

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 15 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 ○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	多気町商工会	
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 三重県多気町	
所在地	三重県多気郡多気町	
設立時期	平成19年4月1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	7人【常勤7人（正職員4人・臨時職員2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） 松浦 信男 （出身組織名） 多気町商工会 多気町観光協会	平成24年5月より多気町商工会長として、多気町の商工業振興に貢献してきた。また平成27年6月より多気町観光協会の会長に就任し、地域の観光振興への展開等に積極的に取り組んでいる。
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） 高橋 勝利「専従」 （出身組織名） 多気町商工会	令和7年4月1日に多気町商工会に配属。それまで玉城町商工会で12年勤務しており、主に小規模事業者の経営力の向上に従事してきた。事業者の決算資料を基に、経営分析や金融支援を始め、事業計画の策定、販路開拓の支援など、事業者に寄り添って支援を行う伴走型支援を進めている。現在は多気町商工会の事務局長として、行政、地域事業者等との連携、調整の役割も担っている。
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） 中西 佳代「専従」 （出身組織名） 多気町商工会	平成26年に、度会町商工会に入職後、商工業者の記帳等を担当。そして平成30年で正職員になり、商工会における記帳・財務分析等を手掛ける。令和5年に多気町商工会に配属。12年経理、財務業務を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 宗林 翼	食品関連企業で6年間、製造・販売に従事した後、度会町商工会に入職後、大台町商工会へ配属。そして令和5年4月1日に多気町商工会へ配

※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) 多気町商工会	属。大台町商工会在籍時には大台町観光協会の運営にも携わっており、その手腕を多気町観光協会でも発揮している。現在は、多気町の文化や産業をPRするなど、製造・販売の実務経験の強みを活かし、多気町への観光誘致に取り組んでいる。
	(氏名) 堀江 勝昭 (出身組織名) 多気町商工会	明和町商工会、小俣町商工会、度会町商工会を経て、令和元年に多気町商工会に配属。 以来34年間にわたり、小規模事業者の支援において、新商品開発や販売ルートの確立支援、地域の市場動向分析、マーケティングリサーチなど、多岐にわたるマーケティング業務を担当。 また、企業同士のマッチングや、6次産業化における一次産業と企業の連携支援など、幅広い視点で地域産業の活性化に取り組む。
	(氏名) 小原 稜平 (出身組織名) 多気町役場 地域おこし協力隊	平成30年、日本商工会議所主催・販売士1級を当時最年少合格。令和2年にコンサルティング事務所を立ち上げ、商工会議所等での専門家や教育機関での非常勤講師として活動。令和4年10月にEntrepreneur WORLD合同会社を設立し、商業施設向け社内イベント事業や教育向けダンス事業を展開。また令和7年3月より多気町地域おこし協力隊（観光地域づくり担当）に就任。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	(氏名) 西本 麻弓 (出身組織名) 多気町商工会	イベント企画から運営までの実務経験を強みに、今年より多気町商工会に配属。主に地域イベントの企画・運営を担当し、商工会におけるプレスリリースなどPR業務にも携わっている。その活動を通じて、地域の交通事業者とも良好な関係を築き、周遊型観光の促進にも取り組んできた。
	(氏名) 鳥井 もも (出身組織名) 多気町商工会	個人のブログやホームページ制作、ソーシャルメディアの運用など多岐にわたるマーケティングコミュニケーションを強みとし、令和4年には、多気町商工会に勤務。現在も商工会の運用等を行う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	三重県多気郡多気町 企画調整課（観光・商工業との連携及び支援、ハード面での受入環境整備） デジタル戦略室（観光・商工業との連携及び支援、ハード面での受入環境整備） 環境生活課（観光・商工業との連携及び支援、ハード面での受入環境整備）	
連携する事業者名及び役割	一般社団法人医食同源みえ（特産品販売・新商品開発・アクティビティ事業の運営・飲食店・宿泊施設運営） 株式会社グリーンズ（宿泊施設運営） 多気郡農業協同組合（特産品販売・飲食店） 青木バス株式会社（交通事業者） 株式会社ホンダカーズ三重（交通事業者） 株式会社ウェバレッジ（動物園運営） 有限会社せいわの里（特産品販売） 元祖麦とろろ 伊勢いも料理柑里（飲食店） 女鬼峠保存会（アクティビティ事業の運営） 奥伊勢ツーリスト（観光事業者）	

	<p>アポロスペースフラワー合同会社（観光資源関係） 多気語り部会（観光資源関係） 株式会社地域資源バンクNIU（インバウンド関係）</p>
<p>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</p>	<p>【該当する登録要件】①②</p> <p>多気町商工会では、通常総会を年1回、理事会を年5回、他各部会を年5回行っている。また通常総会、理事会とは別に、2025年7月に新たに多様な関係者との合意形成の場として、多気町商工会DMO推進協議会を新設し、町づくりを念頭においた観光産業の活性化に寄与する活動も行っている。多気町商工会DMO推進協議会は、商工会役員と行政、文化、農業、交通事業者等の連携する事業者とで構成されており、事業の進捗状況やKPIの達成状況等について検討している。また多気町商工会は、多気町観光協会の運営・事務も行っている。</p> <p>地域住民に対しての意識啓発・参画促進については、多気町観光協会や行政との連携を行いながら、交通アクセスの整備や、観光資源の磨き上げ、観光関連関係者との協働といったことを行っている。</p> <p>◆直近の開催</p> <p>通常総会 : 令和7年5月20日 理事会 : 令和7年6月24日 商業部会 : 令和7年7月08日 工業部会 : 令和7年3月29日</p> <p>●多気町商工会DMO推進協議会</p> <p>令和7年7月、多気町における観光地形成を念頭においた観光産業の活性化に寄与することを目的として、宿泊、交通、農業、文化、行政など、幅広い分野の観光関連事業者を構成員とする新たな組織を設置し、体制を拡充。これまで設置していた「多気町商工会観光委員会」と「事業推進ワーキンググループ」は、多気町商工会DMO推進協議会に統合し、意思決定の迅速化や効率的な事業推進を図る。</p> <p>第一回 多気町商工会DMO推進協議会 : 令和7年7月4日</p> <p>●（移行）多気町商工会観光委員会＝DMO （※2025年7月時点で、多気町商工会観光委員会を廃止し、多気町商工会DMO推進協議会に統合）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年6月に、さらなる多気町の観光地形成づくりを念頭においた観光産業の活性化に寄与するよう設置していたが、新たに設置した多気町商工会DMO推進協議会に移行をした。 <p>●（移行）事業推進ワーキンググループ （※2025年7月時点で、多気町商工会DMO推進協議会に統合）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多気町商工会観光委員会を中心に、各地域の活動グループとともに事業のPDCAサイクルを実践し効率の良い事業を実施していくため協議していたが、多気町商工会DMO推進協議会に統合。 <p>◆直近の開催</p> <p>第1回多気町観光ビジョンワークショップ : 令和3年10月28日 第2回多気町観光ビジョンワークショップ : 令和3年11月17日 第3回多気町観光ビジョンワークショップ : 令和3年12月15日</p>

