

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月31日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

|   |                                      |  |
|---|--------------------------------------|--|
| 申請区分<br>※該当するものを<br>○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  | 大台町商工会                               |  |
| 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<br>三重県大台町             |  |
| 所在地   | 三重県多気郡大台町                            |  |
| 設立時期  | 昭和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   | 常勤8人（正職員6人・臨時職員2人）、非常勤3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）<br>※必ず記入すること                   | 大西健二<br>（出身組織名）<br>大台町商工会<br>大台町観光協会 | 大台町商工会の会長として、大台町の商工業振興に貢献してきた。近年では、大台町観光協会の会長にも就任し、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）<br>※必ず記入すること      | 築地義雄「専従」<br>（出身組織名）<br>大台町商工会        | 令和5年4月1日に三重県商工会連合会から大台町商工会に配属。これまでの経験を活かし、データ分析及びマーケティングに取り組んでいる。            |
| 財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）<br>※必ず記入すること                         | 上岡万紀子「専従」<br>（出身組織名）<br>大台町商工会       | 大台町商工会における、総務関係・経理関係を管理する。大台町観光協会の経理関係についても対応している。                           |
| 各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）<br>※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 | 東 和孝「専従」<br>（出身組織名）<br>大台町商工会        | 大台町観光協会運営に携わっており、地域の文化・産業をPRするなど、大台町への観光誘致に取り組んでいる。                          |

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| 各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）       | <p>吉田 将<br/>（出身組織名）<br/>エスパール交通株式会社</p> <p>野田 綾子<br/>（出身組織名）<br/>株式会社 Verde 大台ツーリズム 代表取締役</p>   | <p>国内旅行取扱管理者の資格を有し、三重県を中心とした着地型旅行商品の造成・販売・受入れを担う。豊富な経験を持ち、旅行業務に精通している。</p> <p>旅行業務取扱管理者資格を取得し、株式会社 Verde 大台ツーリズムを3種旅行業登録している。地域の観光事業者と連携し、着地型旅行商品の造成・販売に取り組む。</p> |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割              | <p>三重多気郡大台町<br/>産業課（観光事業連携・評価・支援、ハード面での受入環境整備）<br/>企画課（まち・ひと・しごと創生総合戦略、ユネスコエコパークの活用）</p>  |   |
| 連携する事業者名及び役割                      | <p>道の駅奥伊勢おおだい株式会社（地域特産品の販売）<br/>奥伊勢ハイウェイパーク株式会社（地域特産品の販売）<br/>株式会社宮川物産（地域特産品の加工・開発）<br/>株式会社宮川観光振興公社（大台町の第三セクターホテルの運営・旅行商品の造成）<br/>（公社）大杉谷登山センター（ユネスコエコパーク・持続可能な観光振興）<br/>エスパール交通株式会社（旅行商品の造成・二次交通の提供）<br/>株式会社 Verde 大台ツーリズム（アウトドアプログラムの提供）<br/>株式会社ロカ（アウトドアプログラムの提供）<br/>NPO 法人大杉谷自然学校（子ども環境教育・持続可能な観光振興）<br/>山里民泊みくり（地域の宿泊業者）<br/>（一社）AWAプロジェクト（古民家再生・受入環境整備）<br/>宮川上流漁業協同組合（観光資源の活用・環境保全）</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>【該当する登録要件】①②</p> <p>大台町商工会では、通常総会（年1回）、理事会（年5回）、正副会長会議（随時）を開催している他、大台町観光協会の運営事務を行っていること、また、大台町商工会 DMO 推進委員会（旧・大台町観光 DMO 推進協議会）や観光関係事業者ワーキンググループを設置し、地域の多様な観光関係事業者との調整を行っている。また、理事には連携する事業者が就任し、本会の意思決定に関与している。</p> <p>●大台町観光 DMO 推進協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 30 年度 地域資源を活用した観光地魅力創造事業「大台町における地域 DMO 構築に向けたマーケティング調査・戦略策定事業」</li> <li>・平成 31・令和元年度 農泊推進事業、人材活用事業</li> <li>・令和 4 年度 大台町らしい観光のあり方を追求し推進するため、各観光種関係者を招集して委員長として「大台町観光振興計画」を策定</li> </ul> <p>●事業関係者ワーキンググループ</p> <p>観光関連事業者・大杉谷登山センター・NPO 法人大杉谷自然学校・大台町役場の関係者とともに、協議会の母体となり、各種事業で必要なワーキンググループを設立し、事業を計画・進行する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 30 年度・31 年度 宿泊事業者を中心としたマーケティングデータ共有・分析ワーキングを実施。</li> <li>・令和元年度 訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業を関係者ワーキンググループで実施。</li> <li>・令和元年度 奥伊勢フォレストピアとキャンプコンサルティングを繋げキャンプモニター事業を実施。ワーキングを実施。</li> </ul> |   |

