

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月28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・ <span style="border: 1px solid black;">地域DMO</span>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 石川県小松市	
所在地	石川県小松市	
設立時期	平成25年10月1日	
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	29人【常勤23人（出向等3人）、非常勤6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） 新滝 祥子 （出身組織名） （株）ゆのくにの森	当社代表理事であり、（株）ゆのくにの森社長として官民連携・調整の推進役として幅広く活動しており、事業の成果をあげている。
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） 松本 勝典 （出身組織名） 小松市交流推進部	観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
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） 松本 勝典 （出身組織名） 小松市交流推進部	持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※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	（氏名） 北 芳光 （出身組織名） 小松カントリークラブ	小松カントリークラブ営業開発部長であり、「今度はこまつで委員会委員長」を務める。特にヘルスツーリズムに精通しており、誘客プロモーションに努めている。

各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 岡谷 昭宏 （出身組織名） ㈱HIS	㈱HIS より派遣。旅行会社での経験を通して、旅行商品の造成・販売に精通しており、小松市における商品の企画・販売を行っている。								
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【石川県小松市】 観光交流課（マーケティング、グローバル化） 文化振興課（文化施設） まちデザイン課（社会資本整備） 農林水産課（6次産業化、里山活性化） 地域振興課（地域公共交通）									
連携する事業者名及び役割	【地域観光資源の開拓、プロモーション】 粟津温泉観光協会、那谷寺観光協会、富士トラベル石川 など 【地産商品の開発とブランド化、販売】 小松菓子業協同組合、JA 小松市、九谷焼工房 など 【アクセスカ】 北陸エアターミナルビル、小松バス(株)、石川交通(株)、西日本旅客鉄道(株) など									
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	【該当する要件】 ①、② （概要） 理事会、2つの専門委員会を通し合意形成を図る。また市と連携した日常的な調整を両実務者レベルで行う。									
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	当社事務局内に小松観光ボランティアガイドの会「ようこそ」の事務局を有し、無料ガイド派遣やボランティアガイド養成研修講座などを実施している。									
法人のこれまでの活動実績	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1111 619 1160">事業</th> <th data-bbox="619 1111 1409 1160">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1160 619 1352">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 1160 1409 1352">                             ・各種メディアへの広告掲載                              ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営                              ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信                              ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置                         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1352 619 1682">受入環境の整備</td> <td data-bbox="619 1352 1409 1682">                             ・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加                              ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）                              ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開                              ・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。                              ・こまつレンタサイクルの貸出（こまつシェアサイクル開始により R5. 3月で廃止）                              ・ボランティアガイドの運営と養成                         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1682 619 2004">観光資源の磨き上げ</td> <td data-bbox="619 1682 1409 2004">                             ・SAVOR JAPAN 推進事業                              地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。                              ・石の文化推進事業                              日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、デザイナー集団と連携した商品開発などを推進。                              ・産業観光の推進                         </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・各種メディアへの広告掲載 ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営 ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信 ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置	受入環境の整備	・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加 ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金） ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開 ・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。 ・こまつレンタサイクルの貸出（こまつシェアサイクル開始により R5. 3月で廃止） ・ボランティアガイドの運営と養成	観光資源の磨き上げ	・SAVOR JAPAN 推進事業 地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。 ・石の文化推進事業 日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、デザイナー集団と連携した商品開発などを推進。 ・産業観光の推進
事業	実施概要									
情報発信・プロモーション	・各種メディアへの広告掲載 ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営 ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信 ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置									
受入環境の整備	・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加 ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金） ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開 ・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。 ・こまつレンタサイクルの貸出（こまつシェアサイクル開始により R5. 3月で廃止） ・ボランティアガイドの運営と養成									
観光資源の磨き上げ	・SAVOR JAPAN 推進事業 地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。 ・石の文化推進事業 日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、デザイナー集団と連携した商品開発などを推進。 ・産業観光の推進									

講演会、パネルディスカッションの開催、GEMBA モノヅクリエキスポへの協力、ヘルスツーリズム商品の企画。

### 【定量的な評価】

#### 《会員数》

設立時から順調に会員数を伸ばしており、多種多様な分野が参画することで地域づくりの原動力を高めている。

(総会員数)

