

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	株式会社 南信州観光公社	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	長野県飯田市、下伊那郡松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智 村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、上伊那郡 飯島町、中川村	
所在地	長野県飯田市	
設立時期	平成13年1月9日	
職員数	15人【常勤○人（正職員○人・出向等○人）、非常勤○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	高橋 充「専従」 (株)南信州観光公社	(株)南信州観光公社の代表として、地域振興の 様々なパイプ役となっており、在任期間中、SDGs 教育プログラムの開発を始め様々な独創的な取組 で成果を挙げている。
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	高瀬 剛「専従」 (株)南信州観光公社 竹前 雅夫「専従」 (株)南信州観光公社	(株)南信州観光公社で15年間勤務。プロモー ションに高い能力を持つ。旅行商品の造成販売の サポート、ランドオペレーターとしての現地コー ディネートのプロフェッショナル。 元飯田市職員。南信州観光公社設立時（平成13 年）の担当。観光マーケティングとプロモーショ ンの実践について知見と経験を持つ。
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	竹前 雅夫「専従」 (株)南信州観光公社	元飯田市職員。南信州観光公社設立時（平成13 年）の担当。観光マーケティングとプロモーショ ンの実践について知見と経験を持つ。
各部門（例：プロモ ーション）の責任者 （専門人材）	岡本 健「専従」 近畿日本ツーリスト (株)東日本支社	経験年数30年、総合旅行業務取扱管理者、旅程 管理業務主任者、旅館・ホテルプラン立案の専門 家、店舗の経験も有し、旅行業務全般に専門知見 を持つ。
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の責 任者（専門人材）	岡本 健「専従」 近畿日本ツーリスト (株)東日本支社	経験年数30年、総合旅行業務取扱管理者、旅程管 理業務主任者、旅館・ホテルプラン立案の専門 家、店舗の経験も有し、旅行業務全般に専門知見 を持つ。
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	長野県観光部（情報提供、事業実施支援） 長野県南信州地域振興局商工観光課（情報提供、区域内市町村間調整、事業 実施支援）	

(別添) 様式 1

	<p>南信州広域連合（情報提供、区域内市町村間調整、事業実施支援） 区域内市町村観光担当部局（事業実施支援）</p>				
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・（一社）長野県観光機構、（一社）南信州まつかわ観光まちづくりセンター、高森町営農支援センターゆうき、NPO法人だいち、NPO法人たかぎ、地域DMO(株)阿智☆昼神観光局)、（一社）信州アトム、及び圏域内各観光協会（着地型旅行商品開発及び事業実施支援、人材育成等） ・ 飯田市旅館組合、飯伊旅館組合等宿泊施設（企画旅行商品開発、地産地消企画開発、共同プロモーション等） ・ 観光立寄り施設、体験プログラム提供事業者等（体験企画開発、共同プロモーション等） ・ 特産品製造・販売事業者他（特産品製造、ブランド企画等） 				
<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>（例） 【該当する登録要件】① （概要）取締役、企画戦略委員、企画運営委員として、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、商工業、農林漁業、交通、文化等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 〔参考〕登録要件 ① 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、商工業、農林漁業、交通、文化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>	<p>地産地消にかかわる講演会、緊急コロナ対策セミナー等の研修会、山岳観光に関するシンポジウム等、時宜に応じた話題や取組開始の意識啓発事業として開催している。</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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <p>2018年 【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット・ガイドブック・市町村HP、ポータルサイトの英語化の促進 ・Facebook、Twitter、LINE、Instagram等、事後のブログ、写真等の発信促進 <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業活動の活発化 <li style="padding-left: 20px;">5月 人形劇フェスタ他 <li style="padding-left: 20px;">7月 体験教育旅行 <li style="padding-left: 20px;">10月 2019春桜企画 <li style="padding-left: 20px;">11月 2019春企画 <li style="padding-left: 20px;">1月 体験教育旅行 首都圏、関西圏、九州～広島 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>2018年 【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット・ガイドブック・市町村HP、ポータルサイトの英語化の促進 ・Facebook、Twitter、LINE、Instagram等、事後のブログ、写真等の発信促進 <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業活動の活発化 <li style="padding-left: 20px;">5月 人形劇フェスタ他 <li style="padding-left: 20px;">7月 体験教育旅行 <li style="padding-left: 20px;">10月 2019春桜企画 <li style="padding-left: 20px;">11月 2019春企画 <li style="padding-left: 20px;">1月 体験教育旅行 首都圏、関西圏、九州～広島
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>2018年 【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット・ガイドブック・市町村HP、ポータルサイトの英語化の促進 ・Facebook、Twitter、LINE、Instagram等、事後のブログ、写真等の発信促進 <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業活動の活発化 <li style="padding-left: 20px;">5月 人形劇フェスタ他 <li style="padding-left: 20px;">7月 体験教育旅行 <li style="padding-left: 20px;">10月 2019春桜企画 <li style="padding-left: 20px;">11月 2019春企画 <li style="padding-left: 20px;">1月 体験教育旅行 首都圏、関西圏、九州～広島 				

	<p style="text-align: center;">2月 2019春夏一般企画</p> <p>2019年</p> <p>【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・デジタルマーケティング戦略の検討・旅行会社(クラブツーリズム)・マスコミ(TV東京)と連携した情報発信と誘客促進事業・Facebook、Twitter、LINE、Instagram等、事後のブログ、写真等の発信促進 <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・営業力の強化・営業戦略会議の開催・戦略的営業の実施・一般団体旅行 <p>1月～3月営業⇒夏・秋企画</p> <p>コロナ第1波における適地変化に対応して九州から関西に営業活動実施(3月)</p> <p>(7月～9月営業時に⇒冬・春企画提案)</p> <ul style="list-style-type: none">・教育旅行 <p>中学 4月営業、高校 12月～2月営業</p> <ul style="list-style-type: none">・宣伝キャラバンの見直し実施 地域資源提案型の営業へ転換 <p>2020年</p> <p>【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営・デジタルマーケティング戦略プロジェクトの始動・テレビメディア、旅行WEB、雑誌等と連携したメディアミックス戦略の実施・Facebook、Twitter、LINE、Instagram等、ブログ、写真等の発信促進・JTBパブリッシングと連携したインフルエンサーの活用によるプロモーションの実施 <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・コロナ禍の営業力の強化・戦略的営業の実施・教育旅行 <p>6月、8月、12月、1月～3月九州・長崎市、福岡市、北九州市、山口県内、広島市、福山市、岡山市、姫路市、神戸市、四国高松市、徳島市、松山市、大阪市周辺、奈良市、京</p>
--	---

	<p>都市、大津市、彦根市、神奈川県内、横浜市、東京都内、埼玉県内、千葉市周辺等を営業</p> <ul style="list-style-type: none">・募集型企画旅行<ul style="list-style-type: none">1月～3月営業⇒夏・秋企画7月～9月営業⇒冬・春企画・営業戦略会議の開催・会員参加による宣伝キャラバン→営業・商談活動の実施 9月～10月、1月～2月 <p>2021年</p> <p>【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営・ツアープロモーション(マーケティング上の4Pに相当) 市町村資源活用型ツアーの開発と名古屋・中部地区市場及び長野県内、南信州地域内への情報発信・募集活動は50回/年以上実施。体験型教育旅行(SDGs 体験教育プログラム)の大手エージェントへの直接営業活動大手メディア販売エージェントへの直接営業活動・メディアミックスによる情報発信 <p>テレビメディア(テレビ東京・BSTBS、信越放送、NHK等) 番組制作とスポット広告</p> <p>新聞メディア(中日新聞・信濃毎日新聞・南信州新聞等) 雑誌メディア(KADOKAWA、ノジュール、KURA等) コミュニティメディア(ミニコミ誌・ケーブルTV・コミュニティFM等)</p> <ul style="list-style-type: none">・デジタルマーケティング・・JTBパブリッシング等と連携したSNS・インフルエンサーの活用による情報発信・県内メディアと連携したインフルエンサー等による情報発信・三遠南信広域観光連携組織、伊勢志摩三遠南信広域観光推進協議会によるインフルエンサー起用による情報発信 <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・教育旅行 SDGs教育プログラム販売促進活動・営業戦略チームを旅館・立寄り施設・交通機関等で構成し、宣伝キャラバンを営業商談活動へ事業名変更。 <p>※一般旅行営業先</p> <p>クラブツーリズム、JTBメディア販売、阪急交通社、読売旅行、毎日新聞旅行、バス会社系旅行会社等</p> <p>※教育旅行</p> <p>JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ、HIS等の教育旅行支店</p>
--	--

