観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１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	株式会社ソラヤマいしづち	
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 愛媛県西条市、愛媛県久万高原町、高知県いの町、高知県大川村	
所在地	愛媛県西条市大町 798 番地 1	
設立時期	2018 年 11 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	8 人【常勤 5 人（正職員 4 人・出向等 1 人）、非常勤 3 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） 中野　太一 （出身組織名） （株）クロスプロジェクトグループ	（株）ソラヤマいしづちの代表取締役社長として、県境をまたぐ地域連携ＤＭＯの最終責任者として統括を担う。（(株）久万高原開発 取締役を兼務）
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） 中野　太一 （出身組織名） （株）クロスプロジェクトグループ	地域連携ＤＭＯの最終責任者として統括を担いながら、民間企業（(株）久万高原開発）の運営責任者かつ、出身組織（グループ企業）間での連携やノウハウ生かしマーケティング戦略を立案・指揮する。
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） 大村　和揮「専従」 （出身組織名） 愛媛県西条市	（例）愛媛県西条市に 14 年間勤務。金融機関勤務の経歴もあり、組織の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）	中野　太一 （出身組織名） （株）クロスプロジェクトグループ	民間企業で培った SNS を用いたプロモーションに高い能力を持つ。

様式１

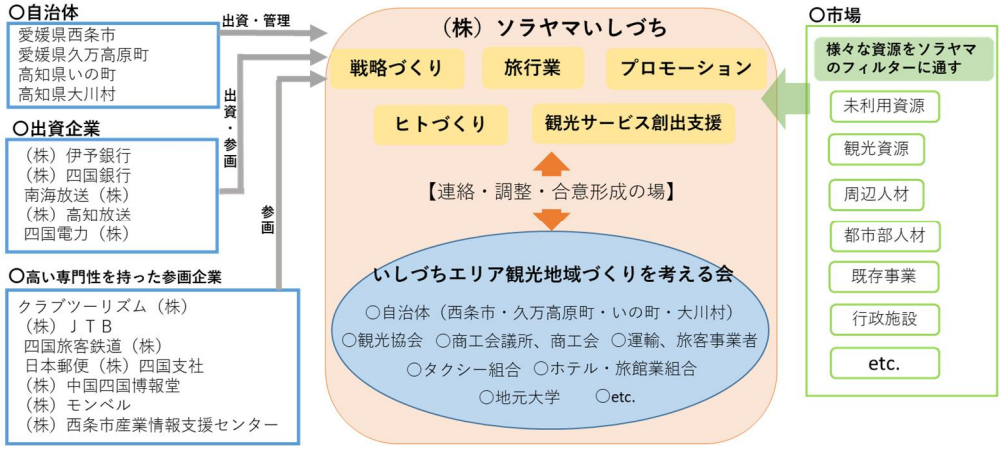
※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 松本　勝 （出身組織名） （株）いしづち観光	国内旅行業務取扱管理者、国内旅程管理主任者、自然体験活動指導者などの資格を持ち、旅行商品の造成や販売を行いながら、自らも山岳ガイドとして活動し経験豊富で、山岳関連の旅行商品造成においてアドバイスを求める旅行社も多数いる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・西条市　産業経済部観光振興課観光推進係 （連携市町村総括、マーケティング・人づくり・観光地域づくり・域内観光サービス事業者の支援） ・久万高原町　まちづくり営業課 （観光地域づくり・域内観光サービス事業者の支援） ・いの町　本川総合支所産業建設課 （観光地域づくり・域内観光サービス事業者の支援） ・大川村　むらづくり推進課 （観光地域づくり・域内観光サービス事業者の支援）	
連携する事業者名及び役割	・㈱クロスプロジェクトグループ（地方創生アテンダー・旅行商品の開発） ・㈱伊予銀行（地方創生、融資） ・㈱四国銀行（地方創生、融資） ・四国電力㈱（地域創生アテンダーとして統一的な相談窓口） ・南海放送㈱（域内のプロモーション） ・㈱高知放送（域内のプロモーション） ・クラブツーリズム㈱（旅行業、旅行商品の開発・販売） ・㈱モンベル（アウトドア体験プログラムの開発） ・四国旅客鉄道㈱（地方創生アテンダーとして統一的な相談窓口） ・㈱ＪＴＢ（旅行業、旅行商品の開発・販売） ・日本郵便㈱四国支社（地方創生アテンダーとして統一的な相談窓口） ・㈱西条産業情報支援センター（域内観光サービス事業者への支援） ・伊予西条ホテル旅館組合（宿泊） ・域内各観光協会（宿泊、情報提供、事業実施協力） ・（一社）四国ツーリズム創造機構（広域での情報発信、商談会の開催）	
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 ㈱ソラヤマいしづちが中心となり、観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、地域の多様な関係者で合意を図りながら、いしづちエリアの魅力を国内外の人々に伝え、訪れる人々と地域に潤いを与え続けるサスティナブルな観光地域づくりを推進するため、組織内に「いしづちエリア観光地域づくりを考える会」を設置。	
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	いしづちエリアは豊かな自然が魅力であるとともに、この地域に住む人々も当エリアを代表する魅力的な“コンテンツ”であという認識のもと、「ヒト（つながり）」を目的とする新たな観光のスタイルを提案するマッチングサービス「旅は人まかせ」の運用を開始している。	

