観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 30 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）木曽おんたけ観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 木曽町、王滝村	
所在地	長野県木曽町	
設立時期	平成 29 年 4 月 3 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 13 人（正職員 8 人・出向等 5 人）、非常勤 11 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） 三邨　佳之「常勤」	近畿日本ツーリスト（株）・（公財）ながの観光コンベンションビューロに勤務した。 また、（一社）日本旅行業協会関東支部、長野県地区委員会委員長・新潟県地区委員会委員長を歴任し、地域と協同しての観光地域づくりに高い知見を持つ。
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） 岡本　　徹「専従」	ビクターエンタテインメントにおいて、アーティストの A&R を担当。アーティストの発掘段階から登場し、「作品の制作」にも「作品の販促」であるプロモーションにも関わっており、プロモーションについて高い知見と能力を持つ。
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	（氏名） 古畑　浩二「専従」 （出身組織名） 木曽町	木曽町職員として 42 年間勤務。観光行政にも関りを持ち、まちづくり事業の推進に高い知見を持つ。地域づくり法人として持続可能な運営を行うため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 徳原　千鶴「専従」	クラブツーリズム（株）で 7 年間勤務し、旅行商品の造成・販売を担当し、多くのノウハウと高い知見、能力を持つ。 総合旅行業務取扱管理者

