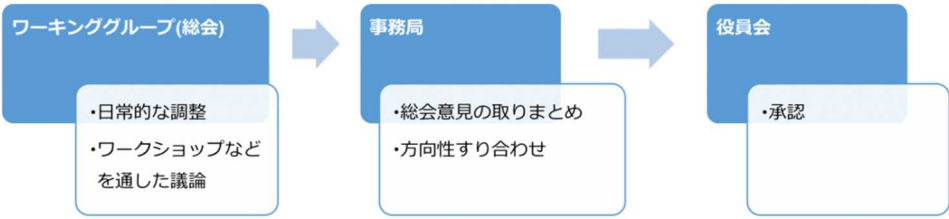


## 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	志賀町観光協会(H32年度4月に一般社団法人として法人登記予定) ※登記後は(一社)志賀町観光協会に変更予定	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	石川県羽咋郡志賀町	
所在地	石川県羽咋郡志賀町	
設立時期	平成17年9月1日	
職員数	4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	徳野外茂男 志賀町飲食店組合	志賀町観光協会会長、志賀町飲食店組合組合長。これまで、本町観光協会及び飲食店組合の要職を歴任し、観光協会長は平成27年4月から現職に就く。業界歴が長く、人望が厚い。飲食業をベースに観光産業の振興と地域活性化のためにリーダーシップを発揮し、積極的な取り組みを行っている。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材) ※必ず記入すること	プロパー募集中 「専従」 (出身組織名)  H32年度4月に一般社団法人として、法人登記予定のため、H31年度中を目処に採用予定です。	協会の法人化により、専従プロパー職員を設置する予定で、現在、募集中である。当該職員にはマーケティング等の専門知識を有する業界経験者を優先的に採用したいと考えているが、新人等の場合には研修参加や通信教育等により必要な知識を習得させる予定である。
プロモーション責任者(専門人材)	会員から選出予定  H32年度4月に一般社団法人として、法人登記予定のため、H31年度中を目処に選出予定です。	協会内にプロモーショングループを置き、その中で専門知識を有する者を責任者に置く。 情報発信のほか売り込みや販促活動を司る。
旅行商品造成の責任者(専門人材)	会員から選出予定  H32年度4月に一般社団法人として、法人登記予定のため、H31年度中を目処に選出予定です。	協会内に旅行商品造成グループを置き、その中で専門知識を有する者を責任者に置く。 観光地ルートの造成のほか、新たなアクティビティの開発、観光事業者間の調整など、旅行商品の造成一切を司る。
物品販売の責任者(専門人材)	会員から選出予定  H32年度4月に一般社団法人として、法人登記予定のため、H31年度中を目処に選出予定です。	協会内に物品販売グループを置き、その中で専門知識を有する者を責任者に置く。 土産品や飲食メニューの開発、販路開拓、ネット販売などの販促活動を司る。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>●志賀町 ・商工観光課(観光振興全般、企画立案、統計調査等)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>志賀町商工会(会員数 446 名:H30 年 11 月 1 日現在)、富来商工会(会員数 267 名:H30 年 11 月 1 日現在)、JA 志賀(特産品開発支援)、飲食店組合(飲食情報発信)、民宿組合(宿泊施設環境改善)、(株)高浜タクシー及び(有)能登金剛タクシー(2次交通対応)、石川県レンタカー協会及び富山県レンタカー協会(2次交通対応)、(株)日本旅行及び(株)JTB(業務提携支援)</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)② (概要)多様な関係者が参画する会議体(各ワーキンググループ)を設置し、実務者レベルでの日常的な調整を行い、事務局を通じて幹部会・理事会との方向性のすり合わせを図り合意形成を行う。</p>  <pre> graph LR     A[ワーキンググループ(総会)] --&gt; B[事務局]     B --&gt; C[役員会]     A --- A1[・日常的な調整 ・ワークショップなど を通じた議論]     B --- B1[・総会意見の取りまとめ ・方向性すり合わせ]     C --- C1[・承認]     </pre>
<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>定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、観光分野の専門家を招致した勉強会を開催。過去に町民が企画した田舎暮らし体験やクラフト製作などの体験プログラムを開催する「里浜トライ博」を催し、観光分野における地域住民の意識向上や受け入れサポートに取り組んだ。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 志賀町と富来町が合併した際に、観光振興組織として志賀町観光協会を設立した。観光宣伝及び観光客誘致、観光意識の普及向上と観光客に対する接遇の改善、外国人旅行者の受け入れ体制の整備を行ってきた。 (定量的な評価) ○延べ宿泊者 H26 年:約 20.4 万人 H27 年:約 27.3 万人 H28 年:約 25.7 万人 H29 年:約 24 万人 (定量的な評価) ○観光施設訪問者 H26 年:約 109.2 万人 H27 年:約 135 万人 H28 年:約 123.2 万人 H29 年:約 117.6 万人 ○イベント来訪者(H29 年分は集計中) H26 年:約 7.5 万人 H27 年:約 9.1 万人 H28 年:約 9.4 万人 H29 年:約 11 万人</p>

