

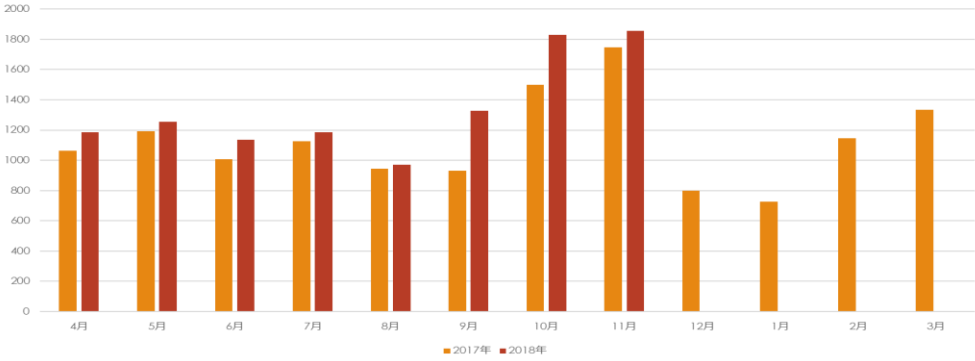
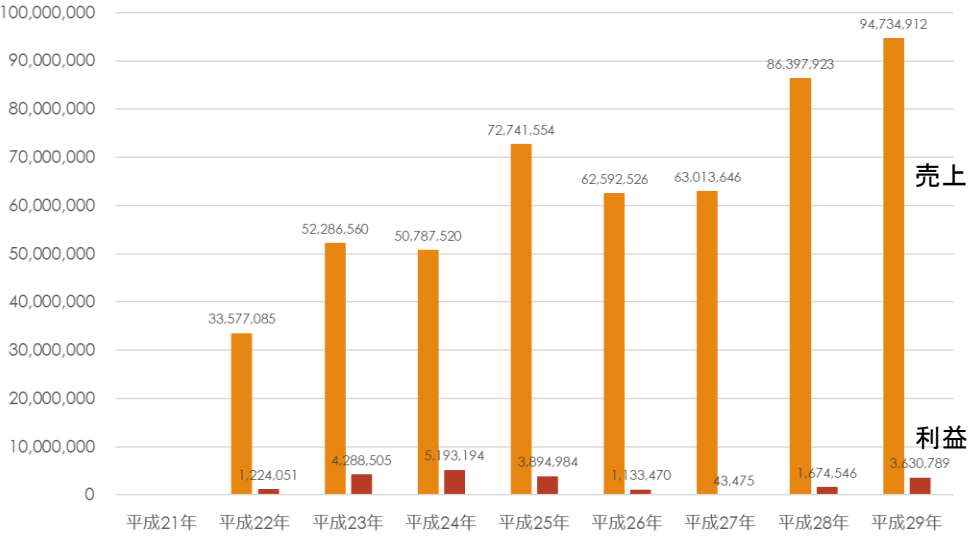
日本版DMO形成・確立計画

