様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和８年　１月　９日

１．観光地域づくり法人の組織

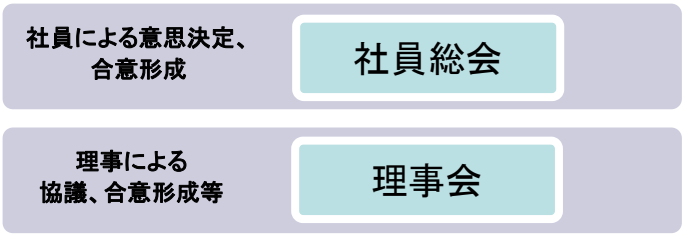
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）紀の川フルーツ観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	和歌山県紀の川市	
所在地	和歌山県紀の川市貴志川町神戸 802-1	
設立時期	平成 30 年 10 月 29 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの１年間	
職員数	8 人【常勤 2 人（正職員 1 人・出向等 1 人）、非常勤 6 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 中山　裕之 （出身組織名） 和歌山県農業協同組合	和歌山県農業協同組合の本部長として地域の様々なパイプ役となっており、在任期間中に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） 谷　直樹「専従」	紀の川フルーツ観光局として 4 年間勤務。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。 ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
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） 中谷　典史「専従」	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。 ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 谷　直樹「専従」	国内外のプロモーションに高い能力を持つ。

様式１

<table>
<tr><td>※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</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
横出　雄志「専従」</td><td>（株）東武トップツアーズに４１年間勤務。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">和歌山県紀の川市観光振興課
（事業評価、マーケティング、体制整備ほか）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">紀の川市観光協会
紀の川市商工会議所
紀北有田交通（二次交通）
粉河寺（文化財）
紀の里農業協同組合
紀の川フルーツ・ツーリズム　他</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【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
〔参考〕登録要件
①取締役、理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
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</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 colspan="2">住民参加型の物販イベントを開催。和歌山電鐵貴志駅前の交流スペースを利用促進。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【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>・令和 6 年度発信事業
観光 PR 動画の作成
東京、名古屋での旅行商品商談会へ参加
関西万博での物販 PR, 台湾での旅行商品 PR</td></tr><tr><td>受入環境の整備</td><td>・令和 6 年度受入事業
フルーツ収穫体験先の確立
・平成 30 年より貴志駅前観光交流拠点にて物販の展開。</td></tr></table></td></tr>
</table>

	観光資源の磨き上げ	・令和 6 年度事業 インバウンド富裕層向けに高付加価値旅行商品の造成

【定量的な評価】

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）紀の川フルーツ観光局が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財、民泊、アクティビティー、農林水産業、商工業等、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】** 

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】
紀の川市内全域

【区域設定の考え方】
紀の川市特産のフルーツを主体としているため、とりあえずは当市内のみで設定し、いずれは紀の川流域で連携した区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】
昨年度は 149 万人名の観光客が来訪した。コロナ禍以降、右肩上がりで増加中。

【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】
粉河寺、華岡青洲の里といった歴史・文化にふれる施設。フルーツ収穫の体験。パラグライダー、桃源郷のトラックを利用したスポーツ体験。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
ホテルルートインのほか、10 人程度宿泊可能な古民家含む民泊が 4 軒。老舗旅館 1 軒。

【利便性：区域までの交通、域内交通】
大阪より１時間圏内　（和歌山より３０分）

【外国人観光客への対応】
和歌山電鐵 貴志駅に多数の東南アジアのインバウンドが来ており、周辺の飲食店やフルーツ体験へ観光案内を実施しています。レンタサイクルによる２次交通整備も実施。

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。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	紀の川市役所観光振興課と連携して数値を取得。
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。
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。	Goole 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。	次年度より会員向けにアンケート調査を実施。

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

紀の川市は、元々 大阪近郊の地の利と温暖な気候を生かしたフルーツの生産が盛んな土地で、観光に力を注いでいなかった。ここにきて人口減少・後継者不足等の諸問題が出てきて、新たに法人（ＤＭＯ）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ようとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・年間を通じて各種フルーツが収穫できる点** **・和歌山電鐵貴志駅に有名なたまの猫駅長がおり、海外に知れ渡っている。**	**弱み（Weaknesses）** **･紀の川市の知名度が低く、都市としてのブランドイメージが希薄。**

様式１

外部環境	機会（Opportunity） ・大阪の中心から約１時間という地の利。	脅威（Threat） ・全国的な地域ブランドの飽和状態。

※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 香港、台湾、タイを中心としたインバウンド。
○選定の理由 和歌山電鐵 貴志駅の猫の駅長は東南アジアでは名の知れた観光ターゲットであること。 温暖な気候のため 年中フルーツの収穫が可能なこと。 ○取組方針 インバウンドとフルーツを組み合わせいかに市内に集客できるかを分析し、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。
○ターゲット層 フルーツ（特に桃）の購入に来る大阪・奈良ほか関西圏のファミリー
○選定の理由 わざわざフルーツの購入のために来られる関西圏の客こそが、本来のリピーターかと考える。 ○取組方針 フルーツ購入の客をいかに他の市内の観光・飲食につなげるか、そのコンテンツを磨き上げる
○ターゲット層
○選定の理由 ○取組方針

