

# 会津美里町観光振興計画

～あいづみさと観光まちづくり推進プラン～

令和 3～7 年度

概要版

令和3年3月



# 1. 計画の目的

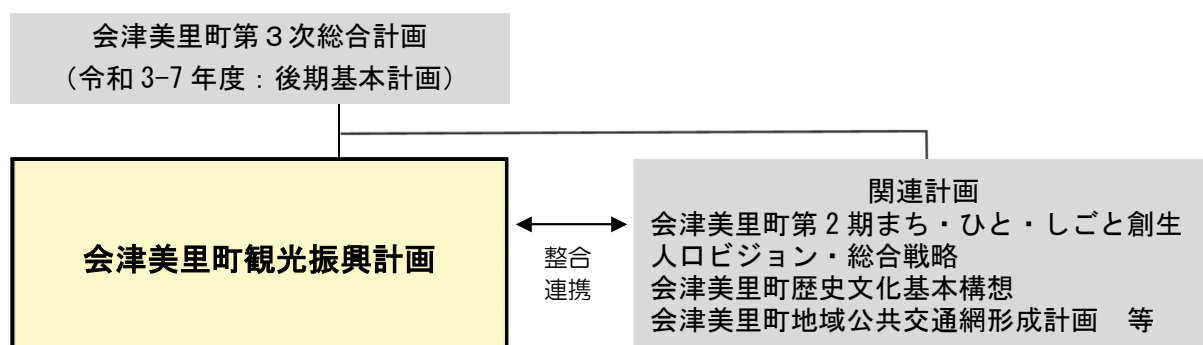
本町の観光行政は、平成 27 年度に策定した会津美里町観光振興計画及び平成 28 年度に作成した会津美里町観光振興計画アクションプラン（推進事業計画）に基づき計画目標の実現に向けて各種施策・事業を展開してきた。

令和 2 年度は、前期観光振興基本計画（以下「前期計画」という。）期間の最終年度であり、これまで実施してきた施策・事業を振り返り、アクションプランを含む後期観光振興基本計画（以下「後期計画」という。）を策定する。

計画策定により、具体的な施策・事業内容を見直すとともに、その実施主体、実施時期をより明確にし、関連主体との連携の下で各実施主体が持ち味を活かした事業を展開することで、目標としてあげた「観光入込数」と「観光消費額」のアウトカム指標の向上につなげていくことを目的とする。

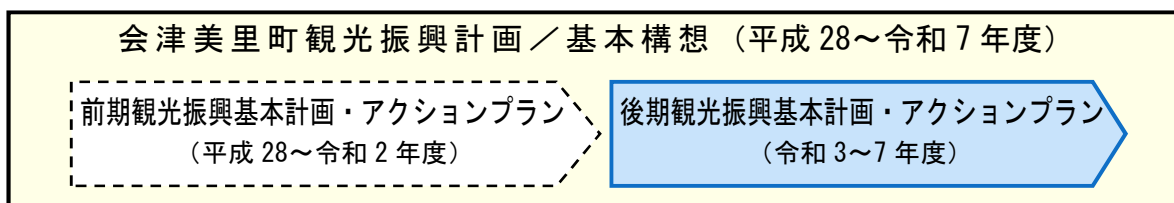
# 2. 計画の位置づけ

本計画は、上位計画となる第 3 次総合計画後期基本計画に基づき、第 2 期まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略等の関連計画と整合を図るものとする。



# 3. 計画期間

本計画は、10 か年の基本構想と 5 か年の基本計画からなる。後期観光振興基本計画（後期計画）は、令和 3 年（2021 年）度から令和 7 年（2025 年）度の 5 か年度とする。



## 4. 会津美里町の観光の基本的な考え方

後期計画では、基本構想における将来像及び基本理念を基本的な考え方として継承すると共に、後期計画における見直しの基本方針を示す。これに基づき、前期に引き続き4つの施策の柱のもと、9の戦略プログラムを示す。

### 《将来像と基本理念》

【将来像】

いればいるほど元気になれる  
美<sup>うらわ</sup>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》

#### 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、来訪へとつなげる。

#### 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。

《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

《3つのアクションプラン》

- 1：観光資源、拠点施設をつなぐ観光エリアづくり**
- A. 個別観光拠点の強化
  - B. 美里めぐりのモデルルート化と商品化
  - C. モデルルートの環境整備と情報発信
  - D. 町民が美里の魅力を知る機会の創出

- 2：イベントから滞在につなげていく観光商品開発**
- A. 町民参加型の実行委員会によるイベント実施
  - B. 既存イベントを活かした日帰り・滞在中おもてなしプログラムの開発
  - C. 農を活かした食の体験と商品づくり
  - 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

- 3：関係人口から観光・交流人口につなげるきっかけづくり**
- A. 外部サポーターの形成
  - B. 入り口となる情報発信の拡充
  - 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

## 5. 計画の基本目標

後期計画においても、引き続き、一人当たりの観光消費額と観光入込客数を計画の全体目標とする。入込数および売上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。なお、目標値は、後期5カ年基本計画の最終年度である令和7年度とする。

### ■全体目標の設定と算出方法

指標	現況値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)	算出方法
観光施設における入込客数 【A】	5.2 万人	5.5 万人	・入込数がカウントできる主な観光関連施設※からデータを集計し、その合計。
一人あたりの観光消費額【B】	2,671 円	3,091 円	・主な観光関連施設から入込数及び売上額（主力商品の平均単価）等のデータを集計し、これらの合計金額を合計入込数で割る。
観光消費額	1 億 3,889 万円	1 億 7,000 万円	（【A】 観光施設における入込客数） ×（【B】 一人当たりの観光消費額）

