観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１８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	地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）猪苗代観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	福島県猪苗代町	
所在地	福島県猪苗代町	
設立時期	平成５年７月３０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	夏８人、冬７人【常勤８人（正職員５人）、非常勤３人（冬場は２名）】	
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） 会長　　神田　功 （出身組織名） 猪苗代観光協会	猪苗代町議会議員や多数の関係機関の役職を歴任し、地域貢献に尽力。現在、猪苗代観光協会の会長を 2 期目として務めており、そのリーダーシップと豊富な経験をもって、観光地域づくり法人の取組に最終的な責任を負う立場で従事。
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） 主査　土屋勝洋　「専従」 （出身組織名） 猪苗代観光協会	観光協会で法人旅行業の立ち上げから従事し、国内旅行業務取扱管理者の資格を保有。これまでに猪苗代町でのスポーツ大会宿泊業務、教育旅行・インバウンド支援、主催イベント事務局などを担当。これらの業務で培った経験から、域内誘客のデータ分析と観光事業展開に精通している。会員事業所や行政、観光団体との連携を深め、データに基づいた効果的なマーケティング戦略を立案し、猪苗代の観光振興を推進している。
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） 事務局長 小林志朗 「専従」 （出身組織名） 猪苗代観光協会	猪苗代町役場で 32 年間勤務し、企画財政課や税務課などで財政管理の専門知識を培った。2023 年に現職就任。この豊富な経験を活かし、DMO の強固な財務基盤確立、戦略的な資金運用、透明性の高いリスク管理に貢献している。地域への深い理解と行政経験を融合させ、持続可能な観光地域づくりを実現。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	福島県猪苗代町観光商工観光課　事業連携 〃　　企画財務課　事業連携 福島県観光交流局観光交流課（観光推進・プロモーション等） 福島県生活環境部水・大気環境課（環境保全）	

連携する事業者名及び役割	・猪苗代町商工会（商品券開発、地域ブランド作り） ・会津乗合自動車㈱、東日本旅客鉄道㈱（二次交通） ・中ノ沢温泉組合（宿泊施設） ・三城潟観光組合（飲食関係） ・㈱まちづくり猪苗代（宿泊団体受入） ・極上の会津プロジェクト協議会（観光推進） ・㈱道の駅猪苗代（地域物販） ・会津カード運営協議会（二次交通） ・日本遺産「一本の水路」プロモーション協議会（文化歴史観光推進） ・磐梯山ジオパーク協議会（ボランティアガイド） ・環境省東北地方環境事務所裏磐梯自然保護官事務所（磐梯朝日国立公園） ・猪苗代スキー場協議会（観光推進） ・磐梯まつり実行委員会（イベント関連事業者） ・会津磐梯山ウルトラマラソン実行委員会（観光推進）
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	【該当する登録要件】② ■社員総会（年に 1 回開催：5 月） 直近開催：直近開催日　5 月 29 日 役割：理事会案を報告及び承認する機能（承認は人事関連や決算関連のみ） 参加メンバー：正会員 200 者＋賛助会員 60 者 行　　政：猪苗代町長 交通事業者：会津乗合自動車㈱、東日本旅客鉄道㈱、猪苗代タクシー㈲、長治観光㈱ 宿泊事業者：60 者 観光事業者：109 者（農林関係者、スポーツ関係者、文化施設等） 賛助会員　：60 者は様々なカテゴリー ■理事会（年に 4 回程度：5 月、7 月、12 月、3 月） 直近開催　R7 年度第 1 回理事会　5 月 22 日 役割：協会作成案を報告及び承認する機能（事業関連は理事会が決定） 参加者：12 名（理事 10 名、監事 2 名）＋猪苗代観光協会 宿泊事業者：中ノ沢温泉組合、神田荘、ホワイトペンション、マウント磐梯、オールリゾートサービス リステル猪苗代 観光事業者：猪苗代菓子組合、三城潟観光組合、猪苗代スキー場㈱まちづくり猪苗代、DMC aizu 交通事業者：長治観光㈱ 行政：猪苗代町商工観光課 ■連携する事業者によるテーマ別の協議会 ①企画運営委員会 設定したターゲットに対する誘客手法やコンテンツの開発/磨き上げ、新規事業企画立案、ホームページ内容に関する企画協議を、関係する事業者で行い、実施した施策に関する検証改善を行っている。 参加者・・宿泊事業者、アクティビティ事業者、交通事業者 開催頻度・・１ケ月に１回

	直近開催・・2025 年 6 月 11 日 ②観光交流活性化委員会 教育旅行のターゲット設定や誘致手法やオペレーションやコンテンツ開発/磨き上げ、外国人旅行者の受入れ推進に関する企画協議を、関係する事業者で行い、実施した施策に関する検証改善を行っている。 参加者・・宿泊事業者、施設事業者、公共交通機関、スキー事業者 開催頻度・・３ケ月に１回程度（予定） 直近開催・・R7 年の 7 月下旬に開催予定 ③スキー場部会 スキー場のターゲット設定や誘客手法、スキー＋α となるコンテンツの開発/磨き上げに関する企画協議を、関係する事業者で行い、実施した施策に関する検証改善を行っている。 参加者・・スキー場事業者、宿泊事業者 開催頻度・・３ケ月に１回程度（予定） 直近開催・・R7 年の 11 月中に開催予定 ④猪苗代町体験学習推進協議会 農林水産業をはじめとする地場産業と地域の歴史遺産及び伝統文化を融合させた体験学習により観光誘客を図る組織として活動している。 参加者・・・町内の体験コンテンツを提供する団体及び個人 開催頻度・・研修会、講習会、意見交換会、幹事会、総会等、年 6 回程度 直近開催・・R7 年 6 月 26 日　総会を開催
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	・年に 1 回年初に、住民向けの広報誌に協会の活動内容を掲載（A4 表裏） ※猪苗代町の広報誌とともに全戸配布 ・メディアに向けて協会の取り組みについての情報をリリース（年 10 回程度） ※@プレスに広報業務として委託している ※福島民報と福島民友に対して随時、情報提供を実施している ・住民参加の猪苗代湖における水草除去活動の参加者募集（R6 年９月） ※公式サイトへの掲載やチラシの配布 ・磐梯まつり（7 月）、いなわしろ花火大会（8 月）、各種イベントへの参画 ※各行政区の住民とともに祭りの企画や運営を実施 ※花火大会実施後の住民参加の清掃活動 ・観音寺川さくら祭における観光協会の住民向けチラシ配布 ・住民及び事業者向けインバウンドおもてなしセミナー（R7 年 1 月） ※参加者募集のご案内等
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：＜毎年実施＞ ・駅前案内所における案内業務 ・観光マップ、ポスターの作成及び掲出

		・たべらんしょ（飲食）マップ作成及び配布 ・宿泊、教育旅行支援 ・猪苗代町観光情報公式サイトの運営及びSNS発信 ・新聞（福島民報社および福島民友新聞社）及びテレビ（ＴＵＦテレビユー福島及びＫＦＢ福島放送）に「磐梯山開き」「磐梯まつり」「秋のおすすめ観光特集」「磐梯高原スキー場特集」など季節ごとのイベント広告を掲載 ・地域の魅力発信事業としてスタンプラリーを実施 ・猪苗代町の魅力を伝えるフォトコンテストを実施 ＜R6実施＞ ・野口英世博士顕彰＆SNSプロモーション ＜過去実施＞ ・猪苗代町内全スキー場共通シーズン券を発行し「ふるさと納税」返礼品として展開 ・ラジオ番組「ようこそ！野口博士の故郷　猪苗代へ」にて猪苗代の観光情報を定期配信 ・町の温泉施設紹介リーフレットを活用した日帰り温泉促進事業を実施 ・ラジオ番組「ようこそ！野口博士の故郷　猪苗代へ」にて猪苗代の観光情報を定期配信 ・動画「なすび隊長の発掘偉人伝」を製作しYouTubeにて配　信。ノベルティもあわせて作成し配布。 ・町の温泉施設紹介リーフレットを活用した日帰り温泉促進事業を実施 ・猪苗代町観光商品券（いなチケ）を発行 ・「国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業」にてファムトリップ、滞在型ツアーコンテンツ造成、プロモーション動画製作など実施）
	受入環境の整備	・二次交通としてレンタサイクル事業、電動キックボード事業を推進 ・観光地公衆トイレ美化清掃を実施 ・観光地周遊バス「ひでよくん号」の運行 ・体験学習受入環境整備 ・スノーシューレンタル、手荷物預かりサービスの拡充 ＜R4実施＞ ・Googleマイビジネス（ビジネスプロフィール）講習会実施

