

第2次 田村市観光基本計画

令和2年9月



目次

序文	1
序章 はじめに	3
1 計画策定の趣旨	3
2 計画の性格	3
3 計画の期間	3
4 計画の検証	3
第1章 田村市の観光を取り巻く現状と課題	4
1 国内における観光の動向	4
(1) 国内観光の動向	4
(2) 国の観光政策	4
2 福島県内における観光の動向	5
3 田村市における観光の動向	7
(1) 観光資源の現況・課題	7
(2) 動向・観光形態	13
4 第1次観光基本計画の達成状況と今後の課題	16
(1) 課題に対する達成状況及び今後の課題	16
(2) 推進方策に対する達成状況及び今後の課題	19
5 田村市の観光に関する課題	19
(1) 観光に関する課題	19
(2) 課題及び環境の変化等の相関図	21
第2章 観光まちづくりビジョン	22
1 計画の骨子	22
(1) 計画策定にあたっての考え方	22
(2) 計画の基本理念	22
2 計画の目標年次	22
3 観光振興の将来像	22
4 観光振興の基本方針	23
第3章 推進計画	25
1 基本方針と推進施策	25
2 推進施策の具体的な内容・スケジュール	26

第4章 推進方策	35
1 推進体制	35
(1) 観光推進組織	35
(2) 各主体の役割	35
2 推進施策の前半5年分のスケジュール一覧	37
参考資料	38
1 計画策定経過	38
2 計画策定委員会等名簿	39
3 田村市内の主要な観光資源	42
4 あぶくま洞及び関連施設並びにスカイパレスときわの今後の施設更新計画	43

序 文

本市においては、平成18年（2006）3月に観光施策の指針となる「田村市観光基本計画」を策定し、あぶくま洞や入水鍾乳洞などに代表される自然環境や歴史・文化、伝統あるイベントなどの観光資源を活用しながら、魅力ある観光地づくりに向けた多様な施策を展開してきました。

計画策定から10年余が経過し、この間、東日本大震災や東京電力福島第一原子力発電所事故からの復旧・復興など本市を取り巻く環境の変化と併せて、個人旅行や外国人観光客の増加、食の観光資源化など観光に対する人の価値観やスタイルが多様化してきています。

これらを踏まえ、観光資源を最大限に活かした魅力ある観光地づくりを目指し、このたび新たな観光基本計画を策定いたしました。

この計画では、本市の誇るあぶくま洞を拠点にした周遊促進や観光の産業化などの4つの基本方針を掲げ、それらを実現するための9つの推進施策を定めております。

今後は、この計画に沿って、本市の個性と魅力ある観光振興施策を推進してまいりたいと考えておりますので、市民の皆様をはじめ、観光関係団体や民間事業者の皆様にもご理解をいただき、積極的なご指導とご支援をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、熱心なご意見をいただきました委員の皆様をはじめ、ご協力をいただきました皆様に深く感謝を申し上げ挨拶といたします。



令和2年9月

田村市長 本 田 仁 一

序章 はじめに

1 計画策定の趣旨

平成18年(2006)3月に本市の観光振興に向けた方向性を明らかにするとともに、有効な観光施策を展開するための指針となる「田村市観光基本計画」(以下「1次計画」という。)を策定し、あぶくま洞や阿武隈高原の豊かな自然、歴史、伝統あるイベントなどの観光資源を活用しながら、魅力ある観光地づくりに向けた多様な施策を展開してきました。

しかし、平成23年(2011)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に伴い、市内の一部地域が避難地域に指定され、観光資源の利用や観光施設の運営ができなくなったことから、観光基盤が損なわれるとともに、事故に伴う風評被害等により観光客が急減しました。

震災後間もなく10年目を迎える現在、観光客入込者数(以下「入込者数」という。)は徐々に回復してはいるものの、未だ震災前の水準には回復していません。さらに、近年、団体から家族・個人への旅行形態の変化や外国人観光客の増加、体験や食への観光嗜好など観光を取り巻く社会環境が大きく変化しています。

この多様化する人々の価値観や社会環境に対応するため、市内の交通機関や宿泊施設、関係機関など本市の観光を取り巻く実情などを十分に踏まえつつ、本市の有する資源を最大限に活用しながら、地域における観光の産業化を目指して、本計画を策定するものです。

2 計画の性格

本計画は、市政運営の基本的指針である「田村市総合計画」を受ける観光部門の基本計画であり、田村市観光行政の指針となるものです。また、あわせて観光関連団体や民間事業者、市民に対しても観光振興の指針としての役割をもち、本計画の方向付けを軸に、自主的、積極的な参加を期待するものです。

3 計画の期間

本計画は、概ね10年後を目標として各種施策を展開するものであり、目標年次を以下のように設定します。

なお、次期総合計画との整合性を確保するため、総合計画策定後に見直すとともに、社会・経済情勢の急激な変化に対応すべく、計画開始又は計画変更5年後に見直しを図るものとします。

計画開始年次：令和 3 (2021) 年度

計画目標年次：令和12 (2030) 年度

4 計画の検証

本計画の実現性を高めるため、毎年度成果を把握し、検証を行うものとします。

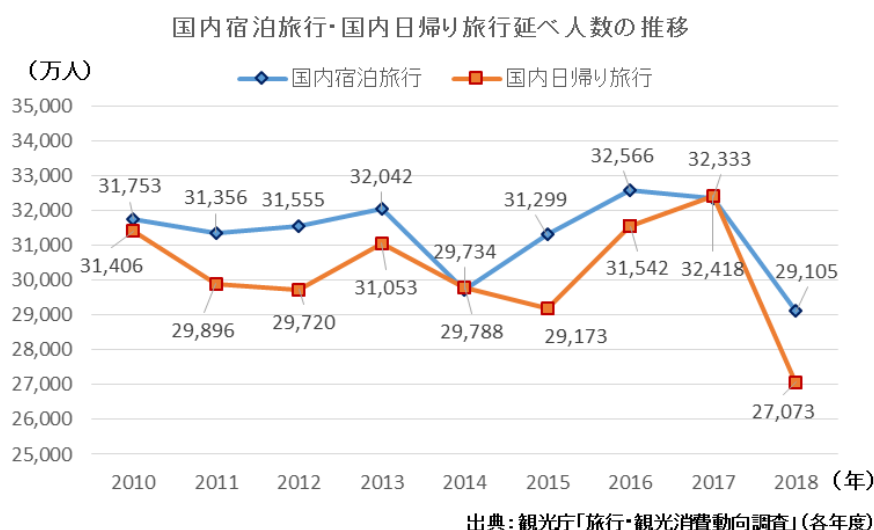
第1章 田村市の観光を取り巻く現状と課題

1 国内における観光の動向

(1) 国内観光の動向

国内の日帰り旅行数は、東日本大震災の影響等により平成23年(2011)、平成24年(2012)に大きく減少したほか、消費税増税等の影響で平成26年(2014)、平成27年(2015)にかけて落ち込みました。近年は回復傾向にありましたが、平成30年(2018)には災害等の影響により大きく落ち込みました。

また、国内宿泊旅行は、消費税増税等の影響で平成26年(2014)に大きく減少したものの、その後は堅調に推移していましたが、平成30年(2018)に日帰り旅行数同様、大きく落ち込みました。



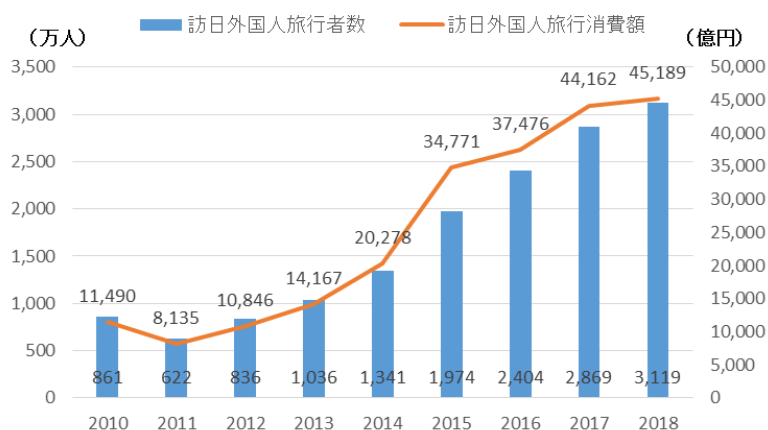
(2) 国の観光政策

国は、平成18年(2006)12月に観光立国推進基本法を制定し、「地域の主体的な取組みを尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続的な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進」(観光庁HP)することにより、将来的に、豊かな国民生活の実現を図るため、観光立国推進基本計画を策定し、訪日外国人旅行(インバウンド)消費の拡大による観光の基幹産業化を進め、日本経済の牽引と地域活性化を図っています。

国は、観光立国推進基本計画に基づき、電子決済、多言語化表示、民泊の推進等訪日外国人旅行者の受入拡大を進め、平成30年(2018)の訪日外国人旅行者は3,119万人と、法律が制定された平成18年(2006)の約4.3倍に、外国人旅行消費額は4兆5,189億円に達しました。

なお、近年は地方を訪問する訪日客が増加しており、その背景には、体験メニューを中心とする「コト消費」への関心の高まりがあること、またそれにより、地方においては「コト消費」の体験による消費額の拡大効果が大きいことが指摘されています。

訪日外国人旅行者数と旅行消費額の推移



出典：観光庁「観光白書」(令和元年度版)、
「訪日外国人消費動向調査」(各年度)

2 福島県内における観光の動向

福島県内の入込者数は、東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所事故の影響により、一時、震災前の6割近くまで減少しましたが、平成30年(2018)には震災前の平成22年(2010)対比で98.5%まで回復しました。

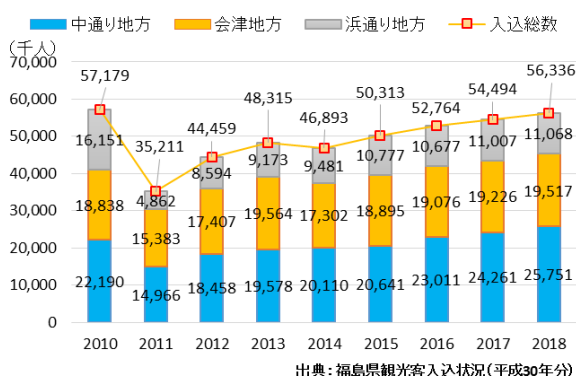
県内の入込者数は、震災前の水準まで回復しつつありますが、震災前とは次の点で相違が生じています。

①入込者数回復に係る地域格差

入込者数の回復状況を地域別にみると、震災前の平成22年(2010)対比で、県北地域で30.2%増、会津地域で10.4%増と入込者数が大きく増加している地域もある一方で、現在も避難指示が継続する地区がある相双地域で44.7%減、いわき地域で24.9%減と、原子力発電所のある浜通り地方では、観光客の回復が進んでいません。

本市の位置する県中地域では、平成22年(2010)対比3.0%増と震災前の水準まで回復しています。一方、本市においては、主要な観光施設であるあぶくま洞で42.5%減と、依然として震災の影響が続いているとも考えられますが、減少率からすると原子力発電所事故以外の要素も想定されます。

福島県の観光客入込数の推移



圏域別入込数の推移

圏域	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2010比
	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	
県北	10,923	7,850	9,406	9,997	10,121	10,530	11,647	13,134	14,218	130.2%
県中	8,253	5,131	6,354	6,789	7,043	7,090	8,153	8,266	8,501	103.0%
県南	3,014	1,985	2,698	2,792	2,946	3,021	3,212	2,861	3,032	100.6%
会津	15,147	13,030	14,386	16,293	14,315	15,968	16,168	16,392	16,727	110.4%
磐梯・猪苗代	5,484	4,997	5,585	5,499	5,380	5,610	5,664	6,060	6,280	114.5%
会津西北部	2,952	2,529	2,710	2,801	2,622	2,879	2,978	3,101	3,144	106.5%
会津中央	6,711	5,504	6,090	7,993	6,313	7,479	7,527	7,231	7,303	108.8%
南会津	3,691	2,354	3,021	3,271	2,987	2,927	2,907	2,834	2,790	75.6%
相双	5,384	1,153	1,395	1,483	1,663	2,659	2,943	2,782	2,980	55.3%
いわき	10,767	3,708	7,199	7,690	7,819	8,118	7,734	8,226	8,088	75.1%
計	57,179	35,211	44,459	48,315	46,893	50,313	52,764	54,494	56,336	98.5%

出典：福島県観光客入込状況(平成30年分)

②観光目的の変化

種目（訪問目的）別に入込状況をみると、道の駅が大半を占める「その他」が全体の25.1%を占め、震災前の平成22年（2010）対比で113.0%増となっています。一方、従前の観光資源が多い「自然」は20.6%減、「歴史・文化」は25.6%減となっています。

平成30年（2018）に100万人以上の入込があった観光拠点11施設中、道の駅等が3施設、「都市型観光－買い物・食－」に区分される観光拠点が1施設と地域産品やその地域で特有の食を提供する施設となっており、「歴史・文化」に分類されている喜多方市街も同様のことが言え、人気が高いことが伺えます。

道の駅は、①休憩機能、②情報発信機能、③地域連携機能を備える休憩施設として発足しましたが、近年は観光・産業・地域資源の活用等を図る地域活性化の拠点と位置付けられるなど、観光拠点（資源）としての比重は増大しつつあります。

観光の目的についても、従来の観光資源である「自然」「歴史・文化」から、「買い物・食」に比重がシフト、又は多様化していると考えられ、地元産品の販売拠点、地域経済の拡大拠点としての道の駅の役割は重要なものとなっています。

一方、道の駅は既に県内で33か所整備（令和元年（2019）5月24日現在）されていますので、後発組は既存施設との競合が激しくなっており、差別化、立地場所の優位性、地元産品の特色や品揃えなど、施設整備・運営のハードルが高くなっていると推測されます。

