

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 7月 19日

## 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO <b>地域DMO</b>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 西尾市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	愛知県西尾市	
所在地	愛知県西尾市花ノ木町四丁目 64 番地	
設立時期	平成28年4月1日	
事業年度	令和4年4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	7人(うち正職員1人、出向3人、準職員1人、嘱託職員2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) ※必ず記入すること	(氏名) 鳥山 欽 示 (出身組織名) 株)はと屋	(一社)西尾市観光協会の代表理事・会長、西尾商工会議所 副会頭 創業文久元年(1861年)、愛知の特産、豆味噌・上たまり・白しょうゆの醸造元の社長であり、愛知県食品衛生協会西尾支部支部長でもある。食を活用して観光推進諸事業に尽力し、地域におけるパイプ、人脈をもっており、様々な取組で成果を挙げている。
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) ※必ず記入すること	(氏名) 乾 浩 泰「専従」 (出身組織名) 株)JTB	JTBにて団体営業に従事したのち支店長及び、JTB中部圏誘致協議会(中部8県の旅館・ホテル・観光施設など約1,200会員で中部への観光誘致を図る協議会)事務局長を経て令和元年から当協会常務理事として4年間従事。令和5年から専務理事に就く。着地型旅行商品の造成・観光プロモーションおよびマーケティングに高い能力を持つ。
財務責任者(CFO:チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 齋藤正則「専従」 (出身組織名) 西尾市観光協会	西尾市役所産業部次長(商工観光課長)にて観光行政に携わり、令和4年より西尾市観光協会常務理事(事務局長兼務)に就任。西尾市役所での観光課等の管理者の経験から財務に長け、西尾市内および他市町との連携や同意形成をリードする能力に長けている。
各部門(例:プロモーション)の責任者(専門人材)	(氏名) 和田 幹洋「専従」 (出身組織名) 株)JTB	JTBにて団体営業、海外商品造成に従事したのち4ヶ所で支店長を務め、令和5年から当協会常務理事に就任。国内外の観光事情に精通し着地型

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		旅行商品の造成・観光プロモーションに高い能力を持つ。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 和田 幹洋「専従」 （出身組織名） ㈱JTB	JTBにて団体営業、海外商品造成に従事したのち4ヶ所で支店長を務め、令和5年から当協会常務理事に就任。国内外の観光事情に精通し着地型旅行商品の造成・観光プロモーションに高い能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<b>西尾市 秘書政策課</b> （ふるさと納税応援寄附金事務局） <b>地域つながり課</b> （地域公共交通の利用促進） <b>佐久島振興課</b> （佐久島観光振興と誘客、渡船事業） <b>土木課・都市計画課</b> （案内看板の整備） <b>観光文化振興課</b> （ブランディング、マーケティング、海外プロモーション、国内プロモーション、着地型旅行商品造成、誘客） （歴史公園、岩瀬文庫、塩田体験館・吉良饗庭塩の里などの歴史文化施設の利用促進） <b>農水振興課</b> （地域ブランド認定「西尾の抹茶」「一色産うなぎ」の生産者との連携、新商品（物産）開発） <b>スポーツ振興課</b> （体育館、ホワイトウェイブなどスポーツ施設の利用促進） 他市町との広域観光 <b>GOGO三河湾協議会</b> （西尾市、蒲郡市、田原市、南知多町で三河湾の観光推進、宣伝、誘客）	
連携する事業者名及び役割	<b>（広域観光）</b> 三河観光GON（蒲郡、岡崎、西尾市の商工会議所と観光協会で観光宣伝、誘客） <b>（地域資源の活用：物産商品開発、着地型旅行商品造成）</b> 西尾茶協同組合、一色うなぎ漁業協同組合、三河一色えびせんべい組合、西三河農業協同組合、西三河・吉田・東幡豆・幡豆・衣崎漁業協同組合、広域連携内の醸造事業者 <b>（地域資源の磨き上げ：物産商品開発・宣伝と販売網の開拓）</b> 西尾商工会議所、西尾みなみ商工会、一色町商工会、西尾信用金庫 <b>（1次交通アクセス充実）</b> 名古屋鉄道 <b>（2次交通アクセス充実）</b> 名鉄観光海上船、名鉄東部交通、名鉄タクシー、一色タクシー <b>（MICE誘致等）</b> 西尾市文化協会、西尾市スポーツ協会、㈱西尾駅西開発 <b>（宿泊施設環境改善、着地型・宿泊商品開発、宣伝、販売）</b> 吉良温泉観光組合	
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	①一般社団法人西尾市観光協会のメンバーの代表者等で構成される「にしお観光まちづくり協議会」を設置。協議会のメンバーは、上記の連携する西尾市の各担当部署責任者および上記の連携する事業者や団体の代表者で構成。協議会は、施策分野別に委員会を設け事業内容を企画立案し、西尾市観光協会理事会で決定する。各委員会の委員長は観光協会の理事が就き、西尾市観光協会理事会がDMOの意思決定機関となる。 ②DMOを構築するには西尾市のバックアップ体制が必要となり、西尾市が策定する観光基本計画との連動するために西尾市観光文化振興課との調整会議を定期的に開催する。	

	<p>③一般社団法人愛知県観光協会、一般社団法人日本旅行業協会、公益財団法人日本観光振興協会、中央日本総合観光機構の会員である。</p> <p>④一社) 中央日本総合観光機構と連携しインバウンド誘客に当たる。</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>西尾市は、市民が西尾市の観光について学習する講座「おもてなし大学」を平成26年より開講し、一社) 西尾市観光協会と協力し実施している。また、一社) 西尾市観光協会は、複数年連続で受講した「おもてなし大学」卒業生を対象に、「おもてなし隊」を結成し指導・運営を行っている。※おもてなし大学は平成30年度4期生で閉校し、卒業生はおもてなし隊で活動をしている。</p> <p>おもてなし隊は、毎月1回定例の会議を開催し、平成27年度より1年に数回の日帰りツアーやイベントを企画し誘客することや、茶摘み体験での観光客へのご案内などを通して観光地域づくりに取り組んでいる。</p> <p>令和元年度から、インバウンド向けの着地型商品内のプログラムを英語で案内できるガイドを育成している。</p> <p>にしお観光ボランティアガイドの会の事務局を担っており、月1回の会議内で意見交換を実施している。また観光推進で連携している。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1" data-bbox="432 775 1409 1919"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 775 619 824">事業</th> <th data-bbox="624 775 1409 824">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 831 619 1563"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="624 831 1409 1563"> <p>&lt;海外向PR事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成28年から3年連続で台北の展示会に参加しプロモーションを実施</li> <li>・令和元年度・2年度にタイTITFに出展、令和4年度にタイFITに出展してプロモーションを実施</li> <li>・令和4年度に英語でリモートツアー風のPR動画を作成</li> </ul> <p>&lt;国内向けPR事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西尾かき氷・西尾パフェキャンペーンの展開</li> <li>・平成29年度にホームページをリニューアルし着地型ツアーの予約システムを導入するとともに全面改修を実施し単なる情報提供から情報発信に重点を置くホームページに発展。</li> <li>・平成30年度に食のInstagram nishio_pr を令和2年に観光のInstagram nishio_trip を立ち上げて写真と動画によるPRに注力</li> <li>・ツーリズムEXPOジャパンに参加</li> </ul> <p>&lt;国内外向け&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度から、PR動画を作成。YouTubeでも配信。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1570 619 1919"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="624 1570 1409 1919"> <p>&lt;おもてなし隊による受け入れ事業&gt;</p> <p>平成27年度から市民から成る西尾市観光協会「おもてなし隊」と連携した観光客のガイドや茶摘体験を実施</p> <p>&lt;インバウンド向け事業&gt;</p> <p>[令和元年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者周遊促進事業補助金で着地型商品に関する受入施設の案内を英語化</li> <li>・ホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化</li> <li>・英語ガイドの育成を実施</li> </ul> <p>[令和2年度]</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>&lt;海外向PR事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成28年から3年連続で台北の展示会に参加しプロモーションを実施</li> <li>・令和元年度・2年度にタイTITFに出展、令和4年度にタイFITに出展してプロモーションを実施</li> <li>・令和4年度に英語でリモートツアー風のPR動画を作成</li> </ul> <p>&lt;国内向けPR事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西尾かき氷・西尾パフェキャンペーンの展開</li> <li>・平成29年度にホームページをリニューアルし着地型ツアーの予約システムを導入するとともに全面改修を実施し単なる情報提供から情報発信に重点を置くホームページに発展。</li> <li>・平成30年度に食のInstagram nishio_pr を令和2年に観光のInstagram nishio_trip を立ち上げて写真と動画によるPRに注力</li> <li>・ツーリズムEXPOジャパンに参加</li> </ul> <p>&lt;国内外向け&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度から、PR動画を作成。YouTubeでも配信。</li> </ul>	<p>受入環境の整備</p>	<p>&lt;おもてなし隊による受け入れ事業&gt;</p> <p>平成27年度から市民から成る西尾市観光協会「おもてなし隊」と連携した観光客のガイドや茶摘体験を実施</p> <p>&lt;インバウンド向け事業&gt;</p> <p>[令和元年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者周遊促進事業補助金で着地型商品に関する受入施設の案内を英語化</li> <li>・ホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化</li> <li>・英語ガイドの育成を実施</li> </ul> <p>[令和2年度]</p>
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>&lt;海外向PR事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成28年から3年連続で台北の展示会に参加しプロモーションを実施</li> <li>・令和元年度・2年度にタイTITFに出展、令和4年度にタイFITに出展してプロモーションを実施</li> <li>・令和4年度に英語でリモートツアー風のPR動画を作成</li> </ul> <p>&lt;国内向けPR事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西尾かき氷・西尾パフェキャンペーンの展開</li> <li>・平成29年度にホームページをリニューアルし着地型ツアーの予約システムを導入するとともに全面改修を実施し単なる情報提供から情報発信に重点を置くホームページに発展。</li> <li>・平成30年度に食のInstagram nishio_pr を令和2年に観光のInstagram nishio_trip を立ち上げて写真と動画によるPRに注力</li> <li>・ツーリズムEXPOジャパンに参加</li> </ul> <p>&lt;国内外向け&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度から、PR動画を作成。YouTubeでも配信。</li> </ul>						
<p>受入環境の整備</p>	<p>&lt;おもてなし隊による受け入れ事業&gt;</p> <p>平成27年度から市民から成る西尾市観光協会「おもてなし隊」と連携した観光客のガイドや茶摘体験を実施</p> <p>&lt;インバウンド向け事業&gt;</p> <p>[令和元年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者周遊促進事業補助金で着地型商品に関する受入施設の案内を英語化</li> <li>・ホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化</li> <li>・英語ガイドの育成を実施</li> </ul> <p>[令和2年度]</p>						

