

(1) 全体目標の達成状況 (令和元年度)

指標	計画 策定前 (H26)	H29	H30	R1		目標値 (R2)
一人あたりの 観光消費額	2,452 円	2,655 円	2,685 円	2,527 円	対前年度比率 △5.9%	3,720 円
				目標値 3,508 円	達成率 72.0%	
観光入込客数	205 万人	174 万人	162 万人	153 万人	対前年度比率 △5.6%	210 万人
				目標値 209.2 万人	達成率 73.1%	
観光施設にお ける入込客数	6.3 万人	5.5 万人	5.7 万人	5.1 万人	対前年度比率 △10.5%	6.8 万人
				目標値 6.7 万人	達成率 76.1%	
観光消費額	1 億 5,448 万円	1 億 4,603 万円	1 億 5,305 万円	1 億 2,877 万円	対前年度比率 △15.9%	2 億 5,296 万円
				目標値 2 億 3,655 万円	達成率 54.4%	

【分析】

- ・「一人あたりの観光消費額」は、対前年度で 5.9% 減少した。この観光消費額を「日帰り」と「宿泊」に分けてみると、日帰りでは 747 円、宿泊では 10,132 円で、前年度より日帰りが 10 円、宿泊が 87 円減少している。毎年度微増してきたが、宿泊施設において、価格設定が低い部屋が多く売れたことが減少要因のひとつである。また、日帰りでの消費額は依然低い状態が続いており、これは来町された観光客が、買い物等での購買意欲に繋がっていないことが低迷の理由と考える。今ある施設の活用検討をしながら、継続した情報発信と施設側の受入整備が必要である。
- ・「観光入込客数」については、コロナウイルス感染症の影響もあり減少している。また、毎年度伊佐須美神社の減少も続いているが、これは発表者側の入込数の捉え方が大きく影響しているものと考えられる。

観光振興計画の施策体系

A	観光地としての受け入れ基盤整備
---	-----------------

成果指標

	指標	計画策定前 (H26)	(H29)	(H30)	現状値 (R1)	目標値 (R2)
①	観光宿泊客数	9,938人	10,235人	11,549人	9,549人	14,000人
②	観光レンタルサイクル貸出件数	7件	35件	76件	111件	100件

令和元年度活動実績

- ・電動アシスト付き自転車を1台購入し、新たに新鶴地域（ふるさと観光物産館に設置）でレンタルサイクルを開始した。
- ・レンタルサイクル件数内訳は、高田インフォメーションセンター40件、本郷インフォメーションセンター69件、ふるさと観光物産館2件となった。（無料貸出）

指標の分析（成果が向上した、又はしなかった理由）

①	ほとんどの宿泊施設において、客数が減少した。10月の台風、2月からコロナウイルス感染症の影響により観光利用の客が減少したことが要因と考える。
②	県外（特に首都圏）からの利用者が増えてきている。本郷地域はほぼ横ばい、新鶴地域は本格導入が9月となったことや周知不足のため利用件数は少なかった。利用者に対して動機確認まではしていないが、高田地域での伸びが大きいことから、伊佐須美神社周辺のまちなか散策の人气が高まっていると考えられる。

（参考）

アクションプランとの関連性

		DMOの 設立・ 展開	情報発信とプロ モーション	策等 ルート等の品開 発	農とを 食活した観光の推 進	イン バンド観光の充 実	宿 泊拠点の整 備等	空 店舗等活用した拠 点整備
観光地としての 受け入れ基 盤の整備	観光宿泊 客数	○	○	○	○	○	◎	○
	観光レン タサイクル貸出件 数	○	○	◎	○	○	○	○

（備考）

- ◎…特に効果が期待されるもの
- …効果が期待されるもの

観光振興計画の施策体系

B	着地型観光の確立
---	----------

成果指標

	指標	計画策定前 (H26)	(H29)	(H30)	現況値 (R1)	目標値 (R2)
①	会津本郷焼事業協同組合の売上額	112百万円	154百万円	156百万円	154百万円	224百万円
②	歴史文化事業・施設等への町外参加者数	265人	424人	784人	1,224人	335人

令和元年度活動実績

・会津本郷焼事業協同組合において、七日町アンテナショップ「瀬戸右衛門」の運営や、会津ブランドものづくりフェアへの出展、また岩手県盛岡市で開催された「伝統工芸全国大会」等町外でのPRを実施した。
 ・教育文化課主催で文化財保存活用講演会を実施したほか、向羽黒整備資料室においては、観光協会で「天海大僧正」の企画展を開催し貴重な資料を展示した。

指標の分析（成果が向上した、又はしなかった理由）

①	3月の売上減少が多い。コロナウイルス感染症の影響により、退職者や卒業者へ贈呈する記念品の発注が少なくなったことが、売上額の減少の一因である。
②	向羽黒山城跡整備資料室への来場者が増加した。続日本百名城に認定され知名度が上がったことから、山城スタンプラリーで訪れる方が増加したことや、月1回の開館から、毎週土日、祝日に開館するようになったことから増加したものと考えられる。

