観光地域づくり法人形成･確立計画

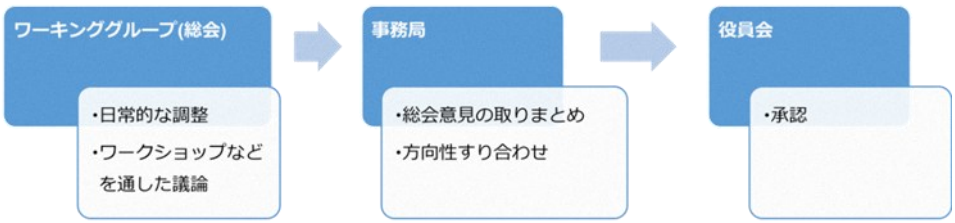
記入日：令和７年８月１６日

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）志賀町観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	石川県羽咋郡志賀町	
所在地	石川県羽咋郡志賀町相神イの３番地１	
設立時期	平成１７年９月１日：観光協会設立 令和２年２月１９日：一般社団法人化	
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	３人【常勤４人（正職員３人・出向等１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	山口　圭司 （当協会理事長）	長年に渡り、（一社）志賀町観光協会副理事長を務め、人望が厚い。観光産業の振興と地域活性化のためにリーダーシップを発揮し、積極的な取り組みを行っている。志賀町ではビジネスホテルやまぐちを営む。
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	岡本　明希「専従」 （当協会事務局長）	前職の（株）いこいの村能登半島　シーサイドヴィラ渤海（宿泊施設）支配人として、観光事業全般に関係構築しマーケティングを重視してきた。当協会理事として従事していた。いしかわ観光創造塾第５期生
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	向　　栄子「専従」 （当協会財務担当）	前身の（株）富来観光産業振興公社・（株）志賀町振興サービス・（公社）志賀町シルバー人材センターで 31 年間　事務局次長等で勤務。町とのパイプ役を含め持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。

様式１

プロジェクトリーダー	入江　香代子 （当協会マネージャー）	総務省の「地域活性化起業人」制度を活用し、（株）クリアティーボより出向。これまでのノウハウを活用し、観光事業の継続推進、情報発信の強化、観光プランの造成運営の取組を展開。また、専門知識を活かし、定例ＭＴＧの実施や３委員会の総括役として従事。
旅行商品造成部門責任者（専門人材）	中川　広紀「協会理事」 （現所属） ハートランドヒルズ in 能登	協会内に旅行商品造成委員会を置き、その中で専門知識を有する者を責任者として、観光地ルートの造成のほか、新たなアクティビティの開発、観光事業者間の調整など、旅行商品の造成一切を司る。町内別荘地で貸別荘等を営む。当協会理事として従事。
商品開発部門責任者 （専門人材）	美　智紀「協会理事」 （現所属） さくら貝クラフト華	協会内に商品開発委員会を置き、その中で専門知識を有する者を責任者として、新しい志賀町の食文化を含め発信していく。レジン・フラワー講師の資格を取得。貝細工教室の講師や独自の作品を作る。作品は全国・県推奨品に指定。平成 22 年石川県ふるさとの匠に認定。 当協会理事として従事。
プロモーション部門責任者（専門人材）	小林　克嘉「協会理事」 （現所属） 小林工芸社	協会内にプロモーション委員会を置き、その中で専門知識を有する者を責任者として、情報発信のほか、売り込みや販促活動を司る。イベント企画、設営会社を経営しており、当協会理事として従事。海洋ゴミ専用「拾い箱」事業も、企画・プロモーション。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	石川県志賀町 商工観光課（観光振興全般、企画立案、統計調査等） 企画財政課（地域公共交通、能登空港利用促進、移住定住促進等） 環境安全課（環境保全、食品ロス、リサイクル等） 農林水産課（農林水産物、世界農業遺産等） 学校教育課（産学官金連携等） 生涯学習課（文化及び芸術の振興、日本遺産関連、スポーツイベント等） 石川県観光企画課（旅行商品プロモーション事業等） 石川県自然観光課（国定公園等）	
連携する事業者名及び役割	志賀町商工会、富来商工会、西海漁協（特産品開発支援）、JA 志賀（特産品開発支援）、飲食店組合（飲食情報発信）、民宿組合（宿泊施設環境改善）、（株）高浜タクシー及び(有)能登金剛タクシー（２次交通対応）、富来ロータリークラブ、志賀ロータリークラブ、（株）JTB、（株）クリアティーボ【本社：千葉県、地域活性化起業人制度により起業人材派遣（株）ジェイアール東日本企画、ツキノオトクリエーション（しかまち観光ガイドホームページ対応）、（株）サウンド・ソニック（イルミネーション事業等）、山本恵三税理	

	士事務所、ＲＥプランニングワークス（文化観光コンテンツ支援事業）、 （株）アイ・ツー（能登半島地震からの復興に向けた観光再生支援事業）
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	該当する要件② （概要）多様な関係者が参画する会議体（各ワーキンググループ）を設置し、実務者レベルでの日常的な調整を行い、事務局を通じて執行部会・理事会との方向性のすり合わせを図り合意形成を行う。 【合意形成のフロー】
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	**定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催** 
法人のこれまでの活動実績	**2022 年度～2025 年度（ 9 月末 ）の活動実績** **１．委員会活動** 3 つの委員会を通して、旅行商品造成・商品開発・プロモーションを推進する。 １)旅行商品造成委員会 日本遺産　福浦港の歴史を紐解いて、地元区長（理事長・事務局長・旅行商品造成委員長と承諾）と住民の方々を交えガイドツアーを企画・実施。(2022 年度 6 月) 志賀町（福浦港）の文化と歴史を学ぶ勉強会実施。 2023 年 4 月 20 日（木）～12 月 7 日（木）の期間 6 回開催 2025 年 2 月 13 日（木）第 7 回、3 月 13 日（木）第８回開催 第８回に２２名に修了書を渡しました。 ２）商品開発委員会 ・「西能登おもてなし丼」2023 年度１０万食達成キャンペーンを開催。 2023 年 9 月 16 日（土）アクアパークシオンにて参画 16 店舗 ３）プロモーション委員会 2022 年度　SDGｓ海洋ゴミ拾い＆ちゃりビ（チャリでビーチを爆走する！）企画を実施 2022 年度　海洋ゴミ拾いと手づくり市とおあんがくの日「海のほとり市」を開催　海洋ゴミを拾って音楽祭に参加出来るイベント 2023 年度　海洋ゴミ拾いと手づくり市とおあんがくの日「海のほとり市」を開催　海洋ゴミを拾って音楽祭に参加出来るイベント 2023 年度第 7 回「ジャパンツーリズム・アワード」 「海洋ゴミ拾いを観光資源に～自然を守り、地域の方とつくる美しいキャンプ場」として応募、国外 140 件」の中から 37 件にノミネートされ「入賞」 2023 年 9 月 23 日（土）・24 日（日）金沢大学融合学部と連携で“海からつながる・ごみひろい”「旅するごみ箱」を開催 2025 年９月２１日（日）スマイルアクション」～海と笑顔と復興のチカラ～

	金沢大学融合学部と連携で“海からつながる・ごみひろい”「旅するごみ箱」を開催 ４）セレクション志賀け隊の発足 志賀町の新たなＰＲ策と調理レシピを活用した委員会を 8 月 10 日（木）に開催、北陸電力（株）の連携と公募した協会会員協力メンバー4 名で活動、ＳＮＳ（インスタグラム）を発信スタート 2023 年 10 月 5 日（木）特産品を活用した郷土料理や伝統料理 7 品を調理したケーブルテレビ（しかチャンネンル）調理実習風景放映 2023 年 10 月 29 日（日）いしかわ百万石文化祭 2023　和牛ｉｎ志賀にてＰＲ活動を実施 2023 年 11 月 21 日（火）優良特産品認定の「ころ柿」生産者を訪問し、工程や作り手の気持ちをインタビュー形式で聞く 2023 年 11 月 21 日（火）セレクション志賀け隊ロゴを決定 2024 年 6 月 26 日（水）能登半島地震後初めて委員会開催、次年度の活動計画を決定する 2024 年 10 月 5 日（土）世界一長いベンチリニューアルイベントに出店 2025 年 2 月 27 日（木）志賀町特産品を使った料理教室を開催 講師に室谷加代子先生をお迎えし、6 品目を作る 地域内外の方 18 人参加 2025 年 3 月 9 日（日）のとぴあフェスに参加 能登の復興支援と地域振興を目的としたイベント 西能登おもてなし丼の販売、地域特産品の販売 2025 年 5 月 12 日（月）令和 7 年度第 1 回検討会開催 実績報告・活動内容（案）を検討 2025 年 6 月 17 日（日）ほくでんマルシェに参加 西能登おもてなし丼販売、地域特産品の販売 **２．町との連携事業** ・指定管理　能登リゾートエリア増穂浦管理棟は、海を一望出来る多目的ホールを活用し「コワーキングスペース」を拡充し、仕事と休暇を兼ね合わせた「ワーケーション」やオフィスから離れた「リモートワーク」に活用して頂きたい。 ・管理棟は、飲食店営業許可申請（2024 年 9 月 3 日）交流サロンとして活用出来るよう軽食やドリンクを提供、幅広い世代に利用して頂けるようワークショップの開催や研修会の場所として計画していく。 ・増穂浦海岸に観光PRとして新たなフォトスポット「白いとびら」を設置 SSTR（サンセット・サンライズ・ツーリング・ラリー）2022 SSTR（サンセット・サンライズ・ツーリング・ラリー）2023　5 月 21 日（日）道の駅とぎ海街道で西海漁港直送「紅ズワイ蟹汁」を販売 SSTR（サンセット・サンライズ・ツーリング・ラリー）2025　5 月 24 日（土） ・いしかわ旅行商品プロモーション会議　企画プレゼンテーション 志賀町 YouTube を利用し、体験メニュー・インバウンドの提案 石川県観光戦略推進部　観光企画課・（公社）石川県観光連盟　主催 2022 年度上期・下期の旅行商品造成に向けて実施 開催日：2022 年 4 月 19 日（火）ANA ｸﾗｳﾝﾌﾟﾗｻﾞﾎﾃﾙにて開催　旅行会社 16 社 地元自治体・観光団体等　28 名出席 開催日：2022 年 10 月 17 日（月）ホテル日航金沢にて開催　旅行会社 32 社

