

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	(一社) 安中市観光機構	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	群馬県安中市	
所在地	群馬県安中市	
設立時期	平成28年10月12日	
職員数	【常勤4人(正社員4人)、非常勤1人、臨時社員2人】	
代表者(トップ人材: 法人の取組について 対外的に最終的に責 任を負う者)	(氏名) 武井 宏 (出身組織名) (一社) 安中市観光機 構理事長 安中市商工会会長 (株) ボルテックスセ イグン代表取締役社長	安中市商工会長として、地域内外の様々なパイプ 役となっており、在任期間中、様々な取組で成果 を挙げている。また、地元安中市に本社をもつ物 流会社の代表取締役で、群馬県貨物運送事業協同 組合連合会長、(一社) 群馬県トラック協会会長、 群馬県経済同友会副代表幹事、群馬県中小企業団 体中央会理事など務めている。
データ収集・分析等の 専門人材(CMO:チ ーフ・マーケティ ング・オフィサー)	(氏名) 上原 将太 (専従) (出身組織名) (一社) 安中市観光機構 事業部	体験プログラム「廃線ウォーク」のガイドを年間通 じて担っている。事業企画・情報収集・情報発信等 に高い知見と能力を持つ。観光関係事業者等との対 外交渉能力も高く、有効な人脈づくりに長けてい る。
財務責任者 (CFO:チーフ・フ ィナンシャル・オフィ サー)	(氏名) 萩原 弘 (専従) (出身組織名) 安中市観光課長	安中市役所にて15年間観光課に在籍し、観光業 務に携わる。うち観光課長歴が合計5年間という 広い知識を持つと同時に、高い財務分析能力に加 え、経済団体等に幅広い人脈を持つ。
各部門(例:プロモ ーション)の責任者(専 門人材) ※各部門責任者のう ち専従の者について は、氏名の右横に「専 従」と記入すること	(氏名) 武井宏 (出身組織名) (一社) 安中市観光機 構理事長 安中市商工会会長	安中市商工会長として、地域内外の様々なパイプ 役となっており、在任期間中、様々な取組で成果 を挙げている。また、地元安中市に本社をもつ物 流会社の代表取締役で、群馬県貨物運送事業協同 組合連合会長、(一社) 群馬県トラック協会会長、 群馬県経済同友会副代表幹事、群馬県中小企業団 体中央会理事など務めている。

(別添) 様式 1

	(株) ボルテックスセイグン代表取締役社長	
各部門(例: 旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	群馬県安中市観光経済課(マーケティング) 安中市都市整備課、地域創造課(社会資本整備) 安中市企画課(地域公共交通) 安中市教育委員会文化財保護課(ガイド養成) 群馬県高崎安中振興局高崎行政県税事務所(広域連携) 富岡市世界遺産部観光おもてなし課(広域連携) 軽井沢町観光経済課(広域連携)	
連携する事業者名及び役割	株式会社ボルテックスアーク(着地型旅行商品) 安中市商工会、安中市松井田商工会、安中市菓子工業組合、安中市飲食店組合、群馬県立安中総合学園高等学校、秋間梅林観光協会、安中市物産振興会、碓氷製糸株式会社(ふるさと名物の開発) 群馬銀行、群馬県信用組合(金融相談) 東日本旅客鉄道株式会社、(社)群馬県タクシー協会碓氷安中地区(アクセス改善) 磯部温泉組合、磯部観光温泉旅館協同組合、磯部製菓協同組合、磯部合同製菓組合(温泉地の回遊促進) 安中まちづくりの会、安中市観光ボランティアガイドの会、碓氷線文化財インストラクター(まち中回遊促進) 碓氷峠交流記念財団(事業地域連携)	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】 ① 様々な分野の代表者により構成される観光地域づくり法人(DMO)理事会の設置 観光地域づくり法人(DMO)理事会には、安中市観光機構理事長、安中市、安中市商工会長、安中市松井田商工会長、碓氷峠交流記念財団理事長、JA 碓氷安中代表理事組合長、磯部温泉旅館組合観光部長、安中市物産振興会長、安中市飲食店組合長、安中市松井田飲食店組合長、松井田商店連盟、碓氷峠歴史文化遺産研究会理事長、秋間梅林観光協会長、碓氷製糸株式会社、群馬県信用組合専務理事、群馬銀行支店長など、地域の関係組織の代表者が参画し、地域一体となった観光地域づくりに向けて事業に取り組む体制とする。 ② 観光地域づくり法人(DMO)を中心とした観光地域づくりの推進について、DMOの組織内に設ける「商品開発部会」などへ、行政や民間企業、地元ボランティア団体、NPO法人など、地域の多様な組織からメンバーを選出したワーキンググループを設置し、滞在交流型プログラムの企画	

	<p>立案などを通じて、継続的な観光地域づくりや連携についての合意形成を地域が自主的に課題化する構造とする。</p> <p>観光地域づくり法人(DMO)を中心とした観光地域づくりについての連絡調整を行うため、商品企画、商品造成で連携する富岡市、軽井沢町をはじめ、行政、民間企業、ボランティアガイド団体、NPO 法人など、市民活動団体も含めた地域の多様な関係者からなる体制を構築し、定期的な情報交換などを行う。</p>						
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>地方創生推進交付金を適切に活用し、実施した事業の事業報告や今後の事業計画等について、事業の進捗状況や検証を行う委員会が開催されている。安中市内に在住する地域住民参加型の体験型プログラムを作成するワークショップを平成 28 年度・29 年度・30 年度に実施。31 年度はワークショップをさらに進化し、体験型プログラム部会をはじめ、商品開発部会、情報発信部会を立ち上げ、総勢約 40 名の地域活動団体や市民に参加いただき、観光誘客の具体的な施策を話し合った。</p> <p>令和 3 年度は、廃線ウォークなどの体験プログラム、観光資源、観光スポット、地域の宝等を各地域の四季の移りゆく風景を動画と画像で撮影しながら、撮影の参加者は地域住民の方々に参加していただき、撮影した動画や画像は、SNS 等で配信しシティーセールス、プロモーションツールとして活用していく。撮影についての住民参加では、市内 4 地域での地域ワークショップ、インタビュー方式をとり、これらを行いながら、撮影する場所、内容に住民の意見、アイデア、考えを反映して企画し、撮影等をしていく。撮影した動画や画像は観光客誘客プロモーションだけではなく、安中市を住民の皆さんにより良く知っていただくために、郷土学習教材として授業等で活用していただいたり(市教育委員会との連携)、外に出かけることができない高齢者、障がい者等に安中市の四季を届ける(福祉課・介護高齢課との連携)取り組みとして、多様な関係者と協同しながら、外側だけではなく内側にもプロモーションをかけていく「安中モデル」を構築していく。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="443 1317 1425 1993"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 1317 632 1361">事業</th> <th data-bbox="632 1317 1425 1361">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 1361 632 1742">商品・物産開発事業</td> <td data-bbox="632 1361 1425 1742"> <p>地方創生推進交付金事業(平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の物産である梅・醤油を利用した商品開発を秋間梅林、菓子組合と連携して行った</li> <li>・梅については商品開発した商品等を梅レシピの冊子を作成した。</li> <li>・商品開発した商品等を掲載した物産カタログ「峠の贈り物」とブランディングして作成した。</li> <li>・当機構 HP「あんとりっぷ」から販売できるよう EC サイトを構築した。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1742 632 1993">体験プログラム作成事業</td> <td data-bbox="632 1742 1425 1993"> <p>地方創生推進交付金事業(平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住民参加型ワークショップを開催し、そこでの意見・アイデア・ヒントを踏まえて、地域の関係者と連携協力して体験プログラムを作成し、現在 184 プログラムが作成された。ワークショップ参加者からのアイデアから生れた体験プログラム「廃線ウォーク」は年間参加者 1300 人を超えるプロ</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	商品・物産開発事業	<p>地方創生推進交付金事業(平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の物産である梅・醤油を利用した商品開発を秋間梅林、菓子組合と連携して行った</li> <li>・梅については商品開発した商品等を梅レシピの冊子を作成した。</li> <li>・商品開発した商品等を掲載した物産カタログ「峠の贈り物」とブランディングして作成した。</li> <li>・当機構 HP「あんとりっぷ」から販売できるよう EC サイトを構築した。</li> </ul>	体験プログラム作成事業	<p>地方創生推進交付金事業(平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住民参加型ワークショップを開催し、そこでの意見・アイデア・ヒントを踏まえて、地域の関係者と連携協力して体験プログラムを作成し、現在 184 プログラムが作成された。ワークショップ参加者からのアイデアから生れた体験プログラム「廃線ウォーク」は年間参加者 1300 人を超えるプロ</li> </ul>
事業	実施概要						
商品・物産開発事業	<p>地方創生推進交付金事業(平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の物産である梅・醤油を利用した商品開発を秋間梅林、菓子組合と連携して行った</li> <li>・梅については商品開発した商品等を梅レシピの冊子を作成した。</li> <li>・商品開発した商品等を掲載した物産カタログ「峠の贈り物」とブランディングして作成した。</li> <li>・当機構 HP「あんとりっぷ」から販売できるよう EC サイトを構築した。</li> </ul>						
体験プログラム作成事業	<p>地方創生推進交付金事業(平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住民参加型ワークショップを開催し、そこでの意見・アイデア・ヒントを踏まえて、地域の関係者と連携協力して体験プログラムを作成し、現在 184 プログラムが作成された。ワークショップ参加者からのアイデアから生れた体験プログラム「廃線ウォーク」は年間参加者 1300 人を超えるプロ</li> </ul>						

