観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１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	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク	
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	
所在地	石川県小松市	
設立時期	平成 25 年 10 月 1 日	
事業年度	４月１日から翌３月 31 日までの１年間	
職員数	２２人【常勤１人、・出向２人)、非常勤１９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） 新滝　祥子 （出身組織名） （株）ゆのくにの森	当社代表理事であり、㈱ゆのくにの森社長秘書として官民連携・調整の推進役として幅広く活動しており、事業の成果をあげている。
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） 山本　ゆかり　「専従」 （出身組織名） （一社）こまつ観光物産ネットワーク	観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
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） 山本　ゆかり　「専従」 （出身組織名） （一社）こまつ観光物産ネットワーク	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
各部門（例：プロモーション）	（氏名） 北　芳光	小松カントリークラブ営業開発部長であり、「今度はこまつで委員会委員長」を務める。特にヘルスツ

様式１

の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（出身組織名） 小松カントリークラブ	ーリズムに精通しており、誘客プロモーションに努めている。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 北　芳光 （出身組織名） 小松カントリークラブ	ヘルスツーリズム事業の健康プログラムを策定し、インバウンド（韓国・台湾）における誘客 を行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【石川県小松市】 観光交流課（マーケティング、グローバル化） 文化振興課（文化施設） まちデザイン課（社会資本整備） 農林水産課（6 次産業化、里山活性化） 地域振興課（地域公共交通）	
連携する事業者名及び役割	【地域観光資源の開拓、プロモーション】 粟津温泉観光協会、那谷寺観光協会、㈱こまつ賑わいセンター、冨士トラベル石川　など 【地産商品の開発とブランド化、販売】 小松菓子業協同組合、JA 小松市、小松商工会議所、小松九谷工業協同組合　など 【アクセス力】 北陸エアターミナルビル、北鉄加賀バス㈱、石川交通㈱、西日本旅客鉄道㈱ など	
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】（観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン登録要件） ①、② （概要） 理事会、2 つの専門委員会を通し合意形成を図る。また市と連携した日常的な調整を両実務者レベルで行う。	
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	当社事務局内に小松観光ボランティアガイドの会「ようこそ」の事務局を有し、無料ガイド派遣やボランティアガイド養成研修講座などを実施している。	
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】**	

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・各種メディアへの広告掲載 ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Instagram、Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営 ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信 ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置 ・メディア、旅行会社へのプロモーション会議参加
受入環境の整備	・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加 ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金） ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開

	・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。 ・観光案内所運営（JNTO 認定外国人観光案内所カテゴリー１） ・ボランティアガイドの運営と養成
観光資源の磨き上げ	・SAVOR JAPAN 推進事業 地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため，食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。 ・石の文化推進事業 日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、観光ガイドの育成を推進。 ・産業観光の推進 講演会、パネルディスカッションの開催、GEMBA モノヅクリエキスポへの企画・参加。 ・観光商品の開発 料亭文化魅力開発（小珠の和＆GODIVA コラボによる商品開発） 「自然智」を体感する、白山信仰の那谷寺夜間プレミアム拝観（NAKED 夜さんぽ）

【定量的な評価】

≪会員数≫

設立時から順調に会員数を伸ばしており、多種多様な分野が参画することで地域づくりの原動力を高めている。

（総会員数）

H25.10.（設立時）	H29.8	H30.6	R1.6	R2.6	R3.6	R4.6	R5.6	R6.6	R7.6
98	240	245	241	247	248	241	238	241	245

≪産業観光の推進≫

・産業観光フォーラム（H25）

・産業観光によるまちづくりについて、講演会、パネルディスカッションの開催（H26、H27　350 名参加）

・日本自動車博物館と連携しクラシックカーを整備、活用（H26～）

・南加賀産業観光ワークショップ（H30～R2）

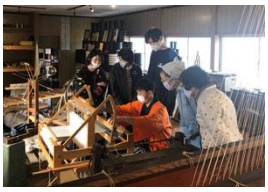
・日本遺産サミット in 小松の開催（R3.11.13～11.14）

来場者：8,483 名（13 日 3,650 名 14 日 4,833 名）（うちサテライト会場 1,275 名含む）

出展団体：92 団体

・GEMBA モノヅクリエキスポへの協力（R3～）

長年産業観光事業に取り組んできた実績、地域に根付いた様々な産業とそれらの連携として「こまつものづくり未来塾実行委員会・小松市 にぎわい交流部観光交流課」が第 14 回産業観光まちづくり大賞金賞受賞（R4）



