



第 11 回まちづくりネットモニター「日本遺産」

17 パートナーシップで
目標を達成しよう



(実施期間：2023 年 10 月 20 日～10 月 29 日 10 日間)



安積開拓・安積疏水に関するストーリーが平成 28 年に「日本遺産」として認定されました。

「日本遺産」とは、地域の歴史や風土に根ざし、世代を超えて受け継がれるストーリーです。このストーリーに関わる文化財や伝統文化を活用することで、郷土愛の醸成を図り、国内外へ地域の魅力を発信し、地域の活性化に取り組んでまいります。

日本遺産認定から 7 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のご意見を把握するため、アンケートを実施しましたので、その結果をお知らせします。

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 397 人 (男性 172 名 女性 225 名)
- ・ 回答数 345 人 (男性 155 名 女性 190 名)
- ・ 回答率 86.9%

【参考】



日本遺産
ウェブページ

	10-20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	計
男性	5人	6人	33人	43人	24人	29人	15人	155人
女性	8人	33人	62人	46人	35人	6人	0人	190人
計	13人	39人	95人	89人	59人	35人	15人	345人

結果概要

【安積開拓・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（2022 年 9 月）から 2 ポイント減少し 87% だったものの、長期的には上昇傾向となっている。（問 1）
- ・ 年代別で見ると、10-20 代の日本遺産認定の認知度が低いものの、全世代における認知度向上の傾向が見られる。（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、7 割近くの人に関心をもっている（問 4）
- ・ 「日本遺産」の認定を誇りに感じている人が 8 割を超えている。（問 7）

【日本遺産に関する取組】

- ・ 日本遺産認定を知っている人ほど多くの構成文化財を訪れていることが分かる。（問 8）
- ・ 一本の水路ブランド認証事業の認知度向上が日本遺産認定の認知度向上につながる。（問 13、14、15）

考察

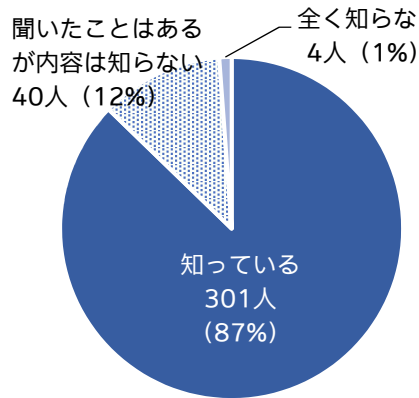
- ・ 8 割以上の人安積開拓・安積疏水に関するストーリーが日本遺産に認定されたことを誇りに感じており、郷土愛の醸成に、日本遺産制度が有効に機能していることが分かる。
- ・ 認知度と関心度は比例関係にあり、認知度を向上させる手段として「広報こおりやま」と「ウェブサイト」を組み合わせたクロスメディア的広報の実施が有効である。

※複数回答の比率は、その設問の回答者数を基数として算出しました。したがって、複数回答の設問は、すべての比率を合計すると 100.0%を超えることがあります。

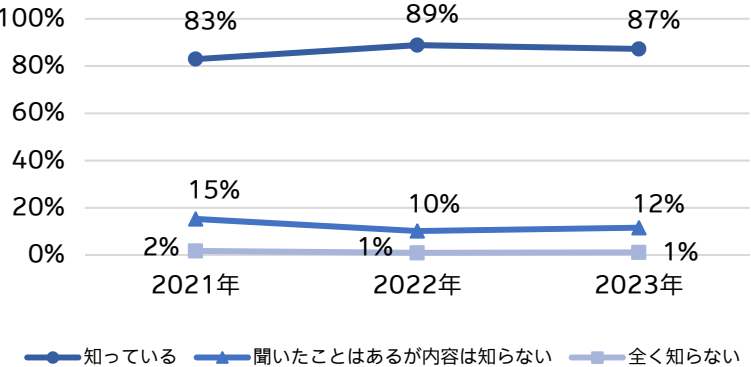
第1章 日本遺産の認知度について

問1 「安積開拓・安積疏水」をご存知ですか？（1つ選択）（回答者数：345人）

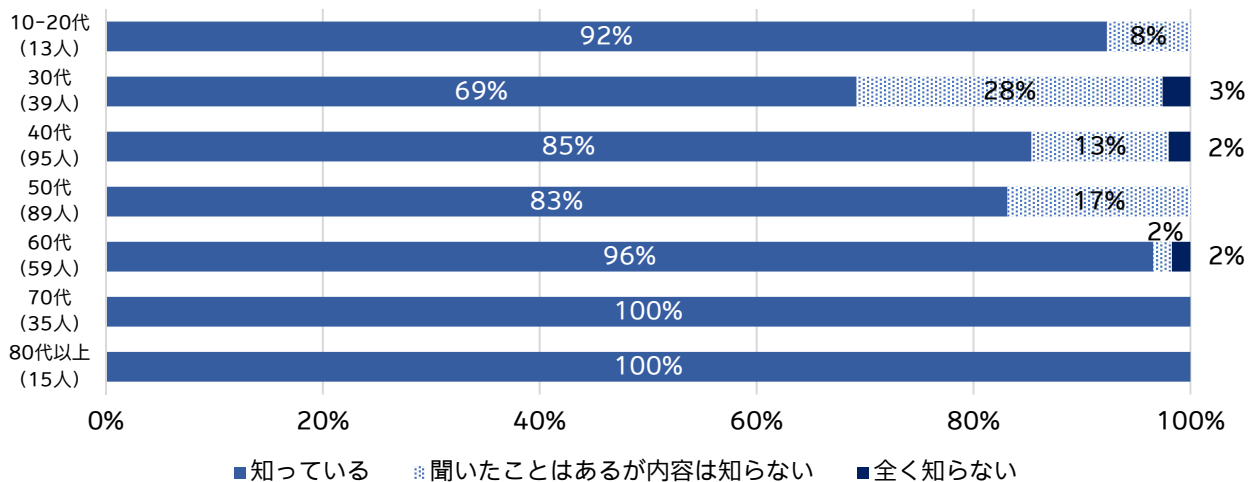
【問1 認知度】



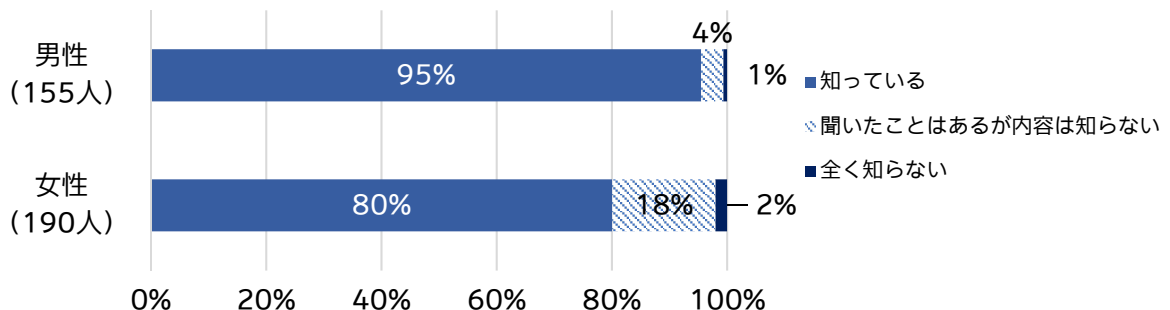
【問1 認知度×過去調査】認知度の過去からの推移



① 【問1 認知度×年代別】年代別の認知度を比較



② 【問3 認知度×性別】性別の認知度を比較

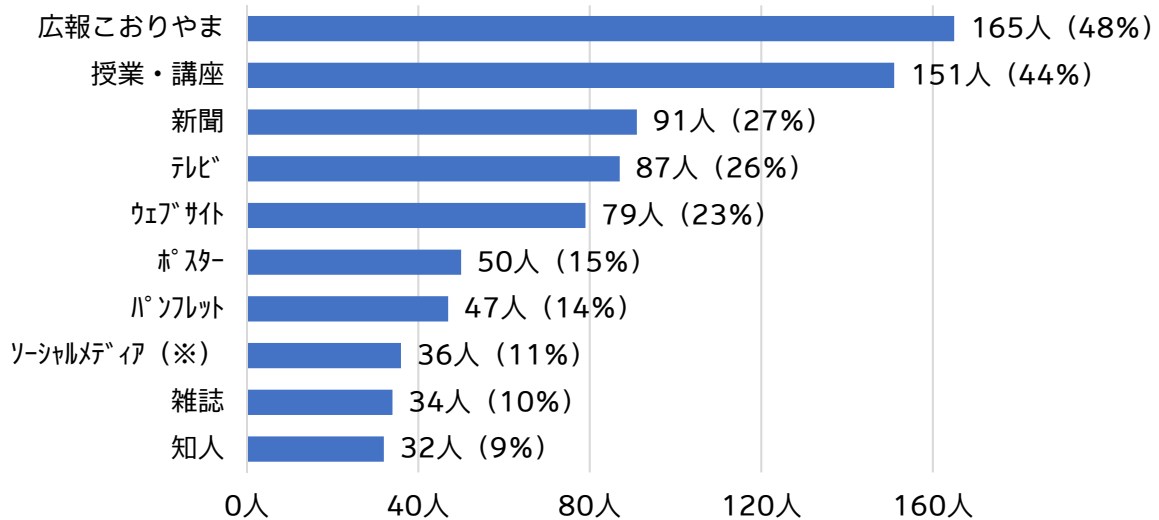


- ① 安積開拓・安積疏水に対する認知度は 87% で、前回調査と比較して 2 ポイント減少。
 ② 年代別で見ると、30 代を除き、全ての世代で 8 割以上が認知している。
 ③ 性別で見ると、男性の 95% が認知しており、女性の認知度も 8 割を超えている。
 → 世代や性別を問わず、地域の歴史である「安積開拓・安積疏水」への認知が広がっている。