H25. 10. (設立時)	H29. 8	H30. 6	R1. 6	R2. 6	R3. 6	R4. 6	R5. 6
98	240	245	241	247	248	241	238

#### 《産業観光の推進》

- 産業観光によるまちづくりについて、講演会、パネルディスカッションの開催 (H26、H27 350名参加)
- 日本自動車博物館と連携しクラシックカーを整備、活用 (H26～)
- GEMBA モノヅクリエキスポへの協力
- 長年産業観光事業に取り組んできた実績、地域に根付いた様々な産業とそれらの連携として「こまつものづくり未来塾実行委員会・小松市 にぎわい交流部観光交流課」が第14回産業観光まちづくり大賞金賞受賞 (R4)



#### 《宣伝事業》

- HP (こまつ観光ナビ) アクセス数 (千件)

H29	H30	R1	R2	R3	R4
143	138	132	210	184	219

#### 《誘客促進活動》

- 会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加

年度	H29	H30	R1	R2	R3	R4
件数	4	5	6	0	1	6

- 当市でのコンベンション等開催に向けた支援事業 (宿泊補助金)

年度	H29	H30	R1	R2	R3	R4
利用件数	50	67	66	5	28	39
利用者数 (人泊)	8,176	11,777	11,445	996	1,744	6,109

#### 《地域の物産振興と自主財源の確保に向けたアンテナショップの運営》

こまつ土産店 (JR 小松駅、R5. 9月開業予定) と空の駅こまつ・空カフェ (小松空港内)・うみの駅において、物産販売の拠点となるアンテナショップを運営しており、地域の物産振興を推進している。その他、市の公共施設2件

において、サテライトショップを運営している。



アンテナショップ取扱高（千円）

(1)ぶっさんや

H29	H30	R1	R2	R3	R4
26,971	30,922	33,082	19,308	25,567	10,856

(2)空の駅こまつ

92,773	104,785	108,165	68,881	70,245	52,607
--------	---------	---------	--------	--------	--------

(3)空カフェ

30,628	29,805	28,134	15,184	15,501	
--------	--------	--------	--------	--------	--

(4)うみのえき安宅

	3,735	4,162	3,196	2,883	
--	-------	-------	-------	-------	--

「こまつもんブランド」の推進

(店頭実演販売、ギフトカタログ発行、ネットショップ運営など)

・首都圏等への出向販売（回）

16	9	6	0	0	0
----	---	---	---	---	---

《おもてなしの充実》

・こまつレンタサイクルの貸出(件)

