高齢化が加速する中、観光客を誘致し、観光産業を発展させることは地域の経済力の維持、発展のために不可欠です。このため国を挙げて、あらゆる地域で観光振興についての取組が行われています。本市においても今後、少子高齢化が進行していくことが推測されており、地域活力の維持・発展のためには、観光振興の取組を進めることは極めて重要です。

また、本市に來訪してもらうことが、イメージアップやファン獲得につながり、就職先また新たな定住先として本市を選択するきっかけになるかもしれません。観光には、本市で学び働く方々を増やし、定住人口・交流人口の増加につながる大きな役割も持っています。

さらに、飲食店の充実や交通網の整備、各種制度の活用など、観光振興を進めることは市民の生活環境が向上することにもつながります。

そのため、本市に來訪することで白河の魅力に気づき、将来的には定住してもらえよう、また、観光振興に取り組んでいくことによって、市民の生活がより良いものになっていくよう、本計画において取り組みます。



2 優先ターゲットの設定

旅行に対するニーズは多様化しており、全ての人に評価されるような観光の内容を創ることは難しい時代になっています。今後は、これまでの取り組みに加え、多くの資金やマンパワーを広く薄く投入するのではなく、一定のターゲットを絞り、分かりやすく魅力やメッセージを発信することで、埋もれた興味関心を掘り起こし、そのターゲットをより効果的に誘客につなげ、従来の客層と合わせ、多くの人の誘客につながるものと考えます。

そのため、本計画では、「①社会人の女性」、「②若年層」、「③未就学児童の子育て世代」を優先ターゲットとします。

本市の観光客の傾向としては、高齢になるほど来訪経験が上がり、60代以上で40%台となり、高齢者が牽引している状況です。

そのような現状からターゲットを「社会人の女性」とし、年齢を20代後半から30代前半を想定し、最も本市には訪れていない層を取り込むことで、弱みを強みに変える視点を計画に反映させていきます。例えば、ゴルフなどのアクティビティのコンテンツの活用など、都会の喧騒とは異なる「穴場感」を施策として展開を図っていきます。

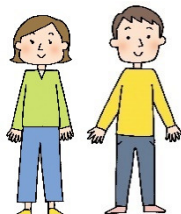
また、生涯にわたる白河ファンの獲得を目指すため、「若年層」と「未就学児童の子育て世代」も優先ターゲットとします。教育的な体験プログラムや、伝統やこだわりを裏打ちされた確かな食やものづくりの魅力を磨き上げ、「白河」旅行のワンシーンとして印象に残る経験を想定していきます。

優先ターゲット



社会人の女性（20代後半～30代前半女性）

- SNSなど発信力があります。
- 食や、ゴルフなどのアクティビティや少人数で楽しめるコンテンツの活用が期待されます。



若年層（学生など）

- 現地での交流機会を設けることで、将来的な白河市との関わりにつなげることができます。
- 白河市の歴史的な観光資源は教育旅行の誘致に向けた可能性があります。モデルを確立することができれば、観光商品の一つになりえます。



未就学児童の子育て世代

- 生涯にわたる白河ファンの獲得を目指します。
- 子どもが遊べる場所を充実していくことで気軽に訪れることができる観光地を目指します。

“ゆったり巡る白河散歩”

～上質に触れて本物に出会えるまち～

白河藩主であった松平定信は、白河だるま、日本酒などの今日につながる産業の振興や、南湖の築造、白河関跡の場所特定などの文化事業に注力するとともに、隠居後は「楽翁」と称され、文化人として白河の茶道や和菓子文化の発展に影響を与えるなど、その業績は白河の歴史・文化の基礎となっています。

それに加え、現在でも由緒ある寺院や神社をはじめ、酒蔵などの歴史的な建造物や史跡など、数多くの文化や伝統が引き継がれています。

本市の観光振興は、これらの資源に裏付けられた上質さを活用するとともに、四季を通じて、魅力が感じられ、見学だけでなく、体験や交流の機会を提供できるよう努めることで、観光客をもてなし、再訪したいと思ってもらえるよう、新しい価値を生み出しながら取り組んでいきます。

これらを踏まえ、観光振興全体のコンセプトは「ゆったり巡る白河散歩～上質に触れて本物に出会えるまち～」とし、観光振興を進めていきます。

4 3つの基本戦略（重点戦略）と施策体系

本市の目指す観光の姿の実現に向けて、3つの基本戦略に基づいて具体的に取り組む事業を「基本計画」として示します。また、その中でも特に重要なものは「重点戦略」と位置づけることにします。

