

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6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○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <span style="border: 1px solid black;">地域DMO</span>	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク	
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 石川県小松市	
所在地	石川県小松市	
設立時期	平成25年10月1日	
事業年度	4月1日から翌3月31日までの1年間	
職員数	38人（令和6年7月1日時点） 【常勤33人（民間派遣1人、自治体派遣2人、正規2人、非正規28人）】 【非常勤5人（非正規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） ※必ず記入すること	（氏名） 新滝 祥子 （出身組織名） （株）ゆのくにの森	当社代表理事であり、(株)ゆのくにの森社長として官民連 携・調整の推進役として幅広く活動しており、事業の成果 をあげている。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：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） 山口 和博「専従」 （出身組織名） （一社）こまつ観光 物産ネットワーク	観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
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） 山口 和博 （出身組織名） （一社）こまつ観光 物産ネットワーク	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） 北 芳光 （出身組織名） 小松カントリークラ ブ	小松カントリークラブ営業開発部長であり、「今度はこまつ で委員会委員長」を務める。特にヘルスツーリズムに精通 しており、誘客プロモーションに努めている。
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の 責任者（専門人材）	（氏名） 岡谷 昭宏 （出身組織名）	(株)HISより派遣。旅行会社での経験を通して、旅行商品の造 成・販売に精通しており、小松市における商品の企画・販 売を行っている。

(別添) 様式 1

	(株)HIS								
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>【石川県小松市】                  観光交流課（マーケティング、グローバル化）                  文化振興課（文化施設）                  まちデザイン課（社会資本整備）                  農林水産課（6次産業化、里山活性化）                  地域振興課（地域公共交通）</p>								
連携する事業者名及び役割	<p>【地域観光資源の開拓、プロモーション】                  粟津温泉観光協会、那谷寺観光協会、富士トラベル石川 など                  【地産商品の開発とブランド化、販売】                  小松菓子業協同組合、JA 小松市、小松商工会議所、九谷焼工房 など                  【アクセスカ】                  北陸エアターミナルビル、小松バス(株)、石川交通(株)、西日本旅客鉄道(株) など</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>【該当する要件】 ①、②                  （概要）                  理事会、2つの専門委員会を通し合意形成を図る。また市と連携した日常的な調整を両実務者レベルで行う。</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>当社事務局内に小松観光ボランティアガイドの会「ようこそ」の事務局を有し、無料ガイド派遣やボランティアガイド養成研修講座などを実施している。</p>								
法人のこれまでの活動実績	<p>（活動の概要）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各種メディアへの広告掲載</li> <li>・小松市の多言語観光ポータルサイトやFacebook、iPhoneアプリ等の開発、運営</li> <li>・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信</li> <li>・観光パンフレットの発行及び高速道路SAへ設置</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加</li> <li>・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）</li> <li>・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開</li> <li>・旅行業界最大手のJTBが企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。</li> <li>・観光案内所運営（JNTO認定外国人観光案内所カテゴリー1）</li> <li>・ボランティアガイドの運営と養成</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SAVOR JAPAN推進事業                              地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。</li> <li>・石の文化推進事業                              日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、観光ガイドの育成を推進。</li> <li>・産業観光の推進                              講演会、パネルディスカッションの開催、GEMBAモノヅクリエキスポへの企画・参加。</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種メディアへの広告掲載</li> <li>・小松市の多言語観光ポータルサイトやFacebook、iPhoneアプリ等の開発、運営</li> <li>・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信</li> <li>・観光パンフレットの発行及び高速道路SAへ設置</li> </ul>	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加</li> <li>・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）</li> <li>・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開</li> <li>・旅行業界最大手のJTBが企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。</li> <li>・観光案内所運営（JNTO認定外国人観光案内所カテゴリー1）</li> <li>・ボランティアガイドの運営と養成</li> </ul>	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SAVOR JAPAN推進事業                              地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。</li> <li>・石の文化推進事業                              日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、観光ガイドの育成を推進。</li> <li>・産業観光の推進                              講演会、パネルディスカッションの開催、GEMBAモノヅクリエキスポへの企画・参加。</li> </ul>
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種メディアへの広告掲載</li> <li>・小松市の多言語観光ポータルサイトやFacebook、iPhoneアプリ等の開発、運営</li> <li>・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信</li> <li>・観光パンフレットの発行及び高速道路SAへ設置</li> </ul>								
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加</li> <li>・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）</li> <li>・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開</li> <li>・旅行業界最大手のJTBが企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。</li> <li>・観光案内所運営（JNTO認定外国人観光案内所カテゴリー1）</li> <li>・ボランティアガイドの運営と養成</li> </ul>								
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SAVOR JAPAN推進事業                              地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。</li> <li>・石の文化推進事業                              日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、観光ガイドの育成を推進。</li> <li>・産業観光の推進                              講演会、パネルディスカッションの開催、GEMBAモノヅクリエキスポへの企画・参加。</li> </ul>								

