

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年12月26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 ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 中津川市観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 岐阜県中津川市	
所在地	岐阜県中津川市	
設立時期	令和4年6月1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	6人【常勤4人(出向2人、契約社員1人、臨時職員1人)、非常勤2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) 前田 雅生 (出身組織名) (一社) 中津川観光協会 代表理事	(一社) 中津川市観光局の代表理事として、中津川市内の6観光協会を統括している。また、(一社) 中津川観光協会の代表理事として、祭りやイベント等の運営の中心となり、様々なパイプ役として観光振興に取り組んでいる。 加えて、「栗きんとん発祥の地 中津川」の和菓子屋の代表取締役として、中津川栗きんとんのブランディングにも取り組んでいる。
事業総括責任者	(氏名) 小池 晃正「専従」 (出身組織名) 中津川市役所	中津川市役所より出向。 中津川市役所で31年間勤務。財政や観光に関する部署を長年経験し本局設立にも携わる。令和4年度から本局の事務局長として出向。
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) ※必ず記入すること	(氏名) 見城 英雄「専従」 (出身組織名) (一社) 中津川市観光局	約20年地方商社に勤め、経営、営業、各種プロジェクトや販売等を熟した後、代表取締役に就任。 その後、ウェディングプロデュース業、和紙・印刷業にも従事し、海外へのマーケティングを含め数多くの商談等を実施。また、国や県とパイプを作るなど、幅広い人脈、知見、経験を有す。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 田代 達生 (出身組織名) カンダまちおこし株式会社	(株) 十六総合研究所に長年勤務し地方企業・地域経済の調査分析を主に実施。令和4年からは、カンダまちおこし株式会社を設立し、代表取締役に就任。観光マーケティング支援事業、ふるさと

※必ず記入すること		納税支援事業、リノベーションまちづくり事業など幅広い事業を展開している。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 小池 雄介「専従」 （出身組織名） （一社）中津川市観光局	大手民間企業に約15年勤め、経営、総務、事業方針等の管理監督業務を経験し、課長職へ。 その後、企業HP等のWEBデザイン、映像制作・編集を主とした個人事業主に。 これまで培ったデザインのノウハウや映像制作経験を活かし、令和5年度から本局の事務局員として入社。
各部門（総務・企画・運営）の責任者（専門人材）	（氏名） 原 慎也「専従」 （出身組織名） 中津川市役所	中津川市役所より出向。 中津川市役所で12年間勤務。 総務全般と合わせ、行政との連絡調整や、会議等における地域や観光協会からの企画提案に基づく事業立案の検討など、幅広く業務に従事する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	中津川市観光課（事業連携） 中津川市定住推進課（地域公共交通） 中津川市文化振興課（歴史、文化） 中津川市農業振興課（農業体験、農泊、特産品） 中津川市林業振興課（林業体験、木育）	
連携する事業者名及び役割	一般社団法人中津川観光協会（観光） 馬籠観光協会（観光） やさか観光協会（観光） 加子母観光協会（観光） 株式会社付知町観光協会（観光） 蛭川観光協会（観光） 中津川商工会議所（観光、商業、工業） 中津川北商工会（観光、商業、工業） 中津川菓子組合（土産物） 中津川市道の駅ネットワーク（観光、土産物） 一般社団法人中津川市文化協会（文化、歴史） 東美濃農業協同組合（農業） 加子母森林組合（林業） 北恵那交通株式会社（公共交通） 東海旅客鉄道株式会社（中津川駅）（公共交通） 株式会社クアリゾート湯舟沢（宿泊） 株式会社上見屋（宿泊） 御宿白木屋（宿泊） ランプの宿 渡合温泉（宿泊） 中津川金融協会（金融） 株式会社まちなかラボ（まちづくり会社）	
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	【該当する登録要件】② （概要）観光協会の関係者、商工団体、宿泊事業者、交通事業者、土産物事業者、農業事業者、林業事業者、金融機関、まちづくり会社、行政が参画し、本法人が事務局を務める企画戦略委員会を設置 〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置	