	観光資源の磨き上げ	・夏、冬のコンテンツとして花火大会、雪花火を実施 ・会津磐梯山ウルトラマラソンイベントへの協力 ・磐梯まつりへの協力 ・CYCLE AID JAPAN in 猪苗代 MTB RIDE 磐梯山への協力 ・レンタサイクル「いなチャリ」の DX 化推進 ・高校駅伝、中体連スキー大会の配宿実施 ・企業向けワーケーションプログラムの実施 ・ポケットツアー（着地型企画旅行）の開発、実施 ・キックボードツアーの開発 ・音楽フェス、キャンプイベントの磨き上げ

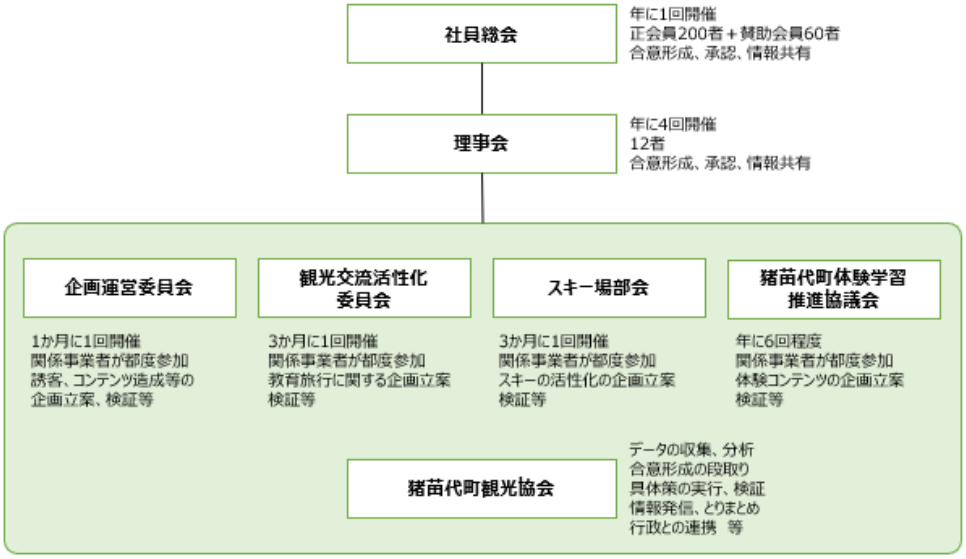
【定量的な評価】

具体的にとっているデータ
・観光入込客数　※猪苗代町 HP より抜粋

R6 年度：1,245,962 人
R5 年度：1,382,277 人
R4 年度：1,305,397 人
R3 年度：　923,518 人
R2 年度：1,002,426 人

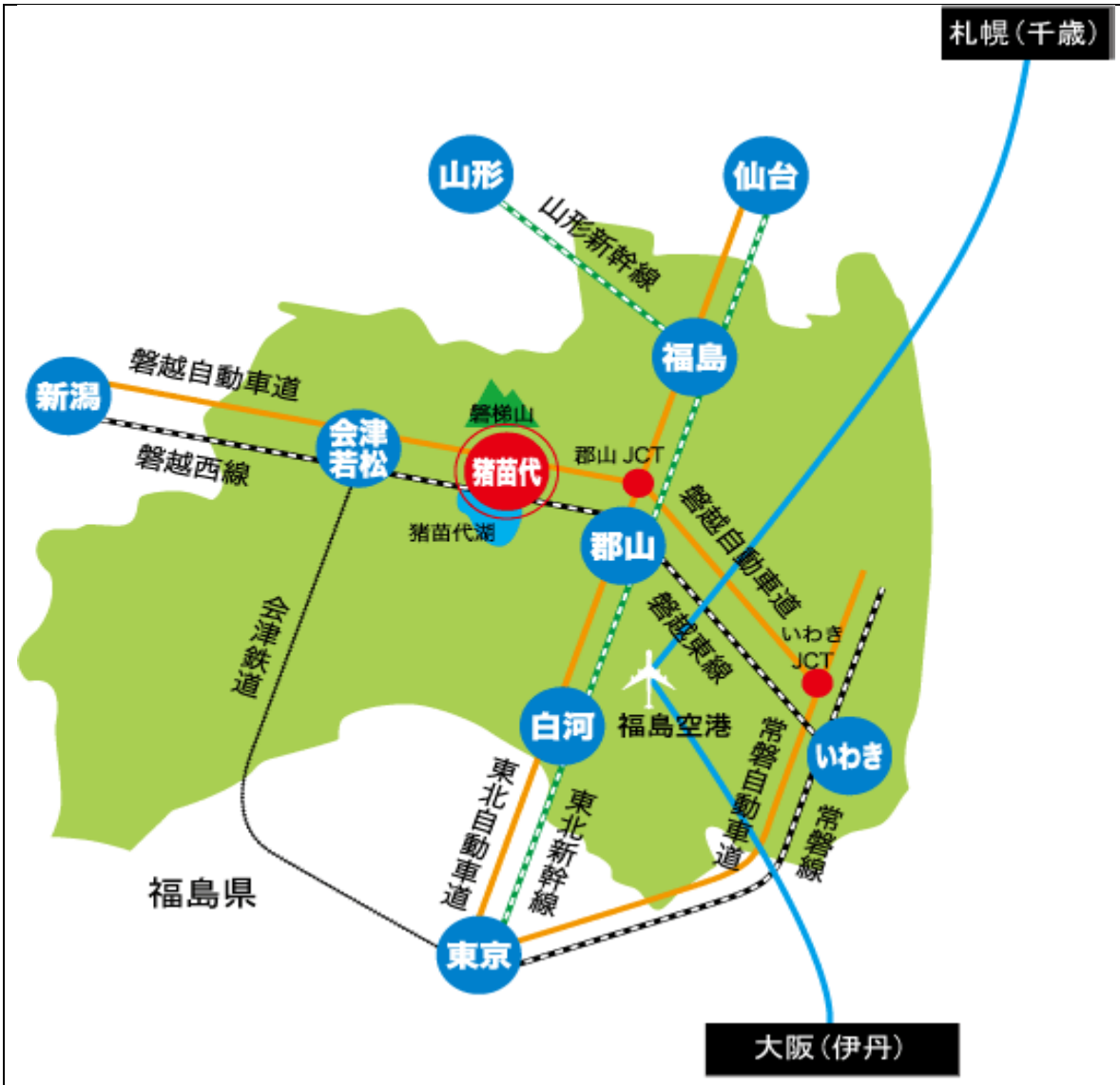
・宿泊客数（インバウンド宿泊者数）
※観光庁宿泊旅行統計調査より
R6 年度：　276,382 人（インバウンド 35,951 人）
R5 年度：　266,414 人（インバウンド 29,894 人）
R4 年度：　263,977 人（インバウンド　7,837 人）
R3 年度：　165,090 人（インバウンド　534 人）
R2 年度：　86,223 人（インバウンド　77 人）※7 月、9 月はデータなし

・Web サイトのアクセス数
R6 年度：1,632,926PV
R5 年度：1,519,200PV
R4 年度：1,002,144PV
R3 年度：　999,600PV
R2 年度：　930,132PV

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）猪苗代観光協会が事務局機能となり、メンバーには、行政、議員、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財、農泊、アクティビティー、農林水産業、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した部会を実施し、理事会や社員総会にて報告、決議を行っている。 **【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】

当協会がマーケティング区域とするエリアは、**猪苗代湖を中心に形成された地理的・歴史的・文化的な一体性**を持つ地域となる。この一体性は、以下の要素が密接に関係し合うことで安定的かつ継続的に確保されているエリアといえる。

