

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人南信州まつかわ観光まちづくりセンター	
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 松川町	
所在地	長野県下伊那郡松川町	
設立時期	平成30年4月2日	
職員数	15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	代表理事 (氏名) 宮下 彰 (出身組織名) ・信州松川くだもの観光協会 ・有限会社燦燦取締役社長	有畜複合農業有限会社燦燦の経営するとともに、信州松川くだもの観光協会(60観光農園共同体)企画部長として、滞在交流プログラムの企画販売にも取り組む。地域の様々な観光地域づくり事業において推進役となっており、様々な取組で成果を挙げている。
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	(氏名) 柳原 猛(専従)	民間シンクタンクで長年勤務。各種データの分析やITに関し高い知見と能力を持つ。地域おこし協力隊(3年間)として当法人設立準備から現在まで事業に深く関わり、観光地域づくり及び広報マーケティングを担う。
各部門(総務・観光地域づくり)の責任者(専門人材)	専務理事 (氏名) 片桐雅彦(専従)	当法人の専務理事就任前において、松川町産業観光課長及び南信州まつかわ観光局(仮称)設立準備室長)として観光振興施策に取組み、観光地域づくり事業者との関係性を持つ。当法人設立に際し、町職員を退職し専従として専務理事兼事務局長を担う。
各部門(観光案内所・滞在交流プログラム)の責任者(専門人材)	(氏名) 大嶺 尊(専従)	自然体験プログラムを軸とする旅行会社に長年勤務。滞在交流プログラム企画やマーケティングに高い知見と能力を持つ。観光案内所の責任者を担う。
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、事業実施支援) 長野県企画振興部地域振興課(情報提供、人材確保支援) 松川町(情報提供、事業実施支援)	
連携する事業者名及び役割	J Aみなみ信州DMセンター(特産品企画(ふるさと納税返礼品事業)) 松川町商工会及び松川町料飲組合(食事提供プログラム) 信州松川くだもの観光協会(収穫体験他滞在交流プログラム) 南信州まつかわりんごワイン振興会(シードルツーリズム) 信州外あそびネットワーク(自然体験プログラム)	

(別添) 様式 1

	<p>町営温泉宿泊施設清流苑（森林セラピー／温泉） フォレストアドベンチャー松川（自然体験プログラム） 株式会社南信州観光公社（農家民泊） NPO法人国際りんごシードル振興会（シードルツーリズム） ほか</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>① 農業（観光、6次産業）、食品加工業（豚肉、シードル醸造）、行政、JA、商工会（商業、工業）、料飲組合（食）、自然体験ガイド、宿泊業等の代表者等で構成する理事会により経営方針や事業計画等を決定し運営している。（月1回程度開催）</p> <p>② 広報ワーキングチーム（広報に関する地域関係者によるワーキンググループ）、宿泊プログラム検討会議（仮称）等、ガイドインストラクター養成講座、アウトドアナビゲーター養成講座等、行政や関係団体をメンバーとするワーキングチームを設置している。</p> <p>③ 観光地域づくり連携会議（行政関係3課との連携会議）、信州松川くだもの観光協会連携会議（いずれも年10回程度開催）を設置している。</p> <p>④ 観光地域づくり関係団体に会員加入するほか、事業等に積極的に参画することにより関係性の構築を図り、関係団体との合意形成の実効性を担保している。</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>	<p>・法人設立に際し、平成28年9月より関係団体の代表者等による検討委員会を17回開催し、同時進行で、住民参加型ワーキンググループとして“観光交流地域づくり戦略会議”を22回開催し、滞在交流プログラム作りや地域ブランドの確立に取り組む。1年6か月の準備期間を経て、検討委員会やワーキンググループに参画いただいたメンバーより現在の理事が選出されている。</p> <p>・観光地域づくりをテーマとしたシンポジウムを、これまでに計6回（講師：第1回高砂樹史氏（長野県DMOアドバイザー）、第2回アレックス・カー氏、第3回清水慎一氏（日本版DMO（観光地域づくりプラットフォーム）推進研究会顧問、第4回川嶋直氏（公益社団法人日本環境教育フォーラム理事長）、第5回蒲勇介氏（NPO法人ORGAN理事長）、第6回河田敦弥氏（観光庁観光地域振興部DMO支援室長））開催し、地域住民の啓発に取り組んでいる。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>（活動の概要）</p> <p>第1期（2018年度）</p> <p>・松川町の100年後にも遺したい地域ブランド（地域の宝）※を体感できる滞在交流型観光を推進し、地域住民や地場産業等多様な関係者との連携により地域経済の振興を図り、以って、持続可能な地域づくりを目指し、1期目の事業を展開しました。</p> <p>※地域ブランド（地域の宝） 【松川の“自然”環境】【松川の“農”的生活】【“松川の人”的資産】</p> <p>(1)観光地域づくり事業</p> <p>①松川ならではの地域ブランド（自然、農、松川人）を体感してもらい、来訪者の憧れや住民の方々の誇りの醸成を図るとともに、滞在時間や伸ばし経済効果に繋げるため、滞在交流プログラムの企画造成に取り組みました。</p> <p>②観光まちづくりに関する会議や関係事業等へ積極的に参画し、関係者との連携強化に取り組みました。</p> <p>③行政と一体となった観光まちづくりを推進するため、行政関係者との情報</p>

