

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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人真鶴町観光推進機構	
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 神奈川県足柄下郡真鶴町	
所在地	神奈川県足柄下郡真鶴町	
設立時期	令和6年9月12日	
事業年度	7月1日から翌年6月30日までの1年間	
職員数	3人【常勤3人（正社員3人・出向当0人）、非常勤0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） 藪田 徹也 （出身組織名） （株）ヤブタ建設不動産 代表取締役 真鶴町商工会 会長 一般社団法人真鶴町観光推進機構 代表理事	真鶴町商工会の会長として、地域の様々なパイプ役を務めています。令和4年度地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業（観光庁）には申請主体者として地域事業者と一丸となり稼げる地域を目指して取り組みました。その後、令和5年度には、商工会青年部が同補助金の申請主体者となり、前年度事務局長であり、商工会長としてサポートし、2年連続で採択されました。また、令和6年度特別体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業にも採択され、インバウンドへの取り組みも行っております。
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） 永島絢子「非専従」 （出身組織名） （株）ヤブタ建設不動産旅行部ヤブタツーリスト 一般社団法人真鶴町観光推進機構 理事	株式会社ジェイアール東海ツアーズでの勤務を経て、観光の力で生まれ故郷の真鶴町に様々な経済効果をもたらす事を目標に町で唯一の旅行会社をヤブタ建設不動産内の部署として設立しました。令和5年度地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業を活用し、地域プラットフォーム、地域OTAを管理、運用し、観光DXに取り組んでいます。総合旅行業務取扱管理者を保有。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 永島隆儀「非専従」 （出身組織名） （株）ヤブタ建設不動産	角田実奈税理士事務所に適宜助言を受けながら、健全経営を実施し、サービスを提供し続ける為の運営収支や財源確保に努める。

※必ず記入すること	一般社団法人真鶴町観光推進機構 理事			
旅行商品の造成・販売責任者	(氏名) 永島 紇子 (出身組織名) (株) ヤブタ建設不動産旅行部ヤブタツーリスト 一般社団法人真鶴町観光推進機構 理事	総合旅行業務取扱管理者として、旅行商品の造成・販売を担当。旅行業法を遵守し、必要に応じて神奈川県知事登録旅行業第 2-1048 ヤブタツーリスト(町内唯一の旅行会社)と連携し、販売する。		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	真鶴町産業観光課※観光 DX の取り組みにて連携済みの為、実現可能だと判断しています。 関係人口・交流人口創出による人口減少対策は政策推進課、観光公害としてのゴミ問題は税務町民課、観光時の災害危機管理は防災課といったように、観光に関する多様な施策は横断的に関わる為、産業観光課を窓口として多様な政策と観光政策を結びつける総合調整の役割を担当してもらいます。オーバーツーリズム対策を講じることで目指す、訪れてよし・住んでよしのまちづくり、観光客・地域住民双方にメリットがある、備えずに防災するフェーズフリー対策等、行政が中心的役割を担いつつ、政策の重要な要素として観光政策を取り入れていくことを期待して連携します。			
連携する事業者名及び役割	真鶴町観光協会 (商品造成、域内連携調整) 真鶴町商工会 (商品造成、域内連携調整) 株式会社真鶴ベイマリーナ (商品造成、域内連携調整、二次交通検討) 鶴吉川温泉ホテル (商品造成、域内連携調整、インバウンド誘致) ※観光 DX の取り組みにて連携済みの為、実現可能だと判断しています。			
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	観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置する予定。 令和 4 年から地域一体となって高付加価値化に取り組んでおり、主要団体とは合意形成が出来ている為、実現可能だと判断しています。			
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	日本財団の助成金事業に挑戦中。海を守る為に陸をきれいに保つ事を目的としたスマートゴミ箱を設置したいと考えています。この取り組みにより、オーバーツーリズム対策、持続可能な観光を考えるきっかけを作ります。(令和 7 年 3 月に採択結果発表予定)			
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">事業</td><td>実施概要</td></tr> </table>		事業	実施概要
事業	実施概要			