	地元自治体・観光団体等出席 開催日：2023 年 4 月 18 日（火）ＡＮＡクラウンプラザにて開催 開催日：2023 年 7 月 18 日（火）ホテル日航金沢にて開催 開催日：2024 年 4 月 16 日（水）ＡＮＡクラウンプラザにて開催 令和 6 年能登半島地震後の状況を旅行会社の方に報告 開催日：2025 年 4 月 16 日（水）ＡＮＡクラウンプラザにて開催 ・北陸デスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議に参加 2023 年 11 月８日（水）福井県産業会館 ・いしかわ食のてんこもりフェスタ 2022 年 11 月 6 日（日）参加 「西能登おもてなし丼」　能登牛弁当・能登里山弁当販売 ・いしかわてんこもり横丁 2023 年 10 月 14 日（土）・15 日（日）参加 「西能登おもてなし丼」を販売　参画は 5 店舗 ・世界農業遺産スタディーバスーツアー～知られざる志賀町の魅力～と題し ツアーの企画内容を提案実施 開催日時：2022 年 7 月 31 日（日）ペア 15 組 30 名参加 （旧福浦灯台散策と福浦港の歴史・「しあわせを呼ぶ貝」貝細工体験・ブランド牛「能登牛」の見学・解説ガイド付き ・第 4 回北陸観光ＰＲ事業 2023 年 11 月 16 日（木）参加、メデイア 64 社 「まだまだ知られていない志賀町の自然と食」 ・第 5 回北陸観光ＰＲ事業 2024 年　6 月 11 日（火）参加　メデイア 86 社 震災が起きても変わらない志賀町の美しい自然と題してプレゼン ・第 6 回北陸観光ＰＲ事業 2024 年　9 月 10 日（火）参加 世界一長いベンチリニューアルイベント～鼓動を感じる志賀町～ギネスに再挑戦ＰＲ活動　メデイア７８社 ・ディスカバーほくりくＭｅｅｔｉｎｇ 2025 年　2 月 2 月 12 日（水） 総参加者 135 名（メディア関係者 88 名・79 媒体・会社数 66 社 9 ・石川県プレスミーティング 2025 年　７月８日（火）名古屋開催参加、メディア 25 社 2025 年　7 月９日（水）大阪開催参加、メディア 40 社 ・第 7 回北陸観光ＰＲ事業 2025 年　7 月 29 日（火）東京開催、メディア 83 社 ・志賀町 YouTube　ドローンを活用したプロモーション動画の映像制作 世界ギネス記録に挑戦した動画映像を配信中 ・救命救急講習会 協会事務局と能登リゾートエリア増穂浦　関係職員 開催日：2024 年 6 月 24 日（月）　能登リゾートエリア増穂浦　管理棟にて実施 ・協会員による、志賀町海岸　清掃ボランティア 開催日：2022 年 7 月　8 日（金）　増穂浦海岸・千鳥ヶ浜海岸にて実施 開催日：2023 年 7 月 13 日（木）　増穂浦海岸・千鳥ヶ浜海岸にて実施 開催日：2024 年 7 月 11 日（木）　増穂浦海岸にて実施

（地元企業と連携北陸電力（株）と共同開催）
開催日：2025 年 7 月 16 日（水）　増穂浦海岸にて実施
（地元企業と連携北陸電力（株）と共同開催）
・三十六歌仙貝コレクション（通年）を展開
増穂浦海岸には 600 種ともいわれる貝殻が打ち寄せられる。志賀町では、日本古来の和歌集の中で、貝を詠んだ 36 首の歌にちなんで、増穂浦の浜に打ち寄せられる小貝を「三十六歌仙貝」と呼んでいる。そんな小貝を集めて楽しむ「三十六歌仙貝コレクション」。無料で配布する収集箱に集めて頂き、記念品を贈呈する。特に多く打ち寄せる 11 月から 3 月の閑散期の誘客に繋がっている。
2025 年 4 月 1 日～「三十六歌仙貝コレクション」事業を見直し、1 箱￥５００で販売、獲れた数に応じて景品がもらえる、ご当地ガチャや施設利用券等、地域の商品を取り入れている。ＳＮＳ配信をしている＃36shells

・海辺を彩る感動のイルミネーション「ときめき桜貝廊」事業
2022 年 6 月 9 日（木）世界一長いベンチペンキ塗り事業実施
2022 年 7 月 23 日（土）～11 月 30 日（水）実施
2023 年 7 月 29 日（土）～10 月 31 日（火）実施
・光の絆「ｲﾙﾐﾈｰｼｮﾝ・スカイランタン・花火」事業
2024 年 9 月 14 日（土）～10 月 31 日（木）実施
2025 年 9 月 13 日（土）～10 月 31 日（金）実施

・ツーリズムＥＸＰＯジャパン出展
2022 年 9 月 22 日（木）～9 月 25 日（日）東京ビックサイト開催参加
志賀町の魅力を PR、アンケートを実施し先着 50 名に「さくら貝」プレゼント
2024 年 9 月 26 日（木）～9 月 29 日（日）東京ビックサイト開催参加
震災を経てここまで来れる志賀町の PR、アンケートをＱＲコードにし実施
新たにＶＲ体験を取り入れた観光ＰＲに臨む
2025 年 9 月 25 日（木）～9 月 28 日（日）名古屋国際展示場開催参加
協会会員事業者 4 名が現地に行き、志賀町の PR や商談に参加。
アンケート実施、「さくら貝」ワークショップを開催

・石川県人祭　東京・大阪に参加
大阪　2022 年 11 月 25 日（金）リーガロイヤルホテル大阪開催
志賀町の優良特産品に認定されてる品物や海産物を販売、ＰＲに努めた
2023 年 10 月 27 日（金）ホテル椿山荘東京開催（参加者 850 名）
2023 年 11 月 24 日（金）リーガロイヤルホテル大阪開催（参加者 650 名）
2024 年 10 月 25 日（金）ホテル椿山荘東京で開催
2024 年 11 月 22 日（金）リーガロイヤルホテル大阪開催

・東京アンテナショップ出店
2022 年 12 月 23 日（金）～12 月 25 日（月）
西能登おもてなし丼の海鮮丼を一日 50 食限定で販売
2023 年 3 月 9 日（土）・10 日（日）東京アンテナショップオープニングイベント参加、ころ柿を販売

３．法人設立前までの活動実績
・体験プログラム（旅行商品）の造成
平成 28 年から 4 年間、観光事業者だけでなく、飲食店や一般の小売店、個人事業主なども対象として、顧客目線に立った旅行商品のブラッシュアップを行

った。商品全体のプログラムを紹介するためのキャッチフレーズや紹介写真の撮影、ネーミング等ブラッシュアップの過程で、プログラム提供者にアドバイスを行い、より質の高いプログラムに磨き上げてきた。

1）過去における造成プログラム

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
実施業者	御祓川様	株式会社日本旅行	株式会社ＪＴＢ
実施期間	1月14日～2月26日	1月20日～3月20日	10月1日～3月31日
プログラム数	30プログラム グルメ系　7本 くらし体験系　7本 自然系　9本 しごと体験系　7本	６プログラム （内容は次ページ記載）	つながるクーポン発行 3,000円（１セット） 参加事業者 17事業者 21メニュー
評　価	実施プログラムが多く、実施事業者や個人が「TRY隊」を通じて、まちづくりをしていく意識改革ができた。	参加人数は前年の4割となったが、町民からの参加者ではなく、町外からの参加者がほとんどだったことが評価できる。また、当社商品造成者もツアーに参加させ、プログラムに対しての意見交換を行った。	参加事業者の調整に時間を要し、プロモーション期間が短かった。そのため、販売実績が伸び悩む結果となった。
参加者数	376名（販売額約60万）	149名（販売額約40万）	207セット（62万） 使用実績6万（3/25現在）
町民比率	約90％	なし（東京からの参加者も10名程度、ほか石川県内が多くを占める）	
課　題	・募集業務や催行管理において、観光協会の作業が多く発生した。 ・県内業者が手薄けたため、全国発信力が不足していた。 ・参加者はほぼ町民 ・プログラムによっては原価割れしていたものがあった。 ・「志賀町ならでは」とは関係ないプログラムが多くあった。 例）車のトラブル、前髪カットなど ・冬場のメニューしか設定できなかった。 ・複数回の設定が少なかった。一日限定のものが多かった。	・以下の3点を注視したために、参画のハードルが高くなった。 １）志賀町ならでは ２）複数回の開催 ３）収益を見込む ・商品造成後のプロモーション期間が短期間であった。 ・日本旅行のリソース（パッケージ商品での展開、ネットでの告知）にもう少し傾注することができた。	・販売実績が62万であったが、使用実績が10％～20％と想定される。費用対効果は10万程度にとどまると思われる。 ・クーポンにお得感がわかりづらい。 ・地元での販売は金剛センター、ベンションクルーズでの販売があった。宿泊者が宿泊施設で購入し、町で使える仕組みが必要であった。

