

## 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	地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	(一社) ジバスクラム恵那	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	岐阜県恵那市	
所在地	岐阜県恵那市大井町206番地5	
設立時期	令和2年1月16日	
職員数	4人【常勤3人(出向等3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) 阿部 伸一郎 (一社) 恵那市観光協 会	(一社) 恵那市観光協会長(代表理事)として、 地域観光振興の舵取り役として活動。恵那商工会 議所副会頭も兼務し、地域におけるパイプ役とし て業種間を越えて、地域づくりや活性化において 様々な成果を上げている
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	(氏名) 戸取健一郎 (専従) (出身組織名) 恵那市商工観光部	日本航空(株)主に国際線の営業として、米国、 ハワイ、グアムなどのマーケティングも担当して きた。2019年5月から人事交流で恵那市役所商工 観光部調整監に着任。恵那市の観光行政に携わ る。
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) 田村 猛(専従) (出身組織名) 恵那市商工課	恵那市商工課係長として平成31年4月から従事。 地方銀行勤務経験あり。市役所においては財政部 門。企業会計部門を歴任。
プロモーション部門	(氏名) 横光 哲(専従) (出身組織名) 恵那市農政課	恵那市農林部農政課係長として平成29年4月から 従事。平成31年4月から令和元年9月まで(一 社)日本食農連携機構へ出向し、観光誘客、もう かる農業、創業支援についての実務を学ぶ。
観光商工部門	(氏名) 田村 猛(併任) (出身組織名) 恵那市商工課	同上
農林部門	(氏名) 横光 哲(併任) (出身組織名) 恵那市農政課	同上

(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>恵那市役所          観光交流課 (マーケティング、プロモーション、地域公共交通など)          商工課 (特産品開発、販路開拓)          地域振興課 (地域振興事務所、地域資源開発)          農政課 (農業体験、新商品開発、農泊、生産者連携など)          林政課 (林業体験など)          企画課 (庁内調整)          恵那市教育委員会          生涯学習課 (歴史、文化など)          スポーツ課 (スポーツツーリズム、スポーツ施設の利用促進など)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ (一社) 恵那市観光協会 (既存観光資源の保全管理、地域資源開発)</li> <li>・ 恵那商工会議所 (中小企業支援)</li> <li>・ 恵那市恵南商工会 (中小企業支援)</li> <li>・ 明知鉄道 (アクセス改善、二次交通の確保)</li> <li>・ 東濃鉄道 (アクセス改善、二次交通の確保)</li> <li>・ 平和コーポレーション (アクセス改善、二次交通の確保)</li> <li>・ 東美濃農業協同組合 (農業振興)</li> <li>・ 恵那市森林組合 (林業振興)</li> <li>・ 恵南森林組合 (林業振興)</li> <li>・ 十六銀行 (経営支援)</li> <li>・ 大垣共立銀行 (経営支援)</li> <li>・ 岐阜信用金庫 (経営支援)</li> <li>・ 東濃信用金庫 (経営支援)</li> <li>・ 恵那市旅館組合 (観光連携)</li> <li>・ 中津川・恵那広域行政推進協議会 (中津川・恵那観光推進協議会)</li> <li>・ 日本食農連携機構</li> <li>・ ジェトロ</li> </ul>
<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>③日本版DMOが行う取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される協議会等をDMOとは別に設置すること</p> <p>(概要)</p> <p>連携する事業者が参画する関係機関協議会を設置する。協議会を定期的に関催し、当該法人の運営状況や目標達成状況等の報告に対し、助言、支援、提言を行い、かつ各会員間連携による事業推進を支援する。</p> <p>(会員)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 恵那商工会議所</li> <li>・ 恵那市恵南商工会</li> <li>・ 東美濃農業協同組合</li> <li>・ 株式会社十六銀行恵那支店</li> <li>・ 岐阜信用金庫恵那支店</li> <li>・ 東濃鉄道株式会社</li> <li>・ 明知鉄道株式会社</li> <li>・ 恵那市森林組合</li> <li>・ 恵南森林組合</li> <li>・ 岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合恵那支部</li> </ul> <p>等</p>