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】安積開拓・安積疏水を何の情報媒体から知ったか調査
（回答者数：341人）



※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

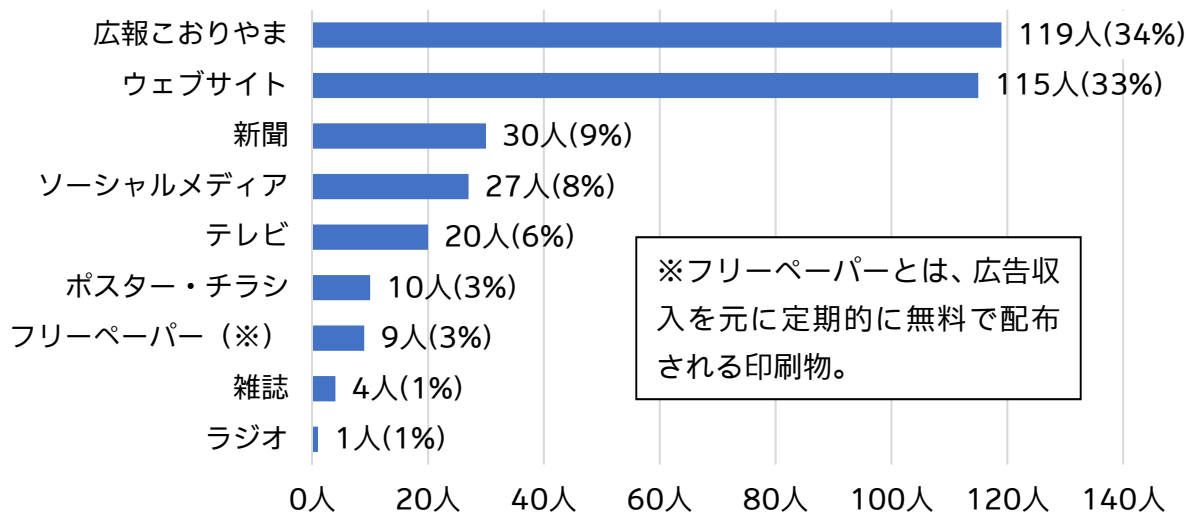
	10-20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
広報こおりやま	6%	27%	20%	19%	24%	22%	22%
授業・講座	53%	18%	22%	22%	17%	14%	10%
新聞	0%	5%	8%	12%	14%	17%	22%
テレビ	12%	12%	12%	9%	11%	12%	17%
ウェブサイト	12%	12%	10%	13%	8%	8%	7%
ポスター	0%	10%	7%	6%	5%	8%	2%
パンフレット	0%	4%	5%	6%	9%	5%	10%
ソーシャルメディア	6%	5%	6%	5%	3%	5%	2%
雑誌	0%	1%	3%	3%	7%	9%	5%
知人	12%	6%	7%	3%	2%	2%	2%

※「%」は各年代の回答者に占める割合 : 30%以上 : 15%以上

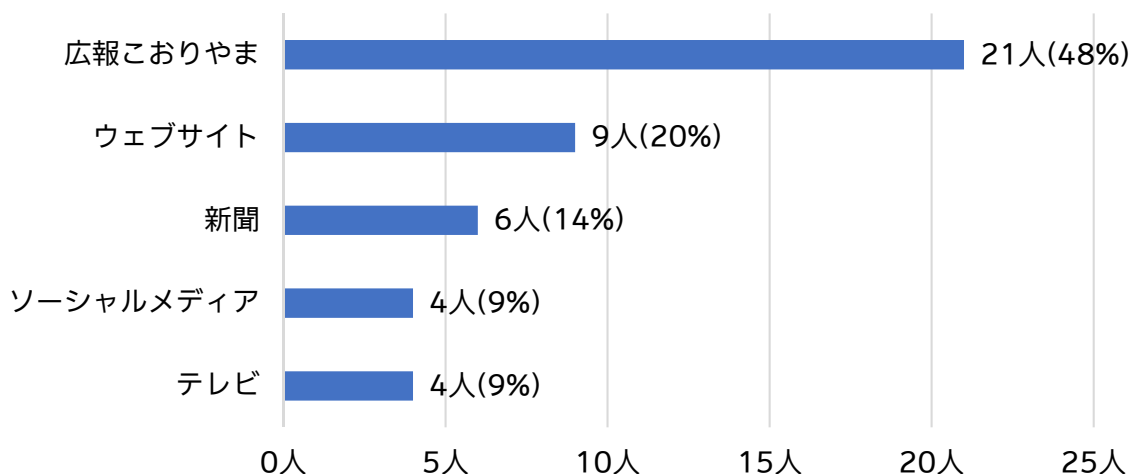
- ① 認知媒体として、半数近くが「広報こおりやま」や「授業・講座」と回答している。
- ② 10-20代の半数以上、30代から60代までの世代でも15%以上が「授業・講座」と回答している。
- ③ その他意見として、「授業等で学んだ子どもから話を聞いて知った」や、「学生時代に学んだことを今でも覚えている」と答えた人が多かった。
→安積開拓・安積疏水の認知度向上に、学校教育や市政きらめき出前講座が大きく寄与していることが分かる。

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
（回答者数：345人）



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（回答者：44人）

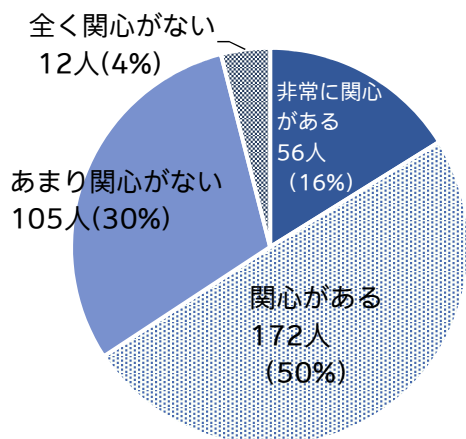


- ① 情報収集媒体としては、「広報こおりやま」と「ウェブサイト」で7割近くを占めた。
② 問1で安積開拓・安積疏水を知らない人の情報収集媒体でも、「広報こおりやま」と答えた人が半数近くを占めた。
→認知度向上のためには、「広報こおりやま」と「ウェブサイト」を横断的に活用した広報活動を行っていくことが効果的である。

