観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和　7 年　6 月 24 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)椎葉村観光協会	
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 宮崎県東臼杵郡椎葉村	
所在地	宮崎県椎葉村	
設立時期	平成 22 年 1 月 22 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	16 人【常勤 4 人（正職員 4 人・出向等 0 人）、非常勤 12 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） 尾前　一日出	(一社)椎葉村観光協会の代表理事を務める一方、自然環境や伝統文化、民俗芸能等を活かした体験プログラムの指導や新たなツーリズムの開発に取り組んでいる。
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） 椎葉　記史「専従」	(一社)椎葉村観光協会の事務局長として、地域の観光産業に携わる方々及び各種団体、関係村民の方とのパイプ役であり、各種データの収集、分析や地域観光資源の掘り起こし、ツアー誘致活動、また体験型観光の推進を積極的に取り組んでいる。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 椎葉　奈木沙「専従」	マスメディア等を活用した宣伝活動及び旅行業者への営業活動を積極的に取り組んでいる。また、各種収益事業の財務、会計のノウハウを備えている。
物販部門の責任者（専門人材）	（氏名） 山中　宏昭「専従」	椎葉村物産センターの店長として、都市圏での販売促進及び販路拡大に取り組んでいる。また、飲食部門・物販部門においては、地域ならではの食材を提供するための仕組みづくりを行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	宮崎県椎葉村地域振興課	

様式１

<table>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>〇椎葉村観光プロジェクト実行委員会(計画・立案・戦略策定等)
〇鶴富屋敷、椎葉民俗芸能博物館、椎葉厳島神社、椎葉村ツーリズムネットワーク、椎葉村観光ガイド協会、椎葉村漁業協同組合、焼畑蕎麦苦楽部、大河内森林ガイドの会(旅行商品体験及びガイド受入)
〇村内旅館民宿飲食店(食の開発・ホスピタリティ向上・イベント開催等)
〇椎葉村商工会(商店街活性化)
〇JA みやざき椎葉支店、椎葉村村おこしグループ、アンテナショップ「椎葉里人倶楽部」(土産品開発・販路拡大)
〇㈱さとゆめ(受入体制整備・プロモーションツール等)</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>【該当する登録要件】
（概要）
当協会理事の中に、多様な関係者が参画しており、年数回の理事会を開催している。その他、令和 5 年度には行政担当者や村内観光事業者・外部人材と共に「第 5 次椎葉村観光振興計画」を策定した。当計画を具現化するために、椎葉村観光プロジェクト実行委員会で事業に取り組んでいく。また、日常的な調整は担当者レベルで定期的な会議を開催している。</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>当協会が主催するツアーは、対外的に募集を行いつつ、村内の方々にも参加を促し、参加された方々と観光地域づくりについて意見交換を行っている。また、DMO の取り組みを会員や観光関係機関だけでなく村民にも広く知っていただくために椎葉村広報誌で DMO の取り組みや村内各家庭で放送する「やまびこ通信」でツアー案内やイベント情報等を共有している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【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 4 年度地域の稼げる看板商品創出事業「新たな顧客の創出と効果的な情報発信を目的とした SNS 広告等を利用した観光プロモーションの実施」
※具体事業内容
〇SNS 運営目的の設定
〇最新のアルゴリズムに基づいた運用方針の設計
〇自力で運用できる体制の構築
※その他事業内容
〇マスメディア等への情報提供(テレビ・ラジオ出演・情報誌掲載等)
〇SNS・HP・ユーチューブ等による定期的な情報掲載
〇SNS 広告による情報発信
〇広域観光協議会 SNS による情報発信
〇ファンクラブ「しいば好き人」を対象に通信発送・特産品割引実施
〇ファンクラブを対象に「しいば好き人感謝祭」の開催
〇旅館民宿宿泊クーポン割引事業
〇観光レディによる観光 PR 活動
〇マスコットキャラクター「おつるちゃん」による観光 PR 活動
〇旅行会社・マスメディア等招聘ツアーの実施
〇Instagram フォトコンテストの実施</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

