

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年12月20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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 知多半島観光事業協会	
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 愛知県 知多郡 南知多町	
所在地	愛知県知多郡南知多町山海屋敷103	
設立時期	平成28年6月1日	
職員数	2人【専従1人（正職員1人・出向等0人）、非常勤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） 渡邊 幸一 （出身組織名） 愛知県ホテル旅館生活衛生同業組合理事長、愛知県観光協会理事 他	愛知県ホテル旅館生活衛生同業組合理事長、愛知県観光協会理事として、旅館業・観光事業に留まらぬ、地域の様々な事業分野のパイプ役となっており、種々の取組で地域内外に成果を挙げている。 日本全国に有する計19館のホテル・旅館経営を通じ、国内観光産業に対する複眼的かつ実効的な視座を有する。
データ収集・分析等の専門人材（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 久世 守 「専従」 （出身組織名） 南知多町観光協会	南知多町から委嘱を受けた観光協会の事務局長として、地域の様々な観光事業にかかるパイプ役となってきた。令和4年度以降は、CMOとして、行政と多地域観光団体との連携に手腕を見せる。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 伊豫田 千穂子（出身組織名） （株）海栄館 他	地元南知多のホテル・旅館に30年間勤務。複数の宿泊施設の管理運営を通じ、観光産業の仕組みに精通。観光地域マーケティング、財務管理についても高い知見と能力を持つ。
（PM：プロジェクトマネージャー）	（氏名） 岡川 美巳 （出身組織名） 行政書士法人 SKY 他	南知多町、京都府をはじめ、各地の観光・地域づくり事業での助成事業、補助事業等の実績を有する。 当法人においては設立から関与し、各種申請手続き、企画・運営、ファシリテーション、民官各方面への連携・調整等を行う。京都府行政不服審査会審査委員。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	南知多町産業振興課商工観光係（商工観光振興）：監督、協働（企画、施設運営等）南知多町地域振興課公共交通係（地域公共交通整備）：監督、提携（企画、データ収集・分析等）	
連携する事業者名及び役割	【行政】 上記 【観光等関連団体】 南知多町観光協会、日間賀島観光協会、篠島観光協会、商工会議所 【事業者】 株式会社海栄館、株式会社えびせんべいの里、株式会社まるは	

(別添) 様式 1

	<p>名古屋鉄道株式会社、名鉄海上観光船株式会社、名鉄バス株式会社 名鉄観光サービス株式会社、名鉄知多タクシー株式会社 JTB ほか 【産学連携】 日本福祉大学、日間賀中学校、内海小学校 【金融機関】 中京銀行、知多信用金庫、三菱東京 UFJ 銀行 他</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) 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すること (概要) ①幅広い分野の関係者等が参画し、観光地域づくり法人の意思決定（総会、理事会）に関与 ②観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置 行政、関連団体、事業者（交通、宿泊、観光）ら、多様な関係者が参加する協議会・審議会等を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う複数の委員会等（実施体制図参照）を開催する。 * 常設：「南知多農泊推進協議会」、「行・観・交・産ワーキンググループ」、「南知多ユニバーサルツーリズム協議会」（R5.4 発足予定） * 事業ごとに設置：事業プロジェクトチーム（日間賀島観光協会、地域宿泊事業者等）、事業コンソーシアム（地域民間事業者、南知多町観光協会、日間賀島観光協会、篠島観光協会等）等 -企画運営会議、報告会ほか</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>・関係者等との事業報告書の共有は、定期会議（総会等）の開催時に取り組み状況とともに配布する（または配信する）。 ・数値目標（KPI）に関する、地方公共団体が策定する計画・戦略等との整合性については、現状、各地方公共団体が有する基本計画等に基づいて策定されているため、まさにこれに沿った内容で並走している。 ・令和4年2月には、当法人が主体となって、地域観光の拠点を構築するための全体協議会を開催し、行政、地域住民、地域事業者、観光事業者、交通事業者らが現地（庁舎）とオンラインで参加。 その後も拠点周辺地域の住民・事業者らと当該事業計画にかかる協議を継続。 ・法人設立後、事業開始以来、関係各者で行ってきた計画・戦略等の共有、協議、策定の末に、観光地域づくりに係わる全てのステイクホルダー（行政、交通、観光、産業、住民等）の事業参画が見込まれる新規事業を遂行する運びとなった。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="405 1630 1378 1930"> <thead> <tr> <th data-bbox="405 1630 587 1675">事業</th> <th data-bbox="587 1630 1378 1675">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="405 1675 587 1930">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="587 1675 1378 1930"> <p>・平成31年度 SAVOR JAPAN 認定（農林水産省） 具体事業内容 南知多町・篠島の1000年にも渡る伊勢神宮との関係性と食文化を漁業の島から世界に発信頂いた。</p> <p>・令和2年度 映像制作事業（南知多町 他） 具体事業内容</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>・平成31年度 SAVOR JAPAN 認定（農林水産省） 具体事業内容 南知多町・篠島の1000年にも渡る伊勢神宮との関係性と食文化を漁業の島から世界に発信頂いた。</p> <p>・令和2年度 映像制作事業（南知多町 他） 具体事業内容</p>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>・平成31年度 SAVOR JAPAN 認定（農林水産省） 具体事業内容 南知多町・篠島の1000年にも渡る伊勢神宮との関係性と食文化を漁業の島から世界に発信頂いた。</p> <p>・令和2年度 映像制作事業（南知多町 他） 具体事業内容</p>				

