

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	一般社団法人まくらがDMC	
マーケティング・マネ ジメント対象とする区 域	茨城県古河市	
所在地	茨城県古河市小堤277-3 (茨城県古民家再生協会内)	
設立時期	令和2年4月	
職員数	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) 山中美登樹 (出身組織名) 一般社団法人茨城県 古民家再生協会	一般社団法人茨城県古民家再生協会代表として古民家の再生、循環型社会の造成、古民家ツーリズムに力を入れている。古河市内の古民家「山川邸」を活用した農泊や体験型のイベントを実施。
副代表(トップ人材の サポート、組織運営)	(氏名) 楠田和仁 (出身組織名) パクマ 代表 非常勤	市民団体、古河市観光協会、ライオンズクラブ、PTA等で要職を歴任 音響、イベント企画等の業務に携わっている
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)	(氏名) 樫村信一 (出身組織名) 一般社団法人茨城県 古民家再生協会 出向(専任)	古民家の再生、循環型社会の造成、古民家ツーリズムに力を入れている。 他、市民団体の教育、環境等の事業活動を主導、運営の経験
財務責任者 (CFO:チーフ・フ ィナンシャル・オフ ィサー) 各種イベント開催責任	(氏名) 香取久雄 (出身組織名) 一般社団法人茨城県 古民家再生協会 出向 非常勤	古民家の再生、循環型社会の造成、古民家ツーリズムに力を入れている。 他、地域主導型の青少年を通じた文化活動と、地域交流事業等を主導、運営の経験
事業企画・調整・推進、 プロモーション 旅行商品造成販売責任 者(予定)	(氏名) 押坂雅裕 (出身組織名) 一般社団法人茨城県 古民家再生協会 非常勤	古民家の再生、循環型社会の造成、古民家ツーリズムに力を入れている 他、市の教育団体にて運営、事業活動の経験