(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>一般社団法人恵那市観光協会、恵那市観光交流課と連携し、住民意識の醸成と観光コンテンツ開発のため、情報交換会を定期的を開催する。</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" data-bbox="459 412 1437 965"> <thead> <tr> <th>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> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和2年3月 ウェブサイトを立ち上げ、SNSとともに様々な取組みについて情報発信</li> <li>令和2年1月から2月に株式会社ユニバーサルトラベルビューローへの働きかけ等により、日帰りバス旅行商品の販売が開始された。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>無し</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>体験型コンテンツの造成支援 具体事業内容 令和2年3月24日にドローンスクールやドローン体験などを行う「株式会社ROBOZ」と連携協定を締結。市内への事業所開設と新たな体験コンテンツ事業開始に向けての足掛かりを作った。</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症により結果的にはキャンセル多数となったが、日帰りバス旅行の予約が1000件を超えた</li> </ul>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和2年3月 ウェブサイトを立ち上げ、SNSとともに様々な取組みについて情報発信</li> <li>令和2年1月から2月に株式会社ユニバーサルトラベルビューローへの働きかけ等により、日帰りバス旅行商品の販売が開始された。</li> </ul>	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>無し</li> </ul>	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験型コンテンツの造成支援 具体事業内容 令和2年3月24日にドローンスクールやドローン体験などを行う「株式会社ROBOZ」と連携協定を締結。市内への事業所開設と新たな体験コンテンツ事業開始に向けての足掛かりを作った。</li> </ul>
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和2年3月 ウェブサイトを立ち上げ、SNSとともに様々な取組みについて情報発信</li> <li>令和2年1月から2月に株式会社ユニバーサルトラベルビューローへの働きかけ等により、日帰りバス旅行商品の販売が開始された。</li> </ul>								
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>無し</li> </ul>								
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験型コンテンツの造成支援 具体事業内容 令和2年3月24日にドローンスクールやドローン体験などを行う「株式会社ROBOZ」と連携協定を締結。市内への事業所開設と新たな体験コンテンツ事業開始に向けての足掛かりを作った。</li> </ul>								
<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)</p> <p>(一社) 恵那市観光協会と恵那市が設立者となり、一般社団法人ジバスクラム恵那(仮称)を運営する。恵那市観光協会はそのまま存続し、「伝統的に行われてきた観光事業の維持」や「観光案内所、観光物産所の運営」を行う。理事会の体制として役員を10名とし、理事長、副理事長及び複数の理事、監事を置く。連携する事業者が参画する関係機関連絡協議会を設置する。当協議会は定期的を開催し、当該法人の運営状況や目標達成状況等の報告に対し、助言、支援、提言を行う。また、DMO法人が取得した各種データや分析結果を開示しながら、各会員間の連携による事業推進を支援する。</p> <p>(実施体制図)</p>  <p>(一社) ジバスクラム恵那 全体組織体制&lt;案&gt;</p> <p>組織の役割</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(法人のオーナー) <ul style="list-style-type: none"> <li>社員総会での議決権を持つ</li> <li>事業決の審の承認</li> <li>理事の任免権</li> </ul> </li> <li>(法人の運営) <ul style="list-style-type: none"> <li>業務上の意思決定</li> </ul> </li> <li>(事業の運営) <ul style="list-style-type: none"> <li>業務進行</li> <li>会計処理</li> </ul> </li> </ul> <p>組織の構成</p> <p>恵那市観光協会 恵那市役所</p> <p>理事長: 市観光協会会長 副理事長: 市副市長 理事: 恵那市商工労働会会長 理事: 恵那市農林漁業協会会長 理事: 市観光協会会長 理事: 市まちづくり企業部長 理事: 市商工観光部長 理事: 市農林部 実行執行理事: 市商工観光部長</p> <p>業務執行責任者: 戸取 健一郎(市観光協会) 観光商品担当: 市観光協会 農林担当: 市観光協会</p> <p>関係機関連絡協議会 (任意団体)</p> <p>連絡協議会の機能</p> <p>定期的に行われる一社の運営状況の報告に対し、助言、支援、提言を行い、かつ各会員間連携による一社の事業推進を支援</p> <p>各団体</p> <p>恵那市観光協会 十六銀行恵那支店 明和建設株式会社 岐阜県観光振興局生活産業振興部 恵那市商工労働会 岐阜県立中央図書館 恵那市農林漁業協会 恵那市農林組合 東美農業園地組合 北濃鉄道株式会社 恵那市農林組合 恵那市農林組合</p> <p>顧問(予定)</p> <p>三輪 和生(恵那市ビジネスサポートセンター運営委員会会長・公財) 日本生産性本部地方創生カレッジプログラムプロデューサー</p>								

## 2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

全国的に少子高齢化や人口減少が課題となっているが、恵那市においても市町村合併直後の平成 17 年 4 月の人口 57,374 人に対し平成 31 年 4 月の人口が 50,200 人と 7,174 人 12.5 パーセント減少している。恵那市全体の人口減少に歯止めをかけるため、恵那市全域で総合戦略産業である観光業の振興により関係人口を増やし、地域を活性化させる必要がある。

【観光客の実態等】

名古屋から約 1 時間に位置し、中京圏からの日帰りおよび宿泊客が圧倒的に多い。訪日ブームの昨今においては、恵那峡を中心にインバウンド団体ツアー客や、中山道や岩村を訪れる海外個人旅行者も増加の傾向にある。平成 30 年度においては、NHK 朝の連続ドラマ「半分青い」のロケ地となった

(別添) 様式 1

岩村城下町を中心に観光客が増大した。

平成 17 年度	3,138,731 人
平成 18 年度	3,163,399 人
平成 19 年度	3,285,929 人
平成 20 年度	3,311,249 人
平成 21 年度	3,651,985 人
平成 22 年度	3,519,753 人
平成 23 年度	3,786,712 人
平成 24 年度	4,085,220 人
平成 25 年度	3,987,990 人
平成 26 年度	3,833,257 人
平成 27 年度	4,039,508 人
平成 28 年度	3,889,140 人
平成 29 年度	3,825,312 人
平成 30 年度	4,157,015 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】

