

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	広域連携DMO ・ 地域連携DMO ・ 地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 西尾市観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	愛知県西尾市	
所在地	愛知県西尾市花ノ木町四丁目 64 番地	
設立時期	平成 28 年 4 月 1 日	
職員数	8 人 (うち正職員 6 人、出向 2 人)	
代表者(トップ人材:法人の最終責任者)	(氏名) 鳥山 欽 示 (出身組織名) ㈱はと屋	(一社) 西尾市観光協会の代表理事・会長、西尾商工会議所 副会頭 創業文久元年(1861年)、愛知の特産、豆味噌・上たまり・白しょうゆの醸造元の社長であり、愛知県食品衛生協会西尾支部支部長でもある。食を活用して観光推進諸事業に尽力し、地域におけるパイプ、人脈をもっており、様々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(CMO) マーケティング責任者 旅行商品造成 および販売責任者	(氏名) 森 隆 司「専従」 (出身組織名) 西尾市観光協会	JTBにて国内外・MICE営業、商品造成に従事したのち支店長・ネット販売部長を経て蒲郡市観光協会常務理事として5年間従事。蒲郡の観光宣伝及び着地型観光を責任者として推進し平成27年から当協会常務理事、令和元年から専務理事に就く。着地型旅行商品の造成・観光プロモーションに高い能力を持つ。
財務責任者(CFO) 地域間交流促進部(他市町や関係者との同意形成)の責任者 人材育成責任者	(氏名) 近藤 稔幸「専従」 (出身組織名) 西尾市観光協会	西尾市役所産業部次長(商工観光課長)にて観光行政に携わり、平成29年より西尾市観光協会常務理事(事務局長兼務)に就任。西尾市周辺市町との協議会において観光ルートやツアー・体験メニューの開発、食のブランドを活用した新商品開発やイベント開催などの事業を推進する検知を有している。
プロモーション部門の責任者(専門人材) 旅行商品の造成販売担当	(氏名) 乾 浩泰「専従」 (出身組織名) ㈱JTB	JTBで支店長を務めたのち、JTB中部圏誘致協議会(中部8県の旅館・ホテル・観光施設など約1,200会員)事務局長として3年間従事。国内外から中部に誘客するプロモーションと着地型観光事業を推進し、平成31年4月から当協会常務理事。着地型旅行商品の造成・観光プロモーションに高い能力を持つ。
マーケティング部門(各種データの分析・収集、マーケティング)担当(専門人材)	(氏名) 山本 博樹「専従」 (出身組織名) ㈱JTB コミュニケーションズデザイン	㈱ジェイティービーのMICE業務を実施し、広告代理店機能を有する㈱JTBコミュニケーションデザイン(JCD)に属する。JCDは観光マーケティングとDMO人材育成のノウハウを持つ。

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>西尾市 企画政策課 (ふるさと納税応援寄附金事務局) 地域つながり課 (地域公共交通の利用促進) 佐久島振興課 (佐久島観光振興と誘客、渡船事業) 土木課・都市計画課 (案内看板の整備) 観光文化振興課 (ブランディング、マーケティング、海外プロモーション、国内プロモーション、着地型旅行商品造成、誘客) (歴史公園、岩瀬文庫、塩田体験館・吉良饗庭塩の里などの歴史文化施設の利用促進) 農水振興課 (地域ブランド認定「西尾の抹茶」「一色産うなぎ」の生産者との連携、新商品(物産)開発) スポーツ振興課 (体育館、ホワイトウェイブなどスポーツ施設の利用促進)</p> <p>他市町との広域観光 G O G O三河湾協議会 (西尾市、蒲郡市、田原市、南知多町で三河湾の観光推進、宣伝、誘客) 竜の子街道広域観光推進協議会 (常滑市、半田市、碧南市、西尾市の街道観光の推進、宣伝、誘客)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(広域観光) 三河観光G O N (蒲郡、岡崎、西尾市の商工会議所と観光協会で観光宣伝、誘客) (地域資源の活用：物産商品開発、着地型旅行商品造成) 西尾茶協同組合、一色うなぎ漁業協同組合、三河一色えびせんべい組合、西三河農業協同組合、西三河・吉田・東幡豆・幡豆・衣崎漁業協同組合、広域連携内の醸造事業者 (地域資源の磨き上げ：物産商品開発・宣伝と販売網の開拓) 西尾商工会議所、西尾みなみ商工会、一色町商工会、西尾信用金庫、西尾駅西開発 (1次交通アクセス充実) 名古屋鉄道 (2次交通アクセス充実) 名鉄観光海上船、名鉄東部交通、名鉄タクシー、一色タクシー (M I C E誘致) 西尾市文化協会、西尾市スポーツ協会、(株)西尾駅西開発 (宿泊施設環境改善、着地型・宿泊商品開発、宣伝、販売) 吉良温泉観光組合</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) ①②一般社団法人西尾市観光協会のメンバーの代表者等で構成される「にしお観光まちづくり協議会」を設置する。協議会のメンバーは、上記の連携する西尾市の各担当部署責任者および上記の連携する事業者や団体の代表者で構成する。協議会は、施策分野別に委員会を設け事業内容を企画立案し、西尾市観光協会理事会で決定する。各委員会の委員長は観光協会の理事が就き、西尾市観光協会理事会がDMOの意思決定機関となる。 ③DMOを構築するには西尾市のバックアップ体制が必要となり、西尾市が策定する観光基本計画との連動するために西尾市文化振興課との調整会議を定期的に開催する。 ④一般社団法人愛知県観光協会、一般社団法人日本旅行業協会、公益財団法人日本観光振興協会の会員である。 ⑤一社) 中央日本総合観光機構と連携しインバウンド誘客に当たる。</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>西尾市は、市民が西尾市の観光について学習する講座「おもてなし大学」を平成26年より開講し、一社) 西尾市観光協会と協力し実施している。また、一社) 西尾市観光協会は、複数年連続で受講した「おもてなし大学」卒業生を対象に、「おもてなし隊」を結成し指導・運営を行っている。※おもてなし大学は平成30年度4期生で閉校し、卒業生はおもてなし隊で活動をしている。</p>

