一般社団法人郡山市観光協会

令和６年度　第１回ＤＭＯ推進委員会

次　　第

日　時　　令和６年９月１７日（火）
　　午後２時００分
場　所　　郡山市総合福祉センター
　　３階　研修室（洋室４）

１　開　　会

２　あいさつ

３　内　容
（１）（一社）郡山市観光協会ＤＭＯ推進委員会について
（２）郡山市宿泊動向データについて
（３）（一社）郡山市観光協会　令和６年度事業計画について
（４）各団体の今年度事業の共有
（５）来年度事業への提案について

４　そ の 他

５　閉　　会

配付資料一覧

資料１　（一社）郡山市観光協会ＤＭＯ推進委員会について

資料２　令和６年　郡山市宿泊動向

資料３　（一社）郡山市観光協会　令和６年度事業計画

資料４　令和５年度　観光地域づくり法人事業報告書

資料５　令和６年度観光地域づくり法人形成・確立計画　様式１

資料６　令和６年度観光地域づくり法人形成・確立計画　様式２

（一社）郡山市観光協会ＤＭＯ推進委員会について

資料1

１　ＤＭＯの役割、推進体制

DMOの役割

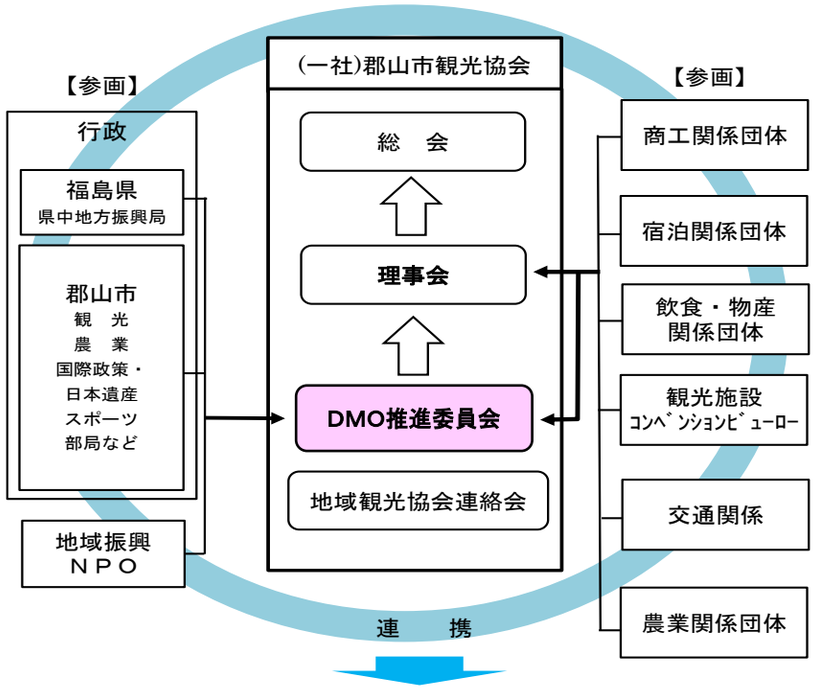
1　日本版ＤＭＯを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
2　①各種データ等の継続的な収集･分析
　　②明確なコンセプトに基づいた戦略の策定
　　③ＫＰＩの設定･ＰＤＣＡサイクルの確立
3　関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整･仕組み作り・プロモーション

DMO推進体制

１　理事会
　商工会議所・商工会・商店街の商工関係団体、温泉・旅館・ホテルの宿泊関係団体、飲食関係団体、物産関係団体、農業団体、観光施設、ｺﾝﾍﾞﾝｼｮﾝﾋﾞｭｰﾛｰ、鉄道・バス・タクシーの交通関係者等多様なステークホルダーが理事として理事会を構成し意思決定する。

２　ＤＭＯ推進委員会
　行政、商工、宿泊、飲食、農業団体、交通、地域振興ＮＰＯ等、多様な関係者が参加するＤＭＯ推進委員会を組織内に設置し、連絡調整や合意形成を図る。

官民が密接に連携した運営を実施



◆地域経済の発展
観光消費額ＵＰ　＝　来訪者数UP　←　リピーター育成・新規来訪者獲得
　　＆消費額UP　←　滞在時間延長・消費行動の動機づけ
◆シビックプライドの醸成
観光に対する市民の意識　＝　観光施策への市民の満足度・重要度UP

２　ＤＭＯ推進委員会

目　的

官民が連携し、マーケティングに基づく戦略の検討・事業展開に関する連絡調整や合意形成を図る。

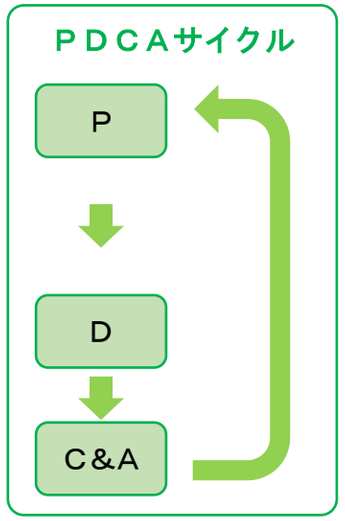
実施内容

◆マーケティングに基づく観光戦略の検討
　観光データの共有・分析
　関係者の事業情報の共有（データ共有）

観光戦略の検討

◆観光戦略に基づく事業展開に関する連絡調整

◆ＫＰＩ等の評価検証結果に基づいた取組の検討



委員構成

各団体の実務者レベルで構成

会議頻度

年に２～３回程度開催

今後の予定

Ｒ６年度

７月	８月	９月	10月	11月	12月	１月	２月	３月
		◆					◆	
		・宿泊動向等観光データの共有 ・各団体事業情報の共有 ・今後の事業展開					・事業実施状況報告 ・宿泊動向等観光データの共有 ・各団体事業情報の共有 ・今後の事業展開	

郡山市宿泊動向　（R6年）

資料2

■　年別宿泊者数

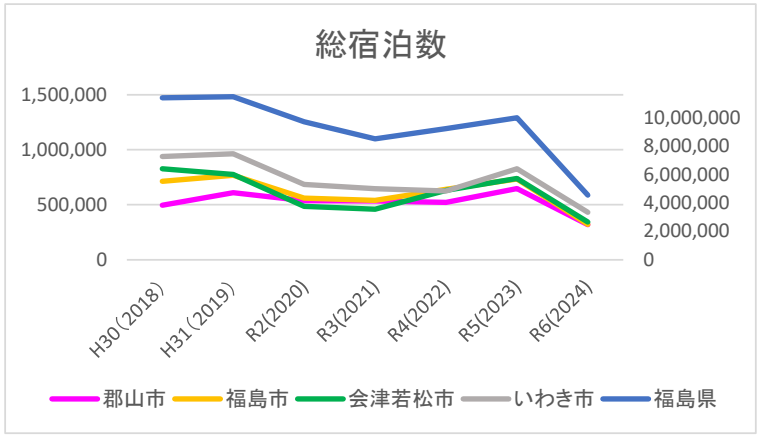
【総宿泊数】　※R6は6月まで　単位：人泊

	H30（2018）	H31（2019）	R2(2020)	R3(2021)	R4(2022)	R5(2023)	R6(2024)	平均回答施設数
郡山市	496,700	609,070	537,344	535,554	522,886	647,548	319,149	24（36）
福島市	712,629	768,413	561,214	539,639	640,736	733,557	321,712	26（52）
会津若松市	827,409	775,903	486,150	460,795	630,611	739,738	343,577	21（32）
いわき市	938,940	963,841	685,093	645,433	625,404	828,715	431,995	31（63）
福島県	11,396,360	11,463,840	9,701,460	8,512,030	9,214,810	9,991,210	4,547,940	－
特記事項			新型コロナウイルス感染拡大					

※施設は従業員10人以上の施設。平均回答施設数はR6の平均。（ ）は対象施設数

2020年から2022年までの間は新型コロナウイルス感染症の影響で各市とも大幅な減少となった。
2023年は新型コロナが5類に移行したことで、状況が好転し、大幅に増加した。本市においては、コロナ禍前（2019年）と比較して6.3%増となった。他市では、福島市と会津若松市はコロナ禍前（2019年）の水準までほぼ回復しているが、いわき市は△14%となっている。
2024年は6月までの対前年比で、郡山市2%減、福島市10%減、会津若松市4%増、いわき市22%増となっている。

（観光庁宿泊旅行統計調査）

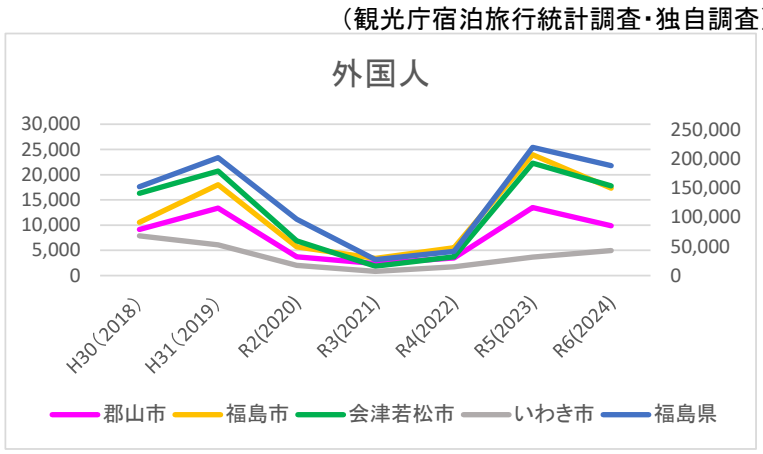


【外国人】　※R6は6月まで　単位：人泊

	H30（2018）	H31（2019）	R2(2020)	R3(2021)	R4(2022)	R5(2023)	R6(2024)	平均回答施設数
郡山市	9,160	13,356	3,694	2,390	3,505	13,486	9,898	24（36）
福島市	10,527	18,007	5,704	3,408	5,531	23,950	17,350	26（52）
会津若松市	16,313	20,690	6,883	1,863	3,708	22,278	17,784	21（32）
いわき市	7,876	6,082	2,048	831	1,751	3,645	4,949	31（63）
福島県	152,750	202,660	96,700	27,400	41,280	220,230	188,810	

2020年から2022年までの間は新型コロナウイルス感染症の影響で各市とも大幅な減少となった。
2023年は新型コロナが世界的に落ち着き、海外からの入国制限も解除されたことから、インバウンドが大幅に増加した。本市においては、コロナ禍前（2019年）と比較して1%増と回復した。他市では2019年と比較して福島市が33%、会津若松市が8%増加しているが、いわき市は40%減少と回復していない。
2024年は6月までの対前年比で、郡山市99%増、福島市39%増、会津若松市56%増、いわき市198%増と各市大幅に増加している。

