

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月7日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	鴨川観光プラットフォーム株式会社	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	千葉県鴨川市	
所在地	千葉県鴨川市横渚1459-5	
設立時期	2014年5月1日 合同会社鴨川市観光プラットフォーム 発足 2017年11月21日 鴨川観光プラットフォーム株式会社（組織変更）	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	16人【常勤11人（正職員8人・嘱託3人）、非常勤5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） 鈴木健史 （出身組織名） （一社）鴨川市観光協会理事	（一社）鴨川市観光協会理事（前会長）で、地域の様々なパイプ役となっており、精力的な取組を行っている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 田村美和子「専従」 （出身組織名） 鴨川観光プラットフォーム株式会社	メディア担当主任として、ホームページやSNSなどメディア関係担当主任として従事。情報の収集・分析も含めて、高い知見と能力、豊富な経験を持つ。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 刈込信道「専従」 （出身組織名） 鴨川観光プラットフォーム株式会社	鴨川市議会議員を経て、現在同社取締役事業統括として観光業の経験を活かし従事。市や各事業者とも強い信頼関係を持つ。
DMO運用推進プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 日渡和男「専従」 （出身組織名） 鴨川観光プラットフォーム株式会社	DMO推進責任者として、運用全般対応。国内旅行業務取扱管理者の資格を持つ。
旅行商品造成販売の責任者（専門人材）	（氏名） 近藤佳世「専従」 （出身組織名） 鴨川観光プラットフォーム株式会社	総合旅行業務取扱管理者の資格を持ち、旅行商品の造成・販売をはじめ、予約手配や受入業務に関して幅広い知見と能力を持つ。

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>千葉県鴨川市役所 商工観光課 : 事業戦略、データ収集、観光プロモーション 海外誘客、マーケティング、着地型旅行商品造成 イベントの効率的な運営、フィルムコミッション グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム 案内看板の整備、観光拠点 (Wi-Fi 等) 整備 駐車場整備 農林水産課 : 棚田の維持・保全、民泊の増強、港湾整備 農林漁業後継者養成 スポーツ振興課 : スポーツツーリズム、ロッテキャンプ支援 女子サッカー「オルカ鴨川」支援 企画政策課 : 地域公共交通整備、定住促進、空き家活用 都市建設課 : 街並み景観整備、道路整備、公園整備、無電柱化 下水道整備 生涯学習課 : 文化財保存整備・活用、伝統的工芸の保存 環境課 : 海岸清掃 管財契約課 : 市有設備の活用 市民生活課 : 姉妹都市の受入れ、国際交流推進 総務課 : シティプロモーション、ライブカメラの整備 水道課 : 上水道整備</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(一社)鴨川市観光協会 (事業戦略、プロモーション、レンタサイクル) 鴨川市商工会 (商環境改善、物産開発) 鴨川温泉旅館業協同組合 (宿泊施設環境改善) 鴨川ペンション組合 (宿泊施設環境改善) NPO法人大山千枚田保存会 (着地型旅行商品造成) 鴨川市農林業体験交流協会 (着地型旅行商品造成) (一社)ウェルネススポーツ鴨川 (着地型旅行商品造成) 安房農業協同組合 (着地型旅行商品造成) 交通事業者 (JR) (首都圏誘客、1次交通の充実) (タクシー、バス、レンタカー) (2次交通の充実) 医療機関 (着地型旅行商品造成) 金融機関 (事業戦略、資金融資 (調達)) 評議委員会 (市内 16 団体)</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>【該当する登録要件】② (概要) ワーキンググループとして観光地域づくり法人と、行政各部署及び観光関連、他 16 団体で評議委員会を構成し、合意形成を図る [参考] 登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域住民や市内事業者を対象とした、観光客 (インバウンドを含む) 受け入れに向けた勉強会を開催 ・ 市民向け観光・地域情報配信を目的とした機関誌の発行 ・ 市民ガイド組織の受付窓口として、観光地域づくり法人が対応

