



## 1. 観光戦略プランの概要（プラン本編 P.1～P.2）

### （１）プランの目的

平成23年の東日本大震災に起因する東京電力福島第一原子力発電所事故から約14年が経過した現在でも、村内居住者は発災前から大幅に減少している状況です。村の観光についても、観光資源の利用や観光施設の運営が困難となり、観光客数は急減しました。今後の村の賑わいや産業活性化の観点から、村民の郷土愛（かつらおプライド）を大切にしながら、村が培ってきた歴史と文化を未来につなげていく持続可能な葛尾村の観光モデルを達成させるため、葛尾村観光戦略プランを策定します。

### （２）プランの位置付け

本プランは、第五次葛尾村振興計画（令和5年4月策定）の【基本目標3 交流をもとに活力あふれる持続可能なむら】「第7章 活力ある豊かな暮らし」の「3 観光・交流の振興」に関する個別計画として策定するものです。

### （３）プランの期間

本プランの実施期間は、令和7年度から令和11年度の5年間とします。観光を取り巻く社会情勢や環境の変化に柔軟に対応しながら戦略的に取組を進めます。

## 2. 現状の課題（プラン本編 P.16）

### （１）村内における観光コンテンツの不足

村内には目玉となる観光コンテンツが少ないため、観光客による消費単価が上がりにくい状況にあります。商品開発に関しては、一部の事業者が個別に進めているものの、組織的な連携ができていないため、共同開発や販路強化等の観点で改善の余地があります。

### （２）マーケティングや情報発信が不十分

インターネットやSNSを活用した情報発信が不十分であり、村のPRが効果的にできていません。また、観光案内に関する資料が無いため、観光客に対して観光コンテンツを十分に紹介できていない可能性があります。さらに、観光振興に対して十分なマーケティングができておらず、新規顧客・リピーターに対する効果的な施策が実施できていません。

### （３）観光に対する意識不足及び観光推進体制が未整備

もともと観光産業の経済規模が小さかったため、村内全体の観光に対する意識は低い状態にあります。また、観光を推進する中心的組織や連携組織がないため、統一的・専門的な観光振興対策が取りにくい状況にあり、そのため村の文化継承の担い手不足につながっている可能性があります。



### 3. 基本戦略（プラン本編 P.18）

#### 【基本戦略1】葛尾村らしい観光コンテンツ開発

村内の既存観光資源を最大限に活用し、持続可能な村としての観光コンテンツを開発します。また、観光拠点であるもりもりランド・かつらお、せせらぎ荘、あぜりあの更なる活用を進めていきます。また、経済性・持続性を考慮しながら、先進的なアイデアを取り込むことで、唯一無二となる体験の提供を目指します。

#### 【基本戦略2】オンリーワン葛尾の知名度アップ

各種観光データの収集・分析に基づくマーケティングを実施することで、WEBの効果的な活用や紙媒体を通じた積極的な情報発信を進め、新たなファンの獲得に努めることで、移住や定住を希望する人々が増えることを目指します。

#### 【基本戦略3】一体となった観光推進体制づくり

村・地域事業者・村民が三位一体となって観光振興に取り組んでいくための推進体制を構築します。また、この推進体制をもとに観光客を受け入れる体制を充実させ、地域経済に資する観光産業の育成に取り組んでいきます。同時に、次世代の観光振興を担う人材育成にも取り組みます。

### 4. 基本戦略に係る施策内容（プラン本編 P.20～ P.29）

#### 「基本戦略1 葛尾村らしい観光コンテンツ開発」のための基本施策

##### 1-1 村の魅力を高める観光コンテンツの充実

##### 取組内容

##### ①既存観光コンテンツの充実

既存観光資源の磨き上げや組み合わせによるプラン充実等、あらゆる角度から観光コンテンツの充実を図ります。経済合理性の観点も加味し、持続可能なコンテンツに成長できるよう努めます。

##### ②新規観光コンテンツの開発

さらなる観光客の誘致を目指して、これまで実施したアンケートやヒアリング調査後のデータ分析及びワークショップの結果をもとに、4つのカテゴリーを想定したコンテンツ開発を行います。開発にあたっては、SDGsの理念を踏まえ、村にある素材をベースに実施することで、環境への配慮や村民の暮らしの維持・向上を考慮した、持続可能な観光振興への取り組みを進めます。

