



第2回まちづくりネットモニター「日本遺産」

(実施期間：2021年6月3日～6月12日 10日間)



安積開拓・安積疏水を結ぶストーリーは、平成28年に文化庁が認定する「日本遺産」になりました。

「日本遺産」とは、地域の歴史的魅力を通じて伝統や文化を語るストーリーです。このストーリーに関わる文化財等を活用することで、郷土愛の醸成を図り、国内外へ地域の持つ魅力を発信していきます。

つきましては、日本遺産認定から5年が経過し、市民の皆さまが感じていることや、日本遺産の今後の活用について、ご意見を把握するため、アンケートを実施しました。

国際政策課

調査概要

- ・回答方法 専用ウェブサイトからの回答
- ・モニター数 360人
- ・回答数 340人（回答率：94%）

【参考】



日本遺産
ウェブページ

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	計
男性	5人	6人	12人	27人	36人	13人	44人	11人	154人
女性	4人	10人	38人	66人	45人	19人	3人	1人	186人
計	9人	16人	50人	93人	81人	32人	47人	12人	340人

結果概要

【安積疏水・日本遺産の認知度】

- ・安積開拓・安積疏水の認知度は前回同様、83%だった（問1）
- ・日本遺産認定の認知度は、前回よりも7ポイント低下し64%だった（問6）
- ・年代別にみると、30代以下の認知度が低かった（問1、5、6）

【安積開拓・安積疏水の関心度】

- ・安積開拓・安積疏水に対して、6割を超える人が関心をもっている（問4）
- ・職業によって、関心の程度に違いがみられた（問4）
- ・安積開拓・安積疏水の認知度は関心度に影響を与えている（問1、4）

【日本遺産に関する取組】

- ・「開成山公園・猪苗代湖・開成山大神宮」の訪問実績は9割を超えている（問7）
- ・回答者のうち35%の人が、日本遺産動画を見たいと答えた（問8）
- ・安積開拓・安積疏水に関心がある人の活動意欲は100%だった（問6、12）

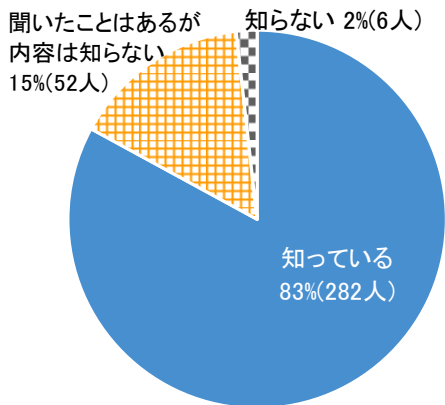
考察

- ・安積開拓・安積疏水の認知度向上に、学校教育や生涯学習が大きく寄与している。
- ・認知度や関心度に比例して活動意欲が高まっている。
- ・活動意欲に応じた様々な関わり方があると、地域としての盛り上がりにつながる。

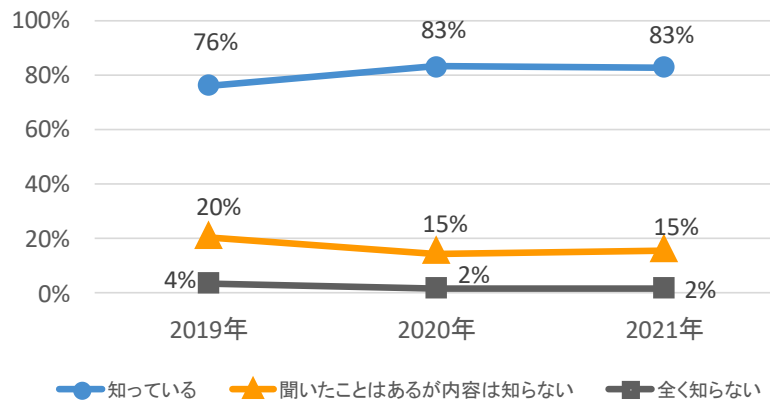
第1章 日本遺産の認知度について

問1 「安積開拓・安積疏水」をご存知ですか？（1つ選択）

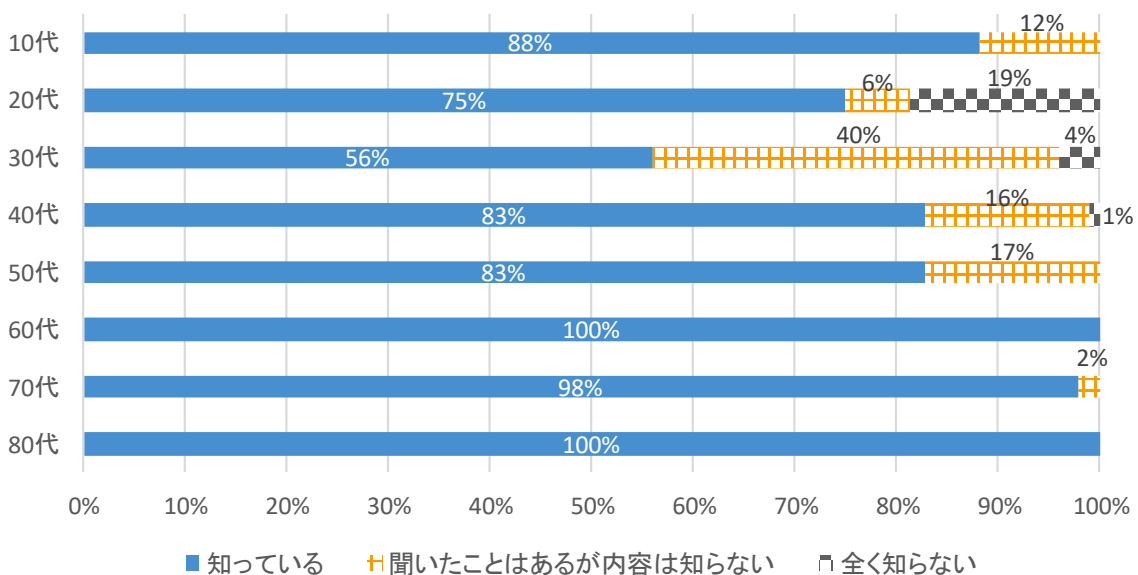
① 【問1 認知度】



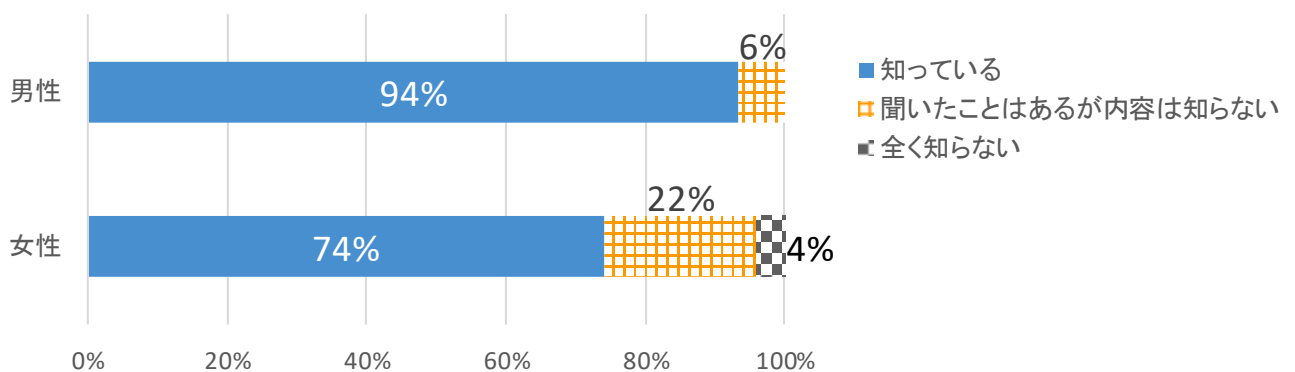
【問1 認知度×過去調査】 認知度の過去からの推移



② 【問1 認知度×年代別】 年代別の認知度を比較



③ 【問3 認知度×性別】 性別の認知度を比較



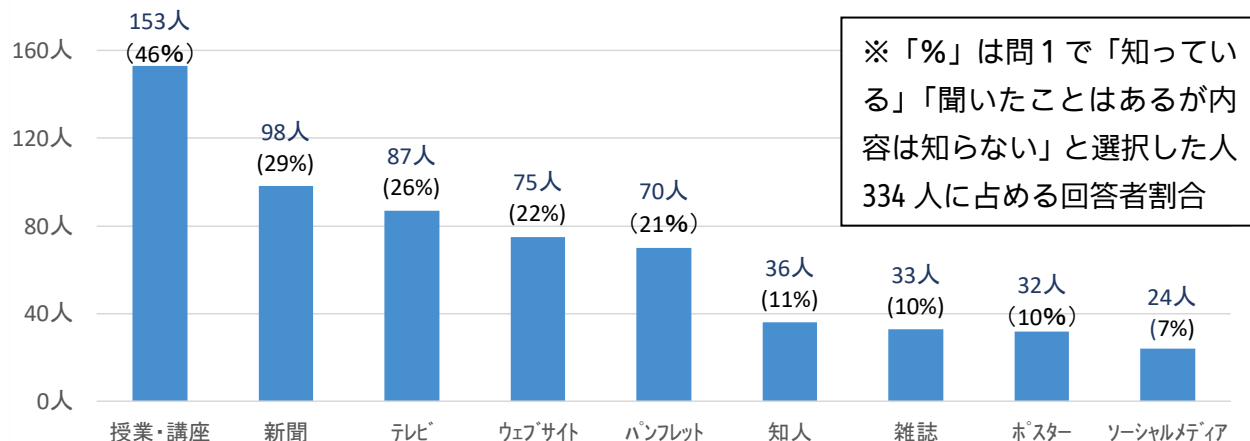
- ① 安積開拓・安積疏水に対する認知度は83%で、前回調査と同じだった。
- ② 年代別に認知度をみると、30代の認知度が極めて低かった。
- ③ 性別でみると、男性の認知度が高く「全く知らない」と回答した人はいなかった。
→地域の歴史である「安積疏水・安積開拓」は、多くの人に知られている。

