

29年度福島県

「大学生の力を活用した集落復興支援事業」

観光の力でこれからの松川港町を
～福島県相馬市松川港町のまちづくり企画提案～

目次

1. はじめに	1
2. 与えられた課題	2
3. 相馬市松川港町について	2
3-1. 相馬市の概要	2
3-2. 松川浦の観光資源と施設について	3
4. 観光の状況	5
4-1. 福島県について	5
4-2. 相馬市について	7
4-3. 松川浦について	7
5. 現地調査	8
5-1. 聞き取り調査	8
5-2. 現地視察	11
6. 現地調査からのSWOT分析	13
7. 松川港町の問題点	14
8. 提案	15
企画の提案	18
9. 最後に	33
10. 参考文献	35

1. はじめに

桜美林大学、ビジネスマネジメント学群、渡辺ゼミでは、旅行業を中心とした観光の基礎を学び、観光を用いた地域振興の手法を研究している。大学では、学群（学部）内の観光ホスピタリティプログラムに所属しており、授業では、主に観光の効用などを学んでいる。学校での学びを生かしゼミの活動では、まちおこし、地域おこしの研究・地域の市民活動などへの参加もしており、これまで全国各地域に観光を用いた活性化プランを提案してきた。

本事業に取り組んだのは、ゼミ生のうち集落復興支援事業に関心をもった5名である。東日本大震災の被災地域の復興事業に参加するのは当ゼミナールでは初めてのことであり、不安や期待が入り混じった調査・活動となったが、相馬市松川浦観光旅館組合をはじめとし、地域の方々からたくさんの協力をいただいたおかげで調査を成し遂げることができた。

インターネットでは知ることができなかった相馬市の魅力を、2度のフィールドワークを通じて知り、有志学生の手で相馬市を盛り上げようと、半年間研究や話し合いを重ね、頭をひねらせた。初めて、福島県へ行ったゼミ生がほとんどであったが、フィールドワークを通して地元の皆様の暖かさに触れ、全員、第2の故郷のように愛着を持った。そこで、もし本企画が受け入れられ、実現に向かっていくことができれば、可能な限りお手伝いさせていただく所存である。

提案の中には、学生の提案ゆえ、現実には困難なものもあろうかと思っている。それでも、本企画それぞれにちりばめられた想いや、外から見た人間の相馬市松川港町地域の魅力を改めて地元の皆様に知っていただき、まちの復興・活性化のきっかけづくりとなれることを願っている。

渡邊ゼミ一同

2. 与えられた課題

相馬市沿岸部に位置する松川浦港町町会は、東日本大震災の地震と津波の被害により、大きな影響を受けた集落である。

中でも、集落に隣接する「松川浦」は風光明媚な景観と豊富な魚介類で知られ福島県浜通りを代表する観光地の一つであった。しかし東日本大震災による津波で、景観が損なわれ、さらに福島県第一原子力発電事故により、漁業も制限を受けている。そのことから観光関連業者も大きな影響を受けている。

震災後の松川浦の観光関連事業は、復旧工事にかかわる従業員の宿泊や飲食等に需要があった。しかし、復旧工事もピークを過ぎ、そのような需要が減少してきていることから、地域には新たな観光復興策が求められている。

そのようなことから、私たちゼミ生に与えられた課題は、松川港町の観光復興策の提案である。

3. 相馬市松川港町について

3-1. 相馬市の概要

福島県相馬市は浜通りの北部に位置し、面積は 197.79 km²で東は太平洋に面し、西は伊達市、南は飯舘村と南相馬市、北は新地町と宮城県に隣接する。人口は約 35,000 人である。気候は、夏は涼しく、冬は比較的に暖かいため、雪は降らず、たいへん住みやすい地域である。また、各地域にハマサジやヒヌマイトトンボなど環境が綺麗なところでしか生息していなかった絶滅危惧種を見ることができ、さらに、冬には渡り鳥の通過点ともなる豊かな自然も特徴である。

主な産業として、農業、漁業、観光業が盛んであり、特に相馬港や原釜尾浜海水浴場など海の資源を活かした産業がにぎわいを見せている。

相馬市の特産物は、4つの分類に分けられる。1つ目は水産物である。ホッキガイ、青ノリ、アサリ、カレイ、ヒラメ、ズワイガニ、どんこが有名な食材として知られており、相馬港は多種多様な生物が生息するため、コアな釣りファンが根強い。2つ目は農産物で、主に、いちご、米、ゆずなどが生産されている。3つ目は相馬市の食材を生かした加工品で、どんこ肝ツミレ、山形屋商店の醤油、青ノリの佃煮、乾燥青ノリが売られている。山形屋商店の醤油は、農林水産大臣賞を受賞した。4つ目は畜産物で、相馬牛も A5 ランク級の黒毛和牛であり、相馬は食材の宝庫と言える。このように、相馬市にはさまざまな産物が豊富であり、地域の食を生かした産業振興が可能と言える。

3-2. 松川港町周辺の観光資源と施設について

本節では、調査対象地域である相馬市松川港町とその周辺地域がもつ観光資源について述べる。

相馬市には以下のような観光資源が挙げられる。

●相馬中村神社

- ・相馬家代々の氏神として崇敬されてきた
- ・相馬三妙見社の一つで、天之御中主神を祭神としている
- ・相馬野馬追の出陣の地

●松川浦

- ・古くから相馬地方のリゾート地として親しまれている
- ・県立自然公園に指定されている
- ・ノリの養殖が盛んである
- ・県内で唯一のアサリの産地

●松川浦大橋

- ・松川浦のシンボル
- ・松川浦の浦口にかかる原釜・尾浜地区と磯部地区を結ぶ全長520m
- ・平成7年3月に完成

●百尺観音

- ・知名度は低いものの魅力ある観光資源
- ・地元の仏師荒嘉明氏が、諸国遊歴の後、生涯一仏一体を残そうと岩山を切開き建立
- ・仏師は、30余年の年月を費やし一人で彫り続けたが、完成を見ないまま他界した。現在も未完成のままであり、代々引き継いで、今は4代目が制作を行っている。

相馬市松川浦には魅力ある観光資源に恵まれている。日本百景やノリ、魚介などの産物もあり、震災前は潮干狩りや磯釣りなど多くの観光客で賑わっていた。現在、原釜尾浜海水浴場も復興が進み、賑わい始めている。今後は、松川浦の観光を外へ発信するため、PR方法を工夫し、観光客誘致に力を入れる必要がある。

また、商業施設は以下のようなものが挙げられる。

●松川浦パークゴルフ場

相馬市岩子地区にあり、県立自然公園松川浦を一望できる風光明媚なパークゴルフ場。4コース・36ホールの国際公認コース。

●和田観光いちご園

章姫、さちのか、とちおとめ、ふくはる香、紅ほっぺ、アスカルビーと全部で六種類のいちごをハウスで栽培しており、30分間食べ放題でいちご狩りを楽しむことができる。

●伝承鎮魂記念館

東日本大震災の津波により被災した尾浜・原釜地区、磯部地区の震災前の風景を後世に伝え、来訪者の交流の場とすることを目的に建設されたもの。震災前の風景や地域の催しの写真の展示や震災当日の映像記録などが展示されている。

松川港町には以下の宿泊施設がある。(カッコ内は宿泊定員数)

