

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年 1月 9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 ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	株式会社時事グローバルサービシーズ	
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 勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町	
所在地	〒299-4612 千葉県いすみ市岬町江場土 227-15	
設立時期	2023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	12人【常勤3人（うち専従1名）、非常勤9人（業務委託9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	代表取締役社長 & Chief Executive Officer (CEO) （氏名） 杉本一郎 Sugimoto Ichirou （出身組織名） （株）時事通信社	2023年11月、株式会社時事グローバルサービシーズ代表取締役に就任。メディアを通じて地方自治体と業務を遂行し続け、時事通信社内でも観光・地方創生に係るキャリアを持つ。 （現在の役職） 株式会社時事グローバルサービシーズ代表取締役 一般社団法人内外情勢調査会監事 一般社団法人地方行財政調査会理事 一般社団法人日本ファームステイ協会幹事長 株式会社時事通信社 取締役 （歴任） ・2012年（株）時事通信社 千葉支局長 「南房総広域観光シンポジウム」企画開催 ・2015年（株）時事通信社 社長室ビジネス戦略部専任部長 ・2018年（株）時事通信社 大阪支局長 ・2020年（株）時事通信社 社長室付 ・2021年（株）時事通信社 取締役就任
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	Chief Marketing Officer (CMO) （氏名） 米持 貴史「専従」 Yonemochi Takashi （出身組織名） （一社）日本ファームステイ協会 より出向	東急エージェンシーを経て、上場会社ジェイ・エスコムホールディングスの代表取締役等を歴任。上場企業経営を含め、経営企画、戦略立案、財務管理方面等で豊富な経験を有する。その後日本ファームステイ協会等で、観光・旅行業等の知見とノウハウを得て、当社の設立準備より参画。 （現在の役職） 株式会社時事グローバルサービシーズ CMO & CFO （歴任） 株式会社モール・オブ・ディーヴィー代表取締役社長 ジェイ・エスコムホールディングス株式会社 代表取締役社長 株式会社ジェイ・シネカノン 取締役 一般社団法人日本ファームステイ協会 事業局長 他多数

<p>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</p>	<p>Chief Financial Officer (CFO)</p> <p>(氏名) 米持 貴史「兼務」 Yonemochi Takashi</p> <p>(出身組織名) (一社) 日本ファームステイ協会 より出向</p>	<p>東急エージェンシーを経て、上場会社ジェイ・エスコムホールディングスの代表取締役等を歴任。上場企業経営を含め、経営企画、戦略立案、財務管理方面等で豊富な経験を有する。その後日本ファームステイ協会等で、観光・旅行業等の知見とノウハウを得て、当社の設立準備より参画。 (現在の役職) 株式会社時事グローバルサービシーズ CMO & CFO (歴任) 株式会社モール・オブ・ディーヴィー代表取締役社長 ジェイ・エスコムホールディングス株式会社 代表取締役社長 株式会社ジェイ・シネカノン 取締役 一般社団法人日本ファームステイ協会 事業局長</p> <p style="text-align: right;">他多数</p>
<p>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</p>	<p>Chief Operating Officer (COO) ・運営統括責任者 (営業及び、観光専門専門人材)</p> <p>(氏名) 上山 康博 Kamiyama Yasuhiro</p> <p>(出身組織名) (株)百戦錬磨 (一社)日本ファームステイ協会 (一社)住宅宿泊協会 (一社)アルベルゴ・ディフーズ インターナショナル極東支部</p>	<p>Klab 株式会社にて、マネージャー、部長、取締役兼 CMO、取締役日本支部社長を経て、取締役事業本部長に就任。2007 年 9 月、楽天トラベル執行役員就任、ICT を活用した数々の先端事業を開発、新規サービスの立ち上げに従事。官公庁、業界団体との連携強化を担当し、若者旅行研究、着地型旅行の調査、一橋大学との共同研究、ビジットジャパンプラス、東北観光博 PJ などに参加。2012 年 6 月、株式会社百戦錬磨を設立、同社代表取締役に就任。 (現在の役職) 株式会社百戦錬磨 代表取締役社長 一般社団法人日本ファームステイ協会 代表理事 一般社団法人 住宅宿泊協会 代表理事 一般社団法人アルベルゴ・ディフーズインターナショナル極東支部 代表理事 観光庁歴史的資源を活用した専門家会議 構成員 観光庁 城泊専門家 東京都立大学 非常勤講師 株式会社時事グローバルサービシーズ COO (歴任) 楽天トラベル執行役員(新規事業・地域振興担当) 観光庁 若者旅行振興連絡会 委員 観光庁 ビジット・ジャパン・プラス 委員 観光庁 東北観光博 企画調整官 観光庁 旅行産業研究会 委員 観光庁 OTA ガイドライン策定検討委員会委員 観光庁 アドバイザリーボード 委員 農林水産省 農泊推進のあり方検討委員会 委員</p>
<p>各部門(例: 旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)</p>		<p>現状、CEO、COO、CMO&CFO の 3 役合議制で業務を推進し、地域の担当者を設置するも、組織内部門の設定は行っていない。当社は現状、2 市 2 町を周遊する旅行商品造成や観光商品開発等を推進している。商品開発に関連する「磨き上げ」や「着地整備等」が必要な場合は、自治体、各地域観光協会、地域 DMO に支援を要請し、係る業務を推進している。全体をまとめ上げ、セールスに至る業務フローにおいては、下記「連携する事業者」に記載する各社(旅行領域の専門会社)と 3 役が調整をし、業務を推進している。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・勝浦市 観光商工課(勝浦市内 地域コンセンサス調整) ・いすみ市 水産商工観光課(いすみ市内 地域コンセンサス調整) ・大多喜町 商工観光課(大多喜町内 地域コンセンサス調整) ・御宿町 産業観光課(御宿町内 地域コンセンサス調整) ・千葉県 総合企画部地域づくり課(地域連携の調整・助言・情報提供) ・千葉県 商工労働部観光政策課(観光関連事業の助言・情報提供) ・千葉県 夷隅地域振興事務所(地域連携の調整・助言・情報提供) 	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>【連携する事業者】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 株式会社時事通信社 →当社の経営サポート及び監査、他自治体先進事例収集、中央省庁接点づくり、民間企業とのマッチング及び事業アレンジ 2 一般社団法人日本ファームステイ協会 →観光及び農泊事業の実務的推進、観光事業における民間企業のアレンジ及びマッチング 3. 一般社団法人内外情勢調査会 →他都道府県及び基礎自治体の成功事例の収集、取材、講演会の開催 4. 一般社団法人地方行政調査会 →他都道府県及び基礎自治体の成功事例の収集、取材 	

	<p>5. 一般社団法人中央調査社 →調査事業のサポート</p> <p>6. 一般社団法人アルベルゴ・ディフーズインターナショナル極東支部 →国際認証組織として支援</p> <p>7. 一般社団法人住宅宿泊協会 →観光 DX 戦略立案協業、OTA 連携</p> <p>8. 地域における観光事業連携 →一般社団法人勝浦市観光協会 →一般社団法人ツーリズムいすみ →一般社団法人大多喜町観光協会 →株式会社わくわくカンパニー大多喜 →一般社団法人御宿町観光協会</p> <p>9. その他適宜プロジェクト等を推進する為の地域外の専門家（広域民間企業・パートナー）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社日本旅行（教育旅行プロジェクト並びに、農泊交付金プロジェクト連携） ・株式会社農協観光（教育旅行プロジェクト並びに、農泊交付金プロジェクト連携） ・一般社団法人全国農協観光協会（住宅宿泊管理業講習およびその他講習） ・東日本旅客鉄道株式会社千葉支社（その他 PR 等への協力） ・WillSmart（地域交通（ライドシェア）） ・千葉銀行（地域創生部との連携） ・ちばぎん総合研究所（地域の資料・データ等の活用に関する連携） ・成田国際空港株式会社（地域共生部地域振興調整室との連携） ・プラスナリタラボ株式会社（成田国際空港内での地域産品販売） <p style="text-align: right;">等</p>				
<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>	<ul style="list-style-type: none"> ・ステークホルダーとの合意形成（情報共有含）の為の会議体は 5 階層に分かれる ・「首長会議」は最終意思決定を行う ・「千葉県連絡会議」は千葉県との情報共有及び施策の協議を行う。 ・「観光課長会議」は地域との合意形成及び、施策・予算の策定を行う ・「企画課長会議」は自治体内部署を横断するプロジェクト及び施策推進の為、各首長の許可を得て会議を行う ・「民間事業者 及び 地域住民説明会」は、DMO の方向性、施策状況等の情報共有を行う ・個別プロジェクトに関しては、担当者ベース及び専門分野の「連携する事業者」を参集し、業務推進 				
<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>当社は地域連携 DMO であり、「観光で地域課題を解決する」を目的に設立され、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項として地域祭礼・イベント・既存観光事業の磨き上げ等の既存観光業の推進体制並びに、地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組は、基本的には既存地域 DMO 並びに観光協会が中心的にその役割を担うこととなっているが、様々な地域課題を解決する「基本的な考え方」の説明や、浸透の為には、地域社会とのコミュニケーションと地域住民を含めた関係者とのリレーションは必要不可欠である為、当社の活動を対象地域である 2 市 2 町の事業者並びに住民に定期的に説明をする機会を持つべく、以下の通り民間事業者及び地域住民説明会を開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第 01 回目 開催日：2023 年 12 月 21 日(木) 主要な方々に声掛けし、開催。（参加者 27 名） <ul style="list-style-type: none"> ↳ 当社の設立意義や活動の方向性等を説明 ↳ 観光地域づくり候補法人登録申請書を共有 ・第 02 回目 開催日：2024 年 08 月 30 日(金) 広く多様な関係者が参加し開催。（参加者 60 名） <ul style="list-style-type: none"> ↳ 会社の設立意義・背景・2 市 2 町の包括連携協定リリース・OWNED MEDIA の内容を説明・共有し、広く当社の活動が始まったこと及び、候補法人登録の資料が観光庁 HP 上で閲覧可能な旨を説明 ↳ 当社親会社である時事通信社が農林水産省の補助事業にて作成を行った下記資料を配布 <ul style="list-style-type: none"> ① Agrio 別冊「農泊がつながる未来」（31 ページ冊子）（空き家の利活用（宿泊施設化）） ② 農山漁村への観光アクセス確保事例集 ～観光客が使える！地域も活きる！～（42 ページ冊子）（地域交通（アクセス交通＋地域周遊交通＋生活交通）） ↳ 当社が自主事業として観光による地域課題の解決の為に 2 事業への協力及び啓発を実施。 <p>第 03 回目に関しては、第 02 回目の規模感をベースに、関係者や地域住民等にアンケートの実施を予定し、その回答から課題抽出等を行いたいと考えている。</p>				
<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="422 1635 1396 2016"> <thead> <tr> <th data-bbox="422 1635 606 1691">事業</th> <th data-bbox="606 1635 1396 1691">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="422 1691 606 2016">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="606 1691 1396 2016">当社は地域連携 DMO であり、当社地域の 2 市 2 町には、それぞれに登録地域 DMO や観光協会が存在している。これらの法人と重複しないように「情報発信・プロモーション」への取組を行うことが、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項となっている。そのために、当社が求められる役割として、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2 市 2 町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組に積極的に関与させることである。各取組を実行する上において、正確な情報やノウハウを必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持することが重要である。その上で、当社が現時点までに取組を開始し、継続している「情報発信・プロモーション」は以下の通りである。</td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	当社は地域連携 DMO であり、当社地域の 2 市 2 町には、それぞれに登録地域 DMO や観光協会が存在している。これらの法人と重複しないように「情報発信・プロモーション」への取組を行うことが、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項となっている。そのために、当社が求められる役割として、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2 市 2 町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組に積極的に関与させることである。各取組を実行する上において、正確な情報やノウハウを必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持することが重要である。その上で、当社が現時点までに取組を開始し、継続している「情報発信・プロモーション」は以下の通りである。
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	当社は地域連携 DMO であり、当社地域の 2 市 2 町には、それぞれに登録地域 DMO や観光協会が存在している。これらの法人と重複しないように「情報発信・プロモーション」への取組を行うことが、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項となっている。そのために、当社が求められる役割として、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2 市 2 町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組に積極的に関与させることである。各取組を実行する上において、正確な情報やノウハウを必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持することが重要である。その上で、当社が現時点までに取組を開始し、継続している「情報発信・プロモーション」は以下の通りである。				

【2024 年取組①（今後も継続）：

BtoB 向けのコーポレートサイト（企業 WEB）のオープンと運用】

対外的な当社説明及び、当社担当 2 市 2 町の紹介等を、積極的に情報発信をすることにより企業探索及び、当社信用を補完する目的で運用中。

GoogleAnalytics を定期的に分析しており、その結果により施策への反映やコーポレートサイトの改修・拡充等を行い、PDCA を継続し、改善を図る。

本年の大きな改善イベントは以下の通り。

- ・ 2024 年 1 月 25 日：コーポレートサイト（企業 WEB）オープン
- ・ 2024 年 4 月：英語版、中国語版（簡体字版）、韓国語版 公開
- ・ 2024 年 5 月：中国語版（繁体字版）公開
- ・ 2024 年 6 月：スペイン語版 公開
- ・ 2024 年 7 月：2 市 2 町の紹介ページを公開
- ・ 2024 年 8 月：地域イベント開催情報をタイムリーに掲載開始
- ・（参考 URL : <https://jps.jp/>）

【2024 年取組②（今後も継続）：

BtoC 向けの OWNED MEDIA（自社保有メディア）】

- * コンセプト：千葉県の外房エリアにある夷隅地域（勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町）の観光情報、特に観光、遊び、グルメの魅力を発信し地域の魅力を引き立て、週末の外房旅行を楽しく充実させる情報を一元的に配信

（参考 URL）https://www.instagram.com/isumi_trip_jps?igsh=dHZycnAxMdcwN2Zr

当社は BtoC 向けの継続的な情報発信媒体を自社で構築するために「OWNED MEDIA（自社保有メディア）」を構築することを戦略の一つとしている

各 SNS を検討した結果動画を活用し、かつ、視覚的に魅力を伝えられるインスタグラム内で OWNED MEDIA（自社保有メディア）を構築することを決定した

また、インスタグラムにおける 2 市 2 町の露出をすでに行っている個人とタイアップをすることにより、効率的な運営を目指して業務を開始

Instagram 内のデータ分析ツール活用し、定期的にアクセス・フォロワー分析しており、その結果により当社施策への反映や、コーポレートサイトとの連携、

投稿コンテンツの見直し等、PDCA を継続し、改善を図る。

本年の大きなイベントは以下の通り。

- ・ 2024 年 7 月 1 日 OWNED MEDIA（自社保有メディア）オープン
- ・ 2024 年 07 月 31 日（開設 1 ヶ月）フォロワー数：668
- ・ 2024 年 08 月 03 日：フォロワー数：1,000 達成
- ・ 2024 年 08 月 20 日：フォロワー数：2,000 達成
- ・ 2024 年 10 月 04 日：フォロワー数：3,000 達成
- ・ 2024 年 11 月 14 日：フォロワー数：4,000 達成
- ・ 2024 年 12 月 20 日：フォロワー数：5,000 達成



