

観光地域づくり法人形成・確立計画

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) 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、美浜町	
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【常勤0人(正職員 人・出向等 人)、非常勤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) 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 ※必ず記入すること	(氏名) 伊豫田 千穂子 「専従」 (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し、観光地域マーケティングについても高い知見と能力を持つ。農泊推進事業等を通じ、ファンディング等の経験を積む。
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) 伊豫田 千穂子 「専従」 (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し、観光地域マーケティングについても高い知見と能力を持つ。農泊推進事業等を通じ、ファンディング等の経験を積む。
事務局長(専門人材)	(氏名) 久世 守 (出身組織名) 南知多町観光協会事務 局長	南知多町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おり、在任期間中、多くの取組で成果を挙げている。 行政および多地域観光団体との連携にも手腕。
プロジェクトリーダー (専門人材)	(氏名) 岡川 芙巳 (出身組織名) 行政書士法人SKY	平成30年より、農泊推進事業等を通じ、商品の企画造成、ファシリテーション、ファンディング等の経験も豊富。
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) 南知多町地域振興課公共交通係(地域公共交通整備) 美浜町経済環境部産業振興課商工観光係(商工観光振興)	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>【行政】 上記</p> <p>【観光等関連団体】 南知多町観光協会 美浜町観光協会 商工会議所</p> <p>【事業者】 株式会社えびせんべいの里 知多バス（知多乗合株式会社） 名鉄知多タクシー株式会社 他</p> <p>【産学連携】 東洋大学（国際観光学科）、名城大学</p> <p>【金融機関】 知多信用金庫 中京銀行 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>【該当する登録要件】② （概要）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</p> <p>【参考】登録要件</p> <p>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</p> <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、合意形成組織である協議会等を設置</p>										
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的に住民参加型のワークショップを開催 ・地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催 ・地域事業者参加型のモニタリングツアーを開催 										
<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="454 1265 1428 1825"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>平成 28 年 6 月 1 日 新規設立 平成 28 年 6 月 4 日 第 1 回臨時社員総会 同 理事会開催</td> </tr> <tr> <td>農泊推進事業</td> <td>・平成 30 年度・平成 31 年度 農泊推進事業 地域農林水産物の磨き上げ、農泊推進のための体験プログラム等の造成、地域住民への啓発を目的とした会議等開催</td> </tr> <tr> <td>文化財多言語化事業</td> <td>・平成 31 年度 文化財多言語化事業 地域文化財の磨き上げ、解説等の多言語化、デジタル解説素材等の拡充</td> </tr> <tr> <td>SAVOR JAPAN 認証</td> <td>・令和元年度</td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p>	事業	実施概要		平成 28 年 6 月 1 日 新規設立 平成 28 年 6 月 4 日 第 1 回臨時社員総会 同 理事会開催	農泊推進事業	・平成 30 年度・平成 31 年度 農泊推進事業 地域農林水産物の磨き上げ、農泊推進のための体験プログラム等の造成、地域住民への啓発を目的とした会議等開催	文化財多言語化事業	・平成 31 年度 文化財多言語化事業 地域文化財の磨き上げ、解説等の多言語化、デジタル解説素材等の拡充	SAVOR JAPAN 認証	・令和元年度
事業	実施概要										
	平成 28 年 6 月 1 日 新規設立 平成 28 年 6 月 4 日 第 1 回臨時社員総会 同 理事会開催										
農泊推進事業	・平成 30 年度・平成 31 年度 農泊推進事業 地域農林水産物の磨き上げ、農泊推進のための体験プログラム等の造成、地域住民への啓発を目的とした会議等開催										
文化財多言語化事業	・平成 31 年度 文化財多言語化事業 地域文化財の磨き上げ、解説等の多言語化、デジタル解説素材等の拡充										
SAVOR JAPAN 認証	・令和元年度										

