

桑折町シティプロモーション推進ビジョン



町制施行 70 周年を祝う人々の饗宴(奥州こおり宿楽市楽座 in 山車フェス R7.9)

2026 年（令和 8 年）4 月
福島県桑折町



献上桃の郷。
桑折町
こおりまち

目 次

項目

第1章 策定の背景と町の姿

- 1 策定の背景（趣旨）……………1
- 2 ビジョンの位置づけと期間……………2
- 3 町の姿（統計的）……………2

第2章 町の現状

- 1 町の施策の現状と課題……………5
- 2 シティプロモーションの現状と課題 ……5
- 3 町の強みと弱み（主なもの）……………6

第3章 シティプロモーションの進め方

- 1 基本方針……………7
- 2 ターゲットの設定……………9
- 3 シティプロモーション戦略……………10
- 4 KPIの設定……………13
- 5 推進体制……………14

- 資料編……………15

第1章 策定の背景と位置づけ

1. 策定の背景(趣旨)

シティプロモーションは、人口減少や少子高齢化が進行するなかで、地域の魅力や価値を発信し、その地域のファンを増やすことであり、その効果は観光交流人口の拡大や関係人口の創出、移住定住の促進、地域経済の活性化等につながっていきます。

本町では、平成29年度から、シティプロモーションを重点プロジェクトのひとつに位置づけ、様々な取組みを推進してきましたが、コロナ禍や大規模地震災害により困難を余儀なくされた時期もありました。

こうした中、令和7年の「町制施行70周年記念事業」を契機とし、「奥州こおり宿 楽市楽座in山車フェス」など、年間をとおして「桑折ならではの」の多彩な事業を実施することでシティプロモーションの強化を図ったところでもあります。その結果、改めて町民の皆さんとの「共創」や桑折町民の「矜持・気概」を花咲く未来に向けて再確認したところです。

このたび策定した「桑折町シティプロモーション推進ビジョン」は、この町制施行70周年記念事業の成果を大きな財産（レガシー）として、新たなステージに向け中長期的な視点で各種施策を推進するためのビジョンであります。



桑折町町制施行70周年記念ロゴ

数字の70のデザインは、桑折町を語るうえで欠かせない「桃」と「道」をイメージしました。「桃」は実りある未来、「道」は21世紀の追分である「桑折ジャンクション」。町へ人やものを呼び込む希望の象徴でもあります。青は桑折町の青い空、緑は豊かな自然、オレンジは町に降り注ぐ温かい光、ピンクは桃を表しています。

2. ビジョンの位置づけと期間

本推進ビジョンは、「桑折町総合計画」を上位計画とするとともに、「桑折町まち・ひと・しごと創生総合戦略」など、各種計画や事業等との整合・連携を図るものとします。

期間については、本ビジョンの策定根拠となる、桑折町総合計画「献上桃の郷こおり未来躍動プラン」の期間が、令和13年度までであることから、令和8年度から令和13年度までの6年間とします。ただし、社会情勢の変化などに柔軟に対応するため、必要に応じて適宜見直しを図ることとします。

3. 町の姿(統計的)

(1) 地勢と気候

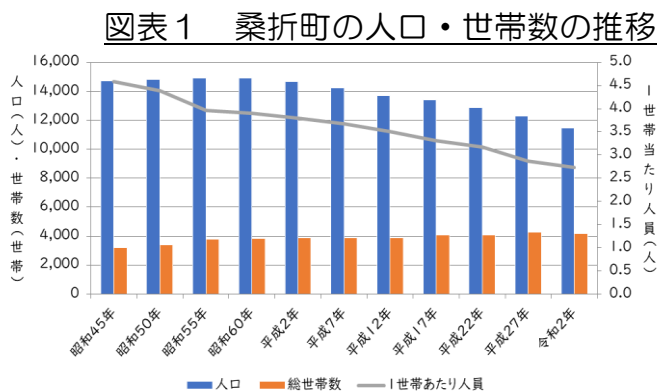
本町は福島県中通り地方の北端部に位置しており、県庁所在地である福島市から約13kmです。町の中央部を一般国道4号、東北縦貫自動車道、JR東北本線及び東北新幹線が南北に縦断し、令和2年度には、東北中央自動車が開通するなど、交通の利便性に恵まれた町です。また、阿武隈川の清流と緑豊かな半田山があり、恵まれた自然の中で、もも、りんご、ぶどうなど多くの果樹の栽培が盛んに行われています。

気候は、夏は高温多湿で年間の降水量は比較的少なく、冬は寒冷という内陸盆地特有の気候です。冬には積雪もみられ、“半田おろし”という地域固有の季節風が強い地域です。

(2) 人口構造と将来推計

国勢調査に基づく本町の人口は、1970（昭和45）年の14,723人から1985（昭和60）年まで増加を続け14,918人となりましたが、1990（平成2）年からは減少に転じ、2020（令和2）年には11,459人となっています。

世帯数は、1970（昭和45）年の3,217世帯から2015（平成27）年までは増加傾向となっておりましたが、2020（令和2）年には4,194世帯と減少となっています。一方、1世帯当たりの人口は、1970（昭和45）年の4.58人から減少傾向のまま推移しており、2022（令和4）年には2.73人となっています。

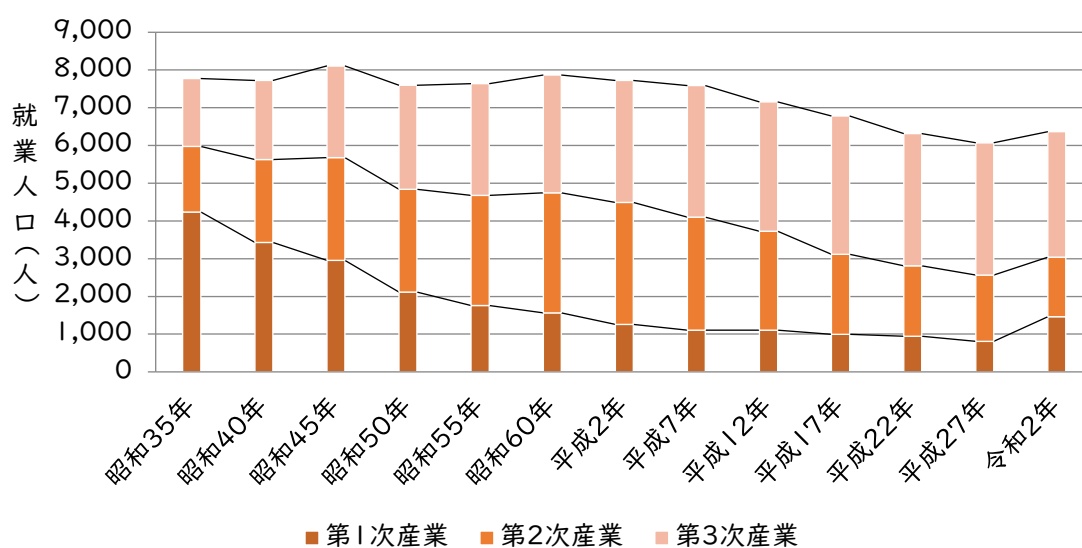


【(出典) 桑折町の統計 ※国勢調査より】

(3)産業構造

本町の産業は、総生産額ベースでは第2次産業の割合が高くなっています。中でも製造業に関連した事業所が多く見られ、桑折工業団地には自動車部品製造業の事業所をはじめとした約30社が集積しています。また、国勢調査を基にした産業別就業人口は、令和2年調査において、第1次産業が733人(12.7%)、第2次産業が1,587人(27.5%)、第3次産業が3,326人(57.7%)です。なお、農業従事者は60歳以上が6割以上を占め、後継者不足が課題となっています。