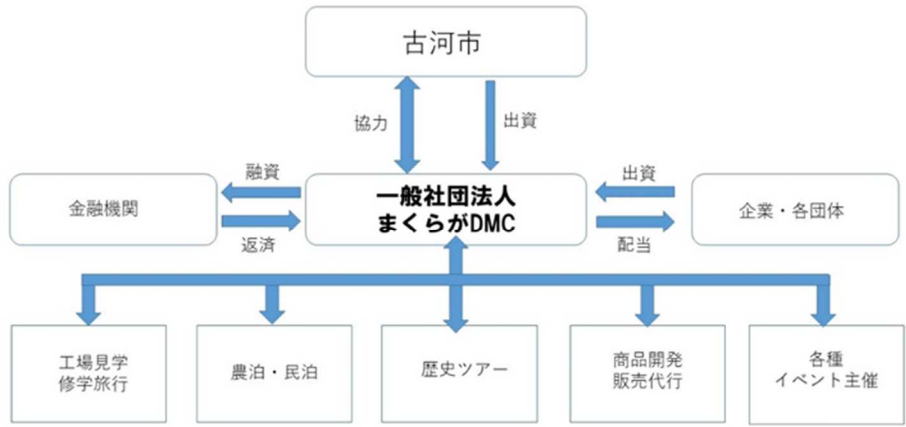
(別添) 様式 1

<p>事業企画・調整・推進、 プロモーション 旅行商品造成販売</p>	<p>(氏名) 田続幸雄 (出身組織) 旅行業：総和観光株式 会社 代表取締役</p>	<p>市内にて貸切バス業 旅行業 レンタカーを営む。 国内旅行、外国人向けバスツアーなど、旅行業での経 験豊富</p>
<p>部門責任者 (工場見学)</p>	<p>(氏名) 石橋俊哉 (出身組織) 一般社団法人茨城県古 民家再生協会</p>	<p>古民家の再生、循環型社会の造成、古民家ツーリズム に力を入れている。</p>
<p>部門責任者 (歴史部門)</p>	<p>(氏名) 大澤一仁 (出身組織) 一般社団法人茨城県古 民家再生協会</p>	<p>古民家の再生、循環型社会の造成、古民家ツーリズム に力を入れている。 市内の歴史に精通</p>
<p>連携する地方公共団体 の担当部署名及び役割</p>	<p>茨城県古河市企画政策部企画課・観光物産課(環境整備、情報提供、関連団体へ のコンセンサス形成)</p>	
<p>連携する事業者名及び 役割</p>	<p>古河市観光協会(特産品開発、PR、イベント、誘客推進) 古河市商工会議所(特産品開発、PR、イベント開催) 古河市商工会(特産品開発、PR、イベント開催) 古河工業会(工場見学ツアー協力) 古河青年会議所(特産品開発、PR、イベント開催、誘客推進、ガイド養成) 古河市体育協会(スポーツ関連イベント開催、関係者の調整) 古河市国際交流協会(ツアー受け入れ、ガイド養成、イベント、PR) 株式会社雪華(特産品開発、PR、イベント開催) 古河城バルーンプロジェクト(PR イベント開催 見学受け入れ) 道の駅 まくらがの里 こが(特産品開発、PR、イベント開催) 古河ケーブルテレビ(情報発信、誘客推進) 市内金融機関(観光関係事業者経営支援) 市内旅行会社(観光ツアー醸成協力、観光事業者支援) 市内宿泊事業者・飲食事業者(観光客受け入れ) 古河市内に工場を持つ企業(見学受け入れ) JA、農業団体(特産品開発、イベント、観光客受け入れ協力) 公共交通・バス・タクシー会社(観光客受け入れ、イベント) 市内小中学校・高校(特産品開発、情報発信、交流事業等) 茨城県内外の大学・専門学校(特産品開発、イベント、情報発信) ※《上記団体・企業 協力予定》</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>セミナーやイベントの開催を通じて市民へのアクティブなPR活動、地域メデ ィアや市の広報を通じて情報発信を行い、地域住民にDMCの理解を得る。</p>	
<p>法人のこれまでの活動 実績</p>	<p>(活動の概要) ※新規設置法人のため実績なし 地域DMOの創設については、協議会開催中においても関係諸団体との、現 状把握、各団体の背景確認、統合についての意見交換を進め、現在まで、完 全なる意見統一には至らないものの、方向性、収益性、人材等一致できる面 が見いだせたので、有志にて地域DMOの創設に至った。今後ワーキンググ ループや、地域協議会の中で、様々な手法について検討する。(継続) 地域協議会内において、地域住民参加型ワークショップ、講演会などの開催 を実施した。</p>	

(別添) 様式 1

<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>①地域まちづくり協議会が昨年度発足している。古河市、(担当：企画課)観光協会、まちづくり株式会社、地銀(3行)、歴史研究会、一般市民、その他団体が加入し、ワークショップを実施し意見集約。参加者の合意の基DMO設立に向けた(様々な事情があり完全統合は先延ばし)</p> <p>②DMO設立以降も、DMOが主団体の中心となり、関係者を増強。協議会は各部会を設営し、協議、情報交換意見交換、提案、問題解決に努める。</p> <p>③協議体とDMOは共存し、観光行政にかかわる問題解決や、市場の調査、拡大に努め、意義のある地域観光に寄与していく。</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>住民参加型のシンポジウムの開催 住民意識の向上と、醸成のためのパンフレット作成と配布。 観光市場活性化のためのキャンペーン主導、参加、啓蒙活動</p>								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>現DMC創立の基となった、一般社団法人茨城県古民家再生協会での活動報告・平成23年設立</p> <table border="1" data-bbox="464 1003 1430 1839"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 1003 651 1055">事業</th> <th data-bbox="651 1003 1430 1055">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 1055 651 1429"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="651 1055 1430 1429"> <p>・平成29年～現在 農水省 農泊推進事業実施地区に選ばれる</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内にある築140年の古民家山川邸にて農泊事業を実施 ・プロモーションビデオ作成、HP、Facebook、Youtube等にて国内・外に情報発信 ・各種イベント、モニターツアーを開催 ・古河市景観賞(交流部門)を受賞 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1429 651 1648"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="651 1429 1430 1648"> <p>平成29年～現在</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・古民家一部改修により、体験宿泊事業を開催 ・広大な森林を整備、グランピング、ブッシュクラフトなどが開催できるように整備 ・その他 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1648 651 1839"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="651 1648 1430 1839"> <p>平成23年～現在</p> <p>内容</p> <p>市内、県内の歴史的建造物、古民家等を調査、鑑定し、歴史的建造物を活かした観光事業の推進に向けて提言、情報発信、意見交換、交流を行ってきた。</p> </td> </tr> </tbody> </table> <p>農泊推進事業の終了から、古河市、観光協会、地銀、まちづくり株式会社、一般市民とともに、DMOの設立に向けて協議会を設立。1年弱の時間を使いワークショップを重ね、“一般社団法人まくらがDMC”の設立に至った。</p> <p>地域DMOの創設については、協議会開催中においても関係諸団体との、現</p>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・平成29年～現在 農水省 農泊推進事業実施地区に選ばれる</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内にある築140年の古民家山川邸にて農泊事業を実施 ・プロモーションビデオ作成、HP、Facebook、Youtube等にて国内・外に情報発信 ・各種イベント、モニターツアーを開催 ・古河市景観賞(交流部門)を受賞 	<p>受入環境の整備</p>	<p>平成29年～現在</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・古民家一部改修により、体験宿泊事業を開催 ・広大な森林を整備、グランピング、ブッシュクラフトなどが開催できるように整備 ・その他 	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>平成23年～現在</p> <p>内容</p> <p>市内、県内の歴史的建造物、古民家等を調査、鑑定し、歴史的建造物を活かした観光事業の推進に向けて提言、情報発信、意見交換、交流を行ってきた。</p>
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・平成29年～現在 農水省 農泊推進事業実施地区に選ばれる</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内にある築140年の古民家山川邸にて農泊事業を実施 ・プロモーションビデオ作成、HP、Facebook、Youtube等にて国内・外に情報発信 ・各種イベント、モニターツアーを開催 ・古河市景観賞(交流部門)を受賞 								
<p>受入環境の整備</p>	<p>平成29年～現在</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・古民家一部改修により、体験宿泊事業を開催 ・広大な森林を整備、グランピング、ブッシュクラフトなどが開催できるように整備 ・その他 								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>平成23年～現在</p> <p>内容</p> <p>市内、県内の歴史的建造物、古民家等を調査、鑑定し、歴史的建造物を活かした観光事業の推進に向けて提言、情報発信、意見交換、交流を行ってきた。</p>								

