

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
日本版DMO候補法人の名称	(一社) 伊賀上野観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	三重県伊賀市	
所在地	三重県伊賀市上野丸之内 122-4	
設立時期	昭和 33 年 9 月 上野市観光協会設立 平成 13 年 7 月 社団法人伊賀上野観光協会に移行 平成 24 年 4 月 一般社団法人伊賀上野観光協会に移行 (公益目的支出計画が平成 27 年度で実施完了)	
職員数	30 人(平成 29 年 10 月 31 日現在)	
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)	(氏名) 廣澤浩一 (出身組織) 廣澤徳三郎商店	上野市観光協会では理事・副会長、社団法人伊賀上野観光協会への移行時から会長を務め、収益事業により事業費を獲得しながら、その財源をもって各種公益事業を推進してきた実績がある。一般社団法人への移行に伴う公益目的支出計画も 4 年で完了。地域の観光振興を牽引している。
経営・組織マネジメント責任者	(氏名) 稲垣八尺 「専従」 (出身組織) 伊賀上野観光協会 専務理事	上野市観光協会では事務局次長、社団法人伊賀上野観光協会移行からは事務局長として長年伊賀地域観光事業に従事。現在は専務理事兼事務局長として、地域の様々なパイプ役となり、様々な観光振興事業や情報発信事業により本地域への誘客を図り、また組織の運営に取り組んでいる。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	(氏名) 中浦順一郎「専従」 (出身組織) 伊賀上野観光協会 事務局次長	上野市観光協会から従事。現在は事務局次長として、様々な観光振興事業・イベントの開催などを通じて、本地域への誘客を図り、観光振興に取り組んでいる。
プロモーション・インバウンド(部門)の責任者(専門人材)	(氏名) 安田聡志 「専従」 (出身組織) 伊賀上野観光協会 事務局企画課長補佐	伊賀上野観光協会から従事。現在事務局企画課長補佐として、様々な観光振興事業やプロモーションインバウンド誘致事業を通じて、本地域への誘客を図り、観光振興に取り組んでいる。
各種データの分析・収集(マーケティング・プロモーション)アドバイザー	(氏名) 平順一郎 (出身組織) 有限会社オフィス フロンティア	大学卒業後、商社勤務を経て、(株)タナベ経営、(株)日本総合研究所、(株)日本総研ビジコンにてシニアコンサルタントとして多くの民間企業のマーケティング戦略の構築に従事し成果を上げてきた。このノウハウ経験を活かし、地域 DMO のマーケティング戦略にその手法を導入している。同社代表取締役。
各種データの分析・収集(マーケティング・プロモーション)アドバイザー	(氏名) 飛澤好範 (出身組織) 一般社団法人日本 スローツーリズム 協会	マーケティング&プロモーション担当理事として、地域コンテンツ開発シニアコンサルタントとして活動。 25 年に亘る地域自治体(観光部門・観光協会)のキャンペーンに関わり、いち早くマーケティングの考え方を導入、観光入込客の属性を明確に(誰が、何を目的に、何処から、どれくらい来訪するのか)を具体的数値として落とし込みプロモーションに繋げ成果を上げてきた。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>伊賀市営業本部 (産業振興、広報宣伝) 伊賀市観光戦略課 (広報宣伝、マーケティング) 伊賀市総合政策課 (統計調査) 伊賀市交通政策課 (地域公共交通) 伊賀市商工労働課 (伊賀ブランド) 伊賀市農林振興課 (農業・農産品関係) 伊賀市中心市街地推進課(中心市街地活性化) 伊賀市教員委員会文化財課(文化財・文化施設)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>上野商工会議所 (着地型旅行商品) 伊賀市商工会 (着地型旅行商品) 公益財団法人伊賀文化産業協会 (着地型旅行商品) 公益財団法人芭蕉翁顕彰会 (着地型旅行商品) 公益財団法人伊賀市文化都市協会 (着地型旅行商品) 伊賀鉄道 (着地型旅行商品) J A いがほくぶ (着地型旅行商品・地場産品) 三重大学伊賀連携フィールド (着地型旅行商品・歴史・講座) 日本忍者協議会 (地域連携) 島ヶ原観光振興会 (着地型旅行商品) 阿山観光振興会 (着地型旅行商品) いがまち観光振興会 (着地型旅行商品) 大山田観光振興会 (着地型旅行商品) 青山観光振興会 (着地型旅行商品) 伊賀上野ケーブルテレビ (広報宣伝) 伊賀市物産協会(地場産品) 伊賀ブランド振興会(地場産品・ブランド認定) 伊賀市飲食協組合(着地型旅行商品・郷土食) 上野文化美術保存会(伝統・祭)ほか</p>
<p>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</p>	<p>伊賀市住民に対して「ガイド養成講座」を開催し、伊賀市の観光に対する意識啓発や地域ガイドとして参画いただく取組を行っている。また、伊賀市 PR 事業 (伊賀市版忍者イラスト入り年賀状の作製など) を展開し、地域住民の協力による情報発信事業への参画等の取組をおこなっている。</p>
<p>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</p>	<p>(該当する要件) ①、② (概要) 定時社員総会 (年 1 回)・理事会 (年 3~4 回)・正副会長会議 (年 3~4 回) を開催するほか、委員会 (企画総務・広報・施設・グリーンツーリズムなど) を組織して会員の意思を反映させるための企画調整会議を行っている。 定期的 (年 4 回程度) に伊賀市・上野商工会議所との 3 者により効率的な事業推進のための調整会議、また他団体との意見交換会を行っている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) ■本協会は平成 24 年 4 月 1 日から一般社団法人としてスタートし、5 年が経過、平成 27 年度をもって公益目的支出計画が終了し、9 月に三重県から完了承認を受けました。会員数は平成 29 年 10 月現在で正会員 162 会員、賛助会員は 90 会員を有している。財源としては ・会費収入 ・直営の伊賀流忍者博物館入館料 ・忍者変身処忍者体験料 ・物産販売 ・伊賀市からの業務委託、観光案内所 (2 か所) ・指定管理を受けただんじり会館管理業務 などの収入を財源に、忍者 (忍術) を観光誘致の戦略と位置づけ、伊賀市の</p>

