観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２８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）奥むさし飯能観光協会	
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 埼玉県飯能市	
所在地	埼玉県飯能市	
設立時期	平成 28 年４月１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	18 人【常勤７人（正職員０人・出向等０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）	（氏名） 中里忠夫 （出身組織名） ㈱中央ギフト商事	飯能商工会議所常議員　日本商工会議所観光・インバウンド専門委員会委員　飯能まつり協賛会会長を務め、市街地と山間地を俯瞰して、市域一体となった観光振興に取り組んでいる。飯能市・埼玉県等と連携して飯能河原で火気使用に関する有料化事業に取り組んでいる。会報誌「はんのういい塩梅」を年 4 回発行し、会員間の連携促進と連帯感の醸成に努めている。
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	沼崎修一（専従） （出身組織名） 一般社団法人 奥むさし飯能観光協会	前身の飯能市観光協会が平成 27 年 6 月に飯能商工会議所が事務委託を引き受けたことに伴い、商工会議所職員として担当となる。平成 31 年 3 月に定年退職するとともに、本協会の事務局に就職する。国内旅行業務取扱管理者　国内旅程管理者
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	柿沼伊予子（専従） （出身組織名） 一般社団法人 奥むさし飯能観光協会	観光協会会計担当として、一般会計・収益事業会計全般を管理している。
各部門（プロモーション）責任者（専門人材）	大野悟（専従） （出身組織名） 飯能市	飯能市の前企画総務部長 （行政在職中は観光部門に携わっていた期間が長く、観光関連に係る新規事業の立ち上げやエコツアーの催行やエコツーリズムの推進・各種祭事の運営等に係ってきた。協会では観光プロモーション全体を統括し即戦力として活動している。国内旅行業務取扱管理者

様式１

旅行商品開発担当者（専門人材）	岡本知恵子（専従） （出身組織名） 一般社団法人 奥むさし飯能観光協会	（観光協会主催の募集型企画旅行の造成・催行を担当している。飯能市エコツアー・飯能まつりのパンフレット。ポスターの作成を手掛ける。ホームページ・ＦＭラジオ番組等での情報発信も担っている。
データ収集・分析担当職員	小川佐穂利 （出身組織名） スカイマーク航空	ＫＰＩ資料の収集管理、分析を担当する。ＳＮＳによる情報発信も担い、諸会議のロジ周りも担当する。
商品開発担当職員	影山理恵 （出身組織名） 飯能ケーブルテレビ	飯能の資源を活用した観光土産品等の開発・販売を担当する。ＳＮＳによる情報発信も担い、諸会議のロジ周りも担当する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	飯能市 観光・エコツーリズム課（観光全般、エコツーリズム、アニメツーリズム、飯能まつり協賛会） 産業振興課（観光事業者支援） 企画課（地方創生・メッツアとの連携） 広報情報課（情報発信、情報交換） 自治振興課（友好都市交流） 交通政策課（路線バス維持） 環境緑水課（環境温暖化対策、自然保護） クリーンセンター（不法投棄対策） 水道事業課（飯能水） 下水道課（マンホールカード） 博物館（市民ガイド養成業務・歴史的資源の活用） 農業振興課（農業体験、農林産物の開発、） 森林づくり課（林業体験、農林産物の開発） 維持公園課（公園の使用等） 日高市 観光課（飯能市・日高市賑わい創出連携協議会） 埼玉県 観光課（埼玉県観光プロモーション戦略会議、情報交換、インバウンド誘客）	
連携する事業者名及び役割	飯能商工会議所（催事共催、各種商品開発、各種指標・情報収集分析） （公社）飯能青年会議所（誘客連携、催事協力） 飯能旅館組合（宿泊、飲食関連、個人団体誘致斡旋） 飯能市商店街連盟（催事協力、商品開発、販売提携） 特定非営利法人飯能市スポーツ協会（スポーツ施設商品販売、スポーツ団体誘致、催事協力） 市内林業関連団体及び事業者（催事協力、物産開発協力） 飯能市農業青年会議所（催事祭事協力） 入間漁業協同組合（催事協力、河川情報提供） 市内キャンプ場団体（催事協力、利用客斡旋 PR） 市内福祉団体（催事・商品開発、物販売協力） 飯能市飯能地区まちづくり推進委員会（飯能河原有料化実証実験事業への協力、駅からマップ発行における協働） 飯能市内７地区まちづくり推進委員会（催事・商品開発協力、ハイキング道等観光インフラ整備） 飯能まちなかを元気にする会 霊峰二山飯能七福神会（御朱印巡り、ツアー造成） 特定非営利法人奥武蔵グリーンリゾート（奥武蔵ロングトレイル）	

様式１

	駿河台大学（地域データ収集分析、インターンシップ等人材協力） 市内交通事業者（催事、集客、商品造成、情報提供協力） 西武鉄道㈱（西武沿線自治体インバウンド定例ＭＴＧ） 飯能信用金庫（ＤＭＯ・観光事業者への金融支援） ㈱地域デザインラボさいたま社（飯能河原火気使用有料化事業連携、経営基盤強化計画策定支援、観光庁・地域観光魅力向上事業補助金） ㈱ムーミン物語等観光事業者（誘客、催事協力） 認定特定非営利法人埼玉ハンノウ大学（ツアー造成・環境教育催事等の協力） 地場食品・ご当地グルメ等取扱業者（販売促進の協力） 企画制作業者（マーケティング・PR 協力） 埼玉県物産観光協会（埼玉みどころ旬感協議会、情報交換、ツアー造成協力、観光土産物品開発協力） 豊島区観光協会・墨田区観光協会・高萩市観光協会・横浜観光コンベンションビューロー・大熊町観光協会・野老澤町造商店（各種催事による観光宣伝・物産販売） 埼玉県ボートレース企業集団（物産展による観光宣伝と物産販売）
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	観光、商工業（宿泊業者・交通事業者・製造業を含む）、農業、林業、福祉等、金融、教育、ＮＰＯ法人等幅広い分野の関係団体（行政を含む）で構成される（一社）奥むさし飯能観光協会の役員会を基本とし、実施事業毎に役員以外の関係者も加え、事業毎に部会を組織する。飯能河原の有料化事業を担当する「火気有料化部会」、収益事業等を通じて協会の体質改善を図り、事務局の体制強化と事業全般の業務改善を進めるために「経営改善部会」を令和 5 年度から発足した。「火気有料化部会」は令和７年 7 月までに 16 回開催し、事業運営の円滑化を図った。、「経営改善部会」は、経営基盤強化計画の策定に取り掛かり、計画の策定については外部業者に委託した。部会では、外部業者から説明を求め、その取組み状況を適宜検証している。経営基盤強化のために収益部門の充実にも取り組んでいて、前述の火気有料化事業を始め、エコツアーの充実、観光庁の補助金を活用したインバウンド向けのツアー造成にも取り組んでいく。「飯能アニメツーリズム実行委員会」・「飯能市エコツーリズム推進協議会」の業務が令和 6 年度末までに市から観光協会に移管された。「飯能まつり協賛会」の運営が令和７年度末までに完全移管される予定で、令和７年度は市と共同で事務局を運営している。
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	飯能市は、平成 16 年度に環境省のエコツーリズム推進モデル地区に指定されたことをきっかけに、エコツーリズム推進協議会と市が中心となり、地域住民の協力のもとにエコツーリズム事業を推進している。飯能市のエコツーリズムは、「全ての地域と住民の参加により地元への誇りと愛着を育む」ことを基本方針として掲げており、市民がガイドや資源探し、ツアーの企画運営に関わるなど、既に市民参画の観光地域づくりが進んでいるところである。 令和 5 年度から飯能河原火気使用有料化事業を実施している。河原町・三丁目・本郷・大河原の周辺 4 自治会と飯能地区まちづくり推進委員会を通じて適宜情報交換を行っている。 また、ホームページやＳＮＳ、情報誌といった媒体を活用し、地域経済における観光振興の必要性や観光地域づくり法人の取組について理解を深めていただくため、積極的に取り組みを発信している。 令和 5 年市民向けのアンケート調査を実施し、令和 6 年は 253 の回答を得ることができた。81%の住民が飯能河原の火気使用有料化事業に賛同し、環境保全、美化促進、風致維持に高い関心を寄せ、協会の有料化事業に対して協力的な意識が伺える。 飯能地区まちづくり推進委員会を除く市内７地区（加治・精明・南高麗・原市場・名栗・東吾野・吾野）で組織されるまちづくり推進委員会と連携し、催事や