問2

問1で「知っている」「聞いたことはあるが内容は知らない」と選択した方にお伺いします。

「安積開拓・安積疏水」について、どのような媒体から知りましたか？（複数選択可）

① 【問2 認知媒体】 安積疏水・安積開拓を何の情報媒体から知ったか調査



※ソーシャルメディアとは、インターネット上のコミュニケーションを通して、情報の共有や拡散が生まれる媒体のこと。フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、YouTube、ブログ等。

② 【問2 認知媒体×年代別】 認知媒体を年代別で比較

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
授業・講座	60%	67%	24%	35%	19%	21%	18%	19%
新聞	10%	0%	9%	11%	21%	17%	21%	27%
テレビ	10%	7%	17%	18%	12%	12%	13%	15%
ウェブサイト	0%	13%	13%	13%	16%	11%	11%	4%
パンフレット	10%	7%	11%	7%	12%	15%	12%	19%
知人	10%	0%	11%	9%	5%	3%	4%	0%
雑誌	0%	0%	3%	1%	6%	8%	12%	4%
ポスター	0%	0%	3%	4%	6%	11%	4%	12%
ソーシャルメディア	0%	7%	7%	4%	3%	3%	4%	0%

※「%」は各年代の回答者に占める割合

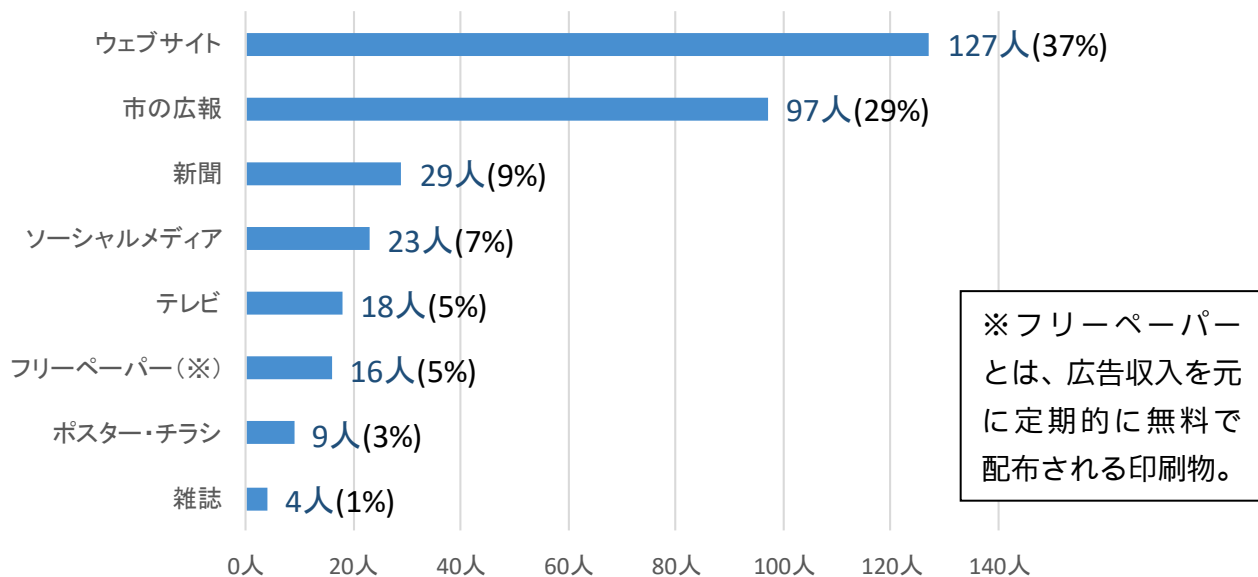
■ : 30%以上

■ : 15%以上

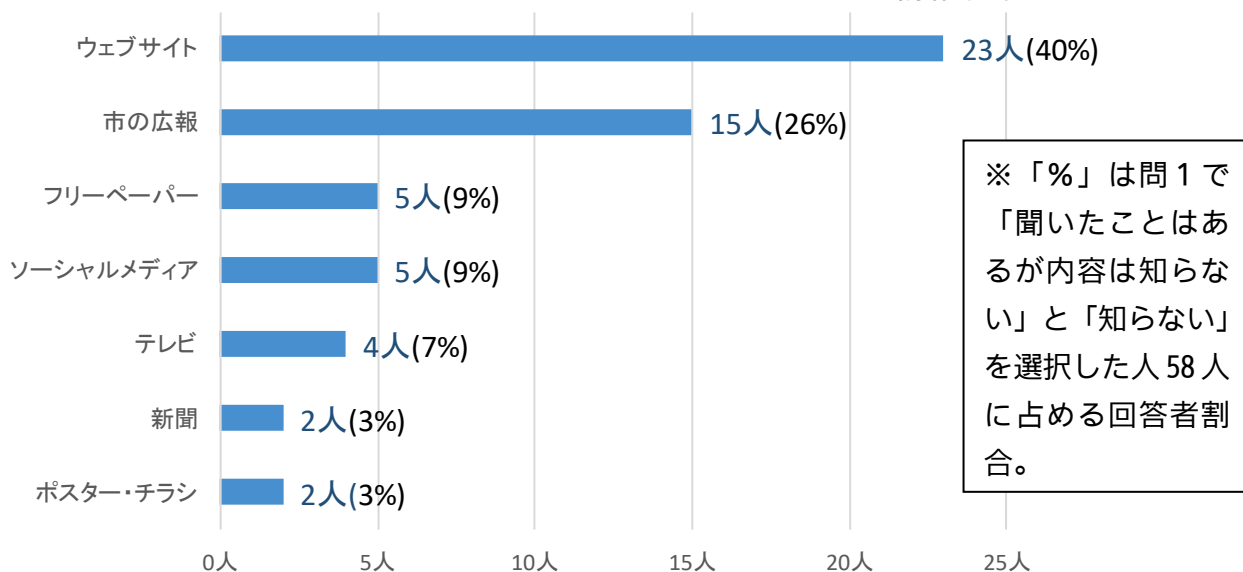
- ① 認知媒体としては、「授業・講座」や「新聞」と回答した人が多かった。
- ② 全体で上位を占める「授業・講座」や「新聞」は、年代別にみるとバラツキがあった。
- ③ 選択肢にないその他意見として、「学校行事」や「書籍」の回答が多かった。
→安積開拓・安積疏水の認知度向上に、学校教育や生涯学習が大きく寄与している。

問3 「安積開拓・安積疏水」などの情報収集をする方法として、次のどれを一番利用しますか？（1つ選択）

① 【問3 情報収集媒体】 日頃から何の媒体で情報収集しているか調査



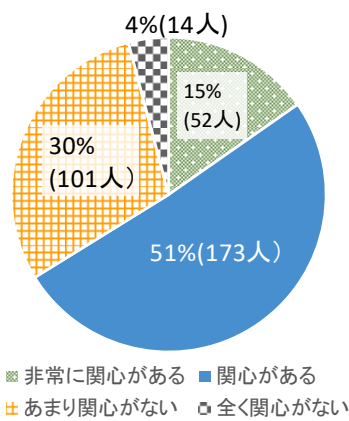
② 【問1:知らない人のうち、問3 情報収集媒体】 安積開拓・安積疏水を知らない人はどんな情報収集をしているか



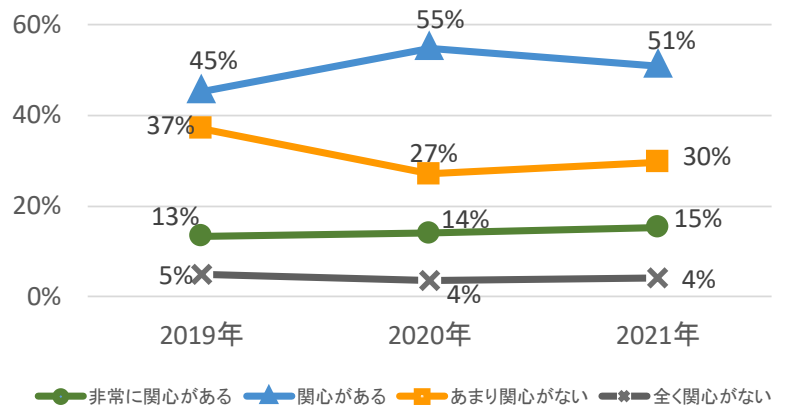
- ① 情報収集媒体としては、「ウェブサイト」と「市の広報」で過半数を占めた。
 ② 問1 安積開拓・安積疏水を知らない人の情報収集媒体も、同様の結果となった。
 →さらなる認知度向上のためには、「ウェブサイト」と「市の広報」が効果的である。

