



須賀川市観光振興 アクションプラン

～ 2025 - 2027 ～



目次

1. 須賀川市観光振興アクションプランの延長について	
1-1. 計画延長の考え方	P 1
1-2. 計画の延長期間	P 1
1-3. 計画の位置づけ	P 1
2. 須賀川市の観光の現状と課題	
2-1. 統計データで見る須賀川市の観光	P 2
2-2. コロナ禍後の日本の観光動向	P 5
3. 須賀川市観光振興アクションプラン延長の基本方針	
3-1. コンセプト	P 7
3-2. 計画の目標	P 8
4. 延長期間の実施方針	
4-1. 実施方針	P 9
4-2. 延長期間において実施する事業 (須賀川市観光振興アクションプラン施策一覧)	P 11
4-3. 新規事業	P 12
5. 推進体制	
5-1. 推進体制	P 13
6. 参考資料	
6-1. 実施体系 (2020(R2)年度～2024(R6)年度)	P 14

1. 須賀川市観光振興アクションプランの延長について

1-1. 計画延長の考え方

本計画は、人口減少や少子高齢化の進行、多様化する市民ニーズ、デジタル技術の進展等の社会情勢が変化する中で、「交流人口」や「関係人口」を増やし、地域活力を向上させるために、既存の観光資源はもとより、その他の“須賀川らしい”地域資源を活用し、本市の持続可能な観光振興を図るための指針として、2020（R2）年度を初年度とする5か年計画として策定しました。

2024（R6）年度、最終年度を迎える本計画は、新型コロナウイルス感染症の発生の中でも可能な範囲で事業を推進してきましたが、コロナ禍においては、成果を適正に検証する事業を実施できなかったとは言えない状況にあります。また、新型コロナウイルス感染症の5類移行後の生活習慣や環境・観光への意識、スタイルが定まったとは言えない状況にもあります。

そのため、本計画の計画期間を延長し、延長期間において事業を推進しながら、観光施策の成果を検証し、次期計画の策定につなげていくこととします。

1-2. 計画の延長期間

2025（R7）年度から2027（R9）年度までの3年間とします。



1-3. 計画の位置づけ

本計画は、上位計画の須賀川市第9次総合計画「須賀川市まちづくりビジョン2023」のもと、須賀川市中心市街地活性化基本計画（第3期計画）のテーマ「新たな発見とチャレンジができるまち」と連携します。

また、本計画は、地方創生の重要な要素のひとつであるため、「須賀川市デジタル田園都市構想総合戦略」の戦略目標にある「すかがわの宝を活用した交流の推進」と連携します。

さらに、SDGs（持続可能な開発目標）の視点を採り入れた観光施策の推進を図ります。

2. 須賀川市の観光の現状と課題

2-1. 統計データで見る須賀川市の観光

(1) 須賀川市の位置とアクセスの概要

- 本市は、福島県のほぼ中央に位置し、東北縦貫自動車道、国道4号、東北本線、東北新幹線、水郡線が通り、首都圏や仙台圏へのアクセスが容易で、高速交通体系に恵まれたまちです。
- 本市の周辺には、会津地域、那須高原など、集客力ある観光地域が位置しています。



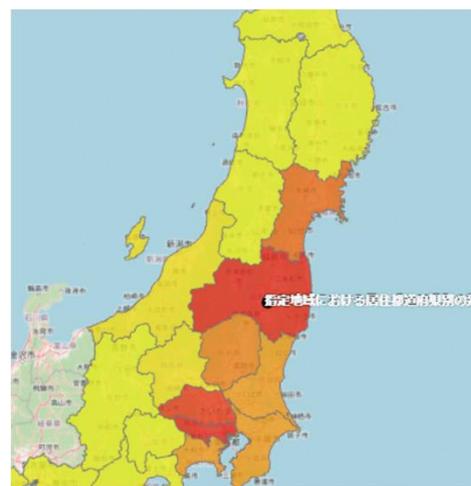
▲須賀川市の位置と交通アクセス

(2) 須賀川市の観光動向

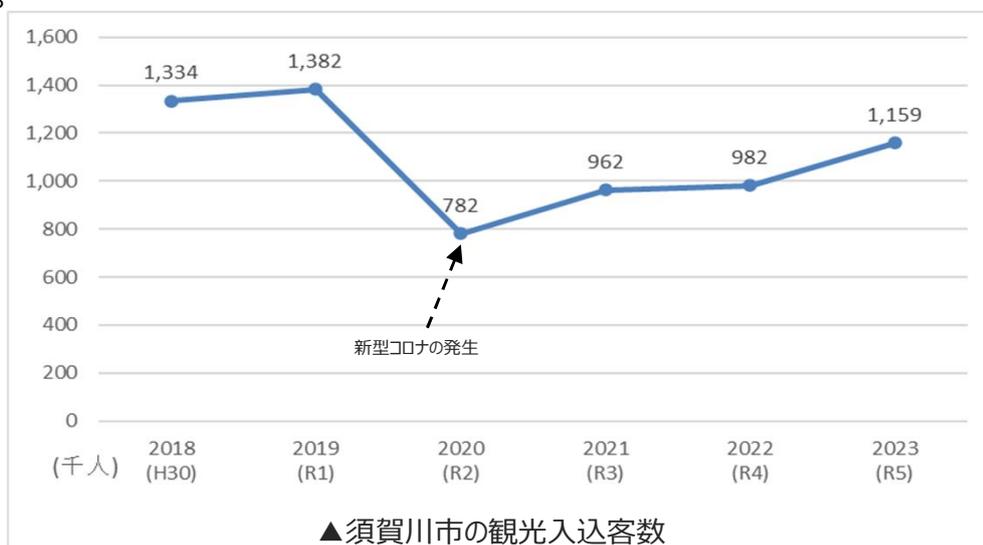
- RESASでみると本市を訪れる国内観光客は、宮城県、東京都、埼玉県、栃木県が多いと分析されています。

〔地域経済分析システム（RESAS：リーサス）は、地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局が提供しています。〕

- 本市の年間観光入込客数は、コロナ禍前は約130万人で推移していましたが、コロナ禍においては行事やイベントの休止に伴い、大きく落ち込みました。2023（R5）年の新型コロナ5類移行後は、徐々に観光入込客数は回復してきています。



