観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　８月　１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	地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	株式会社流山ツーリズムデザイン （Ｎａｇａｒｅｙａｍａ　Ｔｏｕｒｉｓｍ　Ｄｅｓｉｇｎ　Ｃｏ.Ｌｔｄ.）	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	千葉県流山市	
所在地	千葉県流山市流山 2-101-1	
設立時期	令和２年８月２６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	30 人【常勤 5 人（正職員 5 人）、非常勤 25 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	（氏名） 吉河　智彦　「専従」	（当法人の代表取締役） • 大手地方銀行にて、新線開通による新市街地開発の有効利用の企画・開発業務を担当し、50 以上のテナント誘致を行う。 • 地方銀行では、観光・古民家担当として観光地域づくり法人（DMO）の設立支援（事業設計、組織設計、資本設計）および経営伴走や、観光庁、農水省等の各種支援策による地域活性化を推進。 • その後、会計系大手コンサルティングファームにて、地域の産業支援・観光支援のプロジェクトをリード。 • 地域における産業創出・産業集積と地方公共団体が所有する公共遊休不動産の利活用を専門分野として、国・地方自治体の政策立案を支援。
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	（氏名） 吉河　智彦　「専従」	代表取締役と兼務　同上
財務責任者	（氏名） 吉河　智彦　「専従」	代表取締役と兼務　同上

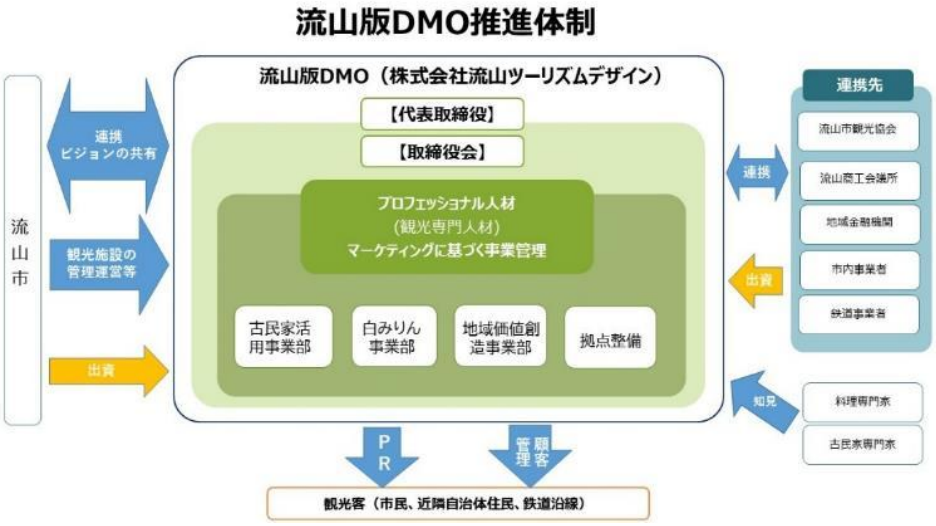
様式１

（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること		
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） 川浦　智子「専従」	・大手銀行にて本店企業営業部からロンドン支店へ。大企業への融資営業を担当。 ・子育て中、地方暮らしで郷土料理に魅了され、郷土料理コミュニティを作り活動。(0 才から 103 才まで 800 名超のコミュニティとなり米沢市から表彰。) ・郷土料理研究の中で「発酵」に出会い、北海道大学大学院勤務中に腸と発酵についての論文に携わったことから、健康を導く和食の礎「糀の発酵文化」の素晴らしさを広めることを決意。日本糀文化協会設立。糀マイスター制度を確立し、糀マイスターの育成に携わる。保育園・小学校での食育活動。食品関係企業の商品開発・フードコーディネート・食の Web 記事等を担当する。 ・食品会社のコンソーシアムに在籍、東京大学との共同研究を行う。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 吉河　智彦　「専従」	代表取締役と同じ
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	（自治体調整窓口、マーケティング、プロモーション連携、ＤＭＯ運営等） ・流山市 経済振興部 流山本町・利根運河ツーリズム推進課 ・流山市教育委員会　生涯学習部　博物館 （運営連携、プロモーション連携、古民家活用等） ・観光庁　観光地域振興部　観光資源課 ・観光庁　観光地域づくり法人支援室 （ＤＭＯに関する支援・歴史的資源の活用） ・観光庁　歴史的資源を活用したまちづくり推進室	
連携する事業者名及び役割	（地域との合意形成、地域ＰＲ） ・流山市観光協会 ＤＭＯは地域を限定して PR を行うため、異なる地域の観光資源を活用したイベント等を実施するほか、ＤＭＯと協力して観光客の誘致に努める。 （地域との合意形成、地域ＰＲ） ・流山商工会議所 （交通） ・流鉄㈱ （宿泊施設、誘客） ・ホテル　ルミエール　グランデ流山おおたかの森、東横 INN 流山おおたかの森駅前 （地域食の開発、地域ＰＲ） ・キッコーマン㈱・流山キッコーマン㈱ （資金調達） ・㈱千葉銀行	

