

令和6年度政策形成実践研修

(短期集中研究会：10月10日～11月19日)

会津坂下町の観光人口 増加を目指して

(提言先：会津坂下町)



会津坂下町イメージキャラクター バンビィ

Aグループ
鈴木 綾人
金内 平良
千葉 晏史
鈴木 祐希
冠木 仁

会津坂下町振興計画によると

町の将来像は

「人口が減少しても活力があり町民一人ひとりが生きがいを持てる持続可能なまち」

である。



「ばんげ」に冷やしラーメン食べさせ事業(予算1,300千円)

Aグループ

現状と課題

- ①観光の**目的地が「道の駅あいづ 湯川・会津坂下(以下、道の駅)」**になっている。
- ②道の駅の来場者数は年々増加する一方、**坂下町内の観光客数は減少傾向**



事業目的

- ①道の駅に訪れた人々を会津坂下町内に呼び込み、**観光人口を増やす。**
- ②**「会津坂下町」の冷やしラーメンの知名度向上**(会津坂下町=冷やしラーメンのまち)

事業内容

◎夏季及び冬季に冷やしラーメン食べ比べフェアを開催

①開催日・場所

夏季：8月の土曜日、日曜日 in道の駅

冬季：大俵引きの開催日(1月14日) in町内大俵引き会場



②内容

全12種類のうち**3種類の冷やしラーメンを1セット**として販売。購入者には、町内の冷やしラーメン店で利用できる**食事券を配布**。

事業効果

- ①坂下町内の**観光人口増加**
- ②冷やしラーメンの**知名度向上**



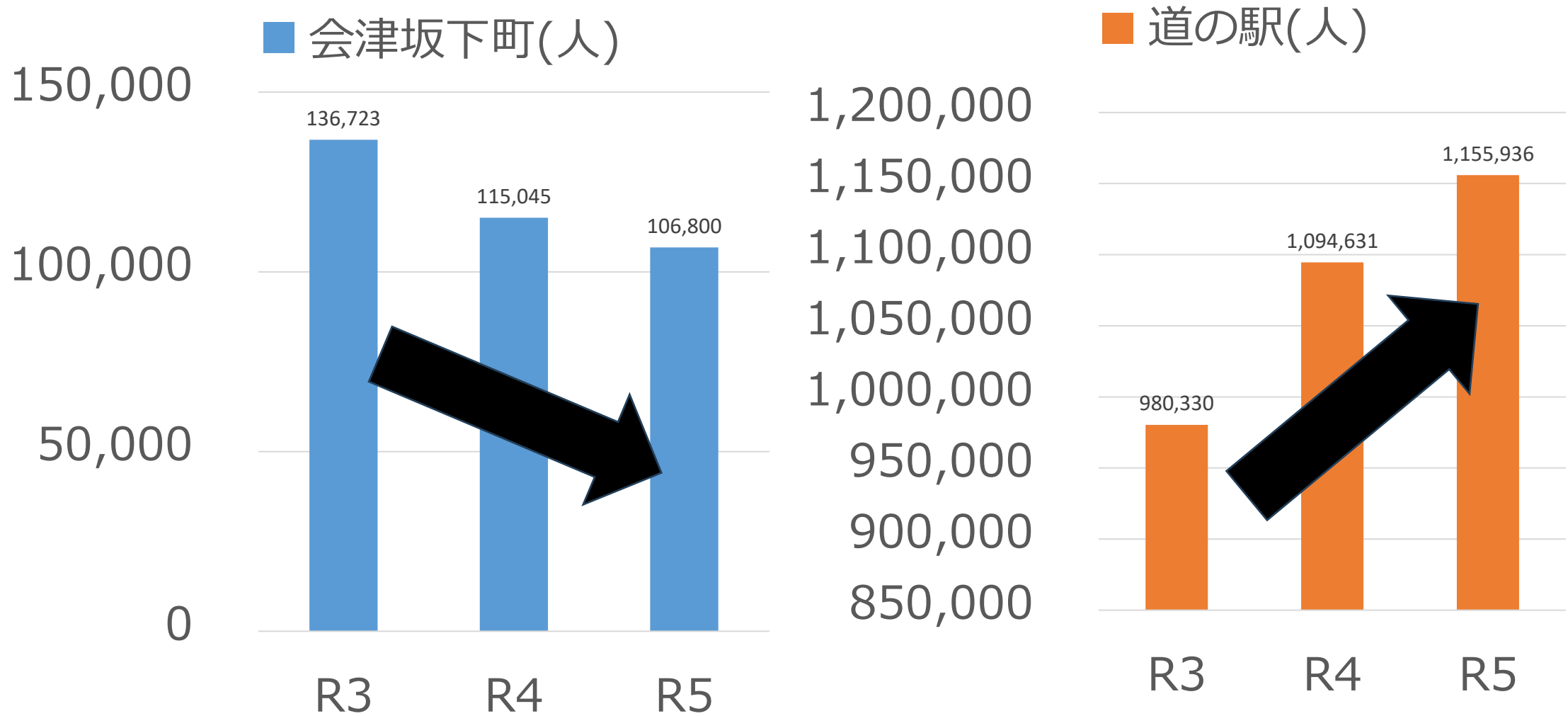
事業名

「ばんげ」に冷やしラーメン
