様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 6 月 19 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	株式会社　ふじかわまちづくり公社	
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　富士川町 山梨県南巨摩郡富士川町	
所在地	山梨県南巨摩郡富士川町鰍沢 1639-1	
設立時期	令和 5 年 6 月 30 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	9 人【常勤 4 人(出向等 2 人)、非常勤 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） 相澤　輝雄 （出身組織名） （株）ふじかわまちづくり公社、クリーンファイターズ山梨 GM	令和 6 年 6 月よりふじかわまちづくり公社の代表取締役に就任。ラグビーチーム NEC グリーンロケッツの GM や総監督を歴任。現在は、クリーンファイターズ山梨の GM。富士川町とファイターズ山梨とは、包括連携協定を結んでおり、スポーツを活用した地域づくりを進めている。こうしたスポーツ分野の実績を活かした地域活性化を担うスポーツツーリズムについて、高い知見と能力を持っている。
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 ※必ず記入すること	（氏名） 海野　公哉「専従」 （出身組織名） 富士川町	富士川町で 30 年間勤務（うち統計部門に 3 年間勤務、観光部門に 2 年間勤務や現在観光物産協会事務局長として従事)。専従者として、データ収集や分析を行っている。 ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
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） 仙洞田　陽 （出身組織名） 仙洞田公認会計士事務所 公認会計士・税理士	公認会計士として、PwC あらた有限責任監査法人で 5 年間勤務し、事業会社の会計監査業務等を経験。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。

様式１

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） 澤登　拓 （出身組織名） （株）フレアス 代表取締役会長	在宅医療会社フレアスの代表取締役社長、首都圏富士川会の会長、一般社団法人山梨イノベーションベース代表理事等に就任し、地元富士川町を熟知しており、国内外の観光事業者との太いパイプを持っている。太いパイプを生かし、SNS 等を活用して、観光振興プロモーションを行なう。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 田中　康太「専従」 （出身組織名） 富士川町	富士川町で 11 年間勤務（うち観光部門に 2 年間勤務、広報部門に 2 年間勤務)。旅行商品の企画に高い能力を持つ。豊富な観光情報と知識を持ち、旅行業務取扱管理者の資格取得に向け、準備中。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	山梨県富士川町 政策秘書課（新規事業の促進・移住定住）・産業振興課（商工観光事業・農業振興事業）・生涯学習課（文化財等の保護・活用）・教育総務課（観光教育）・防災交通課（交通政策）	
連携する事業者名及び役割	富士川町商工会（商品造成・空き店舗対策） 富士川町観光物産協会（各種イベント・観光物産 PR・ふるさと名物の開発） 道の駅富士川（地域産品販売・各種イベント・情報発信） 日出づる里活性化組合（地域産品販売・ふるさと名産品の開発） 平林活性化組合（地域産品販売・ふるさと名産品の開発） みさき耕舎（各種イベント・体験農園・農業体験） ふるさと自然塾（宿泊・自然体験） 平林たはたの宿（宿泊・農林業体験） 歴史文化館塩の華（歴史文化学習・郷土学習） はくばく文化ホール（舞台芸術・文化体験） 民族資料館（文化財等の展示・案内ガイド） 山梨交通（二次交通） 富士川 CATV（イベント情報発信）	
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） 富士川町・観光物産協会・商工会・観光資源の関係者・交通事業者・旅行事業者、金融機関などが参画し、本法人が事務局を務める富士川町観光まちづくり会議の要綱を令和 5 年 6 月 1 日に制定し、6 月 26 日に委員の委嘱及び会議を開催した。	
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	地域のイベントや町の祭りへ PR ブースの出展を行なって、地域メディアに向けて情報発信を行なうことで、啓発や地域住民の理解を深める広報活動を実施していく。また、地元住民で行なう「ボランティアガイド」と連携を深め、着地型観光ツアーに加えることで、地域住民に対する観光地域づくりの意識啓発に繋げる。	

様式１

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・R5・6 年ドローンを活用した動画作成事業 町内の観光資源をドローンで撮影し、プロモーション動画を作成し、プロモーションを行った。 ・R5 年情報発信事業 公社 HP の開設や SNS X 及び Facebook を開設し、広く情報発信をおこなった。 ・R5・6 インバウンド向け情報発信事業 Cool Japan Videos を活用して、5 か国語対応による情報発信を行った。 ・R6 県外イベントでの情報発信、特産品の販売
受入環境の整備	・R5 年受入環境の整備に向けたアンケート調査事業 受入環境整備に向け、道の駅富士川でアンケート調査を実施や町が実施した町民対象のアンケート調査の分析を行った。 ・R6 年受入環境の整備に向けたアンケート調査事業 受入環境整備に向け、道の駅富士川でアンケート調査を実施した。 ・R6 年場外離発着場環境整備事業 富士川町で整備した場外離発着場を活用して、富裕層向けにヘリコプターを活用したモニターツアーに協力。今後、場外離発着場の管理運営業務を実施予定
観光資源の磨き上げ	・R5 年専門家派遣事業 バリューマネジメントの他力野氏を講師に迎え、体験型コンテンツの造成を行った。 ・R6 年体験型コンテンツ造成事業 峡南地区周遊コンテンツとして、市川三郷町の神明の花火と富士川町の宿泊をセットにしたツアーの造成を行った。また、大法師さくら祭りで花見席や桜植樹体験の造成を行った。

