

## 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DMO	
観光地域づくり法人の名称	鴨川観光プラットフォーム株式会社	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	千葉県鴨川市	
所在地	千葉県鴨川市横渚 1 4 5 9-5	
設立時期	2014年5月1日 合同会社鴨川市観光プラットフォーム 発足 2017年11月21日 鴨川観光プラットフォーム株式会社 (組織変更)	
職員数	17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)	鈴木健史 (出身組織名) (一社)鴨川市観光協会理事	(一社)鴨川市観光協会理事(前会長)で、地域の様々なパイプ役となっており、精神的な取組を行っている。
財務責任者 (CFO)	刈込信道 「専従」 鴨川観光プラットフォーム	鴨川市議会議員を経て、現在同社取締役事業統括として観光業の経験を活かし従事。市や各事業者とも強い信頼関係を持つ。
DMO運用推進 プロモーション 責任者	日渡和男 「専従」 鴨川観光プラットフォーム	DMO推進責任者として、運用全般対応。国内旅行業務取扱管理者の資格を持つ。
データ収集・分析 責任者	田村美和子「専従」 鴨川観光プラットフォーム	メディア担当主任として、ホームページやSNSなどメディア関係担当主任として従事。情報の収集・分析も含めて、高い知見と能力、豊富な経験を持つ。
旅行商品造成 販売責任者	根本輝彦 「専従」 鴨川観光プラットフォーム	鴨川シーワールドに長年に亘り勤務。旅行商品の造成・販売をはじめ、予約手配や受入業務に関しても高い知見と能力、豊富な経験を持つ。
総務・経理責任者	小粒哲也 「専従」 鴨川観光プラットフォーム	民間企業等で総務・経理を担当し、現在同社の総務・経理責任者として従事。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	千葉県鴨川市役所 商工観光課 : 事業戦略、データ収集、観光プロモーション 海外誘客、マーケティング、着地型旅行商品造成 イベントの効率的な運営、フィルムコミッション グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム 案内看板の整備、観光拠点 (Wi-Fi 等) 整備 駐車場整備 農林水産課 : 棚田の維持・保全、民泊の増強、港湾整備 農林漁業後継者養成 スポーツ振興課 : スポーツツーリズム、ロケットキャンプ支援 女子サッカー「オルカ鴨川」支援 企画政策課 : 地域公共交通整備、定住促進、空き家活用	

	<p>都市建設課 : 街並み景観整備、道路整備、公園整備、無電柱化 下水道整備</p> <p>生涯学習課 : 文化財保存整備・活用、伝統的工芸の保存</p> <p>環境課 : 海岸清掃</p> <p>管財契約課 : 市有設備の活用</p> <p>市民生活課 : 姉妹都市の受入れ、国際交流推進</p> <p>総務課 : シティプロモーション、ライブカメラの整備</p> <p>水道局 : 上水道整備</p>
<p>連携する事業者名 及び役割</p>	<p>(一社) 鴨川市観光協会 (事業戦略、プロモーション、レンタサイクル)</p> <p>鴨川市商工会 (商環境改善、物産開発)</p> <p>鴨川温泉旅館業協同組合 (宿泊施設環境改善)</p> <p>小湊旅館業協同組合 (宿泊施設環境改善)</p> <p>鴨川ペンション組合 (宿泊施設環境改善)</p> <p>NPO 法人大山千枚田保存会 (着地型旅行商品造成)</p> <p>鴨川市農林業体験交流協会 (着地型旅行商品造成)</p> <p>(一社) ウェルネススポーツ鴨川 (着地型旅行商品造成)</p> <p>安房農業協同組合 (着地型旅行商品造成)</p> <p>交通事業者 (JR) (首都圏誘客、1 次交通の充実) (タクシー、バス、レンタカー) (2 次交通の充実)</p> <p>医療機関 (着地型旅行商品造成)</p> <p>金融機関 (事業戦略、資金融資 (調達))</p> <p>評議委員会 (市内 18 団体)</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)</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等を設置する</p> <p>(概要)</p> <p>ワーキンググループとして観光地域づくり法人と、行政各部署及び各事 業者で連携を取り活動し、評議委員会を含めて合意形成を図る</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"> <li>・ 地域住民や市内事業者を対象とした、観光客 (インバウンドを含む) 受け入れに向けた勉強会を開催</li> <li>・ 市民向け観光・地域情報配信を目的とした機関誌の発行</li> <li>・ 市民ガイド組織の受付窓口として、観光地域づくり法人が対応</li> </ul>
<p>法人のこれまでの 活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>合同会社鴨川市観光プラットフォーム (地域限定旅行業) を経て 鴨川観光プラットフォーム株式会社 (第 2 種旅行業) として活動</p> <p>①旅行業及び旅行業者代理業として宿泊、体験等の予約手配及び受入れ 市内加盟宿泊施設 (35 施設) に関して、自社予約サイト運営 ふるさと納税宿泊券等を絡めた宿泊 (交通も一部含む) やゴルフ及び 体験等の手配 又、教育旅行等での農家民泊及び農業体験の企画から受入れまで対応</p> <p>②着地型旅行商品の企画立案、商品開発、宣伝広告及び販売業務 国内外の宿泊体験プランの企画、コーディネート等</p> <p>③観光客及び市民向け情報誌の編集・発行</p> <p>④インバウンドの受入れ JENESYS 及び SAARC 等の受入れ 姉妹都市ウィスコンシン州マニトワック市から交換留学生受入れ</p>