	<p>共有や協議する仕組みとして連絡会議を開催しました。</p> <p>④自然という地域ブランドを活用し、宿泊客を増やし、地域経済の活性化に繋げるため、旧松川青年の家のあと利用についての検討を実施しました。また、具体的な取り組みとして、ツリードーム南信州まつかわの企画運営（企画立案、試験運用等）を実施しました。</p> <p>⑤他地域のDMO等のノウハウの共有や、広域のブランディングを進めるため、地域DMOや広域行政との連携事業を実施しました。</p> <p>(2)観光案内所</p> <p>①情報を集約し、効率的・効果的に地域とお客様をマッチングさせるため、観光案内所を運営しました。</p> <p>②個人向け体験プログラムの手配業務及び収穫体験団体バスの関係事務の効率化に取り組みました。</p> <p>(3)広報宣伝・マーケティング</p> <p>①観光パンフレットやWEBサイト、SNS等の作成活用、及び各種媒体への広告掲載を通じて、地域の観光素材を発信し、誘客を促進しました。</p> <p>②顧客ニーズを探り、サービスアップに繋げるとともに、マーケティング及びブランド戦略へと繋げるため、来訪者満足度調査（はがき形式）を実施しました。</p> <p>(4)特産品企画（ふるさと納税返礼品）事業</p> <p>①新たな交流人口の増及びリピーターの増を図るため、地域ブランド（地域の宝）を活用した魅力的な商品を組成し、ふるさと納税返礼品事業を展開しました。</p> <p>(5)自主事業</p> <p>①ツリードーム南信州まつかわの試験運用を通じて、宿泊体験、体験プログラム及び食事提供プログラムの販売を行いました。</p> <p>②南信州まつかわハーフマラソン大会の参加賞手配事業を実施しました。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>① 基金受入額 5,000千円</p> <p>② 会員事業 会費収入 548千円</p> <p>③ 観光案内所 収穫体験プログラム来訪者数 31,389人</p> <p>④ 自然体験宿泊施設 新宿泊者数 209人</p> <p>⑤ 特産品企画事業 ふるさと納税寄附金額 53,642千円</p> <p>⑥ 自主事業販売額 3,052千円</p>
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>・一般社団法人南信州まつかわ観光まちづくりセンターが、推進役となり、農業（観光、6次産業等）、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、自然体験ガイド、行政など、町内全域を区域（基本的には町内であるが関係性のある近隣自治体の事業者も含む）とし、多様な関係者が参画していただき、運営体制を構築している。</p> <p>- 主な関係事業者（法人会員）等 -</p> <p>①宿泊</p> <p>・町営温泉宿泊施設清流苑（宿泊、温泉、スポーツ施設等）</p> <p>・まつたけ小屋梅松苑（コテージ、キャンプ場等）</p> <p>・ツリードーム南信州まつかわ（プレミアムキャンプ）</p> <p>②飲食</p> <p>・松川町料飲組合（食事）</p> <p>・松川町商工会（食事）</p> <p>・さんさんファーム（体験プログラム、プレミアムキャンプ食材提供）</p>

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none">・南信州まつかわりんごワイン振興会 (りんごワイン、シードル)・市田酪農 [高森町] (プレミアムキャンプ食材提供)・ケーキ屋ペパン (プレミアムキャンプ食材提供) <p>③交通</p> <ul style="list-style-type: none">・マルモタクシー (定額タクシー (シードル巡り))・伊那バス株式会社 (広告宣伝) <p>④農業 (収穫) 体験</p> <ul style="list-style-type: none">・信州松川くだもの観光協会 (収穫体験) <p>⑤自然体験</p> <ul style="list-style-type: none">・フォレストアドベンチャー松川 (森林アクティビティ)・森林セラピー基地およりての森 (森林セラピー)・信州外あそびネットワーク (自然体験プログラム) <p>⑤交流体験</p> <ul style="list-style-type: none">・アグリ工房まつかわ (食事プログラム、押し花)・長光寺 (写仏)・地元区会 (地域イベント等) <p>⑥特産品企画販売</p> <ul style="list-style-type: none">・JAみなみ信州DMセンター、直売所もなりん・農産物直売所あい菜果 <p>(実施体制図) 別紙：実施体制図①②参照</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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】

別紙参照

【区域設定の考え方】

地域DMOとして、松川町全体を区域設定する。

【観光客の実態等】

- ・松川町は、南アルプスと中央アルプスに挟まれ、谷間を流れる天竜川によって作られた河岸段丘を活かして、種類豊富な果物が採れる「くだもの里」となっている。
- ・昭和50年代より中央自動車道の開通を機に、主に中京方面から多くの観光客が訪れるようになり、現在では60の観光農園が信州松川くだもの観光協会を形成している。(協会未加入を含めると100程度の観光農園があり農業後継者不足が課題となる中、観光農業(6次産業含む)による農業後継者不足の解消が見込まれる状況にある。)
- ・くだもの観光における観光客の傾向は、団体バス中心、大量購入というスタイルは減少傾向にあり、個人客(若者やファミリー層)が増加傾向にあるが、そのほとんどが日帰りという状況にある。
- ・一方、松川町の主な観光宿泊施設である町営温泉宿泊施設清流苑は、平成4年開業後27年目を迎えるところであるが、中京圏関東圏から高齢層を中心にリピーター率も高く、年間約2万人の宿泊客を受け入れてきていたが、近年は、団塊の世代が健康寿命を迎えることとなったため、宿泊者数は減少傾向にある。
- ・そのため、周辺の自然(森林)を活用したフォレストアドベンチャー松川を平成26年に開業し、現在では年7,000人の利用者となっているが、宿泊者の増にはまだまだつながっていない状況であ