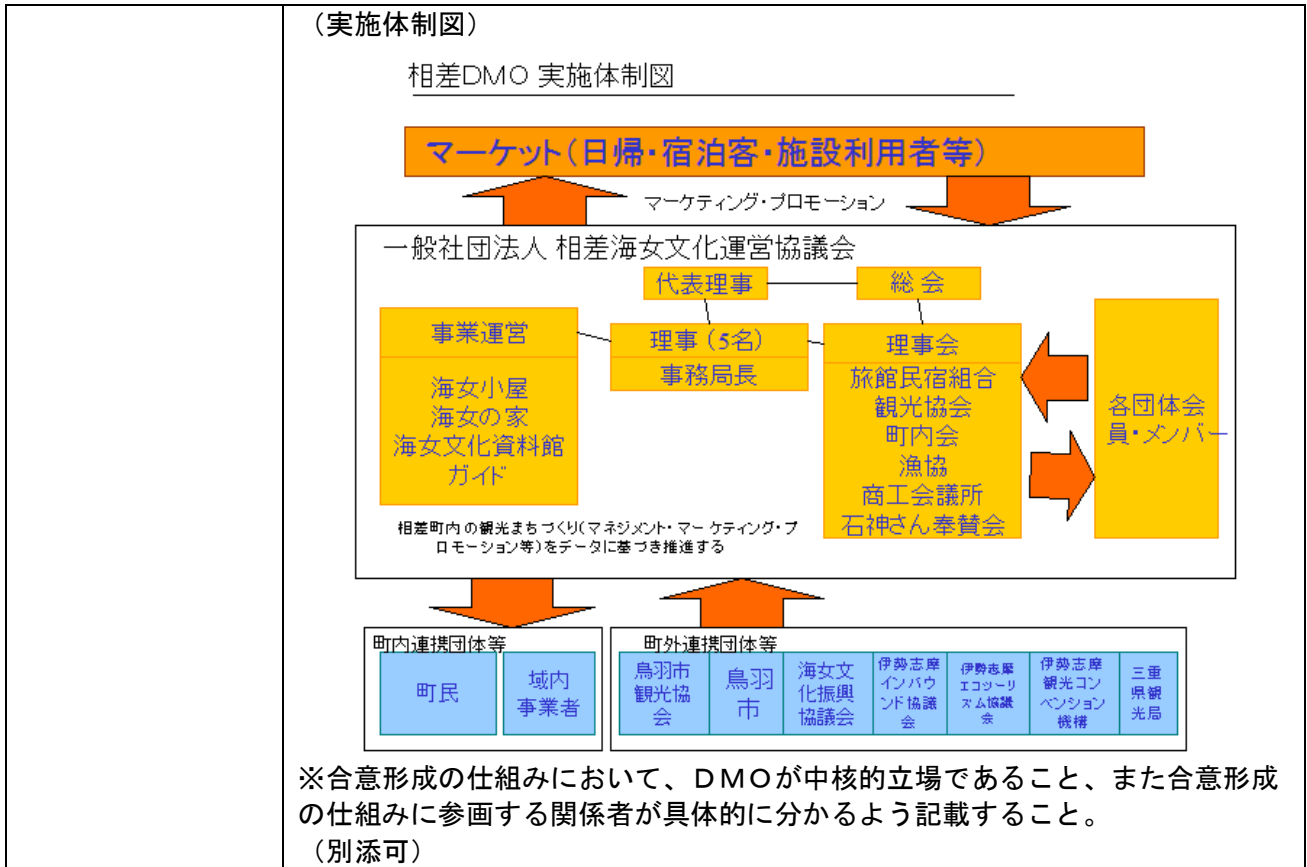
1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	(一社) 相差海女文化運営協議会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 三重県鳥羽市相差町	
所在地	三重県鳥羽市相差町 1238	
設立時期	平成21年1月30日	
職員数	2人(パート22名)	
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) 野村 秀光 (出身組織名) (有)豊浜	旅館経営者。鳥羽商工会議所観光部会長、相差海女文化運営協議会会長、相差旅館組合会長、相差観光協会会長、JTB旅連東海支部長等々として、地域の様々な要職を担っている。相差海女文化運営協議会では、平成26年内閣官房・農水省ディスカバー農山漁村の宝に選定され、ウィメン賞の特別賞を受賞等様々な取組で成果を挙げている。
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) ※必ず記入すること	(氏名) 松本 圭子「専従」 (出身組織名) 相差海女文化運営協議会	協議会設立以来、事務局長を担う。商工会議所、鳥羽市、町内各団体との連絡調整や事業企画、PRを協働で行っている。また、人事や経理も行っており、入込、売上分析など日常的に行っている。
各部門(例:プロモーション)の責任者(専門人材)	(氏名) 小崎 則彦 (出身組織名) 鳥羽商工会議所	鳥羽商工会議所で観光振興を担当。デジタルマーケティングを専門家の支援を受け実施中で、協議会のウェブページをgoogle analytics等を活用し分析とSEO対策、グーグルビジネス、SNS等の対応を実施している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鳥羽市観光課(広報宣伝、誘致活動、マーケティング) 鳥羽市農水商工課(産業・漁業振興、広報宣伝) 鳥羽市定期船課(公共交通かもめバス) 伊勢志摩観光コンベンション機構(広報宣伝、誘致活動、マーケティング) 三重県観光局	
連携する事業者名及び役割	鳥羽商工会議所 事業企画・運営全般にわたりサポート 相差観光協会 相差町内会 鳥羽磯部漁協相差支所 相差旅館組合 相差民宿組合 石神さん奉賛会 鳥羽市観光協会 伊勢志摩鳥羽インバウンド協議会	

