

## 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・ <b>地域DMO</b>	
観光地域づくり法人の 名称	株式会社 さかいまちづくり公社	
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・・・境町 対象区域・・・茨城県猿島郡境町	
所在地	茨城県猿島郡境町 1 3 4 1 - 1	
設立時期	平成 2 8 年 9 月 1 日 (法人設立)	
職員数	1 0 7 人【常勤 5 7 人、非常勤 5 0 人】(法人職員)	
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) 野口 富太郎 (出身組織名) ㈱さかいまちづくり公社代取 境町観光協会会長 他	現在、当社代取、観光協会長、道の駅さかい駅 長、境町参与、野口徳太郎商店代取等に就任し ており、境町を熟知している。経歴からも観光 施策等について、高い知見と能力を有してい る。
データ収集・分析等の 専門人材 (CMO：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) 沼田 辰徳 「専従」 (出身組織名) ㈱さかいまちづくり公社所属 境町観光協会へ出向	境町に在住し、観光業務に従事している。専従 者として、データ収集や分析を行っている。  ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
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) 松橋 健 (出身組織名) 境町職員 境町観光協会に派遣	地方銀行に 2 3 年間勤務。境町役場に所属し、 観光協会の業務に従事している。行政との連携 調整を行いながら、持続可能な運営のため、運 営収支や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) 河又 啓介 (出身組織名) ㈱さかいまちづくり公社	出版会社での勤務経験が長く、パソコン等を活 用したプロモーションを得意としている。SN S等を活用し、観光振興プロモーションを行 う。
各部門 (例：旅行商品 の造成・販売) の責任 者 (専門人材)	(氏名) 沼田 辰徳 (出身組織名) ㈱さかいまちづくり公社所属 境町観光協会へ出向	CMOと兼務。代表と連携して全体の管理を担 う。旅行業の免許取得に向け、準備中。
連携する地方公共団体 の担当部署名及び役割	茨城県境町 ・まちづくり推進課 (商工観光事業)・境町観光協会 (イベント企画・運営) ・企画経営課 (新規事業促進)・生涯学習課 (文化財等の保護・活用) ・学校教育課 (観光教育)・都市計画課 (交通政策) 他	

