

しらかわ地域の観光戦略の方向性

福島県県南地方振興局



SHIRAKAWA STYLE



PRODUCED BY RECRUIT

1. 「しらかわ地域の観光戦略の方向性」策定の目的等

(1) 策定目的・背景

- 人口減少や新型コロナウイルス感染症等の影響による観光客の減少、さらには、令和8年度ふくしまデスティネーションキャンペーン（DC）の開催決定により、**交流人口・関係人口拡大に向けた観光需要の創出**が求められている。
- 地域に根付いた持続可能な観光需要を創出するため、客観的な分析を基に**観光戦略の「目指す姿（方向性）」**を定め、地域全体で共有するとともに、その実現に向けて多様な主体が連携し、共に取組を進めていく。

(2) 計画期間

- 令和7年度(2025年度)から令和9年度(2027年度)までの3年間**
(プレDC・本番DC・アフターDC*開催期間に同じ) *アフターDCは今後エントリー予定

(3) 本方向性の定義

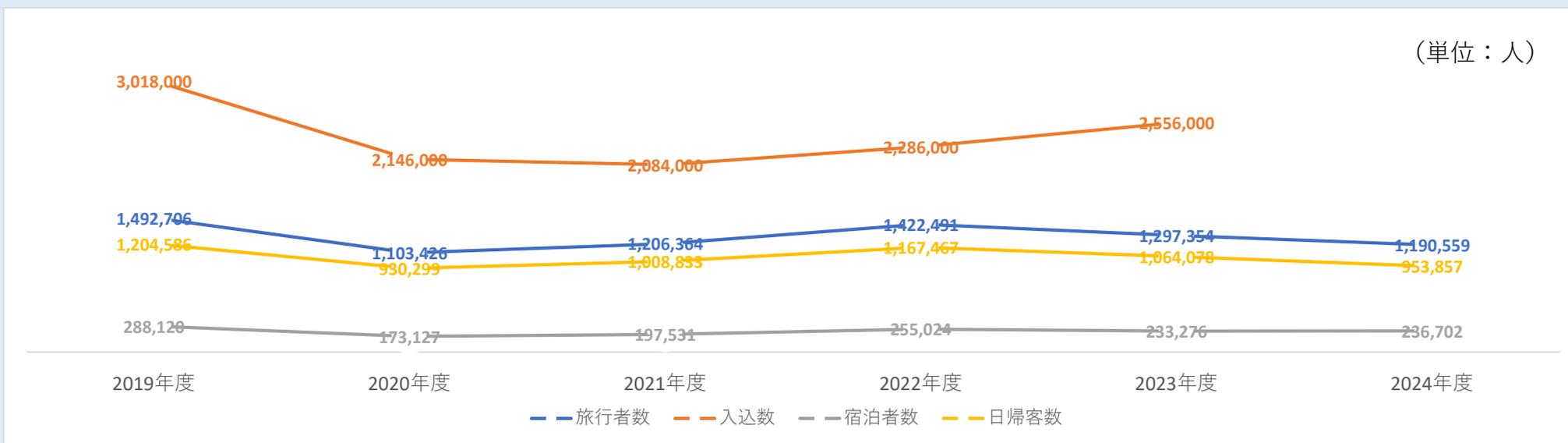
- 今回策定する方向性はあくまで「**仮定**」とし、実際に取り組を進めていく中で、状況に応じて本方向性を検証し適宜見直すなど、柔軟に対応していく。



2. 本地域の観光の状況

(1) 現状

● 県南エリアの入込数は平成30年(2018年)の3,031,000人をピークに新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和5年(2023年)では平成30年比84%の実績となっている。直近(令和5年)では前年比11%伸張しているが県内他地域(県中20.4%、南会津20.8%、相双16.5%、いわき25.7%)と比較しても増加率は低い。また**日帰り客数割合は8割を超える**。