<p>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</p>	<p>令和2年から、多気町商工会と多気町観光協会が共催して実施している「多気町観光フォーラム」では、地域住民に対して観光地域づくりに関する意識啓発と参画促進の取り組みを行っている。</p> <p>多気町商工会と女鬼峠保存会は協力し、女鬼峠を将来的に世界遺産として登録できるよう、推進活動を進めている。女鬼峠は、伊勢参りから熊野詣へ向かう途中に位置する峠であり、江戸時代には非常に人通りの多い道であった。この歴史的背景を後世に伝えようとしているのが、女鬼峠保存会である。また、多気町は小規模ながら宿場町としても栄えた地域であり、周辺には多くの名所が点在している。これらを「点」ではなく「線」としてつなぐ活動を行っているのが、「多気の語り部会」である。このような地域の歴史や文化を次世代に伝えることを目的として開催されているのが、多気町観光フォーラムである。さらに、地域の観光資源を活用し、それらを体系的に取りまとめていく組織として「DMO（観光地域づくり法人）」がある。フォーラムでは、このDMOの役割や意義を理解してもらうため、「DMO経営分類」に関する講演も併せて実施した。</p> <p>◆住民向けセミナーの開催 多気町観光フォーラム：令和5年3月26日 多気町観光フォーラム：令和6年3月24日 多気町観光フォーラム：令和7年3月22日</p> <p>令和6年度には、多気町・松阪市・大台町を対象としたライドシェアサービスを、多気町役場や三重広域連携スーパーシティ推進協議会をはじめ、現地の観光関連事業者らと協力し、多気町の住民向けにサービスを提供し、観光地域づくりの参画促進にも取り組む。</p> <p>◆ライドシェアサービスによる住民向け参画促進の開催 住民向け観光地域づくり参画促進：令和7年3月10日～21日</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1245 619 1290">事業</th> <th data-bbox="619 1245 1410 1290">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1290 619 1693"> 情報発信・プロモーション </td> <td data-bbox="619 1290 1410 1693"> 時 期：令和7年度 事業名：多気町観光魅力発信事業 内 容：本事業は、多気町内に位置する観光関連事業者や経営者らと共に、「多気町の観光にまつわる魅力発信」など、一元的かつ効率的に観光情報等を発信する多気町観光魅力発信事業である。Apple PodcastやAmazon Music、Spotifyなどさまざまな各種プラットフォームに配信し、多気町観光の魅力を座談会形式で、多気町内に位置する観光関連事業者や経営者らと語り、地域内のみならず地域外への情報発信を行う。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1693 619 1980"></td> <td data-bbox="619 1693 1410 1980"> 時 期：令和6年度 事業名：多気町周遊観光施策事業 内 容：本事業は、VISIONを起点としてイベントによる集客を図り、多気町への滞在・観光へとつなげる流れを創出し、地域内での周遊を促進させることを目的としている。デジタルスタンプラリーや、コンテンツの開発を通じて、多気町の観光資源の魅力向上を目指すべく実施。 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	時 期：令和7年度 事業名：多気町観光魅力発信事業 内 容：本事業は、多気町内に位置する観光関連事業者や経営者らと共に、「多気町の観光にまつわる魅力発信」など、一元的かつ効率的に観光情報等を発信する多気町観光魅力発信事業である。Apple PodcastやAmazon Music、Spotifyなどさまざまな各種プラットフォームに配信し、多気町観光の魅力を座談会形式で、多気町内に位置する観光関連事業者や経営者らと語り、地域内のみならず地域外への情報発信を行う。		時 期：令和6年度 事業名：多気町周遊観光施策事業 内 容：本事業は、VISIONを起点としてイベントによる集客を図り、多気町への滞在・観光へとつなげる流れを創出し、地域内での周遊を促進させることを目的としている。デジタルスタンプラリーや、コンテンツの開発を通じて、多気町の観光資源の魅力向上を目指すべく実施。
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	時 期：令和7年度 事業名：多気町観光魅力発信事業 内 容：本事業は、多気町内に位置する観光関連事業者や経営者らと共に、「多気町の観光にまつわる魅力発信」など、一元的かつ効率的に観光情報等を発信する多気町観光魅力発信事業である。Apple PodcastやAmazon Music、Spotifyなどさまざまな各種プラットフォームに配信し、多気町観光の魅力を座談会形式で、多気町内に位置する観光関連事業者や経営者らと語り、地域内のみならず地域外への情報発信を行う。						
	時 期：令和6年度 事業名：多気町周遊観光施策事業 内 容：本事業は、VISIONを起点としてイベントによる集客を図り、多気町への滞在・観光へとつなげる流れを創出し、地域内での周遊を促進させることを目的としている。デジタルスタンプラリーや、コンテンツの開発を通じて、多気町の観光資源の魅力向上を目指すべく実施。						

受入環境の整備	<p>時 期：令和6年度 事業名：共助型ライドシェア「せいわごん」事業 内 容：本実証事業は、自動車工業会が掲げる「MSP 構想」の実現に向けた共助型ライドシェアサービスを具現化させるための課題抽出のために、三重県多気町において住民同士による「共助型ライドシェアサービス」の必要性を検証するために実施した事業である。</p>
	<p>時 期：令和6年度 事業名：地域新Ma a S創出推進事業 内 容：本事業は、多気町・松阪市・大台町を対象としたライドシェアサービスを、多気町役場や三重広域連携スーパーシティ推進協議会をはじめ、現地の観光関連事業者らと協力し、多気町の住民向けにサービスを提供する事業である。</p>
	<p>時 期：令和7年度 事業名：自動運転実証調査事業 内 容：本事業は、令和6年度にVISION構内での自動運転バス定常運行を実施し、次に「VISION」から「ふれあいの館」間で、公道で走らせる事業を検討中。さらに将来的には、「ごかつら池ふるさと村」等、多気町内の他の観光地にも順次拡大させることを検討している。</p>
	<p>時 期：令和6年度 事業名：美村プロジェクト事業 内 容：本事業は、三重県の中南勢に位置する多気町・明和町、大台町、度会町、大紀町、紀北町の5町を1つの「美村（びそん）」としてブランド化し、デジタルを活用した魅力的な地域づくりを推進する事業である。デジタル通貨や地域・観光ポータルサイト、多気町以外の観光地へも周遊を促進させるなど、多気町を含む5町が連携して実施。</p>
観光資源の磨き上げ	<p>時 期：令和6年度 事業名：地域観光新発見事業 内 容：本事業は、伊勢神宮へと続く街道沿いに古くからの文化的な施設を有する美村地域での観光事業である。「伊勢参宮街道・熊野古道」沿いの古民家やカフェ、ホテルや地元の食材を活かしたレストランと連携し、TVアニメーション『忍たま乱太郎』とのコラボによる集客も加味して、ツアールート及び観光ツアーを作成し、観光資源の磨き上げや魅力発信を実施。</p>
	<p>時 期：令和6年度 事業名：自動運転実証調査事業 内 容：本事業は、多気町内に地域住民が集い、自動運転バスの発着拠点となるコミュニティハブを設置し、外出及び住民同士の交流機会を増やすことで、地域とのつながりによるQOL向上や、健康増進に加え、日常の困りごと・有事の際の助け合い基盤構築を図ることを目的に、多気町内の観光地における自動</p>

運転実証調査事業による受入環境整備を行う。

【定量的な評価】

●観光入込客数（人）

	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
観光入込客数	296, 819	261, 195	269, 718	249, 804	341, 771

●宿泊者数（人）

	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
宿泊者数	1, 000	2, 000	40, 454	101, 083*	103, 309

*R04 年度より民間事業者（1 社）、R05 年度より 1 社追加。

●多気町観光協会ホームページ閲覧数（回）

	R 4	R 5	R 6
HP 閲覧数	19, 581	69, 759	70, 309

●令和 6 年度 自動運転実証調査事業

	乗車人数	乗車人数 （%）	レベル 4 走行数	需要・社会受容性
目標値	4, 500 人/ 半年	80%	30 便	90% ※ 1
実績値	4, 353 人/ 半年	98%	33 便	90% ※ 1

※1 サンプル数 170 名

（高齢者乗車体験イベント、町内イベント増車体験ブース）

●令和 6 年度 多気町周遊観光施策事業（コンテンツ開発）

	消化金額	インプレッション 数	リンククリック数	CPM ※1	CPC ※2	CTR ※3
コンテンツ開発	500, 000	609, 103	8, 736	¥820. 9	¥57. 2	1. 43%
	参加登録数	参加ユニーク数	スタンプ取得数	達成率	引換数	
PR 関係 （スタンプラリー）	333	270	731	176	130	

※1 CPMとは、広告 1, 000 回あたり単価のこと

※2 CPCとは、リンククリック単価のこと

※3 CTRとは、広告表示のうち、クリックされた回数の割合のこと

実施体制

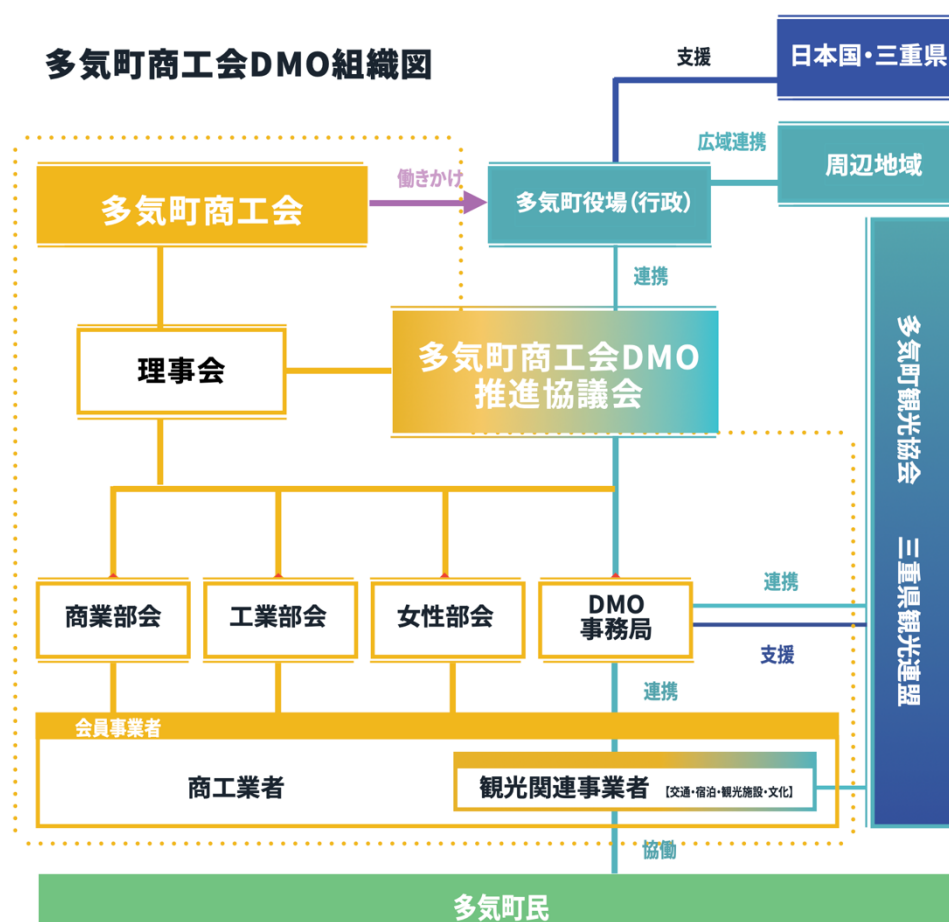
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

