様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２９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	一般社団法人郡山市観光協会	
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 福島県郡山市	
所在地	福島県郡山市	
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	９人【常勤９人（正職員０人・出向３人・嘱託等６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） 菅野　豊 （出身組織名） （株）栄楽館　代表取締役会長	（一社）日本旅館協会副会長やうつくしま観光プロモーション推進機構会長、磐梯熱海温泉旅館協同組合理事長等を歴任。令和３年９月より現職。観光産業の振興と地域経済の活性化のために様々な取り組みで成果を挙げている。
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	（氏名） 佐藤　嘉繁「専従」 （出身組織名） （株）JTB	令和５年度に（株）JTB から（一社）郡山市観光協会に派遣。事務局次長として従事し、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。 ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
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） 郡司　満寿美「専従」 （出身組織名） 郡山市役所	郡山市役所で平成１０年から２６年間勤務し、令和６年度に観光政策課から（一社）郡山市観光協会に派遣。事務局課長として従事し、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 二瓶　沙希「専従」 （出身組織名）	郡山市役所で平成２６年から３年間勤務の後、平成２９年度の法人立ち上げ時から従事。Web サイ

様式１

※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	郡山市役所	トや SNS を中心とした情報発信・プロモーションに高い能力を持つ。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 佐藤　嘉繁 （出身組織名） （株）JTB	令和５年度に㈱JTB から（一社）郡山市観光協会に派遣。事務局次長として従事し、事業戦略立案、旅行商品開発・商品化を行う。 ※総合旅行業務取扱管理者
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	福島県 ・県中地方振興局企画商工部地域づくり・商工労政課（広域連携） 郡山市 ・観光政策課（戦略策定、プロモーション、受入体制整備、広域連携、シティプロモーション、日本遺産、受入体制整備） ・スポーツ振興課（受入体制整備） ・農業政策課（着地型観光、受入体制整備） ・園芸畜産振興課（着地型観光、農産品振興）	
連携する事業者名及び役割	各地域観光協会（10 団体）（地域行事、受入体制整備・向上等） 郡山商工会議所（事業者支援、まちなか活性化、着地型観光） 郡山地区商工会広域協議会、各地区商工会（事業者支援、地域行事等） 磐梯熱海温泉旅館協同組合(受入環境整備・向上、プロモーション) 郡山ホテル協会・郡山市旅館ホテル組合（宿泊等受入環境整備・向上） 郡山飲食業組合（受入環境整備・向上、着地型観光） 郡山酒造協同組合（物産品振興、着地型観光） 福島さくら農業協同組合（農産品・特産品振興） （公財）郡山コンベンションビューロー（MICE 誘致・支援） 東日本旅客鉄道㈱郡山駅（一次交通） 福島交通㈱・郡山地区ハイヤータクシー協同組合（二次交通） （一社）東北観光推進機構（広域観光・プロモーション） （公財）福島県観光物産交流協会（広域観光・プロモーション）	
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】① 商工会議所・商工会・商店街の商工関係団体、温泉・旅館・ホテルの宿泊関係団体、飲食関係団体、物産関係団体、農業団体、観光施設、コンベンションビューロー、鉄道・バス・タクシーの交通関係者等幅広い分野の関係団体の代表者が理事として参画 【該当する登録要件】② 行政、商工、宿泊、飲食、農業団体、交通、地域振興 NPO 等、多様な業種の関係者が参加する DMO 推進委員会を設置	
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	市や関係団体・事業者と連携し、日本遺産「未来を拓いた「一本の水路」」について学ぶイベントの開催など、地域住民が参加する事業等に対し、情報発信、意識啓発を行った。また、SNS において地域住民を中心に「SNS アンバサダー」として認定し、発信・拡散することで地域の魅力を感じ、地域への誇りと愛着を高めている。	

様式１

<table>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>

【活動の概要】

<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・令和６年度　情報発信事業
Web サイト、SNS による観光情報の発信、花の名所 LIVE 映像配信、観光パンフレット・ノベルティグッズの作成、首都圏等での観光誘客プロモーションを実施</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・令和６年度　受入環境整備事業
観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」による磐梯熱海温泉の宿泊施設の収益力向上のため、大規模改修を実施したほか、福島県「インバウンド誘客強化支援事業」の採択を受け、ツアーの造成、パンフレットの制作等を行い、台湾からの旅行客受け入れ態勢の整備をおこなった。また、観光案内所が観光庁の「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定を受け、ユニバーサルツーリズムの推進を図った。</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・令和７年度　広域連携推進事業
仙台広域 M・I 誘致企業体に参画し、観光庁「海外からのミーティング・インセンティブ旅行誘致に向けた地域連携支援事業」によるミーティングインセンティブコンテンツの造成を行った。（市内施設：福島医療機器開発支援センター、国立研究開発法人産業技術総合研究所、安積蒸溜所）</td></tr>
</table>