受入環境の整備	<p>2018年</p> <p>【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨上げ)事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・地産地消による「食」の向上に関する意識啓発研修会の開催 講師 体験教育企画 藤澤安良氏 11月・モデル「地域食」施設の公募・選定とコンサルティングを旅館ホテル2施設に実施。・地産地消料理コンテストの開催 2月 参加17者 <p>【リニアプロジェクト人材育成事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・インタープリター(環境プログラム)養成講座 4回実施・松川町、飯田市・飯田市遠山郷・阿南町・観光ガイド(歴史・文化・景観)養成 <p>【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・接客・接遇人材育成(旅館・立寄り施設対象)・農家民泊受入研修(受入れ農家拡大とレベルアップ) 2回実施 <p>【リニアプロジェクト2次交通推進事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・域内2次交通システムの研究(先進地視察を踏まえて)内部検討 <p>2019年</p> <p>【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨き上げ)事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・地産地消に関する研究会 (JA、市農業課、ホテル、公社連携)の開催 5回・地産地消推進システムの始動 (まちの八百屋システム試行開始)・地産地消宿泊飲食施設診断とコンサルティング 2件・食の認証基準づくりに向けた研究・遠山郷観光振興コンサルティング <p>しらびそ高原天の川(飯田市所有旅館)に対するオペレーション及び経営コンサルティング(経営指導を30回(日間)実施。)</p> <p>【リニアプロジェクト人材育成事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・体験プログラム・インタープリター(環境プログラム)養成講座 <p>会場 阿智村(4日間) 9/14、9/22、10/5、10/19 20人 会場 天竜峡(4日間) 11/2、11/9、12/7、12/14 39人 会場 飯田市南信濃 (2日間) 2/29、3/1 中止・インタープリター・ガイドスキルアップ講座開設(1泊2日合宿研修) 会場 豊丘村 9/23~24 開催・体験プログラム・インタープリター・ガイド資格基準の検討・地域人材育成事業(高校生講座) 阿智高、飯田市公民館<p>【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】</p><ul style="list-style-type: none">・接客・接遇観光施設診断と課題解決コンサルティング 旅館1軒に対して実施・農家民泊の一般客・FIT対応推進<p>【リニアプロジェクト2次交通推進事業】</p><ul style="list-style-type: none">・周遊コースと交通システムの検討・域内2次交通システムの検討</p>
---------	--

	<p>タクシーコース別運賃認可 4月～ 昼神温泉⇄妻籠宿 りんごの里⇄下栗の里 ・セントレアからのレンタカー利用促進PJ コース設定とプロモーション開始</p> <p>2020年 【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨き上げ)事業】 ・地産地消システム開発の取組 [南信州地産地消推進協議 会設立] ・2020.11 準備会開催、 2021.2.22 設立総会開催 ・構成組織 みなみ信州農業協同組合・飯田商工会議所・飯 伊旅館組合・飯田市旅館組合・飯田食品衛生協会・飯伊調理 師会・長野県(農業農村振興課・商工観光課)・飯田市(農業 課・観光課)・南信州観光公社等) ・遠山郷観光振興コンサルティング しらびそ高原天の川に対するオペレーション及び経営コンサル ティング(人材確保と営業支援を32回実施。) ・市町村からの要請による観光施設コンサルティング、相談 の実施。 高森町、大鹿村、平谷村、 【リニアプロジェクト人材育成事業】 ・観光人材育成 ・ガイド・インストラクター養成講座開催 2回 ・SDGs 教育プログラムファシリテーター養成講座の始動 (2020.12～) ・地域人材育成事業(高校生講座) 阿智高校 7月 コア学園飯田コンピュータ専門学校 10月 【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】 ・コロナ対策として旅館オペレーション方法を提案 ・コロナ禍により農泊実施せず 【リニアプロジェクト2次交通推進事業】 ・2次交通システム検討 (南信州広域連合公共交通ベスト ミックスプロジェクトとの協働) ・タクシーコース別運賃制度の実施2コース設定済み ・サイクルシェアシステムの検討 ・地域版Ma a S研究の開始 ・セントレアからのレンタカー利用促進</p> <p>2021年 【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨き上げ)事業】 ・南信州地産地消推進協議会の活動促進 まちの八百屋システムの旅館ホテル、食育店への拡大 食のアカデミー3回 地産地消研修会1回 コンサルティング2施設 参加機関コラボ企画の実施 ・遠山郷観光振興コンサルティング しらびそ高原天の川に対する経営コンサルティング(経営指 導を20回実施) ・市町村からの要請による観光施設コンサルティング、相</p>
--	--

	<p>談の実施。 大鹿村、平谷村</p> <p>【リニアプロジェクト人材育成事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SDGsプログラムファシリテーター（学習支援者）講座とSDGs教育プログラム開発 8/19、20 松川町 9/11、12 高森町 10/14、15 飯田市 11/13、14 阿南町 12/20、21 下條村 1/13、14 阿智村 <p>講座開催 6 回、SDGs 教育プログラム開発数 42</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラム・インタープリター・ガイド資格基準の運用に向けた検討 ・地域人材育成事業(高校生講座) <p>阿智高校、コア学園飯田コンピュータ専門学校</p> <p>【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農家民泊の一般客・FIT 対応推進 Airbnb(エアビーアンドピー)社との連携によるネットワークづくりへの参画 ・Airbnb社、南信州観光公社、飯田市の3者連携協定は、11月16日締結。 <p>【リニアプロジェクト2次交通推進事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2次交通システム検討 <p>(南信州広域連合公共交通ベストミックスプロジェクトとの協働)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タクシーコース別運賃制度の実施 2 コースの拡大設定 ・サイクルシェアシステムの検討 ・地域版Ma a S 研究(広域連合公共交通政策との連動)
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>2018年</p> <p>【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然景観・ビューポイントの選定(南信州 30 景)※ ・企業研修プログラム(チームビルディング等)策定 <p>【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・VJTM(海外旅行会社との商談会)への出展 ・公社HPの英語化に向けた準備 タリフ等の英語化 <p>【リニアプロジェクト広域観光振興事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伊那路木曾路広域観光推進会議への参加等 <p>【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・木曾、上伊那地域との連携商品の開発 ・山梨・岐阜両県リニア新駅地域との連携研究 ・昇龍道との連携 <p>2019年</p> <p>【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス関連対応 2月中旬～営業活動強化(主たるターゲットは一般旅行に加え、教育旅行マーケットも対象とした。) 新型コロナウイルス感染拡大への対応協議(緊急アンケート実施 4/6～4/10) <ul style="list-style-type: none"> ・市町村資源活用ツアーの造成 2019 ツアー造成 33本

		<p>松川町(りんご・味覚)、喬木村・豊丘村(花、茸、味覚栗等)、阿南町(新野盆踊り、雪祭り)、大鹿村(歌舞伎)、阿智村(桜、花桃)等</p> <ul style="list-style-type: none">・市町村資源活用ツアー造成に向けた市町村観光担当者からのヒアリング <p>2020 ツアー造成50本超を目標</p> <ul style="list-style-type: none">・市町村30景活用ツアー造成・屋神温泉、市・飯伊旅館組合等と連携した旅行企画の造成とプロモーション・天龍峡大橋の旅行企画化とプロモーション支援・FIT向けプログラムの開発・VJTM向け企画の造成・企業研修プログラム開発とプロモーション・農業体験、アウトドア体験プログラムの企業研修向けプロモーション開始。 <p>根羽村と林業体験プログラム開発協議中。</p> <ul style="list-style-type: none">・地域連携システムの検討 <p>市町村観光担当者からのヒアリングに基づく</p> <ul style="list-style-type: none">・ONSEN・ガストロノミー推進機構への参画・山岳観光の機運醸成 <p>山岳文化シンポジウム 10/20 エスバード 参加500人</p> <ul style="list-style-type: none">・渋谷区緑体験交流事業 <p>春季5/2~4、冬季2/20~22 会場 飯田市 阿南少年自然の家</p> <p>【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・多言語情報発信ツールの統合に向けた研究・VJTM(10月大阪商談会)への出展・ンテックス大阪 10/24~26・インバウンドPJ(専門家起用)の検討 <p>2020年世界水準のDMO形成推進事業導入検討</p> <p>【リニアプロジェクト広域観光振興事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・伊那路観光連盟・移住定住に向けた峰竜太氏との共同プロモーションは三遠南信連携で映像制作。・豊橋マルシェへの出店(豊橋駅前)・南信州ナビ(HP)の運用・天龍峡サイネージ 三遠南信自動車道天龍峡大橋開通にともない設置。・天龍峡大橋PJ 大橋を活用した団体客誘致の提案・南信州セカンドスクール協会・FAMトリップ受入れ・出張経費・市町村観光案内所情報交換会 9/13開催 <p>【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・木曾、上伊那地域との連携商品の開発・ツーリズムエキスポ(10/24~26)商談会に参加・三遠南信伊勢志摩広域観光促進 <p>6/26 海外エージェント招待</p>
--	--	---