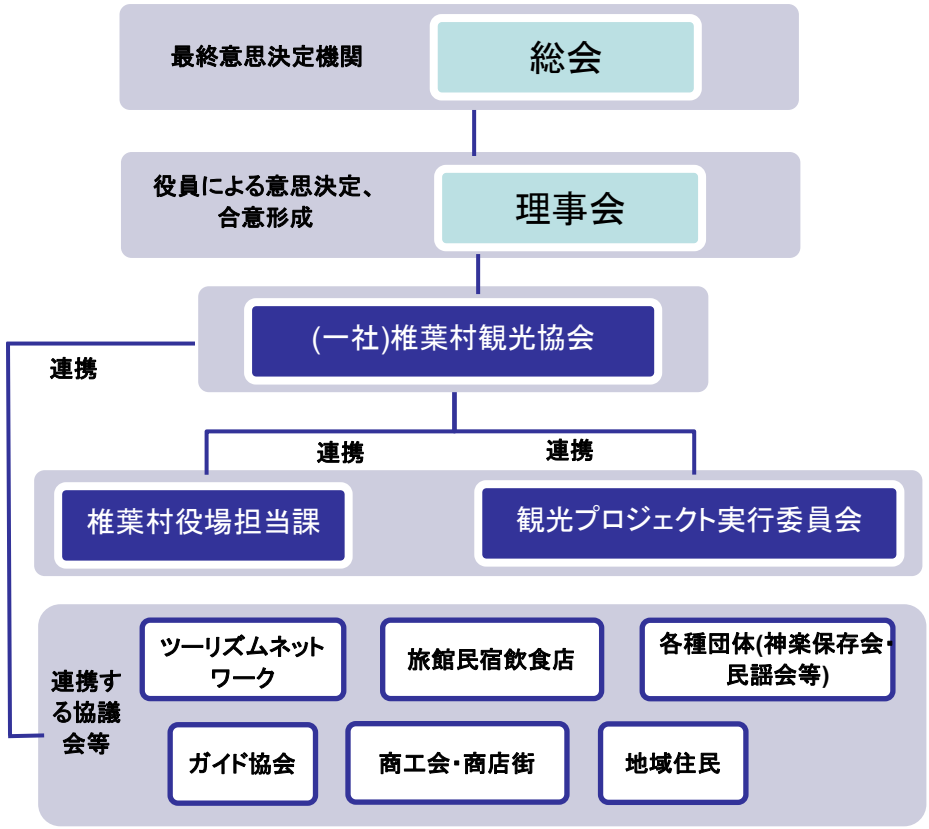
様式１

		○観光宿泊者に対して宿泊クーポン券や旅得クーポン券の発行を行い、観光客誘致拡大を図る。 ○大阪枚方市アンテナショップ「椎葉里人倶楽部」と連携した販路拡大・販売促進。 ○観光イベントの主催・共催。
	受入環境の整備	・令和 4 年度地域の稼げる看板商品創出事業「観光ガイドの育成と確保を目的としたガイド養成塾の開催」 ※具体事業内容 ○㈱ヤマップと共同しインタープリター研修 ※その他事業内容 ○2 次交通解消を目的に自家用有償旅客運送事業(観光タクシー事業)実施 ○観光ガイド・体験指導者の人材育成支援 ○登山道整備 ○村内旅館民宿・飲食店受入環境(Wi-Fi・空気洗浄機導入等) ○ツアー受入のための備品・消耗品導入(パックラフトー式・山ヨガ用マット等) ○インバウンド対応 AI 通訳機購入 ・令和 6 年度世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業(外部人材の登用) ※具体事業内容 ○第 5 次椎葉村観光振興計画におけるアクションプラン策定 ○観光関係者とブランディングに関する勉強会、検討会 ○飲食、宿泊事業の立ち上げ協議 ○ファムツアー実施
	観光資源の磨き上げ	・令和 4 年度地域の稼げる看板商品創出事業「ツアー商品のブラッシュアップと新たなツアー創出を目的としたモニターツアーの実施」 ※具体事業内容 ○魚の石焼き・山ヨガ・星空及び雲海鑑賞など、本村ならではのツアー商品のブラッシュアップとモニターツアーの実施 ※その他事業内容 ○各地区イベントの協力・助言 ○旅行商品の造成・販売・受入 ○旅行商品化現地調査

【定量的な評価】

① ファンクラブ「しいば好き人」会員数
令和 5 年度[1,608 名]→令和 6 年度[1,646 名]
② 物産販売所売上
令和 5 年度[42,892 千円]→令和 6 年度[42,895 千円]
③ 観光入込客数
令和 5 年度[117 千名]→令和 6 年度[118 千名]
④ 宿泊者数
令和 5 年度[9,952 名]→令和 5 年度[10,098 名]
⑤ イベント参加者数

