観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月７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）草津温泉観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	群馬県吾妻郡草津町　草津温泉地域	
所在地	群馬県吾妻郡草津町	
設立時期	昭和３５年５月２１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	１４人【常勤１１人（正職員９人・長期臨時２人）、非常勤３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）	山本　剛史 草津温泉観光協会　会長 ㈱ホテルニュー高松	当協会理事を経て、令和４年に観光協会長就任。当事業部会長を経て、協会長に就任した初のケースである。旅行エージェントの外部役員等を歴任しており、全国の温泉観光地や旅行業者等と幅広いネットワークを有し多様な観点から施策を立案する。
データ収集・分析 宣伝広告全般 人材育成事業 統括責任者 （ＣＭＯ）	福田　俊介「専従」 （一社）草津温泉観光協会 事務局長	当事業の専従担当者として、データ分析等のマーケティング等、当事業の統括的な責任者を務める。グローバルな観光施策を立案するインバウンド施策や、国内外に DMO から発信するプロモーションとマーケティングの責任者を務める。また、将来を見据えた人材の確保・定着・育成についての事業の責任者を務める。
財務責任者 （ＣＦＯ）	松井　香織「専従」 （一社）草津温泉観光協会 課長	草津温泉観光協会に就業してから経理や財務に係る業務を担当。当協会全体の持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
イベント企画 コンテンツ開発 担当責任者	白鳥　新 （一社）草津温泉観光協会 主任	草津温泉観光協会に就任してから多様な業務に携わってきた。若年層対象を中心としたイベント企画やコンテンツ開発、そのプロモーションを展開する。
WEB メディア事業 人材育成事業 担当責任者	小森　涼太 （一社）草津温泉観光協会 主任	草津温泉観光協会に就任してから多様な業務に携わってきた。若年層対象を中心とした WEB プロモーションを主に担当する。また、地域に就業した若年層とも近い年代であるため、同世代の感覚を活かした立案ができるよう人材育成事業の担当者も務める。

様式１

<table>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td>群馬県草津町観光課（事業提携、入込客数等のデータ提携）
群馬県草津町企画創造課（事業提携、地方創生事業担当課）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>草津温泉旅館協同組合（宿泊施設情報提供、各施設との連携・情報共有）
草津町商工会（商店・飲食店情報提供、各施設との連携・情報共有）
㈱草津観光公社（入浴施設・スキー/ハイキング等のアクティビティー連携）
その他、外部企業（データ収集、戦略策定支援）</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】①②
（概要）
観光団体や部会の長が在籍する執行部会のもと、宿泊施設・飲食業・商工業・観光公社・観光協会役職員と町職員も含めた３０代～４０代を中心とした若手からなる専門部会を３つ設置。（グローバルマーケティング部会・新観光創生部会・人材育成部会）
①ＤＭＯの執行部として観光協会長、旅館協同組合長、商工会長等が参画している。また、観光協会員には、交通業者等の幅広い分野の事業者が加盟しており、総会等で情報を共有し合意形成を図っている。
②各部会には、当協会、旅館協同組合や商工会の理事役員も参画しており、より密接な地域内の連携を図っており、各部会内において、ＫＰＩの達成状況の共有も行っている。また、その他の団体の会議等でもＤＭＯで取得・分析した客観的なデータや、データに基づく施策や方向性を共有し幅広く合意形成を図っている。</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>前述の３つの部会において、各業界の若手経営関係者が参画し事業を推進している。また、各部会の事業において、アンケートへの協力、町内出身・在住の動画クリエイターによる動画撮影、動画へのエキストラ参加、町内在住・関係者が講師を務める独自性を保った研修を、各業界施設従業員・経営者に向け開催する等、地域住民が主体となる事業を展開してきた。今後は、動画にて展開し始めている。より有意性を高める内容を検討している。また、町内全域を対象とした月に一度実施する交流会や年度初めには入社式を実施し、経営関係者だけでなく、従業員も含め、当事業の啓蒙を行っている。また、交流会等には、当事業に参画していない旅館協同組合・商工会の青年部員にも参加していただき、町内全体で行う当事業のコンセプトへの理解を促進している。</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>・動画制作事業（平成２８年～令和６年）
「Kusatsu Onsen,JAPAN -4Seasons-/草津温泉」
「MyFavoriteThings -KusatsuOnsen-」
「草津温泉で働くこと暮らすこと一暮らし合いの街」
「８Ｋ８Ｄ動画シリーズ」
「温泉ブランディング動画シリーズ」
「AI 生成動画」など
・インバウンド対策事業（平成２９年～令和６年）
インフルエンサー・ＹｏｕＴｕｂｅｒ・ＫＯＬ等誘致
旅行博出展、現地プレゼン　など
・ＳＮＳ・アプリ活用事業（平成３０年～令和６年）
「草津よいとこ撮ってチョイナ！フォトコン」
「地域内施設紹介」公式 SNS</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