	情報発信・プロモーション	・地域プラットフォーム、地域 OTA の管理運営
	受入環境の整備	・令和 4 年地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業 ・令和 5 年地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業（2 年計画を含む） ※株式会社ヤブタ建設不動産、商工会会長として取り組んだ内容です。稼げる地域として更に活動の幅を広げる為に、一般社団法人真鶴町観光推進機構を立ち上げました。
	観光資源の磨き上げ	・令和 6 年特別体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業 遊覧船の新航路を地域事業者と計画し、海上から富士山を見学出来るコースを造成。インバウンド向けに発売予定。
【定量的な評価】 株式会社ヤブタ建設不動産として、地域事業者と一体となって取り組んできましたが、稼げる地域を目指すには DMO 登録を目指したいと考え、一般社団法人を設立しました。その為、ヤブタ建設不動産としての取り組み内容となりますが、町のキーパーソンも把握していますし、過去の取り組みにおいて町、観光協会、商工会とも連携をしてきました。その為、DMO 登録が出来る事で更に稼げる地域としての活動を活発に実施出来ると考えています。 令和 5 年地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業 確定補助金額 314,024,044 円		
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】 （一社）真鶴町観光推進機構が母体となり、町、観光協会、商工会など、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。 【実施体制図】 <pre> graph TD A[役員による意思決定、合意形成] --> B[理事会] B --> C[町、観光協会、商工会] C --> D[連絡会議] D --> E[連携する事業者によるテーマ別の協議等] D --> F[宿泊部会] D --> G[交通部会] D --> H[飲食・物販部会] E --> I[住民説明会] F --> I G --> I H --> J[決算総会] I --> J J --> K[各層 DMO 会議] </pre>	

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】



神奈川県足柄下郡真鶴町



【区域設定の考え方】

※安定的かつ継続的に区域としての一体性を確保する観点から、地域における自然、歴史、文化等の関係性を踏まえて記入すること。

神奈川県唯一の過疎地の為、本来であれば都心部では活用不可の補助金も適用になる場合があります。その為、近隣の有名観光地である湯河原、箱根、小田原とは別の組織として単独で設置したいと考えています。

【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。

- ・年間の観光客総数は約 1,062 千人。そのうち、日帰り客が約 99%（約 1,050 千人）を占める。宿泊客は約 1%（約 11 千人）
- ・国内観光客の多くは関東圏からの来訪で、1 位神奈川県、2 位東京都、次いで埼玉県、静岡県、千葉県と続く。（モバイル空間統計）
- ・なお、訪日外国人の年間の観光客数は約 8 千人で、大半が東アジア圏（特に中国）からの観光客である。（モバイル空間統計）
- ・日帰り客の割合が多いことから飲食の消費額が大部分を占めるが、コロナ禍後、劇的に回復している。
- ・大規模施設や主要観光施設が少なく、また、1 日で周りきれてしまう町の大きさであるため、観光目的での長期滞在は望みにくい。
- ・一方で、一人当たりの観光消費額は 1,000 円を下回っており、単価向上が大きな課題となっている。

【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。

◆樹齢約 350 年以上のマツの群生や、クスノキ・スダジイなどの巨木が生い茂る「魚つき保安林」→海の豊かさを守るための森は、サステナブルツーリズムとして活用出来ると考えています。

◆真鶴町でしか採ることができない日本の銘石「真鶴本小松石」

→採石場は安全面の確保を理由として通常は立ち入り禁止の為、ツアー客限定で解放するなど、高付加価値化ツアーとして活用したいと考えています。

◆斜面を生かし潮風と太陽をたっぷりと浴びた柑橘類

→年間を通して活用する為に保存方法等を含めて工夫し、お土産商品の開発を考えています。

◆海水浴&森林浴

→メンタルヘルスツーリズムとして活用したいと考えています。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