様式１

	令和５年度[14,645名]→令和６年度[2,571名] ※台風災害によりイベント等が中止 ⑥ 着地型旅行商品催行本数 令和５年度[4本]→令和６年度[18本] ⑦ 観光タクシー利用者数 令和５年度[329本]→令和６年度[208本]
実施体制	**【実施体制の概要】** 当協会の理事・会員には、行政、宿泊施設、飲食店のみならず、建設業者や各種団体など多様な関係者が参画し、官民が密接に連携した運営を実施。また、役員体制についても宛職から専門性の高い役員へ変革を行ってきた。 **【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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

平成 26 年にスタートした第 4 次椎葉村観光振興計画では、「椎葉の日常・暮らしを楽しむ」を基本理念に、また「全村一丸で取り組む」「椎葉の魅力を高め発信する」「おもてなしの心で食・物産・サービスの提供を」を基本方針として取り組んできた。令和 5 年度には目標年次を迎え、これまでの各施策の進捗評価と振り返りをした上で新たに「第 5 次椎葉村観光振興計画」を行政担当者・村内観光事業者等と共に策定しました。この計画の目指す姿「かけがえのない“秘境”椎葉を伝える、育む、つなぐ」を実現するため、本村では、村内異業種・各種団体で組織した椎葉村観光プロジェクト実行委員会で観光施策の検討や評価・観光振興事業の提案等を行っていきます。

【観光客の実態等】

観光入り込み客数は、平成 30 年度の 141,728 人をピークに減少傾向にあり、令和 2 年度は 72,065 人にまで落ち込んでいます。しかし、一昨年 5 月に新型コロナウイルスの感染法上の位置づけが第 5 類へ移行し、コロナ禍前の状況へ徐々に回復しており、本村の観光においても令和 4 年に発生した台風 14 号により大きな影響を受けましたが、令和 6 年度の観光入込客数は 118,951 名と徐々に回復傾向にあります。また、インバウンド観光客も徐々に増加しつつあり、国内外の観光客に快適に滞在・宿泊してもらえるように観光・宿泊施設の機能強化や食を提供できる環境づくりなど受入環境の充実を図っていく。

【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】

観光客入込客数(118,951 名)

※主な観光施設

① 鶴富屋敷(2,702 名)
② 椎葉民俗芸能博物館(1,318 名)
③ 椎葉村物産センター平家本陣(43,962 名)
④ 交流拠点施設カテリエ(15,726 名)
⑤ 上椎葉ダム(5,783 名)
⑥ 八村杉(2,142 名)

⑦　ひえつきの里キャンプ場(268 名)
⑧　矢立高原キャンプ場(637 名)
※主なイベント
①　椎葉銀座さるく(200 名)
②　扇山山開き(0 名)中止
③　しいば花火大会(650 名)
④　松尾夏まつり(250 名)
⑤　小崎夏まつり(400 名)
⑥　尾向渓谷まつり(450 名)
⑦　矢立高原まつり(217 名)
⑧　ひえつき節日本一大会(0 名)※中止
⑨　椎葉平家まつり(0 名)※中止
⑩　上椎葉ダム観光放流(300 名)

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
宿泊客数(10,098 人)
宿泊施設数(22 軒)【内、旅館民宿 14 軒、農家民宿 3 軒、簡易宿所 3 軒、キャンプ場 2 軒】
宿泊施設最大収容人数(393 人)
※域内分布
①　大字下福良 9 軒【内、簡易宿所 1 軒、キャンプ場 1 軒】
②　大字不土野 6 軒【内、簡易宿所 1 軒】
③　大字大河内 6 軒【内、農家民宿 3 軒、簡易宿所 1 軒、キャンプ場 1 軒】
④　大字松尾 1 軒

【利便性：区域までの交通、域内交通】
公共交通機関
- 宮崎県日向市駅から宮崎交通バス往復 1 日 3 便(椎葉村内啞谷バス停まで)
  ※啞谷バス停から上椎葉バス停までは DMO が宮交バス代替え運行(台風 14 号により国道が不通の為迂回路で運行)

自家用車
- 博多駅から約 3 時間 30 分
- 熊本駅から約 2 時間 30 分
- 熊本空港から約 2 時間
- 日向市駅から 1 時間 20 分
- 高千穂町から 1 時間 10 分

【外国人観光客への対応】
平成 29 年 8 月に JNTO 外国人観光案内所(カテゴリー1)に認定され、インバウンド対応の強化を進めている。パンフレットについても日本語版に加え英語版のパンフレットも制作した。ホームページについては、平成 30 年 3 月に多言語対応のホームページとしてリニューアルし、外国人観光客に向けての対応を行っている。また、DMO では AI 通訳機を購入し対応しているが、今後は多言語対応職員の配置も検討している。