福島県観光種目別入込数の推移

（単位：千人、％）

種目	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	構成比	2010対比
自然	7,730	4,461	6,090	6,105	6,014	5,812	6,187	6,275	6,137	10.9	-20.6%
歴史・文化	12,746	7,738	9,154	11,785	9,317	9,956	10,059	9,587	9,479	16.8	-25.6%
温泉・健康	9,340	6,182	6,131	6,166	6,129	6,235	6,196	6,212	6,100	10.8	-34.7%
スポーツ・レクリエーション	9,940	5,012	8,587	9,027	9,064	9,493	9,216	10,023	10,076	17.9	1.4%
都市型観光	4,678	2,665	3,658	3,728	3,800	4,003	3,867	3,878	4,006	7.1	-14.4%
その他	6,624	4,766	5,672	6,079	6,643	8,860	10,411	12,190	14,109	25.1	113.0%
行祭事・イベント	6,121	4,387	5,166	5,424	5,926	5,955	6,827	6,329	6,430	11.4	5.0%
計	57,179	35,211	44,458	48,314	46,893	50,314	52,763	54,494	56,337	100.0	-1.5%

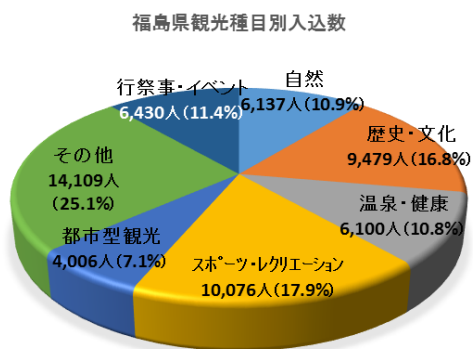
出典：福島県観光客入込状況（平成30年分）

福島県内観光客入込数の多い観光地

（単位：人、％）

順位	調査集計地点	圏域	市町村	観光種目	2018計	2017計	伸び率
1	磐梯高原	磐梯・猪苗代	北塩原村	自然	2,128,685	1,955,158	8.9
2	あづま総合運動公園	県北	福島市	スポーツ・レクリエーション	1,793,577	1,978,922	△9.4
3	スパリゾートハワイアンズ	いわき	いわき市	スポーツ・レクリエーション	1,775,235	1,848,721	△4.0
4	道の駅国見あつかしの郷	県北	国見町	その他	1,633,000	1,372,000	19.0
5	いわき・ら・ら・ミュウ	いわき	いわき市	都市型観光－買い物・食－	1,606,400	1,607,700	△0.1
6	郡山カルチャーパーク	県中	郡山市	スポーツ・レクリエーション	1,385,453	1,269,513	9.1
7	道の駅伊達の郷りょうぜん	県北	伊達市	その他	1,300,566	0	-
8	セデツてかしま	相双	南相馬市	その他	1,259,618	1,212,585	3.9
9	道の駅あいづ 湯川・会津坂下	会津中央	湯川村	その他	1,129,581	1,084,912	4.1
10	伊佐須美神社	会津中央	会津美里町	歴史・文化	1,115,775	1,239,750	△10.0
11	喜多方市街	会津西北部	喜多方市	歴史・文化	1,067,226	1,073,461	△0.6

出典：福島県観光客入込状況（平成30年分）



福島県への訪日外国人旅行客数は震災後落ち込んでいましたが、平成30年(2018)には外国人宿泊者が過去最高の176,360人(前年比35.35%)となるなど回復が著しい状況にあります。

また、令和3年度(2021)に開催が延期されたオリンピックに向け、福島県では、外国人観光客の拡大に向けた取組みを進めていくこととしています。

宿泊者数の推移

項目		全国	福島県	順位		
				構成比	東北順位	全国順位
宿泊者数	2018	538,001,500 人泊	113,963,360 人泊	2.10%	1位	13位
	2017	509,596,860 人泊	108,584,10 人泊	2.10%	1位	13位
増減数		28,404,640 人泊	5,379,50 人泊			
前年伸び率		5.57 %	4.95 %			
外国人宿泊者数	2018	94,275,240 人泊	176,360 人泊	0.20%	4位	40位
	2017	79,690,590 人泊	130,300 人泊	0.20%	4位	40位
増減数		14,584,650 人泊	46,060 人泊			
前年伸び率		18.30 %	35.35 %			

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

3 田村市における観光の動向

(1) 観光資源の現況・課題

①観光資源の現況

市の観光資源としては、主要観光施設であるあぶくま洞のほか、入水鍾乳洞(国指定天然記念物)、ムシムシランド、星の村天文台などの観光施設、阿武隈高原中部県立自然公園に指定される大滝根山(日本300名山「日本山岳会」、仙台平、矢大臣山、高瀬川溪谷(行司ヶ滝等)、鎌倉岳(花の百名山「作家 田中澄江」、片曾根山(ふくしま緑の百景「福島民報社・福島県緑化推進委員会)」などの山岳や景勝地のほか、永泉寺のサクラ(県天然記念物)や映画ロケ地となった小沢の桜など「たむらの桜28撰」としてPRしているサクラ、高柴山のヤマツツジ、個人や団体が運営するザル菊やつつじ園、ひまわりなどの「自然」資源が中心であるほか、堂山王子神社本殿(国重要文化財)や安倍文殊堂、お人形様(屋形、朴橋、堀越)などの「歴史・文化」資源が市内に点在しています。

地元産品としては、エゴマや山ぶどう北醇、高原夏野菜のほか、平成30年度(2018)から県内で最も早く開催される「新そばまつり」を行うとともに令和元年度(2019)には「赤そば」を栽培するなど、そばによる地域振興に着手したところです。また、震災後、プリンやクラフトビール、カレーなど民間による特産品が作られ始めています。

令和元年度(2019)に70周年を迎えた船引町の灯籠流しと花火大会など、市内各町では合併前から続く夏祭りなどのイベントが開催されているほか、民間団体による各種イベントが市内各地で開催されています。

◀課題▶

⑦ 観光施設の多くは、市の施設が大半で第3セクターが市と指定管理契約を締結し

運営していますが、民間が運営する観光資源が少ないなど、民間活力の活用や導入が課題です。

また、観光施設は震災後、原発事故の影響で使用できなかつたものが多く、リニューアルや老朽化した施設の撤去、案内看板（サイン表示）の更新など、現在の観光需要に応じた整備・更新が必要です。

- ① 市の観光拠点であるあぶくま洞の入込者数は、震災後、徐々に回復してはいるものの、震災前の6割程度、年間20万人程度にとどまっていますが、市の主な観光資源への入込客数は、あぶくま洞へ一点集中化（平成22年（2010）67.2%→平成30年（2018）60.5%）している状況にあり、震災前後で変わりありません。全国的に鍾乳洞の入込者数は減少傾向にあるほか、現施設は団体旅行向けの時代の施設であり、震災前からリニューアルされておらず、個人旅行・体験型といった今日の旅行ニーズからは乖離していることから、入込者数の大幅な回復は期待できません。しかし、滝桜（三春町）と並ぶ阿武隈地域有数の観光資源であり、また、滝桜とは異なり、通年の集客が可能なため、市の観光による地域経済効果の波及（周遊）拠点としての役割や機能の見直しが必要です。
- ② 高柴山などの阿武隈高原の山々や景勝地の滞在時間は1、2時間から長くても半日程度と推測できることから、日帰りの観光資源と考えられます。経済効果の拡大のためには、市内での滞在時間の延長、複数の観光資源の周遊が必要と考えられます。
- エゴマについては、エゴマ油やショコラ、キャラメルなどに、山ぶどう北醇はワインやスイーツに加工され市内で販売されていますが、それ自体で集客できる知名度まではありません。また、ハムやプリン、ビール、カレー、うなぎなどについても、まだ観光資源化するまでには至っていません。
- ③ 1次計画で行うべき施策の1つとして、道の駅整備が盛り込まれていましたが、現在に至るまで未整備であり、また、市内観光資源の多くは、震災後の観光目的の沈下が著しい「自然」資源が中心であるなど、観光客のニーズの変化に対応しきれていない状況にあります。

■主な観光資源と入込客数の推移

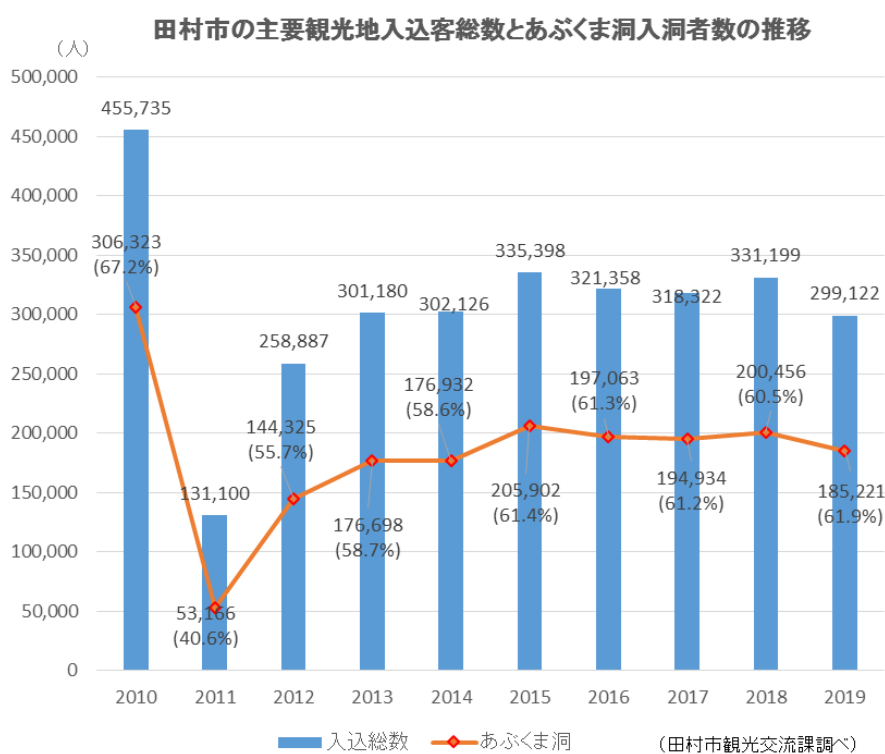
田村市の主要観光地入込客数の推移

（単位：人）

観光資源名	観光種目	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
あぶくま洞	自然	306,323	53,166	144,325	176,698	176,932	205,902	197,063	194,934	200,456	185,221
入水鍾乳洞	自然	31,934	5,790	14,489	17,675	16,807	18,051	16,782	15,886	17,856	15,234
星の村ふれあい館	宿泊施設	66,397	64,817	74,521	79,653	78,846	77,803	73,174	74,778	74,284	63,638
ムシムシランド（ドーム・昆虫館）	スポーツ・レクリエーション	14,532	0	7,862	9,693	7,436	9,111	9,491	8,543	14,024	13,655
スカイパレスときわ	宿泊施設	3,640	3,100	6,177	4,881	4,945	3,345	4,879	4,874	4,618	4,768
星の村天文台	スポーツ・レクリエーション	16,419	4,087	11,513	12,580	12,476	13,085	11,904	11,158	11,425	9,896
グリーンパーク都路	自然	16,490	140	0	0	4,684	8,101	8,065	8,149	8,536	6,710
入込総数		455,735	131,100	258,887	301,180	302,126	335,398	321,358	318,322	331,199	299,122

田村市観光交流課調べ

■あぶくま洞入洞者数の推移



②集客イベント

合併前から町村ごとに夏祭り等のイベントが開催されてきましたが、市民の娯楽として開催されている性格が強く、あぶくま洞で開催されるイベントを除き、市外からの誘客も積極的には行われていなかったため、令和元年度（2019）から市外からの積極的な誘客を図る「市の顔」となる事業を定め、重点的に開催を支援したところです。

■令和元年度（2019）重点イベント

- ・ 灯籠流しと花火大会（ターゲット：県内在住者）
- ・ あぶくま洞秋まつり（ターゲット：北関東を中心とする近隣県在住者）

平成30年度（2018）から田村市産そばの周知と利用促進を目的に県内で最も早く開催される「新そばまつり」や田村市産野菜とクラフトビールなどを活用した収穫祭「つながり日和」を行うとともに、農産物や特産品などの食の観光資源化を図る契機となるイベント開催に着手したところです。

《課題》

- ⑦ 市外から誘客し経済効果目的のイベントとするのか、市民の娯楽としてのイベントとするのか、イベントの実施目的等を整理し、開催支援を含め、市の関わりを整理する必要があります。また、各イベントとも補助金への依存体質から脱却し、自己財源の確保が必要です。

- ① 市外からの観光誘客に向けた効果的な集客方法や開催場所での催し、出店、トイレなどの案内方法等、観光客ファースト「おもてなし」の検討が必要です。
- ⑦ 新そばまつりなどのイベントについては、今後、市外からの集客を前提とした実施体制や集客方法を検討する必要があります。

■主なイベント

田村市内の観光イベント

イベント	
4月	お人形様衣替え（朴橋、屋形、堀越） 安倍文殊堂例大祭稚児行列 桜まつり（大滝根河畔、小沢の桜）
5月	各山山開き
6月	あぶくま洞ラベンダー園開園
7月	ムシムシランド（自然観察園）オープン
8月	都路灯まつり 鬼の里納涼夏まつり ひまわりフェスティバル 滝根っこ夏まつり サマーフェスティバルとときわお盆の夕べ ぐるぐるめぐる交流フェスタinあぶくま洞 灯籠流しと花火大会
9月	あぶくま洞秋まつり
10月	田村市新そばまつり 田村富士ロードレース大会 星の村スターライトフェスティバル
11月	常葉ビートル駅伝大会
12月	あぶくま洞滝根御殿コンサート あぶくま洞冬季洞内イルミネーション
1月	船引だるま市・常葉だるま市
2月	田村市つるし雛めぐり
3月	たむらクロスカントリー大会

田村市の主な祭り客入込数の推移

(単位:人)

祭り名	2015	2016	2017	2018	2019
ぐるぐるめぐる交流フェスタinあぶくま洞	-	4,600	7,000	8,000	9,863
鬼の里納涼夏まつり	6,000	7,000	7,000	3,000	3,000
都路灯まつり	6,000	6,000	6,000	6,500	6,000
「サマーフェスティバル」と「ときわお盆の夕べ」	2,500	2,500	3,000	3,000	3,800
灯籠流しと花火大会	36,000	37,000	38,000	39,000	39,500
あぶくま洞秋まつり	8,500	8,800	8,000	2,500	4,714
入込総数	59,000	65,900	69,000	62,000	66,877

