観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）ジバスクラム恵那	
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 恵那市	
所在地	岐阜県恵那市	
設立時期	令和２年１月１６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４人（正職員１人・出向等３人）、非常勤５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） 阿部　伸一郎 （出身組織名） （一社）恵那市観光協会	（一社）恵那市観光協会長として、地域観光振興のかじ取り役として活動。恵那商工会議所会頭も兼務し、地域におけるパイプ役として業種間を越えて、地域づくりや活性化において、様々な取組で成果を挙げている。
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） 戸取　健一郎「専従」 （出身組織名） 日本航空（株）	日本航空（株）で主に国際線の営業として、米国、ハワイ、グアムなどのマーケティングも担当してきた。広島支店長、中部支社販売部長、ドイツ・ベルギー・オーストリア中央統括ドイツ支店長を歴任。2019 年５月から人事交流で恵那市役所商工観光部調整監に着任以後恵那市の観光行政に携わる。退職後もプロパーとして従事している。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 荒川　利道 （出身組織名） 恵那市商工課	恵那市商工観光部商工課長補佐として令和５年４月から従事。恵那市役所観光部門（４年）、農林部門（４年）を歴任
商工部門	（氏名） 荒川　利道 （出身組織名） 恵那市商工課	恵那市商工観光部商工課長補佐として令和５年４月から従事。恵那市役所観光部門（４年）、農林部門（４年）を歴任

様式１

財務等担当者 商工部門	（氏名） 井手　美智子「専従」 （出身組織名） 恵那市商工課	令和５年４月からジバスクラム恵那にて商工課派遣として従事。 市諸部門を歴任
農林部門	（氏名） 溝端　ほのか「専従」 （出身組織名） 恵那市農政課	恵那市農林部農政課主事として令和５年４月から従事。農政事業、「発酵サミット」等開催に従事
観光部門	（氏名） 荒川　利道 （出身組織名） 恵那市商工課	恵那市商工観光部商工課長補佐として令和５年４月から従事。恵那市役所観光部門（４年）、農林部門（４年）を歴任
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	恵那市役所 観光交流課（マーケティング、プロモーションなど） 商工課　（特産品開発、販路開拓） 地域振興課（地域振興事務所、地域資源開発、ふるさと納税） 農政課　（農業体験、新商品開発、農泊、生産者連携など） 林政課　（林業体験など） 交通政策課（地域公共交通など） 企画課　（庁内調整） 恵那市教育委員会 文化課（歴史、文化など） スポーツ課（スポーツツーリズム、スポーツ施設の利用促進など）	
連携する事業者名及び役割	・（一社）恵那市観光協会（既存観光資源の保全管理、地域資源開発） ・恵那商工会議所（中小企業支援） ・恵那市恵南商工会（中小企業支援） ・明知鉄道（アクセス改善、二次交通の確保） ・東濃鉄道（アクセス改善、二次交通の確保） ・平和コーポレーション（アクセス改善、二次交通の確保） ・東美濃農業協同組合（農業振興） ・恵那市森林組合（林業振興） ・恵南森林組合（林業振興） ・十六銀行（経営支援） ・大垣共立銀行（経営支援） ・岐阜信用金庫（経営支援） ・東濃信用金庫（経営支援） ・岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合恵那支部（観光連携） ・中津川・恵那広域行政推進協議会（中津川・恵那観光推進協議会） ・日本食農連携機構 ・ジェトロ岐阜 ・ユニバーサルトラベルビューロー（旅行会社・名古屋市） ・シティツアーズ（旅行会社・名古屋市） ・財団法人国民宿舎恵那山荘（恵那市経営支援） ・株式会社 ROBOZ（恵那市・ドローンに関わるあらゆる業務を実施） ・株式会社 ICMG（東京都・人事コンサル・人材開発研修等に強み） ・株式会社ビジネス・サクセスストーリー（SDGs を軸とした人材開発研修等） ・株式会社折兼（環境・教育活動などを通じた地域活性化等）	
官民･産業間･地域間との持続可能な	【該当する登録要件】② （概要）観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置	

様式１

<table>
<tr><td>連携を図るための合意形成の仕組み</td><td>（概要）
連携する事業者が参画する支援連絡協議会を設置する。協議会を定期的に開催し、当該法人の運営状況や目標達成状況等の報告に対し、助言、支援、提言を行い、かつ各会員関連携による事業推進を支援する。
（会員）　・恵那商工会議所（地域経済団体）
・恵那市恵南商工会（地域経済団体）
・東美濃農業協同組合（農業振興・金融機関）
・株式会社十六銀行恵那支店（金融機関）
・株式会社大垣共立銀行恵那支店（金融機関）
・岐阜信用金庫恵那支店（金融機関）
・東濃信用金庫恵那支店（金融機関）
・東濃鉄道株式会社（交通事業者・旅行事業者）
・明知鉄道株式会社（交通事業者）
・恵那市森林組合（林業事業者）
・恵南森林組合（林業事業者）
・岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合恵那支部（宿泊事業者）
・日本食農連携機構（農業振興）
・ジェトロ岐阜（貿易支援）
・恵那市役所観光交流課（行政）
・他</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>一般社団法人恵那市観光協会、恵那市観光交流課、商工課、農政課等と連携し、住民意識の醸成と観光コンテンツ開発のため、月に１回以上情報交換、具体的な事業についての協議を行う。</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>2019 年度
・一般社団法人ジバスクラム恵那設立
・ウェブサイト、ＳＮＳによる様々な取組み等についての情報発信を開始
・株式会社ユニバーサルトラベルビューローへの働きかけ等により、日帰りバス旅行商品販売（予約 1,100 件）
・株式会社 ROBOZ、恵那市と３者で、ドローンを活用した地域活性化、まちづくり」を目的とする連携協定を締結
2020 年度
・ウェブサイト、ＳＮＳによる情報発信（４月から３月の１年間で 114 件記事を発信）
・愛知県春日井市でマルシェ開催
・愛知県を中心に「アウトドア体験会」を募集開催
・ドローンレース大会「TinyWhoopTOKAIClassic vol.2」後援開催協力
・JAL グループ社員限定・秋の大空マルシェへ出店（品川区）
・FMGIFU 出演
・恵那市観光商品券事業におけるウェブ販売の実施
・株式会社 ICMG、恵那市と３者で、企業研修誘致等による地域活性化を目的とした連携協定を締結
2021 年度</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