		<p>FAMトリップ 6月～7月にタイ国からのツアー催行と受入れ</p> <ul style="list-style-type: none">・昇龍道との連携 <p>2020年</p> <p>【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】</p> <ul style="list-style-type: none">・市町村からの情報収集とアンケート実施 (直接訪問とオンラインミーティングの実施 4月、6～8月、1月～2月)・緊急コロナ対策セミナーの開催 7回(6月5回、8月2回、3月1回: 全国観光動向、感染対応の基礎、鬼神戦略、コロナワクチン対応等)・観光施設等ガイドライン作成指針の提示、農家泊ガイドラインの作成と説明会・農家泊実施に向けた取組(7/31 市町村各農家ヒアリングを経てコロナ蔓延により実施せず)・GOTO キャンペーン取扱要領の随時情報提供(株主・会員: 市町村、観光施設、宿泊飲食施設等に対して)・市町村向け宿泊・飲食・焼肉・ガソリン補助クーポン等の提案・飯田市観光クーポン事業協議会事務局の受託・南信州おでかけクーポン実施事務局(8 町村連携事業 大鹿村、松川町、豊丘村、高森町、阿智村、平谷村、根羽村、下條村): 阿智村の提案を受けて宿泊者に参画町村で使用可能なクーポン 3,000 円配布。・市町村資源活用ツアー企画と催行 2021 企画に向けた全市町村観光担当者との対話 1月～2月 2020 南信州ふるさと再発見ツアーへの巻替え ツアー造成 24 本 延催行回数 21 回、延参加者 384 名・大手旅行会社幹部・海外旅行会社企画担当者等招待(FAMトリップ)の実施 <p>11 月クラブツーリズム</p> <ul style="list-style-type: none">・メディアミックス(テレビ・旅行雑誌・旅行会社)宣伝によるツアー企画の実施 <p>旅番組: SBC、BS-TBS 放映</p> <ul style="list-style-type: none">・ポストコロナの観光戦略策定<ul style="list-style-type: none">国内旅行回帰<ul style="list-style-type: none">団体から個人へのシフト鮮明密から適度な距離へ<ul style="list-style-type: none">旅行志向と旅館オペレーションの変化自然回帰志向健康志向高品質、高価格、地域共生移動手手段の変更・ポストコロナの地域観光担い手組織のあり方研究<ul style="list-style-type: none">DMOと地域、観光事業者とのかかわりリニア時代の飯田下伊那観光の推進エンジン・(一社)ONSEN・ガストロノミー推進機構(ANA総研)との連携によるツアー造成とガストロノミー(食文化)ウォーキングの開催 2020 秋季 中止
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none">・教育旅行 SDGs プログラム・企業研修プログラム実施に向けた取組<ul style="list-style-type: none">FAM トリップ(大手旅行会社社員)の受入れ 4 月(KNT)、12 月(JTB)、3 月(東武トップツアーズ)SDGs 企画営業の実施(2021 年度 3 校実施予定)根羽村、森林組合との連携・山岳観光事業の始動<ul style="list-style-type: none">林道軌道敷跡の整備、面平テント場の設置、毎日新聞旅行山旅への採用環境省国立公園利用促進室との連携新たなエコ登山形態の提案【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】・VJTM(10 月横浜商談会)への出展 10/14~10/16 中止・観光庁補助事業(世界水準の DMO 形成促進事業):<ul style="list-style-type: none">ドイツ人専門家(ドイツ政府、日本研究所主任研究員)雇用 7 月~、インバウンドプロジェクト 5 回開催(12 月~3 月、メンバー市町村在住外国人含む)・インバウンド基盤整備と資源活用に向けた調査・FIT 向けプログラム、受入システムの開発・FAM トリップ(旅行企画者、マスコミ招待による内覧会)の開催【リニアプロジェクト広域観光振興事業】・伊那路観光連盟・移住定住に向けた峰竜太氏との共同プロモーション 未実施・豊橋マルシェへの出店(豊橋駅前)・南信州ナビ(HP)運営・南信州広域マップ作成・南信州セカンドスクール協会・市町村 DMO 観光案内所情報交換会 未実施【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】・三遠南信伊勢志摩広域観光促進・昇龍道との連携・木曾、上伊那地域との情報交換<ul style="list-style-type: none">木曾路伊那路連携会議への参画と地域振興局等との事業調整、長野伊那谷観光局との連携 <p>2021 年</p> 【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】 ・市町村からの情報収集とアンケート実施 ・農家泊実施に向けた取組 ・まちなかドライブイン戦略<ul style="list-style-type: none">分散型飲食店利用システムの開始 ・市町村向け観光クーポン作成・運用への協力 ・飯田市民支えあい割の販売協力(観光案内所) ・市町村資源活用ツアー企画と催行<ul style="list-style-type: none">2022 企画に向けた市町村観光担当者との対話1 月~2 月2021 南信州ふるさと再発見ツアーへの巻替えツアー造成 50 本 延催行回数 60 回、延参加者 500 名
--	---

	<ul style="list-style-type: none">・宿泊誘致のための夜桜コンサートツアーの催行 4/7、4/9、2回催行 中止・大手旅行会社幹部・海外旅行会社企画担当者等招待(FAMトリップ)の実施・メディアミックス(テレビ・旅行雑誌・旅行会社)宣伝によるツアー企画の実施 旅番組：SBC、BS-TBS・ポストコロナの観光戦略を踏まえたプロモーション 国内旅行回帰 団体から個人へのシフト 密から適度な距離へ 旅行志向と旅館オペレーションの変化 自然回帰志向 健康・免疫力向上志向 高品質、高価格、地域共生 移動手段の車への変更・ポストコロナの地域観光担い手組織のあり方研究 観光施設再生機能の確立 テーマ「観光施設再生に向けた仕組みづくり」 7月20日シルクホテル リニア時代の飯田下伊那観光の推進エンジンの役割検討・(一社)ONSEN・ガストロノミー推進機構(ANA総研)との連携によるツアー造成とガストロノミー(食文化)ウォーキングの開催・教育旅行SDGsプログラム・企業研修プログラム実施に向けた取組 FAMトリップ(大手旅行会社社員)の受入れ 4/1(東武トップツアーズ関西12名)、4/14(近畿日本ツーリスト名古屋・岐阜教育5名)、4/15(日本旅行東京教育3名) SDGs企画営業の実施(2021年度3校実施予定) 根羽村、森林組合との連携・山岳観光事業の推進 林道軌道敷跡の整備、面平テント場の設置と予約開始、毎日新聞旅行山旅の催行 環境省国立公園利用促進事業への採択 新たなエコ登山形態の実施【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】・VJTM(11月大阪商談会)への出展 オンライン・インバウンド基盤整備と資源活用に向けた調査 外国人専門家の採用(世界に誇るDMO形成事業(観光庁)採択) ドイツ人(ドイツ政府、日本研究所主任研究員)通年FIT(欧米豪)向けプログラム、受入システムの開発 FAMトリップ(旅行企画者、マスコミ招待による内覧会)の開催・地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業の推進 観光庁観光振興事業補助金活用事業として、スノーモンキーブランドを展開する(株)まちノベイトと連携事業
--	---

	<p>南信州域内資源の活用による在留邦人等の誘致 ポストコロナのインバウンド戦略</p> <p>【リニアプロジェクト広域観光振興事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伊那路観光連盟の事業参画 ・移住定住に向けた峰竜太氏との共同プロモーション ・豊橋マルシェへの出店(豊橋駅前) ・南信州ナビ(HP)運営 ・天龍峡大橋そらさんぽのプロモーション ・天龍峡イルミネーションへの参画(既存観光地の再生・高付加価値化推進事業 観光庁応募) ・南信州セカンドスクール協会 ・市町村 DMO 観光案内所情報交換会 <p>【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三遠南信伊勢志摩広域観光促進 ・昇龍道との連携 ・木曾、上伊那地域との連携事業実施に向けた協議 ・国内旅行 FAM トリップ(旅行会社企画担当、マスコミ招待旅行) ・インバウンド周遊コース開発 ・ツーリズム EXP02021 出展
	<p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍への的確な対応 <ul style="list-style-type: none"> 市町村の実態把握アンケートとオンラインミーティング 14回 緊急コロナ対策セミナーの開催(会場+オンライン) 8回 観光施設コロナ対策ガイドライン作成指針策定 農泊ガイドライン策定と説明会 25回 GOTOキャンペーン情報提供 随時 市町村宿泊・飲食・ガソリンクーポン提案と飯田市・8町村共通クーポン事務局業務遂行 ・体験教育旅行の実績維持と SDGs 教育プログラムへの展開 <ul style="list-style-type: none"> 教育旅行受入実績(2018-2020) 289団体 SDGs 教育プログラム受入(2021) 7団体 ・地域資源活用型の自社ツアーの拡大 <ul style="list-style-type: none"> 自社ツアー企画数 150(2019-2021) 自社ツアー催行数 64 ・リニア時代における目的地化を図るリニアプロジェクトの進展 <ul style="list-style-type: none"> 地産地消プロジェクトシステムへの参加施設の確保 地産地消推進システム成立数 1 〃参加宿泊施設 4社 ・インバウンドプロジェクトの始動とコンセプトづくり <ul style="list-style-type: none"> インバウンドプロジェクト開催数 13回 コンセプト策定「Tenryu Riverlands」 ・インバウンド資源開発とトライアル販売の実施 在留外国人対象 <ul style="list-style-type: none"> トライアル販売数 秋季1コース 冬季1コース ・情報発信の充実 <ul style="list-style-type: none"> KPI参照

(別添) 様式 1

	<p>2020から2021年はほぼコロナ対策と対応した収益事業の低下歯止めのための県内・近県を中心とする営業活動、域内向けの対策強化に注力したが、SDGs教育プログラムの開発と教育市場への提供や在留外国人向けインバウンドトライアル販売、自社ツアーの拡充など布石事業も開始している。</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>(実施体制の概要) (株)南信州観光公社が母体となり、行政や事業者などの出資者が意思決定に関与し、宿泊業者、飲食業者、農業者など多様な関係者が事業推進に参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>(実施体制図)</p> <pre> graph TD A[株主総会] --> B[取締役会] A --> C[企画戦略会議 取締役＋有識者] B --> D[営業企画会議] B --> C C --> E[DMO企画運営委員会 関係団体等] E --> F[調査分析業務] E --> G[旅の目的提案] E --> H[インバウンド] E --> I[地産地消推進協議会] E --> J[宿泊・飲食] E --> K[デジタルマーケティング] E --> L[営業商談チーム] E --> M[プロモーション] D --> N[地域振興事業部] D --> O[旅行事業部] </pre> <p>出資者である行政、事業者が意思決定に関与できる。 関係団体については企画運営委員会の中で合意形成を図る。</p> <p>※出資者一覧 飯田市 信南交通(株) みなみ信州農業協同組合 (株)阿智屋神観光局 (株)体験教育企画 (株)南信州新聞社 平谷村 特定非営利活動法人たかぎ 天龍ライン遊舟(有) 座光如来寺 (株)共立プランニング (株)飯田ケーブルテレビ 松川町 飯田信用金庫 (株)八十二銀行 信濃毎日新聞(株) 喜久水酒造(株) 木下水引(株) 長野県タクシー協会飯伊支部 飯田商工会議所 特定非営利活動法人 だいち 高森町 谷口醸造株式会社 阿南町 根羽村 泰阜村 天龍村 下條村 大鹿村 売木村 中川村 飯島町 (出資順)</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】