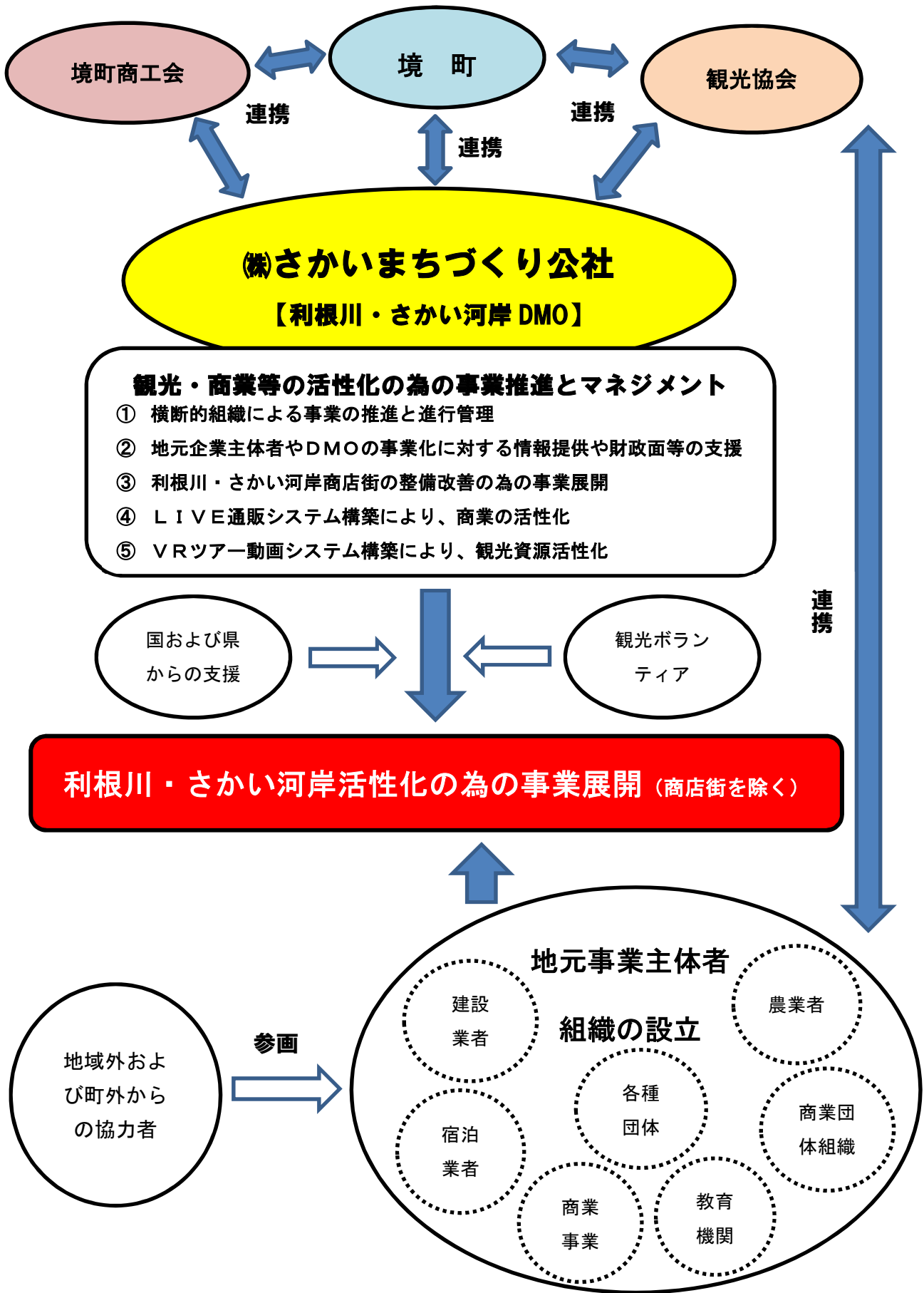
(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 境町観光協会 (町内外各種イベントなど)</li> <li>・ 境町商工会 (ふるさと名物の開発、空き店舗対策、「さかい河岸商店街」復興、駐車場やイベント広場の整備、ポイント制度等の運用)</li> <li>・ 境町商工会青年部 (イベント運営)</li> <li>・ 境町旅館料理組合 (宿泊施設)</li> <li>・ 境町飲食業組合 (食文化発信)</li> <li>・ 境町茶生産組合 (飲食・農業体験)</li> <li>・ 歴史民俗資料館 (文化財等の展示・案内ガイド)</li> <li>・ 境町いきいきクラブ連合会 (観光ガイド)</li> <li>・ ㈱NUV WORKS (さかいリバーサイドパーク運営管理)</li> <li>・ 観光バス事業者 (平川観光・中岡交通・本谷観光・橋観光バス・昭和観光自動車)</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>【該当する登録要件】② (概要)</p> <p>当法人・境町・観光協会・商工会・各種団体・地元事業者等からなる主メンバーにて委員会等を立上げ、運営していく。</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>境町では、毎年7月に「さかいふるさと祭り」を開催しており、運営にあたっては、観光協会が主体となり役場職員をはじめ、地域の若手経営者等の有志により、実行委員会を組織している。実行委員は、観光協会、役場の職員他、商工会等各種団体、地域住民等ボランティアスタッフ約100名で運営している。</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" data-bbox="459 1025 1437 1765"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1025 644 1077">事業</th> <th data-bbox="649 1025 1437 1077">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1084 644 1227"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="649 1084 1437 1227"> <p>・ 令和2年度S-PRO事業 【具体事業内容】 新たな観光パンフレットを製作。自治体研修等で境町を訪れる自治体や各種団体へ配布</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1234 644 1585"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="649 1234 1437 1585"> <p>・ 観光拠点整備事業 【具体事業内容】 ① 6次産業化施設整備 (道の駅さかい さかいサンド) ② さかい河岸レストラン茶蔵整備 ③ S-L a b (研究施設) 整備 ④ S-G a l l e r y (肅祭寶美術館) 整備 ⑤ モンテネグロ会館整備 ※上記、すべて隈研吾氏の設計 ⑥ 道の駅さかい内に「沖縄国頭村公設市場 (アンテナショップ) 整備</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1592 644 1765"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="649 1592 1437 1765"> <p>※コロナ禍により実施できず</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・ 令和2年度S-PRO事業 【具体事業内容】 新たな観光パンフレットを製作。自治体研修等で境町を訪れる自治体や各種団体へ配布</p>	<p>受入環境の整備</p>	<p>・ 観光拠点整備事業 【具体事業内容】 ① 6次産業化施設整備 (道の駅さかい さかいサンド) ② さかい河岸レストラン茶蔵整備 ③ S-L a b (研究施設) 整備 ④ S-G a l l e r y (肅祭寶美術館) 整備 ⑤ モンテネグロ会館整備 ※上記、すべて隈研吾氏の設計 ⑥ 道の駅さかい内に「沖縄国頭村公設市場 (アンテナショップ) 整備</p>	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>※コロナ禍により実施できず</p>
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・ 令和2年度S-PRO事業 【具体事業内容】 新たな観光パンフレットを製作。自治体研修等で境町を訪れる自治体や各種団体へ配布</p>								
<p>受入環境の整備</p>	<p>・ 観光拠点整備事業 【具体事業内容】 ① 6次産業化施設整備 (道の駅さかい さかいサンド) ② さかい河岸レストラン茶蔵整備 ③ S-L a b (研究施設) 整備 ④ S-G a l l e r y (肅祭寶美術館) 整備 ⑤ モンテネグロ会館整備 ※上記、すべて隈研吾氏の設計 ⑥ 道の駅さかい内に「沖縄国頭村公設市場 (アンテナショップ) 整備</p>								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>※コロナ禍により実施できず</p>								