田村市観光交流課調べ

③宿泊施設

市内には旅館・ホテル等が民宿を含め15施設ありますが、温泉が1施設しかないほか、インターネット予約ができないなど旧態依然とした施設が多く、観光客を対象とできる施設は限られています。

教育旅行や外国人観光客に需要のあるとされる民泊施設（農家民宿等）は3施設存在します。

震災前、仙台平、グリーンパーク都路、五十人山、船引総合利用自然林に公営のキャンプ場が、仙台平やスカイパレスときわ、船引総合利用自然林にはバンガローが開設されていましたが、原発事故の影響で営業中断を余儀なくされ、施設の老朽化が進んでいます。

《課題》

㊦ 阿武隈地域には、温泉が非常に少ないこともあり、観光客を主たる対象とした宿泊施設は、市の施設2施設のみです。両施設とも客室数が少ないなど採算性を見込んで造られた施設ではないこともあり、経営的には厳しい状況にあります。

令和元年（2019）に船引町内にオープンしたビジネスホテルは、一定の需要があるため、今後の民間資本の動きに注目していきます。

㊧ インターネットでの予約管理を含む、観光客が利用しやすい、また、利用したいと思えるサービスの提供が必要です。

㊨ キャンプ場やバンガローについては、施設の再編や近頃人気の高いキャンプ愛好家のニーズに合わせたリニューアルが必要です。

■市内宿泊施設

No.	区分	宿泊施設名	所在	備考
1	公営	星の村ふれあい館	滝根	
2	公営	針湯荘	滝根	
3	民営	かわらや旅館	大越	
4	民営	鳩屋旅館	大越	
5	民営	ファームハウス都路	都路	
6	民営	みやこ旅館	都路	
7	公営	スカイパレスときわ	常葉	
8	民営	安瀬旅館	常葉	
9	民営	大美屋旅館	常葉	
10	民営	神田の湯	常葉	
11	民営	開宝 花の湯	船引	
12	民営	四季の宿 天瑞	船引	
13	民営	松月	船引	
14	民営	ビジネスホテル 船引第一ホテル	船引	
15	民営	奥州福島 聖石温泉	船引	
16	民営	農家民宿 みちくさ	船引	農家民宿
17	民営	いなか民宿とまとハウス	船引	農家民宿
18	民営	國分敏夫	船引	住宅宿泊事業

※上記内に休業施設あり

(順不同)

④観光推進組織

各種イベント等を実施する観光協会は、合併前の旧町村単位で組織されており、専従職員がいないため、実質的に市職員が事務を担っている協会が多数を占めています。また、関係団体に業務委託を行っている観光協会についても、関係団体の規模縮小等もあり、活動を維持していくことが厳しい状況になりつつあります。

市の観光施設については、2つの第3セクターが指定管理者となり、当該施設を運営

しています。

その他、各地の任意団体がイベントや景観整備などの観光事業を行っています。

《課題》

- ⑦ 市全域を対象とする観光推進組織がなく、合併前の町村単位で観光事業を行っている状況にあるため、市内全域を対象地域とし、専従職員と一定の自主財源を持ちつつ、主体的に情報発信や関係団体・事業者の調整等を行い、市内周遊促進や着地型観光等に取り組むDMO^{*1}やDMC^{*2}、地域商社^{*3}等の観光推進組織を設立する必要があります。
- ⑧ 地域資源の活用や観光推進組織等と連携し、インバウンド推進に必要とされる体験型や着地型の旅行商品を企画販売したり、民泊に必要な簡易宿所等の営業許可等取得支援を行ったりする旅行業者が市にはありません。しかし、今後、地域経済を活性化するためには必要な組織であり、その役割をDMO組織等の市全域を対象とする観光推進組織が担うことが望ましいと考えますが、採算確保が厳しいことから公的機関が担う、あるいは経営支援が必要と想定されます。

*1 DMOは、Destination Marketing/Management Organization の略。国が定める日本版DMOとは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

*2 DMCは、Destination Management Company の略でDMOと概ね同様の法人組織。DMOは地域プロモーションが重点ですが、DMCは商品開発・販売などマネジメントが重点で、営利型の法人組織

*3 地域商社は、地域のまだ知られていない魅力ある農産品や工芸品などの産品・サービスをプロデュースするとともに、ブランド化や販路を開拓し、得られた知見や収益を地域に還元する法人組織

■観光推進組織

区分	団体名	専従員	運営資金	備考
観光協会	滝根町観光協会	0人	市補助金、会費等	事務:行政局市職員
	大越町観光協会	0人	市補助金、会費等	事務:行政局市職員
	都路町観光協会	0人	市補助金、会費等	事務:行政局市職員
	常葉町観光協会	0人	市補助金、会費等	事務:行政局市職員
	船引町観光協会	0人	市補助金、会費等	事務:船引町商工会委託
第3セクター	一般財団法人 滝根観光振興公社	正社員 28人	指定管理料	あぶくま洞、入水鍾乳洞等の指定管理
	株式会社 常葉振興公社	正社員 7人	指定管理料、利用料金等	スカイパレスときわ、ムシムシランドの指定管理

⑤観光関連産業

市の観光施設は、民間による取組みがほぼなかったため、あぶくま洞、ムシムシランド、スカイパレスときわ、グリーンパーク都路など、合併前の町村が整備した公営施設が中心であり、観光関連産業が育っていません。

J R磐越東線からの二次交通がなく、自動車保有率が減少している若者層や特に訪日外国人旅行（インバウンド）への対応が厳しい状況にあります。

市内に複数の旅行業者（旅行代理店）はありますが、主に市民への旅行商品の販売を行っており、市内施設を対象とした旅行商品の企画立案・販売を行っている旅行業者はないため、訪日外国人旅行者に着目されている「コト消費」など体験型や着地型観光の推進が厳しい状況にあります。

《課題》

- ⑦ 観光による地域活性化を図るため、観光施設における地域産品の取扱強化や市内周遊促進の取組みのほか、民間活力の導入を含む観光関連産業の裾野を拡大していく必要があります。
- ⑩ 地域資源の活用や観光推進組織等と連携し、インバウンド推進に必要とされる体験型や着地型の旅行商品を企画販売したり、民泊に必要な簡易宿所等の資格取得支援を行ったりする旅行業者が市にはありません。しかし、今後、地域経済を活性化するためには必要な組織であり、その役割をDMO組織等の市全域を対象とする観光推進組織が担うことが望ましいと考えますが、採算確保が厳しいことから公的機関が担う、あるいは経営支援が必要と想定されます。（3（1）④⑩の再掲）

（2）動向・観光形態

①調査結果からみたあぶくま洞入洞者の動向・観光形態

調査名 令和元年（2019）春・夏実施「たむら大満足ぐるっと周遊キャンペーン」

【調査概要】

あぶくま洞入洞者の市内周遊促進を目的にあぶくま洞で調査票を配布し、市内飲食店等で回収したアンケート

春調査 12,000 部配布 368 部回収（回収率 3.1%）

夏調査 20,000 部配布 191 部回収（回収率 1.0%）

※回収率が低いため、傾向としての見解

市の観光施設であるあぶくま洞入洞者は、県内在住者が約3割、北関東を中心とした関東地方在住者が約5割を占めています。

男女構成では、春・夏ともに「女」が56%程度、「男」が44%程度と女性客が若干多い結果となっています。

年齢構成別では、春・夏ともに「10歳代以下」「40歳代」が最も多く2割強を、次に「30歳代」「50歳代」が10数パーセントを占め、「60歳代」も1割強を占め

ることから、親子や祖父母と孫など家族で訪問していると推測されます。

なお、夏は「20歳代」の比率が春の4.9%から12.6%へと増大していることから、夏の観光シーズンには家族連れ以外の友人・カップル等の入洞者が増加しているものと考えられます。

あぶくま洞以外の市内立ち寄り先としては、飲食店や商業施設が約5割、コンビニエンスストアが2割弱と、買い物・食が7割を占めています。また、観光施設（拠点）では、春はあぶくま洞に隣接する星の村天文台が35.1%、入水鍾乳洞が19.4%ですが、夏はそれぞれ26.5%、29.8%と比率は逆転するものの、市内で立ち寄りをする方の中で他の観光拠点に立ち寄る比率は約55%と概ね一定しています。

田村市以外の立ち寄り先として、いわき市、郡山市は、春・夏とも3割弱を占めています。また、春は滝桜のある三春町が19.8%、会津方面が14.7%ですが、夏は、三春町が10.1%、会津方面が26.3%と季節によって異なる結果となっています。

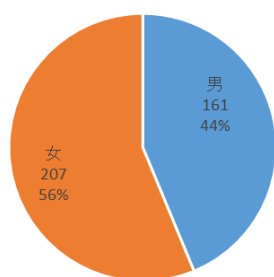
市内には宿泊施設が少ないこともあり、宿泊を伴う旅行者は、あぶくま洞及び近隣の観光地や飲食店等をめぐり（あぶくま洞を一点通過）、温泉地のあるいわき市や郡山市、会津方面に宿泊するため、当該方面に立ち寄ると推測されます。

この結果から、県外在住者があぶくま洞に立ち寄り、通過する場合の想定される周遊ルートは次のように考えられます。

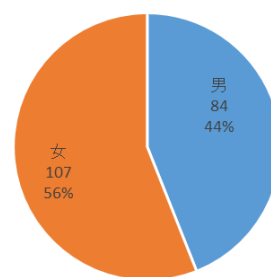
【想定される周遊ルート】

関東（茨城県・千葉県・埼玉県・東京都）→<常磐道 or 東北道・磐越道経由>→あぶくま洞（近隣観光施設・飲食店等）→<磐越道経由>→いわき・郡山・会津方面（宿泊地）

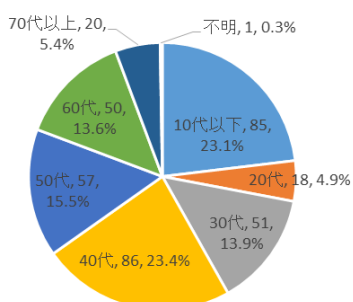
性別 春 回答総数368



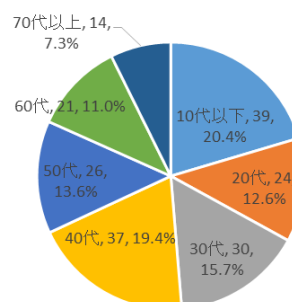
性別 夏 回答総数191



年齢別 春



年齢別 夏



入洞者のお住まい

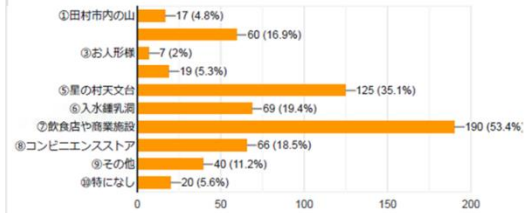
	北海道	青森県	岩手県	秋田県	宮城県	山形県	福島県	栃木県	群馬県	茨城県	千葉県	埼玉県	東京都
春			4	1	29	13	96	23	6	40	40	26	36
	神奈川県	新潟県	山梨県	長野県	静岡県	福井県	滋賀県	大阪府	兵庫県	広島県	福岡県	長崎県	総計
	18	19	1	10	1		1	2				2	368

	北海道	青森県	岩手県	秋田県	宮城県	山形県	福島県	栃木県	群馬県	茨城県	千葉県	埼玉県	東京都
夏		1	1	1	18	1	61	9	4	25	13	19	15
	神奈川県	新潟県	山梨県	長野県	静岡県	福井県	滋賀県	大阪府	兵庫県	広島県	福岡県	長崎県	総計
	8	7			1	1			1	3	1		191

春の立寄り先

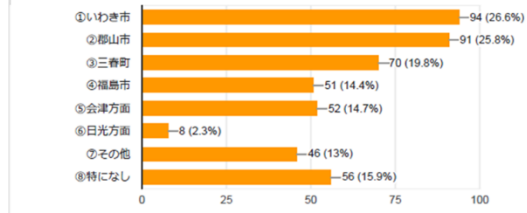
2. 今回の旅行等で、あぶくま洞の他に田村市内で立ち寄るスポットはどこですか？（複数回答可）

356件の回答



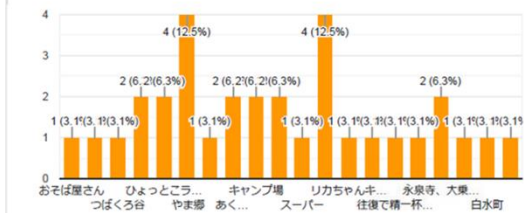
3. 今回の旅行等で、田村市の他に立ち寄る地域はどこですか？

353件の回答



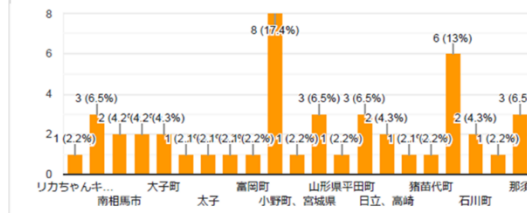
2-⑨選択者のみ その他

32件の回答



3-⑦選択者のみ その他

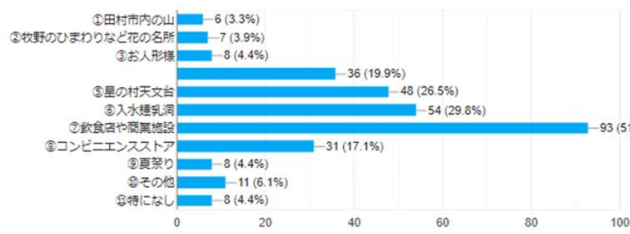
46件の回答



夏の立寄り先

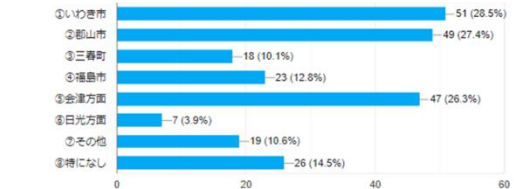
2. 今回の旅行等で、あぶくま洞の他に田村市内で立ち寄るスポットはどこですか？（複数回答可）