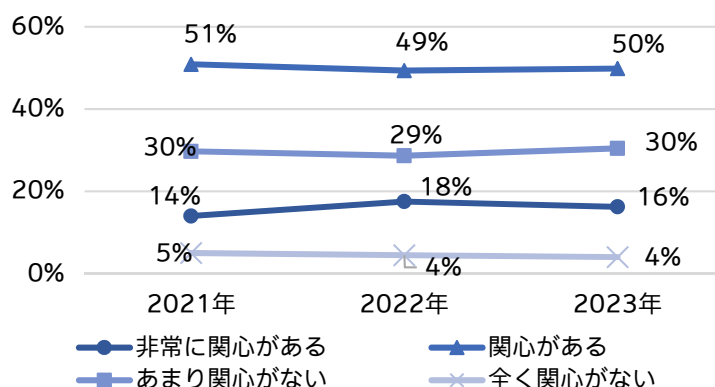
問4 「安積開拓・安積疏水」について、どの程度関心がありますか？（1つ選択）

（回答者数：345人）

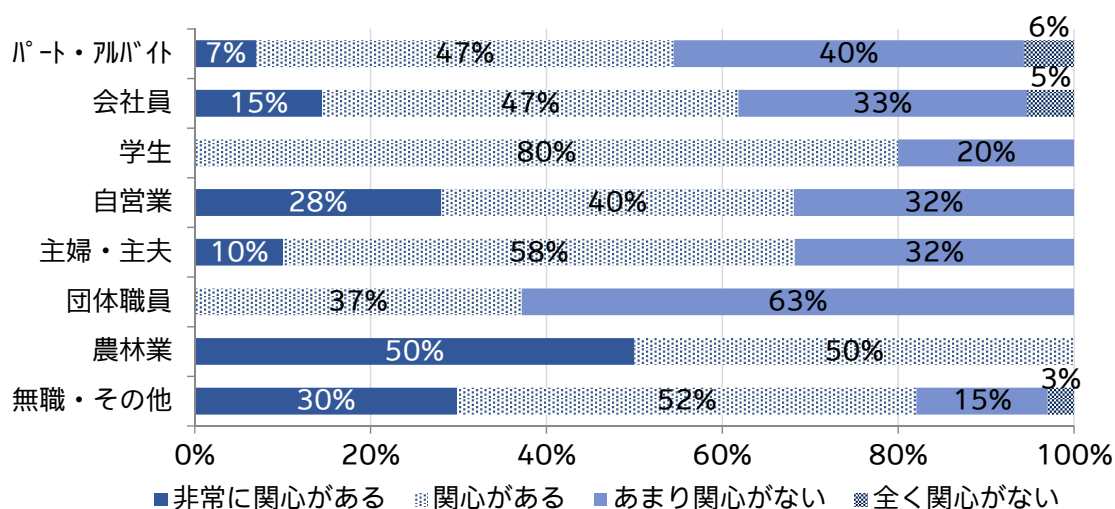
① 【問4 関心度】



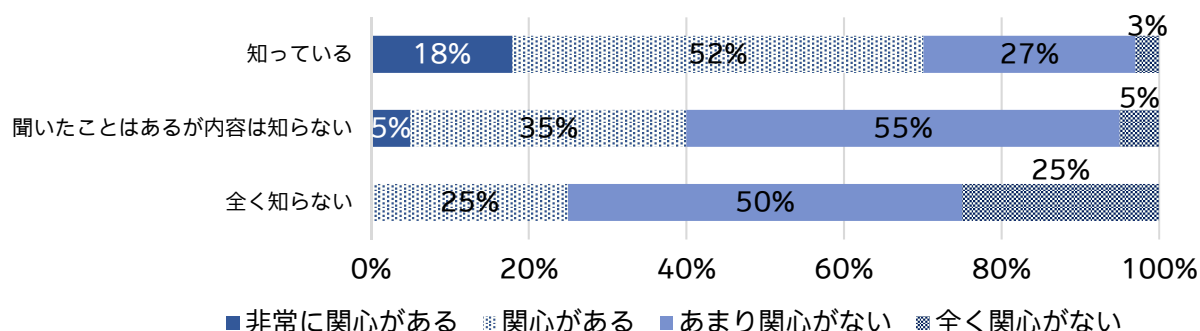
② 【問4 関心度×過去調査】 関心度の過去からの推移



③ 【問4 関心度×職業別】 関心度を職業別で比較



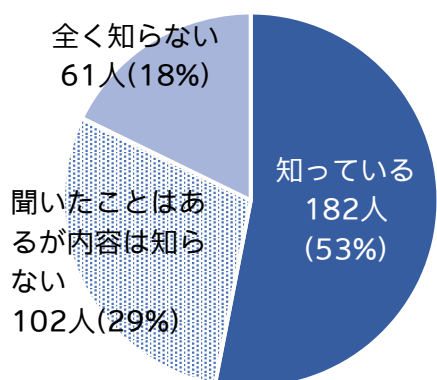
④ 【問1 認知度×問4 関心度】 知っている人と知らない人の関心度を比較



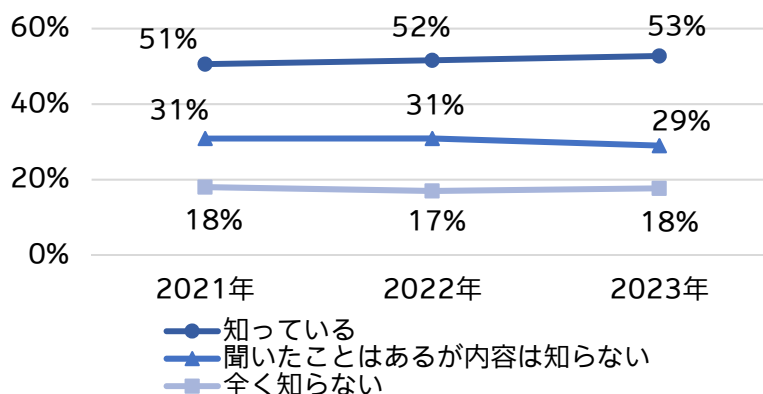
- ① 関心がある人（非常に関心がある+関心がある）は前回よりも1ポイント減少し66%であった。
- ② 職業別で見ると、ほぼ全ての職業において関心がある人（非常に関心がある+関心がある）が6割を超えている。
- ③ 安積開拓・安積疏水を知っている人ほど、関心度が高くなる傾向がある。
→安積開拓・安積疏水の名称や存在だけでなく、歴史的背景など内容も含めて伝えていくことで、関心度を高めていけることが分かる。

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）（回答者数：345人）

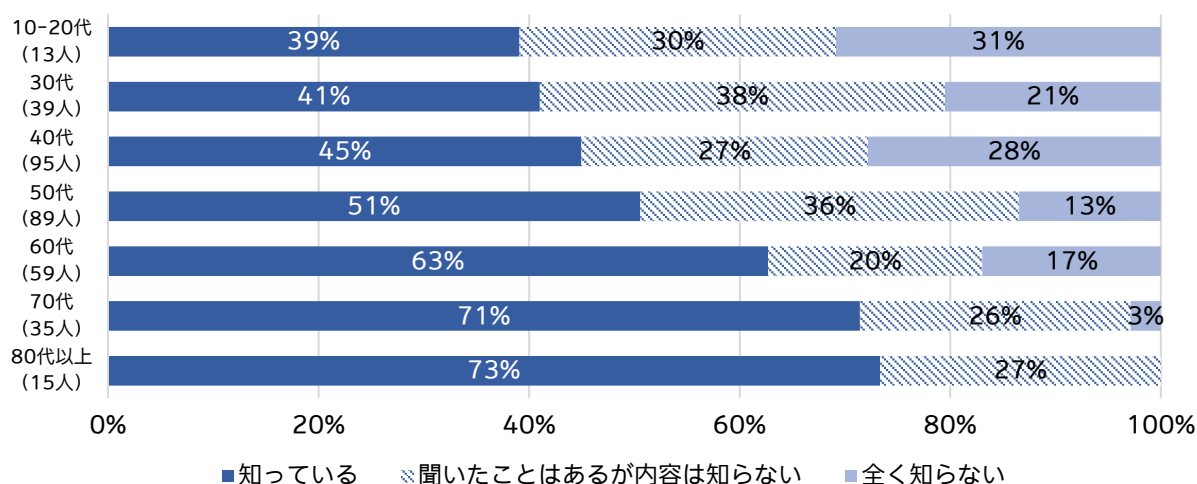
① 【問5 認知度】



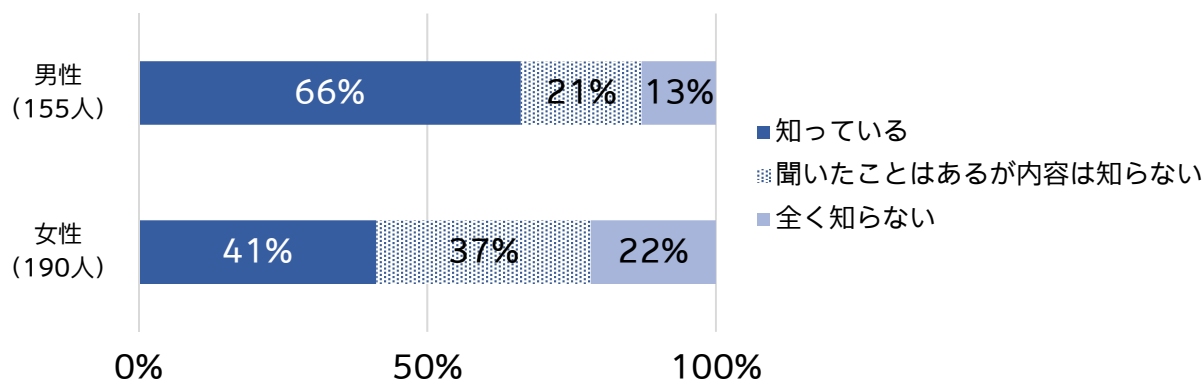
② 【問5 認知度×過去調査】 認知度の過去からの推移



③ 【問5 認知度×年代別】 認知度を年代別で比較



④ 【問5 認知度×性別】 認知度を性別で比較



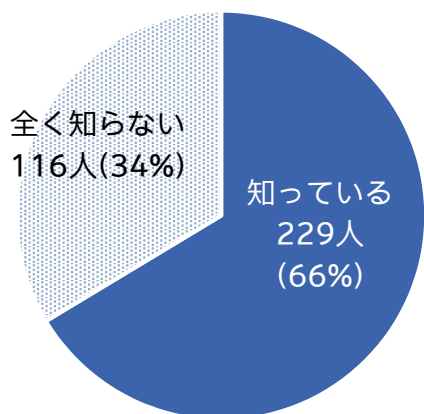
- ① 前回調査よりも1ポイント上昇し、日本遺産認定の認知度は53%であった。
- ② 年代別で見ると、30代以上の全ての世代において4割を超えており、年代が上がるにつれて認知度が高くなっている。
- ③ 性別で見ると、男女ともに認知度が4割を超えている。
→認知度の向上がシビックプライドの向上に寄与していることから、10-20代から30代までの若年層の認知度向上が重要である。

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？

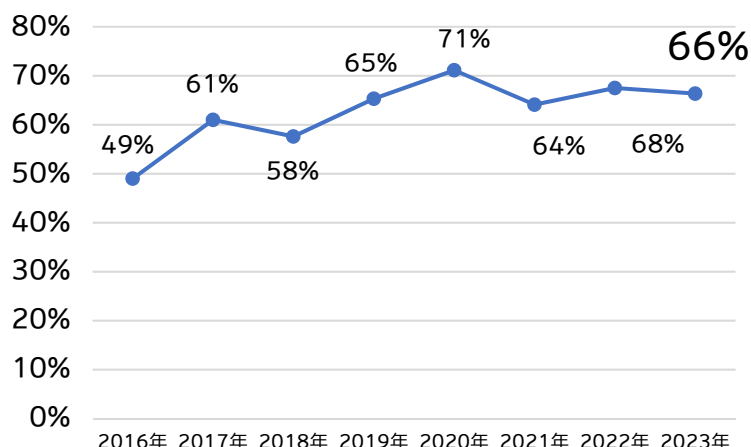
(1つ選択)

(回答者数：345人)