○観光施設

恵那峡（恵那峡）、恵那峡遊覧船（恵那峡）、恵那市観光物産館「えなてらす」（大井町）、岩村城下町（岩村町）、ふくろう商店街（岩村町）、山岡陶業文化センター（山岡町）、ヘルシーハウス山岡（山岡駅かんでんかん）（山岡町）、花白温泉花白の湯（山岡町）、大正ロマン館（明智町）、大正浪漫亭（明智町）、くしはら温泉ささゆりの湯（串原）、道の駅そばの郷らっせいみさと（三郷町）、道の駅おばあちゃん市・山岡（山岡町）、道の駅上矢作ラ・フォーレ福寿の里（上矢作町）

○商業施設

恵那峡山菜園（大井町）、恵那銀の森（大井町）、恵那川上屋恵那峡店（大井町）、恵那寿や観音寺店（大井町）

○自然

保古の湖（東野）、県立自然公園根の上高原（東野）、坂折棚田（中野方町）、農村景観日本一（岩村町富田）、笠置山（笠置町・中野方町）、阿木川ダム（東野・岩村町）、小里川ダム（山岡町）、奥矢作湖（串原・上矢作町）、

○文化

中山道（大井町、長島町、武並町）、中山道大井宿（大井町）、ひしや資料館（大井町）、行在所（大井町）、中山道広重美術館（大井町）、岩村城跡（岩村町）、岩村歴史資料館（岩村町）、飯高観音（山岡町）、大正村資料館（明智町）、中山太鼓（串原）、地歌舞伎（東野、飯地町、串原など）

○スポーツ

クリスタルパーク恵那スケート場（武並町）、笠置山ボルダリング（笠置町）、恵那笠置山モーターパーク（中野方町）、串原マレット・グラウンドゴルフ場（串原）、日本大正村クロスカントリー（明智町・3月）、恵那峡ハーフマラソン（武並町・4月）、WRC日本ラウンド（2020年から2022年に実施予定）

○農業観光

わらび狩り・いちご狩（長島町）、えな笠置山栗園（中野方町）、トマト狩り（上矢作町）

○イベント

城下町のひなまつり（岩村町・3月）、光秀まつり（明智・5月）、根の上高原つつじまつり（東野・5月）、恵那納涼水上花火大会（大井町・7月）、ザ・縁日・ふるさと創生花火（岩村町・7月）、爪切地蔵尊奉納花火大会（山岡町・8月）、恵那納涼夏祭り盆踊りの夕べ（大井町・8月）、明智町納涼花火大会（明智町・8月）みのじのみのりまつり（大井町・9月）、岩村町秋祭り（岩村町・10月）、八王子神社大祭（明智町・10月）、かえでまつり（明智町・10月）、岩村城下おかげまつり（岩村町・11月）、恵那まちなか市（大井町・5月・8月・10月・12月）、L1ラリー（11月）、七日市（大井町・1月）

(別添) 様式 1

○食

五平餅、栗きんとん、朴葉すし、からすみ、細かんでん

○その他

明知鉄道（恵那駅と明智駅の25.1kmを結ぶ情緒あふれるローカル列車）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

○恵那峡温泉周辺

・恵那峡グランドホテル、かんぼの宿恵那、湯快リゾート恵那峡国際ホテルの大手3施設  
周辺に民宿が数件。1日の収容人員は最大1,000人程度。

○恵那駅周辺

・ルートインホテル恵那、エナプラザホテル、シティホテルミチ  
ビジネスホテル3施設 収容人数計約290名。

○中山道大井宿

・旅館いち川 収容人数20名

○根の上高原

・国民宿舎恵那山荘 収容人数約70名

○岩村

・岩村…岩村山荘、やなぎ屋、藤時屋 収容人数約70名

○ゲストハウス

・ゲストハウスTSUNAGU（上矢作町） 収容人数最大10名（一日一組）

○キャンプ場等

- ・保古の湖キャンプグラウンド（東野）
- ・望郷の森キャンプ場（中野方町）
- ・飯地高原自然テント村（飯地町）
- ・大正村コテージこもれび（明智町）
- ・ささゆりの湯キャンプ場（串原）
- ・奥矢作レクリエーションセンター（串原 バンガロー・キャンプ場）
- ・福寿の里モンゴル村（上矢作町）
- ・越沢コテージ（上矢作町）
- ・コテージかわせみ（上矢作町）

○農泊

- ・中野方町（5件）
- ・明智町門野地区（1件）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

名古屋からJR中央線、中央自動車道を利用し、ともに約1時間の距離に位置している。

恵那駅から明智駅までローカル鉄道明知鉄道にて1時間弱で結ぶ。岩村城下町、日本大正村の観光の足として利用される他、寒天列車、きのこ列車、じねんじょ列車など地域の味覚が楽しめるグルメ列車も人気を博している。