(定量的な評価)

《会員数》

設立時から順調に会員数を伸ばしており、多種多様な分野が参画することで地域づくりの原動力を高めている。

(総会員数)

H25. 10. (設立時)	H28. 3	H29. 8	H30. 6	R1. 6	R2. 6	R3. 6	R4. 6	R5. 6	R6. 6
98	246	240	245	241	247	248	241	238	241

《産業観光の推進》

- ・産業観光によるまちづくりについて、講演会、パネルディスカッションの開催 (H26、H27 350名参加)
- ・日本自動車博物館と連携しクラシックカーを整備、活用 (H26～)
- ・GEMBA モノツクリエキスポへの協力

長年産業観光事業に取り組んできた実績、地域に根付いた様々な産業とそれらの連携として「こまつものづくり未来塾実行委員会・小松市 にぎわい交流部観光交流課」が第14回産業観光まちづくり大賞金賞受賞 (R4)



《宣伝事業》

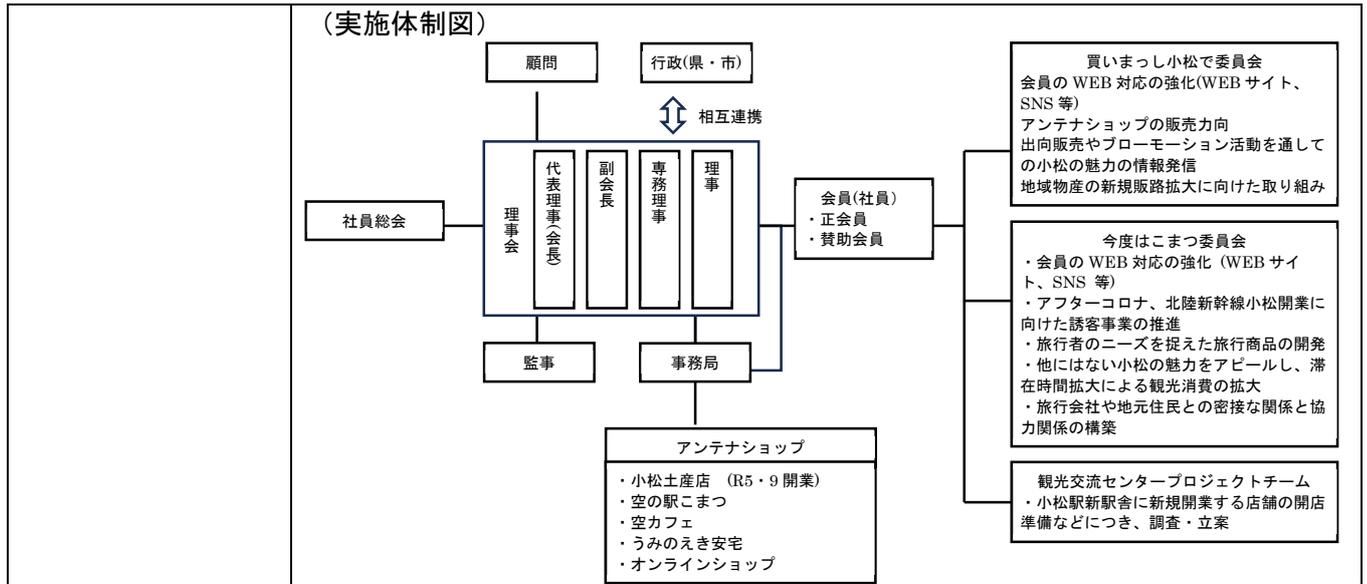
- ・HP アクセス数  
旧HP：まるごとこまつ・旅ナビ  
(H29 約 143,000 件、H30 約 138,000 件、R1 約 132,000 件  
R2 約 210,000 件、R3 約 184,000 件、R4 約 219,000 件 )  
新HP：こまつ観光ナビ  
(R5：約 425,000 件)

