観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　３０日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）物部川 DMO 協議会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 高知県南国市、香南市、香美市	
所在地	高知県南国市	
設立時期	平成 31 年３月 13 日（任意団体設立 2016 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８人（正職員４人・臨時職員３人・高知県観光地域づくり推進員１人)、非常勤１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） 丸岡　克典 （出身組織名） （一社）香南市観光協会	長年商工会、自治会で地域づくりに携わる傍ら、現在は ・（一社）香南市観光協会代表理事 ・（株）ヤ・シィ代表取締役 ・NPO 法人やす海の駅クラブ代表 を務める。
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） 小笠原　由美「専従」 （出身組織名） （一社）物部川ＤＭＯ協議会	宿泊業、観光協会、広域観光協議会で勤務。地域経済活性化の視点から観光業を考え、マーケティングを実施。地域団体や関係行政と連携し、旅行商品造成販売を行ってきた。
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） 野並　聡 （出身組織名） （株）ものべみらい	ＤＭＣである（株）ものべみらい代表。持続可能な運営のため、市、県からの補助金管理、運営収支や財源確保に関する検討等を行う。
財政内務責任者	（氏名） 濵渦　ゆかり「専従」 （出身組織名）	民間企業経理部門で勤務後、物部川ＤＭＯ協議会専従。持続可能な運営のため、民間企業で働いてきた知識を活かし、財政内務責任者を務めるとと

様式１

	（一社）物部川ＤＭＯ協議会	もに、市、県からの補助金管理、運営収支や財源確保に関する検討等を行う。
旅行商品の造成･販売の責任者（専門人材）	（氏名） 田村　架菜 （出身組織名） （一社）物部川ＤＭＯ協議会	旅行会社、高知県内広域観光組織、高知県観光コンベンション協会に勤務後、物部川ＤＭＯ協議会専従。高知県内外の観光商品造成と旅行会社への販売に知見と能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・南国市商工観光課 ・香南市商工観光課 ・香美市商工観光課 【役割】 全体計画進捗管理、各市における広域観光推進の主導、個別観光政策との連携、観光協会、商工会等と連携した観光客受け入れ態勢の強化、予算措置、イベント主催等。 ・高知県観光振興部地域観光課 ・高知県産業振興推進部物部川地域本部 【役割】 広域観光推進進捗管理、予算措置による支援、情報発信等。	
連携する事業者名及び役割	・(一社)南国市観光協会 ・(一社)香南市観光協会 ・(一社)香美市観光協会 【役割】 観光素材の発掘、情報発信、イベント主催、ガイド養成等 ・南国市商工会 ・香南市商工会 ・香美市商工会 【役割】 イベント主催、飲食、サービス事業者等との連携企画推進、情報発信等 ・（株）西島園芸団地 ・（公財）龍河洞保存会 ・（公財）高知県のいち動物公園協会 ・創造広場「アクトランド」 ・（株）ヤ・シィ ・絵金蔵運営委員会 ・（株）道の駅南国 ・（公財）やなせたかし記念 アンパンマンミュージアム振興財団 ・NPO 法人 YASU 海の駅クラブ ・香南市サイクリングターミナル ・（株）龍河洞みらい ・（株）山北みらい ・（株）海洋堂高知 ・高知県立歴史民俗資料館 【役割】 周遊体験観光・コンテンツの提供、地域連携イベント等の企画・運営等 ・日本航空（株）高知支店 ・全日本空輸（株）高知支店	

	・四国旅客鉄道（株）高知企画部 ・（株）JTB 中国四国高知支店 ・土佐くろしお鉄道株式会社 【役割】 交通、旅行商品造成協力等 ・国立大学法人高知大学次世代地域創造センター ・高知県公立大学法人高知工科大学 ・高知県立山田高等学校 ・独立行政法人国立高等専門学校機構高知工業高等専門学校 【役割】 専門的・教育的な見地からの助言、観光人材育成プログラムを推進 ・サザンシティホテル ・リゾートホテル海辺の果樹園 ・ザ・シックスダイアリーかほくホテルアンドリゾート 【役割】 旅行商品造成時の宿泊受入れ、多様化する食の開発協力等 ・（株）ものべみらい 【役割】 地域経営戦略、マーケティング支援、事業計画、運営支援等 ・（株）四国銀行 【役割】 DMO 推進支援、地域 KPI を活かした PDCA サイクル推進、観光情報の分析・発信等
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】①② （概要）定款に定める総会・理事会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う各担当者会を適時開催。 ①理事、監事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 〈総会、理事会等〉 ・定時社員総会：決算及び事業計画・予算の承認等があり、年１回開催する事を定款に定めている。 ・臨時社員総会：年度事業計画及び予算（案）の承認の為、少なくとも年１回開催。その他「定款の変更」等重要な事項を決議する際に招集する旨、定款に定めている。 ・理事会：各市の観光事業者、観光協会及び商工会、株式会社ものべみらいの代表者からなる理事を選任し、民間事業者の観点と公益的な観点から合意形成を図る仕組みとして理事会を構成。 ②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 〈各担当者会〉

<table>
<tr><td></td><td>・令和 7 年 3 月 29 日～令和 8 年 2 月 8 日期間中の「物部川エリアでの観光博覧会」のための実行委員会、幹事会、部会を開催。
・観光動態調査、分析を会員の実務者と報告会、ワークショップ等で開催。
・その他（観光商品、PR 事業、物販など）必要な事業内容に合わせ、随時開催。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>・令和 7 年 3 月 29 日～令和 8 年 2 月 8 日期間開催中の「物部川エリアでの観光博覧会」にて、地域住民、観光ガイド向けのセミナーを開催。
・各市の観光ガイド養成時にエリア内を包括的に案内ができる情報を提供、講師を務める。
・WEB,SNS,市の広報紙や地域情報誌（こじゃんと）において、DMO の活動内容やエリア内での企画等を定期的に発信。
・観光における住民満足度調査（対面）
・地元農業団体による農業体験や、伝統工芸事業者と連携した工芸品作り体験等を活用し、子育てファミリー向け旅行商品を、高知工業高等専門学校と連携して販売に向け造成中。
・地元のボランティア観光案内人会と連携し、旅行商品の中に地元住民のガイドを含めた旅行商品を造成、旅行エージェントに販売。
・アドバイザーによる研修会の開催、先進地研修、調査の実施
（1）インバウンド対応 SNS,語学講座
（2）観光事業者向け研修の開催
①先進地視察
②エリア内研修
（3）観光動態調査および KPI 結果を基とした講習会の実施
地域の施設（KPI 調査対象施設等）を中心とした方々の参加による講習会の開催。
（4）その他研修会</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>・平成 29 年～令和 4 年　物部川エリアブランディング事業
ミキハウス子育て総研（株）「ウェルカムファミリーの観光地エリア認定」を取得。WEB での広報やエリア内に認定のぼりを立て、訪問者に見える化するとともに、子育てファミリーが利用する洋品店や玩具店に設置されている雑誌（Happy Note）へ掲載し、「ミキハウス」という子育て世代に認知されているブランド力を活用し、ものべがわエリアをブランディングするとともに情報発信を行ってきた。