(別添) 様式 1

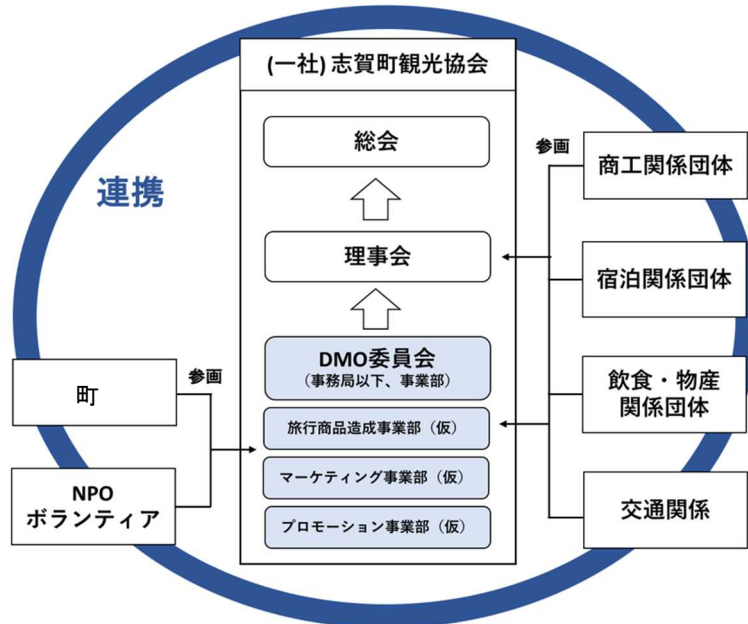
実施体制

(実施体制の概要)

志賀町観光協会(事務局)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、農業者、経済団体(JA・商工会)など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。

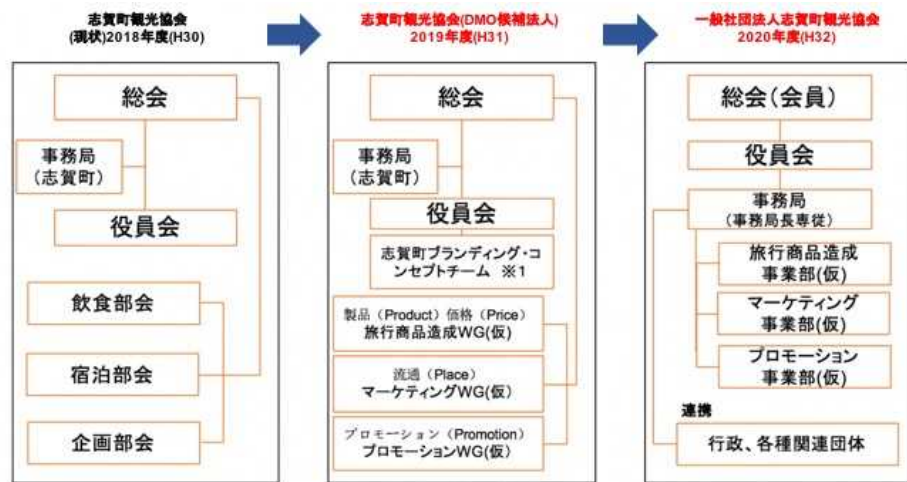
H32 年度内には一般社団法人として法人化する予定。

(実施体制図)



(DMO 推進委員会の組織図: 合意形成に参画する関係者)

