

第2章 本市観光の目指すもの（ビジョン）

目標Ⅰ 観光基盤整備

～すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できる安全で安心な観光基盤の整備～



本市には、子どもから高齢者、外国人、障がいのある方など様々な方が来訪します。また、レジャー、温泉などの観光以外に、仕事や帰省、親戚や友人への訪問、市外の目的地までの経由地として立ち寄られる方もいます。こうした来訪者を旅行者と捉え、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できる観光基盤の整備を推進し、「また来たい」「住んでみたい」と思えるまちを目指します。

そのためには、来訪者の目的やニーズの分析などのマーケティングを観光地域づくりに活かすDMO体制の推進や、ユニバーサルデザイン²⁰、セーフコミュニティ²¹活動などによる快適で安全・安心な滞在環境、滞在ニーズに合わせた観光案内機能の充実を図ります。

さらに、今後の社会情勢に合わせた多文化共生への取り組みとともに、様々な国から訪れる外国人観光客の文化的な違いを理解したおもてなし人材育成や地域づくりを進めていきます。

◆ I-1 地域の稼ぐ力を引き出すDMOの形成、推進

マーケティングに基づく戦略的な観光マネジメントを推進し、「観光地経営」²²の中核となるDMOとして一般社団法人郡山市観光協会の運営を支援し、DMO体制の中で自由闊達な意見交換と情報共有により、民間活力やノウハウを活かした魅力向上や観光資源の掘り起しを進めます。さらには、DMO体制による事業活動を通じて、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する観光地経営の視点に立った観光地域づくりを推進し、交流人口拡大による地域経済の活性化や観光資源の継続的な維持管理などの地域課題に対応していきます。

○郡山版 DMO 推進

○観光客の特性を捉えるマーケティングの実施

²⁰ ユニバーサルデザイン：障がいの有無や年齢、言語、性別等の違いにかかわらず、はじめから、できるだけ多くの人が使いやすい製品や建築・都市環境、サービスなどの提供を目指す考え方。

²¹ セーフコミュニティ：地域社会全体が協働し安全・安心の取り組みを行っている地域のこと。WHO(世界保健機関)が推奨する国際認証。郡山市は平成30年2月に認証取得。

²² 観光地経営：観光地域づくりに、マーケティングやマネジメントなどの民間の経営手法を取り入れて実践すること。

◆ I-2 生活・観光共生型の観光インフラ整備の充実

観光地の Wi-Fi などの通信環境、多目的トイレなどの衛生環境、駐車場や施設等の利用し易さなど、子どもから高齢者、外国人、障がいのある方をはじめ、誰もが安心して観光や生活ができる観光地、宿泊施設の環境整備を図ります。

また、観光客、市民、誰もが利用しやすい公共交通体系の構築に向けて、市内の交通結節点となる駅などの機能強化を検討し、地域の特性に合わせた新たな施設機能の設置や既存施設の改良を行い、観光地へのアクセス環境の充実を図ります。

各種団体や福島空港周辺自治体と連携しながら福島空港の利活用を促進し、インバウンド、アウトバウンドの更なる活性化を図ります。

- 誰もが安心して観光できる観光地整備
- 商店等における買い物環境の充実
- 多様なニーズに合わせた宿泊施設整備推進
- 観光地へのアクセス環境の充実
- 福島空港の定期運航路線開設等の推進

◆ I-3 ボーダレスな観光案内機能の充実

ユニバーサルデザインの視点に立ち、様々な交通手段で来られる観光客が、目的の観光地まで、スムーズに到着できるよう、分かりやすい誘導案内板の充実を図ります。

また、こおりやま広域圏の構成市町村や JR 郡山駅、東北地方の各観光案内所と連携し、郡山駅内の郡山市観光案内所をはじめ、ホテルなど施設において、利用者目線に立ちボーダレスに対応した観光情報の提供など案内機能の強化を図ります。