法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・旅マエ、旅ナカ各観光情報サイト運営 2022年実績：729,798PV（前年比130%） ・観光情報紙「カモ旅Plus」を年間3回発行 2022年度実績：発行部数 54,000部 ・ウェルカモキャンペーン：宿泊者向け鴨川シーワールド入館券配布キャンペーン事務局として運営 ・プロモーション用冊子（鴨川市総合パンフレット） 観光ポスター及び観光PR用ノベルティの作成及び配布 ・インターネットアンケート調査から配信希望が多い「釣り情報」。地元新聞社協力を得て定期配信システム構築。 ・委託事業でふるさと納税事務局運営 宿泊・観光優待券及び地場産品等幅広く返礼品準備
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・2021、2022、2023年観光庁補助事業 宿泊・観光施設の高付加価値化事業の地域代表団体として事業推進 2021年度 採択事業費：379,897,204円 決定補助額：200,090,000円 2022年度 採択事業費：1,262,539,997円 決定補助額：633,988,169円 2023年度 採択事業費：2,008,600,000円 地域採択時 決定補助額：1,042,389,665円 // ・観光施設・駐車場の維持管理 太海フラワー磯釣りセンター運営及び駐車場の維持管理
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・2021、2022年観光庁補助事業 ウォールアート事業推進：年間を通しての観光スポット造成に向け事業推進 ・各種モデルツアーの作成及び実証事業等推進 ・2019、2023年：インバウンド受入れに向け、国内在住の外国人向けツアーを企画・実施 	
【定量的な評価】		
観光情報サイトアクセス数	：2019年	79,740PV
	2020年	553,737PV
	2021年	562,392PV
	2022年	729,798PV
事業規模（事業収入）	：2019年	176,097,558円
	2020年	204,182,632円
	2021年	251,838,252円
	2022年	266,953,756円
委託事業（ふるさと納税事業）	：2019年	401,314,426円
	※ 台風 15号災害支援	40,896,844円含む
	2020年	370,253,850円
	2021年	441,531,300円
	2022年	446,640,666円

実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

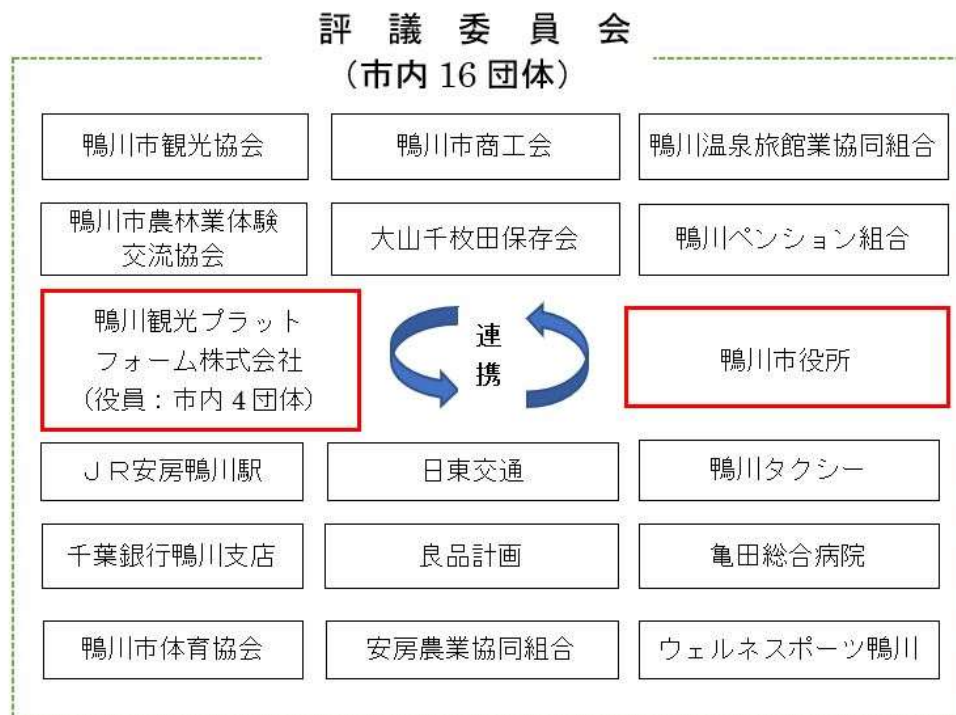
【実施体制の概要】

観光地域づくり法人として登録申請をする「鴨川観光プラットフォーム株式会社」は、（一社）鴨川市観光協会をはじめ、鴨川市商工会や各旅館組合などの関連団体に加え、体験・交流事業団体等、多様な関係者が参画するなど、民間事業者が密接に連携した運営を実施している。また、この観光地域づくり法人と行政担当部署及び各事業者がワーキンググループとして連携を取り活動し、評議委員会を含めて合意形成を図る。