H29	H30	R1	R2	R3	R4
1,896	1,785	1,606	586	521	1024

・ボランティアガイドの運営と養成（案内件数/人数）

288	171	294	29	47	228
6,814	3,350	4,040	429	996	1,745



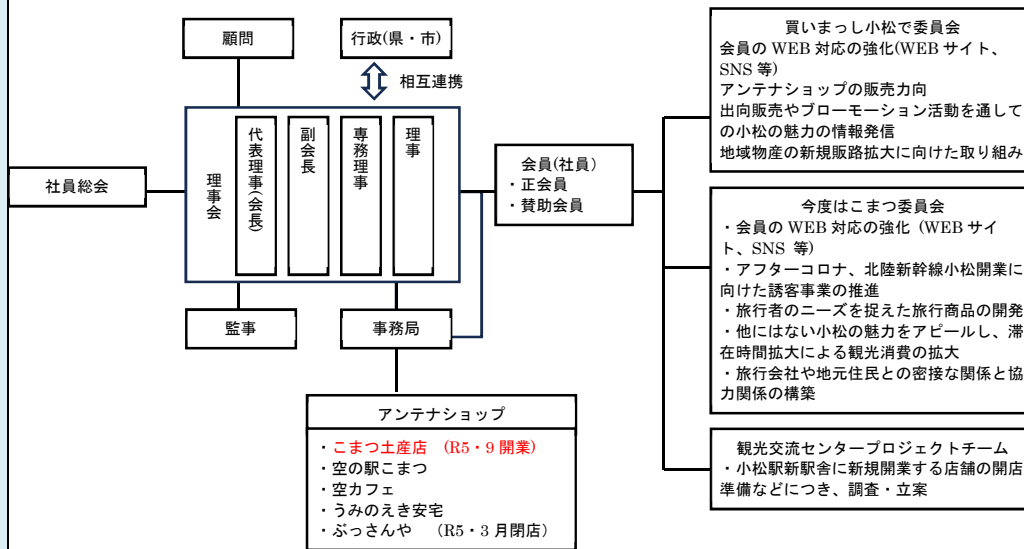
**実施体制**

※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】**

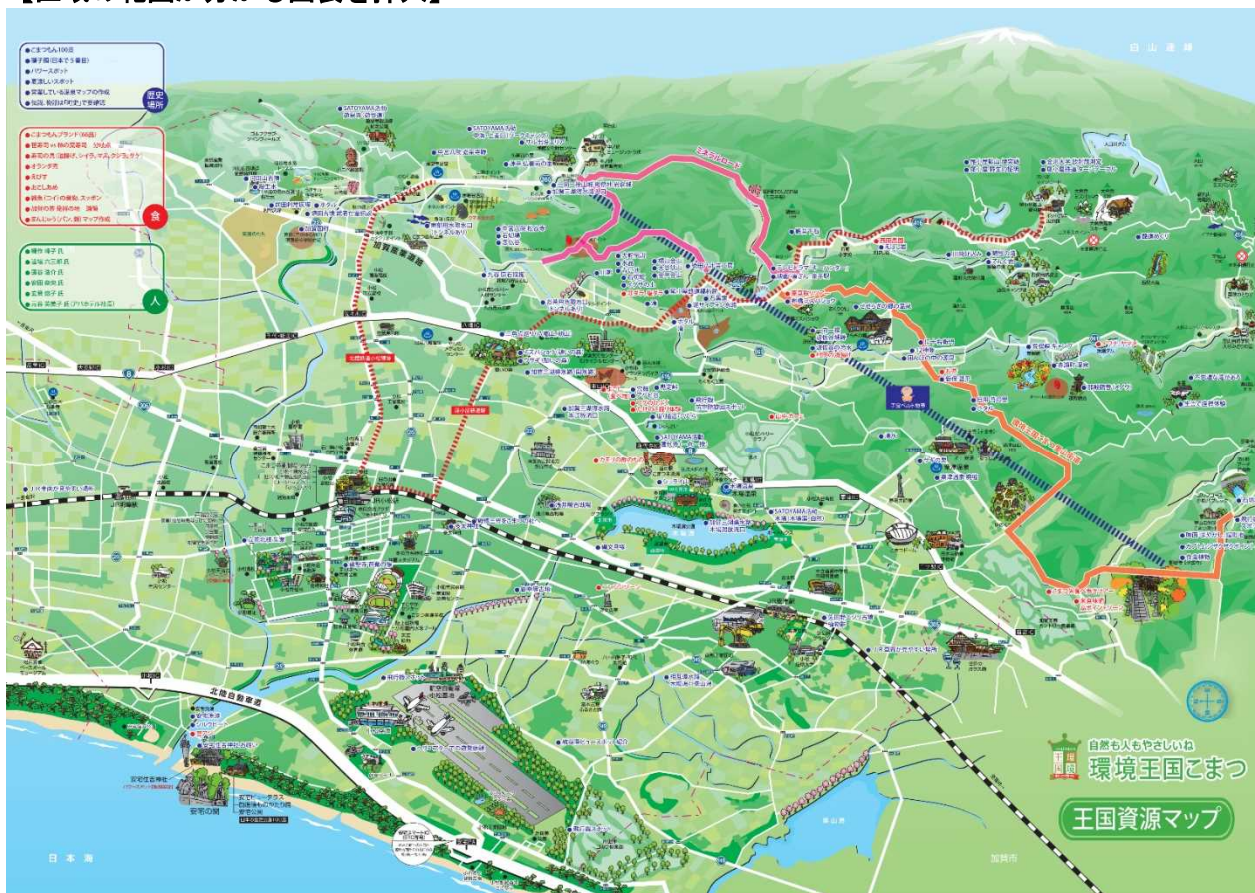
2つの専門委員会を定期的に開催し、密な企画と連絡調整を図っている。また、理事会による組織の経営体としての機能の強化を図っている。

