

# 葛尾村 観光戦略プラン

(令和7年度～令和11年度)



# 観光戦略プラン策定にあたって



葛尾村は、豊かな自然と歴史ある文化を持つ美しい里山です。

平成23年の東日本大震災では未曾有の困難に直面し、復興にはまだ多くの課題が残されていますが、村民一人一人が力を合わせ、復興に向け一步一步前進し続けています。

葛尾村にとって観光の再生と発展は、未来を切り拓くために非常に重要な取組の一つであると考えています。観光は、地域経済を活性化させるだけでなく、私たちの誇る自然や文化、人を国内外に発信して、次世代につなぐ手段です。観光を通して、村民が誇りを持ち続けることができる地域社会を築くことが私たちの目標です。

葛尾村観光戦略プランは、第五次葛尾村振興計画を推進し、観光による持続可能な地域社会を実現するための道筋を示すものです。葛尾村の観光資源は、豊かな自然環境や美しい景観、歴史的遺産、伝統・文化的行事、そして村民の温かいおもてなしの心です。これらの資源を最大限に活用し、国内外からの観光客を迎え入れることで、地域経済の活性化を図りながら、観光を通して村民と訪れる人々との交流促進、相互理解と友好の輪を広げていきたいと考えています。

本プランが実現したあかつきには、全ての村民が「かつらおプライド」を持ち、葛尾村を愛し、全ての村民が自慢できる葛尾村となり、観光客が増えるだけでなく、関係人口の増加や移住者の定着につながるものと信じています。

観光事業は、村民、地域事業者、村が一体となって推進するものであり、それぞれが観光を推進する主人公です。村民の皆様や地域事業者の皆様のご理解とご協力を賜りながら、本プランを実現していきますので、葛尾村の未来を切り拓くために、共に歩んでまいりましょう。



結びに、本プラン策定にあたって賜りました関係各位のご尽力に対しまして、心より御礼を申し上げます。

令和7年4月

葛尾村長 篠木 弘



第1章	観光戦略プランの基本的な考え方	1
1.	観光戦略プランの目的	1
2.	本プランの位置づけ及び期間	1
3.	踏まえるべき外的要因	2
第2章	国・福島県の観光に係る状況	4
1.	国の観光施策及び国内観光の状況	4
2.	福島県内における観光の動向	6
第3章	村の観光を取り巻く状況	8
1.	村の概況	8
2.	観光に関する状況	10
3.	これまでの取組	12
4.	アンケート調査(令和6年8月~12月実施)	13
5.	ワークショップの実施(令和6年11月~12月実施)	15
6.	現状の課題	16
第4章	基本方針	17
1.	戦略で目指す将来像	17
2.	基本戦略	18
3.	施策体系	19
第5章	基本施策	20
1.	「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	20
2.	「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	24
3.	「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	27
第6章	戦略の推進にあたって	30
1.	戦略の推進体制	30
2.	戦略の進捗管理	31
	設定KPI毎の想定スケジュール	32
資料編		33
用語解説		80



## 1. 観光戦略プランの目的

葛尾村(以下「村」という。)は、豊かな自然や歴史的文化資源、村民の温かい人間性と暮らしが調和しており、それらが人々の心や人生を豊かにするとともに、地域経済と地域コミュニティの強化に寄与してきました。

しかし、平成23年の東日本大震災(以下「震災」という。)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、村内の一部地域は帰還困難区域として残っており、村内居住者は令和7年1月現在で457人と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。近年は徐々に回復していますが、震災前の水準には達しておらず、今後の村の賑わいや産業活性化の観点から、観光振興は重要な役割を担っています。また、村においてはさらに地域コミュニティの再生・強化、関係人口や移住・定住人口増加への貢献にとどまらず、観光振興を通じた村民の郷土愛(かつらおプライド)の醸成等、村の持続的な発展にもつながることが期待できます。

現在、村では人口減少・少子高齢化や生活様式の変化による地域の担い手不足、地域コミュニティの衰退等が、観光産業や村の文化自体の継承・発展に影響を及ぼしています。さらには、新型コロナウイルス感染症の拡大による観光需要の激減と社会変化が、人々の暮らしや働き方、そして旅の仕方を急速に変化させ、村の観光を支えてきた事業者等に深刻な影響を与えました。

今後、直面している危機から回復し、新たなステージに対応するためには、あらためて観光振興の意義を振り返り、外部データや知見、過去の取組を統合・発展させつつ、村が培ってきた歴史と文化を未来につなげていく新たな観光モデルが必要です。それこそが「持続可能な葛尾村の観光」であり、村民生活と観光の調和の下、新しい観光モデルを達成させるため、葛尾村観光戦略プラン(以下「本プラン」という。)を策定します。

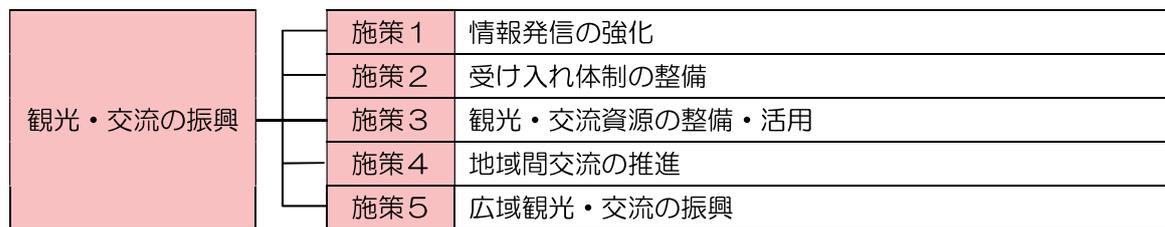
## 2. 本プランの位置づけ及び期間

### (1) 本プランの位置づけ

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。



### ◇施策の体系



第五次葛尾村振興計画「第7章活力ある豊かな暮らし」「3観光・交流の振興」「施策の体系」から引用

## (2) 本プランの期間

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。

## 3. 踏まえるべき外的要因

### (1) 自治体の状況と課題

現在、多くの自治体は人口減少や少子高齢化から地域経済の縮小に直面しています。また、地域経済の縮小はさらなる人口減少や少子高齢化につながるため、悪循環が加速するリスクも危惧されています。

一方、都市部では求人数が多く、平均所得も地方より高いため、安定した仕事や生活を求めて地方から移住する若者が多い状況です。その影響により、都市部では待機児童や混雑の増加といった問題が顕在化しています。地方自治体の課題は、都市部の社会問題にもつながっているため、日本全体が抱えている課題と言えます。

そのため、観光振興を考える上では、人口減少や少子高齢化といった多くの自治体が抱える課題の解決につながる、地域経済の再生のための一つ的手段として、経済性のある取組が重要です。

### (2) 震災からの復興

平成23年の震災及び東京電力福島第一原子力発電所事故の発生から約14年が経ち、村民の帰還や産業の復興は村にとって重要課題の一つです。このうち、早期の課題解決が困難なものは長期的な目線で取り組んでいくことが重要であり、今後の観光振興は、これらの課題にも取り組みつつ、活力あるむらづくりを目指すことが求められます。



### (3) 持続可能な開発目標(SDGs)の推進

持続可能でよりよい世界を目指すための国際目標として定義されているSDGsの理念を踏まえ、観光振興が地域と地球環境に貢献する形を目指していくことが重要です。また、今後の「持続可能な葛尾村の観光」を確立するためには、環境への配慮やエコツーリズムの推進、村民の暮らしの維持・向上を考慮していく必要があります。

#### 観光振興が貢献するSDGsの目標項目

- ◇ 4「質の高い教育をみんなに」
- ◇ 8「働きがいも経済成長も」
- ◇ 11「住み続けられるまちづくりを」
- ◇ 15「陸の豊かさも守ろう」



出典：国際連合広報センター 17のSDGsアイコン



## 1. 国の観光施策及び国内観光の状況

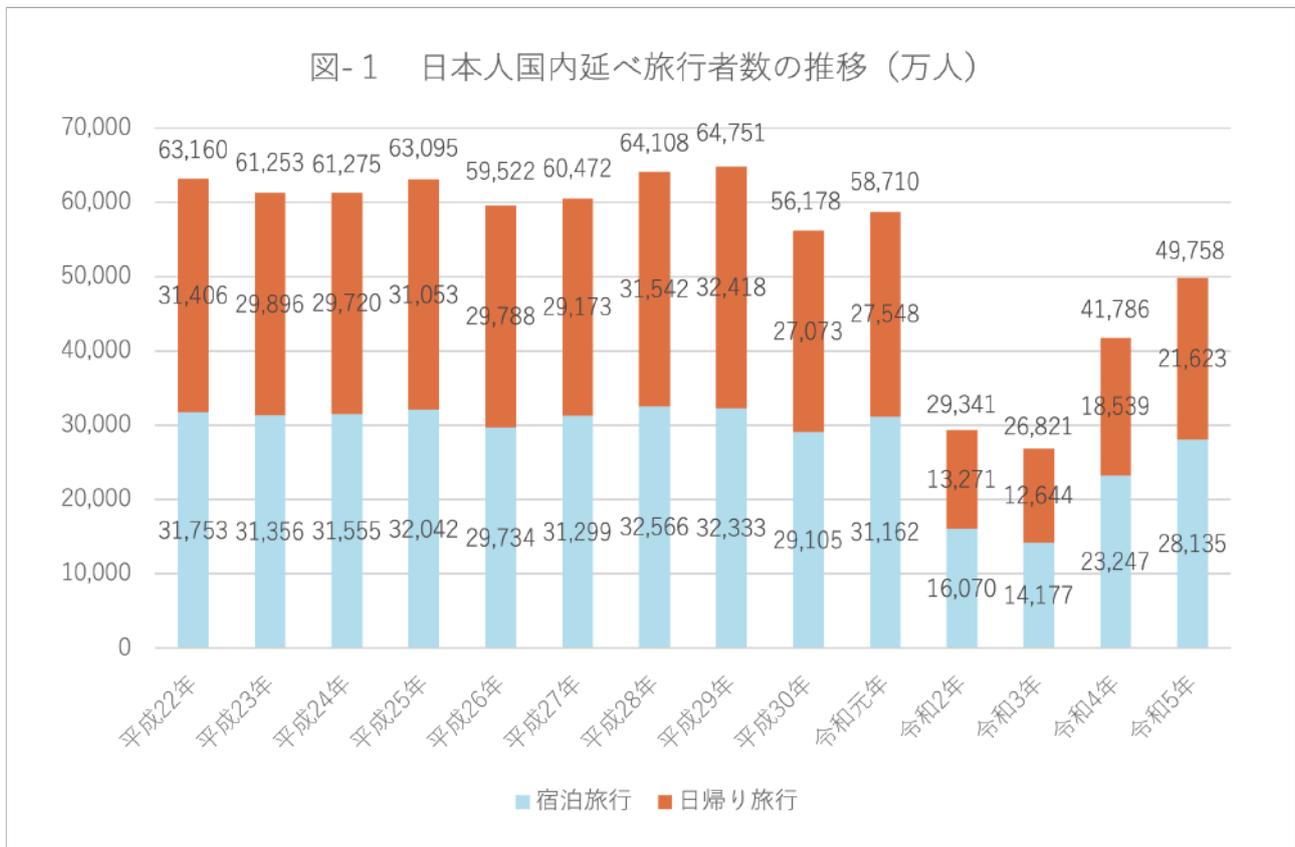
### (1) 観光立国推進基本計画

国では、昨今の新型コロナウイルス感染症の影響から観光産業の復活を目指して、事業継続や雇用維持への支援、感染拡大防止対策の徹底等、観光産業の回復を図るための様々な施策を打ち出しています。

平成19年1月から施行されている観光立国推進基本法に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな観光立国推進基本計画が閣議決定されました(令和5年3月31日閣議決定)。この基本計画では、「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、「持続可能な観光地域づくり戦略」「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」を基本的な方針としています。

### (2) 国内観光の状況

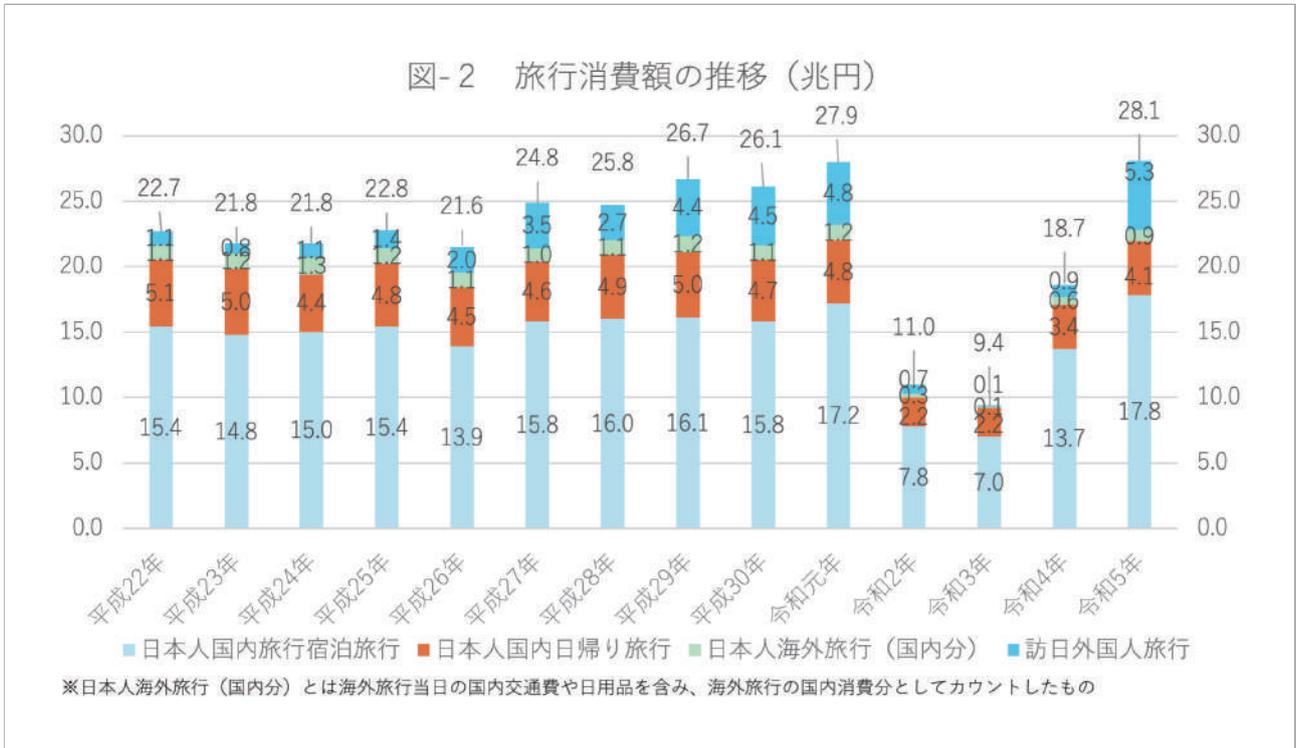
日本人の国内旅行者数は、令和5年で延べ4億9,758万人(うち宿泊旅行者が延べ2億8,135万人、日帰り旅行者が延べ2億1,623万人)となっています。



出典:国土交通省観光庁 旅行・観光消費動向調査



また、日本人の国内旅行消費額は令和5年で21.9兆円（うち宿泊旅行が17.8兆円、日帰り旅行が4.1兆円）となっており、日本人の国内旅行において、宿泊旅行消費額は新型コロナウイルス感染症の拡大前の段階より増加しているものの、日帰り旅行消費額や宿泊・日帰り旅行者数については回復に至っていない状況です。



出典：国土交通省観光庁 旅行・観光消費動向調査

一方、令和5年の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の影響からの回復が顕著で増加傾向にあります。また、令和5年の訪日外国人旅行消費額についても5.3兆円と増加傾向にあり、個々の訪日外国人旅行者の消費意欲が向上していることを示しています。



出典：日本政府観光局（JNTO）訪日外国人旅行者統計

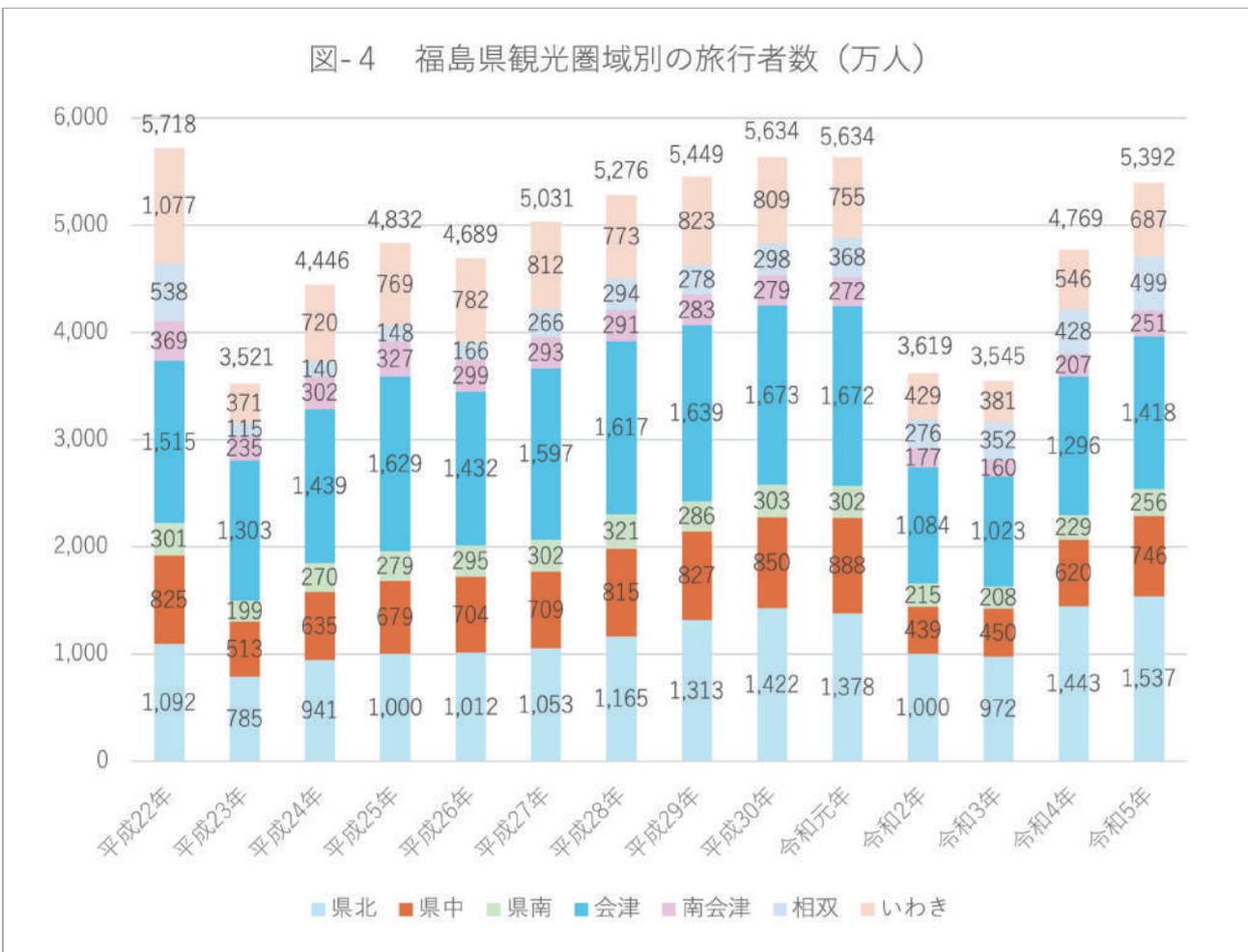


## 2. 福島県内における観光の動向

### (1) 旅行者の状況

福島県の令和5年の旅行者数は延べ5,392万人で、令和4年に比べて623万人増加と回復傾向にあります。コロナ禍前(令和元年比)では242万人減少、震災前(平成22年比)では326万人減少と、過去の水準に達していません。

令和5年の福島県観光圏域別旅行者数では、「県北圏域」が1,537万人と全体の約30%を占め、次いで「会津圏域」が1,418万人となっています。また、コロナ禍前(令和元年)と比べると「県北圏域」が159万人増加、「相双圏域」が131万人増加となっており、その他の圏域では減少しています。さらに震災前(平成22年比)では、唯一「県北圏域」が445万人増加しており、それ以外の地域は旅行者数が減少しています。

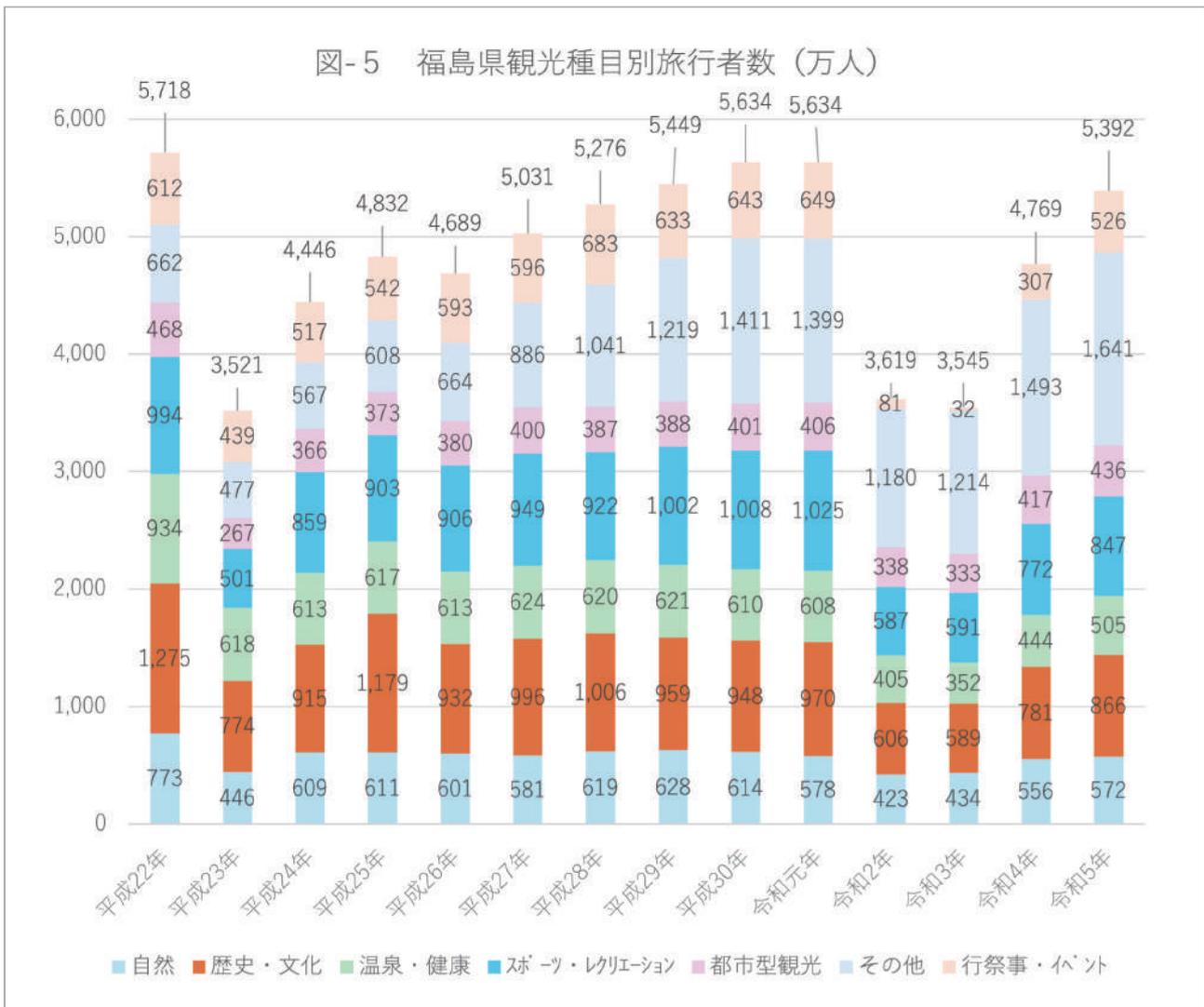


出典: 福島県観光客入込状況



## (2) 種目別の旅行者数

令和5年における福島県内の種目別旅行者数は、「その他(道の駅等)」が1,641万人、次いで「歴史・文化」が866万人、「スポーツ・レクリエーション」が847万人の順となっています。コロナ禍前(令和元年)との比較では、「都市型観光」が30万人増加、「その他」が242万人増加、それ以外の種目は減少しています。また、震災前(平成22年)との比較では、種目別で唯一「その他」が979万人増加となっており、「自然」や「歴史・文化」といった観光資源を目的とした観光から、近年では旅行者ニーズが多様化してきているものと考えられます。



