

白河市観光振興計画

しらかわ

Tourism Creation



ゆったり巡る
白河散歩



目次

第1章 計画の基本的な考え方 1

- 1 計画策定の背景と目的..... 2
- 2 計画の位置づけ 3
- 3 計画期間 3

第2章 白河市の概況..... 5

- 1 現況 6
 - (1) 白河市の位置..... 6
 - (2) 都市環境 7
 - (3) 本市の人口..... 8
- 2 観光の状況 10
 - (1) 本市の観光入込客数..... 10
 - (2) 観光客の傾向..... 14
 - (3) 3大観光地の来訪者の状況..... 18
 - (4) 本市のイベント..... 23

第3章 観光をめぐる動向 27

- 1 全国的な観光動向..... 28
 - (1) 観光立国に向けた国の施策..... 28
 - (2) 国内宿泊観光旅行の状況..... 29
 - (3) 訪日外国人旅行者数の状況..... 30
- 2 福島県の観光の状況..... 31
- 3 本市への観光客の動向..... 32

第4章 観光振興の基本方針..... 33

- 1 この計画でめざすもの..... 34
- 2 優先ターゲットの設定..... 35
- 3 観光振興を進めていくためのコンセプト..... 36
- 4 3つの基本戦略（重点戦略）と施策体系..... 37
- 5 指標の設定 41
 - (1) 評価指標 41
 - (2) モニタリング指標..... 42

6	推進体制・進捗管理.....	43
	(1) 推進体制	43
	(2) 進捗管理	43

第5章 基本戦略45

1	地域資源の魅力向上戦略.....	46
	(1) 歴史的、文化的資源の活用.....	47
	(2) 自然資源等の活用.....	48
	(3) まちなか周遊観光の推進.....	49
2	誘客宣伝と受入体制戦略.....	50
	(1) 観光情報発信と誘客活動の推進.....	51
	(2) 観光客の受入.....	52
	(3) 賑わいの創出.....	53
	(4) 観光ビジネスとの連携.....	54
	(5) 観光に係る人材育成と市民意識の高揚.....	55
3	地域協業戦略	56
	(1) 市民・団体・事業者との協働.....	57
	(2) 広域連携の推進.....	57
	(3) インバウンドの推進.....	59
	(4) (仮称)白河市版観光DMOの設立.....	60

資料編61

1	白河市観光振興計画策定会議委員名簿.....	62
2	白河市観光振興計画策定会議開催経過.....	62

第 一 章

計画の基本的な考え方

1 計画策定の背景と目的

本市は、平成 25 年に策定した「白河市第 2 次総合計画」に基づき、本市の魅力の積極的な発信、「おもてなしの心」の醸成、さらには、地域固有の恵まれた観光資源を活かした着地型観光の推進など、交流人口の拡大を目指し、観光の振興に取り組んできました。

このような中、国は、平成 29 年 3 月に閣議決定した新たな「観光立国推進基本計画」において、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年に国内旅行消費額 21 兆円、訪日外国人旅行者数 4,000 万人、訪日外国人旅行消費額を 8 兆円にするなどの目標を掲げ、「世界が訪れたい日本」への飛躍を図るため、観光政策への取り組みを強化しています。

一方、本市においては引き続き人口の減少が見込まれており、地域経済の縮小と雇用の減少、それに伴う若年世代の転出増加や生活インフラの縮小等が懸念されています。

観光振興によって本市を訪れる交流人口の増加を図り、地域経済の核として観光関連産業を活性化させていくことは、雇用の創出や生活インフラの維持を含む住民全体の利益につながることであり、重要な行政課題となっています。

このような中、本市を代表する観光地でもある「小峰城跡」、「南湖公園」、「白河関跡」を訪れる観光客数は東日本大震災により、大きく落ち込みましたが、その後徐々に震災前の水準を回復しており、特に、外国人観光客数は、アジア圏を中心に年々増加傾向にあります。

大きく環境が変化している中、「インバウンド観光」という新たなテーマに向き合うため、他の市町村との連携による新たな観光資源の発掘や、周遊ルートの開発をはじめとする広域観光の推進など、多様化する観光ニーズの中で、本市に求められる役割や強みを理解し、互いに共有していくことがますます重要になってきています。

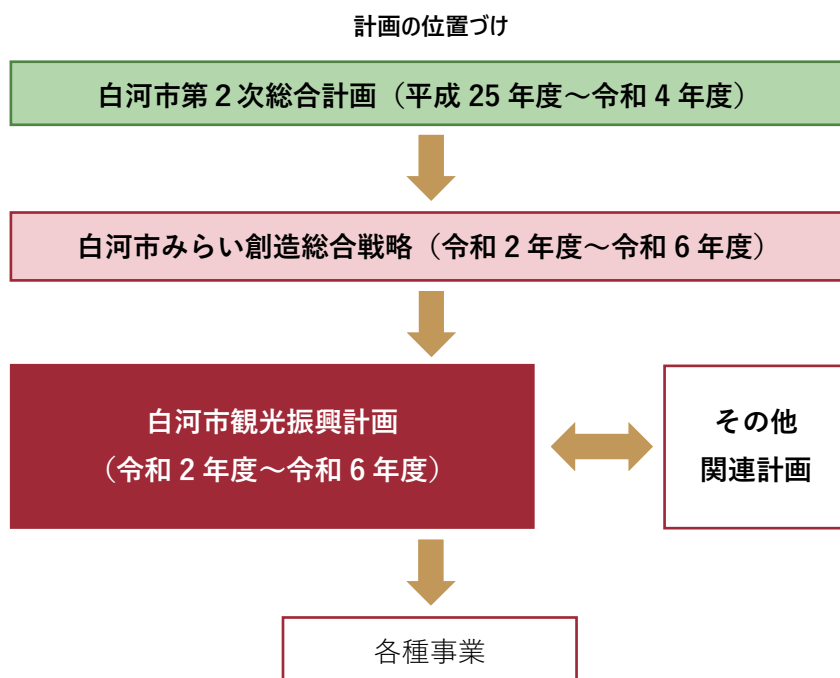
これまでの課題や環境の変化を踏まえ、観光による交流人口の拡大や地域経済の活性化を目指し、行政だけでなく、市民・事業者・関係団体など、観光に関わるすべての関係者が、目標や計画を共有し、連携・協働して観光振興を図っていくことを目的に「白河市観光振興計画」を策定します。

2 計画の位置づけ

本計画は、本市の最上位計画である「白河市第2次総合計画」の観光関連分野における個別計画であり、白河市観光振興計画策定会議における意見等の結果を踏まえ、国、福島県の観光に関する計画、施策等との整合性を図りながら、観光事業を実施していくために策定した計画です。

また、これからの人口減少に歯止めをかけていくために、「まち」「ひと」「しごと」の視点から本市が重点的に進めていくべき取り組みを定めた「白河市みらい創造総合戦略」を上位の方針とし、観光振興分野から交流人口及び定住人口の拡大に努めるための取り組みを位置づけます。

さらに、本市の観光振興の基本方針や施策を示すとともに、市民、観光関連事業者、観光関連団体、行政等が協働し観光推進施策を推進するための指針とします。



3 計画期間

令和2年度～令和6年度 【5年間】

本計画を着実に進行するため、毎年度の到達目標を設定します。

また、今後、協議会を立ち上げ、施策の進捗状況の確認及び助言、提言を行います。

第 2 章

白河市の概況

1 現況

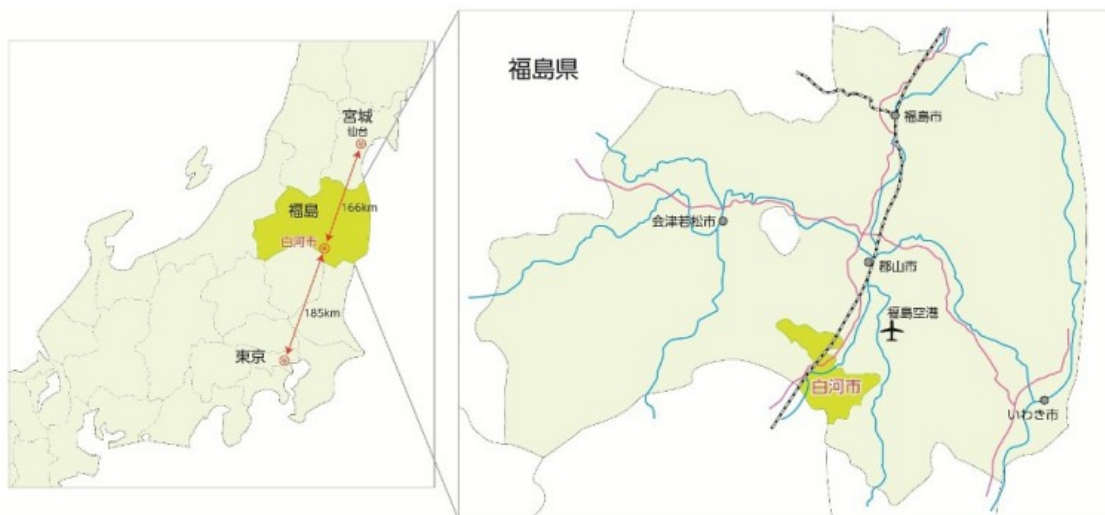
(1) 白河市の位置

▶▶▶ 福島県最南端の都市

本市は、那須連峰を望む福島県の南部中央に位置し、市の中心部から福島市まで約 90 キロメートル、東京都心までは約 185 キロメートルの距離にあります。市域は、東西に約 30 キロメートル、南北に約 30 キロメートルに広がり、総面積は 305.32 平方キロメートルとなっており、約半分を山林が占めています。

市内には阿武隈川、社川、隈戸川をはじめとする多くの河川が縦横に流れ、これらの源流域には優良農地が広がり豊かな田園風景を形成しています。また、市の中心部では阿武隈川に沿って東西にコンパクトな市街地が広がっています。

白河市の位置



(2) 都市環境

▶▶▶ 新幹線・高速道路が通り、首都圏等からアクセスが良好 東北自動車道へのアクセス性の向上による来訪者拡大の可能性

本市は、奥州の三古関が設けられた地の一つとして古くから交通の要衝として発展してきました。現在はみちのくの玄関口として、東北自動車道や東北新幹線などの高速交通体系に加え、首都圏に隣接する立地条件や地盤が固く良質で豊富な水に恵まれるなどの地域特性を生かして、製造業を中心にさまざまな企業活動が展開されています。さらに、平成21年8月に白河中央スマートICが開通し、市中心部から高速道路へのアクセスが一層向上しており、産業集積等による地域の活性化が図られるとともに、都市機能が高まっています。

市内には市立図書館「りぶらん」や白河文化交流館コミネスなどの施設が誕生し、賑わいのある中心市街地づくりが進められるとともに、郊外型の大規模ショッピングセンターが相次いで建設されるなど、衣・食・住が充実した暮らしやすい生活環境が形成されています。

本市へのアクセスについては、都心までを約1時間30分で結ぶ東北新幹線をはじめ、東北自動車道、車で30分の距離にある福島空港などの高速交通体系に恵まれ、さらにはJR東北本線、幹線道路である国道4号、国道289号及び国道294号などにより、首都圏とのアクセスや広域的な交通の利便性に富んでいます。また、圏央道の全面開通(平成30年)により、東北自動車道沿い以外の首都圏市町村からのアクセスが良好になっています。

本市の交通網の概況



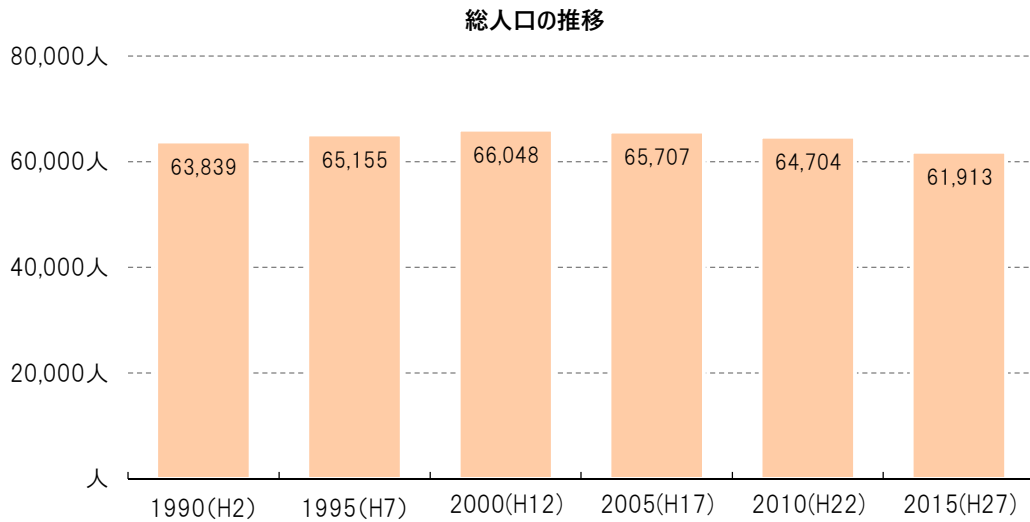
5県ループの考え方



(3) 本市の人口

▶▶▶ 人口は減少に転じ、今後も減少が続くことが推測される

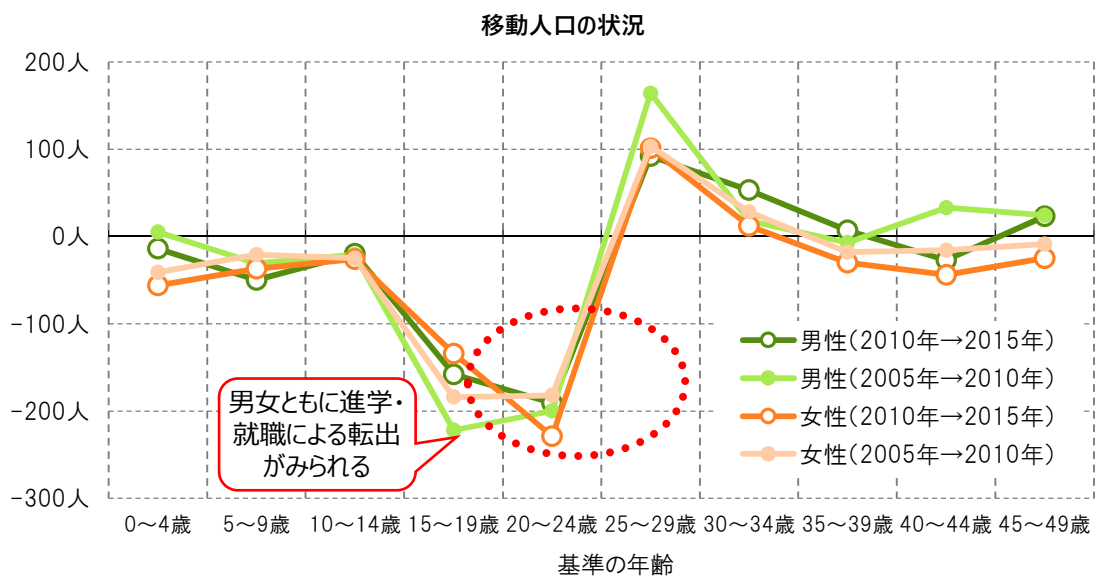
本市では平成2年以降人口が増加していましたが、平成12年の約66,000人をピークに減少に転じており、平成27年には約62,000人まで減少しています。



