観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：2025 年 8 月 25 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	地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	株式会社阿智昼神観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	長野県下伊那郡阿智村	
所在地	長野県下伊那郡阿智村	
設立時期	2006 年 10 月 31 日　㈱昼神温泉エリアサポート設立 2016 年　5 月 18 日　㈱阿智村観光局～名称変更､事業拡大	
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	23 人【常勤 15 人（正職員 14 人　出向 1 人）　非常勤 8 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） 白澤 裕次	代表取締役 長きに渡り阿智村観光協会の副会長として、またスタービレッジ阿智誘客促進協議会副会長として地域づくりの舵取り役としても活動。近年は、リニア新幹線開通の新時代を見据えた 昼神温泉リニア新時代戦略等推進委員会の委員長として、域内の戦略づくりを担うとともに、様々な関係者とのパイプ役になっている。
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） 松下　仁「専従」	企画戦略部部長
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） 村松　晃「専従」	取締役総務管理部部長

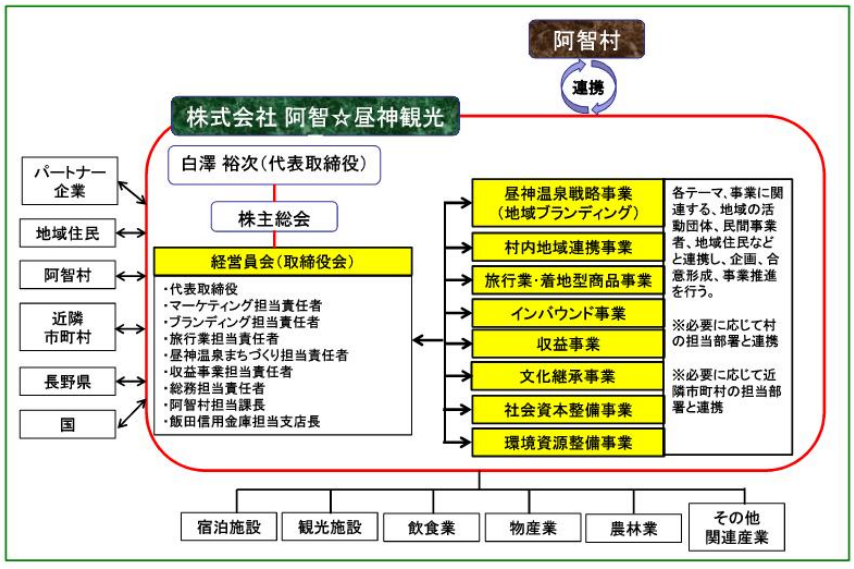
様式１

<table>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td>長野県阿智村商工観光課（地域振興、観光振興）
長野県阿智村リニア・まちづくり課（観光地域づくり）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>阿智村産業振興協議会（村内の他産業との連携）
スタービレッジ阿智誘客促進協議会（星による村のブランディング）
阿智村商工会（ふるさと名物の開発）（産業振興）(裾野拡大)
昼神温泉リニア新時代戦略等推進委員会、村内観光事業者（地域づくり）
バス等輸送会社（一次交通､二次交通の整備）
長野県観光機構（地域連携 DMO）
南信州観光公社（地域連携 DMO）
南信州まつかわ観光まちづくりセンター（地域 DMO）
長野県南信州地域振興局（広域連携）
南信州広域連合（広域連携）
南信州おでかけチーム“ウィズ”（ユニバーサルツーリズム推進）</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>多様な関係者が参加する協議会を外部に設置し密な連携をはかるほか、日常的な事業進捗の確認･株主の合意形成に基づく事業計画の軌道修正を行う取締役会を 3 ヶ月に 1 回程度開催。村の総合計画「観光を基軸にした持続可能な地域づくり」については産業振興協議会において部会を月 1 回程度、全体会議を年 4 回程度開催し合意形成を行っている。コンセプトに基づく戦略については株主総会にて年 1 回合意計成を行っている。</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>2016 年 5 月 DMO 候補法人登録を受けて、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催。阿智村総合計画に基づく住民参加型のワークショップも適宜開催。また「日本一の星空ナイトツアー村民ＤＡＹ」や「村内全域ライトダウンイベント」を実施することにより､「日本一の星空の村」を核とする観光地域づくりを実際に体感していただくことにより村民参加型の地域づくりを目指している。地元阿智高校の地域政策コースとタイアップし授業の一環として、観光による交流人口の拡大や交流プログラムの開発などの持つ意義を共有し実践している。小学校・中学校においても、自地域の魅力ある地域資源の学習や観光による豊かな地域づくりを学習することにより、自地域に対するロイヤリティを高め、将来の地域の担い手となる人材の下地作りを進めている。なお、地域への誇りや愛着を更に醸成するために、村民を中心とした 3 回目のギネス世界記録挑戦も企画構想中。</td></tr>
<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>主な情報発信及び受賞実績
2012 年～
・スタービレッジ阿智誘客促進協議会と連動
・「日本一の星空」を核とする戦略的ブランディング開始
・「天空の楽園日本一の星空」ナイトツアー」事業開始
・各種補助金を活用したプロモーション開始
2015 年
・信州ブランドアワード長野県知事賞受賞