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者周遊促進事業補助金でホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化および中国語（簡体字）化し掲載また、中国語（簡体字）のガイドブックを作成</li> <li>・英語ガイドの育成を実施</li> </ul> <p>[令和3年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者周遊促進事業補助金でホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化し掲載。また独自事業で中国語化を進める。英語ガイドの育成を実施</li> <li>・英語ガイドの育成を実施</li> </ul> <p>[令和4年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・英語ガイドの育成を実施</li> </ul>
	観光資源の磨き上げ	<p>平成29年度 観光庁魅力創造事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「西尾かき氷」の開発、西尾グルメマップの作成、満足度等のアンケート調査、モニターツアーの実施</li> </ul> <p>平成29年度 日本特産農産物協会補助金事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抹茶かりんとう・抹茶肉まんを開発</li> <li>・一番茶茶摘み体験事業開始</li> </ul> <p>平成30年度 外国人旅行者周遊促進事業補助金事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抹茶関連プログラム及び宿泊プランの造成、抹茶チョコレートえびせんべいを開発</li> </ul> <p>平成30年度 日本特産農産物協会補助金事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・甘藷入り抹茶えびせんべいを開発</li> </ul> <p>令和元年度 グローバルキャンペーン事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向け着地型商品開発、名物品（西尾ホセ）10品を開発、英語ガイド人材育成を実施。</li> </ul> <p>令和2年度 外国人旅行者周遊促進事業補助金およびDMO形成促進事業補助金事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向け着地型商品を6プログラム創造し併せて英語ガイド育成を実施</li> <li>・令和元年度に開発した西尾ホセを20事業者25品に拡大</li> </ul> <p>令和3年度 外国人旅行者周遊促進事業補助金およびDMO形成促進事業補助金事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向け着地型商品を3プログラム創造し併せて英語ガイド育成を実施</li> </ul> <p>令和3年度 地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「西尾しましまロマンチック海道の実現に向けて」事業を実施</li> </ul> <p>令和3年度厚生労働省「働き方改革推進支援助成金」事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地産品（梨・イチジク）を活用したニシオパワーチャージゼリーを開発しにしおマラソンで配布。</li> <li>・西尾市・吉良温泉観光組合・スギ薬局と連携し西尾市吉良温泉健康プログラムを企画開発</li> </ul> <p>令和3年度新たなコンテンツを利用した商品造成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人気が高まるアウトドアコンテンツとして「海山の冒険プログラム」を企画開発</li> </ul> <p>令和4年度 外国人旅行者周遊促進事業補助金事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向け着地型商品を2プログラム創造し併せて英語ガイド育成を実施</li> </ul>

## 【定量的な評価】着地型旅行販売人数 等

	令和1年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)	令和3年度 (2021年度)	令和4年度 (2022年度)
一番茶茶摘み体験	1,079	0	381	715
佐久島クルーズ	496	114	179	319
G O G O三河クルーズ	140	169	245	161
たけのこ掘り	12			
星空ナイトツアー	157	25		
おもてなし隊ツアー	113			61
街歩き謎解き	147	114	120	58
3大特典付き宿泊プラン				
竜の子街道宿泊プラン	125			
ねこと佐久島ツアー	228			
ねこと佐久島ツアー 市兵衛	13			
佐久島農業体験ツアー	0			
アミューズメントシティ体験	30			
西尾歴史検定ミステリーツアー	76			
西尾南部ベイエリアツアー	156			
インバウンド商品販売人数				7
L O V E あいちキャンペーン		294	355	
<b>着地型旅行販売人数 合計</b>	<b>2,772</b>	<b>716</b>	<b>1,280</b>	<b>1,321</b>
かき氷 (スタッフ ライ-応募数)	164	416	297	606
パフェ (スタッフ ライ-応募数)		330	483	413
名鉄キャンペーン (春)	689	中止	529	916
名鉄キャンペーン (秋)	600	897	942	654
案内所 市内・来場者数	2,762	2,346	1,145	1,693
案内所 市外・来場者数	8,283	5,303	2,763	4,394
案内所 外国人来場者数	219	235	43	28
レンタサイクル貸出数	1,010	842	709	926
無の里呈茶	9,121	8,030	4,932	5,180
nishio_pr (フォロワー数)	5,372	8,039	10,761	11,304
nishio_trip (フォロワー数)	—	1,598	2,362	2,516

