観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	（一社）地域商社あきおおた	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	広島県山県郡安芸太田町	
所在地	広島県山県郡安芸太田町戸河内７８４番地１	
設立時期	平成 30 年１月 26 日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	15 人【常勤１０人（正職員７人・出向等３人）、非常勤５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）	（氏名） 橋本　博明 （出身組織名） 安芸太田町長	現安芸太田町長。現（一社）地域商社あきおおた代表理事。町の基幹産業である観光を発展させることの必要性及び重要性を行政・地域商社のトップとして強い意欲をもち、その手腕を発揮している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	（氏名） 寶珠　真一 （出身組織名） (株)十八親和銀行、 (株)長崎経済研究所	現（一社）地域商社あきおおた 事業本部長 十八親和銀行では長年マーケティング業務を担当した経験や、出向していた一社)長崎国際観光コンベンション協会での DMO のプロモーション、セールス、企画戦略の経験を活かし、安芸太田町における観光マーケティングを推進。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 栗栖　香織 （出身組織名） 安芸太田町役場	（一社）地域商社あきおおた　副本部長 安芸太田町役場会計課の経験を活かし、町行政と連携した事業予算の確保や独自予算の確保を推進。
各部門（プロモーションの責任者）	（氏名） 梅本　雅史 （出身組織名） (株)ピアズ、元地域おこし協力隊	当法人のホームページの制作・運営に主体的にかかわり、ロゴマーク、キャッチコピーの作成を行った。記事形式による地域観光の情報発信や SNS の運用、メディアと連携した PR など広報活動により、ブランド力向上を図っている。
各部門（旅行商品の造成･販売の責任者）	（氏名） 服部　美樹子 （出身組織名） JICA、元地域おこし協力隊	インバウンド活性化について、行政と共同で基本戦略立案と推進を担っている。またランドオペレーターとして、海外旅行会社に対して、交通手段、体験型観光の企画、手配全般を行っている。教育旅行や農泊の推進も行う。
各部門（観光振興アドバイザー）	（氏名） 有田　隆司	地域密着型の旅行商品開発・販売経験や様々な自治体での観光振興に携わった知見を活かし、ＤＭ

様式１

<table>
<tr><td></td><td>（出身組織）
広電観光、KOI 企画ふるさと活性化研究所</td><td>Ｏの運営全般への助言、職員の人材育成、地域のおもてなし力向上などの各種研修など観光地域づくり全般の支援を行う。令和４年７月には、観光庁「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」の専門家として登録された。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">安芸太田町産業観光課(観光振興の基本計画、６次産業化)、同町企画課(第二次長期基本計画、総合戦略、地方創生全般、社会資本整備、地域公共交通)</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">安芸太田町商工会(事業者支援等)、広島市農業協同組合(産直市運営、地域産品の開発等)、広島県立加計高等学校・県内大学(地域教育、地域産品開発、体験コンテンツ開発等)、その他ＮＰＯ、町内観光関連事業者(飲食業者、宿泊事業者、体験施設、地域産品開発など)、Lake Ryuki Water Complex、安芸太田町神楽協議会、安芸太田町田舎体験推進協議会</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】②
（概要）「地域商社あきおおた」が事務局として運営し、行政や町内観光関係事業者をはじめとした関係団体を構成員とする安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会において、定期的に協議、合意形成を図る。</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">地域商社あきおおたが事務局を担う安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会事業(森林セラピー®や教育旅行民泊)においては、観光関連事業者以外の地域住民が多数参画しており、観光地域づくりに関する共通認識の共有や意識啓発を図っている。
また、地域商社作成・発行の道の駅通信(町内全戸配布)や SNS などでの地域商社あきおおたの観光地域づくり法人としての取組みを発信することで、地域住民への取組理解の促進を図っている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>【令和元年度】
●ホームページ再構築事業
　地域ブランディングを進めていくためにオンライン上の表玄関を再編集し、オウンドメディアの自主運営開始。当町ならではのロゴ、サイトネーム、キャッチコピーを制作。また事業を推進していくために地域Ｅコマース機能（物販と体験予約）を整備、また情報資産を構築するためにコンテンツ制作やデジタルマーケティングを内製化した。
●観光プロモーション映像制作事業
　当町の観光資源をお伝えできる映像を全１８本制作し、ＨＰやＳＮＳ、プロモーションイベントなどで活用した。
【令和２年度】
●安芸太田町 Come Up キャンペーン事業
　キャンペーン期間中の宿泊費を最大半額支援、体験型コンテンツにおいても半額支援、また体験参加者については、宿泊・飲食・土産物店で使える商品券（プレミア率１００%）の購入が可能。来訪者の顧客データ集積と併せて、将来的なリピーター獲得に向けたＣＲＭに取り組んだ。
●地域特産品（祇園坊柿等）プロモーション事業
　柿の健康効果、抗菌効果のエビデンス再整備、Ｅコマース等を活用した販売促進、地消地産の推進として美味しいレシピの紹介や各施設による祇園坊柿を使った新メニューの提供、期間</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		限定で「祇園坊柿フェア」も同時開催、パッケージデザイン開発を実施した。 ●インバウンド促進事業 ターゲット国での市場調査を実施しニーズや誘客に向けた課題の抽出を図った。同時に、アンケートを通して参加者へのプロモーションの機会として活用した。 ●HP 多言語化整備事業 ターゲット国として、コンテンツデザインを考慮したＨＰの多言語化整備を実施した。同時に外国人も利用できる体験予約の受付機能、安芸太田町の写真や動画データ、その他共有が可能な著作権フリーのデジタルコンテンツ等についてインターネット上で共有可能なデータベースを「あきおおたから」内に構築、紙媒体での多言語パンフレット(データ)の作成等、効果的なプロモーション及びオンライン受入基盤の整備を実施した。 ●インバウンド動画制作 市場向けのプロモーションツールとして、昨年度製作した冬期間に続き、今年度は春・夏期のアクティブ体験および文化体験型コンテンツの動画を下記の通り１２本制作をした。 ●道の駅魅力化対策事業 町内外の事業者を招待しマルシェを実施した。町内外からの来訪者で賑わった。その中で普段では伝えることのできない旬な情報や今後の体験や宿泊などのキャンペーン情報をお伝えし再来訪していただくきっかけづくりを実施した。 【令和３年度】 ●販路開拓事業 当町において閑散期となる時期には広島市内や県外へ販売活動を行った。その際には販売するだけではなく、継続した情報を共有できるように公式ラインなどへの登録の勧誘を行い、来訪を促進するための施策を実施した。 ●飲食店周遊スタンプラリー事業 町内の飲食店利用促進のため、「おもてなし認証登録店」を対象に飲食店の利用者スタンプラリーを実施し、町内で利用できるクーポンを配布。併せて、顧客データを取得することにより、将来的なマーケティング政策に繋がる取組を実施した。 ●特産品プロモーション事業 販売促進（ブランドロゴ・シールラベル、包装紙の作成、販促用エコバック等）に係るノベルティグッズ作成と特産品である祇園坊柿関係の商品開発用の原材料の調達を実施。その他プッシュアップウイークを設定し、収穫時期に祇園坊柿を利活用した加工品や新規レシピメニューの開発による販売促進を実施した。(飲食店 12 店舗、新規メニュー７種類、継続メニュー６種類によるキャンペーン実施) ●フィルムコミッション事業 映画題名：「こちら　あみこ」 令和４年７月８日から公開される映画のロケを町内の２か所（草尾、寺領地区）で撮影が実施された。今後映画による地域でのロケ地への訪問などの期待ができる取組となった。 ●JAL ふるさとプロジェクト（招致対応） 日本航空の取組で、JAL【TBS】「ステキなタカラに