【区域設定の考え方】

平成7年から飯田市が行っていた体験教育旅行の事業の成功を受けて、平成13年に広域観光振興を実行する組織体として会社法による株式会社を設立し、体験教育旅行の受入れを中心に、新規体験プログラムや一般旅行者向けの着地型旅行商品の開発等を実施している。

設立以来、中心となって関わってきた飯田市との連携を機軸として、出資者である下伊那郡13町村も含めた南信州全域を対象とした観光による地域マネジメントが必須である。中川村・飯島町(白地)は上伊那郡であるが、農泊等のグリーン・ツーリズムを通じた地域振興面では隣接地域であり、公社の出資団体でもあるためエリアに加えている。

【観光客の実態等】

令和2(2020)年観光地利用者延数	2,625千人
令和2(2020)年観光消費額	6,295百万円

【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】()内は活用方法
アウトドアアクティビティ(教育旅行)、農林業体験(教育旅行)、農山村交流・田舎の生活体験(教育旅行・インバウンド)、一本桜(桜守の旅)、いいだ人形劇フェスタ(団体向けツアー)、元善光寺、飯田お練りまつり、霜月まつり、くだもの狩り(一般団体・個人ツアー)、水引工芸(一般団体・個人ツアー・教育旅行)、和菓子(一般団体向けツアー)、りんご並木、天龍峡(一般団体・個人ツアー)、天竜川下り(一般団体・個人ツアー・教育旅行)、下栗の里(一般団体・個人向けツアー)、日本一の星空(一般団体・個人向けツアー)、南アルプス(エコ登山として個人・団体向け登山)、東山道・秋葉街道・遠州街道等の歴史的な街道、

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

飯田市

(別添) 様式 1

中心市街地	17施設	1,143人	
郊外	9施設	873人	(ゲストハウス 施設 人)
天龍峡	7施設	360人	
遠山郷	10施設	329人	
下伊那郡	主要30施設	4,144人	(ゲストハウス 施設 人)
農泊	450軒	(簡易宿所許可取得済)	

【利便性：区域までの交通、域内交通】

区域までの交通：中央道高速バス(名古屋線、新宿線、大阪線)、JR新幹線～飯田線特急伊那路、JR中央線特急あずさ～JR飯田線

域内交通：路線バス(信南バス・伊那バス・地域交通システム)、JR飯田線、タクシー
〔新たな交通基盤の整備が進むー今後の可能性ー〕

2027年開通を目指して南アトンネル、中ア側トンネル掘削等の本格的な工事が進んでおり、リニア中央エクスプレスの開通による時間短縮効果は極めて大きなものがある。品川駅から45分、名古屋駅へは20分で南信州に設置される長野県駅に到着する。リニア長野県駅を核に南アルプスの新たな玄関口となる可能性を秘めている。また、インバウンド誘致にとっても成田空港インして首都圏から富士山周辺を経由し京都・奈良・大阪に至るゴールデンルートに対して、新ゴールデンルートというべき新たな周遊ルートの開発につながる。

中部国際空港(セントレア)を活用して、昇龍道ルートの展開に南信州地域を加え、セントレア・イン、セントレア・アウトの南信州・伊勢志摩・浜松・豊橋周遊ルートを開発中。

三遠南信自動車道の部分開通による遠州・三河からの入り込みに利便性は高まっており、2027年前と予想される全線開通による効果は、日帰り圏、宿泊券の拡大につながり、静岡清水地域、湘南地域、神奈川・横浜までが日帰り乃至は1泊宿泊圏内に入り、三遠南信圏域の交流人口拡大に大きく貢献するものとなる。

信州まつもと空港は信州の空の玄関口として、国内周遊ルートの起点となりうるものである。

【外国人観光客への対応】

インバウンドに備えて、WiFi無線公衆LAN環境の整備が進められている。今後多言語化した情報ツールの統一や南信州一体となったWEB発信戦略等が求められている。インバウンドに対応した案内板の整備や観光案内所に外国語(英語)対応できる人材を配置する等に加え、ガイドやインストラクター段階での英語対応人材の育成が課題となっている。2020年より始動したインバウンドプロジェクトにおいて外国人人材を雇用し、域内居住の在留外国人や既に外国人の著名観光地を創り出した実績を持つランドオペレーター(株式会社ノベイト:スノーモンキーブランド展開中)と連携して、コンセプトメイキングを行うとともに、トライアル販売まで実施している。

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。	ウェブサイト解析委託業者活用
観光宿泊者数	観光戦略の基礎資料	長野県観光統計の南信州地域分から集計、及び市場調査(必要な都度)により集計分析。
観光消費額	観光戦略策定の基礎資料	長野県観光統計の南信州地域分から集計、及び市場調査(必要な都度)により集計分析。

(別添) 様式 1

来訪者の満足度	観光戦略策定の基礎資料	独自の市場調査（自社ツアー参加者）により集計分析。
旅行者のリピーター率	観光戦略策定の基礎資料	独自の市場調査（自社ツアー参加者）により集計分析。
観光施設等を目的とした検索回数ランキング・外国人訪問客数・外国人の移動相関分析・外国人の国別消費額	観光戦略策定の基礎資料 外国人動向把握	RESASによるビッグデータ俯瞰を活用した集計結果により分析。

4. 戦略

(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

少子高齢化、人口減少、農業後継者問題、遊休荒廃地の増加、産業後継者不足による事業承継、企業の減少、コロナ禍の観光交流事業の廃業・事業停止等、様々な局面で地域の活力を低下させる事象が生じている。とりわけ、2020年から2021年にかけては、コロナ禍により水引工芸展示施設2か所、ドライブイン2か所、旅館業態からの撤退1か所、老舗料亭廃業2か所等の観光飲食関連施設の事業廃止が相次いでおり、観光基盤に大きな影響をもたらしている。これらの地域課題について、観光地域づくり法人として、施設再生機能の設立を始めコンサルティング機能を強化して、観光側面からの地域産業を支えていくことが求められている。世界的な民泊組織 Airbnb 社との新たな事業提携を行い、くわえて地域資源を基礎とするアクティビティの磨き上げを行い、国内旅行需要の新たなトレンドに対応し、併せてインバウンドの回復にも布石を打つこととしている。

(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"> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・体験型観光を通じた180を超える豊富なコンテンツを持つ。 ・全国に先駆けてSDGS教育プログラムを開発提供している。 ・グリーン・ツーリズム、農泊、体験型観光の取組の先進地としての高い国内評価を得ている(クールジャパンアワード受賞)。 ・地域資源を観光商品企画として活用するコンテンツのコーディネート組織(観光公社)が存在する。 ・首都圏、関西圏から時間距離が等しい。・中央、南アルプスの山々や国内最大の渓谷に形づくられた美しい自然景観が広がる。 ・日本の原風景が広がる遠山郷・下伊那南部・西部には日本一の星空等の資源がある。 ・城下町や養蚕等の歴史を背景とした高い文化性(伝統文化+芸術文化+伝統工芸)がある。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・観光消費額が日帰りは県内10圏域中9位、宿泊は6位と比較下位に留まっている。 ・関東圏、関西圏からのアクセスが不便である。 ・二次交通体系が不十分。 ・首都圏での認知度が低い(プロモーション戦略の不足)。 ・「南信州ブランド」イメージの確立が取組中で不十分である。 ・日本一の星空・グリーン・ツーリズム、桜守の他にキラコンテンツが少ない。 ・観光関連分野に人材が不足している。 ・担い手(農泊・体験インストラクター)の世代交代が進んでいない。 ・インバウンド受入れの基盤整備が不十分である。 ・南ア・中ア等山岳観光に対する意識が希薄 ・旅館ホテルの地産地消意識が低い。

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・古の官道東山道、秋葉街道、三州街道、遠州街道、伊那街道と街道が伝えた民俗祭りの宝庫である。 ・一次産業の農産物の作物の南限北限で多様性が高く、イチゴ、サクランボ、モモ・ナシ・りんご・市田柿等々を算出する。 ・2次産業においても精密機械・電子・航空宇宙・食品等多様性を持つ。 ・下伊那全域に渡る良質な温泉が存在する。 ・公民館活動を背景に人材育成に熱心 ・住民に進取の気風がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍により廃業・事業停止・事業転換をする旅館ホテル、観光施設が発生している。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍により自然志向、健康志向が高まっている。 ・田園回帰志向が各年齢層において強まっている。 ・密を避ける傾向により著名観光地から新たな適地を求め始めている。 ・モノからコト志向への変化が顕著である。 ・SDGsが社会の潮流となってきた。 ・国内では健康、トレッキング・登山・ランニングブームが顕著である。 ・2027年までに三遠南信自動車道、リニア中央新幹線が開通する。 ・インバウンド誘客を国が強力に推進している。 ・風水害等の災害の影響を受けにくい地形特性がある。 	<p>脅威 (Threat)</p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少子化、高齢化による国内旅行者の減少 ・変異株によるコロナ禍の恐怖が常に人々の根底にあり、消費行動は容易にその影響を受ける。 ・所得格差が広がり、旅行費用の捻出が可能な貧困層が増加している。 ・農泊に取組む地域が増加し、コンペティターが増えている。 ・地域間誘客競争が激化している。 ・コロナ禍による観光関連事業者の財務悪化と事業継続に隘路が生じている。