様式１

	ツアー等の商品開発、山間５地区においてはハイキング道をはじめ景観整備など観光インフラの整備、維持管理等について情報交換を行って協力体制を構築する。会報誌はんのういい塩梅は、広く市民に向けても発信すべきとの声が散見されることから、中期的には広報誌化する方向で検討を進める。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業：情報発信・プロモーション 実施概要： ・令和６年度事業・令和７年７月までの事業 **情報発信の拠点とする** 各団体と連携して協会が一元的に情報を発信して、情報発信の拠点となるように心掛けてはいるが、すべてを網羅するには至っていないので、正副会長会議・役員会・各部会等で引き続き各団体・市内各地域からの情報の収集に努めている。 **ＦＭ茶笛(ちゃっぴぃ　ミニＦＭ)観光情報番組への出演** 毎月１回時宜を得た観光情報を提供している。 **ホームページの閲覧件数を年間 105000 回** 令和６年１月から 12 月で 159,709 件　対前年比 32,790 減 **インスタグラム等 SNS を活用して情報を発信** 週複数回を発信している。 **中華圏向け情報発信** 観光庁の地域観光魅力向上事業補助金の採択に伴いインバウンド向けのサステナブルツアーを催行することからＯＴＡに向けて積極的に発信してく。 **飯能の四季を紹介する観光用動画作成** 作成済み **地域のマスコミへの情報発信** 適宜発信している。 **宣材用写真の内製化と収集** フォトコンテストや動画作成により資料を揃えている。 **各種ツアーや商品の販促にＳＮＳによる広告を実施** 計画どおりに実施した。 **会報誌はんのういい塩梅の発行** 令和６年４月第７号(A4 版８頁 400 部発行、一部ウェブ上で配信) 令和６年７月第８号(A4 版８頁 400 部発行、一部ウェブ上で配信) 令和６年 10 月第９号(A4 版８頁 400 部発行、一部ウェブ上で配信) 令和７年１月第 10 号(A4 版８頁 400 部発行、一部ウェブ上で配信) 令和７年４月第 11 号(A4 版８頁 400 部発行、一部ウェブ上で配信) 令和７年７月第 12 号(A4 版 12 頁 400 部発行、一部ウェブ上で配信) 年間４回(４月・７月・10 月・１月)発行している。 意識醸成と人材育成 協会の体質強化を図るために経営基盤強化計画の策定に取り組んでいる。令和６年度末までに、飯能市エコツーリズム推進協議会の会務の完全移管を図った。令和７年度以降は、20 以上事業者が実施するエコツアーを企画から催行まで一気通貫型の仕組みを作る。２名程度のフリーランスと業務 委託を結び仕組みの構築と運用、既存職員のスキルアップのための OJT を実施し事務局全体の生産性の向上と事務の効率化を図る。エコツアー の運営を中心とした HP の管理部門とサステナブルツーリズムの推進部門 の２部門を予定。

様式１

	受入環境の整備	・令和６年度事業・令和７年７月までの事業 **㋐登山・ハイキング案内の充実** ハイキングコースや山間地の状態等、詳細で専門的な問い合わせが散見されることから、詳細な案内と山岳遭難防止のための啓発ができるよう職員全員が山間地に関する知識や知見の蓄積を図っている。来訪者向けのパンフレットとしてハイキング客用の「奥むさし飯能山めぐり」、観光スポット等を紹介する「飯能まるっとガイドブック」・「飯能おでかけＭＡＰ」・「ようこそ！名栗へ」、キャンプ場やバーベキュー場に特化「飯能であそぼう」を作成している。 **㋑山岳遭難対策** 山岳遭難の件数は県内市町村の中でも多くなっているので、ホームページ上に注意喚起の記事を掲示するなど、遭難防止に努めている。事故防止と啓発用の「三点確保」、「早立登山」（山は朝早く登り始めることを奨励する）、「早着登山」（山の頂上には早めに到着することを奨励する）シールの制作し販売している。さらに、「届出登山」（登山届を必ず出すことを求める）、「地図登山」（専門の地図を必ず携行することを求める）を励行するシールの作成し計画している。
	観光資源の磨き上げ	㋐飯能河原火気使用有料化事業 飯能河原有料化事業（ステージ広場利用を含む）に取り組むとともに関係機関と協議し、同河川の秩序ある管理運営を目指した。 令和６年度実施結果 実施期間　令和６年４月20日㈯～11月17日㈰　98日間 土日祝日、大型連休、夏季休暇（７月下旬～８月末） 利用時間　９時から17時　18時以降利用禁止 利用料金　　一人1,000円　小学生以下無料 ㋑会員事業所商品委託販売 ㋒飯能水販売・一部メッツア卸売 ㋓自主開発商品販売

	㋔飯能市エコツーリズムガイド養成講座の開催

【定量的な評価】

受入環境の整備

飯能まるっとガイドブック、飯能おでかけＭＡＰ、
ようこそ！名栗へ、飯能であそぼうの作成

観光資源の磨き上げ

㋐飯能河原火気有料化事業　売上高　12,636,500 円　0.7%増
令和 6 年度利用者数　　13,657 人　内有料利用者 12,600 人
令和 7 年度利用者数　　3,403 人　内有料利用者　3,172 人(7 月 24 日まで)
月別の利用状況は下記表 1 のとおり

令和6年度火気有料化事業利用者数

実施月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	合　計
実施日数	6	12	10	17	28	7	10	8	98
有料利用者数	576	2680	654	2077	5086	1032	365	130	12600
無料利用者数	76	211	64	183	378	99	31	15	1057
総利用者数	652	2891	718	2260	5464	1131	396	145	13657

令和7年度火気有料化事業利用者数

実施月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	合　計
実施日数	5	11	9	17					98
有料利用者数	184	1206	534	1248					3172
無料利用者数	30	109	13	79					231
総利用者数	214	1315	547	1327					3403

㋑会員事業所商品委託販売手数料　1,927,987 円　（令和 6 年度 2,183,073 円）
11.7%減

㋒飯能水・メッツア売上　5,920,337 円　（令和 6 年度 6,338,016 円）　6.6%減

㋓自主開発商品売上　673,207 円　299,780 円　124.6%増

飯能市イメージキャラクター夢馬のキーホルダー
　森林文化都市を標榜する飯能市を象徴するイメージキャラクターで、森林文化に根差した観光を広く浸透させるために制作販売を始めた。アクリルは環境負荷の低い素材を使用している。

㋔飯能市エコツーリズムガイド養成講座の開催
　令和７年５月31日㈯　飯能商工会議所大会議室　８名受講
　同６月15日㈰　市立博物館きっとす、能仁寺、天覧山　８名受講