（観光庁宿泊旅行統計調査・独自調査）

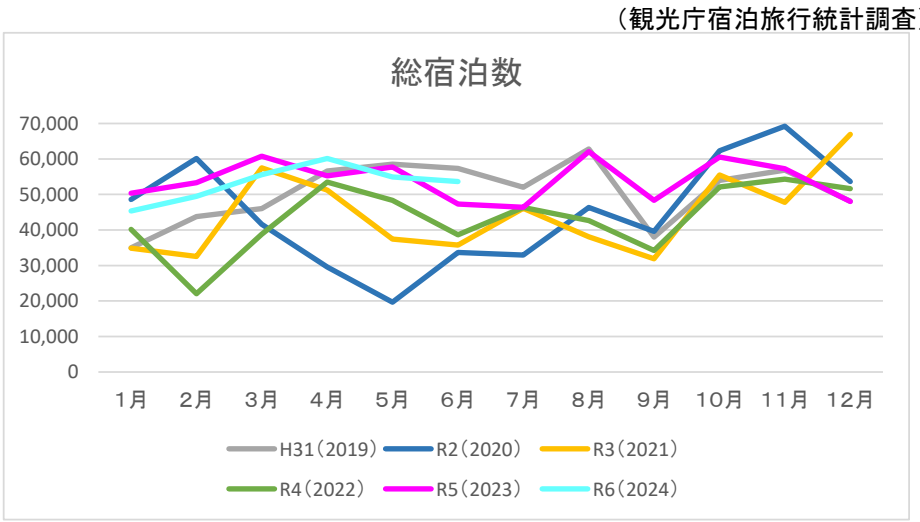


■　月別宿泊者数

【総宿泊数】　単位：人泊

	H31（2019）	R2（2020）	R3（2021）	R4（2022）	R5（2023）	R6（2024）	前年増減率
1月	34,978	48,557	34,856	40,133	50,366	45,352	−10.0%
2月	43,784	60,116	32,520	22,048	53,339	49,476	−7.2%
3月	45,992	41,630	57,514	38,832	60,786	55,575	−8.6%
4月	56,590	29,602	51,204	53,452	55,265	60,139	8.8%
5月	58,571	19,669	37,464	48,389	57,771	54,938	−4.9%
6月	57,310	33,662	35,745	38,670	47,305	53,669	13.5%
7月	52,059	32,973	46,116	46,381	46,395		−100.0%
8月	62,812	46,342	38,048	42,688	62,078		−100.0%
9月	38,006	39,611	31,891	34,196	48,388		−100.0%
10月	53,958	62,310	55,462	52,120	60,528		−100.0%
11月	56,884	69,229	47,796	54,327	57,292		−100.0%
12月	48,126	53,643	66,938	51,650	48,035		−100.0%
計	609,070	537,344	535,554	522,886	647,548	319,149	−41.1%
対前年比	22.6%	−11.8%	−0.3%	−2.4%	23.8%	−50.7%	

（観光庁宿泊旅行統計調査）

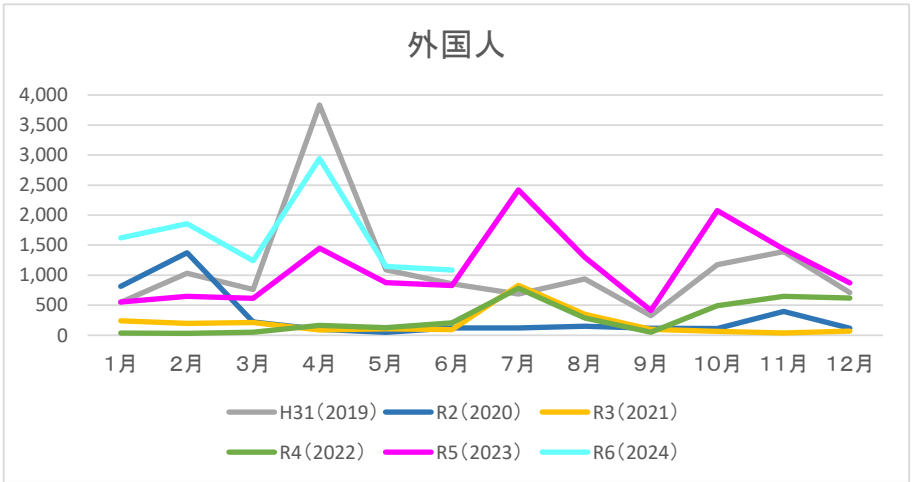


2020～2022年は、新型コロナの影響で、対前年比マイナスの傾向が続いていたが、2023年は5月に新型コロナが5類に移行し、全ての月において前年同月より増加した。
2024年1～3月、5月は対前年比で減少しているものの、4月と6月は増加している。

【外国人】　単位：人泊

	H31（2019）	R2（2020）	R3（2021）	R4（2022）	R5（2023）	R6（2024）	前年増減率
1月	548	816	239	39	555	1,619	191.7%
2月	1,034	1,374	198	32	650	1,860	186.2%
3月	762	223	212	49	613	1,242	102.6%
4月	3,834	96	91	166	1,451	2,943	102.8%
5月	1,091	49	106	126	875	1,148	31.2%
6月	858	121	93	207	828	1,086	31.2%
7月	685	122	831	783	2,420		−100.0%
8月	939	149	350	289	1,296		−100.0%
9月	326	116	97	49	413		−100.0%
10月	1,176	113	65	494	2,074		−100.0%
11月	1,394	398	38	650	1,438		−100.0%
12月	709	117	70	621	873		−100.0%
計	13,356	3,694	2,390	3,505	13,486	9,898	−11.4%
対前年比	45.8%	−72.3%	−35.3%	46.7%	284.8%	−26.6%	

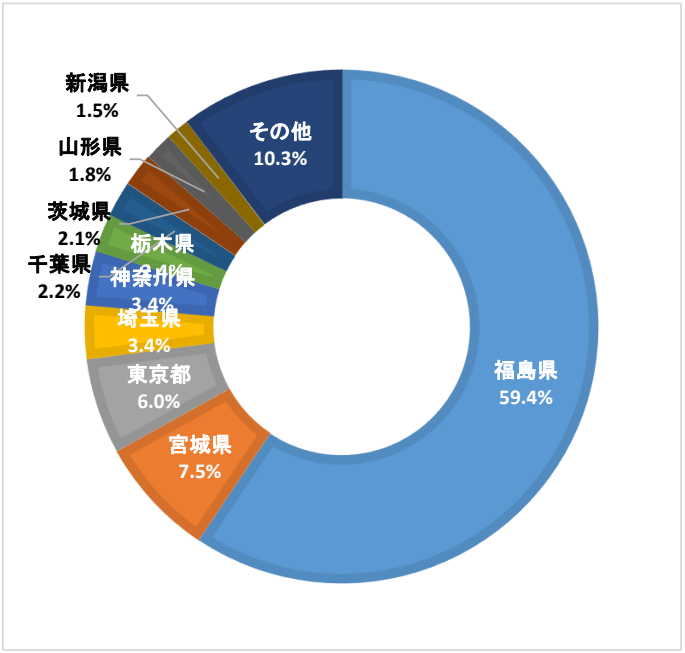
（観光庁宿泊旅行統計調査・独自調査）



2020～2021年にかけては、対前年比大幅な減少傾向にあったが、2022年は4月以降増加に転じ、10～12月には大幅に増加した。
2023年は対前年比184.8%の増となり、コロナ禍以降のインバウンドが回復している。
さらに2024年1～4月は対前年比100%を超えるなど増加しており、円安の影響によるものと考えられる。

■ 居　住　地

＜都道府県別＞　R5(2023).1～R5(2023).12

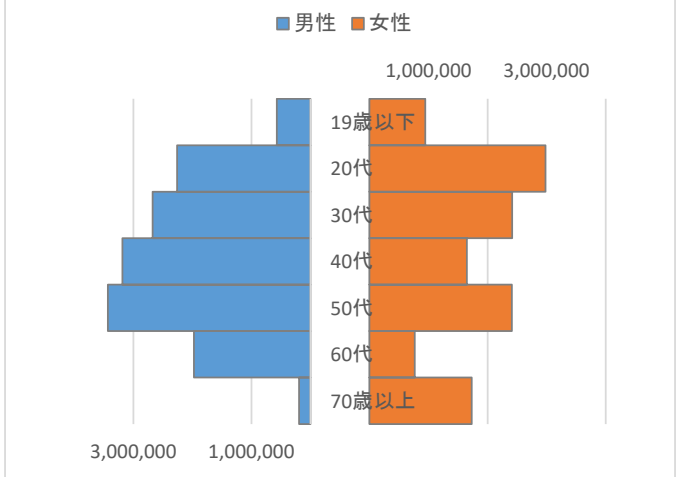


（東北観光DMP）

	R4(2022)	R5(2023)				
	郡山市	郡山市	福島市	会津若松市	いわき市	福島県
1位	福島県	福島県	福島県	福島県	福島県	福島県
2位	宮城県	宮城県	宮城県	東京都	茨城県	宮城県
3位	東京都	東京都	東京都	宮城県	東京都	東京都
4位	埼玉県	埼玉県	山形県	埼玉県	宮城県	埼玉県
5位	神奈川県	神奈川県	神奈川県	神奈川県	神奈川県	神奈川県
6位	栃木県	栃木県	埼玉県	新潟県	千葉県	茨城県
7位	千葉県	千葉県	千葉県	千葉県	埼玉県	千葉県
8位	茨城県	茨城県	茨城県	茨城県	栃木県	栃木県
9位	山形県	山形県	栃木県	栃木県	山形県	山形県
10位	新潟県	新潟県	岩手県	山形県	岩手県	新潟県

各市とも県内宿泊がトップ。
2022年と変わらず、本市の宿泊は、県内、宮城県に次いで首都圏がランクイン。
近県・隣県での宿泊傾向が継続している。

■ 年代・性別　R5(2023).1～R5(2023).12



（東北観光DMP）

	19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
男性	570,040	2,260,478	2,674,190	3,188,052	3,434,203	1,974,413	194,031
女性	944,450	2,978,391	2,415,336	1,647,844	2,409,479	765,865	1,729,670

宿泊者の年代・性別は。50代男性が最も多く、40代男性と続くことから、ビジネス等による宿泊が多いと推測される。

資料３

☆拡充　★新規

令和６年度 事業計画

１．郡山版ＤＭＯ推進事業

(1) 郡山版ＤＭＯの推進　※DMO＝観光地域づくり法人（Destination Management Organization）

・「ＤＭＯ推進委員会」の運営

・地域限定旅行業取得による旅行商品の販売、宿泊、輸送手配☆

・ユニバーサルツーリズムへの対応☆

観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の取得、ベビーカーレンタルサービス「ベビカル」の導入・車いすの設置等