■自然が育む一体性

- **猪苗代湖の存在**: 磐梯山や猫魔火山の噴火によって形成された猪苗代湖は、この地域の象徴であり、多様なレジャー活動（水上スポーツ、湖水浴など）を可能にしている。湖を中心とした景観は、観光客に強い印象を与え、地域全体のブランドイメージを確立している。
- **温泉資源**: 沼尻温泉や猪苗代温泉など、豊富な温泉資源は、猪苗代湖と磐梯山に続く観光の核となっている。これらの自然の恵みが、一年を通して観光客を呼び込む魅力となっている。
- **磐梯山と周辺の自然**: 磐梯山や五色沼などの美しい自然は、ハイキングやスキーといったアクティビティを提供し、四季を通じて地域の自然景観を一体的に捉えることができる。

■歴史が紡ぐ一体性

- **猪苗代城（亀ヶ城）**: 平安南北朝から室町期に佐原氏が築き、江戸時代には会津藩の要として機能した猪苗代城は、地域の歴史的シンボル。この城を中心に、地域の歴史が展開されてきた。
- **野口英世の存在**: 明治時代に猪苗代で生まれた野口英世は、この地域の誇りであり、彼の生家や記念館は地域の重要な文化施設となっている。これは、現代にも通じる地域のアイデンティティを形成している。
- **交通インフラの歴史**: 磐越西線や安積疏水事業、そして後の高速道路網の整備は、地域の発展を支え、物流や人の往来を通じて一体感を醸成してきた。

■文化が育む一体性

- **共通の生活圏**: 縄文時代からの居住の歴史、そして度重なる町村合併は、住民間の共通の生活様式や文化を育んできた。これにより、観光客が訪れる地域は、単なる地理的な区切りではなく、共通のコミュニティとして認識されている。
- **観光活動の連動**: 猪苗代湖でのレジャー、温泉、歴史的建造物、そして野口英世にまつわる施設といった異なる観光要素が、相互に連携し、一体的な観光体験を提供。例えば、湖畔で水上スポーツを楽しんだ後、温泉でくつろぎ、その翌日には野口英世の生家を訪れるといった、一連の観光ルートが可能となっている。

これらの自然、歴史、文化が織りなす関係性によって、当協会がマネジメントするエリアは、単なる行政区画を超えた「猪苗代」としての強い一体性を持っている。この一体性が、地域資源を効果的に活用し、安定的かつ継続的なマーケティング活動を可能にする。

【観光客の実態等】

※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。

＜どんな人がいつ、どうやって来ているか？＞

猪苗代町を訪れる観光客は、**20 代から 60 代までの幅広い年齢層**にわたり、特に 30～60 代の中堅～シニア層の来訪が目立つ。性別についても男女比はほぼ均等であり、**夫婦や家族連れ、友人同士、一人旅まで多様な旅行形態**が確認されている。（じゃらんの実績データより）

交通手段については、**自家用車の利用が圧倒的に多く（約 80%）**、一部に電車と自家用車の併用者が見られるものの、**公共交通機関のみでの来訪者はごく少数**にとどまる。これは、猪苗代町が車利用を前提とした観光スタイルとなっていることを示しており、今後の交通アクセス整備や二次交通（レンタカー・レンタサイクル等）の充実が課題となる。

来訪者の出発地として最も多いのは**福島県内（約 19%）**、次いで**宮城県（9.5%）**、**東京都（8.0%）**、**埼玉県（6.8%）**、神奈川県（5.7%）となっている。これは、一定の認知度とアクセス性を有しているものの、広域からの誘客にはさらなる情報発信や誘致施策が必要であることを示している。

以上のことから、猪苗代町の観光は「**自然志向・車利用・家族/夫婦層中心・近隣県からの来訪**」という特徴を持っており、これらを踏まえた地域づくりとプロモーション戦略が求められる。

＜どれくらいの割合で宿泊しているか＞

アンケート回答者全体のうち、**72.1%が宿泊を伴う訪問**であり、**27.9%が日帰り訪問者**となっている。

この結果から、猪苗代町の観光は「宿泊を前提とした滞在型観光」が主流であることが分かる。宿泊施設の充実や連泊促進のための観光コンテンツ整備が、地域経済への波及効果をさらに高める鍵となると考えている。

＜消費金額について＞

R7 年 4 月～6 月における猪苗代町来訪者の 1 人あたりの平均消費金額は、宿泊者の場合は **33,096 円**。日帰り者の場合は、**5103 円**となっている。

2024 年の日本人国内旅行 1 人あたりの旅行支出（旅行単価）は 46,585 円。うち宿泊旅行は 69,362 円、日帰り旅行は 19,533 円となっており、全国と比較すると猪苗代町での観光消費額は少なく、消費額を拡大させることは大きな課題の一つとなっている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】
※観光資源の活用方法についても記入すること。

観光資源については、プロモーション等に活用している

自然	猪苗代湖、磐梯山、観音寺川、達沢不動滝、天神浜、長浜、志田浜、上戸浜、天鏡台（昭和の森）、中津川渓谷、亀ケ城跡、十六橋水門・安積疏水、翁島、白糸の滝
温泉	沼尻温泉、中ノ沢温泉、横向温泉、磐梯猪苗代はやま温泉、押立温泉、磐梯温泉、翁島温泉、磐梯宝温泉、磐梯不動温泉、天鏡台温泉、磐梯山麓温泉、猪苗代温泉、川上温泉
観光・文化施設	野口英世記念館、天鏡閣、迎賓館、アクアマリンいなわしろカワセミ水族館、猪苗代ハーブ園、磐梯高原南ヶ丘牧場、世界のガラス館、はじまりの美術館
寺社仏閣	土津神社、磐椅（イワハシ）神社、小平潟天満宮、長照寺
アクティビティ	ウィンタースポーツ、ウォータースポーツ、トレッキング、電動キックボード、レンタサイクル、カヌー、ゴルフ、蕎麦打ち体験、ブルーベリー狩り
アートや音楽のイベント	オハラ・ブレイク、ウォールアートフェスティバルふくしま in 猪苗代
祭り	磐梯まつり、観音寺川さくら祭り、いなわしろ花火大会、新そば祭り
スポーツ大会	会津磐梯山ウルトラマラソン、CYCLE AID JAPAN in 猪苗代 MTB RIDE 磐梯山野口英世博士顕彰スキー大会、中体連スキー大会、高体連スキー大会、インカレスキー大会等
商業施設	道の駅いなわしろ

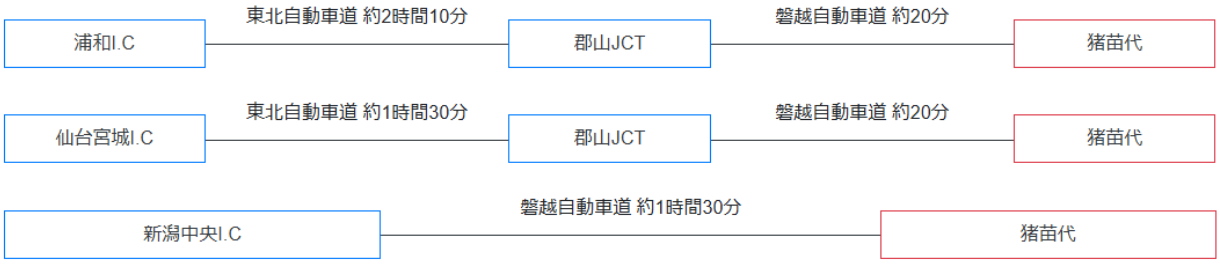
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

施設区分	ホテル・旅館			民宿			ペンション			貸別荘			総数		
6地区	施設数	客室数	収容人数	施設数	客室数	収容人数	施設数	客室数	収容人数	施設数	客室数	収容人数	施設数	客室数	収容人数
猪苗代	7	178	843	12	169	643	8	52	183	2	34	302	29	433	1,971
翁島	3	54	266				4	24	80				7	78	346
千里				2	20	90							2	20	90
月輪															
長瀬	1	370	1,347										1	370	1,347
吾妻	14	294	1,262				1	6	20	1	6	59	16	306	1,341
合計	25	896	3,718	14	189	733	13	82	283	3	40	361	55	1,207	5,095