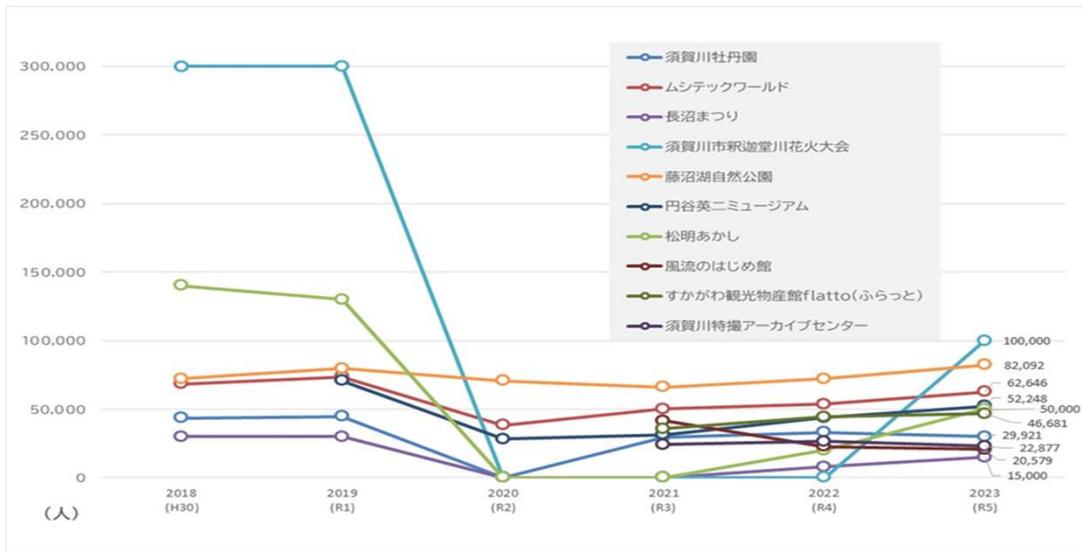
▲須賀川市宿泊者の居住都道府県分布
資料：RESAS From-To分析(2022年)



▲須賀川市の観光入込客数
資料：福島県観光客入込状況

2. 須賀川市の観光の現状と課題

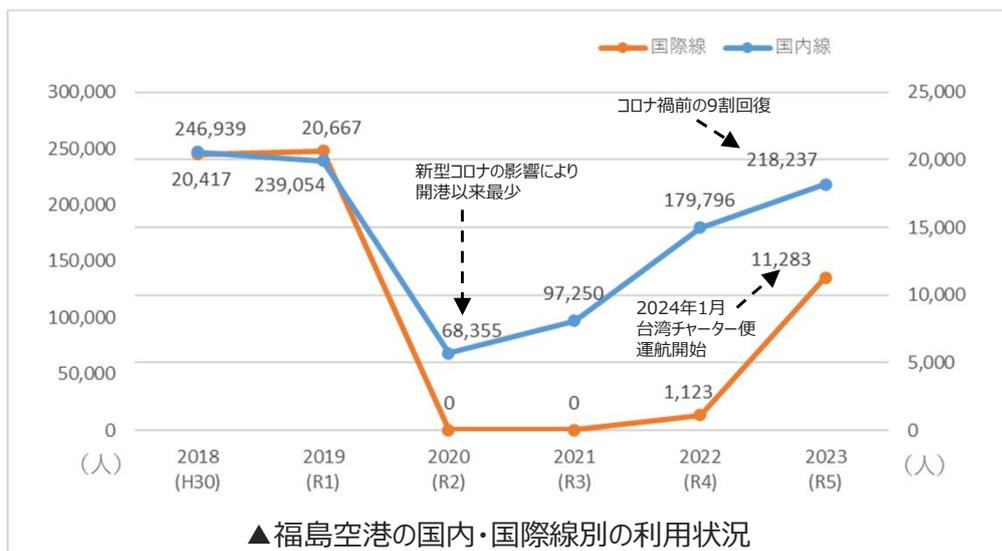
- 本市の観光施設やイベントなどの入込客数は、コロナ禍においては大きく落ち込みましたが、新型コロナ5類移行後はイベントなどの再開に伴い徐々に回復してきており、さらにすかがわ観光物産館flatto（ふらっと）など、新たな施設の開設により、入込客数は増えてきています。



▲主な調査地点別の観光入込客数の推移 資料：福島県観光客入込状況

(3) 福島空港の利用者数

- 本市は県内唯一の空の玄関口「福島空港」を有し、国内定期便は大阪便が4往復、札幌便が1往復、国際便は、定期チャーター便の台湾便が週に2往復運航しています。
- 福島空港の利用状況は、新型コロナ拡大の影響を受け、国内線の利用は大きく落ち込み、国際線は2021（R3）年度まで運休となりました。その後、徐々に回復し、新型コロナ5類移行後は、国内線はコロナ禍前の9割まで回復傾向にあります。
- 国際線は、2024（R6）年1月から台湾定期チャーター便が運航開始となり、コロナ禍前の6割近くまで回復傾向にあります。

