

福島県南会津地域観光振興ビジョン

福島県南会津地方振興局

令和5年〇月

目 次

| | | |
|-------|-------------------------------|----|
| 序 章 | 南会津地域観光振興ビジョンの策定にあたって | 1 |
| 1 | 観光振興ビジョン策定の目的 | 1 |
| 2 | 本ビジョンの位置づけ | 1 |
| 3 | 計画期間 | 1 |
| 第 1 章 | 観光を取り巻く状況 | 2 |
| 1 | 統計から見た観光の現状 | 2 |
| 2 | 南会津地域観光動向調査（来訪者アンケート等）による観光実態 | 7 |
| 第 2 章 | 本地域の観光振興の課題 | 18 |
| 1 | SWOT 分析による本地域観光の「強み」と「弱み」 | 18 |
| 2 | 本地域観光の課題 | 19 |
| 第 3 章 | 本地域の観光振興の推進 | 21 |
| 1 | 本地域の観光振興のめざす姿 | 21 |
| 2 | 数値目標 | 21 |
| 3 | SDGs 達成への貢献 | 22 |
| 4 | 取組の柱と取組方針 | 23 |
| 5 | 本ビジョンの推進 | 30 |
| 参考資料 | | 32 |
| 1 | 本地域の観光資源 | 33 |
| 2 | テーマ・ストーリーのある旅行商品の造成 | 36 |
| 3 | 「稼ぐ」観光検討会及びワーキンググループについて | 37 |

序章 南会津地域観光振興ビジョンの策定にあたって

1 観光振興ビジョン策定の目的

人口減少、少子高齢化が進行する中において、将来にわたって活力ある地域社会を維持・発展させるためには、地域外からの旅行者等による交流人口を拡大させ、地域経済の活性化を図る仕組みづくりが重要です。

観光の振興は、交流人口の拡大により交通業や宿泊業にとどまらず、その周辺産業を巻き込んだ幅広い分野にわたって波及効果をもたらすとともに、SDGs（持続可能な開発目標）※の達成に貢献すると期待されています。※詳細は本ビジョン P22 参照

南会津地域には、豊かな自然や個性あふれる伝統、食文化などの地域固有の資源が多く残されており、それぞれ人を惹きつける魅力がありますが、平成 23 年 3 月の東日本大震災及び原子力災害（以下、「東日本大震災等」とする。）や令和 2 年 1 月以降の新型コロナウイルス感染症（以下、「新型感染症」とする。）感染拡大等の影響を受け、地域内の観光需要は大きく落ち込み厳しい状態が続いています。本地域の観光の再生と新たな観光需要の喚起に向けた取組を進め、旅行者を本地域に呼び込み、旅行者一人一人の消費額を拡大させ、地域経済の循環と活性化に結びつけることが重要です。

福島県南会津地方振興局では、令和 3 年度に「稼ぐ観光検討会」を立ち上げ、本地域で「稼ぐ観光」を実現するための検討や実証等を進め、本地域が目指す観光振興への取組をまとめた「南会津地域観光振興ビジョン（以下、「本ビジョン」とする。）」を策定しました。

今後、本地域における国内外の旅行需要の回復等を見据え、県、町村や関係事業者、そして地域住民が本ビジョンを共有し、一体となって観光振興に取り組み、本地域の観光が国内外に広く認知され、観光によって活力と魅力あふれる地域となることを目指します。

2 本ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、福島県の最上位計画である「福島県総合計画」の「地域別の主要施策」の個別計画と位置づけます。

3 計画期間

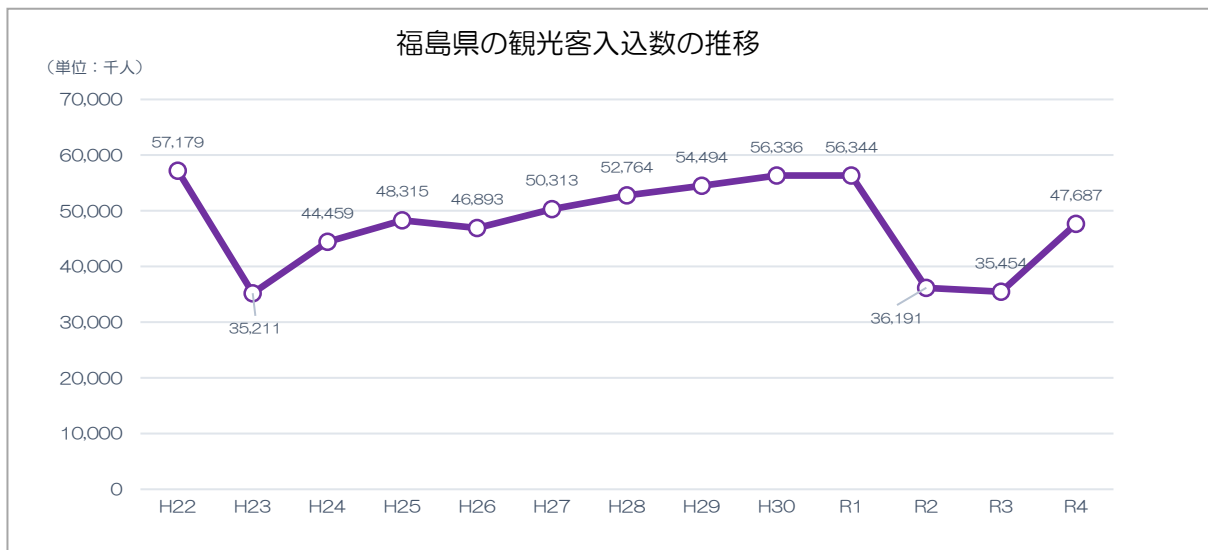
本ビジョンの計画期間は、令和 5 年度から令和 12 年度まで（2023 年度から 2030 年度まで）の 8 年間とします。

第1章 観光を取り巻く状況

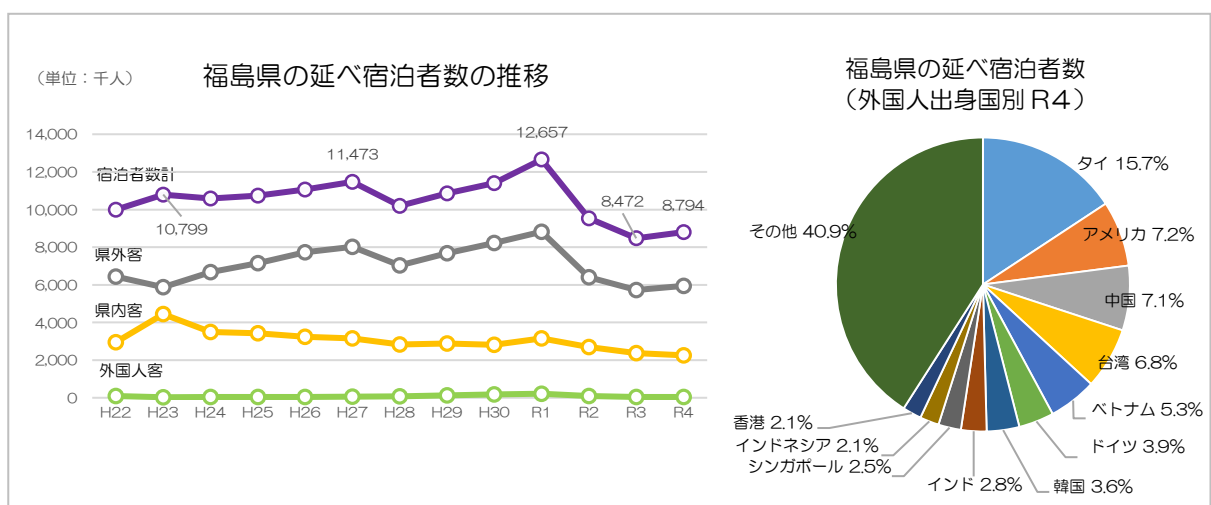
1 統計から見た観光の現状

(1) 福島県の観光客動向

- 福島県の全体の観光客入込数は、平成23年には東日本大震災等の影響などにより大きく落ち込みましたが、復興需要などから令和元年まで概ね前年を上回る動きで推移しました。令和2年、3年は新型コロナウイルスの影響から大幅に減少して推移したあと、令和4年は回復傾向となり、新型コロナウイルス感染拡大前（令和元年）の約85%となりました。
- 福島県全体の延べ宿泊者数は、令和元年に県外客が増加し、平成22年以降で最も多い宿泊者数となりました。その後、新型コロナウイルスの影響から宿泊者数は前年を下回る動きで推移しましたが、直近の令和4年には前年を上回る動きへと転じました。
- 令和4年の外国人の出身国別延べ宿泊者数では、タイ、アメリカ、中国などからの宿泊者数が上位となっています。



出典：福島県観光交流課「福島県観光客入込状況」

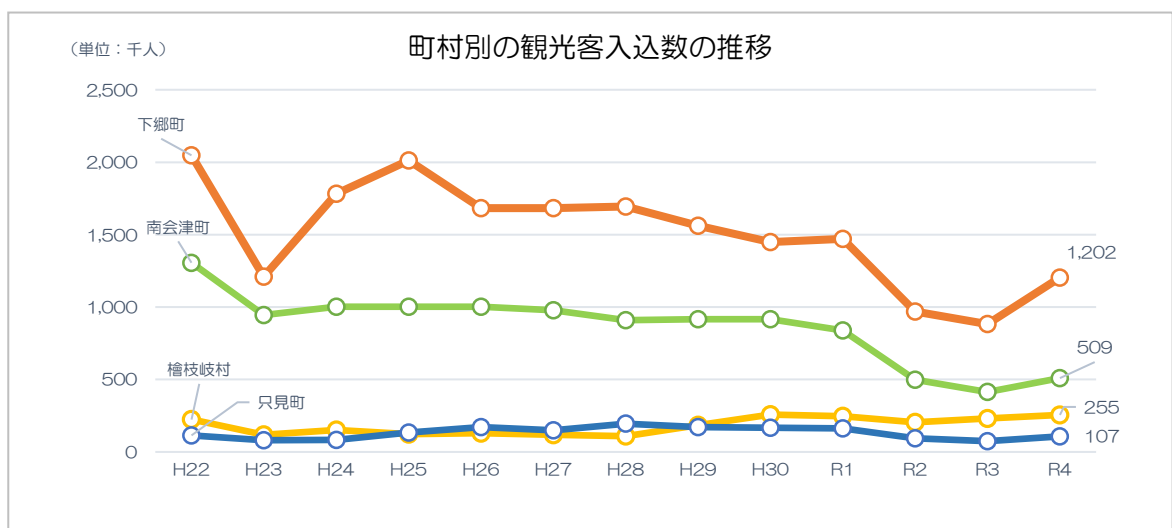
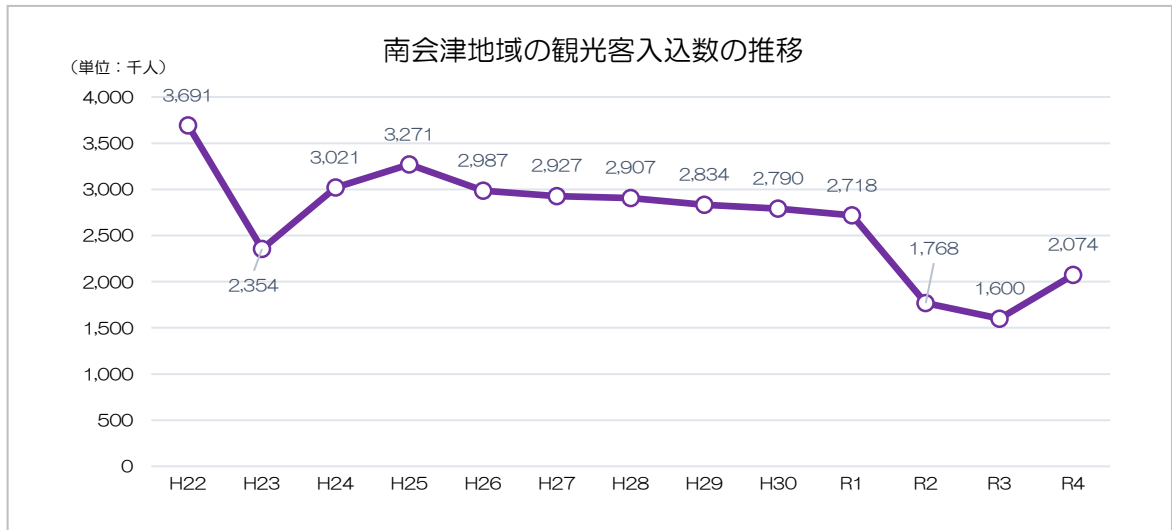