【利便性：区域までの交通、域内交通】

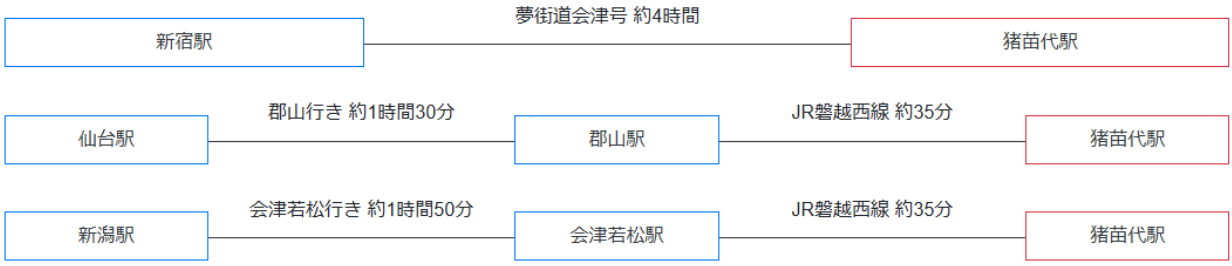
＜猪苗代町まで＞

お車をご利用の場合

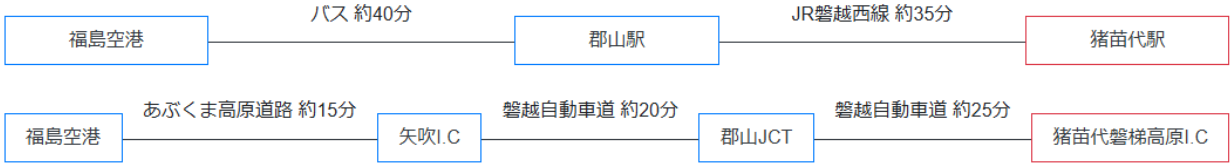


電車をご利用の場合

高速バスをご利用の場合



福島空港をご利用の場合



＜域内＞

猪苗代駅からの距離とバス・タクシー料金

塩川線客多方面	距離	タクシー(小型)	タクシー(中型)	バス
土津神社	3.2km	1,230円	1,420円	–
緑の村	5.0km	1,860円	2,140円	–
猪苗代スキー場	6.0km	2,130円	2,590円	–
天鏡台	6.2km	2,220円	2,680円	–
アルツスキー場	15.0km	5,000円	5,990円	–

R49線経由～上り方面	距離	タクシー(小型)	タクシー(中型)	バス
リステル猪苗代	6.0km	2,130円	2,590円	–
天神浜	4.0km	1,500円	1,780円	–
志田浜	8.0km	2,760円	3,310円	–
磐梯熱海	21.5km	6,870円	8,330円	–
郡山	40.5km	12,380円	15,140円	–

R115線経由中ノ沢方面	距離	タクシー(小型)	タクシー(中型)	バス
中ノ沢方面	16.0km	5,330円	6,390円	820円
箕輪スキー場	23.0km	7,350円	8,820円	–

裏磐梯方面	距離	タクシー(小型)	タクシー(中型)	バス
五色沼	15.0km	5,000円	5,990円	770円
桧原湖(裏磐梯高原駅)	18.0km	5,900円	7,040円	900円
グランデコ	23.0km	7,350円	8,820円	–
猫魔スキー場	24.0km	7,600円	9,230円	–
八方台	28.0km	8,730円	10,600円	–

R49線経由～下り方面	距離	タクシー(小型)	タクシー(中型)	バス
野口英世記念館	4.3km	1,590円	1,870円	300円
長浜	8.0km	2,760円	3,310円	450円
南ヶ丘牧場	13.0km	4,380円	5,260円	–
会津若松駅	27.0km	8,490円	10,280円	–
飯盛山	28.0km	8,730円	10,600円	–

※タクシー料金は、おおよその料金です。

【外国人観光客への対応】

＜受入環境＞
①観光情報の多言語化：観光情報はパンフレット等で英語・繁体字・簡体字で多言語化で製作し観光案内所で配布している。
②Wi-fi の整備：猪苗代町が主要施設で施設で使える「wi-fi_inawashiro」の設置を行っている。

＜情報発信＞
・ホームページは英語・繁体字・簡体字で多言語化している。
・R７年度からはオーストラリアで開催のスノートラベルエキスポ及び台湾の県主催の旅行商談会に参加予定。

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。	R7 からはアンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	町独自で各宿泊施設に 3 か月毎に数値報告を依頼してデータ化
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。	R7 からは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。	R7 からは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。	アナリティクスを活用して実施。

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。	R7 からアンケート調査を猪苗代町の住民ライン登録者に対して実施予定。

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

- **豊富な観光資源:** 磐梯山や猪苗代湖といった雄大な自然、野口英世記念館などの歴史・文化施設、押立、中ノ沢、沼尻温泉をはじめとする温泉地、猪苗代スキー場などのレジャースポットを有している。近年では、猪苗代湖で採取される菱を活用した特産品開発なども進められている。
- **四季折々の魅力:** 春は桜、夏は避暑地として、秋は紅葉の名所として、冬はスキーリゾートとして賑わいます。特に猪苗代湖では、冬に「しぶき氷」という珍しい自然現象が見られることもある。
- **観光客数の変動:** 東日本大震災以降、観光客数は減少しましたが、近年回復傾向にあります。しかし、気候変動による雪不足や観光ニーズの変化といった課題も抱えている。R7 年の 2 月は雪が降りすぎるという問題も生じ、気候変動により観光が左右される状況となっている。
- **水質問題への取り組み:** 猪苗代湖はかつて水質日本一を誇りましたが、近年は水質悪化が懸念されている。そのため、地元では水草の除去活動など、水質保全に向けた取り組みが行われている。
- **地域連携の重要性:** 首都圏からのアクセスは向上しているものの、周辺地域との連携を強化し、広域的な観光ルートを確立することで、更なる誘客が期待される。

課題と展望:

- **観光ニーズの変化への対応:** 近年の観光ニーズの多様化に対応するため、体験型観光やワーケーションなど、新たな観光の形を模索する必要がある。
- **インバウンドの強化:** 磐梯朝日国立公園全体として、訪日外国人観光客の誘致を強化する動きがでてきており、猪苗代町もその流れを捉え、多言語対応や情報発信の強化が求められている。会津若松、五色沼、大内宿といったインバウンド観光客が好む観光スポットが周辺にあるため、これらの地域との連携も必要となっている。
- **持続可能な観光の推進:** 豊かな自然環境を維持しながら観光を発展させていくために、エコツーリズムの推進や環境負荷の低減など、雪を活用した雪下野菜を提供するなど、持続可能な観光のあり方を検討していく。
- 観光消費額の拡大：現状はお金を使うところが少なく、消費額が日本の平均に比較して低いため、今後は以下にお金を使ってもらうかが大きな課題となっている。その仕組み作りを検討していく。

※猪苗代町は、その豊かな自然と歴史を活かし、新たな魅力も創出しながら、持続可能な観光地としての発展を目指している。

※R7/7/16 に猪苗代湖がラムソール条約に新たに登録された（会津若松市、郡山市、猪苗代町）。今後、町全体として、環境保全・観光の両面から、猪苗代湖と共生を図っていく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ＜自然＞ ・磐梯山、猪苗代湖等の知名度のある自然を有する国立公園がある ・日本の田園風景 ・ラムサール条約に猪苗代湖が登録 ＜歴史＞ ・野口英世の生誕地として記念館がある ・県指定の亀ケ城跡、鶴峰城跡は山城の形状が残っており城ファンに魅力的な城 ・会津藩祖保科正之公を祀る土津神社の存在 ＜文化＞ ・オハラブレイク（猪苗代湖畔で行う音楽イベントで年々来場者が増えている） ・ ＜スポーツ＞ ＊猪苗代湖を活用した様々なイベントを実施 ・GO-OUT キャンプ猪苗代（猪苗代湖畔で行うキャンプイベントで、年々来場者が増えている） ・イナイチ（猪苗代湖一周のサイクリング） ・サイクルエイドジャパン ・会津磐梯山ウルトラマラソン ＊スキー場を活用した様々なイベントを実施 ・インカレ（高速系）を毎年開催 ・３つのスキー場 ＜人＞ ・観光客に対する住民のウェルカム感が他と比べて強い ＜温泉＞ ・様々な泉質の温泉が 13 あり、温泉の宝庫 ・単一では日本一の湯量を誇る沼尻温泉 ・ ＜投資環境＞ ・地元企業の観光インフラ投資が加速 ＜ブランド力/知名度＞ ・会津磐梯山、猪苗代湖は日本における知名度が高い ＜特産品＞	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** ・一部宿泊施設の老朽化 ・情報発信の不足 ・二次交通が脆弱 ・飲食店等のキャッシュレス対応の遅れ ・公共ＦｉＷｉが脆弱 ・インバウンド受入が遅れている（看板、標識、多言語化等） ・働き手不足 ・後継者不足 ・観光関連施設数の減少 ※スキー場の閉鎖が大きい ・海外における認知度の低さ ・飲食店不足（駅周辺・ナイトコンテンツ）

