

# ふくしまの観光の未来



福島県観光交流局長 橋本明良



2015年4月～6月  
ふくしまデザインレーションキャンペーン開催

# ○震災前と震災後の比較

## 福島県観光客入込状況

H22	H23	H24	H25
57,179千人	→ 35,211千人	→ 44,459千人	→ <b>48,315千人</b>
H23・H22比較		H24・H22比較	
△38.4%		→ △22.2%	
		→ <b>△15.5%</b>	

**県北**  
10,923 → 7,850 → 9,406 → **9,997**  
△28.1 → △13.9 → **△8.5**

**相双**  
5,384 → 1,153 → 1,395 → **1,483**  
△78.6 → △74.1 → **△72.5**

**会津**  
15,147 → 13,030 → 14,386 → **16,293**  
△14.0 → △5.0 → **+7.6**

**県中**  
8,253 → 5,131 → 6,354 → **6,789**  
△37.8 → △23.0 → **△17.7**

(注)震災後、飯館村、広野町、楡葉町、富岡町、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村の8町村で統計取れず。

**南会津**  
3,691 → 2,354 → 3,021 → **3,271**  
△36.2 → △18.2 → **△11.4**

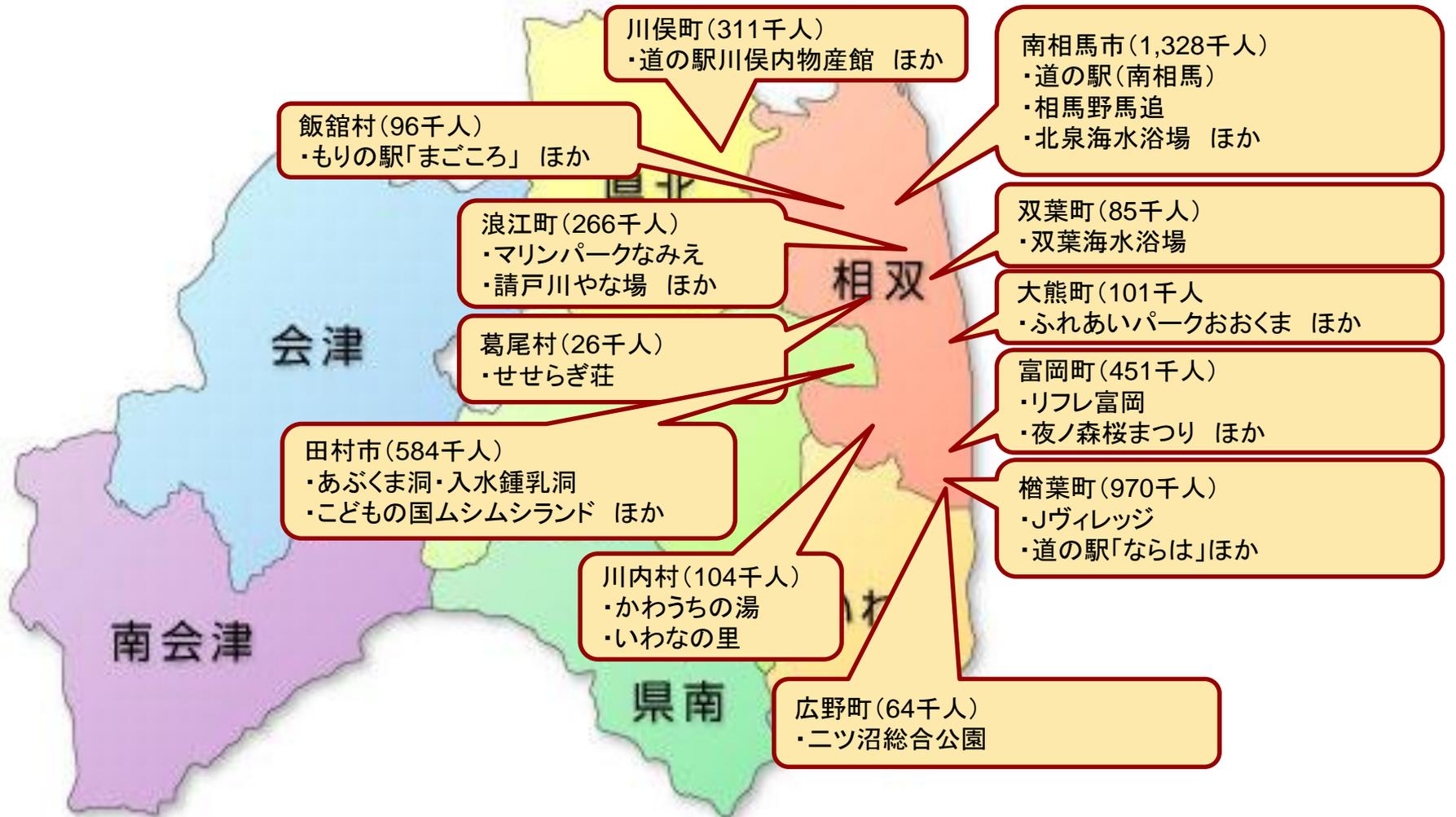
**県南**  
3,014 → 1,985 → 2,698 → **2,792**  
△34.1 → △10.5 → **△7.4**

