

令和 7 年度

第 2 回会津美里町観光まちづくり推進協議会

日 時 令和 7 年 10 月 1 日 (水) 14 時開会
場 所 会津美里町役場 2 階 205 会議室

次 第

1. 開 会

2. 委員長挨拶

3. 協議事項

(1) アンケートとワークショップの結果について

(2) 第 2 次観光振興計画 (案) について

①序章 観光振興計画について

②第 1 章 第 1 次観光振興計画のふりかえりについて

③第 2 章 第 2 次観光振興計画について

④第 3 章 観光の推進体制と進行管理について

(3) 今後のスケジュールについて

4. そ の 他 次回 10 月下旬

5. 閉 会

令和7年度第2回会津美里町観光まちづくり推進協議会委員

NO	役職	所 属	職名	氏 名	備考(要綱)
1	委員長				首都圏からの外部有識者 (第3条第2項第1号委員)
2	副委員長				会津美里振興公社 (第3条第2項第4号委員)
3					会津美里町観光協会 (第3条第2項第2号委員)
4					会津美里町商工会 (第3条第2項第3号委員)
5					地元観光関係者 (第3条第2項第5号委員)
6					地元観光関係者 (第3条第2項第5号委員)
7					地元観光関係者 (第3条第2項第5号委員)
8					町内女性グループ (第3条第2項第6号委員)
9					地元事業者 (第3条第2項第6号委員)
10					地元観光関係者 (第3条第2項第5号委員)
11					地元観光関係者 (第3条第2項第5号委員)
12					地元事業者 (第3条第2項第6号委員)

会津美里町観光まちづくり推進協議会 事務局

NO	所 属	職名	氏 名	備 考
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

7月実施の観光に関するアンケート 集計結果

実施期間 令和7年7月7日8:00から18日23:55

対象 会津美里町ライン登録者3,012名(令和7年6月20日時点)

回答 143件(回答率 4.74%)

問1 男女等の別

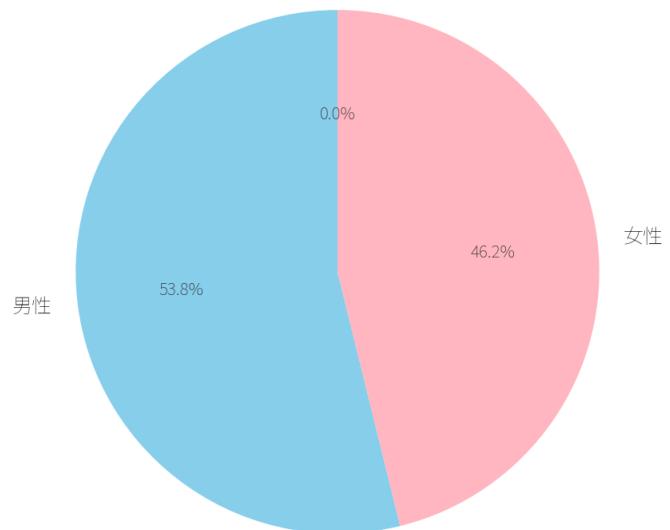
■【問1】男女等の別

男性:77人(53.7%)

女性:66人(46.0%)

その他・答えない:0人

分析:男性と女性のバランスは比較的均等であり、性別による偏りは見られない。



問2 お住まいの地域

■【問2】お住まいの地域

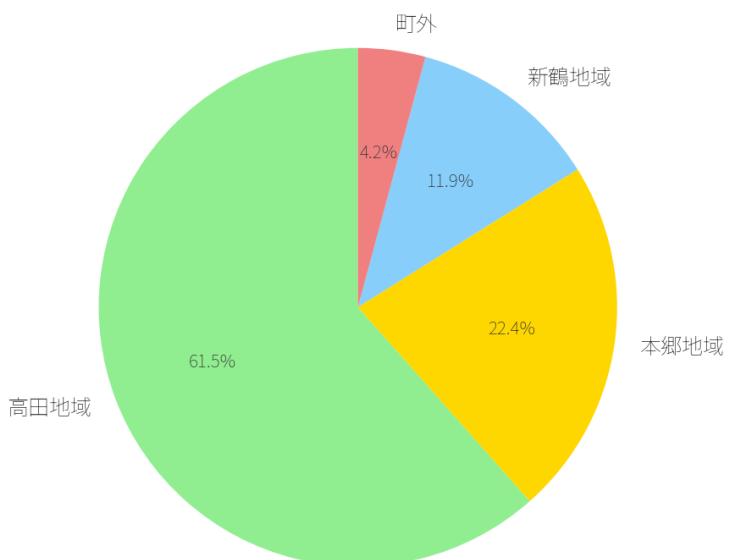
高田地域:88人(61.1%)

本郷地域:32人(22.2%)

新鶴地域:17人(11.8%)

会津美里町以外:6人(4.2%)

分析:回答者の6割以上が高田地域在住であり、高田地域の意見が強く反映されている。



■【問3】年齢

60代:42人(29.2%)

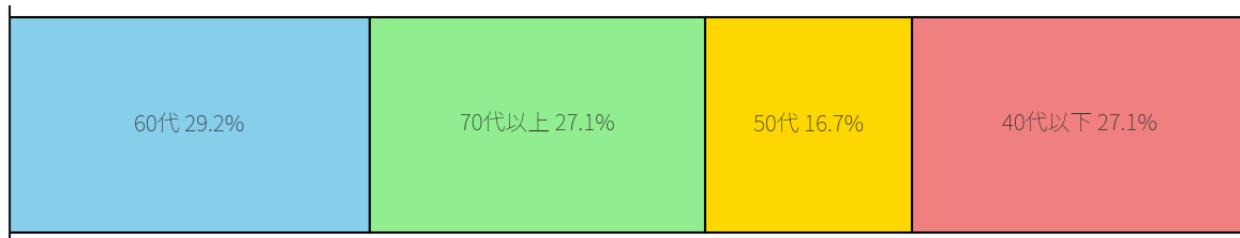
70代以上:39人(27.1%)

50代:24人(16.7%)

40代以下合計:39人(27.1%)

分析:60代以上が半数を超える、高齢層の回答が中心。観光施策では高齢層に配慮した企画や情報発信手段(紙媒体など)も検討すべき。

問3 年齢 (割合)



■【問4】一番好きな観光スポット(単一回答)

観光スポット 回答数

伊佐須美神社 84

御田植祭り 42

あやめ祭り 40

会津三十三観音めぐり 25

高田大俵引き 23

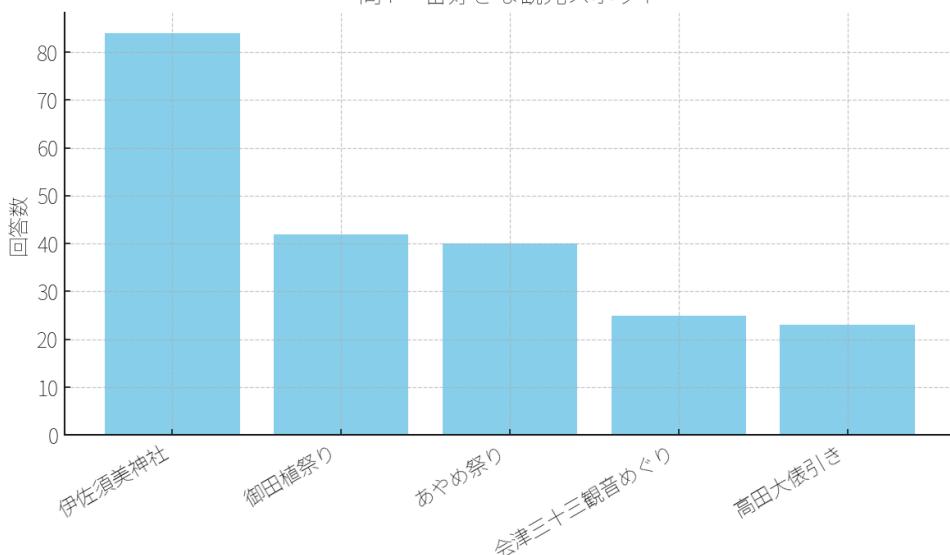
分析:伊佐須美神社(84票)が圧倒的な人気で、地域の「象徴的存在」としての支持が強い。

季節イベントでは「御田植祭り(42)」や「あやめ祭り(40)」がほぼ同数で人気が高く、祭り文化に対する住民の愛着が感じられる。

「会津三十三観音めぐり」「高田大俵引き」も一定の評価をあり、宗教・伝統行事の継承意識がうかがえる。

回答内容からは、「観光資源=歴史・信仰・伝統文化」という地元住民の意識構造が明確に表れている。

問4 一番好きな観光スポット



■【問5】高田地域における一番好きな観光スポット(単一回答)

観光スポット 回答数

伊佐須美神社 113

宮川千本桜 15

法用寺 5

蓋沼森林公园 2

龍興寺 1

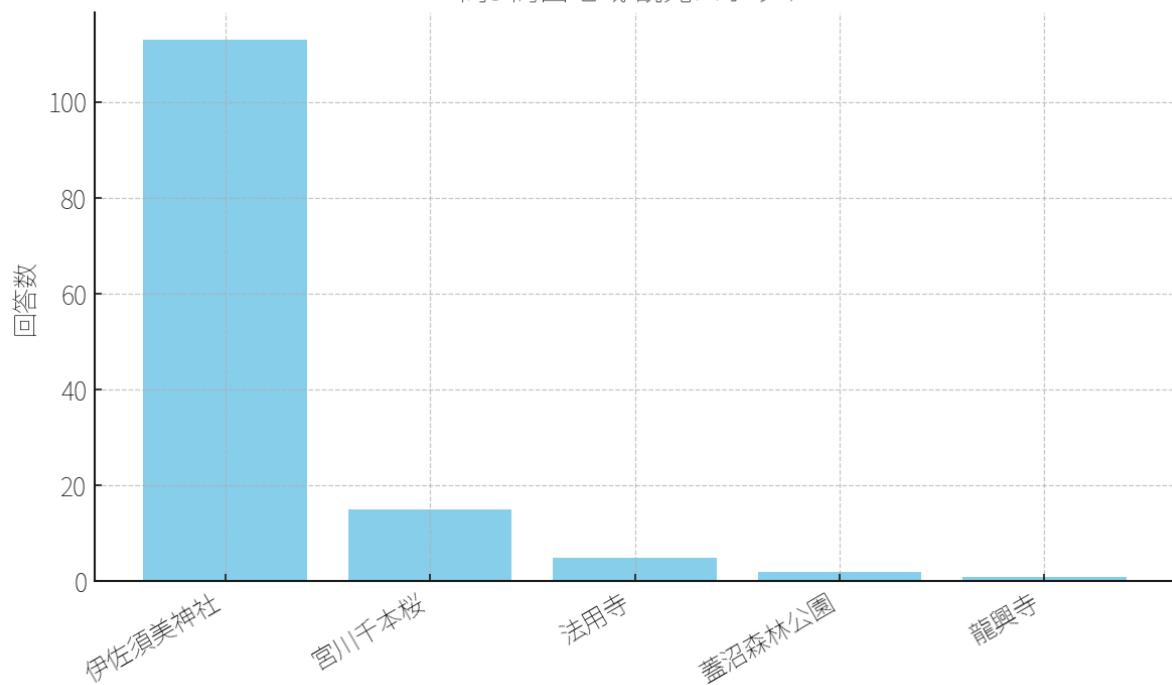
分析:伊佐須美神社(113 票)が高田地域内でも圧倒的に支持されており、地域の誇りかつ核となる観光資源であることが明確。

次点の「宮川千本桜(15 票)」は春季の桜観賞地として一定の人気があり、季節イベント的な要素として観光価値がある。

その他のスポット(法用寺・蓋沼森林公园・龍興寺)は認知・人気ともに限定的で、今後の発信・磨き上げの余地が大きい。

高田地域における観光資源の集中度が非常に高く、伊佐須美神社を中心とした周辺回遊型観光の構築が有効と考えられる。

問5 高田地域 観光スポット



■【問6】本郷地域における一番好きな観光スポット(単一回答)

観光スポット 回答数

会津本郷焼の窯元 66

向羽黒山城跡(むかいはぐろやまじょうあと) 36

せせらぎ公園オートキャンプ場 22

本郷温泉湯陶里(ゆとり) 6

左下り観音(さくだりかんのん) 5

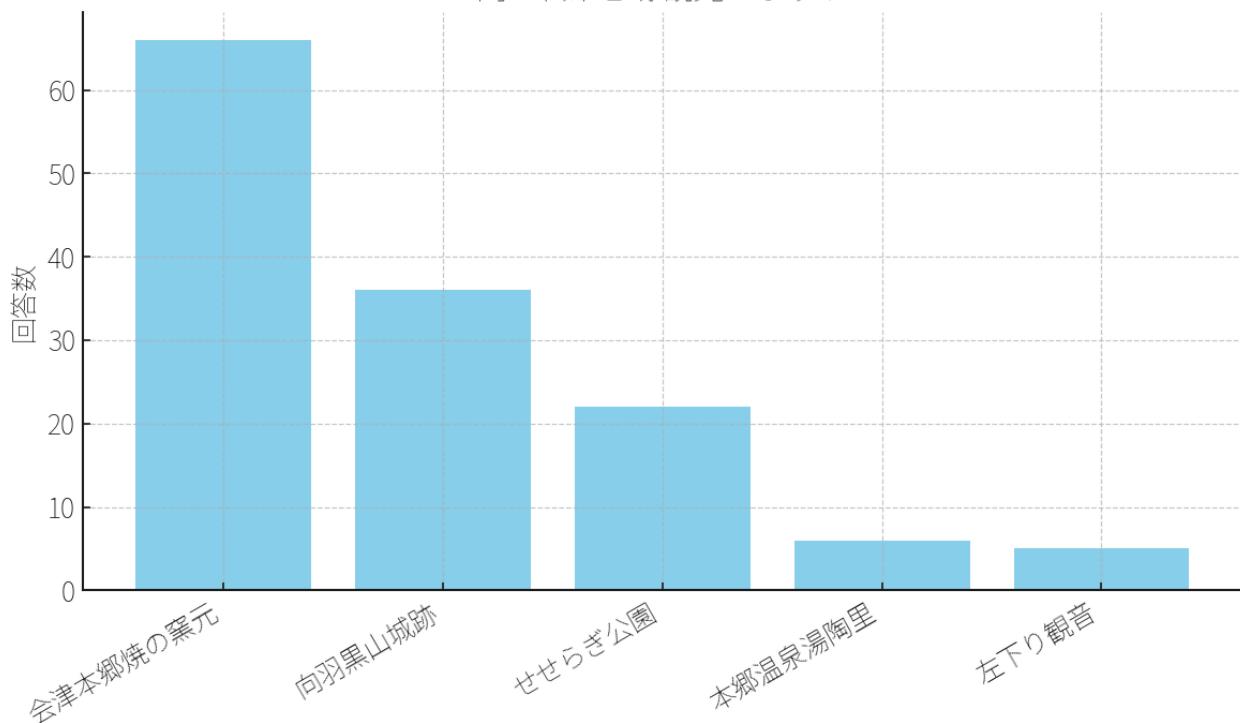
分析:最も支持されたのは「会津本郷焼の窯元(66 票)」で、本郷地域の伝統工芸としてのブランド力が強く反映されている。