|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和2年度 環境庁国立・国定公園への誘客の推進事業の実施。</li> <li>・令和4年度 次年度に向けて「空き家を活用した拠点づくり」の企画・立案を行う。</li> </ul>   |    |      |                     |   |                |  |
|--|---|----|------|---------------------|---|----------------|--|
| <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>定期的に住民参加型のセミナー等を開催する。また、地元高校（昴学園）とも連携し、地元の魅力を知ってもらうことで、地域に根付いた活動を推進する。</p>   |    |      |                     |   |                |  |
| <p>法人のこれまでの活動実績</p>                    | <p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 521 619 568">事業</th> <th data-bbox="619 521 1407 568">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 568 619 1753"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 568 1407 1753"> <p>平成29年度<br/>                     地域資源を活用した観光地魅力創造事業「大台町における地域DMO構築に向けたマーケティング調査・戦略策定事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●マーケティング                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地アンケートの実施集計分析・宿泊事業所・アウトドアプログラム参加者分析。</li> <li>・大台町観光協会ホームページ、WEB・Google Analytics・Facebook解析。</li> </ul> </li> <li>●マーケティングに基づいた情報発信                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングによりターゲットを選定し、効果的なPRを実施。</li> <li>・ホームページを活用した地域の魅力を発信。</li> <li>・メディア戦略。選定したターゲット（地域や年代）に最適な方法で誘客に繋がる情報を発信。</li> </ul> </li> </ul> <p>平成31・令和元年度<br/>                     農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光DMO推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●顧客データベースを活用した地域回遊と商品販売（EC）環境の構築                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・「おおだい CRM（顧客管理データベースシステム）」の一機能として外国人旅行者向けの地域情報サイトを開発。宿泊先での利用を想定し、近隣店舗（食事、土産店等）や体験への誘客をはかる。</li> <li>・「おおだいCRM（顧客情報管理機能）」で、当町を訪れる宿泊客やアウトドアプログラム参加者等の顧客データ（氏名、メールアドレス等）を収集、蓄積する。</li> <li>・CRMシステムに「簡易ブログ作成機能」および「一斉メール配信機能」を実装し、蓄積した顧客のメールアドレス宛に各宿泊、体験提供事業者それぞれが任意のタイミング、頻度でメール送信（ブログ記事への誘導）を行えるようする。</li> <li>・EC対象商品のリストアップや生産者との交渉、また各事業者独自の商品化および販売計画の策定を行う。</li> </ul> </li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1753 619 1933"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="619 1753 1407 1933"> <p>平成31・令和元年度<br/>                     農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光DMO推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●新たな（インバウンド）顧客をつくるための環境づくり                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドをターゲットとしたマーケティング研修会の実施。</li> </ul> </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> | <p>平成29年度<br/>                     地域資源を活用した観光地魅力創造事業「大台町における地域DMO構築に向けたマーケティング調査・戦略策定事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●マーケティング                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地アンケートの実施集計分析・宿泊事業所・アウトドアプログラム参加者分析。</li> <li>・大台町観光協会ホームページ、WEB・Google Analytics・Facebook解析。</li> </ul> </li> <li>●マーケティングに基づいた情報発信                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングによりターゲットを選定し、効果的なPRを実施。