	・本州一作付け面積のそば（いなわしろ天の香） ・国内外に向けて販売しているブランド米（いなわしろ天のつぶ） ＜1年を通じて繁閑差が少ない？＞ ・春夏秋冬それぞれの魅力があり、年間を通じて楽しめるコンテンツがある	
外部環境	**機会（Opportunity）** **・自地域にとって追い風となる要素は何か？** ・新たな観光ニーズへの対応 体験型観光、ワーケーション、アドベンチャーツーリズムなど多様化する観光ニーズ ・インバウンドの増加 政府の観光振興策や円安などを背景に、訪日外国人観光客の増加 ・新たなテクノロジーの活用 デジタル技術を活用した情報発信、予約システム、多言語対応などを強化による顧客満足度の高まりや労働効率化による人手不足対応 ・サステナブルな観光への関心の高まり エコツーリズムや地域共生型の観光を推進することで、新たな顧客層を開拓できる可能性	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・競合地域 周辺地域や他の観光地との競争激化。 人口減少と高齢化: 地域の人手不足や観光客の減少につながる可能性がある。 ・自然災害リスク 地震や豪雨などの自然災害は、観光客の減少や観光施設の損壊につながる可能性がある。 ・感染症の流行 新型感染症の再流行は、観光需要に大きな影響を与える可能性がある。 ・観光客の消費行動の変化 より安価な旅行や体験を重視する傾向が強まる可能性がある。

※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
福島県、首都圏を中心とした夫婦層及びファミリー層
※春秋：夫婦層が中心　　夏冬：子連れファミリー層が中心

○選定の理由
＜日帰り客含む＞
RESAS「地域間交流分析」（観光）での携帯位置情報データ（2023 年）を分析すると福島県内で約 50%、宮城県、栃木県、茨城県の近県が約 22%と猪苗代町を訪れている約 72%が福島県民、近県からの来訪者である。また年代別では 30 代、40 代、10 代以下のファミリー層が約 43%を占めている（25%が 65 歳以上のシルバー層）。本来であれば将来的な来訪者の拡大を目指すためには大マーケットである首都圏に対して認知度向上の為のプロモーション等を実施すべきではあるが限られた予算の中で地域経済活性化の為には安定的な集客の確保が必須となるため福島県民、北関東圏を中心とした近県のファミリー層に第１ターゲット層を設定した。

＜宿泊者＞
また、じゃらん利用者の猪苗代、表磐梯エリアデータによると、東北、首都圏、北関東で 85%を占めており、東北は福島県、宮城県が中心となっている。これは RESAS のデータとも一致している。
40 代、50 代以上で約 75%を占めている。これは RESAS データとは若干異なっているものの、夏やスキーにおいてはファミリー層が多くみられ、データを見ても子連れの家族旅行客が全体のうち、25%を占めていることから、季節ごとにターゲットを分けて考えていく。特に 4 月、6 月、12 月が閑散期となるため、閑散期対策も考慮する必要がある。

○取組方針
・福島県民に対しては、福島民報、福島民友の２大地方紙及び地元テレビ局や地元ラジオを中心として SNS 等も使いながら継続的に情報を発信
・首都圏においては、特に閑散期対策として、宿泊割引クーポンを発行
・民間事業者と連携した冬場のスキー客をファミリーや若者をターゲットに情報発信
・旅ナカでの情報提供を充実させ、消費喚起を図る
　※パンフレットの充実や期間限定（夏休み～秋）の観光周遊バスの運行の実施等
・家族で楽しめるアクティビティの開発を行いリピーターを育成

○第２ターゲット層
オーストラリアのスキー・スノボー客

○選定の理由
通常は閑散期となり集客に苦戦することが多い冬季に、集客に寄与できるスキー場を持っている磐梯町と北塩原村と猪苗代町が連携してオーストラリアのスキースノボー客の誘客を行っている。これはオーストラリアが以下のような特徴を持っているからである。

- **雪質の不満と「JAPOW（ジャパウ）」への憧れ：**オーストラリア国内にもスキー場はありますが、積雪量が少なく、雪質も日本のパウダースノー（JAPOW）に比べると劣ると言われています。特に近年は暖冬傾向にあり、人工雪に頼ることも多いため、良質な雪を求めて海外へ出る傾向が強い。日本の「JAPOW」は世界的に有名であり、オーストラリアのスキーヤーにとっては非常に魅力的な要素である。
- **夏のスキーシーズン：**オーストラリアは南半球に位置するため、日本の冬は彼らにとって夏にあたるため、長期休暇中に日本のスキー場でスキーを楽しむことができる。夏の間に良質な雪でスキーができることは、彼らにとっては大きなメリット。
- **費用対効果**：オーストラリア国内のスキーリゾートは非常に高価であると言われおり、1 週間以上滞在する場合、日本への航空券代を含めても日本のスキー場の方が安く済むケースが多い。
- **地理的近さと時差の少なさ:** オーストラリアから日本へのフライト時間は比較的短く、時差も少ないため、時差ボケなどの身体的な負担が少ないのも魅力。
- **滞在日数の長さと消費単価の高さ:** オーストラリアからの訪日客は、比較的長期滞在する傾向があり、スキー目的の滞在日数は特に長い（平均 9.5 日程度）。長期滞在によって、スキーだけ

でなく、温泉、日本食、文化体験など、周辺地域の観光にもお金を使うため、一人当たりの消費単価が高い傾向にある。

- **アフタースキーの魅力:** オーストラリアのスキー場に比べて、日本のスキー場周辺は、多様な飲食店、温泉、日本の文化体験など、アフタースキーの選択肢が豊富であることも人気の理由。猪苗代町も周辺には喜多方や会津若松があり、スキー場＋日本文化を楽しめる。
- **リピーターが多い:** 一度日本でスキーを経験すると、その雪質、文化、費用対効果の高さからリピーターになる傾向が非常に強い。

○取組方針
・ニセコや白馬にはない、湖や歴史、文化を有していることを強みとした商品を造成、販売
・民間事業者である DMC AIZU との連携、北塩原村・磐梯町と共に行っている協議会等との連携により、オーストラリアのスキースノーボード客をターゲットにしている団体と連携して情報を発信
・スキー＋街中での飲食消費やそばうち、こけしや赤べこ絵付け体験など、消費拡大に向けたご案内を行い、スキーだけではない冬の猪苗代を訴求

○第 3 ターゲット層
教育旅行（小中高校生）

○選定の理由

1 月、2 月のスキー、春、秋は農業等の体験教室、夏が林間学校（山や湖でのキャンプ等）といった、年間を通じて猪苗代を楽しんでもらえる客層であり、特に平日にまとまった需要があるため。

また猪苗代町の策定している第七次猪苗代町振興計画後期計画においても体験・交流・学習をテーマにした農林業と観光業の融合、体験の受け入れ体制の強化、グリーン・ツーリズムの誘致、猪苗代ならではの教育スタイルを確立し、教育旅行や研修旅行の誘致に取り組むと記載されており、町の方向性とも合致している。

○取組方針
・福島県と連携し、協会が中心となって地域事業者とともに学校及び旅行会社を訪問
・体験学習において 3 町村で教育旅行用コンテンツのリストアップ、ブラッシュアップを行っていく
・福島県外の小学校・中学校・高等学校の学校団体が猪苗代町町内の民間宿泊施設において、宿泊 1 泊以上と体験活動（施設利用等）を伴う教育旅行を実施する学校へ助成金を交付しており、下記はその実績となる。今後も継続していく方針。