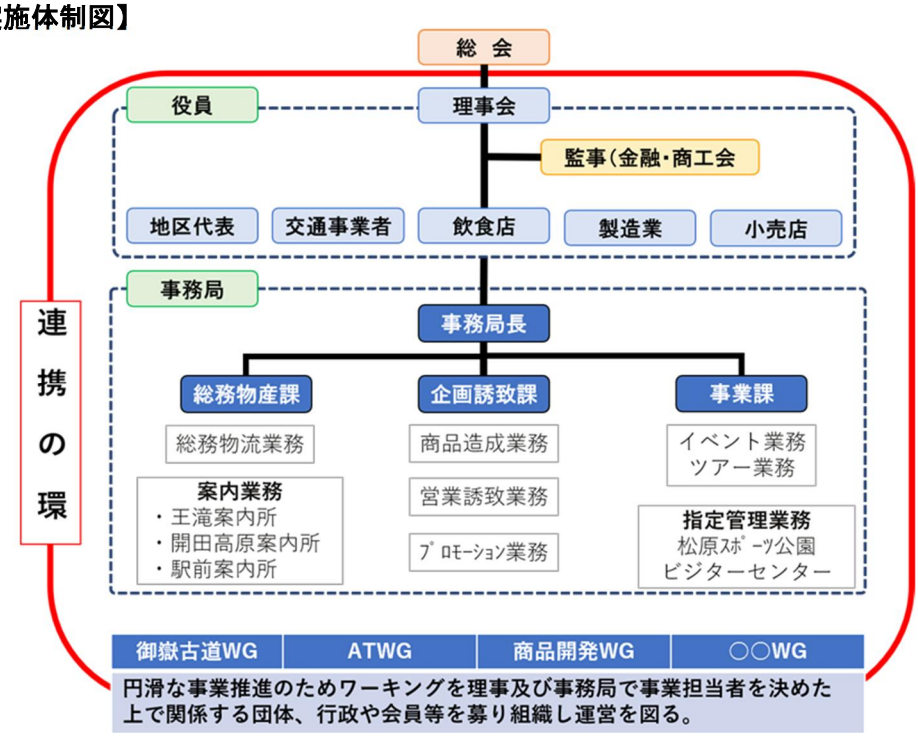
様式１

<table>
<tr><td>指定管理施設の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
田島　勝之「専従」</td><td>御嶽山噴火前までは、木曽御嶽観光（株）で、宿泊施設・飲食施設等の運営及び管理に従事。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">木曽森林管理署・木曽ふれあい推進センター（事業フィールドの提供）
木曽町観光商工課、王滝村経済産業課（社会資本整備）
木曽町環境水道課、王滝村総務課（地域公共交通）
木曽町建設農林課、王滝村経済産業課（農林水産事業関係）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">(一社)上松町観光協会（隣接する地域づくり法人として事業連携）
木曽町商工会（特産品開発・イベント・PR 事業連携）
おんたけ交通、おんたけタクシー、木曽交通（二次交通）
(一社)おんたけウェルネスラボ（事業連携）
木曽町旅館組合（宿泊）
御嶽神社、御嶽教御嶽山木曽本宮、国史跡 福島関跡（文化財）</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 colspan="2">【該当する登録要件】①②
（概要）観光局の理事として、多様な業種の企業団体の経営者及び地域の代表者が参画、また、監事として地元金融機関・商工会長が理事会に参加し、行政からも担当課長が出席する中、官民合同で協議・検討・決定する組織とした。
事業推進に当たり各事業に関係する行政担当者・事業者・地域住民等を委員とする部会を設置し、現状分析・今後の戦略・商品造成等具体的な事業の構築を図るなど、議論を行っている。</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 colspan="2">地元住民が参加できるセミナー及びガイド育成講座・学習会を開催。
観光戦略に掲げる「御嶽山」「御嶽古道」などへの意識啓発に係るパネル展示会、セミナーの開催。
木曽リポーター制度：木曽の魅力を地域住民が気楽に発信できるように学習会を実施、この養成講座を修了された方々を木曽リポーターに認定。
地元小中学生とのコラボ事業開催（木曽町三岳小学校・王滝村小中学生）</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【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>・R 元・2 年度 VR を活用した PR 映像制作事業
日本遺産に指定されている木曽路（16 の構成文化財）を 360 度カメラで撮影し、台湾でのオンラインセミナー「食と観光セミナー」で VR 体験を実施。（参加者 60 名）
・R2 年度～木曽リポーター制度構築事業
全 5 回の情報発信講座、SNS ディレクターやフォトグラファー等プロの講師から学び、木曽の今を伝えるリポーターの育成。1 期生：10 名、2 期生：12 名
・R2 年度長野県内・台湾向けテレビ番組制作・放送台湾向けプロモーション事業
木曽の自然を活かした安心安全な旅行の魅力を「健康」「食」をテーマに発信。台湾スーパーで木曽地域の産品を販売し、販路拡大及び木曽の PR を実施。
・R2 年度～KISO ORIGINAL
EC サイト立上げによる地域産品の販売促進事業
・R3 年度台湾向けテレビ番組制作・放送台湾向けプロモーション事業
「台湾人気シェフ×食材×観光　木曽 PR」を発信、台湾スーパーで木曽地域の産品を販売し、販路拡大及び木曽</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

		の PR を実施。 ・R3 年度御嶽山登山客誘客事業 御嶽登山・滝行画像、動画配信 ・R3 年度ウオーキングツアー誘客事業 御嶽古道、中山道、旧飛騨街道の動画作成及び配信 ・R4 年度日本遺産構成文化財横断的コーディネイト事業 新たなコンテンツ創出に向けて WS、セミナーの開催 参加者延べ：38 名 ・R4 年度木工・林業文化を活用した観光コンテンツ造成事業 木曽おもちゃ美術館と連携した木育体験プログラムや試作イベントの開催 ・R5 年度 DMO に一元化した観光情報 PR 等発信事業 複数あったホームページの一元化による情報発信の構築 ・R6 年度高付加価値化事業による観光アプリの活用
	受入環境の整備	・R 元年度御嶽古道サイン・マップ整備事業 黒沢口・王滝口サイン整備：55 基　マップ作成 ・R 元年度海外 DMC 予約システム機能強化業務 宿の予約管理を旅行ごとに複数の宿を一元管理 ・R2 年度御嶽古道整備事業 黒沢口 2～6 合目　歩道整備 ・R2 年度ウィズコロナ受入整備事業 新型コロナウイルス感染症対策セミナーの開催 参加：42 事業者　「木曽安心の店」制度の構築 ・R3 年度ガイド育成事業 「木曽おんたけガイドの会」を発足しガイド研修を 2 回開催し、スキルアップを図る ・R3 年度御嶽古道セルフガイドシステム構築 ヤマップアプリセルフガイドシステムの導入 ・R4 年度「御嶽山と共に生きる人と暮らし文化」事業 今年度オープンした御嶽山ビジターセンターを軸とした、地域資源を最大限活用した着地型体験を伴った戦略策定 ・R5 年度休眠預金等活用事業 御嶽山火山マイスターの自立に向けた事業の推進 ・R6 年度木曽町・王滝村観光 MAP リニューアル ・R6 年度オーバーツーリズム未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業による旧飛騨街道改修工事
	観光資源の磨き上げ	・R2 年度食のコンテンツ開発事業 木曽の発酵と薬草文化を味わう商品開発、レシピ本の作成 木曽四季の食講座　4 回開催　参加延べ：63 名 ・R2 年度木曽おんたけサイクルワールド 2021 開催事業 （誘客多角化コンテンツ実証事業：観光庁） 実際のロードレース及びヒルクライムレースのコースを撮影し、AR 化（拡張現実処理）して、バーチャルレースを開催し、YouTube 上にて E-レースを実況。 国内外から 214 名がレースに参加。 ・R3 年度サイクルツーリズムによる地域資源の魅力発信事業