	<p>知名度を高めた上で地域の観光資源に誘導して誘客の効率化を図る事業を展開している。</p> <p>■特にインバウンド事業においては、1997年Webサイト開設、その後アジア地域において、定期的な忍者パフォーマンス派遣活動など息の長い積極的なプロモーション活動が実を結び、伊賀流忍者博物館の入場者に占めるインバウンドの割合は、ここ10年で10倍を上回る水準まで増加している。さらにはFITの増加により、市街をフィールドとしてプレイヤーを育成して個人客に提供できるメニューを拡大している。</p> <p>■この3年間の重点戦略として、国内向け、海外向けに以下を展開してきた。</p> <p>▼戦略①…すでに伊賀を認知している日帰り圏内(大阪・京都・名古屋)からの観光客に対しては、新鮮できめ細やかな着地型のメニューを発信し続けることによってリピーターを獲得している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●伊賀流忍術指南道場 初級者編…プレイヤー育成・研修事業 ●伊賀忍者の里 忍者道場修行ちよい食べ歩きの巻…まちなか回遊事業 ●マチ探(学校・企業等グループ向けメニュー)…まちなか回遊事業 ●伊賀上野 謎解きミステリー「幻の忍者殺人事件」…ファンづくり事業 <p>▼戦略②…伊賀を認知していない全国の人達に対しては、首都圏から全国に向けて、忍者という大きくてわかりやすい伊賀への入口をつくって、伊賀の認知度を高めた上で他の観光資源へ誘導している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●忍者百人衆 江戸で伊賀の気配を探れ…認知度アップ事業 ●伊賀流手裏剣打選手権大会(全国で予選会を開催)…認知度アップ・ファンづくり事業 <p>▼戦略③…インバウンドを獲得するためには、広域連携を推進し全国各地で忍者の取り組みを行っている地域とのネットワーク化により日本の忍者観光圏を構築して、他では味わえないサービスを提供している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●日本忍者協議会連携事業 ●伊賀・甲賀忍者の日本遺産登録事業 ●三重大学伊賀連携フィールド国際忍者研究センターへの支援事業 																																								
	<p>(定量的な評価)</p> <p>■観光施設入込実績(伊賀市のメイン施設から地域回遊誘導を図る)(単位:人)</p> <table border="1" data-bbox="427 1563 1417 1720"> <thead> <tr> <th>(施設名・年度)</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>① 伊賀流忍者博物館</td> <td>189,762</td> <td>207,628</td> <td>193,813</td> </tr> <tr> <td>② だんじり会館</td> <td>24,496</td> <td>27,367</td> <td>26,527</td> </tr> <tr> <td>③ 忍者変身処(衣装着替)</td> <td>16,352</td> <td>19,336</td> <td>15,617</td> </tr> </tbody> </table> <p>■地域観光施設入込実績 (単位:人)</p> <table border="1" data-bbox="427 1787 1417 2016"> <thead> <tr> <th>(施設名・年度)</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>① 道の駅「いが」</td> <td>447,953</td> <td>437,216</td> <td>387,477</td> </tr> <tr> <td>② モクモクファーム</td> <td>339,743</td> <td>339,463</td> <td>314,290</td> </tr> <tr> <td>③ 道の駅「あやま」</td> <td>249,856</td> <td>258,980</td> <td>248,592</td> </tr> <tr> <td>④ 青山高原</td> <td>160,520</td> <td>180,860</td> <td>198,470</td> </tr> <tr> <td>⑤ 大山田温泉さるびの</td> <td>261,676</td> <td>256,776</td> <td>263,060</td> </tr> </tbody> </table>	(施設名・年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	① 伊賀流忍者博物館	189,762	207,628	193,813	② だんじり会館	24,496	27,367	26,527	③ 忍者変身処(衣装着替)	16,352	19,336	15,617	(施設名・年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	① 道の駅「いが」	447,953	437,216	387,477	② モクモクファーム	339,743	339,463	314,290	③ 道の駅「あやま」	249,856	258,980	248,592	④ 青山高原	160,520	180,860	198,470	⑤ 大山田温泉さるびの	261,676	256,776	263,060
(施設名・年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度																																						
① 伊賀流忍者博物館	189,762	207,628	193,813																																						
② だんじり会館	24,496	27,367	26,527																																						
③ 忍者変身処(衣装着替)	16,352	19,336	15,617																																						
(施設名・年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度																																						
① 道の駅「いが」	447,953	437,216	387,477																																						
② モクモクファーム	339,743	339,463	314,290																																						
③ 道の駅「あやま」	249,856	258,980	248,592																																						
④ 青山高原	160,520	180,860	198,470																																						
⑤ 大山田温泉さるびの	261,676	256,776	263,060																																						

