

喜多方市観光振興ビジョン（案） 2021～2026

「地域の資源（たから）が生きる、出会いと発見・感動あふれる観光のまち喜多方」
～もっとゆっくり もっとじっくり もっと好きになるまち喜多方～

【概要版】

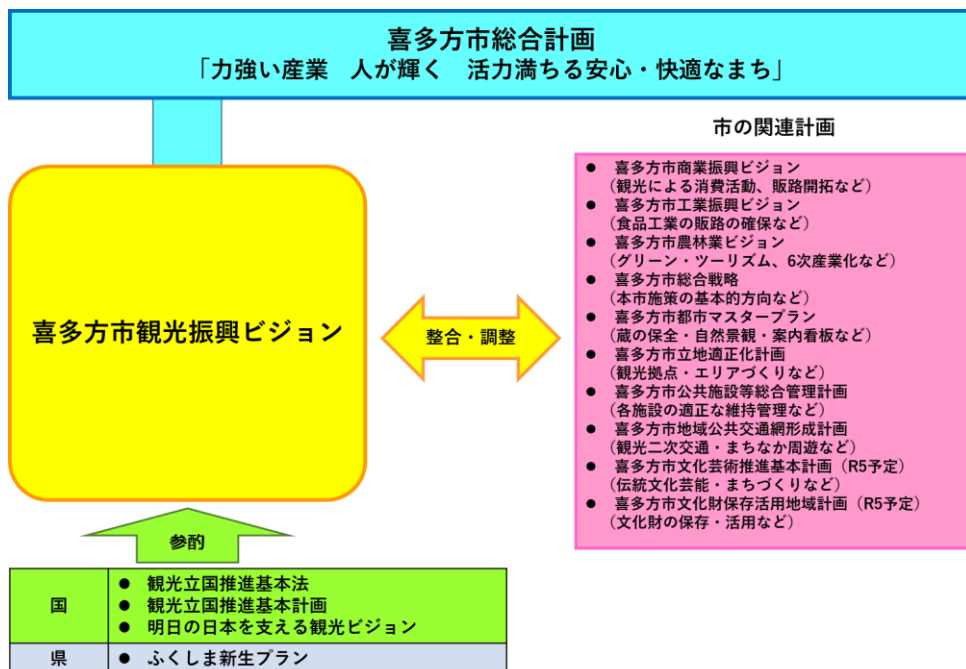
令和3年3月

 喜多方市

1 喜多方市観光振興ビジョンの位置付け

- 本市には、歴史、文化、食などの特色のある豊富な地域資源があり、これらを観光資源として活用しながら、本市の特色をさらに生かした観光振興を図るため、中長期的かつ戦略的な視点から各種施策を展開できるよう、本市独自の観光振興の指針となる「喜多方市観光振興ビジョン（以下「ビジョン」という。）」を策定する。
- ビジョンは、本市の最上位計画である「喜多方市総合計画」の分野別計画として位置付け、本市観光の目指す姿（将来像）とその実現に資する施策の方向性を示し、2021年度（令和3年度）から2026年度（令和8年度）までの6年間で計画期間とする。

○ ビジョンの位置付け



○ ビジョンの計画期間

	2017	2018	2019 (R1)	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
総合計画	喜多方市総合計画（2017～2026）きたかた活力推進プラン									
観光振興ビジョン					喜多方市観光振興ビジョン（2021～2026）					
国	観光立国推進基本計画（2017～2020）									
	明日の日本を支える観光ビジョン（2016～2030）									

○ ビジョンの構成

- 第1章 総論
- 第2章 本市観光の現状と課題
- 第3章 本市観光の目指す姿（将来像）
- 第4章 観光振興の基本方針
- 第5章 観光振興ビジョンの実現に向けて

2 本市観光の現状と課題

- 本市は、市町村合併以降、自然、歴史、文化、食など豊富な地域資源を観光資源として活用するとともに、日中線だけ桜並木や三ノ倉高原花畑などの「花でもてなす観光」を実施してきており、近年は180万人を超える観光客が訪れる観光都市である。
- 現状やこれまでの取組、さらにはアンケート調査等の結果などを基に、本市観光の「強み」と「弱み」について整理するとともに、本市観光の課題について、総合計画の施策の柱ごとに整理する。
- 本市の観光は、多くの観光客が何度も訪れる一方で、「滞在時間の延伸と、観光消費額単価の向上」が最大の課題である。