様式１

<table>
<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】
DMO の意思決定を行う取締役には、流山市、流山市観光協会、商工会議所、地元企業、鉄道事業者、地域金融機関の代表者等が就任</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>2019 年 10 月
「流山市の観光まちづくりを考える会」開催
地元事業者等、今後流山市の観光のキーマンとなる人物による会議を実施
参加人数：20 名
2023 年 10 月
流山本町ぶらぶら部の会議を運営
食×まちあるきをテーマに、流山市の地域の飲食事業者が集まる「ぶらぶら部」観光まちづくりに向けた意識啓発を実施
参加社数：23 社
2025 年 3 月
流山本町ぶらぶら部　観光戦略会議開催（20 先参加）</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>・白みりん検定事業
白みりんの魅力の醸成に向けたオリジナル検定試験の実施
観光ポータルサイト運営</td></tr><tr><td>受入環境の整備</td><td>・スモールモビリティ事業
流鉄流山駅・平和台駅周辺の交通空白解消に向け、スモールモビリティを運営・管理
令和６年度共創 MaaS 実証運行事業（国土交通省）
令和７年度共創モデル実証運行事業（国土交通省）</td></tr><tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・白みりんミュージアムの整備・運営
白みりん発祥の地という地域資源を活用した流山市白みりんミュージアムを整備・運営</td></tr></table>
【定量的な評価】
・白みりん検定受験者数　令和 6 年度 306 人
令和 6 年度
・スモールモビリティ導入車両数
令和 6 年度　電動キックボード 100 台
・白みりんミュージアム来場者数
令和 7 年度（4 月-6 月）20,000 人</td></tr>
</table>

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） 株式会社として設立。主な出資者は、地元企業等、流山市、流山市観光協会、流山商工会議所、千葉銀行。観光の舵取り役として中心となり、地元企業や専門家と連携しながら事業を実施する。 **【実施体制図】** 

様式１

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】

流山市は都心からのアクセスも良く、住宅文化都市として若い子育て世代に人気の町となっている。また、歴史の流山本町エリア、自然の利根運河エリア、子育てのおおたかの森エリアといった具合に各エリアが特徴を有する

【概要】

- 流山市は人口約 21 万人、面積約 35 平方キロメートルの水と緑の豊かな自然が息づく住宅文化都市である
- 近年では、育児環境が充実しているとして若年子育て層に人気の町となっている

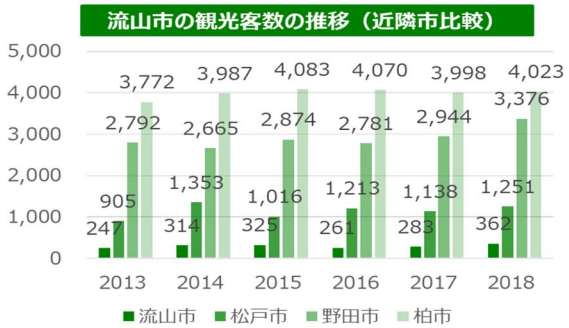
【立地】

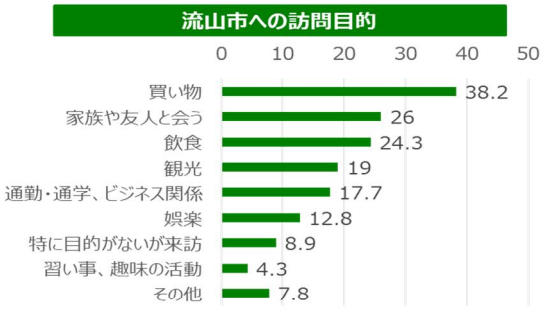
- 流山市は、千葉県の北西部に位置し、東は柏市、西は江戸川を隔てて埼玉県三郷市と吉川市、南は松戸市、北は野田市に接している。首都圏北東部にあたり、都心からは 25 キロメートル圏に位置

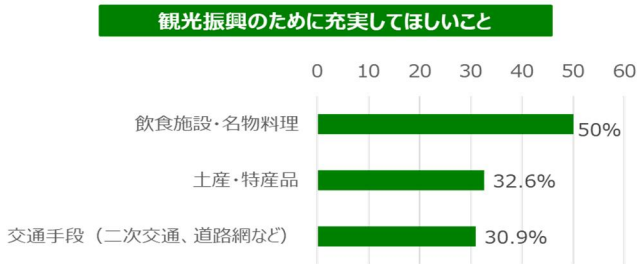
【アクセス】

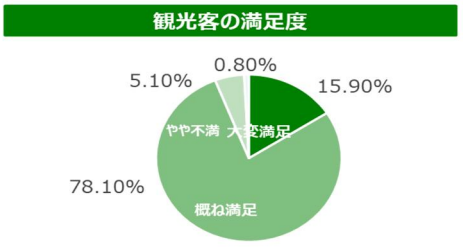
- JR 武蔵野線、JR 常磐線、流鉄流山線、東武アーバンパークライン（東武野田線）があり、通勤通学の重要な足となっている
- また、つくばエクスプレスで秋葉原駅まで 25 分と都心まで抜群のアクセスを誇る

流山市の主な来訪目的は、買い物や家族との対面など観光目的の来訪は近隣市と比べて低い水準であるものの、実際に来訪した際の満足度は高く、飲食店や土産物の充実により、更なる観光客獲得の可能性があるといえる









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
①観光入込客数	流山市は観光地としての認知度が低いことが課題であり、観光入込客数の変化を把握することが全ての施策のベースとなるため。	流山市が管理・把握している流山本町地域、利根運河地域およびイベントの「観光入込客数」の合計とする。
②旅行消費額	流山を目的に訪れた人の平均消費額により、経済効果を測るため。	アンケート調査により、流山市へ観光で訪れた人の平均消費額（一次・二次交通費、飲食費、土産代の合計）を計測する。
③来訪者満足度	流山市を目的に訪れた人の満足度により、施策の効果を測るため。	アンケート調査に基づき、流山市へ観光で訪れた人の満足度（大変満足、概ね満足の合計）を計測する。
④リピーター率	流山市を訪れた人の再訪意向を測ることで、施策の効果を測るため。	アンケート調査に基づき、流山市へ観光で訪れた人の再訪意向（とても思う、やや思うの合計）を計測する。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

流山本町の観光資源
流山本町には、白みりん発祥の地としての歴史や、その誕生を記念したまちなかミュージアム、近藤勇が最期を迎えた近藤勇陣屋跡といった独自の観光資源が存在。