【定量的な評価】

・郡山市観光客入込数（福島県観光客入込状況調査）
　→令和６年度　3,992,984 人（令和５年度　3,692,220 人）
・延べ宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」）
　→令和６年度　658,871 人泊（令和５年度　647,548 人泊）
・訪日外国人宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」）
　→令和６年度　19,674 泊（令和５年度　13,486 泊）
・コンベンション開催件数（郡山コンベンションビューロー調査）
　→令和６年度　1,262 件（令和５年度　886 件）

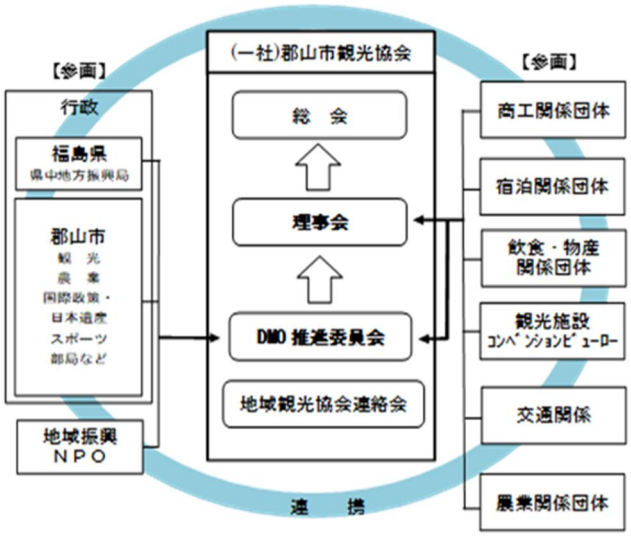
</td></tr>
<tr><td>実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</td><td>

【実施体制の概要】

（一社）郡山市観光協会が母体となり、メンバーには、行政、商工、宿泊業者、飲食業者並びに交通事業者、観光施設、農業関係団体、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運営を実施。

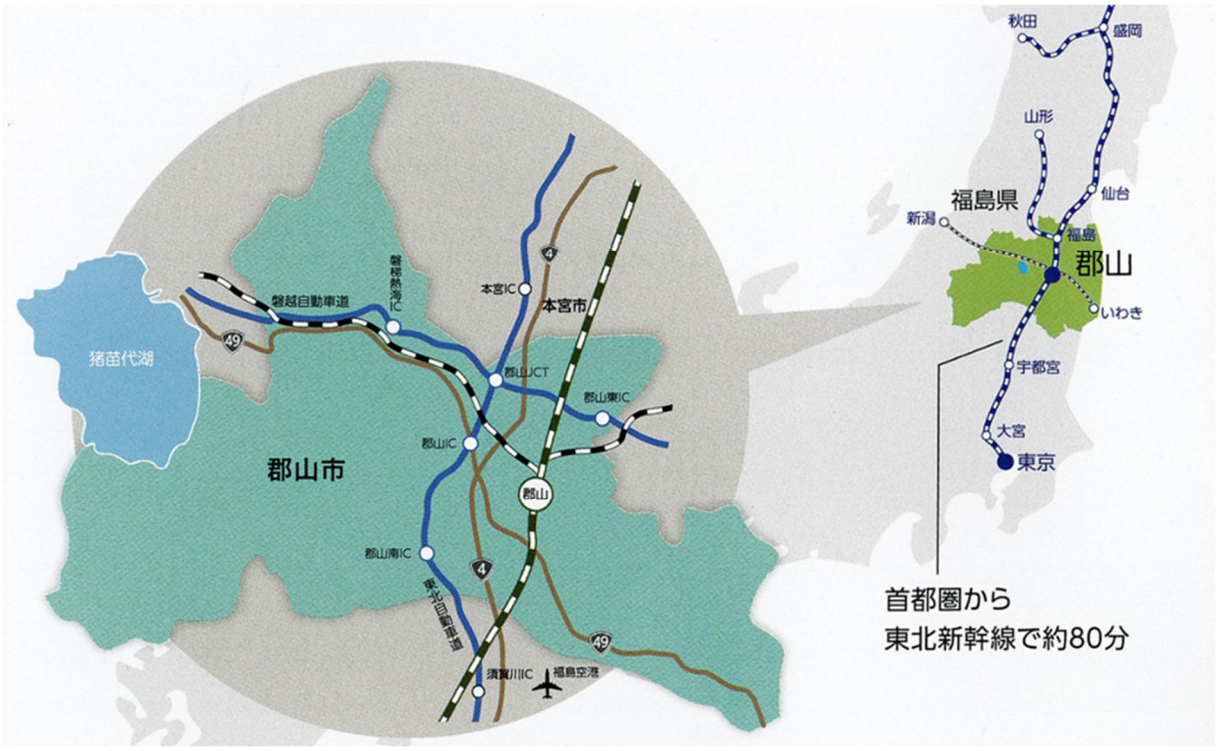
【実施体制図】

</td></tr>
</table>



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】

郡山市は、福島県のほぼ中心に位置し、物流・交通が交差する「東北の要衝都市」であり、都市機能の集積、コンベンション施設の充実により、大規模なイベント等も数多く開催され、ビジネスでも全国から大勢の方々が訪れる、人口 30 万人超の東北有数の都市である。高いアクセス性から「東北観光の玄関口」として、県内や東北を訪れる観光客の多くが本市を経由している。