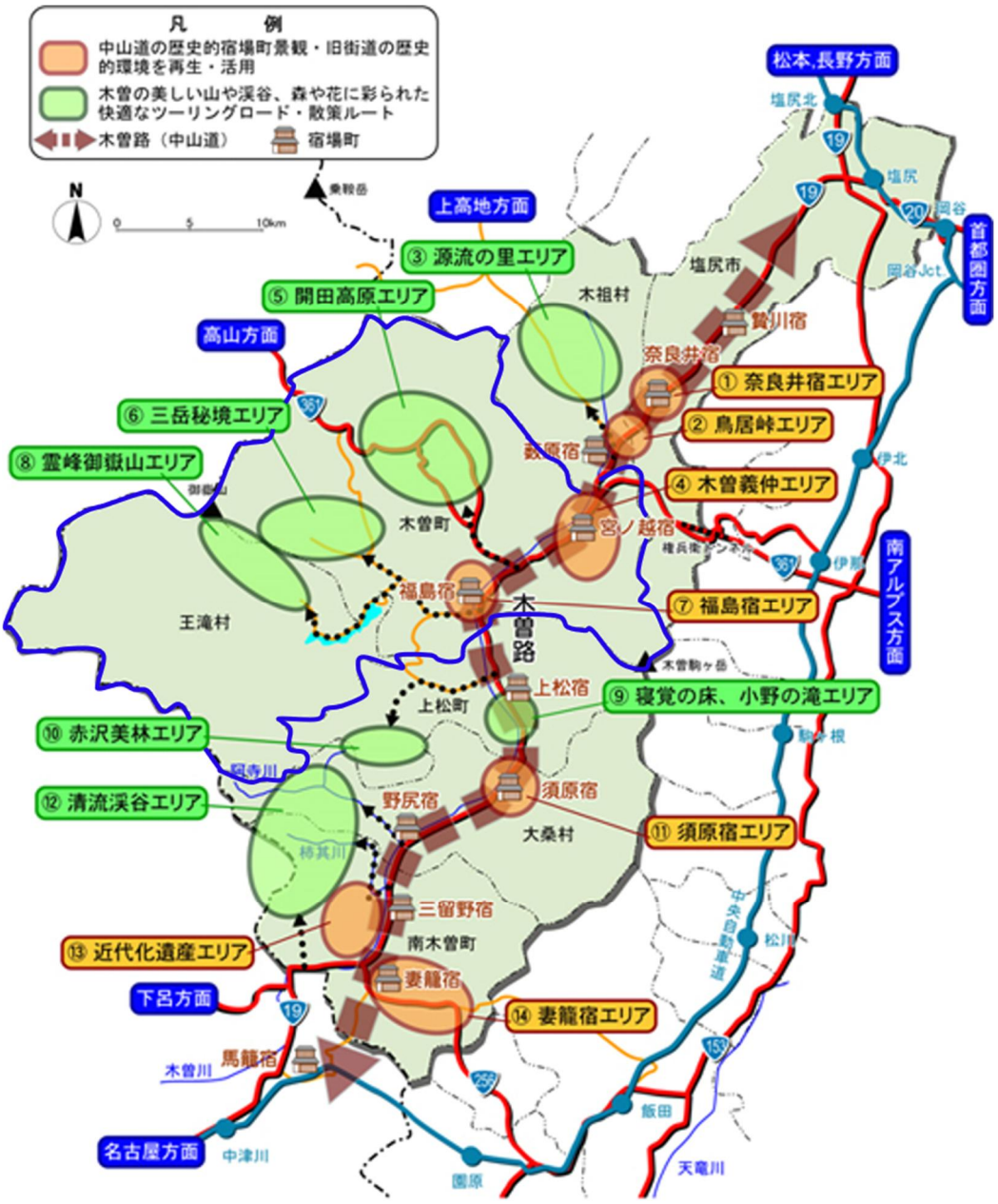
様式１

		E-bike を活用し、一般観光客向けの着地型体験として木曽の日本遺産(自然・文化・歴史)を巡るツーリングコンテンツ創出 ・R4 年度ユニバーサルツーリズム・MaaS 調査検証事業 二次交通（バス）のキャッシュレス決済実証実験 ・R4 年度看板商品創出事業 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の開発、地域資源の掘り下げ会議の実施 ・R5 年度地域一体となった観光と・観光産業の再生・高付加価値化事業 地域計画及び面的 DX 計画を策定し、事業を推進 ・R6 年度木曽おんたけグランフォンド 2024 の開催
	【定量的な評価】 令和 6(2024)年の観光客数は 1,321 千人となり、対前年比 5%の増、コロナ前令和元（2019）年比 15.1%増と戻ってきており、宿泊者数は令和元年と同じ 318 千人なった。今後インバウント等により増加傾向が期待できる。	
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】** 木曽町観光協会と王滝村観光総合事務所を統合する形で(一社)木曽おんたけ観光局を立上げ、地域の多様な関係者を巻き込むために組織検討委員会を開催し、地区の代表者のほか、関係事業者（交通事業者・宿泊施設・飲食店・小売店・製造業）の中から理事候補を選出し、実務的な事業にも参画する官民が密接に連携する地域一体の観光振興（観光地域づくり）を強力に推進する。 **【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】



【区域設定の考え方】

木曽町と王滝村は、御嶽山に象徴される共通の文化圏を作り上げてきた。御嶽山麓には、独自の自然資源や生活文化が育まれている。こうした魅力が、街道を行き交う旅人や御嶽山を信仰する人々をはじめ、昔から数多くの訪問者をこの地域に呼び込んできた。平成 25 年、この魅力を活かして国内外から多くの顧客を呼び込み、観光によってこの地域をよりよく運営するために、木曽町は「世界水準の滞在型観光地」を目指すことを決めた。