項目	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
入込数※1	3,018,000	2,146,000	2,084,000	2,286,000	2,556,000	
旅行者数※2	1,492,706	1,103,426	1,206,364	1,422,491	1,297,354	1,190,559※3
宿泊者数	288,120	173,127	197,531	255,024	233,276	236,702※3
日帰客数	1,204,586	930,299	1,008,833	1,167,467	1,064,078	953,857※3

出典 入込客数(福島県観光客入込状況令和5年度)、宿泊者数・日帰客数(おでかけウォッチャー)

※1 入込数は当該年度1月～12月の数値(千人未満切捨て) ※2旅行者数=宿泊者数+日帰客数

※3 2024年度数値については、2024年4月1日～2025年2月16日までのデータ

2. 本地域の観光の状況

(2) 主な特徴

- **来訪目的**：地元の美味しいものを食べる(23.6%)、温泉や露天風呂に入る(13.1%)、名所旧跡をめぐる(7.8%)
- **来訪者発地**：福島県内(44%)、茨城県(10%)、栃木県(7%)、東京都(6%)、神奈川(6%)、埼玉(5%)
- **旅行スタイル**：日帰客80%、来訪後福島県内他地域への宿泊者約10%
- **同行者**：夫婦2人で(23.8%)、ひとりで(20.8%)、小学生以下連れ親子で(14.8%)、恋人と(9.1%)、友人と(9%)
- **来訪先**：白河市(33%)、矢吹町(15%)、西郷村(13%)、棚倉町(12%)、塙町(10%)、矢祭町(7%)
- **来訪時期**：長期休暇(GW・夏休み・シルバーウィーク)、紅葉シーズンが多く、6~7月の来訪が少ない
- **現地消費**：昼食を食べるへの消費が最も多い。次いで直売所や道の駅、お土産屋での買い物、
喫茶・スイーツを食べる
- **交通手段**：自家用車(75.5%)、新幹線・特急電車(14.3%)、JR/私鉄など(7.8%)、レンタカー(5.6%)
- **来訪に関する情報収集**：特にしていない(26.6%)、GoogleMAP(25.6%)、旅行サイト(22.9%)
- **代表的な観光資源**：小峰城址、南湖公園、道の駅はなわ~天領の郷~、JA東西しらかわみりよく満点物語、
まるごと西郷館、白河ラーメン店舗、白河関まつり、奥久慈、山本不動尊
- **コンテンツに関する認知度×関心度**：自然・史跡に関する興味度が高い。
またグルメ・体験ではラーメン・そばの興味度が高い。