図表2 産業別就業人口



【(出典) 桑折町の統計 ※国勢調査より】

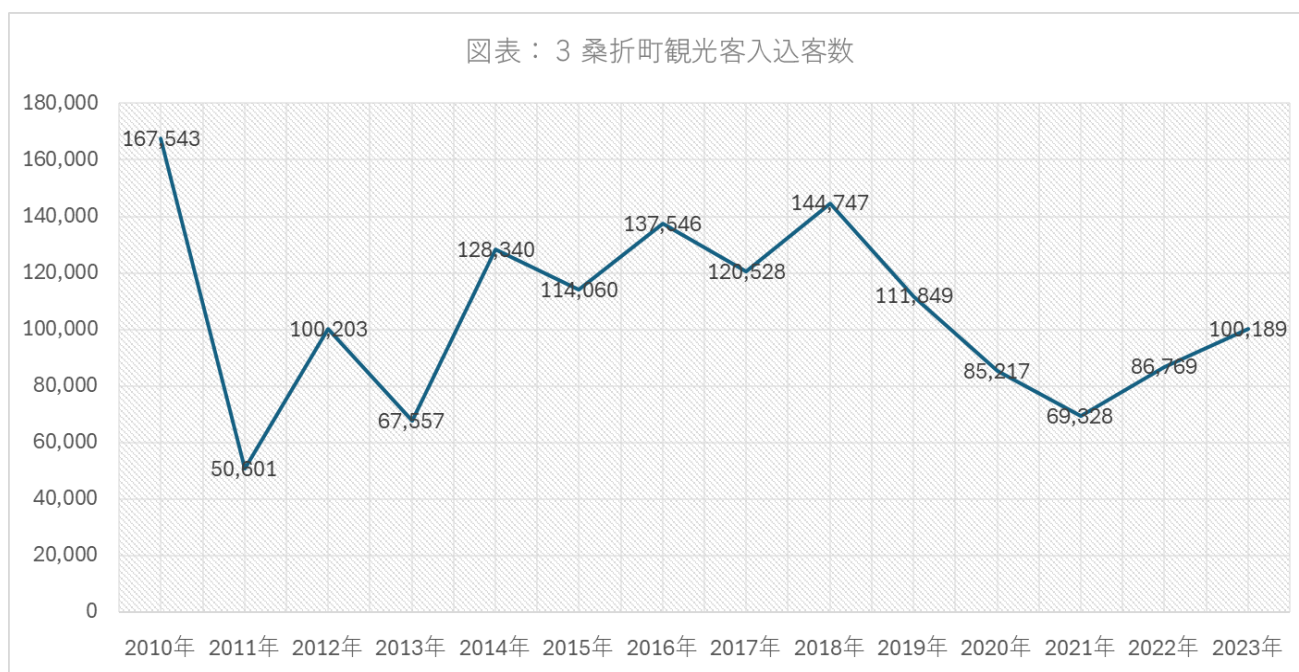
(4)交通

本町の中央部を一般国道4号や東北縦貫自動車道が南北に縦貫しており、仙台圏にも1時間強で移動可能です。また、令和2年には、東北中央自動車道も開通したことから、相馬市をはじめとする浜通りや、米沢市をはじめとする山形方面への自動車交通の利便性は大幅に向上しています。

公共交通機関は、主に鉄道、路線バス、タクシーです。鉄道は、JR東北本線(桑折駅)とJR東北新幹線(最寄り駅:福島駅)縦貫しています。路線バスは、福島交通(株)により2路線が運行されています。また、タクシーは、町内に事業所が1社あり、病院やスーパーなど高齢者を中心に日常生活の交通手段として利用されています。

(5)観光

観光入込客数については、平成22年度（2010年度）は、約167,500人でしたが、東日本大震災による影響で、平成23年度（2011年度）には、約50,500人（2010年度比:約30%）まで落ち込みました。その後、「桃」を始めとした高品質な農産物や国指定重要文化財「旧伊達郡役所」、国指定史跡「桑折西山城」などの歴史遺産、「半田山自然公園」など豊富な観光資源を最大限に活用して魅力発信事業を展開し、平成30年度（2018年度）には、約145,000人まで回復しました。しかしながら「新型コロナウイルス感染症」の流行により令和3年度（2021年度）には、約69,000人まで減少し、その後は、徐々に回復傾向ではあるものの2年連続で発生した「福島県沖地震」や東京電力による「ALPS処理水の放出」などの影響もあり令和5年度（2023年度）の観光入込客数は、約100,000人という状況に留まっています。



【出典：町総合政策課調べ観光入込客数調査より】

第2章 町の現状

1. 町施策の現状と課題

本町では、総合計画「献上桃の郷こおり 未来躍動プラン」を令和3年9月に策定し、町の将来像「みんなが幸せを実感できる 元気なまち こおり」の実現に向け、基幹事業として位置付けた6つの重点プロジェクトを中心に、鋭意各種施策の展開に取り組んでいます。

この間、コロナ禍の克服はもとより、急激に進行する人口減少対策や物価高騰対策、未来の人材を育む子育て支援や教育の充実、健康づくりや地域福祉の施策などに取り組むとともに、地域活性化分野については、「献上桃の郷」の産地維持継承や、公有地への複合施設誘致、歴史的遺産の保存と積極的活用などを推進し、「桑折ならでは」の地域資源に磨きをかけてまいりました。

しかしながら本町は現在、人口減少・超少子高齢化の更なる進行、深刻さを増す気象変動や頻発化・激甚化する自然災害、急激なデジタル社会の進展などに加え、不安定かつ不透明な国内外の政治経済状況下であり、引き続き、取り巻く現状や課題への対応が求められています。

本町の町づくりについては、こうした社会情勢の変化を的確に捉え、町民のウェルビーイングおよび持続可能性を追求するため、本町が持つ人材や地域資源などを最大限に活用しながら、シティプロモーションへの取り組みを一層強化することが必要です。

2. シティプロモーションの現状と課題

本町では、平成29年度より「意外と近い桃のまち」をコンセプトに、日本プロ野球球団東北楽天ゴールデンイーグルスとのオフィシャルスポンサー契約による連携事業や、仙台駅構内等での桃の販売を積極的に展開するとともに、仙台駅前ビジョンでのPR動画の放送や各メディアと連携した番組企画などに取組み、仙台圏域を重点に「献上桃の郷展開プロジェクト」を推進しています。

その結果、本町の知名度は徐々に浸透し、桃の最盛期には、JAふくしま未来桑折営農センター並びに伊達果実農業協同組合の直売所に、仙台圏域に加え、交通アクセスの良い関東方面から、旅行者や帰省者など多くの購入者が来町し、町内飲食店や旧伊達郡役所などの文化財等を散策する姿も多く見られるようになりました。

また、昨年地域資源を活用した町民参加型の「奥州こおり宿楽市楽座 in 山車フェス」については、町内外から8,000人を超える幅広い年代の参加があり、シビックプライドの醸成はもとより、町の知名度向上と魅力の浸透、地域経済の活性化に大いに貢献しました。

