

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	地域連携DMO	
観光地域づくり法人の名称	(株) やさしいまち	
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 鹿児島県、伊佐市、さつま町	
所在地	鹿児島県伊佐市	
設立時期	2016年11月22日	
職員数	6人【常勤5人(正職員2人・出向等3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) ※必ず記入すること	(氏名) 坂元 正照 (出身組織名) (株) セルビス	鹿児島県伊佐市出身。(株) セルビスの会長として、川内川流域のまちづくりに強い関心を抱き続けてきた。冠婚葬祭事業などに携わってきておりマーケティング・ビジネスには精通している。これまで数多くの新規事業を展開してきており、着実な成果を挙げている。
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) 内川 隆司「専従」 (出身組織名) (株) HD フラワーホールディングス	日本第2位の花の流通規模を誇る(株) HD フラワーホールディングスの代表取締役を務めた後、(株) やさしいまちのCMOに就任。マーケティングや組織マネジメントについて高い知見と能力、経験を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	伊佐市PR課、さつま町商工観光課(マーケティング、プロモーション、連絡調整)	
連携する事業者名及び役割	曾木の滝・大鶴湖・川内川を活用した自然体験型DMO協議会(特産品のブランド化推進支援、連絡調整) 構成メンバー: 【伊佐市】(株) セルビスサービス、曾木の滝観光協会、伊佐市観光特産協会、DMO協議会(伊佐市商工会、鹿児島県社交飲食業生活衛生同業組合伊佐支部、伊佐ツーリズム協議会、株式会社カミチク、NPO法人バイオマネットワークあたらし会、NPO法人水と地球、JA北さつま、川内川河川事務所、川内川河川事務所菱刈出張所、鶴田ダム管理所、始良・伊佐地域振興局、鹿児島銀行大口支店、鹿児島信用金庫大口支店、鹿児島興業信用組合大口支店、南日本銀行大口支店)、NPO法人 薬草で飛驒を元気にする会【さつま町】さつま町商工会、さつま町商工会青年部、DMO協議会(さつま町観光特産品協会、NPO法人ひっ翔べ!奥薩摩探険隊、宮之城温泉旅館組合、紫尾温泉組合、鹿児島県飲食業生活衛生同業組合さつま支部、鹿児島銀行宮之城支店、南日本銀行宮之城支店、鹿児島信用金庫宮之城支店、川内川河川事務所宮之城出張所、北薩地域振興局)	
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	【該当する登録要件】③ (概要)日本版DMOが行う取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される協議会をDMOとは別に設置する	