(別添) 様式 1

	<p>状把握、各団体の背景確認、統合についての意見交換を進め、現在まで、完全なる意見統一には至らないものの、方向性、収益性、人材等一致できる面が見いだせたので、有志にて地域DMOの創設に至った。今後ワーキンググループや、地域協議会の中で、様々な手法について検討する。(継続)</p> <p>地域協議会内において、地域住民参加型ワークショップ、講演会などの開催を実施した。</p> <p>(定量的な評価) 現在まで、統計調査、アンケートの集計などまとまった観点からの集計が無い、又は、方向性が違う集計などがあり、統一した集計ができていないことを確認済。今後は統一した手法での統計調査、アンケートの集計を継続する。 (行政、旅館業、ホテル業、道の駅などでの調査、アンケート回収、旅行者へのアンケートの実施など)</p> <p>市内各観光施設への調査、意見集約等も継続して取り組んでいく。また、外部の人材、市内の人材、専門家等との交流とともに、ワーキンググループの設置、グループセッションを通して常にブラッシュアップ、新規規格の立ち上げ、資源調査に取り組んでいく</p> <p>今年度実施事業(案)</p> <p>観光団体、旅館業者、行政、一般市民とともに古河市の観光業の方向性を検討するシンポジウムの開催を予定している。(コロナの関係で、期日、方法については検討中)</p> <p>住民の意識啓発、土壌育成のために、「地域の職人(住民向け)」パンフレットを作成配布予定</p> <p>現在、政府の誘客多角化実証事業に参加検討中</p>
<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) 一般社団法人まくらがDMCが中心となり、古河市や関連団体と協力の上、古河の観光プロモーションや旅行商品開発、将来的には寺泊や農泊、修学旅行ツアーの受け入れまでワンストップで行う。 (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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

関東地方のほぼ中央、茨城県の西端に位置し、茨城県西部最大の都市である。奈良時代から渡良瀬川の渡し場として栄え、以降、街道・船運、鉄道と交通の要所として発展を遂げた地域である。古い城址や寺社仏閣など歴史資産が豊富で農業も盛ん、企業が大規模な工業団地を形成しており、

緑と水、歴史と近代資産を有する日本の縮図のような地域特性があるため、古河を区間設定として観光の活性化をDMCで担うことを適切と考える。

【観光客の実態等】

春の古河の桃まつりや花火大会など知名度の高い季節のイベントを開催しているが、首都圏から1時間圏であり、日帰り観光が主流である。

主なイベントの来場者数（主催者発表値）

古河桃まつり…約 170,000 人

さくらまつり…約 30,000 人

さつき・盆栽展…600 人

古河花火大会…約 200,000 人、

古河盆踊り大会…約 20,000 人

(別添) 様式 1

古河菊まつり…16,954人

古河提灯竿もみまつり…約50,000人

七福神めぐり…約4,000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】

①観光施設（観光資源）

古河城址、古河公方館跡（茨城県指定史跡）、長谷観音、正定寺、古河歴史博物館、古河文化館、永井路子旧宅、鷹見泉石記念館、篆刻美術館
ネーブルパーク、古河ゴルフリンクス