2024 年に市制施行 100 年・合併 60 年を迎えた郡山市には、文化庁の日本遺産に認定された「安積開拓・安積疏水」事業により先人たちが受け継いできた開拓者精神や歴史、文化のほか、全国に誇れる音楽、豊かな自然や多彩な食、代々受け継がれてきた伝統工芸品など、魅力あふれる観光資源が多数存在している。これら自然、歴史・文化等の関係性から、行政区域である郡山市を区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

① 観光入込客数〔出典：福島県観光客入込状況調査〕
2010 年に 400 万人を超えていた観光客入込数は、東日本大震災・原発事故の影響で 2011 年は 211 万人と大幅に落ち込み、その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2020 年は 218 万人、2021 年は 207 万人と過去最低の実績となっていたが、2022 年は 303 万人、2023 年は 369 万人、2024 年は 399 万人と回復傾向にある。

② 延べ宿泊者数〔出典：観光庁宿泊旅行統計調査〕
延べ宿泊者数は、東日本大震災の復興事業等で、2011 年の 774,447 人泊が最も高いが、外国人延べ宿泊者数では、2024 年が 19,674 人泊と過去最高の実績となった。

③ 消費額〔出典：郡山市観光動向消費調査〕
日帰り・宿泊全体の消費総額を 2018 年から独自調査しており、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2020 年は 17,027 円と下がり、2021 年は 19,111 円、2022 年は 20,753 円と回復傾向にあったが、2023 年は 13,018 円に減額したものの、2024 年は 41,062 円と大幅に増額した。

【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】

温泉	磐梯熱海温泉のほか市内温泉約 20 箇所（月光温泉、三穂田温泉、守山温泉、なりた温泉等）
歴史・文化（神社仏閣・文化財等）	日本遺産（猪苗代湖・安積疏水・安積開拓ストーリー、水力発電所・開成山大神宮・開成館、安積歴史博物館）、如宝寺、安積国造神社、高屋敷稲荷神社、金透記念館、高柴デコ屋敷、雪村庵、大安場史跡公園、郡山市立美術館、こおりやま文学の森資料館
自然（花・湖・山等）	開成山公園の桜、紅枝垂地蔵ザクラ、上石の不動ザクラ、藤田川ふれあい桜、笹原川千本桜、雪村桜、天神夫婦桜、梅ロード、郡山布引風の高原、猪苗代湖、しぶき氷、石筵ふれあい牧場、銚子ヶ滝、ケヤキの森、母成ｸﾞﾘｰﾝﾗｲﾝ、四季の里緑水苑、安積山、安達太良山
伝統（お祭等）	郡山うねめまつり、萩姫まつり、太鼓ﾌｪｽﾃｨﾊﾞﾙ、ふくやま夢花火、あさか野夏まつり花火大会、安積国造神社秋季例大祭、秋蛍、柳橋歌舞伎、富岡の唐傘行灯花火、七日堂まいり
イベント（ｽﾎﾟｰﾂｲﾍﾞﾝﾄ・文化ｲﾍﾞﾝﾄ等）	開成山桜まつり、郡山ｼﾃｨｰﾏﾗｿﾝ、高柴ﾃﾞｺ祭り、湖まつり、ｻｲｸﾙｴｲﾄﾞ･ﾂｰﾙ･ﾄﾞ･猪苗代湖、つるりんこ祭、うつくしま YOSAKOI まつり、産業博、開成・表参道ﾏﾙｼｪ、ビール祭、SAKE まつり、発酵まつり、ウイスキーコレクション
体験	猪苗代湖（観光遊覧船、湖水浴、ｷｬﾝﾌﾟ、ｻｲｸﾘﾝｸﾞ）、三春駒・張子人形絵付け・デコ散歩、安積蒸溜所見学、酒蔵見学、ワイナリー見学、薄皮饅頭手作り体験、田舎体験（野菜収穫・料理等）、蕎麦打ち体験、ふれあい科学館スペースパーク
産業施設	福島再生可能ｴﾈﾙｷﾞｰ研究所、ふくしま医療機器開発支援ｾﾝﾀｰ
コンベンション施設	ビッグパレットふくしま、けんしん郡山文化センター、郡山ユラックス熱海、宿泊施設（ﾋﾞｭｰﾎﾃﾙｱﾈｯｸｽ、ﾎﾃﾙﾊﾏﾂ、ﾜｼﾝﾄﾝﾎﾃﾙ、華の湯）