なお、基本計画については、5年ごとの計画見直しにともなってその内容を見直すものとします。

基本戦略Ⅰ 地域資源の魅力向上戦略

地域資源の活用と再発見により本市の魅力向上を図ります

本市は、足元の資源に光を当て、これを磨き、光らせることをまちづくりの柱としており、同時に、新たな観光素材の発掘と観光資源の磨き上げに取り組む必要があります。

また、市民・関係団体・行政が連携し、おもてなし体制の構築や、新たな観光商品の開発などを行い、魅力ある観光地としての確立と市民の地域への誇り、愛着の醸成を目指します。

重点戦略Ⅰ 3大観光地の魅力づくり

3大観光地（小峰城跡、南湖公園、白河関跡）は本市の観光地の中でも知名度が高く、観光地としての条件を多くの点で満たしており、これからも観光誘客の中心を担っていく重要な史跡です。

いずれの施設も国指定史跡であるため、「保存管理計画」等に基づき実施することになりますが、今後は、文化財の価値を守りながら「活用」を意識した検討を行っていく必要があります。

同時に、旅行者が非日常感を感じられるような、歴史的背景に基づいた統一された世界観を作っていくことも大切です。



基本戦略2 誘客宣伝と受入体制戦略

資源を最大限に生かすための仕組みや体制を強化します

観光誘客の促進に向け、各種イベントの開催、観光客受入環境の充実を推進します。また、ホームページやSNSなど、様々な媒体を活用した観光情報の発信を行うとともに、物産展など関係機関等と連携した効果的なプロモーションの実施、フィルムコミッションの推進による本市の知名度の向上など各種施策の展開により、誘客宣伝を推進します。

重点戦略2 おもてなしの機運・意識づくり

本市では、観光関係事業者や「ツーリズムガイド白河」等によるおもてなしに対する意識は広まりつつあるものの、市民レベルでの醸成は十分ではないという状況にあります。

本市は年間100万人を超える観光客が訪れる観光地であることを市民一人ひとりが理解し、観光客のおもてなしのために、講演会や研修会、また、人材の育成を図り、市民の意識の共有、統一を図ります。

また、何度でも本市を訪れていただけるように、おもてなしの意識の醸成を図ります。

基本戦略3 地域協業戦略

全市をあげて観光を進めていくための基盤と機運をつくります

観光地として、市民・事業者・関係団体の意識の向上と主体的な参加を推進することで、「訪れたい」、「住みたい」と思えるまちの形成を図ります。また、観光調査に基づいた観光施策を総合的にマネジメントできる組織の確立を目指した取り組みを行います。