(別添) 様式 1

<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>毎月の市報・町報による定期的な情報発信や、住民参加型のワークショップ等のイベントを開催するほか、不定期にて地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催。 また、オフィスをオープンにし、常に地域住民との交流を図っている。</p>								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 代表的なものの記載</p> <table border="1" data-bbox="459 412 1444 1480"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 412 646 461">事業</th> <th data-bbox="651 412 1444 461">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 468 646 752"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="651 468 1444 752"> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年～令和 1 年度事業 大都市での特産品販売イベント、ふるさと納税 PR イベントの設立 (毎年継続) ・平成 30 年度事業 ダムを使った大イベントの実施、台湾での PR イベント ・令和 1 年度事業 大阪、福岡での PR イベント、各種媒体での広告、パブリシティ </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 759 646 969"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="651 759 1444 969"> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年度～令和 1 年度事業 地元企業へのビジネスマッチング、経営セミナーの開催 ・平成 30 年度事業 他自治体 (岐阜県飛騨市) との連携確立 民泊管理業取得 曾木の滝公園の看板を多言語表記対応仕様にリニューアル </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 976 646 1480"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="651 976 1444 1480"> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年度事業 伊佐市、さつま町、国交省、鹿児島大学等の関係者を変え、当該エリアのランドデザインを作成 ・平成 30 年度～令和 1 年度事業 野草薬草を用いた施設のオープン ・令和 1 年度 さつま町の休眠施設「観音滝公園」の譲渡を受け、観音滝リゾートとしてリニューアルオープン記載 ・令和 2 年度 ナイトタイムエコノミー事業として曾木の滝イルミネーションを実施。集客時間の分散、来場機会の分散を図りながら、ウィズコロナ時代のツーリズムの実践を推し進めている。 体験型コンテンツの実施 </td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊者数 150% (約 5 万人増)、観光入込客数 106% (約 2 万人増)、地元事業者の年間売上 5,700 万円増加 ・920 件、約 1,220 万円のふるさと納税をイベントで集めた ・4 件の自治体からの視察の受入実績 ・民間の投資をよび、リゾート施設 1 件 (3 店舗) や観光地の新規 2 店舗の開業を果たした 	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年～令和 1 年度事業 大都市での特産品販売イベント、ふるさと納税 PR イベントの設立 (毎年継続) ・平成 30 年度事業 ダムを使った大イベントの実施、台湾での PR イベント ・令和 1 年度事業 大阪、福岡での PR イベント、各種媒体での広告、パブリシティ 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年度～令和 1 年度事業 地元企業へのビジネスマッチング、経営セミナーの開催 ・平成 30 年度事業 他自治体 (岐阜県飛騨市) との連携確立 民泊管理業取得 曾木の滝公園の看板を多言語表記対応仕様にリニューアル 	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年度事業 伊佐市、さつま町、国交省、鹿児島大学等の関係者を変え、当該エリアのランドデザインを作成 ・平成 30 年度～令和 1 年度事業 野草薬草を用いた施設のオープン ・令和 1 年度 さつま町の休眠施設「観音滝公園」の譲渡を受け、観音滝リゾートとしてリニューアルオープン記載 ・令和 2 年度 ナイトタイムエコノミー事業として曾木の滝イルミネーションを実施。集客時間の分散、来場機会の分散を図りながら、ウィズコロナ時代のツーリズムの実践を推し進めている。 体験型コンテンツの実施
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年～令和 1 年度事業 大都市での特産品販売イベント、ふるさと納税 PR イベントの設立 (毎年継続) ・平成 30 年度事業 ダムを使った大イベントの実施、台湾での PR イベント ・令和 1 年度事業 大阪、福岡での PR イベント、各種媒体での広告、パブリシティ 								
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年度～令和 1 年度事業 地元企業へのビジネスマッチング、経営セミナーの開催 ・平成 30 年度事業 他自治体 (岐阜県飛騨市) との連携確立 民泊管理業取得 曾木の滝公園の看板を多言語表記対応仕様にリニューアル 								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年度事業 伊佐市、さつま町、国交省、鹿児島大学等の関係者を変え、当該エリアのランドデザインを作成 ・平成 30 年度～令和 1 年度事業 野草薬草を用いた施設のオープン ・令和 1 年度 さつま町の休眠施設「観音滝公園」の譲渡を受け、観音滝リゾートとしてリニューアルオープン記載 ・令和 2 年度 ナイトタイムエコノミー事業として曾木の滝イルミネーションを実施。集客時間の分散、来場機会の分散を図りながら、ウィズコロナ時代のツーリズムの実践を推し進めている。 体験型コンテンツの実施 								

(別添) 様式 1

<p>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)。</p>	<p>(実施体制の概要) 鹿児島県伊佐市に新たに設立した(株)やさしいまちが母体となり、行政や観光関連団体、飲食関連団体、農業関連団体、NPO、金融機関など、地元の官民関係団体で構成される曾木の滝・大鶴湖・川内川を活用した自然体験型DMO協議会が密接に連携した運営を実施。</p> <p>(実施体制図)</p>
---	--

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】
 滝幅 210メートル高さ 12メートルの壮大な「曾木の滝」が所在する曾木の滝公園から川内川に設けられた鶴田ダム(大鶴湖)は、手つかずの雄大な自然空間の中に産業遺産の「曾木発電所遺構」や薩摩藩の米蔵跡をはじめ、豊臣秀吉が九州遠征を行った際に訪れた史跡など歴史的資源も残されており、年間で30万人の観光客を迎える本地域における最大の観光地となっている。
 しかしながらその観光形態は「観る→休む→移動」といった通過型のものであり、当該地域の豊かな自然を活かした食等の消費や雇用を生み出す滞在型の観光の形成には至っていない。
 また、当該地域で毎年行われている「もみじ祭り」や「ホテル舟の運航」などといった一定の集客を見込むイベントについても市・町それぞれの単独での開催となっており、以前から連携したイベントの創造が課題となっていた。

(別添) 様式 1

さらに、鶴田ダム再開発事業により、ダム及び大鶴湖周辺環境が大きく変わることから、新たなダムを中心とした学習及び体験型の観光拠点とした利活用やダム下流の市街地中心地区における水辺の利活用、施設の維持管理等が今後の課題となっている。