R6 年度：学校数 282 校、バス 726 台、延べ 33,418 人泊
R5 年度：学校数 287 校、バス 755 台、延べ 35,708 人泊
R4 年度：学校数 305 校、バス 895 台、延べ 42,936 人泊
R3 年度：学校数 180 校、バス 522 台、延べ 19,805 人泊

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	磐梯山と猪苗代湖を中心とした、四季を通じて何度でも訪れたくなる世界的リゾート

②コンセプトの考え方	**猪苗代特有の春夏秋冬それぞれで楽しめる自然や食文化がある** **春：桜と新緑が織りなすパノラマ** 春の猪苗代は、町全体が生命の息吹に包まれる。広範囲に咲き誇る**桜**は、湖畔や山々をピンク色に染め上げ、息をのむような美しい景観を作り出す。そして、雪解けとともに芽吹く**新緑**は、目に眩しいほどの鮮やかさ。ドライブや散策をしながら、清々しい春の空気と美しい自然を堪能いただける。 **夏：猪苗代湖で満喫するサマーリゾート** 夏の猪苗代は、**猪苗代湖**が主役となる。日本で 4 番目に広いこの湖は、その透明度の高さから「天鏡湖」とも呼ばれ、様々なマリンアクティビティの宝庫となっている。遊覧船でのクルージングはもちろん、ウィンドサーフィンやカヌー、SUP（スタンドアップパドルボード）など、思い思いの方法で夏のリゾートを満喫できる。湖畔でのバーベキューやキャンプも魅力となっている。 **秋：錦に染まる磐梯朝日国立公園** 秋が深まると、猪苗代町は鮮やかな**紅葉**に彩らる。特に**磐梯朝日国立公園**内では、五色沼（北塩原村）をはじめとする神秘的な沼と、燃えるような紅葉のコントラストが圧倒的な美しさ。ハイキングやトレッキングを楽しみながら、錦絵のような自然景観を心ゆくまで楽しめる。写真愛好家やインスタ映えを好む方々にとって最高の被写体である。 **冬：極上のパウダースノーリゾート** 冬の猪苗代は、良質な**パウダースノー**を求めて多くのスキーヤー・スノーボーダーが集まる一大リゾート地。周辺には多様なゲレンデがあり、初心者から上級者まで誰もがウィンタースポーツを満喫できる。雪化粧をまとった磐梯山の雄大な景色を眺めながらの滑走は、まさに格別であり冬ならではの猪苗代の良さを感じていただける。 **通年で楽しめる「癒し」と「美味」と「文化」** 猪苗代の魅力は、季節の移ろいだけではなく、一年を通して、心身を癒す**温泉**がある。中ノ沢温泉、はやま温泉、沼尻温泉、天鏡台温泉など温泉が豊富。源泉掛け流しや猪苗代湖の景観など、それぞれの温泉に魅力がある。また、猪苗代町は、清らかな水と豊かな大地が育んだ**美味しいそば**の産地としても有名。風味豊かな手打ちそば（ブランドそば：いなわしろ天の香）がある。また、猪苗代の天然水でつくる日本酒やブランド米（天のつぶ）もあり、食も猪苗代の魅力となっている。更に、世界的に有名な**野口英世博士の生誕の場所**であり、生家があった場所に博物館があり、教育旅行を中心に人気の訪問先となっており、猪苗代内でも有数の観光施設となっている。

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。	■社員総会（年に 1 回開催：5 月） 直近開催：直近開催日　5 月 29 日 役割：理事会案を報告及び承認する機能（承認は人事関連や決算関連のみ） 参加メンバー：正会員 200 者＋賛助会員 60 者 行　　政：猪苗代町長 交通事業者：会津乗合自動車㈱、東日本旅客鉄道㈱、猪苗代タクシー㈲、 長治観光㈱ 宿泊事業者：60 者 観光事業者：109 者（農林関係者、スポーツ関係者、文化施設等） 賛助会員　：60 者は様々なカテゴリー ■理事会（年に４回程度：5 月、7 月、12 月、3 月） 直近開催　R7 年度第 1 回理事会　5 月 22 日 役割：協会作成案を報告及び承認する機能（事業関連は理事会が決定） 参加者：12 名（理事 10 名、監事 2 名）＋猪苗代観光協会 宿泊事業者：中ノ沢温泉組合、神田荘、ホワイトペンション、マウント磐梯、オールリゾートサービス リステル猪苗代 観光事業者：猪苗代菓子組合、三城潟観光組合、猪苗代スキー場㈱まちづくり猪苗代、DMC aizu 交通事業者：長治観光㈱ 行政：猪苗代町商工観光課 ■連携する事業者によるテーマ別の協議会 ①企画運営委員会 設定したターゲットに対する誘客手法やコンテンツの開発/磨き上げ、新規事業企画立案、ホームページ内容に関する企画協議を、関係する事業者で行い、実施した施策に関する検証改善を行っている。 参加者・・宿泊事業者、アクティビティ事業者、交通事業者 開催頻度・・１ケ月に１回 直近開催・・2025 年 6 月 11 日 ②観光交流活性化委員会 教育旅行のターゲット設定や誘致手法やオペレーションやコンテンツ開発/磨き上げ、外国人旅行者の受入れ推進に関する企画協議を、関係する事業者で行い、実施した施策に関する検証改善を行っている。 参加者・・宿泊事業者、施設事業者、公共交通機関、スキー事業者 開催頻度・・３ケ月に１回程度（予定） 直近開催・・R7 年の９月下旬に開催予定 ③スキー場部会 スキー場のターゲット設定や誘客手法、スキー＋α となるコンテンツの開発/磨き上げに関する企画協議を、関係する事業者で行い、実施した施策に関する検証改善を行っている。 参加者・・スキー場事業者、宿泊事業者 開催頻度・・３ケ月に１回程度（予定） 直近開催・・R7 年の 11 月中に開催予定

	④猪苗代町体験学習推進協議会 農林水産業をはじめとする地場産業と地域の歴史遺産及び伝統文化を融合させた体験学習により観光誘客を図る組織として活動している。 参加者・・・町内の体験コンテンツを提供する団体及び個人 開催頻度・・研修会、講習会、意見交換会、幹事会、総会等、年6回程度 直近開催・・R7年6月26日　総会を開催 R7年4月～6月のKPI結果を、 ①HP上で発表 ②理事及び会員にメール展開で報告 今後は継続して、四半期に1回公表していく
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	当協会が中心となり、地域事業者に対して以下を実施又は案内を行い、猪苗代エリアを訪問する顧客の満足度の向上とリピート促進に資する活動を行っている。 ・インバウンド向けホスピタリティ研修会 ・Google Business Profiel研修会 ・体験受入の講習会 ・先進地視察 ・おもてなし研修会（元CAを講師として） ・DMO研修会への参加 ・アンケート結果のフィードバック　四半期に1回行う 満足度、リピーター率等のKPI数値
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	当協会が中心となり、以下を実施してきた。 ・協会公式HPからの発信（事業者情報の集約） ※猪苗代エリアの情報を一元的に集約し、広く発信するプラットフォームとなっている ・合同での地域誘客商談会への参加（福島DCや県主催、東北観光推進機構主催等） ※福島県主催の商談会に猪苗代代表として当協会が参加し、地域事業者から集約した様々な情報を発信している ・地域の公式SNS ※当協会が猪苗代町の紹介をSNSで実施（インスタ、フェイスブック） ・教育旅行の学校訪問 ※当協会、猪苗代町、民宿組合等の事業者が一緒に、これまでに来訪いただいている学校や、集客してくれている旅行会社に対しての営業活動を行い、一元的にプロモーションを行っている。

※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		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	-	-		7,576	8,159	8,788
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	23,217	24,585	22,160			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●延べ宿泊者数（千人）	目標				285	293	301
		（ ）	（ ）	（ ）	(41)	(47)	(54)
	実績	264	266	276			
		(8)	(30)	(36)	（ ）	（ ）	（ ）
●来訪者満足度（%）	目標			-	85	86	87
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	90.5	92.0	90.0			
		（ ）	（ ）	（ ）		（ ）	（ ）
●リピーター率（%）	目標	-	-	-	78	79	80
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績		28	30			
		（ ）	（ ）	（ ）		（ ）	（ ）