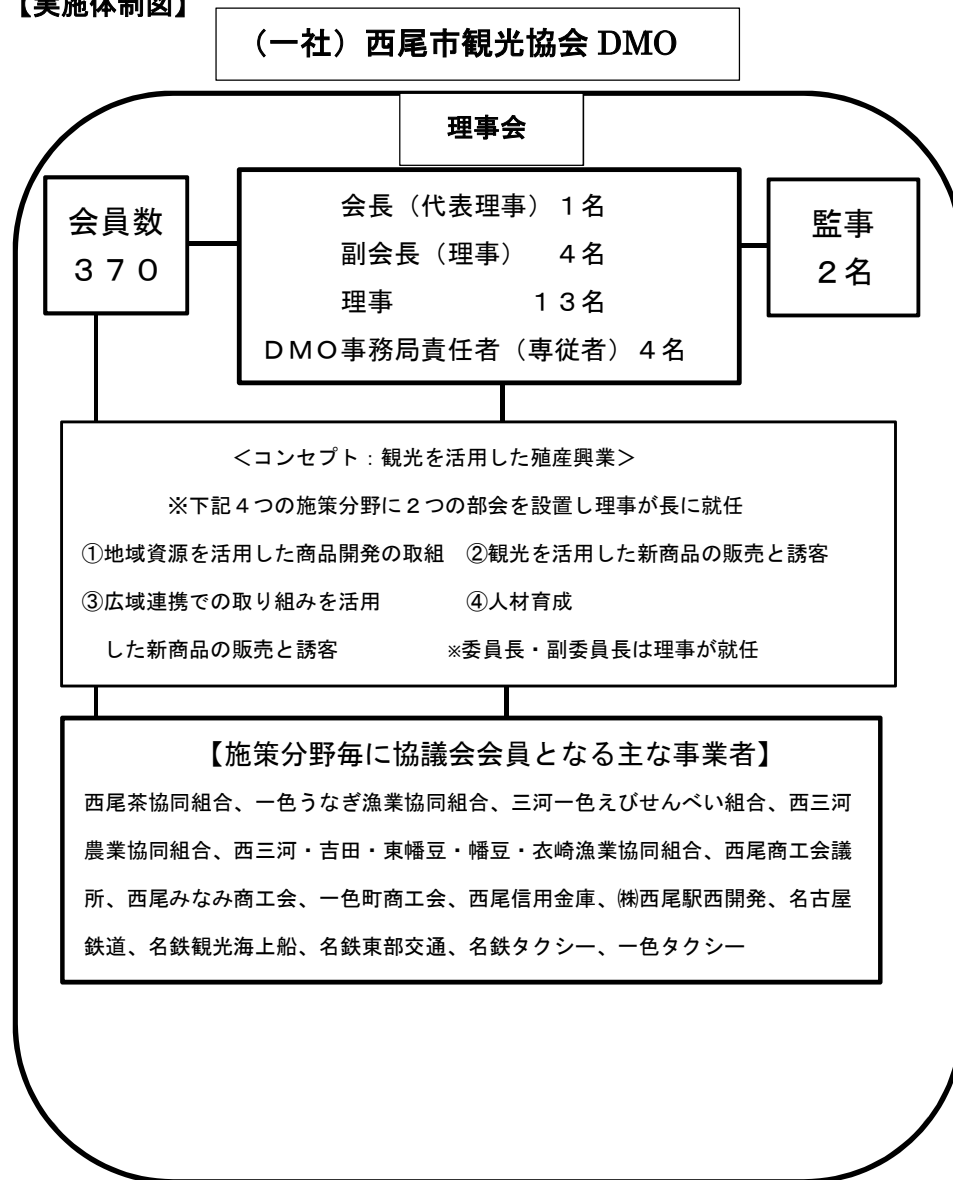
**実施体制**

※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】**

- 一般社団法人西尾市観光協会の下記体制図のメンバー等の代表者で構成する「にしお観光まちづくり協議会」を設置する。協議会は下記①～④の施策分野で委員会を設け理事が分野の長に就く。委員会は、事業内容を企画立案し西尾市観光協会理事会で決定する。
- 決定事項に沿ってDMO事務局の各責任者の指示で関係者が実施する。

**【実施体制図】**





## 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】

西尾市は、平成23年度に西尾市・幡豆郡三町（一色町・吉良町・幡豆町）が合併し、新西尾市としてスタートした。これにより、西尾市は日本有数の観光資源を複数持つことになった。農産物（抹茶・花卉類等）や三河湾のアサリや鰻をはじめとする海産物などの「食」、三河湾国定公園の自然景観や海水浴・潮干狩り・マリンレジャーなどの「自然」、国指定重要無形民俗文化財「鳥羽の火祭り」や国宝「金蓮寺弥陀堂」などの「文化」、さらに吉良温泉や佐久島の宿泊施設が区域の資源である。

## 【観光客の実態等】

観光客入込数は平成29年度、411,232人、平成30年度3,611,292人、令和元年度3,612,360人、令和2年度2,787,608人、令和3年度2,808,336人、令和4年度3,643,450人である。  
 宿泊客数は、平成29年度222,619人、平成30年度201,739人、令和元年度230,144人、令和2年度111,490人、令和3年度121,678人、令和4年度176,810人である。令和元年までは日本人客の減少を中国人団体客が補っていたが（令和元年度に新規オープンしたアクセスイン西尾のお客様の大半が中国人団体で、このホテルが貢献している）が、令和2年度以降はコロナ禍による減少が著しい。令和4年度は回復傾向となった。

## 【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】

## 1、西尾市観光基本計画より

地区名	みる	買う	食べる	体験する
西尾	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・岩瀬文庫・市資料館</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市歴史公園(鎗石門・旧近衛邸・本丸丑寅櫓)</li> <li>・久麻久神社本殿(国重文)</li> <li>・伊文神社・実相寺</li> <li>・長圓寺・養寿寺</li> <li>・紅樹院</li> </ul> <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・西尾いきものふれあいの里・平原ゲンジボタルの里・平原の滝・203展望台・稲荷山茶園公園・八ツ面山展望台・憩の農園・バラ園</li> </ul> <p>【見学】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抹茶工場・みそパーク</li> </ul>	<p>【工芸品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・きらら鈴</li> <li>・吉良の赤馬(玩具)</li> <li>・三河一刀彫</li> </ul> <p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抹茶・いちご</li> <li>・みそ・たまり</li> <li>・みりん</li> <li>・バラ・コチョウラン</li> <li>・みかわ牛</li> <li>・酪農(ジェラート・チーズ・ソフトクリーム)</li> </ul> <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・道の駅にしお岡ノ山</li> <li>・憩の農園</li> <li>・お茶屋さん</li> </ul>	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抹茶</li> <li>・抹茶スイーツ</li> <li>・碾茶めし</li> </ul> <p>【茶処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・伝想庵(市文化会館)</li> <li>・旧近衛邸(市歴史公園)</li> <li>・無の里</li> </ul>	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・抹茶の石臼挽き体験</li> <li>・ガラス工芸・陶芸</li> <li>・味噌玉作り・いちご狩り</li> </ul> <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(春)・矢田のおかげん</li> <li>・西尾みどり川桜まつり</li> <li>・実相寺の花まつり</li> <li>(夏)・西尾祇園祭</li> <li>・ホタル祭り</li> <li>・貝吹のかぎ万燈</li> <li>・米津の川まつり</li> <li>(秋)・御櫃割・天狗祭</li> <li>・棉祖祭・おまん和祭</li> <li>・棒の手・「西尾の抹茶」の日</li> <li>(冬)・てんてこ祭</li> <li>(通年)・四九朝市</li> </ul>
一色	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一色学びの館</li> <li>・佐久島アート散策</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・諏訪神社・八剣神社</li> </ul> <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・佐久島</li> <li>・大浦海水浴場</li> </ul> <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・佐久島</li> </ul>	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・うなぎ・アサリ・海苔・カーネーション・三河一色えびせんべい・鮮魚・車海老・三河帯芯・三河おいんく豚・トマト</li> </ul> <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一色さかな広場</li> <li>・三河一色さかな村</li> </ul>	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・うなぎ</li> <li>・佐久島大あさり丼</li> </ul>	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・潮干狩り</li> <li>・海釣り(佐久島)</li> </ul> <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(春)・三河一色みなとまつり</li> <li>(夏)・三河一色大提灯まつり</li> <li>(秋)・佐久島太鼓フェスティバル</li> </ul>
吉良	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・塩田体験館 吉良饗庭塩の里・尾崎士郎記念館</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国宝 金蓮寺弥陀堂</li> <li>・幡豆神社本殿(国重文)</li> <li>・専長寺：阿弥陀如来坐像(国重文)・旧糟谷邸</li> </ul> <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・吉良ワイキキビーチ</li> </ul> <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・吉良温泉</li> </ul>	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・干物</li> <li>・抹茶</li> <li>・トマト</li> </ul> <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産直つのひら</li> </ul>	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アサリ</li> </ul>	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・潮干狩り・饗庭塩の里(塩づくり)・畳作り</li> <li>・シーカヤック</li> </ul> <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(夏)・吉良花火大会</li> <li>・ハワイアンフェスティバル</li> <li>(秋)・きらまつり</li> </ul>
幡豆	<p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三ヶ根山</li> <li>・愛知こどもの国</li> <li>・寺部海水浴場</li> <li>・見影山穴弘法</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三ヶ根観音</li> <li>・妙善寺(ハズ観音)</li> </ul> <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三ヶ根山</li> <li>・三河湾沿岸</li> </ul>	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アサリ</li> <li>・清酒</li> <li>・味噌</li> </ul>	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アサリ</li> </ul>	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・潮干狩り・陶芸教室</li> <li>・マリンスポーツ</li> </ul> <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(夏)・三ヶ根あじさいフェスティバル</li> <li>・はずストーンカップ</li> <li>(秋)・三ヶ根秋色フェスティバル</li> <li>(冬)・かぼちゃサミット・鳥羽の火祭(国無形民俗文化財)</li> </ul>