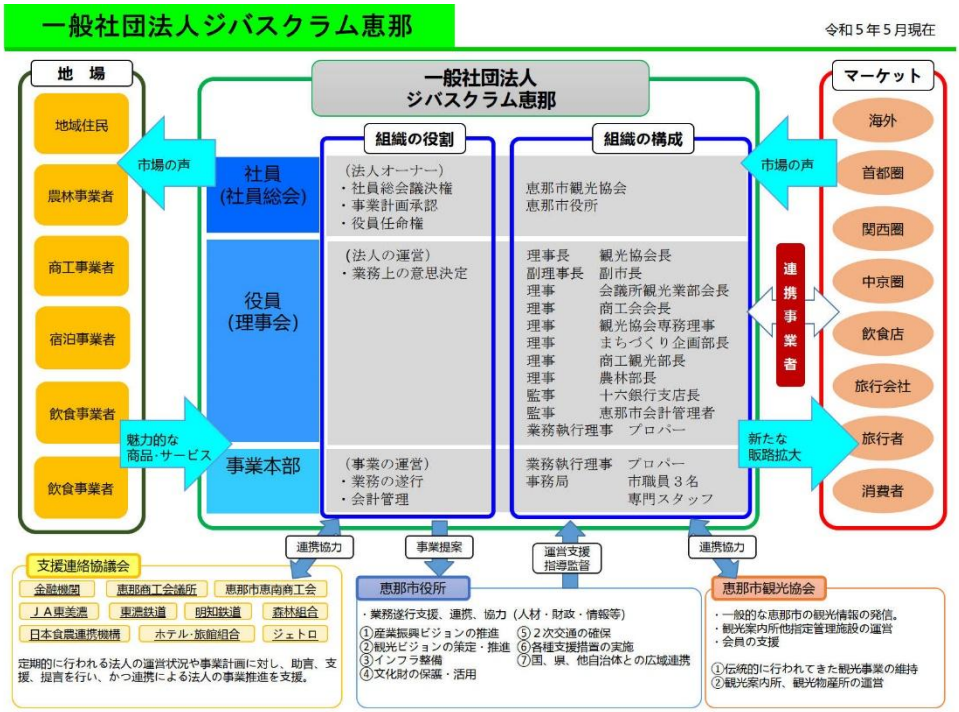
		・ウェブサイト、ＳＮＳによる情報発信（４月から３月の１年間で 131 件記事を発信） ・「空撮大会 at 上矢作町　町全体がドローン飛行場となる奇跡の 2 日間」後援開催協力 ・「秋の恵那大空撮大会　町全体がドローン飛行場となる奇跡の 2 日間」後援開催協力 ・ドローンショー「ドローンアートフェスティバル」開催協力 ・ドローンレース大会「TinyWhoopTOKAIClassic vol.3」後援開催協力 ・7/1 よりアンテナショップ「AeruSHOP」オープン ・8/1 より情報発信、予約、物販からなる Aeru サイトリリース ・7/5 より AeruMarket を毎月開催 ・10/31・JAL グループ社員限定・秋の大空マルシェへ出店（品川区） ・恵那市観光物産展 in 金山に出店 ・2 月より愛知県豊田市に「恵那山麓野菜コーナー」進出 ・日本銀行広報誌「にちぎん」の取材を受ける 2022 年度 ・ウェブサイト、ＳＮＳによる情報発信（４月から 10 月の 7 ヵ月間で 85 件記事を発信） ・AeruMarket 定期開催（恵那峡・第１土曜日） ・5 月名古屋レインボープライドへのブース出店 ・6 月岐阜県ワーク・ライフ・バランス推進企業に登録 ・6 月日本銀行広報誌「にちぎん」掲載 ・10 月「ぎふ女のすぐれもの」商品認定 ・10 月岐阜県庁「東濃物産展」出店 ・10 月恵那市観光物産展 in 金山に出店 ・10 月全国山城サミット恵那大会に出店 2023 年度 ・ウェブサイト、ＳＮＳによる情報発信（４月から３月の１年間で 156 件記事を発信） ・4 月恵那峡さくらまつり出店 ・8 月ぎふ女のすぐれものフェア ・10 月恵那市観光物産展 in 金山出店 ・10 月中部電力本店出店 ・11 月世界ラリー豊田スタジアム出店 ・11 月ソフトバンク社員食堂恵那市物産展 ・11 月全国発酵食品サミット in 恵那出店 ・12 月岐阜県庁中津川恵那栗菓子＆地酒まつり出店 2024 年度 ・ウェブサイト、ＳＮＳによる様々な取組み等についての情報発信を継続。インスタグラムによる商品・宿泊・体験にかかる情報発信を 1 か月約 10 回実施しフォロワー数増加 ・9 月恵那峡サービスエリア下り線での販促強化 ・10 月金山総合駅「IKO→MaI」にて地元 6 社を参画支援 ・11 月ソフトバンク社物産展にて地元 3 社を参画支援	

		・11 月世界ラリー豊田スタジアムにて地元 3 社を参画支援 ・12 月岐阜県庁販売会にて地元 5 社を参画支援 ・1 月「えなブランド」事業への参画 ・3 月東京都千代田区恵那市フェアにて地元 12 社を参画支援（ちよだグルメショップ）
	受入環境の整備	2019 年度 ・株式会社 ROBOZ、恵那市と３者で「ドローンを活用した地域活性化、まちづくり」に関する連携協定を締結（再掲） 2020 年度 ・株式会社 ROBOZ の本社誘致に伴う「ENA DORONE STATION」がオープン。ドローンスクール、ドローン体験、ドローン機器販売開始 ・地元特産「じねんじょスパゲティ」開発、販売開始 ・グローバルキャンペーンコンテンツ造成事業によるガイド研修、ワークショップ、ファムトリップの実施 ・情報発信とともに「宿泊」「体験」「食などの物販」を総合的に販売するＥＣサイト「Aeru」の構築準備。 ・株式会社 ICMG、恵那市と３者で「企業研修誘致等による地域活性化」を目的に連携協定を締結 2021 年度 ・ＥＣサイト「Aeru」のアンテナショップ「AeruSHOP」を恵那市大井町にオープン ・情報発信とともに「宿泊」「体験」「食などの物販」を総合的に販売するＥＣサイト「Aeru」の構築、事業者営業、リリース ・伴走支援を行った水上アクティビティ事業者の開業（阿木川湖・岩村町） 2022 年度 ・Hoko.glamping の開業支援（収支管理、物販管理、販売品仕入等） ・Hoko.glamping の開業支援に伴う体験の造成支援、販売開始 ドローン体験、ドローン空撮ツアー、ブッシュクラフト体験、テントサウナ体験、カヌー体験、SUP 体験 ・Hoko.glamping「FUN&JOY DAY」（５日間特別プログラム） ・BUSHCRAFT HOKO の開業支援（11 月新規オープン） ・Hoko.glamping 販売促進（企業割営業紹介、JAF 提携契約支援等） ・アウトドアコミュニティ事業支援（冬キャンスタンプラリーの企画実施支援・12 月より開始予定） 2023 年度 ・観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ支援事業」を活用しネイチャリングツアー造成し販売した。 ・株式会社「折兼」と市と３社による包括連携協定を締結し、SDGs 教育プログラムの造成を支援した ・地域版 EC サイト事業者への加入支援を引き続き行った。 2024 年度