181件の回答



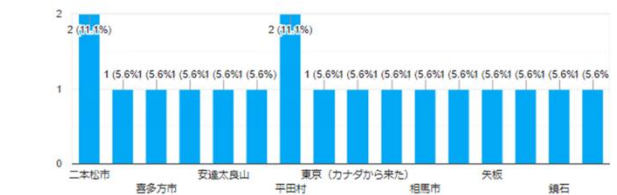
1. 今回の旅行等で、田村市の他に立ち寄る地域はどこですか？

回答



3-⑦選択者のみ その他

18件の回答



4 第1次観光基本計画の達成状況と今後の課題

本計画に活かすべく、田村市が誕生し、平成18年(2006)3月に策定した1次計画の達成状況と今後の課題をまとめました。

(1) 課題に対する達成状況及び今後の課題

①課題1 あぶくま洞一点通過型からの脱却

基本方針「新しい観光魅力となるメニューの発掘とPR展開」

→〔対応策〕㊦特色ある観光地の整備、㊧回遊ルート構築、㊨国内外における情報提供・PR展開

基本方針を具体化する施策	具体的な取組み(事業等)	達成状況・今後の課題
1. 新たな観光資源の開発 ・全市的視点の体系的な観光メニュー開発 ・温泉・宿泊施設の開発 2. 飲食物開発・飲食店立地促進 ・知名度UP ・特色ある飲食店づくり 3. 伝統工芸等を生かした体験型観光の開発 ・ひょうたん、張子等の製作体験拡充 4. 農業等に親しむ滞在型などの観光の促進 ・体験型・滞在型観光の場の充実 5. 新たなイベント開催 ・広域的・通年集客につなげるため既存資源とのネットワーク化、体系的な開催の仕組構築 6. 地域商業との連携(特産品販売等) ・商店街でのイベント実施 7. 住民参加機会の充実 ・住民主体イベント等	1. H18～桜28撰(周遊の視点不足) R1 赤そば(試行)、景観作物補助6000㎡超 ※鎗山公園、トロッコ、ざる菊等地域での開発 2. H30エゴマのメニュー開発等(日本総研) H30～新そばまつり(R2以降本格化) プリン、エゴマ製品、うなのおひすてび、クラフトビール 3. 伝統工芸品は後継者がなく残るは樽製品 4. H30～高原観光プロジェクト(日本総研) 体験型:農業体験(掘越)、GT協議会、入水鍾乳洞(ケレンガ要素盛り込) 5. 春のイベント(R1桜オーク、スカブラー)、食のイベント(H30～新そばまつり、R1つながり日和)、ムシムシランド企画展(H30～)開催 6. アンテナショップ閉鎖(H29) R1ブランド認証産品取扱店認証制度構築 7. 復興事業(つながり補助金等)の活用 各地域でのつながり補助金活用事業	1. あぶくま洞への一点集中化に変化なし(H22:67%→H30:60%)。震災前30万人の入洞者が震災後20万人(誘客力低下) 2. 5. 食やイベントによる新たな観光資源開発は、関係課・機関との連携や計画性こそしく成果がでるまでに至っていない(食の観光資源化必要) 4. 体験型観光の取組みはモーターでこどもま。継続化のためにはお役所関係の資格を有する組織が必要 6. 小売店・飲食店との連携不足。行政・関係機関ともに、観光は産業であるという認識が乏しい ◆実現可能性が低い施策(温泉・宿泊施設整備、滞在型観光の推進等)を設定しているため、現状にあった事業展開ができていない。全国的なトレンドではなく市特有の「制約条件」の認識が不可欠

②課題2 多彩な階層・主体の観光ニーズに対応するメニューの提供

基本方針「特色ある観光地の整備とこれらをつなぐ観光ルートの形成」

→〔対応策〕㊦飲食、学習、体験等多様な観光メニューの開発、㊧宿泊施設の充実等滞在型観光誘発のためのサービス充実

基本方針を具体化する施策	具体的な取組み(事業等)	達成状況・今後の課題
1. あぶくま洞周辺の整備 宿泊型の体験学習機能、飲食等の充実 2. その他主要観光地の整備・改修 GP、スカイパレス等の整備・新設 3. 道の駅整備(情報発信・物販・飲食拠点) 4. 遊歩道・登山道等の整備 5. 行司ヶ滝周辺の整備(道路・駐車場等) 6. 市内観光ルートの整備 観光主体のニーズに応じたコース設定・周知	1. R1 花の山庭園整備、あぶくま洞再生計画策定・天地人館解体設計 2. H30 GP運営に民間活力導入、R1スカイパレス厨房・看板等整備 H29 殿上牧場大型遊具撤去 3. 5年後を目途に整備予定(建設部) 4. H30～R1 五十人山森林除染(環境省) H30 日山山開再開 R1 桧山高原整備着手 5. H30 行司ヶ滝遊歩道整備(R1利用再開) 6. 未着手 R1 周遊忌憚り着手	1～5. 観光施設は合併後、特に震災後、適切な設備投資が行われなかったため誘客力の低下が著しい。また、使用できなくなった施設も多く整理統合(整備計画作成)が必要。 6. 多くの観光資源の誘客力低下により、あぶくま洞頼みの状況。 <方向性・課題> ①あぶくま洞周辺の周遊促進 ※入洞者は滝根町周辺しか周遊していない現状 ②新たな周遊拠点の整備一帯用拡大

③課題3 今後、拡大が予想されるマーケットへの的確な対応

基本方針「滞在型観光誘発のための各種サービスの充実」

→〔対応策〕㊦市場動向を見据えた旅行商品開発、㊧2地域居住等交流人口の確保、
㊨観光施設等におけるバリアフリーの推進、㊩外国人観光客受入のためのサービス充実

基本方針を具体化する施策	具体的な取組み（事業等）	達成状況・今後の課題
1. 宿泊施設(温泉)の充実とパッケージ商品開発 2. 飲食物開発・飲食店立地促進 3. 広域圏からの誘客とツアー商品開発 福島空港を拠点に会津いわきと連携 4. 市内観光地を結ぶ道路網整備 5. メディア活用による観光サービス情報提供	1. R1 船引町内にビジネホテル開設（民間資本） 2. H30 エコマのメニュー開発等（日本総研） H30～新そばまつり（R2以降本格化） プリ、エコマ製品、うなおまつり、ケフトビール 3. 市外誘客イベント：R1 灯籠流し・あぶくま洞秋まつり、つながり日和（バス運行） 4. H31 田村SIC 供用開始（建設部等） 5. 広告料1,300万円（滝根特会） H29 観光協会広域連携協議会HP 開設（更新されず） R1 地域情報発信「カルデア」構築業務	2. 食やイベントによる新たな観光資源開発は、関係課・機関との連携や計画性に乏しく成果がでるまでに至っていない（食の観光資源化必要） 5. 多様な情報発信を、多額の費用を投じて実施しているが、継続性がなく、慣例や場当たり的に行っている。戦略（ターゲット、媒体）を定めた広報計画が必要 ◆実現可能性が低い施策（温泉施設整備等）を設定しているため、現状にあった事業展開ができていない。全国的なトレンドではなく市特有の「制約条件」の認識が不可欠

④課題4 広域ネットワークの整備

基本方針「広域観光ルートの形成と拠点としての機能充実」

→〔対応策〕㊦県内主要観光地との連携強化・回遊ルートの構築、㊧近隣市町村との連携強化、㊨広域交通手段の充実、㊩広域圏における情報提供・PR展開

基本方針を具体化する施策	具体的な取組み（事業等）	達成状況・今後の課題
1. 観光主体ニーズに応じたルート開発・機能配置 ・宿泊・飲食を伴った旅行商品開発 ・広域交通手段・情報提供等の充実 2. 観光ルートのブランド化・イメージ形成のPR展開 「阿武隈高原ブランド」の構築等 3. 移動手段の充実・整備（二次交通等） 4. インフォメーションセンターの設置による情報提供 5. コピエ等を活用した情報提供・PR展開 6. 関係市町村の連携・協力体制の確立 広域観光ルート構築に関して 7. 特定テーマによる近隣観光地との連携 8. 外国人観光客をターゲットとした広域観光ルートの形成	1. R1 あぶくま洞と裏磐梯との広域連携の試み（書写券販売） 2. 田村市としてのイベント開催（H30 新そばまつり、R1「五大夏祭り」PR等） 3. 未着手 4. 未着手 5. イベント等は主催者の判断で実施 6. H30～こおりやま広域圏への参画、中部観光協議会等既存組織による連携 7. H30～裏磐梯との連携（あぶくま洞 R1 J ヴィレッジとの連携（おんぼろ）） 8. R1 タイとの交流（ファミリー、インフォーマ）（あぶくま洞・スカイパレス）	1・2・7. 個々の観光施設等のPR等は行っているが、つなげる（戦略を創る）役割を担うものが不在 4. 周遊・着地型観光のための現地案内（誘導）の役割が認識されていない 8. インバウンド誘客に着手したが、経済効果を生み出せる基盤整備（着地型観光等の仕組み構築）が未着手 ◆市内周遊先がなければ、広域的ルートを開発しても「あぶくま洞一点通過型」の解消は困難。事業展開の順番を考える必要（時間軸の認識） ◆実現可能性が低い施策（旅行商品開発、二次交通等）を設定しているため、現状にあった事業展開ができていない。全国的なトレンドではなく市特有の「制約条件」の認識が不可欠

⑤課題5 おもてなしの体制づくり

基本方針「“おもてなしの心”を大切にしたい受け入れ体制の充実」

→〔対応策〕㊸市内道路交通網の充実、㊹観光地におけるホスピタリティの充実、
㊺観光ガイドボランティア等の育成、㊻市民のおもてなしのこころ
の醸成

基本方針を具体化する施策	具体的な取組み（事業等）	達成状況・今後の課題
1. おもてなしの心あふれるまちづくり推進 サイン類の体系的整備 外国人向けの情報提供充実 トイレ・休憩施設の充実 バリアフリー化 2. ボランティア・ガイドの育成と活用 3. 通訳・手話のボランティア育成等	1. 洞内おもてなしガイドシステム導入（あぶくま洞4カ国語） ファミリップ、インフォマー招致 道の駅整備構想（建設部） R1 店舗バリアフリー改修補助金（商工課） 2. 未着手 3. 未着手	1. 観光資源を含めたまちづくりに関する関係課・機関との連携（田村地域デザインセンター等）ができていない

⑥課題6 多様な情報の円滑な提供

基本方針「国内外における情報提供、PRの展開」

→〔対応策〕㊼案内・サイン類の体系的な整備、㊽インターネットの活用等による
情報受発信の推進、㊾主要観光施設や案内標識等における多言語表
記の推進

基本方針を具体化する施策	具体的な取組み（事業等）	達成状況・今後の課題
1. インターネットによる情報提供 2. 福島空港乗入路線跡地先でのPR活動 3. 国際見本市等におけるPR活動 4. 観光ルートのプラットフォーム化・イメージ形成のPR展開 5. コピペ等を活用した情報提供・PR展開 6. 関係市町村との連携・協力体制の確立	1. R1 地域情報発信メールマガジン構築業務 2. 未着手（福島空港の利用低迷） 3. R1 タイ JAPAN 博、TIIF（タイ国際旅行フェア） 出展（あぶくま洞） 4. 田村市としてのイベント開催（H30 新そばまつり、R1「五大夏祭り」PR等） 5. イベント等は主催者の判断で実施 6. H30～こおりやま広域圏への参画、中部観光協議会等既存組織による連携	1. 着手したばかりのため、即効果は見込めない。 2. 着手したばかりのため、即効果は見込めない。 3. 個々の観光施設等のPR等は行っているが、つなげる（戦略を創る）役割を担うものが不在 4. 実施済 5. 既存の取組みに留まり、新事業展開ができていない。

(2) 推進方策に対する達成状況及び今後の課題

①推進体制

ア) 観光推進組織

各種施策の推進にあたり、市全体を対象とする民間による新たな観光組織の立ち上げを掲げていましたが、現在まで存在していません。

DMO等の観光推進組織は、採算確保が厳しいことから、今後、第3セクター(観光施設の指定管理者)の経営・組織改善等を踏まえながら、DMO等の観光推進組織を構築する方向の検討が必要です。

イ) 関係機関の役割分担の明確化

関係機関の役割分担が明確になっていないことから、今後、市(観光交流課・行政局、関係課)、第3セクター、観光協会、民間団体等の役割分担の整理が必要です。

ウ) 広域観光連携

関係市町村で設置している広域連携組織による広域観光ルートの構築を掲げていましたが、既存の取組みを推進するにとどまり、新たな事業展開を進めていくことがあまりできていません。

②推進プログラム

計画の各施策を推進するため、推進プログラムを設定しましたが、項目設定にとどまり、計画的な事業展開に至っていません。

5 田村市の観光に関する課題

(1) 観光に関する課題

本市を取り巻く状況や1次計画の達成状況を踏まえ、本市観光に関する課題を次のとおり整理します。

①あぶくま洞への一点集中化、あぶくま洞の誘客力低下

依然として、市内観光入込客数全体の60%をあぶくま洞への観光客が占めています。また、あぶくま洞への入込客数も震災前の30万人には及ばず、ここ数年20万人程度で推移しており、誘客力の低下がみられます。

あぶくま洞は、阿武隈地域有数の観光資源であり、通年の集客が可能なため、市の観光による地域経済効果の波及(周遊)拠点としての役割や機能の見直しが必要です。

②観光施設の老朽化等による魅力減少

あぶくま洞は、団体旅行向けの時代の施設であるばかりか、長期にわたって多様な施設整備がなされてきたことにより動線が複雑であるなど個人旅行・体験型観光といっ

た今日の旅行ニーズからは乖離しています。

加えて、適切な設備投資がなされなかったことによる施設の老朽化や案内看板（サイン表示）の未更新など魅力が減少していることから、現在の観光需要に応じた整備・更新が必要です。

③新たな周遊拠点の整備が必要

本市の観光資源の多くは、自然資源が中心であり日帰りの観光資源と考えられます。経済効果拡大のためには、市内での滞在時間を延長させることが重要であり、複数の観光資源を周遊させる仕組みづくりや新たな観光資源の創出・整備が必要です。