市民ガイドの会児嶋氏（協会役員）によるインタープリターについての講義

情報発信・プロモーション

ホームページのアクセス数の推移

令和６年　159,709 件　（令和５年　192,499 件）　32,790(17%)減

ホームページの閲覧寸の減少はＳＮＳのフォロアー数が伸びていることから情報収集先が移行していることもあると推察される。また、充実したホームページの構築作業に取り組んだため、ホームページの体裁の改訂等を手掛けなかったことも一因と考えられる。下は、大幅な改装を手掛けた現在の「はんのうういい塩梅」の表紙、各種ツアーの申込等についてウェブ決済が可能となっている。

会員向け会報誌の発行　はんのうういい塩梅　季刊　400 部発行

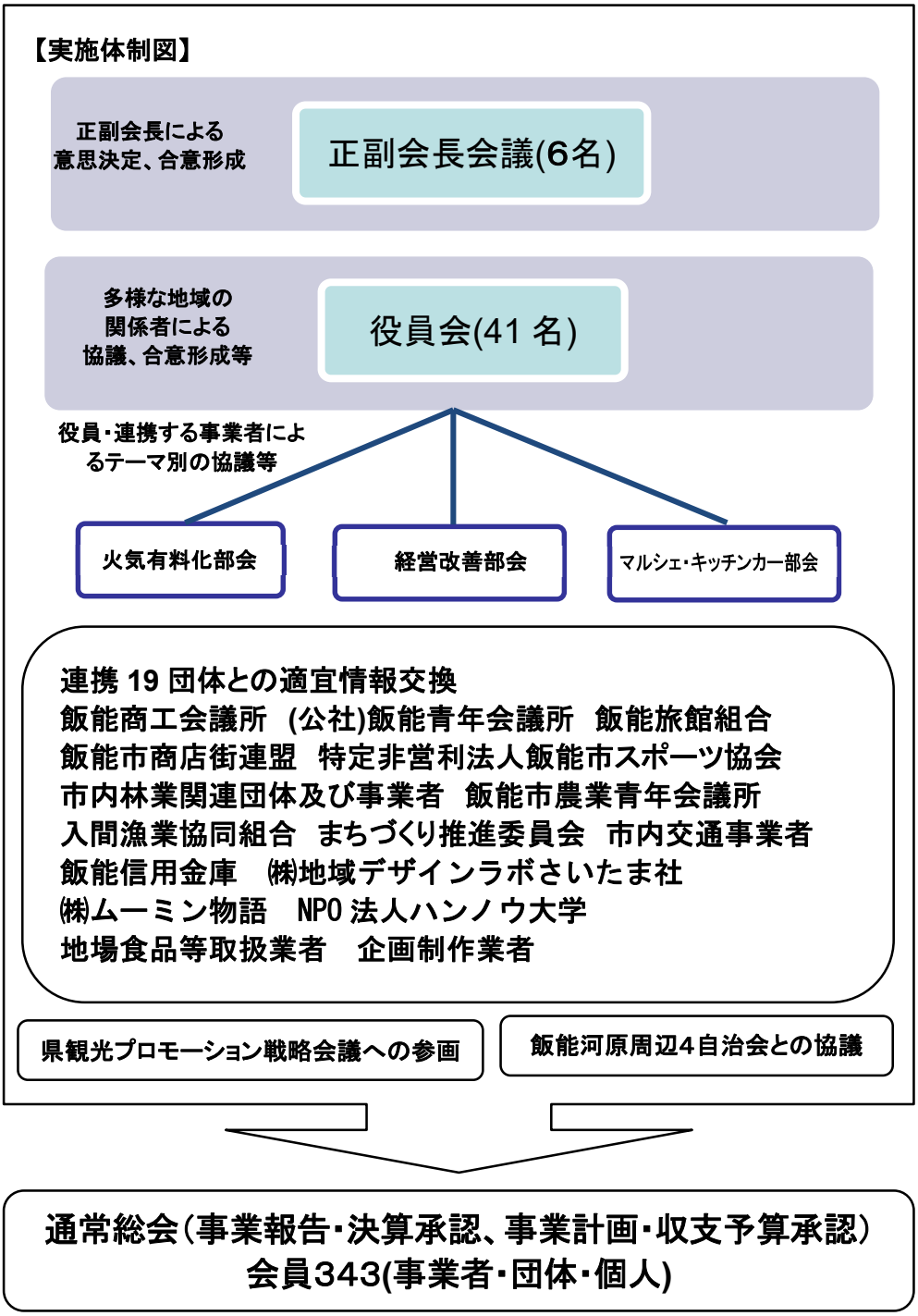
はんのうういい塩梅第７号、８号、９号、10 号、11 号、第 12 号を通じて会員事業者に情報を発信し事業方針等の共有を図っている。

第 12 号では、副会長１名の選任、観光庁の地域観光魅力向上事業補助金の採択を受け、今後の事業展開について概要を掲載している。

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】** 組織の中枢である役員会は、正副会長・監事・常議員（商工会議所の名称を使用、理事相当の役職）からなり、行政はオブザーバーとして参画している。役員の属性は、観光事業者・宿泊事業者・商工業者（飲食・サービス・卸売を含む）・観光農園・交通事業者（鉄道・路線バス）・教育機関・寺社仏閣・報道機関・エコツアー実施団体で構成されている。部会については、新たにマルシェ・キッチンカー部会を設け 3 部会で構成する。それぞれに役員以外の会員事業者が参画している。

【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】

飯能市は、都心から約 50 ㎞、埼玉県の南西部に位置し、緑豊かな山々と清流といった豊かな自然と、都心まで電車で最短 40 分といった公共交通ネットワークを有するなど、自然環境と都市機能が調和したまちである。

本市の山間地域には、1300m以上の山岳や源流河川など、首都 50 キロ圏内では他を圧倒する自然環境に恵まれており、ハイキング、キャンプ、釣りといったアウトドアレジャーを目的に多くの観光客が訪れている。飯能市策定の観光ビジョン(第３期)では、観光地の魅力アップと更なる誘客として、「まち歩きや回遊型の観光による中心市街地・商店街などでの消費促進」や「森林資源など豊かな自然環境、歴史・人文資源の活用による山間地を含む市内全域への観光客の誘導促進」が示されていて、市街地から山間地域まで、様々な観光資源に溢れている市域全体をフィールドとする観光振興に取り観光協会の考え方と完全に一致している。

また、地域限定旅行業を取得しているので、隣接の観光協会等と連携し各観光地を巡るツアーの造成も俎上に乗せるべきであろう。例えば、飯能＋日高巾着田、飯能＋横瀬芦ヶ久保氷柱、飯能＋秩父夜祭、飯能＋青梅塩船観音、飯能＋入間・狭山茶つみ体験等の催行は地域連携と誘客拡大を促進する可能性がある。

【観光客の実態等】

観光入込客数

令和５年　3,792,391 人　　(124,220 人増　2.8%増)
令和４年　3,688,171 人　　(460,426 人増　14.2%増)
令和３年　3,227,745 人　　(361,391 人増　12.7%増)

延べ宿泊者数

令和６年　191 千人　　（目標 228 千人 16.2%減）
令和５年　205 千人　　（目標 221 千人　4.7%減
令和４年　215 千人　　（目標 104 千人　206.7%増）
消費額等
令和６年　36,918 百万円　　（目標 36,382 百万円　1.4%増）
令和５年　29,157 百万円　　（目標 35,322 百万円　15.0%減）
令和４年　34,294 百万円　　（目標 29,240 百万円　17.3%増）
来訪者満足度
令和６年　77.5%　　（目標 85.0%　7.5 ポイント減）
令和５年　76.1%　　（目標 80.0%　2.4 ポイント減）
令和４年　78.5%　　（目標 76.9%　1.6 ポイント増）
再訪(リピーター)率
令和６年　76.8%　　（目標 85.0%　8.2 ポイント減）
令和５年　82.9%　　（目標 80.0%　2.9 ポイント増）
令和４年　76.8%　　（目標 94.2%　17.2 ポイント減）