**【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】

当社は、会員の相互の連携を主体として、小松市全体の観光・物産分野のネットワーク形成と会員のプラットフォームとして設立された。

市が進めるまちづくりの5つのテーマと連携した事業展開を図っており、様々な観光資源をオール小松で活用していくため、当市内全域を区域設定とすることが適切。(主要エリアは以下のとおり)

## ・ 「未来タウン」エリア

古代よりものづくりの一大拠点であったエリアであり、サイエンスヒルズ、こまつの杜を拠点に、青少年が科学を通じたものづくりの魅力が学べるエリアである。

## ・ 「伝統のまち」エリア

近世のまちづくり以降、歌舞伎やお茶、九谷焼の伝統文化振興の拠点であり、曳山交流館は博物館、芦城公園などを繋ぐ歴史文化回廊である。

## ・ 「北陸のターミナル」エリア

小松空港や交流施設が立地し、国内外の観光・ビジネス客が行き交うエリアであり、情報発信と地域産品の販売拠点である。

## ・ 「里山・水郷」エリア

日用苔の里や木場潟など、古くから小松人の叡智により受け継がれてきた豊かな里山の自然景観エリア。また、石切り場をはじめとした石の文化資源が集積しており、埋蔵文化財センターや里山自然学校を拠点とした滞在と交流のエリアである。

## 【観光客の実態等】

項目	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
観光客入込客数（延べ）	4,266,860人	2,772,588人	2,630,797人	集計中
観光客入込客数（推計）	2,049,000人	1,186,000人	1,054,000人	集計中
宿泊者数（延べ）	603,798人	406,576人	283,348人	集計中
旅行消費額（推計）	26,199百万円	15,584百万円	12,251百万円	集計中

## 【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】

ジャンル	観光資源
自然・公園	木場潟公園、日用苔の里、せせらぎの郷、憩いの森、ふれあい健康広場、里山自然学校「大杉みどりの里」・「こまつ滝ヶ原」、荒俣峡、芦城公園、粟津公園、西俣キャンプ場など
文化・歴史	安宅の関、勧進帳ものがたり館、安宅住吉神社、那谷寺、小松天満宮、那殿観音、あわづ温泉、多太神社、宮本三郎美術館、宮本三郎ふるさと館、市立博物館、尾小屋資料館（メインロード）、本陣記念美術館、小松城、河田山古墳群史跡資料館、埋蔵文化財センター、ハニベ巖窟院、仙叟屋敷ならびに玄庵、こまつ曳山交流館みよっさ、石切り場群、こまつ町家・石蔵群、九谷セラミックラボラトリーなど
産業観光	小松空港（見学者）、ゆのくにの森、県立航空プラザ、日本自動車博物館、こまつの杜、サイエンスヒルズこまつ、ポッポ自動車展示館、錦窯展示館、登窯展示館、土居原ボンネット広場など
スポーツ	那谷寺カントリー倶楽部、ゴルフクラブ・ツインフィールズ、小松カントリークラブ、ゴルフコース・小松パブリック大倉岳高原（スキー）、こまつドーム、小松総合運動公園、スカイパークこまつ翼など
イベント	お旅まつり、航空祭、どんどんまつり、おっしょべ祭りなど

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	旅館		ホテル		民宿		その他		合計	
	軒数 (軒)	収容 人員 (人)	軒数 (軒)	収容 人員 (人)	軒数 (軒)	収容 人員 (人)	軒数 (軒)	収容 人員 (人)	軒数 (軒)	収容 人員 (人)
粟津温泉	8	2,095	0	0	0	0	0	0	8	2,095
その他	8	325	15	1,663	0	0	8	423	31	2,411
計	16	2,420	15	1,663	0	0	8	423	39	4,506

【利便性：区域までの交通、域内交通】

小松市は、「小松空港」「JR 小松駅」「北陸自動車道小松 IC」などの高速交通ネットワークを有し、関東圏・関西圏・中京圏へのアクセスに恵まれている。特に小松空港は国内の主要都市をはじめ、アジア地域とダイレクトにつながる北陸の空の玄関口である。今後 2024 年の北陸新幹線小松開業により、国内外との人・モノ・文化の交流拡大が期待される。