	<p>⑤人材育成業務 市民及び市内観光事業従事者向けに、インバウンド受入れに向けての講習会の実施や情報を配信</p> <p>⑥JR東日本とのコラボ企画で旅行商品の造成・販売 JR東日本の B. B. BASE(東京と房総半島を結ぶ、自転車&amp;サイクリスト専用のサイクルトレイン) の運行を活用したツアーの企画・開催</p>
<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><b>(実施体制の概要)</b></p> <p>観光地域づくり法人として登録申請をする「鴨川観光プラットフォーム株式会社」は、(一社)鴨川市観光協会をはじめ、鴨川市商工会や各旅館組合などの関連団体に加え、体験・交流事業団体等、多様な関係者が参画するなど、民間事業者が密接に連携した運営を実施している。また、この観光地域づくり法人と行政担当部署及び各事業者がワーキンググループとして連携を取り活動し、評議委員会を含めて合意形成を図る。</p> <p>この体制下、観光コンセプト・観光アクションプランを活用、実践するためのブランディングやプロモーション活動などの事業推進を図っており、効率的かつ効果的な事業を実施するため、ここでの活動により、参画団体間や意欲のある事業者等との意見交流や連携強化を促進する。</p> <p>更には、登録申請法人などが着地型旅行商品を造成・実施する際や、国内外からの教育旅行等を受け入れの際には、農家民泊組合・交通事業者・農業事業者・加工品製造業者・体験事業者・市内医療機関などと、事業ごとの連携体制を取っている。</p>
	<p><b>(実施体制図)</b></p> <div style="text-align: center;"> <p>評 議 委 員 会 (市内 18 団体)</p> </div> <p>鴨川市観光協会      鴨川市商工会      鴨川温泉旅館業協同組合</p> <p>小湊旅館業協同組合      大山千枚田保存会      小湊温泉組合</p> <p>鴨川市農林業体験交流協会      鴨川ペンション組合</p> <p><b>鴨川観光プラットフォーム株式会社 (役員: 市内 5 団体)</b>      <b>鴨川市役所</b></p> <p>JR安房鴨川駅      日東交通      鴨川タクシー</p> <p>千葉銀行鴨川支店      良品計画      亀田総合病院</p> <p>鴨川市体育協会      安房農業協同組合      ウェルネススポーツ鴨川</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】

平成 19 年度からの南房総地域観光圏整備推進協議会の取組から、南房総地域各市町のサテライトプラットフォームの整備推進という位置づけの中で、本市のプラットフォームとして、中間支援組織の整備拡充に努めてきた中で、平成 23 年度に、観光・商工関連団体、体験事業者、地元立地大学等と、鴨川市全体で観光地域づくりに取り組む「鴨川市観光プラットフォーム推進協議会」を組織した。