資料：国勢調査

▶▶▶ 進学・就職を機とした10代後半の転出が顕著

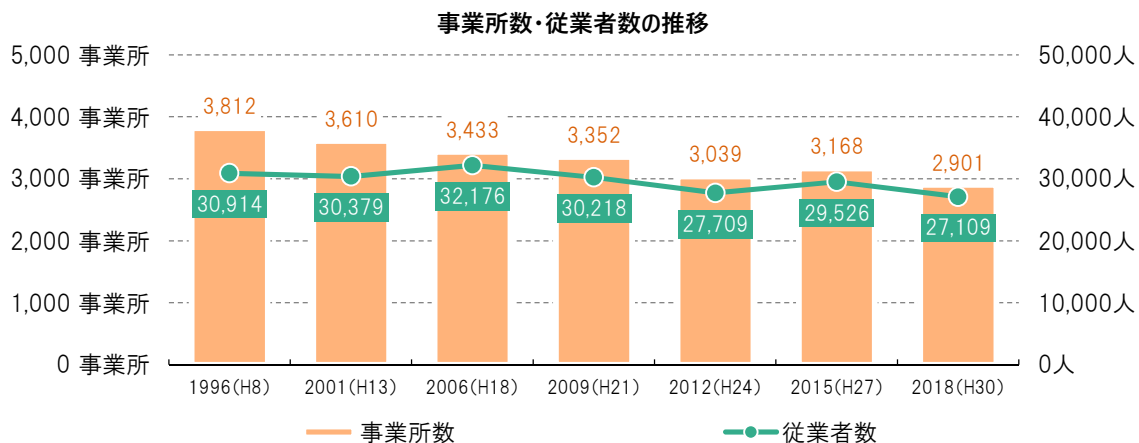
移動人口をみると、男女ともに20歳代前半の転入が多くなっているものの、進学・就職を機とした10代後半の転出が顕著となっています。



資料：国勢調査

市内の従業者は減少傾向

白河市在住の従業者数のうち、市内で従業している割合は7割弱となっています。また、白河市在住の西郷村、泉崎村での従業者数が、西郷村、泉崎村在住の本市での従業者数を上回っています。

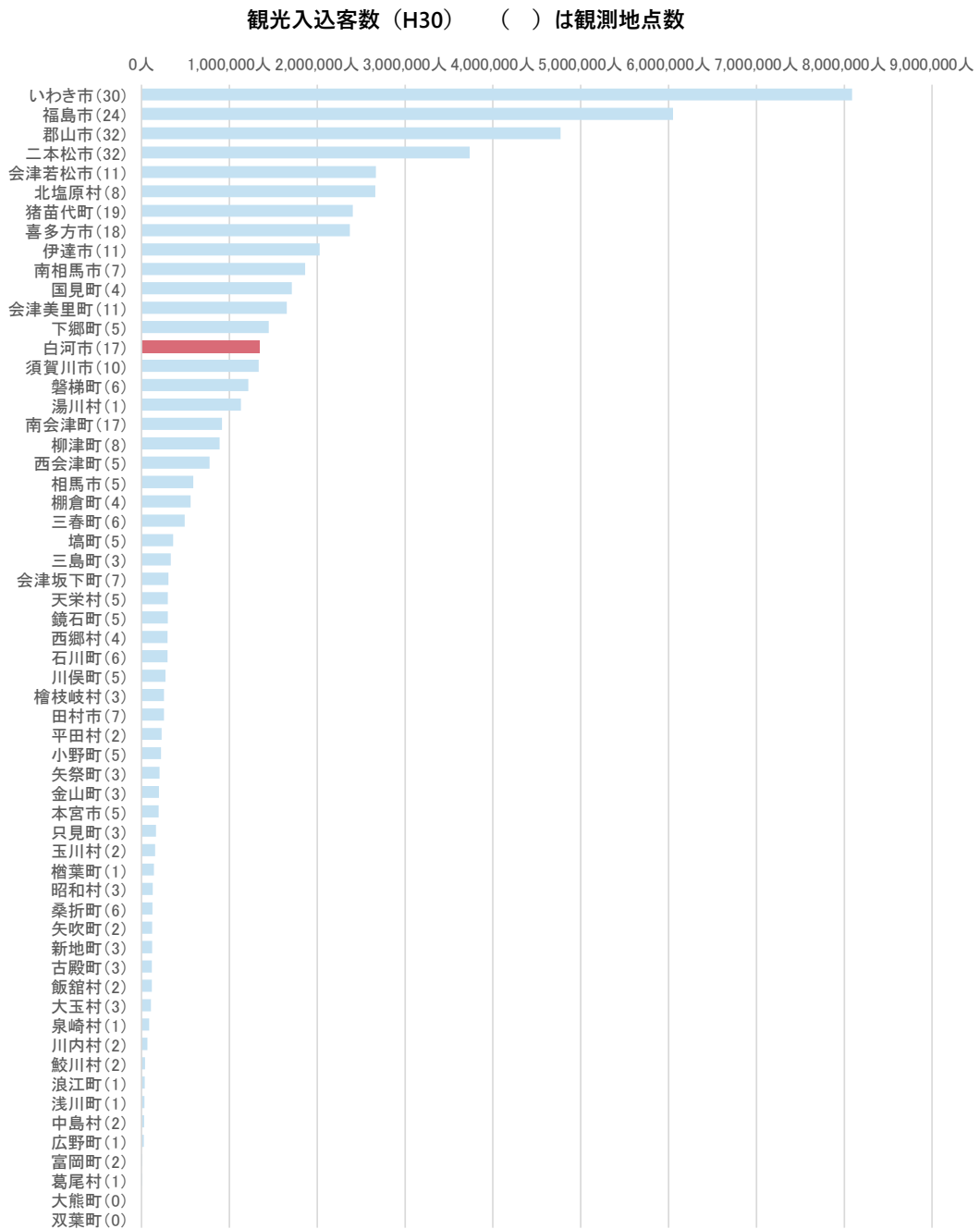


2 観光の状況

(1) 本市の観光入込客数

▶▶▶ 県内 59 市町村中 14 位、13 市中では 9 位に位置する

福島県の観光入込客数は、いわき市、福島市、郡山市、二本松市、会津若松市など、各地域の主要都市が上位となっており、本市は約 133 万人で県内 14 位となっています。



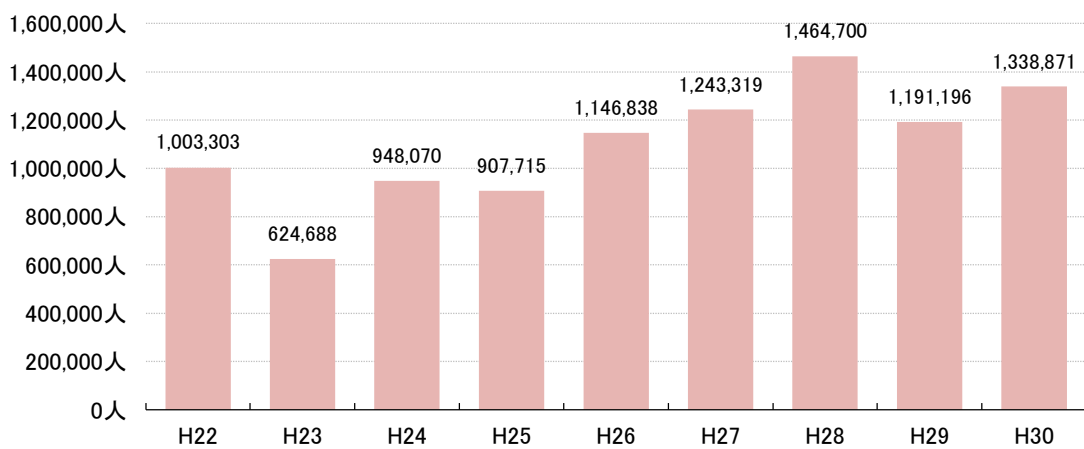
資料：福島県「観光客入込状況」

▶▶▶ 観光入込客数は東日本大震災以前の水準を上回るが
直近の実績が落ち込んでおり、観光入込客数の伸びは鈍化している

福島県全体の観光入込客数は東日本大震災の発生により、震災前（平成22年）の約6割まで落ち込んでいましたが、徐々に回復してきており、平成30年には震災前とほぼ同水準まで戻ってきています。

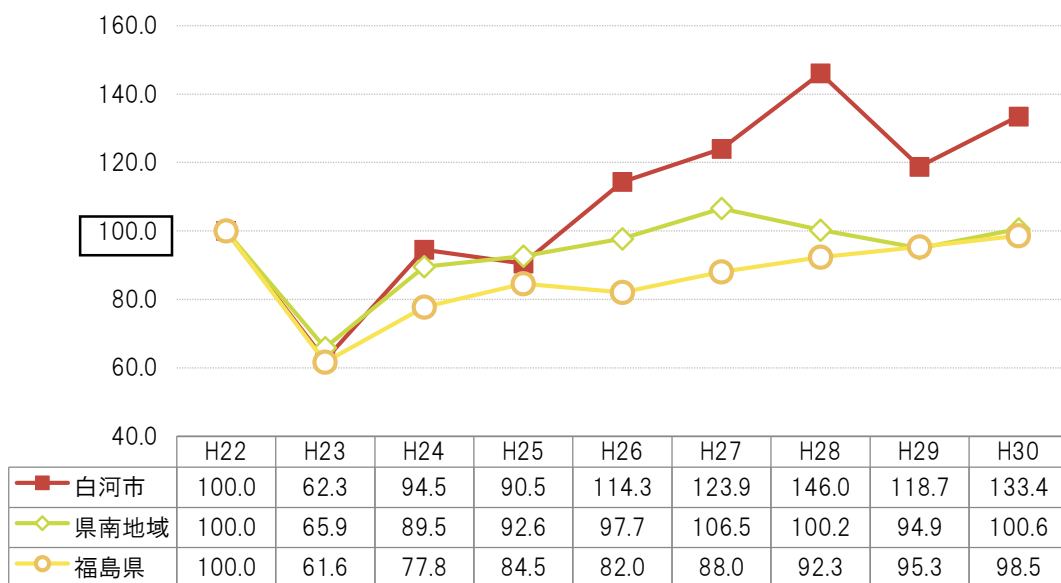
白河市では、平成25年から平成28年にかけて増加しており、震災前（平成22年）の水準を上回って推移しています。

本市の観光入込客数の推移



資料：福島県「観光客入込状況」

観光入込客数の推移（H22を100とした数値）



資料：福島県「観光客入込状況」

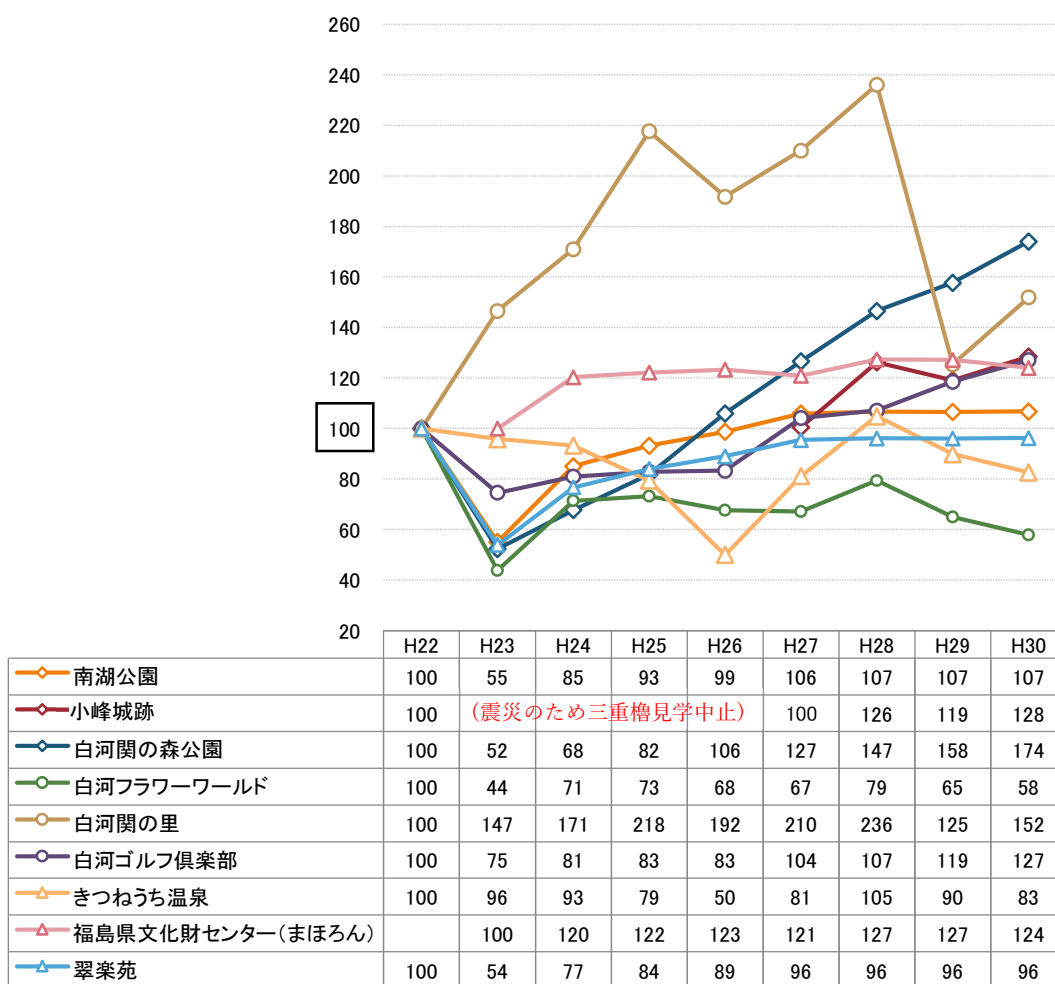
主な観光地の入込客数は、白河関の森公園、白河関の里で震災前の水準を大きく上回っています。そのほか白河ゴルフ倶楽部、福島県文化財センターまほろん、においても増加傾向にあります。

小峰城跡は東日本大震災で崩落した石垣の修復が進められ、三重櫓の公開を再開してからは増加傾向にあります。

※「白河関の森公園」……国史跡「白河関跡」に隣接する公園です。園内には小川が流れ、遊具や水車小屋、物産コーナーなどがあります。

※「白河関の里」……表郷地区にある、豊かな自然を利用したリゾートコテージです。令和2年3月時点で休業中です。

主な観光地の入込客数の推移（H22を100とした数値）



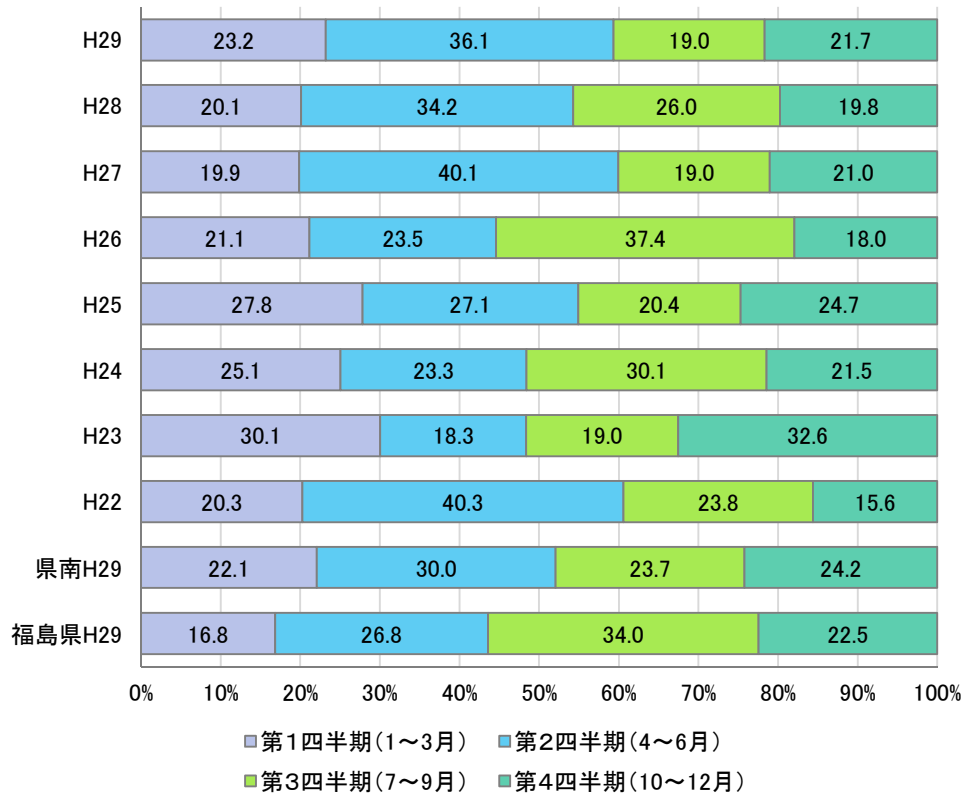
※「福島県文化財センターまほろん」は平成23年が基準

資料：福島県「観光客入込状況」

▶▶▶ 来訪時期は桜の季節にあたる第2四半期（4～6月）の割合が高い

四半期別の観光入込客数は、近年では桜の季節にあたる第2四半期（4～6月）が最も多くなっており、県全体の同時期の割合よりも10ポイント弱上回っています。

本市の四半期別の入込客数の推移



単位：人	第1四半期 (1～3月)	第2四半期 (4～6月)	第3四半期 (7～9月)	第4四半期 (10～12月)
H22	203,185	404,526	238,984	156,608
H23	187,719	114,603	118,990	203,376
H24	237,633	221,311	285,660	203,466
H25	252,492	245,753	185,133	224,337
H26	242,392	269,299	429,185	205,962
H27	247,036	498,001	236,654	261,628
H28	294,529	500,401	380,196	289,574
H29	276,571	430,266	226,083	258,276