	<p>おもてなし隊は、毎月1回定例の会議を開催し、平成27年度より1年に1回の日帰りツアーやイベントを企画し誘客することや、西尾市の特産の西尾の抹茶のプロモーションのため茶摘み体験での観光客へのご案内などを通して観光地域づくりに取り組んでいる。</p> <p>令和元年度から、インバウンド向けの着地型商品内のプログラムを英語で案内できるガイドを育成している。</p> <p>にしお観光ボランティアガイドの会の事務局を担っており、月1回の会議で観光推進で連携している。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(法人化前)</p> <p>○西尾市観光協会は任意団体として西尾市商工観光課内に事務局において運営されてきた。主に地域の祭りや催事の主催者側として機能してきたが、平成23年の合併により吉良町、佐久島のある一色町、三ヶ根山を有する幡豆町という観光地を有し、プロモーションの必要性が認識されることとなり、民間から専門家を招聘しプロモーション室を新設しこれを拡大発展させてきた。</p> <p>(活動の概要)</p> <p>○平成28年4月1日、法人としてスタート(平成27年10月15日法人登記)平成28年4月旅行業第2種を取得</p> <p>○西尾市および広域の観光宣伝・誘客事業および海外誘客促進活動</p> <p>○着地型旅行商品、宿泊商品の造成販売 一番茶茶摘み体験、名鉄キャンペーン、佐久島クルーズ、西尾3大特典付き宿泊プラン、竜の子街道宿泊プランなどを造成販売</p> <p>○情報発信 平成28年から3年連続で台北の展示会に参加しプロモーションを実施 令和元年から2年連続でタイTITFに出展しプロモーションを実施 西尾かき氷・西尾パフェキャンペーンの展開 平成29年度にホームページをリニューアルし着地型ツアーの予約システムを導入するとともに全面改修を実施し単なる情報提供から情報発信に重点を置くホームページに発展 特に、平成30年度に食のインスタグラム nishio_pr を令和2年に観光のインスタグラム nishio_trip を立ち上げて写真と動画によるPRに注力</p> <p>○観光資源の磨き上げ ＜平成29年度＞ 観光庁魅力創造事業で「西尾かき氷」の開発、西尾グルメマップの作成、満足度等のアンケート調査、モニターツアーの実施をして頂きました。 日本特産農産物協会補助金で抹茶かりんとう・抹茶肉まんを開発 ＜平成30年度＞ 外国人旅行者周遊促進事業補助金で抹茶関連プログラム及び宿泊プランの造成、抹茶チョコレートえびせんべいを開発 日本特産農産物協会補助金で甘藷入り抹茶えびせんべいを開発 ＜令和元年度＞ グローバルキャンペーン事業でインバウンド向け着地型商品開発、名物品(西尾ホセ)10品を開発、英語ガイド人材育成を実施して頂きました。 ＜令和2年度＞ 外国人旅行者周遊促進事業補助金およびDMO形成促進事業補助金を活用しインバウンド向け着地型商品を6プログラム創造し併せて英語ガイド育成を実施。 令和元年度に開発した西尾ホセを20事業者25品に拡大しました。</p> <p>○受入環境整備 ＜令和元年度＞</p>

(別添) 様式 1

	<p>外国人旅行者周遊促進事業補助金で着地型商品に関係する受入施設の案内を英語化しました。 ホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化し掲載しました。 <令和2年度> 外国人旅行者周遊促進事業補助金でホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化および中国語（簡体字）化し掲載しました。 また、中国語（簡体字）のガイドブックを作成しました。</p>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要) ○一般社団法人西尾市観光協会の下記体制図のメンバー等の代表者で構成する「にしお観光まちづくり協議会」を設置する。協議会は下記①～④の施策分野で委員会を設け理事が分野の長に就く。委員会は、事業内容を企画立案し西尾市観光協会理事会で決定する。 ○決定事項に沿ってDMO事務局の各責任者の指示で関係者が実施する。</p>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制図)</p> <div style="text-align: center;"> <p>(一社) 西尾市観光協会 DMO</p> </div>

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



【区域設定の考え方】

西尾市は、平成23年度に西尾市・幡豆郡三町(一色町・吉良町・幡豆町)が合併し、新西尾市としてスタートした。これにより、西尾市は日本有数の観光資源を複数持つことになった。農産物(抹茶・花卉類等)や三河湾のアサリや鰻をはじめとする海産物などの「食」、三河湾国定公園の自然景観や海水浴・潮干狩り・マリンレジャーなどの「自然」、国指定重要無形民俗文化財「鳥羽の火祭り」や国宝「金蓮寺弥陀堂」などの「文化」、さらに吉良温泉や佐久島の宿泊施設が区域の資源である。

【観光客の実態等】

観光客入込数は平成29年度3,411,232人、平成30年度3,611,292人、令和元年度は3,612,360人、令和2年度は2,787,608人。宿泊客数は、平成29年度は222,619人、平成30年度は201,739人、令和元年度は230,144人、令和2年度は111,490人である。令和元年までは日本人客の減少を中国人団体客が補っていたが(令和元年度に新規オープンしたアクセスイン西尾のお客様の大半が中国人団体で、このホテルが貢献している)が、令和2年度はコロナ禍による減少が著しい。