<table>
<tr><td></td><td>　その他、石鎚山系の自然を学び、親しむことのできるアウトドアイベント「オモフェス」を開催し地域住民に対する石鎚山系の環境保全に関する知識の普及・啓発を行っている。</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>自社 WEB サイト「ISHIZUCHIJOURNEY」や Facebook、Instagram 等の SNS において、自社企画ツアーの募集やいしづちエリアのプロモーションを展開しつつ、2024(R6)年度においては、大手航空会社とともに補助事業を実施する中で、当エリアに関する記事を機内誌に掲載するなどのプロモーションを実施した。

いしづちエリアの魅力を域内外に広く PR するために、他社や各自治体と協力し、当エリアのファンを増やすための各種ファムツアー・イベントを開催した。
・観光コンテンツ造成支援事業（日本航空）
（2024 年 11 月開催／参加者 31 人）
・オモフェス（愛媛県）
（2024 年 8 月・11 月開催／参加者　計 174 人）
・在住外国人向け石鎚エリア観光促進事業（愛媛県）
（2024 年 9 月・2025 年 2 月開催／参加者　計 61 人）
・滞在型観光客誘客促進事業（久万高原町）
（2024 年 7 月～2025 年 3 月開催／参加者　延べ 552 人）</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・「いしづち編集学校」（2019 年度・2020 年度・2021 年度実施）の卒業生と連携したツアー実施を通じて、いしづちエリアのガイド人財の育成に注力しました。

※「いしづち編集学校」
地域に対する愛着と誇りを持ちながら、様々な角度から地域を見つめ直し、地域の持つ強みを編集し発信する能力を有する「ヒト」を育成する人財育成事業</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>　いしづちエリアの自然・文化・アウトドアアクティビティなどを活用した着地型旅行商品の開発・造成・販売
　＜旅行業事業売上＞
（2020(R2)年度　実績額 15,578,250 円）
（2021(R3)年度　実績額 20,975,398 円）
（2022(R4)年度　実績額 46,284,700 円）
（2023(R5)年度　実績額 29,331,487 円）
（2024(R6)年度　実績額 21,961,610 円）
（2025(R7)年度　予定額 24,000,000 円）</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

	【定量的な評価】 　人員削減が影響し、旅行業の売上実績は約 2,900 万円から約 2,200 万円へと減少したが、他事業の収益でカバーし、 当初目標　ツアー等誘客者数 2,000 人／売上 3,000 万円／利益 1,000 万円 に対し、2024 年度 最終実績　ツアー等誘客者数 2,790 人／売上 4,045 万円／利益 1,699 万円 となった。
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】** ㈱ソラヤマいしづちが立案するいしづちエリアの観光事業戦略について、行政や宿泊業者、交通事業者等が参画する「いしづちエリア観光地域づくりを考える会」での意見集約、合意形成、並びに KPI の達成状況を含む事業実施報告を行うなど、多様な関係者が密接に連携した運営を実施している。 **【実施体制図】** 

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】

西日本最高峰の石鎚山をはじめとした雄大な石鎚山系を有する愛媛県西条市、久万高原町、高知県いの町、大川村においては、石鎚山系をフィールドとした同様の取り組みをそれぞれが行ってきた。

しかしながら、行政においては限られた資源の中でより効率的な事業の実施が求められ、また何より観光客（旅行者、登山者、サイクリスト等）の満足度向上のためには行政の枠を超え１市２町１村が連携した事業の実施が必要と考え、2017(H29)年３月に包括連携協定を締結し、石鎚山系の魅力の発信、利用者の満足度の向上、安全対策の実施、豊かな自然環境の保全などの取り組みを実施してきた。