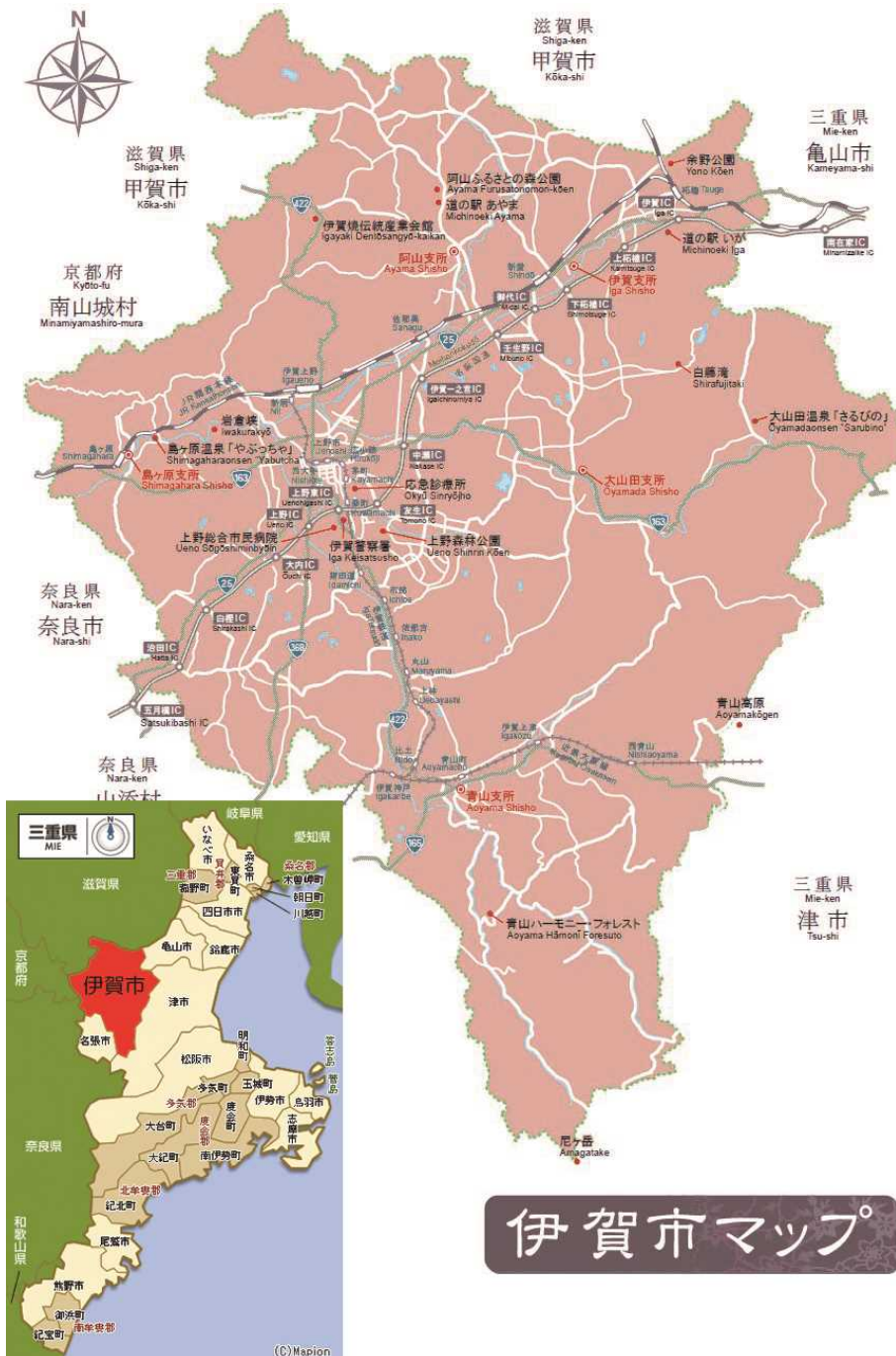
	⑥メナード青山	137,194	132,623	129,688
	⑦島ヶ原温泉やぶっちゃん	133,539	139,386	143,206
	⑧サンピア伊賀	203,545	204,082	170,434
	⑨伊賀上野城	100,266	104,753	109,076
	■インバウンド（伊賀流忍者博物館）入込実績 (単位人)			
	(施設名・年度)	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
	伊賀流忍者博物館（総数）	18,181	25,923	26,344
	（エリア別）	-	-	-
	① アジア	14,127	20,255	20,459
	② ヨーロッパ	1,333	2,290	2,093
	③ オセアニア	549	621	620
	④ 北アメリカ	1,414	1,722	1,749
	⑤ 南アメリカ	64	209	103
	⑥ アフリカ	0	3	6
	⑦ 不明	694	823	1,314
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>(一社) 伊賀上野観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>(実施体制図)</p> <p style="text-align: center;">伊賀上野観光協会DMO</p> <p>行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、生産事業者など観光事業に積極的有力協会会員（関係業種）との個別懇談会を通じて、業界の浸透を目的にDMO推進合意形成を図る。</p>			

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域：伊賀市全域とする】

伊賀市は三重県の北西部に位置し、北は滋賀県、西は京都府、奈良県と接している。近畿圏、中部圏の2大都市圏の中間に位置し、それぞれ約1時間の距離にある。地形は北東部を鈴鹿山系、南西部は大和高原、南東部を布引山系に囲まれた盆地を形成しており、低地・台地は少なく、丘陵地が多くなっている。このため、限られた平地や台地を農地や宅地として利用しているが、近年では丘陵地等を開発し、住宅団地なども形成されている。

また、水系は大阪湾に流れ込む淀川の源流域であり、近畿圏域の水源地となっている。当地域を取り巻く森林は地域の景観を形成するとともに、水源かん養、水質ろ過等の公益的機能を発揮している。このため、自然環境の保全に対して住民の関心が高く、多くの地域で自然との共生をめざした活動も展開されている。【人口：93,092人(2017年10月31日現在) 面積：558.23平方キロメートル】