出逢う旅～BE TOGETHER の動画撮影のため、町内の観光ポイントを巡る形式で動画撮影を実施した。作成された動画は日本航空の機内での映像を放映するプロジェクトの撮影を行い、安芸太田町で 10 分間町内の風景や体験を上映され観光プロモーションを実施した。(12 月～３月国内線機内放映)

●イオンコンパスによるツアー用動画撮影対応

イオンコンパスによる町内への誘客ツアーのための町内コンテンツ（祇園坊柿を題材の体験ツアー）の誘客用の動画撮影を実施し催行予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大によりツアー企画は中止となった。

【令和４年度】

●町内資源を活用したツアー企画

町内の自然や文化財等を活用した団体型観光旅行を町内在住の山岳ガイドと旅行会社と連携して、フットパスツアーを実施した。コロナ禍ということもあり、16 ツアー中泊を伴うものはいずれも参加者がなく、日帰りツアーのみの実施となった。

【ツアー実施状況】

ツアー内容	開催数	参加者数
日帰り　自然歩き学校	４回	63 人
日帰り　フットパスウォーキング	４回	91 人

●新規商品開発企画

県内外旅行者及びインバウンドに係る新規商品開発を企画する中で、安芸太田町への誘客を図るための営業活動、パンフレット設置を行った。また、観光庁「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品」事業の採択により、森林セラピーをはじめ、神楽鑑賞、刳り物体験、雪遊び体験といった町内の複数のコンテンツを組み合わせたモニターツアーを町内のバス会社、宿泊業、飲食業と連携し実施した。

●観光パンフレット更新

現在の町観光パンフレット「安芸太田ナビ」は初版から５年以上経過しており、観光内容の一部修正と増刷を行った。その他観光情報発信に関するポスターなどの見直し、増刷等を行った。

●あきおおた ComeUp キャンペーン事業・あきおおたまるごと周遊スタンプラリー事業

昨年度に続き、コロナ禍による町内事業者の経済支援として、「安芸太田町」のＰＲを地域商社のホームページや交通事業者等と連携したキャンペーンを実施し町内消費の増加を図る誘客事業を行った。

① ComeUp キャンペーン

実施期間：令和４年５月 21 日～令和５年２月 28 日

実施事業者数：９宿泊事業者

助成費目	助成金額
宿泊補助額	2,701,000 円
クーポン券	1,561,500 円
利用延べ人数	936 人

② 周遊スタンプラリー

実施期間：令和４年５月 21 日～令和５年２月 28 日
実施事業者数：51 事業者
クーポン券換金数：8,710 枚
町内飲食消費額：43,550,000 円
※町内飲食消費額　クーポン券１枚当たりの飲食代 5,000 円相当で換算
●観光庁：看板商品事業
【事業費　15,158 千円　うち補助額 12,090 千円】
　コロナ禍からの地域経済回復に向け、観光庁の「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」の採択により、２つの事業を実施した。
①ふれて心に残るもの。五感で味わう「あきおおたから」体験ツアー（１泊２日）
　神楽、戸河内刳り物、角寿司（昼食）、森林セラピーなど、安芸太田町を代表する体験コンテンツを組み合わせたツアーを企画し、その担い手となる町内団体や事業者と連携し実施した。（催行期間：令和４年 12 月～令和５年１月　実施５回　計 73 名参加）
②冬の里山はじめての雪体験・伝統芸能にふれる２泊３日ツアー
　積雪のない沖縄から一番近い雪国で地域に根差した伝統芸能「神楽」と雪体験を宿泊施設と連携して行った。（催行期間：令和４年 12 月～令和５年２月　実施２回　計 40 名参加）
●雪山誘客事業
【事業費：430 千円　うち補助額 400 千円】
ひろしま雪山誘客促進協議会の助成金を活用して、町への冬季誘客事業を実施。恐羅漢スノーパーク情報発信のためのポスター共同制作と掲示を行った。（メディアを使った情報発信及びツアーチラシの制作、新聞折込情報発信）

【令和５年度】
●地域ＤＭＯ事業
【事業費　9,114 千円・補助金　5,600 千円】
①　地域資源を活用した、旅行商品のツアーの企画の実行
②　旅行業者等による新たな商品開発を促進するための支援
・　①および②の対応として旅行業者とタイアップしたバスツアー等の造成・誘客を実施
　　計画：38 企画　／　実績：15 企画

提携旅行会社	造成数	催行数	誘客数	エリア
山陽新聞事業社	12	0	―	岡山全域、広島県福山市、東城町
京都新聞企画事業㈱	1	0	―	京都、滋賀地域
神戸新聞興産㈱	1	0	―	兵庫県全域
山陰中央新報社	4	4	72	島根、鳥取全域
沖縄中央ツーリスト旅行社	5	3	33	沖縄全域
読売新聞旅行社	15	8	285	広島県、岡山県、山口県
阪急交通社	3	3	114	
合計	41	18	504	---

③ 地域産品の造成に向けた地元事業者との連携強化（DMO 誘客営業）

・地域 DMO と事業者との連携活動

実施期間	連携事業者	取組み内容
9/30 ～ 10/1	広島電鉄(株) 石見交通(株) 道の駅 出店者協議会	地域商社主催の「秋のキッチンカーマルシェ」にて、戸河内 BS でバス利用者にマルシェ、道の駅および道の駅周辺店舗で利用可能な２，０００円券を配布
1/25 ～ 3/31	広島電鉄(株) (株)恐羅漢	広島電鉄の電子企画チケット MOBIRY と連携し、恐羅漢のシャトルバス利用と併せた「広島市内→戸河内 BS→恐羅漢スノーパーク」の往復チケットと道の駅で利用可能な５００円券を企画し、販売実績１０５枚、道の駅利用数７７枚

④ 知名度アップの新観光パンフ作成及びマスメディア連携による宣伝広告

・新規季観光パンフレット「あきおおたから」の製作・発行 15,000 部

・広電バス車内広告・広島バスセンターへのパンフ設置

・ラジオ番組での情報発信（ＦＭチューピー４回放送）

⑤ 誘客促進のための顧客情報収集
【消費額の増加に向けた顧客の囲い込み】
・CRM（顧客関係管理）の運営による固定客を確保するため、町内飲食店や店舗に CRM 登録のチラシや POP を設置し、登録者数の増加をはかった。
・今後 CRM 登録者に対して、居住エリア、年代、体験別等に分類し、イベント情報や特別優待等のマーケティング情報を踏まえた DM を送付し、参画店舗等にもアンケート結果をフィードバックできる仕組みを構築した。

【令和６年度】
事業費　8,073 千円・補助金 4,500 千円
●地域資源を活用した、旅行商品のツアーの企画の実行
●旅行業者等による新たな商品開発を促進するための支援
地域資源を活かした旅行商品・ツアー等の造成・誘客一覧
計画：33 企画　/　実績：14 企画

連携旅行会社	造成数	催行数	誘客数	エリア
山陽新聞事業社	13	3	46	岡山全域、広島県福山市、庄原市東城町
愛媛新聞旅行	1	0	0	愛媛全域
山陰中央新報社	2	2	45	島根・鳥取全域
中央ツーリスト	7	4	74	沖縄全域
読売新聞旅行社	8	4	124	広島・岡山・山口
城南観光	1	1	11	広島県内
阪急交通社　高知支店	1	0	0	高知全域

