

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年7月25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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人雲仙観光局	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 長崎県雲仙市	
所在地	長崎県雲仙市	
設立時期	令和4年1月25日（令和4年2月21日法人登録）	
職員数	24人【常勤17人（正職員13人・出向等4人）、非常勤7人】	
代表者 （代表理事）	（氏名） 山下 浩一 （出身組織名） 小浜温泉旅館組合	旧小浜温泉観光協会の会長を4年務め、現在は小浜温泉旅館組合の組合長並びに（一社）島原半島観光連盟の理事で、地域内外に幅広い人脈を持つ。また、旅館ゆのかの代表であり、飲食店も経営しており優れた経営手腕を持つ人材である。
ブランディング・マーケティング部長 （CMO）	（氏名） 鶴田 貴明「非常勤」 （出身組織名） 公益財団法人ながさき地域政策研究所 （登録DMOとなるまでに専従職員配置予定）	民間・公益シンクタンクに25年間勤務。自治体経営戦略（総合計画等）、PPP・PFIアドバイザー、公共交通再生・活性化（陸上交通・航路改善）、MICE 戦略等を専門領域にコンサルティングを展開し、専門的・戦略的知識を有している。
財務・総務部長 （CFO）	（氏名） 相良 淳郎「専従」 （出身組織名） 小浜温泉観光協会	地域で体験型観光を推進するNPO法人設立から以降、（一社）島原半島観光連盟と小浜温泉観光協会の事務局長を歴任、経理経験17年。この間、観光圏整備事業等にも携わるなど、観光と地域振興にも幅広い経験と能力を有している。
統括事業部長兼物産振興事業部長 （販路拡大、ふるさと納税推進、収益事業等の責任者）	（氏名） 林田 真明「専従」派遣 （出身組織名） 雲仙市	雲仙市からの派遣職員。（一社）島原半島観光連盟の事務局長経験があり、観光振興には経験と知識もある。地域の食や物産品には特に精通しており、地元関係者との人脈も豊富で、各種の食に関するイベントを企画、開催するなど物産を通じた地域づくりに尽力した経験がある。

(別添) 様式 1

<p>観光振興事業部長（プロモーション、セールス、コンテンツ造成の責任者）</p>	<p>（氏名） 荒木 正和「専従」 （出身組織名） （一社）雲仙温泉観光協会</p>	<p>（一社）雲仙温泉観光協会で21年間勤務。うち、6年は事務局長として携わる。雲仙温泉街の観光戦略である雲仙プラン100及び、雲仙市観光戦略～雲仙温泉編～の策定にも携わる。多くの宿泊施設関係者との人脈も豊富で、団体、個人、修学旅行等の旅行商品にも精通しており、国内外のプロモーションに高い能力を持つ。</p>
<p>大型案件特命部長（大型投資案件誘致の責任者、旅行商品の造成、物販品の開発等の責任者）</p>	<p>（氏名） 平野 勝義「専従」派遣 （出身組織） （株）十八親和銀行</p>	<p>（株）十八親和銀行からの派遣職員。旅行業の資格を有し、（株）雲仙みらいかたる事務局責任者として旅行商品や各種物販品のインターネット等を利用した販売に携わり、収益事業にも精通している。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>長崎県雲仙市観光商工部観光物産課（観光振興） 長崎県雲仙市地域振興部地域づくり推進課（地域振興） 長崎県雲仙市総務部政策企画課（行政連携） 長崎県文化観光国際部観光振興課、県民生活環境部自然環境課（行政連携）</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>&lt;主な観光等関連団体&gt; 雲仙温泉旅館ホテル組合（誘致誘客・商品造成） 小浜温泉旅館組合（誘致誘客・商品造成） 雲仙市商工会（商品造成） 雲仙市まちづくり株式会社（地域振興）</p> <p>&lt;主な交通関連団体&gt; 島原鉄道株式会社（交通アクセス） 有明海自動車航送船組合（交通アクセス） 九商フェリー株式会社（交通アクセス） 熊本フェリー株式会社（交通アクセス） 長崎自動車株式会社（交通アクセス）</p> <p>&lt;金融機関&gt; 株式会社十八親和銀行（調整・資金調達等）</p> <p>&lt;受入環境整備（コロナ対策）&gt; 新型コロナウイルス予防対策認定実行委員会（team NAGASAKI SAFETY）</p> <p>&lt;その他民間&gt; 財団法人自然公園財団（環境保全） 株式会社シーエーシー（IT・DX 関連） 株式会社 DNP プランニングネットワーク（素材開発・基盤整備） 株式会社ながさきプレス（広報関連） 株式会社長崎国際テレビ（広報関連） 株式会社テレビ長崎（広報関連） 長崎放株式会社（広報関連） 株式会社長崎国際テレビ（広報関連） 株式会社エフエム長崎（広報関連）</p> <p>&lt;広域連携&gt; 日本政府観光局（JNTO） （一社）九州観光機構 （一社）長崎県観光連盟</p>	