この協議会で事業を進める中で、宿泊や交通を伴う旅行業を取り扱う必要性が生じたことから、旅行業第 3 種地域限定資格を持つ合同会社を設立。その後、合議制による決定から実行の早期化の課題解消の為、組織の株式会社化を実施。又、首都圏やインバウンド等の受入れ対応の必要性から、旅行業第 2 種の登録を行う。

同社では、国内外の教育旅行や国の青少年海外交流事業の受入コーディネートなど、以下に挙げる有形無形、自然や歴史文化など本市の豊富な観光資源を活用し、地元精通しているからこそ対応できるプログラム等を提供し、顧客ニーズに合わせた、満足度の高いコーディネートを実施していることから、本市を観光地域として区域設定することが適切である。

また、取扱対象地域は、県内を中心とし関東エリア全般にわたるが、本市から外部への旅行ではなく、本市への旅行客受入れを主業務とした旅行会社として、日頃から市内幅広い事業者と取組を実施している旅行会社であること。又、第三セクターとして、観光関連情報が適時に取得できる環境にあることを鑑みても、区域設定は適切といえる。

### 【観光客の実態等】

鴨川市を訪れた観光入込客数は、2017年は約280万人、2018年は約268万人、2019年は248万人と減少傾向にある。また、宿泊客数は2017年は78万人、2018年は68万人（大型宿泊施設2施設が耐震工事等で長期休業）、2019年は69万人とやはり減少している。消費単価に関しては増加の傾向がみられるが、微増にとどまる為、入込客数減少を補うには至っていない。この現状を分析し、観光入込客数の増強を課題と捉え対策を講じると共に、リピーターやステイヤーの増強にも取り組む必要がある。

具体策として、観光客を対象に実施しているインターネットアンケートの分析によって、本市への観光客の9割近くが南関東地域からの来訪者であることが確認されている為、プロモーションエリアを再考し効率的な展開を目指す。また、今後は、若年層を対象にしたSNS等を活用したプッシュ型のプロモーションも必要と考える。

### 【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】

- (観光施設) 鴨川シーワールド、道の駅 鴨川オーシャンパーク、誕生寺、清澄寺、  
鴨川市総合交流ターミナル 里のM U J I みんなみの里、太海磯釣りセンター
- (自然) 鴨川大山千枚田（日本の棚田百選、千葉県指定名勝）  
前原・横渚海岸（日本の渚100選）  
東条海岸（白砂青松百選）  
鴨川松島（新日本百景）  
仁右衛門島（千葉県指定名勝、新日本百景）  
清澄の大スギ（国指定天然記念物）  
旭が森（日本の朝日百選）、四方木不動滝  
バクチノキ群生地（県指定天然記念物）  
鴨川の枕状溶岩（県指定天然記念物）
- (文化) 日蓮ゆかりの寺社（誕生寺、清澄寺、鏡忍寺など）  
波の伊八の彫刻  
太巻き祭り寿司（千葉県郷土料理）  
萬祝染め（千葉県指定伝統的工芸品）
- (スポーツ) 日本サーフィン発祥の地（1965年、日本初のサーフィン大会開催）  
千葉ロッテマリーンズ秋季キャンプ地（鴨川市総合運動施設）  
オルカ鴨川FC（南房総初の女子サッカーチーム。なでしこリーグ1部）
- (イベント) 花火大会（7～8月）、棚田の夜祭り・棚田のあかり（10～1月）  
菜畑ロード（1～3月）

観光施設と連携した体験プランや、宿泊を組み合わせた宿泊プランの造成・販売を行うとともに、県内でも唯一の宿坊施設と寺社での体験を組み合わせたプラン造成・販売を促進する。

また、市内で出来る歴史・食文化の体験や、寺社や市内名所・景勝地などを巡るガイドツアーやウォールアートを巡るツアーを企画し、販売していく。

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- (旅館・ホテル) 域内分布：主に海岸線沿いを中心に立地  
施設数：38施設、収容人員：約5,400名  
施設規模：15～800名/施設
- (民宿・ペンション) 域内分布：主に海岸線沿いを中心に立地  
施設数：34施設、収容人員：約680名  
施設規模：7～48名/施設
- (農家民宿) 域内分布：山間地（長狭地区）に立地  
施設数：7施設、収容人員：70名  
施設規模：6～18名/施設