市内においては、小松空港や小松駅を拠点に、タクシー・レンタカーが整備されているほか、市内観光地や商業施設・公共施設等を結ぶ路線バスも運行され、観光パスポートなどによる利便性の充実も図られている



電車でのアクセス

所要時間はおおよその時間です

東京	北陸新幹線(金沢経由) 新幹線(米原経由)	約2時間50分 約4時間
大阪	特急サンダーバード	約2時間10分
名古屋	特急しらかさぎ	約2時間10分



車・バスでのアクセス

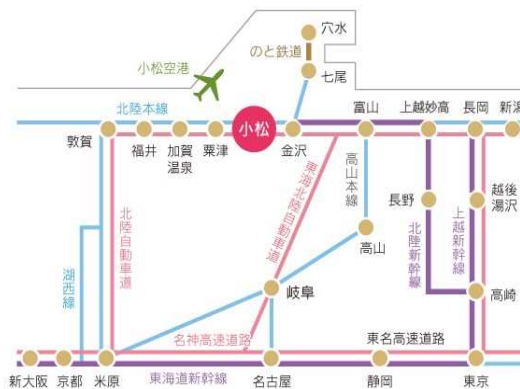
所要時間はおおよその時間です

東京	高速バス(八王子行き)	約7時間20分
大阪	高速バス	約4時間10分
	車	約3時間30分
名古屋	高速バス	約3時間10分
	車	約2時間30分



飛行機でのアクセス

所要時間はおおよその時間です



【外国人観光客への対応】

海外からの外国人観光客誘客については、市の「Next10年ビジョン」において、数値目標が掲げられており、情報発信と受け入れ環境の整備を進めて行く。

現在までに

- ・ 観光ポータルサイト「こまつ・観光ナビ」の多言語化
- ・ 各種パンフレットの多言語化
- ・ 市内に英語標記案内の拡充

- ・ 無料Wi-Fiスポットの増設
- ・ 飲食店、宿泊施設、交通事業者向けの英会話講座の開催
- ・ ポケトークの設置
- ・ 石川県電話通訳サービスの利用 などを行っている。

### 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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	小松市「観光交流課「観光施設等入込客数報告」を活用して実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスを活用して実施。
アンテナショップ売上分析	地域製品の消費拡大と売上向上	アンテナショップ売上分析

### 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

現在、新型コロナウイルスの影響で、観光客が激減し、観光業は非常に厳しい状況となっている。今後はアフターコロナを見据え、2024年の北陸新幹線開業に向けて、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、広域連携を図りながら、観光地域づくりを進め、稼げる観光へと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> ○世界的建機メーカー「コマツ」を代表とするものづくり企業の集積 ○「小松空港」「JR小松駅」「小松IC」などを有する抜群のアクセス力 ○加賀の伝統産業「九谷焼」の原石採掘地や陶土製造所、工房まで全てが揃う ○弥生時代から石に関連する文化財群が市内一円に集積し、日本遺産認定を受けている。 ○産業力を背景に子供歌舞伎など伝統文化が継承されている ○「SAVORJAPAN」に認定された食文化	<b>弱み (Weaknesses)</b> ○個々の観光資源の磨き上げが不十分 ○魅力発信 特に全国、国外へのプロモーション力 ○観光地間の二次交通アクセスの未整備



外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○いしかわ百万石文化祭 (R5)</li> <li>○北陸新幹線小松開業 (R6)</li> <li>○日本商工会議所 (Y E G) 全国大会 (R6)</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○新型コロナの感染拡大により、激減した旅行者の回復について不透明な状況。</li> <li>○北陸新幹線開業による、京阪神からの直通特急列車の廃止</li> </ul>
------	--	---