OWNED MEDIA (Instagram) での月別投稿数

	投稿回数	景勝地	グルメ	その他	新規コンテンツ
7月	8回	5	3	0	1
8月	11回	6	1	4	1
9月	13回	2	7	4	1
10月	12回	4	5	3	1
11月	13回	6	5	2	1
12月	13回	7	3	3	2
計	57回	30	24	16	7

2024年12月31日現在

OWNED MEDIA (Instagram) で取り上げたイベント
(企業 WEB でも新着情報として紹介)

2024/12/25 本社移転のお知らせ
 2024/12/24 御宿うみそらモクモク (2024年12月26日) のお知らせ
 2024/11/27 あつまんべ市 (2024年12月1日) のお知らせ
 2024/11/27 竹灯籠づくり体験 (2024年12月1日) のお知らせ
 2024/11/27 あつまんべ市 (2024年12月1日) のお知らせ
 2024/11/27 竹灯籠づくり体験 (2024年12月1日) のお知らせ
 2024/10/31 メキラカンタコスを作って食べる会 (2024年11月20日) のお知らせ
 2024/10/31 駅からハイキングin外房線勝浦駅 (2024年11月2日~4日) のお知らせ
 2024/10/22 大橋花フェスタbyコスモス (2024年11月2日~17日) のお知らせ
 2024/10/18 BMX・3X3 (3人制バスケット) イベント (2024年10月20日) のお知らせ
 2024/10/18 大原漁港の朝市11月開催予定 (2024年11月4日、10日、17日、24日) のお知らせ
 2024/10/16 コスモスフェスタin市野川2024 (2024年10月26日~11月3日) のお知らせ
 2024/10/10 ALOHAfromONJUKU (2024年10月13日) のお知らせ
 2024/10/03 KATSURASEASIDEハロウィン&トワイライトフェスタ (2024年10月19日) のお知らせ
 2024/09/27 植野めだか&マルシェ 第11回「一期一美」 (2024年9月29日) のお知らせ
 2024/09/06 秋まつりひろばinみさき (2024年9月25日) のお知らせ
 2024/09/05 上総十二社祭り (2024年9月8日~9月14日) のお知らせ
 2024/09/03 いすみ鉄道里山ハイキングin大多喜 (2024年10月26日/11月23日) のお知らせ
 2024/08/23 遠見岬神社開運トワイライトツアー (2024年8月28日) のお知らせ
 2024/08/16 大原はだか祭り (2024年9月23日、24日) のお知らせ
 2024/08/13 御宿うみそらBEACHSALSA! (2024年9月15日) のお知らせ
 2024/08/13 かつらみんなの交流会vol.1親子でコーヒードリップ体験 (2024年8月25日) のお知らせ
 2024/08/09 2024かつら若潮花火 (2024年8月12日~8月15日) のお知らせ
 2024/08/07 第50回大多喜お城まつり (2024年10月12日~) のお知らせ
 2024/08/07 いすみエビまつり (2024年8月14日、10月27日までの毎週日曜) のお知らせ
 2024/08/07 太東ビーチ宝探し (2024年8月13日) のお知らせ
 2024/08/07 【勝浦イベント情報】#海と浴衣と (2024年8月12日) のお知らせ
 2024/08/07 夷隅ふれあい納涼まつり (2024年8月11日) のお知らせ

2024年12月31日現在

<フォロワー数の推移や投稿コンテンツへのアクセス分析の仮説>

【2024年取組③(継続予定) : 2市2町(一元)情報発信プロジェクト】
 2025年1月25日から、2025年3月31日を、第一展開期間として、当社親会社である時事通信社と協力をし、2市2町に共通のテーマ/ターゲットにて取材を展開し、記事を作成。当該記事を、当社企業WEBにて露出するだけでなく、時事通信社が保有する既存メディアや関連メディアにて露出。
 2市2町が共同で、1つの施策を推進することにより、当社主導で、緩やかな連帯感や一体感を醸成することを目的として始めたプロジェクトである。
 発信先は BtoB / BtoC の双方へ行っていく。

<ターゲット>

- ・ 地方への移住・定住を検討している層
- ・ ワークेशनや新しいワークスタイル(副業・兼業)を検討している層
- ・ 長期滞在や二地域居住を検討している層
- ・ 2市2町で先進的な取り組みをしている事例を知りたい層

<取材コンセプト>

「観光から地域課題を解決」するため、観光から派生する移住・定住や二地域居住、1次産業、6次産業、空き家の利活用等を既実践している人にインタビューを行い、どのような思いやプロセスを経て今に至るのかを取り上げること、現在そうした地方への関わり等を検討している BtoC への後押しをするほか、時事通信社の媒体の持つ特徴を活用し、BtoB である、企業や自治体への夷隅地域への興味/理解の促進を目的としている。

<コンテンツ内容>

千葉県夷隅地域における、移住・定住、ワーケーション、副業・兼業、長期滞在、二地域居住、空き家利活用など事例をインタビュー形式で記事化

<展開スキーム>

展開図：各媒体のディスプレイ広告からJPGS特設ページへ



会員制サイト：<https://www.jamp.jiji.com/>
行政向けニュースメディア 90% 1,600自治体で利用、会員数50万 月10,000PV以上

<ディスプレイバナーは以下媒体を中心に展開予定>

時事通信社自社媒体（下記5媒体）

- ① 時事ドットコム：時事通信の運営する総合ニュースサイト
 - ・無料オープンサイト：<https://www.jiji.com/>
 - ・ニュースメディア月間7,400万PV 2,300万UU以上
- ② iJAMP：自治体向け情報サービス
 - ・会員制サイト：<https://www.jamp.jiji.com/>
 - ・行政向けニュースメディア 90% 1,600自治体で利用
 - ・会員数50万、月10,000PV以上
- ③ Agrio：農業専門情報サービス
 - ・省庁・自治体・行政向け発行冊子：
 - ・発行部数5,000部、想定閲覧読者数25,000人
- ④ JFSメルマガ：金融情報メールマガジン
 - ・金融関係者、時事financial solution サービス関連
 - ・メルマガ送付数5,600通
- ⑤ 地方行政：地方行政専門情報誌
 - ・省庁・自治体・行政向け発行冊子
 - ・発行部数5,000部、想定閲覧読者数25,000人

<効果測定>

第一展開期間終了後に、GoogleAnalytics及び、問い合わせ等の結果を分析し、今後の展開に繋げる。

受入環境の整備

当社は地域連携DMOであり、当社地域の2市2町には、それぞれに登録地域DMOや観光協会が存在している。これらの法人と重複しないように「受入環境の整備」への取組を行うことが、千葉県や2市2町と設立時の合意事項となっている。そのために、当社が求められる役割として、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2市2町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組に積極的に関与させることである。各取組を実行する上において、正確な情報やノウハウが必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持することが重要である。その上で、当社が現時点までに取組を開始し、継続している「受入環境の整備」は以下の通りである。

【2024年取組①（今後も継続）：

空き家利活用推進事業（宿泊施設化）】

日本ファームステイ協会より、モデルケースとなる訪問先をアレンジしてもらい、千葉県が現地訪問を実施。今後2市2町の現地訪問を実施するための検討を千葉県とともに行っている。また、国土交通省の住宅局住宅総合整備課の協力を得て、勝浦市の視察を行い、現状等把握の上で助言をもらい、今後の施策等への継続的な協議を実施中。2025年度農林水産省農山村漁村振興交付金の宿泊推進の申請準備を行っており、空き家の抽出やその利活用による宿泊施設化並びに、「食」、「体験」の旅行商品化（旅行会社等への営業が可能なスケジュール・最低催行人数・料金等の整備）を推進する予定。

	<p>観光資源の 磨き上げ</p>	<p>【2024 年取組②（今後も継続）： 地域交通（アクセス交通＋地域周遊交通＋生活交通）推進事業】 2 市 2 町の各首長の許可を得て、企画課長会議を勉強会形式で開催し、国土交通省関東運輸局千葉運輸支局の協力を得て、「公共ライドシェア」等の共通認識や、課題共有を行った。また、当社がアレンジした公共ライドシェアのシステム開発会社より、ケーススタディとして、他地域の導入事例の紹介を行い、今後継続的な情報収集と共有及び、2 市 2 町共同での施策立案を目指し、定期的なミーティングを継続し、具体的な施策の導入を行う予定。</p> <p>当社は地域連携 DMO であり、当社地域の 2 市 2 町には、それぞれに登録地域 DMO や観光協会が存在している。これらの法人と重複しないように「観光資源の磨き上げ」への取組を行うことが、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項となっている。そのために、当社が求められる役割として、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2 市 2 町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組に積極的に関与させることである。各取組を実行する上において、正確な情報やノウハウを必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持することが重要である。その上で、当社が現時点までに取組を開始し、継続している「観光資源の磨き上げ」は以下の通りである。</p> <p>【2024 年取組①（今後も継続）：農泊交付金プロジェクト】 当社は、登録地域 DMO や観光協会の活動と重複した活動とならず、地域の観光資源の磨き上げや、受入環境の整備等の活動を行う為に、2025 年の農山漁村振興交付金申請を行うことにし、申請の為に農泊協議会の設立や、中核企業等の協力を得るための業務を推進中である。 <過去の経緯> 当社は、プロジェクトの第 1 号として、「教育旅行プロジェクト」を推進し、日本旅行のケーススタディや、提案等も観光課長会議で発表、再度 2 市 2 町の現状把握の為にヒアリングを実施した。 現状では、魅力的な観光資源を有する 2 市 2 町連携であっても、現状の教育旅行市場は、人口減少や、ライフスタイル、教育現場の変化などから、なかなか手強く、変化を求められている市場でもあり、教育旅行にて実績を作るにはハードルが高いとの結論に至り、抜本的に考えを改め、農林水産省農山漁村振興交付金の申請を行い、「食」、「体験」の旅行商品化（旅行会社等への営業が可能なおスケジュール・最低催行人数・料金等の整備）、空き家の抽出と利活用による宿泊施設化等を推進することに変更した。2025 年度に、当社と共に 2 市 2 町がそれぞれ協議会を組成して農山漁村振興交付金を申請し、互いに地域の特性を反映させつつ、足並みを揃えた緩やかな連携に基づく活動を推進することとなった。</p> <p>【2024 年取組②（今後も継続）：調査・KPI プロジェクト】 当社は、自治体、地域 DMO、観光協会、観光関連業者等の多様な関係者と、数値を元にした「観光資源の磨き上げ」の方向性の共通認識を持つ為に、【人流データ&インバウンドデータ&旅行者消費額算出データ】等を、当社が用意し、共通の KPI 等の目標を設定し、「観光資源の磨き上げ」の活動を推進し、PDCA を回すことを目的として、【調査 KPI プロジェクト】を推進中。2024 年度はどこにどのようなデータがあり、どう加工し、どのような共有の仕方があり、どのように更新すべきか等を検討し、専門法人 2 社とその実現性に関して議論を重ねた結果、1 社より具体的な提案として企画・見積もり等を入手するに至ったが、高額な費用がかかるため、現在保留し、実施のための財源確保等を引き続き検討中。</p> <p>【2024 年取組③（今後も継続）：成田国際空港物産販売プロジェクト】 当社は、成田国際空港株式会社との協力関係のもと、2024 年に新設した「プラスナリタラボ株式会社」が行う、地域産品を活用した「物販卸事業」「飲食事業」及び、「空港起点観光事業」への 2 市 2 町が有為な担当窓口となるべく、説明会実施や、商品導入等業務フロー説明会を行い、継続的フォローを実施している。</p> <p>【2024 年取組④（今後も継続）：婚活プロジェクト】 現在千葉県が推進しているイベント型との整合性を重視するため、来期以降に具体的な施策を講じるよう準備・検討している。あくまで、県と足並みを揃えながら推進し、施策の延長線上である「関係人口創出/二地域居住/移住/定住/人口の自然増」の結果を見据え、活動を行う予定。</p> <p>【準備中の取組（今後、関係者と合意形成予定）】 1 品質評価支援制度及び地域 OTA 導入推進 当社の「連携する事業者」である日本ファームステイ協会が行っている、宿泊施設への「品質評価支援制度」の地域への紹介等の準備を行うこと及び、一般社団法人住宅宿泊協会（加入組織である株式会社百戦錬</p>
--	-----------------------	---

磨を中心に)より、OTAの要諦やビジネススキーム等をヒアリングし、地域OTAの導入等を推進する取組を推進予定。

2 景観保護

「2市2町共通の景観保護」および「景観保護の為に統一デザイン」等に関する取組を推進予定。

3 アルベルゴディフーズ国際認証取得

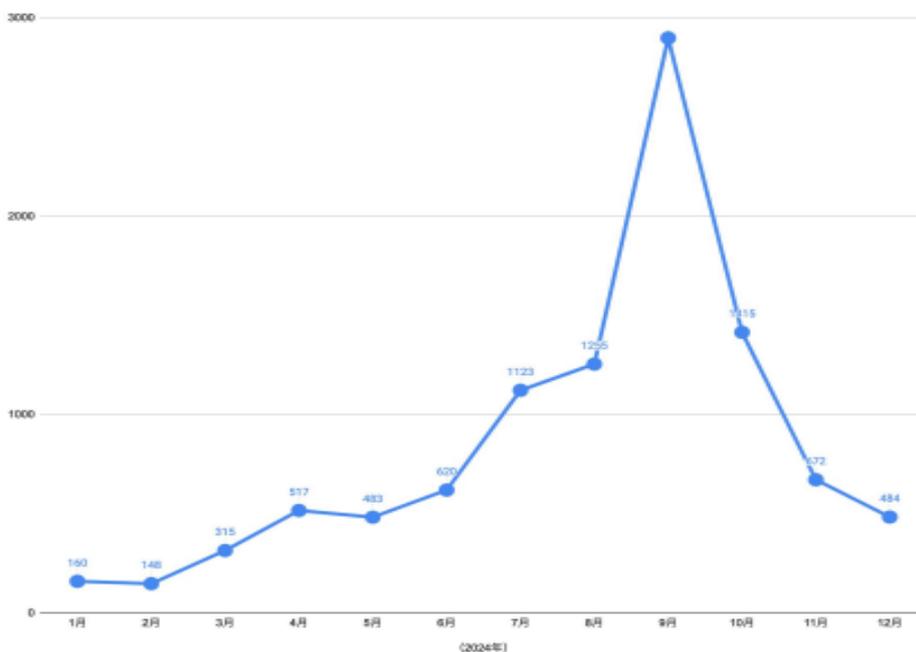
当社が今後推進する地域内の空き家を宿泊施設等に活用し、観光客を迎え入れることを想定し、その環境下の地域の文化や生活習慣の共有をコンセプトの一つに持つイタリア発祥のアルベルゴディフーズ(分散型ホテル地域丸ごとホテル等に似たコンセプト)の国際認証の取得を目指し、インバウンド顧客拡大を視野に活動を推進予定。