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

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。	自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊施設に依頼し毎月実績報告を提出。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	グーグルアナリティクスを活用して実施。
宿泊施設について	お客様のニーズを確認し、お宿へフィードバックをする。	アンケート調査を宿泊施設に依頼。

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

椎葉村には、豊かな自然環境や民俗文化・伝統芸能、また、平家まつりをはじめとした観光イベントなど、数多くの観光資源があります。

しかし、観光客数については、台風災害により激減した平成 17 年からは微増傾向にはあるものの、ピーク時の数には遠く及ばず、さらには、アクセス道路の改良等で日帰り型観光も増加しているため、より多くの人々が繰り返し訪れ、滞在する観光地づくりに向けた一層の取り組みが求められている状況にあります。

このような中、これまでに、村民総力戦を想定した観光の村づくり応援事業や観光ガイドの養成、しいば好き人(ファンクラブ)事業、観光協会の体制強化、平家さくらの森や鶴富屋敷周辺整備による新たな観光名所づくりなど、誘客につながる事業を展開しています。

また、本村の資源を活かした体験型観光については、体験プログラムの商品化や提供者のレベルアップを目的としたツーリズムネットワークの立ち上げ、農家民宿の開業支援、体験ツアーの誘致などに積極的に取り組んでいます。

このほか、登山道の整備や登山ガイドの支援、希少植物の保護といった自然観光資源の充実や駐車場・観光トイレ・案内看板といった観光施設の整備、ホームページやパンフレット等でのきめ細かな情報提供、広域連携による圏域での誘客など多面的に観光振興を図っています。

今後も、観光産業は、他産業にも経済効果を波及する重要な産業として位置づけ、既存資源の一層の活用や新たな資源の掘り起こしなど、村の持つ資源を有効的に活用した観光地づくりを推進していく必要があります。

椎葉村では令和 5 年度に今後 10 年間の観光施策の方針や施策を定める「第 5 次椎葉村観光振興計画」の策定を行いました。当計画では、これらの現状と課題に加え今後に向けた村が有するポテンシャルも加味し「かけがえのない“秘境”椎葉を伝える、育む、つなぐ」を理念に掲げ「想定顧客」の一つとしてアジア系インバウンド顧客を、また重点施策として「“秘境”を活かしたブランディング」「秘境を感じる体験プログラムの強化」「目的地となりうる食、宿泊の充実」「観光推進体制の強化」等を定めました。椎葉村観光プロジェクト実行委員会をはじめ関係機関と連携を図りながら当計画の実現に向けて取り組んでいきます。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・豊かな自然と美しい景観 ・椎葉独自の食文化 ・平家落人伝説 ・日本三大秘境 ・世界農業遺産の資源（焼畑農業・神楽等） ・ダムファン	弱み（Weaknesses） ・観光に対する村民の認識不足 ・交通アクセス、公共交通機関 ・温泉がない ・インバウンド対応の遅れ ・宿泊施設や飲食店の受入環境体制の脆弱性 ・人材不足、後継者不足
外部環境	機会（Opportunity） ・インバウンドの増加 ・九州中央自動車道の整備 ・関係人口創出サイトでの人気が高い ・サステナブルツーリズムの需要増 ・マイクロツーリズムやレスポンシブルツーリズムと親和性がある。	脅威（Threat） ・人口減少、後継者不足 ・雪や台風等の天候に交通状況が影響を受けやすい ・景気後退

※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 自然体験や魚釣り・登山等を目的とする中～高年層や九州都市部からのファミリー層
○選定の理由 上記のお客様は、既に本村へのリピート率も高い為、今後も当該層が満足して滞在もらうように目指していく。 ○取組方針 　当該層に訴求するような、「楽しみ・発見・学び・人のつながり」がある旅行商品のデータ収集や分析等を行いながら、強力に訴求するコンテンツを磨き上げ、更なる満足度向上と来訪増加を図って行く。
○ターゲット層 文化体験を目的とする首都圏・京阪神圏からのファミリー・カップル等 文化体験を目的とする主にアジア圏からのファミリー・カップル等
○選定の理由 本村の最寄り空港は熊本空港であり、アジアの主要都市からは直行便もあるため、国内旅行と同じ感覚で来訪できる。また国内外問わず絶景を見たいというニーズが多く、本村は興味を持ってもらえる素材があるため。 ○取組方針 秘境の魅力を活かしたブランディング、広域連携でのプロモーション、目的地となりうる体験・宿泊・飲食サービスの提供を通して、誘客の強化を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	助け合いの精神“かてーりズム”～互いを尊重し、新しい自分と出会う～
②コンセプトの考え方	本村には、「かてーり」と呼ばれる言葉があり、「お互いを思いやり、助け合う相互扶助の精神」を意味します。山深い椎葉の地で生きていくためには、村民同士の助け合いが必要不可欠で、蕎麦刈りや田植え等、みんなで協力し合って暮らしを守ってきた椎葉村を象徴する言葉です。 かてーりの精神を忘れずに、村民、観光客、椎葉の自然や文化等がお互いの持つ価値観を尊重し合い、これまで感じたことのない生き方、文化、考え方等に接し、「新しい自分」と出会える場所にしていきます。