3. 本地域の主な課題

(1) 持続可能な観光地域づくりに必要な計画がない

原因：マーケティングデータが不足している

(2) 観光消費額が少ない

原因1：自然・史跡を目的とした来訪が多く、現地消費が少ない

原因2：リピーター率は高いが新規顧客の取込が少ない

原因3：近隣地域からの来訪が多く、滞在時間が短い

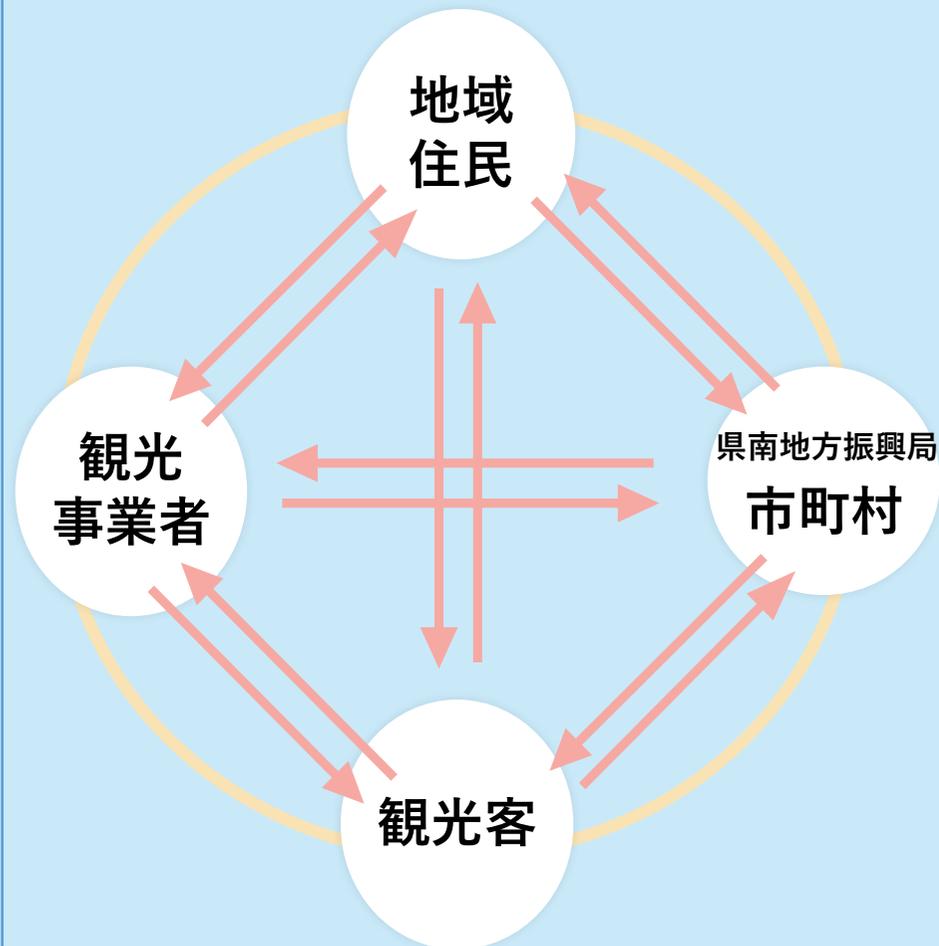
原因4：繁閑の差が大きく、旅行需要の平準化がなされていない

原因5：地域間周遊を促す仕組み・コンテンツが少ない



4. 目指す姿

しらかわ地域



(1) Vision (目指す姿)

しらかわ“ならでは”の魅力を活かし、データに基づく戦略と魅力的なコンテンツで『**選ばれる・何度も訪れたくなる観光地域**』を目指す。観光の発展が地域経済を支え、持続可能で後世に受け継がれるしらかわ地域を創る。

(2) Mission (使命・役割)

県南地方振興局と9市町村、観光関連事業者が連携し、**広域圏での観光地域づくりを推進**することで、いつ来てもワクワクがあり、何度も訪れたくなる観光地を実現する。

(3) Value (提供価値)

しらかわ地域にしかない体験や人との繋がりを通して、
地域住民：地域消費額向上の恩恵を受け、暮らしが豊かになり、地域の誇りと自信を後世に継承する
観光事業者：収益向上をもたらし、持続可能な経営を支援する
観光客：今までにない体験により周囲に誇れる経験を提供する

5. 取組の柱、取組方針

(1) 誘客促進を図る土台整備

施策1：観光地域づくりに必要な**各種マーケティングデータを収集**する

施策2：**地域住民への情報共有**による意識醸成

(2) 誘客促進のためのコンテンツ開発

施策3：**ターゲットの明確化、再定義**（例：首都圏夫婦旅、一人旅）

施策4：**観光資源の体験コンテンツ化**（モノ消費からコト消費への転換）

施策5：一人旅やサウナ旅、狛犬旅、民泊、山旅など**新たなニーズの掘り起し**を行う

施策6：宿泊につながる**朝や夜コンテンツを含んだプランの造成**に取り組む

施策7：**広域周遊につながる周遊コンテンツ、モデルコースの造成**を行う

(3) インバウンド誘客促進

施策8：インバウンドにも通用する**国内コンテンツの掘り起しとブラッシュアップ**に取り組む

6. 本方向性の推進

● 持続可能な観光需要の創出並びにDCの成功に向けて、地域住民・事業者・行政・観光関連団体など、多様な主体がそれぞれの役割を担い、連携・協働しながら本方向性に沿って取組を進める。

● 計画期間中は、関係者が定期的に集まり、取組の進捗を確認しながら情報を共有する。その中で、この方向性が適切かを検証し、必要があれば見直しを行う。