様式１

		・情報発信とともに「宿泊」「体験」「地場産品販売」ができるＥＣサイト「Aeru」の運営 ・AeruSTAY は 19 契約事業者 ・「大井ダム完成 100 周年恵那峡ランタン体験」「岐阜未来遺産事業体験コンテンツ　いわむら五っこプラス」等の商品取り扱い ・ドローン企業誘致から発展した各種ドローンイベントの推進支援
	観光資源の磨き上げ	2020 年度 ・恵那市よりアウトドアレジャーを軸とした新しい観光の推進のため、アウトドアレジャー施設調査分析等業務を受託 ・市内のアウトドア事業者等を対象として、アウトドアセミナー＆グランピングサービスモニター体験を開催 ・株式会社 ABC Glamp&Outodoors、恵那市と３者で、アウトドアレジャーによる地域活性化を目的とした連携協定を締結 ・（再掲）グローバルキャンペーンコンテンツ造成事業によるガイド研修、ワークショップ、ファムトリップの実施 2021 年度 ・旅行会社を招聘し、名古屋市の小学生を対象としたアウトドア体験、ドローン体験、農園体験について、事業者と引き合わせ、旅行商品化に関する商談会を開催。 ・恵那市が整備する新しいグランピング場「Hoko.Glamping」の運営準備支援（事業計画、収支計画策定、体験型コンテンツの造成（ドローン体験、レザークラフト体験、ブッシュクラフト体験、カヌー体験、SUP 体験等）の構築準備等 2022 年度 再掲 ・Hoko.glamping の開業支援（収支管理、物販管理、販売品仕入等） ・Hoko.glamping の開業支援に伴う体験の造成支援、販売開始 ドローン体験、ドローン空撮ツアー、ブッシュクラフト体験、テントサウナ体験、カヌー体験、SUP 体験 ・Hoko.glamping「FUN&JOY DAY」（５日間特別プログラム） ・BUSHCRAFT HOKO の開業支援（11 月新規オープン） ・Hoko.glamping 販売促進（企業割営業紹介、JAF 提携契約支援等） ・アウトドアコミュニティ事業支援（冬キャンスタンプラリーの企画実施支援・12 月より開始予定） 2023 年度 ・岐阜未来遺産の認定を受けた岩村地区において「体験プログラム」の仕分け及びブラッシュアップについて検討実施 2024 年度 ・インバウンド向け商談会への参加 ・観光庁「地域観光新発見事業」観光コンテンツの造成販売

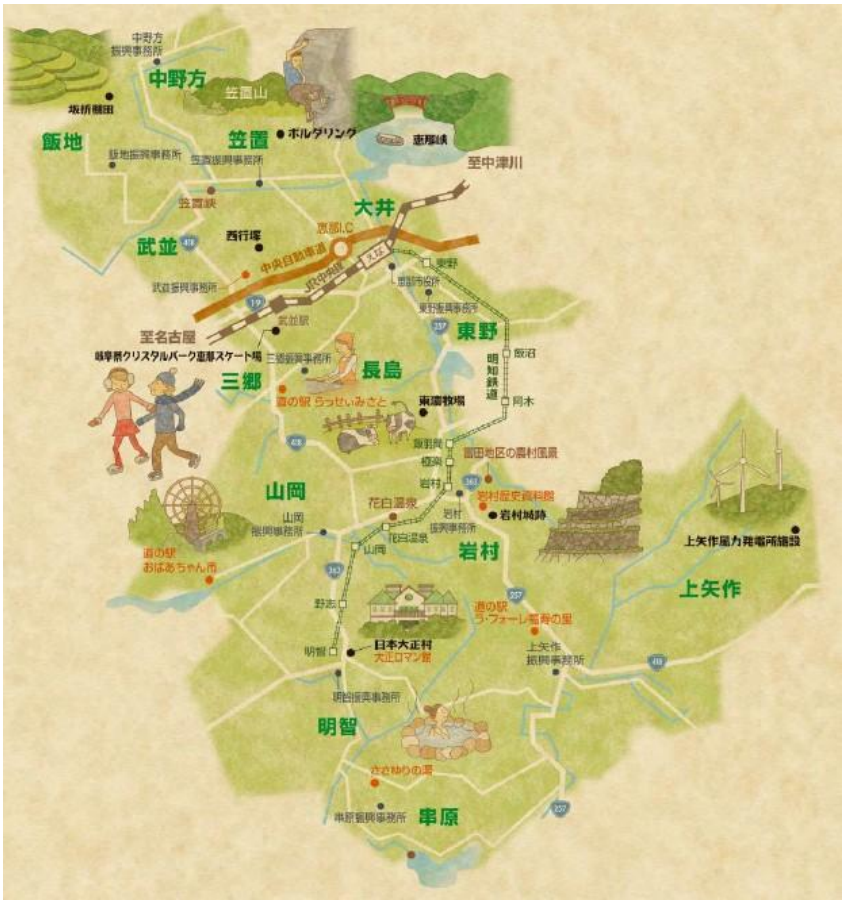
様式１

	・中部運輸局「観光コンテンツ等の流通環境整備における課題分析のための調査事業」 ・岐阜県インバウンド向け高付加価値コンテンツ造成事業 ・NEXT　GIFU　HERITAGE 岐阜未来遺産事業体験コンテンツ造成販売 **【定量的な評価】** ・SNS 等を活用した地域の情報発信 ・観光マーケティング調査結果 ・観光入込客数 ・ウェブサイト「エ～ナえな」アクセス数 ・総合販売サイト「Aeru」への商品掲載数
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）恵那市観光協会と恵那市が設立者となり、一般社団法人ジバスクラム恵那を運営する。恵那市観光協会はそのまま存続し、「伝統的に行われてきた観光事業の維持」や「観光案内所、観光物産所の運営」を行う。理事会の体制として役員を 10 名とし、理事長、副理事長及び複数の理事、監事を置く。連携する事業者が参画する支援連絡協議会を設置。当協議会は定期的に開催し、当該法人の運営状況や目標達成状況等の報告に対し、助言、支援、提言を行う。また、ＤＭＯ法人が取得した各種データや分析結果を開示しながら、各会員間の連携による事業推進を支援する。 　また、地域アウトドア事業者のグループ「アウトドアコミュニティえな」において、恵那市アウトドアレジャー推進計画を推進するための事業について諸施策を協議検討し、事業が具体化しつつあります。 **【実施体制図】** 

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】

全国的に少子高齢化や人口減少が課題となっているが、恵那市においても市町村合併直後の平成 17 年４月の人口 57,374 人に対し平成 31 年４月の人口が 50,200 人と 7,174 人 12.5 パーセント減少している。恵那市全体の人口減少に歯止めをかけるため、恵那市全域で総合戦略産業である観光業の振興により関係人口を増やし、地域を活性化する必要がある。

【観光客の実態等】

名古屋から約１時間に位置し、中京圏からの日帰りおよび宿泊客が圧倒的に多い。訪日ブームの昨今においては、恵那峡を中心にインバウンド団体ツアー客や、中山道や岩村を訪れる海外個人旅行者も増加の傾向にある。平成 30 年度においては、ＮＨＫ朝の連続ドラマ「半分青い」のロケ地となった岩村城下町を中心に観光客が増大した。令和元年度は若干落ち込んだが、令和２年度から令和３年度については新型コロナウイルス感染症の流行により大幅に減少した。現在ピークの平成 30 年度と比較して令和２年度は 26%の落ち込みにとどまったが、令和３年度は 36%落ち込んだ。令和５年度はコロナ前令和元年度と比較して 86%まで回復した結果となった。