(別添) 様式 1

	<p>(定量的な評価)</p> <p>道の駅さかい決算</p> <p>○売上高</p> <table border="0"> <tr> <td>第1期 (H28年9月~H29年8月)</td> <td>130,208千円</td> </tr> <tr> <td>第2期 (H29年9月~H30年8月)</td> <td>200,639千円</td> </tr> <tr> <td>第3期 (H30年9月~R01年8月)</td> <td>425,679千円</td> </tr> <tr> <td>第4期 (R01年9月~R02年8月)</td> <td>612,297千円</td> </tr> </table> <p>○営業利益</p> <table border="0"> <tr> <td>第1期 (H28年9月~H29年8月)</td> <td>12,464千円</td> </tr> <tr> <td>第2期 (H29年9月~H30年8月)</td> <td>31,683千円</td> </tr> <tr> <td>第3期 (H30年9月~R01年8月)</td> <td>△17,443千円</td> </tr> <tr> <td>第4期 (R01年9月~R02年8月)</td> <td>6,618千円</td> </tr> </table> <p>○当期利益</p> <table border="0"> <tr> <td>第1期 (H28年9月~H29年8月)</td> <td>8,553千円</td> </tr> <tr> <td>第2期 (H29年9月~H30年8月)</td> <td>21,978千円</td> </tr> <tr> <td>第3期 (H30年9月~R01年8月)</td> <td>2,510千円</td> </tr> <tr> <td>第4期 (R01年9月~R02年8月)</td> <td>3,940千円</td> </tr> </table>	第1期 (H28年9月~H29年8月)	130,208千円	第2期 (H29年9月~H30年8月)	200,639千円	第3期 (H30年9月~R01年8月)	425,679千円	第4期 (R01年9月~R02年8月)	612,297千円	第1期 (H28年9月~H29年8月)	12,464千円	第2期 (H29年9月~H30年8月)	31,683千円	第3期 (H30年9月~R01年8月)	△17,443千円	第4期 (R01年9月~R02年8月)	6,618千円	第1期 (H28年9月~H29年8月)	8,553千円	第2期 (H29年9月~H30年8月)	21,978千円	第3期 (H30年9月~R01年8月)	2,510千円	第4期 (R01年9月~R02年8月)	3,940千円
第1期 (H28年9月~H29年8月)	130,208千円																								
第2期 (H29年9月~H30年8月)	200,639千円																								
第3期 (H30年9月~R01年8月)	425,679千円																								
第4期 (R01年9月~R02年8月)	612,297千円																								
第1期 (H28年9月~H29年8月)	12,464千円																								
第2期 (H29年9月~H30年8月)	31,683千円																								
第3期 (H30年9月~R01年8月)	△17,443千円																								
第4期 (R01年9月~R02年8月)	6,618千円																								
第1期 (H28年9月~H29年8月)	8,553千円																								
第2期 (H29年9月~H30年8月)	21,978千円																								
第3期 (H30年9月~R01年8月)	2,510千円																								
第4期 (R01年9月~R02年8月)	3,940千円																								
<p>実施体制</p> <p>※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>(株)さかいまちづくり公社が母体となり、メンバーには、観光協会、行政、宿泊業者、飲食業者、建設業者、農業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施する計画。</p> <p>利根川・さかい河岸商店街づくり事業を円滑かつ効果的に進めていくためには、関係各所を含めた横断的推進組織を設置することが重要である。この推移推進組織の核となるのが、「(株)さかいまちづくり公社」である。</p> <p>また、商店街の活性化に向けては、地元事業主体者や民間事業者などがまとまった形での積極的な事業参画が不可欠である。こうした中、境町においては、十分な商店街組織が形成されておらず、DMO組成に向けて体制づくりを行っていく。</p> <p>「利根川・さかい河岸商店街」は、“昭和の佇まいを活かした街”をコンセプトに、『着地型観光』へ対応した「おもてなし」あふれる、歩いて楽しい街を実現していきます。また、多彩な来街目的を備えた豊かな生活を楽しむ街として、境町内外からの観光客を増やしていく。</p>																								