市内各地域には、東鉄バスや市自主運行バスにより路線化されているが、便数は年々減少しており、観光客の足として利便性があるとは言えない。

【外国人観光客への対応】

恵那市においては、平成26年度に恵那駅、中山道大井宿の施設、岩村城下町、明智町の日本大正村にwi-fi環境を整備し、平成28年度には主な観光施設にQRコードで多言語解説される案内の整備を行った。また、令和元年度には市内の公衆トイレの洋式化を行っている。公衆トイレの洋式化については、これまで順番に整備しており、今後もさらに洋式化を進めていく方針である。

受入環境の整備については、市を中心に順番に取り組んでいく方針だが、市内観光地における外国人向けの案内看板や観光関係のウェブサイトの多言語化などの環境はまだ未整備であり、今

(別添) 様式 1

後も改善への取組みが必要である。観光施設における直接の対応については、専門講師による研修会の開催などにより観光関係従業者へ対応方法など周知を計画している。  
令和2年度には、中部運輸局によるグローバルキャンペーンコンテンツ造成事業へ参画する。

### 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
旅行消費額 (KPI)	データに基づく戦略立案、KPIの策定及び進捗管理のため	主要な観光施設等におけるサンプリング調査
延べ宿泊者数 (KPI)	データに基づく戦略立案、KPIの策定及び進捗管理のため	宿泊施設の統計数字。恵那市が宿泊施設より聞取調査を実施。
インバウンド延べ宿泊者数 (KPI)	データに基づく戦略立案、KPIの策定及び進捗管理のため	宿泊施設の統計数字。恵那市が宿泊施設より聞取調査を実施。
来訪者満足度 (KPI)	データに基づく戦略立案、KPIの策定及び進捗管理のため	主要な観光施設等におけるアンケート調査
リピーター率 (KPI)	データに基づく戦略立案、KPIの策定及び進捗管理のため	主要な観光施設等におけるアンケート調査
WEBサイトのアクセス状況	ユーザーの関心度や施策の効果等を把握するとともに、効率的な情報発信に役立てるため	グーグルアナリティクスを活用して実施。
各観光施設来場・入場者数	観光客の増減の実態を測るため。	各施設より回答。
観光客動向データ	恵那を訪れた動機、目的や、感じた魅力など、観光客の動向実態を知ることによって今後の観光施策に反映させることができる	観光客(案内所利用客)に恵那へ訪れて動機や魅力などをアンケートにて回答。

### 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

恵那市では、人口減少、少子高齢化が進んでおり、特に市の周辺部において顕著である。

観光業においては、国内の旅行需要の高まりや訪日外国人旅行者の急増を受け、観光による地域経済の活性化が期待できる中、当市の観光関連産業を育成し、主たる産業としていくためには、観光消費額の増加が必要だが、そもそも産業としての観光事業者が少なく、観光コンテンツの磨き上げや、情報発信不足などにより、地域資源の魅力をも十分に活かしきれていない状況である。

こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることをしている。

#### (2) 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客数に影響する要素</li> <li>・温泉</li> <li>・豊かな自然</li> <li>・栗きんとんや五平餅などの特産品</li> <li>・歴史の町並み(タイムスリップ)</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客数に影響する要素</li> <li>・ブランド商品不足</li> <li>・飲食店・お土産店が減少</li> <li>・道の駅からの周遊が少ない</li> <li>・道の駅の伸び悩み</li> </ul>

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文化財（史跡）が多い</li> <li>・棚田など農村風景（日本の美しさ）</li> <li>・道の駅の集客力</li> <li>・恵那峡再整備</li> <li>・大正村浪漫亭リニューアル</li> <li>・大人の旅行が人気</li> <li>・東海地方からの旅行者が増加</li> <li>○観光消費単価に影響する要素</li> <li>・栗きんとんなど和菓子の新商品開発</li> <li>・体験プログラムなどの開発</li> <li>○観光関連産業の稼ぐ力</li> <li>・製造業と農林水産業が域外から稼いでいる</li> <li>○稼ぐ観光とするための体制</li> <li>・広域連携による取り組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関東や近畿からの旅行者減少（東海地方以外での知名度が低い）</li> <li>・産業としての体験型コンテンツが非常に少ない。</li> <li>○観光消費単価に影響する要素</li> <li>・交通網発達により通過型観光と化し、滞在時間が短く、周遊が少ない</li> <li>・宿泊者が少ない</li> <li>○観光関連産業の稼ぐ力</li> <li>・食料品業、小売・卸業、サービス業が域外から買っている。</li> <li>・観光による経済波及効果は十分に取込めていない</li> <li>○稼ぐ観光とするための体制</li> <li>・多様な関係者を巻き込んだ観光地づくり体制が十分でない</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b>	<b>脅威 (Threat)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客数に影響する要素</li> <li>・地方での訪日旅行者の増加</li> <li>・WRC日本ラウンドの開催が決定</li> <li>・ポーランド共和国ボート・カヌー代表の東京オリンピック事前合宿が決定</li> <li>・超高齢化社会によるシニア旅行者の増加</li> <li>・その地でしか体験できない観光へのシフト</li> <li>・グルメ・温泉・自然が旅行の目的</li> <li>・集客力のある道の駅が県内に多数</li> <li>・文化財に対する関心の高まり</li> <li>・リニア開業によるアクセス向上</li> <li>・道路網整備による交通の利便性向上</li> <li>・県の電気自動車充電設備整備計画</li> <li>・朝ドラの撮影地や大河ドラマゆかり</li> <li>・映画による岐阜の知名度アップ</li> <li>○観光消費単価に影響する要素</li> <li>・訪日外国人を含めた富裕層</li> <li>○観光関連産業の稼ぐ力</li> <li>・付加価値の高い製品への見直し</li> <li>・IT活用・事業者連携による生産性向上への注目</li> <li>○アウトドアブーム</li> <li>・豊富なキャンプ場、豊かな自然を活かす</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客数に影響する要素</li> <li>・少子高齢化による国内旅行市場の縮小</li> <li>・若者の内向志向</li> <li>・訪日外国人のゴールデンルートへの集中</li> <li>・外国に比べ休暇が取りにくい</li> <li>○観光消費単価に影響する要素</li> <li>・価格競争から抜け出せない産業構造</li> <li>・宿泊客の飛騨圏域への集中</li> <li>・アジア以外の国からの旅行者少ない</li> <li>○観光関連産業の稼ぐ力</li> <li>・サービス業をはじめとし観光関連産業全体の生産性が低い</li> <li>・労働力不足</li> </ul>