(別添) 様式 1

		<p>SAVOR JAPAN によるインバウンド発信を強くするため、外国人モデル等による離島紹介映像を制作し、Youtube や Instagram 等の SNS でアカウントを取得し投稿発信した。</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 3 年 DX 活用推進事業 (観光庁) <p>具体事業内容 コロナ禍の緊急事態宣言等による移動制限下に、対象地域内の各観光地、名産品、食、祭り等をオンラインツアーとして販売し、地域のファン層醸成のための情報発信を行い、リピーターや属性データ等を取得。</p>	
	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> 令和元年度 「岩谷寺ほか」文化財多言語解説整備事業 (文化庁) <p>具体事業内容 重要文化財等の多言語化、映像化</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 3 年度 地域拠点再生・高付加価値化事業 (観光庁) 日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D) モデル地区認定 追加 <p>具体事業内容 山海地区の地域観光拠点の再構築 (廃屋撤去、施設改修) 観光地域づくりの目標として GSTC 認証を掲げ、地域全体で環境サステナブル事業 (内海海岸の清掃、美化等) に取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 4 年度 GD TOP100 (GSTC 認証) 認証取得 <p>具体事業内容 地域全体で取り組んだ環境サステナブル事業 (内海海岸の清掃、美化等) で認証取得 次年度以降、ユニバーサルツーリズム等の実証事業を世界発信するサステナブル観光拠点として活用が期待される。</p>	
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> 平成 30 年度/平成 31 年度 農泊推進事業 <p>具体事業内容 インバウンド、研修旅行、教育旅行向け食文化等体験プログラム (「篠島の鯛」および地域の歴史と文化) の造成、SAVOR JAPAN 認証取得</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 2 年度「宿泊を前提としたお化け屋敷パッケージ造成」誘客促進事業 (観光庁) <p>具体事業内容 離島・日間賀島の魅力を活かしたストーリー性の高いお化け屋敷と宿泊のセット商品の造成</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 2 年度「祈りと感謝・秋の花火大会」(愛知県) <p>具体事業内容 離島と半島で同時に打ち上げ花火大会を開催し、落ち込んだ船舶観光需要を底上げ。</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和 3 年度 DX 活用推進事業 (観光庁) <p>具体事業内容</p>	

(別添) 様式 1

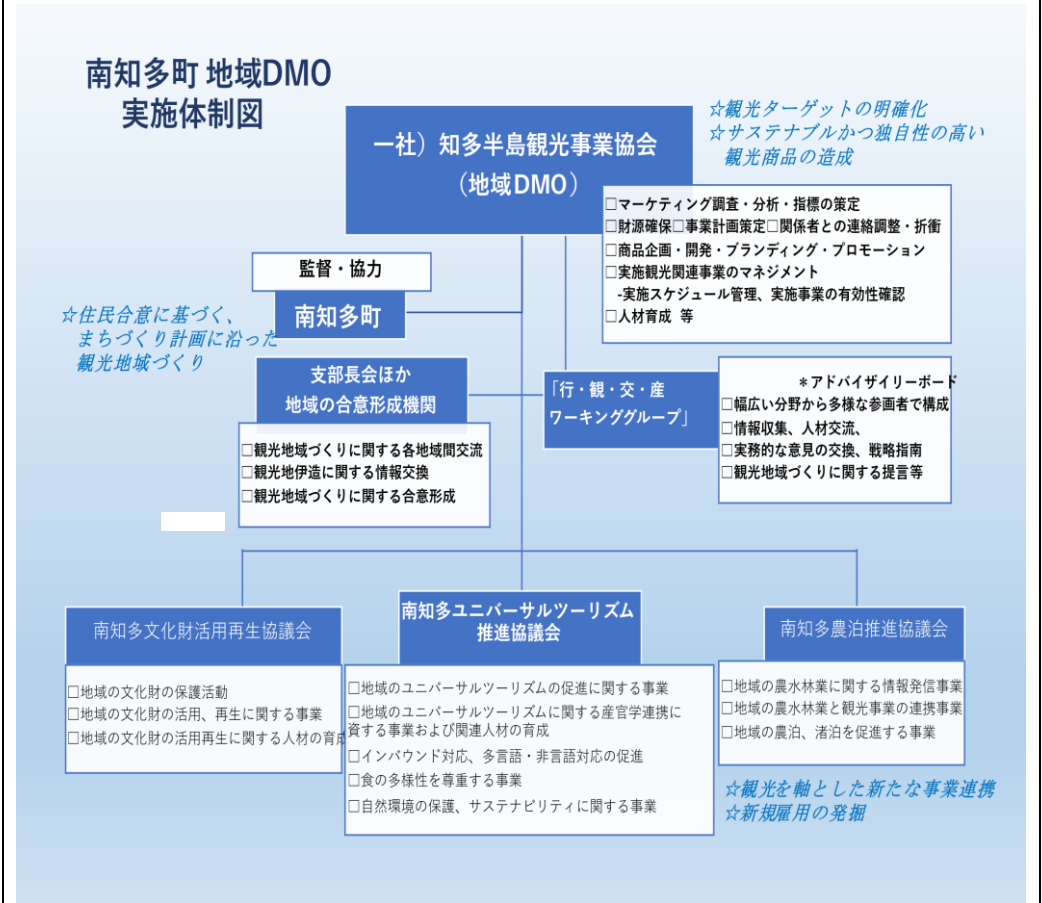
	<p>対象地域内の各観光地、名産品、食、祭り等を、日本全国のファン層に向け（またはファン層醸成を目論見）、オンラインツアーとして造成</p>
--	--

実施体制

(実施体制の概要)

一社) 知多半島観光事業協会が母体となり、メンバーには、行政、観光団体、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、建設業者、農業者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。

(実施体制図)