2）2019 年における商品ブラッシュアップ

（考え方）

過去は冬期間のみの実施だったが、2019 年は晩夏から春先にかけての３シーズンでの設定を行った。

・募集時期：7 月 20 日頃～3 月 20 日頃（９ヶ月間）
・開催期間：8 月末～3 月末（8 ヶ月間）

（テーマ設定）

～ほんものの志賀町を知ってもらう～

① さらなる志賀町らしさを加える（希少価値を高める）。
② 移動手段を設定する→２つ以上の参画者をつなぐ。
③ 漁業、農作物生産者、飲食店の参画
④ 昨年度ＪＴＢが実施したクーポン事業参画者のフォローを行う

（目標設定数）

・コース数：8 本
・参加者数：400 名～600 名
・販売額　：200 万

（旅行商品化）
旅行商品化を図ることにより、収益確保および交通機関の付与など、利用者にとっても、安全面、利便性を高めたものを目指した。

3）体験プログラムラインナップ（2024～2025 にかけて体験プログラム見直し）
【エンジョイ西能登　体験プログラム】とタイトルを設けた。
プログラム名称については、ＤＭＯ勉強会参画メンバーで議論し、以下のように決定した。

体験プログラムの名称（震災を機に新たなプログラムを設定）

①　震災教育プログラム復興を歩む醤油蔵見学
②　増穂浦海岸の宝石　幸せを呼ぶ「さくら貝」でクラフト体験
③　最大震度７の志賀町で防災キャンプ
④　大自然に包まれながら特別体験！本格石窯で焼く体験ピザ教室
⑤　三十六歌仙コレクション～増穂浦海岸で秘貝を探そう～
⑥　志賀町・福浦港「福専寺」で心が整うＭＹお香袋づくり
⑦　旧福浦灯台・北前船「奉納絵馬」と巌門遊覧
⑧　大庄屋「平家」の庭園で味わう和の時間
⑨　「自分でつくるランチ」アウトドアクッキング

4）プロモーション活動
以下のプロモーション活動を行なった。
・首都圏・京阪神の日本旅行グループ 150 店舗の店頭で、北陸方面の旅行パンフレットとともに掲出
・団体ツアー会社（クラブツーリズム・阪急交通社等）への冊子の送付
・読売旅行（商品造成事業提携先）への素材提案
・金沢駅構内観光案内所での掲出
・メディア向け情報発信（名古屋、大阪、東京）
・石川県観光連盟と連携し「震災教育プログラム」令和８年教育旅行のプロモーション活動を開始　令和８年教育旅行受入れを目指し営業をスタート

5）実績
・2018 年に実施した際、同様のプロモーション手法で 6 プログラム 150 名弱の実績があったが、2019 年度は 11 月にモニターツアーで実施した 15 名とグループ客（20 名）の参加者に留まる結果となった。
・1 月以降、和倉温泉に宿泊を予定していた企業に向け、本プログラムのセールスを行い、3 団体 60 名近くの依頼があったが、新型コロナウィルスの影響により団体旅行自体が中止となった。
・能登半島地震の影響もあり、ツアーの実施には至っていないが、「今行ける能登」としてメディアに取り上げられる事が多い。
・令和 7 年 9 月 8 日（月）観光経済新聞に大きく取り上げて頂いた。
・令和 8 年 6 月大阪にある中学校 2 年生 166 人の受入れが決定した。

6）課題

・能登半島地震の影響もあり、参画事業者が固定になる事が懸念される、事業事前の情報告知、並びに参画意識の醸成する期間が必要である。
・パンフレットに掲載する訴求力のある画像を多く収集、実際の体験の良さが紙面で伝えきれるようにしていきたい。

7)今後の展開
まずは震災による中小事業者の事業状況を把握したうえで、2026 年度はこの体験プログラムの造成をベースに志賀町ＤＭＯによる商品開発、プロモーション、催行管理を進めていくこととなる。上記の課題を解決しながら、いかに志賀町らしくプログラムに磨きをかけること、そしてターゲットを絞り込み、訴求することが求められる。

４．キャンプ場設備投資
一般社団法人化に伴い、町から指定管理を受け、既存のキャンプ場及びその運営を行うこととなった。令和元年度に町が水陸両用８輪バギーを２台、オフロード・セグウェイを６台購入し、志賀町観光協会へ貸与する形とし、利用者数増を視野に入れた準備を行った。また、トイレの一部を和式から洋式へ改修し、施設の整備も行った。
管理棟のロールカーテンを新規購入し取替工事を行った。
Wi-Fi 工事を実施、モニターを購入、研修・ワーケーションルームとして活用出来るよう整備した。
令和 7 年より、マリンアクテビティ体験に「SUP」を導入した。
ケビン棟の新規畳入れ替えを行った。

５．地域土産品の造成
平成 28 年から 4 年間、商品を製造する地元事業者や、志賀町賑わい創出委員会等の関係機関と合意形成を図り、伝統、文化、歴史、地域資源を取り入れた土産品等の造成を行った。また、パッケージ等の改良や情報発信、販促活動、販売実績の調査等を行い、土産品のブラッシュアップを図った。
令和 6 年能登半島地震を受け被災した事業者の方がつくる産品を「能登復興応援商品」として造成を行っている。今後、商品の販路開拓を進め、企業等に営業活動をしていく。

1)過去の造成プログラム
平成 28 年にコンセプトの作成、商品開発を行い、平成 29 年に商品改良に力を入れ、平成 30 年に販路開拓をして商品の販売を行った。また、「西能登まろうど倶楽部」と「花嫁のれん号」羽咋⇔和倉温泉間の往復の時間を利用して、能登を訪問された観光客へのＰＲ活動を実施したほか、町内宿泊施設に宿泊された方に試食して頂き、アンケート調査を行った。

2) 2019 年の優良特産品のブラッシュアップ
初年度に開発した商品は完成したが、改めて志賀町らしいものを商品として造成すればと考え、商品テーマを再構築した。
商品開発には、賞味期限、販売容量、販売価格、卸価格、初回製造量などについて、製造の方々はもちろん、バイヤーの方々の意見を取り入れる事を行った。

3)課題と今後の展開
・販売店舗に合わせた形でのブラッシュアップが必要である。

・志賀町の観光誘客を促進するという目的に合わせ、パッケージデザインなどを検討していく必要がある。協会会員の特産品がまだまだ少ない状況にあり、今後ブラッシュアップと合せ更なる特産品の掘り起こしと開発を行っていく。
・情報発信の徹底

６．イルミネーションによる集客イベント

平成 28 年から 4 年間、地方創生加速化交付金・地方創生推進交付金事業を活用し、志賀町の地域資源・観光資源等、志賀町の魅力や地域性を理解したうえで、交流人口拡大・定住促進等、地域における経済振興など、地域活性化を図ってきた。

志賀町賑わい創出委員会を中心に、地元団体・企業や一般ボランティアの協力のもと、太陽光エネルギーを利用したＬＥＤ照明「ペットボタル」など約２万個を世界一長いベンチ周辺に配置し、「西能登里浜イルミネーション　ときめき桜貝廊」と題してイベントを開催した。

1）2019 年の活動

過去は観光入込減少が著しい冬期間での誘客を目的としてイベント実施したが、2018 年度からは集客の多い夏期間に開催し、志賀町の魅力を効果的に発信することとした。
開催期間：8 月 10 日～11 月 30 日（日没から 4 時間点灯）
初日の 8 月 10 日は、オープニングセレモニー、点灯式を盛大に行い、花火大会も開催した。

また、次年度へ向けて賑わい創出委員会でアンケートも行った

2）課題

地域のイベントとして根付かせるために、より多くの町民を巻き込んでいく事が必要と考え、準備段階から各種団体に協力をお願いしているが、今後も関係人口を増やしていく事が必要と考える。

3)今後の予定

2020 年度は、新型コロナウイルスの影響によりイベントは中止となったが、2021 年度、2022 年度は、町の補助金事業として、志賀町地域ＤＭＯが主催となり実施した。
2023 年度志賀町地域ＤＭＯが主催となり実施した。
2024 年～富来商工会が主催となり、志賀町ＤＭＯは協力団体となる。