平成 26 年 9 月には御嶽山が噴火し、多くの犠牲者を生むと共に、地域の観光にも大きな影響を与えた。地域が一丸となってこの影響を払拭し、より魅力的な地域をつくるために、木曽町、王滝村は改めて、２町村が結束して「世界水準の滞在型観光地」をめざすことを決めた。

【観光客の実態等】

木曽町・王滝村	観光客入込客数（百人）	延べ宿泊者数（百人）	旅行消費額（千円）
平成 29 年	11,616	3,266	6,341,828
平成 30 年	11,491	3,192	6,297,453
令和元年	11,481	3,178	6,466,850
令和 2 年	8,376	2,114	4,738,050
令和 3 年	9,148	2,021	4,638,485
令和 4 年	11,629	2,635	5,782,815
令和 5 年	12,560	2,920	6,519,645
令和 6 年	13,212	3,184	6,348,325

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。
【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】
・御嶽山の国定公園の指定候補地に選出されており、火山としては富士山に次いで日本 2 番目の高さを誇る。「御岳ロープウェイ」を活用することで、約二時間の登山で 3,067m の頂上に行くことができ、自然を満喫できる
・御嶽山麓では、冬季のみ幅約 250m、高さ 50m の「白川氷柱群」を見ることができる
・木曽八景の「徳音寺の晩鐘」、「駒ヶ岳の夕照」、「御嶽の暮雪」が木曽町にあり、四季を通して自然を楽しめる
【歴史、文化遺産】
・江戸時代の五街道の一つである「中山道」は、江戸期の趣を現在も色濃く残している宿場町を体験できる
・古来より文化財などの建造物材料として使用された木曽ひのきの里として、また、木工芸品などにより木の文化を引き継いできた地域
【健康】
・開田高原ヘルスツーリズムは木曽町開田高原とその周辺地域の地域資源を活用して「滞在して」「ウォーキングなどの運動で」「心身ともに健康になる」ツアーの企画・ガイドを行っている
【アウトドア/レジャー/体験】
・数多くのゴルフ場、スキー場、キャンプ場、テニスコート、釣り場があり、多様な体験ができる
【イベント】
・水無神社例大祭（みこしまくり）、木曽義仲旗挙げまつり、木曽音楽祭、雪灯の散歩路
TGR ラリー、御嶽神社例大祭、トレイルマラソン大会、MTB レース
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
・宿泊施設数　97 施設
・施設規模　（総定員数）4,961 人
【利便性：区域までの交通、域内交通】
・JR 中央西線木曽福島駅、木曽町生活交通システムによる路線バス、タクシー、観光路線バス、王滝村営バス
【外国人観光客への対応】
・外国人観光客は近年増加傾向にあるが、まだまだ受入れ態勢が整っていない状況である。主要観光施設への Wi-Fi の整備、中山道を歩く欧米人が増える中、木曽福島駅前案内所等の英語標記の看板の設置、パンフレットの多言語化を薦めている。また、エージェントによる外国人の集客も少しずつ進んでいるため、宿泊施設においても外国人宿泊客の受入れが進んでいる状況である。また、バスのアナウンス、バス停も英語標記に変更して、外国人観光客の利便性を図っている。今後、地域でのサイン看板の外国人対応に改修していく予定である。

また、キャッシュレス化への対応について、自治体や商工会等と検討しながら進めており、特に2次交通となるタクシーのキャッシュレス化は、自治体の助成事業により徐々に台数が増えてきている状況。

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。	長野県観光地利用者統計より。（木曽町・王滝村が調査）
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	長野県観光地利用者統計より。（木曽町・王滝村が調査）
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 Analytics（*web DATA 分析、レポート作成機能）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。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

【地域概要】 ： 地域の約9割を山林で占める自然と、江戸期から残る文化・歴史に囲まれた地域
・「御嶽山」は、国定公園の指定候補地に選定。標高3,067mの剣ヶ峰を主峰に、五峰五池を擁して雄大な裾野を広げている。古くから富士山などと並ぶ霊峰として知られている。
・江戸時代の五街道の一つである「中山道」は、江戸期の趣を現在も色濃く残している宿場町であり、当時の雰囲気や文化などを体験できる。
・江戸時代の中期から御嶽参りが盛んになり、木曽町は街道と御嶽山をつなぐ宿場として賑わった。
・古来より文化財などの建造物材料などとして使用された木曽ひのきの里として、木工芸品などにより木の文化を引き継いできた。
【動向】
・2014年の御嶽山噴火による影響で観光客数が減少し、2019年までは徐々に回復基調となっていたが、新型コロナウイルスの影響により2020年度は対前年比35.4%減と大きな打撃を受けた。
・2022年の新型コロナウイルス感染症に関する水際措置見直しや、2023年のコロナ5類移行等により多くのインバウンドが木曽に来ており、コロナ禍前の数字に戻ったが、観光消費額は物価高騰等により伸び悩んでいる。
・観光地利用者統計をみると紅葉など自然をより一層楽しめる7～9月が繁忙期となっている。一方、1～6月、10～12月は観光地利用者数が低い水準となっている。