【区域設定の考え方】

平成 16 年 11 月 1 日に上野市、島ヶ原村、阿山町、伊賀町、大山田村、青山町の 6 市町村が合併して「伊賀市」が誕生した。また、平成 27 年 4 月 1 日には各市町村の観光協会が統合して伊賀上野観光協会に一本化し、支部制をとりながら現在に至っている。よって伊賀市全域を区域として DMO を運営することが望ましいと考える。

【観光客の実態等】

伊賀市を訪れる観光客数は、概ね年間 250 万人前後で推移し、その 8 割以上が県内・関西・中部地域から訪れており、その 9 割が自家用車・バス利用である。また、本市の主要観光施設の伊賀流忍者博物館を訪れる海外の来訪客は、団体旅行客と個人旅行客の割合が半々で、特にアジア圏からの旅行客が多くを占めている。近年では、ヨーロッパ・北アメリカからの旅行客も増加傾向にある。

【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】

伊賀流忍者博物館、だんじり会館、伊賀上野城、俳聖殿、芭蕉翁記念館、芭蕉翁生家、旧小田小学校、崇広堂、蓑虫庵、入交家住宅、赤井家住宅、城之越遺跡、芭蕉の湯、伊賀伝統伝承館(伊賀くみひも組匠の里)、伊賀信楽古陶館、伊賀越資料館、島ヶ原温泉やぶっちゃん、大山田温泉さるびの、柘植歴史民俗資料館、余野公園、阿山ふるさと資料館、阿山ふるさとの森公園、モクモク手づくりファーム、白藤の滝、正月堂、伊賀焼伝統産業会館、大山田郷土資料館、新大仏寺、木の館、青山高原、伊賀上野 NINJA フェスタ、上野天神祭、薪能、伊賀上野シティマラソン、伊賀流手裏剣打選手権大会、伊賀ぶらり体験博覧会「いがぶら」、伊賀上野・城下町のおひなさんなど

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

ヒルホテルサンピア伊賀(88 人)・メナード青山リゾート(406 人)・青山ガーデンリゾートホテルローザブランカ 250 人)・薫楽荘(13 人)・観光旅館ふじ(40 人)・京家(30 人)・三田清(20 人)・梅家(20 人)・伊勢慶(25 人)・ルートイングランティア伊賀上野和蔵の宿(220 人)・伊賀上野シティホテル(160 人)・上野フレックスホテル(124 人)・ホテルルートイン伊賀上野(151 人)・ウィークリー・オーエヌ(32 人)

【利便性：区域までの交通、域内交通】

交通面では、名阪国道(国道 25 号線)が大阪・奈良(西名阪自動車道)、名古屋(東名阪自動車道)方面と接続、また京都(新名神高速道路)までは県道・市道も含めて道路体系が形成されている。公共交通機関として、鉄道が近鉄線・伊賀鉄道、JR 線によって大阪、名古屋方面と結ばれており観光客や市民の足として重要な役割を担っている。

車：大阪方面から西名阪自動車道～名阪国道 80 分、名古屋方面から東名阪自動車道～名阪国道 80 分、三重交通高速バス新大阪～伊賀市 100 分、京都駅～伊賀市 100 分、名古屋名鉄バスセンター～伊賀市 100 分、品川～伊賀市 530 分

【外国人観光客への対応】

WEB による複数言語による外国人旅行者に向けた情報発信や、また各種外国語観光パンフレットを製作・配布をしている。また、海外でのプロモーション・商談会への参加、メディア・エージェントのファムトリップの受け入れなど PR に努めている。

また、伊賀上野観光インフォメーションセンターや伊賀流忍者博物館において、英語・中国語スタッフを配置して案内している。

伊賀市の魅力を PR し、リピーターの獲得に努めている。

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
WEBサイトのアクセス状況	来訪見込み客の国内外のアクセス傾向、年間総数、月別、PC・スマホ経由件数、ランディング順位、検索ワード、リピート、新規などを収集分析し、伊賀への有効なWebコンテンツを提供し来訪促進を図る。	伊賀上野観光協会が運営するサイトを、アナリティクスソフトなどを活用して分析収集をおこなう。
日帰り観光客のリピート率 (2回以上)	着地型メニュー開発と提供の為に来訪者のニーズを調査する。	スマートフォンを活用したデジタルアンケートや、聞き取りアンケート調査をおこなう。
未来訪者の伊賀地域の認知・興味の対象を収集	未来訪者の伊賀への認知・興味内容を収集しそのニーズに沿った着地型体験メニューの開発やPRを図る。	有効な誘導方法を調査する為Webサイトのアクセス分析や、首都圏活動を通じてアンケート調査をおこなう。
インバウンドの属性「エリア、目的、人数、旅の形式(個人・グループ)交通手段(国内移動)等を調査」	国、年代、目的、ニーズ・行動を調査することにより、首都圏との逆転を狙うことのできるニーズを調査する。	主要施設、宿泊施設の留め置き調査及びヒアリング・アンケート調査、スマートフォンを活用したデジタルアンケート等を実施する。
旅行消費金額	来訪者が地域内でどれだけ消費しているかを調べ、その需要内容を調べ、一人消費額の向上を図る。	主要施設、宿泊施設の留め置き調査及びヒアリング・アンケート調査、スマートフォンを活用したデジタルアンケート等を実施する。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・伊賀流忍者博物館を運営管理し、自主財源確保と忍者の聖地として基盤ができています。 ・着地型体験メニューの商品化が活発でいがぶらの予約率も高く、今後の展開可能性が高い。 ・伊賀上野観光協会は伊賀市での知名度は高く、地域行政との連携は綿密にできています。 ・インバウンドへの対応の基本はできており積極的なプロモーション活動により、伊賀流忍者博物館のインバウンドの割合は10年で10倍を上回る水準に達している。	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・伊賀流忍者博物館へ来られる外国人客は増加しているが、多言語対応が十分できていない。 ・会員の協会運営への参画、巻き込みが十分できていない。 ・伊賀上野観光協会の事業内容を市民に十分に知らしめていない。 ・地域の観光業者(ホテル、旅館、飲食店。他)との連携強化が必要である。 ・忍者を体験できる場所が十分ではない ・忍者以外のコンテンツの取組みが十分ではない(インバウンドも含む)。

