

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 4 年 3 月 16 日

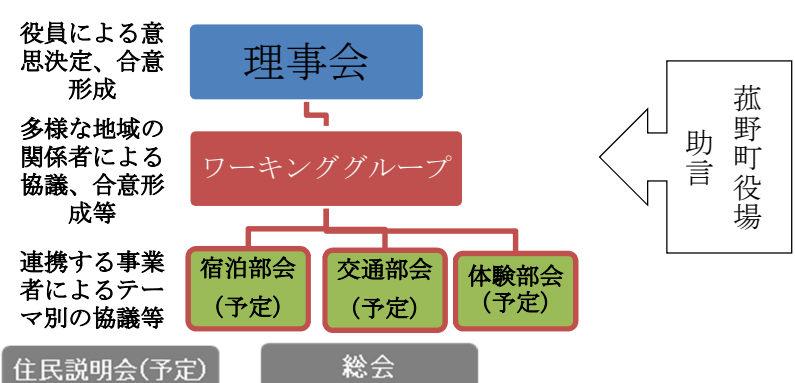
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO(地域DMO)	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 菰野町観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	三重県三重郡菰野町	
所在地	〒510-1233 三重県三重郡菰野町菰野 2256 番地 10	
設立時期	平成 30 年 4 月 2 日設立	
職員数	4 人【常勤 3 人（正職員 3 人・臨時職員 人）、非常勤 1 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) 奥井 益夫 (出身組織名) 朝明茶屋キャンプ場 代表者	朝明茶屋キャンプ場の事業主であり、令和 3 年 5 月に（一社）菰野町観光協会の代表理事（会長）に就任。任意団体時から副会長として活躍。長期に渡り観光協会の役員として、観光事業者のみならず異業種にも人脈を持ち多彩な分野との連携に努めている。
各種データの分析・収集等（マーケティング）の責任者（専門人材） ※必ず記入すること	(氏名) 森脇 隆 「専従」 (出身組織名) 専任職員	行政観光農林関連部局で通算 12 年間勤務。湯の山蕎麦打ち道場や木工体験施設グリーン工房の開設を担当した。また、平成 16 年モニタリング調査のサポートなど観光マーケティングに携わるとともに、農業関係では、農業生産法人化を担当するなど多様な経歴を保持している。
財務責任者（CFO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	森脇 隆 「専従」 (出身組織名) 専任職員	菰野町行政改革担当や菰野町税務課長を経験し、目的税、法定外税に詳しく、町と持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する意思疎通による財源確保の幅を広げていく役割を担っていく。
プロモーションの責任者（専門人材）	(氏名) 堀内 あかね (出身組織名) 専任職員	元 J R 東海ツアーズの職員。主にプロモーションやキャンペーン企画、催事運営管理に高い能力を持っている。また、旅行業の市場特性を理解し、効果的なプロモーション活動を行う。
マーケティングの補佐	曾根 綾子 (出身組織名) 専任職員	平成 10 年 5 月より、事務職員として、勤務。主に観光案内業務や総務、会計事務に従事。長年の経験の積み重ねによる的確な案内とともに、観光案内を通じた旅行客からの意見を、マーケティング調査に活用するなど、事務処理には、定評がある。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	三重県 菰野町 観光産業課 (マーケティング 一次産業関連) 三重県 菰野町 観光産業課 観光商工推進室 (マーケティング)	