「向羽黒山城跡(36 票)」も次いで人気があり、歴史ファンや地域遺産への関心が高いことがうかがえる。

「せせらぎ公園(22 票)」は自然・レジャー系のスポットとして一定の支持があり、ファミリー層やアクティビティ志向層への訴求力がある。

一方、「温泉」「観音」などは票数が少なく、観光資源としての訴求力が今後の課題。

問6 本郷地域 観光スポット



■【問7】新鶴地域における一番好きな観光スポット(単一回答)

観光スポット 回答数

新鶴温泉 57

新鶴ワイナリー 37

中田観音 24

ふれあいの森公園 6

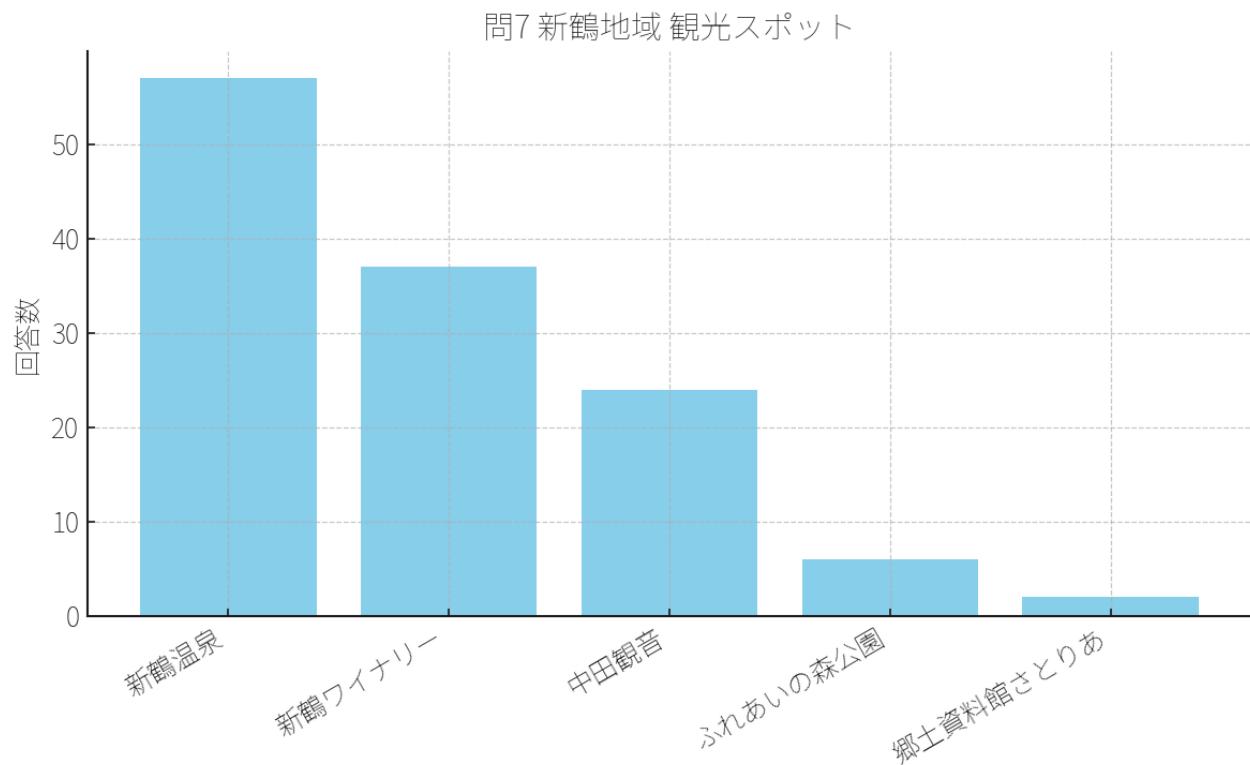
郷土資料館さとりあ 2

分析:「新鶴温泉(57 票)」が最も人気であり、地域住民にとっての癒しや日常的な観光資源として高く評価されている。

「新鶴ワイナリー(37 票)」も続いており、地元産品・体験型コンテンツへの支持が見られる。

「中田観音(24 票)」は宗教・歴史系の定番スポットとして一定の地位を保持。

「ふれあいの森公園」や「さとりあ」は認知度・魅力度ともに限定的で、今後の磨き上げや広報強化が課題。



■【問8】会津美里町のおみやげとしてふさわしいと思うもの(単一回答)

おみやげ品目 回答数

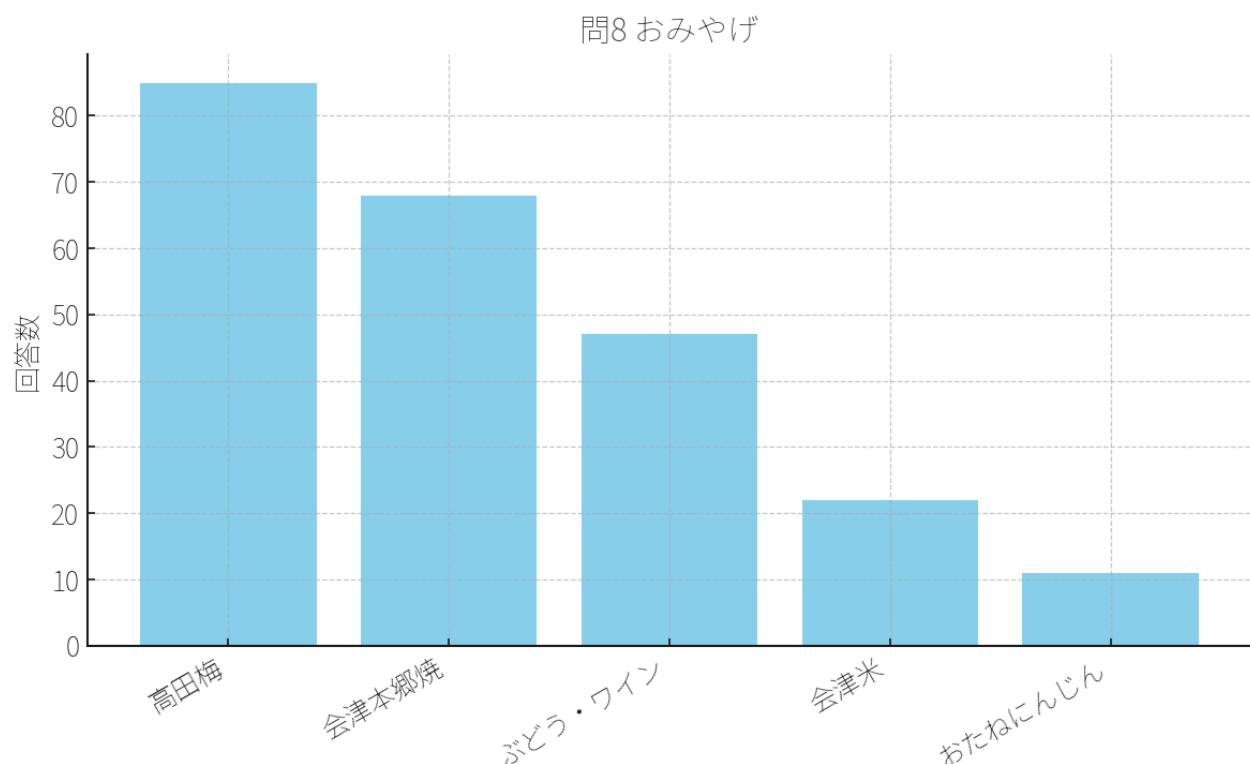
高田梅	85
会津本郷焼	68
ぶどう・ワイン	47
会津米	22
おたねにんじん	11

分析:「高田梅(85 票)」が最多であり、地元の農産品としての認知度・親しみやすさ・贈答性の高さがうかがえる。

次いで「会津本郷焼(68 票)」が続き、工芸品としての価値・特産品としてのブランド力が定着している。

「ぶどう・ワイン(47 票)」も人気があり、加工品や地元産品の展開に対する期待の高さが読み取れる。

「会津米(22 票)」や「おたねにんじん(11 票)」は相対的に票が少なく、商品の個性・パッケージ・販売方法の工夫が今後の課題と考えられる。



■【問9】観光するうえで会津美里町に求めるもの(複数回答)

項目 回答数

地元のものを買うところ(物産館など) 78

飲食店 71

宿泊施設、温泉施設 63

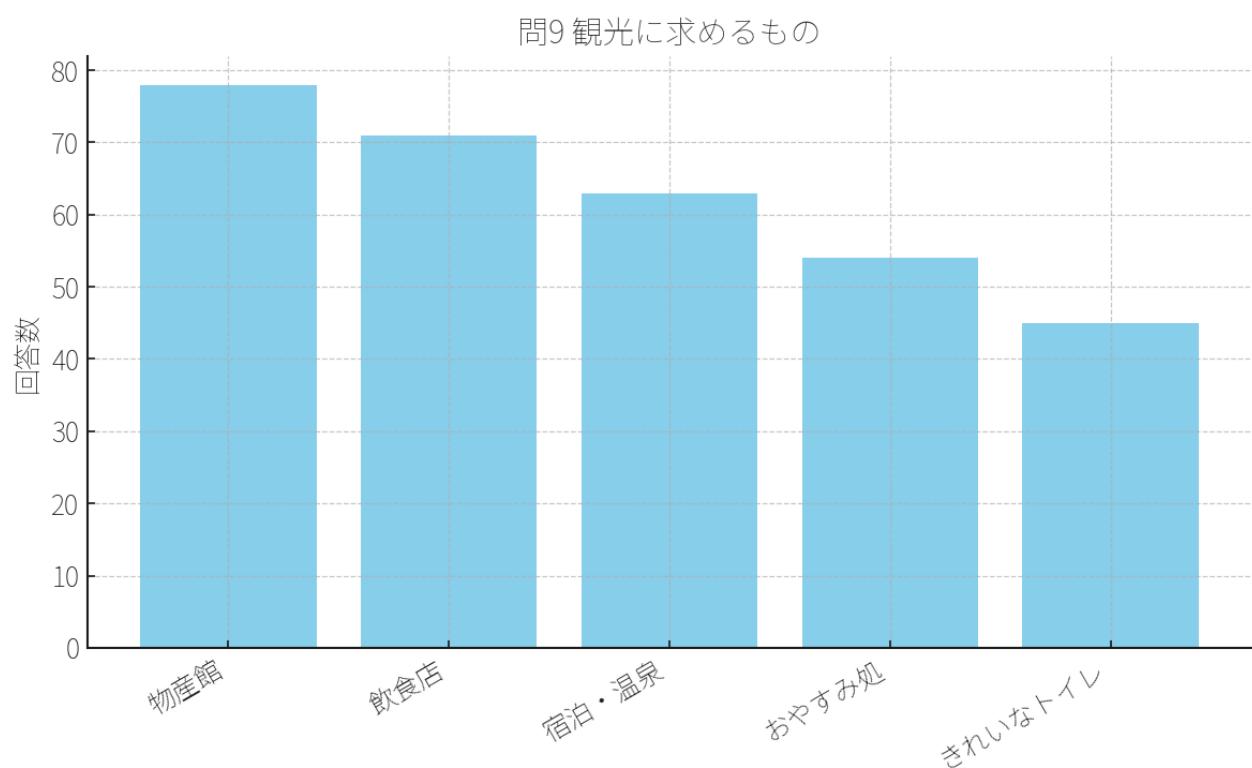
おやすみ処(座って休める快適な空調がある施設) 54

きれいなトイレ 45

分析:最も多く挙げられたのは「地元のものを買うところ(78 票)」であり、観光客にとっての買い物・おみやげ環境の充実が強く求められている。

次いで「飲食店(71 票)」、「宿泊・温泉施設(63 票)」が続き、滞在性や体験性を高める基本的な観光インフラへのニーズが高い。

「おやすみ処(54 票)」や「きれいなトイレ(45 票)」といった、快適性・休憩環境の整備も中核的要素として挙げられている。



■【問 10】観光協会に求める役割(複数回答)