これらを検討するために、これまで「かわまちづくり推進協議会」に参加してきた地域の観光関係者や大学、ダム及び河川の管理を行う国土交通省の代表等を含む地域の多様な関係者が連携して、平成28年6月にDMO法人の設立に向けた協議会(曾木の滝・大鶴湖・川内川を活用した自然体験型DMO設立協議会)を設置。川内川およびその支流の流域をDMO法人のマーケティング・マネジメントする区域として設定した。

【観光客の実態等】令和1年度(鹿児島県観光統計より)

延べ宿泊者数 146,670人

観光入込客数 345,391人

【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

【伊佐市】

曾木の滝公園、新曾木水力発電所、曾木発電所遺構、曾木の滝分水路、新曾木大橋、十曾池公園、奥十曾溪谷、郡山八幡神社、忠元公園、轟公園、江戸彼岸桜(エドヒガン桜)、湯之尾滝上流一帯、ガラッパ公園、楠本川溪流自然公園

【さつま町】

永野金山跡、宗功寺墓石群・歴史資料センター、紫尾神社、大石神社、別府原古墳、神興寺僧侶の墓石塔群、観音滝公園、さつま町ガラス工芸館、鶴田ダム、ちくりん館、宮之城伝統工芸センター、県立北薩広域公園、紫尾山頂公園

商業施設

【伊佐市】

夢さくら館店、ひしかり交流館

【さつま町】

宮之城鉄道記念館さつま物産館

宿泊施設

【伊佐市】

湯之尾温泉郷

【さつま町】

宮之城温泉、紫尾温泉、インターナショナルゴルフリゾート京セラ

自然

【伊佐市】

十曾青少年旅行村、十曾フレンドハウス、十曾こどもの森、楠本川溪流自然公園、RVパークいさ曾木の滝、グリーンツーリズム、

【さつま町】

グリーンツーリズム、県立北薩広域公園、観音滝公園

文化

【伊佐市】

湯之尾神舞

スポーツ

【さつま町】

かぐや姫グラウンド、春季プロスポーツキャンプ

イベント

【伊佐市】

(別添) 様式 1

忠元公園桜まつり、伊佐市夏まつり、伊佐市花火大会、曾木の滝公園もみじ祭り、いさドラゴンカップ

【さつま町】

梅の花咲く 薩摩ツアー、奥薩摩のホタル舟、夏祭り、ひがん花祭り、大石神社大祭 金吾様踊り、みやんじょ温泉 竹ホタル、薩摩寒蘭展示大会 町花まつり

特産品

【伊佐市】

伊佐米、黒豚、金山ネギとカボチャ、自然薯、焼酎、ピザ

【さつま町】

薩摩切子、薩摩西郷梅、お茶、黒牛、あおし柿、ちくりん鍋、川内川の鮎、早掘り筍、そば・ラーメン

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

市町名	施設数	収容人数
伊佐市	17	513
さつま町	15	725
合計	32	1238

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通（首都圏、中京圏、関西圏、九州北部地域）

・空路

各方面と鹿児島空港を結ぶ航空路線（LCCを含む。）が、多数就航している。

特に関西空港のピーチアビエーション、神戸空港のスカイマーク、中部国際空港のジェットスター、羽田空港のソラシドエアといったLCCの利用が年々増加し、便数も拡大を続けている（注：ビフォーコロナにおけるデータ）。