#### ※主な観光関連施設

- ・物販：会津本郷陶磁器会館、流紋焼、酔月窯
- ・飲食：Café & marché Hattando（再開後からカウント）
- ・飲食・物販：新鶴ワイナリー
- ・宿泊施設：新鶴温泉ほっとぴあ新鶴、にんじん湯吹上荘、花紋屋旅館、会津野、割烹旅館吉田屋、蛸の宿こぶし荘、ツブラゴッツォ、ゲストハウス（事業開始後からカウント）

■各施策別の個別目標

施策の柱	指標	現況値(R1)	目標値(R7)	備考(データ入手)
A. 観光地としての受け入れ基盤の整備	観光宿泊客数	15,279人	16,600人	・各施設への聞き取り(行政が把握)
	インフォメーションセンター利用者数	32,566人	37,451人	・各施設への聞き取り(行政が把握)
B. 着地型観光の確立	観光ガイド実施回数	53件	89件	・観光協会が把握
	モニターツアーの参加人数	— ※	100人	・観光協会が把握
C. 観光まちづくりの推進	ポータルサイトへのアクセス数	146,285件	219,427件	・町ホームページ及びミサトノ(観光協会)へのアクセス数。
	観光百人衆の投稿回数(累積)	3,709回	12,979回	・行政が把握
D. 地域連携による観光事業の拡大	海外からのポータルサイトへのアクセス数	1,060件	2,000件	・町ホームページへの海外からのアクセス件数
	観光大使の登録数	— ※	20人	・観光協会が把握

※モニターツアーの参加人数及び観光大使の登録数の現況値については、令和元年度に実施していないため現況値なし。

## 6. 戦略的方針

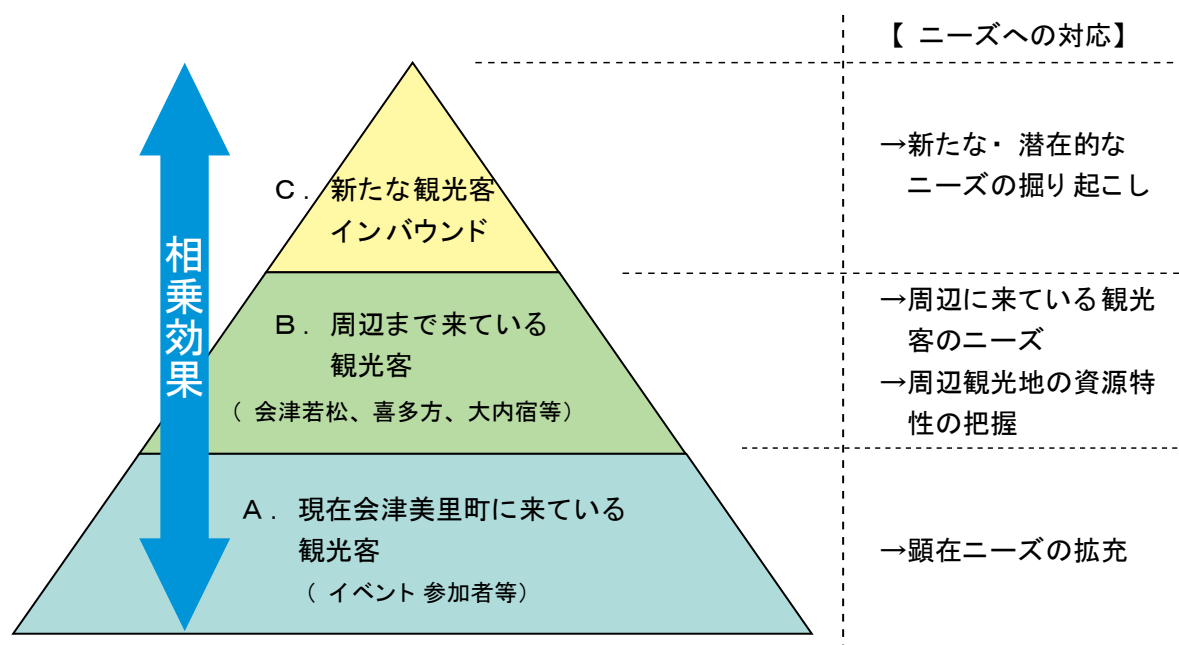
一人当たりの観光消費額と観光入込客数を拡大するための戦略的方針として、基本構想で設定した3つのターゲットについて、具体的な行動イメージと計画における対応を整理する。

ターゲット A は町の歴史資源や焼物等に関心のある既存の観光客で、特定の関心を深めたり、その他の魅力も体験するなど、滞在時間を延ばすための事業を展開することで、短期的な効果発現を図る。

ターゲット C は、地域とのふれあいや風土を楽しむ志向の観光客で、ゆっくり滞在し深い交流を実現するための事業を展開し、観光客による口コミ拡大による PR 効果やリピーター効果を狙う。

さらに、ターゲット A、C に対応したプログラムやサービスを磨き、発信することにより、他地域との差別化を図り、広域連携プロジェクトも取り入れながら、ターゲット B（近隣観光地へ来ている個人客または小グループ客）を取り込んでいく。

