

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・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	株式会社 南信州観光公社	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	長野県飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、中川村	
所在地	長野県飯田市	
設立時期	平成13年1月9日	
職員数	7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)	(氏名) 高橋 充「専従」 (出身組織名) (株)南信州観光公社	(株)南信州観光公社の代表として、地域の様々なパイプ役となっており、在任期間中、様々な取組で成果を挙げている。
各種データの分析・収集の責任者(専門人材)	(氏名)「専従」 原 一樹 (出身組織名) (株)南信州観光公社	長野県職OB。前長野県観光機構常務理事。県観光機構のDMO化の経験を持つ。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。
プロモーションの責任者(専門人材)	(氏名) 竹前 雅夫「専従」 (出身組織名) (株)南信州観光公社	元飯田市職員。南信州観光公社設立時(平成13年)の担当。観光マーケティングとプロモーションの実践について知見と経験を持つ。
旅行商品の造成・販売の責任者(専門人材)	(氏名) 高瀬 剛「専従」 (出身組織名) (株)南信州観光公社	(株)南信州観光公社で12年間勤務。プロモーションに高い能力を持つ。旅行商品の造成販売のサポートも行える。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	長野県観光部(情報提供、事業実施支援) 長野県南信州地域振興局商工観光課(情報提供、区域内市町村間調整、事業実施支援) 南信州広域連合(情報提供、区域内市町村間調整、事業実施支援) 区域内市町村観光担当部局(事業実施支援)	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)長野県観光機構、(一社)南信州まつかわ観光まちづくりセンター、高森町営農支援センター ゆうき、NPO法人だいち、NPO法人たかぎ、地域DMO(株)阿智 昼神観光局、(一社)信州アトム、及び圏域内各観光協会(着地型旅行商品開発及び事業実施支援、人材育成等) ・飯田市旅館組合、飯伊旅館組合等宿泊施設(企画旅行商品開発、地産地消企画開発、共同プロモーション等) ・観光立寄り施設、体験プログラム提供事業者等(体験企画開発、共同プロモーション等) ・特産品製造・販売事業者他(特産品製造、ブランド企画等) 	

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・バス・タクシー・レンタカー等交通機関(2次交通システム開発等) ・地域内メディア、地元新聞、金融機関、広告代理店、ウェブ発信事業者等(観光ブランド発信、統一的な地域情報発信、誘客促進等)
<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>	<ul style="list-style-type: none"> ・南信州観光公社は域内 14 市町村、飯田商工会議所、みなみ信州農業協同組合、信南交通・県タクシー協会下伊那支部、飯田信用金庫・八十二銀行、信濃毎日新聞・南信州新聞社・飯田ケーブルテレビ、天竜舟下り・ライン遊舟、元善光寺、喜久水酒造・木下水引・谷口醸造、体験教育企画、宣伝企画会社等、観光関連にとどまらない広範な産業分野にまたがる 33 社が出資する地域振興のための株式会社である。この取締役会並びに総会において、事業報告、決算報告、事業計画等が協議、意思決定され、誘客等の事業が実行に移されている。 ・地域連携DMOにおいては、南信州観光公社取締役に加え複数の有識者や経済人等を加えた企画戦略会議を構成し年間 4 回に加え、観光・経済情勢の変化に合わせて随時開催する。迅速かつ確かな意思決定を図り実行に移す。 ・DMO企画運営委員会においては、観光関連事業者にとどまらず、農業団体、商工団体等も参画し、合意形成を推進し、連携して事業展開する。 ・企画運営委員会に宿泊・飲食、インバウンド等のワーキンググループを設置し、地産地消の推進や食文化認証基準づくり、インバウンド戦略に基づく営業活動や受入れ等を実行する。 <p>合意形成の仕組み中、 については株主総会・取締役会を開催、 についてはDMO企画運営委員会を開催し課題別ワーキングを内部に構成。事業者・企業・団体等の参画を促進し、戦略を共有した上で、具体的な事業展開で官民連携、自治体間共同、企業間コラボレーションを図る。 については外部有識者を含む企画戦略会議を開催、 については広域行政を担う南信州広域連合の広域観光振興連携プロジェクトに参加し、加えて、随時首長会議等にDMO形成状況を報告する。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>教育旅行</p> <p>平成 13 年公社設立以来受け入れている体験教育旅行の受入れ団体数は 103 校(2017 年より 10 校増)の受入となったが、海外教育旅行団体の伸びが大きい。教育旅行市場分析により大手旅行会社を中心とする企業・団体に対して積極的かつ効果的な営業活動を実施して誘客に結び付けている。</p> <p>一般旅行団体(素材提供)</p> <p>桜守の旅は全国に先駆けて企画したガイド(桜守)と行く旅行者の知的欲求に応える旅である。桜保存への協力を観光客にも負担していただき、資源の持続可能性も確保もねらう。2018 年は桜の開花が 10 日程早く、後半ツアーキャンセルが多かったこともあり、前期実績には及ばなかった。和菓子探訪の旅は前期比微増である。</p> <p>自社募集型企画旅行</p> <p>2018 年度は 31 本企画 19 本催行で 416 名の申込実績であった(2017 は年 25 本企画 17 本催行で 434 名)。販売収入についても過去最高となった。</p> <p>インバウンド</p> <p>2018 年度の受入れ団体数は 39 団体 1228 名 1500 泊(民泊 1182・旅館 318)と 2017 年の 25 団体 784 名 990 泊(民泊 839・旅館 151)からと 5 割以上の伸びを見せた。9 月 20 日から 22 日までビッグサイトで開催された VJTM 2018 に、単独としては初めて参加した。人形劇等の文化性の高い当地域の特性や農泊の先進地であることを踏まえ、欧米、オセアニア、アジアはベトナムにターゲットを絞り込んで臨み、具体的な商談成立につながる案件も発生している。</p> <p>市場調査の実施</p> <p>マーケティング手法による観光戦略策定のための観光市場調査を、夏季 7 月～ 8 月に実施、秋季は 10 月～ 11 月に実施中である。</p>

市民啓発イベントの企画実施

観光事業者、農泊関係者、体験プログラムインストラクター、若手担い手等を含む広範な郡市民に向けて、観光まちづくり組織の意義を確認するとともに、今後の事業実施に資するためキックオフイベントを平成30年11月29日に企画実施する。青年会議所やゲストハウス等の若手経営者、地域おこし協力隊員等次代の担い手となる人材とのネットワークづくりに着手した。