鹿児島空港から、伊佐市、さつま町へ連絡バスが運行している。

（東京（羽田）～鹿児島空港） 1時間50分

（名古屋～鹿児島空港） 1時間20分

（大阪～鹿児島空港） 1時間10分

・新幹線

各方面と新水俣駅、出水、川内駅、鹿児島中央駅を結ぶ九州新幹線が走行している。

新水俣駅から、伊佐市への連絡バスが運行している。

出水駅から、さつま町への連絡バスが運行している。

川内駅から、さつま町への連絡バスが運行している。

鹿児島中央駅から、さつま町への連絡バスが運行している。

（新大阪～新水俣駅） 3時間46分

（新大阪～出水駅） 3時間53分

（新大阪～川内駅） 3時間50分

（新大阪～鹿児島中央駅） 3時間44分

（博多～新水俣駅） 1時間9分

（博多～出水駅） 1時間17分

（博多～川内駅） 1時間13分

（博多～鹿児島中央駅） 1時間17分

・自動車利用（国道および高速道路）

伊佐市には、267号、268号、328号、447号の4本の国道が通っている。

さつま町には、267号、328号、504号の3本の国道が通っている。

鹿児島県薩摩川内市、出水市、霧島市、熊本県水俣市、人吉市、えびの市などの近隣市町へのアクセスが容易にできる交通の要所になっている。

なお、高速道路の最寄りインターチェンジは、伊佐市は、九州自動車道人吉インターチェンジ・栗野インターチェンジ。さつま町は、九州自動車道横川インターチェンジ。

(別添) 様式 1

また、さつま町には、高規格道路として、北薩横断道路が整備されており、現在、永野IC - さつま観音滝IC - さつま広橋IC間が開通。なお、北薩横断道路は霧島市で九州自動車道から分岐し、阿久根市で南九州西回り自動車道および島原天草長島連絡道路とつながる計画となっている。

・ 2次交通

鹿児島県内の交通要所からの連絡バスは運行しているものの、本数、ルートに課題があり、2次交通の整備が不十分である。

○ 域内交通

・ 公共交通機関は路線バスが主な手段であり、地域内は自家用車やレンタカー利用者が多い。

【外国人観光客への対応】

パンフレットや観光地、宿泊施設での英語対応の事例はあるものの、全体として多言語対応への取り組みは進んでいない。また、Wi-Fi 設備の設置が遅れており、外国人観光客を受け入れる体制は不十分である。

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
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 analytics 等を活用して実施。
体験プログラム参加者・延べ宿泊者数	事業成果の確認、地域内の経済波及効果を測定する。	体験プログラム参加者はDMOで集計。宿泊者数は観光統計調査を引用
来訪者・旅行関連コンテンツ参加者満足度	マーケティングやブランディングに活用し、地域の受入体制を整備する。旅行コンテンツのブラッシュアップに用いる。	アンケート調査を自主事業として実施
リピーター率	マーケティングやブランディングに活用する。	アンケート調査を自主事業として実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

当地域では、人口減少が進んでおり、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。それに伴い、空き家が増え続けており、治安の悪化や、住民の閉そく感が増している。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	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農業、畜産が盛んな日本有数の地域であり、豊富で良質な食材の宝庫である。 ・ 手つかずの自然が残り、本格的なアウトドアを楽しめる環境があり、キャンプ場などの施設が整っている。 ・ 川に関連したアウトドア・アクティビティの整備が期待される。 ・ スポーツ関連施設が充実している。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 知名度が低い。 ・ 観光の大市場（関東・関西・中京地域、北部九州地域等）から遠隔地にある。 ・ 鹿児島県の交通要所である鹿児島空港、鹿児島中央駅からの移動に時間を要する。 ・ 地域内の主な移動手段が車であり、公共交通機関が発達していない。また、2次交通の整備が行われていない。

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・水力発電や太陽光発電施設が充実しておりエコツアーの商品化が期待される。 ・鹿児島県の主要観光地である霧島市、薩摩川内市と隣接しており、周遊ルートの確立が期待される。 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の受け入れ体制が整っておらずインバウンド対策が不十分。 ・伊佐市内の宿泊施設が充実していない。 ・大手旅行会社との契約施設数が少ない。 ・通信インフラの整備が不十分
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行流通、旅行形態（団体旅行の減少と家族・グループをはじめとする個人旅行の増加等）の変化がみられる。 ・旅行目的の多様化により滞在交流型観光が注目されている。 ・アウトドアなどオープンエアでの体験の需要増加 ・食の安全安心に対する意識、健康志向の意識が高まっている。 ・ワーケーションやリモートワークなど地方の滞在要因の急増 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光プロモーション活動激化による地域間競争 ・貸し切りバスの価格高騰による北薩地域を採用した旅行商品の減少 ・LCCをはじめとする空の便の撤退や減便