- ・いちぼう旅館 (50名)
- ・割烹の宿 文字島 (不明)
- ・賀都屋 (25名)
- ・亀屋旅館 (50名)
- ・観光ホテル喜楽荘 (100名)
- ・なぎさの奏 夕鶴 (160名)
- ・斎春商店 (不明)
- ・手作りの湯栄荘 (80名)
- ・トモエ屋旅館 (50名)
- ・晴風荘 (100名)
- ・飛天 (110名)
- ・ホテルみなとや (48名)
- ・丸三旅館 (60名)
- ・民宿扇や (30名)
- ・民宿くさの (15名)
- ・旅館いさみや (35名)
- ・旅館かんのや (70名)
- ・旅館すずや (50名)

100名を超える宿泊者を受け入れることができる宿泊施設があるため、宿泊を伴った観光団体客の誘致も松川港町は可能である。

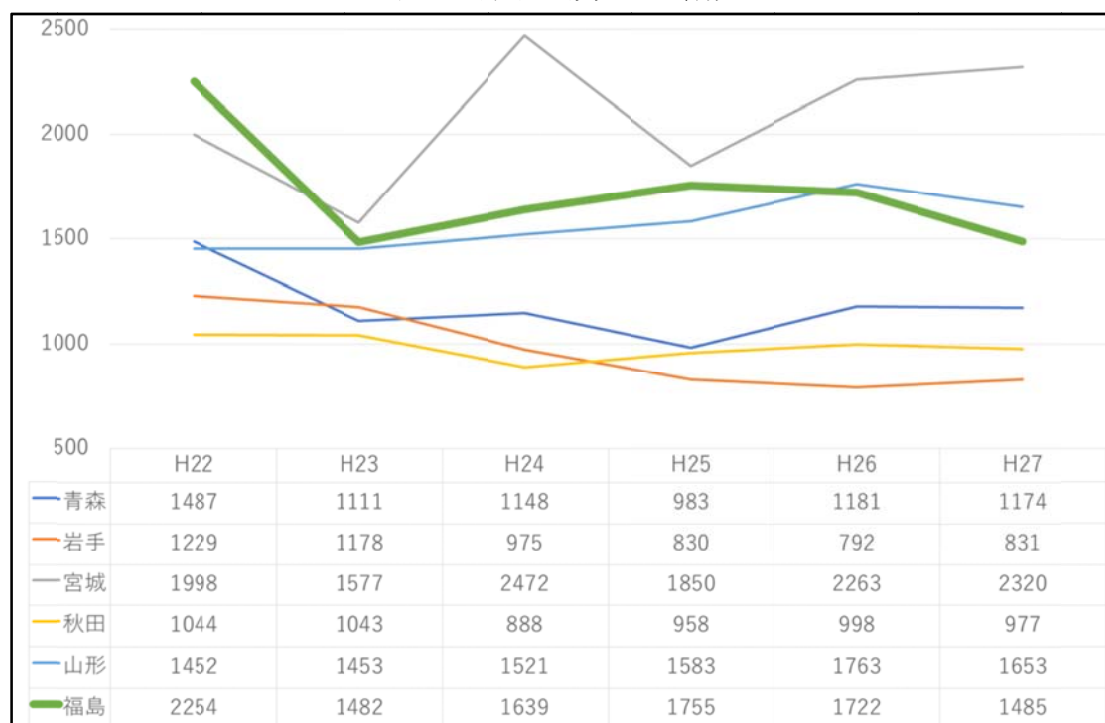
4. 観光の状況

4-1. 福島県について

全国で3番目に広い面積を誇る福島県は、南から北へつらなる阿武隈高地と奥羽山脈によって、中通り・会津・浜通りの3つの地方に分けられる。中でも、五色沼、大内宿、スパリゾートハワイアンズ、鶴ヶ城、白河フラワーワールドなど、山や海などの自然や、多くの歴史文化に触れることができる観光地が多いのが魅力である。

第一次産業では水稲、福島市や伊達エリアのモモに代表される果物などの農産物が全国的に知られ、いわき市のサバ類・さんま、郡山市の養殖鯉などの水産物も主要産物である。これらの一次産品も観光の大きな魅力となっている。

図1 東北の観光入込客数



出典 国土交通省 観光庁 共通基準による観光入込客統計より

図2 福島県内の地域別観光入込客数

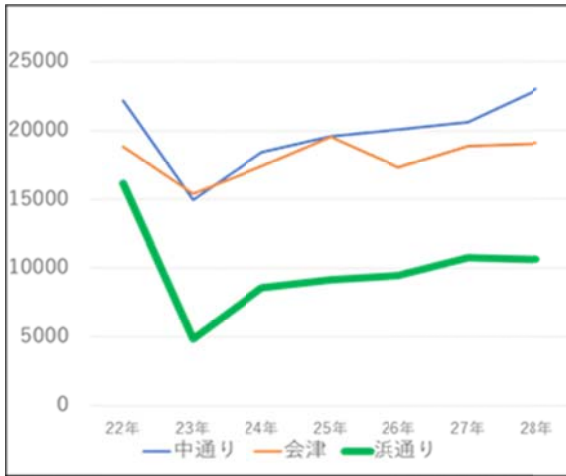
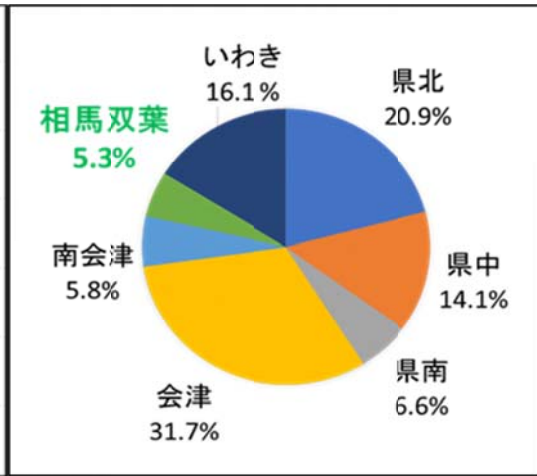