【定量的な評価】

<BtoB 向けのコーポレートサイト(企業WEB)について>

※2024年1月25日(開設)～2024年12月末まで

JPGSウェブサイトへのPV数月別推移



各言語トップページのアクセス数

言語(パス)	ページビュー	アクティブユーザー数	ページビュー/アクティブユーザー数	エンゲージメント時間/アクティブユーザー数(秒)	イベント数
日本語 (/)	7,943	4,737	1.68	26 秒	28196.00
英語 (/en/)	214	108	1.98	43 秒	701.00
スペイン語 (/es/)	186	45	4.13	1 分 31 秒	528.00
繁体字 (/zh-tw/)	97	42	2.31	35 秒	306.00
韓国語 (/kr/)	93	48	1.94	19 秒	291.00
簡体字 (/zh/)	68	32	2.13	26 秒	209.00

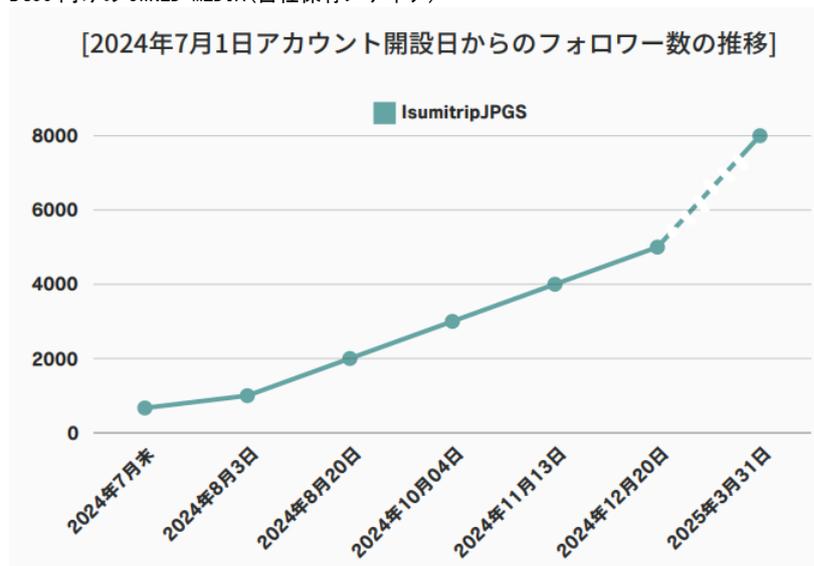
1. 分析

- ・日本語ページは国内利用者が中心で、他言語に比べてアクセス数は多い
- ・2024年7月 OWNED MEDIA (Instagram) がオープンし、合わせて WEB ページへのアクセス数も増大
- ・他言語 (英語、スペイン語、中国語、韓国語) も、一定のエンゲージメントが確認され、成長の可能性を有する (2市2町が海外との姉妹都市等の連携を行っている国への発信も今後は強化予定)
- ・各言語での利用傾向が異なるため、ニーズに合わせた戦略が必要となる
- ・Instagram のオープンもあるが、やはり「夏 = 海 = 外房エリア」というイメージが強いように思われる為、季節性は重要であると考え

2. 今後の取組方向性

- ・イベントや現地との情報連携を更に深化させることを検討
- ・興味がもたれる季節性を考慮した施策を検討
- ・現状公開している言語以外のページの拡充も検討
- ・OWNED MEDIA (Instagram) との連動は、明らかであり、企業活動と合わせ、「BtoCtoB」の視点を持ち、企業活動→Instagram (周知・拡大) →企業 WEB (受け皿) のフローを構築する

BtoC 向けの OWNED MEDIA (自社保有メディア)



2024年7月3日 (開設) ~2024年9月末までの分析 (詳細下記)

2024年7月3日~2024年9月30日

リーチ...コンテンツを1回以上見た人の数。同じユーザーが複数回閲覧しても1回としかカウントされない

ビュー...コンテンツを閲覧した回数。同じユーザーが2回閲覧したら、2回とカウントされる

※開設以降の3か月インサイトはリーチ数でしか数字が出せないため、2種類 (開設以降および9月の月間インサイト) の資料を提示します。

リーチ 23万アカウント

【内訳】

フォロワー 1777

フォロワー以外 22.8万

リーチに基づくトップコンテンツ



2024年10月1日~2024年10月31日までの分析 (詳細下記)

アカウントインサイト (月間)

2024年10月1日～2024年10月31日

リーチ...コンテンツを1回以上見た人の数。同じユーザーが複数回閲覧しても1回としかカウントされない

ビュー...コンテンツを閲覧した回数。同じユーザーが2回閲覧したら、2回とカウントされる

閲覧 318,920View
 【内訳】
 フォロワー 17.1%
 フォロワー以外 82.9%
 リーチしたアカウント数 85,498

ビューに基づくトップコンテンツ ※共同投稿を除く、ISUMI_TRIP_JPGSのみの投稿分



2024年11月1日～2024年11月30日までの分析 (詳細下記)

アカウントインサイト (月間)

2024年11月1日～2024年11月30日

閲覧 190,887View (-55.9%※前月比)
 【内訳】
 フォロワー 22.3%
 フォロワー以外 77.7%
 リーチしたアカウント数 37,355

ビューに基づくトップコンテンツ ※共同投稿を除く、ISUMI_TRIP_JPGSのみの投稿分



◆夏季は海水浴場や朝市の投稿に多くのアクセスがあったが、季節柄景勝地投稿の閲覧数が伸びにくく、閲覧数およびフォロワー数の伸びは鈍化している。

2024年12月1日～2024年12月31日までの分析（詳細下記）

2024年12月1日～2024年12月31日

リーチ...コンテンツを1回以上見た人の数。同じユーザーが複数回閲覧しても1回としかカウントされない

ビュー...コンテンツを閲覧した回数。同じユーザーが2回閲覧したら、2回とカウントされる

閲覧 202,919View (+6.3%※前月比)

【内訳】

フォロワー 26.8%

フォロワー以外 73.2%

リーチしたアカウント数 85,498 (+48,143※前月比)

ビューに基づくトップコンテンツ ※共同投稿を除く、ISUMI_TRIP_JPGSのみの投稿分



1. 結果と目標

- ・フォロワー数の推移（2024年7月1日～11月30日）
アカウント開設以降、フォロワー数は着実に増加している。
（現状12月末フォロワー数5,000名で、年度内（3月末）で1万名を目指し活動推進）

2. 分析

- ・7月から9月末の分析
リーチ数は約23万ビューと高い数値を記録。（フォロワー以外の割合は約99%（22.8万ビュー））
新規ユーザーへのリーチが非常に強く、BtoCへの情報発信としての目的は十分達成していると考えている。
トップコンテンツは観光地紹介、特に風景や地域名を強調した投稿がユーザーに好評を得ている。
- ・10月の分析
リーチは約31万ビューと引き続き高い。（フォロワー以外の割合は62.9%）
フォロワー増加率が17.1%と好調で、新規ユーザー獲得が順調に進んでいる。
- ・11月の分析
リーチ数は約19万ビューと、10月に比べ55.9%減少。（フォロワー以外の割合は77.7%）
フォロワー数は微増で拡大中。新規ユーザーへのリーチは維持されている。
10月より、「食」「宿泊施設」「インタビュー」等の、今までの観光地風景等のイメージから、体験ものにコンテンツをシフトしたが、リーチ数、フォロワーの増加数共に伸び悩んでいる。
やはり「夏 = 海 = 外房エリア」というイメージが強いように思われる。11月後半以降、紅葉の季節は、海以外の観光地風景等のコンテンツを投入し、様子を見る予定である。
フォロワー数が減少していない状況を加味すると、夏場に海を想起する行動的な人がフォロワーであり、秋口から行動が鈍化し、現在に至っているという仮説が成り立つと考える。
- ・12月の分析
リーチ数は約20万ビューと、11月に比べ6.3%増加。（フォロワー以外の割合は73.2%）
フォロワー数は引き続き増加しており、新規ユーザーへのリーチも維持されている。
12月より、紅葉など、海以外の観光地風景等のコンテンツを投入しており、閲覧数は微増に転じている。やはり「風景（自然）」「音楽」+αというコンテンツ要素の組み合わせのマッチングが重要であり、「+α」部分が、「食」「体験（コト）」「観光施設」である場合、認知・拡散が図られる傾向が推測される。

アカウント



isumi_trip_jpgs

フォロー

メッセージ

投稿70件

フォロワー5153人

フォロー中39人

千葉いすみトラベラー | 夷隅地域 観光 グルメ byJPGS
勝浦市/いすみ市/大多喜町/御宿町 特化メディア

■ 観・遊・食の魅力を発信

■ JPGS × @chiba_trip2023 タイアップ

週末は魅力ある外房へ 🚗

！時事グローバルサービシーズ(JPGS)

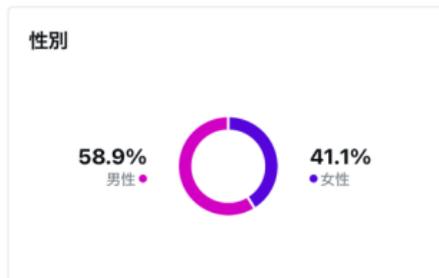
🔗 jpgs.jp

フォロワーの属性分析 (2024年12月1日~2024年12月31日)

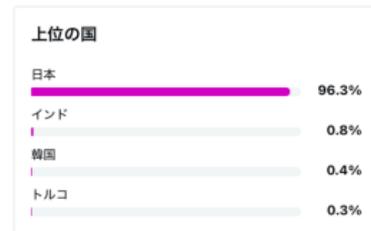
当アカウント閲覧者の属性



◆千葉市が上位なのは変わらず。
今回初めて横浜市在住者のアクセスがランクインした。近隣都市住民からの関心も集めており、今後も引き続きこの地域の魅力を広く伝えていきたい。



◆僅かながら海外からのアクセスもあり。今後は、海外からのアクセスをいかに増やすかも課題である。



3. 今後の取組方向性

- ・ 風景（観光地）、食、体験（アクティビティ）、宿泊等施設の投入バランスの検討
- ・ 投稿頻度やタイミング、季節性等の検証を検討
- ・ 大きなイベント等の特集や、興味喚起の為にティーザー投稿を検討
- ・ 地元の特産品等のコンテンツを新たに検討
- ・ インバウンド対応として、海外フォロワー獲得（育成）を検討
 - ↳ 海外でのアカウント設置（海外向けの同コンテンツ展開）の実施
（現状は、英語キャプションのみの対応になっている為）

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】

- * 当社は、観光需要の「創出」と「創造」で、地域課題解決を行う為、プロジェクトの組成や、推進力としての中核企業のポジションを担う。
- * 千葉県や2市2町（勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町）の関係者及び民間企業・団体・地域DMO・観光協会等と、下記の実施体制図に基づき、各順序及び、各階層においての合意形成を行い、密に協議連携の上で具体的な施策を推進する。
- * プロジェクトメンバーには、千葉県・各自治体を含み、地域DMO・観光協会・交通事業者・地元地域宿泊事業者・飲食業者・一次産業従事者・サービス事業者（土産物・アクティビティ事業者等）・広域民間企業・団体等、多様な関係者が参画する形となる。
- * 各関係者の合意形成を丁寧に図ったうえで官民が密接に連携したプロジェクト運営を実施する。
- * 各首長の合意を得て推進している「自主事業」（企画課長会議にて推進）
 自主事業①：空き家の利活用推進事業（宿泊施設化）
 自主事業②：地域交通（アクセス交通＋地域周遊交通＋生活交通）の推進事業
- * 観光課長会議での合意の元推進する「プロジェクト事業」
 プロジェクト事業①：農泊交付金プロジェクト
 プロジェクト事業②：調査・KPI プロジェクト
 プロジェクト事業③：成田国際空港物産販売プロジェクト
 プロジェクト事業④：婚活プロジェクト
- * 事業・プロジェクトの推進に関して、個別施策は、関係者同士の会議体で推進（プロジェクト会議）。

【実施体制図】

■ DMO Team 活動前提条件（関係者との合意形成推進ルール）

- ① ステークホルダーとの合意形成（情報共有含）の為の会議体は5階層に分かれる
- ② 「首長会議」は最終意思決定を行う
- ③ 「千葉県連絡会議」は千葉県との情報共有及び施策の協議を行う。
- ④ 「観光課長会議」は地域との合意形成及び、施策・予算の策定を行う
- ⑤ 「企画課長会議」は自治体内の部署を横断するプロジェクト及び施策推進の為、各首長の許可を得て会議を行う
- ⑥ 「民間事業者及び地域住民説明会」は、DMOの方向性、施策状況等の情報共有を行う
- ⑦ 個別Projectに関しては、担当者ベースで業務の推進を行う



■ 千葉県夷隅地域の地域DMO現状と役割区分

市町村名	地域DMO	地域連携DMO
勝浦市	【主催法人】 （一社）勝浦市観光協会	 地域DMOと緊密連携し、単一地域では ないない、広域観光戦略を計画
いすみ市	【主催法人】 （一社）いすみ市観光協会	
大多喜町	【主催法人】 （一社）いすみ市観光協会	
御宿町	—	