この枠組みを活かし、持続可能な観光産業を創出し地方創生を実現するため、このエリアを㈱ソラヤマいしづちがマーケティング・マネジメントする区域として設定した。

【観光客の実態等】

	2018(H30)年度	2019(R1)年度	2020(R2)年度	2021(R3)年度	2022(R4)年度	2023(R5)年度	2024(R6)年度
観光入込客数	5,004	5,265	3,819	3,776	4,353	4,441	4,677
増減（対H30年比）		5.2%	△23.7%	△24.5%	△13.0%	△11.3%	△6.5%

【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】

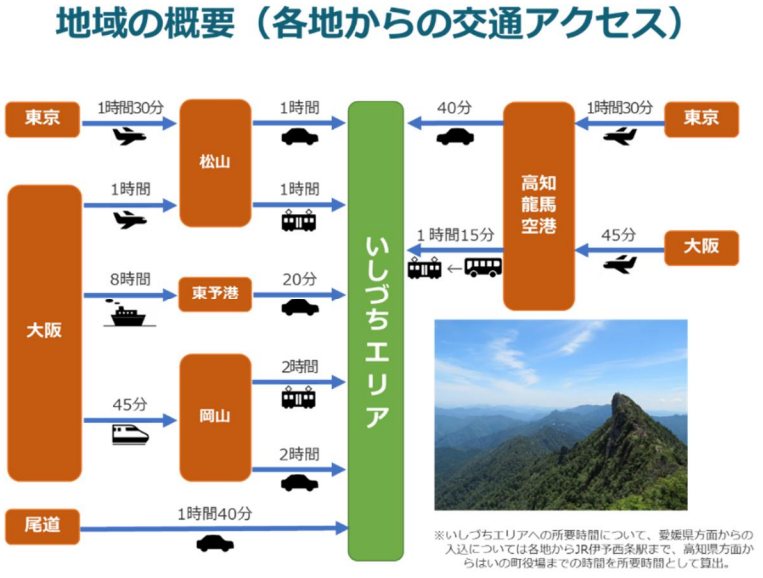
	観光資源活用イメージ	
	自然・アウトドア・文化・歴史体験コンテンツ開発	テーマ型旅行商品造成
西条市	【自然観察・アウトドア体験】 石鎚登山ロープウェイ／石鎚成就スキー場／モンベルアウトドアオアシス石鎚／石鎚クライミングパーク in SAIJO／石鎚ふれあいの里／フォレストアドベンチャー西条 【観光農園体験】 丹原もぎたて倶楽部等 【文化・歴史体験】 石鎚神社（本社・成就社）／石鎚山お山開き／西条まつり／四国八十八箇所霊場（前神寺・吉祥寺・横峰寺・香園寺・宝寿寺）／愛媛民藝館／十河信二記念館／手漉き和紙	四国鉄道文化館／いしづち山麓SWEETライド(サイクリングイベント)
久万高原町	【自然観察・アウトドア体験】 面河渓キャニオニング／久万高原天体観測館／面河山岳博物館 【観光農園体験】	四国カルスト／石鎚スカイライン／面河渓／石鎚山・久万高原ヒルクライムレース（サイクリングイベント）／土小屋terrace／渓泉亭／道の駅「みかわ」／道の駅「天空

	久万農業公園アグリピア 【文化・歴史体験】 四国八十八箇所霊場（大宝寺・岩屋寺）／ふるさと旅行村／久万美術館	の郷さんさん」／姫鶴荘
いの町	【自然観察・アウトドア体験】 木の根ふれあいの森／グリーンパークほどの／仁淀川／吉野川源流／山荘しらさ 【文化・歴史体験】 土佐和紙工芸村くらうど／紙の博物館／土佐和紙／本川神楽／農村歌舞伎／氷室まつり	UFO ライン／UFO ラインアタック（サイクリングイベント）／高知仁淀ブルーライド（サイクリングイベント）／道の駅「木の香」／道の駅「633 美の里」
大川村	【自然観察・アウトドア体験】 早明浦ダム湖／平家平／大座礼山／白滝の里 【文化・歴史体験】 白滝鉱山跡	謝肉祭／白滝ふるさと祭り／四国のてっぺんラリー

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	施設数（施設）	客室数（施設規模）	収容力（人）
西条市	18	1,110	1,575
久万高原町	12	152	632
いの町	11	107	431
大川村	2	15	90