問4 「安積開拓・安積疏水」について、どの程度関心がありますか？（1つ選択）

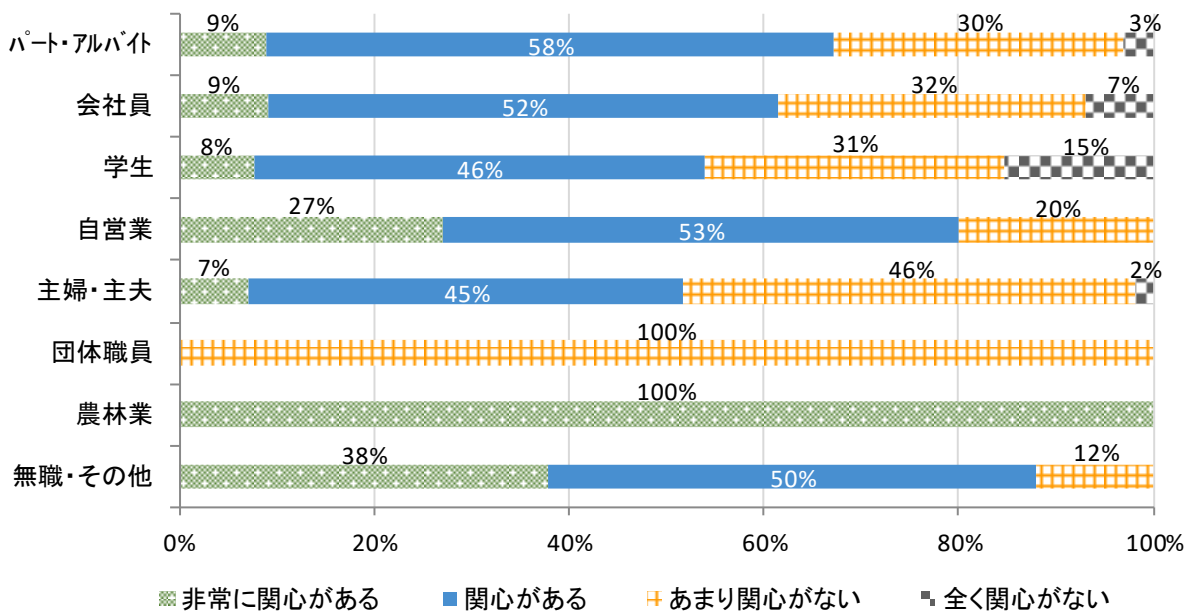
① 【問4 関心度】2021年の調査



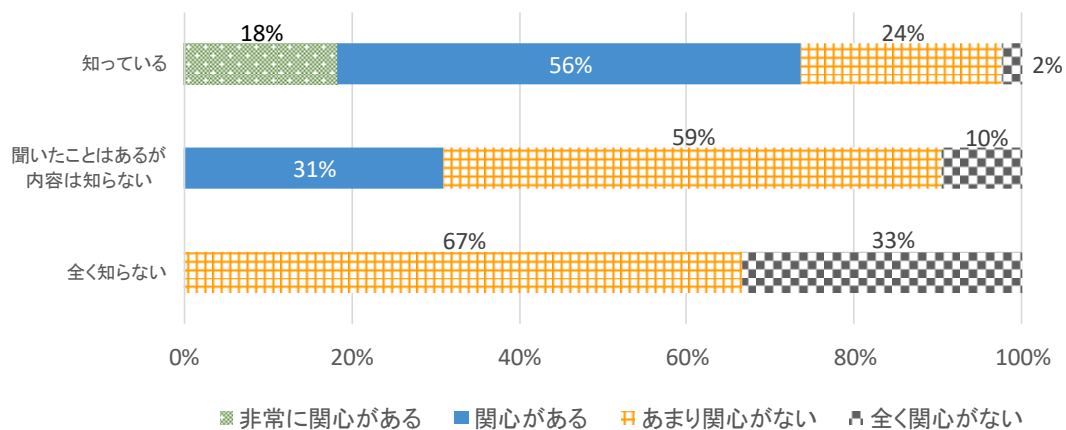
【問4 関心度×過去調査】関心度の過去からの推移



② 【問4 関心度×職業別】関心度を職業別で比較



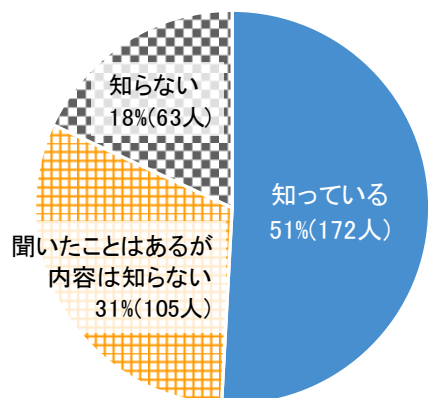
③ 【問1 認知度×問4 関心度】知っている人と知らない人の関心度を比較



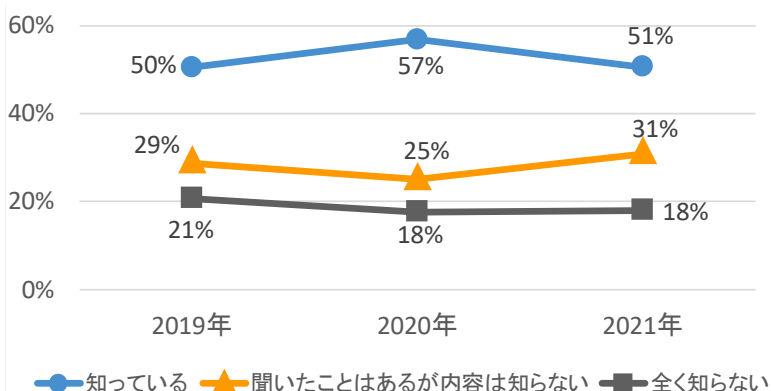
- ① 興味がある人（非常に興味がある+興味がある）は前回よりも3ポイント減り66%であった。
- ② 職業別にみると、農林業の関心度が高い一方、団体職員の関心度が低い。
- ③ 安積開拓・安積疏水を知らない人は、関心度が低い。
→安積開拓・安積疏水の認知度が関心度に影響を与えている。