### ■想定する3つのターゲット（前期基本構想より）





■想定する3つのターゲットの具体的な行動イメージと計画における対応

想定するターゲット	対象となる主な町内資源	ターゲットに期待する行動イメージ	計画における主な対応
<p><b>ターゲットA.</b>  <b>現在、会津美里町</b>  <b>に来ている観光客</b>                      (関係人口も含む)</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px; width: fit-content;">                         特定の場所や物産を目指す人々                     </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中田観音、三十三観音巡り</li> <li>・伊佐須美神社、あやめ祭り</li> <li>・本郷焼窯元巡り</li> <li>・米、野菜、果物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎関心を深める体験プログラム等に参加する。</li> <li>◎別の魅力資源に触れ、会津美里町を好きになる。</li> <li>◎飲食や買物、温泉を楽しむ。</li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="color: blue;">主に日帰り利用想定 (徐々に宿泊利用へ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→すでに来ている方に満足して頂くコンテンツの開発</li> <li>→ターゲットを想定したイベントの開発と商品化</li> <li>→主要イベント時に合わせた関連プログラムの企画・実施</li> <li>→食のコンテンツ開発</li> <li>→立ち寄り拠点の拡充・整備</li> <li>→外部パートナーの形成</li> </ul>
<p><b>ターゲットB.</b>  <b>周辺まで来ている</b>  <b>観光客</b>                      (会津若松、喜多方、大内宿、奥会津等)</p> <p>→歴史や古い街並みが好き                      →会津が好き                      →東山温泉宿泊</p>	<p>A+Cの資源</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中田観音、三十三観音巡り</li> <li>・伊佐須美神社、天海さん参り</li> <li>・本郷焼窯元巡り</li> <li>・ワイナリー、農園など</li> <li>・四季折々の盆地や農の景観、生活文化、旧街道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎団体客ではなく個人客や小グループ客</li> <li>◎A、Cの行動</li> <li>◎大内宿の行きかえりに立ち寄る</li> <li>◎裏磐梯、会津若松、只見線沿線の広域観光の途中に立ち寄る</li> <li>◎東山温泉や町内に泊まってイベントに参加する</li> </ul>	<p>A+C</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→特定テーマによる広域連携プログラムの開発</li> <li>→すでに来ている方に満足して頂くコンテンツの開発</li> <li>→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</li> <li>→ターゲットを想定したイベントの開発と商品化</li> <li>→主要イベント時に合わせた関連プログラムの企画・実施</li> </ul>
<p><b>ターゲットC.</b>  <b>新たな観光客、</b>  <b>インバウンド</b></p> <p>若い世代、女性                      首都圏、海沿い住民                      インバウンドなど                      →異日常の旅(暮らすような旅)                      →ワーケーション</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px; width: fit-content;">                         ふれあいや風土を楽しむ人々                     </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アウトドア、自然活動(キャンプ、サイクリング等)</li> <li>・ワイナリー、農園など</li> <li>・四季折々の盆地や農の景観、生活文化、旧街道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎地元の方と交流する。</li> <li>◎会津盆地の四季折々の風景を楽しむ</li> <li>◎地元の食材を自ら調理して楽しむ。</li> <li>◎屋外活動の後、温泉、食、酒を楽しむ。</li> <li>◎中・長期滞在あるいは二拠点居住</li> </ul> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="color: blue;">主に宿泊利用想定 (数は少ないが、心に残る体験による情報発信効果、リピーター効果)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→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</li> <li>→ターゲットを想定したイベントの開発と商品化</li> <li>→多様な主体の参加によるイベント等の実施</li> <li>→食のコンテンツ開発</li> <li>→空き家等を活用した宿泊・交流拠点の整備</li> <li>→二次交通の高度化</li> <li>→ワンストップ型おもてなし体制の構築</li> </ul>

## 7. 9の戦略プログラム

各戦略プログラムの具体的事業とその実施時期、実施主体を次に示す。

戦略プログラム	具体的事業	実施時期		実施主体
		短期	中期	
<b>1. 基本的な受け入れ拠点の整備</b>	①立ち寄り拠点の拡充、整備	○		観光協会、振興公社、商工会、行政
	②空き家等を活用した宿泊・交流拠点の整備	○	○	民間、行政 (政策財政課+産業振興課)
	③ニーズに対応した温泉宿泊施設の再整備	○	○	民間または行政
	④空き店舗等を活用した回遊・交流・宿泊拠点等の拡充		○	民間、行政 (産業振興課、政策財政課)
<b>2. 回遊と滞在を支援するインフラの整備</b>	①観光施設の整備および改修	○	○	行政
	②二次交通の高度化	○	○	行政、観光協会
<b>3. 持ち味を活かした着地型コンテンツの開発</b>	①すでに来ている方に満足して頂くコンテンツの開発	○		観光協会、会津本郷焼事業協同組合、民間
	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	○		観光協会、振興公社、民間、行政 (政策財政課+産業振興課)
	③ターゲットを想定したモデルルートの開発と商品化	○		観光協会、振興公社、商工会、民間
	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	○	○	観光協会、民間
	⑤観光ガイドの育成と持続可能な運営	○	○	観光協会
<b>4. 農を活かした食の商品開発</b>	①食のコンテンツ開発	○		観光協会、会津本郷焼事業協同組合、民間
	②六次化などによる特産品開発、販路開拓	○	○	振興公社、商工会、民間、行政