●町内外事業社との連携活動

実施期間	連携事業社	取組内容
R6.4.1 ～R7.3.31	広島電鉄(株) (株)恐羅漢 道の駅周辺 店舗	広島電鉄の電子企画チケット MOBIRY TRAVEL と連携し、道の駅エリアや三段峡、恐羅漢スノーパークなどへの誘客促進として企画を実施した。 また、企画内では道の駅で利用可能な５００円券を配布 春季：　６５枚 秋季：　４５枚 冬季：１７７枚 合計販売実績 287 枚
R6.12 下旬 ～R7.3.22	ニッポンレンタカー 町内飲食店	町内飲食店およびニッポンレンタカー県内 10 営業所と連携し、冬季の誘客促進として、お得なレンタカープラン（キー提示で町内施設の優待特定）の企画を実施した。

様式１

●認知度向上をはかり町への誘客を促進するための広告宣伝
・広島バスセンターや市内商業施設へのポスター・パンフ設置

・ラジオ・テレビ番組での地域観光や誘客施策の情報発信
FM チューピー、ちゅぴ COMTV

・新聞掲載広告
山陽新聞、山陰中央新報、愛媛新聞（各社とも朝刊）
聖教新聞への広告掲載

●誘客促進のため、地域素材の紹介、商品企画造成の提案、誘客施策の協力依頼などを目的とした企業・団体・学校訪問

実施期間	取組内容
R6.4.1～ R7.3.31	訪問回数：19 回 訪問エリア：島根県内、広島市内、 岡山県内、東京都内、神奈川県内

	受入環境の整備	【令和元年度】 ●町から指定管理を受けて運営する「道の駅来夢とごうち」が国土交通省より重点「道の駅」に認定 　地域づくり法人(DMO)である地域商社あきおおたが運営主体として計画されており、町のブランディング拠点（表玄関）として店舗設置、導線整理により利便性向上と一層の賑わい創出をはかった。 ●観光庁より地域づくり法人として候補法人登録され、地域商社・DMO・道の駅が三位一体となった地域経営を目指す。 ●インバウンド促進アクションプラン策定事業 　安芸太田町が迎えつつある人口減少型社会において、地域活性化(地域経済活性化・シビックプライドの醸成・地域コミュニティの再生・自然/文化の保全等)を、観光振興政策により達成していく(DMO としての役割)。同時にこうした取組に継続的に取り組めるよう持続可能な組織としての(観光事業からの)収益化を図る(継続する DMC)。本事業はこうした目的のために、安芸太田町の地域資源を有効に活用し、目的を戦略的に達成していくための実践的なアクションプランを策定した。 ●主要観光地などの看板を改修 　オンライン整備時に制作した地域ブランディングフォーマットを活用し、デザインやカラー、フォントなどを使用しデザインの統一化を図った。今後の整備にも活用できるようデザインマニュアルを制作した。 【令和２年度】 ●令和２年７月安心・安全おもてなし認証制度構築事業 　町内事業者へ新型コロナ対策に係る町独自のチェックシートを設け、認証店登録を実施。認証店には備品や資材を貸与及び提供した。 ●令和２年度インバウンド促進事業 　オンラインや旅行博などで利用する動画の制作、広島市内からバス移動を促進するリーフレットの制作、在日外国人向け雪山誘客モニターツアー実施、先進地視察として熊野トラベルを訪問し、ＤＭＯの運営やＤＭＣとしての事業経営について学んだ。 ●特別景勝地三段峡 HP リニューアル 　当町のキラーコンテンツとなる「三段峡」の価値を再編集し、HP やアプリを制作、またターゲットとしている言語にも対応した多言語化サイトを制作した。 【令和３年度】 ●インバウンド促進事業 　誘客基盤の整備として町全体のＨＰを多言語化、旅行業を活用し自社ＥＣ機能を拡充し宿泊予約システムを導入、昨年度は冬季コンテンツの動画制作だったため、今期は夏季コンテンツの動画制作を実施。この他にもブランディングとして活用していける町の看板やサインなどの統一デザインを制作、顧客満足度調査の内製化に向けた事業を実施した。 ●地域ＣＲＭの導入

地域が一体となり顧客のニーズや動向を把握し顧客ごとに見合うサービスを継続的に提供していくために　顧客管理システムを導入。万人向けにではなく、ターゲットとする顧客層に見合う情報を、その顧客層ごとに提供し継続的な関係性を構築することでリピーターの獲得による消費単価の向上を図る。それを実現するために、あきおおたから舟クルー（ファンクラブ）やロイヤルカスタマーの獲得、おもてなし品質認証数（商品、おもてなし）の拡充に取り組んだ。

●観光振興の専門人材の配置

観光振興を強化するために、専門的な人材「観光振興アドバイザー」を招聘し、観光プロダクト造成や観光プロモーションなどの専門的な視点で取組を進める。取組の一環としては町内の事業者を対象とした「おもてなし研修」や「クレーム処理対応研修」などの講演会を実施し、一層の事業者の接客対応の向上をはかった。

●民間企業（交通、旅行）の連携強化

当町は鉄道がない町であるため２次交通の整備として路線バスの維持活性も目的とし、バス会社と連携した企画乗車券を造成、共同プロモーションを実施した。また、全国エリアのレンタカー会社とも連携し共同で施策を展開。これら２次交通の活性化に向けて旅行会社とも連携し旅行商品も造成した。

●町内看板等サインの多言語化整備プランの作成

町内観光の拠点となっている「道の駅来夢とごうち」を起点とした主要観光地を設定した計画を作成。掲示物や看板などのデザインやサインに関するルールを策定し、地域全体の統一したブランディングを進めた。

【令和４年度】

●一次加工品の品質向上事業

HACCP（ハサップ）義務化により一次加工品の納品時にある程度厳しい規格を求められる可能性が高くなるため、真空包装機を購入し、一次加工品の品質向上化を図った。また、
柿ピューレ（冷凍）の賞味期限を科学的根拠により適正に設定するために、保存試験を実施した。

●町内教育機関との連携

町内中学１年生の合同合宿や県立加計高校の探求の時間を活用した体験活動のサポートを実施することで、町内教育機関、行政、事業者等との地域連携の強化に取り組んだ。

連携先	連携内容
加計高校	菊芋栽培・商品化 芸北分校との交流 横川商店街加計高マルシェ出店 井仁棚田：稲刈り体験 道の駅：釣りカフェ実施
安芸太田・加計中学校	１泊２日合同合宿(三段峡・深入山)

●ガイド人材育成事業

登録済みの観光ガイドを対象とした研修会を開催し、観光客の満足度向上のための受入れ整備を行った。

実施日	実施場所	実施内容

6/23	役場・三段峡	川の安全講習会（座学・実技）
8/28	深入山	ガイドスキルアップ研修会（企業受入対応）
10/17～19	温井ダム	事前講習会、JSPA カヤックベーシック検定会
10/1～2/15	いこいの村ひろしま、川・森・文化・交流センター	冬のインストラクター養成講座（観光庁　看板商品事業）

●あきおおたからマルシェ開催
　毎月第４日曜日に道の駅で地元事業者や益田市の海の幸等を扱う事業者を誘致・出店してもらうことでマルシェを開催し、道の駅の賑わいと、来訪されたお客様の満足度向上を図ることができた。

【令和５年度】
●町の観光振興策と連携して、地域住民や事業者のネットワーク強化を進め、地域ＤＭＯ機能を最大限発揮し誘客を強化することにより、来訪客に地域の魅力を体験していただくと同時に地域経済への貢献を図る事業を行った。