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・名鉄（名古屋・大阪拠点）とのパイプがあり、中・高生、企業向けを対象とした企画ツアー（チームビルディング、福利厚生を目的）を毎年度実施している。 ・独自の観光情報紙「いがぐり」（季刊）による新鮮な情報提供があり、今後、国内リピーターへのソーシャルメディアによる展開が可能である。 ・インバウンドへの取組みとして忍者パックを商品化し、東南アジアや東欧へのセールスコールに参加している。 ・日本忍者協議会連携による情報発信と伊賀・甲賀忍者の日本遺産登録などブランド化が進行している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・伊賀流忍者博物館の国内観光客の減少傾向が続いている。 ・着地型観光への取組みが不十分。 ・FBやHPを開設しているが、更新があまりできていない。 ・伊賀流忍者博物館へのリピーターが少なく、リピーターの把握ができていない。
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">外部環境</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・旅行業法の改正、民泊の規制緩和（インバウンド）など大きな法的変化により新たな関連ビジネスチャンスが生れている。 ・レンタカー市場の拡大で、地域の2次交通不足をカバーしている。 ・旅行目的の多様化や体験型観光の増加で地域の特色が出やすくなっている。 ・旅行の個人手配（OTA）の活用が増加しており、地域情報提供が可能になっている。 ・ICT（WEB、SNS）の活用が広がり、地域販促手段が拡大している。 ・サイクルツーリズムが拡大（観光地での二次交通にも利用）している。 ・伊賀＝忍者の強いイメージが国内では定着している。 ・大阪、京都、名古屋から車で80分 空港から公共交通で中部、関西から2時間と交通が比較的近い環境にある。 ・忍者を体験する施設（忍者道場など）が日本各地でできている。また、伊賀流手裏剣打選手権大会への全国参加者が増え、忍者への興味が増加している。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・取り巻く地域にDMO申請（ライバル）が増加している。 ・団塊世代の旅行離れ（5年後75歳）が予想され、特に自家用車の活用などをカバーする二次交通が整備されていない。また地域にレンタカー業者が少ない。 ・インバウンドが団体からFITに変化し始めており、対応に工夫が必要。 ・団体旅行の減少、施設を廻る観光旅行が減少し、モノ消費からコト消費（見る、体験する、参加する）へ、急激に拡大している。また、支える体験の伝統工芸の継承者が減少している。 ・旅ナカでの行先変更、特にインバウンドが顕著である。 ・インバウンドの国が多様化し、地域対応に多言語対応が求められる。 ・伊賀市街地に緑と川がない。（季節感がない） ・地域経済が中部圏なので、関西圏のメディア（テレビ、新聞）へ伊賀の情報が流れない。

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 日帰り圏内の、既に伊賀を認知している名古屋、岐阜、大阪、京都のリピーター（2回以上来訪している）</p>
<p>○選定の理由 伊賀上野観光協会が運営する伊賀流忍者博物館の入込客数データからも、インバウンドの入込客数の比率が伸びている一方で、大多数を占める日本人観光客の入込が減少傾向にある。外部環境に左右されず、中長期的にも伊賀市への入込確保に向け、国内来訪者を安定的に確保するためリピーターの開発に繋げる。</p> <p>○取組方針 伊賀地域には豊富な日帰り体験の要素が点在している。この点となるポイントの受け入れ整備をおこない、新鮮できめ細かい着地型体験メニューの地域ポイントを結びつけ、線として繋ぐことにより、宿泊者や伊賀地域の訪問リピーター（2回以上）を開発していく。</p>
<p>○第2ターゲット層 インバウンド＝新たなインバウンドの来訪者層の開発</p> <p>○選定の理由 伊賀市と他地域を比較するとインバウンドの入込はまだまだ少ない状況にある。観光客の観光目的の多様化も踏まえ、伊賀市へ誘客する多様な事業展開と共に、「忍者＝伊賀」のブランドに限らず、全国で同じ忍者を観光テーマにする地域と「日本忍者観光圏」を構築し、他では味わえないサービスを開発提供する。</p> <p>○取組方針 日本忍者協議会登録地域の広域連携を推進し、また、全国各地で忍者の取り組みをおこなっている地域とネットワーク化する事により「日本忍者観光圏」を構築、他では味わえないサービス開発を提供する。</p> <p>【事例】</p> <ul style="list-style-type: none">●日本忍者協議会連携事業●伊賀・甲賀忍者の日本遺産登録関連事業●三重大学伊賀連携フィールド国際忍者研究センター設立事業
<p>○第3ターゲット層 新規来訪客、伊賀を認知していない未来訪者への認知度UP事業をおこなう</p> <p>○選定の理由 伊賀市の入込客の現状は、入込客の8割が関西・東海圏からの観光客である。リピーター獲得をおこないつつ、それ以外の地域からの入込を大きく増やすことが重要で、平成28年度に忍者が日本遺産などに認定されるなど、全国的に認知してもらいやすい取組をおこないつつあるが、未だ「伊賀」を訪ずれたことのない未来訪者に対して認知度を上げ誘客に繋げる。</p> <p>○取組方針 忍者は本当に“実在した”。歴女を初めとした戦国時代ブームが続くなかで、その魅力をアピールして認知度を高めるため、首都圏から全国に向けて、忍者という分りやすいイメージで伊賀への導線をつくり、伊賀の認知度を高めた上で伊賀地域の着地型観光資源へ誘導する。</p> <p>【事例】</p> <ul style="list-style-type: none">●忍者百人衆 江戸で伊賀の気配を探れ…認知度アップ事業●伊賀流手裏剣打選手権大会…全国で予選会を開催●「いがぶら」の会場は伊賀市全域。伊賀の風土と歴史の中で育まれてきた伝統文化や、江戸時代の面影を色濃く残す城下町の町並み、盆地特有の気候と淀川源流の清水がもたらす自然の恵みなど、魅力溢れる伊賀をぶらりと体験する旅。