≪宣伝事業≫

・HP アクセス数

旧 HP：まるごとこまつ・旅ナビ）

（H29 約 143,000 件、H30 約 138,000 件、R1 約 132,000 件

R2 約 210,000 件、R3 約 184,000 件、R4 約 219,000 件 ）

新HP：こまつ観光ナビ（ページビュー数）

（R5：約 425,000 件、R６：約 800,000 件）

≪誘客促進活動≫

・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加

（H29：4 回、H30：5 回、R1：6 回、R2:0 回、R3:1 回、R4：6 回、R5：6 回、R６：９回）

・当市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）

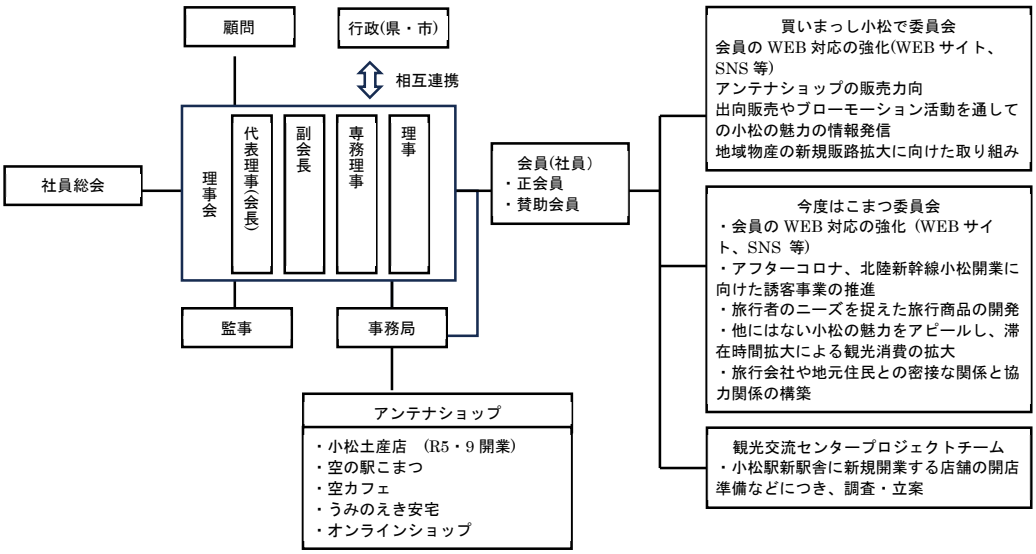
（H29:50 件 延人数 8,176 人、H30:67 件 延人数 11,777 人、R1:66 件 延人数 11,445 人、R2:5 件 延人数 996 人、R3:28 件 延人数 1,744 人、R4：39 件 延人数 6,109 人、R5：91 件延人数 8,785 人、R６：86 件延人数 10,880 人）

≪地域の物産振興と自主財源の確保に向けたアンテナショップの運営≫

小松土産店（小松駅構内・令和５年９月 18 日オープン）と空の駅こまつ・空カフェ（小松空港内）・うみの駅において、物産販売の拠点となるアンテナショップを運営しており、オンラインショップと合わせて地域の物産振興を推進している。

（1） **小松土産店取扱額** R5：53,439 円（R5.9/18～）
R６：128,615 千円

（2） **空の駅こまつ取扱額** R1：108,165 千円 R2：68,881 千円
R3：70,245 千円 R4：52,607 千円
R5：72,160 千円 R6：85,714 千円

	（3） **空カフェ取扱額**（R7.1.26 閉店） R1：28,134 千円 R2：15,184 千円 R3：15,501 千円 R4：28,718 千円 R5：35,996 千円 R6：29,423 千円 （4） **うみのえき安宅取扱額**（R6.12.28 閉店） R1：4,162 千円 R2：3,196 千円 R3：2,883 千円 R4：3,757 千円 R5：2,845 千円 R6：2,501 千円 「こまつもんブランド」の推進 （店頭実演販売、ギフトカタログ発行、ネットショップ運営など） **«おもてなしの充実»** ボランティアガイドの運営と養成 （案内人数 H28:3,309 名、H29:6,814 名、H30:3,350 名、R1:4,040 名、R2:429 名、R3:996 名、R4：1,745 名、R5：2,199 名、R6：2,147 名）
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】** ２つの専門委員会を定期的に開催し、密な企画と連絡調整を図っている。 また、理事会による組織の経営体としての機能の強化を図っている。 **【実施体制図】** 