・平成 29 年～令和 5 年　パンフレットによる情報発信事業
ターゲットを関西・中四国圏の「子育てファミリー」とし、子どもの年齢ごとにエリア内の滞在プランを紹介するパンフレット「ものべがわエリア旅“とりせつ”を製作。以降、R５までブラッシュアップを行いながら増刷を行った。また平成 30 年には、子育てファミリーの母親世代に向けたパンフレット「ことりっぷ」を製作。観光情報施設等に設置するとともに、関西、中四国の書店の店頭で、ターゲットに向けて配布（レジにてターゲット年代のお客様が購入された商品に同梱をしていただく）、ターゲットの利用が多い通信販売会社の商品への同梱、女性に支持を得る情報イベントに出品を行うなど、増刷とともに配布を継続した。</td></tr></table></td></tr>
</table>

		・平成 29 年以降　誘客・情報発信事業 　エリアを一体的に発信する機会創出のため、集客イベントである「ものべがわフェスタ」を開催。誘客に努めるとともに、エリア内の「体験観光」をイベント内で体験していただける仕組みを運営。コロナの蔓延により中止を余儀なくされた令和２年度は、年度末にエリア内に新規 OPEN が計画されていたホビー施設「海洋堂」の PR にもなるよう、エリア内の観光施設を密になることなく周遊できる「ガチャまつり」を開催。ガチャの玩具メーカーとして有名な海洋堂も、物部川エリアの新たな観光施設であるとプロモーションできる情報発信型の「ものべがわフェスタ」を行った。 ・平成 30 年・31 年インバウンドへの情報発信事業 　国内に在住している米国人、台湾人 Youtuber を招致し、動画制作、配信を行った。公開１か月で 25 万再生を超え、以降現在までに 61 万再生を超えている。また、経済産業省「中国地方等の魅力発信による消費拡大事業」に応募、採択を受け、台湾子育てブロガーを招致、ブログにての情報発信を行った。 ・平成 30 年以降　高知フェアでのプロモーション事業 　高知県と県内広域観光組織共同で、関西を中心にプロモーションイベントを実施（H30、31 は海遊館で実施。R2 は中止。R3 は大丸須磨店で実施、R5、6、7 は大阪の長居植物園で実施。）。エリア内の観光協会、高知県内の広域観光組織と協働し、観光案内だけでなく特産品の物販でも PR、情報発信を行っている。 ・平成 31 年特定会員組織を利用した地域振興プロモーション事業 　会員数 500 万人を超える（株）リロクラブの福利厚生会報誌・HP・メールマガジンにエリアの情報を掲載するとともに、ものべがわエリア内の宿泊施設で使用できるクーポンを 500 名分発行した。 ・令和２年 SNS キャンペーン事業 　コロナに見舞われ事業計画を見直した際に、「SNS キャンペーン」を開催。SNS に登録し、ものべがわエリアの情報収集をしてくださったお客様に抽選で、エリア内のお菓子などをプレゼント。「おうち時間」を「ものべでの旅時間」と感じていただくキャンペーンを行った。 ・平成 30 年以降　ツーリズム EXPOJAPAN での情報発信事業（令和２・３年度は中止） 　世界最大級の旅のイベントに、高知県内の広域観光組織と共同出展。国内外の旅行エージェントと商談を行うとともに、個人客への情報発信・PR を行っている。 ・令和２年独自認証制度によるエリアのブランディング事業

		新型感染症により観光を問わず、世界中の事業者が不安を抱える中、「ものべがわエリア全体でお客様を安心安全におむかえしている体制」を見える化。ブランディングによるお客様への安心の提供だけでなく、従業員も安心して働くことのできる基準を定め、定期的にチェックを行うとともに、「事業者の生の声」を聴き、エリア全体で情報共有を行ってきた。 令和４年度以降はその取り組みに賛同してくれた事業者と新たな誘客商品造成を行っている。 ・令和３年 VR を活用した情報発信事業 エリア内の観光施設を VR の技術を用いて撮影、配信。次の旅の目的地を探しているお客様に向け、SNS でのキャンペーンを行い、PV 数増加に努めた。 ・令和３年以降　JR 観光列車でのプロモーション事業 JR が行った四国 DC 事業内で、観光列車をエリア内鉄道会社にて特別運行を行った。列車内外で地域住民、学校、幼稚園、観光事業者等の協力を得て「おもてなし」を行い、プロモーションに努めた。現在も JR 観光列車の運行が続いており、地域事業者、住民とともにおもてなし活動を続ける。 ・令和３年度 WEB サイトの改修 改修したサイトと連動させ、現在は「物部川エリアでの観光博覧会ものべすと」の運営も行う。 ・令和３年度インバウンド研修を活用し、Instagram の開始 ・発足以来通年国内外旅行会社との商談 高知県・四国ツーリズム創造機構主催の旅行エージェント向け商談会を中心に、商談を実施。営業活動を行っている。 年 2 回、台湾との商談会に参加。 ・令和４年度「ものべぐるっと KIDS カード」配布開始 「子どもが持っていてうれしいカード、また来たくなるきっかけづくり」として小学生以下の子どもに様々な特典が得られるカードを配布開始。情報発信、ブランディングとともに、KPI 収集にも活用。 ・令和４年度「ものべおしごと体験博」開始 小学生以下の子どもに、エリア内の様々な仕事を体験してもらい、エリアのファンを増やすとともに、事業者の自分の仕事への自負を高め、自ら情報発信を行うという循環へつなげている。 ・令和５年度「ものべ旅クーポン」事業 宿泊者へ観光クーポンを配布し、エリア内の消費喚起を行った。 ・令和５年度 OTA を活用した宿泊、体験クーポンの発行

		滞在時間の延長、消費額の増大につなげる仕掛けとして、実施。コロナ影響下からの地域経済の回復を目指した。 ・令和６年度　「物部川エリアでの観光博覧会」の開催 エリア内出身者であるやなせたかし氏ご夫妻をモデルとしたドラマ放送が決定し、ドラマをフックとした誘客のための情報発信、プロモーションを行う（WEB ページの作成、PR ロゴ作成掲出、ガイドブック作成　等）
	受入環境の整備	・平成 30 年以降受け入れ環境の整備事業 高知県おもてなし課の協力のもと、エリア内のバリアフリー状況の調査、観光施設への支援事業の紹介を行う。 ・平成 30 年以降人材育成事業 ものべがわエリア内の観光事業者・観光ガイドを対象に、自地域の観光スポットや受入環境整備に向けて、知識向上・ノウハウの交換を目的とし、エリア内を周遊察する研修を実施。 ・平成 30・31・令和２年高知大学地域協働学部の研修受入事業 「観光人材の育成」を目的に、毎週１日の終日、学生を研修で受入れ、観光商品の共同開発に努めた。完成した旅行商品は、エリア内事業所で販売されている。 ・平成 30・31 年広報担当人材育成事業 エリア内事業者の広報担当者の会を開催。各事業者が発信する個々の観光情報を一元化し、エリア全体で情報発信する仕組み作りを行い、活用を続けている。 ・令和２年ユニバーサルツーリズム造成事業 観光庁が公募を行った「誘客多角化等のための魅力的なコンテンツ造成」実証事業にて地元事業者の協力を得て事業を行った結果、事業者・市がユニバーサル対応の設備を導入。本年度の夏にはユニバーサルビーチを開催。以降も継続中。 ・令和２・３年人材育成事業 エリア内観光施設事業者・観光協会・商工会・市・県に対し、初年度から収集している KPI をもとに観光動態調査の報告会、ワークショップを開催。四国銀行の地域経済研究所協力のもと、Google マイビジネス・アナリティクスを活用したエリア全体での戦略策定を行い、広報、誘客、受け入れ環境整備につなげている。 ・令和３年以降インバウンド対応人材育成事 （令和４年度は「環境に配慮した持続可能な周遊観光促進事業」を活用） エリア内観光施設事業者・観光協会・商工会・市・県に対し、講習、ワークショップを開催。SNS の活用やインバウンドを招聘しての実地研修を行うとともに、観光事業者間の情報共有を行う。