○ アンケート結果等による滞在時間と観光消費額単価の状況

- 本市の滞在時間は県全体と比較して短い
 - ・本市「5時間未満の滞在」75.6%
半日程度の滞在が多い
 - ・県全体「5時間未満の滞在」25.1%
半日以上の滞在が多い
- 本市の観光消費額単価は国や県と比較して低い
 - ・本市 10,814円
 - ・国 32,606円
 - ・県 28,838円

○ 本市観光の「強み」「弱み」

本市観光の主な強み	
内部要因	<ul style="list-style-type: none"> ● ラーメンやそばに代表される「食」 ● 飯豊山や雄国沼などの自然と四季折々の「花」 ● 「蔵のまちなみ」や歴史ある「神社仏閣・文化財」 ● 評価の高い日本酒や良質な農畜産物 ● グリーン・ツーリズムによる交流人口の創出 等
外部要因	<ul style="list-style-type: none"> ● インバウンド観光の推進 ● 国・県による大型の観光イベントの実施 ● 広域観光の推進 ● ICTの急伸 等
本市観光の主な弱み	
内部要因	<ul style="list-style-type: none"> ● 滞在時間が短く、観光消費額単価が低い ● 後継者など観光を担う人材の育成・確保 ● インバウンド受入体制整備 ● SNSなどの情報発信力、プロモーション力 等
外部要因	<ul style="list-style-type: none"> ● 全国的な観光振興の競争激化 ● 人口減少・少子高齢化による観光市場の変化 等

○ 本市観光の主要な課題

- 1 滞在時間の短い観光から滞在型・着地型観光へ
- 2 豊富な観光資源を存分に活用した観光の魅力づくり
- 3 地域特性を生かした誘客イベントによる交流人口の拡大
- 4 各種メディアを活用した情報発信力の強化
- 5 人材の育成と二次交通の充実等による受入体制の整備・充実
- 6 広域観光による魅力ある観光エリアづくりと外国人観光客の誘客
- 7 教育旅行における風評払しょく
- 8 ラーメンやそばの知名度を生かした更なる物産の振興

※平成30年度喜多方市観光動向及び消費額調査

3 本市観光の目指す姿（将来像）

- 本市観光の現状と課題を踏まえ、「滞在時間の延伸と、観光消費額単価の向上」を最大の課題とし、ビジョンにおける本市観光の目指す姿（将来像）を次の通り設定する。

「地域の資源（たから）が生きる、出会いと発見・感動あふれる観光のまち喜多方」
～ もっとゆっくり、もっとじっくり、もっと好きになるまち喜多方 ～

- 総合計画における5つの施策をビジョンの柱とし、目指す姿を実現するための施策とその方向性を体系的に示す。

将来像	施策の柱	課題	主な施策
地域の資源（たから）が生きる、 出会いと発見・感動あふれる観光のまち喜多方	【施策の柱1】 地域特性を生かした観光の魅力づくり	1. 滞在時間の短い観光から滞在型・着地型観光へ 2. 豊富な観光資源を存分に活用した観光の魅力づくり 3. 地域特性を生かした誘客イベントによる交流人口の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 滞在時間の短い観光から滞在型、着地型観光に向けて、宿泊観光の推進とニーズに対応した体験・周遊プログラム等の充実 ◆ 旧甲斐家蔵住宅を観光の拠点・情報発信の拠点とし、重要伝統的建造物群保存地区などの蔵の街並み等の文化的価値を生かした魅力的で快適なまち歩き空間の創出 ◆ 自然豊かな花々を誘客に生かす花でもてなす観光の推進 ◆ 地域特性を生かしたイベントや、飯豊山・雄国沼などの自然環境を生かしたアウトドア観光の推進
	【施策の柱2】 誘客宣伝活動推進と受入体制の充実	4. 各種メディアを活用した情報発信力の強化 5. 人材の育成と二次交通の充実等による受入体制の整備・充実	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ICT及び各種メディアを活用したより効果的な観光情報の発信 ◆ 誰もが訪れやすいおもてなしの心をもった観光人材の育成等による観光受入体制の充実 ◆ 交通事業者と連携した二次交通の充実 ◆ （一社）喜多方観光物産協会との協働による魅力的な観光受入体制の充実
	【施策の柱3】 広域観光と外国人誘客推進	6. 広域観光による魅力ある観光エリアづくりと外国人観光客の誘客	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 様々な機会を捉え、“もつとつながる”広域観光の更なる推進 ◆ 外国人観光客の受入体制の整備
	【施策の柱4】 グリーン・ツーリズムの推進	7. 教育旅行における風評払しょく	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 魅力ある多彩な体験プログラム等を活用した教育旅行の誘致 ◆ 友好都市や首都圏などの都市と農山村の交流 ◆ 効果的なPRと推進・受入体制の整備
	【施策の柱5】 物産の振興	8. ラーメンやそばの知名度を生かした更なる物産の振興	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ラーメンやそばの知名度を生かした物産PRの推進 ◆ こだわり逸品の販路拡大への支援 ◆ 首都圏自治体等との相互協力による物産の振興と関係人口の創出