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

(別添) 様式 1

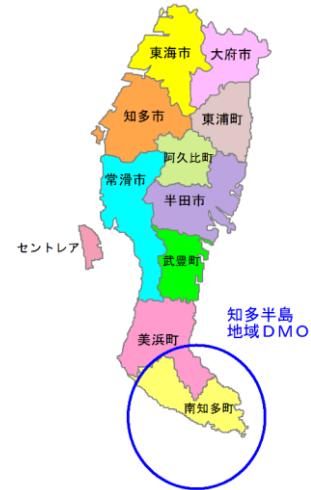
【区域の範囲が分かる図表を挿入】

左図のとおり

【区域設定の考え方】

国際空港（中部国際空港）から車で 30 分内のアクセスの良さを活かし、インバウンド向けの旅行商品の開発、周遊企画などを検討している。

地域 DMO として、町のシンボルといえる内海海岸（G S T C 認証取得）を主となる観光資源に掲げ、ここを拠点に、各地域（半島、篠島、日間賀島）と連携し、障がい者や高齢者、年少者等にも幅広く楽しんでもらえる独自性の高い「ユニバーサルツーリズム」を推進する。



【観光客の実態等】

南知多町において年間 370 万人（H27）の来訪者数は、ピーク時から減退の途を辿っており、区域内の他の地域においても同様の様相を呈している。

観光客らの訪問目的は、日帰り型観光の割合が高く、「遊覧等（飲食・買い物を含む）」都市型観光が約半数を占めており、海水浴や釣り・いちご狩り等の「自然体験」を目的とした訪問がこれに次ぐ。

インバウンド需要については、セントレアを経由地とする海外観光客らに向けた、アクセスの利便性や地域の魅力についてのプロモーションが絶対的に不足しており、本 DMO においては、インバウンド需要にかかる集客数増は狙い目と考えている。

コロナ禍を経て、サステナブルかつ特色ある地域づくりを進めるべく、地域拠点再生、DX 活用推進、SDGs に取り組んでいる。

【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】

□総論

知多半島は、地勢状、国定公園、自然公園の指定も多く、大量の観光客が押し寄せるような集客性の高い観光資源は少ないものの、自然、歴史、産業、伝統を生かした特色ある名所、旧跡、文化財、祭りなど観光資源は豊富にあり、自然を利用したレクエーションの基地としての整備もすすむ（年間訪客数約 200 万人）。

地元で獲れる新鮮な魚料理は既に重要な観光商材の一つに数えられている。

従前は、冬期には団体・宴会客、夏期には海水浴の家族連れ等を主な顧客層としてきたが、コロナ禍によりこれらの客足が激減した。

今後は、自然の恵み溢れる半島の地勢を活かし、個性豊かな地域づくりを進め、新たな顧客層（インバウンド、FIT 層等）の誘客促進に取り組む。



□各論（観光・商業施設、名所・旧跡、自然、文化、イベント、スポーツ等）

- ・温泉（南知多温泉郷ほか）：南知多町 他
- ・世界で最も粒の小さい砂浜として有名な「千鳥が浜」（“日本の渚百選”に選定）：南知多町
- ・海水浴場：南知多町
- ・自然体験（グリーンツーリズム、潮干狩り、地引き網漁、イチゴ狩り等）：南知多町

(別添) 様式 1

・えびせんべいの里：南知多町

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

* 南知多町（令和 3 年 南知多町統計）

- 宿泊施設数（ホテル・旅館・民宿）計 138 軒
/ 収容力 6,531 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

名古屋から車（マイカー）で 30 分内

・名古屋/大高 I C ⇒ 知多半島道路
～南知多 I C

名古屋から電車で

・名鉄常滑線、河和線、知多線
- 知多バス、巡回バス、海っ子バス等

セントレアから電車で

・名鉄常滑線



ほか

名鉄海上観光船 等

【外国人観光客への対応】

□インバウンド整備状況

愛知県における訪日外国人数は、コロナ禍もあり、絶対的に低率に留まった。

しかし、コロナ禍前に満足度の低かった wifi 設備や、コミュニケーション障壁（言語障壁）については、この間に整備が進んでいる。

また、オンラインツアーの催行等、各地域の事業者が連携した DX 活用も進んでおり、今後は、関係当事者において、デジタルツールの活用による言語障壁の解消等にも取り組み、外国人観光客満足度の向上につなげたい。今後も、インバウンド対応が可能なコミュニケーター・ガイド等の育成に一層注力し、アフターコロナのインバウンド需要に備えたい。

豊かな自然や自然体験型観光商品は、コロナ前には、インバウンド誘引の筆頭にも挙げられており、当該区域が有する豊かな自然を活かした商品づくり、外国人観光客らに対する多彩なプロモーションにより、インバウンド需要を的確に捉え、ソフト面においても、対応を充実させたい。

2021 年には観光庁によるサステナブル観光モデル地域に選定され、2022 年 9 月には、地域内最大の観光ビーチである「内海海岸」が、国際認証である GSTC 認証による GD TOP100 にも選定され、同地域については観光拠点としての再構築事業が複数進行している。

国際空港から車で 30 分内という好立地を活かし、外国人のみならず、障がい者や高齢者にも安全快適に楽しんでもらえる“世界一のユニバーサルビーチ”を目指している。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
地域来訪者数	観光振興を図る為に必要な指標 (KPI) として目標値を設定するため。また、その検証を行うため	地域の行政主体と協議の上調査方法を確立し、実施している。 * 宿泊旅行統計調査等の活用を含む * 観光入込客統計（県）等の活用を含む