この体制下、観光コンセプト・観光アクションプランを活用、実践するためのブランディングやプロモーション活動などの事業推進を図っており、効率的かつ効果的な事業を実施するため、ここでの活動により、参画団体間や意欲のある事業者等との意見交流や連携強化を促進する。

更には、登録申請法人などが着地型旅行商品を造成・実施する際や、国内外からの教育旅行等を受け入れの際には、農家民泊組合・交通事業者・農業事業者・加工品製造業者・体験事業者・市内医療機関などと、事業ごとの連携体制を取っている。

【実施体制図】



※旅館組合 3 団体が統合

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

平成 19 年度からの南房総地域観光圏整備推進協議会の取組から、南房総地域各市町のサテライトプラットフォームの整備推進という位置づけの中で、本市のプラットフォームとして、中間支援組織の整備拡充に努めてきた中で、平成 23 年度に、観光・商工関連団体、体験事業者、地元立地大学等と、鴨川市全体で観光地域づくりに取り組む「鴨川市観光プラットフォーム推進協議会」を組織した。

この協議会で事業を進める中で、宿泊や交通を伴う旅行業を取り扱う必要性が生じたことから、旅行業第 3 種地域限定資格を持つ合同会社を設立。その後、合議制による決定から実行の早期化の課題解消の為、組織の株式会社化を実施。又、首都圏やインバウンド等の受入れ対応の必要性から、旅行業第 2 種の登録を行う。

同社では、国内外の教育旅行や国の青少年海外交流事業の受入コーディネートなど、以下に挙げる有形無形、自然や歴史文化など本市の豊富な観光資源を活用し、地元精通しているからこそ対応できるプログラム等を提供し、顧客ニーズに合わせた、満足度の高いコーディネートを実施していることから、本市を観光地域として区域設定することが適切である。

また、取扱対象地域は、県内を中心とし関東エリア全般にわたるが、本市から外部への旅行ではなく、本市への旅行客受入れを主業務とした旅行会社として、日頃から市内幅広い事業者と取組を実施している旅行会社であること。又、第三セクターとして、観光関連情報が適時に取得できる環境にあることを鑑みても、区域設定は適切といえる。

【観光客の実態等】

鴨川市を訪れた観光入込客数は、2019年は約248万人、2020年は約176万人、2021年は199万人とコロナ禍の影響を大きく受けた。また、宿泊客数も2019年は69万人、2020年は49.0万人、2021年は49.7万人とやはりコロナ禍の影響を受けた。観光庁の全国旅割や地域独自のキャンペーン等積極的にPR・実施も、入込客数減少を補うには至っていない。この現状を分析し、観光入込客数の増強を課題と捉え対策を講じると共に、リピーターやステイヤーの増強にも取り組む。

具体的には、観光客を対象に実施しているインターネットアンケートの分析によって、本市への観光客の9割近くが南関東地域からの来訪者であることが確認されている為、プロモーションエリアを再考し高速道路PAでの地域独自のキャンペーン広告掲載等を実施。また、若年層を対象にしたSNS等を活用したプッシュ型のプロモーションにも着手し、毎月季節を先取りした最新情報を配信中。

【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】

(観光施設) 鴨川シーワールド、道の駅 鴨川オーシャンパーク、Kamogawa SEASIDE BASE
誕生寺、清澄寺、鴨川市総合交流ターミナル 里のMUJIみんなみの里
太海磯釣りセンター、ウォールアート

(自然) 鴨川大山千枚田(日本の棚田百選、千葉県指定名勝)

前原・横渚海岸(日本の渚100選)

東条海岸(白砂青松百選)

鴨川松島(新日本百景)