図3 県内の観光客



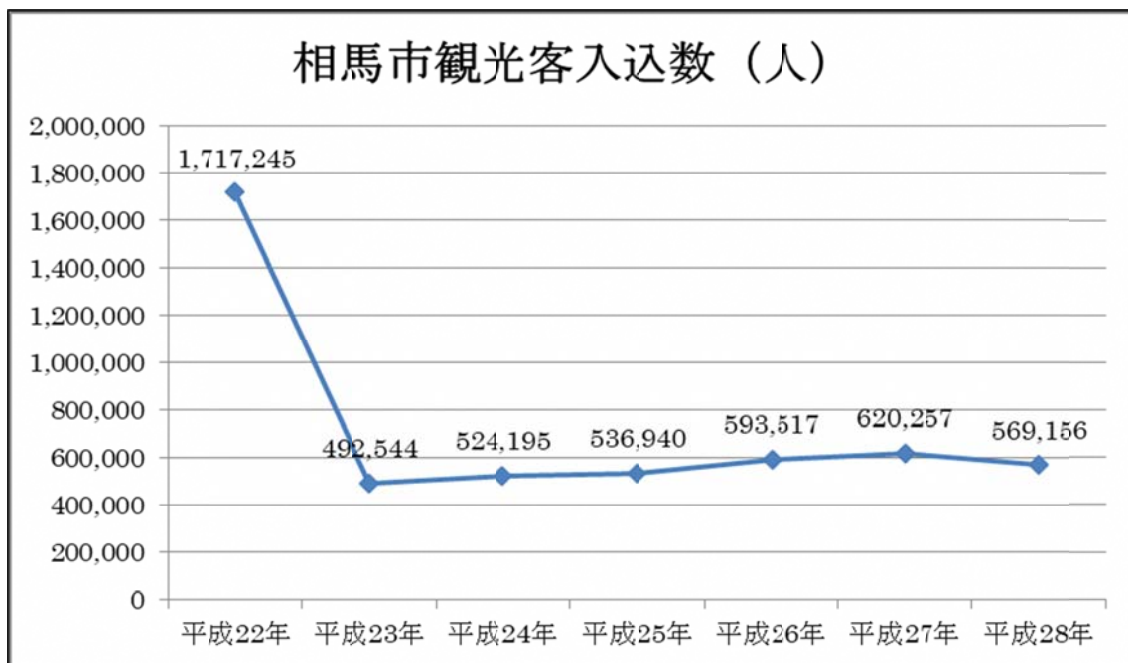
出典 福島県 統計資料一覧 平成28年観光客入込状況調査より

図1の東北の観光入込客数を見てみると、震災前の福島県は東北の中でも2,250万人と最も多い観光客が訪れていた。しかし平成23年の東日本大震災以降1,000万人近く落ち込み、年々回復傾向にある宮城県や山形県と比較すると福島県の観光客数の伸び率が低い。震災の影響で平成23年に大きく落ち込んだ後、平成25年にかけて徐々に増加傾向を見せたが、近年は伸び悩んでいるのが現状である。

一方、図2、図3は福島県内の観光入込客数を表している。震災があった平成23年に、3つの地域すべてが大きく落ち込んだ。その後徐々に回復してはいるが、平成28年の時点で、中通りや会津地方が20,000千人に近い数値であるのに対し、浜通りは10,000千人と、10,000千人近い差がある。伸び悩んでいる原因として、原発事故の起きた場所が相馬地方にあるため、観光客がマイナスのイメージを持ってしまっているということが原因の1つだと考えられる。

4-2. 相馬市について

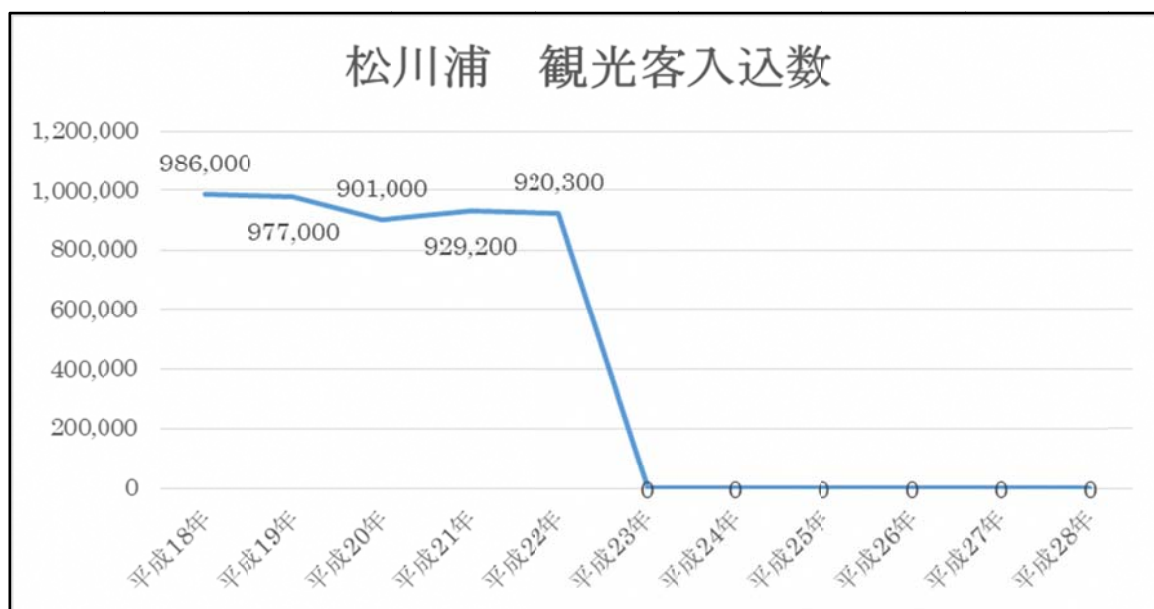
図4 相馬市観光客入込数の推移



出典：相馬市観光協会

4-3. 松川浦について

図5 松川浦の観光客入込数の推移



出典：相馬市観光協会

図4、5は相馬市及び松川浦の観光入込客数を表している。東日本大震災の前年である平成23年には、相馬市には年間200万人近い観光客が訪れ、相馬野馬追を見に来る観光客、また、潮干狩りや、原釜尾浜海水浴場などに来る観光客で賑わっていた。

しかし、震災の影響で海水浴場や松川浦などの豊富な海の観光資源が壊滅的な被害を受けた。その後、相馬市には少しずつではあるが、観光客が戻ってきていることが分かる。しかし、海沿いの松川港町には現在も修復作業中で立ち入ることができない地域があり、多くの観光客で賑わいをみせていた原釜尾浜海水浴場も入場規制がかかっているため、客足が戻っていないのが現状である。

平成30年夏季に、海開きが行われるが、どの程度、原釜尾浜海水浴場や松川浦に戻ってくるか、動向を見守る必要があるだろう。

5. 現地調査

観光による松川港町の復興策の提案を行うにあたり、2度の現地調査に赴いた。現地調査では、被災した地域の現状を知り、地域の人々に接することで、震災や現状に対する思い、さらには、復興策に求めるもの、観光に対する姿勢などを把握することが目的である。

フィールドワーク実施日

第一回 2017年9月30日～10月1日

第二回 2017年11月16日～11月19日

5-1. 聞き取り調査

- 調査内容

相馬市松川港町に関する観光動向及び震災による影響の聞き取り調査

- 目的

街の人の声を聴くことで課題を見つけ、立案の策定に役立てる。

- 調査結果と考察

- (1) 漁業関係者の声

- 復興対策としての取り組み・イベント

- ・料理教室を関東圏でも行っている。
- ・おさかな祭りの開催で、8000人の集客がある。

- 魚種
 - ・相馬港に揚げられる魚種の種類は 150 種。
 - ・珍しい種類の魚が多いため知名度が低い。
- 出漁の現状
 - ・出漁が週に 2, 3 回と制限されている。
 - ・若手の漁師が多い。
- 風評被害
 - ・放射線の全量検査がすべての魚にできていないため、信用が薄い。
 - ・根強い風評被害がある。
 - ・加工をしないと魚を売ることができない。
 - ・大きな直売センターができる予定がある。
- 現在の P R 活動
 - ・PR 力がなく、魅力を伝えられずにいる。
- 今後望むもの
 - ・震災前とは違った新しい施策を行いたい。
 - ・復興をきっかけに相馬の素晴らしさを伝えたい。
 - ・地元ならではの調理方法を伝えたい。