あぶくま洞を起点に来場する20万人を市内各所へ周遊させるルートの構築や魅力の創出が求められます。

④新たな観光資源を創出できていない

前述のとおり周遊拠点となる新たな観光施設の創出はできていません。また、市内の特産品については、既存のものや新しく開発されるものなど、市の看板になり得るものはあるものの、それ自体で集客できる知名度までではなく、まだ観光資源化するまでには至っていません。

イベントについても、市民向け、あるいは市外からの客向けなど実施目的等の整理や市の関わりを整理する必要があります。

食のブランド化や観光資源化、イベントのあり方、さらには阿武隈高原の自然環境や産業を生かした体験型や着地型の観光資源の創出などの検討が必要です。

⑤効果的・継続的な情報発信・情報提供ができていない

多額の費用を投じて、多様な情報発信を実施していますが、継続性がなく、慣例や場当たり的に実施されている傾向があります。年齢や居住地、媒体などのターゲットの絞り込みを定めた広報戦略が必要です。

また、情報発信の拠点や発信者の整理が必要です。

⑥周遊・広域観光の司令塔組織の不在

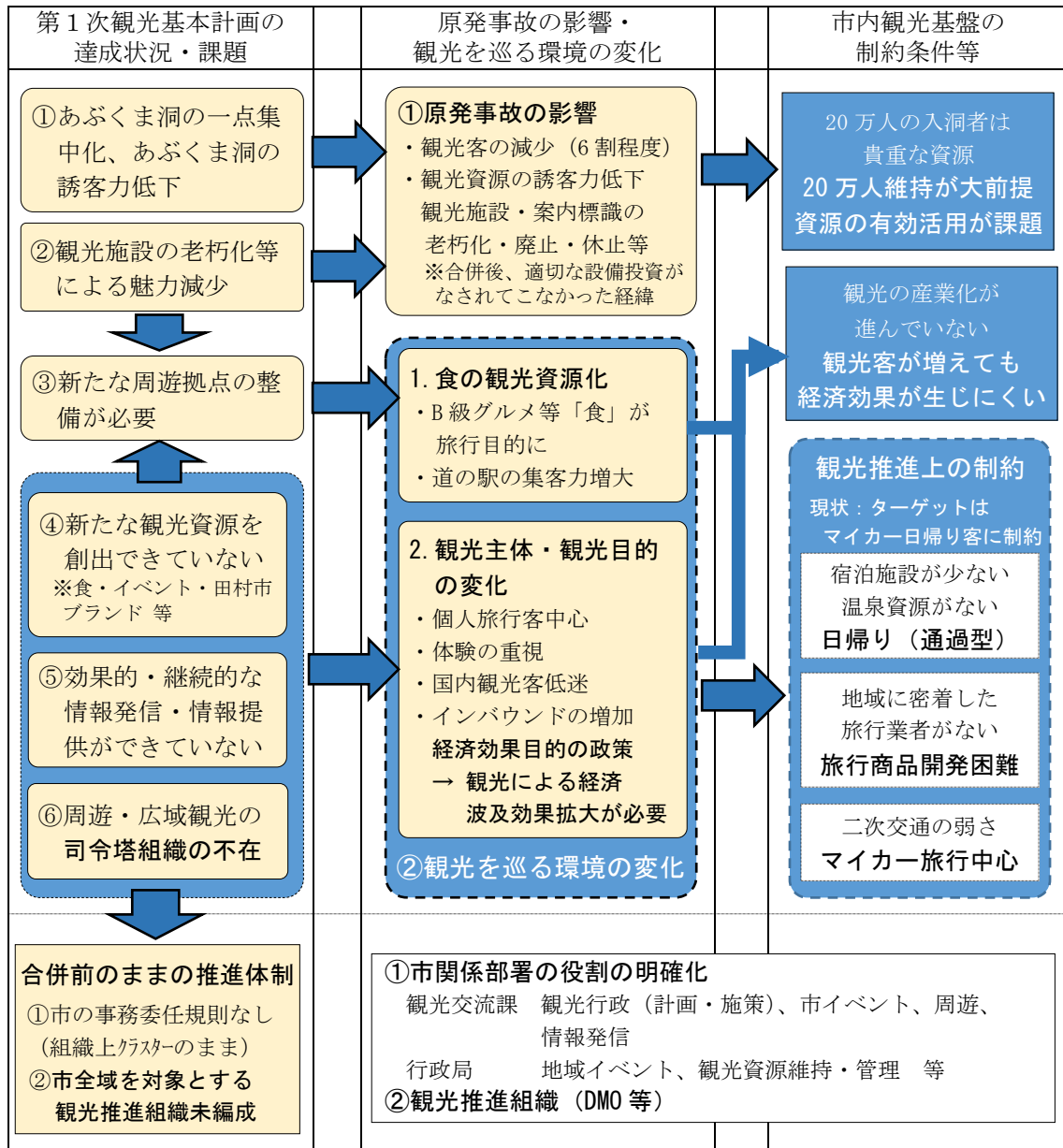
周遊ルートの開発や一元的な情報発信など、市全域を対象とし、観光戦略を指揮する司令塔的観光推進組織がありません。

主体的に情報発信や団体・事業者の調整等を行い、市内周遊促進や着地型観光等の商品開発・販売に取り組み、専従職員と一定の自主財源を持ったDMO組織等の観光推進組織の設立が必要です。

あわせて、市役所内における本庁と行政局の役割の明確化、関係部署間における連携なども整理する必要があります。

(2) 課題及び環境の変化等の相関図

これまで述べてきた本市の課題、原発事故による影響や観光を巡る環境の変化、市内観光基盤の制約条件等の関係をまとめると次のような図になります。



第2章 観光まちづくりビジョン

1 計画の骨子

(1) 計画策定にあたっての考え方

観光産業は、裾野が広く商工業、飲食業、農業、林業、宿泊業等多くの産業と密接に関わっており、地域経済への波及効果が高い産業として注目されています。田村市としても、観光を地域活性化へ寄与する産業に育てあげるべく、本計画にて中長期的な方向性を定めるものとします。

観光産業を持続可能な産業として確立し、関係機関が同じ意識を持ち、一体となって取り組み、地域経済の活性化に寄与していきます。

(2) 計画の基本理念

- ① 阿武隈高原から授かった自然資産であるあぶくま洞の魅力をさらに磨き上げ、阿武隈地域の中心的観光資源として国内外の人々に広く伝えるとともに、本市の着地型観光拠点として市内の周遊促進を図っていくことが肝要です。
- ② 市内の資源が持つそれぞれの魅力を最大限に活かしながら、田村市として統一したブランドを構築し、田村市（阿武隈高原）ブランドを創り上るとともに、阿武隈高原における人と豊かな自然の関わり等の多面的な価値を体験できる商品（旅行や産品等）を開発し、その相乗効果を醸成していく必要があります。
- ③ 従来の観光業という枠を創造的に再構築し、農林業、商工業等の関係者をはじめ、多くの市民がそれぞれの立場で関わっていくことのできる「観光の産業化」を目指します。
- ④ 持続可能な取組みとすべく、観光関係機関の役割を明確化するとともに、DMO（DMC）又は地域商社等を設立するなど観光推進体制を構築し、「観光の産業化」により適切な収益をあげるべく、戦略に基づいた戦術を実践します。

2 計画の目標年次

本計画は、令和3年度（2021）を初年度とし、令和12年度（2030）を目標年次とする10か年計画とします。

3 観光振興の将来像

田村市の観光振興を図ることにより目指すべき将来像を次のように設定します。

■目指すべき将来像

魅力ある阿武隈高原観光の産業化による地域の持続的発展
～あぶくま洞から始まる市内周遊ルートが織りなす満喫感の創出～

4 観光振興の基本方針

目指すべき将来像を実現するための観光振興の基本方針を次のように設定します。

基本方針1 あぶくま洞の誘客力強化とあぶくま洞を軸とした周遊促進

本市の観光拠点であるあぶくま洞敷地内を魅力あるものへとリニューアルするとともに、あぶくま洞への本市観光情報のインフォメーション機能の付加や市ブランド製品の販売拠点とするなど機能強化を図ります。

また、本市観光の最大の課題であるあぶくま洞一点通過型観光からの脱却を推進するために、まず、星の村天文台や入水鍾乳洞、スカイパレスときわなど既存施設とのタイアップ等により観光客の周遊を促進し、市内滞在時間を延ばす取組みを先行して行います。

次に、市内各地域に潜在する観光資源の発掘や景観作物栽培者への助成などにより新しい観光資源創出を行うとともに、市の観光情報提供や市ブランド製品販売など総合的にサービスを提供する施設として、道の駅を市の西部に整備します。また、都路町に整備予定の複合商業施設を東の拠点として位置付け、南の拠点施設あぶくま洞、西の拠点施設道の駅、さらに東の拠点施設複合商業施設による本市トライアングル観光ルートを構築しながら、市内各地域に点在する観光地を結ぶ回遊ルートを形成し市内周遊の促進を図ります。

基本方針2 観光の産業化及び農林業・商工業との連携強化

地域経済の活性化を図るため、農林業、商工業等の関係者をはじめ、多くの市民がそれぞれの立場で関わっていくことのできる「観光の産業化」を目指します。

集客力のある「灯籠流しと花火大会」及び「あぶくま洞まつり」を市の顔となるイベントとして位置づけ、市外からの誘客促進を図ります。

また、田村市ご当地グルメプロジェクト等の民間組織と連携し、地域資源を活用した新しい産品開発をするとともに、令和元年度（2019）に創設したブランド産品認証制度により、市のブランド認証産品として、農産物やそれを加工した6次化産品などの選定及び販売促進を行い、集客できる観光資源を創出します。

また、本市の主要産業の一つである農林業を活かしつつ、農林業と商工業との連携強化を図り、食と農をテーマにしたイベントを開催するとともに、農業体験を組み込んだ農業体験型メニューや工場見学・体験型メニューの開発等に取り組み、体験型の観光資源を創出します。

基本方針3 阿武隈高原の自然・生活を体感できる観光資源（メニュー）開発

本市観光をあぶくま洞一点通過型から周遊型に転換するために、阿武隈高原という土地柄を生かした「コト消費」、自然との共生や生活を体験できる観光メニューの開発・提供が必要です。

まずは、宿泊施設の洗い出しや限られた資源を有効活用する仕組みづくりをし、今できるグリーンツーリズムなどの体験型観光を推進します。

次の段階として、DMO（DMC）又は地域商社など観光推進組織の設立後に、市内観光資源を対象とした体験型プラン（滞在型と周遊型）の開発・販売を行うなど、より魅力的な体験型観光を推進します。

また、近隣市町村やいわき、郡山、会津などの広域観光ルートに組み込み、宿泊を伴う企画旅行などの商品開発・販売を行い、阿武隈高原観光経済圏を構築します。

さらに、インバウンド消費の拡大による地域活性化を図るため、阿武隈高原ならではの自然との共生や生活を体験できる、外国人に人気の高い観光メニュー「コト消費」を売りに、近年増加する訪日外国人旅行客の獲得を推進します。

基本方針4 観光推進体制の構築

現在は、市役所・各種団体・個々の事業者等がそれぞれに情報発信やプロモーションを行っています。これらを集約し「田村市の観光情報」として一体的にPRを実施します。また、旅行情報誌、TV・ラジオ・新聞・雑誌広告、Webサイト、SNS等の各種媒体での宣伝効果を把握・分析し、戦略的に活用するとともに、ターゲットに応じた広報戦略を策定し、戦略的展開を推進します。

インフォメーション機能の充実や情報発信拠点の整備、アンテナショップなどの産品販売拠点の整備を推進します。

観光の産業化を実現するためには、周遊ルートや体験型旅行商品の開発・販売、一元的な情報発信など、市全域を対象とし、観光戦略を指揮する司令塔的観光推進組織の存在が最も重要です。

主体的に情報発信や団体・事業者との効率・効果的調整等を行い、市内周遊促進や体験型観光、特産品等の商品開発・販売に取り組み、専従職員と一定の自主財源を持ったDMO（DMC）又は地域商社などの観光推進組織を設立します。

第3章 推進計画

1 基本方針と推進施策

基本方針と推進施策は次のとおりです。

①から④まで、⑧及び⑨については、計画始期から取り組みます。

⑤から⑦までは、⑨の観光推進組織発足後から重点的に取り組みます。

基本方針	推進施策
1. あぶくま洞の誘客力強化とあぶくま洞を軸とした周遊促進	①あぶくま洞リニューアル・機能見直し
	②あぶくま洞からの市内周遊促進
2. 観光の産業化及び農林業・商工業との連携強化	③田村市ブランドの観光資源創出
	④食と農を生かした観光資源創出
3. 阿武隈高原の自然・生活を体感できる観光資源(メニュー)開発	⑤高原ならではの滞在型観光の推進
	⑥阿武隈高原観光経済圏の構築
	⑦インバウンド(着地型観光)の推進
4. 観光推進体制の構築	⑧一元的かつ適切な情報発信
	⑨観光推進組織(DMO、地域商社等)の設立

※観光推進組織整備後、
旅行商品の開発・販売

2 推進施策の具体的な内容・スケジュール

ここでは、基本方針ごとに取り組む施策（推進施策）の具体的な内容について整理します。

基本方針1 あぶくま洞の誘客力強化とあぶくま洞を軸とした周遊促進

推進施策1	あぶくま洞リニューアル・機能見直し
取組内容	<p>○「あぶくま洞再生構想」に基づくリニューアル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売店や食堂などの施設及び敷地内のリニューアル（発券所位置変更含む）を実施し、魅力創出及び滞在時間を延長させ、収益アップを図ります。 <p>○あぶくま洞での市観光情報の発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インフォメーションセンターを設置し、市内の観光、食、自然体験等の情報を発信することにより、来場者の市内周遊を促進します。 <p>○田村市ブランド認証製品の販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・導入したブランド製品認証制度による「田村市ブランド認証製品」を販売促進し、誘客力アップを図ります。 <p>○着地型観光の拠点機能</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リニューアル、インフォメーション機能付加、市ブランド認証製品販売など機能強化を図り、年間20万人訪れる来場者の市内周遊を促す着地型観光拠点化を図ります。
期待される効果	<ul style="list-style-type: none"> ・リニューアルや市ブランド認証製品販売等により目標入洞者数を22万人（継続維持）とし、入洞料2千万円アップ ・客単価約600円（H30/レストハウス収入120,924千円÷200,456人）から800円を目標とし、売上5,500万円アップ
スケジュール・KPI	<p style="text-align: center;">R03 R04 R05 R06 R07 R08 R09 R10 R11 R12</p> <p style="text-align: center;">★あぶくま洞リニューアルオープン</p> <p>1.リニューアル</p> <p>2.来場者数</p> <p>3.客単価</p> <p>4.インフォメーション機能</p> <p>5.市ブランド認証製品販売</p>