(別添) 様式 1

旅行消費額	観光振興を図る為に必要な指標 (KPI) として目標値を設定するため。また、その検証を行うため	地域の行政主体と協議の上調査方法を確立し、実施している。 * 観光入込客統計 (県) 等の活用を含む * 会員事業者へのモニタリングを含む
述べ宿泊者数	観光振興を図る為に必要な指標 (KPI) として目標値を設定するため。また、その検証を行うため	地域の行政主体と協議の上調査方法を確立し、実施している。 * 宿泊旅行統計調査等の活用を含む
来訪者満足度	観光振興を図る為に必要な指標 (KPI) として目標値を設定するため。また、その検証を行うため	可能な限り、催事等の事業ごとに、事業主体と協議の上調査方法を確立し、実施している。 * 観光レクリエーション利用者統計、観光振興施策の実施状況調査報告書 (県) 等の活用を含む * 会員事業者へのモニタリングを含む
リピーター率	観光振興を図る為に必要な指標 (KPI) として目標値を設定するため。また、その検証を行うため	令和 4 年度上半期に、独自の調査方法で実施。 * 会員事業者へのモニタリングを含む
地域内宿泊施設データ ・ 滞在日数 ・ 宿泊目的等	観光振興を図る為に必要な指標 (KPI) として目標値を設定するため。また、その検証を行うため	地域の行政主体と協議の上調査方法を確立し、実施している。 * 観光レクリエーション利用者統計 (県) 等の活用を含む
地域内公共交通機関の利便性	区域内の周遊性および滞在性を把握し、着地型観光商品の開発に必要な指標を設定し、その検証を行うため	交通実証事業等において、可能な限り継続的に調査。 【R3 事業値を集計、R4 事業についてもアンケート等を実施予定】
多様性を有する観光客満足度	地域における「ユニバーサルツーリズム」の進展を目指して指標を設定する。	当初は、可能な限り催事等の事業ごとに、事業主体と協議の上調査を行う。
大手旅行社の商品造成状況把握	着地型観光商品の開発に必要な指標を設定するため。また、その検証を行うため	各地域の観光協会等と連携し、平成 29 年度以降実施している。 * エージェント提供資料等の活用を含む

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

対象地域は、半島と二つの島からなる複雑な地勢 (山側、海側、島嶼) のため、漁業・農業共にさかんで、各地域が特色ある祭りや催事を有しており、彩り豊かな伝統文化が残っている。

観光については、従前より団体旅行 (各種宴会を含む団体宿泊) の需要が高く、今般のコロナ禍 (緊急事態宣言、多人数による宴会自粛等) で観光売上が激減した。

コロナ禍後も「団体旅行が敬遠される傾向」が予見され、FIT 客の来訪意欲を増進する魅力的なコンテンツ造成が急務であるところ、①着地型・中長期滞在ツアーへの誘引を行う ② (観光消費額の大きい) 欧米豪富裕層等を顧客層に引き込む等の 客単価を上げる新たな取組みが地域観光の課題であると考えている。

同時に、多様な属性を有する FIT 客の要請に対応するため、新たな顧客層に応じた、多様な観光人材を育成することが、少子高齢化等により、年々困難になってきている地域の伝統や文化等の継承にも資するものとする。

(2) 地域の強みと弱み

好影響	悪影響
-----	-----

(別添) 様式 1

<p>内部環境</p>	<p>強み (Strengths)</p> <p>①美しい海、ビーチ、温泉郡 (南知多、内海海岸 等)</p> <p>②自然体験型観光素材 (豊富な自然体験プログラム)</p> <p>③伝統・文化 (多様な地域性に富んだ祭礼)</p> <p>④各種ホビー、スポーツ、イベント等 (釣り、海水浴、マリンスポーツ、サイクリング、ランニング等)</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>①各観光施設間における連携不足により、日帰り型観光に留まっている</p> <p>②適切な価格設定・マーケティングがされていない</p> <p>③「観光資源」としての磨き上げの不足</p> <p>④地域全体での取り組みに至っていない</p>
<p>外部環境</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>①～④多様な旅行エージェンシーとの連携による着地型・宿泊型商品の開発実績</p> <p>②③④インバウンド誘引</p> <p>②③④SDGs 関連事業における行政連携、GD TOP100 に選定 等</p> <p>④近年、各種スポーツの国内・国際大会等実施機会が増加</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>①近隣他地域との類似性、遅発性</p> <p>②近年の自然災害の増加や環境変化</p> <p>③少子高齢化による担い手不足</p> <p>④地元他団体、観光施設等との協調・連携不足 * 地域が分散しており合意形成が容易ではない</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>○ターゲット層</p> <p>国内) 近畿、関東圏の20～50代のリピーター(コア層: 40歳～50歳)</p> <p>国外) 香港・台湾を中心とした東南アジアおよび欧米系FIT層、* 障害を有する外国人客</p>																																
<p>○選定の理由</p> <p>2021年度に行ったDX活用促進事業において、複数回のオンラインツアー実証事業を開催し、「観光地」「名産品」「地元食材」「歴史・伝統」等のテーマごとに顧客属性の分析・検討を行った。その結果、国内においては、他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が多く、市場としても今後拡大傾向にあるため。</p> <p>また、当該ターゲット層については、消費行動に基づくビッグデータ活用、SNS連動等により、対象地域においても、比較的多様なマーケティングが可能な層であると考え(ターゲットマーケティングの実効性が高い)。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="359 1451 742 1702"> <p>オンラインツアー全体の所在</p> <table border="1"> <caption>オンラインツアー全体の所在</caption> <tr><th>地域</th><th>割合</th></tr> <tr><td>中国</td><td>2.8%</td></tr> <tr><td>東海</td><td>10.5%</td></tr> <tr><td>近畿</td><td>1.5%</td></tr> <tr><td>東北</td><td>7.3%</td></tr> <tr><td>関西</td><td>10.9%</td></tr> <tr><td>北陸</td><td>2.2%</td></tr> <tr><td>関東</td><td>63.5%</td></tr> </table> <p>関東エリアからの参加者が多く、従来の南知多町の観光顧客層とは異なる居住属性</p> </div> <div data-bbox="853 1451 1252 1680"> <p>オンラインツアー全体の年齢層</p> <table border="1"> <caption>オンラインツアー全体の年齢層</caption> <tr><th>年齢層</th><th>割合</th></tr> <tr><td>20歳以下</td><td>1.5%</td></tr> <tr><td>21歳～30歳</td><td>8.0%</td></tr> <tr><td>31歳～40歳</td><td>16.8%</td></tr> <tr><td>41歳～50歳</td><td>41.6%</td></tr> <tr><td>51歳～60歳</td><td>21.9%</td></tr> <tr><td>61歳～70歳</td><td>8.8%</td></tr> <tr><td>70歳以上</td><td>1.5%</td></tr> </table> </div> </div> <p>アフターコロナの動静が見えない現状において、国外ターゲットの選定が難しいところであるが、台湾・香港等の「コロナ前」顧客層の取り戻しに加え、愛知県と連携して進めている東南アジアインバウンド及びコロナ前に商品造成(SAVOR JAPAN)を進めていた欧米豪FIT客の新規取り込みを引き続き継続したいため。</p> <p>* 尚、令和6年度に内海海岸にオープンするユニバーサルツーリズム拠点への、全世界からの誘客を目指し、次年度以降、モニターツアー等において障がい有する外国人客への実証的な取り組みを検討している。</p>	地域	割合	中国	2.8%	東海	10.5%	近畿	1.5%	東北	7.3%	関西	10.9%	北陸	2.2%	関東	63.5%	年齢層	割合	20歳以下	1.5%	21歳～30歳	8.0%	31歳～40歳	16.8%	41歳～50歳	41.6%	51歳～60歳	21.9%	61歳～70歳	8.8%	70歳以上	1.5%
地域	割合																															
中国	2.8%																															
東海	10.5%																															
近畿	1.5%																															
東北	7.3%																															
関西	10.9%																															
北陸	2.2%																															
関東	63.5%																															
年齢層	割合																															
20歳以下	1.5%																															
21歳～30歳	8.0%																															
31歳～40歳	16.8%																															
41歳～50歳	41.6%																															
51歳～60歳	21.9%																															
61歳～70歳	8.8%																															
70歳以上	1.5%																															