	<p>各メンバーの主要な役割は以下の通り。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 行政 まちづくり推進課を中心に、本DMOの支援を行う。「さかい河岸商店街」の復活に向けた情報の提供、補助金等を活用して街づくりを行う。</li><li>2. 境町商工会 商工会会員の事業参画や、「一店逸品」事業に基づいたふるさと名物の開発及びPR、空き店舗活用、「さかい河岸商店街」の復活実施、駐車場やイベントの開催支援</li><li>3. 境町観光協会 境町の観光事業の一環を担っていることから、町内外のイベント企画運営や境町との連携調整及び本DMOの支援を行う。</li><li>4. 各種団体 境町建設業協会や国際観光協会等の各種団体加盟者との連携調整を行う。また、町内老人会（いきいきクラブ）等によって観光ボランティアとして、町内の歴史紹介・観光案内を行う。</li><li>5. 宿泊業者 境町にある宿泊施設（旅館、スーパー銭湯等）を連携して、観光客の取り込みを行う。境町にはビジネスホテルがないため現状では日帰り客が多いことから、宿泊施設の案内及び協力により、滞在時間を長くしていく取組みを行う。</li><li>6. 商業事業者 境町商店街及び近隣事業者が本DMO組成の中心的な役割を果たす。「さかい河岸商店街」のベースとなる。</li><li>7. 農業者 境町は、特産のさしま茶の他、レタス・ネギ・白菜等の野菜を生産しているが、農業体験や農泊（農家に宿泊体験）等で観光客誘致</li></ol> <p>(実施体制図は次ページ参照)</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】

境町全体を区域とする。町内各所に観光資源（観光施設）が点在していることから区域とするもの。地図内の番号は、境町の主要文化財を示している。

【観光客の実態等】

観光客は、道の駅さかいを拠点に訪れている。また、利根川河川敷にある「境リバーサイドパーク」にて、BBQ やセグウェイ体験を楽しんでいる。毎年7月には、同じく河川敷にて「利根川大花火大会」を開催し、町内外からの見物客でにぎわっている。観光客の多くは、東京を含めた近県から訪れているが、宿泊でなく日帰りの傾向がある

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント】

○施設：道の駅さかい（茶蔵・沖縄国頭村公設市場）、河岸の駅さかい、境町歴史民俗資料館、境リバーサイドパーク、さくらの森パーク、境町サッカー場、S - Gallery（美術館）、ふれあいの里、利根川等

○イベント：利根川大花火大会、歩行者天国祭り、さかい河岸フェスティバル、境達磨市、利根川いかだレース選手権、さくらの森コンサート、境町ウィークinハワイ、町民祭 町民号（町民向け旅行）等

(別添) 様式 1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- 宿泊施設：・スタンバイリーグさかい（S 4 5 室・W 2 室）  
・御老公の湯境店（S 1 4 室・T 6 室・和 2 室）  
・ビジネス旅館利根川  
・ビジネスホテルミヤコ（3 1 室）  
・旅館すずきや（6 室）  
・ひょう亭旅館（1 0 室）  
・山楽  
・釜屋旅館  
・橘屋旅館

