観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　〇月　〇日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）いわき観光まちづくりビューロー	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	福島県いわき市	
所在地	福島県いわき市常磐湯本町向田 3−1	
設立時期	平成５年４月２日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	24 人【常勤 24 人（正職員 13 人・臨時･嘱託等 11 人・出向１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） ※必ず記入すること	大場 敏宣 (有)岩惣 代表取締役 いわき湯本温泉観光協会相談役 いわき湯本温泉旅館協同組合顧問	平成 15 年度より当 DMO の副会長、令和 5 年度より会長に就任。 また、いわき湯本温泉観光協会副相談役として、さらには、いわき湯本温泉旅館協同組合顧問として地域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。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	正：石井 飛伽「専従」	観光企画課係長。 デジタルを駆使したマーケティング、プロモーションを得意とし、Google ビジネスプロフィールの啓蒙や地域･情報戦略部会担当として手腕を奮う。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	正：鹿崎 耕司「専従」 副：皆川 紀代美「専従」	経営企画室長心得。 ３年間の行政出向も含め 20 年以上当法人で観光振興に携わり、総会や執行部会での進行や人事業務、指定管理施設の管理業務等を手掛ける。 経営総務課課補佐。 長年当法人内で総務･経理に携わり、持続可能な運営の為、運営収入や財源確保に関する検討を行い、迅速かつ正確な業務に努めている。

様式１

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	事業全般 正:新妻 康宏「専従」	事務局次長。 当法人で事業の企画・立案と組織拡大に携わる。旅行商品の企画や市内事業者との調整（連携）を推進しており、地域の活性化を図っている。
旅行商品の造成･販売・営業か都合の責任者	正:佐藤　義範「専従」 副:山崎 朋子「専従」	誘客企画課課長補佐。 当法人で物産振興を長く行っており、市内事業者に精通しており、物産と絡めた旅行商品の造成での関係者との信頼も厚く、常にリーダーシップを持って地域の活性化を図るとともに、ターゲットを絞った営業活動に取組んでいる。 誘客推進課主任。 HP 制作や SNS などを駆使し、効果的な情報発信に努めている。地域情報に精通し、専門性も高い。着地型コンテンツの造成やガイド等にも携わるマルチプレイヤー。
物産販売･振興の責任者	正:高橋　季子	物産振興課長。 長らく市内大型商業施設にてイベント企画や販売促進、市場調査・分析を行う。市内事業者への人脈も広く、地域活性化に大きく寄与している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	福島県いわき市観光振興課 ・観光企画係（マーケティング・広域観光） ・観光事業係（プロモーション・物産振興） 福島県観光交流局観光交流課（プロモーション・広域観光）	
連携する事業者名及び役割	●いわき観光まちづくりビューロー会員（令和 7 年５月 27 日現在 315 団体、当 DMO に関わる事業への協働、参画） 主な会員団体・企業：行政機関、商工関連団体、宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、農林水産事業者、各種市民団体 など ●いわき観光共同キャンペーン実行委員会 （観光プロモーションを行う官民連携の組織） 構成団体：行政機関、商工団体、民間宿泊事業者、民間観光関連事業者	
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】② ・(一社)いわき観光まちづくりビューローは、本市における観光まちづくりの舵取り役として、観光・物産事業者をはじめ、各種団体と連携しながら、本市の「観光まちづくり」と「地域が稼ぐ」の実現に向け、着実に事業を展開する為、PDCA サイクルを回しながら、「地域をマネジメント」する役割を担っている。 ・当 DMO を構成する会員事業者は、観光まちづくり事業の中心的担い手としての立場を認識のうえ積極的に事業に参加し、自らの事業活性化と合わせて全市的な観光まちづくりに貢献している。また、当 DMO 組織内に、既会員で組織する「観光・誘客推進部会」「地域・物産振興部会」「地域・情報戦略部会」の三	