多気町観光協会の運営を担う多気町商工会を母体とし、行政、宿泊業者、観光事業者、飲食業者、農業事業者など、さまざまな関係機関・団体が加わり、緊密に連携しながら事業を推進している。

また、質の高い観光の受け入れ体制や地域理解の深化の実現に向けて、多気町の周遊観光施策やMaaS（Mobility as a Service）推進、自動運転の実証、観光関連事業者との連携による一元的かつ効率的なポッドキャストによる情報発信にも注力している。多気町および周辺地域、地域関係団体と連携し、官民が密接な協力しながら運営を行っている。

【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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

三重県多気町は、2005年に多気町と勢和村が合併して誕生した町である。松阪牛で有名な松阪市の隣に位置し、伊勢市にも近く、三重県のほぼ中央に位置する人口約1万4千人程度の小さな町である。

一級河川の「橿田川」と、2006年から6年連続で「清流日本一」に選ばれている「宮川」に挟まれた、肥沃な農地の広がる農業が盛んな町でもある。一方で、小売業の年間販売額は、2004年に100億円を突破し、2008年に商業施設クリスタルタウンが完成し、2015年には140億円に達した。

また、多気町は前述したとおり肥沃な農地や山林、河川など自然環境に恵まれた地域であり、「多気」という地名は”いのち”を意味する「気」、そして”食べ物のたくさん取れるところ”から多気町と名付けられたとされている。

① 世界遺産登録に向けて

三重県多気町には、熊野古道の一つ『女鬼峠（めきとうげ）』がある。かつては整備が不十分であったため、前回の世界遺産登録には至らなかったが、現在も引き続き世界遺産に向けた活動中が行われている。

熊野三山を目指す巡礼者たちは、お伊勢参りを終えた後、伊勢路の出発地点である田丸で巡礼衣装に着替え、熊野三山を目指した。熊野街道（伊勢路）で最初に越える峠が女鬼峠ある。女鬼峠は昼間でも薄暗く、千枚岩の岩盤を切り通した道には、古道の歴史が色濃く感じられる。

② アクティビティ

三重県多気町は、ごかつら池ふるさと村やVISION（ヴィゾン）がありアクティビティが充実している。ごかつら池ふるさと村には、スワンボートや三重県内で有名なバス釣りができる池があり、みかん狩りも楽しめる。VISIONでは、オフロードバギーが人気のアクティビティである。また、町内を流れる宮川や櫛田川では、カヌー下りなどの水上アクティビティも盛んに行われている。

③文化財の町

町内には多くの文化財があり、多くの人を訪れている。

・長盛寺（ちょうせいじ）

櫛田川の中流域、JR紀勢本線「相可駅」からほど近い場所に位置する寺院。所蔵されている「薙刀（なぎなた）」は国の重要文化財に指定されており、刃渡り65cm、柄の長さ71cm、暦応5年（1342年）の作である。名工・直次（佐兵衛尉（さひょうえのじょう））の銘が刻まれている。

寺伝によれば、この薙刀は天正4年（1576年）、北畠具教（とものり）が三瀬の館で討たれた後、その一族が柘原（大台町）に移り、弔いのために所持していたとされている。

・法泉寺（ほうせんじ）

天啓公園の旧法泉寺は、填啓（てんけい）上人が万治2年（1659年）にこの地に小庵を結んだのが始まりで、のちに正徳5年（1715年）、梅嶺（ばいれい）和尚によって開山された。以来300年、南勢黄檗（おうばく）宗の名刹として知られ、多くの文人がここを訪れた。

現在は「天啓公園」として町が管理しており、涵翠池（かんすい池）やモミジの美しさが見どころとなっている。

・普賢寺（ふげんじ）

本尊の普賢菩薩は、国の重要文化財に指定されている。普賢菩薩は、像高92cm、クスノキの一木造り、平安前期の作とされる。神秘的な雰囲気の中にも親しみやすさを感じさせる姿であり、江戸時代の人々は「美人の典型」としてあがめられた。

創建年代：奈良時代

・丹生大師神宮寺（にゅうたいしじんぐうじ）

三重県多気郡多気町にある真言宗山階派の寺院で、山号は丹生山。正式には「女人高野山丹生山神宮寺成就院」と称し。通称「丹生大師」と呼ばれる。丹生神社の神宮寺として建立された。

高野山が女人禁制であったのに対し、女性の参詣も認められていたことから「女人高野」とも称される。通称の「丹生大師」とは、弘法大師・空海を指す。

・西導寺（さいどうじ）

浄土宗の寺院で、徳蓮社善誉の開創と伝えられている。国の重要文化財に指定されている絹本着色法然上人絵伝（けんぽんちゃくしよく ほうねんしょうにん えでん）が大切に保存されている。

創建年代：1469年（文明元年）

・近長谷寺（きんちょうこくじ）

真言宗山階派に属し、「丹生山近長谷寺」と称する。当寺は、仁和元年（885年）伊勢の国の豪族、飯高宿禰諸氏によって、人皇五八代光孝天皇の勅願所として、内外近親等に勧進して建立されたものである。

本尊の「十一面観音立像」は、国指定の重要文化財で、象高6.6m。直立の寄木造りの巨像で、肩からの天衣は裳裾にて二重の円弧を描き、両手の端から垂れた天衣は垂直に近く、大きな曲線を描いて左右に垂れているため、この像をすらりとした壮麗な姿にしている。

衣文は彫り浅く流麗な藤原調で、裾には平安前期式の鋭い衣のしわが作られ、そこに一木造りのような力強さを示している。

・金剛座寺（こんごうざじ）

白鳳2年（673年）に建てられた、藤原鎌足・不比等ゆかりの寺と伝えられており、行基や西行伝説も残されている。山頂からは伊勢の町や天気の良い日には富士山まで一望できる。

・佐那神社（さなじんじゃ）

天岩戸伝説で天照大神が隠れた天の岩戸を開けて世界に光を取り戻した、手力男命（たぢからおのみこと）を祀る神社です。

・相可上神社（おおかがみじんじゃ）

神話「天の岩戸開き」の三大神が祀られており、ここ相鹿上神社には「文章力の上達」「演出力の上達」「字の上達」「学業成就」など文筆の神様・天児屋根命（あめのこやねのみこと）が祀られている。

・丹生神社（にゅうじんじゃ）

延喜式神名帳、飯高郡九座の一つ。往古、この地の山々より多くの水銀を掘り出し、伊勢の両宮へ貢いだ事は外宮旧事記等にも記載されており、この神社には金山槌・金山樋等の神宝がある。

【観光客の実態等】

三重県下最大級の複合リゾート施設と言われるVISONがあり、人口約1万4千人の町に対して、年間の入込客数は350万人とされている。豊かな自然や文化的背景をもつこの土地に、「癒・食・知」を求めて多くの人々が来場している。ごかつら池ふるさと村の年間入り込み客数は約30万人とされ、大半が多気町に隣接する市町からの来訪者であり、アクティビティや買い物を目的に訪れている。文化財関連施設の入込客数は1万人以下にとどまっている。今後の課題としては、VISON及びごかつら池ふるさと村を訪れる観光客を、いかに他の町内施設へ周遊させた上で、魅力ある地域資源を知ってもらうか、またその道中をもコンテンツに変えて新しい観光コンテンツを造成していくかが重要であると考えている。

【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：VISON（ヴィソン）、ごかつら池ふるさと村

商業施設：マルシェグランマ（ごかつら池ふるさと村）、元丈の館

自然：宮川、櫛田川、ごかつら池ふるさと村

文化：長盛寺、法泉寺、普賢寺、丹生大師神宮寺、西導寺、近長谷寺、金剛座寺、佐那神社、相鹿上神社、丹生神社

文化人物：野呂元丈、西村廣休

スポーツ：釣り、カヌー

イベント：おいなまつり

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

ホテル：HOTEL VISON、ホテルエコノ多気、勢山荘

キャンプ場・ロッジ：ごかつら池ふるさと村、勢山荘

【利便性：区域までの交通、域内交通】

●一次交通

【名古屋から】約1時間30分

電車：近鉄名古屋線（松阪駅）～JR紀勢本線（多気駅）

車：名古屋高速 → 東名阪自動車道 → 伊勢自動車道（勢和多気IC）

【大阪から】約2時間

電車：近鉄大阪線（松阪駅）～JR紀勢本線（多気駅）

車：阪神高速 → 名神高速道路 → 東名阪自動車道 → 伊勢自動車道（勢和多気 I C）
 南紀特急バス（三重交通）松阪駅 → V I S O N
 高速バス（青木バス）東京 → V I S O N

●二次交通

でん多（町内タクシー）

【外国人観光客への対応】

今までインバウンド旅行者をターゲットとしてこなかった。しかし V I S O N はインバウンド旅行者をターゲットとしているため、他の施設事業者もターゲットとし始めた。しかし V I S O N のオープンはコロナ禍であったため、他の施設事業者はインバウンド旅行者対応のノウハウは持っておらず今後 D M O 等の支援が必要とされている。

今後、D M O としては、町内に訪れる訪日外国人旅行者に対して安心して快適に滞在できる環境づくりを目指すべく、訪日外国人が保有する N F C 搭載のスマートフォンを町の案内看板等にかざすと、多言語対応したサイトページに遷移し、訪日外国人が町を周遊しやすくなるような仕組みづくりを無線周波数識別技術で使われるタグなどを用いて形成することを検討している。そして訪日外国人旅行者のアクセスログなども D M O が収集することで、訪日外国人旅行者の動向を分析し、さらに安心して快適に滞在できる環境づくりを行えるかの協議を進めていく。