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・圏央道境古河 I C  
・東武スカイツリーライン 東武動物公園駅より境車庫行き路線バスで約 4 0 分  
JR 宇都宮線 古河駅より路線バスで約 4 0 分

【外国人観光客への対応】

外国人観光客に対応すべく、翻訳アプリ入りのタブレットを使用し対応している。  
また、観光案内所として J N T O へ申請し、登録済み。

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	HPの管理画面にて収集実施
宿泊施設の宿泊状況	観光客の宿泊状況を把握し、滞在型観光の定着度合を把握するため	宿泊事業者に対し、定期調査を実施
各アクティビティの利用状況	利用状況を把握することにより、観光客のニーズを発掘するため	関係事業者へのヒアリングを実施
自動運転バスの利用状況及びオプションの利用状況	利用状況を把握することで、新たなオプションを企画できるため	運営事業者との連携により、情報収集実施

## 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

境町は人口約24,000人の小規模自治体であるが、子育て支援に力を入れており、移住促進住宅や英語教育の充実、子育て支援施設（S-WORK+KIDS）などの施策が充実している。なかでも、駅のない町として自動車利用が不可欠であるが、高齢者の免許返納などにも対応すべく、全国初の試みである「自動運転バス」の定常運行をはじめた。

また、世界的に有名な建築家である隈研吾氏が設計した建物が現在5ヶ所（2021年春に1ヶ所追加）があり、全国一隈氏の建物のある自治体になる予定であります。これらの拠点や道の駅を核とした観光拠点が、それらの「点」を「線」や「面」にすることが、課題となっているため、地域DMOが中核となり、行政とも連携してまちづくりをしていくこととしている。

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <ol style="list-style-type: none"><li>①利根川</li><li>②さし茶他特産品が豊富</li><li>③映画・ドラマ・PV等の撮影場所が豊富</li><li>④公共施設（サッカー場等）が充実</li><li>⑤高速バス停（境古河IC）がある</li><li>⑥外国語教育の充実と海外の友好都市との連携が充実（ハワイ、アルゼンチン、フィリピン）</li><li>⑦ 利根川大花火大会</li><li>⑧ エアポート・セグウェイを保有</li><li>⑨ 自動運転バス定常運行（全国初）</li></ol>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <ol style="list-style-type: none"><li>①公共交通機関不足（バスのみ）</li><li>②大規模商業施設不足</li><li>③商店街の衰退</li><li>④公共施設（公民館等）の老朽化</li><li>⑤観光施設の活用</li><li>⑥宿泊施設不足</li></ol>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <ol style="list-style-type: none"><li>①圏央道境古河IC開通</li><li>②オリンピック事前キャンプ地になった（アルゼンチン）</li><li>③ハワイ州ホノルル市と友好協定締結</li><li>④沖縄国頭村の道の駅と友好交流協定締結</li><li>⑤道の駅さかい内に「沖縄国頭村公設市場」オープン</li><li>⑥ 隈研吾氏が設計した建築物が現在5ヶ所（2021年春1ヶ所追加）</li></ol>	<p><b>脅威 (Threat)</b> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <ol style="list-style-type: none"><li>①ふるさと納税制度の見直し</li><li>②タクシーの減少に伴う交通機関不足</li><li>③県外（千葉県・埼玉県）からの観光客来町ルート不足（渋滞等）</li></ol>



(別添) 様式 1

※上記に加え、P E S T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 <b>近隣県（千葉県・埼玉県・栃木県）の中老年層</b></p>
<p>○選定の理由 町の観光拠点の1つである「道の駅さかい」には、買い物目的の顧客が多く訪れているため</p> <p>○取組方針 イベントや新しいコンテンツを充実させ、リピート率を向上させる</p>
<p>○第2ターゲット層 <b>首都圏からの高齢者を含めたファミリー層</b></p>
<p>○選定の理由 利根川河川敷でのBBQやセグウェイなどのアクティビティの利用需要があり、道の駅やハワイをコンセプトにしたカフェなどもあり、ファミリーニーズがあるため</p> <p>○取組方針 今以上にコンテンツを充実させ、町内回遊を目指していく</p>
<p>○第3ターゲット層 <b>まちづくりに関わるもしくは関心のある各種団体</b></p>
<p>○選定の理由 境町は、全国に先駆けた先進事例（自動運転バス定常運行や水防タワーなど）の事業が多数あることから、全国の自治体や各種団体からの視察要望が多いため</p> <p>○取組方針 行政と連携していく方針</p>
<p>○第4ターゲット層 <b>隈研吾建築に関心がある建築家、学生、建設会社など</b></p>
<p>○選定の理由 当町には、隈研吾建築が5ヶ所（来年1ヶ所追加）があり、世界的に有名な建築家の建物を身近で体感できるから</p> <p>○取組方針 隈研吾建築見学ツアーなどのプランを検討し、バス会社等と連携していく方針</p>