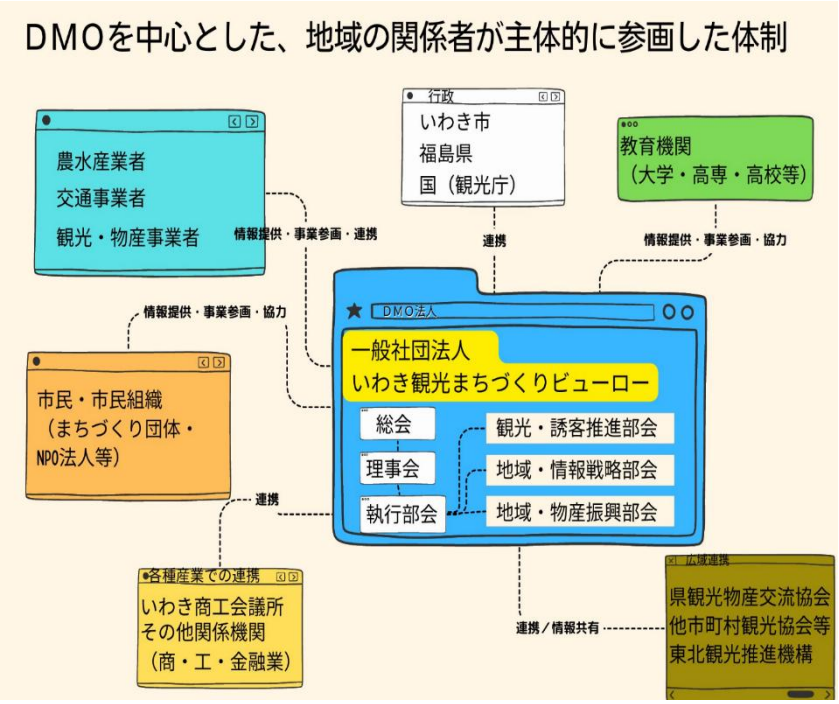
<table>
<tr><td></td><td>部会が設置されており、関係団体や事業者の代表者が委員として参画している。また、各部会の調整会議として、2か月に一回定例で執行部会議を開催する他、各部会での決定事項は、理事会・総会をもって承認される仕組みである等、多様な関係者の議論の場が設けられている。
・いわき市やいわき商工会議所、観光関係機関等は、本市の観光振興策の指針として策定した「いわき観光まちづくりビジョン」を観光・物産振興の全市的な計画として共有し、更には、その産業・市民・地域づくり団体においても、相互密接に連携・協調しながら役割を分担し、一体的な観光まちづくりの目標達成を目指している。
・本市の観光コンテンツの磨き上げやまちあるきガイド育成を行い、市内の魅力を伝える名物ガイドが歴史・景観・草花などを活用したツアーを行っている。また、市内宿泊施設と連携し宿泊客に対しても誘客を行っている。
・広域連携DMO(東北観光推進機構)とは、東北DMO会議での情報交換やインバウンド事業等で支援をいただいている。また、域内連携DMO(福島観光物産交流協会)とは、教育旅行やトレイルルート造成事業（うつくしま浜海道トレイル）等での連携や、県内DMO同士の情報交換・意見交換を実施している。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・日頃より当DMOが運営するいわき市観光サイトやSNS、いわきの逸品サイトを活用し、地域の情報やイベント、市民活動を発信し、市民に対して当DMOの活動理解を促進している。
・市の主催する市民講座や中学・高校等で当DMOの取組み内容を講義し、周知している。
・宿泊施設や観光商業施設にまち歩き等のイベントチラシを設置し、幅広く市民からの参加を呼び掛けている。
・これまでも観光庁補助金を活用し、主に地域住民の中から観光ガイドを募集。地域愛の醸成に取り組んでいる。
・地域住民満足度は、令和５年10月に実施したイベントで市民向けのアンケートを実施した。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・本市の観光ポータルサイト「いわき市観光サイト」、SNS、YouTube動画、プレス広告等のデジタル媒体、観光パンフレットやMAP等の紙媒体等、多種の媒体を活用することで、本市の魅力ある観光及び物産に関わる情報を内外に発信した。（観光サイト:410万PV、SNS:803万リーチ、YouTube動画：213万回・登録者1,988名）（令和7年度は、繁体字と英語のパンフレット作成：各3,000部）
・インフルエンサーを活用した冊子「旅色」及び市域ルート
・ビーコンを活用し市内５施設（イオンモール小名浜、いわき・ら・ら・ミュウ、アクアマリンふくしま、スパリゾートハワイアンズ）に設置し市内周遊動向調査を行った。
・ECサイト「いわきの逸品」にて、季節のおすすめに市内で活躍するシェフに監修してもらったアレンジレシピをもとにした動画を配信し新規ユーザー数や市外からのアクセス数増を図った。
・本市を舞台にした映画やドラマ等のロケや撮影に対応し、広報宣伝にも努めた。（年間28件対応）
・「フラシティいわき」を市内外にPRするため、オリジナルのアロハシャツを制作･販売した。（約3,000枚販売）</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		・JR いわき駅構内の「いわき市総合観光案内所」において、観光客からの種々の問い合わせを対応すると共に SNS を活用し、日々情報の発信にも努めた。（年間対応数：電話 1,246 件/来所 3,396 件、開所日数 363 日） ・令和 6 年度より、インバウンド客誘致のため、現地（台湾）でのプロモーション（商談会や営業活動）に取組んだ。（3 回現地訪問、65 社と商談及び営業活動） ・当 DMO を事務局とするいわき観光共同キャンペーン実行委員会の事業として、令和 6 年 10 月に JR 大宮駅･横浜駅、令和 7 年 3 月に JR 東京駅、北千住駅にて「いわき観光キャラバン」を実施。スパリゾートハワイアンズのダンサーや関連団体によるステージイベント、体験等で本市の魅力を発信すると共に来年開催の福島デスティネーションキャンペーン（DC）を PR した。さらに、主に Z 世代(10 代から 20 代前半)にいわき市の魅力を伝える縦型ショートドラマ（TikTok 活用）を公開し PR を実施。2 話作成：計 236 万回の視聴回数。
	受入環境の整備	・令和 3 年度創出した「いわきツーリズムガイド」をまち歩きや着地型ツアー等で活用することで、本市の魅力を伝導する取組みを進めると共に、持続可能な取組みとする為、観光庁「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」を活用し、専門家指導の下、令和５年度「いわき名物ガイド」事業を行いガイドの創出（いわき名物ガイド２名、研修生２名） ・令和 2 年度以降連携している(株)mov の指導の下「Google ビジネスプロフィール」活用セミナーを令和５年４月に実施。湯本温泉旅館を中心とした参加者に対し、各施設で抱えている問題点を洗い出し実践的な解決策を示した。 ・アウトドア需要を高める為、サイクリストの休憩場所やトイレの提供、サイクルスタンドの設置等のおもてなし協力店を募り、整備する「サイクリストっぷ募集事業」を推進した。（認定協力店：111 店） ・当 DMO を事務局とするいわき観光共同キャンペーン実行委員会の事業として、令和５年シーズンにサッカーJ２リーグに昇格した「いわき FC」と対戦するアウェイサポーターをもてなす（宿泊者増）ための施策として、ホームゲーム及びアウェイにおいてブース出展し、本市の物産品販売や観光 PR、宿泊割引クーポン周知に努めた。（ホーム 16 回 6,860 人来場。アウェイ 3 回 15,250 人来場） ・令和 6 年度より、観光庁の補助金を活用し、当市におけるインバウンドの戦略を検討するため、行政、観光関係団体や学の参画による検討会を設置し戦略を策定した。 ・令和 7 年度より、「全国高校総合体育大会（インターハイ）男子サッカー競技」が福島で開催され、開催地として、選手や観戦客に向け、いわき市観光サイト内に特設ページの設置や、試合当日の観光案内や産品販売に努めた。（入場者：19,822 名）