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層</p> <p>健康・美容に強い関心を持つ人々、九州圏および関西圏中心の50～60代女性</p>
<p>○選定の理由</p> <p>健康や美容に効果が高いきれいな水が豊富、寒暖の差を生かした甘みのある食材（健康や美容に効果のある食材）の生産地、滝や川などマイナスイオンが豊富なエリア、健康や美容に効果の高い温泉の集積地であるため。</p> <p>○取組方針</p> <p>健康志向の人が増加する傾向がある中で、自然豊かな場所で野草薬草を使った健康や美容に効果のある体験プログラムを販売していく。加えて、健康づくりをしながらアウトドアを楽しめる体験プログラムを構築していく。旅行終了後も地域食材などを取り寄せてもらえるよう販路を構築する。また、ウェブサイトを活用した満足度調査の充実などにより、リピート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ウェブで訴求する動画を含んだコンテンツを磨き上げる。</p>
<p>○ターゲット層</p> <p>国内外のアウトドア愛好家・スポーツ愛好家</p>
<p>○選定の理由</p> <p>アウトドア関連施設およびスポーツ関連施設の充実、アウトドアに適した厳しい気候（厳冬期の気温-15.2度）、寒暖の差を生かした甘みのある食材（アスリートを育む食材）の生産地、カヌーができる日本有数の河川があるため。</p> <p>○取組方針</p> <p>アウトドアやスポーツへの関心が高まる中で、グランピングやカヌー、スポーツクライミングを楽しめる体験プログラムを核にした旅行商品を販売していく。加えて、グランピング向けの食材の提供やレシピを開発。健康という付加価値をのせた地元の食材などを活用した調理体験プログラムも設定する。旅行終了後も地域食材などを取り寄せてもらえるよう販路を構築する。さらに、スポーツ愛好家に向けた取り組みは県内の大隅地域でも開始しており、連携も視野に入れることで周遊型商品も企画できる可能性がある。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

(別添) 様式 1

①コンセプト	<p>●世界一やさしいまち 伊佐・さつま</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「笑顔が、希望が、子どもの声が」あふれ、起業家や事業家が育ち、誰もが移り住みたいまちに ・ココロとカラダにやさしい健康まちづくり ・“あるものを活かし持続する”まちづくり
②コンセプトの考え方	<p>まちを、そこに住み人を、見るものを、感じるものを、全てブランドにする取り組みである。知名度や全国的な観光資源がなくても、一度訪れた人が再訪したくなる魅力を感じてもらうためには、物質的な豊かさや目新しさではなく、人が根本的に求めるものを価値として付加する必要があるという考え方。付加するものは、この地域で誰もが取り組み可能で、誰に対しても求められる「やさしさ」という要素である。</p> <p>農作物や自然といった資源にも、「カラダにやさしい」などのコンセプトを付けたモノや体験を売り出していくなど、当地域の物理的障壁を心理的障壁に感じさせない取り組みを掲げている。</p> <p>また、健康まちづくりは、「やさしい取り組みで、みんなが元気になる」→「みんなが元気になれば、まちが元気になる」→「元気なまちには人が集まる」→「やさしさを求めて人がもっと集まる」という考えのもと、まちの医療財政にも寄与できる取り組みを行う。</p> <p>持続的に、まちが魅力を取り戻し発展するために、「決して無理をせず豊富な資源を有効に活用する」姿勢で取り組む。</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	<p>DMO 担当者会議、DMO 協議会、共栄会委員会、HP、公報、地域説明会、議員全員協議会</p> <p>DMOを中心として、担当者会議や委員会は月1回、地域の関連事業者を集めての協議会や議員全員協議会にてコミュニケーションの場は半年に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。また地域説明会や商工会青年部との交流会は不定期に開催。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。</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>飲食店や土産物店、物産館、宿泊施設等において地域ならではの健康や美容に効果のある食の提供を行う。体験プログラムの企画・実施に当たっては、国内外の専門家を招聘し、メンターゲット層にメリットを感じてもらえるようブラッシュアップさせる。併せてマイスター制度を構築し、イベントなどを通じて地域に再訪問してもらえる仕掛けや、観光</p>

(別添) 様式 1

	客自身がインストラクターとなるような取り組みを、飲食店や宿泊施設での研修機会の創出により行う。
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	SNSを利用した効果的なプロモーションや、両自治体の担当部署と県担当部署と協働した営業活動による一元的なプロモーションを実施。「世界一やさしいまち」というブランドを確立させる取り組みを継続して進めていき、「やさしい」という共通キーワードを用いた広告宣伝チャンネル、あるいは販売チャンネルの一元化を進め、国内外に効果的に情報発信や誘客を行う。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	2,210 ()	2,330 ()	2,100 ()	2,210 ()	2,450 ()	2,580 ()
	実績	2,390 ()	3,257 ()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	104,000 ()	110,000 ()	100,000 ()	110,000 ()	125,000 ()	145,000 ()
	実績	160,495 ()	146,670 ()	()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	85 ()	90 ()	90 ()	90 ()	90 ()	90 ()
	実績	92.5 ()	89.1 ()	94.8 ()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	55.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60 ()	60 ()	60 ()
	実績	47.0 ()	50.1 ()	66.4 ()	()	()	()