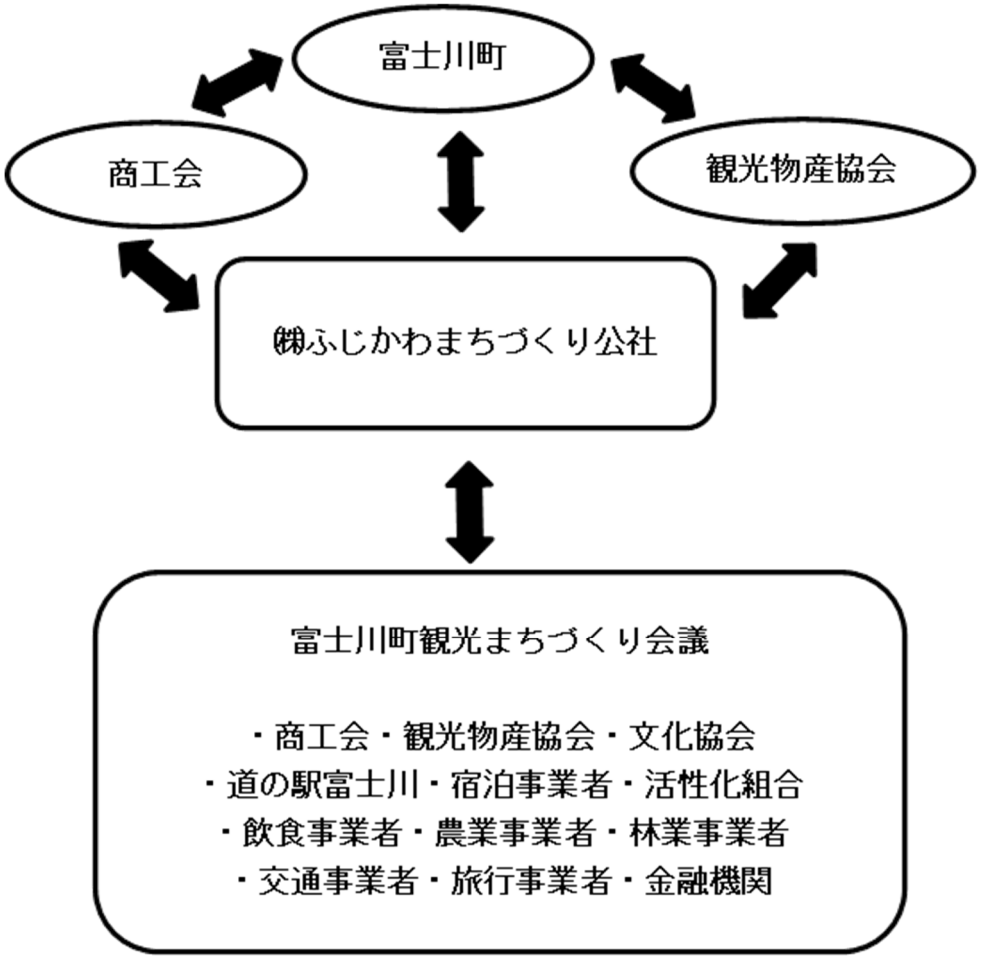
【定量的な評価】

情報発信については、ドローンを活用した動画作成を 19 回行い、X でプロモーションすることにより、フォロアー数が R7.3 月末で 2,223 人となった。また公社の HP を R6.3 月に開設し、R7.3 月末のアクティブユーザー数は、2,916 人。表示回数は、23,204 回となった。

受入環境の整備では、昨年に引き続き道の駅富士川で観光実態アンケートを実施し、17 件の回答を得た。また、町で整備した場外離発着場を活用したモニターツアーに協力し、1 回のツアーに携わった。今年度から場外離発着場の管理運営業務を実施予定

観光資源の磨き上げでは、峡南地区周遊コンテンツとして、市川三郷町の神明の花火と富士川町の宿泊をセットにしたツアーを 1 コース造成した。大法師さくら祭りで土日４日間の花見席を造成、ふるさと納税桜植樹体験では、1 件の納税があった。