問5 文化庁が地域の文化や伝統が語られているストーリーを「日本遺産」として認定していることをご存知ですか？（1つ選択）

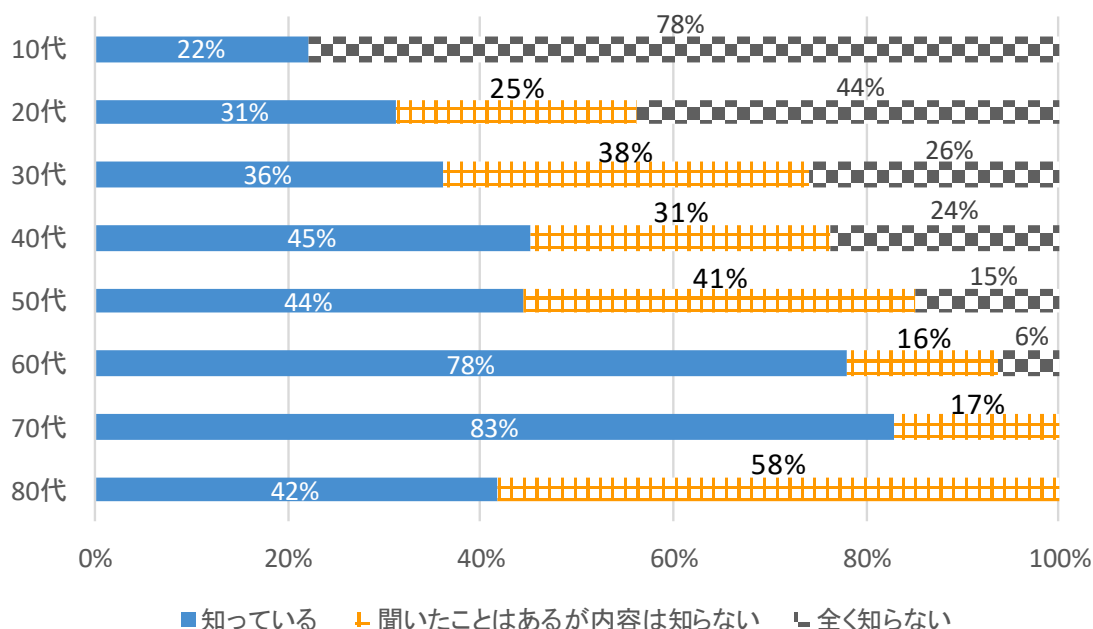
① 【問5 認知度】 2021年の調査



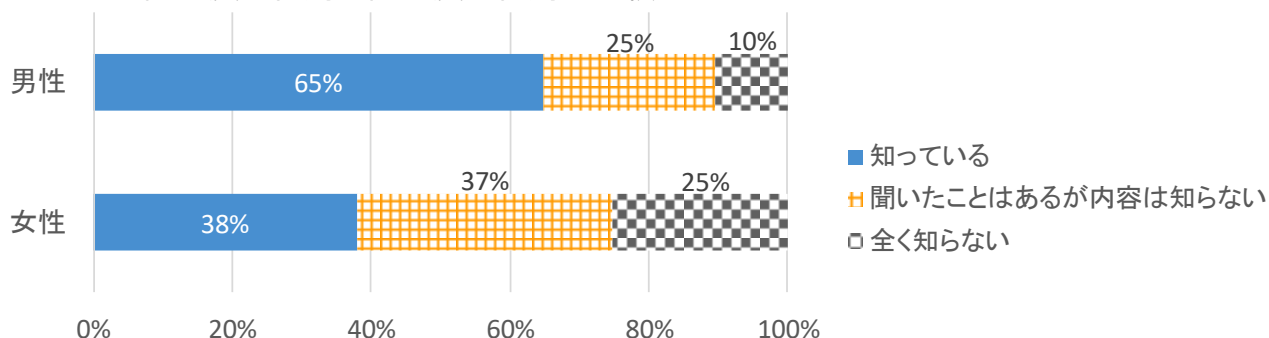
【問5 認知度×過去調査】 認知度の過去からの推移



② 【問5 認知度×年代別】 認知度を年代別で比較



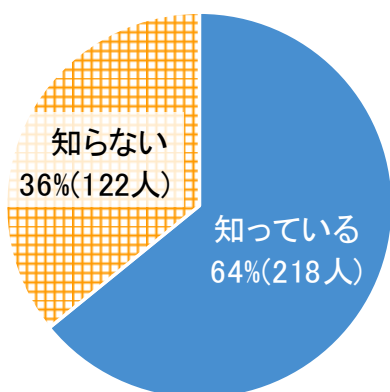
③ 【問5 認知度×性別】 認知度を性別で比較



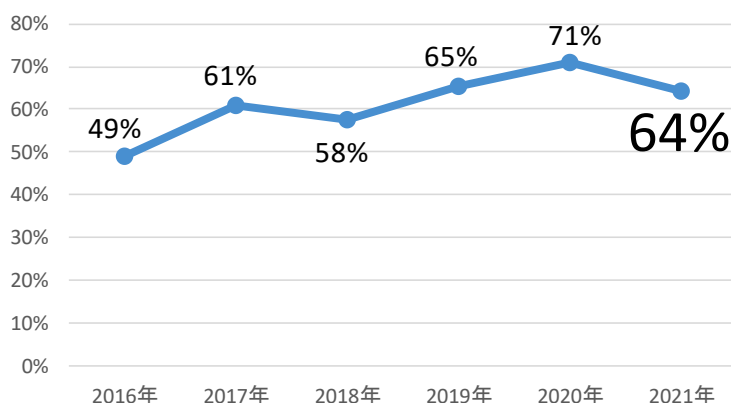
- ① 前回調査よりも6ポイント低下し、日本遺産制度の認知度は51%であった。
 - ② 年代別に認知度をみると、60代と70代は7割を超え、30代以下は特に低い。
 - ③ 性別でみると、男性の認知度が圧倒的に高い。
- 日本遺産制度を所管する文化庁に報告する。

問6 安積開拓・安積疏水のストーリーが「日本遺産」に認定されたことをご存知ですか？
(1つ選択)

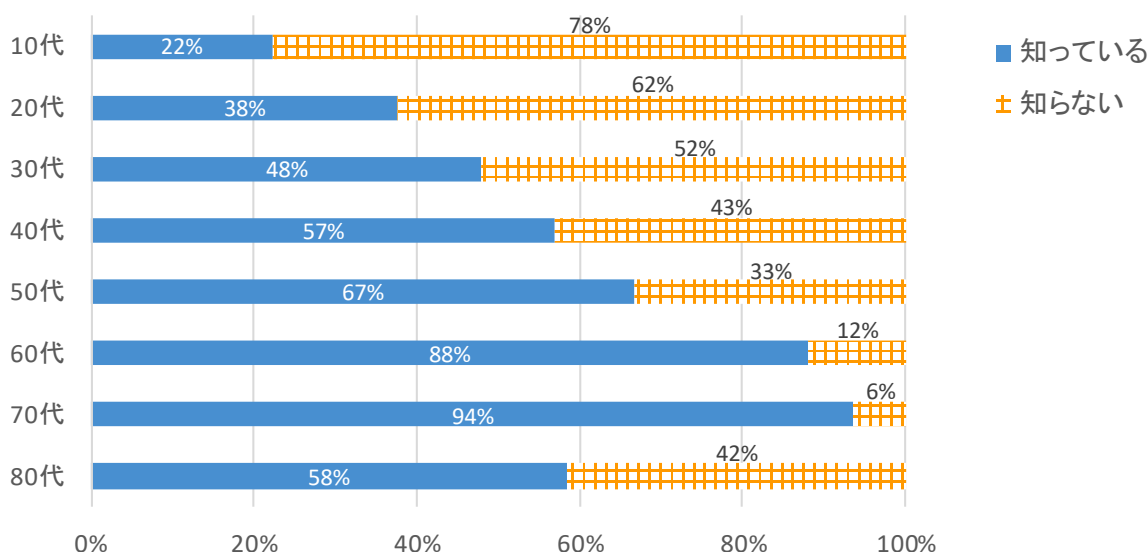
① 【問6 認知度】



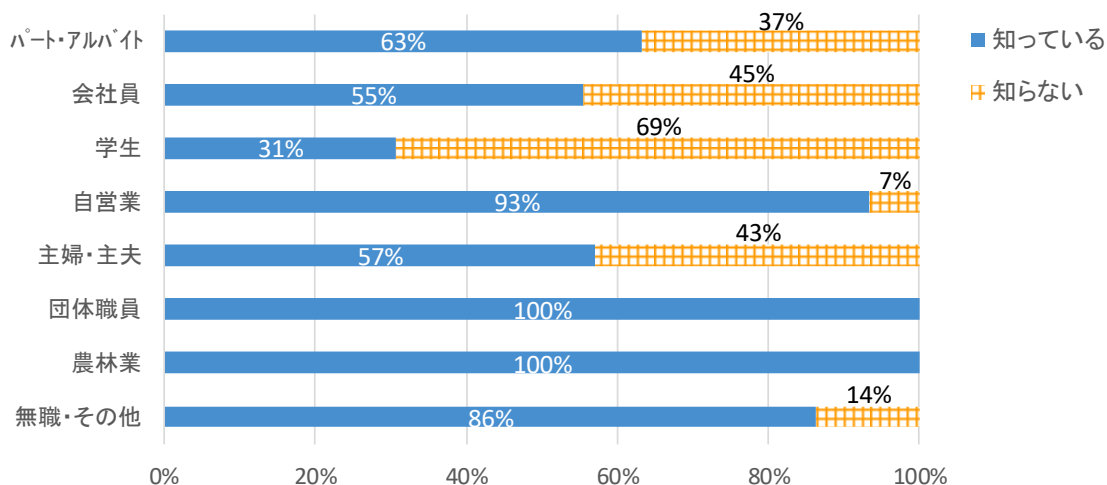
【問6 認知度×過去調査】 認知度の過去からの推移



② 【問6 認知度×年代別】 年代別の認知度を比較



③ 【問6 認知度×職業別】 職業別の認知度を比較

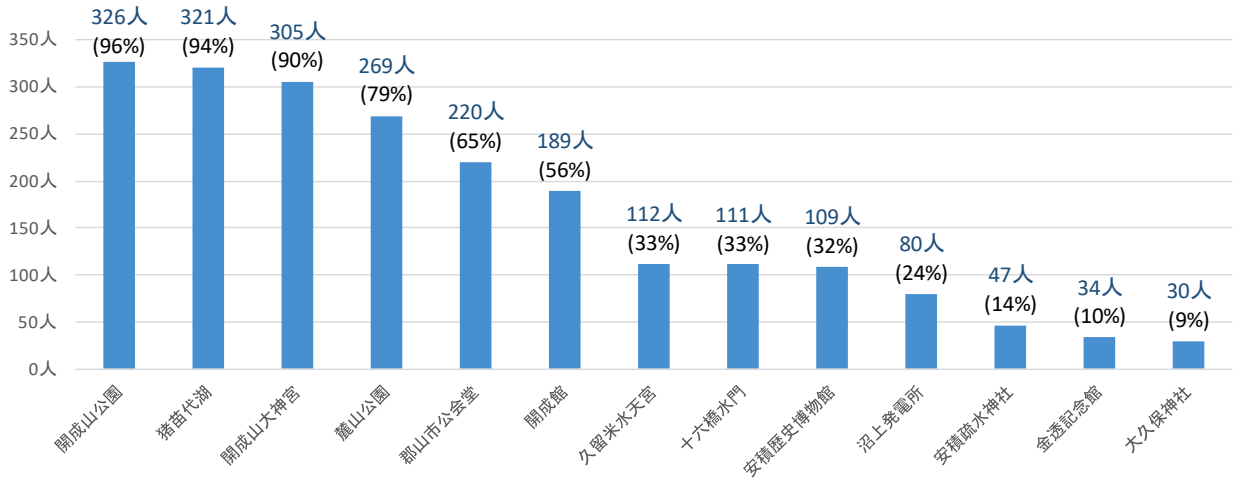


- ① 日本遺産認定の認知度は、前回調査よりも7ポイント低下し64%であった。
 ② 年代別に認知度をみると、60代と70代が非常に高く、10代が目立って低い。
 ③ 職業別でみると、学生の認知度が非常に低い。
 →日本遺産認定の事実は、特に学生世代に伝わっていない。