今後については、これまでのシティプロモーションの成果を活かしながら、一時的な集客や話題性に留まることなく、全世代から共感・共鳴される取組みを広域的に展開し、継続的に本町を訪れ、応援くださる関係人口の創出に繋げていく必要があります。

3. 町の強みと弱み(主なもの)

本町のシティプロモーションの推進にあたっての強み・弱みについて、下記のとおりSWOT分析を用いて整理することで、他市町村との差別化を図り、町民が愛着と誇りを持ち、町外の人が魅力を感じる取り組みに反映させていきます。

なお、SWOT分析は、ある目標に対して有する強み（Strength）、弱み（Weakness）、機会（Opportunity）、脅威（Threat）の4要素で整理・分析するフレームワークです。

強み（Strength）	機会（Opportunity）
<ul style="list-style-type: none"> ○「献上桃の郷」として日本トップクラスの品質を誇る桃の産地 ○国の重要文化財「旧伊達郡役所」や史跡「桑折西山城跡」をはじめとする歴史と文化 ○「半田山自然公園」や「ホタル」などの四季折々の美しさを楽しめる豊かな自然 ○「21世紀の追分」抜群の交通アクセス ○美味しい農産物 ○住みやすさ（大手民間企業の調査で上位） <ul style="list-style-type: none"> ・手厚い子育て支援・教育内容の充実 ・移住・定住支援の充実 ・事件・犯罪等が少ない治安の良さ ・先人から受け継いだ町民の「矜持と気概」 ・あたたかい「町民性」 	<ul style="list-style-type: none"> ○インターネット、SNSの普及による情報アクセシビリティの向上、情報入手ルートの変化 ○AI・DXによる「労働力代替」ビジネスの転換 ○脱炭素社会、SDGsなどの社会潮流の変化 ○地方移住・テレワークへの関心の高まり ○田園回帰現象 ○ふるさと納税市場の拡大と特産品への注目 ○価値観の多様化 ○地域おこし協力隊の活用（増加） ○国内旅行需要の増加 ○多様な主体とのパートナーシップ
弱み（Weakness）	脅威（Threat）
<ul style="list-style-type: none"> ○人口減少と少子高齢化の進行 ○進学等に伴う若年層の町外への流出 <ul style="list-style-type: none"> ・高校・大学がない ○農業の担い手不足と遊休農地の増加 ○空き家、空き店舗の増加 ○地域コミュニティの希薄化 ○交通弱者の移動手段不足 ○宿泊施設と夜型観光コンテンツが不足 ○都市計画区域の約90パーセントが市街化調整区域 	<ul style="list-style-type: none"> ○激甚化・頻発化する自然災害 ○温暖化による気候の変動 ○不安定かつ不透明な国内外の政治経済状況 ○物価の高騰 ○人口の減少と少子高齢化 ○高齢化による医療・介護需要の肥大化 ○晩婚化・未婚化 ○地域ブランドの飽和化 ○コミュニティの希薄化 ○新たな感染症の流行への懸念

第3章 シティプロモーションの進め方

1. 基本方針

シティプロモーションについては、「関りを持ちたい（認知と関心）」、「周遊・交流したい（来訪と経験）」、「住みたい（愛着と定住）」と思ってもらえるよう、第2章3の「町の強み・弱み」を踏まえながら、本町が持つ魅力的な地域資源に更なる磨きをかけ、町民はもとより多くの人に本町に愛着と誇りを感じていただくことが重要です。

そのためには、本町と関係する人・団体・企業が、将来に渡り「共創」の精神を共有し、持続的な活動を実践・維持していくことが必要です。

以上を踏まえ、本町のシティプロモーションを進めていくにあたっての基本方針を下記のとおり整理します。

目標

- 町の知名度アップとブランドイメージの向上（認知と関心）
- 交流・関係人口の拡大（来訪と経験）
- 移住・定住の促進（愛着と定住）
- シビックプライドの醸成（愛着と定住）

手段

- 情報発信
- 観光物産振興事業、賑わい創出イベント
- ふるさと納税、地域イベントへの参画促進
- 地域おこし協力隊制度の活用や相談・支援事業

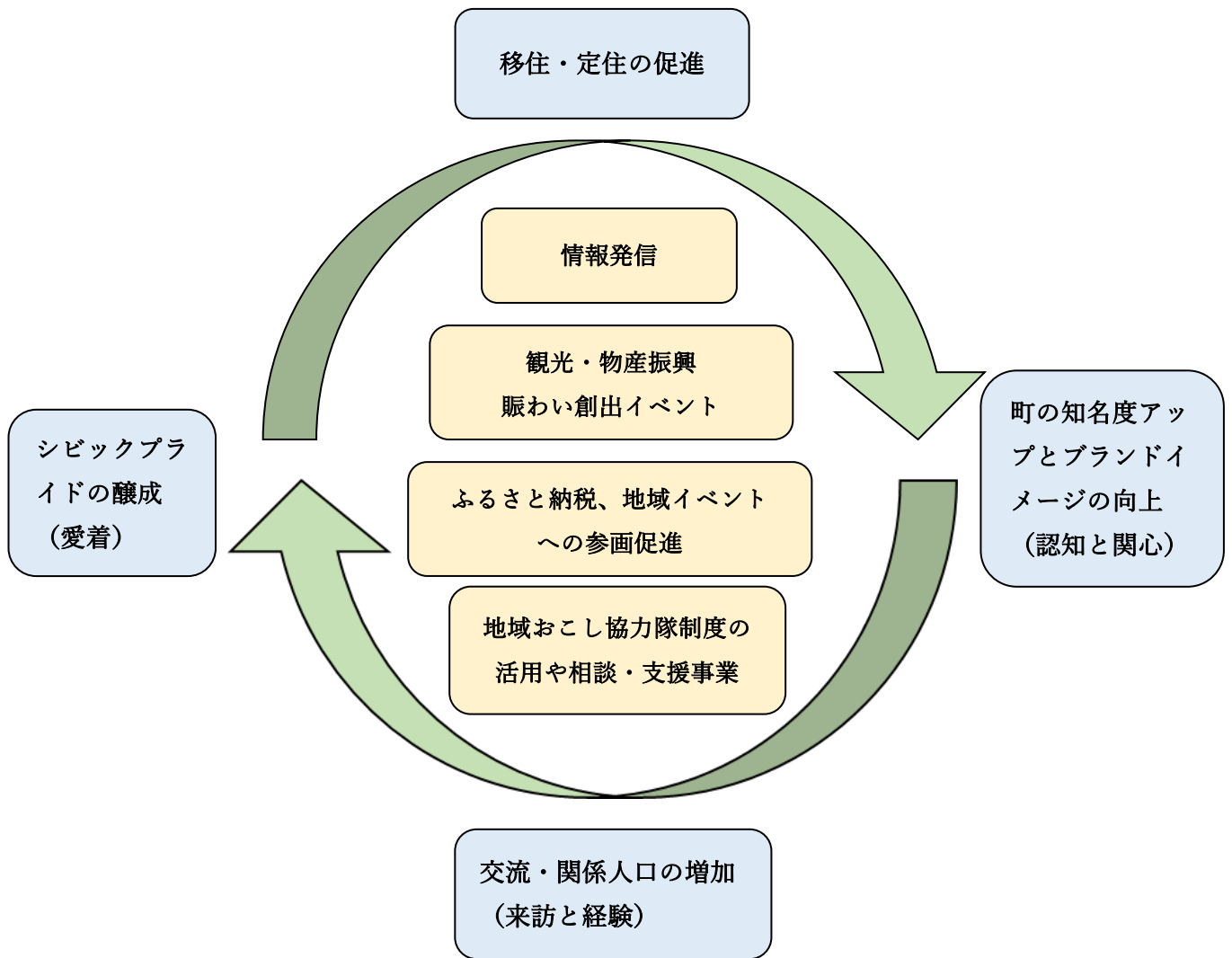


【献上桃の郷こおりを代表する品種あかつき】



【国指定重要文化財 旧伊達郡役所】

「シティプロモーションがもたらす ポジティブサイクル」



【献上桃の郷選果・箱詰め式】



【桑折町観光大使ホタピーが町内外でPR】

2. ターゲットの設定

ターゲットについては、町外在住の方に向けた「アウトプロモーション」の取り組みについて、下記のとおり対象地域・年代を明確に設定し取り組みを進めるとともに、町内に拠点を持つ人に向けた「インナープロモーション」の取り組みについても取り組みを明確に設定してまいります。