H31 から H32 への移行においては、WG をベースに事業部化し、より各事業部ごとの主体的な議論を行うようにしていく。



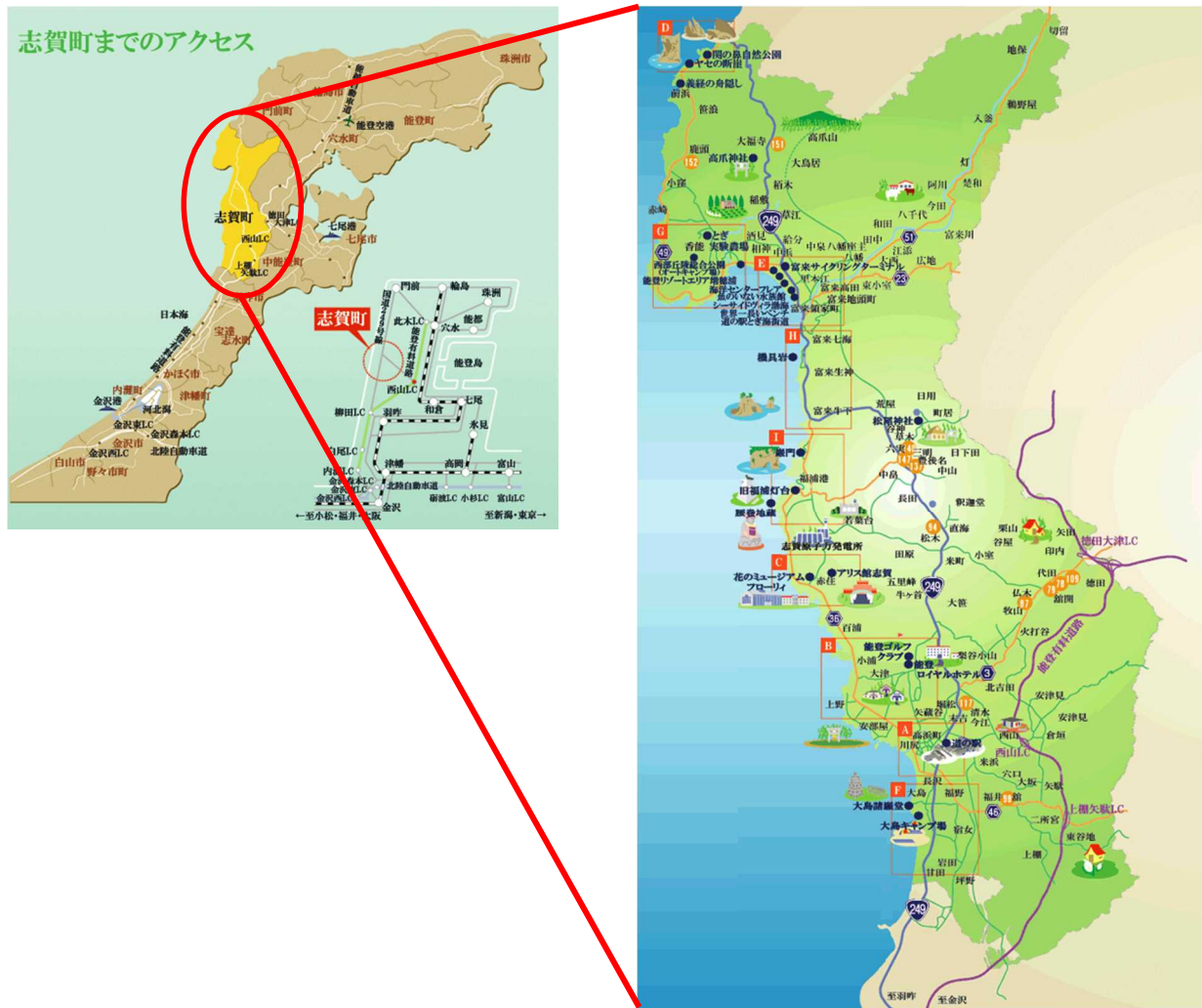
※WG・・・ワーキンググループ・勉強会

企業経営のフレームワークである4P(製品(Product)、価格(Price)、流通(Place)、プロモーション(Promotion)の4つに分類したものを)を活用し、マーケティング(どこの誰に対して)、旅行商品造成(どのような商品せ)、プロモーション(どのような形で)の3つの会議体を設定し、戦略・戦術を議論・実行していく体制を構築する。

※1・・・各ワーキンググループの教育・コーディネートを担う

## 2. 日本版DMO候補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】

志賀町は、はるか大陸の渤海国と結んだ古代日本海交流の拠点でありという背景に独特の文化を育んでいる。また、観光資源に関しても、「世界一長いベンチ」等“ここにしかない資源”が多数存在する。当該市域を観光地域づくりのマーケティング・マネジメントの区域として設定し、ゆくゆくは近隣地域からの観光客誘致を目指していく際のハブとしての役割を期待するだけのポテンシャルを秘めている。

また、H27年3月の北陸新幹線開業により、北陸・能登地方へのアクセス性が向上し、観光客の増加が見込まれることから、より一層魅力的な地域づくりをすることで、北陸・能登エリアの観光客の回遊性向上につながり、周辺地域への経済波及効果も期待できるため、これをいかに活用していくか議論を重ねていく必要がある。

### 【観光客の実態等】

(定量的な評価)

○延べ宿泊者数

H27年: 約 27.3 万人

H28年: 約 25.7 万人

H29年: 約 24 万人

○観光入込客数

(別添) 様式 1

H27年:約135万人  
 H28年:約123.2万人  
 H29年:約117.6万人(インバウンド:9,474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】

能登外浦に寄せる荒波によってできた奇岩や切り立った断崖、白砂青松のコントラストが美しい砂浜、桜色の小貝が打ち寄せる海岸など、人間の手では決して真似できないダイナミックなアートが多数存在する。

また、志賀町は山と海に囲まれた新しい観光リゾートとしての顔を持っており、人情味あふれる民宿からおしゃれなペンション、リゾートホテルまで、快適とくつろぎが自慢の宿も多数ある。

○観光スポット・宿泊施・文化等

【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
観光施設	世界一長いベンチ、旧福浦灯台、松尾神社、平家庭園、花のミュージアムフローリー
商業施設	道の駅(道の駅ころ柿の里しか／道の駅とぎ海街道)、シーサイドヴィラ渤海、志賀の郷リゾート、いこいの村能登半島、アリス館志賀、志賀の郷温泉
自然	ヤセの断崖、巖門、高爪山、増穂浦海水浴場、大島海水浴場、弁天島
文化・歴史	北前船、貝細工、志賀の太鼓、獅子舞
食・土産・物産等	能登牛、ころ柿、西能登おもてなし丼、すいか、西海サーモン、甘えび、能登金時
イベント・スポーツ・祭等	能登ゴルフ倶楽部、志賀の郷運動公園、志賀町陸上競技場、ニュースポーツの丘、志賀町テニスコート、アクアパーク シ・オン、西海祭り、富木八朔祭礼、これでもか！太鼓
その他	スギヨファーム、富来漁港、能登金剛センター

【宿泊施設:域内分布、施設数、収容力、施設規模等】※出典:平成29年観光入込客数調査

施設ジャンル	施設数	客室数	収容力(人)	施設名一覧
公営宿泊休憩施設	1	31	120	シーサイドヴィラ渤海
ホテル	5	348	746	ビジネスホテルはしみ荘、ビジネスホテルアクア、ビジネスホテルやまぐち、Royal Hotel 能登、ファミリーホテルグッデイ
民宿	21	240	348	民宿たば屋、温泉民宿松風、ビジネス民宿矢蔵谷、民宿志賀、民宿かとう、民宿大島荘、民宿かどや、民宿たかはま、民宿美波、民宿むら田荘、民宿おかざき荘、農家民宿古民家こずえ、民宿月見草苑、民宿お川、民宿なかもと、民宿うらの、民宿地藏前、ギャラリー119、ハウスレスト甘田、海洋丸、民宿能登錦
旅館	3	59	300	いこいの村能登半島、海の丘倶楽部、湖月館
ペンション	6	87	174	ペンション能登リゾート in ミサワ、ペンションクルーズ、ペンションタイムリー、和風ペン

(別添) 様式 1

				シヨンふるさと、ペンシヨンニューバリー、ペンシヨント風
貸別荘	2	18	218	ハートランドヒルズ in 能登、家族コテージノトイエ

【利便性: 区域までの交通、域内交通】

○鉄道・バス

- ・JR 羽咋(はくい) 駅から車で約 20 分、北陸鉄道バス(富来・高浜方面行き)で約 30 分

・JR 羽咋駅までは

- JR 金沢駅から JR 羽咋駅
- JR 線 特急列車: 約 30 分、普通列車: 約 1 時間

北陸鉄道特急バス

- 富来行き・高浜行き高浜下車 約1時間 15 分

○自動車

- ・北陸自動車道「金沢東 IC」又は「金沢森本 IC」から「のと里山海道」へ乗り換え
- ・金沢方面から「のと里山海道」で約 50 分、「柳田 IC」又は「西山 IC」