	観光資源の磨き上げ	・自然や歴史、震災等テーマ別にいわき名物ガイドを活用したまちあるきの実施。(48 本 139 名参加) ・産業遺産を活用したヘリテージツーリズム協議会との連携での mini×mini さんぽの実施。(22 本 71 名参加) ・福島県事業と連動したバスツアー「ふくしま秋観光キャンペーン 2023」を開催し、草野新平生誕 120 周年記念ツアーの隣村との連携も含めて５コースを実施。(６本 84 名参加) ・登山初心者向けとして低山登山や急登登山として山岳会とコース企画・連携を行った登山ツアーを実施。(6 本 45 名参加) ・他団体主催（歴史・自然さんぽ、登山）のツアー造成の協力を行った。 ・県、東日本旅客鉄道株式会社との連携による４月～6 月までの「ふくしまプレ DC」(駅からハイキング）でのツアー企画の協力。(4 本 61 名) ・当 DMO を事務局とするいわき観光共同キャンペーン実行委員会の事業として、令和 7 年 11 月国宝白水阿弥陀堂の夜時間を活用し、紅葉のライトアップやお堂内のプロジェクションマッピングを活用した誘客イベント「アミダナイト」を造成したが、台風の影響で中止となった。 ・R６GW 期間にナイトタイムエコノミーの一環及び湯本温泉旅館への宿泊増につなげていく施策として「いわき市石炭・化石館ほるる」を活用し、夜間に「ほるるクエスト」を実施した。 ・令和 6 年度より、福島県と連携し、フラのコンテンツを活用し、首都圏のフラサークルの学生をターゲットに「フラ合宿」の誘致に向けフラの体験会を実施した。(13 大学、45 名参加) ・令和 7 年度は、桜の見どころ、紅葉などの花の見どころを PR するため、パンフレットを作成し、誘客に努めた。(計 5,000 部)
	【定量的な評価】 上記、実施概要参照	
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（別添可）。	**【実施体制の概要】** 当法人が、本市における観光まちづくりの舵取り役として、観光・物産事業者をはじめ、各団体等と連携しながら、本市の「観光まちづくり」と「地域が稼ぐ」仕組みの実現に向け、観光戦略の立案と事業実施を PDCA サイクル のもと推進し、「地域の観光をマネジメント」するハブとして機能する。	

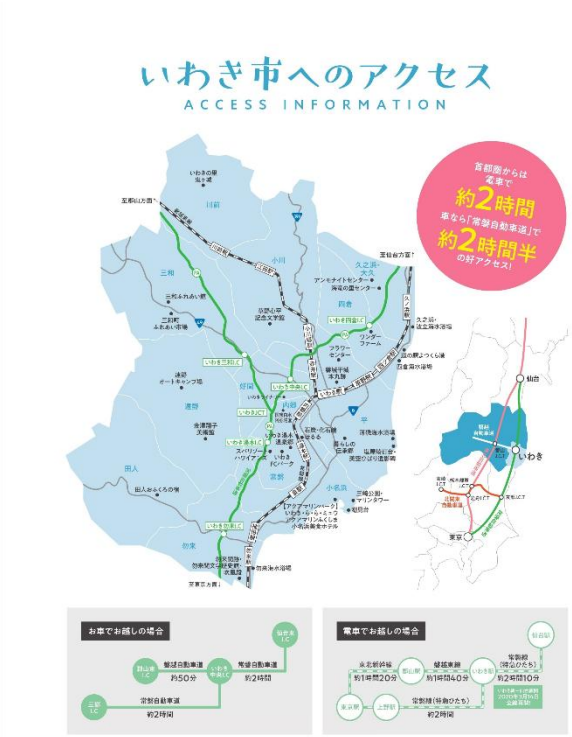
様式１

【実施体制図】【実施体制の概要】



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

いわき市という単一の行政単位であり、東北地方及び福島県内でも温暖な気候・温泉・海を土壌 に、地域内に共通するコンセプトとして「フラガールが生まれた街」。そしていわき市のシティセールスとして「フラシティいわき」があり、映画や東日本大震災以降のキャラバン活動を通じて全国区となった「フラガール」をキーとしつつ、広大な市域に点在する豊富な地域資源を活用することにより、地域全体で受け入れ体制の整備や周遊の仕組みづくりを創出することができる。また本市は、常磐自動車道・JR 常磐線・茨城、仙台空港など首都圏や仙台方面からの交通網に加え、県内では磐越自動車道・JR 磐越東線・福島空港などの交通網が整備されている。これらを活かしつつ、広大な市域に対応するため、二次交通の整備など様々な視点で誘客戦略を検討していく必要がある。これまでもまち歩き等の企画や地場産品の販売など連携した取り組みを実施。このことから、当該市町村全域を対象区域として設定する。

【観光客の実態等】

１ 観光入込客数（いわき市の統計数値(暦年統計) 2025 年 4 月）

R 6　7,068,737 人（対前年比 102.9%）
R 5　6,869,015 人
R 4　5,462,975 人
R 3　3,812,345 人
R 2　4,287,735 人
R 1　7,553,200 人

２ 延べ宿泊者数（いわき市の統計数値(暦年統計) 2025 年 4 月）

R 6　625,870 人（対前年比 106.9%）
R 5　585,711 人
R 4　462,681 人
R 3　286,891 人
R 2　348,480 人
R 1　693,762 人

３ 観光消費額（独自アンケート調査 2024 年度）

R 6　37,092 円（対前年比 128.3%）
R 5　28,907 円
R 4　27,815 円
R 3　29,305 円
R 2　33,456 円
R 1　27,158 円

４ 本市への来訪回数（独自アンケート調査 2024 年度）

1 位 4 回以上　47%
2 位 初めて　27%
3 位 ２回目　16%
4 位 ３回目　10%

５ 同行者（独自アンケート調査 2024 年度）

1 位 家族(お子様連れ)　73%
2 位 ご家族（親御さんと）　11%
3 位 夫婦で　6%
4 位 恋人と　5%

6 来訪手段（独自アンケート調査 2024 年度）

1 位	自家用車	86%
2 位	電車（特急ひたち）	7%
3 位	レンタカー・カーシェア	3%
4 位	電車（在来線）	2%
5 位	ｽﾊﾟﾘｯｿﾞｰﾄﾊﾜｲｱﾝｽﾞｼｬﾄﾙﾊﾞｽ	1%