※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

<p>○ターゲット層</p> <p>長野県隣接県、関東、中京、関西、中国、九州方面の公立学校・私立学校・学習塾（教育旅行）、セカンドスクール(子ども農山漁村交流体験事業)、インバウンドの教育旅行団体</p>
<p>○選定の理由</p> <p>教育旅行は事業の柱であり実績や成果をあげていること、教育旅行マーケットへの営業活動を通じ首都圏私立学校を中心に、農泊や新学習指導要領の「主体的・対話的で深い学び」やSDGsを背景とした課題解決型の教育旅行を求めるニーズが明確に高まってきたことから、公立学校に加え私立中高等学校もターゲットとした。また、農水省が引き続き農泊による都市農村交流の拡大をねらいとした事業を推進していること、コロナ禍による近場志向の教育旅行の増加、インバウンド教育旅行における需要が引き続き高いこと等を勘案し設定した。</p> <p>○取組方針</p>

(別添) 様式 1

<p>新学習指導要領やSDGsに対応できる新しい体験教育プログラムの開発や顧客ニーズに合わせたスケジュールの調整などに取り組み、満足度向上を図るとともに、インバウンドを含めた教育旅行取扱いエージェントのセレクトと営業先の多様化を図る。</p>
<p>○ターゲット層 20代～30代の若者層</p>
<p>○選定の理由 コロナ禍においても感染リスクの低い、あるいは症状の比較的多く軽い若年層の旅行需要は衰えておらず、この体験型観光も嗜好する層の旅行マーケットへの復帰は早いと想定される。</p> <p>○取組方針 デジタルマーケティングの展開。SNSでの拡散、Facebook、インスタグラム、YOUTUBE、等の活用。インフルエンサー、FAMトリップの活用。 メディアミックスによる情報発信</p>
<p>○ターゲット層 都市部の中高年齢層</p>
<p>○選定の理由 他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場調査結果から土産、食事等の消費額が他世代と比較して高いこと、1947年～1949年生の団塊の世代以降は、登山・スキー等の野外活動も経験しており、体験・アクティビティへの親和性が高いことから選定したが、コロナ禍においては感染による重篤化の危険性が高く、旅行需要の回復期には2番手に位置する層と位置付けている。</p> <p>○取組方針 訴求力のあるこだわりの旅の提供。メディアミックス(新聞・雑誌等の活字メディア中心+テレビ放送メディア)による情報発信</p>
<p>○ターゲット層 ヨーロッパ、オセアニア、北米等の欧米外国人、ベトナム、タイ等の東南アジア</p>
<p>○選定の理由 SWOT分析のとおり農泊は2017年クールジャパンアワードを受賞しており、外国人審査員からも非常に高く評価されている。また、Airbnb社との連携協定締結(2021年11月)も確定しており、農泊等のFIT向けコーディネートも可能となる見込みである。くわえて体験・アクティビティや文化面にフォーカスした旅行志向を持つ欧米系旅行者と当地域の親和性が高いものと判断して、インバウンドの基本ターゲットとする。それらに次ぐ層としてベトナム等の東南アジア富裕層にもフォーカスする。</p> <p>○取組方針 スノーモンキーブランドをポータルにしたツアーへの誘導を図るとともに、国内ランドオペレーターを活用した海外旅行会社との直接半バス窓口を築く。くわえて在留外国人対象のツアー誘致、マスコミ、エージェントの企画者を対象とするFAMトリップ等に取り組む。受け入れ基盤としては英語対応案内の整備と、海外エージェントへのプロモーションの強化。インスタグラム等メディア発信の工夫。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト 「SDGs南信州ツーリズム」 —リニア時代南信州を世界のリゾートにする—</p>	<p>①標高差 2700mの国内最大の渓谷、重なり合う南アルプスと伊那山脈、中央アルプス南端の稜線等は、国内でも希な景観であり、その全域の多様性を活用したエコツーリズムとして展開。</p> <p>②「ほんもの体験」、「学びの旅」、「人と出会う旅」へ</p> <ul style="list-style-type: none">・人々はこの時代に生きた証を得たいとして旅をし、自己実現に向かう。それは体験によってもたらされる自己実現である。・受入れ側の理念は「近者説、遠者来」（まちづくり）、「来者如帰」（おもてなしの精神）。 <p>③「ガストロノミーツーリズム・食文化観光」 多彩な内陸の食文化を徹底した地産地消で提供すし、地域内経済循環を高める。</p> <p>④「神々が今も息づく谷」 長野県内でも有数の文化性の高さで伝統芸能の宝庫であることを示している。</p> <p>⑤これらを通じて高質な観光地づくりを行い、2027年リニア開通を引鉄に、世界から注目される人の流れと地域づくりを図る。</p> <p>⑥コロナ禍を経たライフスタイルの変化に対応。自然、健康、個別化の旅行ニーズに対応した旅行を提案する。</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>○地域が目指すべき姿</p> <ul style="list-style-type: none">・リニア時代に向けて、人も自然も産業も輝く、持続可能な南信州地域 <p>○SDGs南信州ツーリズムの果たす役割</p> <ul style="list-style-type: none">・観光側面から持続可能な地域づくりに貢献する。・一次・二次産業の多様性を背景として、ツーリズムと連携した経済効果を獲得し、産業の後継者を生み出す。・文化性(伝統文化・伝統芸能・食文化・公民館活動による地域づくり等)の水準の高さを活用した体験型ツーリズムは交流を生み出し、住民の自信と誇りの再生につながる。・国内有数の巨大な谷地形の自然環境と暮らしの営みの中に入り込んで行うほんもの体験・アクティビティを常に意識したツーリズムを創り出す。・アクティビティにかかわる人々の人材育成を行い、SDGs教育・企業研修プログラムファシリテーター水準まで高める。・ツーリズムは持続可能な手法で行い、環境負荷の低減、地域経済への貢献、地域やまちの低俗化をもたらさず、観光事業者・住民の相互理解のもとに行われる高質なツーリズムを目指す。

(別添) 様式 1

	<p>※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴(強み、価値)を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。 ※(1)～(3)のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。</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>※戦略の共有方法について記入すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMO戦略策定の中核組織である企画戦略会議を設置し年間4回開催に加え、観光・経済情勢の変化に合わせて随時開催し、即応する戦略・戦術を展開する。DMO企画運営委員会を随時開催し、観光地域づくり戦略の方向性について幅広いステークホルダーの合意形成を図るとともに、関連事業者によるリニアプロジェクトを推進するワーキンググループを構成する。その他必要なコミュニケーションの場を設けるとともに、観光関連事業者との共同プロモーションも実施する。くわえて、コンサルティング等も実施し、関連事業者の課題解決に貢献する。 ・取締役会、32社(自治体16、商工農団体2、交通機関2、金融機関2、マスコミ3、企画宣伝会社1、観光関連事業者等6)で構成する株主総会、及び自治体で組織される南信州広域連合等に毎年事業報告を実施している。また、マスコミ株主は地元紙1社、県内紙1社、ケーブルテレビ1社であり、これらを通じて事業報告、経営状況の報道を毎年実施しており、住民に広く届く形で公表している。
<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>	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートを各ツアーについて実施し、満足度調査を基本に、アクティビティ、食事、宿泊面等の把握を行っており、PDCAサイクルによる品質向上を図っている。 ・地産地消の水準を認証する地域認証基準(南信州独自基準)の創設に向けて、地産地消プロジェクトである南信州地産地消推進協議会で検討している。 ・おもてなし水準、食の水準を診断する旅館・ホテル施設診断を実施し、そのカルテを事業者と共有している。 <p style="color: red;"> ・ポストコロナの観光地域づくり法人の新たな役割 コロナ禍は多くの宿泊・飲食・立寄り施設の経営を毀損した。廃業・業態転換等の事例が発生し、地域観光の面的機能喪失の危機にあると認識。また、域内の地域DMO含む再編が不可避であり、南信州14町村(プラス上伊那郡2町村)の広域観光の一層の一体的な進展が必要。 以上の認識のもとに戦略として新たに、地域連携DMOと地域DMOの将来的な合併、リニア中央新幹線開業に向けた魅力発信施設の運営、観光施設再生組織(コンサルティング機能+マネジメント契約+リース契約+所有権移転)の設立を柱とする南信州広域観光機構(ホールディングス)構想を第22期株主総会(令和3年12月22日)において議決した。 観光施設再生組織設立検討プロジェクトとして、有識者を交えて始動し、組織形態確定したうえで、2022年6月をめどに事業開始する予定である。 </p>