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

様式１

【区域設定の考え方】

当社は、会員の相互の連携を主体として、小松市全体の観光・物産分野のネットワーク形成と会員のプラットフォームとして設立された。

小松市では市制 100 周年の節目を迎える 2040 年の未来に向けて、「小松市 2040 年ビジョン」が策定され、構成する 6 つの都市像を実現するテーマと連携した事業展開を図っており、様々な観光資源をオール小松で活用していくため、当市内全域を区域設定とすることが適切。（主要エリアは以下のとおり）

小松市 2040 ビジョン**【目標とする 6 つの都市**像とエリア**】**

●小松空港エリア●小松駅エリア

「世界に時めく日本海側の拠点都市こまつ」

国際空港や新幹線駅が近距離に立地する全国随一の交流エリア。国内外と人やモノが交わり、にぎやかに成長するウラ日本のモデル都市

●オフィスパークエリア

「ものづくりが誇りの産業創生都市こまつ」

都市力の源泉であるものづくり産業と新たな産業の創出で、誰もが活躍できるビジネスフィールド

●木場潟エリア

「子どもたちの輝く未来創造都市こまつ」

働く若い世代が結婚し、新しい家族が誕生。子どもたちの成長が、まちをひときわ輝かせる

●ウェルネスエリア

「誰もが暮らし続けられる生涯安心のこまつ」

医療・福祉・介護・防災は全国トップクラス。日々の暮らしの安心感が地域社会・地域活動の活力に

●農山村エリア

「自然が映え文化が息づくふるさとこまつ」

100 年後の小松に残したい自然、伝えたい文化がある。ウラ日本の自然や文化は、いつの時代も人々の心を豊かに

●芦城公園エリア●末広スポーツパークエリア

「ワンランク上の生活空間あふれるこまつ」

暮らしのあらゆるシーンで、どこのまちよりも感じられる、快適さ・便利さ・幸福感。

※小松市の「小松市 2040 年ビジョン」に伴い変更

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。	小松市「観光交流課「観光施設等入込客数報告」と石川県オープンデータ「Mill」（県内宿泊施設や観光施設等に掲示のポスターの QR コード読み取りによる Web アンケートデータ）消費額データを活用
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	小松市「観光交流課「観光施設等入込客数報告」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。	石川県オープンデータ「Mill」可視化データを活用
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。	石川県オープンデータ「Mill」可視化データを活用
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。	WEB サイトアナリティクスを活用して実施。
アンテナショップ売上分析	地域産品の消費拡大と売上向上 ターゲット層、売れ筋商品の把握	レジデータの解析など

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

全国的に社会経済活動が本格的な回復基調を強める中、能登半島地震からの復旧・復興が喫緊の課題となっており、地域の連携や観光需要の回復が重要視されている。

小松市においても、国内外からの交流人口の拡大を図るべく、北陸新幹線小松駅開業や小松空港におけるソウル便や上海便の再開により、観光資源の磨き上げや受入環境の整備など、地域経済の活性化に向けた取り組みが一層求められている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響

様式１

内部環境	強み（Strengths） **〇世界的建機メーカー「コマツ」を代表とするものづくり企業の集積** **〇「小松空港」「JR 小松駅」「小松 IC」などを有する抜群のアクセス力** **〇加賀の伝統産業「九谷焼」の原石採掘地や陶土製造所、工房まで全てが揃う** **〇弥生時代から石に関連する文化財群が市内一円に集積し、日本遺産認定を受けている。** **〇産業力を背景に子供歌舞伎など伝統文化が継承されている** **〇「SAVORJAPAN」に認定された食文化**	弱み（Weaknesses） **〇個々の観光資源の磨き上げが不十分** **〇魅力発信　特に全国、国外へのプロモーション力** **〇観光地間の二次交通アクセスの未整備**
外部環境	機会（Opportunity） **〇２つの日本遺産認定** **石の文化（H28）、北前船（H30）** **〇いしかわ百万石文化祭（R5）** **〇北陸新幹線小松駅開業（R5）** **〇日本商工会議所（ＹＥＧ）全国大会（R5）** **〇小松空港国際線再開（R5）増便（上海 R6）** **〇住みよさランキング（東洋経済新聞）** **小松市総合評価 19 位**	脅威（Threat） **○北陸新幹線開業による、敦賀以西ルートの見通しが不透明、関西･中京からの直通特急列車の廃止**