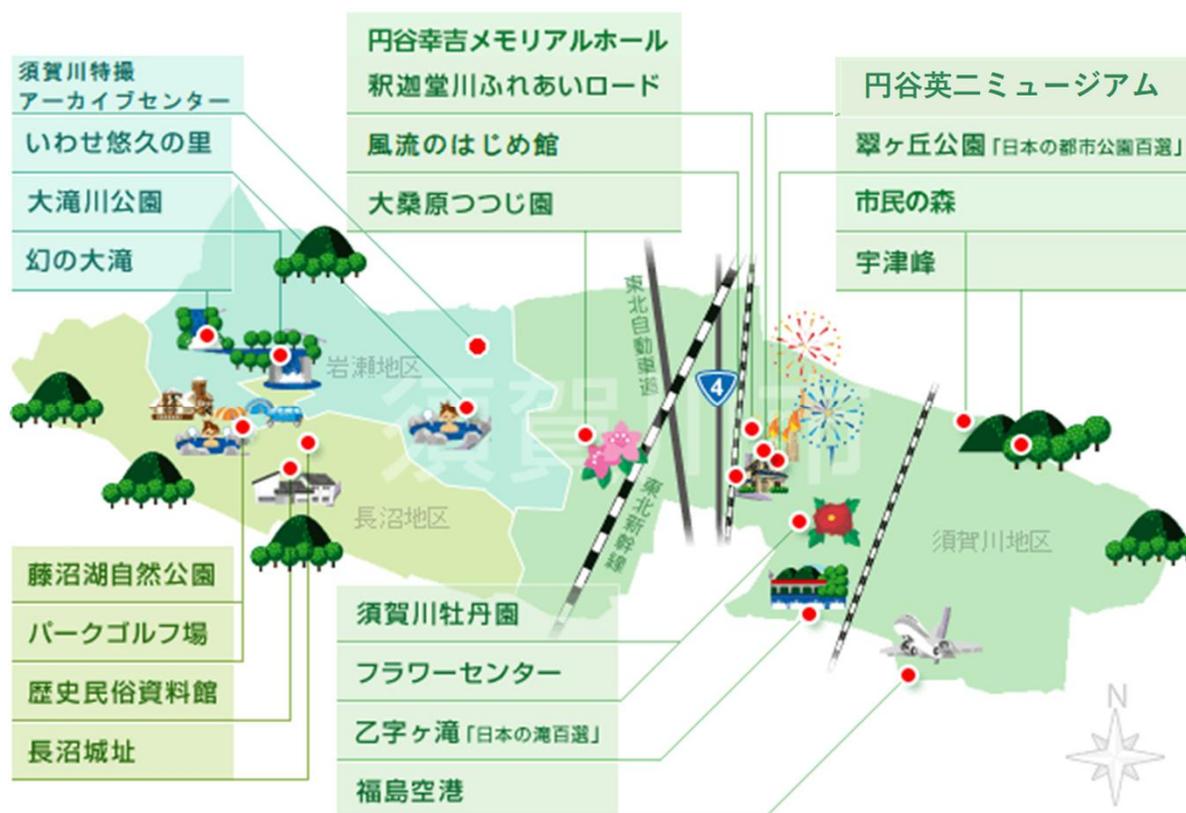


▲福島空港の国内・国際線別の利用状況 資料：福島県統計年鑑、福島県「福島空港利用状況」

2. 須賀川市の観光の現状と課題

(4) 須賀川市の観光資源

本市は、円谷英二ミュージアムや市中心部に点在するウルトラヒーロー・怪獣モニュメント、須賀川特撮アーカイブセンターなど、多くの魅力的な観光スポットが点在しています。引き続き、効果的にPRしていく必要があります。



■ すかがわの歴史ある行事・イベント

- 4月 須賀川夜桜ライトアップ、須賀川牡丹園開園、高土山山開き、宇津峰山開き
- 5月 笠ヶ森山開き
- 7月 きうり天王祭
- 8月 須賀川市釈迦堂川花火大会
- 9月 須賀川秋祭り
- 10月 円谷幸吉メモリアルマラソン大会、いわせ悠久まつり
- 11月 松明あかし、牡丹焚火
- 1月
又は2月 初寅大祭 など

■ すかがわの魅力的なコンテンツを形成する地域資源

- 体験型コンテンツ（絵付け、染め物、ミニ豊作り など）
- Rojima
- 須賀川かっぱ麺
- ベーカリー、カフェ
- グリーンツーリズム（農業体験）、農家民泊 など

2. 須賀川市の観光の現状と課題

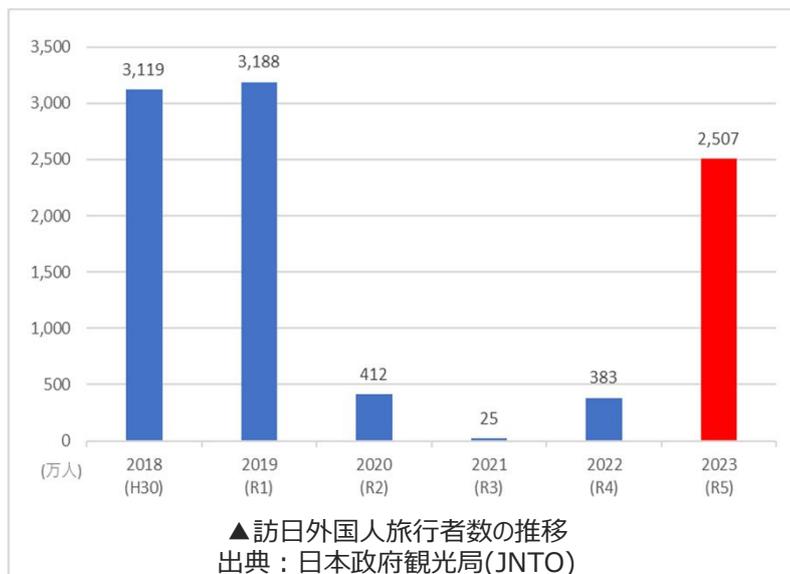
2-2. コロナ禍後の日本の観光動向

2020（R2）年以降、新型コロナ拡大により、国内外の観光需要は大きく落ち込みましたが、5類移行後は需要が回復し、多くの観光地で賑わいを取り戻しています。

インバウンドについては、2019（R1）年の訪日外国人旅行者数は過去最高を更新しましたが、2020（R2）年から2022（R4）年までの新型コロナ拡大期間においては大きく落ち込みました。

アフターコロナをむかえ、2023（R5）年に入ってから、訪日外国人旅行者数は、東アジアを中心に増加し、年間2,507万人となりました。

2023（R5）年の訪日外国人旅行者数を国・地域別にみると、1位は韓国の695.8万人、2位は台湾の420.2万人、3位は中国の242.5万人と、東アジアからの訪日外国人旅行者が、全体の約半数を占めています。



また、訪日外国人旅行者の旅行志向については、日本政府観光局（JNTO）が実施した「VJ重点市場基礎調査」の結果では、「地方エリアへの訪問意向を高めるもの」は、以下のとおり、「飲食」、「文化」、花見や紅葉、雪景色などの「自然」の割合が高く、重要な要素であることが分かります。