<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>(例) 定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 通常総会時における事業報告の実施。 ・ 市民、事業者が参画できるセミナーを開催予定。(令和6年度) 					
<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="432 412 1406 2018"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 412 616 461">事業</th> <th data-bbox="616 412 1406 461">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 461 616 2018"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="616 461 1406 2018"> <ul style="list-style-type: none"> ● ホームページ及び YouTube チャンネルの開設【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全市統一の情報発信と各地域サイトへの入口として整備。 [HP] <ul style="list-style-type: none"> 岐阜県中津川市観光局 web サイト 岐阜県中津川市の観光がもっと楽しくなる！ (nakatsugawa-kankou.com) [YouTube] <ul style="list-style-type: none"> (1) 中津川市観光局 - YouTube ● SNS (Instagram、Facebook 等) の開設【R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 即時性のある SNS を活用した観光情報の発信を実施。 Instagram : visit_nakatsugawa Facebook : 中津川市観光局 LINE : 一般社団法人中津川市観光局 ● 観光宣伝素材 (冬・春・夏・秋) の動画・写真撮影事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 四季の魅力を発信するため、その素材となる景観、食や施設等を撮影。 ・ オールシーズン及び四季それぞれの PR 動画を制作するとともに、主要観光地にフォーカスを当てた PR 動画も制作し、SNS 及び YouTube へ公開。(R6.3 月制作) ● 中津川観光&グルメガイド制作事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 中津川市街地を中心とした飲食店及び観光情報を掲載したチラシを作成。【R4】 ・ 市内の飲食店を 9 2 店舗掲載するとともに、観光情報やモデルコース、特産品等を紹介。【R5】 ● 企画販売等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 下呂・中津川広域観光振興協議会事業における首都圏での観光物産展の開催。リニア中央新幹線開業を見据え、東京駅にて観光 PR を行うとともに、栗きんとん発祥の地である「中津川栗きんとん」の販売を実施。【R4、R5】 ・ 苗木城跡での物販及び観光 PR を実施【R4】 ・ もとてらす東美濃 (岐阜県土岐市)「栗フェア」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R4、R5】 ・ メーテレ「参道マルシェ」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R5】 ・ 愛知・岐阜観光 PR 展 (刈谷ハイウェイオアシス) へ出展し、観光 PR を実施【R5】 </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ホームページ及び YouTube チャンネルの開設【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全市統一の情報発信と各地域サイトへの入口として整備。 [HP] <ul style="list-style-type: none"> 岐阜県中津川市観光局 web サイト 岐阜県中津川市の観光がもっと楽しくなる！ (nakatsugawa-kankou.com) [YouTube] <ul style="list-style-type: none"> (1) 中津川市観光局 - YouTube ● SNS (Instagram、Facebook 等) の開設【R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 即時性のある SNS を活用した観光情報の発信を実施。 Instagram : visit_nakatsugawa Facebook : 中津川市観光局 LINE : 一般社団法人中津川市観光局 ● 観光宣伝素材 (冬・春・夏・秋) の動画・写真撮影事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 四季の魅力を発信するため、その素材となる景観、食や施設等を撮影。 ・ オールシーズン及び四季それぞれの PR 動画を制作するとともに、主要観光地にフォーカスを当てた PR 動画も制作し、SNS 及び YouTube へ公開。(R6.3 月制作) ● 中津川観光&グルメガイド制作事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 中津川市街地を中心とした飲食店及び観光情報を掲載したチラシを作成。【R4】 ・ 市内の飲食店を 9 2 店舗掲載するとともに、観光情報やモデルコース、特産品等を紹介。【R5】 ● 企画販売等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 下呂・中津川広域観光振興協議会事業における首都圏での観光物産展の開催。リニア中央新幹線開業を見据え、東京駅にて観光 PR を行うとともに、栗きんとん発祥の地である「中津川栗きんとん」の販売を実施。【R4、R5】 ・ 苗木城跡での物販及び観光 PR を実施【R4】 ・ もとてらす東美濃 (岐阜県土岐市)「栗フェア」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R4、R5】 ・ メーテレ「参道マルシェ」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R5】 ・ 愛知・岐阜観光 PR 展 (刈谷ハイウェイオアシス) へ出展し、観光 PR を実施【R5】
事業	実施概要					
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ホームページ及び YouTube チャンネルの開設【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全市統一の情報発信と各地域サイトへの入口として整備。 [HP] <ul style="list-style-type: none"> 岐阜県中津川市観光局 web サイト 岐阜県中津川市の観光がもっと楽しくなる！ (nakatsugawa-kankou.com) [YouTube] <ul style="list-style-type: none"> (1) 中津川市観光局 - YouTube ● SNS (Instagram、Facebook 等) の開設【R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 即時性のある SNS を活用した観光情報の発信を実施。 Instagram : visit_nakatsugawa Facebook : 中津川市観光局 LINE : 一般社団法人中津川市観光局 ● 観光宣伝素材 (冬・春・夏・秋) の動画・写真撮影事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 四季の魅力を発信するため、その素材となる景観、食や施設等を撮影。 ・ オールシーズン及び四季それぞれの PR 動画を制作するとともに、主要観光地にフォーカスを当てた PR 動画も制作し、SNS 及び YouTube へ公開。(R6.3 月制作) ● 中津川観光&グルメガイド制作事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 中津川市街地を中心とした飲食店及び観光情報を掲載したチラシを作成。【R4】 ・ 市内の飲食店を 9 2 店舗掲載するとともに、観光情報やモデルコース、特産品等を紹介。【R5】 ● 企画販売等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 下呂・中津川広域観光振興協議会事業における首都圏での観光物産展の開催。リニア中央新幹線開業を見据え、東京駅にて観光 PR を行うとともに、栗きんとん発祥の地である「中津川栗きんとん」の販売を実施。【R4、R5】 ・ 苗木城跡での物販及び観光 PR を実施【R4】 ・ もとてらす東美濃 (岐阜県土岐市)「栗フェア」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R4、R5】 ・ メーテレ「参道マルシェ」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R5】 ・ 愛知・岐阜観光 PR 展 (刈谷ハイウェイオアシス) へ出展し、観光 PR を実施【R5】 					

		<ul style="list-style-type: none"> ・ 蔦屋書店（埼玉浦和駅）での「中津川栗きんとん」販売【R5】 ・ 彩都やまもり「岐阜まつり」（箕面市）へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R5】 ・ JR さわやかウォーキングと絡め、苗木城跡でのおもてなし（武将隊、五平餅のふるまい等）を実施【R5】 ・ 名古屋城秋まつり「尾張藩フェア」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R5】 ・ 岐阜県庁「中津川・恵那特産品フェア」へ出展し、物販及び観光 PR を実施【R5】 ・ お城 EXPO（パシフィコ横浜ノース）での観光 PR を実施【R5】
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ● 苗木城跡 B 1 駐車場眺望デッキ整備事業【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 本市の観光地の周遊拠点として位置付け、十分な活用が出来ていない駐車場に、更なる誘客を促進する為、眺望デッキを整備。 ● 苗木城跡駐車場有料化に向けた検討事業【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光庁の「持続可能な観光地経営モデル形成事業」を活用し、苗木城跡での駐車場を有料化するための実証実験を実施するとともに、事業内で得られた協力金を活用し看板等を整備。 ● G S T C 公式トレーニングの開催【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光庁の「持続可能な観光地経営モデル形成事業」を活用し、地元地域や観光関連事業者など 20 名以上の方が 3 日間の研修に参加。フィールドワーク、ワークショップなども行い、持続可能な観光についての共通理解を深めるとともに学び、終了証明書を取得。 ● インバウンドスキルアップ研修の開催【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光庁の「環境に配慮した持続可能な周遊観光促進事業」を活用し、市内事業者等を対象としたインバウンド研修会を 2 回開催し、ボランティアガイドや飲食店等の受入体制の強化を図った。

<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●道の駅周遊スタンプラリーの実施【R4】 <ul style="list-style-type: none"> ・周遊促進を目的に、市内5つの道の駅及び3つの観光施設等を巡るスタンプラリーを実施。 ●行っ得なかつがわキャンペーンの実施【R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・岐阜県観光連盟が運用する「ぎふ旅コイン」を活用し、中津川市観光局の公式LINEと組み合わせ、域内周遊の促進と消費額向上を図る誘客プロモーション事業を実施。 ●裏木曾ツーリズム創出事業【R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁の「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」を活用し、3つのコンテンツ造成とセミナー6回を開催。 <p>[HP] TimeLess NIPPON / TSUKECHI KASHIMO</p> <ul style="list-style-type: none"> ●JR 東海と連携した関係人口創出事業【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・地域課題を活かしたコンテンツを造成し、課題解決及び関係人口の創出に取り組むための事業をJR 東海及びジェイアール東海エージェンシーと検討・実施。 ・市内の組織、団体等へのヒアリングを行い、地域課題を抽出し、課題解決のためのコンテンツ造成を支援。 ・R5.6.28に関係人口を創出するサイト「conomichi」をオープンし、同時に2件のコンテンツを掲載。以降順次、コンテンツを掲載。 <p>[HP(JR 東海)] conomichi (コノミチ) 地域とゆるやかにつながるプラットフォーム (jr-central.co.jp)</p>
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●（一社）中津川市観光局ビジョンに基づく具体的な事業及び観光施策を推進するため「中津川市観光局アクションプラン」及び「中津川観光ブランディング戦略」を策定。【R4】 ●中津川市観光アンケート【R4、R5】 <ul style="list-style-type: none"> ・市内20施設以上で、観光客に対して、属性、来訪目的、消費額、満足度等を調査。 ・本アンケートを分析し、戦略的に施策の展開を図る。