(別添) 様式 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、西尾市観光基本計画より

地区名	みる	買う	食べる	体験する
西尾	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・岩瀬文庫 ・市資料館 <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市歴史公園(鎗石門・旧近衛邸・本丸丑寅櫓) ・久麻久神社本殿(国重文) ・伊文神社・実相寺 ・長圓寺・養寿寺 ・紅樹院 <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・西尾いきものふれあいの里・平原ゲンジボタルの里・平原の滝・203 展望台・稲荷山茶園公園・ハツ面山展望台・憩の農園、バラ園 <p>【見学】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抹茶工場・みそパーク 	<p>【工芸品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・きらら鈴 ・吉良の赤馬(玩具) ・三河一刀彫 <p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抹茶・いちご ・みそ・たまり ・みりん ・バラ・コチョウラン ・みかわ牛 ・酪農(ジェラート・チーズ・ソフトクリーム) <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅にしお岡ノ山 ・憩の農園 ・お茶屋さん 	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抹茶 ・抹茶スイーツ ・碾茶めし <p>【茶処】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伝想庵(市文化会館) ・旧近衛邸(市歴史公園) ・無の里 	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抹茶の石臼挽き体験 ・ガラス工芸・陶芸 ・味噌玉作り・いちご狩り <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> (春)・矢田のおかげん ・西尾みどり川桜まつり ・実相寺の花まつり (夏)・西尾祇園祭 ・ホタル祭り ・貝吹のかぎ万燈 ・米津の川まつり (秋)・御櫃割・天狗祭 ・棉祖祭・おまん和祭 ・棒の手・「西尾の抹茶」の日 (冬)・てんてこ祭 (通年)・四九朝市
一色	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一色学びの館 ・佐久島アート散策 <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・諏訪神社・八剣神社 <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・佐久島 ・大浦海水浴場 <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・佐久島 	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・うなぎ・アサリ・海苔・カーネーション ・三河一色えびせんべい・鮮魚・車海老・三河帯芯・三河おいんく豚・トマト <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一色さかな広場 ・三河一色さかな村 	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・うなぎ ・佐久島大あさり丼 	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・潮干狩り ・海釣り(佐久島) <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> (春)・三河一色みなとまつり (夏)・三河一色大提灯まつり (秋)・佐久島太鼓フェスティバル
吉良	<p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・塩田体験館 吉良饗庭塩の里・尾崎士郎記念館 <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国宝 金蓮寺弥陀堂 ・幡豆神社本殿(国重文) ・専長寺：阿弥陀如来坐像(国重文)・旧糟谷邸 <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・吉良ワイキキビーチ <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・吉良温泉 	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・干物 ・抹茶 ・トマト <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産直つのひら 	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アサリ 	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・潮干狩り・饗庭塩の里(塩づくり)・畳作り ・シーカヤック <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> (夏)・吉良花火大会 ・ハワイアンフェスティバル (秋)・きらまつり
幡豆	<p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三ヶ根山 ・愛知こどもの国 ・寺部海水浴場 ・見影山穴弘法 <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三ヶ根観音 ・妙善寺(ハズ観音) <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三ヶ根山 ・三河湾沿岸 	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アサリ ・清酒 ・味噌 	<p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アサリ 	<p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・潮干狩り・陶芸教室 ・マリンスポーツ <p>【祭・イベント】</p> <ul style="list-style-type: none"> (夏)・三ヶ根あじさいフェスティバル・はずストーンカップ (秋)・三ヶ根秋色フェスティバル (冬)・かぼちゃサミット・鳥羽の火祭り(国無形民俗文化財)

(別添) 様式 1

2、愛知県市町村別地域産業資源一覧より

鉱工業品又は鉱工業品の生産にかかわる技術	農林水産物	観光資源
愛知のしょうゆ、愛知の清酒、愛知の豆みそ(赤みそ)、愛知のみりん、三河一色えびせんべい、きしめん、西尾茶(製茶)、三州瓦、三河の反物、和紡績糸、三河の綿スフ織物、三河木綿、名古屋仏壇、三河仏壇、鋳物、三河花火、三州瓦のシャモット、三河のロープ・網、愛知の漬物	西尾の抹茶、バラ、洋ラン、三河材、あいち牛、カーネーション、あさり、のり、ニギス、いちご、いちじく、きゅうり、クルマエビ、ガザミ(ワタリガニ)、一色産うなぎ、なし、菊、観葉植物、きぬあかり、牛乳、小麦、米、さといも、大豆、卵、なす、にんじん、ねぎ、豚、ほうれんそう	三河万歳、西尾城跡、佐久島、三河一色大提灯まつり、吉良温泉、吉良ワイキキビーチ、華蔵寺、国宝金蓮寺弥陀堂、旧糟谷邸、三ヶ根山、鳥羽の火祭り、ハワイアンフェスティバル in 吉良、稲荷山茶園公園、西尾祇園祭、岩瀬文庫、とんぼろ干潟、愛知こどもの国、米津の川まつり。はずストーンカップチャレンジレース、歴史公園、東条城跡、てんてこ祭、棉粗祭、紅樹院、一色さかな広場

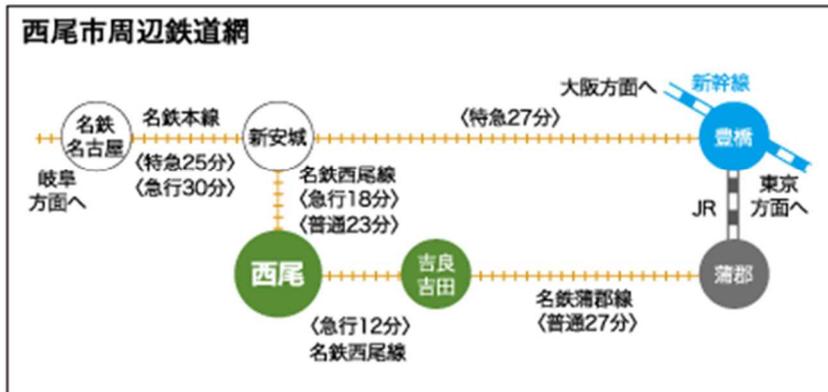
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	吉良		幡豆		佐久島		西尾駅周辺	
	施設数(軒)	収容人数(人)	施設数(軒)	収容人数(人)	施設数(軒)	収容人数(人)	施設数(軒)	収容人数(人)
ホテル・旅館	10	1,844	3	536	6	215	3	314