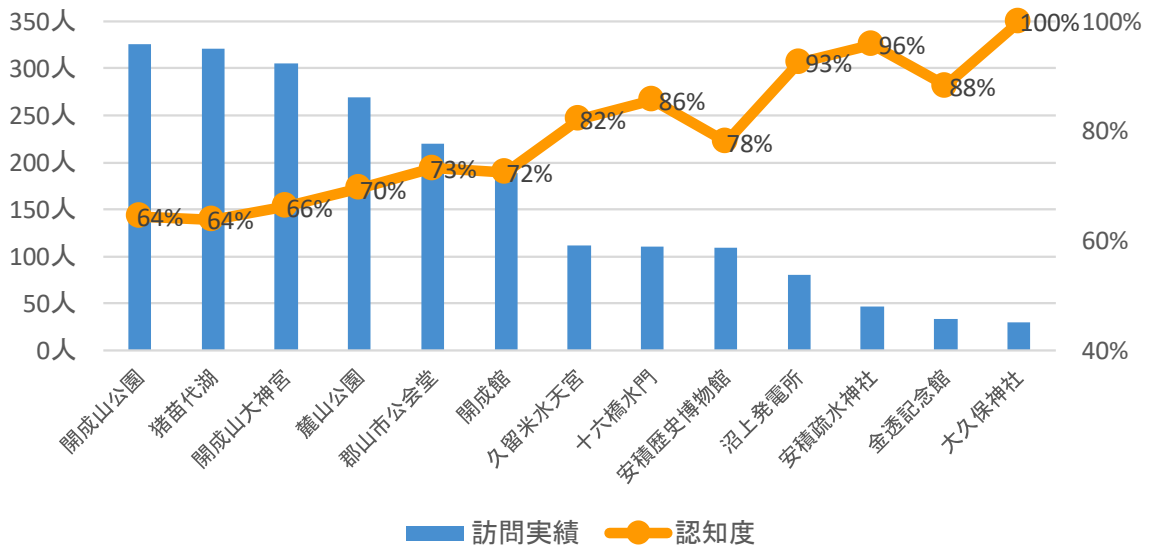
第2章 本市の日本遺産に関する取り組みについて

問7 日本遺産に認定された安積開拓・安積疏水ストーリー（以下、日本遺産ストーリー）は38の文化財で構成されています。構成文化財の中で、実際に訪れたことがある場所はどこですか？（複数選択可）

① 【問7 訪問実績】日本遺産に関係するスポットへの訪問実績を調査



② 【問7 訪問実績×問6 認知度】各スポット訪問実績がある人のうち、どれくらい日本遺産認定を認知しているか



【参考】

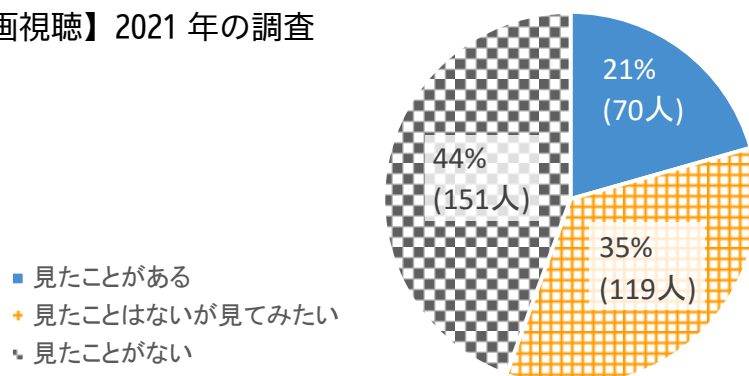
猪苗代湖を訪れたことがある人のうち、64%の人が日本遺産認定を認知している。

- ① 「開成山公園」「猪苗代湖」「開成山大神宮」の訪問実績は、9割を超えている。
- ② 訪問実績が多い所は、日本遺産認定の認知度が7割以下となっている。
- ③ 訪問実績が少ない所ほど、日本遺産認定を認知している人が多く訪れている。
→訪問するきっかけ、さらには訪問先で認知してもらえる仕掛けが必要。

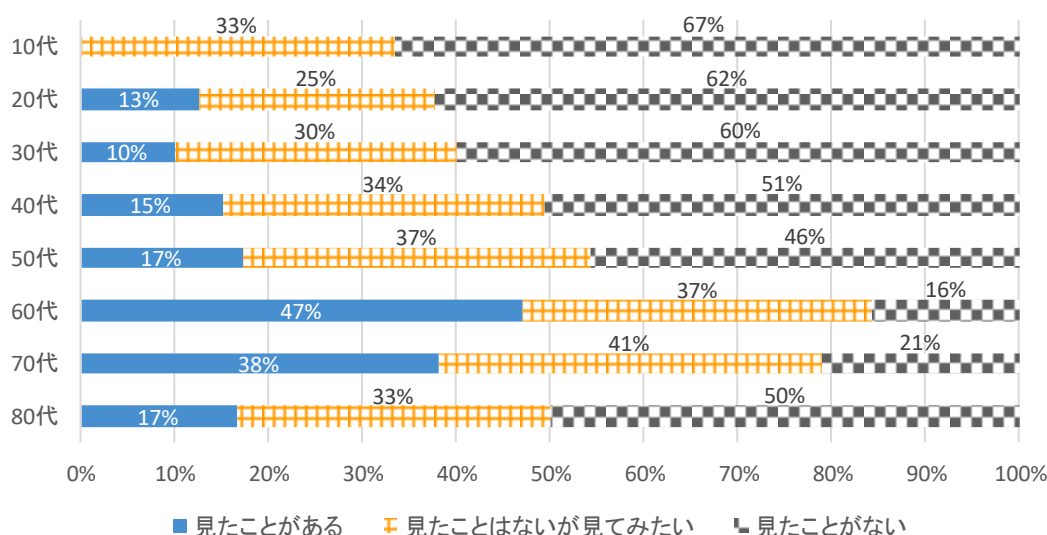
問8 郡山市では「日本遺産ストーリー」の動画を制作し、出前講座やイベントで放映するほか、DVDでの貸し出しやYouTube投稿を通して、様々な機会にご覧いただいています。

動画「未来を拓いた『一本の水路』」を見たことがありますか？（1つ選択）

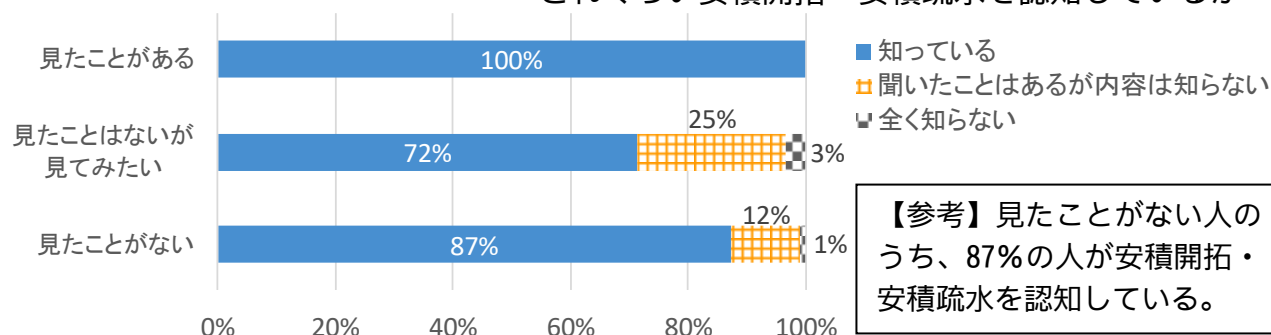
① 【問8動画視聴】2021年の調査



② 【問8動画視聴×年代別】年代別の視聴状況を比較



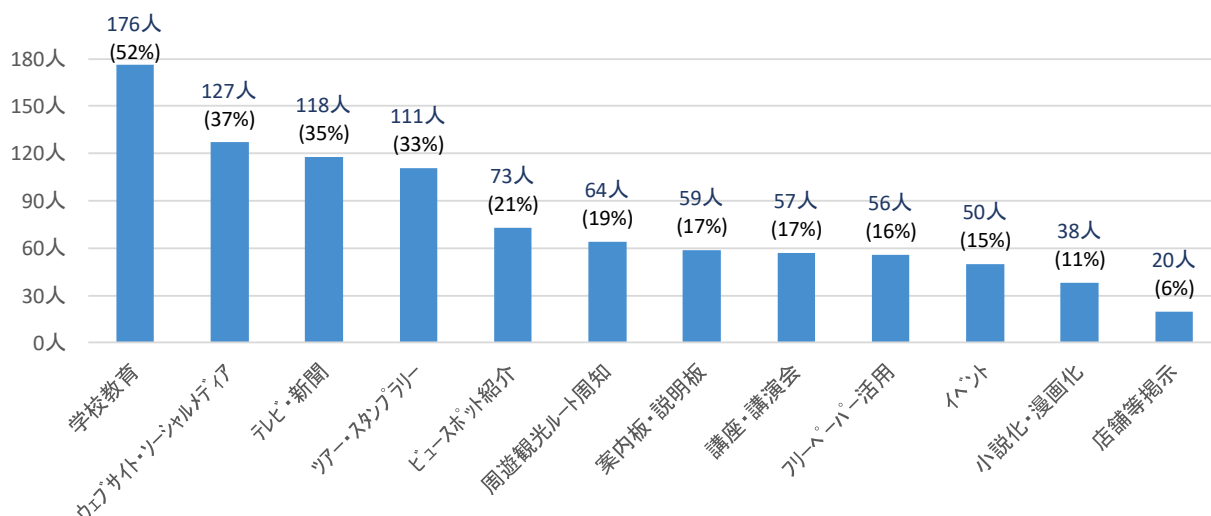
③ 【問8動画視聴×問1認知度】動画視聴実績がある人のうち、どれくらい安積開拓・安積疏水を認知しているか