項目 回答数

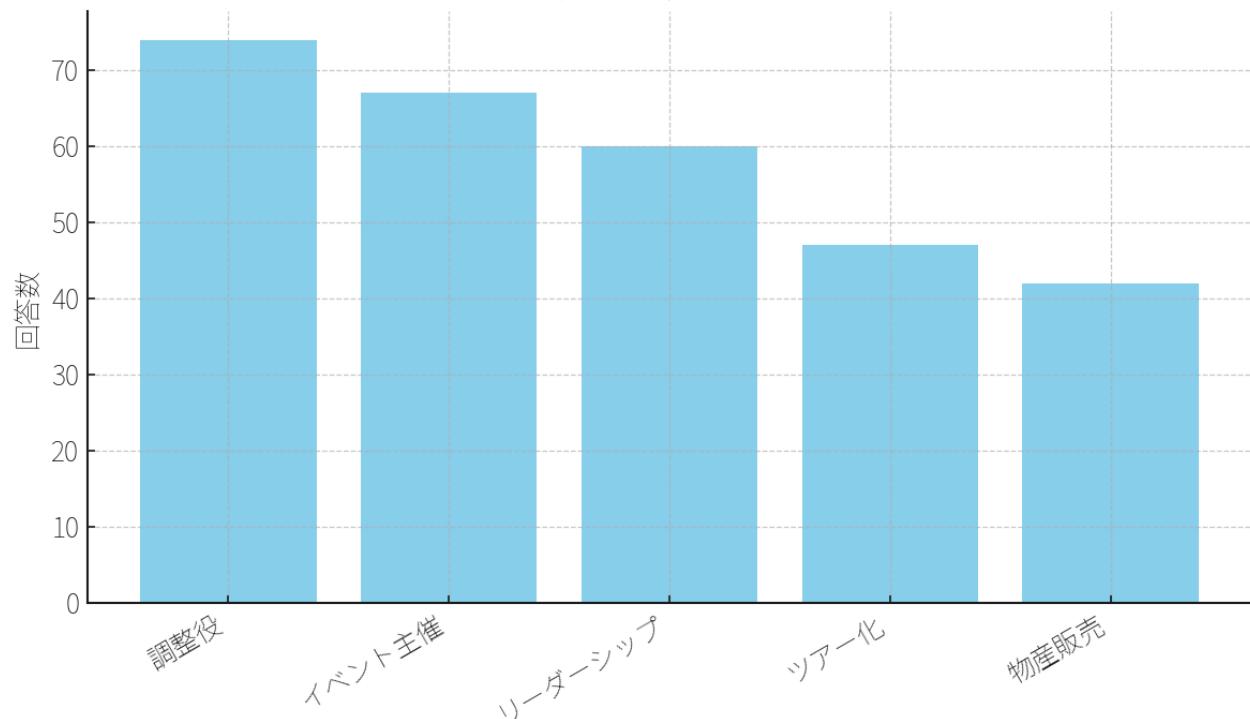
地元事業者をつなげる調整役・コーディネート役	74
イベントやお祭りなどを主催する取りまとめ役	67
観光客を誘致するための強力なリーダーシップ	60
地元の魅力をツア化し観光客を呼び込む旗振り役	47
地元のものを売る物産の販売の取りまとめ役	42

分析:最も多かったのは「地元事業者をつなげる調整・コーディネート役(74 票)」であり、観光協会に対しては連携・ネットワーク構築のハブ機能が強く求められている。

「イベントや祭りの主催(67 票)」「観光客誘致のリーダーシップ(60 票)」も高評価で、戦略的推進力と実行力の双方が期待されている。

「ツア化・商品化」「物産販売」なども一定の支持を得ており、地域資源を具体的な形に落とし込む企画力・販売力の強化が課題。

問10 観光協会に求める役割



■ 質問 11:自由意見

(例:「SNS での発信が必要」「町外との連携を」「もっとアピールを」など) 【分析】自由記述には情報発信の強化、地域資源の魅力発信への期待が多く見られた。町民の主体的な観光推進意識も伺える。

高田地域ワークショップ【7/31 開催】

主な観光資源の推し

- 伊佐須美神社(歴史・発祥の地・門前町の可能性)
- 天海大僧正(歴史的人物、学べる拠点づくりが必要)
- 文殊院(学問の神様として参拝者あり)
- 宮川沿いの風景・蓋沼森林公园(自然資源)
- 御田植祭・俵引きなど伝統祭事
- 高田梅・みしらす柿(特産品)

観光を考えるワークショップ高田地域開催記録(議事録)

課題・意見

- 神社周辺に買い物・飲食できる門前横丁が必要
- 歴史を伝える看板やスタンプラリー整備
- 体験型観光(神社で巫女・禰宜体験、梅漬け、柿収穫など親子体験)
- 天海大僧正を学べる拠点整備
- 向羽黒山城や本郷焼との広域連携

観光を考えるワークショップ高田地域開催記録(議事録)

本郷地域ワークショップ【8/5 開催】

主な観光資源の推し

- 本郷焼(点在する窯元・東北最古の焼物産地、瀬戸町通り)
- 向羽黒山城跡(続100名城、全国的知名度)
- せと市(本来の夜の瀬戸町開催に復活を期待)
- せせらぎ公園(キャンプブームとの親和性)
- 秀吉の通行歴史や蔵の建築特徴なども資源化可能

観光を考えるワークショップ本郷地域開催記録(議事録)

課題・意見

- 窯元や蔵を活かしたまち歩き提案
- 山城は案内板やルート整備が不十分
- コラボ商品や体験プログラムによる本郷焼の拡張性
- せと市や地域イベントの原点回帰

- ・組織づくり・人材確保(行政の支援+プレイヤー育成)
- ・台東区との連携、教育旅行誘致
- ・デスティネーションキャンペーンに合わせた広域誘客

観光を考えるワークショップ本郷地域開催記録(議事録)

新鶴地域ワークショップ【7/28 開催】

主な観光資源の推し

- ・新鶴温泉んだ(湯質と食事)
- ・新鶴ワイナリー(イベントや個展実績、ナイトハーベスト体験)
- ・ワインフェス(継続開催と収益化の重要性)
- ・蓋沼森林公園(自然・心靈スポット要素も)
- ・イベント活用(マラソン大会×ワインなどユニーク企画)
- ・美里全体では伊佐須美神社・向羽黒山城跡も推しとして言及

観光を考えるワークショップ新鶴地域開催記録(議事録)

課題・意見

- ・イベント日程を明確化し案内可能にする必要
- ・施設スタッフや雰囲気の活性化
- ・中途半端な都会模倣より地域独自の魅力を重視
- ・継続性あるイベント運営(補助金頼みで終わらせない)
- ・「ぶつ飛んだ」企画での注目集め(例:ワインマラソン)
- ・伊佐須美神社再建期の集客維持策が課題

観光を考えるワークショップ新鶴地域開催記録(議事録)

総括

- ・高田:歴史・信仰・伝統祭事の核(伊佐須美神社中心に門前横丁や親子体験型を強化)
- ・本郷:ものづくり・城下町的な魅力(本郷焼の産業観光、向羽黒山城との連携、原点回帰イベント)
- ・新鶴:温泉・ワイン・イベント性(継続的な体験型イベント・施設魅力化・地域独自の発信)

3 地域とも「継続性」「体験型観光」「広域連携」「住民と観光客が一体で楽しめる仕組み」が共通テーマになっています。

会津美里町
第2次観光振興計画
(案)

はじめに

本町には、由緒ある神社仏閣をはじめ、誇るべき歴史や文化が息づいています。

“会津”の地名の起源とされる「伊佐須美神社」や、日本遺産に認定された「会津の三十三観音めぐり」の札所、そして続日本100名城に選ばれた「向羽黒山城跡」等、数々の史跡が訪れる方を魅了します。また、東北最古の焼き物として知られる「会津本郷焼」等の伝統工芸も受け継がれており、地域の誇りとなっています。さらに、季節ごとに開催される「あやめ祭り」や「せと市」、「ワイン祭り」等、多くの方々に親しまれるイベントも彩りを添えています。

これらの観光資源を活かしきれない現状を打破するため、平成27年度に「会津美里町観光振興基本計画」を策定し、官民が連携して様々な施策・事業を進めてまいりましたが、令和7度に当該基本計画の最終年度を迎えたことから、今後10年間の指針となる「第2次会津美里町観光振興計画」を策定いたしました。

本計画は、会津美里町の豊かな自然環境や歴史的・文化的資源を将来へ継承しつつ、観光を通じた交流人口の拡大と地域の活性化を図ることを目的としています。策定にあたりましては、町民ワークショップの開催等を通じて、町民の皆さまから幅広いご意見をいただき、その成果を計画内容に反映いたしました。これにより、本計画は「町民とともに築く観光振興計画」として位置づけられるものとなっています。

今後は、本計画を指針として、町民・観光事業者・関係団体・行政が一体となり、持続可能で魅力ある観光地域づくりを推進するとともに、より一層の観光客誘致につなげていくこととしております。

令和8年3月 会津美里町

目 次

序章　観光振興計画について	1
1．計画の目的、位置づけ、計画期間	1
1章　第1次観光振興計画のふりかえり	2
1．第1次計画のふりかえり	2
2．目標の達成状況	4
3．全国及び福島県の観光関連動向	21
4．課題の整理	22
2章　第2次観光振興基本計画について	24
1．第2次観光振興計画の基本方針	24
2．計画の基本目標	25
3．戦略的方針	27
4．重点施策と戦略プログラム	28
3章　会津美里町における観光の推進体制と進行管理	41
1．官民連携による推進体制	41
2．計画の進行管理	42

序章 観光振興計画について

1. 計画の目的、位置づけ、計画期間

1) 計画の目的

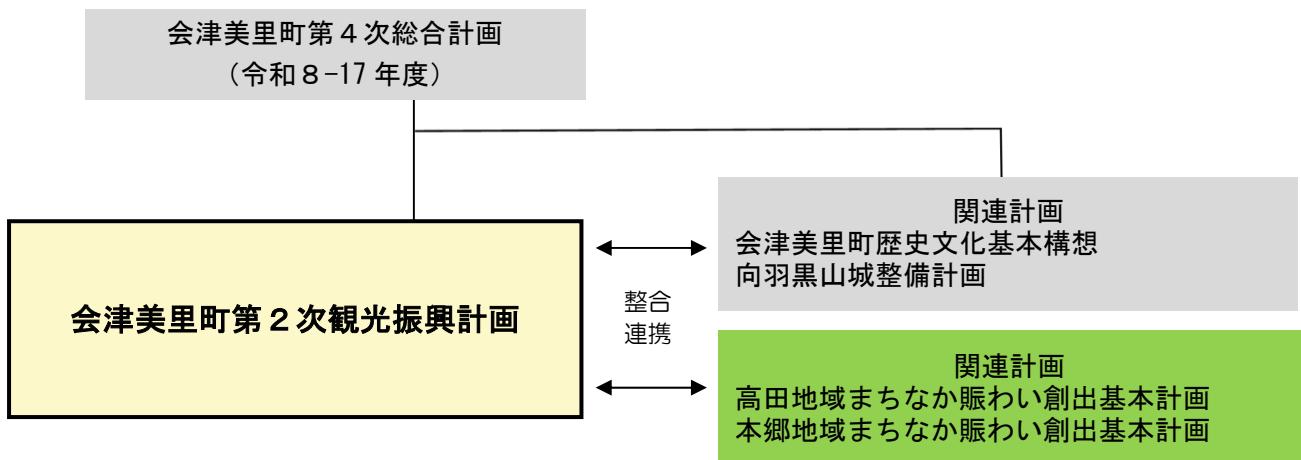
本町の観光行政は、平成 27 年度に策定した『会津美里町観光振興基本構想および計画（以下、「第 1 次計画」という。）』に基づき、計画目標の実現に向けて各種施策・事業を展開してきた。

令和 7 年度は、第 1 次計画期間の最終年度であることから、これまで実施してきた施策・事業の振り返りを含む、会津美里町第 2 次観光振興計画（以下「第 2 次計画」という。）を策定する。

計画策定により、課題を明確にするとともに、現状に即した施策・事業内容へ見直すことで、目標としてあげる「観光入込数」と「宿泊数」のアウトカム指標の向上につなげ、最終的な目標である観光施策による地域振興を実現していくものとする。

2) 計画の位置づけ

本計画は、上位計画となる会津美里町第 4 次総合計画に基づき、商工観光業の振興等の関連計画と整合を図るものとする。



3) 計画期間

本計画の期間は、会津美里町第 4 次総合計画に合わせ、令和 8 年（2026 年）度から令和 17 年（2036 年）度の 10 か年度とする。なお、令和 12 年度に中間見直しを実施する。

会津美里町第 2 次観光振興計画

（令和 8 ~ 17 年度 ※令和 12 年度に中間見直し）

1 章 第1次観光振興計画のふりかえり

1. 第1次計画のふりかえり

第1次計画をふりかえり、全体目標の達成状況を確認するとともに、アクションプラン毎の検証結果と課題について整理する。

1) 第1次計画のふりかえり

第1次計画は、以下の「いればいるほど元気になる 美（うるわ）しの里」を将来像として、基本理念、基本方向、4つの施策の柱と9の戦略プログラムを策定し、目標値を掲げて推進してきた。観光による地域振興という計画設定時と大きな目的に変更はないため原則、第2次計画においても第1次計画を継承するものとする。

【第1次計画の全体目標】

【将来像】**いればいるほど元気になれる 美しの里**
【基本理念】会津美里町の地域資源を活かし、人が主役となり、
地域をつなげる観光地づくり

【基本方向】

- 基本方向1：心地よく滞在でき、つい長居してしまう環境を演出する
- 基本方向2：会津美里町ならではの、感動とリピートを呼ぶ観光商品をつくる
- 基本方向3：町内外の人々が連携し、みんなで会津美里町の観光を育てる
- 基本方向4：他地域とのつながりを活かして相乗効果を生む

【基本方針】

➤ ボトムアップ志向の観光まちづくり

- ・地域資源を活かし、できることからコツコツと積み上げる
- ・参加者の顔が見える観光まちづくりを推進する
- ・離陸後には段階的に展開し、みさと型観光に結実させていく