	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	英国	フランス	米国	オーストラリア
その土地ならではの飲食	41%	55%	43%	36%	39%	45%	33%	32%	32%	39%
その土地ならではの文化	32%	49%	37%	34%	40%	31%	34%	43%	33%	38%
花見や紅葉、雪景色	21%	46%	43%	37%	42%	38%	34%	26%	27%	47%
温泉	44%	43%	46%	30%	32%	35%	18%	16%	18%	27%
混雑がなくリラックスした時間が過ごせる	37%	44%	33%	26%	34%	31%	28%	16%	24%	34%
世界遺産等の有名な観光資源	14%	38%	26%	20%	30%	24%	26%	24%	21%	30%
地方部らしさのある宿泊施設	25%	27%	20%	21%	25%	17%	13%	21%	13%	18%
美しいビーチ	20%	17%	19%	18%	20%	16%	24%	15%	22%	15%

▲今後の地方エリアへの訪問意向を高めるもの（観光コンテンツ）

出典：観光庁 観光白書 令和6年版 日本政府観光局「VJ重点市場基礎調査」に基づき観光庁作成資料

2. 須賀川市の観光の現状と課題

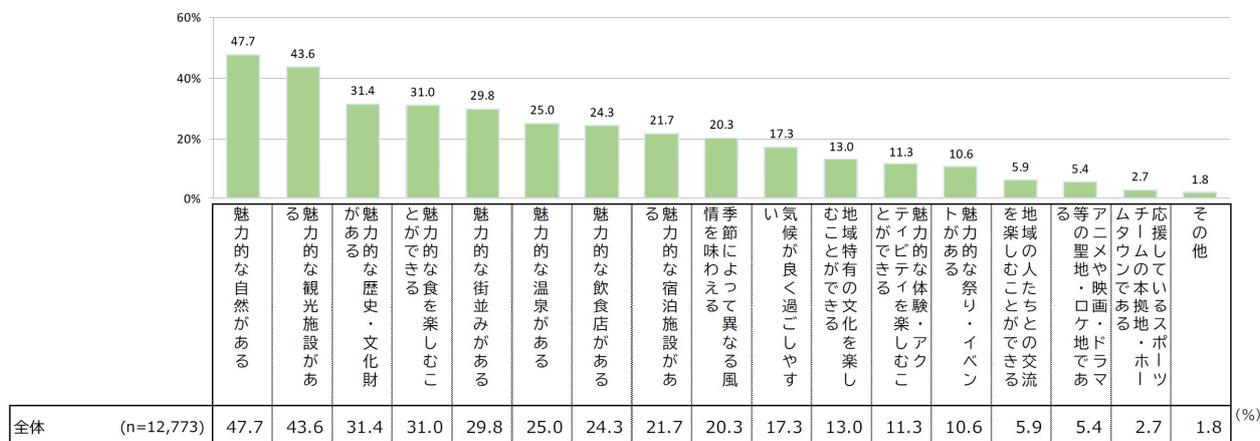
日本人の国内旅行については、2023（R5）年の延べ旅行者数は、4億9,758万人、うち宿泊旅行は2億8,135万人、日帰り旅行は2億1,623万人となり、コロナ禍前の2019（R1）年の延べ旅行者数5億8,710万人と比較すると、15.2%の減となりました。

一方で、1人1回当たりの旅行支出（旅行単価）は、2023

（R5）年は44,034円、うち宿泊旅行は63,253円、日帰り旅行は19,027円となり、延べ旅行者数は減っているものの、1回当たりの旅行単価は上がっており、旅行先でお金をかける傾向にあることがわかります。



また、公益社団法人 日本観光振興協会の調査研究レポートによると、国内旅行の旅行先として「この地域のファンである」と思える地域について、理由について調査したところ、以下のとおり、「自然」、「観光施設」、「歴史」、「食」が重要な要素であることがわかります。



▲国内観光旅行先でこの地域のファンである理由

出典：公益社団法人 日本観光振興協会 調査研究レポート 令和5年度版「観光の実態と志向」

須賀川市観光振興アクションプランの延長期間の着眼点（課題への対応）

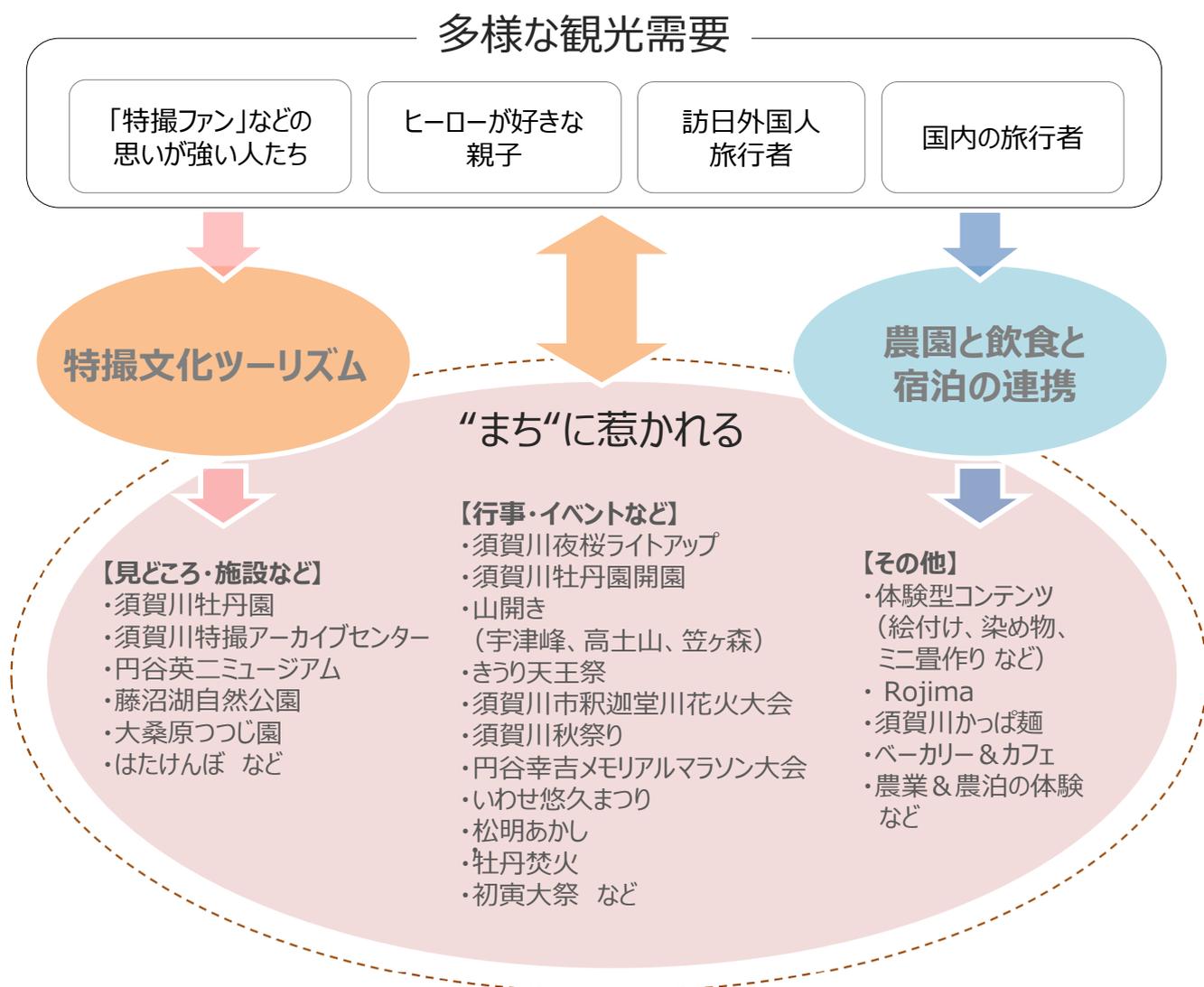
- ✓ “須賀川市の強み「特撮文化・ウルトラヒーロー」”を引き続き効果的にPR・発信する
- ✓ 魅力ある自然や田舎という印象を生かす
- ✓ 他にない、“ここだけの地域資源やコンテンツ”をさらに磨き上げる
- ✓ 既存の観光資源は、伝え方の工夫、露出強化などで活性化を図る
- ✓ インバウンド需要の高まりを受け、福島空港を利活用した観光誘客を推進する