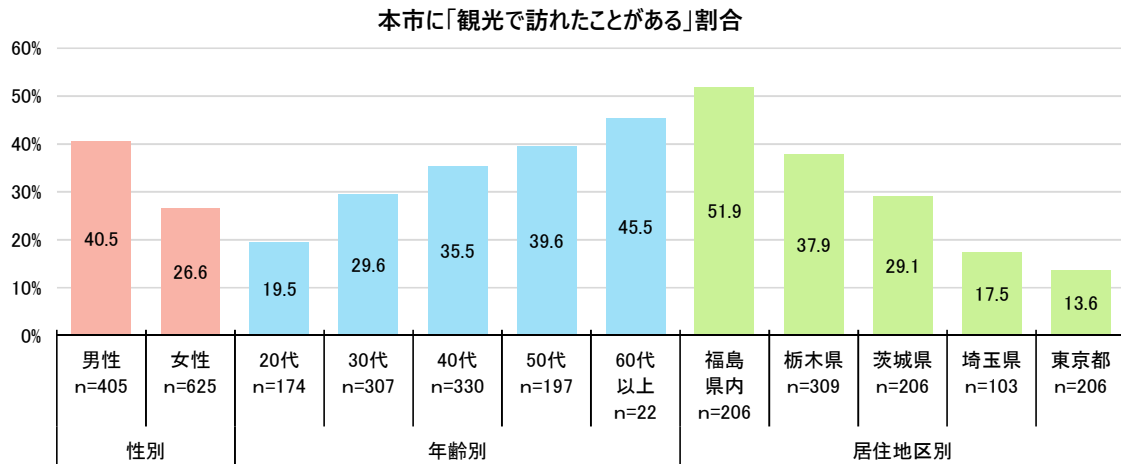
資料：福島県「観光客入込状況」

(2) 観光客の傾向

▶▶▶ 近隣からの来訪が多い。また、高齢になるほど、来訪経験割合が高くなる

本市への来訪経験については、福島県内でも半数程度であり、栃木県・茨城県では30%~40%前後となっています。

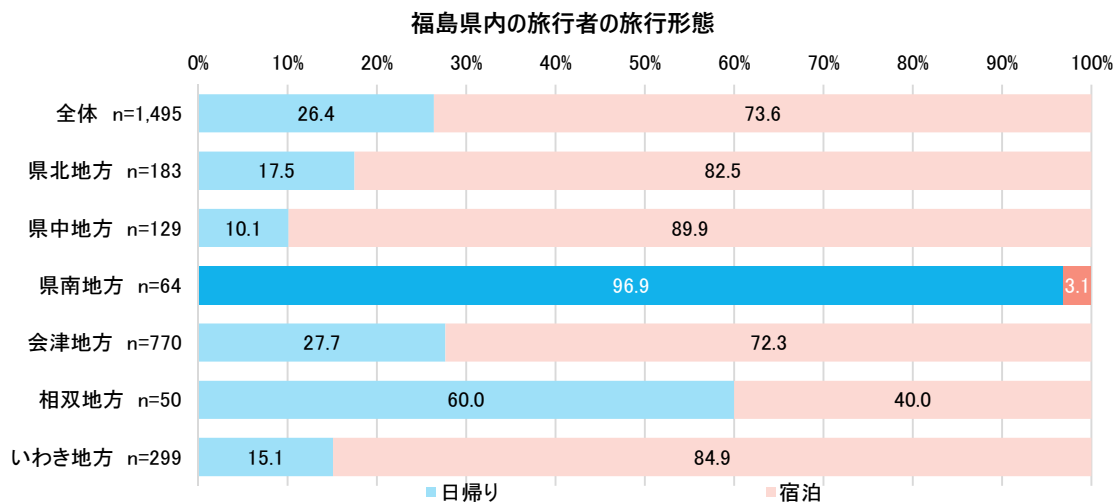
年代別では、高齢になるほど来訪経験が上がり、60代以上では40%台となっています。



資料：白河市 Web アンケート調査

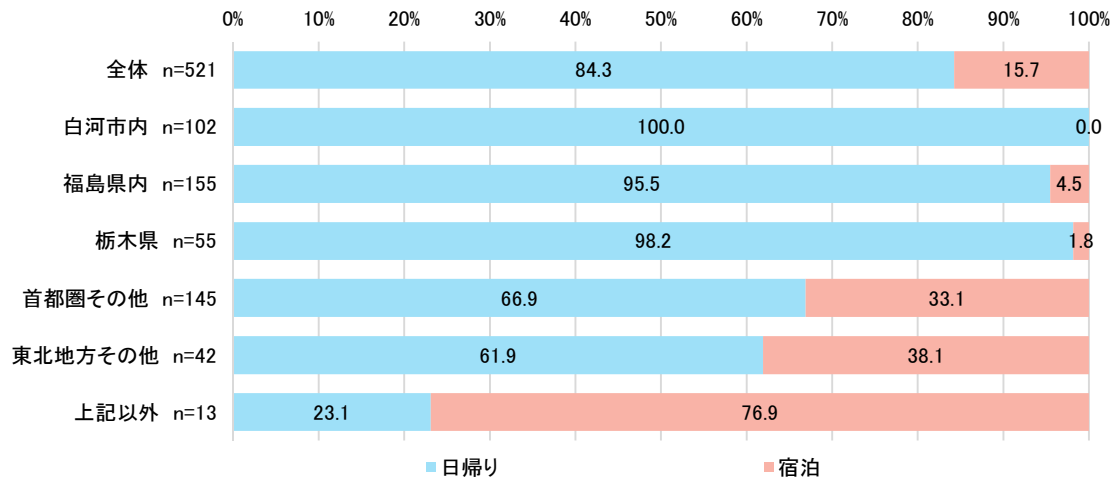
▶▶▶ 県南地方への旅行者は日帰り観光がほとんどを占める 首都圏から来た本市への来訪者も「日帰り」>「宿泊」

福島県南の旅行者の旅行形態は、ほとんどの来訪者が「日帰り」となっています。本市への来訪者も同様の傾向があり、首都圏においても「日帰り」が「宿泊」を上回っています。



資料：福島県観光地実態調査報告書（平成28年度）

本市来訪者の旅行形態（居住地区別）



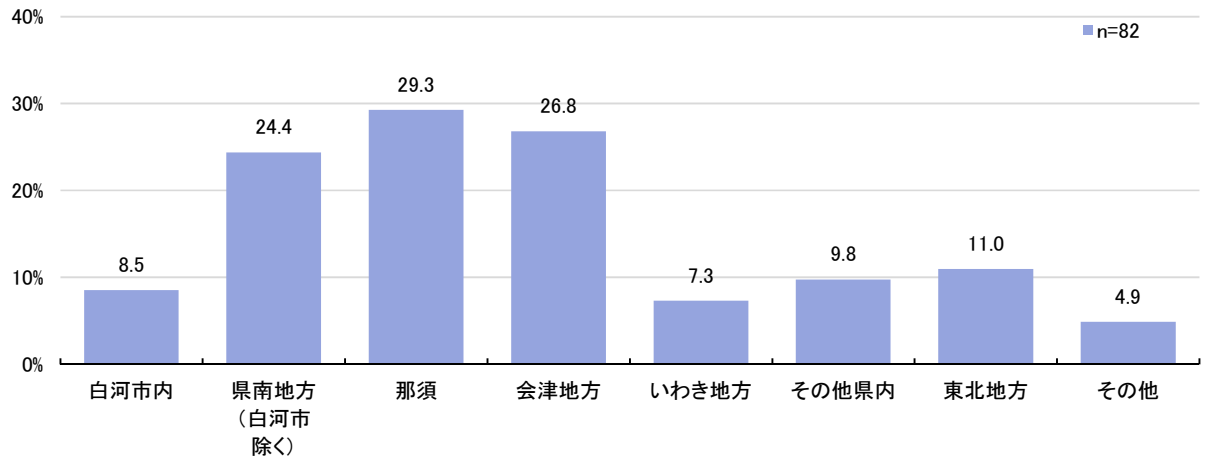
資料：白河市来訪者アンケート調査

▶▶▶ 宿泊者は那須・会津地方と合わせた来訪が多く、本市は「中継地」の要素が強い
市内への宿泊が少ない傾向がある

本市への来訪者は那須、会津地方と合わせて来訪する人が多くなっています。

宿泊先は市外が多く、本市は「中継地として寄る」傾向があります。また、那須町や西郷村など白河市近辺に宿泊する割合が高く、市内への宿泊の割合が低くなっています。

本市来訪者の宿泊先（宿泊有の来訪者のみ）



資料：白河市来訪者アンケート調査

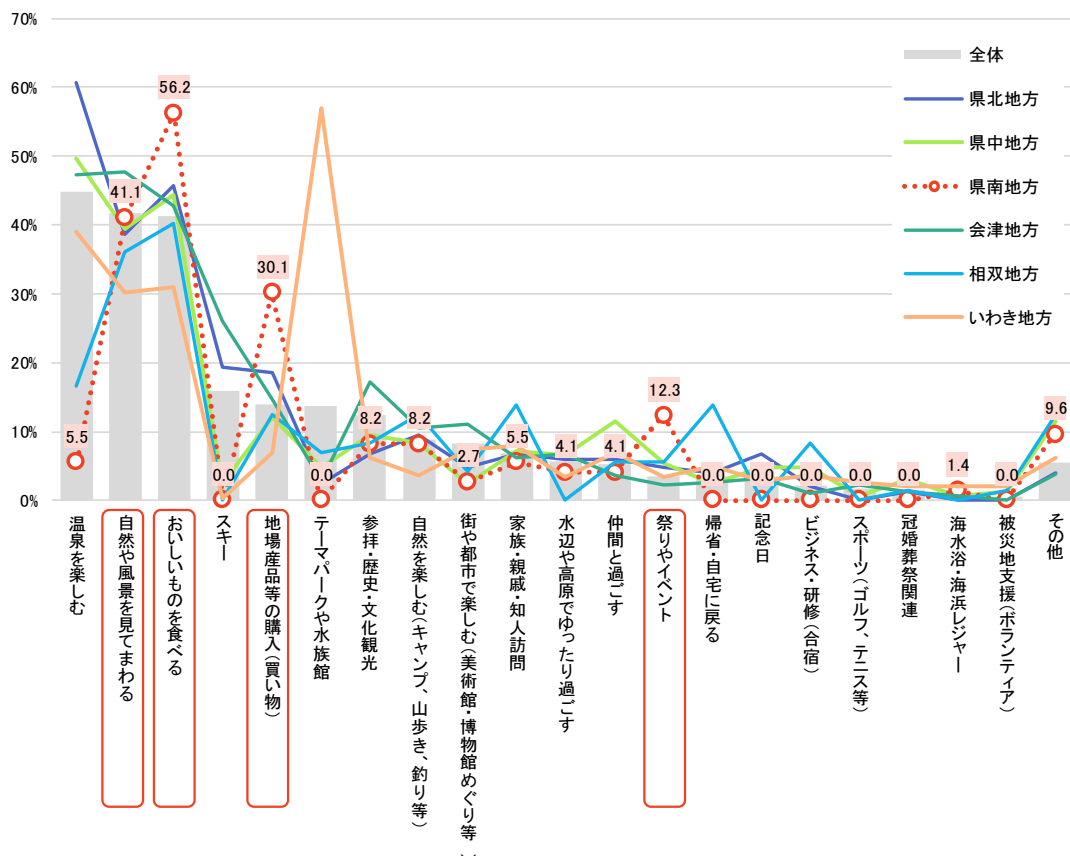
「食」「歴史的遺産」を目的とした来訪者が多い

観光客の旅行目的は、福島県全体では「温泉を楽しむ」「自然や風景を見てまわる」「おいしいものを食べる」が他を引き離して上位となっています。一方で、県南地方は、「おいしいものを食べる」「地場産品等の購入（買い物）」が他の項目に比べて高くなっています。

本市の観光客の来訪の際に期待することでは、「食べ物」「歴史的遺産」の割合が高くなっており、白河ラーメンや3大観光地（小峰城跡・南湖公園・白河関跡）等の訴求力が高いことがうかがえます。

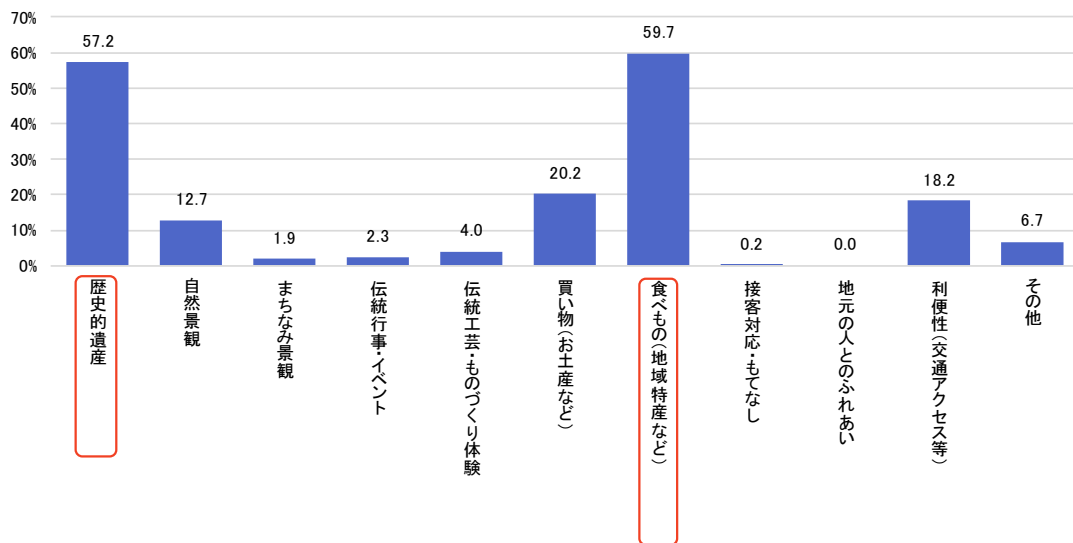
※「3大観光地」……本市には、多くの歴史的遺産があり、中でも、国史跡（及び名勝）の小峰城跡、南湖公園、白河関跡は、多くの市民が「白河市のシンボル」と感じており、また、本市観光の中心として多くの観光客が訪れていることから、この3ヶ所を本計画では「3大観光地」と設定しています。