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。	多気町内における観光事業者への聞き取りにより収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊事業者からの協力による調査
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。	三重県が実施する三重県観光客実態調査報告書をもとに把握
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。	三重県が実施する三重県観光客実態調査報告書をもとに把握
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 Search Console を活用して把握
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。	多気町役場が実施した住民向けアンケート「観光・歴史」項目を参考に記載

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

1. 多気町が直面する地域課題

当地域には、多くの文化財や体験型観光資源が存在するものの、認知度が低く、旅行者の数は限られている。季節を問わず地域を訪れ、滞在する“アクティブな観光客”の獲得が、恒常的な課題となっている。また、夜間に営業している店舗が少ないことから、来訪者の夕方以降の滞在は、ほとんど見られず、滞在時間が短い点が課題である。

さらに、二次交通の面でも課題があり、観光地間の距離が長いから、来訪者の移動に際してコスト負担が増す要因となっている。

2. これまでの取り組み

上記1. で挙げた課題を解決するため、当地域における周遊観光の促進を加味した住民満足度の向上を目的として、MaaS (Mobility as a Service) の推進を図り、多気町への来訪者受け入れ体制の整備に向けて、自動運転の実証実験などを通じてその可能性を探ってきた。また、VISONを基点に、イベントによる集客を図り、デジタルスタンプラリーの実施やツアールート・コンテンツ開発などを通じて、多気町観光の流れを形成する体制も整えてきた。さらに、地域内の観光関連事業者や民間事業者と連携し、多気町の観光資源の魅力を発信するための一元的かつ効率的な情報発信であるポッドキャスト発信体制も構築している。

3. 今後の展望

既存の取り組みをさらに強化するため、本年度より、観光関連事業者との本格的な協働による多気町の観光地形成に向けて、「多気町商工会DMO推進協議会」を新たに設置した。集客力のあるVISONから町内の観光地へと誘導していくために、観光地間における自動運転の実証実験などのMaaS (Mobility as a Service) の推進を図り、周遊を可能とする仕組み形成を目指す。また多気町観光振興計画に基づき、「ガストロノミー」「街道」「学び」といった重点キーワードをもとにした新しい観光商品の造成なども観光関連事業者と連動して協働する。さらに、地域の認知度向上を目的に、観光の魅力を発信するポッドキャストのコンテンツを一層魅力的に磨き上げるとともに、SNS等と連携した統合的なアプローチにより、一元的かつ効率的な情報発信を展開していく。

4. 上記1. ～3. の背景

上記1. ～3. の取り組みの背景には、以下のような外部環境の要因がある。政治的要因としては、国際的なイベントである大阪・関西万博の開催による波及効果や地方創生交付金などの活用の可能性が挙げられる。経済的要因としては、インバウンド市場の景気動向や、円高・円安といった為替の変動がインバウンドおよびアウトバウンド観光に与える影響がある。そのほかにも社会的要因には、人口減少に伴う労働力の不足や高齢化の進行があり、技術的要因としては、EVやMaaSの普及による移動手段の多様化に加え、AI・VR・ARの観光分野への応用、高速インターネット環境の整備、ライブコマースといった新たな販促手法の登場が挙げられる。これらの外部環境に関する分析をもとに、町内における内部環境の強み・弱みと組み合わせることで、来訪者にとっても魅力ある観光地形成を図り、観光コンテンツや体験型アクティビティの造成に取り組んでいく。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産登録を目指している女鬼峠があり、宮川・櫛田川という2つの清流河川あるなど、自然豊かな環境である。 ・ごかつら池ふるさと村のみかん狩りやヴィソンのバギーなどのアクティビティ体験 ・宿泊施設もHOTEL VISON、ホテルエコノ、ごかつら池ふるさと村、勢山荘があり色々な形の宿泊が楽しめる。 ・前川次郎柿など、品種改良・栽培技術が生む希少な農産物 ・文化財が豊富にある。 ・全国的に有名な「高校生レストラン まごの店」：地域の食文化を担う教育拠点 ・名古屋・大阪方面からの主要幹線道路のアクセスの良さ（インター至近） 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光産業者が少ない ・観光をPRするためのツールが無く、また開発し活用するのが弱い。 ・二次交通が少ない ・観光客におけるリピート率の低さ ・海との隣接がない

	<ul style="list-style-type: none"> ・ V I S O Nによる波状的町内業者への潤い 	
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コロナが第5類になったためインバウンド旅行者の増加 ・ 情報過多社会における真の体験や癒しを求めるニーズ ・ 「モノ消費」から「コト消費」へのシフト ・ 女鬼峠の世界遺産登録による県外客の増加 ・ EV、Ma a Sの普及と観光における移動手段の多様化 ・ S D G sへの意識の高まりと、サステナブルツーリズムの推進 ・ 国際的なイベント（大阪・関西万博）開催 ・ 宿泊税、入湯税などの導入の可能性 ・ A I / V R / A Rの観光分野への応用 ・ 地方移住、2拠点生活などの関心の高まりによるライフスタイルの変化（関係人口） 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 豪雨土砂災害 ・ 南海トラフ地震 ・ 感染症の発生と観光への甚大な影響 ・ 他地域のレジャー・エンターテインメントの魅力による観光客の流出 ・ 人口減少による労働力不足、高齢化

※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

中京圏・関西圏の観光客（癒し・リフレッシュ志向、食・グルメ志向のライト・ミドル層）

○選定の理由

- ・ 伊勢自動車道や紀勢自動車道のインターチェンジが近く、名古屋、大阪方面からのアクセスが良いため、ごかつら池ふるさと村のアクティビティ（スワンボート・みかん狩り）を楽しむライト層や女鬼峠のウォーキングを楽しむミドル層が、中京圏・関西圏から約2時間でアクセスできることから、多気町への流入増加が見込まれる。
- ・ 右図のように、来訪者（発地・属性クロス）のデータ分析によって、三重県、愛知県、大阪府の来訪が高いことが明らかになったことから、この地域を重点地域として中京圏・関西圏として設定。また、「三重県観光客実態調査報告書」によると、旅行の目的として「買い物」「自然や風景をみて回る」「美味しいものを食べる」「のんびり過ごす」などのデータが上位に来ていることから、癒し・リフレッシュ志向、食・グルメ志向のターゲティングを行う。

来訪地	発地区町村	来訪者数 (発地・属性クロス)
三重県多気町	三重県津市	96348
三重県多気町	三重県大紀町	36300
三重県多気町	三重県鈴鹿市	35190
三重県多気町	三重県四日市市	34205
三重県多気町	三重県北町	29347
三重県多気町	三重県伊勢市	20681
三重県多気町	三重県志摩市	16703
三重県多気町	三重県大台町	15650
三重県多気町	愛知県一宮市	15497
三重県多気町	愛知県名古屋市名東区	14924
三重県多気町	愛知県岡崎市	14498
三重県多気町	奈良県奈良市	14461
三重県多気町	愛知県名古屋市中川区	14280
三重県多気町	三重県桑名市	13373
三重県多気町	愛知県春日井市	13212
三重県多気町	岐阜県岐阜市	12400
三重県多気町	三重県尾鷲市	12334
三重県多気町	愛知県豊田市	11903
三重県多気町	愛知県名古屋市中川区	11307
三重県多気町	愛知県名古屋市中区	10583
三重県多気町	三重県龜山市	10229
三重県多気町	愛知県名古屋市中村区	10207
三重県多気町	大阪府大阪市	10181
三重県多気町	三重県伊賀市	9956
三重県多気町	愛知県名古屋市中白区	9164
三重県多気町	愛知県名古屋市中区	8566
三重県多気町	愛知県豊橋市	8178
三重県多気町	愛知県名古屋市中区	8047
三重県多気町	愛知県西尾市	7994

（引用）おでかけウォッチャーにおける来訪地×発地×属性_発地ランキング（2024/1～2024/12）のデータをもとに作成。



インターチェンジが交差する地理的優位性

○取組方針

- ・ 主要施設、及びアウトドア施設へのパンフレット設置
- ・ SNS展開やWEB施策（リスティング広告、SEO対策等）
- ・ 顧客のリピーター化（ファンクラブ的機能）・メールマーケティング
- ・ 三重県観光施策事業との連携
- ・ 多気町観光振興計画とも整合性を持たせつつ、食を生かしたガストロノミーコンテンツの造成
- ・ 多気町内の地元関連事業者と連携した観光ポッドキャスト発信

○ターゲット層

国内の観光客（アウトドア・アクティビティ・文化財 コア層）

○選定の理由

- ・ 近隣の町には、伊勢神宮等の文化財があり、町内との間に、観光客における周遊データがあることから、アウトドア・アクティビティ・文化財のコア層にターゲットを選定。（右図参照）
- ・ VISIONは、三重県下最大級のリゾート施設であり、テレビCMも全国的に放送されるなど、全国的な知名度を有している。
- ・ 町内には多くの文化財が点在しており、現在でも多くの人が訪れている。

誘客実績としては、現在のところ把握していない。今後は多気語り部会・勢和語り部会がガイドした人数を元に誘客実績を把握し、またDMOが主導して行う顧客管理（CRM）の強化によって把握していく。