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

**(区域までの交通)**

都心から約 80km。電車（JR 外房線・特急）、高速バス（アクシー号）で約 2 時間  
自動車の場合、館山自動車道「君津 I C」下車、または「鋸南保田 I C」下車で約 1 時間 30 分

**(域内交通)**

公共交通機関：JR 外房線・内房線、路線バス、コミュニティバス  
レンタサイクル：2 拠点（鴨川駅前観光案内所、小湊駅前観光案内所）  
その他：レンタカー・観光タクシーの利用も可

**【外国人観光客への対応】**

鴨川市では、観光ガイドブックを、5 カ国語（日本語・英語・北京語・広東語・韓国語）で作成し、商談会や来訪時に配布し PR している。また、市内を徒歩あるいはサイクリングで巡っていただくための観光誘導サインを多言語（日本語・英語・中国語・韓国語）で整備を行っている。さらに、市内宿泊・観光施設では、千葉県補助事業を活用し、施設で Wi-fi が利用できる環境整備に努めており、主だった施設では、Wi-fi が利用できる環境が整っている。加えて、当法人もインバウンドの受け入れに携わっており、外務省が拠出金を支出して実施しているアジア地域等との交流事業「JENESYS プログラム」や「KAKEHASHI プログラム」の受け入れを通じて、ハラル対応食やピクトグラムを活用した対外国人向けの食事環境の整備、生活文化の違いとその対応策など、コーディネート組織としてのノウハウと実績を積み重ねている。

**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
WEBサイトのアクセス状況	地域に関して顧客のニーズや施策の効果を把握するため	Google アナリティクスを活用して実施
観光入込客数調査	観光客数と、観光による直接的な経済効果を把握・分析	市の業務委託で弊社が集計する観光入込客数・宿泊客数を参照
旅行消費額	観光客による経済波及効果の把握・分析	千葉県観光入込調査報告書データ及び市の業務委託で弊社が集計する観光入込客数・宿泊客数を参照
観光客満足度	観光客による評価の把握・分析 着地型旅行商品・プランの改善	インターネットを活用したアンケート調査を自主事業として実施
リピーター率	観光客による評価の把握・分析 着地型旅行商品・プランの改善	インターネットを活用した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

鴨川市では、第1・2次産業の就労者高齢化が進んでおり、次世代への事業継続が課題となっている。又、人口減少を食い止め、特に生産年齢人口の流出を防ぐ事も継続した地域の課題となっている。このような状況下で各産業の就労者数維持を図るには、第3次産業の強化と、地産地消を推進することが必要と考える。このような情勢のもと、観光地域づくり法人(DMO)は、地域資源を生かした観光地域づくりを図り、観光産業において新たな雇用を創出し、鴨川市第2次基本構想(平成27~令和7年度)の将来都市像にもある、「市民の安心・安全で健やかな暮らしを根幹とした、将来にわたって活力にあふれ、継続的な発展が可能となるまちづくり」に繋げる。

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>&lt;自地域で積極的に活用できる強み&gt;</b> 強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"><li>・全国的に知名度のある「鴨川シーワールド」が立地している。</li><li>・地域資源として活用できる素材が豊富に在る。</li><li>・千葉県内初の鴨川農家民泊が国内外に人気を博している。</li></ul>	<b>&lt;自地域で改善を筆意&gt;</b> 弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"><li>・「鴨川シーワールド」への依存体質。</li><li>・長期的視点で地域の観光を展望できる環境及び人材の不足。</li><li>・地域資源ごとにターゲット層の傾向が異なる。</li><li>・農家民泊、体験事業者等の高齢化</li></ul>
外部環境	<b>&lt;自地域にとって追い風となる要素&gt;</b> 機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"><li>・圏央道の延伸や東京湾アクアラインの社会実験による料金の据え置き及び鴨川市内流入時の有料道路無償化による交通アクセス向上と、ターゲットエリアの拡大。</li></ul>	<b>&lt;自地域にとって逆風となる要素&gt;</b> 脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"><li>・交通アクセス向上による宿泊を伴う観光客の減少と、滞在時間及び観光消費額の減少。</li></ul>