		グラムとなった。
モニターツアー事業	地方創生推進交付金事業（平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主に安中市・富岡市・軽井沢町を巡るモニターツアーの実施（個人（FIT））（国内エージェント）（インバウンドエージェント）</li> <li>・令和元年度・2 年度は新型コロナウイルス感染防止のため未実施となった。</li> </ul>
体験プログラム冊子「あんとりっぷ」作成事業	地方創生推進交付金事業（平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップ等で作成された体験プログラムや既存のプログラムの磨き上げをしたものを掲載した体験プログラム冊子「あんとりっぷ」（年 4 回（春・夏・秋・冬）として制作した。また、この冊子を HP「あんとりっぷ」でも見られるシステムを構築した。</li> </ul>
体験プログラム予約サイト・廃線ウォークサイト作成及び保守管理事業	地方創生推進交付金事業（平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験プログラム予約サイト「あんとりっぷ」を作成した</li> <li>・廃線ウォーク専用サイトを作成した。</li> <li>・上記 2 つのサイトの保守管理を実施</li> </ul>
体験プログラム啓発ポスター作成事業	地方創生推進交付金事業（平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験プログラム啓発ポスターを作成した。</li> </ul>
効果測定事業	地方創生推進交付金事業（平成 29 年度・30 年度・31 年度・令和元年度・令和 2 年度）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光庁のアンケート様式に基づいて、旅館や観光地でアンケート調査を実施し、調査結果をまとめ KPI の指標とした。</li> <li>・それらを分析して、次年度への KPI 達成に向けた課題の抽出や課題解決策の報告書を作成した。</li> </ul>
安中市・富岡市・軽井沢町 2 市 1 町観光連携協議会事業	一般社団法人安中市観光機構が所属する 2 市 1 町観光連携協議会では当機構も参加し、観光イベント事業や観光情報発信として以下の取組を実施してきた。	<p>① 共同宣伝事業</p> <p>2 市 1 町の文化観光資源をそれぞれ出し合い、富岡製糸場や碓氷峠鉄道施設（めがね橋等）、旧三笠ホテルなどを前面に押し出した、広域観光パンフレット、ポスターを作成し、それらを活用した観光キャンペーンを通じ、関東・北陸地域等への積極的な誘客宣伝活動を行ってきた。</p>

	<p>② 観光情報の収集・交換・提供 観光情報の収集・交換に努め、広域的な旅行商品の造成を図るとともに、旅行会社・マスコミ等関係機関へ積極的に広域観光情報の提供を行ってきた。 また、2市1町の観光コースを造成し、そのコースを AGT 向けに紹介する DVD の作成を行い、各 AGT 等に配付し、旅行商品造成を依頼し、誘客した。</p> <p>③ 各種イベントの相互参加 2市1町のそれぞれの観光イベントに観光情報提供ブース出店などで相互参加し、連携を強化するとともに、それぞれの地域の魅力や協議会の活動を宣伝してきた。(安中市商工会主催の安中市産業祭等)</p> <p>④ AGT モニターツアー実施 地方創生推進交付金を活用し、観光 AGT を本エリアに招待し、2市1町の歴史文化遺産を中心に、各地域のガイドによるまちあるきコースを設定し、案内した。さらにツアーの夜は、3首長が集まり、観光 AGT や市民約 150 名を対象に、これからの広域連携と安中市の観光振興を考えるシンポジウムを行い、広域連携についての 3 エリアの共通の観光誘客の方向性について確認した。</p> <p>⑤ 台湾プロモーション実施 台湾旅行博への視察を行い今後のインバウンドプロモーション方法を検討した。また、台湾 AGT にも訪問し、今後のインバウンド受注に繋げるための具体的なプロモーションを行った。合わせて、JNTO にも訪問し今後の観光連携強化を要望した。</p>
	<p>(定量的な評価) 体験プログラム作成、住民参加ワークショップの開催、各種商品開発での住民参加、関係事業者との連携協力等で観光による地域づくりの体制が構築できている。</p>

(別添) 様式 1

実施体制

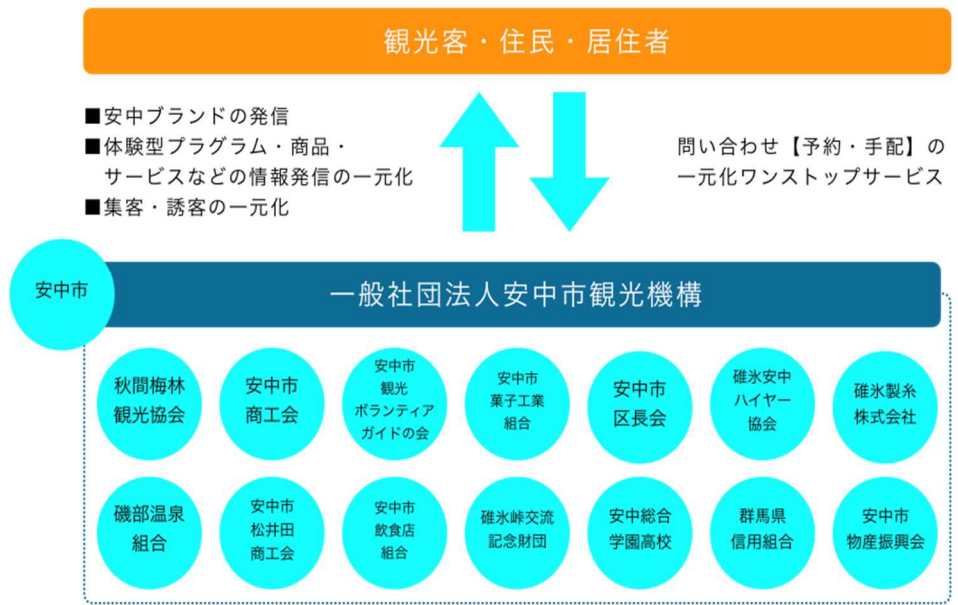
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること。

(実施体制の概要)

(一社) 安中市観光機構が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。

(実施体制図)

オール安中の観光地域づくりを推進する組織 (日本版DMO)



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



安中市は、2006年3月18日、旧安中市と旧松井田町が合併し誕生した市である。人口は63,238人(平成17年国勢調査速報値)、産業別就業人口比は8:34:58(同速報値)である。群馬県西部に位置し、東は高崎、西は軽井沢、南は富岡に接している。

### 【区域設定の考え方】

群馬県安中市では、平成 26 年 6 月の「富岡製糸場と絹産業遺産群」世界遺産登録や北陸新幹線開通をチャンスとして、県境を跨いだ観光連携協議会を群馬県富岡市及び長野県軽井沢町とともに、平成 26 年 4 月に発足させた。この流れを踏まえ、当機構の理事長は当会の会長は、安中市の観光事業者として、地元産業の活性化を観光振興により実現するという考えの下、本事業に取り組む。連携する各自治体の状況は以下の通りである。

#### ■安中市

安中市は群馬県西部に位置し、東は高崎市、西は軽井沢町と接する。人口は 56,429 人（令和 3 年 3 月 31 日現在）の市である。中山道の宿場や関所が置かれる交通の要衝であり、現在でも北陸新幹線の安中榛名駅に加えて、上信越自動車道の松井田妙義 IC 及び碓氷軽井沢 IC があるなど全国的に見ても立地条件に恵まれた地域である。この立地の良さを活かし、市内には信越化学工業や東邦亜鉛といった企業があり、産業別就業者数（平成 27 年度国勢調査）をみても第 1 次が 1,348 人（4.9%）、第 2 次が 9,589 人（34.8%）、第 3 次 16,614 人（60.34%）と 2 次以降の比率が高い。

#### 【年間 140 万人が楽しむ温泉地域】

安中市を代表する観光資源といえば、磯部温泉である。妙義山を借景とする清流“碓氷川”沿いの風光明媚な場所に拓けた磯部温泉は、温泉記号の発祥地としても知られており、市内には数カ所の日帰り温泉施設があることから、年間 140 万人もの観光客で賑わっている。令和 2 年度は新型コロナウイルス禍で観光客は減少している。

#### 【明治の歴史遺産群】

世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」に代表されるレンガづくりの歴史遺産が安中市内にも数多く存在する。中でも安中市といえば明治期の芸術と技術が融合した美しいレンガのアーチ橋である「めがね橋」、「アプトの道」がある。

#### ■軽井沢町

軽井沢町は長野県東部に位置し、東は群馬県安中市、西は御代田町と接する。人口は 19,578 人（令和 3 年 3 月 31 日現在）の町である。観光客が年間 830 万人訪れている国内有数の国際リゾート都市であり、先進国首脳会議を誘致するための活動を町を挙げて取り組んでおり、地域の国際化を進めている地域である。上信越道自動車道の碓氷軽井沢 IC が最寄りの IC があり、鉄道は、しなの鉄道と、北陸新幹線が通っている。産業別就業者数（平成 27 年度国勢調査）は第 1 次が 306 人（3.5%）、第 2 次が 1,289 人（14.5%）、第 3 次 7,573 人（82%）と 3 次の比率が高い。

また、隣接する群馬県安中市と世界遺産・国宝「富岡製糸場」をもつ富岡市と観光連携を進めている。その中で、文化歴史資源である三笠ホテルなどを中心に、町内の歴史遺産に着眼した広域観光誘客を図っている。

**■富岡市**

富岡市は群馬県西部に位置し、北東は高崎市、西は下仁田町と接する。人口は 47,498 人（令和 3 年 4 月 1 日現在）の市である。平成 18 年に富岡市と妙義町が合併した。上信越道自動車道の富岡 IC があり、鉄道は、私鉄の上信電鉄の 7 駅が通っており、群馬県西部地域の中心都市として富岡製糸場の世界遺産登録を契機に市街地活性化を進めている。また、隣接する甘楽町と広域連携を進めている。代表的な企業は I H I エアロスペースや、日本光電などの事業所がある。産業別就業者数（平成 27 年度国勢調査）は第 1 次が 1,791 人（7.1%）、第 2 次が 9,825 人（39.2%）、第 3 次 13,462 人（53.7%）と 2 次以降の比率が高い。平成 26 年 6 月 21 日に世界遺産登録された富岡製糸場は 800,230 人（平成 28 年度）となっており、平成 26 年度の 1,337,720 人のピークから比べると減少傾向にある。さらに、新型コロナウイルス禍で令和元年度 442,840 人・令和 2 年度 177,419 人と入館者数は減少している。