(別添) 様式 1

	(一社) 島原半島観光連盟					
<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】①及び②</p> <p>宿泊関連事業者をはじめ、観光資源の関係者、農漁業者、交通事業者、商工会等、多種多様な事業者、団体が会員として参画しており、会員が出席する社員総会が最高意思決定機関となっている。理事会は会員から選出した多様な事業者が理事（18名）となって構成しており、オブザーバーとして行政担当者や学識経験者等の出席を認め、意見等を聴取している。</p> <p>また、理事会直下には4委員会を設置、メンバーには会員や理事、外部からの有識者、行政担当者などを加え、幅広い知見と情報を共有することで、戦略的かつ持続可能な推進体制を構築している。</p> <p>さらに、地域住民を含め、区域外からも多種多様な事業者が参加するワーキンググループを定期（月1回）開催して、地域課題解決のための議論や、新規取り組みへのアイデア創出の場としているほか、オープンイノベーション推進の窓口的な役割も担っている。</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>雲仙市の広報を活用した全世帯向け意識啓発に取り組むほか、会員や住民を対象とした各種啓発セミナー及び交流会を開催。異業種ネットワークの構築に向けた交流会開催も計画している。また、定期的に観光地域づくりの進捗状況や意向把握のためのアンケート調査を実施する予定である（いずれも令和4年度中に開始）。</p> <p>更に、会員向けのマーケティングレポートを作成して、活動内容を周知するほか、観光客等の来訪者動向調査のデータを公開している。地域住民や事業者の課題解決のきっかけづくりとして、よろず相談窓口を設け、行政や異業種間の橋渡しの役割を担っている。</p>					
<p>法人のこれまでの活動実績（令和4年度が活動初年度のため、計画を記入）</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="363 1149 1441 1915"> <thead> <tr> <th data-bbox="363 1149 547 1193">事業</th> <th data-bbox="555 1149 1441 1193">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="363 1205 547 1915"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="555 1205 1441 1915"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年 マスターブランド開発 各種プロモーションの基盤として、雲仙市への観光を訴求するブランドコンセプト、コピー、キービジュアルなどのブランド開発を行う。</li> <li>・令和4年 デジタルプロモーションの展開 トリプルメディアを軸にデジタルプロモーションを実施。WEB広告やSEOによる集客対策に加え、ファンやアンバサダーの創出や顧客管理システム（CDM導入）などにより、新規・既存顧客の両面にアプローチできるプロモーションを実施する。</li> <li>・令和4年 WEBサイト再構築 コーポレートサイト（BtoB）に加え、ECサイトを構築するほか、オウンドメディア（BtoC）サイト設置により、情報発信基盤の拡充を図る。</li> <li>・令和4年 各種セールス商談会への参加 国内誘致は、BtoB営業活動として位置づけ、旅行代理店や交通事業者等へのセールスを展開。長崎県観光連盟等と連携した、首都圏、福岡県の商談会に参加し、物販等と連携した新たなセールス活動を展開する。</li> <li>・令和4年 マーケティングレポート発行事業 ビッグデータシステムを活用した、来訪動態分析など、月単位で公開する情報媒体の作成。</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年 マスターブランド開発 各種プロモーションの基盤として、雲仙市への観光を訴求するブランドコンセプト、コピー、キービジュアルなどのブランド開発を行う。</li> <li>・令和4年 デジタルプロモーションの展開 トリプルメディアを軸にデジタルプロモーションを実施。WEB広告やSEOによる集客対策に加え、ファンやアンバサダーの創出や顧客管理システム（CDM導入）などにより、新規・既存顧客の両面にアプローチできるプロモーションを実施する。</li> <li>・令和4年 WEBサイト再構築 コーポレートサイト（BtoB）に加え、ECサイトを構築するほか、オウンドメディア（BtoC）サイト設置により、情報発信基盤の拡充を図る。</li> <li>・令和4年 各種セールス商談会への参加 国内誘致は、BtoB営業活動として位置づけ、旅行代理店や交通事業者等へのセールスを展開。長崎県観光連盟等と連携した、首都圏、福岡県の商談会に参加し、物販等と連携した新たなセールス活動を展開する。</li> <li>・令和4年 マーケティングレポート発行事業 ビッグデータシステムを活用した、来訪動態分析など、月単位で公開する情報媒体の作成。</li> </ul>
事業	実施概要					
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年 マスターブランド開発 各種プロモーションの基盤として、雲仙市への観光を訴求するブランドコンセプト、コピー、キービジュアルなどのブランド開発を行う。</li> <li>・令和4年 デジタルプロモーションの展開 トリプルメディアを軸にデジタルプロモーションを実施。WEB広告やSEOによる集客対策に加え、ファンやアンバサダーの創出や顧客管理システム（CDM導入）などにより、新規・既存顧客の両面にアプローチできるプロモーションを実施する。</li> <li>・令和4年 WEBサイト再構築 コーポレートサイト（BtoB）に加え、ECサイトを構築するほか、オウンドメディア（BtoC）サイト設置により、情報発信基盤の拡充を図る。</li> <li>・令和4年 各種セールス商談会への参加 国内誘致は、BtoB営業活動として位置づけ、旅行代理店や交通事業者等へのセールスを展開。長崎県観光連盟等と連携した、首都圏、福岡県の商談会に参加し、物販等と連携した新たなセールス活動を展開する。</li> <li>・令和4年 マーケティングレポート発行事業 ビッグデータシステムを活用した、来訪動態分析など、月単位で公開する情報媒体の作成。</li> </ul>					

	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年 訪問客アンケート調査の実施 雲仙市を訪れる観光客やビジネス客などの属性や情報源、満足度、消費額などを把握するためのアンケート調査を実施中。</li> <li>・令和4年 ワークーション&amp;オープンイノベーション推進 長期滞在、リピーター、地元客確保、地域内外の交流とオープンイノベーションによる地域課題解決。拠点居住や移住定住のきっかけづくり。ワークーションにおける企業や団体への誘致活動。</li> <li>・令和4年度 人材育成強化 インタープリテーションの活用などによる、地域のガイドやキーマンなどの継続的な育成とネットワーク化を図る。課題解決に向けたマッチングを通じて、活躍の場を創出する。</li> <li>・令和4年 民間活力の推進 公的資産や低未利用地の有効活用等を図る、官民連携プロジェクトのコーディネート。</li> <li>・令和4年 ビッグデータ解析 ビッグデータシステムを活用した行動データ、検索データの収集、分析を月別、日別で実施する。</li> <li>・令和4年 地域内流通の仕組みを構築し、地産地消の取り組みを推進する。</li> <li>・令和4年 雲仙市産の食のブランド化を推進し、物産と観光の相乗効果を高める。</li> <li>・令和4年 JR諫早駅観光案内所の設置・運営 9月の九州新幹線西九州ルート開業に向け、雲仙市への最寄り駅となるJR諫早駅に観光案内所を設置し運営する。</li> </ul>																	
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年 モデルコース立案・プラン造成 長期滞在、リピーター、地元客確保、地域消費額の総量増加、多様なターゲットを対象可能とした年間を通したコンテンツ造成(2022年JRデスティネーションキャンペーンを機会に、一次産業と連携したコンテンツ造成、長崎県観光連盟とのコンテンツ造成、食と人と大地の祝祭の実施)。</li> <li>・令和4年 観光・人材コンテンツデータベース化 地域における各種観光コンテンツのデータベース化により、地域が持ちうる全ての観光資源を洗い出すことで、BtoBセールスやBtoCに向けた施策立案に活用できるデータを蓄積、管理する。地域のガイドやガイド候補、キーマンなどの発掘に向けた人材データベースも構築する。</li> </ul>																	
<p>(定量的な評価)</p>																			
	<p>情報発信・プロモーション</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;"></th> <th style="width: 40%;">定量評価指標</th> <th style="width: 30%;">K P I</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">情報発信・プロモーション</td> <td>事業者アンケート調査の実施</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>マーケティングレポート発行</td> <td>12回</td> </tr> <tr> <td>WEBサイト構築</td> <td>toB、toCサイト構築</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">受入環境の整備</td> <td>官民連携事業に関するコーディネート</td> <td>2件</td> </tr> <tr> <td>ビッグデータ解析</td> <td>毎月</td> </tr> <tr> <td>JR諫早駅観光案内所設置</td> <td>設置・運営</td> </tr> </tbody> </table>		定量評価指標	K P I	情報発信・プロモーション	事業者アンケート調査の実施	年1回	マーケティングレポート発行	12回	WEBサイト構築	toB、toCサイト構築	受入環境の整備	官民連携事業に関するコーディネート	2件	ビッグデータ解析	毎月	JR諫早駅観光案内所設置	設置・運営
	定量評価指標	K P I																	
情報発信・プロモーション	事業者アンケート調査の実施	年1回																	
	マーケティングレポート発行	12回																	
	WEBサイト構築	toB、toCサイト構築																	
受入環境の整備	官民連携事業に関するコーディネート	2件																	
	ビッグデータ解析	毎月																	
	JR諫早駅観光案内所設置	設置・運営																	