リニアプロジェクト(人材育成・地産地消システム確立・景観活用等)を始動

9年後に迫ったリニアや三遠南信道の整備を展望して、観光ガイド・インストラクター等の人材育成講座を域内3地区で実施するよう企画している。3地区は飯田市、松川町、阿南町であり、自治体のほかに(一社)南信州まつかわ観光まちづくりセンター、(一社)信州アトム等の地域づくり組織とも連携を進めて開催するよう企画実施している。

宿泊施設・立寄り施設、道の駅等の地産地消水準を高めるための講座開催に向けた準備を実施した。

インバウンドも展望して景観・空間・時間を重視した観光地づくりを行うことを目的に、南信州三十景の選定作業に入っている。

行政連携事業

飯田市とは観光課・農業課と連携しての産地ツアーを実施。観光課から罫炉裏の里・原生活体験大平宿の指定管理を受託しており、連携して品川発着の親子農家民泊体験ツアーも催行している。企画課との連携によるフィールドスタディについては、2017年の6回から8回に増え、内容も従来の大学生の現地研修の他、遠山郷エコ・ジオパークをフィールドにした研修と地域活性化センターとの協働による社会人向けの研修(20期)も加わった。ブランド推進課とは焼肉文化のブランド化に向けた他県の自治体も絡めたネットワークづくりに参画した。工業課とはJAXA ツアー、お仕事キッズタウンなどを実施。他にも男女共同参画課と連携してのガーナの高校生を受入、ふるさと定住支援課との協働によるランニングを切り口に自然・健康志向の市場開拓と受入れ先の拡大及びおもてなし水準の質的向上を目標とした農泊支援事業等、複数の部署との連携事業を行っている。

町村については、北部5町村とは商談会に向けたモデルコースの提案とコーディネート業務を受託している。長野県南信州地域振興局とは昨年度作成したモデルコースパンフレットによるモニターツアー(シードル活用)事業を受託している。また、松川町と連携して南信州シードル列車も催行している。

農業団体等のプロジェクトに参画し、グリーン・ツーリズム(農泊)の推進や地産地消の拡大に向けたシステムづくりの検討を行っている。

観光案内機能

事務所内には飯田市からの委託を受けて観光案内所機能を設置するとともに、HPなどで地域情報発信を行い、南信州のPRを行っている。

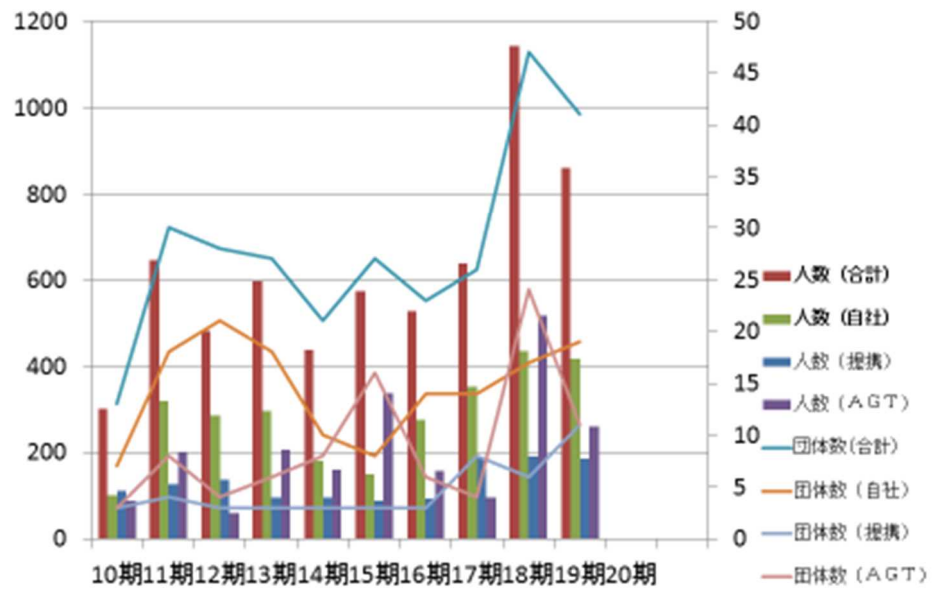
教育旅行団体	2015年	2016年	2017年	2018年
団体数	80	102	93	103
延べプログラム利用者数	30,000	42,500	32,000	30,000
農家民泊利用校数/人数	49/5,830	69/8,710	58/6,450	71/6,380

(別添) 様式 1

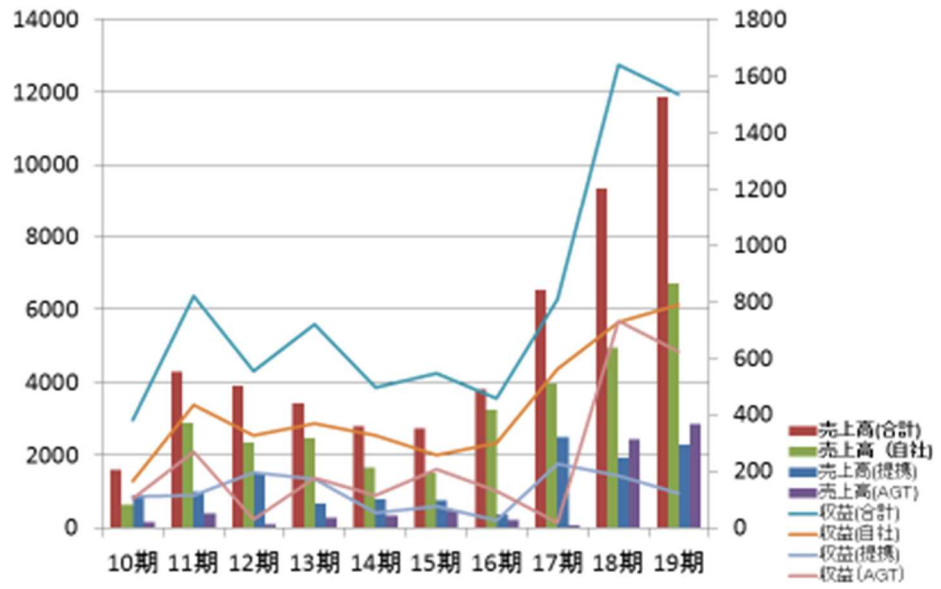
大平宿利用校数 / 人数	6 / 650	6 / 550	5 / 380	4 / 310
旅館泊数	9,880	13,220	9,900	9,550
立寄施設利用者数	12,270	17,310	11,820	10,710
一般旅行団体	2015年	2016年	2017年	2018年
桜守の旅	83/2,100	62/1,600	82/1,800	76/1,500
和菓子探訪の旅	1/2	11/196	9/128	11/141
自社募集ツアー	14/275	14/353	17/434	19/416
提携募集ツアー	3/94	8/189	6/191	11/185
AGT 請負募集ツアー	6/157	4/95	23/517	11/259
インバウンド民泊	2/37	8/262	25/839	36/1,182
HPページビュー	95,889	100,356	106,851	86,021(11月末)