3. 須賀川市観光振興アクションプラン延長の基本方針

3-1. コンセプト

“須賀川ならではの地域資源” を生かした観光誘客

本計画の延長期間においては、「須賀川市×M78光の国」姉妹都市提携による事業や、本市が世界に誇る「特撮文化」を継承・発信し、観光客の来訪を促進するとともに、須賀川ならではの食や文化、自然などの地域資源を生かした観光誘客を推進します。



©円谷ノリ

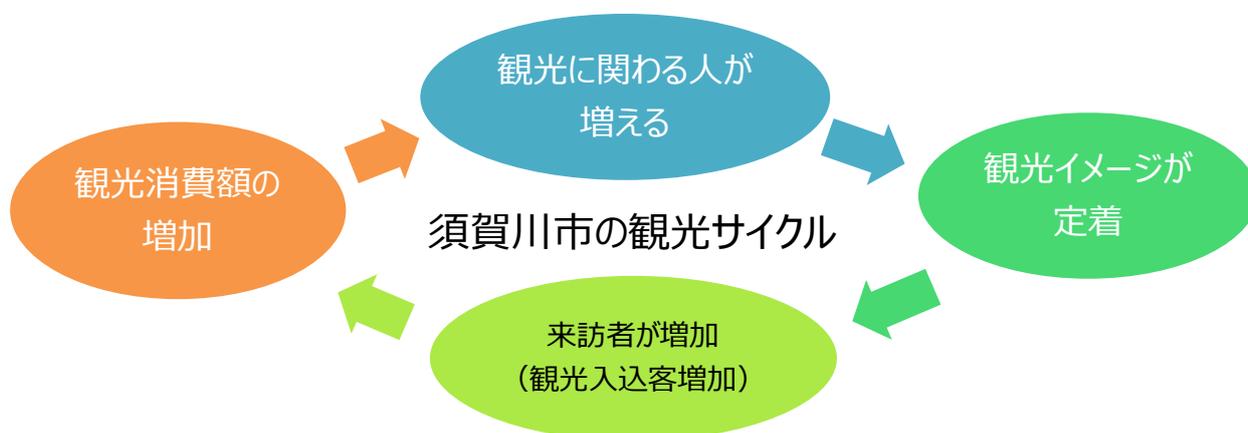
3. 須賀川市観光振興アクションプラン延長の基本方針

3-2. 計画の目標

観光振興アクションプランの先に描くものは、入込客数の増加や観光消費額の拡大がありますが、その前提として本市の観光に関わる人を増やし、まちなかの日々の暮らしが観光資源になっていくことが大切であると考え、次のような目標を設定しています。

本市が目指す観光サイクルの好循環に向け、取組を推進します。

目標	目標の定義	単位	策定時 (2020年)	現況値 (2024年)	目標値 (2027年)
①“須賀川市の観光”に関わる人	本市の観光を盛り上げる団体に所属している人数 ・須賀川市観光物産振興協会会員 ・ウルトラ応援団員 ・サークルシュワッチ会員 ・かつぱ麺の会会員 ・オリジナル商品開発事業者 ・須賀川ふるさとガイドの会会員 など	人	3,428	3,222	4,000
②須賀川市の観光イメージの定着	首都圏及び近隣県の本市に来たことがない居住者へのWEBアンケート調査による「須賀川市を知っている人の割合」(サンプル550人)	%	51.5 (2020年)	—	60.0
③観光入込客数 (日本人、外国人)	本市の年間観光入込客数(福島県観光客入込状況より)	千人	1,334 (2018年)	1,159 (2023年)	1,750
④観光消費額	観光客動向調査による「須賀川市内での消費額」に年間観光入込客数を乗じた金額	百万円/年	6,670	5,795 (2023年)	7,700



4. 延長期間の実施方針

4-1. 実施方針

本計画の延長期間においては、既存の観光資源をさらに磨き上げ、“須賀川ならではの地域資源”を効果的にPR・発信し誘客促進を図り、来訪者の満足度と愛着度を向上させ、本市観光との「交流人口」や「関係人口」の増加につなげます。