出典: 福島県観光客入込状況



### 1. 村の概況

#### (1) 地勢

村は、福島県浜通りに位置するのどかな山村で、双葉郡の北部にあり、東西18.6km、南北8.6kmの広がりを持っています。北西の県立自然公園日山(標高1,057m)、南の県立自然公園五十人山(標高883m)等の山々に囲まれ、村の面積84.37km<sup>2</sup>のうち8割強は森林です。

西から東に流れる野川川は、北西から流れる葛尾川と落合地区で合流し、南東方向に流れ、やがて高瀬川、請戸川、太平洋へと注いでいます。村の集落は、これらの河川の沿岸に形成され、村中心部の標高は約450m、最も高い場所にある集落の標高は約700mと高く、高原地帯の中に住居が点在しています。

明治22年4月、町村制度の実施により上野川、野川、落合、葛尾の4か村が合併して村が誕生しました。平成23年3月11日に発生した震災に伴う福島第一原子力発電所事故の影響により、一時は全村避難を余儀なくされましたが、平成28年6月12日に帰還困難区域を除く区域において避難指示が解除されました。また、令和4年6月12日には、帰還困難区域のうち特定復興再生拠点区域の避難指示が解除されましたが、特定復興再生拠点区域以外の区域における帰還・除染等については、現在も住民や国との話し合いが続けられています。

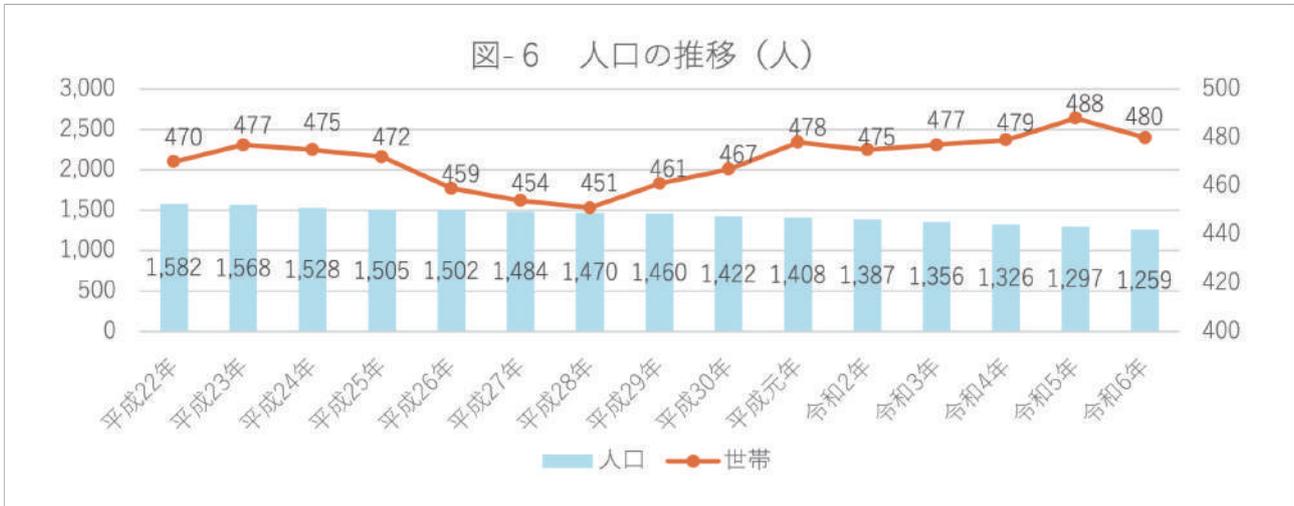


現在の村の様子



## (2) 人口の状況

村の総人口は、平成22年の1,582人から徐々に減少しており、令和7年1月1日集計時点では466世帯1,216人(村内居住者457人、避難者736人)と約15年で366人(23%)減少、避難者は全村民の約60%になっています。



出典：葛尾村住民基本台帳(各年4月1日現在)



出典：葛尾村住民基本台帳(各年4月1日現在)

## (3) 産業の状況

村の主産業は農業と畜産業です。水稻、葉たばこ、畜産(和牛、乳牛、養鶏等)、及び野菜等の生産を行ってきましたが、米の生産調整や葉たばこ農家の後継者不足等、農業の継続が難しい状況から、現在では水稻、畜産(牛・酪農・養鶏・羊・ヤギ等)、花卉、陸上養殖(エビ)等を主産業として、湯ノ平や広谷地に立地する産業団地への企業誘致も推進しています。



## 2. 観光に関する状況

### (1) 村内観光関連資源

村は、県立公園である日山(天王山)や五十人山、葛尾川、高瀬川溪谷等、豊かな自然に囲まれています。また、森林公園もりもりランド・かつらおや宿泊交流館せせらぎ荘、復興交流館あぜりあ等は村の観光拠点になっています。

村内の既存観光資源としては、次のものが挙げられます。

<b>自然観光スポット</b>	日山(天王山)、五十人山、高瀬川溪谷、竜子山(葛尾小富士)、手倉山、蟹山、傘石、クリムゾンクローバー等
<b>文化的資源</b>	郷土文化保存伝習館、葛尾大尽屋敷跡公園、磨崖仏、磯前神社、八幡神社、薬師寺、観福寺、浪江森林鉄道跡等
<b>村のイベント・祭り</b>	かつらお恵みの感謝祭、ツール・ド・かつらお、盆踊り、社寺祭礼、三匹獅子舞、宝財踊り等
<b>観光関連施設</b>	もりもりランド・かつらお、せせらぎ荘、あぜりあ等

### (2) 観光拠点の利用状況

村の観光状況を把握するためには、主要な観光拠点の利用者数を確認する必要があります。各観光拠点の過去の利用状況は以下のとおりです。

#### ◇ もりもりランド・かつらお

令和5年の宿泊人数は1,281人、その他の利用(日帰り利用等)は813人でした。震災前比では、宿泊者が138.5%増加していますが、その他利用は66.9%減少となっています。



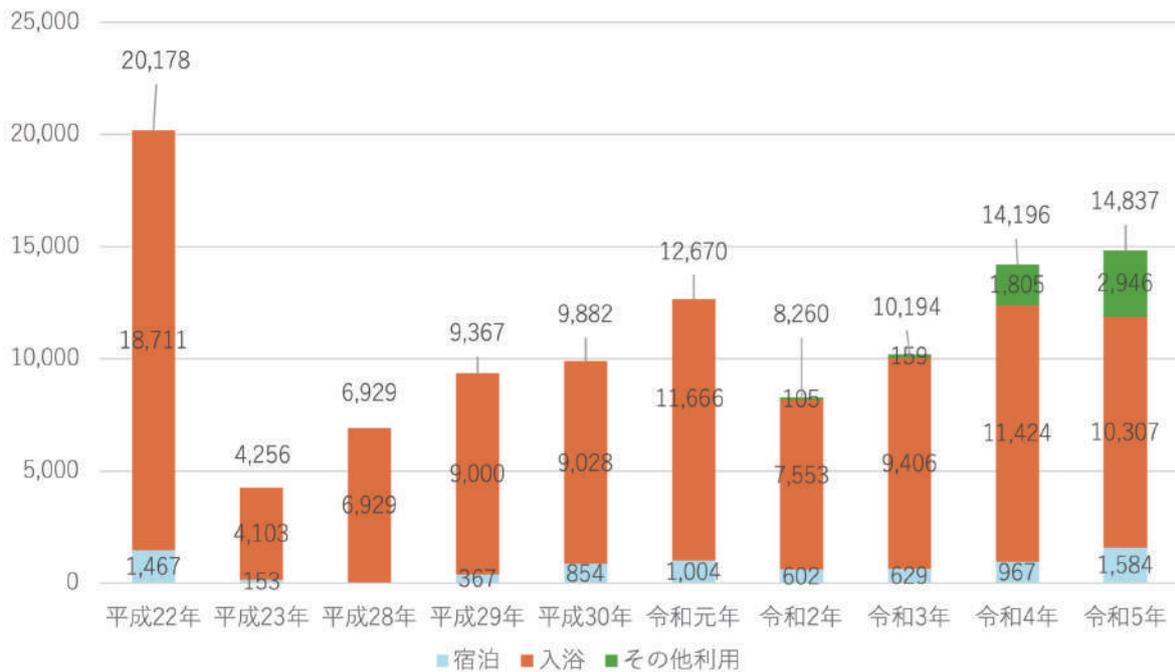


### ◇ せせらぎ荘

令和5年の宿泊人数は1,584人、入浴利用者数は10,307人、その他の利用者数は2,946人でした。震災前比では、年間宿泊人数が8.0%増加、入浴利用者数は44.9%減少となっています。



図-9 せせらぎ荘の利用者数（人）



※令和元年以前はその他利用なし 平成28年は宿泊利用者なし

### ◇ あぜりあ

令和5年の利用者数は24,638人であり、施設が開設した平成30年比では、74.3%増加となっています。



図-10 あぜりあの利用者数（人）





### 3. これまでの取組

#### (1) 観光資源の開発・保全

村内の観光資源開発のため、観光関連施設の開設のほか、登山道や公園の整備等を実施しています。個別の取組内容は以下のとおりです。

- ◇ 日山(天王山)、五十人山の登山道整備(平成5、17年度)
- ◇ 活性化センターみどりの里ふれあい館の開設(平成11年度)
- ◇ 森林公園もりもりランド・かつらおの開設(平成12年度)
- ◇ 宿泊交流館せせらぎ荘の開設(平成14年度)
- ◇ 葛尾大尽屋敷跡公園の整備(平成19年度)

#### (2) 情報発信・受け入れ体制の強化・整備

村外に向けた観光振興に係る取組として、各種企画の実施や交流施設・お試し住宅等の開設を実施しています。個別の取組内容は以下のとおりです。

- ◇ 関東圏等での特産品の販売促進(物産展等)
- ◇ 村ホームページの開設(平成10年度)
- ◇ 村公式イメージキャラクター「しみちゃん」を活用したPR(平成28年度～)
- ◇ 復興交流館あぜりあの開設(平成30年度)
- ◇ 空き地・空き家の調査、公表(平成30年度～)
- ◇ 公式SNS(YouTube / X)の開設(令和3年度)
- ◇ 移住生活体験住宅「お試し住宅」の運用(令和3年度～)

#### (3) 地域間交流・広域観光の促進

地域間交流や広域観光の促進のため、これまで交流事業の実施や広域観光に係る協議会等に加盟しています。個別の取組内容は以下のとおりです。

- ◇ かつらお自然の恵み感謝祭スタート(平成9年度)
- ◇ 高瀬川地域づくり協議会への参画(平成17年度～)
- ◇ 村での体験民泊・グリーンツーリズムの実施(平成29年度～)
- ◇ 昆虫の聖地協議会、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への参画(令和5年度～)





## 4. アンケート調査(令和6年8月～12月実施)

村の観光振興に関するアンケートを、村民や施設利用者(対象施設:もりもりランド・かつらお、せせらぎ荘、あぜりあ)、村内の事業者等に対して実施しました。

「村内観光資源の魅力」に対する回答項目では、三者ともに「自然景観」が最多、また、施設利用者と事業者等の回答では「食文化」「特産品」が上位にありましたが、村民の回答では下位でした。

「観光客を増やす取組」に対する回答項目については、三者ともに「インターネットやSNSを活用した情報発信」や「宿泊施設の充実」が上位にありました。

「観光振興の取組における改善点」に対する回答項目については、「観光推進体制の整備」や「観光資源の充実」に関する意見が多く寄せられました。

### 村内観光資源の魅力

村民	施設利用者	事業者等
自然景観 20	自然景観 100	自然景観 25
伝統的な祭りやイベント 8	食文化 39	食文化 15
遺跡 5	特産品 38	村民の人間性 15
村民の人間性 5	村民の人間性 33	特産品 13
食文化 4	伝統的な祭りやイベント 30	伝統的な祭りやイベント 12
観光施設 3	文化・風習 20	文化・風習 7
特産品 3	観光施設 13	遺跡 6
文化風習 2	歴史的建造物 11	歴史的建造物 5
歴史的建造物 1	遺跡 7	観光施設 2
その他 2	その他 11	その他 3

### 観光客を増やす取組

村民	施設利用者	事業者等
インターネットやSNSを活用した情報発信 14	宿泊施設の充実 64	宿泊施設の充実 18
宿泊施設の充実 12	インターネットやSNSを活用した情報発信 62	インターネットやSNSを活用した情報発信 16
観光案内所の設置 11	イベントの開催 56	イベントの開催 13
道路や交通の整備 9	道路や交通の整備 25	道路や交通の整備 10
イベントの開催 5	観光案内所の設置 16	観光案内所の設置 7
その他 5	その他 10	その他 7



### 「観光客を増やす取組」「観光振興の取組における改善点」に対するアンケート・ヒアリング回答の一部抜粋

#### < 村民 >

- 村内の観光振興の為、観光協会、推進委員会等の連携体制が必要。
- 村民・役場・事業者と一緒に検討できる様な推進体制が必要。
- 村内に遊ぶ場所がない。ハイキングコースの整備等。
- 湧き水伝説等、村内に出る水を大切に活用したい。
- いわき・郡山・福島からそれぞれ1時間の強みを活かして、アウトドアビギナーを狙うのはどうか。

#### < 施設利用者 >

- 村内の名所をはじめ、観光資源の案内表示を工夫すると、葛尾村に訪れやすいかも知れない。
- 村の資源である、溪谷・山等の自然環境を活かした観光プランが良いのではないかな。
- 登山の推進により、宿泊や入浴の需要が出るのではないかなと思われる。
- 知名度の高い石井食堂を基軸に、大盛目当ての訪問客をそのまま村内施設に誘致する工夫が有効ではないかな。

#### < 事業者等 >

- これまで無かった観光者を受け入れるための体制(人材育成等)が必要。
- 村民・移住者・村内企業の理解、村民等の主体性の醸成、身の丈にあった計画が必要。
- 養殖エビ、メルティシープ、胡蝶蘭等、村内の特産品を活かした観光振興施策の検討が必要。
- 多様な虫や動物、植物等、写真撮影等の案内ができるのではないかな。
- 凍み餅を使ったスイーツ、綺麗な水の活用等、村の財産を使った新たな食文化の創造。



## 5. ワークショップの実施(令和6年11月～12月実施)

村の観光振興に村民の声を反映させることを目的として、自由応募方式により参加者を募り、全3回のワークショップを開催しました。

### 【観光アイデア】

5つの班に分かれて実施した「村の観光アイデア出し」では、一人20個以上の観光アイデアを書き出す課題が行われ、多い人で40個以上のアイデアを出されていました。これらについて班ごとにカテゴリー分けを行ったところ、全体で16に分類され、「自然」(5票)、「食」(4票)、「体験」(4票)等が上位にありました。

班	村の観光アイデア	順位	分類
1	食、人、自然、施設・店、アクティビティ、学校、食べられるかも？	1	<b>自然</b> 類似分類: 里山の自然、自慢の場所等
2	村の物語(新・旧)、道、里山の自然、観光コンテンツ、チャレンジ、その他	2	<b>食</b> 類似分類: 美味しいもの
3	自慢の場所、美味しいもの、行ってみっぺ、見てみっぺ、知っぺ、会ってみっぺ、アクティビティやってみっぺ、集まっぺ、馬	3	<b>アクティビティ</b> 類似分類: ○○っぺ、イベント等
4	自然、観光スポット、食、静かさ、歴史、原発事故による被災	4	<b>物語</b> 類似分類: 歴史等
5	食、教育、文化、自然、イベント、施設、○○がない	5	<b>施設</b> 類似分類: 店等

### 【ワークショップの総括】

参加者は自らの意思で参加しているため、誰かにやって欲しいという意見よりも「○○したい」という主体的な意見が多い傾向にありました。中でも、村内のコンテンツを「食」でつなぐアイデアや、小中学生の意見を取り入れる「教育連携」に関するアイデアは、実効性の高い具体的な内容となっていました。加えて、自ら提案したアイデアが記録されるだけでなく、それを実行していくことに対する期待の声も多く聞かれました。



## 6. 現状の課題

震災以降、村外へ避難した村民の帰還は進んでおらず、過去の活気は失われている状況です。また、村内に観光関連施設はあるものの、村外から観光客を呼び込めるような強力な観光コンテンツが無い状況です。

これらの状況やアンケート及びヒアリング調査で得た定量的・定性的な結果から、村の観光における課題として以下のものが考えられます。

### (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。さらに、村民が観光資源を十分に把握できていないため、観光客に対して自信を持って村内観光をアピールできていない傾向にあります。

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、そこから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。



### 1. 戦略で目指す将来像

観光振興に向けて様々な取組を進めてきましたが、前述のような課題が生じている状況を踏まえ、本プランの実行を通して村の魅力を村・地域事業者・村民があらためて自覚し、その魅力を活かした観光戦略を推進していくことが重要です。そのため、これを進めるにあたっては、以下の項目が達成される状況になることを目指します。

#### (1) 村民が自信を持って村を紹介できること

村民が自分たちの村を愛し、その魅力を積極的に発信することで、訪れる人々に村の素晴らしさを伝えることができる地域社会を目指します。また、これにより村全体のブランド力を高めます。

#### (2) オンリーワンとしての観光体験の提供

他地域との競争ではなく、村独自の魅力を追求し、オンリーワンとしての観光地を確立します。村特有の文化や自然を大切にし、それを観光の柱に据えることで、訪れる人々に唯一無二の体験を提供します。

#### (3) 自然・歴史文化・村民性の活用

村の豊かな自然と深い歴史文化、そして温かな村民性を観光資源として最大限に活用します。村を訪れた人々に観光資源を体感してもらう（価値を共有する）ことで、観光客にとって魅力的な観光地にしていきます。

#### (4) 先進的な商品開発の推進

村の特産品や観光商品開発において、先進的で斬新なアイデアを取り入れます。既に観光客向けのインフラ等が整備されている他の地域と競うのではなく、ランチェスター戦略をベースに地域の素材を活かし、他にはない独自の商品開発を推進します。

#### (5) 移住・定住の促進

観光を通して村の魅力を知ってもらい、訪れた人々が村のファンとなることで、移住・定住を希望する人々が増えることを目指します。これらを通じた地域の活性化と人口増加に取り組みます。

#### (6) 次世代を担う人材の育成

観光振興に対する取組を通して、村の持続的な発展につなげるべく、次世代を担う観光人材の育成に取り組みます。



## 2. 基本戦略

前述のとおり、村内の既存観光資源を最大限に活用した、村ならではの観光コンテンツの開発・提供等を通して、村の関係人口や移住・定住人口の促進を目指すことが重要です。これらを推進するために、以下の基本戦略に基づいた取組を実施していきます。

### (1) 【基本戦略1】葛尾村らしい観光コンテンツ開発

自然・歴史・文化・人・特産品等、村内の既存観光資源の磨き上げを図り、それを最大限に活用しながら、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。

観光コンテンツの開発にあたっては、経済性・持続性を考慮しながら、ランチェスター戦略に基づき先進的なアイデアを取り込むことで、村を訪れる人々に対して唯一無二となる体験の提供を目指します。

### (2) 【基本戦略2】オンリーワン葛尾の知名度アップ

観光振興のためには、観光客のニーズをよく見極め、そのニーズに基づくサービスや商品等を提供していく必要があります。そのため、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、ニーズに合わせた観光振興を進めていきます。

また、村独自の魅力をアピールしていくために、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。

### (3) 【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、村における観光振興を継続的な取組としていくため、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、観光振興の取組が村民の郷土愛を醸成するきっかけとなるように努め、次世代の観光振興を担う人材育成にも取り組みます。



### 3. 施策体系

基本戦略	基本施策	取組内容
1 葛尾村らしい 観光コンテンツ開発	1-1 村の魅力を高める 観光コンテンツの充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既存観光コンテンツの充実</li> <li>○ 新規観光コンテンツの開発</li> </ul>
	1-2 特産品を活かした 商品開発と販売強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 地域資源の発掘・商品開発</li> <li>○ 広域連携による販売強化</li> </ul>
2 オンリーワン葛尾の 知名度アップ	2-1 マーケティングの強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光データの収集・分析</li> <li>○ 効果的なプロモーション手法・内容の検討</li> </ul>
	2-2 情報発信と誘客	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 村ホームページの充実、紙媒体等の整備</li> <li>○ 公式SNSの運用体制の構築</li> <li>○ 村外も含めた観光案内看板等の設置</li> </ul>
3 一体となった 観光推進体制づくり	3-1 観光振興に対する 人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ワークショップの開催</li> <li>○ 観光人材の育成</li> <li>○ 地域おこし協力隊の活用</li> </ul>
	3-2 観光客の受け入れ体制 及び環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光振興に従事できる人員の確保</li> <li>○ 観光関連施設の充実</li> <li>○ 観光拠点の設置</li> </ul>
	3-3 村一体での 観光推進体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光関係者の横断的な連携組織の構築</li> <li>○ 広域連携体制の強化</li> </ul>



前述の基本戦略を実現するため、以下の基本施策に基づく取組を実施します。

### 1. 「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

村内の既存観光資源を活かして、継続性・経済性及び村と親和性のある観光コンテンツの開発を目指します。開発にあたっては、村内資源を分析し掛け合わせることで、独自性の有るコンテンツの充実を目指し、観光関連施設や民間による観光事業にも有効活用されるよう努めます。

#### 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。

##### 例1 フットパス事業との連携

###### ● フットパス×お試し住宅

福島県復興探究フットパスで設定された村内コースは、せせらぎ荘やあぜりあを含めた歩く観光ルートであり、このルートに特産品購入や食事、自然豊かな情景等を加味した形での磨き上げを行います。また、村内の滞在先として、移住生活体験住宅「お試し住宅」を活用することで、交流・移住定住人口の増加を図ります。

##### 例2 企業研修・視察等との連携

###### ● せせらぎ荘×企業研修・視察

村内既存施設と、せせらぎ荘等の宿泊施設を活用し、村外企業の研修や、学生等のスポーツ合宿所として利用を促進します。また、村内企業への視察受け入れによる宿泊施設の利用促進に努めます。

##### 例3 クリムゾンクローバーの圃場

###### ● クリムゾンクローバー×WEBプロモーション

村ののどかな原風景に映える真っ赤な絨毯となる花畑は非常に評価が高いため、WEB経由でのプロモーションを強化し、周知期間を早める等で観光客の誘致につなげます。また、現地で消費活動が起こるような施策を実施します。



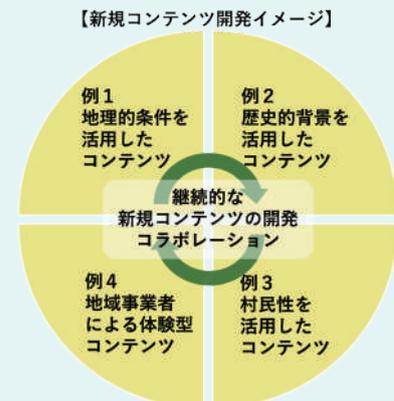
#### 例4 葛尾大尽屋敷跡公園の活用

##### ● 葛尾大尽屋敷跡公園×イベント

村の歴史的背景及び緑・紅葉の名所として知られる公園であるため、見どころの説明においてテクノロジーを駆使した再現や、季節に応じたイベントを開催します。

### 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。



#### 例1 地理的条件を活用したコンテンツの開発

村の起伏に富んだ地形と、年間を通じて比較的気温が低い地理的条件を活かしたコンテンツの開発に取り組みます。また、開発にあたっては、県内の主要都市からの立地特性を活かして、村が旅の目的地となるような開発を進めます。

##### ● 起伏に富んだ地形×アドベンチャーツーリズム・スポーツツーリズム

サイクリングコースの整備や昆虫イベント、森林・水資源を活用したコンテンツを開発します。これに伴い、観光関連施設であるもりもりランド・かつらお、せせらぎ荘、あぜりあ等との連携を進めます。