【地域DMO等との役割分担の原則】

- ① 千葉県庁/2市2町/地域DMO各社/地域観光協会等との役割分担
 地域祭礼イベント、既存観光事業磨き上げ等、既存観光業推進体制は、今迄通りの体制で取り組む事を原則として、JPGS(地域連携DMO)は介在しない。
- ② JPGS(地域連携DMO)は、2市2町の新たな取り組みを推進する。
 * 広域での交付金、補助金等への応募
 * 民間企業等との連携事業を推進する など
 * JPGSが公募主体や企業折衝窓口等を行い、地域活動は、原則2市2町の地域DMO各社、観光協会等に依頼を行う。何等かの事由でその受託が困難な場合は、JPGS(地域連携DMO)がその代替機能を担う。

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】



勝浦市・いすみ市・大多喜町・御宿町の2市2町で構成されるエリア。上記観光資源以外にも、日本を代表する漁港があり食産業も豊かな地域。首都圏からのアクセス、主要2空港からのアクセスも良い立地。



※地図参照元（千葉県夷隅地域ガイドマップ令和4年改訂版）

【区域設定の考え方】

夷隅地域は、千葉県の南東部に位置し、東京都心から 60～80 キロメートル、千葉市から 40～60 キロメートル程度の距離にある。東は延長 40 キロメートルの海岸線をもって太平洋に接し、西は上総丘陵の尾根を境に君津市、市原市に、南は清澄山系を挟んで鴨川市に、北は平野をもって長生郡に接している。変化に富むリアス式海岸と海水浴に適した砂浜が続く海岸部、洪積層によって形成された上総丘陵が起伏する山間部、そして、この間を蛇行し太平洋に注ぐ夷隅川流域の平野部で構成されていて、面積は 406.18 平方キロメートルで千葉県の総面積の 7.9 パーセントを占めている。

【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。

項目	R3	R4	R5	備考
旅行消費額	9,584	9,719	12,343	単位：百万円
述べ宿泊者数	322	390	471	単位：千人泊
来訪者満足度（％）	80.3	88	88.5	単位：％
リピーター率（％）	59.8	61.8	62.7	単位：％
観光入込客数	1,735	1,956	2,719	単位：千人地点

※参照データ

- ・各市町（勝浦市、いすみ市、大多喜町）地域 DMO 「観光地域づくり法人形成・確立計画」
- ・千葉県「観光入込調査報告書」
- ・御宿町提供データ
- ・観光消費額の算出にあたり、地域全体を包括した調査が実施されていないため、各市町の地域 DMO の実績及び御宿町の観光入込客数を元に算出した額の合計値を集計している。
- ・延べ宿泊者数及び観光入込客数は、千葉県「観光入込客数報告書」の数値を引用した。
- ・来訪者満足度及びリピーター率は、各市町の地域 DMO の形成計画より引用し、御宿町は集計を行っていない為、3 市町の平均値により算出した。

新型コロナ禍の影響が令和 3 年より内需を中心に回復し、令和 4 年には受け入れ体制が回復したと言える。令和 5 年以降はインバウンド受け入れも平常稼働となり、傾向としては日本全国の傾向とほぼ変わらない状況である。

【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。

※参照元：勝浦市（一社 勝浦市観光協会）、いすみ市（一社 ツーリズムいすみ）、大多喜町（一社 大多喜町観光協会、株式会社わくわくカンパニー大多喜）、御宿町（一社 御宿町観光協会）

（観光・商業施設）

■勝浦市

- ・ edén
- ・ 勝浦海中公園
- ・ 海の博物館
- ・ 勝浦朝市
- ・ 鵜原理想郷

■いすみ市

- ・ 遊漁船（釣り船）【夷隅東部漁業協同組合】
- ・ 酒蔵見学【木戸泉酒造株式会社】
- ・ 貴重な自然環境に触れることができる いすみ環境と文化のさとセンター【（一財）千葉県環境財団】
- ・ いすみ鉄道株式会社

- ・ (一社) ツーリズムいすみ
- ・ 牛の乳しぼり、ブラッシング、バターづくり体験【高秀牧場】
- ・ 干物づくり体験【(有)アルファ】
- ・ 太巻き寿司づくり体験【大原生活改善グループ、楽動会】
- ・ そば打ち体験【手打ちそばひらが、岬そば工房】
- ・ 狩猟体験、クラフト体験【Hunt+ハント・プラス】
- ・ サスティナブルスクール【ブラウنزフィールド】
- ・ インバウンド向け日本文化体験【24 団体】
- ・ ブルーベリー収穫体験(7月~8月)【JA いすみブルーベリー振興会】
- ・ 稲刈り体験(8月)【いすみ鉄道】
- ・ 梨狩り体験(9月)【小高農園】
- ・ 柿狩り体験(11月)【みねやの里】
- ・ いちご狩り(1月~5月)【ごじゃばこ岬店】
- ・ 味噌づくり体験(2月~3月)【大原生活改善グループ】
- ・ 食用なばな収穫体験(2月~3月)【みねやの里】
- ・ 北斎×伊八を巡るガイドツアー(通年)【(一社) ツーリズムいすみ】
- ・ 星空観望&いすみの食材グランピング【ISUMI Glamping Resort & Spa SOLAS】
- ・ いさばや(漁協直売所・レストラン)【夷隅東部漁業協同組合】
- ・ 海の直売所【(有)アルファ】
- ・ 農産物直売所【JA いすみ・ごじゃ箱・なのはな他】
- ・ 木戸泉酒造【木戸泉酒造株式会社】

■ 大多喜町

- ・ 渡辺家住宅
- ・ 大屋旅館
- ・ 豊乃鶴酒造
- ・ 伊勢幸酒店店舗兼主屋
- ・ 穴倉弥兵衛商店店舗兼主屋
- ・ 大多喜町役場中庁舎
- ・ 商い資料館
- ・ 釜屋
- ・ Mitosaya 薬草園蒸留所
- ・ 大多喜県民の森
- ・ 養老溪谷観光センター【山の駅養老溪谷喜楽里】
- ・ 旧老川小学校会所分校
- ・ 大多喜ハーブガーデン
- ・ SDGs 大多喜学園
- ・ MUJI BASE OIKAWA
- ・ いすみ鉄道株式会社
- ・ たけのこ掘り体験

■ 御宿町

- ・ 日・西・墨三国交通発祥記念之碑(メキシコ記念公園)
- ・ 月の沙漠記念公園
- ・ 月の沙漠記念館
- ・ ONJUKU モニュメント
- ・ 酒蔵見学(岩の井)

(自然・文化)

■ 勝浦市

- ・ 鵜原理想郷
- ・ 興津海水浴場【国際環境認証「ブルーフラッグ」認証】
- ・ 寂光寺の大椎【県指定天然記念物】
- ・ 八坂神社の自然林【県指定天然記念物】
- ・ 高照寺ノ乳公孫樹【県指定天然記念物】
- ・ 鵜原海岸【日本の渚百選】
- ・ 守谷海岸【快水浴場百選、日本の渚百選】
- ・ 官軍塚公園
- ・ 八幡岬公園
- ・ 覚翁寺【初代波の伊八の欄間】
- ・ 勝浦朝市【430年の歴史】
- ・ 吉野酒造店舗兼母屋他【国登録有形文化財】
- ・ 遠見岬神社【4代目波の伊八の欄間】
- ・ 鵜原の大名行列【県指定等文化財】
- ・ 旅館松の家【国登録有形文化財】
- ・ 植村記念公園
- ・ 興津港海浜公園
- ・ 勝浦灯台

■いすみ市

- ・ 南房総国定公園【岩船～大原～太東の太平洋に面した海岸線】
- ・ 夷隅川【二級河川・いすみ市の生物多様性のシンボル】
- ・ 万木の丘、小動物の広場、照葉樹の森、トンボの沼、ホタルの里【絶滅危惧種も生息している豊かな自然環境】
- ・ 田園地帯【いすみ米の産地】
- ・ いすみの星空【天然のプラネタリウム】
- ・ 器械根【食材の宝庫、いすみ沖の広大な岩礁地帯】
- ・ 外房・太東の波【オリンピックの波、伊八そして北斎が描いた波】
- ・ 行元寺・飯綱寺・長福寺【波の伊八彫刻】
- ・ 岩船地藏尊【お堂は太平洋に突き出た岩場に立つ】
- ・ 清水寺【坂東第32番札所。本州一遅い紅葉がみられる】
- ・ 万木城跡公園【房総でも代表的な戦国時代の山城跡】
- ・ 八幡岬【大原漁港や丹ヶ浦を一望できる小浜城跡】

■大多喜町

- ・ 養老溪谷【粟又の滝・滝めぐり遊歩道・中瀬遊歩道・面白峡遊歩道・黒湯】
- ・ 大多喜城
- ・ 麻綿原高原【妙法生寺】

■御宿町

- ・ ドン・ロドリゴ上陸の地
- ・ 春日神社
- ・ 大宮神社
- ・ 最明寺

(自治体別観光資源まとめ ※千葉県夷隅地域振興事務所)

勝浦市 涼しい街 勝浦

全国で記録的な猛暑日の続くなか、観測史上一度も猛暑日記録されたことのない「涼しい街 勝浦」として注目されました！また、冬は温暖な気候で、一年を通して快適に暮らすことができます。

歴史ある朝市で自分の「好き」を仕事にできます

勝浦朝市 開催日：毎日 MAP G-9

1日～15日 下本町朝市通り
16日～月末 仲本町朝市通り
定休日 毎週水曜日・元旦

430年以上の歴史がある、勝浦朝市は1年を通して旬の食材が並び、観光客と地元住民との交流の場となっています。

月に2回開催される「katsura あさいち shara マルシェ」では、初めての方も気軽に出品でき、自分らしいお店でのビジネスのスタートにもぴったりです。

勝浦の景色を一望できるビュースポット

船原理想郷 勝浦市船原地区 MAP F-9

変化に富んだ入江と老松が美しい景勝地。1周2kmほどのハイキングコースが整備されており、潮風や四季折々の植物などを楽しむことができます。

八幡岬公園 勝浦市津渡221 MAP G-9

勝浦湾の東側に突き出た細長い半島の八幡岬の上に広がる自然公園で、勝浦湾や太平洋を一望することができます。

オーシャンビューのスパで癒しの時間を

edon RESTAURANT&SPA 勝浦市志保234 MAP G-9

2022年7月オープンのお洒落サウナ併設 サーマルスプリングスパ、ショップ等の集合した複合施設。レストランでは地元の海産物を使ったバリエーションが人気！

海の生き物博士になれるかも！

海の博物館 勝浦市志保123 MAP F-9

「房総の海の自然」をテーマとした自然誌博物館。周辺の自然を活かし、季節に合わせた行事や展示を実施しています。

かつらう海中公園 勝浦市志保174 MAP F-9

ダイバー気分を楽しめる海中展望塔。海中展望室からは海洋生物や海底の様子が楽しめます。

いすみ市 住みたい田舎第1位！

都心から特急で約70分とアクセス良好で、首都圏エリアにおける「2023年版 住みたい田舎ベストランキング」で「総合部門」「子育て世代部門」「若者世代・単身者部門」「シニア世代部門」の全ての部門で1位を獲得しました！※宝島社「田舎暮らしの本」2月号「2023年版 住みたい田舎ベストランキング」

オーガニックのまちづくり

いすみ市では農業や化学肥料を使わない有機農業が盛ん。市内の小中学校の給食はすべて有機米(いすみっこ)が提供されています。

いすみや いすみ市御前町475 MAP J-3

いすみ市の農産物を中心としたオーガニック専門店

いすみに移住 (いすみ)

NPO法人いすみライフスタイル研究所 いすみ市御前町475 MAP J-3

移住定住・物件探し、田舎暮らしについて相談することができます。

市内には移住者の経営するお店もたくさん！

アイリス洋菓子店 いすみ市志保314 MAP G-4

素材の味を生かした焼き菓子やいすみ市産の食材を使用したケーキの並ぶ洋菓子店。

haru fromagerie・café いすみ市山田332 MAP H-5

チーズ工房&カフェ。手作りチーズの購入や、そのチーズを使ったガレット等をカフェで楽しむことができます。

Backerei Punkt いすみ市志保370-1 MAP G-4

本格ドイツパンのお店。サンドウィッチやケーキの販売も。

波の伊八の作品を巡ろう

～「波を彫らせたら天下～」と言われた波の伊八の彫刻があります～

波の伊八こと志保伊八郎信由は、いすみ市・太東の海を眺め、研究を重ねたとされています。

行元寺 いすみ市志保2136 MAP F-3

葛飾北斎にも影響を与えた「浪に宝珠」がある寺院。※改修工事のため令和6年8月まで観音不可

飯盛寺 いすみ市御前町2955-1 MAP J-3

波の伊八の最高傑作と言われる「天狗と牛若丸」があります。

大多喜町 房総の小江戸

本多忠勝によって整備された大多喜城。その城下町には今も歴史を感じられる街並みが広がっています。千葉県内の町村では最大の面積があり、四季折々の自然を楽しむことができます。

自然の中のコワーキングスペース

廃校を活用したコワーキングスペースで、県内外の新規事業にも取り組んでいます。教室や音楽室など、懐かしさの場所でも仕事ができ、利用者同士のコミュニケーションから新しいアイデアが生まれる事も！

旧老川小学校 大多喜町小田代524-1 MAP C-5

小高い丘を冠する菓子工房や、会議室、貸会議室などの利用もできます。

SDGs 大多喜学園 大多喜町大戸433 MAP E-5

校舎や校庭をイベントスペースとして利用できます。合宿や研修ができる宿泊施設もOPEN予定！

城下町で江戸時代にタイムスリップ

大多喜城 大多喜町大多喜481 MAP E-3

徳川四天王の一人、本多忠勝を近世初代城主とする大多喜城の本丸跡に建てられた歴史博物館。※改修工事のため休館中。敷地内への立入可能。

渡辺家住宅 大多喜町久保126 MAP E-4

寛永2年(1649年)に建立された江戸時代の町家で、国の重要文化財に指定されています。

高い資料館 大多喜町久保153-1 MAP E-4

「高いと城下町のからし」をテーマにした資料館。1階は昔の商家の再現、2階は生活用品や遊び道具を展示しています。

釜屋 大多喜町久保159 MAP E-4

明治初期に建設された土蔵造りの高家。1階の階段には、写物のモデルが展示されています。

地元の特産品が揃う！

道の駅 たけのぼりの里おおたき 大多喜町石神855 MAP E-5

夷隅地域唯一の道の駅！地元で採れた新鮮野菜や果物、里山の産物が揃います。併設のレストランでは、猪肉を使用したメンチカツや、たけのこを使用した定食などが食べられます。