観光客の旅行の目的（来訪地域別）



資料：福島県観光地実態調査報告書（平成28年度）

本市の観光客の来訪の際に期待すること



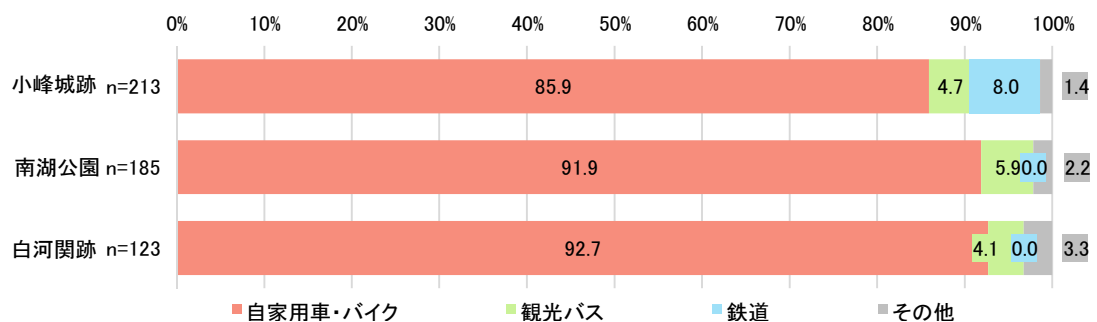
資料：白河市来訪者アンケート調査

▶▶▶ 交通手段については、市内主要観光地へのアクセスは自動車ほとんど

市内3大観光地への来訪の交通手段については、自動車での来訪が大半を占めています。

市内の二次交通については、JRバス関東、福島交通バス、白河市循環バス「こみねっと」があります。JR駅（新白河駅、白河駅）からの3大観光地への徒歩及び公共交通については、小峰城跡が白河駅から徒歩でのアクセスが可能となっています。一方で、南湖公園へのアクセスはJRバス関東及び白河市循環バス「こみねっと」、白河関跡へは福島交通バスに限られており、運行本数の少なさによりアクセスが容易でないことが課題となっています。

3大観光地への来訪の手段



資料：白河市来訪者アンケート調査

(3) 3大観光地の来訪者の状況

① 本市の3大観光地について

本市には、1300年代中頃に結城親朝により築かれたのがはじまりとされる「小峰城跡」をはじめ、白河藩主松平定信が「士民共楽」の地として築造した「南湖公園」、古代より歌枕（和歌の名所）として名高い「白河関跡」があります。これらは、本市の3大観光地として市民や来訪者に親しまれています。

～小峰城跡～

■概況

- 阿武隈川と谷津田川^{やんたがわ}の間に位置する、小峰ヶ岡と呼ばれた丘陵に築かれた梯郭式^{ていこくしき}平山城。
- 寛政の改革で知られる松平定信をはじめ、7家21代の大名が居城したが、慶応4年（1868）戊辰戦争白河口の戦いで落城。約120年の時を経て、平成3年に三重櫓、平成6年に前御門が江戸時代の絵図や発掘調査に基づき、木造で復元された。
- 東日本大震災により石垣等が崩落したため、三重櫓を含めた本丸は立入禁止となっていたが、平成27年4月に修復が一部完了し、三重櫓の見学を再開。平成31年3月には、震災で崩落した石垣の修復が完了した。



■特徴

- 東北地方では珍しい石垣を多用した城で国史跡。盛岡城、会津若松城と共に「東北三名城」の1つにも数えられている。国指定史跡に指定されているほか、日本100名城の一つである。
- 城内には約180本の桜があり、県内有数の桜の名所である。また、小峰城の改修時の人柱の言い伝えに関わる「おとめ桜」がある。



■関連施設等

- JR白河駅から約500mと徒歩での来訪が可能であり、無料駐車場（113台）も整備されている。隣接する白河文化交流館コミネスの無料駐車場（313台）も利用できる。
- 周辺は城山公園として整備され、イベント時などにも活用される。
- 「小峰城歴史館（旧「白河集古苑」、平成31年4月リニューアル）」では、歴代城主に関する実物資料の展示と、江戸時代の小峰城をCGで復元した映像の上映など、小峰城のガイダンス展示を行っている。
- 二ノ丸茶屋（お土産及び軽食、平成30年4月リニューアルオープン）では、ご当地メニューの白河だるまバーガー（白河高原清流豚カレー風味カツ）や、白河銘菓、白河だるまや小峰シログッズなど、小峰城ならではのお土産等を販売。その他、御城印の販売、甲冑の着付け体験での記念撮影、観光PR映像の放映などを行っている。



～南湖公園～

■概況

- 白河藩主 12 代松平定信が「大沼」と呼ばれていた湿地帯に堤を築いて水を溜め、庭園の要素を取り入れて享和元年（1801）に築造した地である。
- 定信は、「士民共楽（武士も庶民も共に楽しむ）」という理念のもと南湖を築造した。
- 大正 13 年（1924）に国の史跡および名勝に指定されている。また、現在は都市公園（風致公園）に分類される。
- 周囲は南湖県立自然公園に指定されているほか、平成 22 年 3 月に南湖として農林水産省の「ため池百選」にも選定された。

■特徴

- 景色を整え、庶民にも開放したことから、近代公園制度の先駆けとも言われる。
- 定信が景色の良い場所 17 か所を選び（南湖十七景）、親しい大名・公家等にその場所を題した和歌と漢詩を依頼した。寄せられた和歌・漢詩を刻んだ石碑が共楽亭側に建っている。
- 県内でも希少な動植物が見られる地である。
- 春には桜、初夏には新緑、秋には紅葉、冬には雪景色と、四季折々の風景を楽しむことができる。

■関連施設等

- 共楽亭：南湖を見渡せる眺めの良い場所に定信公が建てた茶室。身分の区別なく誰もが楽しめるようにという、定信公の「士民共楽」の理念を反映している。
- 南湖神社：大正 11 年に実業家渋沢栄一の援助のもと完成。祭神は松平定信。境内には、定信ゆかりの茶室「松風亭蘿月庵」があるほか、春になると「楽翁桜」が参道を美しく彩る。
- 翠楽苑：日本文化の伝承を体現する施設としてつくられた日本庭園。8 月初旬に「灯籠茶会」、秋には「十五夜月見会」が開催される。
- そのほか、近辺には食事処、カフェが軒を連ねており、食事（軽食）を目的とした来訪者も多い。
- 南湖だんごが有名である（南湖造築のために働く職人達に振る舞ったことから始まったと伝えられる）。



～白河関跡～

■概況

- 奈良時代から平安時代頃に機能していた。鼠ヶ関（山形県鶴岡市）・勿来関（福島県いわき市）とともに、奥州三古関のひとつに数えられる。
- 蝦夷の南下や人、物資の往来を取り締まる機能を果たしていたと考えられている。その後律令制の衰退とともにその機能を失った。
- 「歌枕」として文学の世界で都人の憧れの地となり、能因や西行、松尾芭蕉など時代を代表する歌人・俳人たちが多くの歌や句を残している。
- 白河藩主であった松平定信が、ここが白河関跡であるとして寛政12年（1800）に「古関蹟碑」を建てた。
- 関跡には、源義経の伝説が残る木や、樹齢約800年の「従二位の杉」など多くの樹木が残っている。
- 昭和41年に国史跡に指定された。



■特徴

- 以前から全国高校野球選手権大会や選抜高等学校野球大会において、東北地方の出場校の優勝を期待する例えとして「優勝旗が白河関を越える」などと言われてきた。近年東北地方の出場校が勝ち残るようになり、特に平成30年夏大会で秋田県立金足農業高等学校が決勝まで進んだことから、「白河関」が大会ごとにさらに注目されるようになった。



- 4月中旬頃には関跡一面かたくりの花が咲く。

■関連施設等

- 白河神社：史跡地内の丘陵上にある神社で、江戸時代にあった住吉神社と玉津島神社を合祀して改称した。平安時代の白河郡内七つの神社の一つであるとも言われる。



- 白河関の森公園

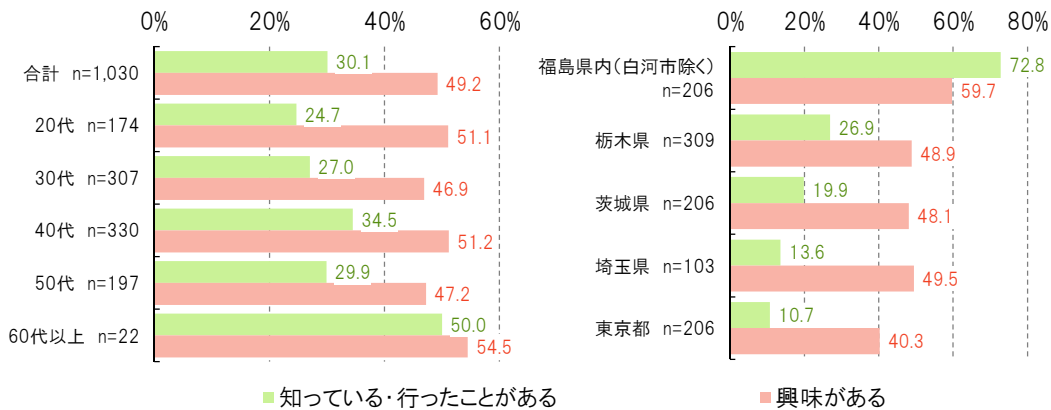
- ・白河関跡に隣接しており、公園の施設には、直家造りの藁葺き民家「ふるさとの家」、そば打ち体験ができる「水車小屋」のほか「相撲道場」がある。また、園内には様々な花木が植えられおり、四季折々の自然を楽しむことができる。
- ・白河のお土産をそろえた「売店」、打ちたてのそばが食べられる食事処「関守亭」がある。また、毎年秋には「関の森公園 新そばまつり」が開催される。
- ・大型遊具や芝生広場があり、観光客だけでなく、市内・近隣市町村の子育て世代の来訪も多い。

② 小峰城跡

❗ 本市を代表する観光地としての訴求力は高くアクセスしやすい
本市の観光の中心地としてハブ機能や他の観光地の周遊を促す仕組みが必要

■小峰城跡の認知度・興味（市外 web アンケートより）

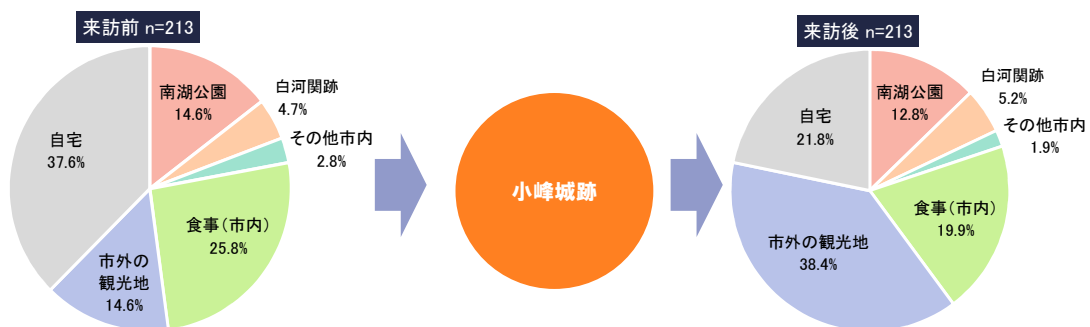
○「知っている・行ったことがある」割合は40代・60代以上で高い傾向があります。また、居住地区別にみると、福島県内での認知度は7割を超えています。首都圏市町村については、栃木県で認知度がやや高いものの、「興味がある」割合は茨城県・埼玉県とほぼ同等となっています。



■観光客の動向（前後の来訪場所：白河市来訪者アンケート調査より）

○来訪前、来訪後ともに、「自宅」「市外の観光地」が5割を超えており、小峰城跡の他に本市で観光、食事をする人を上回っています。

○小峰城跡の他に本市で観光、食事をする人の約半数が「食事」となっており、「南湖公園」「白河関跡」など、市内の他の観光地を来訪する人は限定されています。



■外国人の反応（平成31年2月実施「モニターツアー」より）

- 城は「日本らしさ」を感じることができる場所の一つである。小峰城跡は城跡ではなく、綺麗に復元されているため、大変興味を惹く。
- 城だけでなく、堀や石垣、公園の芝生などが整備されているのが美しい。
- 一方で、日本の城は似ているため、小峰城のアイデンティティがわかりづらい。
- 小峰城は他の城に比べてコンパクトである。

■その他の意見

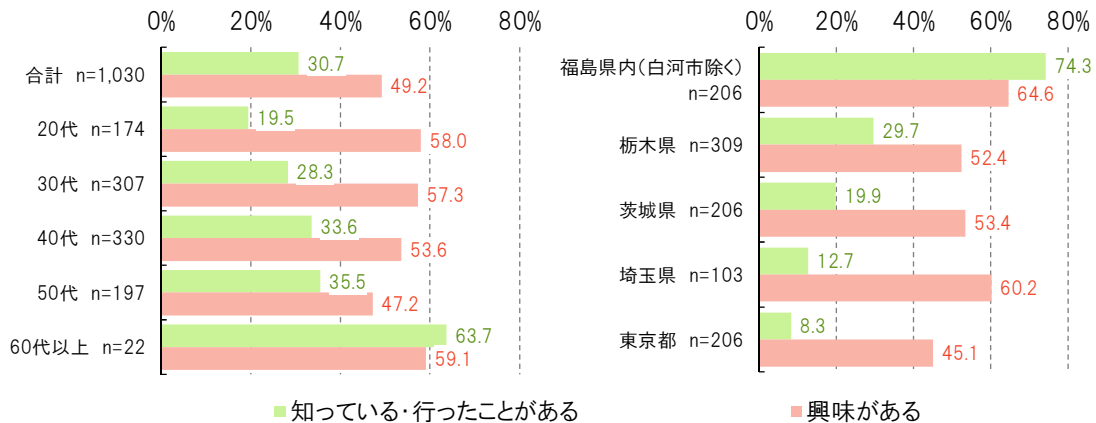
- 城めぐりや戊辰戦争ゆかりの地として訪れる人も多い。
- 駐車場が整備されていることもあり、団体旅行の観光客も多い。一方で、滞在時間が長く割れない場合が多い。
- 二ノ丸茶屋があるものの、消費活動をするところが少ない。

③ 南湖公園

❗ 近年、店舗改修や新しいカフェが開店し、誘客の基盤が整いつつある
 景観の良さのPRや消費活動（飲食）の付加価値化により、関心の高い高
 年齢層だけでなく、若い世代への誘客も期待できる

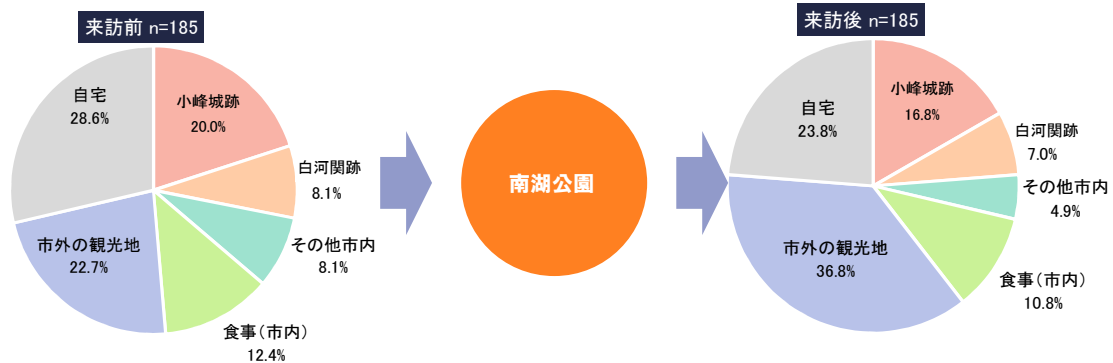
■南湖公園の認知度・興味（市外 web アンケートより）

○「知っている・行ったことがある」割合は60代以上で高くなっています。「興味がある」割合は50代以外でも軒並み5割台と、幅広い年代層の関心も高いことがうかがえます。首都圏の認知度が低い一方で、「興味がある」割合は栃木県・茨城県・埼玉県で5～6割となっています。