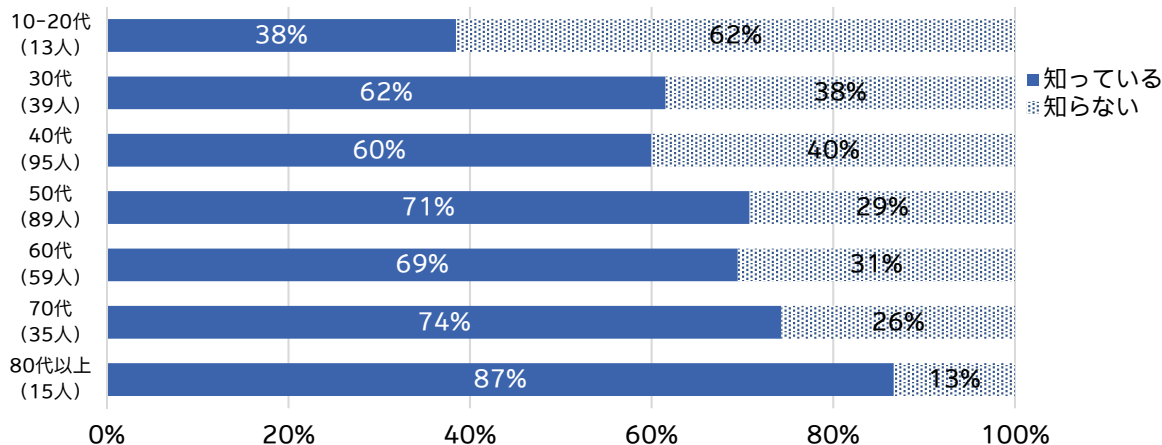
①【問6認知度】



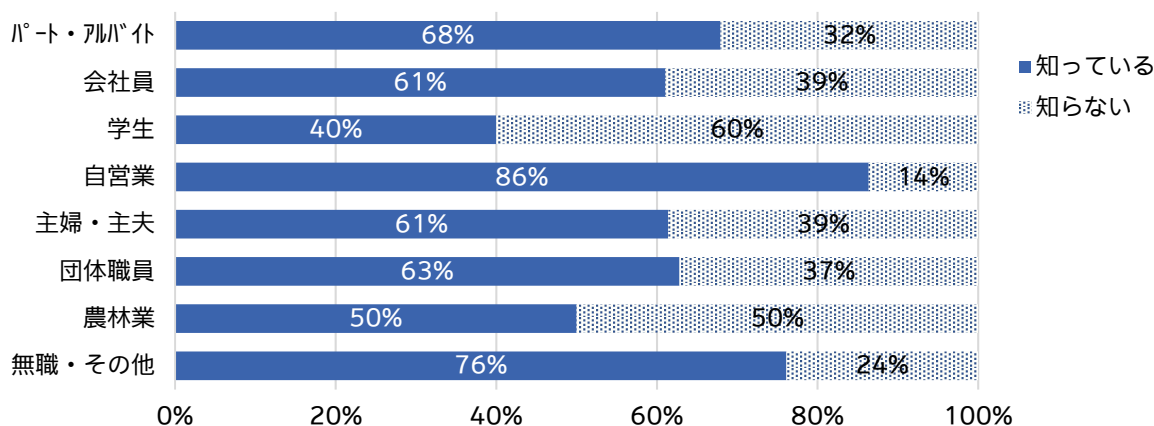
②【問6認知度×過去調査】認知度の過去からの推移



③【問6認知度×年代別】年代別の認知度を比較



④【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2ポイント減少し66%であった。

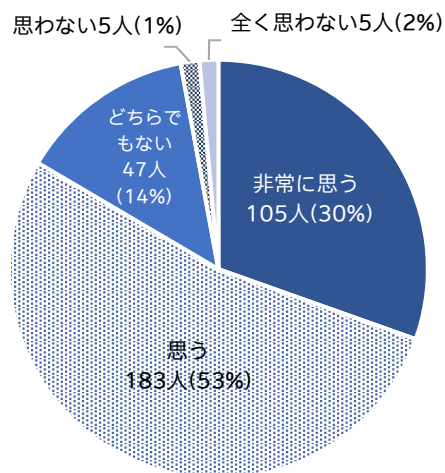
② 年代別で見ると、30代以上の全ての世代で6割を超えている。

③ 職業別で見ると、全ての職業において4割を超えている。

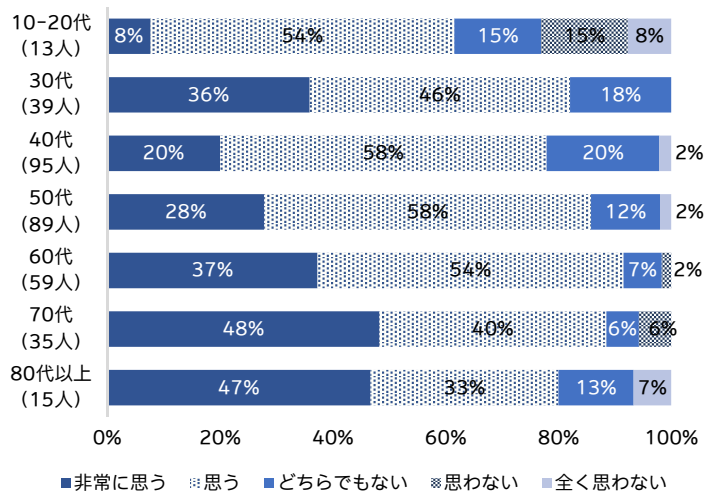
→前回調査に比べ認知度が減少したものの、長期的には上昇傾向にあるため、日本遺産関連の取組みについては継続して実施していくことが重要である。

問7 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誇りに思いますか？（1つ選択） （回答者数：345人）

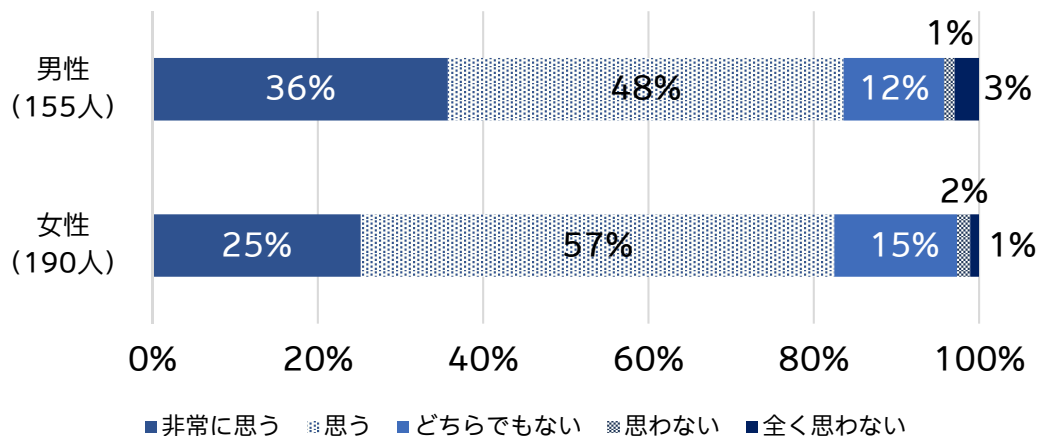
① 【問7 誇り】



② 【問7 誇り×年代別】 年代別に比較



③ 【問7 誇り×性別】 性別で比較

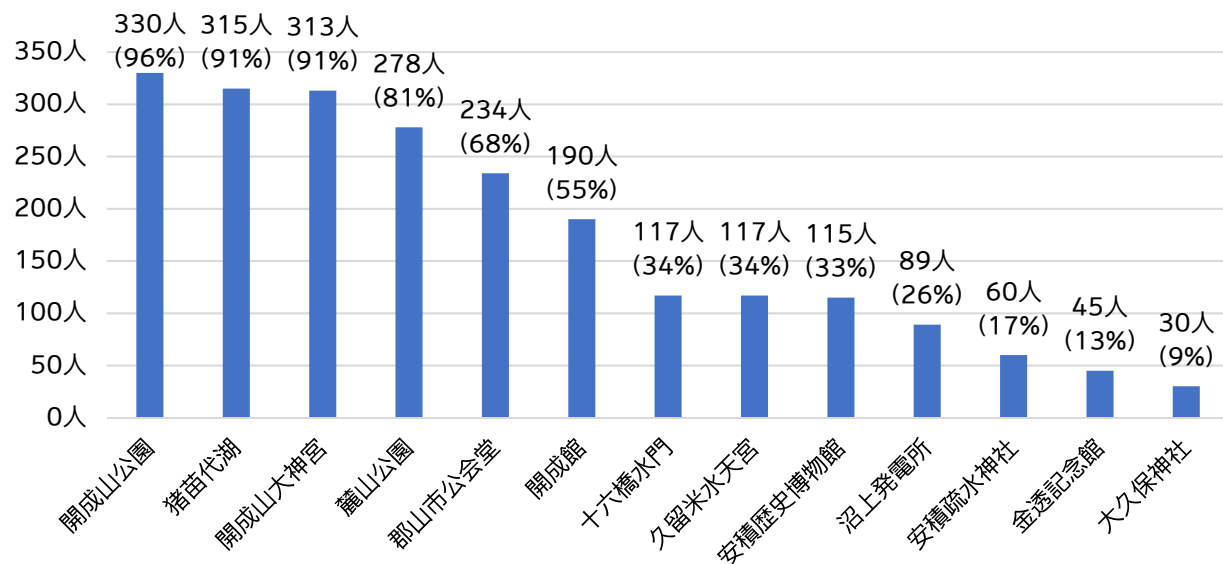


- ① 8割以上が「日本遺産」に認定されたことを誇りに感じている。
 ② 年代別や性別で比較してみても、隔たりなく誇りに感じている人が多く、特に30代以上の全ての世代で8割以上の人が誇りに感じている。
 → 「日本遺産」の認定がシビックプライドの醸成に寄与していることが分かる。