(別添) 様式 1

		訪問客アンケート調査の実施	訪問客 1, 000人
		ブランド調査の実施	国内 1, 000人
	観光資源の磨き上げ	観光コンテンツの開発・運営	5コンテンツ以上
		人材データベースの構築・運用	データベース開発
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>当観光局の会員には、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業、観光施設、農林水産業、商工業等、多様な関係者が参画。社員総会を最高の意思決定機関とし、その下層に理事会、理事会の専門部会として各種委員会を設置している。</p> <p>また、毎月開催している各種ワーキンググループには、会員や住民、地域内外の様々な業種関係者が参加して、課題の創出はもとより、それら解決策の方向性等を協議するほか、各種委員会への課題・提言等を行っている。</p> <p>なお、事務局は観光庁や環境省の出先機関や長崎県、雲仙市、観光団体等からの指導・助言を受けるほか、各種委員会及び各種ワーキンググループは、それぞれ連携する仕組みとしている。</p> <p>(実施体制図)</p> <pre> graph TD     A[社員総会] --&gt; B[理事会]     B --&gt; C[代表理事]     C --- D[事務局]     D &lt;--&gt; E[九州運輸局]     D &lt;--&gt; F[九州地方環境事務所]     D &lt;--&gt; G[長崎県]     D &lt;--&gt; H[雲仙市]     D &lt;--&gt; I[九州観光機構]     D &lt;--&gt; J["(一社)長崎県観光連盟"]     D &lt;--&gt; K["(一社)島原半島観光連盟"]     D &lt;--&gt; L[大学関係者]     D &lt;--&gt; M[専門家等]          subgraph Committees [ ]         N[経営委員会 (構成:理事10名)]         O[ブランド向上委員会 (構成:理事3名)]         P[観光事業推進委員会 (構成:理事8名)]         Q[物産事業推進委員会 (構成:理事5名)]     end          R[各種ワーキンググループ]          S["宿泊施設・団体"]     T["農林水産業者"]     U["交通事業者"]     V["飲食店"]     W["観光施設"]     X["商工業者"]     Y["金融機関"]     Z["報道関係"]     AA[地域住民]          D -- "指導・助言" --&gt; Committees     Committees -- "連携" --&gt; D     Committees -- "課題・問題提起" --&gt; R     R -- "課題・提言等" --&gt; Committees     R -- "連携" --&gt; AA     </pre>		

**2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域**

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

基礎自治体である長崎県雲仙市を区域とする。

雲仙市/面積：214.31 km<sup>2</sup>/人口 42,951 人/世帯：17,330 世帯

【観光客の実態等】

令和2年以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響による、宿泊客数の減少は現在も続いており国や県、市主導による宿泊割の効果は一定数あるものの、宿泊客数の持続的な回復には至っていない。コロナ前の令和元年を基準とした場合、令和3年度は観光客延べ数で57.9%、日帰り客数で61.9%、延べ宿泊客数で49.4%、宿泊客実数で51.0%となっており、特に宿泊客数の低迷は雲仙市の基幹産業でもある観光業に大きな影響となっている。



	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
観光客延べ数	2,851,731 人	2,752,536 人	1,832,123 人	1,594,539 人
日帰り客数	1,939,822 人	1,815,320 人	1,221,064 人	1,124,632 人
延べ宿泊客数	486,516 人	499,701 人	328,634 人	246,814 人
宿泊客実数	425,393 人	437,515 人	282,425 人	223,093 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】

<観光施設>

足湯ほっとふっと105、雲仙足湯広場、雲仙ロープウェイ、雲仙ビードロ美術館、雲仙ゴルフ場、小浜歴史資料館、橘神社、岩戸神社、鍋島邸庭園、愛野展望台、千々石展望台、みずほ温泉千年の湯、百花台公園、白雲の池キャンプ場、田代原キャンプ場、雲仙お山の情報館、諏訪の池ビジターセンターなど。

<自然・文化景観>

雲仙普賢岳（平成新山）、雲仙地獄、雲仙仁田峠、旧小浜鉄道跡（緑のトンネル）、上の川湧水、神代小路重要伝統的建造物群保存地区、三十路苑、ミヤマキリシマ、ヤマボウシ、ジャカランダ、紅葉、霧氷など。

<食・土産品>

雲仙牛、雲仙いりこ、雲仙ジオバーガー、湯せんべい、ワタリガニ、カタクチイワシ、種どり野菜、馬鈴薯、いちご、牡蠣、小浜ちゃんぽん、じてんしゃ飯など。

(別添) 様式 1

令和4年度事業の中で観光資源の磨き上げに位置付けているとおり、観光施設、自然景観、食や土産品等の観光素材データベース化を図り、モデルコース立案やプラン造成時の基礎として活用する。これらは地域消費額の総量増加、多様なターゲットを対象可能とした年間を通じたコンテンツ造成につなげることで、BtoBセールスやBtoCセールスに向けた施策立案にも活用する。