7 来訪目的（独自アンケート調査 2024 年度）

1 位	観光（施設）	50%
2 位	観光（自然景観）	23%
3 位	帰省	13%
4 位	観光（グルメ）	6%

【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】

自然・景観	観光・商業施設	祭り
・いわきマリンタワー	・スパリゾートハワイアンズ	・じゃんがら念仏踊り
・塩屋埼灯台と雲雀乃苑	・いわき湯本温泉郷	・いわきおどり
・いわき七浜海道	・いわき市観光物産センター	・いわき七夕まつり
・いわき万本桜	いわき・ら・ら・ミュウ	・いわき回転櫓盆踊り大会
・小川諏訪神社シダレザクラ	・小名浜美食ホテル	・閼伽井嶽薬師夏大祭
・新田の大山桜	・いわき駅再開発ビル LATOV	・中之作つるし雛まつり
・夏井川渓谷/背戸峨廊	・いわき市フラワーセンター	・合戸の獅子舞
・高野花見山	・いわきの里鬼ケ城	・おなはま海遊祭
・湯ノ岳	・浜風商店きらら	・やっぺおどり
・二ツ箭山	・いわき FC パーク	・金刀比羅神社例大祭
・龍神峡	・いわき平競輪場	・四倉ねぶた
・中釜戸シダレモミジ	・JRA 馬の温泉	・勿来関桜まつり
・高蔵寺のシャガ	・さはこの湯公衆浴場	・遠野もみじ祭り in 龍神峡
・田人クマガイソウ	・道の駅よつくら港	・田人ほっこり祭
歴史・文化	**体験・学習**	**イベント**
・国宝白水阿弥陀堂	・環境水族館ｱｸｱﾏﾘﾝふくしま	・いわき花火大会
・磐城平城本丸跡地	・いわき市石炭・化石館ほるる	・夏井川流灯花火大会
・湯長谷城跡	・いわき市ｱﾝﾓﾅｲﾄｾﾝﾀｰ	・なこそ鮫側花火大会
・中田横穴	・いわき震災伝承みらい館	・四倉花火大会
・常磐炭鉱跡地	・常磐炭鉱産業遺産（ﾍﾘﾃｰｼﾞ）	・いわきサンシャインマラソン
・いわき芸術文化交流館	・いわき市考古資料館	・ツールドいわき
・いわき市立美術館	・ﾜﾝﾀﾞｰﾌｧｰﾑ（ﾄﾏﾄ狩り）	・フラガールズ甲子園
・いわき回廊美術館	・果物狩り（苺、ﾌﾗｳｰﾍﾞﾘｰ）	・ｼﾞｬﾊﾟﾝﾌﾗｶﾞｰﾙﾌｪｽﾃｨﾊﾞﾙ
・金澤翔子美術館	・いわきかまぼこ工房	・いわき街なかコンサート
・勿来関跡/吹風殿	・いわき絵のぼり	・いわき大物産展
・勿来関文学歴史観	・いわき和紙	・小名浜国際大漁旗アート展
・草野心平記念文学館	・遠野オートキャンプ場	・ほるるミュージアムナイト
・野口雨情湯本温泉童謡館	・磐城髙箸	・アミダダイト

【活用事例１】本市中山間地域でアクセスが不便な田人地域に生息する「クマガイソウ」群生地を訪れる着地型バスツアーを令和 6 年 5 月に実施。（52 名参加　うち 10 名は市外から参加）

【活用事例２】常磐炭鉱産業遺産（ヘリテージ）について、ヘリテージツーリズム協議会と連携し、ガイド付きのまちあるきを令和 6 年度に実施。（22 回　計 71 名参加　うち 38 名が市外から参加）

様式１

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

235　宿泊施設の状況（令和６年10月１日現在）

地区	総数			旅館・ホテル			簡易宿所			下宿		
	軒数（軒）	室数（室）	収容人員（人）	軒数（軒）	室数（室）	収容人員（人）	軒数（軒）	室数（室）	収容人員（人）	軒数（軒）	室数（室）	収容人員（人）
総数	**278**	**7,137**	**17,859**	**213**	**6,644**	**15,499**	**50**	**315**	**2,012**	**15**	**178**	**348**
平	54	2,814	5,187	44	2,723	4,635	8	69	508	2	22	44
小名浜	63	1,423	2,617	41	1,278	2,251	12	51	162	10	94	204
勿来	50	753	1,737	42	665	1,439	7	46	246	1	42	52
常磐	48	1,423	5,823	41	1,372	5,503	6	49	308	1	2	12
内郷	9	90	272	7	71	221	1	1	15	1	18	36
四倉	12	122	461	8	108	378	4	14	83	－	－	－
遠野	7	43	188	3	26	114	4	17	74	－	－	－
小川	1	2	10	－	－	－	1	2	10	－	－	－
好間	10	116	237	10	116	237	－	－	－	－	－	－
三和	4	31	120	2	25	70	2	6	50	－	－	－
田人	4	24	110	2	21	90	2	3	20	－	－	－
川前	2	42	207	1	22	87	1	20	120	－	－	－
久之浜・大久	14	254	890	12	217	474	2	37	416	－	－	－

【利便性：区域までの交通、域内交通】

１　鉄道

■ＪＲ特急ひたち　品川/東京/上野駅⇔いわき駅(品川 2 時間 26 分/上野 2 時間 11 分)

■ＪＲ新幹線やまびこ　東京→郡山(1 時間 18 分)⇒JR 磐越東線乗換え→いわき駅(1 時間 30 分)

■ＪＲ特急ひたち　仙台駅⇔いわき駅（2 時間 2 分）

２　高速バス

■東京駅⇔いわき駅（約 3 時間半）

■仙台駅⇔いわき駅（約 3 時間）

■福島市内⇔いわき駅（約 2 時間）

■郡山市内⇔いわき駅（約 1 時間半）

■会津若松市内⇔いわき駅（約 3 時間）

３　自動車

■首都圏から 常磐自動車道・三郷 IC～いわき中央 IC（約 2 時間）

■仙台から 仙台東部道路・仙台東 IC～いわき中央 IC（約 2 時間）

東北自動車道・仙台宮城 IC～郡山 JCT 経由～常磐自動車道いわき中央 IC（約 2 時間半）

■新潟から 磐越自動車道・新潟中央 IC～常磐自動車道いわき中央 IC（約 3 時間）

４　空港

■福島空港 車（約 50 分)、リムジンバス（約 3～4 時間/郡山駅乗り継ぎ）

■茨城空港 車（約 1 時間半)、いわき駅→水戸駅⇒空港連絡バス→茨城空港(約 2 時間)