(別添) 様式 1

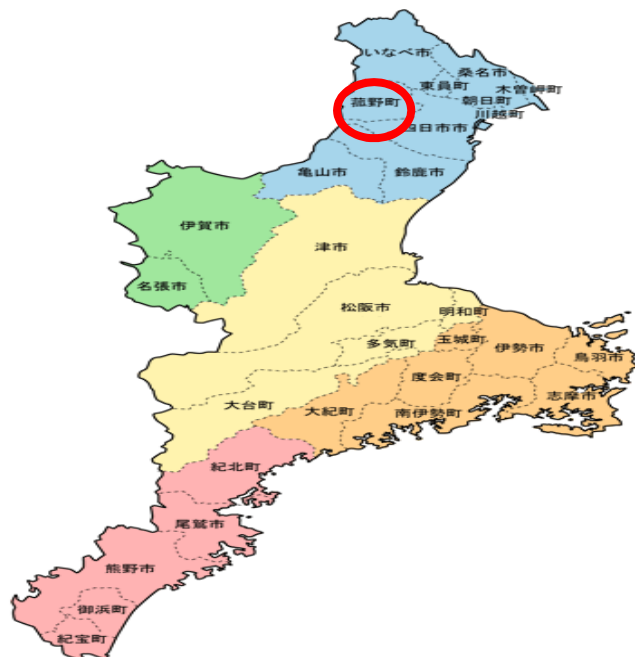
<p>連携する事業者名 及び役割</p>	<p>湯の山温泉誘致協議会 (プロモーション) 御在所ロープウェイ株式会社 (旅行商品開発) 元気アップスポーツクラブ (イベント開催)</p>					
<p>官民・産業間・地域 間との持続可能な 連携を図るための 合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) ① 菰野町の「売り」とする観光資源として、温泉と御在所ロープウェイとキャンプ場があります。一般社団法人菰野町観光協会の理事には、湯の山温泉の温泉旅館の代表取締役など経営責任者 4 名、御在所ロープウェイ株式会社代表取締役 1 名、キャンプ場の経営者 2 名、地域の特産品製菓業の専務取締役 1 名、菰野町の面積 107. 28k m²の約 19%を占める農地の利用者の代表として認定農業者 1 名、さらに令和 3 年 5 月から地元観光バス会社経営の交通事業者が理事に就任し計 10 名の理事が就任している。また、行政からは菰野町役場観光商工推進室長がアドバイザーとして理事会に参画している。</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・ 参画促進の取り組 み</p>	<p>観光イベント開催時に地域住民からボランティアを募り、来訪者へのおもてなしを担当して頂く。 また、地域住民への啓発を目的とした広報を行っていく。</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="443 992 1445 1989"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 992 676 1032">事業</th> <th data-bbox="676 992 1445 1032">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 1032 676 1989"> <p>情報発信・ プロモーション</p> </td> <td data-bbox="676 1032 1445 1989"> <p>・令和 2 年インターネットを活用した情報発信による都市圏観光プロモーション事業</p> <p>具体的事業内容</p> <p>都市圏へ向けて重点的に PR できるようホームページをリニューアルし、近隣の都市圏 (名古屋、大阪京都方面) に自然豊かな菰野町の観光地に来てなにができるのか安心安全に過ごせるかを見える化するために既存の観光情報に加え、新しい情報作成し、それぞれの詳細を見れるようにした。動画は新型コロナウイルスにより更にリモートワークに拍車がかかり、家でなくともパソコンがあれば働くことができる層に向けて、ワーケーションができる施設、湯の山温泉や御在所ロープウェイ、キャンプ場、アクティビティや体験など、菰野町ならではのワーケーションで仕事と遊びの両立がどのようにできるかをモデルケースを動画作成しホームページに配置する等の改善を図った。</p> <p>・平成 30 年公式サイト運営管理事業</p> <p>具体事業内容</p> <p>公式サイト「菰野町観光協会」により観光情報提供を</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 年インターネットを活用した情報発信による都市圏観光プロモーション事業</p> <p>具体的事業内容</p> <p>都市圏へ向けて重点的に PR できるようホームページをリニューアルし、近隣の都市圏 (名古屋、大阪京都方面) に自然豊かな菰野町の観光地に来てなにができるのか安心安全に過ごせるかを見える化するために既存の観光情報に加え、新しい情報作成し、それぞれの詳細を見れるようにした。動画は新型コロナウイルスにより更にリモートワークに拍車がかかり、家でなくともパソコンがあれば働くことができる層に向けて、ワーケーションができる施設、湯の山温泉や御在所ロープウェイ、キャンプ場、アクティビティや体験など、菰野町ならではのワーケーションで仕事と遊びの両立がどのようにできるかをモデルケースを動画作成しホームページに配置する等の改善を図った。</p> <p>・平成 30 年公式サイト運営管理事業</p> <p>具体事業内容</p> <p>公式サイト「菰野町観光協会」により観光情報提供を</p>
事業	実施概要					
<p>情報発信・ プロモーション</p>	<p>・令和 2 年インターネットを活用した情報発信による都市圏観光プロモーション事業</p> <p>具体的事業内容</p> <p>都市圏へ向けて重点的に PR できるようホームページをリニューアルし、近隣の都市圏 (名古屋、大阪京都方面) に自然豊かな菰野町の観光地に来てなにができるのか安心安全に過ごせるかを見える化するために既存の観光情報に加え、新しい情報作成し、それぞれの詳細を見れるようにした。動画は新型コロナウイルスにより更にリモートワークに拍車がかかり、家でなくともパソコンがあれば働くことができる層に向けて、ワーケーションができる施設、湯の山温泉や御在所ロープウェイ、キャンプ場、アクティビティや体験など、菰野町ならではのワーケーションで仕事と遊びの両立がどのようにできるかをモデルケースを動画作成しホームページに配置する等の改善を図った。</p> <p>・平成 30 年公式サイト運営管理事業</p> <p>具体事業内容</p> <p>公式サイト「菰野町観光協会」により観光情報提供を</p>					

		実施しました。アクセス数は 139,428 件でした。
	受入れ環境の整備	<p>・令和 2 年国定公園誘客推進事業・ワーケーション推進事業</p> <p>具体的事業内容</p> <p>鈴鹿国定公園区域を中心に、新型モビリティなど最先端技術を活用したワーケーション事業に取り組みました。</p> <p>・3密回避に向けた最先端技術活用実証事業</p> <p>具体的事業内容</p> <p>安全・安心な観光地づくりに向け、湯の山温泉地域において3密回避に向けた最先端技術活用実証事業を実施し、時間と場所をずらした新たな観光スタイルの確立を推進しました。</p> <p>1 混雑状況の見える化</p> <p>AI カメラの設置によって人流データを把握し、リアルタイムでの観光地の混雑状況を表示する仕組みを構築し、混雑状況の見える化を図ることで、旅行者が混雑状況に応じて、行先を選択できる環境を整備しました。</p> <p>2 WEB 来店システムの導入</p> <p>お土産店等における旅行者の滞在時間や接触回数を低減させるため、新たなおもてなしのサービスとしてWEB 等による来店を支援するサービスを導入しました。</p> <p>3 小型モビリティの導入</p> <p>ラストワンマイルの交通サービスを確保し、新しい観光の動線を創出するために小型モビリティを導入し、行先の分散化を図りました。</p>
	観光資源の磨き上げ	<p>・令和元年着地型日帰り旅行の実施</p> <p>具体的事業内容</p> <p>令和元年、令和 2 年と町内の文化財めぐりと地場産業である陶芸や木工体験を組み合わせた着地型日帰り旅行を催しました。また、令和 2 年度はこれに加え、国、県の実証事業の中でワーケーションモニタリングを実施しました。</p> <p>この着地型旅行やワーケーションのモニタリングの参加者からのアンケート調査結果を基に、参加者に提供された施設やサービスなどの評価を行い、提供施設やサービス提供者にフィードバックするとともに、行政並びに理事への情報提供を行い、何をどう洗練化していくべきか問題点の整理を行いました。</p>