		・令和４年度ユニバーサルツーリズム推進事業 観光庁が公募を行っていた「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」の採択を得、「食のバリアフリー」をテーマに、インバウンド受入れ時の食のバリアを取り除くノウハウを学び、商品を造成。 ・令和４年度ワーケーションの推進 観光庁が公募を行っていた「ワーケーション推進事業」の採択を得、マッチングされた企業とともにワーケーション受入れのソフト、ハード面の受け入れ環境整備を行う。 ・令和５年度やなせたかしさんご夫妻がモデルとなるドラマ放映が決定したことより、「物部川エリアでの観光博覧会」の開催を推進。事務局となり、3 市市役所、県、観光協会、商工会、県内の交通事業者等と実行委員会を立ち上げ。受け入れ体制の構築を推進。
	観光資源の磨き上げ	・平成 31 年　観光資源の磨き上げ事業 エリア内の観光としてすでに行われている「みかん狩り」に焦点を当て、「みかんを取って食べる」だけでなく、みかんを育てる過程も体験する連続物の旅行商品としてブラッシュアップ。摘果作業やみかん狩りをする際に使用する籠作り等も体験ができる旅行商品として造成・販売を行い、自社商品として販売を継続。 ・令和２年　観光資源の磨き上げ事業 エリア内の特産品、「ゆず」に焦点を当て、ゆず果汁になじみのない東北地方への販売を行う。販売と同時にゆず果汁を用いたレシピの募集を行い、令和３年度には「ゆずレシピコンテスト」も開催。また、同時にこれまで商品化が難しかったゆず狩り体験の旅行商品化を実施。ゆずを絞って果汁をお土産にできるまでを旅行プランとし、自社商品として販売するとともに、旅行会社へも販売。令和４年度は絞った柚子でオリジナルポン酢をつくる旅行商品へとブラッシュアップ。柚子果汁を用いた体験商品では柚子が有名な温泉旅館の料理長に学ぶ「田舎寿司作り」も作成。ワーケーション事業で商品化のための実証を行った。 ・令和３年　オンラインツアー事業 令和２年に採択され、実施した観光庁「誘客多角化等のための魅力的なコンテンツ造成」事業にて作成した旅行プランを、中四国支援学校の修学旅行誘致に向けて磨き上げ、修学旅行担当者を招致、体験していただいた。結果、今年度は岡山の支援学校高校生の授業、１時間分をいただき、オンラインツアーを実施。この結果を中四国支援学校に配信。令和４年度、修学旅行の予約につなげた ・令和５年　教育旅行商品の造成 ３市内に残る戦争遺産ガイドができる体制を構築。教育旅行商品の１つとして販売。令和６年度以降は近隣の「防災」施

	設を活用し、「命を守る」というテーマでつなげることで、教育旅行商品での滞在時間の延長につなげている。 ・令和６年　インバウンド受け入れ商品の造成 「日本ならではの体験」ができるということを念頭に、芝居小屋での館内見学、歌舞伎衣装着用体験、升席での食事（お弁当）の体験商品を造成販売。

【定量的な評価】

「主要観光施設入込数」　以下施設の来場者数を集計

【南国市】西島園芸団地、高知県立歴史民俗資料館、
（令和４年度より海洋堂スペースファクトリーなんこくを追加）

【香南市】高知県立のいち動物公園、創造広場「アクトランド」、絵金蔵

【香美市】やなせたかし記念館（11/5～3/28 休館）、龍河洞、べふ峡温泉、（令和６年度よりザ・シックスダイアリーかほく・ホテルアンドリゾートを、令和６年度よりべふ峡温泉を削除）

単位：人	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	762,000	800,000	600,000	750,000	800,000
実績	461,297	586,978	783,057	790,319	750,510
達成率	60.54%	73.37%	130.50%	98.78%	93.81%
前年度比	62.19%	127.25%	133.40%	100.92%	94.96%

主な成果：
オンライントラベルエージェントを活用し、12 月～２月の閑散期に、エリアに隣接し、高知県最大の宿泊者数である高知市の宿泊施設と、物部川エリアの体験観光がセットになった宿泊のプランを作成し、入込の落ち込みを軽減した。これまで年間 10,000 人の入込があった施設が閉館したこと、やなせたかし記念館が休館したこと（約 62,000 人減）が目標不達成、昨比を割る要因となった。

「主要物販施設入込数」　以下２施設（道の駅）のレジ客数を集計

【南国市】道の駅 南国風良里（風の市、物販、レストラン売上含む）

【香南市】道の駅 やす（やすらぎ市）

単位：人	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	750,200	782,100	586,500	733,100	600,000
実績	405,854	447,672	501,567	505,180	488,389
達成率	54.10%	57.24%	85.51%	68.91%	81.39%
前年度比	77.83%	110.30%	112.03%	100.72%	96.67%

主な成果：
JR の観光列車乗客を誘引する等の地道な活動を行い、道の駅やすは前年を上回った。道の駅南国は２か月間レストランを休館したことが昨比を割る要因の１つとなった。

「主要観光施設消費額」　以下施設の売上高を集計

【南国市】西島園芸団地、道の駅 南国風良里

【香南市】高知県立のいち動物公園、道の駅 やす（やすらぎ市）

様式１

（令和４年度より絵金蔵を追加）

【香美市】アンパンマンミュージアム、龍河洞

（令和４年度よりザ・シックスダイアリー・かほくホテルアンドリゾートを、令和６年度よりべふ峡温泉を削除）

単位:千円	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	1,476,480	1,550,780	1,400,000	1,550,780	1,550,000
実績	1,046,375	1,136,660	1,363,216	1,480,887	1,438,542
達成率	70.87%	73.30%	97.37%	95.49%	92.81%
前年度比	74.32%	108.63%	119.93%	108.63%	97.14%

主な成果：目標、前年には達しなかったが、12 月～2 月にかけて、高知市の宿泊施設で物部川エリア内の体験観光付き宿泊プランを販売するなど、落ち込みを軽減する取り組みを行った。