### (3) ターゲット

<b>○国内ターゲット層 (個人：リピーターやステイヤー)</b> 南関東地域に住む小学生以下の子どもがいる家族連れ
<b>○選定の理由</b> 現在、本市への来訪者の9割近くが、この地域から来訪しており、市内最大の集客施設の誘客対象者とも合致するため。
<b>○取組方針</b> 既に再来訪の割合は高いが、アンケート調査等から、更なる来訪頻度の向上につながる要因を分析し、その結果を踏まえ、コンテンツの増強と対象者への情報発信力の強化を図る。
<b>○国内ターゲット層 (団体)</b> 千葉県内及び東京・神奈川に位置する学校の教育旅行
<b>○選定の理由</b> 千葉県内教育委員会等にも、農家民泊の有用性を説明し、既に利用された学校関係者からも貴重な経験として高い評価を頂いている。農家民泊を貴重な観光資源と捉え、今後も残せるよう、継続した活用を目指す。

<p><b>○取組方針</b></p> <p>教育としての観点から鴨川への来訪を推進し、家族やグループ旅行等の候補地として鴨川の良さを幅広くアピールし、将来のリピーターやステイヤーの予備群となることを意識し取り組む。</p>
<p><b>○海外ターゲット層</b></p> <p>台湾・タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム等の東南アジアからの外国人旅行者</p>
<p><b>○選定の理由</b></p> <p>現在、千葉県では東南アジア各国に対し、知事自らトップセールスを行うなどして、外国人誘客に努めていること。また、外務省事業「JENESYS プログラム」等で、東南アジアの学生などを受入れている実績を活かせるため。</p> <p><b>○取組方針</b></p> <p>千葉県と連携し、東南アジア各国からの誘客に努める。また、JENESYS プログラム等の積極的な受入れを継続し、今後の個人客受入れ対応に向けての課題を明確にし改善を図る。</p>

**(4) 観光地域づくりのコンセプト**

<p>①コンセプト ※キャッチコピー</p>	<p>心と身体が満たされる癒やしのリゾート鴨川 ※ 都会ときどき鴨川</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>観光コンセプトの設定に当たっては、鴨川らしさを網羅すること、そして、こうあるべきという鴨川市の観光の将来像を明確に見据えることを前提に協議を進めた。</p> <p>「リピーター」「疲れを癒やす」「リフレッシュ」「リセット」「住みやすい」「落ち着く」「風」「自然」など様々なキーワードが出され、これらのイメージを集約したものをコンセプトとしている。</p> <p>なお、「リゾート」という言葉については「長期滞在」あるいは、何度も訪れる「リピーター」「リピーター獲得」を目指す言葉として採用することとした。</p> <p>又、このコンセプトを観光客の心に届けるため、キャッチコピーを設定。観光パンフレットやポスター及びスタッフシャツにも盛り込み、浸透を図っている。</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>観光地域づくり法人と鴨川市が中心となり、年間4回程度開催の評議委員会（地域の関連事業団体：18団体）にて、戦略の構築並びに共有等を図る。</p>
<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>宿泊施設や飲食店をはじめとした観光関連事業者が、地域の魅力や情報を正確に伝えられるよう、ハンドブックを作成・配布し、おもてなしの心の醸成を図るとともに、観光関連事業者を対象にタイムリーな情報配信をすることで、観光客の満足度向上を図る。また、インターネットアンケート調査等を通じて、満足度の評価をしていく。</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	鴨川観光プラットフォーム株式会社に様々な情報が集まる仕組みづくりを進めるとともに、観光情報サイト「カモ旅」や「カモ旅 Plus」及び SNS 等を活用した効果的なプロモーションを展開していく。 合わせて、各イベントの専用ページを立上げ、継続的な情報配信とイベント自体の浸透を図る。
---------------------------------------	---

