

会津美里 DMO 設立事業計画(案)

～エリアマネジメントから地域連携 DMO への提案～

I.事業の概要

1.事業コンセプト

会津美里町での経験価値を創出し、心地よく滞在することができる観光のまちにするため、観光振興による社会的課題の解決を図りながら、経済的価値と社会的価値の向上を両立させていく。

(1)事業の目的

会津美里町のエリアマネジメントを通して、地域経済の活性化を図る取り組みを進め、デジタルやWEBを活用したマーケティングにより、会津美里町のブランド価値を高めていく。

(2)事業方針

① DMO の役割

- ・経験価値を創出する観光商品の開発
- ・ワイナリーを観光の魅力として活用するための関連事業者との合意形成
- ・修学旅行などの教育旅行を中心とした農業体験メニューの仕組みづくり
- ・会津若松市、喜多方市、会津美里町の3地域連携における関連事業者間の域内調達率向上に向けたマネジメント及びマーケティング

② 行政の役割

- ・DMO の運営にかかる協力及び支援(事業委託・財政支援)
- ・観光事業における社会資本整備及び規制緩和(会津美里町の新しい魅力づくり)
- ・2次交通網の整備など庁内調整

③ 連携組織

- ・会津若松観光ビューロー(地域 DMO 候補法人)
- ・喜多方市観光物産協会
- ・デジタル DMO プロジェクト組織
- ・商工業事業者
- ・認定農業者会
- ・宿泊事業者

④人材の確保

- ・トップ人材

マネジメント責任者として、経営感覚の視点で全体を統括し、関係する事業者や地域住民の意見や利害を調整し、合意形成を行うとともに、組織の意思決定と運営を行うことのできる人材を確保していく。(外部投与を想定)

- ・専門人材

データ分析に基づく戦略やマーケティングを進めていくうえで、知識やノウハウのある人材がいないため、外部からの人材投与あるいは既存従業員の人材育成を図る(データ分析・収集担当・プロモーション・戦略担当・旅行商品造成担当)。

また、観光に関わる事業者や住民への観光関連事業に対する経営支援や営業支援を行っている。

・スタッフ人材

専門人材の元で業務を行なう事務のプロパーとして、やる気と自覚、責任を持って事業遂行できるよう研修を通してスキルアップを図っていく。

2. 必要資金

- ・ 国県及び市町からの補助金
- ・ 出捐金
- ・ 会費収入

※今後の協議により内容が確定していくので金額についてはダミー

年度	用途（概要）	金額
平成31年度	一般管理費	26,000千円
	（事業）プロモーション事業	6,000千円
	観光推進事業	10,000千円
	戦略・マーケティング事業	5,000千円
	合計	47,000千円
平成32年度	一般管理費	26,000千円
	（事業）プロモーション事業	6,000千円
	観光推進事業	10,000千円
	戦略・マーケティング事業	5,000千円
	合計	47,000千円
平成33年度	一般管理費	26,000千円
	（事業）プロモーション事業	6,000千円
	観光推進事業	13,000千円
	戦略・マーケティング事業	5,000千円
	合計	50,000千円
平成34年度	一般管理費	26,000千円
	（事業）プロモーション事業	6,000千円
	観光推進事業	13,000千円
	戦略・マーケティング事業	5,000千円
	合計	50,000千円

Ⅱ.事業目標

1.重点施策(事業ビジョン)

- ①ワイナリーを活用したワインツーリズムを推進し、周辺の宿泊施設や物産館、飲食店と連携しながら、滞在型の観光交流拠点を形成していく。
- ②農業資源を活用し、農家民泊を軸としたグリーンツーリズムを推進し、都市部からの誘客を図る。
- ③会津若松市、喜多方市、会津美里町の2市1町の地域連携により、地域内の観光に関わる事業者（商工農業者、宿泊事業者、交通事業者など）と連携し地域内産品を活用することで、域内調達率を向上させる。
- ④2次交通網の整備として、一定のエリアにおいて、自家用自動車有償運行の実施
- ⑤会津美里町の町並みを活用したスピリチュアルな経験価値を作り出す「うすらかすらツーリズム」商品の開発

