観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年１１月７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）黒部・宇奈月温泉観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 黒部市	
所在地	富山県黒部市	
設立時期	平成２３年４月５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	１６人【常勤７人（正職員６人・出向等０人）、非常勤９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	川端康夫 （出身組織名） 川端鐵工（株）代表取締役、前・黒部商工会議所会頭	（一社）黒部・宇奈月温泉観光局の代表理事および、市内の企業・団体等を会員とする商工会議所の前会頭として、地域の経済をけん引している。また地域の様々なパイプ役となっており、地域の観光振興において方向性を示し成果を挙げている。
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） 高野晋　「専従」 （出身組織名）前・黒部市産業振興部長	黒部市役所にて長年勤務し、管理職として広範囲の事業運営にあたる。直近は宇奈月温泉をはじめとした黒部市全体および近隣市町村を交えた観光地域経営にあたり、当地における各種データの収集、分析、活用などについて知見を有している。
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	同上	同上
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	高橋昌美「専従」 （出身組織名） 新富観光サービス（株）	県内大手旅行会社にて旅行商品の企画・営業の経験を有し、国内旅行業界の流通事情に詳しい。当法人の第二種旅行業事業の中心的存在として事業をけん引。

様式１

<table>
<tr><td>※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</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td>同上</td><td>同上</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">黒部市産業振興部商工観光課</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">〈観光・商工業者〉
黒部峡谷鉄道㈱、宇奈月温泉旅館協同組合、黒部観光旅館組合、くろべ漁業協同組合、宇奈月ビール㈱、黒部商工会議所、黒部市農業協同組合、他
〈交通事業者〉
西日本旅客鉄道㈱、富山地方鉄道㈱、あいの風とやま鉄道㈱、黒部峡谷鉄道㈱、桜井交通㈱、くろべ交通㈱、他
〈金融機関〉
㈱北陸銀行宇奈月支店、㈱北陸銀行黒部支店、㈱富山第一銀行黒部支店、㈱富山銀行黒部支店、にいかわ信用金庫、他
〈その他〉
関西電力㈱北陸支社、ＹＫＫ㈱、北星ゴム工業㈱、他</td></tr>
<tr><td>官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①
（概要）行政、文化、産業、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の組織の代表者で構成する（一社）黒部・宇奈月温泉観光局は、その意思決定の機関として理事会を開催し、理事会がＤＭＯの意思決定機関となる。また、その代表理事をＤＭＯの意思決定の代表者とする。
〔参考〕登録要件
①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画
②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td colspan="2">域住民によって組織されている市内各地の各ガイド団体向けの研修および情報交換の場を２か月に１度程度に設けている。また、観光案内所を複数運営しており、観光客だけでなく地元住民との情報交換の場としても活用しており、地域住民主催イベントの会場としても積極的に開放している。このほかに市内の各自治会主催の会議等に参画し情報交換を行っている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・黒部峡谷宇奈月温泉誘客促進委員会におけるインバウンドプロモーション映像制作事業。文字や言葉を使わずに当地の魅力を伝える短編動画を制作し、季節の変化に応じて内容を使い分け、ＳＮＳ等で発信している。</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・黒部市内主要観光拠点における wi-fi 環境の整備・公共トイレの様式化、ウォシュレット化・主要観光拠点、施設、観光事業者におけるキャッシュレス決済対応・観光事業者向け</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

		インバウントおもてなしセミナーの開催・多言語翻訳機の導入、貸し出し・観光案内所での多言語対応・住民、来訪者の双方のニーズに配慮した市内公共交通機関ルートの整備・黒部市内におけるシェアサイクルの整備・住民による観光ガイドの実施、人材育成および地域内外のガイド団体との交流促進
	観光資源の磨き上げ	・２０２３年、宇奈月温泉が法学者の聖地とされていることから、特定のターゲットに向けた土産物を商品化し、全国、海外から新たな客層の掘り起こしに成功。２４年に旅行商品化を予定していたが黒部宇奈月キャニオンルートが能登半島地震の影響で延期となったことから、２５年に黒部峡谷トロッコ電車の臨時停車駅での着地型旅行商品を開発し販売中。