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○鉄道利用

- ・ 名鉄名古屋駅より吉良吉田行き急行で約48分
- ・ 名鉄蒲郡駅より名古屋西尾方面行き約40分



○車利用

(関東から)

東京インター = (東名高速・新東名高速) = 音羽蒲郡インター = (40分) = 西尾駅

(関西から)

豊中インター = (名神高速・新名神高速・東名阪道・伊勢湾岸道) = 豊明インター = 国道23号線・30分 = 西尾駅

(中部国際空港から)

中部国際空港 = (セントレアライン・知多半島道路) = 半田インター = 衣浦トンネル = 35分 = 西尾駅

(別添) 様式 1

<p>○市内交通</p> <p>(路線バス) 名鉄東部交通／西尾～東岡崎線、西尾～岡崎駅西口線、一色線、寺津・刈宿循環線、平坂・中畑循環線</p> <p>(ふれんどバス) 名鉄バス東部／碧南駅～吉良高校</p> <p>(六万石くるりんバス) コミュニティバス／市内巡回</p> <p>(いっちゃんバス) コミュニティバス／一色地区巡回</p> <p>※令和2年度に市内一律200円に料金改定し路線を見直し(増設)</p> <p>【外国人観光客への対応】</p> <p>○台湾の観光のための展示会でのプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成28年から3年連続で台北の展示会に参加してプロモーションを実施 ・令和元年から2年連続でタイTITFに出展(タイ人に対し西尾の抹茶と観光をPR) <p>○外国語パンフレット・DVDの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミラノ万博(2015年)に西尾市が出展の際、英語・中国語(繁体字、簡体字)・韓国語・イタリア語の案内と英語・中国語プロモーションDVDを作成 ・平成30年度、タイ語案内の作成、英語パンフレット加筆・改訂版を作成 ・令和2年度に中国語(簡体字)パンフレットを作成 <p>○観光ホームページの多言語化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成28年、上記のパンフレット・DVD作成の内容を英語・中国語(繁体字、簡体字)・韓国語・イタリア語で作成 ・令和元年度、外国人旅行者周遊促進事業補助金を活用し、英語によるホームページの情報環境の改善と更新をし、西尾の抹茶の提供と体験ができる施設の案内の英語ページについても作成 ・令和2年度、ホームページの英語化の促進および中国語化(簡体字) <p>○着地型商品の開発と販売</p> <p>令和元年度、観光庁グローバルキャンペーン事業で4種類の着地型商品を開発いただき商品化されアトラティブジャパン等のサイトで販売が始まった。</p> <p>令和2年度、6種類の着地型プログラムを開発</p> <p>○人材育成</p> <p>令和元年度、着地型商品を英語で案内できる人材育成をグローバルキャンペーン事業で実施頂いた。</p> <p>令和2年度、前年度に引き続き英語ガイド育成を実施</p> <p>○無料公衆無線LANの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NISHIO Free Wi-Fiを5か所に設置 ①西尾駅:西尾観光案内所②抹茶ラボ西尾伝想茶屋店③④歴史公園(旧近衛邸・資料館)⑤佐久島渡船乗場

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	HPの各コンテンツに対する顧客の関心度についての把握	一般社団法人西尾市観光協会のHPのアクセス状況を分析
旅行消費額	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料 経済波及効果の分析	一般社団法人西尾市観光協会が年1回400名(予定)にアンケート調査を実施予定。
延べ宿泊者数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	西尾市観光文化振興課が毎年実施
来訪者満足度	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	一般社団法人西尾市観光協会が年1回400名(予定)にアンケート調査を実施予定。

(別添) 様式 1

リピーター率	マーケティング、商品造成、ブランディングのための基礎資料	一般社団法人西尾市観光協会が年に1回400名(予定)にアンケート調査を実施予定。
着地型旅行商品販売人数	マーケティング、商品造成の基礎資料	協会の着地観光商品の人数を商品ごとにカウントして実施予定
年間入込客数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	西尾市観光文化振興課が観光施設へのアンケート調査のデータを活用
年間外国人延べ宿泊者数	観光消費額の算定、経済波及効果の分析	西尾市観光文化振興課が観光施設へのアンケート調査のデータを活用

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

西尾市では人口減少が進んでおり(平成30年度162,809人、令和元年度162,071人)、高齢化率がアップしている。就業者数の最も多い農林水産業においても高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。商業についても商店数・従業員数・年間販売額が減少しこの傾向は歯止めがかからない現状である。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	強み (Strengths) ① 多様な観光資源 ・地域ブランド認定「西尾の抹茶」「一色産うなぎ」「三河一色えびえんべい」が地域資源にある。 ・「西尾の抹茶」のGI保護制度登録 ・国宝、国指定重要文化財など文化的歴史的な施設・祭・仏像がある。 ・酒・味噌・みりんなどの醸造業の日本食文化がいきづく ・三河湾国定公園の自然景観と吉良温泉を中心とした宿泊施設がある。 ② 市民が観光客をもてなす「おもてなし大学」の組織化と活動の実施、観光事業者やボランティアガイドとの連携により高付加価値な観光商品造成が可能になった。 ③ 一般社団法人化、旅行業2種取得により収益事業としての旅行業が可能になり広域観光の中心的な役割を担う(GOGO三河湾協議会、竜の子街道広域観光推進協議会等)	弱み (Weaknesses) ① 交通アクセスの脆弱さ ・JRの駅がない ・市内の2次交通 ② インバウンド観光客への多言語対応の不足 ・散策パンフ、案内看板、飲食店の外国語メニュー整備、外国語対応できる観光案内人等