７．インバウンドに対する取り組み

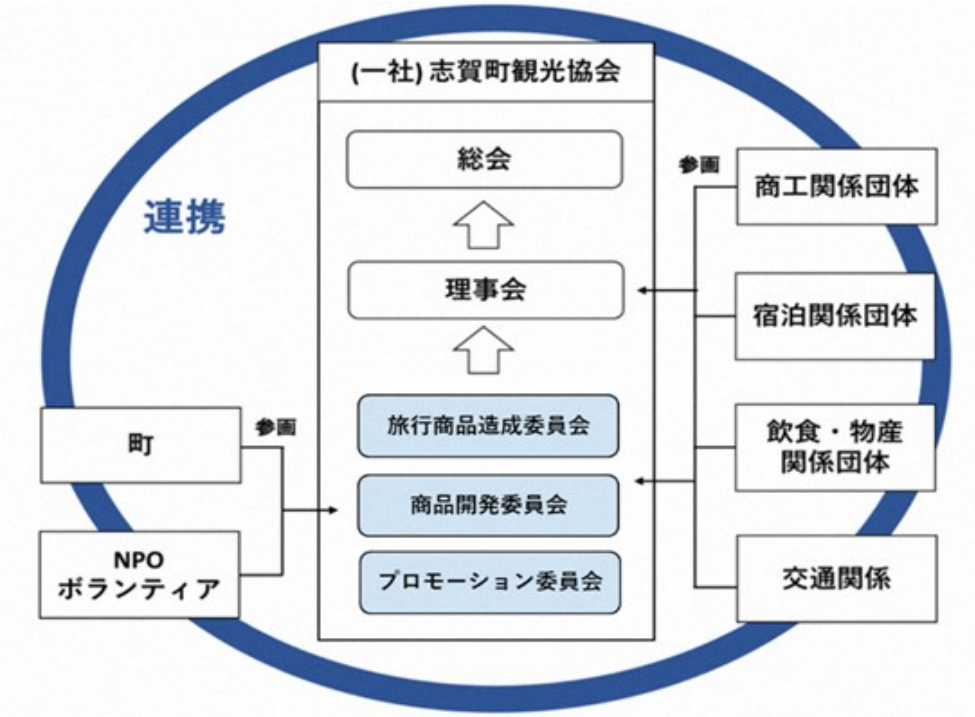
（活動の概要）

志賀町と富来町が合併した際に、観光振興組織として志賀町観光協会を設立した。観光宣伝及び観光客誘致、観光意識の普及向上と観光客に対する接遇の改善、外国人旅行者の受け入れ体制の整備を行ってきた。

1）台湾での商談会、観光博覧会への出展（2019 年 6 月）

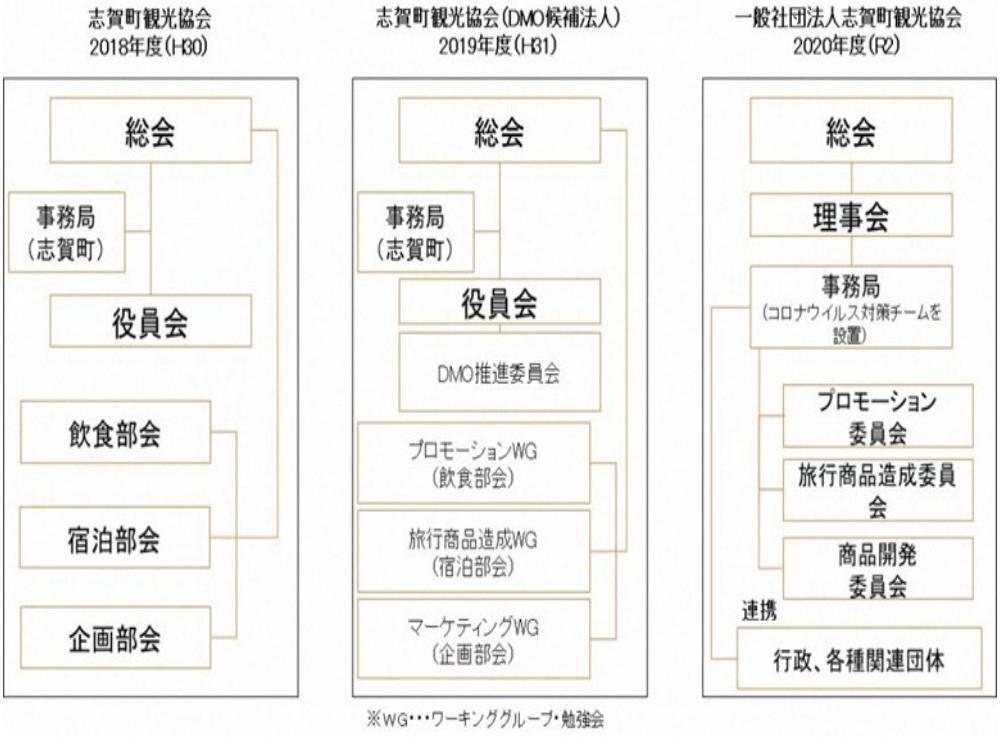
株式会社日本旅行などが主催する「日本の観光・物産博」（台北駅・台北そごう）に出店した。来場者に対し、志賀町の魅力を発信、アンケート調査を行った。また、ボトルに入れた桜貝をプレゼントとしたところ大好評であった。また、併せて台湾の旅行会社との商談も行った。

2）中国系旅行会社との商談（2019 年 9 月）

	北前船フォーラム IN 酒田（山形県）開催に併せて、日本に来訪した中国系旅行会社との商談を行い、大昔に渤海との交流をしていた能登半島との結びつきを再確認したと同時に、中国系旅行客も能登半島の海岸線の自然に興味があることを認識した。 前掲の基本的活動のほか、志賀町と志賀町観光協会の活動として、誘客のための催事、地元素材を活用した土産品開発、そして将来の軸ともなりうるインバウンドマーケットに対する準備を展開した。 ３）アラブ首長国連邦アブダビ　（2024 年４月） 「ザ・ギャレリア・モール」の紀伊國屋書店内にあるＳＡＫＵＲＡカフェにて「能登志賀町フェアー」を開催した。増穂浦海岸で取れる桜貝を使ったアクセサリーの紹介やパンフレットを置いて頂きＰＲにつとめた。来場されたぁたにアンケートを実施した。今後もさくら繋がりでＰＲや交流を深めていく。
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】** **（体験プログラム（旅行商品）の造成** 平成 28 年から 4 年間、観光事業者だけでなく、飲食店や一般の小売店、個人事業主なども対象として、顧客目線に立った旅行商品の造成を行った。商品全体のプログラムを紹介するためのキャッチフレーズや紹介写真の撮影、ネーミング等ブラッシュアップの過程で、プログラム提供者にアドバイスを行い、より質の高いプログラムに磨き上げてきた。 **【実施体制図】**  ＤＭＯ推進委員会の組織図：合意形成に参画する関係者

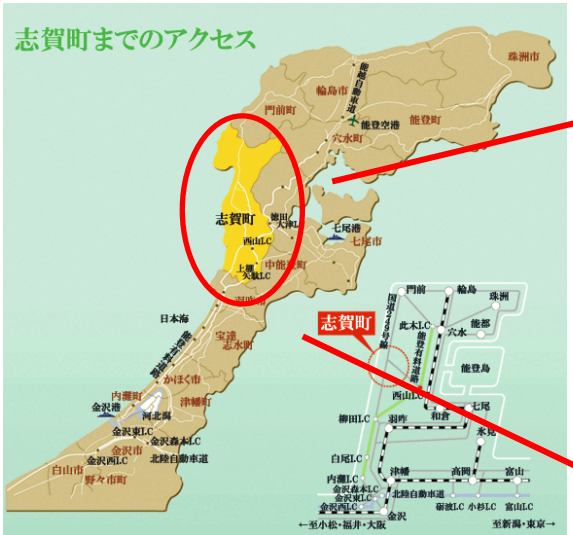
様式１

2018 年度から 2020 年度への移行においては、委員会ごとの主体的な議論を行った。その結果次ページに示す 2020 年度の組織図で運営しています。



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】

志賀町は、はるか大陸の渤海国と結んだ「古代日本海交流の拠点であり」という背景に独特の文化を育んでいる。また、観光資源に関しても、「世界一長いベンチ」等“ここにしかない資源”が多数存在する。当該市域を観光地域づくりのマーケティング・マネジメントの区域として設定し、ゆくゆくは近隣地域からの観光客誘致を目指していく際のハブとしての役割を期待するだけのポテンシャルを秘めている。

また、H27 年３月の北陸新幹線開業により、北陸・能登地方へのアクセス性が向上し、観光客の増加が見込まれることから、より一層魅力的な地域づくりをすることで、北陸・能登エリアの観光客の回遊性向上につながり、周辺地域への経済波及効果も期待できるため、これをいかに活用していくか議論を重ねていく必要がある。

【観光客の実態等】

志賀町への宿泊者数等

前掲とおり、延べ宿泊者数は 20 万人台、来訪者数は 100 万人台、イベント来訪者数は８～10 万人台で推移している。誘客のための催事、地元素材を活用した土産品開発、そして将来の軸ともなりうるインバウンドマーケットに対する準備をすることで、コロナの影響もあるものの令和３年度には北陸新幹線開通前の水準前に戻していくことを一つの目標としたが、コロナ禍に於いて宿泊者数の減員が顕著であった。密を避けるとの意味で、2 つのキャンプ場は、コロナ禍に於いても大きな減員にならなかった。令和 6 年能登半島地震により観光への集客はほぼ皆無となった、宿泊・観光のデータ―は被災地見学やボランテイア、作業員の立ち寄りが実績となっており、観光を見据えた準備は 3 年～5 年を目途に観光の磨き上げ、商品開発を準備していく事が大事である。