(別添) 様式 1

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	利根川・さかい河岸づくり
②コンセプトの考え方	さかい河岸は、古くは利根川の水運を活かし発展した地域であり、歴史を紐解けば慶長年間にはさかい河岸が設置され、商業機能をはじめとする様々な機能が集まる河岸問屋として栄えていました。そこには人々の生活・娯楽・交流の場として賑わいをみせていた。しかし近年の商業立地動向の変化や社会環境の変化が進展し、当地の衰退・空洞化という問題が深刻化しているが、空き店舗を再利用することで、境町の歴史が感じられる「古くて新しい店舗」が並ぶ商店街づくりを行い、かつての賑わいを取り戻していく。

#### 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。	<p>※戦略の共有方法について記入すること HPや事業報告会を予定</p> <p>「さかい河岸商店街」の再建は、町民だけでは成立することが困難である為、外部コンサルの参画や『着地型観光』の定着化を図るため、近隣自治体（野田市・五霞町）との連携を図り、実施していく。 現在、上記自治体とは、「川のまちネットワーク」事業で連携しており、この延長線上に本DMOを絡めていく。</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	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客に提供するサービス等について、関係者向けの研修会などを開催する予定。また、現在当社で定期的開催している「さかいまちづくりゼミ」を継続開催し、参加者の拡大を図り、今後に向けて近隣自治体関係者にも参加してもらい、DMO体制の構築を図っていく。</li> <li>インバウンド対応として、道の駅さかいを観光案内所としてJNTOに申請し、登録済み。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>本DMOの事業主体である(株)さかいまちづくり公社及び観光協会にて、一元的に情報発信していく。</li> <li>プロモーションについては、各種イベント等で、本DMO事業の活動報告や事業PRを行い、町内外の幅広い方に知ってもらい発展的な事業を行っていく。</li> </ul>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

<b>6. K P I (実績・目標)</b>
-------------------------

※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K P I ※K P Iについては、各連携団体と調整し設定する予定**

指標項目		2017	2018	2019	2020	2021	2022
		(H29) 年度	(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	100	150	200	250	320	400
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )
●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

### 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】**

※K P I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出来る限り具体的に記入すること。

目標設定に関しては、既存の事業者と連携し、過去の実績に基づいて設定していく

**【設定にあたっての考え方】**

●旅行消費額

「道の駅さかい」の売上(売店・飲食)を旅行消費額として設定することとする

●延べ宿泊者数

民間の宿泊事業者と連携して、宿泊者数を把握する

●来訪者満足度

※来訪者に関する満足度調査が未実施の場合、「観光地の満足度調査」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html>)を参照して実施し、例えば、毎年〇%増などの目標を設定して記入すること。

道の駅来訪者に出口調査(アンケート)を実施し、満足度を把握する

●リピーター率

上記と同じく、アンケートを実施し把握する

(別添) 様式 1

(2) その他の目標 ※目標数値については、調整後設定する予定

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
●花火大会 満足度 (%)	目標	90 ( )	90 ( )	95 ( )	95 ( )	95 ( )	95 ( )
	実績	95 ( )	93 ( )	94 ( )	未実施 ( )	( )	( )
●宿泊施設の 稼働率 (%)	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )
●ふるさと納税 納税額 (百万円)	目標	3,000 ( )	3,000 ( )	3,000 ( )	3,000 ( )	3,000 ( )	3,000 ( )
	実績	2,162 ( )	6,082 ( )	3,146 ( )	( )	( )	( )
●境町の新聞 掲載数 (回)	目標	120 ( )	120 ( )	120 ( )	120 ( )	120 ( )	120 ( )
	実績	160 ( )	169 ( )	314 ( )	( )	( )	( )