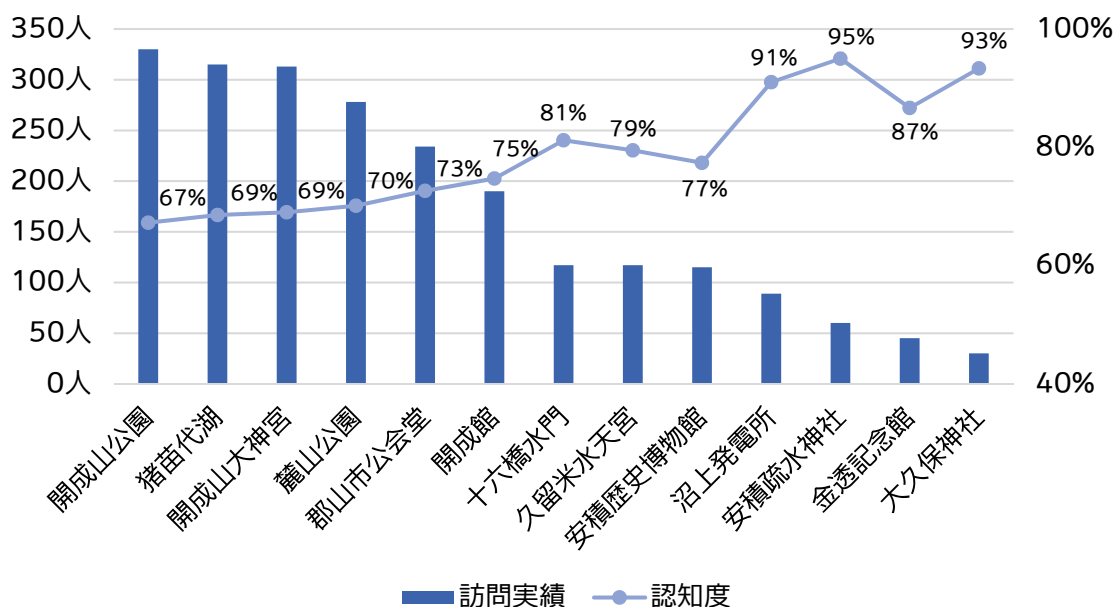
第2章 本市の日本遺産に関する取組みについて

問8 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）（回答者数：345人）

①【問8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8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



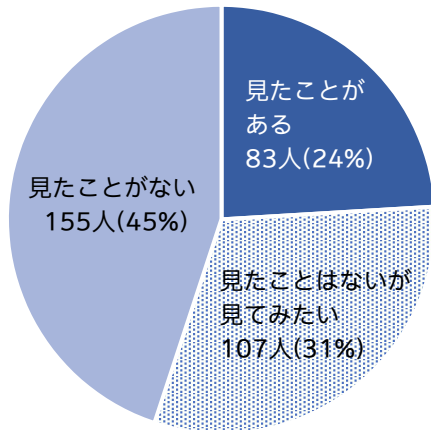
- ① 「開成山公園」「猪苗代湖」「開成山大神宮」の訪問実績は9割を超えているが、日本遺産認定の認知度は7割に満たない。
- ② 日本遺産認定を認知している人ほど、多くの構成文化財を訪れていることが分かる。
→ 来訪者が多い構成文化財を訪れる人に対し、日本遺産認定や日本遺産ストーリーを訴求していくことが効果的である。

問9 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。

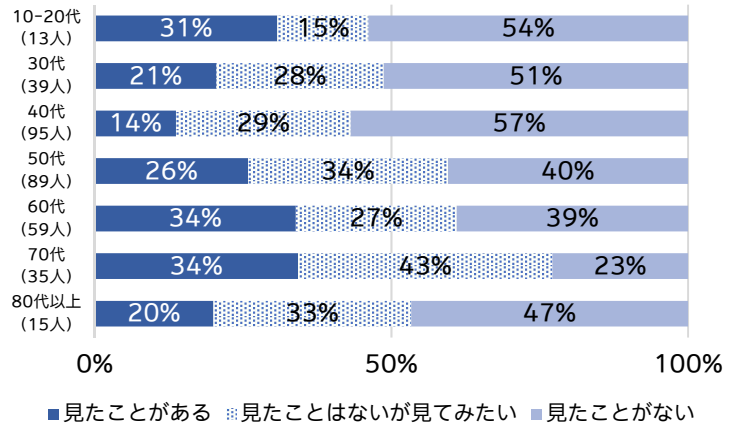
動画「未来を拓いた『一本の水路』」を見たことがありますか？（1つ選択）

（回答者数：345人）

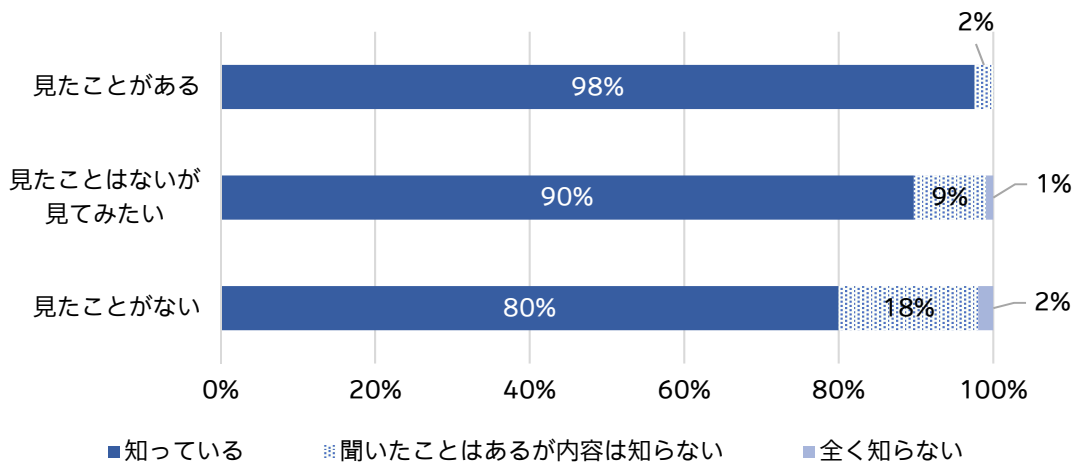
①【問9 動画視聴】



②【問9 動画視聴×年代別】年代別の視聴状況を比較



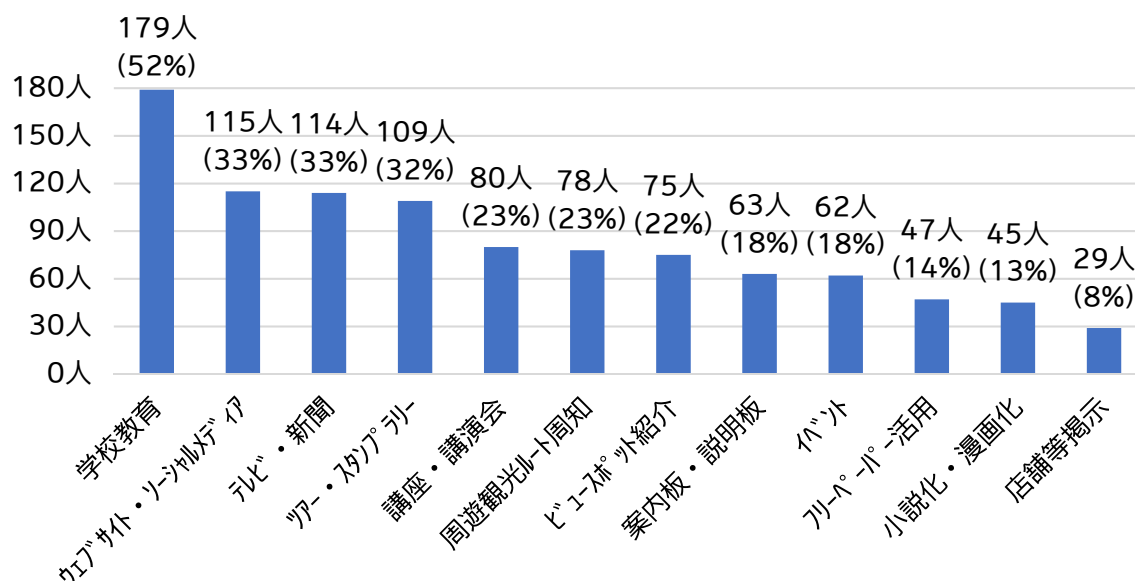
③【問9 動画視聴×問1 認知度】動画視聴実績がある人のうち、どれくらい安積開拓・安積疏水を認知しているか



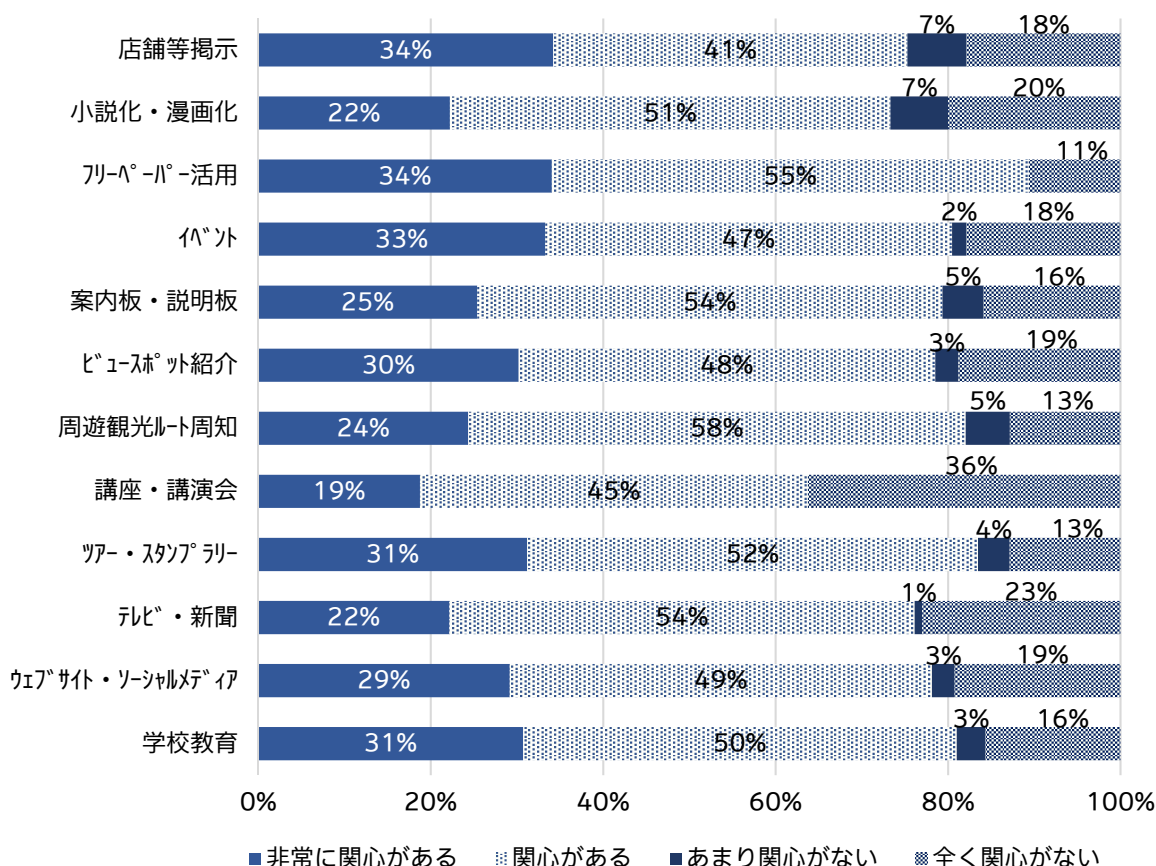
- ① 回答者のうち半数近くの方が、日本遺産ストーリーの動画を見たことがないと答えている。
 - ② 全ての年代において、15%以上の方が「見てみたい」と答えている。
 - ③ 動画を「見たことはない」と答えた人でも、80%の人が安積開拓・安積疏水を認知している。
- 制作した動画の活用方法について検討する必要がある。