(別添) 様式 1

	<p>伊勢志摩エコツーリズム推進協議会 相差海女組合</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) ①② (概要) 相差海女文化運営協議会は、設立から9年が経過しているが、定期総会(年1回)・正副会長会議(年10回)を開催している。正副会長会議の構成メンバーは、地元町内会、旅館組合、漁協などの町内の主要な業界団体の長または役員が参加し、現況の報告、今後の事業展開の方向性の共有を行ない、当会の意思決定機関となっている。また、鳥羽商工会議所から企画、運営、財務管理など全面的にサポートを得ている。</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>地域の若手経営者、後継者を中心とした相差未来委員会を立ち上げ、当地域の30年後のあるべき姿の策定から今、何をすべきかなどを話し合うワークショップを平成30年7月から月1回ペースで開催している。住民参画のため、町内会広報誌で協力者の募集など情報公開、共有をしている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 現役の海女(約100人)が全国で一番多く暮らすまち鳥羽市相差町では、鳥羽商工会議所と当協議会が協働で事業を進めており、「願いが叶うご利益めぐり」と称した海の信仰を知り体験する散策コースの整備を平成9年からハード、ソフト面とも継続的に行なっている。地元の海女が信仰する神明神社「石神さん」を中心に整備し、現役の海女とふれあうことができる「海女小屋相差かまど」、海女について知る「海女文化資料館」、海女に関するグッズ等を販売する「古民家海女の家五左屋」等の整備を行ない、海女文化を紹介し、にぎわいを起こし周遊する拠点づくりを面的に行なっている。それぞれの施設の運営は海女をはじめ従業員はすべて女性。 海女漁は世界的にも日本と韓国にしかなく、相差町には海女文化が色濃く残っていることから「海女のまち相差」が、ミシュランの旅行ガイド「グリーンガイド・ジャポン」で一つ星観光地に選定されるなど、外国人からの評価もいただいている。また、伊勢志摩鳥羽インバウンド協議会にも加入し、海外に向けてのPRや受入態勢を進めている。2016年G7伊勢志摩サミットが開催され、海女文化を世界に発信していく絶好の機会を活用し、誘客を図るとともに海女文化をユネスコの世界無形文化遺産登録へ向け、活動している。 収益は、海女小屋体験、海女の家五左屋の売上が年間9500万程度確保できており、安定して運営できている。</p> <p>(定量的な評価) 近年の海女ちゃんブームや同町で暮らす親子三世代海女の中川さん等もマスコミに多く取り上げられ、海女のまち相差を訪れる観光客は、国内国外とも年々増加傾向にある。平成30年は、伊勢神宮の式年遷宮、伊勢志摩サミット効果の反動もあり、神明神社石神さんへは約21万人(対前年比108%)、海女文化資料館の来館者数は、約4万人(対前年比87%)、海女小屋体験者数も29年4~3月で13,513人(対前年比91%)と微減したが、伊勢志摩・鳥羽の代表的な文化であり、地域資源でもある「海女」が引き続き、注目されている。 海女小屋体験では、直接海女とふれあうことができる施設として、外国人からも好評で29年は全体入込客の約13.9%(1,874人)を占めている。平成30年は、12月までで対前年比114%で推移しており、外国人比率も15.3%になっている。</p>

	<h3 style="text-align: center;">相差かまど 2017-18入込比較</h3>  <p>収益も順調に推移しており、29年の売上は約9400万で、過去最高となった。</p> <h3 style="text-align: center;">相差DMO 売上・利益推移</h3> 
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要) (従業員数 10 名 (パート含む)、海女小屋体験の現役海女 15 名。 海女小屋体験「相差かまど」、海女文化を紹介する「海女文化資料館」、土産 & カフェ「海女の家」の運営を会長等役員と連携して、業務を行なっている。 事業企画運営に関しては、鳥羽商工会議所、伊勢志摩鳥羽インバウンド協議会と密に連携して行なっている。</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

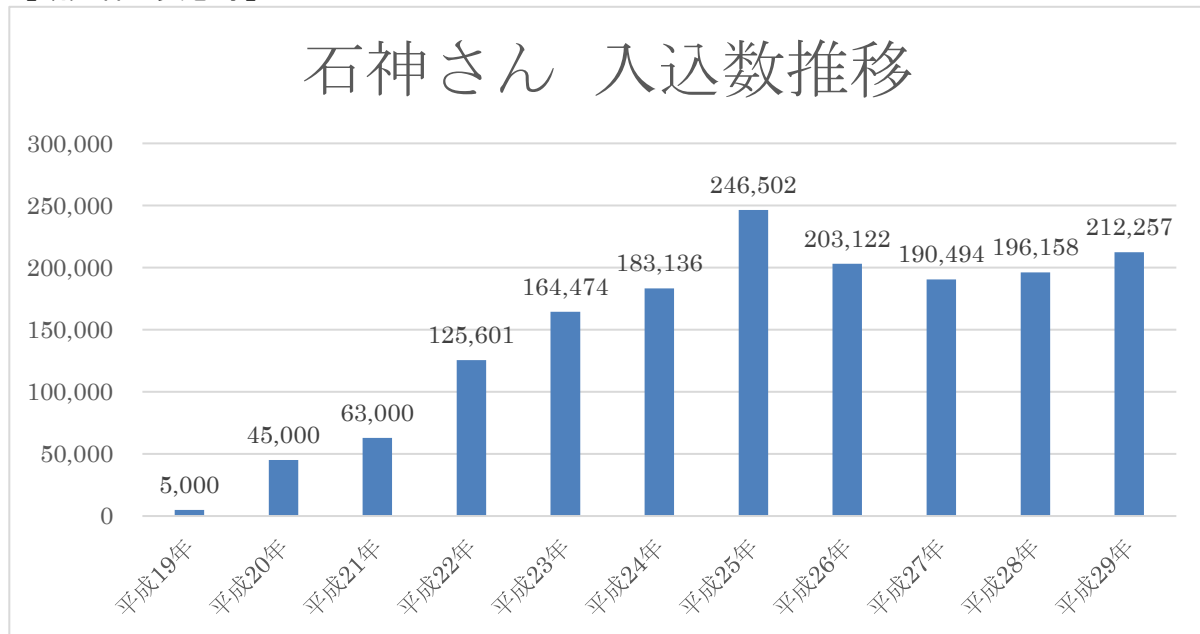
【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