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	戦略の策定や見直し等、重要案件については、DMO 総会(年 1 回)・理事会(年 2 回)・観光プロジェクト実行委員会(年 6 回)等の場で官民一体となって協議し、合意形成を図っている。その他、旅館民宿飲食店・椎葉村観光ガイド協会・ツーリズムネットワークで共有している。 また、村民や村内の宿泊事業者や観光業に携わる事業者向けに、受け入れる側の心構えや共通認識を持つため、以下の 4 項目を村のスタンスとして掲示し、上記の組織で共有する。 〇唯一無二の椎葉の自然・文化を守り伝えよう 〇椎葉の一番の魅力「人と暮らし」に磨きをかけよう 〇リアルとオンラインで「椎葉ファン」を増やそう 〇「稼ぐ観光」を目指そう
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	〇宿泊については、宿泊者アンケート調査を行い、結果を基に宿泊施設へフィードバックし改善点の情報共有を行う。 〇ツーリズムネットワーク(体験指導者組織)を中心に体験プログラムを提供し、DMO 理事会や観光プロジェクト実行委員会で PDCA サイクルに取り組む。 〇来訪者については、当協会がアンケート調査を行い、改善点を理事会や総会において情報共有を行う。
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	〇ワンストップ窓口業務として関係機関(日向土木事務所・役場・宿泊施設・商店街・広域連携市町村等)より道路状況や宿泊状況等を乗じ収集しお客様へ提供。 〇テレビ・情報誌・DMO の SNS(Facebook・Instagram)・広域観光協議会 SNS・DMO ホームページで定期的に情報発信。 〇マスメディアや旅行会社等を招聘したツアーを行い、マスメディアでの露出や旅行商品の企画販売を実施。 〇椎葉の四季フォトコンテストの開催。 〇本村の自然や郷土食・アクティビティ等 SNS 広告中心に情報発信。

様式１

	○旅行者のニーズに応じた明確な方向性を持った営業活動。 ○おつるちゃん(マスコットキャラクター)を前面に出した観光 PR 活動 ○国、県等が実施する観光キャンペーンやフィルムコミッション活動に積極的に参加する。 ○各種の観光プロモーションの取り組みや計画の具現化の中で「しいば好き人」(村外の椎葉ファン)会員に広報宣伝の協力を求める。

※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		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	500	550	910	930	950	970
		( )	( )	(5)	(3.3)	(4.9)	(7.4)
	実績	446	891	911			
		( )	(3.3)	(2.2)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	10	10.5	10.4	10.5	11	11.5
		( )	( )	(0.15)	(0.1)	(0.15)	(0.2)
	実績	9.1	9.95	10			
		(0)	(0.1)	(0.07)			
●来訪者満足度（%）	目標	100	100	61.5	72.7	74.5	76.4
		( )	( )	(61.5)	(72.7)	(74.5)	(76.4)
	実績	87	59	71			
		( )	( )	( )			
●リピーター率（%）	目標	55	60	61.5	60.4	61.9	63.4
		( )	( )	(61.5)	(60.4)	(61.9)	(63.4)
	実績	53.9	59	59			
		( )	( )	( )			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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】
第 5 次椎葉村観光振興計画(令和 6 年度～令和 15 年度)の目標値と整合を取り設定。
【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
宮崎県観光消費額の県外及び県内観光客単価と県外及び県内ビジネス客単価を基に単価を算出。尚、一人当たりの単価は以下の通り。
〇県内日帰り客 5,571 円　〇県内宿泊客 17,873 円
〇県外日帰り客 8,275 円　〇県外宿泊客 32,567 円(インバウンド同額)
目標値については毎年 2 千万円ずつ伸ばす事を目標に設定。
インバウンドの目標値は観光振興計画の戦略として 1 年で 1.5 倍増を目指す事を目標に設定。
今後は、実績の推移を見ながら計画を見直す。
●延べ宿泊者数
毎年、村内の宿泊施設に依頼し、実績数を計上。
全体の目標値は対前年比 5%増で設定。インバウンドの目標値は対前年比 1.5 倍で設定。
●来訪者満足度
満足度については、毎年アンケート調査を実施。目標値は、第 5 次観光振興計画で 2035 年に 90%として設定しているため、毎年 2.5%満足度を上げていくことを目標に設定。インバウンドの目標値も同じ数値とする。
●リピーター率
日帰り及び宿泊者に対するアンケート調査を実施。目標値は、第 5 次観光振興計画で 2035 年に 90%と設定しているため、毎年 2.5%リピーター率を上げていくことを目標に設定。インバウンドの目標値も同じ数値とする。