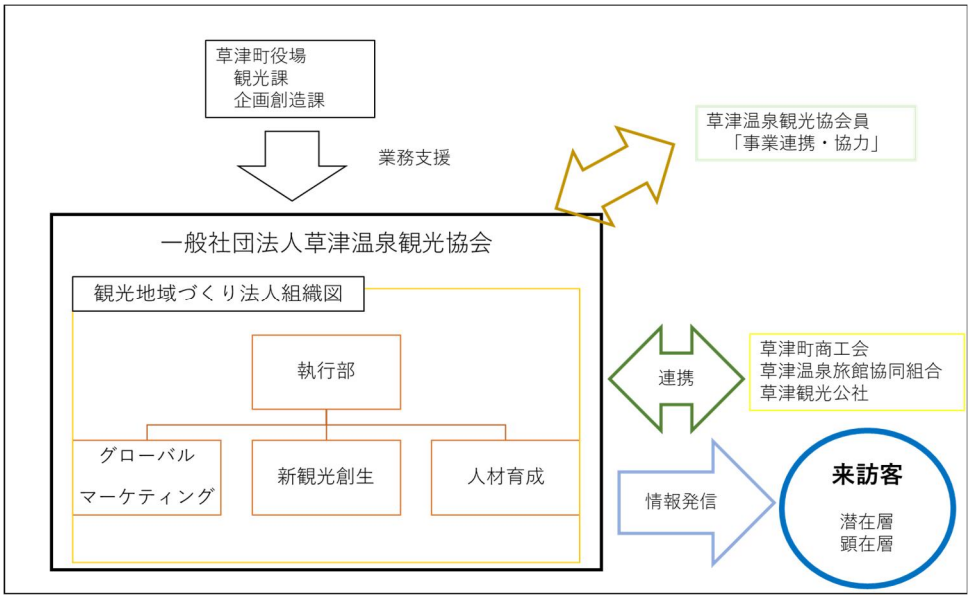
	「草津温泉音声ガイド」 「草津温泉アンバサダーオーディション」 「公式アプリ」など
受入環境の整備	・人材の確保・定着・育成事業（平成２８年～令和６年） 「従業員対象調査」 「経営者対象調査」 「草津温泉合同入社式『来草歓迎式』」 「草津温泉あつまらナイト」（交流会） 「草津塾」（研修） ・地域における観光産業の実務人材の確保・育成事業（令和元年） 「草津で働く人・暮らす人体験」 「人事担当者情報交換会」 「アクティブシニアの活用検討」 「草津っ子プロジェクト」 「メンタルカウンセリング研修」 「テレワークの検討と試行」 ・移住定住プロジェクト（令和２年～） 「移住促進ホームページ」運営（令和３年～） ・教育動画（令和７年～）
観光資源の磨き上げ	・温泉文化+コンテンツマーケティング事業（平成３０年～令和６年） 「温泉むすめトークライブイベント」 「e-Sports 湯桶杯」 「和傘の舞」イベント　など ・まち歩き促進事業（令和３年度～） 「ＡＲコンテンツを活用したイベント」 「まち歩き手形」制作 「公式アプリ」

【定量的な評価】

キャラバンや旅行エージェントへのプロモーション等の継続的なプロモーションの実施、また、観光地域づくり法人事業（ＤＭＯ事業）より実施してきた、動画プロモーションや新規イベントの開発などの取り組みが奏功し、令和元年度の総入込客数は３２７万人を超え、過去最高の数値を記録した。但し令和２年度においては新型コロナウイルス感染症の影響により、１９４万人まで下落している。令和３年度からは段階的に回復し、令和５年度については、当初最高値である令和元年度を大きく上回る３７０万人の入込客数を記録した。令和６年度においては、地域全体のまちづくりを題材にした、より多方面へのプロモーションが奏功し、最高値を更に更新した４０１万人の入込客数を記録した。