年度	延べ宿泊者	観光施設訪問者	イベント来訪者
令和 2 年	約 11.7 万人	約　58.1 万人	約 8.8 万人
令和 3 年	約　9.7 万人	約　43.0 万人	約　　0 人
令和 4 年	約 20.7 万人	約　　4.7 万人	約　2 万人
令和 5 年	約　16 万人	約　63.0 万人	約　2 万人
令和 6 年	約　28.1 万人	約　34.8 万人	約　1 万人
令和 7 年	約　30.0 万人	約　40.0 万人	約　2 万人

海辺を彩る感動のイルミネーション「ときめき桜貝廊」

2022 年 7 月 23 日（土）～11 月 30 日（木）実施
2023 年 7 月 29 日（土）～10 月 31 日（火）実施
2024 年 9 月 14 日（土）～10 月 31 日（金）実施
2025 年 9 月 13 日（土）～10 月 31 日（木）実施

【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】

能登外浦に寄せる荒波によってできた奇岩や切り立った断崖、白砂青松のコントラストが美しい砂浜、桜色の小貝が打ち寄せる海岸など、人間の手では決して真似できないダイナミックなアートが多数存在する。

また、志賀町は山と海に囲まれた新しい観光リゾートとしての顔を持っており、人情味あふれる民宿からおしゃれなペンション、リゾートホテルまで、快適とくつろぎが自慢の宿も多数ある。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等

ジャンル	観光資源

観光施設	世界一長いベンチ、旧福浦灯台、松尾神社、平家庭園、巌門遊覧船
商業施設	道の駅（道の駅ころ柿の里しか／道の駅とぎ海街道）、シーサイドヴィラ渤海、志賀の郷リゾート、いこいの村能登半島、アリス館志賀、志賀の郷温泉
自然	ヤセの断崖、機具岩、巌門、高爪山、増穂浦海水浴場、大島海水浴場、弁天島
文化・歴史	北前船、貝細工、志賀の太鼓、獅子舞、渤海交流
食・土産・物産等	能登牛、ころ柿、西能登おもてなし丼、すいか、西海サーモン、甘えび、能登金時、もち麦うどん、ヨコタ礁天然岩かき
イベント・スポーツ・祭等	能登ゴルフ倶楽部、志賀の郷運動公園、志賀町陸上競技場、ニュースポーツの丘、志賀町テニスコート、アクアパーク　シ・オン、西海祭り、冨木八朔祭礼、これでもか！太鼓、光の絆イルミネーションイベント
その他	富来漁港、西海漁港

宿泊施設

施設ジャンル	施設数	客室数	収容力（人）	施設名一覧
ホテル	5	259	566	ビジネスホテルはしみ荘、ビジネスホテルアクア、ビジネスホテルやまぐち、ファミリーホテルグッデイ、シーサイドヴィラ渤海
民宿	18	230	308	温泉民宿松風、ビジネス民宿矢蔵谷、民宿志賀、民宿大島荘、民宿たかはま、民宿美波、民宿むら田荘、民宿おかざき荘、農家民宿古民家こずえ、民宿月見草苑、民宿なかもと、民宿うらの、民宿地蔵前、民宿能登錦
旅館	2	55	280	いこいの村能登半島、湖月館（10 月末オープン予定）
ペンション	6	87	174	ペンション能登リゾート in ミサワ、ペンションクルーズ、ペンションタイムリー、和風ペンションふるさと、ペンションニューバリー、ペンション夕凪
貸別荘	2	18	218	ハートランドヒルズ in 能登、家族コテージノトイエ

【利便性：区域までの交通、域内交通】

鉄道・バス	現地まで ・JR 羽咋(はくい)駅から車で約 20 分、北陸鉄道バス（富来・高浜方面行き）で約 30 分 JR 羽咋駅までは ・JR 金沢駅から JR 羽咋駅 JR 線　特急列車：約 30 分、普通列車：約 1 時間 ・北陸鉄道特急バス 富来行き・高浜行き高浜下車　約 1 時間 15 分

自動車	・北陸自動車道「金沢東 IC」又は「金沢森本 IC」から「のと里山海道」へ乗り換え ・金沢方面から「のと里山海道」で約 50 分、「柳田 IC」又は「西山 IC」
域内交通	志賀町コミュニテイバスとして、しかバス（100 円/回、志賀町・富来エリア）、中学生以下無料を運行している

【外国人観光客への対応】

2015 年の北陸新幹線の開業によって、北陸エリアに来訪する外国人は大きく増加していることから、今後のターゲット層として認識していたが、コロナ禍によるインバウンド需要の急激な落ち込みにより、再度、ターゲットの見直しを検討していく必要がある。これまでは、北陸エリアの外国人旅行者の求心は金沢であり、年間の外国人観光客は約 20 万人。台湾が約 6 割を占めるが、東南アジア、欧米豪からの入込が急伸している。金沢の前後の立ち寄り先の主な場所は、東京、京都、高山・白川郷である。また、和倉温泉にも台湾をはじめとした東南アジアからの来訪が増えていた。
2019 年のインバウンド石川県来訪者数（70 万人）に戻るまで、3 年以上がかかることを想定し、最初に客足が戻ると考えられる金沢および和倉温泉への来訪者をターゲットとした二次観光の受け入れ体制を整備していく。
2022 年度から回復傾向が見込まれる為、欧米豪の富裕層をターゲットに戦略の策定を行っている。

2022 年４月志賀町と連携し多言語観光情報サイト(Shika　Town　Guidoor)の導入。
内容の充実を図っている

NOTO AI assistant project2023　QR コードを利用し英語でのアシストを複数の施設にて実施できるよう設定した。

2024 年に発生した「能登半島地震」により、外国人観光客への対応は和倉温泉が 2027 年以降の復興を計画しており、3 年後を見据えて準備を進めていく計画である。

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
収集する内容	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。	町で実施する宿泊統計および道の駅での販売額を元に算出
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。	志賀町で把握している宿泊施設の統計数字（志賀町実施）
延べ宿泊者数	実数だけではなく、発地・性別・年代などを収集・分析することにより PDCA を効率よく展開。インバウンドも今後、より詳細なデータを収集していく。	志賀町で把握している宿泊施設の統計数字（志賀町実施）
来訪者満足度	品質の管理・向上のため対象となる施設などにフィードバックしていく。	指定管理を受けているキャンプ場でアンケートを収集。 2021 年度より志賀町・観光客同行調査、満足度調査を商工観光課と共同にて、町内 22 施設を対象に観

		光パラメータ調査を実施し分析をしている。(観光者の属性(性別・年齢等)、立ち寄り先、宿泊先、交通手段、来訪目的)
リピーター率	安定的な観光客の確保に向けて、リピーター率の向上に努めるためデータを収集する。	指定管理を受けているキャンプ場でアンケートを収集。 2021 年度より志賀町・観光客同行調査、満足度調査を商工観光課と共同にて、町内 22 施設を対象に観光パラメータ調査を実施し分析をしている。(観光者の属性(性別・年齢等)、立ち寄り先、宿泊先、交通手段、来訪目的)
ＷＥＢサイトのアクセス状況	ユーザーのアクセス経路を多角的に分析し効率の良い情報発信と利便性に努める。	ホームページのアクセス分析による収集・分析。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

町の第 2 期志賀町創生総合戦略に沿った定住人口の確保とともに、観光などによる交流人口を増加させることは、地域への賑わいを創出するとともに、本町の魅力を知ってもらう契機となり、定住に繋がる可能性がある。
今後は、本町の観光資源や里山里海の自然資源の魅力向上、情報の発信などを進め、交流人口の増加を図る。
北陸新幹線をはじめ広域交流基盤を利用して訪れた観光客の満足度を高め、繰り返し本町に訪れていただくよう、観光の魅力の発掘・磨き上げなど、志賀町ファンを拡大する取組を強化する。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み(Strengths) ■立地環境 ・大島諸願堂や旧福浦灯台など、海の安全祈願に由来する歴史的建造物がある。 ・能登地区で一番の海岸線美と険しい景観を有する。また、夕日を望む。 ・日本海らしい自然景勝地（巌門、機具岩、ヤセの断崖、義経の舟隠しなど） ・北陸では数少ない林間リゾート地。宿泊、購入可能な別荘が多く、余暇時間を過ごすのに適している。 ・日本遺産　志賀町（福浦港）北前船の寄港地・船主集落でもあった。 ・世界農業遺産 能登の里山里海　能登地域が認定されている。 ■宿泊環境 ・大型ホテルからペンション、民宿、別荘、そしてキャンプ場と FIT 顧客が選択できる宿泊施設	弱み（Weaknesses） ■立地環境 ・車での移動が主となり、公共交通機関での来訪のイメージがない。 ―金沢など主要都市からの交通網 ―市域に点在する観光資源を結ぶ二次交通 ■自然環境・観光施設 ・観光資源の全国的な知名度、認知度がない。 ・能登有数の里山の雰囲気を有するが、他の市町村と比較して、大差がない。 ・民間企業による体験、アクティビティなど稼ぐコンテンツの不足 ■宿泊環境 ・温泉をベースとした大型もしくは中規模の旅館が少なく、むしろ、和倉温泉の規模には絶対的に不利な環境となっている。 ・来訪者の滞在時間が短い。 ■ブランドイメージ