株式会社南信州観光公社 着地型募集ツアー受入状況(参加数)

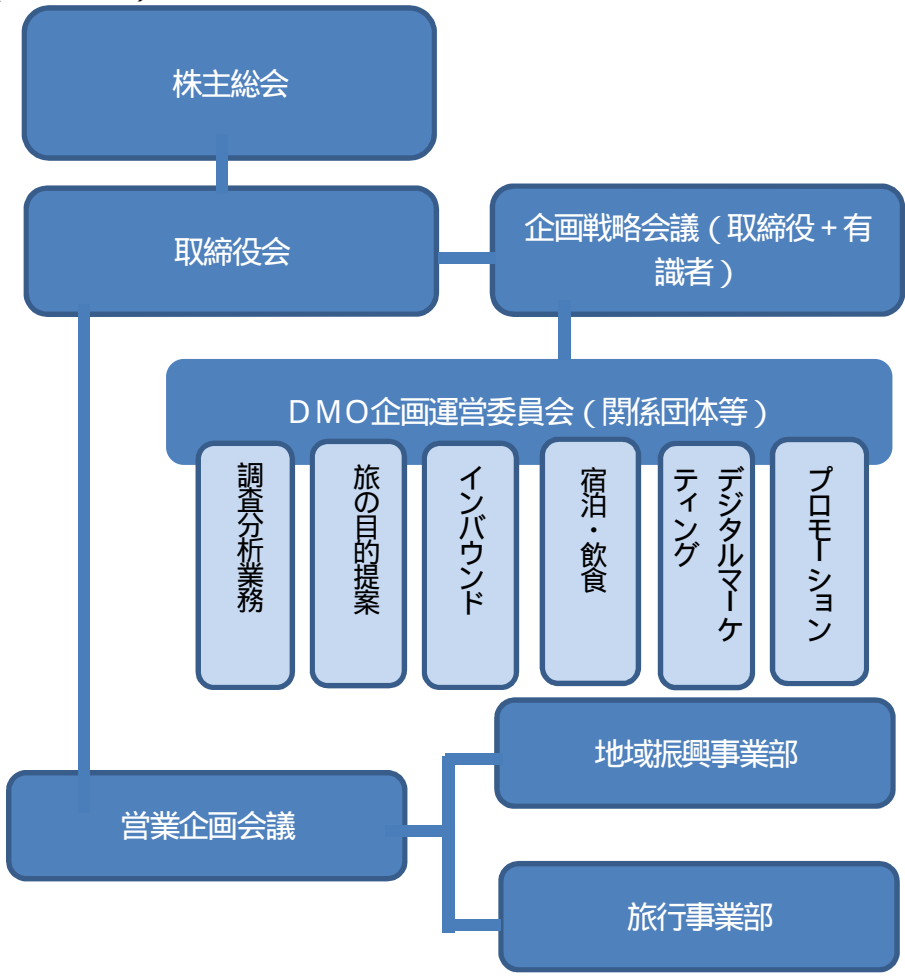
(和菓子・桜守を除く)



株式会社南信州観光公社 着地型一般募集ツアー受入状況(収支)
(保守・和菓子巻◎)

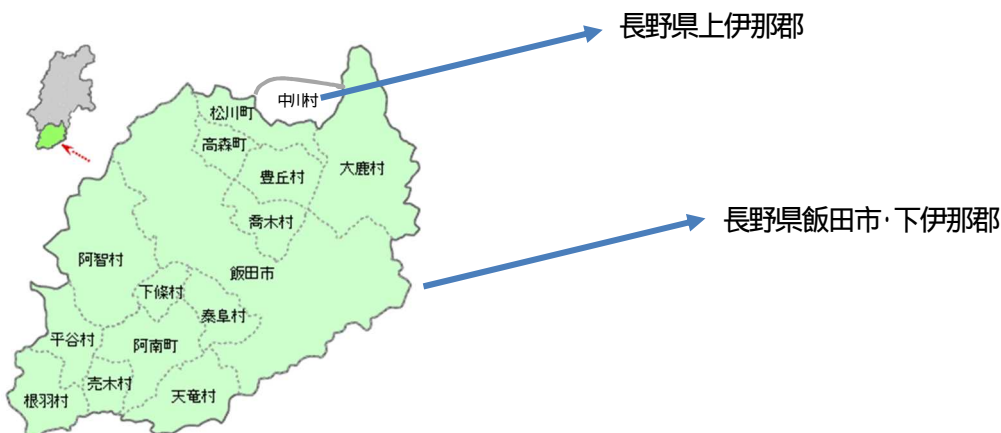


(別添) 様式 1

<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要) (株)南信州観光公社が母体となり、行政や事業者などの出資者が意思決定に関与し、宿泊業者、飲食業者、農業者など多様な関係者が事業推進に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>  <pre> graph TD A[株主総会] --> B[取締役会] B --> C[企画戦略会議 (取締役+有識者)] B --> D[営業企画会議] C --> E[DMO企画運営委員会 (関係団体等)] E --> E1[調査分析業務] E --> E2[旅の目的提案] E --> E3[インバウンド] E --> E4[宿泊・飲食] E --> E5[デジタルマーケティング] E --> E6[プロモーション] D --> F[地域振興事業部] D --> G[旅行事業部] </pre> <p>出資者である行政、事業者が意思決定に関与できる。 関係団体については企画運営委員会の中で合意形成を図る。</p> <p>出資者一覧</p> <p>飯田市 信南交通(株) みなみ信州農業協同組合 (株)阿智昼神観光局 (株)体験教育企画 (株)南信州新聞社 平谷村 特定非営利活動法人たかぎ 天竜舟下り(株) 天龍ライン遊舟(有) 座光如来寺 (株)共立プランニング (株)飯田ケーブルテレビ 松川町 飯田信用金庫 (株)八十二銀行 信濃毎日新聞(株) 喜久水酒造(株) 木下水引(株) 長野県タクシー協会飯伊支部 飯田商工会議所 特定非営利活動法人だいち 高森町 谷口醸造株式会社 阿南町 根羽村 泰阜村 天龍村 下條村 大鹿村 売木村 中川村</p> <p style="text-align: right;">(出資順)</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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

平成7年から飯田市が行っていた体験教育旅行の事業の成功を受けて、平成13年に広域観光振興を実行する組織体として会社法による株式会社を設立し、体験教育旅行の受入れを中心に、新規体験プログラムや一般旅行者向けの着地型旅行商品の開発等を実施している。