大多喜ハーブガーデン 大多喜町小田代2423 MAP E-3

4,500㎡を超える全天候型室内ガラスハウスガーデン。ハーブを使用したレストランやアロマショップ、ドッグランもあります。

山の駅 養老深谷喜楽里 大多喜町小田代148-24 毎月第1・第3日曜日 MAP E-3

養老深谷観光の拠点で、地元野菜の販売や鮎の塩焼き等も提供。キッチンカーで販売する巨大ハンバーガーは大人気です。

御宿町 異国情緒あふれる街

真っ白でサラサラの砂浜に、青い美しい海…御宿海岸は南国気分を味わえるビーチです！夏には海水浴客が、また、一年を通して多くのサーファーが、御宿の海を楽しんでいます。

海辺で波の音を聞きながら

御宿海岸 御宿町御宿 MAP I-7

御宿海岸はきめ細かく白い砂浜と青い海、美しい海岸線が特徴。ビーチ沿いにはヤシの木が植えられ、まるで南国！童謡「月の沙漠」に登場するラックダに乗った王子と姫の銅像もあります。

月の沙漠記念館 御宿町御宿 MAP I-7

お試し移住

御宿町への移住を検討する方が仕事や住居を探したり、暮らしを体験する際の町指定施設の宿泊費を補助。田舎暮らしに慣れるけど、いきなり移住は…なんて方もぴったりです！

月の沙漠記念館 御宿町御宿505-1 MAP I-7

「月の沙漠」の作詞者、加藤まさの作品などを展示する記念館。マルシェや祭りの会場になる、町の中心的施設です。

御宿うみそらDAY

月の沙漠記念館前で開催されるマルシェ。フードやグッズの販売だけでなく、フリーマーケットやライブの開催も！

歴史と文化に触れる

御宿町とメキシコは深い交流があります

ドン・ロドリゴ上陸橋 (田尻海岸) 御宿町御宿 MAP I-8

慶長14年(1609年)、座敷したサン・フランシスコ号のドン・ロドリゴ船長が乗組員317人が漂着した場所といわれています。

メキシコ記念公園 御宿町志保702 MAP I-8

ドン・ロドリゴ一行の救助をきっかけとした日・西・墨三国交通発祥記念碑がある丘上の公園。御宿海岸が一望できる絶好のビュースポットです。

(食資源まとめ ※千葉県夷隅地域振興事務所)

特産品

水産物 ～千葉ブランド水産物～

イセエビ

太東・大原から勝浦にかけての沿岸は、全国でも有数のイセエビ漁獲量を誇る千葉県内でも高いシェアを占める、イセエビ産地です。



たけのこ

大多喜産のたけのこはアクが少なく柔らかい品質が特徴です。



チーズ

豊かな自然を活かし、夷隅地域にはたくさんのチーズ工房があります。



金目鯛

利身は脂が身の中まで均等に含まれてとろっと甘く、しかも上品。身の美味しさ以外にも、魚体の美しさ、発色の良さなどで高い評価を受けています。



ジビエ

クセが少なくヘルシーで人気のジビエ。県内で捕獲されたイノシシやシカの肉は「房総ジビエ」として提供されています。



酒

夷隅川が流れる夷隅地域は良質な水に恵まれていると言われており、5つの酒蔵があります。酒蔵だけでなく、蒸留所やクラフトビールの醸造所もあります。



あわび

外房は日本第一を誇るあわびの産地です。肉厚で独特の歯ごたえと甘み、心地よい磯の香りを楽しめます。



カツオ

勝浦漁港の初獲の水揚げ高は全国でもトップクラスです。透明感のある肉色と、モチモチした食感、さわやかな旨みが特徴です。



勝浦タンタンメン

醤油ベースのスープにラー油が多く使われたラー油系タンタンメン。各店が特色を生かしたメニューを提供しています。



伊ハめし

「いすみ市産の米」を柱に、いすみ市の食材を中心とした8種類以上の海・山の幸を使用した各店オリジナル定食です。



マダコ

いすみ市のタコはその品質の高さから長渾原明石市のタコと並んで市場で高い評価を受けています。特に12月～1月に漁獲されたマダコは柔らかく甘みがあります。



詳細は「熱血!!勝浦タンタンメン船団」のホームページをご覧ください。



詳細はいすみ市観光協会のホームページをご覧ください。



飲食店の情報は各市町観光協会にご確認ください。






勝浦市観光協会 いすみ市観光協会 大多喜町観光協会 御宿町観光協会

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

施設数	詳細
勝浦市	118 旅館・ホテル：43 軒 簡易宿所：75 軒 定員：4,975 人
いすみ市	121 旅館・ホテル：12 軒 簡易宿所：109 軒 定員：1,953 人
大多喜町	41 旅館・ホテル：13 軒 簡易宿所：28 軒 定員：1,079 人
御宿町	75 旅館・ホテル：32 軒 簡易宿所：43 軒 定員：2,004 人
合計	355 旅館・ホテル：100 軒 簡易宿所：255 軒 定員：10,011 人

※R6. 11. 22 時点 千葉県データより

【利便性：区域までの交通、域内交通】

※参考アクセス（いすみ市大原駅⇄東京）の場合



1 電車利用

外房線（特急わかしお）-大原駅下車（東京発：72分）

総武線快速-外房線（千葉駅）-大原駅下車（東京発：114分）

2 車利用

京葉道路→東金有料道路（東金IC）→東金九十九里有料道路→九十九里有料道路→国道128号

京葉道路（蘇我IC）→外房有料道路→県道21号線（茂原市経由）

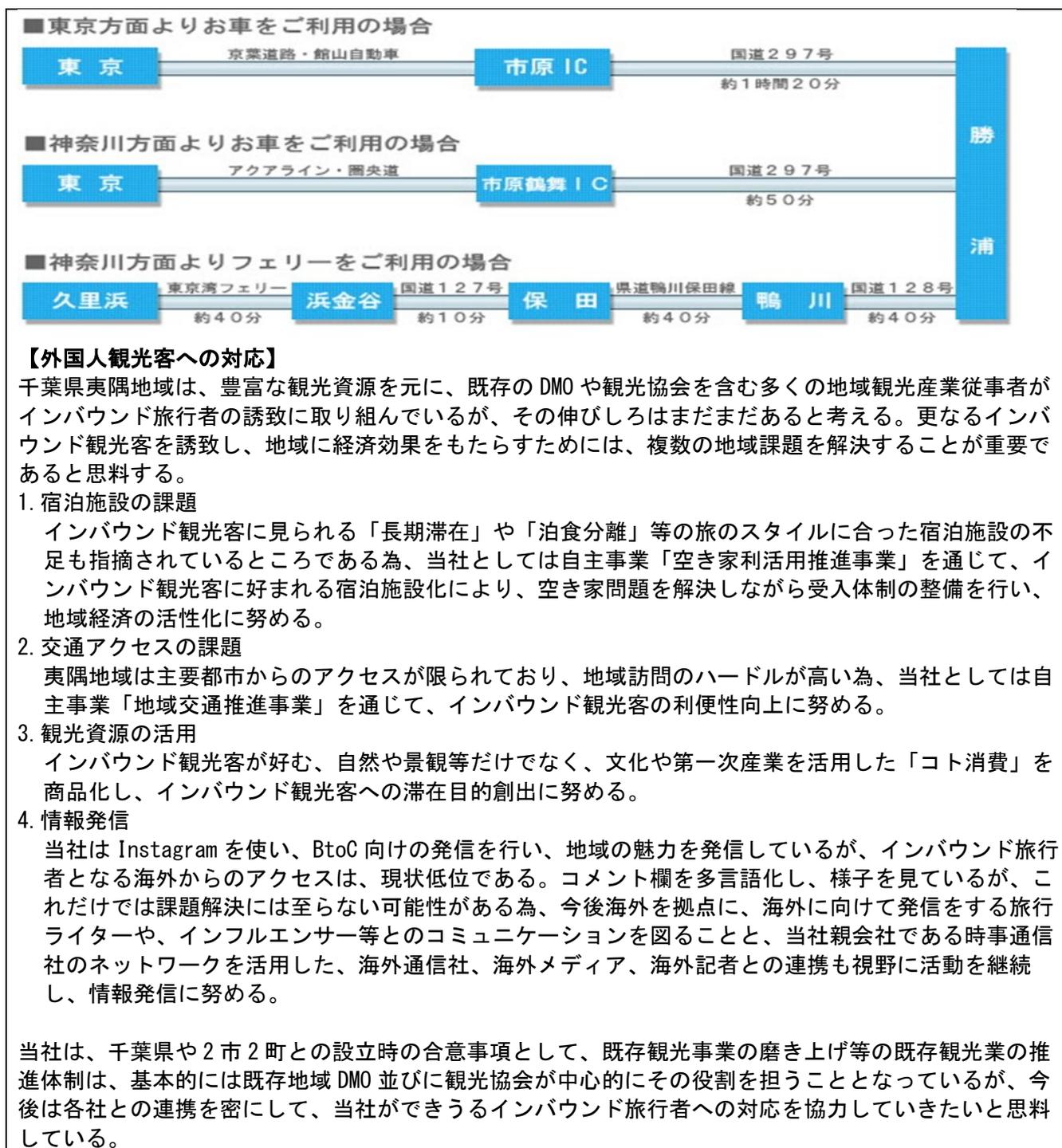
東京湾アクアライン→首都圏中央連絡自動車道（市原鶴舞IC）→国道297号（大多喜町経由）

3 国内主要空港からの移動時間

成田空港（1.5時間圏内）・羽田空港（2時間圏内）

※車利用

※参考アクセス（勝浦市⇄東京）の場合



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。	各自治体・地域DMOと連携し、収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各自治体・地域DMOと連携し、収集

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。	各自治体・地域 DMO と連携し、収集
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。	各自治体・地域 DMO と連携し、収集

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

【地域の現状】

千葉県夷隅地域は、千葉県の南東部に位置し、東京都心から約 60～80km、成田国際空港からも約 60～70km と、いずれも約 1.5 時間圏内に位置するアクセス至便なエリアである。この地は東側を太平洋に面し、40km 続く美しい海岸線、西側には上総丘陵や清澄山系が広がり、自然景観と人文景観が調和した観光資源の宝庫である。また、観光資源には豊かな自然に加え、歴史的建造物や伝統文化、新鮮な海産物や農産物を活かした食体験など、多様な魅力が揃っている。鉄道は JR 外房線、いすみ鉄道、小湊鉄道が存在し、観光資源と連携しやすい環境にある。

人口動態の面では、令和 6 年 10 月 1 日時点で、夷隅地域全体の人口は 63,069 人。各市町の人口は勝浦市が 15,326 人、いすみ市が 33,165 人、大多喜町が 8,105 人、御宿町が 6,473 人となっている。

経済面では、主要産業は、農業と漁業を中心とする一次産業であり、豊かな自然環境を活かした米や野菜の生産、太平洋沿岸での漁業が盛んである。このような背景の中で、観光産業が地域経済を牽引する柱となる可能性は大きいと思料している。消費者目線においても、夷隅地域は、海や山、川といった自然環境に加え、歴史的資源や地域の食文化など、多彩な観光資源を有していると考えている。

【地域の共通課題】

- ・ 人口減少と高齢化が進む中、地域への移住・定住者の受け入れや関係人口拡大が重要な課題となっている。
- ・ 人口減少や高齢化による空き家の増加（潜在的な空き家の急増）
- ・ 地域内を通過する主要道路として、国道 3 路線（128, 297, 465 号）、主要地方道 5 路線、一般県道 21 路線はあるものの、圏央道と距離があり、長生グリーンラインの延伸計画は進行しているものの、実現までには時間がかかり、近隣地域と比べてアクセスの利便性が課題となっている。また地域内の観光周遊を促進する公共交通の脆弱性も課題となる。
- ・ 観光産業だけでなく、高齢化による事業承継等への影響。
- ・ 移住・定住、二地域居住者の地域における適切な居住環境及び雇用機会の不足

【当社が行う解決の方向性】

当社は、観光需要の「創出」と「創造」により地域課題を解決することを目的に組成されており、その目的の中で施策を講じ、観光産業の経済合理性を向上することを目的としている。

2026 年（令和 8 年）の圏央道（大栄 JCT～松尾横芝）間が開通することにより、成田国際空港からの夷隅地域へのアクセスが改善され、人流・物流ともに新たな契機を迎えると考えており、このタイミングに向け活動を行う。

- ・ 空き家の利活用（宿泊施設化）に資する活動
- ・ 地域交通（アクセス交通＋地域周遊交通＋生活交通）の改善に資する活動
- ・ 関係人口創出/二地域居住/移住/定住/人口の自然増に資する活動
- ・ 空き家、交通、関係人口の創出の施策を推進し、雇用創出に資する活動
- ・ 上記の課題解決の方向性を一元的にまとめ上げるためのコンセプトワーク及び一元的情報発信に資する活動

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 豊富な観光資源 太平洋に面した 40km に及ぶ美しい海岸線や、上総丘陵、清澄山系などの自然景観。歴史的建造物や伝統文化、新鮮な海産物や農産物を活かした地域の食文化。 都心・成田空港からのアクセスの良さ 東京都心から約 60~80km、成田国際空港から約 60~70km と、1.5 時間圏内の距離 観光交通インフラの存在 JR 外房線、いすみ鉄道、小湊鉄道が地域を結び、観光資源と連携可能。 一次産業の強み 米や野菜の生産、沿岸での漁業など、自然を活かした産業基盤。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 人口減少と高齢化 地域人口の減少、高齢化が進み、空き家の増加や事業承継問題が発生。 交通の利便性の課題 圏央道との距離があり、長生グリーンラインの延伸が遅れている。地域内観光周遊を促進する公共交通が脆弱。 雇用機会と居住環境の不足 移住・定住者や二地域居住者に適した雇用機会や住環境が十分ではない。 観光産業の経済合理性 地域経済を牽引する観光産業の発展に向けた施策が不十分。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 観光需要の拡大 空き家を宿泊施設化し、観光客を呼び込むことで地域経済の活性化が期待できる。 地域交通の改善 アクセス交通や地域周遊交通の改善が進めば観光産業の発展が加速。 移住・定住者や二地域居住者の増加施策 自然豊かな地域環境や歴史文化を活かし、移住希望者に訴求可能。 SDGs や地域創生の潮流 持続可能な地域づくりへの注目が高まっているため、政策支援や資金調達の可能性。 デジタル技術の活用 一元的な情報発信をデジタルで行うことで、地域外へのプロモーション強化。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 競合地域との比較 他の観光地と比較した場合、アクセスや観光資源の PR 不足が課題。 高齢化による労働力の不足 地域経済全般における労働力の減少。 交通インフラの未整備 長生グリーンラインの延伸計画が遅れることで、近隣地域に観光客が流れるリスク。 気候変動や自然災害 太平洋沿岸という地理的特性から、台風や津波などのリスクが存在。 外部資本依存のリスク 観光産業を活性化する中で、地域外の資本や企業に依存しすぎると、地元経済への還元が薄れる可能性。