戦略プログラム	具体的事業	実施時期		実施主体
		短期	中期	
<b>5. 会津美里版観光まちづくりの推進体制の構築</b>	①連携による観光まちづくり推進体制の構築	○	○	観光協会、民間、行政
	②ワンストップ型おもてなし体制の構築	○	○	民間、観光協会
	③各種指標等のデータの把握とニーズ分析	○	○	観光協会、行政
<b>6. 観光まちづくりへの町民の参加</b>	①多様な主体の参加によるイベント等の実施	○	○	観光協会、民間、行政
	②観光百人衆の拡充	○	○	民間、行政
	③町の魅力を再認識する機会の提供	○		観光協会、民間、行政
<b>7. ターゲットに応じた情報発信・プロモーション</b>	①利用者目線による情報発信体制の構築	○	○	観光協会、民間、行政
	②回遊・滞在に必要な情報の適切な媒体による提供	○		行政、観光協会
	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	○		観光協会、民間、行政
	④観光プロモーション推進事業	○	○	観光協会、行政
<b>8. 町外との連携による交流、誘客の促進</b>	①外部サポーターの形成	○		観光協会、振興公社、商工会、民間
	②広域連携による情報発信とプロモーション	○	○	観光協会、行政
	③特定テーマによる広域連携プログラムの開発		○	観光協会、民間
<b>9. インバウンドの誘致に向けた準備</b>	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	○	○	観光協会

## 8. アクションプラン

後期基本計画において、課題への対応と目標達成に向け、重点的に取り組むべき事業を選定し、相乗効果の視点から関連事業を合わせてパッケージ化し、各事業を連携して展開することで、地域全体への波及効果が期待できる。

後期アクションプランでは、後期の基本方針のひとつでもある「つながり」や「連携」をテーマに、3つのアクションプランを設定した。アクションプラン1は観光資源や拠点など、今美里にある「もの」からの展開、アクションプラン2は、ものを活かしてつなげて生み出す「こと」からの展開、アクションプラン3は「ひと」からの展開として設定した。

アクションプランのうち、これまでの活動成果を踏まえながら次のステップへの展開を図る先導的な「リーディングプロジェクト」として、実現可能性の高さ、波及効果の大きさの観点から3つの事業を選定し重点的に推進していく。

さらに、これらを推進するにあたり必要な推進体制の構築については、「観光まちづくり推進体制アクションプラン」を示す。

### 【3つのアクションプランと推進体制アクションプラン】

#### **アクションプラン1：観光資源、拠点施設をつなぐ観光エリアづくり**

- リーディングプロジェクト①：祈りと中世の歴史のモニターツアー

#### **アクションプラン2：イベントから滞在につなげていく観光商品開発**

- リーディングプロジェクト②：既存イベントの新体制による試行実施

#### **アクションプラン3：関係人口から観光・交流人口につなげるきっかけづくり**

- リーディングプロジェクト③：利用者目線によるポータルサイト等の再整備とタイムリーな発信

#### **◎観光まちづくり推進体制アクションプラン**

また、これらのアクションプランの作成にあたり目安となる年度毎の目指す姿を以下に示す。

### 【各年度毎の目指す姿】

- 1年目：連携による推進体制づくり、情報発信基盤の再整備、ニーズ調査
- 2-3年目：着地型コンテンツづくり  
(イベント刷新+滞在プログラムの開発、モデルルート開発、食の開発等)
- 4-5年目：本格的に着地型商品の販売、観光協会のDMO化

■アクションプラン総括表

はリーディングプロジェクト

年度	短期			中期		
	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)	
年度毎の目指す姿	連携による推進体制づくり、情報発信基盤の再整備、ニーズ調査		着地型コンテンツづくり		本格的に着地型商品の販売、観光協会のDMO化	
アクションプラン1	A. 個別観光拠点の強化	インフォメーションターの機能強化 宿泊・交流拠点の整備	物産販売拠点の確保	宿泊・交流拠点の運営 温泉宿泊施設の再整備	空き店舗等を活用した回遊・交流・宿泊拠点の拡充	
	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 各種モデルルートの作成と商品化検討（モニターツアー等）			商品として販売	
	C. モデルルート の環境整備と情報発信	GO TO MISATO ツアー結果分析	二次交通の拡充、案内サインの拡充等 若手ガイドの育成、サイクリスト等向けの環境整備等 モデルルート の情報発信、ガイドツアー等のオンライン受付等			
	D. 町民が美里の魅力を 知る 機会 の創出	知られざる魅力の発掘作業や文化財活動への参加	モデルルート の町民向けツアーの実施と情報発信			
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 新体制による実験的なイベント企画・実施（モデルケース） モデルケースの見直しと、他のイベントにおける展開				
	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	1-B (モデルルート) の検討を活かす	イベント+モニターや体験プログラムの開発・試行実施と商品化、情報発信			継続的な実施 (PDCA)
	C. 農を活かした食の体験と商品づくり	食のコンテンツ開発（研究会やコンテスト等） 特産品の開発と販路開拓、情報発信			継続的な実施 (PDCA) 広域連携プログラムの開発	
	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	本郷地区における宿泊・交流拠点の整備（1-A）			ワンストップ型おもてなし体制の構築	
アクションプラン3	A. 外部サポーターの形成	ファンクラブメンバーへの定期的な情報提供	観光大使の任命、サポーターへの物販や交流事業の実施	継続的な実施 (PDCA) メンバーの拡大		
	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 利用者目線によるポータルサイト等の再整備とタイムリーな発信 継続的な情報発信 (PDCA)				
	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	関係者の連携による推進体制の構築 観光関連のデータ・ニーズ分析	連携体制によるプロジェクトの推進、調整、進行管理			認知度向上と購買、来訪につながるコンテンツ開発と情報発信（インバウンド含む） 体験等の販売サイトの構築 継続的な実施 (PDCA)
備考	※新鶴温泉耐用年数	※只見線全線開通 ※博士トンネル開通	※歴史資料館（新鶴）	※あやめの湯耐用年数		