➤ 選択と集中志向の観光まちづくり

- ・ターゲットの絞り込みと提供サービスを明確化する
- ・限られた人・もの・資金を集中的に投資する
- ・核になるプロジェクトからの展開シナリオを描く

➤ 協働と連携志向の観光まちづくり

- ・観光とまちづくりの協働、官民の協働により推進する
- ・町内各地域の観光まちづくりを相互に支援する
- ・明確なテーマに基づき狙いを絞った広域連携を展開する

4つの施策の柱と9の戦略プログラム

A. 観光地としての受け入れ基盤整備

既存の施設を活用しながら、基本となる受け入れ基盤を整え、快適な滞在を実現するとともに、賑わいの再構築を目指す。

B. 着地型観光の確立

町の資源の発掘と磨き上げをさらに行い、美里の持ち味を十分に生かしながら、ターゲットに満足頂ける、ここならではの特別な体験を提供する。

C. 観光まちづくりの推進

町内各者の連携により体制を整え、多様な町民の参加により、観光事業を推進する。会津美里町らしさを積極的にPRし、認知度向上、来訪へつなげる。

D. 地域連携による観光事業の拡大

近隣地域と連携して地域の魅力を高めるとともに、効率的なプロモーションを図る。また、都市部や町外在住の町出身者等とのつながりを密にし、応援団を増やす。

■施策体系図

《4つの施策の柱》

A. 観光地としての受け入れ 基盤整備

B. 着地型観光の確立

C. 観光まちづくりの推進

D. 地域連携による観光事業 の拡大

《9の戦略プログラム》

1. 基本的な受け入れ拠点の整備

2. 回遊と滞在を支援するインフラの整備

3. 持ち味を活かした着地型コンテンツの開発

4. 農を活かした食の商品開発

5. 会津美里版観光まちづくりの推進体制の構築

6. 観光まちづくりへの町民の参加

7. ターゲットに応じた情報発信・プロモーション

8. 町外との連携による交流、誘客の促進

9. インバウンド誘致に向けた準備

2. 目標の達成状況

1) 全体目標の達成状況

- ◎ 「一人あたりの観光消費額」は目標値を達成しているものの、この数値は「観光消費額」を「観光施設入込客数」で割って算出しているため、入込客数が少ない場合には高く算出される傾向がある。そのため、「一人あたりの観光消費額」と「観光施設入込客数」の両方が増加し、あわせて目標を達成することが望ましいと考える。
- ◎ 「観光施設入込客数」は 2.3 万人となり、前年より 3,000 人減少した。施設別にみると、新鶴温泉んだ・ツブラゴッツオでは増加した一方、会津本郷焼物組合・流紋焼・新鶴ワイナリー等の小売業や、にんじん湯吹上荘・花紋屋旅館等の旅館業では減少が見られた。さらに、吉田屋旅館は廃業に至っている。減少の要因としては、団体客のバス利用本数の減少に加え、個人客の来訪も減っていることが、関係者への聞き取りから明らかになった。また、事業者単独での PR には限界があり、地域全体での継続的なプロモーションが必要だという意見もあった。
- ◎ 「観光消費額」は 9,821 万円となり、目標には届かなかったものの、前年に比べて増加した。施設別にみると、宿泊施設で一人当たり単価の高い新鶴温泉んだの売上が伸び、全体額を押し上げている。一方で、それ以外の施設ではすべて減少が見られた。今後の売上向上には、「観光施設入込客数」の増加に加え、高単価でも観光客を惹きつけられるような、魅力的で付加価値の高い商品開発が必要である。

※聞き取り対象施設；会津本郷焼物組合、流紋焼、酔月窯、新鶴ワイナリー、ツブラゴッツオ、新鶴温泉んだ、にんじん湯吹上荘、花紋屋旅館、吉田屋旅館（R 6 廃業）

指標	計画策定前 (平成 26 年度)	令和 2 年度 (前期 1 次計画 5 年の最終年)	令和 6 年度	令和 7 年度
観光施設 入込客数 (A)	6.3 万人	4.5 万人	2.3 万人	
	目標値	6.8 万人	5.3 万人	5.5 万人
一人あたりの 観光消費額 (B) / (A)	2,452 円	2,400 円	4,331 円	
	目標値	3,720 円	2,950 円	3,091 円
観光消費額 (B)	1 億 5,448 万円	6,064 万円	9,821 万円	
	目標値	2 億 5,296 万円	1 億 4,800 万円	1 億 7,000 万円

■各施策別の個別目標

	指標	令和2年度	令和6年度	令和7年度
A 観光地としての受け入れ基盤整備	①観光宿泊客数	目標値	15,499人	16,400人
		実績値	6,000人	13,058人
			39%	80%
	②インフォメーションセンター利用客数	目標値	33,380人	36,500人
		実績値	16,215人	25,906人
		実績値	49%	71%
B 着地型観光の確立	③観光ガイド実施回数	目標値	59件	80件
		実績値	0	31件
			0%	39%
	④モニターツアーの参加人数	目標値	17人	80人
		実績値	0人	3,157人
		実績値	0%	3946%
C 観光まちづくりの推進	⑤ポータルサイトへのアクセス数	目標値	158,000件	206,000件
		実績値	146,824件	179,139件
			93%	87%
	⑥SNS インスタグラム、「#会津美里の日々」の投稿回数（累積数）	目標値	5,254回	11,000回
		実績値	4,163回	13,000回
		実績値	79%	118%
D 地域連携による観光事業の拡大	⑦海外からのポータルサイトへのアクセス数	目標値	1,200件	1,850件
		実績値	1,060件	2,352件
			88%	127%
	⑧観光大使の登録数	目標値	3人	15人
		実績値	0	15人
		実績値	0%	100%

4つの施策に設定した8つの目標のうち、令和6年度時点で 100%達成したのは4つであり、70%以上達成したのは3つ、40%未満にとどまったのは1つである。

達成度 39%にとどまった③観光ガイド実施回数については、コロナ禍前に比較的予約が多かつた団体利用が減少したことが要因である。

全体として、達成度が高いのは情報発信に関する⑤ポータルサイトへのアクセス数、⑥SNS（インスタグラム）の「#会津美里の日々」の投稿回数（累積）、⑦海外からのポータルサイトへのアクセス数であり、効果的な情報発信が①観光宿泊客数、②インフォメーションセンター利用客数、④モニターツアー参加人数の達成に寄与したと判断できる。

特にモニターツアーについては、首都圏大手旅行会社が会津地域や福島県を題材とするツアーの一部に伊佐須美神社や向羽黒山城を組み込んでいる。現時点では通過型の内容であるが、今後は会津美里町の魅力を盛り込み、宿泊を伴う着地型観光へと展開することが、宿泊者数や観光ガイド実施回数、観光消費額の増加に直結する。

さらに、こうした取組を影響力のある観光大使に発信させることで、誘客効果を高めることが次期計画において求められる。

2) 第1次計画における施策別の達成状況

A. 観光地としての受け入れ基盤整備

1. 基本的な受け入れ拠点の整備

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
①立ち寄り拠点の拡充、整備	・利用者の視点に立ち、必要な情報を集結させて、観光インフォメーションセンターの機能・サービスを強化する。	観光協会、振興公社、商工会、行政	△	本郷インフォメーションセンターの軽飲食兼休憩施設を整備し、サービスの充実化を図った。	駐車場、ガイダンス施設等、お土産や物販の充実化などが課題である。	A
	・野菜や特産品等の物産販売拠点を確保し、観光客を誘導する。確保方法としては、空き店舗の活用や既存施設への併設、移動販売等、実現可能な方法とする。		×	実現には至らなかった。	ランドマークとなりうる物産の出口としての拠点が必要である。	B
②空き家等を活用した宿泊・交流拠点の整備	・本郷地域で進行中の空き店舗を活用した宿泊・交流拠点（まちやど）の事業化を推進する。	民間、行政（政策財政課+産業振興課）	△	現在、検討中である。	民泊、農泊等を実施するプレイヤーの発掘、育成が必要である。	B
	・これをモデルケースとし、ノウハウを活かしながら、高田・新鶴地域における整備を目指す。		×	実現には至らなかった。	民泊、農泊等を実施するプレイヤーの発掘、育成が必要である。	B
③ニーズに対応した温泉宿泊施設の再整備	・老朽化している新鶴温泉・ほっとぴあ新鶴については、民間事業者への売却を目指す。売却できない場合には、町において、施設の改修または建て替えを検討する。	民間または行政	○	令和4年、民間に移譲し、民間経営による温泉施設の維持が図られた。	周辺のスポーツ施設やワイナリーと連携し、さらなる誘客を繋げる必要がある。	B

④空き店舗等を活用した回遊・交流・宿泊拠点等の拡充	<ul style="list-style-type: none"> 各地域において、空き家や空き店舗、蔵等を活かした地域の回遊・交流拠点・宿泊拠点・インキュベーション（起業支援）拠点・ワーケーション拠点等、まちなかの回遊や人の交流を促す拠点や、事業、雇用に結びつく拠点を整備し、拠点をネットワーク化させる（高田門前町における町歩きネットワークの充実等）。 	△ ○ ○	<p>代表的な活用として、本郷地域のコバコが挙げられるが、追隨するプレーヤーが表れていな。</p> <p>空き店舗を活用し、一般社団法人TORCHが、その役割を果たしている。</p>	<p>飲食店等の廃業が続き、空き店舗は増加しているが、その後に活用するプレーヤーが圧倒的に少ない。</p> <p>増加傾向の空き家や空き店舗の把握や相続状況の把握が難しい。</p>	B B
	<ul style="list-style-type: none"> 空き家や空き店舗、蔵等の情報について、民間による柔軟な方法で収集・マッチングを行い、活用を促進させる（登録手続きの簡素化、地域に必要な業種の逆指名等）。 				

2. 回遊と滞在を支援するインフラの整備

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
①観光施設の整備および改修	<ul style="list-style-type: none"> 観光施設の整備および改修を実施し、観光客の利便性及び集客力の向上を図る（案内サイン、サイクリスト向け環境整備等）。 	行政	△	<p>毎年案内看板は更新しているが、サイクリスト向けの環境整備は実施していない。</p>	<p>老朽化や必要性を鑑み、計画に基づいた観光インフォメーションセンターや観光トイレ等の改修や統廃合が必要である。</p>	A

②二次交通の高度化	<ul style="list-style-type: none"> 既存のレンタサイクルについて、自転車や設置拠点の拡充、システムの高度化（無人・乗り捨て可等）により、交通手段としての利便性を高め、町内周遊の交通手段を補完する。只見線、路線バス等との接続を強化する。 	行政、観光協会	×	実現には至らなかった。	専用道路や施設の整備コストの面から、本町において今後レンタサイクルに注力していくべきかが課題である。	C
	<ul style="list-style-type: none"> また、これに合わせて、利用者に役立つ情報提供や施設等の環境整備を行う。 		×	実現には至らなかった。	専用道路や施設の整備コストの面から、本町において今後レンタサイクルに注力していくべきかが課題である。	C

B. 着地型観光の確立

3. 持ち味を活かした着地型コンテンツの開発

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状	今後の課題	優先度
①すでに来 てている方に 満足して頂 くコンテン ツの開発	<ul style="list-style-type: none"> 寺社仏閣や焼物等の既存資源を深掘りし、これを目的にすでに町へ来ている観光客に、より深い体験をして頂けるようなコンテンツを開発する。 <テーマ例> 歴史資源の濃い体験（仏都会津・祈り、中世の歴史資源、伊佐須美神社、天海大僧正等） 会津本郷焼体験と本郷路地巡り 	観光協会、会津本郷焼事業協同組合、民間	△これまで分散していた観光情報を観光協会のホームページに一元化を図り、本町で利用可能な魅力的な体験をまとまたホームページを構築した。	魅力的なコンテンツを複数繋げるコーディネーターとそれを発信するインフルエンサー、商業的にツアーとして売り出す旅行会社等の連携が必要である。	A
②潜在的な 魅力の掘り 起こしと次 世代やイン バウンドを 意識したコ ンテンツの 開発	●ワインツーリズム <ul style="list-style-type: none"> 新たな魅力として加わったワイナリーを活かし、焼物や農の景観資源等を組み合わせながら、滞在型のコンテンツ（グリーンクラフトツーリズム）を開発する。 	観光協会、振興公社、民間、行政（政策財政課+産業振興課）	△地域おこし協力隊が、実証的に実施したが、滞在型のコンテンツなるツアーの造成までは至らなかった。	ワインや焼物の体験や宿泊施設、交通機関などをトータルコーディネートできる人材や組織が必要である。	C
	●アウトドアツーリズム <ul style="list-style-type: none"> 本町の自然資源や景観を活かすことができ、さらに近年関心の高まっているキャンプ、自転車ツアーやハイキング等アウトドアアクティビティによる体験プログラムの開発し、滞在型のコンテンツを開発する。 		△地域おこし協力隊が、実証的に実施したが、滞在型のコンテンツなるツアーの造成までは至らなかったが、本郷地域でEVバイクや電動トゥクトゥクを使用したコンテンツ	アウトドア等の体験や宿泊施設、交通機関などをトータルコーディネートできる人材や組織が必要である。	B