#### 例2 歴史的背景を活用したコンテンツの開発

村の歴史的な背景を活かしたコンテンツの開発に取り組みます。

##### ● 歴史×イベント

能狂言の開催や葛尾大尽屋敷跡公園でのお宝探しイベント等、村と関連したコンテンツ開発を進めます。

#### 例3 村民性を活用したコンテンツの開発

村の温かい村民性を活かしたコンテンツの開発に取り組みます。

##### ● 温かな村民性×郷土料理

村民とのふれあいを重視したイベントの開催や地元食材を使った郷土料理の提供、これと併せた食事付き宿泊プラン等を開発します。



#### 例4

### 地域事業者による体験型コンテンツの開発

地域事業者と連携しつつ、観光体験型のコンテンツを開発します。開発にあたっては、各体験型コンテンツの連携促進に努めます。

#### ●ワークショップ×アイデア

令和6年度に実施したワークショップにて検討した内容を参考に、村ならではの体験型コンテンツの開発を進めます。

班	観光のアイデア	観光プラン案
1	食、自然、施設・店、アクティビティ等	<b>金華山登山</b> 伝承に基づく登山ツアーでリピーター獲得
2	村の物語、道、里山の自然、挑戦等	<b>たそがれプラン</b> 何もしない贅沢を味わう滞在宿泊プラン
3	自慢の場所、美味しいもの、馬等	<b>水源探し</b> 葛尾川等の水源とされる場所を探す体験
4	自然、観光スポット、食、静けさ、歴史	<b>エビパーク訪問ツアー等</b> 村の食に焦点を当てた体験型観光
5	食、教育、文化、自然、イベント等	<b>葛尾4名山登山ツアー</b> 宿泊で滞在時間を延ばし地域経済を潤す狙い

※ワークショップ実施内容は後述の資料編に記載しています

#### 1-1の目標値：最低限実施する項目(KPI)

- ◆ 観光コンテンツの充実：5件
- ◆ 観光コンテンツの開発：5件

#### コラム 葛尾中学校の生徒の皆さんによる観光アイデア

村の観光振興セミナーにおいて、中学校の探究学習の時間で検討を重ねた「観光で村を盛り上げる」アイデアを生徒の皆さんから発表いただきました。村民アンケートやヒアリングにおいても「若い世代のアイデアを活かしてほしい」という意見も多く聞かれており、中学生の堂々とした発表に会場内は感心しきりでした。

#### アイデア事例

- ① 凍み餅アレンジ料理大会等の村民アンケートによるイベントの実施
- ② 古民家カフェの開業とSNSによる情報発信
- ③ 村特産品を活用した料理教室
- ④ 村民総出で「ごんぼっば」を集め、凍み餅を大量生産して世界進出
- ⑤ 高齢者施設でダンス教室を開催し、SNSで動画配信を行う

※事例発表の詳細は後述の資料編に記載しています



## 1-2 特産品を活かした商品開発と販売強化

村では、凍み餅、米、羊肉、えごま、蕎麦、しいたけ等、地域に根ざした特産品が作られてきました。村民が日常的に生産し、食している地域の産品が、観光客にとっては非日常体験と成り得る観光資源であることをあらためて認識し、豊かな食文化を活かした観光の推進に取り組みます。また、開発した商品は「ふるさと納税」返礼品としての活用を進めます。

### 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。関係大学機関としては、村と連携協定を締結している東北大学や福島大学、日本大学、郡山女子大学等を想定しています。

なお、「食」に関連する商品については、地域事業者の相互連携を促進させることで販売の強化につなげるとともに、例えばあぜりあにおいてキッチンカーで提供を行う等、村の「食」を楽しめるコンテンツの開発にも努めます。

#### ● 既存開発商品

##### 例1 エゴマアイス

葛尾村産のエゴマをカップアイスにした商品。福島市のハニービーと郡山女子大学とのコラボレーションした商品。



##### 例2 おこりんぼさんのそーす

葛尾村産トマト「すずこま」と南相馬市小高区の唐辛子を使用したアラビアータソース。



#### 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。

#### 1-2の目標値：最低限実施する項目(KPI)

◆ 地域の素材を活かした独自の商品開発：5件



## 2. 「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

観光振興における競争力を得るためには、オンリーワンとなる商品の販売が重要です。そのため、継続的な定量データの収集・分析を通して効果的なプロモーション手法を導入します。導入にあたっては、観光庁が発行するガイドライン等を参考にし、観光マーケティングにおける基礎的なプロセスに沿って取組の設計を行います。なお、実施にあたっては前述の連携組織が推進していくことを想定し、村が側面的な支援を行いながら実行します。

#### 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。

##### 例1 内外の環境分析

外部環境分析	村外の環境状況等を確認し、それによる村への影響度を評価
内部環境分析	村内の現状や活用できる資源を確認し、村の強みと課題を把握

##### 例2 STP分析

セグメンテーション(S)	旅行者ニーズを基に、種類別に旅行者を分類
ターゲティング(T)	分類した旅行者の中から、ターゲットとする旅行者を特定
ポジショニング(P)	村の位置づけを明確にし、旅行者に提供できる価値を明確化



## 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。

### 例1 4P分析

Product (商品・サービス)	村で提供する商品・サービスを検討
Price (価格)	商品・サービスの価格を設定
Place (販路・場所)	商品・サービスの提供方法の決定
Promotion (プロモーション)	商品・サービスの販売促進方法を検討

### 例2 顧客管理システム

顧客情報を管理し、リピーターを獲得するためのシステムを導入します。

#### 2-1の目標値：最低限実施する項目(KPI)

- ◆ データ収集及び分析：1回 / 年 (毎年更新)
- ◆ プロモーション手法の設計：1回 / 年 (毎年更新)



## 2-2 情報発信と誘客

観光客を呼び込み、観光を通して地域活性化を進めるためには、情報発信において「何を」「誰に」「どうやって」伝えるかを明確に行い、多様化した観光客ニーズに対応した情報を継続的かつ高頻度に発信することが重要です。そのため、情報発信体制の整備と戦略的な情報発信を進めます。

### 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。それらを村ホームページにも掲載することで、観光客の観光意欲を高めます。

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。併せて、検索エンジンを最適化させることでWEB上での見つけやすさを向上させます。

これらの取組において、村公式イメージキャラクター「しみちゃん」のさらなる活用を進めます。

#### 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、ハッシュタグキャンペーン等を通じて観光客が自ら情報を拡散する仕組みを作ります。さらには、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。

#### 2-2の目標値：最低限実施する項目(KPI)

- ◆ 村ホームページの改修・見直し：1件 / 年
- ◆ 公式SNSでの投稿：150件 / 年
- ◆ 観光案内媒体の作成：1件 / 年



### 3. 「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

観光振興においては、村・地域事業者・村民が主体的に取り組み、観光への意識向上に努めることが重要です。また、継続的な観光振興となるよう、地域の文化継承の担い手や、観光客をもてなすための地域人材の育成に取り組みます。

#### 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。

#### 3-1の目標値：最低限実施する項目(KPI)

- ◆ 観光に関するワークショップ：1回/年
- ◆ 観光に関する研修会：1回/年
- ◆ 地域おこし協力隊採用：3名以上



## 3-2 観光客の受け入れ体制及び環境の整備

継続的な観光振興のためには、地域事業者及び村民の連携による受け入れ体制や環境の整備が重要です。そのため、観光振興につながる以下の3つの取組について協議・実行を進めます。

### 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

観光関連施設の充実及び経営改善に伴う村財政安定化や、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。

#### 3-2の目標値：最低限実施する項目(KPI)

- ◆ 従事できる人員の確保：1名以上
- ◆ 指定管理者制度の活用：2施設以上
- ◆ 観光案内所の設置：1箇所

#### コラム 小規模自治体における民泊の活用

旅の多様化が進み、国内外を問わず旅慣れた旅行者は人混みを避け地方に目を向けています。求められているのは、静けさや唯一性のみではなく、体験、そして何よりも人々との交流が評価を高めています。その観点からも民泊活用は村民ヒアリング調査で最も多く聞かれた「人の良さ」が活かされる施策であると考えられます。

#### 国内における事例

- ・ 奈良県山添村(国指定史跡にある旅人と村人が交流できる宿)
  - ・ 富山県上市町(不自由と田舎の日常を楽しめる宿)
- ※国土交通省観光庁資料「民泊の特性を活用した事例集」より



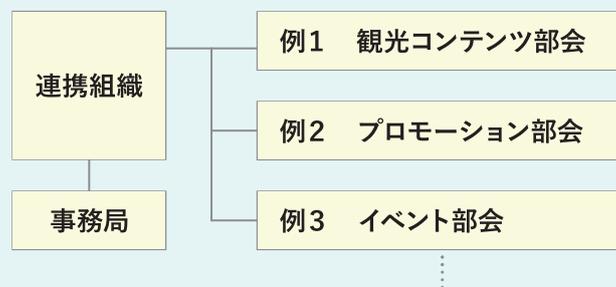
### 3-3 村一体での観光推進体制の整備

村の観光振興のためには、地域事業者による横断的な取組が必要です。一方で現在、村には観光振興のための横断的な連携体制が存在しません。そのため、観光振興のための組織を構築することで、競争力のある観光推進管理・マーケティングを進めていきます。また、本組織が新規参入事業者等を積極的に受け入れていくように努めます。

#### 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（観光コンテンツ部会、プロモーション部会等）を設置します。



<b>構成案</b>	連携組織：観光推進全般の検討、意思決定 事務局：全体調整、事務管理 部会：連携組織で決定された個別取組に対する関係者会議
<b>想定スケジュール</b>	令和7年度：連携組織の構築に向けた準備・検討協議・組織発足 令和8年度：各部会の発足 令和9～11年度：運営・稼働
<b>財源の確保</b>	公的な資金頼りにならない、持続可能で観光振興に資する資金調達方法や財源を確保

##### 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。

#### 3-3の目標値：最低限実施する項目(KPI)

- ◆ 連携組織の設立：1件
- ◆ 各部会の発足：2部会以上



### 1. 戦略の推進体制

本プランの推進にあたっては、推進主体となる村・地域事業者・村民が緊密に連携し、村に観光を根付かせるという目的を共有して進めることが重要です。今後の推進にあたっては、以下の役割が考えられます。

#### (1) 村の役割

##### ① 本プランの着実な実施と進捗状況の確認

本プランに記載している取組内容の着実な実施と、全体スケジュールに沿った進捗状況の管理を行います。

##### ② 国や福島県、他の自治体の観光施策の動向把握

村内の調整のみならず、国や福島県、他の自治体の観光施策の動向を常に注視し、関連補助金等の戦略推進に必要な情報を取得します。

##### ③ 地域事業者との連携推進

村の観光振興を一体感ある取組とするため、地域事業者と調整を行い、観光振興のための連携組織の設立を進めます。

#### (2) 地域事業者の役割

##### ① 魅力ある観光事業の実施

観光による村内収益を増加させるため、村内の関係者と連携しながら、観光コンテンツの開発・拡充等の魅力ある観光事業の実施に努めます。

##### ② 質の高いサービスの提供

上記に加えて、消費者や観光客が求める商品開発に取り組み、観光客のリピートにつながる高品質なサービスを提供します。

##### ③ 主体的な観光情報の発信と取得

観光情報を主体的に発信することで、観光客の目に触れる機会を増やすとともに、最新の観光情報の取得にも積極的に取り組みます。

#### (3) 村民の役割

##### ① 積極的な村のPR

村に愛着を持つ村民が自身のふるさと愛を主体的に発信し、村の魅力の周知に努めます。

##### ② 観光客受け入れと交流機会への参加

観光客を受け入れるため、まずは受け入れに関する学びを深め、自らが主体的に交流機会に参加するよう努めます。

##### ③ 「かつらおプライド」の向上と次世代への継承

先代から受け継ぎ、自らも深めた「かつらおプライド」を次世代へとつなぐため、持続可能な観光コンテンツの創出や人材育成に積極的に関わります。



## 2. 戦略の進捗管理

### (1) PDCAサイクル

本プランにおける観光振興への取組を実現するためには、継続的な進捗管理による取組の実行・振り返り・改善が必要です。各基本施策における取組状況の把握や定期的な評価、関係者間で意見交換等を行うのと同時に、取組内容の見直しや追加等を行っていきます。また、評価にあたっては、本プランで定めた目標値(KPI)を活用し、短期・長期での比較を実施の上で公表します。



### (2) 村内アンケートの定期実施

観光振興に係る意識について、定期的に村内アンケートを実施することで、現状の把握や分析、施策への反映に活用します。同時に、本アンケートを通じて村内の観光振興に対する意識の向上に努めます。

### (3) 個別イベント等での指標活用

個別に行われるイベント等では、前月対比、昨年対比、計画対比等の指標を活用し、分析結果を次回以降の取組に活かしていきます。



## 設定KPI毎の想定スケジュール

基本戦略	基本施策	No.	KPI(目標値) 最低限実施する項目	実施者 (実施主体:◎、支援:●、参加協力:○)				実施時期(計画5か年)					
				村	連携 組織	地域 事業者	村民	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	
1 葛尾村らしい 観光コンテンツ 開発	1-1 村の魅力を高める 観光コンテンツの 充実	1	観光コンテンツの充実： 5件	◎	◎	●	○						
		2	観光コンテンツの開発： 5件	◎	◎	●	○						
	1-2 特産品を活かした 商品開発と販売強化	3	地域の素材を活かした 独自の商品開発：5件	●	◎	◎	○						
2 オンリーワン 葛尾の 知名度アップ	2-1 マーケティングの 強化	4	データ収集及び分析： 1回/年(毎年更新)	●	◎	○	○						
		5	プロモーション手法の設計： 1回/年(毎年更新)	●	◎	○	○						
	2-2 情報発信と誘客	6	村ホームページの 改修・見直し：1件/年	◎	●	○							
		7	公式SNSでの投稿： 150件/年	●	◎	○							
		8	観光案内媒体の作成： 1件/年	◎	●	○							
3 一体となった 観光推進体制 づくり	3-1 観光振興に対する 人材育成	9	観光に関する ワークショップ：1回/年	●	◎	○	○						
		10	観光に関する研修会： 1回/年	●	◎	○	○						
		11	地域おこし協力隊採用： 3名以上	◎	●	●							
	3-2 観光客の 受け入れ体制 及び環境の整備	12	従事できる人員の確保： 1名以上	◎	●								
		13	指定管理者制度の活用： 2施設以上	◎	●								
		14	観光案内所の設置：1箇所	◎	●								
	3-3 村一体での 観光推進体制の 整備	15	連携組織の設立：1件	◎		○	○						
		16	各部会の発足：2部会以上	●	◎	○	○						



## 1. 葛尾村観光戦略プラン策定委員会

## 葛尾村観光戦略プラン策定委員会 委員名簿

(順不同・敬称略)

	分野	所 属	役 職	氏 名
1	行政区	行政区長会	会長	猪狩 省造
2	農業	農業委員会	会長	松本 文男
3	商工	商工会	会長	松本 貞幸 (令和6年11月7日 逝去)
4		商工会	経営指導員	遠藤 正紀
5	教育	葛尾中学校	校長	横田 和典
6	地域団体	(一社)葛尾むらづくり公社	事務局長	米谷 量平
7		(一社)葛力創造舎	代表理事	下枝 浩徳
8		女性会	会長	猪狩 もよ子
9	一般	公募		松本 哲山
10		公募		松延 紀至
11		公募		吉田 健
12	復興庁	福島復興局	復興局次長	樋本 諭
13	福島県	福島県観光交流局観光交流課	課長	小野 一浩
14		福島県相双地方振興局	主任主査	佐藤 良作
15		(公財)福島県観光物産交流協会	観光部長	笠井 真梨
16	有識者	東北学院大学	教授	柳井 雅也
17	オブザーバー	副村長		松本 弘
18		総務課	課長	松本 正則
19		復興推進室	室長	安齋 朱美
20		住民生活課	課長	島 崇徳
21		教育委員会	教育長	松本 忠孝
22		教育委員会	次長	岩谷 一登
23		議会事務局	局長	太田 順一郎
24	事務局		課長	菅野 雅弘
25		地域振興課	係長	吉田 将則
26			地域づくり推進係	杉本 誠



## (1) 令和6年10月18日 第一回葛尾村観光戦略プラン策定委員会開催

### 第一回 葛尾村観光戦略プラン策定委員会 実施概要

日 時：令和6年10月18日（金）午後1時30分～午後3時30分  
場 所：葛尾村民会館 大ホール

#### 【内容等】

- ・ 村長あいさつ：葛尾村村制施行100周年を迎え、これまで先人たちが築き上げた文化を次世代につなげる義務があることや、葛尾村の一番の財産である村民の人柄の良さなどを観光施策にも活かしていきたいといった旨のあいさつ。
- ・ 委員委嘱：代表者の猪狩行政区長へ村長が委嘱状を手交。その後に各委員より自己紹介。
- ・ 委員長選出：東北学院大学の柳井先生が本委員会の委員長に決定。
- ・ 議題（1）葛尾村観光戦略プランの策定について：村から本プランの位置付けの説明や、本年度取得しているアンケート結果を説明。その後、葛尾村の観光における課題について説明を行い、各委員より意見をいただいた。
- ・ 議題（2）今後のスケジュール等について：村から観光戦略プラン策定に向けた全体の進め方を説明。その後、今後のスケジュールや第二回委員会の視察内容について説明。
- ・ 各議題において、委員の承認を得た。

#### 【意見抽出】

##### 【体制面】

- ・ 観光推進をなぜ進めるのか、また観光のゴールを明確にすることが重要。
- ・ この地域に住み暮らす事業者が観光施策を受けてどこまで儲けたいのかを考慮すべき。
- ・ 計画だけでなく、実行することの旗振り役や運営体制、実施者まで落とし込むべき。
- ・ 観光をみんなでやれるような場づくり、情報の共有、知恵の場を作ること。

##### 【観光資源】

- ・ 葛尾村で一番大事なところは「自然」。観光客が「食」を味わえる体験が欲しい。
- ・ 「食」を入口に葛尾村の歴史や自然も発信できる。畜産に向けた気候がある村として、「食」を通じて「歴史・文化」を伝えていく、など。
- ・ 尖った人や目線が鋭い人などに、惹きつける何かを発掘してもらう流れも大事。

##### 【整備】

- ・ 民泊制度の導入など、村に来た方をもてなしてあげられるような場所ができるとうい。
- ・ 安全な観光のための環境整備。
- ・ 観光客に宿泊してもらうための整備。

##### 【その他】

- ・ デザインやブランディングなども駆使して素材を商品化する。
- ・ アントレプレナーシップ（起業家精神）的な視点。



(2) 令和6年11月14日 第二回葛尾村観光戦略プラン策定委員会開催

第二回 葛尾村観光戦略プラン策定委員会  
(丸森町への視察) 実施概要

日 時：令和6年11月14日(木) 午前8時20分～午後5時30分

視 察 先：宮城県丸森町内の関連施設

選定理由：観光計画を保有し、葛尾村に近い立地特性と学べる要素を持つ福島県外の自治体

時間	カテゴリー	場所
8:20	集合	葛尾村役場前
8:30	移動	移動
10:00	集合	丸森駅前
10:00	移動	移動
10:10	見学	①蔵の郷土館齋理屋敷
10:40	講話	(②あぶくまの里山を守る会)
11:10	散策	周辺散策(観光案内所、陽だまり工房、八雄館など)
11:40	移動	移動
11:55	食事	④あぶくま荘
12:35	講話	(③古民家宿まるもり/まるもりビレッジ)
12:55	見学	
13:25	移動	移動
13:30	見学/講話	⑤不動尊公園キャンプ場 /丸森サウナ
14:10	移動	移動
14:30	見学/講話	⑥4X4 FIELD 4駆村
15:00	移動	移動
15:15	見学/講話	⑦いなか道の駅 やしまや
15:45	移動	移動
16:15	解散	丸森駅前
17:45		葛尾村役場前

【参加者アンケート結果(コメント抜粋)】

- 観光はやはり地域の人ですので、人づくりの視点も必要かと感じる良いツアーでした。
- 葛尾にもいい観光資源と、いい人材があるのだと再確認できた視察でもありました。
- 委員や関係者がどう感じ、改善提案など、変化を起こしていけるかが鍵だと思います。
- やりたいことを仕事にしている、行動力のある人達を地域が応援していく、そういう取組が交流人口の拡大に繋がっていくのだと思いました。
- 葛尾村らしい観光戦略を立て、連携して実行できるような体制や工夫を考えていきたい。
- 情報発信が大切であることを再認識。
- 規模感が近く、葛尾村にどう落とし込めるかイメージがしやすい視察だったと感じた。
- 各施設に携わる人達が自分事として、本気度、やる気を感じられました。
- そこまでアクセスが良くなく、人口も多くない町での取組だったので、葛尾村が観光施策を行う上でのヒントはたくさんあったように感じた。 など



### (3) 令和6年12月20日 第三回葛尾村観光戦略プラン策定委員会開催

## 第三回 葛尾村観光戦略プラン策定委員会 実施概要

日 時：令和6年12月20日（金）午後1時30分～午後3時30分  
場 所：葛尾村民会館 大ホール

#### 【内容等】

- ・ 委員長あいさつ：観光戦略プランの骨子（案）が示される会議であること、自分たちの村でできることを主語にし、村を訪れる人がどう思うか、という視点や近くのライバルとどう競うのかという視点を持った上で、戦略プランを考えていこうといった旨のあいさつ。
- ・ 議題（1）委員会・ワークショップの振り返り：第一、二回目の委員会では、各委員から頂いた意見の紹介や視察した丸森町の事例に触れ、第一、二回目のワークショップの振り返りでは、「今だけ、ここだけ、あなただけ」といったキーワードや村の素材を引き出すこと、ターゲットの話などを共有し、各委員より感想をいただいた。
- ・ 議題（2）観光戦略プラン骨子（案）について：骨子（案）として作成したものを第一章から説明し、各委員より意見をいただいた。
- ・ 議題（3）委員からの共有資料：横田委員より「葛尾中学校での取り組み」、川村委員（佐藤代理）より「あぶくまロマンチック街道での取り組み」、松延委員より「エビのアミューズメントパーク化構想での取り組み」など3委員より資料の説明をいただいた。
- ・ 議題（4）今後のスケジュール等について：パブリックコメントや第四回委員会などのスケジュールについてスケジュールを説明。
- ・ 各議題において委員の承認を得た。

#### 【意見抽出】

##### 【委員会、ワークショップの振り返り】

- ・ 葛尾村と丸森町が共通する点が結構あった。
- ・ ファンやリピータの方をうまく巻き込んでいる点が参考になった。
- ・ やる人が大事で起業家や複数人でやる経営なども検討していけると面白い。
- ・ ワークショップについて、これだけ人口が少ない中で参加者が多く、これだけ村にはプレイヤーがいるところを感じた。

##### 【観光戦略プラン骨子（案）に対して】

- ・ 村の体制として、兼務ではなく、観光係長の設置などを検討しても良いのではないかと。
- ・ 人材育成の文脈や既存施設を活かす文脈や、計画の目的部分に、移住定住要素を入れて考えていく必要があり、良い戦略はもちろん、持続的、効果的に取り組む必要がある。
- ・ 形式的でフォーマルな計画になっており、県や国の動向などではなく、村がこれからどうやっていくか、そのためにどうしていきたいかをしっかり記載すべきなのではないかと。
- ・ カタカナ語や難しい表現で分かりづらい部分がある。



## (4) 令和7年2月19日 第四回葛尾村観光戦略プラン策定委員会開催

### 第四回 葛尾村観光戦略プラン策定委員会 実施概要

日 時：令和7年2月19日（水）午後1時30分～午後3時30分  
場 所：葛尾村民会館 大ホール

#### 【内容等】

- ・ 委員長あいさつ：葛尾村の地域プレーヤーが官公庁の表彰を受け、村には可能性があり、今後も一般の村民の方と連携して観光スタイルを作ってほしいというメッセージ。観光戦略プランの確定によって、これからがスタートである旨のあいさつ。
- ・ 議題（1）第三回葛尾村観光戦略プラン策定委員会・ワークショップ等の振り返り：第三回の委員会、第三回のワークショップ、観光振興セミナーについて内容や参加者からの意見などを共有した。
- ・ 議題（2）葛尾村観光戦略プラン（案）に対する委員からの意見及びパブリックコメントの対応方針について：委員やパブリックコメントの意見を反映し、葛尾村観光戦略プラン（案）として作成したものについて、変更が顕著な第4章、第5章を重点的に委員会内で確認し、意見の反映結果や意図など、改めて各委員より意見を徴収した。
- ・ 当日配布した「葛尾村観光戦略プラン（修正案）」の「案」を取る形で、篠木村長へ手交、村長施行日については、委員会を代表して委員長一任という形で対応する形となった。
- ・ 議題（3）その他：本日が最終であり、約半年間のご協力に感謝するとともに、プランを製本郵送する旨、令和7年度以降、本プランに沿って事業を進めてゆく旨を共有した。
- ・ プラン修正案について一同異議なし。