出典：国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」

(2) 南会津地域の観光需要の動向

ア 観光客入込の状況

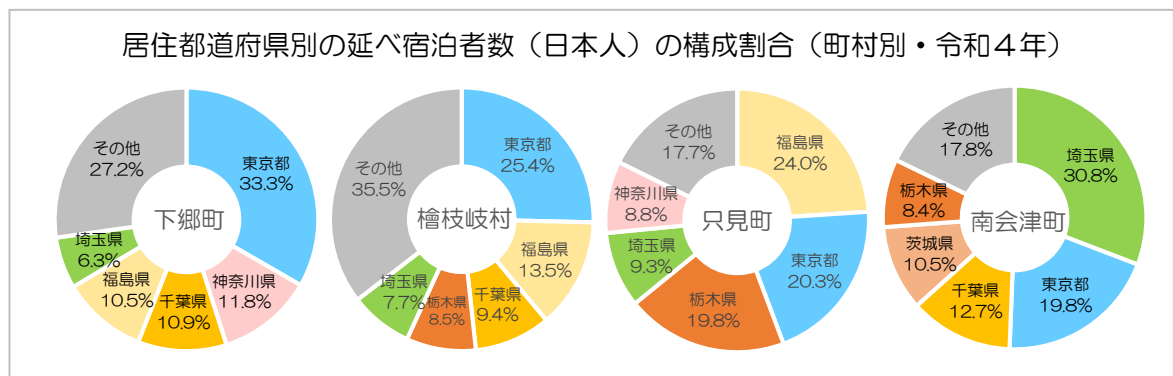
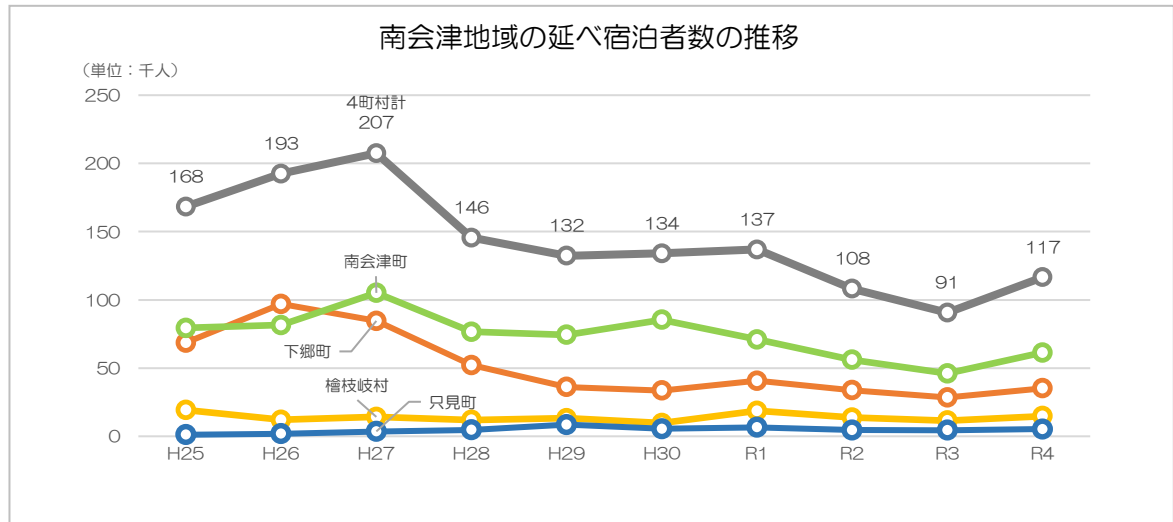
- 本地域の観光客入込数は、東日本大震災等の影響により平成 23 年には大きく落ち込みましたが、平成 25 年には自然や史跡等を訪れる観光客を中心に増加しました。その後、8 年連続で前年を下回る動きとなり、令和 3 年には、新型感染症が大きく影響し、平成 22 年以降最も少ない 1,600 千人となりました。
- 直近の令和 4 年観光客入込数は 2,074 千人となり、新型感染症感染拡大前（令和元年）の約 76%となりました。
- 町村別にみると、下郷町、南会津町及び只見町は新型感染症の影響から令和 2 年、3 年は大きく減少したのち、令和 4 年には反動増となりました。檜枝岐村についても新型感染症の影響があるものの、令和 3 年以降 2 年連続で前年を上回る動きとなりました。



出典：福島県観光交流課「福島県観光客入込状況」

イ 宿泊者数の動向

- 本地域の延べ宿泊者数は、平成 27 年をピークにその後は減少傾向で推移しました。直近の令和 4 年は回復傾向がみられ、新型コロナウイルス感染拡大前（令和元年）の約 85% となりました。
- 居住都道府県別延べ宿泊者数（日本人）の構成割合は、目的地への交通手段や宿泊施設等の違いから、町村によって大きく異なりますが、福島県を除くと、東京都、埼玉県、千葉県、栃木県など関東居住者の割合が大きくなっています。



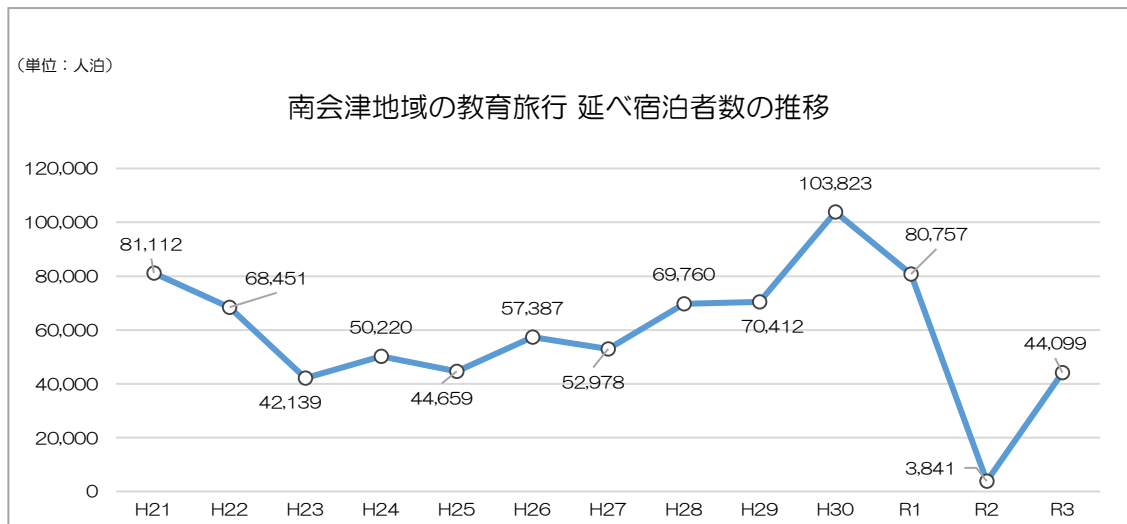
出典：観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

《注記》

観光予報プラットフォームでは、日本全体の宿泊実績データのうち、1 億 3,000 万泊以上（2019 年 5 月現在）のサンプリングデータ（店頭、国内ネット販売、海外向けサイトの販売）を抽出し、宿泊者数の実績データを算出しています。

ウ 教育旅行の動向

- 本地域の教育旅行延べ宿泊者数は、東日本大震災等の影響により平成 23 年度には大きく落ち込みましたが、その後は回復傾向で推移しました
- 令和 2 年度には感染症の感染拡大が影響し大幅に落ち込み、翌令和 3 年度には回復傾向へと転じましたが、感染症感染拡大前（令和元年）の約 55% となりました。



出典：福島県観光交流局観光交流課「令和 3 年度福島県教育旅行入込調査報告書」

《注記》

福島県教育旅行入込調査では、県内 568 施設を対象にアンケート調査を行い、教育旅行を目的とした延べ宿泊者数を算出しています。

【参考】南会津地域における教育旅行誘致の取組

本地域では、「南会津着地型観光推進協議会」※をワンストップ窓口とし、南会津郡全域を自然学習の拠点とした教育旅行誘致を展開しています。

※南会津着地型観光推進協議会：南会津地方振興局、郡内 4 町村、観光関係機関等で構成。地域が主体となって観光素材の発掘・磨き上げを行い、着地観光の取組を推進しています。

エ 本地域の旅行満足度

- 本地域の旅行満足度は 70.9%と県内では会津、県北地域に次いで3番目となり、比較的高い傾向がみられています。
- 性年代別では、男性が 20 代、女性が 30 代で 80%台と高くなっています。
- 居住地別では、東北、北関東、近畿で 70%台と満足度が比較的高くなった一方で、北海道、九州・沖縄などでは低い傾向となっています。

福島県内各エリアの旅行満足度（令和4年度）

n = 30以上

TOP2計（「満足」「やや満足」）のスコア

| 比率の差 | 福島県全体 | 県北地域 | 県中地域 | 県南地域 | 会津地域 | 南会津地域 | 相双地域 | いわき地域 |
|------------------|-------|------|------|-------|------|-------|------|-------|
| +10 +10ポイント以上 | | | | | | | | |
| +5 +5ポイント以上 | | | | | | | | |
| -5 -5ポイント以上 | | | | | | | | |
| -10 -10ポイント以上 | | | | | | | | |
| n= | | | | | | | | |
| 全体 (1,000) | 81.7 | 74.7 | 70.3 | 65.7 | 79.0 | 70.9 | 62.4 | 68.3 |
| 男性計 (553) | 80.7 | 72.9 | 66.8 | 64.6 | 78.1 | 70.5 | 61.7 | 64.6 |
| 20代 (61) | 78.7 | 84.8 | 74.1 | 64.7 | 78.0 | 80.0 | 58.8 | 88.5 |
| 30代 (98) | 81.6 | 78.9 | 65.2 | 84.8 | 73.8 | 70.6 | 63.0 | 69.6 |
| 40代 (126) | 80.2 | 65.4 | 69.9 | 60.7 | 76.8 | 72.4 | 75.6 | 65.8 |
| 50代 (118) | 75.4 | 74.0 | 62.0 | 64.4 | 73.7 | 71.7 | 52.8 | 60.6 |
| 60代 (150) | 85.3 | 70.9 | 67.0 | 59.0 | 84.6 | 66.3 | 57.4 | 57.3 |
| 女性計 (447) | 83.0 | 77.5 | 75.8 | 67.7 | 80.3 | 71.5 | 63.6 | 73.9 |
| 20代 (85) | 83.5 | 75.9 | 80.0 | 76.9 | 83.7 | 64.7 | 86.7 | 77.8 |
| 30代 (106) | 84.0 | 82.5 | 73.5 | 72.0 | 83.1 | 80.8 | 71.4 | 79.2 |
| 40代 (80) | 82.5 | 82.9 | 76.3 | 66.7 | 77.6 | 65.7 | 46.7 | 80.0 |
| 50代 (81) | 80.2 | 72.3 | 72.5 | 67.7 | 78.3 | 69.2 | 68.2 | 69.4 |
| 60代 (95) | 84.2 | 75.4 | 77.4 | 62.5 | 79.3 | 74.2 | 54.5 | 65.4 |
| 居住地 | | | | | | | | |
| 北海道 (14) | 78.6 | 80.0 | 60.0 | 100.0 | 57.1 | 33.3 | 66.7 | 50.0 |
| 東北 (224) | 82.6 | 71.5 | 67.6 | 62.4 | 78.2 | 78.5 | 62.9 | 65.5 |
| 北関東 (116) | 79.3 | 68.5 | 70.6 | 63.1 | 78.9 | 71.0 | 46.7 | 69.2 |
| 首都圏 (437) | 81.5 | 77.7 | 73.7 | 68.1 | 76.2 | 68.9 | 68.1 | 71.0 |
| 中部 (41) | 70.7 | 72.0 | 63.2 | 71.4 | 88.0 | 58.8 | 75.0 | 76.5 |
| 北陸 (51) | 84.3 | 73.1 | 64.5 | 50.0 | 87.0 | 64.0 | 41.7 | 62.1 |
| 近畿 (80) | 87.5 | 86.5 | 82.4 | 85.2 | 83.1 | 76.0 | 63.2 | 76.0 |
| 中国・四国 (16) | 81.3 | 66.7 | 50.0 | 50.0 | 81.8 | 60.0 | 62.5 | 57.1 |
| 九州・沖縄 (21) | 85.7 | 81.8 | 42.9 | 33.3 | 94.1 | 50.0 | 66.7 | 50.0 |

(%)

出典：福島県観光復興推進委員会「令和4年度福島県観光地実態 WEB 調査」

オ 本地域の観光地としての認知度

- 本地域の認知度は 20.0%に留まっています。性年代別では、男女ともに 50、60 代で認知度が高い傾向となっています。
- 居住地別では東北、北関東の認知度は 35%以上と比較的高いものの、北海道のほか中部から以西は 10%台と低くなっています。