訪日旅行客においても、平成２７年度の観光地域づくり法人事業開始前の３６，１２０人から令和元年度は５２，７０５人と上昇している。（最高値は平成３０年度の５６，５４３人）新型コロナウイルス感染症の影響により令和２年度は客数が大幅に減少し、３５２人、令和３年度は２３３人だった。令和４年度は１０月に訪日旅行客の受入が緩和され、２６，８９３人まで回復をした。令和５年度においては、６５，５９０人の入込となった。令和６年度はアジア圏だけでなく、割合的に欧米系の来訪者も増加し、８２，２５２名まで増加した。

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（別添可）。	**【実施体制の概要】** （母体は草津温泉観光協会。主担当は事務局に籍を置く、各責任者４名。観光協会の理事会とは別に、当事業の専門部会を設け、行政や各団体組織と密接に連携しながら事業を推進する。 　及び、先進的な手法で調査を行う為、また、専門的な立場から戦略策定の支援を受ける為、外部業者とも提携・連携する **【実施体制図】** 

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】
草津温泉は湯治場として栄え、江戸時代の諸国温泉効能鑑では当時の最高位東の大関の称号を与えられ、歴代武将や著名な詩人等にも愛されてきた。戦後、湯治場だけではなく気候や環境を利用した高原温泉リゾート地として変貌を遂げ、観光を産業とする町として今日に至る。
草津町は全体の面積が４９．7ｋ㎡とコンパクトで、そのうちの約８割が森林となっている。当協会では、草津温泉と呼ばれる温泉街周辺や、高原を利用したアクティビティー等ができる森林の高原エリアの利用法を考慮し、草津町全体をマーケティング、マネジメントし、草津温泉の今後を担う為の基礎作りを行っている。観光協会員約３５０件（宿泊業や飲食・商店中心）全体に情報を共有し、観光の在り方等の戦略を改めて広め、草津温泉に訪れて良かったと思っていただけるような街づくりを展開していきたい。将来的に、県内はもとより、世界的に有名な高原リゾート長野県軽井沢方面や、西部に位置する自然と食文化が根付いている長野市エリア等と多方面に提携し、草津温泉との繋がりを考慮し商品化等の相互に対する価値を見出し、誘致をしていきたいと考える。

【観光客の実態等】
入込客数
令和６年度：４，０１９，４１８人（宿泊２，７１５，５７１人、日帰り１，３０３，８４７人）
令和５年度：３，７０１，３００人（宿泊２，５３４，６９９人、日帰り１，１６６，６０１人）
令和４年度：３，１６０，３６７人（宿泊２，１７５，５４６人、日帰り９８４，８２１人）
令和３年度：２，３４５，９４５人（宿泊１，５３７，４２８人、日帰り８０８，５１７人）
令和２年度：１，９４３，５８８人（宿泊１，３１５，８０７人、日帰り７３０，６０２人）
令和元年度：３，２７１，６４６人（宿泊２，２４４，１３２人、日帰り１，０２７，５１４人）
令和元年度までは、右肩上がりで推移していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により苦しい状況が続いていたが、令和５年度は過去最高値の入込客数を記録した。
DMO 事業発足後の当協会調査によると２０代３０代の若年層の来訪が多い。また、同調査によると地域での観光消費額の単価は３７，０００円程度となっている。

【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】
観光施設・・・日帰り入浴施設　公営３軒・私営２軒、熱乃湯、草津温泉スキー場、温泉門等
観光スポット・湯畑　西の河原公園　裏草津地蔵　草津温泉スキー場等
商業施設・・・飲食店約１３０軒、みやげ物等の商店約１１０軒
自然・・・・・上信越高原国立公園、草津白根山系のハイキングコース、白根山湯釜　等
文化・・・・・湯もみと踊り、草津節、温泉らくご、温泉入浴法　等
スポーツ・・・スキー場、サッカーグラウンド、野球場、テニスコート、マラソン等イベント
イベント・・・年間約１００件のイベントを実施

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
宿泊施設の約７割が温泉街・中心街エリアに分布し、温泉街を囲う道路の周辺に宿泊施設やペンション等が位置する。施設数としては旅館協同組合員が１０９軒、その他の民宿やペンションが約３０軒あり、１泊の最大人泊数は約１０，０００である。部屋数が１００部屋程度の施設は１０軒程度で、２０部屋未満の小規模の施設が多い。