平成 17 年度　3,138,731 人
平成 18 年度　3,163,399 人
平成 19 年度　3,285,929 人
平成 20 年度　3,311,249 人
平成 21 年度　3,651,985 人
平成 22 年度　3,519,753 人
平成 23 年度　3,786,712 人
平成 24 年度　4,085,220 人

平成 25 年度　3,987,990 人
平成 26 年度　3,833,257 人
平成 27 年度　4,039,508 人
平成 28 年度　3,889,140 人
平成 29 年度　3,825,312 人
平成 30 年度　4,157,015 人
令和元年度　3,913,178 人
令和２年度　3,074,927 人
令和３年度　2,728,596 人
令和４年度　3,320,125 人
令和５年度　3,368,899 人
令和６年度　3,522,298 人

【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。

〇観光施設
恵那峡（恵那峡）、恵那峡遊覧船（恵那峡）、恵那市観光物産館「えなてらす」（大井町）、岩村城址及び城下町（岩村町）、ふくろう商店街（岩村町）、山岡陶業文化センター（山岡町）、ヘルシーハウス山岡（山岡駅かんてんかん）（山岡町）、花白温泉花白の湯（山岡町）、大正ロマン館他大正村施設（明智町）、大正浪漫亭（明智町）、くしはら温泉ささゆりの湯（串原）、道の駅そばの郷らっせぃみさと（三郷町）、道の駅おばあちゃん市・山岡（山岡町）、道の駅上矢作ラ・フォーレ福寿の里（上矢作町）

〇商業施設
恵那峡山菜園（大井町）、恵那銀の森（大井町）、恵那川上屋恵那峡店（大井町）、恵那寿や観音寺店（大井町）、恵那峡サービスエリア上り・下り（大井町）

〇自然
保古の湖（東野）、県立自然公園根の上高原（東野）、坂折棚田（中野方町）、農村景観日本一（岩村町富田）、笠置山及び笠置峡（笠置町・中野方町）、阿木川ダム（東野・岩村町）、小里川ダム（山岡町）、奥矢作湖（串原・上矢作町）、シロヤシオ渓谷（東野）、達原渓谷（上矢作町）、大船山・アライダシ自然観察林（上矢作町）

〇歴史文化
中山道（大井町、長島町、武並町）、中山道大井宿（大井町）、ひしや資料館（大井町）、行在所（大井町）、中山道広重美術館（大井町）、岩村城跡（岩村町）、岩村歴史資料館（岩村町）、飯高観音（山岡町）、大正村資料館（明智町）、中山太鼓（串原）、地歌舞伎（東野、飯地町、串原など）、横井照子ひなげし美術館（大井町）

〇スポーツ
クリスタルパーク恵那スケート場（武並町）、笠置山ボルダリング（笠置町）、恵那笠置山モーターパーク（中野方町）、串原マレット・グラウンドゴルフ場(串原)、日本大正村クロスカントリー（明智町・３月)、恵那峡ハーフマラソン（武並町・４月)、ＷＲＣ日本ラウンド（2024 年 11 月開催)、ENA DRONE STATION（上矢作町)、カヌー・SUP（根上高原・笠置峡・阿木川湖)、ドローンスクール（上矢作町)、フットゴルフ（上矢作町）

〇農業観光・グリーンツーリズム
馥郁農園（長島町・いちご、桃他)、すまいるふぁーむ阿部農園（三郷町・いちご)、ブルーベリーの丘ホピ（三郷町・ブルーベリー)、えな笠置山栗園（中野方町・栗)、佐藤農園（中野方町・ブルーベリー)、ぜんちゃんふぁーむ（岩村町・ぶどう、ブルーベリー他)、豊楽園（岩村町・ぶどう、なし、りんご)、原農園（岩村町・いちご)、いしかわ農園（上矢作町・)、農泊（中野方町、明智町)、林間学校・森林体験（東野根の上高原・上矢作町）

〇イベント

城下町のひなまつり（岩村町・３月）、恵那峡ハーフマラソン（長島町、三郷町、武並町・４月）、光秀まつり（明智・５月）、根の上高原つつじまつり（東野・５月）、恵那納涼水上花火大会（大井町・７月）、ザ・縁日・ふるさと創生花火（岩村町・７月）、爪切地蔵尊奉納花火大会（山岡町・８月）、恵那納涼夏祭り盆踊りの夕べ（大井町・８月）、明智町納涼花火大会（明智町・８月）みのじのみのりまつり（大井町・９月）、岩村町秋祭り（岩村町・10 月）、八王子神社大祭（明智町・10 月）、かえでまつり（明智町・10 月）、As It Is な根の上（10 月）、岩村城下おかげまつり（岩村町・11 月）、恵那まちなか市（大井町・５月・８月・10 月・12 月）、Tiny Whoop TOKAI Classic（上矢作町・11 月）、WOMEN'S RALLY in 恵那（12 月）七日市（大井町・１月）、八日えびす（明智町・１月）、根の上高原大どんど焼き（東野・１月）、女城主蔵開き（岩村町・２月）、日本大正村クロスカントリー（明智町・３月）、ドローン空撮大会（全域・随時）、

〇食

五平餅、栗きんとん、朴葉すし、からすみ、細かんてん、豚肉料理、へぼ食、地元野菜

〇その他

明知鉄道（恵那駅と明智駅の２５．１kmを結ぶ情緒あふれるローカル列車）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

〇恵那峡温泉周辺

恵那峡温泉ホテルゆずり葉、大江戸温泉物語恵那峡の大手２施設

周辺に民宿が数件。1 日の収容人員は最大 1,000 人程度。ペットとの宿泊が可能なＮＡＧＩ　dog glamping ENA が 2024 年 6 月開業

〇恵那駅周辺

・ルートインホテル恵那、エナプラザホテル、シティホテルミチビジネスホテル 3 施設　収容人数計約 290 名。

・HOTEL R9 The Yard 恵那（定員 62 名）

〇中山道大井宿

・旅館いち川　収容人数 20 名

〇根の上高原

・国民宿舎恵那山荘　収容人数約 70 名

・Hoko.Glamping（2022.4.27 開業）定員 4 人*10 棟 https://hokoglamping.com/

〇岩村

・岩村…岩村山荘、やなぎ屋、藤時屋、ぬのめ屋、萬勝商店　収容人数約 70 名

〇ゲストハウス

・ゲストハウスＴＳＵＮＡＧＵ（上矢作町）　収容人数最大 10 名（一日一組）

・RIAD NANA（明智町）、なな光（明智町・１棟貸）

〇キャンプ場等

・癒しの森キャンプ場

・保古の湖キャンプグラウンド（東野）

・（再掲）Hoko.glamping（東野）

・ブッシュクラフト HOKO（東野）

・ブッシュクラフト岐阜恵那（武並町他）

・望郷の森キャンプ場（中野方町）

・飯地高原自然テント村（飯地町）

・花白温泉オートキャンプ場（山岡町）（令和 5 年 2 月～休止中）

・Rustic field 里山広場キャンプフィールド（山岡町）

・大正村コテージこもれび（明智町）

・ささゆりの湯キャンプ場（串原）

・奥矢作レクリエーションセンター（串原　バンガロー・キャンプ場）

・福寿の里モンゴル村（上矢作町）

・越沢コテージ（上矢作町）

・コテージかわせみ（上矢作町）
〇農泊
・中野方町（５件）
・明智町門野地区（１件）

【利便性：区域までの交通、域内交通】
名古屋から JR 中央線、中央自動車道を利用し、ともに約 1 時間の距離に位置している。
恵那駅から明智駅までローカル鉄道明知鉄道にて 1 時間弱で結ぶ。岩村城下町、日本大正村の観光の足として利用される他、寒天列車、きのこ列車、じねんじょ列車など地域の味覚が楽しめるグルメ列車も人気を博している。
市内各地域には、東鉄バスや市自主運行バスにより路線化されているが、便数は年々減少しており、観光客の足として利便性があるとは言えず、二次交通が弱い地域である。
街中に限るが、電動自転車のレンタルを開始した。