	<p>(定量的な評価)</p> <p>一般社団法人菰野町観光協会は、御在所ロープウェイ、文化財保全団体の地元観光協会、美術館などの観光施設の8団体、温泉旅館、保養所などの宿泊施設13社、キャンプ場11団体、近鉄、三重交通など交通事業者3社、三十三銀行など金融機関4社、製菓業など商品製造会社3社、地場産業である万古製陶所3社、飲食店2店、生産森林組合や農業の一次産業従事2事業者、商工会、ボランティア団体など3団体の計52団体などが会員となっています。</p> <p>毎年、定時総会にて、活動内容、活動の成果、を資料として公開報告しています</p> <p>延べ宿泊者数は、前年度に行った取組の成果を基礎に、令和2年度は目標として8%程度の伸びを目標に事業展開を行うこととしていましたが、コロナ感染対策による緊急事態宣言発令など人の移動そのものが自粛となったため、大幅な減少となった。</p> <p>旅行消費額についても、同様に人流が制限されたことから対前年の53%となりました。来訪者満足度、リピーター率につきましては、コロナ感染対策により面談聞き取り調査が出来ませんでした。</p> <p>WEBサイトのアクセス状況は、令和元年度は2,807件、令和2年度139,428件、フェイスブックフォロワー数、令和元年度3,359人、令和2年度4,026人と増加傾向となっています。</p>
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>(一社) 菰野町観光協会がDMO組織となる事で、マーケティング分析・商品企画・集客(プロモーション)・周遊促進等を一元的に実行出来る体制を構築していく。</p> <p>DMO組織が上記実行項目の軸を担うよう、理事には、ロープウェイ(株)、旅館経営者、キャンプ場経営者、食品製造販売者、認定農業者、交通事業者が就任し、着地型観光振興を図っていくこととします。</p> <p>(実施体制図)</p>  <p>役員による意思決定、合意形成</p> <p>多様な地域の関係者による協議、合意形成等</p> <p>連携する事業者によるテーマ別の協議等</p> <p>菰野町役場 助言</p>

2. 日本版DMO候補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】

※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。

菟野町には、西に鈴鹿山脈が走り、山麓には、湯の山温泉、キャンプ場などの観光施設が点在しています。また町内の寺院には三重県文化財に指定された五百羅漢や金剛界、胎蔵界の2体の大日如来を安置しているなど歴史を感じることでできる文化施設があります。これら多様な観光資源を活かし当町を一つの観光拠点とすべく区域設定としました。

また、町内に点在する温泉地、キャンプ場などの地理的条件に鑑み、温泉を軸とした湯の山温泉エリア、市街地の連担を担う近鉄沿線、山麓のキャンプ場や五百羅漢などがある郊外エリアといったエリアを設定しこれらのエリアの結ぶ方策を立てて行くこととする。

【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。

【観光客の実態等】

観光客入込客数は、近年5年間で平均2,479千人となっています。

平成30年に御在所ロープウェイが改装し、令和元年度には、新名神高速自動車道の開通と菟野ICの供用がなされ令和2年までは順調に入込客数も増加していました。

令和2年にコロナ感染者数が増加し、緊急事態宣言が出されるなど、急激に観光需要が縮小しました。令和2年の入込み客数は1,751千人と5か年平均の70%となりました。

延べ宿泊者数は、下表のとおり5年間平均228千人に対し令和2年は133千人と58%となりました。

エリア別宿泊入込み客数

(単位：千人)

区分	H27年	H28年	H29年	H30年	R元年	R2年
湯の山	172	181	170	165	169	100
鳥居道山	37	36	34	32	30	17
朝明	13	14	17	18	14	2
尾高	2	1	2	3	3	3
八風	2	2	3	9	13	11

*湯の山には、アクアイグニスを含む

エリア別日帰り入込み客数

(単位：千人)

区分	H27年	H28年	H29年	H30年	R元年	R2年
湯の山	1,623	1,600	1,557	1,633	1,558	1,135
鳥居道山	78	76	70	63	66	49
朝明	71	76	70	69	61	23
尾高	148	142	165	170	153	165
八風	4	4	5	10	6	6

*湯の山には、アクアイグニスを含む

【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】

主な観光施設や文化施設として、御在所ロープウェイ、三重カントリークラブ、菰野倶楽部ジャックニクラウスなどのゴルフ場、乗馬クラブラッシュボージュ、フォレストアドベンチャー湯の山、岡田文化財団パラミタミュージアム、竹成五百羅漢、天狗の厄払いの福王神社、三重県民の森、陶芸体験の窯元などがあります。

また、イベントとして、現在はコロナ感染対策で中止となっていますが、毎年10月に行われる「かもしかハーフマラソン」や湯の山温泉での「僧兵祭」、田光地区での「コスモスまつり」などが開催されています。

これらの観光施設と宿泊施設とのパッケージ化したワーケーション滞在メニューを創設していきます。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設	種類	件数	収容者数（部屋数）
湯の山	旅館、ホテル	11軒	274室
鳥居道山	旅館	1軒	39室
	キャンプ場	1ヶ所	駐車場 50台
朝明	キャンプ場	8軒	駐車場 100台
尾高	キャンプ場	1ヶ所	駐車場 30台
八風	キャンプ場	1ヶ所	駐車場 170台