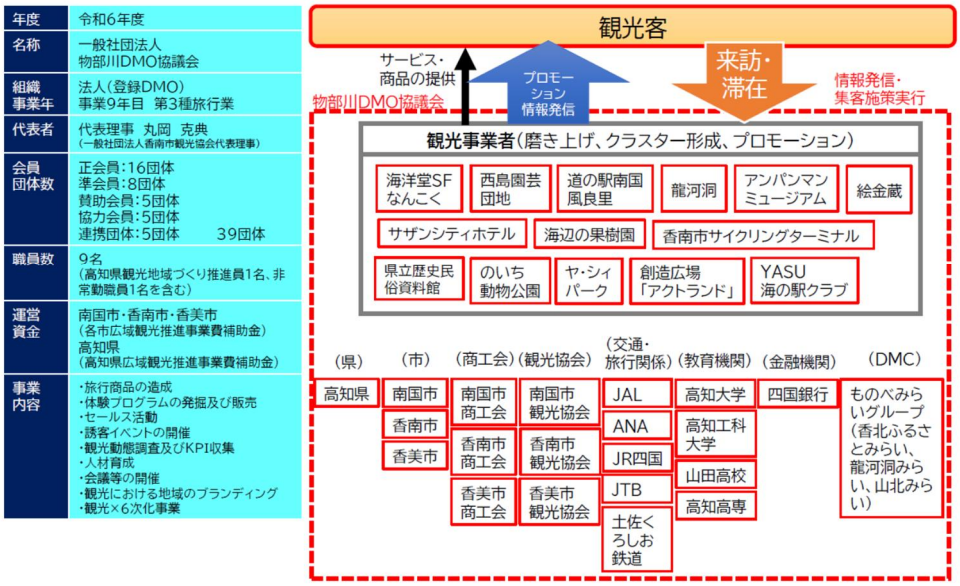
実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

（一社）物部川 DMO 協議会が母体となり、メンバーには、行政、観光協会、商工会、観光事業者、宿泊業者、交通事業者、文化財、アクティビティー、学校等、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】

一般社団法人物部川DMO協議会の構成員・概念図　（2025年7月現在）



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】

南国市・香南市・香美市で構成するものべがわ（物部川）エリアは、平成 25 年、高知市を含めて発足した高知中央広域観光協議会以来、観光客誘致に広域で取り組みを行っている。顧客視点に立ち、観光パンフレットを３市集約して発刊、旅行会社への営業活動なども行ってきた。３市は全国でも有数の河川勾配を有する物部川の恩恵を受け、上～下流それぞれの地域に固有の歴史、文化、産業があり、その地域性豊かな資源は、林業、農業、漁業など多種に及び、集約されているエリアである。観光資源の面からみても、高知県の観光拠点となる高知市中心部からアクセスも良好。「子育てファミリー」という共通するターゲット設定ができ、当該３市で連携した区域設定とするのが適切として取り組みを行っている。令和 2 年度からは「ユニバーサルツーリズム」を掲げ、ベビーカーを押す子育て世代から障がい者、高齢者も楽しむことのできる観光施策を開始。令和 4 年度からはサブターゲットとして「三世代」「アクティブシニア」を加え、また中四国、関西の教育旅行誘致でも区域内で学習ができるプログラムを考案、誘致が進み始めた。令和４年度からはワーケーション事業にも着手。令和７年春、エリア内出身のやなせたかしさんがモデルとなるドラマ放映決定を受け、令和５年度に「物部川エリアでの観光博覧会」組織を立ち上げた。令和６年度、７年度はその博覧会を主軸に３市、高知県が一体となって観光振興に努めている。

【観光客の実態等】

「主要観光施設入込数」　以下施設の来場者数を集計

【南国市】西島園芸団地、高知県立歴史民俗資料館、
（令和４年度より海洋堂スペースファクトリーなんこくを追加）

【香南市】高知県立のいち動物公園、創造広場「アクトランド」、絵金蔵

【香美市】アンパンマンミュージアム（11/5～3/28 休館）、龍河洞、べふ峡温泉、（令和６年度よりザ・シックスダイアリーかほく・ホテルアンドリゾートを、令和６年度よりべふ峡温泉を削除）

単位：人	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	762,000	800,000	600,000	750,000	800,000
実績	461,297	586,978	783,057	790,319	750,510
達成率	60.54%	73.37%	130.50%	98.78%	93.81%
前年度比	62.19%	127.25%	133.40%	100.92%	94.96%

主な成果：
オンライントラベルエージェントを活用し、12 月～２月の閑散期に、エリアに隣接し、高知県最大の宿泊者数である高知市の宿泊施設と、物部川エリアの体験観光がセットになった宿泊のプランを作成し、入込の落ち込みを軽減した。
これまで年間 10,000 人の入込があった施設が閉館したこと、やなせたかし記念館が休館したこと（約 62,000 人減）が目標不達成、昨比を割る要因となった。

「主要物販施設入込数」　以下２施設（道の駅）のレジ客数を集計
【南国市】道の駅 南国風良里（風の市、物販、レストラン売上含む）
【香南市】道の駅 やす（やすらぎ市）

単位：人	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	750,200	782,100	586,500	733,100	600,000
実績	405,854	447,672	501,567	505,180	488,389
達成率	54.10%	57.24%	85.51%	68.91%	81.39%
前年度比	77.83%	110.30%	112.03%	100.72%	96.67%

主な成果：
JR の観光列車乗客を誘引する等の地道な活動を行い、道の駅やすは前年を上回った。道の駅南国は２か月間レストランを休館したことが昨比を割る要因の１つとなった。

「主要観光施設消費額」　以下施設の売上高を集計
【南国市】西島園芸団地、道の駅 南国風良里
【香南市】高知県立のいち動物公園、道の駅 やす（やすらぎ市）
（令和４年度より絵金蔵を追加）
【香美市】アンパンマンミュージアム、龍河洞
（令和４年度よりザ・シックスダイアリー・かほくホテルアンドリゾートを、令和６年度よりべふ峡温泉を削除

単位:千円	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	1,476,480	1,550,780	1,400,000	1,550,780	1,550,000
実績	1,046,375	1,136,660	1,363,216	1,480,887	1,438,542
達成率	70.87%	73.30%	97.37%	95.49%	92.81%
前年度比	74.32%	108.63%	119.93%	108.63%	97.14%

主な成果：目標、前年には達しなかったが、12 月～2 月にかけて、高知市の宿泊施設で物部川エリア内の体験観光付き宿泊プランを販売するなど、落ち込みを軽減する取り組みを行った。

「宿泊者数」以下の施設の宿泊者数を集計（令和３年度より収集開始）
【南国市】サザンシティホテル
【香南市】海辺の果樹園
【香美市】ザ・シックスダイアリーかほくホテルアンドリゾート
（令和５年度まで集計していたべふ峡温泉は閉館）

単位：人	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
目標	未設定	38,000	59,000	60,000
実績	46,200	58,194	60,112	52,596
達成率		153.142%	101.88%	87.66%
前年度比		125.9%	103.29%	87.49%

主な成果：
施設の閉館や隣接の村に新たな宿泊施設ができたことなどで昨年に達しなかった。令和７年度からは調査施設を増やし、より精度の高い宿泊者数を調べる。

【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】
（観光施設等）
活用方法；旅行商品造成時の受入れ・イベントの共同開催等
・西島園芸団地
・龍河洞
・高知県立のいち動物公園
・創造広場「アクトランド」
・香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム
・ヤ・シィパーク
・海洋堂スペースファクトリーなんこく
・四国霊場八十八か所第 28 番札所大日寺、第 29 番札所国分寺、第 32 番札所禅師峰寺
・秦山公園
・香美市立美術館
・香美市立吉井勇記念館
・大川上美良布神社
・赤岡まちあるき（絵金蔵、弁天座、高木酒造の見学を含む）
・酒蔵見学（アリサワ酒造、松尾酒造、高木酒造、井上ワイナリー、TOSACO TAP STAND）
・紀貫之の里（まほろばの里）
・フラフづくり体験
・高知県立歴史民俗資料館
・岡豊城跡
・久礼田城跡
・掩体壕（掩体群）
・土佐塩の道（30 キロウォーク、トレイルランニングレース）
・長谷寺（坐禅体験）
・手結の可動橋
・香宗城跡
・楠目城跡（私有地）
・山田堰
・谷秦山墓所
・土佐山田町平成日曜市

