

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年 9月8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・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	(一社) 物部川 DMO 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 高知県 南国市、香南市、香美市	
所在地	高知県南国市	
設立時期	平成31年3月13日(任意団体発足日：平成28年6月30日)	
職員数	6人【常勤4人(正職員3人・臨時職員1人)、非常勤1人、 高知県観光地域づくり推進員1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) 丸岡 克典 (出身組織名) (一社) 香南市観光協会	マリンスポーツNPOの代表を務める傍ら、 長年商工会青年部などで地域づくりに尽力 し、現在は(株)ヤ・シィ代表取締役、香 南市観光協会の代表理事も務める。
データ収集・分析等 の専門人材(CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー)	(氏名) 小笠原 由美「専従」 (出身組織名) (一社) 物部川 DMO 協議会	宿泊業、観光協会、広域観光協議会で15 年間勤務。地域経済の活性化の視点から観 光業を考えるとともに、エリアのマーケテ ィングを実施。地域団体や関係行政と連携 し、旅行商品造成販売を行ってきた。
財務責任者 (CFO：チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー)	(氏名) 野並 啓 (出身組織名) (株) ものべみらい	(株) ものべみらい、(株) 香北ふるさと みらい、(株) 龍河洞みらい代表取締役社 長を務める。持続可能な運営のため、市、 県からの補助金管理、運営収支や財源確保 に関する検討等を行う。
財政内務責任者	(氏名) 濱渦 ゆかり「専従」 (出身組織名) (一社) 物部川 DMO 協議会	民間企業経理部門で14年間勤務。持続可 能な運営のため、その知識を生かし、財務 責任者を務めるとともに、市、県からの補 助金管理、運営収支や財源確保に関する検 討等を行う。
プロモーション責任 者(専門人材)	(氏名) 池田 彰子 (出身組織名) (一社) 物部川 DMO 協議会	(株) 読売広告社で19年間勤務後、(一 社) 物部川 DMO 協議会に入社。国内外のプ ロモーションに高い能力を持つ。
旅行商品の造成・販 売責任者(専門人 材)	(氏名) 田村 架菜「専従」 (出身組織名) (一社) 物部川 DMO 協議会	(株) 読売旅行社、高知県内の広域観光協 議会、高知県観光コンベンション協会に10 年間勤務。高知県内外の観光商品造成に高 い知見と能力を持つ。
6次産業化商品の造 成・販売責任者(専 門人材)	(氏名) 西川 満 (出身組織名)	(株) 高知大丸に37年間勤務。商品造 成、販売、地域事業者との連携に高い知見 と能力を持つ。

(別添) 様式 1

	(一社)物部川 DMO 協議会	
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・南国市商工観光課 ・香南市商工観光課 ・香美市商工観光課 	全体計画進捗管理、各市における広域観光推進の主導、個別観光政策との連携、観光協会、商工会等と連携した観光客受け入れ態勢の強化、予算措置、イベント主催等。
	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県観光振興部地域観光課 ・高知県産業振興推進部物部川地域本部 	広域観光推進進捗管理、予算措置による支援、情報発信等。
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)南国市観光協会 ・(一社)香南市観光協会 ・(一社)香美市観光協会 	観光素材の発掘、情報発信、イベント主催、ガイド養成等
	<ul style="list-style-type: none"> ・南国市商工会 ・香南市商工会 ・香美市商工会 	イベント主催、飲食、サービス事業者等との連携企画推進、情報発信等
	<ul style="list-style-type: none"> ・(株)西島園芸団地 ・(公財)龍河洞保存会 ・(公財)高知県のいち動物公園協会 ・創造広場「アクトランド」 ・(株)ヤ・シィ ・絵金蔵運営委員会 ・(株)道の駅南国 ・(公財)やなせたかし記念アンパンマンミュージアム振興財団 ・NPO 法人 YASU 海の駅クラブ ・香南市サイクリングターミナル ・(株)龍河洞みらい ・(株)山北みらい ・(株)海洋堂高知 	周遊体験観光・コンテンツの提供、地域連携イベント等の企画・運営等
	<ul style="list-style-type: none"> ・日本航空(株)高知支店 ・全日本空輸(株)高知支店 ・四国旅客鉄道(株)高知企画部 ・(株)JTB 中国四国高知支店 	交通、旅行商品造成協力等
	<ul style="list-style-type: none"> ・国立大学法人高知大学次世代地域創造センター ・高知県公立大学法人高知工科大学 ・高知県立山田高等学校 ・独立行政法人国立高等専門学校機構高知工業高等専門学校 	専門的・教育的な見地からの助言、観光人材育成プログラムを推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・サザンシティホテル ・リゾートホテル海辺の果樹園 ・ザ・シックスダイアリーかほくホテルアンドリゾート 	旅行商品造成時の宿泊受け入れ、多様化する食の開発協力等
	<ul style="list-style-type: none"> ・(株)ものべみらい 	地域経営戦略、マーケティング支援、事業計画、運営支援等
	<ul style="list-style-type: none"> ・(株)四国銀行 	DMO 推進支援、地域 KPI を活かした PDCA サイクル推進、観光情報の分析・発信等

(別添) 様式 1

<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】①② (概要) 定款に定める総会・理事会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う各担当者会を適時開催。</p> <p>①理事、監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 <総会、理事会等></p> <ul style="list-style-type: none">・ 定時社員総会：決算及び事業計画・予算の承認等があり、年 1 回開催する事を定款に定めている。・ 臨時社員総会：年度事業計画及び予算（案）の承認の為、少なくとも年 1 回開催。その他「定款の変更」等重要な事項を決議する際に招集する旨、定款に定めている。・ 理事会：各市の観光事業者、観光協会及び商工会、株式会社ものべみらいの代表者からなる理事を選任し、民間事業者の観点と公益的な観点から合意形成を図る仕組みとして理事会を構成。 <p>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 <各担当者会></p> <ul style="list-style-type: none">・ 地域イベント担当者会：毎期 9 月～10 月に開催している広域地域イベント（ものべがわフェスタ）の担当者会を開催。・ 観光動態調査、分析を会員の実務者と報告会、ワークショップ等で開催。・ その他（観光商品、PR 事業、物販など）必要な事業内容に合わせ、随時開催。
<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">・ 地域内への情報発信 市の広報紙や地域情報誌（こじゃんと）において、DMO の活動内容を定期的に発信。・ 観光における住民満足度調査・ 地域団体・住民・若者と協働した旅行商品を開発 地元農業団体による農業体験や、伝統工芸事業者と連携した工芸品作り体験等を活用し、子育てファミリー向け旅行商品を、高知大学地域協働学部と連携して造成、自社商品として販売。 地元のボランティア観光案内人会と連携し、旅行商品の中に地元住民のガイドを含めた旅行商品を造成、旅行エージェントに販売。・ アドバイザーによる研修会の開催、先進地研修、調査の実施<ol style="list-style-type: none">(1) インバウンド対応 SNS, 語学講座(2) 観光事業者向け研修の開催<ol style="list-style-type: none">①先進地視察②エリア内研修(3) 観光動態調査および KPI 結果を基とした講習会の実施 地域の施設（KPI 調査対象施設等）を中心とした方々の参加による講習会の開催。(4) その他研修会