#### 【意見抽出】

##### 【委員会、ワークショップの振り返り及び観光戦略プラン修正案に対して】

- ・ KPIや手順について初手、次は何をするなど、具体的に記載したほうが良いのではないか。
- ・ 人材育成については、村民の問題意識、意識を向上することが、1丁目ではないか。
- ・ 目指すメインビジョンとして、「戦略で目指す将来像」において、計画期間で達成する目標を記載して、それを実現するためにそれぞれの戦略があるという書きぶりかどうか。
- ・ 観光は観光課だけではなく、農林関係や水産なども当然入ってくるものであり、オール葛尾で地域観光づくりをやっていくことが大切となる。
- ・ 観光に関して、みんなでともに手を携えていけるような関わりで対応して、葛尾村一人一人が誇りを持てるような地域になれるように、一緒に頑張っていきたい。
- ・ これまでワークショップやセミナーなどを実施し、地元の住民の皆さん、団体の皆さんに参加していただき、そういったところで地元の機運、意識が盛り上がってきていて、戦略プランの内容や機運の盛り上がりも非常にすばらしいと感じている。
- ・ 優先順位を明記し、継続性を仕組みとして構築する必要がある。
- ・ 計画というものは実行して初めて意味を成す。計画の実行が重要である。

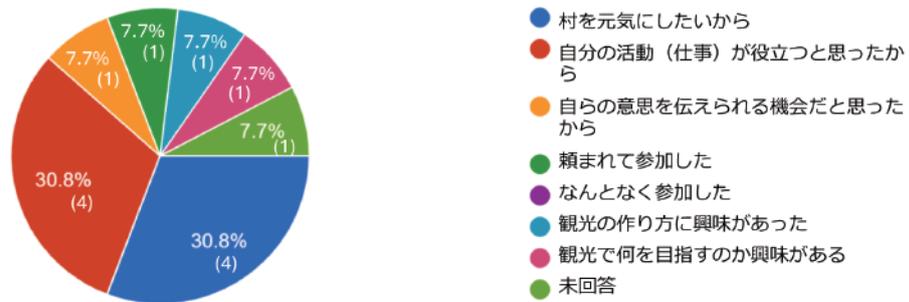




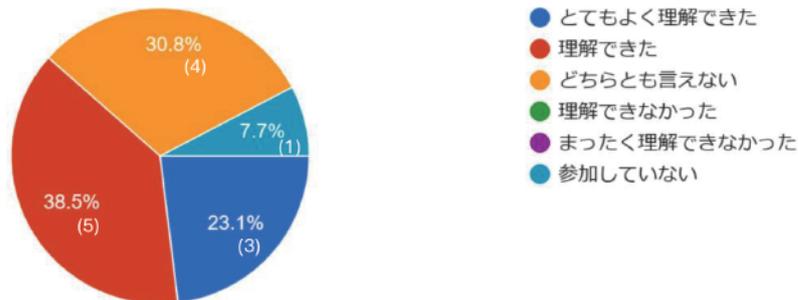
## ◇ アンケート

### 第一回 葛尾村観光戦略プラン ワークショップ アンケート結果

この度、ワークショップにご参加いただくことをお決めになった気持ちとして、もっとも近いものをひとつお選びください。（回答：13件）

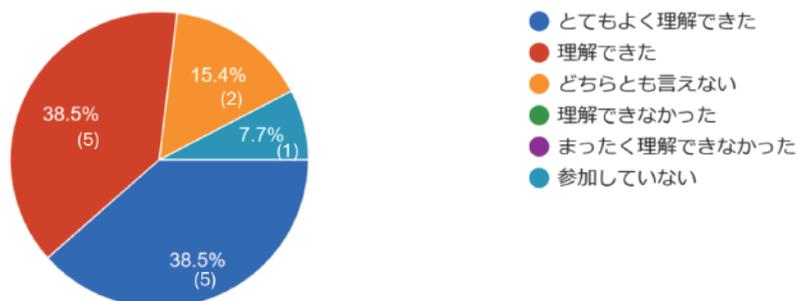


事務局からの葛尾村観光戦略プラン策定に関する事業説明の理解度でもっとも近い感想をひとつお選びください。（回答：13件）



基調講演「持続可能な観光地域づくりに求められるそれぞれの役割と実践」（西谷雷佐氏）の理解度でもっともちかい感想をひとつお選びください。

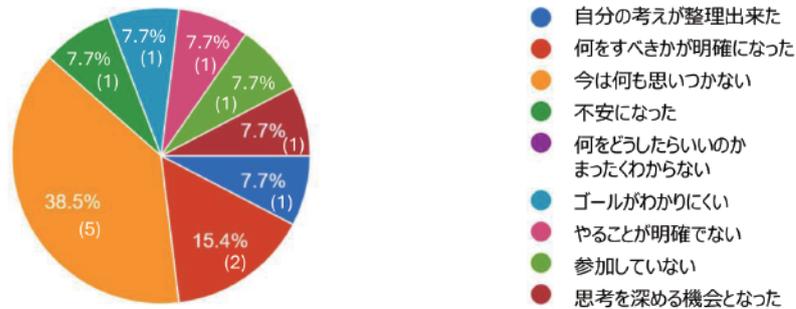
（回答：13件）





## 第一回 葛尾村観光戦略プラン ワークショップ アンケート結果

ワークに関してもっとも近い感想をひとつお選びください。（回答：13件）



村の観光振興において、今後必要と思われる観点や戦略プランに是非入れてほしい内容などがあれば記入をお願いします。（回答：7件）

- ・ターゲティングやセグメンテーションについて
- ・移住してきて良いも悪いもあるものの、観光として何が魅力となるのかわからないので、現状訪れている観光客の来村理由や目的を知りたい。
- ・新たな文化を取り入れることも必要かと思いますが、先代がこれまで繋いで来たことを大切にしていきたいと思います。先代がいたから今がある。。。。
- ・住民生活や産業の振興において様々なインフラ、人勢が不足している現状において、観光に特化して戦略を考えるのは難しい。
- ・誰がやるという具体的なイメージと財源。
- ・特になし
- ・なし

次回からより具体的なワークを進めていきますが、事前に知っておきたい情報等があれば記載をお願いします。（回答：4件）

- ・スライド資料を共有いただけたらうれしいです。
- ・先進事例など参考になる情報
- ・西谷さんの事業の中で実際にあった失敗例、また、大成功した商品など。
- ・次回、11月26日の開催は出席します。



## (2) 令和6年11月26日 第二回葛尾村観光戦略プラン策定ワークショップ開催

### ◇ 実施状況(参加23名)

#### 【概要】

- ・ テーマ：村の観光アイデア出し
- ・ 講師：株式会社インアウトバウンド東北 代表取締役 西谷雷佐
- ・ 参加者の松延様から事例発表をいただいた。
- ・ 個人ワークとグループワークを中心に、葛尾村の素材を引き出した上でツアーを検討。

#### 【ワークショップ内容】

- ・ 「葛尾村の魅力を洗い出す！」葛尾村の魅力（観光資源になると思うモノ・コト・ヒト・場所など）をひとり20個以上の付箋に書き出し。
- ・ 各グループ内で付箋のカテゴリー分けを行い、どのようなツアーが作れそうかを発表。
- ・ 次回への示唆として、「葛尾村の観光資源は何か?」、「その観光資源の可能性はどのくらいあるか?（客観的）」、「その観光資源を購入してくれる可能性があるのは誰か?」、「今、できていること事は何か?」、「まだ、できていない事は何か?」、「どうすればいいのか?」を議題とし、最終的には葛尾村としての「方針」は何か?（ゆずれないモノ、誇り、暮らしぶりなど）を検討していくことを示した。

#### 【写真】





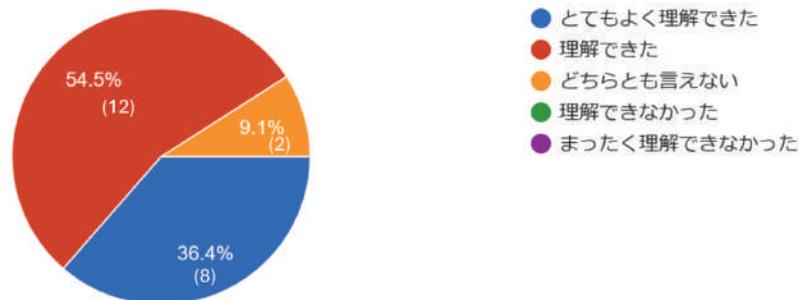
## ◇ アンケート

### 第二回 葛尾村観光戦略プラン ワークショップ アンケート結果

前回（11月8日）から今日までの間で、みなさんの思考や行動に変化はありましたか（回答：22件）



「第2回ワークショップ（村の観光アイデア出し）」（西谷雷佐氏）の理解度でもっとも近い感想をひとつお選びください（回答：22件）



ワークに関してもっとも近い感想をひとつお選びください（回答：22件）





## 第二回 葛尾村観光戦略プラン ワークショップ アンケート結果

村の観光振興において、今後必要となると思われる観点や戦略プランに是非入れてほしい内容などがあれば記入をお願いします（回答：12件）

- ・ 広域連携
- ・ 文化の取り組みを入れてほしい。
- ・ 学生向けのスモールビジネスを行えるスペースがあると嬉しいです。  
ガシャポンマシンを置ければ、学生のミニチュア作品（しみちゃん3Dデータなどできました）を常設できると思います。
- ・ 新しい食や事業等を開拓しつつ、従来の食や伝統文化等を忘れずに盛り込んでいただきたいと思います。
- ・ 現在、全行政区にある資源を総点検し観光誘客プロセスが必要と考えます。
- ・ エビを中心に据えた戦略
- ・ 儲けられる仕組み
- ・ 葛尾村の文化継承とNEWFACEの融合
- ・ 豆腐の復活
- ・ 葛尾にないものの洗い出し
- ・ 郷土食、黒い食材（じゅうねん、香茸、凍み餅）、干して保存（いもがら、凍み大根、干し柿、干し芋）
- ・ 原発事故の伝承（ダークツーリズム的観点）※チェルノブイリのような

次回は最終回になります。実際に観光プランを作るにあたって知っておきたい情報などがあれば教えてください（回答：9件）

- ・ 強くエビをプッシュされていましたが、村としてはエビを推進していくつもりなのでしょうか？ そうだとすれば、そのようにお知らせいただきたい。
- ・ いろいろな事例を知りたいので、自分で調べておきます。
- ・ 今回、皆さんから出たアイディア等が、どこまで観光プランに反映されるのか、どんな感じのプランができるのか、知りたいですね。
- ・ 楽しみにしています
- ・ プランの最終判断は誰がするのですか
- ・ 自治体全体での観光振興組織の好事例
- ・ 実際に「全部のせプレート」的なことをやっている自治体はあるのか  
今まで葛尾は何をしてきたのか
- ・ インバウンド観光客の情報収集源
- ・ 特になし



## ◇ 事例発表資料

2024年11月26日

### 「葛尾村観光戦略策定企画 エビのアミューズメントパーク化構想」企画概要書

株式会社 HANERU 葛尾

#### 1. 企画の背景と概要

福島県葛尾村は東日本大震災及び原発被害からの復興に向けて、地域住民の帰還並びに新たな定住者獲得を目指しており、葛尾村役場、葛尾むらづくり公社が中心となり、企業立地や移住定住の施策を実施している。

当社は、地域に新たな産業を創出し、その企業が地域の水インフラを守るというビジネスモデルを行うべく、2022年1月に会社を設立し、現在、山村である葛尾村湯ノ平産業団地においてバナメイエビの陸上養殖の実用化開発を実施している。

このバナメイエビは、中南米が原産で、比較的温暖で海水温の高い海域で生息するエビであり、本来、葛尾村での養殖は不向きであるが、寒冷地である葛尾村で、このエビの陸上養殖を成功させることで、極めて尖った事業として、全国の方々の関心を集め、販路拡大や葛尾村への集客が可能になると考えている。

そこで、当社では、観光資源の乏しい葛尾村において観光戦略策定のアイデアとして、このエビの陸上養殖を、重要かつオンリーワンの観光コンテンツとして、葛尾村にエビのアミューズメントパークを作ることを提案する。

全国で類を見ないエビのアミューズメントパーク化により、葛尾村にはおいしいエビがある、エビを食べに葛尾村に行こう、エビのことを勉強しエビを釣って食育について考えよう、葛尾村の良さを知り移住を検討しよう、とってもらえることを期待する。





## 2. アミューズメントパークの要素

### ① エビの釣り堀事業

葛尾村における体験型コンテンツとして、バナメイエビの釣り堀事業を実施する。

現状の弊社養殖施設のうち、フィールド1（透明ハウス）において、エビの釣り堀施設として改修し、入場料を徴収して、水槽からエビ釣り体験を行うことで、葛尾村に来る目的を作り、数時間滞在できる施設とする。

なお、釣ったエビは、a.酸素を入れて活のまま持ち帰る、b.氷締めにして発泡スチロール等で持ち帰る、c.その場で食す（加工は行わない；串差しなどの加工を行うことで保健所の許可が必要）、など顧客が選択できるようにする。



エビ釣り体験の様子



HANERU 養殖施設 フィールド1

### ② キッチンカー等によるエビ料理等の提供

葛尾村においては、観光客等が村を訪問した際、昼食を取れる飲食店が石井食堂様（日曜定休）とせせらぎ荘のかえで（金曜と日曜のみ営業）に限られる。

観光戦略において、食事の充実は最も重要なコンテンツであり、「地元の美味しいものを食べる」は、訪日外国人の旅行目的第1位（83.2%、訪日ラボ調べ ※日本食として）、日本人日帰り旅行目的第1位（47.5%、じゃらん調べ）が示すとおり、葛尾村における食事処としての石井食堂様の一本足では、観光客の誘致に乏しい状況にある。

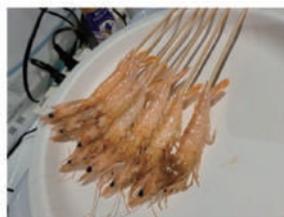
そこで、当社では、エビのアミューズメントパーク構想として、エビを用いた様々なファストフードを提供できるキッチンカーや飲食店をエビの養殖施設に併設し、美味しいエビの料理を食べに葛尾村に行きたいと思ってもらえる施設を作ることを提案する。

#### 【主な提供する料理案】

品名案	内容
かつらおチキンエビマヨバーガー（もしくはフォカッチャ）	大笹農場様のハーブ鶏と HANERU 産エビマヨ（ふたば未来学園学生考案）を用いたバーガーもしくはフォカッチャ
エビ焼きそば	HANERU 産エビを用いたふりかけ入り焼きそば
シャカシャカエビ（エビの唐揚げ）	HANERU 産の小サイズエビを揚げて好みの塩を振って食べる
エビの串焼き	HANERU 産エビ（釣り上げたエビも活用）の串焼き
エビカレー	HANERU 産エビのエキスが入ったカレー



エビ焼きそば



エビ串焼き



シャカシャカエビ



エビカレー

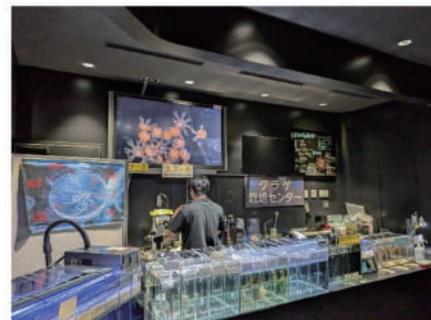


- ③ 世界中のエビ関連加工食品やグッズを集めた物販コーナー  
日本人は世界でも上位のエビ食文化である。甲殻類アレルギーを持つ人を除き、大人から子供まで様々なエビを好んで食している。そこで、日本中のみならずエビに関する加工食品を取りそろえ、葛尾村に来れば、様々なエビの加工食品やノベルティ・グッズが購入できるというユニークな宣伝文句により、葛尾村を訪問する観光客の増加を図る。



- ④ エビに関する学習施設

近年、子供たちへの食育の意識の高まり、若者を中心とした健康意識やトレーサビリティ重視への高まりから、生産者の顔が見え、飼育環境を理解して食材を購入する傾向が高まっている。そこで、弊社が実施している完全閉鎖循環型陸上養殖システムでのバナメイエビの飼育について学び、またエビの種類や生態について学べる施設を作り、大人から子供までエビについて学び、そこで飼育されたエビを食すことで、食育について学べる施設として、観光コンテンツとして、村への来場者を増やす。



エビ学習施設の展示イメージ（山形県鶴岡市加茂水族館（自社撮影））

- ⑤ エビにまつわるアート作品展示や公園

葛尾村で活動する Katsurao Collective のアーティスト等と連携し、弊社の養殖施設において、エビにまつわるアート作品などを展示し、観光客誘致につなげる。

### 3. 村関係企業等との連携

本アミューズメントパーク化構想においては、弊社だけの便益ではなく、村全体でお金が循環する仕組みを構築することが重要である。

現在、弊社では、2024年4月から11月までの間に、延べ1000名以上の養殖施設への来場者が来ているものの、食事や宿泊は田村市や郡山市であり、葛尾村にお金を落とせる仕組みがない。

そこで、葛尾村において独自に尽力されている、おふくろフーズ様（凍み餅等）、牛屋様（メルティーシープ他）、大笹農場様（伊達鶏）、Wisteria 様（ブラウンチーズ他）、東北大学様（マンゴーやすずこまなど）などと連携し、せせらぎ荘への宿泊者や来村者などを対象に、かつらお全部乗せプレートや丼などを創作し、葛尾村の食事を楽しみにして訪問するリピーターの増加を図る。



### (3) 令和6年12月26日 第三回葛尾村観光戦略プラン策定ワークショップ開催

#### ◇ 実施状況(参加17名)

##### 【概要】

- ・ テーマ：観光プランをつくってみよう
- ・ 講師：株式会社インアウトバウンド東北 代表取締役 西谷雷佐
- ・ 商品造成に必要なポイントを学び、グループワークで商品化に向けた検討を行った

##### 【ワークショップ内】

- ・ 5つの班に分かれ、村の素材を活かした観光プランを検討
- ・ 講師からツアー化までの検討は不要との説明があったが、各班とも概ねツアーとなりうるどころまで検討を行っていた
- ・ ご利益があると言われる山を活用した滞在プラン、分水嶺に起因する川を辿るトレッキング、3つの山をめぐる連泊プランなど自然を活かそうとするアイデアが多くを占めた
- ・ エビをはじめとする食での誘客についてもアイデアが出された

##### 【全三回を通した総括】

- ・ 第二、三回と同じ班分けでグループワークを実施したことで、お互いを理解した中で協議が行われたため意見の共有や統一がスムーズに行われた
- ・ 活かしたいと思っている村内素材が似通っていて、最終的には当初から多くの意見が出されていた「自然」の活用についての案が多くなった
- ・ ワークショップを経て得られた参加者の要望は以下のとおり
  - ①村の自然景観（五十人山をはじめとする山や川）を活かした体験型観光
  - ②古くから食される郷土料理やエビ、羊に代表される新しい食材を活かした飲食を伴う観光



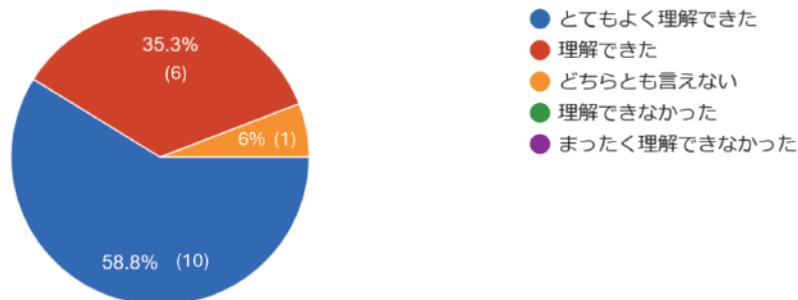
## ◇ アンケート

### 第三回 葛尾村観光戦略プラン ワークショップ アンケート結果

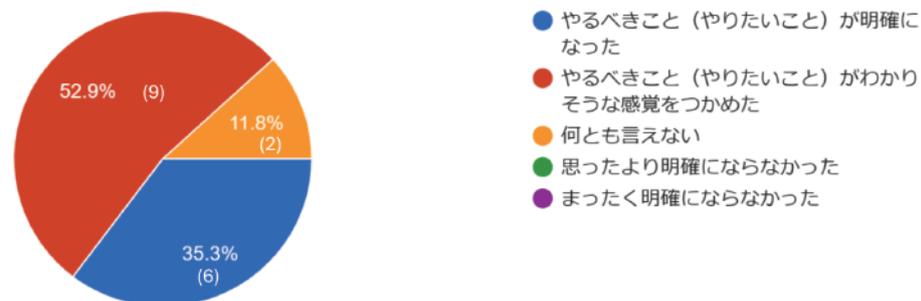
前回（11月26日）から今日までの間で、みなさんの思考や行動に変化はありましたか（回答：17件）



「第三回ワークショップ（観光プランを作ってみよう）」（西谷雷佐氏）の理解度でもっとも近い感想をひとつお選びください（回答：17件）



全三回のワークショップを通じて自身の観光へのかかわりが明確になりましたか（回答：17件）





### 第三回 葛尾村観光戦略プラン ワークショップ アンケート結果

自由意見欄です。観光振興、観光推進に関するご意見、ご要望がありましたら記入してください（回答：7件）

- ・ナイトウォークは売れる
- ・みんなのアイデアがあればなんとかかなりそうな気がしてきた
- ・とても勉強になる3回でした。この学びを基に企画を考えていきたい
- ・今回は山の踏破ツアーとして、建築学科としても親しみやすいテーマとなりました。ぜひ、実現に向けて日大からも何か動ければと思います。学生さんと葛尾4名山のミニチュアガシャポンなど作れるかもしれません
- ・楽しめた。この仲間とチャレンジしていきたい。みんなのアイデアがたくさんあって素晴らしい
- ・皆勤賞で村の観光に対する意識が強くなった。スタッフの皆さん、西谷先生ありがとうございました
- ・郷土料理をつくるのが好きなので何か役にたてればうれしいです



### (3) 令和7年1月28日 葛尾村観光振興セミナー

#### ◇ 実施状況(参加39名)

##### 【概要】

- ・ 基調講演「観光・観光むらづくり概論」  
講師：株式会社Wasshoi Lab 代表取締役 齊藤良太
- ・ 葛尾中学校の生徒の皆さんによる事例発表
- ・ 観光むらづくり概論をテーマとしたパネルディスカッション  
株式会社ライフブリッジ代表取締役 櫻井亮太郎  
株式会社インアウトバウンド東北代表取締役 西谷雷佐  
(公社) 福島相双復興推進機構広域まちづくりグループ長 皮籠石直征

#### ◇ 事例発表資料

## 総合的な学習の時間（ふるさと創造学）で 学んだこと・考えたこと

葛尾村立葛尾中学校



(写真は、村の方々にプレゼンする様子)

第6回 小中学生まちづくり大賞のテーマ  
(ふくしまジュニアチャレンジ)

## 人口が減る地域を元気に

- どうすれば地域の人口を増やすことができるか。
- 人口が少ないままでも、地域を活性化させ、充実した生活を送るためにはどうすればよいか。

○私たちは「どうすれば地域の人口を増やすことができるか」を中心に考えることにしました。



村役場総務課へも質問状を送り、答えてもらいました。

葛尾むらづくり公社でのインタビュー



葛力創造舎でのインタビュー

3

○この他に、村の総務課にも質問状を送付し、私たちの疑問に答えて頂きました。



ふるさと創造学サミットで、参加者に各地の「推し」をいかしたイベントのアイデアを出してもらいました。



4

○ふるさと創造学サミットでは、双葉郡の小中高校生と一緒に、新たなイベントを考えました。



# これまでの学習や、 ふるさと創造学サミットで出された アイデアをふまえて考えたことを 発表します。

5

葛尾村でイベントを開催する 松本 功記

村民にアンケートを取る等をしてやりたいイベントを開催する

(例)