(別添) 様式 1

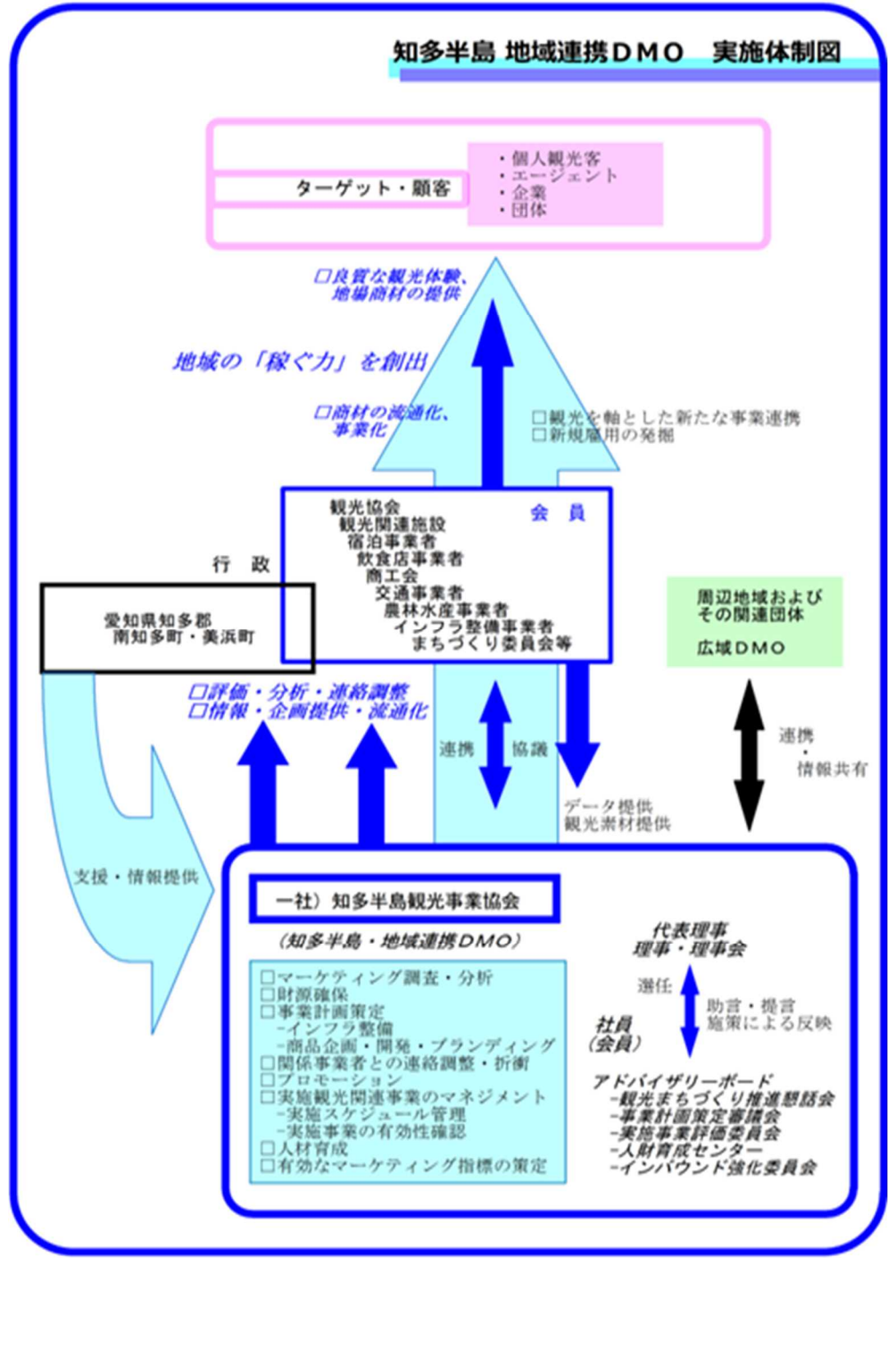
実施体制

※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)

(例) (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、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財、国立公園、農泊、アクティビティ、農林水産業、商工業等、多様な関係者が参画する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

【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】

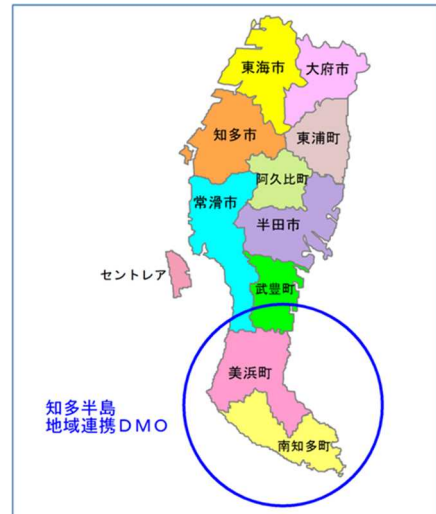
セントレアを拠点に、顧客視点に立ち、旅行商品の開発、周遊パスの企画など連携した取組を模索するにおいて、観光資源の面からみてもコンセプトとして共通する点が多く、当該市町村で連携した区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

南知多町において年間 278 万人(R1) (年間 370 万人(H27))の来訪者数は、ピーク時から逡減の途を辿っており、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。