仁右衛門島(千葉県指定名勝、新日本百景)

清澄の大スギ(国指定天然記念物)

旭が森(日本の朝日百選)、四方木不動滝

バクチノキ群生地(県指定天然記念物)

鴨川の枕状溶岩(県指定天然記念物)

(文化) 日蓮ゆかりの寺社(誕生寺、清澄寺、鏡忍寺など)

波の伊八の彫刻

太巻き祭り寿司(千葉県郷土料理)

萬祝染め(千葉県指定伝統的工芸品)

(スポーツ) 日本サーフィン発祥の地(1965年、日本初のサーフィン大会開催)

千葉ロッテマリーンズ秋季キャンプ地(鴨川市総合運動施設)

オルカ鴨川FC(南房総初の女子サッカーチーム。なでしこリーグ1部)

(イベント) 花火大会(7~8月)、棚田の夜祭り・棚田のあかり(10~1月)

菜畑ロード(1~3月)

観光施設と連携した体験プランや、宿泊を組み合わせた宿泊プランの造成・販売を行うとともに、県内でも唯一の宿坊施設と寺社での体験を組み合わせたプラン造成・販売を促進する。

また、市内で出来る歴史・食文化の体験や、寺社や市内名所・景勝地などを巡るガイドツアーやウォールアートを巡るツアーの企画・販売を継続。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

(旅館・ホテル) 域内分布：主に海岸線沿いを中心に立地

施設数：38施設、収容人員：約5,400名

施設規模：15~800名/施設

(民宿・ペンション) 域内分布：主に海岸線沿いを中心に立地

施設数：34施設、収容人員：約680名

施設規模：7~48名/施設

(農家民宿) 域内分布：山間地(長狭地区)に立地

施設数：7施設、収容人員：70名

施設規模：6~18名/施設

【利便性：区域までの交通、域内交通】

(区域までの交通)

都心から約 80km。電車（JR 外房線・特急）、高速バス（アクシー号）で約 2 時間
 自動車の場合、館山自動車道「君津 I C」下車、または「鋸南保田 I C」下車で約 1 時間 30 分
 （域内交通）

公共交通機関：JR 外房線・内房線、路線バス、コミュニティバス
 レンタサイクル：2 拠点（鴨川駅前観光案内所、小湊駅前観光案内所）
 その他：レンタカー・観光タクシーの利用も可

【外国人観光客への対応】

鴨川市では、観光ガイドブックを、5 カ国語（日本語・英語・北京語・広東語・韓国語）で作成し、商談会や来訪時に配布し PR している。また、市内を徒歩あるいはサイクリングで巡っていただくための観光誘導サインを多言語（日本語・英語・中国語・韓国語）で整備を行っている。

さらに、市内宿泊・観光施設では、千葉県補助事業を活用し、施設で Wi-fi が利用できる環境整備に努めており、主だった施設では、Wi-fi が利用できる環境が整っている。

加えて、当法人もインバウンドの受け入れに携わっており、外務省が拠出金を支出して実施しているアジア地域等との交流事業「JENESYS プログラム」や「KAKEHASHI プログラム」の受け入れを通じて、ハラル対応食やピクトグラムを活用した対外国人向けの食事環境の整備、生活文化の違いとその対応策など、コーディネート組織としてのノウハウと実績を積み重ねている。

情報配信に関しては、カモ旅内の専用サイト「Visit Kamogawa」（英文及び繁体字）にて情報掲載。

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
旅行消費額	観光客による経済波及効果の把握・分析	千葉県観光入込調査報告書データ及び市の業務委託で弊社が集計する観光入込客数・宿泊客数を参照
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握し、経済効果を把握・分析	市の業務委託で弊社が集計する観光入込客数・宿泊客数を参照
来訪者満足度	観光客による評価の把握・分析 着地型旅行商品・プランの改善	インターネットを活用したアンケート調査を自主事業として実施
リピーター率	観光客による評価の把握・分析 着地型旅行商品・プランの改善	インターネットを活用したアンケート調査を自主事業として実施
WEBサイトのアクセス状況	地域に関して顧客のニーズや施策の効果を把握するため	Google アナリティクスを活用して実施
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	地域住民満足度・意識調査を自主事業として実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