②商業施設・特産品

まくらがの里こが（道の駅）、
さしま茶、日本酒、鮎の甘露煮、みやこカボチャ、バラ、ニンジン（彩誉）、ほおずき、白菜

③自然・アクティビティー

渡良瀬遊水地や利根川沿いを活用したスポーツ（バルーン、マリンスポーツ、サイクリング、トライアスロン）

④文化・スポーツ・イベント

古河桃まつり（3月下旬～4月上旬）古河熱気球大会（3月）古河はなももマラソン（3月）
古河神輿まつり（7月）古河花火大会（8月第一土曜日）古河朝市（9月下旬）
関東ド・マンナカ祭り（10月）古河菊まつり（10月下旬～11月下旬）
古河よかんべまつり（11月上旬）古河提灯竿もみまつり（12月第一土曜日）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- 古河市内のホテル・旅館は10軒、キャンプ場は1軒あり、主に古河駅前に集中。

ホテルルートイン古河駅前	292室
アパホテル茨城古河駅前	164室
古河セントラルホテル	59室
ホテル津賀屋	17室
大谷旅館	9室
若松旅館	7室
Hotel Sunshin	49室
ホテル古河ヒルズ	52室
ホテル山水	74室
Hotel S. hyde Park	50室
ネーブルパークキャンプセンター	10棟

- 道の駅「まくらがの里 古河」
年間来場者数 100万人（昨年度）
年間購買者数（レジを利用した数）66万人（昨年度）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

① 列車利用

(別添) 様式 1

東京方面から

JR 東北本線 (宇都宮線) 上野駅から約 60 分 (快速 約 50 分) JR 古河駅下車
JR 湘南新宿ライン 池袋駅から約 60 分 (快速 約 50 分) JR 古河駅下車
宇都宮から

JR 東北本線 (宇都宮線)、JR 湘南新宿ライン 宇都宮駅から約 40 分 JR 古河駅下車

② 空路利用

③ 道路利用

東北自動車道久喜インターチェンジから約 18 キロメートル (約 35 分)
東北自動車道館林インターチェンジから約 15 キロメートル (約 30 分)
北関東自動車道桜川・筑西インターチェンジから約 47 キロメートル (約 80 分)
常磐自動車道土浦北インターチェンジから約 50 キロメートル (約 85 分)
首都圏中央連絡自動車道境古河インターチェンジから約 15 キロメートル (約 30 分)

市内バス

- JRバス関東
- 茨城急行
- 市内循環バス「ぐるりん号」

【外国人観光客への対応】

- ・多言語対応観光ホームページ
- ・自動翻訳機の積極的導入
- ・市内居住の外国人との協力と交流による誘致展開
- ・その他

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。	Google アナリティクスを活用して実施。
観光消費額 (1人あたり)	経済効果を把握するため (KPI に活用)	自主事業として沿線の来訪者にアンケート調査を継続して実施
のべ宿泊者数	経済効果および宿泊者数の実態を把握するため (KPI に活用)	自主事業として沿線の宿泊施設に聞き取りやアンケート調査
来訪満足度	商品企画や造成、各種サービスの評価・改善を図るため (KPI に活用)	自主事業として来訪者へのアンケート調査や意見交換会を実施
リピーター率	各種サービスの評価・改善を図るため (KPI に活用)	自主事業として来訪者にアンケート調査を継続して実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

(別添) 様式 1

古河市（こがし）は、関東地方のほぼ中央、茨城県の西端に位置する市である。日本では珍しい、4つの県が接する地域である。人口約 14 万人。旧・下総国（千葉県）葛飾郡。近隣の栃木県野木町などから労働人口流入があり、本市を中心とする古河都市圏を形成している。

・工業

現在は旧総和町の工業団地（丘里工業団地、配電盤工業団地、北利根工業団地）を中心に工業が発達している。他に旧古河市域に坂間企業団地が所在する。特徴的なのは、食品製造業、殊に製菓業が多い点。近年は三和地区に日野自動車が進出。関係企業、倉庫業を中心に開発が進んでいる。

・農業

市の土地利用の 5 割弱を農地が占めるなど、旧総和町、旧三和町を中心として典型的な近郊農業が発達している。平成 18 年の農業出荷額は 147 億 2 千万円。一方、農業離れも深刻で、耕作放棄地は 500ha を超えるなど、問題となっている。名産はバラ、ニンジン、ニガウリ、カボチャ、ほおずきなど。有名銘柄ではローズポークなどもある。