設立以来、中心となって関わってきた飯田市との連携を機軸として、出資者である下伊那郡全13町村も含めた南信州全域を対象とした観光による地域マネジメントが必須である。中川村(白地)は上伊那郡であるが、グリーン・ツーリズムを通じた地域振興面では隣接地域であり、公社の出資団体でもあるため、エリアに加えている。

【観光客の実態等】

平成29年観光地利用者延数 3,880千人

平成29年観光消費額 11,223百万円

【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】

アウトドアアクティビティ、農林業体験、農山村交流・田舎の生活体験、一本桜、いりだ人形劇フェスタ、元善光寺、飯田お練りまつり、霜月まつり、くだもの狩り、水引工芸、和菓子、りんご並木、天龍峡、天竜川下り、下栗の里、日本一の星空、東山道・秋葉街道・遠州街道等の歴史的な街道

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

飯田市

中心市街地 17施設 1,143名

郊外 9施設 873名

天龍峡 7施設 360名

遠山郷 10施設 329名

下伊那郡 主要30施設 4,144名

【利便性：区域までの交通、域内交通】

区域までの交通：中央道高速バス、JR新幹線～飯田線特急伊那路、JR中央線特急あずさ～JR飯田線

域内交通：路線バス(信南バス・伊那バス・地域交通システム)、JR飯田線、タクシー

【新たな交通基盤の整備が進む - 今後の可能性 -】

2027年開通予定のリニア中央エクスプレスによる時間短縮効果は極めて大きなものがある。品川駅から45分、名古屋駅へは20分で到着する。リニア長野県駅を核に南アルプスの新たな玄関口となる可能性を秘めている。また、インバウンド誘致にとっても成田空港でインして首都圏から富士山周辺を経由し京都・奈良・大阪に至るゴールデンルートに対して、新ゴールデンルートというべき新たな周遊ルートの開発につながる。

中部国際空港(セントレア)を活用して、昇龍道ルートの展開に南信州地域を加え、セントレア・イン、セント

(別添)様式1

レア・アウトの南信州・伊勢志摩・浜松・豊橋周遊ルートの開発も視野に入る。
三遠南信自動車道の部分開通による遠州・三河からの入り込みに利便性は高まっているが、全線開通による効果は三遠南信圏域の交流人口拡大に大きく貢献するものとなる。

信州まつもと空港は信州の空の玄関口として、国内周遊ルートの起点となりうるものである。

【外国人観光客への対応】

多言語化した情報ツールの開発、南信州統一的なWEB発信戦略等が求められている。インバウンドに備えて、WiFi無線公衆LAN環境の整備が進められている。インバウンドに対応した案内板の整備や観光案内所に外国語(英語)対応できる人材を配置する等に加え、ガイドやインストラクター段階での英語対応人材の育成にも取り組むこととしている。

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	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。	ウェブサイト解析委託業者活用
観光宿泊者数	観光戦略の基礎資料	長野県観光統計の南信州地域分から集計、及び市場調査(必要な都度)により集計分析。
観光消費額	観光戦略策定の基礎資料	長野県観光統計の南信州地域分から集計、及び市場調査(必要な都度)により集計分析。
来訪者の満足度	観光戦略策定の基礎資料	独自の市場調査(必要な都度)により集計分析。
旅行者のリピーター率	観光戦略策定の基礎資料	独自の市場調査(必要な都度)により集計分析。
未来訪者意向	ターゲット層の設定、コンテンツ開発強化の判断材料	ビッグデータを活用した属性別サンプル調査により集計分析。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響 強み	悪影響 弱み
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・中央、南アルプスの山々や国内最大の渓谷に形づくられた美しい自然景観が広がる。 ・日本の原風景が広がる遠山郷・下伊那南部・西部には日本一の星空等の資源がある。 ・城下町や養蚕等の歴史を背景とした高い文化性(伝統文化+芸術文化+伝統工芸)がある。 ・人形劇文化は国内最高峰の市民文化活動となっている。 ・古の官道東山道、秋葉街道、三州街道、遠州街道、伊那街道と街道が伝えた民俗祭りの宝庫である。 ・下伊那全域に渡る良質な温泉が存在する。 ・公民館活動を背景に人材育成に熱心である。 ・住民に進取の気風がある。 ・グリーン・ツーリズム、農泊、体験型観光の取組の先進地としての高い国内評価を得ている(クールジャパンアワード受賞)。 ・体験教育旅行の豊富な受入れノウハウを持つ。 ・国の進める農山漁村交流促進事業の先進的な取組を行っている。 ・野外学習の専門団体が複数存在し、レベルの高い活動を展開している。 ・外国人(中国系)が既に農泊を利用している。 ・受入れ農家の中には地産地消度の高い農家レストランが存在している。 ・質の高いガイド・インストラクターが存在する。 ・首都圏、関西圏から時間距離が等しい。 ・ゲストハウスなど新たな若手担い手の登場。 ・移住定住者の増加とネットワークが構成されつつある。(豊丘村、飯田市下久堅等) ・JR飯田線には秘境駅が連続する。 ・エドヒガン一本桜の密度が全国一である。 ・両アルプスを望む伊那山地の活用が未着手である。 ・下伊那北部地区は、諏訪、上伊那等隣接地域との連携や組合せが可能である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・関東圏、関西圏からのアクセスが不便である。 ・二次交通が整備されていない。 ・首都圏での認知度が低い(プロモーション戦略の不足)。 ・南信州のブランドイメージを確立できていない。 ・観光関連分野に人材が不足している。 ・担い手(農泊・体験インストラクター)の世代継承が進んでいない。 ・観光に対する住民意識が低い。 ・インバウンド受入れの基盤整備が不十分である。 ・日本一の星空・グリーン・ツーリズム、桜守の他にキラコンテツが少ない。 ・自然資源と結びついた顧客満足度の高い訴求力のあるプログラムが少ない。 ・山岳観光に対する意識が希薄。 ・旅館ホテルの地産地消意識が低い。

(別添)様式1

外部環境	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・価値観、ライフスタイルが多様化している。 ・20代、30代の若い女性中心に若者の田園回帰志向が高まっている。 ・自然や文化を活用した体験型観光への需要が高まっている。 ・国内では健康、トレッキング・登山・ランニングブームが顕著である。 ・2027年までに三遠南信自動車道、リニア中央新幹線が開通する。 ・インバウンド誘客を国が強力に推進している。 ・風水害の影響を受けにくい地形特性がある。 	<p>脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少子化、高齢化による国内旅行者の減少 ・農泊に取り組む地域が増加し、コンペティターが増えている。 ・地域間誘客競争が激化している。 ・若者の旅行離れが顕著である。 ・貸切りバス等に新運賃・料金制度が導入され、日帰り観光圏に影響するとともに、バス費用が増加している。
------	---	--