グルメ	郡山ｸﾘｰﾑﾎﾞｯｸｽ、酪王カフェオレ、こおりやまグリーンカレー、郡山ブラックラーメン、郡山の鯉、うねめ牛、郡山梨、キャベツ餅、湖南高原そば、郡山産米あさか舞、郡山ブランド野菜、布引高原大根、阿久津曲がりねぎ、郡山６蔵元の地酒、地ウイスキー、ふくしま逢瀬ワイナリーワイン、クラフトビール
ショッピング（ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾓｰﾙ等）	うすい百貨店、モルティ、アティ、JR 駅ビル（エスパル・ピボット）、郡山おみやげ館、イオンタウン、あぐりあ
街歩き（商店街・イルミネーション等）	ビッグツリーページェント・フェスタ in KORIYAMA、ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱｶﾞｲﾄﾞ（郡山水と緑の案内人）、レンタサイクル、郡山市中央商店街、郡山駅前大通商店街、郡山市大町商店街
映画等のロケ地・アニメ等の舞台の場所	湖南町（湖南七浜等）、安積歴史博物館、開成山公園、郡山布引風の高原、ビッグパレットふくしま、ザ・モール郡山
その他（お土産品等）	柏屋薄皮まんじゅう、三万石ままどおる・エキソンパイ、かんの屋家伝ゆべし、大黒屋くるみゆべし、丹波屋柿羊羹・いちご大福、みよし堂くるみゆべし、向山製作所生キャラメル、フルーツピークスフルーツタルト、せん豆・磐梯豆、海苔のりべん

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

磐梯熱海温泉　19 施設・約 2,500 名
市街地・郊外　37 施設・約 5,500 名
（合計　56 施設・約 8,000 名）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

〔鉄道〕

＜東北新幹線＞

東京　←　約 1 時間 20 分　→　郡山　　福島　←　約 20 分　→　郡山
仙台　←　約 40 分　→　郡山　　盛岡　←　約 2 時間　→　郡山

＜東北本線＞

福島　←　約 1 時間　→　郡山　　白河　←　約 40 分　→　郡山

＜水郡線＞

水戸　←　約 3 時間 15 分　→　郡山

＜磐越西線＞

会津若松　←　約 1 時間 20 分　→郡山

＜磐越東線＞

いわき　←　約 1 時間 40 分　→　郡山

〔高速道路〕

＜東北自動車道＞

浦和 IC　←　約 2 時間 30 分　→　郡山　　仙台南 IC　←　約 1 時間 30 分　→　郡山

＜磐越自動車道＞

新潟中央 IC　←　約 2 時間　→　郡山　　いわき IC　←　約５０分　→　郡山

〔空港〕

札幌（新千歳空港）　←　約 1 時間 20 分　→　福島空港　←　約 45 分（バス）　→　郡山
大阪（伊丹空港）　←　約 1 時間 15 分　→　福島空港　←　約 45 分（バス）　→　郡山

○域内交通

〔鉄道〕

鉄道は、JR 郡山駅を中心に東北本線、水郡線、磐越西線、磐越東線により市内の 11 駅が結ばれ、さらに周辺市町村と連絡している。

〔バス〕
　バスは、ＪＲ郡山駅を主要ターミナルとして、路線バスが市域及び周辺地域と連絡している。

【外国人観光客への対応】
①多言語パンフレット
　外国人観光客向けに日本・英・中国〔簡体・繁体〕・韓国語のパンフレットや英語の観光マップを制作
②観光案内板
　観光案内板を多言語表記するとともに、道路案内標識も英語表記により新設・修繕を実施
③Wi-Fi 環境サービス
　観光施設等に無料 Wi-Fi サービス「KoriyamaCity Wi-Fi」を提供し、インターネットに接続する際に、市のイベントや観光情報を配信
④観光案内所
　JR 郡山駅構内にあるこおりやま観光案内所を英語対応可能なビジットジャパン案内所（カテゴリーⅡ）として登録

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。	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。	観光庁宿泊旅行統計調査を活用して実施。
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。	郡山市観光協会 Web ページデータを活用して実施。
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。	アンケート調査を郡山市の事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