○域内交通

志賀町コミュニティバスとして、なないろバス(100 円/回、郊外7路線)、まごころバス(無料、2路線)、富来地域コミュニティバス(100 円/回、6路線)を運行している。

【外国人観光客への対応】

北陸新幹線の開業によって、北陸エリアに来訪する外国人も増加していることから、今後のターゲット層として認識している。北陸エリアの外国人旅行者の求心は金沢であり、年間の外国人観光客は約 20 万人。台湾が約 6 割を占めるが、東南アジア、欧米豪からの入込が急伸している。金沢の前後の立ち寄り先の主な場所は、東京、京都、高山・白川郷である。また、和倉温泉にも台湾をはじめとした東南アジアからの来訪が増えていることから、金沢および和倉温泉への来訪者をターゲットとした二次観光の受け入れ体制を整備していく。

### 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	ユーザーのアクセス経路を多角的に分析し効率の良い情報発信と利便性に努める	ホームページのアクセス分析による収集・分析(グーグルアナリティクスを活用)
延べ宿泊者数(国内・海外)	頭数だけではなく、発地・性別・年代などを収集・分析することにより PDCA を効率よく展開。インバウンドも今後より詳細なデータを収集していく。	宿泊施設の統計数字(志賀町実施)
観光者の属性(性別・年齢等)、立ち寄り先、宿泊先、交通手段、来訪目的、満足度等	品質の管理・向上のため対象となる施設などにフィードバックしていく。	各観光施設でアンケートを実施
着地型旅行商品の造成・販売実績	自主財源確保と地域住民との連携	自主管理
旅行消費額	経済効果測定のために利用する。	対面アンケート
リピーター率	評価把握による継続的収益のために利用する。	対面アンケート

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み(Strengths)</b></p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <p>■立地環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大島諸願堂や旧福浦灯台など、海の安全祈願に由来する歴史的建造物がある。</li> <li>・能登地区で一番の海岸線美と険しい景観を有する。また、夕日を望む。</li> <li>・日本海らしい自然景勝地(巖門、機具岩、ヤセの断崖、義経の舟隠しなど)</li> <li>・北陸では数少ない林間リゾート地。宿泊、購入可能な別荘が多く、余暇時間を過ごすのに適している。</li> </ul> <p>■宿泊環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型ホテルからペンション、民宿、別荘、そしてキャンプ場とFIT顧客が選択できる宿泊施設</li> <li>・能登地区のキャンプ場の中ではゲートウェイ的な位置づけにある。</li> </ul> <p>■神社仏閣</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近接する輪島市、羽咋市には有名な神社仏閣があることから、町は通過ルートに位置している。</li> </ul> <p>■スポーツ、アクティビティ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャンプや地引網、草木染めなど自然に触れることができる、ファミリー、団体客向けのアクティビティが豊富にある。</li> <li>・海だけでなく、競技施設、芝生などアクティビティなイベントが開催可能な環境にある。</li> <li>・キリコ祭りなど、町々の結束を固めるような多彩な伝統祭事があるため、観光客向けに開放することで観光コンテンツ化できるポテンシャルがある。</li> </ul>	<p><b>弱み(Weaknesses)</b></p> <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <p>■立地環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・車での移動が主となり、公共交通機関での来訪のイメージがない。             <ul style="list-style-type: none"> <li>—金沢など主要都市からの交通網</li> <li>—市域に点在する観光資源を結ぶ二次交通</li> </ul> </li> </ul> <p>■自然環境・観光施設</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光資源の全国的な知名度、認知度が低い</li> <li>・能登有数の里山の雰囲気有するが、他の市町村と比較して、大差がない。</li> <li>・民間企業による体験、アクティビティなど稼ぐコンテンツの不足</li> </ul> <p>■宿泊環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉をベースとした大型もしくは中規模の旅館が少なく、むしろ、和倉温泉の規模には絶対的に不利な環境となっている。</li> <li>・来訪者の滞在時間が短い。</li> </ul> <p>■ブランドイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・別荘や海を有しながらも、そのイメージは石川県内にしかない。</li> </ul> <p>■風評</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・原発稼働の有無に関わらず、原発の町であることのイメージが払拭されない。</li> </ul> <p>■観光資源</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地の滞在時間が短く、観光地間の回遊性がない。</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会(Opportunity)</b></p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <p>■立地環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金沢からも高岡からも1時間、和倉温泉からは30分以内である。(自然環境・観光施設)</li> </ul> <p>■交通インフラ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・のと里山海道の4車線化による上棚矢駄までの時間短縮</li> </ul> <p>■周辺観光地域</p>	<p><b>脅威(Threat)</b></p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <p>■交通インフラ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・のと里山海道の4車線化による利便性の向上により、通過され、立ち寄らないエリアとなる。</li> <li>・北陸新幹線敦賀延伸による能登エリア素通り化(加賀、越前エリアへの来訪シフト)</li> <li>・利用者減による金沢直通のバス減便または廃止</li> <li>・道路を始め交通インフラ等社会資本整備への国庫支援の縮小</li> </ul>

