

(様式1-5)

福島県 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年7月26日時点

※本様式は1-3, 1-4に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	8	事業名	復興フットパス・サイクリングを通じた福島12市町村の魅力発信事業	事業番号	A-8
事業実施主体	福島県	総交付対象事業費	69,999千円		
既配分類	千円	当該年度交付対象事業費	9,999千円		
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
				小計	9,999千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					
iii) 情報発信コンテンツ作成				9,999千円	
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
				小計	千円
i) 企画立案のための外部人材の活用					
ii) 地域の語り部の育成					
二 関連施設の改修地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
・福島12市町村におけるフットパス・サイクリングのモデルコースの調査等を踏まえた12ルート(12市町村×1ルート)のガイドマップの作成					
【アウトカム】					
・イベント参加者からのアンケート調査にて12市町村に対する県外在住者の好感度率 5割以上					
事業概要					
事業実施主体	福島県				
主な企画内容	福島12市町村におけるフットパス・サイクリングを切り口にした情報発信を行い、風評払拭を目指す。				
主な事業の実施場所	福島12市町村				
事業の実施期間	令和4年9月～令和8年3月				
企画内容					
【実施体制】					
①実地主体：福島県					
②連携団体及び役割分担					
福島県が、12市町村、関係団体等を巻き込みつつ、フットパス・サイクリングを切り口にした情報発信を実施。					
【現状・課題】					

#### <現状>

##### ● 福島県観光の落込み

観光は、その地域の魅力や実情・生の姿を人々に伝える強力な手段だが、福島県の観光入込客数は平成 22 年度の 57,179 千人に対し、原発事故があった平成 23 年度には 35,211 千人まで減少し、特に浜通り地域においては 16,151 千人から 4,862 千人へと激減した。

また、新型コロナウイルス感染症が流行する前の平成 31 年度においても、浜通り地域の観光入込客数は 11,230 千人までしか持ち直していない。(福島県観光入込状況 令和 2 年分)

##### ● スポーツツーリズムの人気とニーズ

スポーツ庁の調査によると、スポーツを主目的にした観光に行ったことがある人の割合は、調査回答者の約 3 割に及ぶ。また、体験したスポーツの内容としては、「ウォーキング」が 1 位である。(スポーツ庁「スポーツツーリズムに関する国内マーケティング調査」)

また、スポーツツーリズムの実施意向者が合わせて行いたいことの上位 3 項目は、「旅先ならではの食事を楽しみたい」(72.2%)、「旅先ならではの観光スポットを楽しみたい」(64.4%)、「旅先ならではの風景・絶景に出会いたい」(50.0%) であり、旅先ならではの経験が期待されている。(スポーツ庁上記調査)

#### <課題>

● 12 市町村においては、復興拠点や復興関連施設などの整備が進みつつある地域もある。こうした環境状況や震災前から存在する素晴らしい歴史、自然、文化を活用し観光の復活、交流人口拡大、復興加速化につなげていくには、この地域の実情や魅力を県外の方に知ってもらうことが課題となる。

● 上記の課題を解決するためには、実際に 12 市町村を来訪してもらい、この地域が様々な魅力を持つことや訪れても安全な地域であることを実感してもらうことが最も効果的であるが、そのための来訪のきっかけづくりをする上で以下の 3 つの課題を抱えている。

① いかにして多くの人々を引き付けるか効果的に取組を進めるため、できるだけ多くの人々が関心を持つ分野で取組を行うことが重要になる。

② 誘客のために魅力的なコンテンツ形成

多くの人々が福島 12 市町村に来たくなるような魅力的なコンテンツを形成することが重要になる。

③ With コロナの対応

With コロナの時代において、新型コロナウイルス感染症の状況にも影響を受けづらい持続可能な形で取組を進めることが重要になる。

● 上記の 3 つの課題に対応する取組として、「復興フットパス・サイクリング」に基づくスポーツ（ウォーキング、ハイキング等）を切り口として、復興拠点・施設、自然、歴史、文化などの地域の宝等巡るモデルコースの PR やそれを活用したイベントを実施するなどして情報発信を行い、県外からの交流人口拡大を図る。

これにより、地域の多様な魅力や復興状況等に直接触れ本県復興の実情や正確な情報を肌感覚で理解してもらい、それを更に発信することで、風評の払拭につなげていく。

まずは 12 市町村の 3 市町村程度への来訪を促進しつつ、段階的に 12 市町村へ拡大し、避難地域が連携して交流人口の拡大を図る。

#### 【現状の課題に対するこれまでの取組】

##### 避難指示解除区域の復興再生に向けた取組

- ・福島ならではの「学び」のツアーであるホープツーリズムの推進。
- ・Jヴィレッジを拠点とした様々なイベントの開催。(サッカー等)
- ・移住等の促進のための「ふくしま 12 市町村移住支援センター」の設置や移住体験ツアーの実施。