（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
●観光客数 （人）	目標	110,000	115,000	128,000	130,846	143,930	158,323
		(50)	(100)	(150)	(100)	(150)	(200)
	実績	99,578	117,191	118,951			
		(11)	(104)	(68)			
●ワンストップ窓口案内数 （%）	目標	750	800	1,090	830	871	914
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	1,099	1,045	791			
		(　)	(　)	(　)			
●ホームページアクセス数 （PV）	目標	400,000	410,000	91,400	107,333	115,383	124,037
		(　)	(　)	(2,660)	(4,598)	(4,943)	(5,314)
	実績	324,877	89,654	99,845			
		(　)	(2,613)	(4,278)			
●	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
※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】
第 5 次椎葉村観光振興計画(令和 6 年度～令和 15 年度)の目標値と整合を取り設定。

【設定にあたっての考え方】
●観光客数
観光入込客数については、毎年 10%増を目指し設定。年度ごとに見直しを行う。

●ワンストップ窓口での案内回数
平成 29 年度より当協会での窓口案内数(飲食店・宿泊手配・道路状況や観光ガイド依頼等を含む)調査を開始した。宿泊については、OTA での宿泊予約も多いが、本村の場合は 60 代以上の宿泊者も多く、電話による予約が大半を占めており、当協会で手配予約を行っている。引き続き観光情報のみならず村内の情報を網羅し、ワンストップで対応できるよう努める。これまで村内からの問い合わせ件数も回数に含んでいたが、令和 6 年度より村外の観光関連窓口案内数に変更見直しした。目標値は、ワンストップ窓口案内回数を毎年 5%増として設定。

●ホームページアクセス数
Google Analytics を活用し、アクセス状況を把握している。令和 5 年度の実績より、セッション数から訪問ユーザー数に変更した。目標値は、Instagram フォロワー数を観光振興計画で 2035 年に 9,000 名(2024 年：4,057 名)で 11 年後に 2 倍増を目指していることから、毎年 2.5%増を目指し設定。引き続き旬な情報を提供することに努め、毎年度のアクセス状況を確認し、目標値を設定する。

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（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	110,452,665（円）	**【国からの補助金】**3,837,852 円 **【都道府県からの補助金】**0 円 **【市町村からの補助金】**22,531,000 円 **【公物管理受託】**14,832,231 円 **【収益事業】**62,435,624 円 **【会費】**432,000 円 **【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）・繰越金等】**6,383,958 円
2023（Ｒ５）年度	111,239,149（円）	**【国からの補助金】**0 円 **【都道府県からの補助金】**0 円 **【市町村からの補助金】**23,005,500 円 **【公物管理受託】**17,554,229 円 **【収益事業】**63,349,372 円 **【会費】**432,000 円