市観光協会とは別に相差観光協会、相差旅館組合、相差民宿組合が昭和50年代から設立されている。日本一現役の海女が多いまちである相差町では、平成9年からまちづくりの取り組みを商工会議所と継続的に協働で行い、成果がでている。平成21年から、町内の主要な団体で海女文化運営協議会を設立、運営しており、海女文化を広めていく取り組みを実施し、着地型旅行商品の開発、周遊パスの企画など連携した取組を実施していることから、当該区域での設定が適切である。

【観光客の実態等】



相差町では、平成9年から観光振興が着手され、ミシュラングリーンガイドで星ひとつの評価を受けるなど平成25年まで増加が続いていたが、20年に一度の伊勢神宮式年遷宮後、減少に転じている。平成28年G7伊勢志摩サミット開催等により、再び増加傾向である。

しかし、海女を含む漁業者、宿泊経営者の高齢化や後継者不足の問題が表面化しており、海女文化の資源を活用し、持続可能な地域としての自立を目指している。

平成29年3月「鳥羽・志摩の海女漁の技術」が国の重要無形民族文化財に指定され、現役の海女が一番多く暮らすまち相差として、海女文化を世界に発信していく責務があると感じている。

【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】

海女文化、神明神社石神さん、海の幸、千鳥ヶ浜海水浴場、石神さん女子マラソン

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設数 64、収容力 3,464 名を有する。

政府登録旅館 3、日本観光旅館連盟加盟 6 施設あるが残りは小規模宿泊施設である。海女や漁業を営みながら宿泊施設を経営している宿も多い。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

公共交通機関 近鉄・JR 鳥羽駅からかもめバス約 4 5 分

【外国人観光客への対応】

町内施設サインはすべて英語併記。

海女文化資料館の展示の英語版解説、海女小屋体験は英語メニュー、英語の指差し、スマートフォンGoogle翻訳ソフトを活用しコミュニケーションをとっている。

海女の家・海女文化資料館・海女小屋相差かまどは、フリーWiFi 設置、クレジット対応可。

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
海女小屋・資料館・五左屋入込	地域内動向調査基礎資料として	スタッフが実施 海女小屋のWEB予約時に認知経路を選択
神明神社入込	地域内動向調査基礎資料として	神明神社関係者が実施
WEBサイトアクセス	地域内動向・旅行者基礎資料として	スタッフが実施
来訪者満足度調査	満足度、再来訪意向の調査	アンケート調査を自主事業として実施。
住民満足度	「住んでよし」のまちづくり活動に対する評価と相違で暮らしている住民の「誇り」醸成評価	アンケート調査を自主事業として実施。

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？ 現役海女の数が日本一 海女文化が残っている 風光明媚なリアス式海岸 新鮮な魚介類が多くとれる 宿泊施設が多い 白い砂浜がある 伊勢神宮 年間約 20 万人の神明神社参拝客 地域の団結力	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ 二次交通 アクティビティメニュー（着地型商品）の少なさ 商品開発力 情報発信力 外国人対応 デザイン力・おしゃれ感
外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ 海女文化をユネスコ無形文化遺産登録にする活動・機運 健康志向 メディアのパブリシティでの露出が多い	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ 海女・漁師の高齢化・漁獲高の減少 地域間競争の激化 宿泊業者等の後継者不足 南海トラフ地震時の大津波