※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

<ul style="list-style-type: none"> <li>○第1ターゲット層</li> <li>中京圏からの観光客</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○選定の理由</li> <li>新型コロナウイルスの流行の影響により、インバウンド需要が期待できない中、マイクロツーリズム、アウトドアレジャーが注目を浴びている。</li> <li>地理的に名古屋を中心とする中京圏からの来訪客が多く、今後においても最重要ターゲットである。名古屋周辺からJR中央線や中央自動車道を利用しての来訪が多くを占めるが、豊田市をはじめ三河地域</li> </ul>



(別添) 様式 1

<p>や浜松遠州地域からも潜在的な需要がある。都会の日常生活を離れて、どこか懐かしく豊かな里山文化に触れていただきたく、インバンド需要が期待できない間は、第1のターゲットとして想定する。</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・市内に数多くある自然を活かし、市内各所のアウトドア関係事業者と連携を取り、各事業者の収益向上のための。宿泊と体験、食を総合的に予約販売できる自社サイト構築を進める。</li><li>・中京圏をターゲットに、「市内旅行事業者・地域の関係者」と「外部の旅行事業者」とを繋ぎ、連携していきながら、市内の観光資源を取り込んだ旅行商品を企画することで、販売ルートを拡大して誘客の促進を図る。</li><li>・道の駅ラ・フォーレ福寿の里上矢作をドローンの道の駅とし、ドローン体験やイベントで誘客を目指す。</li><li>・地域食材を中心としたアウトドアフードを開発し、恵那ならではの食事をプロモーションするとともに、地域でお金を消費してもらおうスキーム作りを進める。</li><li>・五平餅や朴葉すしなどの食文化や当地ならではの歴史探索、豊富なダムや河川などを活用した水上アクティビティなど、地域に息づく文化、自然、歴史をテーマに着地型体験コンテンツを販売できる事業者を支援、育成してターゲット顧客層の受入体制をつくる。</li><li>・名古屋市において「恵那市観光物産展」を開催し、恵那の特産品と観光PRを実施している。恵那に訪れる動機づくりとなる仕掛けを配しながら、今後も継続する方針である。</li><li>・三河・遠州地域においても、恵南地区の岩村町、明智町（日本大正村）、くしはら温泉ささゆりの湯（串原）、モンゴル村といった比較的近距离に位置している観光スポットをメインにPRすることでアプローチを図る。</li></ul>
<p>○ターゲット層 スポーツアクティビティを楽しむ観光客</p>
<p>○選定の理由 WRC日本ラウンド開催決定や、東京オリンピック開催に加えポーランド共和国ポート・カヌー代表の東京オリンピック事前合宿が決定したことを契機に、スポーツアクティビティを楽しむ観光客の取り込みを図る。</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・恵那市が取り組むWRCを契機とした市内各地域と連携したイベント等の観光コンテンツを域外へ情報発信する。</li><li>・長期滞在につながる大学や実業団などのスポーツ合宿誘致を進めるため、地域や旅行事業者と連携し、WEB等によるプロモーションを実施する。また、食事や宿泊、送迎など合宿に必要なサービスを提供する事業者の育成支援を行う。</li><li>・豊富なダムや河川などを活用し、ポート、カヌー、SUPなど水上アクティビティ、笠置山のボルダリングなどの自然環境を活用したスポーツツーリズムを実施するため、事業者の起業支援、育成支援を行う。</li><li>・誘致したドローン専門企業とともに、ドローンで遊びやすい環境づくりや、関連イベントを支援、また、道の駅にドローンという特色を持たせ、誘客とともに観光消費額の増嵩を目指す。</li></ul>
<p>○ターゲット層 インバウンド（海外個人旅行）顧客層</p>
<p>○選定の理由 インバウンド顧客は団体ツアーから海外個人旅行へ、都市滞在型から地方滞在型へと予想以上の早さで変革している。日本の地方に対し興味を抱きはじめて外国人旅行者にとって、恵那の持つ里山文化はまさに魅力あるアイテムとなり得る。</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・インバウンド向け着地型旅行商品を開発して、日本の里山文化に触れる機会を提供する。市内の関連事業者や地域文化の担い手団体等の支援を行うとともに、外国人顧客受入体制の整備を図る。</li><li>・ランドオペレーターや現地旅行社へのセールス、中部国際空港のSNSを通じた情報発信などにより、誘客とPRに努める。また、アクセス数を観察し、どのようなコンテンツに興味を持たれたか分析することで、魅力ある観光コンテンツの開発を支援する。</li><li>・中部国際空港と協力し、LCCで中部へ来る旅行客の誘導を図る。</li><li>・中部運輸局のグローバルキャンペーンコンテンツ造成事業による商品の旅行商品化を推進する。</li></ul>