食べさきつせ事業

目次

- 1 会津坂下町の現状と課題
- 2 事業概要
- 3 成果目標と検証方法
- 4 事業スケジュールと予算
- 5 まとめ

1 会津坂下町の現状と課題



→道の駅への観光客集中

1 1月5日（火）ヒアリング調査を実施

①会津坂下町	政策財務課	政策企画班
	産業課	商工観光班

②道の駅

ヒアリング調査結果

(1)会津坂下町

- ①交通の要所・美味しい農作物・祭り・
近年馬刺し・冷やしラーメンをPR



②誘客の主軸となる観光資源が定まっていない

Ex)喜多方市→喜多方ラーメン

会津若松市→鶴ヶ城

③「道の駅」から「会津坂下町」への誘導が重要

(2)道の駅

①利用者の客層

6 割程度が会津、 4 割程度が県内他地域及び
他県であり、交通手段は大半が車

※駅長の感覚値



②利用目的

農産物購入、レストランでの食事

夏季期間限定：トマト風味の冷やしラーメン提供



③売上人気

1位 馬肉加工品

2位 米

3位 箱菓子

・

・

10位 冷やしラーメンセット



④会津のハブとしての強化

→道の駅を始点に町村へ人流増加につなげたい

⑤圧倒的な雰囲気を出し出すイベントの実施

→ゆくゆくは町と連携し企画できるようなもの

事業目的

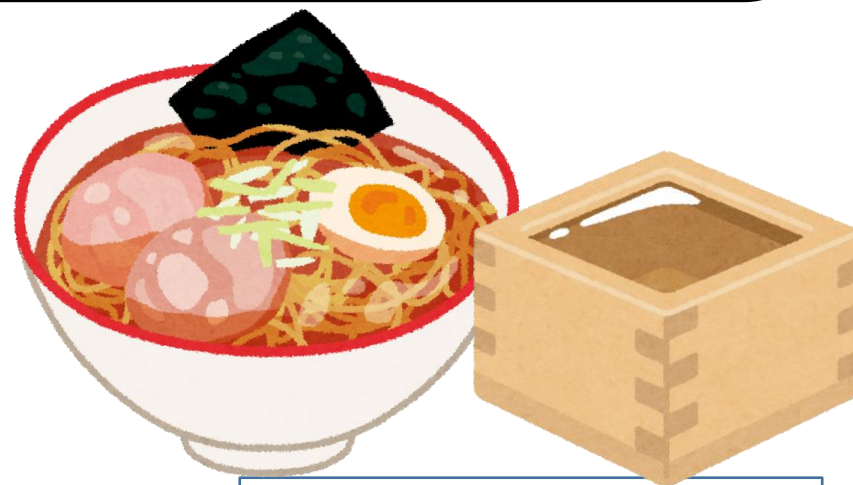
- ①道の駅あいづ 湯川・会津坂下(以下、道の駅)
に訪れた人々を会津坂下町内に呼び込み、**観光人口を増やす**
- ② **「会津坂下町」の冷やしラーメンの知名度向上**
(会津坂下町=冷やしラーメンのまち！)