(別添) 様式 1

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"> ・平成 29 年物部川エリアブランディング事業 ミキハウス子育て総研(株)「ウェルカムファミリーの観光地エリア認定」を取得。ものべがわエリア内に認定のぼりを立て、訪問者に見える化するとともに、子育てファミリーが利用する洋品店や玩具店に設置されている雑誌(Happy Note)へ掲載し、「ミキハウス」という子育て世代に認知されているブランド力を活用し、ものべがわエリアをブランディングするとともに情報発信を行っている。 ・平成 29 年・令和 2 年 HP による情報発信事業 任意団体立ち上げ当初に製作した HP, SNS を随時更新するとともに、令和 2 年には造成した旅行商品を自社 HP 内で予約、購入できるページを作成、運用を行っている。 ・平成 29 年以降誘客・情報発信事業 年に 1 度「ものべがわフェスタ」を開催。イベントとして誘客に努めるとともに、エリア内の「体験観光」をイベント内で体験していただける仕組みを運営。エリアを一体的に発信する機会を創出している。コロナの蔓延により、集客を行う「ものべがわフェスタ」の中止を余儀なくされた令和 2 年度は、年度末にエリア内に新規 OPEN が計画されていたホビー施設「海洋堂」の PR にもなるよう、エリア内の観光施設を密になることなく周遊できる「ガチャまつり」を開催。ガチャの玩具メーカーとして有名な海洋堂も、物部川エリアの新たな観光施設であるとプロモーションできる情報発信型の「ものべがわフェスタ」を行った。 ・平成 30・31・令和 3 年高知フェアでのプロモーション事業 高知県と県内広域観光組織共同で、関西を中心にプロモーションイベントを実施(H30、31 は海遊館で実施。R2 は中止。R3 は大丸須磨店で実施)。エリア内の観光協会と協働し、観光案内だけでなく特産品の物販でも PR、情報発信を行った。 ・令和 2 年 SNS キャンペーン事業 コロナに見舞われ事業計画を見直した際に、「SNS キャンペーン」を開催。SNS に登録し、ものべがわエリアの情報収集をしてくださったお客様に抽選で、エリア内のお菓子などをプレゼント。「おうち時間」を「ものべでの旅時間」と感じていただくキャンペーンを行った。 ・平成 29 年・平成 30 年パンフレットによる情報発信事業 ターゲットを関西・中四国圏の「子育てファミリー」とし、子どもの年齢ごとにエリア内の滞在プランを紹介するパンフレット「ものべがわエリア旅“とりせつ”」を製作。以降、ブラッシュアップを行いながら増刷を行っている。また平成 30 年には、子育てファミリーの母親世代に向けたパンフレット「ことりっぷ」を製作。観光情報施設等に設置するとともに、関西、中四国の書店の店頭で、ターゲットに向けて配布(レジにてターゲット年代のお客様が購入された商品に同梱をしていただく)、ターゲットの利用が多い通信販売

		<p>会社の商品への同梱、女性に支持を得る情報イベントに出品を行うなど、増刷とともに配布を継続している。</p> <ul style="list-style-type: none">・平成 30 年・31 年インバウンドへの情報発信事業 国内に在住している米国人、台湾人 Youtuber を招致し、動画制作、配信を行った。公開 1 か月で 25 万再生を超え、以降現在までに 61 万再生を超えている。また、経済産業省「中国地方等の魅力発信による消費拡大事業」に応募、採択を受け、台湾子育てブロガーを招致、ブログにての情報発信を行った。・平成 31 年特定会員組織を利用した地域振興プロモーション事業 会員数 500 万人を超える(株)リロクラブの福利厚生会報誌・HP・メールマガジンにエリアの情報を掲載するとともに、ものべがわエリア内の宿泊施設で使用できるクーポンを 500 名分発行した。・平成 30・31 年ツーリズム EXPOJAPAN での情報発信事業(令和 2・3 年度は中止) 世界最大級の旅のイベントに、高知県内の広域観光組織と共同出展。国内外の旅行エージェントと商談を行うとともに、個人客への情報発信・PR を行った。・令和 2 年独自認証制度によるエリアのブランディング事業 新型コロナウイルスにより観光を問わず、世界中の事業者が不安を抱える中、「ものべがわエリア全体でお客様を安心安全におむかえしている体制」を見える化。ブランディングによるお客様への安心の提供だけでなく、従業員も安心して働くことのできる基準を定め、定期的にチェックを行うとともに、「事業者の生の声」を聴き、エリア全体で情報共有を行っている。・令和 3 年 VR を活用した情報発信事業 エリア内の観光施設を VR の技術を用いて撮影、配信。次の旅の目的地を探しているお客様に向け、SNS でのキャンペーンを行い、PV 数増加に努めた。・令和 3 年 JR 観光列車でのプロモーション事業 JR が行った四国 DC 事業内で、観光列車をエリア内鉄道会社にて特別運行を行った。列車内外で地域住民、学校、幼稚園、観光事業者等の協力を得て「おもてなし」を行い、プロモーションに努めた。結果、次年度も JR 観光列車の運行が決定する。・令和 3 年度 WEB サイトの改修・令和 3 年度インバウンド研修を活用し、Instagram の開始・発足以来通年国内外旅行会社との商談 高知県・四国ツーリズム創造機構主催の旅行エージェント向け商談会を中心に、商談を実施。営業活動を行っている。	
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none">・平成 30 年以降受け入れ環境の整備事業 高知県おもてなし課の協力のもと、エリア内のバリアフリー状況の調査、観光施設への支援事業の紹介を行う。・平成 30 年以降人材育成事業 平成 30・31 年はものべがわエリア内の観光事業者・観光ガイドを対象に、自地域の観光スポットや受入環境整備に向けて、知識向上・ノウハウの交換を目的とし、エリア内を周	

		<p>遊視察する研修を実施。令和2年は新たにオープンした施設（海洋堂スペースファクトリーなんこく）を中心に、エリア内の「ものづくり」についての勉強会を実施。</p> <ul style="list-style-type: none">・平成30・31・令和2年高知大学地域協働学部の研修受入事業 <p>「観光人材の育成」を目的に、毎週1日の終日、学生を研修で受入れ、観光商品の共同開発に努めた。完成した旅行商品は、エリア内事業所で販売されている。</p> <ul style="list-style-type: none">・平成30・31年広報担当人材育成事業 <p>エリア内事業者の広報担当者の会を開催。各事業者が発信する個々の観光情報を一元化し、エリア全体で情報発信する仕組み作りを行い、活用を続けている。</p> <ul style="list-style-type: none">・令和2年ユニバーサルツーリズム造成事業 <p>観光庁が公募を行った「誘客多角化等のための魅力的なコンテンツ造成」実証事業にて地元事業者の協力を得て事業を行った結果、事業者・市がユニバーサル対応の設備を導入。本年度の夏にはユニバーサルビーチを開催。次年度以降も継続予定。</p> <ul style="list-style-type: none">・令和2・3年人材育成事業 <p>エリア内観光施設事業者・観光協会・商工会・市・県に対し、初年度から収集しているKPIをもとに観光動態調査の報告会、ワークショップを開催。四国銀行の地域経済研究所協力のもと、Googleマイビジネス・アナリティクスを活用したエリア全体での戦略策定を行い、広報、誘客、受け入れ環境整備につなげている。</p> <ul style="list-style-type: none">・令和3年インバウンド対応人材育成事業 <p>エリア内観光施設事業者・観光協会・商工会・市・県に対し、講習、ワークショップを開催。SNSを活用した誘客のノウハウを学び、情報共有を行う。</p>	
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none">・平成30・31・令和2年旅行商品の造成・販売事業 <p>高知大学地域協働学部の人材育成で作成した旅行商品を磨き上げ、エリア内事業者で商品として販売を継続中。</p> <ul style="list-style-type: none">・平成31年観光資源の磨き上げ事業 <p>エリア内の観光としてすでに行われている「みかん狩り」に焦点を当て、「みかんを取って食べる」だけでなく、みかんを育てる過程も体験する連続物の旅行商品としてブラッシュアップ。摘果作業やみかん狩りをする際に使用する籠作り等も体験ができる旅行商品として造成・販売を行い、自社商品として販売を継続。</p> <ul style="list-style-type: none">・令和2年観光資源の磨き上げ事業 <p>エリア内の特産品、「ゆず」に焦点を当て、ゆず果汁になじみのない東北地方への販売を行う。販売と同時にゆず果汁を用いたレシピの募集を行い、令和3年度には「ゆずレシピコンテスト」も開催。また、同時にこれまで商品化が難しかったゆず狩り体験の旅行商品化を実施。ゆずを絞って果汁をお土産にできるまでを旅行プランとし、自社商品として販売するとともに、旅行会社へも販売。催行をいただいた。令和4年度は絞った柚子でオリジナルポン酢をつくる旅行商品へとブラッシュアップ。</p> <ul style="list-style-type: none">・令和3年オンラインツアー事業	