漁業関係者の課題は大きく 2 つに分けられる。1 つは風評被害である。震災から 6 年たった今でも、福島県には原子力発電所の事故による影響が大きく残っている。現状では魚の全量検査が不可能のため、出荷できる魚種に限りがある。いまだ根強い風評被害の影響や、こうした検査方法により、漁業関係者も食べることを積極的に推薦できないという。

2 つ目の課題として宣伝力不足があげられる。相馬の海の魅力を伝えるためのイベントや、料理教室などは人気で集客率も高いため、イベントの質は高い。しかしながら、参加者の多くが地元住民のため、県内全域、県外への PR を実施したいとの思いがある。

(2) 観光業関係者の声

➤ 松川港町の観光の様子について

- ・週末に県内から海を求めて人が来る。(サーフィン、釣り)
- ・スポーツ観光とスポーツ人口を増やしたい。
- ・スポーツの街として売り出し中である。
- ・観光客のほとんどが日帰り客である。
- ・震災前は魚料理を求めて仙台から来る客が多かった。
- ・毎年年間 3000 名弱の被災地の視察者が日帰りで相馬市を訪れる。
- ・松川港町へ行く目的がないため、県外からの観光客の入込客数はゼロに近い。
- ・震災後、しばらくは復興作業員の受け入れにより旅館経営が成り立っていたが、最近は復旧作業が落ち着いてきており、空き部屋が目立つ。
- ・旅館組合の間に熱意の差があるため、インバウンドやその他の観光に対しての、受け入れ態勢が整わない。

➤ 風評被害

- ・風評被害により教育旅行がなくなった。
- ・農業への風評被害は、芸能人の PR もあり漁業ほど深刻ではない。

➤ 交通

- ・高速道路の開通による県外からの観光客を見込めるのではないか。
- ・2次交通がなく、移動手段は車しかない。
- ・バスは1時間に1本程度である。

➤ 観光資源

- ・松川港町は魚が主要な観光資源である。
- ・松川浦の景観や潮干狩りが観光資源であったが、震災によりそれらが失われてしまった。
- ・海岸周辺は特に空き地が多い。

➤ 取り組み・イベント

- ・現在実施しているイベントの経済効果はなく、イベント自体の規模も小さい。
- ・グループ補助金制度で、総工費の4分の3を補助してもらえる。

➤ 現在のPR活動

- ・PR方法が新聞折り込みなどの紙媒体であるため、60～80代の個人観光客が多い。

➤ 今後望むもの

- ・合宿旅行をやりたい。
- ・県内外に相馬の良さを伝えたい。

5-2. 現地視察

● 調査内容

相馬市松川港町周辺の視察、観光資源の発掘及び調査

● 目的

客観的な視点で町を見学し、相馬市松川港町の現状と新たな観光資源の開発につなげる。

● 調査結果と考察

(ア) 中村城祭り見学

○良い点

- ・実際に相馬野馬追に出場している馬と交流ができる。
- ・中村神社の屋根の修繕作業に関する体験が無料。
- ・相馬野馬追は出陣が中村城であり、前日は前夜祭が行われるため宿泊を伴う観光を開発できる可能性がある。

◆悪い点

- ・PR 方法がチラシのみ。
- ・屋台が少ないため子供が楽しめるものがない。
- ・ツアールートの中の道の整備が進んでおらず、足元が悪いため危険で万人向けでない。

★改善への提案

- ・中村城祭りのサイトをつくり情報発信する。
- ・子供が喜ぶような屋台を増やす。
- ・子供やお年寄りが歩きやすいようにツアールートの整備を行う。

(イ) 道の駅そうま

○良い点

- ・震災後少しずつ利用者数が増えてきている。
- ・海産物をメインに売り出している事で特産品が分かりやすい。
- ・ノリのソフトクリームやノリのコロケは話題性がある。

◆悪い点

- ・野菜を提供してくれる農家が減った。
- ・お土産の種類が少なく寂しい印象がある。

★改善への提案

- ・お土産のバラエティーを増やす。
- ・野菜の提供が減少した分、地酒など別分野の特産品を売り出す。

(ウ) ホテルみなとや

○良い点

- ・料理がおいしい。
- ・アットホームで和やかな雰囲気が特徴的。
- ・海が近く松川大橋が見えるため景色がきれい。

◆悪い点

- ・アメニティが少ない。

★改善への提案

- ・アメニティを増やし宿泊者が身軽で泊まれるようにする。

(エ) 松川港町周辺散策ルート

○良い点

- ・海鮮料理はクオリティが高い。
- ・電気が少ないからこそ星がきれい。
- ・地域の人親切であるため、温もりのある地域である。
- ・住民の方々は復興に対して前向きな方が多い。

◆悪い点

- ・緑が少ない。
- ・松川港町への交通手段が少ない。
- ・空き地が多い。
- ・観光資源、観光施設が少ない、もしくは整備されていない。
- ・PR力が乏しい。

★改善への提案

- ・空き地に花を植えるなど有効活用する。
- ・現在のHPを改善し、積極的に情報発信を行う。

松川港町の現地調査から明らかになったことは、松川港町には観光施設・資源の不足が目立ち、県外からの観光客はいわき市周辺で止まっていることが分かった。そこで新たな観光資源の創出をすることで観光客の訪問目的を作り出す必要があると考えられる。また、二次交通が乏しいため、観光客向けに、旅館利用者の送迎など、旅館に援助を求めたい。

PR方法については、紙媒体が多く県外に町の魅力発信が出来ていないのが現状である。現在、観光客の多くは、SNSやインターネットサイトから情報を得ていることから、いわゆるデジタル媒体による情報発信が必要である。

6. 現地調査からの松川港町 SWOT 分析

	機会	脅威
強み	①強み×機会 <ul style="list-style-type: none"> ・名産である海苔が平成 30 年 2 月から出荷が再開される ・海開きが再開するため、マリンスポーツが活かせる ・高速道路ができ、県外からのアクセスが良くなった ・スポーツ施設の増加により、スポーツツーリズムがしやすくなった 	③強み×脅威 <ul style="list-style-type: none"> ・魚種が豊富で珍しい魚が多いが、玄人ウケしかない ・近くに大きなマーケットがあるが、そちらの方に観光客が流れてしまう ・自然が多くアウトドアに向いているが、天気に左右されやすい
弱み	②弱み×機会 <ul style="list-style-type: none"> ・様々なイベントが開催されているが、宣伝力が弱いため知られている範囲が狭い ・料理教室をやっているが、風評被害が根強い ・観光客が多いが、地域住民の観光に対する意識が低い ・空き地が多いため、大きなイベントがしやすい 	④弱み×脅威 <ul style="list-style-type: none"> ・原発があるせいで払拭できない風評被害がいまだにあり本格的な漁業を行うことができない ・観光資源や観光施設の消失により、足を運ぶきっかけがない・余震が今もなお続く影響で、「東日本大震災」のイメージが払拭されない ・加工する場所がないため、他県に出荷できない

松川港町の観光まちづくりを考える上での、SWOT 分析を行った。視察や資料研究から明らかになった、松川港町を取り巻く様々な要素を分析したものである。

SWOT 分析では、4つの領域で分析を行う。領域①は、他との優位性があり観光振興を図る上でチャンスが多い領域となる。②、③は、各々課題を持ち、その課題をどのように克服していくかを検討すべき領域となる。なお、②は内部環境の克服など連携体や枠組内での検討になるが、③は市場、社会といった大きな意味での克服・変革が求められている。なお、④はチャンスが低く、克服すべき課題も多い領域で、一般的には撤退を示すものと考えられる。