(別添) 様式 1

<ul style="list-style-type: none"> <li>・七尾や能登など近隣温泉観光地への観光客数の拡大</li> <li>■オリンピック需要</li> <li>・レスリング等のオリンピック合宿誘致を契機としたスポーツ合宿としての聖地化の可能性</li> <li>■インバウンドの増加</li> <li>・アジア系の登山ブーム、サイクリングツーリズムの増加、欧州系のFITの増加を見据えた穴場的な日本の探索傾向</li> <li>■新たな宿泊モデル</li> <li>・金沢市内ホテルの高級型カプセルホテル、民泊増加の傾向</li> <li>・高級なキャンプ(グランピング)がブームとなる可能性</li> <li>■その他</li> <li>・観光政策に対する国の支援の充実</li> <li>・放射線量に対する正しい理解が浸透してきている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■観光戦略</li> <li>・観光における都市間競争の激化</li> <li>■人材流出</li> <li>・高等学校以上の教育環境がなく、18歳以上社会人未満の層が町外から流出</li> <li>■その他</li> <li>・原子力発電に関連する風評による影響</li> </ul>
--	--

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 北陸エリア(七尾、輪島等)に自動車(レンタカーを含む)を利用して訪問しているファミリー層(夫婦単独を含む)</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸新幹線開通等で北陸・能登エリアが注目されている中で、ファミリー層にアプローチすることで、七尾や輪島への途中に立ち寄ってもらえる可能性が広がるため。</li> <li>・周辺地域を含め、夫婦・カップルでの旅行形態が増加傾向であり、それらの形態においては温泉、自然、グルメへの志向が高いため、歴史的なストーリーの魅力に溢れた自然景勝地を含め、自然景観等をアピールするとともに、今現在不足している着地型旅行商品の造成を進めることで滞在時間の長期化を図る。また、通信販売系の旅行会社商品を強化することで、これからも増加するシニア層へのアプローチを展開する。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <p>より本ターゲット地域周辺に訪れるターゲット層のニーズを明確にし、より効果的なプロモーションを推進するほか、家族など向けのアクティビティの充実を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・能登周辺地域(輪島～門前～志賀町～羽咋市～千里浜(宝達志水町)間)のゴールデンルートの確立</li> <li>・レンタカーと宿泊施設を組み合わせた補助支援</li> <li>・BBQ や林間アクティビティなど、低年齢の子供を連れた家族向けアクティビティの充実(日帰り、体験)</li> <li>・金沢、和倉、七尾の宿泊者を取り込む。和倉温泉からの立ち寄りをTGTとして、和倉温泉での知名度アップ、金沢からの日帰りオプション商品、宿泊プランとの抱き合わせ販売を検討する。</li> </ul>
<p>○第2ターゲット層 首都圏および関西圏からのツアー・合宿等の団体旅行客</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・H27年度志賀町調査によると、本町の延べ宿泊者数は関東地域が28%(約7.7万人)、関西地域が12%(約3.3万人)と、2つの地域で全体の40%を占める。これら地域の観光客は日帰り観光が全体の0.2%程度と宿泊を伴う訪問がほとんどである。これら地域にアプローチすることができれば、滞在時間</li> </ul>



(別添) 様式 1

<p>の長期化により経済効果を得られることが期待できるため、関西圏及び首都圏をターゲットとする。また、これからも増え続けるシニア層については、通信販売系の旅行会社商品への展開をさらに強化していくため。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・志賀町には小～中規模団体客が宿泊できる民宿やペンションがあり、海に近い地域であるため学生の夏休み期間における合宿における需要が多い。バーベキューなどをして騒音被害が出にくい環境や、キャンプ場やペンションなどの非日常的で満足度の高い宿泊体験を提供することで「毎年恒例の合宿地」としてのポジションを確立することで、社会人になってからの研修や旅行を踏まえた中長期でのリピーターを増やしていくため。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <p>現在の来訪者に対するアンケート調査を行い、ターゲット層をより明確にし、効果的なプロモーションを実施することによりリピート率の向上を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・また季節ごとなど「複数回訪れても、いつも違う魅力を楽しむことができる志賀町」としてのイメージを定着することができるようなプレミアムな体験コンテンツを充実させることで、志賀町への再訪を促す仕掛け作りを行う。</li> <li>・SNS 等での発信をしてもらえるようなプログラムの充実・磨き上げ</li> <li>・社会人カップルから、結婚、家族形成の期間で充実した旅や体験ができる環境整備とターゲットに対する販売促進プロモーションを展開</li> <li>・通信販売系旅行会社(クラブツーリズム、読売旅行、タビックスジャパン、北鉄航空、阪急交通社)に絞り込んだアプローチ →主要都市からのバスツアーを定番化し、団体旅行を促す。</li> </ul>	
<p>○第3ターゲット層</p> <p>インバウンド需要(金沢、立山黒部アルペンルートを訪問する、もしくはこれから増えていくと思われる金沢長期滞在者外国人)の取り込み</p>	
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸新幹線周遊型(ジャパンレールパスの利用者)の増加に伴い、七尾線による能登来訪者が派生する可能性。七尾線利用者のみならず、のと里山海道の特急バス利用者も増加していく。FITでの輪島訪問者が増えていくと予測される。</li> <li>・昇龍道で好調なインバウンドを取り込み、観光消費の拡大につなげるため。特に金沢などに多く訪れている欧米豪からの観光客を取り込むことを主な目的としていく。</li> <li>・金沢を訪問中の欧米客は2~3週間日本に滞在するうち、1~3日間を金沢に滞在しているケースが多い。また、金沢訪問の前後で「東京」「京都」の他に、「高山」「長野・松本」といった地方都市を回る客も多く、彼らの9割近くが「日本の文化・歴史に興味関心を持って」訪問しているという回答が得られている((株)日本政策投資銀行 2016年調べ)</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本の文化・歴史に対して強い関心を持つ欧米からの外国人観光客にアプローチすることで、志賀町の日本らしい歴史的建造物や自然景勝地への訪問を促していく。</li> <li>・金沢からまたは羽咋駅から外国人が容易にアクセスできるための環境整備</li> <li>・既存観光商品のブラッシュアップ/外国人向け体験プログラム造成・販売</li> <li>・サイクリングツーリズムの普及/環境整備</li> </ul>	