(別添) 様式 1

る。

・来訪者 31 万人のうち、宿泊者数は 2 万人弱に留まる状況にあり、既来訪者の日帰りのお客様や新たなターゲットを対象にした宿泊の提供が大きな課題となっている。

・そのため、若者や女性、ファミリー層及びインバウンドをターゲットとした新たな自然体験宿泊施設（プレミアムキャンプ）を 2018 年度より企画造成、テスト運用（客室稼働率≒50%）し、本年度本格稼働したところである。

・数値としては、主要観光地入込客数は、3,144 百人（平成 29 年）となっており、過去 10 年間ほぼ横ばい状態である。

・また、観光消費額は、600,234 千円（平成 29 年）となっており、主要観光地入込客数と同様に、過去 10 年間ほぼ横ばい状態である。

・観光資源が、町の西側に偏在していることから、現在のキラコンテンツである果物狩りに加え、自然を活かした様々なコンテンツの開発等を通じて、町全体を活用した、持続可能な観光地の形成を目指しているところである。

観光地入込客数

観光地名	松川高原・まつかわ温泉清流苑		くだもの狩り（信州松川くだもの観光協会）		計	
	百人	対前年比 [%]	百人	対前年比 [%]	百人	対前年比 [%]
2008 年 [H20]	2,526	-	0	-	2,526	-
2009 年 [H21]	2,490	98.6%	0	-	2,490	98.6%
2010 年 [H22]	2,450	98.4%	0	-	2,450	98.4%
2011 年 [H23]	2,499	102.0%	0	-	2,499	102.0%
2012 年 [H24]	2,539	101.6%	0	-	2,539	101.6%
2013 年 [H25]	2,525	99.4%	0	-	2,525	99.4%
2014 年 [H26]	2,496	98.9%	0	-	2,496	98.9%
2015 年 [H27]	2,615	104.8%	412	皆増	3,027	121.3%
2016 年 [H28]	2,633	100.7%	382	92.7%	3,015	99.6%
2017 年 [H29]	2,662	101.1%	482	126.2%	3,144	104.3%

観光消費額

観光地名	松川高原・まつかわ温泉清流苑		くだもの狩り（信州松川くだもの観光協会）		計	
	千円	対前年比 [%]	千円	対前年比 [%]	千円	対前年比 [%]
2008 年 [H20]	534,596	-	0	-	534,596	-
2009 年 [H21]	525,339	98.3%	0	-	525,339	98.3%
2010 年 [H22]	511,100	97.3%	0	-	511,100	97.3%
2011 年 [H23]	510,019	99.8%	0	-	510,019	99.8%
2012 年 [H24]	501,612	98.4%	0	-	501,612	98.4%
2013 年 [H25]	509,859	101.6%	0	-	509,859	101.6%

(別添) 様式 1

2014年[H26]	497,778	97.6%	0	-	497,778	97.6%
2015年[H27]	522,628	105.0%	70,787	皆増	593,415	119.2%
2016年[H28]	523,973	100.3%	63,968	90.4%	587,941	99.1%
2017年[H29]	525,547	100.3%	74,687	116.8%	600,234	102.1%

【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】

(1)町営温泉宿泊施設清流苑・まつかわの里・フォレストアドベンチャー松川

①日帰り温泉

良質の天然温泉で、南アルプスを眺望できる、町営の温泉宿泊施設。

②パターゴルフ場

・18ホール、パー72、天然芝の本格コースは、何回挑戦しても面白いコースレイアウトになっています。青空の下、開放的な空間でのプレーは清々しさ満点。カップルからファミリー、シニアの方も無理せず安心して楽しんでいただけます。ナイター設備も完備しているので、暗くなってからのプレーも可能。

③屋内スポーツ施設

- ・バドミントン、卓球、ソフトバレー、フットサル、ゲートボール、ソフトテニスに利用可
- ・屋内につきオールシーズン営業可。

④テニスコート

・オールウェザーコートが2面。緑いっぱいの、澄み渡った空気の中、思いっきりプレーしていただけます。満天の星空に見守られながらのナイタープレーもまた格別。

⑤屋内温水プール木の温もりも感じる大形木造ドームの屋内プール。温水プールだから一年中泳げる！いつでも誰でも水あそびが楽しめます。ウォータースライダーはスリル満点。

⑥フォレストアドベンチャー松川

フォレストアドベンチャーは、専用のハーネスを装着して、森の樹から樹へと移動していく、フランス発祥のアウトドアパークです。森の新鮮な空気を感じながら、樹上10m以上の『非日常』の体験施設。

※各施設の利用者数の推移

年度 施設名	利用者数 (人)								
	22	23	24	25	26	27	28	29	30
入湯者	142,132	145,786	146,543	143,159	145,560	151,337	156,467	163,175	135,977
宴会	14,044	14,598	14,260	14,294	13,724	14,410	13,077	13,186	12,392