※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】

猪苗代町と密接な連携をとり、同じ方向を見ながら観光施策を推進していく必要があることから、猪苗代町策定の「第七次猪苗代町振興計画後期計画」に掲げる指標と目標数値の方向と合わせている。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

※令和４年に実施した環境省アンケートで取得した消費単価を採用して R4,5,6 を算出。R3 はコロナの影響で計測している観光施設への立ち寄り者数は 0 名だった。

宿泊旅行者の消費単価

宿泊旅行者の消費単価は、交通費、宿泊費、飲食費、買物費、体験費、入場料の平均消費額を合計して算出。　9,373+21,431+5,209+5,525+3,662+3,392=**48,592** 円

日帰り旅行者の消費単価

日帰り旅行者の消費単価は、宿泊費と交通費を除く、飲食費、買物費、体験費、入場料の平均消費額を合計して算出。　5,209+5,525+3,662+3,392=**17,786** 円

Ｒ４の消費単価を、Ｒ５、Ｒ６とも採用して算出

Ｒ７からは消費単価を毎年計測して正確な数値を算出することとした

協会が実施している宿泊施設や観光施設に設置している QR コードからのアンケート結果として、R7 年 4-6 月は、これまでとっていなかった観光データを今後、DMO として継続的に収集把握していく為に、アンケートは通年で実施している。

・R7 年 4 月からのアンケート調査によると（回答者数は 634 名）
　宿泊者消費単価：**33,096 円**、日帰り者消費単価：**5,103 円**

・R6 年じゃらんのデータでは、4-6 月の宿泊単価を A とした場合は、年間宿泊単価は 1.138A となる

・従って、R7 の宿泊単価の目標値は 33,096 円 X1.138＝**37,663** 円とする
・日帰り単価も宿泊単価同様に 1.138 倍と想定し、5,103 円 X1.138＝**5,807** 円とする
・R8 は、伸び率を 3%に設定し、宿泊単価 **38,793** 円、日帰り単価 **5,981** 円とする

＜入込客数＞
猪苗代町が実施している入込客数調査による結果を踏まえて設定。入込者数の伸び率は、R4⇒R5 が 107%、R5⇒R6 が 87%であるため、R6⇒R7、R7⇒R8、R8⇒R9 とも、105%で設定。

＜日帰り客数＞
入込客数から宿泊者数を引いた数値を日帰り客数として設定。

＜消費額＞
宿泊単価に宿泊者数を乗じた数値と、日帰単価に日帰客数を乗じた数値の合計を消費額として設定。

	宿泊単価	日帰り単価	伸び率	宿泊人員	伸び率	宿泊消費額	日帰り人員	伸び率	日帰り消費額	総額
R4	48,592	17,786		263,977		4,695,094,922	1,041,420		18,522,696,120	23,217,791,042
R5	48,592	17,786		266,414	101%	4,738,439,404	1,115,863	107%	19,846,739,318	24,585,178,722
R6	48,592	17,786		276,382	104%	4,915,730,252	969,580	87%	17,244,949,880	22,160,680,132
R7	37,663	5,807		284,673	103%	1,653,098,782	1,020,000	105%	5,923,140,000	7,576,238,782
R8	38,793	5,981	103%	293,214	103%	1,753,772,498	1,071,000	105%	6,405,875,910	8,159,648,408
R9	39,957	6,161	103%	302,010	103%	1,860,577,243	1,124,550	105%	6,927,954,797	8,788,532,040

延べ宿泊者数
猪苗代町が実施している宿泊施設への調査による結果を踏まえて設定。宿泊者数の伸び率は、R4⇒R5 が 101%、R5⇒R6 が 104%なので、R6⇒R7,R7⇒R8 とも、103%で設定。
インバウンドの伸び率は R4⇒R5 が 38%、R5⇒R6 が 12%であることから、R6⇒R7 は 15%で設定。R7⇒R8 も同様に 15%で設定した。

来訪者満足度
R5,6 年度の数値は、猪苗代を代表する 5 つの宿泊施設のデータとなっている。満足度は非常に高い。但し、R7 年度からは、より幅を広げて状況を確認するために、協会が実施している宿泊施設や観光施設に設置している QR コードからのアンケート結果からのデータを KPI の数値とすることにした。R7 年 4-6 月の集計結果が 83%の満足度であったことを踏まえ、R7 年度の目標を 85%に設定し、そこから毎年１%づつ上げていく設定としている。
※これまでとっていなかった観光データを今後、DMO として継続的に収集把握していく為に、アンケートは通年で実施している。

リピーター率
R5,6 年度の数値は、猪苗代を代表する 5 つの宿泊施設のデータとなっている。リピーター率は低い結果となっている。但し、R7 年度からは、より幅を広げて状況を確認するために、協会が実施している宿泊施設や観光施設に設置している QR コードからのアンケート結果として、R7 年 4-6 月は、77.3%のリピーター率であったことを踏まえ、R7 年度の目標数値を 79%と設定し、新規需要の取り込みも重要となるため、リピーター率の上限を 80%と設定。そこに至るまでは毎年１%づつ上げていく。
※これまでとっていなかった観光データを今後、DMO として継続的に収集把握していく為に、アンケートは通年で実施している。

新しいガイドラインにおける KPI の取得について
①KGI　経済波及効果・・・・・・・・・・・・・算出方法を検討中（産業連関表を使えるか）
②KPI　一人当たり旅行消費額・・・・・・・・・現在行っている通年アンケートで取得中
　　月別来訪者数の平準化率・・・・・・・・・月別の入込客数から算出
　　観光事業者の平均給与額・・・・・・・・・協会社員に対するアンケート調査を実施予定

持続可能な観光に対する住民満足度・・・行政の LINE を使ってアンケート調査を実施予定
猪苗代としてのマーケティング KPI・・・ポータルサイトアクセス数と教育旅行参加者数
猪苗代としてのマネジメント KPI・・・・協会の社員数とする（合意形成や情報共有のため）
DMO 職員の満足度・・・・・・・・・年に 1 回の面談等を実施、その他アンケート実施予定
DMO の安定財源確保率・・・・・・・・定義に当てはめて算出

（２）その他の目標※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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
●協会ポータルサイトのアクセス数（千 PV）	目標	-	-	1,200	1,800	2,000	2,200
		（ ）	（ ）	（ ）	(650)	(700)	(750)
	実績	1,002	1,519	1,633			
		(313)	(542)	(577)	（ ）	（ ）	（ ）
●教育旅行参加者数（千人）	目標	-	-	-	45	47	49
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	42	35	33			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）

※各指標項目の単位を記入すること。

◇教育旅行入込数は第七次推進計画では成果目標と設定されているが、「教育旅行年間入込数」については、町の総合戦略には出てこない項目なので数字は取っていないようです。教育旅行支援事業の実績ですが、予算次第という要素はございます。
R6 年度：学校数 282 校、バス 726 台、延べ 33,418 人泊
R5 年度：学校数 287 校、バス 755 台、延べ 35,708 人泊
R4 年度：学校数 305 校、バス 895 台、延べ 42,936 人泊
R3 年度：学校数 180 校、バス 522 台、延べ 19,805 人泊

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】
猪苗代町の観光による経済波及効果や観光事業者の維持、住民満足度の向上をＫＧＩとして今後考えていくにあたり、猪苗代町としてまだ集客数は少ないと考えており、その入り口となる公式サイトのアクセス数が増えれば、観光客数も増加すると想定し、それぞれをＫＰＩとした。また、通年通しての平日を埋めることができる教育旅行者数もＫＧＩ達成のための重要ＫＰＩであることが関係者間で合意形成されている。

【設定にあたっての考え方】
●ポータルサイトのアクセス数
WEB サイトのアクセス状況は、猪苗代訪問者の情報入手の重要手段として考え、そのアクセス数を KPI として設定。町としての目標値は既に超えているため、協会として独自に設定している。

●教育旅行宿泊者数
第 3 ターゲットとして設定している教育旅行における宿泊者数をＫＰＩとして設定。1 校当たりの生徒数にばらつきが多いことから、校数ではなく人数を把握してＫＰＩとした。

