

令和7年度

葛尾村観光戦略プランの進捗状況
(村民・村内事業者向けアンケート結果)



葛 尾 村

本資料は、葛尾村観光戦略プランに基づく施策の進捗状況について、観光戦略プラン第6章に記載のPDCAサイクルを実施するために、進捗状況調査の結果を整理・可視化するために作成したものです。

令和7年度の結果を起点として、今後は毎年度同様の分析を行い、施策の進捗および成果を継続的に把握していきます。

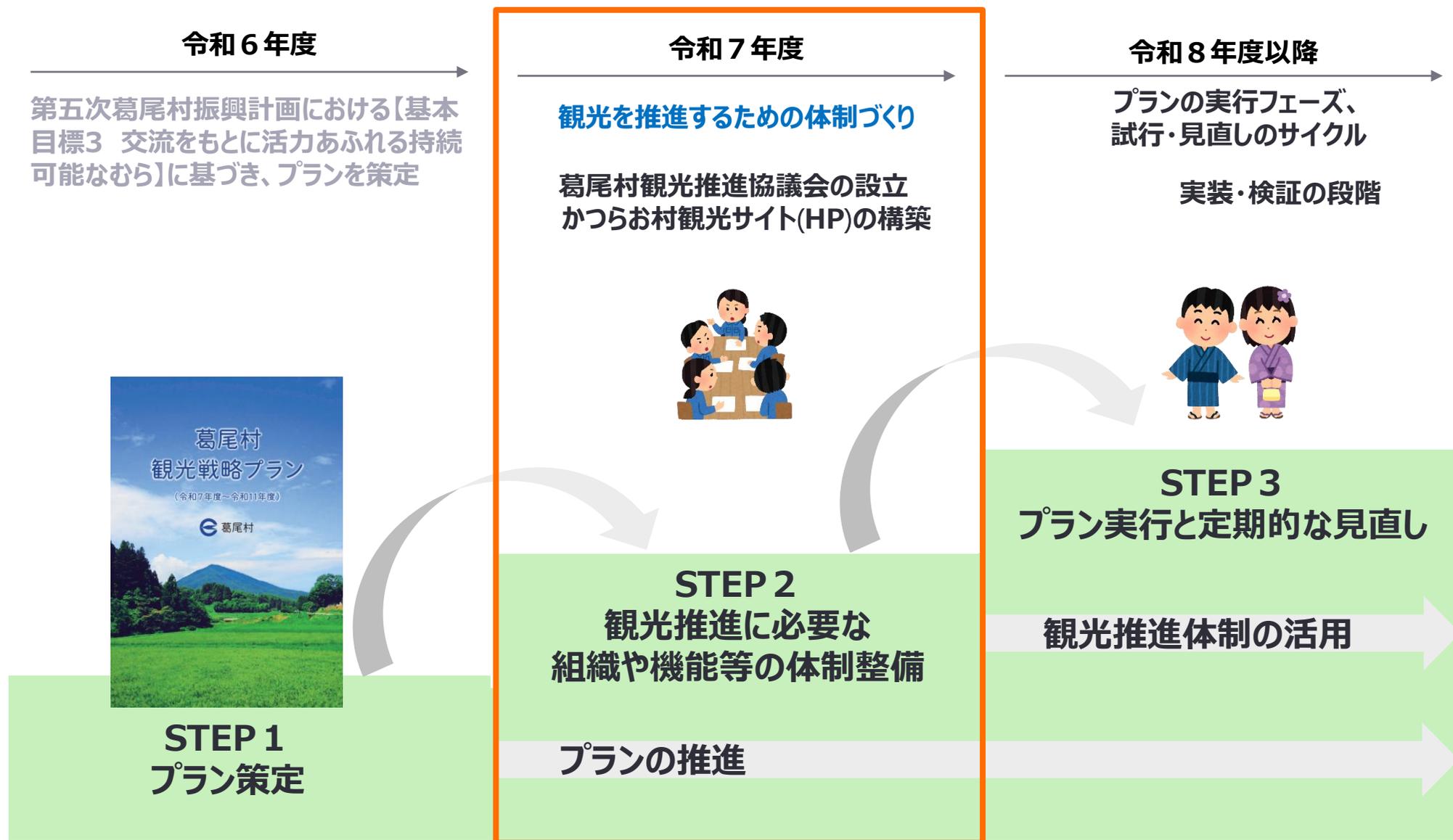
目次

テーマ	概要	ページ番号
1. 分析の全体像・総括	<ul style="list-style-type: none">全体の総評分析対象範囲設定 K P I の達成状況	P3-8
2. 基本戦略1 葛尾村らしい観光コンテンツ開発	<ul style="list-style-type: none">項目一覧	P9-10
3. 基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップ	<ul style="list-style-type: none">項目一覧個別の進捗状況	P11-17
4. 基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり	<ul style="list-style-type: none">項目一覧個別の進捗状況	P18-26
5. 令和8年度に向けた課題や取組	<ul style="list-style-type: none">現状の課題と今後の取組	P27-30
参考	<ul style="list-style-type: none">アンケート項目一覧アンケート回答用語一覧	P31-37

1. 分析の全体像・総括



観光戦略プランの策定および推進体制の整備が進み、令和8年度からは観光コンテンツの具体的な展開を通じて、誘客につなげる実行段階に移行します。





令和7年度は「葛尾村観光推進協議会」の設立など、観光を推進していくための体制を整備しました。

令和7年度に 取り組んだ施策

実施施策1 体制構築

地域事業者や村民が参加可能な体制として『**葛尾村観光推進協議会**』を設立し、意見交換や企画検討の場を整備しました。

実施施策2 人材育成

ワークショップや研修会を実施し、**観光振興に対する意識醸成と基礎的なスキル習得**を支援しました。

実施施策3 データ収集

「かつらお村観光サイト」の構築や観光アンケートの実施により、**継続的にデータを収集・蓄積できる体制を整備**しました。これらのデータは、今後の分析や施策の評価に役立てていきます。

全体の総評

令和7年度は、観光戦略プラン初年度として**体制整備および基盤構築**を中心に実施しました。一方で、観光コンテンツの事業化やプロモーションは準備段階にとどまり、一部のK P Iは「未実施」となっています。令和8年度からは、**整備した体制や収集データを活用し、具体的な成果創出につなげていきます。**