## アクションプラン 1：観光資源、拠点施設をつなぐ観光エリアづくり

※【 】は戦略プログラムの具体的事業の番号に対応

### A. 個別観光拠点の強化

基本的な観光の受け入れ基盤である、インフォメーションセンター、物産販売施設、宿泊施設等の観光拠点について、利用者の視点に立ち充実・整備し、さらに、空き店舗等の活用により、回遊・交流拠点を増やし、エリアの魅力を高めていく。

- ・立ち寄り拠点の拡充、整備【1-①】  
インフォメーションセンターの機能・サービスの強化  
野菜や特産品などの物産販売拠点の確保（空き店舗の活用、既存施設への併設、移動販売等）
- ・宿泊・交流拠点の整備【1-②】  
本郷地域におけるまちやど事業
- ・ニーズに対応した温泉宿泊施設の再整備【1-③】
- ・空き店舗等を活用した回遊・交流・宿泊拠点等の拡充【1-④】  
高田門前町などまち歩きエリアのネットワークの充実

### B. 美里めぐりのモデルルート化と商品化

既存のモデルルートや類似事業を踏まえ、会津美里の資源や魅力を活かした新旧の主要テーマを設定し、資源の掘り起こしと深掘りをしながら、ターゲットを想定したモデルルートを作成する。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。

その際、特に令和2年度に実施したGO TO MISATO事業（三十三観音巡り）等、先行して実施した同様の事業の結果を十分に検証し、活用していく。

- ・すでに来ている方に満足して頂くコンテンツの開発【3-①】  
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
- ・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【3-②】  
ワインツーリズム  
アウトドアツーリズム  
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
- ・ターゲットを想定したモデルルートの開発と商品化【3-③】  
祈りと中世の歴史のモニターツアー◆リーディングプロジェクト①  
→先行して実施した同様の事業の結果を十分に検証・活用し、寺社仏閣や中世の歴史、天海大僧正等、歴史の魅力を深掘りするモニターツアーを実施、検証を繰り返しながら商品化する。

## C. モデルルート の環境整備と情報発信

モデルルート の作成、商品化を進めながら、必要な設備やサービス等を確認し、整備する。また、作成したモデルルートはホームページ等で発信、活用し、将来的には商品化したガイドツアーのオンライン受付（販売）を行う。

### ●ハード整備関連

- ・観光施設の整備および改修【2-①】  
案内サインの拡充、サイクリスト向け環境整備等
- ・二次交通の高度化【2-②】  
レンタサイクル

### ●ソフト対策関連

- ・観光ガイドの育成と持続可能な運営【3-⑤】  
ガイドのスキルアップ、サイクルツアーガイド等若手ガイドの育成と待遇改善
- ・利用者目線による情報発信体制の構築【7-①】  
モデルルート のホームページ等での情報発信・活用  
ガイドツアー等オンライン受付（商品化後）と運営体制
- ・回遊・滞在に必要な情報の適切な媒体による提供【7-②】  
スマホにも対応した回遊に必要な情報の提供

## D. 町民が美里の魅力を 知る 機会 の創出

新たな資源の発掘や、モデルルート の町民向けツアーへの参加を通じて、町民が町の魅力を直に再認識する機会を創出したり、また、そのツアーレポートを観光百人衆が発信するなど、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。

- ・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【3-②】  
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
- ・町の魅力を再認識する機会 の提供【6-③】  
モデルルート の町民向けツアーの実施
- ・観光百人衆の拡充【6-②】  
観光百人衆のモニターツアーへの参加と情報発信