《誘客促進活動》

- ・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加  
(H29：4回、H30：5回、R1：6回、R2：0回、R3：1回、R4：6回、R5：6回)
- ・当市でのコンベンション等開催に向けた支援事業 (宿泊補助金)  
(H29:50件 延人数 8,176人、H30:67件 延人数 11,777人、R1:66件 延人数 11,445人、R2:5件 延人数 996人、R3:28件 延人数 1,744人、R4：39件 延人数 6,109人、R5：91件延人数 8,785人)

	<p>《地域の物産振興と自主財源の確保に向けたアンテナショップの運営》</p> <p>小松土産店（小松駅構内・令和5年9月18日オープン）と空の駅こまつ・空カフェ（小松空港内）・うみの駅において、物産販売の拠点となるアンテナショップを運営しており、オンラインショップと合わせて地域の物産振興を推進している。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p>(1) 小松土産店取扱額 R5 : 53,439 円 (R5.9/18~)</p> <p>(2) 空の駅こまつ取扱額 R1 : 108,165 千円 R2 : 68,881 千円 R3 : 70,245 千円 R4 : 52,607 千円 R5 : 72,160 千円</p> <p>(3) 空カフェ取扱額 R1 : 28,134 千円 R2 : 15,184 千円 R3 : 15,501 千円 R4 : 28,718 千円 R5 : 35,996 千円</p> <p>(4) うみのえき安宅取扱額 R1 : 4,162 千円 R2 : 3,196 千円 R3 : 2,883 千円 R4 : 3,757 千円 R5 : 2,845 千円</p> <p>・「こまつもんブランド」の推進 (店頭実演販売、ギフトカタログ発行、ネットショップ運営など)</p> <p>《おもてなしの充実》</p> <p>・ボランティアガイドの運営と養成 (案内人数 H28:3,309名、H29:6,814名、H30:3,350名、R1:4,040名、 R2:429名、R3:996名、R4:1,745名 R5:2,199名)</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) 2つの専門委員会を定期的で開催し、密な企画と連絡調整を図っている。また、理事会による組織の経営体としての機能の強化を図っている。</p>

(別添) 様式 1



## 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】

当社は、会員の相互の連携を主体として、小松市全体の観光・物産分野のネットワーク形成と会員のプラットフォームとして設立された。

市が進めるまちづくりの5つのテーマと連携した事業展開を図っており、様々な観光資源をオール小松で活用していくため、当市内全域を区域設定とすることが適切。(主要エリアは以下のとおり)

#### ・「未来タウン」エリア

古代よりものづくりの一大拠点であったエリアであり、サイエンスヒルズ、こまつの杜を拠点に、青少年が科学を通じたものづくりの魅力が学べるエリアである。

#### ・「伝統のまち」エリア

近世のまちづくり以降、歌舞伎やお茶、九谷焼の伝統文化振興の拠点であり、曳山交流館は博物館、芦城公園などを繋ぐ歴史文化回廊である。

#### ・「北陸のターミナル」エリア

小松空港や交流施設が立地し、国内外の観光・ビジネス客が行き交うエリアであり、情報発信と地域製品の販売拠点である。

#### ・「里山・水郷」エリア

日用苔の里や木場潟など、古くから小松人の叡智により受け継がれてきた豊かな里山の自然景観エリア。また、石切り場をはじめとした石の文化資源が集積しており、埋蔵文化財センターや里山自然学校を拠点とした滞在と交流のエリアである。

## (別添) 様式 1

## 【観光客の実態等】

項目	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年
観光客入込客数 (延べ)	2,772,588 人	2,630,797 人	2,834,434 人	集計中
観光客入込客数 (推計)	1,186,000 人	1,054,000 人	1,175,000 人	集計中
宿泊者数 (延べ)	406,576 人	283,348 人	764,792 人	集計中
旅行消費額 (推計)	15,584 百万円	12,251 百万円	12,695 百万円	集計中