様式１

流山本町の観光資源

白みりん

白みりん"発祥の地"

1814年に2代目堀切紋次郎の手により「万上味醂」が、同じころ5代目秋元三衛門によって「天晴（あっぱれ）味醂」が誕生。それまでの味醂は色の濃い「赤みりん」であったが、流山の地で改良製造された色が澄んだ「白みりん」は、甘くて飲みやすいことから女性にも人気で引用種として幅広く愛された。現在、流山キッコーマン㈱が「万上味醂」を受け継いで製造。

流山本町まちなかミュージアム

白みりんの誕生「200周年」を記念し設置

2014年に流山の特産品である「白みりん」が誕生して200周年を迎えたことを記念し、「流山キッコーマン株式会社」の壁面に、白みりんに関する歴史的な資料を掲示した屋外型「流山本町まちなかミュージアム」を設置。現存する流山最古のみりんラベル等、貴重な資料が展示されている

近藤勇陣屋跡

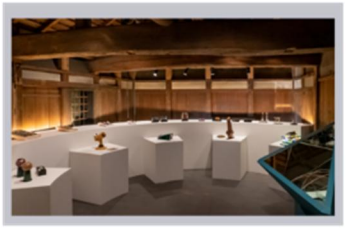
近藤勇と土方歳三「離別の地」

幕末、流山は新選組が屯集した地であり、最後の陣営地となったとされる。しかし、流山に集まっているとの情報を得た新政府軍に包囲された近藤勇は、「流山に兵火を上げることは町の人々を苦しめることになる」と、流山を兵火に巻き込むことを嫌がり、慶応4年（1864）ここで自首をしたと言われている。コアのファンの来訪が絶えない貴重な観光資源である

流山に在住する著名な万華鏡作家の作品が展示されている流山万華鏡ギャラリー＆ミュージアム、小林一茶が流山に通っていたことを記念する一茶双樹記念館、各種創作活動が行われている杜のアトリエ黎明といった訴求力のある歴史的資源が存在

流山本町の観光資源

流山万華鏡ギャラリー＆ミュージアム（国登録文化財　寺田園茶舗）



市在住の世界的アーティスト作品

流山万華鏡ギャラリー＆ミュージアムでは、流山市在住で、世界的に活躍する万華鏡作家・中里保子さんの作品をはじめ、多くの作家の万華鏡作品を展示・販売している。また、令和4年9月にリニューアルし、1階には日本茶をテーマにしたカフェ「葉茶屋寺田園」が併設されている

一茶双樹記念館

一茶ゆかりの地

一茶双樹記念館は、市指定史跡「小林一茶寄寓の地」の保全及び文化の振興等を図ることを目的に設置された。茶会・句会等に利用できる双樹亭及び往時を偲ばせる主庭を中心に、商家を再現し、みりん関係資料などを展示する秋元本家、茶会・句会等に利用できる一茶庵から成る

杜のアトリエ黎明

創作活動の基地

この土地とアトリエは洋画家の故笹岡了一氏、同じく画家で歌人でもあった故秋元松子氏が、創作活動とともに、後進の指導に当たった場所で、その遺族から寄贈を受けたものである。様々な創作活動を始めとした芸術文化活動が展開される

これまで触れた流山独自の観光資源は、流山本町に集中的に所在しており、徒歩で行き来できる範囲内にあることから、短い時間でも楽しむことができ、日帰りでも十分に楽しめるエリアとなっている

観光資源の所在

【参考】江戸回廊マップ－ときめき流山さんぽ | 流山市観光協会【公式】(nagareyamakankou.com)

（２）地域の強みと弱み

地域の強み

流山市独自の魅力として、「白みりん」があげられる。200 年以上の歴史を持つ流山白みりんは、広く市民にも親しまれている逸品であり、その魅力を更に発信するため、2024 年度には「白みりんミュージアム」の完成も予定されている。

■ 白みりん“発祥の地”としての流山

流山で造られたみりんの2大ブランドが、「万上みりん」と「天晴みりん」であり、前者は2代堀切紋次郎によって造られ、後者は5代秋元三左衛門によって創始された。みりんの生産が盛んになった契機として、寛政改革の一つである「関東御免上酒造り」という政策がある。「関東御免上酒」とは、当時江戸で消費するお酒は、伊丹・池田・灘などで造られた、いわゆる下り酒が主流になっていたところ、この下り酒にまけない品質の上酒を造るため、幕府が関東（武蔵・下総）の豪商に酒米を貸して造らせた酒を指し、流山では紋次郎や三左衛門などがこの関東御免上酒造りに参加した。ところが、文化3（1806）年、豊作のため幕府は酒の勝手造り令を出し、その結果100万樽を超えるほどの大量の下り酒が江戸に入り、堀切家・秋元家などが造っていた関東御免上酒は江戸で売れなくなってしまい、二人は酒造からみりん醸造へと生産の中心を移していったと考えられている。その後、わずか20～30年後には、流山のみりんは江戸・京都・大坂で高い評判を得ることとなった。

■ “白みりんミュージアム”の誕生

前述した白みりんの歴史や発祥の地という事実は市民にも広く浸透しており、約82%の市民が認知している一方、市外住民の認知はおよそ34%に留まっている。流山市は、このような現状を踏まえ、白みりんの魅力をさらに伝えるため、約1,500平方メートルの敷地に「白みりんミュージアム」の建設を進めている（令和6年度完成予定）。本ミュージアムでは、みりんの製造過程の一部をデジタルで再現し、、白みりん自体の料理への効果や栄養、味なども経験できる見込みであり、流山本町のランドマーク的存在として、観光客の周遊拠点の1つになることが期待される。

