

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・地域連携DMO 地域DMO候補	
観光地域づくり法人 の名称	特定非営利活動法人 ウォーターズ・リバイタルプロジェクト (略称:WRP)	
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 高知県安芸郡東洋町 野根川の流域と東洋町基幹エリア	
所在地	事務所：東京都港区南青山 支所：高知県安芸郡東洋町	
設立時期	2016年2月17日	
職員数	9人【常勤8人(正職員8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) ※必ず記入すること	(氏名) 水谷 要「専従」 (出身組織名) (株)ADK	(株)ADKの営業本部長として、企業の広告宣伝業 務をプロデュース。様々な企業およびメディア、 制作、イベント会社等に幅広いネットワークを持 つ。
データ収集・分析等 の専門人材(CM O：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) 塩原 一樹「専従」 (出身組織名) (株)ADK アシストジャパン(株)	マーケティングおよびデジタル分野において高い 知見を有する。また、イベント、販促施策などの 立案、施行にも経験豊富。
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) 横山 涼子「専従」 (出身組織名) (株)東急エージェン シー	東急エージェンシーにて、長年社長秘書として 経営者を補佐。渉外能力にすぐれ、また総務、経 理関係にも精通。
各部門(調査および 海外からのインバウ ンドマーケティング 関連対応)	(氏名) 増山 哲朗「専従」 (出身組織名) P&Gサンホーム、 (株)ADK (株)BMFT	P&Gサンホームで市場調査を担当。その後(株) ADK国際本部で外資系企業を担当。ADK退社後、マ ーケティング調査会社で企画開発を担当。調査お よびインバウンドマーケティング対応を主務とす る。
各部門(制作部門) の責任者(専門人材)	(氏名) 芳賀 元昌 (出身組織名) フリーカメラマン	日本写真家協会カメラマン。自動車専門誌や料理 関連など、幅広いジャンルで商業写真、ビデオ撮 影を行ってきた。クリエイティブ全般のディレク ションに秀でている。
	(氏名) 梶井 真「専従」 (出身組織名) (株)博報堂	営業として数多くのクライアントを担当。新聞社 はじめ、メディアに幅広い人脈を持っている。ま