豊かな森林資源、御嶽山の山岳信仰文化、街道文化や日本遺産「すんき」をはじめ四季折々の郷土食があり、独自の資源を活かしたアドベンチャーツーリズムなどにより差別化を図るため、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、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） ・日本遺産「構成文化財」42 件 木曽路は長野県内初の日本遺産認定 平成 18 年に 9 地域目として日本で最も美しい村連合に加盟 信仰の山「御嶽山」とその山麓に広がる森林資源 郷土食（朴葉巻・手打ちそば・すんき漬け） 自然由来の生薬（百草）の文化 日本三大美林　木曽ひのきの産地 四季を通して大自然の中でアクティビティを楽しめる（キャンプ・フィッシング・ウィンタースポーツ・ゴルフなど）	弱み（Weaknesses） 2014 年の御嶽山噴火災害による木曽地域へのイメージ低迷 長野県内の近隣地域の中で知名度が低い 交通アクセスが悪い（高速が通っていない）、天候・気象条件に左右されやすいため集客が難しい立地 上質なインバウンド向けの宿泊施設が不足 地元体験をできるようなプログラム・ツアーが少ない 空き家・空き店舗が増加し、景観を損ねている 事業者は自身の商売で手一杯になっており、地域の魅力を発信するプロデューサーの役割を担う人がいないため、適切なプロモーションができていない 施設の営業時間・営業期間が短いため、朝活や夜に飲食を楽しむような施設がなく１日中楽しめる地域になっていない
外部環境	機会（Opportunity） ・御嶽山ビジターセンターやまテラス田ノ原、さとテラス三岳が令和 4 年にオープン 災害の教訓を伝える他、火山の研究拠点や噴火時の避難所及び御嶽山火山マイスターの拠点として活用 御嶽山が国定公園の指定候補地に選定 個人旅行の増加、地域体験志向等の観光ニーズの変化	脅威（Threat） ・木曽地域は長野県内でも特に人口減少が進んでおり、少子高齢化が進んでいる 伝統工芸、宿泊施設の後継者が不足（伝統工芸品に存在認知が低い） 活火山である御嶽山が存在するため、自然災害のリスクを抱えている

※上記に加え、ＰＥＳＴ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

○第１ターゲット層
インバウンドの富裕層【欧米豪】
ツアー客ではなく個人手配で宿泊する層
費用の制限がなく、満足度の高さを追求した高額消費旅行を行う層

○選定の理由
中山道の訪日ハイカー数は、馬籠峠を越えるハイカー調査「（公財）馬籠を愛する会」調べによるとコロナ前のＲ元（2019）年 37,823 人を今年は上回る勢いで、ウオーキングを目的とした欧米人

を中心に来訪者が増加しており、日本文化に触れる機会を楽しみに今後も増える可能性が高く、国内需要が今後も伸び悩む中インバウンドに重点を置く必要がある。 〇取組方針 ・豊かな森林資源､御嶽山の山岳信仰文化､街道文化や日本遺産「すんき」をはじめ四季折々の郷土食があり､独自の資源を活かしたアドベンチャーツーリズムなどにより差別化を図る。 ・高付加価値な宿泊施設への改修が出来ておらず、旅行形態の変化へ対応する。 ・露天風呂付客室や客室ベッド化・和洋室化への改修や個食スペースの設置を行い、宿泊の付加価値の向上を図る。 ・食べ歩き・飲み歩きを楽しめるよう営業時間・営業期間の見直しを行う。
〇第２ターゲット層 30～40 代の高所得層 大都市圏に在住している企業経営者などの多忙な日々を送っている独身もしくは DINKs 自分の心身に対して意識が高く、自己投資を惜しまない層 質の良い体験を経験することで、自分を高めることを知っている層
〇選定の理由 既存ターゲットでは、日帰りの観光客の割合が多く、観光消費額の増加に繋がりにくいため、新規のターゲットを狙う必要がある。リピーターや観光消費額を増加させるため、新規のターゲットとして可処分所得の高い層の取込を狙っていき中長期滞在を促していく必要がある。 〇取組方針 ・御嶽山、権現滝、御嶽古道など自然の良さを体験してもらう体験プログラムを造成する。 ・木曽で活躍する作家の作品も購入することができるカフェや、古民家を活用したフレンチレストラン等のような、高付加価値な施設を広げることで新規のターゲットの取込を目指す。 ・近隣競合エリアとイメージ戦略上の差別化を図り、届けたい特定層にリーチするようにプロモーションを行う。
〇第３ターゲット層 木曽川流域の自治体等ターゲット層
〇選定の理由 新学習指導要領では、SDGs の具体的な実践が求められ、観光中心から、SDGs を学ぶための学習旅行のニーズが高まっている。御嶽山を中心とする木曽の豊かな森林資源は、豊かな水を育み、牧尾ダムに蓄えられ愛知用水として濃尾平野や知多半島の農業用水・工業用水・飲料水として多くの人々の生活を潤しており、その関心度も高いことから、自治体や学校向けに御嶽山ビジターを中心とした SDGs を学ぶ森林体験や「みどりの体験・学習旅行」の提案ができる。 〇取組方針 ・木曽エリア全体がフィールドとなる体験学習『木曽の学びの旅』』防災＋環境＋観光の実施。 ・木曽の豊かな自然をフィールドに 1984 年の長野県西部地震、2014 年の御嶽山噴火などについての防災知識を学びに御嶽山ビジターセンター等を活用しながら、植樹・森林整備体験等の環境教育と登山などの体験を提供し学習旅行を誘致する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	中山道・木曽路といった歴史・文化や四季を通して大自然の中で楽しめる着地型のアドベンチャーツーリズムを促進する。 特に中山道から脇に入る御嶽古道のスピリチュアルな体験や、岐阜県高山市につながる旧飛騨街道は、ウォーキングを楽しむ来訪客に向け整備を推進する。