(3)コンセプト

① コンセプト	<p>”せっかくだから”寄りたくなる志賀町 ～自然とグルメを楽しむ ゆったり里浜時間～</p>
---------	---

(別添) 様式 1

<p>② コンセプトの考え方</p>	<p>志賀町は南北に伸びる能登地域のおおよそ中心に位置しており、日本海に沈む夕日は名所として知られ、「世界一長いベンチ」がある増穂浦海岸や巖門やヤセの断崖を始めとする自然景勝地など、自然を堪能できる観光資源が多くあり、「自然」と「グルメ」の魅力あふれた地域である。当該区域周辺には朝市や温泉などの観光地が点在しており、これらを訪れる観光客に対して、レンタカー助成制度やタクシー利用クーポンの発行など2次交通の充実を図ることで、志賀町の魅力である「グルメ」や「自然」など、周辺地域から立ち寄りたくなる観光資源をアピールし、周辺地域からの流入誘導が十分に期待できる。</p> <p>また、志賀町には宿泊・購入可能な別荘が多く、海と緑をまとめて体感できる北陸では数少ない林間リゾート地である。旅館のほか、ペンション、貸別荘などがあることは、区域の特徴・価値であり、さらに町が整備する多種のスポーツ施設が区域に存在することから、割引や送迎を含む合宿支援サービスなど、満足度の高い宿泊体験を提供することで、合宿やリゾート保養客を呼び込み、他地域との差別化を図ることができるポテンシャルを秘めている。</p> <p>近隣観光地に訪れた旅行客に対しては、能登周遊の際にふらりと立ち寄ることができる立地を活かし、「旅行中の休息地」としてのポジションと、合宿等を検討する学生などに対しては自然・グルメなども満喫できるお得な合宿地としてのポジションを確立し、志賀町が「北陸の林間リゾート地」となることを目指していく。</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>DMOを中心として地域の関連事業者を集めて、設置した4つのワーキンググループ(「マーケティング WG」「旅行商品 WG」「プロモーション WG」「物販 WG」)で月に一度程度の戦略会議を開催する。また、ワーキンググループをまとめる運営事務局と理事会をまとめる幹部会で定期的に情報交換を行い、多様な関係者の連携・調整を図る。</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>飲食店や宿泊施設などで品質の管理・向上のため観光客に対してアンケートを実施し、観光客のモニタリングを実施。分析結果を旅行商品 WG やマーケティング WG と共有することで、サプライヤー側へのフィードバックや改善提案を図る。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページや SNS を活用した効果的なプロモーション</li> <li>・国内外の商談会／プレゼンテーションへの参加</li> </ul> <p>インバウンドの受け入れ環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・販売チャネルの多角化</li> </ul>

**6. KPI(実績・目標)****(1) 必須KPI※( )内は外国人に関するもの**

	単位	H27年 実績	H28年 実績	H29年 実績	H30年 目標	H31年	H32年
●旅行消費額	千円	今後の調査により決定(平成31年度実施見込み)					
●延べ宿泊者数	人	272,848 (—)	257,462 (635)	239,642 (758)	246,000 (820)	252,000 (900)	258,000 (960)
●来訪者満足度	%	—	—	—	70%	75%	80%
●リピーター率	%	—	—	—	15%	20%	25%

## ※年次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】**

現状実施している調査を軸に、「来客満足度」や「リピーター率」をもとに観光地としての持続的な収益獲得のための戦略立案をしていく。

また、志賀町に訪れた観光客以外に、周辺観光地域の観光関連事業者にもアンケート(現在実施中)をとり、どのようなターゲットが、どのようなスタイルで志賀町を訪れることが、双方にとって意義があるのかを検討していく。

**【設定にあたっての考え方】****●旅行消費額**

アンケートによる収集を想定しているが、他の方法も検討している。今後調査を実施し、その数値をもとに平成31年度以降の目標数値を定める。

**●延べ宿泊者数**

志賀町で集約している数字を用いる。現状、宿泊者数は減少傾向であるものの、バスの運行整備や空港利用者への助成などを通して、今後重点的に宿泊者数増加を目指していくものである。

**●来訪者満足度**

アンケート手法を想定。今後定期的に調査を実施し、前年比5%増を軸として、毎年度向上させていくものとする。

**●リピーター率**

アンケート手法を想定。今後定期的に調査を実施し、前年比5%増を軸として、毎年度向上させていくものとする。

**(2) その他の目標**

指標項目	単位	H27年 実績	H28年 実績	H29年 実績	H30年 目標	H31年	H32年
●WEBサイトPV	PV	23,520	33,600	36,960	45,000	50,000	55,000
●延べ観光客数	人	1,350,465 (—)	1,231,776 (9,046)	1,175,592 (9,474)	1,200,000 (11,000)	1,230,000 (12,000)	1,250,000 (13,000)

(別添) 様式 1

●宿泊施設稼働率	%	50.4%	47.5%	44.2%	46.2%	47.3%	48.4%
●キャンプ場運営収益	千円	2,278	3,198	3,736	2,368	3,000	3,100

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

**【検討の経緯】**

アクティブな旅行者や外国人は WEB サイトや SNS を多用していることから、一般・外国人 入込みについては、ホームページ、フェイスブック等の充実注力し、そこからの着地ツアー への集客、イベント告知、民泊利用者増を図り、メディア掲載に結び付けたい。