事業の実施に当たっては、現行プラン※1の施策の継続を基本としますが、その中でも重点的に取り組むべき事業について抽出し、取組を推進します。

また、コロナ禍後の観光を取り巻く環境変化に対応するための新たな事業や、市の課題解決のための事業についても積極的に取り組みます。

※1 ここで言う「現行プラン」は、2020(R2)年度から2024(R6)年度までのアクションプランの実施体系を指す。

【重点事業・取組】

1 地域資源のさらなる磨き上げと関係機関との連携

- 現行プランで磨き上げた地域資源を生かした観光誘客を関係機関などと連携を図りながら実施する。
- 特撮やウルトラヒーローを活用しながら誘客を推進する。
- ロケツーリズムや地域活性化のため「ながぬまラボ」を有効活用する。

【関連事務事業】 M78星雲光の国姉妹都市提携事業
特撮文化推進事業
イベント等消費喚起応援事業
中心市街地活性化協議会等補助事業

2 体験型コンテンツやグリーンツーリズムの推進

- 既存の開発商品や体験型コンテンツを積極的にPRするとともに、成功例を広く周知することにより、新たな体験型コンテンツの創出を促す。
- グリーンツーリズム関係団体が実施する事業や交流活動を支援する。
- 魅力あるグルメをPRする。

【関連事務事業】 グリーンツーリズム推進事業
イベント等消費喚起応援事業
中心市街地活性化協議会等補助事業

4. 延長期間の実施方針

3 ニーズにあわせた情報提供と受入体制づくり

- 多種多様な周遊マップなどを作成するとともに多言語化する。
- 市内施設や店舗のキャッシュレス化を推進する。
- 観光施設間の交通手段の整備に取り組む。

【関連事務事業】 観光誘客推進事業
インバウンド対策事業

4 特撮文化の継承と発信

- 特撮文化を広く周知するとともに、須賀川特撮アーカイブセンターや円谷英二ミュージアム周辺の回遊性アップを図る。

【関連事務事業】 特撮文化推進事業

5 メディアの活用と効果的な情報発信

- ホームページやSNSなどを充実させ情報発信力を強化する。
- 観光プロモーションビデオを製作し、本市の魅力を発信する。
- 旅行会社（海外・国内）やマスコミ各社への働きかけを強化する。

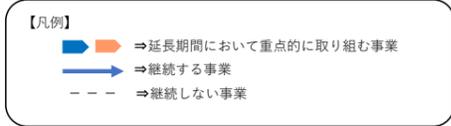
【関連事務事業】 観光誘客推進事業
インバウンド対策事業

6 観光動向・ニーズの把握とデータの活用

- 観光施設や宿泊施設を対象とした定期的な観光調査や、須賀川サポーターズクラブ会員などへのアンケート調査を実施し、観光に関するデータを取得、施策に活用する。
- 観光事業の費用対効果を検証する。
- 本計画の進捗を管理する。

【関連事務事業】 観光誘客推進事業

4-2. 延長期間において実施する事業（須賀川市観光振興アクションプラン施策一覧）



現行プラン（R2～R6）の概要

方針(2)	戦略(5)	戦術(13)	施策(34)	施策詳細	現行プランタイムライン				
					2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
方針① 特撮文化ツーリズム “すかがわらしさ”の磨き上げ	戦略1 訴求力UP “すかがわらしい地域資源”の磨き上げによる注目度の向上	戦術1 “すかがわらしさ”の磨き上げ	施策1：印象付け強化	「駅を降りたら、そこは光の町」	調査設計	実施			
				まちじゅうヒーロー構想	調査設計	実施			
				須賀川駅光の装飾	調査・計画	実証	実施		
			施策2：「すかがわ市M78光の町」オリジナルメニュー開発(まちなかの店舗)	市民へ意識付	メニュー開発の支援・PR	コンテスト実施			
			施策3：若手クリエイターによる「特撮コンテスト」の開催	特撮の調査	計画	クリエイターへの試験的コンテスト	実施		
		メのかっぱ種グランプリ	市民へ意識付	メニュー開発の支援	グランプリ実施				
		施策2：“まちなか散策”の商品化	松明通り・まちなかグル巡り	調査企画	実証	グル巡り実施			
			宿発ナイトツアー	調査企画	実証	ツアー実施			
		施策2：Rojimaの活性化	調査計画	支援策実施					
	施策3：体験農園の促進・連携	調査計画	実証	支援策実施					
	施策2：ウルトラ・バルの実施	調査計画	実証	実施					
	施策3：翠ヶ丘公園を活用したアウトドア体験コンテンツの開発	調査計画	実証	実施					
	施策4：松明通り“まちなかグル巡り”の実施【再掲】								
	施策2：須賀川観光の“おもてなし”シンボルマークの作成	調査企画	実施		啓発				
	施策3：パンフレットや案内の内容充実及び多言語対応	実施							
	施策4：キャッシュレスサービスの充実	調査企画		啓発・支援					
	施策5：観光地点間の公共交通移動のスムーズ化	調査企画		実証					
	施策2：観光専門家とのネットワークづくり	実施							

現行プラン（R2～R6）の検証

進捗状況	実施内容（類似事業含む）
実施済	・須賀川駅前ウルトラマンモニュメント ・駅前通りタペストリー ・ウルトラマンマンホール
実施済	・松明通りウルトラヒーロー・怪獣モニュメント ・街路灯シルエット ・ウルトラマンマンホール
実施済	・年末年始まちなかイルミネーション ・光の街すかがわ
実施済	・ウルトラなメニューコンテスト ・食べ歩きスタンプラリー
一部実施	・全国自主怪獣映画選手権
一部実施	・ウルトラマンリンゴジュース販売
一部実施	・須賀川かっぱ種取扱(11店舗)
実施済	・元気だ！すかがわあきんど祭り ・雛の実顔にあえるまち
未実施	
実施済	・食の感謝祭
実施済	・Rojima
実施済	・設楽農園、阿部農縁、さくら農園などの農業体験ツアー ・体験型ワークショップ(吉野屋、平半染工、薑ビレッジ)
実施済	・Rojima
実施済	・結の辻バル ・食の感謝祭
実施済	・GO TORCH
未実施	
未実施	
実施済	・まっぴる(英語)、ウルトラガイドマップ(6か国語)、てくてくなどの観光パンフレット作成
一部実施	・キャッシュレスに係る県の説明会
一部実施	・循環バス、ちよこすか運行 ・特撮アーカイブセンター、藤沼湖自然公園モデルコース作成
一部実施	・研修受講
一部実施	・福島空港と地域開発をすすめる会等の講演会出席 ・台湾の旅行業者との意見交換会
一部実施	・特撮ワークショップ
一部実施	・農家民宿「よらっせこらっせ」
一部実施	・日本家屋響きの宿
一部実施	・須賀川駅東西自由連絡通路のデジタルサイネージによる本市のPR
実施済	・HP、Facebook、LINE、YouTube、X(旧ツイッター)、インスタグラムで情報発信
実施済	・須賀川牡丹園や空想フェスのCM放映
未実施	・須賀川商工会議所「インバウンド体験型観光推進協議会」によるOTA(※1)商品開発
実施済	・福島空港での台湾便welcome対応
未実施	
未実施	
未実施	
未実施	