※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

<p>○第1ターゲット層：インバウンド観光客 国籍：短期ターゲット：現状のインバウンド旅行者ボリュームゾーン（台湾、韓国、中国、香港） 中期ターゲット：欧米豪への拡大 年齢層：30~50代 旅行目的：「文化・食、自然体験、リラクゼーション」等の地域資源を活用した「体験 = コト消費」</p>
<p>千葉県夷隅地域は、豊富な観光資源を元に、既存のDMOや観光協会を含む多くの地域観光産業従事者がインバウンド旅行者の誘致に取り組んでいるが、その伸びしろはまだまだあると考える。更なるインバウンド観光客を誘致し、地域に経済効果をもたらすためには、複数の地域課題を解決することが重要であると思料する。</p>

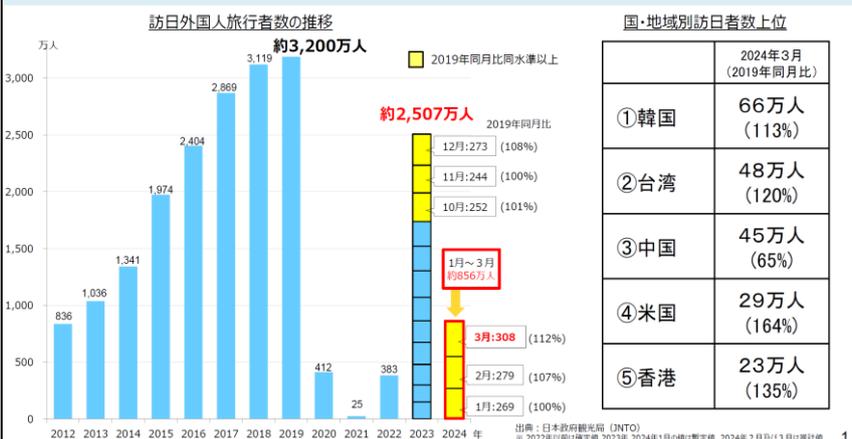
○選定の理由

- 地域経済活性化の為、消費額が多いインバウンド旅行者を取り込む
 - 宿泊日数が1拠点あたりで長く、消費額も多い為
 - 観光庁実施「インバウンド消費動向調査」2023年の訪日外国人旅行者の平均滞在日数は約9.0日。国内旅行者の平均宿泊日数は、「旅行・観光消費動向調査」によると、平均約2.5泊。インバウンド旅行者平均滞在日数は国内旅行者の平均宿泊日数より約6.5日長い。
 - また、同一滞在地宿泊日数は、観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、訪日外国人旅行者は約2.8泊であり、国内旅行者の平均宿泊日数である約1.5泊よりも約1.3泊長い。
 - 成田国際空港とのアクセスが改善できれば「地の利」が見込める
- 短期的には、現状のインバウンド旅行者のボリュームゾーンである東アジア旅行者を取り込む
- 中期的には、欧米豪旅行者への拡大を目指す
 - 高い消費額
 - 地方への訪問意欲
 - 環境や文化を尊重した旅行行動

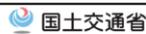
インバウンドの状況(旅行者数)



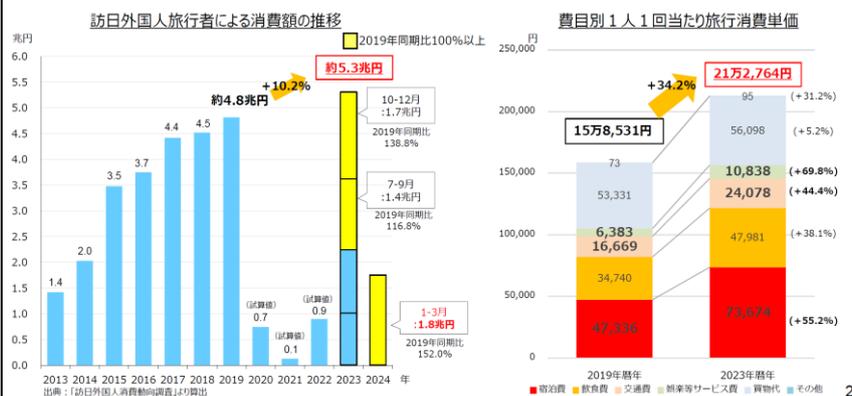
- 2022年10月の水際措置の緩和以降、訪日外国人旅行者数は堅調に回復し、2023年は2,500万人を超えた。
- 3月の訪日外国人旅行者数は約308万人とコロナ前2019年と比較すると112%の回復(中国からの訪日を除くと127%の回復)となり、昨年10月より6ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復した。
- 1月～3月の累計では約856万人と第1四半期で過去最高となった。



インバウンドの状況(消費額)



- 2023年の訪日外国人消費額は、5.3兆円と過去最高(2019年は4.8兆円。2019年比10.2%増)
- 訪日外国人(一般客)一人当たりの旅行支出は、約21万円(2019年比34.2%増)
- 費目別にみると、宿泊費、娯楽等サービス費、交通費等が上昇
 - ※ 平均泊数が増えたこと(8.8泊→10.1泊)や円安・物価上昇の影響等が考えられる
- 2024年1～3月期の訪日外国人消費額は、約1.8兆円と四半期として過去最高。一人当たりの旅行支出は約21万円。



【年齢層】

「訪日旅行データハンドブック 2023 年（日本政府観光局（JNTO）」を参照すると、インバウンド旅行者の 30～50 代は、文化や自然体験を好む傾向があり、夷隅地域の観光資源と親和性が高いと判断している。

○取組方針

【多言語対応の情報発信】

当社は Instagram を使い、BtoC 向けの発信を行い、地域の魅力を発信しているが、インバウンド旅行者となる海外からのアクセスは、現状低位である。コメント欄を多言語化し、様子を見ているが、これだけでは課題解決には至らない可能性がある為、今後海外を拠点に、海外に向けて発信をする旅行ライターや、インフルエンサー等とのコミュニケーションを図ることと、当社親会社である時事通信社のネットワークを活用した、海外通信社、海外メディア、海外記者との連携も視野に活動を継続し、情報発信に努める。

【体験型観光プログラムの開発】

インバウンド観光客が好む、自然や景観等だけでなく、文化や第一次産業を活用した「コト消費」を商品化し、インバウンド観光客への滞在目的創出に努める。

【宿泊施設の拡大】

インバウンド観光客に見られる「長期滞在」や「泊食分離」等の旅のスタイルに合った宿泊施設の不足も指摘されるところ、当社としては自主事業「空き家利活用推進事業」を通じて、インバウンド観光客に好まれる宿泊施設化により、空き家問題を解決しながら受入体制の整備を行い、地域経済の活性化に努める。

【地域交通の改善】

夷隅地域は主要都市からのアクセスが限られており、地域訪問のハードルが高い為、当社としては自主事業「地域交通推進事業」を通じて、インバウンド観光客の利便性向上に努める。

○第 2 ターゲット層

【国内旅行者（関係人口創出の為に）】

- ・地域とのつながりを求める潜在的な需要を掘り起こす（地域資源の活用と磨き上げ）
- ・「体験（コト消費）」等の目的が明確である国内旅行者の取り込み（地域資源の活用と磨き上げ）
- ・これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」で関係人口を創出
- ・旅行者の反復来訪による、二地域居住、移住・定住の促進を目指す

<プロフィール①>

年齢：30～40 代

家族構成：夫婦、または小学生以下の子供を持つ家族

性別：男女

職業：テレワーク可能な職種、またはフリーランス

居住地：首都圏在住

<プロフィール②>

副業兼業を検討している/複数の職種（パートタイム）での生活を目指す

年齢：20～40 代

家族構成：単身者、または夫婦

性別：男女

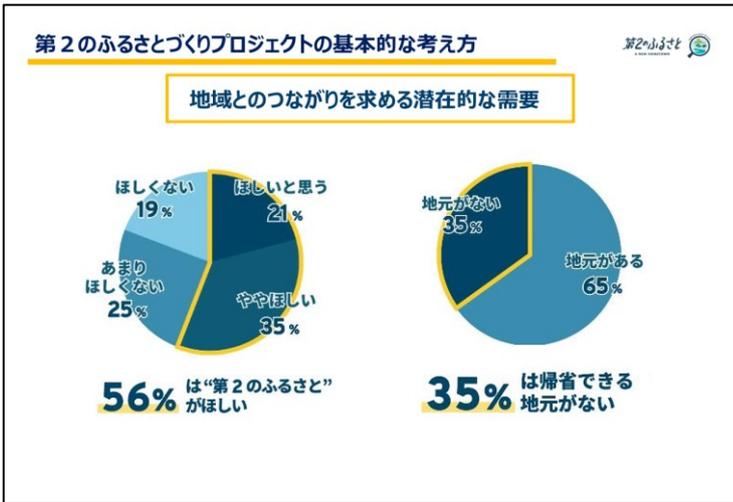
職業：本業を持ちながら副業・兼業を希望する会社員

居住地：首都圏在住

千葉県夷隅地域は、豊富な観光資源を元に、既存のDMOや観光協会を含む多くの地域観光産業従事者が国内旅行者の誘致に長年に渡り取り組んでいる。当社は、千葉県や2市2町との設立時の合意事項として、既存観光事業の磨き上げ等の既存観光業の推進体制は、基本的には既存地域DMO並びに観光協会が中心的にその役割を担うこととなっているが、今後は各社との連携を密にして、当社ができる国内旅行者への対応を推進していきたいと思料している。

当社は、観光需要の「創出」と「創造」により地域課題を解決することが設立目的であり、夷隅地域の共通課題を解決する為に資するターゲットとして、【関係人口創出の為】の国内旅行者の誘客が重要であると思料する。

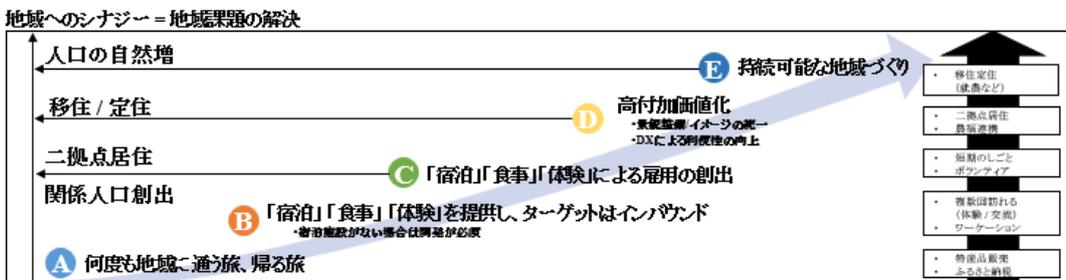
○選定の理由



出典：観光庁「第2のふるさと概要説明」資料



出典：観光庁「第2のふるさと概要説明」資料



出典：一般社団法人日本ファームステイ協会 Information 資料

1. テレワークの普及

総務省の「令和3年通信利用動向調査」によれば、テレワーク実施率は増加傾向にあり、特に30～40代のビジネスパーソンで高い割合を示している。

2. 子育て環境の重視

内閣府の「子育て環境に関する調査」（2021年）では、子育て世代が自然環境や教育環境を重視する傾向が示している。

3. 首都圏からのアクセス

夷隅地域は首都圏からのアクセスが良好で、移住先としての利便性が高い。

4. 副業解禁の動向

厚生労働省の「副業・兼業に関するデータ」（2019年）によれば、副業を希望する雇用者は増加傾向にあり、特に20～40代でその意向が強いとされている。

5. 地方での副業機会

内閣府の「地方への新たな人の流れの進捗状況と課題」（2022年）では、副業を通じて地方と関わりたいと考える人々が増えている。

○取組方針（目指すべき姿）

【地域における雇用の創出と住居の確保】

当社は、自主事業として「空き家利活用推進事業」及び「地域交通推進事業」を推進している。これは、地域の地域課題を解決する為に推進をしているが、本ターゲットへの影響が大きい事業でもある。

①空き家利活用は、宿泊施設化だけでなく、二地域居住、移住者への住居の提供に繋がる

②空き家利活用により、新たに宿泊施設化された物件において、雇用が生まれる

③地域交通推進事業により、新たな雇用が生まれる

このように、地域課題を解決しながら、地域経済の活性化＝雇用の創出を目指す。

更に、当社は、婚活プロジェクトの推進を検討している。

現在、千葉県が推進しているイベント型との整合性を重視するため、来期以降に具体的施策を講じるよう準備・検討しているが、この婚活プロジェクトの施策の延長線上にあるものは、あくまでも「関係人口創出/二地域居住/移住/定住/人口の自然増」の結果を見据えた活動である。