(別添) 様式 1

外部環境	機会 (Opportunity) ①観光客のニーズの多様化 ・着地型観光、コト消費の需要拡大 ・抹茶スイーツ人気 ②インバウンド客の増加 ③和食がユネスコ無形文化遺産に登録 ④国道23号線バイパスの4車線化延伸	脅威 (Threat) ①名鉄西尾蒲郡線廃線問題 ②漁場環境の悪化等による漁獲量減少 (うなぎ・アサリ・あかしゃえび等) ③国内宿泊客、海水浴客の減少 ④新型コロナウイルス感染症の蔓延

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 国内観光客：愛知県内及び隣接県からの観光客
○選定の理由、 ・平成25年5月～8月の1034名に対する調査では、来訪する観光客の65%は愛知県からの来訪者であり、85%が自家用車での移動であることから愛知県及び近隣県の観光客をターゲットとする。 また、宿泊者の大半が愛知県を中心とした隣接県からの観光客である。 平成30年度の調査でも同等の結果となっている(愛知県内観光客が全体の65%、自家用車利用83%)。
○取組方針 ・観光客が自動車で立ち寄る観光地・飲食施設・買い物施設に観光宣伝物を設置 立ち寄り施設と連携した「西尾らしいならでは」の地域産業資源を活用した商品開発(物産・着地型商品)。上記の施設で販売およびプロモーションを実施。 ・名鉄と連携した企画商品の造成販売(開発された商品の味めぐりや食事付プラン等) ・広域連携を活かした物産展で、商品の販売 ・商品の販売網の確立
○第2ターゲット層 国内観光客：愛知県内及び隣接県からの30歳代～60歳代の観光客
○選定の理由 ・平成25年5月～8月の調査では40歳代～60歳代の割合は約60%である。 ・平成25年5月～8月の調査では約75%が日帰り客である。 ・平成30年の調査では80.7%が日帰り客である。 ・平成30年の調査では30歳代～60歳代の割合は63%である。
○取組方針 ・食に関心が高い世代なので、「西尾の抹茶」、「一色産うなぎ」「三河一色えびせんべい」「あさり」等の地域資源を活用した新商品(物産や料理)を開発し販売する。 ・開発した新商品を絡めた着地型旅行商品、開発料理の宿泊商品を造成販売する。 ・旅行会社やマスコミへの情報発信と営業を強化 ・商品の販売網を確立 ・インスタグラム等のSNSを活用した告知宣伝

(別添) 様式 1

<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍で注目をあびるマイクロツーリズム、アウトドア、ワーケーションなどへの取組を強化する。 東幡豆の無人島（前島）とトンボロ干潟および愛知こどもの国のアウトドアプログラムやキャンプを活かした着地型旅行の造成販売を実施する。 	
○第3ターゲット層 訪日外国人（インバウンド）	
○選定の理由	
<ul style="list-style-type: none"> ・平成30年度の宿泊施設外国人利用者数は16,325人、令和元年度は41,440人で大きく伸びており（新規オープンのアクセスイン西尾が貢献）減少する日本人観光客をカバーしている。しかしながら、外国人の大半は、ゴールデンルートで観光する中国本土の団体客であり、宿泊するだけで大半は観光していない。これらのお客様が、西尾市内を回遊すれば大きな消費が生まれることは間違い無い。団体中国客ばかりでなく西尾に興味をいだけFIT客をターゲットにして下記の取組を行う。 	
○取組方針	
<ul style="list-style-type: none"> ・日本有数の生産量である「西尾の抹茶」「一色産うなぎ」「三河一色えびせんべい」「あさり」「味噌」等の外国人に好まれる西尾市の食の資源を活用した新商品（物産や料理）を開発する。またこれらの食文化を踏まえた着地型旅行商品を造成し販売。多言語チラシやWEBの多言語化でプロモーションを実施する。 ・外国人に注目を集めている「佐久島」を活用した着地型旅行商品の造成と販売。 ・特に、年々大きく増加するタイ人訪日客は、FIT割合が高くリピーター率が高い上に、人口に占める訪日旅行者割合はわずかで、今後の大きな増大が見込まれる。さらにタイは、抹茶の人気の高い。これらの理由で、西尾市はタイへの誘客の取組に重点を置く。 ・FITへの参加。タイ人を招聘し、彼らのニーズを調査し宿泊プランや体験プログラムを創造。受け入れ態勢（宿泊施設や案内人の教育など）の強化などに取り組む。 ・団体中国人に関しては、旅行会社のランドオペレーターへの営業を強化する ・竜の子街道広域観光推進協議会（常滑市・半田市・碧南市・西尾市）でセントレア中部国際空港からの醸造（酒・みりん・醤油・味噌）括りの周遊ルートを形成する。 ・上記以外に欧米豪の外国人観光客のニーズに応えられる観光コンテンツの強化として、欧米豪の外国人観光客に配慮したサービスの充実と提供する人材の育成、英語通訳ガイドの育成・確保、飲食店の外国語メニュー作成のための研究会の実施をしていく。 ・英語および中国語（簡体字）の観光ガイドブックの作成およびホームページによる情報提供の充実を図る。 ・コロナ禍で訪日できない方々や在日の方々を対象としたオンラインツアーを造成し販売する。 	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>(主題) 観光を活用した殖産興業 (副題) 地域(事業者)の経済活動の活性化</p>
②コンセプトの考え方	<p>目的は、地域資源を観光の力で繋いだ新たな商品の創造と誘客で西尾の経済の活性を図ることである。下記の4つの施策を柱とする取組を行う</p> <p>1. 地域産業資源を活用した商品開発の取組</p> <p>「鉱工業又は鉱工業品の生産に係る技術」×「農林水産物」×「観光</p>