観光施設 3 件

社会教育施設 2 件

宿泊施設 13 件（旅館組合・民宿組合）※まなづるの統計では収容人数未収集です。

飲食店 39 件（飲食店組合）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

都心からのアクセスが圧倒的に良い港町です。

東京駅から東海道本線で約 1 時間 40 分。東海道本線で約 13 分の小田原駅まで行けば、東海道新幹線、小田急線が使える為、都心へのアクセスが良好です。

真鶴―〈東海道本線〉―東京駅（約 1 時間 40 分）

真鶴―〈東海道本線〉―小田原駅―〈東海道新幹線〉―東京駅（約 1 時間 5 分）

【外国人観光客への対応】

令和 6 年特別体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業に採択され、インバウンド向けの高付加価値ツアーを造成中です。

今後は、インバウンド向けの災害時対応の補助金獲得を目指します。

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。	アンケート調査を自主事業として実施。地域プラットフォーム活用。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	地域 OTA を活用して実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。地域プラットフォーム活用。
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。地域プラットフォーム活用。
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。	地域プラットフォーム活用。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。地域プラットフォーム活用。

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

平成 29 年に神奈川県唯一の過疎地域に指定され、生産年齢人口の減少幅を抑制していくことが課題です。大規模施設や主要観光施設が少ない事や、箱根、湯河原などの有名観光地に囲まれている事もあり、観光目的での長期滞在は望みにくく、一人当たりの観光消費額は 1,000 円を下回っており、単価向上が大きな課題となっています。高付加価値化に取り組むこと、観光 DX でデータを蓄積し分析することで精度の高い情報発信をする等、観光地域づくり法人を中心に稼げる地域として近隣地域との差別化を図ります。また、観光の力により雇用創出、関係人口・交流人口を創出し、移住定住の促進、空き家対策等、過疎地が抱える様々な課題を解決したいと考えています。

(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？ 美の条例に守り続けられている、都心から圧倒的にアクセスの良い、美しくぬくもりのある温かい港町 ・都心からのアクセス（東京から電車で 1 時間半、車で 2 時間） ・サテライトオフィスの充実 ・人と人との温かい繋がり・交流 ・アットホームでぬくもりのある旅館・民宿 ・美の基準条例による背戸道のような真鶴町特有の風景、懐かしい港町の生活風景 ・自然、食、文化に触れあう体験コンテンツが充実 ・海水浴や森林浴を堪能可能	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ 狙ったターゲットを取り込み、体験価値を最大化させる態勢がリアル・デジタル両面においてまだまだ不十分 ・高付加価値化された宿泊施設・観光施設の不足、空き家による景観の悪化 ・デジタル化対応の遅れ（狙ったターゲットに対し、データに基づいた適切なサービス提供・プロモーションが出来ていない） ・狙ったターゲットを呼び込むための受入れ態勢不足（コンテンツ・サポート態勢など） ・観光・移住政策の深化が必要 ・温泉のある有名観光地が近隣に存在
外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ 現代病に悩む人々の増加、次の人生を探る団塊の世代の定年 ・リモートワークの許容度がアップしたことによるワーケーションニーズの高まり ・急速な都市化・効率化のリバウンド現象、自身が過ごした幼少期への回帰現象（都会の喧騒から離れた人々が急増）	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ 高齢化の進行が引き起こす、「ヒト・事業・文化」の継承の淀み ・高齢化による次代の担い手不足 ・事業継承・文化継承のストップ・不成功 ・メインストリートのシャッター街化 ・人々の価値観の変容（今ある真鶴の強みがニーズにマッチしなくなること）

	・ SNS でのコミュニティ構築の主流化のリバウンド減少（「リアル」への渴望の込み上げ） ・ 定年を迎え、会社以外のコミュニティを求める団塊の世代の出現	・ 他の過疎地の台頭
--	---	--