②コンセプトの考え方	この地域が持つ中山道・木曽路や近隣の山々から伝わる木や食に関する歴史/伝統文化が古くから残り、四季を通して大自然の中でアクティビティを楽しめるという独自性を活かせる。 また、スピリチュアルな体験ができる御嶽古道や、飛騨街道の整備を行いさらに、私たちはこれから新たに地図に載せる名所づくりをし、木を利用した新たな夜の景観づくり・木を利用した文化モノ・コトの創造に取り組むことで、他の地域にはない木曽ならではの文化、暮らしや大自然との距離間が近い、着地型のアドベンチャーツーリズムを体感できるという魅力が生まれる。

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。	・理事会：年 6 回開催（基本 2 か月に１回） ・定時社員総会（通常、年１回） ・地区懇談会（事業報告書の説明会）：年２回 ・ガイド関係者との連絡協議（随時） ・行政との連絡協議（随時）
	・理事会では、各事業の進捗状況や経営や運営方針を検討、立案 ・総会では、事業者向けに事業説明を実施 ・地区懇談会（事業報告書の説明会）：関連事業者を集めてコミュニーションの場を年２回程度実施 ・ガイド関係者との連絡協議では、連絡調整や学習会を開催 ・行政とは次年度事業や委託事業の詳細、予算編成の検討
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	・DMO の大きな役割として、地域の品質管理・向上ということを掲げている。まずは観光客が一番長く滞在する宿泊施設の品質の現状把握を行い、旅館にフィードバックし改善に努める体制を構築し進める。 ・アンケート形式により、来訪者満足度調査において他地域との比較も行うことにより地域内の課題を自分のものとして捉えられるような仕組みづくりを進める。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ついて、来訪者満足度を継続して測定することにより品質向上を図る。
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	・観光客との連絡窓口を一本化。 ・木曽の今を伝えるリポーターを育成して、地域住民とともに、SNS（facebook、Twitter、Instagram）で情報発信を行う木曽リポーター制度を構築し、より効果的なプロモーションの実施。 ・R5 年度よりホームページの一元化事業に取り組み、ユーザーに分かり情報の提供やデータ収集に取り組む。

※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。

様式１

（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	7,500	8,200	8,900	9,700	10,100	10,600
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	5,783	6,520	6,348			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	550	600	650	700	740	780
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	264	292	318			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	24.5	25.6	26.0	26.5	27.0	27.5
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	23.1	23.6	24.1			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	83.5	85.0	86.0	87.7	89.5	91.2
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	76.8	78.3	79.9			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
来訪者満足度、リピート率については、平成 30 年度に木曽観光復興対策協議会、（一社）長野県観光機構で行った「木曽エリア旅行者アンケート」を夏/秋/冬 3 期に分け、旅行者（日本人・外国人）の総合満足度、観光消費額、リピート率などを収集、分析した調査結果報告書を基本に今後の木曽おんたけ観光局ＤＭＯのＫＰＩ指標設定のための参考データとする。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
2020 年は、新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少した。「新型コロナウイルスとの共存・共生」という観点から今後の目標値策定は、2021 年は、過去 3 年間の平均値とし、翌年以降は、年 5%増を目標とする。
●延べ宿泊者数
2020 年の調査結果を基に景気対策が講じられることを踏まえて毎年 5%増を目標値として設定する。
●来訪者満足度
平成 30 年度の調査結果を基に毎年 2%増を目標値として設定する。
●リピーター率
平成 30 年度の調査結果を基に毎年 2%増を目標値として設定する。