基本方針1 あぶくま洞の誘客力強化とあぶくま洞を軸とした周遊促進

<p>推進施策2</p>	<p>あぶくま洞からの市内周遊促進</p>																																																																																								
<p>取組内容</p>	<p>○あぶくま洞を拠点(インフォメーションセンター)とした市内既存施設への周遊促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・あぶくま洞と星の村天文台や入水鍾乳洞、スカイパレスときわなどとのセット料金開発、販売及び特典付与を行い、周遊促進を図ります。 ・市内見どころ・食べどころマップ等を作成(HP、紙)し、観光客へ提供します。 <p>○周遊拠点整備による市内観光施設への周遊促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市の観光情報提供や特産品販売等を総合的にサービスする施設として、道の駅(令和6年3月オープン予定)を市の西部に整備します。 ・南の拠点「あぶくま洞」、西の拠点「道の駅」、東の拠点「複合商業施設」間のトライアングル周遊ルートを構築するとともに、新たな拠点の創出による周遊ルートの拡充に取り組みます。 ・潜在する観光資源の発掘及び景観作物栽培者への助成などによる新しい観光資源の創出を図ります。 																																																																																								
<p>期待される効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度時点で、あぶくま洞を訪れる22万人の観光客のうち、5%(11,000人/R1時点1.5%)が市内へ回遊し、食事や産品購入で一人あたり1,000円を消費すると仮定した場合、年間1,100万円の新たな消費創出 ・道の駅オープン後の令和6年度時点で、周遊割合が5%から20%(44,000人)へアップすると仮定した場合、年間4,400万円の新たな消費創出 																																																																																								
<p>スケジュール ・KPI</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R03</th> <th>R04</th> <th>R05</th> <th>R06</th> <th>R07</th> <th>R08</th> <th>R09</th> <th>R10</th> <th>R11</th> <th>R12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td colspan="10" style="text-align: center;">★複合商業施設オープン</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="10" style="text-align: center;">★道の駅オープン</td> </tr> <tr> <td>1.道の駅</td> <td colspan="2">設計</td> <td colspan="2">建設工事</td> <td colspan="6">周遊ルート構築、市内周遊促進</td> </tr> <tr> <td>2.セット料金開発、特典付与</td> <td colspan="10">サービス開始「セット料金、特典付与」</td> </tr> <tr> <td>3.マップ作成</td> <td colspan="2">作成</td> <td colspan="8">配布</td> </tr> <tr> <td>4.観光資源創出</td> <td colspan="4">補助金交付 →新資源創出</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>5.周遊人数</td> <td colspan="2">3,000人</td> <td colspan="2">11,000人</td> <td colspan="6">44,000人</td> </tr> </tbody> </table>		R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12		★複合商業施設オープン											★道の駅オープン										1.道の駅	設計		建設工事		周遊ルート構築、市内周遊促進						2.セット料金開発、特典付与	サービス開始「セット料金、特典付与」										3.マップ作成	作成		配布								4.観光資源創出	補助金交付 →新資源創出										5.周遊人数	3,000人		11,000人		44,000人					
	R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12																																																																															
	★複合商業施設オープン																																																																																								
	★道の駅オープン																																																																																								
1.道の駅	設計		建設工事		周遊ルート構築、市内周遊促進																																																																																				
2.セット料金開発、特典付与	サービス開始「セット料金、特典付与」																																																																																								
3.マップ作成	作成		配布																																																																																						
4.観光資源創出	補助金交付 →新資源創出																																																																																								
5.周遊人数	3,000人		11,000人		44,000人																																																																																				

基本方針2 観光の産業化及び農業・商業との連携強化

<p>推進施策3</p>	<p>田村市ブランドの観光資源創出</p>																																																																																																											
<p>取組内容</p>	<p>○市の顔となるイベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「灯籠流しと花火大会」及び「あぶくま洞まつり」を市の顔となるイベントとして位置づけ、市外からの誘客促進を重点的に実施します。 ・市外からの観光誘客に向けた効果的な集客方法や実施体制、観光客ファースト「おもてなし」の検討を行います。 <p>○市ブランド認証製品の選定、販売促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・導入したブランド製品認証制度によるブランド製品認証委員会を開催し、阿武隈高原の「田村市ブランド」を選定します。選定した市ブランド認証製品は、ふるさと納税の返礼品に採用するほか、販路開拓を行うなど販売を促進し、食の観光資源化を図ります。 ・田村市ご当地グルメプロジェクト等の民間組織と連携し、地域資源を活用した新しい製品開発を行い、市ブランド認証製品につなげます。 																																																																																																											
<p>期待される効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和6年度時点で、灯籠流しに訪れる人数が2019年度(39,500人)に対し2,500人増加すると仮定し、1,000円消費した場合、250万円の消費創出 ・令和6年度時点で、あぶくま洞秋まつりに訪れる人数が2017年度水準の8,000人(R1時点:来場者4,714人中1,718人入洞,入洞率36.5%)に回復すると仮定した場合、発券所位置の変更による入洞料収入の増630万円(増加数6,300人×1,000円)の創出 ・令和6年度に観光推進組織発足後、令和12年時点で、灯籠流しに200人、あぶくま洞祭りに200人の宿泊商品が購入されたと仮定した場合、1,200万円(400人×3万円)の経済効果 																																																																																																											
<p>スケジュール ・KPI</p>	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:30%;"></th> <th style="width:5%;">R03</th> <th style="width:5%;">R04</th> <th style="width:5%;">R05</th> <th style="width:5%;">R06</th> <th style="width:5%;">R07</th> <th style="width:5%;">R08</th> <th style="width:5%;">R09</th> <th style="width:5%;">R10</th> <th style="width:5%;">R11</th> <th style="width:5%;">R12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="12" style="text-align:center;">★観光推進組織発足</td> </tr> <tr> <td>1.イベント重点開催</td> <td colspan="2" style="text-align:center;">重点開催</td> <td colspan="9" style="text-align:center;">観光推進組織による商品販売、集客強化</td> </tr> <tr> <td>2.集客方法等検討</td> <td colspan="2" style="text-align:center;">検討</td> <td colspan="9" style="text-align:center;">観光推進組織による商品販売、集客強化</td> </tr> <tr> <td>3.市ブランド製品</td> <td colspan="2" style="text-align:center;">選定・販売</td> <td colspan="9" style="text-align:center;">観光推進組織による商品販売、販路開拓</td> </tr> <tr> <td>4.灯籠流し入込数</td> <td colspan="2" style="text-align:center;">40,000人</td> <td colspan="9" style="text-align:center;">42,000人</td> </tr> <tr> <td>5.あぶくま洞祭り入込数</td> <td colspan="2" style="text-align:center;">6,000人</td> <td colspan="9" style="text-align:center;">8,000人</td> </tr> <tr> <td>6.イベント商品購入者数</td> <td colspan="3" style="text-align:center;">10人</td> <td colspan="3" style="text-align:center;">200人</td> <td colspan="6" style="text-align:center;">400人</td> </tr> </tbody> </table>													R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12	★観光推進組織発足												1.イベント重点開催	重点開催		観光推進組織による商品販売、集客強化									2.集客方法等検討	検討		観光推進組織による商品販売、集客強化									3.市ブランド製品	選定・販売		観光推進組織による商品販売、販路開拓									4.灯籠流し入込数	40,000人		42,000人									5.あぶくま洞祭り入込数	6,000人		8,000人									6.イベント商品購入者数	10人			200人			400人					
	R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12																																																																																																		
★観光推進組織発足																																																																																																												
1.イベント重点開催	重点開催		観光推進組織による商品販売、集客強化																																																																																																									
2.集客方法等検討	検討		観光推進組織による商品販売、集客強化																																																																																																									
3.市ブランド製品	選定・販売		観光推進組織による商品販売、販路開拓																																																																																																									
4.灯籠流し入込数	40,000人		42,000人																																																																																																									
5.あぶくま洞祭り入込数	6,000人		8,000人																																																																																																									
6.イベント商品購入者数	10人			200人			400人																																																																																																					

基本方針2 観光の産業化及び農業・商業との連携強化

<p>推進施策4</p>	<p>食と農を生かした観光資源創出</p>																																																							
<p>取組内容</p>	<p>○食・農テーマのイベント開催による食の観光資源化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内で最も早く開催されるそば祭りとしてPRし、市外からの誘客を重点に田村市産「新そばまつり」を開催するとともに、田村市産野菜とクラフトビールを活用した収穫祭「つながり日和」を農産物や特産品などの食の観光資源化を図る契機となるイベントとして開催します。 ・観光推進組織発足後、観光イベントを組み込んだ宿泊旅行商品の販売を進めます。 ・地産地消や農業者と飲食・菓子店とのマッチング等を行っている田村市ご当地グルメプロジェクトなどの民間組織と連携しながら、食の観光資源化を図ります。 <p>○農林業・工業体験型メニューの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都市部のファミリー層、自然志向の若者等を主な対象として、種まきから収穫まで、1年間の農作業等をリアルに体験できるメニューや工場見学・体験メニューなどを地域と一体となり、商品となり得るような試験的取組みを行います。 ・首都圏の小学校等を主な対象として、宿泊を伴う農村体験メニュー（農作業、食事作り等）を提供できるよう、試験的取組みを行います。 ・観光推進組織発足後に、上記の取組みの知見を活かし、体験型メニューとして旅行商品を造成するとともに、販売を進めます。 																																																							
<p>期待される効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和6年度に観光推進組織発足後、令和12年時点で、年間20回の農業体験商品が販売され、計200人(20件×10人)の観光客が訪れ、600万円(200人×3万円)の経済効果 ・その他に、米、野菜等の販売先となり得ること、田村市関連情報の発散の起点になること等の効果を期待 																																																							
<p>スケジュール ・KPI</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R03</th> <th>R04</th> <th>R05</th> <th>R06</th> <th>R07</th> <th>R08</th> <th>R09</th> <th>R10</th> <th>R11</th> <th>R12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td colspan="10" style="text-align: center;">★観光推進組織発足</td> </tr> <tr> <td>1.重点イベント</td> <td colspan="4" style="text-align: center;">重点イベント開催/誘客方法の検討・実施</td> <td colspan="6" style="text-align: center;">観光推進組織による商品開発、販売</td> </tr> <tr> <td>2.農林業・工業体験メニュー</td> <td colspan="3" style="text-align: center;">試験的取組み</td> <td colspan="7" style="text-align: center;">観光推進組織による商品開発、販売</td> </tr> <tr> <td>3.体験メニュー商品販売数</td> <td colspan="3"></td> <td colspan="2" style="text-align: center;">1件</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">10件</td> <td colspan="3" style="text-align: center;">20件</td> </tr> </tbody> </table>		R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12		★観光推進組織発足										1.重点イベント	重点イベント開催/誘客方法の検討・実施				観光推進組織による商品開発、販売						2.農林業・工業体験メニュー	試験的取組み			観光推進組織による商品開発、販売							3.体験メニュー商品販売数				1件		10件		20件		
	R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12																																														
	★観光推進組織発足																																																							
1.重点イベント	重点イベント開催/誘客方法の検討・実施				観光推進組織による商品開発、販売																																																			
2.農林業・工業体験メニュー	試験的取組み			観光推進組織による商品開発、販売																																																				
3.体験メニュー商品販売数				1件		10件		20件																																																

基本方針3 阿武隈高原の自然・生活を体感できる観光資源(メニュー)開発

<p>推進施策5</p>	<p>高原ならではの滞在型観光の推進</p>																																																																		
<p>取組内容</p>	<p>○宿泊施設の洗い出し、少ない資源の有効活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内宿泊施設の詳細な状況(寝具、シャワー、トイレなどの部屋設備、アメニティ等)を調査し、リスト化するとともに、どんな客層に好まれるかなどの分析を行います。 ・分析した結果をもとに、ビジネス系、民泊系、グランピング等キャンプ系など市内観光事業者と連携し、季節ごとに楽しめる(地元食材や郷土料理の提供、高原体験など)多彩な宿泊パッケージプランの開発、販売を行います。 ・教育旅行や外国人観光客に需要のあるとされる民泊施設(農家民宿等)の許可取得支援を行います。 <p>○体験型の宿泊プラン開発・販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケイピング、天体観測、トレッキング、ウォーキング、サイクリング、ツリークライミング、農業体験、グランピング、フィッシングなど、田村市の自然等を活かした旅行商品を市内事業者等と連携し創り上げ、販売していきます。 ・予約窓口の一本化により、様々な宿泊スタイルや体験コンテンツから観光客が自由に選べる仕組みを確立します。 																																																																		
<p>期待される効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和6年度に観光推進組織発足後、令和12年時点で、年間50件の体験型宿泊プランが販売され、計500人(50件×10人)の観光客が訪れ、1,500万円(500人×3万円)の経済効果 ・新たに5,000人(目標値)の宿泊客数が増えたと仮定すると、110,000千円の消費創出 (H29:日帰り旅行消費 5,896円/人、宿泊旅行消費 22,042円/人) 																																																																		
<p>スケジュール ・KPI</p>	<table border="1" style="width:100%; text-align:center;"> <tr> <td></td> <td>R03</td> <td>R04</td> <td>R05</td> <td>R06</td> <td>R07</td> <td>R08</td> <td>R09</td> <td>R10</td> <td>R11</td> <td>R12</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="10">★観光推進組織発足</td> </tr> <tr> <td>1.体験型宿泊プラン</td> <td colspan="2">洗出調査・分析</td> <td colspan="8">パッケージプラン開発、販売</td> </tr> <tr> <td>2.体験型商品販売数</td> <td colspan="2">1件</td> <td colspan="4">30件</td> <td colspan="4">50件</td> </tr> <tr> <td>3.予約窓口一本化</td> <td colspan="10">予約窓口開設、案内</td> </tr> <tr> <td>4.宿泊客(年間)の測定</td> <td colspan="2">測定方法の確立</td> <td colspan="4">目標 3,000人増</td> <td colspan="4">目標 5,000人増</td> </tr> </table>		R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12		★観光推進組織発足										1.体験型宿泊プラン	洗出調査・分析		パッケージプラン開発、販売								2.体験型商品販売数	1件		30件				50件				3.予約窓口一本化	予約窓口開設、案内										4.宿泊客(年間)の測定	測定方法の確立		目標 3,000人増				目標 5,000人増			
	R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12																																																									
	★観光推進組織発足																																																																		
1.体験型宿泊プラン	洗出調査・分析		パッケージプラン開発、販売																																																																
2.体験型商品販売数	1件		30件				50件																																																												
3.予約窓口一本化	予約窓口開設、案内																																																																		
4.宿泊客(年間)の測定	測定方法の確立		目標 3,000人増				目標 5,000人増																																																												