【利便性：区域までの交通、域内交通】

菰野町は三重県の北西部に位置し、コンビニートがある四日市の市街地まで 13 km、名古屋市中心街まで、約 40 km の位置にある。

伊勢湾自動車道と新名神自動車道の開通により、三重県北部が国土軸に接することとなった。

また、平成 30 年度に菰野町内に新名神高速道路菰野 IC が開設され、京都、大阪、名古屋、豊田、岡崎からの交通時間が大幅に短縮された。

公共交通として町の南側に近畿日本鉄道湯の山線が開通しており、四日市市を經由して名古屋、京都・大阪、からの来訪ルートも確保されています。



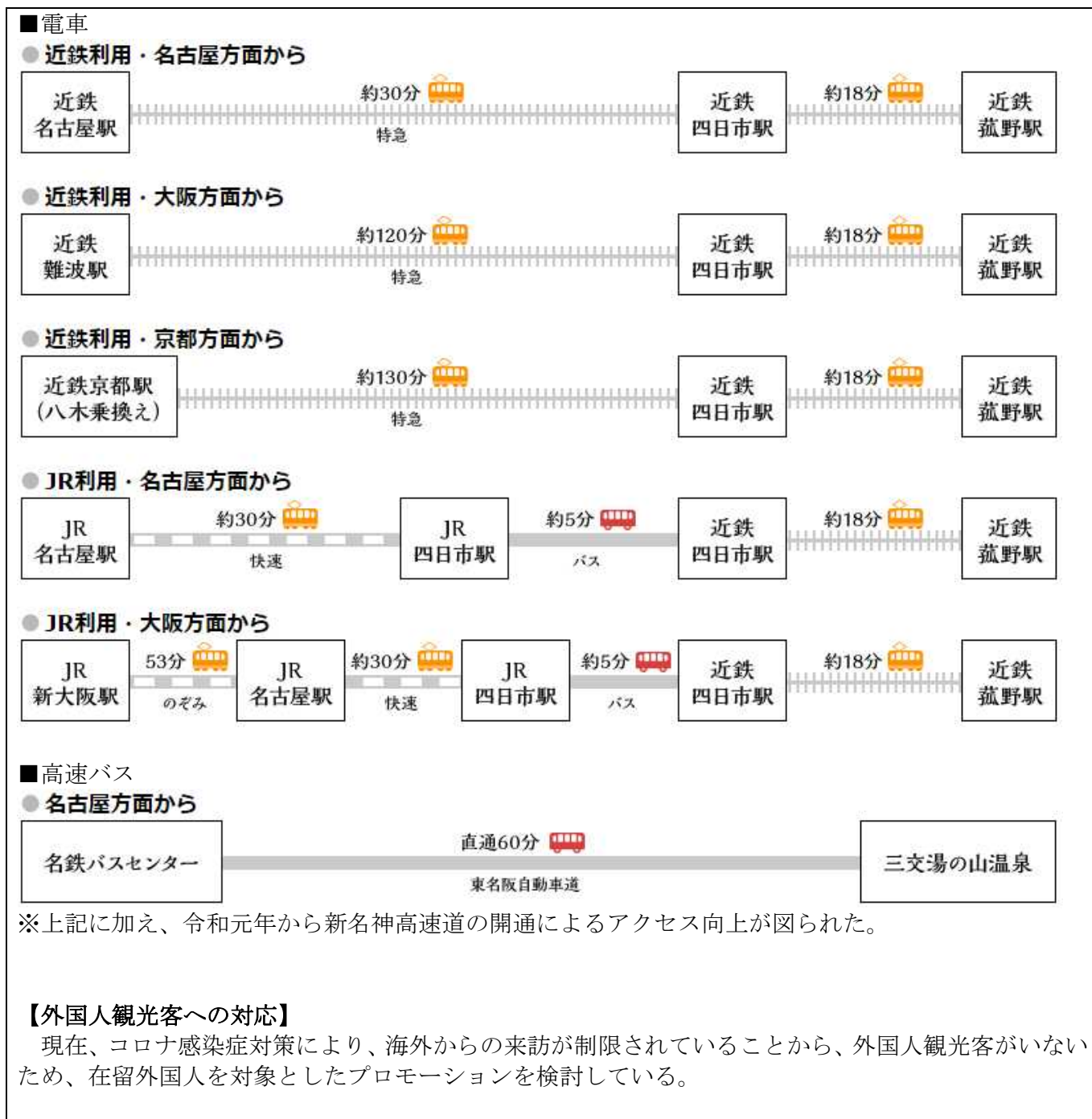
■ 車

名古屋方面から

名古屋西 IC 23 km 四日市 JCT 12 km 菰野 IC (約 26 分)

関西方面

京都東 IC 14 km 草津 JCT 60 km 菰野 IC (約 46 分)



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	サイト訪問者の属性を把握し、潜在的な来訪者の取り込みを行う事を目的とします。	Google analytics を利用した流入分析により把握します。
旅行消費額	観光消費額の拡大を目指して町内経済への波及効果の拡大への指標とすることを目的とします。	観光施設からの聞き取りとアンケート調査により把握します。
延べ宿泊者数	宿泊者数を把握し、その増減を把握し今後の観光 PR への取り込みに向けた施策に活用する事。	各旅館宿泊施設、キャンプ場、などから数値情報を入手します。
住民満足度	観光 PR や渋滞時への対応などを中心に啓発的な方策での地域住民の観光に対する評価の動向を把握することを目的とします。	観光 PR が身近に感じられ、地元住民の利用も多い物販施設でのアンケート調査により把握します。
外国人観光客数	在日外国人や訪日外国人の概数と出身国別の概数を把握し、重点 PR 国を把握することを目的とします。	主要な観光施設への紹介調査により把握します。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