#### 【事業実施により得られる効果】

- ・12 市町村における観光客数の回復
- ・12 市町村において、「復興フットパス・サイクリング」に基づくスポーツが可能であるとともに、魅力的であることの認識の拡大
- ・12 市町村における訪問スポットを PR することによるこの地域の復興の状況や魅力についての認知度向上
- ・12 市町村に実際に来てもらい、情報発信していくことによる風評の払拭

#### 【今年度事業における具体的な取組内容】

①「復興フットパス等」の調査・情報発信

実施期間：R4.10月～R5.3月

実施体制：福島県庁

概算費用：999.9万円

- 「ウォーキングやハイキング等のスポーツを趣味とする人」をターゲットと設定し、フットパス・サイクリングの暫定モデルコースを作成する。
  - ・モデルコースは、地域住民を交えたワークショップを複数（3地域×4回）開催し、実施踏査等を行いながら作成する。
  - ・令和4年度は、避難指示解除の状況や交通機関の利便性、地理関係等を踏まえ、福島12市町村うち山間部を中心としたエリア（浪江町、田村市、川内村、葛尾村、飯舘村）の中で3市町村を対象とすることを想定。
  - ・モデルコースは地域ごとにブランド力をつけるため主に市町村の単位で作成。また複数地域を繋ぐルートを形成し、サイクリングルートとしてもブランディングしていく。
  - ・上記のモデルコースにおいては、「見る」（例えば田村市のあぶくま洞、葛尾村の大尽屋敷、飯舘村の復興桜、川内村の天山文庫等）、「味わう」（例えば田村市のホップジャパンのビール、川内村のかわうちワイン等）、「体験する」（例えば川内村のいわなの郷・かわうちの湯、葛尾村のかつらおヤギ広場がらがらどん、浪江町の震災遺構請戸小学校等）の3つの観点で復興フットパス等のモデルコースに組み込む。
- 作成した復興フットパスの暫定モデルコースのメディアへのお披露目と県外に対する情報発信を目的としたモニターイベントを実施（3月予定）
  - ・モニターイベントでは、芸能人（なすび等）を招聘し自身や所属組織の SNS やブログ等での情報発信を依頼する。
  - ・また、同イベントに雑誌「山と溪谷社」等の記者を招聘し、雑誌への記事掲載を依頼する。併せて首都圏等の旅行会社の商品企画担当者も招聘し、各旅行会社が作成する旅行企画のコンテンツ案として提供する。
  - ・委託業者が運営する SNS を活用し、暫定モデルコース内の観光コンテンツの写真や紹介記事を投稿し、広告配信する。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・12市町村うち山間部を中心としたエリア（浪江町、田村市、川内村、葛尾村、飯舘村）の中で3市町村における各市町村単位でフットパス等に関する複数回のワークショップで造成した暫定モデルコースを作成
- ・モニターイベントの実施 1回

【アウトカム】

- ・モニターイベント参加へのアンケート調査にてモニターイベント開催市町村に対する好感度率 5割以上

【今年度事業の実施により得られる効果】

- ・避難地域の正確な情報発信
- ・12市町村における、広域的な移動を伴うスポーツが可能であるとともに、魅力的であることの認識の拡大による交流人口拡大
- ・地域の受け入れ体制の整備、地域住民の気運の醸成

【次年度以降の取組】

- ・特定復興再生拠点の避難指示解除の状況等を踏まえたコースの作成及びアップデート（継続）
- ・ガイドマップの作成（新規）
- ・PRイベントの実施（継続）
- ・市町村横断で広域的な移動を促すための、事業ステッカー等の配付・設置等（新規）
- ・スタンプラリー（新規）
- ・専用HP・特設サイトの立ち上げ（新規）
- ・PR動画の作成および配信（専用HPにおける配信、首都圏の鉄道車両における広告の放映、ヤフーブランドパネル広告における広報等）（新規）
- ・雑誌記事、インターネット記事の掲載（継続）
- ・地理的な条件等に応じて市町村をまたぐ広域的なルートも形成し、多様な観光客に地域の魅力を伝えられるよう、市町村単位のルート、広域ルートの双方を組み合わせた形で情報発信を行う（新規）

【新型コロナ感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

<具体的な対策>

- ・換気及びこまめな消毒を実施。
- ・参加者及び関係スタッフを含め体調管理を徹底する。
- ・ツアー開催にあたっては新型コロナの感染状況を見て判断する。
- ・参加者同士が密にならないよう距離を置くよう注意を促す。
- ・スタッフはマスクを着用する。