(2)マーケティング事業

・観光客アンケート調査（郡山市観光動向消費調査）の実施

旅行消費額、リピーター率、来訪者満足度等の調査

・東北観光 DMP（データマネジメントプラットフォーム）利用ライセンスの取得★

Web 分析から CRM 分析まで 11 種類のカテゴリーで、データ活用が可能

(3) 広域連携推進事業

（一社）東北観光推進機構【広域連携ＤＭＯ】、（公財）福島県観光物産交流協会【地域連携ＤＭＯ】、こおりやま広域観光協議会等との情報共有や相互連携した取り組み

(4) 地域観光協会連絡会の開催

各地域観光協会との情報共有や相互連携した取り組み

２．情報・魅力発信事業

(1) 観光協会ウェブサイト・ＳＮＳ発信事業

①ウェブサイト情報発信

・会員事業所との相互リンクによるアクセス数の増加、エアーワークとの連携等☆

・花の名所ＬＩＶＥ映像配信事業（サクラ：７地点、ヒマワリ：１地点）

②ＳＮＳの活用による情報発信

ＳＮＳアンバサダー事業、ＬＩＮＥによる情報発信（イベント情報発信の強化）☆

(2) ＰＲツール作成・活用事業

・パンフレット、ノベルティ、オリジナル販売商品の作成・観光ＰＲ

・郡山グルメを核とした周遊促進ツールの作成★

・次の 100 年に向けた文化庁「100 年フード（未来の 100 年フード部門）」の活用・PR★

(3) メディア等広報事業

新聞や情報誌、WEB 等の媒体を活用した観光ＰＲを実施、WEB 広告の拡大☆

(4) 観光・物産キャンペーン連携事業

福島県、郡山市、郡山コンベンションビューロー等と連携し、観光プロモーションを実施

３．観光コンテンツ創出事業

地域特性、事業所や地域のキーパーソン等との繋がりから、地域の課題解決や SDG s の視点を踏まえたコンテンツ（点）を発掘・創出し、線、面的な発展へ繋げる

(1) 観光コンテンツ開発事業

教育旅行等団体旅行向けコンテンツの開発、プロスポーツチームを活用した観光誘客

(2) 旅行商品化促進事業

当協会 Web サイト、体験予約サイト等での販売を前提とした旅行商品造成の促進☆

（旅行業による販売、手配／福島県、郡山市、各種協議会等との連携／市政 100 周年記念）

(3) 産業観光開発事業

本市の産業・医療集積の強みを活かした産業観光コンテンツやニーズ等の調査・研究

４．観光受入環境向上事業

(1)観光地域づくり事業

セミナー等の開催事業費助成、人材育成講座への参加費助成等

(2)受入環境向上事業

①JR 郡山駅、D&DEPARTMENT FUKUSHIMA by KORIYAMA CITY との協業★

JR 東日本地域ネットワーク福島への加盟による連携、面的な観光案内の強化

②インバウンド受入環境整備

宿泊・観光施設におけるインバウンド受入状況の把握、多言語表示、案内等の実施★

③「観光施設における心のバリアフリー認定制度」取得による観光案内所の環境整備

５．地域団体活動支援事業

地域観光協会等の団体に対する助成（まつり等運営助成事業、地域観光協会活動運営助成等）

６．観光案内所運営事業

・協会事務局、観光案内所、D&DEPARTMENT FUKUSHIMA の連携による一体的な情報発信、観光客の利便性向上とインバウンド受入環境の充実☆

・JR 郡山駅との連携による「空中モニター」の利用拡大、「観光 DX」の推進☆

７．教育旅行・スポーツ合宿誘致促進事業

・専用ウェブサイトによる情報発信の継続・コンテンツ造成による情報の更新、(公財) 福島県観光物産交流協会「合宿の里ふくしま復興事業」活用による誘致訪問活動等の実施☆

８．物産振興・販路拡大事業

・キャッシュレス決裁、POS レジアプリ導入など「観光 DX」推進による顧客利便性の向上および業務の効率化☆

・首都圏および姉妹都市物産展等での市内物産品の PR（通販サイト、ギフトボックスの活用による PR・販売拡大、一般酒類小売業免許を活用した日本酒・ウイスキー等の販売・PR 強化）

・関係人口に対する郡山市の PR・情報発信（観光コンテンツ・ふるさと納税等）

観光地域づくり法人（DMO）事業報告書

資料4

※ 黄色枠部分についてご記入ください。
※ 提出時期は、【毎事業年度の終了後4か月以内】となりますのでご注意ください。

1. 基本情報

DMO名称		一般社団法人郡山市観光協会			記入対象期間	令和5年4月1日～令和6年6月30日	
					記入日	令和6年7月31日	
DMO登録区分		登録DMO		候補DMO 登録日	平成29年11月28日	登録DMO 登録日	令和2年1月14日
代表者	所属組織	事務局	役職	会長	氏 名	菅野　豊	
CMO	所属組織	事務局	役職	事務局次長	氏 名	佐藤　嘉繁	
CFO	所属組織	事務局	役職	事務局課長	氏 名	郡司　満寿美	
記入者（担当者）連絡先	所属組織	事務局	役職	事務局課長	氏 名	郡司　満寿美	
	TEL	024-954-8922	E-mail	info@kanko-koriyama.gr.jp			

2. DMOの登録要件に対する自己点検

点検項目			自己点検結果【選択】	（左欄で満たしていないを選択した場合）具体的に、どのような点において満たしていないと認識しているか
〔1〕	Ⅰ	合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場になっている（会議体を主導する等）	満たしている	（例） ・自治体が会議体を主導している。
	Ⅱ	地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、 ①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政 が全て参画している	満たしている	（例） ・交通事業者が正式なメンバーに含まれていない。
〔2〕	Ⅰ	少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について継続的にデータを全て収集している（また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度のデータを収集していることが望ましい）	満たしている	
	Ⅱ	戦略において設定するコンセプトが、地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現している	満たしている	
	Ⅲ	誘客マーケットに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設定している	満たしている	
	Ⅳ	上記〔2〕Ⅰ～Ⅲを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されている （延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されている）	満たしている	
	Ⅴ	戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、資料を作成し、書面により関係者と共有している	満たしている	
	Ⅵ	PDCAの実施に際して、上記〔2〕Ⅴの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを行っている	満たしている	
〔3〕	Ⅰ	地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組を実施している （広域連携DMO及び単独都府県の地域連携DMOを除く）	満たしている	
	Ⅱ	上記〔3〕Ⅰとして、DMOにおいて自らの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した資料を作成し、書面により関係者に説明・共有している	満たしている	
	Ⅲ	戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、DMOが主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行っている	満たしている	
	Ⅳ	戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制が構築されている	満たしている	
	Ⅴ	情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、DMO及び地域の多様な関係者が協働し、一元的かつ効率的に行っている	満たしている	
〔4〕	Ⅰ	DMOが法人格を取得している	満たしている	
	Ⅱ	DMOの業績について対外的に説明責任を果たすため、最終的な責任者が明確化されている	満たしている	
	Ⅲ	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）が専従で最低一名存在している	満たしている	
	Ⅳ	DMOの持続可能な運営のため、運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）を設置している	満たしている	
〔5〕	Ⅰ	安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源（宿泊税・入湯税等の地方税、負担金）、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源を確保できる見通しがある	満たしている	
	Ⅱ	運営資金のうち、行政からの支出による財源（補助金等）が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われている	満たしている	

3. 具体的な取組状況

（記入上の留意点）
※　形成計画の記載内容に基づき、実際に取り組んだ実績や成果をご記載ください。
※　いつ取組を行ったのか、具体的な時期（実施日）を記載いただきますようお願いします。
※　途中段階の取組であっても、どこまで達成できたのか、いつ達成する見込みなのかをなるべく詳細にご記載ください。

（1）DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者との合意形成について

【関連する点検項目】
〔1〕Ⅰ．合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場になっている（会議体を主導する等）

合意形成の仕組みとして位置づけている会議体の名称（例：理事会、協議会　等）	DMO推進委員会
上記合意形成の仕組みの概略 （例：DMOの役割、行政やその他構成員の役割分担　等）	行政、商工、宿泊、飲食、交通、農業団体等、多様な関係者・ステークホルダー（事務レベル）が参画しており、現状や課題等について情報共有を図る。
直近1年間における開催実績と参加人数 ※開催していない場合は、その理由と今後の見通しを記載すること。	令和5年度は書面で1回開催
上記合意形成の仕組みとなる会議体以外の設置状況・開催実績について、ご記入ください。（例：分科会、ワーキンググループ、実務担当者会議　等）	
理事会 経済関係団体（商工会議所・商工会・商店街・JA）、宿泊関係団体（温泉・旅館・ホテル）、交通関係者（鉄道・バス・タクシー）、飲食関係団体、物産関係団体等の多様な関係者・ステークホルダーで構成。 令和5年度は書面を含め5回開催し、施策の共有、合意形成を図った。	

【関連する点検項目】
〔1〕Ⅱ．地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政　が全て参画している

上記合意形成の仕組みとなる会議体における構成員のうち、以下の①～④に該当する関係者の組織・団体名を全て挙げてください。 ※会議体の最新版の構成員名簿を添付すること。 ※関係者がいない場合には、その理由を明記すること。	
①地域が売りとする観光資源の関係者（文化財、国立公園、農泊、アクティビティー、農林水産業、商工業　等）	（一社）郡山市観光協会、（一社）磐梯熱海温泉観光協会、郡山商工会議所、郡山地区商工会広域協議会、郡山飲食業組合、（公財）郡山コンベンションビューロー、（公財）郡山市観光交流振興公社、福島さくら農業協同組合、（公財）郡山市文化・学び振興公社、特定非営利活動法人まざっせKORIYAMA
②宿泊事業者（旅館、ホテル　等）	郡山ホテル協会、郡山旅館ホテル組合、磐梯熱海温泉旅館協同組合
③交通事業者 （鉄道、バス、タクシー　等）	東日本旅客鉄道㈱、福島交通㈱、郡山地区ハイヤータクシー協同組合
④行政	福島県（県中地方振興局企画商工部）、郡山市（スポーツ振興課・国際政策課・農業政策課・園芸畜産振興課・観光政策課）

（2）各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立

【関連する点検項目】
〔2〕Ⅰ．少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について継続的にデータを全て収集している（また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度のデータを収集していることが望ましい）
〔2〕Ⅱ．戦略において設定するコンセプトが、地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現している
〔2〕Ⅲ．誘客マーケットに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設定している
〔2〕Ⅳ．上記〔2〕Ⅰ～Ⅲを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されている（延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されている）