観光入込客数は 124,220 人増の 3,792,391 人で県内 63 市町村の中で９位に位置し、令和４年の８位から熊谷市に抜かれている。飯能よりより多くの入込客数があった市の中には、所謂観光地としての性格より、ショッピングモールやアウトレット施設、道の駅、高速道路のサービスエリア、出版関係のエンターテイメント施設を抱える自治体がある。これらを考慮すれば、観光地としての地位は９位より上位にあると推察される。入込客数と旅行消費額は回復しているものの、延宿泊者数が減少しているのは、コロナの扱いが緩和され、行動範囲が拡大さ入れたことも一因と推察される。時流としてＳＤＧs への取り組みが推奨、励行される中、候補法人の時点から、全ての事業をＳＤＧs に紐づける取り組みを進めている。このことを消費者・来訪者に着実に浸潤させるよう事業を展開していくべきであろう。

【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】
【観光資源】
〇自然
天覧山、多峯主山、飯能河原、名栗湖、棒の嶺、蕨山、伊豆ヶ岳、入間川、高麗川など
（活用方法→観光案内を通じた誘客先、インバウンドを含むエコツアーの実施先、火気有料化事業の実施地、トレイルランレース会場）
〇施設
メッツァ（ムーミンバレーパーク・メッツァビレッジ）、トーベ・ヤンソンあけぼの子どもの森公園、ノーラ名栗(テントサウナ・グランピング)、ＯＨ!!!(発酵と食と健康をテーマとする観光施)、アウトドア施設（キャンプ場・バーベキュー場、釣り場、カヌー工房、ハイキングコース）、温泉など
(活用方法→観光案内を通じた誘客先、インバウンドを含むエコツアーの実施先、観光庁実証事業の対象施設、観光庁補助金事業の対象施設)
〇食べ物・土産
武州飯能うどん、味噌付けまんじゅう、四里餅、飯能野菜・果物、平九郎まんじゅうなど
(活用方法→観光案内を通じた誘客先、インバウンドを含むエコツアーの昼食・お土産・おやつの供給先、観光庁補助金事業の対象先)
〇歴史・文化
武州世直し一揆、飯能戦争、能仁寺、十六羅漢、竹寺、子ノ権現、高山不動、鳥居観音、東郷公園、下名栗諏訪神社獅子舞、常盤御前の墓(伝承)、畠山忠重の墓(伝承)、渋沢栄一・牧野富三郎らの偉人跡、武蔵野七福神、霊峰二山飯能七福神、古民家など
(活用方法→観光案内を通じた誘客先、インバウンドを含むエコツアーの実施先)
〇イベント
飯能まつり、飯能河原秋の花火、飯能夏祭り、吾野宿まつり、復興元気市、奥むさし駅伝競走大会、インバウンドを含むエコツアー・お散歩マーケット・新緑ツーデーマーチ、名栗ふるさとまつり、吾野もみじまつり、名栗紅葉まつりなど

（活用方法→観光案内を通じた誘客先、インバウンドを含むエコツアーの実施先）
〇その他
　西川材、固定種野菜
（活用方法→観光案内を通じた誘客先（西川材・固定種野菜を扱う事業者や飲食店）、インバウンドを含むエコツアーの実施先（西川材・固定種野菜を扱う事業者や飲食店）、
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
〇ホテル（4 軒）、ビジネスホテル（2 軒）、旅館（2 軒）、民宿・その他（5 軒）、キャンプ場（8 軒）
　収容客数　877 人
　施設規模は何れも小さく、収容数も全ての施設を合計しても 1,000 人の収容はできない。、飯能の立地として日帰り圏として扱われることが多く、現状もその認識が多数である。施設を拡大するという志向も現実的ではない。閑散期の小規模な MICE マイスの可能性を検討する余地はある。冬キャンプ、ソロキャンプが時流に乗っているので、キャンプ場施設の拡充の余地はある。
【利便性：区域までの交通、域内交通】
　域外からの交通は至便であり、四通八達と言える。域内に関しては南東から北西にかけて脊梁があり山間地間の交通手段は自家用車以外なく且つ道路は狭隘である。公共交通空白地有償運送の奥武蔵らくらく交通が吾野地区内に開設されハイカー等の利用も可能になっている。飯能市策定の観光ビジョン（第３期）で示されていている、二次交通利用の促進などMaaＳの構築に取り組むべきである。
【外国人観光客への対応】
　英文のパンフレットの配架、ピクトグラムを活用した指差ツールの一部の飲食店へ設置してる。
埼玉県の通訳ガイド×観光・人材関連企業マッチング交流会（令和７年２月）に参画し、県内の通訳士と面談した。観光庁の地域観光魅力向上事業補助金の採択に伴い、うち 3 名と令和 7 年 7 月に面談しモニターツアーの通訳案内と業務を委託する方向で検討を進めている。

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
旅行消費額	観光産業収益の拡大を図るため	Web によるアンケート調査・埼玉県観光客市町村別入込調査
延べ宿泊者数	長期滞在の促進するため	宿泊施設から直接収集
来訪者満足度	顧客満足の最大化とＣＲＭ導入の端緒とするため	Web によるアンケート調査
リピーター率	ＣＲＭ導入の端緒とするため	Web によるアンケート調査
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域への興味関心を図るため	Google アナリティクス
住民満足度	地域住民の生活環境を維持しながらの観光振興策に取り組むため	Web によるアンケート調査

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
　新型コロナウイルス感染症の対応方法が変更になったことから、来訪者は増加しているが、コロナ禍のような伸びは実感できていない。健康増進の意識は続くと考えられるのでハイキングや登山客の受け入れ態勢の整備充実が求められてもいる。令和 7 年度に第 3 回奥武蔵ロングトレイルが開催され、約 1000 名が参加し参加した。河川の利用については、令和 5 年度から周辺住民等の支持を得て本格的に火気使用有料化事業を開始した。令和 6 年度は 12,636,500 円を売上、令和 5 年度と比較して　0.7%増とほぼ前年並みの結果となった。令和 7 年度の 7 月 24 日までの利用者数 3,403 人で昨年

度期比で約 50%減と厳し状況にある。令和 6 年は再訪する利用者が多く、家族連れ等の少人数での利用が顕著で、現場の委託業者からは遵法精神と規範意識が高い方々の割合が一層高くなっているとの報告を得ている。地域住民の多くは都内に通勤通学するなど、、観光地としての認識が薄く、観光振興に消極的な意見も散見される。静謐で安穏な環境下で日々暮らしたいと考えている人たちとそのような環境を外部の人たちにも楽しんでほしいと考える観光事業者との最大公約数を求めることがコロナ後も肝要である。

行政人口の減少傾向は改善されてはいないが、コロナ禍で外部からの転入者が漸増するなど飯能に魅力感じる人々が着実に増加していると推察される。東京圏にあって、条件不利地域を持つ自治体として山村振興法が適応されてもいる。都心に最も近い条件不利地域とも言える。

観光関連産業はいくつかの大企業を除き中小・小規模事業者が殆どである。加えて、小規模施設が中心である。交通は、前述のように条件不利地域を抱えながらも非常に発達しており、副都心から僅か 40 分で結ばれ、最深部の条件不利地域の名栗にも電車とバスを使い 1 時間 30 分程度で行くことができる。吾野地区では、奥武蔵らくらく交通(公共交通空白地有償運送)が開設され、ハイカー等の利用も可能になるなど、今後はMaaＳの構築も視野に入れた取り組みが必要になってくる。