【外国人観光客への対応】
恵那市においては、平成 26 年度に恵那駅、中山道大井宿の施設、岩村城下町、明智町の日本大正村に wi-fi 環境を整備し、平成 28 年度には主な観光施設に QR コードで多言語解説される案内の整備を行った。また、令和元年度には市内の公衆トイレの洋式化を行い、令和２年度にはアウトドア施設を中心に追加で wi-fi 環境を整備した。。公衆トイレの洋式化については、これまで順番に整備しており、今後もさらに洋式化を進めていく方針である。
受入環境の整備については、市を中心に順番に取り組んでいく方針だが、市内観光地における外国人向けの案内看板や観光関係のウェブサイトの多言語化などの環境はまだまだ未整備であり、今後も改善への取組みが必要である。観光施設における直接の応対については、専門講師による研修会の開催などにより観光関係従業者へ対応方法など周知を計画している。
2020 年度に中部運輸局によるグローバルキャンペーンコンテンツ造成事業に参加。ガイド研修やワークショップ等に取り組んだ。発掘した体験等の観光商品化に取り組んでいる。
恵那市として毎年日台交流協会に職員を派遣、台湾旅行博に参加している。日本のグランピングも人気が高いことから、Hoko.glamping の販売を開始すべく、台湾に強みを持つ日本法人 OTA である WAmazing と協議を開始しつつ、ジバスクラム恵那が運営している宿泊体験予約サイト「AeruSTAY」においては、サイトコントローラー大手の「手間いらず社」と協議を重ね、海外を含めた OTA 販売を進めるべく準備を進めている。
令和５年６月に岐阜未来遺産に岩村城跡・城下町、農村景観日本一の富田地区が認定され、岐阜県と連携してインバウンドの受入環境整備を行っていく。
令和５年度に観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」を活用してネイチャリングツアーの造成を行い、自前の EC サイトについて販売を行った。
令和６年度にはさらに NEXT　GIFU　HERITAGE 岐阜未来遺産事業として「いわむら五っこプラス」等の観光体験コンテンツ造成を進めるとともに、インバウンド向け商談会への参加やインバウンド向け観光コンテンツの作成を行った。

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	データに基づく戦略立案、KPI の策定及び進捗管理のため	主要な観光施設等におけるサンプリング調査
延べ宿泊者数	データに基づく戦略立案、KPI の策定及び進捗管理のため	宿泊施設の統計数字。恵那市が宿泊施設より聞取り長調査を実施。
来訪者満足度	データに基づく戦略立案、KPI の策定及び進捗管理のため	主要な観光施設等におけるサンプリング調査
リピーター率	データに基づく戦略立案、KPI の策定及び進捗管理のため	主要な観光施設等におけるサンプリング調査
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。	グーグル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。

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

恵那市では、人口減少、少子高齢化が進んでおり、特に市の周辺部において顕著である。

観光業においては、国内の旅行需要の高まりや訪日外国人旅行者の急増を受け、観光による地域経済の活性化が期待できる中、当市の観光関連産業を育成し、主たる産業としていくためには、観光消費額の増加が必要だが、そもそも産業としての観光事業者が少なく、地域にお金を落としてもらう仕組みとしての観光コンテンツの旅行商品化や、情報発信不足などにより、地域資源の魅力を十分に活かしきれていない状況である。

こうした地域の課題に対し、既存の観光地域づくり法人（ＤＭＯ）兼地域商社であるジバスクラム恵那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、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） 〇観光客数に影響する要素 ・温泉 ・豊かな自然 ・将来性のあるドローン事業者の誘致 ・グランピング場のオープン(2020.4 開業) ・栗きんとんや五平餅などの特産品 ・歴史の町並み（タイムスリップ） ・文化財（史跡）が多い ・棚田など農村風景（日本の美しさ） ・道の駅の集客力 ・恵那峡リニューアルと 100 周年 ・大正村浪漫亭リニューアル	弱み（Weaknesses） 〇観光客数に影響する要素 ・ブランド商品不足 ・飲食店・お土産店が減少 ・道の駅からの周遊が少ない ・道の駅の伸び悩み ・関東や近畿からの旅行者減少（東海地方以外での知名度が低い） ・産業としての体験型コンテンツが少ない。 〇観光消費単価に影響する要素 ・交通網発達により通過型観光と化し、滞在時間が短く、周遊が少ない ・宿泊者が少ない

	・大人の旅行が人気 ・東海地方からの旅行者が増加 〇観光消費単価に影響する要素 ・栗きんとんなど和菓子の新商品開発 ・体験プログラムなどの開発等 〇観光関連産業の稼ぐ力 ・製造業と農林水産業が域外から稼いでいる 〇稼ぐ観光とするための体制 ・広域連携による取り組み ・観光客へ販売する新商品の開発	〇観光関連産業の稼ぐ力 ・食料品業、小売・卸業、サービス業が域外から買っている。 ・観光による経済波及効果は十分に取り込めていない 〇稼ぐ観光とするための体制 ・多様な関係者を巻き込んだ観光地づくり体制が十分でない
外部環境	機会（Opportunity） 〇観光客数に影響する要素 ・新型コロナウイルス感染症の流行に伴う旅行動態の変化 ・地方での訪日旅行者の増加 ・ＷＲＣ日本ラウンドの開催 ・全国山城サミットの開催 ・ポーランド共和国ボート・カヌー代表の東京オリンピック事前合宿 ・超高齢化社会によるシニア旅行者の増加 ・その地でしか体験できない観光へのシフト ・グルメ・温泉・自然が旅行の目的 ・集客力のある道の駅が県内に多数 ・文化財に対する関心の高まり ・リニア開業によるアクセス向上 ・道路網整備による交通の利便性向上 ・県の電気自動車充電設備整備計画 ・朝ドラの撮影地や大河ドラマゆかりの地 ・映画による岐阜の知名度アップ 〇観光消費単価に影響する要素 ・訪日外国人を含めた富裕層 ・グランピングの流行 〇観光関連産業の稼ぐ力 ・付加価値の高い製品への見直し ・IT 活用・事業者連携等生産性向上への注目 〇アウトドアブーム ・豊富なキャンプ場、豊かな自然を活かす	脅威（Threat） 〇観光客数に影響する要素 ・新型コロナウイルス感染症の流行及びそれに伴う旅行動態の変化 ・少子高齢化による国内旅行市場の縮小 ・若者の内向志向 ・訪日外国人のゴールデンルートへの集中 ・外国に比べ休暇が取りにくい 〇観光消費単価に影響する要素 ・価格競争から抜け出せない産業構造 ・宿泊客の飛騨圏域への集中 ・アジア以外の国からの旅行者少ない 〇観光関連産業の稼ぐ力 ・サービス業をはじめとし観光関連産業全体の生産性が低い ・労働力不足