【定量的な評価】

概要	R4 年度
観光入込客数	355 万人
公式 WEB サイトへのアクセス数（表示回数）	10,551 回
旅行消費額	12,964 百万円

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】

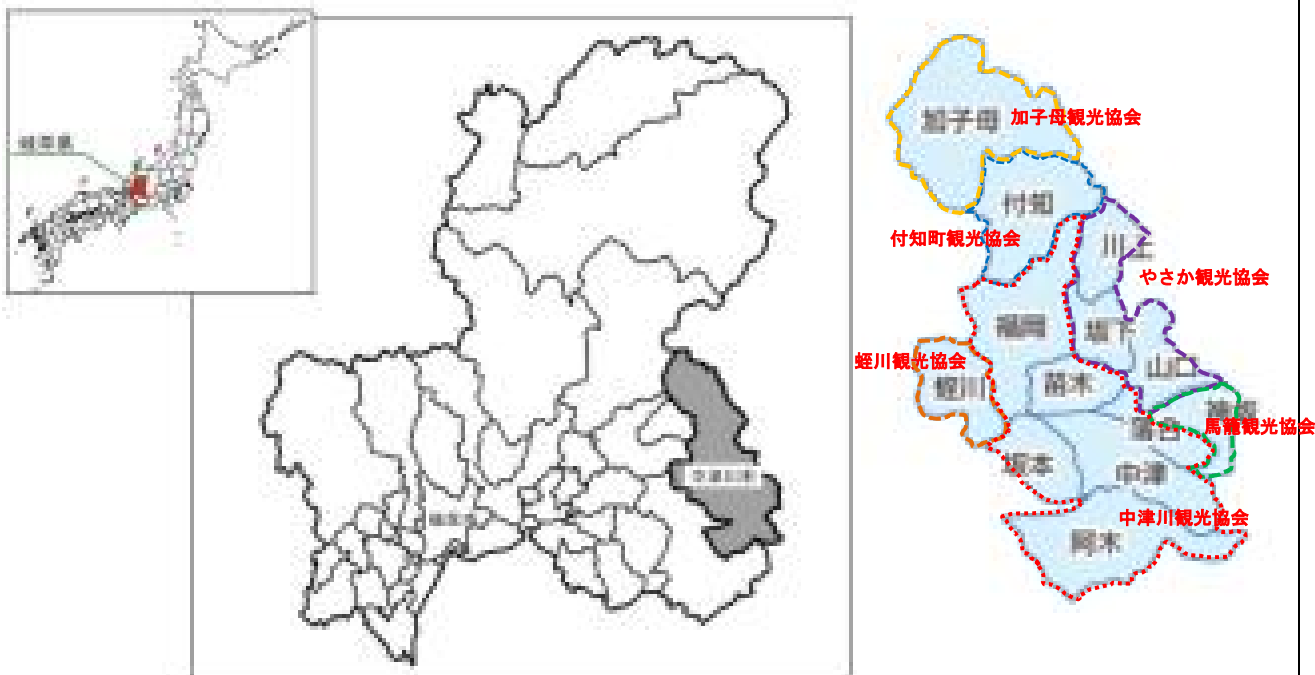
（一社）中津川市観光局が母体となり、メンバーには、観光協会の関係者、商工団体、宿泊事業者、交通事業者、土産物事業者、農業事業者、林業事業者、金融機関、まちづくり会社、行政が参画し、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

実施体制



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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

中津川市は、岐阜県の東南端に位置し、市域は、東西に 28 km、南北に 49 km、面積は県内 6 番目の広さを誇る 676 km² で、その約 80% を森林が占めています。日本百名山の恵那山をはじめとした山々に囲まれ、木曾川、付知川といった清流が流れる、豊かな自然と美しい景観に恵まれたまちです。

平成 17 年に 6 町村及び長野県山口村の越県合併を行いました。観光協会は 1 つにならず、そのまま各地域の観光協会が存続して活動をしていました。

しかし、リニア中央新幹線岐阜県駅（仮称）が設置されること、更にコロナ禍において、統一組織の必要性と一体となった取り組み・プロモーションを行い、各観光協会が連携して観光推進を押し進める重要性を再認識し、令和 4 年 6 月に中津川市の観光協会を包括する（一社）中津川市観光局が設立しました。

全域には、中山道の宿場町として馬籠宿、中津川宿、落合宿をはじめ、苗木城跡、付知峡、地歌舞伎など歴史・文化・自然が生んだ多くの観光資源に恵まれ、また、中津川栗きんとんをはじめとする独創的な和菓子や豊かな自然に育まれた東濃桜等、本市ならではの風土や人の生活が、今では有力な観光資源と目されています。

そういった昔から受け継がれ守られてきた文化や豊かな自然は、市民が誇りとする本物の価値であり、次世代に引き継いでいかなければなりません。そのためには、ただ保全するだけでなく、価値を損ねない形での磨き上げや観光客を受け入れる体制づくりに取り組み、持続可能な観光（サステナブルツーリズム）の推進が必要となるほか、この多様な観光資源を面的に繋げていくため、各観光協会を束ねる（一社）中津川市観光局、行政、関連団体・事業者と連携した取り組みを実施していきます。

【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。

①観光入込客数（単位：人）

年度	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
観光入込客数	4,564,171	4,858,882	2,939,447	2,669,904	3,550,601

中津川市の観光入込客数としては、令和元年に約486万人と増加傾向にあったものの、令和2年以降は、新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に減少をしています。

令和4年には、ピークだった令和元年の7割程回復をしており、今後、更なる観光資源の磨き上げと情報発信を行い、本市への誘客に繋げていく必要があります。

②延べ宿泊者数（単位：人）

年度	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
延べ宿泊者数	129,546	146,165	97,022	88,480	140,520
うち、国内	119,987	131,786	96,021	88,420	137,240
うち、外国人	9,559	14,379	1,001	60	3,280

中津川市の宿泊者数としては、①観光入込客数同様、令和元年に約14.6万人と増加傾向にありましたが、令和2年以降は、新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に減少をしています。