2、愛知県市町村別地域産業資源一覧より

鉱工業品又は鉱工業品の生産にかかわる技術	農林水産物	観光資源
愛知のしょうゆ、愛知の清酒、愛知の豆みそ（赤みそ）、愛知のみりん、三河一色えびせんべい、きしめん、西尾茶（製茶）、三州瓦、三河の反物、和紡績糸、三河の綿スフ織物、三河木綿、名古屋仏壇、三河仏壇、鋳物、三河花火、三州瓦のシャモット、三河のロープ・網、愛知の漬物	西尾の抹茶、パラ、洋ラン、三河材、あいち牛、カーネーション、あさり、のり、ニギス、いちご、いちじく、きゅうり、クルマエビ、ガザミ（ワタリガニ）、一色産うなぎ、なし、菊、観葉植物、きぬあかり、牛乳、小麦、米、さといも、大豆、卵、なす、にんじん、ねぎ、豚、ほうれんそう	三河万歳、西尾城跡、佐久島、三河一色大提灯まつり、吉良温泉、吉良ワイキビーチ、華蔵寺、国宝金蓮寺弥陀堂、旧糟谷邸、三ヶ根山、鳥羽の火祭り、ハワイアンフェスティバル in 吉良、稲荷山茶園公園、西尾祇園祭、岩瀬文庫、とんぼろ干潟、愛知こどもの国、米津の川まつり。はずストーンカップチャレンジレース、歴史公園、東条城跡、てんてこ祭、棉粗祭、紅樹院、一色さかな広場

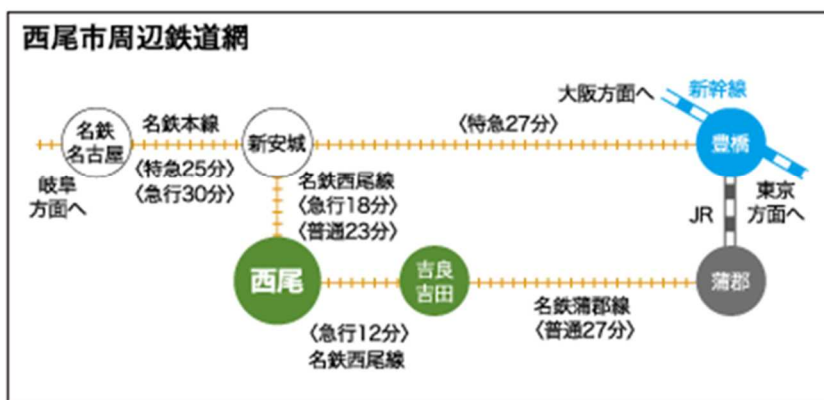
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	吉良		幡豆		佐久島・一色		西尾駅周辺	
	施設数 (軒)	収容人数 (人)	施設数 (軒)	収容人数 (人)	施設数 (軒)	収容人数 (人)	施設数 (軒)	収容人数 (人)
ホテル・旅館	11	1,345	6	499	8	175	4	276

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○鉄道利用

- ・ 名鉄名古屋駅より吉良吉田行き急行で約48分
- ・ 名鉄蒲郡駅より名古屋西尾方面行き約40分



○車利用

(関東から)

東京インター = (東名高速・新東名高速) = 音羽蒲郡インター = (40分) = 西尾駅

(関西から)

豊中インター = (名神高速・新名神高速・東名阪道・伊勢湾岸道) = 豊明インター = 国道23号線・30分 = 西尾駅

(中部国際空港から)

中部国際空港 = (セントレアライン・知多半島道路) = 半田インター = 衣浦トンネル = 35分 = 西尾駅

## ○市内交通

- (路線バス) 名鉄東部交通／西尾～岡崎線、一色線
- (ふれんどバス) 名鉄バス東部／碧南駅～吉良高校
- (六万石くるりんバス) コミュニティバス／市内巡回
- (いっちゃんバス) コミュニティバス／一色地区巡回

※令和２年度に市内一律２００円に料金改定し路線を見直し（増設）

## 【外国人観光客への対応】

## ○台湾の観光展示会でのプロモーション

- ・平成２８年から３年連続で台北の展示会に参加してプロモーションを実施

## ○タイ旅行博出展

- ・令和元年度から２年連続でタイ TITF に出展、令和４年度にタイ FIT に出展。（タイ人に対し西尾の抹茶と観光を P R）

## ○外国語パンフレット・DVD の作成

- ・ミラノ万博（２０１５年）に西尾市が出展の際、英語・中国語（繁体字、簡体字）・韓国語・イタリア語の案内と英語・中国語プロモーションDVD を作成
- ・平成３０年度、タイ語案内の作成、英語パンフレット加筆・改訂版を作成
- ・令和２年度に中国語（簡体字）パンフレットを作成

## ○観光ホームページの多言語化

- ・平成２８年、上記のパンフレット・DVD 作成の内容を英語・中国語（繁体字、簡体字）・韓国語・イタリア語で作成
- ・令和元年度、外国人旅行者周遊促進事業補助金を活用し、英語によるホームページの情報環境の改善と更新をし、西尾の抹茶の提供と体験ができる施設の案内の英語ページについても作成
- ・令和２年度および３年度、ホームページの英語化の促進および中国語化（簡体字）

## ○着地型商品の開発と販売

- 令和元年度、観光庁グローバルキャンペーン事業で４種類の着地型商品を開発いただき商品化されアトラクティブジャパン・トリップアドバイザー・ビアターのサイトで販売開始
- 令和２年度、６種類の着地型プログラムを開発
- 令和３年度、３種類の着地型プログラムを開発しツーリズムデザイナーズで販売を開始
- 令和４年度は、独自に２種類のプログラムを追加開発し販売を開始

## ○人材育成

- 令和元年度、着地型商品を英語で案内できる人材育成をグローバルキャンペーン事業で実施
- 令和２年度、前年度に引き続き英語ガイド育成を実施
- 令和３年度、前年度に引き続き英語ガイド育成を実施
- 令和４年度、前年度に引き続き英語ガイド育成を実施

## ○無料公衆無線 LAN の整備

- ・NISHIO Free Wi-Fi を５か所に設置 ①西尾駅：西尾観光案内所②抹茶ラボ西尾伝想茶屋店  
③④歴史公園（旧近衛邸・資料館）⑤佐久島渡船乗場

### 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	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料 経済波及効果の分析	市内5カ所にQRコードを設置しスマホで方得て頂く対面式で実施
延べ宿泊者数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	西尾市観光文化振興課が毎年実施
来訪者満足度	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	市内5カ所にQRコードを設置しスマホで方得て頂く対面式で実施
リピーター率	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	市内5カ所にQRコードを設置しスマホで方得て頂く対面式で実施
WEBサイトのアクセス状況	HPの各コンテンツに対する顧客の関心度についての把握	一般社団法人西尾市観光協会のHPのアクセス状況を分析
着地型旅行商品販売人数	マーケティング、商品造成の基礎資料	協会の着地観光商品の人数を商品ごとでカウントして実施予定
年間入込客数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	西尾市観光文化振興課が観光施設へのアンケート調査のデータを活用
年間外国人延べ宿泊者数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	西尾市観光文化振興課が観光施設へのアンケート調査のデータを活用