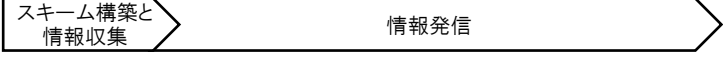
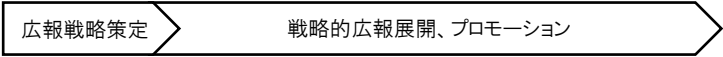


基本方針3 阿武隈高原の自然・生活を体感できる観光資源(メニュー)開発

<p>推進施策6</p>	<p>阿武隈高原観光経済圏の構築</p>																																																							
<p>取組内容</p>	<p>○広域ブランド「阿武隈高原からの授かりもの(仮称)」の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・阿武隈高原に位置する市町村と連携し、「観光地としての阿武隈高原」を前面に打ち出したアピールを展開していきます。 ・阿武隈高原の魅力的な食材等を観光推進組織がセレクトし、統一コンセプトで広く訴求するとともに、ブランドコンセプトに基づいた新商品を高原地域の事業者等と共同開発し、高原地域の観光拠点・道の駅等で販売します。 <p>○阿武隈高原魅力発見ツアーの開発、販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主に関東方面からの誘客をターゲットに、あぶくま洞を起点とする広域回遊を促すため、有力な観光資源を持つ高原地域自治体やこおりやま広域連携中枢都市圏等と連携し、季節ごとの周遊コースを作成、共同でアピールしていきます。その後の展開として、県内全域に渡るツアー(例えば会津方面などの県内広域連携)も共同開発し、シーズンには多数の観光客が行き交う阿武隈高原を創り上げます。 ・阿武隈高原地域で行われるイベントなど、主な観光ピックを共有し、お互いが発信する仕組みを構築します。 																																																							
<p>期待される効果</p>	<p>・令和12年時点で、あぶくま洞を訪れる22万人のうち20%があぶくま高原地域へ回遊し、食事・お土産購入等で一人あたり2,000円を消費すると仮定した場合、年間88,000千円(4.4万人×2,000円/人)の消費創出</p>																																																							
<p>スケジュール ・KPI</p>	<table border="0"> <tr> <td></td> <td>R03</td> <td>R04</td> <td>R05</td> <td>R06</td> <td>R07</td> <td>R08</td> <td>R09</td> <td>R10</td> <td>R11</td> <td>R12</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="10" style="text-align: center;">★観光推進組織発足</td> </tr> <tr> <td>1.阿武隈高原ブランド</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">開発</td> <td colspan="6" style="text-align: center;">3件 ※順次開発・入替</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>2.魅力発見ツアー</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">開発</td> <td colspan="6" style="text-align: center;">2件 ※順次開発・拡大</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>3.共同情報発信</td> <td colspan="10" style="text-align: center;">2自治体 ※順次拡大</td> </tr> </table>		R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12		★観光推進組織発足										1.阿武隈高原ブランド	開発		3件 ※順次開発・入替								2.魅力発見ツアー	開発		2件 ※順次開発・拡大								3.共同情報発信	2自治体 ※順次拡大									
	R03	R04	R05	R06	R07	R08	R09	R10	R11	R12																																														
	★観光推進組織発足																																																							
1.阿武隈高原ブランド	開発		3件 ※順次開発・入替																																																					
2.魅力発見ツアー	開発		2件 ※順次開発・拡大																																																					
3.共同情報発信	2自治体 ※順次拡大																																																							

基本方針3 阿武隈高原の自然・生活を体感できる観光資源(メニュー)開発

<p>推進施策7</p>	<p>インバウンド(着地型観光)の推進</p>
<p>取組内容</p>	<p>○外国人旅行者向けの情報発信強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページやSNS、外国人観光客が多く利用する情報サイト等を活用し、田村市の観光情報を発信します。特にターゲットとする国(タイ、台湾など)を絞り、現地でのプロモーションやファムトリップなどを実施します。 <p>○市内事業者による外国人旅行者のおもてなし強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレットや観光マップ等を多言語化するとともに、あぶくま洞や宿泊施設等の主要な観光スポットの案内表示も多言語化します。 ・市内事業者への講習会を開催するとともに、「指差し会話ガイド」等のツールを配布します。 ・あぶくま洞のインフォメーションセンターに外国人旅行者の案内ができる通訳ガイドを配置します。 <p>○広域連携による外国人観光客の誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内でも外国人観光客が多く訪れる会津等と連携し、県内での周遊を促すことで田村市への訪問者を獲得します。
<p>期待される効果</p>	<p>・外国人観光客の国内旅行中平均消費額は10万円(+α)。その内の3割が交通費、残りの3分の1相当を田村市内で消費すると想定。田村市(=あぶくま洞)を訪れる外国人観光客を(現在の2,000人から)3倍にするとすれば、1億3千8百万円(6,000人×23,000円)の消費創出</p>
<p>スケジュール ・KPI</p>	<p>R03 R04 R05 R06 R07 R08 R09 R10 R11 R12</p> <p>★観光推進組織発足</p> <p>1.多言語等による情報発信</p> <p>多言語化情報発信 → インバウンド対策強化</p> <p>2.おもてなし強化、広域連携</p> <p>講習会開催 → 案内通訳配置 広域連携</p> <p>3.外国人入込入込人数</p> <p>2,000人 → 3,000人 → 6,000人</p>

基本方針4 観光推進体制の構築

<p>推進施策 8</p>	<p>一元的かつ適切な情報発信</p>
<p>取組内容</p>	<p>○ターゲットに応じた適切な広報戦略の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市役所、各種団体、個々の事業者等が発信している情報を集約し、「田村市観光情報」として一元的な情報発信を行います。 ・テレビ、ラジオ、新聞、SNS、雑誌等の有料広告については宣伝効果の把握・分析を行い、対象地域・時期・内容等の見直しを適宜実施するなど、広報戦略を策定し、ターゲットに応じた広報戦略を展開します。 <p>○情報発信拠点及び産品販売拠点の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・あぶくま洞や整備予定の道の駅へインフォメーション機能を付加し、情報発信機能を充実強化するなど情報発信拠点を整備します。 ・田村市ブランド認証産品を集約し、販売するアンテナショップなどの産品販売拠点を整備します。
<p>期待される効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光入込客数の増加並びに食事及びお土産等売上額の増加 ・観光の産業化による地域経済の活性化
<p>スケジュール ・ K P I</p>	<p>R03 R04 R05 R06 R07 R08 R09 R10 R11 R12</p> <p>★観光推進組織発足</p> <p>1.一元的情報発信</p>  <p>2.広報戦略策定</p>  <p>3.情報発信拠点整備</p>  <p>4.産品販売拠点整備</p> 

基本方針4 観光推進体制の構築

<p>推進施策9</p>	<p>観光推進組織(DMO等)の設立</p>
<p>取組内容</p>	<p>○観光推進組織(DMO等)の設立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主体的に情報発信や団体・事業者との効率・効果的調整等を行い、市内周遊促進、体験型観光及び特産品等の商品開発・販売に取り組み、専従職員と一定の自主財源を持ったDMO(DMC)又は地域商社など観光推進組織を設立します。 ・本市や阿武隈高原の観光資源(自然、施設、人等)を編集し、福島県中部観光協議会やこおりやま広域連携中枢都市圏などの広域観光に関わる組織はもとより、県内市町村(のDMO等)と連携しながら、広域観光振興の実践主体となります。 ・観光産業として経済的効果をもたらすべく、数少ない宿泊施設を有効活用し、滞在型観光を推進するため、宿泊施設予約プラットフォームの運営を検討します。
<p>期待される効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光入込客数の増加並びに食事及びお土産等売上額の増加 ・観光の産業化による地域経済の活性化
<p>スケジュール ・KPI</p>	<p>R03 R04 R05 R06 R07 R08 R09 R10 R11 R12</p> <p>★観光推進組織発足</p> <p>1.観光推進組織 </p> <p>2.広域観光振興 </p> <p>3.宿泊予約プラットフォーム </p>

第4章 推進方策

観光事業を効果的・効率的に推進し、産業化を目指していくためには、本市観光の課題となっている観光推進体制の構築が必要です。

観光の産業化に資する観光推進体制の構築には、総合司令塔機能を持つ舵取り役が必要なことから、DMOや地域商社などの観光推進組織を設立し、多様な団体や事業者等と連携しながら、稼ぐ観光地域づくりを積極的に推進します。

また、行政（市役所内含む）、団体・事業者等の役割分担の整理、明確化を行い、効率的かつ積極的に観光地域づくりに取り組む体制を構築し、相互連携をしながら地域が一体となって観光の産業化を目指します。

1 推進体制

(1) 観光推進組織

観光の産業化を実現するためには、周遊ルートや体験型旅行商品の開発・販売、一元的な情報発信など、市全域を対象とし、観光戦略を指揮する司令塔の観光推進組織の存在が必要不可欠です。

主体的に情報発信や団体・事業との効率・効果的調整等を行うとともに、戦略に基づく市内周遊促進や滞在型観光、特産品等の商品開発・販売に取り組み、専従職員と一定の自主財源を持ったDMO（DMC）又は地域商社など観光推進組織を設立し、持続的に収益を生み出す観光産業のけん引役としていきます。

設立にあたっては、組織としてある程度の自主財源が必要なことから、本市観光施設の指定管理者である第3セクターでの設立も視野に、経営状況や組織改編等を踏まえながら、構築に向けて検討します。

観光推進組織の設立は、令和5年4月の設立を目指します。

(2) 各主体の役割

①市

本庁観光交流課と各行政局観光担当係の役割分担の整理を行うとともに、市の関係部局との連携を一層強化し、市民や観光関連団体、観光関連事業者との連携を図りながら、各主体が自主的に取り組む観光振興事業への支援に取り組みます。

また、国・県をはじめ、関係市町村や観光関連団体などと連携し広範なPRを展開するとともに、情報の収集と分析に努め、観光をめぐる社会状況に適切に対応していきます。

本市が加入する広域観光に関わる組織には次のようなものがあり、それぞれの組織のコンセプトに沿ったサービスの提供、宣伝活動等の事業に取り組んでいきます。

- | | |
|-------------------|-------------------|
| ア) 磐越自動車道沿線都市交流会議 | イ) 福島県観光復興推進委員会 |
| ウ) 福島県中部観光協議会 | エ) 阿武隈高原中部観光連絡協議会 |
| オ) こおりやま広域連携中枢都市圏 | |

②観光関連団体

田村市観光協会広域連携協議会をはじめ、市内各町観光協会は、エリア内の観光資源の維持管理に務めるとともに、エリア内の市民、観光関連事業者との連携を密にし、観光情報の収集・提供や誘客宣伝活動に積極的に取り組みながら、イベントを開催するなど観光振興を推進します。

③観光関連事業者

本市の観光の担い手として、各々の組織強化やスキルアップに取り組むとともに、関係機関等と連携しながら主体的な事業展開を進め、観光地域づくりに寄与します。

④市民

一人ひとりが地域の自然や歴史、文化等に対する知識と誇りを持ち、訪れる人々を温かく迎え、多くの人々との交流を深めます。

地域の活動あるいはイベント等の企画・運営に積極的に参加するとともに、観光振興の担い手としてSNS等による情報発信により魅力あるまちづくりに寄与します。

【役割分担のイメージ】

対象地域	市	観光推進組織	主な役割
市全域	観光交流課 (関係各課との連携)	DMO等の 観光推進組織	・観光政策(観光計画、推進プログラム策定(施策)・進行管理) ・田村市イベント等開催 ・市内周遊促進・広域観光推進 ・農林・商工との連携・調整 ・広報・情報発信 ・組織・人材育成
各町	行政局 産業建設係	各町観光協会	・イベント開催 ・観光資源の維持管理

以上のように、役割を整理するとともに、関係機関と協働する体制を構築し、適切に進行管理を行いながら、計画を推進していきます。

なお、計画推進にあたっては、庁内に適切な会議を設置し、進行管理、検証等を実施していきます。

2 推進施策の前半5年分のスケジュール一覧

本計画の期間は、令和3年(2021)を始期として10年間ですが、策定5年後に見直すこととしているから、やるべき推進施策の内容を明確にし、しっかりとした取り組みを進めるとともに、進捗管理に役立てられるよう推進施策の前半5年分のスケジュールを整理します。