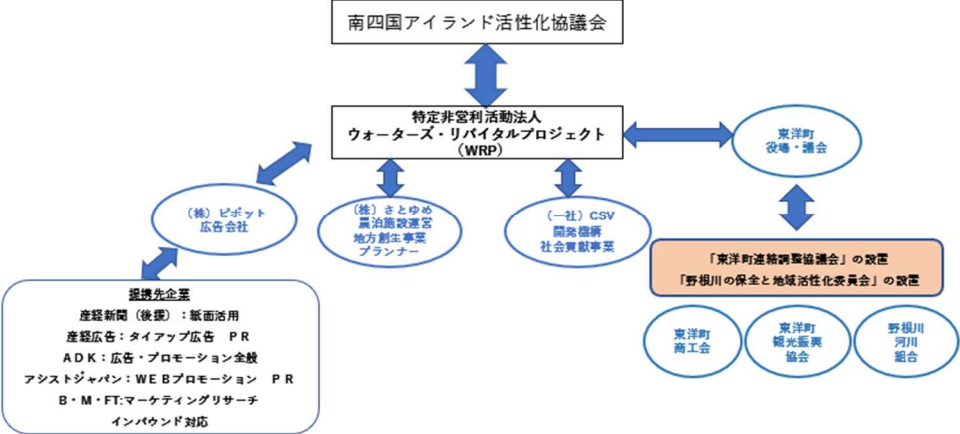
(別添) 様式 1

		た、地域の拠点長として高い経営手腕を示した実績あり。
	(氏名) 手島 秀美 「専従」 (出身組織名) 四国銀行	四国銀行や海部商業協同組合で経理を担当。弊社野根支所において、産品販売の計数管理や経費関連の管理を担当。地元、東洋町出身。
	(氏名) 山谷 蓮 「専従」 (出身組織名) 甲浦小学校(助け教師)	弊社野根支所において野根川保全業務や、産品の仕込み、東洋町役場との連絡業務を担当。地元、東洋町出身。
	(氏名) 坂東 貴美香 (出身組織) 海の駅 東洋町	弊社野根支所において上記専従二人を補佐。海の駅でも就労しており、現場での接客や商品管理、経理などの経験あり。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	高知県安芸郡東洋町総務課長 (マーケティング) 大坪 靖幸 同 企画調整 (施策実施・運営) 森本 雄大	
連携する事業者名及び役割	(株) さとゆめ・・・全体戦略立案、農泊事業 (一社) CSV 開発機構・・・社会貢献事業に意欲的な企業発掘、連携調整 (株) ピボット・・・WRP 指示のもと具体的な諸施策実施組織 南四国アイランド活性化協議会・・・東洋町・海陽町役場による観光事業推進、地域経済活性協議 あさチェン推進会議 (DMV)・・・DMV 導入を推進、その後の事業成功検討 四国東南部未来会議・・・徳島南・高知東広域連携調整 東洋町役場、同観光振興協会、同商工会・・・地域の社会・経済発展担う 野根川漁業協同組合・・・野根川で獲れる水産資源の保護、管理	
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	【南四国アイランド活性化協議会と WRP の座組】※協定書締結済み (概要) 高知県東洋町と徳島県海陽町を中心に高知県、徳島県、両町観光協会によって構成され、環境保全、自然環境を活用した観光事業の推進について連携・協力し、地域の活性化に寄与することを目的に設立された当該協議会に対し、WRP は目的に合致した行動計画を立案、提案し、当該協議会の承認を得て、承認された事業を運営する。	

