

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月31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 ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
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	13人【常勤6人(正職員0人・出向等0人)、非常勤7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) 中里忠夫 (出身組織名) 株中央ギフト商事	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)※必ず記入すること	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)※必ず記入すること	柿沼伊予子 (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(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	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	<p>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、鳥獣対策「ジビエ」) 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)</p> <p>日高市 観光課(飯能市・日高市賑わい創出連携協議会)</p> <p>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)</p>	
連携する事業者名及び役割	<p>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) 飯能市エコツーリズム推進協議会(各種観光商品開発、催事協力、観光資源のモニタリング・保全・活用) 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) 人間漁業協同組合(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) 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) 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) 飯能信用金庫(DMO・観光事業者への金融支援) (株)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) (株)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)</p>	

	<p>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) 埼玉県ポートルース企業集団(物産展による観光宣伝と物産販売)</p>
<p>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</p>	<p>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。</p> <p>「火気有料化部会」は令和5年6月までに5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。</p> <p>「情報発信部会(会報誌はんのういい塩梅の発行を始め、対外的な情報発信を担う部門)」「観光開発部会(ロケーションサービス斡旋事業を含む)」「物産開発部会」は部会として機能していない。令和5年度は多様な参画者を募り質の向上を図るために部会を組織化することが計画されていたが、飯能市より「エコツーリズム推進協議会」「アニメツーリズム実行委員会」「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ので、新たな部会を組織することは業務の負荷が高まり円滑な移管に支障を来すことが、経営改善部会より指摘され、従来どおり事務局が担当することとなった。</p>
<p>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</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>令和5年7月から12月まで市民向けのアンケート調査を実施し255の回答を得ることができた。凡そ80%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協力的な意識が伺える。</p> <p>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、維持管理に協力する。</p> <p>会報誌はんのういい塩梅は、会員向けに発行しているが、今後は、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。</p>

法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<p>・令和5年度事業・令和6年7月までの事業</p> <p>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。</p> <p>F M茶笛(ちゃっぴい 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。</p> <p>ホームページの閲覧件数を年間105000回 令和5年1月から12月で192,499件 対前年比12,499増</p> <p>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。</p> <p>中華圏向け情報発信 OTAと協議する段階に留まった。</p> <p>飯能の四季を紹介する観光用動画作成 作成済み</p> <p>地域のマスコミへの情報発信 適宜発信している。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>会報誌はんのういい塩梅の発行 令和5年4月第3号(A4版8頁400部発行 紙媒体全会員に配布)、令和5年7月第4号(A4版8頁400部発行 紙媒体全会員に配布) 令和5年10月第5号(A4版8頁400部発行 紙媒体全会員に配布) 令和6年1月第6号(A4版12頁400部発行 紙媒体全会員に配布) 令和6年4月第7号(A4版8頁400部発行 紙媒体全会員に配布) 令和6年7月第8号(A4版8頁400部発行 紙媒体全会員に配布) 年間4回(4月・7月・10月・1月)発行している。令和6年7月からWeb上でも会員限定で閲覧できるように準備を進めている。※別添参照</p> <p>観光庁サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくり事業「学生・地域と連携した循環型人材育成による森林活用保全事業」による広報 アウトドア雑誌ラウドネへの記事掲載、YouTube、インスタグラムでの動画配信、奥むさし飯能観光協会Webサイト「はんのういい塩梅」改修し各種コンテンツを整えている。</p>

受入
環境
の整
備

・令和5年度事業・令和6年7月までの事業

登山・ハイキング案内の充実

コロナ禍で来訪者が減少する中でもハイキング・登山客の割合は相対的に高い傾向が続いていたが、コロナの扱いが緩和されたことにより観光地の選択肢が広がり、若干落ち着いている感がある。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も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」、市内の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。

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ため、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。



飯能市市制施行 70 周年を記念してヤマノススメ 飯能舞台探訪マップを作成



観光庁サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくり事業「学生・地域と連携した循環型人材育成による森林活用保全事業」