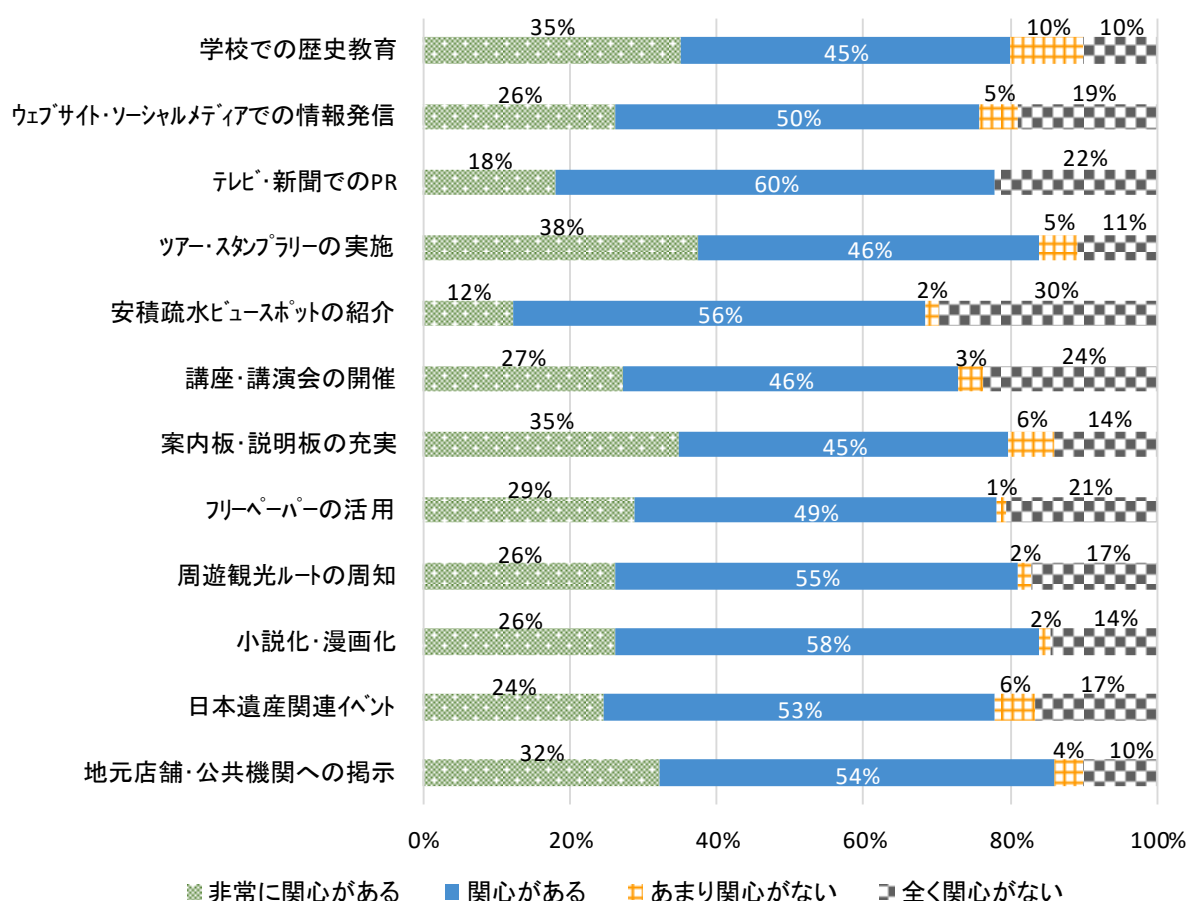
- ① 回答者のうち21%の人は、日本遺産ストーリーの動画を見たことがあった。
 - ② 年代別にみると、30代以下の世代では「見たことがある人」は15%に満たなかった。
 - ③ 動画を「見たことはないが見てみたい」と答えた人のうち、安積開拓・安積疏水を認知していない人は28%だった。
- 動画の視聴は認知度に大きく寄与しており、認知度向上へ活用の余地がある

問9 「日本遺産ストーリー」を身近に感じるようになるため、特に取り組んで欲しい事はなんですか？（3つまで選択）

① 【問9 取組要望】 今後の取組要望を調査



② 【問9 取組要望×問4 関心度】 取組要望を安積開拓・安積疏水の関心度別に比較

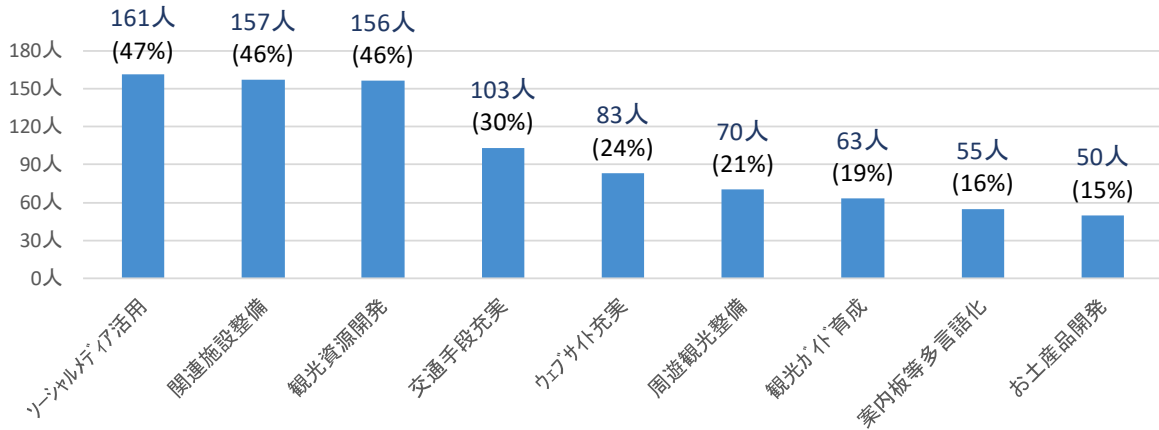


【参考】 取組要望で「学校での歴史教育」を選択した176人のうち35%が、日本遺産に対し「非常に興味がある」。

- ① 取組要望としては、過半数の人が「学校での歴史教育」を選択した。
- ② 「小説化・漫画化」や「地元店舗等への掲示」を選択した人の多くは、安積開拓・安積疏水に対する関心度が高い人であった。

問 10 「日本遺産ストーリー」を発信し、郡山市を訪れる人を増やすため、特に取り組んで欲しい事はなんですか？（3つまで選択）

① 【問 10 取組要望】 今後の訪問者増加のための取組要望を調査

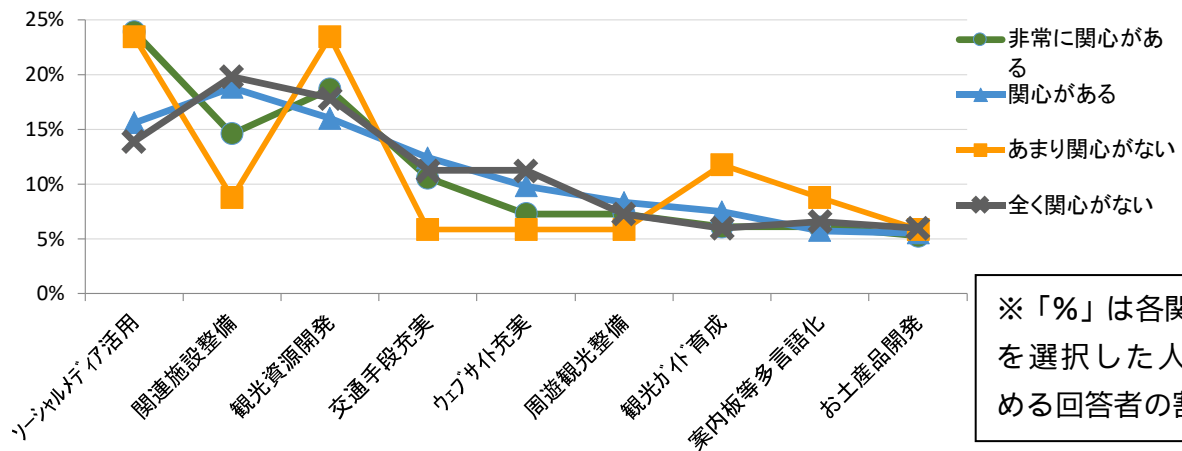


② 【問 10 取組要望×年代別】 取組要望を年代別で比較

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
ソーシャルメディア活用	16%	27%	22%	22%	16%	16%	10%	12%
関連施設整備	26%	22%	11%	17%	15%	26%	20%	20%
観光資源開発	16%	10%	21%	17%	18%	15%	19%	
交通手段充実	11%	12%	9%	7%	13%	15%	13%	22%
ウェブサイト充実	11%	10%	5%	9%	11%	8%	11%	10%
周遊観光整備	5%	2%	9%	7%	8%	6%	10%	7%
観光ガイド育成	5%	7%	9%	4%	8%	9%	8%	7%
案内板等多言語化	0%	2%	6%	7%	8%	3%	6%	7%
お土産品開発	11%	7%	7%	9%	3%	3%	3%	