(別添) 様式 1

○取組方針

従来のアンケートによる満足度調査のほか、昨今進めているDX活用等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く訴求するコンテンツを掘り起こし、磨き上げる。
当該コンテンツは、旅行エージェンシーらを通じ適宜に流通経路に乗せ、収益を得て取組の拡大、発展を目指す。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「南知多ユニバーサルツーリズム」
②コンセプトの考え方	<p>一昨年から、地域DMOへの変更を視野に、南知多独自のグローバルローカルを模索し、内海海岸等の地域のシンボリックな観光拠点の磨き上げを進めてきた(GSTC認証取得、SAVOR JAPAN「篠島の鯛」認定等)。 豊かな自然、マリンレジャーや魚介グルメに恵まれた「半島地勢」、中部国際空港から車で30分内という地の利を活かし、インバウンド向けの誘客を本格化する。 観光を地域づくりの礎とし、「すべての人」が旅を楽しみ、住んで幸せな地域を目指して、「多様な観光客」の誘客を積極的に行う。 これまで取り組んできた、インバウンド向けの、伝統文化や祭祀儀礼を核とした「サステナブル×エシック」な旅行商品に加え、産業首都・愛知県のテクノロジーと、アウトドアアクティビティに関する地域の親和性の高さを融合した「バリアフリー×テック」で、南知多ならではの『ユニバーサルツーリズム』を展開する。</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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定期的な協議機会、既存の各種団体会議（行政主催の者を含む）等での定期的な情報発信の継続。 ・ 一社）知多半島観光事業協会を中核とする「南知多農泊推進協議会」を設置、また、次年度を見据え、「渚の交番プロジェクト準備委員会」の発足を予定（航空系企業、鉄道会社、製造メーカー、介護福祉系事業所、ボランティア団体等が新たに参画）。 ・ 南知多町、また各観光協会と連携（法人事務局長（CMO）は、南知多観光協会事務局長を兼務） ・ 「行・観・交・産ワーキンググループ」の活動は継続。 <p>①南知多町産業振興課が作成している各種データを用い、関連資料の作成 ②当該法人での独自データ収集はイベント開催時のアンケートを除きシステム化がされていない（予算不足） DMOを中心として、地域の行政、関連団体、事業者を集めてコミュニケーションの場を設け（アドバイザーボードの設置）、各地域の観光素材の吸い上げを行うとともに、エージェンシーやマスコミ等とも連携し、精力的に商品化、事業化を図り、観光客らに向けたプロモーションを行う。</p>

(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>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光庁が推進する既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業への採択が決定し、効果的な補助金利用のため関係各所と関連し、地域の高付加価値可を実現し、域内の需要を中心に域外・インバウンド需要に対しても対応できる環境を整えていく。 ・上記事業の延長線上に、地域の、観光事業以外のステークホルダー（地域住民を含む）に対するインセンティブを有する「渚の交番プロジェクト」事業を発動し、「観光事業を起点とした、総体的な地域づくり」を本格的に展開する。 ・DMO が中心となって、サクラクオリティ等の国際的なサービス認証を推進し、地域の観光力の底上げを進める。
<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>	<ul style="list-style-type: none"> ①各種イベント実施による認知度向上・・日間賀島お化け屋敷イベントや花火大会を実施した事により、SNS やネット上での反響も増加し知名度アップが図られている。 ②交通システム・・セントレア空港からのダイレクト送迎等の交通システムの再構築のため旅行会社とタイアップしシステムの構築中。交通事業者を域内ステークホルダーとして迎え、KPI の設定や事業選定等に関し提携。 ③DX 活用推進事業・・今まで不得手であったオンライン系のプロモーション強化策として観光庁の助成金を活用。オンラインツアーを開催し、地域資源の掘り起こしとともに、情報発信技術を修得。域内のDX 活用推進人材の多様化、多層化も行う。 ④観光協会 HP 等