【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】

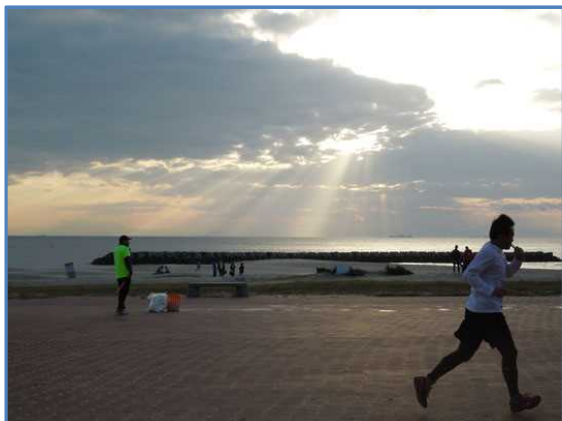
□総論

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リエーションの基地としての整備もすすむ。

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。一方、未だ観光客(および旅行エージェント)らに対する認知が進んでいるとはいえないものの、当該区域は愛知県で最も温泉の豊富な地域(南知多町)であり、着地型(受地型)観光地としてのポテンシャルは高い(目的別観光客の割合において「温泉」は4%程度:南知多町)。

将来的には、対象区域を周辺地域にまで拡大し、四季型観光地への条件を整えつつ広域観光ルートの確立を目指している。

□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
- ・食と健康の館：美浜町
- ・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、美浜町
- ・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、美浜町
- ・えびせんべいの里：美浜町
- ・師崎延命寺「花まつり」：南知多町
 - ・花とイルカの祭典：美浜町
 - ・南知多夕空絶景マラソン：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（R1、南知多町統計）

-宿泊施設数（ホテル・旅館・民宿）計 142 / 収容力 6919 人

* 美浜町（H27.4、美浜町把握分）

-宿泊施設数（ホテル）1、（旅館）10、（民宿）3 計 14 / 収容力 889 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

- ・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



(別添) 様式 1

【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、未だ絶対的に低率に留まっている。

その要因として、外国人観光入込客統計等に表される、wifi 設備の不足、コミュニケーション障壁（言語障壁）が挙げられるところ、当該区域を含む愛知県全域で、先年より、wifi 設備の不足を補うべく、域内宿泊施設に対する設備普及の啓蒙等を行い（補助や助成の周知を含む）、ほぼ全域において wifi 設備の問題は解決している。

言語障壁については、観光協会が主体となってボランティアガイドを育成したり、多言語対応パンフレット、複数言語標識等を整備中であり、宿泊施設における翻訳機等の普及にも努めているところではあるが、コミュニケーションの核心である「人」単位での言語障壁の克服に努めるべく、今後は、本DMO主幹で、コミュニケーション人材の育成に一層注力したい考えである。

尚、平成 31 年から実施する文化財多言語化事業によって、地域文化財の磨き上げ、解説等の多言語化、デジタル解説素材等の拡充を行った。

一方、豊かな自然や自然体験型観光商品は、昨今、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。

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
①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	平成 28 年度中を目途に、独自の調査方法を確立し、実施する。 * 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
②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	平成 28 年度中を目途に、独自の調査方法を確立し、実施する。 * 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
③延べ宿泊者数	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	平成 28 年度中を目途に、独自の調査方法を確立し、実施する。 * 宿泊旅行統計調査等の活用を含む
④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	平成 28 年度中を目途に、独自の調査方法を確立し、実施する。 * 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

(別添) 様式 1

⑤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	平成 28 年度中を目途に、独自の調査方法を確立し、実施する。 * 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	平成 28 年度中を目途に、独自の調査方法を確立し、平成 29 年度以降実施する。 * 観光レクリエーション利用者統計 (県) 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

南知多町では、春は潮干狩り、夏は海水浴、秋はみかん狩り、冬はいちご狩り、10 月から 3 月までのふぐ料理といった四季折々の魅力と、平成 29 年 7 月に国の重要文化財に指定された旧内田家住宅 (内田佐七家) など歴史ある地域として観光まちづくりを図るとともに、近隣市町と連携した広域観光ルートの確立を目指している。