（参考）

アクションプランとの関連性

		DMOの 設立・ 展開	情報 発信と プロモ ーション	策 略一 等商 品開 発	農 とを 食 活 か し 観 光 推 進	イン バ ウ ド 観 光 の 充 実	宿 泊 点 の 整 備 等	空 き 店 舗 等 を 用 いた 点 整 備
着地型観光の 確立	会津本郷焼事業協同組合の売上額	○	○	◎	○	○	○	○
	歴史文化事業・施設等への町外参加者数	○	○	◎	○	○	○	○

（備考）

◎…特に効果が期待されるもの

○…効果が期待されるもの

観光振興計画の施策体系

C	観光まちづくりの推進
---	------------

成果指標

	指標	計画策定前 (H26)	(H29)	(H30)	現況値 (R1)	目標値 (R2)
①	ポータルサイトへのアクセス数	115,961件	133,083件	137,189件	146,285件	230,000件
②	観光ガイドの回数	56件	83件	63件	53件	70件

令和元年度活動実績

- ・極上の会津プロジェクト協議会主催の公認登録審査会で、当町の観光ガイド3名が合格した。公認登録者となった3名は広域的な観光ガイドとして活動する。
- ・首都圏や新潟市、名古屋市のエージェントを訪問し、旅行商品造成に向けてPRを行った。
- ・観光協会において、向羽黒山城跡や桜、伊佐須美神社などのガイドを53団体より依頼を受けた。
(案内箇所の延べ件数は58件)

指標の分析（成果が向上した、又はしなかった理由）

①	全体としては増加傾向にある。極上の会津プロジェクト協議会HPのページビュー数も増えていることから、協議会のプロモーションが功を奏しているものと考えられる。また、町ホームページの観光情報バナーである「美の旅ガイド」とパンフレットがQRコードで連動しているため、パンフレットで画像で紹介しているページビュー数が増加している。しかし、観光協会HPのページビュー数が減少傾向にあるが、3月にInstagramの情報を掲載するようになったことから、今後は増加する可能性があると考ええる。
②	前年より件数が減少した。特に三十三観音に関するツアーの件数が少なくなったことから、左下り観音、三十三観音の件数が減少している。日本遺産認定から4年目を迎え、魅力が薄れてきたことが要因と考えられる。

(参考)

アクションプランとの関連性

		DMOの 設立・ 展開	情報 発信と プロモ ーション	散策 ルート 等の商 品開発	農と 食を 活か した 観光 推進	イン バウ ンド 観光 の実	宿泊 拠点 の整 備等	空き 店舗 等活 用した 拠点 整備
観光地としての受け入れ基盤の整備	ポータルサイトへのアクセス数	○	◎	—	—	—	—	—
	観光ガイドの回数	○	◎	◎	—	—	○	○

(備考)

- ◎…特に効果が期待されるもの
- …効果が期待されるもの

観光振興計画の施策体系

D	地域連携による観光事業の拡大
---	----------------

成果指標

	指標	計画策定前 (H26)	(H29)	(H30)	現況値 (R1)	目標値 (R2)
①	海外からのポータルサイトへのアクセス数	—	472件	600件	1,060件	15,000件
②	観光施設へのWi-Fi 観光の整備箇所数	—	7箇所	7箇所	7箇所	5箇所

令和元年度活動実績

・インバウンド誘客に向けて、東京都内及び新潟市内のランドオペレーターを訪問し、外国人が好みそうな素材のセールスを行った。

・会津7市町村で構成するデジタルDMOプロジェクト組織で運営する「VISIT AIZU」において、ターゲット国（台湾・タイ・仏・豪）に対し、広告（googleやfacebook）によるプロモーションを実施したほか、サイト内のコンテンツを充実させた。

・インバウンド研修会1月15日から2月26日までの間で4回開催し、第4回の研修会では、「会津美里ゴールデンルート」を作成し、町HPと観光協会HPで周知を図った。

・平成24年に提供を開始した観光ナビゲーションアプリ「会津美里町指さしナビ」の内容を見直し、訪日外国人旅行者にも対応できるよう、多言語化（日・英・中（繁・簡）・タイ）を行った。また外国語については音声ガイド機能も追加している。

指標の分析（成果が向上した、又はしなかった理由）

①	フィリピン、タイ、アメリカからのアクセスが多い。町HPの英語版観光情報バナー「Travel Guide」は、googleからの流入が多い。「VISIT AIZU」とリンクしていることから、googleによる広告が成果に繋がっていると考えられる。本郷インフォメーションセンターと窯元のページビュー数が多いことから会津本郷焼に興味があると考えられる。
②	設置箇所については、目標を達成しているため増設していない。全体の利用状況は前年度より2,015件増えているが、そのうち外国人の増加は1,245件と6割を占めている。（英語圏のアクセスが多い） （外国人利用件数 R1：3,013件 H30：1,768件 H29：23件）

（参考）

アクションプランとの関連性

		DMOの 設立・ 展開	情報 発信と プロモ ーション	散策 ルート 等の商 品開発	農と 食を 活か した 観光 の推 進	イン バウ ンド 観光 の充 実	宿泊 拠点 の整 備等	空き 店舗 等活 用した 拠点 整備
観光地としての受け入れ基盤の整備	海外からのポータルサイトへのアクセス数	○	○	—	—	◎	—	—
	観光施設へのWi-Fi観光の整備箇所数	○	○	—	—	◎	—	—

（備考）

◎…特に効果が期待されるもの

○…効果が期待されるもの