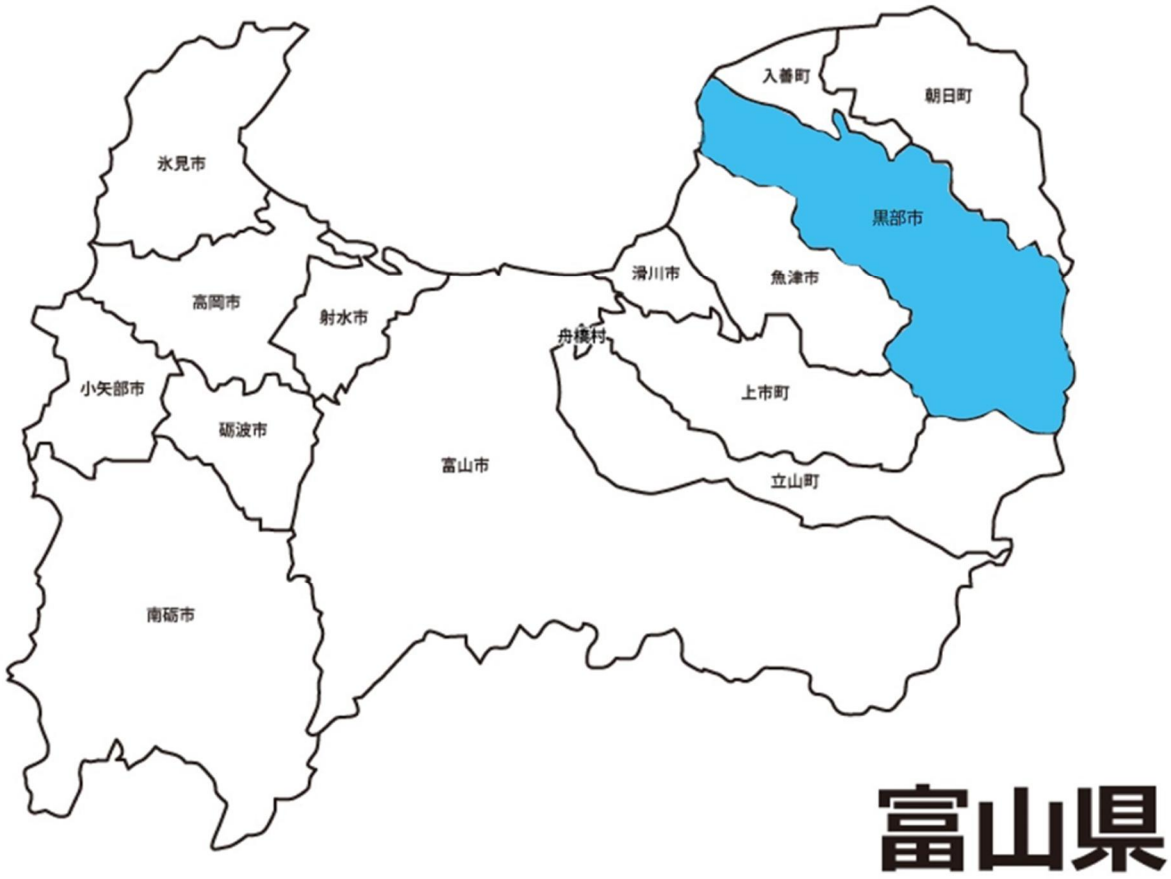
【定量的な評価】
・黒部市観光ガイド連絡協議会　加盟団体数７（令和７年１０月時点）
・「権利ノ濫用除お守り」に関する宇奈月温泉における観光消費額１６３９万円　※ 推計値、期間：2023 年 12 月～2024 年 11 月

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）黒部・宇奈月温泉観光局が中心となり、行政、宿泊事業者、飲食事業者、交通事業者、漁業団体、農業団体、製造業等他産業関係者が参画し、官民が密接に連携した運営を行う。 **【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

様式１

【区域の範囲が分かる図表を挿入】
富山県黒部市



【区域設定の考え方】
（一社）黒部・宇奈月温泉観光局は、平成 20 年に黒部・宇奈月温泉観光協会を設立して以降、黒部市全域における観光事業の発展及び振興、地域の活性化を図ることを目的として、観光客誘致事業や観光客誘致促進のためのＰＲ事業などに取り組んできており、平成 23 年に一般社団法人となった後も、会員として市内観光事業者をはじめ金融機関、印刷会社、情報・通信事業者、飲食店、製造事業者などが入会しており、多面的な取り組みが期待できる。同時に、第 2 種旅行事業者として、市内周遊を促す旅行商品の販売や、宿泊施設への送客などにも注力しており、対象域としては市内全域とすることが適切である。