■仙台空港 車（約 2 時間)、いわき駅→仙台駅⇒空港連絡バス→仙台空港(約 3 時間半)

【外国人観光客への対応】

・HP「いわき市観光サイト」において Google 翻訳機能を導入し、英語、タイ語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）変換をサポート。

・いわき駅内にある「いわき市総合観光案内所」が、JNTO 外国人観光案内所カテゴリーⅠ認定。

・広域連携 DMO「東北観光推進機構」の「Base!TOHOKU 事業」にいわき湯本温泉郷を応募し、令和５年度より参画。連泊プランの造成や地域コンテンツを組み込んだプラン等の取り組みを宿泊事業者や周辺の観光事業者等と連携し、推進することで将来のインバウンド誘客に備えることとした。

・JNTO のオウンドメディアの活用や東北観光推進機構 HP「旅東北」に地域コンテンツを掲載中。

・令和 2 年度観光庁専門家派遣事業以降、継続して連携しているデジタルマーケティング専門家(株)mov 川西氏、今野氏指導の下、将来のインバウンド誘客に備えるため、「Google ビジネスプロフィール」を活用した受入環境の整備を当 DMO の会員を中心に推進している。
・令和 6 年度観光庁「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」を活用し、インバウンド戦略を策定。
・将来のインバウンド誘致に備えるため、当 DMO が主催するまち歩きや山登り等のコンテンツを OTA 掲載することで募集のみならず、多言語化、キャッシュレス決済に対応。

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	いわき市観光振興課「令和 6 年市内入込客数」より引用。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスを活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。（令和 4 年度 初実施）
知人への紹介意向	来訪者の行動思考として知人への本市の紹介意向を把握するため。	アンケート調査を自主事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

いわき市では、平成 23 年 3 月に発生した東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の発生から 10 年以上が経過し、震災記憶の伝承や防災・減災意識の醸成が必要な段階に進み、持続可能な社会・地域づくりを探究・創造するホープツーリズムを踏まえた教育旅行の誘致、沿岸部のみならず中山間地も網羅したサイクルルートや沿岸部を活用したトレイルルートの設定など状況の変化に対応した新たな取り組みを始めている。
また、コロナ禍からの本格的な回復を受けて観光需要は堅調に推移する一方、ALPS（Advanced Liquid Processing System「多核種除去設備」）処理水問題や昨今の物価高騰や燃油高、猛暑や大雨等の異常気象や、物流・バス業界の 2024 年問題による運輸コスト増や人手不足による便数減少等、これまでに経験したことがないような環境下、いわきの観光を取り巻く環境が大きく変化している。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・全国的知名度の「スパリゾートハワイアンズ」「フラガール」 ・県内唯一の国宝建造物「白水阿弥陀堂」 ・日本三古泉のひとついわき湯本温泉郷 ・フタバスズキリュウやアンモナイトといった化石発掘のメッカ ・産業遺産･常磐炭田の歴史（ヘリテージ） ・全国的にみて日照時間が長い環境 ・東北地方ながら冬は温暖、夏は冷涼 ・今後も発展が期待できるマリンエリア ・全長約 53km にも及ぶ海岸線沿いのサイクリングロード ・プロサッカークラブ「いわき FC」J2 参入 ・地域を案内する観光ガイドの創出 ・JR 常磐線いわき駅や湯本駅周辺の再開発	弱み（Weaknesses） ・「スパリゾートハワイアンズ」「フラガール」以外の知名度が低い ・地域面積が広大であることに起因する交通網の整備(二次交通問題) ・市内地域間の連携が弱い ・市外･海外への情報発信が不十分 ・外国人の受入環境の整備が遅れている ・宿泊や観光施設とのデータ連携が遅れている ・域内周遊を促進するプログラムの造成が遅れている ・地域ならではのブランド(常磐もの)の造成が遅れている
外部環境	機会（Opportunity） ・東日本大震災による防災意識の向上 ・東日本大震災による住民主体の地域活性化意識の向上 ・姉妹都市や交流都市等、都市間交流体制の充実 ・地域内でのスポーツ振興意識の向上 ・上野東京ライン開業による滞在人口の一時的上昇 ・常磐自動車道の全線開通 ・JR 常磐線の全線開通（復旧） ・映画やアニメの舞台としての活用	脅威（Threat） ・原発事故に起因する放射線事故による（一次･二次）産業への影響と風評被害 ・原発事故に起因する ALPS 処理水の海洋放出による風評被害 ・震災復興工事による景観の変化 ・東日本台風被害の復旧の遅れ ・東北新幹線の高い利便性との比較 ・全国３位の県面積（県内全域を周遊することが難しい地形的問題）の関係も有り他エリアとの連携が難しい

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層

首都圏在住の 30～40 代のお子様連れファミリー

〇選定の理由

本市は関東地方と隣接しており、首都圏からは電車やバスで 2 時間弱と利便性も高く、人口集中地域であることから、メインマーケットとして位置づけている。いわき市観光アンケート調査結果から来訪者の構成比として福島県(16%)以外では、首都圏が 59%（東京都 15%・茨城県 14%・千葉県 11%・埼玉県 11%・神奈川県 8%）と割合が高く、同行者別では 30～40 代のお子様連れ多い（全世代の中で 68%)。加えて、首都圏より宿泊者無料バス送迎がある「スパリゾートハワイアンズ」や東北最大級の水族館「アクアマリンふくしま」といった家族層に人気のテーマパークもあることから、首都圏在住のお子様連れファミリーを第１ターゲットとしている。

〇取組方針

本市の観光ポータルサイト「いわき市観光サイト」や公式 SNS 等を活用し、日々のイベント等の観光情報や動画広告等をデジタルで発信すると共に、首都圏で実施されるイベントや物産展等で地域事業者と連携し観光 PR を行なっている。