		<p>令和2年に採択され、実施した観光庁「誘客多角化等のための魅力的なコンテンツ造成」事業にて作成した旅行プランを、中四国支援学校の修学旅行誘致に向けて磨き上げ、修学旅行担当者を招致、体験していただいた。結果、今年度は岡山の支援学校高校生の授業、1時間分をいただき、オンラインツアーを実施。この結果を中四国支援学校に配信。令和4年度、修学旅行の予約につなげた。</p>			
(定量的な評価)					
K P I ①「主要観光施設入込数」 以下9施設の来場者数を集計					
【南国市】西島園芸団地、高知県立歴史民俗資料館					
【香南市】高知県立のいち動物公園、創造広場「アクトランド」、絵金蔵					
【香美市】アンパンマンミュージアム、龍河洞、べふ峡温泉、ピースフルセレネ					
(平成30年度からザ・シックスダイアリーかほく・ホテルアンドリゾート)					
出発値：633,544					
(単位：人)	H29年度 (1年目)	H30年度 (2年目)	H31年度 (3年目)	R2年度 (4年目)	R3年度 (5年目)
目標	665,200	711,000	739,500	762,000	800,000
実績	675,051	707,185	741,783	461,297	586,978
達成率	101.48%	99.46%	100.31%	60.54%	73.37
前年度比	106.55%	104.76%	104.89%	62.19%	127.25
<p>【主な成果】目標には達しなかったが、前年度を上回った。令和2年度に続き、新型コロナウイルス感染症の影響により、臨時休館や施設の一部閉館がたびたび起こっているが、「3密」を避ける「屋外施設」利用者は、コロナ以前の数値に戻った時期もあった。感染状況が長期化する中、一般の団体客の戻りは見込めないと判断し、教育旅行誘致の商談会へ積極的に参加。事業所の努力もあり、エリア内では修学旅行、遠足での施設入館が増えた。</p>					
K P I ②「主要物販施設入込数」 以下2施設(道の駅)のレジ客数を集計					
【南国市】道の駅 南国風良里(風の市、物販、レストラン売上含む)					
【香南市】道の駅 やす(やすらぎ市)					
出発値：658,975					
(単位：人)	H29年度 (1年目)	H30年度 (2年目)	H31年度 (3年目)	R2年度 (4年目)	R3年度 (5年目)
目標	678,800	699,200	727,000	750,200	782,100
実績	556,932	536,064	521,464	405,854	447,672
達成率	82.05%	76.67%	71.73%	54.10%	57.24
前年度比	84.51%	96.25%	97.27%	77.83%	110.30%

(別添) 様式 1

<p>【主な成果】目標には達しなかったが、前年度を上回った。令和3年度当初は時短営業の影響を受けつつも回復傾向であったが、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置の発令により、伸び悩むこととなった。ごめんなはり線夜須駅に直結する「道の駅やす」では、JR 四国のデスティネーションキャンペーンに合わせて運行した観光列車のお客様が降車した際にエリアの観光 PR を行い、入込を増加させる取り組みを行った。</p> <p>K P I ③「主要観光施設消費額」 以下8施設の売上高を集計</p> <p>【南国市】西島園芸団地、道の駅 南国風良里</p> <p>【香南市】高知県立のいち動物公園、道の駅 やす(やすらぎ市)</p> <p>【香美市】アンパンマンミュージアム、龍河洞、べふ峡温泉、ピースフルセレネ(平成30年度からザ・シックスダイアリーかほく・ホテルアンドリゾート)</p> <p>出発値: 1,221,100,000</p>					
(単位:円)	H29年度 (1年目)	H30年度 (2年目)	H31年度 (3年目)	R2年度 (4年目)	R3年度 (5年目)
目標	1,284,600,000	1,378,500,000	1,433,600,000	1,476,480,000	1,550,780,000
実績	1,366,545,341	1,302,322,906	1,407,954,270	1,046,375,335	1,136,660,478
達成率	106.37%	94.47%	98.21%	70.87%	73.30%
前年度比	111.91%	95.30%	108.1%	74.32%	108.63%
<p>【主な成果】入込客数と連動しており、令和2年度以降は安定した売り上げではない。一般の団体客の戻りは見込めないと判断し、教育旅行誘致の商談会へ積極的に参加。単価は下がるものの、事業所の努力もあり、エリア内では修学旅行、遠足での施設入館が増えた。</p>					

(別添) 様式 1

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)

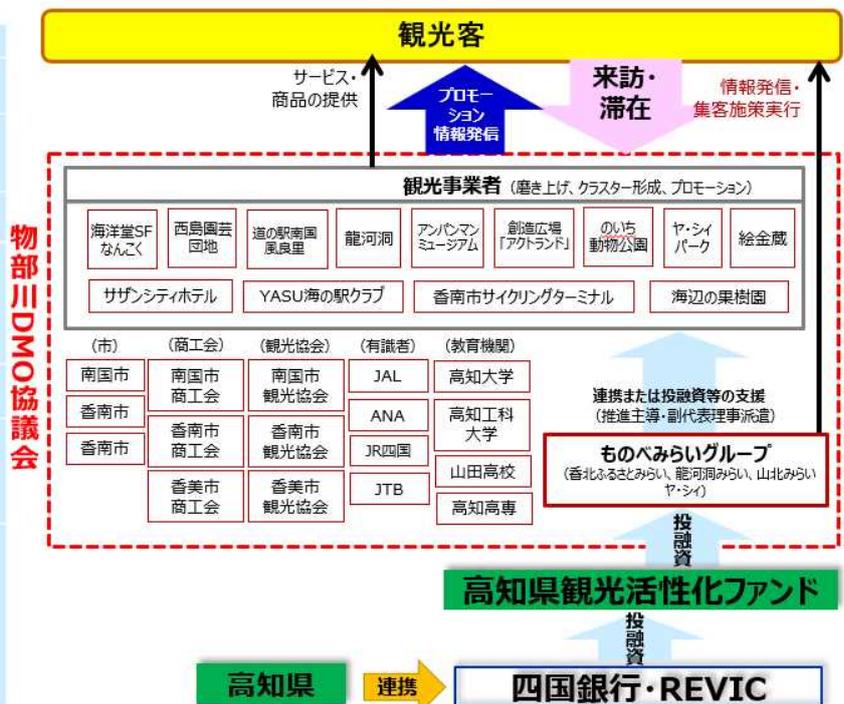
平成 28 年より、四国銀行と地域経済活性化支援機構等が設立した高知県観光活性化ファンドのもと推進。平成 31 年度以降は一般社団法人化に伴い、総会、理事会、4 役(代表理事、副代表理事)等のそれぞれの意思決定プロセスに、民間事業者や公益団体等が多角的に参画し、地域の意見を意思決定に反映し易い体制を構築した。行政、宿泊事業者、飲食事業者のみならず、交通事業者、農業者、教育機関など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施している。

※令和 4 年 9 月 7 日時点

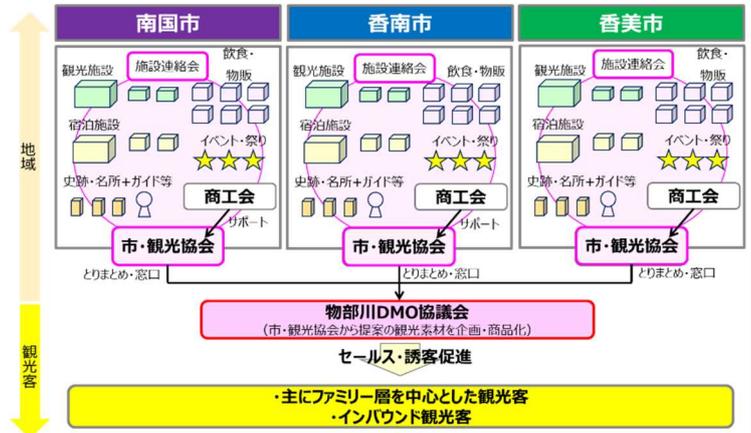
(実施体制図)