課題

【道の駅】を訪れた方が【会津坂下町内】まで
足を運ぶような**きっかけ**がない



道の駅



会津坂下町内

2 事業概要

夏季と冬季に「ばんげ」の冷やしラーメン食べ比べフェスを実施し、観光客の誘客、冷やしラーメンのPRを行う

夏季

道の駅で実施

冬季

町内大俵引き会場で実施



大俵引きイメージキャラクター
初市戦士タワライガー

夏季

- ・道の駅の来客数が多い時期
- ・冷やしラーメンの旬

冬季

- ・冷やしラーメンの発祥が冬
- ・大袈引きで観光客が多い

(1)対象者

夏季

道の駅を訪れた方

冬季

大俵引きを見に来た観光客

(2)手段

- ①「冷やしラーメン食べ比べフェア」を開催
- ②町内 1 2 店舗の冷やしラーメンの特徴を記した早見表と食べ比べブースを設置し、気に入った店舗への誘客を促進

③早見表には、町内 1 2 店舗のラーメンの
特徴（麺の種類・スープの濃さ・脂の量・
具材等）を記載



④ **夏季**

週替わりで3店舗の冷やしラーメンを1セット
1,000円で販売

冬季

夏季に配布した食事券が使用された上位3店舗の
冷やしラーメンを1セット1,000円で販売

⑤フェア参加者（購入者）には、町内12の冷やし
ラーメン店で1枚で1杯500円で食べられる
食事券（使用期限：3か月）を配布

(3)実施期間

夏季

8月1日～8月31日の土曜日・日曜日

冬季

大俵引き開催日（1月14日）



(4)実施主体

- 会津坂下町の単独事業
 - ・ 道の駅との協力

導入事例



先行事例

新潟県長岡市栃尾地域

「冷やしラーメン食べ比べイベント」

出典:(一社)栃尾観光協会公式サイト



本事業

福島県会津坂下町

「冷やしラーメン食べ比べフェア」

事業効果

○町内への観光客数の増加

- ・特典により県内外の観光客を誘致

○「ばんげ」の冷やしラーメンの認知

- ・全国でもまれな冷やしラーメンの存在を認知

3 成果目標と検証方法

(1) 成果目標

- 食事券利用枚数 1, 0 0 0 枚
- 観光客数の前年対比 1, 0 0 0 人増

(2) 成果の検証方法

- 食事券利用枚数の集計
- 観光客数入込状況の調査

4 事業スケジュールと予算

(1) スケジュール

令和7年度		令和8年度		令和9年度
9月	10月～12月	4月～	8月&1月	4月～
現地調査	利害関係者調整	事業広報・周知		事業内容の効果確認
			事業実施	

(2) 予算

○令和8年度予算額 1,300千円 (一般財源)

(内訳)

○食事券分

400円×1,000=400,000円

○制作費

食事券 100円×1,000=100,000円

看板 300,000円

デザイン費 200,000円

材料費 300,000円

5 まとめ

「人口が減少しても活力があり町民一人ひとりが生きがいを持てる持続可能なまち」へ！

「ばんげ」に冷やしラーメン食べさせ事業

- ・ 観光客を道の駅から町中へ誘導
- ・ 観光客数の増加
- ・ 冷やしラーメンの知名度向上

将来的に喜多方老麺会のような組織を立ち上げる！