(別添) 様式 1

(2) ターゲット

○第1ターゲット層 願いごとを叶えたい女性（ディスカバリー（知的好奇心を求める）予備群・個人）
○選定の理由、○取組方針 海女文化をルーツとする女性の願いをひとつかなえてくれる神明神社石神さんへの来訪者は、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、リピーターも多い。 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かに訴求するコンテンツを磨き上げる。2次交通にも対応し、より地域の歴史文化や自然にふれるアクティビティ商品を開発し販売していく。
○ターゲット層 新鮮な魚介類をたくさん食べたい個人旅行客（コネクト層（ファミリー・仲間同士））
○選定の理由、○取組方針 宿泊施設が多くあるが、当地域に宿泊する目的は新鮮な魚介類をたくさん食べることであり、食事に対する評価もじゃらん、楽天トラベルでは、4.5点以上の施設がほとんどである。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かに訴求するPRを行う。
○ターゲット層 日本文化にふれたい外国人（ディスカバリー層）・・・海女に関心を示す外国人（香港をメイン、次にタイ、日本文化に興味を示す欧米豪）
○選定の理由、○取組方針 古来より素潜り漁を生業としている海女が、G7伊勢志摩サミットでも露出され、海外のジャーナリストからも注目されている。 相差地域としても、ミシュラングリーンガイドでひとつ星の評価をいただいております、ポテンシャルは高いと感じており、欧米豪を狙いつつ、鳥羽駅からのアクセスとして、レンタカーを利用しやすい国をターゲットに設定した。 より海女を理解してもらえらるアクティビティを商品化し、訪日外国人観光客4000万人時代に対応していく。

(3) コンセプト

①コンセプト	日本一現役海女が多いまちとして、色濃く残る海女文化を体感できるまち
②コンセプトの考え方	平成9年から継続して、地域特性で強みをもつ海女文化をテーマに取り組んでいる。取組当初は、入込がゼロであったが、近年は年間20万人前後来訪するようになり着実に成果が出ている。 さらに地域として、海女文化に特化し、他地域との差別的優位性を確保し、相差・海女をブランド化していく必要がある。 そのため海女文化を活用した商品を充実させ、基幹産業である宿泊業への客数の増加を図り、経済効果を高めていくことが必要である。海女文化を知ってもらえらる仕組みを構築し、体験型メニューを充実させ、来訪者の増加と宿泊客の増加を地域が一体感を持って取り組む。

--	--

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	当会は、海女小屋体験、海女の家五左屋などでニューツーリズム商品や特産品の小売、喫茶業を営んでいるが、役員には、町内会、宿泊業団体、漁協、商工会議所など多様な地域団体が参画している。また、役員が教育機関や行政機関の委員を兼ねており、さまざまな視点からの情報収集、戦略づくりや検証が可能である。
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	海女小屋体験や海女の家五左屋利用者に満足度アンケートを実施し、集計・分析した上でフィードバックする。 また、地域内のニーズにも対応し、宿泊施設対象の生産性向上勉強会（商工会議所連携）・研修会（29年、30年各2回実施）、SEO対策（29年、30年各3回実施）、料理研修会（29年、30年各1回実施）、ガイド先進地視察（29年1回実施）等を適宜開催し、サービスの維持・向上に努める。
一元的な情報発信・プロモーション	海女小屋体験や他の着地型商品の窓口は、海女文化資料館で受け付けている。海女文化資料館では、相違観光協会・相違旅館組合・相違民宿組合の事務局をかねており、ワンストップ窓口の役割を引き続き担っていく。 プロモーションについては、名古屋TV局主催のイベントメ〜テレ秋祭りへDMO単独での出展、ツーリズムEXPO2017（農水省ブース）へ出展、インバウンド向けVJTMへは、伊勢志摩鳥羽インバウンド協議会と連携し出展するなど地域のPRを実施している。 アンケート調査、GoogleAnalytics等により国内外の主なターゲット層の動向を分析し、それぞれの特性に合ったPRを実施する。

6. K P I (実績・目標)**(1) 必須 K P I ※28、29 年は実績値**

指標項目	単位	28 年 (度)	29 年 (度)	30 年 (度)	31 年 (度)	32 年 (度)	33 年 (度)
●旅行消費額	百万円	12,688 ()	11,884 ()	12,869 ()	12,960 ()	13,053 ()	13,146 ()
●延べ宿泊者数	人	389,777 ()	358,235 ()	393,599 ()	395,509 ()	397,420 ()	399,331 ()
外国人宿泊者数	人	1,274	1,345	1,835	2,201	2,642	3,170
●来訪者満足度	%	統計数値 無	92.24 ()	93.24 ()	94.24 ()	95.24 ()	96.24 ()
●リピーター率	%	統計数値 無	31.47 ()	33.47 ()	35.47 ()	37.47 ()	39.47 ()