・商業

もともとは、発達した商圈を持ち賑わいを見せていたが、車で買い物するのが当たり前になった今、周辺市町の商圈が拡大し、結果、「古河商圈」が消えつつある。モータリゼーションの発達と近隣の大規模商業施設の進出により、商圈消失状態にある。

・観光資源

歴史も古く、多くの観光資源を持っているが、今一つ生かしきれていない。古河駅西口にばかり観光資源を求めた結果、総和地区、三和地区の観光資源が埋もれてしまっている状態である。しかしながら、昨今では、『古河桃まつり』、『古河花火大会』、『はなももマラソン』など、イベントでの交流人口増加が顕著になっている。

◎新型コロナウイルス感染症

都心に近いこともあり、都内を往復しているものから感染源が広がった形である。現在患者数は 20 名で、それとなく誰が感染したなんて話もあるくらい地域での顔見知りが多いまちである。茨城県の患者数が上がるとともに古河市の感染者も増えていくので、県と同じタイミング、同様の施策でイベントの中止や、公民館の休館など外出が制限されている。それほど観光客は多くはないが、仕事で都心との往復をしているものも多く、半ばあきらめムードもある。とにかく過剰ともいえるほどイベント、行事の中止が叫ばれているが、市中の飲食業者と商工会議所は逆手を取ってテイクアウトのイベントを展開するなど、たくましい面もある。地域経済に大きな影響はあるが、アフターコロナを意識した旅行者が安心・安全に訪問できる観光地づくり、そのためのコンテンツづくりが重要な課題である。

(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"> ・ 都心から 1 時間の立地 ・ 広い空、平な大地、河川の恵み ・ 歴史（戦国時代のはじまりの地） ・ 世界に通用する企業の生産拠点 ・ 広大な渡良瀬遊水地を背景にしたスポーツの拠点（バルーン、サイクリング等） ・ 一大農業生産地、道の駅 ・ 水郷の食（鰻、川魚） ・ 料亭文化 ・ 郊外には古民家が現存（山川邸） 	<p>弱み) Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 滞在型観光が弱い、都心から日帰り圏内 ・ 車社会のアクセス対応 ・ 観光・おもてなしサービスが脆弱 ・ 歴史資産が観光につながっていない ・ 情報発信不足 ・ 市内の若年層が観光産業へ参画が少ない ・ 夜の賑わいの落ち込み

(別添) 様式 1

外部環境	機会) Opportunity <ul style="list-style-type: none"> ・ オリンピック、パラリンピック開催 ・ 渡良瀬河畔の恩恵 ・ 多数の寺社を生かした寺泊 ・ 戦国時代（室町）ブーム到来 ・ 外国人居住者の増加 ・ 	脅威) Threat <ul style="list-style-type: none"> ・ 成田・羽田空港からの距離（2時間） ・ 交通の要所が逆効果、滞在しない拠点 ・ 近隣市町の躍進 ・ 危機感の薄さ（行政・企業・住民） ・ インバウンドの受け入れ体制 ・ 対外的 PR が弱い
------	---	---