				の構築が進んでいる。	
	●まちなかや集落の知られざる魅力の発掘とこれを活かした体験プログラムの開発		×	実現には至らず。	トータルコーディネートできる人材や組織が必要である。 B
③ターゲットを想定したモデルルートの開発と商品化	・既存のモデルルートや過去の類似事業の成果を見直しながら、①②で開発したコンテンツを活かし、ターゲットを想定したモデルルートを作成する。	観光協会、振興公社、商工会、民間	○	大手旅行会社が既にツアー化し、それなりの観光客が訪れている。	県内や会津観光のツアーの一部であるため、通過点での設定が多い。宿泊などを伴う滞在型への移行が課題である。 B
	・その上で、モニターツアーの実施等により検証を繰り返しながら、商品化する。		○	商品化しているが、種類や数が少ない。	ツアーの種類や数、取扱店を増やすいくことが必要である。 B
④主要イベント時に合わせた関連プログラムの企画・実施	・モデルルートを活用しながら、イベントと合わせたミニツアーや体験プログラム等を提供し、イベントから町内への回遊を促し、滞在時間をのばす。	観光協会、民間	△	伊佐須美神社が風鈴祭りを前倒しで実施するなど、他のイベントと相乗効果を狙った。	旬なイベントを複数組み合わせて、滞在時間を長くすることが課題である。 B
⑤観光ガイドの育成と持続可能な運営	・観光客のニーズも踏まえながら、引き続き観光ガイドの拡充や知識・スキルアップを行う。	観光協会	△	ガイドの募集、要請講座は引き続き実施している。	ガイドの高齢化、若手の育成が必要である。 B
	・若手育成に向け、サイクルツアーガイド等新しいテーマのガイドを育成するとともに、待遇面等持続可能な運営の仕組みを構築する。		×	サイクルツアーガイドの養成は実施していない。	若手ガイドの養成と、対外的な見せ方に工夫をする必要がある。 B

4. 農を活かした食の商品開発

具体的事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
① 食のコンテンツ開発	・特 A 米、野菜、果物等町の特性である農を活かし、町内で食して頂くメニューの開発や、町民との調理体験の提供等により、滞在中の食の楽しみを提供する。	観光協会、会津本郷焼事業協同組合、民間	×	実現には至らなかった。	町内さんの食材を活用したメニューの開発と継続的な情報発信が課題である。（美里のホルモン等）	B
	・同じく町の魅力資源である日本酒やワイン、焼物（器）と連携しながら、付加価値のあるコンテンツを開発する。		△	新鶴温泉で、日本酒やワインを取り上げたプランが好評である。	バリエーションを増やすとともに对外的に知っていただくアピールが必要である。	B
②六次化等による特産品開発、販路開拓	・公社や農家、民間事業者等による特產品開発を推進する。特に、農家への六次化支援に向けサポート窓口設置、使い易い支援制度の整備、特区活用等を推進する。	振興公社、商工会、民間、行政	×	実現には至らなかった。	民間による六次化開発が進めない理由などを探る必要がある。	C
	・顧客や町に関連ある方（出身者）等を契機として、E コマース（電子商取引）を含めた販路開拓を行う。同時に、町内の物産販売拠点、商店、飲食店等における販路開拓も行う。 ・なお、特產品は《会津美里町を売るメディア》として位置づけ、販売の際には町の PR チラシ等により積極的に町を PR する。		△	会津美里振興公社が EC サイトを構築するとともにふるさと納税に対応している。	EC サイトの商品のラインナップの充実化、認知度の向上が必要である。	C

C. 観光まちづくりの推進

5. 会津美里版観光まちづくりの推進体制の構築

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
①連携による観光まちづくり推進体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・法人化する観光協会および関係者の連携により、推進体制を構築する。テーマ別ワーキングチームにより具体的に事業を企画、推進する。最終的には、DMO的な機能の構築を目指す。 <目指すべき主なDMO機能> ・観光関連のデータ・ニーズ分析 ・プロデューサー的人材（核となる人材）の確保、ブレーヤーの育成 ・情報発信、販売促進 ・プロジェクトの企画、推進、調整、進行管理 ・ワンストップ窓口※ ・特定テーマによる広域連携プロジェクト 	観光協会、民間、行政	△	一般社団法人会津美里町観光協会として法人化を果たし、部分的にはあるがワーキンググループを構築し、商品開発などに取り組んでいる。	地域観光の旗振り役となるプロデューサー的人材（核となる人材）の確保やワンストップ窓口など、地域のプレーヤーをまとめ、コーディネートとするDMO的な役割が求められる。	A
②ワンストップ型おもてなし体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家等を活用した宿泊施設の拡充とともに、町内の既存の宿泊施設、温泉、飲食店、物販施設、各種体験プログラム等の関係者との連携により、各種サービスをワンストップで提供する。運営組織は<u>コンシェルジュ機能</u>※と<u>コーディネーター機能</u>※を備える。 	民間、観光協会	×	実現には至らなかった。	全体をコーディネートする人材やワンストップ窓口を運営する人材や組織の育成が必要である。	A
③各種指標等のデータ	<ul style="list-style-type: none"> ・計画における各種指標データの収集、分析に加え、モニターツアーや物 	観光協会、行政	×	実現には至らなかった。	民間による六次化開発が進めな	C

把握とニーズ分析	産等の販売実績やアンケート調査等、商品企画・開発に関連するデータを関係者の協力を得ながら収集・把握し、ニーズを分析する。				い理由などを探る必要がある。	
-----------------	--	--	--	--	----------------	--

6. 観光まちづくりへの町民の参加

具体的事業	事業の概要	実施主体	△	○	×	優先度
①多様な主体の参加によるイベント等の実施	・運営側の高齢化等の課題を抱える既存の一部のイベントについて、企画段階から町民が参加する新たな実行委員会形式により運営し、若い世代や事業者が参加し、楽しめるイベントへ刷新することで、文化の継承と地域経済への貢献を図る。	観光協会、民間、行政	高齢化、人手不足は進行し、有志町民の参加は減り続けているが、これまで事務局が全て段取りしてきたワインフェスを見直し、イベント会社や出店者の労力を持ち寄る形に見直しを進めた。	地域のイベントや伝統行事は、今後も運営スタッフの減少が見込まれる。若い世代への継承方法や、イベント自体の見直しが必要である。	A	
②観光百人衆の拡充	・引き続き、「#会津美里の日々」を使ったSNS等による情報発信を実施する。	民間、行政	観光協会によるインスタグラムの発信数が伸びている。	観光協会以外にも「#会津美里の日々」の投稿数をさらに伸ばす取り組みが必要である。	B	
	・メンバーの参加気運醸成の機会を設けると共に（コンテストや講習会等の開催、交流イベントやモニターツアーへの参加等）、町外在住者も視野に入れメンバー募集の対		観光百人衆のように組織化せずとも、観光協会を中心とした情報発信が可能とな	観光協会以外にも「#会津美里の日々」の投稿数をさらに伸ばす取り組みが必要である。	B	

	象とし、人員増強を図る。			り、投稿数もり伸びている。	
	・より柔軟性のある活動を目指し、運営体制の見直す（民間への移行等）。		○	観光百人衆は既に動いておらず、組織化に頼らないインスタグラムのハッシュタグを使用した、より効果的な情報発信に移行した。	B インスタグラム「#会津美里の日々」の認知度を上げていく取り組みが必要である。
③町の魅力を再認識する機会の提供	・新たな資源の発掘作業機会の提供や、モデルルートの町民向けツアーの開催により、町民が町の魅力を直に再認識する機会を創出する。観光事業への町民の参加機会を増やすことで、町の誇りの醸成とともに、来訪者へのおもてなしの意識を高める。また、観光ガイドや観光百人衆への誘導を図る。	観光協会、民間、行政	×	実現には至らなかった。	B 町の魅力を再認識し、商品化やモデルルートを検証する場所づくりが必要である。

7. ターゲットに応じた情報発信・プロモーション

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
①利用者目線による情報発信体制の構築	・基本的な観光施設やイベント情報、モデルルート、旬の情報を発信するポータルサイトは、利用者の視点を重視し、関連ホームページとのネットワークにより再構築する。	観光協会、民間、行政	△	町と観光協会に散逸していた観光情報を観光協会のHPに一元化し、スマートフォン対応など利用者目線	頻繁で定期的な情報更新ができる体制の構築が必要である。	A

				で改善してい る。	
	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者との連携を密にし、来訪等の動機付けとなる旬の情報や関連するトピックをタイムリーに発信する体制を構築する。 	○		観光協会のインスタグラムにおいてタイミングで情報発信がなされている。	観光協会以外にも観光情報を頻繁に継続して発信するプレーヤーの育成が課題である。 B
	<ul style="list-style-type: none"> ・将来的には、特産品や周遊ツアー・体験プログラム等が商品化された後、販売サイトを構築する。利用者の利便性を考慮し、情報のワンストップ化や、スマートフォン等に対応した仕組みを導入する。 	×		実現には至らず。	選択肢を増やし、多くの人の目に届くよう、民間のツアーサイトが複数構築されるような環境整備が必要である。 B
②回遊・滞在に必要な情報の適切な媒体による提供	<ul style="list-style-type: none"> ・散策マップや宿泊、飲食店等、観光客の回遊を促し、必要な情報について、観光客の視点に立つて再整理するとともに、デジタル対応含め、適切な媒体で提供する。 	行政、観光協会	△	パンフレットや観光マップの見直しは随時しているが、全体の更新は数年しておらず、デジタル対応も途中である。	デジタル化を進めつつも紙媒体との状況に応じてバランスのとれた媒体提供が課題である。 B

<p>③認知度向上と購買、来訪につながる情報発信と話題づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットに応じた外部バナー広告やPRの展開、及び町の魅力を発信するバーチャルコンテンツ※の作成・発信により、インバウンドも視野に入れながら、町の認知度向上を図ると共に、購買、来訪につなげる。 <p><バーチャルコンテンツの例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・VRの活用による寺社仏閣のバーチャル参拝、向羽黒山城のバーチャル城内体験 ・オンラインガイドツアー、バーチャル限定御朱印の授与 	<p>観光協会、民間、行政</p>	<p>×</p>	<p>実現には至らなかった。一部でバナー広告を展開するもバーチャルコンテンツなどの作成発信には至っていない。</p>	<p>開発費が膨大なVR（仮想現実）やAR（拡張現実）よりも現在のトレンドであるTikTokやショート動画などを活用した情報発信からの購買や来訪への誘導が課題である。</p>	<p>C</p>
<p>④観光プロモーション推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行エージェントや、本町と関連のある自治体（友好姉妹都市等）、来訪の多い自治体等（郡山市、福島市、新潟市等：対象は観光関連の最新のデータ・ニーズ分析等を踏まえ、決定）に対して、観光事業者と連携した誘客宣伝活動を実施する。 	<p>観光協会、行政</p>	<p>○</p>	<p>広域連携の極上の会津プロジェクト協議会や靈地観光連絡協議会で協力したエージェント訪問活動等を実施している。</p>	<p>広域連携で誘客した訪問者を、いかにして本町へ誘導していくが課題である。</p>	<p>B</p>

D. 地域連携による観光事業の拡大

8. 町外との連携による交流、誘客の促進

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
① 外部サポーターの形成	・本町に縁のある町外在住者を当面の対象に《みさとファンクラブ》を結成し、定期的な情報提供、旬の物販情報や、交流・体験イベント、モニターツアーの案内等により、町の観光交流事業に関わって頂く。	観光協会、振興公社、商工会、民間	×	実現には至らず。	交流人口、関係人口の繋げていくための入り口となる《みさとファンクラブ》のSNS等を活用した形成の仕方が課題である。	B
	・これらの中から発信力のある方を対象に町の《観光大使》に任命し、会津美里町のPR活動へ協力して頂く。		○	令和7年度まで目標の20人を任命予定である。	無報酬であるため、どこまで観光大使にPRしていくかが課題である。	C
	・観光百人衆についても、みさとファンクラブメンバーからの参加を促す。 ＜町に縁のある町外在住者＞ ・町出身者、リピーター、業務関係者等		×	実現には至らず。	表立って組織化せずとも、参加に対して敷居が低いSNS等を活用した繋がりをどう形成していくかが課題である。	C
②広域連携による情報発信とプロモーション	・近隣大型観光地（会津若松市、大内宿、喜多方市、裏磐梯等）や奥会津地域との連携を強化し、広域観光の中で町の観光の露出を高めるため、独自性のあるイベント観光や観光素材の提案、情報提供の相互リンク、相互視察勉強会の実施等を進めしていく。	観光協会、行政	○	極上の会津プロジェクト協議会や靈地観光連絡協議会等で、広域的な連携を図っている。	広域的な連携をしつつも、誘客は会津若松市や大内宿に偏っている。そこから足を伸ばしていただく誘客が必要である。	C

③特定テーマによる広域連携プログラムの開発	<p>・寺社仏閣、食と日本酒・ワイン、サイクリング等、広域連携により本町の魅力をさらに高めることができるプログラムを開発し、周遊客を誘客する。</p>	観光協会、民間	×	実現には至らず。	会津美里町といえば、「これ！」というテーマの選定と、ブランディングが必要である。	B

9. インバウンド誘致に向けた準備

具体的な事業	事業の概要	実施主体	1次計画の現状		今後の課題	優先度
①将来のインバウンド誘致に向けたコンテンツ開発と情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・着地型コンテンツの開発（戦略プログラム3） や、各種情報発信関連事業（戦略プログラム7） <p>を実施する際には、ターゲットとなる国や地域も想定して検討し、社会情勢をみながら、情報発信を拡充する。</p>	観光協会	△	観光情報を観光協会のホームページに一元化を図り、アクセスの多いコンテンツを中心に部分的に多言語化を実施した。	多言語に対応したSNS等での情報発信が課題である。	C

4) アクションプランの個別検証

第1次計画では、重点的に取り組む施策として、3つのアクションプランと11のプロジェクトを策定し推進してきたが、結果として、一部達成できたところもあったが、充分に成果が得られたとは言えない状況である。