周遊パターン	周遊者数	シェア
VISION ⇄ おはらい町	79,766	6.22%
VISION ⇄ 皇大神宮（伊勢神宮 内宮）	33,384	2.60%
VISION ⇄ おかげ横丁	29,821	2.32%
VISION ⇄ 二見興玉神社	5,558	0.43%
VISION ⇄ 志摩スペイン村	5,251	0.41%
VISION ⇄ 伊勢シーパラダイス	4,447	0.35%
VISION ⇄ 猿田彦神社	4,340	0.34%
VISION ⇄ 伊勢夫婦めもと横丁	4,220	0.33%
VISION ⇄ 外宮参道	3,903	0.30%
VISION ⇄ 朝熊山頂展望台	3,657	0.29%
VISION ⇄ 鳥羽1番街	2,796	0.22%
VISION ⇄ 伊勢湾フェリー	2,681	0.21%
VISION ⇄ 式年遷宮記念せんぐう館	1,874	0.15%
VISION ⇄ 豊受大神宮（伊勢神宮 外宮）	1,711	0.13%
VISION ⇄ 鬼ヶ城	1,504	0.12%
VISION ⇄ ホテルキャッスルイン伊勢	1,468	0.11%
VISION ⇄ 東横INN伊勢市駅	1,337	0.10%
VISION ⇄ ホテルルートイン伊勢	1,218	0.09%
VISION ⇄ ホテルキャッスルイン 伊勢夫婦岩	1,174	0.09%
VISION ⇄ EN HOTEL Ise	1,041	0.08%
VISION ⇄ アクアイグニス	1,017	0.08%

（引用）おでかけウォッチャーにおける周遊データ（2024/1～2024/12）をもとに作成。

○取組方針

- ・ SNS展開 (Facebook、Instagram、X (旧 Twitter)) やWEB施策 (リスティング広告、SEO対策等)
- ・ 全国規模のメディアへのパブリックリレーションズ
- ・ 交通アクセスの改善と、旅行商品の造成
- ・ 多気町内の地元関連事業者と連携した観光ポッドキャスト発信
- ・ 観光客の顧客管理
- ・ 食や街道、学びを活かしたガストロノミーコンテンツの造成

○ターゲット層

都市部に集約するインバウンド旅行者

○選定の理由

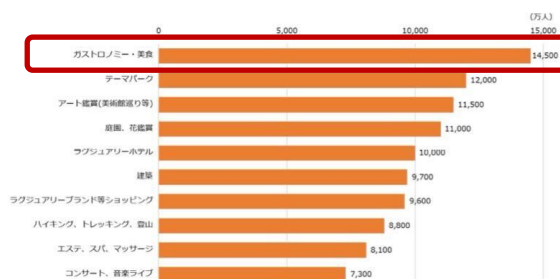
- ・ インバウンド消費動向調査【トピックス分析】「訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）の訪日回数と消費動向の関係について」によると、訪日外国人旅行者が「初回」に訪れる際は、ゴールドルート上に位置する東京都・大阪府・京都府などを選ぶ傾向が高いとされているが、訪問回数が増えるにつれて地方部へ訪問先が広がる傾向が見られるため、本町においても適切なプロモーションを行うことで、誘客が期待できると考えられるため。(以下の図を、参照。)
- ・ JNTO が実施した世界 22 市場 (東アジア・東南アジア、欧米豪、中東など) の国外旅行経験者を対象とした「VJ 重点市場基礎調査」によると、国外旅行の主な目的として「ガストロノミー・美食」が最も多く挙げられており、本町においても、美食都市アワード 2025 に選出された実績や、多気町観光振興計画の重点キーワードとして『ガストロノミー』を掲げていることから、高い親和性を有しているため (以下の図を、参照。)
- ・ V I S O N が強みとする食の分野では、美食の街として知られるスペイン・サンセバスチャン市と多気町が「美食を通じた友好の証」を締結しており、同市の人気バルも出店しています。そのため、多くのインバウンド旅行者が訪れることが期待されるため
- ・ 体験型観光を行うことによってインバウンド旅行者の滞在期間を長期化する。

誘客実績としては、現在のところ把握していない。今後はV I S O Nに訪れるインバウンド旅行者人数を元に誘客実績としていく。

○取組方針

- ・ インバウンド旅行者が利用するソーシャルメディア (W h a t s A p p 等) の整備
- ・ 体験型観光の造成・販売
- ・ WEBページを強化と多言語化
- ・ パンフレットの強化と多言語化
- ・ 多気町内の地元関連事業者と連携した観光ポッドキャスト発信並びに翻訳

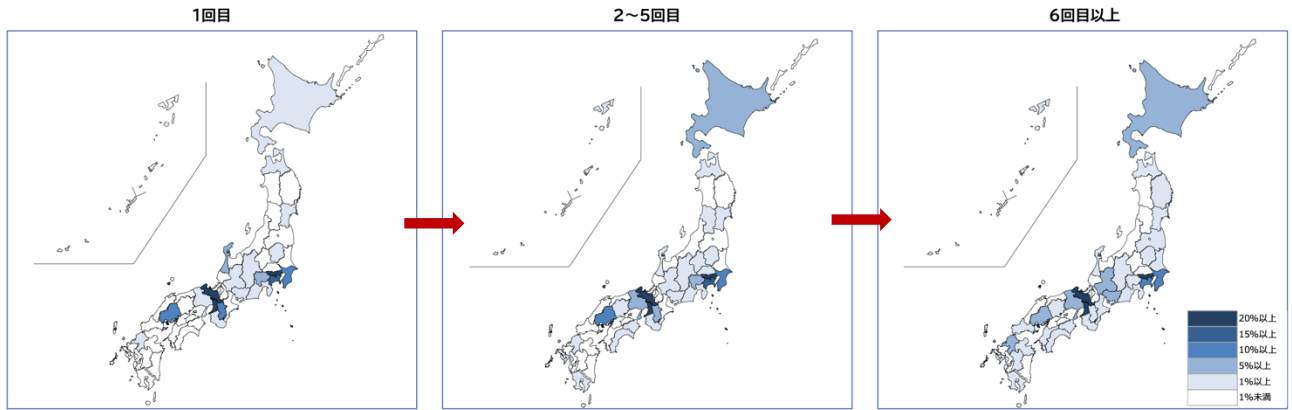
図表 I-37 国外旅行の主な目的となるもの (目的別の市場規模：推計・22 市場合計)



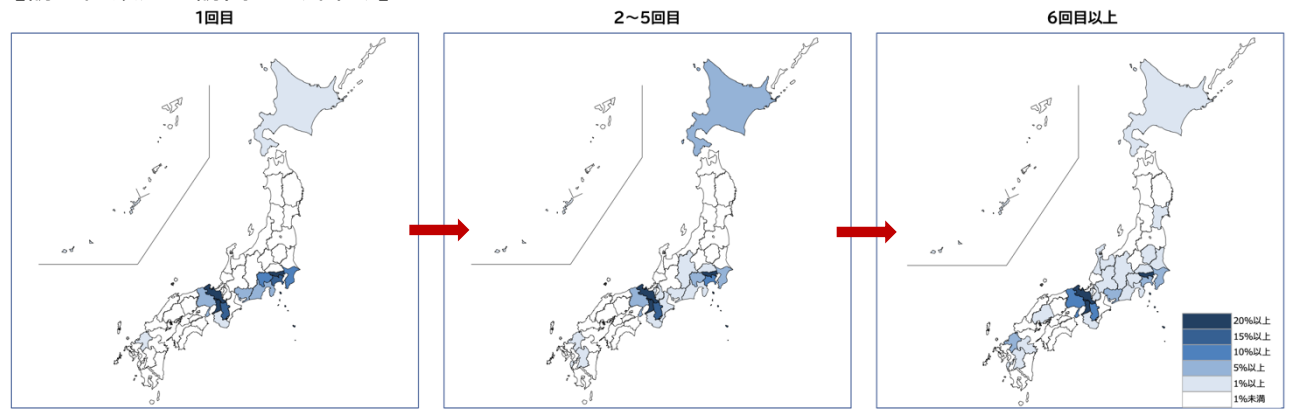
(引用) 日本政府観光局 (JNTO) 「VJ 重点市場基礎調査」
(2024 年 1 月 25 日) に基づき観光庁作成

資料：日本政府観光局 (JNTO) 「VJ 重点市場基礎調査」(2024 年 1 月 25 日) に基づき観光庁作成
注 1：2017 年 (メキシコ及び中東地域は 2015 年) から 2023 年までの調査における国外旅行実施者ベースの推計。
注 2：選択肢が細分化されているスポーツアウトドアアクティビティでは、個別の項目の選択率は相対的に低くなることに留意が必要。
注 3：調査対象は、東アジア・東南アジア地域は 2017 年から 2023 年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の国外旅行経験者、欧米豪・インド・中東地域は 2017 年 (メキシコ及び中東地域は 2015 年) から 2023 年までの調査で飛行機を利用したレジャー目的の中長距離国外旅行経験者。上位 10 項目のみ抜粋。