鴨川市では、第1・2次産業の就労者高齢化が進んでおり、次世代への事業継続が課題となっている。又、人口減少を食い止め、特に生産年齢人口の流出を防ぐ事も継続した地域の課題となっている。

このような状況下で各産業の就労者数維持を図るには、第3次産業の強化と、地産地消を推進することが必要と考える。このような情勢のもと、観光地域づくり法人（DMO）は、地域資源を生かした観光地域づくりを図り、観光産業において新たな雇用を創出し、鴨川市第4次5か年計画（令和3年～）の将来都市像にもある、「活力あふれる健やか交流のまち鴨川」に繋げる。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 全国的に知名度のある「鴨川シーワールド」が立地している。 地域資源として活用できる素材が豊富に在る。 千葉県内初の鴨川農家民泊が国内外に人気を博している。 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 「鴨川シーワールド」への依存体質。 長期的視点で地域の観光を展望できる環境及び人材の不足。 地域資源ごとにターゲット層の傾向が異なる。 農家民泊、体験事業者等の高齢化
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 圏央道の延伸や東京湾アクアラインの社会実験による料金の据え置き及び鴨川市内流入時の有料道路無償化による交通アクセス向上と、ターゲットエリアの拡大。 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 交通アクセス向上による宿泊を伴う観光客の減少と、滞在時間及び観光消費額の減少。

(3) ターゲット

○国内ターゲット層（個人：リピーターやステイヤー） 南関東地域に住む小学生以下の子どもがいる家族連れ
○選定の理由 現在、本市への来訪者の9割近くが、この地域から来訪しており、市内最大の集客施設（鴨川シーワールド）の誘客対象者とも合致するため。
○取組方針 既に再来訪の割合は高いが、アンケート調査等から、更なる来訪頻度の向上につながる要因を分析し、その結果を踏まえ、コンテンツの増強と対象者への情報発信力の強化を図る。
○国内ターゲット層（団体） 千葉県内及び東京・神奈川に位置する学校の教育旅行
○選定の理由 千葉県内教育委員会等にも、農家民泊の有用性を説明し、既に利用された学校関係者からも貴重な経験として高い評価を頂いている。農家民泊を貴重な観光資源と捉え、今後も残せるよう、継続した活用を目指す。
○取組方針

教育としての観点から鴨川への来訪を推進し、家族やグループ旅行等の候補地として鴨川の良さを幅広くアピールし、将来のリピーターやステイヤーの予備群となることを意識し取り組む。
○海外ターゲット層 台湾・タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム等の東南アジアからの外国人旅行者
○選定の理由 現在、千葉県では東南アジア各国に対し、外国人誘客に努めていること。また、外務省事業「JENESYS プログラム」等で、東南アジアの学生などを受入れている実績を活かせるため。
○取組方針 千葉県と連携し、東南アジア各国からの誘客に努める。また、JENESYS プログラム等の積極的な受入れを継続し、今後の個人客受入れ対応に向けての課題を明確にし改善を図る。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト ※キャッチコピー	心と身体が満たされる癒しのリゾート鴨川 ※ 都会ときどき鴨川
②コンセプトの考え方	観光コンセプトの設定に当たっては、鴨川らしさを網羅すること、そしてこうあるべきという鴨川市の観光の将来像を明確に見据えることを前提に協議を進めた。 「リピート」「疲れを癒す」「リフレッシュ」「リセット」「住みやすい」「落ち着く」「風」「自然」など様々なキーワードが出され、これらのイメージを集約したものをコンセプトとしている。 なお、「リゾート」という言葉については「長期滞在」あるいは、何度も訪れる「リピート」「リピーター獲得」を目指す言葉として採用することとした。 又、このコンセプトを観光客の心に届けるため、キャッチコピーを設定。観光パンフレットやポスター及びスタッフシャツにも盛り込み、浸透を図っている。