また、今後の顧客層となる教育旅行で訪れる学生誘致のため、市と連携し補助金交付の施策を進めている。

〇ターゲット層 県内・近隣及び首都圏在住の 40～60 代ご夫婦・一人旅
〇選定の理由 　いわき名物ガイドを活用したまち歩きや山登り等の着地型ツアーは、40～60 代の人気が高く、個人参加者が多い状況であり、参加者アンケートから年齢層は、40 代（16%）、50 代(36%)、60 代(20%)であり、全体の 72%の参加となった。 　また、いわき市観光アンケート調査結果からも、40 代から 60 代来訪者の構成比が福島県(6.9%)を含む、千葉県(7.7%)、東京都（7.0%)、神奈川県（5.3%）となり、県内・近隣及び首都圏の 40 代から 60 代のご夫婦及び一人旅の方を第 2 ターゲット層に位置付けている。 〇取組方針 　滞在型・周遊型旅行の促進はもちろんのこと日帰りでも気軽に来訪できる地域であることから、『何度も訪れたくなるいわき』をキーワードとした地域の魅力発信を継続しながら KPI でもあるリピート率の向上を図っている。 　その為にも主要観光施設だけに頼らない、いわきの「人」「自然」「歴史」「食」などの魅力を磨き上げ、滞在時間を延長してもらい地域経済の循環を狙う。
〇ターゲット層 インバウンド（台湾）
〇選定の理由 　訪日外国人観光客で福島県を訪れる最も多い国籍は台湾であり、かつ、福島空港の台湾定期チャーター便が運航されており、台湾からの集客を見込む。 〇取組方針 　コロナ後の観光誘客に向けて海外 OTA サイトへの着地型コンテンツ掲載を推進し、台湾をはじめとしたインバウンドマーケットの獲得に着手している。また、観光庁補助事業「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」の採択を受け、外部専門人材の登用によるインバウンドに関する分析及び戦略の策定を行い本市のインバウンド誘客を強化していく。 　また「みちのく潮風トレイル」延長を見据えた、本市の海岸線沿いに整備･調査をしているロングトレイル「うつくしま浜街道トレイル」や、復興サイクリングロード「いわき七浜海道」のナショナルサイクルルート認定に向けた取組みとも連動し、将来に向けた誘客を目指している。 　ホームページなどの多言語対応による情報発信や、Google ビジネスプロフィールを用いた市内の宿泊施設や飲食店の情報提供、及びデジタルマーケティングによる効果的なプロモーションの実施など、インバウンド誘客に対応した受入環境整備を推進する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	観光の力でいわきを豊かに。フラガールが生まれた街いわき フラガールが生まれた街ロゴ
②コンセプトの考え方	いわき市では、市の魅力を市内外に広く発信し、都市イメージ・都市ブランド力を高めるため、指針となる「いわき市シティセールス基本方針」を策定した。 　その策定過程では、半世紀前に常磐ハワイアンセンター（現：スパリゾートハワイアンズ）の誕生とともに生まれた、いわきの「フラ文化」に着目し、日本のフラ文化発祥の地「いわき市」に根付いているアイデンティティは「フラ」であることを改めて認識し「フラシティいわき」を掲げている。

	また、この「フラ」というメインコンテンツと「いわきの主な地域資源」との関係性は共存関係にある。地域資源の中から「フラ」をクローズアップすることで、フラを切り口に本市を知ってもらい、それをきっかけとして、小名浜地区を中心としたマリンエリアや常磐地区にあるいわき湯本温泉郷、いわき特有の太古の化石や常磐炭田を中心とした近代遺産、サイクリングやマリンスポーツなど自然由来の観光資源、更には東日本大震災の記憶や復興に向けたホープツーリズムの取組みなど、地域の特色を活かした着地型ツーリズムを推進する。 フラ以外の地域資源に「フラ」という要素を「＋（プラス)」することで、お互いが持つ魅力が相乗効果により新たな魅力を創出し、市内外に対する訴求力の高いコンテンツとして磨き上げることで、市外からの「人の流れ」と市内での「稼ぐ仕組み」を作る。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	① いわき観光まちづくりビューローにおける理事会、総会の開催 ② いわき観光まちづくりビューローにおける執行部会議、部会の開催 ③ 広域観光に関わる協議会の開催
	① 観光地域づくり法人を中心として会員が組織する地域・情報戦略部会４回、観光・誘客推進部会４回、地域・物産振興部会４回開催し、新規事業の検討、事業の振り返りを行ったうえでの事業推進などを協議。更に総会を年 1 回・理事会を年 3 回程度開催し、全体の意識共有を図るとともに、戦略に関係する会員以外の関連事業者に対してはコンサルティング等を実施する。 ② 年９回の DMO 理事が同席する執行部会議や、当 DMO の会員が所属する各部会にて当 DMO の取組を共有し、協議している。 ③ 広域観光に係る協議会（うつくしま浜街道観光推進会議、いわき市・北茨城市・高萩市広域観光行政連絡協議会など）や県内の DMO や近隣市町村の観光協会等との情報共有の機会を設けている。
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	・市内観光地にて年４回程度、さらに、主催しているまちあるきや登山等、観光コンテンツ実施の際、QR コードを活用したデジタルアンケートを実施。 着地アンケートでは「いわき市観光まちづくりビジョン」に反映していくとともに、各部会にて現状と今後の方針に活用している。さらには、まちあるき参加者とガイド双方からも情報を得ることで、コース造成やガイドスキルアップなどに活用し、案内内容の改善等 OJT にも活用している。 ･Google ビジネスプロフィールを介して、市内事業者の Google マップ上の口コミを分析し、参画した事業者に情報をフィードバックすることで、品質向上と掲載情報の改善に努めている。
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	･当 DMO の会員事業者宛てに、必要に応じて情報発信を図ると共に、部会等での情報共有を図っている。 ･本市の観光ポータルサイト「いわき市観光サイト」に各種観光関係団体や行政のイベント等情報を集約し、日々定期的な情報発信に努めている。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（円）	目標	31,430	33,838	36,430	35,424	36,622	37,860	39,140
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	29,305	27,815	28,907	37,092			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（人）	目標	825,296 (6,704)	861,839 (7,768)	900,000 (9,000)	745,288 (9,155)	808,638 (9,309)	822,291 (9,466)	836,175 (9,626)
	実績	286,891 (832)	462,681 (1,751)	585,711 (3,645)	625,870 (3,650)			
●来訪者満足度（%）	目標	94.2	94.6	95.0	97.0	97.5	98.0	98.5
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	91.0	91.0	96.2	92.1			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	76.2	78.1	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	87.0	80.0	76.2	72.6			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
令和 6 年度「いわき市観光まちづくりビション」改訂に当たり、市内教育機関（東日本国際大学)、執行部会・各部会及び連携する地方公共団体の担当部署であるいわき市観光文化スポーツ部と検討（庁内関係部署へ照会）を重ね、それぞれの項目において地域の『稼ぐ力』を最大限に引き出すための指標を策定。(2024 年５月改定)

