

【KGI】

KGI 1	観光消費額
KGI 2	来訪者の満足度（大変満足・満足）
KGI 3	平均宿泊日数
KGI 4	50歳未満の再来訪率
KGI 5	延べ宿泊客数

資料1別紙

市：安曇野市、観協：市観光協会

■目標値の設定に当たっては、コロナ禍を踏まえ、令和4年度を基準値（令和5年度取得）とすることを基本的な考え方とする。
 ただし、アンケート調査等により新たに取得が必要な数値については、アクションプラン初年度に当たる令和5年度以降に準備を整え取得後基準値を設定することとする。

【KPI】

1-1：観光地ブランドの確立～「核」となる理念・滞在価値の形成～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<1-1-1> 観光地因トーリーの構築と発信	市の観光意欲度	地域ブランド調査	市	位	106位	70位	R3順位(75位)に回復後さらに順位を上昇させる
<1-1-2> 世界・全国に通用する地域ブランドの育成と発信							
<1-1-3> 〇イルム〇ミッション機能の充実							

1-2：観光地経営の実践～持続可能な観光地づくり～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<1-2-1> 持続可能な〇ネジメント体制の構築	市での一人当たりの滞在費（既存取得） ※交通費、宿泊費、飲食費、土産代、入場料・体験料の平均値の合計	安曇野市観光アンケート調査	観協	円	35,943円 (R3)	37,800円	年1%増
<1-2-2> 社会経済のサステナビリティの醸成							
<1-2-3> 〇化・環境の〇サステナビリティへの貢献							
<1-2-4> 観光危機管理体制の構築							

1-3：観光DXの推進～デジタルを活用した観光サービスの変容～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<1-3-1> デジタルを活用した観光調査の充実	観光協会のオンラインで取扱う着地型ツアーの内、ブラッシュアップ 又は新規ツアーの累計件数	観協調査	観協	件	17件	年2件増	年2件増
<1-3-2> デジタルを活用した新たなコンテンツの開発							
<1-3-3> デジタルを活用した〇訪者の利便性向上							

1-4：観光都市としての基盤整備～快適で安心な受入体制づくり～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<1-4-1> 〇次交通の整備	シェアサイクル利用回数	観協調査	観協	回	3,184回	3,870回	年4%増
<1-4-2> 訪日外国人旅行者の受入体制整備							
<1-4-3> 〇様な旅行ニーズへの対応整備							

2-1：効果的・効率的な情報発信～広域連携と海外発信～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<2-1-1> 広域・団体との連携による〇R	観光地延利用者数	長野県観光地利用者統計調査	市	百人	31,209百人 (R3)	50,000百人	コロナ前水準に回復
<2-1-2> 海外市場への情報発信強化	外国人延宿泊者数	長野県外国人延宿泊者数調査	市	人	64人 (R3)	20,000人※ (R8)	コロナ前水準に回復

2-2：関係人口の創出と活用～地域外とのネットワークづくり～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<2-2-1> SNS・インフルエンサー等を活用した関係人口の創出	観光協会のSNSの総フォロワー数	観協調査	観協	人	30,046人	33,170人	年2%増
<2-2-2> 都市部企業・人の誘致							

2-3：イベントによる観光交流人口の拡大～新規創出と満足度の向上～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<2-3-1> イベントの〇実施・創出	イベント（信州安曇野ハーフマラソン）参加者の満足度	信州安曇野ハーフマラソン参加者アンケート	市	%	70.1%	75.0%	年1%増
<2-3-2> イベント来訪者の回遊性・リピート率向上							

3-1：【ヒト】観光人材の育成と活用～新しい観光を担うヒトづくり～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<3-1-1> 観光プロフェッショナルの登用・活用	観光協会に加盟している観光ガイド事業者数	観協調査	観協	者	24	27	5年で3者増
<3-1-2> 観光の〇担手確保・活用							
<3-1-3> 〇種ニーズに応じた観光ガイドの育成・活用							
<3-1-4> 〇てみてよかった〇曇野づくり							

3-2：【モノ】地域資源の磨き上げ～魅力的な滞在環境づくり～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<3-2-1> 〇域資源の活用	観光協会が新規に造成した着地型商品数 土産・飲食の平均消費額	観協調査 安曇野市観光アンケート調査	観協	件 円	17件 7,875円	37件 8,280円	年4件増 年1%増
<3-2-2> 〇泉・〇浴施設の〇魅力向上							
<3-2-3> 〇の魅力発信							

3-3：【コト】新しい時代の滞在型観光の振興～各種ツーリズムの推進～		出典	取得者	単位	基準年 (R4)	目標値 (R9)	目標設定の考え方
	指標案						
<3-3-1> 〇ドベンチャー〇ーリズムの推進	観光協会が市内事業者・団体と連携して造成した1泊2日以上の宿泊プラン数	観協調査	観協	件	2件	4件	5年で2件増
<3-3-2> 〇ート・〇ーリズムの〇展開							
<3-3-3> 〇しい滞在型〇ーリズムの〇推進							

※令和9年度分の公表時期が令和10年の2月頃になることから令和8年度目標値で設定します。