KPIの達成状況についてご記入ください。 ※過去3年間、今後3年間分を記入すること。

項目【単位】		2021（R3）年度		2022（R4）年度		2023（R5）年度		2024（R6）年度		2025（R7）年度		2026（R8）年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
必須KPI													
①－1 旅行消費額（総額）【百万円】	全体	11,572	10,319	12,114	10,851	12,667	8,429	13,047		13,438		13,841	
	インバウンド	—	—	—	—	—	—	—		—		—	
①－2 旅行消費額（一人当たり単価）【円】	全体	22,000	19,111	22,600	20,753	23,200	13,018	23,800		24,400		25,100	
	インバウンド	—	—	—	—	—	—	—		—		—	
直近のKPI達成状況に対する分析		コロナ禍以降増加していたが、2023（R5）年度一人当たりの旅行消費額単価が減額したため総額も大幅に減額した。											
②延べ宿泊者数【千人泊】	全体	526,000	535,554	536,000	522,886	546,000	647,548	556,000		566,000		577,000	
	インバウンド	22,200	2,390	23,700	3,505	25,100	13,486	26,500		27,900		29,300	
直近のKPI達成状況に対する分析		全体としてコロナ禍前の水準まで回復し、インバウンドの数値は過去最高となった。											
③来訪者満足度【%】	全体	83.0	90.8	84.0	91.0	85.0	87.1	86.0		87.0		88.0	
	インバウンド	—	—	—	—	—	—	—		—		—	
直近のKPI達成状況に対する分析		対前年比では数値を下げたが、目標は達成している。											
④リピーター率【%】	全体	73.5	80.7	74	74	74.5	76.8	75		75.5		76	
	インバウンド	—	—	—	—	—	—	—		—		—	
直近のKPI達成状況に対する分析		対前年度比で増加となり、目標も達成している。											
その他の目標													
Webサイトのアクセス状況【回】	全体	1,700,000	1,409,227	1,800,000	1,721,358	1,900,000	1,321,675	2,000,000		2,100,000		2,200,000	
	インバウンド	—	9,723	—	20,484	—	16,698	—		—		—	
直近のKPI達成状況に対する分析		2023（R5）年度はシステム変更に伴いカウント方法を変更したことで数値が減少した。											
住民満足度【%】		59.0	62.7	60.0	62.8	60.0	62.6	60.0		60.0		60.0	
直近のKPI達成状況に対する分析		「観光」に関する満足度は、対前年度比では微減となったが目標は達成している。											
観光客入込数【人】		5,050,000	2,071,107	5,100,000	3,032,967	5,150,000	3,692,220	5,200,000		5,250,000		5,300,000	
直近のKPI達成状況に対する分析		コロナ禍で下がっていたが、2021（R3）年度で下げ止まりとなり、2022（R4）年度から増加している。											
コンベンション開催数【件】		650	477	650	561	650	886	650		650		650	
直近のKPI達成状況に対する分析		新型コロナウイルス感染症による行動制限や自粛要請が撤廃され、対前年比1.5倍超となった。											

データに基づく明確なコンセプトを持った戦略策定に至るまでのプロセスや、分析方法（内部・外部環境分析、SWOT分析、STP分析、マーケティング・ミックス等）について、ご記入ください。
※自治体が策定する観光振興計画が存在する場合は、当該計画と戦略との整合性が留意されているかも踏まえて記入すること。
※DMOとして策定した戦略の内容が分かる資料が存在すれば、添付すること。

2019（平成31）年度末に自治体が策定した「郡山市観光戦略ビジョン」に基づき、各事業を展開するとともに、2022（令和4）年度に策定した「観光地の面的再生・高付加価値化プラン（地域計画）」により、宿泊施設等の改修を実施している。

【関連する点検項目】
〔2〕Ⅴ. 戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、資料を作成し、書面により関係者と共有している
〔2〕Ⅵ. PDCAの実施に際して、上記〔2〕Ⅴの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを行っている

戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した資料を作成し、書面により関係者に共有した実績についてご記入ください。 ※PDCAの実施については、評価・分析に基づいて、必要に応じて計画の見直しを行った場合は、その具体例も記入すること。 ※実際に共有を行った資料を添付すること。
DMO推進委員会及び理事会にて、関係者に実施状況の報告書を共有している。

持続可能な観光に関する国際的な認証・表彰の取得状況について				
	日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）ロゴマーク【選択】	グリーン・ディスティネーションズによる認証・表彰【選択】 ※複数で表彰された場合は最上位の表彰を選択	ベスト・ツーリズム・ビレッジとしての認証【選択】	その他、持続可能な観光に関する認証制度等（自由記述）
取得状況	取得していない	いずれも受けていない	認証を受けていない	
持続可能な観光の取組の実績について、ご記入ください。（例：観光客のマナー違反対策、事前予約制や混雑状況の可視化、ゴミの削減や環境に配慮したコンテンツ開発、観光客増加による影響に関する住民向け説明会　等）				
自治体と連携し、事前予約制や混雑状況の可視化などについて、今後取り組み予定				

デジタル化やDXを推進するための取組の実績について、ご記入ください。 （例：CRM、DMPの導入、地域内の宿泊施設へのPMS導入支援、MaaSによる二次交通の利便性向上　等）
（一社）東北観光推進機構が構築したDMPを2024(R6)年度から導入する 観光DX取り組みとして、2023（R4）年度末にリニューアルオープンした「こおりやま観光案合所」に空中ディスプレーを利用した3Dモニターを設置している

（3）関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

【関連する点検項目】
〔3〕Ⅰ．地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組を実施している（広域連携DMO及び単独都府県の地域連携DMOを除く）

地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組の実績について、ご記入ください。 （例：住民対象のアンケート調査、住民参加型の着地型ツアー、観光教育プログラム　等）
2023（R5）年度は、当協会の事業について市の広報誌への掲載、Webサイト、SNSでの発信とクロスメディアにより、周知を図った。また、商・工・農・観光・福祉・文化など幅広い産業を結集した総合展示会「こおりやま産業博 −KORIYAMA EXPO 2023−」に出展し、地域の若者や子供を含めた幅広い層に対し、DMOの取組の周知などを行った。自治体では毎年「市民意見調査（市民意見レーダー）」として、住みやすさやこれまでのまちづくり、今後の取り組みなどについて調査を行っている。

【関連する点検項目】
〔3〕Ⅱ．上記〔3〕Ⅰとして、DMOにおいて自らの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した資料を作成し、書面により関係者に説明・共有している

DMOの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況やDMOの取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した資料を作成し、書面により地域住民も含めた関係者に対して説明・共有を行った実績について、ご記入ください。 （例：地域住民向け説明会、DMOの取組を紹介する広報誌・アニュアルレポートの作成　等） ※実際に説明・共有を行った資料も添付すること。
総会・理事会・DMO委員会の開催とともに、定時総会資料や観光動向消費調査の結果はWEBサイトに掲載し、戦略や事業内容の共有を図っている。

【関連する点検項目】
〔3〕Ⅲ．戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、DMOが主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行っている

戦略の共有に照らし合わせて、地域の多様な関係者が参画する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を行った実績や具体例について、ご記入ください。
2023（令和5）年度の「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」の計画エリア設定に関し、宿泊事業者等を集め、意見交換の場を設けたほか、「湖南七浜滞在環境等上質化計画ワーキンググループ」として、地域の多様な関係者を集め、猪苗代湖の南岸の整備について意見交換を行っている。

【関連する点検項目】
〔3〕Ⅳ．戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制が構築されている

観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備の取組の実績について、ご記入ください。 （例：着地型旅行商品の造成・販売、域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整、多言語表記　等）
2022（R4）年度から引き続き、（公財）福島県観光物産交流協会の採択を受け、「観光コンテンツブラッシュアップ支援事業」として、猪苗代湖のほとりで栽培するシャルドネを使ったワイン作りや畑作業体験、ぶどう収穫体験イベントを実施した。2023（R5）年度は、観光庁「観光再始動事業」の採択を受け、WWAで世界一に輝いた「安積蒸溜所」の地ウイスキーを核とした周遊コンテンツの造成を行った。 また、JTB BÓKUNに登録し、体験コンテンツの販売拡大に向けた環境整備も行っている。
観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制のための取組の実績について、ご記入ください。 （例：品質保証制度、OTAの活用、人材育成研修、CRMによるマーケティング　等）
案内ボランティア等が参加する人材育成講座への参加費の助成を行ったほか、観光案内所においては、東北観光案内所ネットワーク化事業への参画により、東北各地の観光案内所との情報共有・連携を図り、案内スキルをブラッシュアップしたほか、筆談アプリの導入、車いすの貸し出し、ベビーカーのレンタルなどのバリアフリー対応や情報発信を行っていることが認められ、観光庁の「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定を受けた。

【関連する点検項目】
〔3〕Ⅴ．情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、DMO及び地域の多様な関係者が協働し、一元的かつ効率的に行っている

情報発信・プロモーションに係る取組の実績について、ご記入ください。 （例：ワンストップ窓口の整備、ターゲット別のプロモーション方針の作成、SNS発信、観光案内所のサービス維持・向上、トップセールス　等）
観光協会のWebページやSNS（Instagram、Facebook、X（旧Twitter）、LINE）、メールを通して、郡山市内の観光案内や観光イベント等、リアルタイムな情報発信を随時行ったほか、観光DXへの取り組みとして、JR郡山駅構内にあるこおりやま観光案内所のリニューアルオープンに合わせ、非接触型の3Dモニターを導入している。 インバウンド向けの情報発信として、食をキーに体験型観光商品の検索・予約ができるプラットフォーム「byFood.com」と連携し、プロモーションを実施した。
一元的かつ効率的に情報発信・プロモーションを実行するための、DMOと地域の多様な関係者（自治体・民間事業者等）との役割分担について、ご記入ください。
民間事業者と意見交換しながら自治体とDMOで企画立案し、民間事業者が実施、DMOが費用負担を行う
DMOが運営・管理を行っている地域サイトについて（ない場合は「なし」と記入）
なし
上記地域サイトが以下に該当する場合はチェックをつけてください。

(a)地域全体を包括している※1	☐	(b)宿泊、体験・アクティビティ、飲食に係る情報を掲載している※2	☐	(c)宿泊及び体験・アクティビティについて、サイト内で予約から決済まで一気通貫に行える状態になっている	☐
(d)宿泊及び体験・アクティビティについて、他予約サイトへ遷移した上で予約・決済が可能な状態になっている※3	☐	(e)ターゲットに即した言語※4で(a)、(b)、を満たしている	☐	(f)ターゲットに即した言語で、宿泊及び体験・アクティビティについて、サイト内或いは他予約サイトへ遷移した上で予約・決済が可能な状態になっている※5	☐

