

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・地域連携DMO 地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人ツーリズムいすみ	
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 千葉県いすみ市	
所在地	千葉県いすみ市大原7400番地8	
設立時期	2020年4月30日	
職員数	4人【常勤1人、非常勤3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） 出口 幸弘 （出身組織名） いすみ市商工会	いすみ市商工会長であり、本法人の母体「いすみ市農泊・インバウンド推進協議会」の設立発起人代表。他にも、いすみ市総合計画審議員、港の朝市運営委員会会長、移住定住促進協議会会長など地域づくりの様々な要職を歴任し、多くの成果を挙げている。
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	（氏名） 山内 絢人「暫定兼 務」 （出身組織名） （株）EUROASIA	財務省に7年間勤務（国際局、主計局）、（株）EUROASIAを起業。2年間の英国留学中に外国人学生向けに日本の農泊事業を企画。地域全体の合意形成や利害関係の調整や、持続可能な運営のための財源確保に関する検討を行う。
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） 山内 絢人「暫定兼 務」 （出身組織名） （株）EUROASIA	財務省に7年間勤務（国際局、主計局）、（株）EUROASIAを起業。2年間の英国留学中に外国人学生向けに日本の農泊事業を企画。地域全体の合意形成や利害関係の調整や、持続可能な運営のための財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモ ーション）の責任者 （専門人材） ※各部門責任者のう ち専従の者について は、氏名の右横に 「専従」と記入す ること	（氏名） 秋山 良 （出身組織名） Liquid Group	15年勤務した日産自動車では販売促進を担当。米国留学でグローバルマーケティングを専攻、帰国後ソフトバンクでマーケティング、海外事業開発、農業のIT化などに従事したのちフィンテックのベンチャーに勤務。国内外のプロモーションに高い能力を持つ。
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の責 任者（専門人材）	（氏名） 藤田 好一「専従」 （出身組織名） リソルホールディング ス（株）	ミサワホーム（株）やリソルホールディングス（株）などで、主にリゾート開発事業に35年間従事し、国内外のホテル・ゴルフ場の運営統括責任者を多数歴任。旅行会社とのBtoB商談の経験が豊富。