【テレワーク環境の整備】

高速インターネット環境の整備やコワーキングスペースの設置を推進し、テレワーク希望者の受け入れ体制の強化を図る。

【子育て支援の充実】

保育施設や子育て支援センターの情報発信を強化し、子育て世代が安心して移住できる環境を整備する。

【移住体験ツアーの実施】

実際に地域での生活を体験できるツアーを企画し、移住希望者に具体的な生活イメージを提供する。

【副業マッチングプラットフォームの活用】

地域の企業や団体と副業希望者をつなぐオンラインプラットフォームを活用し、マッチングを促進する。

【短期滞在プログラムの提供】

副業希望者が地域での活動を体験できる短期滞在プログラムを企画し、地域との関係構築を支援する。

【副業に関する情報発信】地域での副業事例や成功体験を SNS やウェブサイトで発信し、関心を持つ層へのアプローチを強化する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>【Concept】</p> <p>千葉県夷隅地域の地域課題解決のために、 観光需要の「創出」と「創造」を行い、 「国内外から選ばれる、夷隅地域を目指す」 ～ 地域経済の活性化と雇用の創出を目指して～</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>【地域課題】</p> <p>①人口減少と高齢化等(担い手不足や事業継承等)の課題 ②地域経済の縮小による課題 ③空き家増加等による課題 ④耕作放棄地 / 山林管理等による課題 ⑤地域交通(アクセス道路/周遊交通/生活交通)の課題 ⑥地域防災対策(災害時避難所等)の課題</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>【観光需要のターゲット】</p> <p>ターゲット①:インバウンド旅行者の取組み ・地域経済活性化のため、消費額が多いインバウンド旅行者の取組み(宿泊日数か1拠点あたりでも平均2.8泊) ・短期向けには、現状のインバウンド旅行者のボリュームゾーンである東アジア旅行者を取組み ・中期向けには、欧米系旅行者への拡大を目指す(①高い消費額、②地方への訪問意欲が高い、③環境や文化を尊重した旅行行動)</p> <p>ターゲット②:「体験(コト消費)」等の目的が明確である国内旅行者の取組み ・地域へのつながりを求める潜在的な需要を掘り出す(地域資源の活用と磨き上げ) ・「体験(コト消費)」等の目的が明確である国内旅行者の取組み(地域資源の活用と磨き上げ) これまでの旅とは異なる何處も地域へ通う旅、帰る旅で関係人口を創出 ・旅行者の反復来訪による、二拠点居住、移住・定住の促進を目指す</p> </div>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>当社は地域連携 DMO であり、「観光で地域課題を解決する」を目的に設立され、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項として地域祭礼・イベント・既存観光事業の磨き上げ等の既存観光業の推進体制並びに、地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組は、基本的には既存地域 DMO 並びに観光協会が中心的にその役割を担うこととなっている。</p> <p>当社は、夷隅地域の 2 市 2 町を一体と捉え、海・山・川・里山等の自然や、文化・生活を基盤とした、豊かな観光資源を活用、訪れる人々に魅力を伝え、地域を応援するファンを増やすことを目的とした活動を推進する。</p> <p>具体的な施策（アクションプラン）の企画・立案の方向性は、農業・漁業・体験・食等「地域の宝」を活用した「コト消費」を目指すことである</p> <p>＜具体的に活用を検討している地域資源＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 豊かな自然資源:海、山、川、里山、生物多様性、気候 ・ 里山:養老溪谷(大多喜町)、源氏ボタルの里(いすみ市) ・ 漁港:大原漁港(いすみ市)、勝浦漁港(勝浦市)、御宿漁港(御宿町) ・ リアス式海岸:小浦海岸御宿町)、鵜原理想郷(勝浦市) ・ 文化:大多喜城下町(大多喜町) ・ 食文化:有機農業、豊富な魚種など ・ ローカル鉄道等(いすみ鉄道)

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
<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ステークホルダーとの合意形成（情報共有含）の為の会議体は5階層に分かれる ・ 「首長会議」は最終意思決定を行う（半年に1回程度開催） ・ 「千葉県連絡会議」千葉県との情報共有及び施策の協議を行う（適宜開催） ・ 「観光課長会議」は地域との合意形成及び、施策・予算の策定を行う（4半期に1回程度開催） ・ 「企画課長会議」は自治体内部署を横断するプロジェクト及び施策推進の為、各首長の許可を得て行う（4半期に1回程度開催） ・ 「民間事業者 及び 地域住民説明会」は、DMOの方向性、施策状況等の情報共有を行う（年に1回～2回程度開催） ・ 個別プロジェクトに関しては、担当者ベース及び専門分野の「連携する事業者」を参集し、業務推進（施策の進捗状況に合わせて開催） <p>※ 当社が求められる役割としては、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2市2町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組（施策）に積極的に関与させることである。各取組（施策）を、立案、実行する上において、正確な情報やノウハウを必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持し、施策を実行する座組を構築する時点で、企業・団体が積極的に関与することが重要であると考えており、当社は設立時より現時点まで継続的にその取組を行っている。</p> <p>当社は地域連携 DMO であり、「観光で地域課題を解決する」を目的に設立され、千葉県や2市2町と設立時の合意事項として地域祭礼・イベント・既存観光事業の磨き上げ等の既存観光業の推進体制並びに、地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組は、基本的には既存地域 DMO 並びに観光協会が中心的にその役割を担うこととなっているが、観光を軸に、様々な地域課題を解決する「基本的な考え方」の説明や、浸透の為には、地域社会とのコミュニケーションと地域住民を含めた関係者とのリレーションは必要不可欠である為、当社の活動を対象地域である2市2町の事業者並びに住民に定期的に説明をする機会を持つべく、以下の通り民間事業者及び地域住民説明会を開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第01回目 開催日：2023年12月21日(木) 主要な方々に声を掛けし、開催。（参加者：27名） ・ 第02回目 開催日：2024年08月30日(金) 広く多様な関係者に声を掛けし、開催。（参加者：60名） <p>第03回目に関しては、第02回目の規模感をベースに、関係者や地域住民等にアンケートの実施を予定し、その回答から課題抽出等を行いたいと考えている。</p>
<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>	<p>品質評価支援制度及び地域 OTA 導入推進</p> <p>当社の「連携する事業者」である日本ファームステイ協会が行っている、宿泊施設への「品質評価支援制度」の地域への紹介等の準備を行うこと及び、一般社団法人住宅宿泊協会（加入組織である株式会社百戦錬磨を中心に）より、OTAの要諦やビジネススキーム等をヒアリングし、地域 OTA の導入等を推進する取組を推進予定。</p>

<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>	<p>当社は地域連携 DMO であり、当社地域の 2 市 2 町には、それぞれに登録地域 DMO や観光協会が存在している。これらの法人と重複しないように「一元的な情報発信・プロモーション」への取組を行うことが、千葉県や 2 市 2 町と設立時の合意事項となっている。そのために、当社が求められる役割として、「連携する事業者」や、中央省庁や、各専門性のある領域の企業・団体との関係性構築を行い、2 市 2 町への興味と事業性を啓発し、それら企業・団体を各取組に積極的に関与させることである。各取組を実行する上において、正確な情報やノウハウを必要な時に供給できる体制を継続的に構築・維持することが重要である。その上で、当社が現時点までに取組を開始し、継続している「一元的な情報発信・プロモーション」は以下の通りである。</p> <p>【2024 年取組①（今後も継続）： BtoB 向けのコーポレートサイト(企業 WEB)のオープンと運用】 対外的な当社説明及び、当社担当 2 市 2 町の紹介等を、積極的に情報発信をすることにより企業探索及び、当社信用を補完する目的で運用中。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2024 年 1 月 25 日:コーポレートサイト(企業 WEB)オープン ・ 2024 年 4 月:英語版、中国語版(簡体字版)、韓国語版 公開 ・ 2024 年 5 月:中国語版(繁体字版) 公開 ・ 2024 年 6 月:スペイン語版 公開 ・ 2024 年 7 月:2 市 2 町の紹介ページを公開 ・ 2024 年 8 月:地域イベント開催情報をタイムリーに掲載開始 ・ (参考 URL : https://jpgs.jp/) <p>【2024 年取組②（今後も継続）： BtoC 向けの OWNED MEDIA(自社保有メディア)】 当社は BtoC 向けの継続的な情報発信媒体を自社で構築するために「OWNED MEDIA(自社保有メディア)」を構築することを戦略の一つとしている 各 SNS を検討した結果動画を活用し、かつ、視覚的に魅力を伝えられるInstagram内で OWNED MEDIA(自社保有メディア)を構築することを決定した また、Instagramにおける 2 市 2 町の露出をすでに行っている個人とタイアップをすることにより、効率的な運営を目指して業務を開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2024 年 7 月 1 日 OWNED MEDIA(自社保有メディア)オープン <p style="text-align: center;">*コンセプト:千葉県の外房エリアにある夷隅地域(勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町)の観光情報、特に観光、遊び、グルメの魅力を発信し地域の魅力を引き立て、週末の外房旅行を楽しく充実させる情報を一元的に配信 (参考 URL)https://www.instagram.com/isumi_trip_jpgs?igsh=dHZycnAxMDcwN2Zr</p> <p>【2024 年取組③（今後も継続）： 2 市 2 町（観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元）情報発信プロジェクト】 2025 年 1 月 25 日から、当社親会社である時事通信社が保有する既存メディアや関連メディアを活用し、2 市 2 町が共同で 1 つのテーマで情報を加工し、共同の媒体で情報を発信することにより緩やかな連帯感や一体感を醸成することを目的として始めたプロジェクトである。発信先は BtoB / BtoC の双方へ行っていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コンテンツのコンセプト: 「観光から地域課題を解決」するため、観光から派生する移住・定住や二地域居住、1 次産業、6 次産業等と、地域課題を掛け合わせて課題解決することで地域全体の活性化を図り、持続可能な地域社会を実現しようとしている様を取材・コンテンツ化。
--	---

	<p>・コンテンツ内容： 千葉県夷隅地域における、移住・定住、ワーケーション、副業・兼業、長期滞在、二地域居住、空き家利活用など事例をインタビュー形式で記事化</p> <p>・発信媒体： 時事通信社自社媒体（下記 5 媒体）</p> <p>①時事ドットコム：時事通信の運営する総合ニュースサイト ②iJAMP：自治体向け情報サービス ③Agrio：農業専門情報サービス ④JFSメルマガ：金融情報メールマガジン ⑤地方行政：地方行政専門情報誌</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）

※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 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	N/A (-)	N/A (-)	10,567 (-)	11,930 (-)	12,438 (-)	12,965 (-)
	実績	9,584 (-)	9,719 (-)	12,343 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	N/A (-)	N/A (-)	449 (-)	487 (-)	516 (-)	534 (-)
	実績	322 (-)	390 (-)	471 (-)			
●来訪者満足度 (%)	目標	N/A (-)	N/A (-)	88.1 (-)	90.6 (-)	93.2 (-)	93.2 (-)
	実績	80.3 (-)	88.0 (-)	88.5 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	N/A (-)	N/A (-)	62.9 (-)	64.3 (-)	65.5 (-)	66.3 (-)
	実績	59.8 (-)	61.8 (-)	62.7 (-)			

※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】

当社は、原則、先行活動している地域 DMO が観光庁へ提出している「必須 KPI」との整合性を最重要視している。

整合性を取るため、千葉県夷隅地域振興事務所と調整をし、上記 KPI を設定している。

当 DMO 担当地域内で、御宿町のみ地域 DMO が存在していないが、今後当社が整合性のあるデータの収集も行う意向である。

現在当社は、自治体、地域 DMO、観光協会等の多様な関係者と、数値を元にした共通認識を持つ為に、「人流」「インバウンド」「消費データ」等、定期的な定量調査で入手が可能なデータは、当社が用意し、共通 KPI 等の目標設定をし、それぞれが活動を推進、PDCA を回すことが地域の観光産業にとって有益であると思料しており、当社は【調査 KPI プロジェクト】を推進している。

今期は、どこにどのようなデータがあり、どう加工し、どのような共有の方法があるのか、どのように更新すべきか等を検討し、専門の法人 2 社とその実現性に関して議論を重ね、結果 1 社より具体的な提案と、見積もりを入手するに至った。

しかしながら、初期及び継続的に高額な費用がかかるため、現在実施に関しては保留しており、その財源の確保等を引き続き検討している状態である。

【設定にあたっての考え方】

各地域 DMO の必須 KPI の数値を収集し、千葉県観光入込調査報告書と照合した上で、地域連携 DMO としての KPI を数値化。

<参照データ>

- ・各市町（勝浦市、いすみ市、大多喜町）地域 DMO 「観光地域づくり法人形成・確立計画」及び各市町提供データ
- ・御宿町提供データ
- ・千葉県「観光入込調査報告書」

●旅行消費額

「令和 3 年度千葉県観光入込調査報告書」より、県全体の観光入込客数 109,558,602 人に対し、夷隅地域の観光入込客数は 1,735,252 人（1.58%）である。この割合を基準として夷隅地域の観光消費額を推計すると、県全体の観光消費額 790,503 百万円の 1.58%と仮定すると 12,490 百万円となることから、本推計額を当面の数値目標としたい。このため、夷隅地域における観光消費額が年 2%ずつ成長していったと仮定して、令和 6 年度以降の観光消費額を推計している。今後、どのように独自調査を行い、データを収集していくかは、2 市 2 町等と調整しながら決めていく予定である。

上記旅行消費額のうち、R5 年度の実績値が R6 年度の目標値を上回っている現象が起きていることは認識しているが、前述した前提条件での算出による為、現状 R6 年度以降の目標値に関しては、当初設定した前提条件に基づいた数値を据え置いている。

●延べ宿泊者数

勝浦市、いすみ市、大多喜町の数値は、各地域 DMO の「形成・確立計画」から使用し、御宿町は町提供データを使用している。R5 年度までは実績値（ただし御宿町の R5 は推計値）を記載しており、R6 以降の目標値は、R5 の実績値に対し年 2%ずつ増加すると仮定して、4 市町の目標額の合計に 1.02%を乗じて推計している。

●来訪者満足度

御宿町はデータを収集していないため、勝浦市、いすみ市、大多喜町の数字を各地域 DMO の形成・確立計画等から引用し、平均値を算出。R5 までは実績値を記載しており、R6 以降の目標値は、各市町の目標値の平均値に対し 2%の向上を見込み、1.02 を乗じて算出している。

●リピーター率

御宿町はデータを収集していないため、勝浦市、いすみ市、大多喜町の数字を各地域 DMO の形

成・確立計画等から引用し、平均値を算出。R5 までは実績値を記載しており、R6 以降の目標値は、各市町の目標値の平均値に対し 2%の向上を見込み、1.02 を乗じて算出している。

(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	2026 (R8) 年度
●観光入込客数 (千人地点)	目標	N/A	N/A	1,995	2,773	2,829	2,885
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	1,735	1,956	2,719	/	/	/
		(-)	(-)	(-)			
		(-)	(-)	(-)			
		(-)	(-)	(-)			

※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】

●観光入込客数

宿泊客・日帰り客/国内客・インバウンド客を区別し、分析し、効果的な施策を講じる為。

当社が掲げているターゲットである「インバウンド旅行者」を、成田空港から誘客する施策等を講じる為にも有効であると思料。また各地域 DMO が継続的に観測している必須 KPI や PDCA 活動との連携した評価も容易であると判断したため、「観光入込客数」を設定することとした。今後、「観光入込客数」をベースとしたインバウンド比率/日帰り/宿泊/滞在時間や拠点分析等のデータ細分化及び、クロス集計等調査の実施を推進する予定。

【設定にあたっての考え方】

※観光入込客数

・R2～R5 は実績値

・R6～R8 は目標値（前年度の数値に 1.02 を乗じた）

※観光入込客数は、千葉県商工労働部観光企画課「千葉県観光入込調査報告書」をもとに算出している。（速報値 9 月頃、確定値 12 月頃の公表値を利用）

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（実績）	0 円	※2024 年 11 月 1 日法人設立（5 ヶ月決算） ※第 1 期（2023 年 11 月 1 日～2024 年 3 月 31 日） 資本金として株式会社時事通信社より 10,000,000 円払込