※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

※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。

旅先での交流が心の豊かさや、子どもの教育に良い影響をもたらすと考え、第２のふるさとを探している 30 代～40 代の方

○選定の理由

※４．戦略（１）・（２）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。

- ・ 急速な近代化からのリバウンド現象や自身が過ごした幼少期への回帰現象が生じており、都会の喧騒から離れ、子供のために自然や人との交流を体験させたい人々が急増している
- ・ 人と人との温かい交流や特有の懐かしさの残る生活風景が強みである真鶴は、将来の移住者候補のメインターゲットである 30 代～40 代が訪れる素養がある（都心からのアクセスも良い）

○取組方針

地域プラットフォームを通じてアンケートを実施・分析し、満足度や移住意欲などの調査を実施する。顧客・行動データに基づく精度の高い情報発信を実施する。

○ターゲット層

趣味へのこだわりが強く、旅先選びの軸が趣味を堪能できる場所かどうかで判断をする 50 代～60 代の方

○選定の理由

- ・ 定年を迎える団塊の世代は、趣味を通して会社以外のコミュニティを求めている。SNS の普及で簡単にコミュニティが構築可能な時代であるが、彼らは同時にリアルでの交流を渴望している
- ・ 真鶴は自分なりの楽しみ方が出来る場所であり、量産された情報ではなく自分だけが知っている情報に良さを感じる方にとって穴場感が提供できる

○取組方針

地域プラットフォームを通じてアンケートを実施・分析し、満足度や移住意欲などの調査を実施する。顧客・行動データに基づく精度の高い情報発信を実施する。

○ターゲット層

首都圏エリアから通うことを前提として、ワーケーションが可能な地域を探している方

○選定の理由

- ・ リモートワークの許容度が拡大し家でも仕事が出来てしまう現代においては、自宅すらも安らげる場所ではなくなり、人々はリラックスかつ集中して仕事出来る環境を求めている

- ・ 都心から圧倒的なアクセスの良さを誇り、また、サテライトオフィスも備えている真鶴は、このワーケーションニーズに応えることが出来る

○取組方針

地域プラットフォームを通じてアンケートを実施・分析し、満足度や移住意欲などの調査を実施する。顧客・行動データに基づく精度の高い情報発信を実施する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。 第二のふるさと真鶴！移住候補地真鶴！何度も通う旅、帰る旅としてリピート滞在、長期滞在を狙う！ 【相模湾屈指の“自分らしく” “安心して” 過ごせる場所のシンボル、真鶴】 ・ 都心からの圧倒的なアクセスの良さにより、何度も通い続けられるまち、真鶴！ ・ 旅人と町民が適度な距離感で交流できるまち、真鶴！ ・ 都会からの喧騒から逃れたい方に、安心と安らぎを与えるまち、真鶴！ ・ 自宅でのリモートワーク普及により、家での安らぎを失った方へリラックス空間を与えるまち、真鶴！ ・ 釣りやダイビングなどの趣味を通じ、自分らしく過ごす時間を与えるまち、真鶴！
②コンセプトの考え方	※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。 ※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。 【「真鶴ファン」が集い、 たのしみ、くらす。多様性のあるまち、真鶴】 ・ 真鶴町民は人と人との交流や温かみを大切にしており、将来にわたりこの良さを継承しつつ、リアルとデジタルのハイブリッド型で稼げる地域を目指す。温かなサービスの裏でデータをしっかり蓄積させ、精度の高いプロモーションにより長期滞在観光客で溢れた町となる

・真鶴の日常を体験する中で、背戸道を歩いていて挨拶を交わす人、個人商店などが連なる「おおみち通り商店街」の軒先でおしゃべりをする事、地元人が通う魚屋「魚かず」で地魚を買う際にふとした会話で夕食のレシピが決まる一コマが増えることなどに心地よさを感じ、普段の日常より真鶴の日常の方がいいなと感じる観光客（＝真鶴ファン）で溢れた町となる。真鶴での観光滞在を通じて、関係人口の創出を図り、他の地域では通用しない人の温もりを感じながら地域の特別性が感じられる地域づくりを行っていく。そして、将来的には、移住者増加を狙う。