- ⑦ 森のガイド人材育成による受け入れ態勢強化。
- ① ハンノウ大学と連携し、大学生森のガイドを育成（講座化）→人材不足に対応。
- ⑨ 小中学生向け校外学習プログラム造成し、住民参加による地域理解の促進。
- ⑤ ブランディングの浸透による会員拡大→マネタイズ化の促進。



サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

中長期滞在型プログラム

西川材を活用した1~3日間（椅子・テーブル作り、スピーカー作り等）、1ヶ月（カヌー作り）の木工品造成プログラム。西川材の歴史や特徴についても学ぶ。

①コンテンツ造成・提供に向けた本事業における取組

企業研修専門事業者、インバウンド旅行会社による現地視察・モニター検証の結果、インバウンド観光客ニーズとしては飯能市への滞在期間は1-2日と判明。1か月程の長期プログラムは企業での個別チームビルディング視点での素材販売が適切と判断

既存スポーツイベントと連動したプログラム

従来のトレランから発展させ、単純に森の中を走るだけでなく、ゴミ拾いや植樹等、森林保全に繋がる要素を取り入れたスポーツイベントに進化させる。森の中を2日間かけて15キロ走破するレース。途中でゴミ拾いや植樹・キャンプ等行い、森林保全に貢献する。

①コンテンツ造成・提供に向けた本事業における取組

令和5年11月25日・26日でモニターツアー実施。参加者27名による実施。従来と異なるゴミ拾い・植樹等を取り入れ、単なるタイムトライアルではない森林保全に繋がる取組を行う。運用面の検証を行い、次年度以降規模を拡大し実施

小中学生向け校外学習プログラム

地元の小中学校向けに伐採や植樹体験を行い、幼少期より森に親しみを持ち、森林保全の重要性を知って貰い、将来の林業事業に携わる人材の育成に繋げる。

①コンテンツ造成・提供に向けた本事業における取組

これまで森を舞台とした校外学習は実施していたが【100年の森構想】を今後の森林保全を担う可能性のある地元の小中学生に強いメッセージとして伝える為、学校側に【植樹】を提案し実施。20名の学生が参加

めざす好循環の仕組みの全体概要

森に関心を持ち、森を守る人々を増やす為、①森との接点拡大：既存顧客の会員組織化（オーナー制度）の横展開 ②人流拡大：滞在型プログラム造成／インバウンド向けスポーツイベント大会開催／小中学生向け校外学習プログラム造成 ③人材育成：森のガイド育成（受け入れ整備強化）を行う。⇒①②③を継続的に行うことで人々の森での滞在時間を増やし【楽しむ森→守る森】への意識を転換させ、森林保全に携わる人数を増やし【100年の森づくり】を実現させる。

サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

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。協会として、日本一綺麗な地域の確立を「飯能矜持」として掲げ、100を越える頂と九川の源流を活かして「100年の森づくり」に取り組む。源流域から流れ出る清流を中流・下流域にそのまま送り届けるのが上流域の住民の務めという考えのもとに活動する。今後は、森林環境贈与税を活用し、県内・都内の荒川・墨田川流域で生活する児童・学生に対する環境教育を促進するための活動を進め、自分たちの暮らしを守るためには原流域の森林整備と