■観光客の動向（前後の来訪場所：白河市来訪者アンケート調査より）

○来訪前、来訪後ともに、「自宅」と「市外の観光地」が5割を超えており、南湖公園の他に本市で観光、食事をする人を上回っています。
 ○南湖公園の他に「小峰城跡」を訪れる割合（来訪前 20.0%・来訪後 16.8%）がその逆（来訪前 14.6%・来訪後 12.8%）よりも高くなっています。



■外国人の反応（平成31年2月実施「モニターツアー」より） ■その他の意見

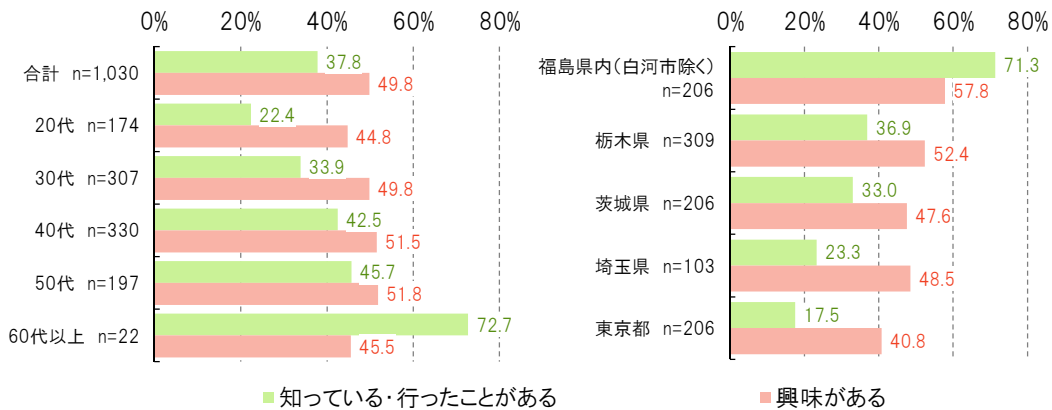
- 日本らしい風景を感じることができる場所である。
- 来訪は冬であったが、四季折々の風景を見たい。
- 南湖のほたりや翠楽苑は、インスタグラムなどSNSで投稿してみたくなるような場所である。
- カフェが賑わっていると入ってみたくなる。
- 専用駐車場が遠い。また、駐車台数が増えると訪れやすくなる。
- パワースポット目的で南湖神社に来る人も多い。
- カフェ目的での利用が増えてきた実感がある。景観的にも「SNS映え」する場所になってきている。
- 滞在時間が限られているため、茶室や翠楽苑の中まで入る人は限られてしまう。

④ 白河関跡

❗ 観光入込客数は増加傾向にあるものの、市街地から遠方であることもあり、来訪者が他の観光地と比べ極端に少なくなる
「白河の関」の名は広く浸透してきているため、さらなる誘客の可能性がある。他の観光地同様、消費活動を促進する仕組みづくりも求められる

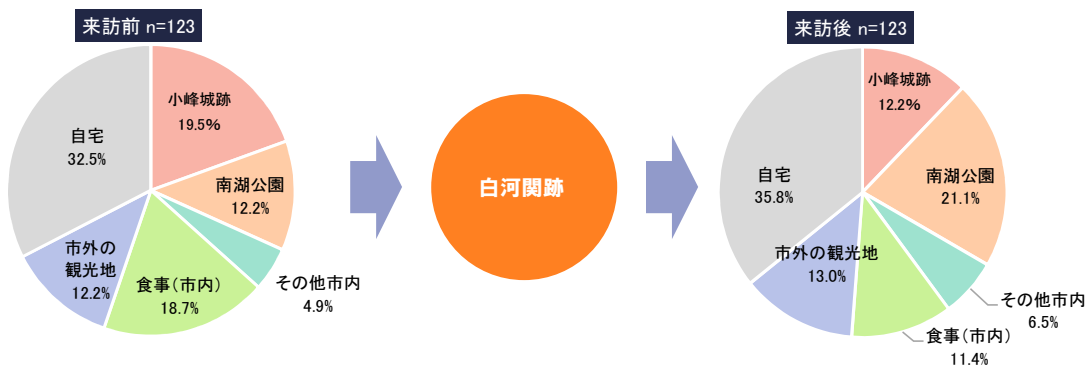
■南湖公園の認知度・興味（市外 web アンケートより）

○「知っている・行ったことがある」割合は60代以上で高いほか、「興味がある」割合はいずれの年代も4~5割台となっています。また、首都圏の認知度が低い一方で、「興味がある」割合は福島県内を含めて4~5割台となっています。



■観光客の動向（前後の来訪場所：白河市来訪者アンケート調査より）

○来訪前、来訪後ともに、「小峰城跡」や「南湖公園」を訪れる他に本市で観光、食事をする人の割合が合計5割を超えており、「小峰城跡」「南湖公園」の来訪者に比べて、市内を観光する人の割合が高いことがうかがえます。



■外国人の反応（平成31年2月実施「モニターツアー」より） ■その他の意見

- 神社の入口（鳥居）やご神木（杉の木）などの雰囲気は、日本らしさを感じる景観であり、興味が湧いた
- 「白河関跡」という場所の歴史が難しく、理解しづらかった。
- 土産物屋があったが、「これを買った方がよい」というおすすめの商品があるとよい。
- まちの中心地から離れており、個人旅行の場合は立ち寄りづらい。
- 他の観光地から離れていることもあり、多くの来訪者を望むことは難しい。バスは通っているが、本数が限られているため、自家用車等での来訪が一番現実的である。一方で、花を目的にした来訪者は一定数いるので、上手くPRしていけるとよい。
- 白河関跡はあくまで「関所跡」であり、どこに関所があったか、また、どこに境界があったかが分かりづらい。「ここが白河関である」という撮影スポットなど、「白河関に来た」という証になるものが明確にあれば、来訪者が増えるのではないかと。

(4) 本市のイベント

❶ 白河だるま市や白河提灯まつりといった伝統行事については、多くの観光客が見込める一方で、その他のイベントについては認知度自体が低い傾向にある。

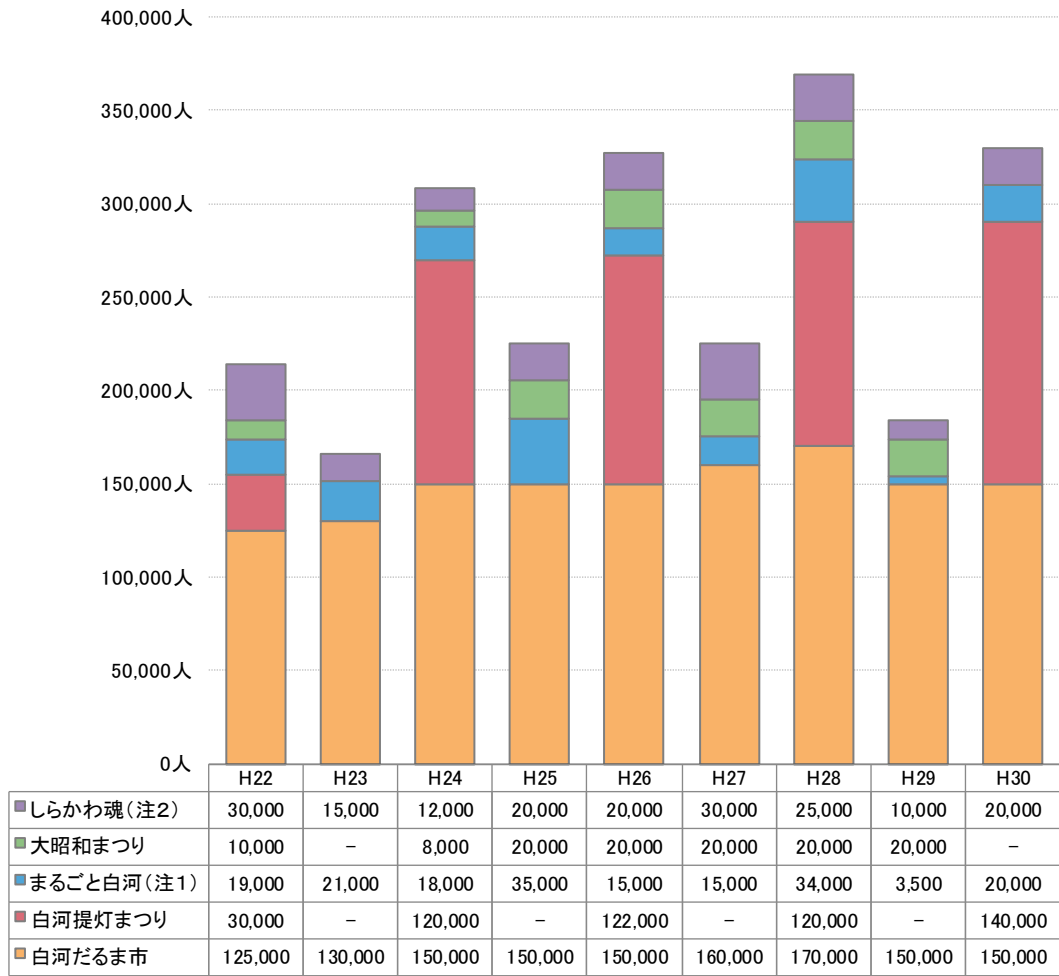
テーマに沿った中・小規模のイベントが多く、来訪の機会は多くあるため、イベントを機に白河を訪れてもらえる仕組みづくりが必要である。

本市では年間を通じて、多様なイベントが開催されており、観光資源の一つとなっています。

本市の主なイベント

4月	かたくり祭り(白河関の森公園)、桜まつり(城山公園、乙姫桜、南湖公園)、権太倉山山開き(大信地域)
5月	南湖神社鎮花祭(はなしずめのまつり)、白河フラワーワールド
7月	関辺の天道念仏さんじもさ踊(関辺八幡神社)、ホテル鑑賞会(白河関の森公園)、十日市の提灯まつり(大信地域十日市集落)、ふるさと川まつり in たいしん(大信地域隈戸川河川公園)
8月	白河関まつり(本町～天神町)、納涼花火大会(城山公園)、釜子盆踊り(東地域長伝寺) 白河盆踊り
9月	翠楽苑 十五夜月見会、白河提灯まつり(鹿嶋神社祭礼渡御祭)、ひがし郷里マラソン大会(東地域東風の台運動公園)、しらかわキャラ市(城山公園)
10月	隈戸川流域健康ふれあいウォーク、翠楽苑 紅葉ライトアップ、収穫祭・そば祭り(白河関の森公園)、まるごと白河
11月	サンライズひがしフェスティバル(東地域東風の台公園)、ふるさと表郷まつり(表郷地域表郷総合運動公園) びゅっこの里ファミリーウォーク in 表郷、天狗山山開き(表郷地域)
12月	義士追悼の集いと義士そば会(関川寺)
1月	鹿嶋神社節分追儺祭(豆まき)
2月	鹿嶋神社の太々神楽、南湖神社節分祭、白河だるま市
3月	奥州白河歌念仏踊(安珍堂)、関山山開き

本市の主なイベントの入込客数の推移



(注1) 平成18年～20年「白河ラーメンフェスティバル」、平成21年「しらかわ食と職の祭典」、平成22～25年「白河どまん中食と職の市」、平成26～28年「Decora しらかわ」

(注2) 平成22年「しらかわ美味しいまつり」、平成23年「しらかわ SOUL (魂) フェスティバル」、平成24年「smile day2012～しらかわ魂」、平成25年「しらかわ魂 80's」

資料：福島県「観光客入込状況」

第 3 章

観光をめぐる動向

1 全国的な観光動向

(1) 観光立国に向けた国の施策

国では、「観光立国推進基本法」(平成18年成立)に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、平成29年には新たに「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。「観光立国推進基本計画」は、「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)を踏まえ、観光は我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるという認識の下、拡大する世界の観光需要を取り込み、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図ることとしています。

『「明日の日本を支える観光ビジョン」-世界が訪れたいくなる日本へ-』における観光先進国への「3つの視点」と「10の改革」

3つの視点	10の改革
1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に	<ul style="list-style-type: none"> ○「魅力ある公的施設」、をひろく国民、そして世界に開放 ○「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ ○「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ ○おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に	<ul style="list-style-type: none"> ○古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ ○あたらしい市場を開拓し、長期滞在与消費拡大を同時に実現 ○疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に	<ul style="list-style-type: none"> ○ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現 ○「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現 ○「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

観光立国推進基本計画における観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針と観光立国の実現に関する目標

観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針	
①国民経済の発展 ②国際相互理解の増進 ③国民生活の安定向上 ④災害、事故等のリスクへの備え	
観光立国の実現に関する目標	
国内観光の拡大・充実	①国内旅行消費額 21兆円
国際観光の拡大・充実	②訪日外国人旅行者数 4,000万人
	③訪日外国人旅行消費額 8兆円
	④訪日外国人リピーター数 2,400万人
	⑤訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数 7,000万人泊
	⑥アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合 3割以上・アジア最大の開催国
国際相互交流の推進	⑦日本人の海外旅行者数 2,000万人

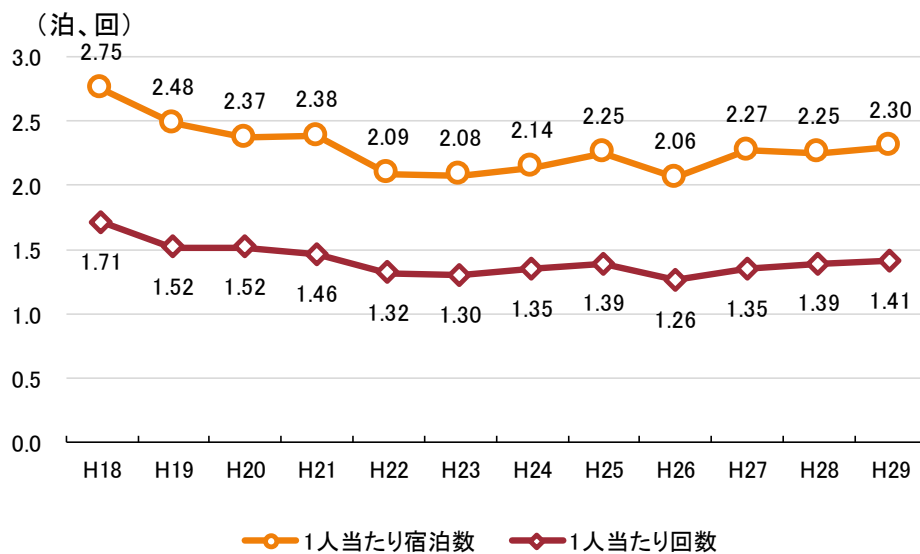
(2) 国内宿泊観光旅行の状況

国内宿泊観光旅行者数は、平成26年以降は回復傾向

平成29年の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.41回となっています。また、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は2.30泊となっており、平成26年を底に回復傾向となっています。

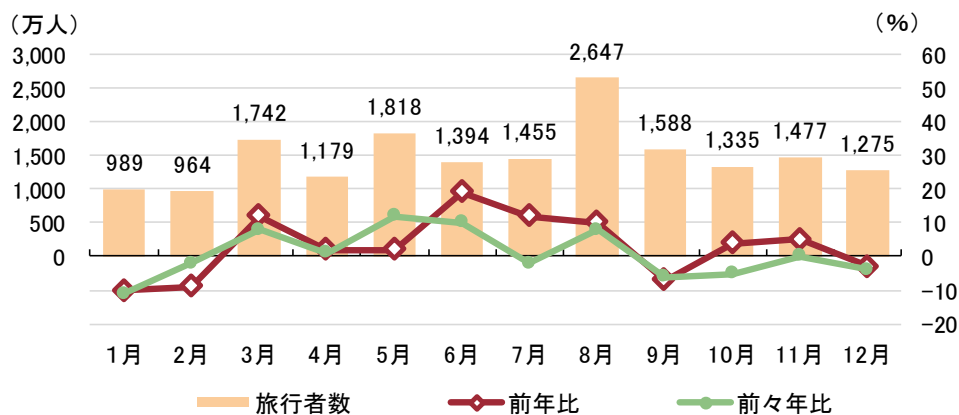
平成29年の日本人の国内宿泊観光旅行延べ人数は、延べ1億7,862万人となっており、企業や学校等の長期休暇がある8月が多くなっています。