## (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	地場スクラムを組んで、恵那らしさを追求し、稼ぐ観光都市恵那を目指す
②コンセプトの考え方	<p>数多くある市内各地域の観光資源について、地域住民を巻き込みながら、恵那にしかない特別な体験（観光商品・コンテンツ）を創造し、観光事業により地域や地域の事業者が稼ぐことで、地域の活性化につなげる必要がある。</p> <p>(1) 実現するための方策</p> <p>A. 販売促進支援 データの分析に基づき、戦略的にマーケティング、プロモーションを行いながら、市内事業者等と外部の事業者とビジネスマッチングを進めることで、観光商品・コンテンツの販売促進と販売能力の向上を目指す。宿泊、体験、食等の商品を複合的に販売できる仕組みとして自社サイトの構築を作り、販売データを各事業者がマーケティングに活用できるようフィードバックするスキーム作りを目指す。</p> <p>B. 人材育成 市内の観光事業者や地域の諸団体など観光に携わる人材に対して学ぶ機会を設け、稼ぐ力に対する認識を向上させるとともに、新規事業者の育成と支援体制づくりを行うことで、地域の人財力の向上を目指す。</p> <p>C. 商品開発支援 データに基づき戦略的にマーケティングを行い、地域の強みを生かした観光商品・コンテンツの開発を支援する。さらに、アンケート調査や商品造成に必要なデータを取得、地域の事業者等に提供していくことで、商品力の向上を目指す。 特に産業としての体験型コンテンツが非常に少ないことから、伴走型で事業開業まで支援を行う。</p> <p>D. 情報発信の一元化 ウェブサイトとSNSにより、アクセス数を把握するとともにアクセス分析を行う。また、予約販売の自社サイトを新たに構築し、宿泊、体験、食を中心とした商品販売について複合的に情報発信の向上を目指す。</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
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。	連絡協議会を開催し、各種データや分析結果、取り組んでいる事業を示し、各会員間の連携による事業推進を支援する。 より魅力ある商品開発を目指し、市内の各事業者と定期的な会合を行う。その中で利用客が増加するための意見交換や勉強会を行う。 市内事業者と外部事業者とのビジネスマッチングにより、販売促進支援を行い、旅行商品の販売能力向上を図る。 各種アンケート調査を実施し、自社サイトへの掲載により情報を共有する。
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	各種アンケート調査などにより顧客満足度などの現状把握を行う。調査結果についてはその分析結果をフィードバックするため、関係機関連絡協議会（仮称）における情報提供、検討を行う。また、勉強会や研修会の中でも取得した様々なデータや分析結果を提示し、「稼ぐ力」に対

(別添) 様式 1

	する認識を向上させるなど地域の事業者の育成支援を行うことで、サービスの維持・向上に努める。
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	新たなウェブサイトを構築し、SNS等にも一元的に市内観光情報、イベント情報、施設情報等を発信する。地域に息づく里山文化をテーマに企画した旅行商品の情報発信ツールとする。 合わせて空港や運輸事業者、アウトドア産業、外食事業者等の域外宣伝拠点に効果的なプロモーションを行う。

※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	( )	( )	( )	9,226 ( )	9,411 ( )	9,599 ( )
	実績	( )	8,888 (*)	9,045 (*)	( )	( )	( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	( )	( )	( )	251,200 (19,400)	253,800 (20,200)	256,400 (21,000)
	実績	( )	246,226 (17,886)	248,700 (18,600)	( )	( )	( )
●来訪者満足度 (%)	目標	( )	( )	( )	* (*)	* (*)	* (*)
	実績	( )	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)	* (*)
●リピーター率 (%)	目標	( )	( )	( )	* (*)	* (*)	* (*)
	実績	( )	* (*)	( )	( )	( )	( )

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※「\*」については、2020年度までに集計方法を検討、調査を実施し、実績値を把握した後に策定する。

### 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

(別添) 様式 1

**【検討の経緯】**

体験型コンテンツの充実や特産品開発により、旅行消費額の増加を第1の目標とする。同じ項目については、現在策定中の恵那市観光ビジョンの目標値に合わせる。また、第1ターゲット層であるインバウンド旅行者の滞在実績を把握するため、インバウンド宿泊者数についてもKPIとする。