(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>観光振興、地域経済振興を旨に、地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組として、住民説明会、河川組合理事会への参画など、プロジェクト推進に向けた啓発活動を2016年10月21日、24日に実施。</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="464 412 1422 1899"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 412 647 456">事業</th> <th data-bbox="647 412 1422 456">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 456 647 1211"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="647 456 1422 1211"> <ul style="list-style-type: none"> ・2016年-2019年 コミュニケーション・PR事業 新聞、雑誌、TVなど効率的なメディアバイキングにより、投資以上の媒体露出を実現 ・2018年、野根川漁協のホームページ作成事業 組合員減少を防ぐため釣果、買取情報、イベント情報掲載 ・2019年、「野根川鮎祭り」事業 子供中心に200名が参加、釣り教室、鮎つかみ取り、野根川販売等実施 ・2018年-2019年産品販路開拓事業 2018年、野根川、海部川で捕れた鮎を瞬間冷凍して、日本橋三越本店にて「南四国・清流の鮎」として販売 2019年、同じく日本橋三越本店にて天然鮎と野根川伏流水仕込、純米酒「香魚」をセット販売 ・2018年-2019年ホテル椿山荘でのイベント開催 2018年、鮎づくしと日本酒酔鯨を「南四国の旬」を愛でる会として、会費18,000円にて実施(40名) 2019年、同じく、「南四国の天然遡上鮎と日本酒を愛でる会」と銘打ち、会費18,000円にて実施(40名) PR素材として展開 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1211 647 1576"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="647 1211 1422 1576"> <ul style="list-style-type: none"> ・2016-2018年、野根川調査事業 2016年、鮎の分布調査、魚道改修技術指導を「たかはし河川生物調査事務所」より受ける 2017年、鮎、魚類全般植生調査実施 2018年、魚類河川調査実施 ・2016-2018年、魚道改修事業 2016年、野根川鴨田堰・長峰堰の魚道改修工事实施 2017年、大斗堰の魚道改修工事实施 2018年、長峰堰の魚道手直し工事实施 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1576 647 1899"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="647 1576 1422 1899"> <ul style="list-style-type: none"> ・2017年、リバーガイド育成事業 「川の安全講習会実施(座学、応急処置)」 ・2018年、リバーガイド育成事業 「ガイド練習・川での救助訓練実施」 ・2017年-2018年リバーウォーク・体験学習事業 野根川の徳島県県境の牛ヶ石馬ヶ石から野根川河口までの8kmをリバーウォークのコースと設定し、リバーガイドが付き添い、野根川八景など観光スポットを解説してくれる </td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2016年-2019年 コミュニケーション・PR事業 媒体費用、約800万円(税抜き)をかけ、約2,800万円の媒体価値を創出 	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"> ・2016年-2019年 コミュニケーション・PR事業 新聞、雑誌、TVなど効率的なメディアバイキングにより、投資以上の媒体露出を実現 ・2018年、野根川漁協のホームページ作成事業 組合員減少を防ぐため釣果、買取情報、イベント情報掲載 ・2019年、「野根川鮎祭り」事業 子供中心に200名が参加、釣り教室、鮎つかみ取り、野根川販売等実施 ・2018年-2019年産品販路開拓事業 2018年、野根川、海部川で捕れた鮎を瞬間冷凍して、日本橋三越本店にて「南四国・清流の鮎」として販売 2019年、同じく日本橋三越本店にて天然鮎と野根川伏流水仕込、純米酒「香魚」をセット販売 ・2018年-2019年ホテル椿山荘でのイベント開催 2018年、鮎づくしと日本酒酔鯨を「南四国の旬」を愛でる会として、会費18,000円にて実施(40名) 2019年、同じく、「南四国の天然遡上鮎と日本酒を愛でる会」と銘打ち、会費18,000円にて実施(40名) PR素材として展開 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2016-2018年、野根川調査事業 2016年、鮎の分布調査、魚道改修技術指導を「たかはし河川生物調査事務所」より受ける 2017年、鮎、魚類全般植生調査実施 2018年、魚類河川調査実施 ・2016-2018年、魚道改修事業 2016年、野根川鴨田堰・長峰堰の魚道改修工事实施 2017年、大斗堰の魚道改修工事实施 2018年、長峰堰の魚道手直し工事实施 	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2017年、リバーガイド育成事業 「川の安全講習会実施(座学、応急処置)」 ・2018年、リバーガイド育成事業 「ガイド練習・川での救助訓練実施」 ・2017年-2018年リバーウォーク・体験学習事業 野根川の徳島県県境の牛ヶ石馬ヶ石から野根川河口までの8kmをリバーウォークのコースと設定し、リバーガイドが付き添い、野根川八景など観光スポットを解説してくれる
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"> ・2016年-2019年 コミュニケーション・PR事業 新聞、雑誌、TVなど効率的なメディアバイキングにより、投資以上の媒体露出を実現 ・2018年、野根川漁協のホームページ作成事業 組合員減少を防ぐため釣果、買取情報、イベント情報掲載 ・2019年、「野根川鮎祭り」事業 子供中心に200名が参加、釣り教室、鮎つかみ取り、野根川販売等実施 ・2018年-2019年産品販路開拓事業 2018年、野根川、海部川で捕れた鮎を瞬間冷凍して、日本橋三越本店にて「南四国・清流の鮎」として販売 2019年、同じく日本橋三越本店にて天然鮎と野根川伏流水仕込、純米酒「香魚」をセット販売 ・2018年-2019年ホテル椿山荘でのイベント開催 2018年、鮎づくしと日本酒酔鯨を「南四国の旬」を愛でる会として、会費18,000円にて実施(40名) 2019年、同じく、「南四国の天然遡上鮎と日本酒を愛でる会」と銘打ち、会費18,000円にて実施(40名) PR素材として展開 								
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2016-2018年、野根川調査事業 2016年、鮎の分布調査、魚道改修技術指導を「たかはし河川生物調査事務所」より受ける 2017年、鮎、魚類全般植生調査実施 2018年、魚類河川調査実施 ・2016-2018年、魚道改修事業 2016年、野根川鴨田堰・長峰堰の魚道改修工事实施 2017年、大斗堰の魚道改修工事实施 2018年、長峰堰の魚道手直し工事实施 								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2017年、リバーガイド育成事業 「川の安全講習会実施(座学、応急処置)」 ・2018年、リバーガイド育成事業 「ガイド練習・川での救助訓練実施」 ・2017年-2018年リバーウォーク・体験学習事業 野根川の徳島県県境の牛ヶ石馬ヶ石から野根川河口までの8kmをリバーウォークのコースと設定し、リバーガイドが付き添い、野根川八景など観光スポットを解説してくれる 								

(別添) 様式 1

	<p>(2,000万円のセービング達成)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・野根川改修工事の結果、鮎の推定遡上数は2016年14万尾から2018年64万尾に増加。 ・産品販売金額 2018年：鮎など 63万円 2019年：鮎、純米酒「香魚」お食事券、サーフボードなど 200万円 ・首都圏「南四国食材」PR 食事会売上 2018年：72万円 2019年：72万円 ・集客効果 リバーウォーク：2017年度参加者：53名、2018年度参加者：77名 鮎祭り：2019年度 200名
<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) 非営利特別活動法人ウォーターズ・リバイタルプロジェクトが母体となり、メンバーには、行政(高知県東洋町徳島県海陽町)、農泊事業を展開する(株)さとゆめ、CSV事業を手掛けている企業がメンバーとなっている(一社)CSV開発機構、酔鯨酒造株式会社、旭食品株式会社など多様な関係者が参画してくれている。また広域連携として、中西祐介参議院議員の音頭取りで発足した徳島阿南市から高知県南国市までの15市町村をカバーする「四国東南部未来会議」のメンバーにもなっている。 (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