特に、外国人の宿泊者数は、令和2年、3年はピークだった令和元年の9割以上減少しています。

③観光消費額（単位：百万円）

年度	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)
観光消費額	—	—	—	8,595	12,964

令和2年以前に関しては、消費額を算出するアンケートを実施していなかった為、令和3年以降の消費額のみ記載をしています。

令和3年は、約86億円の観光消費額となっていました。令和4年には、約130億円と約1.5倍の増加となっています。この要因としては、①観光入込客数の増加と日帰り客の1人あたりの平均観光消費額が増加したことがあげられます。

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

カテゴリー	名称等
観光・商業・文化施設等	中山道（馬籠宿、中津川宿、落合宿）
	苗木城跡
	芝居小屋（かしも明治座、常盤座、蛭子座）
	道の駅（5 駅）
	レジャー施設等（ストーンミュージアム博石館、恵那峡ワンダーランド、ふれあい牧場、明智ゴルフ倶楽部ひるかわゴルフ場）
	商業施設等（にぎわい特産館、くりくりの里、かしも産直市、岐阜中津川ちこり村）
	博物館等（鉱物博物館、中山道歴史資料館、苗木遠山史料館、子ども科学館、東山魁夷心の旅路館、熊谷守一つけち記念館、藤村記念館）
自然	三溪谷（付知峡、夕森溪谷、乙女溪谷）
	神宮備林
	キャンプ場群
	恵那山
	根の上高原
温泉	富士見台高原
	付知峡倉屋温泉
	中津川温泉クアリゾート湯舟沢
イベント	岩寿温泉
	中津川ふるさとじまん祭
	中津川 THE SOLAR BUDOKAN
	おいでん祭
	六斎市
	春・秋の中山道祭り
	十日市
	夕森もみじまつり
	夢まつり 花火大会
	森林の市
	杵振り祭り
	レディース・クラフトフェア
	いが栗の里中津川マロンパーク
	ひるかわMA I K A 祭
	ふくおか産業祭・文化展
	ふくおかふるさと祭り
	あぎの里のひなまつり・つるしかざり
椀の湖そばの花まつり	
特産品等	栗きんとん
	五平餅
	加子母のトマト
	瀬戸のタケノコ
	蕎麦
地酒	

- 中津川市には、この地方随一の商業の街であった中津川宿、岐阜17宿のうち唯一当時の姿を留めている本陣がある落合宿、コロナ禍以前は年間約60万人以上が訪れていた日本近代の文豪・島崎藤村の出身地でもある馬籠宿を有す中山道をはじめ、国指定史跡の苗木城跡や自然豊かな環境に恵まれた特性からなる三溪谷（付知峡、夕森溪谷、乙女溪谷）、古くから地域に根付く伝統芸能である地歌舞伎など、多くの観光資源を有しています。
- 各宿場では、その宿場ごとの特性を活かしたイベントやガイド案内を実施しています。
江戸時代に毎月「六斎市」と呼ばれる定期市を開催し、宿場が賑わっていた事から、現在は、毎月第1日曜日に中山道（中津川宿）にて六斎市を開催しています。また、秋には中津川宿、落合宿、馬籠宿で宿場まつりを開催しています。
- 苗木城跡では、山城ブームやメディア等の露出からコロナ禍以前は年間15万人程が訪れており、地域住民が「苗木城まつり」を開催するなど、各種イベントを実施するほか、苗木城跡にちなんだ商品の開発等も行っています。
また、苗木城跡ボランティアの会が組織されており、個人・団体客からの予約を受け城跡のガイドを行っています。
- 三溪谷（付知峡、夕森溪谷、乙女溪谷）では、付近にキャンプ場が多数あり、初夏から秋にかけて多くの観光客が訪れます。
付知峡に流れる付知川は、その澄み切った川の色が青く見えることから、「青川」という異名がつくほどであり、地域住民による「青川マルシェ」の開催も行っています。また、岐阜県を代表する紅葉の名所としても知られています。
- 栗きんとんは、2019年に「中津川栗きんとん」として地域ブランドに認定されており、栗きんとん発祥の地として、秋には多くの方が「中津川栗きんとん」を求めて来訪いただいております。
また、市内の和菓子屋等が出展する中津川市最大のイベント「中津川ふるさとじまん祭・菓子まつり」を毎年、10月の最終週、金・土・日の3日間開催し、コロナ禍前では10万人以上が訪れるイベントとなり、「中津川栗きんとん」をはじめ市の特産品のPRを行っています。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

地域名（協会割）	施設数	客室数	収容人数
中津川	20	516	992
馬籠	5	40	100
加子母	1	7	20
付知町	6	35	143
蛭川	1	30	100
合計	33	628	1,355

※令和5年3月時点において、客室数、収容人数を全て把握している宿泊施設のみを抽出したものであり、本市における宿泊施設の実際の施設数等とは相違があります。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

中津川市へのアクセス(車)



《車を利用の場合》

○東京から中津川市まで

【中央自動車道】

東京IC ~ 中津川IC (約3時間40分)

【東名高速道路-新東名高速道路-東海環状自動車道-中央自動車道】

調布IC ~ 御殿場JCT ~ 豊田東JCT ~ 土岐JCT ~ 中津川IC (約3時間40分)

○大阪から中津川市まで

【名神高速道路-中央自動車道】

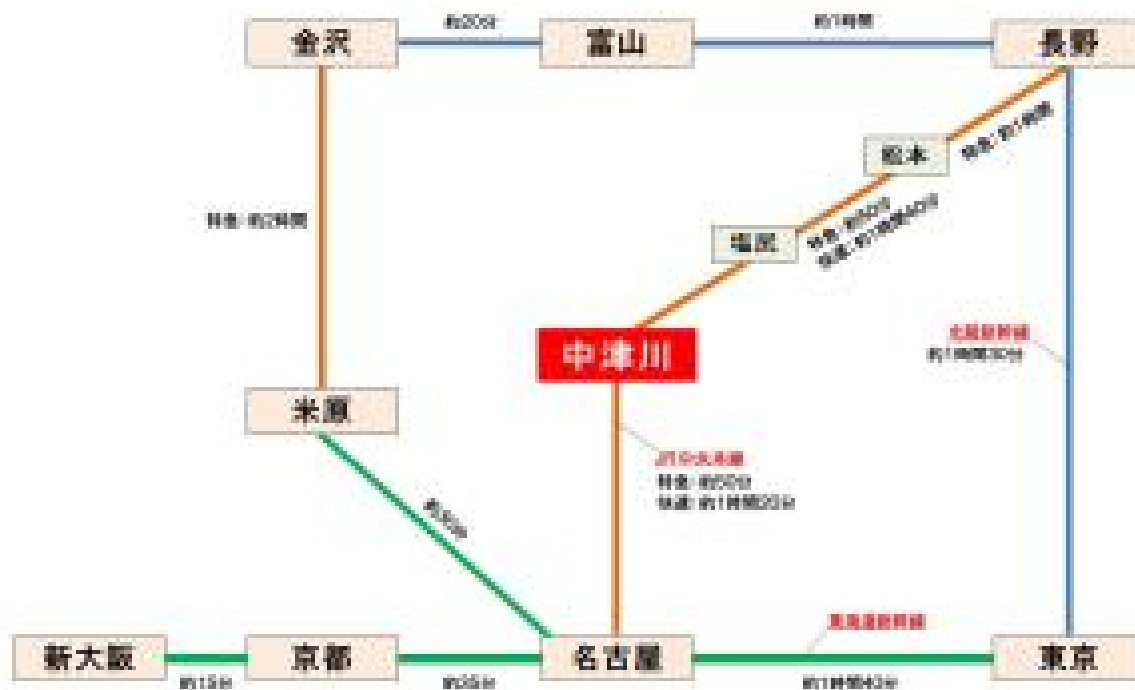
吹田IC ~ 小牧JCT ~ 中津川IC (約2時間45分)