【利便性：区域までの交通、域内交通】
区域までの交通に関しては、電車が通っていない為、最寄りの駅からバス便になる。また、高速道路も通っておらず、最寄りのインターチェンジからは約８０分かかる距離に位置する。その為、交通に関しての利便性が高いとは言えない。しかし、JR バスの上州湯めぐり号や軽井沢経由の便等、都心部からの高速バスの充実化、八ッ場ダム建設によるバイパス道路の開通や、上信道開通予定、来訪の多い都心部の高速道路の新開通等、利便性は向上しつつあると捉える。
域内交通に関しては、元々福祉用のバスではあるが町内巡回バスを観光用に利用する。また、宿泊施設がバスターミナルまでの送迎の対応を行っている程度ではあるが、温泉エリア区域については、

タクシーの利用も含めてある程度利便性は保たれているが、アンケートにて取得している来訪客のニーズを捉え、関係団体と協議しより利便性の高い仕組みづくりの構築を検討したい。

【外国人観光客への対応】

観光協会としてホームページの多言語化（英語・繁体語・簡体語・韓国語・タイ語）として、外国語専用ページと翻訳ページを展開、また、英語版の Facebook やトリップアドバイザーといった SNS を導入する等の対応を行ってきた。その後の展開として、DMO が中心となり、主に来訪前の外国人観光客への対応として、動画を活用したプロモーションを行い草津温泉の認知拡大と興味関心度の上昇を図っている。また、今後は令和５年度末に作成した公式アプリを活用したい。その他、商談に活用できるビジュアルを重視した英語パンフレット、旅館協同組合制作の英会話アプリの活用や、民間が主導となり外国人向けのパンフレットを制作した等、町全体での取り組みが活発化しているが、言語対応の不足という現状は整備しきれていない現状から、AI を活用した言語対応を展開している。今後も継続的に町独自や群馬県と連携した海外エージェント等の招請事業等、対応策を検討したい。

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	旅行消費額を調査することにより、顧客の動向を把握。町内施設のプロモーション方法を検討することができるようになる。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	入込客数の目標値の方向性の検討ができるようになる。また、宿泊者数の変動を把握し、滞在時間・消費額を伸ばす為のプロモーションの精度向上やイベントの開催時間の検討ができる。	草津町観光課・草津温泉旅館協同組合による統計情報を収集。（国内外）
来訪者満足度	リピーター率の上昇や、紹介による顧客増加を可能とできる。ＳＮＳや口コミ等の評価により顧客が広告塔に成り得る為、データ化をする。	アンケート調査を自主事業として実施。 （７段階評価、内上位２つを満足度として計上する）
リピーター率	動向を知ることにより、顧客増加に対する今後の可能性や方向性を知ることが可能になる。	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	WEB サイトへのアクセスを把握し、その他プロモーションの閲覧状況等と比較することにより、情報が伝わっているかの状況を把握することができ、プロモーションの精度向上が可能になる。	Google アナリティクスを活用してデータを収集する。
宿泊者滞在時間	まち歩き促進やそれに伴う消費額向上及び満足度向上を可能とするため、滞在時間延長を図る。	アンケート調査を自主事業として実施。
日帰り来客者数	宿泊者数との比較をしながら、動向を知り、訴求するプロモーション内容の検討に活用する。	草津町観光課による統計情報を収集。

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

草津温泉地域においては、街並み再整備やそれに伴うコンテンツの増加等の奏功により、メディアへの露出や各種ランキングの評価により認知度が拡大し、来訪客数の増加やコロナ禍を含めた来訪意向は向上している。反面、ピーク時より３，０００人程減少した人口は、今後は更に人口が減少すると予測されている。
観光地域づくり事業を中心とし、草津温泉全体のマーケティングによる魅力創出とプロモーションによる入込客数の増加、並びに受け入れ態勢整備の観点から人材の確保・定着・育成事業による人口減少の食い止めを図ることが急務であると捉えている。また、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、地域全体の観光消費を促進することにより「稼ぐ力」を創出し、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげる。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・日本３名泉としても名高い、「何度も行きたい」と思える温泉リゾート 種類豊富かつ効能の高い温泉 ・１日中気軽にまち歩きを楽しめる温泉街 昼夜問わず多彩なコンテンツを提供 ・日本のチロル地方と呼ばれる高原気候で 快適に通年観光を楽しめる	弱み（Weaknesses） ・施設/設備老朽化に伴う観光客への 提供価値低下 ・強力な温泉ブランドによる イメージの固定化 ・首都圏からのアクセスの悪さ
外部環境	機会（Opportunity） ・近隣の道路開発によるアクセスの改善 ・自然とのふれあいや健康を求める 志向の高まり ・日本が誇る温泉文化への根強いニーズ ・SNS 普及による PR/情報発信手段の多様化 ・XR やデータ解析技術を観光やまち歩きに 適用する動きの活発化	脅威（Threat） ・アフターコロナにおける旅行者の ニーズ・価値観の変化 ・まち自体の人口減少加速 （ピーク時より 3,000 人減少）による 産業の担い手不足・地域の活力減退の懸念 ・本白根山の噴火及び白根山噴火警戒レベル の引き上げに伴う湯釜の見学規制による 観光スポットの縮小