※上記は、令和4年地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業にて伴走支援を受けて考えたコンセプトです。当町にとって非常に有益な伴走支援だった為、上記はそのまま記載し、以下に追記します。

・真鶴町は、東京駅から新幹線等を利用してわずか1時間程度の距離感でありながら、半島を有する自然豊かな港町であることが魅力です。ファミリーレストラン、コーヒーショップ、ファストフード店などの有名チェーン店の進出は無く、個人商店が目立つ地域です。国内観光であれば、ワーケーションといった新しい旅の形には非常に相性が良く、都内からアクセスの良い港町は、非常時にはすぐに都内オフィスに戻れる距離感でありつつ非日常を感じる事が出来ます。どこでも仕事が出来た時代だからこそ、気分転換が必要な現代人に適した観光地です。

【アクセス例】

東京→〈東海道新幹線〉→小田原→〈東海道本線〉→真鶴

・真鶴町は、大規模観光施設が無く、温泉も出ません。周辺には箱根・湯河原・熱海といった有名温泉観光地に囲まれており、近隣地域との差別化が必要です。インパクトのある観光素材がないからこそ、地域住民が大切にしている日常を観光素材として商品化しようと取り組んでいます。景観を守る為に建物の高さ等を制限しているまちづくり条例（美の基準）や、海の豊かさを守る為に大切にしている魚つき保安林など、持続可能な観光地として今の時代に合った旅行商品を造成したいと考えています。日常を観光素材として活用する為、長期滞在を推奨し、滞在時間を増やす事で観光消費額増加を狙います。また、地方創生施策に観光政策を紐づけ、関係人口・交流人口を創出し、人口減少対策にも繋がります。日常を観光素材とする事で深く真鶴を知り、真鶴を推してくれるファンを増やしたいと考えています。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	※戦略の共有方法について記入すること 地域プラットフォーム内に事業者用ページを作成し、情報共有を行います。特に、町、観光協会、商工会には年に4回戦略共有、達成状況の共有を実施します。
	地域プラットフォーム内に事業者用ページを作成し、情報共有を行います。地域一体となってコンセプトが共有出来るように地域プラットフォームでの情報発信、SNSでの発信に努めます。イベント開催時など、必要に応じて適宜会議を行います。
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	(例) 飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。 地域プラットフォーム、地域OTAを活用し、顧客・行動データの分析、マーケティング・サービス改善策の立案を行います。観光DX推進により、旅マエ、旅ナカ、旅アトの各フェーズにおいてデータを蓄積、分析します。 地域住民や、観光関連事業者へのデータ共有も地域プラットフォーム上でのデータ公表を予定しておりますが、必要に応じて町のHPからの公表も検討します。
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	(例) ワンストップ窓口の実施、SNSを利用した効果的なプロモーションの実施。 観光DX推進により蓄積されたデータを分析した精度の高い情報発信を地域プラットフォーム、地域OTA、SNSを活用して実施します。情報は地域事業者、町民にも共有します。共有方法は、地域プラットフォーム上での公開を考えています。 ・地域プラットフォーム（真鶴ガイド） https://manazuru-guide.com/ ・地域OTA（多言語化対応） experience-manazuru-hakone ※多言語化アンケートフォームあり ・YouTube https://m.youtube.com/@experience-manazuru-hakone

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（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K P I

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	- ()	- ()	- ()	- ()	250 (50)	350 (100)
	実績	- ()	- ()	- ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	10 (2)	15 (4)
	実績	- ()	- ()	- ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	70 (70)	75 (75)
	実績	- ()	- ()	- ()			
●リピーター率 (%)	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	5 (1)	8 (2)
	実績	- ()	- ()	- ()			