松川港町の①には、名産品である海苔が出荷されること、高速道路ができ県外からのアクセスが良くなったことなどの観光振興を図る上で大きなチャンスとなる。また、今年海開き

が行われることは、松川港町の観光資源である海を前面に押し出せる絶好の機会である。一方で、④には、原発があるせいで風評被害がいまだにあること、余震が今もなお続く影響で、「東日本大震災」のイメージが払拭されないなどの克服すべき課題も多く見つかった。また、②、③の領域でも近くに大きなマーケットがあるせいで観光客が流れてしまう、観光客が多いが、地域住民の観光に対する意識が低いなどの問題点が挙げられた。

7. 松川港町の問題点

ここで SWOT 分析から挙げた問題点を 4 つに整理する。

- 【問題点 1】 風評被害のため、本格的な漁業や海に関わる観光を行うことができない
- 【問題点 2】 津波の被害による観光施設・観光資源の不足
- 【問題点 3】 住民の意識格差
- 【問題点 4】 プロモーション力の低さ

【問題点 1】

観光客の目的であった松川浦の景観や潮干狩り、海水浴などが地震や津波によって失われた。そのため、相馬市から近く観光資源の多いいわき市や仙台市で観光客は満足してしまう。そこで新たな松川港町固有の観光資源の創出をすることにより、観光客の目的を作り出すことが出来る。松川港町がもつ資源を効果的に使い、また、旅館の空き部屋や町の空き地活用にも注目したい。

【問題点 2】

震災から 6 年たった今でも、福島県には原子力発電所の事故による影響が大きく残っている。現状では魚の全量検査が不可能のため、出荷できる魚種に限りがある。いまだ根強い風評被害の影響やこうした検査方法により、漁業関係者も食べることを積極的に推奨できないという。

【問題点 3】

観光協会主催のイベントは行われているが、現行の PR 方法では県内の参加者しか見込めない。相馬の海の魅力を伝えるためのイベントや、料理教室などは、地域内では人気で集客効果は高い。しかしながら、イベントがいわば身内だけのコミュニティになってしまっている。その理由として、情報発信が紙媒体ばかりで、県外に町の魅力発信が出来ていないことが挙げられる。デジタル媒体による情報発信をし、県内全域のみならず県外へ PR することが必要である。

【問題点4】

また産業間に「復興」に対する意識にばらつきがあるように感じられた。このことが復興のブレーキになっている可能性がある。例えば、中型バスなどを持つ旅館や施設すべての協力を得ることができれば、2次交通という移動手段が改善されていくことにも道が開ける。このように地域住民が復興に対して同じ気持ちを持つことによりまちづくりは前向きに進むと考える。

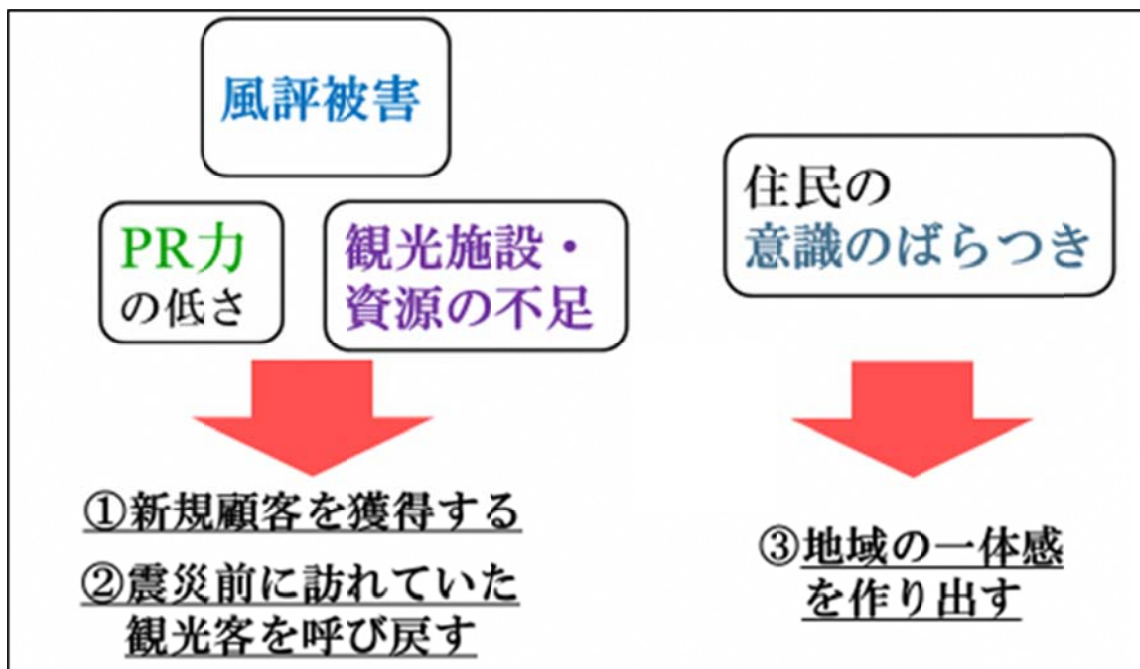
8. 提案

7で整理した問題を解決するため、以下の図のように問題点を2つに分類し、それぞれの対策を提案する。

すなわち、風評被害、PR力の低さ、観光施設・資源の不足の3つの問題点については、「①新規顧客の獲得」と「②震災前に訪れていた観光客を呼び戻す」の2つの視点で解決策を提案する。また、住民の意識にばらつきがある問題点については、「③地域の一体感をつくり出す」の視点より解決策を提案する。

以下に各提案について詳述する。

図6 提案の形態



①新規顧客を獲得するための提案

現在の松川港町には観光客が訪れるきっかけが少ない。そのため、本企画の実現により新規顧客を開拓するためのきっかけづくりを行い、松川港町に来たことがない人を呼び込む。今の相馬市松川港町を訪れる客層はまだ定まっていないため、新規顧客の開拓には可能性が無限大である。

新たな観光地の創出、既存の観光資源の有効活用、訪れたいくなるような演出等を行うことで新規顧客を獲得する。

②震災前に松川港町を訪れていた観光客を呼び戻すための提案

4-3の観光状況にもある通り、震災前は90万人から100万人近くの観光客が訪れていた。しかしながら現在の松川港町を訪れる観光客はほとんどいない。よって、「震災前から松川港町の魅力を知っているが、震災による影響から足が遠のいた観光客」をもう一度松川港町に呼び戻すことが狙いである。

以前まで訪れていた観光客が足を運ばなくなった原因は、風評被害と観光資源の消失が主である。そこで風評被害を解決し、以前までの松川地域の魅力を生かした企画提案をしていく。また、旅のリポートには「食」が有効であると言われているため、松川港町自慢の料理を活かした食がテーマのイベント等の企画を考案する。

③地域の一体感をつくり出すための提案

聞き取り調査では、漁業・観光・農業のそれぞれが個々で復興するための策を立てているという印象を受けた。あらゆる産業が活気を取り戻しているのは良いことであるが、次はそれぞれの産業が協力し合い相乗効果を得ることが地域の活気を取り戻すために必要なことである。