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	観光地域づくり法人と鴨川市が中心となり、年間4回開催の評議委員会（地域の関連事業団体：16団体）にて、戦略の構築並びに共有等を図る。
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	専用サイト「観光産業インフォメーション」を設け、宿泊施設や飲食店をはじめとした観光関連事業者向けに情報を配信。また、インターネットアンケート調査等を通じて、満足度の評価をしていく。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	鴨川観光プラットフォーム株式会社に様々な情報が集まる仕組みづくりを進めるとともに、観光情報サイト「カモ旅」や「カモ旅Plus」及びSNS等を活用した効果的なプロモーションを展開していく。 合わせて、各イベントの専用ページを立上げ、継続的な情報配信とイベント自体の浸透を図る。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	17,200 ()	23,000 ()	25,000 ()	27,000 ()	29,000 ()	31,000 ()
	実績	22,200 ()	23,900 ()	31,093 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	400 (1.2)	500 (2.5)	550 (2.5)	650 (2.0)	680 (2.5)	700 (3.0)
	実績	490 (2.4)	497 (0.3)	718 (0.8)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90.0 ()	95.0 ()	95.0 ()	95.0 ()	95.0 ()	95.0 ()
	実績	96.2 ()	96.7 ()	97.5 ()			
●リピーター率 (%)	目標	85.0 ()	83.0 ()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()
	実績	80.5 ()	85.1 ()	80.5 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

鴨川市商工観光課と、過去の統計情報を分析。統計指標変化率を把握する為、市場動向が反映され、定量的判断の可能な項目を設定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

地域に、より大きな経済効果をもたらす取組として、「1人当たりの消費額」の増大を設定。

現在観光庁の補助事業を活用し「宿泊・観光施設の高付加価値化」を推進中。

●延べ宿泊者数

観光施設の充実及びその情報配信強化により、日帰り客への宿泊促進効果及びリピーター率の向上が図れると考え、各種事業を推進中。交通の利便性向上の影響は有るが、更なる宿泊率向上を目指して、関連団体と対応。

●来訪者満足度

来訪者を対象としたインターネットアンケートを実施。宿泊施設、観光施設、食事・飲食物販・お土産、情報収集、自然景観に対して、個別にこの満足度を調査。集計結果を分析し満足度の低い項目に関して、対策を検討し評議委員会にて報告の上、関連団体等と連携し改善対応。

●リピーター率

来訪者数全体の増加を目指す中で、首都圏からのアクセスを考慮し、リピーターとなる鴨川ファンの維持が重要と考え、安定したリピーター率の獲得を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●「カモ旅」 「カモ旅 Plus」 他のアクセス 数 (PV 数)	目標	100,000 ()	600,000 ()	700,000 ()	750,000 ()	800,000 ()	850,000 ()
	実績	553,737 ()	562,392 ()	729,798 ()			
●住民満足度 【%】	目標				85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()
	実績	92.3 ()	94.3 ()	89.1 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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

●「カモ旅」、「カモ旅 Plus」、「観光産業インフォメーション」の年間アクセス数 (PV 数)

【検討の経緯】

過去に実施のインターネットアンケート調査から、観光情報の収集に関して、満足度が振るわなかった事を受け、サイトの大幅な改修及びスタッフの増強を実施。掲載情報の充実を図ると共に SNS 等の配信も強化。

【設定にあたっての考え方】

旅マエ情報サイト「カモ旅」、旅ナカ情報サイト「カモ旅 Plus」及び観光関連事業者向け情報サイト観光産業インフォメーションを構築。

「カモ旅」には、宿泊施設予約機能を持たせ、合わせて長期的な観光情報を掲載。

「カモ旅 Plus」には、直近のイベントや飲食に関する情報、その他、目的別に情報を掲載。

「観光産業インフォメーション」には、コロナ対策他事業者向けの情報を掲載。

各サイトのアクセス数 (PV 数) を随時収集・分析の上、関心の高い検索ワードや話題等を盛り込んだ情報配信を実施。

●住民満足度

【検討の経緯】

観光客の受入れ増加を目指す際、地域住民の理解と協力が必要不可欠と考える。この為、観光受入れ施策として、住民への理解促進を目的とした情報配信を同時並行で実施。又、状況把握の為、定期的に満足度を調査し今後の対策に反映させる。