【区域の範囲がわかる図表】



東洋町	
都道府県	高知県
郡	安芸郡
面積	74.06km ²
総人口	2,310人 (2018年10月1日)
人口密度	31.2人/km ²
隣接自治体	室戸市、北川村、海陽町

(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

※安定的かつ継続的に区域としての一体性を確保する観点から、地域における自然、歴史、文化等の関係性を踏まえて記入すること。

東洋町は高知県東部、徳島県との県境に位置した、太平洋に面したリアス式海岸が広がる海岸段丘の地形で、山々が海に迫る。大半が山林で、室戸阿南国定公園に含まれている。甲浦、生見、野根地区から成り、産業は水産業のほか、林業、果樹栽培が盛んである。野根川上流は多雨地域で良材を産する。古墳時代には隣接する海陽町とともにこの一帯を鷲住王（12代景行天皇の子孫で17代履中天皇の義理の兄弟）が治めており、脚昨別（あしくいわけ）と呼ばれていた。

【観光客の実態等】

※東洋町における観光入込客数（施設来場者数ベース）は約26万人であった（2019年度）。延べ宿泊者数は海水浴客、サーフィン、キャンプ場使用者数、宿泊施設収容能力から推定して2~2.5万人。消費金額は推定5億円前後である。（海の駅180,000x¥2,000+宿泊者25,000x¥5,000）

【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】

観光資源：白浜海水浴場、生見ビーチ（サーフィン）、野根川（景勝、鮎釣り、リバーウォーク）野根川流域の桜、ポンカン狩り、体験こけら寿司作り、体験かつおタタキ作り、野根八幡宮、春日神社、東洋町海の駅、東洋町鮎祭り、東洋町花火大会、穴喰祇園祭り、流鏝馬（野根八幡宮、春日神社）左義長など

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

【東洋町生見地区】：施設数9施設 収容力（推定）80~85部屋、施設規模：ホテル1、民宿8

【東洋町白浜（甲浦）地区】：施設数3施設 収容力（推定）60~65部屋、45キャンプサイト、施設規模：ホテル1、民宿1、キャンプ場1

【利便性：区域までの交通、域内交通】

高知市内から東洋町：クルマ、レンタカー、鉄道とバス（高知→奈半利：鉄道、奈半利→東洋町：バス

徳島市内から海陽町：クルマ、レンタカー、鉄道（JR牟岐線、阿佐東線で徳島から海陽町經由甲浦）、バス

【外国人観光客への対応】

外国人のお遍路さんの旅行客数がコロナ前まで順調に伸びてきていたので、言語対応、Wifi対応は外国人お遍路さんを受け入れてきた施設では対応できている。

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	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	グーグルアナリティクスを活用して実施。
住民満足度	観光開発、経済振興のための諸事業に対し、地域住民の理解度を測るため。	説明会、アンケート調査を東洋町役場の協力のもと実施。2020年度中
観光コンセプト受容調査	野根川流域の名所を記述、写真等を使用し、関東・関西圏のターゲットカスタマーに調査する。	ICTを使って調査実施。2020年度中

4. 戦略

(別添) 様式 1

(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
 高知県東洋町では、少子高齢化が進んでおり、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。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)によるあらたな観光資源として野根川を活用した観光地域づくりを図り、農林水産物の6次産業化による産品開発・販売を通じて新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口、関係人口、定住人口の増加につなげていきたい。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・清流野根川・海部川 ・遡上鮎数の増加 ・生見・白浜・大里松原海岸 ・森・川・水・海 ・リバーウォーク・桜 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・交通の便の悪さ ・遠隔地 ・宿泊施設の少なさ ・施設の未整備 (シャワー、トイレなど) ・飲食店/食料品店の少なさ ・PR 不足
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・訪問者の再訪問意向が高い ・自然を生かした町づくりの可能性 ・DMV の運行 (二次交通の整備) ・体験ニーズの盛り上がり (ダイビング、カヤック、シュノーケル、かつおたたき作りなど) 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少、少子高齢化 ・後継者不足 ・地域経済力の低下 ・若者のマリンスポーツ、サーフィン離れ ・宿泊施設、飲食施設の減少