(2) ターゲット

<p>第1ターゲット層</p> <p>関東、中京、関西、中国、九州方面の公立学校・私立学校・学習塾(教育旅行)、セカンドスクール(子ども農山漁村交流体験事業)、インバウンドの教育旅行団体</p> <p>選定の理由</p> <p>今夏実施した市場調査結果から、自然環境を中心とした学習観察活動(有料体験プログラム)への参加率、農林漁業を中心とした有料体験プログラムへの参加率が全国、長野県全体と比較して有意に高い。これは「ほんもの体験」を基本コンセプトに全国に先駆けて体験型観光に20年間取組んできた当地域の強みとして評価できる。今までの事業の柱であり、実績や成果をあげていること、教育旅行マーケットへの営業活動を通じ、首都圏私立学校を中心に、農泊や新学習指導要領の「主体的・対話的で深い学び」を背景とした課題解決型の教育旅行を求めるニーズが顕在化しつつあることから、公立学校に加え、私立中等高等学校もターゲットとした。また、少子化による市場縮小の懸念もあるが、現在、農水省が農泊による都市農村交流の拡大をねらいとした事業を推進していること等を勘案し設定した。</p> <p>取組方針</p> <p>新学習指導要領に対応できる新しい体験プログラムの開発や複数泊等の顧客ニーズに合わせたスケジュールの調整などに取り組み、満足度向上を図るとともに、インバウンドを含めた教育旅行取扱いエージェントのセレクトと営業先の多様化を図る。</p>
<p>第2ターゲット層</p> <p>20代~30代の若者</p> <p>選定の理由、</p> <p>市場調査における総合的な満足度及び他者への紹介意向の数値が他世代と比較して高くなっている。体験活動への満足度も高く、当地の基本的なコンセプトである「ほんもの体験」への欲求が高いものと考えられる。全国的には若者の海外旅行離れの実態はあるが、国内旅行については、自然志向もあり、動機付けや時間の使い方、工夫した提案次第で動く可能性がある。</p> <p>取組方針</p> <p>SNSでの拡散、インスタグラム、YOU TUBE等の活用。FC(フィルムコミッション)運動を推進する。</p>
<p>第3ターゲット層</p>

(別添)様式1

都市部の中高年層
<p>選定の理由、 他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場調査結果から土産、食事等の消費額が他世代と比較して高いことから設定する。</p> <p>取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。テレビメディア・新聞等を活用する。</p>
<p>第4ターゲット層 ヨーロッパ、オセアニア、北米等の欧米外国人、ベトナム、タイ等の東南アジア</p>
<p>選定の理由、 SWOT分析のとおり、当地域の特色は歴史を背景とした地域文化性の高さと全国に先駆けて実行した体験型観光のレベルの高さである。特に農泊は2007年クールジャパンアワードを受賞しており、外国人審査員からも非常に高く評価されている。農泊等のアクティビティや文化面にフォーカスした旅行志向を持つ欧米系旅行客を当地域に親和性が高いものと判断して、インバウンドの基本ターゲットとする。くわえて、人形劇と花等に高い関心を持つ、ベトナム等の東南アジア富裕層にもフォーカスする。</p> <p>取組方針 英語対応基盤の整備と、海外エージェントへのプロモーションの強化。インスタグラム等メディア発信の工夫。マスコミ、エージェントの企画者を対象とするFAMトリップに取組む。</p>

(3)コンセプト

<p>コンセプト</p> <p>「SDGs南信州ツーリズム」</p>	<p>副コンセプト</p> <p>「ほんもの体験」から、「学びの旅」、「人と出会う旅」へ人々はこの時代に生きた証を得たいとして旅をし、自己実現に向かう。受入れ側のコンセプトは「来者如帰」。</p> <p>「グランドライン(大いなる稜線)南信州」 標高差2700mの国内最大の渓谷、重なり合う南アルプスと伊那山脈の稜線等は、国内でも希な景観である。</p> <p>「半端ないガストロノミーツーリズム」 多彩な内陸食文化を徹底した地産地消で提供する。</p> <p>「神々が今も息づく谷」 伝統芸能の宝庫、文化性の高さを示している。</p> <p>「国の光を観る」光を放つ地域は不滅であることを意味している。そして光とはその地域に暮らす人々のことを指している。</p>
<p>コンセプトの考え方</p>	<p>SDGs南信州ツーリズム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リニア時代に向けて、人も自然も産業も持続可能なツーリズムとして、観光側面から持続可能な地域づくりに貢献する。 <p>「ほんもの体験」から「学びの旅」、「人と出会う旅」へ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人は生涯にわたる学習者である。南信州の提供する旅は人が高まり、精神文化の向上につながる学びの旅である。住民がインストラクターやガイドとなり、旅行者は現在進行形の地域の中に入り込んで、

(別添) 様式 1

	<p>共に自然や文化等を交流の中で体験・学習することにより、「自然のめぐみ」「自然とともに生きる豊かさ」「人と関わる力」を感じ、明日を生きる力につなげる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人との関わりの中で、明日を生きる力を育むことは、旅行者の満足度の向上だけでなく、人生までも変える可能性を持つ。 <p>「グランドライン(大いなる稜線)南信州」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本最大の渓谷地形を意識する。100kmにわたって南アルプスを望む国内最高の景観の一つ。グランドライン(大いなる稜線)と名づける。 <p>「半端ないガストロノミーツーリズム」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レベルの高い農家レストランの食事提供がある。旅館・ホテルの地産地消水準を引き上げる。ほぼ100%近い地産地消率を誇る。これを水平展開し、食の地域認証基準を創設する。 <p>「神々が今も息づく谷」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国指定重要無形文化財が6団体指定され活動している。県内10指定の内6指定を有し、その他民俗芸能と民俗学の宝庫であり、地方文化・民俗の最高峰の地域の一つである。 <p>ツーリズムを通じて、住民が地域に暮らす自信と誇り(シビックプライド)をより一層高める。</p> <p>以上を基本コンセプトとした旅を創り出し、観光側面から地域振興に貢献する。副コンセプトには健康ツーリズム側面も含む。</p>
--	---