※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 中京圏からの主に日帰り観光客　30 代～60 代のファミリー層、個人及びグループ
〇選定の理由 ・新型コロナウイルスの流行の影響により、インバウンド需要が期待できない中、マイクロツーリズム、アウトドアレジャーが注目を浴びている。 ・岐阜県入込客統計調査（2020 年）の東濃地域入込客数における入込客の居住地は、県内 30.8%＋東海地方 54.0%となっており、84.8%を中京圏が占めている。また、2021 年に実施した恵那市観光マーケティング調査においても、愛知県、岐阜県からの入込が７８%と非常に高いウェイトを占めて

いる。このように中京圏からの来訪客が多く、今後においても最重要ターゲットである。名古屋周辺から JR 中央線や中央自動車道を利用しての来訪が多くを占めるが、豊田市をはじめ三河地域や浜松遠州地域からも潜在的な需要がある。都会の日常生活を離れて、どこか懐かしく豊かな自然や里山文化に触れていただきたく、インバンド需要が十分に回復できていない間は、第１のターゲットとして想定する。

〇取組方針

・2022 年４月に、根の上高原に新しいグランピング場「Hoko.Glamping」がオープンし、非常に大きな需要があった。恵那市アウトドアレジャー推進計画に基づき、市内に数多くある自然を活かし、市内各所のアウトドア関係事業者と連携を取り、各事業者の収益向上のため、新しい施設から全域へ誘導していく仕組みを構築していく。

・恵那に来てくれた方に地域食材を食べてもらうため、恵那ならではの食事をプロモーションするとともに、地域でお金を消費してもらうスキーム作りをさらに進める。

・「市内旅行事業者・地域の関係者」と「外部の旅行事業者」や、「市内事業者」のつながりの中で、体験と宿泊のセット商品などを開発、連携していきながら、市内の観光資源を取り込んだ旅行商品を企画することで、誘客の促進を図る。

・道の駅ラ・フォーレ福寿の里上矢作をドローンの道の駅とし、株式会社ＲＯＢＯＺとも連携してドローン体験やイベントで誘客を目指す。

・五平餅や朴葉すしなどの食文化や当地ならではの歴史探索、豊富なダムや河川などを活用した水上アクティビティなど、地域に息づく文化、自然、歴史をテーマに着地型体験コンテンツを販売できる事業者を支援、育成してターゲット顧客層の受入体制をつくる。

・恵那市観光協会が名古屋市において「恵那市観光物産展」を開催し、恵那の特産品と観光ＰＲを実施している。恵那に訪れる動機づくりとなる仕掛けを配しながら、今後も継続する方針である。

・三河・遠州地域においても、恵南地区の岩村町、明智町（日本大正村）、くしはら温泉ささゆりの湯（串原）、モンゴル村、越沢コテージ（上矢作町）といった比較的近距離に位置している観光スポットをメインにＰＲすることでアプローチを図る。

・宿泊と体験、食を総合的に予約販売できる自社サイト「Aeru」の構築運用を開始しているので、掲載内容の充実を図り、販売拡大を進める。（例）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。

・家族旅行をする際に訪れるサイトにスポットの掲載を行い、内容を充実させることにより、当地域が旅行先に選べる様に取り組みを行い、誘客促進を図る。

〇ターゲット層

スポーツアクティビティを楽しむ観光客

〇選定の理由

・ＷＲＣ日本ラウンド開催や、東京オリンピック開催時にポーランド共和国ボート・カヌー代表の東京オリンピック事前合宿が実施されそれ以降交流が続いている。また、市内に本社を誘致した誘致したドローン専門企業「株式会社 ROBOZ」の活動も活発化しており、コースが認定され試験が実施できる環境も整いつつある。

・新型コロナウイルスの流行の影響により、アウトドアレジャーに注目が集まる中、豊富な自然を活かし、スポーツアクティビティを楽しむ観光客の取り込みを図る。

〇取組方針

・恵那市が取り組むＷＲＣを契機とした市内各地域と連携したイベント等の観光コンテンツを域外へ情報発信する。

・長期滞在につながる大学や実業団などのスポーツ合宿誘致を進めるため、地域や旅行事業者と連携し、ＷＥＢ等によるプロモーションを実施する。また、食事や宿泊、送迎など合宿に必要なサービスを提供する事業者の育成支援を行う。

・アウトドア関係事業者と連携し、豊富なダムや河川などの自然を活用、商品化する。ボート、カヌー、ＳＵＰなど水上アクティビティ、笠置山のボルダリングなどの自然環境を活用したスポーツツーリズムを実施するため、事業者の起業支援、事業実施支援を行う。

・誘致したドローン専門企業「株式会社 ROBOZ」とともに、ドローンで遊びやすい環境づくりや、関連イベントを支援、また、本社のある上矢作の道の駅や、新しく開業する根の上高原のグランピング場「Hoko.Glamping」の誘客にドローンという特色を持たせ、誘客とともに観光消費額の増嵩を目指す。
○ターゲット層 　インバウンド（海外個人旅行）顧客層
○選定の理由 ・インバウンド顧客は団体ツアーから海外個人旅行へ、都市滞在型から地方滞在型へと予想以上の早さで変革している。 ・日本の地方に対し興味を抱きはじめた外国人旅行者にとって、恵那の持つ里山文化はまさに魅力あるアイテムとなり得る。 ・外国人宿泊者数を見ると、従来の中国、台湾、韓国を含むアジア圏の宿泊者が 2017 年の 11,104 人から 2018 年は 15,650 人、2019 年 13,385 人と増加しつつあった。また人数は少ないながら、主に中山道ウォーキングを目的としたオーストラリアからは 2017 年の 312 人から 2018 年 492 人、2019 年は 906 人と大幅に増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症の流行とともに激減していった。 ○取組方針 ・インバウンド向け着地型旅行商品を開発して、日本の里山文化に触れる機会を提供する。市内の関連事業者や地域文化の担い手団体等の支援を行うとともに、外国人顧客受入体制の整備を図る。 ・ランドオペレーターや現地旅行社へのセールス、中部国際空港のＳＮＳなどを通じた情報発信などにより、誘客とＰＲに努める。また、アクセス数等を観察し、どのようなコンテンツに興味を持たれたか分析することで、魅力ある観光コンテンツの開発を支援する。 ・中部国際空港と協力し、ＬＣＣで中部へ来る旅行客の誘導を図る。 ・令和２年度グローバルキャンペーンコンテンツ造成事業による中山道を中心とした商品の旅行商品化を推進する。 ・恵那市による台湾旅行博の出展による日本への新規誘客、リピーター層の誘客 ・海外 OTA 販売の推進 ・令和５年６月に岐阜未来遺産に岩村城跡・城下町、農村景観日本一の富田地区が認定され、岐阜県と連携してインバウンドの受入環境整備を行っていく。 ・令和５年度インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業で造成したコンテンツを活用して誘客を促進する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	地場スクラムを組んで、恵那らしさを追求し、稼ぐ観光都市恵那を目指す
②コンセプトの考え方	恵那市は、北部については、笠置山や木曽川とダムによる峡谷、根の上高原などの自然資源、中山道や広重美術館などの歴史文化資源、南部については岩村城址及び城下町、日本大正村などの歴史文化資源、山岡の陶芸や寒天などの特産品、矢作川湖や大船山などの自然資源など、それぞれの地域で特色ある観光資源が存在します。 数多くある市内各地域の観光資源について、地域住民を巻き込みながら、恵那にしかない特別な体験（観光商品・コンテンツ）を造成し、観光事業により地域や地域の事業者が稼ぐことで、地域の活性化につなげる必要があります。