石井食堂のチャーハン  
早食い大会

佐久間牧場の  
牛乳早飲み大会

特産品のしもちを  
アレンジする大会

○村の有名な物などうまく利用すると、村のPRもしつつ参加者も楽しめるのではないかと思います。

古民家カフェ 杉本 直

○今ある古い建物をリフォームして、古民家カフェとして活用してはどうでしょうか。

特産物を使用した料理

○特産品を使うことで差別化を図ることができるし、お客さんも楽しみながら葛尾のことを知ることができます。

SNSに発信

- ・ リフォームの様子
- ・ 料理の動画

開業前から発信！

○SNSなどを活用し、積極的に外部に発信していきたいです。

資料編



葛尾村の特産品を使って料理教室！

山崎陽向

全員で協力！！



○料理教室を開くことで、楽しみながら葛尾の良さを知ることができると思いました。

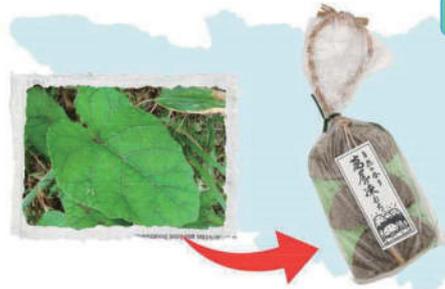
10



○ハーブ鳥を乗せた葛尾村のそばやマンゴージュースなどを作りながら交流もできたら良いですね。

11

松本晴樹



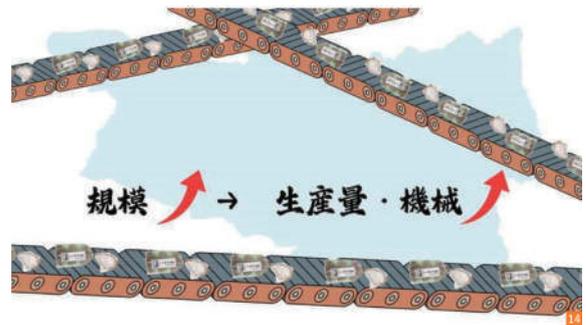
○葛尾の特産物といえばシモチ。もち米などにごんぼっぼ(オヤマボクチ)を入れて作ります。

12



○原料は村民から集めているが、これをイベント化することで、作業効率も高まるし、地域の人の良さもよく分かる。

13



○双葉郡→福島県→日本→世界へと展開していくうちに、生産量や機械を充実させる。

14



○また、葛尾の人の良さを生かした何かを発信したいです。

15



○高齢者の皆さんにK-POPダンスを踊ってもらい、健康にもつながるし、人の良さも伝わるから、やる価値はある。

16



### 3. 各種調査結果

#### (1) アンケート調査概要

##### ■ 調査の目的

本調査は、村に関わりのある方からアンケートに回答してもらい、本プラン策定における基礎資料の1つとする

##### ■ 調査方法

下記の4種類のアンケートを作成し、WEB及び紙媒体にて回答

- ① 葛尾村観光振興に関する村民向けアンケート
- ② 葛尾村観光振興に関する施設利用者向けアンケート
- ③ 葛尾村観光振興に関する事業者等向けアンケート
- ④ 葛尾村観光振興に関する役場職員向けアンケート

##### ■ 調査期間

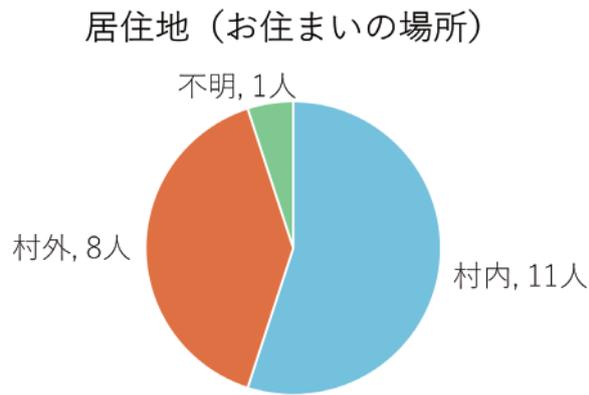
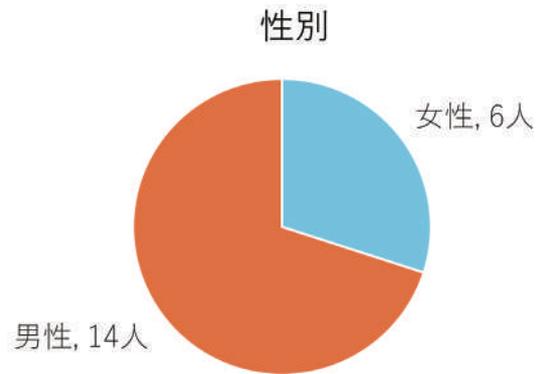
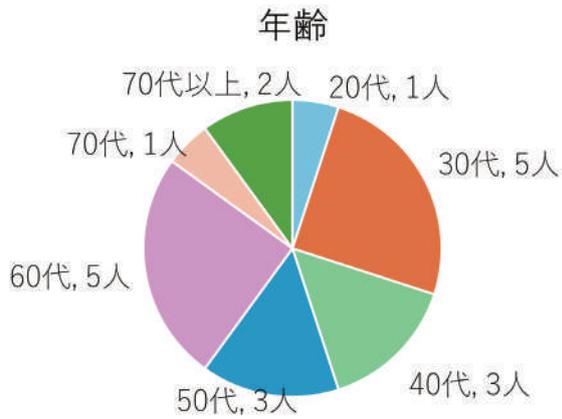
- ①・②：令和6年8月1日～10月1日
- ③・④：令和6年8月1日～12月27日

##### ■ アンケート回収数

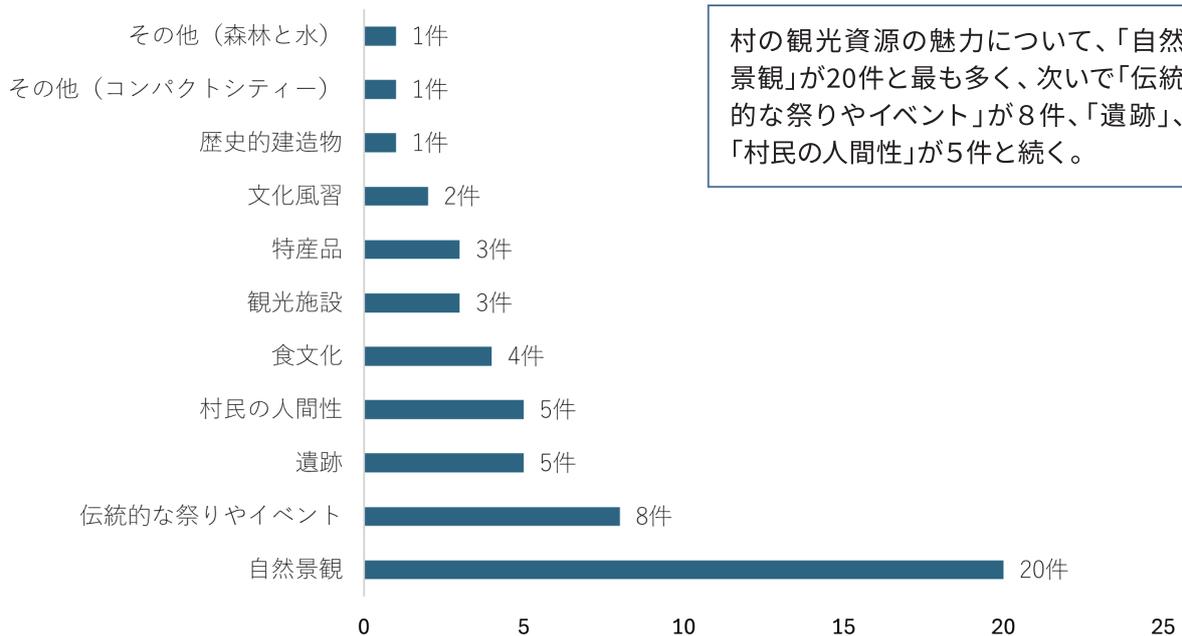
- ① 葛尾村観光振興に関する村民向けアンケート：20件
- ② 葛尾村観光振興に関する施設利用者向けアンケート：124件  
(内訳：あぜりあ64件、せせらぎ荘54件、もりもりランド・かつらお6件)
- ③ 葛尾村観光振興に関する事業者等向けアンケート：29件
- ④ 葛尾村観光振興に関する役場職員向けアンケート：20件



## 村民アンケートの結果

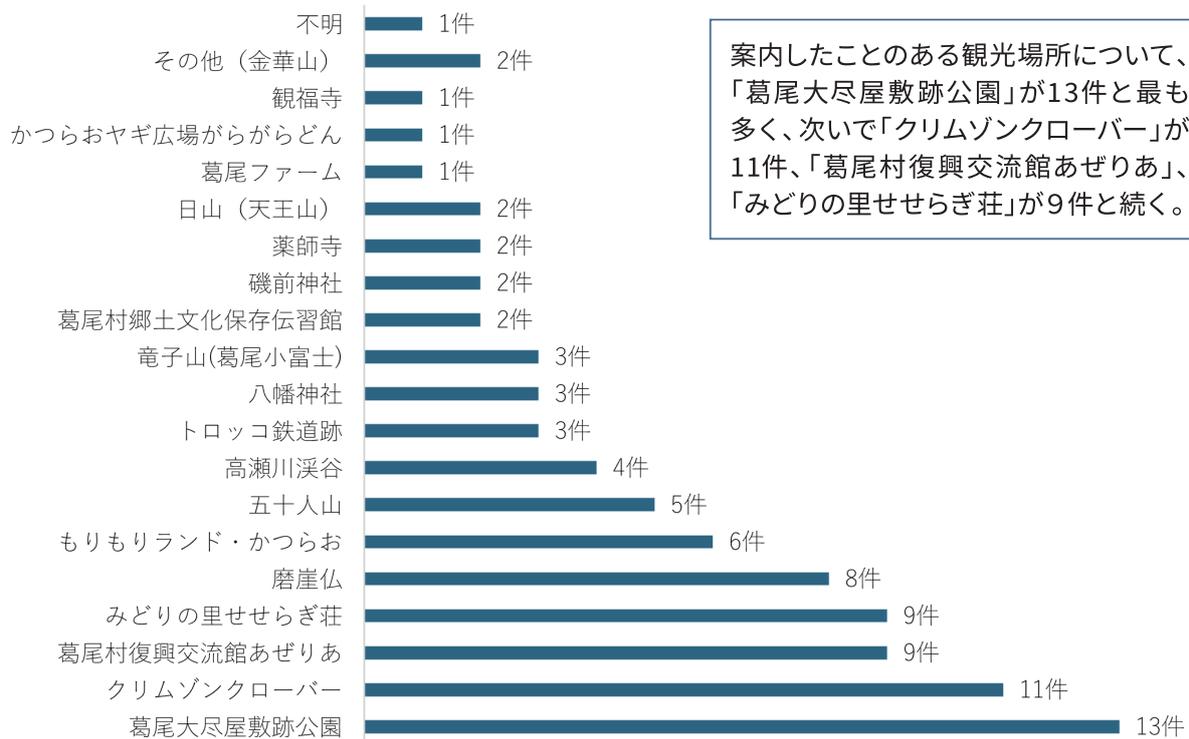


## 村の観光資源の魅力





## 案内したことのある村内の観光場所



案内したことのある観光場所について、「葛尾大尽屋敷跡公園」が13件と最も多く、次いで「クリムゾンクローバー」が11件、「葛尾村復興交流館あぜりあ」、「みどりの里せせらぎ荘」が9件と続く。

### 葛尾村の新たな観光資源について、ご意見・アイデアをお聞かせください。（自由記載）

みどりの里せせらぎ荘をお湯超軟水、天然温泉、サウナ、子供と大人が遊ばれる風呂、カラオケバーなどで癒される場となる魅力が必要。

村には遊ぶ場所がない。ハイキングコース整備、湧き水伝説。村内に出る水を大切に活用。

葛尾村の自然環境は大変素晴らしい。ところが6月下旬には雑草がひどく中に入る気持ちにならなかった。

大尽屋敷公園に手を加え一年を通して自然観察出来る公園にしてほしい。高瀬川は除染を進めて川に行けるようにしてほしい  
溪流釣りの復活

キャンプや登山、テントサウナなどのアウトドアアクティビティがまとまって気軽にできる場所になると良いと思います。

阿武隈山系は険しくないので、いわき郡山福島からそれぞれ1時間の強みを活かしてアウトドアビギナーを狙うのはよい戦略と感じます。

アウトドアの人は自分で考えて動くので接客のうえでも面倒なことが起こりにくいです。

現在有る、観光名称地までの案内看板が少ないのでは無いかと思われます。

グランピング場整備 サークット場整備 天然プラネタリウム

若者のチャレンジを支援している様子やその関係者を巻き込んだイベント

巨石パワースポット（笠石 たつ子姫神社）

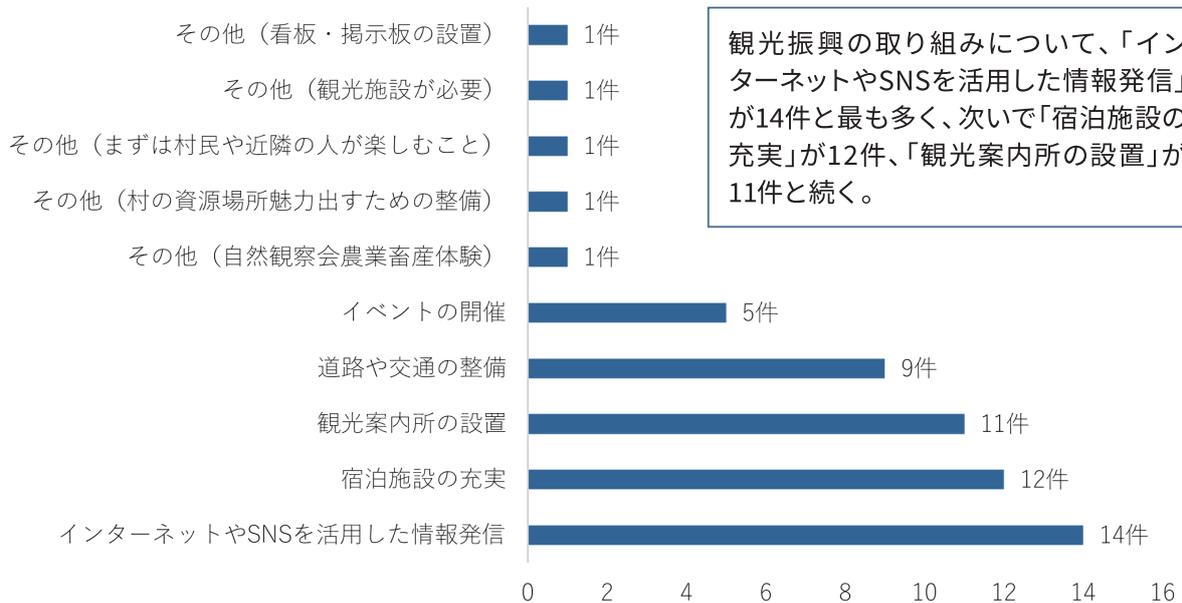
産業的観光に協力します

水力発電施設を含むダムを新設し湖水廻り遊歩道を作る。フィッシング、ボート、カヌー、湖水遊泳等で近隣住民の村内誘致を図る

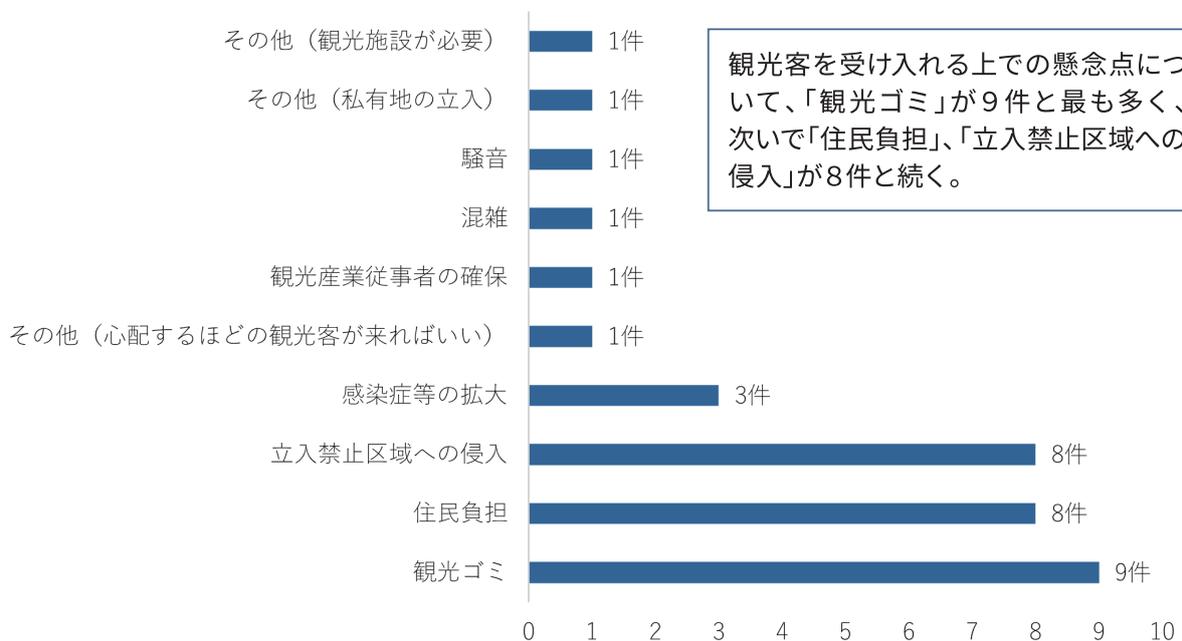
田村三十三観音巡り。南北朝時代の戦乱期に関係する地名・場所の活用



## 観光客を増やす取組

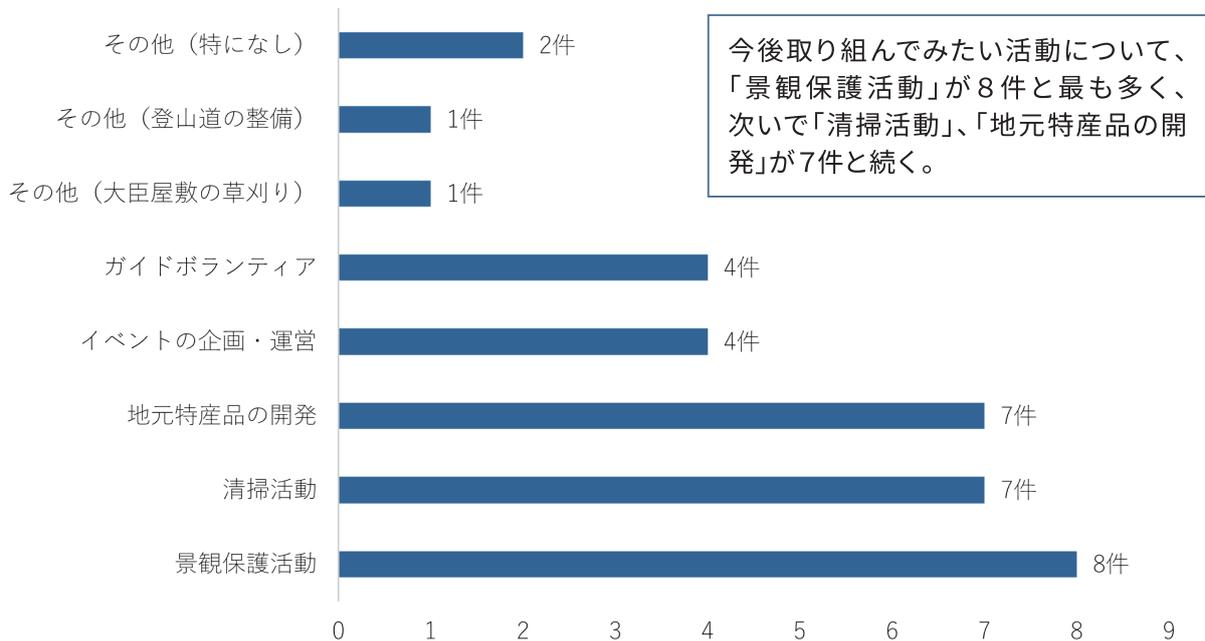


## 観光客受け入れの際の懸念点

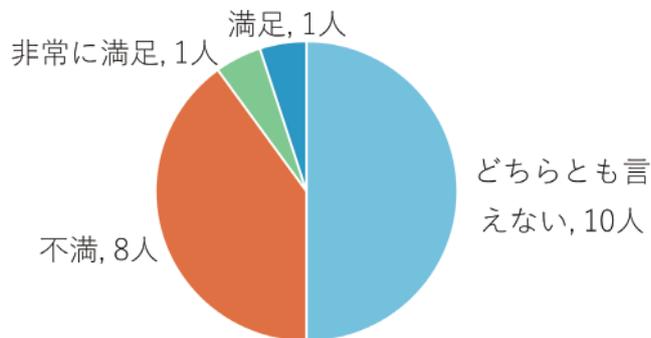




## 取り組んでみたい活動



## 村の観光振興の取組に対する評価



現在の村の観光振興の取組について、「どちらともいえない」が10件と最も多く、次いで「不満」が8件と続く。

### 村の観光振興の取り組みに改善の余地があると思いますか？（自由記載）

ボランティアを募って自然環境を整備していく

村の観光振興の取り組みを知らない

改善余地は大いに有ります

今まで色々意見や提案はしたが聞いたと言う形だけで、結局は自分たち（役場）のやりたいように、やりやすいようなことしかやらないので、まず役場の体質改善をしなければ、結局同じことの繰り返しになるだけ

魅力発信の不足、届けたい相手に届いているか

広く意見を聞く

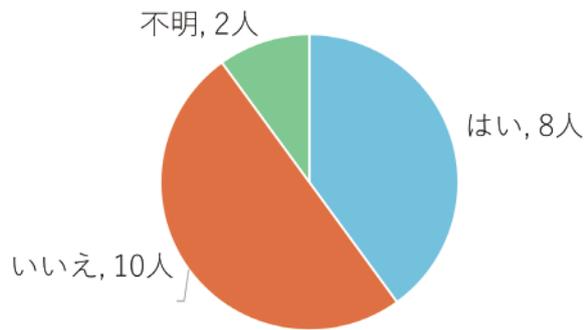
### 観光振興の参考に、話を聞いてみた方が良いと考える方がいたら教えてください。（自由回答）