2.事業目標

①ワイナリー観光入込数

2年後(平成33年度)5万人

5年後(平成36年度)5万人(維持)

②農家民泊数

3年後(平成34年度) 1戸あたりの宿泊数 延べ30人泊 現金収入24万円

5年度(平成36年度) 1戸あたりの宿泊数 延べ62人泊 現金収入50万円

③域内調達率

3年後(平成34年度) ○○○○ (今後設定)

5年後(平成36年度) ○○○○ (今後設定)

④道路運送法第78条第2項に基づく東北運輸局への登録 平成 32 年度

⑤「うすらかすらツーリズム」商品にかかる参加人数

3年後(平成34年度) 10, 000人

5年後(平成36年度) 15, 000人

(1)重点事業

①ワインツーリズム事業

新鶴地域のワイナリー設立により、会津美里町の新たな観光拠点としていくため、関係事業者と連携しながら、地元の食材を活かした飲食・物販・体験メニューを取り入れたワインツーリズムを創出する。

②グリーンツーリズム事業

農業資源を活かしたツーリズムを造成する。具体的には、農家等の地域住民の協力を得ながら、四季折々の会津美里の農、生活文化、自然体験などの農家民泊プログラムを検討し、商品化を目指す。

③うすらかすらツーリズム(街なか散策)事業

体験もの(焼き物体験、農業体験、座禅体験など)を組み合わせ、オリエンテーリングの要素を取り入れた街なかを散策する新しい経験価値を創出する旅行商品を造成していく。

また、歴史と文化の町であることから、会津三十三観音をはじめとする日本遺産に認定となった構成文化財や伊佐須美神社などを自転車で巡る商品についても造成していく。

④2次交通網拡充事業

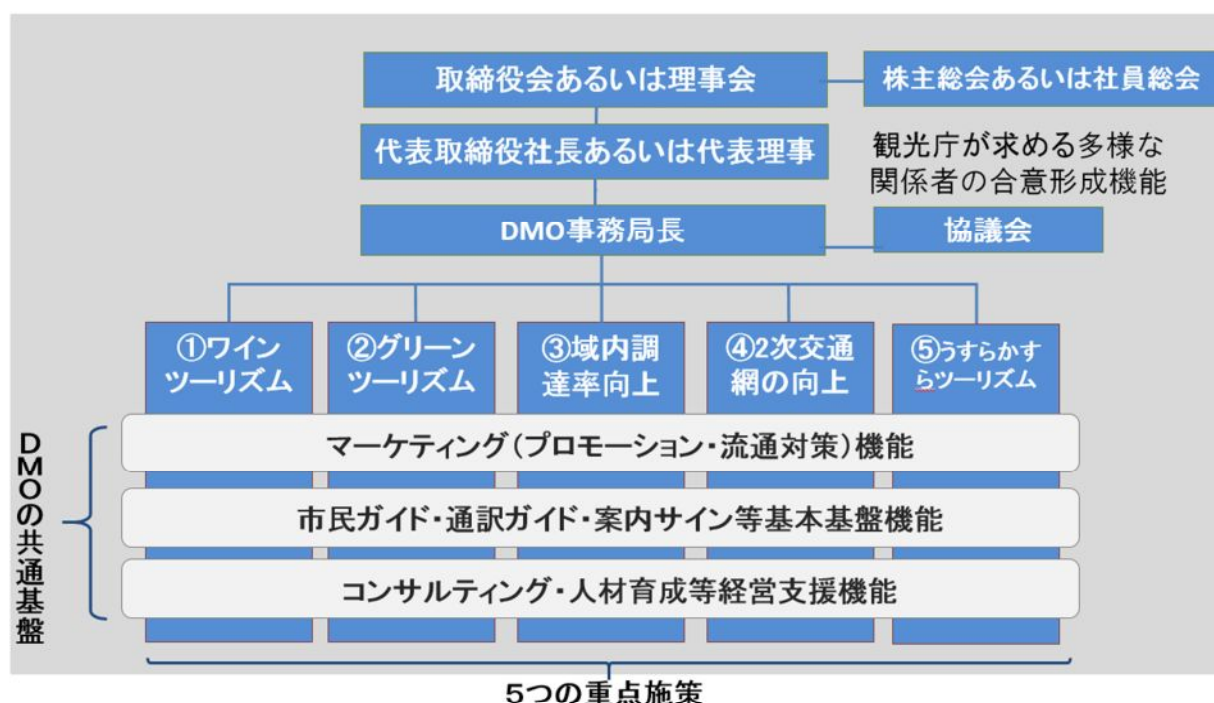
現在、会津美里町で取り組んでいるデマンド交通システムにおいて、観光客にも利用しやすい仕組み作りや、他の公共交通機関と連携しながら、公共交通が空白となる時間帯やイベント期間中においても、観光客の交通手段が確保できるよう、自家用自動車による輸送についても取り組んでいく。