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R 1) 年度	(R 2) 年度	(R 3) 年度	(R 4) 年度	(R 5) 年度	(R 6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	1200 ()	1100 ()	1200 ()	1400 ()	1800 ()	1800 ()
	実績	1090 ()	1200 ()	1100 ()	- ()	- ()	- ()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	700 ()	400 ()	400 ()	300 ()	350 ()	400 ()
	実績	450 ()	318 ()	286 ()	- ()	- ()	- ()
●来訪者満足度 (%)	目標	- ()	85 ()	86 ()	88 ()	90 ()	90 ()
	実績	- ()	86 ()	86 ()	- ()	- ()	- ()
●リピーター率 (%)	目標	- ()	- ()	10.0 (2.0)	12.0 (5.0)	15.0 (10.0)	15.0 (10.0)
	実績	- ()	- ()	8.3 ()	- ()	- ()	- ()

※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

(別添) 様式 1

①南知多町産業振興課との連携を更に深め、行政とタイアップするメリットが見出せるよう当方が必要とするデータ取得も併せて要求し、地域観光の発展に寄与できるデータ収集システムを作り上げる。

通常、新年度から数カ月遅れでのデータ公開となるため、年度内に関係者と協議し、新年度につなげる。

②当該法人独自でのデータ収集システムの確率を目指し、予算ありきではあるが他類似法人からのアドバイスを受け数年後には独自でデータ収集ができる環境を整備していく。

●旅行消費額

コロナ禍の影響で観光客自体は激減したが、折を見て開催された「祈りと感謝の花火大会」や「日間賀島お化け屋敷事業」等により、一人当たりの観光消費額についてはやや増加傾向となった。

本年度は、地域拠点の高付加価値化に取り組む等、地域の価値を高め、消費を促進する施設やサービスの創出に着手しており、次年度以降、その成果を確認したい。

●延べ宿泊者数

対象地域は、ふぐや牡蠣等の宴会コース等、冬の宿泊団体予約が地域の観光需要の約半分を占めており、2019年の冬以降、これらの予約が壊滅的な状況となった。宿泊者数は、往時から比べればほぼ半減しており、アフターコロナにおいても、「団体旅行離れ」等不安材料が尽きない。

従来型の団体予約に対応できる感染症対策の徹底を講じつつ、当地の「宿泊型商品」にかかる新たな誘引材料、または新規顧客層を模索すべく、各種事業等からの収集データ等の分析が急務である。

●来訪者満足度

現状は、各事業ごとのアンケート等から満足度を抽出しており、総体的な指標とはなっていない。

次年度以降、地域拠点の再構築・高付加価値化に目途がついた時点で、当該拠点をデータの収集拠点とする、来訪者満足度の詳細な項目立てを行う。

●リピーター率

コロナ禍の影響で、来訪者人口自体が激減した結果、一時は、リピーター率のデータ集積がされていなかった。アフターコロナに向けて、来訪者数が向上し、今年度においては、ホテルや旅館等の宿泊施設の協力を得て、リピーター率のデータ収集を進めることが出来た。

過年度に行ったDX活用推進事業は、アフターコロナにおける誘客促進を目的としており、来訪者人口が一定数集積されるようになった時点で、リピーター率に留まらず、「ファン層」や「コア層」の区分等、新たなセグメント化にも着手したい。

(2) その他の目標

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R 1) 年度	(R 2) 年度	(R 3) 年度	(R 4) 年度	(R 5) 年度	(R 6) 年度
●多様性を有する観光客の満足度 (%)	目標	-	-	-	60	70	80
	実績	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(80)
●新規旅行商品造成件数 (件)	目標	4	5	5	5	5	5
	実績	(件)	(件)	(件)	(件)	(1)	(1)
●メディア掲載数 (件)	目標	10	12	14	16	18	18
	実績	(件)	(件)	(件)	(件)	(件)	(件)

(別添) 様式 1

●ウェブアクセス状況 (PV)	目標	- (PV)	- (PV)	- (PV)	500 (PV)	1000 (PV)	5000 (PV)
	実績						
●住民満足 (Pt)	目標	- (Pt)	- (Pt)	82 (Pt)	84 (Pt)	85 (Pt)	86 (Pt)
	実績			84 (Pt)			

※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】

- ※・サステナブルかつ独自性のある観光地域づくりを目指し、取り組みコンセプトを「南知多ユニバーサルツーリズム」に刷新し、次年度以降の取り組みの中核とする。
 - ・GSTC 認証取得にかかる海外メディアの情報発信等に積極的に参画し、外国人観光客の誘致促進にむけた、現地メディアを通じた観光情報の発信は継続する。
 - ・団体旅行者の増加にむけた、県内を周遊する団体旅行商品の企画・販売を促進 等ターゲットとする国や地域の特性やニーズに応じて、海外のメディアや旅行会社の招請社数の増加を図ることを目標とする。

【設定にあたっての考え方】

- 多様性を有する観光客の満足度
次年度より掲げる「南知多ユニバーサルツーリズム」の進展を期し、外国人、障がい者、高齢者、年少者等、多様な観光客向けの着地型観光商品の開発に必要な指標を設定し、その達成状況の検証を行う。
- 新規旅行商品造成件数
着地型観光商品の開発に必要な指標を設定し、その検証を行う。
- メディア掲載数
マーケティングや広報などの費用対効果の計測に必要な指標を設定し、その検証を行う。
- ウェブアクセス状況
地域の情報発信力、認知度等の確認および効果測定に必要な指標を設定し、その検証を行う。
- 住民満足度
観光による地域づくりに関する住民満足度の計測に必要な指標を設定し、その検証を行う。