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	フルーツの生産コンセプトで他の地域と明確に違う設定すること。 貴志駅のインバウンドを市内に巡回させること。 フルーツ消費額の向上が地域の豊かさにつながるため、販路拡大および観光客数の増加を目指す。
②コンセプトの考え方	様々なフルーツを年間通して生産できること、また、近年発生している「糖度戦争（糖度の高さを競う動き）」に関与せず、昔より引き継がれている甘み・酸味・苦味・旨味をバランスよく取り入れたフルーツの生産方法を強みとし、他所にはないフルーツの味を活かす。 来訪が多いインバウンド、近隣日本人客をフルーツ消費へつなげる。

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。	※戦略の共有方法について記入すること 部会、ＨＰ、事業報告書の説明会
	総会、理事会、専門部会と それぞれ多様な関係者を交え、情報共有や戦略の検討を行う。 事業の計画や実施を進める部会には、各リーダー的立場の方々が参画し、事業へのサポート・ネットワークを生かした取り組みを進める。 行政とともに連携を図り、観光地域づくりを進める。
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	職員の観光知識増加のため、外部研修の受講を実施。 実力に応じて給与を取得する人事制度へ変更。
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	英語表記を伴う SNS 発信を実施。 多言語化対応した HP の刷新。 地域とつながりが深い旅行商品を台湾にて PR。

※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	8,100	8,500	8,900	9,300	9,700	10,100
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	9,696	13,050	10,784			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	13	43	44	44	45	45
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	12	74	66			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	93	94	95	96	97	98
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	99	99	99			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	82	83	84	85	86	87
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	80	73	78			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
以下の考えに基づき設定を行った。
①　フルーツツーリズムが目指す姿を数値目標として明確化することで、関係者が目標を共有しながらぶれない取り組みを行う。
②　取り組みの成果を数値によって確認することで、ＤＭＯが行っている事業の効果を常に検証する

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
来訪者に対し、食事代、買い物代、宿泊代に分けてアンケート調査を行い、観光客一人あたりの消費金額を割り出した。
●延べ宿泊者数
延べ宿泊者数 コロナ禍により宿泊者が大幅減となっているが、令和４年にルートインホテルが開業したことにより増加した。
●来訪者満足度
来訪者に対し、紀の川市での滞在自体の満足度としたアンケートを行う。
●リピーター率
こちらも来訪者に対しアンケートを実施しました。

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
●住民満足度（%）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●観光客数（万人）	目標	230	240	250	260	270	280
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	123	148	149			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●農産業出荷額（千万円）	目標	1900	1910	1920	1930	1940	1950
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	1801	1912	未集計			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●体験交流人口（人）	目標	10000	11000	12000	13000	14000	14000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4230	4062	4,398			
		（ ）	（ ）	（ ）			

来年度より実施

農水省のデータ待ち

※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】
フルーツツーリズムが目指す姿を数値目標でとらえた。

【設定にあたっての考え方】
●住民満足度
来年度より当局の会員に向けてアンケートを実施し、集計を開始。

●観光客数
市の観光動態調査から取得。

●農産業出荷額
農林水産省から取得。フルーツツーリズムには欠かせない要件である。

●体験交流人口
住民や事業者、各種関係組織が来訪者との交流を通じ、地域のファンづくり、ブランド化を推進。

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。

様式１

（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	**３１６７９（千円）**	【紀の川市からの補助金】　２１６００（千円） 【収益事業】　６６００（千円） 【受託事業収入】　３４７２（千円） 【その他の収入】　７（千円）
2023（Ｒ５） 年度	**２９４６６（千円）**	【紀の川市からの補助金】　２１４００（千円） 【収益事業】　４８５０（千円） 【受託事業収入】　３２１０（千円） 【その他の収入】　６（千円）
2024（Ｒ６） 年度	**２６０２８（千円）**	【紀の川市からの補助金】　１７１５２（千円） 【収益事業】　５６６０（千円） 【受託事業収入】　３２１０（千円） 【その他の収入】　６（千円）
2025（Ｒ７） 年度	**２７１６４（千円）**	【紀の川市からの補助金】　１６９７８（千円） 【収益事業】　６７８６（千円） 【受託事業収入】　３３９４（千円） 【その他の収入】　６（千円）
2026（Ｒ８） 年度	**２５０３０（千円）**	【紀の川市からの補助金】　１５０００（千円） 【収益事業】　５０００（千円） 【受託事業収入】　５０００（千円） 【その他の収入】　３０（千円）
2027（Ｒ９） 年度	**２５０３０（千円）**	【紀の川市からの補助金】　１５０００（千円） 【収益事業】　５０００（千円） 【受託事業収入】　５０００（千円） 【その他の収入】　３０（千円）