①移住・定住者の意見 ②若者 例えば高校生・大学生等の意見 ③ふるさと納税者の意見

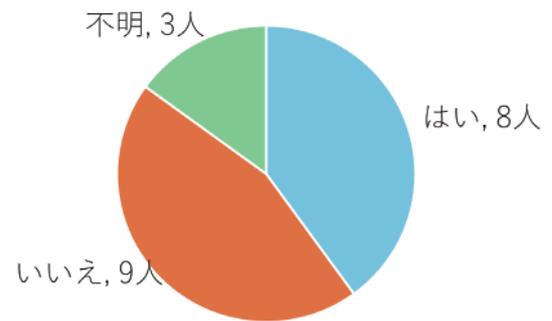
村外の観光に詳しい人間、葛尾に対する率直な評価を調べるべき



### 個別ヒアリングのご協力



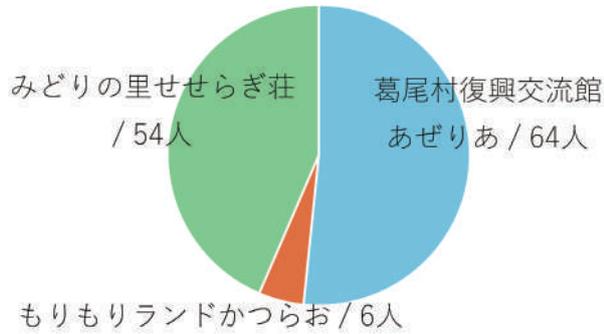
### ワークショップの参加



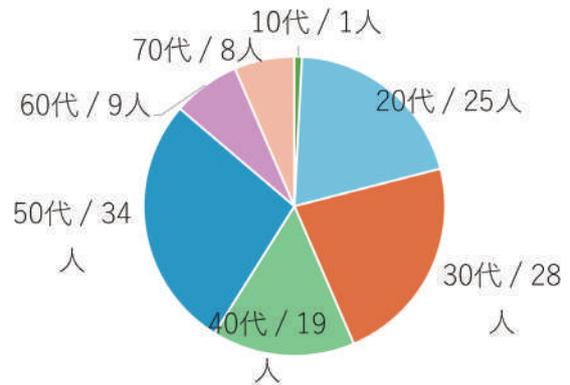


## 施設利用者アンケートの結果

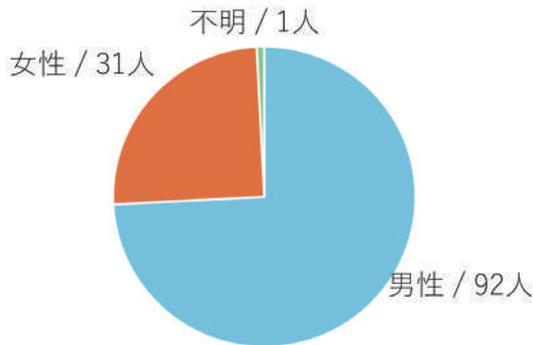
### 回答施設



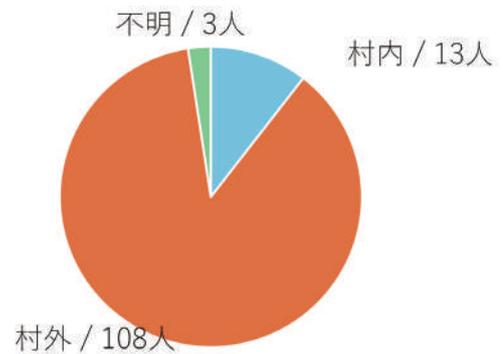
### 年齢



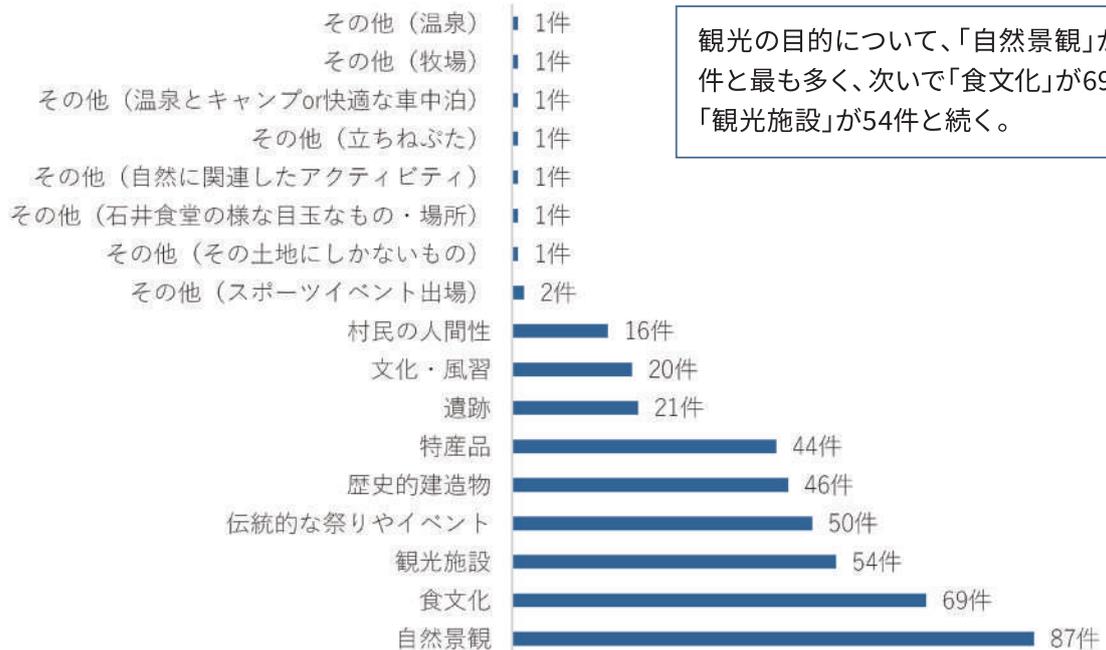
### 性別



### 居住地（お住まいの場所）



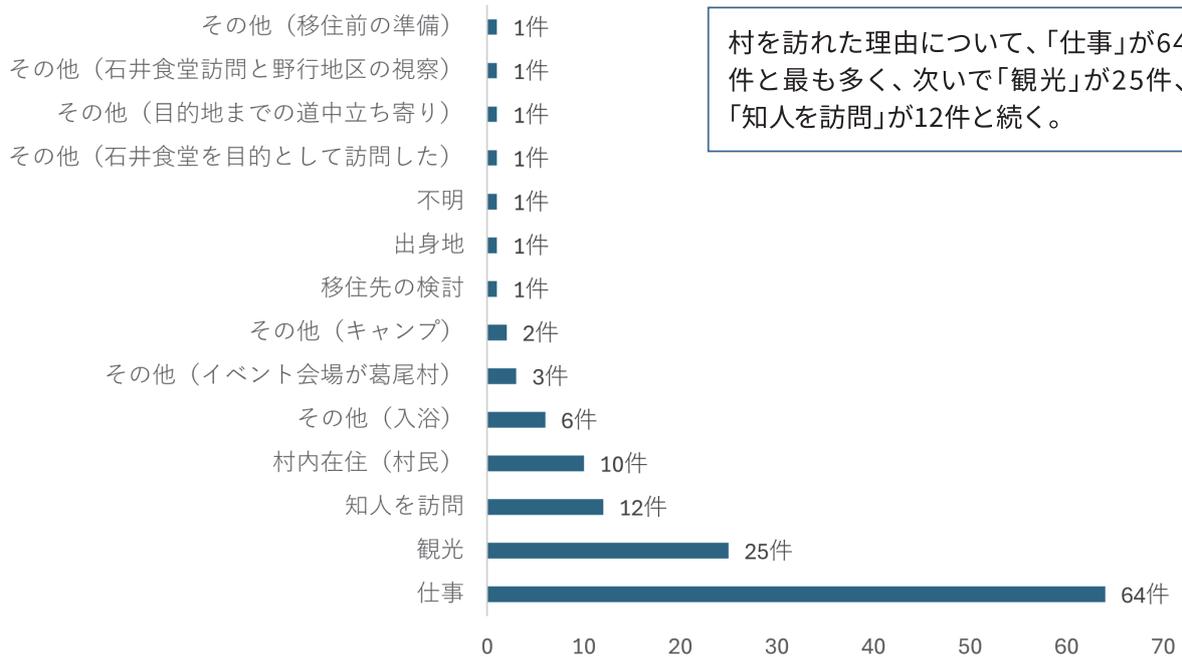
## 観光する際の目的



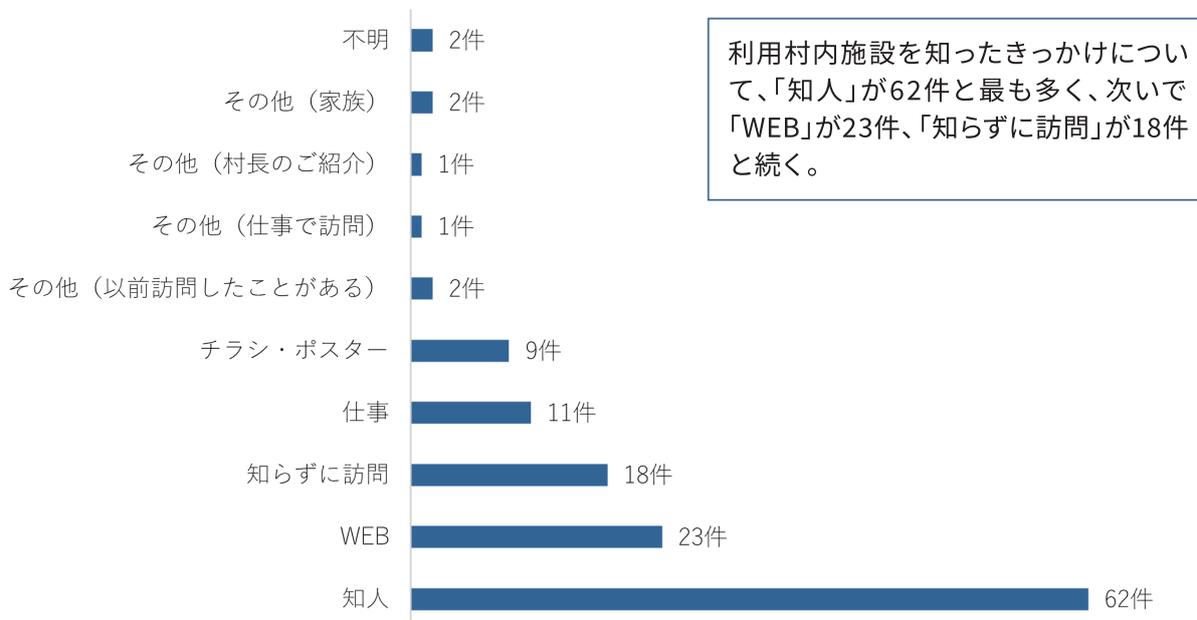
観光の目的について、「自然景観」が87件と最も多く、次いで「食文化」が69件、「観光施設」が54件と続く。



## 葛尾村を訪れた理由

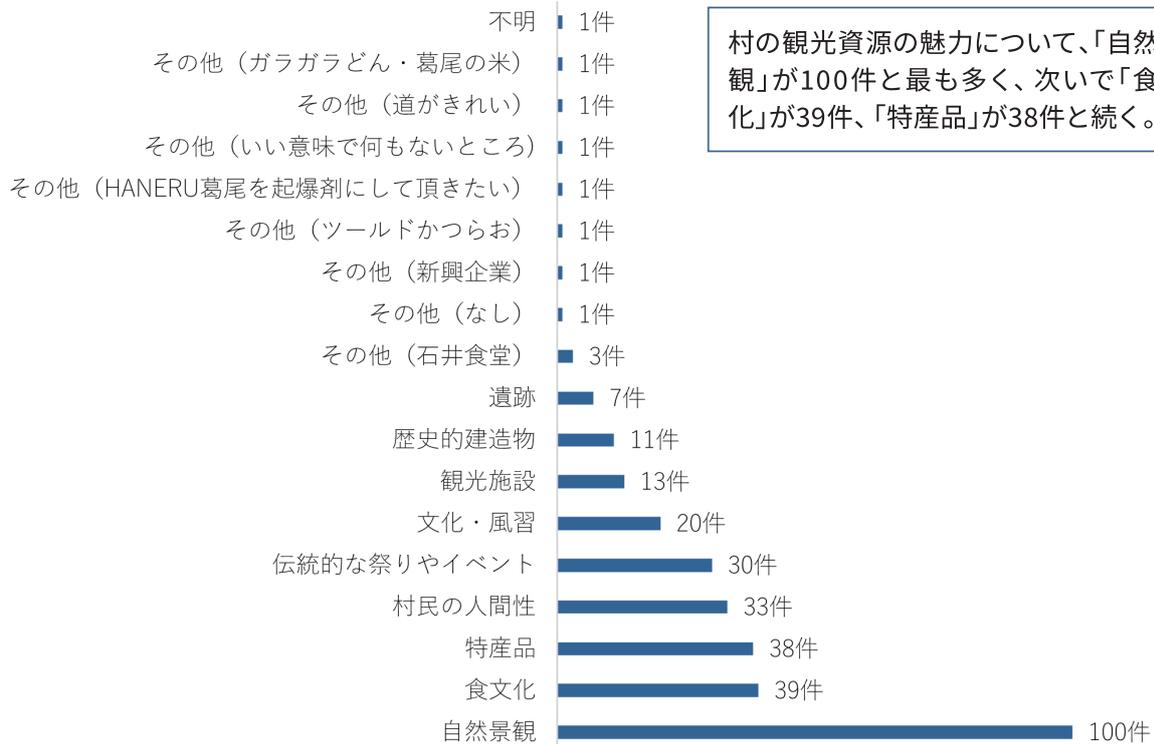


## 施設を知ったきっかけ





## 村の観光資源の魅力



村の観光資源の魅力について、「自然景観」が100件と最も多く、次いで「食文化」が39件、「特産品」が38件と続く。

### 葛尾村の新たな観光資源について、ご意見・アイデアをお聞かせください。（自由記載）

キャンプ場の活用

観光資源（名所など）が景色に隠れがちなので、案内表示を工夫すると訪れやすいかも知れない

宿も欲しい

村外の人、若い人へのアピール、

牛とふれあう体験、牛の仕事体験

何も無いのが良い

サウナと毎日営業している食堂が有れば言い

せせらぎ荘にサウナが有ると良いと思う

シミ餅を使った特産品のメニュー開発

葛尾川～高瀬川の渓谷美（新緑・紅葉）、メルティーシープを食べられるところを作る

石井食堂のチャーハンをもっと活かす

川遊び、村の食材が食べられる宿泊プラン

福島復興風力発電所を活用した周遊ツアー

夏山登山の入山口となれば、夏の時期の宿泊や入浴の需要がでるのではないかとと思われる。

葛尾村については、凍み餅のイメージが強く、逆にそれ以外は印象が薄い。

賑わい観光というより、宿泊先でゆっくりするなどがエリア的にはいいと思う。

核となる施設として道の駅を新設してはどうか。道の駅と似たような施設を道の駅の要件を満たすのも一案。

道の駅には一定のコアなマニアがあり、来村機会の大幅な向上が見込まれるのではないかと。

村内の寺社や牧場、せせらぎ荘と連携した、滞在型デトックスツアー

自然環境と畜産をいかした観光資源の取組

自然の中、体験型のBBQ、薪割り、農耕体験などを行えるなど楽しそうです。都会では自由にできないアクティビティができるまちづくり。

村内でも知名度の高い石井食堂を基軸に、大盛目当ての訪問客をその他村内施設に誘致する工夫が有効でないか。

Melty Sheepも魅力であり、遠方客が冷凍のまま持ち帰れる保冷剤・保冷バッグなどの販売もあるとよい。

言葉での訴求は難しいので、美しい風景や食べ物の写真などの発信が効果的（多くの若者はインスタを主に使っている）

きれいな宿泊施設、自然のアクティビティ体験、バギー走行体験、

観光に行った際に、2日間程度（選択によっては1日、半日）は子供が楽しめるようなモノ・コトが必要だと思う。



住環境の整備（対応して頂いていると思いますが。）、日テレ系でのメディア露出が増えているのでさらに増加して頂ければ観光資源としては、自然を最大限に活かした方が良いでしょう。新しい何かを作るのではなく、山、星、昆虫、川が活かされれば虫や釣りなども。エビも最大のコンテンツ。

ターゲットを明確にした情報発信やマニア限定イベント実施。最低限の標識や、google map上の登録やレビューも。都会の喧騒から離れて静かに楽しむために、森林浴できるツリーハウス、クアハウス。或いはハードではなく、山菜等の「体験」サービス。

以前、葛尾創造舎でアート関係の取組をされていたのを見かけたのですが、そういった取組は（効果が出るなら）素敵だなと思います。

休憩室があるので、泊まった人同士が繋がれるようなイベントがあると嬉しいです。

山形国際ドキュメンタリー映画祭が開催されていたときに、宿泊施設のような場所で「香味庵クラブ」という映画好きが集まり各々交流する機会があり、楽しかったので、

そういったブランディングで人を集めるのは楽しいのではないかと思います。

（参考）[https://www.yamagata-np.jp/news/202310/08/kj\\_2023100800196.php](https://www.yamagata-np.jp/news/202310/08/kj_2023100800196.php)

キャンプ場やグランピング施設。

超軟水やログハウスの活用

今までの与えられる受け身の観光より、自分が参加したり発見できるアクティビティ型が欲しい。インバウンド受け入れのための、翻訳アプリや多言語対応。

世界常識を踏まえた上での日本の村体験。建物や一過性の与えるイベントではなく、参加者が能動的に楽しめる観光アクティビティ。

国道399号（アップダウンのある道路）をマラソン大会、ロードレースなどへの利用し、参加者の宿泊増

何が全国大でも、グローバルで見ても突出しているのか、魅力の再定義（≒村に伝承する/新たに芽吹く文化・慣習の魅力の言語化、経済的価値への変換などトータルデザイン）

せせらぎ荘が本当に癒やしました。民泊のようなものも含め、宿泊×体験がパッケージになっていると、旅行者はアクセスしやすいと思いました。

スポーツ＋飲食といったイベントがあると良い。サマーフェスのようなイベントを拡大して開催してほしい。

道がきれいで標高もそこそこあるので、アウトドアやスポーツ合宿の誘致。

知名度が上がっている羊に関連するイベントや商品開発

豊かな自然と落ち着いた街並み

田植え、稲刈りの担い手がないと聞いたので、それを観光イベントツアーにしようとか？田んぼ、棚田、すごく綺麗でした。

Instagramですぐバズって有名になりそうなのでSNSコンサルとかインフルエンサーに仕事依頼するのもいいかも

空き家を使った開拓。

食に力をいれてほしい。

「おもうまい店」のような番組に出るだけで聖地化されるかと。まずは足を運んでもらえる機会を増やすことからかな、と。

村単体のみならず、近隣地域と連携しながら広域で情報発信、呼び込みを図れたらより良いと思います。

HANERUかつらお、ORENDA WORLDなどの取組。かつらおハッカソンの取組も来訪者を作り出していることから、ハッカソン関係者の聖地として、関係者の中で

（密かに！？）噂されるような場所を目指す。「ハッカソンと言えば、やっぱりメルティシープだよな」「石井食堂を知らずに、ハッカソンは語れない」など。

せせらぎ荘の温泉化ができると良いと思いますがいかがでしょうか

葛尾村に宿泊施設が少ないのが不便。ホテルや旅館だけでなく、バンガローや古民家宿泊などで良いので、宿泊の選択肢があると良い。

胡蝶蘭やヤギ、バナメイエビ、メルティシープなどは葛尾村の特産品かと思いますが、これらについて、観光人口拡大に寄与するように、一般の方向けにも体験の仕様にしたり、

体験できずとも外から見られるように体験型のサービス提供と併せて、その場で商品販売なども行うなどすると、良いのではと思います。

森林、山間の風景の美しさは絶品だと思います。これを何かの形で活かせると思います。

地理的に公共交通を使つての訪問がしづらい地域ですので、物産展や福島フェア等に出展して地道に村のPRをしていく必要があると思われま

他にはない葛尾ならではのモノをストーリーとともに磨き上げ、共感してほしい人に共感していただくこと

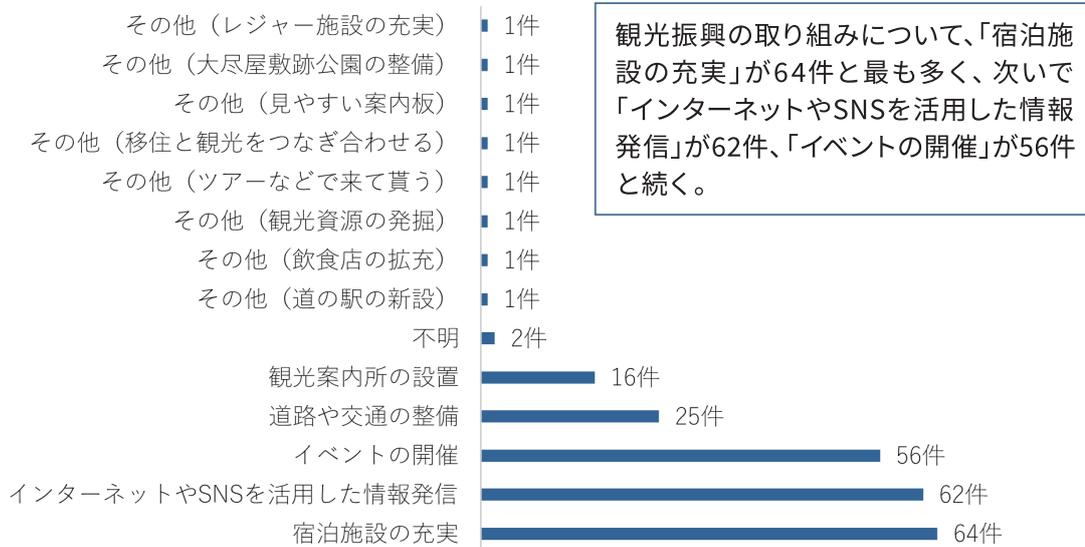
宿泊施設が少ない村ですので、農家民宿などを利用してツールド葛尾のライダーが村内に宿泊できるようなところから初めては如何でしょうか。

サイクリングルートの整備（村内、近隣市町村間）

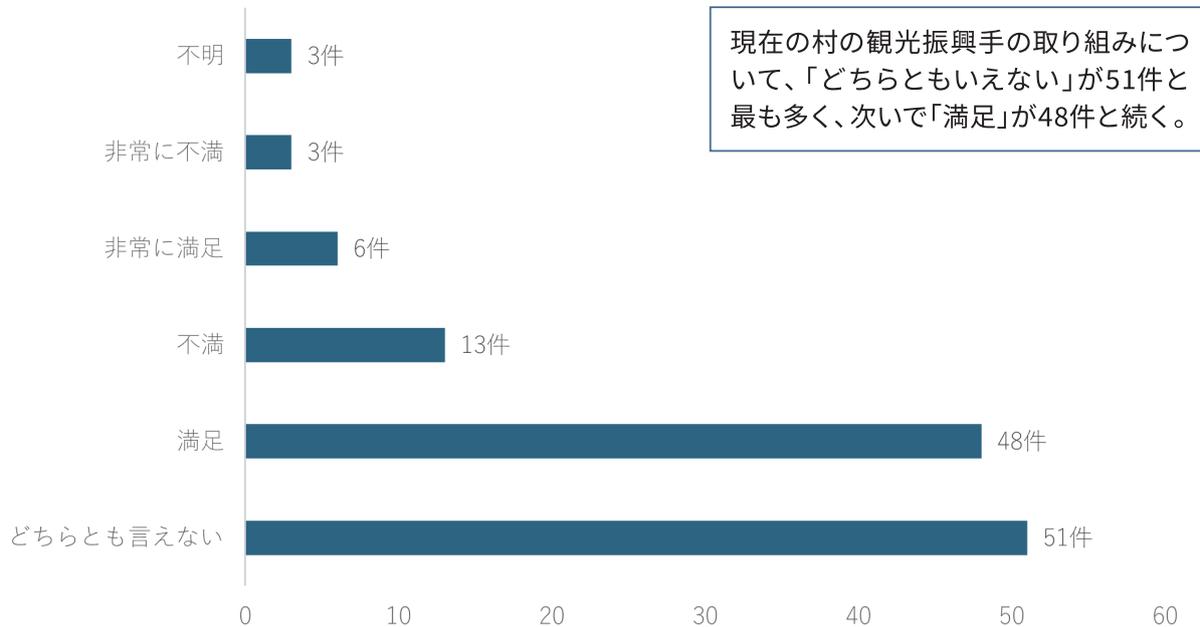
夏が涼しい。お料理教室（シミ餅、そばづくり）。ジビエ料理。登山、桃・ブドウ狩りツアー、ホテル観賞ツアー。



## 観光客を増やす取組



## 村の観光振興の取組に対する評価





村の観光振興の取組に改善の余地があると思いますか？（自由記載）

観光を売りにするのか、自然の豊かさに囲まれた風景を売りにするのか、その選択が重要なのかも知れない  
アクセスの良いエリアの観光資源との差別化がキーとなる

移動手段を増やす

役場の1つの部署でなく各課から人を集め、  
プロジェクトチームを編成

村外の人はせせらぎ荘が有ることを知らない。他地域への情報発信  
思わない

人を呼び込んで村内や村民とかかわってもらおうか

若い人ではなく高齢者に重点をおいての施策

メルティーシープの食文化と各種イベントの融合。メルティーシープ共有の補助（人的・物的）。ホワイトホープも同様

観光協会があると良い

特産品のオンラインショップがあると良いと思います。

個々の手法の前に、観光を売り出すのであれば、そもそも村のPRに積極的な考えをもってほしい。

飲食の場の充実（せせらぎ荘では少しずつ充実してきている）

エゴマ、胡蝶蘭など魅力があるが、消費地に手に届かないのかもしれない。

もりもりランドのオートサイトのサイズが小さく、大型テントが置けないためにキャンプ客が回避している可能性はないか。  
最近の規格では70~100平米はほしいところ、統合や拡充などの選択肢はあるか。

地元企業や地域住民と新規参加者を取りまとめ融合させられるような、リーダーシップを発揮できる人物が必要だと思う。  
村内では気づけていない観光資源があると思いますので、外部の方からの意見などの収集により精査していくことが重要かと思えます。

人口が少ない中、大変だと思えますが、よくする余地はあると思います。あばれる君、元TV東京佐久間宣行氏、サウナがあればアルコ&ピース平子、あかつ、なすびさんに  
キャンプ場（その周りの大尽屋敷含め）を放送してもらうなどしてはいかがか。言うのは簡単ですみません。

観光推進をするのであれば、専門の組織が必要なるも、まちづくり会社があるのであれば、人材拡充し観光協会的な活動のとりまとめをさせてはどうでしょうか。

葛尾村の良さをより発信して欲しいなと思います。

観光振興の軸（何を打ち出すのか、町として何を売り込むのか、どのようなビジョンを描くか）が重要かと思えます。  
建物や観光施設を見て回る従来型の能動型から、参加型に発想を変えるべきではないか。客の思い出は、「その場所で何が出来たのか？」ではないのか。

村長に会えた、村の子供と交流した(授業参観や掃除と一緒にやったとか他愛の無いものでも可)。  
ジビエの皮剥解体など観光客にとってはキラコンテツになると思う)、薪割りを自分でして五右衛門風呂に入った、野生のクワガタを見つけた。