## 【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】

ジャンル	観光資源
自然・公園	木場潟公園、日用苔の里、せせらぎの郷、憩いの森、ふれあい健康広場、里山自然学校「大杉みどりの里」・「こまつ滝ヶ原」、荒俣峡、芦城公園、粟津公園、西俣キャンプ場など
文化・歴史	安宅の関、勸進帳ものがたり館、安宅住吉神社、那谷寺、小松天満宮、那殿観音、あわづ温泉、多太神社、宮本三郎美術館、宮本三郎ふるさと館、尾小屋資料館 (メインロード)、本陣記念美術館、小松城、河田山古墳群史跡資料館、埋蔵文化財センター、ハニベ巖窟院、仙叟屋敷ならびに玄庵、こまつ曳山交流館みよっさ、石切り場群、こまつ町家・石蔵群、九谷セラミックラボラトリーなど
産業観光	小松空港 (見学者)、ゆのくにの森、県立航空プラザ、日本自動車博物館、こまつの杜、サイエンスヒルズこまつ、ポップオ自動車展示館、錦窯展示館、登窯展示館、土居原ボンネット広場など
スポーツ	那谷寺カントリー倶楽部、ゴルフクラブ・ツインフィールズ、小松カントリークラブ、ゴルフコース・小松パブリック大倉岳高原 (スキー)、こまつドーム、小松総合運動公園、スカイパークこまつ翼など
イベント	お旅まつり、航空祭、どんどんまつり、おっしょべ祭りなど

## 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	旅館		ホテル		民宿		その他		合計	
	軒数 (軒)	収容人員 (人)								
粟津温泉	6	1,218	3	872	0	0	0	0	9	2,090
その他	6	270	15	1,658	0	0	13	476	34	2,404
計	12	1,488	18	2,530	0	0	13	476	43	4,494



### 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	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。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	小松市「観光交流課「観光施設等入込客数報告」を活用して実施。
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。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
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。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
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して実施。
アンテナショップ売上分析	地域製品の消費拡大と売上向上ターゲット層、売れ筋商品の把握	レジデータの解析など

### 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

現在、新型コロナウイルスの影響で、観光客が激減し、観光業は非常に厳しい状況となっている。2024年北陸新幹線開業を迎え、観光地域づくり法人(DMO)を中心として既存の観光資源を活用し、広域連携を図りながら、観光地域づくりを進め、稼げる観光へとつなげることとしている。

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ○世界的建機メーカー「コマツ」を代表とするものづくり企業の集積 ○「小松空港」「JR小松駅」「小松IC」などを有する抜群のアクセス力 ○加賀の伝統産業「九谷焼」の原石採掘地や陶土製造所、工房まで全てが揃う ○弥生時代から石に関連する文化財群が市内一円に集積し、日本遺産認定を受けている。 ○産業力を背景に子供歌舞伎など伝統文化が継承されている ○「SAVOR JAPAN」に認定された食文化	<b>弱み (Weaknesses)</b> ○個々の観光資源の磨き上げが不十分 ○魅力発信 特に全国、国外へのプロモーション力 ○観光地間の二次交通アクセスの未整備
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> ○いしかわ百万石文化祭 (R5) ○北陸新幹線小松駅開業 (R5) ○日本商工会議所 (Y E G) 全国大会 (R5)	<b>脅威 (Threat)</b> ○新型コロナの感染拡大により、激減した旅行者の回復について不透明な状況。 ○北陸新幹線開業による、関西・中京からの直通特急列車の廃止

※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)。

(別添) 様式 1

### (3) ターゲット

○第1ターゲット層 首都圏
○選定の理由 2024年3月北陸新幹線開業による予想される地域の露出像を利用し、新たな首都圏での訪問者を獲得する
○取組方針 首都圏及びこの地域で開催される商談会・出張販売への積極的参加。地域の観光コンテンツ・特産品の知名度向上を図る 新幹線駅舎内のアンテナショップの販売力を強化し、また、観光案内所だけでなく、ネットを活用した情報発信を充実させていく。
○第2ターゲット層 北信越、関西・中京圏
○選定の理由 小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んである。 一方、北陸新幹線開業に伴い京阪神からの直通特急列車の廃止による、来訪者減を食い止め、2025年万博にむけての、プロモーションを開始
○取組方針 現在、富山県南砺市と交流を始めており、さらにモノ・人の交流を深めていく。 市と連携しツーリズムエキスポの場などで京阪神のインバウンドエージェンシーに対しての当地域の当地域のコンテンツを発信
○第3ターゲット層 アジア圏(台湾、中国、韓国)及びアメリカ、イギリス
○選定の理由 小松市には、コマツの研修センターがありこの研修を含め、海外より年間3万人程度を来訪がある 小松空港にはコロナ前には台湾、中国、韓国より直行便の就航があり、アジアからの流入率が高く、令和5年度中に運航再開がなされた。また、九谷焼・歌舞伎といった伝統文化を楽しめるコンテンツがある。
○取組方針 コンテンツの発信、ターゲットの地域別の指向に合わせたものとして、来訪者数の増加と消費拡大に向けた取り組みを展開する。

### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界に誇る KOMATSU JAPAN で交流拡大 ~ブランドカアップとおもてなし~
②コンセプトの考え方	(1) 世界に誇るものづくりの力 グローバルに展開する企業をはじめ、伝統工芸、農林水産業の力・ノウハウを活かし産業観光の充実を図る。特に、本市のものづくりのルーツである石の文化について、関係者によるコンソーシアムを立ち上げ、受入体制づくりと一元的に情報発信を推進する。 (2) 加賀の國を彩る小松の歴史文化 歌舞伎「勸進帳」のふるさとの魅力発信や源平ロマンなどの物語の世界への体感プログラムの充実を図る。

(別添) 様式 1

	<p>(3) 加賀地域を代表する自然景観          霊峰白山の眺望と水郷木場湯を核に健康づくり、環境教育、スポーツ交流・合宿等の里山・里湖交流を推進する。また、日用苔の里から木場湯、梯川（小松天満宮）、安宅海岸まで繋がる水郷景観の魅力と癒しの空間を発信する</p> <p>(4) 豊かな食文化・癒しの温泉地          山海の新鮮な幸や料亭・割烹などの小松和食、北陸有数の生産量を誇る大麦などの6次産業化商品など本物の味わいの提供と、開湯1300年を誇るあわづ温泉での滞在観光を推進する</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。	本DMOに送付される各種観光情報や研修会などの情報等を会員へメールや公式LINEで送付。(随時)  民間主導の体制を図ることを目的に、本DMOは令和3年度より、代表理事に民間出身者を採用し、民間の意見を取り入れやすい体制とした。 また、各委員会において、テーマごとに少人数による班分けを行い、ZOOMなどの活用により、関係者が集まりやすく、意見しやすい環境とした。委員会→理事会→会員全体で共有することで、民間主導の多様な戦略を図りたい。
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	国や県、大手企業が主催する観光セミナー等の積極的な情報提供や自主事業としての接遇研修の開催を通じて、サービスの向上を図る。
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	観光満足度調査などにより、サービスに対する評価や意見を会員企業へフィードバックしサービス改善に繋げる。

※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**

指標項目		2021	2022	2023	2024	2025	2025
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,000	10,000	22,000	26,000	30,000	34,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	12,251	12,695	未集計			
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

(別添) 様式 1

●延べ宿泊者数 (千人) ※ 1	目標	335 ( - )	365 (15)	500 (30)	600 (50)	700 (50)	800 (50)
	実績	283 ( 1 )	764 (6)	未集計 ( )	( )	( )	( )
●来訪者満足度 (%)	目標	95.0 ( - )	96.0 ( - )	97.0 ( - )	98.0 ( - )	98.0 ( - )	98.0 ( - )
	実績	96 ( - )	97 ( - )	未集計 ( - )	( - )	( - )	( - )
●リピーター率 (%)	目標	28.0 ( - )	28.0 ( - )	70.0 ( - )	71.0 ( - )	72.0 ( - )	75.0 ( - )
	実績	74 ( )	74 ( )	未集計 ( )	( )	( )	( )

※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】

R4 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。  
ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。

《R3 年度報告まで》

- 旅行消費額  
旅行・観光消費動向調査、小松市への年間入込客数の目標値により設定
- 延べ宿泊者数

訪日外国人については、R1 より NTT ドコモモバイル空間統計を導入（現在休止中）

- 来訪者満足度  
「統計から見た石川県の観光」の調査結果をベースに、2020 年を基準値として、毎年 1% ずつ上昇を目指す。
- リピーター率  
旅行・観光動態調査結果をもとに、毎年 1% ずつ上昇を目指す。