(3) コンセプト

①コンセプト 新たな忍者コンテンツテーマを開発し、誘導導線から地域コンテンツ（新鮮できめ細かい着地型体験メニュー）に繋げ、「隠れ里山」として数多くの国内外のリピーターを醸成する。
②コンセプトの考え方 「伊賀流忍術発祥の地 伊賀・伊賀忍者」をしっかりと認識している国内外の忍者ファンに対して今後幾度も来訪してもらえる様、忍者の歴史（ルーツ、戦国武将との関わり、忍者の活動、忍術書）・真実の忍者の姿（イメージの忍者だけでなく、本当の忍者像）など今まで解明されていなかった事を、従来からの伊賀流忍者博物館に加え「国際忍者研究センター(三重大学)」も活用し、忍者に関する研究成果などの情報を、既存の忍者ファンやそのほかのこれまでになかった国内外の未来訪者層（研究者、歴史・日本好き等）も対象として、新たなブランディングを展開し、新たな忍者観光の可能性を追求していく。 また、「伊賀・甲賀忍者の日本遺産登録」により日本遺産ファンなど、これまで忍者に興味のなかった国内の来訪見込み客へ喚起すると共に「だんじり、伝統工芸品(伊賀くみひも・伊賀焼)、城下町(街並み)」など、その地域が生んだ文化をベースに、ニューツーリズム、着地型体験プログラムを通じて、数多くのリピーターを誘客できるメニューを開発していく。

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	DMO の主体となる（一社）伊賀上野観光協会には、行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、農業者など正会員 162 会員、賛助会員は 90 会員と多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携し、年に 1 回(6 月)にコミュニケーションを図ることや、多くのプロジェクトを通じて戦略情報を共有していく。
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	行政との連携や協会の各種委員会(企画総務・広報・施設・グリーンツーリズムなど)を組織して定期的な意見交換を行うことにより、品質の維持・向上・評価を行う。 また、客観的に来訪者に提供するサービスの評価を“見える化”する KPI を設定し、その指標を各委員会において、評価し、改善を継続していく。
一元的な情報発信・プロモーション	DMO が主体となりテーマ・施設別 Web (伊賀上野観光協会、伊賀流忍者博物館、グリーンツーリズム関連体験情報、忍びの国 IGA) など情報を一元化し、ターゲット別発信を強化していく。また、力を入れている着地型体験メニューの商品造成を進め予約システム構築を検討し、利用者ニーズを分析すると共にブランド化を図るプロモーションを展開する。

6. K P I (実績・目標)**(1) 必須 K P I**

指標項目	単位	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)	33年(度)	34年(度)
●旅行消費額 (宿泊客)	円	()	()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数	千人	()	()	()	()	()	()
●来訪者満足度	ポイント	()	()	()	()	()	()
●リピーター率 (2回以上)	%	()	()	()	()	()	()

※初年度にデータ収集・分析を行った上で設定します。

※年次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】

これまで、伊賀市への来訪者は、旅行社主催の団体バスの立ち寄り需要、個人は自家用車による日帰りドライブとほぼ特定されていた。そのような状況の中で、必要に応じてスポット的にデータ収集に協力（伊賀市、日本忍者協議会）実施してきた。現在の来訪者トレンドは団体バスの減少、個人は自家用車を中心としつつ、プラス電鉄を利用（ウォーキング、寺社めぐり、体験イベント）など興味の対象別に来訪目的・手段が分散してきている。

また、インバウンドの増加により、伊賀流忍者博物館入館者の国内入館者数の減少分をカバーする状況となっている。

このような多様な来訪者と多様な需要が拡大する傾向にあり、今後來訪者の個別の特性を掌握し明確な数値目標を掲げることによって、それに対応する関係者の戦略が生まれ地域が活性化していくと考える。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

宿泊客に対する（宿泊、飲食、入場・体験参加、お土産他）などを含む数値を設定し、統合的な消費を目指す。

●延べ宿泊者数

宿泊者数をいかに増加させるかその施策を考え、実行することによって消費額に反映される。

●来訪者満足度

収集する地点（施設・イベント）を決め、興味の多様化する来訪者に対して「相対的に満足できたかどうか」の設問回答の定量的なアンケートを実施。

●リピーター率

ターゲットで設定した、国内来訪者（2回以上）を基準とし、アンケート収集母数を設定、収集を地点（施設・イベント）決めて実施する。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)	33年(度)	34年(度)
●体験型イベント参加者数	万人	()	()	()	()	()	()
●伊賀流忍者博物館外国人(国別)入館者数	万人	()	()	()	()	()	()
●メディア・媒体掲載回数	件	()	()	()	()	()	()
●Webサイトアクセス数	件	()	()	()	()	()	()