※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

○第1ターゲット層 北信越、関西・中京圏
○選定の理由 小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んである。
○取組方針 現在、福井県南越前町、岐阜県飛騨市と交流を始めており、新たな物品売り場を確保し、さらにモノ・人の交流を深めていく。 一方、北陸新幹線開業に伴い京阪神からの直通特急列車の廃止による、来訪者減を食い止めるため、また、2025年万博にむけてのプロモーションを兼ね、市と連携しツーリズムエキスポの場などで京阪神のインバウンドエージェンシーに対してのアプローチを実施
○第2ターゲット層 首都圏
○選定の理由 2024年3月の北陸新幹線開業に伴い予想される地域の露出像を利用し、新たな訪問者を獲得する
○取組方針 首都圏及びこの地域で開催される商談会・出張販売への積極的参加。地域の観光コンテンツ・特産品の知名度向上を図る 新幹線駅舎内のアンテナショップの販売力を強化し、また、観光案内所だけでなく、ネットを活用した情報発信を充実させていく。
○第3ターゲット層 アジア圏（台湾、中国、韓国）及びアメリカ、イギリス
○選定の理由 小松市には、コマツの研修センターがありこの研修を含め、海外より年間3万人程度を来訪がある 小松空港にはコロナ前には台湾、中国、韓国より直行便の就航があり、アジアからの流入率が高く、すでに台湾便は複便、下期より中国、韓国も複便の予定。また、九谷焼・歌舞伎といった伝統文化を楽しめるコンテンツがある。
○取組方針 コンテンツの発信、ターゲットの地域別の指向に合わせたものとして、来訪者数の増加と消費拡大に向けた取り組みを展開する。

### （４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界に誇る KOMATSU JAPAN で交流拡大 ～ブランドカアップとおもてなし～。
--------	---

②コンセプトの考え方	<p>※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。</p> <p>※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。</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>※戦略の共有方法について記入すること            （例）部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会</p> <p>（例）DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を〇月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。</p> <p>（例）活動の意義・内容・成果、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、地域の関係者に説明を行うとともに、HPで公表。</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>（例）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。</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>（例）ワンストップ窓口の実施、SNSを利用した効果的なプロモーションの実施。</p>

※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	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	10,218 (-)	5,000 (-)	10,000 (-)	22,000 ( )	26,000 ( )	30,000 ( )
	実績	15,584 (-)	12,251 (-)	集計中 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	596 (26)	335 (-)	365 (15)	500 (30)	600 (50)	700 (50)
	実績	314 (3)	256 (1)	集計中 ( )			
●来訪者満足度 (%)	目標	79.0 (-)	95.0 (-)	96.0 (-)	96.0 ( )	96.0 ( )	96.0 ( )
	実績	93.6 (-)	96.1 (-)	未集計 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	28.0 (-)	28.0 (-)	28.0 (-)	29.0 ( )	30.0 ( )	30.0 ( )
	実績	69.8 ( )	74.7 ( )	未集計 ( )			

※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】

R4 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。  
ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。

## 《R3 年度報告まで》

## ●旅行消費額

旅行・観光消費動向調査、小松市への年間入込客数の目標値により設定

## ●延べ宿泊者数

小松市 NEXT10 年ビジョンにより設定。R7 70 万人（外国人 5 万人）

訪日外国人については、R1 より NTT ドコモモバイル空間統計を導入（現在休止中）

## ●来訪者満足度

「統計から見た石川県の観光」の調査結果をベースに、2020 年を基準値として、毎年 1% ずつ上昇を目指す。

## ●リピーター率

旅行・観光動態調査結果をもとに、毎年 1% ずつ上昇を目指す。

## 《R4 年度報告以降》

## ●旅行消費額

石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、小松市への年間入込客数の目標値により設定。

## ●延べ宿泊者数

小松市「観光施設等入込客数報告」を活用、小松市 NEXT10 年ビジョンにより設定。

R7 70 万人（外国人 5 万人）

## ●来訪者満足度

石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、2020 年を基準値として、毎年 1% ずつ上昇（R6 に 98%）を目指す。

## ●リピーター率

石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、毎年 1% ずつ上昇を目指す

## (2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●メディア掲載回数 (回)	目標	45 (-)	50 (-)	55 (-)	60 (-)	65 (-)	70 (-)
	実績	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●Web サイトの アクセス状況 (回)	目標	- (-)	132,000 (-)	145,000 (-)	241,000 (-)	265,000 (-)	291,000 (-)
	実績	209,564 (-)	183,928 (-)	219,275 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●アンテナショ ップ取扱高 (百万)	目標	179 ( )	128 ( )	144 ( )	131 ( )	144 ( )	158 ( )
	実績	107 ( )	115 ( )	121 ( )	- ( )	- ( )	- ( )