	・能登地区のキャンプ場の中ではゲートウェイ的な位置づけにある。 ■神社仏閣 ・近接する輪島市、羽咋市には有名な神社仏閣があることから、町は通過ルートに位置している。 ■スポーツ、アクティビティ ・キャンプや地引網、草木染めなど自然に触れることができる、ファミリー、団体客向けのアクティビティが豊富にある。 ・海だけでなく、競技施設、芝生などアクティビティなイベントが開催可能な環境にある。 ・キリコ祭りなど、町々の結束を固めるような多彩な伝統祭事があるため、観光客向けに開放することで観光コンテンツ化できるポテンシャルがある。	・別荘や海を有しながらも、そのイメージは石川県内にしかない。 ■風評 ・原発稼働の有無に関わらず、原発の町であることのイメージが払拭されない。 ■観光資源 ・観光地の滞在時間が短く、観光地間の回遊性がない。
外部環境	機会（Opportunity） ■立地環境 ・金沢からも高岡からも１時間、和倉温泉からは 30 分以内である。 （自然環境・観光施設） ■交通インフラ ・のと里山海道の４車線化による上棚矢駄までの時間短縮 ■周辺観光地域 ・七尾や能登など近隣温泉観光地への観光客数の拡大 ■オリンピック需要 ・レスリング等のオリンピック合宿誘致を契機としたスポーツ合宿としての聖地化の可能性 ■インバウンドの増加	脅威（Threat） ■交通インフラ ・のと里山海道の４車線化による利便性の向上により、通過され、立ち寄らないエリアとなる。 ・北陸新幹線敦賀延伸による能登エリア素通り化（加賀、越前エリアへの来訪シフト） ・利用者減による金沢直通のバス減便または廃止 ・道路を始め交通インフラ等社会資本整備への国庫支援の縮小 ■観光戦略 ・観光における都市間競争の激化 ■人材流出 ・高等学校以上の教育環境がなく、18 歳以上社会人未満の層が町外から流出 ・能登半島地震により被災された方が他地域に避難しそのまま帰ってこない人口減少が続く ■その他 ・原子力発電に関連する風評による影響 **・能登半島地震による風評被害**

※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 北陸エリア（金沢を拠点）に日帰りを利用する層（夫婦独を含む） ○震災教育プログラムを活用した教育団体、個人旅行者
○選定の理由 ・北陸新幹線開通等で北陸・能登エリアが注目されている中で、ファミリー層にアプローチすることで、七尾や輪島への途中に立ち寄ってもらえる可能性が広がるため。

・周辺地域を含め、夫婦・カップルでの旅行形態が増加傾向であり、それらの形態においては温泉、自然、グルメへの志向が高いため、歴史的なストーリーの魅力に溢れた自然景勝地を含め、自然景観等をアピールするとともに、今現在不足している着地型旅行商品の造成を進めることで滞在時間を延ばしていく（H29 年統計からみた石川県（一部観光庁データ含む）石川県観光戦略推進部調べ)。
・能登半島地震の影響で奥能登への宿泊は見込めない為、金沢から日帰りで往復 3 時間の志賀町奥能登の玄関口としてＰＲにつとめている。志賀の郷リゾートはお洒落なペンションやコテージがあり、宿泊施設が少ない能登ではあるが「今泊まれる志賀町」としてＰＲする。

○取組方針
　満足度調査の充実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強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。宿泊の長期化を図る。また、通信販売系の旅行会社商品を強化することで、これからも増加するシニア層へのアプローチを展開する。
・新型コロナウイルスによる県内および近接県の出控えていた即効性のあるファミリー層の需要を最初に取り組む。より本ターゲット地域周辺に訪れるターゲット層のニーズを明確にし、より効果的なプロモーションを推進するほか、家族など向けのアクティビティの充実を図る。
・能登周辺地域（輪島～門前～志賀町～羽咋市～千里浜（宝達志水町）間）のゴールデンルートの確立
・レンタカーと宿泊施設を組み合わせた補助支援
・BBQ や８サンドバギー・オフロードセグウエイなど、低年齢の子供を連れた家族向けアクティビティの充実（日帰り、体験）
・金沢の宿泊者を取り込む。能登半島地震で甚大な被害を受け七尾、和倉温泉の復興がまだ先になる事から、金沢からの日帰りオプショナル商品、宿泊プランの販売を検討する。

○第２ターゲット層
首都圏および関西圏からのツアー・合宿および修学旅行等の教育旅行団体

○選定の理由
・H31 年度志賀町調査によると、本町の延べ宿泊者数は関東地域が 28%（約 6.1 万人)、関西地域が 12%（約 3.3 万人）と、２つの地域で全体の 40%を占める。これら地域の観光客は日帰り観光が全体の 0.2%程度と宿泊を伴う訪問がほとんどである。そこにアプローチすることができれば、滞在時間の長期化により経済効果を得られることが期待できるため、関西圏及び首都圏をターゲットとする。また、これからも増え続けるシニア層については、通信販売系の旅行会社商品への展開をさらに強化していくことができる。
・志賀町には小～中規模団体客が宿泊できる民宿やペンションがあり、海に近い地域であるため学生の夏休み期間における合宿における需要が多い、クラブ活動、学生グループの活動を取り込む。バーベキューなどをしても騒音被害が出にくい環境や、キャンプ場やペンションなどの非日常的で満足度の高い宿泊体験を提供することで「毎年恒例の合宿地」としてのポジションを確立することで、社会人になってからの研修や旅行を踏まえた中長期でのリピーターを増やしていくことができる。町の地域交流型合宿等助成金交付事業を業務委託。
・町の第 2 期志賀創生総合戦略に沿って修学旅行の誘致への取り組み強化をする。
持続可能な開発目標（SDGｓ）に関連し探求型修学旅行プログラム素材の提案を行う。
現在、取り組んでいる海洋ゴミ事業や、町に立地する原子力発電所、豊富な水産資源、伝統ある地元祭りや特産品等、他では体験できないプログラムの提案を行う。
・能登半島震災教育プログラムの取組みを基に関西方面からの誘致を図る、団体を受入れする宿泊場所が少なく金沢、加賀方面からでも日帰りで来れる事を強くＰＲしていく。

○取組方針
・現在の志賀町・観光客動向調査、満足度調査のアンケート調査を行い、ターゲット層をより明確にし、効果的なプロモーションを実施することによりリピート率の向上を目指す。

・季節ごとなど「複数回訪れても、いつも違う魅力を楽しむことができる志賀町」としてのイメージを定着することができるようなプレミアムな体験コンテンツを充実させることで、志賀町への再訪を促す仕掛け作りを行う。
・SNS 等で情報発信を毎日行い知名度、認知度をあげていく。
・社会人カップルから、結婚、家族形成の期間で充実した旅や体験ができる環境整備とターゲットに対する販売促進プロモーションを展開
・通信販売系旅行会社（クラブツーリズム、読売旅行、タビックスジャパン、北鉄金沢バス、阪急交通社、じゃらん、じゃらんアクティビティボード）に絞り込んだアプローチ

○第３ターゲット層
インバウンド需要（金沢、立山黒部アルペンルートを訪問する、もしくはこれから増えていくと思われる金沢長期滞在者外国人）の取り込み

○選定の理由
・北陸新幹線延伸（金沢―敦賀）により、関西国際空港や中部国際空港からの動線が短縮され、志賀町へのルートも取り込みやすくなる
・昇龍道で好調なインバウンドを取り込み、観光消費の拡大につなげるため。特に金沢などに多く訪れている欧米豪からの観光客を取り込むことを主な目的としていく。
・金沢を訪問中の欧米客は 2～3 週間日本に滞在するうち、1～3 日間を金沢に滞在しているケースが多い。また、金沢訪問の前後で「東京」「京都」の他に、「高山」「長野・松本」といった地方都市を回る客も多く、彼らの 9 割近くが「日本の文化・歴史に興味関心を持って」訪問しているという回答が得られている（(株)日本政策投資銀行 2016 年調べ）（H28 年訪日外国人消費動向調査）
（H28 年中部運輸局　観光部観光企画課　昇龍道）
・地引網、漁業体験、太鼓体験、キャンプ、里山農業体験など、欧米・アジア圏に受けそうな「体験型プログラム」が豊富。

○取組方針
・日本の文化・歴史に対して強い関心を持つ欧米豪からの外国人観光客にアプローチすることで、志賀町の日本らしい歴史的建造物や自然景勝地への訪問を促していく。
・金沢からまたは羽咋駅から外国人が容易にアクセスできるための環境整備
・既存観光商品のブラッシュアップ／外国人向け体験プログラム造成・販売
・サイクリングツーリズムの普及／環境整備
・多言語観光情報サイト（Guidoor）作成。
・大量集客型ではなく、「少人数で深い体験」を売りにする。
・震災後の復興ストーリーに触れられる「学びある旅」としての発信。
・地引網＋海鮮 BBQ、和太鼓体験＋能登の歴史、里山農業体験＋ホームステイなど、ストーリー性を付加。