- 来訪者目線のわかりやすい案内表示板の充実
- 観光案内の広域化及び情報発信



外国人観光案内所の対応



お茶の振舞い

◆ I-4 魅力ある地域づくりのためのおもてなし人材育成

タクシー運転手、飲食店従業員、宿泊施設従業員、通訳ガイドなどの観光関連事業に携わる方や市民、ボランティアなどが、国内外の観光客のニーズに合わせて観光地や名所等の案内やおもてなしができるように、観光おもてなし講座や外国人とのコミュニケーションを学ぶ機会の充実を図り、学びや観光客との交流を通じて、多文化への理解と持続可能な観光地経営の視点をもった人材の育成を図ります。

また、シビックプライドの醸成により、地元の観光地や地場料理などの情報を SNS などを通じて国内外に発信する「我がまち情報発信セールスマン」の育成を図ります。

- 観光おもてなし人材の育成
- インバウンド対応研修の開催
- 我がまち情報発信セールスマンの育成

◆ I-5 多文化共生を意識したインバウンド受入体制の充実

市民と外国人が共存できる多文化共生への取り組みや ICT の進展に合わせて、外国人観光客が、快適に観光を楽しめるように、言葉の壁に対して「やさしい日本語」²³や通訳アプリケーション²⁴の使用を広め、施設案内板のピクトグラム²⁵や展示物説明の多言語化などユニバーサルデザインの視点に立ったサービスの整備、セーフコミュニティ活動による安全・安心な観光環境づくりを進め、さらに災害時対応、医療受入体制の充実を図ります。

また、郡山市観光案内所では、JNTO（日本政府観光局）認定外国人観光案内所として JNTO と連携し、外国人観光客の好みや移動傾向に合わせた広域の情報提供を行います。

- 多文化共生を意識した在住・在勤外国人との交流機会の充実
- 言葉の壁に対する「やさしい日本語」などの利用普及
- 観光地における案内板等の多言語化、ピクトグラム化の推進
- セーフコミュニティ活動による安全・安心な観光環境の充実
- JNTO 認定外国人観光案内所における広域観光情報の提供

²³ やさしい日本語：普通の日本語よりも簡単で、外国人にも分かりやすい日本語。

²⁴ 通訳アプリケーション：主にスマートフォンやタブレット端末で使うことができる翻訳ソフト。代表的なものとして Voice Tra などがある。

²⁵ ピクトグラム：絵文字。何らかの情報や注意を示すために表示される視覚記号の一つ。

目標Ⅱ 観光資源開発

～インバウンド視点により地域資源の魅力を発掘し最大限に磨き上げた観光コンテンツの充実～



SNS やスマートフォンの普及、外国人観光客の増加を背景に、面白い映像や美しい映像が撮影できるスポットへの注目や、日本遺産に認定された本市の安積開拓のストーリーも含め、日本の近代産業遺産への関心が強まるなど、これまで想定されなかった地域の資源が観光資源になる可能性もあり、新たな視点による観光資源開発を進め、国内外に発信できる自慢の地域資源を生み出すことを目指します。

そのためには、既存資源について新たな視点による観光利用の検討や、インバウンド視点による地域資源の発掘と磨き上げやニューツーリズム²⁶による旅行商品の造成、地域交流を魅力とするイベント開発や、広域の観光資源をフルに活用した観光コースの造成を推進します。

また、観光資源開発は「雇用創出、地方の文化振興・商品販促につながる持続可能な観光産業の促進」(SDGs)に繋げていく取り組みとして進めます。

◆Ⅱ-1 新たな視点による既存資源の観光利用への推進

本市や関係機関、団体が所有する施設やインフラの利用方法を見直し、より魅力ある観光資源として公開・開放する検討や、国の文化財に対する支援が保存中心から活用重視へシフトする方向にあり、文化財や既存の優れた景観に対して今までにない様々な活用方法について検討を進めます。