※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】

平成28年度を基準としてKPIの設定を行った。来訪者満足度については、これまで必須KPIとして扱ってこなかったことと、基準年の満足度が80%と高かったことから、実質最重要の位置づけではない。

令和2年は統計データが出ていないため、一部未確認である。なお、当年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により数値が大きく下回っていると思われるため、下方修正している。各メガバンク系の経済見通しなどによると令和4年までコロナ前の水準には戻らないという見通しが示されたことと、令和2年度の落ち込みの影響がデータとして把握できていないため、上表のように据え置いた。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

川内川流域エリアでの観光入込客数と、延べ宿泊者数を元に算出している。

(別添) 様式 1

したがって、上記2項目のKPIでは、旅行者増加を、旅行消費額は消費単価の増加について評価する。

●延べ宿泊客数

当該地域を通過型のものから滞在型の観光地へとシフトしていくという目標に対する成果指標。

●来訪者満足度

再訪者を増加させるために、重要な指数として扱う。当初想定では、毎年5%増加目標であったが、定点観測基準値が一定程度高かったため、高水準を維持する目標となっている。目標値は今後修正することも検討中である。

●リピーター率

再訪数の増加が、来客数の増加につながることを前提とした目標設定である。現状のキャパシティでは、60%台が上限であると分析しており、キャパシティが増えない限り、初めて訪れる旅行者を一定割合獲得することも求められることから、目標を据え置いている。

(2) その他の目標

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
●川内川流域エリアの観光入込客数(千人)	目標	345 ()	375 ()	415 ()	160 ()	300 ()	360 ()
	実績	340 ()	360 ()	345 ()	()	()	()
●伊佐市・さつま町の総交流人口(千人)	目標	2,235 ()	2,430 ()	2,685 ()	1,000 ()	1,800 ()	2,450 ()
	実績	1,902 ()	2,019 ()	1,932 ()	()	()	()
●(株)やさしいまちが認定した事業の売上高(千円)	目標	10,000	20,000	30,000	60,000	75,000	100,000
	実績	13,000	20,519	23,482	57,001		

※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。

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】

DMO候補法人として当初設定した必須3項目である「宿泊者数」「観光入込客数」「交流者人口」と法人選定の任意1項目として「関与した事業の売上高」をKPIとしているので、下記の考えのもと継続して設定していく。

【設定にあたっての考え方】

●川内川流域エリアの観光入込客数

滞在型の観光地へのシフトには一定の時間がかかるうえ、宿泊施設を増やすことは現実的ではないため、現状の通過型の観光であっても観光入込客数を増加させることで域外マネーを稼ぐことにつなげる。

●伊佐市・さつま町の総交流人口

(別添) 様式 1

当該地域同士の交流と、域外から域内への周遊を促し、地域を一体となって活性化させるための取り組みに対する成果指標。

● (株) やさしいまちが認定した事業の売上高

当該地域の産業分析を、RESAS を用いて実施すると、食品加工業が最も影響力係数が高いことが分かり、域外マネーを稼ぎ、域内に流すには食品加工業を中心に展開していくことが最も地域経済に貢献できることが分かったため設定した。地域の特産品のプロモーションを展開し、6次産業化の推進モデルとしていく。EC サイトや都市部で実施する物産展での加工食品の販売実績など、マーケティング・データに基づく生産・加工を当該地域の食品加工所などで展開する。地域の高齢者などの雇用も進めるため、特産品の売上高(地域外収入)が増加すれば、生産・加工に携わった地域住民の所得は増え、地域内消費が増加。地域経済の循環に寄与し、地域内で事業を行う住民の平均所得が増加する。なお、(株) やさしいまちは原則として地域外収入の獲得を目指した事業やサービスの起業・創業を支援し、認定していくことを想定している。従来のように雇用の創出のみを目的とした企業誘致に頼らない、自立型のまちづくり事業を展開する。