一般社団法人物部川DMO協議会の構成員・概念図 (2022年6月現在)

年度	令和4年度
名称	一般社団法人物部川DMO協議会
組織事業年	法人(登録DMO)事業6年目 第3種旅行業
代表者	代表理事 丸岡 克典 (一般社団法人香南市観光協会代表)
会員団体数	正会員: 16団体 準会員: 7団体 賛助会員: 4団体 協力会員: 5団体 連携団体: 5団体
職員数	6名 (非常勤職員1名を含む)
運営資金	南国市・香南市・香美市(各市広域観光推進事業費補助金) 高知県 高知県広域観光推進事業費補助金 会員・旅行業収入
事業内容	・旅行商品の造成 ・体験プログラムの発掘および販売 ・セールス活動 ・誘客イベントの開催 ・観光動態調査およびKPI収集 ・人材育成 ・会議等の開催 ・観光における地域のブランディング ・観光×6次化事業



※右の図について3市ごとに市、及び観光協会が「観光施設連絡会」等を設置しており、物部川DMO協議会は、県主体で行っている事業「地域づくり塾」を通じ、観光素材のとりまとめ、周遊企画、商品化、販売を行っている。



2. 観光地域づくり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】

南国市・香南市・香美市で構成するものべがわ（物部川）エリアは、平成 25 年、高知市を含めて発足した高知中央広域観光協議会以来、観光客誘致に広域で取り組みを行っている。顧客視点に立ち、観光パンフレットを 3 市集約して発刊、旅行会社への営業活動なども行ってきた。3 市は全国でも有数の河川勾配を有する物部川の恩恵を受け、上～下流それぞれの地域に固有の歴史、文化、産業があり、その地域性豊かな資源は、林業、農業、漁業など多種に及び、集約されているエリアである。観光資源の面からみても、高知県の観光拠点となる高知市中心部からアクセスも良好。「子育てファミリー」という共通するターゲット設定ができ、当該 3 市で連携した区域設定とするのが適切として取り組みを 5 年間おこなった。令和 4 年度からはサブターゲットとして「三世代」「アクティブシニア」を加え、また中四国、関西の教育旅行誘致でも区域内で学習ができるプログラムを考案、誘致が進み始めた。

【観光客の実態等】

	H29 年度 (1 年目)	H30 年度 (2 年目)	H31 年度 (3 年目)	令和 2 年度 (4 年目)	令和 3 年度 (5 年目)
主要観光施設入 込数(単位 人)	675,051	707,185	741,783	461,297	586,998
主要観光施設消 費額(単位 円)	1,366,545,341	1,302,322,906	1,407,954,270	1,046,375,335	1,136,660,478
宿泊者数(人)					46,200

※宿泊者数は令和 3 年度から収集開始

新型コロナウイルス感染症により、ものべがわエリア内の観光施設及び観光関係者（ホテル、交通、飲食店等）は休館や休業に追い込まれた時期があったものの、「3密」を避けることができる

(別添) 様式 1

「屋外」のある観光施設等は、月によってはコロナ以前の数値に戻った結果も見られた。また3市がそれぞれ独自で行った観光政策により、宿泊、観光施設とも賑わいを取り戻した時期もあった。

計画していた事業でも大きな位置を占めていた観光客の誘致事業では、一般団体客誘致は見込めないと判断し、教育旅行の誘致活動へ一部シフト。モニターツアーで足踏みしていた旅行商品はブラッシュアップし、旅行会社へ販売。好評を得て、本年度の企画販売にも結び付いた。

開催を見送った誘客促進のためのイベントでは、担当者会にてこれまで行ってきた事業を検証し、今なすべきことを検討した。検討会で意見が出た「来るべき国内、海外観光客へのおもてなし強化、効果的な情報発信の仕方」を学び、備えをする講習を行った。

予定をしていたセールス活動、PR活動も中止が多かったが、情報収集を続け、関西での物販や観光イベントに出店する等、有益と思われるPR活動を積極的に行った。

「食」を用いたエリアのブランディングや、他市町村に先駆けて取り組みを続けたユニバーサルツーリズムは功を奏し、文化庁の認定や「高知県ではものべがわエリア」と言われるまでとなった取り組みを行うことができた。

【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】

(観光施設等)

活用方法；旅行商品造成時の受入れ・イベントの共同開催等

- ・西島園芸団地
- ・龍河洞
- ・高知県立のいち動物公園
- ・創造広場「アクトランド」
- ・香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム
- ・ヤ・シィパーク
- ・海洋堂スペースファクトリーなんこく
- ・四国霊場八十八か所第 28 番札所大日寺、第 29 番札所国分寺、第 32 番札所禅師峰寺
- ・秦山公園
- ・香美市立美術館
- ・香美市立吉井勇記念館
- ・大川上美良布神社
- ・赤岡まちあるき（絵金蔵、弁天座、高木酒造の見学を含む）
- ・酒蔵見学（アリサワ酒造、松尾酒造、高木酒造）
- ・紀貫之の里（まほろばの里）
- ・フラフづくり体験
- ・高知県立歴史民俗資料館
- ・岡豊城跡
- ・久礼田城跡
- ・掩体壕（掩体群）
- ・土佐塩の道（30 キロウオーク、トレイルランニングレース）
- ・長谷寺（坐禅体験）
- ・手結の可動橋
- ・香宗城跡
- ・楠目城跡（私有地）
- ・山田堰
- ・谷秦山墓所
- ・土佐山田町平成日曜市

(別添) 様式 1

(商業施設)

活用方法：エリア内物産の販売（お土産）・休憩場所としての立ち寄り

- ・道の駅南国風良里
- ・道の駅やす
- ・蕤生の里
- ・サニーアクシス南国店
- ・フジグランのいち店
- ・土佐山田ショッピングセンター（バリュー）

(自然)

活用方法：季節を感じられる観光商品造成時のルートとして活用

- ・轟の滝
- ・大荒の滝
- ・べふ峡の紅葉
- ・鳥居杉
- ・桜の名所（高知県立鏡野公園、平山親水公園、八王子宮、岡豊山、桜つつみ公園、桜の広場）
- ・花の名所（かがみチューリップ祭り、西川花公園、あじさい街道、植田芝桜、才谷龍馬公園、白木谷梅林）
- ・手結内港の風景
- ・白髪山
- ・三嶺
- ・香北の自然公園
- ・高知県立甫喜ヶ峰森林公園
- ・日ノ御子河川公園キャンプ場
- ・べふ峡キャンプ場

(文化)

活用方法：土着信仰見学等を目的とした旅行の提案や、修学旅行の学びとして活用

- ・手結盆踊り
- ・山北棒踊り
- ・いざなぎ流舞神楽
- ・山田太鼓伝承会

(スポーツ)

活用方法：一般客の観光商品としてだけでなく、障がい者のスポーツツーリズムとして提案。

- ・サイクリング（南国市、香南市、香美市）
- ・マリンスポーツ（香南市）
- ・ゴルフ（香南市、香美市）

(イベント等)

活用方法：イベント（お祭り）を核とした旅行商品販売時に活用。

- ・まほろば祭り
- ・岡豊山さくらまつり（土佐の食1グランプリ）
- ・長宗我部フェス
- ・奥物部湖湖水祭り
- ・絵金祭り
- ・どろめ祭り
- ・みなこい港まつり
- ・刃物まつり
- ・土佐山田まつり