【利便性：区域までの交通、域内交通】



域内交通）

西条市内	JR7 駅／路線バス 1 社／タクシー9 社
久万高原町内	路線バス 2 社／タクシー3 社
いの町内	JR3 駅／路線バス 5 社／タクシー4 社
大川村内	路線バス 1 社

【外国人観光客への対応】

・JNTO の認定を受けた外国人観光案内所での観光案内（西条市観光交流センター：カテゴリー2／いの町観光協会：カテゴリー1）。

・観光施設や宿泊施設、案内表示、パンフレットなどの多言語表示の取り組みを行っているものの対応率は約 50%に留まっており、インバウンドの拡大を推進するため、より一層のインフラ整備が必要。

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	地域の観光動向の把握ならびに KPI の評価、今後の観光戦略の基礎データとして活用	1 市 2 町 1 村が実施している観光調査を基に算出
延べ宿泊者数	地域の観光動向の把握ならびに KPI の評価、今後の観光戦略の基礎データとして活用	1 市 2 町 1 村が実施している観光調査を基に算出
来訪者満足度	地域の観光動向の把握ならびに KPI の評価、今後の観光戦略の基礎データとして活用	㈱ソラヤマいしづちでアンケート調査を実施
リピーター率	地域の観光動向の把握ならびに KPI の評価、今後の観光戦略の基礎データとして活用	㈱ソラヤマいしづちでアンケート調査を実施
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域の観光動向の把握ならびに KPI の評価、今後の観光戦略の基礎データとして活用	㈱ソラヤマいしづち自社 WEB サイトのアクセス数をカウント
住民満足度	現状、データ収集を行えていない	現状、データ収集を行えていない

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

高いポテンシャルを持つ観光資源を有していながら、集客数が伸び悩んでいる石鎚エリアには、「地域間の連携不足」「観光サービス業を担う企業・人材の不足」という課題がある。

①地域間連携の不足

2 県 4 市町村という行政区域の違いや地形的な隔たりによって、地域間連携の深化が進まなかった。そのため、潜在的には大きな競争力を有する観光資源がありながらも一体的なエリアとして捉える組織の形成にもつながらず、広域連携による観光地域の形成が遅れている。

②観光サービス業を担う企業・人材の不足
　第３次産業就業率全国平均約 72.2%に対し、当エリアでの同就業率は約 61.6%と低く、観光サービス業を担う企業や人材の不足が顕著に現れている。そのため、観光資源を地域の収益につなげていく担い手自体が不足しており、訴求力の高い観光サービスの提供や観光客向けの特色ある宿泊施設の整備等が十分に進んでいない。
　高いポテンシャルを持った魅力的な自然資源が豊富に存在しているにも関わらず、観光サービス業を担う企業や人材の不足により、資源を十分に活かした高付加価値の観光サービス（ソフト・ハード整備）が不足していることから、日帰り観光客の割合が多く、一人当たりの顧客単価も低いなど、地域がその恩恵を十分に享受できていない。
　このような状況を打開するため、県域を越えた４市町村の連携の下、㈱ソラヤマいしづちが魅力ある商品群を取りそろえ国内外に対して販売し、地域にその収益を還流させていく。さらに、地域資源を活用した新たな事業開発や編集・発信能力等を有する地元企業・人材を育成していくことにより、地域の観光サービス産業の拡大と新たな雇用の創出、移住・定住人口の増加につなげ、地域経済の活性化を目指していくこととした。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・西日本最高峰、日本七霊山のひとつ石鎚山 ・魅力的な自然、歴史、文化、伝統工芸、文化遺産 ・自然体験アクティビティ ・海・山・川・里の豊かな食材 ・古くから続く「祭り」の文化 ・国内外で高い知名度を誇る「道後温泉」や「しまなみ海道」とのアクセスが良好 ・瀬戸内と太平洋を繋ぐ主要道路（国道 194 号線：愛称「そらやま街道」）	**弱み（Weaknesses）** ・エリア全体の認知度が低い ・地域間連携不足 ・エリア間、主要駅等からの２次交通の整備不足 ・情報発信が不十分 ・滞在プログラム、着地型商品の不足 ・エリア内の宿泊施設が脆弱、連泊客が少ない ・外国人観光客の受け入れ態勢が不十分（ネット・Wi-Fi 環境、決済環境、多言語対応） ・観光サービスを担う企業、人材の不足 ・食資源の活用が発展途上 ・持続的な観光開発の仕組みが未確立
外部環境	**機会（Opportunity）** ・情報化社会の進展 ・観光ニーズの多様化 ・国際観光需要（インバウンド）の増加・自然や文化を活用した体験型観光への需要の高まり ・健康、トレッキング・登山、ランニング、サイクリングブーム ・四国遍路の日本遺産登録	**脅威（Threat）** ・国内人口の減少 ・所得環境の悪化 ・国内観光消費額の減少 ・地域間競争の激化（国内観光、訪日旅行さらに世界規模の競争） ・マイカー中心の日帰り観光客の増加 ・大規模施設（宿泊・ホール）の耐震改修 ・山岳観光で人気のある地域が中部・東日本に集中 ・アウトドアアクティビティへの注目（競合の増加