※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】**

三重県、伊勢志摩観光コンベンション機構等の上位計画の入込目標を参考に入込数宿泊数の増加を当エリアにも適用し、宿泊施設の規模・特性を踏まえ当協議会内で検討した。

満足度、リピーター率については、平成 30 年からデータを調査を開始し、その結果をもとに目標値を設定した。

【設定にあたっての考え方】**●旅行消費額**

三重県のレクリエーション推計の宿泊客単価 27,819 円、日帰り客 6,103 円を当エリアの入込、宿泊数（推計）に乗じた数値。入込客は、積極的に地域の P R を実施していくことで年 1%、満足度を上げていく取組みを実施していくことで年 1%、P R と受入態勢充実の計年 2% の増加を目標値とし、入込増加による宿泊施設への波及効果、宿泊施設の満足度向上などの努力により、客室稼働率の年 0.5% 増加を元に消費額目標値に設定。

●延べ宿泊者数

当エリアの 64 社（収容人員の合計 3,464 人、693 部屋）のうちサンプル 14 社のデータを取得し推計。入込客年 2% の増加を目標値としており、入込増加による宿泊施設への波及効果、宿泊施設の満足度向上などの努力により、客室稼働 0.5% の増加を目標値に設定。

●外国人宿泊者数

当エリアにおいても、外国人の入込は好調に推移しており、29 年の海女小屋体験相差かまど入込客の 13.9%、1,874 名を占めており、28 年実績の 1,112 名から 68% 増加している。日本への外国人観光客数平成 27～29 年の増加率が約 20%、上位計画である三重県観光振興基本計画の外国人宿泊者目標は年 25% 増加となっており、当エリア内宿泊者実数、宿泊キャパを勘案し、年 20% 増加を目標とした。

●来訪者満足度

上位計画である三重県観光振興基本計画の満足度の上昇率が年 1% となっていることなどを参考にしつつ、当会でも満足度を高める事業を実施していくことから、平成 30 年に実施した来訪者調査データを元に年 1% の増加目標とした。

●リピーター率

平成 30 年に実施した来訪者調査データのうち、「また相差を訪れたいか」の回答は、ぜひ訪れたい、訪れてもよいの回答が 100%、たぶん訪れないなどの回答は 0 であったことから年 2% の増加目標を設定した。

(2) その他の目標

指標項目	単位	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)	32年 (度)	33年 (度)
●宿泊施設の客室稼働率	%	51.00 ()	51.25 ()	51.50 ()	51.75 ()	52.00 ()	52.25 ()
●ワンストップ窓口での体験予約数	件	2,371 ()	2,280 ()	2,614 ()	2,744 ()	2,882 ()	3,026 ()
●海女小屋体験者数	人	14,224 ()	13,513 ()	14,799 ()	15,095 ()	15,397 ()	15,704 ()
海女小屋外国人客数	人	975 ()	1,874 ()	1,404 ()	1,685 ()	2,022 ()	2,426 ()
●石神さんガイド受付数	人	131 ()	255 ()	524 ()	629 ()	755 ()	905 ()
神明神社来訪者数	人	196,158 ()	212,257 ()	202,095 ()	208,158 ()	214,403 ()	220,835 ()
海女小屋・海女の家売上	千円	86,397 ()	94,734 ()	94,035 ()	98,918 ()	104,063 ()	109,486 ()

※項目及び年次・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】

当エリアの基幹産業である宿泊施設の稼働率、観光客からの評価を計る入込数、経済効果を計る売上を目標数値に上げ、事業実施効果の測定値とすることとした。

【設定にあたっての考え方】

●宿泊施設の稼働率

当エリアの宿泊施設は民宿、旅館がほとんどで、客室定員5名の和室部屋が多い。定員稼働率の増加が見込めない時代であると認識しており、客室稼働率の増加を目標設定した。鳥羽市観光統計では、平成29年の宿泊者が対前年比7%減少している中、エリア内14社のサンプルでは稼働率が平均51%であるが、地域の魅力を上げる活動、PRにより年0.25%の増加を見込む。

●ワンストップ窓口での体験予約数

海女小屋体験者の予約者、28年から実施している石神さんガイド、海女結びの新規商品が軌道に乗っていないことなどから今後増加を見込んでおり、年5%の増加を目標数値に設定

●海女小屋体験者数

日本人、外国人ともに自社WEBサイトからの予約が好調に推移しており、日本人客の微増と外国人客の増加を見込み年2%の増加を目標数値に設定

●海女小屋外国人客数

外国人の29年の海女小屋体験相まかまど入込客は13.9%、1,874名を占めており、28年実績の1,112名から68%増加している。27年は463名から29年1,874名と大幅に増加しているものの2次交通などを勘案し、年20%増加を目標値に設定