	ひとつの軸としては、恵那市アウトドアレジャー推進計画に基づき、市内各地域にある自然資源を生かしたアウトドアを一つの誘客の軸として誘客を進めます。

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。	個別の事業等については月に１回程度、恵那市観光交流課や商工課、農政課等、また恵那市観光協会と定期的な情報交換を行う。 関係者による連絡協議会を定期的に開催し、各種データや分析結果、取り組んでいる事業を示し、意見をいただきながら各会員間の連携による事業等を推進する。 より魅力ある商品開発を目指し、市内の各事業者と定期的な会合を行う。その中で利用客が増加するための意見交換や勉強会を行う。 市内事業者と外部事業者とのビジネスマッチングに加え、市内事業者同士の商品（宿泊＋物販、宿泊＋体験など）により、販売促進支援を行い、旅行商品の販売能力向上を図る。また、各種アンケート調査を実施し、自社サイトへの掲載等により情報を共有する。 インバウンド向けプロモーションについては玄関口となる中部国際空港と連携し、SNS など活用しながら情報発信を行う。
	特に恵那市アウトドアレジャー推進計画に基づき、アウトドアを切り口とした観光誘客を進めるため、市内アウトと事業者の集まりである「アウトドアコミュニティえな」のメンバーと定期的（月１回程度）集まり、情報交換とともに事業実施を推進する。 宿泊事業者を軸に四半期をベースとしてデータマーケティング会議を実施して傾向等を共有し、情報交換などを実施。
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	各種アンケート調査などにより顧客満足度などの現状把握を行う。調査結果についてはその分析結果をフィードバックするため、連絡協議会における情報提供、検討を行う。また、「Aeru」の販売データなどを提示し、「稼ぐ力」に対する認識を向上させるなど地域の事業者の育成支援を行うことで、サービスの維持・向上に努める。
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	自社ウェブサイト、SNS 等により、市内観光情報やイベント情報、施設情報等を発信する。 アンテナショップ「AeruSHOP」においての情報発信。 空港や運輸事業者、旅行会社、アウトドア産業、外食事業者等の域外宣伝拠点に効果的なプロモーションを行う。 特に Instagram を利用して定期的に観光施設やイベント情報、店舗などの情報を発信して、分析を実施しながらプロモーションを行う。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

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

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	9,599	9,776	9,987	10,000	10,200	10,400
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	10,658	19,637	11,348			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	256	259	262	264	267	270
		(21)	(22)	(23)	(24)	(25)	(26)
	実績	220	225	260			
		(0.3 人)	(11 人)	(12 人)			
●来訪者満足度（%）	目標	96	96	96	96	96	96
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	91	90	91			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	72	72	72	72	72	72
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	60	49	57			
		（ ）	（ ）				

※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】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。
2019 年度に恵那市観光ビジョン策定委員会において旅行消費額及び延べ宿泊者数の目標値を定めたもの
【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
恵那市観光ビジョンと合わせ、2018 年度推計値に対し、毎年２%増の目標を設定
●延べ宿泊者数
恵那市観光ビジョンと合わせ、2018 年度推計値に対し、毎年１%増の目標を設定
●来訪者満足度
※来訪者に関する満足度調査が未実施の場合、「観光地の満足度調査」（https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html）を参照して実施し、例えば、毎年○%増などの目標を設定して記入すること。
2020 年度に主要観光地点でアンケート調査を行う中で満足度を測定し、「とてもよい：52%」と「よい：44%」の合計で 96%と非常に高い満足度であった。引き続き同じ水準を維持していくように目標値設定
●リピーター率
2020 年度に主要観光地点でアンケート調査を行う中でリピーター率を測定し、72%と非常に高い満足度であった。引き続き同じ水準を維持していくことを目標値とした。

様式１

（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 サイトアクセス状況（%）	目標	285,000	288,000	291,000	294,000	297,000	300,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	454,576	335,294	407,332			
		（－）	（－）	（－）			
●（例）宿泊施設の稼働率（%）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数（件）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）メディア掲載回数（回）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）	（ ）				
●	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）	（ ）				

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

主要な PR ツールである HP アクセス件数は重要な指標となる

【設定にあたっての考え方】

●ウエブサイトアクセス件数

対外的な情報発信サイト「エーナえな」のアクセス件数について、グーグルアナリティクスよりアクセス件数を把握する。

様式１

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	51,968,893（円）	市補助金	26,191,000（円）
		県補助金	2,000,000
		受託事業収入	6,705,180
		収益事業売上	16,949,332
		雑収益	123,381
2023（Ｒ５）年度	37,725,702（円）	市補助金	17,470,000（円）
		国補助金	5,000,000
		受託事業収益	1,100,000
		収益事業売上	13,975,618
		雑収益	180,084
2024（Ｒ６）年度	41,608,509（円）	市補助金	15,130,000（円）
		国補助金	5,000,000
		受託事業収入	9,900,000
		収益事業売上	10,710,061
		雑収益	868,448
2025（Ｒ７）年度	45,900,000（円）	市補助金	20,000,000（円）
		収益事業売上	26,900,000
		雑収益	1,000,000
2026（Ｒ８）年度	45,900,000（円）	市補助金	20,000,000（円）
		収益事業売上	26,900,000
		雑収益	1,000,000
2027（Ｒ９）年度	45,900,000（円）	市補助金	20,000,000（円）
		収益事業売上	26,900,000
		雑収益	1,000,000