	<p>維持管理がいかに大切かという意識を醸成するため、飯能の森林を利活用する定期的な課外学習の実現に向けて学校教育関係に働きかけていく。同時に受け入れ整備強化を目指し、市内林業事業者による間伐対策事業を担う市内林業事業者、森のガイド育成を担うハンノウ大学、未来の森の担い手を育む奥武蔵創造学園を含む市内小中学校との連携を強化し、協会を中心とする持続可能な自走化経営を目指す。</p> <p>意識醸成と人材育成</p> <p>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る。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貫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。</p>
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・観光資源の磨き上げ</p> <p>・令和5年度事業・令和6年7月までの事業</p> <p>具体事業内容</p> <p>はんのう森林文化系おとな旅(エコツアーを含む募集型企画旅行)の開催</p> <p>㊦山歩きツアー等</p> <p>①4月23日(日) 山岳ガイドと歩く安心登山!「春の伊豆ヶ岳」13名</p> <p>②6月5日(月) 山岳ガイドと歩く安心登山!棒ノ嶺 5名</p> <p>③7月20日(木) 足腰祈願の子ノ権現と疫病祈願の竹寺参拝・精進料理を堪能する山歩きツアー 7名</p> <p>④9月26日(木) 山歩きツアー 高山不動と関八州 3名</p> <p>⑤10月3日(火) 山岳ガイドと歩く安心登山!天覧山から巾着田、日和田山 7名</p> <p>⑥10月31日(火) 山歩きツアー 飯能アルプス 4名</p> <p>⑦11月8日(水) 山歩きツアー 飯能三山 4名</p> <p>⑧11月23日(木・祝) 山歩きツアー 秋の伊豆ヶ岳 9名</p> <p>⑨11月28日(水) 山歩きツアー 東郷公園と竹寺の精進料理、子ノ権現 4名</p> <p>⑩12月4日(月) 山歩きツアー はじめての地図読み 天覧山&多峯主山 7名</p> <p>⑪12月6日(水) 山歩きツアー 飯能三山 7名</p> <p>⑫12月18日(月) 山歩きツアー 竹寺の精進料理と子ノ権現 9名</p> <p>計12回催行し、79名が参加した。</p> <p>㊧街歩きツアー</p> <p>①9月17日(日)に江戸川大学の学生等12名を対象に午前と午後開催した。</p> <p>㊨体験ツアー等</p> <p>①森のフィールド合宿 8月23日(水)・24日(木)名栗げんきプラザ10名 企画・ツアー催行:森のフィールド学舎</p>

㊦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5年度実施結果

実施期間 令和5年4月29日(土)～11月12日(日) 94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

利用者数 13,790人 * 内有料利用者12,545人

月別の利用状況は下記表1のとおり

表1

4月からの火気有料化事業区域内入場者

(単位:人)

令和5年	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	合計
事業実施日	2	11 ^{※1}	8 ^{※2}	17	31 ^{※3}	10	10 ^{※4}	5	94 ^{※5}
中学生以上	271	2405	375	2529	4873	1554	365	173	12545
小学生以下	32	334	43	253	355	160	40	28	1245
総入場者数	303	2739	418	2782	5228	1714	405	201	13790

※1 荒天による利用者なしの2日間を含む。 ※2 荒天による利用者なしの3日間を含む。 ※3 台風による閉鎖日1日を含む。 ※4 荒天による利用者なしの2日間を含む。 ※5 荒天による利用者なしの7日間、台風による閉鎖日1日を含む。入場者がいた稼働日は実質86日間。

令和6年度実施経過 7月29日まで

実施期間 令和6年4月20日(土)～7月29日(月) 33日間
土日祝日、大型連休、夏季休暇（7月下旬）

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

利用者数 6,364人 * 内有料利用者5,839人

※6年度内の実施日は11月17日(日)までで105日間を予定



㊦三密を避けた事業の実施

- ① 7月21日(金)から8月31日(木)吾野地区に特化して THIS IS HANNO スタンプラリーを開催しました。21名が参加した。
- ② 8月9日(水)に「～ムーミンの日記念～メッツァ花火大会 2023」を開催し、177組、354名が特別席で観賞した。観光協会会員事業所と飯能市商店街連盟加盟店で2,000円以上の買い物をすると福引による抽選で招待券が当たる事業を実施した。

③自主開発商品の展開

令和3年度に開発した「飯能炭じろう」・「山バッジ」・「平九郎手拭い」等を継続的に販売し、4年度からは新たに「夢馬缶バッジ」・「夢馬シール」を販売し始めた。5年度は飯能市がマンホールカードを発行し、協会事務局で配布を行ったことからマンホールカードステッカー5種類と西川材製のマンホールキーホルダーを開発し販売し始めた。自主開発商品だけで年間299,780円を売上げた。