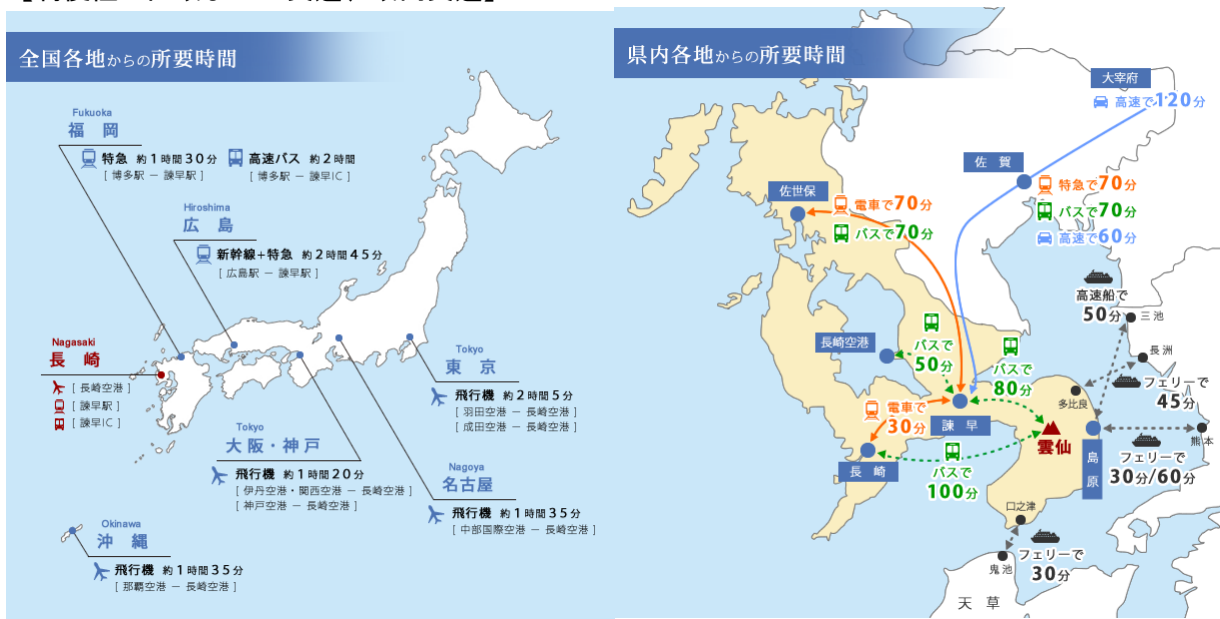
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】(令和2年4月1日現在)

(単位：軒、人)

旅館・ホテル		ビジネスホテル		国民宿舎等		民宿		計	
施設数	収容人数	施設数	収容人数	施設数	収容人数	施設数	収容人数	施設数	収容人数
39	3,852	4	319	6	413	4	83	53	4,667

域内分布：雲仙温泉街、小浜温泉街、その他市内全域

【利便性：区域までの交通、域内交通】



【外国人観光客への対応】

外国人受入体制について

(1) J N T O 認定観光案内所

カテゴリー1：小浜温泉観光案内所(旧小浜温泉観光協会)、雲仙温泉観光案内所(旧雲仙温泉観光協会)

(2) W i - F i 環境：旅館及びホテルに関しては整備済。主要な観光施設にもKyushu\_Free\_Wi-Fi等を活用して整備中。

(3) 令和4年度事業の中で、地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修(観光庁)を開催予定。

(4) 多言語標記：長崎県や雲仙市の事業等を活用して、主に宿泊施設のホームページ等の多言語化、また、飲食店等においてもメニューの多言語化が進んでいる。

(5) トイレ環境：主要な宿泊施設、観光施設では洋式化が整備済。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析



(別添) 様式 1

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。	雲仙市の観光動向調査、訪問客アンケート調査による。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	雲仙市の観光動向調査、訪問客アンケート調査による。
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。	訪問客アンケート調査による。
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。	訪問客アンケート調査による。
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。	令和4年度設置予定のB to C向けWEBサイトに解析ツールを導入。
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。	全世帯向け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

雲仙市の観光産業は、市内の産業の中で売上規模で6位、純移輸出額(外貨を稼ぐ力)2位、付加価値額6位、雇用者所得5位と、農業とともに非常に重要な産業と位置付けられている。

観光客数は平成27年以降減少傾向にあり、令和3年度の観光客延べ数は159万4千人となっている。観光客の66%が日帰り、34%が宿泊と二つの温泉街がありながら、日帰り客中心の構造となっている。経済波及効果の大きい宿泊客でも平均宿泊数が短く、結果として客単価も長崎県平均の59%と低い水準にある。最近ではコロナ禍も重なり、基幹産業である観光業には非常に厳しい状況が続いている。雲仙温泉と小浜温泉の全国的な知名度も、他の有名観光地と比較するとまだまだ低い状況にある。

これらの要因としては、地域としてのブランド力の欠如、戦略的なマーケティングの不足、観光コンテンツの磨き上げが不足しており、加えて新たな取り組みにチャレンジしたくなるような環境整備が不十分であること等があげられる。

これら課題解決の重要な要素となるのが、基幹産業でもある農業を主とする第一次産業との連携による地場産品の活用、海、山、温泉に象徴される豊かな自然の魅力を正確に観光客に伝える手段、地域の人々の暮らしを訴求材料として活用した取り組み等である。

このような地域の課題解決に向けた取り組みを実践する際は、観光業、第一次産業、地場産業等を有機的につなげ、価値ある観光資源として作り上げることが重要であり、それらの橋渡しの役割かつ中心的な役割を果たすのが当観光局であるといえる。既存の観光資源を活用した観光地域づくりはもとより、雲仙市の新たな価値を創造することで、交流人口の増加や地域担い手の増加など、ひいては「訪れる人も住む人も働く人も幸せを感じられる持続可能な地域の実現」につなげることとする。