○名古屋から中津川市まで

【東名高速道路-中央自動車道】

名古屋IC ~ 小牧JCT ~ 中津川IC (約55分)

中津川市へのアクセス(電車)



《電車を利用の場合》

○東京から中津川市まで

【東海道新幹線－JR中央本線】

東京駅 ～ 名古屋駅 ～ 中津川駅 (約2時間30分)

○大阪から中津川市まで

【東海道新幹線－JR中央本線】

新大阪駅 ～ 名古屋駅 ～ 中津川駅 (約1時間40分)

○名古屋から中津川市まで

【JR中央本線】

名古屋駅 ～ 中津川駅 (約50分)

【外国人観光客への対応】

≪（一社）中津川市観光局≫

◎人的対応について

- ・観光庁補助金を活用し「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」の実施【R4】
- ・東海地区外国人観光客誘致促進協議会と連携したシンガポールにおける現地プロモーション【R4】

◎商品造成・販売促進

- ・観光庁補助金を活用し「観光コンテンツ造成支援事業」の実施【R5】

≪中津川市≫

◎主な多言語化整備

- ・中山道沿線、かしも明治座、苗木城跡等にフリーWi-Fiを計8か所設置【H27～28】
- ・芝居小屋（3か所）に歴史解説サインの設置【H30】
- ・苗木城跡内歴史案内看板（多言語）の設置【R1】
- ・苗木城跡周辺マップの設置【R2】

◎主なパンフレット

- ・苗木城跡 Naegi-Castle Ruins【H27】
- ・外国人向け宿泊パンフレット【H29】
- ・地歌舞伎パンフレット[英語併記]【H30】
- ・中山道 Tumago-Magome Hike【R2】
- ・杉原千畝パンフレット【R2】

◎人的対応について

- ・外国人観光客おもてなし講座の開催【H29、H30、H31】
- ・観光庁主催「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」の実施【R2、R3】
- ・主に全国通訳案内士を対象としたインバウンドガイド研修事業の実施【R4、R5】

◎イベント

- ・地歌舞伎ミニ公演の開催（中津川宿、馬籠宿）【H26～R1】
- ・馬籠集会所での琴演奏など日本文化体験【H28～R1】
- ・PR動画の作成【R1】

◎主な情報発信

- ・カナダ出身ブロガーの招請【R1】
- ・オーストラリア出身ブロガーの招請【R1】
- ・訪日旅行サイト「Centrip Japan」に4言語の記事を作成【R2】
- ・訪日旅行サイト「Voyapon」内に中津川市ページを作成【R2】
- ・フランス出身ライターの招請【R3】
- ・セントレアWEBサイト内に中津川市ページを作成【R3】

◎商品造成・販売促進

- ・落合宿の3寺を活用した外国人向けプログラムの造成支援【H30～】
- ・オーストラリア旅行社「RAW TRAVEL」の招請【H30】
- ・インバウンド向け旅行社「リベルタ株式会社」へ委託し、観光コンテンツのブラッシュアップ事業を実施【R2】
- ・インバウンド向け旅行社「リベルタ株式会社」へ委託し、体験プログラムの造成と販売を実施【R3】

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
旅行消費額 (日帰り・宿泊)	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を中津川市観光課からの受託事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	アンケート調査を中津川市観光課及び中津川市観光局で共同実施。
来訪者満足度	来訪者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を中津川市観光課からの受託事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を中津川市観光課からの受託事業として実施。
観光入込客数	観光客数の把握及び事業効果等を検証するため。	中津川市観光課が岐阜県観光入込客数統計調査を実施。
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。

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

中津川市においては、少子高齢化が進む中で、観光入込客数は年々増加傾向にあり、2019年(令和元年)には486万人を数え、観光は本市の産業の中でも成長分野の一つとして牽引する役目を担う期待が膨らんでいます。更に、リニア中央新幹線岐阜県駅(仮称)が設置されることも大きな起爆剤となることが予想され、地域経済等を支える「総合産業」として、観光を推進していく必要がありますが、2020年(令和2年)から始まった新型コロナウイルス感染症のまん延により観光業は甚大な打撃を被り、非常な苦境の中にありました。

こうした背景により、中津川市全域を一つの観光地と捉え、市民、関係団体、行政とともに観光振興と関係人口の拡大を図ることで地域経済の活性化を促進し、豊かで持続可能な観光地の実現を目的として、観光地経営の事業主体となる(一社)中津川市観光局を設立し、取り組みを実施しています。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・国指定史跡苗木城跡 ・宿場町（馬籠宿、中津川宿、落合宿） ・裏木曾の森林と渓谷（付知峽、夕森渓谷、乙女渓谷） ・栗きんとん発祥の地（中津川栗きんとん） ・地酒 ・地歌舞伎と芝居小屋 ・裏木曾古事の森と温帯性針葉樹林 ・ゆたかな自然環境や農山村景観 ・キャンプ場群 ・市内5か所の道の駅 ・リニア中央新幹線駅の設置 ・中部総合車両基地の設置 ・中津川市観光局の設立 ・地域住民の「おもてなしの心」 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・移動手段の利便性が悪い ・地域間（点在する市内観光地）を接続する二次交通の不足 ・高齢化による担い手（後継者）不足 ・空き家の増加 ・1点立ち寄り型観光（通過型観光） ・観光資源の十分な活用 ・インバウンドへの受入環境整備 ・行政、市民、団体、事業者等との連携 ・マーケティングに基づく分析及び実行
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・全国的に有名な下呂温泉まで1時間圏内 ・三大都市圏の名古屋まで1時間圏内 ・濃飛横断自動車道整備によるアクセス向上 ・神坂スマートインター整備によるアクセス向上 ・リニア中央新幹線開業による首都圏からのアクセス向上 ・インバウンドの増加（馬籠・妻籠ハイク） 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・人口減少と少子高齢化 ・新型コロナウイルス感染症の影響による観光客の減少と観光関連事業者の経営悪化 ・下呂温泉、昼神温泉などの宿泊リゾート地が隣接していることによる宿泊者の流出。又は、その懸念による宿泊産業の衰退