【設定にあたっての考え方】

観光客の増加に伴い、道路の混雑やゴミの増加等が発生し、市民生活から見たマイナス要素の増加は事前に推測できる。対策できる内容は随時対応の上、市民宛てに報告や説明を実施も、インフラ等に関しては、その改善に向けての根拠となる情報を数値化し、説明できる環境を整える事で住民のご理解に繋げ、受入れ観光の整備を促進させる。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2020（R2） 年度	204,182,632（円）	【市町村からの補助金】	46,719,000.-
		【公物管理受託】	1,978,800.-
		【収益事業】	155,484,832.-
		【特定財源】	0.-
2021（R3） 年度	251,838,252（円）	【国からの補助金】	20,000,000.-
		【市町村からの補助金】	53,658,400.-
		【公物管理受託】	1,981,200.-
		【収益事業】	176,198,652.-
		【特定財源】	0.-
2022（R4） 年度	266,953,756（円）	【国からの補助金】	4,923,000.-
		【市町村からの補助金】	49,971,893.-
		【公物管理受託】	2,058,000.-
		【収益事業】	210,000,863.-
		【特定財源】	0.-
2023（R5） 年度	229,300,000（円） ※イベント補助金取り 扱い方法変更に伴い 市補助金額大幅変更	【国からの補助金】	5,000,000.-
		【市町村からの補助金】	9,300,000.-
		【公物管理受託】	0.-
		【収益事業】	215,000,000.-
		【特定財源】	0.-
2024（R6） 年度	111,000,000（円） ※新規に特定財源として 観光振興基金を調整中	【市町村からの補助金】	8,000,000.-
		【公物管理受託】	2,000,000.-
		【収益事業】	100,000,000.-
		【特定財源】	1,000,000.-
2025（R7） 年度	116,000,000（円）	【市町村からの補助金】	5,000,000.-
		【公物管理受託】	0.-
		【収益事業】	110,000,000.-
		【特定財源】	1,000,000.-

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020 (R2) 年度	200,894,835 (円)	【一般管理費】 59,374,841.- 【情報発信・プロモーション】 17,869,620.- 【受入環境整備等の着地整備】 0.- 【コンテンツ開発】 0.- 【マーケティング】 170,420.- 【観光イベントの開催費】 0.- 【仕入原価】 123,479,954.-
2021 (R3) 年度	247,532,112 (円)	【一般管理費】 57,256,783.- 【情報発信・プロモーション】 33,306,382.- 【受入環境整備等の着地整備】 0.- 【コンテンツ開発】 20,000,000.- 【マーケティング】 163,914.- 【観光イベントの開催費】 0.- 【仕入原価】 136,805,033.-
2022 (R4) 年度	252,847,563 (円)	【一般管理費】 57,416,462.- 【情報発信・プロモーション】 38,577,598.- 【受入環境整備等の着地整備】 0.- 【コンテンツ開発】 9,968,500.- 【マーケティング】 169,622.- 【観光イベントの開催費】 0.- 【仕入原価】 146,715,381.-
2023 (R5) 年度	229,285,000 (円)	【一般管理費】 .- 【情報発信・プロモーション】 .- 【受入環境整備等の着地整備】 .- 【コンテンツ開発】 .- 【マーケティング】 .- 【観光イベントの開催費】 .- 【仕入原価】 .-
2024 (R6) 年度	110,500,000 (円)	【一般管理費】 .- 【情報発信・プロモーション】 .- 【受入環境整備等の着地整備】 .- 【コンテンツ開発】 .- 【マーケティング】 .- 【観光イベントの開催費】 .- 【仕入原価】 .-
2025 (R7) 年度	115,500,000 (円)	【一般管理費】 .- 【情報発信・プロモーション】 .- 【受入環境整備等の着地整備】 .- 【コンテンツ開発】 .- 【マーケティング】 .- 【観光イベントの開催費】 .- 【仕入原価】 .-

(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

第2種旅行業の資格を有した当該法人が予約手配した案件について、宿泊施設や体験施設などから、手数料を得て運営資金に充てていく。
 具体的には、地域の観光関連事業者と連携した着地型旅行商品の造成・販売、農家民泊や市内の体験プログラムを活用した教育旅行、研修旅行等の受入れなどを通じて、事業売上や手数料収入を得ていく。
 この他に、鴨川市のふるさと納税業務及び施設管理等の委託事業収入を、自律的・継続的な活動資金として確保する。
 又、「観光振興基金」(仮称)創設に向け、行政と調整中。今年度具体的方針決定の上、次年度より実施を予定。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