(別添) 様式 1

<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>	<ul style="list-style-type: none"> ・ランドオペレーターとしてのワンストップ窓口の実施（プログラムの手配、調整、コーディネート、精算の一切を行う） ・飯田市の観光案内所 4 か所の運営と南信州圏内の観光案内所連絡会の開催による即時情報連携方法の研究を進めている。 ・南信州統一HP（南信州ナビ）の運用を担っており、域内市町村からの情報提供を中心とした連携で常にアップデートしており、効果的な情報発信を行っている。 ・観光公社ホームページは、180を超える体験・アクティビティや受入れ状況、タリフ等のサービスを提供しており決済機能まで持っている。くわえて旅行会社受発注、自社ツアー募集向けの役割を担い、人材育成講座等の募集等も実施している。 ・戦略及びコロナ禍における観光施設の廃業等を受けて、地域観光業の旅行会社に対するプロモーション力が低下しており、2021年よりDMO会員による営業戦略チーム（旅館若女将・立寄り施設（舟下り・道の駅）営業担当・交通機関営業担当・観光公社）を設置。ターゲティングと営業活動を実施している。 ・メディアミックス戦略は常に広域連携を意識して市町村の観光資源を紹介し実行している。
--	--

※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	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	11,210 (未設定)	9,850 (未設定)	9,900 (未設定)	9,980 (未設定)	6,000 (未設定)	9,000 (未設定)	10,000 (未設定)
	実績	11,210 (未設定)	10,568 (未設定)	10,412 (未設定)	6,295 (未設定)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	760,000 (1,101)	792,000 (1,500)	796,000 (1,800)	802,000 (2,300)	450,000 (未設定)	500,000 (未設定)	760,000 (未設定)
	実績	760,000 (1,101)	770,800 (1,500)	742,000 (2,000)	448,000 ()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	未設定 (4.36)	23.3 (未設定)	23.5 (未設定)	23.7 (未設定)	50.0 (未設定)	52.0 (未設定)	54.0 (未設定)
	実績	未設定 (4.36)	23.3 (未設定)	41.0 (未設定)	49.0 (未設定)	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	未設定 (未設定)	44 (未設定)	47 (未設定)	50 (30)	50 (未設定)	50 (未設定)	50 (未設定)
	実績	62 (未設定)	44.4 (未設定)	43.0 (未設定)	70 (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

【検討の経緯】

南信州地域全体の状況を把握するために長野県観光地利用者統計調査を活用することを基本としている。また、2020年からのコロナ禍により旅行需要や実態は大きく変化し、従来の考え方では市場動向や今後の予測が不可能になってきた。2020年からは考え方の基本を大きく変える必要が生じた。そこで旅行トレンドは1945年以降の超長期トレンド分析によって行うとともに、自社ツアーの催行を大きく伸ばしていることから、顧客満足度、リピーター率等はこのアンケート結果や顧客リストからの分析によることとした。外国人観光客については、もともと南信州地域のインバウンド誘致の取組が当DMO登録(2019)以降本格化したものの、2020年にはコロナ禍によって0(ゼロ)水準まで落ち込んでおり、さらに2021~2023年においても入国すら定かでないことからKPIの主要項目としての数値設定を行わないこととした。コロナウィルス新株蔓延等情勢が変化しすぎるため数値自体を設定してもほぼ意味をなさないためであるが、インバウンド需要を見込んだ布石事業をカウントするために在留邦人向け自社ツアー、情報発信数の項目で外国人誘致対応の目標設定を行うこととする。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

長野県観光地利用者統計調査を活用して域内全体の状況を把握し、地域経済波及効果の基礎となる数値である飯田市の実施する経済自立度(地域産業からの波及所得総額/地域全体の必要所得総額)が2008年(リーマンショック)以来、ほぼ40%台で推移し、この分析における観光業関係波及総売上額も200億円弱と推移していることから、DMO施策効果がこの数値を押し上げるためには、3年程度の期間が必要としてきた。しかしながら、2020年から2021年の40%以上の落ち込みの回復にはGOTOキャンペーン効果を見込んでも、2年間程度の施策効果による回復が必要と観ている。

●延べ宿泊者数

長野県観光地利用者統計調査を活用して域内全体の状況を把握し数値を設定した。コロナ禍による影響からの回復は旅行消費額と同様の考え方に基づいている。

●来訪者満足度

29年度までは直接打ち合わせの可能な研修目的のインバウンド団体に対してメイン企画である農家民泊の満足度を調査した。30年度は夏季の独自市場調査結果により把握し、満足度7段階のうち、7(大変満足)とした比率を数値(%)とした。2019年からは地域資源活用型の自社ツアーの催行を戦略的に増加させており、このアンケート結果による満足度7段階のうち、7(大変満足)とした比率を数値(%)とした。

●リピーター率

29年度までは当社の根幹を支える教育旅行のリピーター率を確認し、2019年からは地域資源活用型の自社ツアーの催行を戦略的に増加させており、この顧客リストに基づくリピーター率の算定によることとした。

(2) その他の目標

指標項目		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H29) 年度	(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●体験教育旅行誘致数 (校)	目標	102 (35)	100 (40)	105 (50)	126 (70)	110 (未設定)	100 (未設定)	120 (未設定)
	実績	100 (18)	105 (33)	95 (33)	89 (0)	()	()	()
●自社ツアー催行数 (回)	目標	(—)	(—)	50 (—)	50 (—)	50 (2)	60 (5)	70 (10)
	実績	8 (—)	19 (—)	26 (—)	19 (—)	()	()	()

(別添) 様式 1

●体験型観光 経済波及効果(千円)	目標	330,000 ()	350,000 ()	388,000 ()	515,000 ()	260,000 (未設定)	360,000 (未設定)	396,000 (未設定)
	実績	310,500 (10,000)	300,000 (13,000)	280,000 (10,000)	185,000 (0)	()	()	()
●情報発信回数 (メディアミックス+デジタルマーケティング) (回)	目標	— (—)	— (—)	5 (1)	15 (2)	20 (4)	25 (6)	30 (8)
	実績	— (—)	— (—)	5 (1)	22 (2)	()	()	()
●移住定住者数 (件)	目標	258 (—)	230 (—)	230 (—)	239 (—)	230 (—)	250 (—)	270 (—)
	実績	258 (—)	243 (—)	261 (—)	220 (—)	200 (—)	(—)	(—)
●住民満足度 (%)	目標	40.0 (—)	41.0 (—)	42.0 (—)	43.0 (—)	33.0 (—)	34.0 (—)	35.0 (—)
	実績	41.6 (—)	38.7 (—)	35.2 (—)	33.7 (—)	(—)	(—)	(—)

※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】

本DMOは体験教育旅行受入れや自社ツアーの催行等の体験型観光を推進し、稼ぐ力を持った組織である。しかもそのミッションは地域振興のための株式会社であり、したがって、地域内経済循環に如何に貢献できたかが存在価値である。ゆえに、体験型観光の経済波及効果、地域一体となったブランド化のための情報発信、高い目標としては、地域存続のための人口減少に対する移住定住者の増加に結び付くものであり、これらを目録化した。

【設定にあたっての考え方】

●体験教育旅行誘致数

収入の大きな柱であり、コロナ禍にあっても皆無とならない等、情勢の変動に比較的強い事業である。SDGs重視の潮流があり、南信州にとっては創業の精神に関わる事業の成果を表す。

●体験型観光による地域への直接的経済効果

受入農家、体験インストラクター、弁当業者、食事施設、宿泊施設など、地元確実に消費が生まれ財貨循環に通じる。

●自社ツアー催行数(企画含む)

大手旅行会社の募集型企画旅行は既に時代遅れのものとなりつつある。つまり定番の企画から脱却できず、低い価格設定と内容で行われているケースもあり、顧客がその価格からツアーの質までも見切っていることが当DMOのツアー参加者への聴き取りから明らかになっている(自社ツアーへの評価で多く聞かれる声は「ツアーっぽくなくて良かった」というもの)。自社ツアーは地域資源活用の試験的な意味合いも持つが、南信州ファン獲得に向けたブランド化戦略の一環でもあり、ここでの満足度調査の基礎をなすものである。

●情報発信回数(メディアミックス+デジタルマーケティング)

テレビ・ラジオ・新聞・雑誌等の既存メディアへの情報発信と宣伝広告数、デジタルマーケティング手法による新しい情報発信、SNS(Facebook、Instagram、Twitter)、インフルエンサーの活用等を併用していくこととしている。

●移住定住者数

(別添) 様式 1

観光は地域の総合産業であり、農業、伝統工芸、伝統芸能等の後継者づくりまでも視野に入る。関係人口づくりとして、最終的には少子高齢化・過疎化で持続可能性が問われている当地域の人口減少問題に影響を与えうるものであるため指標とした。

●住民満足度

飯田下伊那地域の人口は16万人余であり、そのうち9万8千人を飯田市が占めている。行政が行う住民意識調査で毎年実施する継続的な調査で、かつ対象2000人、有効回答が1000を超えるものは飯田市のみである。したがって、この住民意識調査の内、観光に関連すると見做される住みやすさ、移住定住等交流人口の受入意向、市民活動の内観光ボランティアへの参加数、若者が帰ってこられる産業づくりに関する満足度、三遠南信への交流参加等の各項目の検討から、観光が地方の主たる産業として外貨を獲得する側面が今後大きくなること、当DMOの政策目標とも一致し新たに打ち出している多くの事業とも目的を共有することから、この数値を指標とすることとした。