日本人の国内宿泊旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

日本人の国内宿泊旅行の回数及び宿泊数の推移 (H29)



※1 「観光・レクリエーション目的での旅行」の集計値。 ※2 複数の月にまたがる旅行をした場合は、帰宅した月で集計。

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(3) 訪日外国人旅行者数の状況

▶▶▶ 訪日外国人旅行者数は大幅な増加傾向

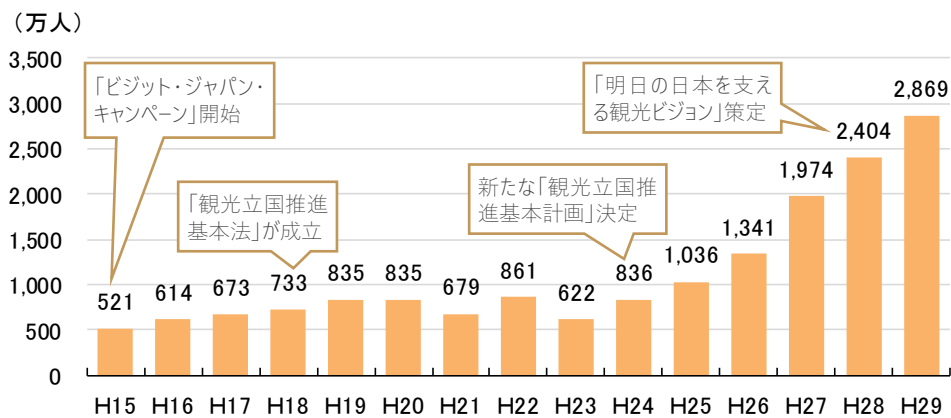
訪日外国人旅行者は、中国・韓国・台湾・香港からが多い

平成 29 年の訪日外国人旅行者数は、2,869 万人（前年比 19% 増、前々年比 45% 増・暫定値）となり、平成 25 年から 5 年連続で過去最高を更新する結果となっています。

平成 24 年 3 月の新たな「観光立国推進基本計画」の決定以降、航空路線の拡充やクルーズ船寄港数の増加、ビザ緩和に加え、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションなど、様々な要因が訪日外国人旅行者の大幅な増加を後押ししたと考えられます。

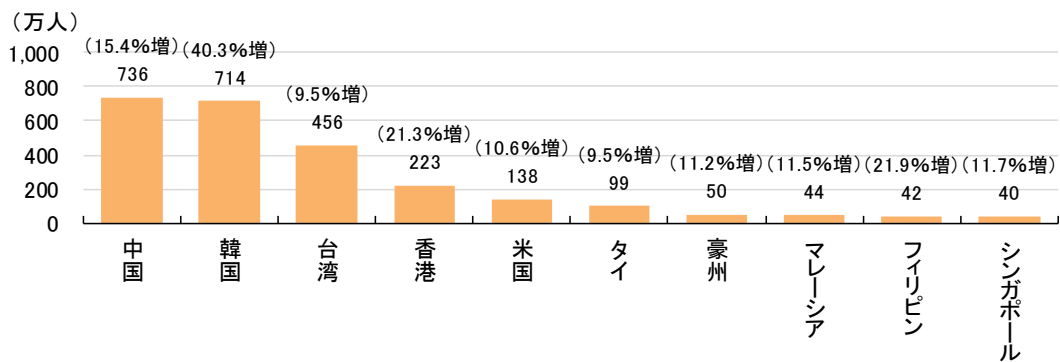
国・地域別に見ると、主要 20 ヶ国・地域の全てで過去最高を記録しました。中でも、韓国（約 714 万人）と中国（約 736 万人）は初めて 700 万人台に達したほか、これに台湾と香港を加えた東アジアの 4 ヶ国・地域は前年比 21.9% 増の約 2,129 万人となり、訪日外国人旅行者数全体の 70% 以上を占めています。

訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）の資料を基に作成

国・地域別訪日外国人旅行者数（平成 29 年）



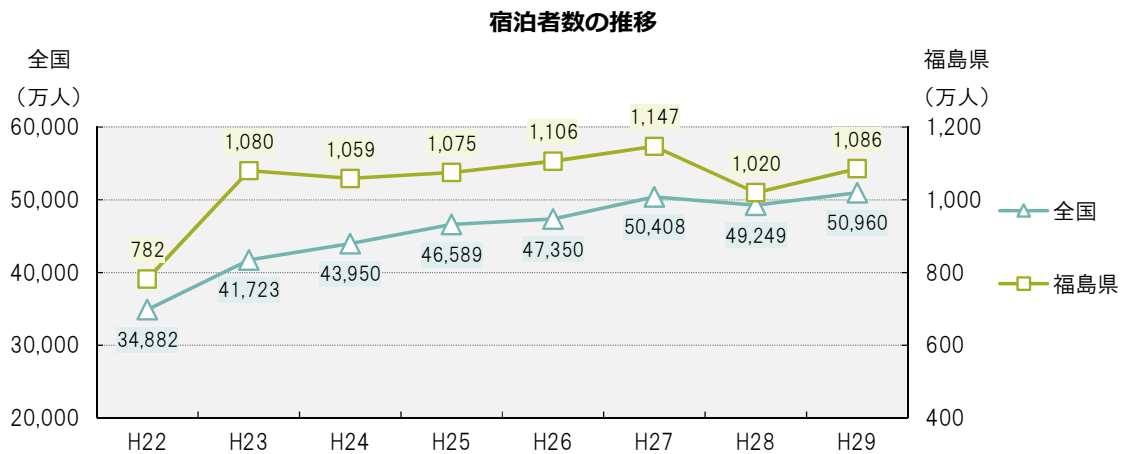
※数値は暫定値（ ）内は前年比

資料：日本政府観光局（JNTO）の資料を基に作成

2 福島県の観光の状況

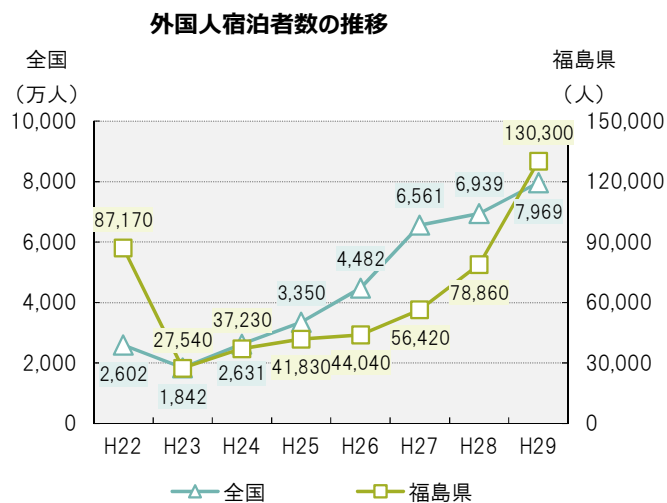
▶▶▶ 日帰り・宿泊のいずれも近年は増加傾向にある

全国的に旅行客数が増加傾向にあるなか、宿泊者数も増加傾向にあります。福島県における宿泊者数は、平成23年に増加しており、東日本大震災からの復興・復旧関連の宿泊者の増加によることが推測されます。実際にはこのうち4割前後が観光による宿泊であると言われています。

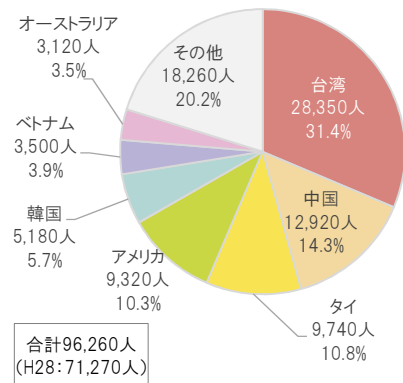


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

外国人宿泊者数は東日本大震災以降落ち込んでいましたが、徐々に回復してきています。福島県では、台湾からのチャーター便に伴う観光客の増加を背景に、平成29年には震災前の水準を大幅に上回っています。今後も福島空港を発着とする国際チャーター便の運航は、ベトナムやタイをはじめ東南アジアの増加が期待されます。



【福島県】外国人宿泊者数国籍内訳 (H29)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

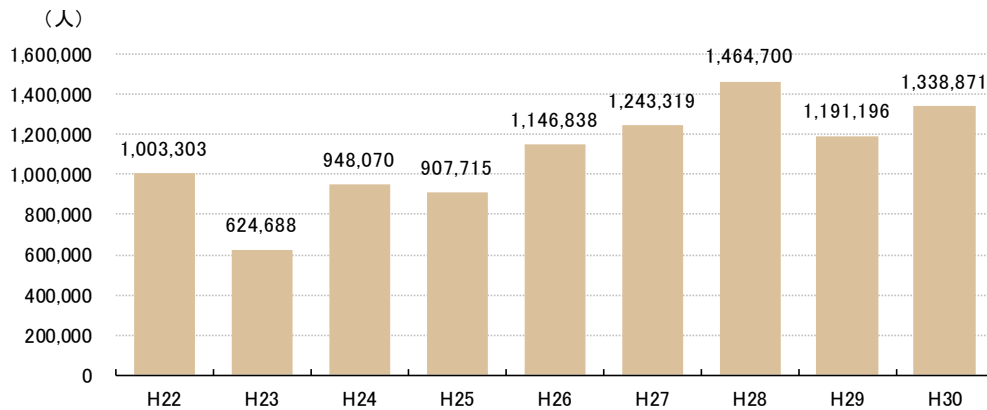
3 本市への観光客の動向

本市ではこれまで、さまざまな観光振興に取り組んできました。

本市の観光入込客数は東日本大震災以降増加していましたが、「ふくしまデスティネーションキャンペーン」が実施された平成 27 年、翌年の平成 28 年がピークとなっています。

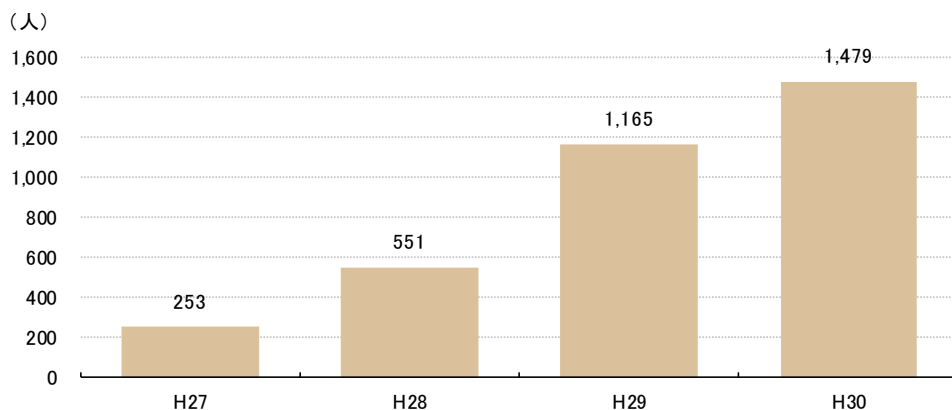
また、今後、多くの外国人が日本を訪れることが期待されるため、本市としても、ゴルフを中心とした着地型観光商品の造成に向けて、モニターツアーやインフルエンサーの招請、トップセールスなど各種事業を実施しています。その結果、本市への外国人観光客は増加傾向にあり、平成 30 年度には約 1,500 人となっています。

本市の観光入込客数の推移【再掲】



資料：福島県「観光客入込状況」

本市の外国人観光客数の推移



※小峰城三重櫓、南湖公園翠楽苑、関の森公園の3ヶ所にて調査

資料：白河市観光課

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。

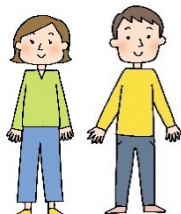
また、生涯にわたる白河ファンの獲得を目指すため、「若年層」と「未就学児童の子育て世代」も優先ターゲットとします。教育的な体験プログラムや、伝統やこだわりを裏打ちされた確かな食やものづくりの魅力を磨き上げ、「白河」旅行のワンシーンとして印象に残る経験を想定していきます。