一方で、住民の観光に対する意識が総合的に弱いことも現地調査で感じられた。地域振興が成功している地域では、地域住民全員が自分の住む町に誇りを持ち、活性化させたいという意識を高め、地域振興を進めようという前向きな姿勢が見られる。

例として下呂温泉が挙げられる。下呂温泉の観光まちづくりの考え方となる基本理念は、気づきと協同によるおもてなしのまちづくりである。一人一人が下呂温泉の資源に気づき、住民全員の知恵と力を結集しておもてなしのまちづくりを築き上げた。この理念を掲げた1年後には前年度から20万人近くの観光宿泊客数が増えた。

地域の一体化が、観光の競争力の向上を促し地域振興が成功する。このようなことから、地域の一体感を持たせるきっかけ作りが必要であるため、企画の提案を行う。

また次の企画を成功させるには十分な準備と住民の理解が欠かせない。そのため説明会や

住民同士の交流会を設け、観光が地域振興にいかにより有効であるかの説明と企画の概要や効果の説明が必要であると言える。その際にはぜひ桜美林大学生も参加したいと思っている。

企画の提案

①新規顧客を獲得するための提案

1. ノリの収穫体験ツアー
2. 魅力発見マップ 松川浦スタンプラリー
3. 合宿の受け入れ態勢の準備
4. 映画祭×キャンドルナイト

②震災前に松川港町を訪れたことがある観光客を呼び戻すための提案

1. グルメ×サーフィン大会
2. フィッシュラン

③地域の一体感をつくるための提案

1. TOKOHANA プロジェクト
2. 豊漁祭×大漁旗アートコンペ

④その他の提案

① 新規顧客を獲得するための提案

企画タイトル	<u>ノリの収穫体験ツアー</u>
ねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・「コト消費」が流行っているため、何か変わった体験がしたい人に向けた商品を提案する ・風評被害の払しょく ・震災に対する理解を深めてもらう
内容	<p>10:00 鎮魂記念館</p> <p>11:00 ノリの収穫体験 ノリを使ったお土産作成</p> <p>13:00 「べこや」にて昼食</p> <p>14:30 甲冑乗馬体験</p> <p>16:00 試験操業を行っている工場の見学</p> <p>17:30 道の駅そうまにてお買い物</p> <p>18:30 「たこ八」にて夕食</p> <p>19:00 鎮魂記念館に戻り、ランタン作成</p> <p>19:30 作成したランタンを飛ばす</p>
必要な準備	<ul style="list-style-type: none"> ・鎮魂記念館に語り部を配属 ・ノリの収穫体験を行えるような整備・協力 ・ノリを使ったお土産づくりの講師を配属 ・「べこや」にノリのお味噌汁の販売を依頼 ・甲冑と乗馬の掛け合わせとその際の付添人や講師を配属 ・ランタンを上げる場所の確保、資材の準備 ・移動する際の観光バス ・インターネットでのPR活動
主催者	相馬市観光協会
実施に関連する 団体、組織	<ul style="list-style-type: none"> ・相双漁業協同組合 ・ノリの養殖をしている漁業者 ・「べこや」 ・「たこ八」

	<ul style="list-style-type: none"> ・松川浦旅館組合 ・鎮魂記念館 ・松川浦ガイドの会
時期	10月～5月
必要経費	広告費、人材費
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・甲冑乗馬体験やノリの収穫体験を行うことによって相馬市の認知度が向上する ・鎮魂記念館、試験操業見学を行うことによって実際の東日本大震災を知れるとともに風評被害の払しょくにもつながる
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・甲冑乗馬体験やノリのお土産づくりの講師がいない ・ランタンを飛ばした後の環境整備

企画タイトル	<u>魅力発見マップ 松川浦スタンプラリー</u>
ねらい	来たことがない人に松川浦の魅力を知ってもらう
内容	<p>観光地や松川浦の見どころポイントにスタンプラリーを設置し、松川浦の見どころを巡ってもらう。スタンプラリー設置場所を10か所選定し、1日に5つ以上のスタンプを集めることができれば、松川浦限定の特典がもらえるよう設定する。移動手段は車とする。</p> <p>〈選定ポイント〉</p> <p>中村神社、いちご狩り場、文字島、百尺観音、道の駅そうま、復興チャレンジグルメ参加の飲食店、山形屋商店、温泉、釣り</p>
必要な準備	<ul style="list-style-type: none"> ・マップの作成 ・スタンプ台の設置 ・観光施設に協力の依頼
主催者	観光協会
実施に関連する団体、組織	<ul style="list-style-type: none"> ・中村神社 ・和田観光苺組合 ・千客万来館 ・山形屋相馬ヤマブン ・相馬松川浦温泉 ・漁業協同組合
時期	通年
必要経費	MAP パンフレット製作費、スタンプラリーの景品
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ゲーム感覚でスタンプラリーを楽しみながら、松川浦の魅力を知ってもらう ・初めて松川浦を訪れた人がマップを見ることで、松川浦の魅力がわかり松川浦を巡ってみたいと思うようになる
問題点	車でしか移動できない

企画タイトル	合宿の受け入れ態勢の準備
ねらい	来たことがない人を呼び込む
内容	<p>◆スポーツ合宿</p> <p>ターゲット：県内外の大学生団体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存のスポーツ施設を活用 <p>◆勉強合宿</p> <p>ターゲット：県内の受験生</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中村神社で参拝 ・旅館で勉強 ・勝負飯を提供 ・受験グッズをプレゼント
必要な準備	<p>◆スポーツ合宿</p> <p>①宿泊所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ施設への送迎 ・宴会場の設置 ・駐車場 ・入浴施設の整備（アメニティ、ドライヤーなど） ・地元の料理 ・インターネット上で施設概要（上記の内容など）の掲示 <p>②広告・宣伝</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HPの活用 ・市を挙げてスポーツ合宿の推進広告 ・大学祭などのイベントへの訪問 <p>③新たな旅行商品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設とスポーツ施設の一括予約 <p>◆勉強合宿</p> <p>①宿泊施設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・勝負メシなど、受験生用のオリジナルメニューの作成 ・各施設への送迎 ・参加者への勉強応援グッズの作成 ・入浴施設の整備（アメニティ、ドライヤーなど）

	<ul style="list-style-type: none"> ・勉強場所の確保 ・インターネット上で施設概要（上記の内容など）の掲示 <p>②広告・宣伝</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HP の活用 ・市を挙げて勉強合宿の推進広告 ・パンフレット作成 ・ツアーを組み、パックで売り出す
主催者	松川浦旅館組合
実施に関連する 団体、組織	旅行会社
時期	<p>通年</p> <p>夏はマリンスポーツやBBQ、冬は暖かい海鮮鍋などの、季節ごとに工夫が必要</p>
必要経費	パンフレット作成費
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・通年で新規顧客確保が可能 ・「合宿に行くなら相馬」とイメージ付けが出来れば、リピーターの獲得にもつながる
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社に販売委託をする必要がある ・委託しない場合は、学校や団体に自ら売り込む必要有り