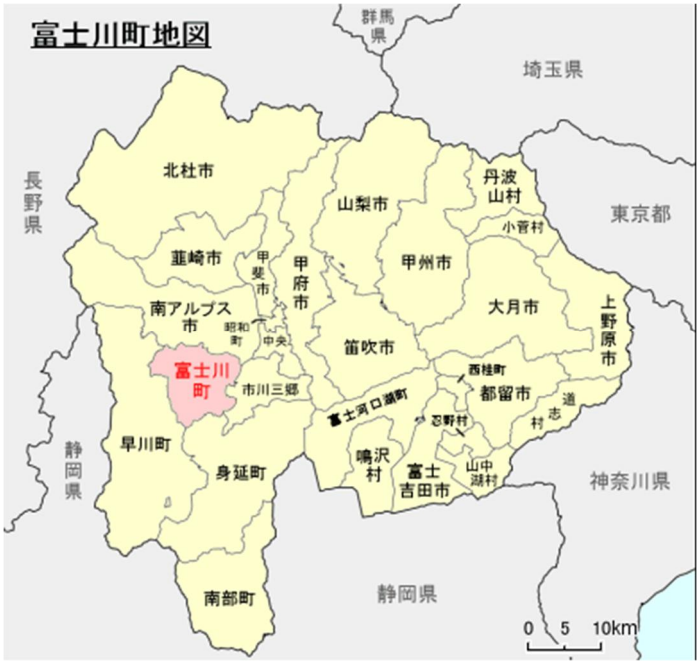
様式１

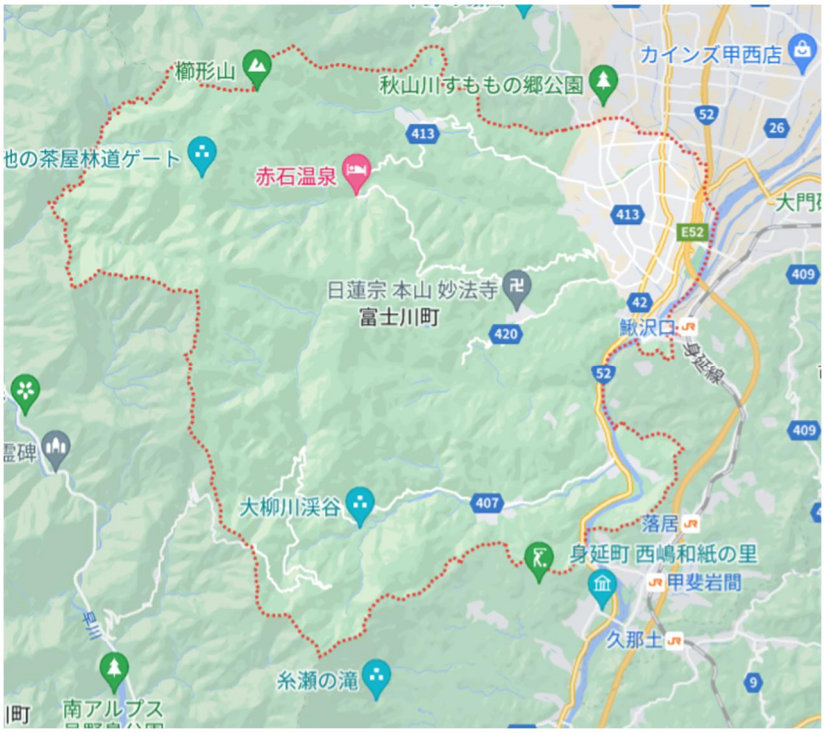
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** （株）ふじかわまちづくり公社が母体となり、メンバーには、行政、商工会、観光物産協会、文化協会、道の駅富士川、宿泊事業者、活性化組合、飲食事業者、農業事業者、林業事業者、交通事業者、旅行事業者、金融機関の多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施 **【実施体制図】** 

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】

富士川町全体を区域とする。町内各所に観光資源が点在していることや富士川町観光振興計画で町内全体の観光計画を策定していることから、整合性を図るため全域を区域とする。

観光客の実態等】

	2018 年（H30）	2019 年（R01）	2020 年（R2）	2021 年（R3）	2022 年（R4）	2023 年（R5）
観光入込客数（人）	528,355	506,566	371,450	402,727	532,731	419,616
延べ宿泊者数（人）	315	1,795	470	1,042	2,381	1,197
旅行消費額（百万円）	5,609	6,331	6,107	5,894	5,964	5,173

出典

観光入込客数：山梨県観光入込客統計調査__富士川町

延べ宿泊者数：RESAS（延べ宿泊者数の推計__富士川町）

旅行消費額　：山梨県観光入込客数統計調査（山梨県観光消費額一人当たり平均額×富士川町観光入込客数）

【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】

道の駅富士川、つくたべかん、平林交流の里みさき耕舎、増穂ふるさと自然塾、たはたの宿、まほらの湯、かじかの湯、大柳川渓谷、儀丹の滝、妙連の滝、十谷温泉郷、ダイヤモンド富士、氷室神社、大法師公園、小室山妙法寺、八雲公園、櫛形山、源氏山、平林の棚田、歴史文化館　塩の華、あおやぎ宿「追分館」、民俗資料館、雨畑硯、富士川舟運、富士水碑、シェアサイクル、テニスコート、体育館、ふれあいスポーツ公園、大法師さくら祭り、小室山妙法寺あじさい祭り、もみじ祭り、甲州富士川まつり、ゆずの里まつり、氷室の郷ふれあいまつり、櫛形山夏山トレッキング、ゆずの里「絶景ラン&ウォーク大会」、朝市「よりみちマーケット」、太鼓フェスティバル、山車巡行祭り

宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設	施設数	収容人数
ホテル	1 軒	80 人
民宿	2 軒	100 人
旅館	1 軒	30 人
コテージ・宿	3 軒	42 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

●車の場合

【東京方面】

調布 IC（中央自動車道・約 1 時間 20 分）⇒双葉 JCT（中部横断自動車道・約 30 分）⇒増穂 IC

【名古屋方面】

名古屋 IC（新東名高速道路・約 2 時間）⇒新清水 JCT（中部横断自動車道・約 50 分）⇒増穂 IC

●電車の場合

【東京方面】

新宿（JR 中央本線特急・約 1 時間 30 分）⇒甲府（JR 身延線特急・約 25 分）⇒市川大門又は鰍沢口

【名古屋方面】

名古屋（JR 東海道新幹線・約 1 時間）⇒静岡（JR 東海道本線・約 35 分）⇒富士（JR 身延線特急・約 1 時間 20 分）⇒市川大門又は鰍沢口

●高速バスの場合

【バスタ新宿（新宿南口交通ターミナル)】

新宿（中央自動車道・約 2 時間 35 分）⇒青柳⇒鰍沢本町

【外国人観光客への対応】

外国人観光客に対応するため、多言語版観光パンフレット（英語、中国語、韓国語）の作成や外国語表記の看板を道の駅富士川、まほらの湯、かじかの湯、みさき耕舎に設置。町内観光施設や公共施設に公衆無線 LAN スポットを配置し、外国人観光客が観光情報等を入手できる環境を整備している。また、町のホームページ上で観光施設や見所を多言語化（英語、中国語、韓国語）されたパノラマ VR やフォトムービーで見ることができるサイトを整備している。町で整備した場外離発着場を外国人富裕層向けに活用していく。

様式１

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。	道の駅富士川で観光実態アンケート調査を毎年実施する。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	RESAS（延べ宿泊者数）データを活用
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。	道の駅富士川で観光実態アンケート調査を毎年実施する。
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。	道の駅富士川で観光実態アンケート調査を毎年実施する。
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アクセス数を把握する。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	道の駅富士川で観光実態アンケート調査を毎年実施する。

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

富士川町では、人口減少が進んでおり、就業者数の最も多い製造業においても高齢化等の影響で 1999 年と 2019 年を比較すると、従業者数で△629 人、製造品出荷額で△20,005 百万円となり、いずれも減少傾向にある。また観光面では、町内の宿泊施設が不足しており、延べ宿泊者数が 2019 年の 1,795 人をピークに減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として空き家等を活用した宿泊先の確保や既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、ふるさと納税に特化した商品の開発等によって、新たな雇用の創出や交流人口の増加に繋げることとする。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** **・滝、吊り橋が魅力の大柳川渓谷** **・ダイヤモンド富士の魅力** **・富士川舟運と青柳宿・鰍沢宿の歴史** **・自然環境の溢れるトレッキングコース** **・富士山の見える棚田** **・日本のさくら名所百選の大法師公園** **・首都圏からのアクセス** **・櫛形山登山の魅力** **・林道からの眺望**	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** **・宿泊施設の不足** **・二次交通の不足** **・空き店舗の増加** **・移住希望者に対する雇用・住居の不足** **・文化施設の不足**