様式１

流山本町は、一茶双樹記念館・近藤勇陣屋跡といった歴史を身近に感じられる建造物に加え、アトリエ黎明や万華鏡ギャラリーといった芸術とのふれあいが可能な施設もあり、市内でも特筆すべき観光エリアといえる。

歴史

一茶双樹記念館

近藤勇陣屋跡

芸術

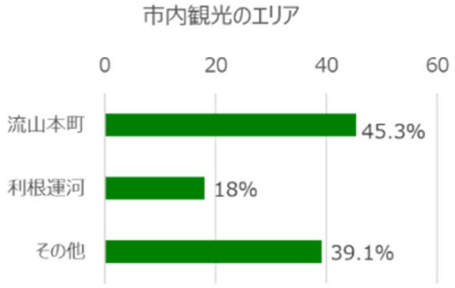
アトリエ黎明

万華鏡ギャラリー

街並み

江戸時代からの歴史的建造物が集まり、歴史・芸術の調和を体感できる古き良き街並み

- 江戸時代からの歴史的建造物の中に、芸術との融和が存在することが魅力となっている
- 一茶双樹記念館や近藤勇陣屋跡では、建物だけでなく、歴史的偉人にも思いを馳せられる
- 杜のアトリエ黎明や万華鏡ギャラリーでは歴史的建造物のなかで、芸術について学ぶことができる
- 上記のような強みから、流山本町は市内でも有数の観光ポテンシャルのあるエリアと言える



流山市はつくばエクスプレスを利用すれば、都心部から 30 分程度と圧倒的なアクセスの良さを誇る。また、流鉄流山線は市民の重要な交通の脚でありながら、いわゆるローカル鉄道として観光資源としても人気な路線である。

都心からほど近い好立地

【電車】

- つくばエクスプレスで秋葉原から“約25分”
- 4つの路線（ JR武蔵野線、JR常磐線、流鉄流山線、東武アーバンパークライン）が通っており、都心からの電車での往来が容易
- 東京メトロの駅から流鉄流山線に乗り換えることが可能であり、少ない乗り換え回数で流山本町まで到達可能

【車】

- 都心から１時間以内でアクセス可能
- 三郷線をはじめ、高速道路網が市内を通っており、遠方からの観光にも対応している
- 千葉県北西部にある松戸市の馬橋駅から流山市の流山駅までを走る、全線5.7km、駅数は全部で6つ、所要時間は約11分という短い路線
- 車両の編成ごとに愛称がついており、オレンジ色の「流星」や黄色の「なの花」、グリーンの「若葉」、赤色の「あかぎ」など趣のある愛称とカラーは必見
- ぶらり旅にはおとくなフリーきっぷは大人でも500円で購入可能
- 都心から最も近いローカル線としてコアなファンが存在

流鉄流山線

～流鉄流山線の歴史～

常磐線が開通すると同時に、水路よりも鉄道による東京への白みりん輸出がスムーズになると考えた流山町民が出資して、1916年に流山と馬橋を結ぶ流山軽便鉄道が発足した。これが名称を変え、現在の流鉄流山線となっている。

様式１

地域の弱み

流山市の認知度は近県エリアで一定程度あるものの、東京都や埼玉県から実際に来訪した人の割合は低水準となっていることから、観光を楽しめる地域として認知は低いものと推測できる。

認知

	回答数	知っている	知らない	認知度
千葉県東葛エリア	445	430	103	96.8
千葉県湾岸エリア	753	665	15	88.3
東京都東部エリア	1,301	979	88	75.2
埼玉県東部エリア	299	254	322	84.9
茨城県西部エリア	237	217	45	91.6
合計	3,035	2,545	20	83.9

来訪

	回答数	1回	2回	3,4回	5回～	なし	訪問歴
千葉県東葛エリア	430	60	39	49	236	46	89.3
千葉県湾岸エリア	665	124	41	34	60	406	38.9
東京都東部エリア	979	189	58	41	91	600	38.7
埼玉県東部エリア	254	54	19	15	56	110	56.7
茨城県西部エリア	217	40	22	23	57	75	65.4
合計	2,545	467	179	162	500	1,237	51.4

一定の認知度 ⟷ 認知度と実際の訪問数に大きな乖離 ⟷ 低い訪問率

近郊エリアから認知されているものの、観光できる市としてのイメージが薄いため、来訪に至っていないと考えられる

流山本町には歴史的建造物や趣のある古民家が今も残る一方、近年の人口増加による住宅需要にも押され、その建て替えが進みつつあり、そのような歴史的資源をどのように保存・利活用していくかが今後の課題となる。

歴史的建造物の現状

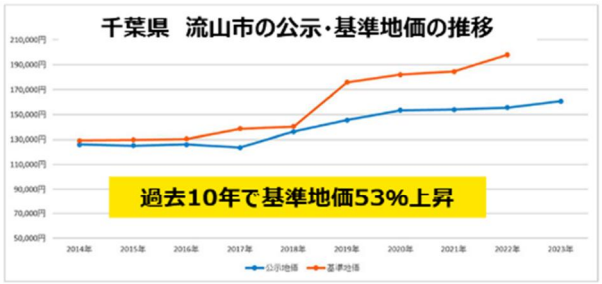
■ **歴史的建造物の保存について**
- 所有者の高齢化に伴う相続の発生を契機として、年々古民家が消失しつつあり、貴重な観光資源を保存するための取り組みが必要である
- 地価や住宅需要の高まりから、民間所有の古民家が売られ、新しい住宅に建て替わる現象が頻発し、本町に残る古き良き雰囲気が失われつつある
- 特に古民家については、その維持管理費も大きな負担となり得るため、その負担を軽減する対応が求められる