※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】

- a 観光庁による宿泊旅行統計調査の令和4年年間値によると、神奈川県簡易宿所の稼働率は28%である為、家族経営の小規模宿泊施設の多い本町において、地域プラットフォームを維持管理する為の管理運営費を確保しながら健全経営をする為には、50部屋/日の客室在庫が必要。
- b 観光地としての高付加価値化を実現し、令和3年版まなづるまち統計による観光消費額の一人単価1,625円に対し、地域プラットフォーム（オンライン予約機能あり）経由の予約においては稼げる地域となる為に平均客単価15,000円を目指す必要がある。
- c 観光庁による宿泊旅行統計調査の令和4年年間値によると、神奈川県簡易宿所の稼働率は28%である為、同町においても28%を目指す必要がある。
- d 共通販売客室在庫50室×年間販売日数365日×年間稼働率28%×平均客室利用人数2名×平均客単価30,000円＝年間取扱額254,500,000円となる。年間取扱額の5%（15,330,000円）が管理運営費となる。
- e 共通販売客室在庫50室×年間販売日数365日×年間稼働率28%×平均客室利用人数2名＝10,220人となる。
-

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

●延べ宿泊者数

検討の経緯をもとに算出。

.....

●来訪者満足度

「観光地の満足度調査」を参照。10段階で7以上がほとんどのため、まずは満足度70%を目指す。

.....

●リピーター率

「観光地の満足度調査」を参照し、満足度70%を目指す中で、1%の再来訪を目指す。

(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
●地域 OTA 経由 の年間総販売 金額(千円) ※KGI	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	3000 (1000)	5000 (2500)
	実績	- ()	- ()	- ()			
●地域 OTA 経由 の新規観光客 (人) ※KPI	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	200 (50)	270 (100)
	実績	- ()	- ()	- ()			
●地域 OTA 経由 の一人当たり の 域内消費額 (千円) ※KPI	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	15 (15)	18 (18)
	実績	- ()	- ()	- ()			
● PMS 導入事業 者数 (件) ※KPI	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	20 ()	25 ()
	実績	- ()	- ()	- ()			
●地域プラット フォーム PV 数 (PV) ※KPI	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	20000 ()	30000 ()
	実績	- ()	- ()	- ()			
●地域プラット フォーム UU 数 (UU) ※KPI	目標	- ()	- ()	- ()	- ()	15000 ()	20000 ()
	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】

地域プラットフォーム(観光情報サイト)・地域 OTA を構築することで、真鶴に来訪を検討をしている顧客が観光情報の取得や宿泊・体験予約を一括で簡単にできるようになり利便性が向上する。また、地域・事業者としては取得したデータをもとに新規顧客の獲得、再訪促進に向けた精度の高いマーケティングが可能となり、低コスト・高利益率での集客が可能となる。また、関係人口の把握や、移住候補者の把握として活用することで、過疎地域としての課題解決にも繋がるのが期待出来る。さらに、地域 OTA の運営手数料収入により、持続可能な計画の実現が期待できる。

【設定にあたっての考え方】

●地域 OTA 経由の年間総販売金額

地域 OTA は取り組みを始めたばかりであるため、地域全体の観光消費額の 0.1%を目指す。

●地域 OTA 経由の新規観光客

延べ宿泊者数の 2%を地域 OTA 経由での獲得を目指す。

●地域 OTA 経由の一人当たりの域内消費額

観光地としての高付加価値化を実現し、令和 3 年版まなづるまち統計による観光消費額の一人単価 1,625 円に対し、地域プラットフォーム(オンライン予約機能あり)経由の予約においては稼げる地域となる為に平均客単価 15,000 円を目指す必要がある。