●アウトプロモーション（町外に向けた取り組み）

①対象地域

対象地域については、交通の利便性を最大限に利用し、引き続き仙台圏域を中心として、各種施策を展開することによりブランドイメージの定着化を図ります。

また、高速道路や東北新幹線・東北本線の沿線地域など、本町からのアクセス条件のよい首都圏を含む関東地方についてもターゲットとします。

②年代

対象とする年代については、町外からの来訪調査において40歳未満の来訪が18%（資料編図2）と低い数字となっていることから、若年層の認知度向上を視野に入れながら、SNSやメディアなどを活用した魅力的な情報の発信、施策を展開していくこととしますが、他の世代に対しても、それぞれのニーズに合わせた施策を展開することで、アプローチしていきます。

●インナープロモーション（町内向け）

全ての町民が対象として取り組みを進めますが、特に若年層を中心に「ふるさと桑折町」に対する愛着や誇りを再確認、醸成する働きかけを行い、「シビックプライド」を高めることで、町内からシティプロモーション活動の担い手が生まれる仕組みづくりを展開していきます。



【楽天イーグルス冠協賛試合】



【町内直売所桃販売の様子】

3. シティプロモーションの戦略

シティプロモーションについては、1.基本方針と2.ターゲットの設定を踏まえながら、町の魅力を「知ってもらう」だけでは終わらせず、「関りを持ちたい（認知と関心）」、「周遊・交流したい（来訪と経験）」、「住みたい（愛着と定住）」までを一連の流れとして捉え、目標とする「町の認知度アップとブランドイメージの向上」、「交流・関係人口の拡大」、「移住・定住の拡大」、「シビックプライドの醸成」の各種施策を積み上げていきます。

なお、この戦略に伴う具体的な個々の事務事業については、事業の成果や財政状況等を検証しながら、毎年度の予算編成の中で反映させていきます。

●町の認知度アップとブランドイメージの向上

町内外の人に向け「町に関心をもってもらう」、「町を知ってもらう」、「町を好きになってもらう」ための取組みを進めます。

具体的な取組み	インナー	アウター
町の魅力やイベント情報の発信 <ul style="list-style-type: none"> ・町公式ホームページの充実 ・LINEなどのSNSの活用 ・広報こおりや新聞紙面による周知 ・マスメディアの活用 ・観光パンフレットの充実 ・「献上桃の郷」の商標の活用 	○	○
PR活動 <ul style="list-style-type: none"> ・桑折町観光大使「ホタピー」の活用 ・オリジナルPR動画の活用 ・仙台圏域・首都圏など物産フェアの開催 ・トップセールスの実施 	○	○
地域学習の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・「桑折学のすすめ」等の活用 	○	

●交流・関係人口の拡大

町内外の人に向け「町に行ってみたい」、「町で体験したい」、「町の美味しいを味わってみたい」ための取組みを進めます。

具体的な取組み	インナー	アウター
イベントの開催 <ul style="list-style-type: none"> ・特産品「桃」の活用 ・歴史・文化・自然など地域資源の活用 ・町内飲食店との連携（デジタルスタンプラリー） 	○	○
町内周遊 <ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者による観光・体験ルート等の提案とPR ・「レガーレKOORI」や「うぶかの郷」、「グランケットこおり」などの施設の利用促進 ・歴史・観光拠点施設の整備と活用 		○
中心市街地の活性化 <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗を活用した起業支援 	○	○
多様な主体との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・地元企業や地域づくり団体 ・包括連携協定を締結している高校・大学など 	○	○



【物置のピアノ特別上映会】



【西山城まつり城攻めウォーク 2022】



【レガーレ Koori】



【令和9年春オープン予定の（仮称）歴史・観光交流センター】

- 移住・定住の促進
- シビックプライドの醸成

町内外の人に向け「町に住み続けたい」、「町に住んでみたい」、「町づくりに参加したい」ための取組みを進めます。

具体的取組み	インナー	アウター
移住・定住促進 <ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援事業や学校教育の充実 ・若者の移住・定住促進事業の充実と周知 ・地域おこし協力隊制度の活用 ・市街化調整区域における土地の有効活用 ・空き家の適正管理と活用促進 ・おでかけパスの継続実施 	○	○
シビックプライドの醸成 <ul style="list-style-type: none"> ・「桑折学のすすめ」等の活用した地域学習の充実 ・ロゴマークの活用とホタピーグッズの制作・販売 ・町民主体の共創型イベントの開催と活動支援 ・地域づくり団体によるイベント等の開催と活動支援 ・こおり未来会議の開催（若者対象の広聴機会の充実） 	○	
桑折ファンの創出 <ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税の確保 ・町公式 SNS への登録拡大 ・ふるさと住民登録制度の活用 		○



【桑折駅前イルミネーション】



【桑折ホテルまつりオープニングセレモニー】

12. KPIの設定

KPIの設定にあたっては、目標ごとに下記のとおりとします。

○町の知名度アップとブランドイメージの向上（認知と関心）

- ・LINE お友達登録者数：1万5千人（令和7年度登録者数：8千人）
- ・桃の直売所年間販売額：4億円（令和7年度：約3億3千万円）
- ・年間ふるさと納税額：2億5千万円（令和7年度：約1億4千万円）