**【観光客の実態等】**

群馬県の西側及び長野県の東端に位置する富岡市・安中市・軽井沢町は、明治期に建築された重要文化財の近代化遺産で結ばれており、またそれぞれ 2 市 1 町には、地域の風土・歴史、文化及び産業に触れることのできる地域として高く評価され、数多くの名所・旧跡・レジャー施設等が整備されており、首都圏を中心に、四季を通じて多くの観光客が訪れている。

上記に述べたように、富岡製糸場の世界遺産登録により、前年 30 万人しか訪れなかった富岡製糸場の観光客が、登録後は年間 100 万人を突破する伸びを見せており、その影響で、磯部温泉も、富岡製糸場に最寄りの温泉地として、前年比 130%の宿泊者数にのびた。軽井沢町には、約 837 万人が訪れており、年々増加傾向にあった。しかしながら、令和元年度終盤から令和 2 年度は新型コロナウイルス禍の影響でこの地域への観光客数は激減している。アフターコロナを見据えた取組みをして、更なる連携協力をして観光誘客を図っていきたい。

**【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】**

**■安中市の歴史を代表する観光資源**

アプトの道（遊歩道）	碓氷線アプト式鉄道廃線路を遊歩道とした鉄道遺産  （横川駅～めがね橋～熊ノ平駅まで約 6.1km）	旧碓氷郡役所	市指定重要文化財 郡奉行は領内の村方の警察権や裁判権を有した役所。
安中教会	国登録有形文化財	旧丸山変電所	碓氷線電化の為、国鉄が全国で初めて建設した変電所。



(別添) 様式 1

	日本人の手で創立された日本初めての教会。安中藩出身で同志社大学創始者の新島襄より湯浅治郎をはじめとする 30 名が洗礼を受け、明治 11 年に創立。		熊野神社 (碓氷峠)	碓氷峠頂上にある、長野県と群馬県の県境にある神社
安中原市の杉並木	国の天然記念物 旧街道を行き来する旅人が強い日差しをしのげるようにと植樹されていた。天保年間には 700 本を超え、日光杉並木と並び称されていた		五料の茶屋本陣 (お西・お東)	お西、お東ともに大名や公家などが休憩したところ。県史跡に指定され、復元修理後一般公開されている。
板鼻本陣跡 和宮 (静寛院宮)	皇女和宮が徳川家に奥入れの旅の疲れを休めた場所。京都方 1 万人、江戸方 5 千人、京都からの通し人足 4 千人という大行列だった。		自性寺焼	群馬県唯一の県指定伝統陶芸品です。自性寺焼は安中市秋間地域で産出する良質陶土によって製作されており。金花文の気品に満ちた釉薬を代表として、種々オリジナル釉薬を研究。他に類を見ない魅力あふれた、ふるさと安中の陶器です。焼締め陶器は穴窯、登り窯により赤松薪凡そ 10 トンを用いて 7 昼夜焼き続けた天工と技の結晶です。
碓氷社本社事務所 1 棟・附	製糸の品種改良により生産者の利益を守ろうと地元の有志者が組合製糸を発足した。事務所: 瓦入母屋造の二階建て。		新島襄旧宅	安中市指定史跡 新島襄は安中藩士の長男として生まれ、キリスト教の伝道に努めた。アメリカから帰国した襄が、両親と再会した家が残されている。没後は、

(別添) 様式 1

			活動を伝える資料館となっている。
棟札 1 枚・来賓便所 1 棟・建築縮図 1 枚	県指定重要文化財 ぐんま絹遺産。	日本基督教団  安中教会宣教師館  (旧ペーケン邸)	国登録有形文化財 同時期に多数作られた宣教師の中では県内で現存する唯一のものである。
碓氷関所跡	群馬県指定史跡 1616 年江戸幕府によって設置され、重要な交通路である中山道を取り締まった。(入り鉄砲と出女) 交通、関所に関する資料展示されている。		
碓氷製糸株式会社	碓氷製糸株式会社は日本最大の製糸工場で全国で 2 社しかない製糸会社です。群馬オリジナル蚕品種をはじめ、国内 12 県で生産された繭を生糸に加工し、全国の生糸問屋や絹織物工房等に販売しています。		
碓氷峠鉄道施設  碓氷第三橋梁 (めがね橋)	国指定重要文化財: めがね橋—明治 25 年完成。芸術と技術が融合した美しいレンガのアーチ橋。この形採用は日本で最初。	便覧舎址・有田屋	市指定史跡 明治 5 年、湯浅次郎は民間人による初めての図書館開設。学問を志し新しい時代を開拓した当時の若者に新しい知識を提供した場所。
旧安中藩郡奉行役宅	郡奉行であった猪狩磯右衛門が実際に居住していた建物。郡奉行は領内の村方の警察権や裁判権を有した役職で、配下に代官を置き領内の農民の統治を担っていた。	磯部温泉	温泉記号発祥の地として知られ、200 年以上の歴史がある。明治期には財界人の別荘が建つなど東京の避暑地として栄えた。源泉の泉質は非常に濃くて素晴らしい

(別添) 様式 1

<p>碓氷峠鉄道文化むら</p>	<p>日本鉄道史に欠かすことのできない碓氷線の歴史と車両を展示している貴重な施設 EF63の体験運転ができる</p>	<p>峠の湯</p>	<p>歴史を今に伝える碓氷峠のふもとに立地する日帰りの温泉施設として、旧松井田町の貴重な文化財の保存普及事業や交流事業を行う「一般財団法人碓氷峠交流記念財団」が運営している</p>
<p>霧積温泉</p>	<p>霧積温泉は、かつては「荒治療の草津、仕上げの霧積」と呼ばれていた。昔は犬の湯、入りの湯と呼ばれていたが、霧が多いことから霧積と名前が付けられた明治時代初期には温泉旅館が季節営業を始め、軽井沢が別荘地として開かれる以前から別荘が建てられるなど、避暑地として知られるようになった山奥の秘湯である。伊藤博文が明治憲法草案を起草した部屋は2020年現在でも本館の一部として残されている</p>	<p>中山道四宿場 (板鼻宿・安中宿・松井田宿・坂本宿)</p>	<p>安中市には、中山道の宿場が4つありました。中山道69次(宿場)で1市に4宿場あるところは2市しかない。板鼻宿は、川渡があり、増水で渡れないことが多く、宿泊を余儀なくされることが多く、旅籠数も多かった。長野県塩尻宿に次ぐ2番目の大きさの宿場であったという。また、坂本宿は碓氷関所の近くにあり、本陣が2か所あり旅籠数も多かった。</p>
<p>■安中市を代表するイベント・お祭り</p>		<p>■安中市を代表する自然や花の名所</p>	
<p>秋間梅林まつり</p>	<p>開花祭、芋煮会、餅つき大会、友好都市の物産即売会、モデル撮影会、野点、ウォーキングなどのイベントが開催される。</p>	<p>アイリスの丘</p>	<p>5月のジャーマンアイリス、7月のヘメロカリスなど苗の販売、切花、農産物、草花等の販売あり</p>

(別添) 様式 1

<p>安政遠足 (侍マラソン)</p>	<p>組織的に記録を競うマラソンはこれがはじめてだった為、安政遠足が日本におけるマラソンの発祥と言われている。5月第二日曜日に開催される。</p>		<p>秋間梅林</p>	<p>50haの丘陵に35000本の紅白梅が咲き誇る。観光梅林としては関東一の規模である。秋間梅林祭開催される。</p>
<p>磯部温泉まつり</p>	<p>磯部温泉まつりは半世紀以上も続く伝統的なお祭りです。8月14日・15日・16日に開催される</p>		<p>碓氷湖</p>	<p>碓氷川と中尾川合流点をせき止めて作られた人造湖。一周1.2kmの遊歩道整備。イワナ、マス釣りも楽しめる。</p>
<p>碓氷峠ほたるの里まつり</p>	<p>屋台が10店くらい、19時～飛び始め、見頃は6/下から7/上(20時～21時頃)</p>		<p>ろうばいの郷</p>	<p>全国有数の本数を誇り、ニュースなどでも毎年取り上げられるろうばいの名所。</p>
<p>咲前神社の太々神楽</p>	<p>鷲宮の太々神楽は、咲前神社の春祭りに奉納されてきた神楽で、第2次大戦で一時中断し、昭和30年代に再び中断していたが、咲前神社の氏子を中心に保存会を結成して復活の努力が続けられ、日まで続いている。また、54年3月26日には、市の重要無形文化財に指定された。</p>		<p>妙義山</p>	<p>国指定名勝。九州の耶馬溪、四国の寒霞溪と並び日本三大奇勝のひとつ。奇岩怪石が造り出す山容は自然の芸術。四季の景観が見事。日本近代登山発祥の地 白雲山・金洞山・金鷄山の総称 また、表妙義山・裏妙義山に分けられる</p>
<p>安中市産業祭</p>	<p>安中市、安中市商工会、JA碓氷安中の共同より農業祭とにぎわい朝市の2会場で開催されるお祭り。多くのブースで農産物など様々な物が販売される。あんなか祭りと同日に開催される。</p>		<p>あんなか祭り</p>	<p>安中青年会議所、安中市商工会主催のお祭り。隔年ごとに山車の運行が行われる。花火も打ち上げられる。</p>