◎アクションプラン総括表

	プロジェクト名	評価	コメント
アクション プラン1	A 個別観光拠点の強化	△	・2023 空き店舗を活用した民間店舗整備支援(コバコ) ・2024 新鶴温泉及び宿泊施設を民間経営として維持
	B 美里めぐりのモデルルート化と商品化 ※リーディングプロジェクト①	△	・首都圏大手代理店、クラブツーリズム、地元会津若松市のRH企画がツアー ・モデルルート化等、一部で達成も内容の充実化と対外的なPR、申請窓口の一本化まで至っていない
	C モデルルートの環境整備と情報発信	△	・極上の会津プロジェクトにおいて、モデルルートを公開
	D 町民が美里の魅力を知る機会の創出	△	・6月の向羽黒山城まつりでガイド付きツアー ・2025.10 郷土資料館「さとりあ」開館
アクション プラン2	A 町民参加型の実行委員会によるイベント実施 ※リーディングプロジェクト②	△	・2023.10 ワイン祭りからみさとワインフェスへ移行。 事務局集中から出店者持ち寄り型へ変化 ・他のイベントについては、旧来の様式から変更できず、独自財源や地域の経済効果を実感できるところまでは至っていない
	B 既存イベントを活かした日帰り・滞在おもてなしプログラムの開発	△	・極上の会津プロジェクトにおいて、暮らすような旅の一環として高田の大俵引きをツア化
	C 農を活かした食の体験と商品づくり	×	・継続せず
	D 分散型宿泊と、温泉、ダイニング、お土産処が連携したおもてなし	△	・本郷地区「まちやど構想」が、動き出しているが、実現にはいたっていない
アクション プラン3	A 外部サポーターの形成	△	・2024 観光大使 15 名、2025 中に 5 名で、計 20 名予定
	B 入り口となる情報発信の拡充 ※リーディングプロジェクト③	○	・観光情報をポータルサイト「ミサトノ」へ観光情報を一元化。 体験ツアーのサイトを構築するほか、タイムリーな情報発信として観光協会インスタグラムにて発信を実施している。 今後も継続していく
	C これらの事業を推進するための連携による体制づくり	△	・上記の個々のプロジェクトを進めているが、全体を統括するコーディネータとしての人材、組織が不在

◎:十分に達成できた ○:順調に達成できた △:あまり達成できなかった ×:全く達成できなかった

3. 全国及び福島県の観光関連動向

1) 近年の全国および福島県の観光関連動向

●全国における観光関連動向

- 令和6年（2024年）の訪日外国人旅行者数は過去最高の3,687万人、消費額も8兆円超と過去最高を記録した。一方、国内旅行は人数がコロナ禍前より減少傾向にあるものの、消費額は過去最高でした。
- 政府は観光立国推進基本計画に基づき、外国人観光客の地方誘客や日本人の国内旅行の促進を目指し、人口減少と少子高齢化に対応するため、リピーター獲得、ワーケーションの推進、休暇の分散化等の対策を進めている。

●福島県内における観光関連動向

- 令和5年（2023年）の観光客入込数は、53,923千人で、前年（令和4年）から+13.1%の増加。震災前の平成22年（2010年）と比較すると、94.3%の水準まで回復している。
- 令和5年（2023年）の方部別観光客入込数では、会津地方で16,684千人で、前年（令和4年）から+11.0%の増加。震災前の平成22年（2010年）と比較すると、88.5%の水準まで回復している。

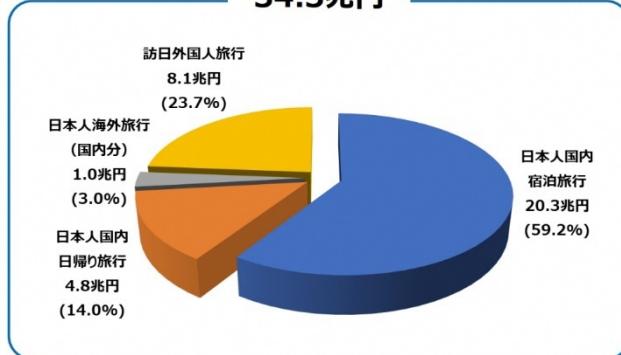
【図表1】日本人国内旅行消費額の推移（確報）



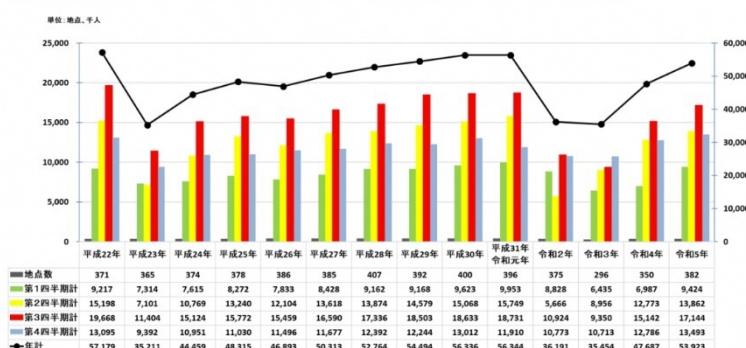
訪日外国人旅行者数・出国日本人数の推移



34.3兆円



[観光庁 旅行・観光消費動向調査 2024年年間値より]



[令和5年福島県 観光客入込状況より]

4. 課題の整理

6) 本町の観光の課題

以上の検証結果を踏まえ、会津美里町における観光の課題を以下に整理する。

課題1 観光プラットフォームの体制整備

観光分野の中核的なプラットフォームは会津美里町観光協会である。しかし、既存事業の推進や運営に人手を取られ、人員不足も重なって新規事業の展開が困難な状況にある。観光施策を効果的に進めるためには、同協会における人員補充をはじめとした体制強化が不可欠である。

課題2 人材や事業者の育成

コロナ禍をはじめとする環境の変化により、宿泊施設や飲食店等が閉業し、地域経済を支える民間事業者や施設が減少している。その結果、観光インフラでは観光客を受け入れる人材も不足し、従来の受入体制が維持できない状況にある。今後は、新規人材の確保や事業者の掘り起こしを含めた育成が求められる。

課題3 各地域の賑わい創出基本計画及びまちづくり団体と連携

高田地域、本郷地域、新鶴地域の調和のとれた町全体の振興を図るため、既に策定された高田地域まちなか賑わい創出基本計画、本郷地域まちなか賑わい創出基本計画、ふれあいの森公園等整備利活用基本構想と歩調を合わせた連携が必要である。また、各種計画の実行部隊となるまちづくり団体は、地域を熟知した人材の宝庫であり、観光振興においても重要なプレーヤーであるため、お互いの強みを活かした協力体制の構築が求められる。

課題4 観光客のニーズに対応した基本的な受け入れ基盤整

本町の課題の一つは、物産の出口が存在しないことである。観光客への聞き取り調査では、車を止めて休憩し、食事や土産を楽しめる場所への要望が多い。しかし、対応する施設が存在しないため、本町は通過型の観光地となり、経済活動も限定的となっている。また、飲食店や宿泊施設の廃業が進み、観光客の滞在時間は短縮し、着地型観光の基盤は弱体化している。したがって、観光客のニーズに応えるための基本的な受け入れ体制の整備が不可欠である。

課題5 会津美里のファンを増やす情報発信と、ニーズに応じた情報提供

会津美里町を広く知つもらうためには、ターゲットを明確に設定し、町の魅力を発信するコンテンツを制作するとともに、各種広告を活用した戦略的な情報発信を行うことが重要である。さらに、物販や体験を通じて継続的な交流を図り、町のファンを獲得していくことが必要である。また、観光客への情報提供においては、利用者ニーズに応じた情報をタイムリーに発信することが不可欠であり、その内容や提供方法、体制について継続的に見直しを行う必要がある。

課題6 データおよびニーズの分析を継続的に実施し、その結果に基づいて戦略を立案

観光事業を効果的に推進し成果を上げるためには、データ分析とニーズ把握に基づくターゲット設定が不可欠である。観光の基本データに加え、事業実施の結果やアンケート調査、国内外の観光動向等を継続的に収集・分析し、その結果を踏まえて戦略を策定する。併せて、町内関係者との連携を通じて持続的なデータ収集・分析体制を構築する。

基本課題

◎町単独での観光施策の限界

現状では、会津美里町が単独で観光地として選ばれる可能性は極めて低く、町の認知度も非常に低いと考えられる。

◎観光環境整備の不足

立地的な強みや全国に誇れる地域資源を有しており、それらを最大限活用すれば全国と競合できる潜在力を持つと考えられる。しかし現状では、観光地としての受入れ環境が十分に整備されていない。

◎主要3地域の連携

高田・本郷・新鶴の主要3地域では、それぞれが多様な事業を展開しているものの、相互を横断的に結び付ける意識が希薄であり、一体感を欠いた誘客事業となっている。

2章 第2次観光振興計画について

1. 第2次観光振興計画の基本方針

第1章における第1次計画のふりかえと検証を踏まえて、第2次計画では、基本構想（第1次計画）の中から、特に優先すべき施策を抽出するとともに、その達成のための新たなテーマや基本方針、指標等を設定する。

【テーマ】つい足を運びたくなる会津美里町

地域資源を最大限活かし、会津観光の一柱となるような観光環境整備

【基本方針】

基本方針1：基本的な受け入れ観光スポットの整備

基本方針2：町内における地域や官民間の役割分担の明確化

基本方針3：関連団体や民間事業者等の核となる組織の強化・育成

基本方針4：他地域とのつながりを活かした会津観光デルタ地域構想の確立

【基本指標】

➤ 会津観光の1つとして観光客の選択肢に入る観光まちづくり

- ・会津観光に訪れる観光客をメインターゲットと設定する
- ・メインターゲットの目的と親和性の高い施策を推進する
- ・主要3地域を観光客が回遊するような連携した施策を展開する

➤ 選択と集中志向の観光まちづくり

- ・限られた人、もの、資金を集中的に投資する
- ・主要3地域それぞれに核となる観光環境を整備する
- ・核になるプロジェクトからの展開シナリオを描く

➤ 協働と連携志向の観光まちづくり

- ・観光とまちづくりの協働、官民の協働により推進する
- ・観光環境整備は行政、経済活動は民間と役割分担を明確にする
- ・明確なテーマに基づき狙いを絞った広域連携を展開する

2. 計画の基本目標

第2次計画においては、観光施設における入込客数と観光宿泊者数を計画の全体目標とする。入込客数および宿泊者数をカウントする主な観光関連施設については、現状に合わせて一部見直した。

■全体目標の設定と算出方法

指標	現況値 令和6年度	目標値 令和12年度	目標値 令和17年度	算出方法
観光施設における入込客数 (観光受け入れ体制の充実化を反映)	2.3万人	2.4万人	2.5万人	110%を目標 ・入込数がカウントできる主な観光関連施設※1からデータを集計し、その合計。
観光宿泊者数 (滞在時間が長くなる着地型観光の数量を反映)	13,058人	13,700人	14,400人	110%を目標 ・主な宿泊施設※2からデータを集計し、その合計。

※目標値の設定については、国や福島県のデータを参考にする。

観光庁の「観光立国推進基本計画」によると令和元年度から令和6年度までの6年間の「日本人の地方部延べ宿泊者数」は、3.0億から3.2億泊であり、6.7%増加している。これは年平均で約1.08%の伸びであり、10年換算で+約11%に相当する。

また、福島県の観光客入込状況は、令和5年度の県内入込総数は5,392万人（前年比13.1%）であり、まだ令和元年度水準（5,634万人）には届いていない。しかし、前年から+9.4%増と回復傾向で、コロナ禍後の回復傾向の継続を前提にすると、10年で10%の増加は、妥当である。

※1：主な観光関連施設（第1次計画の対象施設）

- ・物販：会津本郷陶磁器会館、流紋焼、醉月窯
- ・飲食／物販：新鶴ワイナリー、ツブラゴツツオ
- ・その他：会津美里町観光協会 他

※2：主な観光関連宿泊施設（第1次計画の対象施設）

- ・宿泊施設：新鶴温泉んだ、にんじん湯吹上荘、花紋屋旅館、ふれあいの森公園、
蓋沼森林公园、せせらぎ公園オートキャンプ場、ツブラゴツツオ

■各施策別の個別目標

施策の柱	指標	現況値 令和6年度	目標値 令和12年度	目標値 令和17年度	備考 (データ入手)
A. 観光地としての受け入れ基盤の整備	観光消費額 (受け入れ基盤が充実することで支出が増えることを反映)	9,821万円	10,066万円	10,312万円	105%目標 ・各施設への聞き取り
	インフォメーションセンター利用者数 (観光拠点の「使われ方」を測ることで、受け入れ体制(情報発信・窓口機能)の強化度を可視化)	25,906人	27,000人	28,000人	110%目標 ・観光協会が把握
B. 着地型観光の確立	観光宿泊客数 (滞在時間が長くなる宿泊を計量化)	13,058人	13,700人	14,400人	110%目標 ・各施設への聞き取り
	ポータルサイトアクセス数 (着地型観光プログラムを掲載するデジタル窓口の利用度を測る)	179,139件	188,000件	197,000件	110%目標 ・観光協会が把握

■目標値設定のための過去のデータ

指標	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	平均増減率	目標増加率
観光宿泊客数	9,549人	6,000人	6,712人	12,285人	11,379人	13,058人	113%	110%
インフォメーションセンター利用者数	16,215人	16,215人	24,979人	35,000人	36,000人	25,906人	114%	110%
観光消費額	12,877,000円	6,064,000円	5,735,000円	9,256,000円	7,382,000円	9,821,000円	103%	105%
ポータルサイトアクセス数	146,285件	146,824件	193,318件	125,589件	167,958件	179,139件	107%	110%