【設定にあたっての考え方】
●【旅行消費額】
各種施策により 2019 年、2020 年と順調に伸びてきたが、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減。2023 年以降は回復基調にあることから旅行・観光消費動向調査（2022 年 年間値・速報)」における日本人国内旅行の一人一回当たり旅行単価 4 万円台を目指す。

●【市内宿泊者数】
2012 年からの観光交流人口の占める宿泊者数の割合は平均で９％であることから、周遊・滞在のさらなる促進を行い、観光交流人口に占める割合として 10%の宿泊者数を目指す。

●【外国人延べ宿泊者数】
コロナ禍の入国制限により、外国人延べ宿泊者数は激減しました。各種制限が撤廃された今般、これまで以上にインバウンド誘客を推進し、市内宿泊者数に占める外国人宿泊者数の割合として、

これまでで最も多い、2017 年の割合（1.15%）を、各年において目指す。

●【来訪者満足度】
　満足度 100%を最大の目標としながら、地域全体で観光客をおもてなしする意識を醸成し、2028 年は満足度 99%を目指します。

●【リピーター率】
　コロナ禍における域内旅行需要の増により、リピーターが増え、2021 年で 87%まで増加。
その後、感染が落ち着き、市内外問わず観光客が来訪した結果、初来訪者の割合が増え、リピーター率は 80%まで減少。
　2023 年以降も情報発信や各種商品造成の強化により、初めて来訪する方も確保しながら、リピーター率 80%の水準を維持。

（２）その他の目標

指標項目		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●Webｻｲﾄのｱｸｾｽ状況（PV）	目標	3,286,216	3,755,718	4,300,000	4,005,798	4,220,618	4,446,957	4,685,434
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	2,358,114	3,608,405	4,180,773	4,105,698			
		（　）	（　）	（　）	（　）			
●観光入込客数（人）	目標	8,587,761	8,791,464	9,000,000	7,452,881	7,452,881	8,222,909	8,361,748
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	3,812,345	5,462,975	6,869,015	7,088,737			
		（　）	（　）	（　）	（　）			

※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】
　令和 6 年度「いわき市観光まちづくりビジョン」改訂に当たり、市内教育機関（東日本国際大学)、執行部会・各部会及び連携する地方公共団体の担当部署であるいわき市観光文化スポーツ部と検討（庁内関係部署へ照会）を重ね、それぞれの項目において地域の『稼ぐ力』を最大限に引き出すための指標を策定。(2024 年５月改定)

【設定にあたっての考え方】
●【WEB サイトアクセス PV 数】
　WEB サイトへの各種誘導策の効果により、年々PV 数は伸びている状況です。
　※ただし、コロナウイルス感染症拡大の影響を考慮。
　今後も地域と連携しながら情報を収集・発信し、2028 年において、475 万 PV を目指します。

●【観光交流人口】
　アクションプランの実施により、アフターコロナで急速に拡大する国内外の旅行需要を取り込み、2028 年は年 850 万人を目指します。

様式１

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（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３）年度	288,216,341（円）	【市からの補助金】: 2,672,450 円 【市からの委託料】: 154,909,190 円 【会費収入】: 7,639,000 円 【収益事業収入】: 49,275,713 円 【負担金収入】: 65,027,000 円 【その他収入】: 8,692,988 円
2022（Ｒ４）年度	291,059,887（円）	【市からの補助金】: 7,416,250 円 【市からの委託料】: 165,962,268 円 【会費収入】: 7,589,000 円 【収益事業収入】: 40,175,488 円 【負担金収入】: 68,673,000 円 【その他収入】: 1,243,871 円
2023（Ｒ５）年度	236,459,450（円）	【市からの補助金】: 7,108,000 円 【市からの委託料】: 111,175,263 円 【会費収入】: 7,559,000 円 【収益事業収入】: 37,778,092 円 【負担金収入】: 71,720,000 円 【その他収入】: 1,119,095 円
2024（Ｒ６）年度	320,769,486（円）	【市からの補助金】:5,063,519円 【市からの委託料】: 152,162,668 円 【会費収入】 : 7,599,000円 【収益事業収入】 : 83,650,549円 【負担金収入】 : 71,720,000円 【その他収入】: 573,750 円
2025（Ｒ７）年度	329,299,714（円）	【市からの補助金】: 3,700,000 円 【市からの委託料】:152,885,714円 【会費収入】: 7,684,000 円 【収益事業収入】: 83,700,000 円 【負担金収入】: 72,802,000 円 【その他収入】: 8,528,000 円
2026（Ｒ８）年度	297,720,000（円）	【市からの補助金】: 7,000,000 円 【市からの委託料】: 150,000,000 円 【会費収入】: 8,000,000 円 【収益事業収入】: 60,000,000 円 【負担金収入】: 71,720,000 円 【その他収入】: 1,000,000 円
2027（Ｒ９）年度	297,720,000（円）	【市からの補助金】: 7,000,000 円 【市からの委託料】: 150,000,000 円 【会費収入】: 8,000,000 円 【収益事業収入】: 60,000,000 円 【負担金収入】: 71,720,000 円 【その他収入】: 1,000,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	272,278,681（円）	【管理費】：14,000,000 円 【プロモーション】：40,000,000 円（内 15%海外） 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円 【マーケティング】：5,000,000 円 【観光イベントの開催費】：15,000,000 円 【その他事業費】：148,278,681 円
2022（Ｒ４） 年度	289,236,941（円）	【管理費】：9,924,246 円 【プロモーション（15%海外）】：40,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円 【マーケティング】：5,000,000 円 【観光イベントの開催費】：35,000,000 円 【その他事業費】：149,312,695 円
2023（Ｒ５） 年度	234,540,836（円）	【管理費】：9,962,919 円 【プロモーション（15%海外）】：40,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円 【マーケティング】：5,000,000 円 【観光イベントの開催費】：35,000,000 円 【その他事業費】：94,577,917 円
2024（Ｒ６） 年度	323,315,360（円）	【管理費】：12,605,886 円 【プロモーション（15%海外）】：41,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円 【マーケティング】：6,000,000 円 【観光イベントの開催費】：35,000,000 円 【その他事業費】：178,709,474 円
2025（Ｒ７） 年度	329,000,000（円）	【管理費】：13,040,000 円 【プロモーション（15%海外）】：42,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円 【マーケティング】：7,000,000 円 【観光イベントの開催費】：35,000,000 円 【その他事業費】：136,960,000 円
2026（Ｒ８） 年度	297,080,000（円）	【管理費】：15,000,000 円 【プロモーション（15%海外）】：43,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円 【マーケティング】：7,000,000 円 【観光イベントの開催費】：35,000,000 円 【その他事業費】：147,080,000 円
2027（Ｒ９） 年度	297,080,000（円）	【管理費】：15,000,000 円 【プロモーション（15%海外）】：43,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】：30,000,000 円 【コンテンツ開発】：20,000,000 円