【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。
黒部市の観光入込客数（主要 4 施設合計）の年次推移は、平成 21 年以降、減少傾向が続いたが、北陸新幹線開業の平成 27 年に急増。その後開業効果の縮小に伴い減少しているものの、新幹線開業前に比べ増加を保っている。令和 2 年以降のコロナ禍においては入込客数は激減したものの、各種旅行支援施策、個人客比率の増加を受けて需要の平準化が進んでいる。

【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。
黒部川の峡谷沿いを走る観光列車【黒部峡谷トロッコ電車】があり、令和 6 年度は 25.3 万人が乗車しているほか、宇奈月温泉では年間 28.9 万人が宿泊している。トロッコ電車は令和 6 年元日の能登半島

地震の影響により終点までの運行できず途中駅までの往復運航となっている。海岸沿いには漁師町の街並みが残る街、生地（いくじ）があり黒部川の伏流水が自噴する湧水群として全国名水百選に選ばれている。生地には海産物の物販や食事ができる施設【魚の駅「生地」】があり、ここを拠点として観光ガイドがまち歩きを実施している。丘陵地には【くろべ牧場まきばの風】があり、富山湾が一望できる。また、放牧された動物とふれあえ、牛乳、ソフトクリーム、ヤギのチーズなども販売している（飲食スペースも有り）。
イベントでは、毎年 5 月にはカーター元米大統領が来訪された際に始まった黒部名水マラソンが開催され（令和 7 年で 42 回目）、県内外から 1 万人超の参加がある。ランナーのためのポータルサイト「RUNNET」では、ランナーが投票する高評価な大会ランキングで、全国 3 位（7000 人以上参加のフルマラソンで、2025 年 10 月現在）となっており、参加者の満足度が極めて高い大会となっている。9 月には 2 日間の日程で湯の街ふれあい音楽祭@宇奈月（モーツァルト音楽祭）が開催され約 5,000 人が来場する。宇奈月がモーツァルトの故郷ザルツブルクに似ていると言われたことから始まったイベントで、旅館やお寺、橋の上など温泉街全体が演奏会場となり県内外からプロ・アマ問わず多く約 600 人の音楽家たちが集う。2 月第一土曜日には宇奈月温泉雪のカーニバルが開催される。日本一歴史の長い「雪と炎」の祭典（令和 7 で 79 回目）で、温泉街では一般来場者がタイマツを持って練り歩くほか、街中に作った雪道をタイマツを持ったスキーヤーが山から滑ってくるという他ではなかなか見られないイベントである。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
宿泊施設は、令和 7 年度末で計 27 施設（客室数 1033）となっている。うち宇奈月温泉は 9 施設（同 590）。

【利便性：区域までの交通、域内交通】
黒部市は東京、大阪、名古屋の三大都市圏からほぼ等距離の場所に位置し、北陸新幹線黒部宇奈月温泉駅や北陸自動車道黒部ＩＣといった大動脈の玄関口を備えている。また、市内には、北陸新幹線、あいの風とやま鉄道、富山地方鉄道、黒部峡谷鉄道と、4 つの鉄道路線を有している。東京からは北陸新幹線で乗り換えが無く最速 2 時間 20 分、大阪や名古屋からも 4 時間程で来ることが可能。北陸の中心地金沢からは新幹線で 35 分、富山市からは新幹線で 12 分、あいの風とやま鉄道で 30 分、富山地方鉄道で 1 時間 15 分と複数の路線を利用可能。
域内交通では、市内バス 9 路線が定時運行している。黒部宇奈月温泉駅から海沿いの街、生地へは直通の路線バスが整備され、所要時間は 30 分。鉄道駅はあいの風とやま鉄道が 2 駅、富山地方鉄道が 16 駅、北陸新幹線が 1 駅、黒部峡谷鉄道が 10 駅。

【外国人観光客への対応】
黒部宇奈月温泉駅および隣接する黒部市地域観光ギャラリー、市内のホテル・旅館、主要観光拠点での wi-fi 整備、宇奈月温泉街の飲食店、お土産物販売店、宿泊施設での案内表示の多言語化、市内 2 か所の観光案内所での英語対応を行っている。黒部峡谷鉄道では案内表示、案内含め 4 言語対応を行っている。また、観光案内所での音声翻訳機の導入や温泉街各商店でのキャッシュレス決済を積極的に進めている。