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。

「統一された世界観」づくりに向けて



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。

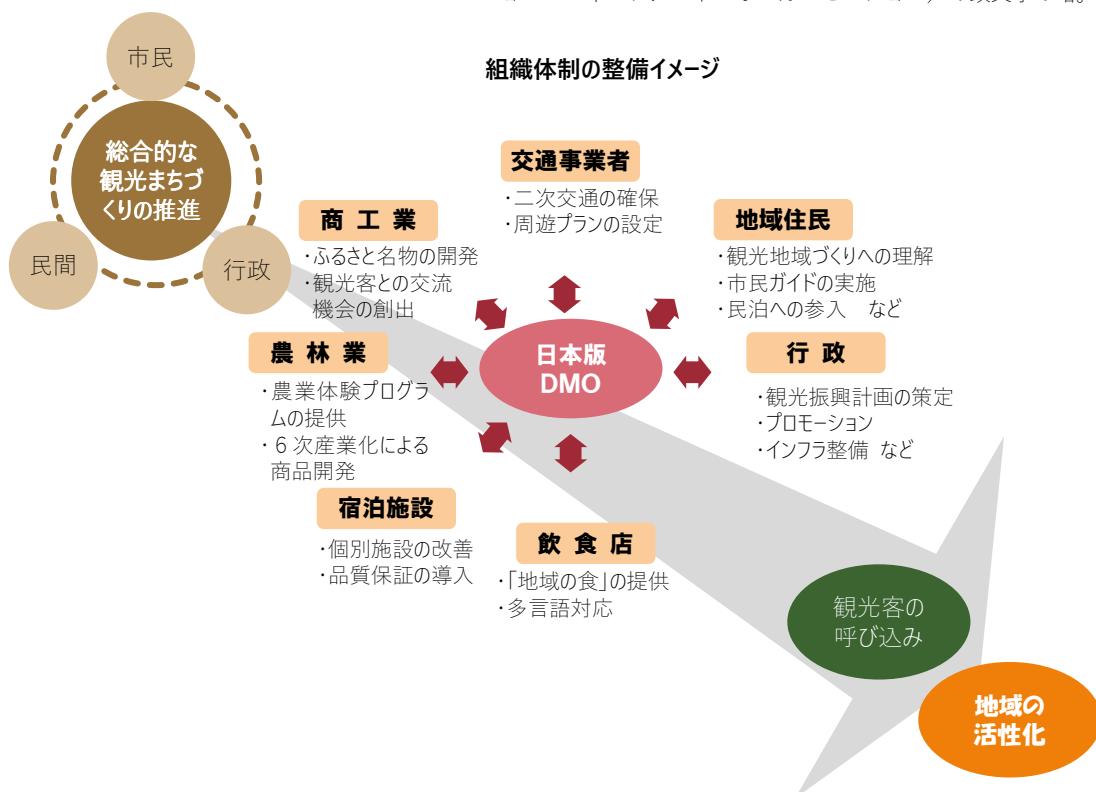
重点戦略3 関係機関をつなぐ組織づくり

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。

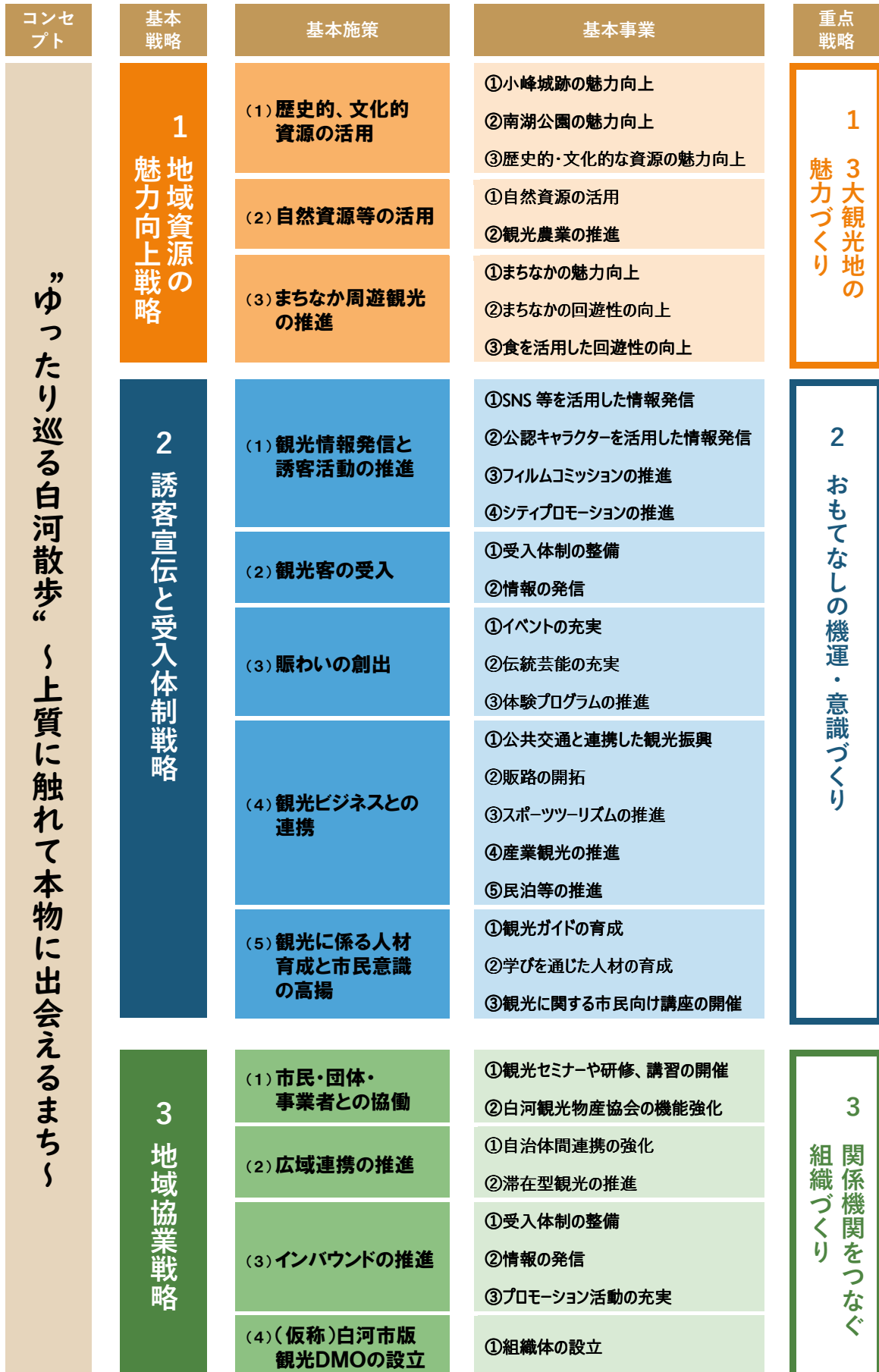
現状では、市、白河観光物産協会、白河商工会議所をはじめとする関係機関、市民団体、NPO 団体などがそれぞれの事業に対して関わり、連携を取っている状況です。今後、市全体の観光を推進するため、これらの関係する団体・機関がさらに綿密なコミュニケーションをとり、互いの持つ資源を提供し合い、同じ方向を向いてそれぞれの役割を果たしていくことが必要です。

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

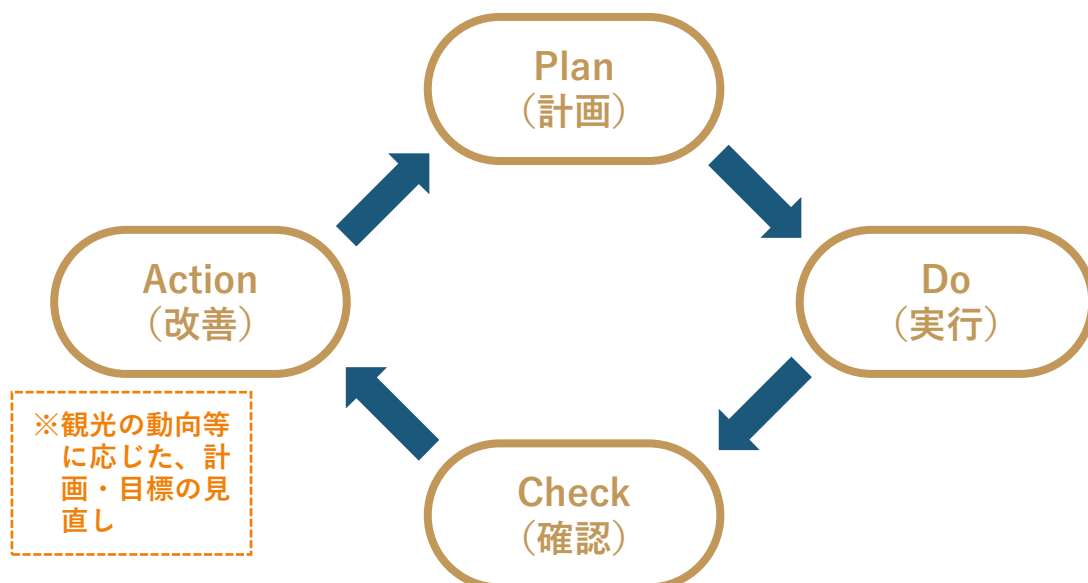
本計画は、本市としての観光に関する基本的な考え方及び今後の方針を示すものです。本計画に基づいて、本市と関係団体が連携しながら計画を着実に実行していきます。

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。



第 5 章

基本戰略

1

地域資源の魅力向上戦略

戦略の展開に向けた現状と課題

資源の一つひとつの魅力を高めて、観光客に巡ってもらうことが必要

- 3大観光地に来る観光客は、目的地のみに立ち寄り、市内の他のスポットを通過していく傾向があります。市街地に近い小峰城跡に来る人が、市街地から離れた南湖公園、白河関跡に立ち寄ることが少ない状況です。
- 南湖公園・白河関跡に来訪する人が小峰城跡を来訪する割合と、小峰城跡に来訪する人が南湖公園・白河関跡を来訪する割合に差があり、小峰城跡だけを訪れる人が多いことがうかがえます。また、白河ラーメンや南湖公園のカフェを目的に来訪する人が多くなっています。
- 桜の季節の花見旅行や、市内の各種イベント時には多くの観光客が訪れていますが、それ以外の時期や平日の観光客が極端に少なくなる傾向があります。
- 名所や旧跡等の観光は、観光客を惹きつける有力なコンテンツとなりうる一方で、リピート訪問を見込みづらいため、自然や文化財以外の観光コンテンツの開発も必要です。

消費活動ができる場・機会を増やすことが必要

- 白河ラーメンやそば、南湖だんごなど、代表する飲食物や特産品があるものの、「どこに行けばそれらが買うことができるか」が浸透しておらず、結果、著名な飲食以外で観光客が消費行動をする場所が限られている状況です。白河市を代表するお土産の確立・開発及び情報発信を充実させ、観光客に「モノを買ったり、食べたりする」ことを目的化してもらうことが必要です。
- また、市内の特産品加工所と連携しながら和菓子、米・米粉、日本酒、ラーメンなどの特産品や、より魅力的な白河ブランド品の開発及び浸透も重要となります。

(1) 歴史的、文化的資源の活用

本市のシンボルで歴史的資源である、国史跡「小峰城跡」、国史跡及び名勝「南湖公園」、国史跡「白河関跡」は保存管理計画及び整備基本計画などに基づき、魅力向上を図るとともに、史跡でイベントを開催するなど、広く情報を発信することで、さらなる魅力の向上に努めます。

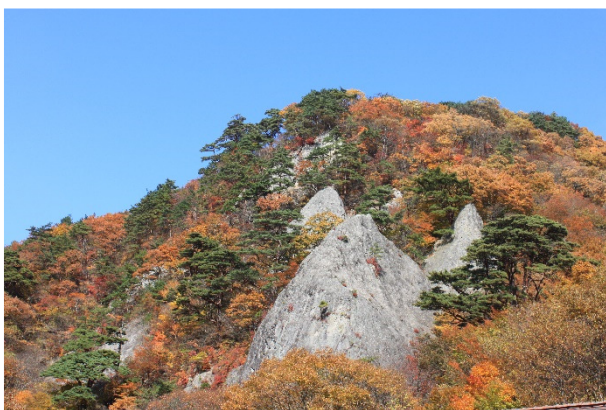
また、市内各地に点在している史跡や歴史的な建物等の保護・保存に努めながら、さらなる魅力向上のため、観光資源としてのPRを推進し、本市ならではの地域資源を活用することにより観光地として一層の魅力向上に努めます。

基本事業	概要	実施主体
①小峰城跡の魅力向上 (※重点戦略1)	<p>史跡小峰城跡の三重櫓や石垣など城跡全体の情報発信に努め、小峰城跡の魅力向上を図ります。</p> <p>また、小峰城の歴史や東日本大震災における被災の状況と石垣修復の様子を学ぶことができるパネルや模型、江戸時代の小峰城跡をCGで復元し3面スクリーンで映像化したVRシアター等、小峰城の魅力を再発見・再認識できる「小峰城歴史館」や、お休み処「二ノ丸茶屋」などの施設と連携を図りながら、観光地としての魅力向上に努めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会
②南湖公園の魅力向上 (※重点戦略1)	<p>南湖公園利用者に快適な空間を提供するため、利用環境の整備や美化活動等をとおして環境保全、マナー意識の向上を図るとともに、南湖公園の四季折々の美しい景観の発信による観光誘客に努めます。また、翠楽苑での呈茶体験や公園内の茶店、カフェ等と連携したイベントを通じて、観光地としての魅力向上に努めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会 ・市民 ・事業者
③歴史的・文化的な資源の魅力向上 (※重点戦略1)	<p>国史跡「白河関跡」や国史跡「白川城跡」をはじめとする歴史的・文化的資源の保護・保存に努めるとともに、日本遺産登録に向けて取り組んでいる「奥の細道風景地」や独特の姿が新たな観光資源として注目される「狛犬」など、歴史的・文化的資源の活用による観光振興を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会

(2) 自然資源等の活用

関山や権太倉山、天狗山をはじめとする豊かな自然環境について、環境美化に努めながら、市民や観光客が自然に親しめる憩いの空間として魅力の発信に努めます。

基本事業	概要	実施主体
①自然資源の活用	ビャッコイ、二本カヤなどの県指定天然記念物や関山、権太倉山などの、本市の美しい自然資源に市民や観光客が親しみ、楽しめるよう、関係機関と連携しながら、情報発信に努め、観光資源としての活用を図ります。	・行政 ・市民 ・観光物産協会
②観光農業の推進	美しい自然景観、農林産物などの地域資源を活用し、首都圏住民などを対象にした体験型農業など農業と観光の連携を図り、農業の魅力の発信による観光振興に努めます。	・行政 ・観光物産協会 ・農業関係者



【聖ヶ岩】

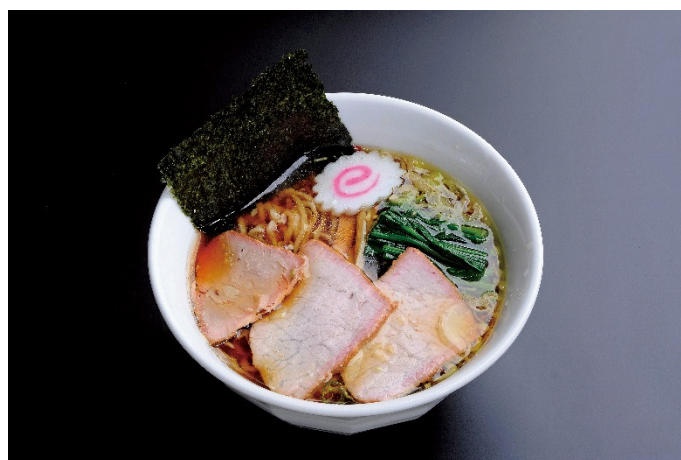


【ビャッコイ（県指定天然記念物・国内希少野生動植物種）】

(3) まちなか周遊観光の推進

まちなかには、史跡や歴史的風致形成建造物、伝統産業に根ざした建物、歴史にゆかりのある地などが多く点在することから、ストーリー性を持たせ、歩いて楽しめる「まちなか周遊観光」を推進します。

基本事業	概要	実施主体
①まちなかの魅力向上 (※重点戦略1)	祭りやイベント開催による、まちの賑わい創出や、「白河市歴史的風致維持向上計画」の国認定を受け整備した歴史的・文化的資源をさらにブラッシュアップし、まちなか回遊拠点の充実を図るとともに、本市固有の歴史的・文化的資源を維持し次世代に継承することで、将来に渡り継続的にまちなかの魅力を向上させていきます。	・行政 ・事業者 ・関係者団体
②まちなかの回遊性の向上	本市のまちなかには、寺院や歴史上の人物ゆかりの地が数多く点在しており、その資源を活かした「ぐるり白河文化遺産巡りツアー」などが行われています。さらに、「まち歩きマップ」などを通じて、ストーリー性のある散策コースの発信に努めるとともに、市循環バス「こみねっ」とや公共交通機関を活用した回遊を促進します。	・行政 ・観光物産協会 ・事業者
③食を活用した回遊性の向上	白河ラーメンやそばを提供する店舗には県内外から多くの観光客が訪れていますが、観光地の回遊に繋がっていないため、飲食店に観光パンフレットやポスター等を配置して、連携を図り、回遊性の向上に努めます。	・行政 ・観光物産協会



【白河ラーメン】

2 誘客宣伝と受入体制戦略

戦略の展開に向けた現状と課題

観光客の滞在時間の延長が必要

- 市内の観光の移動手段は自動車が中心です。また、JR新白河駅・白河駅前からの二次交通が十分とはいえない状況です。
- まちなかに飲食店は多数あるものの、観光客が電車やバスの待ち時間に気軽に利用できるカフェ等の飲食店は限られており、JR駅周辺での滞在時間の確保も重要となります。
- 観光バス等による団体での来訪も一定数あるものの、滞在時間が限られてしまうため、十分に堪能できなかったり、消費活動につながらないことが多くなっています。
- 市内でも観光客向けに特化した事業を主として展開している事業者は限られており、「稼げる」観光振興に参入する事業者を増やしていくことが重要となります。

既存のイベントや既存の資源を活かした通年の観光客の底上げが必要

- 本市では、白河だるま市や白河提灯まつりといった伝統行事については、多くの観光客が訪れています。一方で来訪者数はイベントの有無に偏っているほか、テーマに沿った中・小規模のイベントが多くありますが、その認知度は低い傾向にあります。年間を通して来訪してもらえよう、イベントを契機とした本市のPRが必要となります。
- イベントのほかに農業や伝統産業など体験型の観光ができるコンテンツがあります。これらを生かしたプログラムを充実させることによって、来訪者の裾野を広げていくことが必要となります。

効果的な情報発信・PRの強化が必要

- 首都圏や東北自動車道沿線からのアクセス性が高い一方で、観光地として素通りされてしまう傾向があり、「白河に来てもらう、立ち寄ってもらう」ための情報発信やPRの強化が必要となります。
- 「東北の玄関口」や、高校野球で聞かれる「白河の関越え」というフレーズでも分かるように、白河市に対して「入口」や「境界」といったイメージが浸透しています。本市により長時間滞在してもらうために、東北地方の市町村と連携しながら、“玄関”を通り過ぎるだけでなく、留まってもらう仕掛けづくりが必要です。
- 観光物産協会が観光案内所の機能を持っていますが、観光客や市民に対し観光資源を十分に見える化できていない状況です。また、SNS等のインターネットを十分に活用できていないため、市内外へのPRの機会を逃している状況です。