※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

○第1ターゲット ファクトリーミュージアム（工場見学）＝東アジア全域の教育旅行者
○選定の理由 近年は日本の工場見学はインバウンドに高い人気を博している。古河市は大手企業から中小企業まで数多くの工場の立地する工業団地を有し見学を受け入れているは多い。これらを「ファクトリーミュージアム」化し、東アジア全域の教育旅行者をメインターゲットとし、工場見学のツアーを実施する。
○取り組み方法 商工会、商工会議所、古河市工業会らと協力し、見学可能な工場の新規開拓、見学ルート作り、見学に付随する体験型アクティビティの企画開発を行う。「ファクトリーミュージアムガイドブック」を作成し、SNS等を使って広く情報発信する。また、「まくらがの匠」から伝統技術、最新の技法を学ぶ機会を提供する。
○第2ターゲット層 国内および海外の歴史ファン（サムライ、城、寺や神社を好むマニア層）
○選定の理由 古河は城下町として鎌倉時代からの歴史を誇る古都であり、古河城址をはじめ、市内には60を超える寺社、郊外には古民家が現存する歴史的価値の高い地域である。古河駅から徒歩圏内に歴史博物館や史跡、寺社、古い蔵が点在しており、ウォーキングやサイクリングコースとしても最適である。近年は歴史マニアに「室町時代」がブームとなるなど古河のキーワードに合ったムーブメントも起こっている。また寺に泊まる「寺泊」も外国人や歴史好きの女性（歴女）を中心に人気。
○取り組み方法 「古河の歴史」に焦点を当て、古河の歴史家や歴史愛好家の市民や学生の協力のもと、ワークショップを行い「城」「寺泊」「御朱印」「サムライ」「古民家」など人気のキーワードに古河の魅力を当て込んだ新しい観光商品（ツアー、お土産等）の開発を行う。また歴史ガイドの育成にも力を入れ、有料でライセンス形式の講座を開催し、インバウンド向けの外国語ガイドの養成もDMC主導で行う。首都圏や関西圏へのPRやプロモーション、既存の地域の行事、祭り、イベント等の情報発信も請け負う。
○第3ターゲット層 農業体験・食に興味のある首都圏の家族・女性、インバウンド
○選定の理由 肥沃で平らな古河の大地は農業が盛んで白菜やサニーレタス、ニンジンやコメ、お茶など一大生産地となっている。また利根川の河川の恵みである川魚の産地であることから、川魚料理も古くから名産である。これらの農・水産業や食の魅力をグリーンツーリズムとしてブラッシュアップし、観光振興につなげていく。
○取り組み方法 JAや農家の協力のもと首都圏からの近さ、利便性を最大限に活かした、「ぶち農業体験」や農泊の企画開発、プロモーション、受け入れを行う。また近年は古河市にアジア系外国人の居住者が増えており、彼らの協力のもと母国へのPRを行い、インバウンドも取り込んでいく。市内のレストラン、工場とタイアップした新

(別添) 様式 1

しい商品の開発・販売などに取り組む。
④ 第 4 ターゲット ユニバーサルといわれる高齢者、障害者、小さな子連れ家族
<p>○ 選定の理由 古河市の特徴である広大な平面を活用し、ユニバーサル層といわれる方に、健常者と同じように旅行を楽しんでいただく。また、介助者と一緒に旅を楽しむことをコンセプトにツアーを企画、開発していく。</p> <p>○ 取り組み方法 例として、車椅子を人力車のように扱えるアイテムを利用し、「ユニバーサルガイド」と呼ぶ人力車を引く観光ガイドを育成する。障害者、高齢者に関する知識、安全な運航ができる体力、緊急措置に関する知識、地域のガイド知識などを兼ね備えた人材を育てる。また、障害者であるからこそ体験できなかった気球搭乗体験や、ツーリングなどを企画し、上記のマイクロコンテンツをパッケージ化した旅行商品を楽しんでもらう。今後、世界的にも魅力あるマーケットであり、期待が持てる。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

① コンセプト	史・農・工・商で紡ぐ古河ストーリー
	古河にある4つの観光資源「歴史・農業・工業（工場）・商業」をブランド化し、全国・世界に新たな古河の魅力をアピールする
② コンセプトの考え方	1400年以上続く歴史、肥沃な大地の恵みを生かした農業、最先端の技術が集う工業地域など、現存する資源を生かし関東ド・マンナカ宣言都市・古河の観光地化、ブランド化を目指す。

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。	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会、まちづくり株式会社との統廃合を視野に入れ、ワーキンググループでの部会検討、調査、意見交換を継続する。(今年度継続) ・各コンテンツ事業者との情報共有と、共同作業 ・定期的かつ、継続的な部会開催と、情報共有(月2回) ・専門家、コンサルタントを交えてのガイド育成講習(4か月コース)の開催 ・地域歴史の勉強会(年6回)
	DMCを中心として古河市と市内の関連事業者による戦略会議を定期的(月例)に開催する。また近隣地域との情報共有・情報交換を行い、イベントや情報発信においてすみ分けや連携が出来るように打ち合わせの場を設ける。

(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	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家やアドバイザーを活用し、おもてなしや外国語の研修会を開催し、サービス向上に資する体制を構築する。 ・満足度調査やマーケティング調査を実施し、PCDA サイクルに基づき、結果をフィードバックしながら継続的、効率的に改善・向上を図る仕組みづくりを行う。
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"> ・地域内の人・モノ・コトの情報収集を元に「歴史」「工場」などテーマを際立たせたメディア向けのプレスリリースの発信や SNS を使った効果的なプロモーションを行う。 ・パンフレット配布による住民の観光地域意識の醸成

※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 * 下記 KPI については、令和2年度より招集開始。