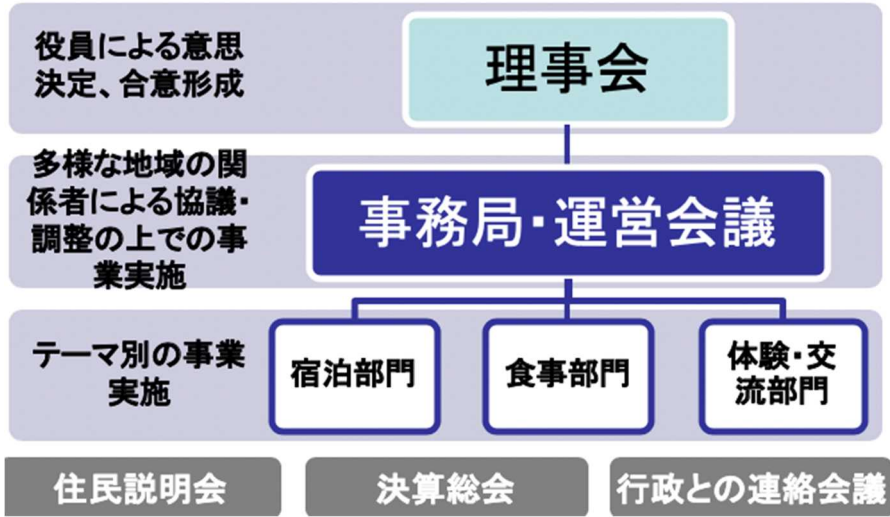
(別添) 様式 1

		富であり、本法人の教育旅行誘致事業でも中心的な役割を果たす。				
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	いすみ市	水産商工課 (DMO・地域商社・教育旅行・定住促進) オリンピック・観光課 (魅力発信・観光協会・ふるさと納税) 企画政策課 (総合戦略・地域交通)				
連携する事業者名及び役割	いすみ市商工会 (事業者間調整・港の朝市運営委員会) 夷隅東部漁業協同組合 (遊漁船・漁協レストランいさばや) 大原水産加工業協同組合 (干ものづくり) いすみ市教育旅行宿泊業組合 (宿泊) いすみ農業協同組合 (いすみ米直売所) いすみ市ごじゃ箱友の会 (観光農園) いすみ鉄道株式会社 (商品造成) いすみ市タクシー業組合 (二次交通) いすみ市観光協会 他					
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>【該当する登録要件】①, ②</p> <p>① (概要) 平成 30 年 4 月より本法人の前身「いすみ市農泊・インバウンド推進協議会」を商工会、農泊漁泊・アクティビティ・交流事業者、宿泊事業者、交通事業者、いすみ市役所、いすみ市の発展に貢献したい事業者等の参画により立ち上げ、DMO法人ツーリズムいすみ設立のため 2 年間の事業実施体制の強化を図りながら、すでに地域の幅広い合意形成を得ているところ。引き続き、本法人が事務局を務める運営会議を定期的で開催する。 協議会では「お客様の満足度を高めることで、いすみ市全体が発展する」という共通認識のもと、全体の利益を踏まえての利害関係調整の役割を担う。</p> <p>② (概要) 宿泊部門、食事部門、体験交流部門といった部門別のワーキンググループを設置。関連する事業者および行政が参画し、個別部門ごとに議論を実施する。</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	<ul style="list-style-type: none"> ・「地域住民と共につくっていく、地域住民参加型の地域づくり法人」を目指すし、地域住民が上記運営会議に参加出来る機会を設ける。 ・事業者と地域住民が率直かつ建設的な議論を行えるようにし、幅広く住民へ意識啓発、参画促進を促す。 					
法人のこれまでの活動実績	<p>(活動の概要)</p> <table border="1"> <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> <p><平成 30 年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内教育旅行誘致 PR ・インバウンド向けの予約受付・料金決済対応可能な多言語ランディングページ(isumi-tourism.jp)の開設 ・インバウンド向けプロモーション動画の制作 <p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外 BtoB プロモーション (台湾・ベトナム・マレーシア) ・国内教育旅行誘致 PR </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p><平成 30 年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内教育旅行誘致 PR ・インバウンド向けの予約受付・料金決済対応可能な多言語ランディングページ(isumi-tourism.jp)の開設 ・インバウンド向けプロモーション動画の制作 <p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外 BtoB プロモーション (台湾・ベトナム・マレーシア) ・国内教育旅行誘致 PR
事業	実施概要					
情報発信・プロモーション	<p><平成 30 年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内教育旅行誘致 PR ・インバウンド向けの予約受付・料金決済対応可能な多言語ランディングページ(isumi-tourism.jp)の開設 ・インバウンド向けプロモーション動画の制作 <p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外 BtoB プロモーション (台湾・ベトナム・マレーシア) ・国内教育旅行誘致 PR 					

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド向けを中心にランドオペレーターへのセールスコールを実施（英語・北京語（繁体）・日本語）。 																																					
受入環境の整備	<p><平成 30 年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行受け入れに向けた受入環境整備 ・インバウンド受入スキルアップセミナーの開催 ・専門家による雇用した研修生の人材育成 <p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行受け入れを通じた受入環境整備 ・インバウンド向け施設多言語化整備 ・専門家による雇用した研修生の人材育成 																																					
観光資源の磨き上げ	<p><平成 30 年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社とメディアによるファムトリップの実施 ・インバウンド向けモニターツアーの実施 <p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・分散型ホテル・体験予約システムの構築 ・漁協レストラン「いさばや」漁師飯コンテンツの造成 																																					
<p>(定量的な評価)</p> <p><売上実績></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>H29</th> <th>H30</th> <th>R1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上高 (万円)</td> <td>—</td> <td>51</td> <td>293</td> </tr> <tr> <td>宿泊者数 (人)</td> <td>676</td> <td>1,015</td> <td>3,246</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> ・売上高は、宿泊・体験等のサービス部門への手配手数料 <p><教育旅行受入実績></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>海外</th> <th>国内</th> <th>合計</th> <th>人数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H29</td> <td>2</td> <td></td> <td>2</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>H30</td> <td>4</td> <td></td> <td>4</td> <td>188</td> </tr> <tr> <td>R 1</td> <td>6</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>997</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>12</td> <td>3</td> <td>15</td> <td>1,253</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> ・ H29 海外 = 台湾 2 ・ H30 海外 = 台湾 2、フィリピン 1、マレーシア 1 ・ R 1 海外 = 台湾 3、マレーシア 3、国内 = 愛知県中学校 3 <p>旅行会社とアライアンスを組み、教育旅行など地域内の資源を組み合わせた商品を造成販売することで、着実に誘客実績を伸ばしている。</p>			H29	H30	R1	売上高 (万円)	—	51	293	宿泊者数 (人)	676	1,015	3,246		海外	国内	合計	人数	H29	2		2	68	H30	4		4	188	R 1	6	3	9	997	合計	12	3	15	1,253
	H29	H30	R1																																			
売上高 (万円)	—	51	293																																			
宿泊者数 (人)	676	1,015	3,246																																			
	海外	国内	合計	人数																																		
H29	2		2	68																																		
H30	4		4	188																																		
R 1	6	3	9	997																																		
合計	12	3	15	1,253																																		