(別添) 様式 1

<ul style="list-style-type: none"> ・川上様夏祭り ・シカニクの日 <p>【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南国市（2施設、収容人数 210名） ・香南市（4施設、収容人数 760名） ・香美市（9施設、収容人数 400名） <p>【利便性：区域までの交通、域内交通】</p> <p>高知龍馬空港を備える南国市に隣接した地域であるため、主要観光施設までの移動は10～30分と利便性が高い。また、南国市、香美市にはJR線（土讃線）の特急列車の停車駅あり。JR線と接続している土佐くろしお鉄道ごめん・なはり線は南国市、香南市内に停車駅がある。自家用車、観光バスでの入込については、高知自動車道南国ICがあり、利便性の高い地域だと思われる。一方、各市間を結ぶ公共交通（市バス）などの連携はないため、二次交通機能を高めるための連携が必要である。</p> <p>【外国人観光客への対応】</p> <p>エリア内での訪日外国人動向調査、施設受け入れ態勢調査を行い、インバウンド誘客戦略を立案したうえで下記の事業をおこなっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 外国人観光客誘客セールス（エージェンツセールス） ② 外国語パンフレット（子どもの年齢別観光案内パンフレット「とりせつ」を繁体字で作成） ③ インバウンド対応ソフト面受け入れ態勢強化のための講座を開催。（トリップアドバイザーやインスタグラム等の活用指導/実践的なインバウンド向け接客対応研修/ワークショップ）
--

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	WEBでのプロモーションの実施及び、より効果的な方法を検討するため。	Google アナリティクスにより必要なデータを取得し、分析を実施。
主要観光施設入込数	地域としての経済波及効果を測定し、観光消費額増大のための課題の洗い出しと施策（企画・戦略、情報発信、受け入れ態勢の強化等）の検討を行うため。	・各施設からの定期報告（月次） ・多客期の観光PR・案内ブース等設置の際、協議会職員による対面アンケート調査によりデータ収集。
主要物販施設入込数		
主要観光施設消費額		
主要宿泊施設延べ宿泊者数（令和3年から実施）		
リピーター率（令和3年から実施）	受け入れ態勢強化のため。	観光施設等に設置している独自のおもてなしアンケート。アンケート回答者には道の駅、観光案内所でお礼の品をプレゼント。
来訪者満足度	受け入れ体制強化の為。	観光施設等に設置している独自のおもてなしアンケート。アンケート回答者には道の駅、観光案内所でお礼の品をプレゼント。
住民満足度（令和3年度より実施）	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	毎月発行されている各市の広報誌・地域情報誌（こじゃんと）にてアンケート調査。区域内イベント時に対面調査。

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
高知県で行われている県外観光客入込調査では、ものべがわエリアは龍河洞、アンパンマンミュージアムが調査地として情報収集されているが、両施設とも日帰り客が最も多く、次いで1泊2日、2泊3日となっている。物部川 DMO 協議会が行っているおもてなしアンケートでも同様の結果である。旅行消費額を増加させるためには宿泊は大きな要素であり、宿泊してエリア内を観光する結果が少ないという課題に対し、物部川 DMO 協議会を中心として、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、観光消費額を増加させる必要がある。結果、新たな雇用の創出や、エリア内に多い一次産業の担い手不足の解消、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	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none">・子ども (未就学児も含む) が楽しめる施設 (高知県立のいち動物公園や香美市立やなせたかし記念館など) が多く、また、雨の日でも遊べる施設が多い。・海・山・川に関連する多様な観光・集客施設が車で半径30分～1時間以内に所在。・高知龍馬空港や高知自動車道・高知東部自動車道 IC が至近ゆえ、域外からのアクセスが良好 (高知市内からも車で20分～1時間)。・海・山・川・穀倉地帯がもたらす食が豊富。・高知県内でも独特の伝統産業 (打ち刃物やフラフ) が传承されている。	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none">・エリアとしての魅力が生かし切れていない (宿泊施設があるものの、高知市内の宿泊施設に泊まれる方が多く、エリアで滞在されていない)。・観光施設同士の距離が近く、観光施設を巡る行程も楽しむツアーには不向き。・未就学児が無料で利用できる施設が多く、収益を上げにくい。・「物部川」の認知度が低い。
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none">・ひとつひとつの観光施設や宿泊施設ごとの魅力をさらに向上させることにより、エリアとしての魅力を向上させることができる。・高知県内外でまだ知られていない魅力が多く、ピックアップしてもらいやすい。・体験できる要素が多いことから、教育旅行の機会もあると見込む。・令和7年 (2025年)、高知東部自動車道、南国安芸道路開通予定。・大阪万博 (2025年) の開催より、高知県として力を入れている大阪からの旅行者需要増が見込まれる。	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none">・高知県内の河川流域エリアでは仁淀川・四万十川が絶大なブランドと認知度である。・航空便の就航都市が限られており、一次交通が四国内で比べても不便。・全国有数の降雨量、天候に左右されやすい。・県内外他の広域エリアにて続々と施設がリニューアルされたり新施設がオープンとなっており、顧客が流れやすい。・労働人口の減少。・少子化の進行。・一次産業は同様の産品が他地域にも多く存在し、強豪との差別化が必要。

(別添) 様式 1

※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 高知県内を含む四国、関西をメイン商圈とする家族連れ（小学生以下の子育てファミリー）。子どもにいろいろなことを体験させて、喜ぶ顔を見たい、30～50代の親。</p> <ul style="list-style-type: none">・子どもと過ごす時間を大切にしている。・子どもの成長を何よりも楽しみにしている。・子どもと一緒に自分も楽しみたいと考えている。
<p>○選定の理由 ・ビッグデータによる調査分析報告（コロプラ） ・物部川地域は海、山、川を有しており、高知県最大の高知平野（の内の香長平野）では第一次産業も盛んである。この地域の歴史は古く、有名などころでは土佐日記の紀貫之、戦国武将の長宗我部元親、江戸時代に活躍した坂本龍馬を取り巻くさまざまな人物にも目を向けることができる。そして、日本のみならず海外でも人気のキャラクターを生んだやなせたかし等、多くの人々の歴史を感じることができる地域である。「見る」だけの観光から、「体験する」観光が求められる昨今、子育てファミリーと、それを取り巻く様々な消費者層にフィットすると考える。</p> <p>○取組方針 満足度調査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訴求する旅行・体験商品の企画造成、販売を行う。それにあたっては県・各市行政・観光協会・商工会と連携し、共同で取り組む。</p>
<p>○ターゲット層 高知県内を含む四国、関西をメイン商圈とする三世代。孫の喜ぶ顔を見ながら、時間に追われない旅をしたい。 <祖父母 50～60代></p> <ul style="list-style-type: none">・子育てなど、家庭の仕事がひと段落している。・仕事において責任ある立場から解放されている。・趣味に時間とお金を使える余裕がある。・孫の成長を何よりも楽しみにしている。 <p><父母></p> <ul style="list-style-type: none">・自分や子どもの旅行代金は親が払ってくれる。
<p>○選定の理由 独自に行っているアンケートから、三世代での旅行地としても選ばれている調査結果があるため。</p> <p>○取組方針 高知県観光の中でもブランド力が高いとは言えない「ものべがわエリア」は、様々な視点から観光客の誘致を図ることが必要とされるが、歴史に興味を持つ余裕ができはじめた祖父母世代を、坂本龍馬をはじめ、多く偉人を輩出した歴史等の魅力で取り込むことができると考えた。この物部川地域では欠かせない野中兼山の遺構や、江戸時代の芸術を今なお、色鮮やかな作品として残している弘瀬金蔵（通称：絵金）の美術館は、満足度が常に高い。また人気のキャラクターを生んだやなせたかしの記念館は三世代で楽しむことができるミュージアムである。そして地域の特産品を活用した「ものべの食」を加えることにより、子どもも親も祖父母も満足いただけるエリア観光商品を発信する。</p>
<p>○ターゲット層 高知県内を含む四国、関西をメイン商圈とするアクティブシニア</p> <ul style="list-style-type: none">・シニア夫婦・シニア女子友達
<p>○選定の理由 独自に行っているアンケートから、シニア世代の旅行地としても選ばれている調査結果があるため。</p>