①夢馬関連商品の開発

「夢馬シール」

山岳での遭難や事故の防止と啓発するための「三点確保」シールを和4年度から作成し販売している。5年度は、「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)を販売し始めている。6年度以降は届出必須(登山届を必ず出すことを求める)、地図必携(専門の地図を必ず持っていくことを求める)をあしらったシールの作成を検討する。



マンホールカードステッカーとマンホールキーホルダー

【定量的な評価】

定量的な評価】

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4年 164,563件 令和5年 192,499件 12,499(117%)増

会員向け会報誌の発行 はんのういい塩梅 季刊 400部発行



受入環境の整備

川上ノ森オーナーズクラブの開設

リーフレット「固定種野菜が食べられるお店の特集」の作成

飯能エコツーリズムパンフレット、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

エコツアー等の開催

令和4年 68名参加 売上386,420円 受注型企画旅行 421,832円

令和5年 91名参加 売上695,800円

※エコツアーの比較 180%増

飯能河原火気有料化事業 売上高 12,545,000円 191.1%増

会員事業所商品委託販売手数料 2,183,073円 120.0%増

飯能水・メッツア売上 6,338,016円 5.3%減

自主開発商品売上 299,780円 37.8%減

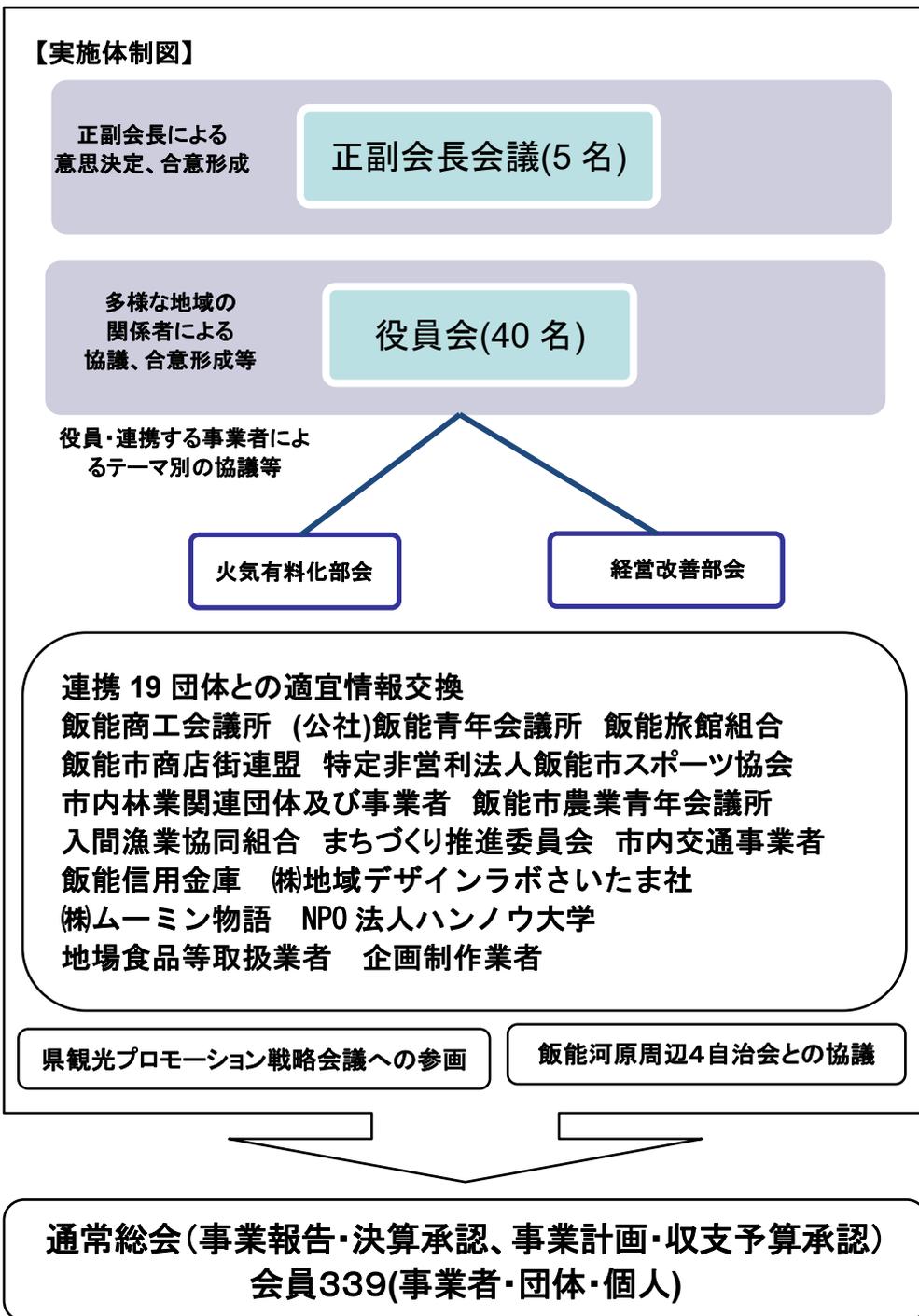
実施体制

※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】

（一社）奥むさし飯能観光協会がDMOの機能を担っている。事業部門によっては、協会マター、DMOマターと役割分担を明瞭にすべきとの意見がある。しかしながら、リソースに限りがあり、携わる役職員はほぼ同一人物となっている。組織のブレインである役員会は、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、実質的には2部会が稼働し、それぞれ、役員以外の会員事業者が参画している。

【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】

飯能市は、都心から約 50 km、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狙い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 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)
令和 2 年	2,866,354 人	(1,236,621 人減 30.1%減)

延べ宿泊者数

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)

令和3年	79千人	(目標 98千人 19.4%減)
消費額等		
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)