また、観光客のニーズの変化や多様化もあり、農業・漁業との連携による体験型観光も選択できるメニューも取り入れ始めている。

さらに、日本への外国人観光客の増加に伴い、海外への誘客活動のほか受け入れの整備を進めるなど、中部国際空港からの立地を活かしたインバウンド事業を進めている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ①温泉郡 (南知多、蒲郡、内海 等) ②自然体験型観光商材 ③各種スポーツイベント (トライアスロン、マリンスポーツ等)	弱み (Weaknesses) ①PR 不足 (温泉が豊富であるというイメージが薄い) ②各観光施設間における連携不足により、日帰り型に留まっている ③未だ絶対数が少なく、開催可能地としてのキャパを活かしきれていない
外部環境	機会 (Opportunity) ①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 ②インバウンド誘引 ③各種スポーツの国内・国際大会等実施機会が増加	脅威 (Threat) ①近隣他地域との類似性、遅発性 ②地元他団体、観光施設等との協調・連携不足 ③同上

※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

○ターゲット層

国内) 近畿、関東圏の 20~50 代のリピーター

国外) 1 香港・台湾を中心とした東南アジア、30~50 代のリピーター

2 アフターコロナ: 欧米豪

- ・ 産業観光+教育旅行 (研修利用 等)
- ・ 個人旅行 (伝統文化、伝統食体験)

(別添) 様式 1

<p>○選定の理由</p> <p>※4. 戦略(1)・(2)の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。 他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が比較的多く、また、市場としても今後拡大傾向にあるため。</p> <p>○取組方針</p> <p>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。</p>
--

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>「魚半島、花半島、温泉半島、知多半島！」</p>
②コンセプトの考え方	<p>将来的には、知多半島全域を着地周遊型（および宿泊型）の観光地として発信する。</p> <p>「半島」という訴求力の高い地勢を活かし、自然、歴史、文化、スポーツ等の、普遍的かつ充実度の高いコンテンツを核に、国内外を問わず、老若男女に訴える地域づくり、商品づくり（ニューツーリズム）を展開する。</p> <p>「風土・郷土料理・温泉」という旅行商品パッケージに欠かせない商材を誘引材料に、半島全域のプロモーションを展開する。</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
<p>戦略の多様な関係者との共有</p> <p>※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>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

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	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対する効果測定・評価を実施。
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	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。

※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		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	23 (71)	28 (81)	1 ()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	(3)	(4)	(6)	(6)	(7)	(8)
	実績	600 (3)	650 (4)	450 (12)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	80 (—)	82 (—)	83 (—)	85 (—)	86 (—)	87 (—)
	実績	82.5 (—)	83.0 (—)	()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	40 (—)	40 (—)	45 (—)	46 (—)	47 (—)	48 (—)
	実績	45.0 (—)	45.0 (—)	()	()	()	()

※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】 ※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。 </p> <p>【設定にあたっての考え方】</p> <p>●旅行消費額 </p> <p>●延べ宿泊者数 </p> <p>●来訪者満足度 ※来訪者に関する満足度調査が未実施の場合、「観光地の満足度調査」 (https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html) を参照して実施し、例えば、毎年〇%増などの目標を設定して記入すること。 </p> <p>●リピーター率 </p>
--

(2) その他の目標

指標項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度
●外国人観光客満足度(不満改善指標)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	60.0 ()	70.0 ()	70.0 ()	80.0 ()	()	()
●新規旅行商品造成件数	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	4 (2)	4 (4)	5 (4)	5 (5)	()	()
●メディア掲載回数(回)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	30 (5)	30 (8)	40 (10)	50 (12)	()	()
●体験プログラム販売数	目標	— (—)	29 (—)	30 (—)	40 (—)	41 (—)	42 (—)
	実績	— (—)	30 (—)	40 (—)	(—) (—)	(—) (—)	(—) (—)
●体験プログラム販売数(千人)	目標	— (—)	— (—)	20 (—)	15 (—)	28 (—)	28 (—)
	実績	— (—)	— (—)	22 (—)	(—) (—)	(—) (—)	(—) (—)

※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

<p>【検討の経緯】 ※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。 </p> <p>【設定にあたっての考え方】 ● (例) 宿泊施設の稼働率 </p> <p>● (例) ワンストップ窓口での宿泊予約数 </p> <p>● (例) メディア掲載回数 </p>
--

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
2017(H29) 年度	(円) 別紙決算書参照	(内訳の区分例) ※内訳が明確になるように記入すること。 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等
2018(H30) 年度	(円)	(円)
2019(R1) 年度	(円)	(円)
2020(R2) 年度	(円)	(円)
2021(R3) 年度	(円)	(円)
2022(R4) 年度	(円)	(円)

(別添) 様式 1

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2017 (H29) 年度	(円) 別紙決算書参照	(内訳の区分例) 【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等
2018 (H30) 年度	(円)	(円)
2019 (R1) 年度	(円)	(円)
2020 (R2) 年度	(円)	(円)
2021 (R3) 年度	(円)	(円)
2022 (R4) 年度	(円)	(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