鈴鹿山脈を中心とした豊かな自然、1300 年の歴史を誇る湯の山温泉、町名の由来となった食材の「真菰」、地場産業である萬古焼といったそれぞれの観光コンテンツを中心に誘客を図ってきたが、各々が単独での誘客にとどまり、地域を周遊するための面での誘客並びに二次交通の開発が進んでいなかった。

観光を取り巻く環境は、新しい生活様式に沿った with コロナ、after コロナの旅行スタイルに変化していく中で、インターネット経由で情報収集し旅行先を決定するスタイルに対応するため、十分な感染症対策をとるとともに、デジタル技術等を積極的に取り入れ、混雑状況や感染症対策情報を観光の価値のひとつとして発信していく必要がある。

このため、観光地域づくり法人菰野町観光協会を中心として、3密を回避した安全でエコな新モビリティでの域内移動を可能とし、菰野町が持つ豊かな自然を感じながらの各観光施設間の周遊を促進し、これまでの観光コンテンツだけでなく、町内に点在するものづくり産業等を体験コンテンツとして観光資源に磨き上げることで周遊を促進し、新たな雇用や交流人口の増加に努めていく。

また、三重県が進めているワーケーション滞在の環境整備を進め、ワーケーション情報を一元的に発信していく。

さらに、after コロナのインバウンド需要を取り込めるよう情報発信の多言語化などを行っていく。

(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">・中部圏の中心である名古屋白川 I C から菰野 I C まで約 35 分、京都の京都南 I C から菰野 I C まで約 1 時間の交通時間であること。・湯の山温泉は、貞享 3 年 (1686 年) に湯宿が作られたのが始まり。その後衰退するものの、明治 10 年 (1877 年) 西南戦争後、負傷兵たちの臨時療養所として利用されたという、伝統のある温泉地であること。・御在所ロープウェイは、昭和 34 年 4 月に開通、営業を開始し、最高支柱高は 61m で現在も日本一となっていること。・我が国の別名「秋津洲」の由来の蜻蛉 (トンボ) の繁殖地であり、御在所山が太平洋側と日本海側の植物の混在地という希少性ある植物相がある日本で唯一の場所であること。・三重県内で唯一スキー場があること。	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none">・長期的には、観光客が減少していること。ひと昔前の温泉地というイメージから脱却できていないため、長期的には観光客が減少していること。・地名は認知されているが、「行こう」という象徴的な物がなく、知っているが、行ってみたいと思わせることが出来ていないこと。・御在所ロープウェイは、強風時に運休止、曇り、雨天時は、山頂での滞在魅力が創出できていないこと。・湯の山温泉への電車、バスは確保されているものの、他の観光施設への公共交通手段が無いこと。・物販店舗などが無く、廃屋が目立ち、温泉街散策の魅力に欠けること
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none">・山麓から山頂まで自然公園法の適用区域に指定されている。・	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none">・WEB 上での観光地情報の詳細提供による観光地間競争の激化。・年金額の減少による熟年旅行者の減少。非正規雇用の増加による旅行者の減少。(世帯の可処分所得の減少による、旅行者の減少。)・自然公園法の制限により、施設の規模拡大が困難。

(2) ターゲット

○第 1 ターゲット層
中京圏、関西圏からのワーケーション滞在者
○選定の理由、
中部圏の中心である名古屋西 I C から菰野 I C まで約 26 分、京都の京都東 I C から菰野 I C まで約 46 分の交通時間に位置することから、必要な場合、短時間で自宅や職場に帰ることができる。
長年の温泉旅館運営のノウハウにてのワーク宿泊対応の充実に加え、バケーションの部分については、御在所ロープウェイを利用した山頂眺望や希少性のある植物相を観察するなど家族や

(別添) 様式 1

グループでの来訪対応が出来ること。	
○取組方針 各地方テレビ局や新聞社へのリリースによる情報発信に加え、2019年の都道府県公式観光情報サイトのスマートフォンからの閲覧者数が全国1位であった「観光三重」において特集ページを作成し、情報発信を行うとともに、facebookやInstagramでの広告掲出を行う。また、今回連携するアウトドアブランドの販売網等を活用して、イベントターゲットに向けた情報発信を行う。	
○ターゲット層 都市在住の40代から50代で、暮らしに自然を取り入れ、おしゃれな自然を感じたいと思っている階層。	
○選定の理由 イベントなどの参加者のアンケート結果から、40代から50代の来訪者が40%台で、今後のリピーターの確保といった視点により、誘客対象としていく。	
○取組方針 with コロナ期における観光誘客、域内滞在の延長が課題であるため、検温機能付きAIエッジ解析カメラの整備等により感染症対策を施すとともに、観光情報とともに安全安心情報を発信するシステムを構築することで、観光客に安心を提供する。宿泊施設以外の観光コンテンツ、体験施設情報、混雑情報、感染症対策情報を提供することで周遊を促進し域内滞在の延長を図るよう取り組んでいく。	