令和7年度は、観光戦略プランの基本戦略1および2の多くが実行前段階にあり、プラン実行に向けた準備を進めました。

■ 観光戦略プランに基づいた、分析対象範囲（緑：令和7年度実施対象 白：令和7年度実施対象外）

基本戦略	基本施策	No.	KPI（目標値） 最低限実施する項目	実施者 （実施主体：◎、 支援：○、参加協力△）				実施時期（5か年） （矢印が対象期間）					
				村	連携 組織	地域 事業者	村民	令和 7年 度	令和 8年 度	令和 9年 度	令和 10 年度	令和 11 年度	
基本戦略1 葛尾村らしい観光 コンテンツ開発	基本施策1-1 村の魅力を高め る観光コンテンツの充実	1	観光コンテンツの充実:5件	◎	◎	○	△		→				
		2	観光コンテンツの開発:5件	◎	◎	○	△		→				
	基本施策1-2 特産品を活かした 商品開発と販売強化	3	地域の素材を活かした 独自の商品開発:5件	○	◎	◎	△		→				
基本戦略2 オンリーワン葛尾の 知名度アップ	基本施策2-1 マーケティングの 強化	4	データ収集及び分析: 1回/年（毎年更新）	○	◎	△	△	→					
		5	プロモーション手法の設計: 1回/年（毎年更新）	○	◎	△	△	→					
	基本施策2-2 情報発信と誘客	6	村ホームページの改修・見 直し:1件/年	◎	○	△		→					
		7	公式SNSでの投稿: 150件/年	○	◎	△		→					
		8	観光案内媒体の作成: 1件/年	◎	○	△		→					



基本戦略3では、観光推進協議会の設立や部会の発足など体制整備が進んでおり、今後はこれらの組織を活用した施策展開が求められます。

■ 観光戦略プランに基づいた、分析対象範囲（緑：令和7年度実施対象 白：令和7年度実施対象外）

基本戦略	基本施策	No.	KPI（目標値） 最低限実施する項目	実施者 （実施主体：◎、 支援：○、参加協力△）				実施時期（5か年） （矢印が対象期間）				
				村	連携組織	地域事業者	村民	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
基本戦略3 一体となった観光 推進体制づくり	基本施策3-1 観光振興に対する人材育成	9	観光に関するワークショップ: 1回/年	○	◎	△	△	→				
		10	観光に関する研修会: 1回/年	○	◎	△	△	→				
		11	地域おこし協力隊採用: 3名以上	◎	○	○		→				
	基本施策3-2 観光客の受け入れ体制及び環境の整備	12	従事できる人員の確保: 1名以上	◎	○			→				
		13	指定管理者制度の活用: 2施設以上	◎	○			→				
		14	観光案内所の設置:1箇所	◎	○			→				
	基本施策3-3 村一体での観光推進体制の整備	15	連携組織の設立:1件	◎		△	△	→				
16		各部会の発足:2部会以上	○	◎	△	△		→				



基本施策の進捗状況は次のとおりです。詳細は次の章をご覧ください。

■ KPI達成状況（緑：KPI実施 赤：KPI未実施 白：KPI対象外）

No.	KPI（目標値）	結果
1	観光コンテンツの充実:5件	利用客への提供/商品化：4件
2	観光コンテンツの開発:5件	利用客への提供/商品化：4件
3	地域の素材を活かした独自の商品開発:5件	利用客への提供/商品化：2件
4	データ収集及び分析:1回/年（毎年更新）	1回/年
5	プロモーション手法の設計:1回/年（毎年更新）	設計中
6	村ホームページの改修・見直し:1件/年	1回/年
7	公式SNSでの投稿:150件/年	45件/年
8	観光案内媒体の作成:1件/年	3件/年
9	観光に関するワークショップ:1回/年	3回/年
10	観光に関する研修会:1回/年	1回/年
11	地域おこし協力隊採用:3名以上	採用なし
12	従事できる人員の確保:1名以上	確保なし
13	指定管理者制度の活用:2施設以上	1施設
14	観光案内所の設置:1箇所	1箇所
15	連携組織の設立:1件	1件
16	各部会の発足:2部会以上	2部会

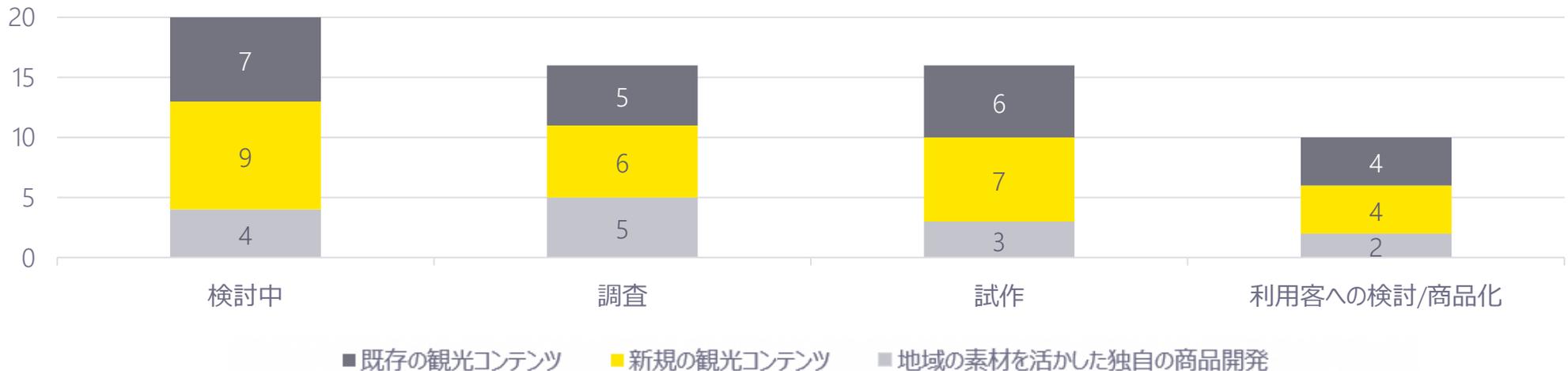
2. 基本戦略 1 葛尾村らしい観光コンテンツ開発



基本戦略1については、令和8年度から本格的な検討・実行段階に移行します。
アンケート結果から、一部の事業者では商品化まで進んでいることが把握されました。

基本戦略	基本施策	No.	KPI（目標値） 最低限実施する項目	結果	令和7年度 の実施対象
基本戦略1 葛尾村らしい観光 コンテンツ開発	基本施策1-1 村の魅力を 高める観光コンテンツの充実	1	観光コンテンツの充実： 5件	利用客への提供/ 商品化：4件	対象外
		2	観光コンテンツの開発： 5件	利用客への提供/ 商品化：4件	対象外
	基本施策1-2 特産品を活 かした商品開発と販売強化	3	地域の素材を活かした 独自の商品開発：5件	利用客への提供/ 商品化：2件	対象外

令和7年度の葛尾村らしい観光コンテンツ開発
検討/商品化の状況



3. 基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップ



基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップの達成状況は以下のとおりです。

基本戦略	基本施策	No.	KPI (目標値) 最低限実施する項目	結果	令和7年度 の実施対象
基本戦略2 オンリーワン葛尾の 知名度アップ	基本施策2-1 マーケティングの強化	4	データ収集及び分析: 1回/年 (毎年更新)	1回/年	対象
		5	プロモーション手法の設計: 1回/年 (毎年更新)	未実施	対象
	基本施策2-2 情報発信と 誘客	6	村ホームページの改修・見直し:1件/年	1回/年	対象
		7	公式SNSでの投稿: 150件/年	45件/年	対象外
		8	観光案内媒体の作成: 1件/年	3件/年	対象