※「%」は各年代の回答者に占める割合 ■ :20%以上 ■ :15%以上

③ 【問 10 取組要望×問 4 関心度】 今後の取組要望を日本遺産への関心度別に比較

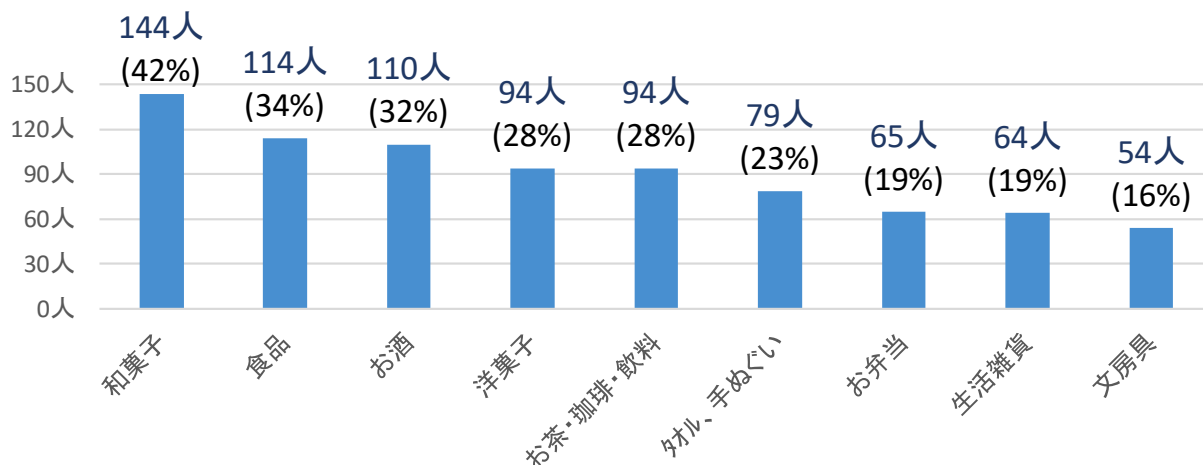


※「%」は各関心度を選択した人に占める回答者の割合

- ① 回答者のうち4割を超える人が、「ソーシャルメディア活用」や「関連施設整備」、「観光資源開発」を選択した。
- ② 年代別にみると、60代以上の方に「交通手段充実」の要望が多かった。
- ③ 関心度に応じて、「関連施設環境整備」に対する要望に大きな差があった。

問11 「日本遺産ストーリー」をPRするために、どのような商品であれば効果的だと思いますか？（3つまで選択）

① 【問11 商品化要望】日本遺産PRに必要な商品化の意向調査



② 【問11 商品要望×年代別】商品要望を年代別で比較

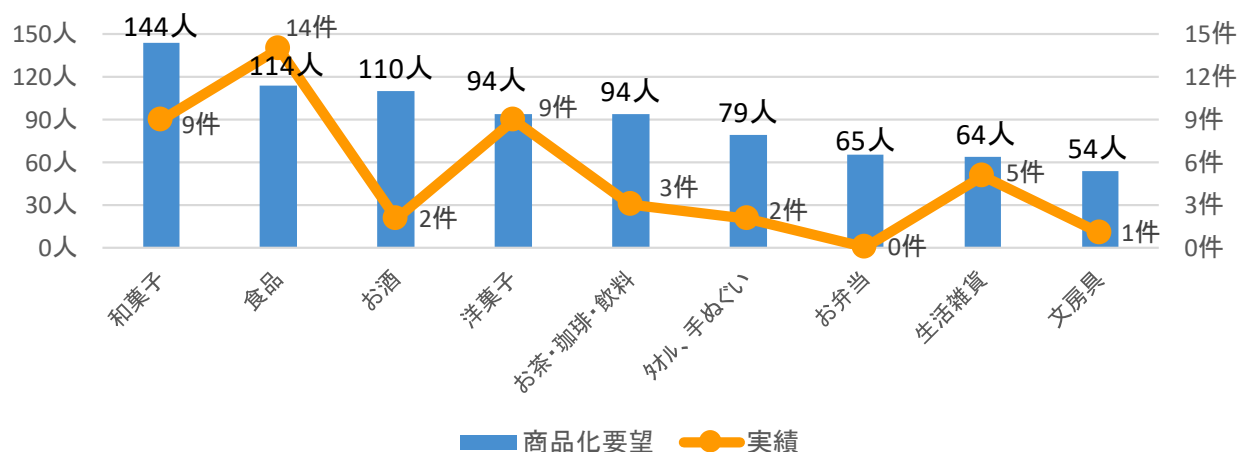
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
和菓子	24%	21%	19%	20%	16%	18%	12%	15%
お酒	24%	12%	13%	15%	14%	7%	17%	15%
食品	5%	2%	12%	15%	12%	16%	18%	15%
洋菓子	5%	19%	16%	13%	12%	5%	7%	4%
タオル、手ぬぐい	10%	17%	13%	13%	12%	7%	8%	11%
お弁当	5%	5%	5%	7%	9%	17%	14%	22%
生活雑貨	0%	2%	14%	6%	8%	11%	7%	11%
お茶・珈琲・飲料	14%	12%	5%	7%	7%	8%	11%	4%
文房具	14%	10%	3%	4%	10%	12%	6%	4%