● PMS 導入事業者数

●地域プラットフォーム UU 数

地域プラットフォーム(観光情報サイト)・地域 OTA・共通 PMS を導入し、それらのデータを蓄積・分析する基盤や顧客管理／新規獲得・再訪促進マーケティング活用(一部実証実験)に取り組むことで、観光客の旅マエ～旅アトまで一貫通貫した循環型のデータ利活用に取り組む。これにより、各機能としては、真鶴の観光コンテンツの情報発信による認知向上・一貫通貫した宿泊・体験予約の基盤整備による予約獲得・単価向上、宿泊施設の価格適正化による利益率の向上などを目指す。地域全体では、取得した属性・行動データを基づくサービス改善や、新規顧客獲得に向けた効率的なプロモーション・誘客と、既存顧客の地域 OTA 経由での再訪促進により、再訪客を高い利益率での獲得を目指す。

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）
2021（Ｒ３） 年度	（円）	
2022（Ｒ４） 年度	（円）	
2023（Ｒ５） 年度	（円）	
2024（Ｒ６） 年度	（円）	
2025（Ｒ７） 年度	36,953,800（円）	くらしかる真鶴管理受託 750,000 円 ゴミ箱管理業務（未採択） 23,703,800 円 観光庁補助金事業（未採択） 12,500,000 円
2026（Ｒ８） 年度	36,953,800（円）	くらしかる真鶴管理受託 750,000 円 ゴミ箱管理業務（未採択） 23,703,800 円 観光庁補助金事業（未採択） 12,500,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	（円）	
2022（Ｒ４） 年度	（円）	
2023（Ｒ５） 年度	（円）	
2024（Ｒ６） 年度	（円）	
2025（Ｒ７） 年度	36,953,800（円）	一般事業費 25,867,660 円 （人件費、家賃、広告宣伝費、観光振興推進費など） 管理費 7,390,760 円 （会議費、通信費、負担金、税理士報酬など） 次期繰越金 3,695,380 円
2026（Ｒ８） 年度	36,953,800（円）	一般事業費 25,867,660 円 （人件費、家賃、広告宣伝費、観光振興推進費など） 管理費 7,390,760 円 （会議費、通信費、負担金、税理士報酬など）

	次期繰越金 3,695,380 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

真鶴町、神奈川県、国等からの補助金、助成金、受託事業収入を運営資金とします。また、着地型旅行の販売、お土産販売なども積極的に実施します。

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

※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。

真鶴町は、一般社団法人真鶴町観光推進機構を当町における候補地域DMOとして登録したいので、一般社団法人真鶴町観光推進機構とともに申請します。

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）

【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】

エリアが重複する「かながわ西観光コンベンション・ビューロー」へは、真鶴町、一般社団法人真鶴町観光協会が会員として参画しております。かながわ西観光コンベンション・ビューローと重複する小田原、箱根も「小田原DMO」、「箱根DMO」として登録をうけている為、各地域が稼げる地域として高付加価値化し、広域連携では各地域の情報を共有し、力を合わせて高付加価値化したいと考えています。町や観光協会を通じて報告・相談を実施したいと思います。

【区域が重複する背景】

補助金や助成金の条件に、「神奈川県は除外とする（過疎地域を除く）」との文言が記載されている場合、神奈川県内で唯一の過疎地域である真鶴町は、神奈川県内で唯一の対象地域となります。その為、町単体でのDMO登録を目指す必要があると判断しました。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

県西地域は、2市8町と範囲が広いため、広域連携として各地域を束ねる組織としての役割と、各地域が独自で取り組むべき役割は異なるはずです。特に、真鶴町は神奈川県で唯一の過疎地の為、関係人口・交流人口の創出、空き家活用、雇用促進など、地域が抱える課題を観光の力で解決する取り組みを実践すべき地域の為、町単体で取り組むべきだと考えます。