※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 首都圏
〇選定の理由 2024 年 3 月北陸新幹線開業による地域の露出像を利用し、新たな首都圏での訪問者を獲得。 〇取組方針 首都圏及びこの地域で開催される商談会・出張販売への積極的参加。地域の観光コンテンツ・特産品の知名度向上を図る 新幹線駅舎内のアンテナショップの販売力を強化し、また、観光案内所だけでなく、ネットを活用した情報発信を充実させていく。
〇第２ターゲット層 北信越、関西・中京圏
〇選定の理由 小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んである。 北陸新幹線開業に伴い京阪神からの直通特急列車の廃止による、来訪者減を食い止め、2025 年大阪関西万博での、プロモーションを開始 〇取組方針 現在、小松市と富山県南砺市が自治体間連携協定を締結しており、さらにモノ・人の交流を深めていく。 市と連携しツーリズムエキスポの場などで京阪神のインバウンドエージェンシーに対しての当地域のコンテンツを発信
〇第３ターゲット層 アジア圏（台湾、中国、韓国）及びアメリカ、イギリス
〇選定の理由

小松市には、コマツの研修センターがありこの研修を含め、海外も含め年間 2.6 万人程度の来訪がある 小松空港には台湾、中国、韓国、香港より直行便の就航があり、アジアからの流入率が高く、コロナ明け令和５年度中に運航再開がなされた。また、九谷焼・歌舞伎といった伝統文化を楽しめるコンテンツがある。 〇取組方針 コンテンツの発信、ターゲットの地域別の指向に合わせたものとして、来訪者数の増加と消費拡大に向けた取り組みを展開する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界に誇る KOMATSU JAPAN で交流拡大　～ブランド力アップとおもてなし～
②コンセプトの考え方	(1) 世界に誇るものづくりの力 グローバルに展開する企業をはじめ、伝統工芸、農林水産業の力・ノウハウを活かし産業観光の充実を図る。特に、本市のものづくりのルーツである石の文化について、関係者によるコンソーシアムを立ち上げ、受入体制づくりと一元的に情報発信を推進する。 (2) 加賀の國を彩る小松の歴史文化 歌舞伎「勧進帳」のふるさとの魅力発信や源平ロマンなどの物語の世界への体感プログラムの充実を図る。 (3) 加賀地域を代表する自然景観 霊峰白山の眺望と水郷木場潟を核に健康づくり、環境教育、スポーツ交流・合宿等の里山・里湖交流を推進する。また、日用苔の里から木場潟、梯川（小松天満宮)、安宅海岸まで繋がる水郷景観の魅力と癒しの空間を発信する (4) 豊かな食文化・癒しの温泉地 山海の新鮮な幸や料亭・割烹などの和食、北陸有数の生産量を誇る大麦などの 6 次産業化商品など本物の味わいの提供と、開湯 1300 年を誇る粟津温泉での滞在観光を推進する。

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。	本 DMO に送付される各種観光情報や研修会などの情報等を会員へメールや公式 LINE で送付。(随時)
	民間主導の体制を図ることを目的に、本 DMO は令和 3 年度より、代表理事に民間出身者を採用し、民間の意見を取り入れやすい体制とした。

様式１

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	また、各委員会において、テーマごとに少人数による班分けを行い、ZOOM などの活用により、関係者が集まりやすく、意見しやすい環境とした。委員会→理事会→会員全体で共有することで、民間主導の多様な戦略を図りたい。
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	国や県、大手企業が主催する観光セミナー等の積極的な情報提供や自主事業としての接遇研修の開催を通じて、サービスの向上を図る。

※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	10,000	22,000	26,000	30,000	34,000	
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（ ）
	実績	12,695	24,885	55,410			
		（－）	（－）	(681)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	365	500	600	700	800	
		(15)	(30)	(50)	(50)	(50)	（ ）
	実績	764	558	750			
		(6)	(6)	(13)			
●来訪者満足度（%）	目標	96.0	97.0	98.0	98.0	98.0	
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（ ）
	実績	97	74	78			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	28.0	70.0	71	72.0	75.0	
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（ ）
	実績	74	54	44			
		（－）	（－）	（－）			

※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】
R6 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。
ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。

《R3 年度報告まで》
●旅行消費額
旅行・観光消費動向調査、小松市への年間入込客数の目標値により設定
●延べ宿泊者数
訪日外国人については、R1 よりＮＴＴドコモモバイル空間統計を導入（現在休止中）
●来訪者満足度
「統計からみた石川県の観光」の調査結果をベースに、2020 年を基準値として、毎年 1%ずつ上昇を目指す。
●リピーター率
旅行・観光動態調査結果をもとに、毎年 1%ずつ上昇を目指す。