様式１

	機会（Opportunity）	脅威（Threat）
外部環境	・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・歴史文化施設の塩の華のオープン ・旧増穂商業高校の跡地利用 ・いきいきスポーツ公園のオープン ・ゆるキャン△のモデル地 ・三密リスクの低いアウトドアブーム ・ドッグランの整備 ・コストコ南アルプス倉庫店の開業 ・場外離発着場の整備	・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・若年層の車離れ ・タクシーの減少に伴う交通機関の不足 ・コロナの影響による団体旅行客の減少 ・人口減少による国内旅行客の減少

※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）。

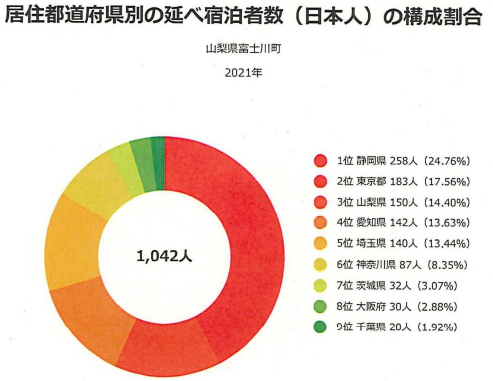
様式１

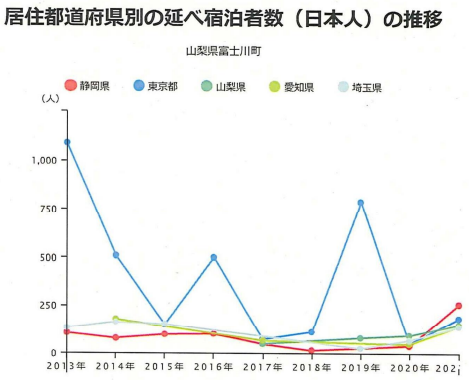
（３）ターゲット

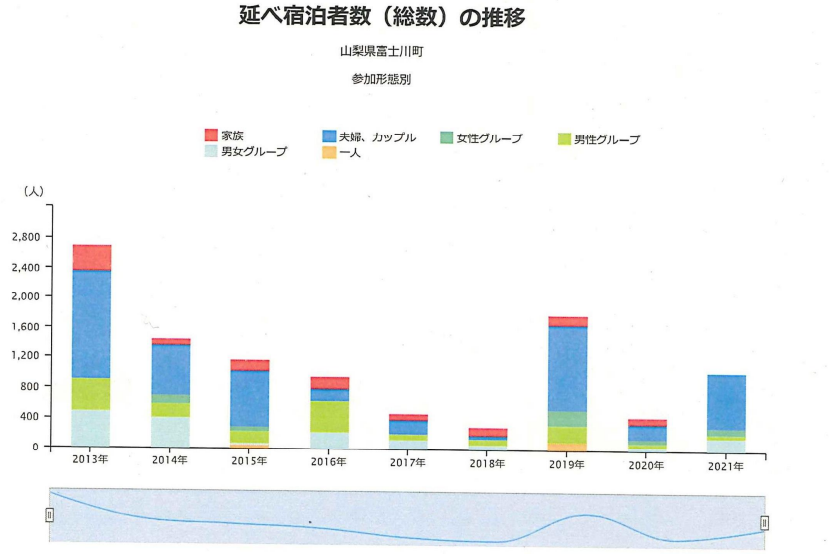
○第１ターゲット層
※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。
（例）香港・台湾を中心とした東南アジア、３０～５０代のリピーター

○第１ターゲット層
静岡県、愛知県の中部地区と東京都、埼玉県を中心とする関東地域の夫婦・カップル

○選定の理由
RESAS　From-to 分析（宿泊者）により、県外宿泊者の約 4 割が静岡県、愛知県からで、約 3 割が東京都、埼玉県からで、その内半数以上が夫婦又はカップルの宿泊者であることを把握した。宿泊者をターゲットにすることにより、より多くの旅行消費を見込めることから、第１ターゲット層とした。