【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】

地方誘客を目的とした補助金、助成金は、神奈川県は対象外であったり、地方優先で採択する方向性が示されたりする場合がありますが、真鶴町だけは神奈川県で唯一対象となる場合があります。だからこそ、真鶴町にとって有益な情報を収集し、必要に応じてサポートしてもらえる環境を整えること

は効率的、効果的に観光産業の発展へと繋がると考えます。また、観光の力を活用し、過疎地域が抱える諸問題（関係人口・交流人口の創出、空き家活用、雇用促進）を解決する取り組みも加速する事が期待できます。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	永島 絢子
担当部署名（役職）	理事
郵便番号	259-0201
所在地	神奈川県足柄下郡真鶴町真鶴 451-10 シェアオフィス月光堂
電話番号（直通）	090-3203-6190
FAX 番号	
E-mail	manazuru.travelpromotion@gmail.com

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	真鶴町
担当者氏名	高田 大輔
担当部署名（役職）	産業観光課 観光推進 係長
郵便番号	259-0202
所在地	神奈川県足柄下郡真鶴町岩 244-1
電話番号（直通）	0465-68-1131
FAX 番号	0465-68-5119
E-mail	san_kankosuishin@town.manazuru.kanagawa.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

神奈川県足柄下郡真鶴町

【設立時期】

令和6年9月12日

【設立経緯】

区域に観光協会はあるが、会員の為の組織運営が基本の為、稼げる地域として幅広く活動する為にDMO新設

【代表者】 藪田徹也

【マーケティング責任者(CMO)】 永島絢子

【財務責任者(CFO)】 永島隆儀

【職員数】 3人(常勤3人(正職員3人・出向等0人)、非常勤0人)

【主な収入】国・神奈川県・真鶴町からの補助金または助成金、公物管理受託、収益事業(令和7年度決算)10,000,000円

【総支出】一般管理費、WEB媒体管理及びプロモーション、受入環境整備等の着地整備、コンテンツ開発、マーケティング、観光イベントの開催費(令和7年度決算)5,000,000

【連携する主な事業者】

町、観光協会(民宿組合)、商工会(旅館組合、飲食店組合)

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年1月10日

※()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	()	()	()	()	250 (50)	350 (100)
	実績	()	()	()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	()	10 (2)	15 (4)
	実績	()	()	()	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	()	()	()	()	70 (70)	75 (75)
	実績	()	()	()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	()	5 (1)	8 (2)
	実績	()	()	()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

旅先での交流が心の豊かさや、子どもの教育に良い影響をもたらすと考え、第2のふるさとを探している30代~40代の方

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

地域プラットフォームを通じてアンケートを実施・分析し、満足度や移住意欲などの調査を実施する。顧客・行動データに基づく精度の高い情報発信を実施する。

【観光地域づくりのコンセプト】

第二のふるさと真鶴! 移住候補地真鶴!
何度も通う旅、帰る旅としてリピート滞在、長期滞在を狙う!

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・令和6年特別体験の提供等による
インバウンド消費の拡大・質向上推進
事業採択新たな高付加価値化ツアー造成を実施。
遊覧船の新航路を地域事業者と計画し、
海上から富士山を見学出来るコースを
造成。インバウンド向けに発売予定。

【受入環境整備】

・令和4年地域一体となった観光地の
再生・観光サービスの高付加価値化事業
・令和5年地域一体となった観光地の
再生・観光サービスの高付加価値化事業
(2年計画を含む)
宿泊施設、観光施設の高付加価値化を実現

【情報発信・プロモーション】

・地域プラットフォーム、地域OTAの管理運営

【その他】

・新しい旅の形としてワーケーション
プランを販売し、ジャパンツーリズム
アワード入賞。・社団法人立ち上げ前の
株式会社ヤブタ建設不動産での実績を含む。
代表理事が代表取締役を務める会社であり、
補助金の申請主体者として域内事業者を
取りまとめてきましたが、更に稼げる地域を
目指すためにDMO登録を目指し、社団法人設立。