(別添) 様式 1

○取組方針
 余裕ができはじめたこの世代を、坂本龍馬をはじめ、多くの偉人を輩出した歴史や、伝統産業等の魅力で取り込むことができると考えた。この物部川地域では欠かせない野中兼山の遺構や、江戸時代の芸術を今なお、色鮮やかな作品として残している弘瀬金蔵（通称：絵金）の美術館は、満足度が常に高い。また、旅の思い出として重要な要素となる「食」に関しても、海・山・川の恵みを余すことなく体験できるエリアであり、時間に追われず、金銭的に余裕のある世代の旅を、最近では主流となった SNS や HP での広報だけではなく、紙の MAP や観光情報誌を作成することで情報提供してゆく。

※DMO としてインバウンドへの施策は必須であると心得るが、現状、観光事業者に訴求力のあるターゲット設定を行った。インバウンドに対してはアフターコロナに向け、「効果的な情報発信の方法」といったセミナーを行い、インバウンドへの目線を消えさせない取り組みを行っている。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	親子一緒に、笑顔でまた来たくなるものべがわエリア
②コンセプトの考え方	高知県内でも有数の利便性の良い場所にありながら、1日に1つの場所に行くだけで、親がヘトヘトになり、子どもは満足してスヤスヤ眠ってしまうくらい、子連れで楽しめる観光施設がたくさんあるものべがわエリアならではの、新しい発見や学び、このエリアで味わった食を通して、おとなにも子どもにも笑顔が生まれ、親子一緒に何度でも来たくなる体験をご提供できるエリアにする、という意味を込めている。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	総会、理事会における事業報告の説明会・各種担当者会 DMO を中心として、地域の関連事業者を集めて協議会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う担当者会を開催。関連事業者に対しての集客や情報発信に関する助言等を実施。 <会議の開催> 総会等（定時社員総会 6 月、臨時総会 3 月） 理事会・四役会 各担当者会 ・ものべがわフェスタ担当者会 ・観光動態調査事務者ワークショップ （日本全体、高知県の観光動態調査、エリア内 KPI の達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、四国銀行の地域経済研究所協力のもと、地域の関係者に説明を行っている）

(別添) 様式 1

<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>	<p>各施設毎に事務局の担当者を設定し、平素からコミュニケーションを図りながらアンケートやKPIを活用。サービスの維持・向上に向けた課題点を協議・改善できる体制を構築している。 物部川 DMO 協議会設立当初に認定を受けたミキハウス子育て総研による認定「ウェルカムファミリーの観光地」を継続。のぼり旗で見える化するとともに、季刊誌で広報を行っている。 コロナに見舞われた令和2年度からは「ものべ SSS 認証」を設置。飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。定期的な調査を行うことで、観光客へ「安心」というサービスを行っている。 インバウンド対応のための研修を開催。令和3年度は SNS を活用した情報発信、令和4年度は語学研修を行う。</p>
<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>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社 WEB サイトを令和3年度に改修。情報発信ワンストップサービス窓口の実施、twitter, Facebook に新たに Instagram も加え、SNS を利用した効果的なプロモーションの実施。 ・ 子育てファミリーに向けた観光情報誌「とりせつ」「ことりっぷ」の発刊。 ・ 「とりせつ」の繁体字版発刊、外国人 Youtuber、ブロガーによる、インバウンドへの情報発信。 ・ 「ウェルカムファミリーの観光地」「ものべ SSS 認証」による、見える化したエリア一体となったプロモーションの実施。 ・ 3市エリア内の事業者、観光協会、商工会、市が協働し、開催する「ものべがわフェスタ」による、子育てファミリー向け観光の情報発信。

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		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	1,378	1,433	1,476	1,550	3,300	4,350	4,800
	実績	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標					38	52	55
	実績				46	(—)	(—)	(—)
●来訪者満足度 (%) 5段階評価で 4以上を獲得	目標					40	45	50
	実績				81	(—)	(—)	(—)
●リピーター率 (%)	目標					10	10	10
	実績				55	(—)	(—)	(—)

(別添) 様式 1

	実績				(—)	(—)	(—)	(—)
--	----	--	--	--	-----	-----	-----	-----

※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

<p>【検討の経緯】 平成 28 年 6 月から高知県物部川流域広域観光組織として活動を開始して以降、地域経済への波及効果を計るために KPI を設定の上、平成 29 年度より各施設からデータを収集し、分析開始。</p> <p>●旅行消費額 地域としての観光消費額増大のための課題の洗い出しと施策（企画・戦略、情報発信、受け入れ態勢の強化等）の検討を行うため、KPI 設定の上、収集・分析のサイクルを構築。域内の主要施設の観光消費額データを収集し、分析の上で事業者にはフィードバックし、事業者とともに改善に取り組んでいる。 目標設定は、設定時に計画されていた各市観光施設の新規 OPEN やリニューアルを考慮して設定している。</p> <p>●延べ宿泊者数・来訪者満足度・リピーター率 これまではデータ収集を行う連携体制を構築中であったため、KPI 未設定であったが、令和 3 年度から、宿泊者数は宿泊施設から情報提供を得ることができ、来訪者満足度、リピーター率は自社のおもてなし向上アンケートにて収集を開始した。</p>
--

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度
●主要観光施設 入込数 (人)	目標	711,000	739,500	762,000	800,000	600,000	750,000	800,000
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実績	707,185	741,783	461,297	586,998			
●主要物販施設 入込数 (人)	目標	699,200	727,000	750,200	782,100	586,500	733,100	777,000
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実績	536,932	521,464	405,854	447,672			
●Web サイトの アクセス状況	目標					62,000	80,000	100,000
						6,200	8,000	10,000
	実績		19,724	27,773	47,539			
●住民満足度調 査	目標					50	60	70
	実績		1,363	3,102	3,708			

※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

【検討の経緯】

●2018年～2021年の目標値の設定根拠は高知県全体の目標値を念頭に、物部川DMO協議会が立ち上がり、活動することの効果や、設定時(2018年)に計画が持ち上がっていた新しい観光施設のオープン・観光施設のリニューアルを踏まえた値である。

・目標設定時に根拠とした資料(統計情報などの数値)

「平成27年県外観光客入込・動態調査報告書」

「位置情報観光動態レポート」(コロプラ)

●2022年から3年間の目標値の設定は高知県、南国市、香南市、香美市の目標値を念頭に、前5年で収集した施設からの数値、観光客アンケート調査の数値を踏まえた見込みの値である。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

区域に到着してから出発するまでの交通費、施設入館料、飲食費、お土産代、宿泊費を観光客へのアンケート調査により算出。細分化して聞き取ることにより、何にいくら消費しているかを計り、商品造成時の内容、価格設定へつなげる。

●延べ宿泊者数

区域内主要宿泊施設へ聞き取り。実数を計る。

●来訪者満足度

おもてなし力の強化、エリアの魅力向上を目指すために計る。

●リピーター率

魅力向上を目指すために図る。

●主要観光施設入込数

当協議会の会員を中心とした、物部川エリアの主要観光施設であり、観光客の推移を計れる。

●主要物販施設入込数

対象は南国市の「道の駅南国風良里」と、香南市の「道の駅やす」の2か所。

「道の駅南国風良里」は高速ICの出入口そばにあり、自家用車や観光バスで高知に入込をした観光客がほぼ立ち寄る場所であり、「道の駅やす」は、高知県東部に続く国道沿いに位置し、徳島県側からの入込を計る指標にもなり、県外客の入込を計れる。