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	()	()	()	18 (3)	20 (4)	25 (5)
	実績	()	()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	900 (150)	1100 (200)	1500 (250)
	実績	()	()	()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	60 (60)	70 (70)	80 (80)
	実績	()	()	()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	()	10 (10)	20 (20)	30 (30)
	実績	()	()	()	()	()	()

※ 括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※ 現在調査不足(データ取得なしのため)のため茨城県の平均値を利用して目標策定

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】

DMC が 4 月に設立後、関連団体、企業にアンケート調査を実施

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

域内での宿泊及び体験プログラムの消費金額を、商工会、観光協会と連携しながら調査を実施する。道の駅等

●延べ宿泊者数

古民家・山川邸は DMC で数値管理、その他の域内宿泊者は、商工会、宿泊業者、観光協会と連携しながら調査を実施する。

●来訪者満足度

ファクトリーミュージアム参加者には、全員アンケートを実施。また、定点調査として道の駅での調査を実施する。

●リピーター率

ファクトリーミュージアム参加者には、全員アンケートを実施。また、定点調査として道の駅での調査を実施する。

- ① 旅行消費額などについては、道の駅等において、毎月末実測及びアンケート調査を行う
- ② ホテル、旅館等にアンケート用紙を設置し、アンケート調査実施、その他

(2) その他の目標

指標項目	単位	令和 2 年 (度)	令和 3 年 (度)	令和 4 年 (度)	令和 5 年 (度)	令和 5 年 (度)	令和 6 年 (度)
●工場見学数	回	(6)	(15)	(20)	(20)	(20)	(20)
●見学者満足度	%	(60)	(70)	(80)	(80)	(80)	(80)
●リピート率	%	(10)	(20)	(25)	(30)	(30)	(30)

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
令和 2 年度	63,721,000- (円)	(内訳の区分例) 【地方公共団体からのふるさと納税委託収入】 20,000,000-円 【収益事業収入】 23,721,000-円 【政策金融公庫からの創業支援融資】 20,000,000-円

(別添) 様式 1

令和3年度	94.892.000- (円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】 5.000.000-円 【地方公共団体からのふるさと納税委託収入】 20.000.000-円 【収益事業収入】 49.892.000-円 【企業版ふるさと納税による寄付】 20.000.000-円
令和4年度	86.750.000- (円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】 5.000.000-円 【地方公共団体からのふるさと納税委託収入】 20.000.000-円 【収益事業収入】 61.750.000-円 (円)
令和5年度	86.750.000- (円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】 5.000.000-円 【地方公共団体からのふるさと納税委託収入】 20.000.000-円 【収益事業収入】 61.750.000-円 (円)
令和6年度	86.750.000- (円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】 5.000.000-円 【地方公共団体からのふるさと納税委託収入】 20.000.000-円 【収益事業収入】 61.750.000-円 (円)

(2) 支出

年度	総支出	内訳
令和2年度	43.808.000- (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 24.628.000-円 【市場調査費】 4.000.000-円 【収益事業原価】 15.180.000-円

(別添) 様式 1

令和3年度	82,018,000- (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 37,242,000-円 【収益事業原価】 30,376,000-円 【ユニバーサルツーリズム調査・開発費】 14,400,000-円
令和4年度	77,802,000- (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 37,242,000-円 【収益事業原価】 38,760,000-円 【ユニバーサルツーリズム調査・開発費】 1,800,000-円
令和5年度	77,802,000- (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 37,242,000-円 【収益事業原価】 38,760,000-円 【ユニバーサルツーリズム調査・開発費】 1,800,000-円
令和6年度	77,802,000- (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 37,242,000-円 【収益事業原価】 38,760,000-円 【ユニバーサルツーリズム調査・開発費】 1,800,000-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

古河市からの補助金を運営資金には組み込まない。古河市のふるさと納税のオペレーションが外部委託され「東京の事業者にふるさと納税の資金が流れている」事実を元に、地域に立脚したDMCにふるさと納税業務を委託発注して頂き、定常的な運営資金に補填する。また、周辺に工場が多いことから、企業版ふるさと納税を令和3年度に集め、当DMC独自の仕組み開発の原資に充てる。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

一般社団法人まくらがDMCは古河の新たな観光資源の発掘と地域のPR効果、インバウンド需要が期待される。古河市は「一般社団法人まくらがDMC(令和2年4月(設立予定))」を地域連携DMOとして推薦します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名 榎村信一
担当部署名(役職) 一般社団法人まくらがDMC
所在地 茨城県古河市小堤277-3
電話番号(直通) 0280-98-3465 担当者 090-7843-2171
FAX 番号 0280-98-3464
E-mail 担当者: bluec.weine@outlook.jp