■ **歴史的建造物のさらなる活用について**
- 活用されているものの、記念館やミュージアムといったものが多く、さらなる付加価値を出せる見込みがある

■ **歴史的建造物の点在について**
- 住宅地に紛れるように歴史的建造物が点在しているため、その雰囲気の良さを面的に押し出すことが難しい
- 歴史的な建造物をめぐる導線の明確な打ち出しや、道路の舗装、徒歩スペースの確保など、各施設を周遊しやすい環境の整備が重要となる

倒壊した古民家

点在する歴史的建造物



流山市の公示地価・基準地価はここ10年右肩上がりに推移
直近10年間の上昇率は公示地価が28%、基準地価が53%

流山本町での観光客１人あたりの客単価が少なく、その理由としては、①飲食店が少ない、②宿泊施設が全くない、③土産物が少ないという３つの要因があると思われ、これらを解決して客単価向上に努める必要がある。

■ **流山市と千葉県（平均）の観光客1人あたりの観光消費額について比較すると、流山市の消費額は少ない傾向にある**

＜令和3年の観光消費額＞
- ✓ 流山市：5,880円
- ✓ 千葉県平均：9,590円

差額−3,710円

※千葉県平均は年間観光客入込数÷年間観光消費額で算出
（参考）令和3年千葉県観光入込調査報告書および流山ツーリズムデザイン㈱「観光地域づくり法人形成・確立計画」

要因① 飲食店が少ない

✓ 流山市の一人当たりの飲食店数は、同県の周辺都市と比べ、低い値となっている

市	飲食店数	飲食店数／人
流山市	409	0.00195
野田市	405	0.00265
鎌ヶ谷市	289	0.00263
松戸市	1593	0.00320

要因② 宿泊施設がない

- ✓ 最寄りの宿泊施設が隣県の埼玉県に位置している
- ✓ 特に流山本町エリアには宿泊施設は１軒もなく。観光消費額が伸び悩んでいる１つの原因と推察
- ✓ メインは日帰り観光客であるものの、インバウンド層の宿泊ニーズを取り込める余地有り

宿泊施設

要因③ 土産・物産品が少ない

- ✓ 市内には多くの和菓子屋や洋菓子店が存在するが、“流山市ならでは”の商品や観光客に訴求力のある商品は少ない
- ✓ 特に流山の強みの１つである「白みりん」に関しては、より観光商品として磨き上げできる可能性がある

エリアの中には駐車場は少なく、車での移動が困難なうえ、市内の公共交通については改善の余地が残り、交通系 IC が未対応なことや自動改札がなく、インバウンドの観光客の利便性が低くなっていると推測される。

交通環境の現状① 自動車・バス

■ **駐車場が少ない**
- 流山本町エリアにはコインパーキングがそもそも少ない
- 流山本町の北部に市営駐車場はあるものの、本町の中心エリアから離れており、利便性に欠け

■ **エリアを結ぶ二次交通の不足**
- 人口が増加しているおおたかの森エリアと流山本町エリアを直接結ぶ公共交通機関がバスのみで、平日には2本のみの運行となっている
- このエリアを移動するには、電車とバスを乗り継ぐ必要があり、特にTXや東武線で来訪した観光客の利便性を損ねている

▼京成バス11系統の時刻表

時	平日
05	
06	18※
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	33※

交通環境の現状② 鉄道

■ **レトロさ故の乗車利便性の低さ**
- 流山本町を訪れる観光客を運ぶ流鉄流山線は、その昭和レトロな雰囲気が強みである一方、交通系ICに未対応な点や自動改札がない点など、乗車における利便性については改善の余地が残る
- 特に、インバウンド客にはキャッシュを持たない人も多く、切符の存在も知らない場合も想定されるため、外国人観光客をターゲットとする場合は、何らかの対応が求められる

▼流鉄馬橋駅　無人のプラットホーム

東京のすぐ近くで、昭和レトロな雰囲気が感じられる一方、特に初見の利用客や外国人観光客は乗車の際に戸惑うケースが想定される

様式１

白みりんや歴史的建造物、古民家等“流山ならでは”の資源を活かしながら、新型コロナウィルスの鎮静化による旅行需要回復を契機として、住んで良し、訪れて良しのまちづくりを進める

■ SWOT分析

強み

- 流山市発祥であり、200年の歴史を誇る「白みりん」が存在
- 歴史的建造物や古民家が今もなお残り、古き良き町の雰囲気が残る
- 近藤勇陣屋跡は新選組ファンの聖地であり、恒久的な観光客を見込める
- 都心から距離が近く、交通アクセス性に優れる
- 流山線はローカル線としての人気も誇る

機会

- 新型コロナウイルスの鎮静化による旅行需要の回復
- 団体旅行から個人旅行へ、発地型観光から着地型観光へのシフト
- 円安によるインバウンド需要の爆発的増加
- スマホの普及やネット・　　SNSの浸透による情報発信手段の多様化
- 旅行における学び・体験などのニーズの高まり

弱み

- 観光を楽しめる地域としての認知度が低い
- 歴史的建造物や赴きを残す古民家等が存在するものの、それらの資源を最大限活用できていない
- 飲食店や宿泊施設など、来訪者がゆっくり滞在できる施設や特産品といったお金を落とすコンテンツが少ない
- 二次交通網が弱い（流山本町地域とおおたかの森地域のアクセスなど）
- キャッシュレス化が進んでおらず、インバウンド客にとって不便な地域となっている

脅威

- 相続発生等による市内歴史的建造物などの資源の消失の恐れ
- 全国的に地方都市の観光への取組強化の動き（競合激化）
- 円安による資材や原材料の高騰による観光コンテンツ醸成に向けた投資コストの上昇