(別添) 様式 1

<p>ろうばいまつり</p>	<p>ろうばいの花が見頃の1月中旬にろうばいの郷で開催される。ろうばいの枝や甘酒の無料配布やアトラクションが行われる。</p>			
<p>■安中市を代表する物産品</p>		<p>■安中市を代表するストーリーや偉人</p>		
<p>鮎料理 (磯部築)</p>	<p>塩焼き、刺身、天ぷらなど豊富な鮎料理が食べられます。</p>		<p>日本最初の民設図書館</p>	<p>日本で最初にできた民説図書館は、キリスト教の教えを受けた湯浅治郎が市民の啓発のために私費で開設した</p>
<p>磯部せんべい</p>	<p>江戸時代から続くお菓子。鉱泉を使用した地元の名物</p>		<p>日本マラソン発祥の地</p>	<p>板倉勝明が始めたもので、100年以上の伝統を誇り現代に続いている。安政遠足</p>
<p>梅干し</p>	<p>昔ながらの酸っぱい梅干しから甘い甘露梅まで。横川駅に急行列車が停車したことから、富国強兵の時代、軍需に応じて秋間地区で栽培が盛んになる。白加賀という品種で梅酒に適している。</p>		<p>日本四大関所</p>	<p>碓氷関所は箱根・福島・新居の日本四大関所の一つとされる。</p>
<p>絹製品</p>	<p>国内で紡いだ絹の製品は希少。この地域のお土産筆頭になってよい</p>		<p>文教のまち 安中</p>	<p>板倉勝明からはじまる文化人の歴史から、安中市は「文教のまち」と言われ、県内では「安中教員と館林巡査」と言われるほど優秀な教員を排出する地として認知されていた歴史があった</p>
<p>醤油</p>	<p>歴史を感じさせる店構えと商品デザイン。</p>		<p>松井田宿</p>	<p>信州の各地の年貢米の中継地として栄えた</p>
			<p>もみじ (童謡唱歌)</p>	<p>もみじの名所としてアプトの道や碓氷湖に植栽をしており、写真などはそのもみじの紅葉のものが多い</p>

(別添) 様式 1

カもち	中山道碓氷峠越えした人	板倉 勝明	教育のまち安中の基を築いた歴代藩主随一の名君。学者大名で書物を出版し、新島襄を見出し、安政遠足を実施するなど、まさに安中発展の基盤を築いた
	する人が力をつけた「カ餅」	大手 拓次	明治20年、磯部温泉鳳来館の二男として生まれる。北原白秋門下の三羽ガラスと言われ、優れた作品を残した。
峠の釜めし	中山道を人力で越えた昔を偲びながら、変わらぬ手作りの味	新島 襄	安中にゆかりがある偉人としては最も全国的に知られている。同志社設立の祖。
	昭和33年の発売当初から今日に至るまで、永く親しまれ続けてきた峠の釜めし、益子焼の器に山の幸、里の幸に炊き込みご飯が詰め込まれたお弁当です。	柏木 義円	キリスト教思想家。山川均に影響を与えた。新島襄に影響を受け同志社卒業。安中教会牧師も経験。足尾鋳毒事件、廃娼運動、未解放部落問題、朝鮮人虐殺問題など時代批判を幅広く行った。日露戦争以降は、一貫して非戦を主張したことで有名。
		萩原 鏡太郎	組合製糸「碓氷座繰精糸社(のちの碓氷社)」を創立、養蚕・製糸業のために一生を捧げた。碓氷社は官営富岡製糸場があるにも関わらず機械製糸を選ばず座繰製糸を選択したのは農民の利益を第一に考える鏡太郎の信念によるものだった。

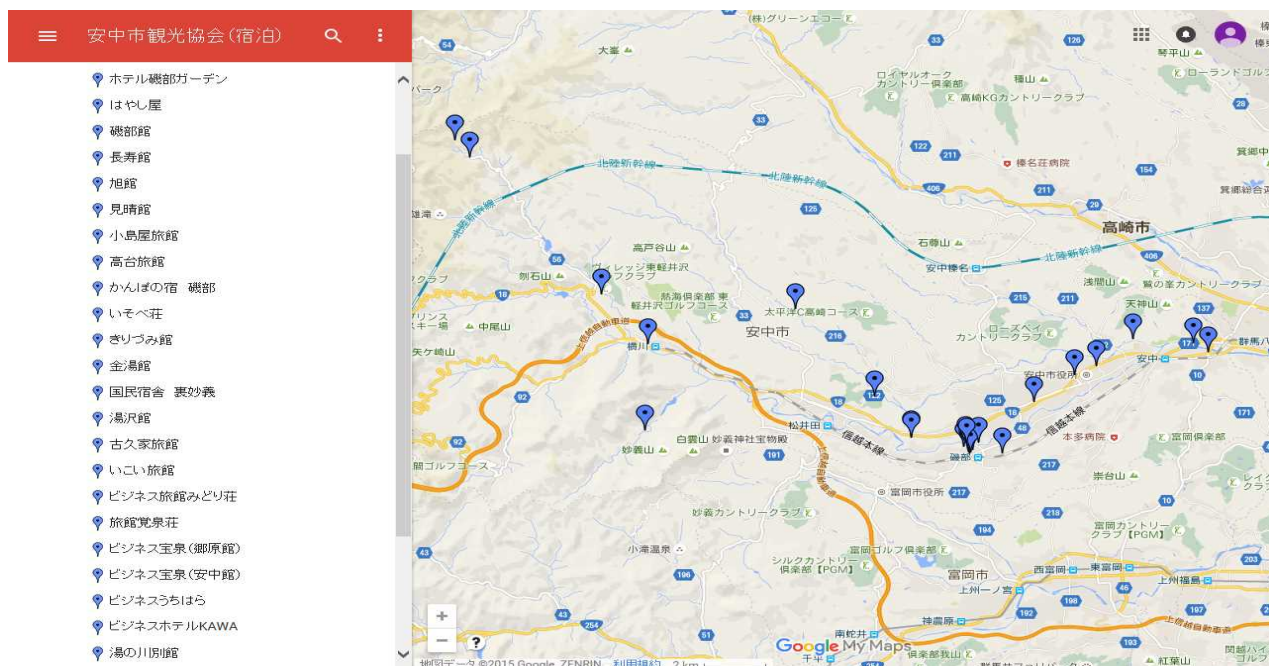
湯浅 治郎

有田屋湯浅家に生まれ、新島襄と出会いキリスト教徒に。便覧舎の設立や、県政での廃娼運動の実施などが有名。国政でも活躍した。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

① 域内分布図

多くの宿泊施設は磯部温泉に集中。その他、ビジネス旅館は国道18号線沿いに、市の東西に涉って広く分布している



② 宿泊施設名称及び収容人数

磯部温泉		湯沢温泉	
施設名	収容人数	施設名	収容人数
ホテル磯部ガーデン	750 人	湯沢館	50 人
磯部館	120 人	合計収容人数	50 人
桜や作右衛門	150 人	霧積温泉	
見晴館	40 人	施設名	収容人数
旭館	50 人	霧積温泉金湯館	120 人
小島屋旅館	20 人	合計収容人数	120 人
高台旅館	84 人		
合計収容人数	1214 人	温泉合計収容人数	1384 人

## (別添) 様式 1

一般旅館・ビジネス			一般旅館・ビジネス		
施設名	収容人数		施設名	収容人数	
古久家旅館	30	人	くつろぎの郷コテージ	42	
いこい旅館	35	人	民宿 中仙道	14	人
ビジネス旅館	50	人	湯の川別館	24	人
旅館 覚泉荘	38	人	東京屋旅館	18	人
ビジネスうちはら	18	人	旅館妙角	15	人
ビジネスホテル宝泉原市館	9	人	まついだ森の家	20	人
ビジネスホテル宝泉郷原館	14	人	国民宿舍裏妙義	74	人
ビジネスホテル宝泉安中館	18	人	ホテルルートイン安中	153	人
ビジネスホテルKAWA	40	人	一般旅館・ビジネス合計収容人数	612	人

<b>総合計収容人数</b>	<b>1996 人</b>
----------------	---------------

## 【利便性：区域までの交通、域内交通】

安中市は、中山道の宿場や関所が置かれる交通の要衝であり、現在でも北陸新幹線の安中榛名駅に加えて、上信越自動車道の松井田妙義IC及び碓氷軽井沢ICがあるなど全国的に見ても立地条件に恵まれた地域である。平成27年3月14日には北陸新幹線の金沢延伸に伴い、関東圏や北陸圏からの観光客の誘致に、中長期的にも、大きく期待ができる状況になってきた。

しかしながら、富岡市と安中市を結ぶ二次交通は、両市の取り組みで信越本線磯部駅と横川駅（安中市）から富岡製糸場までのバス運行が2年間、期間運行として行われたが、1運行の平均乗車人数が平均10人を充たない状況であり、政策効果が薄いこともあり、現在は運行してはいない。安中市と軽井沢町間は、信越本線の平成9年の横川駅、軽井沢駅間の廃止以来、横川駅～軽井沢駅までのバスが運行している。安中市内のバス路線は、安中市内の市役所や病院を結ぶ路線となっており、高校生の通学や高齢者の買い物などに活用されているが、観光客に活用される流れにはなっていない状況である。

しかし、高速交通網の整備に伴う行動の広域化や旅行ニーズの多様化など、観光を取り巻く環境は刻々と変化しており、広域観光PRの促進など時代に対応した観光振興策が求められている。特に、JR西日本が行った調査によると、関東圏に行きたい観光地は、東京に次いで軽井沢町であることがわかっており、富岡製糸場が世界遺産・国宝になったからと言っても、西日本の観光客からすれば、他の現状の世界遺産よりも、各遺産が点でバラバラになっていて面になっていないこと等で魅力的な滞在時間になっていないことがわかる。

また、現在行われている自治体毎のPRでは、観光客の視点に立った滞在型プランが形成されていない。そのため、トータルで紹介する観光ガイドの育成も進んでおらず、観光スポット毎のボランティアガイドが、次の観光地に誘導できていない状況である。

着地型観光の実現には、観光客の魅力を引きつける資源の演出と、それを伝えるための滞在時間を意識した観光ルートを造成し、観光スポットで地域観光産業である温泉旅館業、物産業、飲



(別添) 様式 1

食業等が個別かつ丁寧に、特産品メニューなどをPRし、消費を促し、開発する事が必要である。魅力的な観光とは、観光客にとって非日常の空間演出が必要であり、そのためには観光客の観光資源の理解にあわせたトータル的なコーディネートが不可欠である。