⑤地域産品域内利用促進事業

会津若松市や喜多方市、会津美里町の3地域内での地産地消を推進し、地域内での域内調達率を向上させ、地域経済の活性化に繋げていくため、地元で採れた野菜などの食材やふるさと産品などを、域内の飲食店やホテル、旅館等で使用してもらうようPRを行い、情報発信や試食会などを実施していく。

(2)共通基盤となる基本施策

5つの重点施策を展開するにあたり、DMOが共通基盤として持つべき機能を整理し、重点施策の実施をより効果のあるものとする。



①マーケティング(プロモーション・流通対策)機能

それぞれの施策を展開するにあたり、会津美里町の観光資源等分析をおこない、データに基づいてターゲティングを進めることが効果的・効率的な集客につながる。

ターゲットとする消費者に対し直接情報を届け、集客を進めるプロモーション機能は、今後自社Webの充実とWebへ誘導をするためのデジタル活用が求められており、専門人材によって行われることが想定されるため、共通基盤化することが必要である。

また、国内外の旅行会社を通じて間接的に集客をおこなうことも必要で、旅行会社への人脈づくりの観点からも営業機能は集約していく方が効果的である。

②市民ガイド・通訳ガイド・案内サイン等基本基盤機能

国内外からの観光客に、会津美里町の良さを分かりやすく伝え、観光客へのホスピタリティを向上させていくためにも、ガイド機能を充実させ受け入れ体制の整備へとつなげる。また、2018年1月4日から解禁された外国人への有償ガイドは、新たな経済価値を生むことから共通基盤として積極的に

取り組む。

また、街なかのオリエンテーリング事業の展開や外国人への案内には案内サインが必要であり、その充実につなげることも必要である。

③コンサルティング・人材育成等経営支援機能

観光まちづくりを進めるためには、従来の観光関連事業者に加え、農商工事業者に観光による経済価値の恩恵がいきわたるようにすることが必要である。しかし、農業従事者等今まで観光客との接点がなかった事業者にとって、どのように営業をするのか、集客をするのかが分かりづらい。域内の宿泊施設に会津美里町産の農産物を紹介、販売していくための営業支援も必要である。そこで、新たに観光まちづくりに参画する事業者や市民・町民への支援機能を設け、観光事業のすそ野の広がりを創り上げる。

Ⅲ. 事業戦略

1. 観光資源の把握

事業戦略を立てていくにあたり、地域の観光資源の把握が必要であることから、経験価値を創出していく可能性の高いもの又は活用の機会が多いものについて、分類化し活用に向けて整理していく。