(3) コンセプト

①コンセプト	ちょっと田舎の温泉地
②コンセプトの考え方	<p>鈴鹿山脈に代表される菰野町の豊かな自然は、with コロナ期においては3密を避けた屋外観光として大きな魅力となると考えます。特に秋の御在所ロープウェイには国内外から多くの観光客が一面の紅葉を見に訪れ、冬の御在所岳の雪景色は、中部国際空港からもほど近い距離で樹氷が見られることから、特にインバウンドから絶大な人気がある。すでに足元にある豊かな観光資源のニューノーマル下での新たな価値を磨き上げる。</p> <p>また、1300年の歴史を誇る湯の山温泉の旅館において十分な感染症対策を行うとともに、キャンプ場の自然体験やアウトドアイベント、萬古焼の陶芸体験なども感染症対策を施すことで観光コンテンツのひとつとして磨き上げる。これら新モビリティで結びつけることで、菰野町内での宿泊と周遊体験を両立させ域内滞在時間の延長を図る。地域の一体感をこれまで以上に高め、地域特性を活かした観光地づくりを目指す。</p> <p>従来はイベントでの紙媒体配布や、メディア広告、観光雑誌での発信が中心であったが、IT、AIなどのデジタル技術を活用したオンラインでのリアルタイム情報発信から即座に旅行商品の販売につなげることを企画していく。</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	<p>一般社団法人菰野町観光協会の理事には、湯の山温泉の温泉旅館の代表取締役など経営責任者 4 名、御在所ロープウェイ株式会社代表取締役 1 名、キャンプ場の経営者 2 名、地域の特産品製菓業の専務取締役 1 名、菰野町の面積 107.28k m²の約 19%を占める農地の利用者の代表として認定農業者 1 名、さらに令和 3 年 5 月から地元観光バス会社経営の交通事業者が理事に就任し計 10 名の理事が就任している。また、行政からは菰野町役場観光商工推進室長がアドバイザーとして理事会に参画している。</p> <p>この多様な関係者で構成される理事会を概ね月 1 回開催を行っている。</p> <p>また、会員である、御在所ロープウェイ、文化財保全団体の地元観光協会、美術館などの観光施設の 8 団体、温泉旅館、保養所などの宿泊施設 13 社、キャンプ場 11 団体、近鉄、三重交通など交通事業者 3 社、三十三銀行など金融機関 4 社、製菓業など商品製造会社 3 社、地場産業である万古製陶所 3 社、飲食店 2 店、生産森林組合や農業の一次産業従事 2 事業者、商工会、ボランティア団体など 3 団体の計 52 団体などによります定時総会（毎年 5 月開催）にて、活動内容、活動の成果、を資料として公開報告しています。</p> <p>令和 4 年度から定時総会資料とともに、KPI の達成状況、PDCA の実施状況について毎年評価・分析した上で、事業報告書を作成し、関係者と共有するとともに公表していくこととしていきます。</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>令和 3 年 5 月に三重県がコロナ感染対策の一つとして創設した「みえ安心おもてなし施設認証」制度を活用し、各施設への認証を勧め、サービスの向上を図っていきます。</p>
一元的な情報発信・プロモーション	<p>観光プロモーションについては、行政のHPは菰野町観光協会 HP へのリンク付けが主となっています。従来より、町内の観光関係団体の情報、例えば文化財である神社、仏閣の例祭などの開催情報や観光施設でのイベント情報などは、菰野町観光協会が集約してプロモーションを行って来たところです。令和 2 年度はコロナ下での感染防止や非常事態宣言対象地となったことから、菰野町観光協会 HP でのプロモーションのみとなった。</p> <p>また、リピーターの確保、拡大のため、LINE の「お友達」機能を活用したプロモーションを行っています。</p>

6. K P I (実績・目標)**(1) 必須K P I**

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目 標	3,535 ()	3,759 ()	3,836 ()	2,800 ()	2,800 ()	2,800 ()
	実 績	3,991 ()	4,029 ()	2,135 ()	()	()	()
●延べ宿泊者 数 (千人)	目 標	226 ()	245 ()	249 ()	140 ()	140 ()	140 ()
	実 績	227 ()	230 ()	119 ()	()	()	()
●来訪者満足 度 (%)	目 標	()	88 ()	82 ()	85 ()	84 ()	85 ()
	実 績	88 ()	84 ()	— ()	()	()	()
●リピーター 率 (%)	目 標	64 ()	65 ()	65 ()	65 ()	66 ()	66 ()
	実 績	56 ()	59 ()	— ()	()	()	()

※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】**

令和2年度以降については、コロナ感染対策での緊急事態宣言の発令などにより、外出自粛となり、各項目とも大幅な減少となった。このため、過去のデータの推移を基本に、プロモーション、マーケティングの効果予測といった手法が取れないこととなった。

また、コロナ感染対策により人流が大きく変わったため、コロナ感染の動向を見ながら、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率については、WEB上でのアンケート方式による調査に重点を置いた形での調査や観光施設での通年のアンケート調査の実施を令和4年3月1日から着手し、令和4年度から本格実施をしていきます。

【設定にあたっての考え方】**旅行消費額**

旅行消費額については、団体客の宿泊が無くなったこと、それに伴い酒類の提供が大きく減少したことから、各宿泊施設での、特色ある料理の提供などの対策動向を聞き取り、設定を行いました。

延べ宿泊者数

延べ宿泊者数については、令和元年に対し令和2年は約46%の減少となり、日帰り客数も約24%の落ち込みとなった。この中で、オートキャンプを主体としたキャンプ場が日帰り、宿泊合計が

(別添) 様式 1

前年対比 1.1 の伸びを示しコロナ下での旅行需要の変化が顕著にみられました。このため、野外観光施設との連携を進めていくことを軸に設定を行いました。

来訪者満足度

来訪者満足度については、各観光施設からの聞き取りにより現状と傾向を基にプロモーション、マーケティングの効果予測を加味して目標数値を設定しました。

今後、観光施設の感染症対策情報や混雑状況が確認できる機能を備えたデジタルマップ等を作成し、ニューノーマル下でこのような情報発信が顧客満足度向上に繋がるかを効果測定していきます。