年度 施設名	22	23	24	25	26	27	28	29	30
パターゴルフ	4,457	3,943	4,038	3,504	3,082	3,335	2,984	2,712	2,360
温水プール	42,059	40,632	42,683	40,794	41,906	41,972	42,019	42,862	43,459
フォレストアドベンチャー	-	-	-	-	2,355	5,345	6,147	6,618	6,728

(別添) 様式 1

(2)森林セラピー基地（およりての森）

清流苑周辺の森林が森林セラピー基地として認定され、自由な散策やセラピーガイドを実施している。

(3)収穫体験プログラム（信州松川くだもの観光協会）

4月～12月初旬まで様々な収穫体験（アスパラ、さくらんぼ、ブルーベリー、桃、ぶどう、梨宇、りんご等）が可能。

(4)アグリ工房まつかわ

地元の女性グループが運営する、食の体験（五平餅づくり）や押し花体験施設。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

(1)町営温泉宿泊施設清流苑

施設／客室30室・120名様収容

大浴場・天然温泉、露天風呂、宿泊者専用風呂、サウナ風呂

宴会場（大・中・小）11室・レストラン梨花（120名利用可）

スナック、ゲームコーナー、土産コーナー

年度 施設名	利 用 者 数 (人)								
	22	23	24	25	26	27	28	29	30
宿泊者	19,789	18,966	19,320	18,679	17,040	17,992	18,612	18,135	17,734

(2)梅松苑（コテージ等）

全4棟（貸別荘タイプ）1棟に5名様まで

8畳2間／ダイニングキッチン／洗面所／風呂／トイレ／駐車場1台

(3)ツリードーム南信州まつかわ

2本の木に吊るしたドーム型のテント

3室（吊下タイプ2室、据置タイプ1室）1室4名定員（小学生以下2名まで追加可）

各室にプライベートトイレ、専用食事スペース（ウッドデッキ）

食事オプション、駐車場有り

【利便性：区域までの交通、域内交通】

(1)区域までの交通

・松川町を含む南信州地域には、中央自動車道（マイカー）によるアクセスが中心となる。マイカー以外の手段としては、高速バスを利用いただき、松川ICにて乗降いただくこととなる。

・リニア中央新幹線の開通した場合、3大都市圏からの1時間以内にアクセスすることが可能になり、観光面での大きな好影響が期待されている。

・また、三遠南信自動車道の開通により、静岡県とのアクセスが大きく改善し、三遠南信地域（演習（浜松）、三河（豊橋）、南信州）の観光及び経済効果が大きく期待されているところである。

・各方面からの所要時間は以下のとおり。

①マイカー

東京（八王子）から … 約2時間40分

名古屋から … 約1時間40分

大阪（吹田）から … 約3時間40分

②高速バス

新宿から … 約3時間40分

名古屋から … 約2時間15分

大阪から … 約4時間40分

③JRご利用

(別添) 様式 1

<p>新宿から … 約4時間20分(岡谷駅経由) 名古屋から … 約5時間(豊橋駅経由)</p> <p>(2)域内交通 ①タクシー 1社 ②レンタカー 2社 ③地域公共交通(域内バス) 1社</p> <p>域内は、公共交通機関が無いこと、また高低差もあり、車による移動が必要不可欠である。</p> <p>【外国人観光客への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人南信州まつかわ観光まちづくりセンターに、2018年度から2019年度にかけて、インバウンド担当スタッフ3名を専従で採用し、受入体制を整えている。 ・2019年度からは、外国人観光客の農家民泊、教育旅行、視察受入等のランドオペレーションを手掛け始めている。 ・また、地域の受入体制整備の一環として、松川町では東京オリンピックにおけるコスタリカ共和国のホストタウンとなるとともに、中国からの教育旅行及び農家民泊の受入を積極的に実施している状況にある。

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。	WEBサイト、SNSのデータを活用して実施。(HPの訪問者(ユーザー)、ページビュー等)
来訪者満足度調査	PDCAサイクルのA(アクション=改善)につなげるために来訪時の満足度、改善点、広報の効果などを把握する。	アンケート調査(はがき形式等)を自主事業として実施。(宿泊施設3か所、観光案内所、シールド関係等)
観光地入込客数	観光振興を図る上での基礎資料とするため。	松川町が集計している観光地入込客数の数値による。
観光消費額	観光振興を図る上での基礎資料とするため。	松川町が集計している観光消費額の数値による。
中央自動車道松川IC乗降台数	当地域へ来訪者の主な交通手段である車による来訪者数の推移をIC乗降台数から推察するため。	中日本高速より提供されるデータを把握集計する。
観光案内所来訪者・収穫体験者数	観光案内所が提供する観光案内や収穫体験の基本的データを把握するため。	来訪者のカウント、収穫体験手配数による。
特産品企画販売(ふるさと納税返礼品事業)	特産品企画販売(ふるさと納税返礼品事業)に関する地域、世代等の属性データを把握するため。	自主事業として実施しているWEB申込サイトシステムのデータを活用する。
滞在交流プログラムガイドへの町民参加者数	観光地域づくりへの町民理解及び参画度を把握する。	自主事業としてい実施する滞在交流プログラムガイドの町