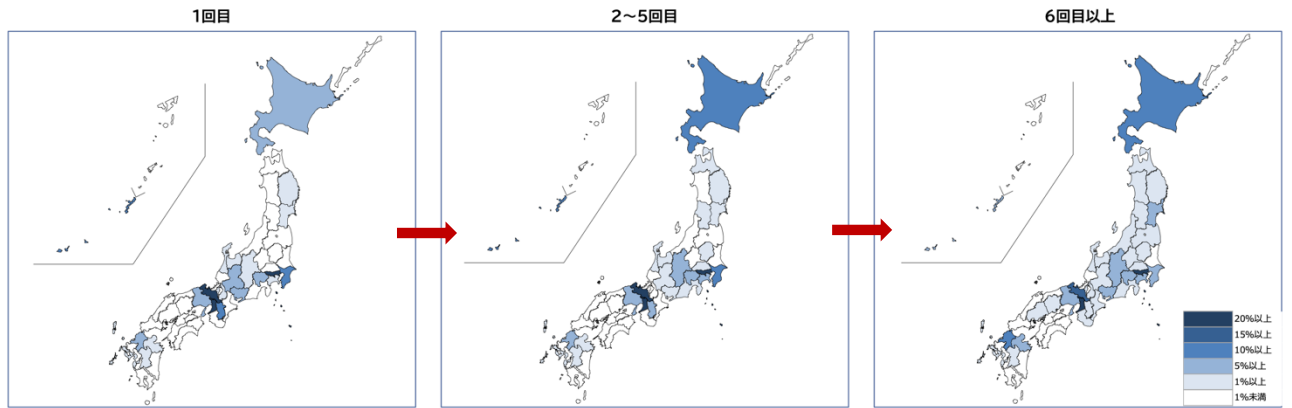
【訪日回数別の訪問地（米国）】（引用：インバウンド消費動向調査【トピックス分析】「訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）の訪日回数と消費動向の関係について（訪日回数別訪問地）以下省略。）