資源分類	資源名	所在エリア	活用方法
重点資源 (ビジョン)	ほっとぴあ新鶴	新鶴地域	周辺にはぶどう畑が広がる丘陵地帯の上部に位置している。施設の老朽化が進んでおり、利活用の検討段階だが、将来的には本町のメインの宿泊施設にしていく。
	新鶴ワイナリー	新鶴地域	将来性が期待できる施設群であることから、ワイナリーが設立後は、物産館との役割を明確にし、新鶴地域の賑わいの創出の拠点としていく。
	日本酒・ワイン	高田・新鶴地域	「全国新酒鑑評会」において福島県が8度目の日本一となり、本町の白井酒造店の「萬代芳」が金賞を受賞した。また、本町で栽培されたぶどう品種「新鶴シャルドネ」がイギリス・フランス品評会において銀賞受賞となった。また、ワインについては、地元の有志が合同会社を設立し、現在ワイナリーの整備を進めている。こうした地元産の地酒やワインを有益な地元特産品として、町内外に広く情報発信しながら、町内の宿泊施設や小売店、ネット等で販売していく。
	白鳳山公園	本郷地域	公園内には、アスレチックや遊歩道が整備されており、東北最大級の山城跡を有する。瀬戸町通りに近いこともあり、街なか散策コースの一つとして商品造成に組み込んでいく。
食	早炊き加工米	本郷地域	会津美里町の特A地域の水田で低農薬で育てられ、収穫後現地で加工される。無洗米で手間が要らないので、わずか18分で炊き上げが可能で、環境にもやさしいことから、DMOの構成地域内で活用を目指す。