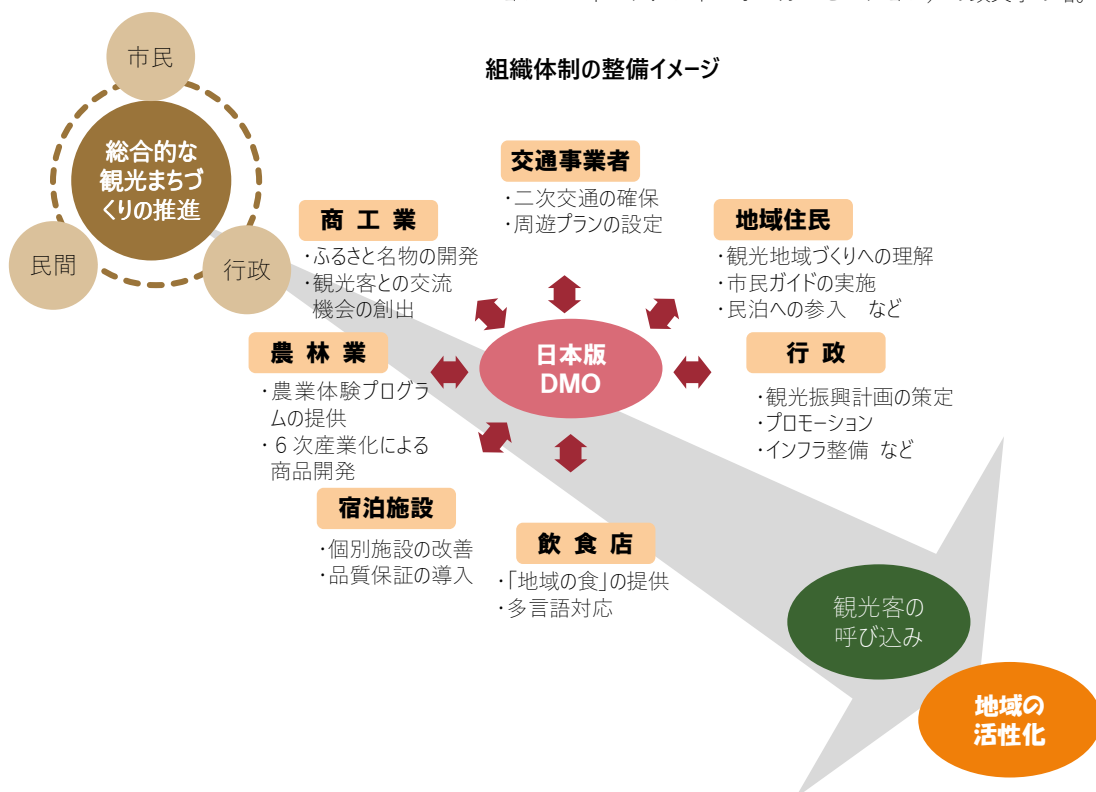
重点戦略3 関係機関をつなぐ組織づくり

観光振興を進めていくためには、訪問客を受け入れる体制が整えられ、受け入れ側である市民や事業者同士が連携し、おもてなしを実践することが重要です。

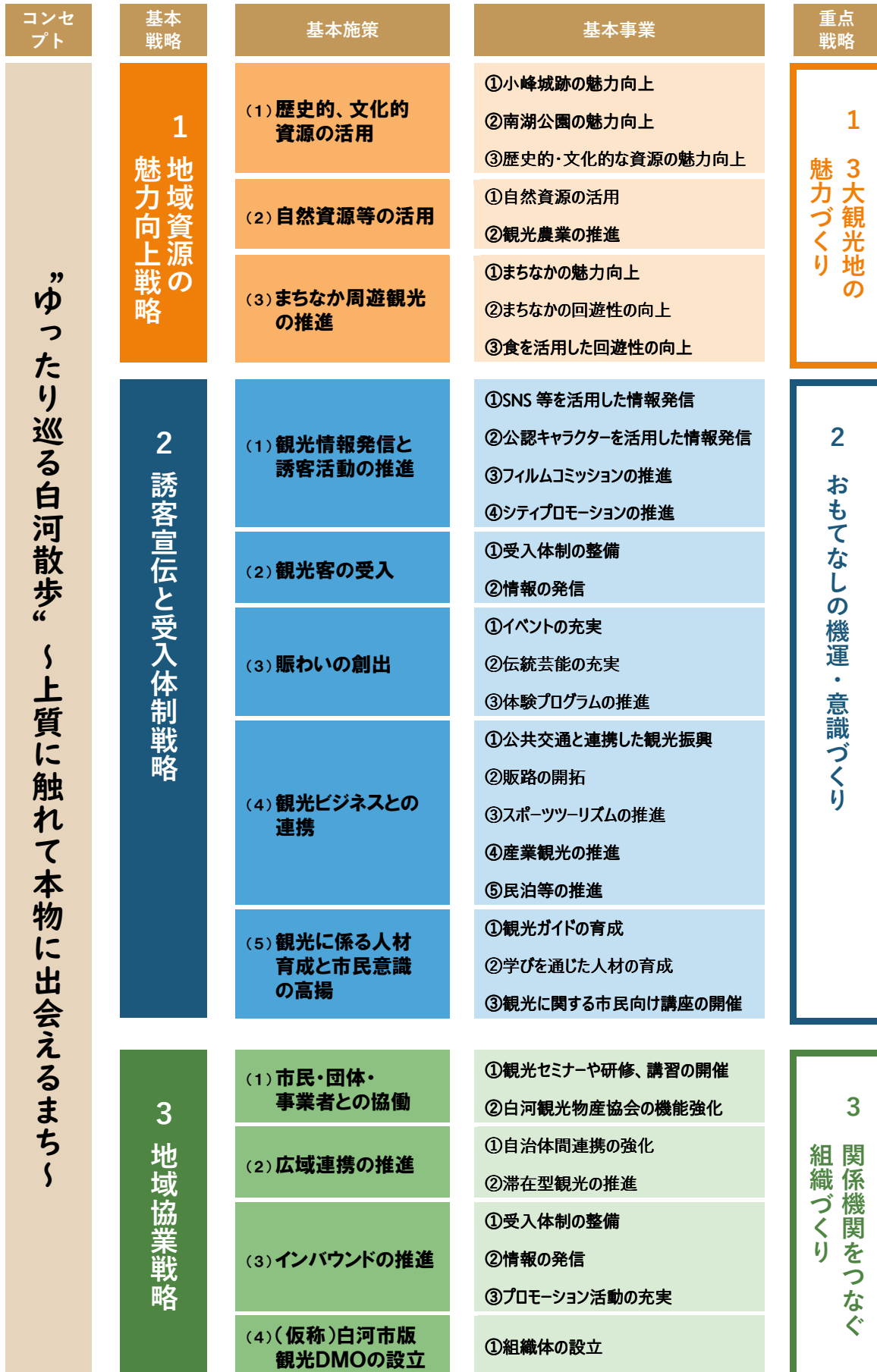
現状では、市、白河観光物産協会、白河商工会議所をはじめとする関係機関、市民団体、NPO 団体などがそれぞれの事業に対して関わり、連携を取っている状況です。今後、市全体の観光を推進するため、これらの関係する団体・機関がさらに綿密なコミュニケーションをとり、互いの持つ資源を提供し合い、同じ方向を向いてそれぞれの役割を果たしていくことが必要です。