様式１

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**自然を守り、地域の方とつくる志賀町の美しい海岸線** **人が復興する町づくり　志賀町復興物語～スマホの記録**
②コンセプトの考え方	志賀町は南北に伸びる能登地域のおおよそ中心に位置しており、日本海に沈む夕日は名所として知られ、「世界一長いベンチ」がある増穂浦海岸や巌門やヤセの断崖を始めとする自然景勝地など、自然を堪能できる観光資源が多くあり、「自然」と「グルメ」の魅力あふれた地域である。当該区域周辺には朝市や温泉などの観光地が点在しており、これらを訪れる観光客に対して、レンタカー助成制度やタクシー利用クーポンの発行など２次交通の充実を図ることで、志賀町の魅力である「グルメ」や「自然」など、周辺地域から立ち寄りたくなる観光資源をアピールし、周辺地域からの流入誘導が十分に期待できる。 また、志賀町には宿泊・購入可能な別荘が多く、海と緑をまとめて体感できる北陸では数少ない林間リゾート地である。旅館のほか、ペンション、貸別荘などがあることは、区域の特徴・価値であり、さらに町が整備する多種のスポーツ施設が区域に存在することから、割引や送迎を含む合宿支援サービスなど、満足度の高い宿泊体験を提供することで、合宿やリゾート保養客を呼び込み、他地域との差別化を図ることができるポテンシャルを秘めている。 近隣観光地に訪れた旅行客に対しては、能登周遊の際にふらりと立ち寄ることができる立地を活かし、「旅行中の休息地」としてのポジションと、合宿等を検討する学生などに対しては自然・グルメなども満喫できるお得な合宿地としてのポジションを確立し、志賀町が「北陸の臨海・林間リゾート地」となることを目指していく。 **令和６年能登半島地震を経験し、被災した事で学んだ事を記録として残し、人が復興する町と位置づけ、人が人を呼び関係人口・交流人口の拡大に繋げていく。**

様式１

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	ＤＭＯを中心として地域の関連事業者を集めて、設置した３つの委員会（「旅行商品造成」「商品開発」「プロモーション」）で月に一度程度の戦略会議を開催する。また、委員会をまとめる運営事務局と、理事会をまとめる幹部会で定期的に情報交換を行い、多様な関係者の連携・調整を図る。 また、これまで当該 DMO の立ち上げを支援してきた株式会社日本旅行より、地域活性化起業人の人材を派遣し隣接する羽咋市とも株式会社日本旅行は包括連携契約を締結しており、観光誘客支援に関し、情報共有や催事による協力体制について、支援を求めていく。 地域連携 DMO（公社）石川県観光連盟にも、株式会社日本旅行より出向職員が勤務しており、情報共有や協力体制についても、支援を求めていく。 2024 年新たに地域活性化起業人を迎える **ＩＴ企業の方が赴任され、毎日のＳＮＳ発信や、ＨＰのブラッシュアップ、協会会員とのコミュニティーを図り交流会等を実施し会員と情報共有、連携を図る。**
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	飲食店や宿泊施設などで品質の管理・向上のため観光客に対してアンケートを実施し、観光客のモニタリングを実施。分析結果を各委員会とも共有することで、サプライヤー側へのフィードバックや改善提案を図る。
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	・ホームページや SNS を活用した効果的なプロモーション ・国内外の商談会／プレゼンテーションへの参加 2022 年 9 月 22 日（木）～9 月 25 日（日）東京ビックサイトで開催「ツーリズムＥＸＰＯジャパン 2022」参加 ・インバウンドの受け入れ環境の整備 ・多言語観光情報ページ作成 ・販売チャネルの多角化 2024 年 9 月 25 日（水）～29 日（日）東京ビックサイトで開催される「ツーリズムＥＸＰＯｼﾞｬﾊﾟﾝ 2024」参加 アンケート実施 496 人からの協力があった。 2025 年 9 月 25 日（木）～28 日（日）名古屋国際展示場で開催される「ツーリズムＥＸＰＯジャパン 2025」参加 ・情報発信スキルアップ研修会　2023 年 9 月 11 日（月）・9 月 12 日（火）10 月 11 日（月）7 名、12 日（火）13 名参加 「テーマ」 新たなコンテンツ開発・新たな旅スタイルの考察 読まれる記事とは・・・知られざる〇〇を発信 研修会参加者にはワークシートを配布し観光コンテンツを各々考える。 11 月に開催されるメディア向け商談会に発表できる場を設け、研修の成果をだしていく ・石川県主催情報スキルアップ研修会 2025 年 6 月　3 日（火）協会会員 2 名・志賀町商工観光課 1 名参加

	コンテンツシートを活用しＰＲシートを作成 専門家から直接アドバイスを頂き、見せ方のコツを学ぶ 2025 年 6 月 25 日（水）協会会員 2 名・志賀町商工観光課 1 名参加 コンテンツシートを活用して 3 分間のプレゼンを実施 作成したコンテンツシートを活用して、名古屋・大阪・東京で開催された観光ＰＲ会議に参加し、直接メディアの方に商談、ＰＲにつとめた。

※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	2026（R9）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	1,800 (-)	2,100 (10)	2,300 (11)	2,500 (12)	2,600 (12)	2,700 (12)
	実績	1,060 (-)	864	1,081			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	200 (500 人)	240 (450 人)	260 (550 人)	270 (600 人)	280 (650 人)	290 (700 人)
	実績	131 (154 人)	160 (1513 人)	281 (1892 人)			
●来訪者満足度（%）	目標	90.0 (80)	92.0 (82)	92.0 (84)	92.0 (85)	94.0 (87)	95.0 (88)
	実績	93.6 (-)	83.1 (-)	90.1 (-)			
●リピーター率（%）	目標	30.0 (-)	30.0 (50)	37.0 (52)	38.0 (54)	40.0 (56)	42.0 (57)
	実績	59.2 (-)	31.2 (-)	33.5 (-)			

※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】
現状実施している調査を軸に、「来客満足度」や「リピーター率」をもとに観光地としての持続的な収益獲得のための戦略立案をしていく。また、志賀町に訪れた観光客以外に、周辺観光地域の観光関連事業者にもアンケートをとり、どのようなターゲットが、どのようなスタイルで志賀町を訪れることが、双方にとって意義があるのかを検討していく。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
①宿泊単価は各宿泊施設の年間ボトム宿泊料金に泊数を乗じた。
②町内道の駅２か所の土産等の販売額を足し上げて算出する。
●延べ宿泊者数
志賀町で把握している宿泊施設の統計数字にて算出する。
●来訪者満足度
指定管理を受けているキャンプ場でアンケートを収集する。2021 年度より志賀町・観光客動向調査、満足度調査を商工観光課と共同にて、町内 22 施設を対象に観光パラメータ調査を実施し分析を開始している。現状、宿泊者数はコロナ禍において減少傾向であるものの、バスの運行整備や空港利用者への助成などを通して、今後重点的に宿泊者数増加を目指していくものである。
●リピーター率
指定管理を受けているキャンプ場でアンケートを収集する。2021 年度より志賀町・観光客動向調査、満足度調査を商工観光課と共同にて、町内 22 施設を対象に観光パラメータ調査を実施し分析を開始している。現状、宿泊者数はコロナ禍において減少傾向であるものの、バスの運行整備や空港利用者への助成などを通して、今後重点的に宿泊者数増加を目指していくものである。前年比２～３%増を軸として、毎年度向上させていくものとする。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（R9）年度
●WEB サイト（PV）	目標	130,000	140,000	140,000	140,000	160,000	165,000
		(1,000)	(2,000)	(2,000)	(2,000)	(3,000)	(3,000)
	実績	101,748	45,396	470,000			
		(1280)	(　)	(1043)			
●延べ観光客数（人）	目標	1,000,000	1,200,000	1,200,000	500,000	700,000	1,200,000
		(6,300)	(7,300)	(7,300)	(3,000)	(4,500)	(6,500)
	実績	643,682	637,512	348,835			
		(154)	(2422)				
●宿泊施設稼働率（%）	目標	38.0	44.0	44.0	48.0	49.0	50.0
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	13.8	25.0	23.0			
		(　)	(　)				
●キャンプ場売上高	目標	22,500	23,000	24,000	24,500	25,000	26,000
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	24,635	35,000	30,175			
		(　)	(　)				

※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】
アクティブな旅行者や外国人は WEB サイトや SNS を多用していることから、一般・外国人 入込みについては、ホームページ、フェースブック等の充実に注力し、そこからの着地ツアー への集客、イベント告知、民泊利用者増を図り、メディア掲載に結び付けたい。

【設定にあたっての考え方】
●WEB サイト PV
観光サイトとして運営している「しかまち観光ガイド」を、タビマエ・タビナカの利用を想定したコンテンツ充実を図る。能登リゾートエリアの予約も WEB サイトからに設定をして双方のページプレビューを今後も増やす。
●延べ観光客数
志賀町で集約している「観光入込客数調査」の「宿泊数」をベースに上積みを図る。R4 年度に、H28 年の北陸新幹線開業翌年の水準まで引き戻すことを目標とする。