・第 1 回ジャパン・ツーリズムアワード国内･訪日領域地域マネジメント部門賞受賞（2016､2017､2018 年も同賞受賞）
2017 年
・第 29 回星空の街・おおぞらの街環境大臣賞受賞
・「日本一の星空ナイトツアー」でグッドデザイン賞受賞
・第 21 回ふるさとイベント大賞優秀賞受賞
2018 年</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		・「日本一の星空浪合パーク」でグッドデザイン賞受賞 2020 年 ・第 3 回日本サービス大賞地方創生大臣賞受賞 2019 年 ・阿智ワールドチャレンジプロジェクトで、「同時に天体観測を行った最多人数」としてギネス世界記録認定 2021 年 ・阿智ワールドチャレンジプロジェクトで、「折り紙で作った星の最多展示数」としてギネス世界記録認定 2022 年 ・GooglePixel と SoftBank プロデュースによる「天空の楽園ナイトツアー」開催 ・村を舞台にした短編小説を出版するお土産レーベル「昼神温泉☆星紡文庫」第二弾をリリース 2023 年 ・昼神温泉出湯 50 周年記念事業として、キャンペーンやイベントを開催 ・その他プロモーション実績一覧を添付します 2024 年 ・星空の村としてのブランディング展開の新規事業「日本一の星空 阿智村七夕まつり」を開催。新たな夏の風物詩としての定着を目指し多様な関係者と連携。当該年度最大のプロモーション効果となった。 ・企業とのタイアッププロモーション（Gakken、大塚製薬、KADOKAWA、と東京ドームシティなど）
	受入環境の整備	2016 年 ◇観光庁・地域資源を活用した観光地魅力創造事業を活用し以下を実施 ・遊休施設を活用した観光交流拠点施設「ACHI BASE」（café 併設の観光案内所）の設計（開設は 2017 年） ・公式ホームページの改修（多言語化、予約システムの導入） ・ビッグデータを活用したマーケティング調査・分析 ・マーケット拡大を目的としたテストマーケティング ・外国人受入環境の整備（案内ツールの多言語化、Wi-Fi 整備） 2017 年 ◇内閣府・地方創生推進交付金を活用して以下を実施 ・遊休施設を活用した観光交流拠点施設「ACHI BASE」（café 併設の観光案内所）開設 2018 年 ◇内閣府・地方創生推進交付金を活用して以下を実施 ・遊休施設を活用した新たな星空観賞施設「日本一の浪合パーク」開業 ◇観光庁・広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業を活用して以下を実施 ・交通不便な観光地を解消すべく一時交通の補完として 阿智☆昼神バス諏訪便、阿智☆昼神バス南木曽便（現在の中津川便）の運行開始

			・交通不便な観光地を解消すべく二次交通として、地域内の観光資源を体験するバスツアー「阿智村周遊バス」運行開始 ・交通不便な観光地を解消すべく二次交通として、昼神温泉と「日本一の星空ナイトツアー」会場とを結ぶ送迎バス運行開始 ◇長野県元気づくり支援金を活用して以下を実施 ・ユニバーサルツーリズムに係る受入れ環境整備（セミナー開催、バリアインフォメーションの調査･開示など） ◇地方創生推進交付金を活用して以下を実施 ・「日本一の星空」のプロモーション効果の検証 ・温泉街の賑わい創出のためのマーケティング ・訪日外国人旅行者向け災害対応アプリの開発 2019 年 ◇観光庁･訪日外国人旅行者周遊促進事業を活用して以下を実施 ・SNS 広告、動画配信による・テストマーケティング ・旅行サイト掲載によるテストマーケティング ・翻訳アプリ導入 ・ファムツアー受入れによる課題の洗い出し ◇観光庁･宿泊施設の地域連携推進事業を活用して以下を実施 ・泊食分離マーケットの調査･分析と商品開発 ◇地方創生推進交付金を活用して以下を実施 ・AR（拡張技術）を活用したサイクリングプログラム開発 ・AR（拡張技術）を活用した星空観賞プログラム開発 ・遊休施設を活用した土産店舗開業と温泉街の賑わい創出 ・ユニバーサルツーリズム推進（介助付き旅行サービスの開発） ・昼神温泉将来構想の策定 ・「日本一の星空」のプロモーション効果の検証 ・訪日外国人旅行者向け多言語アプリの開発 2020 年 ◇地方創生推進交付金を活用して以下を実施 ・遊休施設を活用した飲食店開業と温泉街の賑わい創出 ・「日本一の星空」のプロモーション効果の検証 ・感染症対策グッズの開発・商品化 2021 年 ◇観光庁・既存観光拠点の再生･高付加価値化推進事業を活用 ・地域事務局として、宿泊施設 10 軒の高付加価値化改修実施 ・地域資源と e スポーツを融合したイベントによるプロモーション 2022 年 ◇観光庁･地域一体となった観光地の再生･観光サービスの高付加価値化事業を活用 ・地域事務局として地域計画を策定し、宿泊施設 10 施設、観光施設 2 軒の高付加価値化改修を実施 ◇観光庁・心のバリアフリー認定制度 ・観光案内所として認定登録 2023 年 ◇長野県・アウトドアアクティビティ事業者支援事業を活用 ・レンタサイクルの整備、アウトドアコンテンツの拡充をはかた