（３）ターゲット

○第１ターゲット層 国内（中国・四国、近畿、首都圏）個人・団体旅行者、教育・研修・学術会議等の参加者
○選定の理由 2019(R1)年 2 月に実施した独自の WEB アンケートにおいて、いしづちエリアの知名度は全国ベースで約 10%と非常に低く、周辺の近畿・中国地方居住者でも 10～20%程度の認知度にとどまっている。 他方、2019(R1)年、2020(R2)年度に留め置きならびに面接法で実施したアンケートにおいて、いしづちエリアを訪れる観光客の割合は、近畿【2019(R1)年 12.6%／2020(R2)年 11%】･中国【2019(R1)年 11.6%／2020(R2)年 11%】･四国【2019(R1)年 45.8%／2020(R2)年 60% ※いしづちエリア以外】からの入込が多く、WEB アンケートにおける訪問意向も、他エリアに比べて高い傾向を示している（全国ベース：14.0%、近畿：17.0%、中国：24.7%・四国：48.5%）。 このような中で、まずは周辺エリアの観光客のエリア認知度を引き上げることが重要であると考え、近隣の中国・四国、近畿地方を最重点ターゲットエリアに設定した。 ○取組方針 これまで造成してきたコンテンツならびにツアー商品等の中から“売れる”商品に集中し、主要ターゲット地域である関西・中四国エリアの新聞社等を母体とするメディア系旅行会社に対する営業を加速化させつつ、首都圏域である関東地方の大手旅行会社への営業も含め、販路を拡大させる。
○第２ターゲット層 海外（台湾、ベトナム、欧米）
○選定の理由 ターゲット国からの直行便が松山空港、高松空港、広島空港、岡山空港で運航され、四国を訪れる台湾・ベトナム等からの訪日外国人旅行者は増加しており今後の市場拡大が見込まれ、また欧米人は滞在日数が多いため当エリアに足を延ばす可能性が高いためターゲットとして設定した。 ○取組方針 ターゲット国である台湾に対して現地旅行会社への営業を含め、インバウンド向け商品の売り込みを実施する。
○ターゲット層
○選定の理由 ○取組方針

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「雄大な自然と山岳信仰文化に導かれる浄化・癒し」 「地域の人材（キャスト）をフックに地域への愛着や反復継続した来訪を生み出す」

②コンセプトの考え方	日本七霊山の一つで日本古来の山岳信仰文化が根づく西日本最高峰の「石鎚山」を主峰とする石鎚山系エリアが有する各種資源群のポテンシャルを最大限に引き出し、高い訴求力を持つ集客コンテンツの造成・販売、観光産業の担い手となる人材の育成に取り組む。 人材（キャスト）、生業等に焦点を当てた高付加価値体験や交流プログラムを来訪者に提供することで体験価値を向上させ、再来訪を生み出す。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	㈱ソラヤマいしづちの外部評価機関として「いしづちエリア観光地域づくりを考える会」を設置。
	地域の関連事業者を集めたコミュニケーションの場を年１回設け、活動の内容・成果（KPI 設定・達成状況含む）を報告・共有するとともに、取組方針等についての合意形成、また活動に関してのご意見とご指導を頂いている。
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	域内において満足度等調査を継続的に実施し、アンケート結果をエリア内の事業者等と共有ならびフィードバックできる体制を構築する。 具体的には既存の事業者に対する個別のアドバイスに加え、弊社独自の人材育成プログラムである「いしづち編集学校」で育成した新たな観光関連産業への起業、就業、経営拡大を志す者等を支援することで、いしづちエリアの観光サービスの品質向上を図る。 令和５年度から取り組んでいる事業において、人材（「キャスト」と呼称。）、生業等に焦点を当てた高付加価値体験や交流プログラムを来訪者に提供するために、キャストに対する研修を実施し、レベルの向上を図った。
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	WEB サイト「ISHIZUCHI JOURNEY」や SNS における域内が一体となった情報発信を行うと共に、行政や関係団体等と協力し、コンセプトに基づく事業を実施することにより、地域の観光プロモーションを推進する。