(別添) 様式 1

<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) (一社) ツーリズムいすみが事務局となり、農泊漁泊・アクティビティ・交流事業者、宿泊事業者、交通事業者、いすみ市役所が参画する運営会議を取りまとめ、中立的立場からいすみ市全体の利益を踏まえた利害関係を調整する役割を担う。コンテンツ・テーマごとの部門を設け、南房総国立公園関連事業者、文化財管理者、などはそれぞれのテーマごとに集まり、コンテンツの磨き上げ・受け入れ環境整備などを議論し、全体の運営会議においてそれら個別コンテンツを統合した戦略について議論をまとめ、理事会において地域づくり法人としての戦略として意思決定する。運営会議についてオープンな議論を行う会議も設定し、地域住民や地域のその他の事業者を巻き込み、同時に説明をする場とする。行政は水産商工課を中心に、同課に留まらず、部署横断的に地域づくりの観点から連絡を行い、行政の地方創生戦略や総合計画への反映も含め、行政と密に連携しながら事業を行う。</p> <p>(実施体制図)</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

<p>【区域の範囲が分かる図表を挿入】</p> 
--

(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

※安定的かつ継続的に区域としての一体性を確保する観点から、地域における自然、歴史、文化等の関係性を踏まえて記入すること。

いすみ市として、まち・ひと・しごと創生総合戦略にもあるように、「豊かな自然環境という地域資源を最大限活用した地域づくり」を掲げており、観光政策についても、豊かな自然を生かすのはもちろん、同市が力を入れている農水産業・移住定住など「誘客」と強い関連を持つ分野との連携を行いやすい。本法人の前身にあたる「いすみ市農泊・インバウンド推進協議会」も農泊・漁泊で海外・国内教育旅行を中心にいすみ市内での受け入れを、行政と連携しながら数多く行ってきており、今後さらなる自然体験コンテンツを開発・受け入れ環境整備を行う上でもいすみ市内での事業者との連携をいすみ市役所とともに実施していく合意が取れているところ。したがって、同市全体を地域DMOの区域として設定することが適切。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

観光入込客数（延べ人数）の推移【過去5年間】 (単位：千人地点)

	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
千葉県	167,667	173,705	177,533	179,335	186,832
いすみ市	321	328	292	410	446
対千葉県比%	0.19	0.18	0.16	0.22	0.23

- ・千葉県内の入込客数は年々増加している。(外国人観光客の増加)
- ・いすみ市の入込客数は県内の1%にも満たない。

これまで地域の観光事業は市や観光協会といった行政主体のイベントがメインであり、泊・食・体験事業者もビジネス主体の誘客プラットフォームがなかったため、効果的なプロモーションや域内連携に乏しい状況であったが、当法人の前身の協議会により事業者を組織化しマーケティングの手法を導入したことで、地域の強みとなる資源を組み合わせた農泊や教育旅行商品などを造成、ターゲットを明確にしたうえでの着地型観光に舵を切りはじめたところ。

いすみ市宿泊客数（延べ人数）【平成30年】 (単位：人泊)

	千葉県	いすみ市	対千葉県比%
宿泊者数	19,233,379	18,833	0.097
うち外国人宿泊者数	3,586,094	98	0.003

- ・いすみ市の宿泊者数は県内の1%にも満たない。
- ・外国人宿泊客は全国・千葉県においても年々増加している。

いすみ市は周辺自治体に比べても宿泊施設が少なく、釣り宿・労働宿舎としての利用が多い民宿がメインである。しかしながら近年はラグジュアリーな民泊が地域内に急増していることから、インバウンドや農泊志向の個人旅行者をターゲットとしたプロモーションに力を入れているところ。

また千葉県には成田空港や幕張メッセなどもあることから、MICE事業等でインバウンドの包括的な受入施策において連携を強化している。

いすみ市は観光客の96%が日帰り旅行であり、観光消費額の平均単価も約8,000円と現状安価。現在、ダイナミックな自然景観を撮影できるドローン体験やユニバーサルサーフィン体験、スピリチュアルカルチャー体験といった商品に、地元高級魚介類が食べられるカフェやレストランをコラボさせた消費単価の高いコンテンツをインバウンドや個人旅行者向けに造成中。