【新規コンテンツ開発イメージ】





## 1-2 特産品を活かした商品開発と販売強化

### 取組内容

#### ①地域資源の発掘・商品開発

地域事業者や関係大学機関等による既存商品の把握・分析を進め、地域の素材を活かした独自の商品を開発・提供することで観光客に新しい商品を提供します。

#### ②広域連携による販売強化

昆虫の聖地協議会や国道399号あぶくまロマンチック街道沿線自治体連絡協議会等の既存組織ともよく連携しながら、今後の販売や誘客の強化を進めます。

## 「基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップ」のための基本施策

### 2-1 マーケティングの強化

#### 取組内容

#### ①観光データの収集・分析

効果的なプロモーションに向けた設計を行うため、必要となるデータ収集・分析を行います。

#### ②効果的なプロモーション手法・内容の検討

商品やサービスを効果的にプロモーションするための手法を設計します。また、販売後のリピーター獲得に向けた仕組みづくりにも取り組みます。

### 2-2 情報発信と誘客

#### 取組内容

#### ①村ホームページの充実、紙媒体等の整備

村の観光情報を発信するため、紙媒体やWEBの整備・充実を図ります。具体的には、村内の観光地や特産品、関連施設等を網羅した観光マップ・パンフレットを作成します。また、村ホームページにおいて観光情報や移住・定住情報等の外向けの情報が分かりやすく発信できる仕組みづくりに取り組みます。

#### ②公式SNSの運用体制の構築

村の公式SNSアカウントを活用して、最新情報やイベント情報をタイムリーに発信します。村民による投稿等も推奨し、地域コミュニティとの連携を強化します。また、インフルエンサーとのコラボレーション等、より広範な顧客を求める戦略を行い、多くの潜在顧客にアプローチさせます。

#### ③村外も含めた観光案内看板等の設置

村内外の主要な場所において観光案内看板を設置し、観光客にわかりやすく情報を提供します。また、観光マップを含め多言語対応の案内情報を用意することで、外国人観光客への情報提供を強化します。



## 「基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり」のための基本施策

### 3-1 観光振興に対する人材育成

#### 取組内容

##### ①ワークショップの開催

観光に関する知識の習得、取組内容の検討及び村内の意識向上等のため、村・地域事業者・村民・移住希望者に向けた定期的なワークショップを開催します。

##### ②観光人材の育成

観光を生業として考えている地域事業者や観光客の受け入れに関心がある村民等に対し、接客の仕方に関する研修会の開催等、観光人材の育成に取り組みます。

##### ③地域おこし協力隊の活用

村内観光連携体制の設置・強化や、地域事業者として地域文化・産業継承を担う人材育成のため、地域おこし協力隊（移住して事業を起こす人材を支援する制度）の募集や移住・定住支援を強化します。

### 3-2 観光客の受け入れ体制及び環境の整備

#### 取組内容

##### ①観光振興に従事できる人員の確保

基本戦略1～3において観光振興に従事できる人員の確保に取り組みます。各種補助金制度やその他資金調達を含め、あらゆる可能性を模索して人員確保の計画を立てます。

##### ②観光関連施設の充実

民間の力を取り入れた積極的な運営を目指して、もりもりランド・かつらお、せせらぎ荘、あぜりあ等の施設に対し、指定管理者制度の活用を進めます。また、民泊の活性化を図ることで、村民と旅行者の交流を促進します。

##### ③観光拠点の設置

村内に観光拠点を設置することで、観光案内機能の強化に努めます。また、将来的なインバウンド観光客への対応も鑑み、外国人にも対応した観光案内所としての体制づくりを進めます。

### 3-3 村一体での観光推進体制の整備

#### 取組内容

##### ①観光関係者の横断的な連携組織の構築

村・地域事業者・村民が広く参加する形で観光を推進するため、連携組織を設置します。また、連携組織を中心に個別の取組に応じた部会を設置します。

##### ②広域連携体制の強化

連携組織を活用しつつ、福島県や近隣市町村等との広域連携を推進することで、商品の販路や観光コンテンツの開発を強化していきます。