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戦略策定の中核組織である企画戦略会議を設置し、年間4回に加え、観光・経済情勢の変化に合わせて随時開催し、即応する戦略・戦術を展開する。DMO企画運営委員会を組織、年2回以上開催し、観光地域づくり戦略の方向性について幅広いステークホルダーの合意形成を図るとともに、関連事業者によるリニアプロジェクトを推進するワーキンググループを構成する。その他必要なコミュニケーションの場を設けるとともに、観光関連事業者との共同プロモーションも実施する。くわえて、コンサルティング等も実施し、関連事業者の課題解決に貢献する。
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	市場アンケート等により利用施設に対する満足度調査を実施する。観光事業者をはじめとする企業・団体・個人等によるおもてなしワーキングを組織し、満足度調査結果を基本に、PDCAサイクルによる品質向上を図る。 おもてなし・食の地域認証基準(南信州独自基準)を創設する。

(別添)様式1

一元的な情報発信・プロモーション	ワンストップ窓口の実施(プログラムの手配、調整、コーディネート、精算の一切を行う)、HPを利用した効果的なプロモーション。南信州地域統一的な情報発信の実施。
------------------	--

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

項目	単位	平成27年(度)	平成28年(度)	平成29年(度)	平成30年(度)	平成31年(度)	平成32年(度)
観光消費額	百万円	9,593	9,740	11,210	9,850	9,900	9,980
延べ宿泊者数	千人	785	779	760	792	796	802
来訪者満足度	5段階		4.54	4.36	23.3%	23.5%	23.7%
リピーター率	%		62	62	44	47	50

【検討の経緯】

南信州地域全体の状況を把握するために長野県観光地利用者統計調査を活用することと、旅行会社が間に入ることで直接顧客からのアンケートが取りにくい状況やインバウンド旅行受入拡大が大きな柱となっている国内観光の状況、当社の置かれた運営状況を鑑みてそれぞれの設定について検討した。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

長野県観光地利用者統計調査を活用して域内全体の状況を把握し、地域経済波及効果の基礎となる数値である飯田市の実施する経済自立度(地域産業からの波及所得総額/地域全体の必要所得総額)が2008年(リーマンショック)以来、ほぼ40%台で推移し、この分析における観光業関係波及総売上額も200億円弱と推移していることから、DMO効果がこの数値を押し上げるためには、3年程度の期間が必要とみて、2年間の施策効果を加味し、暫時増加する設定を行った。30年度は独自の市場調査も実施中である。

延べ宿泊者数

長野県観光地利用者統計調査を活用して域内全体の状況を把握し数値を設定した。くわえて、一般旅行、インバウンドの施策効果を勘案して設定した。30年度は独自の市場調査も実施中。

来訪者満足度

29年度までは直接打ち合わせの可能な研修目的のインバウンド団体に対してメイン企画である農家民泊の満足度を調査した。30年度は夏季の独自市場調査結果により把握し、満足度7段階のうち、7(大変満足)とした比率を数値(%)とした。おもてなし向上等の取組を勘案し、長野県の平均値を32年度の目標として設定している。

リピーター率

29年度までは当社の根幹を支える教育旅行のリピーター率を確認し、30年度以降は独自の市場調査により一般旅行者を対象として、設定することとした。

(別添)様式1

(2)その他の目標

	単位	平成27年 (度)	平成28年 (度)	平成29年 (度)	平成30年 (度)	平成31年 (度)	平成32年 (度)
移住定住者数	人		221	258	230	239	238
体験型観光による地域への直接的経済効果	千円	299,500	380,000	330,000	350,000	388,000	515,000
体験教育旅行受入団体数	団体	81	108	102	100	105	126
体験教育旅行受入れ実人員	人	10,015	13,234	9,875	9,800	10,300	12,400
体験教育旅行売上げ	千円	115,660	166,397	124,154	120,000	126,000	151,200
一般旅行団体数	団体	143	144	168	150	180	360
一般団体受入れ実数	人	3,766	4,338	3,724	4,000	4,800	9,600
一般団体受入れ売上げ	千円	8,905	19,515	15,869	17,000	20,400	40,800
インバウンド団体数	団体		17	35	40	50	70
インバウンド受入れ実数	人		520	1101	1,300	1,500	2,300
インバウンド売上げ	千円		8,293	10,212	13,000	15,000	22,500

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】

南信州地域では、29年度までは体験教育旅行による消費額の増加が、全体の水準を押し上げる可能性を持っていると推測し指標を設定。30年度からは全体戦略策定のため一般旅行、インバウンド受け入れについても把握することとした。

【設定にあたっての考え方】

体験型観光による地域への直接的経済効果

受入農家、体験インストラクター、弁当業者、ドライブイン施設、宿泊施設など、大型チェーン店とは違って地元確実に消費が生まれることが明確な事業である。

体験教育旅行受入団体数・実人数・売上げ

上記の数字の増減に比例しているのが団体数であり、この数を増やすことが第一の目標になる。

一般団体旅行

地域資源活用による旅行企画造成による旅の目的地化を示す数値として把握する。

インバウンド団体旅行

新たな戦略的对象として外国人向け企画による旅の目的地化を示す数値として把握する。

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27年度	125,989,279(円)	【収益事業収入】 125,989,279(円)
平成28年度	174,723,107(円)	【収益事業収入】 174,723,107(円)
平成29年度	146,369,826(円)	【収益事業収入】 146,369,826(円)
平成30年度	167,090,000(円)	【収益事業収入】 152,000,000(円) 【広域連合負担金収入】 12,000,000(円) 【長野県補助金(元気づくり支援金)】 2,670,000(円) 【長野県観光機構シンポジウム負担金】 420,000(円)
平成31年度	176,350,000(円)	【収益事業収入】 161,350,000(円) 【広域連合負担金収入】 12,000,000(円) 【長野県補助金(元気づくり支援金)】 3,000,000(円)
平成32年度	229,425,000(円)	【収益事業収入】 214,425,000(円) 【広域連合負担金収入】 12,000,000(円) 【長野県補助金(元気づくり支援金)】 3,000,000(円)

(2) 支出

年度	総支出	内訳
平成27年度	125,509,030(円)	【宿泊・体験等仕入れ費】 97,726,644(円) 【一般管理費】 27,782,386(円)
平成28年度	175,830,000(円)	【宿泊・体験等仕入れ費】 145,690,000(円) 【一般管理費】 30,140,000(円)
平成29年度	145,768,812(円)	【宿泊・体験等仕入れ費】 116,405,121(円) 【一般管理費】 29,363,691(円)
平成30年度	166,890,000(円)	【宿泊・体験等仕入れ費】 115,000,000(円) 【一般管理費】 51,890,000(円)

(別添)様式1

平成31年度	175,350,000(円)	【宿泊・体験等仕入れ費】	123,350,000(円)
		【一般管理費】	52,000,000(円)
平成32年度	224,420,000(円)	【宿泊・体験等仕入れ費】	172,420,000(円)
		【一般管理費】	52,000,000(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