4 観光振興の基本方針

【施策の柱1】 地域特性を生かした観光の魅力づくり

～ 豊富な資源を生かし・磨き上げ・魅力を創出 ～

(1) 滞在時間の短い観光から滞在型・着地型観光に向けて、宿泊観光の推進とニーズに対応した体験・周遊プログラム等の充実

- ① 観光消費拡大に向けて、日本酒を起点とした宿泊観光の推進
- ② ラーメン・そばを目的に来る方を対象とした体験・周遊プログラムの造成

(2) 旧甲斐家蔵住宅を観光の拠点・情報発信の拠点とし、重要伝統的建造物群保存地区などの蔵の街並み等の文化的価値を生かした魅力的で快適なまち歩き空間の創出

- ① 旧甲斐家蔵住宅を観光の拠点・情報発信の拠点とした観光誘客
- ② 重要伝統的建造物群保存地区などの「蔵」の魅力再構築
- ③ 新宮熊野神社長床などの歴史、文化資源の観光資源への活用

(3) 自然豊かな花々を誘客に生かす花でもてなす観光の推進

- ① 「花でもてなす観光」の各地区での展開
- ② 誘客効果の高い日中線だれ桜並木、三ノ倉高原花畑の魅力向上

(4) 既存の観光資源の磨き上げと新たな観光資源の発掘・活用による魅力の創出

- ① 蔵とラーメン・そばに代表される知名度の高い資源の磨き上げ
- ② 新たな観光資源となり得る資源の発掘・活用

(5) 地域特性を生かしたイベントや、飯豊山・雄国沼などの自然環境を生かしたアウトドア観光の推進

- ① 地域の特性を生かした各種イベントの継続・拡充・見直し
- ② 飯豊山・雄国沼などの豊かな自然を生かした他では体験できないアウトドア観光の展開
- ③ 年間を通じた三ノ倉スキー場の更なる利活用

【指標】

指標	現状値2019年度 (令和元年度)	目標値2026年度 (令和8年度)
観光客入込数 (総合計画)	2019年(令和元年) 1,828,705人	2026年(令和8年) 2,383,000人
宿泊者数 (総合計画)	2019年(令和元年) 63,830人	2026年(令和8年) 72,800人
市内滞在時間5時間 以上の観光客数の割合	18.2% (332,000人)	20.0% (476,000人)
冬期間観光客入込数	262,813人	342,000人

※「市内滞在時間5時間以上の観光客数の割合」の現状値は、平成30年度喜多方市観光動向及び消費額調査実施時の値
※「冬期間観光客入込数」は、12月～3月

【施策の柱2】 誘客宣伝活動の推進と受入体制の充実

～ 誰もが「行ってみたいくなる」まちづくり ～

(1) ICT及び各種メディアを活用したより効果的な観光情報の発信

- ① 観光に特化したホームページの作成等、タイムリーで信頼できる情報発信力の強化
- ② 旅行サイトや動画サイト等の各種メディアの活用
- ③ ターゲットを明確にした宣伝方法の実施

(2) 「蔵とラーメン・そばのまち」としての全国的知名度を生かした戦略的な観光プロモーションの推進

- ① 戦略的な旅行商品の造成
- ② 蔵とラーメン・そば等の強みを生かした観光誘客
- ③ 戦略的なプロモーションのための調査の実施

(3) 誰もが訪れやすいおもてなしの心をもった観光人材の育成等による観光受入体制の充実

- ① おもてなしの心をもった観光人材の育成
- ② 観光案内所等の観光受入体制の整備

(4) 交通事業者と連携した二次交通の充実

- ① 市内周遊・循環バスの運行充実
- ② 民間事業者と連携した二次交通の充実
- ③ JRイベント列車の乗り入れと併せた観光誘客

(5) すべての人が利用しやすい観光施設の適正管理

- ① 快適な観光インフラの整備
- ② 温泉施設や三ノ倉スキー場などの観光・産業関連施設の適切な維持管理

(6) (一社)喜多方観光物産協会との協働による魅力的な観光受入体制の充実

- ① 市と(一社)喜多方観光物産協会の役割の明確化
- ② 観光担い手の中核となる(一社)喜多方観光物産協会による観光振興

【指標】

指標	現状値2019年度 (令和元年度)	目標値2026年度 (令和8年度)
市ホームページPV数	98,544回	110,000回
観光案内所来所者数	105,988人	120,000人
周遊・循環バス利用者数	870人	1,500人