●WEBサイトのアクセス状況

観光客が何を求めているかを計り、観光客の目的に合った情報発信ができていないかを計る。

●住民満足度調

シビックプライドを鼓舞し、観光地という意識づけ、魅力向上を目指すために計る。

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
2019(R1) 年度	41,184,786(円)	【都道府県からの補助金】 20,000,000(円)
		【市町村からの補助金】 19,500,000(円)
		【会費収入】 207,500(円)

(別添) 様式 1

		【負担金】	700,000 (円)
		【講師料他】	74,102 (円)
		【誘客イベント協賛金】	335,000 (円)
		【誘客イベント出展料】	115,000 (円)
		【モニター体験参加料等】	253,150 (円)
		【その他】	34 (円)
2020 (R2) 年度	46,570,053 (円)	【都道府県からの補助金】	19,700,000 (円)
		【市町村からの補助金】	18,300,000 (円)
		【会費収入】	330,000 (円)
		【負担金】	1,000,000 (円)
		【旅行業収入】	23,400 (円)
		【講師料他】	29,638 (円)
		【物販収益等】	66,096 (円)
		【誘客多角化事業費】	6,662,294 (円)
		【繰越金他】	458,625 (円)
2021 (R3) 年度	38,766,122 (円)	【都道府県からの補助金】	17,733,000 (円)
		【市町村からの補助金】	17,100,000 (円)
		【県からの委託料収入】	1,093,512 (円)
		【会費収入】	370,000 (円)
		【負担金】	1,000,000 (円)
		【旅行業収入】	1,107,062 (円)
		【講師料他】	77,968 (円)
		【繰越金他】	284,580 (円)
2022 (R4) 年度	40,400,000 (円)	【都道府県からの補助金】	17,500,000 (円)
		【市町村からの補助金】	16,500,000 (円)
		【県からの委託料収入】	4,800,000 (円)
		【収益事業収入】	550,000 (円)
		【会費収入】	550,000 (円)
		【協賛金他】	500,000 (円)
2023 (R5) 年度	40,700,000 (円)	【都道府県からの補助金】	17,500,000 (円)
		【市町村からの補助金】	16,500,000 (円)
		【県からの委託料収入】	4,800,000 (円)
		【収益事業収入】	800,000 (円)
		【会費収入】	600,000 (円)
		【協賛金他】	500,000 (円)
2024 (R6)	36,100,000 (円)	【都道府県からの補助金】	17,500,000 (円)
		【市町村からの補助金】	16,500,000 (円)
		【収益事業収入】	1,000,000 (円)
		【事業外収入・雑収入】	600,000 (円)

(別添) 様式 1

年度		【協賛金他】	500,000 (円)
----	--	--------	-------------

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳	
2019 (H31/R 1) 年度	41,184,786 (円)	【運営管理費】	22,565,412 (円)
		【マーケティング調査委費】	588,720 (円)
		【情報発信費】	14,741,667 (円)
		【旅行商品造成】	2,291,987 (円)
		【人材育成】	355,068 (円)
		【その他】	641,932 (円)
2020 (R2) 年度	46,570,053 (円)	【運営管理費】	24,216,176 (円)
		【マーケティング調査委費】	680,040 (円)
		【情報発信費】	7,149,854 (円)
		【旅行商品造成】	5,167,718 (円)
		【人材育成】	867,748 (円)
		【商品開発】	281,592 (円)
		【販売促進費】	1,094,424 (円)
		【誘客多角化事業他】	6,723,486 (円)
		【その他】	389,015 (円)
2021 (R3) 年度	38,766,122 (円)	【運営管理費】	24,017,636 (円)
		【マーケティング調査委費】	3,367,246 (円)
		【情報発信費】	5,646,267 (円)
		【旅行商品造成】	1,493,478 (円)
		【人材育成】	497,549 (円)
		【商品開発】	67,774 (円)
		【販売促進費】	514,285 (円)
		【委託事業経費】	1,093,512 (円)
		【その他】	2,068,375 (円)
2022 (R4) 年度	40,400,000 (円)	【運営管理費】	24,353,000 (円)
		【企画統括事業】	690,000 (円)
		【情報発信事業】	5,537,000 (円)
		【旅行商品造成・販売事業】	3,420,000 (円)
		【観光人材育成事業】	400,000 (円)
		【広域観光ブランディング事業】	1,200,000 (円)
		【委託事業】	4,800,000 (円)
2023 (R5)	40,700,000 (円)	【運営管理費】	24,653,000 (円)
		【企画統括事業】	690,000 (円)

(別添) 様式 1

年度		【情報発信事業】	5,537,000 (円)
		【旅行商品造成・販売事業】	3,420,000 (円)
		【観光人材育成事業】	400,000 (円)
		【広域観光ブランディング事業】	1,200,000 (円)
		【委託事業】	4,800,000 (円)
2024 (R6)	36,100,000 (円)	【運営管理費】	24,853,000 (円)
年度		【企画統括事業】	690,000 (円)
		【情報発信事業】	5,537,000 (円)
		【旅行商品造成・販売事業】	3,420,000 (円)
		【観光人材育成事業】	400,000 (円)
		【広域観光ブランディング事業】	1,200,000 (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

<p>●公的財源の安定的な確保 地域観光の「セールス役」として、市、観光協会を窓口として各地域と協働し、3市が力を合わせて観光地域づくりを行う具体的な連携体制の構築と、その持続的な運用を進め、補助金による安定した資金支援を確保する。</p> <p>●会費収入 会員制度の運用により会費収入を獲得している。</p> <p>●旅行商品造成及び販売 各市・観光協会と連携したファミリー向け商品の提案により、着地型旅行商品の造成・販売を強化し、エージェントおよび観光事業者からの手数料収入により運営資金を確保する。</p>
--

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

高知県、南国市、香南市、香美市は、一般社団法人物部川 DMO 協議会を3市における地域連携 DMO として登録したいので一般社団法人物部川 DMO 協議会とともに申請します。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO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)

--

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小笠原 由美
担当部署名 (役職)	事務局長
郵便番号	783-0004
所在地	高知県南国市大そね甲 1705-5 桜ビル 2階
電話番号 (直通)	088-802-5050
F A X 番号	088-802-5051

(別添) 様式 1

E-mail	info@monobegawa.com
--------	---------------------

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	高知県
担当者氏名	山本 作
担当部署名 (役職)	産業振興推進部計画推進課 地域支援企画員 (総括) (物部川地域担当)
郵便番号	782-0012
所在地	高知県香美市土佐山田町加茂 777 香美農林合同庁舎 1 階
電話番号 (直通)	0887-57-0015
F A X 番号	0887-57-0016
E-mail	tsukuru_yamamoto@ken2.pref.kochi.lg.jp

都道府県・市町村名	高知県
担当者氏名	藤原 大輝
担当部署名 (役職)	観光振興部地域観光課 (主幹)
郵便番号	780-8570
所在地	高知県高知市丸の内 1 丁目 2 番 20 号
電話番号 (直通)	088-823-9706
F A X 番号	088-823-9256
E-mail	daiki_fujiwara@ken4.pref.kochi.lg.jp

都道府県・市町村名	高知県南国市
担当者氏名	山崎 伸二
担当部署名 (役職)	商工観光課 (課長)
郵便番号	783-8501
所在地	高知県南国市大そね甲 2301
電話番号 (直通)	088-880-6560
F A X 番号	088-880-6205
E-mail	n-shoukou@city.nankoku.lg.jp