（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	**３２８２７（千円）**	【管理費】　１４１３７（千円） 【事業費】 旅行商品開発費　１１４６０（千円） プロモーション　２９２８（千円） マーケティング調査　８３０（千円） 観光交流拠点管理受託　３４７２（千円）
2023（Ｒ５） 年度	**３１０５４（千円）**	【管理費】　１４６１４（千円） 【事業費】 旅行商品開発費　１０９００（千円） プロモーション　１５００（千円）

様式１

		マーケティング調査　　８３０（千円） 観光交流拠点管理受託　３２１０（千円）
2024（Ｒ６） 年度	**２６０８４（千円）**	【管理費】　　１４５６４（千円） 【事業費】 旅行商品開発費　　６４８０（千円） プロモーション　　１０００（千円） マーケティング調査　　８３０（千円） 観光交流拠点管理受託　３２１０（千円）
2025（Ｒ７） 年度	**２９４３９（千円）**	【管理費】　　１９５５９（千円） 【事業費】 旅行商品開発費　　１７６０（千円） 物販商品仕入費　　４４５０（千円） 二次交通推進事業　　８４０（千円） プロモーション　　２０００（千円） マーケティング調査　　８３０（千円）
2026（Ｒ８） 年度	**２９６５０（千円）**	【管理費】　　２００００（千円） 【事業費】 旅行商品開発費　　１５００（千円） 物販商品仕入費　　４５００（千円） 二次交通推進事業　　８００（千円） プロモーション　　２０００（千円） マーケティング調査　　８５０（千円）
2027（Ｒ９） 年度	**２９６５０（千円）**	【管理費】　　２００００（千円） 【事業費】 旅行商品開発費　　１５００（千円） 物販商品仕入費　　４５００（千円） 二次交通推進事業　　８００（千円） プロモーション　　２０００（千円） マーケティング調査　　８５０（千円）

（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

物販と旅行商品販売を中心とした、できる限りの自力運営に力をいれていきます。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

紀の川市は観光協会と DMO が協力し、観光アクションプランを実施します。

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】
特におこなっていない。

【区域が重複する背景】
和歌山市から橋本までの紀の川流域

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
特に分担はしていない。

【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】
今後は、高野山麓ツーリズムビューローと協力を希望します。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	谷　直樹
担当部署名（役職）	事業部（次長）
郵便番号	６４０－０４１３
所在地	和歌山県紀の川市貴志川町神戸８０２－１
電話番号（直通）	０７３６－７９－３７００
ＦＡＸ番号	０７３６－７９－３７０３
Ｅ－ｍａｉｌ	tani@kinokawa-dmo.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	和歌山県　紀の川市
担当者氏名	北村　光也
担当部署名（役職）	紀の川市役所　観光振興課（副班長）
郵便番号	６４９－６４９２
所在地	和歌山県紀の川市西大井３３８
電話番号（直通）	０７３６－７７－０８４３
ＦＡＸ番号	０７３６－７９－３９２８
Ｅ－ｍａｉｌ	kitamura-001@city.kinokawa.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域DMO】一般社団法人　紀の川フルーツ観光局

様式２

記入日：　令和7年8月12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】
　和歌山県紀の川市
【設立時期】　平成30年10月29日
【設立経緯】
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】　中山　裕之
【マーケティング責任者（CMO）】　谷　直樹
【財務責任者（CFO）】　谷　直樹
【職員数】　７人（常勤３人（正職員１人・出向等２人）、非常勤４人）
【主な収入】
　紀の川市からの補助金　16978千円、収益事業　6786千円、受託事業　3394千円、その他　6千円（R7年度予算）
【総支出】
　管理費19559千円、旅行開発費1760千円、物販仕入4450千円、二次交通840千円、PR2000千円、マーケティング調査830千円（R7年度予算）
【連携する主な事業者】
　紀の川市観光協会

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	8,100（　）	8,500（　）	8,900（　）	9,300（　）	9,700（　）	10,100（　）
	実績	9,696（　）	13,050（　）	集計中（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	13（　）	43（　）	44（　）	44（　）	45（　）	45（　）
	実績	12（　）	74（　）	集計中（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	93（　）	94（　）	95（　）	96（　）	97（　）	98（　）
	実績	99（　）	99（　）	集計中（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	82（　）	83（　）	84（　）	85（　）	86（　）	87（　）
	実績	80（　）	78（　）	集計中（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　香港、台湾、タイを中心としたインバウンド
　関西圏ファミリーのフルーツ購買者、また、
　その富裕層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　物販販売および観光案内

【観光地域づくりのコンセプト】
　フルーツのメニュー等で他の地域と明確に違う設定にする。貴志駅のインバウンドを市内に巡回させる。

具体的な取組

【観光資源の活用】
・着地型旅行商品の企画、販売
　ファミリー層・団体向けのフルーツ体験の整備。
　富裕層向けの高付加価値なフルーツ体験の造成。
・観光特産品の販売
　フルーツ生果、加工品を中心とした観光特産品を観光案内所にて販売。
　また、各地でのイベントへ出展し、収益増加を狙うとともに観光特産品のPRを実施。

【情報発信・プロモーション】
・HP、SNSでの観光情報発信
・観光PR動画の作成
・関西万博での観光情報発信