※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ターゲット層

国内 中京圏エリアのファミリー層

○選定の理由

令和2年度より実施している中津川市観光アンケートにおいて、R2年からR5年上半期までの分析により、中京圏（愛知・岐阜・三重）から当市への来訪者割合は約7割に上り、そのうち30代から50代の割合が約7割という結果になっている。また、R5年のアンケートでは、中京圏における旅行同伴者は「家族」での来訪者割合が約4割と一番多く、うち30代から50代の割合が7割を超える結果となっており、当市観光客のメイン層となっている。

JR中央本線や中央自動車道が通り交通網の整備が整っている当市は、メイン層である中京圏からは、車で1～2時間圏内で来訪することが可能である。週末の日帰り旅行先として、豊かな自然や歴史に触れ、秋の味覚等を食することができる中津川は、週末のドライブ先として最適であり、このメイン層の更なる誘客を図るため、第1ターゲット層として選定する。

○取組方針

ターゲット層のアンケート分析では、訪問動機として「行きたい観光地があった」や「泊まりたい宿があった」等の意見が多く、「行きたい観光地」では、一点のみの偏った観光スポットだけではなく、全域的な観光地への来訪があったその一方で、一点のみしか立ち寄っていないという意見も、全体の3割を占めている。そのため、個々の地域資源としての魅力を更に高めるとともに、まずは知っていただくための情報発信や、滞在時間と消費額の向上を図る周遊企画等を立案・実行していく。

一方で、当市の観光ハイシーズンである夏や秋においては、市内いくつかの観光地で交通渋滞が発生するほどの観光客が訪れており、地域住民への影響や旅行者の満足度の低下を招かない対策を講じる必要がある。また、オフシーズンへの来訪を促すため、季節ごとの魅力的なコンテンツをSNSで発信し、かつ、SNS広告でセグメントをかけ、ターゲット層へのリーチとフォロワー数を獲得し、興味を持っていただいた方々を積層的に集客する誘客プロモーションも併せて実施する。

○第2ターゲット層

海外 欧米豪を中心としたインバウンド客

○選定の理由

中山道馬籠宿で実施している外国人アンケート調査（H30～R4）の分析において、大州別の順位では、1位：欧州 2位：オセアニア 3位：北米 4位：アジア の順となっている。

また、国別の順位で見ると、1位：オーストラリア 2位：スペイン 3位：イギリス 4位：アメリカ 5位：フランス と続く。加えて、市内宿泊者統計（H30～R4）の結果においても、トップ10の比率から欧州は全体の4割強の来訪があり1位となっている。

特に本市では、馬籠宿に訪れるインバウンド客が多く、外国人アンケート調査では、訪れた外国人の9割以上が個人旅行者（FIT）である。馬籠宿は、来訪者にとって海外や日本の都市部では経験できない日本の田舎や里山文化などサステナブルな和文化を体感できるエリアである。更に欧米豪において認知度が高い馬籠・妻籠ハイキングを中心に事業提案をしていくことから、この馬籠宿に訪れているインバウンドのメイン層の更なる誘客を図るため、第2ターゲット層として選定する。

○取組方針

Trip Adviser や Lonely Planet にも取り上げられている中山道馬籠宿は、日本や日本の歴史に興味のある方々に一定の知名度があり、来訪者からも評価の高い口コミも多く、更なるインバウンド誘客を図るため、SNS や WEB での情報発信を充実させていく。

外国人アンケート調査においては、多言語表記やキャッシュレス、食に関する要望もあり、特に受入体制の環境整備を充実させ、安全・安心な観光地を構築していく必要がある。

一方で、ゆったりとした里山文化や景観を維持・保全し、地域住民と観光客が共存できる持続可能な観光地づくりを地域とともに作っていく必要がある。

また、馬籠宿以外でもインバウンド向けのコンテンツ、受入環境の強化を併せて行い、馬籠宿一点のみならず面的に訪れていただけるように取組みを実施する。

○第3ターゲット層

国内 首都圏のシニア予備、シニア層

○選定の理由

近い将来、リニア中央新幹線岐阜県駅（仮称）が設置されることで、首都圏との距離が更に身近になる。手の届く自然、里山、江戸を支えた街道文化の歴史など、都市部では味わえない落ち着いた時間の流れの中で、等身大の体験が手軽にできる価値を有することから、新たな顧客層へのアプローチとして首都圏を選定。

R2年からR5年上半期までの中津川市観光アンケート分析では、首都圏からの観光客は全体の約1割程度であるが、全体の平均消費額では中京圏よりも首都圏の方が上回っている。地域内の観光消費額を向上させるためには、大自然を持つ信州や那須という関東近郊の地域から、もう一歩足を延ばしてもらおう先としてアプローチし宿泊客の増加を目指す。

特に、首都圏からの来訪者は、宿泊を伴う旅行が約9割と非常に高く、また、50代から70代までの訪問者は、首都圏全体の訪問者における約4割で、かつ同年代においては、他の年代よりもトータル的に消費額が高い傾向にあり、首都圏の50代から70代までの層を第3ターゲット層として選定する。

※シニア予備層（50代）、シニア層（60代、70代）と設定

○取組方針

中津川の特産品として地域ブランドに認定されている「中津川栗きんとん」をフックに、首都圏の方へ当地域の知名度向上を図るとともに、映像等を用いた観光PRを行い、地域の魅力を伝え、訪問するきっかけを作る。