令和3年	27,146百万円	(目標 26,650百万円 1.9%増)

来訪者満足度

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)
令和3年	76.9%	(目標 58.0% 18.9ポイント増)

再訪(リピーター)率

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)
令和3年	94.2%	(目標 89.0% 5.2ポイント増)

観光入込客数は460,426人増の3,688,171人で県内63市町村の中で8位に位置している。増加数を令和3年と比較すると飯能よりより多くの入込客数があったのは7市ある。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8位より上位にあると推察される。入込客数は順調に回復しているものの、延宿泊者数と旅行消費額が減少しているのは、コロナの扱いが緩和され、観光の選択肢が広がったことも一因となっていると推察される。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】

○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、エコツアーの実施先、火気有料化事業の実施地、ちびっこ金魚すくい大会の会場、トレイルランレース会場)

○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、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)

○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、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)

○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、エコツアーの実施先)

○イベント

飯能まつり、花火大会、飯能夏まつり、震災復興元気市、奥むさし駅伝競走大会、エコツアー (お散歩マーケットなど)、新緑ツーデーマーチなど 吾野もみじまつり、名栗紅葉まつり

(活用方法→観光案内を通じた誘客先、エコツアーの実施先)

○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)、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】

○ホテル(4軒)、ビジネスホテル(2軒)、旅館(2軒)、民宿・その他(4軒)、キャンプ場(7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ため、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ある。埼玉県通訳ガイド×観光・人材関連企業マッチング交流会(令和5年2月)に参画し、県内の16名の通訳士と面談した。インバウンドの受入、ガイドが造成する街歩きツアーとの連携、外国人向けガイドツアーの企画・実施、外国人向けの体験型コンテンツ造成等について検討を重ねている。