【訪日回数別の訪問地（中国）】



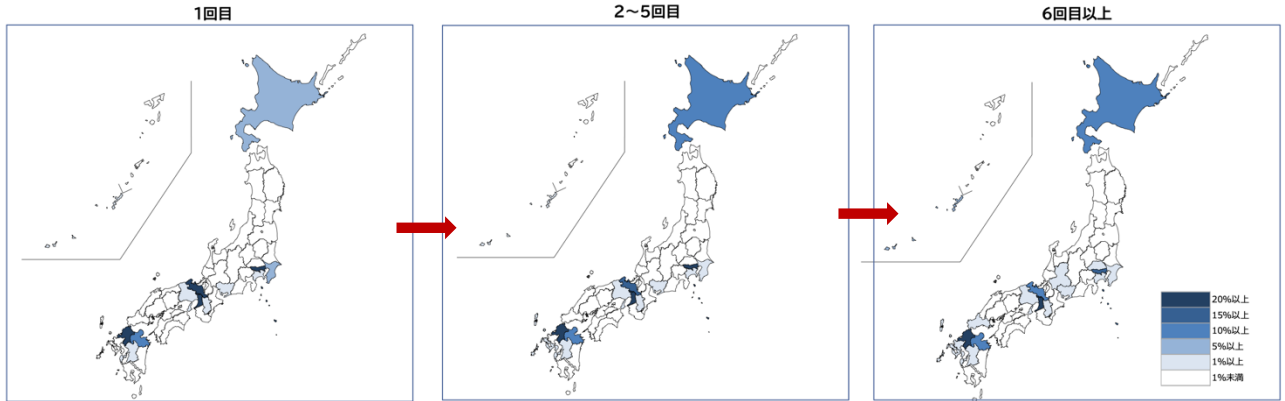
【訪日回数別の訪問地（台湾）】



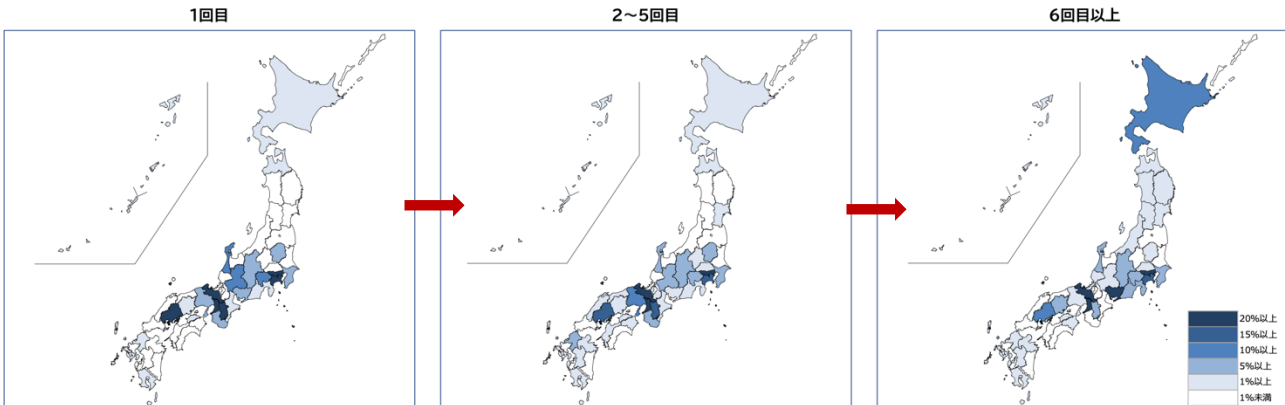
【訪日回数別の訪問地（香港）】



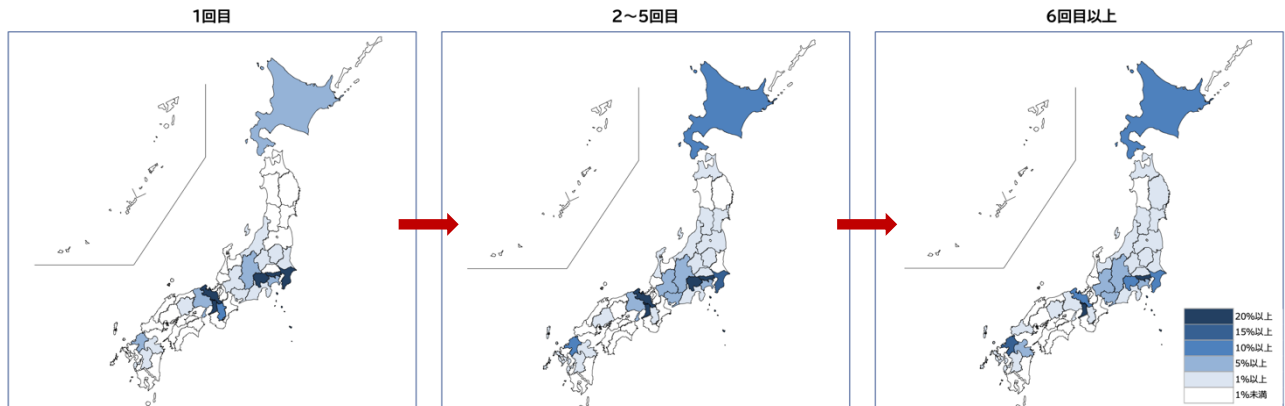
【訪日回数別の訪問地（韓国）】



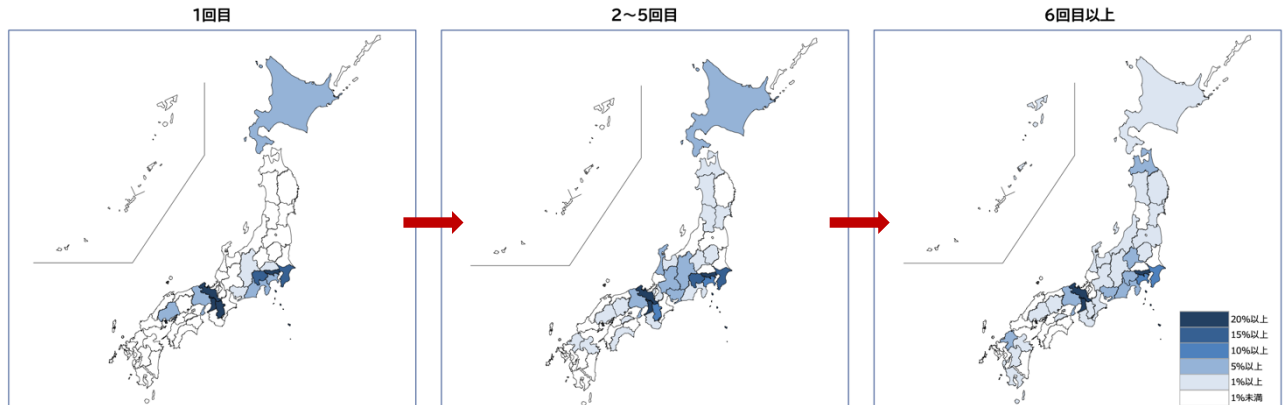
【訪日回数別の訪問地（欧州）】



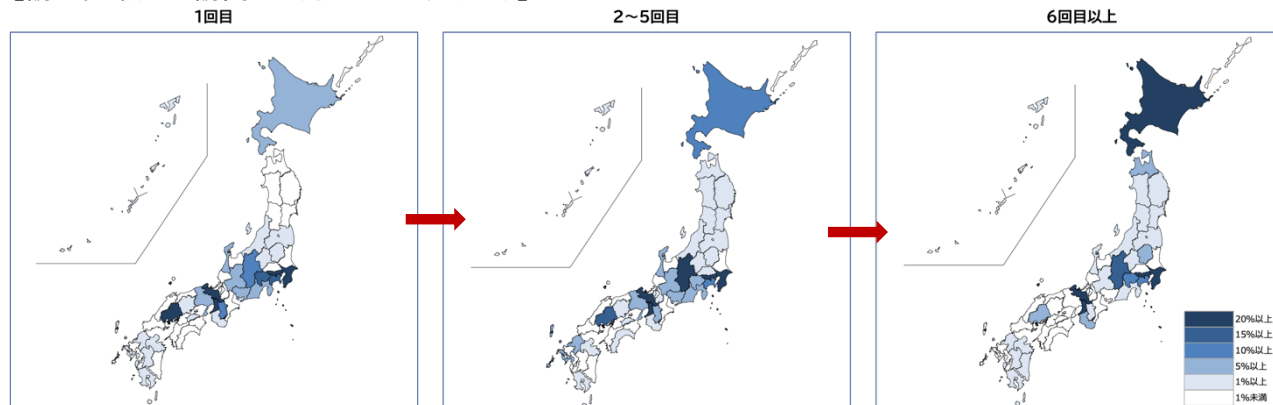
【訪日回数別の訪問地（タイ）】



【訪日回数別の訪問地（シンガポール）】



【訪日回数別の訪問地（オーストラリア）】



(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>『Gastronomic Inspiration』 食で、心と身体を動かす多気旅と、 インスピレーションの源泉を創造する。</p>
<p>② コンセプトの考え方</p>	<p>本コンセプトは、多気町が持つ圧倒的な広大な自然環境、歴史的文化的資源、そして地域住民による持続可能な暮らしの営みに着目し、「生命が息づく」というキーワードを中心に据えている。単なる自然の豊かさにとどまらず、「癒し」「感動」「心の再生」といった情緒的な価値を体験として提供できる観光地としての姿を描いている。また多気町観光振興計画に基づき、重点キーワードである「ガストロノミー」「街道」「学び」が引き立つコンセプトとしている。</p> <p>自然・「豊かな広大な自然」「生命が息づく」をコンセプトに反映させ、車両での交通アクセスの利便性を活かしながら、都市部では得られない最高級の自然体験を提供することを目指す。</p> <p>食文化・・・地域の特産物（松阪牛、伊勢茶、伊勢芋、前川次郎柿など）を活用し、「極上の食による癒し」や「命をいただく」というガストロノミー体験をコンセプトに反映させ、地域の独自性を発信する。</p> <p>歴史・伝統・・・熊野古道『女鬼峠』の世界遺産登録に向けた活動、宿場町としての歴史的背景や語り部文化などを活かし、「インスパイアされる」精神性や物語性をコンセプトに反映。歴史を「体験」や「感性」に昇華させる観光手法を工夫する。</p> <p>暮らし・風習・・・地域住民が自然と共生しながら営む暮らしや、持続的な資源管理の姿勢を通して「生命が息づく」「癒し」といったコンセプトを観光資源に反映する。ただ「食べる」だけではなく、訪れる人々が目・耳・肌で「感じる」「知る」「つながる」体験を通じて、多気町での余暇が住民や来訪者の心に残る「インスピレーションの源泉を創造※」することを目指す。</p>

	<p>※「インスピレーションの源泉を創造」とは、訪れた人や地域住民の感性や思考、創造性、人生観に影響を与えるような体験や場を生み出すこと、と定義する。</p>
--	---

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
<p>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。</p>	<p>多気町商工会DMO推進協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> ●多気町商工会（役職員） ●行政（多気町役場 企画調整課） ●観光関連事業者（アクティビティ事業者・体験型観光事業者・宿泊施設事業者、交通事業者） <p>・事業報告、決算報告 年1回 ・適宜、協議会を開催する ※各事業においてマーケティング・商品開発等、必要な協議の場をつくる。</p> <p>上記以外 ●（公社）三重県観光連盟 ●三重県 との連携</p>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・多気町観光協会のホームページのアクセスログ（Google Analytics）を活用して実施 ・イベントや宿泊客等によるアンケート調査の実施 ・インバウンド旅行者に必要な多言語対応サービスの向上 <p>美村アプリ内でのアンケートやイベントの際にアンケートを実施し、その結果を踏まえ、商品の改善や新商品開発に取り組んでいる。今までは事業主の主観で商品改善や商品開発を行ってきたが、アンケート調査の結果を踏まえることによって、より消費者に“こだわり”が伝わる商品となる。</p> <p>アンケートの調査期間については、各イベント等でも収集可能な際は収集しながら、10月1日頃～3月31日頃を目安とし、内容としては、当地に来た目的、どの施設へ行ったか、行って良かったか、また来たいか等の質問をしている。</p> <p>多言語対応サービスについては、現在実施していないが、今後VISIONの来訪者が、他の多気町内観光施設にも来訪されると思われ、今後は英語、中国語、韓国語に要約したものを作成し、各観光地にて掲示していく。また現地の案内板とWEBを駆使しながら、現地の案内板等にQRコードを用意し、それを読み取るとスマートフォンなどのデバイスでも確認できるような仕組みづくりを構築していく。そして新しい観光商品・サービス造成時においても、訪日外国人の方々にもわかる発信や翻訳版サイトなどへの誘導なども検討していく。</p>
<p>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</p>	<p>WEBプラットホームの整備とさまざまな第三者プラットフォームを活用した情報発信</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・WEB分析の実施（ホームページ流入分析ソフトを使用した顧客属性分析） ・継続した顧客分析 ・販路開拓とプロモーションの統一 ・SNSやブログ発信 ・多気町内における観光関連事業者と連携した多気町観光の魅力を発信するポッドキャスト <p>多気町商工会・多気町観光協会のホームページは各団体持っており、各団体の事業の予告・報告などを掲載している。ただし多気町商工会と多気町観光協会の合同開催の事業については、両方のホームページに掲載している。</p> <p>必要に応じて観光に関する事業所紹介や本地域で開催されるイベントの情報提供を適宜実施している。</p> <p>また観光客に対しては、多気町観光の魅力を語る音声を多気町内の観光関連事業者たちと収録し、その音声データをさまざまな第三者プラットフォーム（Apple Podcast、Spotify、Amazon music、YouTube、iHeartRadio、Player FM等）にアップロードし、多方面からアクセスできるように発信している。またその音声データは、SNS（Instagram等）などにも連携させて、SNSでも確認ができるような取り組みを行っている。</p>
--	---

※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	447 (100)	2,182 (100)	2,193 (300)	2,265 (300)	2,329 (300)	2,393 (300)
	実績	447 (-)	2,080 (-)	2,202 (-)			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	40,266 (-)	106,551 (-)	105,613 (-)	106,979 (1,100)	109,290 (1,200)	111,766 (1,300)
	実績	40,454 (-)	101,083 (900)	103,309 (1,000)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	89.0 (-)	95.9 (-)	集計中 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	95.8 (-)	90.9 (-)	集計中 (-)			

※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】

多気町が多気町観光振興計画で掲げている目標数値、多気町内観光関連事業者への聞き取り、三重県「観光レクリエーション入込客数推計書：観光客実態調査」、多気町観光協会が掲げるKPI数値等を参考に目標数値を設定。多気町での観光振興を進めるにあたり、観光事業者で町指定管理者である“ごかつら池ふるさと村”“ごかつら池どうぶつパーク”“勢山荘”“元丈の館”の経営の安定化は、多気町観光において継続的発展をしていく上でも重要である。その上で、多気町内の民間企業である観光関連事業者との連携をも図りながら、アクティビティの造成等より魅力的な多気町観光を創造しながら、全体の目標値設定の実現に向けて取り組む。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

多気町内の主要観光地（ごかつらい池ふるさと村、ごかつら池ふるさと村、HOTEL VISON、勢山荘、元丈の館、ホテルエコノ多気）において、多気町観光協会が定める前年比+3%を目標値として定める。また民間事業者は、旅行消費額（売上高を参考とした数値）の聞き取り調査をもとにし設定。なお2023年度からHOTEL VISONを、多気町内における主要な観光関連事業者として、新たに追加。

●述べ宿泊者数

多気町内に位置する宿泊業者への宿泊実績報告の聞き取り調査を基に集計。なお、2023年度からHOTEL VISONを、追加を行う。

※目標値の設定（国内客）：

新型コロナウイルス感染症拡大前の水準への回復と、その後の継続的な成長を見込む。

2025年度（令和7年度）にコロナ禍以前の利用者数に回復することを想定し、新たに多気町内の民間事業者の追加データをも踏まえた2023年度の実績値を基礎とし、そこから毎年1.2倍の増加を目指して目標値を設定。

※目標値の設定（訪日外国人客）：

2023年度より主要観光地が開業したことから、その実績値をもとに設定。

毎年100人ずつ段階的に増加することを見越して目標値を設定。

●来訪者満足度

「三重県観光客実態調査報告書」の中南勢地域における満足度の項目「総合満足度と評価点」の大変満足、満足、やや満足の合計数値をKPI実績とする。

なお、目標値設定が現状維持となっている理由については、現段階では、新たな数値目標を上乗せするよりも、まずは既存の高い水準を安定的に確保し、来訪者に継続的な満足を提供し続けることを重視したため。

●リピーター率

「三重県観光客実態調査報告書」の三重県中南勢地域への来訪回数（2回以上）のリピーター率の数値をKPI実績とする。

なお、目標値設定が現状維持となっている理由については、新たな数値目標を上乗せするよりも、まずは既存の高い水準を安定的に確保し、来訪者に継続的な満足を提供し続けることを重視したため。