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つては、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	10,388,480(円)	【都道府県からの補助金】 8,869,000(円) 【収益事業】 1,509,480 【会費】 10,000
2020(R2)年度	26,384,456(円)	【都道府県からの補助金】 2,450,000(円) 【収益事業】 23,724,456 【会費】 210,000

(別添) 様式 1

2021 (R3) 年度	16,696,161 (円)	【都道府県からの補助金】 550,000 (円) 【 収益事業 】 16,136,161 【 会費 】 10,000
2022 (R4) 年度	29,088,862 (円) * 未到来 *	【都道府県からの補助金】 2,701,125 (円) 【 収益事業 】 26,156,212 【 会費 】 231,525
2023 (R5) 年度	29,088,862 (円) * 未到来 *	【都道府県からの補助金】 2,701,125 (円) 【 収益事業 】 26,156,212 【 会費 】 231,525
2024 (R6) 年度	29,088,862 (円) * 未到来 *	【都道府県からの補助金】 2,701,125 (円) 【 収益事業 】 26,156,212 【 会費 】 231,525

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2019 (R1) 年度	10,481,355 (円)	(円) 【事業費】 10,194,702 南知多町文化財多言語開設整備事業 300,000 農泊推進事業費 1,209,480 【一般管理費】 286,653
2020 (R2) 年度	25,466,003 (円)	【事業費】 25,039,433 (円) 【一般管理費】 426,570
2021 (R3) 年度	16,559,885 (円)	【事業費】 16,322,445 (円) 【一般管理費】 237,440
2022 (R4) 年度	28,076,268 (円) * 未到来 *	【事業費】 27,605,974 (円) 【一般管理費】 470,292 * 未到来 *
2023 (R5) 年度	28,076,268 (円) * 未到来 *	【事業費】 27,605,974 (円) 【一般管理費】 470,292 * 未到来 *
2024 (R6) 年度	28,076,268 (円) * 未到来 *	【事業費】 27,605,974 (円) 【一般管理費】 470,292 * 未到来 *

(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>□地域拠点再生事業遂行にかかる支援金等の受領 南知多町と協働で地域拠点再生を遂行する上で、核となる「ユニバーサルツーリズム」に関し、企業ふるさと納税等を原資とした定額支援を取り付ける計画を進めている。</p> <p>□着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針 各地域の観光素材の吸い上げを行うとともに、旅行エージェンシーやマスコミ等とも連携し、精力的に商品化、事業化を図り、実績を有する多数の会員がそれぞれの経験とネットワークを積極的に提供し、早期に旅行商品の流通経路を確保する。 商品に組み込まれた地域素材を流通経路に乗せることにより、収益を産み出す(稼ぐ力)とともに、観光客らの評価の機会を得て、より付加価値の高い商材に進化させる。</p>

(別添) 様式 1

一方で、コロナ禍を経て、「受益者負担」のみに頼らない収益構造を構築する為、計画中の新たな観光拠点の運営においては、寄付の体系化やふるさと納税へのアプローチを進め、法人の活動源泉を分散化する方針である。

人波に寄らない、客単価の向上および収益方法の多様化により、安定的かつ継続的な、自立運営を進める。

□ほか

付加価値の高い商品創出のため、インバウンド・ユニバーサル対応やインフラ整備（交通網、ネットワーク環境）に関しては、連携する行政や団体、事業者等の支援を積極的に求めているところ、新たに、地域外からも事業参画者（交通会社、メーカー等）を迎えることとなり、限られた運営資金においても、多様な顧客対応が可能になると考えている。

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

南知多町は、一般社団法人知多半島観光事業協会を、当該市町村における地域DMOとして登録したいので当該法人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）

該当なし

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	久世 守
担当部署名（役職）	一般社団法人 知多半島観光事業協会 事務局長
郵便番号	470-3322
所在地	愛知県知多郡南知多町山海屋敷103
電話番号（直通）	0569-62-3100
FAX番号	0569-62-3520
E-mail	m_kuze@minamichita-kk.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡

都道府県・市町村名	愛知県知多郡南知多町
担当者氏名	坂本 圭志
担当部署名（役職）	南知多町役場商工観光係
郵便番号	470-3495
所在地	愛知県知多郡南知多町大字豊浜字貝ヶ坪18番地
電話番号（直通）	(0569) 65-0711 (内線 244)
FAX番号	(0569) 65-0694

(別添) 様式 1

E-mail	syokou@town.minamichita.lg.jp
--------	-------------------------------

【区域】愛知県 知多郡 南知多町
【設立日】平成28年6月1日
【登録日】令和5年3月31日
【代表者】渡邊 幸一
【マーケティング責任者(CMO)】久世 守
【財務責任者(CFO)】伊豫田 千穂子
【職員数】2人
(常勤1人(正職員1人)、非常勤1人)

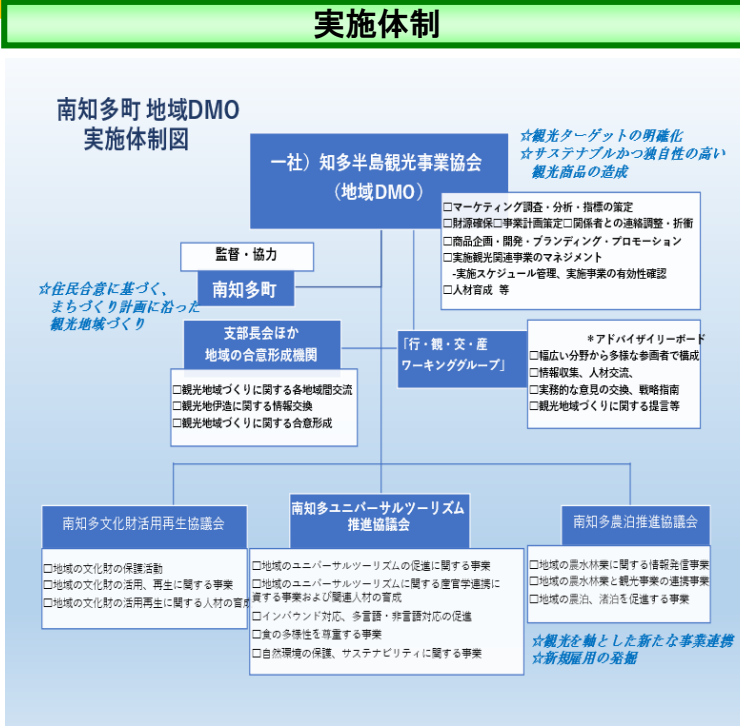
【連携する主な事業者】
株式会社海栄館／株式会社えびせんべいの里／株式会社まるは／名古屋鉄道株式会社／名鉄海上観光船株式会社／名鉄バス株式会社／名鉄観光サービス株式会社／名鉄知多タクシー株式会社 他