2024 (R6) 年度(計画)	2,200,000 円	※第 2 期 (2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日) 【収益事業】 2,200,000 円 【国等からの交付金・補助金】 0 円
2025 (R7) 年度(計画)	30,000,000 円	※第 3 期 (2025 年 4 月 1 日～2026 年 3 月 31 日) 【収益事業】 20,000,000 円 【国等からの交付金・補助金】 10,000,000 円
2026 (R8) 年度(計画)	45,000,000 円	※第 4 期 (2026 年 4 月 1 日～2027 年 3 月 31 日) 【収益事業】 30,000,000 円 【国等からの交付金・補助金】 15,000,000 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(実績)	3,824,251 円	※2024 年 11 月 1 日法人設立 (5 ヶ月決算) ※第 1 期 (2023 年 11 月 1 日～2024 年 3 月 31 日) 【一般管理費】 3,673,106 円 【その他支出】 151,145 円 【総支出】 3,824,251 円 ※資本金から充当
2024 (R6) 年度(計画)	20,000,000 円	※第 2 期 (2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日) 【一般管理費】 12,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 3,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 3,000,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 円 【マーケティング】 1,000,000 円
2025 (R7) 年度(計画)	25,000,000 円	※第 3 期 (2025 年 4 月 1 日～2026 年 3 月 31 日) 【一般管理費】 15,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 3,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 3,000,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 2,000,000 円 【マーケティング】 2,000,000 円
2026 (R8) 年度(計画)	32,000,000 円	※第 4 期 (2026 年 4 月 1 日～2027 年 3 月 31 日) 【一般管理費】 17,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 3,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 5,000,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 5,000,000 円 【マーケティング】 2,000,000 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

当社は、設立時より、特定財源ならびに自治体からの財源確保を計画していないため、関係自治体とともに検討は行っていない。

当社は株式会社であり、資本増強・借入・受託事業・収益事業により安定的・継続的な経営を行う計画である。

【第 1 期（前期）】

- ・ 設立時資本金により運営

【第 2 期（進行期）】

- ・ 設立時資本金並びに親会社からの借入金により運営（借入済）
- ・ 第 2 期下半期より、親会社と営業委託契約を締結（収益事業の組成）

【第 3 期（来期）】

- ・ 親会社からの借入金による運営（借入済）
- ・ 親会社との契約に基づく収益事業の立ち上がり

【第 4 期（再来期）】

- ・ 親会社との契約に基づく収益事業の立ち上がり
- ・ 自主事業の収益化

基本的には上記項目によって安定的・継続的な経営を行っていく計画であるが、地域に根差した「ふるさと納税」「指定管理制度」「特定財源（観光税・宿泊税）」に関しては、当社がその実行を行える役割が担え、自治体に対し然るべき提案ができる場合は積極的に対応していきたいと考えている。

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

勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町（2市2町）は、株式会社時事グローバルサービシーズを地域連携 DMO として共に申請いたします。

※2024年5月15日（2024年6月24日リリース配信）に、株式会社時事グローバルサービシーズ（代表取締役：杉本一郎）、千葉県勝浦市（市長：照川由美子）、いすみ市（市長：太田洋）、大多喜町（町長：平林昇）、御宿町（町長（当時）：石田義廣）は、観光分野における包括連携協定を締結し、千葉県夷隅地域振興事務所において、記念撮影を行った。連携協定の目的は、速やかに地域連携 DMO「登録法人」となることと、さまざまな分野で協力し、共同で事業を推進することで、夷隅地域の活性化を図り、地域の発展と住民サービスの向上に貢献することとしている。

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】

行っている。

【区域が重複する背景】

千葉県外房エリアに位置する夷隅地域の 2 市 2 町（勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町）の共通課題である人口減少、空き家問題、地域交通、アクセス交通の改善等について、民間ソリューションを積極的に取り入れる戦略を推進する為、当社は地域連携 DMO として組成された。

既に立ち上がっている地域 DMO を活かしつつ、「観光による地域活性化を図り、多様な地域課題を解決する」ことを目的としている。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

- ・ 当社が、千葉県、2市2町、地域DMO各社、観光協会等と合意をしている役割分担としては、地域祭礼、既存イベント、既存観光事業磨き上げ等、既存観光事業の継続的推進体制は、今迄通りの体制で推進し、当社（地域連携DMO）は基本的に介在しない
- ・ 当社（地域連携DMO）は、2市2町の新たな取り組みを推進する。
 - * 広域での地域課題の解決の為に施策立案と実行
 - * 広域での交付金、補助金等への申請・応募
 - * 民間企業等との連携事業を推進 等
- ・ 当社（地域連携DMO）が民間企業との折衝窓口等となり施策を推進し、地域における活動は、原則2市2町の地域DMO各社や、観光協会等に依頼し、その施策の推進を行う。（何等かの事由により、地域DMO各社や、観光協会等が、その役割を果たすことが困難な場合は、当社がその代替機能を担う）

【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】

期待できると考えている。

役割分担は明確であり、重複をしない事が明確である。

地域DMOは、単一地域の事業を推進する。

- * 単一地域における観光資源の磨き上げを主とする事業を推進
- * 単一地域における受入環境整備等の着地整備事業を推進
- * 単一地域における情報発信事業を推進

当社、地域連携DMOは、地域課題解決を観光という切り口から行い、観光需要の「創出」と「創造」を目的としており、棲み分けは可能であり、互いのシナジー効果が期待できると考えている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	米持貴史
担当部署名（役職）	CMO&CFO
郵便番号	本社：〒299-4612 東京オフィス：〒101-0021
所在地	本社：千葉県いすみ市岬町江場土 227-15 東京オフィス：東京都千代田区外神田 2-17-2
電話番号（直通）	03-3526-2493
FAX番号	03-3526-2494
E-mail	yonemochi@jpgs.jp

1 1. 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	千葉県・勝浦市
担当者氏名	岩瀬 由美子
担当部署名（役職）	観光商工課 課長
郵便番号	299-5292
所在地	千葉県勝浦市新官 1343-1
電話番号（直通）	0470-73-6641
F A X 番号	0470-73-8788
E - m a i l	kankou@city.katsuura.lg.jp

都道府県・市町村名	千葉県いすみ市
担当者氏名	荘司 義弘
担当部署名（役職）	水産商工観光課 課長
郵便番号	298-8501
所在地	千葉県いすみ市大原 7400-1
電話番号（直通）	0470-62-1119
F A X 番号	0470-63-1252
E - m a i l	suisan@city.isumi.lg.jp / citypro@city.isumi.lg.jp

都道府県・市町村名	千葉県・大多喜町
担当者氏名	渡邊 陽二
担当部署名（役職）	商工観光課 課長
郵便番号	298-0216
所在地	千葉県夷隅郡大多喜町大多喜 270-1
電話番号（直通）	0470-82-2176
F A X 番号	0470-82-6860
E - m a i l	shoukokanko@town.otaki.lg.jp

都道府県・市町村名	千葉県・御宿町
担当者氏名	石井 学
担当部署名（役職）	産業観光課 課長
郵便番号	299-5192
所在地	千葉県夷隅郡御宿町須賀 1522
電話番号（直通）	0470-68-2513
F A X 番号	0470-68-3293
E - m a i l	kankou@town.onjuku.lg.jp / kankou@town-onjuku.jp

都道府県・市町村名	千葉県
担当者氏名	田島 典和
担当部署名（役職）	総務部 夷隅地域振興事務所 企画課 課長
郵便番号	298-0212
所在地	千葉県夷隅郡大多喜町猿稻 472-2
電話番号（直通）	0470-82-2215
F A X 番号	0470-82-4164
E - m a i l	isumikk@mz.pref.chiba.lg.jp

都道府県・市町村名	千葉県
担当者氏名	鶴岡 健
担当部署名（役職）	総合企画部 地域づくり課 地域活性化室 主査
郵便番号	260-8667
所在地	千葉県千葉市中央区市場町 1 - 1
電話番号（直通）	043-223-2447
F A X 番号	043-221-6811
E - m a i l	kityo07@mz.pref.chiba.lg.jp

都道府県・市町村名	千葉県
担当者氏名	柳田 興一郎
担当部署名（役職）	商工労働部 観光政策課 企画調整室 副主査
郵便番号	260-8667
所在地	千葉県千葉市中央区市場町 1 - 1
電話番号（直通）	043-223-2415
F A X 番号	043-225-7345
E - m a i l	kanko-k@mz.pref.chiba.lg.jp

記入日: 令和7年 1月 9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】
千葉県夷隅地域(勝浦市、いすみ市、大多喜町、御宿町)

【設立時期】 2023年11月1日

【設立経緯】
当社は、夷隅地域の2市2町を一体と捉え、海・山・川・里山等の自然や、文化・生活を基盤とした、豊かな観光資源を活用し、訪れる人々に魅力を伝え、地域を応援するファンを増やすことを目的とした活動を推進すること等で、「観光で地域課題を解決する」ことを目的に設立

【代表者】 代表取締役社長(GEO)杉本一郎

【マーケティング責任者(CMO)】 米持 貴史(専従)

【財務責任者(CFO)】 米持 貴史(兼務)

【職員数】 12人(常勤3人(うち専従1名)、非常勤9人(業務委託9人))

【主な収入】
・収益事業 0百万円(第1期決算(2023年11月1日~2024年3月31日))

【総支出】
・一般管理費 4百万円、その他費用 0.15百万円(第1期決算(2023年11月1日~2024年3月31日))

【連携する主な事業者】
株式会社時事通信社、一般社団法人日本ファームステイ協会、一般社団法人内外情勢調査会、一般社団法人地方行政調査会、一般社団法人中央調査社、一般社団法人アルベルゴ・ディフーズインターナショナル極東支部、一般社団法人住宅宿泊協会、一般社団法人勝浦市観光協会、一般社団法人ツーリズムいすみ、一般社団法人大多喜町観光協会、株式会社わくわくカンパニー大多喜、一般社団法人御宿町観光協会、株式会社日本旅行、株式会社農協観光、一般社団法人全国農協観光協会、東日本旅客鉄道株式会社千葉支社、WillSmart、千葉銀行、ちばぎん総合研究所、成田国際空港株式会社、プラスナリタラボ株式会社 他

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	N/A (-)	N/A (-)	10,567 (-)	11,930 (-)	12,438 (-)	12,965 (-)
	実績	9,584 (-)	9,719 (-)	12,343 (-)	-	-	-
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	N/A (-)	N/A (-)	449 (-)	487 (-)	516 (-)	534 (-)
	実績	332 (-)	390 (-)	471 (-)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	N/A (-)	N/A (-)	88.1 (-)	90.6 (-)	93.2 (-)	93.2 (-)
	実績	80.3 (-)	88.0 (-)	88.5 (-)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	N/A (-)	N/A (-)	62.9 (-)	64.3 (-)	65.5 (-)	66.3 (-)
	実績	59.8 (-)	61.8 (-)	62.7 (-)	-	-	-

戦略

【主なターゲット】
①30~50代のインバウンド観光客(台湾、韓国、中国、香港+欧米豪へ拡大)
「文化・食、自然体験、リラクゼーション」等の「体験=コト消費」が旅行目的
②20~40代の国内旅行者(関係人口創出)
首都圏在住の、テレワーク可能な職種、またはフリーランス、および本業を持ちながら副業・兼業を希望する会社員とその家族

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
<ターゲット①に対する取組>
多言語対応の情報発信、体験型観光プログラムの開発、宿泊施設の拡大、地域交通の改善
<ターゲット②に対する取組>
地域における雇用の創出と住居の確保、テレワーク環境の整備、子育て支援の充実、移住体験ツアーの実施、副業マッチングプラットフォームの活用、短期滞在プログラムの提供、副業に関する情報発信

【観光地域づくりのコンセプト】
<Concept>
千葉県夷隅地域の地域課題解決のために、観光需要の「創出」と「創造」を行い、「国内外から選ばれる、夷隅地域を目指す」~地域経済の活性化と雇用の創出を目指して~
当社は、夷隅地域の2市2町を一体と捉え、海・山・川・里山等の自然や、文化・生活を基盤とした、豊かな観光資源を活用、訪れる人々に魅力を伝え、地域を応援するファンを増やすことを目的として活動する。具体的な施策の方向性は、農業・漁業・体験・食等「地域の宝」を活用した「コト消費」を目指すことである。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
①農泊交付金プロジェクト
・各種取組の財源確保の為、2025年の農泊交付金申請を行う
②調査・KPIプロジェクト
・各関係者と、施策等方向性の共通認識を持つ為、KPIを設定
③成田国際空港物産販売プロジェクト
・成田国際空港株との協力関係のもと新設したプラスナリタラボ株と協力し、地域産品販売や空港起点観光の推進等を実施
④婚活プロジェクト
・関係人口創出・移住促進などを目的し、千葉県庁が推進するイベント型との整合性を重視し足並みを揃えつつ活動予定

【受入環境整備】
①空き家活用推進事業(宿泊施設化)
・日本ファームステイ協会や国交省と連携し、農泊推進や空き家活用を進め、旅行商品化を準備中
②地域交通(アクセス交通+地域周遊交通+生活交通)推進事業
・2市2町の首長許可を得て勉強会を実施し、2市2町共同での施策立案を目指し、公共ライドシェア導入の課題共有と施策検討を継続中

【情報発信・プロモーション】
①B2B向けのコーポレートサイト(企業WEB)の運用
・対外的な当社説明及び、当社担当2市2町の紹介等を、積極的に情報発信をすることにより企業探索及び、当社信用を補完する目的で運用中
②BtoC向けのOWNED MEDIA(自社保有メディア)
・BtoC向けの継続的な情報発信媒体として、視覚的に魅力を伝えられるインスタグラムでOWNED MEDIA(自社保有メディア)を構築することを決定し、既に2市2町の露出を行っている個人とタイアップし、効率的な運営を目指して運用中
③2市2町(一元)情報発信プロジェクト
・2024年12月1日から、当社親会社の時事通信社が保有する既存メディアや関連メディアを活用し、2市2町が共同で1つのテーマで情報を加工し、共同の媒体で情報を発信中

【その他】
・2024年6月14日、当社と2市2町は、さまざまな分野で協力し、共同で事業を推進することで、夷隅地域の活性化を図り、地域の発展と住民サービスの向上に貢献することを目的に、観光分野における包括連携協定を締結