</li> <li>・ホームページを活用した地域の魅力を発信。</li> <li>・メディア戦略。選定したターゲット（地域や年代）に最適な方法で誘客に繋がる情報を発信。</li> </ul> </li> </ul> <p>平成31・令和元年度<br/>                     農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光DMO推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●顧客データベースを活用した地域回遊と商品販売（EC）環境の構築                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・「おおだい CRM（顧客管理データベースシステム）」の一機能として外国人旅行者向けの地域情報サイトを開発。宿泊先での利用を想定し、近隣店舗（食事、土産店等）や体験への誘客をはかる。</li> <li>・「おおだいCRM（顧客情報管理機能）」で、当町を訪れる宿泊客やアウトドアプログラム参加者等の顧客データ（氏名、メールアドレス等）を収集、蓄積する。</li> <li>・CRMシステムに「簡易ブログ作成機能」および「一斉メール配信機能」を実装し、蓄積した顧客のメールアドレス宛に各宿泊、体験提供事業者それぞれが任意のタイミング、頻度でメール送信（ブログ記事への誘導）を行えるようする。</li> <li>・EC対象商品のリストアップや生産者との交渉、また各事業者独自の商品化および販売計画の策定を行う。</li> </ul> </li> </ul> | <p>受入環境の整備</p> | <p>平成31・令和元年度<br/>                     農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光DMO推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●新たな（インバウンド）顧客をつくるための環境づくり                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドをターゲットとしたマーケティング研修会の実施。</li> </ul> </li> </ul> |
| 事業                                     | 実施概要  |    |      |                     |   |                |  |
| <p>情報発信・プロモーション</p>                    | <p>平成29年度<br/>                     地域資源を活用した観光地魅力創造事業「大台町における地域DMO構築に向けたマーケティング調査・戦略策定事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●マーケティング                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地アンケートの実施集計分析・宿泊事業所・アウトドアプログラム参加者分析。</li> <li>・大台町観光協会ホームページ、WEB・Google Analytics・Facebook解析。</li> </ul> </li> <li>●マーケティングに基づいた情報発信                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングによりターゲットを選定し、効果的なPRを実施。</li> <li>・ホームページを活用した地域の魅力を発信。</li> <li>・メディア戦略。選定したターゲット（地域や年代）に最適な方法で誘客に繋がる情報を発信。</li> </ul> </li> </ul> <p>平成31・令和元年度<br/>                     農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光DMO推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●顧客データベースを活用した地域回遊と商品販売（EC）環境の構築                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・「おおだい CRM（顧客管理データベースシステム）」の一機能として外国人旅行者向けの地域情報サイトを開発。宿泊先での利用を想定し、近隣店舗（食事、土産店等）や体験への誘客をはかる。</li> <li>・「おおだいCRM（顧客情報管理機能）」で、当町を訪れる宿泊客やアウトドアプログラム参加者等の顧客データ（氏名、メールアドレス等）を収集、蓄積する。</li> <li>・CRMシステムに「簡易ブログ作成機能」および「一斉メール配信機能」を実装し、蓄積した顧客のメールアドレス宛に各宿泊、体験提供事業者それぞれが任意のタイミング、頻度でメール送信（ブログ記事への誘導）を行えるようする。</li> <li>・EC対象商品のリストアップや生産者との交渉、また各事業者独自の商品化および販売計画の策定を行う。</li> </ul> </li> </ul>   |    |      |                     |   |                |  |
| <p>受入環境の整備</p>                         | <p>平成31・令和元年度<br/>                     農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光DMO推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●新たな（インバウンド）顧客をつくるための環境づくり                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドをターゲットとしたマーケティング研修会の実施。</li> </ul> </li> </ul>  |    |      |                     |   |                |  |