●ヘルスツーリズム推進事業（安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会）【事業費：7,659 千円・補助金　1,000 千円】
(1) 森林セラピー事業
① 令和５年度里山ガイド業務実績
　受入人数：４８８人　/　延べ対応ガイド人数：５５人
② 里山ガイド人材育成（既存ガイド・新人ガイドの育成）
・里山ガイド養成講座の実施（全６回）
　参加者：新人ガイド４名、既存ガイド毎回 10 名程度出席
　研修会場：ＪＡ戸河内支店、川・森・文化・交流センター会議室
●あきおおたからマルシェ開催（再掲）
　毎月第４日曜日に道の駅で地元事業者や益田市の海の幸等を扱う事業者を誘致・出店してもらうことでマルシェを開催し、道の駅の賑わいと、来訪されたお客様の満足度向上を図ることができた。
●Lake Ryuki Water Complex の設立
　温井ダム周辺のウォーターアクティビティ拠点の整備とアクティビティのクオリティ向上、拡大を目的として当社を含めた４事業者（(一社）地域商社あきおおた、(株）IRMANO、温井ダムリゾート、らぴっとカヤックスクール）で設立。広島県の補助事業も活用し、拠点整備を複数年通して行うこととしている。

【令和６年度】
●ヘルスツーリズム推進事業（安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会）
(1) 森林セラピー事業
① 令和６年度里山ガイド業務実績
　受入人数：４９１人　/　延べ対応ガイド人数：６５人

② 里山ガイド人材育成（既存ガイド・新人ガイドの育成）
・里山ガイド養成講座の実施（全６回）
　参加者：新人ガイド１２名、既存ガイド毎回５名程度出席
　研修会場：ＪＡ戸河内支店、龍頭峡（現場）

●教育機関との連携
・広島市立広島商業高等学校と連携し、将来的な DMO 人材の育成確保および地域理解の促進を図る連携授業を実施
　・道の駅来夢とごうちでの地域産品販売実習
　・安芸太田町の現状や地域資源を知る産業観光研修
　・地域ＤＭＯの活動事例についての授業実施
・町内小中学校と連携し、合同合宿や社会見学の受入を行い、町内の観光資源や観光施策に関する取り組みの説明や体験を通して地域観光への理解促進を図った。
●観光強化に向けた地元理解および産品開発の推進
　ＪＡＬ産直ＥＣショップに関する説明会
　参加者数：21 名
一次産品の販路拡大および EC ショップを介した地域の魅力発信など取組に対する理解促進を図り、地域連携の強化を図った
●地域事業社へのＣＲＭ活用に関する説明会の開催
　参加事業社数：24 社
　利用事業社：３社
　情報発信回数：７回
町内事業社が地域商社を経由して新商品やイベント情報等を送ることができる仕組みについて周知した。
●旅行会社の町内観光コンテンツ視察招聘事業の実施
広島市内、岡山市内の旅行会社３社より３名を招聘。町内観光コンテンツ（観光施設、工房、農園、飲食店、宿泊施設など）の体験視察を行い、商品化に向けての意見交換を実施した。出た意見は、後日事業者へ還元し、改善を図った。

●民間企業（交通、旅行）の連携強化（再掲）
　・広島電鉄との連携した MOBIRY TRAVEL 企画乗車券
　町内唯一の公共交通である路線バスの維持活性も目的とし、バス会社と連携した企画乗車券を造成（春・秋・冬の３シーズ

		ン）し、共同プロモーションを実施した。道の駅周辺出店事業者を中心にバスの目的地（三段峡・戸河内 IC）エリアの事業者と連携し、バスを利用されたお客様への特典を追加、利用促進を図った。バスの停留所のある沿線エリア事業者からの希望もあり、域内の周遊性を高めるためにも、乗降可能場所や特典利用エリア（事業者）の追加を検討し、来期の実施に向けた協議を進める。 実施期間 / 利用者数 4 月 1 日～5 月 31 日 / 65 10 月 15 日～12 月 20 日 / 45 12 月 20 日～3 月 31 日 / 177 ・ニッポンレンタカーと連携した誘客プラン 全国に営業所を展開するニッポンレンタカーと連携し、来訪者の減少する冬季の誘客施策として、【スキープラン】を造成。町内事業者とも連携し、レンタカーのキー提示により利用できる特典を用意し、利用促進を図った。 ●国道 191 号線バス路線応援連携企画の提案協議 運休となった本町を経由する石見交通運行の路線バスの運行再開に向けて、関係市町の行政、関係省庁や石見交通を訪問し、運休に伴う地域の現状報告および企画の提案協議を行った。
	観光資源の磨き上げ	【令和元年度】 ●インバウンド雪山誘客事業 　冬の雪フェスを実施。また在留外国人の宿泊型モニター―ツアーを実施した。 ●特産品「祇園坊柿」のオリジナル統一ロゴ制作・運用 　オリジナルロゴを使用した商品の開発、パッケージデザイン一新、加工品だけに留まらず、飲食店においても祇園坊柿メニューを展開（季節限定）した。 【令和２年度】 ●環境省「国立国定公園誘客事業」 　エリア内の事業者と連携し、新たな推進協議会を発足し、新たなプログラムづくりとモニターツアーを実施した。 【令和３年度】 ●道の駅魅力化対策事業 　試行的な取組みを 12 月・３月に町内外の事業者を招待しマルシェを実施した。当町だけではない日本海の資源や同じ中山

		間地のお酒などが並び町内外からの来訪者で賑わった。次年度は毎月末に道の駅マルシェ(名称：あきおおたからマルシェ)を定期開催することにした。 ●インバウンド向け満足度調査 　町内主要観光地である 4 ヶ所（三段峡・道の駅来夢とごうち・恐羅漢スノーパーク・温井ダムリゾート）において外国人観光客やその他日本人観光客を対象に下記の日程にてアンケート調査を実施した。 【令和４年度】 ●福屋 広島特産品オリジナルスイーツ共同開発事業 　福屋と世界的なパティシエ・ショコラティエである辻口博啓氏が、本町特産品である「祇園坊柿」を使った「ケークショコラ祇園坊柿」を共同開発した。開発のために辻口シェフが実際に祇園坊柿の農園を訪れて商品の開発に臨んだ。福屋八丁堀本店で、２月に開催されたバレンタイン向けのイベント「ショコラショー」で販売され、「祇園坊柿」のブランド力向上に繋がった。 ●女学院大学食育サークル祇園坊柿開発プロジェクト 　広島女学院大学食育サークルと共同で、祇園坊柿を使った特産品の開発に取り組んだ。試食会を開催し、アンケート等で意見を募り、併せてメディアを活用した情報発信をすることで、産学連携による認知度向上と祇園坊柿加工品の活用向上を図った。 ●新規商品の開発 道の駅で販売する特産品の開発を積極的に行った。令和４年度は祇園坊柿の加工品として「焼き肉のタレ」「バターケーキ」「スムージー」「ジャム」など計８種類、さらに特産品である太田かぶ菜を使った「太田かぶ菜漬ぎょうざ」を開発し、道の駅で販売することができた。これにより道の駅での取扱品目が増え、売店売上高前年比 131%に寄与できた。 【令和５年度】 ●特産品開発事業 　【事業費：3,102 千円・補助金　2,000 千円】 　地域の特産品の開発と販売を促すため、外販など知名度向上を図り、観光プロモーションと合わせて生産者部会などでの協議を進め、特徴ある商品の開発実施をするもの。町の 産業振興施策と一体的な取り組みによる生産者の所得向上へつながる取り組みを進めた。 ① 特産品開発 ② 既存商品のリニューアル ③ 商品パッケージの作成 ④ 販路開拓 ⑤ 商品カタログの作成 ⑥ 原材料衛生管理、品質向上