●石神さんガイド受付数

基準値がガイド開始の初年度のため、今後PR活動を実施していくことから倍増していく目標値に設定

●神明神社来訪者数

平成25年伊勢神宮の式年遷宮時に年間入込が246,502人で過去最高数値であるが、29年の入込は212,257名で、26年以降20万人前後の入込となっている。当エリアのコア集客施

(別添) 様式 1

設であり、継続的にPRしていくことから、年2%の増加を目標数値に設定。

●海女小屋・海女の家売上

当エリアへの入込客増加や海女小屋体験者数増加を見込み、物販、喫茶部門の海女の家においても顧客ニーズへ対応した商品をそろえていくことにより、海女小屋・海女の家五左屋売上年5%増加を目標数値に設定

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入 ※28、29年は実績値

年度	総収入 (円)	内訳
28年度	86,397,923 (円)	【国からの補助】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 86,397,923 円 (海女小屋体験・海女の家 売上) 1,494,832 円 (ガイド売上・組合事務委託料等) (円)
29年度	94,734,912 (円)	【収益事業収入】 92,483,650 円 (海女小屋体験・海女の家 売上) 2,251,262 円 (ガイド売上・組合事務委託料等) (円)
30年度	94,035,000 (円) (95,910,618 円 農山漁村振興交付金事業 業含む)	【補助金】 1,875,618 円 農山漁村振興交付金事業 【収益事業収入】 90,405,000 円 (海女小屋体験・海女の家 売上) 3,630,000 円 (ガイド売上・組合事務委託料等)
31年度	110,918,250 (円) (118,939,250 円 農山漁村振興交付金事業 業含む)	【補助金】 8,021,000 円 農山漁村振興交付金事業 (H31.3 終了) 【収益事業収入】 94,925,250 円 (海女小屋体験・海女の家 売上) 12,000,000 (海女キッチン※新規) 3,993,000 円 (ガイド売上・組合事務委託料等)
32年度	116,663,813 (円)	【収益事業収入】 99,671,513 円 (海女小屋体験・海女の家 売上) 12,600,000 (海女キッチン) 4,392,300 円 (ガイド売上・組合事務委託料等) (円)

(2) 支出

年度	総支出	内訳
28 年度	85,634,109 (円)	(内訳) 【売上原価】 43,186,589 円 (海女小屋・海女の家 仕入) 【一般管理費】 42,447,520 円 プロモーション 4,226,125 円 人件費 22,106,760 円 営業経費 2,378,746 円 その他管理費 13,735,889 円 など
29 年度	90,632,888 (円)	【売上原価】 46,087,384 円 (海女小屋・海女の家 仕入) 【一般管理費】 44,545,504 円 プロモーション 5,600,528 円 人件費 23,624,070 円 営業経費 3,943,503 円 その他管理費 11,377,403 円 (円)
30 年度	92,025,700 (円) (93,901,318 円 農山漁村振興交付金事 業含む)	(内訳) 【補助事業】 1,875,618 円 農山漁村振興交付金事業 【売上原価】 52,325,700 円 (海女小屋・海女の家 仕入) 【一般管理費】 39,700,000 円 プロモーション 4,700,000 円 人件費 24,000,000 円 営業経費 2,900,000 円 その他管理費 8,100,000 円 など
31 年度	104,167,395 (円) (113,247,395 円 農山漁村振興交付金事 業含む)	(内訳) 【補助事業】 16,880,000 円 農山漁村振興交付金事業 (施設 整備含む) (H31.3 終了) 【売上原価】 58,567,395 円 (海女小屋・海女の家・海女キ ッチン 仕入) 【一般管理費】 45,600,000 円 プロモーション 4,800,000 円 人件費 29,200,000 円 営業経費 3,100,000 円 その他管理費 8,500,000 円 など
32 年度	109,033,716 (円)	(内訳) 【売上原価】 61,523,716 円 (海女小屋・海女の家・海女キ ッチン 仕入) 【一般管理費】 47,510,000 円 プロモーション 4,900,000 円 人件費 30,410,000 円 営業経費 3,300,000 円 その他管理費 8,900,000 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

当会では、平成 18 年から海女小屋体験、23 年から小売・喫茶業の海女の家五左屋を運営している。これまで、単年度収支が赤字に陥ったことはない。内部留保は潤沢とまではいえませんが年々増加している。