来村者向けアンケート実施に向けた準備や、かつらお村観光公式サイトによるデータ収集の仕組みを構築しました。

NO.4 データ収集及び分析:

来村者向け アンケート

- アンケート内容
 - ▶ 基本施策2-1「マーケティングの強化」にあたり、来村者向けアンケートを実施。
 - ▶ 村外からの来訪者を対象として、来訪のきっかけや滞在期間、村内消費額などを把握。
- アンケート実施方法
 - ▶ アンケートのQRコードを主要施設（あぜりあ、せせらぎ荘等）に設置予定。
 - ▶ アンケート回答特典を用意するなど、回答率向上に向けた取組も実施。

かつらお村 観光サイト 閲覧データ

- データ内容
 - ▶ 令和7年度に開設した「かつらお村観光サイト」の閲覧者データを基に、葛尾村の観光に興味を持つ人の情報を収集。
 - ▶ 閲覧者の居住地等の他、サイト内でどのような情報に注目したか（閲覧回数や閲覧時間等）を確認。

- 観光客や葛尾村に興味を持つ人の実態をデータ化
- 翌年度以降のマーケティングに反映

※来村者向けアンケートは令和8年4月より実施予定



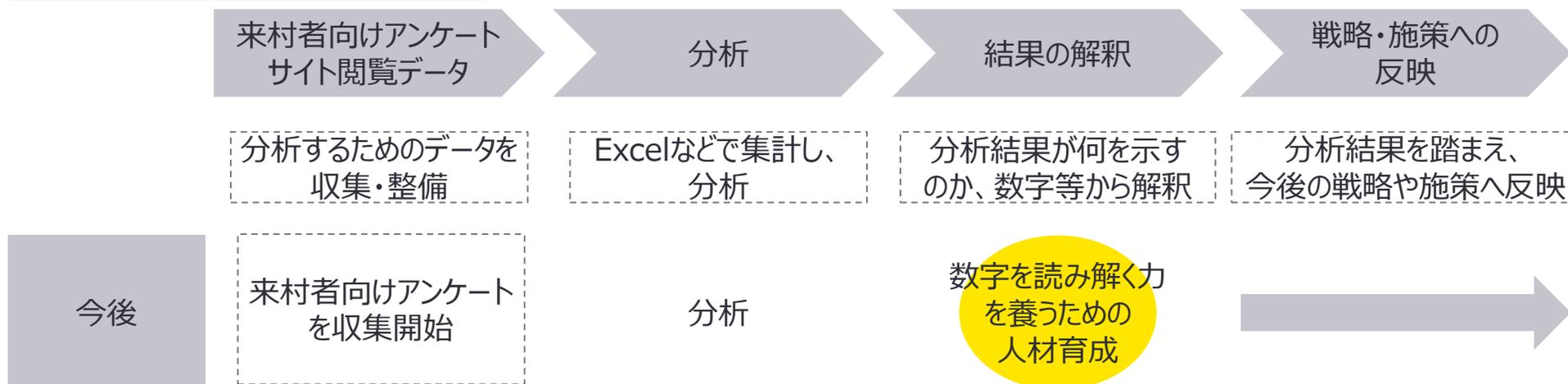
プロモーション手法の検討や分析に必要なデータの取得方法を整理しました。 取得データを活用した施策検討は令和8年度以降に実施します。

NO.5 プロモーション手法の設計:1回/年（毎年更新）

<p>プロモーション手法の設計状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 令和7年度はデータ取得に必要な方法を整理しました。 ■ 令和8年度以降は取得データを活用して効果的なプロモーション手法を導入します。
------------------------------	---

<p>今後の進め方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 来村者向けアンケートを通して来訪する観光客の実態が見える化し、収集・分析したデータを個別の観光施策へ反映します。 ■ 取得したデータの集計、村内事業者への共有を行いつつ、データ分析に基づいた観光施策のPDCAサイクルを実施します。
----------------------	--

葛尾村 観光マーケティングモデル





3. 基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップ

個別の進捗状況

さらなる情報発信の強化と誘客の促進を目指し、村の観光公式サイトを新たに開設しました。

NO.6 村ホームページの改修・見直し:1件/年

■ かつらお村観光サイト (URL : <https://katsurao-village.com/index.html>)



かつらお村
観光サイト
Katsurao Village Tourism Site

深紅のじゅうたん
クリムゾンクローバー



つながる結いの里 かつらお

福島県の浜通りに位置する、葛尾（かつらお）村。
震災を乗り越えたこの山里には、
豊かな自然と温かな人々が織りなす
どこか懐かしい原風景が息づいています。

葛尾村までの所要時間

郡山駅から	車で約60分
福島駅から	車で約60分
いわき駅から	車で約75分





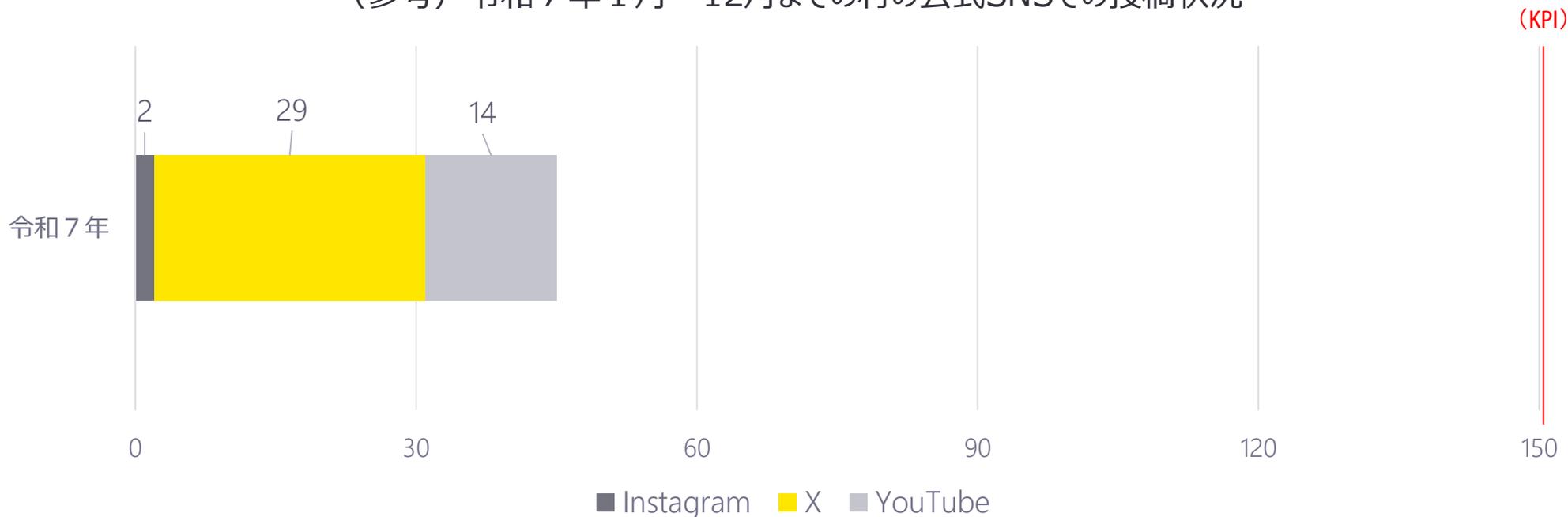
令和7年度のSNS投稿は45件にとどまり、令和8年度以降のKPIと比較して大きく未達となりました。