※1　地域サイトにおいて、地域内の主要な各エリアの情報を1つ以上掲載している状態を指す。
※2　地域サイトにおいて、※1の主要な各エリアにおける各情報（①宿泊、②体験・アクティビティ、③飲食）をそれぞれ1つ以上掲載している状態を指す。
※3　OTA等の該当施設等の予約画面まで直接遷移するリンクを掲載している状態を指す。
　　OTA等のリンクを掲載するのみで当該施設の予約画面まで直接遷移しないものは含まないこととする。
※4　戦略においてターゲットと設定している国の言語対応を指す。
※5　ターゲットに即した言語で自地域のウェブサイト内で予約から決済まで一気通貫に行える状態、又は、その国の旅行者が主に使用しているOTA等の該当施設等の予約画面まで直接遷移するリンクを掲載している状態を指す。

（4）安定的な運営資金の確保

【関連する点検項目】
〔5〕Ⅰ．安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源（宿泊税・入湯税等の地方税、負担金）、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源を確保できる見通しがある

自主財源（特定財源、自治体からの受託事業（指定管理者制度、ふるさと納税等）、収益事業（旅行商品の造成・販売等）、会費等）の更なる確保に向けた今後の見通しについて、ご記入ください。
2022(R4)年度に一般酒類小売業免許を取得するとともに、2023(R5)年度にはキャッシュレス決裁を導入することで、イベント等での販売体制を強化し、自主財源の確保に向けた環境整備を行っている。さらなる自主財源の確保のため、2023(R5)年度には、地域限定旅行業の登録を行った。

【関連する点検項目】
〔5〕Ⅱ．運営資金のうち、行政からの支出による財源（補助金等）が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われている

運営資金のうち行政からの支出による財源が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に検討を行ってきた実績や協議内容についてご記入ください。 ※自主財源の確保に向けて、具体的な行動計画を策定していれば、その内容についても触れること。
自主財源の確保をはじめ事業運営に関し、自治体とは随時協議行っている。また、“地域一体の観光まちづくり”の推進に向けて、平成29（2017）年度の法人化以来、自治体から派遣職員を2名受け入れるなど、密な連携体制を取っている。

(5)その他特記事項

※上記以外の項目で、特徴的と思われる取組内容がありましたらご記入ください。
観光庁等の公募事業について、DMO・行政が連携し、共同での事業実施を前提に申請を行っている。
(採択…観光再始動事業、地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業)

4. 次年度(次期)の事業計画の概要

2024(R6)年度は、情報発信の強化や教育旅行・スポーツ合宿の誘致促進など、即効性の高い取り組みを引き続き強化していくほか、医療や再生可能エネルギーをはじめとする産業観光の推進を図り、郡山市や関係企業・団体との官民連携により、DMOとして交流人口の拡大による地域経済の活性化、“地域一体の観光まちづくり”を推進する。また、収入の増加に向け、2023(R5)に登録した地域限定旅行業により、「着地型旅行プラン」の販売を行うとともに、観光案内所での宿泊手配を行う。

※外部組織等によるDMOの事業や予算に対する検証の仕組みについて

外部組織等による検証の有無	有	検証時期(有の場合	随時・毎年4月
検証方法(有の場合)	・市の担当部署(観光政策課)において、事業の進捗状況やKPIの達成状況、予算等について検証し、次年度の事業内容や予算の検討に反映させることとしている。 ・会計事務所と顧問契約を締結し、当協会の決算および財務状況について確認を行っている。		
外部組織等の参画者(有の場合)	郡山市観光政策課、税理士法人三部会計事務所		
検証結果の公表の有無(有の場合)	無	公表方法(有の場合	

資料５

観光地域づくり法人形成･確立計画（様式１）
記入にあたっての留意点

・様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
・各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
・各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
・記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
・記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和６年７月３１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	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人郡山市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 福島県郡山市	
所在地	福島県郡山市	
設立時期	平成２９年４月３日	
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	９人【常勤９人（正職員０人・出向３人・嘱託等６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） 菅野　豊 （出身組織名） （株）栄楽館　代表取締役会長	（一社）日本旅館協会副会長やうつくしま観光プロモーション推進機構会長、磐梯熱海温泉旅館協同組合理事長等を歴任。令和３年９月より現職。観光産業の振興と地域経済の活性化のために様々な取り組みで成果を挙げている。
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） 佐藤　嘉繁「専従」 （出身組織名） （株）JTB	令和５年度に（株）JTB から（一社）郡山市観光協会に派遣。事務局次長として従事し、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。 ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
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） 郡司　満寿美「専従」 （出身組織名） 郡山市役所	郡山市役所で平成１０年から２６年間勤務し、令和６年度に観光政策課から（一社）郡山市観光協会に派遣。事務局課長として従事し、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 二瓶　沙希「専従」 （出身組織名）	郡山市役所で平成２６年から３年間勤務の後、平成２９年度の法人立ち上げ時から従事。Web サイ

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	郡山市役所	トや SNS を中心とした情報発信・プロモーションに高い能力を持つ。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 佐藤　嘉繁 （出身組織名） （株）JTB	令和５年度に㈱JTB から（一社）郡山市観光協会に派遣。事務局次長として従事し、事業戦略立案、旅行商品開発・商品化を行う。 ※総合旅行業務取扱管理者
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	福島県 ・県中地方振興局企画商工部地域づくり・商工労政課（広域連携） 郡山市 ・観光政策課（戦略策定、プロモーション、受入体制整備、広域連携） ・国際政策課（シティプロモーション、日本遺産、受入体制整備） ・スポーツ振興課（受入体制整備） ・農業政策課（着地型観光、受入体制整備） ・園芸畜産振興課（着地型観光、農産品振興）	
連携する事業者名及び役割	各地域観光協会（10 団体）（地域行事、受入体制整備・向上等） 郡山商工会議所（事業者支援、まちなか活性化、着地型観光） 郡山地区商工会広域協議会、各地区商工会（事業者支援、地域行事等） 磐梯熱海温泉旅館協同組合(受入環境整備・向上、プロモーション) 郡山ホテル協会・郡山市旅館ホテル組合（宿泊等受入環境整備・向上） 郡山飲食業組合（受入環境整備・向上、着地型観光） 郡山酒造協同組合（物産品振興、着地型観光） 福島さくら農業協同組合（農産品・特産品振興） （公財）郡山コンベンションビューロー（MICE 誘致・支援） 東日本旅客鉄道㈱郡山駅（一次交通） 福島交通㈱・郡山地区ハイヤータクシー協同組合（二次交通） （一社）東北観光推進機構（広域観光・プロモーション） （公財）福島県観光物産交流協会（広域観光・プロモーション）	
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	【該当する登録要件】① 商工会議所・商工会・商店街の商工関係団体、温泉・旅館・ホテルの宿泊関係団体、飲食関係団体、物産関係団体、農業団体、観光施設、コンベンションビューロー、鉄道・バス・タクシーの交通関係者等多様なステークホルダーが理事として「理事会」を構成し、意思決定に参画している 【該当する登録要件】② 行政、商工、宿泊、飲食、農業団体、交通、地域振興 NPO 等、多様な業種の関係者が参加する DMO 推進委員会を設置し、情報交換・共有を行っている	
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	市や関係団体・事業者と連携し、日本遺産「未来を拓いた「一本の水路」」について学ぶイベントの開催など、地域住民が参加する事業等に対し、情報発信、意識啓発を行った。また、SNS において地域住民を中心に「SNS アンバサダー」として認定し、発信・拡散することで地域の魅力を感じ、地域への誇りと愛着を高めている。	

様式１

<table>
<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>・令和５年度　情報発信事業
Web サイト、SNS による観光情報の発信、花の名所 LIVE 映像配信、観光パンフレット・ノベルティグッズの作成、首都圏等での観光誘客プロモーションを実施</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・令和５年度　受入環境整備事業
観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」による磐梯熱海温泉の宿泊施設の収益力向上のため、大規模改修を実施した。また、観光案内所が観光庁の「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定を受け、ユニバーサルツーリズムの推進を図った。</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・令和５年度　コンテンツブラッシュアップ事業
「はじまりの葡萄プロジェクト」として、猪苗代湖のほとりで栽培するシャルドネを使ったワイン作りや畑作業体験、ぶどう収穫イベントなどの実施を通し、ファン作りやふるさとワーケーションへの取り組みを行った。
・域内観光モデル創出事業
「あしたの散歩帖」として近隣の市町村と連携しマイクロツーリズムのモデルルートを造成した。
・文化財等を活用した誘客促進事業
お寺や神社でのリトリート体験を実施し、地域の新たな魅力を掘り起した。</td></tr>
</table>

【定量的な評価】

・郡山市観光客入込数（福島県観光客入込状況調査）
　→令和５年度　3,692,220 人（令和４年度　3,032,967 人）
・延べ宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」）
　→令和５年度　647,548 人泊（令和４年度　522,886 人泊）
・訪日外国人宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」）
　→令和５年度　13,486 泊（令和４年度　3,505 泊）
・コンベンション開催件数（郡山コンベンションビューロー調査）
　→令和５年度　886 件（令和４年度　561 件）

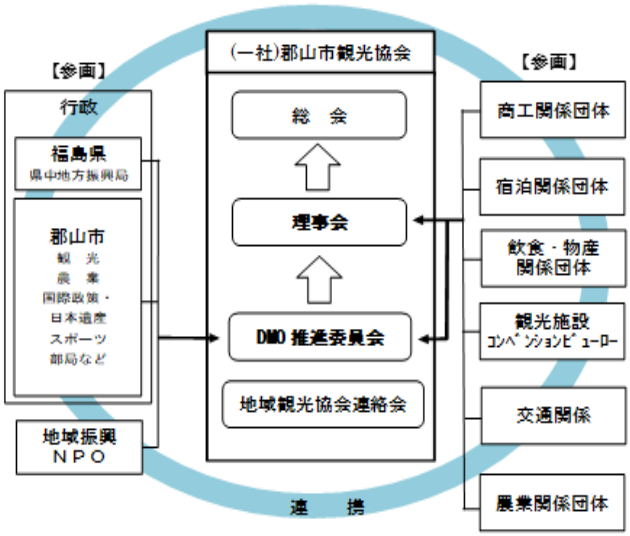
</td></tr>
<tr><td>実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</td><td>

【実施体制の概要】

（一社）郡山市観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者並びに交通事業者、観光施設、農泊、観光案内、農業関係団体、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