《R4 年度報告以降》
●旅行消費額

石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、小松市への年間入込客数の目標値により設定。
●延べ宿泊者数
小松市「観光施設等入込客数報告」を活用。

《R6 年度報告以降》
●旅行消費額
小松市「観光施設等入込客数報告」と石川県オープンデータ「Mill」（県内宿泊施設や観光施設等に掲示のポスターの QR コード読み取りによる Web アンケートデータ）消費額データを活用し算出。
●延べ宿泊者数
従前のとおり

●来訪者満足度
令和６年報告より、石川県オープンデータ「Mill」可視化データ加賀地域における小松市内施設のデータを活用（小松空港、小松市観光交流センター、加賀伝統工芸村ゆのくにの森、法師旅館、安宅の関こまつ勧進帳の里、航空プラザ、曳山交流館みよっさ、那谷寺、里山健康学校せせらぎの郷、日本自動車博物館、加賀国府ものがたり館、喜多八、辻のや、粟津温泉総湯、オーベルジュオーフにおける、1/1～
12/31 間の満足、とても満足の計）
●リピーター率
令和６年報告より、石川県オープンデータ「Mill」可視化データ加賀地域における小松市内施設のデータを活用（小松空港、小松市観光交流センター、加賀伝統工芸村ゆのくにの森、法師旅館、安宅の関こまつ勧進帳の里、航空プラザ、曳山交流館みよっさ、那谷寺、里山健康学校せせらぎの郷、日本自動車博物館、加賀国府ものがたり館、喜多八、辻のや、粟津温泉総湯、オーベルジュオーフにおける、1/1～
12/31 間の初めて以外の計）
・・・

【検討の経緯】
●自社 HP 閲覧回数
R4 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。
ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。（
《R3 年度報告まで》
毎年 R1 比 10%増を目指す
《R5 年度報告以降》
ホームページリニュアルにより、アクセス数（ページビュー数）が大幅に増加したため目標値を上方修正。

●アンテナショップ取扱高
R4.10 月以降、ふるさと納税返礼品の取扱いが無くなるため売上高が減少するが、R5 小松土産店開店によりトータルで売上増を見込み、R8 までに 200 百万円へ上方修正。

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	203,622,195	【会費収入】 1,660,000 円 【収益事業収入】 126,129,363 円 【受取補助金】 75,832,832 円
2023（Ｒ５）年度	300,761,739	【会費収入】 1,880,000 円 【収益事業収入】 187,586,602 円 【受取補助金】 111,295,137 円
2024（Ｒ６）年度	337,167,260	【会費収入】 1,690,000 円 【収益事業収入】 249,752,320 円 【受取補助金】 85,724,940 円
2025（Ｒ７）年度	284,963,000	【会費収入】 1,700,000 円 【収益事業収入】 211,763,000 円 【受取補助金】 71,500,000 円
2026（Ｒ８）年度	320,000,000	【会費収入】 1,700,000 円 【収益事業収入】 248,300,000 円 【受取補助金】 70,000,000 円
2027（Ｒ９）年度	320,000,000	【会費収入】 1,700,000 円 【収益事業収入】 248,300,000 円 【受取補助金】 70,000,000 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	204,500,000	【一般管理費】 2,398,734 円 【観光 PR 事業費】 12,551,027 円 【収益事業支出他】 189,550,239 円
2023（Ｒ５）年度	284,311,880	【一般管理費】 1,948,287 円 【観光 PR 事業費】 32,053,339 円 【収益事業支出他】 250,310,254 円
2024（Ｒ６）年度	342,281,988	【一般管理費】 14,720,196 円 【観光 PR 事業費】 43,441,764 円 【収益事業支出他】 284,120,028 円
2025（Ｒ７）年度	285,163,000	【一般管理費】 14,700,000 円 【観光 PR 事業費】 28,700,000 円 【収益事業支出他】 241,763,000 円
2026（Ｒ８）年度	320,000,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 30,000,000 円 【収益事業支出他】 286,000,000 円
2027（Ｒ９）年度	320,000,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 30,000,000 円 【収益事業支出他】 286,000,000 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