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

西尾市では人口減少が進んでおり（平成30年度162,809人、令和元年度162,071人、令和4年3月160,829人）、高齢化率がアップしている。就業者数の最も多い農林水産業においても高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。商業についても商店数・従業員数・年間販売額が減少しこの傾向は歯止めがかからない現状である。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることとしている。

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ① 多様な観光資源 ・ 地域ブランド認定「西尾の抹茶」「一色産うなぎ」「三河一色えびせんべい」が地域資源にある。 ・ 国宝、国指定重要文化財など文化的歴史的な施設・祭・仏像がある。 ・ 酒・味噌・みりんなどの醸造業の日本食文化がいきづく。 ・ 三河湾国定公園の自然景観と吉良温泉を中心とした宿泊施設がある。 ② 市民が観光客をもてなす「おもてなし隊」の組織化と活動の実施、観光事業	<b>弱み (Weaknesses)</b> ① 交通アクセスの脆弱さ ・ JRの駅がない ・ 市内の薄い2次交通網 ② インバウンド観光客への多言語対応の不足 ・ 散策パンフ、案内看板、飲食店の外国語メニュー整備、外国語対応できる観光案内人不足等

	<p>者やボランティアガイドとの連携により高付加価値な観光商品造成が可能になった。</p> <p>③ 英語で案内できるガイド 一般社団法人化、旅行業2種取得により収益事業としての旅行業が可能になり広域観光の中心的な役割を（GOGO 三河湾協議会、三河観光 GON 等）担う</p>	
外部環境	<p>機会（Opportunity）</p> <p>① 観光客のニーズの多様化 ・着地型観光、コト消費の需要拡大 ・抹茶スイーツ人気</p> <p>② インバウンド客の増加</p> <p>③ 和食がユネスコ無形文化遺産に登録</p> <p>④ 国道23号線バイパスの4車線化延伸ジブリパークの開園</p>	<p>脅威（Threat）</p> <p>①名鉄西尾蒲郡線廃線問題</p> <p>②漁場環境の悪化等による漁獲量減少（うなぎ・アサリ・あかしゃえび等）</p> <p>② 国内宿泊客、海水浴客の減少</p> <p>④新型コロナウイルス感染症の蔓延</p>

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

### （3）ターゲット

<p>○第1ターゲット層 国内観光客：愛知県内及び隣接県からの40歳～60歳代観光客</p>
<p>○選定の理由、 過去から現在にかけてのアンケート調査で来訪する観光客の約80%が愛知県からの来訪者であることから、愛知県及び近隣県の観光客がマスであり、このお客様を固めることが重要である。 令和5年6月のアンケート（サンプル数324件）40歳代が全体の14%、50歳代が26%、60歳代24%で合計64%を占めている。</p> <p>○取組方針と内容 ・40歳代は子育て世代で子供が未就学児～小学生の子供が多い事を考え、ファミリー層を狙えるコンテンツである謎解きのリニューアルとイベントの実施（秋の佐久島クルーズ&amp;謎解き、秋冬の西尾城下に家康の秘宝を探せイベント）これらは、ファミリー層の会員が多いJAFやじゃらん・アソビューを活用して集客を図る。 ・50歳代～60歳代は知的好奇心が旺盛になることから、名鉄とコラボした西尾の抹茶スイーツ&amp;ランチきっぷにボランティアガイドの小京都にしお案内を掲載し魅力付を実施する。 「おもてなし隊」のツアーを歴史と文化に焦点を絞って実施する。西尾市とコラボした吉良氏800年祭に絡むツアーの造成と実施 西尾市文化協会と協力し、徳川家康公ゆかりの地西尾の歴史散策マップの作成・配布 ・観光客が自動車モデルコースを回り回遊性と利便性を向上させるためにアイシンナビのシステムを導入しHPで告知する。 また、立ち寄る観光地・飲食施設・買い物施設に観光宣伝物を設置する。 JAFとコラボした告知宣伝とイベントを充実する。</p>

<p>○第2ターゲット層 国内観光客：愛知県内及び隣接県からの20歳代～30歳代の女性観光客</p>
<p>○選定の理由 令和5年6月のアンケート（サンプル数324件）から、西尾市来訪者中女性は全体の68%、20代女性が17%、30代女性が9%で、第1ターゲットを除けば一番のボリュームゾーンであった（参考：40歳代女性9%、50歳代女性19%）。佐久島・トンボロ干潟・三河ガラス工芸美術館などのSNS映えするスポットが若い女性に人気となっており、更に訪問を伸ばせる可能性がある。</p> <p>○取組方針と内容 西尾市で最も知名度が高い地産品は西尾の抹茶である。抹茶はスイーツとして加工され女性に人気が高いので、これを活用した商品や着地型観光および若い世代に関心が高い「映える」をキーに誘客を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・春：「一番茶摘みと抹茶工場見学（スイーツ付き）」体験プランの告知宣伝・集客 映える写真が撮れる茶摘娘の衣装を着た記念撮影のPR（若い世代の多くが活用するInstagramを活用）</li> <li>・夏：若い世代の女性に人気の「西尾かき氷」の参加店を増やし、賞品付きスタンプラリーで回遊性を増やしInstagramでPR</li> <li>・秋冬：若い世代の女性に人気の「西尾パフェやスイーツ」の参加店を増やし、賞品付きスタンプラリーで回遊性を増やしInstagramでPR ※本年度は「西尾ほっとスイーツ」の名で展開し成人式の景品で商品券を配布</li> <li>・春と秋冬：名鉄とコラボした西尾の抹茶スイーツ&amp;ランチきっぷを強力に推進</li> <li>・秋：若い世代に映えるアートが人気の佐久島を活用した佐久島クルーズの告知宣伝・集客</li> </ul> <p>また、年間を通じて、弊協会のInstagram・LINEの投稿数を増やし、タイムリーに魅力を伝えていく。</p>
<p>○第3ターゲット層 訪日外国人（インバウンド） 団体は中国本土・FIT：英語圏の国々（欧米豪・アジア：タイ・香港・シンガポール）</p>
<p>○選定の理由 これまでに造成した英語ガイドが案内する着地型ツアー（11種類）に、令和4年度に3か国7名が参加し、令和5年度に入って1か国2名に参加頂いた。インバウンドの復調傾向の今、PRと販売を強化していきたい。</p> <p>【ターゲット】</p> <p><b>団体：中国本土</b> 理由：平成30年度の宿泊施設外国人利用者数は16,325人、令和元年度は41,440人で大きく伸びており（新規オープンアクセスイン西尾が貢献）減少する日本人観光客をカバーしている。しかしながら、外国人の90%は、ゴールデンルートで観光する中国本土の団体客であることから中国本土のゴールデンルートを辿る団体客をターゲットとする。 これらのお客様は、宿泊するだけで大半は観光していない。これらのお客様が、西尾市内を回遊すれば大きな消費が生まれることは間違いない。</p> <p><b>FIT：英語圏の国々（欧米豪・アジア：タイ・香港・シンガポール）</b> 理由：西尾市がターゲットに決めたタイを第一ターゲットに設定する。 ※年々大きく増加するタイ人訪日客は、FIT割合が高くリピーター率が高い</p>