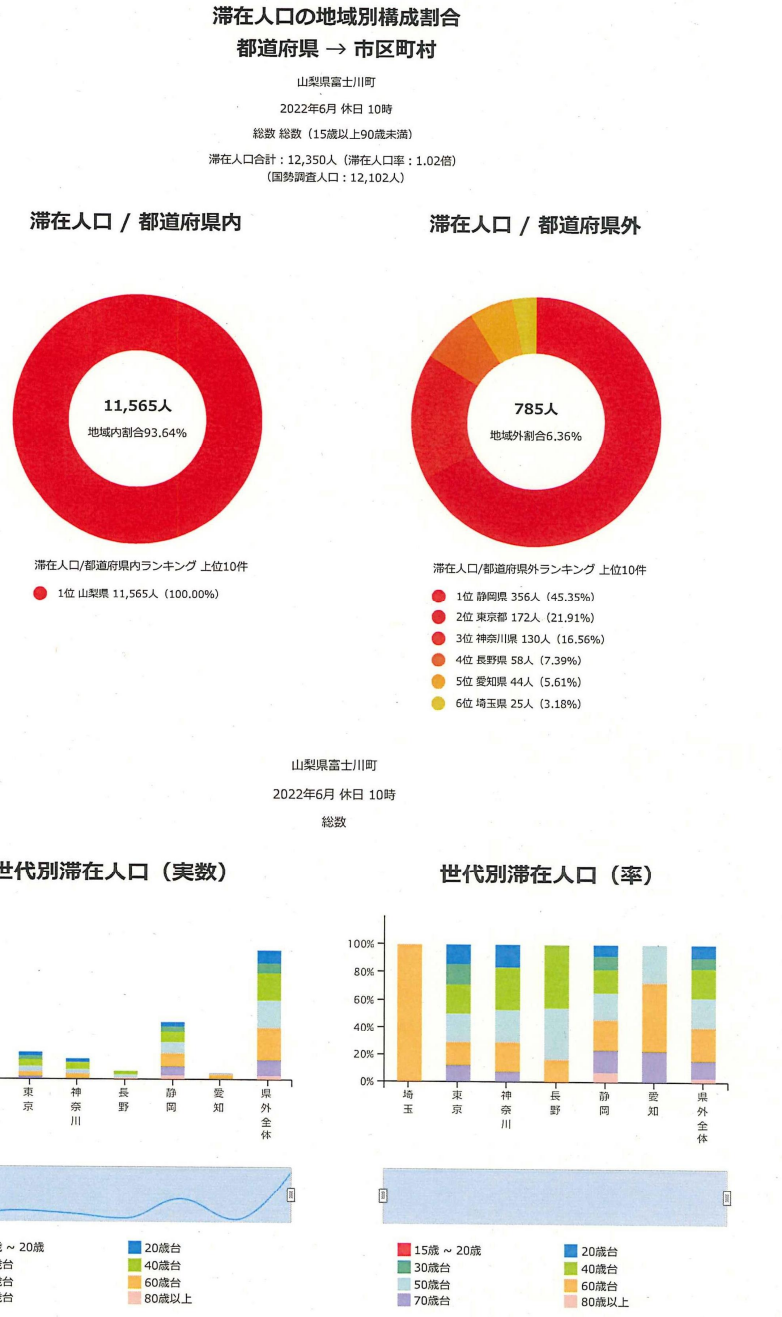


○取組方針
空き家を活用した宿泊施設の整備による宿泊施設の拡大やリピート率を向上させるため、たはたの宿の農業体験コンテンツの発掘、磨き上げや日本さくら名所 100 選の大法師公園の老朽化した桜の植え替えなど、観光資源の磨き上げを行なっていく。

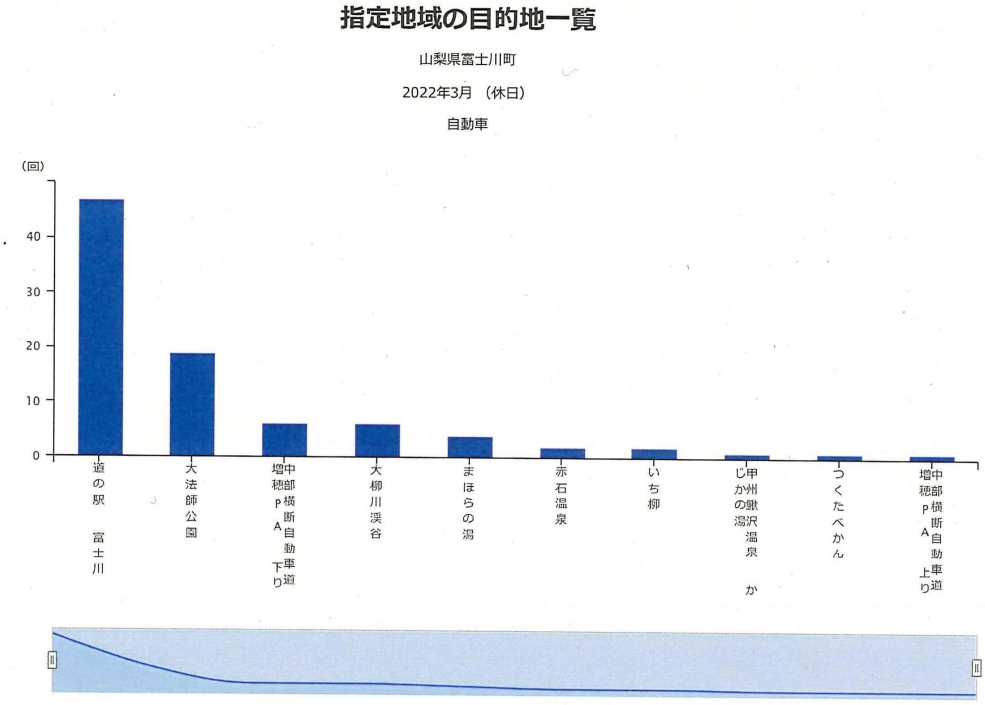
様式１

〇第２ターゲット層
静岡県からの 50-60 歳台

〇選定の理由
RESAS　滞在人口の地域別構成割合により、休日 10 時の県外からの滞在人口の 45%を占める静岡県の滞在人口の約 4 割を占める 50，60 歳台で年間の指定地域の目的地ランキングの 1 位である道の駅富士川に来る観光客をターゲットとする。