企画タイトル	<u>映画祭×キャンドルナイト</u>
ねらい	新規顧客を生み出す
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ディズニーやジブリなど、大人から子供まで楽しめる映画を松川浦海岸で上映 ・キャンドルを灯し、素敵な雰囲気 연출
主催者	相馬市観光協会
実施に関連する団体、組織	相馬市役所
必要経費	<ul style="list-style-type: none"> ・機材費(音響、照明) ・小道具費 ・広告費
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・幅広い層が楽しめるイベントであるため、新規顧客が獲得しやすい ・観光資源の乏しい松川地域の知名度向上
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・騒音問題 ・アクセスが容易でない ・天候に左右されやすい

②震災前に松川港町を訪れたことがある観光客を呼び戻すための提案

企画タイトル	<u>グルメ×サーフィン大会</u>
ねらい	以前まで松川港町に来ていた人を呼び戻す
内容	<p>ターゲット：大会参加者とその関係者、地域住民</p> <ul style="list-style-type: none"> ・松川港町の震災前まで行われていたサーフィン大会を再び行う ・アマチュア対象で、参加しやすい大会とする。 ・海辺で相馬市の海産物を使った出店を行う ・優勝者には景品として、酒やグルメ出店で一番人気だったお店のお食事券を授与する。
主催者	福島県サーフィン連盟
実施に関連する 団体、組織	<ul style="list-style-type: none"> ・相馬市の飲食店 ・宿泊施設 ・松川浦スポーツセンター
時期	晩夏（8月～9月）
必要経費	<ul style="list-style-type: none"> ・サーフィン大会実施費用 ・屋台設置費用
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・松川浦の知名度向上 ・海を目的に来る観光客の増加 ・地元料理を披露することで、風評被害の払拭

企画タイトル	<u>フィッシュラン</u>
ねらい	以前訪れたことがある人に向けて新しいアクティビティを提供
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ランニングコースの所々に相馬産の海鮮料理を配置する ・数種類の料理を味わいながら海辺を走る ・完走した順に相馬市のいちごを使ったドリンクをプレゼントする ・イベントオリジナルTシャツを配布する ・音楽を流し、にぎやかな雰囲気を作る
必要な準備	<ul style="list-style-type: none"> ・広報・宣伝活動 ・オリジナルTシャツの作成 ・コースの整備 ・料理のメニュー考案
主催者	相馬市役所
実施に関連する 団体、組織	<ul style="list-style-type: none"> ・相馬市の飲食店 ・松川浦スポーツセンター ・漁業協同組合 ・和田観光菘組合
時期	7月～9月
必要経費	<ul style="list-style-type: none"> ・音響設置費 ・オリジナルTシャツの製作費
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・音楽を流したり多くの方が参加したりすることによって地域の盛り上がりにつながる ・相馬市の食材を食べてもらうことによって、食材の安全さを知らせることができるため、風評被害の払しょくにもつながる。
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・相馬市の海沿いをランニングコースにするため、スタート地点までの交通手段が車しかない

③ 地域の一体感をつくるための提案

企画タイトル	<p><u>TOKOHANA プロジェクト</u></p> <p>(TOKOHANA=常花:「永遠に咲き続ける花」という意味がこめられている)</p>
ねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・住民全員で防波堤に絵を描くことにより、住民同士の一体感を生み出す ・震災後に整備された、コンクリートの殺風景な景色を改善する
内容	相馬市周辺に属する中高の美術部を筆頭に、防波堤に花の絵を描き、その絵の塗り絵を住民全員で行う
必要な準備	<ul style="list-style-type: none"> ・防波堤アートの基となる構想図 ・相馬市民への呼びかけ ・学校への呼びかけと人材確保(美術部員)
主催者	相馬市役所
実施に関連する団体、組織	<ul style="list-style-type: none"> ・相馬市観光協会 ・相馬市松川浦観光振興グループ ・国土交通省 ・東北地方整備局 ・相馬港出張所 ・相馬市周辺の中学校、高等学校の美術部員
時期	春
必要経費	ペンキ代
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい観光資源が生まれる ・みんなで一緒に同じ壁に絵を描くことで一体感を感じることができる ・コンクリートで殺風景な景色を改善できる
問題点	仕上がり次第で、ただの落書きになりかねない

企画タイトル	<u>豊漁祭×大漁旗アートコンペ</u>
ねらい	地域の一体感をもたらす
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・大漁旗アート ・バルーンリリース ・グルメフェスティバル <p>◎大漁旗アートでは、大漁旗に相馬市民全員の手形を押してもらい、世界に一つだけの大漁旗を作る。</p> <p>その後、大漁旗を付けた漁船が相馬の海に出向する。その際には、参加者全員が同時に風船を打ち上げ、感動と一体感を味わってもらう。</p> <p>また、豊漁祭のもう1つのイベントとしてグルメフェスティバルを行う。グルメフェスティバルでは相馬のものを使った料理をふるまう。</p>
必要な準備	<ul style="list-style-type: none"> ・大漁旗の資材確保 ・提供する料理の考案 ・宣伝・広報活動 ・催し物
主催者	<ul style="list-style-type: none"> ・相馬市役所 ・相馬双葉漁業協同組合
実施に関連する団体、組織	<ul style="list-style-type: none"> ・相馬市役所 ・相馬双葉漁業協同組合 ・相馬市民のみなさん
時期	夏（6～7月）
必要経費	<ul style="list-style-type: none"> ・大漁旗アート製作費 ・会場装飾費 ・運営費（音響証明・備品、レンタル費・人件費など） ・広告費
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・地域住民全員で1つの大漁旗を創作することで団結力が生まれる ・風船を打ち上げることによって感動とともに一体感を得られる ・相馬産の食材を使用することで、安全性がアピールできる
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・他の地域との差別化

④その他の提案

企画タイトル：ビーチヨガ教室

◇ねらい①

◇内容：ビーチ周辺で、週1回、ヨガ教室を開く。ラジオ体操ではなく、ヨガを行うことで、若者や健康志向の女性客が足を運ぶと考えられる。

◇時期：春から晩夏にかけて。週1回。

企画タイトル：コンテナ海の家

◇ねらい①

◇内容：空いたコンテナをリメイクしおしゃれな海の家を建てる。

◇時期：夏

企画タイトル：ビーチナイト

◇ねらい①

◇内容：ビーチで夜まで遊べる場所を作る。お食事や音楽を使ったイベントを月に1度行い、若者が少し遠出してでも遊びに行きたくなるようなビーチにする。

◇時期：夏

企画タイトル：どんこ水族館

◇ねらい①

◇内容：どんこだけの水族館。売店では、どんこのストラップやぬいぐるみ、マグネットなどどんこグッズを販売する。新規性と話題を呼び、どんこで有名な町にする。

◇時期：通年

企画タイトル：どんこちゃん

◇ねらい①

◇内容：どんこの気持ち悪さから、キモカワイイご当地キャラクターを作り親んでもらう。販売は前企画の水族館からの販売を始める。

◇時期：通年

企画タイトル：ナイトクルーズ

◇ねらい①

◇内容：夜の海を巡るナイトツアー。文字島などをライトアップし見どころを回る

◇時期：夏

企画タイトル：トライアスロン大会

◇ねらい①、②

◇内容：松川浦の自然や整備された道を活用し、トライアスロン（マラソン・ロードバイク・競泳）大会を開催する。

◇時期：夏

企画タイトル：マリンスポーツ

◇ねらい①、②

◇内容：松川浦地域の海辺で楽しめる、ウェイクボードやダイビング、サーフィンなどのマリンスポーツの整備を行う。

◇時期：通年（スポーツによる）

企画タイトル：被災地跡巡り

◇ねらい①、②

◇内容：震災で被災した場所を巡る

◇時期：春～秋

企画タイトル：日本酒ラベル改正

◇ねらい①、②

◇内容：相馬市で造られている既存の日本酒のラベルをおしゃれに改善し、より親しみやすいものとする

◇時期：通年

企画タイトル：こいのぼり祭り

◇ねらい①、②

◇内容：松川浦大橋にこいのぼりをつけ、写真映えのする新たな観光資源を作る

◇時期：5月～6月

企画タイトル：砂アート大会

◇ねらい②

◇内容：砂アート大会を開くことで、海水浴場を訪れるきっかけをつくり、震災前に訪れていた観光客を呼び戻す。全国からアーティストを集め、砂を使ったアート作品で競い合う。