【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>

○施設

(別添) 様式 1

・遊漁船(釣り船)	【夷隅東部漁業協同組合】
・酒造見学	【木戸泉酒造株式会社】
・貴重な自然環境に触れることができる いすみ環境と文化のさとセンター	【一財千葉県境財団】
・いすみ鉄道沿線の桜と菜の花のコラボ	【いすみ鉄道】
・貸切りレストラン列車 レストラン・キハ	【いすみ鉄道】
○体験	
・牛の乳しぼり、ブラッシング、バターづくり体験	【高秀牧場】
・干物づくり体験	【(有) アルファ】
・太巻き寿司づくり体験	【大原生活改善グループ、楽動会】
・そば打ち体験	【手打ちそばひらが、岬そば工房】
・狩猟体験、クラフト体験	【Hunt+ハント・プラス】
・サスティナブルスクール (オーガニックカフェ・古民家ステイ)	【ブラウズフィールド】
・インバウンド向け日本文化体験	【24 団体】
・ブルーベリー収穫体験(7月～8月)	【ブルーベリー振興会】
・稲刈り体験(8月)	【いすみ鉄道】
・梨狩り体験(9月)	【小高農園】
・柿狩り体験(11月)	【みねやの里】
・いちご狩り(1月～5月)	【ごじゃぼこ岬店】
・味噌づくり体験(2月～3月)	【大原生活改善グループ】
・食用なばな収穫体験(2月～3月)	【みねやの里】
<商業施設>	
・いさばや(漁協直売所・レストラン)	【夷隅東部漁業協同組合】
・農産物直売所	【JAいすみ・ごじゃ箱・なのはな他】
・木戸泉酒造	【木戸泉酒造株式会社】
・カフェ・パン屋・チーズ工房	【市内に多数】
<自然>	
・岩船～大原～太東の太平洋に面した海岸線	【南房総国立公園】
・二級河川・いすみ市の生物多様性のシンボル	【夷隅川】
・絶滅危惧種も生息している豊かな自然環境	【万木の丘、小動物の広場、照葉樹の森、 トンボの沼、ホタルの里他】
・千葉県を代表するいすみ米の産地	【田園地帯】
・天然のプラネタリウム	【いすみの星空】
<文化・史跡>	
○文化・祭事	
・大原はだか祭り(9月)	
○史跡	
・波の伊八彫刻	【行元寺・飯綱寺】
・お堂は太平洋に突き出た岩場に立つ	【岩船地藏尊】
・坂東第32番札所。本州一遅い紅葉がみられる	【清水寺】
・房総でも代表的な戦国時代の山城跡	【万木城跡公園】
・大原漁港や丹ヶ浦を一望できる小浜城跡	【八幡岬】
<スポーツ>	
・夷隅川SUP体験	【いすみパドルクラブ】
・サーフィン体験	【いすみ市サーフィン業組合】

(別添) 様式 1

- ・ゴルフ場 【市内4カ所】
- ・里山・里海・空き家を巡る 【造成中】
- サイクリングガイドツアー

<イベント>

- ・港の朝市 (毎週日曜日開催) 【朝市運営委員会】
海産物 BBQ・イセエビまつり・たこしゃぶまつり
- ・ONSEN ガストロノミーウォーキング 【いすみ市実行委員会】
in 美食の街いすみ (3月)
- ・いすみ健康マラソン 増田明美杯 (12月) 【いすみ市実行委員会】

現在販売中している商品の具体例として、「遊漁船乗船体験」「漁港製氷所体験」「干物づくり体験」「ふれあい民宿 (いすみの恵み御膳付 1泊2食)」であり、1日目午後到着ー宿泊ー2日目午後出発のパッケージなどがある。

また、少人数グループや個人旅行者向けにクロスバイクを用いたサイクルツーリズムを造成中。いすみ市の豊かな里山、里海を巡り、史跡やカフェに立ち寄れるガイドツアーを実施予定。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

<旅館・ホテル> 域内分布：三軒屋海岸に隣接する「九十九里ヴィラそとぼう」
施設数：市内唯一のホテル
施設規模：115名/24部屋

<民宿・ペンション> 域内分布：主に海外沿いに立地
施設数：13施設、収容人員：約350名
施設規模：20～50名/施設

<民泊・農家民宿> 域内分布：市内全域に点在 (主に一棟貸し)
施設数：34施設、収容人員：約200名 (R2.6.19時点)
施設規模：5名～10名/施設

【利便性：区域までの交通、域内交通】

<区域までの交通>

- ・東京駅から特急利用で70分 (JR京葉線～外房線、大原駅停車)
- ・羽田空港からアクアライン利用で約80分 (圏央道：市原鶴舞IC下車～R297～R465)
- ・成田空港から芝山はにわ道経由で約90分 (九十九里有料道路～R128)

<域内交通>

- ・JR外房線 (太東駅・長者町駅・三門駅・大原駅・浪花駅)
- ・いすみ鉄道 (大原駅・西大原駅・上総東駅・新田野駅・国吉駅・上総中川駅)
- ・いすみシャトルバス・市内循環バス
- ・タクシー・デマンド交通 (乗合タクシー)
- ・いすみ市観光センター (大原駅前) レンタサイクル

【外国人観光客への対応】

本法人の前身にあたる「いすみ市農泊・インバウンド推進協議会」は海外教育旅行の受け入れにより、各種体験メニューの多言語での実施 (民泊、太巻きづくり体験等) を地域住民と共に行っており、受け入れ環境は団体旅行レベルで整っているところ。また、モニターツアー、ファムトリップによりさらなるFITインバウンド対応環境整備を進めているところ。また海外セールスプロモーションや多言語パンフレット、多言語でのHP発信も行い始めている。

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
ランディングページのアクセス状況や SNS の反応状況	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。	アクセス解析や各 SNS でのアナリシスを活用して実施。
住民理解度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。
顧客満足度	いすみ市に来ていただいたお客様に、いすみ市へのリピートや口コミでのレコメンドしていただく度合いを高めるため。	Google や Booking.com などの OTA でのいすみ市内コンテンツについての満足度の収集や、独自のウェブアンケート等を実施。
集客数・経済効果	本法人がハブとなり、地域内にどの程度経済上の波及効果があったかを捕捉し、投資対効果 (ROI) を見える化するため。	国交省の観光経済波及効果推計支援システムにより独自に算出。
域内宿泊者数	東京からのアクセスの良さは武器である反面、日帰り客数の増加を招く恐れがあり、適切な施策により地域内での消費単価が高まっているか把握するための間接指標。	いすみ市役所オリンピック・観光課からデータを共有いただく。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