北陸新幹線や、西日本からの効果的な旅行商品として考えるならば、日本を代表するリゾート地域である軽井沢に行ったついでに、温泉マーク発祥の地の磯部温泉に泊まり、世界遺産の富岡製糸場に行くという流れが、現実的なツアーであろうと考えられる。

このように、アフターコロナを見据えて、今後とも2市1町観光連携・協働を重視しながら、関係機関及び相互の連携をより一層緊密にし、各地域に点在するさまざまな観光資源を有効に結び、ルート化することで回遊性を高め、「広域観光」の利点を推進することとしていくことが重要であると考えられる。

【外国人観光客への対応】

インバウンドについては、軽井沢町の外国人延べ宿泊者数は、205千人泊（平成30年）であり、台湾で5割を占める。台湾は主にファミリーの旅行者が多い傾向にある。なお、移動については、インバウンドの大半はJRのレールパスを利用していることが多いものの、香港からの旅行者は、東京もしくは軽井沢からレンタカーで移動するケースが多い。安中市や富岡市のインバウンドは、他都市と比べても極端に少なく、インバウンド獲得への取組みが課題となっている。今までインバウンドの取組みとしては、上記分析に基づき、軽井沢町に台湾人観光客が多く来ていることから、ターゲットを台湾にして、台湾エージェント、インフルエンサーを招聘して、安中市・富岡市・軽井沢町を巡るモニターツアーを実施した。また、台湾プロモーションとして、台湾旅行博への視察を行い、今後のインバウンドプロモーション方法を検討し、台湾AGTにも訪問し、今後のインバウンド受注に繋げるための具体的なプロモーションを行った。合わせて、JNTOにも訪問し今後の観光連携強化を要望した。

新型コロナウイルス禍でインバウンドは皆無の状態が続いているが、アフターコロナを見据えて令和3年度は、観光庁の地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業が採択されたので、そのなかで台湾をターゲットとし、インバウンド誘客につながる取組みをしていく。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
WEBサイトのアクセス状況	オンラインで予約可能な体験型プログラムの閲覧状況を調査するのと、関心度や今後の施策を効果的に把握するため。	Google アナリティクスを活用して分析
・観光客導線調査 ・満足度調査 ・再来訪意向調査	観光客が実際に市内観光資源をどのように回遊しているかを測るため。また、観光客の満足度、再来訪の意向を調査し、リピーター獲得の施策へ反映させるため。	アンケート調査を自主事業として実施 (調査地点) ① ホテル磯部ガーデン ② 荻野屋ドライブイン

(別添) 様式 1

		③ 鉄道文化むら ④ JR 安中榛名駅 ⑤ 恵みの湯 ⑥ 秋間梅林 令和2年度は、新型コロナウイルス感染防止のため電子アンケートで調査を実施した。
着地型観光プログラム問い合わせ件数	地域で商品造成された体験プログラム、観光商品が売れるよう改善していくため	調査主体 (一社) 安中市観光機構
・観光客数調査 ・入込人員 ・宿泊客数 (インバウンド・国内客別に)	2市1町での観光客数の統計をとり、観光政策による効果を図るため。 ドコモインサイトマーケティングのビックデータより分析を行う	調査主体 ① 磯部観光温泉旅館協同組合 ② (一財) 碓氷峠交流記念財団 ③ 富岡製糸場 ④ 富岡市観光協会 ⑤ (一社) 軽井沢町観光協会 上記機関が入込み客数を調査  ドコモインサイトマーケティングデータより分析

#### 4. 戦略

##### (1) 地域における観光を取り巻く背景

安中市では人口減少や高齢化が進んでおり、また業績優良企業も少なく就業者や事業所が減少している。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)を中心として、行政と地域住民の方々と連携、協力をして、既存の観光資源の活用と磨き上げを行い、また新たな観光資源の発掘を行いながら、観光による地域づくりを行っている。こうした取り組みの中で新たな雇用の創出や担い手不足の解消、人材の発掘、交流人口の増加につなげることとしている。

##### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・東京から100km圏位置しており、東京から誘客し易い立地条件である。 ・めがね橋や、童謡もみじの原風景のアプトの道が碓氷峠にはある ・碓氷峠は鉄道の聖地である ・SLの運行が年間を通じてある ・日本近代登山発祥地である妙義山がある	弱み (Weaknesses) ・インバウンド受入体制が未整備 ・全国に有名な物産品が少ない ・観光導線上に物産品が並んでいない ・隣接する観光地域(富岡製糸場、軽井沢町)への二次交通が充実していない ・観光ガイドの品質管理ができていない ・市民が市内の観光資源について知らず、郷

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本 4 大関所の一つ碓氷関所がある</li> <li>・温泉記号の発祥の地である</li> <li>・全国で 2 箇所しかない、現在も絹を生産している碓氷製糸株式会社がある</li> <li>・日本マラソン発祥の地である</li> <li>・中山道の宿場町が 4 つ形成されて発展してきた経緯があり、まち歩きや中山道歩きの観光客が年間を通して多い</li> <li>・高速自動車道の I C が 2 つ、新幹線駅が 1 つある</li> <li>・地元の安中総合学園高等学校が、食文化のプロジェクトに参画するなど実業と連携できる教育機関である</li> <li>・日本人が最初に創立した教会である安中教会がある</li> <li>・一人あたりの所得金額が県内最大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>土愛が醸成されていない</li> <li>・JR 安中榛名駅前の新興住宅へ、東京からの移住者が一時期は多かったが、新幹線本数の少なさや、将来的な生活の不便さから、近年は低調になっている。</li> <li>・まち歩きの観光客に対する消費促進策が不足し、取り込めていない</li> </ul>
<p>外部環境</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・群馬県初の女性市長が現在の安中市長であり、かかあ天下が日本文化遺産に選定されこと</li> <li>・市、観光機構、商工会、観光事業者が良い連携体制がとれており、一体となって観光プロジェクトを推し進めている</li> <li>・隣接には世界遺産・国宝のある富岡市、840 万人の観光客が訪れる軽井沢町があり、それらと観光連携している</li> <li>・体験プログラムの「廃線ウォーク」の取り組みが評価され、総務省所管の第 25 回ふるさとイベント大賞 (令和 2 年度) を受賞した</li> </ul>	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・継続的な人口減</li> <li>・富岡製糸場に来場した観光客が、県内で競合する温泉地域に引き寄せられ、観光客が伸び悩み、磯部温泉への引き込みが弱い</li> <li>・近隣の大きな商業都市高崎のベッドタウン化が進み、昼間人口が減っており、地域及び家庭の問題解決能力が下がっている</li> <li>・天然記念物の安中杉並木の保存が課題である</li> </ul>

※上記に加え、P E S T 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入 (様式自由)。

(3) ターゲット

<p>○第 1 ターゲット層 首都圏近郊に居住する 20 代から 30 代の女性観光客</p>
-----------------------------------------------------

(別添) 様式 1

○選定の理由、○取組方針

観光地域づくり法人(DMO)として取り組む以前は、宿泊を伴う観光客の多くが50代から70代のシニア層であったため第1ターゲット層としてきたが、観光地域づくり法人としての取り組み後は、アクティブに活動する東京在住の20代から30代の女性観光客を第1ターゲット層として取り込み、地域消費を上げる取り組みを行う。理由として、今までに商品造成した体験プログラム販売をネット中心に行ったことで、20代~30代の女性の体験者が前年対比+20%となった。これは、東京在住の女性に、安中市を中心とした2市1町のオリジナルストーリーを、彼女らが体験可能な魅力ある観光コースに、体験プログラムを組み合わせ、彼女らの理解に併せた観光ルートの順番とストーリーを整えたことで需要が広がった。さらにモニターツアーを催行し、より商品の磨き上げを行い、モニターツアーの様子を追体験可能な魅力あるストーリーに仕立て上げた。その上で、各AGTやDMOのサイトを通じた予約受付体制を地域で進めていき、旅行商品化を進めていく。よって、現在の客層の年齢を下げることにより総量の増加と波及効果の拡大を狙う。

具体的には、

- ① 様々な旅行テーマの中から、自己投資や希少体験といった若者が付加価値を感じられる旅行内容に磨き上げを行う
- ② 3名以上のグループ旅行の需要を喚起するため、グループ用の体験プログラムプランを用意する
- ③ 現在の体験プログラム予約のうち、インターネット経由での予約が90%を占めており、さらに予約の70%が首都圏近郊に居住する方となっているため、首都圏から約90分でいけるというアクセスの良さをよりPRしてインターネット経由でのさらなる客数UPを狙う
- ④ 旅行とは違う様々な業種で若年層に人気のあるホームページから旅行商品を誘引すること等により、新規顧客を開拓する間口を広げる
- ⑤ 地域の人とふれあう経験を旅の要素の一つとして盛り込むこと。大学ゼミやNPO法人等と連携する若年層の旅行(移動)ニーズに直接響くアプローチをすること。
- ⑥ 地域内消費をあげるため体験プログラムを、春夏秋冬、朝昼晩で検討し、秋間梅林や地元有田屋の醤油を活かしたスイーツ商品開発などを地域物産の開発と、観光線路上での設置及び消費促進を地域一帯で図る
- ⑦ 体験プログラムの廃線ウォークの参加者が20代から30代が増加している。イベント中のよりプレミアム観の出る演出を加えるなどして磨き上げを行う。

○第2ターゲット層

50代から70代のシニア層(JR大人の休日倶楽部対象者)

○選定の理由 ○取組方針

現在の2市1町(安中市・富岡市・軽井沢町)の文化歴史(富岡製糸場、めがね橋、三笠ホテル等)や安中市にある中山道宿場町に関する観光資源は50代以上のシニア層が多く来訪している。交通手段として電車やバスでの利用が多いため、送客能力の高い東日本旅客鉄道株式会社や、クラブツーリズム、阪急交通社などの既存商品を定常的に造成しているAGTと連携しつつ取り組みたい。