# アクションプラン 1

年度	短期			中期		
	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)	
A. 個別観光拠点の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>インフォメーションセンターの機能強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>物産販売拠点の確保</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>空き店舗等を活用した回遊・交流・宿泊拠点の拡充</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊・交流拠点の整備</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊・交流拠点の運営</li> <li>温泉宿泊施設の再整備</li> </ul>			
リーディングプロジェクト①						
B. 美里めぐりのモデルルート化と商品化	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種モデルルートの作成と商品化検討（モニターツアー等）</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>商品として販売</li> </ul>		
C. モデルルートの環境整備と情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>GO TO MISATO ツアー結果分析</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>二次交通の拡充、案内サインの拡充等</li> <li>若手ガイドの育成、サイクリスト等向けの環境整備等</li> <li>モデルルートの情報発信、ガイドツアー等のオンライン受付等</li> </ul>			
D. 町民が美里の魅力を知る機会の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>知られざる魅力の発掘作業や文化財活動への参加</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>モデルルートの町民向けツアーの実施と情報発信</li> </ul>			
主体別アクション	町（行政）	<ul style="list-style-type: none"> <li>インフォメーションセンターの拡充支援</li> <li>宿泊・交流拠点の事業化支援</li> <li>知られざる魅力の発掘機会や文化財活動の提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>物産販売拠点の確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>回遊・交流・宿泊拠点の拡充支援</li> <li>宿泊・交流拠点の運営支援</li> <li>温泉宿泊施設の改修または建て替え※民間に売却されなかった場合</li> <li>二次交通の拡充、案内サインの拡充、サイクリスト等向けの環境整備</li> </ul>		
	観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>インフォメーションセンターの機能等見直し</li> <li>各種モデルルートの作成と商品化</li> <li>知られざる魅力の発掘機会の提供</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>販売サイトの構築</li> <li>若手ガイドの育成、モデルルートの情報発信、ガイドツアー等のオンライン受付</li> <li>町民向けツアー企画・実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町民向けツアーの継続的な実施</li> </ul>	
	振興公社 商工会		<ul style="list-style-type: none"> <li>物産販売拠点検討</li> <li>モデルルートの作成・商品化検討への参加</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>物産販売拠点の運営</li> </ul>	
	その他関連団体 民間事業者 町民	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊・交流拠点の運営</li> <li>モデルルートの作成・商品化検討への参加</li> <li>魅力発掘作業等への参加</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊・交流拠点の運営継続、新たな拠点運営への参加</li> <li>ツアー参加、情報発信</li> </ul>		
	備考	※新鶴温泉耐用年数	※只見線全線開通 ※博士トンネル開通	※歴史資料館（新鶴）		※あやめの湯耐用年数



## アクションプラン 2：イベントから滞在につなげていく観光商品開発

### A. 町民参加型の実行委員会によるイベント実施

(あやめ祭り、ふれあい茶会、せと市、ワイン祭り、大俵引き等)

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。

#### ・多様な主体の参加によるイベント等の実施【6-①】

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る運営

既存イベントの新体制による試行実施◆**リーディングプロジェクト②**

→若手の関心や地域への波及効果の高さ等から、先行して取り組むイベントを選定し、試行的にリニューアルに着手する。企画運営のモデルをつくり、他のイベントにも展開する。幅広い町民が関わり、楽しめるイベントを実現する。

### B. 既存イベントを活かした日帰り・滞在中のおもてなしプログラムの開発

Aの取り組みと並行し、モデルルートを活用により、イベントと合わせたミニツアーや体験プログラムなどを提供し、イベントから町内への回遊を促し、滞在時間をのばす。また、イベントやミニツアー等の情報発信の際には、来訪者が関心を持ちそうな関連トピックも積極的に発信し、来訪や回遊の動機付けをおこなう。

#### ・主要イベント時に合わせた関連プログラムの企画・実施【3-④】

(1-Bの美里めぐりのモデルルートの活用)

#### ・利用者目線による情報発信体制の構築【7-①】

イベント等に合わせた関連トピックの発信等、来訪や回遊の動機付けとなる情報発信

### C. 農を活かした食の体験と商品づくり

特A米、野菜、果物等会津美里町の特性である農を活かし、滞在中の食の楽しみを提供するため、町内で食して頂くメニューや体験プログラム、およびお土産等の特産品を開発する。また県内、近隣との連携プロジェクトへの参加等により、食の魅力や発信力を高める。

#### ・食のコンテンツ開発【4-①】

特A米、野菜、果物等を町内で食して頂くためのメニュー開発

(有志による研究会やコンテスト等)

町民との料理体験と試食

日本酒やワイン、焼物（器）と連携した、付加価値のある食コンテンツの開発

・六次化などによる特産品開発、販路開拓【4-②】

振興公社や農家、民間事業者等による特産品開発の推進

特に、農家への六次化支援の強化（サポート窓口設置、使い易い支援制度の整備、特区活用等）

顧客や町に関連ある方（出身者）等をとっかかりとした販路開拓（E コマース含む）

町内の物産販売拠点、商店、飲食店等における販路開拓

特産品販売時における町の積極的な PR

・特定テーマによる広域連携プログラムの開発【8-③】

ワインや日本酒、美食などの県内連携

#### 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

（会津美里まちホテル（仮）…まちやど拡大版／アルベルゴ・ディフェーズ）

本郷地区で進行中の空き店舗を活かした宿泊交流拠点をモデルケースに、町内に拡充すると共に、町内の温泉、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体制を構築する。