		2024 年 ◇ユニバーサルツーリズムの事例紹介を兼ねた講師のオファーがあり、兵庫県、山梨県、長野県で講演を実施。現地で質問への回答や意見交換をするなかで自地域の課題や新たな事業展開を見出すことができた ◇FIT 誘致と受入れの本格稼働を見据え、長野県観光機構（地域連携 DMO）、中日本総合観光機構（広域 DMO）、中部国際空港などと情報交換し事業戦略を構想。
	観光資源の磨き上げ	2017 年 ◇観光庁・地域資源を活用した観光地魅力創造事業を活用して以下を実施 ・地域食材を活用した土産品の開発・商品化 2019 年 ◇地方創生推進交付金を活用して以下を実施 ・昼神温泉（源泉）を活用したテストマーケティング ・昼神温泉（源泉）を活用した商品開発、モニターツアー 2022 年 ◇観光庁･地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業を活用して以下を実施 ・自然を活かした 安心･安全な新しい旅のスタイル『Active ACHI Outdoor【A2O】』としてアウトドアプログラムの実証事業を実施 2023 年 ◇長野県・県民参加型予算事業に企画提案「南信州メディカルバレー構想元年」が採用され、プロジェクトメンバーとして事業参画 ・大学や企業、長野県と連携して、南信州の特性を活かしたウェルビーイングに関する調査研究・実証実験・情報発信・シンポジウムを実施 ◇長野県・ユニバーサルツーリズム推進機器導入等補助事業を活用して以下を実施 ・けん引装置式車いすを購入し、車いすユーザーを対象としたツアーや行政職員・村議会議員を対象にしたユニバーサルツーリズム勉強会を実施 2024 年 ◇前年度の長野県民参加型予算事業を進展させ、長野県南信州振興局、南信州観光公社（地域連携 DMO）と連携して「錦秋の南信州を満喫するモニターツアー」実施。今後の商品化に向けた課題の洗い出しを行った。 ◇ユニバーサルツーリズムの事例紹介を兼ねた講師のオファーがあり、兵庫県、山梨県、長野県で講演を実施。現地で質問への回答や意見交換をするなかで自地域の課題や新たな事業展開を見出すことができた。 ◇長野県地域発元気づくり支援金を活用して以下の事業を実施 ・村内で景観が優れた場所でありながら観光利用が少なかった伍和地区の地域資源を観光資源として開発（絶景を巡るサイクリングツアーの実証実験、毎年 3 月に座禅草まつりが開催されるエリアの整備、販促ツールの制作）。 ・万葉集や源氏物語所縁が深く、地元住民の思いが強い園原地区の認知度向上に向けた新たな魅力創出及び深堀り（神坂峠

	超えウォーキングイベント、スタンプラリーの実施、外部有識者･関係者による講演会、地域住民による環境整備など） ◇前年までに整備した観光資源の魅力深堀り、新規商品開発 ・浪合地区のとうもろこし ・清内路地区のリキュール ・阿智村産そばを使ったガレット ・阿智村産りんごを使ったワイン ・阿智村産大豆を使った商品開発 ・阿智村産米を使った商品開発 ・その他
	【定量的な評価】数字は 2024 年度（2023 年度） 昼神温泉年間宿泊者：約 25 万人（約 24 万人） 村内観光入込客：約 101 万人（約 85 万人） 地域づくり法人の宿泊予約数：3,685 人（2,905 人） 着地型旅行商品販売実績：12,706 人（10,673 人）
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】** 村内観光事業者と行政（阿智村）が中心となり、メンバーには、宿泊業者、観光事業、飲食業者のみならず、交通事業者、農業従事者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。 **【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

長野県下伊那郡阿智村
人口：約 6,000 人

【区域設定の考え方】
1973 年の出湯以来、昼神温泉を中心とした観光政策を進めてきたが、2006 年に村内のキャンプ場が環境省が実施する星空継続観測第 1 位に選ばれ、2011 年より「日本一の星空」をキーワードに「スタービレッジ阿智」として、星による村内全域のブランディングを進めている。当初は昼神温泉旅館と観光施設が主体となって進めていたが、住民の理解や顧客満足を高める取り組みを様々に実施し少しずつ住民参加型の観光地域づくりが浸透してきた。今後はいかに「住んでよし、訪れてよし」の村にまで深化させていけるかが課題。旅行商品･滞在プログラムの造成、周遊バスの企画、知名度向上を目指すプロモーション活動など村を挙げて取り組む事が急務。