いすみ市では、自然豊かな環境と首都圏へのアクセスの良さを生かし「首都圏へのアクセスも容易で、手軽に田舎暮らしができる街」としてこれまで取り組みを進めてきたが人口は減少傾向にある。主要産業である農業・漁業の担い手は減少傾向にある。これまで目を向けてこなかった観光産業については、インバウンド向けに高いポテンシャルを持つことがわかってきている。地域の稼ぐ力を高めていくためのエリアブランディングと、これまでのいすみ市の地域づくりの方針に沿った形での観光業および「観光と移住・定住の中間の形態での、多拠点居住などの新たな形での田舎暮らし」＝「都心に近い田舎」での里山里海移住（いすみ）ツーリズムを軸とする観光地域づくりを進めていき、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、人口の増加につなげていく。

(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"> ・首都圏からのアクセスが良好ながら豊かな自然環境を有し、里山里海を気軽に体験できる場所であり、リピーターのインバウンドを満足させることができる場所であること。 ・「住みたい田舎ベストランキング」4年連続で首都圏エリア総合第1位（宝島社発行『田舎暮らしの本』）にも代表される移住・定住環境の良さ。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魅力的な自然体験コンテンツは多くあるものの、それをうまくトータルコーディネートして提供する現地オペレーターが不足している。 ・これまで観光に十分取り組んできておらず、お客様を満足させるレベルのサービスを提供するのに人材トレーニングが必要。

(別添) 様式 1

		・エリアブランディングがこれまで必ずしも統一・一貫しておらず、プロモーション効果が分散されてしまっている。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の中で、テレワークが一気に普及し、若い世代を中心に都心から郊外に住環境を移すトレンドが加速。都心からのアクセスの良さを生かして、多拠点居住の場所としてのニーズが高まっている。 ・コロナ禍の中で、国内の近場の距離での旅行ニーズが増加。豊かな自然環境の中で仕事と休暇の両方を行うワーケーションがトレンドとなりつつある。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の中で、これまで伸ばしてきたインバウンド需要および団体での教育旅行需要が一時的に消滅。これまで団体受け入れのための着地整備を進めてきたところ、with コロナの中で、個人客を対象とした営業の拡大および感染防止策をした上での集客を行っていくことが必要。

※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>○第1ターゲット層 欧米豪からのFIT・アジアの教育旅行客・インセンティブ旅行客</p>
<p>○選定の理由 いすみ市の持つ里山里海が「トトロの森」を思わせると評判であり、モニターツアーの結果も欧米豪の観光客への訴求力があることがわかっている。また、成田空港からの距離の近さもあり、ゴールデンルートがメインのアジアの旅行客も地方へ分散傾向の流れの中で、伝統的な日本の原風景や文化を見せる手頃な場所であることが、これまでのアジアからの教育旅行客受け入れでわかっている。</p> <p>○取組方針 都心からのアクセスの良さ（都心から特急70分）を生かし、「東京からすぐ行ける場所で日本の里山・里海の原風景の生活体験ができる場所」としてセールスをしていく。</p>
<p>○第2ターゲット層 国内教育旅行客</p>
<p>○選定の理由 首都圏への修学旅行・教育旅行の一貫で、漁業体験など田舎体験を行うのにあたり、いすみ市の立地が便利であることがこれまで受け入れを行うにあたってわかっている。</p> <p>○取組方針 里山・里海にも恵まれ、農業・漁業について先進的な取り組みを多く実施する同地域での自然豊かな生活をそのまま体験してもらう教育旅行プログラムを実施する。</p>
<p>○第3ターゲット層 小さい子ども連れの若い世代の家族</p>

(別添) 様式 1

<p>○選定の理由 いすみ市として、「住みたい田舎ベストランキング」4年連続で首都圏エリア総合第1位（宝島社発行『田舎暮らしの本』）となっているほど滞在環境がよく、市としても子育てしやすいまちづくりをこれまで行ってきており若い家族連れ向けに人気がある。「定住までは行かなくとも、ある程度の期間、仕事に不便がない範囲で田舎に家族と共に生活の拠点をもちたい」と考えている方々への、多拠点居住の場所として、観光と居住の中間的な位置づけで訴求を行う。</p> <p>○取組方針 『『観光と移住・定住の中間の形態での、多拠点居住などの新たな形での田舎暮らし』＝『都心に近い田舎』での里山里海移住（いすみ）ツーリズム』を、with コロナ時代に都心から郊外に居住の拠点を移すことを希望する若い世代向けに実施する。具体的には地方への拠点移動を希望する若い世代を対象とした賃貸物件周遊のパッケージツアーを、空き家バンクや地元不動産会社など地域の様々な関係者とも連携し、訪れる前のバーチャルツアー、実際に訪れるリアルツアーとして行う。</p>
--