リピーター率

リピーター率については、各観光施設からの聞き取りにより現状と傾向を基にプロモーション、マーケティングの効果予測を加味して目標数値を設定しました。

各目標数値の設定については、今後展開していきますワーケーションの受け入れ態勢充実と電動バイクなどの新モビリティの利用予測も踏まえて設定しました。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●モビリティ 利用者数 (人)	目標	— ()	— ()	— ()	50 ()	100 ()	110 ()
	実績	— ()	— ()	— ()	()	()	()
●住民満足度 (%)	目標	— ()	— ()	— ()	60 ()	60 ()	60 ()
	実績	— ()	— ()	— ()	()	()	()

※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】

自主財源の確保の一つとして電動バイク、電動キックボード、電動アシスト自転車など新モビリティの貸出による貸出料金収入を進めていくこととしました。このため、新たに指標として設定しました。

住民満足度調査については、令和2年度は実施に至らなかったが、令和3年度の以降コロナ感染状況を注視しながら実施していくこととします。

【設定に当たっての考え方】

旅館とキャンプ場を組み合わせたコースや旅館と体験施設を組み合わせたコースを設定し、その移動手段として新モビリティを活用して頂くよう PR していく。なお、数値については、令和2年度に行った試乗アンケートを基に、事業展開の目標を加味して設定した。

住民満足度調査については、観光地としての PR の方法や自家用車の渋滞時の対応などを中心に、啓発的なアンケート調査を行っていきます。

数値については、積極的な評価が得られるよう、当面努力目標的な値として設定を行った。

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
2018 (H30) 年度	29,311,884 円	【国庫補助金】 0 円 【県補助金】 0 円 【町補助金】 13,200,000 円 【町受託料】 7,440,296 円 【収益事業】 5,326,588 円 【会費】 1,745,000 円 【団体寄付金】 1,600,000 円
2019 (R1) 年度	27,420,353 円	【国庫補助金】 0 円 【県補助金】 0 円 【町補助金】 12,000,000 円 【町受託料】 7,318,874 円 【収益事業】 6,226,479 円 【会費】 1,875,000 円
2020 (R2) 年度	53,041,879 円	【国庫補助金】 5,821,000 円 【県補助金】 0 円 【町補助金】 12,000,000 円 【県受託料】 29,995,900 円 【町受託料】 2,150,000 円 【収益事業】 3,074,979 円 【会費】 0 円
2021 (R3) 年度	16,625,000 円	【国庫補助金】 0 円 【県補助金】 0 円 【町補助金】 12,000,000 円 【県受託料】 1,670,000 円 【収益事業】 2,200,000 円 【会費】 755,000 円
2022 (R4) 年度	19,510,000 円	【国庫補助金】 0 円 【県補助金】 0 円 【町補助金】 12,000,000 円 【受託料】 3,000,000 円 【収益事業】 3,000,000 円 (ふるさと納税手数料含) 【会費】 1,510,000 円
2022 (R5) 年度	20,010,000 円	【国庫補助金】 0 円 【県補助金】 0 円 【町補助金】 12,000,000 円 【受託料】 3,000,000 円 【収益事業】 3,500,000 円 (ふるさと納税手数料含) 【会費】 1,510,000 円

(2) 支出

年度	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	24,453,473 円	【一般管理費】 12,398,798 円 【情報発信・プロモーション】 国内 10,455,706 円 海外 1,598,969 円 【受入環境整備等の着地整備】 0 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 0 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 0 円 【観光イベントの開催費】 0 円
2019 (R1) 年度	22,287,742 円	【一般管理費】 12,498,643 円 【情報発信・プロモーション】 国内 8,208,839 円 海外 1,580,260 円 【受入環境整備等の着地整備】 0 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 0 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 0 円 【観光イベントの開催費】 0 円
2020 (R2) 年度	53,041,879 円	【一般管理費】 16,472,385 円 【情報発信・プロモーション】 69,494 円 【受入環境整備等の着地整備】 0 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 36,500,000 円 (コロナ対策実証事業) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 0 円 【観光イベントの開催費】 0 円
2021 (R3) 年度	16,625,000 円	【一般管理費】 14,325,000 円 【情報発信・プロモーション】 1,300,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 0 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)】 0 円 【観光イベントの開催費】 0 円
2022 (R4) 年度	19,510,000 円	【一般管理費】 14,500,000 円 【情報発信・プロモーション】 1,300,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 0 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 2,210,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 500,000 円 【観光イベントの開催費】 1,000,000 円

(別添) 様式 1

2023 (R5) 年度	20,010,000 円	【一般管理費】	14,500,000 円
		【情報発信・プロモーション】	1,300,000 円
		【受入環境整備等の着地整備】	0 円
		【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】	2,710,000 円
		【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】	500,000 円
		【観光イベントの開催費】	1,000,000 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

現在の収益的事業である「ゆるキャラ」関連商品の充実と新規開発を行っていく。また新モビリティの貸出事業による収益と町のふるさと納税返礼品事務を受託し、返礼品額の20%を手数料として收受し、収入を柱の一つとして行いきます。