問 10 「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） （回答者数：345 人）

① 【問 10 取組要望】 今後の取組要望を調査



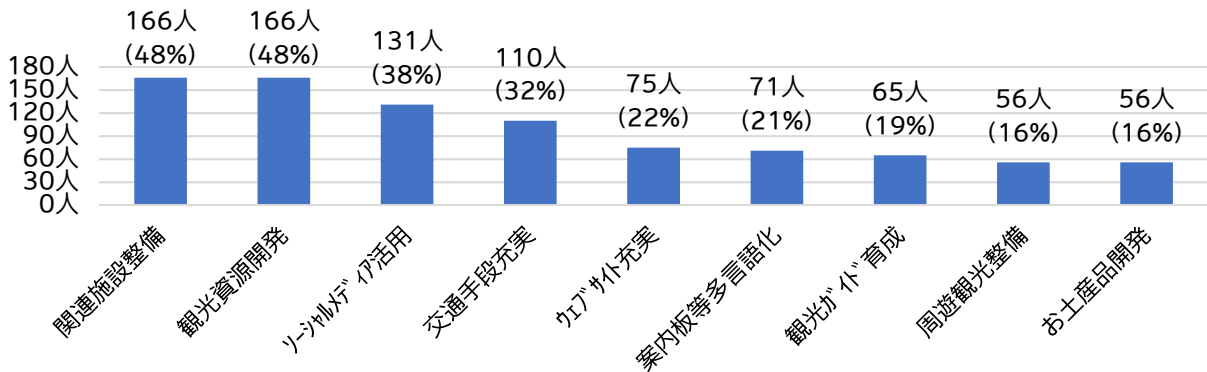
② 【問 10 取組要望×問 4 関心度】 取組要望を安積開拓・安積疏水の関心度別に比較



- 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 「フリーペーパーの活用」を選択した人の9割近くが、安積開拓・安積疏水に対し関心を持つ人であり、最も数値が高かった。

問 11 「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）（回答者数：345 人）

① 【問 11 取組要望】 今後の訪問者増加のための取組要望を調査

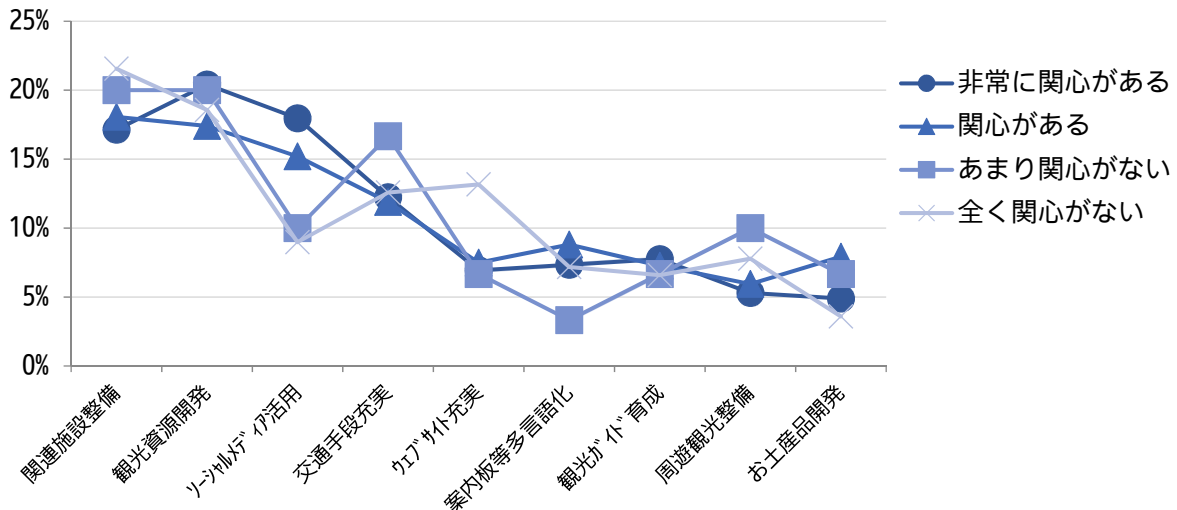


② 【問 11 取組要望×年代別】 取組要望を年代別で比較

	10-20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
関連施設整備	12%	19%	19%	19%	16%	22%	18%
観光資源開発	8%	23%	20%	19%	16%	18%	16%
ソーシャルメディア活用	19%	17%	15%	15%	14%	13%	9%
交通手段充実	8%	16%	12%	11%	13%	12%	9%
ウェブサイト充実	12%	4%	5%	11%	10%	8%	13%
案内板等多言語化	12%	5%	7%	7%	10%	9%	11%
観光が「ト」育成	19%	3%	7%	6%	8%	8%	11%
周遊観光整備	0%	6%	5%	8%	9%	4%	4%
お土産品開発	12%	5%	10%	4%	5%	4%	9%

※ 「%」は各年代の回答者に占める割合 ■ : 20%以上 ■ : 15%以上

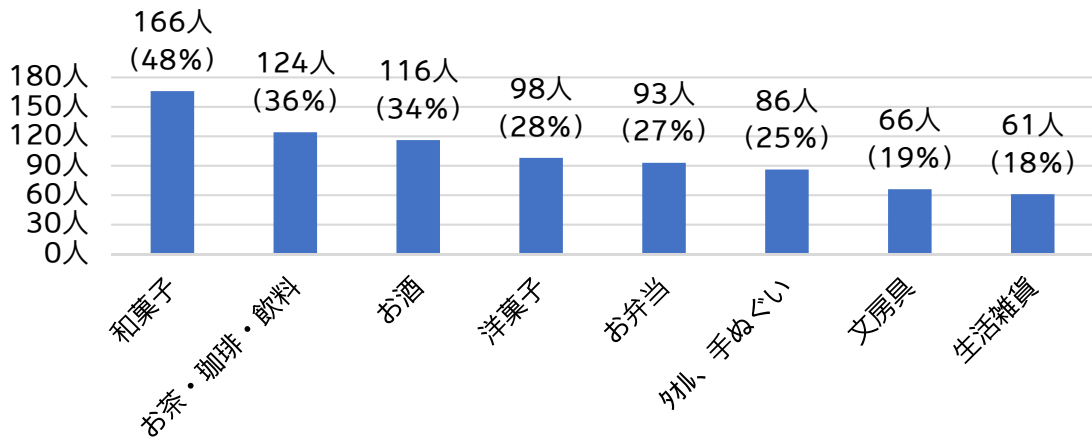
③ 【問 11 取組要望×問 4 関心度】 今後の取組要望を日本遺産への関心度別に比較



- ① 回答者のうち半数近くの人が、「関連施設整備」や「観光資源開発」と回答しており、年代別にみても、どちらも 30 代以上の全ての年代において 15%を超えている。
- ② 10-20 代においては、「ソーシャルメディアの活用」が最も高くなっている。
- ③ 関心度が低い人が「交通手段の充実」や「ウェブサイトの充実」を相対的に望んでいる。
- ④ その他意見「イベント開催、人気のあるイベント（ラーメンや音楽）と合同開催、スタンプラリー等で周知グッズを配る」

問 12 「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） （回答者数：345 人）

① 【問 12 商品化要望】 日本遺産 PR に必要な商品化の意向調査

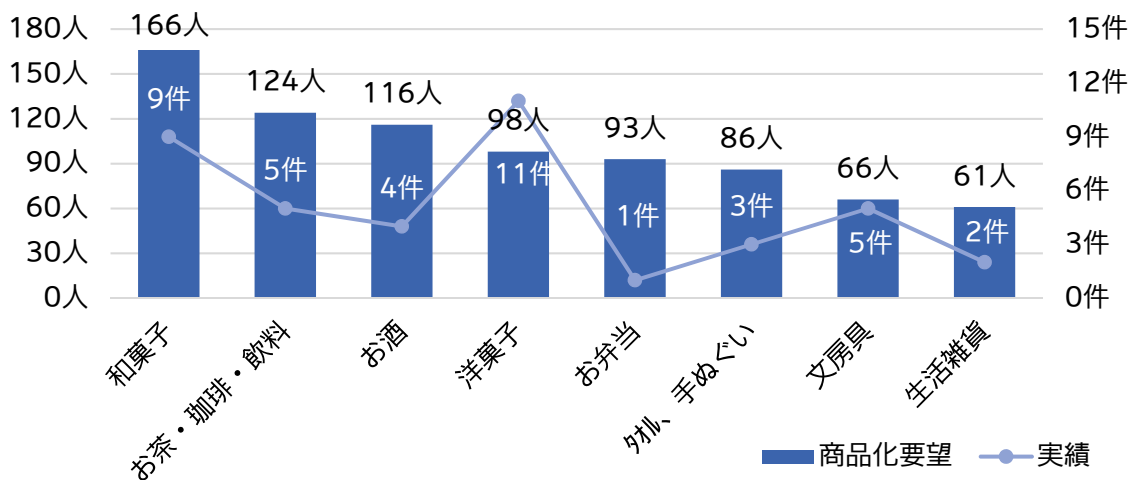


② 【問 12 商品化要望×年代別】 商品化要望を年代別で比較

	10-20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
和菓子	20%	18%	21%	19%	20%	24%	19%
お茶・珈琲・飲料	15%	20%	15%	18%	13%	9%	11%
お酒	23%	11%	16%	12%	15%	15%	14%
洋菓子	18%	11%	14%	16%	9%	4%	8%
お弁当	15%	13%	12%	9%	12%	15%	6%
外れ、手ぬぐい	3%	13%	8%	11%	13%	12%	14%
文房具	3%	11%	9%	8%	8%	6%	11%
生活雑貨	3%	3%	5%	7%	10%	15%	17%