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>『『観光と移住・定住の中間の形態での、多拠点居住などの新たな形での田舎暮らし』＝『都心に近い田舎』での里山里海移住（いすみ）ツーリズム』</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>インバウンド向けの受け入れ環境整備・着地整備は引き続き着実に進めつつ、Withコロナの「新たな日常」の中で、テレワークが当たり前となる中、住居を取り巻く自然環境がより重要性を増しており、都心から郊外への人の動きが起きつつある。この中で、観光産業のあり方も、「ワンショットで観光に来てもらう」という考え方から、「定住までは行かなくとも、ある程度の期間、仕事に不便がない範囲でいすみ市に家族と共に生活の拠点をもちたい、いすみ市の豊かな里山里海、特産品を楽しんでいただき、いすみ市のファンになっていただく」といったワーケーションスタイルに対応したお客様へのサービス提供にニーズがある。また、この方針はこれまでのいすみ市が進めてきた移住・定住政策とも整合的。本法人として、このような、普通の観光よりも地域住民に一段近い観光地域づくりを全国の先進事例として進めていきたい。</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
----	----

(別添) 様式 1

<p>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。</p>	<p>ツーリズムいすみにワーキンググループとして、事業テーマ別の部会を設置し、情報共有の場を2か月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。 また、事務局において事業目的・内容・成果・KPIの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、HPで公表。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>・顧客満足度をKPIとして継続的に計測。お客様の声を元に改善を常に測り続けるための連絡体制のもとで随時声を共有しながら、サービスの質全体を地域としてあげていく。飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。 ・各事業の取組状況についてPDCA管理表を作成し事業をスパイラルアップできる体制を構築。</p>
<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>	<p>ワンストップの観光ウェブサイトである isumi-tourism.jp に情報を集約。それぞれの施策を展開する際においても、「一つのメッセージ」(「里山里海いすみ(移住)ツーリズム」)のもとブランディングを実施。パブリックリレーションズ的手法を活用した戦略的な情報発信・プレスリリース発信によるパブリシティを獲得。</p>

※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	()	()	()	9.3 (0)	26.3 (2.2)	39.6 (7.7)
	実績	— ()	— ()	25.7 (1.1)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	0.9 (0)	2.3 (0.1)	3.4 (0.5)
	実績	— ()	— ()	3.2 (0.2)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	34.3 (67.5)	37.1 (70.0)	40.0 (72.5)
	実績	— ()	— ()	34.3 (67.5)	()	()	()

(別添) 様式 1

●リピーター率 (%)	目				34.3	37.1	40.0
	標	()	()	()	(67.5)	(70.0)	(72.5)
	実	—	—	34.3			
	績	()	()	(67.5)	()	()	()

※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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

- ・法人が手配・販売する旅行の取扱高
 ※取扱高＝(宿泊者数×宿泊単価)＋(体験利用者数×体験単価)
- ・宿泊単価は教育旅行手配 7,000 円 (1泊2食)、団体旅行手配 10,000 円 (1泊2食)、個人旅行販売 5,000 円 (1泊朝食)
- ・体験単価は 3,000 円を基本とし、体験利用率は別途設定
- ・いすみ市農泊・インバウンド推進協議会(本法人の前身)が平成 30 年度に作成した農山漁村振興交付金(農泊推進対策)の農山漁村振興推進計画において定めたKPIならびに令和元年度取扱実績をベースに、令和 2 年度のコロナ禍を考慮し設定。

●延べ宿泊者数

- ・千葉県観光入込調査を参考に、いすみ市農泊・インバウンド推進協議会(本法人の前身)が平成 30 年度に作成した農山漁村振興交付金(農泊推進対策)の農山漁村振興推進計画において定めたKPIならびに令和元年度取扱実績をベースに、令和 2 年度のコロナ禍を考慮し設定。

●来訪者満足度

- ・千葉県観光客満足度調査(平成 30 年 3 月)の結果内、「大変満足」を基準として設定。
- ・外国人数値は、いすみ市農泊・インバウンド推進協議会(本法人の前身)が平成 31 年 3 月に実施したインバウンドモニターツアーの評価を基準として設定。
- ・今後は地域全体への全旅行者への統一的な満足度調査を、個別コンテンツ実施時やOTAなどで統一的に行う。(after、with コロナ対応満足度調査も併せて実施)地域づくりの一つの重要な指標として、地域としてこれをあげていくことを目指していく。

●リピーター率

- ・千葉県観光客満足度調査(平成 30 年 3 月)の結果内、「大変満足」を基準として設定。
- ・外国人数値は、いすみ市農泊・インバウンド推進協議会(本法人の前身)が平成 31 年 3 月に実施したインバウンドモニターツアーの評価を基準として設定。
- ・今後は地域全体への全旅行者への統一的な満足度調査を、個別コンテンツ実施時やOTAなどで統一的に行う際に、リピーター率も捕捉するべくアンケート内容に盛り込んでいく。(after、with コロナ対応満足度調査も併せて実施)地域づくりの一つの重要な指標として、地域としてこれをあげていくことを目指していく。