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。新しい生活様式の定着に伴い、健康増進や三密を避ける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4年度に奥武蔵ロングトレイル105K(市内山間地域を105キロの一本の道で設定したコース)が開設され、5年6月には第1回奥武蔵ロングトレイルレースが開催され、欧州を中心に内外から約1500名が参加し、6年6月には第2回が開催され約1000名が参加した。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、4月より土日祝日と大型連休・夏休み期間で営業(平日の火気使用は無料)し94日間で1万2545人の有料利用者があった。令和5年と比較すると、利用者は再訪者が多く、家族連れ等の少人数での利用が引き続き多く、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、奥武蔵らしく交通(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。

(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 ペットタウンでの観光振興

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

ウォーキング、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。

○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、当初4月から翌年3月までの年度で集計していたが、観光の統計の集計期間(1月~12月)に変更した。令和4年に引き続き年初からの資料の収集ができず、令和5年7月から12月末現在で918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32%を占めるのが「その他の場所」でマンホールカードの配布が一因となっていると思われる。次が「観光スポット巡り」で22%、「テーマパーク」が20%、「登山・ハイキング」が13%、「買い物」が8%、「キャンプ・BBQ」が5%となった。

コロナの扱いが緩和され行動制限がなくなったことにより、令和4年とは異なる結果となった。増加が著しいのが「その他の場所」と「テーマパーク」で、テーマパークは8ポイントの上昇となった。逆に減少したのが観光スポット巡り、ハイキング、キャンプ・BBQで特にキャンプは半減した。キャンプについては市内各所から減少を指摘する事業者の声が寄せられた。コロナ禍でブームとなったキャンプが一段落したことが一因となっている。観光地巡りが10ポイント、ハイキングも9ポイント減少した。

来訪者の交通手段を見ると74%が自家用車で、鉄道等の来訪者は25%、自家用車は鉄道利用の約3倍となっていて、令和4年の2.5倍から大きく上昇した。当協会は公共交通機関による観光振興を標榜しているが、令和5年は公共交通機関を利用する人が大きく減少した。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予定である。

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44%、都内が29%、来訪頻度は6回以上の方が54%で、3回以上訪れている人は72%を数える。宿泊者は40%の減少、日帰り客は160%と大幅に増加し、一人当たりの旅行消費額が減少した。来訪者の82%が満足もしくは大満足と回答している。40代以上の来訪者が75%を占め、情報源は30%が観光協会ホームページとなっている。

○取組方針

令和 6 年 6 月に第 2 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。対象者を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 5 年度は大きく来場者が増加していて、個人客を中心に市内観光施設への誘客の可能性があるのである。

○取組方針

8 月 9 日のムーミンの日花火大会の共催が取りやめとなったため、メッツァで開催される催事等への協力を通じて市内の施設等への誘客を図る。

○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とう 東京に一番近い秘境
②コンセプトの考え方	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

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。	<p>総会、役員会、正副会長会議、観光地域づくり法人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と。今後も未曾有の危機的事象に見舞われるかも知れず、眼前の事象に機動的かつ柔軟に対応できるOODA LOOPの手法も活用するなどして観光振興に取り組む。</p> <p>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。</p> <p><u>正副会長会議は1か月に一度開催</u></p> <p>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。</p> <p>令和5年度開催状況 11回開催 4.11、5.9、6.21、7.18、8.24、9.13、10.20、11.24、12.19、2.20、3.12</p> <p><u>役員会は2か月に一度開催</u></p>

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 5.19、7.14、9.19、11.30、1.23、3.29

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。5 年度の開催状況は 6 回(4.20、6.6、7.19、9.7、11.24、12.14、)、6 年度は 3 回(4.10、6.6、7.16)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、その計画に沿って事業を進めていくこととなった。計画策定は外部委託とし、委託業者の伴走支援も求めていくこととなった。経営改善部会は委託業者と協議し進捗状況の行程管理や意見具申等を行う。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く。5 年度の開催状況は 10 回(4.12、5.9、6.13、7.18、8.24、9.25、10.26、11.29、1.25、3.19)、6 年度は 1 回(7.31)開催した。