※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 ※関西地域の30~50代でキャンプや自然を愛好するファミリー層、DINKS層
○選定の理由 ※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。 2018年に行なった「東洋町観光動向調査」によれば観光目的で東洋町を訪問しているボリュームゾーンは関西地区からで、年齢層は30~50代である。
○取組方針 「東洋町観光動向調査」の継続調査を実施することで、観光資産(風景、グルメ、宿泊、情報提供など)の満足度の推移を分析することで、弱点を強化していきたい。
○ターゲット層 30~50代の台湾人旅行者で日本旅行のリピーター
○選定の理由 コロナの心配が少なく、海外インバウンド旅行者の中で高知県の認知度が高く、また、大河ドラマ(龍馬伝)の影響で高知県に好意をもっている人々が多い30~50代の台湾人旅行者をターゲット層としたい。

(別添) 様式 1

<p>○取組方針 「野根川」を中心とした地域の自然とグルメ、宿泊、お土産などの観光資産を台湾人旅行者に喜んで頂けるよう、事前調査を踏まえ、観光コンテンツの充実を図りたい。</p>
<p>○ターゲット層 中長期的には中国と並ぶボリュームゾーンであった、30~50代の韓国人旅行者で日本旅行のリピーターで、自然に触れたいと思っているソウル市およびその近郊の住民を狙っていきたい。</p>
<p>○選定の理由 コロナの心配が少なく、日本旅行のリピーターが多かった韓国人旅行者のなかで、東阪名北福に次ぐディステーションに興味を持ち、環境汚染がひどい都市部に住む人々は、美しい自然環境に興味をより強く持ってくれる。</p> <p>○取組方針 台湾人旅行者に対する取組と同様、事前調査を行い、観光コンテンツの充実を図りたい。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>＜清流のせせらぎ、マイナスイオン。「無限・深呼吸」。リフレッシュ&リラックス！＞ 日本有数の水質を誇る野根川とその流域の自然を味わってください。マイナスイオンのもと、ご自身をリフレッシュし、夜は地元の天然鮎と野根川の伏流水と地元の酒米で作った純米酒「香魚」、海陽町の阿波尾鶏、そして東洋町の伝統こけら寿司をご堪能ください。</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>これまでの観光資産である、「海、夏」に加え、あらたな観光資産として、野根川そしてその流域の自然を位置づける。リバーウォークや流域のサイクリングなど、自然と触れ合い、リフレッシュしたあとは、宍喰温泉でさっぱりして頂く。夜は地元の食材で舌鼓。野根川の天然鮎は以前、「きき鮎大会」で金賞を獲った実績があり、その鮎を引き立たせる「鮎に合う純米酒『香魚』」は酔鯨酒造様のご協力により、野根川の伏流水と名留川地区で獲れた酒米「吟の夢」と使って生産されたもの。またとなりの海陽町で生産される阿波尾鶏も評判が高い。東洋町伝統のこけら寿司は体験メニューのひとつとしても位置付けられる。</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 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>※戦略の共有方法について記入すること WRP 東京事務所と東洋町支所の週会、南四国アイランド活性協議会との月1回の定例会議、東洋町役場と海陽町役場とのミーティング（平均2週間に少なくとも各1回）高知県産業振興推進部との打ち合わせ（月1回）</p>

(別添) 様式 1

	<p>DMO を中心として、自治体、関係業者と少なくとも月 1 回はコミュニケーションの場を設けている。今後二次交通システムあさチェン推進会議 (DMV-Dual Mode Vehicle) とのミーティングを頻繁に設けることで本年度就業予定の当該事業を大きな観光資産としていく。</p> <p>WRP が自治体と進めている地域の全体戦略 (東洋町と海陽町の一体化を進めるための歴史的事実(古墳時代脚昨別 (あしくいわけ)) の告知と「清流」を通じての河川友好都市として交流を図ろうとしている南仏サン・ジャン・ピエ・ド・ポー市との産品交流) を近々 (8~9 月) には地域関係者に説明し、自治体の HP で公表していく。</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>両自治体の HP へどこに住んでいる人々からどのくらいアクセスがあり、HP のどこをどのくらいの時間見ているかを分析し、主要な情報提供手段である HP の改善に取り組んでいる。今後飲食店や宿泊施設、イベント情報など、地域が提供する観光サービスの質的向上を図りたい。</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>自治体の HP の質的向上 (使い勝手の良さと観光客が求める情報のサイトアップ) と SNS の有効利用によるプロモーション展開。</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		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	()	()	1 (未定)	3 (未定)	366 (5)	450 (8)
	実績	()	()	2 (未定)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	()	4.6 (0.1)	5.1 (0.2)
	実績	()	()	()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	()	71 ()	71 ()
	実績	()	()	()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	()	()	92 ()	92 ()
	実績	()	()	()	()	()	()