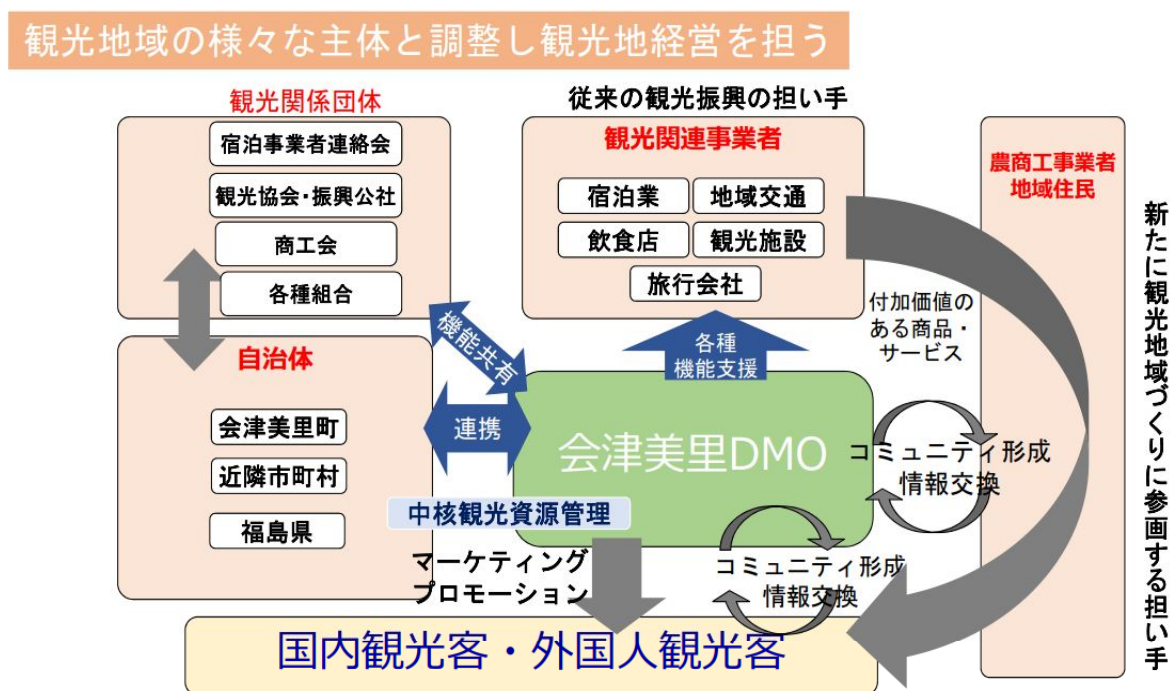
資源分類	資源名	所在エリア	活用方法
食	美里ホルモン	町内飲食店	B 級グルメとして本町のソウルフードにしている。協力店舗の拡大を図っていく。
	高田梅	高田地域	別名「青いダイヤ」とも呼ばれ、ゴルフボールほどの大きさになる。その食感から梅漬をはじめ、梅酒、ジュース、飴などの加工品としてすでに活用されているので、郷土の土産品としてPRしていく。
	身しらず柿	全地域	本町に限らず、会津の特産品でもあり、皇室への献上柿としても名高く、現在も献上されている。2017 年にはタイへ販路拡大をしているので、福島の名産品として広くPRしていく。
	にしんの山椒漬け	全地域	身欠きニシンと山椒を交互に重ねて、醤油、砂糖、酢などで作ったタレに漬けた会津の郷土料理。酒の肴に最高で、ニシンを漬けるための専用の焼き物である「ニシン鉢」は会津本郷焼で作られていることから、コラボ商品として価値を見出す。
	高田せんべい	高田地域	本町高田地域で古くから親しまれている食べ物なので、町の名物産品としてPRしていく。
	きんつば	高田・新鶴地域	観光客や地元でも人気のある食べ物なので、会津美里町の名物産品としてPRしていく。
産業文化	会津本郷焼	本郷地域	1993 年に伝統工芸品産地指定となり、現在 13 の窯元があり、それぞれ特色のある陶器・磁器を製作している。8 月第 1 日曜日には「せと市」が開催される。各窯元では手びねりやろくろ、絵付け体験などできるので、旅行商品の体験メニューの一つとして組み入れていく。
観光施設 (宿泊施設)	ユースホステル会津野	高田地域	町内随一の外国人宿泊者数が多い施設なので、インバウンド対応で協力連携していく。
	せせらぎ公園 オートキャンプ場	本郷地域	会津若松市と隣接する大川河川敷内に位置しており、デイキャンプからロングステイキャンプまで幅広く利用できるので、アウトドア施設として利用価値を高める。
	蓋沼森林公園 オートキャンプ場	高田地域	山間部に位置しており、森林公園内にあるキャンプ場。星空観察やグランドゴルフ、バードウォッチング、五右衛門風呂などの体験メニューが豊富なので、アウトドア施設として利用価値を高める。
	ふれあいの森 スポーツ公園	新鶴地域	バンガローや夜間照明付テニスコート、陸上競技場、アスレチック広場などを備えた複合スポーツ施設。近くに宿泊施設ほっとぴあ新鶴があることから、スポーツツーリズムとして合宿誘致を推進する。
商業施設	美里蔵	高田地域	伊佐須美神社のすぐ西側にあり、観光案内所のほか、パンや雑貨品、野菜、あいづじげんのグッズなどを販売している店が3店舗入店し、ミニイベントも開催していることから、高田地域における賑わいの創出拠点としていく。
	ふるさと観光物産館	新鶴地域	将来性が期待できる施設群であることから、ワイナリーが設立後は、ふるさと観光物産館との役割を明確にし、新鶴地域の賑わいの創出の拠点としていく。