○交流・関係人口の拡大（来訪と経験）

- ・年間観光入込客数：20万人（令和6年度：約10万人）
- ・年間イベント参加人数：1万人
- ・ふるさと住民登録者数：100人

○移住・定住の促進（愛着と定住）

- ・人口1万人の維持
- ・転入者数：400人（令和7年：316人）

○シビックプライドの醸成（愛着と定住）

- ・居住意向：90%（令和元年町民アンケート調査：86.5%）
- ・年間出生数：40人（令和7年度：37人）

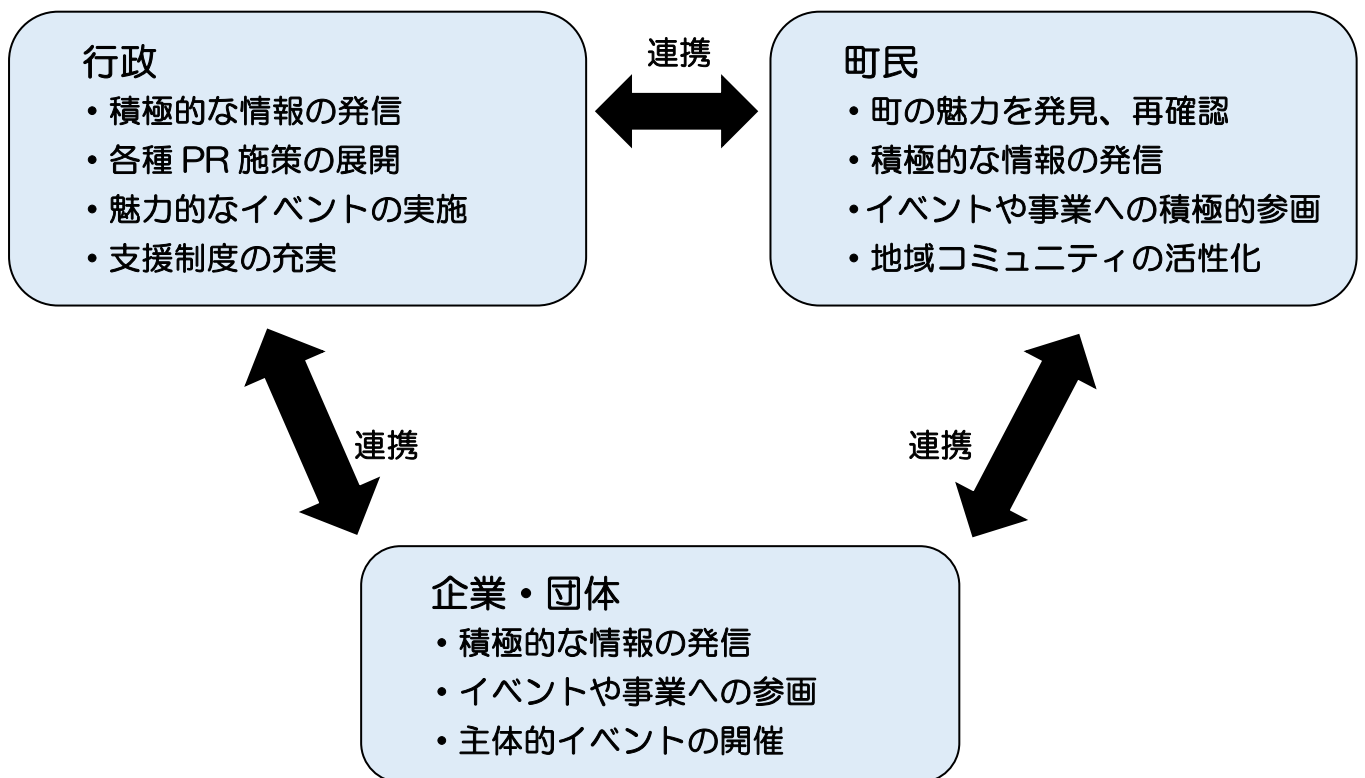
13. 推進体制

シティプロモーションについては、行政のみでなく、町民や、団体、企業などが主体的に、または連携して取り組むことで、最大限の効果を発揮することができます。

団体・企業は、独自のリサーチやネットワーク、さらにはノウハウを活かした積極的なまちづくりへの参画や情報発信を通して、行政では敵わない多彩なターゲットに向けたアプローチが可能であることから、効果が期待できます。

また、ICT 社会が進展する中において SNS の普及により、町民 1 人 1 人が、自ら瞬時に町の魅力を発信する「スポークスマン」として活動することが可能です。

このように、あらゆる主体がシビックプライドを持ち、シティセールスに積極的に取り組んでいただけるよう、本ビジョンの浸透と共有を図り、「オール桑折」でシティプロモーションを推進してまいります。

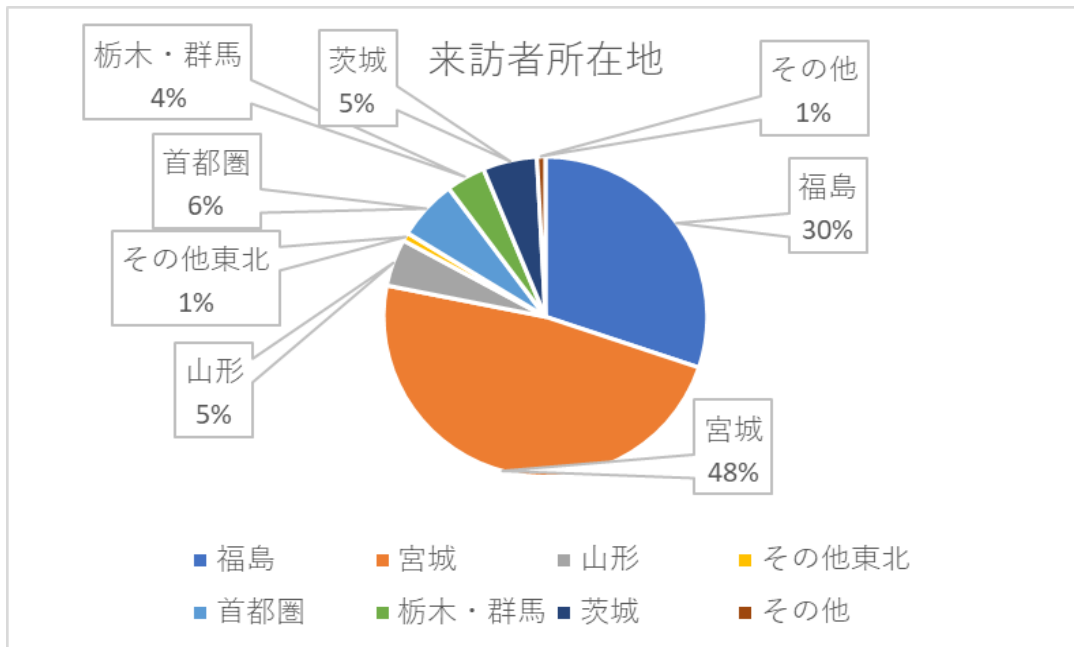


資料編

町内直売所に桃を購入に来訪された方に対するアンケート調査結果

実施日：令和7年7月19日（土）、8月3日（日） 回答者数：942人

図1：来訪者所在地調



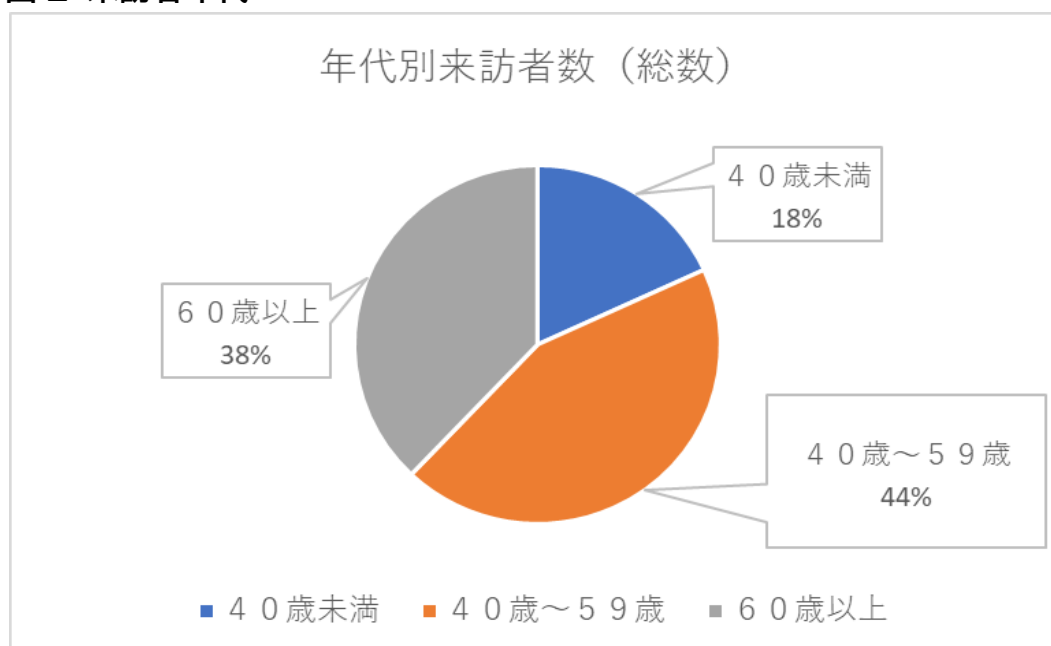
来訪者内訳：福島県内…284人（内訳：浜通り47人、中通り227人、会津10人）