(別添) 様式 1

<p>具体的には</p> <p>① 安中市内の観光ボランティアガイドに協力してもらい、安中市の歴史（中山道や鉄道遺産など）に関心が高いシニア層を誘客する。</p> <p>② 2市1町全体の誘客強化により、見るだけでない地域ストーリーとしての価値を高めていく</p> <p>③ 約50ヘクタールの広大な丘陵に約35,000本の紅白梅が咲き誇る秋間梅林（群馬3大梅林）や、市内に2カ所あるろうばい、山吹の郷、アイリスの丘など自然を活かした観光スポットが多いため、花に興味がある方が多いシニア層に対し、AGTと連携したウォーキングなどのイベントを実施する</p>	
<p>○第3ターゲット層（インバウンド対応）（アフターコロナを見据えて） 軽井沢町や富岡市、東京に来ている香港・台湾を中心とした東南アジアの外国人観光客</p>	
<p>○選定の理由 ○取組方針</p> <p>インバウンドにおいては、軽井沢町の外国人延べ宿泊者数は、205千人泊（平成30年）であり、台湾・香港・中国が7割を占め、富岡市も同様、台湾・香港・中国を中心に富岡製糸場に延べ来訪者が5千人となっている。</p> <p>2市1町で取り組むインバウンド誘客として、既存で来訪している台湾人に対して、さらに地域消費をしてもらうのと同時に、台湾人のインフルエンサー誘致運動も行なっており、台湾にターゲットを絞って誘客を行う。</p> <p>台湾は主にファミリー、香港は主に女性グループ・カップルの旅行者が多い傾向にある。なお、移動については、インバウンドの大半はJRのレールパスを利用していることが多いものの、香港からの旅行者は、東京もしくは軽井沢からレンタカーで移動するケースが多い。また市場としても拡大傾向にある。そこで、東京からのゴールデンルートからの引き込みを行うために、まず東京の若い女性に人気のある富岡製糸場～安中・磯部温泉～軽井沢までのコースを元に、外国人観光客への魅力ある観光コースを造成し誘客を行う。</p> <p>具体的には、軽井沢や東京に訪れている外国人観光客の、満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	峠の文教都市あんなか
②コンセプトの考え方	<p>○「峠」</p> <p>碓氷峠という地理的条件があったために、街道が通り、関所が建ち、宿場まちが形成され、鉄道の歴史が刻まれ、そこに住まう私たちの生活が維持されてきたという歴史的背景（ストーリー）から、峠という単語が入りました。</p> <p>○「文教」</p> <p>安中市民なら誰もが知っている、「新島学園」「安政遠足」などは、元を辿ると学者大名とし</p>

	<p>てその名を当世に知らしめた「板倉勝明」の功績であるとの結論に達しました。</p> <p>また、板倉勝明が見出した新島襄がキリスト教精神と日本の近代化を導く欧米の思想を安中に布教したことにより、襄の意思を次いだ湯浅治郎らによる安中教会、便覧舎の設立がありました。また、碓氷社の萩原音吉ら、製糸業の隆盛を導いた人物らも、そうした影響を受けていたことでしょう。それが、かつて「安中教員と館林巡査」と言われた「文教の街」のイメージを安中に与えた。私たちは、そうした安中市の歴史を思い起こし、この安中市が「文教のまち」としていま再び輝くことを理想に掲げ、「文教」の言葉を入れました。</p> <p>○「都市」</p> <p>安中市の人口は減少の一途をたどっています。こうした人口減少に歯止めをかけ、「都市」という規模を今後も維持し、さらには人口増加にまでもっていくような、誰もが暮らしたくなる、そんな素敵な安中市を目指したいという理想から「都市」という言葉を入れました。</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

項 目	概 要
戦略の多様な関係者との共有	<p>安中版DMOを中心として、地域の関連事業者（市内商工会、磯部温泉組合、安中市飲食店各組合、市内ガイド団体、市内農業関係者、市内教育機関、（一財）碓氷峠交流記念財団等）を集めてコミュニケーションの場を月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対しての観光客受入のためのコンサルティング等を実施。さらに、上記コミュニケーションの場で、安中市内及び2市1町（軽井沢町、富岡市）での滞在型体験プログラムの造成を、市民、関係事業者によるワークショップを開催し、春夏秋冬、朝昼晩で行い、令和2年度までに184の体験プログラムを造成した。</p> <p>地元の梅や醤油などの資源に着眼し、地元飲食店や物産店に安中でしか手に入らない名物作り地産地消を展開し、リピーター確保のために、梅農家や醤油醸造元、地元のNPOにも意見や参画を求めつつ、体験プログラムの造成に繋げた。今後も関係事業と有効な連携関係を保ち事業継続していく。さらに、軽井沢町や富岡市と共に、大手AGTの意見を取り入れつつ、合同の商品企画ワークショップを開催し、観光</p>

(別添) 様式 1

	<p>客に一貫したストーリーで提供できる本地域ならではの体験プログラムも開発した。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>群馬県などと連携し、地域内、菓子店及び飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係るおもてなしのための、品質向上研修の実施や、認証制度を検討し、観光客満足度の調査によって管理及び改善を図っていく。さらに、地域の中で魅力ある人材の育成も併せて行う。</p> <p>■具体的な取り組み内容</p> <p>①地域に根ざした7店舗のスイーツ店に地域の特色と素材を活かして物産商品開発を行ったお菓子(峠の贈り物)に対し、アンケートを実施し、浮かび上がった課題点を店舗へフィードバック、改善を行うことで顧客満足度を上げる取り組みをしている。</p> <p>②地域おこし協力隊が地域で実施するイベントの情報発信をするのと同時に、安中市観光機構が開催しているイベントへ参加し、参加者とのコミュニケーションを行い、課題点を洗い出ししている。また、今まで情報発信できていなかった地域のグルメ情報を集約して安中市観光機構が出版している体験プログラム冊子「あんとりっぷ」へ常設コーナーを設け、情報を発信している。地域おこし協力隊が地域を代表するインフルエンサー的役割を担うことで、地域の魅力ある人材の育成に寄与している。</p> <p>③今後は当機構で地域おこし協力隊(令和3年度で要望)を招聘し、より地域に根差した観光地域づくり法人としての役割を果たしていく。</p>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>安中版 DMO による観光客向けのワンストップ窓口の実施、観光客が利用しやすい予約サイトや、域内の観光イベントや花や紅葉情報についても SNS での情報発信を行っている。</p> <p>さらに軽井沢町と富岡市との広域連携により、東京の群馬県事務所「ぐんまちゃん家」にて、大手 AGT などへの効果的なプロモーションや、各地域での観光イベント相互出店を DMO として地域の情報を束ねつつ行ってきた。また、AGT キャラバンや、毎年を目玉商品を紹介する AGT 向けモニターツアーを年 1 回開催してきた。(令和 2 年度はコロナウイルス感染防止のため中止) 更に、域内宿泊施設や各観光資源の受付窓口で、地元関係者と作成した体験プログラム冊子の紹介と、口頭による直接説明により域内消費を拡大してきた。</p>

6. KPI (実績・目標)

## (1) 必須KPI

指標項目		2018 (H30) 年 度	2019 (R1) 年 度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (円)	目標	6,400 ( )	6,250 (23,100)	6,400 (23,600)	6,500 ( )	6,700 ( )	6,900 ( )
	実績	9,100 ( )	9,665 ( )	9,665 ( )	( )	( )	( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	250 ( )	225 (5)	270 (10)	120 ( )	135 ( )	150 ( )
	実績	205 ( )	151 ( )	85 ( )	( )	( )	( )
●来訪者満足度 (ポイント)	目標	5.10 ( )	5.20 (5.20)	5.25 (5.25)	5.30 ( )	5.35 ( )	5.40 ( )
	実績	6.01 ( )	5.80 ( )	6.46 ( )	( )	( )	( )
●リピーター率 (%)	目標	28.0 ( )	80.0 (10)	80.0 (20)	80.0 ( )	80.0 ( )	80.0 ( )
	実績	71.6 ( )	84.0 ( )	78.0 ( )	( )	( )	( )

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

## 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

## 【検討の経緯】

本地域で観光誘客を効果的に進めるためには、本地域と一緒に観光客が立ち寄る傾向が強い軽井沢町・富岡市と連携して誘客することが重要であると考え。地域と連携した体験プログラムの造成により、体験によりこの地域に長い時間滞在してもらえるようにして、次の観光活動(土産の購入・昼食・宿泊など)につながるようにする。これにより消費額の向上、宿泊客者増につなげ、体験プログラムを地域住民、事業者が行うことにより、交流を通してより良いおもてなしをしていただき、またプログラムの磨き上げを行い、参加者の満足度、リピーター率の向上を図っていく。体験プログラムの「廃線ウォーク」は、参加者が延べ3,000人を超え尖ったプログラムとなっている。参加者の消費額増、宿泊者増につながっている。また、リピーターもたくさんおり、参加者満足度も高い。まだ伸びしろのあるプログラムと考えるので、今後もより魅力あるプログラムとして磨き上げを行い、参加者増につなげていく。

しかしながら、新型コロナウイルス禍で、観光客数が激減しているなか、そしてまだ先が見えないなかでは、令和3年度以降の旅行消費額、延べ宿泊者数のKPIについては、下方修正せざるを得ないとする。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●旅行消費額

磯部温泉を中心に安中市内で営業をしている宿泊施設からそれぞれ宿泊客数と消費金額、インバウンド客消費額をヒアリングして算出。現在、販売している体験プログラムの予約数向上と安中市観光機構内での物販販売商品数を充実させて消費単価を年々向上させることを視野に設定。

## ●延べ宿泊者数

旅行消費額同様、宿泊施設からそれぞれ宿泊客数を算出。インバウンド宿泊者数もヒアリングして算出、国内宿泊数は現状維持を想定し目標を設定。安中市観光振興プランで設定している



(別添) 様式 1

観光客数 対前年度比 5%増を視野に設定。

新型コロナウイルス禍で、令和元年度、2 年度は観光客数が激減している。新型コロナウイルスのまだ先が見えないなか、令和 3 年度以降の延べ宿泊者数については、下方修正せざるを得ない。