※ 「%」は各年代の回答者に占める割合 : 20%以上 : 15%以上

③ 【問 12 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

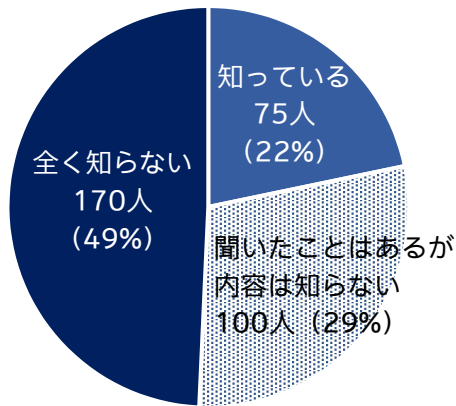


- ① 商品化要望としては、「和菓子」が多く、年代別でも、全ての年代において高い値を示している。
 - ② 10-20代では飲食系の商品が選ばれる傾向がある。
 - ③ 「お弁当」の商品化要望がある一方で、開発実績に結びついていない。
- 一本の水路ブランド認証事業を有効に活用し、関連商品の開発を促す必要がある。

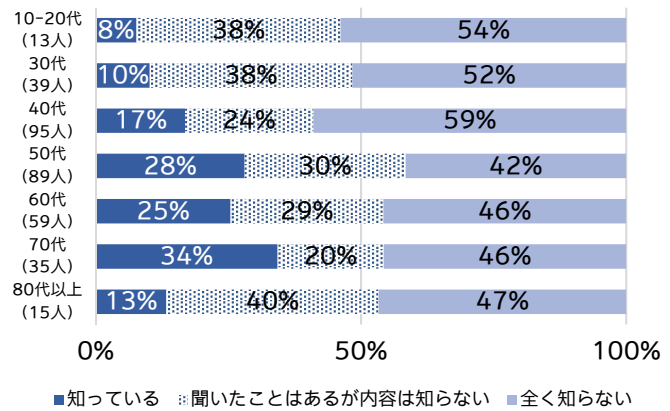
問 13 「日本遺産ストーリー」を企業や市民活動団体等と連携し PR するための「一本の水路ブランド認証事業」があることを知っていますか？（1つ選択）

（回答者数：345人）

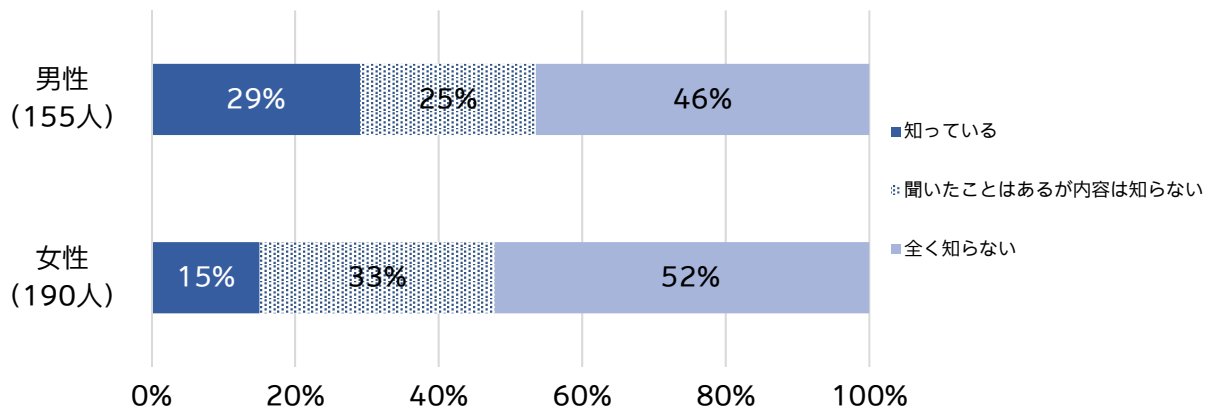
① 【問 13 認知度】



② 【問 13 認知度×年代】 年代別の認知度を比較



③ 【問 13 認知度×性別】 性別で認知度を比較

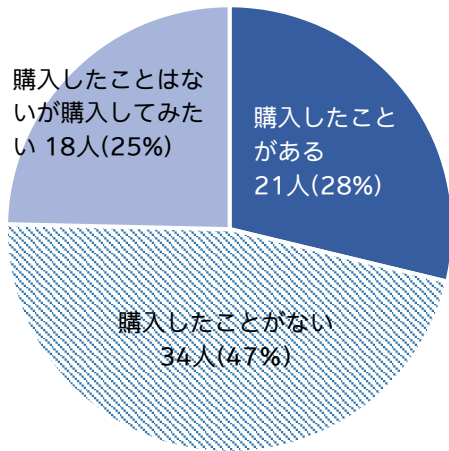


- ① 回答者のうち半数近くが「全く知らない」と回答。
- ② 年代別で見ると、50代から70代までは3割程度の値を示しているが、10代から40代までの若年層での認知度が低いことが分かる。
- ③ 性別で見ると、相対的に男性の方が認知していることが分かる。
→ 関連商品の開発を促進するためにも、「一本の水路ブランド認証事業」自体のブランディングを行っていく必要がある。

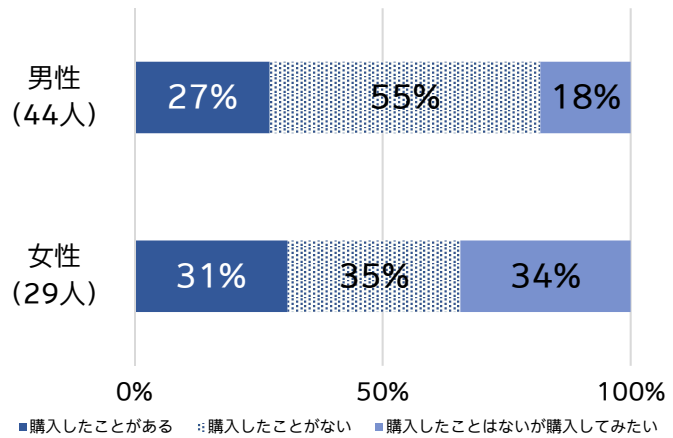
問 14 問 13 で「知っている」と答えた方のみお答えください。

「一本の水路ブランド認証事業」でブランド認証を受けている産品を購入したことはありますか？（1 つ選択）（回答者数：73 人）

① 【問 14 購入経験】



② 【問 14 購入経験】 性別で比較する

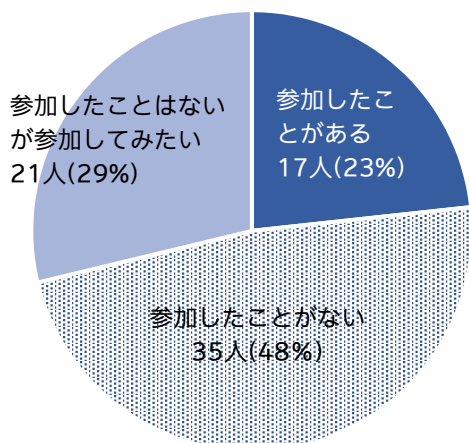


- ① 半数以上が「購入したことがある」又は「購入してみたい」と回答。
- ② 性別で見ると、相対的に女性の方が、購買意欲が高い。
→ 女性に「一本の水路ブランド認証事業」を認知してもらうことが、消費行動の促進につながる。