郡山市では、少子高齢化に伴う人口減少が進んでおり、グローバルな観光誘客の激化、東日本大震災の影響、ICT の急速な進化に伴う「モノ」消費から「コト」消費への移行のほか、産業・世代・地域のボーダレス化などの新たな課題とともに、こおりやま広域圏との連携や SDGs への取組、国際化に伴う多文化共生など時代の要請に応じた観光振興が急務となっている。こうした地域の課題に対し、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）** ・首都圏からのアクセス優位性、鉄道、高速道路等の交通網 ・磐梯熱海温泉を筆頭に、個性豊かな泉質による 20 カ所の温泉、猪苗代湖など豊かな自然 ・豊富な食（地酒やご当地グルメ） ・日本遺産（安積開拓・猪苗代湖）に代表される歴史・文化遺跡 ・100 年以上の歴史を持ち、“健康”と親和性の高い発酵食・文化 ・東北最古の地ウイスキーを造る「安積蒸溜所」	**弱み（Weaknesses）** ・観光資源の磨上げ不足によるコアコンテンツの乏しさ、出口戦略の不足による認知度の低さ ・アクセスの良さから交通の通過地点となり、宿泊なしの日帰り滞在、滞在時間が短いことに伴う旅行消費額の低さ ・市域に点在している観光資源を結ぶ二次交通及び情報発信機会の不足
外部環境	**機会（Opportunity）** ・金賞受賞数１位の地酒、全県での発酵・サイクルツーリズム推進 ・観光案内所のリニューアル及び新たな情報発信拠点の誕生 ・市制施行 100 周年、Park-PFI、開成山大神宮 御奉遷百五十年 ・JR６社が展開する「デスティネーションキャンペーン」の福島県開催決定	**脅威（Threat）** ・観光分野の都市間競争の激化、生産性の低さ、慢性的人手不足 ・東京電力福島第一原子力発電所処理水の海洋放出に伴う風評 ・地震や台風など相次ぐ自然災害 ・ウクライナ侵攻に伴うエネルギー・原材料価格、物価の高騰

※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

〇第１ターゲット層
首都圏からのビジネス・MICE 客（20 代～30 代男性、20 代～40 代女性）

〇選定の理由
本市への県外からの来訪者は首都圏（1 都 3 県）からの宿泊が約 4 割を占め、来訪者のうち男性が約 6 割と多く、宿泊者のうち一人での形態による宿泊が 4 割とビジネス・MICE 客が多い区域であるため。また、本市が鉄道・高速道路・空港等交通網の拠点でアクセスがよく、豊富な宿泊施設と多様な MICE 施設を有しており、広域エリアでの活動拠点であることから、この地域の強みを活かした誘客を図る。首都圏からのビジネス・MICE 客のうち 20 代～30 代男性、20 代～40 代女性は観光に意欲が高く、観光資源についても認知・関心が高いことからターゲットとする。

〇取組方針
ご当地での食事、ショッピングへの志向が高く、郡山の観光資源では温泉に対する関心度が高いため、ご当地ならではの食や酒、温泉を主体にプロモーションを実施する。観光にかけられる時間は 3 時間以下との調査結果から、3 時間程度で楽しめる郡山のコンテンツや着地型旅行商品を開発し、属性別戦略×属性別媒体で情報発信することで、消費行動の動機付けと滞在時間の延長を図り消費単価を増加させるとともに、ビジネストリップからプライベート観光への需要喚起によるリピート率の向上と宿泊者の増加を目指す。
併せて、アクセスの良さ、宿泊キャパシティや助成金制度を活かした MICE 誘致を継続して実施するほか、最先端の技術研究所をはじめとする様々な産業観光による誘客を図る。他地域の観光の中継

地・拠点である本市においては、ターゲットへの取り組みを来訪する観光客へ訴求することにより、広域観光拠点としての機能強化を図り消費単価と宿泊者の増加を目指す。
○ターゲット層 台湾・タイ・ベトナム・中国
○選定の理由 台湾、タイ、中国は本市宿泊者のボリューム層であり、また、台湾、タイ、ベトナムは原子力災害による風評が比較的穏やかな地域で、近年旅行者数が大きく伸長している市場であるため。台湾、ベトナムは、福島空港からのチャーター便が発着されるなど、有望市場と考えられる。 ○取組方針 食に対する志向が最も高く、次いでショッピング、自然・景勝地、繁華街、温泉への志向が高い傾向にある。ご当地ならではの食や酒を主体に、都市機能を活かしたショッピング、四季折々に美しい自然、温泉を軸に周辺市町村や県、東北広域での連携によるプロモーションを実施する。台湾・タイ・ベトナムは県内・県外の観光地の中継地や拠点として本市に来訪・滞在する傾向があり、郡山駅周辺への宿泊が多いほか、磐梯熱海温泉へも宿泊しており、中国は観光以外のビジネスでの来訪・滞在傾向もあることから、食を前面に押し出しておいしい福島・郡山、ナイトライフや郡山ならではの観光コンテンツや着地型旅行商品を提供し、消費行動の動機付けと滞在時間の延長を図り消費単価を増加させる。また、周辺市町村や県、東北広域での連携を図る中では、広域観光拠点としての機能強化・確立を図り、宿泊者の増加を目指す。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	人が行き交うまちで磨かれた 「美味しい　楽しい」あつまる　東北の玄関口　こおりやま キャッチコピー「美味し　楽し　ギュッと　こおりやま」
②コンセプトの考え方	鉄道、高速道路、空港等交通網の拠点でアクセスが良いことから広域エリアでの観光・ビジネス拠点であり、経済県都・東北第 2 の都市としてビジネス・MICE での集客力がある地域である。また、猪苗代湖の恵である郡山産米「あさか舞」をはじめとする農産物、銘菓・スイーツや鯉料理・ご当地グルメなどの「食」、6 蔵元の地酒やクラフトウイスキー、ワイン、焼酎、クラフトビールなど多彩な「酒」等、豊富な「食」・「酒」のある地域である。これらは区域の特徴・価値であり、人・モノ・情報が交流する中で磨かれた他地域との差別化要素であることから、食・酒による「美味しい」、ナイトライフ・カフェ・ショッピング・温泉による「楽しい」の価値を提供することで、差別化を図る。さらに交通の利便性が高く人があつまる強みを最大限に活かし、広域視点による観光資源を結び付ける周遊拠点としてのポジションを強化する。