（３）ターゲット

○第１ターゲット層 SNS を駆使して「推し」を見つけ自分だけのスタイルで旅をする 首都圏・都心部を中心とした 20 代の若年層
○選定の理由 ・20 代の来訪が年間を通して最多。また、刹那的であっても満足感を得られる経験への投資（コト/トキ消費）を惜しまない層であるため、高付加価値の提供による消費額増加が期待できる ・若年層は、形に縛られないセルフオーダーメイドの旅行を好んでおり、多様なコンテンツを有する草津との相性が良い ・各 SNS や口コミへの参加率が高く、自身が広告塔になりえるポテンシャルを有する →旅行者が旅行者を呼ぶ観光地へ ○取組方針 ・AR の活用によるまち歩き促進など、地域内における温泉旅行+付加価値を提供するコンテンツ制作 ・SNS を活用した、温泉旅行+付加価値を提供できるプロモーションの検討・実施 ・地域内施設の特徴を捉えた
○第２ターゲット層 身近な人と絆を深めたい首都圏・都心部の 30・40 代以上のファミリー層
○選定の理由 ・特にコロナ禍によって人と人との絆が再認識された中で、当地域では “温泉”や“街歩き”を通じてゆったりとした時間を過ごせるため、身近な人との深い時間の共有を望む層のニーズを満たせる ・30・40 代のファミリー層は記念旅行等、特別な旅行に価値を見出す層であるため、宿泊・観光施設・街並みによって訴求することに向いた層であると捉える ○取組方針 ・新着情報や、特別感を創出できるような内容を意識したプロモーションの実施 ・記念日向け宿泊プランや、記念日に贈呈できる商品や提供品などの造成の検討 ・「誰もが気軽に旅行ができる」を背景とした、段差のない共用部や客室改修の検討
○第３ターゲット層 欧米への認知拡大と、上質な温泉観光を求めるアジア圏の来訪促進
○選定の理由 ・今後のインバウンド旅客増の牽引役となることが見込まれるアジア圏の観光客は、地理的な近さに加え、文化面（温泉・交通ルール等）でも親和性があることから、草津の強みを活かしつつ、ボリュームを見込める層である ・日本 No.1 の温泉という知名度/ブランドは、この層に訴求するうえで有効である ・また、その観点では、ブランド力を伝え、来訪客確保に向けた欧米への認知拡大にも効果があると捉え、全体のボリュームを増やしていきたい ○取組方針 ・台湾や香港エリアでは、ある程度認知度があるため、来訪に直結する商品造成やプロモーションを展開する ・タイをはじめとした東南アジアエリアでは、認知の拡大を図りながら、来訪の検討をしていただけるような、プロモーションを実施 ・現地訪問や WEB プロモーションにより欧米豪に対する認知拡大への施策を検討する

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	時代のトレンドを常に取り入れる進化を続ける温泉街 ・草津ブランドの多角化・更なるまちづくりの推進 ・まち歩き促進による、地域内経済の活性化 ・働きやすい・暮らしやすい “まち・ひと・仕事”づくり
②コンセプトの考え方	中心地である「湯畑」「西の河原公園」「裏草津」に加えて、温泉街の入口に「温泉門」の建設、や 中心街に向かう路地「中央通り」の再整備計画、スキー場の改修を行政が主導して推進されている中で、これらに呼応するように事業者たちによって「宿泊施設」「観光施設」の高付加価値化改修が推進され、継続的なまちづくりが行われることにより、変わり続ける温泉街＝時代のニーズを捉えた「草津温泉」といったイメージを訴求することで、草津温泉ブランドの多角化を図ること、また AR や特典を付与したイベント等を実施することにより、顧客度満足度向上や滞在時間の延長を促進でき、地域全体に足を運ばせることができ、域内周遊における域内消費が活性化され、地域全体の経済活性化を図る。 また、経済活性により得た利益を活用し、施設ごとの高付加価値化を図ると同時に、賃金改善や人材確保など雇用環境の整備を図る。 常にデータを根拠とした施策展開とするために、多様な情報収集を展開し、戦略設計を行う。