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か? ①火山(平成新山、雲仙地獄、小浜温泉(源泉)	<b>弱み (Weaknesses)</b> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か? ①交通拠点である、長崎空港や諫早駅、長崎市



(別添) 様式 1

<p>105℃の熱量日本一)</p> <p>②温泉 (コンパクトな中に2つの泉質。小浜温泉：塩化物泉、雲仙温泉：硫黄泉)</p> <p>③日本最初の県立公園 (温泉公園)・国立公園 (雲仙国立公園)、日本最初のユネスコ世界ジオパーク (島原半島ジオパーク)</p> <p>④周囲が性質の違う2つの海に囲まれ、豊かな資源がある。(有明海：遠浅・日本一の干満差・干潟：ノリ・カキ養殖、カニ、橘湾：深い・カルデラ湾：イワシ・アジ・サバ漁、エビ・エソ漁、タチウオ・ハモ漁)</p> <p>⑤肥沃な大地と豊かな食 (200種類の野菜、農業生産高長崎県一、種どり野菜などの伝統野菜の生産地、雲仙牛、オーガニック野菜等)</p> <p>⑥観光資源：2つの温泉街 (小浜温泉、雲仙温泉)、雲仙地獄、普賢岳、平成新山、仁田峠、雲仙ロープウェイ (国立公園内初のロープウェイ)、仁田峠循環道路、ミヤマキリシマ、紅葉、霧氷、雲仙ゴルフ場 (日本最古のパブリックコース)、白雲の池、絹笠山 (サンセットヒル)、高岩山 (ロッキーヒル)、足湯ほっとふっと105、海上露天風呂茜の湯、上の川湧水、諏訪の池等。</p> <p>⑦創業100年を超える老舗旅館ホテルが多数存在。(雲仙湯元ホテル、雲仙いわき旅館、ゆやど雲仙新湯、有明ホテル、雲仙九州ホテル、つたや旅館、福德屋旅館、伊勢屋等)。</p> <p>⑧雲仙市観光戦略立案及び当観光局の設立に伴い、観光と一次産業や地場産業の連携の模索が始まっている。また、小浜温泉と雲仙温泉だけでなく、農漁村や伝統建造物群の街並みなども含め、雲仙市全体の観光推進の一本化が進んでおり、観光資源だけでなく食や暮らしや産業、人の魅力も含めた雲仙全体のブランディング、マーケティングが進んでいる。</p>	<p>街からのアクセスが悪い。</p> <p>②雲仙市及び島原半島の地域内交通が弱い。</p> <p>③観光資源や素材には恵まれているが、ただあるだけで、今までの物見遊山的な利用から脱却できておらず、それらを体験できるような仕組みや人材などが不足している。</p> <p>④農業の一大産地であるがゆえに、JA等を通じて、ほとんどの食材が大都市圏への流通を前提とされており、良いものが地域に流通しにくい実情で地産地消が進んでおらず、旅行者が食の豊かさや美味しさを体感できるような地域になっていない。</p> <p>⑤宿泊事業者や飲食事業者、農業者や漁業者は豊富だが、それらを有機的につなぐプロデューサーやコーディネーター、並びにガイド事業者など、コンテンツを生み出し持続可能な形で観光客に提供できる事業者が少ない。</p> <p>⑥宿泊施設の老朽化や、飲食店経営者の高齢化が激しい。</p> <p>⑦雲仙観光局は設立初年度であり資金力に乏しい。</p> <p>⑧ブランディング、マーケティング、プロモーションの取り組みは緒についたばかりで、構築や訴求が出来ていない。</p>
--	--

(別添) 様式 1

外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <p>①世間の健康志向や丁寧暮らし志向、地方で自分らしく暮らす志向などの高まりで、伝統野菜に惹かれた就農者や、食材に惹かれた料理人、ソムリエなどが移住し、地産地消の飲食店やワイナリーを開業するほか、地域のデザイナーに惹かれた若者たちが移住をし、独自のコミュニティが生まれてきている。</p> <p>②2022年秋に、九州新幹線西九州ルートが開業し、諫早駅に新幹線が止まることになっており、それに合わせた、JRのデスティネーションキャンペーンが2022年10月～12月に予定されている。</p> <p>③長崎県(佐世保市)へのIR誘致が進んでおり、外国からの富裕層などに訴求できるチャンスが広がっている。</p> <p>④環境省の上質化事業や、観光庁の高付加価値化支援事業による、宿泊施設及び観光施設の建て替え・リノベーションが進んでいる。</p>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <p>①新型コロナウイルス感染拡大に加え、2021年8月の大雨による雲仙温泉街の土砂災害。</p> <p>②観光地としての繁忙期、閑散期の差が激しく、平準化にほど遠い。</p> <p>③旧態依然とした観光スタイルやイメージからの脱却ができず、コロナ禍以前から観光客数の減少傾向が続いている。</p>
------	--	--

※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

<p>○第1ターゲット層</p> <p>長崎県内及び福岡・佐賀を中心とした西九州エリアの20～50代のリピーター並びに新規顧客。</p>
<p>○選定の理由</p> <p>令和3年度実施した雲仙市観光ブランド調査の中で、来訪意欲の高かった地域が西九州エリアであり、年代別では比較的に来訪者数の少ない20～50代の顧客獲得を目指すため。</p> <p>また、マイクロツーリズムにより、旅行需要の増加による現状での最大ボリュームゾーン。九州新幹線西九州ルート開業により、更なる需要増が期待されるため。</p> <p>○取組方針</p> <p>九州新幹線西九州ルート開業と併せたプロモーション強化とともに、長崎市との広域商品開発、ドライブルートの開発などを行い、戦略的なデジタルプロモーションを実施する。また、ワーケーションなどの新たな滞在プログラムを提供する。</p>
<p>○ターゲット層</p> <p>西九州及び関東・関西のアクティブシニア・ニューリッチ層</p>

(別添) 様式 1

<p>○選定の理由          雲仙市ブランド調査(令和3年度)により、最も訪問意欲が高く、且つ人口ボリュームが多い階層。九州新幹線西九州ルート開業により、関西・中部・中四国方面からの訪問が期待でき、消費額も高く経済効果にも期待が持てるため。</p> <p>○取組方針          付加価値の高い宿泊サービスの提要のほか、雲仙市でしか体験できない食や自然をテーマとした観光コンテンツを提供する。また、長期滞在プログラムや二地域居住などの長期滞在を促す商品を提供する。</p>
---