資源分類	資源名	所在エリア	活用方法
商業施設	会津本郷陶磁器会館	本郷地域	町内 13の窯元の商品を取り扱っており、その他地酒、物産品を販売している。観光案内所である本郷インフォメーションセンターが隣接していることから、本郷地域の瀬戸町通りに面していることもあり、賑わいの創出拠点として、中心的な役割を担うこととする。
自然景観	桜	全域	町内には9つの桜の名所(米沢の千歳桜・宮川の千本桜・法用寺虎の尾桜・向羽黒山城跡の桜・文殊院知恵桜・馬ノ墓の種蒔桜・神代桜・古御田の桜・薄墨桜)があり、季節になると多くの観光客が訪れ、ツアー造成にも繋がっていることから、継続してエージェント訪問し、PR宣伝していく。
	あやめ	高田地域	町の花として、伊佐須美神社外苑のあやめ苑には150種10万株のあやめが咲き誇る。6/15～7/5にはあやめ祭りが開催されることから、イベントと合わせてPRしていく。
	蓋沼森林公園	高田地域	山間の中に位置しており、遊歩道やキャンプ施設が整備されており、福島県の天然記念物に指定されている「蓋沼の浮島」など貴重な天然資源がある。また高台から見える田園風景は、写真映えするので写真愛好家にも人気があることから、SNS等での情報発信でPRしていく。
歴史文化	天海大僧正	高田地域	徳川家康から3代に渡って側近として仕えた本町ゆかりの歴史上の人物。観光協会でも顕彰委員会を立ち上げ、グッズ開発や研究、周知PRを行っている。しかしながら、知名度が低い部分があるので、今後は観光でどのように活用していくか検討していく必要がある。
	伊佐須美神社	高田地域	「会津発祥の地」としての由来をもつ、県内でも有数の観光入込みを誇るが、2008年の火災により、現在は仮社殿となっている。将来新たな社殿が建立される計画があるので、重要な観光スポットとして継続してプロモーションを仕掛けていく。
	法用寺	高田地域	会津三十三観音の29番札所になっており、「仏都会津」発祥の寺院として、会津でも最古級の寺院であることから、多くの文化財を保有している。会津三十三観音巡りと合わせて、重要な観光資源として広くPRしていく。
	左下り観音	本郷地域	会津三十三観音の21番札所になっており、山の中腹にある岩を切り開き構築した三層閣の御堂で、本町でも有数の観光スポットとしている。会津三十三観音巡りと合わせて、重要な観光資源として広くPRしていく。
	向羽黒山城跡	本郷地域	東北最大級の山城跡として、平成13年に国の指定史跡となった。また、平成29年には続日本百名城にも選定になった。白鳳山公園内に位置しており、白鳳山入口には向羽黒山城跡整備資料室があることから、歴史資源としてPRしていく。

資源分類	資源名	所在エリア	活用方法
歴史文化	会津の三十三観音巡り	全域	平成 28 年に「会津の三十三観音巡り」が日本遺産と認定になり、会津の三十三観音を代表する会津三十三観音については本町には 11 の札所を所有しているため、広域的なPRと合わせて、独自でも 3 分の 1 巡りとしてサイクルコース等に組み入れていく。
イベント	ふれあい茶会	本郷地域	観光協会で開催しているイベントで、町村合併後も継続して実施していき、過渡期にきている。町の補助金が主で運営されていることから、関係団体とイベントの統廃合、見直しも含めて議論していく。
	あやめ祭り	高田地域	
	ワイン祭り	新鶴地域	
	大俵引き	高田地域	400 年以上続く伝統行事。歴史も古く、毎年 1 月第 2 土曜日に開催され、冬のイベントとして定着しているため、継続したPRと情報発信によって誘客を図っていく。

2.美里町 DMO(エリアマネジメントとして)のモデル

地域事業者を結ぶ中間支援組織としての機能に重きを置くことが重要である。



資料出所先: 近畿大学経営学部 高橋一夫教授

3.事業評価

行政、観光関連団体、事業者で構成する「会津美里町観光まちづくり推進協議会」において、観光振興計画の各施策や事業の進捗状況を把握し、効果検証と評価を行い、必要に応じ事業内容の見直しや改善等、PDCA サイクルによる継続的な進行管理を行っていく。