【観光客の実態等】
これまでの主たるターゲット層「中京圏 60 代の女性」は保ちつつ、「スタービレッジ阿智」によるブランディングの効果で、「首都圏の若年層」が増加傾向にある。旅館宿泊単価は上昇傾向。2020 年より 3 年間は新型コロナウィルス感染症による人流の抑制・外出自粛などの政策と旅行・観光需要の停滞により多大な影響を受け活動も制約された。
2023 年度は、コロナ禍からの回復傾向が顕著だったが、コロナ前（2019 年）までには至らず、客数・消費額ともに、2019 年比 80%台に留まった。
2024 年度は、村内幹線道路の土砂崩落による通行止めや、村内主要コンテンツ（星空ナイトツアー）の臨時休業により、4 月から 7 月にかけて大きなダメージを受け、主な利用者数は前年マイナスとなった。
＜2024 年の主な実績＞
観光入込客数 857､000 人（1,012､100 人）、延べ宿泊者数 243,690 人（246,909 人）、
域内旅行消費額円 4,712,900 円（4,288,500 円）　（2023 年実績）

【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】
現状は、「富士見台高原ロープウェイヘブンスそのはら」を会場に実施している「日本一の星空ナイトツアー」（2012 年～）と、宿泊施設 19 軒が集積する昼神温泉郷と、3 週間のお祭り期間に訳 20 万人来訪する花桃まつりが主力商品。2018 年に事業開始した星空観賞施設「日本一の星空･浪合パーク」も 7 年度目を終了し少しずつ利用者が増えてきており、教育旅行の受入れも増えてきた（コロナ禍でのコース変更などに起因する）。更に村内他地域のスキー場や観光施設、公園などでも「日本一の星空」を活かした取組を実施し域内のブランド戦略をはかっていく。具体的には、試験的に行っていた地域通貨（スターコイン）を村内の主たる飲食･商業施設で扱えるようにし商工会との連携がはかれた。また、「星空が綺麗」＝「空気が綺麗」というイメージ戦略から豊かな自然のアピールや、星空と併せた山岳観光（恵那山、富士見台高原）を盛り込んだ SDGｓに資する取組、商品開発も模索中。2020 年より商品化した、地域資源を活用した体験コンテンツ「ActiveAchi」が本格稼働し始め、その他地域の資源の充実化豊富化を進め、より多くの魅力創出をはかり情報発信を行っていく。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
温泉旅館が村内に 22 軒、民宿･ゲストハウスが数軒。1 日の収容人数は約 2,000 人。星空観賞は必然的

に夜の商品・イベントということから、宿泊施設の稼働率を上げ、そのお客様が村内に滞在、周遊できるプログラムを造成する必要がある。従前は旅館の宿泊者増が目的になりがちだったが、宿泊者を村内の滞在者、消費者に変えること、そしてやがては移住者、定住者へと変えていくことを目的とする。
また、昼神温泉郷は、村内だけではなく南信州エリア（14 市町村）の宿泊拠点として、多様化するニーズにも対応でき、それぞれが個性を放つような魅力的な宿泊施設群（温泉郷）として「世界から選ばれる温泉地」を目指して行く。

【利便性：区域までの交通、域内交通】
現状は日本一交通不便といっても過言ではない温泉地。首都圏からはマイカーで 4 時間、首都圏･関西圏から直接流入をはかる公共交通は存在しない。よって、西日本・中部圏からの一次交通して、中津川駅（JR 東海）からの直行バス、東日本からの一次交通として上諏訪駅（JR 東日本）からの直行バスを第 2 種旅行業を活用して運行。二次交通も自社旅行業にて「周遊バス」や「観光タクシー」などを運行し、村内に限らず近隣市町村への送客や移動手段の補完を行っている。
開通の先延ばしが発表されたものの近い将来には、リニア中央新幹線が開通予定（品川～名古屋間、のちに大阪間）。長野県駅は飯田市に設置されるため、長野県駅や岐阜県駅からの流入や広域での域内交通の検討・実証事業が必要となっているため、県や国の支援も求めていきたい。

【外国人観光客への対応】
2024 年の訪日外国人宿泊者は 7,172 人泊（前年 4,072 人泊）（2019 年 6,096 人泊）。国内旅行に比して、外国人旅行客はコロナ禍の影響が続いていたが、2023 年は顕著な上昇となり、2024 年は更に上積みされた。上述の通り、公共交通手段が存在しないに等しいため、これまでは東アジア地域からの冬のバスツアーのお客様の比重が大きかったが、数年前より FIT 誘客戦略をスタートし、これまでほとんど実績のなかった欧米からの FIT が少しずつ増加傾向にあった FIT への誘致･受入･広域連携戦略を検討し、訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策補助金等を活用（採択された場合）しながら受け入れ態勢の整備強化を進めていく。
また、自地域のみに限らず、国や県の支援も受けながら、周辺市町村と広域連携を更に進めて行きたい。