上に、人口に占める訪日旅行者割合はわずかで、今後の大きな増大が見込まれる。

さらにタイは、抹茶の人気が高い。これらの理由で、西尾市はタイへの誘客の取組に重点を置く。

また、FIT が一般化している英語圏の国々をターゲットとする。

そのために、英語ガイドを育成している。

#### ○取組方針と内容

##### 団体：中国本土

団体中国人に関しては、旅行会社のランドオペレーターへの営業を強化する。

##### FIT：英語圏の国々（欧米豪・アジア：タイ・香港・シンガポール）

タイの TITF 等の旅行博に出展、タイの旅行会社へのセールスコールを実施する。

西尾の地産品で外国人に好まれる「西尾の抹茶」「豆味噌」をを活用した着地型旅行商品を造成し O T A を利用し販売する。

また、愛知県が出している「あいちツーリズムトレンド」の閲覧ページランキングで毎回上位で外国人に注目を集めている「佐久島」を活用した着地型旅行商品の造成と販売。

##### 受入環境整備

西尾市観光協会ホームページの英語と中国語（簡体字）の他、タイ語と繁体字の多言語化を推進。豊富な情報の提供する。

英語ガイドの継続育成

##### 属性と今後の方向性

- ・ターゲットとする性別や年齢その他の属性については、分析できるデータがありませんので決められませんが、西尾のアピールできる資源として一番は西尾の抹茶および関連する観光資源やツアーです。
- これらに訴求するのは国内外を問わず女性だと言えますし、文化的な要素が高い（茶の湯文化）ため知的好奇心の高い年齢層や国民（欧米諸国）高所得者と言えると思います。
- 実際、これまでに販売できたインバウンド着地型ツアーは、令和3年度年度に2件のみで、参加者はアメリカとフランス国籍で20代後半～30代の女性、令和4年度は3件で香港・シンガポール・フランス国籍の20代後半～30代の女性を含むファミリーで、全て西尾の抹茶をテーマにしたツアーでした。
- ・セントレア中部国際空港からの周遊ルート作成と告知（酒・みりん・醤油・味噌のコンテンツ活用と周辺市町との連携）。
- ・観光コンテンツの強化として、外国人観光客に配慮したサービスの充実と提供する人材の育成、飲食店の外国語メニュー作成のための研究会の実施をしていく。
- ・造成したツアーの立ち寄り観光地を中心にQRコードなどを利用した多言語観光案内を設置
- ・海外エージェントやランドオペレーターへの営業を強化
- ・ジブリパークをフックにしたプロモーションの実施

## (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	観光を活用した地域（事業者）の経済活動の活性化
②コンセプトの考え方	<p>目的は、地域資源を観光の力で繋いだ新たな商品の創造と誘客で西尾の経済の活性を図ることである。下記の4つの施策を柱とする取組を行う</p> <p><b>1. 地域産業資源を活用した商品開発の取組</b>  「鉱工業又は鉱工業品の生産に係る技術」×「農林水産物」×「観光資源」  西尾市の持っている地域産業資源と技術をクロッシングすることで新商品の開発支援を行う。  （資料/市町村別地域産業資源一覧）  ※新商品は特産品、土産物、名物料理とする。</p> <p><b>2. 観光を活用した新商品の販売と誘客</b>  観光産業のフィルターを通し、国内観光客は基より拡大を続けるインバウンドを誘客ができる新商品（地産品・プログラム等）の販売と販売を可能とするシステムを開発する。  ※新しい着地型旅行商品の開発と誘客  ※新商品の販売網の確立  ※販売のためのプロモーション（告知宣伝）の実施  ※商品のブランディングによる高付加価値化への取組  ※新しい体験プログラムの開発と販売及び誘客  ※西尾市の食文化、伝統文化（祭事、民芸、歴史、産業など）の活用  ※観光物産展の開催</p> <p><b>3. 広域連携による新商品の販売と誘客</b>  三河観光GON（蒲郡商工会議所、岡崎商工会議所、西尾商工会議所）、GOG三河湾協議会（蒲郡市、田原市、南知多町、西尾市）等広域で実施している活動を活用して新商品の販売と誘客を実施する</p> <p><b>4. 人材育成</b>  ①西尾市観光協会おもてなし隊やボランティアガイドの会のメンバーとの意見交換を通して西尾市に誘客またはおもてなしできる人材を育成する</p>

	<p>②着地型商品を国内観光客及びインバウンド客へ案内できるガイドの育成</p> <p>③着地型商品を販売する事業者へのインバウンド対応セミナーの実施 (免税、多言語対応メニューの作成、国別傾向と対策など)</p> <p>※令和5年度総会后(同日)に、インバウンド事業に関わった専門人材による後援会を開催。会員以外にも英語で案内するツアーの造成に関わった事業者や英語ガイドにも参加を頂いた。(60名が参加)</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 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>「にしお観光まちづくり協議会」の2つの部会は地域の関連事業者を集め、事業内容の企画立案会議を実施する。委員会では実施状況や進捗を確認する。</p> <p>また、具体的な実施については、DMO事務局責任者が、実施する関連事業者と打合せ会議を持つ。</p> <p>実施計画やマーケティングに基づいた、関連事業者に対してのコンサルティング等を行う。</p>
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	<p>アンケート調査から得られた回答を分析しフィードバック。日ごろお客様と観光施設の接点にいる西尾おもてなし隊やボランティアガイドなどからのヒアリング内容を関係事業者に定期的にフィードバックする。</p>
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	<p>観光客への一元的な情報発信として、西尾市観光協会のホームページやSNSを活用する。</p> <p>お客様からの言葉・関連事業者からの言葉の一元的な集約窓口として機能させ関係者にフィードバックする。</p> <p>宿泊施設・飲食店・観光施設・道の駅等などの観光関連団体や事業者、行政等が独自で行っているプロモーションをつなげ相乗効果を創出するための取組をする。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I (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K P I

(2)	単位	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
●旅行消費額 上段：日帰り 下段：宿泊	円	目標：設定せず 実績 3,788 実績 17,774	目標：設定せず 実績 4,800 実績 15,500	目標 4,850 実績 5,015 目標 15,650 実績 16,399	目標 5,240 目標 17,350	目標 5,475 目標 18,355	目標 5,720 目標 19,420
●延べ宿泊者数 (外国人宿泊者数)	人	目標：設定せず 実績 111,490 (222)	目標：設定せず 実績 121,678 (526)	目標 125,330 実績 176,810 (779)	目標 190,000 (設定せず)	目標 200,000 (設定せず)	目標 230,000 (※41,440)
●来訪者満足度	%	目標 80.0 実績 92.2	目標 80.0 実績 70.0	目標 73.5 実績 94.0	目標 95.0	目標 95.0	目標 95.0
●リピーター率	%	目標 80.0 実績 64.1	目標 80.0 実績 68.0	目標 71.4 実績 68.8	目標 69.6	目標 70.4	目標 71.2

※旅行消費額の目標は令和元年度までは日帰り・宿泊合算のものであったが実態が分からないため実績は日帰りと宿泊に分けることとした。

※旅行消費額は1人あたりの金額

※外国人宿泊者数についてはコロナ制限緩和後の先行きが不明のため令和4年度以降の目標設定はしない。令和元年度実績が41,440人であったため、3年後には超えたい。

※令和5年以降の目標は、令和3年から4年への伸び率を乗じて算出。宿泊者数は、3年で令和元年度数値を復活させる数値とした。来訪者満足度目標は定率。

### 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】

一社)西尾市観光協会専務理事を中心に、事務局で目標数値の設定を検討し、平成30年1月30日に実施した一社)西尾市観光協会理事会において、必須K P Iの目標項目に関し決定した。

アンケートは令和元年度以降、スマートフォンを利用したWEBアンケートとし、西尾観光案内所・道の駅岡の山・一色さかな広場・旧近衛邸・愛知こどもの国・吉良観光ホテルの6箇所とし、各所100人のアンケートを目標とした(最低数400枚と設定)。

令和2年度のアンケートは、宿泊者に対するアンケート数が満足の数に達しなかった為、吉良観光ホテル・三河湾リゾートリンクス・三河湾ヒルズホテルでのアンケートを加重して実施した。

令和3年度はJ A Fと連携しスマホで回答頂く形で徴収した。この方法は、マイカーでお越しの方に限定されるため、令和4年度は、スマートフォンを利用したWEBアンケートに戻し、西尾観光案内所・一色さかな広場・旧近衛邸・三河湾リゾートリンクス・三河湾ヒルズホテルの5箇所とし、各所100人のアンケートを目標として(最低数300枚と設定)実施。これらの回答をもとに、これまでの伸率等を基準として目標を設定。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