福島県内各エリアの認知度（令和4年度）

n = 30以上

| 比率の差 | 会津地域 | いわき地域 | 県北地域 | 県中地域 | 南会津地域 | 相双地域 | 県南地域 | からはてなはいまわも |
|------------------|------|-------|------|------|-------|------|------|------------|
| +10 +10ポイント以上 | | | | | | | | |
| +5 +5ポイント以上 | | | | | | | | |
| -5 -5ポイント以上 | | | | | | | | |
| -10 -10ポイント以上 | | | | | | | | |
| n= | | | | | | | | |
| 全体 (20,000) | 44.1 | 36.4 | 29.3 | 26.8 | 20.0 | 19.4 | 17.9 | 41.7 |
| 男性計 (10,027) | 43.8 | 33.9 | 33.0 | 29.0 | 21.1 | 21.3 | 21.1 | 42.0 |
| 20代 (1,616) | 34.3 | 28.4 | 33.4 | 26.5 | 18.0 | 20.4 | 19.5 | 45.4 |
| 30代 (1,857) | 36.0 | 29.0 | 27.8 | 23.9 | 16.3 | 18.0 | 17.6 | 46.4 |
| 40代 (2,403) | 41.6 | 32.9 | 30.0 | 27.5 | 18.6 | 21.2 | 19.2 | 44.0 |
| 50代 (2,160) | 47.5 | 36.5 | 32.6 | 29.9 | 21.9 | 21.9 | 21.8 | 40.9 |
| 60代 (1,991) | 57.6 | 41.3 | 41.4 | 36.9 | 30.4 | 24.4 | 27.3 | 34.0 |
| 女性計 (9,973) | 44.5 | 38.9 | 25.5 | 24.6 | 18.9 | 17.5 | 14.6 | 41.5 |
| 20代 (1,556) | 34.7 | 34.5 | 23.5 | 18.8 | 13.3 | 15.7 | 13.4 | 45.9 |
| 30代 (1,805) | 40.3 | 40.0 | 22.0 | 22.2 | 13.7 | 16.7 | 11.1 | 43.1 |
| 40代 (2,358) | 44.3 | 41.9 | 23.2 | 25.1 | 18.0 | 18.6 | 14.5 | 41.7 |
| 50代 (2,167) | 47.2 | 39.5 | 26.7 | 26.0 | 20.4 | 17.2 | 16.2 | 41.0 |
| 60代 (2,087) | 52.7 | 37.0 | 31.5 | 29.2 | 27.1 | 18.7 | 16.9 | 36.9 |
| 居住地 | | | | | | | | |
| 北海道 (828) | 30.2 | 24.6 | 18.0 | 15.2 | 11.0 | 13.2 | 11.0 | 55.6 |
| 東北 (1,345) | 63.0 | 57.5 | 61.3 | 52.3 | 38.4 | 35.5 | 34.1 | 23.3 |
| 北関東 (1,067) | 63.2 | 56.9 | 46.5 | 50.1 | 36.7 | 26.6 | 31.8 | 22.2 |
| 首都圏 (6,125) | 54.0 | 47.7 | 36.6 | 36.8 | 27.2 | 24.3 | 24.4 | 29.2 |
| 中部 (2,521) | 37.0 | 27.6 | 19.8 | 17.7 | 12.6 | 14.1 | 10.8 | 49.6 |
| 北陸 (792) | 51.0 | 36.0 | 32.6 | 29.5 | 23.7 | 18.1 | 16.3 | 40.0 |
| 近畿 (3,485) | 36.0 | 26.0 | 21.7 | 15.9 | 12.2 | 14.0 | 11.7 | 50.2 |
| 中国・四国 (1,650) | 30.8 | 22.7 | 16.8 | 13.5 | 10.3 | 13.4 | 9.9 | 57.4 |
| 九州・沖縄 (2,187) | 29.7 | 23.1 | 16.0 | 13.4 | 10.9 | 14.4 | 9.9 | 58.8 |

(%)

出典：福島県観光復興推進委員会「令和4年度福島県観光地実態 WEB 調査」

2 令和4年度南会津地域観光動向調査（来訪者アンケート等）による観光実態

(1) 観光客動向調査

新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、旅行の「個別化」「多様化」が進展する中、効果的な観光施策を検討するため、アンケートの実施により南会津地域の観光客の動向調査を実施しました。

ア 調査期間

令和4年7月から令和5年1月

（7～9月を夏期、10～11月を秋期、12～1月と冬期として、3期間に分けて調査を実施）

イ 実施内容

(ア) 各施設の利用者動向調査

● 調査対象施設

宿泊施設：各町村の観光協会加盟施設を中心に選定した151施設

物販施設：各町村から選定した10箇所

| | |
|------|--|
| 下郷町 | 道の駅しもごう、まちの駅下郷町物産館 |
| 檜枝岐村 | 尾瀬の郷交流センター、山人家 |
| 只見町 | 只見町インフォメーションセンター |
| 南会津町 | 道の駅 会津西街道 たじま、道の駅きらら289、道の駅番屋、会津田島駅売店やまなみ、まちの駅南会津ふるさと物産館 |

観光施設：各町村から選定した17箇所

| | |
|------|---|
| 下郷町 | 大内宿、塔のへつり、養鱒公園 |
| 檜枝岐村 | ミニ尾瀬公園、檜枝岐の舞台、尾瀬檜枝岐温泉燧の湯、尾瀬檜枝岐温泉駒の湯 |
| 只見町 | ただみ・ブナと川のミュージアム、河井継之助記念館、深沢温泉むら湯、田子倉湖 |
| 南会津町 | 前沢曲家集落、奥会津博物館、旧南会津郡役所、会津田島祇園会館、古町温泉赤岩荘、小豆温泉窓明の湯 |

● 調査方法

対象施設に調査票を送付し、回答を依頼。

(イ) 観光施設利用者を対象とした対面式アンケート調査

- 調査対象施設：各町村から選定した5箇所

| | |
|-------|---------------------------|
| 下 郷 町 | 大内宿 |
| 檜枝岐村 | 道の駅尾瀬檜枝岐 |
| 只 見 町 | 田子倉湖（冬期：只見町インフォメーションセンター） |
| 南会津町 | 道の駅 会津西街道 たじま、道の駅きらら289 |

- 調査方法

観光施設の来訪者を対象に、調査員の対面によるアンケート調査を実施。

ウ 調査結果

(ア) 各施設の利用者動向調査の結果概要

| | 夏期 | 秋期 | 冬期 | 回答施設数 |
|-----------------|---|--|---|----------------------|
| ①前年同時期との来訪者数の変化 | 減少傾向>増加傾向 >前年並み | 増加傾向>前年並み >減少傾向 | 前年並み>増加傾向 >減少傾向 | 夏期(26)/秋期(51)/冬期(45) |
| ②来訪の多い年代層 | 1位:60代 2位:50代 3位:70代 | 1位:60代 2位:50代 3位:70代 | 1位:60代 2位:50代 3位:40代 | 夏期(45)/秋期(52)/冬期(44) |
| ③来訪者の交通手段 | 1位:自家用車 2位:鉄道 3位:バス | 1位:自家用車 2位:鉄道 3位:バス | 1位:自家用車 2位:鉄道 3位:バス | 夏期(47)/秋期(53)/冬期(43) |
| ④観光客1人あたりの平均利用額 | 物販: 1,300円 観光: 1,120円 宿泊: 10,024円 | 物販: 1,411円 観光: 3,052円 宿泊: 9,094円 | 物販: 1,387円 観光: 1,108円 宿泊: 10,317円 | 夏期(43)/秋期(52)/冬期(47) |
| ⑤宿泊施設のリピーター率 | 1位:8割 2位:3割 3位:2割,6割 | 1位:8割 2位:9割 3位:5割,1割 | 1位:7割 2位:8割 3位:1割,3割,4割,9割 | 夏期(34)/秋期(35)/冬期(29) |

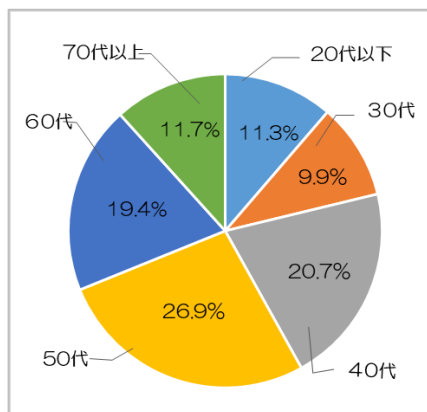
・来訪者の変化においては、秋期・冬期では、「増加傾向」と回答する施設が多くなっており、行動制限等の緩和や、2022年10月11日より開始した「全国旅行支援」等が影響していると考えられます。

・来訪者の年代は年間を通して60代、50代が多くなっています。

・宿泊施設のリピーター率については、全体的に高いことから、宿泊客の満足度は高いと考えられます。

(イ) 観光施設利用者を対象とした対面式アンケート調査

● 来訪者の年代・性別（夏期、秋期、冬期の3期間の結果を合計）



来訪者の年代は50代が最も多く、次いで40代、60代となっています。

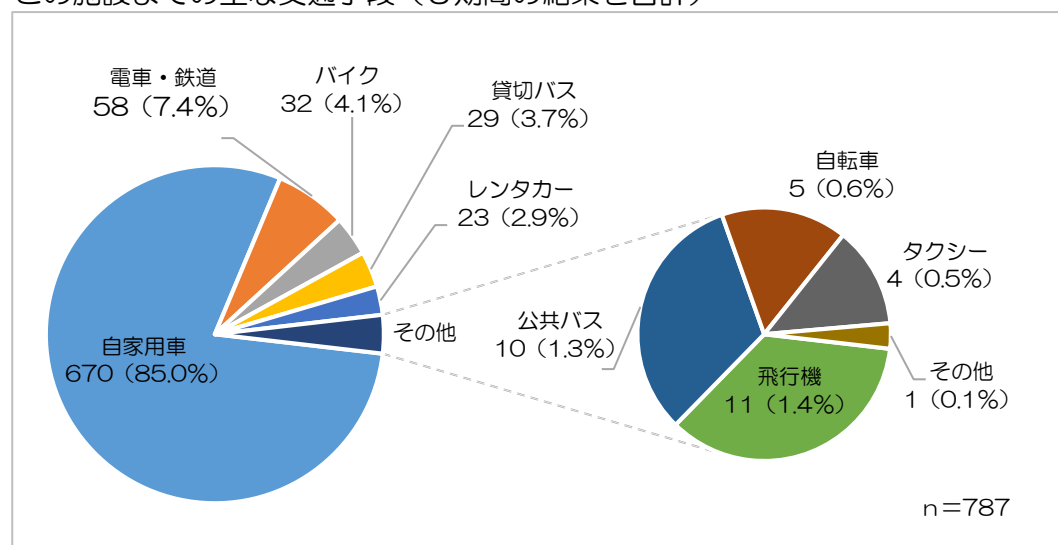
● 来訪者の居住地（3期間の結果を合計。来訪者居住地の上位5地域を掲載）

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------|-----------------|-----|-----|-----|-----|---------|
| 4町村5箇所合計 n=787 | | 福島県 | 栃木県 | 東京都 | 埼玉県 | 茨城県 |
| 施設別 | 大内宿 n=162 | 東京都 | 福島県 | 栃木県 | 茨城県 | 宮城県 |
| | 道の駅尾瀬檜枝岐 n=158 | 福島県 | 東京都 | 茨城県 | 埼玉県 | 栃木県 |
| | 田子倉湖※ n=158 | 新潟県 | 福島県 | 千葉県 | 東京都 | 埼玉県 |
| | 道の駅たじま n=157 | 栃木県 | 福島県 | 埼玉県 | 千葉県 | 茨城県・東京都 |
| | 道の駅きらら289 n=152 | 福島県 | 栃木県 | 茨城県 | 埼玉県 | 東京都 |

※冬期は「只見町インフォメーションセンター」

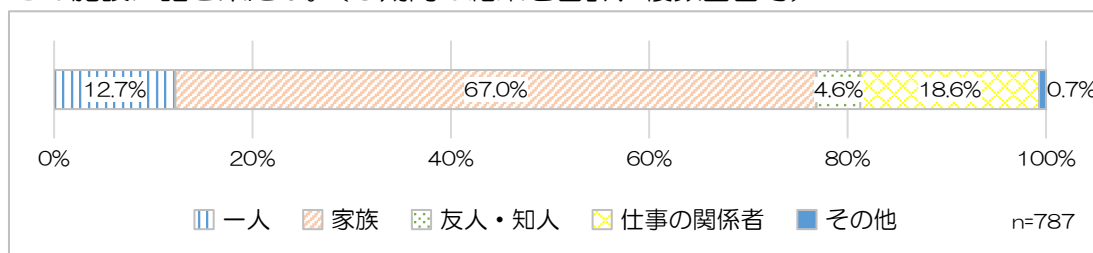
いずれの町村においても、県内及び関東圏からの来訪が多くなっています。只見町では、隣接する新潟県からの来訪が多いことが特徴的です。

● この施設までの主な交通手段（3期間の結果を合計）



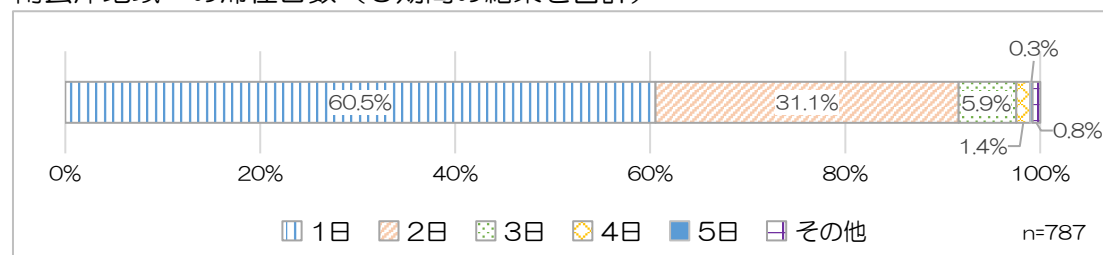
自家用利用が圧倒的に多く8割以上を占め、次いで電車・鉄道、バイク、貸切バス・観光バスと続きます。