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。	当事業の部会での共有、町内各団体との会議や理事会での共有
	月に、それぞれ１から２回会議を行う観光地域づくり法人事業の３つの専門部会を中心として、町内各団体の会議や理事会等でマーケティング情報等を共有している。また、３から４ヶ月に１度、各専門部会長会議を開催し、方向性について等の検討を行い共有する。
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	はじめに、現状把握を第一の目的とし、町内宿泊施設の従業員と経営者それぞれを対象とし調査を実施。その結果をみると、従業員経営者共に接客業務を中心としたスキル向上への関心が高かった。以降、アンケートの結果を踏まえ、実用性の高いスキルを身に付けることを目的とした多様な研修プログラムを展開し、継続的に実施。また、当事業以外の団体にも、会議等の場所で調査結果を議題にあげていただくなど、サービスの向上の為にご活用いただいている。また、令和６年度より、来訪者アンケートを電子化することにより、参画事業所でも個別でデータが取得でき、かつ地域全体のデータと比較ができるシステムとしたため、来訪者アンケートにより、地域が観光客に提供するサービスを、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築も着実に進んでいる。これまでの取り組みを継続するとともに、より的確で実用性のあるものにし、各施設・各事業所においても活用いただきながらサービスを提供する仕組みを浸透させる仕組みづくりに着手している。その後は、人材の確保・定着・育成事業の内容昇華を図るため、外部的意見を取り入れることを可能とした事業や、試行を含めて、該当する世代にアンケート調査やヒアリングを実施し、幅広い世代を対象とし地域内住民と連動した事業の仕組みづくりに着手した。また、将来を鑑み、「子供たちの地域愛醸成」プロジェクトを発足し、草津温泉地域の学習や、イベント参加を促進し、地域が一丸となる仕組みづくり構築を開始している。

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	一元的な情報発信については、行政・観光団体のホームページを一つにまとめたポータルサイトを制作し運用する等、既に行っている。一元的なプロモーションについては、主な施策として、ＹｏｕＴｕｂｅ等を活用しＰＲ動画の配信を行っている。 また、他事業の会議体においても、動画制作・広告配信の検討・決定はグローバルマーケティング部会が、イベント企画・実施には新観光創生部会が大きく参画する等、当事業の持つデータやＰＤＣＡの機能をご活用いただいた。 今後は、さらに観光コンテンツを細かく紹介する動画の自主製作や配信を行うほか、各種データの取得を継続し、観光宣伝会等のプロモーションの精査、充実化を図っていく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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		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（百万円）	目標	57,000	67,062	91,410	98,200	102,000	103,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	74,776	87,999	97,231			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	1,900	2,150	2,580	2,800	2,805	2,820
		(20)	(50)	(70)	(90)	(102)	(110)
	実績	2,175	2,535	2,716			
		(27)	(65)	(82)			
●来訪者満足度（%）	目標	92	93	90	93	95	95
		(82)	(85)	(85)	(87)	(90)	(91)
	実績	91	89	92			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	55	50	50	55	53	52
		（ ）	(3)	(5)	(7)	(8)	(10)
	実績	56	54	60			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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】

「地域の稼ぐ力」という観点から、草津温泉エリアへの誘致と、来訪客の域内消費により、地域内施設の消費額向上が重要であると捉えているため、旅行消費額と延べ宿泊者数を設定している。また、域内消費を促進するための指標としては、高い満足度と、新規来訪者とリピーターの割合は重要な指標となると捉え、顧客満足度とリピーター率を設定する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

数値は、アンケート調査により算出された平均消費単価の数値と、草津町発表の実来訪数をかけた数値を記載。（大人と子供の来訪者数の割合と消費単価もそれぞれ考慮した上で算出。）