※「%」は各年代の回答者に占める割合

■ : 20%以上

■ : 15%以上

③ 【問11 商品化要望×関連商品開発実績】商品化の要望と開発実績を比較



① 商品化要望としては、「和菓子」や「食品」、「お酒」の選択が多かった。

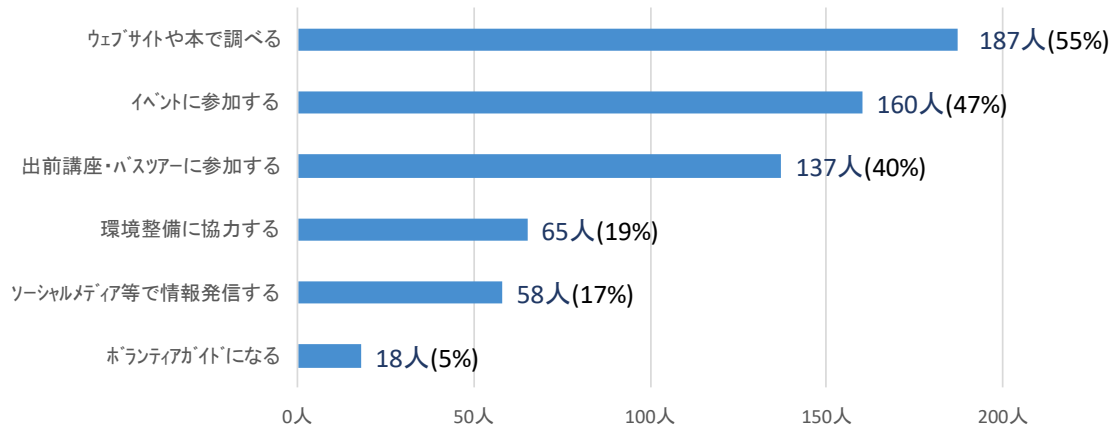
② 60代以上では「お弁当」を選ぶ人が他の年代よりも多かった。

③ 「お酒」や「お弁当」など商品化要望がある一方で、開発実績に結びついていない。

→安積開拓・安積疏水のイメージに合った商品化要望が多かった。

問 12 郡山市全体で「日本遺産ストーリー」を盛り上げるために、次のうち、あなたが取り組んでみたい事はありますか？（3つまで選択）

① 【問 12 活動意欲】 日本遺産に関わる活動意欲を調査

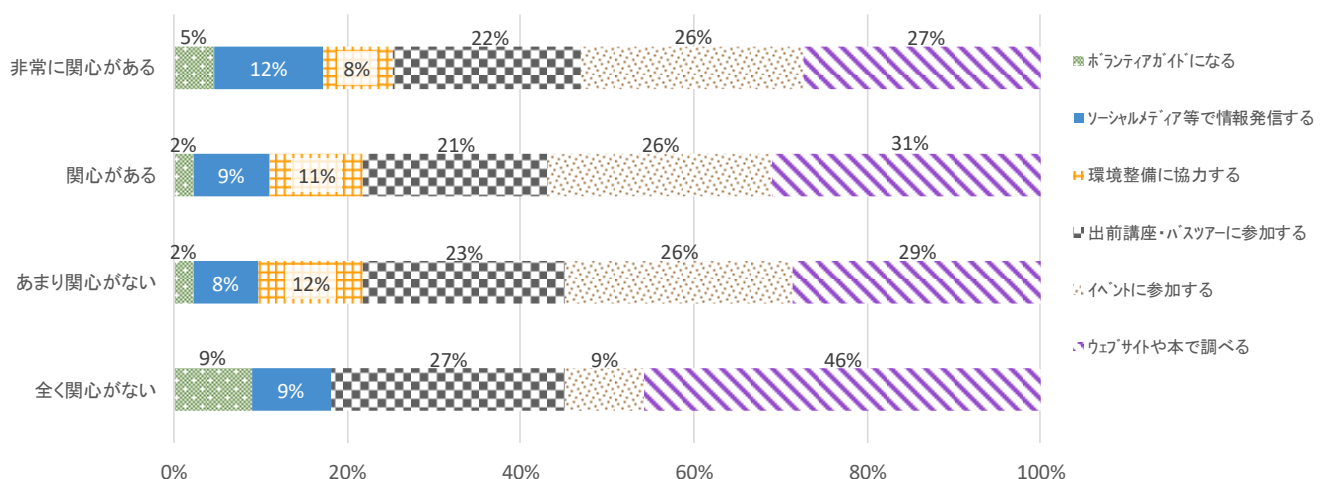


② 【問 12 活動意欲×年代別】 活動意欲を年代別で比較

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
ボランティアガイドになる	7%		3%	1%	3%	6%	4%	4%
ソーシャルメディア等で情報発信する	14%	17%	9%	12%	8%	4%	6%	19%
環境整備に協力する	21%	13%	12%	9%	10%	14%	9%	4%
出前講座・バスツアーに参加する	21%	17%	22%	18%	20%	24%	29%	26%
イベントに参加する	7%	17%	25%	28%	24%	27%	28%	30%
ウェブサイトや本で調べる	29%	35%	29%	33%	35%	25%	24%	19%

※「%」は各年代の回答者に占める割合 :30%以上 :20%以上

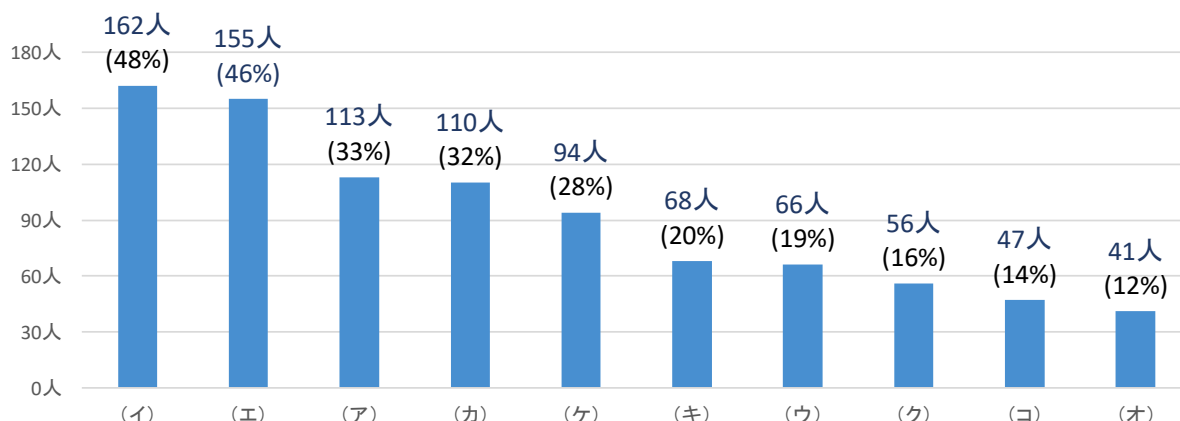
③ 【問 12 活動意欲×問 4 関心度】 活動意欲と安積開拓・安積疏水の関心度の関係性



- ① 活動意欲としては、「ウェブサイト等検索」や「イベント参加」の選択肢が多かった。
 - ② 「環境整備に協力する」を選択した10代の方が他の世代よりも多かった。
 - ③ 関心度が高い人ほど、積極的な活動に関わりたい意向が高かった。
- 活動意欲に応じた様々な関わり方があると地域としての盛り上がりにつながる。

問13 「日本遺産ストーリー」には、関連する様々なサブストーリーや事実があります。次のうち、あなたが興味のあるものはどれですか？（3つまで選択）

① 【問13 関連ストーリー】 どの関連ストーリーに興味があるか



- (ア) 大久保利通は、暗殺された朝に福島県令（現知事）と安積開拓の話をしていた
- (イ) 開成山大神宮は伊勢神宮（三重県）から唯一御分霊を受けている
- (ウ) 太平洋戦争時にファン・ドールン像を裏山に隠した（隠されたオランダ人）
- (エ) 開成山公園内に日本最古の染井吉野がある
- (オ) 小林久敬や渡辺閑哉など、江戸時代から安積疏水の構想を抱いている人がいた
- (カ) 渋沢栄一が沼上発電所や磐越西線の建設に投資していた
- (キ) 坂本龍馬の義弟が安積開拓をきっかけに郡山に入植していた
- (ク) 郡山宿も戊辰戦争の影響を受けていた
- (ケ) 安積開拓当時、開拓のため全国9藩から約2,000人の士族が入植した
- (コ) 沼上発電所は日本で初めて長距離高圧送電に成功した

② 【問13 関連ストーリー×年代別】 興味のある関連ストーリーを年代別に比較

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
(イ)	16%	20%	23%	19%	16%	15%	14%	16%
(エ)	11%	18%	21%	17%	20%	16%	14%	8%
(ア)	32%	18%	12%	15%	10%	13%	10%	8%
(カ)	5%	5%	8%	13%	14%	10%	15%	8%
(ケ)	0%	8%	6%	6%	13%	16%	14%	16%
(キ)	5%	5%	13%	7%	6%	6%	6%	11%
(ウ)	11%	10%	4%	8%	8%	8%	5%	8%
(ク)	16%	10%	5%	5%	6%	7%	7%	8%
(コ)	5%	8%	4%	4%	5%	6%	6%	8%
(オ)	0%	0%	4%	5%	2%	5%	8%	8%

※「%」は各年代の回答者に占める割合 : 20%以上 : 15%以上

- ① 開成山大神宮、開成山公園にまつわるストーリーに興味を示した人は4割を超えた。
- ② 10代の人々が特に「大久保利通」にまつわるストーリーに1番興味を示した。
→全国的に注目を集めるようなサブストーリーに、多くの回答者が興味を示した。

問 14 その他、ご意見がございましたら、ご自由にお書きください。(自由記述)

高齢化が進む中、社会と繋がっていたい、勉強したいと思う高齢者は多い。人生 100 年時代、そんな高齢者をこれらの取組みにもっと使ってほしい。	(60 代女性、パート・アルバイト)
郡山に50年以上住んでいるが、安積疏水について学ぶ機会が全くなかった。まずは郡山市民の人が学び知る企画を発信してほしい。	(50 代女性、自営業)
日本史の教科書に出てくる人物が郡山市と関わりがあるのを聞くと、もっと関心を持つ人が増える。私のように歴史好きな人には、少しでも情報に触れれば、関心を持たずにはいられなくなる。	(20 代男性、無職・その他)
広報こおりやまの巻末にでも、四コマ漫画の様なシリーズ化で皆さんに興味を持って欲しい事柄を描いてほしい。	(60 代女性、パート・アルバイト)
日本遺産ストーリーに感動して生活に大切なものを作り出す職業を目指す子どもが増えてほしい。	(50 代女性、会社員)
安全を確保した上で、水遊びや生物について学べる場所を整備することで、活気ある街づくり、子どもの学ぶ場の充実等様々な相乗効果が生まれる。	(30 代男性、会社員)
小学校の学習発表会で、安積開拓ストーリーを見ました。子どもがストーリーをよく理解し発表できていて素晴らしかった。	(30 代女性、パート・アルバイト)
安積疏水に関連した歴史上の有名人が複数名いて、郡山・福島・日本の発展に寄与した部分がある。そこにフォーカスを当てることで、多くの人の関心が高まる。	(30 代男性、団体職員)
地元のことを他県の人達にももっと知って欲しい。	(40 代女性、パート・アルバイト)
ストーリーの価値・面白さをどう伝えれば、調べてみよう、実際行ってみようと思わせるかが大切。	(30 代男性、会社員)
会津出身だが、安積疏水は鶴ヶ城築城にも匹敵する大事業だったと数十年前の授業で感じた。今の豊かな暮らしは当時のご苦勞があつてこそだと感謝しなくてはいけない。	(40 代男性、会社員)
小学生の子どもが学校で習う事で、自然と親子で関心を持つようになった。子どもも郷土愛をもつ良いきっかけになる。	(40 代女性・主婦)