R5年のアンケート分析からは、首都圏からの来訪者のうち、初めて訪問される方が約7割と、リピーター率が低い状況となっている。この要因としては、ターゲット層の各満足度（観光地、宿泊、移動、土産物、食）が全体平均よりも低い状況が考えられる。このことから、宿泊者数を増加させるための宿泊における満足度向上はもとより、多様な関係者からなる企画戦略委員会にて、各分野における必要優先課題を洗い出し、リニア中央新幹線開業に向け着実に新規顧客の獲得及びリピーター率向上を図る取組みを実施する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	分け入れば近代以前の日本が残る中津川から日本の古くて新しい旅が始まる
②コンセプトの考え方	<p>付知町・加子母・川上地域に代表される裏木曾の森林や清流が織りなす付知峡・夕森渓谷・乙女渓谷の渓谷美。“清流の国ぎふ”として岐阜県の名水50選にも選定され青く澄み切った付知川、富士見台高原や恵那山などの山や広い空は、都市では味わえない美しい自然であり、中津川が持つ普遍的な資源である。</p> <p>そして中山道に代表される街道や馬籠宿・中津川宿・落合宿などの宿場町。国指定史跡である苗木城跡やかしも明治座・常盤座などの地域の芝居小屋とそこで演じられる地歌舞伎などの伝統芸能の歴史・文化遺産。五平餅や朴葉寿司などの食や栗きんとんなどの多様な菓子文化など、地域に根ざした深みのある文化を残す中津川には、ゆったりとした時間を、家族やパートナー、友人と分かち合える価値がある。</p> <p>中津川を訪れる方が、近代以前の日本が残る中津川の自然や歴史、さまざまな文化に分け入り、この地の人々のゆったりとした「おもてなしの心」とともに、良好な自然環境、風景、貴重な文化資源等の「地域の魅力」を体験し感動していただけるよう、今後開業する最先端のリニア中央新幹線の活用も含めて、中津川から日本、そして世界へ発信できる観光地づくりを目指す。</p> <p>「地域の魅力」を活かし、市民の「おもてなしの心」をもって、地域の観光価値を高め、誘客促進を図ることで、観光産業の確立につなげる。</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 ※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 (例) 部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通常総会(年1回) [直近: R5. 5/24] ・理事会(年3回程度) [直近: R5. 10/17] ・企画戦略委員会(年4回程度) [直近: R5. 12/7] <p>(例) DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を〇月に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。</p> <p>(例) 活動の意義・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>年に1回の通常総会、年に3回程度の理事会を設け、延べ3,400を超える会員の長が出席し、その中で事業承認・事業報告・情報共有を行っている。</p> <p>また、多様な関係者からなる「企画戦略委員会」を設け、実施事業の報告・評価及び事業の見直し、方針協議、情報共有、合意形成を図っている。</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>(例) 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。</p> <p>通年を通して、中津川市観光アンケートを継続的に実施。アンケート分析をしたのち、総会、理事会、企画戦略委員会及び各種団体・事業者へ現在の実情とマーケティングに基づく補足(分析)を入れフィードバックすることで、観光客の満足度を向上するためのサービス向上を図っている。</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>JR中津川駅前に「中津川市観光案内所」を設け、全市的な観光案内や情報を集約するとともに、来訪者に対する案内を行っている。</p> <p>6つの観光協会からなる中津川市観光局では、各観光協会が独自にHP等を持っているが、本局が全体的な窓口(入口)となり全市的な案内や情報発信を行うとともに、更なる詳細情報は各観光協会のHPを見ていただくよう、役割を明確化させ、情報発信を行っている。</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）

(1) 必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年	2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年
●旅行消費額 (百万円)	目標	— ()	— ()	17,046 ()	17,899 ()	18,788 ()	19,714 ()
	実績	— ()	8,594 ()	12,964 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	137 ()	144 ()	151 ()	158 ()	165 ()	172 ()
	実績	97 ()	88 ()	141 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	— ()	— ()	— ()	89 ()	90 ()	90 ()
	実績	81 ()	87 ()	88 ()			
●リピーター率 (%)	目標	— ()	— ()	— ()	52.3 ()	52.8 ()	53.3 ()
	実績	— ()	— ()	51.8 ()			

※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】

リニア中央新幹線の開業を見据え、市が策定した総合計画における「後期事業実施計画」及び「中津川市観光振興ビジョン&中津川市観光推進アクションプラン」の指標と整合性を持たせながら、中津川市観光アンケートを基に目標値を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

市において策定した中津川市後期事業実施計画に掲出される「1人当たり観光消費額」及び「観光入込客数」の数値目標と整合を図り、全体の「旅行消費額」を算出。

- ・ 1人当たり観光消費額（目標値）×入込客数（実人数）で算出

●延べ宿泊者数

市において策定した中津川市後期事業実施計画に掲出される数値目標と整合を図り設定。

●来訪者満足度

中津川市観光アンケートにおける「旅行全体の満足度」項目の推移から推定し、年1%増の目標値を設定し、令和7年度以降は、継続的に高水準の満足度を維持していくことを設定。

令和7年度以降の維持については、第3ターゲットである首都圏の新規顧客の獲得を図っていくことから、現状の首都圏の来訪者における満足度が他のターゲット地域よりも低いことを踏まえ、まずはこの高水準を維持・継続していくこととする。

●リピーター率

中津川市観光アンケートにおける「観光目的での来訪回数」項目の回答のうち、中津川市への来訪が2回以上の割合。

既存顧客（リピーター客）と新規顧客の獲得を目的にしていることから、観光入込客数における目標値とリピーター率を掛け、対前年の入込と比較して既存・新規顧客が減少に転じないよう、年0.5%増の目標値を設定。

※中津川市観光アンケート調査による「リピーター率」は、R4年度以降から収集

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年	2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年
●WEBサイトのアクセス状況 (表示回数)	目標	— ()	— ()	— ()	25,000 ()	37,500 ()	56,250 ()
	実績	— ()	— ()	6,264 ()			
●観光客入込客数 (延べ人数/ 万人)	目標	505 ()	510 ()	515 ()	525 ()	535 ()	545 ()
	実績	294 ()	267 ()	355 ()			
●(例)ワンストップ窓口での 宿泊予約数 (件)	目標						
	実績						
●(例)メディア掲載回数 (回)	目標						
	実績						
●	目標						
	実績						

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

D×化を見据えて、WEBでの情報管理や整理が必要になる。まずはWEB情報のアウトプットの中で、HPのアクセス状況は、その組織がどのように注目を集めているかいないか、あるいは閲覧される方がどのような記事に反応するかのバロメーターとなる。その指標としてGoogleアナリティクスを活用する。また、行政の目標を共有し、方向性と取り組みを同一にするための一助とする。