NO.7 公式SNSでの投稿:150件/年

今後の進め方

- KPI:150件の達成に向け、SNSごとの役割と投稿頻度を明確化します。
<各SNSごとの役割>
例：Instagram：季節（風景やイベントなど）ごとの写真を毎月3件投稿 計36件
X：観光に関する即時性のある話題を週2件投稿 計102件
YouTube：動画で伝えたいトピックを厳選し、毎月1件投稿 計12件
- 閲覧数や反応を分析し、投稿内容の改善を継続的に行います。

(参考) 令和7年1月～12月までの村の公式SNSでの投稿状況





3. 基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップ 個別の進捗状況

まっふる葛尾村やかつらお村観光MAPなどの観光案内媒体を作成・整備しました。

NO.8観光案内媒体の作成:1件/年

■ まっふる葛尾村



■ かつらお村観光MAP



■ かつらお村観光サイト



4. 基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり



基本戦略3 一体となった観光推進体制づくりの達成状況は以下のとおりです。

基本戦略	基本施策	No.	KPI（目標値） 最低限実施する項目	結果	令和7年度 の実施対象
基本戦略3 一体となった観光推 進体制づくり	基本施策3-1 観光振興に対 する人材育成	9	観光に関するワークショップ: 1回/年	3回/年	対象
		10	観光に関する研修会: 1回/年	1回/年	対象
		11	地域おこし協力隊採用: 3名以上	採用なし	対象
	基本施策3-2 観光客の受け 入れ体制及び環境の整備	12	従事できる人員の確保: 1名以上	確保なし	対象外
		13	指定管理者制度の活用: 2施設以上	1施設	対象外
		14	観光案内所の設置: 1箇所	1箇所	対象外
	基本施策3-3 村一体での観 光推進体制の整備	15	連携組織の設立:1件	1件	対象
16		各部会の発足: 2部会以上	2部会	対象外	



4. 基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり

個別の進捗状況

観光事業に必要な知識・ノウハウの習得を目的として、ワークショップおよび研修会を実施しました。

NO.9 観光に関するワークショップ:1回/年 NO.10 観光に関する研修会:1回/年

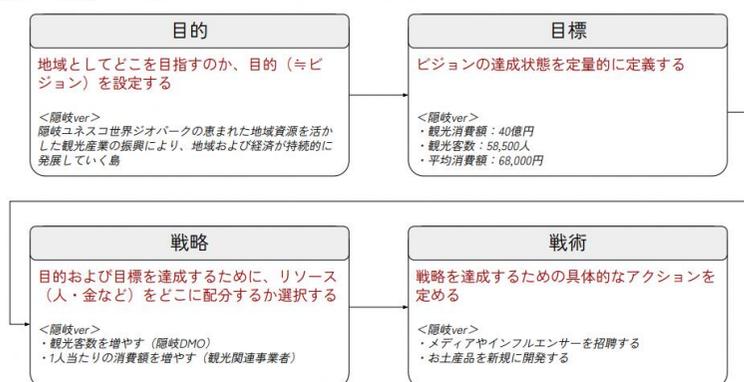
■ ワークショップの各回テーマ

No.	日付	テーマ
1	9/4	観光の現場での対応
2	10/23	先進地域から学ぶ観光組織の機能や役割と個々の事業者の取り組み
3	12/18	当事者に直接伺う、先進地域における観光組織の取り組みについて

■ 研修会テーマ

No.	日付	テーマ
1	2/4	葛尾村情報発信力UP講座

共通言語



■ スマホ時代の情報発信術

Travel Zip

コツ①
スマホで撮って、スマホで載せましょう！

スマホで見てもらう日々の発信記事は
 スマホの写真でじゅうぶん！（と割り切りましょう）





令和7年度の人材採用はありませんでした。今後の人材確保にあたっては、移住・定住しやすい環境づくりを並行して進めていきます。

NO.11 地域おこし協力隊採用:3名以上 NO.12 従事できる人員の確保:1名以上

地域おこし協力隊 採用/従事できる 人員の確保

- 令和7年度の採用なし。

課題認識

- 葛尾村への移住および就業に対する心理面・生活面でハードルが高いことが課題です。
 - 地域おこし協力隊は採用要件として葛尾村に住民登録する必要があり、知らない土地で生活するというハードルが課題となっています。
- 二拠点生活もしくは多拠点生活していた人への移住先調査では、「**旅行先でとてもよかった場所**」「**これまで何度も訪問している場所**」が全体の75%以上を占めます。
 - 観光を通じて葛尾村を知ってもらい、興味を持つファンを増やすことで、移住先の候補地として検討される仕組みづくりが必要です。