（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	50,368,189（円）	総務管理費　6,603,205　（円） 事業費　17,888,569 情報発信　4,510,438（人件費・外注費他） 受入環境整備　1,855,250（外注費・サイト構築等） コンテンツ開発　2,106,885（外注費・調査費・人件費等） マーケティング　2,095,716（調査費他） 人材育成　7,093,869（セミナー経費他） イベント　226,411（賃借費・旅費交通費他） 収益事業他　22,240,109　（事業原価・人件費他） 経常外支出　3,636,306　（施設整備費・法人税他）
2023（Ｒ５） 年度	36,591,923（円）	総務管理費　5,187,469　（円） 事業費　17,148,495 情報発信　3,142,642(人件費・外注費他) 受入環境整備　2,873,371(サイト構築等外注費・ｼｮｯﾌﾟ整備・人件費) コンテンツ開発　6,612,000(外注費・人件費他) マーケティング　2,456,342(外注費・人件費他) 人材育成　979,920(企業研修費等) イベント　1,084,220(賃借料・旅費交通費他) 収益事業他　14,255,959(事業原価・人件費他)
2024（Ｒ６） 年度	37,202,657（円）	総務管理費　4,901,540　（円） 事業費　22,810,682 情報発信　1,913,539(人件費・外注費他) 受入環境整備　2,000,000(サイト構築等外注費) コンテンツ開発　12,787,167(外注費・人件費他) マーケティング　702,610(調査費他) 収益事業他　9,490,435(事業原価・人件費他)
2025（Ｒ７） 年度	45,900,000（円）	総務管理費　6,000,000　（円） 事業費　8,900,000 情報発信　2,000,000(人件費・外注費他) 受入環境整備　3,000,000(サイト構築等外注費・ｼｮｯﾌﾟ整備)

		コンテンツ開発　3,000,000(外注費・調査費・人件費他) マーケティング　600,000(調査費他) 人材育成　100,000(セミナー経費等) イベント　200,000(広告宣伝費他) 収益事業他　31,000,000(事業原価・人件費他)
2026（Ｒ８）年度	45,900,000（円）	総務管理費　6,000,000（円） 事業費　8,900,000 情報発信　2,000,000(人件費・外注費他) 受入環境整備　3,000,000(サイト構築等外注費・ｼｮｯﾌﾟ整備) コンテンツ開発　3,000,000(外注費・調査費・人件費他) マーケティング　600,000(調査費他) 人材育成　100,000(セミナー経費等) イベント　200,000(広告宣伝費他) 収益事業他　31,000,000(事業原価・人件費他)
2027（Ｒ９）年度	45,900,000（円）	総務管理費　6,000,000（円） 事業費　8,900,000 情報発信　2,000,000(人件費・外注費他) 受入環境整備　3,000,000(サイト構築等外注費・ｼｮｯﾌﾟ整備) コンテンツ開発　3,000,000(外注費・調査費・人件費他) マーケティング　600,000(調査費他) 人材育成　100,000(セミナー経費等) イベント　200,000(広告宣伝費他) 収益事業他　31,000,000(事業原価・人件費他)

（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

運営資金確保のため、2019 年度下期から地域産品等の仕入れ及び販売を開始した。2020 年度には情報発信、宿泊及び体験の予約、特産品の販売を総合的に行うサイトの構築を行い、2021 年８月からＥＣサイト「Aeru」をスタートし、予約及び販売手数料の収入も上がってきている。また、アンテナショップとして実店舗「AeruSHOP」を開設、合わせてイベント等出張販売も行っている。

販路としては、市内観光施設とともに、市内スーパーマーケット、サービスエリアへの出荷も行ってきている。

今後は、自主的・継続的な活動に向けて費用等踏まえた上で、仕入先、販売先についても手法を含め精査しつつ、順調な運営のＥＣサイトの宿泊・体験についても加入促進を行い、着実に売上高を伸ばしていく方針である。

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

※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。

〇岐阜県恵那市は、一般社団法人ジバスクラム恵那を地域 DMO として、共に活動を推進していきます。

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】

（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【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】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	井手　美智子
担当部署名（役職）	一般社団法人ジバスクラム恵那　事務局次長
郵便番号	509-7201
所在地	岐阜県恵那市大井町２９３－９
電話番号（直通）	0573-32-1787
ＦＡＸ番号	0573-32-1787
Ｅ－ｍａｉｌ	zivascrum.ena@gmail.com

様式１

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	岐阜県恵那市
担当者氏名	樋田　真也
担当部署名（役職）	商工観光部観光交流課（課長補佐兼係長）
郵便番号	509-7292
所在地	岐阜県恵那市長島町正家１－１－１
電話番号（直通）	0573-26-6830
ＦＡＸ番号	0573-26-2861
Ｅ－ｍａｉｌ	shinya_toida@city.ena.lg.jp

都道府県･市町村名	岐阜県恵那市
担当者氏名	伊藤　輝彦
担当部署名（役職）	商工観光部観光交流課（係長）
郵便番号	509-7292
所在地	岐阜県恵那市長島町正家１－１－１
電話番号（直通）	0573-26-6830
ＦＡＸ番号	0573-26-2861
Ｅ－ｍａｉｌ	teruhiko_itou@city.ena.lg.jp

（登録）【登録区分】地域DMO（一般社団法人ジバスクラム恵那）

様式２

記入日：　令和　7年　7月　1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　岐阜県　恵那市
【設立時期】　令和2年1月16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】　阿部　伸一郎
【マーケティング責任者（CMO）】　戸取　健一郎
【財務責任者（CFO）】　荒川　利道
【職員数】　9人　　常勤4人（正職員1人・出向等3人）、非常勤5人
【主な収入】
　収益事業　10百万円、補助金20百万円（6年度決算）
【総支出】
　事業費　32百万円、一般管理費　5百万円ほか（6年度決算）
【連携する主な事業者】
　恵那商工会議所、恵那市恵南商工会、東美濃農業協同組合、東濃鉄道（株）、明知鉄道（株）、恵那市森林組合、恵南森林組合、岐阜県旅館ホテル生活衛生同業者組合恵那支部、市内金融機関、恵那市、（一社）恵那市観光協会ほか

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	9,599（　）	9,776（　）	9,987（　）	10,000（　）	10,200（　）	10,400（　）
	実績	10,658（　）	19,637（　）	11,348（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	256（21）	259（22）	262（23）	264（24）	267（25）	270（26）
	実績	220（0.3）	225（11）	260（12）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	96（　）	96（　）	96（　）	96（　）	96（　）	96（　）
	実績	91（　）	90（　）	91（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	72（　）	72（　）	72（　）	72（　）	72（　）	72（　）
	実績	60（　）	49（　）	57（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
中京圏からの主に日帰り観光客30代～60代のファミリー層、個人及びグループ
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・恵那市アウトドアレジャー推進計画に基づき、市内に数多くある自然を活かし、市内各所のアウトドア関係者と連携を取り、収益向上のための事業を推進
・宿泊と体験、食を総合的に予約販売できる自社サイトの磨き上げの実施
【観光地域づくりのコンセプト】
地場スクラムを組んで、恵那らしさを追求し、稼ぐ観光都市を目指す

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・アウトドア施設分析を実施
・市グランピング施設の運営支援、開業支援実施。
・岐阜未来遺産「岩村」をはじめとする体験プログラム造成及び磨き上げ支援
【受入環境整備】
・地域版ECサイト「Aeru」を構築し「宿泊」「体験」「物販」を総合的に販売。
・アンテナショップ「Aeru」開業運営
【情報発信・プロモーション】
・宿泊データ、人流データの分析を活用したデータマーケティング実施
・定期的なSNS、インスタグラムによる情報発信の実施
・家族向け観光情報サイトへ等のスポット情報を充実し、情報発信を図る