※初年度にデータ収集・分析を行った上で設定します。

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

【検討の経緯】

伊賀市の行政エリアは中部圏に入るが、伊賀市・近隣市からは大阪(近畿圏)に通う通勤圏・ベッドタウンの性格も有しているため中部・近畿両エリアが経済エリアとなる。しかしながら、情報発信の面からでは関西地方のメディア(テレビ・ラジオ、新聞ほか)の取材対象地域ではなく、地域情報のメディア掲載は東海地方のそれと比べて大幅に少ないため情報発信に偏りが生じている。

そのような状況の中で今後、ターゲットの「第1ターゲット層」である、国内(関西・東海エリア)のリピーター対象とし、人気が高まるニューツーリズム(地域体験型メニュー)の拡大に、関西へのプロモーション対応が必須になる。それと共に「第2ターゲット層(インバウンド)」に対する宿泊を伴う施策の必要性を考え指標目標数値を設定する必要がある。

【設定にあたっての考え方】

- 体験型イベント参加者数
来訪者で、実際に各種体験型イベントに参加した人数をトレンド需要と考え設定する。
- 伊賀流忍者博物館外国人(国別)入館者数
外国人はほとんどが伊賀流忍者博物館を目指して来訪するため、国別に確実な数値変動がつかめ対策が可能となる。
- メディア・媒体掲載回数
東海・関西・全国メディアへのプレスリリースによる露出で(リピーター・新規来訪客)の促進につなげる。
- Webサイト各種アクセス数
国内外の来訪見込み客の興味や行動分析からより魅力的なコンテンツ開発につなげる。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
平成28年度	221,081,000(円)	①【会費収入】 3,912,000円 ②【伊賀市からの指定管理収入】 14,261,000円 ③【利用料金収入】 9,297,000円 ④【伊賀市からの事業委託】 23,144,000円 ⑤【伊賀市からの補助金】 5,866,000円 ⑥【使用料収入】 3,079,000円 ⑦【広告料収入】 2,090,000円 ⑧【催事収入】 21,098,000円

(別添) 様式 1

		⑨【観覧料収入】 127,698,000 円 ⑩【販売収入】 2,458,000 円 ⑪【販売手数料収入】 8,508,000 円 ⑫【雑収入】 630,000 円
平成 29 年度 (予定)	216,160,000 (円)	①【会費収入】 3,768,000 円 ②【伊賀市からの指定管理収入】 14,261,000 円 ③【利用料金収入】 10,130,000 円 ④【伊賀市からの事業委託】 16,401,000 円 ⑤【伊賀市からの補助金】 5,000,000 円 ⑥【使用料収入】 6,173,000 円 ⑦【広告料収入】 2,090,000 円 ⑧【催事収入】 20,569,000 円 ⑨【観覧料収入】 125,000,000 円 ⑩【販売収入】 4,100,000 円 ⑪【販売手数料収入】 8,080,000 円 ⑫【雑収入】 588,000 円
平成 30 年度 (予定)	240,451,000 (円)	①【会費収入】 3,828,000 円 ②【伊賀市からの指定管理収入】 14,261,000 円 ③【利用料金収入】 10,500,000 円 ④【伊賀市からの事業委託】 16,401,000 円 ⑤【伊賀市からの補助金】 5,000,000 円 ⑥【使用料収入】 5,873,000 円 ⑦【広告料収入】 2,400,000 円 ⑧【催事収入】 23,700,000 円 ⑨【観覧料収入】 142,000,000 円 ⑩【販売収入】 5,000,000 円 ⑪【販売手数料収入】 10,900,000 円 ⑫【雑収入】 588,000 円
平成 31 年度 (予定)	282,561,000 (円)	①【会費収入】 3,888,000 円 ②【伊賀市からの指定管理収入】 14,261,000 円 ③【利用料金収入】 10,850,000 円 ④【伊賀市からの事業委託】 16,401,000 円 ⑤【伊賀市からの補助金】 5,000,000 円 ⑥【使用料収入】 5,873,000 円 ⑦【広告料収入】 2,400,000 円 ⑧【催事収入】 40,000,000 円 ⑨【観覧料収入】 161,200,000 円 ⑩【販売収入】 10,000,000 円 ⑪【販売手数料収入】 12,100,000 円 ⑫【雑収入】 588,000 円
平成 32 年度 (予定)	322,8581,000 (円)	①【会費収入】 3,948,000 円 ②【伊賀市からの指定管理収入】 14,261,000 円 ③【利用料金収入】 11,200,000 円 ④【伊賀市からの事業委託】 16,401,000 円 ⑤【伊賀市からの補助金】 4,000,000 円 ⑥【使用料収入】 5,873,000 円

(別添) 様式 1

	⑦【広告料収入】	2,400,000円
	⑧【催事収入】	47,000,000円
	⑨【観覧料収入】	183,500,000円
	⑩【販売収入】	20,000,000円
	⑪【販売手数料収入】	13,800,000円
	⑫【雑収入】	588,000円