※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】

行政との連携による観光地域づくりを推進するため、2015 年 11 月に小松市が策定した「NEXT 10 年ビジョン」（計画期間：2015 年～2025 年）に合わせ、2025 年を目標年次として同じ指標及び目標数値を採用する。

## ●メディア掲載回数（R3 まで）

毎年 5 件ずつの増加を目指す。

## ●自社 HP 閲覧回数

R4 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。

ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。（

《R3 年度報告まで》

毎年 R1 比 10%増を目指す

《R4 年度報告以降》

Google アナリティクスを活用し、R3 年度実績を基準に、毎年前年度比 10%増を目指す

●アンテナショップ取扱高

R4. 10 月以降、ふるさと納税返礼品の取扱いが無くなるため、売上高が減少する。R5 年度(見込)を基準に、毎年前年度比 10%増を目指す。

## 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	216,747,852	【会費収入】 1,760,000 円 【収益事業収入】 130,975,791 円 【受取補助金】 73,202,758 円 など
2021(R3) 年度	186,894,043	【会費収入】 1,720,000 円 【収益事業収入】 121,123,434 円 【受取補助金】 57,038,407 円 など
2022(R4) 年度	210,023,051	【会費収入】 1,660,000 円 【収益事業収入】 126,129,363 円 【受取補助金】 75,832,832 円 など
2023(R5) 年度	309,929,000	【会費収入】 2,040,000 円 【収益事業収入】 139,187,000 円 【受取補助金】 90,778,000 円 ほか
2024(R6) 年度	183,840,000	【会費収入】 2,040,000 円 【収益事業収入】 112,900,000 円 【受取補助金】 68,900,000 円
2025(R7) 年度	183,840,000	【会費収入】 2,040,000 円 【収益事業収入】 112,900,000 円 【受取補助金】 68,900,000 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	193,900,696	【一般管理費】 4,680,961 円 【観光 PR 事業費】 16,660,875 円 【収益事業支出】 172,558,860 円



2021 (R3) 年度	186,036,959	【一般管理費】 4,025,332 円 【観光 PR 事業費】 16,829,783 円 【収益事業支出】 165,181,844 円
2022 (R4) 年度	191,948,973	【一般管理費】 2,398,734 円 【観光 PR 事業費】 30,690,331 円 【収益事業支出】 158,859,908 円
2023 (R5) 年度	309,929,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 45,957,000 円 【収益事業支出】 188,587,000 円円 他
2024 (R6) 年度	309,929,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 45,957,000 円 【収益事業支出】 188,587,000 円 他
2025 (R7) 年度	309,929,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 45,957,000 円 【収益事業支出】 188,587,000 円 他

### (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

#### ①各アンテナショップの売上拡大

当社で運営するアンテナショップ（こまつ土産店、空の駅こまつ、空カフェ、うみの駅、観光施設内のサテライトショップ、オンラインストア）において、地域全体での物産振興と売上の拡大を図り、安定的な運営資金の確保を図る。

また、令和2年9月より総務省の「地域おこし企業人交流プログラム」を活用し、(株)HISより社員を観光振興マネージャーとして受け入れ、旅行商品の開発・造成や観光人材の育成に取り組み、課題であった宿泊需要の掘り起こしを進めている。

#### ②旅行商品の造成と販売

大手旅行会社とタイアップした旅行商品を、アフターコロナを見据え、継続的な実施により誘客促進を行っていく。

企業向けヘルスツーリズムプログラムを開発・販売、全国の企業の受け入れを開始。自主事業の1つとして継続的な収益化を目指す。

#### ③石の文化の商品開発・販売

日本遺産サミットのサテライト会場となった石切り場・石蔵などを活用した探訪ツアーやギャラリー活用、石材を活用した土産品の開発・販売を推進するとともに、地域の受入体制の構築を進めていく。特に、あわづ温泉周辺は那谷寺や日用苔の里、石切り場、里山自然学校などの資源が集積しており、滞在を含めた旅行商品づくりを推進する。