宮城県…452人（主な内訳：仙台市263人、富谷市47人、名取・岩沼29人）

山形…45人、首都圏…57人、栃木・群馬…37人、茨城…51人、

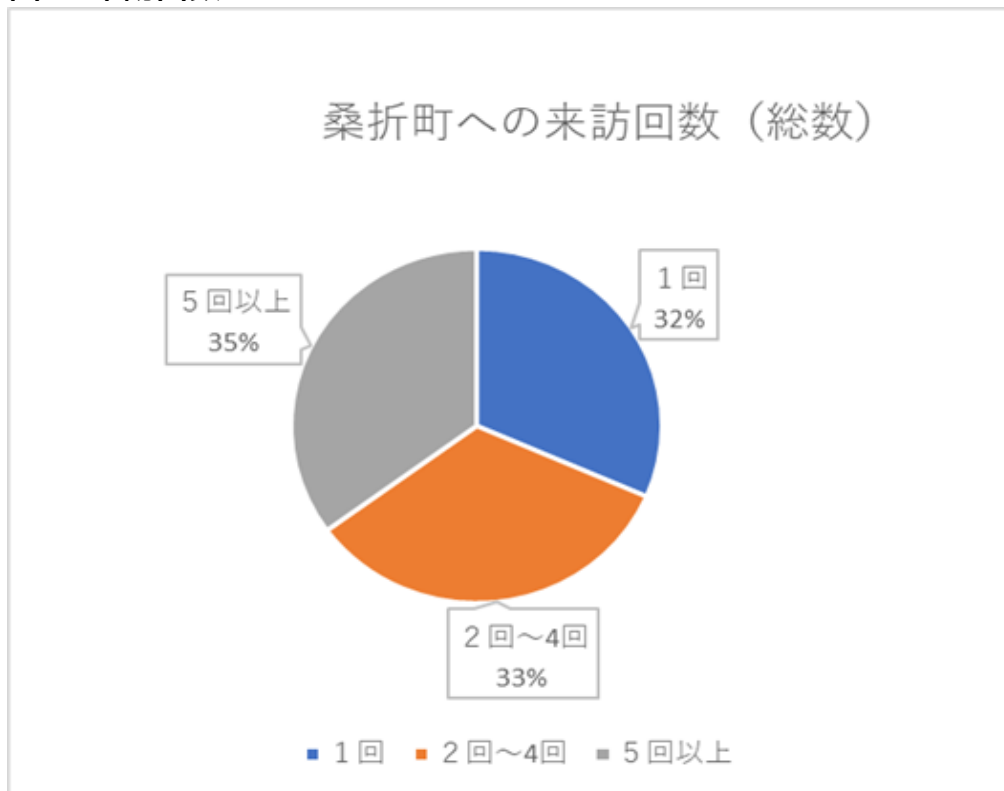
その他8人（大阪、京都など）

図2：来訪者年代



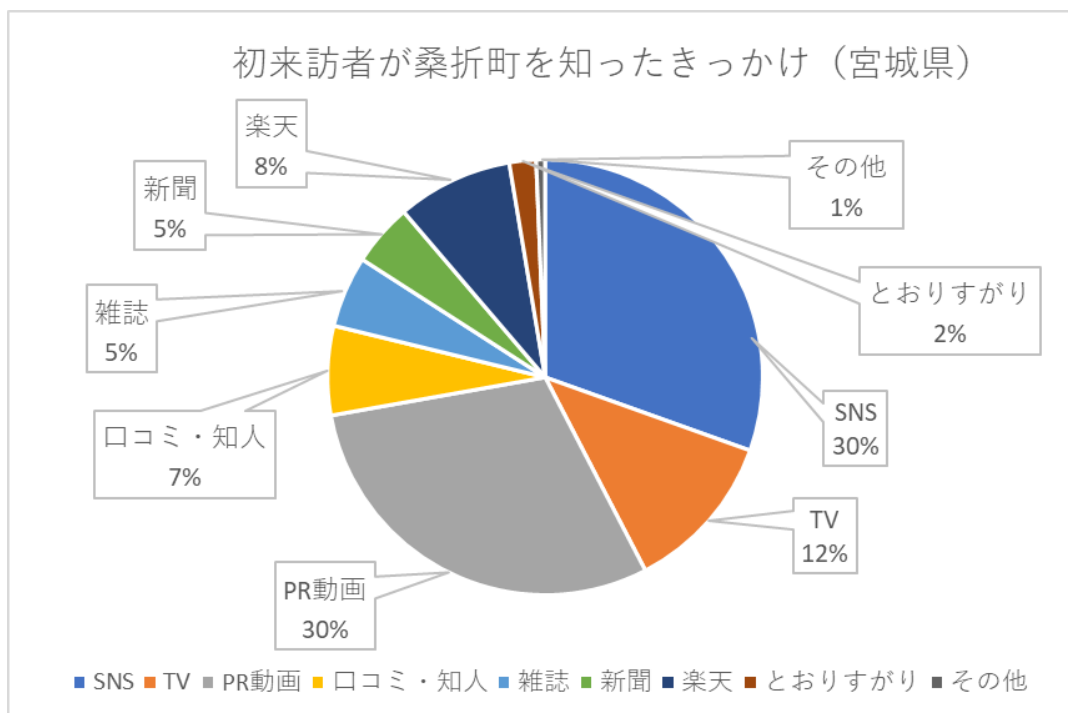
来訪者年代別割合：40歳未満171人 40～59歳414人 60歳以上357人

図 3:来訪回数



1回 297人、2～4回 315人、5以上 330人

図 4:初来訪者が桑折町を知ったきっかけ 対象者:297人