・ワンストップ型おもてなし体制の構築【5-②】

町内関係者と連携するコーディネーター機能

各種サービスをワンストップで提供するコンシェルジュ機能

これを有する運営組織の確保（DMO 的機能を有する観光協会）

## アクションプラン2

年度	短期			中期	
	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)
A. 町民参加型の実行委員会によるイベント実施	<b>リーディングプロジェクト②</b>				
	新体制による実験的なイベント企画・実施（モデルケース）	モデルケースの見直しと、他のイベントにおける展開			
B. 既存イベントを活かした日帰り・滞っておもてなしプログラムの開発	1-B (モデル)の検討を活かす	イベント+ミニアや体験プログラムの開発・試行実施と商品化、情報発信			継続的な実施 (PDCA)
C. 農を活かしたと食の体験と商品づくり		食のコンテンツ開発（研究会やコンテスト等）	継続的な実施 (PDCA)		
	特産品の開発と販路開拓、情報発信			広域連携プログラムの開発	
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		本郷地区における宿泊・交流拠点の整備（1-A）	ワンストップ型おもてなし体制の構築		
主体別アクション	町（行政）	・企画・実施支援 ・六次化支援（講習会の開催、六次化コンシェルジュによる支援）	・モデルケースの見直しや他のイベントにおける展開への支援		
	観光協会	・実行委員会の体制づくり、企画・実	・モデルケースの見直しと、他のイベントにおける展開 (PDCA)	・ミニアや体験プログラムの開発・試行実施と商品化、情報発信	・継続的な実施 (PDCA)
		・食のコンテンツ開発（研究会やコンテスト等）	・提供開始・情報発信	・継続的な情報発信とコンテンツの検証・改定 (PDCA)	
				・広域連携プログラムの開発	
				・全体コーディネート、コンシェルジュ機能	
振興公社 商工会	・地域商社による特産品開発と販路開拓（Eコマース、町内における販路含む）				
その他関連団体 民間事業者 町民	・企画段階からの参加	・他のイベントにおける企画段階からの参加			
		・プログラム等の開発・商品化への参加			
	・開発への参加	・継続的な参加			
	・六次化による特産品開発				
			・広域連携プログラム開発への協力		
			・宿運営への参加、連携によるおもてなしへの協力、参加		
備考	※新鶴温泉耐用年数	※只見線全線開通 ※博士トンネル開通	※歴史資料館（新鶴）		※あやめの湯耐用年数

## アクションプラン 3：関係人口から観光・交流人口につなげるきっかけづくり

### A. 外部サポーターの形成

会津美里町に縁のある町外在住者を当面の対象に、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などにより、町の観光交流事業に関わって頂くほか、これらの中から発信力のある方を対象に町の観光百人衆への参加や観光大使を担っていただき、町の応援団を形成する。

観光百人衆については、講習会や町の観光事業等への参加により、メンバーのモチベーションを上げ、外部サポーターを含め増員を図るほか、交流活動などにより柔軟性のある活動を目指し運営体制の見直しを図る。

#### ・外部サポーターの形成【8-①】

みさとファンクラブの結成

（町に縁のある町外在住者を対象に、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を定期的に提供）

観光大使の任命（会津美里町のPR活動への協力）

#### ・観光百人衆の拡充【6-②】

メンバーの気運醸成の機会創出と人員増強

（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）

町外在住者の参加

運営体制の見直し（民間へ）

### B. 入り口となる情報発信の拡充

基本的な観光施設や旬の情報を発信するポータルサイトについては、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と共に、関係者との連携を密にし、旬の情報をタイムリーに発信する体制を構築する。その上で、ターゲットに応じた外部バナー広告やPRの展開、バーチャルコンテンツの作成、発信などにより、インバウンドも視野に入れながら、認知度向上を図ると共に、購買、来訪につなげる。また、将来的には体験プログラム等の販売サイトの構築も目指す。

#### ・利用者目線による情報発信体制の構築【7-①】

利用者目線によるポータルサイト等の再整備とタイムリーな発信◆リーディングプロジェクト③

→ポータルサイトは、町の魅力を集結させ外に向けてアピールする媒体であると共に、外部の方が観光に関して必要な情報を得る窓口であることから、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、役立つ媒体となるよう再構築する。また、関係者との連携を密にし、来訪の動機付けとなる町ならではの旬の情報やその

関連トピックをタイムリーに発信する体制を構築する。

利用者の利便性を考慮した観光関連商品の販売サイトの構築

- ・認知度向上と購買、来訪につながる情報発信、話題づくり【7-③】

ターゲットに応じた外部バナー広告やPR

町の魅力を発信するバーチャルコンテンツ等の開発・発信

例：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等

- ・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【9-①】

### 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

法人化する観光協会および関係者の連携により、観光関連事業の推進体制を構築し、協働、連携によるDMO的な機能を有する組織の構築を目指す（詳細は、観光まちづくり推進体制アクションプランの会津美里町における観光まちづくり推進体制図参照）。

- ・連携による観光まちづくり推進体制の構築【5-①】

観光協会および関係者の連携による推進体制の構築

分野別チームによる具体的な検討と事業推進

<目指すべき主なDMO的機能>

- ・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、プレイヤーの育成
- ・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
- ・ワンストップ窓口サービスの提供
- ・特定テーマによる広域連携プロジェクト（例：食とお酒・ワイン、サイクリング等）

### アクションプラン 3

年度	短期			中期			
	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)	R7 (2025)		
A. 外部サポーターの形成	ファンクラブメンバーへの定期的な情報提供	観光大使の任命、サポーターへの物販や交流事業の実施	継続的な実施 (PDCA) メンバーの拡大				
	観光百人衆の気運醸成の機会づくりとメンバー増強						
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						
	利用者目線によるポータルサイト等の再整備とタイムリーな発信	継続的な情報発信 (PDCA)			継続的な実施 (PDCA)		
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	関係者の連携による推進体制の構築	連携体制によるプロジェクトの推進、調整、進行管理			継続的な実施 (PDCA)		
	観光関連のデータ・ニーズ分析						
主体別アクション	町 (行政)	観光百人衆関連事業の推進			運営体制の見直し		
		ポータルサイト等再整備への協力・支援	コンテンツ開発・情報発信への協力・支援				
		推進体制の構築支援、データ収集への協力・支援					
	観光協会	ファンクラブメンバーへの情報発信	観光大使の任命 交流事業の実施	継続的な実施 (PDCA) メンバーの拡大			
		ポータルサイトの再整備と発信の体制づくり	認知度向上と購買、来訪につながる情報発信とコンテンツ開発と情報発信		体験等の販売サイトの構築	観光百人衆関連事業の継続 継続的な実施 (PDCA)	
振興公社 商工会	ファンクラブ形成に向けた支援、物販対応	連携体制によるプロジェクトの推進、調整、進行管理					
その他関連団体 民間事業者 町民	交流事業等への協力						
	観光百人衆への参加						
	情報発信やコンテンツ開発への協力						
備考	※新鶴温泉耐用年数		※只見線全線開通 ※博士トンネル開通		※歴史資料館 (新鶴)		
	※あやめの湯耐用年数						