※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。

目標設定に関しては、既存の事業者と連携し、過去の実績に基づいて設定していく

【設定にあたっての考え方】

●花火大会の満足度

利根川大花火大会で毎年実施している「ふるさと納税者バスツアー」の参加者にアンケートを実施し、満足度を把握する

●宿泊施設の稼働率

民間の宿泊事業者と連携して、施設稼働率を算出する

●ふるさと納税納税額

毎年のふるさと納税の納税額を算出する

●境町の新聞掲載数

4大新聞（読売・朝日・産経・毎日）及び茨城・日経・東京に掲載された境町の記事掲載回数を算出する（重複記事含む）

## 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 ※当法人の事業収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2017年度 (H29.9~30.8) 〈実績〉	213,879,179(円)	【売店売上高】 59,971,055円 【軽食・スイーツ売上高】 45,671,261円 【ふるさと納税手数料収入】 85,900,172円 【リバーサイド他売上高】 9,097,421円 【市町村からの補助金】 3,703,704円 【関係団体からの補助金】 7,803,204円
2018年度 (H30.9~31.8) 〈実績〉	462,830,632(円)	【売店売上高】 73,728,403円 【飲食売上高】 118,201,758円 【ふるさと納税手数料収入】 218,943,918円 【リバーサイド他売上高】 14,805,380円 【市町村からの補助金】 34,534,970円 【家賃収入】 944,448円
2019年度 (R1.9~2.8) 〈実績〉	644,990,667(円)	【売店売上高】 79,827,346円 【飲食売上高】 122,883,764円 【ふるさと納税手数料収入】 346,938,546円 【その他売上高】 62,648,281円 【国からの助成金】 2,950,792円 【市町村からの補助金】 23,932,114円 【家賃収入】 928,707円 【特別利益】 2,620,000円
2020年度 (R2.9~3.8) 〈予想〉	890,000,000(円)	【売店売上高】 100,000,000円 【飲食売上高】 150,000,000円 【ふるさと納税手数料収入】 450,000,000円 【その他売上高】 70,000,000円 【市町村からの補助金】 30,000,000円 【家賃収入他】 9,000,000円
2021年度 (R3.9~4.8) 〈予想〉	1,000,000,000(円)	【売店売上高】 120,000,000円 【飲食売上高】 200,000,000円 【ふるさと納税手数料収入】 550,000,000円 【その他売上高】 75,000,000円 【市町村からの補助金】 30,000,000円 【家賃収入他】 25,000,000円
2022年度 (R4.9~5.8) 〈予想〉	1,200,000,000(円)	【売店売上高】 150,000,000円 【飲食売上高】 250,000,000円 【ふるさと納税手数料収入】 660,000,000円 【その他売上高】 80,000,000円 【市町村からの補助金】 30,000,000円 【家賃収入他】 30,000,000円

(別添) 様式 1

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2017年度 (H29.9~30.8) 〈実績〉	134,783,012(円)	【一般管理費】 122,679,321円 【営業外費用】 12,103,691円
2018年度 (H30.9~31.8) 〈実績〉	366,204,148(円)	【一般管理費】 349,172,738円 【営業外費用】 16,779,836円 【特別損失】 251,574円
2019年度 (R1.9~2.8) 〈実績〉	541,852,020(円)	【一般管理費】 508,080,135円 【営業外費用】 33,577,785円 【特別損失】 194,100円
2020年度 (R2.9~3.8) 〈予想〉	750,000,000(円)	【一般管理費】 700,000,000円 【営業外費用】 50,000,000円
2021年度 (R3.9~4.8) 〈予想〉	900,000,000(円)	【一般管理費】 850,000,000円 【営業外費用】 50,000,000円
2022年度 (R4.9~5.8) 〈予想〉	1,000,000,000(円)	【一般管理費】 950,000,000円 【営業外費用】 50,000,000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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