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。	長野県観光利用者統計を使用
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各宿泊施設からの申告数字
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。	自社ホームページのアクセス分析により取集・分析
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。	アンケート調査を自主事業として実施（体制未整備のため行政と協議中）
DMO での宿泊予約数	自主財源確保（売上増）	自主管理
着地型旅行商品の造成･販売実績	自主財源確保（売上増）と、地域住民との連携により住民満足度の向上。	自主管理

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

阿智村及び周辺市町村では、少子高齢化が加速し、就業者数の最も多い農林業においても高齢化等の影響により就業者や事業所が減少傾向にある。村が標榜する「観光を基軸とした持続可能な村づくり」に則して、地域の課題に向き合い、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・関係人口の増加につなげることとしている。昨今のエネルギー価格の高騰、物価高、長きに渡る実質賃金の減少などを起因とした経済の低迷や不透明さは今後の地域経済にも大きく影響を及ぼすものとして注視して行く。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	・村の総合計画に掲げられる「観光を基軸にした持続可能な村づくり」に則った観光施策の企画･推進 ・「日本一の星空」によるブランディングが順調に推移 ・知名度の低さ⇒知名度向上に伴う来訪者増 ・PH 値､抗酸化作用の高い温泉で、リニア新時代を視野に入れ長野県南部の宿泊拠点となっている ・宿泊税導入（2026 年 6 月予定）による安定財源の確保	・多様な関係者の巻き込みがまだ不充分 ・データの収集･分析が不充分 ・マーケティング、戦略性が不充分 ・観光や地域づくりなどに関する組織･会議の煩雑化、類似化 ・宿泊施設･観光施設の老朽化 ・人材不足への対応や人材育成が不十分 ・インバウンド受入れへの機運に温度差
外部環境	・地方創生、ＤＭＯ推進などによる国の支援、仕組み作り ・国の施策を契機とする訪日旅行の増加及び首都圏の宿泊施設不足による地方への流入 ・リニア中央新幹線(長野県駅)開通 ・三遠南信自動車道開通(愛知県､静岡県、神奈川県西部とのアクセス改善) ・長野県観光機構（地域連携 DMO)、南信州観光機構（地域連携 DMO)、中日本総合観光機構（広域 DMO）との連携強化	・エネルギー価格・物価高騰、長きに渡る実質賃金の減少に起因する経済の停滞 ・経済の先行きの不透明感 ・地方創生による地域間競争の激化 ・人口減少、少子高齢化 ・国内旅行マーケットの縮小 ・ストロー現象(人口、人材の流出) ・逆ストロー現象(外部資本の流入､投機的乱開発･競争環境の激化､自然･景観破壊)の可能性

※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
中京圏在住の中高年（女性）

〇選定の理由　〇取組方針
　他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場としても今後拡大傾向にあるため。また「静かで何もない温泉郷のある村」「日本一の星空に代表される環境のいい村」が最も刺さる年代。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強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

○ターゲット層 首都圏、関西圏在住の若年層（10 代後半から 40 代）
○選定の理由　○取組方針 「星の村」のプロモーションが圧倒的に訴求力を持つターゲット。 若年層の取り込みにより今後のリピート化がはかれれば、次世代の常連客となる。
○ターゲット層 東アジア・東南アジア地域の FIT、欧米豪の FIT
○選定の理由　○取組方針 これまでのインバウンドのターゲットは、東アジア地域に特化してきたが、東アジアや東南アジア地域や欧米豪の FIT から選ばれる地域を目指す。そのためには、魅力訴求や顧客満足度の要素から、他市町村(他県も含め)との広域連携や公共交通の整備が必要となるため、関連ＤＭＯや国や県などとの連携も進める。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「世界に誇れる美しい村へ」 星と人が輝き､村民が地域を誇りとし､村民参加を実現し､そしてこの地域で暮らし続けて行く。
②コンセプトの考え方	㈱阿智昼神観光局は､「星の村」としてのブランディング､マーケティングによる地域振興の牽引役を果たす。 阿智村ブランドを確立し、日本のみならず世界発信へと拡大する戦略組織を目指す。リニア中央新幹線開通を見据えた組織の強化により､更なる官民一体となった組織として、村が掲げる「観光を基軸にした持続可能な村づくり」を推進して行く。