●来訪者満足度

主要観光スポットや宿泊施設等での対面アンケートや廃線ウォークなどの体験プログラム参加者、電子アンケートを実施し、アンケート結果をもとに集計を行って算出した。体験型プログラムを通してのおもてなしや、年々増やしていく観光ボランティアガイドの増員でより満足度を向上していくことを視野に設定。

●リピーター率

来訪者満足度同様、安中市への来訪頻度を対面アンケートでヒアリング。アンケート結果をもとに、集計を行って算出した。年々参加が増えていく体験プログラムに参加した方に対し、他のプランを推薦することや体験プログラムの磨き上げを行い、魅力あるプログラムにすることで、リピーター人数・リピーター率を向上していくことを視野に設定。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年 度	2019 (R 1) 年 度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
● ボランティア ガイド人数 (外国語可能ガ イド人数) (人)	目標	70 (2)	90 (5)	110 (7)	75 ( )	80 ( )	85 ( )
	実績	56 ( )	60 ( )	67 ( )	( )	( )	( )
● DMO が管理す る滞在交流型 プログラム数 (プログラム)	目標	200 ( )	250 ( )	300 ( )	190 ( )	200 ( )	210 ( )
	実績	150 ( )	183 ( )	184 ( )	( )	( )	( )
● メディア掲載 回数 (回)	目標	20 ( )	55 ( )	60 ( )	65 ( )	65 ( )	70 ( )
	実績	52 ( )	59 ( )	48 ( )	( )	( )	( )
●	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )
●	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

## 指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

### 【検討の経緯】

本地域での観光誘客の手段として、市内で活動するボランティア団体や市民の方の協力が大きく影響している。平成 28 年度より体験プログラム造成を住民、ボランティア団体、事業者参加型ワークショップを開催し体験プログラム商品造成を進めてきた。その商品を販売するための PR 促進のため、メディア掲載を推進しているため、その他の目標に設定した。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●ボランティアガイド人数

市内で活動するボランティアガイドをはじめ、商品造成行う体験型プログラムのための新たなガイドを起用することで来訪満足度やリピーター率向上に寄与する。体験型プログラムを毎年度造成していくため、それに応じて新規のボランティアガイドも教育していくことを視野に設定。

#### ●観光地域づくり法人(DMO)が管理する滞在交流型プログラム数

着地型商品として販売を行う商品ラインナップを増やすことで旅行消費額を向上させる。住民や市内を中心とした協力団体や協力民間企業が比例で伸びていくことを視野に設定。

#### ●メディア掲載回数

群馬県内では知名度がまだ低いため、安中市が観光地として誘客をするための PR 活動が重要であるため、年間を通じてメディアと連携した宣伝を行うことを視野に設定。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に (1) 収入、(2) 支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

### (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2018(H30)年度	57,070,027(円)	【国からの補助】 7,100,000円 【都道府県からの補助金】 0円 【安中市からの補助金】 26,250,000円 【会費収入】 927,000円 【収益事業収入】 11,868,880円 【寄付金収入】 776,120円 【業務受託収入】 2,451,900円 【雑収入】 696,127円 【その他】 7,000,000円
2019(R1)年度	56,210,888(円)	【国からの補助】 5,850,000円 【都道府県からの補助金】 400,000円 【安中市からの補助金】 25,123,600円 【会費収入】 913,000円 【収益事業収入】 14,866,463円 【寄付金収入】 441,070円 【業務受託収入】 2,107,560円 【雑収入】 509,195円 【その他】 6,000,000円

## (別添) 様式 1

2020 (R2) 年度	80,625,730 (円)	【国からの補助】 24,931,000 円 【群馬県からの補助金】 0 円 【安中市からの補助金】 23,731,000 円 【会費収入】 1,001,000 円 【収益事業収入】 26,313,866 円 【業務受託収入】 1,992,400 円 【雑収入】 2,656,223 円 【その他】 241 円
2021 (R3) 年度	47,570,300 (円)	【国からの補助】 0 円 【群馬県からの補助金】 0 円 【安中市からの補助金】 19,500,000 円 【会費収入】 1,050,000 円 【収益事業収入】 26,000,000 円 【業務受託収入】 700,000 円 【雑収入】 320,000 円 【その他】 300 円
2022 (R4) 年度	50,600,300 (円)	【国からの補助】 0 円 【群馬県からの補助金】 0 円 【安中市からの補助金】 21,500,000 円 【会費収入】 1,100,000 円 【収益事業収入】 26,500,000 円 【業務受託収入】 1,000,000 円 【雑収入】 500,000 円 【その他】 300 円
2023 (R5) 年度	51,650,300 (円)	【国からの補助】 0 円 【群馬県からの補助金】 0 円 【安中市からの補助金】 21,500,000 円 【会費収入】 1,150,000 円 【収益事業収入】 27,500,000 円 【業務受託収入】 1,500,000 円 【雑収入】 500,000 円 【その他】 300 円

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	57,070,027 (円)	【人件費】 14,598,200 円 【一般管理費】 11,263,418 円 【商品開発費】 3,757,089 円 【講師謝金】 1,030,000 円 【イベント費】 13,234,066 円 【マーケティング調査費】 1,080,000 円 【広告宣伝・広報費】 8,036,329 円 【什器備品等購入費】 2,334,664 円 【助成金】 683,000 円 【その他】 1,053,261 円

## (別添) 様式 1

2019 (R1) 年度	56,210,888 (円)	【人件費】 17,798,614 円 【一般管理費】 9,594,319 円 【商品開発費】 5,162,224 円 【講師謝金】 684,000 円 【イベント費】 6,774,245 円 【マーケティング調査費】 1,080,000 円 【広告宣伝・広報費】 8,129,522 円 【什器備品等購入費】 1,693,890 円 【助成金】 1,136,500 円 【その他】 4,157,574 円
2020 (R2) 年度	80,625,730 (円)	【人件費】 18,395,498 円 【仕入費】 7,124,879 円 【一般管理費】 7,547,450 円 【商品開発費】 2,160,000 円 【講師謝金】 342,000 円 【イベント費】 1,040,802 円 【マーケティング等調査費】 930,000 円 【広告宣伝・広報費】 6,925,810 円 【什器備品等購入・修繕費】 647,036 円 【助成金・負担金】 834,000 円 【業務委託費】 27,234,741 円 【租税公課費】 1,294,700 円 【その他】 6,148,814 円
2021 (R3) 年度	47,570,300 (円)	【人件費】 16,980,000 円 【仕入費】 5,500,000 円 【一般管理費】 7,390,000 円 【商品開発費】 1,500,000 円 【イベント費】 1,000,000 円 【マーケティング調査費】 300,000 円 【広告宣伝・広報費】 1,300,000 円 【什器備品等購入・修繕費】 550,000 円 【助成金・負担金】 1,800,000 円 【業務委託費】 3,900,000 円 【租税公課費】 1,161,400 円 【その他】 6,188,900 円
2022 (R4) 年度	50,600,300 (円)	【人件費】 18,000,000 円 【仕入費】 6,000,000 円 【一般管理費】 7,800,000 円 【商品開発費】 2,000,000 円

(別添) 様式 1

		【イベント費】	1,300,000 円
		【マーケティング調査費】	500,000 円
		【広告宣伝・広報費】	2,100,000 円
		【什器備品等購入・修繕費】	700,000 円
		【助成金・負担金】	2,000,000 円
		【業務委託費】	4,000,000 円
		【租税公課費】	1,200,000 円
		【その他】	5,000,300 円
2023 (R5) 年 度	51,650,300 (円)	【人件費】	18,200,000 円
		【仕入費】	6,000,000 円
		【一般管理費】	7,900,000 円
		【商品開発費】	2,200,000 円
		【イベント費】	1,400,000 円
		【マーケティング調査費】	500,000 円
		【広告宣伝・広報費】	2,100,000 円
		【什器備品等購入・修繕費】	600,000 円
		【助成金・負担金】	2,000,000 円
		【業務委託費】	4,500,000 円
		【租税公課費】	1,250,000 円
		【その他】	5,000,300 円

**(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針**

一般社団法人安中市観光機構は、着地型旅行商品を扱う第3種旅行業免許を取得し、DMO 候補法人としてを発足し、平成30年に観光地域づくり法人として登録された。令和2年度までに物産開発を含む体験プログラムを春夏秋冬、朝昼晩をコンセプトに184プログラムを造成した。その中で、廃線ウォークが参加者延べ3200人を超す尖った体験プログラムとなり、ほかの人気のある体験プログラムを目玉商品として磨き上げを行い、それらを元に、商機を活用した観光客へのPRを宿泊施設や観光資源で直接口頭説明などを行ってきた結果、令和2年度には体験プログラムの域内売上が100,000千円を超え目標を達成できた。

体験プログラム参加者は、リピーター率も高く、参加者満足度も高いので、今後は、さらに体験プログラムをより魅力あるプログラムとして磨き上げを行い、合わせて、令和3年度は、観光庁の地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業が採択され、この実証事業の中でも体験プログラムを新しく造成したり、既存の体験プログラムの磨き上げを行い、域内の関係事業者等と連携協力して、体験参加者増、消費額増、宿泊者増につなげていく。

**8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見**

これまで、国や市の補助金を活用して一般社団法人での運営を行っていただいております。令和2年度をもって国の地方創生交付金が終了となりました。交付金事業の一つとして、数々の体験プログラムの作成、その中でも『廃線ウォーク』というヒット商品を生み出されております。これからも、観光資源を活用して、地域づくりを形成し、もっと地域が参画できる商品造成を期待します。

今後は、今までの活動を振り返り、作成した体験プログラムの見直しや磨き上げを行いながら、課題を提議し、解決に向けて施策を打ち、地域の観光事業の支えとなるような地域のリーダー格となる、そんな安中市観光機構となっただけのように期待しております。

群馬県安中市は、一般社団法人安中市観光機構を群馬県安中市における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人安中市観光機構とともに申請します。