観光庁の「平成28年度 地域資源を活用した観光地魅力創造事業」で一人当たりの消費

額を調査した結果を基にした。

令和元年度からは、日帰り客と宿泊者客を分けて数字を出すことにした。

令和2年度および令和3年度は、コロナ禍につき目標立てを止めました。以降は令和3年度から令和4年度の伸率を乗じて目標設定することとする。

#### ●延べ宿泊者数

当初は、西尾市が調査している愛知県観光レクリエーション利用者統計の数値を使用したが、吉良温泉のみを対象にした数字であったため。人数に影響のあるグリーンホテル三ヶ根（現 三河湾ヒルズ・ホテル）と令和元年度に新規オープンしたアクセスイン西尾を加えることにした。

昨年、令和4年度以降の目標を令和3年度実績から3%ずつアップすることとしたが、令和4年度にその目標を大きく上回った。令和5年度以降も伸率が不透明であるため、3年後に令和元年度の実績を超える目標感で設定した。外国人の目標も同様とする。

#### ●来訪者満足度

令和2年度まで、満足度は90%を超えていたが、令和3年度に満足度が少々下がった。これは、コロナウイルスによる制限下であったこと、また、コロナ禍のためアンケートそのものを対面で行わないことにしたことが影響したと考えられる。

満足度の改善を図るため、令和4年度に、下記の取組を行い、アンケートを対面方式に戻した。

- ・名鉄とコラボした西尾の抹茶スイーツ&ランチは蒲郡との連携で西尾から蒲郡への周遊観光を用意し店の数を増やし新しい店を紹介した。
- ・観光客が自動車モデルコースを回り回遊性と利便性を向上させるためにアイシンナビのシステムを導入しHPで告知した。
- ・西尾市文化協会とコラボした徳川家康公ゆかりの地西尾の歴史散策マップの作成・配布した。
- ・令和5年度に観光ガイドブック（西尾くるりん・くるポン）のサイズを大きく見やすくする（令和4年度中に作成した）。ほかモデルコースを分かり易く掲載しアイシンナビを利用しやすいようにQRコードを付けた。
- ・これまでの謎解き「西尾城の秘宝を探せ」をリニューアルし「西尾城下に家康の秘宝」を探せを作成した。
- ・施設を集めた顧客満足度アップ&インバウンドセミナーを実施した。

令和5年度以降の目標は95%（定率）とする。

#### ●リピーター率

観光庁の「平成28年度及び平成29年度 地域資源を活用した観光地魅力創造事業」で来訪者満足度を調査した結果を基にした。また、平成30年度は平成26年3月に策定した西尾市観光基本計画の5年目にあたり、計画の見直しにあたる調査から数値を算出した。

令和2年度・令和3年度の数値が低いのは、入込客の傾向として潮干狩り・海水浴・愛知こどもの国などが増え、農産物や植物を販売する憩いの農園が増えていることから、屋外の自然の中の施設がコロナ禍で伸びたと言える。また、愛知県内の近場旅行として行ったことがない観光地として選ばれたとも考えられる。令和5年6月のアンケートでは、初めての来訪者が31%（前年は41%）と減ったが、5回以上の来訪者が40%（前年は34%）となった。スタンプラリーの実施及び参画店舗を増やす取り組み、また観光ガイドブック（西尾くるりん・くるポン）の配布加重などの取組の結果、リピーター率を上げることができた。

今後の目標については、令和3年度から令和4年度の伸率を乗じて設定することとする。

### (3) その他の目標

指標項目	単位	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年度	令和6年度
新名物品売上	円	実績 1,011,571	実績 1,084,114	目標 1,160,002 実績 1,816,760	目標 1,988,436	目標 2,198,280	目標 2,418,108



着地型商品人数	人	目標設定せず 実績 716	目標設定せず 実績 1,280	目標 2,910 実績 1,321	目標 2,772 実績	目標 2,910 実績	目標 3,055 実績
年間入込客数	人	実績 2,787,608	実績 2,808,336	実績 3,643,450	目標 4,500,000	目標 4,500,000	目標 4,500,000
HP 訪問者数	人	実績 446,180	実績 496,486	目標 551,099 実績 661,913	目標 879,546	目標 1,169,796	目標 1,555,829

※旅行消費額は1人あたりの金額

※新名物品売上は西尾観光案内所売店だけでなく他店舗に卸した額も合算。

※年間入込客は西尾市が令和5年度・令和6年度の目標数字を、4,500,000で記載していますので現実的な数値になっていません。

## 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

### 【検討の経緯】

一社) 西尾市観光協会専務理事を中心に、観光協会長・理事会で相談しながら、事務局にて、DMOの4つの施策に沿って何が目標として妥当かを検討した。  
6頁の施策①に関連するKPIは新名物品の売上額とした。  
施策②・③からは「着地型旅行商品販売人数」を目標とすることを決定した。  
施策④については定数で目標にするのは難しいため外した。また、西尾市の観光基本計画の第1番目に掲げられた「年間入込客数」を加えた。これらの目標について、平成30年1月30日に実施した一社) 西尾市観光協会理事会において、その他目標KPIに関し決定した。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●新名物品売上額

弊協会が農水省関連等の補助金を使用し、平成29年度から毎年着々と新名物を開発し誘客に結び付けている。よって、令和元年度は農水省関連補助金で開発した抹茶かりんとう・ラテかりんとう・碾茶そばおよび抹茶えびせんべいの売上を記載。令和2年度はフルーティー抹茶飲料の売上を加え記載した。令和3年度はニシオパワーチャージゼリーを開発したが仕入がうまくできないため商品化にいたっていない。

令和4年度は、地産品を活用したスポーツようかん(スポーツバームクーヘン)を開発予定であったが、「働き方改革推進支援助成金」が採択されなかったため予算がなく、商品開発は断念することとした。

昨年度までは西尾市観光協会が運営する西尾観光案内所売店のみの売上を記載していたが、他事業者に卸したのも合算して記載しなおすこととした。

H29に開発した“抹茶かりんとう”が量販店で販売されるようになり、令和4年度に急激に販売が伸び、令和元年度の売り上げを上回った。先行きの予想が立てにくいだが、R2/R3の107%の伸びを上回ると考え、110%で令和5年度以降の目標を計算。

### ●着地型旅行商品販売人数

令和元年度までは、新しい着地型旅行商品を創造し当地の魅力アップに繋げるとともに、毎年着々と販売人数増となっていたが、コロナウィルス感染症の影響で令和2年度はかなり落ち込んだ。令和3年度はコロナ禍のため目標立てを止め、令和元年度実績の5%アップを目標にしたが、及ばなかった。しかし、愛知県の補助金を利用した“LOVEあいちキャンペーン”に参画できなかったにもかかわらず、令和3年度数値を超えたことを考慮すると、旅行者が確実に戻ってきたと言える。令和5年度は、令和元年の数値を目標として、以後、5%UPを目指していく。

※一社)西尾市観光協会になってからの商品に限定。当初人数カウントに名鉄キャンペーンを加えていたが、これについては旧来の市で実施していたものの継続のため除外した。

### ●年間入込客数

令和元年度に見直された西尾市の観光基本計画に記載された令和5年目標人数が4,500,000人としていますが1年ごとの目標値は設定されていない。また令和6年度以降の目標は、西尾市が令和5年度中に新たに設定する予定。

令和元年度に新型コロナウイルス感染症が発生したため入込人数は激減しているため目標は設定せず実績のみ記入。

### ●ホームページ訪問者数

ホームページの指標として訪問者数・ビュー数・セッション数とあるが人数をカウントすることが分析の上では妥当と判断

目標については、R3/R4の伸び(133%)で令和5年度以降を設定。

## 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	154,156,932(円)	【国からの補助金】 11,085,170円 【都道府県からの補助金】 1,885,000円 【市町村からの補助金】 43,566,000円 【公物管理受託】 21,406,132円 【収益事業】 142,469,077円 【会費】 2,242,500円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)] 等 0円
2021(R3) 年度	311,557,190(円)	【国からの補助金】 23,706,822円 【都道府県からの補助金】 1,714,000円 【市町村からの補助金】 79,317,287円 【公物管理受託】 23,844,023円 【収益事業】 28,415,078円 【会費】 2,340,000円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)] 等 0円