◎観光まちづくり推進体制アクションプラン

観光協会は令和3年度より法人化予定で、新体制となるものの、これまでのイベント事業をやりながら、多岐に渡る観光事業を中心となって推進するには、体制づくりに一定の時間を要する。

そこで、当面の間、観光協会の下部組織として、テーマ別の「観光まちづくり推進ワーキングチーム」を設置し、ワーキングメンバーと連携しながら、企画検討や実施計画作成を行い、個別の事業を推進する。

また、観光協会は、これと並行して、職員の人材育成を行いながら、協会内の体制強化を図り、関係組織との協働連携により、DMO的な推進組織（観光まちづくりプラットフォーム）の構築を目指す。

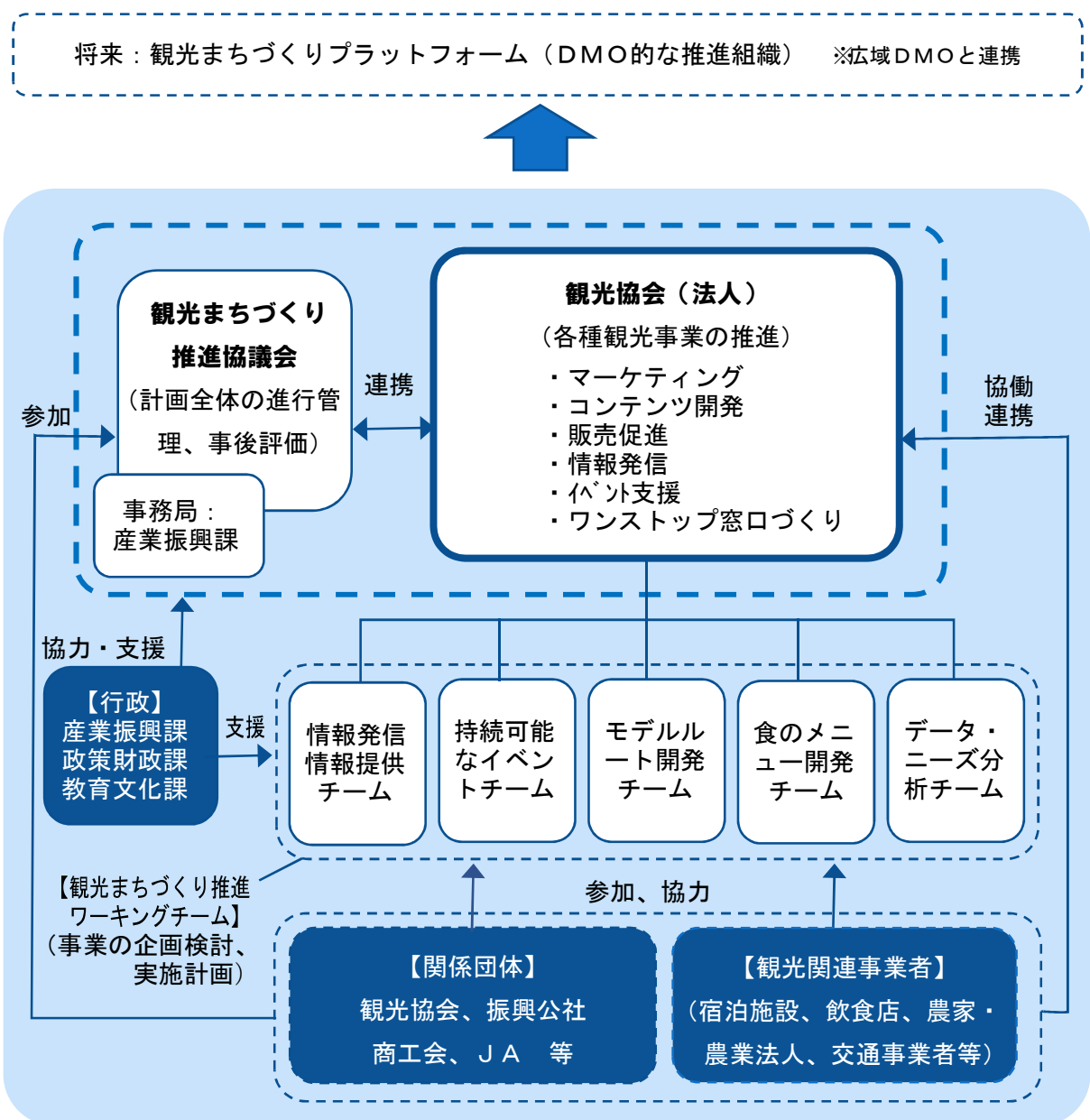


図 会津美里町における観光まちづくり推進体制図