《R4 年度報告以降》

- 旅行消費額  
石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、小松市への年間入込客数の目標値により設定。
- 延べ宿泊者数  
小松市「観光施設等入込客数報告」を活用。
- 来訪者満足度  
石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、2020 年を基準値として、毎年 1% ずつ上昇（R6 に 98%）を目指す。
- リピーター率  
石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、毎年 1% ずつ上昇を目指す。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2025 (R8) 年度
●メディア掲載回数 (回)	目標	50 ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )
	実績	- ( - )					
●Webサイトのアクセス状況 (回)	目標	132,000 ( - )	145,000 ( - )	241,000 ( - )	450,000 ( - )	500,000 ( - )	600,000 ( - )
	実績	183,928 ( - )	219,275 ( - )	425,000 ( - )	- ( - )	- ( - )	- ( - )
●アンテナショップ取扱高 (百万円)	目標	128 ( )	144 ( )	114 ( )	180 ( )	190 ( )	200 ( )
	実績	115 ( )	97 ( )	165 ( )	- ( )	- ( )	- ( )

※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】

行政との連携による観光地域づくりを推進するため、2015年11月に小松市が策定した「NEXT 10年ビジョン」(計画期間:2015年~2025年)を参考に、2025年を目標年次として同じ指標及び目標数値を採用する。

●メディア掲載回数 (R3 まで)  
毎年5件ずつの増加を目指す。

●自社HP閲覧回数  
R4年度報告分から、集計に使用するデータ変更。  
ただし、R4年度までの目標値は変更しない。(

《R3年度報告まで》

毎年R1比10%増を目指す

《R5年度報告以降》

ホームページリニューアルにより、アクセス数が大幅に増加したため目標値を上方修正。

●アンテナショップ取扱高

R4.10月以降、ふるさと納税返礼品の取扱いが無くなるため売上高が減少するが、R5小松土産店開店によりトータルで売上増を見込み、R8までに200百万円へ上方修正。

**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
2021(R3)年度	186,894,043	【会費収入】 1,720,000円 【収益事業収入】 121,123,434円 【受取補助金】 57,038,407円 など
2022(R4)年度	203,622,195	【会費収入】 1,660,000円 【収益事業収入】 126,129,363円 【受取補助金】 75,832,832円
2023(R5)年度	300,761,739	【会費収入】 1,880,000円 【収益事業収入】 187,586,602円 【受取補助金】 111,295,137円
2024(R6)年度	328,400,000	【会費収入】 1,640,000円 【収益事業収入】 223,370,000円 【受取補助金】 103,390,000円
2025(R7)年度	320,000,000	【会費収入】 1,700,000円 【収益事業収入】 248,300,000円 【受取補助金】 70,000,000円
2025(R8)年度	320,000,000	【会費収入】 1,700,000円 【収益事業収入】 248,300,000円 【受取補助金】 70,000,000円

**(2) 支出**

年(年度)	総支出	内訳
2021(R3)年度	186,036,959	【一般管理費】 4,025,332円 【観光PR事業費】 16,829,783円 【収益事業支出他】 165,181,844円
2022(R4)年度	204,500,000	【一般管理費】 2,398,734円 【観光PR事業費】 12,551,027円 【収益事業支出他】 189,550,239円
2023(R5)年度	284,311,880	【一般管理費】 1,948,287円 【観光PR事業費】 32,053,339円 【収益事業支出他】 250,310,254円
2024(R6)年度	328,400,000	【一般管理費】 4,000,000円 【観光PR事業費】 32,000,000円 【収益事業支出他】 292,400,000円

(別添) 様式 1

2025 (R7) 年度	320,000,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 30,000,000 円 【収益事業支出他】 286,000,000 円
2025 (R8) 年度	320,000,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 30,000,000 円 【収益事業支出他】 286,000,000 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**