(別添) 様式 1

--

(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
● 社会的認知度 (%)	目標	()	()	()	15 (5)	20 (10)	25 (15)
	実績	---	---	10 (1)	()	()	()
● ランディングページアクセス数	目標	()	()	()	25000 (250)	30000 (450)	40000 (800)
	実績	---	---	18000 (100)	()	()	()

※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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●社会的認知度

いすみ市が旅行目的地になるためにも、認知度自体を高めていくことが必要。バーチャルツアー・リアルツアー実施の際、いすみ市へ行ったことが方々に対するアンケートを実施するか、ウェブベースでのデータを収集。この社会的認知度により、メディア掲載回数などを包含した社会的認知度を計測。

●ランディングページアクセス数

インバウンド・国内客向けの観光サイトである Isumi-tourism.jp における情報を充実させランディングサイトとして機能させていく。このサイトへのアクセス数をカウント。

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
-------	--------	----

(別添) 様式 1

2017 (H29) 年度	900,000 (円)	(内訳の区分例) 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 900,000 円 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】
2018 (H30) 年度	12,500,000 (円)	【国からの補助金】 農山漁村振興交付金 10,500,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 2,000,000 円 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】
2019 (R1) 年度	39,830,000 (円)	【国からの補助金】 農山漁村振興交付金 6,500,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 4,000,000 円 【公物管理受託】 【収益事業】 29,330,000 円 【会費】 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】
2020 (R2) 年度	18,850,000 (円)	【自主財源】 9,000,000 円 【収益事業】 9,850,000 円 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】
2021 (R3) 年度	32,380,000 (円)	【企業版ふるさと納税充当金等】 4,000,000 円 ※協議中 【自主財源】 2,010,000 円 【収益事業】 26,370,000 円 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】
2022 (R4) 年度	44,090,000 (円)	【企業版ふるさと納税充当金等】 4,000,000 円 ※協議中 【自主財源】 450,000 円 【収益事業】 39,640,000 円 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳
2017 (H29) 年度	900,000 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 900,000 円 【情報発信・プロモーション】 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】

(別添) 様式 1

2018 (H30) 年度	12,500,000 (円)	【一般管理費】 4,300,000 円 【情報発信・プロモーション】 2,650,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 900,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,400,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 2,500,000 円 【観光イベントの開催費】 750,000 円
2019 (R 1) 年度	30,830,000 (円)	【一般管理費】 4,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 2,500,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 500,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 2,500,000 円 【収益事業の経費】 20,330,000 円
2020 (R 2) 年度	16,840,000 (円)	【一般管理費】 6,500,000 円 【情報発信・プロモーション】 500,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 8,840,000 円 【収益事業の経費】 8,840,000 円
2021 (R 3) 年度	31,930,000 (円)	【一般管理費】 6,500,000 円 【情報発信・プロモーション】 500,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 23,930,000 円 【収益事業の経費】 23,930,000 円
2022 (R 4) 年度	41,450,000 (円)	【一般管理費】 8,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 500,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 31,950,000 円 【収益事業の経費】 31,950,000 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

(一社) ツーリズムいすみは、旅行会社やOTAとのアライアンスを中心とした旅行業手配業 (BtoB) と地域限定旅行業 (Btoc) による送客と手配に係る手数料が主な収益である。
付帯事業として民泊運営代行業を開業予定。また、**企業版ふるさと納税寄附金等**を運営資金に充当することを市と協議中。

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

(別添) 様式 1

千葉県いすみ市は、一般社団法人ツーリズムいすみを本市における地域DMOとして候補法人登録したいので一般社団法人ツーリズムいすみとともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山内絢人
担当部署名 (役職)	(一社) ツーリズムいすみ CMO兼CFO
郵便番号	298-0004
所在地	千葉県いすみ市大原 7400-8
電話番号 (直通)	090-4230-8483
FAX番号	0470-64-6787
E-mail	kent@globalinnovator.com

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	千葉県いすみ市
担当者氏名	荘司和則
担当部署名 (役職)	水産商工課 誘客推進班 主査
郵便番号	298-0004
所在地	千葉県いすみ市大原 7400-1
電話番号 (直通)	0470-62-1119
FAX番号	0470-63-1252
E-mail	suisan@city.isumi.lg.jp

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	

法人名：一般社団法人ツーリズムいすみ

登録区分名：地域DMO

「都心に近い田舎」での里山里海移住(いすみ)ツーリズム

【区域】 千葉県、いすみ市

【設立日】 2020年4月30日

【登録日】 2020年7月20日(予定)

【代表者】 出口幸弘

【マーケティング・財務責任者(暫定兼務)】

山内絢人

【職員数】 4人(常勤1人(正職員1人)、非常勤3人)