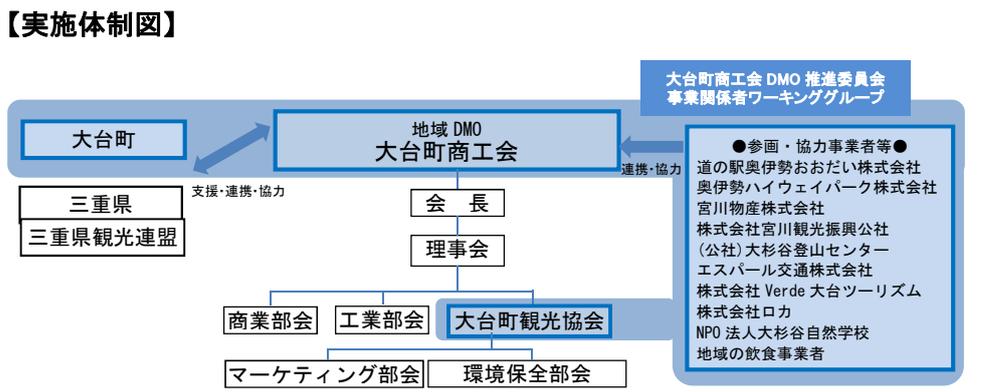
|  |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
|--|---|---------|---------|---------|---------|----|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---|--------|-------|-------|-------|-------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|--|--|-----|-----|-----|----|----|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-----|--------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域ならではの「インバウンド需要に対応した」農泊地域づくりに向けてのコンセンサス、協力体制づくりをすすめる。</li> <li>●インバウンド商品、体制づくり</li> <li>・マイケル・キフル氏をコンサルタントとして招聘し次の指導・支援を依頼</li> <li>・地元（大台町、三重県）の事情を理解したうえでの、</li> <li>① 観光商品（体験、土産等）づくりに対する外国人視点からの指導</li> <li>② インバウンドマーケットに向けたプロモーション活動に関する指導</li> <li>③ 観光商品への誘客支援</li> </ul>  |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>観光資源の磨き上げ</p>   | <p>平成 30 年度</p> <p>地域資源を活用した観光地魅力創造事業「大台町における地域 DM0 構築に向けたマーケティング調査・戦略策定事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●旅行業を活用したツアー造成</li> <li>・新たに獲得した旅行者に、より本地域を満喫してもらうための事業。前述したワーキンググループにおいて地域の観光地や事業者を活用したツアーを造成。</li> </ul> <p>平成 31・令和元年度</p> <p>農泊推進事業、人材活用事業（大台町観光 DM0 推進協議会）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●インバウンドに対応した体験プログラムの開発、販売</li> <li>・ゲストハウス「Tea Field Villa」のオーナー（「人材活用事業」で参画）から外国人旅行者が求めるサービスや商品について助言や提案を受ける。</li> <li>・特に外国語に対応したプログラムが現状まったく整備されていないため、既存プログラムの外国人旅行者向け改修と翻訳（英語化）を先行する。</li> </ul> |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p><b>【定量的な評価】</b></p>   |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>●観光入込客数（人）</p>  |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <table border="1"> <tr> <td></td> <td>H28</td> <td>H29</td> <td>H30</td> <td>R1</td> <td>R2</td> </tr> <tr> <td>観光入込客数</td> <td>629,349</td> <td>607,276</td> <td>581,238</td> <td>581,147</td> <td>468,001</td> </tr> </table>  |   | H28     | H29     | H30     | R1      | R2 | 観光入込客数 | 629,349 | 607,276 | 581,238 | 581,147 | 468,001 | <table border="1"> <tr> <td></td> <td>H28</td> <td>H29</td> <td>H30</td> <td>R1</td> <td>R2</td> </tr> <tr> <td>観光入込客数</td> <td>629,349</td> <td>607,276</td> <td>581,238</td> <td>581,147</td> <td>468,001</td> </tr> </table> |        | H28   | H29   | H30   | R1    | R2      | 観光入込客数 | 629,349 | 607,276 | 581,238 | 581,147 | 468,001  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
|  | H28   | H29     | H30     | R1      | R2      |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 観光入込客数   | 629,349   | 607,276 | 581,238 | 581,147 | 468,001 |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
|  | H28   | H29     | H30     | R1      | R2      |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 観光入込客数   | 629,349   | 607,276 | 581,238 | 581,147 | 468,001 |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>新型コロナウイルス感染症拡大により、観光入込客数は減少。</p>  |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>●アクティビティ来客数（人）</p>  |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <table border="1"> <tr> <td></td> <td>H28</td> <td>H29</td> <td>H30</td> <td>R1</td> <td>R2</td> </tr> <tr> <td>アウトドア</td> <td>15,873</td> <td>15,736</td> <td>14,626</td> <td>17,478</td> <td>17,400</td> </tr> <tr> <td>登山客</td> <td>10,131</td> <td>8,527</td> <td>7,275</td> <td>6,130</td> <td>4,756</td> </tr> <tr> <td>釣り・湖面利用</td> <td>5,396</td> <td>5,950</td> <td>5,961</td> <td>6,864</td> <td>6,637</td> </tr> </table> |   | H28     | H29     | H30     | R1      | R2 | アウトドア  | 15,873  | 15,736  | 14,626  | 17,478  | 17,400  | 登山客   | 10,131 | 8,527 | 7,275 | 6,130 | 4,756 | 釣り・湖面利用 | 5,396  | 5,950   | 5,961   | 6,864   | 6,637   | <table border="1"> <tr> <td></td> <td>H28</td> <td>H29</td> <td>H30</td> <td>R1</td> <td>R2</td> </tr> <tr> <td>アウトドア</td> <td>15,873</td> <td>15,736</td> <td>14,626</td> <td>17,478</td> <td>17,400</td> </tr> <tr> <td>登山客</td> <td>10,131</td> <td>8,527</td> <td>7,275</td> <td>6,130</td> <td>4,756</td> </tr> <tr> <td>釣り・湖面利用</td> <td>5,396</td> <td>5,950</td> <td>5,961</td> <td>6,864</td> <td>6,637</td> </tr> </table> |  | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | アウトドア | 15,873 | 15,736 | 14,626 | 17,478 | 17,400 | 登山客 | 10,131 | 8,527 | 7,275 | 6,130 | 4,756 | 釣り・湖面利用 | 5,396 | 5,950 | 5,961 | 6,864 | 6,637 |
|  | H28   | H29     | H30     | R1      | R2      |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| アウトドア  | 15,873  | 15,736  | 14,626  | 17,478  | 17,400  |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 登山客  | 10,131  | 8,527   | 7,275   | 6,130   | 4,756   |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 釣り・湖面利用  | 5,396   | 5,950   | 5,961   | 6,864   | 6,637   |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
|  | H28   | H29     | H30     | R1      | R2      |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| アウトドア  | 15,873  | 15,736  | 14,626  | 17,478  | 17,400  |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 登山客  | 10,131  | 8,527   | 7,275   | 6,130   | 4,756   |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 釣り・湖面利用  | 5,396   | 5,950   | 5,961   | 6,864   | 6,637   |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>大杉谷登山客は、新型コロナウイルス感染症拡大により減少傾向となったが、カヤック、SUP等のアウトドア客は、維持・微増している。</p>   |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>●宿泊者数（人）</p>  |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <table border="1"> <tr> <td></td> <td>H28</td> <td>H29</td> <td>H30</td> <td>R1</td> <td>R2</td> </tr> <tr> <td>観光入込客数</td> <td>20,718</td> <td>18,606</td> <td>18,928</td> <td>19,708</td> <td>16,084</td> </tr> </table>   |   | H28     | H29     | H30     | R1      | R2 | 観光入込客数 | 20,718  | 18,606  | 18,928  | 19,708  | 16,084  | <table border="1"> <tr> <td></td> <td>H28</td> <td>H29</td> <td>H30</td> <td>R1</td> <td>R2</td> </tr> <tr> <td>観光入込客数</td> <td>20,718</td> <td>18,606</td> <td>18,928</td> <td>19,708</td> <td>16,084</td> </tr> </table>      |        | H28   | H29   | H30   | R1    | R2      | 観光入込客数 | 20,718  | 18,606  | 18,928  | 19,708  | 16,084   |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
|  | H28   | H29     | H30     | R1      | R2      |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 観光入込客数   | 20,718  | 18,606  | 18,928  | 19,708  | 16,084  |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
|  | H28   | H29     | H30     | R1      | R2      |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| 観光入込客数   | 20,718  | 18,606  | 18,928  | 19,708  | 16,084  |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |
| <p>新型コロナウイルス感染症拡大により、宿泊者数は減少。</p>  |   |         |         |         |         |    |        |         |         |         |         |         |   |        |       |       |       |       |         |        |         |         |         |         |  |  |     |     |     |    |    |       |        |        |        |        |        |     |        |       |       |       |       |         |       |       |       |       |       |