		【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）・繰越金等】6,898,048 円
2024（Ｒ６）年度	119,584,098（円）	【国からの補助金】5,577,250 円 【都道府県からの補助金】0 円 【市町村からの補助金】16,321,000 円 【公物管理受託】26,999,997 円 【収益事業】63,256,699 円 【会費】451,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）・繰越金等】6,978,152 円
2025（Ｒ７）年度	123,530,000（円）	【国からの補助金】7,000,000 円 【都道府県からの補助金】500,000 円 【市町村からの補助金】17,304,000 円 【公物管理受託】25,515,000 円 【収益事業】66,876,980 円 【会費】441,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）・繰越金等】5,893,020 円
2026（Ｒ８）年度	127,980,000（円）	【国からの補助金】7,000,000 円 【都道府県からの補助金】1,000,000 円 【市町村からの補助金】17,000,000 円 【公物管理受託】26,000,000 円 【収益事業】70,000,000 円 【会費】480,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）・繰越金等】6,500,000 円
2027（Ｒ９）年度	130,480,000（円）	【国からの補助金】5,000,000 円 【都道府県からの補助金】1,000,000 円 【市町村からの補助金】16,500,000 円 【公物管理受託】26,000,000 円 【収益事業】75,000,000 円 【会費】480,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）・繰越金等】6,500,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	104,500,392（円）	【一般管理費】81,852,012 円 【情報発信・プロモーション】3,855,376 円 【受入環境整備等の着地整備】2,899,019 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】15,403,432 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】490,553 円 【観光イベントの開催費等】0 円
2023（Ｒ５）年度	101,542,917（円）	【一般管理費】72,874,462 円 【情報発信・プロモーション】3,470,355 円 【受入環境整備等の着地整備】13,074,041 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】11,195,778 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】928,281 円

		【観光イベントの開催費等】0 円
2024（Ｒ６） 年度	114,201,238（円）	**【一般管理費】76,253,286 円** **【情報発信・プロモーション】3,713,113 円** **【受入環境整備等の着地整備】19,663,837 円** **【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】12,873,370 円** **【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】** 1,697,632 円 **【観光イベントの開催費等】0 円**
2025（Ｒ７） 年度	120,008,000（円）	**【一般管理費】78,612,400 円** **【情報発信・プロモーション】3,660,000 円** **【受入環境整備等の着地整備】23,089,000 円** **【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】13,388,600 円** **【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】** 1,258,000 円 **【観光イベントの開催費等】0 円**
2026（Ｒ８） 年度	126,000,000（円）	**【一般管理費】80,000,000 円** **【情報発信・プロモーション】5,000,000 円** **【受入環境整備等の着地整備】25,000,000 円** **【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】14,000,000 円** **【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】** 2,000,000 円 **【観光イベントの開催費等】0 円**
2027（Ｒ９） 年度	127,500,000（円）	**【一般管理費】82,500,000 円** **【情報発信・プロモーション】5,000,000 円** **【受入環境整備等の着地整備】23,000,000 円** **【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】14,500,000 円** **【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】** 2,000,000 円 **【観光イベントの開催費等】500,000 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

〇旅行商品の造成・販売
・募集型企画旅行については、ツーリズムネットワークや観光プロジェクト実行委員会をはじめ地域と連携を図り、「秘境」という強みを最大限に活かした郷土食や椎葉の暮らしなど、ストーリー性のある観光商品の造成と販売に取り組んでいく。
・手配旅行・旅行相談契約等については、JTB と業務提携し、運送・宿泊機関の手配等を行い、手数料収益を上げていく。
〇書籍小売業
・複合施設「かてりえ」の書籍販売を継続して行い、かてりえ図書館・トーハンと連携を図り書籍小売業を行う。
〇特産品販路拡大・インターネットショッピングモールの増客
・DMO が運営している特産品販売所「平家本陣」を中心に、都市圏での販売会及び商談会の開催、インターネットショッピングモール増客を図り、販売促進及び販路拡大に取り組んで行く。また、レストランでは、材料のほとんどを村産品とすることで地産地消を推進し、椎葉ならではのメニュー開発を行い、村内で消費拡大出来る仕組み作りを促進しながら、安心安全な食の提供を行うことで、健康志向の客層へ広くアピールしていく。
〇受託事業
・村から 11 の事業を受託している。引き続き村と連携を図り事業を進めていく。
〇補助事業

・観光庁をはじめ国や県の助成事業を活用し、第５次観光振興計画の重点事業にも位置付けている「秘境」を活かしたブランディング・体験プログラムの強化・宿泊、食環境の充実の強化等を図る。

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

椎葉村観光協会は、当村が推進する観光プロジェクトの基軸として、活動を積極的に展開しております。当村における地方創生の人口ビジョンを語る上で、椎葉村の魅力発信と観光推進による交流人口の増加、関係人口の増加による移住定住への期待は大きいものがあります。また、当村の長期総合計画でも移住定住問題を重要施策としており、村内での新たな雇用の創出とともに、後継者不足が深刻な問題となっている農林業、商工業等の担い手不足の解消にも繋がると考えます。その中核を担う椎葉村観光協会が果たす役割は極めて重要です。昨年度は第５次椎葉村観光振興計画のもとにアクションプランを策定し、さらなる観光振興と地域の課題解決につながる事業の展開も含めて、観光協会の関わりは以前にも増して重要かつ必須となってきております。