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	151,124,035 (円)	【収益事業収入】 144,680,035 (円)
2018 (H30) 年度	190,408,586 (円) (17,760,000) ()内は国・県・市・広 域連合負担金・補助金等 のみ	【収益事業収入】 172,579,270 【広域連合負担金収入】 12,000,000 【農水省補助金(農泊研修)】 720,000 【長野県補助金(元気づくり支援金)】 2,670,000 【長野県観光機構シンポジウム負担金】 420,000 【会費収入】 1,950,000
2019 (R1) 年度	105,431,817(円) (31,153,000) ()内は国・県・市・広 域連合負担金・補助金・ コンサルフィー・会費等 のみ	【収益事業収入】 70,140,317 【南信州広域連合負担金】 18,000,000 【長野県補助金(元気づくり支援金)】 1,700,000 (地産地消、ほんもの体験フォーラム) 【東京都渋谷区交流事業委託金】 3,200,000 【コンサルティング】 1,471,000 【その他】 6,110,000 【会費収入】 672,000
2020 (R2) 年度	161,368,188 (円) (121,840,000) ()内は国・ 県・市・広域連 合負担金・補助 金・コンサルフ	【収益事業収入】 112,937,064 【南信州広域連合負担金】 18,000,000 【飯田市観光振興事業費】 23,000,000 【飯田市委託事業等】 30,000,000 【飯田市新型コロナウイルス緊急経済対策事業】 31,000,000 【観光庁観光振興事業補助金】 16,250,000

(別添) 様式 1

	イー・会費等の み	【町村負担金(おでかけクーポン)】 3,590,000 【会費収入】 0
2021 (R3) 年度	254,307,000 (円) (134,307,000) ()内は国・ 県・市・広域連 合負担金・補助 金等のみ	【収益事業収入】 120,000,000 【南信州広域連合負担金】 18,000,000 【飯田市観光振興事業費】 23,000,000 【飯田市委託事業等】 33,000,000 【観光庁観光振興事業補助金】 12,500,000 【観光庁域内連携実証事業】 14,750,000 【観光庁拠点観光地高質化事業補助金(事業者連携)】 18,427,000 【環境省国立公園利用促進事業補助金】 8,000,000 【長野県元気づくり支援金】 6,630,000 (地産地消、全国ほんもの体験フォーラム) 【会費収入】 0
2022 (R4) 年度	249,130,000 (円) (99,130,000) ()内は国・県・市・広 域連合負担金・補助金・ 会費等のみ	【収益事業収入】 150,000,000 【南信州広域連合負担金】 18,000,000 【飯田市観光振興事業費】 23,000,000 【飯田市委託事業等】 33,000,000 【観光庁観光振興事業補助金】 12,500,000 【環境省国立公園利用促進事業補助金】 8,000,000 【長野県元気づくり支援金】 2,000,000 【会費収入】 2,630,000
2023 (R5) 年度	236,630,000 (円) (91,630,000) ()内は国・県・市・広 域連合負担金・補助金・ 会費等のみ	【収益事業収入】 150,000,000 【南信州広域連合負担金】 18,000,000 【飯田市観光振興事業費】 23,000,000 【飯田市委託事業等】 33,000,000 【環境省国立公園利用促進事業補助金】 8,000,000 【長野県元気づくり支援金】 2,000,000 【会費収入】 2,630,000 【コンサルティングフィー】 5,000,000

(2) 支出 **DMO事業のみ**

年(年度)	総支出	内訳	(円)
2017 (H29) 年度	(円)		
2018 (H30) 年度	17,916,086 (円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【受入環境の整備】	9,387,954 4,531,819 1,662,302

(別添) 様式 1

		【観光資源の磨上げ】 2,334,011 【市場調査・マーケティング】 (2,000,000 長野県直接施行、総支出からは除外) 【その他 イベント、外部連携団体負担金】
2019 (R1) 年度	32,772,000 (円)	【一般管理費】 9,358,000 【情報発信・プロモーション】 6,774,000 【受入環境の整備】 1,914,000 【観光資源の磨上げ】 8,302,000 【その他 広域観光振興、外部連携団体負担金】 6,424,000
2020 (R2) 年度	127,175,880 (円)	【一般管理費】 9,300,000 【情報発信・プロモーション】 11,159,000 【受入環境の整備】 18,880,000 【観光資源の磨上げ】 18,167,880 【コロナ対策費】 34,590,000 【その他、広域観光振興外部連携団体負担金等】 5,079,000 【飯田市委託事業等】 30,000,000
2021 (R3) 年度	134,307,000 (円)	【一般管理費】 8,457,000 【視察費】 100,000 【情報発信・プロモーション】 11,000,000 【受入環境の整備】 48,750,000 【観光資源の磨上げ】 27,400,000 【市場調査・マーケティング】 500,000 【コロナ対策費】 【その他、広域観光振興外部連携団体負担金等】 5,100,000 【飯田市委託事業等】 33,000,000
2022 (R4) 年度	99,130,000 (円)	【一般管理費】 8,500,000 【情報発信・プロモーション】 12,000,000 【受入環境の整備】 12,500,000 【観光資源の磨上げ】 25,130,000 【市場調査・マーケティング】 2,000,000 【コロナ対策費】 【その他 広域観光振興外部連携団体負担金】 6,000,000

(別添) 様式 1

		【飯田市委託事業等】	33,000,000
2023 (R5) 年度	91,630,000 (円)	【一般管理費】	10,500,000
		【情報発信・プロモーション】	18,000,000
		【受入環境の整備】	6,000,000
		【観光資源の磨上げ】	17,630,000
		【市場調査・マーケティング】	500,000
		【その他 広域観光振興外部連携団体負担金】	6,000,000
		【飯田市委託事業等】	33,000,000

(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

- ・旅行事業のコロナ期からの回復を見込む。広域連合、自治体等からの負担金等は従来水準を確保。観光施設再生組織によるコンサルティング事業を本格的に開始する。
- ・観光公社の特色は前述のマーケティング・プロモーション事業を行う地域振興事業部と体験教育旅行のランドオペレートや自社ツアーを企画催行する旅行事業部が並立していることであり、旅行事業部の事業収入は140,000千円から150,000千円/年で推移しており、2004～2019会計年度までは黒字経営を続けてきた。(2020～2021会計年度はコロナ禍により旅行事業部門は赤字決算)
- ・2022年度からは本格的な国内旅行需要の回復が期待できる。体験教育旅行にはSDGs教育プログラムの要素を加えて販売拡大し、この基礎に加えて着地型旅行商品としての自社ツアーの造成やエージェントへの体験・アクティビティ等の提供等も行う。
- ・観光公社の目指すところは、旅行事業による稼ぐ力の確保とその収益を観光人材確保と地域振興事業に還元し、財政的に自立したDMOを成立させることである。

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

長野県は、(株)南信州観光公社を、引き続き、飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、飯島町、中川村、における地域連携DMOとして登録したいので、(株)南信州観光公社とともに申請します。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMOや地域DMOと重複する場合の役割分担について (※重複しない場合は記載不要)

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った(行っている)か】

南信州域内の地域DMO、南信州まつかわ観光まちづくりセンター(松川町)、阿智屋神観光局は、出資関係者であり、阿智は南信州観光公社の取締役も務めている。

【区域が重複する背景】

(別添) 様式 1

また、飯島町、中川村は上伊那郡内にあり、長野伊那谷観光局の対象区域であるが、下伊那郡の隣接地域として南信州地域と一体となった農泊事業の連携を行っており、長野伊那谷観光局も認知している。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

広域観光振興事業は南信州観光公社が実施し、各市町村の観光事業に関する事項は広域に及ぶ案件もあり、連絡調整を行っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

地域DMOは市町村内の観光事業、南信州観光公社は郡レベルの広域観光、隣接地域2町村は農泊連携と役割分担は明確。これらは相互補完的であり、くわえて相乗効果を発揮できる体制である。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	竹前雅夫
担当部署名(役職)	地域振興事業部長
郵便番号	395-1101
所在地	飯田市育良町1丁目2-1
電話番号(直通)	0265-28-1747
FAX番号	0265-28-1748
E-mail	oyorite@mstb.jp

11. 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	長野県
担当者氏名	井出尚人
担当部署名(役職)	観光部山岳高原観光課企画経理係
郵便番号	380-8570
所在地	長野県長野市大字南長野字幅下692の2
電話番号(直通)	026-235-7251(直通)
FAX番号	026-235-7257
E-mail	Mt-tourism@pref.nagano.lg.jp

都道府県・市町村名	飯田市
担当者氏名	小林 和弘
担当部署名(役職)	飯田市産業経済部観光課エコツーリズム係長
郵便番号	395-8501
所在地	長野県飯田市本町1丁目2番地

(別添) 様式 1

電話番号 (直通)	0 2 6 5—2 2—4 8 5 2
F A X 番号	0 2 6 5—2 2—4 5 6 7
E—m a i l	ecotur@city.iida.nagano.jp

都道府県・市町村名	松川町
担当者氏名	3 9 9—3 3 0 3
担当部署名 (役職)	産業観光課 観光振興係 係長
郵便番号	西浦素之
所在地	長野県下伊那郡松川町元大島 3 8 2 3
電話番号 (直通)	0 2 6 5—3 4—7 0 6 6
F A X 番号	0 2 6 5—4 8—5 2 3 3
E—m a i l	kanko@matsukawa-town.jp

都道府県・市町村名	高森町
担当者氏名	秋田貴之
担当部署名 (役職)	産業課 商工観光係 係長
郵便番号	3 9 9—3 1 0 3
所在地	長野県下伊那郡高森町下市田 2 1 8 3—1
電話番号 (直通)	0 2 6 5—3 5—9 4 0 5
F A X 番号	0 2 6 5—3 5—8 2 9 4
E—m a i l	hideyuki.n@town.takamori.nagano.jp