一定の収益が見込まれる体験教育旅行の事業収益を柱とした運営資金の確保
新たに地域資源活用した旅行企画の造成による国内一般旅行の受入収益の確保
インバウンド受け入れによる収益の確保

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

長野県は、(株)南信州観光公社を、飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、中川村における地域連携DMOとして登録したいので、(株)南信州観光公社とともに申請します。

飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、中川村は、(株)南信州観光公社を飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、中川村における地域連携DMOとして登録したいので申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	竹前雅夫
担当部署名(役職)	(株)南信州観光公社
所在地	長野県飯田市育良町1丁目2番地
電話番号(直通)	0265-28-1747
FAX番号	0265-28-1748
E-mail	info@mstb.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	長野県
担当者氏名	中島 邦雄
担当部署名(役職)	観光部山岳高原観光課(課長補佐兼係長)
所在地	長野県長野市大字南長野字幅下692の2
電話番号(直通)	026-235-7251(直通)
FAX番号	026-235-7257
E-mail	Mt-tourism@pref.nagano.lg.jp

都道府県・市町村名	飯田市
担当者氏名	小林 和弘
担当部署名(役職)	飯田市産業経済部観光課エコツーリズム係 係長
所在地	長野県飯田市本町1丁目2番地
電話番号(直通)	0265-22-4852
FAX番号	0265-22-4567
E-mail	ecotur@city.iida.nagano.jp

都道府県・市町村名	松川町
担当者氏名	松尾 天
担当部署名(役職)	産業観光課 商工観光係 係長
所在地	松川町元大島3823
電話番号(直通)	0265-34-7066
FAX番号	0265-48-5233
E-mail	kanko@matsukawa-town.jp

都道府県・市町村名	高森町
担当者氏名	岩崎 徹
担当部署名(役職)	産業課 観光振興係 係長
所在地	高森町下市田2183-1
電話番号(直通)	0265-35-9405
FAX番号	0265-35-8294
E-mail	hideyuki.n@town.takamori.nagano.jp

都道府県・市町村名	阿南町
担当者氏名	南島 剛志
担当部署名(役職)	振興課農業商工係 係長
所在地	下伊那郡阿南町東條58-1
電話番号(直通)	0260-22-4055
FAX番号	0260-22-2576
E-mail	sinkou@town.anan.nagano.jp

都道府県・市町村名	豊丘村
担当者氏名	岡田 敬
担当部署名(役職)	産業建設課 商工林務係 係長
所在地	下伊那郡豊丘村大字神稻3120
電話番号(直通)	0265-35-9056
FAX番号	0265-35-9065
E-mail	syokorimu@vill.nagano-toyooka.lg.jp

(別添)様式1

都道府県・市町村名	喬木村
担当者氏名	松澤 浩美
担当部署名(役職)	産業振興課 商工観光係 係長
所在地	下伊那郡喬木村6664
電話番号(直通)	0265-33-2001
FAX番号	0265-33-3679
E-mail	masami@vill.takagi.nagano.jp

都道府県・市町村名	阿智村
担当者氏名	井原 成城
担当部署名(役職)	地域経営課 商工観光政策係 係長
所在地	下伊那郡阿智村駒場483
電話番号(直通)	0265-43-2220
FAX番号	0265-43-2321
E-mail	kanko@vill.achi.nagano.jp

都道府県・市町村名	平谷村
担当者氏名	伊東 啓甫
担当部署名(役職)	産業建設課 主事補
所在地	長野県下伊那郡平谷村354
電話番号(直通)	0265-48-2211
FAX番号	0265-48-2212
E-mail	sanken@vill.hiraya.nagano.jp

都道府県・市町村名	根羽村
担当者氏名	片桐 匡朗
担当部署名(役職)	振興課 主事
所在地	長野県下伊那郡根羽村1762
電話番号(直通)	0265-49-2111
FAX番号	0265-49-2277
E-mail	Shinkou4102@nebamura.jp

都道府県・市町村名	売木村
担当者氏名	眞鍋 昂
担当部署名(役職)	村づくり総合推進室 係長
所在地	長野県下伊那郡売木村543-1
電話番号(直通)	0260-28-2000
FAX番号	0260-28-1051
E-mail	kano@urugi.jp

都道府県・市町村名	下條村
担当者氏名	仲村 幸広
担当部署名(役職)	振興課経済係 主事
所在地	下伊那郡下條村睦沢8801-1
電話番号(直通)	0260-27-2311
FAX番号	0260-27-3536
E-mail	sjkeizai@vill-shimojo.jp

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	天龍村
担当者氏名	大平 成二
担当部署名(役職)	振興課商工観光係 主事
所在地	下伊那郡天龍村平岡 878
電話番号(直通)	0260-32-2001
FAX 番号	0260-32-2525
E-mail	kanko@vill-tenryu.jp

都道府県・市町村名	泰阜村
担当者氏名	林 知佳子
担当部署名(役職)	振興課 農村振興係 主事
所在地	下伊那郡泰阜村 3236-1
電話番号(直通)	0260-26-2111
FAX 番号	0260-26-2553
E-mail	kankou@vill.yasuoka.nagano.jp

都道府県・市町村名	大鹿村
担当者氏名	菅沼 孝哲
担当部署名(役職)	大鹿村役場 産業建設課 商工観光係 主幹
所在地	下伊那郡大鹿村 354
電話番号(直通)	0265-39-2001 (代表)
FAX 番号	0265-39-2269
E-mail	kanko@vill.ooshika.lg.jp

都道府県・市町村名	中川村
担当者氏名	桃澤 洋恵
担当部署名(役職)	振興課商工観光係 係長
所在地	上伊那郡中川村大草 4045-1
電話番号(直通)	0265-88-3001
FAX 番号	0260-88-3890
E-mail	shokan@vill.nagano-nakagawa.lg.jp

【区域】

長野県飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、中川村

【設立時期】平成13年1月12日

【代表者】代表取締役 高橋 充

【マーケティング責任者】

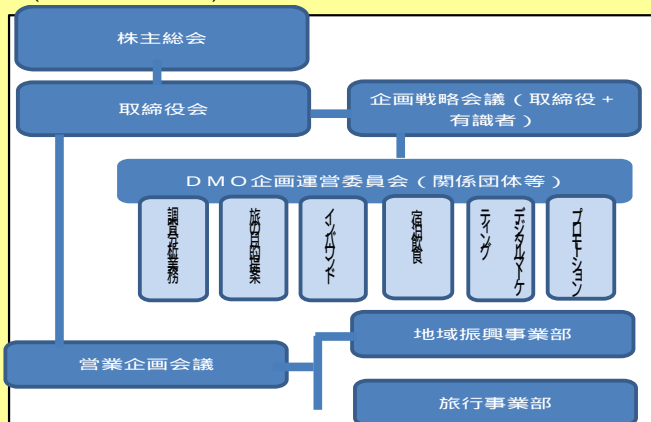
地域振興室長 竹前雅夫

【職員数】7人

【連携する主な事業者】

観光・宿泊施設、交通・インフラ、金融、経済団体、農業団体、土産品製造・販売等

(表:実施体制)