また、これまで実施した事業の中で、様々なジャンルの事業所、住民との関わり、中学生への観光をテーマとした教育への支援など地域と積極的に関わりながら事業展開をしてきたことで、郷土に誇りを持つ村民の育成にも大きく寄与しており、当観光協会への信頼度も高く地域活性化にも大いに繋がっていることから、地域の舵取り役として充分な資質を備えており、引き続き期待が持てる団体です。

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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	椎葉記史
担当部署名（役職）	一般社団法人椎葉村観光協会（事務局長）
郵便番号	883-1601
所在地	宮崎県東臼杵郡椎葉村大字下福良 1826 番地 108
電話番号（直通）	0982-67-3139
ＦＡＸ番号	0982-67-3155
Ｅ－ｍａｉｌ	Shiiba-norifumi@shiibakanko.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

様式１

都道府県･市町村名	宮崎県椎葉村
担当者氏名	綾美智代
担当部署名（役職）	地域振興課課長補佐兼商工観光グループ長
郵便番号	883-1601
所在地	宮崎県東臼杵郡椎葉村大字下福良 1762 番地 1
電話番号（直通）	0982-67-3203
ＦＡＸ番号	0982-67-2825
Ｅ－ｍａｉｌ	Aya-michiyo@vill.shiiba.miyazaki.jp

（登録）【登録区分】地域DMO　一般社団法人　椎葉村観光協会

様式2

記入日：　令和　7年　6月　24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】
　宮崎県椎葉村
【設立時期】　平成22年1月22日
【設立経緯】
観光協会が地域DMOに移行
【代表者】　尾前　一日出
【マーケティング責任者（CMO）】　椎葉　記史
【財務責任者（CFO）】　椎葉　奈木沙
【職員数】　16人（常勤4人（正職員4人・出向等0人）、非常勤12人）
【主な収入】
　収益事業　63.2百万円、委託事業　26.9百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　37.9百万円、一般管理費　76.2百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　椎葉村観光プロジェクト実行委員会、ツーリズムネットワーク、村内旅館民宿、観光ガイド協会、商工会、商店街、交通事業者、椎葉村役場

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	500（　）	550（　）	910（5）	930（3.3）	950（4.9）	970（7.4）
	実績	446（　）	891（3.3）	911（2.2）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	10（　）	10.5（　）	10.4（0.15）	10.5（0.1）	11（0.15）	11.5（0.2）
	実績	9.1（0）	9.95（0.1）	10（0.07）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	100（　）	100（　）	61.5（61.5）	72.7（72.7）	74.5（74.5）	76.4（76.4）
	実績	87（　）	59（　）	71（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	55（　）	60（　）	61.5（61.5）	60.4（60.4）	61.9（61.9）	63.4（63.4）
	実績	53.9（　）	59（　）	59（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①自然体験や魚釣り・登山等を目的とする中～高年層や九州都市部からのファミリー層
②文化体験を目的とする首都圏・京阪神圏・アジア圏からのファミリー層・カップル等

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①当該層に訴求するような、「楽しみ・発見・学び・人のつながり」がある旅行商品のデータ収集や分析等を行いながら、強力に訴求するコンテンツを磨き上げ、更なる満足度向上と来訪増加を図って行く。
②秘境の魅力を活かしたブランディング、広域連携でのプロモーション、目的地となりうる体験・宿泊・飲食サービスの提供を通して、誘客の強化を図る。

【観光地域づくりのコンセプト】
助け合いの精神“かて一リズム”～互いを尊重し、新しい自分と出会う～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・着地型旅行商品の造成・販売
・旅行商品化現地調査
・FAMツアーの実施

【受入環境整備】
・自家用有償旅客運送事業を活用した観光タクシー運行
・観光ガイド案内人養成講座
・観光トイレ維持管理
・飲食、宿泊事業の立ち上げ協議
・第5次観光振興計画におけるアクションプラン策定

【情報発信・プロモーション】
・テレビ、情報誌、SNS(DMO・広域観光協議会)、HPでの情報発信
・SNS広告を活用した情報発信
・観光レディ、マスコットキャラクターPR事業
・ファンクラブ運営、情報発信
・Instagramフォトコンテスト事業
・宿泊観光客増加促進支援事業(宿泊・旅得クーポン券発行事業)

【その他】
・特産品販売所運営・商品開発(収益事業)
・書籍小売業(収益事業)
・ワンストップ窓口業務

秘境でたけのこ掘り

FAMツアー