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。	１、戦略の策定･見直し､KPI の設定･見直しなどの重要案件においては株主総会（年 1 回/2024 年実績）､取締役会（年 6 回）､産業振興協議会（年 2 回)、昼神温泉リニア新時代戦略等推進委員会（年 4 回）などの場で官民一体となり協議し合意形成をはかっている。 ２、議会や村政懇談会などの地域の会合などにおいては行政の担当者が、プロジェクトや委員会などにおいては DMO の役職員が戦略や途中経過などを報告し合意形成、軌道修正する場を設けている（適宜)。「日本一の星空の村」の裾野を広げるため、地域の方々とのより密なる連携が求まられて来ており、平場での議論の場を増やして行く必要を感じている。 ３、これまでなかなか進展しなかった「特産品開発」「食との連携」をテーマに 2018 年に観光庁の魅力創造事業活用を契機に、行政を含む DMO が主体となり、商工会会員や多くの多様な関係者と連携しながら地域経済への波及、経済還流の仕組み作りを進めて行く。
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	継続事業として、金融機関と連携して、OTA の口コミ分析を行い現状分析を宿泊施設に定期的に伝えている。サクラクオリティ（品質認証制度）に登録している宿泊施設が 2 施設あり、地域として導入するかどうかを調査・検討しているところ。現状は、飲食店や土産店などに関する評価制度はないが､観光サービスに関わる品質保証制度について､先進事例などを調査し導入を検討して行きたい。

様式１

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	1、　DMOの企画営業セクションが主体となり、現在持ち得るデータを分析しターゲットを明確にして、「日本一の星空」のコンセプトに基づき情報発信・プロモーションに取り組んでいる。来訪者データ人席やアンケート実施により、他地域との比較・差別化、強み弱みの見極めによる戦略的な情報発信・プロモーションを手掛けて行く。 2、リニア中央新幹線の開通･長野県駅開設を見据え、長野県観光機構、南信州観光公社、その他地域ＤMO、南信州地域振興局とも広域戦略で連携し、観光による豊かな地域づくり（マネジメント）の側面と観光による交流人口・関係人口の増大（マーケティング）の側面の両立をはかりながら戦略に基づく情報発信･プロモーションによりインバウンドも見据えた観光による広域連携をはかって行く。

※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）

※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	4,050	4,250	4,400	4,878	5,049	5,225
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	4,040	4,288	4,713			
		（　）	（　）	（　）	（　）		
●延べ宿泊者数（千人）	目標	178	238	250	256	270	277
		(1)	(3)	(4)	(10)	(13)	(16)
	実績	240	247	244			
		(1)	(4)	(7)	()		
●来訪者満足度（%）	目標	25.0	26.0	27.0	28.0	29.0	30.0
		(－)	(－)	(27.0)	(28.0)	(29.0)	(30.0)
	実績	26.0	26.4	26.5			
		(－)	(33.1)	(29.4)	()		
●リピーター率（%）	目標	15.0	16.0	16.0	16.5	16.5	16.5
		(－)	(10.0)	(10.0)	(10.0)	(10.0)	(10.0)
	実績	16.1	16.2	16.4			
		(－)	(－)	(－)	()		

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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。

2016 年度までは、ＤＭＯや関連事業者での独自のアンケート内容によって収集を行っていたデータ集積を、2017 年度より観光圏等で使用しているアンケート様式に変更。より精度の高い調査の実施と、今後観光圏や他のＤＭＯとの比較･差別化を行うことができるようになれば、現状の分析･再認識を行ったうえで関係者にフィードバックし戦略やＫＰＩの見直しをはかって行く体制を強化して行く。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

長野県観光利用者統計調査の実績を使用。宿泊拠点である昼神温泉の宿泊客数を担保しながら、域内周遊を促進する施策を展開していく。

●延べ宿泊者数

経済状況や様々な外的要因の影響を受けやすく非常にコントロールが難しい指数であるため、5 年で 2～3%増という数字を設定し単年度の増減に一喜一憂しないようブレない戦略に基づき取り組んで行く。そのために上述の旅行消費額とのバランスに注視しながらマーケット状況を判断し対応して行く。ただし、観光庁の補助事業などで高付加価値化が進む状況に合って、人数と客単価の兼合いについて、地域としての戦略を見直す機会を作り、人数減でも売上増利益増の仕組みも模索していく必要を感じている。

●来訪者満足度

宿泊者の地域内の滞在に対する来訪者満足度調査の「再来訪意向」7 段階のトップボックスの比率。ＤＭＯが管理するＫＰＩの最重要指数として設定。年次の結果を踏まえ KPI の設定を見直して行く。基本、前年実績の 0.5%増という地に足の着いた地道な目標を設定する。

●リピーター率

対象地域内の宿泊リピート率にて設定。年次により振れ幅の大きい数字と捉えているが、年次の実績推移を踏まえ、より精度の高い KPI を設定して行く。リピート率のみに左右されず、新規とのバランスに留意しながら、総体としての顧客推移に注視して行く。