（商業施設）
活用方法：エリア内物産の販売（お土産）・休憩場所としての立ち寄り
・道の駅南国風良里
・道の駅やす
・韮生の里
・サニーアクシス南国店
・フジグランのいち店
・土佐山田ショッピングセンター（バリュー）
（自然）

活用方法：季節を感じられる観光商品造成時のルートとして活用
・轟の滝
・大荒の滝
・べふ峡の紅葉
・鳥居杉
・桜の名所（高知県立鏡野公園、平山親水公園、八王子宮、岡豊山、桜づつみ公園、桜の広場）
・花の名所（かがみチューリップ祭り、西川花公園、あじさい街道、植田芝桜、才谷龍馬公園、白木谷梅林）
・手結内港の風景
・白髪山
・三嶺
・香北の自然公園
・高知県立甫喜ヶ峰森林公園
・日ノ御子河川公園キャンプ場
・べふ峡キャンプ場

（文化）
活用方法：土着信仰見学等を目的とした旅行の提案や、修学旅行の学びとして活用
・手結盆踊り
・山北棒踊り
・いざなぎ流舞神楽
・山田太鼓伝承会

（スポーツ）
活用方法：一般客の観光商品としてだけでなく、障がい者のスポーツツーリズムとして提案。
・サイクリング（南国市、香南市、香美市）
・マリンスポーツ（香南市）
・ゴルフ（香南市、香美市）
（イベント等）
活用方法：イベント（お祭り）を核とした旅行商品販売時に活用。
・まほろば祭り
・岡豊山さくらまつり（土佐の食１グランプリ）
・長宗我部フェス
・奥物部湖湖水祭り
・絵金祭り
・どろめ祭り
・みなこい港まつり
・刃物まつり
・土佐山田まつり
・川上様夏祭り
・シカニクの日

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
・南国市（2 施設、収容人数 210 名）
・香南市（4 施設、収容人数 760 名）
・香美市（9 施設、収容人数 400 名）

【利便性：区域までの交通、域内交通】
高知龍馬空港を備える南国市に隣接した地域であるため、主要観光施設までの移動は 10～30 分と利便性が高い。また、南国市、香美市には JR 線（土讃線）の特急列車の停車駅あり。JR 線と接続してい

る土佐くろしお鉄道ごめん・なはり線は南国市、香南市内に停車駅がある。自家用車、観光バスでの入込については、高知自動車道南国 IC があり、利便性の高い地域だと思われる。一方、各市間を結ぶ公共交通（市バス）などの連携はないため、二次交通機能を高めるための連携が必要である。急速な観光需要の回復により、現在は観光バス、タクシーも予約が取り辛い。自社ツアーや受注型ツアーにも影響を受けている。令和７年度はやなせたかしさん夫妻がモデルとなったドラマ「あんぱん」の好影響を想定し、空港、駅、観光施設を結ぶシャトルバスを運行。タクシーやレンタカー不足を補う。

【外国人観光客への対応】
エリア内での訪日外国人動向調査、施設受け入れ態勢調査を行い、インバウンド誘客戦略を立案したうえで下記の事業をおこなっている。

① 外国人観光客誘客セールス（エージェントセールス）
② WEB ページの外国語対応（英・韓・繁・簡）
③ 食のユニバーサル化（ビーガン・ハラル等の受け入れ）

インバウンド対応ソフト面受け入れ態勢強化のための講座を開催。（トリップアドバイザーやインスタグラム等の活用指導/実践的なインバウンド向け接客対応研修/ワークショップ）

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。対面聞き取り調査。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊施設へ聞き取り。
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。対面聞き取り調査。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスを活用して実施。
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。
主要観光施設入込数 主要物販施設入込数 主要観光施設消費額	経済波及効果を測定し、観光消費額増大のための課題の洗い出しと施策（企画・戦略、情報発信、受け入れ態勢の強化等）の検討を行うため。	・各施設からの定期報告（月次） ・多客期の観光 PR・案内ブース等設置の際、協議会職員による対面アンケート調査。 ・高知県観光振興スポーツ部が導入しているデジタルデータ。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

高知県で行われている県外観光客入込調査では、ものべがわエリアは龍河洞、アンパンマンミュージアムが調査地として情報収集されているが、両施設とも日帰り客が最も多く、次いで１泊２日、２泊３日となっている。物部川 DMO 協議会が行っているおもてなしアンケートでも同様の結果である。旅行消費額を増加させるためには宿泊は大きな要素であり、宿泊してエリア内を観光する結果が少ないという課題に対し、物部川 DMO 協議会を中心として、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを

図り、観光消費額を増加させる必要がある。結果、新たな雇用の創出や、エリア内に多い一次産業の担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることとしている。
　令和７年度はエリア出身のやなせたかしさんをモデルとしたドラマが放送されっており、地域住民がこれまでとは異なったおもてなし感を持ち、清掃活動やイベント時のおもてなし活動、ガイド活動を行っている。このドラマ放映中の誘客策として「観光博覧会」を行い、エリア内３市、高知県から受け入れをおこなうための追加予算を組み、ハード面の整備とともに、ソフト面での観光客受け入れ体制を整えている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・子ども（未就学児も含む）が楽しめる施設（高知県立のいち動物公園や香美市立やなせたかし記念館など）が多く、また、雨の日でも遊べる施設が多い。 ・海・山・川に関連する多様な観光・集客施設が車で半径３０分～１時間以内に所在。 ・高知龍馬空港や高知自動車道・高知東部自動車道 IC が至近ゆえ、域外からのアクセスが良好（高知市内からも車で２０分～１時間）。 ・海・山・川・穀倉地帯がもたらす食が豊富。 ・高知県内でも独特の伝統産業（打ち刃物やフラフ）が伝承されている。	弱み（Weaknesses） ・エリアとしての魅力が生かし切れていない（宿泊施設が多くあるものの、ビジネス利用が多く、隣接する高知市内の宿泊施設に移動される。） ・観光施設同士の距離が近く、観光施設を巡る行程も楽しむツアーには不向き。 ・未就学児が無料で利用できる施設が多く、収益を上げにくい。 ・「物部川」の認知度が低い。 ・資金力の弱さ。
外部環境	機会（Opportunity） ・ひとつひとつの観光施設や宿泊施設ごとの魅力をさらに向上させることにより、エリアとしての魅力を向上させることができる。 ・高知県内外でまだ知られていない魅力が多く、ピックアップしてもらいやすい。 ・体験できる要素が多いことから、教育旅行の機会もあると見込む。 ・大阪万博（2025 年）の開催より、大阪からの旅行者需要増。 ・エリア内出身やなせたかしさん夫妻がモデルとなるドラマの放映。	脅威（Threat） ・高知県内の河川流域エリアでは仁淀川・四万十川が絶大なブランドと認知度である。 ・航空便の就航都市が限られており、一次交通が四国内で比べても不便。 ・全国有数の降雨量、天候に左右されやすい。 ・県内外他の広域エリアにて続々と施設がリニューアルされ、新施設がオープンとなっており、顧客が流れやすい。 ・労働人口の減少。 ・少子化の進行。 ・一次産業は同様の産品が他地域にも多く存在し、強豪との差別化が必要。