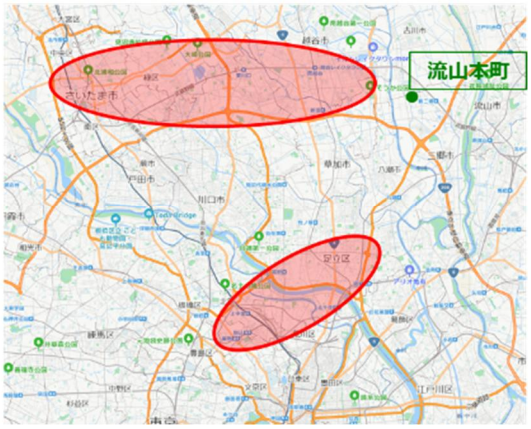
（３）ターゲット

来訪先別のターゲット

ターゲットエリア

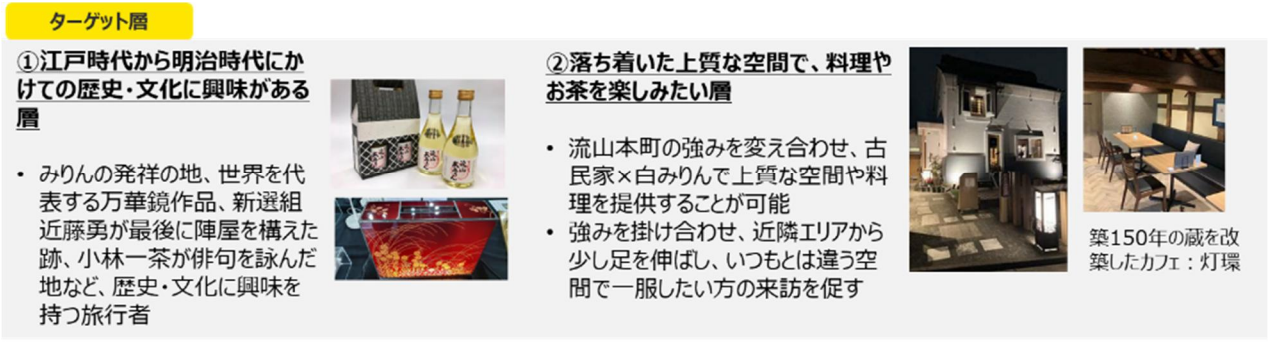
流山駅から乗り換え１回で来れる所要時間１時間内程度のエリア

①埼玉県東部エリア
武蔵野線から幸谷駅で乗り換え、流山駅に来てもらうことを想定し、埼玉県東部の三郷～西浦和に住んでいる層に手軽な観光地域としてPRする
②東京都東部エリア
常磐線から馬橋駅で乗り換え、流山駅に来てもらうことを想定し、東京都東部の上野～金町に住んでいる層に手軽な観光地域としてPRする
③台湾・欧米を中心としたFIT層（インバウンド）
特に、日本の歴史的町並みや文化に興味・関心があり、経済的なゆとりもある欧米からのFIT層を意識



属性別のターゲット

（１）江戸時代から明治時代にかけての歴史・文化に興味がある層
（２）落ち着いた上質な空間で料理やお茶を楽しみたい層



（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	白みりんが織りなす　歴史・ロマンのまち 「住宅都市」から「訪れたくなるまち」へ
② コンセプトの考え方	

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。	観光振興の指針として令和元年度に流山市が策定した「流山版観光戦略」を共有し、戦略に沿って、観光地域づくりを推進する。 計画の実施は主に当社が担うことになるが、流山市及び本市に関連のある市内外の企業から出資を受けており、当社の取締役は行政や地元企業等（流山商工会議所、流山市観光協会、鉄道事業者など）から選出されているため、取締役会や株主総会にて戦略の共有を図る。

様式１

	従来の観光協会とは、これまで DMO 設立準備委員会を開催してきた経緯から、継続的に情報共有の場を設け、連携し観光振興を行っていく。 また、DMO として流山本町および利根運河地域に注力するた流山市観光協会のとの役割分担を明確にすみ分けを行い、プロモーションを実施する。 市内事業者とは、流山商工会議所や流山市観光協会をとおして広く共有していく。
	（例）ＤＭＯを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニーションの場を○月に１回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。 （例）活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、ＨＰで公表。
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	・流山ツーリズムデザイン取締役会　年 4 回開催 ・流山ツーリズムデザイン株主総会　年 1 回開催
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	出資者の中には情報・通信業者がいるため協力し、インターネットやテレビを通じたプロモーションを実施していく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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		2022（Ｒ４）年度	2024（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	3,240	4,800	5,400	5,400	5,454	5,509
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4,793	5,338	4,697			
		（ ）	（）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	30	104	112	112	113	114
		（1）	（1）	（1）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	103	111	131			
		（1.2）	（0.9）	（2.8）			
●来訪者満足度（%）	目標	90	94	95	95	95	95
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	94	93	95			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	90	95	96	96	96	96
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	95	97	90			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

2022 年度までの目標値は、2019 年度に「旅行消費額」「来訪者満足度」「リピーター率」等を含むマーケット調査を実施したため、2019 年度を基準に目標設定した。

データが蓄積されてきた 2023 年度以降は、前年度調査を参考に本市の実情に応じた伸び率を設定している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

マーケティング調査結果（イベント参加者向け、首都圏住民向けアンケート調査）に基づき、流山市へ観光で訪れた人の平均消費額（一次・二次交通費、飲食費、土産代の合計）を目標数値として設定。2022 年度調査における消費額 4,793 円を基準に 2023 年度は 4,800 円、2024 年度以降年間＋100 円の単価上昇を目標とする。

●延べ宿泊者数

令和３年度から東横インがオープンし宿泊者数の計測対象が増えたため実績値が大幅に増加。
令和４年度の実績値を基準にＲ５年度は 104 千人を宿泊者の目標として修正した。
以後、500 名/年の増加を目標とする