●新たな商品開発に向けて関連地元事業者が集まり協議できる場を設定。広島女学院大学および町内４事業者と連携した祇園坊柿商品の検討会を実施。

実施日	取組み内容
４月　１日	広島女学院大学と一般社団法人地域商社あきおおたで、特産品開発にかかる連携協定を締結。
５月１７日	令和４年度に実施した第１回祇園坊柿商品試食会の意見をもとに、学生が改良を行った「柿けんぴ」「柿焼きもち」の２品の試食会を実施した。
６月２５日	道の駅「来夢とごうち」の道の駅マルシェにおいて、試食販売会を行い、併せて試食アンケートを実施した。
７月　４日	広島女学院大学との WEB 協議を行い、試食アンケート結果をもとに改良方法や町内飲食店のメニュー開発の検討を行った。
８月２８日	祇園坊柿商品に関わらず、継続的な特産品の開発検討を行っていくための協議を行った。
３月２１日	地域の事業者共同加工場のニーズや加工品の開発にかかる意見交換を行った。

【令和６年】
●特産品開発事業
町の産業振興施策と一体的な取り組みによる生産者の所得向上へつながる取り組みを進めた。
・新規開発した商品数：９
・既存商品のリニューアル
・商品パッケージの制作
・販路開拓

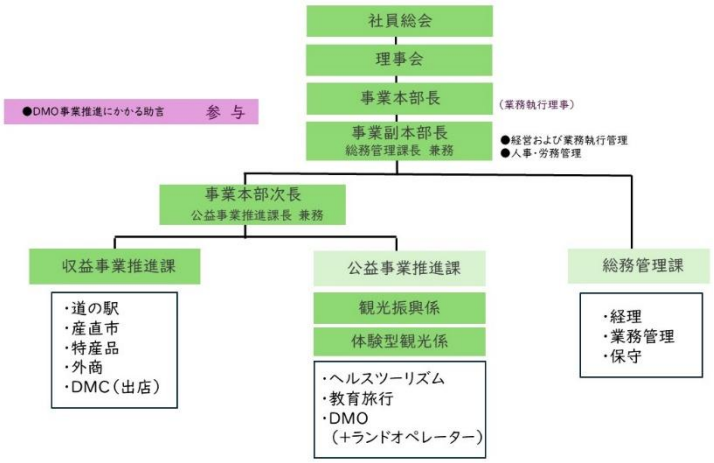
項目	実績	
飲食店卸販売	１２社	１６店舗
他事業者、観光施設等卸販売	７社	３店舗
他事業者、観光施設等委託販売	７社	７店舗
他社 EC サイト掲載での販売	２サイト	１１件

・先進地視察
　オリジナル商品開発・販売にあたっての様々な課題（一次産品の生産量、町内加工施設、販路等）の糸口を探すため、後期高齢者を担い手として事業経営を行っている「うきはの宝」、中山間地域で共同加工施設の運用を行っている「中ノ島公園」、道の駅の商品開発という視点から「道の駅むなかた」の視察を行った。
また、近隣の道の駅の売り場、商品アイテム等を実際に見るために、「道の駅きくがわ」、「道の駅蛍街道西ノ市」の視察を行った。

●観光庁　令和６年度「特別な体験等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」
【奥安芸の箱庭的凝縮美を堪能し尽くすサイクルツーリズム】
複数泊の周遊型サイクルツーリズムとすることにより、これまでにない地域消費を促進し体験事業者や地域での消費向上を目指し、以下のような取り組みを実施した。
・町内観光資源をラウンドトリップ出来るサイクルマップを作成
・廃線トンネルを活用した戸河内ウィスキー試飲とオカリナコンサート
・温井ダムサイクリングと茶ウナキャンプ場でのバーベキュー
・レンタサイクルは、本格的なオフロード用 e-bike を準備
・インバウンド向けの効果的な販売促進策として、スイス人サイクリストのパッシュファミリー（ジャパンエコトラック推進協議会・公式アンバサター）を起用したプロモーションを実施。また、欧米豪富裕層向け DMC として、サイクルツーリズムを含む数々の企画商品の開発に携わってきた BOJ 株式会社を通じた直接販売等の検討を実施

【定量的な評価】
●入込観光客数
平成 31 年(577 千人)/令和元年(589 千人)/令和２年(481 千人)
/ 令和３年（511 千人）/ 令和４年（556 千人／昨対比 92.0%）
令和５年（625 千人／昨対比 112.3%）/令和６年（640 千人/昨対比 102.3%）
●一人当たりの観光消費額単価
平成 31 年(1,426 円)/令和元年(1,202 円)/令和２年(1,203 円)
/ 令和３年（1,552 円）/ 令和４年（1,829 円／昨対比 84.8%）
令和５年（1,908 円／昨対比 104.3%）／令和６年（1,825 円/昨対比 95.6%）
●ＷＥＢ（ＰＶ数・ＥＣ売上）
令和元年（15 万・120 万円）/令和２年（27 万・250 万円）
/ 令和３年（55 万・300 万円）/ 令和４年（123 万・341 万円）
/ 令和５年（96 万・530 万円）/令和６年（75 万・290 万円）
●フォロワー数
令和元年（4,320）/令和２年（5,297）/令和３年（6,175）
/ 令和４年（8,237）/ 令和５年（10,722）／令和６年（11,800）

様式１

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）。	**【実施体制の概要】** 令和３年度に事業運営を行う一般社団法人地域商社あきおおたに加えて、安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会を設立し、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農林漁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行う。 **【実施体制図】** 

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域設定の考え方】

広島県北西部に位置する安芸太田町は、2004 年(平成 16 年)10 月１日に３町(加計町、筒賀村、戸河内町)が合併して誕生。南は広島市、西は廿日市市および島根県益田市、北及び東は北広島町に隣接し、面積は 345km^2、面積の約９割は森林である。広島市中心部から車で１時間、四国および九州北部からは３時間圏内である。町内の観光地は中国自動車道・戸河内 IC から 30 分以内である。また、地域内は標高 100m～1000m 以上の地区があり、四季折々に多様な自然資源を有している。この地域にある観光資源、観光商品をブランディング化しプロモーションを行うためには、安芸太田町全域を設定区域とするのが適切である。

【観光客の実態等】（安芸太田町観光統計調査より）

平成３０年	入込観光客	577 千人
	延べ宿泊者数	61 千人
	旅行消費額	798 百万円（単価　1,426 円）
平成３１(令和元)年	入込観光客	589 千人
	延べ宿泊者数	36 千人
	旅行消費額	850 百万円（単価　1,202 円）
令和２年	入込観光客	481 千人
	延べ宿泊者数	15 千人
	旅行消費額	579 百万円（単価　1,203 円）
令和３年	入込観光客	511 千人
	延べ宿泊者数	31 千人
	旅行消費額	794 百万円（単価　1,552 円）

令和４年	入込観光客	556 千人
	延べ宿泊者数	36 千人
	旅行消費額	1,018 百万円（単価　1,829 円）
令和５年	入込観光客	625 千人
	延べ宿泊者数	32 千人
	旅行消費額	1,194 百万円（単価　1,908 円）
令和６年	入込観光客	640 千人
	延べ宿泊者数	30 千人
	旅行消費額	1,168 百万円（単価　1,825 円）