● この施設に誰と来たか。（3期間の結果を合計、複数回答可）



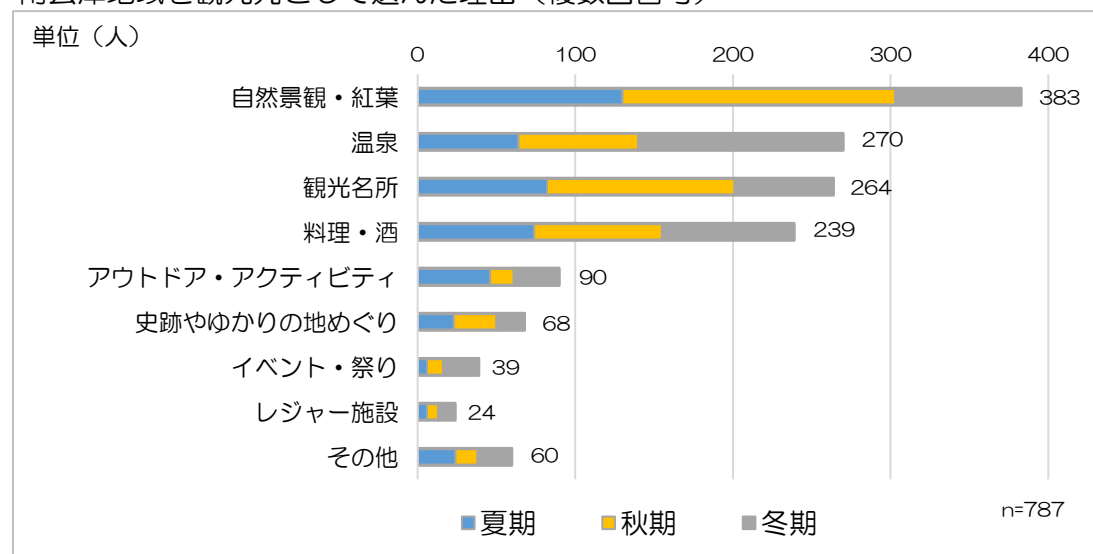
全体の6割以上が「家族」と来訪しています。

● 南会津地域への滞在日数（3期間の結果を合計）



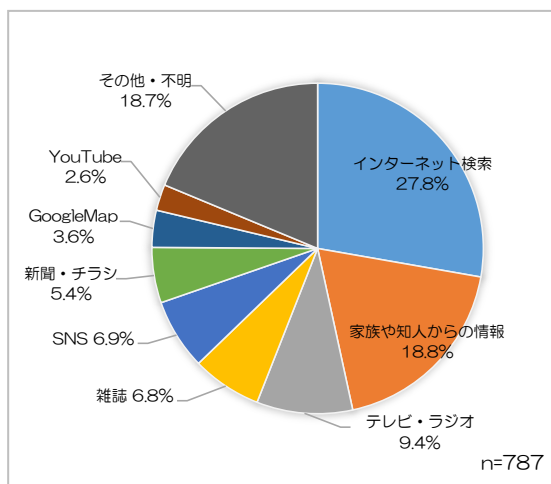
全体の9割以上が「1日」もしくは「2日」と回答しており、短期の滞在が中心となっています。

● 南会津地域を観光先として選んだ理由（複数回答可）



夏期と秋期では「自然景観・紅葉を楽しむため」「観光名所を楽しむため」「料理・酒を楽しむため」の順に上位となっており、以降の順位についても同様の動きとなっています。一方、冬期では「温泉を満喫するため」という回答が最も多く、季節によって旅行の目的に違いが見られます。

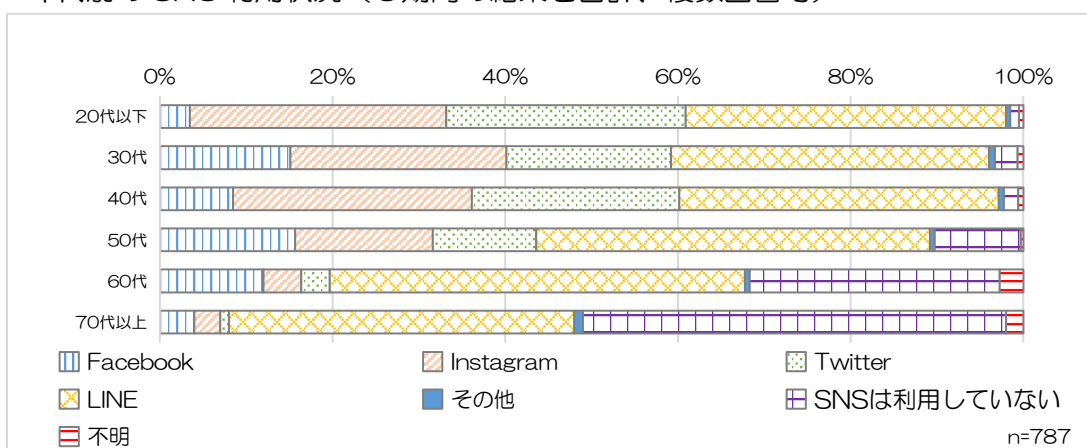
● 南会津地域への来訪を決めた一番の情報源（3期間の結果を合計）



いずれの年代でも、「インターネット検索」、「家族や知人からの情報」の順に上位となっています。

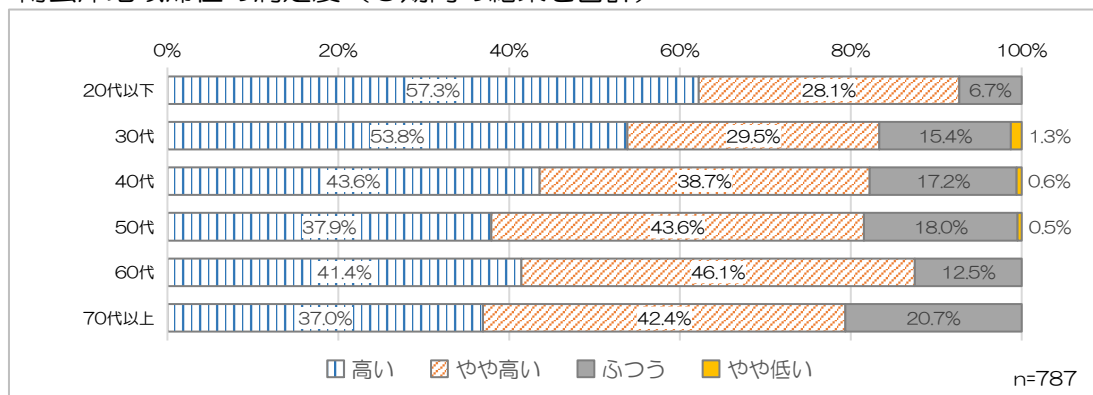
なお、「SNS」という回答は40代以下が半数を占めており、反対に「新聞・チラシ」は年代が高くなるほど回答数が多くなっています。

※ 年代別のSNS利用状況（3期間の結果を合計、複数回答可）



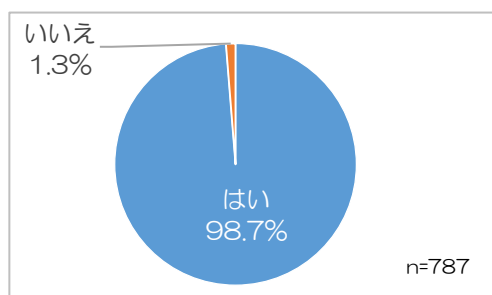
Facebookは30代、50代において利用率が高く、Instagramは40代以下の年代で利用率が高くなっています。また、LINEはすべての年代において、最も利用率の高いSNSツールとなっています。

● 南会津地域滞在の満足度（3期間の結果を合計）



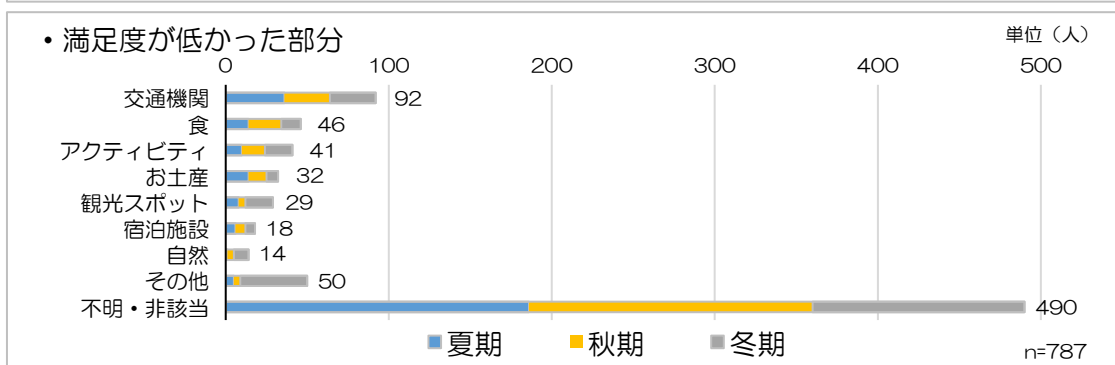
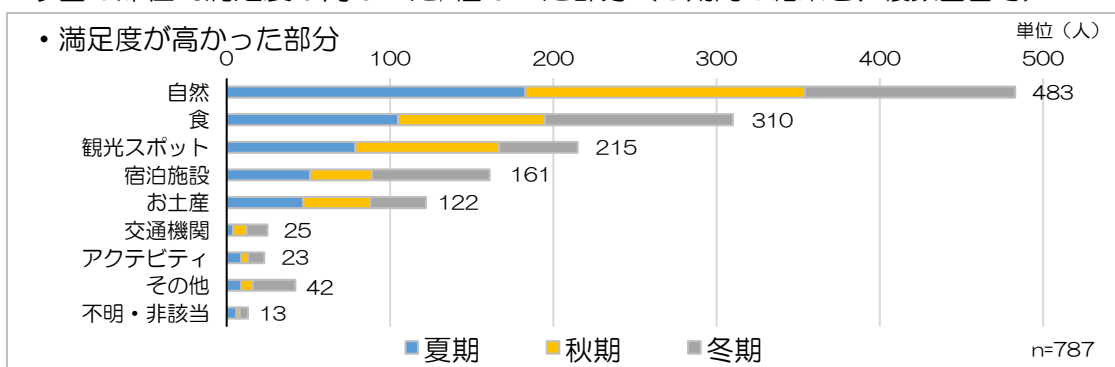
70代以上を除くすべての年代で、「高い」または「やや高い」と回答する割合が80%以上となっており、滞在の満足度は高くなっています。「低い」という回答はありませんでした。

● 南会津地域へまた訪れたいと思うか（3期間の結果を合計）



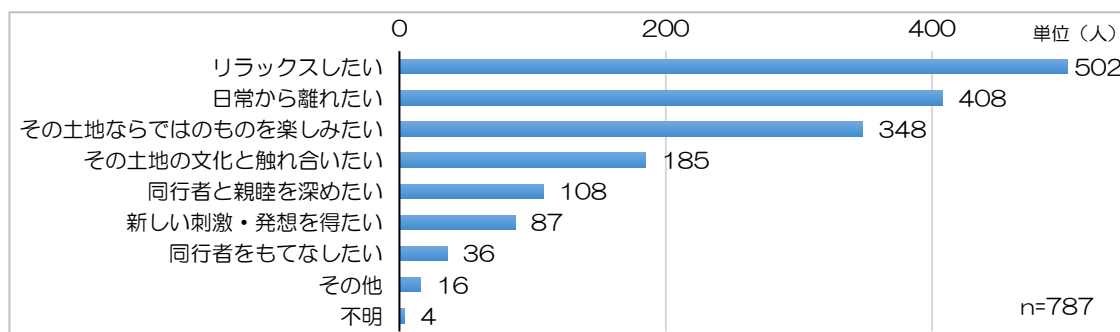
全体の98%以上が「また訪れたい」と回答しており、再訪意欲は非常に高くなっています。滞在満足度が高いことと合わせて、一度来訪した人がリピーターになる可能性は高いと考えられます。

● 今回の滞在で満足度が高かった/低かった部分（3期間の結果を、複数回答可）



満足度が高い部分は、「自然」「食」「観光スポット」の順に上位となりました。
満足度が低い部分は、「交通機関」が最も多くなりましたが、半数以上が「不明・非該当」（「満足度が低い部分がない」という回答を含む）と回答する結果となりました。

● あなたが旅行・観光に求めるもの（3期間の結果を合計、複数回答可）

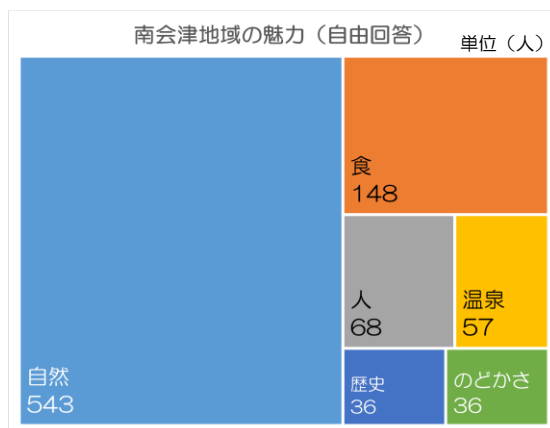


「リラックスしたい」「日常から離れたい」の順に上位となっており、旅行に癒しや非日常感を求めることが多いことがわかります。

● 今回の南会津旅行の費用（平均額を算出）

| | 夏期 | 秋期 | 冬期 | 回答者数（人） |
|------|---------|---------|---------|-------------------------|
| 交通費 | 10,719円 | 9,448円 | 8,719円 | 夏期（238）／秋期（241）／冬期（251） |
| 宿泊費 | 31,115円 | 26,925円 | 24,807円 | 夏期（106）／秋期（94）／冬期（144） |
| 飲食費 | 6,701円 | 5,483円 | 6,080円 | 夏期（201）／秋期（225）／冬期（215） |
| お土産代 | 5,252円 | 5,350円 | 4,734円 | 夏期（157）／秋期（212）／冬期（195） |