（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

様式１

●住民満足度（%）	目標	24.5	25.6	26.0	26.5	27.0	27.5
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	23.3	24.3	25.2			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●WEB サイトのアクセス数（ページビュー）	目標	737,000	500,000	340,000	120,000	132,000	145,200
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	437,736	337,135	108,663			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●	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】
観光地域づくりの目的は、地域の「観光」をベースに、住民が「未来に向けて継続的にその地での営みを続けていける」ための仕組みと実践を行っていくことが重要である。また、木曽町・王滝村を網羅するホームページを制作した。当地域に対する関心度合いを把握するとともに、更なるアクセス数のアップを図る。

【設定にあたっての考え方】
●ＷＥＢサイトのアクセス数
木曽おんたけ観光局ホームページは、新たに制作したこともあり、徐々にアクセス数を伸ばしてきたが、サイトが複数となり分かりづらいとの問い合わせが増えたため、2023 年度よりホームページの一元化作業に入り 24 年度秋頃より本格運用を図る。2023 年度数値をベースにそれ以降は年 10%増に目標設定した。

●住民満足度
自地域で住まうことへの「愛着」「誇り」を持つこと＝住んでよし　の地域になること。
観光地域づくりのマーケティングにおける「住民意識調査」は'住んでよし'の力を可視化する。

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。

様式１

（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	173,520,261（円）	【国からの補助金】	46,620,407（円）
		【都道府県からの補助金】	9,075,000
		【市町村からの補助金】	48,568,795
		【公益事業受託】	10,086,525
		【収益事業】	53,865,482
		【会費】	2,451,000
		【営業外収益】	2,853,052
2023（Ｒ５）年度	298,544,497（円）	【国からの補助金】	36,500,000（円）
		【都道府県からの補助金】	17,208,220
		【市町村からの補助金】	31,111,698
		【公益事業受託】	8,100,000
		【収益事業】	178,076,447
		【会費】	2,318,500
		【営業外収益】	25,229,632
2024（Ｒ６）年度	386,824,196（円）	【国からの補助金】	22,250,000（円）
		【都道府県からの補助金】	17,429,620
		【市町村からの補助金】	56,632,800
		【公益事業受託】	9,106,000
		【収益事業】	276,339,551
		【会費】	2,356,500
		【営業外収益】	2,709,725
2025（Ｒ７）年度	320,066,816（円）	【国からの補助金】	―（円）
		【都道府県からの補助金】	13,959,220
		【市町村からの補助金】	36,553,240
		【公益事業受託】	8,100,000
		【収益事業】	258,554,356
		【会費】	2,400,000
		【営業外収益】	500,000
2026（Ｒ８）年度	267,000,000（円）	【国からの補助金】	10,000,000（円）
		【都道府県からの補助金】	9,575,000
		【市町村からの補助金】	36,000,000
		【公益事業受託】	8,000,000
		【収益事業】	200,000,000
		【会費】	2,450,000
		【営業外収益】	975,000
2027（Ｒ９）年度	267,000,000（円）	【国からの補助金】	10,000,000（円）
		【都道府県からの補助金】	9,575,000
		【市町村からの補助金】	36,000,000
		【公益事業受託】	8,000,000
		【収益事業】	200,000,000
		【会費】	2,500,000
		【営業外収益】	925,000

（２）支出

様式１

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	172,675,177（円）	（円） 【一般管理費】 82,647,617 【情報発信・プロモーション】 13,320,929 （海外戦略） 4,950,000 【受入環境整備等の着地整備】 5,652,923 【コンテンツ開発】 26,419,357 【マーケティング】 3,827,563 【旅行業事業】 29,819,632 【観光イベントの開催費】 6,037,156
2023（Ｒ５） 年度	294,071,906（円）	（円） 【一般管理費】 84,204,210 【情報発信・プロモーション】 16,730,552 （海外戦略） 5,356,604 【受入環境整備等の着地整備】 7,613,433 【コンテンツ開発】 14,320,900 【マーケティング】 3,463,583 【旅行業事業】 155,510,279 【観光イベントの開催費】 6,872,345
2024（Ｒ６） 年度	374,423,553（円）	（円） 【一般管理費】 90,868,363 【情報発信・プロモーション】 16,631,689 （海外戦略） 5,356,604 【受入環境整備等の着地整備】 9,656,125 【コンテンツ開発】 20,368,200 【マーケティング】 2,412,508 【旅行業事業】 222,184,900 【観光イベントの開催費】 6,945,164
2025（Ｒ７） 年度	315,399,946（円）	（円） 【一般管理費】 76,255,726 【情報発信・プロモーション】 8,100,000 （海外戦略） 6,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 7,587,220 【コンテンツ開発】 － 【マーケティング】 1,000,000 【旅行業事業】 209,607,000 【観光イベントの開催費】 6,850,000
2026（Ｒ８） 年度	315,000,000（円）	（円） 【一般管理費】 76,000,000 【情報発信・プロモーション】 10,000,000 （海外戦略） 6,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 7,000,000 【コンテンツ開発】 5,000,000 【マーケティング】 5,000,000 【旅行業事業】 200,000,000 【観光イベントの開催費】 6,000,000
2027（Ｒ９） 年度	315,000,000（円）	（円） 【一般管理費】 76,000,000 【情報発信・プロモーション】 10,000,000