※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

〇第１ターゲット層
高知県内を含む四国、関西をメイン商圏とする家族連れ（小学生以下の子育てファミリー）。
子どもにいろいろなことを体験させて、喜ぶ顔を見たい、30～50 代の親。
・子どもと過ごす時間を大切にしている。
・子どもの成長を何よりも楽しみにしている。
・子どもと一緒に自分も楽しみたいと考えている。

様式１

〇選定の理由
・ビッグデータによる調査分析報告（コロプラ・おでかけウォッチャー）
・物部川地域は海、山、川を有しており、高知県最大の高知平野（の内の香長平野）では第一次産業も盛んである。この地域の歴史は古く、有名なところでは土佐日記の紀貫之、戦国武将の長宗我部元親、江戸時代に活躍した坂本龍馬、幕末の絵師金蔵を取り巻くさまざまな人物にも目を向けることができる。そして、日本のみならず海外でも人気のキャラクターを生んだやなせたかし等、多くの人々の歴史を感じることができる地域である。「体験する」観光が求められる昨今、子育てファミリーと、それを取り巻く様々な消費者層のニーズに合うと考える。
〇取組方針
満足度調査などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に訴求する旅行・体験商品の企画造成、販売を行う。それにあたっては県・各市行政・観光協会・商工会と連携し、共同で取り組む。

〇ターゲット層
高知県内を含む四国、関西をメイン商圏とする三世代。
孫の喜ぶ顔を見ながら、時間に追われない旅をしたい。
＜祖父母　50～60 代＞
・子育てなど、家庭の仕事がひと段落している。
・仕事において責任ある立場から解放されている。
・趣味に時間とお金を使える余裕がある。
・孫の成長を何より楽しみにしている。
＜父母＞
・自分や子どもの旅行代金は親が払ってくれる。

〇選定の理由
WEB アンケート、対面アンケートから、３世代での旅行地としても選ばれている調査結果があるため。
〇取組方針
高知県観光の中でもブランド力が高いとは言えない「ものべがわエリア」は、様々な視点から観光客の誘致を図ることが必要とされるが、歴史に興味を持つ余裕ができはじめた祖父母世代を、長宗我部元親、坂本龍馬をはじめ、多く偉人を輩出した歴史等の魅力で取り込むことができると考えた。特に江戸時代の芸術を今なお、色鮮やかな作品として残している弘瀬金蔵（通称：絵金）の美術館は、国内外の観光客の満足度が常に高い。また人気のキャラクターを生んだやなせたかしの記念館は３世代で楽しむことができるミュージアムである。そして地域の特産品を活用した「ものべの食」や県内有数の酒蔵の多さ（日本酒、ビール、ワイン）の魅力を加えることにより、子どもも親も祖父母も満足できるエリア観光商品を発信する。

〇ターゲット層
高知県内を含む四国、関西をメイン商圏とするアクティブシニア
・シニア夫婦
・シニア女子友達

〇選定の理由
WEB アンケート、対面アンケートから、シニア世代の旅行地としても選ばれている調査結果があるため。
NHK の連続テレビ小説視聴者層（令和 7 年度に、エリア内出身であるやなせたかし氏がモデルとなるドラマの放送がされているため）。
〇取組方針
余裕ができはじめたこの世代を、多くの偉人を輩出した歴史や、伝統産業等の魅力で取り込むことができると考えた。また、旅の思い出として重要な要素となる「食」に関しても、海・山・川の恵みを余すことなく体験できるエリアであり、時間に追われず、金銭的に余裕のある世代の旅を、最近では主流となった SNS や HP での広報だけではなく、紙の MAP や観光情報誌を作成することで情報提供してゆく。

また、NHK のドラマ放映決定は大きな追い風となると考えられ、視聴者数で多くを占めるこの世代に、「子どもの家庭（小学生以下の子どもをもつ子世代)」と 3 世代旅を楽しんでもらえる商品造成、広報誘致を行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	親子一緒に、笑顔でまた来たくなるものべがわ
②コンセプトの考え方	高知県内でも有数の利便性の良い場所にありながら、１日に１つの場所に行くだけで、親がヘトヘトになり、子どもは満足してスヤスヤ眠ってしまうくらい、子連れで楽しめる観光施設がたくさんあるものべがわエリアならではの、新しい発見や学び、このエリアで味わった食を通して、おとなにも子どもにも笑顔が生まれ、親子一緒に何度でも来たくなる体験をご提供できるエリアにする、という意味を込めている。

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。	総会、理事会における事業報告の説明会・各種担当者会
	DMO を中心として、地域の関連事業者を集めて協議会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う担当者会を開催。関連事業者に対しての集客や情報発信に関する助言等を実施。 ＜会議の開催＞ 総会等（定時社員総会６月、臨時総会３月） 理事会（年 4 回） 各担当者会 ・物部川エリアでの観光博覧会 実行委員会（年３回） 幹事会（年 10 回） ・ユニバーサル研修（年 1 回） ・南国 I.C.わくわくゾーン担当者会（年 4 回）
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	日頃からアンケートや KPI を活用しつつコミュニケーションを維持。サービスの維持・向上に向けた課題点を協議・改善できる体制を構築している。 コロナに見舞われた令和２年度には「ものべ SSS 認証」を設置。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。定期的な調査を行うことで、観光客へ「安心」というサービスを行ってきた。令和４年度からはこの認証制度をブラッシュアップし、「ものべぐるっと KIDS カード」の配布を開始。ブランディング向上を図っている。 観光施設に対してはユニバーサル研修としてインバウンド、障がい者受入対応のための研修を開催。 エリア内周遊策としては 30 年近く続くエリア内観光事業者と高知県観光コンベンション協会が行うスタンプラリーの事務局を請け負い、ブラッシュアップの助言と運営を行っている。

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	・自社 WEB サイトを多言語対応化。情報発信ワンストップサービス窓口の実施、twitter,Facebook,Instagram にて、ターゲットを分けた SNS を利用した効果的なプロモーションの実施。 ・子育てファミリーに向けた観光情報誌の発刊。 ・「ものべぐるっと KIDS カード」発行による、見える化したエリア一体となったプロモーションの実施。 ・観光以外の事業者も受け入れ先として誘客を進める、「ものべお仕事体験博」の開催。 ・３市エリア内の事業者、観光協会、商工会、市、県が協働し、やなせたかし氏がモデルとなった観光博覧会を開催し、一元的なプロモーションを行っている。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	3,300	8,000	8,400	8,570	8,500	8,500
		(-)	(140)	(170)	(180)	(200)	(300)
	実績	7,748	7,840	6,149			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	38	59	60	60	90	90
		(-)	(4)	(6)	(6)	(9)	(10)
	実績	58	60	52			
		(-)	(7)	(7)			
●来訪者満足度（%）	目標	40	80	80	80	80	80
		(-)	(60)	(60)	(60)	(60)	(60)
	実績	83	82	91.9			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標	10	55	55	55	50	55
		(-)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
	実績	52	59	61			
		(-)	(-)	(-)			