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	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。	とやま観光推進機構の調査結果を集計。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宇奈月温泉旅館協同組合、黒部市と共同して調査を実施。

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。	とやま観光推進機構の調査結果を集計。
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。	とやま観光推進機構の調査結果を集計施。
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。	（一社）黒部・宇奈月温泉観光局公式サイトのアクセス状況を集計。
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。	市民を対象に単独でアンケート調査を実施予定。

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

黒部市では人口減少、高齢化が進んでおり企業勤めだったリタイア世代の活躍の機会として、観光産業との関わりを深めている。観光拠点での接客や地域の観光ガイド等、当地の生活、文化になじみの深い住民と観光客との接点を増やすことで、住民にとっての日常が来訪者にとっての非日常、異日常となり得ることの周知を図っている。
観光産業の従事者としての担い手を地域から輩出することは出生者数の減少等により困難となっており、リタイア世代と観光産業との関わりを増やすことで、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ていきたい。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・世界水準の山岳観光資源「黒部峡谷」 ・観光列車「黒部峡谷鉄道トロッコ電車」 ・電源開発の歴史、生きた産業遺産 ・県内随一の温泉地「宇奈月温泉」 ・黒部港水揚げの海産物資源 ・黒部川扇状地湧水群 ・世界シェア１位のファスナーメーカー「ＹＫＫ」を中心とした物づくり・産業観光 ・世界第一級の降水・降雪量の地域で培われてきた治水・砂防技術遺産	弱み（Weaknesses） ・地域全体のホスピタリティに課題 ・地域住民の観光産業への理解 ・可能性のある観光コンテンツの未商業化、未連携 ・旅行者への食事機会提供環境の不足 ・外国人旅行者にも対応した高付加価値の宿泊施設の不足 ・コンベンション開催に対応した宿泊施設の不足 ・冬季の宿泊者が少なく、観光施設の稼働率の平準化ができていないことによるサービス品質の向上が困難 ・一部観光施設の老朽化
外部環境	機会（Opportunity） ・宇奈月温泉街の旅館・ホテルへの設備投資機会の増加 ・外国人観光客の増加基調 ・北陸新幹線の延伸	脅威（Threat） ・観光関連事業者の高齢化、後継者不足 ・団体旅行者比率の減少、個人旅行者比率の増加にともなうニーズの変化、消費行動の DX 化に対応しきれない恐れ

	・2026 年以降の黒部ルート一般開放・旅行商品化 ・20 年後の宇奈月温泉を見据えた地域経営ビジョンの策定	・設備の老朽化にともなう機能不全 ・外国人旅行者が増加するなかでの為替の変動や政治的リスク

※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 首都圏、中京圏、関西圏に住む、60～70 代の団塊世代の国内旅行客
○選定の理由 ターゲット層の来訪が多く、旅行者全体の中での比率が高いため。 ○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に訴求するコンテンツを磨き上げる。
○ターゲット層 台湾、香港の団体客、家族旅行客
○選定の理由 ターゲット層の来訪が、外国人旅行者の中で半数を占め、今後も市場拡大が見込めるため。また、同じく県内観光地「立山黒部アルペンルート」も台湾・香港の旅行客に人気で、宇奈月温泉宿泊とセットで周遊するケースが多い。 ○取組方針 来訪時の主要目的である黒部峡谷トロッコ電車に加えて、滞在時間の延長につながるよう言語対応や wi-fi 環境など受け入れ環境面の整備を進める。また、2026 年以降の黒部宇奈月キャニオンルート一般開放を見据えて立山黒部アルペンルートとの連携を強化する。
○ターゲット層 自家用車で来訪する Z 世代のグループ
○選定の理由 デジタルネイティブ世代であり将来の消費形態の在り方をけん引する客層 ○取組方針 潜在顧客数、旅行消費額とも少ないものの温泉＋アウトドアアクティビティという市場を開拓する上で、Z 世代をターゲットと設定し、トロッコに乗るだけではない新たなキラーコンテンツの育成を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	唯一無二の黒部峡谷がもたらす大自然とその四季の魅力、これらに育まれた文化を活かした、世界に誇れる観光交流のまち黒部
②コンセプトの考え方	日本一のＶ字峡谷を走行するトロッコ電車と温泉、黒部川の伏流水が育む産業、魚種豊富な海産物、山川海がそろった豊かな地域資源とその四季の魅力を最大限に活かし、住民が誇りと自信をもって来訪者を迎えることができるよう、広域的滞在型観光の推進や、国際観光交流を盛んに行い、定住・滞在・交流・関係人口の増加を図る。