【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】

●三段峡

中四国・九州地方唯一の特別名勝、フランス旅行専門誌「ブルーガイド」で最高格付けの三ツ星。

●井仁の棚田

日本の棚田百選、CNN「Japan’s 31most beautiful places」（日本の美しい風景 31 選）

●恐羅漢山

広島県最高峰の山／春～秋：キャンプ場、冬季：スキー場として運営

●深入山

なだらかな草原の麗峰で、多くのハイカーに愛されている標高 1,152m のなだらかで優しい山（中国百名山）。

●温井ダム

令和５年度に、国交省インフラツーリズム魅力倍増プロジェクトモデル地区に選定された。ダム湖では、春～秋にかけて、ヘルスツーリズム事業でのカヌー体験や SUP 体験を実施。地域商社あきおおたが参画する任意団体 Lake Ryuki Water Complex において広島県の補助金事業を活用しながら拠点整備を積極的に行い、ダム管理所をはじめ、安芸太田町役場や自治会、地域商社あきおおたが加盟する温井ネットワーク協議会を中心に、地域の観光振興が図られている。

●芸北神楽

インバウンドや修学旅行生を対象に、神社での神楽体験や神楽団員との交流を図ることができる。

令和４年には町内神楽団相互の協力及び行政との連携を図り、神楽の活動における課題解決を目的として安芸太田町神楽協議会が設立された。

●安芸太田町ヘルスツーリズム

平成 23 年に安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会を設立し、町内事業者(宿泊施設、飲食施設 etc.)を巻き込んだ町全体での誘客活動、森林サービス産業、健康ツーリズムの実現を目指している。具体的には、森林セラピー®を軸として、観光ガイドの育成、田舎体験、SUP やカヤックなどのウォーターアクティビティなど、各種体験メニューを造成。今後はワーケーションを含む健康ツーリズムを発展させるべく、新たな健康経営目線の「エビデンスの取得・集積・活用手法」の開発や健康経営目線の森林サービス産業の「プログラム・事業モデル」の開発、健康ツーリズム関連のイベントの開催など、時代にマッチした取組みを目指していく。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設数：ホテル・旅館・民泊・ペンション　合計１３施設

【利便性：区域までの交通、域内交通】

広島市より路線バス(高速バス：広島電鉄三段峡線、石見交通広益線)

レンタカー（広島駅や世界遺産宮島から１時間、広島空港から 1.5 時間）

【外国人観光客への対応】
外国人の観光案内所として、観光庁が定める外国人観光案内所認定制度においてＪＮＴＯ(日本政府観光局)認定「カテゴリー１」を取得。英語対応可能なスタッフが常駐しており、窓口・電話でのお客様からの問合せへ対応。Ｒ４年度には町役場産業観光課配属でアメリカからの国際交流員が着任し、道の駅に常駐。各施設等の多言語表示などコミュニケーションツールの充実化を進める。また、英語をはじめとした多言語での観光パンフレットおよびウェブサイトでの情報発信を進める。

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
来訪者満足度	観光客に利用満足度を測り、改善点などを把握するため	来訪客への対面式アンケート調査を実施する。
参加者満足度	ツーリズム参加者に参加満足度を把握するため	参加者への対面式アンケート調査を実施する。
延べ宿泊者数	観光動向を把握し、今後の施策に反映させるため	行政が定期的に実施する観光データを参照する。
旅行者消費額	マーケティングや効果的な事業計画を策定するため	行政が定期的に実施する観光データを参照する。
リピーター率	満足度の高いリピーター顧客の実態の把握と検証するため	来訪者への対面式アンケート調査を実施する。
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などを把握するため	アクセスカウンタプログラムにより集計する。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

安芸太田町では、人口減少および高齢化が進んでおり、大変厳しい状況である。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心に、町内各地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、交流人口の増加につなげる。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） 〇認知度評価 ・県内認知度の向上 〇外部人材 ・若手実践者の転入増加 ・大学や企業による地域支援体制の充実 〇内部人材 ・外部人材への理解者増加 ・外部人材への支援者、支援地域増加 ・町横断的民泊受入組織化によるエリアを超えた町民の連携促進 〇ブランド力が強い資源 ・三段峡再評価と来峡者増加傾向	弱み（Weaknesses） 〇住民意識 ・観光振興はまちづくりであることの理解が浸透しきれていない（地域自慢力の不足） ・三段峡をはじめとする地域資源の強み理解が徹底できていない ・町全体でのおもてなし体制が未整備 〇観光事業者意識 ・来町者層の変化に対応しきれない事業者が多い 〇観光事業者経営 ・町内事業者の資本力の脆弱性

	・井仁の棚田と来訪者増加 ・温井ダムエリアの観光施設充実化と来訪者増加 ・赤瓦と白壁の里山風景 〇未来への財産とすべき取組 ・森林セラピー ・人情田舎体験(教育旅行受入) 〇市場性 ・福岡県・広島県・山口県・岡山県・愛媛県・大分県合計 1,000 万人市場圏での誘引が可能 ・地勢が類似する近隣市町(芸北エリア)では観光客数に占める県外客の割合が多い為、同エリア内での誘客の牽引役となれる。	・民間事業者のハード改修資金の不足 ・高齢化と後継者不足により、事業継続のモチベーションが低下している ・観光関連事業における経済的な域内循環率が低い 〇観光施策 ・観光系施設のファシリティマネジメント力の向上が必要 ・各観光施設の運営が独立しており、町としての面的な連携が不足している ・役割を終えた施設が残されている
外部環境	機会（Opportunity） 〇高速交通網体系確立により、福岡県・広島県・山口県・岡山県・愛媛県・大分県合計 1,000 万人市場圏での誘引が可能 〇自然や田舎暮らしのニーズの高まり 〇健康、癒しのニーズの高まり 〇モノ消費からコト消費(体験型)への観光客ニーズの高まり 〇新たなビジネススタイルの誕生 （地方でのワーケーション、ブレジャー、サテライトオフィス設置） 〇広島県内への訪日外国人旅行者の増加 〇周辺近隣自治体とのアライアンス 〇森林セラピーの認知度向上	脅威（Threat） 〇密を避けたアウトドアブームによる地方／田舎への注目度が向上したことによる地域間競争の激化 〇気候変動時代による、自然素材観光産業の収入の不安定性の拡大 〇感染症や自然災害の発生による観光客動向の急激な変化 〇国内観光客の市場縮小 〇少子化による教育旅行団体人数の減少 〇学校統廃合による団体数の減少 〇レジャー多様化に伴う他レジャーとの競争激化 〇観光客のニーズや旅行トレンドの変化が速い 〇高速道路体系充実に伴う、広島市民の長距離移動傾向の増加 〇日帰り型観光地からの脱却ができていない