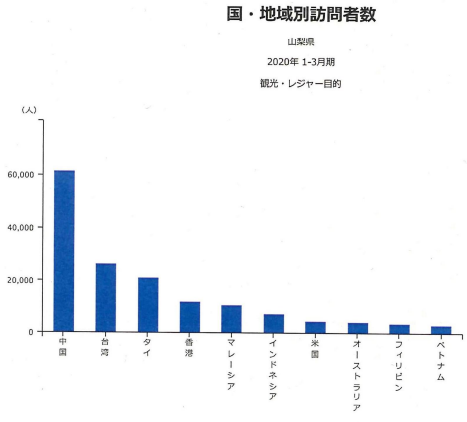
様式１

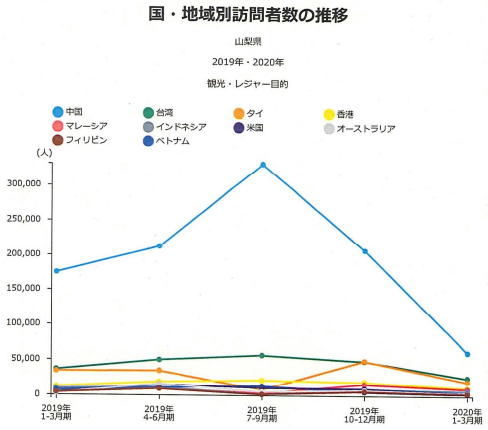


〇取組方針
道の駅富士川での旅行消費額を増やすため、魅力ある名物商品の開発、既存の商品の磨き上げ、各種イベントの充実を図っていく。

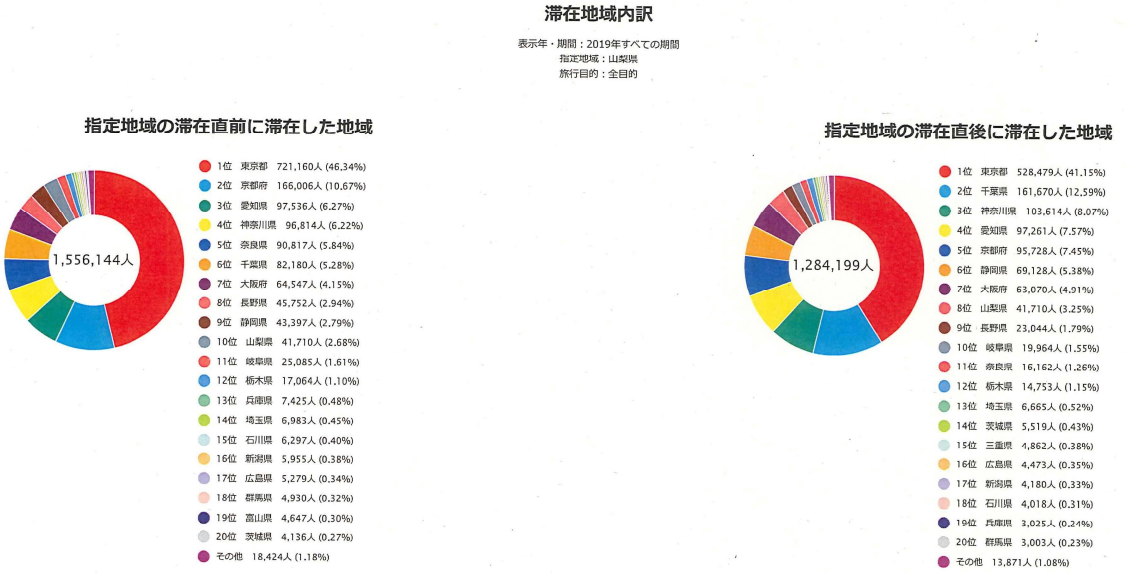
〇第３ターゲット層
中国、台湾、タイを中心とするアジア圏からの外国人観光客

〇選定の理由
新型コロナウイルス感染症法上の分類が５類への移行に伴い、水際対策緩和により外国人観光客が増加しているため、RESAS　国・地域別訪問者数で山梨県を訪問した上位の中国、台湾、タイを中心としたアジア圏からの外国人観光客をターゲットとする。





様式１



〇取組方針
観光資源を活かした着地型観光ツアーの充実、富裕層向けの山間地区での分散型ホテルや宿泊施設の整備、山梨の滞在直前に滞在した地域で東京都が 46%であることから、首都圏からの快適な移動を図るためや外国人富裕層向けに既存ヘリポートを活用、アジア圏に特化した多言語案内板、パンフレットの多言語化。国際化を意識した人材を育成するため、海外との姉妹都市提携を進めていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	自然息づく　きらめきの郷
②コンセプトの考え方	富士川町は、森林が約 8 割を占める豊かな自然資源に囲まれた環境にある。この地域の強みである 8 つの滝と 10 つの吊り橋がある大柳川渓谷や高下地区のダイヤモンド富士、平林地区の富士山の見える棚田などの富士山の眺望、美しい資源環境や 400 年前、角倉了以による富士川開削による富士川舟運の歴史、その拠点として栄えた青柳宿・鰍沢宿の街並みがある。こうした資源を活かしながら、県内外から多くの観光客を受け入れるため、本町を訪問する観光客が町内に滞在する仕組みを構築するとともに、新たな観光資源の発掘と日本さくら名所 100 選の大法師公園の老朽化した桜の植え替え、自然溢れるトレッキングコースの眺望の確保など既存資源の魅力向上、名物の創出など、地域の今ある資源や眠っている資源を活用した観光づくりを推進していく。

様式１

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。	観光関連事業者と戦略の合意形成を図るため、法人が事務局となる富士川町観光まちづくり会議の要綱を令和5年6月1日に制定し、委員の委嘱及び会議を6月26日に開催した。この会議内で情報共有と観光戦略に関する協議を行い、一元化を図っている。また、事業年度終了後においては、KPIの検証などを定期的に行っていく。その検証結果については、法人HPで公表していく。
	上記の取り組みを行うため、各年度富士川町観光まちづくり会議を開催する。
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	道の駅富士川で観光客に対する観光実態アンケート調査を実施し、分析した結果を観光客に提供するサービスの維持・向上に反映していく。
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	DMOにおいて、一元的に情報発信や今後、町の玄関口である道の駅富士川に事務所を置くことで、ワンストップ窓口の効率的な実施を図る。またSNSを利用した効果的なプロモーションを実施していく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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	6,189	6,808	7,148	7,505	7,880	8,274
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	5,964	5,173	県調査結果待ち			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	1,146	1,375	1,650	1,732	1,818	1,908
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	2,381	1,197	RESAS 調査結果待ち			
		(-)	(-)	(-)			
●来訪者満足度（%）	目標	-	調査開始	87	90	90	90
		(-)	(-)	(60)	(60)	(60)	(60)
	実績	-	84	94			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標	-	調査開始	86	81	82	83
		(-)	(-)	(10)	(10)	(10)	(10)
	実績	-	82	80			
		(-)	(-)	(-)			