- ①各アンテナショップの売上拡大  
当社で運営するアンテナショップ（小松土産店、空の駅こまつ、空カフェ、うみの駅、観光施設内のサテライトショップ、オンラインストア）において、地域全体での物産振興と売上の拡大と仕入率・経費削減により収益改善を図り、安定的な運営資金の確保を図る。
- ②旅行商品の造成と販売  
大手旅行会社とタイアップした旅行商品を、アフターコロナを見据え、継続的な実施により誘客促進を行っていく。  
企業向けヘルスツーリズムプログラムを開発・販売、全国の企業の受け入れを開始。自主事業の1つとして継続的な収益化を目指す。
- ③石の文化の商品開発・販売  
日本遺産サミットのサテライト会場となった石切り場・石蔵などを活用した探訪ツアーやギャラリー活用、石材を活用した土産品の開発・販売を推進するとともに、地域の受入体制の構築を進めていく。特に、あわづ温泉周辺は那谷寺や日用苔の里、石切り場、里山自然学校などの資源が集積しており、教育旅行を含めた旅行商品づくりを推進する。
- ④平成 29 年 SAVORJAPAN の認定を受け、食文化海外発信事業に取り組んでおり、現在、農泊施設 4 か所が開業しており、訪日外国人の増加に寄与している。

**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**

小松市は一般社団法人こまつ観光物産ネットワークに地域DMOとしての責務を担い、県・市・商工会などの他団体との役割分担や連携により、今後とも計画的かつ積極的なマーケティングとマネージングによる事業展開をお願いしたい。

**9. マーケティング・マネジメント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】

他の先進的なDMOの視察により運営ノウハウを学び、（一社）中央日本総合観光機構、（公社）石川県観光連盟と連携し情報共有を行い、役割の重複のないように努めている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	清水 康正
担当部署名 (役職)	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク 事務局
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91 番地
電話番号 (直通)	0761-24-8394
F A X 番号	0761-23-6404
E - m a i l	<a href="mailto:komanet@city.komatsu.lg.jp">komanet@city.komatsu.lg.jp</a>

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	石川県小松市
担当者氏名	坂下 義視
担当部署名 (役職)	交流推進部観光交流課 (課長)
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91
電話番号 (直通)	0761-24-8076
F A X 番号	0761-23-6404
E - m a i l	<a href="mailto:kankou@city.komatsu.lg.jp">kankou@city.komatsu.lg.jp</a>

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)	-
F A X 番号	-
E - m a i l	-

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

石川県小松市

【設立時期】平成25年10月1日

【設立経緯】③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】新滝 祥子

【マーケティング責任者(CMO)】山口 和博

【財務責任者(CFO)】山口 和博

【職員数】38人

常勤33人(民間派遣1人、市派遣2人、正規2人、

(非正規28人)、非常勤6人(非正規6人)

【連携する主な事業者】

【主な収入】

収益事業 188百万円、受取補助金 111百万円(令和5年度決算)

【総支出】

観光PR事業 32百万円、収益事業他 250百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

小松市、粟津温泉観光協会、小松 商工会議所、北陸エアターミナルビルを含む会員数 241団体(R6.7時点)

記入日: 令和6年7月31日

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

指標項目		2021	2022	2023	2024	2025	2025
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,000	10,000	22,000	26,000	30,000	34,000
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	12,251	12,695	未集計			
●延べ宿泊者数 (千人)※1	目標	335	365	500	600	700	800
	実績	(-)	(15)	(30)	(50)	(50)	(50)
	実績	283	764	未集計			
●来訪者満足度 (%)	目標	95.0	96.0	97.0	98.0	98.0	98.0
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	96	97	未集計			
●リピーター率 (%)	目標	28.0	28.0	70.0	71.0	72.0	75.0
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	74	74	未集計			

戦略

【主なターゲット】

北信越、首都圏、関西・中京圏

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んであり、令和6年3月に北陸新幹線小松駅が開業し、小松空港とあわせた2大交通ターミナルにより、地域経済や観光業の発展が期待されている。

現在、富山県南砺市と交流を始めており、さらにモノ・人の交流を深めていく。

また、石の文化は市内全域に関連資源が集積しており、市が中心となって日本遺産認定を受けた。ものづくりのまちとして、産業観光等を中心に官民一体となって、南加賀・石川県全体の活性化へと効果を波及させていく。

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】

- ・小松市多言語観光ポータルサイト(R5リニューアル「こまつ観光ナビ」)やインスタグラム、Phoneアプリ等の開発、運営
- ・小松市バーチャル観光ツアー(VR)による情報発信

【観光資源の磨き上げ】

- ・SAVOR JAPAN推進事業
- ・石の文化推進事業

【物産振興】

- ・アンテナショップ運営(R5.9.18小松土産店オープン)

【受入環境の整備】

- ・観光案内所の運営(JNTO認定外国人観光案内所カテゴリ-1)
- ・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加
- ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業(宿泊補助金)