（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	2025（Ｒ８）年度	2025（Ｒ９）年度
●Web サイトのアクセス数（回）	目標	7,500,000	7,500,000	7,500,000	7,750,000	7,850,000	7,850,000
		（ ）	（ ）	(100,000)	(110,000)	(120,000)	(120,000)
	実績	7,126,841	7,368,588	7,486,450			
		（ ）	(69,641)	(82,525)	()		
●着地型旅行商品利用者数（人）	目標	12,000	12,000	13,500	13,500	14,000	14,500
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	9,659	12,706	10,673			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）		
●DMO での宿泊予約数（人）	目標	4,200	4,200	4,200	4,200	4,400	4,600
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	3,615	3,685	2,905			
		(0)	(0)	(0)	(0)		

●住民満足度（%）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			

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

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。

【設定にあたっての考え方】
●Web サイトのアクセス数（ページビュー）
コロナ禍で停滞はあったが、毎年上昇基調。日本一の星空ナイトツアーを中心とした情報発信や媒体での露出が増加の要因と考えられる。今後は、村内の旅館や観光施設だけでなく、パートナー企業や近隣市町村の観光関係のサイトとの相互リンクや連携を戦略的に増やすことで、アクセス数を増やして行く。

●着地型旅行商品利用者数
2024 年度は、村内幹線道路の土砂崩落による通行止めや、村内主要コンテンツ（星空ナイトツアー）の臨時休業により、4 月から 7 月にかけて大きなダメージを受け、この KPI を含め主な利用者数は前年マイナスとなった。特に「星空ナイトツアーバス」の利用者の数字が大きくマイナス。今後は阿智村周遊バスの内容の充実やアクティビティプログラムの充実･豊富化、情報発信の徹底で計画を達成して行くのと同時に域内消費額の増大にも繋げて行く。またバスの運行についてはバス会社の選定や連携により安全安心を第一に進めて行く。

●住民満足度
現状は、定則的な評価基準･調査方法を持ち合わせていないため、現在行政と協議を行っており、定期的な調査が実施できるよう検討中。

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 年度	**290,233,000（円）**	＜村補助金＞170,500,000 円　＜事業収入＞102,709,000 円 ＜受益者負担＞6,019,000 円　＜その他収入＞11,005,000 円
2023 年度	**304,267,000（円）**	＜村補助金＞169,000,000 円　＜事業収入＞118,500,000 円 ＜受益者負担＞8,800,000 円 ＜その他収入＞7,967,000 円
2024 年度	**264,728,000（円）**	＜村補助金＞140,709,000 円　＜事業収入＞113,833,000 円 ＜受益者負担＞5,184,000 円　＜その他収入＞5,002,000 円

様式１

2025 年度 （見通し）	278,673,000（円）	＜村補助金＞139,500,000 円　＜事業収入＞122,639,000 円 ＜受益者負担＞6,182,000 円 ＜その他収入＞10,352,000 円　※村補助金は未確定
2026 年度 （見通し）	290,450,000（円）	＜村補助金＞139,500,000 円　＜事業収入＞135,000,000 円 ＜受益者負担＞8,450,000 円 ＜その他収入＞7,500,000 円　※村補助金は未確定
2027 年度 （見通し）	294,450,000（円）	＜村補助金＞139,500,000 円　＜事業収入＞140,000,000 円 ＜受益者負担＞8,450,000 円 ＜その他収入＞7,500,000 円　※村補助金は未確定

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022 年度	299,074,000（円）	<事業仕入> 77,237,000 円　<一般管理費>121,661,000 円 <誘客･情報発信>108,784,000 円 <その他事業>4,543､000 円
2023 年度	307,671,000（円）	<事業仕入> 84,727,000 円　<一般管理費>117,289,000 円 <誘客･情報発信>105,655,000 円 <その他事業>0 円
2024 年度	266,319,000（円）	<事業仕入> 78,335,000 円　<一般管理費>127,763,000 円 <誘客･情報発信>60,221,000 円 <その他事業>0 円
2025 年度 （見通し）	278,869,000（円）	<事業仕入> 77,458,000 円　<一般管理費>134,335,000 円 <誘客･情報発信>66,900,000 円 <その他事業>0 円
2026 年度 （見通し）	290,450,000（円）	<事業仕入> 80,500,000 円　<一般管理費>134,350,000 円 <誘客･情報発信>75,600,000 円 <その他事業>0 円
2027 年度 （見通し）	294,450,000（円）	<事業仕入> 83,100,000 円　<一般管理費>134,350,000 円 <誘客･情報発信>77,000,000 円 <その他事業>0 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

既存の旅行業（送客･バスなど）、物販･飲食事業、宿泊事業の収益改善と、行政（阿智村）からの補助金が核となり、ある程度の基盤となる安定的な運営資金は確保できているが、目指すべき戦略に更に近づくよう更なる経営資源が必要な状況。2026 年 6 月に導入予定の宿泊税は新たな安定財源として事業推進・事業拡大に活用していく。その他に、新規事業の開拓（観光資源を活用した多様なアクティビティや健康プログラム）による自己財源の拡大拡充はもちろんのこと、観光庁をはじめとした国の助成事業の活用（2025 年は DMO 体制整備事業を活用）や金融機関からの借入れによる投資なども視野に入れ財源確保を図っていく。