【設定にあたっての考え方】

●WEBサイトのアクセス状況

指標はGoogleアナリティクスの表示回数を設定し、これまでの伸び率を基に目標値を算出し設定。

※中津川市観光局HPは令和4年6月より開設

●観光客入込客数

市において策定した中津川市後期事業実施計画に掲出される数値目標と整合を図り設定。

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)
2020(R2) 年度	設立前	設立前
2021(R3) 年度	設立前	設立前
2022(R4) 年度	28,179,955(円)	【国からの補助金】 4,222,926円 【市からの補助金】 16,033,744円 【市等からの受託事業】 4,594,132円 【収益事業】 3,029,153円 【会費】 300,000円
2023(R5) 年度	39,745,000(円)	【国からの補助金】 5,250,000円 【市からの補助金】 22,000,000円 【市等からの受託事業】 6,945,000円 【収益事業】 5,000,000円 【会費】 300,000円 【その他収入】 250,000円
2024(R6) 年度	48,950,000(円)	【国・県からの補助金】 5,000,000円 【市からの補助金】 30,100,000円 【市等からの受託事業】 7,550,000円 【収益事業】 6,000,000円 【会費】 300,000円
2025(R7) 年度	61,451,000(円)	【国・県からの補助金】 5,000,000円 【市からの補助金】 39,396,000円 【市等からの受託事業】 10,755,000円 【収益事業】 6,000,000円 【会費】 300,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	設立前	設立前
2021(R3) 年度	設立前	設立前
2022(R4) 年度	24,027,518(円)	【国補助金事業費】 4,222,926(円) 【一般管理費】 10,627,708(円) 【自主事業費】 3,405,184(円) 【受託事業費】 3,274,721(円) 【収益事業費】 2,496,979(円)
2023(R5) 年度	38,043,600(円)	【国補助金事業費】 5,500,000(円) 【一般管理費】 15,015,600(円) 【自主事業費】 7,500,000(円) 【受託事業費】 6,028,000(円) 【収益事業費】 4,000,000(円)
2024(R6) 年度	46,975,600(円)	【国・県補助金事業費】 5,000,000(円) 【一般管理費】 19,215,600(円) 【自主事業費】 11,400,000(円) 【受託事業費】 6,560,000(円) 【収益事業費】 4,800,000(円)
2025(R7) 年度	58,978,100(円)	【国・県補助金事業費】 5,000,000(円) 【一般管理費】 24,215,600(円) 【自主事業費】 15,696,000(円) 【受託事業費】 9,266,500(円) 【収益事業費】 4,800,000(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

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

- ・安定的な運営資金確保として連携する中津川市からの継続的な補助金支援について、中津川市と協議済。

- ・令和4年度に観光庁の補助金を活用し、「苗木城跡」での駐車場有料化に伴う実証実験を実施。
この実証結果等を基に、市の観光拠点としての魅力を更に高め、利活用を図り、持続可能な観光地として収益を生み出す仕組みづくり・企画・運営・空間活用などを含めた「苗木城跡周辺活用提案書」を令和5年4月に市に提出。現在、本提案書に基づき、都度、市担当課と協議を実施中。

- ・ふるさと納税の仕組みを活用した資金確保に向け、民間事業者が提供するシステムの比較検討や仕組みづくりに向けた協議を市担当課等と実施。現段階では、導入までには至っていない。

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

岐阜県中津川市は、(一社)中津川市観光局を本市における地域DMOとして登録したいので、(一社)中津川市観光局とオール中津川で取り組みを推進するため、共に申請します。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

（例）エリアが重複する●●DMOとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	原 慎也
担当部署名（役職）	事務局員
郵便番号	508-0032
所在地	岐阜県中津川市栄町1番1号 中津川市にぎわいプラザ2階
電話番号（直通）	0573-67-7400
FAX番号	0573-67-7477
E-mail	info@nakatsugawa-kankou.com

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	中津川市
担当者氏名	中尾 まゆみ
担当部署名（役職）	観光課（課長）
郵便番号	508-0032
所在地	岐阜県中津川市栄町1番1号 中津川市にぎわいプラザ4階
電話番号（直通）	0573-66-1111（4270）
FAX番号	0573-65-3367
E-mail	kankou@city.nakatsugawa.lg.jp

都道府県・市町村名	中津川市
担当者氏名	今井 将史
担当部署名（役職）	観光課（主任）
郵便番号	508-0032
所在地	岐阜県中津川市栄町 1 番 1 号 中津川市にぎわいプラザ 4 階
電話番号（直通）	0573-66-1111（4274）
F A X 番号	0573-65-3367
E - m a i l	kankou@city.nakatsugawa.lg.jp

記入日：令和5年12月26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】

岐阜県中津川市

【設立時期】 令和4年6月1日

【設立経緯】 ①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 前田 雅生

【マーケティング責任者(CMO)】 見城 英雄

【財務責任者(CFO)】 田代 達生

【職員数】 6人(常勤4人(出向2人、契約社員1人、臨時職員1人)、非常勤2人)

【主な収入】

市補助金 1,603万円、国補助金 422万円、収益事業 303万円、委託事業 460万円(R4年度決算)

【総支出】

一般管理費 1,063万円、自主事業費 341万円、受託事業費 327万円、国補助金事業 422万円、収益事業費 250万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

観光協会、商工団体、文化、農業、林業、宿泊、交通等の各事業者

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	17,046	17,899	18,788	19,714
	実績	—	8,594	12,964	—	—	—
延べ宿泊者数 (千人)	目標	137	144	151	158	165	172
	実績	97	88	141	—	—	—
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	89	90	90
	実績	81	87	88	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	52.3	52.8	53.3
	実績	—	—	51.8	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

第1:中京圏のファミリー層

第2:欧米豪を中心としたインバウンド客

第3:首都圏のシニア予備、シニア層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・SNSを活用したターゲット層へのリーチ。
- ・「食」等をフックとした知名度向上と観光PR。
- ・景観の維持・保全と持続可能な観光地づくり。

【観光地域づくりのコンセプト】

分け入れば近代以前の日本が残る中津川から日本の古くて新しい旅がはじまる

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】

- ・HP、YouTube、SNSの開設
- ・グルメガイドの制作
- ・中津川栗きんとんをフックとした物販と観光PR
- ・四季の観光宣伝素材の撮影

【受入環境整備】

- ・苗木城跡駐車場有料化に向けた検討事業
- ・苗木城跡での眺望デッキ整備
- ・インバウンドスキルアップ研修の開催

【観光資源の磨き上げ】

- ・道の駅周遊スタンプラリーの実施
- ・行っ得なかつがわキャンペーンの実施
- ・裏木曾ツーリズム創出事業
- ・JR東海と連携した関係人口創出事業

【その他】

- ・(一社)中津川市観光局ビジョン及びアクションプラン、ブランディング戦略の策定
- ・観光アンケート調査、分析



苗木城跡実証実験の写真



中津川栗きんとん販売・観光PRの写真