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）
2022（R4）年度	**183,036,744**（円）	**【受取会費】5,091,000**（円） **【町からの補助金】15,504,333**（円） **【町委託事業】117,431,630**（円） **【事業収益】42,946,419**（円） **【受取負担金】1,087,400**（円） **【雑収益】975,962**（円）
2023（R5）年度	**125,039,332**（円）	**【受取会費】5,076,000**（円） **【町からの補助金】16,364,126**（円） **【町委託事業】67,451,729**（円） **【事業収益】33,523,294**（円） **【受取負担金】1,182,450**（円） **【雑収益】1,441,733**（円）
2024（R6）年度	**111,394,527**（円）	**【受取会費】4,901,000**（円） **【町からの補助金】15,312,160**（円） **【町委託事業】74,723,520**（円） **【事業収益】13,816,543**（円） **【雑収益】2,641,304**（円）
2025（R7）年度	**112,500,000（円）**	**【受取会費】4,900,000**（円） **【町からの補助金】16,000,000**（円） **【町委託事業】74,700,000**（円） **【事業収益】13,800,000**（円） **【雑収益】3,100,000**（円）
2026（R8）	**113,700,000**（円）	**【受取会費】4,900,000**（円）

年度		**【町からの補助金】16,700,000**（円） **【町委託事業】74,700,000**（円） **【事業収益】13,800,000**（円） **【雑収益】3,600,000**（円）
2027（R9） 年度	**113,700,000**（円）	**【受取会費】4,900,000**（円） **【町からの補助金】16,700,000**（円） **【町委託事業】74,700,000**（円） **【事業収益】13,800,000**（円） **【雑収益】3,600,000**（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	**183, 496, 635（円）**	**【一般管理費】16,441,401**（円） **【誘客宣伝費】3,285,562**（円） **【事業経費】163,769,672**（円）
2023（R5） 年度	**127,236,622**（円）	**【一般管理費】14,889,766**（円） **【誘客宣伝費】3,702,186**（円） **【事業経費】108,644,670**（円）
2024（R6） 年度	**109,135,691**（円）	**【一般管理費】22,992,785**（円） **【誘客宣伝費】5,902,651**（円） **【事業経費】80,240,255**（円）
2025（R7） 年度	**112,500,000**（円）	**【一般管理費】23,000,000**（円） **【誘客宣伝費】5,900,000**（円） **【事業経費】83,600,000**（円）
2026（R8） 年度	**113,700,000**（円）	**【一般管理費】23,000,000**（円） **【誘客宣伝費】5,900,000**（円） **【事業経費】84,800,000**（円）
2027（R9） 年度	**113,700,000**（円）	**【一般管理費】23,000,000**（円） **【誘客宣伝費】5,900,000**（円） **【事業経費】84,800,000**（円）

R5 は雪不足が原因で配宿業務、チケット販売業務が不振となり赤字になった

（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

■現状の協会の収入の考え方
町からの公益事業の委託としての負担金、補助金、委託費で約８割、協会独自の収入としてのレンタサイクル事業やイベント等による広告・事業収入、物品販売等による収入約１５％、地域事業者を中心とした会費収入約５％で運営。町からの公的事業に関しては、町との連携の中で、安定的に委託を受ける仕組みとなっているが、社会状況により委託費が大きく上下する可能性がある。

■将来的な収入の考え方
今後は DMO としての収入を増やし、DMO 業務を担う人材の確保育成を行うために、現在行っているレンタサイクルやレンタルキックボード事業及び着地型商品の販売による収益の最大化や、町の指定管理事業や、ふるさと納税事業等も視野に入れ、安定的な運営資金の確保を目指すことで、町と継続的に議論を行っている。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

町は、今後の観光地域づくりに関して、観光協会と連携をしながら進めていくことで役場内の合意も図れており、まずは地域 DMO として登録をしたいので、一般社団法人猪苗代観光協会が DMO になる為の申請をいたします。

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）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】
（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

特になし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	小林志朗
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	969－3133
所在地	福島県耶麻郡猪苗代町大字千代田字扇田１番地４
電話番号（直通）	0242－62－2048
ＦＡＸ番号	0242－62－2939
Ｅ－ｍａｉｌ	info@bandaisan.or.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	福島県・猪苗代町
担当者氏名	小板橋　敏弘
担当部署名（役職）	商工観光課長
郵便番号	969-3123
所在地	福島県耶麻郡猪苗代町字城南１００番地
電話番号（直通）	0242-62-2117
ＦＡＸ番号	0242-62-5175
Ｅ－ｍａｉｌ	t-koitabashi@town.inawashiro.fukushima.jp

都道府県･市町村名	福島県・猪苗代町
担当者氏名	二瓶　貴之
担当部署名（役職）	商工観光係長
郵便番号	969-3123
所在地	福島県耶麻郡猪苗代町字城南１００番地
電話番号（直通）	0242-62-2117
ＦＡＸ番号	0242-62-5175
Ｅ－ｍａｉｌ	t-nihei@town.inawashiro.fukushima.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人猪苗代観光協会

様式２

記入日：　令和7年7月18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】
福島県猪苗代町
【設立時期】 平成5年7月30日
【設立経緯】
3. 区域の観光協会ガDMOに移行
【代表者】 神田　功
【マーケティング責任者（CMO）】 土屋勝洋
【財務責任者（CFO）】 小林志朗
【職員数】 夏8、冬7【常勤8（正職員5）、非常勤3（冬場は2）】
【主な収入】
町補助金＋委託費89百万円、収益事業13百万円、受取会費4百万円、雑収益1百万円（R6年度決算）
【総支出】
誘客宣伝費5百万円、事業経費80百万円、一般管理費22百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
猪苗代町商工会、会津乗合自動車㈱、東日本旅客鉄道㈱、中ノ沢温泉組合、三城潟観光組合、㈱まちづくり猪苗代、極上の会津プロジェクト協議会、㈱道の駅猪苗代、会津カード運営協議会、日本遺産「一本の水路」プロモーション協議会、磐梯山ジオパーク協議会、環境省東北地方環境事務所裏磐梯自然保護官事務所、猪苗代スキー場協議会、磐梯まつり実行委員会、会津磐梯山ウルトラマラソン実行委員会

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	（　）	（　）	（　）	7,576（　）	8,159（　）	8,788（　）
	実績	23,217（　）	24,585（　）	22,160（　）	（　）	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	（　）	（　）	（　）	285（41）	293（47）	301（54）
	実績	264（8）	266（30）	276（36）	（　）	—	—
来訪者満足度（%）	目標	（　）	（　）	（　）	85（　）	86（　）	87（　）
	実績	90.5（　）	92（　）	90（　）	（　）	—	—
リピーター率（%）	目標	（　）	（　）	（　）	78（　）	79（　）	80（　）
	実績	（　）	28（　）	30（　）	（　）	（　）	（　）

戦略

【主なターゲット】
第1：福島県、首都圏を中心とした夫婦層及びファミリー層
第2：オーストラリアのスキー・スノボー客
第3：教育旅行（小中高校生）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
第1：県民向け情報発信（新聞、テレビ、ラジオ、SNS等）
　　宿泊割引クーポン発行、スキー客に向けた情報発信
　　旅ナカでの情報強化による消費喚起、リピーター向けコンテンツ開発
第2：湖や歴史、文化＋スキーという他にない商品を造成
第3：学校や旅行会社営業、3町村連携、助成金の交付
【観光地域づくりのコンセプト】
磐梯山と猪苗代湖を中心とした、四季を通じて何度でも訪れたくなる世界的リゾート

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・花火大会、雪花火を実施
・レンタサイクルのDX化
・企業向けワーケーションプログラム開発
・着地型ツアーの開発、実施
・音楽フェスやキャンプイベント磨き上げ

【受入環境整備】
・二次交通としてのレンタサイクル、電動キックボードの導入
・観光地周遊バスの運行
・体験学習受入整備の実施
・スノーシューレンタル、手荷物預かり拡充
・Googleビジネスプロフィール講習会実施

【情報発信・プロモーション】
・観光案内所運営
・観光マップ、ポスターの作成配布
・公式サイトの運営
・@プレスへのリリース
・SNSプロモーション
・ラジオ番組での観光情報発信
・Youtube動画の制作、配信

【その他】
・スキー場共通券をふるさと納税返礼品に
・観光商品券の発行販売
・R7/7/16に猪苗代湖がラムサール条約に登録された