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	DMO 推進委員会

様式１

※頻度が分かるよう記入すること。	（一社）郡山市観光協会を中心として、メンバーには、商工関係団体、宿泊関係団体、飲食業関係団体、交通事業者、農業関係団体、観光施設等多様な関係者が参画するほか、行政、NPO が加わる。情報交換、コミュニケーションの場として、また、合意形成を図り、官民が密接に連携を図るため、年に１回以上実施する。
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	観光客を対象としたアンケート調査「郡山市観光動向消費調査」等を実施し、満足度や改善内容を把握する。また、その調査結果を宿泊施設、飲食店、観光施設など多様な業種で構成される観光協会会員や DMO 推進委員会へ情報提供し、共有することで更なるサービス向上を図る。
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	観光協会の Web サイトや SNS、メール配信（DM）を通して、市内の観光案内や観光イベント等、リアルタイムな情報発信を行う。また、こおりやま観光案内所において市内観光案内のほか、東北各都市の観光案内所をチャット等の活用によりネットワーク化し情報発信を行う。また、市や県等が主催するプロモーション、旅行商談会、旅行会社への訪問など他団体と連携した誘客宣伝を行う

※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（円）	目標	22,600	23,200	23,800	24,400	25,100	25,800
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	20,753	13,018	41,062			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	536,000	546,000	556,000	566,000	577,000	588,000
		(23,700)	(25,100)	(26,500)	(27,900)	(29,300)	(30,700)
	実績	522,886	647,548	658,871			
		(3,505)	(13,486)	(19,674)			
●来訪者満足度（%）	目標	84.0	85.0	86.0	87.0	88.0	89.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	91.0	87.1	90.7			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	74.0	74.5	75.0	75.5	76.0	76.5
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	74.0	76.8	78.1			
		（－）	（－）	（－）			

※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】

延べ宿泊者数は、復興需要が減少する中、2016（平成 28）年はアフターDC やプレミア旅行券等で下支えされたものの、2017 年（H29）は大きく減少した。今後は、満足度の向上によるリピーター拡大と新たな誘客による延べ宿泊者の増加が重要である。また、滞在時間を延長し消費行動の動機づけによる消費単価の増加を重要とし、観光による消費総額を増加させることとした。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

旅行消費額単価は独自調査での日帰り・宿泊全体の消費総額とし、観光庁「旅行・観光消費動向調査」国内旅行全体の 2016～2018 年の平均伸び率約 3%を上回ることを目標に概ね 2018 年から前年比約 3%の増加

●延べ宿泊者数

延べ宿泊者数は観光庁「宿泊旅行統計調査」とし、2018 年から前年比約 2%の増加。外国人の延べ宿泊者数は観光庁「観光ビジョン」における目標を参考とし、2015 年から 2020 年に 3 倍弱、2030 年に 5 倍超を目指した増加率とした。なお、2018 年 10 月からの独自調査を基に算定

●来訪者満足度

満足度は独自調査結果での大変満足・満足・やや満足の割合とし、その割合は一定の水準にあるため 2018 年実績から毎年 1%増加

●リピーター率

リピーター率は独自調査での来訪2回以上の割合とし、リピーター増加と新たな誘客による増加を図ることから、そのバランスを鑑みリピーター率は2018年実績から毎年0.5%増加

（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
● Webサイトのアクセス状況（回）	目標	1,800,000	1,900,000	2,000,000	2,100,000	2,200,000	2,300,000
		（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）
	実績	1,721,358	1,321,675	1,471,686			
		（ー）	（ー）	（ー）			
●住民満足度（点）	目標	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0
		（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）
	実績	62.8	62.6	63.8			
		（ー）	（ー）	（ー）			
●観光客入込数（人）	目標	5,100,000	5,150,000	5,200,000	5,250,000	5,300,000	
		（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）
	実績	3,032,967	3,692,220	3,992,984			
		（ー）	（ー）	（ー）			
●コンベンション開催数（件）	目標	650	650	650	650	650	650
		（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）	（ー）
	実績	561	886	1,262			
		（ー）	（ー）	（ー）			