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
2017(H29) 年度	30,000,000(円)	【国からの補助金】15,000,000円 【市町村からの補助金】15,000,000円
2018(H30) 年度	28,000,000(円)	【国からの補助金】14,000,000円 【市町村からの補助金】14,000,000円
2019(R1) 年度	5,900,000(円)	【収益事業】5,900,000円
2020(R2) 年度	56,214,232(円)	【国からの補助金】12,500,000円 【市町村からの補助金】12,500,000円 【行政からの事業の受託】6,050,000円 【収益事業】27,950,000円
2021(R3) 年度(見込)	62,300,000(円)	【収益事業】62,300,000円
2022(R4) 年度(見込)	160,000,000(円)	【補助金】60,000,000円 【収益事業】100,000,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2017(H29) 年度	30,000,000(円)	【一般管理費】15,000,000円 【情報発信・プロモーション】4,000,000円 【受入環境整備等の着地整備】2,000,000円 【コンテンツ開発】2,000,000円 【マーケティング】3,000,000円 【観光イベントの開催費】4,000,000円 等

(別添) 様式 1

2018 (H30) 年度	28,000,000 (円)	【一般管理費】 10,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 6,500,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 4,500,000 円 【マーケティング】 3,000,000 円 【観光イベントの開催費】 4,000,000 円 等
2019 (R1) 年度	20,000,000 (円)	【一般管理費】 8,300,000 円 【情報発信・プロモーション】 1,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 2,500,000 円 【マーケティング】 3,000,000 円 【観光イベントの開催費】 2,000,000 円 等
2020 (R2) 年度	68,000,000 (円)	【一般管理費】 32,200,000 円 【情報発信・プロモーション】 5,500,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 2,500,000 円 【マーケティング】 2,000,000 円 【観光イベントの開催費】 2,000,000 円 等
2021 (R3) 年度 (見込)	62,000,000 (円)	【一般管理費】 40,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 4,500,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 2,500,000 円 【マーケティング】 2,000,000 円 【観光イベントの開催費】 1,000,000 円 他
2022 (R4) 年度 (見込)	215,000,000 (円)	【一般管理費】 40,000,000 円 【設備投資】 140,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 2,500,000 円 【マーケティング】 1,500,000 円 【観光イベントの開催費】 1,000,000 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

<ul style="list-style-type: none"> ・滞在型体験メニューや旅行商品の企画、販売による収入 ・観光地の飲食店運営による売り上げ ・特産品の製造、卸、販売による収入 ・特産品の広告・販売手数料 ・特産品開発コンサルティング ・商品企画開発コンサルティング ・開発ブランドのロイヤリティ収入 ・起業・創業コンサルティング ・行政からの事業の受託

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

<p>鹿児島県伊佐市、さつま町は、当該市町における地域連携DMOとして登録したいので、(株)やさしいまちとともに申請します。 (鹿児島県の意見)</p> <p>北薩・伊佐地域の観光振興に資するものであり、地域間連携による広域観光の振興を推進するという本県の観光振興に関する施策の方向性とも合致するものであると認められる。</p>
--

9. 記入担当者連絡先

(別添) 様式 1

担当者氏名	赤松 元輝
担当部署名 (役職)	
郵便番号	895-2526
所在地	鹿児島県伊佐市大口宮人 633-2
電話番号 (直通)	090-8535-5183
F A X 番号	
E - m a i l	g-akamatsu@yasashimachi.co.jp

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	鹿児島県伊佐市
担当者氏名	弓指 浩
担当部署名 (役職)	伊佐 PR 課 交流ビジネス推進係 係長
郵便番号	895-2511
所在地	鹿児島県伊佐市大口里 2845-2
電話番号 (直通)	0995-29-4113
F A X 番号	0995-22-9420
E - m a i l	isapr@city.isa.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県さつま町
担当者氏名	上原 光志
担当部署名 (役職)	商工観光 PR 課 観光 PR 係 係長
郵便番号	895-1803
所在地	鹿児島県薩摩郡さつま町宮之城屋地 1565 番地 2
電話番号 (直通)	0996-53-1111
F A X 番号	0996-52-3514
E - m a i l	shoko-kanko@satsuma-net.jp

法人名:株式会社やさしいまち

登録区分名:広域連携DMO

(観光地域づくりのコンセプトを記載)