	民参加者数をカウントする。
--	---------------

4. 戦略

(1) 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？ ○100年の歴史を誇るくだもの里（4月～12月の間切れ目なく収穫体験を提供している。） ○開業27年目を迎える町営温泉宿泊施設清流苑 ○フォレストアドベンチャー松川やツリドーム南信州まつかわなどのアクティビティ ○自然、農（営み）、松川人という松川町ならではの地域ブランドを体感していただく滞在交流プログラム 	<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？ ○観光客の約9割は日帰り客のため、滞在時間が短く、経済効果に結びつきにくい。 ○「食事」、「土産・買い物」、「地域内の情報提供」に関する満足度が低い。 ○特に首都圏において、南信州エリアや松川町の認知度、知名度が低い。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ○リニア開通、三遠南信自動車道の開通による観光圏（市場）の拡大 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ○近年の団体旅行から個人旅行へのシフト、インバウンドの増加、宿泊施設に対するニーズの変化、観光・旅行市場の変化への対応が求められている。

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 「子育てファミリー」</p>
<p>○選定の理由、○取組方針</p> <p>来訪者満足度調査結果（2018年度）から、当地域の強みである収穫体験来訪者の多くが宿泊につながらず、日帰りであることが確認された。</p> <p>また、「20代～40代が5割」「家族が5割そのうち子育て家族が3割」となっており、他地域と比べ、「子育てファミリー層」の来訪が著しく多く、市場としても拡大傾向にある。</p> <p>より長い滞在と地域の人との交流機会を創出するため、「子育てファミリー層」に向けた新たな宿泊施設の企画や、既存宿泊施設のリブランディングなど実施し、併せて松川の地域資源（自然、農、人）を体験してもらうプログラムの開発と提供を行う。</p> <p>来訪者満足度調査等を実施し、再来訪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向け、強力に訴求するコンテンツ磨き上げる。</p>

(別添) 様式 1

○第2ターゲット層 「20～40代 大人グループ」
○選定の理由、○取組方針 来訪者満足度調査結果(2018年度)から、当地域の強みである収穫体験来訪者の多くが宿泊につながらず、日帰りであることが確認された。 また、「20代～40代が5割」「家族が5割のうち子育て家族が3割」となっており、他地域と比べ、「20～40代層」の来訪が著しく多く、市場としても拡大傾向にある。 より長い滞在と地域の人との交流機会を創出するため、「20～40代層」に向けた新たな宿泊施設の企画や、既存宿泊施設のリブランディングなど実施し、併せて松川の地域資源(自然、農、人)を体験してもらうプログラムの開発と提供を行う。 来訪者満足度調査等を実施し、再来訪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向け、強かに訴求するコンテンツ磨き上げる。
○第3ターゲット層 「訪日外国人」
○選定の理由、○取組方針 訪日外国人宿泊者数は、観光庁2018年推計で8,859万人(前年比11.2%)となり過去最多を更新しており、そのうち地方宿泊者11.3%、長野県13.5%となっており、市場としても拡大傾向にある。 現在、当地域を訪れる訪日外国人数は、極めて少ないという状況にあるが、2019年度より英語専従スタッフを配置し、受入体制を整える。 また、「訪日外国人」に向けた新たな宿泊施設の企画や、既存宿泊施設のリブランディングなど実施し、併せて松川の地域資源(自然、農、人)をホンモノ体験してもらうプログラムの開発と提供を行う。 来訪者満足度調査等を実施し、再来訪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向け、強かに訴求するコンテンツ磨き上げる。

(3) コンセプト

① コンセプト	○一般社団法人南信州まつかわ観光まちづくりセンター経営理念 松川町の100年後にも遺したい地域ブランド(地域の宝)※を体感できる滞在交流型観光を推進し、地域住民や地場産業等多様な関係者との連携により地域経済の振興を図り、以って、持続可能な地域づくりを目指します。 ※地域ブランド(地域の宝) 【松川の自然環境の特徴】 2つのアルプスに抱かれた豊かで多様な里山文化 【松川の農的生活の特徴】 五感で感じる季節。田舎の生きる知恵が生み出す、小さな喜び 【松川の人的資産】
---------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(別添) 様式 1

	<p>おいなんよ、かまっちゃうに。人好き文化の豊かな暮らし ※地域ブランド（地域の宝）につきましては、住民参加型ワークショップとして観光交流地域づくり戦略会議での議論を踏まえ現時点でのブランドイメージとして、言語化したものです。</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>○法人の特徴と役割</p> <p>(1) 公共目的をもちつつも民間経営を行う組織</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公益事業と収益事業を両方行うため、一般社団法人とします。 ・行政が行う事業のうち、南信州まつかわ観光まちづくりセンター（以下「センター」という。）が行うことで効果が高い事業は行政からセンターに委託するものとします。 ・民間手法と経営感覚をもった専門人材の雇用と育成を図ります。 <p>(2) 来訪者と地域住民とがつながる滞在交流プログラムの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・松川町ならではの自然環境、農的生活、人的資産を素材にした「情緒的価値」（憧れ・誇りにつながるもの）を生み出す滞在交流プログラムを創出します。 ・滞在交流プログラムを通じて、リピーター人口→移住検討人口→定住人口へと繋げていきます。 <p>(3) 「過、泊、食」をコーディネートする観光ワンストップ窓口の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・過ごし方や体験等の案内及びコーディネート業務を提供します。 ・個人向け、団体向けに着地型旅行商品（過ごし方や体験＋泊＋食）を企画販売します。 ・訪日外国人旅行（インバウンド）もコーディネートします。 <p>(4) 町施設の経営（指定管理制度等）による地域経済の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランドの自然を体感できるための施設として、また長く滞在してもらうための宿泊施設として、旧松川青年の家を運営することを検討します。 ・町営温泉宿泊施設「清流苑」やフォレストアドベンチャー松川と連携して事業を行います。 <p>(5) 地域ブランドの形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・こうした事業をつうじて、「松川ブランド＝○○○○○」をマーケットで確立します。（この地域ブランドは住民が100年後の松川町に遺したいものでもある）