※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	11,012	10,636	10,742	10,850	10,958	11,068
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	8,784	10,245	10,500			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	324	304	307	310	310	310
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	345	308	300			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	80.0	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	92.8	83.2	89.6			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	65.7	63.8	60.4			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
連携する１市２町１村が策定する地方版総合戦略における数値目標を参考に設定した。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
旅行消費額の実績値は、連携する１市２町１村が各々で実施している観光調査（観光庁報告）の数値を基に算出した。目標値は、同調査の消費額単価を用い、域内観光入込客数の増加目標値に乗じて算出した。
2023(R5)年度以降は㈱ソラヤマいしづちにおいて2019(R1)年度のコロナ禍以前の数値を基に新型コロナウイルスの影響を考慮した目標値。
●延べ宿泊者数
延べ宿泊者数の実績値は、連携する１市２町１村が実施する観光調査（観光庁報告）の数値。目標値は、域内観光入込客数の増加数（目標値）×10%として算出した。
2023(R5)年度以降は㈱ソラヤマいしづちにおいて2019(R1)年度のコロナ禍以前の数値を基に新型コロナウイルスの影響を考慮した目標値。
●来訪者満足度
来訪者満足度の実績値は、2019(R1)年度より㈱ソラヤマいしづちが実施しているアンケート調査による数値。2021(R3)年度の調査において、満足度約85%と高い評価を得たことから、目標としては現状を維持していくこととした。

●リピーター率
　リピーター率の実績値は、2019(R1)年度より㈱ソラヤマいしづちが実施しているアンケート調査による数値。2022(R4)年度の調査において、リピーター率約 65%と高いが、近年減少傾向が見られるため目標値は据え置いた。

（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
●観光入込客数（千人）	目標	5,456	5,270	5,323	5,376	5,429	5,483
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4,353	4,441	4,677			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●インバウンド来場者数(㈱ソラヤマいしづち利用者数)（人）	目標						
		(2,800)	(30)	(31)	(55)	(55)	(55)
	実績						
		(39)	(55)	(45)			
● WEB サイトのアクセス状況（回）	目標	242,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	150,755	58,115	62,228			
		（ ）	（ ）	（ ）			
	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】
　連携する 1 市 2 町 1 村が策定する地方版総合戦略における数値目標を参考に設定した。インバウンド来訪者数の設定については、消費単価増加への寄与状況の試算、インバウンド政策を推進していくことによる地域への経済波及効果及び費用対効果を計測するためにも適した指標であると考え設定した。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数
　観光入込客数の実績値は、連携する 1 市 2 町 1 村が実施する観光調査（観光庁報告）の数値。
　2023(R5)年度以降は、コロナ禍中の減少した数値を基準として再設定した目標値。

●インバウンド来訪者数（㈱ソラヤマいしづち利用者数）
　㈱ソラヤマいしづちが販売する旅行商品の購入者数等を把握することで、㈱ソラヤマいしづちが実施した事業による直接的な効果の検証が可能になる。
　2023(R5)年度以降は、コロナ禍中の減少した数値を基準として再設定した目標値。

●WEB サイトのアクセス状況
WEB サイトのアクセス状況の実績値は、令和元年度に Google Analitics を活用したアクセス解析による数値。解析対象となった 2019(R1)年 11 月～2020(R2)年 3 月の 5 ヶ月間のアクセス数が約 80,000 回であったことを考慮し、目標値を算出した。
2023(R5)年度以降は、クラウドホストの入れ替えがあり、把握できる数値に変更が生じたため再設定した目標値。