着地型旅行商品の造成販売や広告収入の方策を検討するなど財源の安定化を図っていきます。

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

菰野町及び三重県は、観光地の魅力向上と持続可能な観光地づくりのため、一般社団法人菰野町観光協会が日本版DMO法人として活動できるよう支援を行っていきます。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	森脇 隆
担当部署名 (役職)	菰野町観光協会 事務長
所在地	三重県三重郡菰野町大字菰野2 2 5 6 番地 10
電話番号 (直通)	059-394-0050
FAX 番号	059-394-0779
E-mail	komokyokai@m6.cty-net.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	菰野町
担当者氏名	東村 宗尚
担当部署名 (役職)	観光産業課 観光商工推進室 (観光振興補佐)
所在地	三重県三重郡菰野町大字潤田 1250 番地
電話番号 (直通)	059-391-1129
FAX 番号	059-391-1193
E-mail	kankou@town.komono.mie.jp

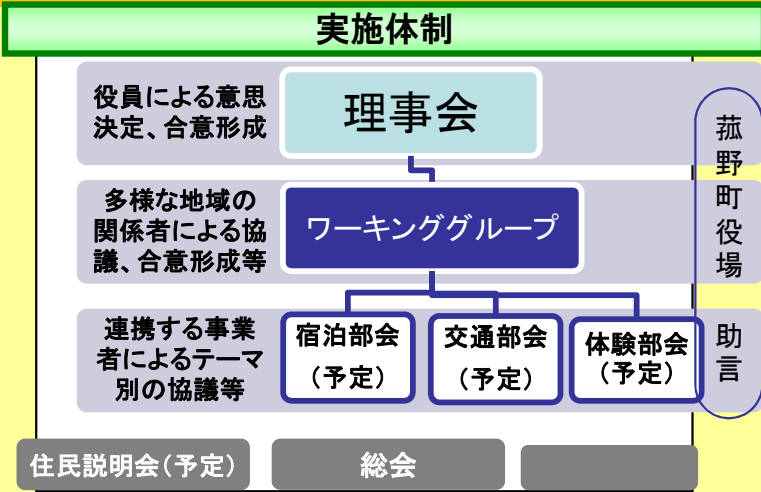
都道府県・市町村名	三重県
担当者氏名	永井 崇郁
担当部署名 (役職)	雇用経済部 観光局 観光魅力創造課 (係長)
所在地	津市広明町 13 番地
電話番号 (直通)	059-224-2830
FAX 番号	059-224-2801
E-mail	Nagait0@pref.mie.lg.jp

法人名:一般社団法人菰野町観光協会

登録区分名:地域DMO

(観光地域づくりのコンセプトを記載)

【区域】三重県三重郡菰野町
 【設立日】平成30年4月2日
 【登録日】平成29年1月20日
 【代表者】奥井 益夫
 【マーケティング責任者(CMO)】 森脇 隆
 【財務責任者(CFO)】 森脇 隆
 【職員数】4人
 (常勤3人(正職員3人、臨時職員0人)、非常勤1人)
 【連携する主な事業者】
 湯山温泉誘致協議会 (プロモーション)
 御在所の所ロープウェイ(株) (旅行商品開発)
 元気アップスポーツクラブ (イベント開催)



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
温泉地、キャンプ場、文化財。

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(①)
 【概要】
 一般社団法人菰野町観光協会の理事には、旅館経営責任者4名、御在所ロープウェイ株式会社代表取締役1名、キャンプ場の経営者2名、製菓業の専務取締役1名、認定農業者1名、交通事業者1名計10名の理事が就任している。

戦略

【主なターゲット】
 ・中京圏、関西圏からのワーケーション滞在者。
 ・都市在住の30代、40代で暮らしに自然を取り入れ、おしゃれな自然を求めている階層。
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 各地方テレビ局や新聞社へのリリースによる情報発信に加えスマートフォンからの閲覧者数が全国1位であった「観光三重」において特集ページを作成し、情報発信を行うとともに、facebookやInstagramでの広告掲出を行う。また、今回連携するアウトドアブランドの販売網等を活用して、イベントターゲットに向けた情報発信を行う。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	3,535 ()	3,759 ()	3,836 ()	2,800 ()	2,800 ()
	実績	3,991 ()	4,029 ()	2,135 ()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	226 ()	245 ()	249 ()	140 ()	140 ()
	実績	227 ()	230 ()	119 ()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	82 ()	85 ()	84 ()
	実績	()	84 ()	- ()	()	()
リピーター率 (%)	目標	64 ()	65 ()	65 ()	65 ()	66 ()
	実績	56 ()	59 ()	- ()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・都市圏観光プロモーション事業ワーケーション滞在PR動画作成。
 ・公式HPサイト運営管理
 【観光資源の磨き上げ】
 ・日帰り旅行の催行。
 ・ワーケーションモニタリングの実施。
 【受入環境の整備】
 ・国定公園誘客、ワーケーション推進事業
 鈴鹿国定公園区域を中心に新モビリティなど最先端技術を活用したワーケーション事業を実施。

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

多様な関係者との戦略の共有状況等
 旅館の代表取締役など経営責任者4名、御在所ロープウェイ株式会社代表取締役1名、キャンプ場の経営者2名、製菓業の専務取締役1名、認定農業者1名、交通事業者1名計10名の理事による理事会を月1回開催している。また、行政からは菰野町役場観光商工推進室長がアドバイザーとして理事会に参画している。観光情報発信は、協会HPに集約して実施しています。

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】町補助金12百万円、国補助6百万円、県受託金30百万円、町受託金2百万円、収益事業(キャラクター商品販売等3百万円(R2年))
 【総支出】53百万円(一般管理費16百万円、事業費37百万円)
 ※2年3月期決算
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 キャラクター商品の物販、新モビリティ貸出収入、ふるさと納税事務手数料を自主財源の柱としていく。