(表:KPI(実績・目標)) ()内は外国人に関するもの

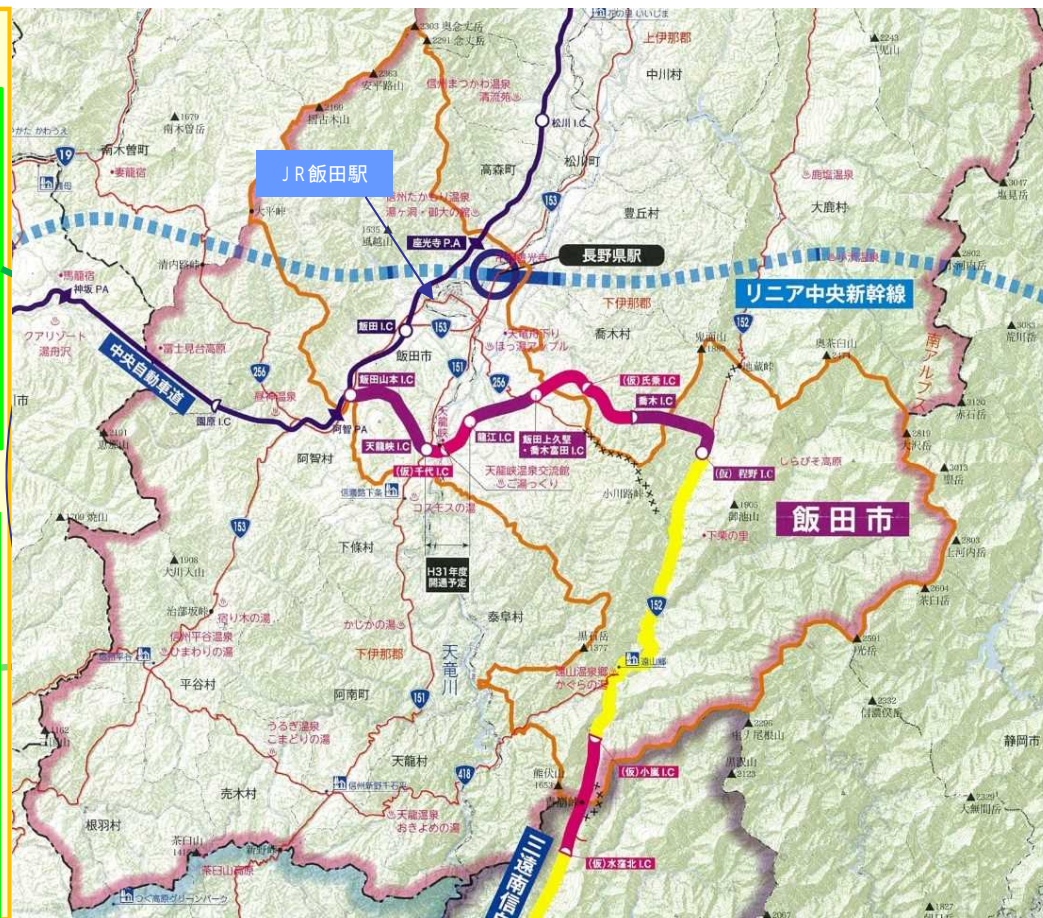
	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
旅行消費額(百万円)	9,740	11,210	9,850	9,900	9,980
延べ宿泊者数(千人)(人)	779千人 (520人)	760 (1,101)	792 (1,300)	796 (1,500)	802 (2,300)
来訪者満足度(%)	(4.54) (5段階評価)	(4.36) (5段階評価)	23.3	23.5	23.7
リピーター率(%)	62 (教育旅行)	62 (教育旅行)	44	47	50

観光資源に関する取組

- ・日本最大の渓谷地形を意識する。南・中央アルプスを望む国内最高の景観の一つ。このグランドライン(大いなる稜線)を活用したオンリーワンの価値を創り出す。
- ・グリーン・ツーリズム、農泊、体験型観光の先進地としての高い国内評価の背景は人と出会う旅により生まれる感動。担い手の人材育成でさらに資源を磨きこみ、地産地消で提供される食の水準を高めて相乗効果を上げる。
- ・水引等の伝統工芸や自然・農林業等を生かしたほんもの体験を進める。

自然に関する取組

- ・天竜川から南アルプス・中央アルプスの南端まで、標高差2700mの中に、まち・里・山の美しい景観が展開する。国内有数の江戸彼岸一本桜の密度の濃さ、日本一の星空の高原、果樹の南北限による多彩な果物の生産等、多様性に彩られた自然環境を活用したツーリズムが成立している。
- ・天竜川を利用した舟下りを筆頭にラフティング、大いなる稜線を活用したロングトレイルなどアウトドアアクティビティの聖地ともなりうる。
- ・自然に過大な負荷をかけず、しっかりしたガイドンによる持続可能な手法でツーリズムを実践することに力を注ぐ。



文化に関する取組

- ・城下町や養蚕等の歴史に裏打ちされた高い文化性(伝統文化+芸術文化+伝統工芸)がある。人形劇は国内最高峰の市民文化芸術活動となっている。
- ・古の官道東山道、秋葉街道、三州街道、遠州街道、伊那街道と街道が伝えた民俗祭りの宝庫であり、霜月まつり等国指定の重要無形文化財6団体が指定されている。
- ・これらは世界につながる普遍的な価値を有する。地域文化に出会う旅が成立する。伝統文化の後継者づくりにもつなげる。

イベントに関する取組

- ・ほぼ全域で開催される神社や夏祭りの奉納煙火大会など伝統的なイベントに加え、人形劇フェスタ、丘の上フェス、ツアーオブジャパン(自転車)、ランニング、コンサート等、サブカルチャー系も含め、多彩なイベントが年間を通じて広域15市町村で展開されている。
- ・広域南信州の統一的情報発信とプロモーションにより、広域で展開される多彩なイベントというアドバンテージを生かす取組を行う。
- ・各主体と連携して、相乗効果の上がるプロモーションや旅行企画への展開を図る。