**【設定にあたっての考え方】**

- 旅行消費額（恵那市観光ビジョン目標値）  
伸び率年平均2%増とし積算した「令和9年度10,599百万円」を目指す。  
実績値は、岐阜県観光入込客統計調査から推計。
- 延べ宿泊客数（恵那市観光ビジョン目標値）  
恵那市が宿泊施設に聞取調査を実施。平成30年度実績246,226人に対し、過去の伸び率から推定しておよそ2%強の増加に設定、積算した「令和9年度27万人」を目指す。
- インバウンド延べ宿泊者数  
恵那市が宿泊施設に聞取調査を実施。平成30年度実績17,886人に対し、国のインバウンド目標値（4000万人を10年間で6000万人）の伸び率、年4.15%の増加に設定、積算した「令和9年度25,700人」を目指す。
- 来訪者満足度（観光ビジョン目標値）  
2019年8月に道の駅や主な宿泊施設、観光案内所で実施したアンケート調査における満足度は、89.7%であったが、サンプル数が42と非常に少ないため、再度集計方法を検討、調査を実施したの後に目標値を設定する。
- リピーター率  
2020年度までに集計方法を検討、調査を実施し、実績値を把握した後に策定する。

**(2) その他の目標**

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
●ウェブサイト アクセス件数 (%)	目標	DMO法人としての新しいウェブサイト 2020年度に構築後に策定				( )	( )
	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】**

主要なPRツールであるHPのアクセス件数は重要な指標となる。

**【設定にあたっての考え方】**

- ウェブサイトアクセス件数  
情報発信の一元化のため当該法人のウェブサイト構築、そのアクセス数について、グーグルアナリティクスよりアクセス件数を把握する

## 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
2019(R1) 年度	2,311,000(円)	市補助金 2,200,000円 雑収入 111,000円
2020(R2) 年度	36,600,000(円)	市補助金 20,000,000円 受託事業収入 10,000,000円 収益事業売上等 6,600,000円
2021(R3) 年度	43,090,000(円)	市補助金 24,910,000円 受託事業収入 6,180,000円 収益事業売上等 12,000,000円
2022(R4) 年度	56,180,000(円)	市補助金 22,000,000円 受託事業収入 4,180,000円 収益事業売上等 30,000,000円

### (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2019(R1) 年度	2,311,000(円)	総務費 707,741円 出張旅費 216,659円 データマーケティング 281,600円 商品開発支援 (アウトドア施設企画提案作成) 1,100,000円
2020(R2) 年度	36,600,000(円)	総務費 7,060,000円 販売促進支援 1,500,000円 情報発信 1,000,000円 人材育成経費 1,500,000円 データマーケティング 2,500,000円 体験型コンテンツ造成支援 500,000円 商品開発支援 1,940,000円 アウトドアレジャー調査分析業務 10,000,000円 収益事業売上原価等経費 6,600,000円
2021(R3) 年度	43,090,000(円)	総務費 9,376,000円 販売促進支援 5,552,000円 情報発信 1,000,000円 販売サイト構築 3,000,000円 人材育成経費 1,500,000円 データマーケティング 2,500,000円 商品開発支援 1,982,000円 企業誘致推進事業 2,000,000円 ふるさと納税受託事業 4,180,000円 収益事業売上原価等経費 12,000,000円
2022(R4) 年度	56,180,000(円)	総務費 9,000,000円 販売促進支援 6,000,000円 情報発信 1,000,000円 人材育成経費 1,500,000円

(別添) 様式 1

	データマーケティング	2,500,000円
	商品開発支援	2,000,000円
	ふるさと納税受託事業	4,180,000円
	収益事業売上原価等経費	30,000,000円

**(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針**

当法人としては、地域商社としての事業として、地域の野菜や加工品の販売を、収益事業として計画しており、さらには、宿泊や体験の予約、商品販売を複合的に行う自社サイトの構築も目指している。

当面の法人運営経費については、地方創生推進交付金を活用しながら、市からの運営補助金により運営を行っていくが、当DMOが自律的・継続的に活動するための安定的な運営資金を将来的に確保できるよう、宿泊や体験予約、食を中心とした商品販売サイトや地域の農産物等を中心とした物産の販売、2027年度頃に新しく設置される計画の道の駅運営の受託など、財源確保に向けた事業を段階的に行っていく。

**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**

恵那市は、(一社)ジバスクラム恵那を当該市における地域DMOとして登録したいので(一社)ジバスクラム恵那とともに申請します。

**9. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	田村 猛
担当部署名(役職)	事務局長
郵便番号	509-7201
所在地	岐阜県恵那市大井町205番地6
電話番号(直通)	0573-32-1787
FAX番号	0573-32-1787
E-mail	takeshi_tamura@city.ena.lg.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	恵那市
担当者氏名	伊東 将昭
担当部署名(役職)	商工観光部観光交流課観光企画係長
郵便番号	509-7292
所在地	岐阜県恵那市長島町正家1-1-1
電話番号(直通)	0573-22-9201
FAX番号	0573-26-2861
E-mail	masaaki_itou@city.ena.lg.jp