●宿泊施設稼働率
志賀町で集約している「観光入込客数調査」の「宿泊数」をベースに上積みを図る。

●キャンプ場運営収益
一般社団法人化にともない、既存のキャンプ場及びその運営を引き受ける。DMO の安定的な収益源として、利用者数の増加とともに上積みを図る。

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）	
2021（Ｒ３）年度	33,029,694（円）	会費	¥1,115,000
		町運営補助金	¥4,000,000
		負担金	¥130,250
		雑入	¥671,618
		収益事業収入	¥24,278,084
		繰越金	¥1,991,533（円）
2022（Ｒ４）年度	49,119,984（円）	会費	¥1,040,000
		町運営補助金	¥4,000,000
		負担金	¥729,017
		雑入	¥808,945
		収益事業収入	¥28,642,991
		繰越金	¥737,595（円）
2023（Ｒ５）年度	45,021,193（円）（予算）	会費	¥1,190,000
		町運営補助金	¥4,000,000

		負担金 ¥884,280 雑入 ¥802,582 収益事業収入 ¥35,007,472 繰越金 ¥7,192,859（円）
2024（Ｒ６） 年度	43,359,000（円） （予算）	会費 ¥ 0 町運営補助金 ¥4,000,000 負担金 ¥ 69,455 雑入 ¥359,668 収益事業収入 ¥30,847,264 繰越金 ¥6,409,642（円）
2025（Ｒ７） 年度	25,000,000（円） （予算）	【国からの補助】 ¥2,000,000 【市町村からの補助金】 ¥6,000,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 ¥0 【会費収入】 ¥1,100,000 【収益事業収入】 ¥15,900,000(円)
2026（Ｒ８） 年度	25,000,000（円） （予算）	【国からの補助】 ¥2,000,000 【市町村からの補助金】 ¥6,000,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 ¥0 【会費収入】 ¥1,100,000 【収益事業収入】 ¥15,900,000(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	32,292,073（円）	会議費 ¥50,379 事務費 ¥5,052,658 事業費 ¥1,774,426 報償費 ¥0 負担金 ¥ 130,250 予備費 ¥0（円）
2022（Ｒ４） 年度	50,379,201（円）	会議費 ¥163,702 事務費 ¥14,678,035 事業費 ¥ 4,231,370 報償費 ¥0 負担金 ¥ 152,251 予備費 ¥0（円）
2023（Ｒ５） 年度	45,823,825（円）	会議費 ¥305,697 事務費 ¥4,262,012 事業費 ¥1,243,613 報償費 ¥0 負担金 ¥ 150,001

様式１

		予備費　¥（円）
2024（Ｒ６） 年度	32,894,542（円）	会議費　¥ 69,092 事務費　¥6,627,466 事業費　¥1,784,458 報償費　¥0 負担金　¥　45,455 予備費　¥0（円）
2025（Ｒ７） 年度	24,000,000（円） （予算）	（内訳の区分例） 販売費及び一般管理費　¥19,000,000 国内・海外プロモーション マーケティング　¥5,000,000 （市場調査、ブランド戦略等） 観光イベントの開催費など　（円）
2025（Ｒ７） 年度	24,000,000（円） （予算）	（内訳の区分例） 販売費及び一般管理費　¥19,000,000 国内・海外プロモーション マーケティング　¥5,000,000 （市場調査、ブランド戦略等） 観光イベントの開催費など　（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

町は、国庫補助事業の法人負担額相当を補助し、法人の安定経営を支援する。併せて、町が設置する観光施設(能登リゾートエリア増穂浦キャンプ場)を当該法人に指定管理し、利用料金制による料金収入により、安定した事業収入が見込まれる。
受託事業として「地域交流型合宿等助成交付金」･「誘客促進レンタカー利用者宿泊助成金交付」より収入が見込まれる。

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

広域連携ＤＭＯ一般社団法人中央日本総合観光機構に加盟する公益社団法人石川県観光連盟には、着地型旅行商品についての勉強会や会議などを開催していただき、魅力ある観光素材への創造・開発・磨き上げについてサポートしていただいている。旅行会社へのプロモーション会議や情報提供の冊子の作成もしていただいている。
また、石川県観光連盟専門委員会（能登地域委員会）委員にも選出されている。
その他、近隣市町にある羽咋市観光協会、一般社団法人ななお・なかのとＤＭＯ、和倉温泉観光協会、一般社団法人能登半島広域観光協会と連携を図っている。現在は、情報交換の他、パンフレットに情報掲載をしていただいているが、今後は、更に連携を深め共同しながら、地域全体での観光地域づくりを目指していきたい。

様式１

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

地域連携ＤＭＯ
(公社)石川県観光連盟　石川県内を区域としているため。

連絡を密にし、情報の共有を含めプロモーションの協力を頂いている。
しかまち観光ガイド（協会ホームページ）にもほっと石川（連盟ホームページ）との関連リンクをはり、情報発信を行っている。
地域連携候補 DMO　（一社）能登半島広域観光協会　とは、メールおよび相互訪問をして重複する事案に応じて意見交換をし実施している。
キリコ祭り　冨木八朔祭礼　11 名　送客　2023 年 8 月 26 日（土）
　　冨木八朔祭礼　お祭りお助け隊　13 名紹介　2025 年 8 月 24 日（日）
８月５日　ＮＯＴＯＰＩＡ100 に参加、志賀町のお祭り文化について登壇しＰＲを行った

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	岡本　明希
担当部署名（役職）	一般社団法人志賀町観光協会　事務局長
郵便番号	925-0454
所在地	石川県羽咋郡志賀町相神イの３番地１
電話番号（直通）	０７６７-４２-０３５５
ＦＡＸ番号	０７６７-４２-２６６４
Ｅ－ｍａｉｌ	okamoto@shika-guide.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	石川県・志賀町
担当者氏名	大家　英明　（令和７年度より変更）
担当部署名（役職）	志賀町商工観光課　課長
郵便番号	925-0198
所在地	石川県羽咋郡志賀町末吉千古１番地１
電話番号（直通）	０７６７-３２-９３４１
ＦＡＸ番号	０７６７-３２-３９７８
Ｅ－ｍａｉｌ	shokan@town.shika.lg.jp

都道府県･市町村名	石川県・志賀町
担当者氏名	田端　亮哉
担当部署名（役職）	志賀町商工観光課　主事
郵便番号	925-0198
所在地	石川県羽咋郡志賀町末吉千古１番地１
電話番号（直通）	０７６７-３２-９３４１
ＦＡＸ番号	０７６７-３２-３９７８
Ｅ－ｍａｉｌ	shokan@town.shika.lg.jp

「(登録)【地域DMO】一般社団法人志賀町観光協会」

様式2

記入日： 令和7年9月16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】
石川県、羽咋郡、志賀町
【設立時期】 令和2年2月19日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】山口　圭司
【マーケティング責任者(CMO)】 岡本　明希
【財務責任者(CFO)】 向　栄子
【職員数】 3人(常勤4人(正職員3人・出向等1人・非常勤0人)
【主な収入】
収益事業　3,084万円(令和6年度決算)
【総支出】
事業費　423万円、一般管理費　3,989万円(令和6年度決算)
【連携する主な事業者】
志賀町商工会、富来商工会、JA志賀(特産品開発)、飲食店組組合(飲食情報発信)、民宿組合(宿泊施設環境改善)、(株)高浜タクシー、(有)能登金剛タクシー(2次交通)、

KPI(実績・目標)

※(　)内は外国人に関するもの。

項目		2022(R4)年	2023(R5)年	2024(R6)年	2025(R7)年	2026(R8)年	2027(R9)年
旅行消費額(百万円)	目標	1,800(－)	2,100(10)	2,300(11)	2,500(12)	2,600(12)	2,700(12)
	実績	1,060(－)	864(－)	1,081(—)	—	—	—
延べ宿泊者数(千人)	目標	200(500人)	240(450人)	260(550人)	270(600人)	280(650人)	290(700人)
	実績	131(154人)	160(1513人)	281(1892人)	—	—	—
来訪者満足度(%)	目標	90.0(80)	92.0(82)	92.0(84)	92.0(85)	94.0(87)	95.0(88)
	実績	93.6(－)	83.1(－)	90.1(—)	—	—	—
リピーター率(%)	目標	30.0(－)	30.0(50)	37.0(52)	38.0(54)	40.0(56)	42.0(57)
	実績	59.2(－)	31..2(－)	33.5(—)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①北陸エリア(金沢を拠点)の日帰り層
②震災教育プログラムを活用した教育旅行団体
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・今行ける能登、インフラ情報・営業情報を発信
・町の復興計画に沿って、「人が帰る、元に返る町を変える」将来につながるまちづくり、持続可能な地域公共交通の確保、DX化の推進、大学や企業などと連携した関係人口の拡大を提案
【観光地域づくりのコンセプト】
自然を守り、地域の方とつくる志賀町の美しい海岸線
人が復興する町　能登復興物語～スマホの記録～

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】
・世界一長いベンチを活用したギネス世界記録に挑戦、「リレー形式に和太鼓を叩いた最多人数」269人の認定
・長野県山ノ内町で志賀町復興応援フェアーを開催
【受入環境整備】
・能登リゾートエリア増穂浦のサービス改善
・案内看板等の改善・整備
・WEBサイトリニューアル
・デジタルマップ導入

【観光資源の磨き上げ】
・日本遺産　福浦港をテーマに勉強会を開催
・地域特産品を活用した料理教室を開催