畿内の宿泊施設等で就労する外国人就労者の支援を行い、登録支援機関で登録を行い、支援報酬を見込む。

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連携DMOとして登録したいので当該法人とともに申請します。

美浜町は、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連携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. 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
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

(別添) 様式 1

E-mail	m_kuze@minamichita-kk.com
--------	---------------------------

10. 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	愛知県知多郡南知多町
担当者氏名	久野裕視
担当部署名 (役職)	建設経済部地域振興課観光係長
所在地	愛知県知多郡南知多町大字豊浜字貝ヶ坪18
電話番号 (直通)	0569-65-0711
FAX 番号	0569-65-1235
E-mail	syoukou@toun.minamichita.lg.jp

都道府県・市町村名	愛知県知多郡美浜町
担当者氏名	三枝
担当部署名 (役職)	商工観光課長補佐
所在地	愛知県知多郡美浜町河和字北田面106
電話番号 (直通)	0569-82-1111
FAX 番号	0569-82-5423
E-mail	kankou@town.aichi-mihama.lg.jp

法人名:一般社団法人 知多半島観光事業協会

登録区分名:地域連携DMO

(観光地域づくりのコンセプトを記載)

【区域】 南知多町・美浜町(愛知県知多郡)

【設立日】 平成28年6月1日

【候補法人登録日】 平成28年7月15日

【代表者】 渡邊 幸一

【マーケティング責任者(CMO)】

【財務責任者(CFO)】

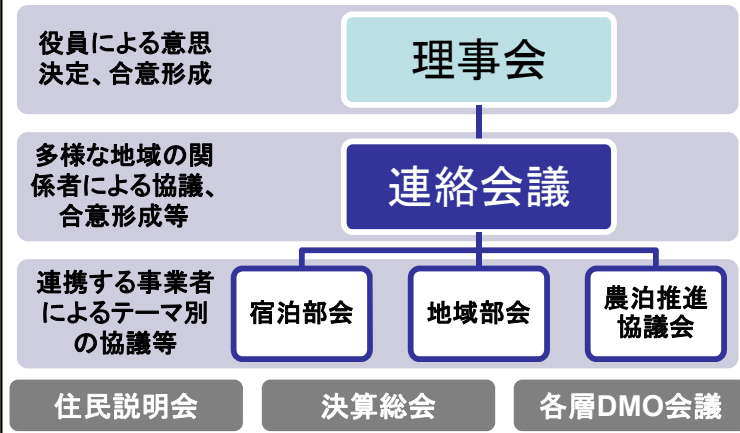
伊豫田 千穂子

【職員数】 2人 (非常勤2人)

【連携する主な事業者】

観光協会、宿泊事業者、飲食事業者ほか

実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】

- ・自然(海、半島地形)
- ・文化(祭り、食、伝統)
- ・スポーツ(マリン)
- ・イベント(花火大会等)
- ・観光施設
- ・商業施設等



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】②

(概要)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

[参考]登録要件

①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画

②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会、合意形成組織である協議会等を設置

戦略

【主なターゲット】

- 現在:香港・台湾を中心とした東南アジア
- ・教育旅行(修学旅行生とその家族等)
 - ・30~50代のリピーター

アフターコロナ:欧米豪

- ・産業観光+教育旅行(研修利用等)
- ・個人旅行(伝統文化、伝統食体験)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

満足度調査の充実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強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

当該コンテンツは、旅行エージェンシーらを通じ適選に流通経路に乗せ、収益を得て取り組みの拡大、発展を目指す。

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

- ・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2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。
- ・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(SAVOR JAPAN認証等)を実施。
- ・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。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2017 (H29) 年度	20 (H30) 年度	201 (R1) 年度	202 (R2) 年度	202 (R3) 年度	202 (R3) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	23 (71)	28 (81)	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	600 ()	650 ()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	82.5 ()	83.0 ()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	45.0 ()	45.0 ()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・令和元年度 SAVOR JAPAN認証(農林水産省)
- ・Google Artsコンテンツ掲載

【観光資源の磨き上げ】

- ・平成30年・31年度 農泊推進事業(農林水産省)
- ・平成31年度 文化財多言語化事業(文化庁)
- ・令和2年度

グロコン事業(観光庁)、花火大会事業(愛知県)、誘客多角化事業(観光庁)、海外発信動画作成(南知多町)等

【受入環境の整備】

- ・農泊推進のための体験プログラム等の造成
- ・地域住民への啓発を目的とした会議等開催

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

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、観光客か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。

付加価値の高い商品創出のため、インバウンド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検討する。