④平成29年 SAVORJAPAN の認定を受け、食文化海外発信事業に取り組んでおり、現在、農泊施設4か所が開業しており、訪日外国人の増加に寄与している。

## 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

小松市は一般社団法人こまつ観光物産ネットワークに地域DMOとしての責務を担い、今後とも計画的かつ積極的なマーケティングとマネージングによる事業展開をお願いしたい。

## 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】

（一社）中央日本総合観光機構、（公社）石川県観光連盟と連携し、情報共有を行い、役割の重複のないように努めている。隣接する自治体とは市と連携する対応。

### 【区域が重複する背景】

伝統的工芸などは自治体の垣根を超えた形で存在しており、また温泉地も一つの地域としてのプロモーションをおこなってきた

### 【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

隣接する地域で主となる産業が違うなど特色があり、各々の特色を生かす形で文体している

### 【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】

各地域の特色を生かすものであれば、効果的ではあるが重複するものや周遊性の促進には連携が不可欠であり、自治体間での連携と協同活動することで補完する

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	岡谷 昭宏
担当部署名（役職）	事務局（観光振興マネージャー）
郵便番号	923-0921
所在地	石川県小松市土居原町 710
電話番号（直通）	0761-24-8394
FAX番号	0761-23-6404
E-mail	<a href="mailto:komanet@city.komatsu.lg.jp">komanet@city.komatsu.lg.jp</a>

## 11. 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	石川県小松市
担当者氏名	坂下 義視
担当部署名（役職）	交流推進部観光交流課（課長）
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91

電話番号（直通）	0761-24-8076
F A X 番号	0761-23-6404
E - m a i l	kankou@city.komatsu.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 28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】

石川県小松市

【設立時期】 平成25年10月1日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 新滝 祥子

【マーケティング責任者(CMO)】 松本 勝典

【財務責任者(CFO)】 松本 勝典

【職員数】 29人(常勤23人(出向等3人)、非常勤6人)

【主な収入】

収益事業 126百万円、委託事業 補助金75百万円(R4年度決算)

【総支出】

事業費 189百万円、一般管理費 2百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

会員数 241団体(R4.6時点)

粟津温泉観光協会、那谷寺観光協会、小松菓子業協同組合、

北陸エアターミナルビル、小松バス株、石川交通株 など

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	10,218 ( )	5,000 ( )	10,000 ( )	22,000 ( )	26,000 ( )	30,000 ( )
	実績	15,584 ( )	12,251 ( )	集計中 ( )	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	596 (26)	335 (—)	365 (15)	500 (30)	600 (50)	700 (50)
	実績	314 (3)	256 (1)	集計中 ( )	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	79.0 (-)	95.0 (-)	96.0 (-)	96.0 (-)	96.0 (-)	96.0 (-)
	実績	93.6 (-)	96.1 (-)	未集計 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	28.0 (-)	28.0 (-)	28.0 (-)	29.0 (-)	30.0 (-)	30.0 (-)
	実績	69.8 ( )	74.7 ( )	未集計 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

北信越、関西・中京圏

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

古来より交流が盛んな地域である一方、北陸新幹線開業に伴い京阪神からの直通特急列車の廃止による、来訪者減を食い止めるため、市と連携しツーリズムエキスポの場などで京阪神のインバウンドエージェンシーに対してのアプローチを実施する。

【観光地域づくりのコンセプト】

世界に誇るKOMATSU JAPANで交流拡大

～ブランドカアップとおもてなし～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- 日本遺産  
石の文化 関連商品開発
- ヘルスツーリズム事業  
企業向けプログラム企画開発、造成。

【受入環境整備】

- コンベンション等開催に向けた支援事業(宿泊補助金)
- ボランティアガイドの運営と養成

【情報発信・プロモーション】

- 観光情報サイトリニューアル  
スマートフォン等への対応
- 観光パンフレットの発行及び高速道路SAへ設置

【その他】

- 産業観光の推進  
GEMBAモノづくりエキスポへの協力