(別添) 様式 1

	実績	()	()	()	()	()	()
--	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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
●観光入込客数 東洋町独自調査 (千人)	目標	()	()	()	100	120	150
	実績	()	()	83	()	()	()
●カスタマー ジャーニー1 (GA/千人)	目標	()	()	()	145	190	240
	実績	()	()	121	()	()	()
●カスタマー ジャーニー2 (GA/PV)	目標	()	()	()	630	790	985
	実績	()	()	525	()	()	()
●カスタマー ジャーニー3 (GA/検討)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()

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】

※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。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額: 2020年 物販 300万円 /2021年 物販 450万円、キャンプ場売上 160万円、海の駅 180,000人×2,000円=3.6億円 (キャンプ場、海の駅 2021年より指定管理予定)
/2022年 物販 550万円、キャンプ場売上 200万円、海の駅 200,000人×2,200円=4.4億円
オーベルジュ (2022年6月開業予定 3組収容) 50組 100名×3万円=300万円

●延べ宿泊者数: 2021年 4,600人 (白浜 2019年実績+川口新設キャンプ場人数)
2022年: キャンプ場 5,000人、オーベルジュ 100人

●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。
2017年度「東洋町観光動向調査」(n=201)「訪問満足度率」71%を適用

●リピーター率

2017年度「東洋町観光動向調査」(n=201)「再訪問意向率 92%」を適用

(別添) 様式 1

●観光入込客数(東洋町独自調査)=今後の KPI として確立させる。

・白浜海水浴場(監視員の目視カウント)

・白浜キャンプ場(人数×泊数)

・生見サーフィンビーチ(町営駐車場台数×@3人)

・自然休養村温浴施設(レシート) 上記合計→82,679 人

*ただ海の駅東洋町も調査(東京都、京都府、大阪府、兵庫県、徳島県 n=2000)では 50%の訪問客は立ち寄っているの、その数字(レジ通過者数)の考慮も今後検討する。

●カスタマージャーニー(GA)

GA で測定し、そのカスタマージャーニー=基本 KPI 設定として今後の指標にする

1. どれだけの人が、東洋町サイトに興味を持ってきたか→ユーザー数で測定 120,807 人(R.1)

2. 興味度の測定として→ユーザーがどれだけページビューしたか→524,630(PV)

3. また県外からの WEB 来訪者がどれだけであったかを参考指標とする。

Kochi 11,737(9.21%)なので逆算すると 90.79%が県外⇒県外誘客促進の指標とする。

今後は県別の分析と指標化も検討する

・関西圏、関東圏からの誘客をどれだけ図っていけるかを指標とする。(R1 年度)

1. Osaka 37,916(29.76%)

2. Tokyo 19,540(15.34%)

5. Hyogo 8,377(6.58%)

6. Kanagawa 5,324(4.18%)

14. Saitama 1,365(1.07%)

18. Chiba 881(0.69%)

上記の合計 57.62%をいかに引き上げるか。

(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
●(例) 住民満足度 (%)	目標	()	()	()	68	75	80
	実績	()	()	()	()	()	()
●(例) 宿泊施設の稼働率 (%)	目標	()	()	()	()	12	20
	実績	()	()	()	()	()	()
●(例) ワンストップ窓口での宿泊予約数 (件)	目標	()	()	()	()	4,600	5,000
	実績	()	()	()	()	()	()
●(例) メディア掲載回数 (回)	目標	4	6	4	4	10	10
		()	()	()	()	()	()

(別添) 様式 1

	実績	()	()	()	()	()	()
●	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()

※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】

※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。

●住民の満足度：今後住民説明会を開催して、諸々の事業について説明し、「自分ごと」として思ってもらえることが大前提である。その意味で、まずは2/3の住民の皆さんの賛同を得て、事業を進めたい。その後、3/4、さらにその翌年には80%と、住民の皆さんの賛同を事業の進行とともに高めていきたい。

.....

【設定にあたっての考え方】

●宿泊施設の稼働率：2019年度の白浜キャンプ場の稼働率をベースに設定した。その後、コミュニケーション活動強化により、稼働率を上げたい。

.....

●(例)ワンストップ窓口での宿泊予約数：今後キャンプ場の予約は日本最大キャンプ場予約サイト「なっぷ」に委託する予定。

.....

●(例)メディア掲載回数：2019年までは実績。本年はコロナの影響ですでに上期終了。目標として2019年並み。2021年以降は南仏バスク地方との友好河川を核とした文化交流、人的交流など、ノイズを高めるプロジェクトを想定している。

.....