情報発信部会

一元的な情報を発信するために役員を始め関係者で組織化するのが理想ではあるが、現状は事務局が中心となり部会は組織されていない、経営改善部会では、経営基盤の強化に取り組むため当面部会は組織しないこととなった。

観光開発部会

役員を始め観光事業関係者で組織化するのが理想ではあるが、現状は事務局が中心となり部会は組織されていない、経営改善部会では、経営基盤の強化に取り組むため当面部会は組織しないこととなった

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、令和 4 年度に決められていて、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、5 年度に経営基盤計画を策定し取り組むことになっている。計画策定には外部業者に委託し調査・分析・伴走支援を求めている。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	<p>接客マナーの向上を図るため、各種セミナーを実施する。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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、定期的に役員会上程し地域全体の接客・接客の向上に繋げる。</p> <p>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。</p>
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	<p>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。</p> <p>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。</p>

※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)

(1) 必須KPI

指標項目		2021	2022	2023	2024	2025	2026
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	26,650 ()	29,240 ()	35,322 ()	36,382 ()	37,473 ()	38,597 ()
	実績	27,146 ()	34,294 ()	29,157 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	98 ()	104 ()	221 ()	228 ()	234 ()	241 ()
	実績	79 ()	215 ()	205 (2.8)			
●来訪者満足度 (%)	目標	58 ()	76.9 ()	80 ()	85 ()	88 ()	90 ()
	実績	76.9 ()	78.5 ()	76.1 ()			
●リピーター率 (%)	目標	89 ()	94.2 ()	80 ()	85 ()	88 ()	91 ()
	実績	94.2 ()	76.8 ()	82.9 ()			

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】

〇〇DA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(380万人)×一人当たりの旅行消費額(7,673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内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		2021	2022	2023	2024	2025	2026
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●(例)住民満足度 (%)	目標	68 ()	74.3 ()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()	87.0 ()
	実績	74.3 ()	81 ()	82.1 ()			
●ホームページの閲覧数 (件)	目標	99,000 ()	105,000 ()	180,000 ()	180,000 ()	197,000 ()	200,000 ()
	実績	51,989 ()	164,563 ()	192,499 ()			
●着地型旅行商品の販売数 (人)	目標		7 ()	12 ()	2 ()	20 ()	25 ()
	実績		4 ()	15 ()			

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2年以降のコロナ禍で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。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5年が目標に達しなかったため、80%を超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、3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、必要不可欠な情報以外積極的に発信をしていない。令和6年4月から新HPに移行するため、5年実績の約2%程度の像を目標と設定した。コロナ禍で急増した閲覧数であるが、今後の状況が不透明感が漂っているため保守的な未投資に立ちこの程度の上昇率とした。
- 着地型旅行商品の販売数**：5年度はエコツーリズム推進協議会の会務の移行とHPリニューアル、エコツアー予約システムの構築に重心を置いたため、前年に比べ大幅減とした。7年はエコツアーの実施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すことにより20を設定した。

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	76,872,777	【飯能市補助金】 32,680,000 【飯能市負担金】 8,891,000 【国調査委託費】 14,850,000 【会費収入】 3,386,000 【収益事業収入】 8,196,162 【協賛金等他収入】 8,869,615(円)
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）	74,600,000	【飯能市補助金】 29,953,000 【飯能市負担金】 11,036,000