- 魅力ある公共施設・インフラの積極的な公開・開放の促進
- 文化財の観光資源としてのブラッシュアップ・活用
- 景観の優れた観光資産の保全・活用による魅力向上



猪苗代湖 舟津浜

²⁶ ニューツーリズム：これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態

◆Ⅱ-2 インバウンド視点での地域の魅力を活かした観光資源の開発

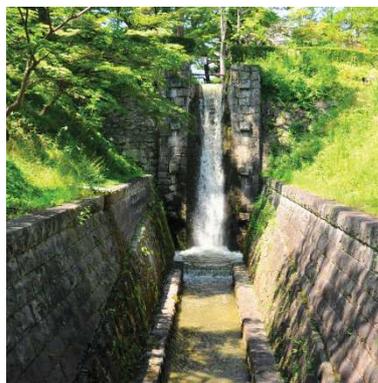
農業体験や農家民宿によるグリーンツーリズム²⁷や、優れた特産品、銘菓、地酒、「鯉に恋する郡山プロジェクト」²⁸による創作鯉料理、郡山産アルコール（日本酒、ワイン、リキュール、ウイスキー）など様々な食の名物、美しさゆえに天鏡湖といわれる猪苗代湖と文化庁認定の日本遺産ストーリー、音楽都市の取り組みなど、本市ならではの観光資源の魅力を最大限に活かし、インバウンド視点による新しい地域資源の発掘と更なる磨き上げを図るとともに、「オンリーワン」のような付加価値を創造し、次世代の中核資源となりうる観光資源への成長を目指します。

また、本市には、国立研究開発法人 産業技術総合研究所 福島再生可能エネルギー研究所（FREA）をはじめ世界最先端の研究施設が集積しており、特徴的な地域企業の見学など地域固有の資源の活用を図り、さらには、国内外における近年の健康志向に合わせてサイクルツーリズム²⁹など体験型、交流型の要素を取り入れたニューツーリズムの推進と着地型旅行商品³⁰の開発を推進します。

- 農業体験や農家民泊等による地域交流の促進
- 食を通じた観光の推進
- 日本遺産³¹ 未来を拓いた「一本の水路」のストーリーを核とした観光の推進
- 音楽都市「楽都郡山」を活かした音楽による観光の推進
- 産業技術総合研究所等の研究機関など特色ある産業を活かした産業観光の推進
- ニューツーリズムの研究と推進



風の蒸留所 ウイスキー貯蔵庫



日本遺産構成文化財 安積疏水麓山の飛瀑

²⁷ グリーンツーリズム：農村等を訪問し、自然や文化、人との交流を楽しむ余暇形態

²⁸ 鯉に恋する郡山プロジェクト：市町村別生産量第1位を誇る郡山市の名産品である『鯉』の郷土料理復活と新たな食文化の創造に向けた産学官連携プロジェクト

²⁹ サイクルツーリズム：サイクリングと観光を組み合わせた取り組み。

³⁰ 着地型旅行商品：旅行者を受け入れる側が主体となり作られる旅行商品のこと。旅行先で参加するオプションツアーのようなもの。

³¹ 日本遺産：文化庁が認定する、地域の歴史的の魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリー。本市では平成28年4月25日に「未来を拓いた『一本の水路』—大久保利通“最期の夢”と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代—」のストーリーが認定を受けた。

◆Ⅱ-3 市民と来訪者が共生できる魅力あふれるイベント等の開催

本市では、商店街イベント、食や音楽をテーマとしたイベント、都市や地域を象徴するイベント、環境保全する活動などの公益的イベントなどが市内各地で開催されております。

そうしたイベントは、多くの方が本市を訪れるきっかけとなるだけでなく、来訪者と地域住民の交流や活動への共感など、地域の活性化に繋がるものであることから開催や誘致を支援します。