● あなたが思う南会津地域の魅力は何ですか（自由回答、n=787）



・回答の傾向ごとに、大きく6つの項目に分類し、ツリーマップ（左図）で可視化。回答の多さが長方形の面積に比例する。
 なお、1つの回答に複数の要素を含む場合は双方にカウントしている。
 （例）「自然」・「温泉」の2つの要素を含む回答の場合、それぞれに1カウント。

・「自然」に関する回答が最も多く、「食」、「人」の順になっています。

【自由回答の一部を抜粋】

自 然

- ・季節ごとの自然の変化。
- ・そのまま自然が残っていて、釣りもできる。
- ・自然豊かなので、リラックスすることができる。

食

- ・食事が地の物が出てきておいしい。
- ・日本酒、野菜が美味しい。
- ・山ならではの山菜やきのこ、特産のトマト

人

- ・人がとてもやさしい。
- ・地域の方の関係性が密。人の温もりがあること！

温 泉

- ・色々な温泉がある。

歴 史

- ・歴史感のある、雰囲気の良い空間だと思います。

のどかさ

- ・穏やかに時間が流れているような感じがする。

そ の 他

- ・雪がすごい。

(2) モニターツアー

南会津ならではの地域資源を活用し、観光消費の拡大や本地域全体への経済循環につながる旅行商品の造成に向けたモニターツアーを実施しました。

ア 実施内容

曲げわっぱと藍染のお弁当旅

- ・実施日程：令和4年9月2日（金）～9月4日（日） ※2泊3日
- ・参加対象：関東圏在住の20代以上 ・参加人数：12名
- ・ツアー内容

自然 × 伝統文化 × 体験 × 食

自然 … 里山風景、星空、温泉

伝統文化 … 曲げわっぱ、藍染

体験 … 曲げわっぱ製作体験、藍染体験、農作物収穫、ソバ打ち体験、
里山トレッキング

食 … ソバ、会津田島アスパラ、郷土料理

檜枝岐村の伝統工芸「曲げわっぱ」を基軸として、自分で製作した弁当箱・弁当箱包み、また自分で収穫した会津田島アスパラが最後にお弁当となって手元に届き、それを食するという全体の流れを重視したツアー構成としました。

・写真



曲げわっぱの弁当箱製作



会津田島アスパラ収穫体験



藍染の弁当箱包み製作



曲げわっぱと藍染のお弁当

イ 木地師に学びブナに染まる南会津の酒紀行

・実施日程：令和4年11月12日（土）～11月13日（日） ※1泊2日

・参加対象：関東圏在住の20代以上 ・参加人数：6名

・ツアー内容

自然 × 伝統文化 × 体験 × 食

自然 … 湯ノ花温泉湯めぐり

伝統文化 … 木地師、草木染め

体験 … 木製の盆・盃製作体験、ブナ草木染め体験（酒瓶包み製作）、
酒造・蒸留所見学

食 … 日本酒、焼酎、郷土料理

南会津を代表する観光資源「酒」を基軸として、「酒」にまつわる伝統工芸や、酒造・蒸留所見学を組み合わせたツアー構成としました。

・写真



木製の盆・盃製作体験



ブナ草木染め体験



蒸留所見学

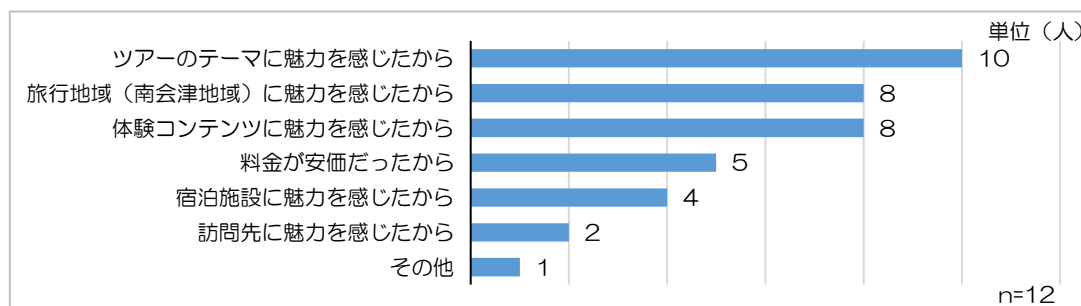


酒造見学

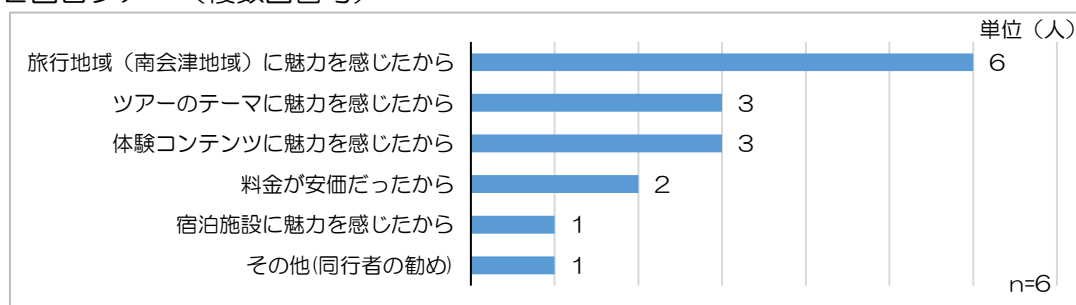
ウ 参加者アンケート結果

(ア) ツアー参加を決めた理由

● 1回目ツアー（複数回答可）



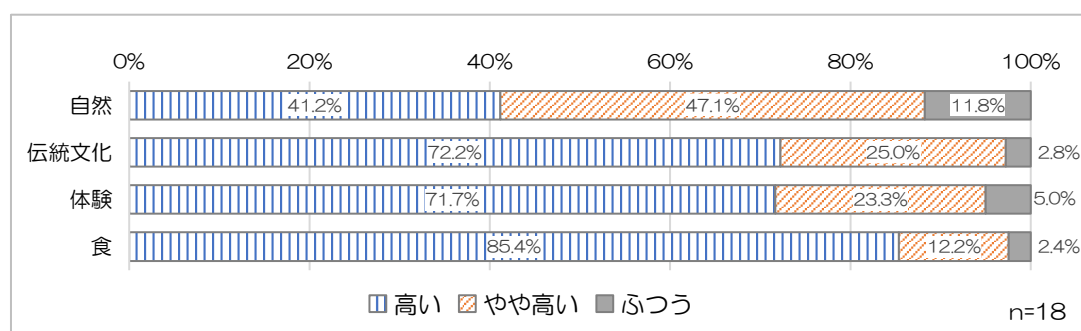
● 2回目ツアー（複数回答可）



1 回目ツアーでは、大多数が「ツアーのテーマ（「曲げわっぱと藍染のお弁当旅」）に魅力を感じたから」と回答しています。参加者募集ページ掲載された写真(曲げわっぱ弁当)に興味を惹かれたという意見もありました。

2回目ツアーでは、参加者全員が「旅行地域に魅力を感じたから」と回答しました。

(イ) 各コンテンツの満足度（2回のツアーの結果を合計）

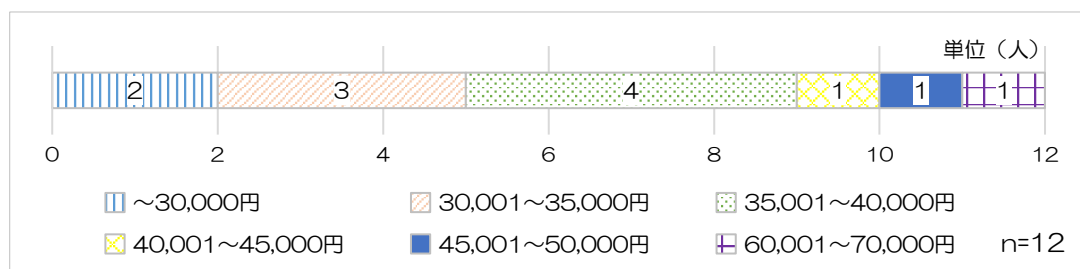


いずれの分野においても、「高い」「やや高い」という回答が全体の8割以上を占めており、満足度は高くなっています。「低い」「やや低い」という回答はありませんでした。

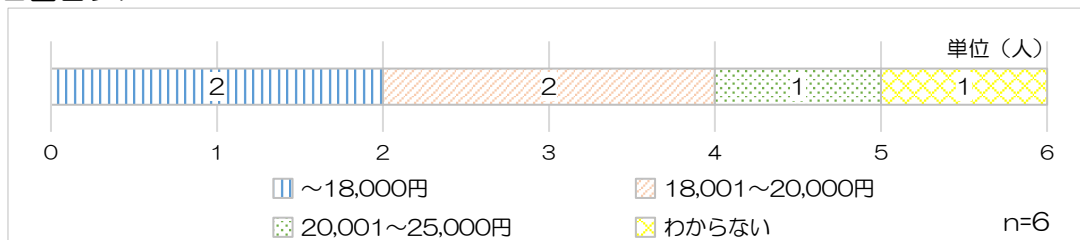
- ・ 自然（里山トレッキング、湯の花温泉）
- ・ 伝統文化（曲げわっぱ製作、藍染め包み製作、木工製作、ブナ草木染め）
- ・ 体験（曲げわっぱ製作、藍染め包み製作、アスパラ収穫、木工製作、ブナ草木染め、酒蔵・蒸留所見学）
- ・ 食（1回目ツアー2日目・3日目昼食、会津田島アスパラ、2回目ツアー昼食）

(ウ) ツアー料金がいくらだったら参加するか

● 1回目ツアー



● 2回目ツアー



今回のツアーを一般のツアー旅行商品として実施する場合、1回目のツアーの旅行代金は8万円程度、2回目ツアーの旅行代金は5万円程度。本設問では参加者全員が旅行商品として実施する場合の想定金額よりも低い金額を回答しています。

(I) 今後南会津地域でツアーに参加するとしたらどのようなテーマのツアーに参加したいか。(2回のツアーの結果を合計、複数回答可)。

| ツアーの種類 | ツアーの内容 | 回答者数 (人) |
|------------|----------------------------|----------|
| エコツーリズム | 自然環境や歴史文化を体験を通して学ぶ旅行 | 13 |
| フードツーリズム | 地域固有の食や農産物を体験する旅行 | 13 |
| グリーンツーリズム | 一次産業や自然、文化に触れる旅行 | 12 |
| インダストツーリズム | 地域の産業を体験する旅行 | 8 |
| ヘルスツーリズム | 健康や美容増進を目的とする旅行 | 6 |
| ロケツーリズム | アニメやドラマ等のロケ地やゆかりのある地域を巡る旅行 | 6 |
| インフラツーリズム | インフラ施設や土木・工事景観を巡る旅行 | 6 |
| スポーツツーリズム | スポーツに関する観戦や参加を目的とする旅行 | 1 |
| その他 | 自由回答 (酒造、秘湯巡り) | 1 |

エコツーリズム、フードツーリズム、グリーンツーリズムの回答が特に多く、自然や歴史文化、食などに対するニーズが高いことがわかります。

(オ) その他、ツアーや南会津地域に対する意見など

- ・ 地元の人と触れ合いができて、地元に対する理解と関心が更に高くなりました。
- ・ 食事が美味しい！自然いっぱい！温泉もいい！地元の人たちもとても親切！
- ・ 自然環境、地域の伝統文化が豊富にある
- ・ 緑豊かで野菜が美味しく、温泉でゆったりできてとてもリラックスできる所だと思います。
- ・ (交通に) 時間がかかってもゆっくりして過ごしたい。

第2章 本地域の観光振興の課題

本地域の観光に係わる「強み」や「弱み」をSWOT分析により抽出し、現状の観光振興における課題を整理します。

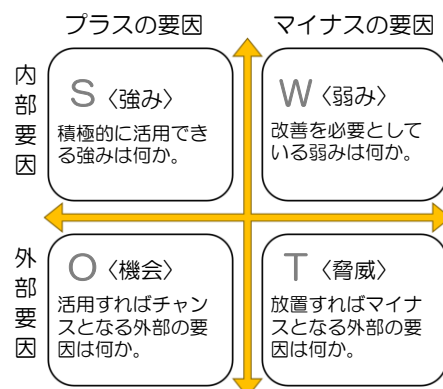
(SWOT分析)