へびを素手で触った、コンパインに乗った、野草の名を知り、村ではそれをこのように調理して食べた、川で遊んだ。ハードよりもそんなコンテツが魅力ではないのか。

ここに来ると何ができるのか・何に巡り会えるのかということが、もっと言える村だと思う。トータルデザインの欠如  
宿泊施設の充実となると、なかなかリソース確保が難しいかもしれませんが、もしせせらぎ荘や民泊などで空室があるシーズンがあるようであれば、イベントと掛け合わせた

パッケージツアーを組むなどすると、都心からでも参加してみたいという人が増えるような気がしています。

観光のPRや会議等に主となって参加し、意見を言えるキーパーソンがいてほしい。

村として、どの観光資源を推していくのか、その絞り込みからだと思います。

あぜりあ、せっかく素敵なのでもっと面白いところになるといいな！いいメニューがあるとか、面白い住人図鑑とか？

今年の標葉祭りで葛尾村を訪問しましたが、非常に自然が豊富で良いなと思いました。伝統的なイベントや、葛尾独自の独特な産業などがあると、葛尾に来るきっかけが増え  
るかなと思います。イベントなどでは、公共交通機関（中通りや浜通りのJRの駅からのバスなど）を整備すると、都心から来る方なども集客が見込めるのではないかと  
せっかく立派なせせらぎ荘があるのだから、もう少しPRできると集客の強化ができると思います。

村役場や公社もお忙しいので難しいとは思いますが、もっと葛尾村のイベントや情報を東京でも見れるようになるとありがたいです

県が実施しているふくしまポータルなどに、葛尾村のイベント情報や観光情報などをもっと発信していただくと良いのでは？

観光客を呼び寄せるには、土日でも営業している飲食店が必要かと思えます  
食の提供の面で大いに改善の余地ありと思えます。



サイクリストが立ち寄り、宿泊できる環境が整備されていない。（コインランドリー、自転車保管所など）  
建物が新しいが、ゆっくり過ごせる場所だと思っています。イベントなど季節によって開催すれば村の良さを知ってもらえるきっかけになると思います。

元山梨県早川町の親善大使をしていた。親善大使の任命。バスツアーの開催。地域イベントへの参加。村PRサポータークラブの創設

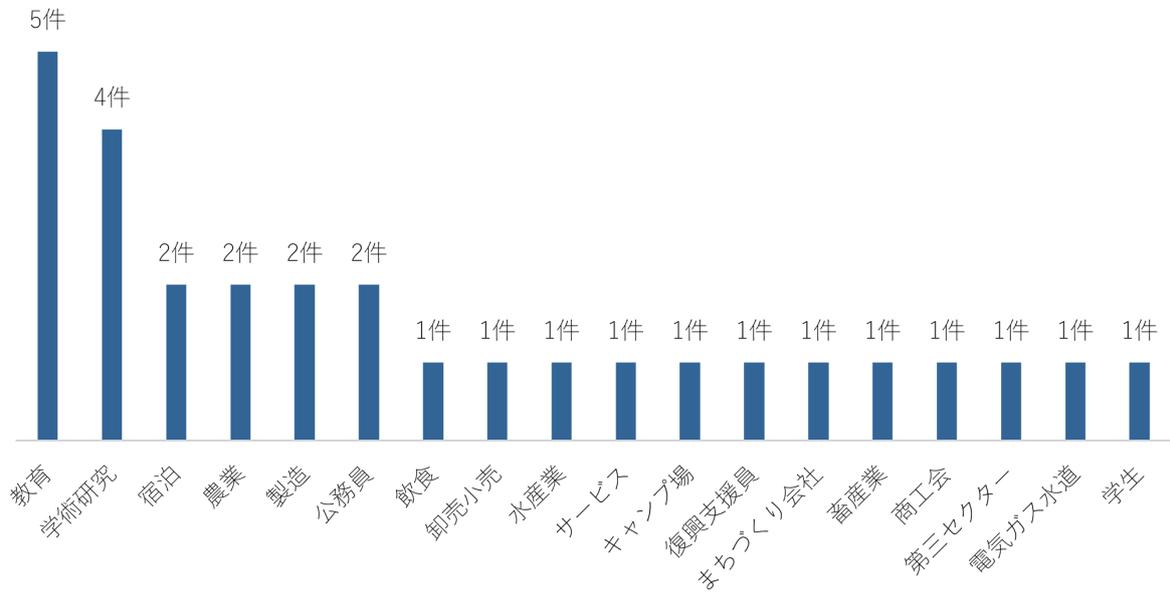
### 個別ヒアリングのご協力



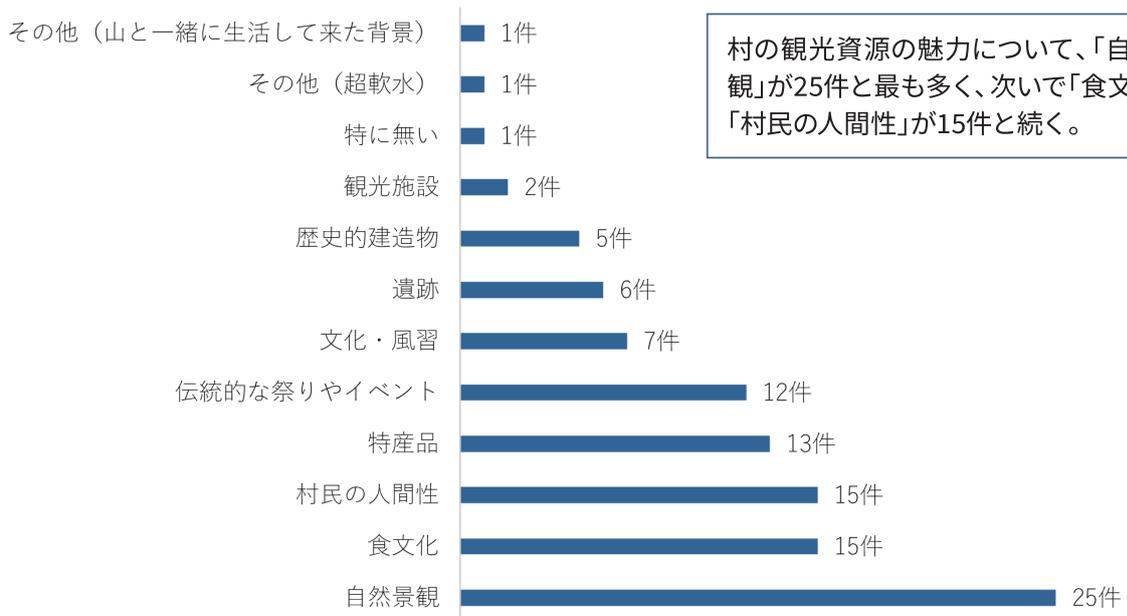


## 事業者等向けアンケートの結果

### 業種等



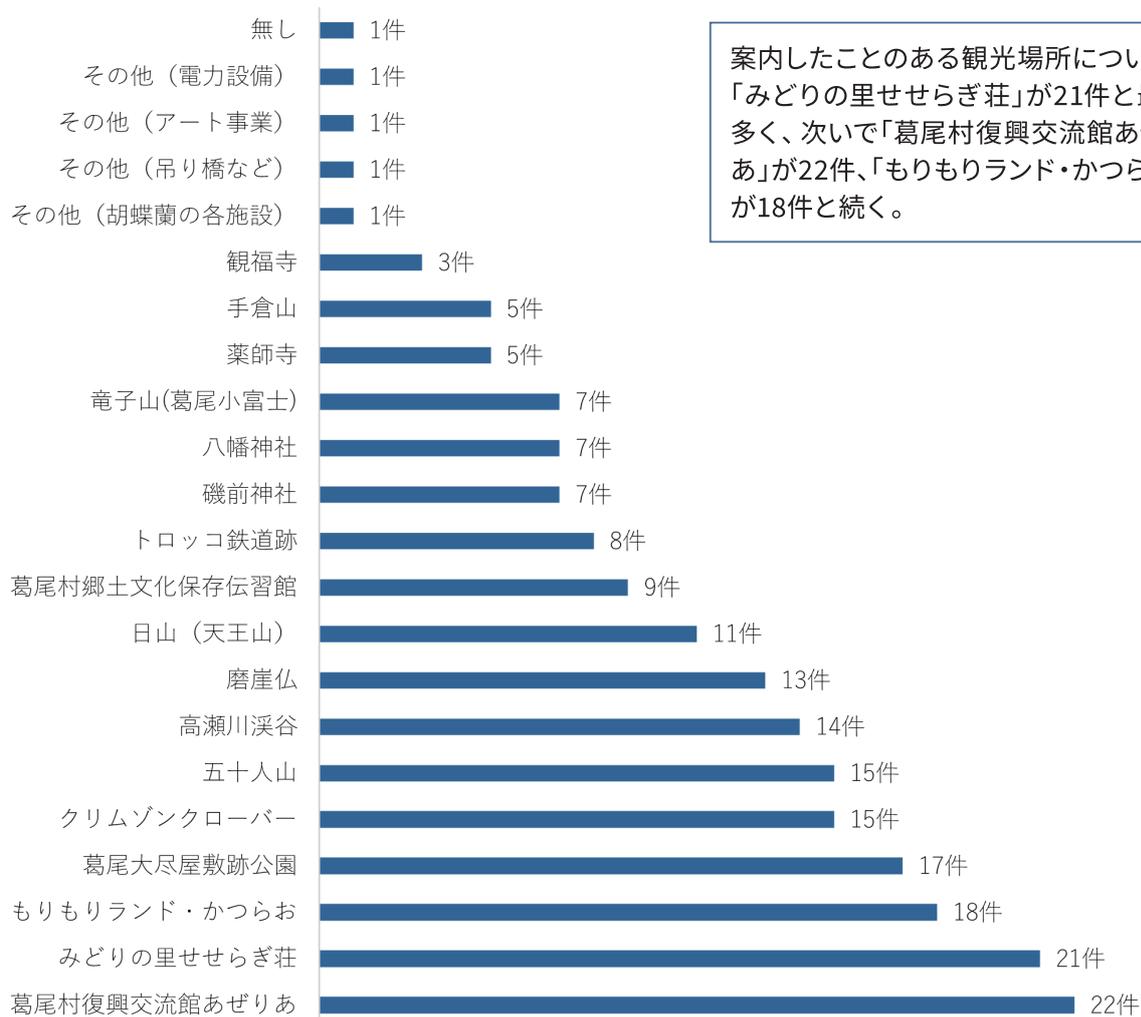
### 村の観光資源の魅力



村の観光資源の魅力について、「自然景観」が25件と最も多く、次いで「食文化」、「村民の人間性」が15件と続く。



## 案内したことのある村内の観光場所



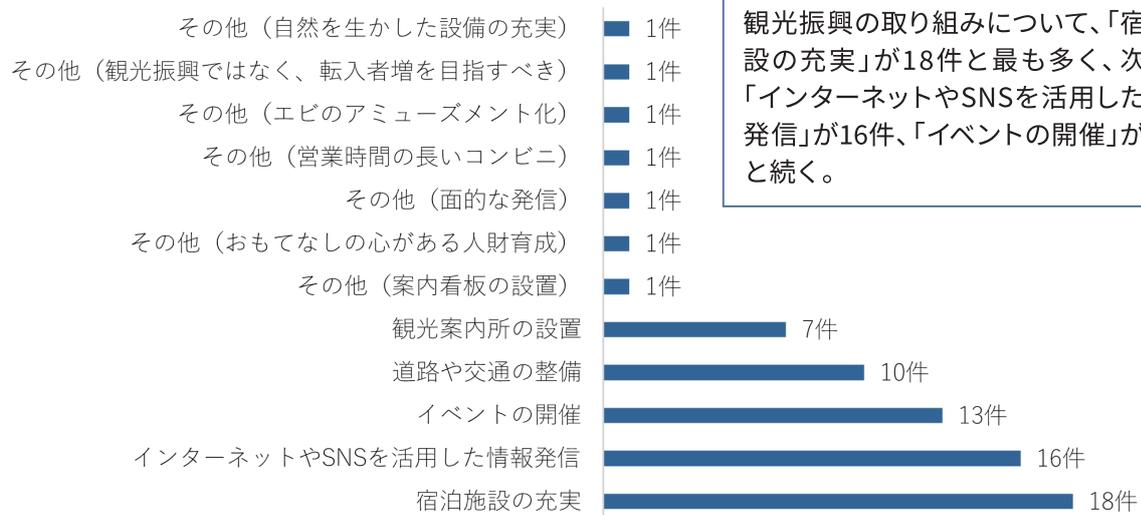
案内したことのある観光場所について、「みどりの里せせらぎ荘」が21件と最も多く、次いで「葛尾村復興交流館あぜりあ」が22件、「もりもりランド・かつらお」が18件と続く。

### 葛尾村の新たな観光資源について、ご意見・アイデアをお聞かせください。（自由記載）

- エビの養殖場
- 既存の観光資源が強くないので、他の自治体と競争するための地域全体でのワンテーマの設定が必要だと思います。
- 何も無いが、なんでもある
- 自然体験をコンテンツ化する（虫、魚、川、山、農業、林業など）
- クリゾンクローバー メルティーシープ
- エビや羊肉などを面として売り込む
- 超軟水の存在と利活用を進めてほしい
- 胡蝶蘭、ハネル葛尾のエビ、
- 村内に映えスポットを作る
- 村の資源である、溪谷・山などの自然環境をいかした観光プランが良いのでは
- 食（メルティーシープ、エビなど）
- 復興交流館の整備
- 多様な虫や動物、植物など、写真撮影等の案内ができるのではないかと。しみ餅を使ったスイーツ、綺麗な水の活用など、村の財産を使った食文化の創造。
- 高瀬川釣り公園
- 村民・移住者・村内企業の理解、村民等の主体性の醸成、身の丈にあった計画が必要
- 村内の理解に関するところでの情報提供、その情報をもとにした検討、既存村民の幸福度を高める活動が必要

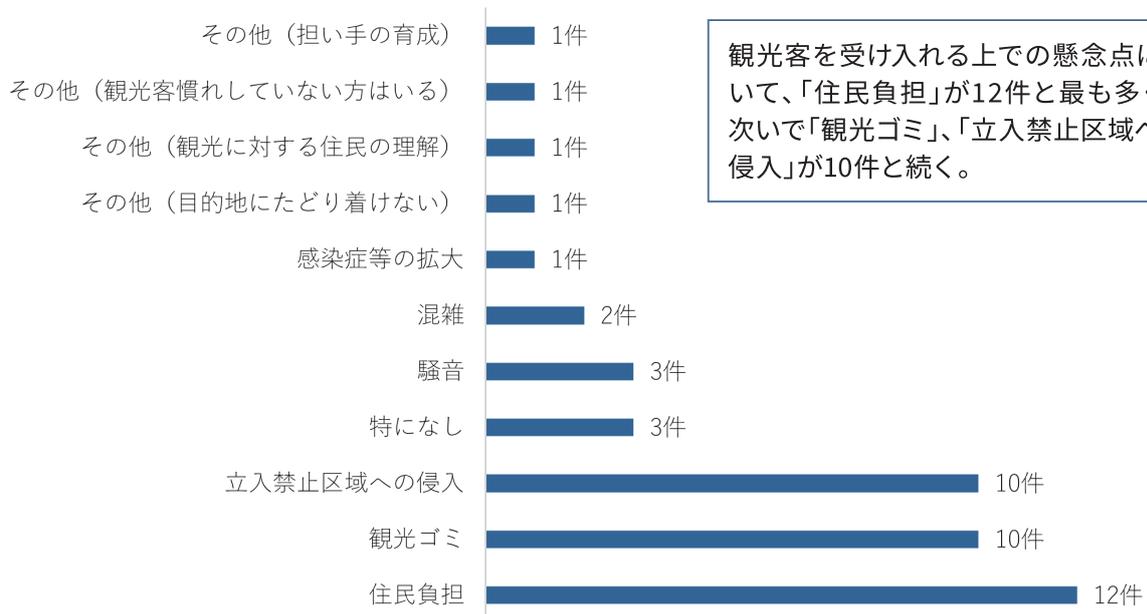


## 観光客を増やす取組



観光振興の取り組みについて、「宿泊施設の充実」が18件と最も多く、次いで「インターネットやSNSを活用した情報発信」が16件、「イベントの開催」が13件と続く。

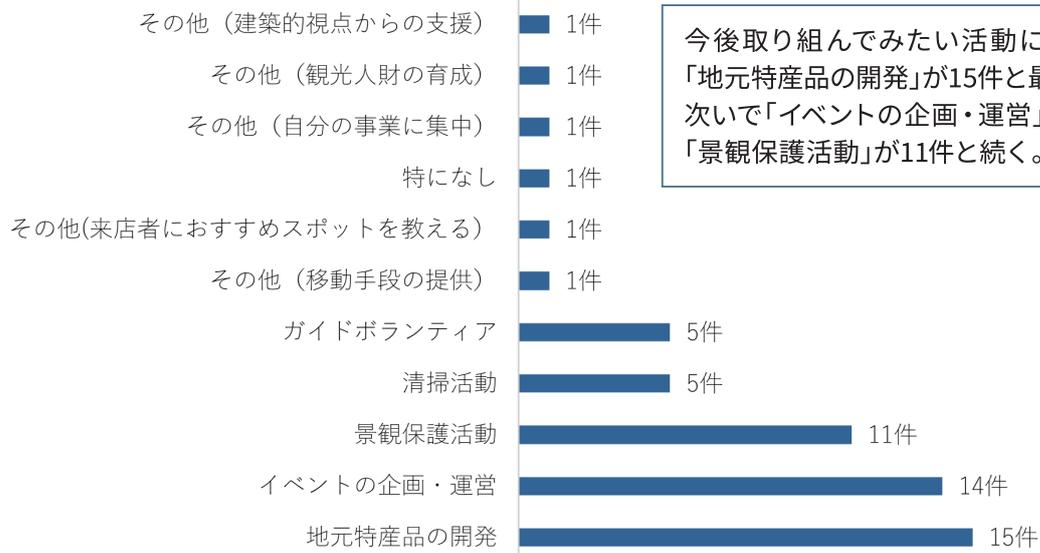
## 観光客受け入れの際の懸念点



観光客を受け入れる上での懸念点について、「住民負担」が12件と最も多く、次いで「観光ゴミ」、「立入禁止区域への侵入」が10件と続く。



## 取り組んでみたい活動



今後取り組んでみたい活動について、「地元特産品の開発」が15件と最も多く、次いで「イベントの企画・運営」が14件、「景観保護活動」が11件と続く。

観光振興に関してこれまで事業で取り組んだことがあれば教えてください。(自由記載)

山村でのエビ養殖

アート事業でのPRイベントの実際など

地域マスコットキャラの設定など

自転車ロードレース大会「ツールドかつらお」の開催・設営。

コンテンツ開発事業への協力（BBQコンテンツ、自転車コンテンツ等）

インバウンド調査事業の実施。

せせらぎ荘の自転車合宿誘致事業の実施。

葛尾大尽屋敷薪能の企画・運営。

地域産品エゴマを活用した煎餅「かつらおプチ煎」の商品開発。

葛尾村産羊肉「メルティーシーブ」を活用したカレーの商品開発。

特産品づくり

かつらお感謝祭、復興祭

感謝祭での出展(そば)

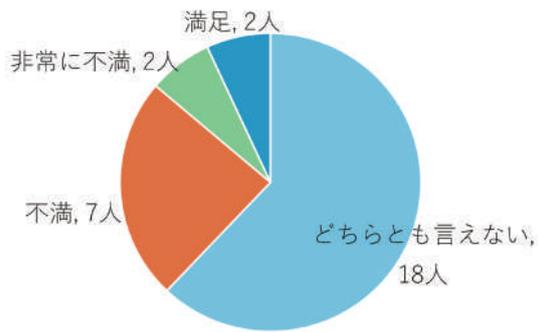
小学校の職場体験受入れなど

ガシャボン販売（チャレンジショップ）やコースター作成体験（あぜりあ市、感謝祭）など、コンテンツやイベントの開催補助。

村イベントへの参加



### 村の観光振興の取組に対する評価



現在の村の観光振興の取組について、「どちらともいえない」が18件と最も多く、次いで「不満」が7件と続く。

### 村の観光振興の取り組みに改善の余地があると思いますか？（自由記載）

村内の事業者連携の旗振り役が必要

観光のゴールとなるコンテンツがない

観光の音頭を取る人、団体が必要だと思います

あまり本気になっていないように見受けられるところ

あると思うが、具体的には難しい グルメしかないと思います

近くの川内村の観光、PRの仕方が良いので参考にすべき

観光への耐性がないので、改善というか始めるという感じでしょうか。

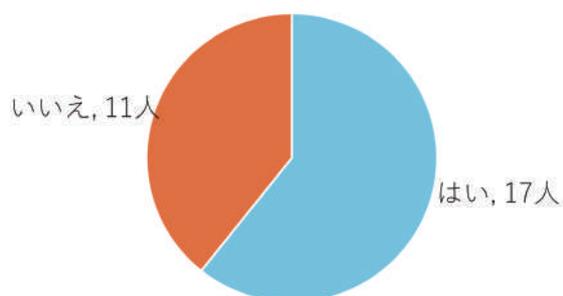
宿泊場所の充実

情報発信

村外の方と一緒に観光振興を検討すべき

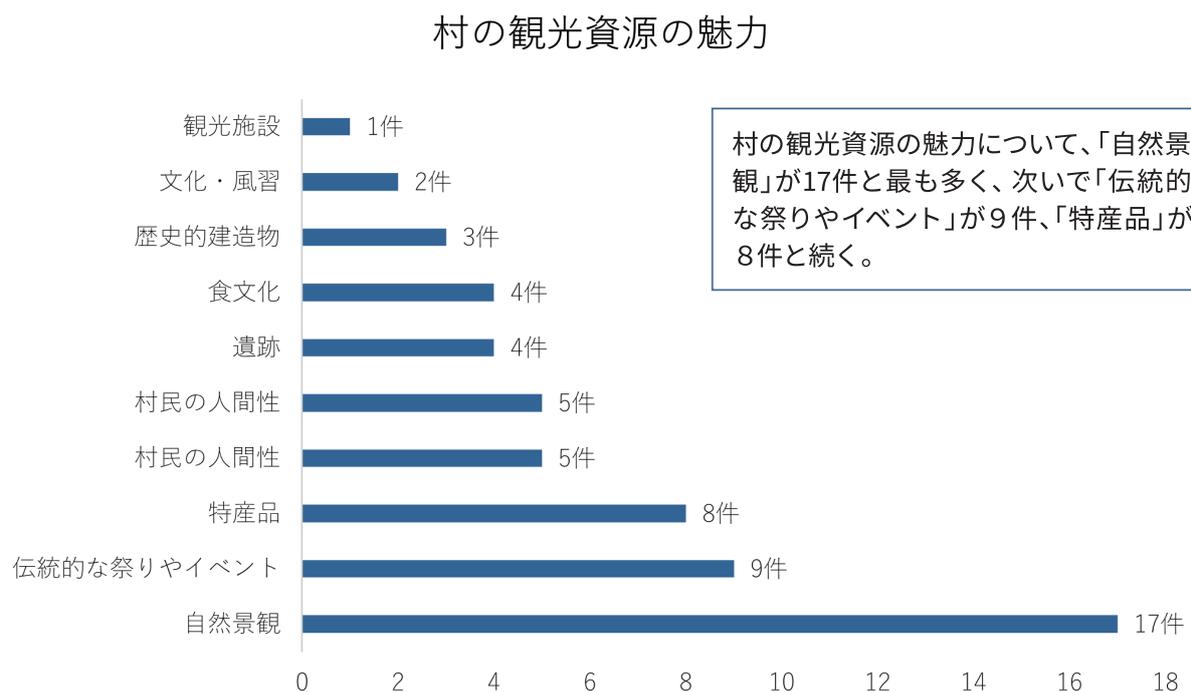
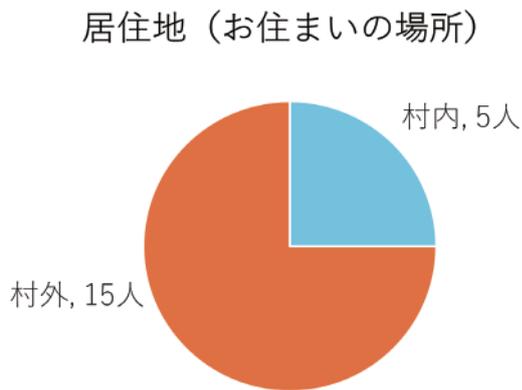
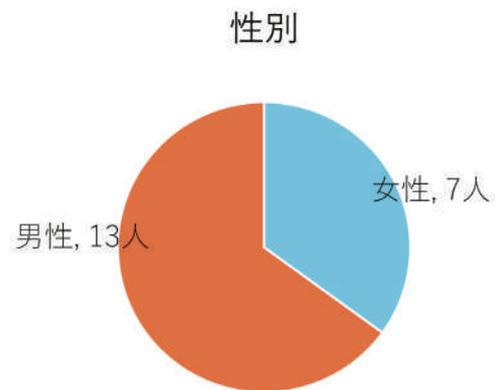
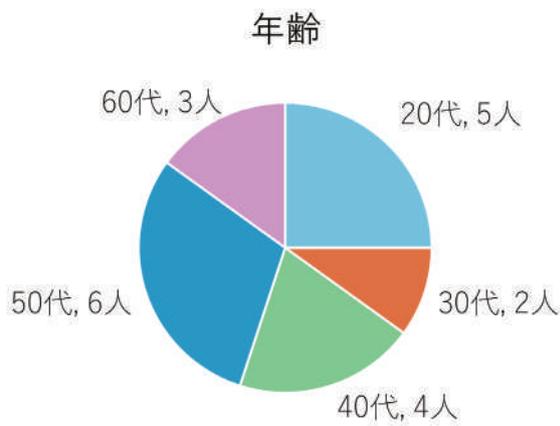
参加する人に寄り添った視点での取り組み