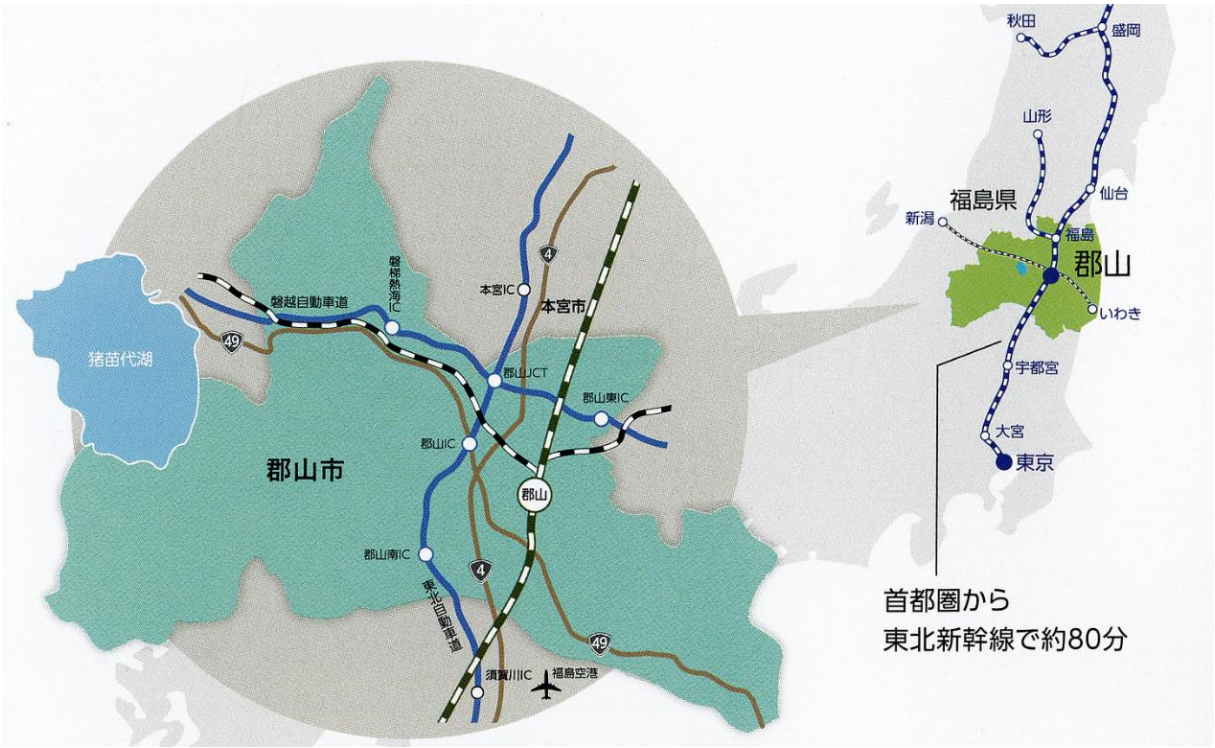
</td></tr>
</table>

【実施体制図】



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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

郡山市は、福島県のほぼ中心に位置し、物流・交通が交差する「東北の要衝都市」であり、都市機能の集積、コンベンション施設の充実により、大規模なイベント等も数多く開催され、ビジネスでも全国から大勢の方々が訪れる、人口 30 万人超の東北有数の都市である。高いアクセス性から「東北観光の玄関口」として、県内や東北を訪れる観光客の多くが本市を経由している。

様式１

2024 年に市制施行 100 年・合併 60 年を迎えた郡山市には、文化庁の日本遺産に認定された「安積開拓・安積疏水」事業により先人たちが受け継いできた開拓者精神や歴史、文化のほか、全国に誇れる音楽、豊かな自然や多彩な食、代々受け継がれてきた伝統工芸品など、魅力あふれる観光資源が多数存在している。これら自然、歴史・文化等の関係性から、行政区域である郡山市を区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

① 観光入込客数〔出典：福島県観光客入込状況調査〕
2010 年に 400 万人を超えていた観光客入込数は、東日本大震災・原発事故の影響で 2011 年は 211 万人と大幅に落ち込み、その後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2020 年は 218 万人、2021 年は 207 万人と過去最低の実績となっていたが、2022 年は 303 万人、2023 年は 369 万人と回復傾向にある。

② 延べ宿泊者数〔出典：観光庁宿泊旅行統計調査〕
延べ宿泊者数は、東日本大震災の復興事業等で、2011 年の 774,447 人泊が最も高いが、外国人延べ宿泊者数では、2023 年が 13,486 人泊と過去最高の実績となった。

③ 消費額〔出典：郡山市観光動向消費調査〕
日帰り・宿泊全体の消費総額を 2018 年から独自調査しており、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2020 年は 17,027 円と下がり、2021 年は 19,111 円、2022 年は 20,753 円と回復傾向にあったが、2023 年は 13,018 円と大幅に減額した。

【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】

温泉	磐梯熱海温泉のほか市内温泉約 20 箇所（月光温泉、三穂田温泉、守山温泉、なりた温泉等）
歴史・文化 （神社仏閣・文化財等）	日本遺産（猪苗代湖・安積疏水・安積開拓ストーリー、水力発電所・開成山大神宮・開成館、安積歴史博物館）、如宝寺、安積国造神社、高屋敷稲荷神社、金透記念館、高柴デコ屋敷、雪村庵、大安場史跡公園、郡山市立美術館、こおりやま文学の森資料館
自然 （花・湖・山等）	開成山公園の桜、紅枝垂地蔵ザクラ、上石の不動ザクラ、藤田川ふれあい桜、笹原川千本桜、雪村桜、天神夫婦桜、梅ロード、郡山布引風の高原、猪苗代湖、しぶき氷、石筵ふれあい牧場、銚子ヶ滝、ケヤキの森、母成ｸﾞﾘｰﾝﾗｲﾝ、四季の里緑水苑、安積山、安達太良山
伝統 （お祭等）	郡山うねめまつり、萩姫まつり、太鼓ﾌｪｽﾃｨﾊﾞﾙ、ふくやま夢花火、あさか野夏まつり花火大会、安積国造神社秋季例大祭、秋蛍、柳橋歌舞伎、富岡の唐傘行灯花火、七日堂まいり
イベント （ｽﾎﾟｰﾂｲﾍﾞﾝﾄ・文化ｲﾍﾞﾝﾄ等）	開成山桜まつり、郡山ｼﾃｨｰﾏﾗｿﾝ、高柴ﾃﾞｺ祭り、湖まつり、ｻｲｸﾙｴｲﾄﾞ･ﾂｰﾙ･ﾄﾞ･猪苗代湖、つるりんこ祭、うつくしま YOSAKOI まつり、産業博、開成・表参道ﾏﾙｼｪ、ビール祭、新酒まつり
体験	猪苗代湖（観光遊覧船、湖水浴、ｷｬﾝﾌﾟ、ｻｲｸﾘﾝｸﾞ）、三春駒・張子人形絵付け・デコ散歩、安積蒸溜所見学、酒蔵見学、ワイナリー見学、薄皮饅頭手作り体験、田舎体験（野菜収穫・料理等）、蕎麦打ち体験、ふれあい科学館スペースパーク
産業施設	福島再生可能ｴﾈﾙｷﾞｰ研究所、ふくしま医療機器開発支援ｾﾝﾀｰ
コンベンション施設	ビッグパレットふくしま、けんしん郡山文化センター、郡山ユラックス熱海、宿泊施設（ﾋﾞｭｰﾎﾃﾙｱﾈｯｸｽ、ﾎﾃﾙﾊﾏﾂ、ﾜｼﾝﾄﾝﾎﾃﾙ、華の湯）

グルメ	郡山ｸﾘｰﾑﾎﾞｯｸｽ、酪王カフェオレ、こおりやまグリーンカレー、郡山ブラックラーメン、郡山の鯉、うねめ牛、郡山梨、キャベツ餅、湖南高原そば、郡山産米あさか舞、郡山ブランド野菜、布引高原大根、阿久津曲がりねぎ、郡山６蔵元の地酒、地ウイスキー、ふくしま逢瀬ワイナリーワイン
ショッピング（ｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞﾓｰﾙ等）	うすい百貨店、モルティ、アティ、JR 駅ビル（エスパル・ピボット）、郡山おみやげ館、イオンタウン、あぐりあ
街歩き（商店街・イルミネーション等）	ビッグツリーページェント・フェスタ in KORIYAMA、ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱｶﾞｲﾄﾞ（郡山水と緑の案内人）、レンタサイクル、郡山市中央商店街、郡山駅前大通商店街、郡山市大町商店街
映画等のロケ地・アニメ等の舞台の場所	湖南町（湖南七浜等）、安積歴史博物館、開成山公園、郡山布引風の高原、ビッグパレットふくしま、ザ・モールこおりやま
その他（お土産品等）	柏屋薄皮まんじゅう、三万石ままどおる・エキソンパイ、かんの屋家伝ゆべし、大黒屋くるみゆべし、丹波屋柿羊羹・いちご大福、みよし堂くるみゆべし、向山製作所生キャラメル、フルーツピークスフルーツタルト、せん豆・磐梯豆、海苔のりべん

※ガイドブックへの掲載や SNS での発信とともに、各カテゴリーを紹介する MAP を制作し、エリアの周遊促進を図る

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

磐梯熱海温泉　19 施設・約 2,500 名
市街地・郊外　37 施設・約 5,500 名
（合計　56 施設・約 8,000 名）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

〔鉄道〕

＜東北新幹線＞

東京　←　約 1 時間 20 分　→　郡山　　福島　←　約 20 分　→　郡山
仙台　←　約 40 分　→　郡山　　盛岡　←　約 2 時間　→　郡山

＜東北本線＞

福島　←　約 1 時間　→　郡山　　白河　←　約 40 分　→　郡山

＜水郡線＞

水戸　←　約 3 時間 15 分　→　郡山

＜磐越西線＞

会津若松　←　約 1 時間 20 分　→郡山

＜磐越東線＞

いわき　←　約 1 時間 40 分　→　郡山

〔高速道路〕

＜東北自動車道＞

浦和 IC　←　約 2 時間 30 分　→　郡山　　仙台南 IC　←　約 1 時間 30 分　→　郡山

＜磐越自動車道＞

新潟中央 IC　←　約 2 時間　→　郡山　　いわき IC　←　約５０分　→　郡山

〔空港〕

札幌（新千歳空港）　←　約 1 時間 20 分　→　福島空港　←　約 45 分（バス）　→　郡山
大阪（伊丹空港）　←　約 1 時間 15 分　→　福島空港　←　約 45 分（バス）　→　郡山

○域内交通

〔鉄道〕

鉄道は、JR 郡山駅を中心に東北本線、水郡線、磐越西線、磐越東線により市内の 11 駅が結ばれ、さらに周辺市町村と連絡している。
〔バス〕
バスは、ＪＲ郡山駅を主要ターミナルとして、路線バスが市域及び周辺地域と連絡している。