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	(令和4年度コンセプト決定予定) (仮)“温泉”だけじゃない! 神秘のまち雲仙市 ~生きる力がよみがえる、火山から生まれた 「食」と「自然」と「歴史」が織りなす神秘のまち、雲仙市~
②コンセプトの考え方	<p>「火山」と生きるまち、雲仙市。大地の鼓動が響き渡る雲仙地獄や温泉街。火山の恩恵は国立公園第一号に指定された豊かな自然環境に映し出され、その山麓には、肥沃な大地を生み出し、そこで生み出された水や養分は有明海や橘湾にまでしみ出している。</p> <p>母なる火山が生み出したこの神秘の力は、全国有数の農水産物の産地として、人々の暮らしや経済、歴史、文化の礎となり今に息づく。</p> <p>雲仙ブランド調査でも全国の人々は、雲仙市の自然や食、更には神秘性をポジティブ且つ潜在的に感じていることが判明。当観光局は、これらの神秘の力を雲仙市の普遍的価値(ブランド)として磨き上げ、それらを体感できるコンテンツや空間、サービスを創造し、人々に伝え続け、響きあいながら“多様なつながり”を創り上げてゆく。</p> <p>こうしたことを通じて、雲仙市全体の地域及び地場産品、並びに、地域事業者の価値向上を実現し訪れる人も、住む人も、働く人も幸せを感じられる持続可能な地域の実現を目指す。</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
戦略の多様な関係者との共有	経営委員会、ブランド向上委員会、観光事業推進委員会、物産事業推進委員会については四半期1回程度。但し、緊急な案件が発生した場合は都度開催する。各種ワーキンググループについては、毎月1回開催している。

(別添) 様式 1

	<p>各種ワーキンググループでは、地域の関連事業者を集めたコミュニケーションの場としても位置づけ、毎月1回の開催の中で、地域における課題抽出とその解決策等を議論する。各メンバーや解決策の当事者が実行可能な案件については即時行動を起こすとともに、その他の解決策等は各種委員会に提言する。</p> <p>各種委員会では、当観光局における課題や、ワーキンググループで抽出された課題について議論し方向性を検討する。ワーキンググループの提言についても慎重に議論した上で、事業化が必要な案件に対しては事務局を中心に具体的な取り組みを行う。また、各種委員会で課題や問題となる案件の内容によっては、広く意見等を求めるためにワーキンググループのテーマとして議論を依頼する。</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>	<p>宿泊施設や飲食店における、新型コロナウイルス感染予防対策の認証制度「UNZEN Safety」の普及、推進に取り組んでいる。</p> <p>ワーケーション受入施設の認証制度「うんぜんの“わ”」の普及と認証施設の拡大、制度品質の維持向上に取り組んでいる。</p> <p>観光関連事業者向けの接遇研修や外国語研修を実施。各種ワーキンググループの活用を含め、これら専門家とのマッチングを実施する。</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>当観光局の活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や具体的な活動、観光客の動向データとその分析結果等を記載した雲仙市観光マーケティングレポートを会員向けに毎月発行する。また、マーケティングレポートの簡易版については、当観光局のBtoB公式ホームページ上で公開することで、地域の関係者はもとより地域内外に向けた、活動内容とその成果の公開の場として位置付ける。</p> <p>また、当観光局の運営するtoCのホームページでは、市内全域の情報を一元的に取り扱い、日々の情報発信にも努めるほか、SNSとのリンクを強化し、効果的なプロモーションを実施。各種取り組みの進捗過程の情報を発信するサイト「雲仙ポータル」とも連携協調する。(令和4年度中に当観光局の運営するtoCのホームページをローンチし、令和5年度中に、既存の雲仙温泉観光協会ホームページとの整理を行う)</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)**

(1) 必須KPI

指標項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	17,500 (検討)	19,300 (検討)	21,100 (検討)
	実績	20,739 (—)	13,970 (—)	13,070 (—)	— (—)	— (—)	— (—)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	386 (21)	414 (30)	443 (39)
	実績	499 (57)	328 (3)	246 (0.4)	— (—)	— (—)	— (—)

(別添) 様式 1

●来訪者満足度 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	80 (検討)	85 (検討)	90 (検討)
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	計測中 (—)	— (—)	— (—)
●リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	70 (検討)	75 (検討)	80 (検討)
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	計測中 (—)	— (—)	— (—)

※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】

当観光局は、地域DMOとして雲仙市の観光並びに地域振興と密接に関係する団体であり、事業推進等あっても、密に連携協力を図る。そのため旅行消費額、延べ宿泊者数の実績値は、雲仙市の観光統計の値であり、KPIについては雲仙市第二次総合計画後期基本計画に位置付けられ値から設定する。

また、来訪者満足度、リピーター率については、関係する過去のデータ等がないため、現在実施中の雲仙市訪問客アンケート調査の値を基礎とすることとしている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

雲仙市第二次総合計画後期基本計画に位置付けられたKPIより設定。(基準年度：R2年度)

●延べ宿泊者数

雲仙市第二次総合計画後期基本計画に位置付けられたKPIより設定。(基準年度：R2年度)

●来訪者満足度

令和4年度より実施している、雲仙市訪問客アンケート調査により、進捗管理を行う。(基準年度：R4年度)

●リピーター率

令和4年度より実施している、雲仙市訪問客アンケート調査により、進捗管理を行う。(基準年度：R4年度)

(2) その他の目標

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
●コロナ明け行きたい観光地 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	10.5 (検討)	12.0 (検討)	15.0 (検討)
	実績	— (—)	— (—)	10.1 (—)	— (—)	— (—)	— (—)
●雲仙市への訪問意欲 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	58.5 (検討)	59.0 (検討)	60.0 (検討)
	実績	— (—)	— (—)	58.3 (—)	— (—)	— (—)	— (—)
	目標	— (—)	— (—)	— (—)	80.0 (検討)	85.0 (検討)	90.0 (検討)