※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

様式１

【検討の経緯】
平成 28 年６月から高知県物部川流域広域観光組織として活動を開始して以降、地域経済への波及効果を計るために KPI を設定の上、平成 29 年度より各施設からデータを収集し、分析開始。令和４年度、旅行消費額の算出方法を改定するとともに、宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の収集を開始。令和７年度はやなせたかし夫妻がモデルとなるドラマの放映を念頭に目標を設定。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
地域としての観光消費額増大のための課題の洗い出しと施策（企画・戦略、情報発信、受け入れ態勢の強化等）の検討を行うため、KPI 設定の上、収集・分析のサイクルを構築。域内の主要施設の観光消費額データ、高知県地域観光課が持つデジタルデータ、お客様への対面アンケートを分析。
●延べ宿泊者数
観光客の動態調査と重点的に観光施策を行う時期の把握のために設定。
●来訪者満足度
「観光地の満足度調査」や近隣エリアの調査項目を参考に実施。
令和４年度の収集開始前にエリア内 DMC とともに設定を行ったが、急速な観光の回復を受けて令和５年度に改定。
●リピーター率
。令和４年度の収集開始前にエリア内 DMC とともに設定を行ったが、急速な観光の回復を受けて令和５年度に改定。

（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
●住民満足度（%）	目標	50	60	70	80	80	80
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	69	68	76			
		(-)	(-)	(-)			
●Web サイトのアクセス状況	目標	62,000	80,000	100,000	200,000	200,000	200.000
		(6,200)	(10,000)	(12,000)	(12,000)	(15,000)	(15,000)
	実績	48,720	129,550	166,550			
		(8,487)	(8,428)	(10,900)			
●主要観光施設入込数（人）	目標	600,000	750,000	800,000	850,000	800,000	800,000
		(-)	(-)	(-)	(-)		
	実績	783,057	790,319	750,510			
		(-)	(116,176)	(116,103)			
●主要物販施設入込数（人）	目標	586,500	733,100	600,000	550,000	500,000	500,000
		(-)	(-)	(-)	(-)		
	実績	501,567	505,180	488,389			
		(-)	(67,188)	(82,537)			

※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】
高知県全体の目標値を念頭に、物部川 DMO 協議会が立ち上がり、活動することの効果や、設定時（2018 年）に計画が持ち上がっていた新しい観光施設のオープン・観光施設のリニューアルを踏まえた値である。
・目標設定時に根拠とした資料（統計情報などの数値）
「平成 27 年県外観光客入込・動態調査報告書」
「位置情報観光動態レポート」（コロプラ）
【設定にあたっての考え方】
●住民満足度調査
シビックプライドを鼓舞し、観光地という意識づけ、魅力向上を目指すために計る。
●WEB サイトのアクセス状況
観光客が何を求めているかを計り、観光客の目的に合った情報発信ができているかを計る。
●主要観光施設入込数
当協議会の会員を中心とした、物部川エリアの主要観光施設であり、観光客の推移を計れる。
●主要物販施設入込数
対象は南国市の「道の駅南国風良里」と、香南市の「道の駅やす」の２か所。
「道の駅南国風良里」は高速 IC の出入口そばにあり、自家用車や観光バスで高知に入込をした観光客がほぼ立ち寄る場所であり、「道の駅やす」は、高知県東部に続く国道沿いに位置し、徳島県側からの入込を計る指標にもなり、県外客の入込を計れる。

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	47,920,272（円）	【都道府県からの補助金】	15,271,,000（円）
		【市町村からの補助金】	16,500,000（円）
		【県からの委託料収入】	4,244,001（円）
		【収益事業収入】	2,390,482（円）
		【会費収入】	370,000（円）
		【観光庁事業費】	7,872,880（円）
		【協賛金他】	166,933（円）
		【繰越金他】	1,104,976（円）
2023（Ｒ５）年度	88,927,374（円）	【都道府県からの補助金】	16,524,000（円）
		【市町村からの補助金】	16,500,000（円）
		【県からの委託料収入】	4,584,380（円）
		【クーポン事業補助金】	39,409,000（円）
		【収益事業収入】	3,985,782（円）
		【収益事業外収入	153,153（円）

様式１

		【会費収入】	380,000（円）
		【観光庁事業費】	5,013,720（円）
		【協賛金他】	270,000（円）
		【繰越金】	2,107,339（円）
2024（Ｒ６）年度	66,205,194（円）	【都道府県からの補助金】	27,031,000（円）
		【市町村からの補助金】	27,000,000（円）
		【収益事業収入】	3,241,657（円）
		【会費収入】	380,000（円）
		【協賛金他】	209,715（円）
		【県からの委託料収入】	5,286,092（円）
		【繰越金】	3,056,730（円）
2025（Ｒ７）年度	45,300,000（円）	【都道府県からの補助金】	17,000,000（円）
		【市町村からの補助金】	16,500,000（円）
		【収益事業収入】	4,100,000（円）
		【会費収入】	500,000（円）
		【県からの委託料収入】	5,200,000（円）
		【繰越金】	2,000,000（円）
2026（Ｒ８）年度	46,300,000（円）	【都道府県からの補助金】	17,000,000（円）
		【市町村からの補助金】	16,500,000（円）
		【収益事業収入】	4,000,000（円）
		【会費収入】	600,000（円）
		【県からの委託料収入】	5,200,000（円）
		【繰越金】	3,000,000（円）
2027（Ｒ９）年度	47,300,000（円）	【都道府県からの補助金】	17,000,000（円）
		【市町村からの補助金】	16,500,000（円）
		【収益事業収入】	5,000,000（円）
		【会費収入】	600,000（円）
		【県からの委託料収入】	5,200,000（円）
		【繰越金】	3,000,000（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	47,920,272（円）	【運営管理費】	22,246,935（円）
		【企画・統括事業費】	703,788（円）
		【情報発信費】	6,483,076（円）
		【旅行商品造成】	1,005,420（円）
		【人材育成】	418,236（円）
		【ブランディグ事業費】	1,010,390（円）
		【委託事業経費】	4,244,001（円）

様式１

		【観光庁事業】	7,875,630（円）
		【その他】	3,032,796（円）
2023（Ｒ５）年度	88,927,374（円）	【運営管理費】	20,856,888（円）
		【企画統括事業】	162,905（円）
		【情報発信事業】	9,127,633（円）
		【旅行商品造成・販売事業】	1,206,943（円）
		【観光人材育成事業】	707,951（円）
		【広域観光ブランディング事業】	1,169,703（円）
		【委託事業】	4,584,380（円）
		【ものべ旅クーポン事業】	39,411,975（円）
		【観光庁事業】	5,013,720（円）
		【旅行商品造成・販売事業】	3,514,146（円）
		【法人税】	114,400（円）
		【次期繰越】	3,056,730（円）
2024（Ｒ６）年度	66,205,194（円）	【運営管理費】	34,730,313（円）
		【企画統括事業】	1,856,876（円）
		【情報発信事業】	11,023,223（円）
		【旅行商品造成・販売事業】	4,590,157（円）
		【観光人材育成事業】	4,270,604（円）
		【広域観光ブランディング事業】	605,000（円）
		【委託事業】	5,286,092（円）
		【法人税】	106,000（円）
		【次期繰越】	3,736,929（円）
2025（Ｒ７）年度	45,300,000（円）	【運営管理費】	28,600,000（円）
		【企画統括事業】	1,000,000（円）
		【情報発信事業】	4,500,000（円）
		【旅行商品造成・販売事業】	2,100,000（円）
		【観光人材育成事業】	700,000（円）
		【広域観光ブランディング事業】	1,200,000（円）
		【委託事業】	5,200,000（円）
		【次期繰越】	2,000,000（円）
2026（Ｒ８）年度	46,300,000（円）	【運営管理費】	29,000,000（円）
		【企画統括事業】	700,000（円）
		【情報発信事業】	5,000,000（円）
		【旅行商品造成・販売事業】	2,000,000（円）
		【観光人材育成事業】	1,000,000（円）
		【広域観光ブランディング事業】	1,400,000（円）
		【委託事業】	5,200,000（円）
		【次期繰越】	2,000,000（円）