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
2017(H29) 年度(1/1~ 12/31)	11,263,284(円)	【国からの補助金】 10,000,000 【協賛金収入】 1,263,284
2018(H30)年 度('18/1/1~ '6/30)	20,529,391(円)	【国からの補助金】 20,237,500 【事業収入】 291,891

(別添) 様式 1

2019 (R1) 年 度 ('18/7/1~ '19/6/30)	1,883,758 (円)	【事業収入】	1,883,758
2020 (R2) 年 度	24,000,000 (円)	【国からの補助金】	24,000,000
2021 (R3) 年度	35,000,000 (円) (予定)	35,000,000 【国からの補助金】	
2022 (R4) 年度	35,000,000 (円) (予定)	35,000,000 【国からの補助金】	

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳	
2017 (H29) 年度 (1/1~12/31)	12,374,506 (円)	【売上原価】 【一般管理費】 3,690,390	8,684,116
2018 (H30) 年 度 ('18/1/1~ '18/6/30)	17,269,157 (円)	【売上原価】 13,518,373 【一般管理費】 3,750,784	
2019 (R1) 年 度 ('18/7/1~ '19/6/30)	2,319,497 (円)	【売上原価】 1,048,076 【一般管理費】 1,271,421	
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

観光振興協会との協業による着地型旅行商品の企画・販売、リバーウォーク事業収益、民間企業の協賛費 (CSV 企業誘導)、産品開発・販売。特に産品販売に関しては、鮎・柚子セットの販売、酔鯨酒造様のご協力で製造した、「鮎に合う純米、『香魚』」の販売のほか、あらたに河川を通じての友好都市提携を行う南仏バス、サン・ジャン・ピエ・ド・ポー市との協業による産品開発を行い、地域商社の立ち上げを予定している。(2020 年度中)

また、オーベルジュを野根川流域に建設、22 年初夏開業に向け、農泊推進補助金を現在農水省に申請準備しており、計画では一日 3 組宿泊可能な古民家施設と別棟のレストランの建設を計画している。

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

高知県東洋町は、特定非営利活動法人ウォーターズ・リバイタルプロジェクト（略称：WRP）を当該都道府県及び市町村における地域 DMO として登録したいので、NPO 法人 WRP とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	水谷 要
担当部署名（役職）	特定非営利活動法人 ウォーターズ・リバイタルプロジェクト
郵便番号	107-0062
所在地	東京都港区南青山 1-15-18 リーラ乃木坂 1001
電話番号（直通）	03-6804-3435
F A X 番号	03-6804-3436
E - m a i l	ymizutani@wrp.or.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	高知県安芸郡東洋町
担当者氏名	大坪 靖幸
担当部署名（役職）	総務課・課長
郵便番号	781-7414
所在地	高知県安芸郡東洋町大字生見 758-3
電話番号（直通）	0887-29-3111
F A X 番号	0887-29-3813
E - m a i l	yasuyuki-otsubo@town.toyo.lg.jp

都道府県・市町村名	高知県
担当者氏名	横田 唯
担当部署名（役職）	産業振興推進部計画推進課 地域支援企画員（東洋町）
郵便番号	781-7414
所在地	高知県安芸郡東洋町大字生見 758-3
電話番号（直通）	0887-29-3111
F A X 番号	0887-29-3813

(別添) 様式 1

E-mail	Yui_yokota@ken2.pref.kochi.lg.jp
--------	----------------------------------

法人名: 特定非営利活動法人 ウォーターズ・リバイタルプロジェクト

(観光地域づくりのコンセプトを記載)

登録区分名: 地域連携DMO候補

【区域】 高知県、安芸郡、東洋町

【設立日】 2016年 2月17日

【登録日】 2017年11月28

【代表者】 水谷 要

【マーケティング責任者(CMO)】

塩原 一樹

【財務責任者(CFO)】

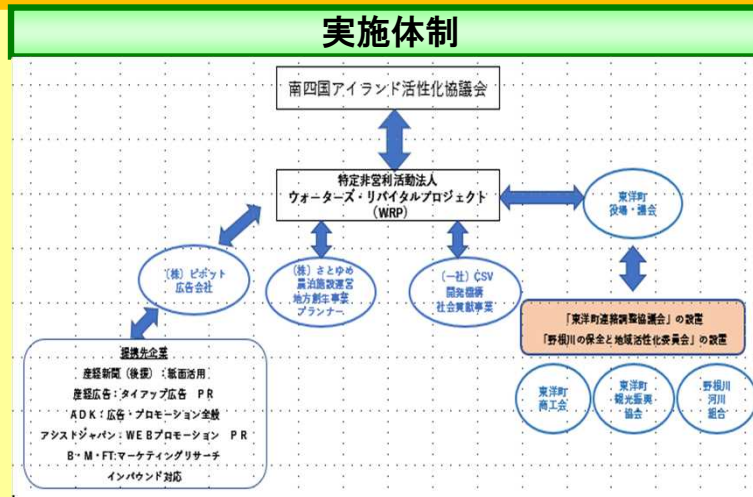
横山 涼子

【職員数】 9人

(常勤8人(正職員8人、出向等0人)、非常勤1人)