都道府県・市町村名	阿南町
担当者氏名	南島 剛志
担当部署名 (役職)	振興課商工観光係 係長
郵便番号	3 9 9—1 5 1 1
所在地	長野県下伊那郡阿南町東條 5 8—1
電話番号 (直通)	0 2 6 0—2 2—4 0 5 5
F A X 番号	0 2 6 0—2 2—2 5 7 6
E—m a i l	sinkou@town.anan.nagano.jp

都道府県・市町村名	豊丘村
担当者氏名	岡田 敬
担当部署名 (役職)	産業建設課 観光振興係 係長
郵便番号	3 9 9—3 2 0 2
所在地	長野県下伊那郡豊丘村大字神稲 3 1 2 0
電話番号 (直通)	0 2 6 5—3 5—9 0 5 6
F A X 番号	0 2 6 5—3 5—9 0 6 5

(別添) 様式 1

E-mail	syokorinmu@vill.nagano-toyooka.lg.jp
--------	--------------------------------------

都道府県・市町村名	喬木村
担当者氏名	瀧浪 勝幸
担当部署名(役職)	産業振興課 商工観光係 係長
郵便番号	395-1107
所在地	長野県下伊那郡喬木村6664
電話番号(直通)	0265-33-2001
FAX番号	0265-33-3679
E-mail	masami@vill.takagi.nagano.jp

都道府県・市町村名	阿智村
担当者氏名	井原 成城
担当部署名(役職)	地域経営課 観光係 係長
郵便番号	395-0303
所在地	長野県下伊那郡阿智村駒場483
電話番号(直通)	0265-43-2220
FAX番号	0265-43-2321
E-mail	kanko@vill.achi.nagano.jp

都道府県・市町村名	平谷村
担当者氏名	畑中 悠樹
担当部署名(役職)	産業建設課 商工観光係
郵便番号	395-0601
所在地	長野県下伊那郡平谷村354
電話番号(直通)	0265-48-2211
FAX番号	0265-48-2212
E-mail	sanken@vill.hiraya.nagano.jp

都道府県・市町村名	根羽村
担当者氏名	鈴木 伸弥
担当部署名(役職)	振興課 商工観光係 (課長兼務)
郵便番号	395-0701
所在地	長野県下伊那郡根羽村1762
電話番号(直通)	0265-49-2111
FAX番号	0265-49-2277
E-mail	Shinkou4102@nebamura.jp

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	売木村
担当者氏名	渡邊 高好
担当部署名 (役職)	産業課 商工観光係
郵便番号	399-1689
所在地	長野県下伊那郡売木村 543-1
電話番号 (直通)	0260-28-2000
FAX番号	0260-28-1051
E-mail	kano@urugi.jp

都道府県・市町村名	下條村
担当者氏名	宮嶋 徹
担当部署名 (役職)	振興課経済係 係長
郵便番号	399-2101
所在地	長野県下伊那郡下條村睦沢 8801-1
電話番号 (直通)	0260-27-2311
FAX番号	0260-27-3536
E-mail	sjkeizai@vill-shimojo.jp

都道府県・市町村名	天龍村
担当者氏名	秦 博実
担当部署名 (役職)	地域振興課 商工観光係 (課長兼務)
郵便番号	399-1201
所在地	長野県下伊那郡天龍村平岡 878
電話番号 (直通)	0260-32-2001
FAX番号	0260-32-2525
E-mail	kanko@vill-tenryu.jp

都道府県・市町村名	泰阜村
担当者氏名	吉岡 利貴
担当部署名 (役職)	振興課 農村振興係 係長
郵便番号	399-1895
所在地	長野県下伊那郡泰阜村 3236-1
電話番号 (直通)	0260-26-2111
FAX番号	0260-26-2553
E-mail	kankou@vill.yasuoka.nagano.jp

都道府県・市町村名	大鹿村
担当者氏名	間瀬 稔

(別添) 様式 1

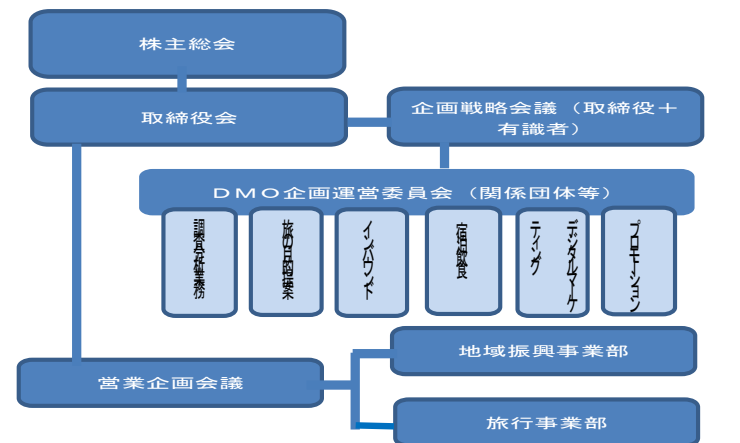
担当部署名 (役職)	産業建設課 商工観光係 課長兼務
郵便番号	399-3502
所在地	長野県下伊那郡大鹿村354
電話番号 (直通)	0265-39-2001 (代表)
FAX番号	0265-39-2269
E-mail	kanko@vill.ooshika.lg.jp

都道府県・市町村名	中川村
担当者氏名	桃澤 洋恵
担当部署名 (役職)	振興課商工観光係 係長
郵便番号	399-3892
所在地	長野県上伊那郡中川村大草4045-1
電話番号 (直通)	0265-88-3001
FAX番号	0260-88-3890
E-mail	shokan@vill.nagano-nakagawa.lg.jp

都道府県・市町村名	飯島町
担当者氏名	下平
担当部署名 (役職) 下平	振興課農業係
郵便番号	399-3797
所在地	長野県上伊那郡飯島町飯島2537
電話番号 (直通)	0265-86-3111
FAX番号	0265-86-4395
E-mail	

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号 (直通)	
FAX番号	
E-mail	

実施体制



マーケティング・マネジメントする区域



【区域】長野県飯田市、松川町、高森町、阿南町、阿智村、平谷村、根羽村、下條村、売木村、天龍村、泰阜村、喬木村、豊丘村、大鹿村、中川村、飯島町
 【設立日】平成13年1月9日
 【登録日】平成30年12月21日
 【代表者】高橋 充
 【マーケティング責任者(CMO)】高瀬 剛、竹前雅夫
 【財務責任者(CFO)】竹前雅夫
 【職員数】15人(常勤5人(正職員4人・出向等1人、非常勤4人)
 【連携する主な事業者】長野県、市町村、南信州広域連合、地域DMO、観光協会、旅館組合、観光関連組織(観光・宿泊施設、交通・インフラ、金融、経済団体、農業団体、土産品製造・販売)等

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)
 ①
 【概要】取締役会は、飯田市副市長(南信州広域連合副管理者)、みなみ信州農業協同組合組合長理事、信南交通株代表取締役、阿智屋神観光局代表取締役、体験教育企画代表取締役(学識経験者)等で構成。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営、ツアープロモーション、メディアミックスによる情報発信、デジタルマーケティングの実施

【観光資源の磨き上げ】
 管内市町村の地域資源活用型自社ツアー(50回)の企画催行、インバウンドプロジェクトによるツアー造成と連携販売、スノーモンキーブランドを展開する(株)まちノバイトと連携したツアー開発とトライアル販売、木曾・上伊那・下伊那(南信州)3地区の資源開発と周遊コースの開発とFAMトリップ

【受入環境の整備】
 タクシーコース別運賃2コースの認可、案内所ネットワークの検討

戦略

【主なターゲット】
 一般団体ツアー、募集型企画旅行、教育旅行
 国内個人客、海外団体客(教育旅行)、FIT
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 一般団体ツアー:DMO会員による営業商談プロジェクトによる企画商品造成しての関西、中部、関東のエージェント直接営業活動
 募集型企画旅行:営業商談PJによる大手エージェント(メディア販売部門)に対する直接営業活動
 教育旅行:大手エージェント教育旅行支店への直接営業
 海外団体客(教育旅行):SNSによる情報発信
 FIT(在留外国人):スノーモンキーブランドとの連携によるweb発信とトライアル販売

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

取締役会、企画戦略会議(取締役＋有識者)、企画運営委員会(各業界代表)における戦略・事業説明と報告、広域連合会議での戦略・事業計画、事業報告を年2回実施。

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	9,850 (未設定)	9,900 (未設定)	9,980 (未設定)	6,000 (未設定)	9,000 (未設定)	10,000 (未設定)
	実績	10,568 (未設定)	10,412 (未設定)	6,295 (未設定)	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	792,000 (1,500)	796,000 (1,800)	802,000 (2,300)	450,000 (未設定)	500,000 (未設定)	760,000 (未設定)
	実績	770,800 (1,500)	742,000 (2,000)	448,000 (0)	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	23.3 (未設定)	23.5 (未設定)	23.7 (未設定)	50.0 (未設定)	52.0 (未設定)	54.0 (未設定)
	実績	23.3 (未設定)	41.0 (未設定)	49.0 (未設定)	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	44 (未設定)	47 (未設定)	50 (30)	50 (未設定)	50 (未設定)	50 (未設定)
	実績	44.4 (未設定)	43.0 (未設定)	70 (0)	()	()	()

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(旅行事業等)70百万円(R2年)、補助金3千4百万円、会費67万円、雑入5百万円
 【総支出】一般管理費7千万円、委託事業費5千5百万円

※令和2年9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】
 ・旅行事業のコロナ期からの回復を見込む。広域連合、自治体等からの負担金は従来水準を確保。観光施設再生組織によるコンサルティング事業を本格的に開始する。