自然環境は万緑の森林と清澄な河川に恵まれ、100 を超える頂と 100 を超える源流域を持っている。東京に最も近い秘境とも言えるだろう。

飯能市は、第三期の観光ビジョンを掲げ、令和 7 年度に交流人口 480 万人を目標としている。協会としては、この目標を達成するために、土日祝日や繁忙期に偏重する旅行商品や催事を見直し、平日や閑散期に対応したインバウンド受入れや誘客策を打ち出し、通年訪問できる地域として、小規模施設や小規模業者であっても、480 万人を十分にもてなすことができる体制を確立すべきである。開放的な地域に点在する観光ポイントを少人数で通年巡ることができる旅行形式を確立すべきであろう。そのために、個性的且つ尖鋭的な旅行商品(好事家を対象とした稀覯性に富むテーマ・地域の個人に紐づく関係人口の形成に繋がるテーマ等)の造成や観光案内業務の、専門性の深化を伴う質的向上、地域資源の採掘と研究、飯能市観光ビジョン(第 3 期)の目標にも掲げられている、観光インフラの整備、・光施設の充実・公共交通機関の利用者増(MaaＳの構築)等が課題となっている。

さらに、都心への通勤・通学者が多い飯能においては、誘客第一の観光振興ではなく地域住民の生活を第一としたうえでの観光振興に取り組むべきで、飯能市の掲げる観光ビジョンの目標４に示されている「住む人来る人みんなが好きになる観光地」の具現化に向けて行政と連携して取り組んでいく。

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） 都心からの距離 都心からの交通が至便 開放・点在・分散に富んだ立地 標高200mから1350mまでの里地から山岳 源流域を持つ清澄な河川 ハイキング・川遊び・キャンプの聖地 飯能河原火気使用有料化事業 メッツアビレッジ ＯＨ!!!(発酵と健康の食のテーマパーク) ノーラ名栗(サウナ・グランピング) エコツーリズム推進法全体構想認定第一号の地 エコツーリズムの実績 アニメの聖地 アニメの舞台 ドラマのロケ地 歴史・文化・祭り ゴルフ場の聖地 着地型旅行商品の造成	弱み（Weaknesses） マーケティング力の弱さ 情報発信力の弱さ ＤＭＯ事務局のリソース不足 観光業・商業における後継者不足 宿泊利用の少なさ 土産品不足 脆弱なインバウンド対応 脆弱なＷｅｂ環境 地域商業の衰退 狭隘な道路 整備の行き届かないハイキングコース 山間地の道標の不統一 駐車場不足 ベットタウンでの観光振興 コロナ禍以降の観光選択肢の増加
外部環境	機会（Opportunity） メディア露出の増加 登山客・ハイキング客の増加 自転車ツーリングの増加 ＢＢＱ・キャンプブーム トレイルランニングの開催 インバウンド(Just North of Tokyo) 地域間競争(秩父・川越・日高等) 人生100年時代 新しい生活様式 ＳＤＧs エシカル消費 ツーリストシップ 空家・空店舗の利活用 ＤＸ	脅威（Threat） 近隣観光地への通過点化 気象の変化(短時間豪雨等) 災害の激甚化と復旧の遅滞 山間地域の急激な人口減少と高齢化 市域全体の人口の漸減化 観光公害 山間地などへの不法投棄 来訪者民度の低下(環境破壊を含む) 山岳等での遭難の多発

※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 ウオーキング、ハイキング、登山、キャンプ、サイクリング等、森林を中心とした自然を愛するアウトドア目的の来訪者（カップル、女性グループ、ファミリー、シニアまで幅広い年齢層）
○選定の理由 ＳＤＧｓへの関心の高まりとコロナ後の新しい生活様式の定着で、健康志向で環境に関心を持つ人たちが一層増加すると推察される。森林を訪れる人の多くは、自然保護や環境保全に理解があるのが一般的で、エシカルでツーリストシップに富んだ旅行者に訴求し飯能を楽しんでいただきたい。

様式１

○各種調査資料からの考察
　ＫＰＩを把握するために各種資料の収集を令和3年8月から本格的に始めた。令和6年4月から12月末現在で1,199人からアンケートを取ることができた。それを基に来訪目的を調べると全体の41%を占めるのが「観光スポット巡り」で、「テーマパーク」が33.7%、「その他」が29.9%、「買い物」が23.9%、「登山・ハイキング」が21.1%、、「キャンプ・ＢＢＱ」が9.2%となった。
　令和5年度と比較すると、大きく増加したのは「観光スポット巡り」と「テーマパーク」で、テーマパークは約2倍、テーマパークは約1.5倍となった。ハイキングとキャンプ・ＢＢＱもそれぞれ、13%が21.1%、5%が9.2%と回復基調が伺える。
　来訪者の交通手段を見ると64%(令和5年74%)が自家用車で、鉄道等の来訪者は33%(令和5年25%)、自家用車は鉄道利用の約2倍となっているが、令和5年の3倍からは自家用車が減少し鉄道が増加している。当協会は公共交通機関による観光振興を標榜しているので、飯能河原での火気使用有料化事業は、新たな駐車場の確保を推進することなく、交通事業者と連携して、一層、電車でハイキングや手ぶらでバーベキューを一層浸透させていく。
　次に男女比を見ると60%が女性で、男女比は凡そ2：3である。来訪出発地は埼玉県内が43%、都内が34%、来訪頻度は6回以上の人が49.6%で、3回以上訪れている人は67%を数える。宿泊者は12%から22%と10ポイント増加し、主にホテルや旅館等の利用が増えキャンプ場の宿泊者が17%から10%へ減少した。、来訪者の84%が満足もしくは大満足と回答している。情報源はホームページが多いが昨年比では6%の減、代わりにSNSは2%増、観光MAP7%増、TV番組像2%、 旅行雑誌4%増、口コミ3%増など、情報源は多様化傾向でメディア露出による影響も大きい。
○取組方針
　令和7年6月に3回奥武蔵ロングトレイルエースが開催され内外から約1000名が参加するなど、アウトドア、スポーツアクティビティの聖地としてのブランド力を高まりつつあるので、今後も交通、宿泊、飲食など多様な業種が連携し観光消費額の増加に努める。
　健康に紐づいた観光施設との連携や森林サービス産業推進地域に登録されているので、観光以外の教育や健康・経営の分野でも関係団体等と連携して森林を利活用する。
　立地を生かした旅行商品の(エコツアーを含む)の造成し催行する。対象者にインバウンドも含めつつ、西武線沿線の女性に限定したハイキングツアー、同じく飯能河原での冬季女性限定ソロキャンプツアー(夜間警備員常駐)、冬季の飯能河原を利用したクラフトビール・新酒に紐づいた催事等、アンケート調査結果に基づき、時宜を得た企画も造成していく。
　観光振興をＳＤＧsの視点で取り組むことから考察すると、西武鉄道沿線からの鉄道による一層の誘客を図るために、鉄道会社・路線バス会社・バーベキュー場団体と連携して、環境負荷の少ない公共交通機関の利用促進や手ぶらでバーベキューの普及等を進めていくことが肝要である。
　誘客促進のために、沿線の公共機関や関係施設に健康増進のためのハイキングや登山のチラシ配架、Ｗｅｂ広告、ＳＮＳによる発信に努める。
　更に来訪者には、山間地ゆえに狭隘な土地が多く駐車場の確保が難しいこと、ＳＤＧsの推進から公共交通機関の利用を促すなど、啓発を図り、環境や暮らし方・生き方に一定程度の意識を持った人々が好んで訪れる地にしたい。来訪者へのリスクマネジメント、安全確保等の観点から、山岳遭難の防止のための啓発・警鐘活動に努めている。
埼玉県は、観光のプレゼンスが全国的に低位にあるが、県の提唱する「Just North of Tokyo」に沿って、観光振興に努めていきたい。飯能地域では、住民に観光地としての意識は低く、観光振興に否定的な考えを持つ人々もいる。当地域は観光第一を掲げる地域と異なり、地域住民と来訪者との調和を図るために、地域の多様な関係者と連携して、ツーリストシップに富む上質な来訪者を受け入れ、地域住民の生活を第一に観光振興に取り組む、稀有な登録ＤＭＯである。