※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】

地域への関心度を推計するため、Webサイトのページビュー数を項目に設定する。また、地域市民の観光への取り組みに対する理解度は持続可能な地域運営上、重要であることから住民満足度を設定した。必須KPIとなっている来訪者満足度、リピーター率とともに、日帰りも含めた観光客の把握が必要であるため、各地点・イベント等の観光入込客数を設定し、新たな誘客により観光入込客数の増加を目指す。また、交通の利便性が高く宿泊・コンベンション施設が充実していることが当地域の強みであることから、コンベンション開催件数を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●Webサイトページビュー数

Webページでのタイムリーな情報発信、SNSとの連動などとブラッシュアップを図り、ページビュー数を増加させ、2019年以降は毎年約100,000PVの増加を目指す

●観光施策に対する住民満足度

満足度は市が実施する市民意識調査（観光のほか子育て等約40項目を100点満点で調査）の点数とし、2016～2018年の全体平均点58.9点を上回る60点を目指す

●観光入込客数

2019年は市立美術館が通年開館（2018年再オープン）等により増加させ、2020年に500万人、その後は前年比約1%の増加を目指す

●コンベンション開催件数

2012 年は前年比約 2 割増加（復興支援の要素と推測できる）していたが、2019 年の推計値は 4～6 月までの開催実績から 2012 年の値を参考に算出し、以後はその件数を維持する

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。

（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	57,657,175（円）	【補助金】５３，９１２千円 【事業受託収入】０千円 【会費収入】３，０８０千円 【収益事業収入】４０１千円 【その他】３２５千円
2023（Ｒ５）年度	82,693,087（円）	【補助金】６２，３８９千円 【事業受託収入】３，９６０千円 【会費収入】３，４００円 【収益事業収入】１，２６２千円 【その他】１１，６８２千円
2024（Ｒ６）年度	66,239,379（円）	【補助金】５２，１８７千円 【事業受託収入】７，８５２千円 【会費収入】３，４４０ 【収益事業収入】２，３３１千円 【その他】４３０千円
2025（Ｒ７）年度	62,861,000（円）	【補助金】５２，４５６千円 【事業受託収入】２，３８６千円 【会費収入】３，７４０円 【収益事業収入】３，７９８千円 【その他】４８１千円
2026（Ｒ８）年度	62,861,000（円）	【補助金】５２，４５６千円 【事業受託収入】２，３８６千円 【会費収入】３，７４０千円 【収益事業収入】３，７９８千円 【その他】４８１千円
2027（Ｒ９）年度	62,887,000（円）	【補助金】５２，４５６千円 【事業受託収入】２，３８６千円 【会費収入】３，７４０千円 【収益事業収入】３，８２４千円 【その他】４８１千円

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	57,657,175（円）	【一般管理費】　３０，９９１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，１２８千円 【情報発信事業】　８，７６７千円 【観光コンテンツ創出事業】　２，０１５千円 【受入環境向上事業】　１００千円 【地域団体活動支援事業】　９，１４８千円 【観光案内所運営事業】　１，１４４千円 【教育旅行誘致促進事業】　１，７９３千円 【合宿の里ふくしま復興事業】　１１３千円 【周遊促進に向けた研修事業】　３４４千円 【ﾜｰｹｰｼｮﾝ活用観光支援事業】　１，１１４千円
2023（Ｒ５） 年度	82,693,087（円）	【一般管理費】　３３，５２１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，０５８千円 【情報発信事業】　４，５６９千円 【観光コンテンツ創出事業】　８７千円 【受入環境向上事業】　２７４千円 【地域団体活動支援事業】　９，２１０千円 【観光案内所運営事業】　１，７２２千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　３，８８５千円 【観光再始動事業】　２４，２１７千円 【物産振興・販路拡大事業】　３，１５０千円
2024（Ｒ６） 年度	66,239,379（円）	【一般管理費】　３４，４９４千円 【郡山版 DMO 推進事業】　６，０８１千円 【情報発信事業】　７，９７５千円 【観光コンテンツ創出事業】　１６３千円 【受入環境向上事業】　２，２５６千円 【地域団体活動支援事業】　９，３５９千円 【観光案内所運営事業】　２，８７９千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　１５４千円 【物産振興・販路拡大事業】　２，８７７千円
2025（Ｒ７） 年度	62,861,000（円）	【一般管理費】　３８，３１１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，２５８千円 【情報発信事業】　７，０９５千円 【観光コンテンツ創出事業】　６６１千円 【受入環境向上事業】　２１４千円 【地域団体活動支援事業】　９，４４０千円 【観光案内所運営事業】　１，４７７千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　７６千円 【物産振興・販路拡大事業】　３，３２９千円
2026（Ｒ８） 年度	62,861,000（円）	【一般管理費】　３８，３１１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，２５８千円 【情報発信事業】　７，０９５千円 【観光コンテンツ創出事業】　６６１千円 【受入環境向上事業】　２１４千円 【地域団体活動支援事業】　９，４４０千円 【観光案内所運営事業】　１，４７７千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　７６千円 【物産振興・販路拡大事業】　３，３２９千円