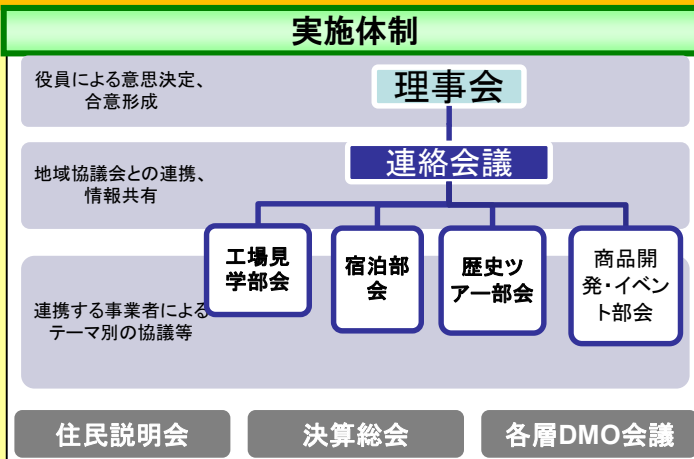
10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名 古河市
担当者氏名 植野雅彦
担当部署名(役職) 企画政策部企画課
所在地 茨城県古河市下大野2248番地
電話番号(直通) 0280-92-3111(代表)
FAX 番号 0280-92-3088
E-mail : masahiko.ueno@city.ibaraki-koga.lg.jp

法人名(一社)まくらがDMC
登録区分名:地域連携DMO

(観光地域づくりのコンセプトを記載)

【区域】茨城県古河市
 【設立日】令和2年4月18日
 【登録日】令和2年4月7日
 【代表者】山中美登樹
 【マーケティング責任者(CMO)】 櫻村信一
 【財務責任者(CFO)】 香取久雄
 【職員数】8人
 (常勤5人(正職員6人、出向等1人)、非常勤2人)
 【連携する主な事業者】
 古河市観光協会
 株式会社雪華
 総和観光株式会社
 パクマ
 古河城バルーン



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
 古い城址や寺社仏閣など歴史資産。優れた工業団地、豊かな河川に囲まれた肥沃な土地

合意形成の仕組み

①地域まちづくり協議会が昨年度発足している。古河市、(担当:企画課)観光協会、まちづくり株式会社、地銀(3行)、歴史研究会、一般市民、その他団体が加入し、ワークショップを実施し意見集約。参加者の合意の基DMO設立

②DMO設立以降も、DMOが主団体の中心となり、関係者を増強。協議会は各部会を設営し、協議、情報交換意見交換、提案、問題解決に努める。

③協議体とDMOは共存し、観光行政にかかわる問題解決や、市場の調査、拡大に努め、意義のある地域観光に寄与していく。

戦略

【主なターゲット】
1.国内、東アジア全域の教育旅行者
2.国内および海外の歴史ファン
3.首都圏の家族・女性、インバウンド
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- 工場見学に付随する体験型アクティビティの企画開発。「ファクトリーミュージアムガイドブック」作成、SNS等を使って情報発信
- 古河の歴史家や歴史愛好家の市民や学生の協力のもと、「城」「寺泊」「御朱印」「サムライ」「古民家」などのキーワードに新しい観光商品の開発を行う。
- 首都圏からの近さ、利便性を最大限に活かした、「ぷち農業体験」や農泊の企画開発、プロモーション、受け入れを行う。

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	()	()	()	18 (3)	20 (4)	25 (5)
	実績	()	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	900 (150)	1100 (200)	1500 (250)
	実績	()	()	()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	60 (60)	70 (70)	80 (80)
	実績	()	()	()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	10 (10)	20 (20)	30 (25)
	実績	()	()	()	()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・古民家再生
 ・農泊推進事業

【観光資源の磨き上げ】
 ・市内古民家の調査、鑑定の取組

【受入環境の整備】
 古民家“山川邸”の建物及び環境整備

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

DMCを中心として古河市と市内の関連事業者による戦略会議を定期的(月例)に開催する。また近隣地域との情報共有・情報交換を行い、イベントや情報発信においてすみ分けや連携が出来るように打ち合わせの場を設ける。

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(ふるさと納税委託金等) 約2千万円(R2年)
 【総支出】 4千万円(一般管理費2千8百万円、事業費1千5百万円)
 ※3年期決算
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

- ふるさと納税委託事業の獲得
- ツアー商品の新規開発、ふるさと納税返礼品の共同企画、開発等
- ユニバーサルツアー企画の開発、展開