合意形成の仕組み

(該当する要件)
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すること
(概要)
①幅広い分野の関係者等が参画し、観光地域づくり法人の意思決定(総会、理事会)に関与
②観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置
行政、関連団体、事業者(交通、宿泊、観光)ら、多様な関係者が参加する協議会・審議会等を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う複数の委員会等(実施体制図参照)を開催する。
* 常設：「南知多農泊推進協議会」、「行・観・交・産ワーキンググループ」、「南知多ユニバーサルツーリズム協議会」(R5.4発足予定)
* 事業ごとに設置：事業プロジェクトチーム、事業コンソーシアム等企画運営会議、報告会ほか

法人のこれまでの活動実績

項目	内容
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> 平成31年度 SAVOR JAPAN認定(農林水産省) 令和2年度 映像制作事業(南知多町 他) 具体事業内容 SAVOR JAPANによるインバウンド発信を強くするため、外国人モデル等による離島紹介映像を制作し、YoutubeやInstagram等のSNSでアカウントを取得し投稿発信した。 ・令和3年 DX活用推進事業(観光庁) 具体事業内容 コロナ禍の緊急事態宣言等による移動制限下、対象地域内の各観光地、名産品、食、祭りをオンラインツアーとして販売し、地域のファン層醸成のための情報発信を行い、リピーターや属性データ等を取得。
変入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 令和元年度 「岩谷寺ほか」文化財多言語解説整備事業(文化庁) 令和3年度 地域拠点再生・高付加価値化事業(観光庁) 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)モデル地区認定 追加 令和4年度 GD TOP100(GSTC認証) 認証取得 具体事業内容 地域全体で取り組んだ環境サステナブル事業(内海海岸の清掃、美化等)で認証取得 次年度以降、ユニバーサルツーリズム等の実証事業を世界発信するサステナブル観光拠点として活用が期待される。
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> 平成30年度/平成31年度 農泊推進事業 令和2年度「宿泊を前提としたお花見屋敷パッケージ造成」誘客促進事業(観光庁) 令和2年度「祈りと感謝・秋の花火大会」(愛知県) 令和3年度 DX活用推進事業(観光庁)



戦略

対象地域は、従前より団体旅行(各種宴会を含む団体宿泊)の需要が高く、今般のコロナ禍で観光売上が激減。`団体旅行は今後も敬遠される傾向`が予見され、FIT客の来訪意欲を増進する魅力的なコンテンツ造成が急務で、①着地型・中長期滞在ツアーへの誘引 ②(観光消費額の大きい)欧米豪富裕層等を顧客層に引き込む等の 客単価を上げる新たな取組み(新しい時代の「ツーリズム対応」)が地域観光の課題。従前より取り組んできた地域観光の「上質化」「サステナビリティ」「先進性」の醸成を礎に、次年度以降、この地だけが実現できない独自の「ユニバーサルツーリズム」を展開する。
ターゲット 国内)近畿、関東圏の20~50代のリピーター(コア層:40歳~50歳)
国外)香港・台湾を中心とした東南アジア、欧米系FIT層
* 障害を有する外国人客(ユニバーサルツーリズム)

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

・一社)知多半島観光事業協会を中核とする複数の協議会、ワーキンググループの活動を活性化し、定期的な情報発信を継続する。
・多様な関係者等と連携して(航空系企業、鉄道会社、製造メーカー、介護福祉系事業所、ボランティア団体等が新たに参画予定)、精力的に商品化、事業化を図り、観光客らに向けたプロモーションを行う。

マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
観光施設、商業施設、自然、文化等

・国際空港から車で30分内

・温泉:南知多温泉郷
・海浜:GSTC認証(GD TOP100)、セントレア
日本の渚百選、世界で最も粒の小さい砂浜として有名な内海海岸「千鳥が浜」
・自然体験:グリーンツーリズム、潮干狩り、地引き網漁、イチゴ狩り
・グルメ:新鮮な魚介グルメ、伝統的な料理

知多半島 地域DMO

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(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	1200	1100	1200	1400	1800	1800
	実績	1090	1200	1100	-	-	-
延べ宿泊者数(千人)	目標	700	400	400	300	350	400
	実績	450	318	286	-	-	-
来訪者満足度(%)	目標	-	85	86	88	90	90
	実績	-	86	86	-	-	-
リピーター率(%)	目標	-	-	10.0	12.0	15.0	15.0
	実績	-	-	8.3	-	-	-

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】
①会費、寄付等 210,000円
②補助事業等にかかる事業補助金 2,450,000円
③独自事業による収益 23,724,456円
【総支出】255万円(一般管理費250万円、事業費43万円)※R3年5期決算
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
商品造成、(官民からの)事業受託等により収益を得る。
次年度以降、行政との中長期的な協働事業にかかる運営費の調達が見込まれる。