	<p>資源」</p> <p>西尾市の持っている地域産業資源と技術をクロッシングすることで新商品の開発支援を行う。</p> <p>(資料/市町村別地域産業資源一覧)</p> <p>※新商品は特産品、土産物、名物料理とする。</p> <p>2. 観光を活用した新商品の販売と誘客</p> <p>観光産業のフィルターを通し、国内観光客は基より拡大を続けるインバウンドを誘客ができる新商品（地産品・プログラム等）の販売と販売を可能とするシステムを開発する。</p> <p>※新しい着地型旅行商品の開発と誘客</p> <p>※新商品の販売網の確立</p> <p>※販売のためのプロモーション（告知宣伝）の実施</p> <p>※商品のブランディングによる高付加価値化への取組</p> <p>※新しい体験プログラムの開発と販売及び誘客</p> <p>※西尾市の食文化、伝統文化（祭事、民芸、歴史、産業など）の活用</p> <p>※観光物産展の開催</p> <p>3. 広域連携による新商品の販売と誘客</p> <p>三河観光GON（蒲郡商工会議所、岡崎商工会議所、西尾商工会議所）、GOGO三河湾協議会（蒲郡市、田原市、南知多町、西尾市）等広域で実施している活動を活用して新商品の販売と誘客を実施する</p> <p>4. 人材育成</p> <p>①着地型商品を国内観光客及びインバウンド客へ案内できるガイドの育成</p> <p>②着地型商品を販売する事業者へのインバウンド対応セミナーの実施（免税、多言語対応メニューの作成、国別傾向と対策など）</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	「にしお観光まちづくり協議会」の2つの部会は地域の関連事業者を集め、事業内容が企画立案できるまで定期的に会議を実施する（1～2月1回ほど）。委員会では実施状況や進捗を確認する。また、具体的な実施については、DMO事務局責任者が、実施する関連事業者と打合せ会議を持つ。実施計画やマーケティングに基づいた、関連事業者に対してのコンサルティング等を行う。

(別添) 様式 1

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	委員会ごとのKPIを設定しPDCAを実践する。 アンケート調査から得られた回答を分析しフィードバック。 日ごろお客様と観光施設の接点にいる西尾おもてなし隊やボランティアガイドなどからのヒアリング内容を関係事業者定期的にフィードバックする。
一元的な情報発信・プロモーション	観光客への一元的な情報発信として、西尾市観光協会のホームページやSNSを活用する。 お客様からの言葉・関連事業者からの言葉の一元的な集約窓口として機能させ関係者にフィードバックする。 宿泊施設・飲食店・観光施設・道の駅等などの観光関連団体や事業者、行政等が独自で行っているプロモーションをつなげ相乗効果を創出するための取組をする。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

	単位	30年度	令和元年度	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
●旅行消費額	円	9,053	日帰り 4,668 宿泊 13,512	日帰り 3,788 宿泊 17,774	設定せず	日帰り 4,800 宿泊 13,910	日帰り 4,940 宿泊 14,320
●延べ宿泊者数 (外国人宿泊者数)	人	201,739 (16,325)	230,144 (41,440)	111,490 (222)	設定せず 設定せず	237,040 (42,680)	244,150 (43,960)
●来訪者満足度	%	65.2	90.5	92.2	93.0	93.0	93.0
●リピーター率	%	75.7	75.0	64.1	80.0	80.0	80.0

※旅行消費額は1人あたりの金額

※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】

一社)西尾市観光協会専務理事を中心に、事務局で目標数値の設定を検討し、平成30年1月30日に実施した一社)西尾市観光協会理事会において、必須KPIの目標項目に関し決定した。

アンケートは令和元年度以降、スマートフォンを利用したWEBアンケートとし、西尾観光案内所・道の駅岡の山・一色さかな広場・旧近衛邸・愛知こどもの国・吉良観光ホテルの6箇所とし、各所100人のアンケートを目標とした(最低数400枚と設定)。

令和2年度のアンケートは、宿泊者に対するアンケート数が満足のいく数に達しなかった為、吉良観光ホテル・三河湾リゾートリンクス・三河湾ヒルズホテルでのアンケートを加重して実施した。

アンケート数は、合計437人(宿泊者数は135人)から集約

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

(別添) 様式 1

観光庁の「平成28年度 地域資源を活用した観光地魅力創造事業」で一人当たりの消費額を調査した結果を基にした。

令和元年度からは、日帰り客と宿泊者客を分けて数字を出すことにした。

令和2年度および令和3年度は、コロナ禍につき目標立てを止めました。以降は令和元年度をベースに3%アップで目標設定しています。

●延べ宿泊者数

当初は、西尾市が調査している愛知県観光レクリエーション利用者統計の数値を使用したが、吉良温泉のみを対象にした数字であったため。人数に影響力のあるグリーンホテル三ヶ根(現 三河湾ヒルズ・ホテル)と令和元年度に新規オープンしたアクセスイン西尾を加えることにした。

この人数をベースに、令和2年度および令和3年度はコロナ禍のため目標立てを止め、以降は令和元年度をベースに3%アップで目標設定しています。

●来訪者満足度

観光庁の「平成28年度及び平成29年度地域資源を活用した観光地魅力創造事業」で来訪者満足度を調査した結果を基にした。また、平成30年度は平成26年3月に策定した西尾市観光基本計画の5年目にあたり、計画の見直しにあたる調査から数値を算出した。この令和元年度は大きくアップしているが、これについては平成30年度のアンケートが市の観光基本計画を請け負った業者で収取方法が異なったことが原因していると考えられます。