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。	（例）部会、ワーキンググループ、ＨＰ、事業報告書の説明会 総会（年１回)、理事会（年４回)、ビジョン検討委員会を月次および週次で開催
	理事会にて情報共有を行い、詳細な事業の調整については個別に行っている。
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	独自に調査を行っている来訪者アンケートから、個別の事象を取り上げ、適宜事業者へ情報共有を図っている
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	宿泊や滞在観光に関わる情報を一元的に掲載するホームページ、SNS を管理、観光案内所を運営

※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			43,400		47,000	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	52,734	59,356	56,181			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	350	350	350		370	
		(50)	(50)	(50)	（ ）	(25)	（ ）
	実績	233	273	289			
		（ ）	(8)	(22)			
●来訪者満足度（%）	目標	81	82	83	84	85	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	93	92	8414			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標			45.4		60.0	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	42.6	38.7	50.9			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
宿泊者数は以前から集計していたが、その他の項目は集計していなかった（業界としての統一的な取り組みはなかった）。そこでＤＭＯ仮登録を機に宇奈月温泉旅館協同組合や黒部峡谷鉄道㈱、黒部市、富山県などの協力を得て調査を開始した。Ｒ４年度に宿泊者数 35 万人とする目標を黒部市と共有している。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
黒部市内の観光施設で、年１回、宿泊者と日帰り来訪者に交通費、宿泊費、土産購入額、飲食費、入場料等を聞き取り算出
●延べ宿泊者数
宇奈月温泉旅館協同組合加盟旅館 9 館の宿泊者数を算出
●来訪者満足度
アンケートを集計、5 段階評価（うち上位２項目選択の割合を算出）
●リピーター率
アンケート調査により再来訪率を集計

（２）その他の目標

指標項目		2022	2023	2024	2025	2026	2027

様式１

		（Ｒ４） 年度	（Ｒ５） 年度	（Ｒ６） 年度	（Ｒ７） 年度	（Ｒ８） 年度	（Ｒ９） 年度
●（例）住民満足度 （%）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）宿泊施設の稼働率 （%）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数 （件）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）メディア掲載回数 （回）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。
・・・

様式１

※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	280,096,294（円）	【一般会計】118,207,810【特別事業】17,114,305【指定管理施設】144,774,179（円）
2023（Ｒ５）年度	279,625,590（円）	【一般会計】92,090,069【特別事業】21,500,000【指定管理施設】166,035,521（円）
2024（Ｒ６）年度	282,709,256（円）	【一般会計】89,381,067【特別事業】19,500,000【指定管理施設】173,828,189　（円）
2025（Ｒ７）年度	（予算）252,555,000（円）	【一般会計】77,762,000【特別事業】19,000,000【指定管理施設】155,793,000　（円）
2026（Ｒ８）年度	（予算）252,555,000（円）	【一般会計】77,762,000【特別事業】19,000,000【指定管理施設】155,793,000　（円）
2027（Ｒ９）年度	（予算）252,555,000（円）	【一般会計】77,762,000【特別事業】19,000,000【指定管理施設】155,793,000　（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	258,960,741（円）	【一般会計】102,090,671【特別事業】17,114,305【指定管理】139,755,765（円）
2023（Ｒ５）年度	255,837,589（円）	【一般会計】74,042,715【特別事業】21,501,478【指定管理施設】160,293,396（円）
2024（Ｒ６）年度	259,569,307（円）	【一般会計】71,995,332【特別事業】19,490,046【指定管理施設】168,083,929　（円）
2025（Ｒ７）年度	（予算）252,555,000（円）	【一般会計】77,762,000【特別事業】19,000,000【指定管理施設】155,793,000　（円）
2026（Ｒ８）年度	（予算）252,555,000（円）	【一般会計】77,762,000【特別事業】19,000,000【指定管理施設】155,793,000　（円）
2027（Ｒ９）年度	（予算）252,555,000（円）	【一般会計】77,762,000【特別事業】19,000,000【指定管理施設】155,793,000　（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