①各アンテナショップの売上拡大
　当社が運営するアンテナショップ（小松土産店、空の駅こまつ、空カフェ、うみの駅、観光施設内のサテライトショップ、オンラインストア）においては、地域全体での物産振興と売上拡大を図るとともに、仕入率および経費の削減により収益改善に取り組みました。
また、不採算店舗 2 店を廃止し、安定的な運営資金の確保に努めた。

②旅行商品の造成と販売
　大手旅行会社とタイアップした旅行商品を、アフターコロナを見据え、継続的な実施により誘客促進を行っていく。
企業向けヘルスツーリズムプログラムを開発・販売、全国の企業の受け入れを開始。自主事業の１つとして継続的な収益化を目指す。

③石の文化の商品開発・販売
　日本遺産サミットのサテライト会場となった石切り場・石蔵などを活用した探訪ツアーやギャラリー活用、石材を活用した土産品の開発・販売を推進するとともに、地域の受入体制の構築を進めていく。特に、あわづ温泉周辺は那谷寺や日用苔の里、石切り場、里山自然学校などの資源が集積しており、教育旅行を含めた旅行商品づくりを推進する。

④平成 29 年 SAVORJAPAN の認定を受け、食文化海外発信事業に取り組んでおり、現在、農泊施設４か所が開業しており、訪日外国人の増加に寄与している

様式１

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

小松市は一般社団法人こまつ観光物産ネットワークに地域ＤＭＯとしての責務を担ってもらい、県・市・商工会などの他団体との役割分担や連携することにより、今後とも計画的かつ積極的なマーケティングとマネージングによる事業を展開します。

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】

他の先進的なＤＭＯの視察により運営ノウハウを学び、（一社）中央日本総合観光機構、（公社）石川県観光連盟と連携し情報共有を行い、役割の重複のないように努めている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	余野木　仁奈
担当部署名（役職）	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク　事務局
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91 番地
電話番号（直通）	0761-24-8394
ＦＡＸ番号	0761-23-6404
Ｅ－ｍａｉｌ	komanet@city.komatsu.lg.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	石川県小松市
担当者氏名	坂下　義視
担当部署名（役職）	国際文化交流部観光交流課（課長）
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91
電話番号（直通）	0761-24-8076
ＦＡＸ番号	0761-23-6404
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.komatsu.lg.jp

（登録）【地域DMO】（法人名：一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク）

様式２

記入日：　令和7年7月31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】
　石川県小松市
【設立時期】 平成25年10月1日
【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 新滝　祥子
【マーケティング責任者（CMO）】 山本ゆかり
【財務責任者（CFO）】 山本ゆかり
【職員数】 22人
（常勤3人（正規1人、市から派遣2人）、非正規19人、非常勤6人））
【連携する主な事業者】
【主な収入】
　収益事業　　249百万円、受取補助金　　85百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　観光PR事業　　43百万円、収益事業他　　284百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　小松市、粟津温泉観光協会、小松　商工会議所、北陸エアターミナルビルを含む会員数　245団体（R7.7時点）

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

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	10,000	22,000	26,000	30,000	34,000	
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（）
	実績	12,695	24,885	55,410			
		（－）	（－）	(681)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	365	500	600	700	800	
		(15)	(30)	(50)	(50)	(50)	（）
	実績	764	558	750			
		(6)	(6)	(13)			
●来訪者満足度（%）	目標	96.0	97.0	98.0	98.0	98.0	
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（）
	実績	97	74	78			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	28.0	70.0	71	72.0	75.0	
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（）
	実績	74	54	44			
		（－）	（－）	（－）			

戦略

【主なターゲット】
北信越、首都圏、関西・中京圏
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んであり、令和6年3月に北陸新幹線小松駅が開業し、小松空港とあわせた2大交通ターミナルにより、地域経済や観光業の発展が期待されている。
　現在、富山県南砺市と交流を始めており、さらにモノ・人の交流を深めていく。
　また、石の文化は市内全域に関連資源が集積しており、市が中心となって日本遺産認定を受けた。ものづくりのまちとして、産業観光等を中心に官民一体となって、南加賀・石川県全体の活性化へと効果を波及させていく。

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】
・小松市多言語観光ポータルサイト（R5リニューアル「こまつ観光ナビ」）やインスタグラム、Phoneアプリ等の開発、運営
・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信
【観光資源の磨き上げ】
・SAVOR JAPAN推進事業
・石の文化推進事業
・ヘルスツーリズム事業
【物産振興】
・アンテナショップ運営
【受入環境の整備】
・観光案内所の運営（JNTO認定外国人観光案内所カテゴリー1）
・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加
・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）

こまつ観光ナビ