また、来訪者の満足度やリピーターを把握しながら顧客管理していくため、アンケートによる評価も実施していく。

【事業成果の評価指標】現状把握（会津美里町のデータ）

- ① 一人あたりの旅行消費額の向上（日帰り） 単位：円

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
825	635	727	676

- ② 一人あたりの旅行消費額の向上（宿泊者） 単位：円

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
11,083	10,713	10,426	11,272

- ③ 観光入込客数 単位：千人

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
2,053	2,036	1,856	1,743

※「福島県観光客入込状況」発表の公式数値

- ④ 延べ宿泊者数 単位：人

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
9,938	10,363	9,297	10,235

- ⑤ 来訪者の満足度→顧客管理

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
-	-	-	-

- ⑥ リピーター率→顧客管理

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
-	-	-	-

- ⑦ WEB サイトのアクセス数

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
-	-		

IV. マーケティング戦略

1.SWOT 分析に基づく現状と課題(会津美里町)

観光 DMO づくりを推進するうえでマーケティングエリアの事業環境を SWOT 分析で整理すると以下のようになる。

	好影響	悪影響
	Strength(強み)	Weakness(弱み)
内部環境	・山と田に囲まれた会津の里 ・豊かな水と土に育まれた農とおいしい食材(米、野菜、りんご、身しらず柿、ぶどう) ・歴史と文化の里 ・特色ある3地域(高田・本郷・新鶴) ・素朴で控え目、穏やかな人柄 ・ワイナリーの創出 ・関心ある農家の存在	・観光事業が収益に繋がっていない。 ・2次交通の整備不足 ・外国人受入体制が十分でない ・観光資源をうまく活かしきれていない。 ・知名度が不足している。 ・宿泊施設が少ない。
	Opportunity(機会)	Threat(脅威)
外部環境	・「会津の三十三観音巡り」日本遺産登録 ・向羽黒山城跡が「続日本百名城」に選定 ・伊佐須美神社本殿造営(近未来) ・国道401号線博士トンネル開通(2020年) ・地域商社設立 ・会津若松市、喜多方、大内宿など大型観光地が隣接している。	・観光事業に長けた専門家(キーマン)の不在 ・熊

2.会津美里DMOの商品・サービス(エリアマネジメントとして)

(1)ターゲットの考え方

観光振興計画で設定しているターゲット層をさらに絞り込むことで、新たな戦略を立てながら、プロモーションを展開していく。

第 1 ターゲット層	ワインと美食に関心のある消費者
選定理由と 取組方針	理由: 今後創設されるワイナリーは新たな観光の目玉となることから、ワインツーリズムとして DMO の展開において最大に活用していくため。 取組方針: 事業者や周辺の宿泊施設や飲食店、物産館と連携ながら、ワインに合う新たな食材やメニューを開発し、デジタルマーケティングからターゲット層へのプロモーションを仕掛けていく。
第2ターゲット層	教育旅行を企画実施する教育委員会又は旅行会社
選定理由と 取組方針	理由: 豊かな農業資源を有効活用し、農山村生活体験や農作業体験などを通して、社会的価値や経済的価値を向上させていくため。 取組方針: 農家民泊を軸に、グリーンツーリズムを推進し、それぞれの強みを活かしながら、会津美里町に1泊、会津若松市や喜多方市に1泊してもらい、民泊による収入アップを狙う。また、関係機関(福島県観光物産交流協会・会津若松市・喜多方市など)と連携しながら、体験メニューや受入農家を開発し、プロモーションを展開していく。
第 3 ターゲット層	片道 200 kmの日帰り圏内で、40 代後半から 60 代の壮年夫婦旅行者
選定理由と 取組方針	理由: 会津美里町の観光素材から来町する価値を見出したときに、日帰り圏内で時間や価値観を共有できそうな年齢層としてもっとも適当な層であるため。 取組方針: 独自ツーリズムの「うすらかすらツーリズム」(街なか散策)を展開していくため、コース開発を行い、デジタルマーケティングからターゲット層へのプロモーションを仕掛けていく。
第 4 ターゲット層	域内調達率向上に関わる事業者
選定理由と 取組方針	理由: エリア内(会津若松市・喜多方市・会津美里町)での地域経済を活性化させ、ブランド価値を高めていくため。 取組方針: エリア内で取れた野菜や果物等の食材や産品を、地元で使うことに価値を見出してもらうよう、エリア内の飲食店や宿泊施設に働きかけを行う。