◇ SWOT分析は、地域の特性を内部要因と外部要因の2つの面から分析し、分類、整理する方法です。内部要因は地域の取組次第で解決できる要素であり、外部要因は、地域の取組だけではコントロールできない要素となります。それぞれの要因を整理すると以下及び図の通りとなります。

内部要因→強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)

外部要因→機会(Opportunities)、脅威(Threats)

図 SWOT分析の各要因



1 SWOT分析による本地域観光の「強み」と「弱み」

SWOT分析により抽出、整理した「強み」、「弱み」(内部要因)と「機会」、「脅威」(外部要因)を以下に示します。

| 内部要因 | 強み (Strengths) | 弱み (Weaknesses) |
|------|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> 豊富な自然環境（自然公園、森林資源など） 日本遺産や歴史的景観保存 郷土料理や伝統文化等、歴史的資源 農林業を中心とした特産品 自然等を活用したアクティビティ JR 只見線の全線運転再開 浅草駅から会津田島駅に直結する東武鉄道等 教育旅行のワンストップ窓口 地域に根付くおもてなし、心づかい | <ul style="list-style-type: none"> 旅行ニーズ等把握のためのデータ収集、分析が不十分 地域資源の活用や連携が不十分 国内外への情報発信が弱く、観光地としての認知度が低い 施設の老朽化、脆弱な二次交通など、受入環境整備が不十分 観光関連産業等の担い手不足など、受入体制が不十分 |
| 外部要因 | 機会 (Opportunities) | 脅威 (Threats) |
| | <ul style="list-style-type: none"> 情報通信技術（ICT）の進展 旅行目的、旅行ニーズの多様化、新たなツーリズムの展開 旅行形態の変化（個人旅行の増加） 新型コロナウイルスの5類移行に伴う国内旅行需要、外国人旅行者の増加 道路整備に伴う、広域的な連携・交流 地方移住、田舎暮らしへの関心の高まり | <ul style="list-style-type: none"> 人口減少等による国内旅行市場の縮小 人口減少等による観光担い手の更なる減少 新型コロナウイルスなどの社会変化による旅行の制約・意欲の減退 自然災害等の発生の可能性 無秩序な開発等による自然景観の阻害や破壊 |

2 本地域観光の課題

次に、SWOT 分析結果等を踏まえ、課題を以下に整理します。

課題1 多様化する旅行ニーズ等の把握

人口減少の進展、コロナ禍を経て、ライフスタイルの変化が進んだことに伴い、旅行の形態は団体から個人へ、旅行者のニーズは多様化・個性化が進み、新たなツーリズムなども展開されてきました。また、国内の経済状況や感染症など社会的な変化により、観光・旅行を取り巻く環境も大きく影響を受け様々に変容しています。

新規旅行者やリピーターを獲得するためには、本地域における旅行者の動向や社会的な変化、さらには、需要等を細分化して把握し、多様化、個性化する旅行ニーズをしっかりと捉え、これらに対応した取組を進めて行く必要があります。

課題2 地域住民による観光振興

地域の観光振興のためには、住民が地域独自の魅力や身近に潜在している資源の価値を理解することが重要です。

そのためにも、住民自らが地域を知り、楽しみ、地域を好きになり、愛着と誇りを持ち、自らもこの地域を形成している1人であるという認識の醸成を行う必要があります。

さらには、観光振興を通して住民による地域づくりの機運を高めるとともに、地域の魅力を住民が発信するなど、住民が主体となって観光振興に取り組む必要があります。

課題3 地域資源の掘り起こし及び磨き上げ

地域にある身近な資源の見せ方や掛け合わせ方を工夫することによって、新たな価値や魅力の創出につながる可能性があります。また、受入側に旅行者の目的や満足度に対する認識のずれがあることで、観光につながる資源が埋もれたままになっていることも少なくありません。

そのため、本地域のポテンシャルや地域資源を掘り起こし、磨き上げを行い、旅行コンテンツやサービスとして提供していくことが必要です。

また、個々の魅力ある観光資源をつなぎ、本地域ならではのテーマやストーリーを構築するほか、体験、滞在を重視した旅行コンテンツの造成などにより、魅力を高める必要があります。

課題4 情報発信の強化

本地域には自然や歴史、伝統文化など、多様な地域資源が存在していますが、観光地としての認知度は20.0%に留まっており、本地域の魅力が十分に知られていないと言えます。

本地域が旅先として選ばれるためには、まずは、知って、興味を示してもらうことが重要になることから、地域資源の魅力向上と併せて、ターゲットを選定し、メディア、SNS等、様々な媒体を活用した情報発信を強化していくことが必要です。

課題5 受入体制の整備

少子高齢化や人口減少により観光産業の人手不足に対する懸念が強まっています。サービス

1 等のデジタル化などにより生産性の向上や、雇用の安定に向けた取組を検討していく必要があ
2 ります。

3 また、多様化する旅行ニーズを把握し、それらに対応できる人材の確保や、地域資源の魅力
4 向上と併せて本地域全体で旅行者との交流を促進する受入体制づくりが必要です。

第3章 本地域の観光振興の推進

1 本地域の観光振興のめざす姿

旅先として選ばれる、南会津

～旅行・観光による持続可能な地域の形成～

本地域の強みである自然、歴史・文化、食などの資源を活かすとともに、これまで観光と関わりが少なかった農業や地場産業、暮らしなど、地域に眠る資源の掘り起こしや磨き上げを進めるほか、旅行コンテンツをテーマやストーリーに沿って掛け合わせるなど、本地域の魅力をより深く体験・体感できる「南会津旅」の創造に向けた取組を推進します。

「南会津旅」の魅力や感動の輪を拡げ、さらなる旅行者を呼び込み、滞在時間や旅行消費額の増加へとつなげます。

また、旅行者との交流を通して、地域住民が改めて地域の魅力や価値を再認識し、地域に対する誇りや愛着を醸成することで、住民主体による地域づくりや魅力向上の取組の展開が期待されます。

これらの取組を通して、旅行・観光による地域への好循環を創出し、本地域の旅行・観光に携わる多様な主体が「稼ぐ」ことができる持続可能な地域の形成を目指します。

2 数値目標

数値目標は、以下のとおり計画期間（令和 12 年度・2030 年度）の達成目標として3つを掲げ、本ビジョンを推進します。

| | 指標 | 現況値 | 目標値 |
|------|---------------------|----------------|-----------------|
| 指標 1 | 観光客入込数 | (R4年) 2,074 千人 | (R12年) 2,860 千人 |
| 指標 2 | 南会津地域エリア 旅行満足度 | (R4年度) 70.9% | (R12年度) 80.0% |
| 指標 3 | 南会津地域エリア 観光地等認知度 | (R4年度) 20.0% | (R12年度) 30.0% |

※目標値の設定根拠

指標 1：観光客数の増加を図るため、福島県総合計画施策指標「観光客入込数」に準じ、R7に新型コロナウイルス感染症感染拡大前の水準に回復、以降、毎年約1%増加させる。

指標 2：本地域の旅行満足度向上を図るため、現況（R4度）から10%高くする。

指標 3：本地域の観光地としての認知度向上を図るため、現況（R4度）から10%高くする。

3 SDGs 達成への貢献

SDGs (=Sustainable Development Goals、持続可能な開発目標) とは、平成 27 年(2015 年)の国連サミットで採択された、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標です。17 のゴール・169 のターゲットから構成されています。

旅行・観光は、地域の社会、経済、自然環境等の幅広い分野に波及し、直接的・間接的に SDGs の達成に寄与すると期待されています。

本ビジョンにおいても、SDGs 達成への貢献を目指し、観光振興への取組を推進していきます。

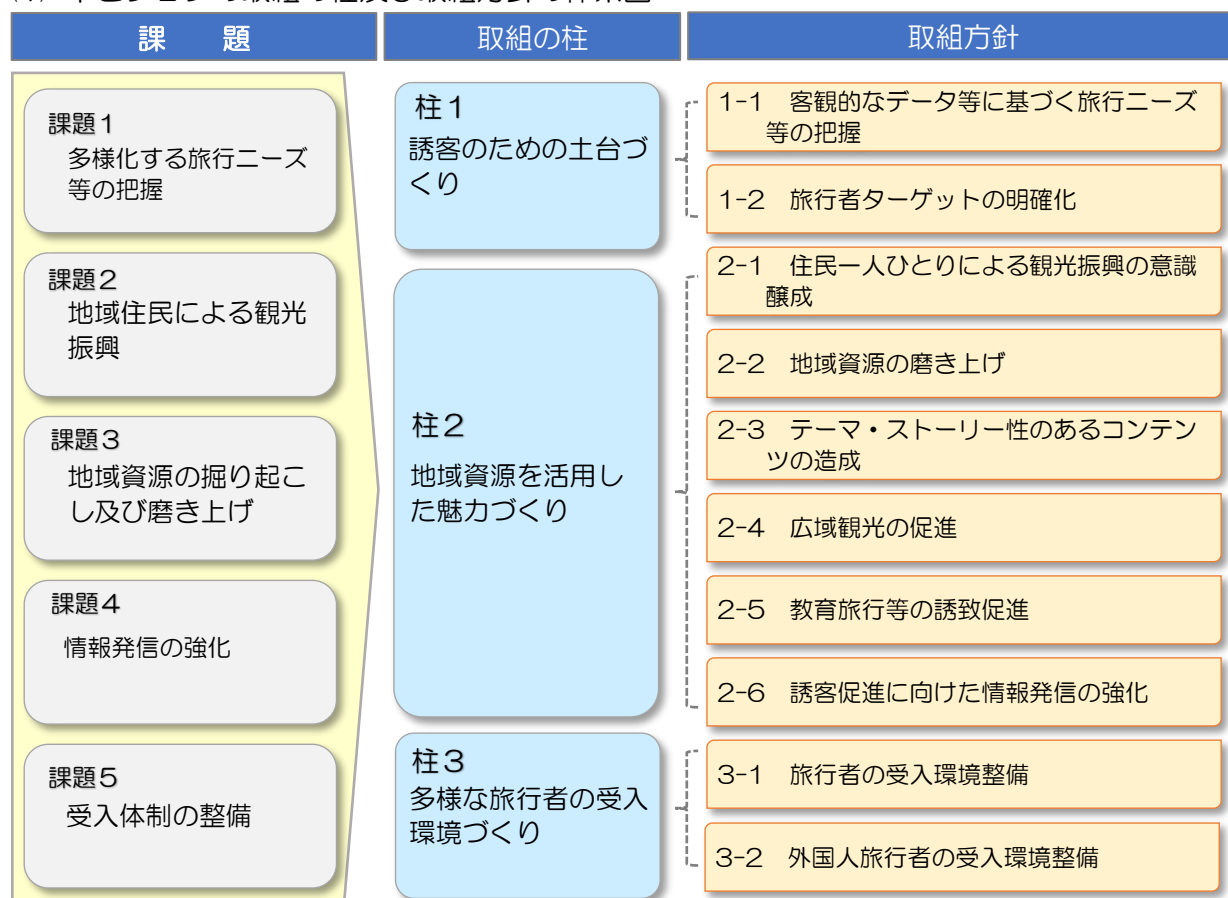


図 SDGs 17 のゴール

4 取組の柱と取組方針

本ビジョンの「めざす姿」を実現するため、3つの柱、10の方針により取組を推進します。

(1) 本ビジョンの取組の柱及び取組方針の体系図



(2) 本ビジョンの取組の展開

取組の柱1 誘客のための土台づくり

人口減少が進む中で、「稼ぐ観光」の実現のためには、新規旅行者の獲得のみならず、何度も繰り返し訪れるリピーターを増加させていくことが重要です。

そのため、観光施策や旅行商品等を考える際の土台となる、旅行者の動向や特性、本地域に求められる旅行ニーズ等、旅行データの収集・分析に取り組めます。

また、把握した旅行データを活用し、旅行ターゲットを明確にするとともに、各ターゲットに合わせた効果的なプロモーションの実施に向けた取組を進めます。

取組方針 1-1 客観的なデータ等に基づく旅行ニーズ等の把握

本地域における旅行者を増やすためには、属性（居住地、性別、旅行形態、平均観光消費額等）やニーズ、満足度等をしっかりと捉え、施策等に反映することが必要です。

地域やイベント単位での観光動向調査等を実施するほか、国や県、他の機関が実施する観光に関するオープンデータの活用など、旅行データの収集と分析に積極的に取り組みます。

また、実施した調査・分析の結果は、個々の事業の取組に活用できるようオープンデータ化し、様々な主体で共有を図ります。

●主な取組例

- ・観光動向調査の実施と利活用の推進
- ・オープンデータ等を活用した分析と把握
- ・デジタルマーケティングの実施と利活用の推進

取組方針 1-2 旅行者ターゲットの明確化

本地域の資源の更なる活用や、誘客のためのプロモーション効果を高めるため、地域やコンテンツの特性等に対応した、ターゲットを明確にすることが重要です。

観光動向調査等で収集、分析したデータを元に誘客ターゲットを選定し、旅行商品の造成や観光施策の検討に取り組みます。また、モニターツアー等を実施し旅行商品等を実証しターゲットをより細分化するほか、ターゲットに合った旅行商品等の磨き上げに取り組みます。

本地域の基本となるターゲットとしては、これまでの主要な客層は維持・拡大するとともに、新たに、本地域やコンテンツと親和性の高い客層を個々に設定し、さらなる誘客促進を図ります。