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>	<ul style="list-style-type: none"> ・DMOの取り組みについて、関係者との情報共有及び地域住民への毛発を図るための広報を作成配布する。（年4回程度） ・関係者及び地域住民を対象とした観光まちづくりセミナーを開催（年3回程度／2018実績：おもてなしセミナー8月、インバウンド研修10月、観光まちづくりセミナー3月）

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな宿泊施設のための共同した戦略づくりとしての、先進地視察研修の実施（年3回程度／2018年度実績：グランピング施設経営5月、自然体験宿泊施設経営12月、農業体験宿泊施設経営3月）。 ・観光まちづくりを行政と一体となって推進するため、観光まちづくり庁内推進会議を開催（年6回程度／2018年度実績：年9回）。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者満足度調査結果を活用したマーケティングに関するワークショップを開催し、泊・食・過のサービス事業者とともに提供サービスの質の向上へと繋げる。（年6回程度予定） ・観光関係者及び地域住民が、一人称で滞在交流プログラムを企画造成するためのワーキンググループを開催（各グループ平均年5回程度）。（観光滞在交流プログラム企画会議（2018年度実績：3回）、インタープリター養成講座（同：4回）、アウトドアナビゲーター養成講座（同：8回）） ・梅松苑に新たに設置する（2020年4月開業予定）のドーム型テント（グランピング施設）について、コンサルティング（コンセプト、ターゲット、提供サービス等）を実施（打合せ会議等10回程度予定）。 ・町内飲食店調査（店主の方からのヒアリング等）の実施（2018～2019年度にかけて30店舗程度）
一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ツリードーム南信州まつかわ（営業期間：2019年GW～10月末）の予約について、ワンストップ窓口（宿泊に留まらず滞在「域内の泊・食・過」をワンストップで提案予約等）機能をテスト運用する（年間100組程度を案内予定）。 ・広報ツール一式作成（ウェブサイト（日・英）の構築、地域ブランド発信用パンフレット制作（ダイジェスト版制作（日：大量配布用、英：営業ツール用）及び観光交流ワンストップ型WEBサイト構築を行う。その際、関係者と協働した広報マーケティングワーキンググループを設置する。（年10回程度会議）

6. KPI（実績・目標）

（1）必須KPI

指標項目	単位	2016年（度）	2017年（度）	2018年（度）	2019年（度）	2020年（度）	2021年（度）
●旅行消費額	千円	587,941	600,234	612,200	624,400	636,900	649,600
●延べ宿泊者数	百人	370	364	370	380	390	400

(別添) 様式 1

●来訪者満足度 (大変満足の場合)	%	-	30.2	32.2	33.0	33.0	33.0
●リピーター率 (大変そう思うの割合)	%	-	36.1	35.0	35.0	35.0	35.0

※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

<p>【検討の経緯】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的かつ具体的な数値把握を行うため、「観光地利用者統計調査」[●旅行消費額●延べ宿泊者数]及び自主事業による「来訪者満足度調査」(別紙)[●来訪者満足度(大変満足の割合)●リピーター率(大変そう思うの割合)]の数値を活用することとした。 <p>【設定にあたっての考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●旅行消費額 <ul style="list-style-type: none"> ・毎年度+2%の増を任意で目標として設定し、10万人単位で四捨五入することとした。 ●延べ宿泊者数 <ul style="list-style-type: none"> ・ツリードーム南信州まつかわほか、新たな宿泊施設の増、及び既存宿泊施設のリブランディングにより、2018年度より年10百人の増を目標とする。 ●来訪者満足度 <ul style="list-style-type: none"> ・「大変満足」の割合は、2018年度において32.2%であり、長野県県全体(18.6%)の概ね2倍近い高い数値となっている。そのため、来訪者数の増を図る中、来訪者満足度については現状維持を当面の目標としたい。 ●リピーター率 <ul style="list-style-type: none"> ・「大変そう思う」の割合は、2018年度において、35.0%であり、長野県県全体(23.4%)を大きく上回る。そのため、来訪者数の増を図る中、リピーター率については現状維持を当面の目標としたい。

(2) その他の目標

指標項目	単位	2016年(度)	2017年(度)	2018年(度)	2019年(度)	2020年(度)	2021年(度)
●中央自動車道 松川インター チェンジ乗降 台数	千台	1,828	1,830	1,832	1,834	1,836	1,838
●松川町観光案 内所来訪者数	人	-	-	8,865	9,000	9,100	9,200
●ツリードーム 南信州まつか わ等宿泊者数	人	-	-	209	400	800	1,000