○第2ターゲット層
　メッツァ(ムーミンバレーパーク・メッツァビレッジ)の来訪者

○選定の理由
　市内最大の集客施設で、飯能の知名度を上げている広告塔ともいえる。コロナを経て令和6年度は来場者が回復期緒にあり、個人客を中心に市内観光施設への誘客の可能性があるから。
○取組方針

ムーミンに会えるまち、はんのうプロジェクト推進協議会（飯能市・西武鉄道・ムーミン物語・飯能商工会議所・奥むさし飯能観光協会）が令和７年に発足したので、市内回遊性を高める諸事業を連携して進めていく。
○第３ターゲット層 訪日外国人、在日外国人（特に首都圏）
○選定の理由 コロナ前にメッツァ、トーベ・ヤンソンあけぼの子どもの森公園といった北欧を感じさせる施設に外国人が多く来訪していたため、コロナ収束後には再び多く人々が訪れると想定されるため。在京外国人でアウトドア志向の強い人の活動の場所として都心に近接しているため。埼玉県と西武鉄道が台湾との間で観光振興に関する連携を深めているため。 ○取組方針 埼玉県と埼玉県物産観光協会と連携し「Just North of Tokyo」の中の訪問先に選ばれるよう、都心からもっとも近い大自然という特性を生かすとともに、日本の中の北欧、フィンランドといったイメージを定着させ、アジア圏の中から特に台湾・香港・泰からの来訪者の増加に取り組む。山間地を会場とした、ロングトレイルレースやロングトレイルツアーの催行。インバウンド向けのエコツアーを埼玉県の通訳案内士の団体と連携して造成する。観光協会のウェブサイトの改装に伴い、英語によるツアー申し込みのシステムを構築し海外からでも参加できるような仕組みを作る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	池袋から 40 分、開放的山河とテーマパークで、思いっきり深呼吸 森林文化系観光のまちはんのう　東京に一番近い秘境
②コンセプトの考え方	飯能市は、平成 17 年４月１日に、森林文化都市宣言を行った。この都宣言は、飯能市が首都圏にあって奥武蔵の豊かな自然に恵まれたまちであり、その歴史・文化、人々の情感は、森林とともに育まれてきたことを踏まえ、これからも森林と人とのより豊かな関係を築きつつ、自然と都市機能とが調和するまちの創造をめざすことを宣言したものである。 この考えを、観光振興にも取り入れるとともに、メッツァの開設により森林と共存するといった北欧の文化も加え、本市特有の自然と新たな観光を融合させ、地方創生の入口としての観光を進める。 コロナ禍で健康増進や三密回避の意識が高まり、ＳＤＧｓへの取り組みが人類共通の認識になってきている今、森林文化都市飯能の役割が増している。観光の変容を受け入れ、条件不利地域の特性を利用し、開放・点在・少人数を前面に押し出した、小規模観光施設等を利用した長閑で快適な時間を提供する。 ＳＤＧｓに根差した物差しで、観光地域づくり法人の活動全てを貫くことで、少数ではあるが、高い意識を持った質の高い観光客を常連化すると考えられる。飯能のファンを増やし最終的に行政人口増に繋げていきたい。 飯能市観光ビジョン（第３期）との整合性を確保し５つの目標（1 交流人口 480 万人　２豊富な資源を活かして多様なニーズに応える　３地域の稼ぐ力を最大限に引き出す　４住む人来る人みんなが好きになる観光地を創る　５観光インフラに対する観光客の満足度向上を図る）達成に資する事業を展開する。

様式１

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。	総会、役員会、正副会長会議、観光地域づくり法人の各ワーキンググループをはじめ関係団体等、多様な関係者を交えコミュニケーションと協議を重ね、情報共有や戦略の共有を図る。市産業環境部をはじめ関係部門との連携を図り、観光地域づくりを進める。コロナ禍でＰＤＣＡサイクルの硬直性が顕在化し、Ｐに固執拘泥するあまり、ＤＣＡに進めない組織も多かったのではないか。今後も未曽有の危機的事象に見舞われるやも知れず、眼前の事象に機動的かつ柔軟に対応できるＯＯＤＡＬＯＯＰの手法も活用するなどして観光振興に取り組む。
	多様な関係者の構成員は観光協会の役員(正副会長・監事・常議員(いわゆる理事))と市役所職員である。 正副会長会議は１か月に一度開催 コロナ禍にあっても毎月開催してきた。緊急案件の場合は適宜招集し開催していて意思疎通は円滑である。内容によっては市担当職員も臨席している。 令和 6 年度開催状況　11 回開催　4 月 9 日、5 月 14 日、6 月 20 日、7 月 16 日、8 月 22 日、9 月 17 日、10 月 15 日、11 月 19 日、12 月 17 日、令和 7 年 1 月 21 日、3 月 18 日 役員会は２か月に一度開催 観光・交通・宿泊・教育・製造・商業・環境系 NPO 法人当、40 名で構成されているので幅広く意見を収集できる。、リモートでの会議は現実的ではない。ただ、事業によっては同床異夢のような状態が散見されるので、役員会と別に関係者も含めた細かい摺合せによる合意形成が必要となってくる。新商品開発や旅行商品の造成については正副会長会議に役員・関係者が加わりワーキンググループの様相で適宜開催している。 令和 5 年度開催状況　6 回開催　令和 6 年 5 月 17 日、7 月 25 日、9 月 24 日、11 月 26 日、令和 7 年 1 月 23 日、3 月 27 日) 火気有料化部会 飯能河原火気使用有料化事業の開始に伴い運営や事業計画を担うために、令和 5 年 2 月に会員事業所 10 名で組織している。委託事業者との調整や天候悪化時の対応など柔軟に部会を開催している。6 年度の開催状況は 6 回(令和 6 年 4 月 10 日、6 月 10 日、7 月 16 日、9 月 17 日、12 月 10 日、令和 7 年 1 月 15 日)、7 年度は 2 回(4 月 28 日、6 月 13 日)開催した。 経営改善部会 ＤＭＯとして活動していくうえで経営基盤の強化が求められているので、経営基盤強化計画を策定した。加えて、飯能市が運営している観光関連３部門を令和７年末までに協会に完全委譲することが決められているため、これを円滑に行いＤＭＯ業務も全うするためには、事務局組織を見直し経営基盤強化を図ることも本部会が担っている。6 年度の開催状況は 4 回(令和 6 年 7 月 31 日、12 月 19 日、2 月 25 日、)、7 年度は 1 回(令和 7 年 4 月 17 日)開催した。エコツアー事業の収益化を図るため