市民一人ひとりが観光地としての自覚を持つことが必要

- 来訪者の満足度の向上と市民の白河愛の醸成のため、市民と観光客の交流機会をつくとともに、観光人材の育成を図ることが重要です。また、訪問客に対する受入体制が整えられ、受入側である市民や事業者同士が連携し、おもてなしを実践していくことも重要となります。
- 市民のまちへのアイデンティティや愛着心がみられるものの、白河市で観光を進めていくことに対して当事者意識を十分に醸成できていない状況です。また、文化財の中には、市民の認知が十分でないものもあります。

(1) 観光情報発信と誘客活動の推進

本市の観光地としてのブランドイメージの向上を図るとともに、訪問先として本市を選択していただくため、他の地域との差別化を図り、本市ならではの旬な魅力と情報を様々な媒体を通じて発信します。また、様々な媒体や旅行会社などに対するプロモーション活動を継続的に実施し、誘致促進を図ります。

さらに、本市はロケ地として多様な資源を有していることから、フィルムコミッション活動の推進により、映画やテレビ番組などの撮影を積極的に誘致することで、本市の知名度やイメージ向上に努めます。

基本事業	概要	実施主体
① SNS 等を活用した情報発信	ホームページや SNS (ツイッター、インスタグラム等)をはじめ、観光パンフレット、テレビ、ラジオなど、様々な宣伝媒体を活用し、効果的な情報発信に努めます。	・行政 ・観光物産協会
② 公認キャラクターを活用した情報発信	本市公認キャラクターである「ダルライザー」、「しらかわん」、「小峰シロ」はキャラごとに SNS 等を通し情報の発信を行っており、今後さらに様々な宣伝媒体で活用し、インパクトのある効果的な観光情報の発信に努めます。	・行政 ・事業者
③ フィルムコミッションの推進	フィルムコミッション事業の展開により、映画やテレビ番組等の撮影を積極的に誘致し、その放映を通じた本市の知名度向上と魅力の発信に努め、本市のロケ地を観光資源として活用し、観光誘客を図ります。	・行政 ・事業者
④ シティプロモーションの推進	「白河市シティプロモーション基本方針」に基づき、行政と地域住民が共同で地域の魅力を探し出し、地域イメージを確立させて、情報発信することで認知度の向上を促進します。	・行政 ・市民

白河市公認キャラクター



【ダルライザー】



【しらかわん】



【小峰シロ】

(2) 観光客の受入

観光客が本市を訪れた際に、よりスムーズでストレスを感じることがないように環境を整備することにより、誘客を図ります。

基本事業	概要	実施主体
①受入体制の整備	研修会等を通じた受入機運の醸成や接客能力の向上を図るとともに、施設等の無料 Wi-Fi 環境や物産機能の充実を図ります。また、観光案内看板については、「白河市・西郷村サイン統一計画書」・「白河市屋外広告物等に関する条例」に基づき、掲示するとともに、周辺景観に配慮するものとします。さらに、内容等を精査し、分かりやすく確実な誘導ができるよう充実を図ります。	・行政 ・観光物産協会 ・事業者
②情報の発信	観光情報提供の場である案内所において、観光客への案内体制の向上・充実を図ります。また、外国人が容易に散策できるよう、見やすさ利用しやすさを重視した観光情報の提供を図ります。	・行政 ・観光物産協会



【公益財団法人白河観光物産協会】

(3) 賑わいの創出

賑わいのある観光地を創出するため、市民や観光客が参加し、共に楽しめるイベントやまつりを四季折々に開催し、その内容の充実と情報発信に努めます。

基本事業	概要	実施主体
①イベントの充実	<p>多くの集客が見込める「白河さくらまつり」、「白河関まつり」、「白河提灯まつり」、「白河だるま市」、「しらかわキャラ市」などの内容の充実を図っていきます。また、「ふるさと川まつり in たいしん」、「ふるさと表郷まつり」、「サンライズひがしフェスティバル」など地域主体の催しの支援など、市民が観光客とともに楽しめるイベントの開催を通して、本市の歴史や文化の発信と賑わいの創出を図ります。</p> <p>また、民間が主催する大型イベントの誘致により積極的な発信を行います。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会 ・商工関係者 ・市民 ・事業者
②伝統芸能の充実	<p>関辺のさんじもさ踊や奥州白河歌念仏踊など、本市に古くから伝わる伝統行事等の保存・継承を支援するとともに、広く発信し、文化意識の高揚と観光振興に努めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・市民
③体験プログラムの推進	<p>地域資源を生かした屋外体験、また、特産加工、郷土料理づくりや地域文化活動などの室内体験プログラムを整備します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会 ・市民



【しらかわキャラ市】



【白河提灯まつり】



【だるま市】

(4) 観光ビジネスとの連携

観光振興をまちの活性化と産業振興につなげるためには、本市への観光誘客が観光ビジネスとして成立することが不可欠です。魅力ある観光資源の観光ビジネスへの接続を推進し、本市における宿泊客の増加と観光消費の拡大につながる施策の展開を図ります。

基本事業	概要	実施主体
①公共交通と連携した観光振興	市民の生活交通である鉄道やバス等の公共交通を活性化するため、公共交通と連携した観光ルートの設定や観光商品の開発に取り組みます。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会 ・交通事業者
②販路の開拓	旅行事業者に対する説明会・商談会への参加、ダイレクトメール等による販路の開拓に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会
③スポーツツーリズムの推進	本市の観光資源の特色のひとつでもあるゴルフやサイクリングを主な対象として、スポーツツーリズムの観点から他の観光資源と連携し、市内観光への誘導を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・市民 ・事業者
④産業観光の推進	市内の企業と連携し、協力事業者を発掘するとともに、企業が有する技術や施設、生産現場などを見学したり体験したりできるような産業観光の商品化に取り組みます。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・農商工関係者
⑤民泊等の推進	本市は、宿泊施設が少ないため、日帰り旅行が多く、地域経済の活性化に繋がりにくいことが課題であるため、空き家等を活用した民泊事業や美しい里山や田園風景を望みながら過ごす農泊などを推進します。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・事業者 ・農商工関係者



【サイクルツーリズム事業】

（5）観光に係る人材育成と市民意識の高揚

観光従事者の研修や技術講習などを実施し、インバウンドにも対応した観光客受入に携わる人材の育成に努めます。また、本市の歴史の主要な部分を平易な表現でまとめた『白河歴史の手引き「れきしら」』などを通じて本市の歴史や文化を学び、再認識することで、市民一人ひとりが観光客を温かく迎え入れるおもてなしの意識の高揚に努めます。

基本事業	概要	実施主体
①観光ガイドの育成 (※重点戦略2)	『白河歴史の手引き「れきしら」』を通じて本市の歴史と伝統を再発見し、地域への愛着を図るとともに、観光ガイドへ導く人材確保及び育成を進めます。また、外国語ガイドの体制整備について、今後の誘客戦略を踏まえながら検討します。	・行政 ・市民 ・観光物産協会 ・ツーリズムガイド白河
②学びを通じた人材の育成 (※重点戦略2)	地域の歴史・自然・文化に関する講座を通じて、子どもたちが地域のことについて学んだり体験したりできる機会を増やし、観光まちづくりに参画する人材の育成に努めます。	・行政 ・市民
③観光に関する市民向け講座の開催 (※重点戦略2)	地域の歴史・自然・文化など、観光に関する市民向け講座を開催し、市民の観光への関心と、地域に対する知識や誇りを高めます。	・行政 ・市民



【ツーリズムガイド白河】

3

地域協業戦略

戦略の展開に向けた現状と課題

市民・事業者・団体同士の連携の強化が必要

- 本市の現状では、市、観光物産協会、商工会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、連携をとっている状況で、事業者及び観光関係者同士での横のつながりが少ない状況です。今後は、関係する団体・機関がさらに綿密なコミュニケーション・連携を深め、互いのもつ資源やリソースを提供しあい、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。
- 近年は、「ふくしまデスティネーションキャンペーン」の実施により、これまで実現に課題のあった市民・民間・行政が一体となった「オール白河市」での取り組みの基礎が構築されつつあります。

近隣市町村との連携強化が必要

- 白河市に来る観光客のほとんどが、市外の観光地と組み合わせで来訪しています。また、宿泊を伴う来訪者の多くが市外に宿泊しています。
- 本市の近隣には那須地方や会津地方など、全国的にも知名度が高く、観光客が多い地域があります。これまで、ふくしま県南観光推進協議会や那須白河会津観光推進協議会、那須・白河・西郷サイクルツーリズム協議会による広域連携を進めており、引き続き近隣市町村等と連携した観光プロモーションの展開が必要となります。

(1) 市民・団体・事業者との協働

本市における観光振興に対する市民・事業者の意識は、地域による格差が大きく、全市民的な観光振興への関心は十分とはいえない状況です。幅広い市民・団体・事業者の参加を促す取り組みを推進し、市民・団体・事業者との協働による観光振興の充実を図ります。

基本事業	概要	実施主体
①観光セミナーや研修、講習の開催 (※重点戦略2)	専門分野の講師を招き、観光に関するセミナーや、受け入れに必要な接遇マナー等に関する研修を開催します。	・行政 ・事業者 ・商工関係者
②白河観光物産協会の機能強化 (※重点戦略3)	本市における観光振興の中心的な役割を担う白河観光物産協会が旅行商品の開発や取り扱いなどの業務を行えるよう、組織の機能を強化します。	・行政 ・観光物産協会

(2) 広域連携の推進

観光誘客のさらなる促進やインバウンドの取り込みにおいては、本市単独の取り組みだけでは限界があります。近隣自治体との広域的な連携や協力関係を確立し、観光客の行動範囲に対応した取り組みの充実を図ります。

基本事業	概要	実施主体
①自治体間連携の強化 (※重点戦略3)	本市を含む福島県の県南地域の自治体で構成される「ふくしま県南観光推進協議会」や、栃木県那須町や会津地域等で構成される「那須白河会津観光推進協議会」に加え、サイクルツーリズムを軸とした「那須・白河・西郷サイクルツーリズム推進協議会」など近隣自治体との広域連携による観光ルートの形成や、誘客の促進など、交通アクセスの向上にともなう旅行者の行動範囲の拡大に対応した広域連携による観光振興の充実を図ります。 また、栃木県大田原市とは文化交流協定を締結するなど、市町村や県の枠にとらわれることなく、生活圈や経済圏をともにする自治体間での連携強化を図ります。	・行政 ・観光物産協会 ・商工関係者 ・事業者
②滞在型観光の推進	広域連携の特性を活かしたストーリー性のある事業を実施するとともに、本市の宿泊や体験などの魅力の有機的な結びつけにより、域内の回遊性向上と滞在型観光の推進を図ります。	・行政 ・観光物産協会 ・商工関係者 ・事業者

【参考】白河市の広域連携の状況

(1) ふくしま県南観光推進協議会

- 県南 9 市町村（白河市、西郷村、泉崎村、中島村、矢吹町、棚倉町、矢祭町、埴町、鮫川村）で構成されています。
- 観光誘客宣伝イベントの開催、観光物産の商品販売、観光素材の磨き上げとおもてなしの向上、観光コンテンツ、周遊ルートの開発等に取り組んでいます。



【過去の主な取組】

- ①しらかわ秋冬観光キャンペーン事業
- ②ラッピングバスの運行
- ③バスツアーの実施
- ④イベントの実施

(2) 那須白河会津観光推進協議会

- 栃木県と福島県の県境に隣接する那須町・白河市・西郷村・下郷町・天栄村・会津美里町の 6 市町村と観光協会、商工会等にて構成。Facebook ページ等における情報発信やスタンプラリーを実施しています。



(3) 那須・白河・西郷サイクルツーリズム推進協議会

- 白河市、栃木県那須町、福島県西郷村と連携して、「サイクルツーリズム推進事業」に取り組んでいる。専用ホームページでは、サイクルピット・休憩所・サイクリング推奨コース・観光グルメ情報などを紹介しています。



(3) インバウンドの推進

東京オリンピック・パラリンピックの開催により、今後ますます増加が期待できる訪日外国人の誘客を推進するため、外国人の関心の高い「食」や「自然」、「体験」などの観光資源を磨き上げるとともに、効果的な誘客宣伝と受入体制の向上を図ります。

基本事業	概要	実施主体
①受入体制の整備	研修会等を通じた受入機運の醸成や接客能力の向上を図るとともに、施設等の無料 Wi-Fi 環境の充実や免税店への登録促進、観光施設等の案内板や誘導表示の外国語併記等を推進し、外国人観光客の受入体制の充実を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会 ・事業者
②情報の発信	観光情報提供の場である案内所において、外国人観光客への案内体制の向上・充実を図ります。また、外国人が容易に散策できるよう、観光パンフレットやホームページなどの多言語化に努めて、見やすさ利用しやすさを重視した観光情報の提供を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会
③プロモーション活動の充実	国や県、近隣自治体をはじめ、観光関係団体と連携した誘客宣伝活動を実施するとともに、国内外の商談会等を通じて、海外の旅行会社に対して、多言語の DVD やパンフレットなどによる PR 活動やファムトリップの実施により、効果的なプロモーション活動を展開します。	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・観光物産協会



【インバウンドモニターツアーの様子】

(4) (仮称) 白河市版観光 DMO の設立

効果的な観光振興のためには、行政的な取り組みだけでは限界があります。観光まちづくりに関する専門的な人材を有し、観光振興とまちづくりを中・長期的視点から実践的にマネジメントする組織として、(仮称) 白河市版観光 DMO の設立を推進します。

基本事業	概要	実施主体
①組織体の設立 (※重点戦略3)	(仮称) 白河市版観光 DMO の設立に向け、DMO の組織形態や関係機関における役割、担い手となる組織・団体の構成等について検討を進めます。	・行政 ・市民 ・観光物産協会 ・商工関係者

資 料 編

1

白河市観光振興計画策定会議委員名簿

任期：令和元年8月21日～令和2年3月31日

役職	氏名	所属団体等
座長	猪俣 菜央	株式会社サーキュレーション
副座長	和知 健明	ダルライザープランニング
委員	富山 真奈美	公益財団法人 白河観光物産協会
委員	大竹 茜	白河商工会議所
委員	金子 善弥	白河青年会議所
委員	富山 強	白河商工会議所青年部
委員	北住 雅雄	ツーリズムガイド白河
委員	中目 公英	南湖共栄会
委員	小針 岳洋	福島交通観光株式会社 白河支店
委員	渡邊 高章	白河だるま総本舗
委員	班目 康平	NPO 法人 しらかわ市民活動支援会
委員	青砥 和希	一般社団法人 未来の準備室
委員	兵藤 方則	グリーンアカデミーカントリークラブ
委員	安田 祥子	株式会社東武トップツアーズ

(敬称略・委員順不同)

2

白河市観光振興計画策定会議開催経過

	日程	概要
第1回	令和元年 8月21日	<ul style="list-style-type: none"> 委員委嘱 座長選出 白河市観光振興計画策定に係る基礎調査実施結果報告について 計画策定の目的 スケジュールについて
第2回	令和元年10月 4日	<ul style="list-style-type: none"> 白河市観光振興計画(案)について
第3回	令和元年11月 8日	<ul style="list-style-type: none"> 白河市観光振興計画(案)について
第4回	令和元年12月18日	<ul style="list-style-type: none"> 白河市観光振興計画(案)について

白河市観光振興計画

令和2年3月

発行 / 白河市

編集 / 白河市役所 産業部 観光課

〒961-8602 福島県白河市八幡小路7-1

電話番号:0248-22-1111【内線:2214・2215】 ファックス番号:0248-22-1116