目標値は、令和６年度が入込客数最大値を記録したことを鑑み、単価向上を図りながら、来訪者目標に合わせた上昇率を考慮した目標値としている。

●延べ宿泊者数

草津町発表の実数を記載。地域目標であった総入込客数４００万人を達成したため、ほぼ同数を最低目標としながら、来訪者満足度に係る質向上を図るため、ゆるやかな宿泊客の比率を上昇させるといった目標値としている。

●来訪者満足度

実来訪者への調査で、７段階評価の上位評価２段階「大変満足」「満足」と回答した方が全体に占めるパーセンテージ。考え方としては、「大変満足」と「満足」の割合を鑑み、「大変満足」の割合を高めつつ、全体的な満足度向上を図る為この目標値とした。

●リピーター率

実来訪者への調査から算出した数値。目標の考え方としては、現在草津温泉の来訪者の中で、初来訪の方が多い若年層の来訪者が多く継続的に第１ターゲットとするため。また、海外旅行者の増も図りたいため、伸び率は横ばいで設定しそのサイクルを確立させていくため。

（２）その他の目標

指標項目		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（千回）	目標	5,000	5,500	6,500	6,200	6,200	6,250
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	5,946	6,317	6,180			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●日帰来客者数（千人）	目標	900	1,050	1,120	1,220	1,215	1,220
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	809	984	1,166			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●宿泊者滞在時間（時間）	目標	―	26	26	24	25	25.5
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	―	25.8	23.5			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

ＳＮＳやＷＥＢで草津温泉を認知した潜在層が情報を収集するツールとしてホームページを活用すると捉え、ＷＥＢサイトへのアクセスを設定。日帰り来客数は、ある程度の来訪を促進しながら、宿泊者増加につなげられる施策の実施を検討する上で、情報を取得する。また、域内周遊を促進する事業を展開する中で、滞在時間の数値は大きな指標となると捉えているため、滞在時間のＫＰＩを設定する。

【設定にあたっての考え方】

●WEB サイトへのアクセス

草津温泉ポータルサイトへのアクセスを指標とする。SNS や OTA の普及により、閲覧数が減少傾向にある中、今後は、基本としている毎日更新を前提に、他プロモーションとの連動や更新内容のブラッシュアップにより、閲覧者数の増加を図る。

●日帰り来客者数

草津町発表の実数を記載。コロナ禍から回復、躍進した数値となったが、宿泊比率の上昇を目指しながら、来訪者を確保する目標と設定した。

●滞在時間（宿泊者）

域内周遊を促進するために、現状の数値から滞在時間を延ばし、施策の有意性を図る意味でも、微増ながら延長を図るための目標数値としている。

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）	
2022（Ｒ４）年度	19,800,000（円）	**収益事業等**	**１１，４００，０００円**
		国からの補助金	６，０００，０００円
		町からの補助金	**２，４００，０００円**
2023（Ｒ５）年度	63,460,000（円）	**収益事業等**	**４４，１１０，０００円**
		国からの補助金	**１６，５７０，０００円**
		町からの補助金	**２，７８０，０００円**
2024（Ｒ６）年度	46,420,000（円）	**収益事業等**	**４２，９７０，０００円**
		国からの補助金	**３，４５０，０００円**
2025（Ｒ７）年度	25,450,000（円）	**収益事業等**	**２３，４５０，０００円**
		団体からの補助金	**２，０００，０００円**
2026（Ｒ８）年度	33,200,000（円）	**収益事業等**	**３０，２００，０００円**
		団体からの補助金	**３，０００，０００円**
2027（Ｒ９）年度	34,200,000（円）	**収益事業等**	**３２，２００，０００円**
		団体からの補助金	**２，０００，０００円**

様式１

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	19,800,000（円）	情報発信費　１１，５００，０００円 マーケティング調査費　５０，０００円 観光資源開発　７，１００，０００円 人材確保・定着・育成事業　１，０００，０００円 その他事業費　１５０，０００円
2023（Ｒ５） 年度	63,460,000（円）	情報発信費　１４，０８０，０００円 マーケティング調査費　６３０，０００円 観光資源開発　４４，４８０，０００円 人材確保・定着・育成事業　２，６２０，０００円 その他事業費　１，６５０，０００円
2024（Ｒ６） 年度	46,420,000（円）	情報発信費　２９，３８０，０００円 マーケティング調査費　５８０，０００円 観光資源開発　１２，１９０，０００円 人材確保・定着・育成事業　２，６２０，０００円 その他事業費　１，６５０，０００円
2025（Ｒ７） 年度	25,450,000（円）	情報発信費　９，７５０，０００円 マーケティング調査費　６００，０００円 観光資源開発　８，３００，０００円 人材確保・定着・育成事業　５，７００，０００円 その他事業費　１，１００，０００円
2026（Ｒ８） 年度	33,200,000（円）	情報発信費　１７，０００，０００円 マーケティング調査費　６００，０００円 観光資源開発　９，０００，０００円 人材確保・定着・育成事業　５，５００，０００円 その他事業費　１，１００，０００円
2027（Ｒ９） 年度	34,200,000（円）	情報発信費　１７，０００，０００円 マーケティング調査費　６００，０００円 観光資源開発　１０，０００，０００円 人材確保・定着・育成事業　５，５００，０００円 その他事業費　１，１００，０００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