(別添) 様式 1

● (旅ナカ) 宿 の満足度 (%)	実績	—	—	—	計測中	—	—
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
● (旅ナカ) 温 泉の満足度 (%)	目標	—	—	—	80.0	85.0	90.0
		(—)	(—)	(—)	(検討)	(検討)	(検討)
	実績	—	—	—	計測中	—	—
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
● (旅ナカ) 食 事の満足度 (%)	目標	—	—	—	80.0	85.0	90.0
		(—)	(—)	(—)	(検討)	(検討)	(検討)
	実績	—	—	—	計測中	—	—
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)

※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】

当観光局は、地域DMOとして雲仙市の観光並びに地域振興と密接に関係する団体であり、事業推進等あっても、密に連携協調を図る。そのため令和3年度に実施された、雲仙市ブランド調査結果及び、令和4年度実施中の訪問客アンケートの諮問をもとに指標項目を設定した。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●コロナ明け行きたい観光地

実績は、令和3年度に実施した雲仙市ブランド調査結果の値であり、目標値は当観光局設立から3年後の令和6年度に同様の調査を実施し、評価を行う。目標値は令和3年度より5%増を目指す。(基準年度：R3年度)

##### ●雲仙市への訪問意欲

実績は、令和3年度に実施した雲仙市ブランド調査結果の値であり、目標値は当観光局設立から3年後の令和6年度に同様の調査を実施し、評価を行う。目標値は令和3年度より1.7%増を目指す。(基準年度：R3年度)

##### ●(旅ナカ)宿の満足度

令和4年度現在、訪問客アンケートを実施中。想定満足度を80.0%と設定し、目標値は毎年5.0%増を図り最終的には90.0%の満足度を目指す。(基準年度：R4年度)

##### ●(旅ナカ)温泉の満足度

令和4年度現在、訪問客アンケートを実施中。想定満足度を80.0%と設定し、目標値は毎年5.0%増を図り最終的には90.0%の満足度を目指す。(基準年度：R4年度)

##### ●(旅ナカ)食事の満足度

令和4年度現在、訪問客アンケートを実施中。想定満足度を80.0%と設定し、目標値は毎年5.0%増を図り最終的には90.0%の満足度を目指す。(基準年度：R4年度)

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

### (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
-------	--------	----

(別添) 様式 1

2022 (R4) 年度	152,257,000	<b>【国からの補助金】</b> 19,985,000 <b>【都道府県からの補助金】</b> 0 <b>【市町村からの補助金】</b> 65,487,000 <b>【公物管理受託】</b> 15,360,000 <b>【収益事業】</b> 21,222,000 <b>【会費】</b> 11,840,000 <b>【その他】</b> 18,363,000
2023 (R5) 年度	160,000,000	
2024 (R6) 年度	160,000,000	

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2022 (R4) 年度(計画)	152,257,000	<b>【一般管理費】</b> 82,828,000 <b>【事業者連携・経営拡大支援】</b> 25,064,000 <b>【観光マーケティング・セールス】</b> 10,500,000 <b>【地域ブランド創出・価値創造】</b> 11,635,000 <b>【内部体制強化】</b> 10,930,000 <b>【その他】</b> 11,300,000
2023 (R5) 年度	160,000,000	
2024 (R6) 年度	160,000,000	

(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>(会費収入) 一般200会員、並びに主要宿泊施設26会員の獲得と維持による会費収入の確保。</p> <p>(受託事業収入) 国及び雲仙市等の施設管理運営に係る受託収入に加え、雲仙、小浜両地域の旅館組合の事務受託収入の確保。</p> <p>(自主事業収入) 既存の販売品(フェイスマスク、雲仙レモネード)の売上拡大と、新規アイテムの開発による売上拡充。足湯施設における物販事業強化による売上拡大。スポーツコンベンションやMICE、企業研修、合宿当への取り組みによる、宿泊手配事務手数料等の確保。当観光局による着地型旅行商品の造成・販売や市内事業者の体験プログラム等の手配事務手数料、観光客向けイベントプログラム開催による参加料収入の確保。キャンプ場運営による利用料収入の拡大。雲仙市ふるさと納税返礼品の拡充・提供による手数料収入の確保。</p> <p>(入湯税の増税等) 将来的に運営資金確保策の基礎とするべく、既存の入湯税について増額を検討し、当観光局の活動資金として確保する方法等について、雲仙市、地域宿泊施設と導入手法や時期について、今後慎重に議論を重ねていく方針。</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



(別添) 様式 1

長崎県雲仙市は、一般社団法人雲仙観光局を、当該市における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人雲仙観光局とともに申請します。

**9. マーケティング・マネジメント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】

エリアが重複する（一社）島原半島観光連盟（地域連携DMO候補法人）とは、事務局間の定期的な協議を行っているほか、当該法人の役員構成に当観光局の役員も含まれていることから、理事会等にも出席して意見交換している。

【区域が重複する背景】

（一社）島原半島観光連盟は、半島内3市（島原市、雲仙市、南島原市）で、総合的に取り組む必要のある観光振興策のプラットフォーム団体となっている。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

前述のとおり半島内全域での総合的な取り組みが効果的な、例えば島原半島としてのブランディングやプロモーション、半島全体のモデルコースの設定や修学旅行誘致などの観光振興策は、（一社）島原半島観光連盟が担っている。一方で、人材育成や着地型コンテンツ造成など地域の受け入れ環境の強化をはじめ、ブランディング、プロモーション、商品造成、誘致（セールス）等にあっても、雲仙市エリアに特化して実施した方が合理的かつ効果的な取り組みについては、当観光局が担い実行し、それら情報や成果については連携協議の中で共有する。

【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】

当観光局にあっては、観光客との接点となる個々の事業者や観光施設、飲食店等の状況や意見を集約しやすく、地域事情に鑑みた各種取り組みが可能であり、またそれらに対応した諸施策、取り組みにスピード感をもって立案、実行することができる。一方で（一社）島原半島観光連盟にあっては、当観光局での取り組み結果をもとに、半島内全域での展開が効果的と判断する、島原半島としてのブランディングやプロモーション、半島全体のモデルコースの設定や修学旅行の誘致などの取り組みを実行することで、合理的かつ効果的な事業展開が可能となる。（例）着地型観光素材については、当観光局が地域実情に沿って発掘・造成に組み込み、それら素材等は半島3市分を（一社）島原半島観光連盟が集約してプロモーション等に活用する。