●来訪者満足度
　マーケティング調査結果（当社管理施設におけるアンケート調査）に基づき、流山市へ観光で訪れた人の満足度（大変満足、概ね満足の合計）を目標数値として設定。2022 年度調査における満足度 93.9%を基準に、0.5%ずつ改善することを目指す。

●リピーター率
　マーケティング調査結果（イベント参加者向け、首都圏住民向けアンケート調査）に基づき、流山市へ観光で訪れた人の再訪意向（とても思う、やや思うの合計）を目標数値として設定。2022 年度調査における再訪意向 94.9%を基準に毎年 0.5%の増加を目指す。

（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
●観光入込客数（人))	目標	190,000 人	191,000 人	192,000 人	440,000 人	440,000 人	440,000 人
		（　）	（　）	（　）			（　）
	実績	189,594 人	446,378 人	430,022 人			
		（　）	（　）	（　）			

※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】
　主要観光施設（千葉県の調査対象施設）に加え、流山市が、古民家を活用し観光に資する店舗を出店する際に交付する補助金活用店舗及びイベント来場者数を観光入込客数として設定する。

【設定にあたっての考え方】
●観光入込客数
　2020 年度から 2022 年度までは、令和元年度実績値 366,065 人から、イベント実績値約 19 万人を除いた 176,065 人の 80%となる 140,852 人を目標値として設定した。
　2023 年度は、2022 年度の実績である 189,594 人を基準として、目標値を設定し以降、1,000 人/年の増加を見込む目標値を設定した。

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）
2022（Ｒ４） 年度（実績）	68,824,981（円）	【国・市町村からの補助金】 流山市補助金　13,300 千円 観光庁補助金　 6,070 千円 【公物管理事業】 指定管理料　25,000 千円 業務委託料　 7,683 千円 【収益事業】 収益事業　16,771 千円
2023（Ｒ５） 年度 （実績）	70,669,854（円）	【市町村からの補助金】 流山市補助金　13,300 千円 【公共業務受託事業】 指定管理料　25,000 千円 業務委託料　13,000 千円 【収益事業】 収益事業　19,369 千円
2024（Ｒ６） 年度（実績）	137,146,903（円）	**【市町村からの補助金・負担金】** 流山市補助金・負担金　32,400 千円 **【公益業務受託事業】** 指定管理料　25,000 千円 業務委託料　13,000 千円 **【収益事業】** 収益事業　66,746 千円
2025（Ｒ７） 年度	150,000,000（円）	**【市町村からの補助金・負担金】** 流山市補助金・負担金　32,400 千円 **【公益業務受託事業】** 指定管理料　65,000 千円 業務委託料　15,000 千円 【収益事業】 収益事業　37,600 千円
2026（Ｒ８） 年度	300,000,000（円）	**【市町村からの補助金・負担金】** 流山市補助金・負担金　12,400 千円 **【公益業務受託事業】**

様式１

		指定管理料　65,000 千円 業務委託料　15,000 千円 【収益事業】 収益事業　57,600 千円
2027（Ｒ９） 年度	300,000,000（円）	**【市町村からの補助金・負担金】** 流山市補助金・負担金　12,400 千円 **【公益業務受託事業】** 指定管理料　65,000 千円 業務委託料　15,000 千円 【収益事業】 収益事業　57,600 千円

（２）支出

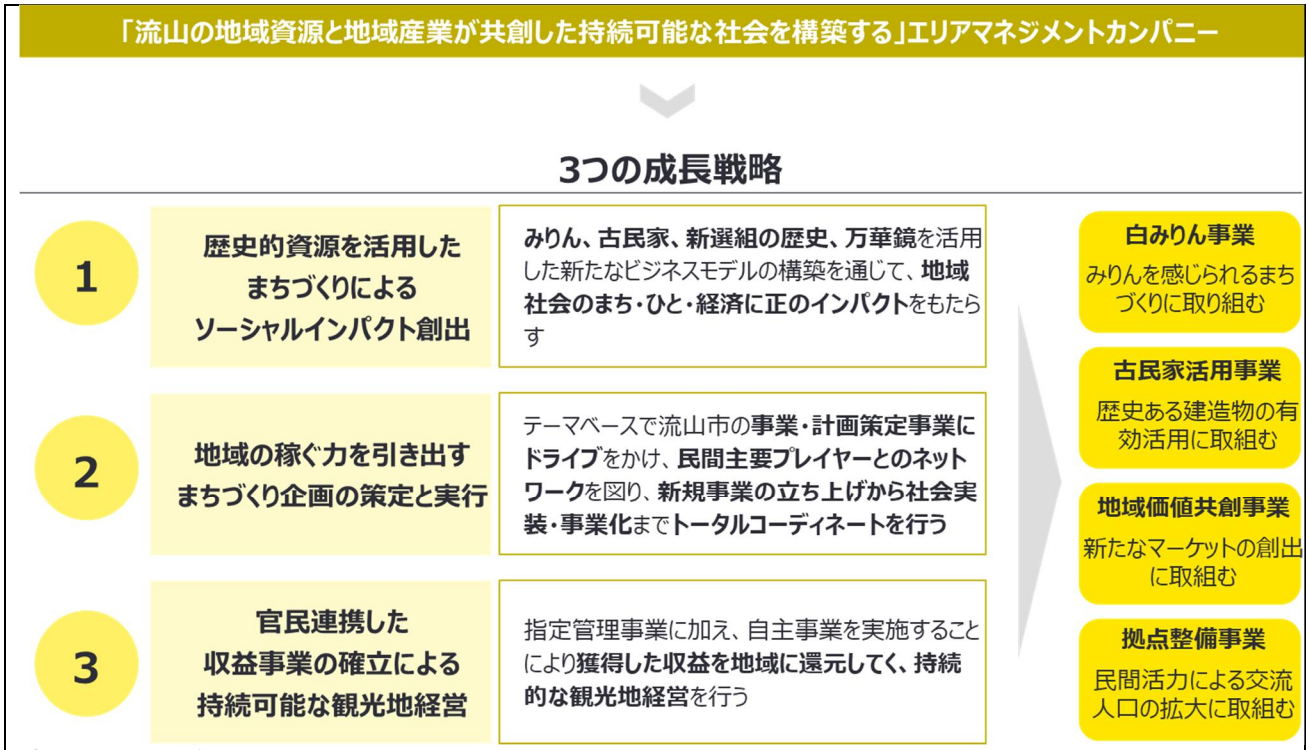
年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	90,632,000 （円）	【売上原価】 売上原価　8,231 千円 【販売費一般管理費】 人件費　45,327 千円 その他販管費　37,074 千円
2023（Ｒ５） 年度	93,309,063（円）	【売上原価】 売上原価　11,565 千円 【販売費一般管理費】 人件費　45,096 千円 その他販管費　36,648 千円
2024（Ｒ６） 年度	95,752,866（円）	人件費　40,690 千円 その他経費　95,743 千円
2025（Ｒ７） 年度	120,000,000（円）	人件費 70,000 千円 その他経費　50,000 千円
2026（Ｒ８） 年度	260,000,000（円）	人件費　100,000 千円 その他経費　160,000 千円
2027（Ｒ９） 年度	260,000,000（円）	人件費　100,000 千円 その他経費　160,000 千円