**いわき**  
10,767 → 3,708 → 7,199 → **7,690**  
△65.6 → △33.1 → **△28.6**





# ○震災前(平成22年)の12市町村の観光





2015年4月～6月  
ふくしまデザインেশョンキャンペーン開催

# ○現状と課題

## ◆東京電力福島第一原子力発電所

廃炉まで  
長期間を  
要する

困難を極  
める汚染  
水処理

放射能に  
対する不  
安

○ 観光客の入込については、大河ドラマ「八重の桜」やプレDCなど継続的な復興キャンペーンの効果により、回復傾向が見られるが、県全体としては、震災前のレベルまでは回復していない状況（85%程度）である。

○ 特に教育旅行やインバウンドについては、原発事故の風評の影響が大きく、震災前の4割程度にとどまっており、より効果的な情報発信、誘客の取組が求められている。

○ 定住・二地域居住の推進については、放射線の不安による相談減少、社会貢献を希望する相談増などに加え、地方創生の動きも踏まえた状況の変化に対応した対策が必要。



# ○平成27年度の取組

## 柱

### ①観光復興キャンペーン



### ②インバウンド対策

### ③教育旅行の誘致

### ④定住・二地域居住の推進

## 関連事業

### ①観光復興キャンペーン関連事業

#### ・観光復興総合対策事業

—首都圏での七転び八起きPRキャラバン等の実施、アドバイザー派遣やワークショップ等による観光素材の発掘、磨き上げ、地域の核となる人材の育成、おもてなし研修会の開催、周遊観光対策、浜通り観光対策等

#### ・観光誘客プロモーション事業

—メディア等を活用した広報宣伝活動、IT等を活用した誘客対策、交通事業者と連携したプロモーション、団体バス等の経費補助等

#### ・デスティネーションキャンペーン推進事業

—本番DCの開催(平成27年4月～6月)及びアフターDCの準備事業等

#### ・スキーエリア誘客緊急対策事業

#### ・会議等誘致・交流促進事業

—研修・合宿実施、コンベンション開催への助成

### ②インバウンド関連事業

—主要市場におけるプロモーション、福島特例通訳案内士の育成・活用、外国人観光客の受入体制の強化

### ③教育旅行関連事業

#### ・教育旅行再生事業

—福島ならではの震災学習としての「語り部」の育成・強化、教育旅行モデルコースの造成・検証、教育旅行関係者の招へい、メディアを利用した教育旅行PR 等

#### ・教育旅行復興事業

—県外学校誘致のためのバス代の一部を補助

### ④定住・二地域居住関連事業

—10月17日(土)東京国際フォーラムにてふくしま大交流フェア開催、ふくしまファンクラブ会員(1万5千人)に向けた情報発信、移住等のための専門窓口の設置、田舎暮らしセミナーの開催 等



# ○将来の姿①～観光基盤の整備

2015年4月～6月  
ふくしまデザインেশョンキャンペーン開催

復旧・復興への取組＝本県独自の魅力＝観光資源へ  
【大前提】除染による空間線量の低減  
原発事故の収束



## ◆復旧・復興への取組

- ・イノベーションコースト構想  
→再生可能エネルギー産業、ロボット産業の集積
- ・Jヴィレッジの再開  
→日本代表や東京オリンピックの際の海外チームの合宿地
- ・復興祈念公園、震災アーカイブ等の整備
- ・常磐線全線再開(2017年春)  
→将来の複線化・高速化
- ・常磐道のIC増設(大熊IC、双葉IC)
- ・県環境創造センター、県浜地域農業再生研究センターの運用開始
- ・洋上風力発電(楢葉・広野沖)
- ・除染の徹底による既存観光地の再生