せせらぎ荘では令和7年度より指定管理者制度が活用されています。今後は他施設（あぜりあやもりもりランド等）への導入についても検討します。

NO.13 指定管理者制度の活用:2施設以上

■ みどりの里せせらぎ荘



■ 復興交流館あぜりあ



■ 森林公園もりもりランド・かつらお



今後の進め方

指定管理者
制度の施設候補

- 復興交流館あぜりあ
- 森林公園もりもりランド・かつらお
- 体験交流館ログハウス
- 活性化センターみどりの里ふれあい館 等



あぜりあにおいて村内の情報発信を行っており、案内所としての機能を担っています。今後も機能の充実を図りながら、利便性向上に取り組めます。

NO.14 観光案内所の設置:1箇所

■ 葛尾村復興交流館あぜりあ



■ かつらお村観光サイトでの案内



今後の進め方

観光案内所の追加設置先候補

強化すべき機能

- 宿泊交流館みどりの里せせらぎ荘
- 森林公園もりもりランド・かつらお

- 村内観光に精通した人材の配置
- 館内レイアウトや資料（地図やパンフレット等）の見せ方の工夫

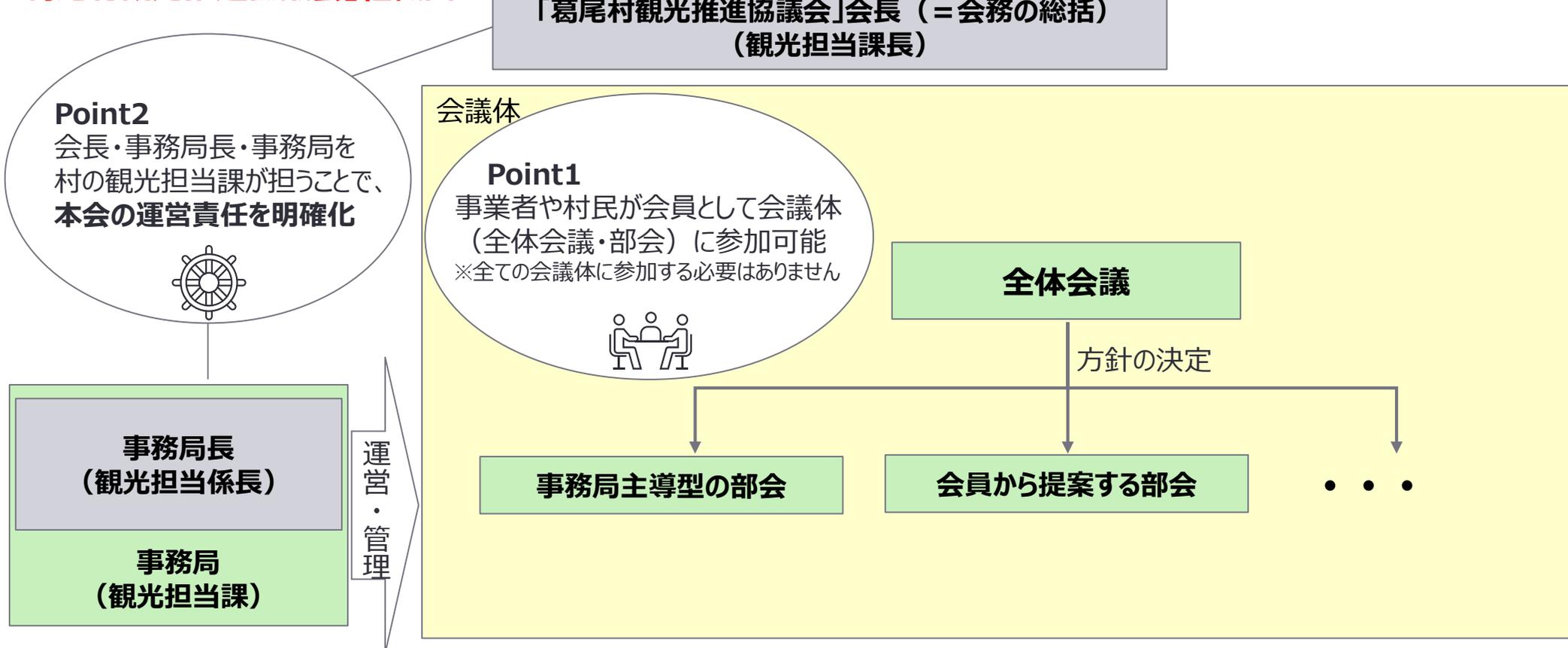


葛尾村観光推進協議会を令和7年11月に発足しました。本協議会では、事業者や村民による観光事業の提案および実行に参画することが可能です。

NO.15 連携組織の設立:1件

■官民一体の任意団体として「葛尾村観光推進協議会」を推進体制として組成

「葛尾村観光推進協議会」組織図





4. 基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり

個別の進捗状況

観光推進体制の整備に向けて、令和7年度前半に検討・協議を行い、11月にキックオフ、2月に第1回全体会議を行いました。

項目	2025年								2026年		
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
スケジュール					▲ 9/4 ワークショップ①	▲ 10/23 ワークショップ②	▲ 11/26 観光推進協議会 キックオフ	▲ 12/18 ワークショップ③		▲ 2/4 観光推進協議会 第1回全体会議	
観光推進協議会 整備・運営	各種課題 の検討		事業者/村の関係者への ヒアリング				組織の設立方法の検討		観光推進協議会の運営		
ワークショップ・研修会				ワーク ショップ 準備	ワーク ショップ 準備	ワーク ショップ 準備					





4. 基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり

個別の進捗状況

事業者や村民からの提案により、観光推進協議会の部会として民泊部会やグリーンレスキュー部会、ツアー部会が新たに設立されました。

NO.16 各部会の発足:2部会以上

■ 民泊部会

- 葛尾村内の滞在場所を増やすために、村民と協力しながら民泊運営を目指します。

■ グリーンレスキュー部会

- 上野川グリーンレスキューの会と連携する形で、村内の観光資源や里山の整備を行います。

■ ツアー部会

- 令和8年度村観光事業で予定しているモニタリングツアー※の内容や、事業者で予定している観光関連事業について協議・対応等を行います。

<p>目的</p> <p>観光づくりの観点において「持続性」「収益性」「参加型」がキーとなる</p> <p>必要な要素</p> <ul style="list-style-type: none"> - エコツアー (環境・食学・アクティビティ等) にお土産 (等) - 連携体制 - 広域 <p>組織的な体制</p> <ul style="list-style-type: none"> - 「葛尾村」が主体 <p>実施上の留意</p> <ul style="list-style-type: none"> - 葛尾村観光協会が持っている。 - 観光客も受け入れられる - 村内で取得している業者は事業者のみ <p>目的は、 民泊部会から、葛尾村の観光における必要な要素をクリアする、小さなモデルづくりをおこなう</p>	
	<p>今年度～来年度の進め方 (3ステップ)</p> <p>【ステップ1】</p> <p>ステップ1: 2024年度「葛尾」・「たぶら」で体験しながらお土産を考える。1月に参加したい人で前回懇談会を実施予定</p> <p>ステップ2: 2025年度、リノベーションを開始し、広域を行う</p> <p>ステップ3: 2026年度、村内に拠点を増やしていく</p>

上野川グリーンレスキューの会 (里山守る会)