また令和元年度のアンケートの集約について、コロナ禍の3月に実施したこともあり目標数である600人に到達せず389になった事も影響していると思われます。

今後のアンケートについては令和元年度の方法で実施し、満足度については毎年80%を目指します。

●リピーター率

観光庁の「平成28年度及び平成29年度 地域資源を活用した観光地魅力創造事業」で来訪者満足度を調査した結果を基にした。また、平成30年度は平成26年3月に策定した西尾市観光基本計画の5年目にあたり、計画の見直しにあたる調査から数値を算出した。今後のアンケートについては令和元年度の方法で実施し、満足度については令和2年度の数値をベースに毎年93%を目指します

(2) その他の目標

指標項目	単位	30年度	令和元年度	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
新名物品売上	円	191,592	405,880	474,500	498,220	523,130	549,280
着地型商品人数	人	2,687	2,772	716	設定せず	2,910	3,050
年間入込客数	人	3,611,292	3,612,360	2,787,608	4,020,000	4,270,000	4,350,000

※旅行消費額は1人あたりの金額

※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】

一社) 西尾市観光協会専務理事を中心に、観光協会長と相談しながら、事務局にて、DMOの4つの施策に沿って何が目標として妥当かを検討した。

施策①に関連するKPIは、令和元年度 訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ事業で開発する新名物品の売上額とした。

施策②・③からは「着地型旅行商品販売人数」を目標とすることを決定した。

施策④については定数で目標にするのは難しいため外した。また、西尾市の観光基本計画に第1番目に掲げられた「年間入込客数」を加えた。これらの目標について、平成30年1月30日に実施した一社) 西尾市観光協会理事会において、その他目標KPIに関し決定した。

【設定にあたっての考え方】

●新名物品売上額

昨年度の報告書の記載には、令和元年度のグローバルキャンペーンで開発する名物品を対象にする旨を記載しましたが、弊協会が農水省関連の補助金を使用し、平成30年度から毎年着々と新名物を開発し誘客に結び付けています。よって、平成30年度：農水省関連補助金で開発した抹茶かりんとう・抹茶ラテかりんとうの売上、令和元年度：農水省関連補助金で開発した抹茶かりんとう・ラテかりんとう・抹茶えびせんべい・久助・碾茶そばの売上を記載しました。さらに、令和2年度は、新しく抹茶を利用した飲料を開発予定です。また令和元年度のグローバルキャンペーンで着手したホセを使用した名物品を開発する予定です(弊協会でなく事業者が開発)。目標については、令和2年度はコロナ禍のため目標立てを止め令和3年以降は令和元年度をベースに5%アップで目標設定とする。

●着地型旅行商品販売人数

新しい着地型旅行商品を創造し当地の魅力アップに繋がるとともに、毎年着々と販売人数増となっています。市との連携が進み受託事業も増えてきました。

ただし、令和2年度はコロナ禍のため目標立てを止め、令和3年以降は令和元年度をベースに5%アップで目標設定しています。

※一社) 西尾市観光協会になってからの商品に限定しました。当初人数カウントに名鉄キャンペーンを加えていましたが、これについては旧来の市で実施していたものの継続のため除外しました。

●年間入込客数

西尾市の観光基本計画に記載された令和4年目標人数が4,350,000人としていますので、それに合わせた目標設定となっています。

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
H29年度～ 令和3年度 (予算)	総会資料参照	総会資料参照

(別添) 様式 1

令和 4 年度 (予算案) ※見込	109,310,000 (円)	(内訳の区分例) 【会費収入】 2,300,000 (円) 【市からの補助金】 43,000,000 (円) 【市からの委託料】 15,000,000 (円) 【収益事業等収入】 19,000,000 (円) 【雑収入】 10,000 (円) 【繰入金】 15,000,000 (円) 【前年度繰越金】 15,000,000 (円)
令和 5 年度 (予算案) ※見込	111,310,000 (円)	(内訳の区分例) 【会費収入】 2,300,000 (円) 【市からの補助金】 43,000,000 (円) 【市からの委託料】 16,000,000 (円) 【収益事業等収入】 20,000,000 (円) 【雑収入】 10,000 (円) 【繰入金】 15,000,000 (円) 【前年度繰越金】 15,000,000 (円)

(2) 支出

年度	総支出	内訳
H29 年度～ 令和 3 年度 (予算)	総会資料参照	総会資料参照
R4 年度 (予算案) ※見込	109,310,000 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 120,000 (円) 【負担金・補助金】 1,270,000 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 500,000 (円) 【自主事業費】 43,000,000 (円) 【管理費】 41,000,000 (円) 【財産購入費】 10,000 (円) 【繰出金】 15,000,000 (円) 【予備費】 8,410,000 (円)
R5 年度 (予算案) ※見込	111,310,000 (円)	(内訳の区分例) 【報償費】 120,000 (円) 【負担金・補助金】 1,270,000 (円) 【委託事業費】 ふるさと納税事務費 500,000 (円) 【自主事業費】 45,000,000 (円) 【管理費】 41,000,000 (円) 【財産購入費】 10,000 (円) 【繰出金】 15,000,000 (円) 【予備費】 8,410,000 (円)

(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

- ・市の補助金の確保
- ・収益事業の拡大
着地型商品の造成販売と拡充。
タイムリーな商品作りと販売。
お客様志向の品揃えを意識した売店運営とその増売
ふるさと納税事務手数料の拡大
受託事業の推進
- ・観光協会会員増強
- ・国や県からの補助金の獲得