(2) 支出

年度	総支出	内訳
平成 28 年度	215,540,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 41,541,000円 ②【施設維持管理費】 24,692,000円 ③【委託費(メンテ・業務)】 25,081,000円 ④【商品仕入】 801,000円 ⑤【事業・管理費(人件費用・租税公課等)】 123,425,000円
平成 29 年度 (予定)	215,540,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 43,653,000円 ②【施設維持管理費】 24,070,000円 ③【委託費(メンテ・業務)】 26,503,000円 ④【商品仕入】 1,755,000円 ⑤【事業・管理費(人件費用・租税公課等)】 119,559,000円
平成 30 年度 (予定)	220,540,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 43,653,000円 ②【施設維持管理費】 24,070,000円 ③【委託費(メンテ・業務)】 26,503,000円 ④【商品仕入】 4,255,000円 ⑤【事業・管理費(人件費用・租税公課等)】 122,059,000円
平成 31 年度 (予定)	225,540,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 43,653,000円 ②【施設維持管理費】 24,070,000円 ③【委託費(メンテ・業務)】 26,503,000円 ④【商品仕入】 6,755,000円 ⑤【事業・管理費(人件費用・租税公課等)】 124,559,000円
平成 32 年度 (予定)	230,540,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 43,653,000円 ②【施設維持管理費】 24,070,000円 ③【委託費(メンテ・業務)】 26,503,000円 ④【商品仕入】 9,255,000円 ⑤【事業・管理費(人件費用・租税公課等)】 127,059,000円

(別添) 様式 1

(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

DMO の運営資金の基となる現在の収入を今後、継続的、恒久的に確保できるとは限らず、経営企画として以下事業の実施を検討する。

■伊賀流忍者体験道場開設

伊賀流忍術をベースにした、体験道場を開設し、その魅力をより強化していく。

■旅行業取り扱い

・職員が、国内旅行業務取扱管理者資格を取得し、旅行社との連携による着地型旅行商品の造成や販売をおこなう。

■民泊事業の運営・支援

・新たな宿泊形態（民泊）の予約窓口の一元化の代行 OTA による手数料収入。

■テーマ別ネット販売

・忍者をテーマにした、企画商品を開発すると共に、地域産品のネット販売をおこなう。

■地域インバウンドサービス

・地域事業者の Web サイトの多言語作成や宿泊施設での多言語化、インバウンド対応サービスをおこなう。

上記サービスの企画開発運用を検討する。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

伊賀市は、（一社）伊賀上野観光協会を当該市における地域 DMO としたいので、申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	中浦順一郎
担当部署名（役職）	事務局次長
所在地	三重県伊賀市上野丸之内 122-4
電話番号（直通）	0595-26-7788
FAX 番号	0595-26-7799
E-mail	iga-ueno@ict.ne.jp

10. 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	三重県伊賀市
担当者氏名	川部千佳
担当部署名（役職）	伊賀市産業振興部観光戦略課長
所在地	三重県伊賀市上野中町 2976 番地の 1
電話番号（直通）	0595-22-9670
FAX 番号	0595-22-9695
E-mail	kankou@city.iga.lg.jp

【区域】三重県伊賀市

(表:実施体制)

【設立時期】平成 24 年 4 月 1 日

【代表者】会長 廣澤浩一

【マネジメント責任者】稲垣八尺

【マーケティング責任者】中浦順一郎

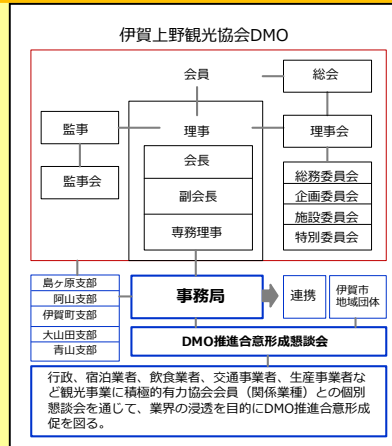
【プロモーション責任者】安田聡志

【アドバイザー】平 順一郎、飛澤好範

【職員数】30 人

【連携する主な事業者】

上野商工会議所、伊賀市商工会、(公財)伊賀文化産業協会、(公財)芭蕉翁顕彰会、(公財)伊賀市文化都市協会、伊賀鉄道、三重大学伊賀連携フィールド 等



(表:KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

	年(度)	年(度)	年(度)	年(度)	年(度)
旅行消費額	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数	()	初年度に調査を実施し、その結果を 基にKPIを設定			
来訪者満足度	()	初年度に調査を実施し、その結果を 基にKPIを設定			
リピーター率	()	()	()	()	()

地域テーマ開発に関する取組

伊賀市内の豊富な観光資源(歴史・食・伝統的工芸品・農業・温泉など)をブラッシュアップ、知られていない資源の洗い出しや体験型商品を組み合わせて活用し、地域をつなぐ商品造成を行い市内での滞留を促進する。

インバウンドに関する取組

伊賀市においても外国人観光客が増加傾向にあるが、京都・大阪・名古屋から 90 分以内といった立地条件をいかしたて安心して市内観光ができるよう、外国人観光客向けの案内強化や受入態勢の推進を図る。

さらなる誘客のため、忍者やお城など歴史的かつ文化的な深みを感じてもらえる観光素材や商品の開発などをおこなう。



マーケティング・プロモーションに関する取組

観光客の動向・消費分析等をおこない、さらにターゲット層を細分化してリピーター率の向上、伊賀地域の認知度につながる要因を分析し、結果に基づいて強かに訴求するコンテンツの磨き上げ、新規観光客の獲得や滞在時間を延長してもらえるよう各事業展開を図る。また、その属性等を把握することで、効果的なプロモーションをおこなう。

忍者観光に関する取組

日本忍者協議会の設立、伊賀・甲賀日本遺産認定、伊賀市「忍者市」宣言等、忍者に関する機運が高まってきている。そのような状況を生かし、この地域でしかない伊賀忍者に関する商品造成・体験メニュー・ルート設定等・取り組みをおこなう。