目的

上野川地区の観光資源および文化財の整備保全を行う

構成

有志によるボランティア

主な活動エリア

電子山 (葛尾富士)、
金華山 (黄金山神社)、
八幡神社、傘石 (潜り石) 等

つなく、伝える。
みんなで創る
かつらおの未来。

※・・・旅行商品を作る前に、試験的にツアーを実施して、参加者からの意見や改善点を集めるための試行ツアー

5. 令和8年度に向けた課題や取組



基本戦略1における現状の課題と今後実施する取組をまとめました。

基本戦略1 葛尾村らしい観光コンテンツ開発

NO	現状の課題	実施する取組
1	観光コンテンツ開発は、各事業者の取組を中心に進み、一部では商品化やサービス提供に至っています。一方で、村主体の観光コンテンツの充実・開発は十分に進んでおらず、全体として取組みが個別にとどまっている点が課題です。	<ul style="list-style-type: none">➤ 観光戦略プランに基づき、村主体となる観光コンテンツの充実・開発を推進します。➤ 観光推進協議会や部会を中心に、検討段階のコンテンツについて実証・磨き上げを行います。➤ 商品化に至った事例を共有し、個別の取組を連携させることで、村全体での事業化を促進します。
2	商品開発に関する取組や課題の整理・共有が十分ではなく、関係者間での情報連携に課題があります。また、新たな商品やサービスを「かつらお村観光サイト」へ掲載するための運用整備も未整備です。	<ul style="list-style-type: none">➤ 関係者へのアンケート等により情報を収集し、観光推進協議会で共有する仕組みを構築します。➤ 新規商品やサービスについては、観光推進協議会や各部会と連携しながら情報を集約し、「かつらお村観光サイト」への掲載を進めます。



基本戦略2における現状の課題と今後実施する取組をまとめました。

基本戦略2 オンリーワン葛尾の知名度アップ

NO	現状の課題	実施する取組
3	来村者向けアンケートや「かつらお村観光サイト」でのデータ収集など、観光データを収集・分析する仕組みは構築できました。今後はこれらの情報をもとに、効果的なプロモーション手法を導入することが重要です。	<ul style="list-style-type: none">➤ 新規商品やサービスの開発に向けて、他の手法によるデータ収集についても検討を行います。➤ 収集・分析したデータを毎年整理・関係者に共有しつつ、今後の商品やサービスに向けて効果的なプロモーション手法を検討します。
4	令和7年度の村によるSNS投稿は45件にとどまり、目標（150件）に対して大きく乖離しています。継続的な情報発信を行うための体制や運用ルールが十分に整備されていない点が課題です。	<ul style="list-style-type: none">➤ 「かつらお村観光サイト」や観光媒体を発信基盤とし、SNSごとの役割を整理したうえで計画的に情報発信を行います。➤ 投稿件数の確保に加え、発信内容の質やサイトへの誘導を意識した運用を行います。



基本戦略3における現状の課題と今後実施する取組をまとめました。

基本戦略3 一体となった観光推進体制づくり

NO	現状の課題	実施する取組
5	令和7年度はワークショップを3回、研修会を1回実施しましたが、人材の確保には至っていません。観光事業の拡大に対して担い手が不足している点が課題です。	<ul style="list-style-type: none">➤ 今後増加する観光事業に対応するため、実践的な内容（販売・誘客等）を含む研修テーマを設定し実施します。➤ 地域おこし協力隊の採用に向け、業務内容や村内事業者との連携体制を明確化し、募集を行います。
6	観光推進協議会および各部会は設立されたものの、具体的な事業展開や収益化に向けた取組はこれからの段階です。	<ul style="list-style-type: none">➤ 観光推進協議会および各部会の役割や活動内容を整理し、段階的に事業化を進めます。➤ 事業者間の連携や情報共有を強化し、将来的な観光協会やDMOの設立も視野に入れた体制づくりを進めます。

参考

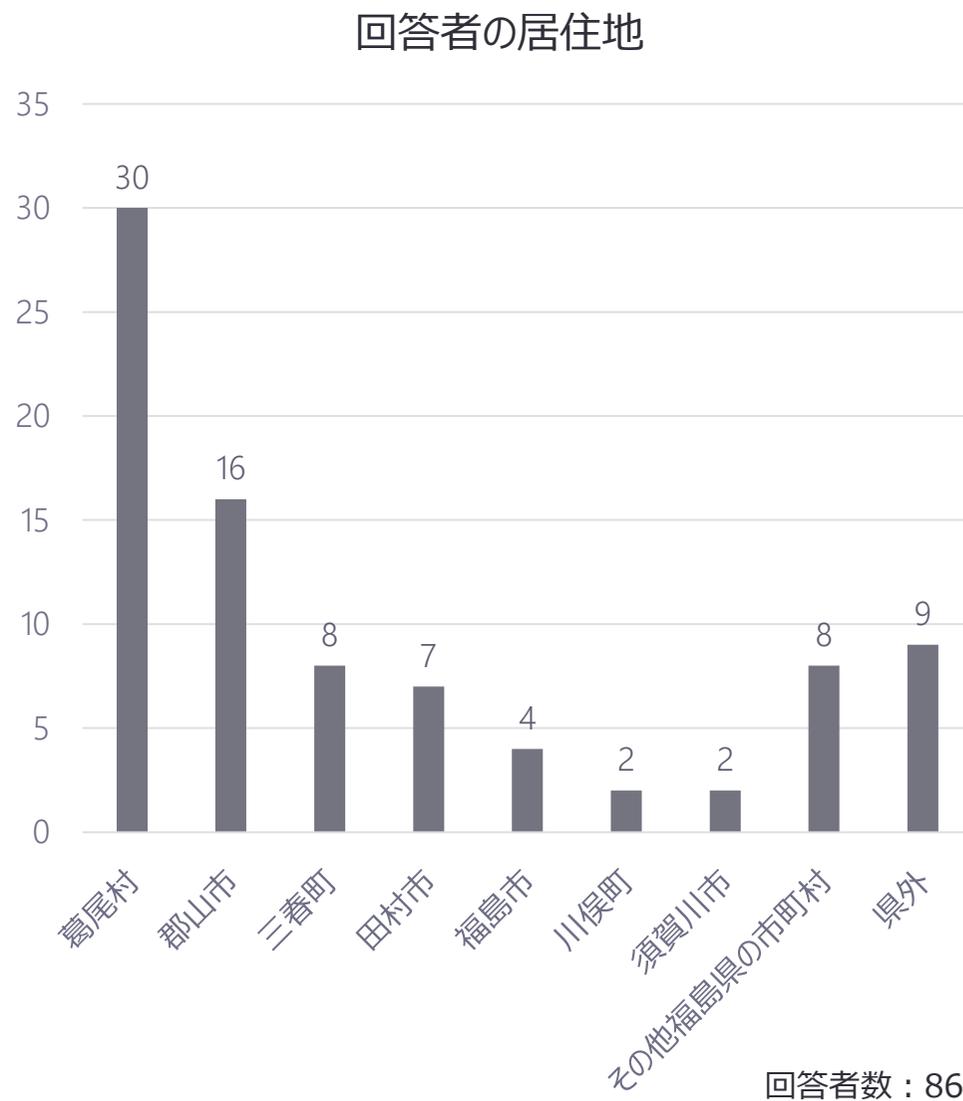
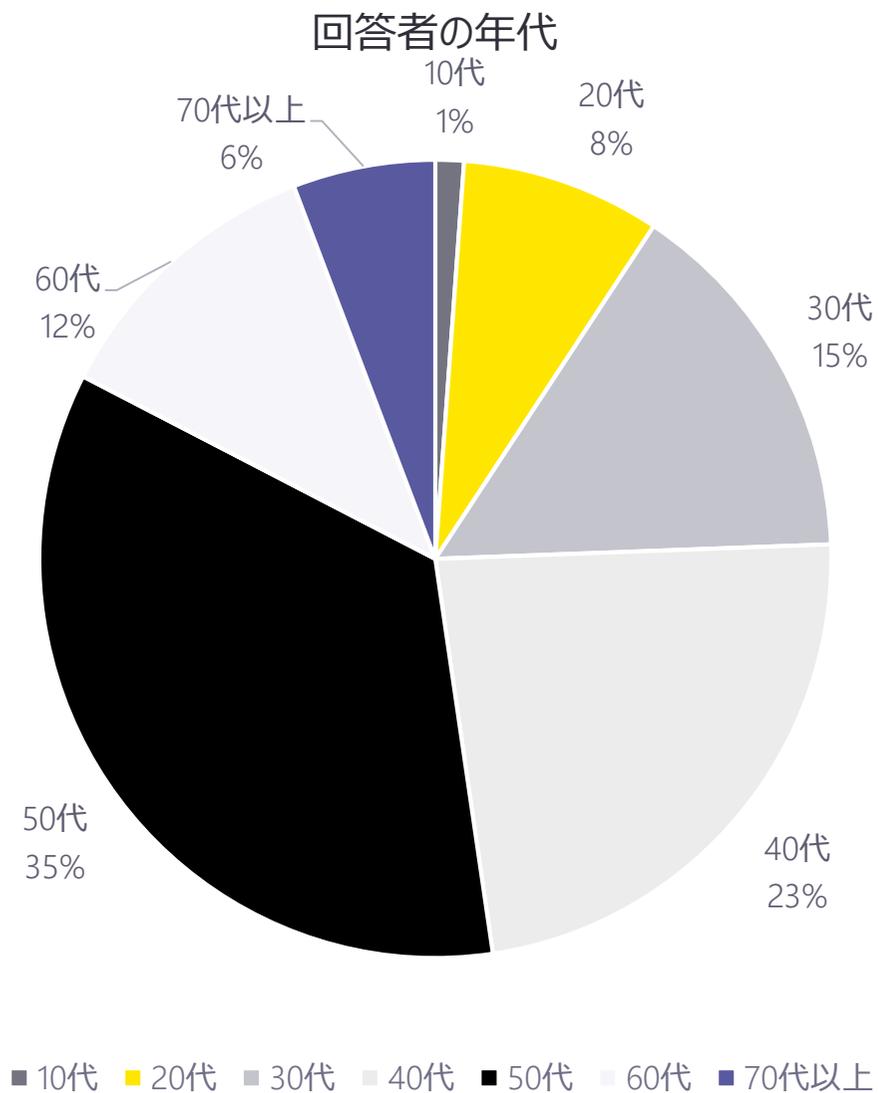