8. 観光地域づくり形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

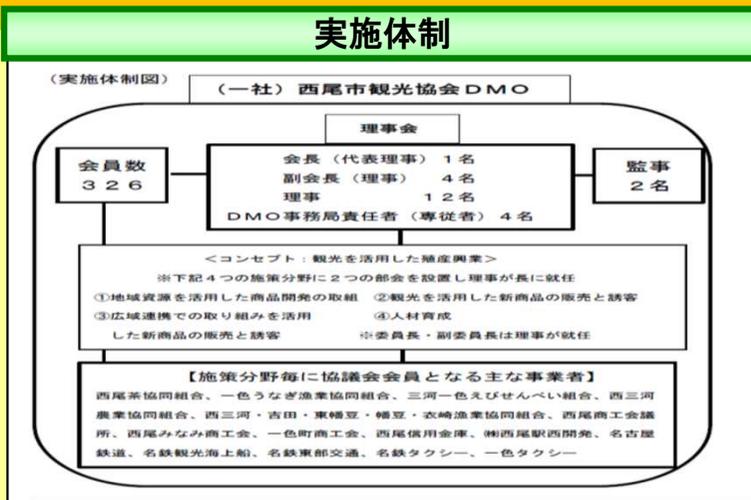
9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	森 隆司
担当部署名(役職)	一般社団法人西尾市観光協会 専務理事
所在地	愛知県西尾市花ノ木町四丁目 64 番地
電話番号(直通)	0563-57-7882
FAX 番号	0563-57-2261
E-mail	nishiokanko-mori@katch.ne.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	愛知県 西尾市
担当者氏名	小笠原 敬
担当部署名(役職)	観光文化振興課 課長補佐
所在地	〒445-8501 西尾市寄住町下田 22 番地
電話番号(直通)	(0563) 65-2170(内 4305)
FAX 番号	(0563) 57-1317
E-mail	tk-ogasawara@city.nishio.lg.jp

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】

抹茶・うなぎ・えびせんべい・佐久島・歴史公園・吉良温泉



【区域】愛知県、西尾市

【設立時期】平成28年4月1日

【登録日】令和2年1月15日

【代表者】鳥山欽示

【マーケティング責任者(CMO)】

森隆司

【財務責任者(CFO)】

近藤稔幸

【職員数】7人

(常勤7人(正職員5人、出向等2人))

【連携する主な事業者】

西尾茶協同組合、一色うなぎ

漁業協同組合、三河一色えびせんべい工業組合

合意形成の仕組み

理事会で決定された施策を、理事会メンバー等の代表者で構成する「にしお観光まちづくり協議会」の4委員会での具体的な案を検討し事業内容を企画立案し西尾市観光協会理事会で決定する。

事業内容は、企画立案できるまで定期的に、関係者会議を実施する。

委員会では実施状況や進捗を確認する。また、具体的な実施については、DMO事務局責任者が、実施する関連事業者と打合せし実施する。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

2015年から3年連続で台北の展示会に出展

2019年から2年連続でタイTITFに出展

Instagram等のSNSに注力

【観光資源の磨き上げ】

2019年度:グローバルキャンペーン事業でインバウンド向け着地型商品開発、名物品(西尾ホセ)10品を開発、英語ガイド人材育成

2020年度:観光庁補助金を活用し着地型商品6プログラムの創造と英語ガイド人材育成

【受入環境の整備】

令和元年度:外国人旅行者周遊促進事業補助金で着地型商品に関係する受入施設の案内を英語化。ホームページの各コンテンツを外国人目線で英語化し掲載

戦略

第1ターゲット:国内観光客:愛知県内及び隣接県からの観光客

取組方針
・観光客が自動車で立ち寄る観光地等に観光宣伝物を設置
・関係施設と連携した商品開発(物産着地型商品)と販売・宣伝
・名鉄と連携した企画商品の造成

第2ターゲット:国内観光客:愛知県内及び隣接県からの熟年層観光客

取組方針
・抹茶、うなぎ、えびせんべい、あさり等の地域資源を活用した新商品(物産や料理)や着地型商品の開発と販売

第3ターゲット:インバウンド(タイ・欧米豪・中国)

取組方針
着地型商品の開発と販売
英語で案内できる人材の育成
タイTITFに出展とエージェントセールス
中国人ランオペへのセールス強化

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

・にしお観光まちづくり協議会は、定期的に会議を実施する(1~2月1回ほど)。委員会では実施状況や進捗を確認する。また、具体的な実施については、DMO事務局責任者が、実施する関連事業者と打合せ会議を持つ。

・実施計画やマーケティングに基づいた、関連事業者に対してのコンサルティング等を行う。

・観光客への一元的な情報発信として、西尾市観光協会のホームページやSNSを活用する。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30)年度	(R1)年度	(R2)年度	(R3)年度	(R4)年度	(R4)年度
旅行消費額(百万円)	目標	()	8,700	設定せず	設定せず	日帰り4800 宿泊13910	日帰り4940 宿泊14320
	実績	9,053	日帰り4668 宿泊13512	日帰り3778 宿泊17774	()	()	()
延べ宿泊者数(千人)	目標	()	150,000	設定せず	設定せず	237,040	244,150
	実績	201,739	(17,560)	(41,440)	(222)	()	()
来訪者満足度(%)	目標	()	80	80	93	93	93
	実績	65.2	()	90.5	92.2	()	()
リピーター率(%)	目標	()	79.9	80	80	80	80
	実績	75.7	()	75.0	64.1	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【令和2年度決算】 収入合計154,156,932(支出合計に同じ)
会費2,242,500 補助金・委託料83,689,526 事業収入28,415,078
繰入金・繰越金・雑収入39,809,828

令和2年度支出 報償費・負担金・補助金 807,400 委託事業費・自主事業費 72,734,601 管理費・繰出金・繰越金等 80,614,931

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
西尾市からの補助金・委託料及び事業収入で安定的に確保