**【設定にあたっての考え方】**

●WEB サイト PV

観光サイトとして運営している「西能登の里浜時計」を、タビマエ・タビナカの利用を想定したコンテンツ充実を図る。

●延べ観光客数

志賀町で集約している「観光入込客数調査」の「宿泊数」をベースに上積みを図る。H32 年度に、H28 年の北陸新幹線開業翌年の水準まで引き戻すことを目標とする。

●宿泊施設稼働率

志賀町で集約している「観光入込客数調査」の「宿泊数」をベースに上積みを図る。

●キャンプ場運営収益

一般社団法人化にともない、既存のキャンプ場及びその運営を引き受ける予定。DMO の安定的な収益源として、利用者数の増加とともに上積みを図る。

**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
28 年度	11,262,771	会費 1,085,000 町運営補助金 1,250,000 県事業補助金 6,666,000 町事業補助金 1,667,000 負担金 105,000 雑入 29,222 繰越金 460,549 ※県補助事業イベント実施のため
29 年度	2,575,105	会費 1,050,000 町運営補助金 1,250,000 負担金 132,000 雑入 30,515 繰越金 112,590

## (別添) 様式 1

30 年度	2,519,000 (予算)	会費 1,085,000 町運営補助金 1,250,000 負担金 60,000 雑入 11,410 繰越金 112,590
31 年度	2,519,000 (予算)	会費 1,085,000 町運営補助金 1,250,000 負担金 60,000 雑入 11,410 繰越金 112,590
32 年度	11,900,000	【国からの補助】2,000,000 【市町村からの補助金】5,000,000 【地方公共団体からの指定管理収入】0 【会費収入】1,400,000 【収益事業収入】3,500,000
33 年度	12,160,000	【国からの補助】2,000,000 【市町村からの補助金】5,060,000 【地方公共団体からの指定管理収入】0 【会費収入】1,400,000 【収益事業収入】3,700,000
34 年度	12,521,000	【国からの補助】2,000,000 【市町村からの補助金】5,121,000 【地方公共団体からの指定管理収入】0 【会費収入】1,400,000 【収益事業収入】4,000,000
35 年度	12,684,000	【国からの補助】2,000,000 【市町村からの補助金】5,184,000 【地方公共団体からの指定管理収入】0 【会費収入】1,400,000 【収益事業収入】4,100,000
36 年度	12,747,000	【国からの補助】2,000,000 【市町村からの補助金】5,247,000 【地方公共団体からの指定管理収入】0 【会費収入】1,400,000 【収益事業収入】4,100,000

## (2) 支出

年度	総支出	内訳
28 年度	11,150,181	会議費 240,636 事務費 1,028,056 事業費 9,616,489 負担金 265,000 ※県補助事業イベント実施のため
29 年度	2,176,839	会議費 296,167 事務費 430,330 事業費 1,185,342 負担金 265,000
30 年度 (予算)	2,519,000	会議費 289,000 事務費 444,000

## (別添) 様式 1

		事業費 1,505,000 報償費 10,000 負担金 265,000 予備費 6,000	
31 年度	2,519,000 (予算)	会議費 289,000 事務費 444,000 事業費 1,505,000 報償費 10,000 負担金 265,000 予備費 6,000	
32 年度	11,800,000	(内訳の区分例) 【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】 【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】など	5,000,000
33 年度	12,026,000	(内訳の区分例) 【一般管理費】7,226,000 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】 【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】など	4,800,000
34 年度	12,155,000	(内訳の区分例)7,355,000 【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】 【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】など	4,800,000
35 年度	12,286,000	(内訳の区分例)7,486,000 【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】 【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】など	4,800,000
36 年度	12,419,000(円)	(内訳の区分例)7,619,000 【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】 【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】など	4,800,000

(別添) 様式 1

### (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

町は、当該法人事務局長の人件費と国庫補助事業の法人負担額相当を補助し、法人の安定経営を支援する。併せて、町が設置する観光施設(リゾートキャンプ場)を当該法人に指定管理し、利用料金制による料金収入により、安定した事業収入が見込まれる。

また、法人事務局に総合旅行業取扱管理者資格の有資格者を置き、旅行商品の造成・販売による収入増を図る。

## 8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

一般社団法人志賀町観光協会(仮称)が地域DMOとして機能することにより、本町の観光振興が図られ、地域経済の活性化に繋がるものと考えられることから、志賀町は、一般社団法人志賀町観光協会(仮称)を当該町における地域DMOとして登録したいので志賀町観光協会とともに申請します。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	村井 直
担当部署名(役職)	志賀町商工観光課 参事
所在地	石川県羽咋郡志賀町末吉千古1番地1
電話番号(直通)	0767-32-9341
FAX 番号	0767-32-3978
E-mail	murai@town.shika.lg.jp

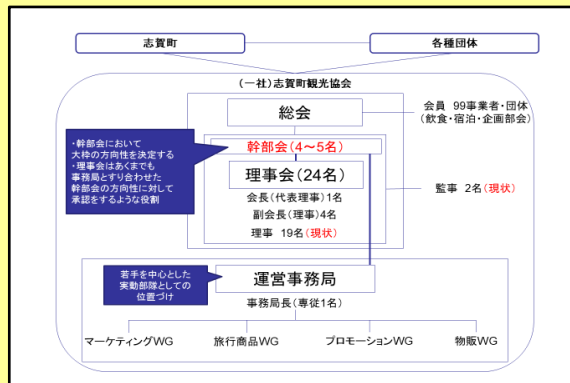
担当者氏名	宮本 貴正
担当部署名(役職)	株式会社日本旅行 西日本営業本部 北陸営業部 マネージャー
所在地	石川県金沢市広岡3丁目3-77 JR 金沢駅西第一 NK ビル1階
電話番号(直通)	076-232-2360
FAX 番号	076-232-2361
E-mail	t_miyamoto@nta.co.jp