〇市等からの補助金・受託事業の確保による基盤の確立
〇宿泊施設手配に係わる手数料収入の確保
〇着地型旅行商品の造成・販売を行い、手数料や商品販売による収益を確保
〇観光関連物販商品の企画販売
〇観光地域における空き店舗等の不動産物件の管理、取得、運営等
〇市内外施設利用による斡旋経費の確保
〇ＤＭＯとしての取り組みが地域経済全体の活性化につながることを、観光産業以外の事業者へも広く周知し、理解を図り、会員増・会費増を目指す

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

黒部市は、（一社）黒部・宇奈月温泉観光局を当該市町村における地域ＤＭＯとして更新登録したいので（一社）黒部・宇奈月温泉観光局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】

【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】

【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	石田智章
担当部署名（役職）	企画部企画リーダー
郵便番号	938-0282
所在地	富山県黒部市宇奈月温泉 6-3 黒部市芸術創造センター内

電話番号（直通）	0765-33-5910
ＦＡＸ番号	0765-62-2020
Ｅ－ｍａｉｌ	t-ishida@kurobe-unazuki.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	黒部市
担当者氏名	徳永賢二
担当部署名（役職）	産業振興部　商工観光課　観光・連携推進班長
郵便番号	938-8555
所在地	富山県黒部市三日市 1301 番地
電話番号（直通）	0765-54-2611
ＦＡＸ番号	0765-54-2607
Ｅ－ｍａｉｌ	kenji-tokunaga@city.kurobe.lg.jp

都道府県･市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域DMO】（一社）黒部・宇奈月温泉観光局

様式２

記入日：　令和7年11月7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】
　富山県黒部市
【設立時期】　平成23年4月5日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】　川端 康夫
【マーケティング責任者（CMO）】　高野 晋
【財務責任者（CFO）】　高野 晋
【職員数】　16人（常勤7人（正職員6人・出向等0人）、非常勤9人）
【主な収入】【一般会計】89,381,067【特別事業】19,500,000【指定管理施設】173,828,189　（円）※R6年度決算
【総支出】【一般会計】71,995,332【特別事業】19,490,046【指定管理施設】168,083,929　（円）※R6年度決算
【連携する主な事業者】
　黒部峡谷鉄道、宇奈月温泉旅館協同組合、富山地方鉄道、あいの風とやま鉄道、関西電力、YKK、JAくろべ、JFくろべ、黒部市、富山県、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
一人当たり旅行消費額（円）	目標	（　）	（　）	43,400 （　）	（　）	47,000 （　）	（　）
	実績	52,734 （　）	59,356 （　）	56,181 （　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	350 （50）	350 （50）	350 （50）	（　）	370 （25）	（　）
	実績	223 （0.7）	273 （8）	289 （22）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	81 （　）	82 （　）	83 （　）	84 （　）	85 （　）	（　）
	実績	93 （　）	92 （　）	84 （　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	（　）	（　）	45.4 （　）	（　）	60.0 （　）	（　）
	実績	42.6 （　）	38.7 （　）	50.9 （　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　首都圏、中京圏、関西圏に住む、60～70 代の団塊世代の国内旅行客。台湾、香港の団体客、家族旅行客。
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　宿泊施設の設備改修、自然景観を活かした着地型旅行消費商品の開発。黒部ルート一般開放を見据え立山黒部地域の連携。
【観光地域づくりのコンセプト】
　黒部峡谷と人間が育んできた『生きた産業遺産』と、流域に形成された観光交流のまち黒部

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・黒部峡谷パノラマ展望ツアー（H27開始）
・黒部宇奈月キャニオンルート（R8以降開始）

【受入環境整備】
・観光案内所の設置
・フリーWi-Fi環境整備
・キャッシュレス決済の導入
・路線バスの整備

【情報発信・プロモーション】
・多言語対応短編動画を季節ごとに制作しWEB、SNSにて展開
・HP、Google map、Google my businessの活用
・各種二次元キャラクターコンテンツとの連携
【その他】
・宇奈月温泉木管事件コンテンツの活用

権利ノ濫用除御守り