そのため、観光振興を担う担い手づくりと組織化を進めるとともに、観光分野に関係する団体同士の横のつながりや、意識共有・進捗管理を担う DMO 等の調査研究を進めます。

DMO・・・観光物件、自然、食、芸術、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。Destination Management Organization（デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション）の頭文字の略。



体系図



5 指標の設定

(1) 評価指標

本市の観光振興計画の実現に向けた施策等の取り組み状況について、定性的・定量的に把握するため、以下のとおり評価指標を設定します。

指標1 観光入込客数（主要観光施設）

指標	現状値 (平成30年度)	目標値 (令和6年度)
観光入込客数（年度）	88万人	95万人

【考え方】 本市を訪れる観光客の総数で、観光振興の状況をはかる指標です。
本市の観光入込客数は、平成23年の東日本大震災や原発事故に伴う風評被害により、48万人まで落ち込み、その後は徐々に回復傾向にあります。
本市では、令和6年度の観光客入込数の目標を、震災前の最大値であった平成19年度の93万人を上回る95万人とします。

指標2 外国人観光客数

指標	現状値 (平成30年度)	目標値 (令和6年度)
外国人観光客数（年度）	1,479人	4,500人

【考え方】 本市の観光地を訪れる外国人観光客数で、インバウンドの状況をはかる指標です。
政府は、外国人旅行者のインバウンド観光を地方創生の大きな視点として位置づけ、今後とも戦略的なビザの緩和や受入態勢の充実などを図り、2020年には4,000万人、2030年には6,000万人の外国人旅行者の受入目標を掲げております。
本市では、今後ますます拡大が予想されるインバウンド市場を見据え、外国人観光客の受入環境の整備等を積極的に進め、令和6年度の外国人観光客数の目標を4,500人とします。

指標3 市公式SNSのフォロワー数

指標	現状値 (平成30年度)	目標値 (令和6年度)
市公式SNSのフォロワー数（年度）	256人	1,750人

【考え方】 本市の公式SNS（インスタグラムなど）のフォロワー数で、情報発信の状況をはかる指標です。
観光資源の魅力を写真で伝えるインスタグラムは世界に多くのユーザーが登録しており、情報発信として効果的な手段のひとつであります。
本市では、平成30年9月にインスタグラムのアカウントを開設し、魅力発信に努めているところであり、令和6年度の公式インスタグラムのフォロワー数の目標を1,750人とします。

(2) モニタリング指標

本計画における以下の目的の進捗状況を測るため、モニタリング指標を設定し、定期的に進捗を把握していきます。指標の内容については、今後、観光PRの効果の測定や市内観光地の周遊の状況、移動交通手段、観光地の認知度、満足度等の観光振興策を考える上での基礎データを得るための、イベント開催時や観光地で独自の観光調査を実施します。

モニタリング指標

目的	指標	目標数値の把握方法
将来住んでもらえる可能性がある人に知ってもらい来ってもらう	年間新規訪問者数	各地点における来訪者向けの調査の継続
本市の観光を満足してもらう	コンテンツ・インフラ満足度	
	「統一した世界観がある」と答えた割合（R4年以降）	
本市に再び訪れてもらう	リピート率	

6 推進体制・進捗管理

(1) 推進体制

本計画は、本市としての観光に関する基本的な考え方及び今後の方針を示すものです。本計画に基づいて、本市と関係団体が連携しながら計画を着実に実行していきます。

計画の進捗管理については、関係団体や市民等により構成される会議体を設置し、計画に位置付けた事業の進捗状況の共有を行うとともに、市の課題・優先的に取り組むべき内容について、毎年度検討を行います。また、市内事業者や観光の関係者との意見交換・情報交換を行いながら、現状を把握していきます。

さらに、観光振興は全市を挙げて進めていくことが重要です。まずは市民、事業者、行政職員が本計画の内容を理解し、本市としての観光の方向性を踏まえて、関与できることについて考え、自分のこととして取り組んでいくことが重要です。そのため、市内の関係者や市民が集まる場において、本計画の配布・説明を行うとともに、進捗状況を報告し、市民、事業者、行政が一体となって、観光振興を進めていきます。

(2) 進捗管理

本計画を着実に推進し、計画に位置付けた内容を達成するためには、常に進捗状況の管理、確認を行い、評価をして必要な見直し・改善をすることが欠かせません。本計画の進捗管理及び評価については、P D C Aの考え方に基づき、P L A N（計画）・D O（実施）・C H E C K（評価）・A C T I O N（改善）を繰り返しながら実施していきます。