◇時期：ビーチが閑散期になる秋口

企画タイトル：プロモーションビデオ作成

◇ねらい②

◇内容：地域の魅力を紹介したプロモーションビデオを作成する。地域住民も参加することで、地域の一体感を生み出す。

◇時期：夏

企画タイトル：漁師カレンダー

◇ねらい②

◇内容：松川港町の若手漁師が参加する漁師カレンダー。

◇時期：通年

企画タイトル：相馬の海の幸を生かしたグルメ提案

◇ねらい②

◇内容：相馬で取れた海の幸を使ったグルメを提案

- ・魚肉ハンバーグ
- ・めひかりハンバーガー
- ・つくね串
- ・ブイヤベース
- ・海鮮ピザ
- ・海鮮グラタン
- ・アクアパッツア
- ・カサゴのから揚げ
- ・海鮮 BBQ

などを提案し市内の飲食店でも提供してもらう

◇時期：通年

企画タイトル：ホームページ改正案

◇ねらい①②

◇内容

ホームページを新しくする。その際には以下の内容を取り込む

- ・PV 動画

- ・モデルコース
- ・アクセス方法のバリエーション
- ・言語表記
- ・まち歩きマップ
- ・分かりやすく、好感が持てるデザイン

◇時期：通年

企画タイトル：風船と種

◇ねらい③

◇内容：風船にメッセージと花の種子をつけ飛ばし、拾った人に育ててもらおう

◇時期：春

企画タイトル：地球に優しいボランティアツアー

◇ねらい③

◇内容：藤の花の植樹、海辺や百尺観音などのゴミ拾いを含めた自然に優しいツアー。

◇時期：春～夏

企画タイトル：Instagramの活用・改善

◇ねらい③

◇内容：相馬の美しい風景やグルメ、観光資源などをInstagramで投稿。ハッシュタグを活用し魅力をアピール。

◇時期：通年

9. 最後に

今回、福島県の「大学生の力を活用した集落復興支援事業」に参加する機会をいただき、相馬市松川港町の観光による復興、まちづくり企画提案を行った。

私たちはフィールドトリップを通して、風評被害が想像以上に深刻であることや復旧作業が終盤に差し掛かり宿泊業や飲食業が打撃を受けており、新たな観光客を増やす必要があること、そして住民の震災に対するさまざまな気持ちや思いに配慮する必要があることを知った。浮かび上がった問題点は、①新規顧客の獲得②風評被害の払拭③プロモーション力の低さ④地域の一体化のこの4点に集約できた。

これらの問題点を解決すべく私たちの提案は、震災前まで松川港町に来ていた観光客層を呼び戻すための提案、これまで松川港町には来たことがない新規顧客を呼び込むための提案、そして、松川港町の人々の気持ちがひとつに向かうような取り組みの提案である。いずれも観光の力が持つ、地域にもたらす経済効果、景観の美化効果、交流効果などを活用した提案である。

これらの提案によって5つの効果が期待される。

第一に、観光客の獲得である。新規顧客を呼び戻すことに加え、リピーターの獲得も見込む。観光客が増えることで経済効果が見込め、地域の観光関連産業から復興がスピードアップすることにつながるだろう。

次に、最大の目的としていた風評被害の払しょくである。風評被害の払しょくはなかなか難しいが、企画を通して域外、県外の多くの人に震災や放射線などに関する誤った認識を改めてもらえるきっかけづくりになる。繰り返し活動を行っていくことで風評被害の払しょくをスピードアップしたい。

第三は、観光資源や施設をはじめ、さまざまな地域資源が有効活用されるということだ。松川港町のもつ魅力を最大限に活用し、グレードアップをすることで、地域の人々にとっても住みやすい町となり、観光まちづくりの基盤になっていくだろう。

第四は、これら企画の実行により松川港町の知名度の向上が見込めることである。SNSなどのツールを使い情報発信を強化し、人々が松川港町を訪れてみたくなるような企画を行うことで、認知度向上を目指す。

最後に、地域の一体化が図られることである。復興に対する取り組みなどに対しても地域の人々の意識にばらつきがあると感じられた。意識のばらつきは復興に対する取り組みのブレーキになりかねない。この企画を実施することで、松川港町の人々の気持ちがよりひとつになることを期待している。

以上、企画を通して5つの側面から効果が期待できると考える。松川港町は美しい海岸線をもつ大変魅力ある町である。松川港町の昔の良さを残しつつ、新たな観光まちづくりを行うことで、新たに松川港町の魅力に気が付けてくれる人を増やす。そして震災前の松川港町に訪れていた観光客を呼び戻す。私たちの提案の実施により松川港町に活気を取り戻すこと

ができるのではないかと考える。

観光の力によって、松川港町の人々が笑顔になり、一体となって震災前以上に活気のあるまちになるために、私たち桜美林大学生は、これからも松川港町の人々と一緒に努力をしたいと考えている。

10. 参考文献

- 「相馬市松川浦観光振興グループ ホームページ」、相馬市松川浦観光振興グループ
<http://matsukawaura.com/index.html>、(2017年9月15日閲覧)

- 「試験操業6年目、目指せ“常磐もの”復活！～福島県漁業復興への取組、その状況と今後の展望～」、相馬双葉漁業共同組合

- 「福島県相馬市東日本大震災による災害情報」、相馬市役所、
https://www.city.soma.fukushima.jp/0311_jishin/index.html、(2017年11月30日閲覧)

- 「東北地方における観光の現状」、東北運輸局観光部
<http://www.tb.mlit.go.jp/tohoku/chikoushin/20chikoushin/ks-chikoushin20-06.pdf>、(2017年11月30日閲覧)

- 「福島県観光入込客数」、福島県庁
<https://www.pref.fukushima.lg.jp/uploaded/attachment/231228.pdf>、(2017年12月1日閲覧)

- 「相馬市観光入込客数」、相馬市観光協会

- 「相双ビューロー」、福島県相双地方振興局、<http://sosobureau.yumesoso.jp/>、
(2017年9月15日閲覧)

- 「東北農政局における復旧・復興支援情報」、東北農政局、
http://www.maff.go.jp/tohoku/osirase/higai_taisaku/hukkou_zyoukyou.html、
(2017年10月7日閲覧)