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）	
2022（Ｒ４）年度	160,736,139 円	【市町村からの補助金】 【収益事業（旅行業事業)】 【公共施設等管理運営受託事業】	86,630,000 円 46,284,700 円 27,821,439 円
2023（Ｒ５）年度	70,808,720 円	【市町村からの補助金・委託料】 【収益事業（旅行業事業)】 【公共施設等管理運営受託事業】	4,802,200 円 49,738,019 円 16,268,501 円
2024（Ｒ６）年度	56,542,268 円	【市町村からの補助金・委託料】 【収益事業（旅行業事業)】 【公共施設等管理運営受託事業】	18,227,095 円 22,257,660 円 16,057,513 円
2025（Ｒ７）年度	62,000,000 円	【市町村からの補助金・委託料】 【収益事業（旅行業事業)】 【公共施設等管理運営受託事業】	22,500,000 円 24,000,000 円 15,500,000 円
2026（Ｒ８）年度	62,000,000 円	【市町村からの補助金・委託料】 【収益事業（旅行業事業)】 【公共施設等管理運営受託事業】	22,500,000 円 24,000,000 円 15,500,000 円
2027（Ｒ９）年度	62,000,000 円	【市町村からの補助金・委託料】 【収益事業（旅行業事業)】 【公共施設等管理運営受託事業】	22,500,000 円 24,000,000 円 15,500,000 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	138,711,561 円	【一般管理費】 【情報発信･プロモーション】 【観光サービス創出支援経費】 【収益事業（旅行業事業）経費】 【公共施設等管理運営受託経費】	38,260,339 円 35,644,223 円 27,543,150 円 35,889,760 円 1,374,089 円
2023（Ｒ５）年度	73,844,838 円	【一般管理費】 【収益事業（旅行業事業）経費】 【公共施設等管理運営受託経費】	45,170,321 円 28,422,458 円 252,059 円
2024（Ｒ６）	57,456,164 円	【一般管理費】 【収益事業（旅行業事業）経費】	32,473,679 円 23,552,705 円

年度		【公共施設等管理運営受託経費】 1,429,780 円
2025（Ｒ７）年度	61,200,000 円	【一般管理費】 39,000,000 円 【収益事業（旅行業事業）経費】 20,400,000 円 【公共施設等管理運営受託経費】 1,800,000 円
2026（Ｒ８）年度	61,200,000 円	【一般管理費】 39,000,000 円 【収益事業（旅行業事業）経費】 20,400,000 円 【公共施設等管理運営受託経費】 1,800,000 円
2027（Ｒ９）年度	61,200,000 円	【一般管理費】 39,000,000 円 【収益事業（旅行業事業）経費】 20,400,000 円 【公共施設等管理運営受託経費】 1,800,000 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

収益事業として、着地型旅行商品の造成･販売等を中心とした旅行業の取り組みや合宿誘致などを継続していくとともに、2020(R2)年度から受託している「ふるさと納税返礼品取扱業務」の受託業務拡大を目指す。

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

愛媛県西条市並びに愛媛県久万高原町、高知県いの町、高知県大川村は、㈱ソラヤマいしづちに地域資源と住民の魅力を活かした国際競争力の高い観光産業創出組織としての確立を希望する。

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】

一部マネジメント対象エリアが重複する(一社)仁淀ブルー観光協議会とは 2021 年(R3)年 6 月に重複エリアである高知県いの町に関しての協議を行っており、生活圏域の異なる自治体が合併したことによる重複となっており、主なマネジメントの圏域が異なることで認識は一致している。

【区域が重複する背景】

高知県いの町は旧伊野町・旧吾北村・旧本川村の 3 自治体が 2004(H16)年に合併して誕生した高知県最大の人口をもつ町である。旧伊野町エリアは高知市が主たる生活商圏であるが、吾北・本川エリアはその地理的条件から愛媛県西条市が生活商圏（車で 1 時間以内）となっており、旧来から県をまたいだ交流が盛んである。

以上より、当法人設立時の考え方として「石鎚山」に隣接し、生活商圏を共にしてきた吾北・本川エリアを含む、いの町をマネジメントエリアに設定することとした。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

いの町を流れる仁淀川流域の来訪者の利便性の向上を目的に設立された(一社)仁淀ブルー観光協議会は、旧伊野町エリアを中心に仁淀川流域においての滞在型・体験型観光コンテンツを開発・推進している。一方でソラヤマいしづちは石鎚山系における滞在型・体験型観光コンテンツを開発、エリアプロモーションを実施しており、異なるコンテンツ開発ならびに推進を行っているため業務そのものが重複することはない。

【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】

上記の通り業務に対する役割分担、マネジメントエリアの分割は上手く出来ているので、双方で情報を共有しながら有効なマーケティング・マネジメントを実施し、効率的・効果的に両エリアを発展させることが期待できる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	大村　和揮
担当部署名（役職）	企画総務グループ
郵便番号	793-0030
所在地	愛媛県西条市大町 798 番地 1
電話番号（直通）	0897-47-6030
ＦＡＸ番号	0897-47-6031
Ｅ－ｍａｉｌ	k-oomura@sorayamaishizuchi.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	愛媛県西条市
担当者氏名	田邊智将
担当部署名（役職）	産業経済部観光振興課副課長
郵便番号	793-8601
所在地	愛媛県西条市明屋敷 164 番地
電話番号（直通）	0897-52-1446
ＦＡＸ番号	0897-52-1386
Ｅ－ｍａｉｌ	tanabe1405@saijo-city.jp