また、更なる地域の活性化に向けて、イベントには外国人観光客の積極的な参加が望めるように多文化共生を意識した取り組みを推進します。

○イベント開催の誘致

○地域主体による交流イベントの開催と支援

○猪苗代湖水質日本一復活に向けた取り組みの推進

○外国人観光客が参加できるイベント実施に向けた取り組み

◆Ⅱ-4 地域間ボーダレスの観光コースの造成

本市への来訪者の傾向を分析し、ターゲットに合わせた観光コースの造成を図り、本市の滞在時間の拡大と、宿泊率の拡大を図ります。また、観光資源の開発により磨き上げられた観光資源を巡るツアーについて、交通関係事業者と連携し公共交通機関を使った観光コースの造成の充実を図ります。

また、こおりやま広域圏には、猪苗代湖、三春滝桜、あぶくま洞などの国内屈指の観光資源や、古殿町の流鏝馬（やぶさめ）、円谷英二ミュージアムなどの個性的な資源、さらにペグマタイト岩脈などマニア的な注目を受ける資源があり、こおりやま広域圏の枠組みによる各市町村の強みを活かし、地域間ボーダレスな観光モデルコースの造成により周遊性を高めた観光誘客を図ります。

○交通関係事業者との連携による観光コースの造成

○地域間ボーダレスのこおりやま広域圏の観光資源を活かした観光コースの造成

◆Ⅱ-5 アプリケーションなど観光ツールの開発

国内外の観光客のニーズ、傾向に合わせて、本市観光をより楽しんでもらうため、既存のガイドブック、マップ、ウェブサイトの改良やアプリケーション、キャラクターなどの観光ツールとしての利用を検討し、「また来たい」と思ってもらえることでリピーターの増加につながる取り組みを進めます。

○観光ガイドブック・ウェブサイト等の改良

○観光ツールの検討

目標Ⅲ 観光誘客・MICE 誘致

～多様な魅力を分かりやすく伝えるため ICT を活用したあらゆる手段による情報発信と誘客促進～



本市は、仙台市に次ぐ東北第2位の都市³²であります。市内には、ビッグパレットふくしまや郡山ユラックス熱海などのコンベンション施設、旅館、ホテルなどの宿泊施設、郡山しんきん開成山プール、ヨーク開成山スタジアムなどのスポーツ施設が充実しており、こおりやま広域圏には、三春滝桜や磐梯山、猪苗代湖などの国内屈指の観光素材があり、国内外に向けて、この多様な魅力を活かした観光誘客・MICE 誘致を進め、より多くの方が来訪し、人が交流し、明るい声が聞こえるまちを目指します。

そのためには、ICT を活用し、SNS など効果的な媒体や映像による情報発信や、マーケティングに基づく誘客先に向けた効果的な PR 活動、TV や CM のロケーション撮影支援などを通じた魅力発信、セーフコミュニティによる安全・安心の取り組みを活かしたコンベンションやスポーツイベントの誘致を推進し、周遊型、滞在型観光に繋がるような取り組みを推進します。

◆Ⅲ-1 デジタルネイティブの活躍による ICT を活用した国内外への情報発信

2016 年（平成 28 年）に実施された福島県観光客満足度調査によると、旅行先の情報収集には、旅行雑誌、ガイドブック以上に、インターネットを多くの方が使用しております。

観光誘客を図るためには、比較優位に立つきめの細かい情報提供はもとより、SNS 上で発信力のある個人や企業広告を使った PR、外国人インフルエンサー³³等による多言語による情報発信など、ICT を活用したあらゆる手段による情報発信が重要となっています。

また、フェイスブックやインスタグラムといった SNS 上の口コミ情報や撮影写真などの訪問動機に直結する情報の見極めなど、デジタルネイティブの活躍によりターゲットの国民性、地域性に合わせた観光素材の選定や効果的な見せ方による情報発信を図ります。