## 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	志賀町
担当者氏名	山田 美由紀
担当部署名(役職)	志賀町商工観光課 主幹
所在地	石川県羽咋郡志賀町末吉千古1番地1
電話番号(直通)	0767-32-9341
FAX 番号	0767-32-3978
E-mail	shokan@town.shika.lg.jp

【区域】石川県、羽咋郡、志賀町  
【設立時期】H32年度4月に一般社団法人として法人登記予定  
【代表者】徳野外茂男  
【マーケティング責任者】選定中  
【職員数】4人  
【連携する主な事業者】  
志賀町商工会、富来商工会(別添会員名簿)、JA志賀(特産品開発支援)、飲食店組合(飲食情報発信)、民宿組合(宿泊施設環境改善)、(株)高浜タクシー及び(有)能登金剛タクシー(2次交通対応)、石川県レンタカー協会及び富山県レンタカー協会(2次交通対応)、(株)日本旅行及び(株)JTB(業務提携支援)

(表:実施体制)



(表:KPI(実績・目標))※( )内は外国人に関するもの

	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度目標	H32年度目標
旅行消費額	今後の調査により決定(平成31年度実施見込み)				
延べ宿泊者数	257,462 (635)	239,642 (758)	246,000 (820)	252,000 (900)	258,000 (980)
来訪者満足度	—	—	70%	75%	80%
リピーター率	—	—	15%	20%	25%

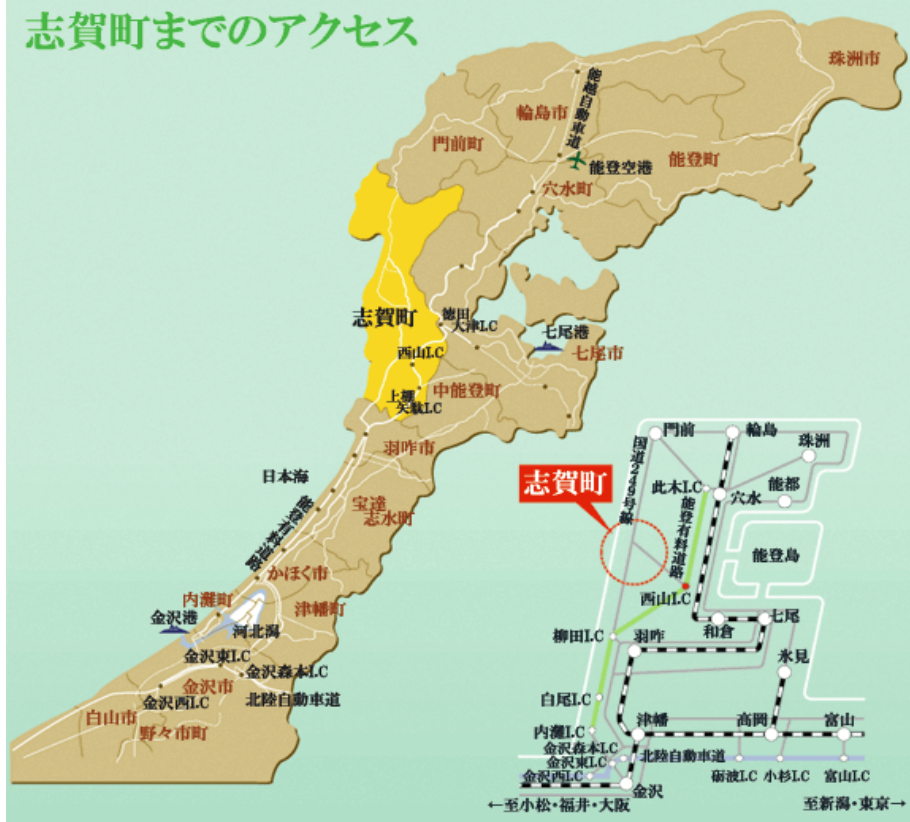
### 商品造成

能登金剛をはじめとする海岸線の自然景観を活かし、海水浴場・オートキャンプ場などを利用した自然体験型観光の推進とともに、今後は、地域の祭礼・太鼓などの伝統行事への参加、実験農場での農業体験、志賀の郷リゾートでのスポーツ合宿など、交流人口の拡大による交流滞在型観光の確立に向けた事業展開を図り、多様な観光プログラムの推進に取り組む。

### マーケティング・プロモーション

良好な自然環境や既存の観光施設から農漁村の集落や田園の景観といった地域の営みを含めた自然や伝統文化、新鮮な農産物や食文化などに至るまで、都市にはない魅力的な地域固有の宝となる観光資源を発掘し、個々の資源の個性を磨き、活用する。これらの観光資源に関する動態調査や満足度調査などを通して、新たなターゲット層の巻き込みやリピーターの格闘により、「北陸の林間リゾート地」としての志賀ブランドの構築に取り組む。

### 志賀町までのアクセス



### 観光施設と商業施設

夕日の映える弁天島を有する安部屋海岸や小説「ゼロの焦点」の舞台として全国的に知名度の高いヤセの断崖など、能登半島国定公園内の夕日を望む絶景ポイントの魅力向上を図るため、ポケットパーク整備や展望台設置などの修景整備に取り組む。また、大島キャンプ場など志賀町の自然を体感できるレクリエーション施設の振興を図り、観光客が快適かつ気軽に利用・宿泊できる観光拠点施設を整備する。

### 受け入れ体制

レンタカーと宿泊施設を組み合わせた補助支援や、周辺主要交通機関からの移動環境整備など、二次交通の充実を図り、訪問人数の増加と、滞在期間の長期化を図る。

また、本市に来られた観光客の満足度を向上させるため、二次交通の改善、観光案内板の統一、観光案内所の高機能化など内外観光客に対応できる体制整備を行う。