【連携する主な事業者】

いすみ市商工会(事業者間調整)

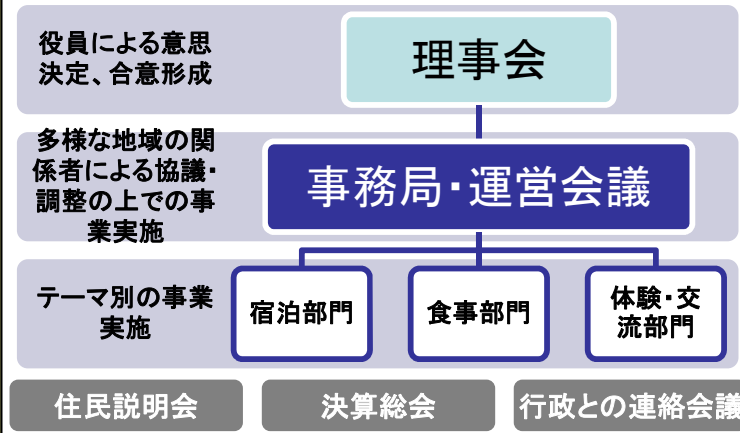
夷隅東部漁業協同組合(遊漁船・漁協レストラン)

大原水産加工業協同組合(干ものづくり)

いすみ市教育旅行宿泊業組合(宿泊)

浪花タクシー(交通事業者) 他

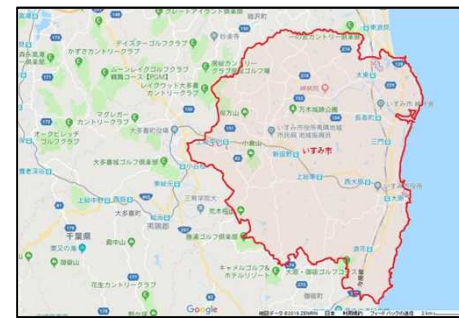
実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】

美しい里山里海での農泊漁泊、田舎体験・交流型アクティビティ。なお、事業実施区域はいすみ市全域(下図)



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)

【概要】

ツーリズムいすみ、農泊漁泊・アクティビティ・交流事業者、宿泊事業者、交通事業者、いすみ市役所が参画する運営会議を取りまとめ、中立的立場から、いすみ市全体の利益を踏まえた利害関係を調整する役割を担う。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

・インバウンド向けを中心にランドオペレーターへのセールスコールを実施(英語・北京語(繁体)・日本語)。

・インバウンド向けの予約受付・料金決済対応可能な多言語ランディングページ(isumi-tourism.jp)の解説

・国内教育旅行の受け入れPR

・インバウンド向けプロモーション動画の制作

【観光資源の磨き上げ】

・インバウンド向けモニターツアーの実施

・分散型ホテル・体験予約システムの構築

【受入環境の整備】

・教育旅行受け入れを通じた受入環境整備

その上で、これまで教育旅行受け入れを実施。

戦略

【主なターゲット】

国内：多拠点生活に関心を持つ都心の若い家族(いすみ市は「住みたい田舎ベストランキング」4年連続で首都圏エリア総合第1位獲得)インバウンドが戻り次第、欧米豪・アジアFIT【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

テレワークが当たり前になった「新たな日常」の中で、都心から田舎に拠点を移すことに関心を持つ層を対象に、里山・里海にも恵まれ、農業・漁業について先進的な取り組みを多く実施する同地域での生活をそのまま体験してもらうワーケーション・多拠点居住プログラムを実施。都心からのアクセスの良さ(都心から特急70分)を生かし、「東京からすぐ行ける里山里海」としてセールスする。

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

お客様からのフィードバックをいただく仕組みを用意し、フィードバックいただいた意見およびKPIの数値をもとに、運営会議の場で関連事業者と議論、改善を繰り返していく。同時に、定期的に住民説明会を開催し、現状を報告、協力体制を継続的に得るようにしていく。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2017	20	201	202	202	202
		(H29)	(H30)	(R1)	(R2)	(R3)	(R3)
		年度	年度	年度	年度	年度	年度
旅行消費額(百万円)	目標	()	()	()	9.3	26.3	39.6
	実績	-	-	25.7	(0)	(2.2)	(7.7)
延べ宿泊者数(千人)	目標	()	()	()	0.9	2.3	3.4
	実績	()	()	3.2	(0)	(0.1)	(0.5)
来訪者満足度(%)	目標	()	()	()	34.3	37.1	40.0
	実績	()	()	34.3	(67.5)	(70.0)	(72.5)
リピーター率(%)	目標	()	()	()	34.3	37.1	40.0
	実績	()	()	34.3	(67.5)	(70.0)	(72.5)

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(教育旅行受け入れ等) 約40百万円(R1年度)

【総支出】 27百万円(一般管理費、プロモーション、イベント開催)
※R1年度第3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】
都心から近いことを生かした教育旅行受け入れによる手数料収入を核として運営資金を確保する。