- SNS 等を活用した情報の発信
- 多言語による情報の発信
- 旅行雑誌等、広告媒体を活用した情報の発信
- ターゲットに合わせた情報の発信



市公式 YouTube チャンネルで発信

³² 東北第2位の都市：都市圏人口、DID 人口、経済規模による。

³³ インフルエンサー：社会に対し大きい影響力をもつ人物のこと。

◆Ⅲ-2 マーケティングに基づく観光誘客の推進

国内外の旅行エージェント商談会に参加し、日本遺産や体験学習、国指定重要文化財など本市の魅力ある観光情報を提供し、本市への教育旅行を含めた旅行商品の造成を積極的に働きかけます。

また、ICTを活用した観光動態調査やイメージ分析の傾向から、本市への観光来訪が期待できる首都圏等のエリアにおけるイベントに出展し、その地域の観光地や物産品に係る関心度を考慮した効果的な誘客促進を図ります。

さらに、国内外の映画やドラマ、テレビ番組 CM などの、様々な媒体の撮影ロケ地としての誘致・支援を通して、本市の魅力を発信します。

- 国内外のエージェントセールス
- 教育旅行の誘致
- 観光・物産キャンペーンの推進
- TV や CM のロケーション撮影支援



インバウンド商談会



台湾チャーター便お出迎え

◆Ⅲ-3 セーフコミュニティ活動による安全・安心な取り組みを活かした MICE 誘致の促進

本市へのアクセスが便利な首都圏及び関西圏に対して誘致活動を展開し、会議・学会・大会、企業ミーティングなどの更なる誘致とともに、セーフコミュニティ国際認証都市の安全・安心な取り組みをPRし国際コンベンションの誘致を推進します。

また、福島県の次世代を担う産業となる最先端の研究機関「国立研究開発法人 産業技術総合研究所 福島県再生可能エネルギー研究所 (FREIA)」・「ふくしま医療機器開発支援センター」・「福島県環境創造センター」が担う3つのキーワード「再生可能エネルギー」・「医療機器」・「放射線」の関連学会・団体・企業等に対してコンベンション誘致に向けた積極的なアプローチを図ります。

さらに、本市及び福島県のコンベンション開催助成金に加え、新たなユニークベニュー³⁵の開発検討や、開催時のサポーター機能の強化、アフターコンベンション³⁶の充実を図り、

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会、ラグビーワールドカップ 2019 の開催需要を取り込み、リピーターへと繋げて行きます。

- 会議・コンベンション・大会等誘致の推進
- アフターコンベンションの推進
- ユニークベニューの開発



国内観光活性化フォーラム

◆Ⅲ-4 スポーツコンベンションの誘致

本市の充実したスポーツ施設環境やプロスポーツクラブのホームタウンである利点を最大限に活用し、各種大会やスポーツ合宿等スポーツコンベンションの誘致によるスポーツ振興及び観光振興を図るとともに、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて事前キャンプやイベントの誘致に向けた活動を行います。

特に、温泉施設、スポーツ施設、コンベンション施設が集積する磐梯熱海エリアをはじめ、地域の特性を活かした、各種大会等の誘致によるスポーツ温泉コンベンションを推進します。

- スポーツコンベンション、スポーツ合宿の誘致
- スポーツ温泉コンベンションの誘致



ハンガリー競泳チームのキャンプ

³⁴ ユニークベニュー：歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議、レセプションを開催することで、特別感や地域特性を演出できる会場

³⁵ アフターコンベンション：コンベンションの後の催しや懇親会

目標Ⅳ 物産振興

～世代を超えた農商工融合による、郡山を味わい、楽しむことができる優れた物産品等の開発や販売の促進～



本市の四季や歴史、風土を感じ、味わってもらえる地酒、クラフトウイスキーやワイン、和菓子や洋菓子の銘菓、さらには張子人形、三春駒などの民工芸品、御前人参やグリーンズウィートなどの郡山ブランド野菜、日本一厳しい基準により生産された郡山産ブランド米「ASAKAMA 887」などの特産品を国内外に広く伝え郡山を知っていただくことや、新たに観光の顔として市民がお勧めする鯉料理のように郡山に来て味わっていただく地場料理の開発などを世代や業種を超え、市民、事業者とともに推進します。