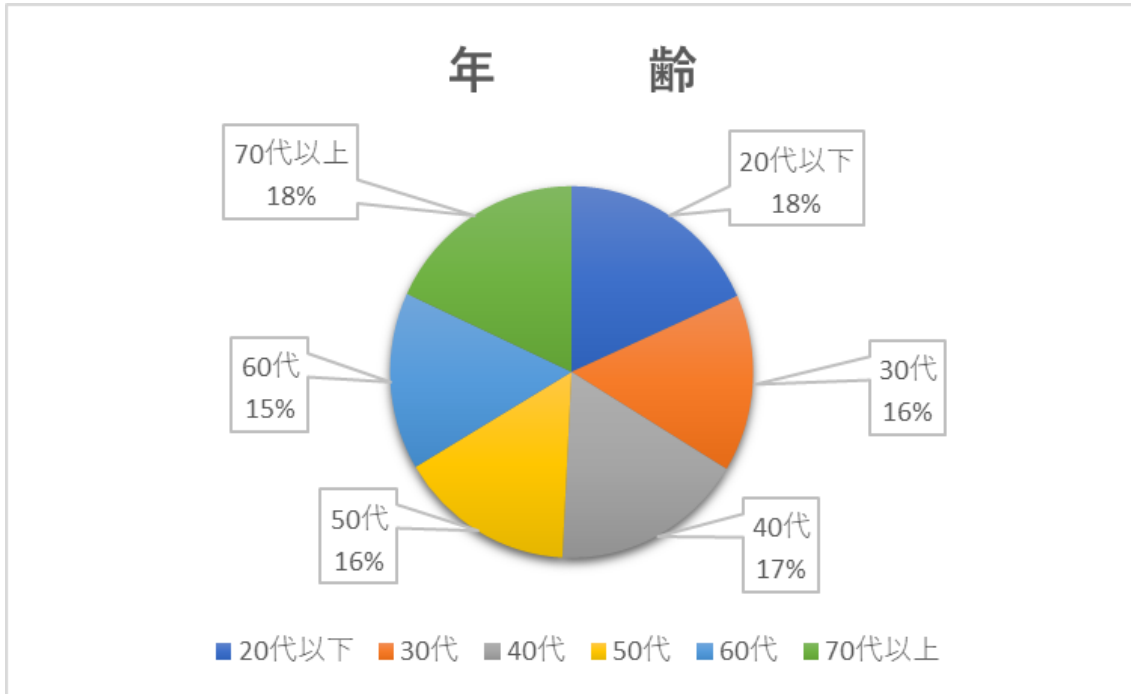


SNS…93人、TV…44人、口コミ・知人…38人、雑誌…20人、新聞…13人
 とおりすがり…5人、PR動画…62人、楽天イーグルス…12人、その他…10人

奥州こおり宿楽市楽座 in 山車フェスアンケート調査結果

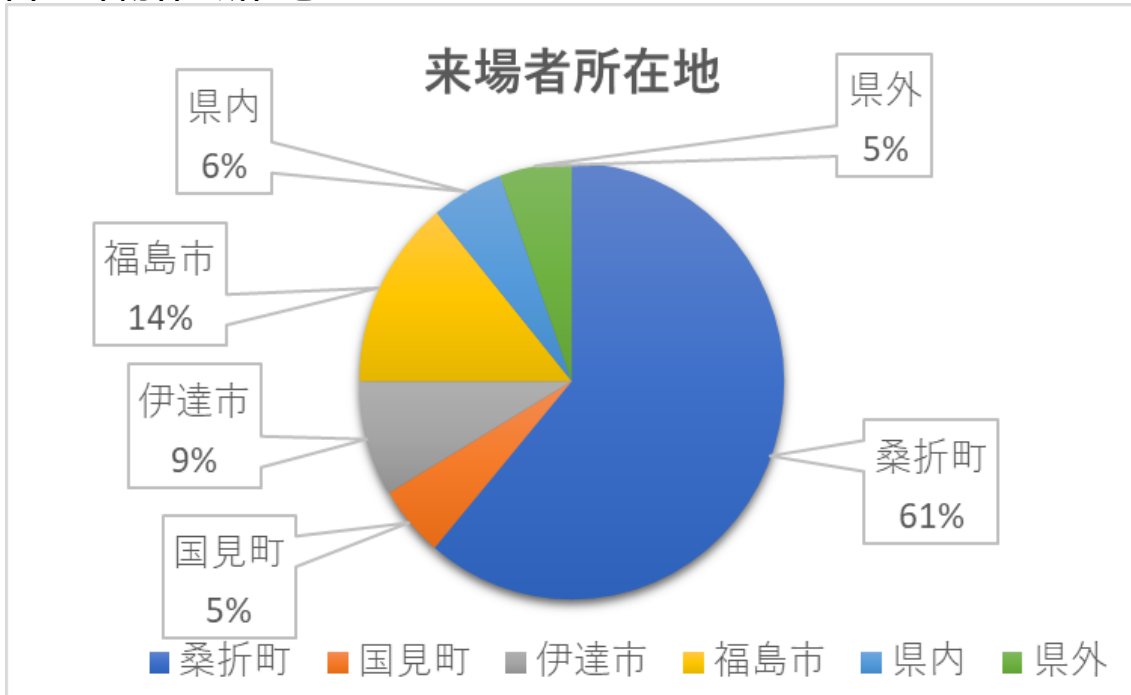
実施日：令和7年9月28日（日） 回答者数：984人

図5：来訪者の年齢



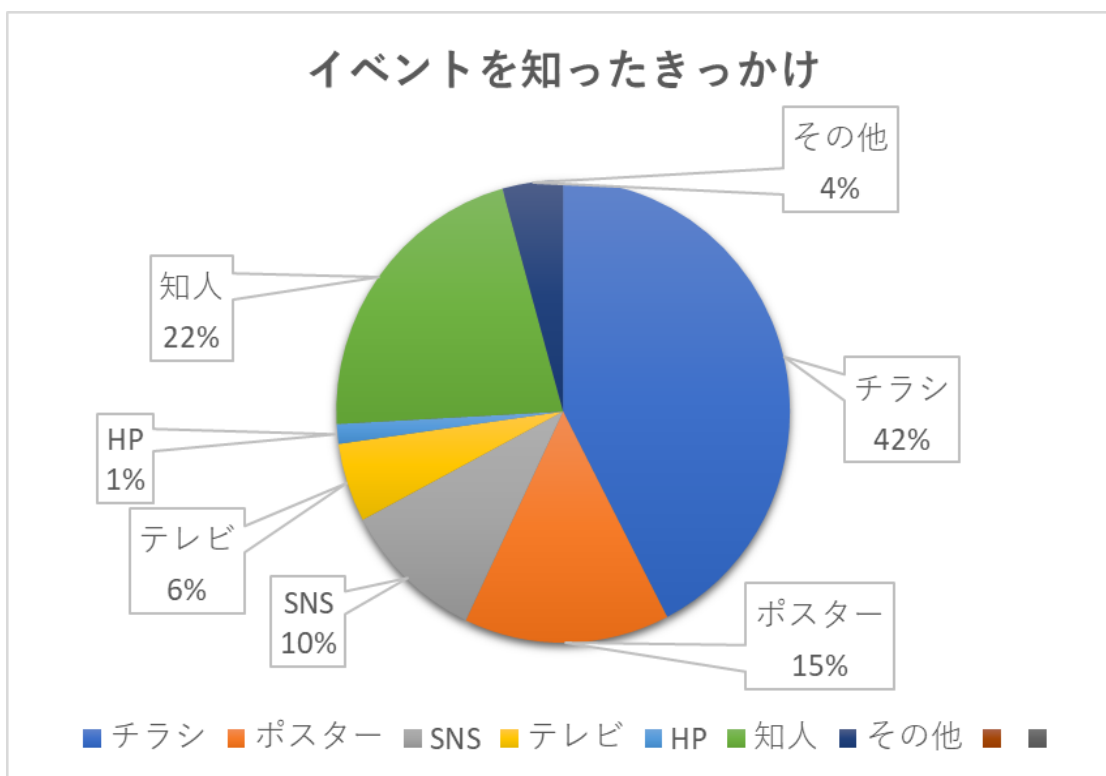
20代以下…180人、30代…152人、40代…168人、50代…154人、60代152人
70代以上178人