延長期間（R7～R9）の実施方針等

重要度	延長期間タイムライン			今後の実施方針（具体的取組）
	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	
○	→	→	→	1 地域資源のさらなる磨き上げと関係機関との連携 ・現行プランで磨き上げた地域資源を生かした観光誘客を関係機関などと連携を図りながら実施する。 ・特撮やウルトラヒーローを活用しながら誘客を推進する。 ・ロケツーリズムや地域活性化のため「ながめまろバ」を有効活用する。
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	2 体験型コンテンツやグリーンツーリズムの推進 ・既存の開発商品や体験型コンテンツを積極的にPRするとともに、成功例を広く周知することにより、新たな体験型コンテンツの創出を促す。 ・グリーンツーリズム関係団体が実施する事業や交流活動を支援する。 ・魅力あるグルメをPRする。
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
◎	-	-	-	3 ニーズにあわせた情報提供と受入体制づくり ・多種多様な周遊マップなどを作成するとともに多言語化する。 ・市内施設や店舗のキャッシュレス化を推進する。 ・観光施設間の交通手段の整備に取り組む。
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
○	→	→	→	・各種研修を通して人材育成を図る。 ・関係機関などとの定期的な意見交換により情報を共有し、人的ネットワークの構築を図る。
	→	→	→	
◎	→	→	→	4 特撮文化の継承と発信 ・特撮文化を広く周知するとともに、須賀川特撮アーカイブセンターや円谷英二ミュージアム周辺の回遊性アップを図る。
	→	→	→	
	→	→	→	・既存の民泊施設などを積極的にPRするとともに、成功例を広く周知することにより、新たな民泊施設の開設を促す。
	→	→	→	
	→	→	→	5 メディアの活用と効果的な情報発信 ・ホームページやSNSなどを充実させ情報発信力を強化する。 ・観光プロモーションビデオを製作し、本市の魅力を発信する。 ・旅行会社（海外・国内）やマスコミ各社への働きかけを強化する。
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	
◎	→	→	→	6 観光動向・ニーズの把握とデータの活用 ・観光施設や宿泊施設を対象とした定期的な観光調査や、須賀川サポーターズクラブ会員などへのアンケート調査を実施し、観光に関するデータを取得、施策に活用する。 ・観光事業の費用対効果を検証する。 ・本計画の進捗を管理する。
	→	→	→	
	→	→	→	
	→	→	→	

※1 OTA：インターネット上で旅行商品を取り扱う旅行会社のこと。（OTA = Online Travel Agent）

4. 延長期間の実施方針

4-3. 新規事業

事務事業・取組	延長期間タイムライン			今後の課題（取組）
	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	
インバウンド対策事業	実施			<ul style="list-style-type: none"> ・福島空港からの二次交通整備 ・観光施設間の交通手段整備【再掲】 ・インフルエンサーの協力による情報発信 ・特撮を活用した誘客推進【再掲】 ・周遊マップなどの多言語化【再掲】 ・QRコードの設置 など
須賀川市観光物産振興協会の強化	調査研究			<ul style="list-style-type: none"> ・観光地域づくり法人（DMO※1）への調査研究
怪獣スカキングの活用	実施			<ul style="list-style-type: none"> ・須賀川市オリジナル怪獣「スカキング」を活用したPR展開
観光誘客推進事業 ※継続事業	実施			<ul style="list-style-type: none"> ・須賀川牡丹園の保存・継承 ・ふくしまDC※2期間中の誘客強化（R7～R9） ・観光プロモーションビデオの製作による本市の魅力発信【再掲】 ・効果的な情報発信【再掲】

※1 DMO：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地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、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。（DMO=Destination Marketing/Management Organization）

※2 DC：デスティネーションキャンペーン。JRグループ6社と地域（都道府県・市町村・地元観光事業者など）が一体となって、開催地での魅力的な観光資源の紹介、イベント開催やおもてなしの取組について、JRグループの宣伝媒体を活用した集中的な宣伝を全国で実施する国内最大規模の観光キャンペーン。（DC=Destination Campaign）