(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
●観光入込客数 (千人)	目標	327 (—)	330 (—)	3,830 (—)	4,575 (—)	5,852 (—)	7,140 (—)
	実績	269 (—)	249 (—)	3,591 (—)			
●WEBアクセス 数(回)	目標	3,000 (—)	30,000 (—)	90,000 (—)	100,000 (—)	200,000 (—)	300,000 (—)
	実績	19,581 (—)	69,759 (—)	70,309 (—)			
●住民満足度 (%)	目標	70 (—)	50 (—)	62 (—)	66 (—)	77 (—)	85 (—)
	実績	75 (—)	34 (—)	56 (—)			

※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】

多気町での観光振興を進めるにあたり、観光事業者で町指定管理者である“ごかつら池ふるさと村”“勢山荘”“元丈の館”“ごかつら池どうぶつパーク”の経営の安定化は多気町が継続的發展をする上でも重要である。

その上で、多気町観光地として「観光地間の距離が長い」「主要観光地から多気町内への流入が少ない」といった課題がある。そういった課題を解決すべく、多気町内での周遊を高めるために、観光地間の距離の長さを観光コンテンツに変えるなどの取り組みによる観光商品の造成やプロモーション等を強化させ、観光入込客数の増加や、WEBアクセス数の増加、そして住民満足度の向上を目指す。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数

多気町役場からの聞き取り調査にて収集。

令和6年度4月発行の多気町観光振興計画に記載されている入込客数の目標数値を基に設定。なお令和6年度の実績から、主要観光地である民間事業者による聞き取り情報を追加。2025年度以降の目標数値は、多気町観光振興計画に記載されている目標数値に加え、民間事業者による聞き取り情報の値の1.3倍の数値目標の合算で設定。

●WEBアクセス数

多気町商工会が運営する多気町観光協会のホームページのデータをGoogle AnalyticsやGoogleサーチコンソールで収集。

令和3年1月からホームページを立ち上げ、相対的にアクセス数の数値が伸びていることから、令和6年度以降は、+100,000回ずつ閲覧数の増加を見込んで目標値を設定。

●住民満足度

多気町役場が町内の住民向けに実施した住民アンケート「歴史・観光」や、その他地域ポータルや観光関連アプリ、多気町観光振興計画のデータ等、さまざまな媒体で収集した満足度データの平均値をもとに算出。

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つては、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	82,520,443（円）	【都道府県からの補助金】	28,738,202円
		【市町村からの補助金】	11,500,000円
		【会費】	5,869,000円
		【収益事業】	3,490,000円
		【特定財源（預金利息）】	1,497,907円
		【手数料収入】	8,357,377円
		【その他】	23,067,957円
2023（R5） 年度	74,240,591（円）	【都道府県からの補助金】	30,135,319円
		【市町村からの補助金】	11,441,000円
		【会費】	5,750,500円
		【収益事業】	5,000,000円

		【特定財源（預金利息）】 【手数料収入】 【その他】	1,218,295 円 7,776,276 円 12,919,201 円
2024（R6） 年度	69,430,984 円	【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【会費】 【収益事業】 【特定財源（預金利息）】 【手数料収入】 【その他】	30,602,167 円 11,500,000 円 6,016,500 円 0 円 1,242,535 円 7,807,278 円 12,262,504 円
2025（R7） 年度	71,063,000 円	【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【会費】 【収益事業】 【特定財源（預金利息）】 【手数料収入】 【その他】	31,314,000 円 11,500,000 円 6,130,000 円 0 円 1,200,000 円 7,550,000 円 13,369,000 円
2026（R8） 年度	71,300,000 円	【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【会費】 【収益事業】 【特定財源（預金利息）】 【手数料収入】 【その他】	31,400,000 円 11,500,000 円 6,200,000 円 0 円 1,200,000 円 7,600,000 円 13,400,000 円
2027（R9） 年度	71,300,000 円	【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【会費】 【収益事業】 【特定財源（預金利息）】 【手数料収入】 【その他】	31,400,000 円 11,500,000 円 6,200,000 円 0 円 1,200,000 円 7,600,000 円 13,400,000 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	82,520,443 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 （観光資源の磨き上げ）】 【マーケティング（市場調査、 ブランド戦略等）】 【観光イベントの開催費】 等 【その他】	14,539,899 円 0 円 0 円 0 円 0 円 4,268,753 円 63,711,791 円
2023（R5）	74,240,591 円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】	13,808,389 円 0 円

年度		※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、 ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等 【その他】	0円 0円 0円 3,781,852円 56,650,350円
2024 (R6) 年度	69,430,984円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、 ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等 【その他】	15,641,782円 0円 0円 0円 0円 3,969,917円 49,819,285円
2025 (R7) 年度	71,063,000円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、 ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等 【その他】	18,915,000円 1,000,000円 500,000円 1,000,000円 1,000,000円 1,000,000円 47,648,000円
2026 (R8) 年度	71,300,000円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、 ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等 【その他】	19,000,000円 1,000,000円 500,000円 1,000,000円 1,000,000円 1,000,000円 47,800,000円
2027 (R9) 年度	71,300,000円	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発	19,000,000円 1,000,000円 500,000円 1,000,000円

	(観光資源の磨き上げ) 【マーケティング（市場調査、 ブランド戦略等）】 【観光イベントの開催費】 等 【その他】	1,000,000 円 1,000,000 円 47,800,000 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

<p>三重県からの補助金 多気町役場からの補助金 会員による会費収入 地域限定旅行業の登録による観光商品の販売を検討中 多気町ブランド認定品の委託販売 令和7年度から多気町観光商品・サービスの造成を検討中。この事業の収入として300万円～1000万円を見込んでいる。また今後5年後までに、ふるさと納税の事務を請負うことを検討中。この収入として1000万円を見込んでいる。</p>

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

<p>多気町は、多気町商工会を本町に多気町における地域DMOとして登録したいので、多気町商工会とともに申請いたします。</p>

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）

<p>重複しない。</p>

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小原 稜平
担当部署名（役職）	多気町役場（地域おこし協力隊）
郵便番号	519-2181
所在地	三重県多気郡多気町相可 1687-8
電話番号（直通）	090-6237-8090
F A X 番号	0598-38-2296
E - m a i l	taki-s@ma.mctv.ne.jp

1 1. 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	三重県多気町
担当者氏名	青木和之
担当部署名（役職）	企画調整課 商工観光係長
郵便番号	519-2181
所在地	三重県多気郡多気町相可 1600
電話番号（直通）	0598-38-1124
F A X 番号	0598-38-1140
E - m a i l	k-aoki@town.mie-taki.lg.jp

記入日：令和7年 7月 15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】

三重県多気郡多気町

【設立時期】 2024年4月1日

【設立経緯】

観光協会があるが、運営資金を多気町に委ねており、新事業を展開できないため、運営資金を作れる組織が必要となった。

【代表者】 松浦信男

【マーケティング責任者(CMO)】 高橋 勝利

【財務責任者(CFO)】 中西佳代

【職員数】 7人(常勤6人(正職員4人・出向等2人)、非常勤1人)

【主な収入】(2024年度決算)

補助金 42百万円、収益事業他 21百万円 合計:69百万円

【総支出】(2024年度決算)

事業費 69百万円、うち一般管理費 15百万円

【連携する主な事業者】

一般社団法人医食同源みえ、丹生大師の里管理組合、株式会社ホンダカーズ三重、ごかつら池どうぶつパーク、多気郡農業協同組合等

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	447 (100)	2,182 (100)	2,193 (300)	2,265 (300)	2,329 (300)	2,393 (300)
	実績	447 (-)	2,080 (-)	2,202 (0)	-	-	-
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	40 (-)	106 (-)	105 (-)	106 (1.1)	109 (1.2)	111 (1.3)
	実績	40 (-)	101 (0.9)	103 (1)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	90.0 (90.0)	90.0 (90.0)	90.0 (90.0)	90.0 (90.0)	90.0 (90.0)	90.0 (90.0)
	実績	89.0 (-)	95.9 (-)	集計中 (-)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	90.0 (-)	90.0 (-)	90.0 (-)	90.0 (-)	90.0 (-)	90.0 (-)
	実績	95.8 (-)	90.9 (-)	集計中 (-)	-	-	-

戦略

【主なターゲット】

・中京圏・関西圏のインバウンドを含む観光客
(食・グルメ・癒し・リフレッシュ志向)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・美食都市『多気』のブランド認知活動
- ・SNS展開やWEB施策(リスティング広告やSEO対策)
- ・メールマーケティング/ポッドキャスト配信
- ・多気ならではのガストロノミー観光体験商品造成

【観光地域づくりのコンセプト】

Gastronomic Inspiration

『美食と共に、心と身体を動かす多気旅と、インスピレーションの源泉を創造する。』

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・ツアールートおよび観光ツアー造成
- ・周遊観光施策事業

【受入環境整備】

- ・共助型ライドシェア「せいわごん」
- ・自動運転実証事業
- ・美村プロジェクト事業
- (多気町・明和町・大台町・度会町
- ・大紀町・紀北町の5町と連携したデジタル通貨発行、周遊促進)

【情報発信・プロモーション】

- ・多気町観光魅力発信事業
- 『ポッドキャスト』タイトル:
地域のキーパーソンから学ぶ
音声版ビジネスツurisム
- ・Webサイトへの掲載

【その他】

- ・住民向けライドシェアサービス
- ・デジタルスタンプラリー