※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

〇第１ターゲット層
マイカーで１時間圏内からのアウトドアが好きな女性客。自然への興味関心が高く、健康志向があり、休日には仲間やパートナーとアウトドアに出かける。

○選定の理由 従来より森林セラピー®をはじめとする当町のアウトドア体験のお客様は、女性が多い傾向にある。広島市内から車で１時間という立地条件も加わり、遠出は避けたいが、自然の中でリフレッシュしたいという女若年層から中高年層まで幅広い世代に対し訴求力が期待できる。 ○取組方針 女性は旅先の決定権を握っているケースも多いため、アンケート結果を分析し満足度の向上とコンテンツのプラッシュアップを図り、口コミによる新規誘客を狙う。また、四季に応じた体験やグルメなど地域情報を定期的に発信することにより、リピーター化を狙う。
○第２ターゲット層 ３世代の家族層（子供、両親、祖父母の家族）のリピーター
○選定の理由 地元住民や事業者の地道な活動と観光施策の相乗効果により、三段峡以外の町内各地の観光地への評価が高まり、来訪者が増加している。井仁の棚田、恐羅漢山(恐羅漢スノーパーク)、温井ダム、深入山など、家族で四季折々に楽しめる景観がある。 ○取組方針 安芸太田町の観光資源が幅広い層に対応できる魅力があることを認識していただいた第１ターゲット層（マイカーで１時間圏内からのアウトドアが好きな女性客）や教育旅行を体験して安芸太田の魅力を認識した児童・生徒が、自分の家族と一緒に再び来町して宿泊してもうことにより消費額向上に繋げる。教育旅行については、家族とのマイカー旅行が可能な、関西圏および九州圏をターゲットに誘致を強化する。また、口コミや SNS により他の家族層へも安芸太田町の魅力が伝わるよう展開する。
○第３ターゲット層 訪日外国人観光客および在留外国人の長期滞在 （メインターゲットは、台湾・オーストラリア）
○選定の理由 コロナ前における広島県(広島市)への訪日外国人観光客数は急増しており、突出して欧米豪からの旅行者が多い。中でも、アウトドア体験を好み長期滞在の傾向が強く、FIT 旅行者も AGT を介して手配を行う傾向が多いオーストラリアをターゲットとし、人情田舎体験(農泊)と組み合わせて提供することで町内における消費額向上を狙う。また、冬季の誘客ターゲットとして、広島空港との直行便も就航しており親日派でリピーターが多いことから台湾を選定。 ○取組方針 パンフレット、案内板、交通機関、観光地での多言語化やユニバーサルデザインの提供などインバウンド受入体制を整えて、利用客の満足度を向上させる。四季を通じた対象国向けの PR 映像の作成・発信や、ウェブサイトやＳＮＳでの多言語での発信を強化し、ターゲット国およびターゲット国を市場とする AGT へのプロモーションを行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「ふれて、心に残るもの」により「地域に稼ぐちから」を
②コンセプトの考え方	○安芸太田町は、水流豊かな太田川の恵みを受けて、暮らしが育まれた里山、谷あいの静かな町、懐かしさを抱く景色があり、ずっと昔から深く根付く習慣や文化、四季とともに深まる美しい風景が残ります。特別名勝「三段峡」や恐羅漢山、深入山、井仁の棚田に囲まれ、歴史、伝統文化などそのひとつひとつに自然の美しさや尊さ、人々の知恵や技術が詰まっています。来ていただいた方々がふれて心に残る宝物を発見できるようなご案内をします。 ○「地域商社あきおおた」は、つくり手が豊かになる仕組みづくりと、お客さまが笑顔になる心のこもったおもてなしで、活き活きとしたまちづくりに貢献します。

様式１

様式１

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。	「地域商社あきおおた」が事務局として運営する安芸太田町ヘルスツーリズム推進協議会を少なくとも４半期に１回は開催し、事業の進捗や具体的な方針を検討する。また併せて、情報の共有も行う。
	事業者に加えて多様な地域住民が参画しているヘルスツーリズム推進協議会、田舎体験推進協議会の研修会や講習会を適宜開催し、同様に事業方針の検討および情報の共有を図っている。
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	観光客に対するアンケート調査を実施し、ＰＤＣＡサイクルにより取組の見直しを行っている。地域住民や関係機関を対象として、講演会・講習会や研修等を行い、観光サービスの向上に努めている。
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	安芸太田町の各種観光情報発信を行うワンストップ窓口としてＨＰやパンフレット等による一元的な情報発信と更新管理を担い、効果的なプロモーションを実施する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	1000	1200	1560	1560	1560	1560
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	1,018	1,194	1,168			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	41	50	65	65	65	65
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	36	32	30			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	75	80	85	90	90	90
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	75	85	85			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	8	10	12	14	16	16
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	5	8	9			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
安芸太田町観光振興基本計画(平成 27 年度～平成 38 年度)の既定目標値を基軸にし、安芸太田町観光振興基本方針ワークショップにて町役場産業観光課との協議結果をもとに各目標値を設定した。

・・・

様式１

消費単価の高額化が望めるロイヤルカスタマーを捕まえていくという観点から年間来訪回数１２回以上をリピーターとして設定。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●入込観光客数（千人）	目標	590	600	600	600	600	600
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	566	625	640			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
安芸太田町観光振興基本計画(平成 27 年度～平成 38 年度)の既定目標値を基軸にし、安芸太田町観光振興基本方針ワークショップにて町役場産業観光課との協議結果をもとに各目標値を設定した。

【設定にあたっての考え方】
●入込観光客数
観光関連事業者の受入キャパシティを考慮し、過去のデータを参考に最適と思われる数値に設定。入込観光客数は一定を維持し、コンテンツ開発や各事業者のサービス品質の向上による来町者満足度向上を図ることでリピーターの増加につなげ、旅行消費額(単価)の向上による地域経済の活性化を目指す。

様式１

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（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	167,200（千円）	【県からの補助金】1,200 千円 【町からの補助金】100,500 千円 【町からの指定管理収入】6,500 千円 【収益事業】59,000 千円 【会費】0 円
2022（Ｒ４） 年度	182,900（千円）	【国からの補助金】13,500 千円 【県からの補助金】400 千円 【町からの補助金】78,150 千円 【町からの指定管理収入】6,500 千円 【収益事業】84,250 千円 【会費】0 円
2023（Ｒ５） 年度	152,000（千円）	【国からの補助金】15,000 千円 【県からの補助金】1,000 千円 【町からの補助金】50,000 千円 【町からの指定管理収入】6,000 千円 【収益事業】80,000 千円 【会費】0 円
2024（Ｒ６） 年度	184,000（千円）	【国からの補助金】14,700 千円 【県からの補助金】0 円 【町からの補助金】54,000 千円 【町からの指定管理収入】6,500 千円 【収益事業】108,800 千円 【会費】0 円
2025（Ｒ７） 年度	177,000（千円）	【国からの補助金】20,000 千円 【県からの補助金】1,000 千円 【町からの補助金】30,000 千円 【町からの指定管理収入】6,000 千円 【収益事業】120,000 千円 【会費】0 円
2026（Ｒ８） 年度	177,000（千円）	【国からの補助金】20,000 千円 【県からの補助金】1,000 千円 【町からの補助金】30,000 千円 【町からの指定管理収入】6,000 千円 【収益事業】120,000 千円 【会費】0 円
2027（Ｒ９） 年度	177,000（千円）	【国からの補助金】20,000 千円 【県からの補助金】1,000 千円 【町からの補助金】30,000 千円 【町からの指定管理収入】6,000 千円 【収益事業】120,000 千円 【会費】0 円