※項目及び年次・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】

・一般社団法人南信州まつかわ観光まちづくりセンターの独自の目標数値及び、地方創生推進交付金事業にてKPIとした項目を設定することとした。

【設定にあたっての考え方】

- 中央自動車道松川インターチェンジ乗降台数（松川町産業観光課）
 - ・年2,000台の増を任意で目標として設定し、千台単位で四捨五入することとした。
- 松川町観光案内所来訪者数
 - ・2018年度より開設した観光案内所の来訪者数とし、概ね年1百人の増を目標とする。
- ツリードーム南信州まつかわ等宿泊者数
 - ・2018年度より開設した新たな自然体験宿泊施設「ツリードーム南信州まつかわ」のほか、2020年度開業予定の「星の見えるドームテント（仮称）」も含め、新たな自然体験宿泊施設の宿泊者数の増を任意で見込む。

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
2018年度	44,806,229（円）	（内訳の区分） 【地方公共団体補助金収入】 7,704,000 円 【地方公共団体委託料収入】 26,711,681 円 【民間からの業務委託料収入】 994,066 円 【会費収入】 548,000 円 【特産品企画販売手数料収入】 5,214,002 円 【収益事業収入等】 3,634,480 円
2019年度	78,715,000（円）	（内訳の区分） 【地方公共団体補助金収入】 7,693,000 円 【地方公共団体委託料収入】 59,996,000 円 【民間からの業務委託料収入】 1,000,000 円 【会費収入】 660,000 円 【特産品企画販売手数料収入】 5,260,000 円 【収益事業収入等】 4,106,000 円
2020年度	60,100,000（円）	（内訳の区分） 【地方公共団体補助金収入】 7,800,000 円 【地方公共団体委託料収入】 26,000,000 円 【民間からの業務委託料収入】 1,000,000 円 【会費収入】 700,000 円 【特産品企画販売手数料収入】 14,600,000 円 【収益事業収入等】 10,000,000 円
2021年度	64,400,000（円）	（内訳の区分） 【地方公共団体補助金収入】 7,800,000 円 【地方公共団体委託料収入】 23,000,000 円 【民間からの業務委託料収入】 1,000,000 円 【会費収入】 700,000 円 【特産品企画販売手数料収入】 19,400,000 円

(別添) 様式 1

		【収益事業収入等】	12,500,000 円
2021年度	63,900,000 (円)	(内訳の区分) 【地方公共団体補助金収入】	7,800,000 円
		【地方公共団体委託料収入】	20,000,000 円
		【民間からの業務委託料収入】	1,000,000 円
		【会費収入】	700,000 円
		【特産品企画販売手数料収入】	19,400,000 円
		【収益事業収入等】	15,000,000 円

(2) 支出

年度	総支出	内訳
2018年度	37,327,402 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 10,215,200 円 【観光地域づくり事業】 13,565,043 円 【観光ワンストップ窓口】 3,738,198 円 【広報・マーケティング】 6,015,348 円 【特産品企画販売】 1,032,493 円 【収益事業等】 2,761,120 円
2019年度	75,200,000 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 11,000,000 円 【観光地域づくり事業】 12,000,000 円 【観光ワンストップ窓口】 10,800,000 円 【広報・マーケティング】 22,800,000 円 【滞在交流プログラム企画】 12,500,000 円 【特産品企画販売】 2,500,000 円 【収益事業等】 3,600,000 円
2020年度	57,300,000 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 11,000,000 円 【観光地域づくり事業】 12,000,000 円 【観光ワンストップ窓口】 10,800,000 円 【広報・マーケティング】 5,000,000 円 【滞在交流プログラム企画】 5,000,000 円 【特産品企画販売】 3,500,000 円 【収益事業等】 10,000,000 円
2021年度	61,300,000 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 11,000,000 円 【観光地域づくり事業】 12,000,000 円 【観光ワンストップ窓口】 10,800,000 円 【広報・マーケティング】 5,000,000 円 【滞在交流プログラム企画】 5,000,000 円 【特産品企画販売】 5,000,000 円 【収益事業等】 12,500,000 円

(別添) 様式 1

2022年度	61,300,000 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 11,000,000 円 【観光地域づくり事業】 12,000,000 円 【観光ワンストップ窓口】 10,800,000 円 【広報・マーケティング】 5,000,000 円 【滞在交流プログラム企画】 5,000,000 円 【特産品企画販売】 5,000,000 円 【収益事業等】 12,500,000 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

- ①松川町の入湯税(財源)を活用したDMO支援のための補助金(入湯税の1/2)
- ②新たなターゲットに向けた自然体験宿泊施設の運営(ツリードーム南信州まつかわ)
- ③観光ワンストップ窓口における販売手数料(旅行業)
- ④着地型旅行商品の造成・販売(滞在交流プログラム)
- ⑤特産品企画販売(ふるさと納税返礼品事業)による手数料収入
- ⑥観光まちづくりに関する松川町からの業務委託料収入

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

松川町は、地域DMOとしての申請を承認しました。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	片桐雅彦
担当部署名(役職)	一般社団法人南信州まつかわ観光まちづくりセンター専務理事(兼事務局長)
所在地	長野県下伊那郡松川町大島 2065-1
電話番号(直通)	0265-36-7155
FAX番号	0265-36-6314
E-mail	katagiri@mtasukan.net

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	長野県
担当者氏名	竹村秀明
担当部署名(役職)	南信州地域振興局商工観光課振興係長
所在地	長野県飯田市追手町 2-678
電話番号(直通)	0265-53-0431(直通)
FAX番号	0265-53-0476
E-mail	takemura-hideaki@pref.nagano.lg.jp