(2)重点事業に基づいたターゲットと具体的施策

- ①教育委員会や旅行代理店への訪問
- ②2次交通網の整備
- ③案内誘導看板の設置
- ④ガイドの養成
- ⑤Web サイトの充実
- ⑥関係事業者への研修会等(農家民泊・経営支援等)の開催
- ⑦エリア内の飲食店や宿泊施設への営業・試食会の開催

3. 価格と差別化優位性

初期の段階では、市場価格相場が不明なので、サービスの組み合わせ(交通費と宿泊料金をセットにして)でターゲット層に対して値ごろ感が感じられる価格の設定について検討していく。また、差別化については、美里町でしか味わえない価値(ワインツーリズム・グリーンツーリズム・うすらかすらツーリズム)を参加者(ターゲット層)に提供することで他の観光地と優位性をつけていく。

4.流通戦略及びプロモーション戦略

今回設定したターゲット層に対し、造成した商品の魅力を訴求していくため、EC サイトを活用しながら独自のホームページ内でも直販し、さらには首都圏や近隣県市の旅行エージェントへの訪問を行いながら、商品のPRしていく。また、プロモーション戦略においては、SNS による口コミによるプロモーションや、新聞やニュースレターなどのパブリシティによるPR、広告投入やセールスプロモーションなどを展開していく。

5.コンサルティング等経営支援及び人材育成

今までの観光関連事業者をはじめ、農家に対して農家民泊を実施していくための経営支援などのコンサル業務を行なっていく。また、会津美里町の農産物を域内の飲食店や宿泊施設への紹介や営業支援を実施する。さらには、観光関連事業者や住民等を支援しながら観光まちづくりに関わる人材の育成にも取り組んでいく。

6.その他の事業について

【会津美里地域商社】

《目 的》①会津美里の産品を中心に、会津全体をブランドと捉え、地域の商品(産品)の価値を高める。

②地域外に向けて商品や情報を発信し、町のファンや顧客、応援サポーターを増やすことで、外貨の獲得と地域の内需拡大に繋げる。

③契約栽培や計画生産など、原材料の安定的な確保を図り、生産者の地位の向上を図る。

《事業内容》①生産の仕組みの構築→契約栽培、計画生産

②商品開発→農産物・地域内の既存商品・会津地域の産品・友好姉妹都市産品等を活用した新商品の企画及び開発(開発した商品を「會美ブランド」として本町のブランド商品として販売)

③販路の開拓及び販促活動→卸業者への営業活動 ECサイトの活用 応援サポーター制度

④マーケティング→消費者動向の調査 商品リサーチ情報

V. 財務計画（今後検討）

1.収入

- ・町補助金・・・観光事業補助金
- ・町委託料(指定管理)・・・本郷インフォメーションセンターの施設管理
- ・自主事業収入・・・旅行商品、広告
- ・会費・・・1口 2,000 円(現在)

2.支出

- ・一般管理費
- ・プロモーション費
- ・観光推進費
- ・戦略・マーケティング調査費

3.採算の検討

（今後検討）

4.資金計画

（今後検討）

VI. 設立法人の概要

1.設立予定日

平成31年3月 予定

2.設立時出捐金

（今後検討）

3.人員構成

（今後検討）

4.開業予定地

会津若松市・喜多方市・会津美里町

5.組織イメージ（会津美里町エリアの場合）