	に、観光庁の地域観光魅力向上事業補助金を申請し、採択されたのでインバウンド向けのツアーの造成にも取り組んでいく。 マルシェ・キッチンカー部会 　役員を始め会員事業者で組織化し、各種催事に無秩序な外部事業者の参画を調整する。ひな飾りマルシェを開催し、令和７年度中に定期マルシェ化を目指す。 飯能市との連携 飯能市観光・エコツーリズム推進課と協会事務局と月に一度定例の協議会を設け、業務の進捗や連携に関して協議を重ねている。現在飯能市が担っている観光関連３部門の事務処理と運営について令和７年末までに協会に完全移管することが決められていて、各年度の工程が示され、業務を進めている。これらの移管を円滑に行いＤＭＯ業務も全うするためには、事務局組織の見直しを図り、経営基盤強化を図ることが喫緊の課題とされ、移管が決まっている観光関連３部門は、①観光エコツーリズム推進協議会、②アニメツーリズム実行委員会、③飯能まつり協賛会である。また、5 年度から新たな「飯能市観光ビジョン(第三期)」が発表され、5 つの目標達成のために連携を深めていく。5 つの目標は、目標 1 交流人口 480 万人、目標２豊富な資源を活かして多様なニーズに応える目標 3 地域の稼ぐ力を最大限に引き出す　目標 4 住む人来る人みんなが好きになる観光地を創る　目標５観光インフラに対する観光客の満足度向上を図る、である。
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	接遇マナーの向上を図るため、各種セミナーを実施する。 宿泊施設及び観光施設と連携し、お客様満足度調査を実施し、情報共有するとともに、ホスピタリティの向上を目指す。 　飯能市博物館と連携し、市民ガイドの養成と質的向上を図る。 　役員会、正副会長会議、部会で情報共有と満足度調査結果に基づくＰＤＣＡサイクルの常態化を図る。 　経営改善部会の活動を通じて、来訪者に対するサービスが向上する仕組みを作り、同部会で評価検証し、定期的に役員会に上程し地域全体の接遇・接客の向上に繋げる。 人材育成については、第一義的に内部職員の読解記述能力の向上と観光全般の知識を深化させるために日常的に新鮮な情報を獲得し共有し、根幹のしっかりした観光振興に努める。飯能の目指す観光(高い意識を持った質の高い観光客の誘致)を支持し同調する人々の来訪を図る。
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	飯能市観光ビジョン(第 3 期)に倣い、飯能市と役割分担を行いながら、観光情報等の多言語化と各種情報の集積地となり、一元的な情報発信に取り組み、増加すると想定されるインバウンドへ適切な対応を図る。ＳＮＳ等を活用し、ターゲットを意識した限定的、直接的なプロモーションを展開する。 経営改善部会の活動を通じて、一元的な情報発信の取り組み状況について、同部会で評価検証し、定期的に役員会に上程し地域全体の情報発信・プロモーションの向上に繋げる。

※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	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	29,240	35,322	36,382	37,473	38,597	40,141
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	34,294	29,157	36,918			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	104	221	228	234	241	249
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	215	205	190			
		（ ）	(2.8)	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	76.9	80.0	85.0	88.0	90.0	92.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	78.5	76.1	77.5			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	94.2	80.0	85.0	88.0	91.0	93.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	76.8	82.9	76.8			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
ＯＯＤＡループ的な発想で、現実を直視し、今ある環境下でどのような取組みが必須ＫＰＩの指標を達成できるか検討している。

【設定にあたっての考え方】
●**旅行消費額**：地域の経済効果を図るうえで重要な指標、入込客数(379 万人)×一人当たりの旅行消費額(9,734 円)で旅行消費額を算出した。一人当たりの旅行消費額は来訪者アンケート調査より集計し平均使用額を算出した。アンケート調査は定点観測で通年型としている。地域内入込客数は埼玉県の統計数値を利用した。
●**延べ宿泊者数**：交流時間の増加とまちの回遊、長期滞在による消費の促進を図る目的で各施設に調査依頼している(メール或いは電話にて収集)。狭隘な立地、小規模な観光施設と個人経営を中心とした事業規模が前提であるので、インバウンドや小規模な教育旅行、小規模な法人研修等の分野で宿泊者増を図っていくことが肝要。。
●**来訪者満足度**：飯能観光の顧客満足の最大化を図る目的で、7 評価でアンケート調査による定点観測を行っている。小規模な観光施設と個人経営を中心とした事業規模が前提であるので、受け入れ側の個人に帰結するような、サービスを充実させ、交流人口から関係人口の増加を図ることが満足度の向上につながっていくものと推察される。
●**リピーター率**：まちの観光ファンを増やすことによって、顧客から得られる利益の最大化を図り、アンケート調査による定点観測を行っている。小規模な観光施設と個人経営を中心とした事業規模

が前提であるので、受け入れ側の個人に帰結するような、サービスを充実させ、定期的に再訪するような関係性を構築するために、ＣＲＭ等の導入が必要である。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額　市外からの外貨獲得による経済効果を生み出し、地元資本の業者に資金が流入する仕組みを構築し稼げる観光地域づくりに貢献する。

●延べ宿泊者数　長期滞在や交流時間の増大により消費拡大を図り、地域経済循環を促進し経済活性化に貢献する。

●来訪者満足度　ストレスの少ないサービスを徹底することを基本とし、好事家の好む稀覯性の高い資源や当地域特有の資源を活用した、付加価値の高い商品化やサービスを提供し来訪者満足度を高めていく。

●リピーター率　　再訪率を上げることで、顧客が顧客を呼ぶ正のスパイラルを構築し、口コミやＳＮＳ等で拡散し意識の高い人たちの誘客増に繋げる。

（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
●（例）住民満足度（%）	目標	74.3	85.0	85.0	85.0		
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	81	82.1	84.4			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●ホームページの閲覧数（件）	目標	105,000	180,000	180,000	197,000		
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	164,563	192,499	159,709			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●着地型旅行商品の販売数（人）	目標	7	12	2	20		
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4	15	0			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

コロナ禍により過去の数値から将来を予測することが難しい状態にあることが明らかになった。急減からＶ字回復には至らず、停滞もしくは微増にとどまっている状況下から、それぞれの目標数値の設定については慎重で保守的な視点から設定した。

【設定にあたっての考え方】

●**住民満足度**：令和 6 年が目標に達しなかったので、80%を越える値を従来どおりの上昇率で目指すのは難しいと思慮し、2 年かけて 87%まで引き上げることを目標とした。

●**ホームページの閲覧数**：令和 6 年は HP をリニューアル中で越単数が減少したが改装が済み、、エコツアー等の申込サイトが構築されたことから、ＳＮＳ等で積極的に発信することでサイトの閲覧数を増加させていくことを目論みこの数字とした。