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	松川町
担当者氏名	松尾 天
担当部署名 (役職)	産業観光課商工観光係長
所在地	長野県下伊那郡松川町元大島 3823
電話番号 (直通)	0265-36-7027 (直通)
FAX 番号	0265-36-5091
E-mail	matsuo@town.matsukawa.lg.jp

【区域】松川町

(表：実施体制)

(表：KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

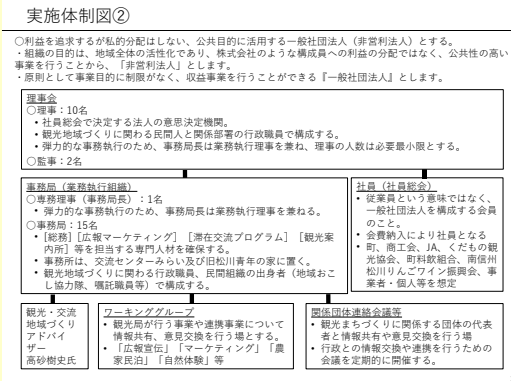
【設立時期】平成30年4月2日

【代表者】代表理事宮下彰

【マーケティング責任者】柳原猛「専従」

【職員数】15人

【連携する主な事業者】JAみなみ信州ほか



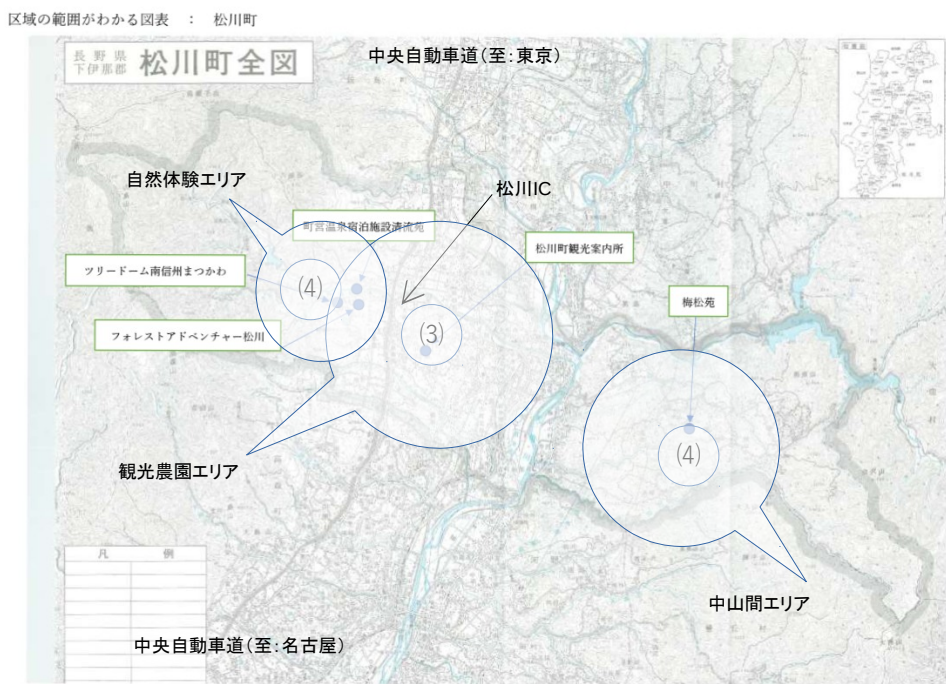
	2017	2018	2019	2020	2021
旅行消費額(千円)	600,234	612,200	624,400	636,900	649,600
延べ宿泊者数(百人)	364	370	380	390	400
来訪者満足度(%)	30.2	32.2	33.0	33.0	33.0
リピーター率(%)	36.1	35.0	35.0	35.0	35.0

(1)公共目的を持ちつつ民間経営を行う組織

- ・強い理事会とするため、理事10名のうち1名を除く理事を民間出身とした。
- ・組織設立に深く変わった関係者から理事を選出した。
- ・職員15名のうち、行政派遣は1名に留め、民間出身の専門人材(民間シンクタンク、自然体験ガイド、欧米での旅行会社勤務等)を採用。

(2)滞在交流プログラムの創出

- ・観光地域づくり戦略会議(住民手上げ方式の1人称によるワークショップ)を1年半かけて開催、地域ブランドの言語化や滞在交流プログラムの企画作成に取り組む。
- ・ガイドインストラクター養成講座、アウトドアナビゲーター養成講座等、行政や関係団体をメンバーとするワーキングチームを設置して、地域協働による推進を図る。



(3)観光ワンストップ窓口の提供

- ・過ごし方や体験等の案内及びコーディネート業務を提供するため、観光ワンストップ窓口(WEBシステム)の構築に取り組む。新たな自然体験宿泊施設を設置運営し、ワンストップでの予約をテスト運用を開始した。
- ・訪日外国人旅行(インバウンド)もコーディネートするため、専任スタッフ3名を採用し、受入体制を整えた。

(4)町施設の経営による地域経済活性化

- ・旧松川青年の家のあと利用として、新たな自然体験宿泊施設(ツリードーム南信州まつかわ/プレミアムキャンプ)を導入設置し、2019年GWより開業。
- ・事業を通じて、地域の観光関係者との協力して、まつかわならではの滞在交流プログラムを一元的に提案販売。
- ・2020年4月には、中山間地域の活性化策として星の見えるドームテント(仮称)の開業を地元関係者と恭朗により目指す。