令和６年度以降は、町からの委託金を当事業では運用せず、協力金として旅館組合等の委託金を受けることがあるが、当協会の収益事業を中心に自主運営ができるよう、既存の収益事業の他 DMO 事業発信による自主的な収益確保ができるコンテンツづくりを行い、予算を拡充していく方針である。

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

群馬県草津町は、一般社団法人草津温泉観光協会が観光地域づくり法人として申請を行うことには異論はありません。

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	福田　俊介
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	377-1711
所在地	群馬県吾妻郡草津町草津２８草津温泉バスターミナル１階
電話番号（直通）	0279-88-0800
ＦＡＸ番号	0279-88-0801
Ｅ－ｍａｉｌ	s-fukuda@kusatsu-onsen.ne.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	草津町
担当者氏名	宮﨑　健司
担当部署名（役職）	観光課　課長
郵便番号	377-1792
所在地	群馬県吾妻郡草津町草津２８
電話番号（直通）	0279-88-7188
ＦＡＸ番号	0279-88-0002
Ｅ－ｍａｉｌ	Kankou-02@town.kusatsu.gunma.jp

都道府県･市町村名	草津町
担当者氏名	田中　浩
担当部署名（役職）	企画創造課　課長
郵便番号	377-1792
所在地	群馬県吾妻郡草津町草津２８
電話番号（直通）	0279-88-7193
ＦＡＸ番号	0279-88-0002
Ｅ－ｍａｉｌ	Kikaku-c@town.kusatsu-onsen.ne.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人草津温泉観光協会

様式２

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
群馬県草津町　草津温泉
【設立時期】 昭和35年5月21日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】　会長　山本　剛史
【マーケティング責任者（CMO）】 福田　俊介
【財務責任者（CFO）】 松井　香織
【職員数】 14人（常勤11人（正職員9人・長期臨時2人）、非常勤3人）
【主な収入】
収益事業42.9百万円
観光庁からの補助3.5百万円（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　44.8百万円、一般管理費　1.6百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
草津町、草津町商工会、草津温泉旅館協同組合等

KPI（実績・目標）

記入日：　令和7年7月7日

※（　）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
旅行消費額（百万円）	目標	57,000（　）	67,062（　）	91,410（　）	98,200（　）	102,000（　）	103，000（　）
	実績	74,776（　）	87,999（　）	97,231（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	1,900（20）	2,150（50）	2,580（70）	2,800（90）	2,805（102）	2,820（110）
	実績	2,175（27）	2,535（65）	2,716（82）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	92（82）	93（85）	90（85）	93（87）	95（90）	95（91）
	実績	91（　）	89（　）	92（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	55（　）	50（3）	50（5）	55（7）	53（8）	52（10）
	実績	56（　）	54（　）	60（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
自分だけのスタイルで旅をする
首都圏・都心部を中心とした20代の若年層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
まち歩き促進事業など、温泉旅行+付加価値を提供するコンテンツ制作
【観光地域づくりのコンセプト】
時代のトレンドを常に取り入れる
進化を続ける温泉街
・草津ブランドの多角化・まちづくりの推進
・まち歩き促進による地域内経済の活性化
・働きやすく暮らしやすい“まち・ひと・仕事づくり”

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・ARコンテンツを活用したイベント
・まち歩き手形の制作

【情報発信・プロモーション】
・動画制作事業
・インバウンド対策事業
・SNS・アプリ活用事業

【受入環境整備】
・人材の確保・定着・育成事業
・移住定住プロジェクト

【その他】
・グローバルマーケティング部会
新観光創生部会
人材育成部会
といった3つの部会による
戦略策定と事業実施に向けた
会議の開催