2027（Ｒ９） 年度	62,861,000（円）	【一般管理費】　３８，３１１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，２５８千円 【情報発信事業】　７，０９５千円 【観光コンテンツ創出事業】　６６１千円 【受入環境向上事業】　２１４千円 【地域団体活動支援事業】　９，４４０千円 【観光案内所運営事業】　１，４７７千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　７６千円 【物産振興・販路拡大事業】　３，３２９千円

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

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
・自治体である郡山市において、現状宿泊税の導入に係る大きな動きはない
・着地型旅行商品の造成･販売等については、2023（R5）年度に地域限定旅行業を取得したため DMO、民間事業者と連携し、拡大していく
・2024（R6）年度に通販酒類小売業免許を取得したため、臨時売店の出展及び通信販売おいて酒類の販売を行い、物販を拡大していく
・その他、会員事業者の確保、広告型事業の拡充も進めていく

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
郡山市は、（一社）郡山市観光協会が地域 DMO として機能することにより、本市の観光振興が図られ、地域経済の活性化に繋がるものと考えており、（一社）郡山市観光協会を本市における地域 DMO として登録したいので、（一社）郡山市観光協会とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【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】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	郡司　満寿美
担当部署名（役職）	一般社団法人郡山市観光協会事務局（事務局課長）
郵便番号	〒963-8003
所在地	福島県郡山市燧田 195 JR 郡山駅 2 階
電話番号（直通）	024-954-8922
ＦＡＸ番号	024-954-8923
Ｅ－ｍａｉｌ	info@kanko-koriyama.gr.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	福島県郡山市
担当者氏名	川俣　淳一郎
担当部署名（役職）	郡山市文化スポーツ観光部観光政策課（主任）
郵便番号	〒963-8601
所在地	福島県郡山市朝日 1-23-7　本庁舎 5 階
電話番号（直通）	024-924-2621
ＦＡＸ番号	024-925-4225
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.koriyama.lg.jp

都道府県･市町村名	福島県
担当者氏名	
担当部署名（役職）	福島県観光交流局観光交流課
郵便番号	〒960-8670
所在地	福島県福島市杉妻町 2-16
電話番号（直通）	024-521-7287
ＦＡＸ番号	024-521-7888
Ｅ－ｍａｉｌ	tourism@pref.fukushima.lg.jp

（登録）【地域DMO】（一般社団法人郡山市観光協会）

様式２

記入日：　令和7年7月29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　郡山市
【設立時期】 平成29年４月３日
【設立経緯】
①区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 菅野　豊
【マーケティング責任者（CMO）】 佐藤　嘉繁
【財務責任者（CFO）】 郡司　満寿美
【職員数】 ９人（常勤９人（正職員０人・出向等３人）、嘱託等６人）
【主な収入】
　収益事業　２．３百万円、委託事業　７．９百万円（令和６年度決算）
【総支出】
　事業費　32百万円、一般管理費　34百万円（令和６年度決算）
【連携する主な事業者】
　各地域観光協会、商工会議所、地区商工会広域協議会、各地区商工会、温泉旅館協同組合、ホテル協会、旅館ホテル組合、飲食業組合、酒造協同組合、農業協同組合、JR、バス事業者等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

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（円）	目標	22,600（—）	23,200（—）	23,800（—）	24,400（—）	25,100（—）	25,800（—）
	実績	20,753（—）	13,018（—）	41,062（—）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	536,000（23,700）	546,000（25,100）	556,000（26,500）	566,000（27,900）	577,000（29,300）	588,000（30,700）
	実績	522,886（3,505）	647,548（13,486）	658,871（19,674）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	84.0（—）	85.0（—）	86.0（—）	87.0（—）	88.0（—）	89.0（—）
	実績	91.0（—）	87.1（—）	90.7（—）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	74.0（—）	74.5（—）	75.0（—）	75.5（—）	76.0（—）	76.5（—）
	実績	74.0（—）	76.8（—）	78.1（—）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　首都圏からのビジネス・MICE客
　（20～30代男性、20～40代女性）

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　郡山市ならではの食や温泉、自然とともに、出張後に楽しむ旅などのプロモーションを実施し、滞在時間の延長や消費単価の増加を目指す

【観光地域づくりのコンセプト】
　人が行き交うまちで磨かれた「美味しい　楽しい」あつまる東北の玄関口　こおりやま

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
　・2023（R5）年度に取得した地域限定旅行業を活かし、着地型旅行商品の造成・販売を行う。

【受入環境整備】
　・観光案内所において、ベビーカーレンタルや車いすレンタルサービスの提供、手荷物預かりサービス、筆談アプリの導入を行う。
　・インバウンド対応のため関係機関へAI翻訳機のレンタルを実施する。

【情報発信・プロモーション】
　・花の名所LIVE映像配信
　・SNS活用による情報発信
　・グルメを核とした周遊促進ツールの活用による情報発信

【安定的な運営資金の確保】
　・2024（R6）年度に取得した通販酒類小売業免許により市内物産品の販売強化を行う。