都道府県･市町村名	愛媛県久万高原町
担当者氏名	岡　誠也
担当部署名（役職）	まちづくり戦略課観光振興係課長補佐

様式１

郵便番号	791-1201
所在地	愛媛県上浮穴郡久万高原町久万 212 番地
電話番号（直通）	0892-21-1111
ＦＡＸ番号	0892-21-0922
Ｅ－ｍａｉｌ	oka-seiya@town.kumakogen.lg.jp

都道府県･市町村名	高知県いの町
担当者氏名	塩田　幸之助
担当部署名（役職）	本川総合支所産業建設課技師
郵便番号	781-2601
所在地	高知県吾川郡いの町長沢 123-12
電話番号（直通）	088-869-2115
ＦＡＸ番号	088-869-2938
Ｅ－ｍａｉｌ	k-shiota@town.ino.lg.jp

都道府県･市町村名	高知県大川村
担当者氏名	長谷川　賢虎
担当部署名（役職）	むらづくり推進課　主幹
郵便番号	781-3703
所在地	高知県土佐郡大川村小松 27 番地 1
電話番号（直通）	0887-84-2211
ＦＡＸ番号	0887-84-2328
Ｅ－ｍａｉｌ	k-hasegawa@vill.okawa.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】 株式会社ソラヤマいしづち

様式2

記入日： 令和 7年 7月 1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】
愛媛県西条市、愛媛県久万高原町、高知県いの町、高知県大川村
【設立時期】 2018年11月１日
【設立経緯】
観光サービスを切り口とした地域経済の活性化・雇用の創出による地方創生を目指し、県境を越えた市町村連携による地域DMOを設立。
【代表者】 中野　太一
【マーケティング責任者（CMO）】 中野　太一
【財務責任者（CFO）】 大村　和揮
【職員数】 8人（常勤5人（正職員4人・出向等１人）、非常勤3人）
【主な収入】
旅行業等事業　22百万円、ふるさと納税事業16百万円、補助金事業18百万円（R6年度決算）
【総支出】
売上原価　25百万円、販売管理費　32百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
クロスプロジェクトグループ、伊予銀行、四国銀行、四国電力、南海放送、高知放送、クラブツーリズム、モンベル、JR四国、域内各観光協会等

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	11,012 ( )	10,636 ( )	10,742 ( )	10,850 ( )	10,958 ( )	11,068 ( )
	実績	8,784 ( )	10,245 ( )	10,500 ( )	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	324 ( )	304 ( )	307 ( )	310 ( )	310 ( )	310 ( )
	実績	345 ( )	308 ( )	300 ( )	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	80.0 ( )	85.0 ( )	85.0 ( )	85.0 ( )	85.0 ( )	85.0 ( )
	実績	92.8 ( )	83.2 ( )	89.6 ( )	—	—	—
リピーター率（%）	目標	60.0 ( )	60.0 ( )	60.0 ( )	60.0 ( )	60.0 ( )	60.0 ( )
	実績	65.7 ( )	63.8 ( )	60.4 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
国内：四国・中国、近畿、首都圏の個人・団体旅行者・教育・研修・学術会議等の参加者
海外：台湾、ベトナム、欧米の団体旅行者

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
「人」との「つながり」を目的とする旅行スタイル（＝ヒト消費）の構築を目指したサービス「旅は人まかせ（https://tabihito.com/）」の運営を開始している。

【観光地域づくりのコンセプト】
「雄大な自然と山岳信仰文化に導かれる浄化・癒し」と「地域の人材（キャスト）をフックに地域への愛着や反復継続した来訪を生み出す」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
いしづちエリアの自然・文化・アウトドアアクティビティなどを活用した着地型旅行商品の開発・造成・販売・受託（R6販売実績＝約2,200万円）と既存観光サービスのブラッシュアップ（1事業）。

【受入環境整備】
これまで養成してきた自然や石鎚山系を案内できるガイドを活用し、安全・安心で、体験の付加価値を高める取り組みを実施している。

【情報発信・プロモーション】
自社WebサイトやSNSなどを活用し情報発信するとともに、観光庁の補助金を活用した取り組む中で、航空機機内誌での当エリアのプロモーションを実施した。

【その他】
サービス「旅は人まかせ（https://tabihito.com/）」の運営を開始した。