様式１

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2021（Ｒ３）年度	156,700（千円）	【一般管理費】	80,972（千円）
		人件費	42,463（千円）
		その他	38,509（千円）
		【事業費】	48,817（千円）
		観光資源磨き上げ	271（千円）
		受け入れ環境整備	257（千円）
		マーケティング	11,304（千円）
		情報発信	526（千円）
		その他	36,459（千円）
2022（Ｒ４）年度	156,700（千円）	【一般管理費】	57,000（千円）
		人件費	43,000（千円）
		その他	14,000（千円）
		【事業費】	99,700（千円）
		観光資源磨き上げ	700（千円）
		受け入れ環境整備	20,000（千円）
		マーケティング	11,950（千円）
		情報発信	2,650（千円）
		その他	64,400（千円）
2023（Ｒ５）年度	168,700（千円）	【一般管理費】	59,400 千円）
		人件費	48,500（千円）
		その他	10,900（千円）
		【事業費】	109,300（千円）
		観光資源磨き上げ	22,420（千円）
		受け入れ環境整備	21,714（千円）
		マーケティング	4,000（千円）
		情報発信	3,886（千円）
		その他	57,280（千円）
2024（Ｒ６）年度	181,700（千円）	【一般管理費】	63,200 千円）
		人件費	49,600（千円）
		その他	13,600（千円）
		【事業費】	118,500（千円）
		観光資源磨き上げ	21,200（千円）
		受け入れ環境整備	2,000（千円）
		マーケティング	2,000（千円）
		情報発信	2,000（千円）
		その他	91,300（千円）
2025（Ｒ７）年度	163,500（千円）	【一般管理費】	70,000（千円）
		人件費	50,000（千円）
		その他	20,000（千円）
		【事業費】	93,500（千円）
		観光資源磨き上げ	10,000（千円）
		受け入れ環境整備	4,000（千円）
		マーケティング	4,000（千円）
		情報発信	2,500（千円）
		その他	73,000（千円）

2026（Ｒ８） 年度	163,500（千円）	【一般管理費】　70,000（千円） 人件費　50,000（千円） その他　20,000（千円） 【事業費】　93,500（千円） 観光資源磨き上げ　10,000（千円） 受け入れ環境整備　4,000（千円） マーケティング　4,000（千円） 情報発信　2,500（千円） その他　73,000（千円）
2027（Ｒ９） 年度	163,500（千円）	【一般管理費】　70,000（千円） 人件費　50,000（千円） その他　20,000（千円） 【事業費】　93,500（千円） 観光資源磨き上げ　10,000（千円） 受け入れ環境整備　4,000（千円） マーケティング　4,000（千円） 情報発信　2,500（千円） その他　73,000（千円）

（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

当社の社員構成について、代表理事が安芸太田町長であり、観光基本方針の実現の為に重要な役割を担う公益事業においては、安芸太田町の補助事業として、継続的な事業資金の確保ができている。

令和３年度８月より観光アドバイザーを招聘し、当社としての収益事業（道の駅、旅行会社と連携したツアー造成、体験事業等）の販売力強化に積極的に取り組んでいる。道の駅においては、PB 商品の開発を強化し、売上高の向上、粗利率の改善による収益性を高めてきた。

また他地域との連携による高粗利商品の仕入れ販売、他地域への地域産品卸売など売上、粗利の向上に取り組んでいる。着地型ツアーの手配に関しては現状の教育旅行だけでなく、引き続き旅行会社と連携したツアー造成とインバウンド事業の連動、体験事業(ユニット)に関しては、現在収益性の高い SUP など、インストラクター育成を強化し、事業規模の拡大を計画している。

またこれらのコンテンツを生かした着地型ユニットを造成することで、自主財源を増やしていくこととしている。

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

広島県安芸太田町は、一般社団法人地域商社あきおおたを本町における観光地域づくり法人として認め、社員として参画すると共に、地域消費拡大による地域の活性化に向け連携した取組を進めています。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	服部　美樹子
担当部署名（役職）	一般社団法人地域商社あきおおた
郵便番号	731-3664
所在地	広島県山県郡安芸太田町上殿 632-2
電話番号（直通）	0826-28-1800
ＦＡＸ番号	0826-28-1843
Ｅ－ｍａｉｌ	info@cs-akiota.or.jp

１１．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	広島県山県郡安芸太田町
担当者氏名	能宗　良明
担当部署名（役職）	安芸太田町役場　企画 DX 課
郵便番号	731-3810
所在地	広島県山県郡安芸太田町戸河内 784-1
電話番号（直通）	0826-28-2112
ＦＡＸ番号	0826-28-1622
Ｅ－ｍａｉｌ	kikaku@akiota.jp

都道府県･市町村名	広島県山県郡安芸太田町
担当者氏名	菅田　裕二
担当部署名（役職）	安芸太田町役場　産業観光課　課長
郵便番号	731-3810
所在地	広島県山県郡安芸太田町戸河内 784-1
電話番号（直通）	0826-28-1961
ＦＡＸ番号	0826-28-1218
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyokanko@akiota.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人地域商社あきおおた

様式２

記入日：　令和7年7月31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　広島県山県郡安芸太田町
【設立時期】平成30年1月26日
【設立経緯】
　③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】橋本　博明（代表理事）
【マーケティング責任者（CMO）】寶珠　真一
【財務責任者（CFO）】栗栖　香織
【職員数】15人（常勤10人（正職員7人・出向等3人）、非常勤5人）
【主な収入】
　道の駅売店事業（含むECサイト、卸売、ふるさと納税出品）　約109百万円
【総支出】
　182百万円（一般管理費63百万円、事業費119百万円）※R6年3月期決算
【連携する主な事業者】
　安芸太田町商工会(事業者支援等)、広島市農業協同組合(地域産品の開発等)、広島県立加計高等学校・県内大学(地域教育、地域産品開発、体験コンテンツ開発等)、その他NPO、町内観光関連事業者(飲食業者、宿泊事業者、体験施設など)

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	1000（　）	1200（　）	1560（　）	1560（　）	1560（　）	1560（　）
	実績	1018（　）	1194（　）	1168（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	41（　）	50（　）	65（　）	65（　）	65（　）	65（　）
	実績	36（　）	32（　）	30（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	75（　）	80（　）	85（　）	90（　）	90（　）	90（　）
	実績	75（　）	85（　）	85（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	8（　）	10（　）	12（　）	14（　）	16（　）	16（　）
	実績	5（　）	8（　）	9（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①マイカーで1時間圏内からのアウトドア好きな女性客
②3世代の家族層のリピーター
③訪日外国人(台湾・オーストラリア)の長期滞在
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①自然資源を活用したコンテンツ開発および既存コンテンツのブラッシュアップを図り、満足度を向上させ、リピーター化を狙う。
②教育旅行等ヘルスツーリズムの体験者やターゲット①などへのリテンション向上を図る。
③在留外国人によるモニターツアーなどを通して、地域内の観光関連事業におけるインバウンド受入体制を整備する。また、対象国向けのPR動画制作や多言語でのWEBサイトやパンフレットを作成・配信を行い、対象国での認知度橋上を図る。
【観光地域づくりのコンセプト】
「ふれて、心に残るもの」により「地域に稼ぐちから」を

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・町内一次産品を活用した新商品の開発および販路拡大
・令和6年度「特別な体験等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」を活用したサイクルツーリズムの推進
【受入環境整備】
・公共交通運行事業者と連携した企画乗車券の造成・販売
・国道191号線バス路線応援連携企画の提案協議
【情報発信・プロモーション】
・広島市内商業施設やバスセンターへのポスター、パンフレットの設置
・ラジオやテレビ番組での地域観光情報や誘客施策の情報発信
・新聞会社系旅行会社との商品造成、販売。系列新聞への広告掲載による地域観光素材のプロモーション
【その他】
・ヘルスツーリズム推進事業やLake Ryuki Water Complexを活用したガイド人材の育成

町内コンテンツ視察

教育機関との連携授業（DMOの取組説明）