## 6. KPI (実績・目標)

### (1) 必須 KPI

	単位	2019 年 R 元年	2020 年 R2 年	2021 年 R3 年	2022 年 R4 年	2023 年 R5 年	2024 年 R6 年
●旅行消費額 (億円)	目標	390	172	230	250	260	270
	実績	316	222	239			
●延べ宿泊者数 (千人泊)	目標	850	400	500	550	600	650
	実績	691	490	497			
●来訪者満足度 (%)	目標	90.0	90.0	95.0	95.0	95.0	95.0
	実績	97.0	96.2	96.7			
●リピーター率 (%)	目標	75.9	85.0	83.0	85.0	85.0	85.0
	実績	72.6	80.5	85.1			

※「旅行消費額」は、千葉県観光入込調査報告書データを参考に算出。

上記データ発表日の関係で、報告時は前年観光消費単価を参考に仮算出し、次年報告時に修正とする。

※「来訪者満足度」及び「リピーター率」は、カモ旅「インターネットアンケート」の調査結果による。

### (2) その他の目標

	単位	2019 年 R 元年	2020 年 R2 年	2021 年 R3 年	2022 年 R4 年	2023 年 R5 年	2024 年 R6 年
●「カモ旅」の年間 アクセス数 (人)	目標	95,000	100,000	600,000	700,000	800,000	900,000
	実績	79,740	553,737	562,392			
●外国人宿泊客数 (人)	目標	5,200	1,200	2,500	2,500	3,000	4,000
	実績	5,159	2,469	363			

※「カモ旅」サイト：システム契約の関係で、R 元年 8 月に改修し新規に稼働

令和 3 年より旅中情報サイト「カモ旅 Plus」運用開始に伴い、「カモ旅」との両サイト総計を実績として報告

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

### (1) 収入

年度	総収入 (円)	内 訳
R 元年度	176,097,558 円	
R2 年度	204,182,632 円	
R3 年度	251,838,252 円	決算報告書添付
R4 年度	223,815,000 円	
R5 年度	227,000,000 円	
R6 年度	230,000,000 円	

### (2) 支出

年度	総支出	内 訳
R 元年度	172,716,632 円	
R2 年度	200,894,835 円	
R3 年度	247,532,112 円	決算報告書添付
R4 年度	223,803,000 円	
R5 年度	224,000,000 円	
R6 年度	227,000,000 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

第2種旅行業の資格を有した当該法人が予約手配した案件について、宿泊施設や体験施設などから、手数料を得て運営資金に充てていく。

具体的には、地域の観光関連事業者と連携した着地型旅行商品の造成・販売、農家民泊や市内の体験プログラムを活用した教育旅行、研修旅行等の受入れなどを通じて、事業売上や手数料収入を得ていく。

この他に、鴨川市のふるさと納税業務及び施設管理等の委託事業収入を、自律的・継続的な活動資金として確保する。

合わせて、入湯税等の事業資金化等を含めて市との継続・調整とする。

## 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

千葉県鴨川市は、鴨川観光プラットフォーム株式会社が、本市における地域DMOとして観光地域づくり法人登録の変更申請に際して提出する、日本版DMO形成・確立計画に賛同します。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	日渡和男
担当部署名 (役職)	鴨川観光プラットフォーム株式会社 (企画部門長)
所在地	千葉県鴨川市横渚 1 4 5 9 - 5
電話番号 (直通)	0 4 - 7 0 9 3 - 2 4 6 1
F A X 番号	0 4 - 7 0 9 3 - 2 4 6 2
E - m a i l	pf-office@kamotabi.co.jp

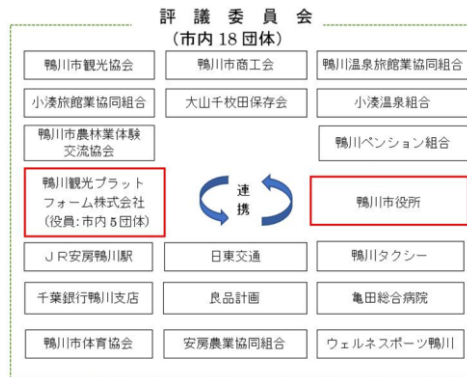
## 10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	千葉県鴨川市
担当者氏名	早瀬 努
担当部署名 (役職)	鴨川市商工観光課 (係長)
所在地	千葉県鴨川市横渚 1 4 5 0 番地
電話番号 (直通)	0 4 - 7 0 9 3 - 7 8 3 7
F A X 番号	0 4 - 7 0 9 3 - 7 8 5 6
E - m a i l	kanko@city.kamogawa.lg.jp