3. 戦略的方針

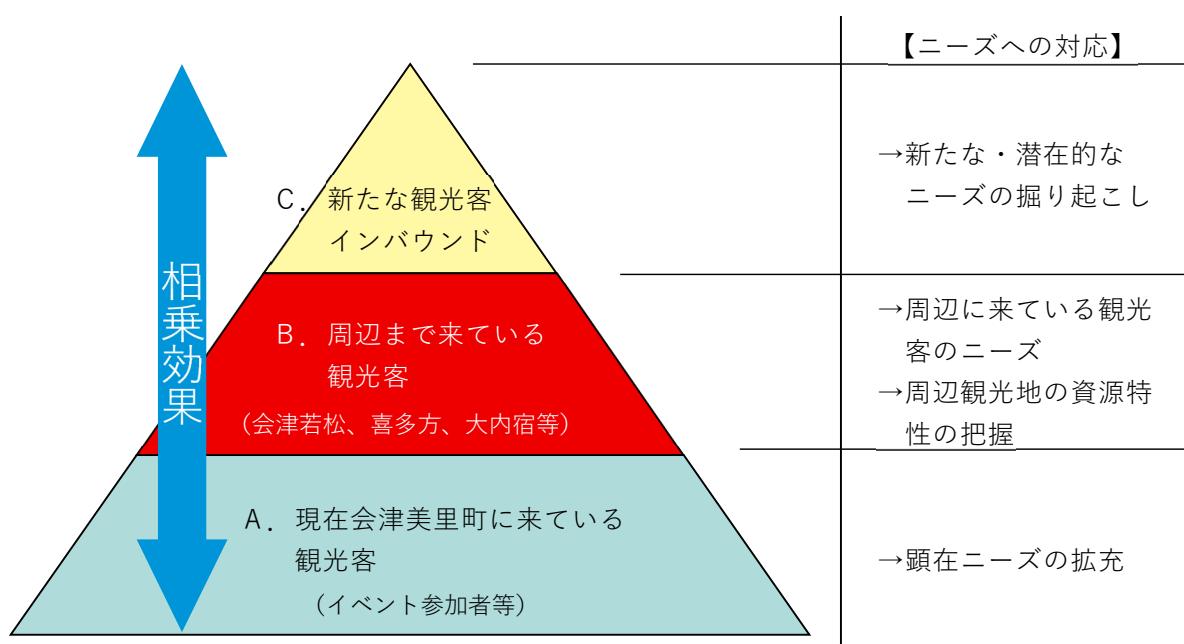
宿泊者を含む観光入込客数を拡大するため、第1次計画基本構想で設定した3つのターゲットのうち、「B周辺まで来ている観光客」をメインターゲットと捉え、事業の構築・展開する。

その理由は、目標達成には、新たな観光客の誘致が必要である一方で、本町単体の認知度は低く、観光地として選択される可能性は極めて低いからである。

しかし、本町は県内屈指の観光地域である会津地域に位置し、会津若松市（鶴ヶ城）や下郷町（大内宿）と隣接するという立地的な強みを有する。このため、既に近隣まで訪れている観光客を引き込むことは、費用対効果の観点から有利である。

さらに、この取組は会津観光の課題である「滞在時間の延長」にも資するものであり、会津観光全体の活性化にも寄与する。

■想定する3つのターゲット（第1次計画基本構想より）



4. 重点施策と戦略プログラム

1) 施策の体系

第1次計画基本構想において設定した4つの施策の柱より2つの施策を重点施策として抽出し、目標の達成に向け、より効果を発現させるため、4つの戦略プログラムを再設定する。

A. 観光地としての受け入れ基盤整備

1. 基本的な受け入れ観光スポットの整備

観光客を受け入れる環境を主要3地域（高田地域、新鶴地域、本郷地域）それぞれに、ハード・ソフト両面での整備計画を策定・推進していく。

2. 会津美里町観光協会の体制強化

観光施策推進の旗振り役である会津美里町観光協会における人員の補充や育成も含めた体制の強化を図る。

B. 着地型観光の確立

3. 継続的な観光事業者への支援

観光分野における経済活動の主たる役割を担う民間事業者と連携した事業の構築および支援を実施し、民間活力の醸成を促す。また新規事業者の掘り起こしも併せて実施する。

4. 効果的な情報発信と観光プロモーション

これまで成果を上げてきたSNS等の活用や旅行エージェントとの連携に加え、他地域との連携強化等を通して、更なる情報発信の強化を図る。

■ 施策体系図

《2つの施策の柱》

A. 観光地としての受け入れ基盤整備

B. 着地型観光の確立

《4の戦略プログラム》

1. 基本的な受け入れ観光スポットの整備【P34】

2. 会津美里町観光協会の体制強化【P36】

3. 継続的な観光事業者への支援【P37】

4. 効果的な情報発信と観光プロモーション【P38】

2) 施策別個別事業の基本計画

4つの戦略プログラム毎に、個別の事業を整理し、その概要、実施時期、実施主体を示す。なお、実施主体における「民間」とは、宿泊事業者、飲食店、旅行エージェント、交通事業者、農家等を含むものとする。ただし、主体が限定される場合は具体的に表記する。

A. 観光地としての受け入れ基盤整備

戦略プログラム 1. 基本的な受け入れ拠点の整備

現状の基本的な受け入れ拠点であるインフォメーションセンター、物産販売拠点、宿泊拠点をより効果的に、より相乗効果的に活かすため、主要3地域それぞれに重点観光スポットを設定し、観光環境の整備を推進する。

具体的事業	事業の概要	実施主体
①高田地域における 重点観光スポットの 構築	<ul style="list-style-type: none">最大の誘客スポットであり、2030年に本殿再建が計画されている伊佐須美神社との連携を強化し、観光の核とした環境整備を展開する。神社を町固有の地域資源として位置づけ、祭事を含む伝統的なイベントの充実化を図るとともに情報発信を活発化させ、誘客に繋げ、民間を主体とした農産品や特産品の販売拠点の創出等も併せて展開する。	観光協会、行政、民間
②本郷地域における 重点観光スポットの 構築	<ul style="list-style-type: none">日本最大級の向羽黒山城跡と東北最古の焼き物である会津本郷焼を観光の核とした構想を展開していく。史跡の調査と併せた観光地化構想を確立させ、会津観光に訪れる観光客の誘致を図る。会津本郷焼への波及効果も見据えた事業展開を関連する民間事業者を巻き込んで構築する。	観光協会、行政、民間
③新鶴地域における 重点観光スポットの 構築	<ul style="list-style-type: none">新鶴温泉んだや新鶴ワイナリー、運動施設としてのふれあいの森公園を観光の核とした構想を展開する。宿泊を前提としたソフト事業等の誘客促進事業を関連する民間事業者を巻き込んで構築展開する。ふれあいの森公園等整備利活用基本構想とも連携し、会津観光目的以外の誘客を図る。	観光協会、行政、民間
④主要3地域の連携	<ul style="list-style-type: none">上記各地域において観光客を引っ張り合うような仕組みを形成する。	観光協会、行政

戦略プログラム 2. 会津美里町観光協会の体制強化

観光施策推進の旗振り役として、会津美里町観光協会の人的な補充や育成を含めた体制の強化を図る。

具体的事業	事業の概要	実施主体
⑤組織体制の強化	<ul style="list-style-type: none">・通年誘客等の事業拡大に伴い、人手不足となることが予測されることからその課題を解消するため、人員の増強を実施し、観光受入れ体制の強化を図る。・地域における重要性や優先順位、人員や資金不足を勘案し、既存事業、既存イベントを必要に応じて見直す。本当に注力すべきポイントを絞る。・既存事業や新たな事業創出に伴う、収益事業の確立を目指す。	行政
⑥コーディネーターの育成	<ul style="list-style-type: none">・観光における専門的なスキルと調整能力を持つとともに、観光施策を能動的に展開できるプロデューサー的な人材の育成を図る。・またこれは若手育成の側面も持たせ、次世代へつながる取り組みとする。	行政、観光協会
⑦各種指標等のデータ把握とニーズ分析	<ul style="list-style-type: none">・計画における各種指標データの収集、分析に加え、モニターツアーや物産等の販売実績やアンケート調査等、商品企画・開発に関連するデータを関係者の協力を得ながら収集・把握し、ニーズを分析する。	観光協会、行政

B. 着地型観光の確立

戦略プログラム 3. 継続的な観光事業者への支援

町の魅力を活かした観光コンテンツを民間と連携して策定し、民間主導で実施していく体制整備を構築する。

具体的な事業	事業の概要	実施主体
⑧民間主導の 観光コンテンツ造成	<ul style="list-style-type: none">・第1次計画の戦略プログラム3および4を継承することに加え、現状に則した新たなコンテンツの造成を目指す。・観光経済の主たる役割を担う民間事業者と連携し、観光コンテンツ造成を促すとともに、その支援を行い協働していく。	観光協会、行政、民間
⑨新規観光事業者の 掘り起こし	<ul style="list-style-type: none">・観光事業者の新たな観光関連事業拡大等を後押しし、観光環境の充実化を民間に促す支援策を整備する。・併せて、新たに観光関連事業への参入を目指す事業者へも同様に支援していく。・また観光に資する新規創業を目指す事業者の掘り起こしや支援についても同時に実施していく。	観光協会、振興公社、商工会、民間、行政

戦略プログラム 4. 効果的な情報発信と観光プロモーション

利用者の視点に立ち、必要な情報を発信・提供できる体制を構築すると共に、ターゲットを想定した上で町の魅力を PR して認知度の向上を図り、さらに販売、来訪につなげる。

具体的事業	事業の概要	実施主体
⑩SNS・デジタル活用による情報発信体制の整備	・費用をかけずに、現在普及している Google ビジネス や LINE 等の SNS を活用し、効率的に情報を発信できる体制を整える。	観光協会、民間、行政
⑪観光プロモーション推進事業	・旅行エージェントや、本町と関連のある自治体（友好姉妹都市等）、来訪の多い自治体等（郡山市、福島市、新潟市等）に対して、観光事業者と連携した誘客宣伝活動を実施する。	観光協会、行政
⑫外部サポーターの形成	・本町に縁のある町外在住者を当面の対象に《みさとファンクラブ》を結成し、定期的な情報提供、旬の物販情報や、交流・体験イベント、モニターツアーの案内等により、町の観光交流事業に関わって頂く。 ・これらの中から発信力のある方を対象に町の《観光大使》に任命し、会津美里町のPR活動へ協力して頂く。 <町に縁のある町外在住者> ・町出身者、リピーター、業務関係者等	観光協会、振興公社、商工会、民間
⑬広域連携による情報発信とプロモーション	・近隣大型観光地（会津若松市、大内宿、喜多方市、裏磐梯等）や奥会津地域との連携を強化し、広域観光の中で町の観光の露出を高めるため、独自性のあるイベント観光や観光素材の提案、情報提供の相互リンク、相互視察勉強会の実施等を進めていく。	観光協会、行政

3) 戦略プログラム毎の具体策

2つの施策における4つの戦略プログラムについて、具体的な施策案について整理する。

戦略プログラム 1：基本的な受け入れ観光スポットの整備

① 高田地域における重点観光スポットの構築

伊佐須美神社を核とした観光振興施策

(1) 観光資源としての位置づけと連携強化

- ・伊佐須美神社を高田地域の主軸誘客スポットとして位置づけ
- ・2030年の本殿再建計画に合わせ、神社を観光の中心にした環境整備を推進
- ・神社を町固有の地域資源として活用し、祭事等の伝統行事のアップグレードや広報活動を通じて観光客を誘致

(2) 具体的な施策内容

- a. 情報発信、PR
 - ・本殿再建計画の情報共有
 - ・神社と関連観光資源を一体的にPR
- b. 地域産品・物販の活用
 - ・横町門前町通りや神社敷地内での野菜や特産品等の販売拠点を創出
 - ・空き店舗活用、既存施設併設、移動販売等の多様な形式を検討
- c. 伝統行事の観光イベント化
 - ・祭事や神事等を観光イベントとして捉え、集客力のある新要素を付加
- d. 観光環境の整備
 - ・公衆トイレ、駐車場、神社敷地内の美化
- e. 地域資源との連携
 - ・宮川千本桜、蓋沼森林公园、龍興寺、法用寺等の周辺資源と連携した事業展開

② 本郷地域における重点観光スポットの構築

向羽黒山城跡及び会津本郷焼を核とした観光振興施策

(1) 観光資源としての位置づけ

- ・日本最大級の規模を誇る向羽黒山城跡及び東北最古の焼き物である会津本郷焼を主軸観光資源として位置づけ
- ・会津観光を目的とした観光客に親和性のある施策とする
- ・当町の新たな目玉観光スポットとして、観光客誘致の起爆剤となることを目指す

(2)具体的な施策内容

- a. 史跡整備・観光地化
 - ・向羽黒山城跡整備計画と連携して、史跡調査と観光地化構想を推進
 - ・本郷インフォメーションセンターと連動した歴史資料館の整備
- b. 会津本郷焼の回遊促進
 - ・瀬戸町通りを中心に本郷焼窯元の回遊性を高める事業を展開
- c. 地域資源との連携
 - ・せせらぎ公園オートキャンプ場や本郷温泉、左下り観音堂等の周辺資源と連携した事業展開

③ 新鶴地域における重点観光スポットの構築

新鶴温泉・新鶴ワイナリー・ふれあいの森公園を核とした観光振興施策

(1)観光資源としての位置づけ

- ・新鶴温泉と新鶴ワイナリーを中心としたエリアを主軸観光スポットとして位置づけ
- ・宿泊を前提としたソフト事業等の誘客促進事業を民間事業者と連携して構築・展開

(2)具体的な施策内容

- a. 高付加価値商品の開発
 - ・温泉とワイナリーを組み合わせた高単価、高付加価値商品の開発
- b. 公園整備・利活用
 - ・ふれあいの森公園キャンプ場の整備と利活用推進
- c. 観光誘致の拡大
 - ・ふれあいの森公園整備利活用基本構想と連携し、会津観光以外の観光客誘致
- d. 自然体験型観光
 - ・ぶどうの収穫体験等“自然×体験”型観光事業の展開

④ 主要3地域の連携

観光客の町内回遊促進の仕組みづくり

(1)目的

- ・主要3地域の観光資源を活用し、観光客が複数のスポットを回遊する仕組みを形成

(2)具体的な施策

- a. 情報発信の共有・協働
 - ・各観光資源やイベントの情報を統合・共有し、協働で発信
- b. 回遊促進の工夫
 - ・事業やイベントに、観光客が他のスポットにも足を運びたくなる要素を付加