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

長野県下伊那郡阿智村は、当該村における観光地域づくり法人（地域ＤＭＯ）である㈱阿智昼神観光局を核として、今後も「観光を基軸とした持続可能な村づくり」に取組んでいきます。

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）

【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】

行なっている。

【区域が重複する背景】

◆長野県観光機構（地域連携 DMO ）長野県全域を対象とするＤＭＯ

◆南信州観光公社（地域連携 DMO）飯田市を中心とする南信州地域（14 市町村）を対象とするＤＭＯ

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

◆長野県観光機構には訪日外国人旅行者を含むマーケティング、ブランディングを主体とした活動を要望しており、担当者と適宜密に連絡調整を行っている。また、年に 1～2 回開催される連絡会議において意見調整を行っている。

◆南信州観光公社には、リニア中央新幹線開通を見据え、南信州地域の広域連携（地域資源の共有）とブランディングを要望し、弊社社長が取締役を務める関係から情報共有をはかっている。

【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】

現状では、まだまだ調整すべき点が多いと感じるが、リニア中央新幹線開通を見据えた戦略の構築や事業連携において、あるいは隣接県・リニア中央新幹線駅設置地域などとの連携なども見据え、国内マーケットに限らず、JNTO などとも連携することで、大きな可能性を持っていると感じる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	村松　晃
担当部署名（役職）	取締役総務管理部長
郵便番号	395-0304
所在地	長野県下伊那郡阿智村智里 338-25
電話番号（直通）	0265-49-3171
ＦＡＸ番号	0265-49-3170
Ｅ－ｍａｉｌ	muramatsu@hirugamionsen.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	長野県下伊那郡阿智村
担当者氏名	井原　祐次

様式１

担当部署名（役職）	阿智村商工観光課
郵便番号	395-0303
所在地	長野県下伊那郡阿智村駒場 483
電話番号（直通）	0265-43-5514
ＦＡＸ番号	0265-43-2230
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@vill.achi.lg.jp

（登録）【登録区分】株式会社阿智昼神観光局

様式２

記入日：　2025年　8月　25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】
　長野県下伊那郡阿智村
【設立時期】　2008年10月31日
【設立経緯】
既存の観光協会と法人化を有する地域振興会社（村の第三セクター）が統合して、2016年に発足。
【代表者】　白澤 裕次
【マーケティング責任者（CMO）】　松下　仁
【財務責任者（CFO）】　村松　晃
【職員数】　23人（常勤15人（正職員14人・出向1人）、非常勤8人）
【収入】約265百万
　内訳　村補助金141百万　事業収入114百万　その他10百万
【総支出】約267百万
　内訳　誘客・情報発信69百万　一般管理費120百万　その他78百万
【連携する主な事業者】
　阿智村産業振興協議会、リニア新時代戦略等推進委員会、交通事業者、南信州観光公社、長野県観光機構、長野県南信州地域振興局など

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	4,050（ー）	4,250（　）	4,400（　）	4,878（　）	5,049（　）	5,225（　）
	実績	4,040（　）	4,288（　）	4,713（　）	―	―	―
延べ宿泊者数（千人）	目標	178（　）	238（1）	250（4）	256（10）	270（13）	277（16）
	実績	240（1）	247（3）	244（7）	―	―	―
来訪者満足度（%）	目標	25.0（　）	26.0（26.0）	27.0（27.0）	28.0（28.0）	29.0（29.0）	30.0（30.0）
	実績	26.0（　）	26.4（33.1）	26.5（29.4）	―	―	―
リピーター率（%）	目標	15.0（　）	16.0（10.0）	16.0（10.0）	16.5（10.0）	16.5（10.0）	16.5（10.0）
	実績	16.1（ー）	16.2（ー）	16.4（ー）	―	―	―

戦略

【主なターゲット】
・中京圏の中高年層
・首都圏・関西圏の若年層
・訪日外国人 FIT（東アジア、東南アジア）

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・「日本一の星空の村」を核とするブランド戦略を徹底して貫いている

【観光地域づくりのコンセプト】
「日本一の星空」を核として阿智村グランドを構築する。官民一体となった組織として、「観光を基軸とした持続可能な地域」を目指す

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・地域資源を活用した滞在プログラム（バスツアー、農業体験、自然体験、アウトドア他）を商品化し販売。品質改善と新規プログラムの発掘を常に行う

【受入環境整備】
・村内には公共交通が存在していないことから、一次交通の補完となるバスの運行やHPなどによる情報発信に努めている。

【情報発信・プロモーション】
・「日本一の星空の村」を核とするブランド戦略の徹底
・国の支援事業・補助事業の活用
・表彰や記録へのエントリー・受賞

【その他】
・遊休施設を活用した店舗運営による地域ブランディングと自己資金確保
・SDGs、ユニバーサルツーリズム、広域連携推進