【外国人観光客への対応】
①多言語パンフレット
外国人観光客向けに日本・英・中国〔簡体・繁体〕・韓国語のパンフレットや英語の観光マップを制作
②多言語メニュー作成・店舗・宿泊・観光施設支援サイト「FUKUNAKA＋」
観光施設、飲食店、土産品販売店、宿泊施設等の施設が簡単に外国語メニュー等を作成でき、外国語に対応した施設を検索できる機能を備え、観光情報・アクセス等を掲載したホームページを広域連携（16 市町村）により構築している。翻訳言語 8 言語でスマートフォンにも対応し、ハラル対応ピクトグラムや指さし会話シートなどのツールも提供
③観光案内板
観光案内板を多言語表記するとともに、道路案内標識も英語表記により新設・修繕を実施
④Wi-Fi 環境サービス
観光施設等に無料 Wi-Fi サービス「KoriyamaCity Wi-Fi」を提供し、インターネットに接続する際に、市のイベントや観光情報を配信
⑤観光案内所
JR 郡山駅構内にあるこおりやま観光案内所を英語対応可能なビジットジャパン案内所（カテゴリーⅡ）として登録

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。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	観光庁宿泊旅行統計調査、観光予報プラットフォームを活用して実施。
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。	郡山市観光協会 Web ページデータを活用して実施。
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。	アンケート調査を郡山市の事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

郡山市では、少子高齢化に伴う人口減少が進んでおり、グローバルな観光誘客の激化、東日本大震災の影響、ICT の急速な進化に伴う「モノ」消費から「コト」消費への移行のほか、産業・世代・地域のボーダレス化などの新たな課題とともに、こおりやま広域圏との連携や SDGs への取組、国際化に伴う多文化共生など時代の要請に応じた観光振興が急務となっている。こうした地域の課題に対し、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、交流人口の増加につなげることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・首都圏からのアクセス優位性、鉄道、高速道路等の交通網 ・磐梯熱海温泉を筆頭に、個性豊かな泉質による 20 カ所の温泉、猪苗代湖など豊かな自然 ・豊富な食（地酒やご当地グルメ） ・日本遺産（安積開拓・猪苗代湖）に代表される歴史・文化遺跡 ・100 年以上の歴史を持ち、“健康”と親和性の高い発酵食・文化 ・東北最古の地ウイスキーを造る「安積蒸溜所」	**弱み（Weaknesses）** ・観光資源の磨上げ不足によるコアコンテンツの乏しさ、出口戦略の不足による認知度の低さ ・アクセスの良さから交通の通過地点となり、宿泊なしの日帰り滞在、滞在時間が短いことに伴う旅行消費額の低さ ・市域に点在している観光資源を結ぶ二次交通及び情報発信機会の不足
外部環境	**機会（Opportunity）** ・金賞受賞数１位の地酒、全県での発酵・サイクルツーリズム推進 ・観光案内所のリニューアル及び新たな情報発信拠点の誕生 ・市制施行 100 周年、Park-PFI、開成山大神宮 御奉遷百五十年 ・JR６社が展開する「デスティネーションキャンペーン」の福島県開催決定	**脅威（Threat）** ・観光分野の都市間競争の激化、生産性の低さ、慢性的人手不足 ・東京電力福島第一原子力発電所処理水の海洋放出に伴う風評 ・地震や台風など相次ぐ自然災害 ・ウクライナ侵攻に伴うエネルギー・原材料価格、物価の高騰

※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
首都圏からのビジネス・MICE 客（20 代～30 代男性、20 代～40 代女性）

〇選定の理由
本市への県外からの来訪者は首都圏（1 都 3 県）からの宿泊が約 4 割を占め、来訪者のうち男性が約 6 割と多く、宿泊者のうち一人での形態による宿泊が 4 割とビジネス・MICE 客が多い区域であるため。また、本市が鉄道・高速道路・空港等交通網の拠点でアクセスがよく、豊富な宿泊施設と多様な MICE 施設を有しており、広域エリアでの活動拠点であることから、この地域の強みを活かした誘客を図る。首都圏からのビジネス・MICE 客のうち 20 代～30 代男性、20 代～40 代女性は観光に意欲が高く、観光資源についても認知・関心が高いことからターゲットとする。

〇取組方針

ご当地での食事、ショッピングへの志向が高く、郡山の観光資源では温泉に対する関心度が高いため、ご当地ならではの食や酒、温泉を主体にプロモーションを実施する。観光にかけられる時間は3時間以下との調査結果から、3時間程度で楽しめる郡山のコンテンツや着地型旅行商品を開発し、属性別戦略×属性別媒体で情報発信することで、消費行動の動機付けと滞在時間の延長を図り消費単価を増加させるとともに、ビジネストリップからプライベート観光への需要喚起によるリピート率の向上と宿泊者の増加を目指す。併せて、アクセスの良さ、宿泊キャパシティや助成金制度を活かしたMICE誘致を継続して実施するほか、最先端の技術研究所をはじめとする様々な産業観光による誘客を図る。他地域の観光の中継地・拠点である本市においては、ターゲットへの取り組みを来訪する観光客へ訴求することにより、広域観光拠点としての機能強化を図り消費単価と宿泊者の増加を目指す。
○ターゲット層 台湾・タイ・ベトナム・中国
○選定の理由 台湾、タイ、中国は本市宿泊者のボリューム層であり、また、台湾、タイ、ベトナムは原子力災害による風評が比較的穏やかな地域で、近年旅行者数が大きく伸長している市場であるため。台湾、ベトナムは、福島空港からのチャーター便が発着されるなど、有望市場と考えられる。 ○取組方針 食に対する志向が最も高く、次いでショッピング、自然・景勝地、繁華街、温泉への志向が高い傾向にある。ご当地ならではの食や酒を主体に、都市機能を活かしたショッピング、四季折々に美しい自然、温泉を軸に周辺市町村や県、東北広域での連携によるプロモーションを実施する。台湾・タイ・ベトナムは県内・県外の観光地の中継地や拠点として本市に来訪・滞在する傾向があり、郡山駅周辺への宿泊が多いほか、磐梯熱海温泉へも宿泊しており、中国は観光以外のビジネスでの来訪・滞在傾向もあることから、食を前面に押し出しておいしい福島・郡山、ナイトライフや郡山ならではの観光コンテンツや着地型旅行商品を提供し、消費行動の動機付けと滞在時間の延長を図り消費単価を増加させる。また、周辺市町村や県、東北広域での連携を図る中では、広域観光拠点としての機能強化・確立を図り、宿泊者の増加を目指す。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	人が行き交うまちで磨かれた 「美味しい　楽しい」あつまる　東北の玄関口　こおりやま キャッチコピー「美味し　楽し　ギュッと　こおりやま」
②コンセプトの考え方	鉄道、高速道路、空港等交通網の拠点でアクセスが良いことから広域エリアでの観光・ビジネス拠点であり、経済県都・東北第2の都市としてビジネス・MICEでの集客力がある地域である。また、猪苗代湖の恵である郡山産米「あさか舞」をはじめとする農産物、銘菓・スイーツや鯉料理・ご当地グルメなどの「食」、6蔵元の地酒やクラフトウイスキー、ワイン、焼酎、クラフトビールなど多彩な「酒」等、豊富な「食」・「酒」のある地域である。これらは区域の特徴・価値であり、人・モノ・情報が交流する中で磨かれた他地域との差別化要素であることから、食・酒による「美味しい」、ナイトライフ・カフェ・ショッピング・温泉による「楽しい」の価値を提供することで、差別化を図る。さらに交通の利便性が高く人があつまる強みを最大限に活かし、広域視点による観光資源を結び付ける周遊拠点としてのポジションを強化する。

様式１

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。	DMO 推進委員会
	（一社）郡山市観光協会を中心として、メンバーには、商工関係団体、宿泊関係団体、飲食業関係団体、交通事業者、農業関係団体、観光施設等多様な関係者が参画するほか、行政、NPO が加わる。情報交換、コミュニケーションの場として、また、合意形成を図り、官民が密接に連携を図るため、年に１回以上実施する。
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	観光客を対象としたアンケート調査「郡山市観光動向消費調査」等を実施し、満足度や改善内容を把握する。また、その調査結果を宿泊施設、飲食店、観光施設など多様な業種で構成される観光協会会員や DMO 推進委員会へ情報提供し、共有することで更なるサービス向上を図る。
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	観光協会の Web サイトや SNS、メール配信（DM）を通して、市内の観光案内や観光イベント等、リアルタイムな情報発信を行う。また、こおりやま観光案内所において市内観光案内のほか、東北各都市の観光案内所をチャット等の活用によりネットワーク化し情報発信を行う。また、市や県等が主催するプロモーション、旅行商談会、旅行会社への訪問など他団体と連携した誘客宣伝を行う

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
●旅行消費額（円）	目標	22,000	22,600	23,200	23,800	24,400	25,100
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	19,111	20,753	13,018			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	526,000	536,000	546,000	556,000	566,000	577,000
		(22,200)	(23,700)	(25,100)	(26,500)	(27,900)	(29,300)
	実績	535,554	522,886	647,548			
		(2,390)	(3,505)	(13,486)			
●来訪者満足度（%）	目標	83.0	84.0	85.0	86.0	87.0	88.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	90.8	91.0	87.1			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	73.5	74.0	74.5	75.0	75.5	76.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	80.7	74.0	76.8			
		（－）	（－）	（－）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

延べ宿泊者数は、復興需要が減少する中、2016（平成 28）年はアフターDC やプレミア旅行券等で下支えされたものの、2017 年（H29）は大きく減少した。今後は、満足度の向上によるリピーター拡大と新たな誘客による延べ宿泊者の増加が重要である。また、滞在時間を延長し消費行動の動機づけによる消費単価の増加を重要とし、観光による消費総額を増加させることとした。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

旅行消費額単価は独自調査での日帰り・宿泊全体の消費総額とし、観光庁「旅行・観光消費動向調査」国内旅行全体の 2016～2018 年の平均伸び率約 3%を上回ることを目標に概ね 2018 年から前年比約 3%の増加

●延べ宿泊者数

延べ宿泊者数は観光庁「宿泊旅行統計調査」とし、2018 年から前年比約 2%の増加。外国人の延べ宿泊者数は観光庁「観光ビジョン」における目標を参考とし、2015 年から 2020 年に 3 倍弱、2030 年に 5 倍超を目指した増加率とした。なお、2018 年 10 月からの独自調査を基に算定

●来訪者満足度

満足度は独自調査結果での大変満足・満足・やや満足の割合とし、その割合は一定の水準にあるため 2018 年実績から毎年 1%増加

●リピーター率

リピーター率は独自調査での来訪2回以上の割合とし、リピーター増加と新たな誘客による増加を図ることから、そのバランスを鑑みリピーター率は2018年実績から毎年0.5%増加