千葉県鴨川市は、鴨川観光プラットフォーム株式会社が、本市における地域DMOとして観光地域づくり法人登録の変更申請に際して提出する、日本版DMO形成・確立計画に賛同します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

※重複なし

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	日渡和男
担当部署名（役職）	鴨川観光プラットフォーム株式会社（DMO・企画部門長）
郵便番号	296-0001
所在地	千葉県鴨川市横渚1459-5
電話番号（直通）	04-7093-2461
FAX番号	04-7093-2462
E-mail	pf-office@kamotabi.co.jp

1 1. 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	千葉県鴨川市
担当者氏名	早瀬 努
担当部署名（役職）	鴨川市商工観光課（係長）
郵便番号	296-8601
所在地	千葉県鴨川市横渚 1 4 5 0 番地
電話番号（直通）	0 4 - 7 0 9 3 - 7 8 3 7
F A X 番号	0 4 - 7 0 9 3 - 7 8 5 6
E - m a i l	kanko@city.kamogawa.lg.jp

記入日： 令和5年7月7日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

千葉県鴨川市

【設立時期】 平成29年11月21日

【設立経緯】

④その他

【代表者】 鈴木健史

【マーケティング責任者(CMO)】 田村美和子

【財務責任者(CFO)】 刈込信道

【職員数】 16人(常勤11人(正職員8人・委託3人)、非常勤5人)

【主な収入】

収益事業 210百万円、 委託事業 2百万円(2022年度決算)

【総支出】

事業費 38百万円、一般管理費 57百万円(2022年度決算)

【連携する主な事業者】

- ・鴨川市観光協会
- ・鴨川市商工会
- ・鴨川温泉旅館業協同組合
- ・大山千枚田保存会
- ・JR安房鴨川駅
- ・千葉銀行鴨川支店
- ・亀田病院
- ・日東交通
- ・鴨川市役所

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	17,200 ()	23,000 ()	25,000 ()	27,000 ()	29,000 ()	31,000 ()
	実績	22,200 ()	23,900 ()	31,093 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	400 (1.2)	500 (2.5)	550 (2.5)	650 (2.0)	680 (2.5)	700 (3.0)
	実績	490 (2.4)	497 (0.3)	718 (0.8)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90.0 ()	95.0 ()	95.0 ()	95.0 ()	95.0 ()	95.0 ()
	実績	96.2 ()	96.7 ()	97.5 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	85.0 ()	83.0 ()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()	85.0 ()
	実績	80.5 ()	85.1 ()	80.5 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

国内ターゲット層(リピーターやステイヤー)
南関東地域に住む小学生以下の子どもがいる
家族連れ

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

既に再来訪の割合は高いが、アンケート調査等
から、更なる来訪頻度の向上につながる要因を
分析し、その結果を踏まえ、コンテンツの増強と
対象者への情報発信力の強化を図る。

【観光地域づくりのコンセプト】

心と身体が満たされる癒しのリゾート鴨川
※キャッチコピー：都会ときどき鴨川

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・着地型旅行商品の企画立案
商品開発、宣伝広告及び販売業務
国内外の宿泊体験プランの企画
- ・市内加盟宿泊施設(33施設)に関して
自社予約サイト運営
- ・インバウンドの受入れ
JENESYS及びSAARC等の受入れ
インバウンド教育旅行の受入れ

【受入環境整備】

観光施設「太海磯釣りセンター」及び
隣接する駐車場の運営

【情報発信・プロモーション】

- ・旅マエ、旅ナカ及び観光関連事業
者向けに、各情報配信サイトを運営
- ・ラッピングバス運行
- ・近隣市町村と協力し、各エリアの観
光情報を配信し、地域内滞在時間
の延長を推進

【その他】

・2021年から観光庁の高付加価値化
補助事業に公募・採択を受け、施設
の高付加価値化改修を推進中