図6：来訪者の所在地



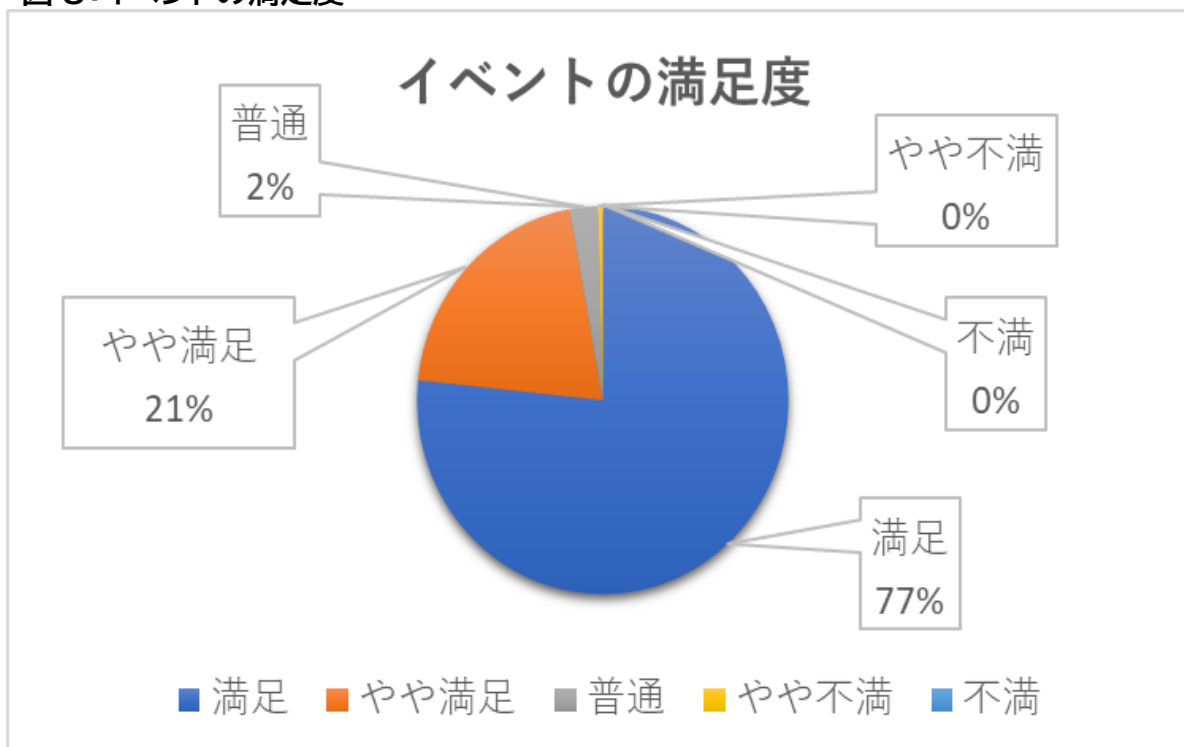
桑折町…602人、国見町…52人、伊達市…84人、福島市…138人、福島県内…54人
福島県外…54人

図7: イベントを知ったきっかけ(複数回答有)



チラシ…492人、ポスター…1707人、SNS…118人、テレビ…64人、HP…16人
知人…250人、その他 50人

図8: イベントの満足度

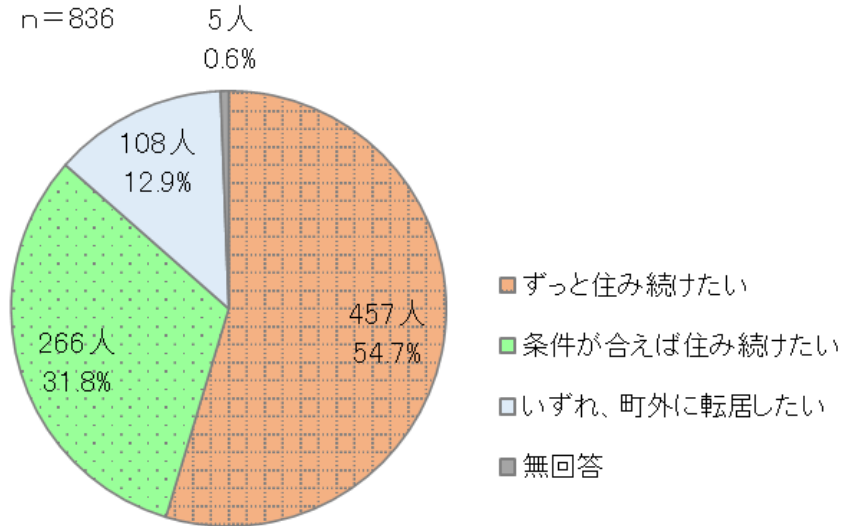


満足…748人、やや満足…200人、普通…24人、やや不満…4人、不満…0人
知人…250人、その他 50人

町総合計画策定時町民アンケート調査結果

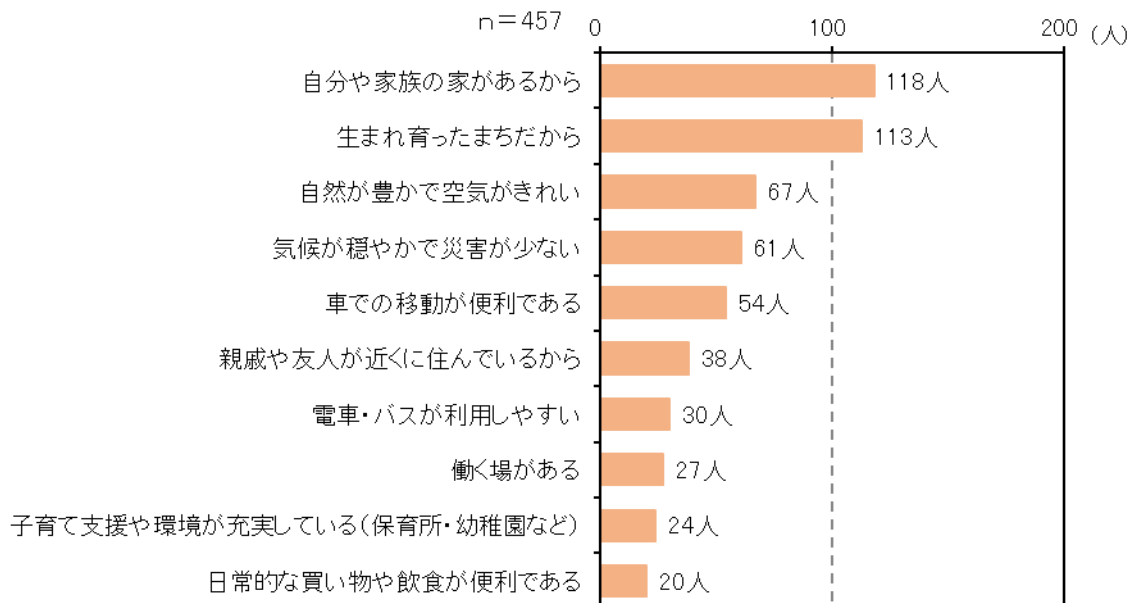
実施期間：令和元年 10 月 4 日～10 月 18 日 件数 838 件

図 9：居留意向



ずっと住み続けたい…457 人、条件が合えば住み続けたい 266 人、いずれ転居したい 108 人

図 10：居留意向の選択理由（ずっと住み続けたい方）上位 10 項目





発行：総合政策課