		（海外戦略） 6,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 7,000,000 【コンテンツ開発】 5,000,000 【マーケティング】 5,000,000 【旅行業事業】 200,000,000 【観光イベントの開催費】 6,000,000

（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

公費受託事業獲得：観光事業を展開する上で重要となる施設等の指定管理の受託、地元自治体等（長野県・木曽広域連合・木曽観光連盟・木曽町・王滝村）の事業受託
指定管理の受託等：
・松原スポーツ公園【王滝村】令和 2 年度～令和 6 年度まで　※再申請：令和 7 年度～
・やまテラス王滝　長野県立御嶽山ビジターセンター　令和 4 年 8 月～
・さとテラス三岳　木曽町　御嶽山ビジターセンター　令和 4 年 8 月～令和 7 年 3 月 31 日終了
・木曽町駐車場及び広小路プラザ：令和 7 年度～予定
旅行業事業：自主ツアーの開催及び手配業務の推進
EC サイトの運営：特産品の販売及び特産品土産品の開発
レンタサイクル事業：スポーツ公園（指定管理施設）を拠点とし、電動アシスト自転車の貸出
アドベンチャーツーリズム事業：各種イベントの自主開催及び誘致、カヌーツアー、サイクルツーアー等の開催

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

木曽町、王滝村は、「一般社団法人木曽おんたけ観光局」が当該町村における登録ＤＭＯとして令和 7 年 3 月 25 日に更新登録したことを確認した。

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	古畑　浩二
担当部署名（役職）	木曽おんたけ観光局（専務理事）
郵便番号	397－0001
所在地	長野県木曽郡木曽町福島 2012-5

電話番号（直通）	0264-25-6000
ＦＡＸ番号	0264-25-6001
Ｅ－ｍａｉｌ	info@visitkiso.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	長野県　木曽町
担当者氏名	古畑　章夫
担当部署名（役職）	観光商工課　（課長）
郵便番号	397－8588
所在地	長野県木曽郡木曽町福島 2326 番地 6
電話番号（直通）	0264-22-4285
ＦＡＸ番号	0264-24-3602
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@town.kiso.lg.jp

都道府県･市町村名	長野県　王滝村
担当者氏名	堤　純一
担当部署名（役職）	経済産業課（課長）
郵便番号	397－0201
所在地	長野県木曽郡王滝村 3623 番地
電話番号（直通）	0264－48－2001
ＦＡＸ番号	0264－48－2172
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@vill.otaki.nagano.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人木曽おんたけ観光局

様式２

記入日：　令和7年7月30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】
長野県、木曽町、王滝村
【設立時期】 平成29年4月3日
【設立経緯】
（例）②区域の複数の観光協会が統合してDMO新設
【代表者】 三邨　佳之
【マーケティング責任者（CMO）】 岡本　　徹
【財務責任者（CFO）】 古畑　浩二
【職員数】 24人（常勤13人（正職員8人・出向等5人）、非常勤11人）
【主な収入】
収益事業　276百万円、受託事業　　9百万円（6年度決算）
【総支出】
事業費　374百万円、一般管理費　91百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
上松町観光協会、木祖村観光協会、木曽町商工会、おんたけ交通
おんたけウェルネスラボ

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
旅行消費額（百万円）	目標	7,500（　）	8,200（　）	8,900（　）	9,700（　）	10,100（　）	10,600（　）
	実績	5,783（　）	6,520（　）	6,348（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	550（　）	600（　）	650（　）	700（　）	740（　）	780（　）
	実績	264（　）	292（　）	318（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	24.5（　）	25.6（　）	26.0（　）	26.5（　）	27.0（　）	27.5（　）
	実績	23.1（　）	23.6（　）	24.1（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	83.5（　）	85.0（　）	86.0（　）	87.7（　）	89.5（　）	91.2（　）
	実績	76.8（　）	78.3（　）	79.9（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①インバウンドの富裕層
②30～40代の高所得者層
③木曽川流域の自治体等ターゲット層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①山岳信仰や街道文化等独自の資源を活かしたアドベンチャーツーリズムによる差別化。
②体験プログラム等届けたい特定層へのプロモーション
③体験学習「木曽学びの旅」の実施。
【観光地域づくりのコンセプト】
中山道・木曽路といった歴史・文化や四季を通じて大自然の中楽しめる着地型のアドベンチャーツーリズムを促進する。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・食のコンテンツ開発事業
・サイクルツーリズムによる地域資源の魅力発信事業
・看板商品創出事業
・高付加価値事業

【受入環境整備】
・海外DMC予約システム機能強化
・御嶽古道整備事業
・御嶽山ビジターセンターを軸とした着地型体験を伴った戦略策定

【情報発信・プロモーション】
・VRを活用したPR映像制作事業
・ECサイトによる地域産品の販売促進事業
・木工・林業文化を活用した観光コンテンツ造成事業
・DMOホームページの一元化事業

【その他】
・指定管理施設の運営