（２）その他の目標

指標項目		2021（Ｒ３）年度	2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度
● Webサイトのアクセス状況（回）	目標	1,700,000	1,800,000	1,900,000	2,000,000	2,100,000	2,200,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	1,409,227	1,721,358	1,321,675			
		(9,723)	(20,484)	(16,698)			
●住民満足度（%）	目標	59.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	62.7	62.8	62.6			
		（－）	（－）	（－）			
●観光客入込数（人）	目標	5,050,000	5,100,000	5,150,000	5,200,000	5,250,000	5,300,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	2,071,107	3,032,967	3,692,220			
		（－）	（－）	（－）			
●コンベンション開催数（件）	目標	650	650	650	650	650	650
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	477	561	886			
		（－）	（－）	（－）			
●	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			

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

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】

地域への関心度を推計するため、Webサイトのページビュー数を項目に設定する。また、地域市民の観光への取り組みに対する理解度は持続可能な地域運営上、重要であることから住民満足度を設定した。必須KPIとなっている来訪者満足度、リピーター率とともに、日帰りも含めた観光客の把握が必要であるため、各地点・イベント等の観光入込客数を設定し、新たな誘客により観光入込客数の増加を目指す。また、交通の利便性が高く宿泊・コンベンション施設が充実していることが当地域の強みであることから、コンベンション開催件数を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●Webサイトページビュー数

Webページでのタイムリーな情報発信、SNSとの連動などとブラッシュアップを図り、ページビュー数を増加させ、2019年以降は毎年約100,000PVの増加を目指す

●観光施策に対する住民満足度

満足度は市が実施する市民意識調査（観光のほか子育て等約40項目を100点満点で調査）の点数とし、2016～2018年の全体平均点58.9点を上回る60点を目指す

●観光入込客数
2019 年は市立美術館が通年開館（2018 年再オープン）等により増加させ、2020 年に 500 万人、その後は前年比約 1%の増加を目指す
●コンベンション開催件数
2012 年は前年比約 2 割増加（復興支援の要素と推測できる）していたが、2019 年の推計値は 4～6 月までの開催実績から 2012 年の値を参考に算出し、以後はその件数を維持する

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）
2021（Ｒ３）年度	108,495,007（円）	【補助金】９５，０６１千円 【事業受託収入】９，９９９千円 【会費収入】１，６３５千円 【収益事業収入】１，４７５千円 【その他】３２５千円
2022（Ｒ４）年度	57,657,175（円）	【補助金】５３，９１２千円 【事業受託収入】０千円 【会費収入】３，０８０千円 【収益事業収入】４０１千円 【その他】３２５千円
2023（Ｒ５）年度	82,693,087（円）	【補助金】６２，３８９千円 【事業受託収入】３，９６０千円 【会費収入】３，４００円 【収益事業収入】１，２６２千円 【その他】１１，６８２千円
2024（Ｒ６）年度	62,431,000（円）	【補助金】５４，０９２千円 【事業受託収入】１，９８１千円 【会費収入】３，４５０千円 【収益事業収入】２，５４７千円 【その他】３６１千円
2025（Ｒ７）年度	62,911,000（円）	【補助金】５４，０９２千円 【事業受託収入】１，９８１千円

		【会費収入】３，４５０千円 【収益事業収入】３，０２７千円 【その他】３６１千円
2026（Ｒ８） 年度	62,308,000（円）	【補助金】５４，０９２千円 【事業受託収入】１，９８１千円 【会費収入】３，４５０千円 【収益事業収入】３，４２４千円 【その他】３６１千円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	108,495,007（円）	【一般管理費】　１８，８６６千円 【郡山版 DMO 推進事業】　１，８４１千円 【情報発信事業】　７，２９８千円 【観光コンテンツ創出事業】　１，９５４千円 【受入環境向上事業】　１００千円 【地域団体活動支援事業】　５，２２４千円 【観光案内所運営事業】　９，６０７千円 【宿泊施設誘客促進事業】　４８，９１７千円 【会議・会合等開催支援事業】　６，１２５千円 【教育旅行誘致促進事業】　８，５６３千円
2022（Ｒ４） 年度	57,657,175（円）	【一般管理費】　３０，９９１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，１２８千円 【情報発信事業】　８，７６７千円 【観光コンテンツ創出事業】　２，０１５千円 【受入環境向上事業】　１００千円 【地域団体活動支援事業】　９，１４８千円 【観光案内所運営事業】　１，１４４千円 【教育旅行誘致促進事業】　１，７９３千円 【合宿の里ふくしま復興事業】　１１３千円 【周遊促進に向けた研修事業】　３４４千円 【ﾜｰｹｰｼｮﾝ活用観光支援事業】　１，１１４千円
2023（Ｒ５） 年度	82,693,087（円）	【一般管理費】　３３，５２１千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，０５８千円 【情報発信事業】　４，５６９千円 【観光コンテンツ創出事業】　８７千円 【受入環境向上事業】　２７４千円 【地域団体活動支援事業】　９，２１０千円 【観光案内所運営事業】　１，７２２千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　３，８８５千円 【観光再始動事業】　２４，２１７千円 【物産振興・販路拡大事業】　３，１５０千円
2024（Ｒ６） 年度	62,363,000（円）	【一般管理費】　３１，９１２千円 【郡山版 DMO 推進事業】　１，９３２千円 【情報発信事業】　９，２６０千円 【観光コンテンツ創出事業】　１，３１１千円 【受入環境向上事業】　３，９３３千円 【地域団体活動支援事業】　９，８２０千円 【観光案内所運営事業】　１，７０６千円

		【教育旅行・合宿誘致促進事業】　１４７千円 【物産振興・販路拡大事業】　２，３４２千円
2025（Ｒ７） 年度	62,770,000（円）	【一般管理費】　３１，９１２千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，２２４千円 【情報発信事業】　９，２６０千円 【観光コンテンツ創出事業】　１，３１１千円 【受入環境向上事業】　３，９３３千円 【地域団体活動支援事業】　９，８２０千円 【観光案内所運営事業】　１，７０６千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　１４７千円 【物産振興・販路拡大事業】　２，４５７千円
2026（Ｒ８） 年度	63,124,000（円）	【一般管理費】　３１，９１２千円 【郡山版 DMO 推進事業】　２，５７８千円 【情報発信事業】　９，２６０千円 【観光コンテンツ創出事業】　１，３１１千円 【受入環境向上事業】　３，９３３千円 【地域団体活動支援事業】　９，８２０千円 【観光案内所運営事業】　１，７０６千円 【教育旅行・合宿誘致促進事業】　１４７千円 【物産振興・販路拡大事業】　２，４５７千円

（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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載
・自治体である郡山市において、現状宿泊税の導入に係る大きな動きはない
・着地型旅行商品の造成･販売等については、2023（R5）年度に地域限定旅行業を取得したため DMO、民間事業者と連携し、拡大していく
・その他、会員事業者の確保、広告型事業の拡充、一般酒類小売業免許の取得による物販の拡大も進めていく

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
（例）〇〇都道府県、××市町村は、△△法人を当該都道府県及び市町村における（広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ）として登録したいので△△法人とともに申請します。
郡山市は、（一社）郡山市観光協会が地域 DMO として機能することにより、本市の観光振興が図られ、地域経済の活性化に繋がるものと考えており、（一社）郡山市観光協会を本市における地域 DMO として登録したいので、（一社）郡山市観光協会とともに申請します。

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】
（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【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】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	郡司　満寿美
担当部署名（役職）	一般社団法人郡山市観光協会事務局（事務局課長）
郵便番号	〒963-8003
所在地	福島県郡山市燧田 195 JR 郡山駅 2 階
電話番号（直通）	024-954-8922
ＦＡＸ番号	024-954-8923
Ｅ－ｍａｉｌ	info@kanko-koriyama.gr.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	福島県郡山市
担当者氏名	添田　強
担当部署名（役職）	郡山市産業観光部観光政策課（主査）
郵便番号	〒963-8601
所在地	福島県郡山市朝日 1-23-7　西庁舎 4 階
電話番号（直通）	024-924-2621
ＦＡＸ番号	024-925-4225
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.koriyama.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	福島県
担当者氏名	
担当部署名（役職）	福島県観光交流局観光交流課
郵便番号	〒960-8670
所在地	福島県福島市杉妻町 2-16
電話番号（直通）	024-521-7287
ＦＡＸ番号	024-521-7888
Ｅ－ｍａｉｌ	tourism@pref.fukushima.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人郡山市観光協会

様式2　資料6

記入日：　令和6年　7月31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】
福島県郡山市
【設立時期】 平成29年4月3日
【設立経緯】
（例）③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 菅野　豊
【マーケティング責任者（CMO）】 佐藤　嘉繁
【財務責任者（CFO）】 郡司　満寿美
【職員数】 9人（常勤9人（正職員0人・出向等3人・嘱託等6人））
【主な収入】
収益事業　1.3百万円、委託事業　4百万円（令和5年度決算）
【総支出】
事業費　49百万円、一般管理費　34百万円（令和5年度決算）
【連携する主な事業者】
各地域観光協会、商工会議所、地区商工会広域協議会、各地区商工会、温泉旅館協同組合、ホテル協会、旅館ホテル組合、飲食業組合、酒造協同組合、農業協同組合、JR、バス事業者等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2021（R3）年	2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年
旅行消費額（円）	目標	22,000（—）	22,600（—）	23,200（—）	23,800（—）	24,400（—）	25,100（—）
	実績	19,111（—）	20,753（—）	13,018（—）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	526,000（22,200）	536,000（23,700）	546,000（25,100）	556,000（26,500）	566,000（27,900）	577,000（29,300）
	実績	535,554（2,390）	522,866（3,505）	647,548（13,486）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	83（　）	84（　）	85（　）	86（　）	87（　）	88（　）
	実績	90.8（　）	91.0（　）	87.1（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	73.5（　）	74（　）	74.5（　）	75（　）	75.5（　）	76（　）
	実績	80.7（　）	74（　）	76.8（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
首都圏からのビジネス・MICE客
（20～30代男性、20～40代女性）

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
郡山市ならではの食や温泉、自然とともに、出張後に楽しむ旅などのプロモーションを実施し、滞在時間の延長や消費単価の増加を目指す

【観光地域づくりのコンセプト】
人が行き交うまちで磨かれた「美味しい楽しい」あつまる　東北の玄関口　こおりやま

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・2023（R5）年度に取得した地域限定旅行業を活かし、着地型旅行商品の造成・販売を行う。

【受入環境整備】
・再生・高付加価値化事業
・観光案内所において、ベビーカーレンタルや車いすレンタルサービスの提供、筆談アプリの導入を行う。

【情報発信・プロモーション】
・花の名所LIVE映像配信
・SNS活用による情報発信
・郡山グルメを核とした周遊促進ツールの作成

【安定的な運営資金の確保】
・2022（R4）年度に取得した一般種類小売業免許により市内物産品の販売強化を行う。