2022 (R4) 年度	359,478,429 (円)	<b>【国からの補助金】</b> 15,239,761 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> 902,337 円 <b>【市町村からの補助金】</b> 93,868,000 円 <b>【公物管理受託】</b> 35,192,000 円 <b>【収益事業】</b> 167,833,029 円 <b>【会費】</b> 2,482,500 円 <b>【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】</b> 等 0 円
2023 (R5) 年度 (予算案)	153,587,000 (円)	<b>【国からの補助金】</b> 5,000,000 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> 0 円 <b>【市町村からの補助金】</b> 43,310,150 円 <b>【公物管理受託】</b> 29,895,000 円 <b>【収益事業】</b> 17,160,000 円 <b>【会費】</b> 2,380,000 円 <b>【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】</b> 等 0 円
2024 (R6) 年度 (予算案)	154,838,200 (円)	<b>【国からの補助金】</b> 5,000,000 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> 0 円 <b>【市町村からの補助金】</b> 43,310,150 円 <b>【公物管理受託】</b> 29,895,000 円 <b>【収益事業】</b> 18,361,200 円 <b>【会費】</b> 2,430,000 円 <b>【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】</b> 等 0 円
2025 (R7) 年度 (予算案)	156,173,484 (円)	<b>【国からの補助金】</b> 5,000,000 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> 0 円 <b>【市町村からの補助金】</b> 43,310,150 円 <b>【公物管理受託】</b> 29,895,000 円 <b>【収益事業】</b> 19,646,484 円 <b>【会費】</b> 2,480,000 円 <b>【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】</b> 等 0 円

## (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	133,226,678 (円)	(内訳の区分例) <b>【報償費】</b> 0 (円) <b>【負担金・補助金】</b> 807,400 (円) <b>【委託事業費】</b> ふるさと納税事務費 29,625 (円) <b>【自主事業費】</b> 72,704,976 (円) <b>【管理費】</b> 44,404,677 (円) <b>【財産購入費】</b> 0 (円) <b>【繰出金】</b> 15,280,000 (円) <b>【予備費】</b> 0 (円)

2021 (R3) 年度	287,816,774 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 7,400 (円) 【負担金・補助金】 879,400 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 96,300 (円) 【自主事業費】 220,823,170 (円) 【管理費】 49,010,504 (円) 【財産購入費】 0 (円) 【繰出金】 17,000,000 (円) 【予備費】 0 (円)
2022 (R4) 年度	323,636,981 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 62,800 (円) 【負担金・補助金】 1,184,400 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 193,551 (円) 【自主事業費】 252,925,199 (円) 【管理費】 48,471,031 (円) 【財産購入費】 800,000 (円) 【繰出金】 20,000,000 (円) 【予備費】 0 (円)
2023 (R5) 年度 予算案	134,350,000 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 150,000 (円) 【負担金・補助金】 1,300,000 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 500,000 (円) 【自主事業費】 55,310,000 (円) 【管理費】 66,326,000 (円) 【財産購入費】 1,000 (円) 【繰出金】 20,000,000 (円) 【予備費】 10,000,000 (円)
2024 (R6) 年度	139,350,000 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 150,000 (円) 【負担金・補助金】 1,300,000 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 500,000 (円) 【自主事業費】 58,310,000 (円) 【管理費】 67,326,000 (円) 【財産購入費】 1,000 (円) 【繰出金】 21,000,000 (円) 【予備費】 10,000,000 (円)
2025 (R7) 年度	144,350,000 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 150,000 (円) 【負担金・補助金】 1,300,000 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 500,000 (円) 【自主事業費】 61,310,000 (円) 【管理費】 68,326,000 (円) 【財産購入費】 1,000 (円) 【繰出金】 22,000,000 (円) 【予備費】 10,000,000 (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**

- ・市の補助金の確保
- ・収益事業の拡大
  - 着地型商品の造成販売と拡充
  - タイムリーな商品作りと販売
  - お客様志向の品揃えを意識した売店運営とその増売
  - ふるさと納税事務手数料の拡大
  - 受託事業の推進

**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**

- ・愛知県は、一般社団法人西尾市観光協会を地域DMOとして登録したいので、一般社団法人西尾市観光協会とともに申請します。
- ・西尾市は、一般社団法人西尾市観光協会を地域DMOとして登録したいので、一般社団法人西尾市観光協会とともに申請します。

**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）**

**【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】**

（例）エリアが重複する●●DMOとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

**【区域が重複する背景】**

**【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】**

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

**【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】**

**10. 記入担当者連絡先**



担当者氏名	乾 浩泰
担当部署名（役職）	一般社団法人西尾市観光協会 専務理事
郵便番号	445-0852
所在地	愛知県西尾市花ノ木町 4 丁目 64 番地
電話番号（直通）	0563-57-7882
F A X 番号	0563-57-2261
E - m a i l	nishiokanko-inui@katch.ne.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	愛知県西尾市
担当者氏名	下村 幸成
担当部署名（役職）	観光文化振興課 課長補佐
郵便番一号	445-8501
所在地	西尾市寄住町下田 22 番地
電話番号（直通）	0563-57-7882
F A X 番号	0563-57-1317
E - m a i l	yk-shimomura@city.nishio.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
F A X 番号	
E - m a i l	

記入日: 令和5年 7月 19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】

愛知県西尾市

【設立時期】 平成28年4月1日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 鳥山 欽示

【マーケティング責任者(CMO)】 乾 浩泰

【財務責任者(CFO)】 齋藤正則

【職員数】 7人(常勤7人(正職員1人・出向等3人・準職員1人、嘱託職員2人))

【主な収入】

収益事業 167百万円、委託事業 35百万円(令和4年度決算)

【総支出】

「事業費 252百万円、一般管理費 48百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

西尾茶協同組合、一色うなぎ漁業協同組合、三河一色えびせんべい工業組合

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 (円)	目標	設定せず	設定せず	4,850	5,240	5,475	5,720
	実績	15,650	17,350	18,355	19,420		
上段:日帰り 下段:宿泊	目標	3,788	4,800	5,015	—	—	—
	実績	17,774	15,500	16,399			
延べ 宿泊者数 (人)	目標	設定せず	設定せず	125,330 (人)	190,000 (人)	200,000 (人)	230,000 (人)
	実績	111,490 (人)	121,678 (人)	176,810 (人)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	80.0 (%)	80.0 (%)	73.5 (%)	95.0 (%)	95.0 (%)	95.0 (%)
	実績	92.2 (%)	70.0 (%)	94.0 (%)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	80.0 (%)	80.0 (%)	71.4 (%)	69.6 (%)	70.4 (%)	71.2 (%)
	実績	64.1 (%)	68.0 (%)	68.8 (%)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- 1.愛知県内及び隣接県の40歳～60歳代
- 2.愛知県内及び隣接県の20歳代～30歳代女性
- 3.訪日:団体は中国本土・FIT:英語圏の国々

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- 1.佐久島、謎解き、抹茶を題材に
- 2.スイーツや佐久島など“映え”を題材に
- 3.着地商品PR、HP整備、現地観光展やセールス

【観光地域づくりのコンセプト】

- ①地域資源を活用した商品開発の取組 ②観光を活用した新商品の販売と誘客③広域連携での取り組みを活用した新商品の販売と誘客④人材育成

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・一番茶茶摘み体験及び関連事業
- ・「西尾かき氷」を開発
- ・「抹茶かりんとう」等新商品を開発
- ・抹茶、佐久島を題材に商品を開発
- ・インバウンド商品を開発

【受入環境整備】

- ・「おもてなし隊」による受け入れ
- ・インバウンド用に施設案内英語化
- ・ホームページ多言語化
- ・英語ガイド育成

【情報発信・プロモーション】

- ・かき氷、パフェスタンプラリー実施
- ・HPに予約システム導入
- ・SNS情報発信
- ・ツーリズムEXPO出展
- ・タイ旅行博等出展
- ・PR動画の作成

【その他】