**10. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	相良 淳郎
担当部署名（役職）	財務・総務部（部長）
郵便番号	854-0621
所在地	長崎県雲仙市小浜町雲仙 320 番地
電話番号（直通）	0957-73-3639
FAX番号	0957-73-3620

(別添) 様式 1

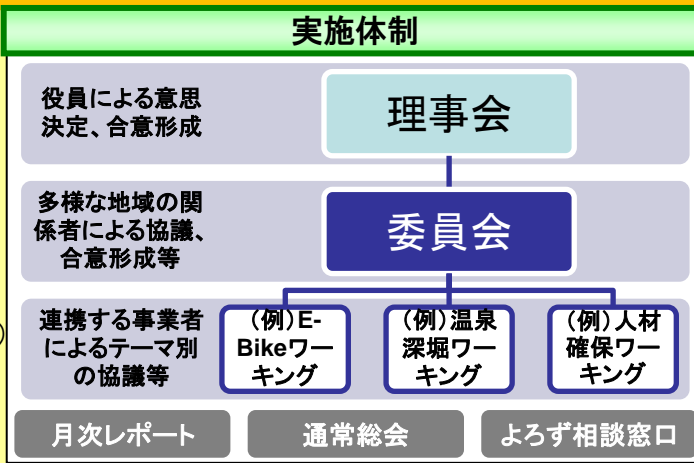
E-mail	a-sagara@unzen-dmo.com
--------	------------------------

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	長崎県
担当者氏名	松田 尚也
担当部署名 (役職)	文化観光国際部 観光振興課 企画マーケティング班 (主事)
郵便番号	850-8570
所在地	長崎県長崎市尾上町3番1号
電話番号 (直通)	095-895-2643
FAX番号	095-895-5767
E-mail	n-matsuda@pref.nagasaki.lg.jp

都道府県・市町村名	雲仙市
担当者氏名	草野 秀博
担当部署名 (役職)	観光商工部 観光物産課 (課長)
郵便番号	859-1107
所在地	長崎県雲仙市吾妻町牛口名714番地
電話番号 (直通)	0957-38-3111
FAX番号	0957-38-3205
E-mail	h-kusano@city.unzen.lg.jp

【区域】長崎県雲仙市、  
【設立日】令和4年1月25日  
【登録日】令和4年10月28日  
【代表者】山下 浩一  
【マーケティング責任者(CMO)】  
鶴田 貴明  
【財務責任者(CFO)】  
相良 淳郎  
【職員数】24人  
(常勤17人(正職員13人、出向等4人)、非常勤7人)  
【連携する主な事業者】  
雲仙温泉旅館ホテル組合、小浜温泉旅館組合、  
雲仙市商工会、各種交通関係事業者等



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】  
 <観光施設>  
 足湯ほっとふっと105、雲仙ロープウェイ、雲仙ビードロ美術館など。  
 <自然・文化景観>  
 雲仙普賢岳(平成新山)、雲仙地獄、雲仙仁田峠、ミヤマクリシマ、ヤマボウシ、ジャカラダ、霧氷など。  
 <食・土産品>  
 雲仙牛、雲仙いりこ、雲仙ジオバーガー、湯せんべい、ワタリガニ、カタクチイワシ、種どり野菜、馬鈴薯、いちご、牡蠣、小浜ちゃんぽんなど。

### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)①②  
 【概要】  
 ・社員総会(全会員参加の最高の意思決定機関)・理事会(理事18名、オブザーバーあり)  
 ・4委員会(理事、会員、行政担当者等)  
 ・各種ワーキンググループ(月1回定期開催/地域住民参加型)

### 戦略

【主なターゲット】  
 ・長崎県内及び福岡、佐賀を中心とした西九州エリアの20~50代のリピーター並びに新規顧客。  
 ・西九州及び関東、関西のアクティブシニア、ニューリッチ層。  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 ・九州新幹線西九州ルート開業と併せたプロモーション強化・近隣地域との広域商品(ドライブルート等)の開発・戦略的なデジタルプロモーション・ワーケーション等の新たな滞在プログラムの提供・付加価値の高い宿泊サービスの提供・雲仙市でしか体験できない食と自然をテーマとした観光コンテンツの提供・長期滞在プログラムや二地域居住商品の提供。

### KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	-	-	-	17,500 (検討)	19,300 (検討)	21,100 (検討)
	実績	20,739 (-)	13,970 (-)	13,070 (-)	-	-	-
延べ宿泊者数 (千人)	目標	-	-	-	386 (21)	414 (30)	443 (39)
	実績	499 (57)	328 (3)	246 (0.4)	-	-	-
来訪者満足度 (%)	目標	-	-	-	80 (検討)	85 (検討)	90 (検討)
	実績	-	-	-	計測中	-	-
リピーター率 (%)	目標	-	-	-	70 (検討)	75 (検討)	80 (検討)
	実績	-	-	-	計測中	-	-

### 法人のこれまでの活動実績

活動初年度の為、令和4年度計画  
 【情報発信・プロモーション】  
 ・マスターブランド開発・デジタルプロモーションの展開・WEBサイト再構築・各種セールス商談会参加・マーケティングレポート発行。  
 【受入環境の整備】  
 ・訪問客アンケート調査・ワーケーション&オープンイノベーション推進・人材育成強化・民間活力の推進・ビッグデータ解析・地域内流通の仕組み構築・雲仙市産の食のブランド化推進・JR諫早駅観光案内所設置、運営。  
 【観光資源の磨き上げ】  
 ・モデルコース立案、着地型プラン造成、観光・人材コンテンツデータベース化。

### 観光関連事業者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

経営委員会、ブランド向上委員会、観光事業推進委員会、物産事業推進委員会は四半期1回程度(緊急時は都度開催)。各種ワーキンググループは毎月1回開催し、地域における課題抽出と解決策を議論する。

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】会費収入約12百万円、収益事業(物販、受託事業)約40百万円、補助金事業(観光庁、市)約85百万円  
 【総支出】152百万円(一般管理費83百万円、事業費69百万円)  
 ※令和4年計画  
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 物販事業の拡大と各種アクティビティ収入増、観光施設利用収入増