# ○将来の姿② ～観光復興に向けた取組



2015年4月～6月  
ふくしまステイネーションキャンペーン開催

12市町村へ観光客を誘導する取組が必要  
→12市町村でしか経験できないものをアピール  
→広域的な周遊ツアー等の企画商品化  
→観光を含めた交流人口の拡大

**風評の払拭**

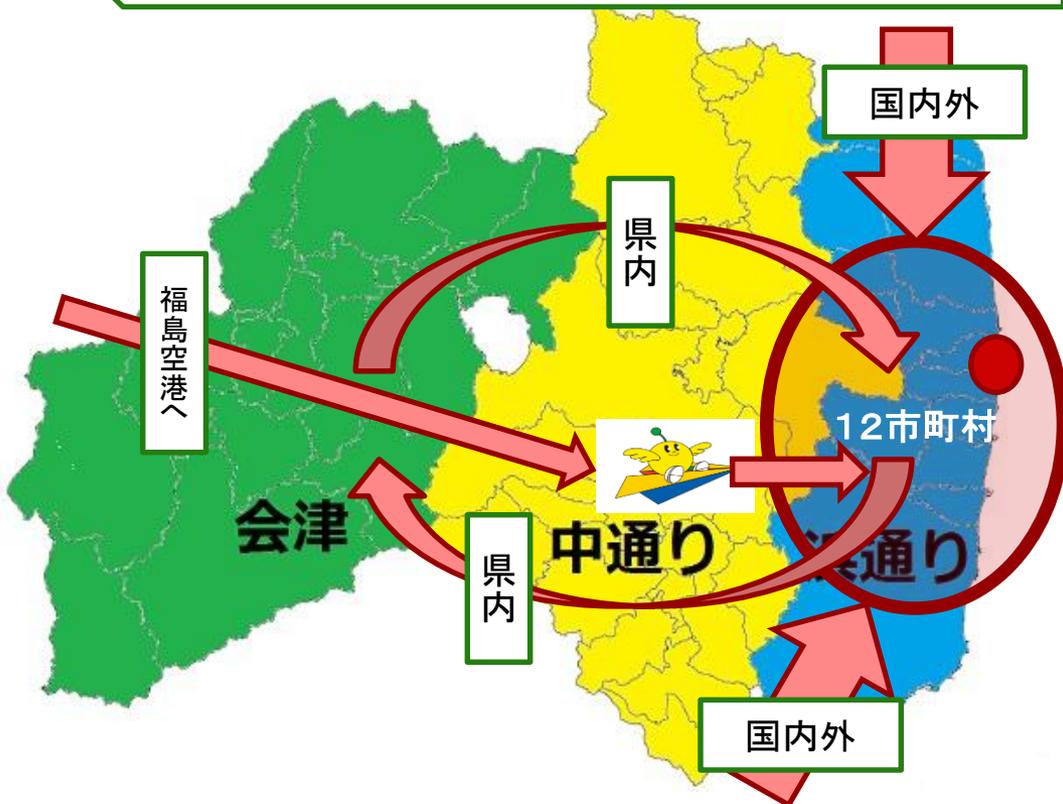
- ・国内外への正確な情報発信
- ・物産展等の開催による国内外への安全性のPR
- ・県外との交流人口の回復・拡大による本県の現状の理解促進

**復興に向けた施策**

- ・観光復興キャンペーンの実施
- ・芸術文化やスポーツの全国大会等の誘致
- ・国際会議等の誘致推進
- ・東アジア、東南アジアを始めとする外国人観光客受入体制の整備促進
- ・教育関係者招聘や官民一体となった誘致キャラバン、学校関係者への説明会の実施

多くの観光客が訪れるふくしま

12市町村に多くの観光客が訪れる



# ○福島県が観光で目指すもの

◆国内外から一人でも多くの方に“ふくしま”にお越しいただき、実際に「来て・見て・感じて」いただく。



◆そのためには、①復旧・復興の姿と、②本県でしか体験できない魅力を国内外に発信し、交流人口の拡大を図る施策が必要。