推進施策	取組内容		R3	R4	R5	R6	R7
① あぶくま洞リニューアル・機能見直し	あぶくま洞再生構想に基づくリニューアル	リニューアル	改修	リニューアルオープン	二次整備検討		
	あぶくま洞での市観光情報の発信	インフォメーション機能		設置準備	インフォメーションセンター設置	情報発信機能強化	
	田村市ブランド認証製品の販売	市ブランド認証製品販売	販売開始	販路開拓、販売強化			
	着地型観光の拠点機能		上記に同じ				
② あぶくま洞からの市内周遊促進	あぶくま洞を拠点とした市内既存施設への周遊促進	セット・特典開発	サービス開始「セット料金、特典付与」				
		マップ作成	作成	配布			
	周遊拠点整備による市内観光施設への周遊促進	道の駅	設計	建設工事		オープン(R6.9月予定)	
		商業施設	建設工事	オープン			
	観光資源創出		補助金交付→新資源創出				
③ 田村市ブランドの観光資源創出	市の顔となるイベントの開催	イベント	重点開催		観光推進組織による商品販売、集客強化		
		集客方法検討	検討				
	市ブランド認証製品の選定、販売促進	市ブランド認証製品	選定・販売		観光推進組織による商品販売、集客強化		
④ 食と農を生かした観光資源創出	食・農テーマのイベント開催による食の観光資源化	重点イベント	重点イベント開催/誘客方法の検討・実施				
			観光推進組織による商品開発、販売				
	農林業・工業体験型メニューの開発	農林業・工業体験メニュー	試験的取組み		観光推進組織による商品開発、販売		
⑤ 高原ならではの滞在型観光の推進	宿泊施設の洗い出し、少ない資源の有効活用	洗い出し分析			洗い出し調査分析		
	体験型の宿泊プラン開発・販売	体験型宿泊プラン				パッケージプラン開発、販売	
		予約窓口				予約窓口開設、案内	
⑥ 阿武隈高原観光経済圏の構築	広域ブランド「阿武隈高原からの授かりもの(仮称)」の開発	阿武隈高原ブランド			開発	販売 ※順次開発・入替	
	阿武隈高原魅力発見ツアーの開発、販売	魅力発見ツアー			開発	販売 ※順次開発・拡大	
		共同情報発信				発信 ※順次拡大	
⑦ インバウンド(着地型観光)の推進	外国人旅行者向けの情報発信強化	多言語等による情報発信	多言語化情報発信		インバウンド対策強化		
	市内事業者による外国人旅行者のおもてなし強化	おもてなし強化			おもてなし講習会開催		案内通訳配置
	広域連携による外国人観光客の誘致	広域連携				他自治体と広域連携	
⑧ 一元的かつ適切な情報発信	ターゲットに応じた適切な広報戦略の展開	一元的情報発信	スキーム構築と情報収集		情報発信		
		広報戦略	広報戦略策定		戦略的広報展開、プロモーション		
	情報発信拠点及び製品販売拠点の整備	情報発信拠点			あぶくま洞センター設置	道の駅センター設置	
		製品販売拠点			あぶくま洞に設置	道の駅に設置	
⑨ 観光推進組織(DMO等)の設立	観光推進組織(DMO等)の設立	観光推進組織	設立準備		発足 運営		
		広域観光振興			阿武隈高原連携→会津、いわきへ拡大		
		宿泊予約プラットフォーム			宿泊施設調査、分析		運営の検討
推進施策	取組内容		R3	R4	R5	R6	R7

参考資料

1 計画策定経過

年 月 日	会議名等	内 容
平成30年7月24日	第1回策定委員会	・田村市観光基本計画策定の趣旨について ・今後の進め方について ・ワーキンググループメンバー紹介及び重点プロジェクト中間報告
令和元年 6月17日	田村市観光協会広域連携協議会	・田村市観光基本計画策定の進捗状況について
令和元年12月12日	第2回策定委員会	・田村市観光基本計画（骨子）について ・今後のスケジュールについて
令和2年 1月27日	観光基本計画庁内連絡会議設置	・田村市観光基本計画庁内連絡会議設置要項制定
令和2年 2月18日	第1回庁内連絡会議	・田村市観光基本計画について（第1次計画の達成状況と今後の課題、第2次計画の概要等） ・今後のスケジュールについて
令和2年 3月26日	第2回庁内連絡会議	・田村市観光基本計画（素案）について ・今後のスケジュールについて
令和2年 6月26日	第3回策定委員会	・田村市観光基本計画（素案）について ・今後のスケジュールについて
令和2年 7月20日 ～ 8月5日	パブリックコメント	・田村市観光基本計画（素案）について 【意見：3件/1人】
【通知日】 令和2年 8月19日 【意見書提出期限日】 令和2年 8月31日	第4回策定委員会（書面）	・田村市観光基本計画（案）について ①6/26委員会意見に対しての変更箇所 ②パブリックコメントの結果 ③パブリックコメントに対しての変更箇所 ④計画の承認
令和2年 9月 9日	市長決裁	・田村市観光基本計画の策定について

2 計画策定委員会等名簿

平成30年度

■策定委員会

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	滝根町観光協会	会 長	蒲 生 康 博	委員長
2	大越町観光協会	会 長	石 井 辰 男	
3	都路町観光協会	会 長	武 田 義 夫	副委員長
4	常葉町観光協会	会 長	佃 光 堂	
5	船引町観光協会	会 長	大和田 茂	
6	田村市行政区長連合会	会 長	新 田 耕 司	
7	田村市商工会連絡協議会	会 長	佐 藤 利 男	
8	田村市産業部	部 長	渡 邊 昌 明	
9	(一財)田村市滝根観光振興公社	総務課長	伊 藤 敏 男	
10	(株)田村市常葉振興公社	施 設 長	吉 田 吉 徳	

■事務局

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	田村市産業部観光交流課	課 長	吉 田 雅 弘	
2	田村市産業部観光交流課	課長補佐	赤石澤 祐 一	
3	田村市産業部観光交流課	主任主査兼観光係長	佐 藤 清 二	
4	田村市産業部観光交流課	交流係長	本 田 啓 介	

(敬称略・順不同)

令和元年度

■策定委員会

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	滝根町観光協会	会 長	蒲 生 康 博	委員長
2	大越町観光協会	会 長	石 井 辰 男	
3	都路町観光協会	会 長	武 田 義 夫	副委員長
4	常葉町観光協会	会 長	渡 邊 兵 吾	
5	船引町観光協会	会 長	箱 崎 哲 司	
6	田村市行政区長連合会	会 長	今 泉 清 司	
7	田村市商工会連絡協議会	会 長	佐 藤 利 男	
8	田村市産業部	部 長	渡 邊 昌 明	
9	(一財)田村市滝根観光振興公社	事務局長	伊 藤 敏 男	
10	(株)田村市常葉振興公社	施 設 長	吉 田 吉 徳	

■庁内連絡会議

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	田村市産業部観光交流課	課 長	吉 田 尚 治	委員長
2	田村市総務部総務課	人事係長	大 山 茂 男	
3	田村市総務部経営戦略室	主 査	伊 藤 美 善	
4	田村市総務部財政課	財政係長	鹿 又 淳	
5	田村市産業部農林課	主任主査農政係長	蒲 生 陽一郎	
6	田村市産業部商工課	課長補佐兼商工振興係長	松 崎 博 志	
7	田村市建設部建設課	主任技査兼事業係長	坪 井 博 人	
8	(一財)田村市滝根観光振興公社	係 長	橋 本 信 哉	
9	(株)田村市常葉振興公社	業務管理係長	石 井 大 樹	

■事務局

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	田村市産業部観光交流課	課 長	吉 田 尚 治	(再掲)
2	田村市産業部観光交流課	課長補佐兼観光係長	柳 沼 光 治	
3	田村市産業部観光交流課	交流係長	本 田 啓 介	
4	田村市産業部観光交流課	主 査	千 葉 充 泰	

(敬称略・順不同)

令和2年度

■策定委員会

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	滝根町観光協会	会 長	蒲 生 康 博	委員長
2	大越町観光協会	会 長	石 井 辰 男	
3	都路町観光協会	会 長	武 田 義 夫	副委員長
4	常葉町観光協会	会 長	渡 邊 兵 吾	
5	船引町観光協会	会 長	箱 崎 哲 司	
6	田村市行政区長連合会	会 長	今 泉 清 司	
7	田村市商工会連絡協議会	会 長	佐 藤 利 男	
8	田村市産業部	部 長	鈴 木 淳	
9	(一財)田村市滝根観光振興公社	総務課長	伊 藤 敏 男	
10	(株)田村市常葉振興公社	施 設 長	吉 田 吉 徳	

■庁内連絡会議

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	田村市産業部観光交流課	課 長	吉 田 尚 治	委員長
2	田村市総務部総務課	人事係長	大 山 茂 男	
3	田村市総務部経営戦略室	秘書広報係長	松 崎 勝 弘	
4	田村市総務部財政課	財政係長	鹿 又 淳	
5	田村市産業部農林課	課長補佐兼農政係長	蒲 生 陽一郎	
6	田村市産業部商工課	課長補佐兼商工振興係長	松 崎 博 志	
7	田村市建設部建設課	主任技査兼事業係長	坪 井 博 人	
8	(一財)田村市滝根観光振興公社	係 長	橋 本 信 哉	
9	(株)田村市常葉振興公社	業務管理係長	石 井 大 樹	

■事務局

	所 属	役 職	氏 名	備 考
1	田村市産業部観光交流課	課 長	吉 田 尚 治	(再掲)
2	田村市産業部観光交流課	課長補佐兼観光係長	柳 沼 光 治	
3	田村市産業部観光交流課	交流係長	本 田 啓 介	
4	田村市産業部観光交流課	副 主 査	鈴 木 智 実	

(敬称略・順不同)

3 田村市内の主要な観光資源

自然	スポーツ・レクリエーション
<p>あぶくま洞 あぶくま洞恋人の聖地 あぶくま洞ラベンダー園 国天然記念物 入水鍾乳洞 たむらの桜28撰（松岳寺のしだれ桜、蛇盛塚のしだれ桜、大聖寺のペニシダレ、萬福寺のしだれ桜、仲森の紅しだれ桜、小沢の桜、花木内の桜、大滝根河畔の桜並木、小沢・宮のしだれ桜、壁須のしだれ桜、是哉寺地藏桜、下山田の桜、堂山王子神社のしだれ桜、お伊勢様の鑑摺石ザクラ、休石の桜、大黒天の大ザクラ、常光禅寺の桜、早稲川館ザクラ、絵松神社の桜、大乘寺の桜、永泉寺のサクラ、弁天ザクラ、剛叟寺の枝垂桜、大雷神社のしだれざくら、中作の種蒔き桜、強梨の桜並木、馬酔木沢の桜、秋元のしだれ桜）</p> <p>大滝根山 高柴山(山頂のヤマツツジ) 五十人山 鎌倉岳 片曾根山 移ヶ岳 行司ヶ滝 桧山高原 嘉相滝とニコウキスゲ 長源寺の大イチョウ 牧野のひまわり 大鏡矢ふれあい公園の花菖蒲 菊の里ときわ「ざる菊」 堂山つつじ園</p>	<p>ムシムシランド（自然観察園・昆虫館） おおたかどや山標準電波発信所 グリーンパーク都路 オートキャンプ場 片曾根山麓自然林キャンプ場（総合福祉センター） 片曾根山森林公園 田村市運動公園（クロスカントリーコース） 殿上観光牧場クロスカントリーコース 鬼五郎・幡五郎太鼓 あぶくま太鼓 紅組太鼓</p>
	特産品等
	<p>エゴマ製品（油、豚串、キャラメル、ショコラ、うどんなど） 高原夏野菜 たむら八彩カレー 北醇スイーツ 都路のハム・ソーセージ みやこじスイーツゆいプリン（リッチ） 都路のたまご 福うなぎ 練じゅうねん 鬼イワナ 鬼みそ ゆきカラーメン 各店舗の和洋菓子 あぶくまの天然水 たぎねわいん北醇 あぶくま洞天然水珈琲～百年の雫～ ホップジャパンクラフトビール 地酒（あぶくま、小沢の桜、初しぼり） カプトムシ幼虫観察セット けやき工芸品 観光キャンペーンクルー 観光大使 ゆるキャラ カプトンファミリー ゆるキャラ オリオンちゃん</p>
歴史・文化	
<p>星の村天文台 国重要文化財 堂山王子神社本殿（附棟札 8 枚） 国認定重要美術品 御鉄鉢 国登録有形文化財 旧大越娯楽場 県重要文化財（歴史資料） 佐久間庸軒和算関係資料 県重要文化財（歴史資料） 木製旧堂山寺観音堂順礼納札 県無形民俗文化財 磐城街道沿いのオニンギョウサマ制作の習俗 県史跡 前田遺跡 県天然記念物 永泉寺のサクラ 市史跡 入水三十三観音 市有形文化財 大亀神社御輿 市無形民俗文化財 岩井沢の三匹獅子舞 市有形文化財 磯前神社社殿 市有形文化財 絵松神社社殿 館公園と常磐城 市無形民俗文化財 大鏡矢神社の夫婦獅子舞 市有形民俗文化財 絵馬「馬籍の図」 安倍文殊堂と例大祭稚児行列 お人形様（屋形、朴橋、堀越） 田村市図書館夢二ルーム</p>	

(2) スカイパレスときわ

No.	常業公団関連 施設名	事業費(概算額)	(単位:円)												
			事業費(概算)	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	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	令和12年度	
1	スカイパレスときわ	外壁改修工事	4,200,000	4,200,000											
		玄関風除室設置工事	2,000,000		2,000,000										
		施設案内看板設置(国道288沿い)	311,000	311,000											
2	ムシムシランド	ドーム移転工事	移設場所の決定及び設計	0											
			建設	15,000,000	15,000,000										
			旧施設撤去(旧ドーム)	6,300,000		6,300,000									
		ポニーの家改修工事	施設案内看板(2基)	600,000		600,000									
			改修設計委託	1,500,000	1,500,000										
			改修工事(トイレ含む)	35,000,000	35,000,000										
3	その他施設	旧施設撤去(カフト屋敷)	21,000,000		21,000,000										
		観光案内ゲート解体(国道工事で補償)	事業費試算中	0											
		バンガロー解体工事(トイレ等含む)	21,835,000	21,835,000											
	いごいの家	200,000	200,000												
	維持経費計	107,946,000	6,211,000	74,435,000	27,300,000	0	0	0	0	0	0	0	0		



第2次田村市観光基本計画
令和2年9月



編集協力：日本総合研究所

田村市産業部観光交流課
〒963-4393 福島県田村市船引町船引字畑添 76-2
TEL 0247(81)2136
FAX 0247(81)1210