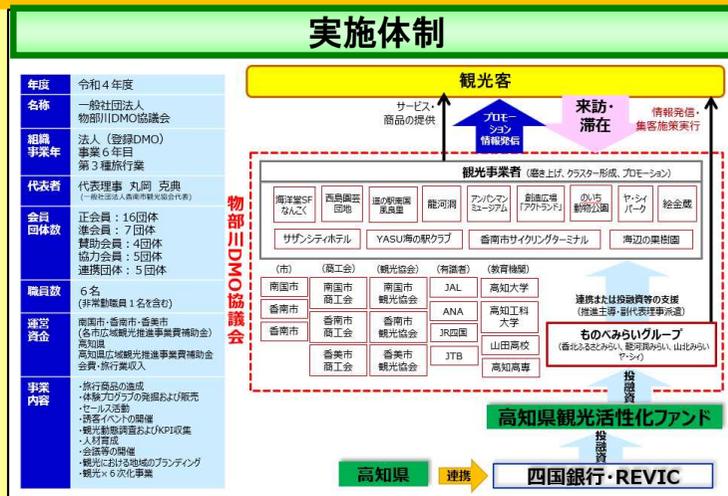
都道府県・市町村名	高知県香南市
担当者氏名	浜田 悦秀
担当部署名 (役職)	商工観光課 (課長)
郵便番号	781-5292
所在地	香南市野市町西野 2706

(別添) 様式 1

電話番号 (直通)	0887-50-3013
F A X 番号	0887-50-3014
E - m a i l	shoukou@city.kochi-konan.lg.jp

都道府県・市町村名	高知県香美市
担当者氏名	石元 幸司
担当部署名 (役職)	商工観光課 (課長)
郵便番号	782-8501
所在地	香美市土佐山田町宝町 1 - 2 - 1
電話番号 (直通)	0887-53-1084
F A X 番号	0887-53-5877
E - m a i l	shoko@city.kami.lg.jp

【区域】高知県南国市、香南市、香美市
 【設立日】平成31年3月13日
 (任意団体発足日:平成28年6月30日)
 【登録日】令和4年3月28日
 【代表者】丸岡 克典
 【マーケティング責任者(CMO)】事務局長 小笠原 由美
 【財務責任者(CFO)】副代表理事 野並 啓
 【職員数】6人
 (常勤4人(正職員3人、臨時職員1人)、非常勤1人、
 高知県観光地域づくり推進員1人含む)
 【連携する主な事業者】DMC、観光事業者、宿泊事業者、
 商工事業者、交通事業者、地域金融機関
 ※DMCとは、四国銀行とREVICによるファンドが設立した
 (株)ものべみらいを指す。
 ※令和4年6月30日時点、37団体が加盟



マーケティング・マネジメントする区域(高知県物部川地域)

当地域は、弥生時代の生活の跡が残る史跡や、国分寺や土佐国国府が所在した歴史を有し、文化的観光資源が点在するエリアである。また、天然記念物でもある「龍河洞」や海岸公園である「ヤ・シィパーク」をはじめ自然資源も豊富。それぞれがファミリー層向けのポテンシャルが高い。一方、①3市のステークホルダーが意思決定に関与する「地域経営」体制の構築、②中四国・関西地方を商圏とするファミリー層向けのエリアマーケティング戦略立案、③当エリアのセールス役の不在等の課題があった為、DMOを中心に取組を進めている。

The map shows the Murokawa Area with various tourism spots and infrastructure. Key locations include '高知県立歴史民俗資料館' (Kochi Prefectural History and Folklore Museum), '高知IC' (Kochi IC), 'JR土佐山田駅' (JR Tosa Yamada Station), '高知駅' (Kochi Station), '高知空港' (Kochi Airport), '高知駅西口' (Kochi Station West Exit), '高知駅東口' (Kochi Station East Exit), '高知駅南口' (Kochi Station South Exit), '高知駅北口' (Kochi Station North Exit), '高知駅西口' (Kochi Station West Exit), '高知駅東口' (Kochi Station East Exit), '高知駅南口' (Kochi Station South Exit), '高知駅北口' (Kochi Station North Exit). Other spots include '酒の王国 黒良堂' (Wine Kingdom Kurodo), '西高岡農園地' (Seikokan Farm), '龍河洞' (Ryugadou), 'アンパンマンミュージアム' (Anpanman Museum), 'のいち動物公園' (Noichi Animal Park), '高知立歴史民俗資料館' (Kochi Prefectural History and Folklore Museum), '高知IC' (Kochi IC), 'JR土佐山田駅' (JR Tosa Yamada Station), '高知駅' (Kochi Station), '高知空港' (Kochi Airport), '高知駅西口' (Kochi Station West Exit), '高知駅東口' (Kochi Station East Exit), '高知駅南口' (Kochi Station South Exit), '高知駅北口' (Kochi Station North Exit). Other spots include '酒の王国 黒良堂' (Wine Kingdom Kurodo), '西高岡農園地' (Seikokan Farm), '龍河洞' (Ryugadou), 'アンパンマンミュージアム' (Anpanman Museum), 'のいち動物公園' (Noichi Animal Park), '高知立歴史民俗資料館' (Kochi Prefectural History and Folklore Museum), '高知IC' (Kochi IC), 'JR土佐山田駅' (JR Tosa Yamada Station), '高知駅' (Kochi Station), '高知空港' (Kochi Airport), '高知駅西口' (Kochi Station West Exit), '高知駅東口' (Kochi Station East Exit), '高知駅南口' (Kochi Station South Exit), '高知駅北口' (Kochi Station North Exit).

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①②
 【概要】定款に定める総会・理事会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う各担当者会を適時開催。
 ①<総会、理事会等>
 ・定時社員総会:決算及び事業計画・予算の承認等
 ・臨時社員総会:年度事業計画及び予算(案)の承認の為
 ・理事会:各市の観光事業者、観光協会及び商工会の代表者からなる理事を選任し、民間事業者の観点と公益的な観点から合意形成を図る仕組み
 ②<各担当者会>
 ・地域イベント担当者会
 ・観光動態調査、分析を会員の実務者と報告会、ワークショップ等で開催。
 ・その他(観光商品、PR事業、物販など)必要な事業内容に合わせ、随時開催。

観光関連事業者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

・団体の受け入れ時には3市の観光協会と連携し、ガイドの調整等を行う。
 ・イベント等広報を行いたい内容はDMOに随時情報提供があり、即WEB、SNSで発信。
 ・3市観光協会協力のもと、物販、飲食、観光施設を定期的に調査し、ユニバーサル対応を拡大。
 ・各市商工会が開催するイベントへの連携協力、誘客。

戦略

【主なターゲット】
 子育てファミリー / 三世代 / アクティブシニア

インバウンド獲得
 回復するインバウンド需要に向け、人材育成や受入環境整備を実施。クルーズ船オプションツアー獲得や現地レップとの商品造成、販売を進める

修学旅行の受入強化
 国内、近隣に移行しつつある修学旅行を誘致。ユニバーサル目線での支援学校の受け入れプログラムも作成販売し、エリアのブランド化を図る。

ユニバーサルツーリズムの推進
 他エリアに先んじて進めているユニバーサルツーリズムの推進を体験観光を核とした商品造成を通じ販売する。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・3市共働イベント「ものべがわフェスタ」開催事務局
 ・広域広報(パンフレット作成・WEBサイト運営)
 ・国内外AGTへの商品販売、招致、アテンド
 ・ミキハウス認定、ものべSSS認証によるエリアのブランド化
 ・ユニバーサルツーリズムの広報

【観光資源の磨き上げ】
 ・6次化商品の開発と体験観光をつなげたツアー造成。
 ・四国初のユニバーサルビーチを核としたユニバーサルツーリズムの企画開発

【受入環境の整備】
 ・KPI調査、観光客アンケート収集、分析、エリア内事業者との情報共有

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	1,433	1,476	1,550	3,300	4,800
	実績	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	1,407	1,046	1,136	()	()
	実績	()	()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	46	38	52
	実績	()	()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	40	45	50
	実績	()	()	81	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	10	10
	実績	()	()	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】高知県補助金17,733千円、3市補助金17,100千円、会費370千円、収益事業(業務委託料、旅行業収入等)約3,563千円(R3年度)
 【総支出】38,766千円(一般管理費24,017千円、事業費12,552千円、業務委託費他2,197千円)
 ※R2年度決算
 【自立的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 旅行商品販売、観光庁事業の活用、会費収入他