運営にあたっては、商工会議所の支援を受け、毎月町内施設の入込数データや運営事業の試算表を作成し、役員会で報告しており、変化に対応できるシステムを構築している。

平成 28 年からは有料ガイド、海女とふれあう新たな商品を造成販売を開始。引き続き地域への滞在時間の増加、満足度向上を図るため、地域の不足業種であった飲食店の整備を農泊事業を活用し整備しており、顧客ニーズに対応した商品開発・提供を行ない収益源の拡大をすすめていく。収益は、地域のPR費用、不足業種の補完費用に活用し、来訪者満足度を高める事業を実施し、新規顧客拡大を目指していく。

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

三重県鳥羽市は、(一社) 相違海女文化運営協議会を三重県鳥羽市における地域DMOとして登録したいので、(一社) 相違海女文化運営協議会とともに申請をいたします。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小崎 則彦
担当部署名(役職)	鳥羽商工会議所
所在地	三重県鳥羽市大明東町1番7号
電話番号(直通)	0599-25-2751
FAX番号	0599-26-4988
E-mail	kosaki@toba.or.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

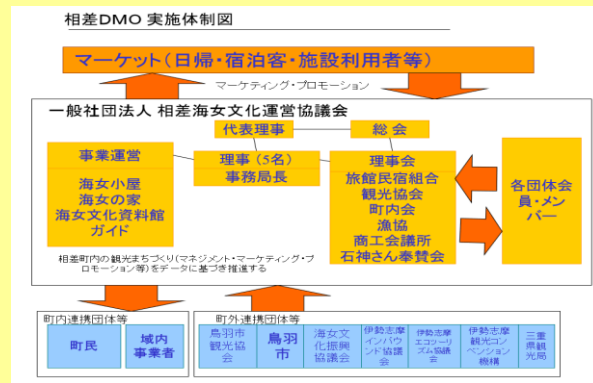
都道府県・市町村名	三重県鳥羽市
担当者氏名	高浪 七重
担当部署名(役職)	観光課 課長補佐
所在地	三重県鳥羽市鳥羽3丁目1番1号
電話番号(直通)	0599-25-1155
FAX番号	0599-25-1159
E-mail	nanae-t@city.toba.lg.jp

法人名：一般社団法人 相差海女文化運営協議会 (日本一現役海女が多いまちとして、色濃く残る海女文化を体感できるまち)
 登録区分名：地域DMO

【区域】三重県、鳥羽市、相差町
 【設立時期】2009年1月30日
 【代表者】野村 秀光
 【マーケティング責任者】松本 圭子
 【職員数】23名

【連携する主な事業者】
 鳥羽市観光課 農水商工課
 鳥羽市観光協会 伊勢志摩観光コンベンション機構
 三重県観光局

(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	12,688 ()	11,884 ()	12,869 ()	12,960 ()	13,053 ()
延べ宿泊者数	389,777 (1,274)	358,235 (1,345)	393,599 (1,835)	395,509 (2,201)	397,420 (3,170)
来訪者満足度	統計数値なし	92.24 ()	93.24 ()	94.24 ()	95.24 ()
リピーター率	統計数値なし	31.47 ()	33.47 ()	35.47 ()	37.47 ()

海女文化体験施設に関する取組

海女文化を体験する施設として、海女小屋体験「相差かまど」、「海女文化資料館」、土産&カフェ「海女の家」、有料ガイドを運営。

ターゲットを女性、外国人として新しい体験商品を作成・販売していく。

平成33年目標
 海女小屋体験者15,704人(外国人2,426人)
 神明神社石神さん来訪者数 220,835人
 海女小屋・海女の家売上 109,486千円

海女・海洋資源に関する取組

海女小屋体験施設では、現役海女15名を雇用している。また、海女の所得向上につなげていくため、あわびの稚貝放流のための寄付や海女が収穫したわかめ、ひじき、あらめなどの海藻を海女の家などで販売している。

引き続き、地元漁協と連携し、海女の後継者の育成や海女の所得向上につながるよう商品開発・販売を実施する。

相差で水揚げされ、安価で取引される漁獲物の付加価値向上を図り、海女・漁業者の所得向上を図る。



海女文化普及PRに関する取組

海女が大漁安全を祈る神明神社石神さんをはじめ、海女や地域に残る風習・文化に着目し商品化していくことで、海女文化の普及・PRしていく。

商品作成にあたっては、町内会等と連携し、町内のことをより多くの町民が知ることで郷土愛の醸成につなげる。

地域産業に関する取組

海女文化に関する商品を作成・販売していくことで相差町への入込客数を増加させ、旅行消費額、基幹産業である宿泊業の稼働率を上げる。

継続的なマーケティングにより、地域へのニーズを捉え、不足種類の補完等により、滞在時間、旅行消費額の増加を図る。

平成28年 平成33年目標
 旅行消費額 12,688百万 → 13,146百万
 宿泊施設 客室稼働率 51% → 52.25%