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	恵那市
担当者氏名	安藤 道治
担当部署名 (役職)	商工観光部観光交流課長
郵便番号	509-7292
所在地	岐阜県恵那市長島町正家 1-1-1
電話番号 (直通)	0573-22-9201
F A X 番号	0573-26-2861
E - m a i l	michiharu_andou@city. ena. lg. jp

**法人名：一般社団法人ジバスクラム恵那**

**登録区分名：地域DMO**

**地場スクラムを組んで、恵那らしさを追求し、稼ぐ観光都市恵那を目指す**

【区域】 岐阜県恵那市

【設立日】 令和2年1月16日

【登録日】 令和2年1月14日

【代表者】 代表理事 阿部 伸一郎

【マーケティング責任者(CMO)】

戸取 健一郎

【財務責任者(CFO)】

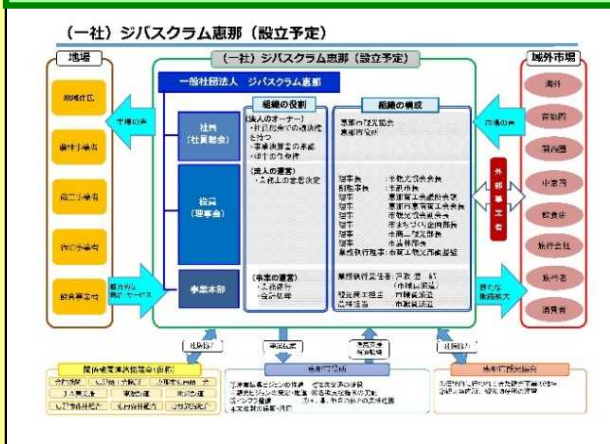
田村 猛

【職員数】 4人【常勤3人(派遣3人)、非常勤1人】

【連携する主な事業者】

恵那商工会議所、恵那市恵南商工会、東美濃農業協同組合  
東濃鉄道(株)、明知鉄道(株)、恵那市森林組合、恵南森林  
組合 岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合恵那支部 他

**実施体制**



**マーケティング・マネジメントする区域**

**【主な観光資源】**

- ・恵那峡、笠置峡、阿木川ダム、根の上高原、坂折棚田
- ・3つの道の駅と直売所
- ・越沢コテージやささゆりの湯キャンプ場など各種アウトドア施設
- ・中山道宿場町、岩村城址と伝統的街並み、大正村、中山道広重美術館 等



**合意形成の仕組み**

【該当する登録要件】 ③

**【概要】**

連携する事業者が参画する関係機関協議会を設置する。協議会を定期的に開催し、当該法人の運営状況や目標達成状況等の報告に対し、助言、支援、提言を行い、かつ各会員間連携による事業推進を支援する。

**法人のこれまでの活動実績**

**【情報発信・プロモーション】**

- ・令和2年3月 ウェブサイトを立ち上げ、SNSとともに様々な取組みについて情報発信
- ・令和2年1月から2月に株式会社ユニバーサルトラベルビューローへの働きかけ等により、日帰りバス旅行商品の販売が開始された。

**【観光資源の磨き上げ】**

・体験型コンテンツの造成支援  
令和2年3月24日にドローンスクールやドローン体験などを行う「株式会社ROBOZ」と連携協定を締結。市内への事業所開設と新たな体験コンテンツ事業開始に向けての足掛かりを作った。

**【受入環境の整備】**

・無し

**戦略**

**【主なターゲット】**

中京圏からの観光客

**【ターゲットの誘客に向けた取組方針】**

- ・市内に数多くある自然を活かし、市内各所のアウトドア関係事業者と連携を取り、各事業者の収益向上のための。宿泊と体験、食を総合的に予約販売できる自社サイト構築を進める。
- ・中京圏をターゲットに、「市内旅行事業者・地域の関係者」と「外部の旅行事業者」とを繋ぎ、連携していきながら、市内の観光資源を取り込んだ旅行商品を企画することで、販売ルートを拡大して誘客の促進を図る。
- ・道の駅ラ・フォーレ福寿の里上矢作をドローンの道の駅とし、ドローン体験やイベントで誘客を目指す。

**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**

連絡協議会を開催し、各種データや分析結果、取り組んでいる事業を示し、各会員間の連携による事業推進を支援する。

**KPI(実績・目標)**

※( )内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R3) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	( )	( )	9,226	9,411	9,599
	実績	( )	8,888	9,045	( )	( )
延べ宿泊者数 (千人)	目標	( )	( )	251,200 (19,400)	253,800 (20,200)	256,400 (21,000)
	実績	( )	246,226 (17,866)	248,700 (18,600)	( )	( )
来訪者満足度 (%)	目標	( )	( )	*	*	*
	実績	( )	*	*	( )	( )
リピーター率 (%)	目標	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	*	*	( )	( )

**活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

【主な収入】 市補助金 約2.2百万円(R1年)

【総支出】 2.2百万円(一般管理費0.7百万円、事業費1.5百万円)

※R2年3月期決算(活動期間約2カ月)

**【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】**

- ・宿泊、体験、商品の予約販売を複合的に行う自社サイトの構築
- ・地場野菜や加工品を中心とした物産の販売