【連携する主な事業者】

(株)さとゆめ、(株)CSV開発機構、(株)ピボット



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】: 野根川(野根川八景、リバーウォーク)、白浜海水浴場、生見ビーチ(サーフィン)、野根川流域の桜、東洋町海の駅

【区域の範囲がわかる図表】



東洋町	
都道府県	高知県
郡	安芸郡
面積	74.06km
総人口	2,310人(2018年10月1日)
人口密度	31.2人/km
隣接自治体	室戸市、北川村、海陽町

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)

- ・高知県サテライトオフィス事業者(高知県の認可取得済み)
- ・総務省 第39回認定 地方創生推進交付金no.603
- ・高知県安芸郡東洋町「野根川再生計画」2016/9/1 採択

【概要】高知県東洋町と徳島県海陽町が中心となって、地域の自然環境を保全、活用し、観光開発、経済振興を目指す「南四国アイランド活性化協議会」に対し、WRPは合目的な行動計画を立案、当該協議会の承認を得て、事業を運営する。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・野根川、地域の自然、自然の恵みである鮎や野根川の伏流水で仕込まれた純米酒「香魚」など、「南四国の食材」を首都圏、関西、高知市、徳島市でPR。800万円の予算で2,800万円分の媒体価値を生み出す。

【観光資源の磨き上げ】

- ・リバーウォークの取組: リバーガイドの養成とポイントとなる野根川八景の整備。
- ・小学生を対象に野根川体験学習実施

【受入環境の整備】

- ・魚類河川調査実施
- ・魚道改修のため、堰堤改修工事実施

戦略

【主なターゲット】

- ・関西地域の30~50代で、キャンプや自然を愛好するファミリー層、DINKS層。

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・「通過点」から「目的地」になるために、観光資産の見直しを図りたい。
- ・まず、2017年に実施した「東洋町観光動向調査」の継続調査を実施することで、観光資産(風景、グルメ、宿泊、情報提供など)満足度の推移を分析、弱点を強化していきたい。
- ・さらに「野根川」をコアに、あらたなコンテンツ開発を目指す。具体的には古墳時代、脚くい別(あしくいわけ)と呼ばれ、この地を治めた鷲住王を祀る大山神社とこの一帯のコンテンツ化と友好河川提携を行う南仏バスク地方との連携によるコンテンツ開発。

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

- ・「南四国アイランド活性化協議会」を中心に両町、両県(特に高知県産業振興推進部)とは綿密に連携して進めている。
- ・また連携する事業者を通して、MaaSのテスト運行(出光興産)や野根川を遡上する鮎数を計測するNTTのシステム試験導入など進行中。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目	2017年度(H29)	2018年度(H30)	2019年度(R1)	2020年度(R2)	2021年度(R3)	2022年度(R4)
●旅行消費額(百万円)	目標 ()	実績 ()	1 ()	3 ()	366 ()	450 ()
●延べ宿泊者数(千人)	目標 ()	実績 ()	()	()	4.6 ()	5.1 ()
●来訪者満足度(%)	目標 ()	実績 ()	()	()	71 ()	71 ()
●リピーター率(%)	目標 ()	実績 ()	()	()	92 ()	92 ()
●観光入込客数(千人)	目標 ()	実績 ()	0 ()	100 ()	120 ()	150 ()
●カスタマー・ジャーニー1(GA/千人)	目標 ()	実績 ()	0 ()	145 ()	190 ()	240 ()
●カスタマー・ジャーニー2(GA/PV)	目標 ()	実績 ()	0 ()	630 ()	790 ()	985 ()
●カスタマー・ジャーニー3(GA/検討)	目標 ()	実績 ()	0 ()	525 ()	()	()

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(商品販売等) 約2百万円(R1年)

【総支出】 2百万円(一般管理費1.2百万円、事業費1百万円)
※2019年6月期決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
商品開発、販売を促進する地域商社設立とオーベルジュ建設・運営