（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

事業の取組方針

流山の地域資源と地域産業が共創する持続可能な社会の構築を実現するビジネスモデルと実装人材の育成を目指す

様式１



事業の収益確立の 4 本の柱

- **白みりん事業**
  地域資源である白みりんミュージアムの有効活用
- **古民家活用事業**
  地域に現存する古民家の取得・管理・運営（指定管理、コンセッションによる受託事業）
- **地域価値共創事業**
  国等の実証事業などへの取組（国交省、観光庁等の公募事業への取組）
- **拠点整備事業**
  自治体が所有する公共遊休不動産を活用したスモールコンセッションの推進（不動産活用）

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

流山市は、株式会社流山ツーリズムデザインを観光の舵取り役を担う当市における地域ＤＭＯとして登録したいので、株式会社流山ツーリズムデザインとともに申請します。

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）

様式１

重複しない

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	吉河　智彦
担当部署名（役職）	代表取締役
郵便番号	270-0164
所在地	流山市流山一丁目４番地の１
電話番号（直通）	04-7128-9901
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	Tomohiko.Yoshikawa@nagareyama-td.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	千葉県流山市
担当者氏名	山口　行彦
担当部署名（役職）	経済振興部　流山本町・利根運河ツーリズム推進課（課長）
郵便番号	270-0192
所在地	千葉県流山市平和台１丁目１番地の１
電話番号（直通）	04-7168-1047
ＦＡＸ番号	04-7158-5840
Ｅ－ｍａｉｌ	tourism@city.nagareyama.chiba.jp

都道府県･市町村名	千葉県流山市
担当者氏名	松原　大悟
担当部署名（役職）	経済振興部　流山本町・利根運河ツーリズム推進課（課長補佐）
郵便番号	270-0192
所在地	千葉県流山市平和台１丁目１番地の１
電話番号（直通）	04-7168-1047
ＦＡＸ番号	04-7158-5840
Ｅ－ｍａｉｌ	tourism@city.nagareyama.chiba.jp

（登録）【地域DMO】株式会社 流山ツーリズムデザイン

様式２

記入日： 令和7年8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】
千葉県流山市
【設立時期】 2020年8月26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】 吉河　智彦
【マーケティング責任者（CMO）】 吉河　智彦
【財務責任者（CFO）】 吉河　智彦
【職員数】 30人（常勤5人（正職員5人・出向等0人）、非常勤25人）
【主な収入】
137百万円（うち、補助金等32百万円）（2024年度決算）
【総支出】
95百万円（2024年度決算）
【連携する主な事業者】
ホテル　ルミエール　グランデ流山おおたかの森、
流鉄㈱、キッコーマン㈱、流山キッコーマン㈱、㈱千葉銀行

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

指標項目		2022（R４）年度	2024（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	3,240 ( )	4,800 ()	5,400 ( )	5,400 ( )	5,454 ( )	5,509 ( )
	実績	4,793 ( )	5,338 ()	4,697 ( )			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	30 (1)	104 (1)	112 ( )	112 ( )	113 ( )	114 ( )
	実績	103 (1.2)	111 (0.9)	131 (2.8)			
●来訪者満足度（%）	目標	90 ( )	94 ( )	95 ( )	95 ( )	95 ( )	95 ( )
	実績	94 ( )	93 ( )	95 ( )			
●リピーター率（%）	目標	90 ( )	95 ( )	96 ( )	96 ( )	96 ( )	96 ( )
	実績	95 ( )	97 ( )	90 ( )			

戦略

【主なターゲット】
- **江戸時代から明治にかけての歴史・文化に興味がある層**
- **落ち着いた上質な空間で、料理やお茶を楽しみたい層**

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
- 白みりんミュージアムjを核とした観光まちづくり

【観光地域づくりのコンセプト】
白みりんが織りなす歴史・ロマンのまち

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
白みりんミュージアムの整備・運営
・白みりんの魅力を発信

【受入環境整備】
スモールモビリティ事業
・ローカル鉄道周辺の交通空白の解消

【情報発信・プロモーション】
白みりん検定事業
・オリジナル検定試験の実施
・観光ポータルサイト