※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】
法人を令和 5 年 6 月に立ち上げのため、独自のデータを持っていないため、RESAS 及び山梨県観光入込客統計調査の数値を用いている。こうしたことから精度の高いデータ分析を行うため、観光実態アンケート調査を道の駅富士川で 2023 年度から収集、分析を行っていく。その分析結果に応じて、KPI の数値目標を随時修正していく。また訪日外国人旅行者については、基礎数値を持っていないため、観光実態アンケート調査を 2023 年度から実施し、その分析結果に応じて、今後 KPI を設定していく。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
山梨県観光入込客数統計調査の山梨県観光消費額一人当たり平均額×富士川町観光入込客数で算出しているため、山梨県全域の平均値を用いている。2023 年度はコロナウイルス感染症法上の分類の引き下げ等により前年比増を見込んでいたが、2023 年度は、コロナの影響で落ち込んだ消費が回復すると見込みに対し、対前年度比△13%となった。今後は、コストコ南アルプス倉庫店の開店など、観光客の増加を見込み、2025 年度以降はそれぞれ 5%増を見込んだ数値を設定

●延べ宿泊者数
RESAS　延べ宿泊者数の推計の富士川町を活用して宿泊者数を把握する。2023 年度はコロナウイルス感染症法上の分類の引き下げ等により前年比増を見込んでいたが、2023 年度は、コロナの影響で落ち込んだ消費が回復すると見込みに対し、対前年度比△49%となった。今後は、コストコ南アルプス倉庫店の開店など、観光客の増加による宿泊者数の増加を見込み、2025 年度以降はそれぞれ 5%増を見込んだ数値を設定

●来訪者満足度
観光実態アンケート調査を道の駅富士川を中心に実施し、2024 年度の 94%が非常に満足、満足、やや満足の結果となった。2025 年度以後は、90%を維持する数値を設定していく。また、外国人来訪者については、多言語化したアンケートを実施したが、回答者が現れなかった。

●リピーター率
観光実態アンケート調査を道の駅富士川を中心に実施し、2024 年度の 80%に対し、2025 年度以降は、それぞれ 2%増を見込んだ数値を設定。また、外国人来訪者については、多言語化したアンケートを実施したが、回答者が現れなかった。

（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
●Web サイトのアクセス状況（回）	目標	－	開設	1,300	7,187	7,905	8,695
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	－	106	6,534			
		(－)	(－)	(－)			
●ふるさと納税納税額（百万円）	目標	200	200	269	332	561	786
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	95	252	277			
		(－)	(－)	(－)			
●観光入込客数（人）	目標	422,863	465,149	488,406	512,826	538,467	565,390
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	532,731	419,616	県調査結果待ち			
		(－)	(－)	(　)			
●X フォロアー数（人）	目標	－	開設	1,500	2,723	3,223	3,723
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	－	1,100	2,223			
		(－)	(－)	(－)			
●	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。

様式１

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】

ふるさと納税を町から受託することを皮切りに、新たな町内特産品の開発を行い、返礼品事業者の増加及び寄附金額の増加を目標とする。また、法人を PR するため、ウェブサイトの開設や LINE による情報発信を通じて、お友達登録の増加させることで、町の魅力を情報発信し、観光客の誘致につなげていく。

【設定にあたっての考え方】

●ふるさと納税納税額

低迷しているふるさと納税額を増やすため、公社がふるさと納税強化に努めた結果、2024 年度は 2.7 億円となった。2024 年度は町からふるさと納税業務を受託することにより町や道の駅富士川と連携し、魅力ある新規返礼品の開発、体験等の返礼品を積極的に導入することで、2025 年度 3.2 億円、2026 年度 5.6 億円、2027 年度 7.8 億円を目指す。

●観光入込客数

H28-30 において、年間 528 千人を記録しており、コロナウイルス感染症上の分類の引き下げに伴い、2023 年度から回復するとの見込みであったが、対前年度比△21%となった。今後は、コストコ南アルプス倉庫店の開店など、観光客の増加を見込み、2025 年度以降はそれぞれ 5%増を見込んだ数値を設定

●ウェブサイトアクセス数

観光情報や公社の情報発信のため、ウェブサイトを R6.3 月に開設し、訪問者数を Google アナリティクスで測定する。2024 年度はアクセス数が 6,534 回と大幅な伸びとなった。2025 年度以降は、対前年度比 10%増加を見込んだ数値を設定

●X フォロワー数

観光情報や公社の発信のため、SNS の X を R5.6 月に開設した。2024 年度はツイート回数の増や動画投稿の増により、フォロワー数 2,223 人となった。2025 年度は対前年度 500 人の増加を見込んだ数値を設定

様式１

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）
2023（Ｒ５）年度	13,051,065（円）	【町からの補助金】 8,705,043（円） 【町からの報償費】 4,000,000（円） 【その他】 346,022（円）
2024（Ｒ６）年度	41,549,007（円）	【町からの補助金】 10,182,165（円） 【町からの報償費】 15,620,000（円） 【収益事業】 【ふるさと納税委託料】 10,290,694（円） 【その他】 5,456,148（円）
2025（Ｒ７）年度	44,980,000（円）	【国からの補助金】 5,000,000（円） 【町からの補助金】 12,200,000（円） 【町からの報償費】 16,000,000（円） 【収益事業】 【ふるさと納税委託料】 9,680,000（円） 【企業版ふるさと納税報償費】 1,100,000（円） 【その他】 1,000,000（円）
2026（Ｒ８）年度	61,413,000（円）	【国からの補助金】 5,000,000（円） 【町からの補助金】 12,200,000（円） 【町からの報償費】 23,600,000（円） 【収益事業】 【ふるさと納税委託料】 18,513,000（円） 【企業版ふるさと納税報償費】 1,100,000（円） 【その他】 1,000,000（円）
2027（Ｒ９）年度	91,738,000（円）	【国からの補助金】 5,000,000（円） 【町からの補助金】 12,200,000（円） 【町からの報償費】 46,500,000（円） 【収益事業】 【ふるさと納税委託料】 25,938,000（円） 【企業版ふるさと納税報償費】 1,100,000（円） 【その他】 1,000,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2023（Ｒ５）年度	12,806,596（円）	【一般管理費】 8,705,043（円） 【事業費】 4,101,553（円）
2024（Ｒ６）年度	41,140,378（円）	【一般管理費】 10,182,165(円) 【事業費】 30,958,213(円)
2025（Ｒ７）年度	43,979,000（円）	【一般管理費】 12,200,000(円) 【事業費】 31,779,000(円)
2026（Ｒ８）年度	60,413,000（円）	【一般管理費】 12,200,000(円) 【事業費】 48,213,000(円)
2027（Ｒ９）年度	90,738,000（円）	【一般管理費】 12,200,000(円) 【事業費】 78,538,000(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