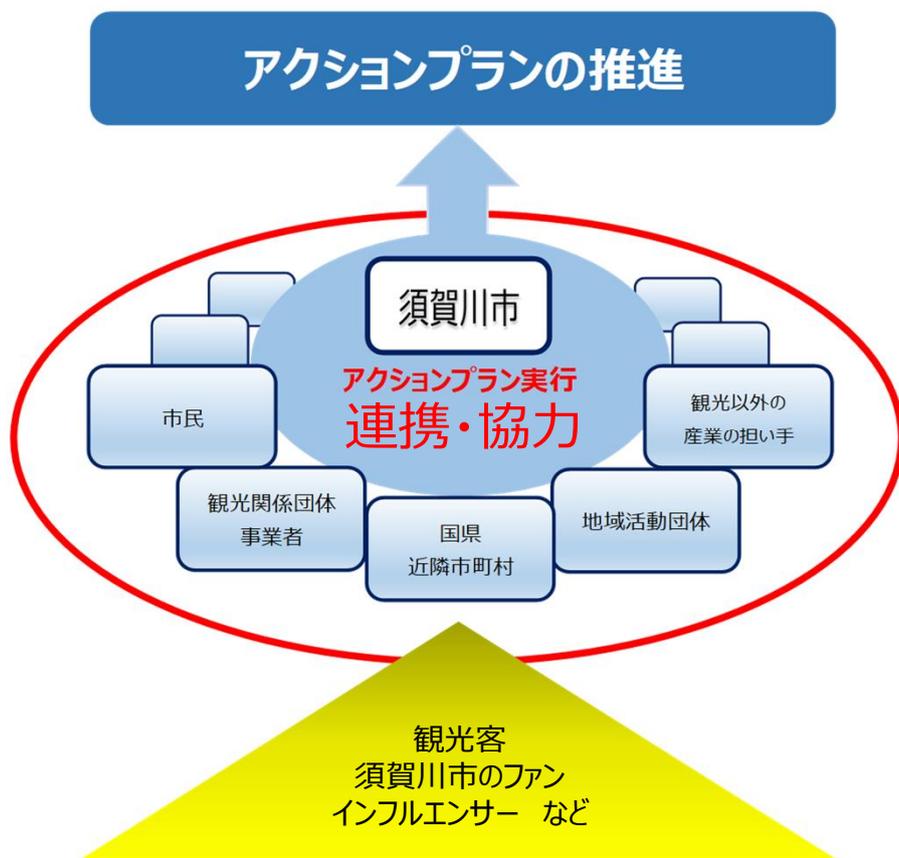
5. 推進体制

5-1. 推進体制



延長期間においては、本計画を推進するために市が中心となり、ステークホルダー※1 と連携・協力しながら事業を展開します。

また、本市の魅力ある地域資源を再認識するとともに、“須賀川ならではの地域資源”を効果的にPR・発信し、本市の観光振興を図ります。



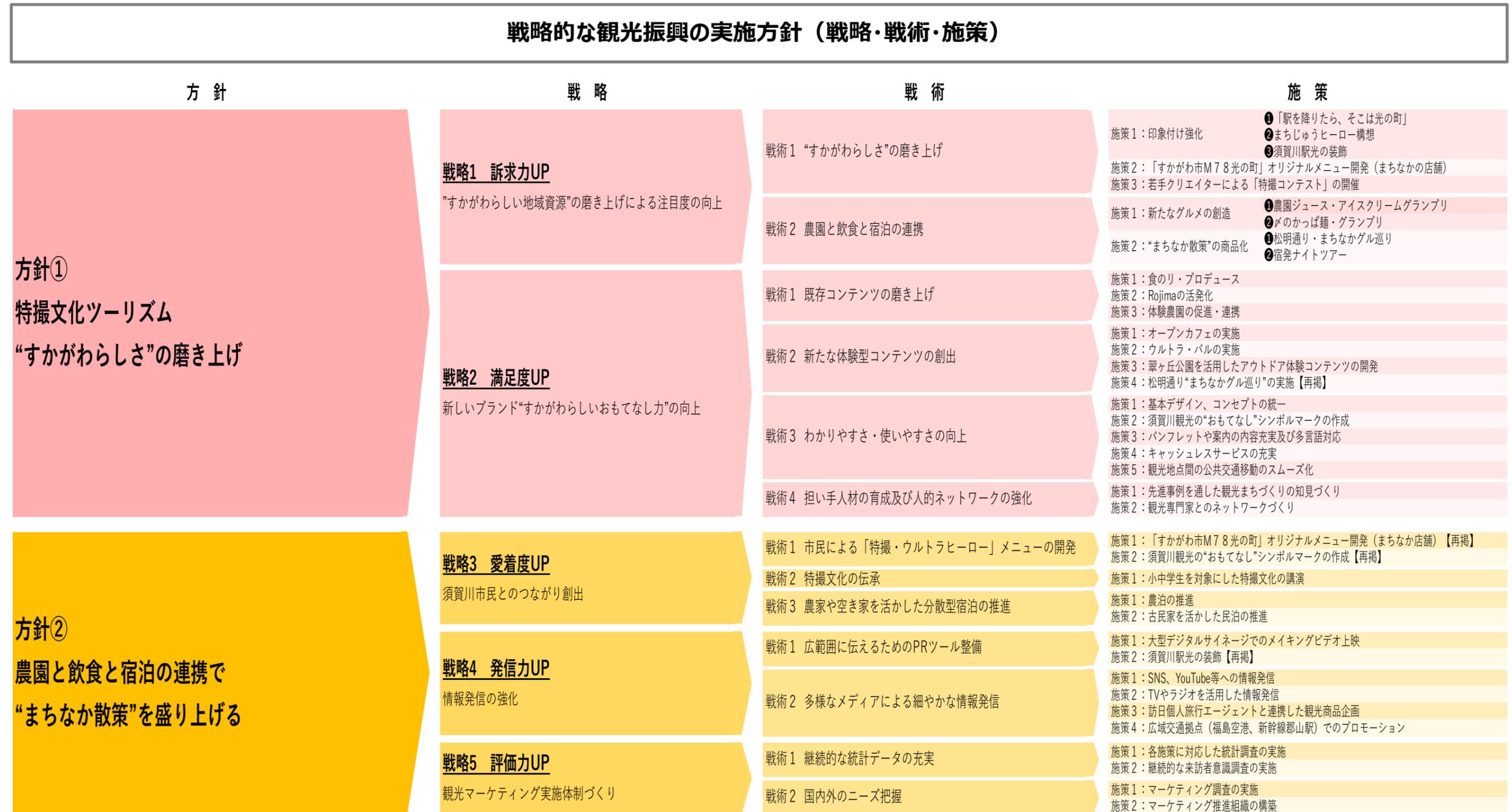
※1 ステークホルダー：組織の利害関係者を指す。金銭的な利害関係の発生する顧客や株主と考えがちであるが、ステークホルダーとはもっと広い概念で、活動を行う上で関わる全ての関係者を含む。



須賀川市マスコットキャラクター「ポータン」

6. 参考資料

6-1. 実施体系 (2020(R2)年度～2024(R6)年度)



 須賀川市観光振興アクションプラン

～ ～ 2025 - 2027 ～ ～

2025年3月（延長）

発行：須賀川市



須賀川市公式WEBサイト