●**着地型旅行商品の販売数**： 7 年はエコツアーを積極的に開催するとともに、エコツアー実施者の催行を促し、加えて観光庁補助金によるインバウンドツアーも企画していることから 20 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	94,683,501	【飯能市補助金】 32,000,000 【飯能市負担金】 11,080,000 【国調査委託費】 24,700,000 【会費収入】 3,355,000 【収益事業収入】 16,079,089 【協賛金等他収入】 7,469,412(円)
2023（Ｒ５） 年度	99,235,555	【飯能市補助金】 30,519,752 【飯能市負担金】 11,080,000 【国調査委託費】 17,900,000 【会費収入】 3,583,890 【収益事業収入】 21,799,389 【協賛金等他収入】14,352,524(円)
2024（Ｒ６） 年度	80,608,305	【飯能市補助金】 29,953,000 【埼玉県補助金】 100,000 【飯能市負担金】 11,036,000 【会費収入】 3,613,000 【収益事業収入】 20,498,824 【協賛金等他収入】 13,363,129(円)
2025（Ｒ７） 年度	74,887,000	【飯能市補助金】 32,715,000 【飯能市負担金】 11,036,000 【会費収入】 3,500,000 【収益事業収入】 16,607,000 【協賛金等他収入】11,029,000(円)
2026（Ｒ８） 年度	82,100,000	【飯能市補助金】 33,000,000 【飯能市負担金】 11,500,000 【会費収入】 3,600,000 【収益事業収入】 20,000,000 【協賛金等他収入】14,000,000(円)
2027（Ｒ９） 年度	84,200,000	【飯能市補助金】 33,000,000 【飯能市負担金】 11,500,000 【会費収入】 3,700,000 【収益事業収入】 22,000,000 【協賛金等他収入】14,000,000(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	82,973,309	【一般管理費】 36,773,400 【商品原価】 6,312,163 【情報発信・プロモーション】 3,086,911 【受入環境整備等の着地整備】 466,754 【コンテンツ開発】 25,467,952 【マーケティング】 320,624 【観光イベントの開催費他】 9,490,307 【積立金・補助金返還等】 1,055,198(円)
2023（Ｒ５）年度	86,250,262	【一般管理費】 38,405,733 【商品原価】 4,653,670 【情報発信・プロモーション】 3,166,487 【受入環境整備等の着地整備】 510,000 【コンテンツ開発】 17,928,281 【マーケティング】 263,000 【観光イベントの開催費他】 18,387,064 【積立金・補助金返還等】 2,936,027(円)
2024（Ｒ６）年度	71,748,334	【一般管理費】 41,358,193 【商品原価】 6,336,026 【情報発信・プロモーション】 2,424,118 【受入環境整備等の着地整備】 460,000 【コンテンツ開発】 1,452,550 【マーケティング】 178,850 【観光イベントの開催費他】 16,602,570 【積立金・補助金返還等】 2,936,027(円)
2025（Ｒ７）年度	74,887,000	【一般管理費】 48,267,000 【商品原価】 6,000,000 【情報発信・プロモーション】 2,380,000 【受入環境整備等の着地整備】 460,000 【コンテンツ開発】 1,500,000 【マーケティング】 260,000 【観光イベントの開催費他】 15,820,000 【積立金等】 200,000(円)
2026（Ｒ８）年度	82,100,000	【一般管理費】 50,000,000 【商品原価】 6,300,000 【情報発信・プロモーション】 2,800,000 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 【コンテンツ開発】 2,000,000 【マーケティング】 300,000 【観光イベントの開催費他】 19,900,000 【積立金等】 200,000(円)

2027（Ｒ９） 年度	84,200,000	【一般管理費】 52,000,000 【商品原価】 6,600,000 【情報発信・プロモーション】 2,800,000 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 【コンテンツ開発】 2,000,000 【マーケティング】 340,000 【観光イベントの開催費他】 19,660,000 【積立金等】 200,000(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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載

１．飯能河原火気使用有料化事業　２．観光商品(着地型旅行)の造成・販売、各種クーポンの発行
３．新規商品開発と販売　４．市内観光スポット(運動公園等)での臨時出店販売
５．定期的な市(マルシェ)の開催　６．市内観光レジャー、飲食施設等への斡旋業務
７．飯能水の販路拡大　８．観光協会新規加入の促進　９．各地の催事での物産の委託販売

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

令和５年４月にスタートした飯能市観光ビジョン（第三期）では、今までの「体験型・地域型観光へのステップアップ、産業としての観光の形成」という観光ビジョンに「ポストコロナ時代に対応した観光スタイルの視点」、「官民役割分担の視点」を加え、時流を捉えた上で、現在の飯能市における課題を明らかにし、実現性を高めたものとした。本市は、３年目となったこの観光ビジョンの実現のため、登録ＤＭＯである（一社）奥むさし飯能観光協会が観光地域づくり形成・確立計画により、稼げる観光等の観光振興の役割を遂行することが、本市における観光の更なる発展と地方創生につながるものと考えており、本市と（一社）奥むさし飯能観光協会が観光振興の両輪となるよう連携を密にし、観光振興に努めることで地域全体の産業の活性化が期待できます。

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	沼崎修一
担当部署名（役職）	(一社)奥むさし飯能観光協会事務局長
郵便番号	357-0032
所在地	飯能市本町１番７号
電話番号（直通）	０４２－９８０－５０５０１
ＦＡＸ番号	０４２－９７１－５０５２
Ｅ－ｍａｉｌ	hannokanko@gmail.com

様式１

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	埼玉県飯能市
担当者氏名	細田佳宏
担当部署名（役職）	環境経済部　観光・エコツーリズム課　主幹
郵便番号	357-8501
所在地	埼玉県飯能市大字双柳１番地の１
電話番号（直通）	０４２－９７３－２１２４
ＦＡＸ番号	０４２－９７４－６７３７
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.hanno.lg.jp

一般社団法人奥むさし飯能観光協会

様式2

記入日： 令和 7年7月28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】
埼玉県飯能市
【設立時期】 平成28年4月1日
【設立経緯】
区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 中里忠夫
【マーケティング責任者（CMO）】 沼崎修一
【財務責任者（CFO）】 柿沼伊予子
【職員数】 18人（常勤7人（正職員0人・出向等0人）、非常勤11人）
【主な収入】
収益事業 20百万円（令和6年度決算）
【総支出】
（例）事業費 31百万円、一般管理費 41百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】 飯能商工会議所 （公社）飯能青年会議所 飯能旅館組合 飯能市商店街連盟 特定非営利法人飯能市スポーツ協会 飯能市エコツーリズム推進協議会 市内林業関連団体及び事業者 飯能市農業青年会議所 入間漁業協同組合 市内キャンプ場団体 市内福祉団体 飯能市飯能市内まちづくり推進委員会 駿河台大学 市内交通事業者 飯能信用金庫 ㈱地域デザインラボさいたま社 ㈱ムーミン物語等観光事業者 特定非営利法人埼玉ハンノウ大学 地場食品・ご当地グルメ等取扱業者 企画制作業者

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

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	29,240	35,322	36,382	37,473	38,597	40,141
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	34,294	29,157	36,918			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	104	221	228	234	241	249
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	215	205	190			
		（ ）	(2.8)	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	76.9	80.0	85.0	88.0	90.0	92.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	78.5	76.1	77.5			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	94.2	80.0	85.0	88.0	91.0	93.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	76.8	82.9	76.8			
		（ ）	（ ）	（ ）			

戦略

【主なターゲット】
登山、キャンプ、森林・河川を中心とした自然を愛するアウトドア目的の来訪者（カップル、女性グループ、ファミリー、シニアまで幅広い年齢層） ムーミンバレーパーク来訪者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
ブランド力を高め、森林サービス産業推進地域として観光を通じた森林の利活用を推進する。手ぶらでバーベキューの普及、環境等に一定の意識を持った人々に訴求する。
【観光地域づくりのコンセプト】
池袋から40分、開放的山河とテーマパークで思いっきり深呼吸 森林文化系観光のまちはんのう東京に一番近い秘境

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・飯能河原有料化事業(令和5年度～)
・飯能市イメージキャラクター「夢馬」(むーま)アクリル製キーホルダー
【受入環境整備】
・観光庁地域観光魅力向上事業補助金「次世代の林業家・酒造家が紡ぐインバウンド向けサステナブルツアー！ 江戸時代より続くプライベート林業地での伐採・江戸城グッズ制作＆木枠仕込みの酒蔵・どぶろく試飲体験造成・販売事業」
・飯能市エコツアーガイド養成講座
エコツアーガイドを養成しツアーの質的向上、催行者の増加を図っている。

【情報発信・プロモーション】
・飯能河原周辺の占用区域拡大による自然・生活環境の保全に係る実証実験 令和7年8月から10月まで実施 完全予約制による一日80名限定