●主な取組例

- ・観光動向調査等を活用した誘客ターゲットの選定
- ・ターゲットに対応した旅行コンテンツの造成とモニターツアー等の実施（評価と検証）
- ・ターゲットに対応した商談会への参加、販売促進（評価と検証）

《参考》本地域の基本となるターゲット

1 現在の主要な旅行者層



■年 代 50～60 代

■旅行同行者 パートナー



豊かな自然環境や歴史資源など、本地域の強みとなる観光資源と親和性が高い。



2 今後、新たに獲得を目指すターゲット層



■年 代 20～40代

■旅行同行者 パートナー・友人・家族連れなど



■本地域の観光エリアとしての認知度は、20～40 代がエリア平均よりも低い。※1
■来訪者による本地域滞在の満足度は、幅広い年代で高くなっており、再訪意欲も高い。※2

※1 令和 4 年度福島県観光地実態 WEB 調査 (P21)

※2 令和 4 年度南会津地域観光動向調査 (P11.12)



■20～40 代をターゲットとした情報発信や旅行コンテンツ造成により潜在需要に働きかけることで、旅行者の増加につなげる。
■来訪者による、滞在満足度、再訪意欲の高さから、若い世代の旅行者の獲得により、将来的なリピーターの増加が期待できる。

取組の柱 2 地域資源を活用した魅力づくり

観光振興の取組を効果的に地域経済へ波及させるため、多様化する旅行ニーズに応じながら、本地域ならではの旅行コンテンツの造成が必要です。そのため、本地域の豊かな自然や、伝統文化等を保全・継承するとともに、地域に根づく資源の掘り起こし・磨き上げを行うほか、旅行ニーズを捉えた旅行コンテンツの造成を図るなど、多様な主体が連携して取組を促進します。また、潜在旅行者の本地域に対する興味関心を喚起し、来訪へとつなげるためターゲット層に応じた発信媒体を活用し求める人に必要な情報が届く効果的な情報発信を促進します。

取組方針 2-1 住民による観光振興への意識醸成

持続可能な観光を推進していくためには地域が観光への理解を深めること

が必要です。住民が地域の価値や魅力を知ること、郷土愛や誇りの醸成、暮らしの満足度の向上にもつながります。また、住民は旅行者との交流を深めることで地域の魅力を再認識し、旅行者は旅の満足度や再訪意欲の向上へとつながる可能性があります。

地域の観光振興に向けた住民の意識醸成を図るため、地域の特性や魅力を知るイベント等の開催や SNS 等を活用した住民による魅力発信など、住民が観光活動に参加できる機会を設けるほか、地域で観光振興の取り組みの核となる人材の確保、育成に向けた取り組みを進めます。

●主な取組例

- ・まちあるきや地域を周遊するイベント等の実施
- ・外部からみた地域資源の魅力の把握
- ・案内人やイベントの核となる人材発掘と人材育成
- ・自然、歴史、文化、伝統芸能等の保全・継承

取組方針 2-2 地域資源の磨き上げ

本地域が旅先選ばれ、来訪時の体験を更なる誘客につなげていくには、地域ならではの旅行コンテンツとして磨き上げ（付加価値を付ける）造成していく必要があります。

地域資源を掘り起こし、磨き、地域固有の魅力ある旅行コンテンツの造成に取り組みます。コンテンツ造成には、コンテンツの価値やサービスに合った価格設定をするほか、多様な主体が連携し取り組むことで、観光関連産業のみならず幅広い産業分野への波及効果が期待されます。

●主な取組例

- ・旅行者目線での地域資源の掘り起こしと磨き上げによる旅行コンテンツの造成
- ・「食」や「モノ」などを入り口とした「ヒト」との交流イベント等の実施
- ・旅行コンテンツの適正な価格設定
- ・ドライブ、サイクリングなど周遊手段別のルートの構築
- ・JR 只見線、会津鉄道を活用した滞在型コンテンツの造成

取組方針 2-3 テーマ・ストーリー性のあるコンテンツの造成

多様化する旅行ニーズを捉えた旅行コンテンツの造成も必要です。近年では、地域の生活エリア等に滞在し地元の人と交流する「滞在交流型旅行」や個人の価値観・志向が反映されたテーマ・ストーリー性のある「目的型旅行」へのニーズがより高まっています。

本地域の伝統、食、農、自然や地場産業など、個々の資源を掛け合わせ地域固有の魅力を創造するほか、共通のテーマやストーリーでつなぎ地域内の周遊性を高める旅行コンテンツの造成に取り組みます。

また、夜間や早朝限定の体験や住民との交流を通じた地域の生活に触れるコンテンツなど、長期滞在につながるコンテンツの造成を促進します。

●主な取組例

- ・「伝統×食×農×自然」など様々な資源を掛け合わせた地域固有のコンテンツの造成
- ・テーマやストーリーの創造とこれに沿ったコンテンツの磨き上げ
- ・宿泊につながる夜間・早朝の体験コンテンツの造成

取組方針 2-4 広域観光の促進

国道 289 号八十里越の通行不能区間解消や国道 121 号会津縦貫道の機能強化等により、新潟や北関東、県内他地域などとさらなる広域観光の活性化が期待されています。

関係する地域とつながりを強化し、それぞれが持つ地域の強みを掛け合わせ、魅力を高めた旅行コンテンツの造成など、地域が連携しながら広域観光の促進に取り組みます。

●主な取組例

- ・他地域や隣県等と連携した広域周遊ルートの形成
- ・広域をカバーするガイドブックの作成、SNS 等での情報発信
- ・旅行者誘致のための PR イベントの開催、参加

取組方針 2-5 教育旅行等の誘致促進

旅行形態が団体から個人へと変化する中で、団体旅行である教育旅行の誘致は、旅行消費額が拡大し地域活性化へとつながる重要な要素となっています。近年、教育旅行ニーズも変化していることから、これらに対応した教育プログラム、テーマ等の造成が求められています。

引き続き南会津着地型観光推進協議会が主体となって、教育旅行のワンストップサービスを提供するほか、本地域の特色ある地域資源を生かし、ニーズを捉えた教育プログラム等の拡充や、民泊等の受入施設の拡充に取り組みます。このほか、首都圏を中心とした学校関係者等への誘致活動の実施や、県外に向けた継続的な情報発信に取り組みます。

●主な取組例

- ・教育旅行のニーズを捉えた体験テーマ等の拡充（SDGs、探求活動等）
- ・コロナ禍で低迷した民泊の受入民家の拡充、受入体制の整備
- ・受入民家や体験ガイドを対象とした研修会等の実施
- ・首都圏等への教育旅行誘致キャラバンの実施及び情報発信の強化

取組方針 2-6 誘客促進に向けた情報発信の強化

本地域の魅力と親和性の高い旅行者を来訪へとつなげるためには、ターゲットに応じた効果的なプロモーションを展開する必要があります。

設定したターゲットに応じて、最適な手段（WEB サイトや SNS、マスメ

ディアなど）を選択するほか、発信内容を整理しターゲットに届く情報を提供していきます。このほか、本地域の魅力や特性を表現した観光イメージを形成し、継続的な情報発信により旅先としての認知度向上を図ります。

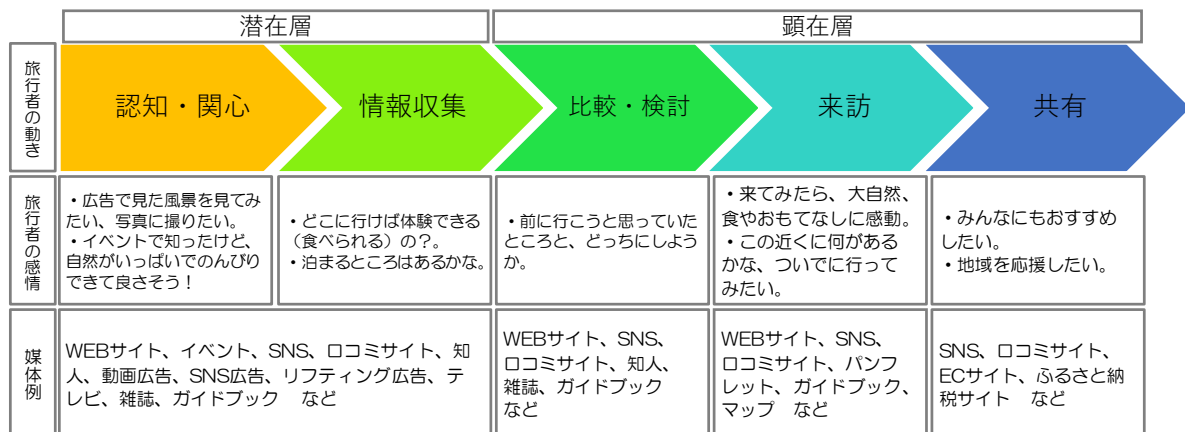
●主な取組例

- ・ターゲットに応じた情報発信手法の選択
- ・取り上げられやすい情報発信（わかりやすさ、見た目などの工夫）
- ・SNS等を活用した情報拡散の促進（SNS広告や発信力のある人の活用など）
- ・県内外の観光イベント等を活用した情報発信
- ・南会津地域の魅力や特性を表現した「イメージデザイン」の制作、活用の促進
- ・旅行ニーズに対応したパンフレット、HP等の案内ツールの制作

《参考》ターゲット（旅行者）層に合わせた情報発信媒体の選定

- ・本地域への旅行ニーズを喚起（潜在層）し来訪へと（顕在層）つなげるため、ターゲット（旅行者）の動きや感情などを想定しながら媒体を選定するほか、複数媒体の組み合わせや関連 Web サイトとの紐付け等でより効果が高まります。
- ・また、年齢、出発地など具体的なターゲット層に合わせて情報発信媒体を選定することも重要なポイントになります。

●ターゲット（旅行者）の動き等に伴う効果的な媒体例



※潜在層：旅行のニーズが不明確。本地域の魅力や良いところを知らない、どこに行くかは決まっていない人など。
 顕在層：旅行のニーズが明確。本地域を知っている、本地域を含めて行き先を検討している人など。

取組の柱3 多様な旅行者の受入環境づくり

多様な旅行者に何度も本地域に訪れていただくためには、安心して滞在できる受入環境づくりを地域全体で進める必要があります。

このため、ユニバーサルデザインの視点を取り入れた環境整備や ICT を活用した観光振興サービスの拡充に向けた取組を進めます。さらには、外国人旅行者のニーズを捉えコンテンツの造成を図るとともに、情報発信ツールの多言語化を進めるなど、受入環境づくりを促進します。

取組方針 3-1 旅行者の受入環境整備

本地域を訪れた多様な旅行者が、安心して滞在しながら地域を満喫できる

よう、受入環境づくりが必要です。

ユニバーサルデザインの視点を取り入れた、旅行情報の発信や旅行商品の開発、観光関連施設の整備等を進めます。このほか、旅行ニーズに対応した案内ツールの制作やガイド育成、ICT を活用した旅行環境の整備、充実を促進します。

●主な取組例

- ・ユニバーサルデザインの視点による受入環境の整備、充実
- ・まちなかの公衆無線 LAN の整備、テレワーク等施設の充実
- ・旅行ニーズに対応したパンフレット、HP 等の案内ツールの制作（再掲）
- ・ガイド、案内人の人材確保及び育成
- ・キャッシュレス化の促進、観光アプリの導入
- ・災害等の緊急時における観光危機管理の強化

取組方針 3-2 外国人旅行者の受入環境整備

本地域における外国人旅行者の来訪は下郷町「大内宿」をメインとした通過型観光がほとんどとなっており、今後拡大が期待される外国人旅行者需要をしっかりと取り込み旅行消費を拡大させるためには、受入環境整備、拡充が急務となっています。

外国人旅行者のニーズを把握するとともに、地域資源を有効活用しながら地域内の周遊や滞在を促進する旅行コンテンツの造成のほか、多言語対応した案内ツールの整備や情報発信等を強化し、誘客促進を図ります。

●主な取組例

- ・案内や旅行情報等の多言語対応の整備、拡充
（パンフレット、HP の整備、ICT を活用した観光案内、人材確保等）
- ・SNS 等を活用した情報発信の強化
- ・わかりやすい標識やサインの整備
- ・外国人旅行者のニーズ把握と旅行コンテンツの造成

《参考》訪日外国人旅行者（アジア・欧米豪居住者）の旅行ニーズ※

- 外国人旅行者が日本の地方訪問時にしたい活動
 - ・アジア、欧米豪ともに「自然観光地を訪ねる」「その土地の郷土料理を食べる」「歴史的な街並み等を楽しむ」「伝統芸能や文化を楽しむ」などの選択率が高くなっています。
 - ・アジアでは欧米豪に比べ「温泉を楽しむ」「花や紅葉を楽しむ」「雪景色を楽しむ」などが高い選択率となっています。
- 日本で体験したいアウトドアアクティビティ
 - ・アジア、欧米豪の多くの国で「植物」「森林」「星空」等の活動に関心が高く、「雪」や「農山漁村」等に関する活動はアジアの国を中心に関心が高くなっています。

※出典：株式会社日本政策投資銀行及び公益財団法人日本交通公社
「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度」