### ワークショップの参加



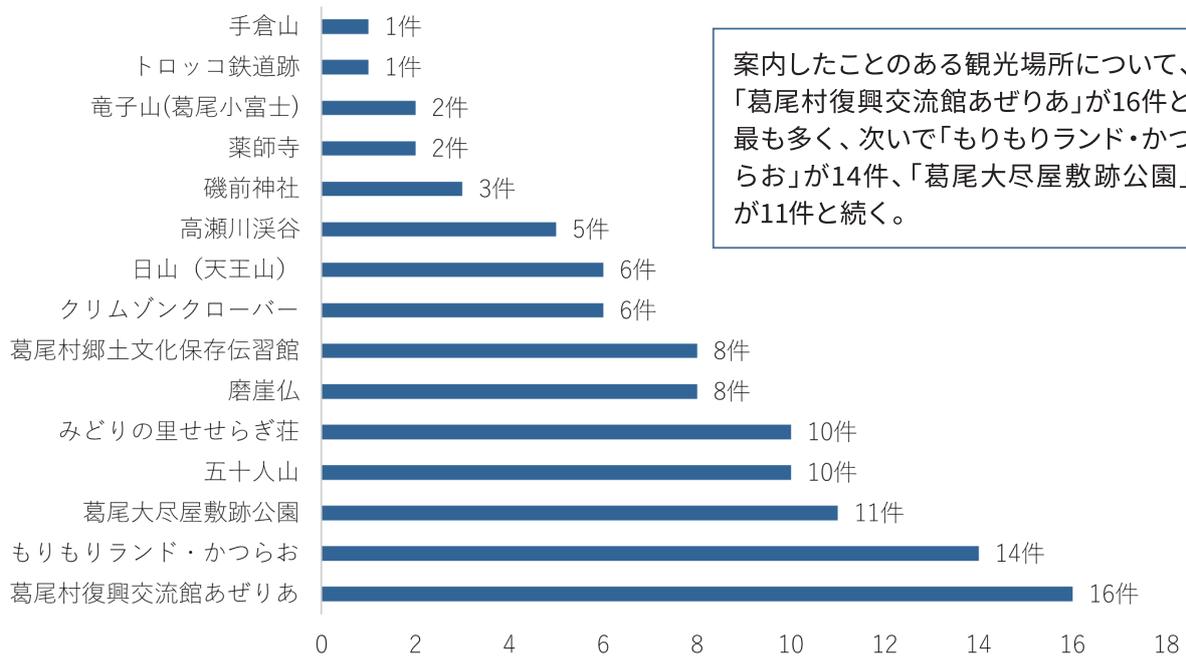


## 役場職員アンケートの結果





## 案内したことがある村内の観光場所



葛尾村の新たな観光資源について、ご意見・アイデアをお聞かせください。(自由記載)

馬を活かしたもの

食からのアプローチ(石井食堂)

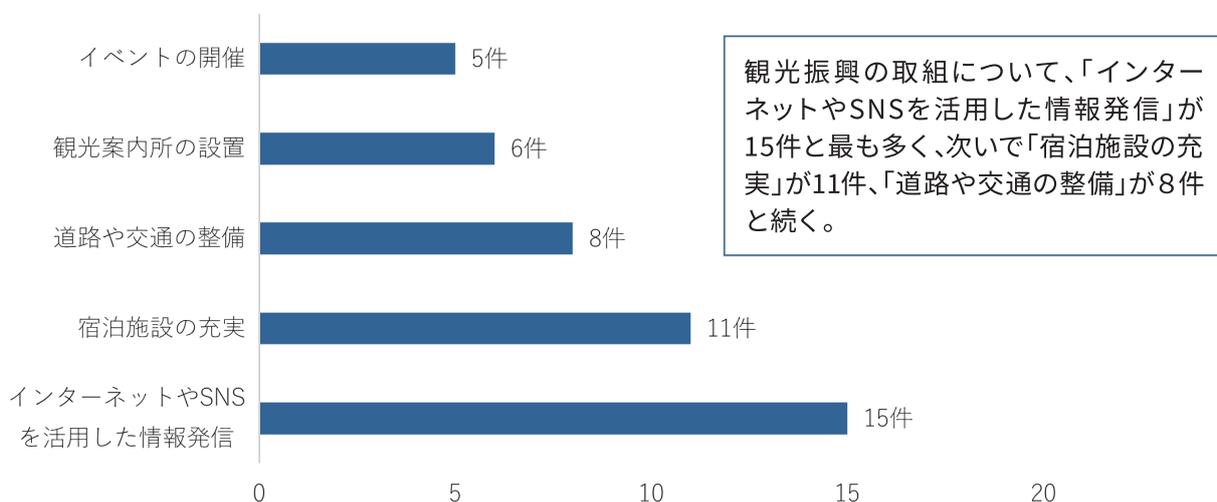
高瀬川の新緑と紅葉、風越や東平からのパノラマ、野川からの竜子山の眺望

『ダッシュ村』の関係を、開発拡大できないか？

大尽屋敷の元々水仙畑やれんげ畑だったところが何も無く寂しいので何か植えてはいかがでしょうか。

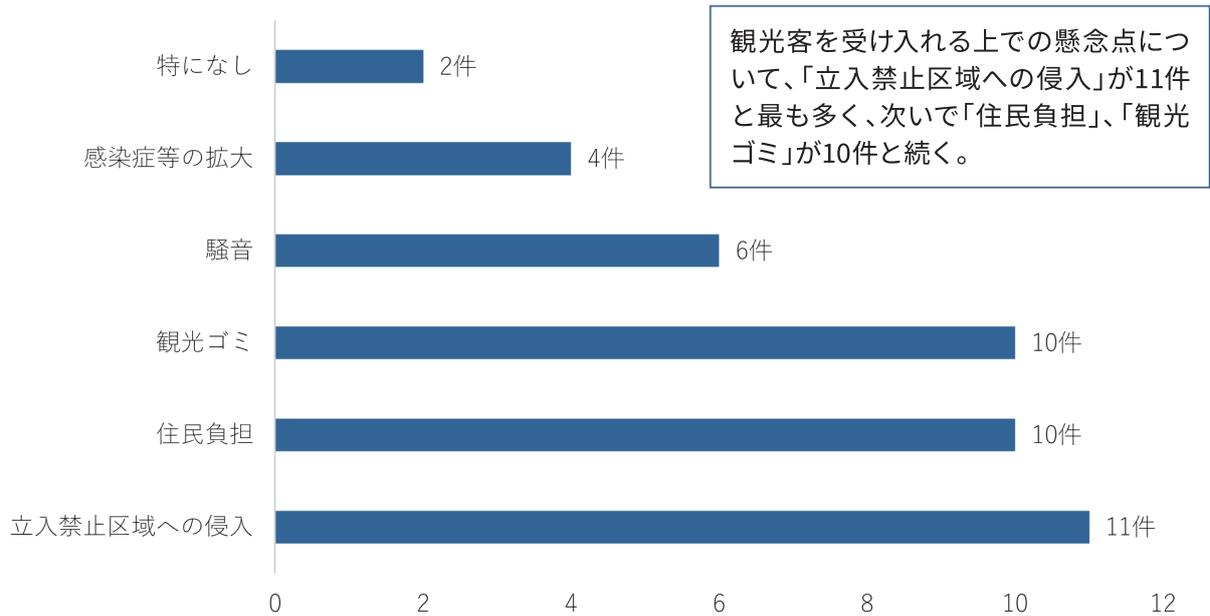
また、特産品となり得るものだとお思います(そば、藍(藍染)、しみ餅に入れられる食材など)

## 観光客を増やす取組

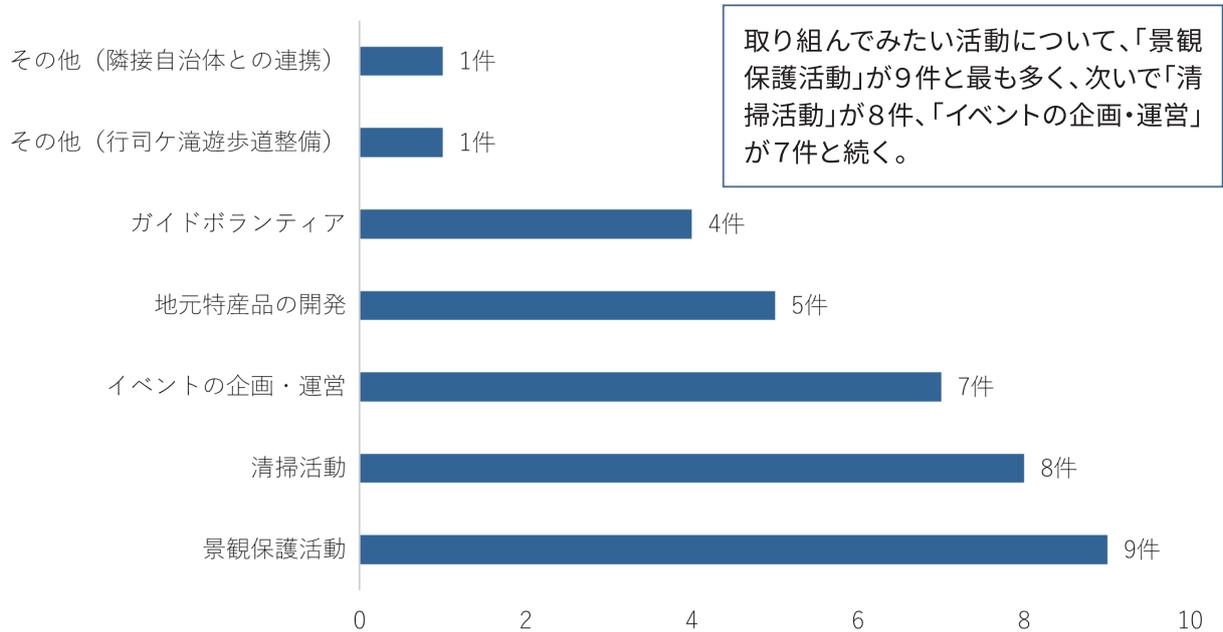




## 観光客受け入れの際の懸念点



## 取り組んでみたい活動



観光振興に関してこれまで個人的に取り組んだことがあれば教えてください。（自由記載）

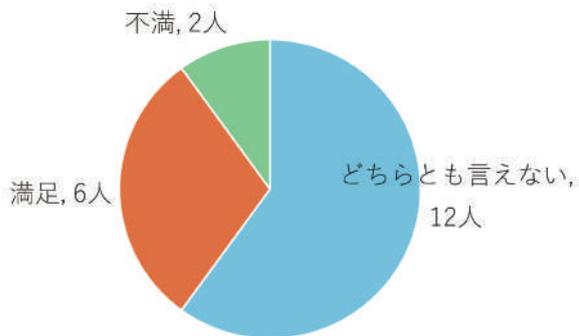
情報発信(SNS等)

観光名所のゴミ拾い

キャンプ場整備と管理、せせらぎ荘イベント補助



### 村の観光振興の取組に対する評価



現在の村の観光振興の取組について、「どちらともいえない」が12件と最も多く、次いで「満足」が6件と続く。

### 村の観光振興の取り組みに改善の余地があると思いますか？（自由記載）

真の目玉となるもの、宣伝

担当職員が少ない

村の考えに保守的な部分がある。観光振興をするのであれば、もっと奇抜で攻めた戦略でないといけないと考える。住民理解や村上層部の理解が必要と考える。

ある程度人を集められる観光資源は揃っている、さらにこれから増やしていく余地も考えられるため今後、策定計画を元に改善していけたらと思う。

総合的な観光パンフ作製、簡単なイベントを繰り返す、参加回数により豪華プレゼント贈呈

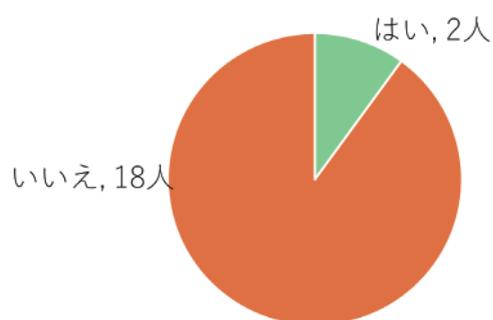
SNSでの発信

キャンプ場整備と管理、せせらぎ荘イベント補助

特産品ブラッシュアップの視点で、メルティシーブ生産拡大にむけた人的支援、物質的支援できないか？

大尽屋敷までのマップ作成やホームページでの発信等

### ワークショップの参加





## (2) ヒアリング調査概要

### ■ 調査の目的

本調査は、村に関わりのある方に対してヒアリングを行い、本プラン策定における基礎資料の1つとする

### ■ 調査方法

村民、施設利用者、事業者等、役場職員に対して対面及びオンラインでのヒアリングを実施

### ■ 調査期間

令和6年8月1日～12月27日

### ■ ヒアリング件数

村民：2件

施設利用者：2件

事業者等：29件

役場職員：26件



## 村民へのヒアリング結果 ※内容が重複するご意見についてはまとめて記載

村の存続が重要  
村民が豊かになることが理想  
地域をあげて観光という柱を立てなくてはならない  
林業と水を大事にしたい  
経済を循環させなくてはならない  
人材育成、歴史文化、自然を活かして攻めなくてはならない  
葛尾村にお客さんが来た時に一番に見せることができる観光名所が必要新しい施設が必要（ビジターセンター）  
何度も訪れたい場所ではなくてはならない  
震災で不遇な時間もあったが自然や景観が残ってよかった  
スポーツを軸とした観光に可能性を感じている  
村民も含めもっと本気で将来を考えなくてはならない（その答えのひとつが「観光による地域振興」と考えている）  
活かされていない資源がたくさんあるのでもったいない（山、川、星空、村の施設もいいものがある）  
まだ早いと言われるかもしれないがインバウンドも取り組むべきと考える  
観光振興施策について、発表の機会がほしい

## 施設利用者へのヒアリング結果 ※内容が重複するご意見についてはまとめて記載

過去、仕事で避難者へのヒアリングを実施していた  
観光振興のために、外部のイベントに積極的に参加すべき  
今でも月に1回程度、福島に通い続けている  
観光振興に関しては、もっと対外的なPRが必要ではないかと感じている  
たまに家族でせせらぎ荘に入浴しに来ている  
施設の使用感は非常に満足  
以前は送迎のバスがあり便利だった  
キャンプ場など自然環境を活かした施策が良いかと思う  
冬場は村外から人を呼び込むのは難しいと思うので工夫が必要（路面凍結のため）



## 事業者等へのヒアリング結果 ※内容が重複するご意見についてはまとめて記載

村民はみんな優しい。排他的な印象はない。震災で一旦村民が外に出してしまったことも有ると思う  
せせらぎ荘、もりもりランド、あぜりあについては、施設単体ではなく他事業者との抱き合わせ商品（サービス）等を考えるべき  
がらがらどんは、宿泊食事観光など一体で対応出来るようにしていきたい  
収益性を考えるのであれば観光ツアーなどが良いと思う  
自社商品のブラウンチーズを村内名物として打ち出しても良いかと思う  
宿泊施設の充実が必須  
観光振興の為に観光拠点が必要であると感じている（現実的にはあぜりあ等をスケールアップ等）  
特化するものが村内に無いため、薄く広く網羅的に村内のコンテンツを作っていくのが良いかと思う  
コンテンツが出来てきたらそれぞれ連携していくのが重要  
村内の収益化可能なコンテンツを村民が理解していないモノが有ると感じている※クリムゾンクローバー、葛尾大尽公園（製鉄）など  
葛尾村の地形などもブランディングが何かに使えそう  
外部への訴求についてはSNSの複数プラットフォームの活用が必要  
観光施策の実施体制としては、若い方と経験有る方の両方が居るチームが望ましい  
観光推進組織としては観光協会的な団体が望ましいと思う  
物理的距離はさておき、心の距離が近いのが葛尾村のいいところ  
物々交換、Giveの文化がある  
観光に取り組む理由は、収入を上げること  
観光はやりたい人がやればいい。できる人からはじめる。そうすれば周りがついていくと思う。  
しみちゃんも好きだけど、ほかの若者ウケするキャラクターの設定が必要では  
住民が求めているなら観光をやるべきだけど、そうでなければやるべきでない  
土日休みの店舗が多いため観光をするのであれば体制の変更が必要になる  
そもそも観光の概念は何なのか。施設の魅力は作れても、キャストの魅力づくりは作り切れない。  
ツアー造成とは、コンテンツがあって初めてできるものだと思う  
観光をけん引する組織は必要と考える  
葛尾では避難地域や国有林の問題もあり、観光地化のハードルは高い（時間が掛かる）  
風車が設置されている道を活用して、見学ツアーやサイクリングなど、可能性はあると思う  
住民が観光、移住定住の重要性を理解してほしい  
観光移住定住に対応できるフロントマンを役場においてほしい  
不便な立地を逆手に取る様な観光振興施策が良いと思う  
観光資源として、縄文時代の遺跡が村内に点在している点は面白いと思う  
特に、たたら製鉄は面白いかもしれない（砂鉄自体は岩手から仕入れていた）  
観光振興計画については、村民を巻き込む仕方については検討が必要  
（住民が主体で取り組んでいる姿が理想で有ると考えている）  
対外的な取り組みだけでなく、村内に対する取り組みも重要だと思う  
村はそもそも観光に力を入れてない様に感じる  
役場はまずは観光振興のきっかけを作って欲しい  
観光協会等を作って、基本的には事業者が自走していく組織が良いかと思っている  
村内で実施しているハウス栽培の事業を観光振興に活かすとするなら、観光農園やレストラン等は考えられそう  
支援の仕方としては村内の若い方を巻き込んで進めるべきであると考えている  
観光への取り組みについては、村内施設を開け続けることは大切であると感じる  
観光客の受け入れ態勢については改善が必要  
クリムゾンクローバー等はコンテンツになり得る  
自分が知らないところで商品開発してたりしている  
村はどこかに行くための通り道というイメージがある  
外に向けた取り組みが少ない。外との繋がりを作るべき。（周辺の地域も巻き込むとよい）



## 役場職員へのヒアリング結果 ※内容が重複するご意見についてはまとめて記載

外の人から知ってもらうための情報発信（SNS活用など）ができていないと感じる  
かつらお恵みの感謝祭は村内の事業者がブースを出すなどして2千名以上の集客がある  
大学連携のための仕組みはないが、大学が一生懸命対応してくれている  
葛尾村は昔から観光のまちというスタイルではなかった  
村内に特段、観光名所は無いと感じている  
人員不足のため役場が主体での観光振興対応は難しいと思う（外部との連携体制が必須）  
田村市と葛尾村の違いは、先ずは人員数。加えて、地元の職員が多いため、簡単な観光案内も可能  
交通の便が良くなってきたら更に改善できるかもしれない  
村は高校進学時に外に出なければならぬ（その後に戻ってくる人は少数派）  
医療機関、公共交通など、村はちょっとした不便さはある（車は必要）  
教育と観光の親和性について、歴史的背景など活用できるものも在ると思う  
村内の学生に意見を聞いてみても良いかと思う  
スポーツ少年団や大学運動部も出入りしているが、村内に宿泊先がない  
ただ来て、目的を果たして帰るだけでなく、村内でお金を使えるスポットが必要だと考えている  
ツールド葛尾は、村内の勾配と自動車を全て止めるため参加者からは好評  
観光プランには、自然環境を活かした取り組みを入れるのが良いかと思う  
村内の子供が自分たちの村をちゃんと理解して欲しいと考えている  
村をでた子供たちが村外で自分たちの村の話をしてもらい、関係人口に繋げて欲しいと思う  
教育旅行運動部合宿山村留学の誘致に関しては可能性が有ると感じている  
民間事業者の方は役場職員と比べ、自由な発想をお持ちだと感じている。  
大尺屋敷で能を開催した際は、反響が大きかった。（地元の方が入れないくらい）  
飽きの来ない観光コンテンツ作成も重要だと思う  
村の特産品として、シミ餅は外へのお土産としては渡しやすい面は有るかと思う  
村内にお金を落とす場所がないと思う  
村内の人材育成について、そもそも若い方が少ないので難しい点もある  
村の強みは、車でアクセスが実はしやすい（郡山市など）  
経由地としての需要は有るのではないか  
新しい何かを整備するのは現実的では無いと思う（既存資源を活用するのが現実的）  
観光プランの内容として、村民の人柄を活かしたものにしたい  
村外の方にいいところを発見してもらいたいと思っている  
何も無いことを逆にとって、"何もしない"プランは良いかもしれない  
観光協会の様な組織は必要だと考えている  
経済的な観点はプラン作成で必須  
プラン内でPDCAについても記載したい（毎年アンケート実施など）



用語	説明
SDGs	持続可能な開発のための、2030年までに達成すべき17の国際目標。
エコツーリズム	自然環境等の資源を損なうことなく、自然を対象とする観光を通して地域の振興につなげることを目的とする旅行。
インバウンド	外国から日本を訪れる旅行者。
ニーズ	「要求や必要性」の意。ビジネスシーンにおいては「相手が求めている理想的な姿や状態」を表す。
グリーンツーリズム	環境に配慮し地域資源を持続的に保つことができるような旅行。農村や自然体験を含むことが多い。
SNS	ソーシャル・ネットワーキング・サービス。オンライン上で人々がつながり、情報を共有するためのプラットフォーム。
ワークショップ	特定の主題やプロジェクトについてグループで集まり、集中的に議論・検討を行う会合。
観光コンテンツ	旅行者に提供される様々な観光名所、活動、体験。
マーケティング	商品やサービスを市場に広め、販売・分配するための活動全般。
リピーター	繰り返し訪れる顧客や観光客。
オンリーワン	「ただ一つ、他にはない」の意。ビジネスシーンにおいては「他と一線を画す商品やサービス、体験の独自性」を表す。
ランチェスター戦略	企業を「強者」と「弱者」に分類し、それぞれにあった戦い方で市場競争で競合に勝つための戦略。観光振興においては、北海道・京都のような大観光都市に対抗するため、ニッチ分野等で優位性を得る手段。
プロモーション	商品やサービスの良さを伝え、販売を促進する活動。
リノベーション	設備の改修等により現状よりも高い性能にすること。
テクノロジー	特に産業分野における製品の實用化に向けた科学知識の応用。
アドベンチャーツーリズム	旅行者が地域独自の自然や地域のありのままの文化を、地域の方々とともに体験し、旅行者自身の自己変革・成長の実現を目的とする旅行。
スポーツツーリズム	スポーツを見に行くための旅行及びそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流等スポーツに関わる様々な旅行。
検索エンジン	インターネットに存在する情報(ウェブページ、ウェブサイト、画像ファイル、ネットニュース等)を検索する機能及びそのプログラム。
ハッシュタグ	特定のトピックに関するメッセージを識別するためにソーシャルメディアで使用される、ハッシュ記号(#)で始まる単語やフレーズ。
インフルエンサー	他の人々の行動や意見に影響を与える能力を持つ人。特にソーシャルメディアで活動する人物。
コラボレーション	何かを生み出すために他の人と協力して働くこと。



# 葛尾村観光戦略プラン

令和7年4月

編集・発行 葛尾村役場地域振興課  
〒979-1602  
福島県双葉郡葛尾村大字落合字落合16  
TEL：0240-29-2113