【施策の柱3】

広域観光と外国人観光客の誘客推進

～ 広域的・多角的な視点による観光誘客 ～

(1) 様々な機会を捉え、“もっとながる”広域観光の更なる推進

- ① 会津・置賜広域観光推進協議会等による広域観光の実施
- ② 近隣市町村間の連携による広域観光・交流事業の実施
- ③ 会津縦貫南道路の延伸などを活用した更なる広域観光の拡大

(2) 外国人観光客の受入体制の整備

- ① 東京オリンピック・パラリンピック、復興ありがとうホストタウン等を契機とした外国人観光客の誘客
- ② 交流のある外国都市を通じた外国人観光客の誘客
- ③ 無線LANや観光施設等の外国語表記等の整備と効果的な情報発信

【指標】

指標	現状値2019年度 (令和元年度)	目標値2026年度 (令和8年度)
外国人観光客数 (総合計画)	2019年(令和元年) 1,514人	2026年(令和8年) 3,900人
広域市町村による観光誘客事業等実施回数	26回	30回

※「広域市町村による観光誘客事業等実施回数」は、会津・置賜広域観光推進協議会等による観光誘客・物産振興事業の実施回数

【施策の柱4】

グリーン・ツーリズムの推進

～ 極上の田舎を生かした都市農山村交流 ～

(1) 魅力ある多彩な体験プログラム等を活用した教育旅行の誘致

- ① 首都圏の学校等に対する更なる風評払しょくの実施
- ② 自然資源を活用した体験メニューの拡充

(2) 友好都市や首都圏などの都市と農山村の交流

- ① 友好都市等との交流事業の実施
- ② グリーン・ツーリズムの推進による交流人口の拡大

(3) 効果的なPRと推進・受入体制の充実

- ① グリーン・ツーリズム推進キャラバンの実施
- ② 受入農家の拡充と受入体制の充実

【指標】

指標	現状値2019年度 (令和元年度)	目標値2026年度 (令和8年度)
グリーン・ツーリズム交流人口 (総合計画)	6,867人	13,900人
本市への移住件数 (総合計画)	103世帯(累計)	112世帯(累計)
教育旅行受入学校数	31校	60校
農業体験受入農家数 (うち農家民宿数)	140戸 (40戸)	160戸 (55戸)

※「本市への移住件数」は、相談窓口や移住促進のための制度を活用した移住の件数

【施策の柱5】物産の振興

～ 優れた地場産品を最大限に生かす ～

(1) ラーメンやそばの知名度を生かした物産PRの推進

- ① ラーメンやそばの更なる知名度向上
- ② 本市特産品のPR強化による知名度向上

(2) こだわりの逸品の販路拡大への支援

- ① 国内外を含めた販路拡大への支援
- ② 物産事業者による観光・物産PR
- ③ 物産事業者間の連携による新たな可能性への支援

(3) 首都圏自治体等との相互協力による物産の振興と関係人口の拡大

- ① 友好都市等との連携による物産展等の充実
- ② 物産展等への積極的な出展による関係人口の拡大

【指標】

指標	現状値2019年度 (令和元年度)	目標値2026年度 (令和8年度)
商談会への出展者数及び 商談会出展件数	国内3者 15件 国外4者 5件	国内7者 20件 国外7者 10件
輸出に取り組む事業者数	4社	7社
全国推奨観光土産品 審査会出品数	4品	10品
友好都市等と連携した 物産展出展回数	11回	15回

5 観光振興ビジョンの実現に向けて

- 本市観光の目指す姿（将来像）の実現を図るためには、観光に携わる様々な産業が目標を共有するとともに、それぞれの役割を認識し、連携して取り組んでいく必要がある。
- ビジョンの推進にあつては、行政のみならず、関係団体、観光関係事業者及び市民等との連携・協力により、ビジョンの効果的な推進を図る。
- ポストコロナ社会において観光や物産の振興を図っていくには、新たな視点での事業展開が必要であり、感染防止の基本である「新しい生活様式」を意識した取組を推進する。

楽しかったね。
またみんなで来よう
ね！



ここでは、蔵のまち
歩きを楽しむよ！



**地域の資源（たから）が生きる、
出会いと発見・感動あふれるまち喜多方**

市民・
市民団体

観光関連
事業者

**「もっとゆっくり」、
「もっとじっくり」、
「もっと好きになるまち喜多方」**

市

関係団体

喜多方でしか見る
ことができない絶
景に行こう！



喜多方ラーメン食
べた後は、体験に
参加しよう！