また、今後のインバウンド拡大に伴う、ハラル³⁶、コーシャ³⁷、ビーガン³⁸などの多様な食のニーズへの対応を推進します。

◆Ⅳ-1 人口減少、温暖化等社会課題に対応した物産振興

首都圏や姉妹都市等での観光物産フェアやウェブサイト、SNSを通じたPRにより、本市の優れた特産品や伝統工芸品、銘菓、地酒などの認知度の向上を図り、地域ブランド力の強化による魅力の向上、販路拡大に努めます。

また、人口減少社会における担い手不足や、地球温暖化による栽培適地の移動が懸念されており、AI³⁹やIoT⁴⁰などの新たな技術の活用や、将来の気候風土に合った地場産品の研究を進め、持続可能な物産振興を目指します。

- あらゆる機会を通じた特産品の販売と魅力の発信
- 郡山の特産品のブランド力の強化
- 持続可能な物産振興のための調査研究



布引高原収穫体験

³⁶ ハラル：イスラム法上で食べることが許されている食材や料理のこと

³⁷ コーシャ：旧約聖書の戒律に基づいたユダヤ教の食の規程

³⁸ ビーガン：一切の動物性食品を口にしない絶対菜食主義者

³⁹ AI：Artificial Intelligenceの略。人工知能のこと。コンピューター上で人間と同様の知能を実現させるための技術

⁴⁰ IoT：モノがインターネットにつながり、相互に制御する仕組み。

◆Ⅳ-2 食の差別化と高付加価値化の推進

「生産量全国第一位の鯉」や「ASAKAMAI 887」などランキングや基準により他産地との圧倒的な差別化を図り、農商工観光等あらゆる業界の垣根を越え、地域が一体となり郡山独自の食文化を伝えます。

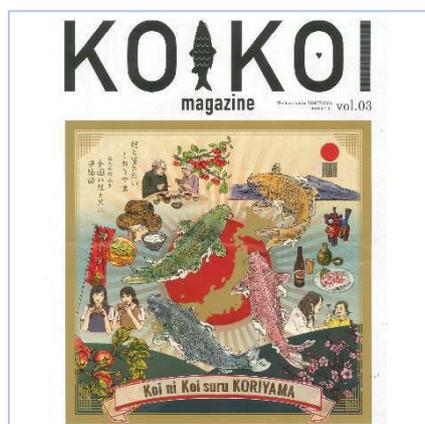
また、本市は、日本酒、焼酎、ウイスキー、ワイン、シードル、リキュールなどが多様なアルコール飲料が製造されており、全国でも稀な「ブルワリー⁴¹ タウン」であることから、地酒等と地場料理をマリアージュ⁴²し、新たな食文化の創造を進めます。

- 農商工連携・6次産業化による地域資源の高付加価値化
- 地元産の多様なアルコール飲料によるマリアージュの提案

◆Ⅳ-3 国際化を意識した郡山グルメの開発推進

外国人観光客の増加に合わせて、マレーシア、インドネシアなどムスリムの多い東南アジアをはじめ、食に関する戒律等がある国々からの来訪者も増えると見込まれ、多様な食文化への理解を深め、対応を含めた郡山グルメの開発に取り組みます。

- ムスリム等の多様な食文化への対応に向けた情報共有
- 多様な食文化への対応する本市の特産品を活かした郡山グルメの開発



鯉に恋する郡山プロジェクト



地酒と料理のマリアージュ

⁴¹ ブルワリー:醸造所

⁴² マリアージュ:飲み物と料理の組み合わせがよいこと。