年度		【会費収入】 3,400,000 【収益事業収入】 15,907,000 【協賛金等他収入】 14,304,000(円)
令和7年度	82,500,000	【飯能市補助金】 33,000,000 【飯能市負担金】 12,000,000 【会費収入】 3,500,000 【収益事業収入】 20,000,000 【協賛金等他収入】 14,000,000(円)
令和8年度	84,800,000	【飯能市補助金】 33,000,000 【飯能市負担金】 12,000,000 【会費収入】 3,800,000 【収益事業収入】 22,000,000 【協賛金等他収入】 14,000,000(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	69,449,659	【一般管理費】 37,071,918 【商品原価】 4,728,216 【情報発信・プロモーション】 3,305,352 【受入環境整備等の着地整備】 429,740 【コンテンツ開発】 15,315,793 【マーケティング】 182,830 【観光イベントの開催費他】 6,351,039 【積立金・補助金返還等】 2,064,771(円)
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・補助金等返還等】 2,936,027(円)
2024(R6) 年度	74,600,000	【一般管理費】 47,009,000 【商品原価】 6,311,000 【情報発信・プロモーション】 3,400,000 【受入環境整備等の着地整備】 250,000 【コンテンツ開発】 500,000 【マーケティング】 500,000

		【観光イベントの開催費他】	15,450,000
		【積立金等】	1,180,000 (円)
令和7年度	82,500,000	【一般管理費】	49,000,000
		【商品原価】	6,800,000
		【情報発信・プロモーション】	3,500,000
		【受入環境整備等の着地整備】	600,000
		【コンテンツ開発】	700,000
		【マーケティング】	700,000
		【観光イベントの開催費他】	20,000,000
		【積立金等】	1,200,000 (円)
令和8年度	84,800,000	【一般管理費】	50,000,000
		【商品原価】	7,000,000
		【情報発信・プロモーション】	3,800,000
		【受入環境整備等の着地整備】	800,000
		【コンテンツ開発】	1,000,000
		【マーケティング】	1,000,000
		【観光イベントの開催費他】	20,000,000
		【積立金等】	1,200,000 (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、2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分担を遂行することが、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、観光振興に努めていくために、両者で観光まちづくり法人の登録を申請いたします。

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	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

F A X 番号	0 4 2 - 9 7 1 - 5 0 5 2
E - m a i l	hannokanko@gmail.com

1 1 . 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）	0 4 2 - 9 7 3 - 2 1 2 4
F A X 番号	0 4 2 - 9 7 4 - 6 7 3 7
E - m a i l	kanko@city.hanno.lg.jp

記入日: 令和6年7月31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】16人(常勤16人(正職員0人・出向等0人)、非常勤0人)

【主な収入】

収益事業 21百万円(令和5年度決算)

【総支出】

事業費 86百万円、内一般管理費 37百万円(5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 (株)地域デザインラボさいたま社 (株)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。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	26,650 ()	29,240 ()	35,332 ()	36,382 ()	37,473 ()	38,597 ()
	実績	27,146 ()	34,294 ()	29,157 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	98 ()	104 ()	221 ()	228 ()	234 ()	241 ()
	実績	78 ()	215 ()	205 (2.8)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	58.0 ()	76.9 ()	80 ()	85 ()	88 ()	90 ()
	実績	76.9 ()	78.5 ()	76.1 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	89.0 ()	94.2 ()	80 ()	85 ()	88 ()	91 ()
	実績	94.2 ()	76.8 ()	82.9 ()	—	—	—

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、開放的の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】

- ・はんのう森林文化系おとな旅
- ・飯能河原有料化事業(令和5年度～)
- ・マンホールカードステッカー(5種類)、西川村製マンホールキーホルダー

【受入環境整備】

- ・観光庁サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくり事業「学生・地域と連携した循環型人材育成による森林活用保全事業」
- ・山岳事故防止と啓発用の「早立登山」、「早着登山」シール
- ・ヤマノススメ飯能舞台探訪マップ

【情報発信・プロモーション】

- ・はんのういい塩梅(季刊会報誌 6年7月まで)
- ・観光庁サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくり事業「学生・地域と連携した循環型人材育成による森林活用保全事業」による広報(アウトドア雑誌記事掲載、YouTube、インスタグラム配信、協会Webサイト改修)

【観光庁実証事業におけるマニュアル作り】

- ・①キャンプ場サブスクリプション運用マニュアル②間伐対策プログラムマニュアル(体験者用)・間伐対策プログラムマニュアル(スタッフ用)③企業研修プログラムマニュアル