【区域】 千葉県鴨川市  
【設立日】 平成29年11月21日  
【登録日】 令和3年3月31日  
【代表者】 代表取締役 鈴木健史  
【マーケティング責任者(CMO)】 田村美和子  
【財務責任者(CFO)】 刈込信道  
【職員数】 17人  
(常勤11人(正職員12人、出向等0人)、非常勤5人)  
【連携する主な事業者】

- ・鴨川市観光協会
- ・鴨川市商工会
- ・鴨川温泉旅館業協同組合
- ・小湊旅館業協同組合
- ・大山千枚田保存会
- ・JR安房鴨川駅
- ・千葉銀行鴨川支店
- ・鴨川市役所

### 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】  
観光施設: 鴨川シーワールド  
道の駅 鴨川  
オーシャンパーク  
自然: 鴨川大山千枚田  
仁右衛門島  
文化: 誕生寺、清澄寺  
スポーツ: 日本サーフィン  
発祥の地  
イベント: 花火大会  
棚田の夜祭り  
菜な畑ロード



### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 (2)  
【概要】  
ワーキンググループとして観光地域づくり法人と、行政各部署及び各事業者で連携を取り活動し、評議委員会を含めて合意形成を図る

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】  
・着地型旅行商品の企画立案、商品開発  
宣伝広告及び販売業務、国内外の宿泊体験プランの企画、コーディネート等  
【観光資源の磨き上げ】  
・旅行業及び旅行業者代理業として宿泊、体験等の予約手配及び受入れ  
・市内加盟宿泊施設(35施設)に関して、自社予約サイト運営  
・ふるさと納税宿泊券等を絡めた宿泊(交通も一部含む)やゴルフ及び体験等の手配  
【受入環境の整備】  
インバウンドの受入れ  
JENESYS及びSAARC等の受入れ  
姉妹都市ウィスコンシン州マントワック市から交換留学生受入れ

### 戦略

【主なターゲット】  
国内ターゲット層(リピーターやステイヤー)  
南関東地域に住む小学生以下の子どもがいる家族連れ  
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
既に再来訪の割合は高いが、アンケート調査等から、更なる来訪頻度の向上につながる要因を分析し、その結果を踏まえ、コンテンツの増強と対象者への情報発信力の強化を図る。

### 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

観光地域づくり法人と鴨川市が中心となり、年間4回程度開催の評議委員会(地域の関連事業団体: 18団体)にて、戦略の構築並びに共有等を図る。

### 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 (億円)	目標	390 ( )	172 ( )	230 ( )	250 ( )	260 ( )	270 ( )
	実績	316 ( )	222 ( )	239 ( )	( )	( )	( )
延べ宿泊者数 (千人)	目標	850 (5,200人)	400 (1,200人)	500 (2,500人)	550 (2,500人)	600 (3,000人)	650 (4,000人)
	実績	691 (5,159人)	490 (2,469人)	497 (363人)	( )	( )	( )
来訪者満足度 (%)	目標	90.0 ( )	90.0 ( )	95.0 ( )	95.0 ( )	95.0 ( )	95.0 ( )
	実績	97.0 ( )	96.2 ( )	96.7 ( )	( )	( )	( )
リピーター率 (%)	目標	75.9 ( )	85.0 ( )	83.0 ( )	85.0 ( )	85.0 ( )	85.0 ( )
	実績	72.6 ( )	80.5 ( )	85.1 ( )	( )	( )	( )

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】収益事業(委託事業: ふるさと納税業務、公的施設の維持管理等) 約251百万円(R3年)  
【総支出】 247百万円(一般管理費46百万円、事業費201百万円)  
※令和4年3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】  
補助事業の見直し及び委託事業の増設を図り、早期の安定的な運営資金確保に向け、行政と綿密な調整を図り推進中