村民・事業者向けアンケートを以下の項目内容で実施。

No.	設問文
1	あなたは、葛尾村の観光振興にどの程度関心がありますか。
2	葛尾村では、令和6年度に葛尾村観光戦略プランを策定し、令和7年度には葛尾村観光推進協議会を発足するなど、観光振興に向けた取り組みを進めています。このことを知っていましたか。
3	葛尾村が観光振興に取り組むことについて、どのような印象を持っていますか。
4	観光振興の取り組みによる、地域やご自身への影響をどのように感じていますか。
5	葛尾村観光戦略プランでは、村民の役割として「積極的な村のPR」を掲げています。これまでに行ったことをすべてお選びください。 (複数選択可)
6	葛尾村観光戦略プランでは、村民の役割として「観光客受け入れと交流機会への参加」を掲げています。これまでに行ったことをすべてお選びください。 (複数選択可)
7	葛尾村観光戦略プランでは、村民の役割として「『かつらおプライド』の向上と次世代への継承」を掲げています。これまでに行ったことをすべてお選びください。 (複数選択可)
8	村の観光振興に関して、今後取り組んでみたいことをすべてお選びください。 (複数選択可)



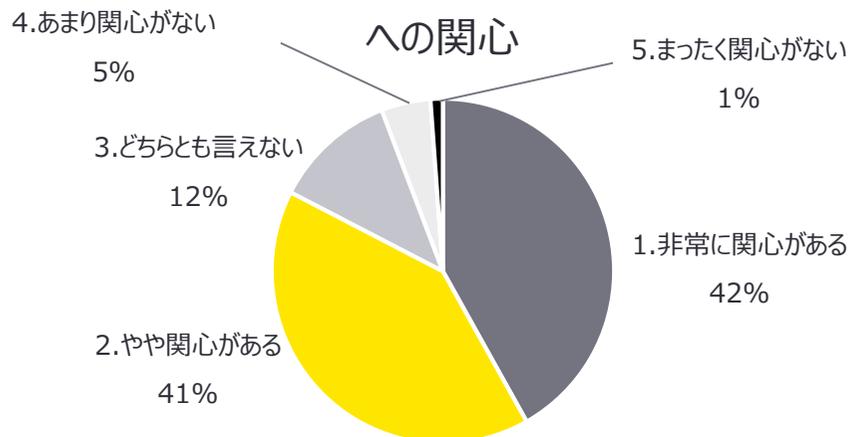
回答者の年代は50代が最も多く、次いで40代。 居住地は葛尾村が最も多く、次いで郡山市であった。