		【マーケティング】: 7,000,000 円 【観光イベントの開催費】: 35,000,000 円 【その他事業費】: 147,080,000 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

〇会員事業者の意見を取り入れながら、効果が実感できる事業を展開し、会員及び会費増を図る。
〇戦略的に地域経済全体の活性化につながる事業を展開することにより、市からの補助金及び業務委託料、負担金等の確保を図る。
〇当ビューローで造成するガイド付きの着地型コンテンツを販売し、将来的な収益捻出を目指す。
〇当法人が運営する市の指定管理施設「いわき市石炭・化石館ほるる」を有効活用した観光振興を行っていく。また、館の売店及び EC サイトにおいて、いわき市物産品等風評払拭にもつながる周知を推進していき、販売、売上増を目指す。

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

一般社団法人いわき観光まちづくりビューローにおいては、本市の観光振興施策の指針である 「いわき観光まちづくりビジョン」を策定（2024 年５月改定）しており、観光が本市経済を支える柱となるよう、市、 観光関連事業者など様々な主体と連携を図り、観光によるまちづくりを推進しております。 いわき市は、一般社団法人いわき観光まちづくりビューローを本市における地域ＤＭＯとして継続し登録していくために当ビューローとともに申請いたします。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	佐藤　義範
担当部署名（役職）	誘客企画課　課長補佐
郵便番号	972-8321
所在地	福島県いわき市常磐湯本町向田 3-1
電話番号（直通）	0246-44-6545
ＦＡＸ番号	0246-44-6546
Ｅ－ｍａｉｌ	dmo@iwaki-kankou.or.jp

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	福島県いわき市
担当者氏名	小針　忍
担当部署名（役職）	観光振興課 観光企画係 主任主査（兼）係長

様式１

郵便番号	970-8686
所在地	福島県いわき市平字梅本 21 番地
電話番号（直通）	0246-22-1292
ＦＡＸ番号	0246-22-7581
Ｅ－ｍａｉｌ	kankokoryu@city.iwaki.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人いわき観光まちづくりビューロー

様式２

記入日：　令和6年6月1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
福島県いわき市
【設立時期】 平成5年4月2日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 大場　敏宣
【マーケティング責任者（CMO）】 石井 飛伽
【財務責任者（CFO）】 鹿崎 耕司
【職員数】 24人【常勤24人（正職員13人・臨時・嘱託等11人・出向1人】
【主な収入】
事業収益 7.6百万円、委託事業152百万円、負担金72百万円
（R6年度決算）
【総支出】
事業費 310百万円、一般管理費 12百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】 いわき観光まちづくりビューロー会員(R7.5.27現在 315団体) 行政機関、商工関連団体、宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、農林水産事業者、各種市民団体等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
一人当たりの旅行消費額（円）	目標	33,838（－）	36,430（－）	35,424（－）	36,622（－）	37,860（－）	39,140（－）
	実績	27,815（－）	28,907（－）	37,092（－）	—（－）	—（－）	—（－）
延べ宿泊者数（人）	目標	861,839（7,768）	900,000（9,000）	745,288（9,155）	808,638（9,309）	822,291（9,466）	836, 175（9,626）
	実績	462,681（1,751）	585,711（3,645）	625,870（3,650）	—（－）	—（－）	—（－）
来訪者満足度（%）	目標	94.6（－）	95.0（－）	97.0（－）	97.5（－）	98.0（－）	98.5（－）
	実績	91.0（－）	96.2（－）	92.1（－）	—（－）	—（－）	—（－）
リピーター率（%）	目標	78.1（－）	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）	80.0（－）
	実績	80.0（－）	76.2（－）	72.6（－）	—（－）	—（－）	—（－）

戦略

【主なターゲット】
①首都圏在住の子育て世代30～40代ファミリー
②県内・近隣及び首都圏在住の40～60代ご夫婦・一人旅
③インバウンド（台湾）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①「いわき市観光サイト」や公式SNS等を活用したプロモーションや首都圏イベントでのPR。
②滞在型・周遊型旅行の促進のため観光ガイドを活用したまち歩きや山登り等着地型コンテンツを整備。
③戦略を策定するとともに、国、県等と連携した商談会参加やJNTO等と連携したプロモーション。
【観光地域づくりのコンセプト】
観光の力で、いわきを豊かに。フラガールが生まれた街いわき

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・ガイドを活用したまち歩き、登山等テーマ別ツアーの企画・実施。
・ホープツーリズムの実施。
・サイクルやトレイルルートの活用。
【受入環境整備】
・インバウンドも視野に入れた観光ガイドの育成、創出。
・Googleビジネスプロフィールを活用した受入環境の整備。
【情報発信・プロモーション】
・市観光ポータルサイト「いわき市観光サイト」やSNS、動画等を活用した定期的な情報発信及びリマーケティング。
・物産店等イベントでの観光PR。
【その他】
・ECサイトを活用した地場産品の販売促進。
・DMPを活用したデジタルマーケティングの推進強化。
・インバウンド誘客（商談会・営業）。