・令和６年４月から、ふるさと納税業務を町から受託する。
・企業版ふるさと納税を企業へ売り込みして報償費を得る。
・富士川町の資源を活かした着地型旅行商品の造成、販売等（旅行業取得後）を実施する。
・ふるさと納税の返礼品や道の駅富士川などで販売するため、名物商品の開発、販売を実施する。
・地域特設サイトを立ち上げ、特産品の紹介やふるさと納税の受付、ECサイト機能を使い、特産品等の販売
・町のゆるキャラであるゆずにゃんグッズの開発、販売を実施する。
・場外離発着場の管理運営業務を町から受託する。

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
山梨県富士川町は、（株）ふじかわまちづくり公社を富士川町における地域ＤＭＯとして登録したいので申請する。

様式１

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	海野公哉
担当部署名（役職）	株式会社ふじかわまちづくり公社　事務局長
郵便番号	400-0601
所在地	山梨県南巨摩郡富士川町鰍沢 1639-1
電話番号（直通）	0556-20-8088
ＦＡＸ番号	0556-20-8089
Ｅ－ｍａｉｌ	umino-kmy@fujikawa-machi.co.jp

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	山梨県　富士川町
担当者氏名	望月　奈緒美
担当部署名（役職）	産業振興課　課長
郵便番号	400-0592
所在地	山梨県南巨摩郡富士川町天神中條 1134
電話番号（直通）	0556-22-7202
ＦＡＸ番号	0556-22-3177
Ｅ－ｍａｉｌ	mochizuki-nom@town.fujikawa.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	山梨県　富士川町
担当者氏名	大森　充
担当部署名（役職）	産業振興課　主査
郵便番号	400-0592
所在地	山梨県南巨摩郡富士川町天神中條 1134
電話番号（直通）	0556-22-7202
ＦＡＸ番号	0556-22-3177
Ｅ－ｍａｉｌ	omori-sh@town.fujikawa.lg.jp

（候補／登録）【登録区分】（DMO名称）

様式2

記入日：　令和7年6月19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】
　山梨県富士川町
【設立時期】 令和5年6月30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】 相澤　輝雄
【マーケティング責任者（CMO）】 海野　公哉
【財務責任者（CFO）】　仙洞田　陽
【職員数】 9人（常勤4人（出向等2人）、非常勤5人）
【主な収入】（6年度実績）
　町からの補助金10,182千円、町からの報償費15,620千円、委託料10,290千円
【総支出】（6年度実績）
　事業費　23,278千円、一般管理費　10,182千円、人件費　7,680千円
【連携する主な事業者】
　富士川町商工会、富士川町観光物産協会、道の駅富士川、活性化組合、みさき耕舎、ふるさと自然塾、平林たはたの宿、歴史文化館塩の華、はくばく文化ホール、民族資料館、山梨交通、富士川CATV

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

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	6,189（－）	6,808（－）	7,148（－）	7,505（－）	7,880（－）	8,274（－）
	実績	5,964（－）	5,173（－）	県調査結果待ち（－）	―	―	―
延べ宿泊者数（千人）	目標	1,146（－）	1,375（－）	1,650（－）	1,732（－）	1,818（－）	1,908（－）
	実績	2,381（－）	1,197（－）	RESAS調査結果待ち（－）	―	―	―
来訪者満足度（%）	目標	－（－）	調査開始（－）	87（60）	90（60）	90（60）	90（60）
	実績	－（－）	84（－）	94（－）	―	―	―
リピーター率（%）	目標	－（－）	調査開始（－）	86（10）	81（10）	82（10）	83（10）
	実績	－（－）	82（－）	80（－）	―	―	―

戦略

【主なターゲット】
①静岡県、愛知県の中部地区と東京都、埼玉県を中心とする関東地域の夫婦・カップル
②静岡県からの50-60歳台
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①空き家を活用した宿泊施設の整備による宿泊施設の拡大やリピート率を向上させるため、たはたの宿の農業体験コンテンツの発掘、磨き上げや日本さくら名所100選の大法師公園の老朽化した桜の植え替えなど、観光資源の磨き上げを行なっていく。
②道の駅富士川での旅行消費額を増やすため、魅力ある名物商品の開発、既存の商品の磨き上げ、各種イベントの充実を図っていく。
【観光地域づくりのコンセプト】
自然息づく きらめきの郷

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・大法師公園の老木化した桜の植え替え
・たはたの宿の農業体験コンテンツの発掘、磨き上げを行なう。
【受入環境整備】
・多言語されたパノラマVRやフォトムービーサイトの整備
・多言語パンフレットの制作
・観光周遊マップの制作
・不足している駐車場の整備
・観光施設に公衆無線LANの導入
【情報発信・プロモーション】
・ワンストップ窓口
・SNSを利用したプロモーション
・新たな観光パンフレットの作成
・法人HPの情報発信
【その他】
・分散型ホテルの企画
・首都圏からのアクセス解消、富裕層向けヘリポートの活用
・海外との姉妹都市提携
・新たな特産品の企画・開発
・精度の高いデータの収集・分析