(別添) 様式 1

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMOや地域DMOと重複する場合の役割分担について (※重複しない場合は記載不要)

重複しない

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	萩原 弘
担当部署名 (役職)	一般社団法人安中市観光機構 (事務局長)
郵便番号	379-0301
所在地	群馬県安中市松井田町横川 441-6
電話番号 (直通)	027-329-6203
FAX番号	027-329-6205
E-mail	hagiwara@annaka-city.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	安中市
担当者氏名	倉 繁 亨
担当部署名 (役職)	安中市産業環境部観光経済課 (参事)
郵便番号	379-0292
所在地	群馬県安中市松井田町新堀 2 4 5
電話番号 (直通)	027-382-1111
FAX番号	027-386-4111
E-mail	kurashige@city.annaka.lg.jp

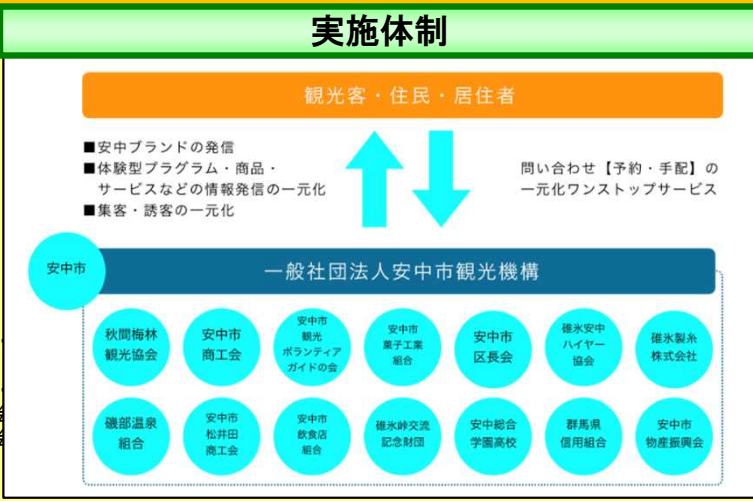
都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号 (直通)	
FAX番号	
E-mail	

**法人名：一般社団法人安中市観光機構**  
**登録区分名：地域DMO**

【区域】群馬県安中市  
 【設立日】平成28年10月12日  
 【登録日】平成30年7月31日  
 【代表者】武井 宏  
 【マーケティング責任者(CMO)】上原 将太  
 【財務責任者(CFO)】萩原 弘

【職員数】7人(常勤4人(正職員4人・非常勤1人、臨時職員2人)  
 【連携する主な事業者】  
 株式会社ボルテックスアーク・安中市商工会・安中市松井田商工会・安中市菓子工業組合・安中市飲食店組合・群馬県立安中総合学園高等学校  
 秋間梅林観光協会・安中市物産振興会・群馬県信用組合・群馬銀行  
 碓氷製糸株式会社・東日本旅客鉄道株式会社・碓氷観光旅館温泉協同組合(社)群馬県タクシー協会碓氷安中地区・碓氷温泉組合・安中まちづくりの会  
 碓氷製菓協同組合・碓氷合同製菓組合・安中市観光ボランティアガイドの会  
 碓氷線文化財インストラクター・碓氷安中農業協同組合・(一財)碓氷峠交流記念財団

**峠の文教都市 あんなか**



**マーケティング・マネジメントする区域**

■碓氷エリア  
碓氷温泉・砂塩風呂 等

■秋間エリア  
秋間梅林・梅もぎ体験 等

■安中エリア  
武家長屋・新島裏旧宅 等

■松井田・横川エリア  
めがね橋・廃線ウォーク 等

**合意形成の仕組み**

①観光地域づくり法人(DMO)理事会には、安中市観光機構理事長、安中市、安中市商工会長、安中市松井田商工会長、碓氷峠交流記念財団理事長、JA碓氷安中代表理事組合長、碓氷温泉旅館組合観光部長、安中市物産振興会長、安中市飲食店組合長、安中市松井田飲食店組合長、松井田商店連盟、碓氷峠歴史文化遺産研究会理事長、秋間梅林観光協会長、碓氷製糸株式会社、群馬県信用組合専務理事、群馬銀行支店長など、地域の関係組織の代表者が参画し、地域一体となった観光地域づくりに向けて事業に取り組む体制とする。

②観光地域づくり法人(DMO)を中心とした観光地域づくりの推進について、DMOの組織内に設ける「商品開発部会」などへ、行政や民間企業、地元ボランティア団体、NPO法人など、地域の多様な組織からメンバーを選出したワーキンググループを設置し、滞在交流型プログラムの企画立案などを進めて、継続的な観光地域づくりや連携についての合意形成を地域が自主的に課題化する構造とする。

**法人のこれまでの活動実績**

- ①共同宣伝事業：文化観光資源をそれぞれ出し合い、富岡製糸場や碓氷峠鉄道施設(めがね橋等)、旧三笠ホテルなどを前面に押し出した、広域観光パンフレット、ポスターを作成し、それら観光キャンペーンを通じ、関東・北陸地域等への積極的な誘客宣伝活動を行ってきた。
- ②観光情報の収集・交換・提供：観光情報の収集・交換に努め、広域的な旅行商品の造成を図るとともに、旅行会社・マスコミ等関係機関へ積極的に広域観光情報の提供を行ってきた。また、昨年は群馬県の支援を受け、2市1町の観光コースを造成し、そのコースをAGT向けに紹介するDVDの作成を行い、各AGTに配付し、旅行の造成を依頼し、誘客した。
- ③各種イベントの相互参加：2市1町のそれぞれの観光イベントに観光情報提供ブース出店などで相互参加し、連携を強化するとともに、それぞれの地域の魅力や協議会の活動を宣伝してきた。(安中市商工会主催の安中市産業祭 等)
- ④AGTモニターツアー実施：安中市の地方創生推進交付金を活用し、観光AGT16名を本エリアに招待し、2市1町の歴史文化遺産を中心に、各地域のガイドによるまちあるきコースを設定し、案内した。さらにツアーの夜は、3首長が集まり、観光AGTや市民約150名を対象に、これからの広域連携と安中市の観光振興を考えるシンポジウムを行い、広域連携についての3エリアの共通の観光誘客の方向性について確認した。
- ⑤台湾プロモーション実施：2市1町観光連携協議会の予算を活用し、台湾旅行博への視察を行い今後のプロモーション方法を検討した。また、AGTにも訪問し、今後のインバウンド受注に繋げるための具体的なプロモーションを行った。合わせて、JNTOにも訪問し今後の観光連携強化を要望した。

**戦略**

- 第1ターゲット層  
首都圏近郊に居住する20代から30代の女性観光客
- 第2ターゲット層  
50代から70代のシニア層(JR大人の休日倶楽部対象者)
- 第3ターゲット層  
軽井沢町や富岡市、東京に来ている香港・台湾を中心とした東南アジアの外国人観光客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 安中版DMOによる観光客向けのワンストップ窓口の実施、観光客が利用しやすい予約サイトや、域内の観光イベントや花や紅葉情報についてもSNSでの情報発信を行っている。さらに軽井沢町と富岡市との広域連携により、首都圏大手AGTなどへの効果的なプロモーションや、各地域での観光イベント相互出店を観光地域づくり法人として地域の情報を束ねつつ行っている。また、商品造成した商品を紹介するAGT等向けモニターツアーを開催している。更に、域内宿泊施設や各観光資源の受付窓口で、地元関係者と造成した体験型プログラムの紹介と、口頭による直接説明により域内消費を拡大している。

**観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

安中版DMOを中心として、地域の関連事業者(市内商工会、碓氷温泉組合、安中市飲食店組合、市内ガイド団体、市内農業関係者、市内教育機関、(財)碓氷峠交流記念財団等)を集めてコミュニケーションの場を月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対しての観光客受入のためのコンサルティング等を実施。さらに、上記コミュニケーションの場で、安中市内及び2市1町(軽井沢町、富岡市)での滞在型体験プログラムの造成を、春夏秋冬、朝昼晩で行い、令和2年度までに184の体験プログラムを開発した。

地元の梅や醤油などの資源に着眼し、地元飲食店や物産店に安中でしか手に入らない名物作り地産地消を展開し、リピーター確保のために、梅農家や醤油醸造元、地元のNPOにも意見や参画を求めつつ、体験プログラムの造成に繋げていく。さらに、軽井沢町や富岡市と共に、大手AGT等の意見を取り入れつつ、合同の商品企画WSを開催し、観光客に一貫したストーリーで提供できる本地域ならではの体験プログラムも開発する。

**KPI(実績・目標)** ※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
旅行消費額(円)	目標	5,900 ( )	6,400 ( )	6,250 ( )	6,400 ( )	6,500 ( )	6,700 ( )
	実績	5,113 ( )	9,100 ( )	9,665 ( )	9,665 ( )	( )	( )
延べ宿泊者数(千人)	目標	240 ( )	250 ( )	225 ( )	270 ( )	120 ( )	135 ( )
	実績	220 ( )	204 ( )	151 ( )	85 ( )	( )	( )
来訪者満足度(7点満点中の平均点)	目標	5.05 ( )	5.10 ( )	5.20 ( )	5.25 ( )	5.30 ( )	5.35 ( )
	実績	5.13 ( )	6.01 ( )	5.80 ( )	6.46 ( )	( )	( )
リピーター率(%)	目標	23.0 ( )	28.0 ( )	80.0 ( )	80.0 ( )	80.0 ( )	80.0 ( )
	実績	58.0 ( )	71.6 ( )	84.0 ( )	94.0 ( )	( )	( )

**活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

【主な収入】  
 収益事業(体験プログラム体験費等) 約26百万円(令和2年度)

【総支出】  
 80百万円(一般管理費8百万円、事業費72百万円)

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 物産開発も含む体験型プログラムを184件造成し、その中でも人気のある商品を目玉商品として磨き上げを行ってきた。それを元に、春夏秋冬朝昼晩のという商機を活用した観光客へのPRを、宿泊施設や観光資源で直接口頭説明により消費拡大を行う。