- c. 体験から次のスポットへの導線策定
 - ・体験型観光やイベントで得た体験を、次の観光地につなげる導線を設計

戦略プログラム 2：会津美里町観光協会の体制強化

⑤ 組織体制の強化

(1)目的

- ・事業拡大に伴う人手不足への対応
- ・観光施策推進を支える受入れ体制の強化

(2)具体的な施策

a. 人員の増強

- ・事業拡大に伴う必要人員の補充

b. 収益事業の確立と組織自立

- ・本計画による新規事業の創出に伴い、収益事業を確立
- ・自立した組織運営の実現

c. 業務の整理・効率化

- ・状況によっては、観光施策推進を主軸とするため、イベント事業の見直しを検討

⑥ コーディネータの育成

(1)目的

- ・観光施策を能動的に展開できる専門的スキルと調整能力を持つ人材の育成、登用
- ・専門性のある職員の育成を通じて、次世代につながる組織基盤を構築

(2)具体的な施策

a. 専門性のある職員の登用・育成

- ・次世代を担う職員の登用
- ・能動的に観光施策を展開できる力を育成

b. 専門人材の確保

- ・観光施策の核となるプロデューサー的人材（専門スキル保持者）を確保
外部からの登用も検討

⑦ 各種指標等のデータ把握とニーズ分析

(1)目的

- ・計画における各種指標や観光ニーズを的確に把握・分析し、施策の精度を高める

(2)具体的な施策

a. データ収集・ニーズ分析

- ・計画指標、モニターツアー結果、物産販売実績、アンケート調査等を関係者の協力を得て収集

- ・収集データを分析し、商品企画・開発や施策改善に活用

b. 情報発信・販売促進

- ・分析結果に基づく情報発信や販売促進策を実施

c. プロジェクト運営

- ・企画、推進、調整、進行管理を一元的に実施

d. ワンストップ窓口サービス

- ・観光関連の問い合わせや申請等を一括して対応

戦略プログラム3：継続的な観光事業者への支援

⑧ 民間主導の観光コンテンツ造成

(1)目的

- ・第1次計画の戦略プログラム3および4を継承
- ・現状に即した新たな民間主導コンテンツの開発を促進
- ・関係者と協働して観光資源の活用を推進

(2)具体的な施策

a. 体験型ツアーの開発

- ・向羽黒山城跡や会津本郷焼、農業体験等を組み合わせた体験型観光プログラムの造成

b. アウトドアアクティビティによる体験プログラム

- ・自然資源や景観を活かし、キャンプ、自転車ツアー、ハイキング等を開発

c. 既存イベントを活用したおもてなしプログラム

- ・日帰り、宿泊向けのプログラムを既存イベントやお祭り等と連動して整備

⑨ 新規観光事業者の掘り起こし

(1)目的

- ・観光事業者による新たな観光関連事業の拡大を後押し
- ・観光環境の充実を民間に促進
- ・新規参入や観光関連創業を目指す事業者への支援

(2)具体的な施策

- a. 新規観光事業者向け補助制度の確立
 - ・税制優遇や規制の簡素化
 - ・観光起業セミナーの実施
- b. 新規創業者の発掘・支援
 - ・観光に資する新規事業者の掘り起こし
 - ・起業支援を通じた民間主導の観光環境整備

戦略プログラム4：効果的な情報発信と観光プロモーション

⑩ SNS・デジタル活用による情報発信体制の整備

(1)目的

- ・費用を抑えつつ、効率的に観光情報を発信
- ・SNS や Google ビジネス等の普及ツールを活用して、認知度向上と誘客につなげる

※「Google ビジネス」とは、Google ビジネスプロフィール（旧称：Google マイビジネス）のことです。Google 検索や Google マップに店舗や企業の情報を表示・管理できる無料のツールです。このツールを使うことで、営業時間、住所、電話番号、写真、口コミなどを登録でき、ユーザーが Web サイトを開かなくても必要な情報をすぐに確認できるようになります。近隣の店舗や施設を探す際に、Google 検索やマップ検索でローカル検索を行い、上位表示させるための MEO（マップエンジン最適化）戦略としても非常に重要です。

(2)具体的な施策

- a. Google ビジネスの整備促進
 - ・観光施設や店舗情報の登録・更新支援
- b. 利用者目線の情報発信体制構築
 - ・観光客の視点に立った分かりやすい情報発信
- c. 認知度向上・誘客施策
 - ・投稿数が伸びている観光協会のインスタグラム等の SNS での話題づくりや購買・来訪につながる情報発信

⑪ 観光プロモーション推進事業

(1)目的

- ・旅行エージェントや関連自治体と連携して観光客誘致を強化
- ・他地域とのネットワークを活用した観光事業の拡大

(2)具体的な施策

a. 旅行代理店との連携

- ・大手旅行代理店と協働し、観光商品・ツアーの開発

b. 自治体との連携

- ・友好姉妹都市との連携
- ・近隣自治体との共同事業やプロモーション展開

⑫ 外部サポーターの形成

(1)目的

- ・本町に縁のある町外在住者とのつながりを強化し、観光交流事業への参加を促進
- ・町の認知度向上や観光資源のPRを支援してもらう

(2)具体的な施策

a. 町外に会津美里町のファンをつくる

- ・町に縁のある町外在住者を対象に、定期的に情報提供
- ・旬の物販情報、交流・体験イベント、モニターツアー案内等を実施
- ・将来的に関係人口の創出につなげる

b. 自治体との連携

- ・会津美里町のPR活動への協力を依頼
- ・町外サポーターとして町の魅力発信に参加

c. 観光大使との連携

- ・大使の影響力や人脈を駆使した会津美里町のPR

⑬ 広域連携による情報発信とプロモーション

(1)目的

- ・近隣大型観光地（会津若松市、大内宿、喜多方市、裏磐梯等）や奥会津地域と連携
 - ・広域観光の中で町の観光の露出を高める
- 極上の会津プロジェクト協議会、霊地観光連絡協議会他
福島県デスティネーションキャンペーン実行委員会（令和9年まで）

(2)具体的な施策

- a. 情報発信の協働
 - ・近隣大型観光地と連携した情報提供や相互リンク
- b. イベント・観光素材の活用
 - ・独自性のあるイベントや観光素材の提案
 - ・広域的なイベントの開催
- c. 相互学習・交流
 - ・相互視察や勉強会の実

会津美里町観光振興計画（令和 8 年～12 年）施策・KPI ガントチャート

戦略プログラム	施 策	令和 8 年	令和 9 年	令和 10 年	令和 11 年	令和 12 年	KPI・成果等
1. 基本的な受け入れ観光スポットの整備	①高田地域 重点観光スポット整備	①-a 情報発信、PR		①-b 地域産品物販の活用			観光宿泊者数 13,058 → 13,776 人 インフォセンター利用者 25,906 → 27,000 人
		①-c 伝統行事観光イベント化					
		①-d 観光環境の整備	→	①-e 地域資源との連携			
	②本郷地域 重点観光スポット整備	②-a 史跡整備・観光地化					
		②-b 会津本郷焼の回遊促進		②-c 地域資源との連携			
	③新鶴地域 重点観光スポット整備	③-a 高付加価値商品の開発		③-b 公園整備・利活用			
		③-c 観光誘致の拡大					
		③-d 自然体験型観光					
	④主要 3 地域の連携	④-a 情報発信の共有・協働					地域間回遊率向上、滞在時間延長
		④-b 回遊促進の工夫					
		④-c 次への導線策定					
2. 会津美里町 観光協会の体制強化	⑤組織体制強化	⑤-a 人員の増強		⑤-b 収益事業確立と組織自立			観光事業推進体制強化
			⑤-c 業務の整理・効率化				
	⑥コーディネータ育成	⑥-a 専門職員の登用・育成					コーディネーター数増加、次世代育成
		⑥-b 専門人材の確保					
3. 繼続的な観光事業者への支援	⑦データ把握・ニーズ分析	⑦-a データ収集・ニーズ分析		⑦-b 情報発信・販売促進			KPI 分析活用、精度向上
		⑦-c プロジェクト運営					
		⑦-d ワンストップサービス					
	⑧民間主導 観光コンテンツ造成	⑧-a 体験型ツアーの開発					観光消費額 9,821 万円 → 10,066 万円
4. 効果的情報発信と観光プロモーション	⑧-b アクティビティ体験プログラム						
		⑧-c おもてなしプログラム					
	⑨新規観光事業者 掘り起こし	⑨-a 新規向け補助制度確立					新規事業者数増加、参入促進
⑩SNS・Google 活用	⑨-b 新規創業者の発掘・支援						
	⑩-a Google ビジネス整備						ポータルサイトアクセス 数 179,139 → 188,000 件
	⑩-b 情報発信体制構築						
⑪観光プロモーション 推進	⑩-c 認知度向上・誘客施策						
	⑪-a 旅行代理店との連携						外部誘客増加
	⑪-b 自治体との連携						
⑫外部サポーター形成	⑫-a 町外ファンをつくる						
	⑫-b 自治体との連携						
	⑫-c 観光大使との連携						
⑬広域連携	⑬-a 情報発信の協働						露出増加、広域誘客
	⑬-b イベント・観光素材活用						
	⑬-c 相互学習・交流						

3章 会津美里町における観光の推進体制と進行管理

1. 官民連携による推進体制

第2次計画において、本町の観光施策の中心的な担い手は、観光事業のトップランナーである会津美里町観光協会とする。同協会は、観光に関わる民間団体・事業者、町民や従業者、会津美里町（行政）等と連携しながら、各施策や事業間の調整、関係主体間の調整を行い、本計画を推進し、本町に見合ったDMO的な役割を担う。

また、会津美里町（行政）は、産業振興課を窓口とし、政策財政課や生涯学習課等の府内関係部署と連携・調整するとともに、国や県の施策とも連携・調整する。

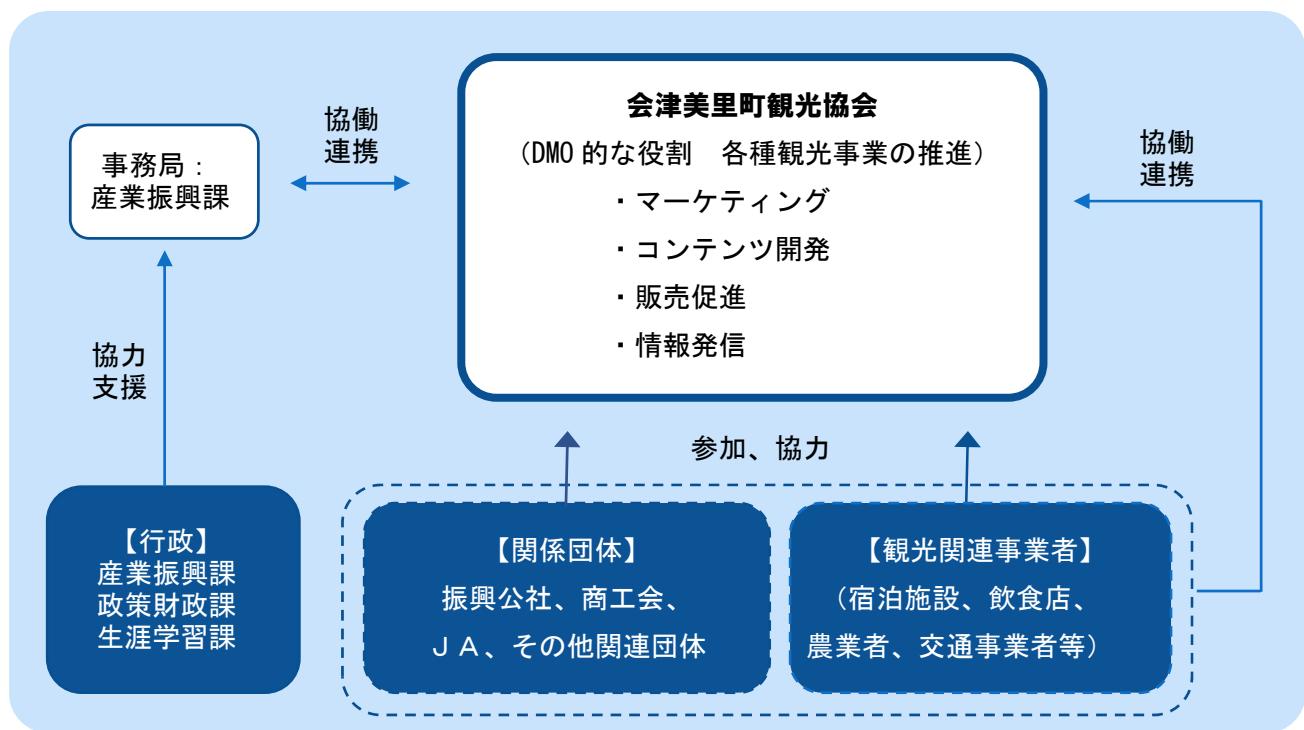


図 会津美里町における観光まちづくり推進体制図

※DMOとは、観光地域づくり法人（Destination Management / Marketing Organization）の略称。観光地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

2. 計画の進行管理

1) P D C A サイクルによる継続的な進行管理

観光振興計画の実施、推進にあたっては、各施策や事業の進捗状況を把握し、適時のチェック、評価、検証を行い、必要に応じた施策や事業内容の改善・修正を行う P D C A サイクルの進行管理が重要である。

以下のような視点から計画の進行管理を行い、着実な事業の実施、将来像の実現を目指す。

- ✓ 本計画での目的に沿った施策・事業の内容となっているか
- ✓ 施策・事業の実施において実施主体と関連主体の連携が図られているか
- ✓ 施策・事業の実施スケジュールは効果的な時期に行われているか
- ✓ 施策・事業は、目標値の達成に向けて貢献しているか

2) 進行管理の主体

進行管理は、その主体となる会津美里町観光協会と産業振興課の協議によるものとする。

会津美里町観光まちづくり推進協議会全体スケジュール