【区域】 鹿児島県、伊佐市、さつま町

【設立日】 平成28年11月22日

【登録日】 平成29年1月20日

【代表者】 坂元 正昭

【マーケティング責任者(CMO)】

内川 隆司

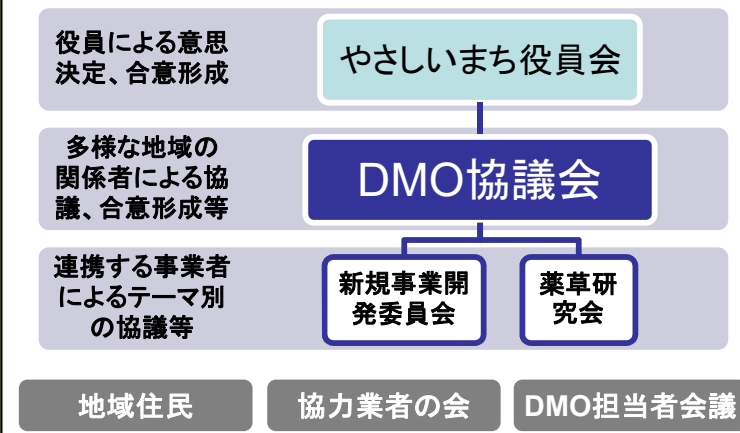
【職員数】 6人

(常勤4人(正職員2人、出向等3人)、非常勤1人)

【連携する主な事業者】

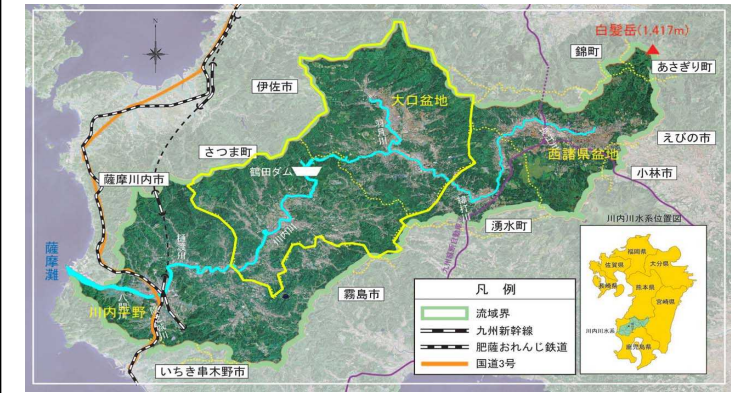
伊佐市観光物産協会、伊佐市商工会、
鹿児島県社交飲食業生活衛生同業組合伊佐支部、
さつま町観光物産協会、さつま町商工会、
セルビスグループ

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】曾木の滝公園、紫尾温泉



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 ③

【概要】日本版DMOが行う取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される協議会をDMOとは別に設置する

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

観光地看板の多言語対応、大規模イベントの実施、都市での特産品販売イベント、ふるさと納税PRイベントの定期的な実施により1220万円のふるさと納税を集めた。

【観光資源の磨き上げ】

ランドデザインの作成、ブランド戦略に応じた飲食店の新オープン、公園をリゾートとしてリニューアルオープン

【受入環境の整備】

経営セミナーの開催、ビジネスマッチング、民泊管理業取得。

戦略

【主なターゲット】

健康・美容に強い関心を持つ人々、九州圏および関西圏中心の50～60代女性

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

自然豊かな場所で野草薬草を使った健康や美容に効果のある体験プログラムを販売していく。加えて、健康づくりをしながらアウトドアを楽しめる体験プログラムを構築していく。旅行終了後も地域食材などを取り寄せてもらえるよう販路を構築する。また、ウェブサイトを活用した満足度調査の充実などにより、リピート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でウェブで訴求する動画を含んだコンテンツを磨き上げる。

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

自治体との会議は月1回、地域の関連事業者を集めての協議会は半年に1回程度設け、市町のまちづくりの方針の確認、進捗確認、計画策定を図っている。また地域説明会や商工会青年部との交流会は不定期に開催。

KPI(実績・目標)

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	2,210 ()	2,330 ()	2,450 ()	2,580 ()	2,710 ()
	実績	2,390 ()	3,257 ()	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	104 ()	110 ()	100 ()	110 ()	117 ()
	実績	160 ()	147 ()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	90 ()	90 ()	90 ()	90 ()	90 ()
	実績	92.5 ()	89.1 ()	94.8 ()	()	()
リピーター率 (%)	目標	55 ()	60 ()	60 ()	60 ()	60 ()
	実績	47.0 ()	50.1 ()	66.4 ()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 小売業・卸売業、観光施設経営等 約56百万円

【総支出】 67百万円

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

令和2年から観光地経営(飲食店、宿泊業)、製造業、小売業を開始。令和3年4月からは、特産品開発の成果品のブランド展開によるロイヤリティ収入を見込んでいる。また、特産品生産加工場の建設を予定しているので、操業後はその売上により財務体制を立て直す。