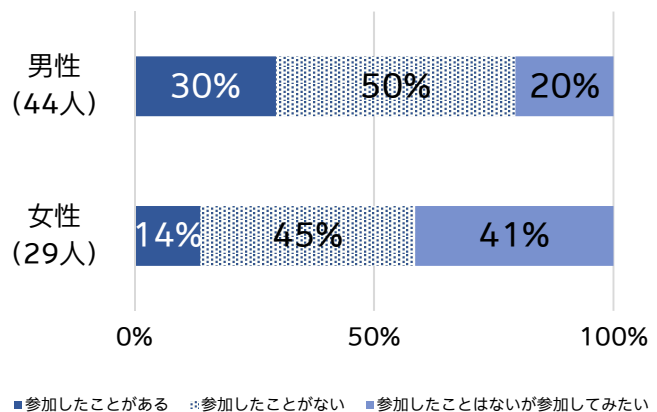
問 15 問 13 で「知っている」と答えた方のみお答えください。

「一本の水路ブランド認証事業」でブランド認証を受けている活動に参加したことはありますか？（1 つ選択）（回答者数：73 人）

① 【問 15 参加経験】



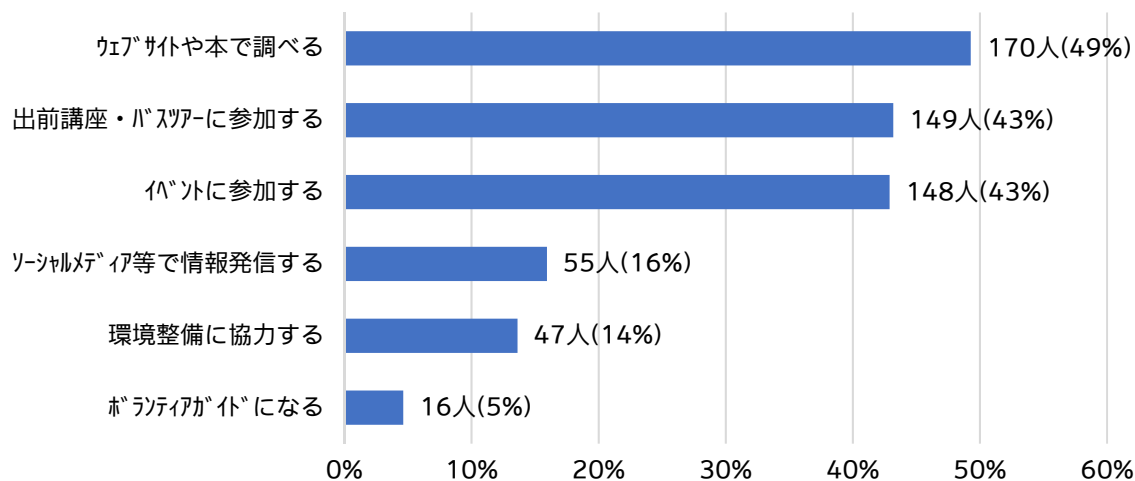
② 【問 15 参加経験】 性別で比較する



- ① 半数以上が「参加したことがある」又は「参加してみたい」と回答。
- ② 性別で見ると、男女ともに半数以上が参加意欲を示していることが分かる。
→ 「一本の水路ブランド認証事業」で認証を受けている活動については、男女の差異を考えることなく PR していく必要がある。

問 16 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） （回答者数：345 人）

① 【問 16 活動意欲】 日本遺産に関わる活動意欲を調査

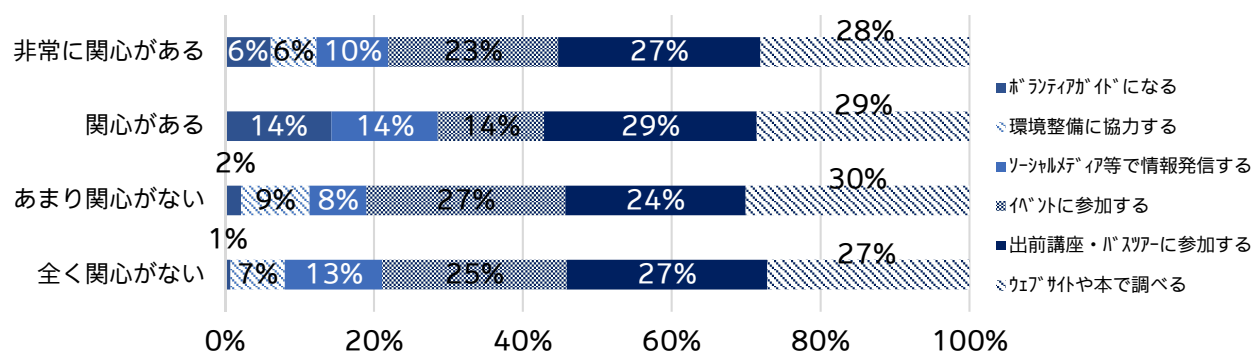


② 【問 16 活動意欲×年代別】 活動意欲を年代別で比較

	10-20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
ウェブサイトや本で調べる	41%	26%	31%	30%	25%	23%	45%
出前講座・バスツアーに参加する	17%	25%	23%	23%	31%	31%	20%
イベントに参加する	17%	32%	21%	24%	29%	27%	15%
ソーシャルメディア等で情報発信する	17%	7%	16%	10%	3%	7%	15%
環境整備に協力する	0%	8%	6%	10%	10%	7%	5%
ボランティア活動になる	8%	2%	3%	3%	2%	5%	0%

※ 「%」 は各年代の回答者に占める割合 : 30%以上 : 20%以上

③ 【問 16 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

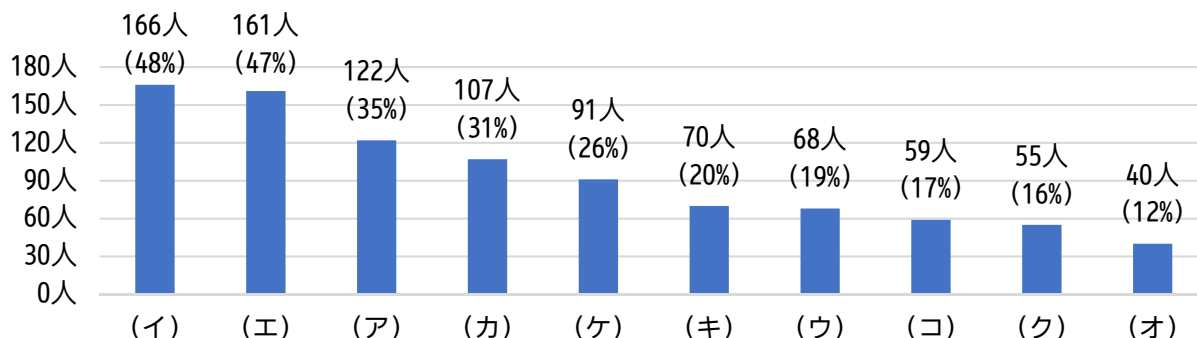


① 関心度の多寡にかかわらず、活動意欲としては、半数近くが「ウェブサイトや本で調べる」や「イベントに参加する」と答えている。
 ② デジタルネイティブ世代である 10-20 代においても「ソーシャルメディア等で情報発信をする」と答えた人はそれほど多くなかった。
 → ウェブサイトへのアクセシビリティの向上やパンフレットの有効活用、イベントの開催等を積極的に行うことで、日本遺産ストーリーへの関与者を増やすことができる。

問 17 「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）

（回答者数：345人）

① 【問 17 関連ストーリー】どんな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 17 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

	10-20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
(イ)	18%	24%	20%	15%	16%	15%	10%
(エ)	14%	20%	18%	16%	16%	14%	17%
(ア)	25%	10%	12%	14%	14%	11%	12%
(カ)	14%	7%	12%	12%	12%	7%	20%
(ケ)	4%	8%	6%	9%	13%	17%	17%
(キ)	7%	7%	8%	7%	6%	9%	7%
(ウ)	14%	5%	7%	9%	9%	5%	0%
(コ)	4%	10%	6%	6%	4%	8%	5%
(ク)	0%	5%	6%	8%	6%	8%	2%
(オ)	0%	4%	5%	4%	4%	6%	10%

※「%」は各年代の回答者に占める割合 : 20%以上 : 15%以上

- ① 半数近くが「開成山大神宮」や「日本最古の染井吉野」の関連ストーリーに興味を示しており、年代別にみても幅広い年代において興味を示されている。
- ② 10-20代においては「大久保利通」の関連ストーリーに興味を示す人が最も多かった。→ 知名度が低い事象の関連ストーリーに対しては、比例的に興味を示さない傾向がある。

問 18 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)

<p>子どもが授業で安積疏水について学んだり、夏休みの安積疏水を知るツアーに参加したりすることで、とても興味が湧きました。地元の歴史を知るきっかけの一つに安積疏水を学ぶことはとてもいい事と感じています。</p> <p>(30代女性)</p>
<p>日本遺産になったからには、年に少なくとも2回ぐらいは観光目的のツアーを組み、郡山市民が100%わかるようなことになってほしい。又それにはもっとも観光に力を入れてほしいです。</p> <p>(70代男性)</p>
<p>生まれ育ったところが福島ではないので、正直なところあまり興味が無い。</p> <p>(50代女性)</p>
<p>漫画があったらいいなと思いました。</p> <p>(30代女性)</p>
<p>小学生でも読める郷土歴史の書籍をもっと出してほしい。また昭和の郡山市内で暮らしていたお話(郡山市史では、語られてないお話)や市内の変化などを昭和の郡山市を知らない人向けの本を出してほしいです。じゃないと後から昭和の話を調べるときに語れる人々が少なくなるので、早急にだしてほしいです。</p> <p>(30代男性)</p>
<p>現在、YouTube 界限で、神話の時代に関する動画視聴者が増えています。郡山は歴史が浅いと言われてはいますが、なぜか伊勢神宮から御分霊を受けていたり、出雲族(諏訪大社系)の痕跡があったりと、神話の時代が終わった後の歴史が散見される地域です。古墳時代から平安時代までの歴史を充実させると、関心を持ってもらいやすいかもしれません。</p> <p>(40代男性)</p>
<p>猪苗代湖の湖畔のトイレを新しく綺麗なものに建て替えてほしい。</p> <p>(40代女性)</p>
<p>よその県の日本遺産や、観光名所はありがたがって出かけて行きますがいつでも行けて何なら、その前を毎日のように通り過ぎていると興味がわきづらいます。やはり他県からやよその国から来てもらうのが良いのではないのでしょうか。</p> <p>(60代女性)</p>
<p>「十六橋水門」や「安積疏水神社」を見てきましたが、歴史を感じられて良かったです。「沼上発電所」や「大久保神社」にも行ってみたいと思っていますが、まだ、実現していません。文化遺産を巡るツアーに参加したいと思っています。</p> <p>(60代男性)</p>
<p>安積疏水については興味があるが、気軽に学べる機会がなかったので、ぜひ、公民館等の出前講座等開催してほしい。また、売りになる商品を開発し、積極的にPRしてほしいです。</p> <p>(50代女性)</p>
<p>現在の郡山がどのように発展してきたかと発電所や疏水のビューポイントの整備、まあ小さい所だけど国道や県道を跨ぐ高架水道路なんかもね。</p> <p>(90代男性)</p>