5 本ビジョンの推進

(1) 各主体の役割

本ビジョンの推進にあたっては、地域住民・事業者・行政・観光関連団体など、地域の旅行・観光に携わる多様な主体が、それぞれの役割を認識し、連携・協働して成果を上げる必要があります。そのため、それぞれの主体に期待される役割の一部を下記に示します。

| 主な役割 | |
|---------|---|
| 地域住民 | <ul style="list-style-type: none">○ 地域の自然、歴史、文化、伝統芸能等の保全・継承○ 郷土愛や誇りの醸成○ 旅行者との交流○ SNS を活用した地域の魅力発信 等 |
| 事業者 | <ul style="list-style-type: none">○ オープンデータを活用した分析と把握、ターゲットの選定○ 地域固有の魅力あるコンテンツの造成○ テーマやストーリーの創造とこれに沿ったコンテンツの磨き上げ○ 多言語への対応○ 案内人やイベントの核となる人材発掘と人材育成 等 |
| 行政 | <ul style="list-style-type: none">○ 長期的なビジョンの提示及び推進○ 観光客動向の情報の収集、分析○ 誘客促進に向けた情報発信の強化○ 広域観光の促進○ 観光振興への意識醸成 等 |
| 観光関連団体等 | <ul style="list-style-type: none">○ 観光客動向の情報の収集、分析○ 誘客促進に向けた情報発信の強化○ 地域特性や魅力を知るイベント等の実施○ 広域観光の促進○ 観光振興への意識醸成 等 |

(2) 進捗管理

本ビジョンのめざす姿の実現に向けて、県は毎年度、目標値の進捗管理を行っていきます。県を含む行政機関においては、事業の実績、検証を踏まえ、次年度以降の施策等への検討を進めます。

また、地域内の各観光事業主体においては、本ビジョン及び設定した数値目標、各施策等の進捗状況を共有し、積極的な取組を進める必要があります。

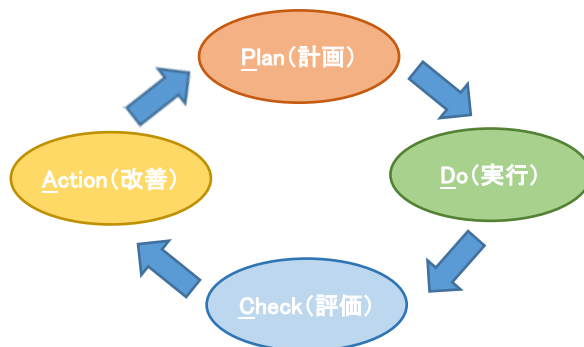
1 (3) PDCAマネジメントサイクル等による検証

2 本ビジョンのめざす姿の実現に向けて、各主体において、施策毎の具体的な目標や取組方針
3 の設定に努め、その状況を定期的に確認し、必要な改善を加えるなど、PDCAマネジメント
4 サイクルを継続的に回しながら、取り組みの質を高めていくことが重要です。

5 (PDCA マネジメントサイクル)

PDCA マネジメントサイクルとは、計画を立てて実行し、結果を評価して改善を図り、次の計画へ活かす管理システムです。

サイクルを繰り返し行うことで、継続的に業務の改善・効率化を進めることができます。



1
2
3
4
5

6

参考資料

7

8

9

10 1 本地域の観光資源

11

12 2 テーマ・ストーリーのある旅行商品の造成

13

14 3 稼ぐ観光検討会及びワーキンググループについて

15

- 1 1 本地域の観光資源
- 2 本地域には、恵まれた自然環境や受け継がれる伝統など、地域の強みとなる観光資源が数多く
- 3 存在します。把握のため、観光資源の一部を以下のとおり整理します。

| | 強みとなる観光資源 |
|---------|--|
| 〳自然環境等〵 | <p>〳優れた自然環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ・尾瀬国立公園、日光国立公園及び越後三山只見国定公園など複数の自然公園が存在する。 ・自然が創り出した特異な風景を見ることができる。 （雪食地形〈只見町〉、山地湿原〈尾瀬、田代山など〉、塔のへつり〈下郷町〉、屏風岩〈南会津町〉など） ・里山、星空、雲海のほか、四季が明確で多様な自然の姿を身近に体感することができる。 <p>〳豊富な森林資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域面積の93%が森林地域。ブナの原生林や手つかずの自然をみることができる。 ・森林資源を活用した木工品や精油（アロマオイル）などの産業も生まれている。 <p>〳只見ユネスコエコパークに登録（只見町及び檜枝岐村の一部）</p> <div>     </div> <div> <p>《尾瀬国立公園》</p> <p>《塔のへつり》</p> <p>《屏風岩》</p> <p>《恵みの森（ブナ林）》</p> </div> |
| 〳交通〵 | <p>〳会津鉄道・野岩鉄道の運行</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東武鉄道特急「リバティ会津」により会津田島駅・浅草駅間を約3時間10分で結ぶ。 <p>〳JR 只見線の運行</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成23年7月の新潟・福島豪雨により橋梁等が被災し不通となっていたが11年2か月を経て、令和4年10月に全線で運転を再開した。秘境路線としても人気が高い。 <p>〳道路網</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道路ネットワーク網の整備のため、会津若松市と南会津町を結ぶ会津縦貫南道路、新潟県三条市と只見町を結ぶ国道289号八十里越道路等の工事が進展している。 <div>     </div> <div> <p>《会津鉄道》</p> <p>《リバティ会津》</p> <p>《JR 只見線》</p> <p>《八十里越道路工事視察》</p> </div> |

□歴史

・平家の落人の隠れ里（檜枝岐村）の伝説や、「南山御蔵入領」と呼ばれた江戸幕府の直轄領、戊辰戦争の史跡も各地に残る（下郷町、只見町、南会津町）。

□日本遺産（御蔵入三十三観音など）や歴史的景観

・歴史的ストーリーや文化財、史跡など、日本遺産に認定されている。
・下野街道大内宿（下郷町）や、前沢集落（南会津町）は、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている。

□伝統行事

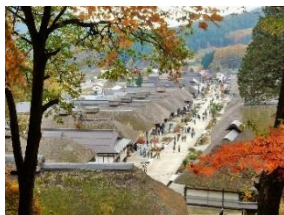
・会津田島祇園祭（南会津町）、檜枝岐歌舞伎（檜枝岐村）等の農村歌舞伎、早乙女踊（只見町、南会津町）や歳の神、おんべ（全域）など様々な伝統行事が各地域で継承されている。

□伝統工芸

・田島万古焼（南会津町）、つる細工（只見町）、山人工芸品（檜枝岐村）の3品が伝統的工芸品として県指定されており、南郷刺し子、藍染、会津木綿（南会津町）、木地（全域）、草木染め（只見町）なども存在している。

□新たな工芸等

- ・尾瀬や周辺町村で捕獲等された鹿の皮を使った製品づくり（おぜしかプロジェクト）
- ・南会津で育った原料から採る精油の生産（株式会社一十八日など）



《大内宿》



《前沢曲家集落》



《会津田島祇園祭》



《檜枝岐歌舞伎》



《おんべ》



《つる細工》



《藍染》



《南会津産の精油》

| | |
|------------------|---|
| <p>〈特産品・食文化〉</p> | <p>□特産品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「南郷トマト」や「会津田島アスパラ」は地域団体商標に登録されている。 ・南会津町旧館岩村周辺でしか赤く育たない「館岩赤かぶ」、「そば」や「かすみ草」、「リンドウ」なども地域を代表する農産物となっている。 ・「そば」は、域内各地で栽培をしているため、夏にはそばの白い花が絨毯のように広がる風景を楽しむことができる。 <p>□食文化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・良質な水を使った日本酒、米焼酎、どぶろく、クラフトビールなどが作られているほか、味噌や漬け物など多様な発酵食文化が存在している。 ・「しんごろう」、「おひら」「はっとう」「山人料理」など郷土料理が伝わる。 ・地域内でも「裁ちそば」「高遠そば」「田舎そば」など、そばの作り方や食べ方に違いがある。 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;">     </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <p>《南郷トマト》</p> <p>《猿楽台地のそば畑》</p> <p>《「ねっか」の米焼酎》</p> <p>《山人料理》</p> </div> |
| <p>〈その他〉</p> | <p>□温泉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・湯野上温泉、湯ノ花温泉や檜枝岐温泉など良質な温泉が点在している。 <p>□自然資源等を活用した多様なアクティビティ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域内にスキー場が6カ所存在する。 ・本地域を源流とする只見川、伊南川、阿賀川などで鮎釣りや溪流釣りが盛ん。 ・交通量や信号が少ないため、バイクや自転車でのツーリングに適している。 ・自然公園や大小の山々、森林や里山などで散策やトレッキングが楽しめる。 <p>□地域に根付くおもてなし、あたたかな人柄</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;">     </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <p>《湯ノ花温泉》</p> <p>《南郷スキー場》</p> <p>《溪流釣り》</p> <p>《サイクリング》</p> </div> |

1
2
3
4
5
6
7

2 テーマ・ストーリーのある旅行商品の造成

本地域の強みとなる地域資源を共通のテーマやストーリーに沿って掛け合わせることで、新たな魅力を創出し、付加価値の高い旅行商品を生み出すことができます。

近年人気の高い「サウナ」をテーマとして、本地域の主要な地域資源である「森林資源」を中心に、優れた自然環境や歴史ある伝統文化等を掛け合わせたツアー例を、以下に示します。

●ツアーターゲット：森林でのヒーリングや、積極的な身体活動を伴う体験型の観光を好む層。旅行に癒しやリフレッシュ効果を期待する層。

●ツアー内容

| | |
|--------------------|---|
| 自然 × 伝統文化 × 体験 × 食 | |
| 自然 | … 林業体験 ・ テントサウナに使用する薪の製作 ・ アロマウォーターの原材料収穫 等 森林ヨガ |
| 伝統文化 | … サウナグッズ製作体験（南会津の伝統工芸を活用） ・ 草木染めや藍染めでサウナＴシャツ製作 ・ 鹿革でサウナハット制作 等 |
| 体験 | … サウナウォーター製作体験 ・ 南会津の特産品である「アロマ」を活用したアロマウォーター テントサウナ体験 ナイトハイキング、星空観察 等 |
| 食 | … 郷土料理 |

3 稼ぐ観光検討会及びワーキンググループについて

(1) 検討会等の設置について

本地域は人口減少、高齢化が著しく進行し、地域活力の低下や更なる人口の流出が顕在化しています。さらには、本地域に訪れる旅行者は年々減少して推移しており、宿泊業や飲食業をはじめとした本地域の主要な産業の一つである観光関連産業は縮小の方向に向かいつつあります。

このような中において、本地域の旅行・観光を「稼ぐ観光」に成長させ、「持続可能な地域」の形成を目指すため、本地域の旅行・観光の方向性を示した「南会津地域観光振興ビジョン」の策定に向け、令和3年度に観光関連事業者、農業・林業事業者、商工業者、行政及び地域のプレイヤー等をメンバーとした「稼ぐ観光検討会」及び下部組織となる「稼ぐ観光検討会ワーキンググループ」を設置しました。

検討会では、本地域の旅行・観光における現状や課題の共有のほか、本地域ならではの旅行コンテンツの造成に向けた検討や観光振興ビジョンの策定に向けた検討などを実施しました。

(2) 開催日等

【令和3年度】

| | |
|------------|-------------------------------|
| 令和3年 5月19日 | 第1回 稼ぐ観光検討会（オンライン） |
| 令和3年 6月 2日 | 第1回 稼ぐ観光検討会ワーキンググループ（一部オンライン） |
| 令和3年 6月15日 | 第2回 稼ぐ観光検討会ワーキンググループ（一部オンライン） |
| 令和4年 3月22日 | 第2回 稼ぐ観光検討会（書面会議） |

【令和4年度】

| | |
|------------|-------------------------------|
| 令和4年 5月19日 | 第1回 稼ぐ観光検討会（書面会議） |
| 令和4年 7月 6日 | 第1回 稼ぐ観光検討会ワーキンググループ（一部オンライン） |
| 令和4年12月15日 | 第2回 稼ぐ観光検討会ワーキンググループ（一部オンライン） |
| 令和5年 1月13日 | 第2回 稼ぐ観光検討会（書面会議） |

【令和5年度】

| | |
|----------|-------------------------------|
| 令和5年 月 日 | 第1回 稼ぐ観光検討会ワーキンググループ（一部オンライン） |
| 令和5年 月 日 | 第1回 稼ぐ観光検討会（書面会議） |

なお、「稼ぐ観光検討会」等の内容につきましては、下記 URL を御確認ください。

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/O1250a/minamiaizu-kankou-kaigi.html>

「稼ぐ観光検討会」メンバーの皆様には、長い期間、観光ビジョン作成に御協力いただきましたこと、心より感謝申し上げます。

福島県南会津地域観光振興ビジョン
令和5年〇月



作 成 福島県南会津地方振興局 企画商工部 地域づくり・商工労政課
連絡先 〒967-0004 福島県南会津郡南会津町田島字根小屋甲 4277-1
電 話 0241-62-5207
e-mail minamiaizu.kikakushoukou@pref.fukushima.lg.jp

本ビジョンは HP でもご覧いただけます。

南会津地域 観光ビジョン 検索