※運営資金確保については、協議中につき関係者と調整していく予定

## 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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

境町は、㈱さかいまちづくり公社を境町における「地域DMO」として候補法人といたく、平成31年に申請し登録を受けました。今後は本登録に向けて、㈱さかいまちづくり公社とともに進めてまいります。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	松橋 健
担当部署名 (役職)	境町観光協会 事務局次長
郵便番号	306-0495
所在地	茨城県猿島郡境町391-1
電話番号 (直通)	0280-81-1319
FAX番号	0280-87-2630
E-mail	syoko@town.ibaraki-sakai.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	茨城県 境町
担当者氏名	橋本 健一
担当部署名 (役職)	まちづくり推進課 参事
郵便番号	306-0495
所在地	茨城県猿島郡境町391-1
電話番号 (直通)	0280-81-1314
FAX番号	0280-87-2630
E-mail	syoko@town.ibaraki-sakai.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:株式会社さかいまちづくり公社

登録区分名:地域DMO

# 【利根川・さかい河岸DMO】 (利根川・さかい河岸活性化の為の事業展開)

【区域】茨城県境町

【設立日】平成28年9月1日

【登録日】平成31年3月29日

【代表者】野口 富太郎

【マーケティング責任者(CMO)】

沼田 辰徳

【財務責任者(CFO)】

松橋 健

【職員数】107人(法人職員)

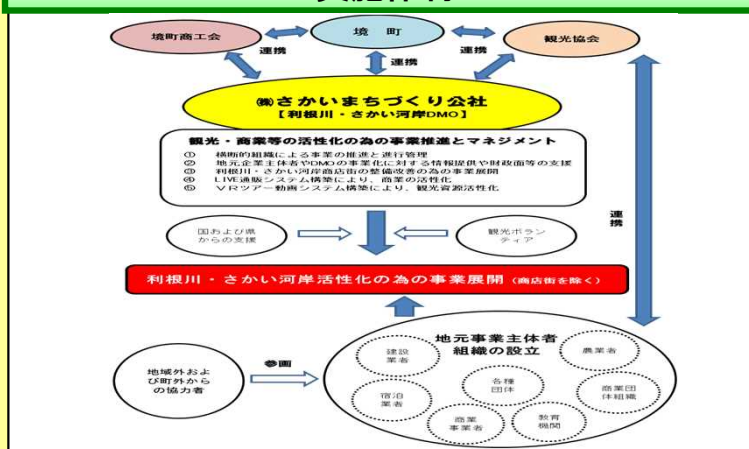
常勤57人(正職員56人・出向等1人)

非常勤50人

【連携する主な事業者】

境町、観光協会等、商工会等

## 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】

- ・さしま茶
- ・道の駅さかい
- ・隈研吾氏建築物 (6ヶ所)
- ・利根川
- ・さかいリバーサイドパーク
- ・利根川大花火大会等々



## 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】②

【概要】

当法人・境町・観光協会・商工会・各種団体・地元事業者等からなる主メンバーにて部会等を立ち上げ、合意形成して運営していく。

## 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年度S-PRO事業  
新たな観光パンフを製作し、自治体研修等で当町を訪れる自治体や各種団体へ配布

【観光資源の磨き上げ】

【受入環境の整備】

・観光拠点整備事業  
町内に、隈研吾氏設計の建物を多数建築し、日本一の保有自治体になる予定。  
また、道の駅さかい内に沖縄国頭村のアンテナショップを整備。

## 戦略

【主なターゲット】

- ①近隣県(千葉県・埼玉県・栃木県)を中心とした首都圏の中高年齢層
- ②首都圏からのファミリー層
- ③隈研吾建築に関心のある建築家・学生・建設業者など
- ④自動運転バスに関心のある自治体・事業者・中高年齢層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・道の駅でのイベントやコンテンツを充実させ、リピート率を上げる
- ・河川敷アクティビティを今以上に充実させ、PRを強化する
- ・隈研吾建築見学ツアーなどを企画実施する

## 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

- ・関係者に対しては、部会などでの事業報告を実施する。
- ・一般向けには、HPで事業実績を公表する。
- ・プロモーションについては、まちづくり公社と観光協会で一元的に情報発信していく。

## KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2017 (H29) 年度	20 (H30) 年度	201 (R1) 年度	202 (R2) 年度	202 (R3) 年度	202 (R3) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	100 ( )	150 ( )	200 ( )	( )	( )	( )
	実績	105 ( )	191 ( )	202 ( )	( )	( )	( )
延べ宿泊者数 (千人)	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )
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】

(現在、当法人の既存事業収入および自治体からの補助金のみ)

【総支出】

(現在、当法人の既存事業支出のみ)

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

(協議中であり関係者と調整していく)