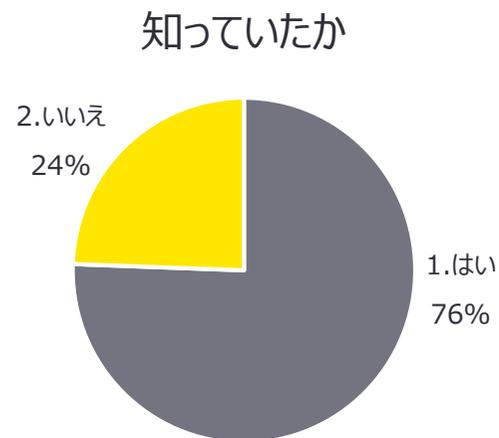


葛尾村の観光振興には8割超が関心を持っており、7割超に観光振興の取組みが認識されている状況。今後の経年変化による数値の推移に期待。

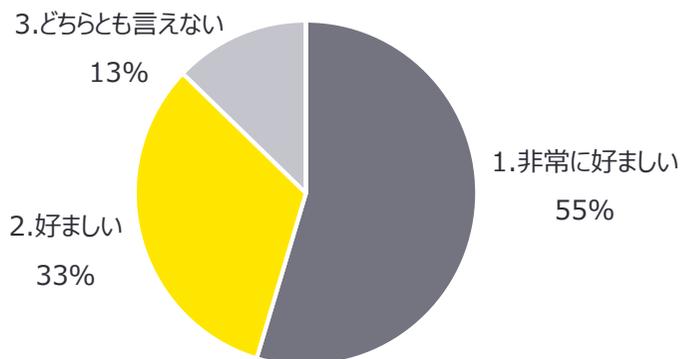
Q1. 葛尾村の観光振興への関心



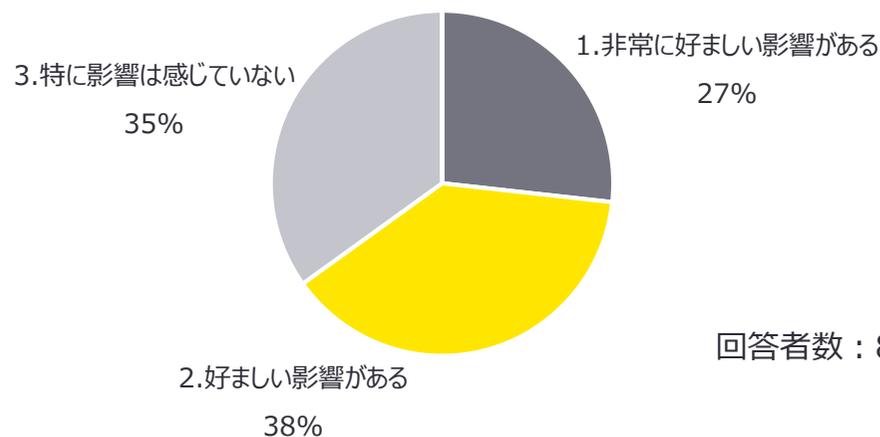
Q2. 葛尾村の観光振興に向けた取組みを知っていたか



Q3. 葛尾村が観光振興に取り組むことへの印象



Q4. 観光振興の取組みによる地域や自身への影響



回答者数：86



村のPRに関しては「村外の人に特産品や観光イベントを紹介した」が多く、 観光交流への参加では「観光イベントや物産展に参加した」が多い。

Q5 「積極的な村のPR」に関してこれまでに行ったこと

選択肢	回答数
1. SNS (Instagram、Facebook、X等)で情報を発信した	26
2. 村外の人に特産品や観光イベントを紹介した	59
3. 村外の人を観光やイベントに誘った	46
4. 特産品を贈答用として購入・利用した	45
5. PRにつながるボランティアや観光関連活動に参加した	15
6. 景観美化や環境整備に取り組んだ	14
7. 特に取り組んだことはない	11

Q6 「観光客受け入れと交流機会への参加」に関してこれまでに行ったこと

選択肢	回答数
1. 観光客と直接交流する活動(体験・案内等)に参加した	23
2. 親戚・知人以外の来訪者を自宅や地域で受け入れた	20
3. 観光イベントや物産展に参加した	38
4. 受け入れに向けた清掃や案内整備などの環境整備を行った	14
5. 観光に関するワークショップや意見交換会に参加した	25
6. 観光推進協議会等の地域団体活動に関わった	11
7. 特に取り組んだことはない	26

回答者数 : 86



『かつらおプライド』の向上では「村外の人に村の魅力や価値を伝えた」が、今後取り組んでみたいことでは情報発信がもっと多く、今後の経年変化に期待。

Q7 「『かつらおプライド』の向上と次世代への継承」
に関してこれまでにやったこと

選択肢	回答数
1. 村の歴史・文化・自然について学んだ	35
2. 地域づくりや将来に関する勉強会等に参加した	23
3. 家族（子供を含む）と村の魅力や将来について話し合った	20
4. 家族とともに文化や伝統行事に参加した	21
5. 地域行事や伝統活動の保存・継承に関わった	26
6. 村外の人に村の魅力や価値を伝えた	40
7. 特に取り組んだことはない	19

回答者数：86

Q8 村の観光振興に関して、今後取り組んでみたいこと

選択肢	回答数
1. SNS等での情報発信	38
2. 花植えや景観づくり活動	22
3. 観光資源の整備活動	23
4. 観光イベントのスタッフ	22
5. 特産品の販売・PR活動	26
6. 観光ツアーの案内・ガイド	11
7. 地域資源（クリムゾンクローバー等）の栽培・育成	14
8. 民泊の受け入れ	6
9. 観光プログラムの企画・提案	19
10. 観光に関するワークショップや意見交換会への参加	16
11. 観光関連事業への新規参入	9
12. 特に取り組みたいことはない	17



用語一覧

No.	用語	定義	定義の補足
1	葛尾村観光戦略プラン (観光戦略プラン)	観光振興の方針・施策を整理したプラン	令和6年度に策定された葛尾村観光戦略プランを指す。5か年を想定した観光振興の基本方針を示す計画であり、毎年度の進捗管理・見直しを前提とする。
2	初年度	観光戦略プラン開始の最初の年度	令和7年度を指す。
3	基本戦略	観光戦略プランにおける大枠の施策方針	本プランでは「葛尾村らしい観光コンテンツ開発」「オンリーワン葛尾の知名度アップ」「一体となった観光推進体制づくり」の3本柱を指す。
4	基本施策	基本戦略を具体化した取組単位	基本戦略の下位概念として設定し、複数のKPIを紐づけて管理する。
5	KPI	重要業績評価指標	本プランでは実施状況や進捗を可視化するための管理指標であり、短期的成果のみを評価するものではない。
6	KPI (対象外)	評価対象としない状態	当該年度では実施フェーズに入っていなかったため、評価対象としていないことを指す。
7	KPI (未実施)	実施されていない状態	当該年度では実行まで至っていない状態を指す。
8	実施主体	基本施策を主導して実施する主体	村、連携組織、地域事業者、村民が存在。
9	連携組織	複数主体で構成される組織	葛尾村観光推進協議会を主に指す。
10	葛尾村観光推進協議会 (観光推進協議会)	官民連携による任意団体	観光施策の検討・実行に向けた協議・共創の場として設立した組織。
11	全体会議	協議会全体で行う会議	方針決定・情報共有・取組報告・意見交換を目的とした、協議会の会議体。
12	部会	特定テーマで構成される小規模単位	会員提案または事務局主導により設置され、具体的な観光事業の取組について、各テーマに特化した議論・実践を担う。
13	人材育成	人の能力や意識を高める取組	観光を自分ごととして捉える担い手の裾野拡大を主目的とする。
14	ワークショップ	参加型の学び・議論の場	主に意識醸成・知識共有を目的とした集まり。即時の事業化は前提としていない。
15	来村者向けアンケート	来村者を対象とした調査	観光マーケティングの基礎データ取得を目的に設計・実施する調査。
16	基盤整備	事業遂行のための準備	人・組織・データ・仕組みを整える取組全般を指す。
17	商品化	観光資源を商品として提供すること	検討・調査・試作といった段階を経て、利用客への提供が可能な状態を指す。
18	実証	小規模に試行すること	令和8年度以降に想定するモデル的・限定的な取組。