2027（R９）年度	47,300,000（円）	【運営管理費】	29,500,000（円）
		【企画統括事業】	1,000,000（円）
		【情報発信事業】	5,200,000（円）
		【旅行商品造成・販売事業】	2,000,000（円）
		【観光人材育成事業】	1,000,000（円）
		【広域観光ブランディング事業】	1,400,000（円）
		【委託事業】	5,200,000（円）
		【次期繰越】	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

・公的財源の安定的な確保
① 地域観光の「セールス役」として、市、観光協会を窓口として各地域と協働し、3 市が力を合わせて観光地域づくりを行う具体的な連携体制の構築と、その持続的な運用を進め、補助金による安定した資金支援を確保する。
② 「物部川エリアでの観光博覧会」の事務局を担い、3 市、県よりの補助金を確保する。
・会費収入
会員制度の運用により会費収入を獲得している。
・旅行商品造成及び販売
各市、観光協会と連携したファミリー向け商品の提案により、着地型旅行商品の造成・販売を強化し、エージェント及び観光事業者からの手数料収入により運営資金を確保する。

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

高知県、南国市、香南市、香美市は、一般社団法人、物部川 DMO 協議会を３市における地域連携 DMO として登録したいので、一般社団法人物部川 DMO 協議会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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	小笠原　由美
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	783-0004
所在地	高知県南国市大そね甲 1705-5 桜ビル２階
電話番号（直通）	088-802-5050
ＦＡＸ番号	088-802-5051

Ｅ－ｍａｉｌ	info@monobegawa.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	高知県
担当者氏名	高橋　順
担当部署名（役職）	産業振興推進部計画推進課　地域支援企画員（総括）（物部川地域担当）
郵便番号	782-0012
所在地	高知県香美市土佐山田町加茂 777 香美農林合同庁舎１階
電話番号（直通）	0887-57-0015
ＦＡＸ番号	0887-57-0016
Ｅ－ｍａｉｌ	jun_takahashi2@ken4.pref.kochi.lg.jp

都道府県･市町村名	高知県
担当者氏名	楠瀬　晴子
担当部署名（役職）	観光振興部地域観光課（主査）
郵便番号	780-8570
所在地	高知県高知市丸の内 1 丁目 2 番 20 号
電話番号（直通）	0887-823-9706
ＦＡＸ番号	0887-823-9256
Ｅ－ｍａｉｌ	haruko_kusunose@ken2.pref.kochi.lg.jp

都道府県･市町村名	高知県南国市
担当者氏名	山崎　伸二
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	783-8501
所在地	高知県南国市大そね甲 2301
電話番号（直通）	088-880-6560
ＦＡＸ番号	088-880-6205
Ｅ－ｍａｉｌ	n-shoukou@city.nankoku.lg.jp

都道府県･市町村名	高知県香南市
担当者氏名	萩野　大輔
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	781-5292
所在地	香南市野市町西野 2706

様式１

電話番号（直通）	0887-50-3013
ＦＡＸ番号	0887-50-3014
Ｅ－ｍａｉｌ	shoukou@city.kochi-konan.lg.jp

都道府県･市町村名	高知県香美市
担当者氏名	門脇　正人
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	782-8501
所在地	香美市土佐山田町宝町１－２－１
電話番号（直通）	0887-53-1084
ＦＡＸ番号	0887-53-5877
Ｅ－ｍａｉｌ	shoko@city.kami.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人物部川DMO協議会

様式２

記入日：　令和7年　7月　30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】
　高知県南国市、香南市、香美市
【設立時期】 平成31年３月１３日（任意団体発足日：平成28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】 丸岡　克典
【マーケティング責任者（CMO）】 小笠原　由美
【財務責任者（CFO）】 副代表理事　野並　啓
【職員数】 ９人（常勤8人（正職員４人、非常勤１人、県観光地域づくり推進員1人、物部川エリアでの観光博覧会臨時職員３人）
【主な収入】
県補助金27百万円、３市補助金計27百万円、委託事業5,3百万円、
収益事業3,2百万円、会費・協賛金0.6百万円、前期繰越3.1百万円
【総支出】
事業費　19,9百万円、一般管理費　42.6百万円（令和6年度決算）
次期繰越　3,7百万円
【連携する主な事業者】
　DMC、観光事業者、宿泊事業者、商工事業者、交通事業者、地域金融機関
※DMCとは、四国銀行とREVICによるファンドが設立した㈱ものべみらい

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	3,300（—）	8,000（140）	8,400（170）	8,570（180）	8,500（200）	8,500（200）
	実績	7,848（—）	6,777（—）	6,149（—）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	38（—）	59（4）	60（6）	60（6）	90（9）	90（10）
	実績	58（—）	60（7）	52（7）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	40（—）	80（60）	80（60）	80（60）	80（60）	80（60）
	実績	83（—）	82（—）	91.9（—）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	10（—）	55（1）	55（1）	55（1）	50（1）	55（1）
	実績	52（—）	59（—）	61（—）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・小学生以下の子どもを持つ子育てファミリー
・小学生以下の子どもをもつ三世代ファミリー
・アクティブシニア（朝ドラ視聴者層）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
ユニバーサルツーリズム：ベビーカーからインバウンドまで、幅広い視点でのユニバーサルを掲げる。
教育旅行の推進：エリア内の戦争遺産や防災施設を用いたプログラムによる誘致。
やなせたかしPR：ドラマ放送を活用した誘客促進。
【観光地域づくりのコンセプト】
親子一緒に、笑顔でまた来たくなるものべがわエリア

具体的な取組

【マーケティング】
・観光客、住民アンケート調査の実施
・調査報告を用いての勉強会の開催
【観光資源の磨き上げ】
・親子で参加可能な体験事業を企画開発、造成。
・特産品を活用した「食」の開発
【受入環境整備】
・ガイド養成
・事業者勉強会の開催
・多言語化の推進
・ユニバーサルツーリズムの推進
（食、体験、環境整備）

【情報発信・プロモーション】
・デジタルメディアを活用したエリアプロモーション
・万博、ツーリズムEXPOへの出展
・パンフレットの作成
・WEBページ、SNSの運営、管理
・旅行会社への営業活動

【その他】
物部川エリアでの観光博覧会実行委員会事務局業務
・「やなせたかしゆかりの地」をPRするためのイベントの開催
・周遊ライド（自転車イベント）の開催
・観光地に停車するシャトルバスの運行
・サポーターの募集、活動支援