|     |                       |         |         |         |         |
|-----|-----------------------|---------|---------|---------|---------|
|     | ●大台町観光協会ホームページのPV数（回） |         |         |         |         |
|     | H28                   | H29     | H30     | R1      | R2      |
| PV数 | 164,316               | 199,109 | 200,781 | 244,563 | 306,064 |

SNS（Facebook、Instagram、Twitter）及びインフルエンサーによる情報発信より、大台町観光協会のホームページのPV数は大幅に増加。

**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】**  
 大台町観光協会の運営を受け持つ大台町商工会が母体となり、行政、宿泊業者、観光事業者、飲食業者等多様な関係者が参画し、各会議、事業を展開する。  
 また、三重県、大台町、地域関係団体と連携するなど、官民が密接な協力体制をとり運営する。



**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】**  
 大台町は、三重県の中南勢地域の南西部に位置し、面積は 362.86 km<sup>2</sup>と三重県内の町では最大で、その内 93%を森林が占め、大台ヶ原を源とする一級河川「宮川」が町の中央を東流し、町内全域が大台ヶ原・大峯山・大杉谷ユネスコパークに登録されている。また、宮川の源流部は吉野熊野国立公園、上中流域が奥伊勢宮川峡県立自然公園に指定された自然豊かな町である。  
 上流域は 1,000m 級の山々が囲む急峻な地形で、兩岸の山峡の合間に集落と耕地が点在する純山村となっている。

気候は、南海型気候区に属して比較的温暖であるが、当期には最低気温が氷点下になり、降雪もみられることがある。また、年間降水量は 3,687mm で、上流域では年間 5,000mm に達することもあり、日本でも有数の多雨地帯である。

### ① ユネスコエコパークの町

ユネスコが実施する生物圏保存地域（国内呼称：ユネスコエコパーク）に町内全域が指定されている。世界が認めた貴重な自然資源を積極的に利活用する。本会では、アウトドアに特化したセールス及びプロモーションを進めてきた。このプログラムは、平成 29 年度より株式会社 Verde 大台ツーリズムに引き継ぎ、ターゲットを明確にし、高付加価値商品としてブラッシュアップし販売をしている。

### ② 清流・宮川

国土交通省の水質調査において、過去 11 回の日本一を取得した清流「宮川」が町を縦断している。清流宮川から作られたミネラルウォーター「森の番人」は、伊勢志摩サミットで首脳陣のテーブルに置かれ、その水質の高さが全世界に拡散された。また、平成 28 年度から実施している宮川を活用したアクティビティ「SUP」は、大台町が誇るアクティビティに成長中である。川が育む鮎等の資源とともに、水、SUP を観光資源のひとつとして積極的に活用・発信していく。

### ③ 巨大観光地・伊勢からの近さ

伊勢市から車で約 1 時間。「奥伊勢」とも呼ばれる当地域は、伊勢神宮にまで流れる宮川で繋がっており、歴史的にも伊勢神宮の用材を伐りだす山「御杣山」として関係が深い。今後は観光地として、事業レベルでの連携も計画している。同じ「奥伊勢」地域である隣接の大紀町とは、既に事業者レベルでの連携を行っており、今後、本格的に大紀町地域活性化協議会との連携を強め、宿泊やアウトドアプログラムで連携した事業展開をはかるため、対象区域として設定した。

#### 【観光客の実態等】

大台町内最大の入込は、道の駅奥伊勢おおだい株式会社の 384,608 人。主要施設は、三重県内からの入り込みが殆どである。大杉谷登山道は、半数以上を関西圏の登山者が占める。大台町内の年間入り込み客数は 435,466 人（2020 年度）。設定区域内の周遊性が低く、滞在型の観光客が少ない傾向がある。

大杉谷登山道の開山期は 4～11 月であり、登山観光者もこの時期に集中する。また、夏は、宮川での川遊びだけでなく、ウォーターアクティビティのプログラムに参加するアウトドア志向の観光客が増加しつつある。一方、12 月～2 月までの冬季の見どころ、遊びどころ、コンテンツの不足により、閑散期となる。

#### 【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】

- 自然：宮川、大杉谷登山道、総門山、大台町全域のエコパーク登録
- 観光施設：奥伊勢フォレストピア、宮川ダム湖観光船
- 商業施設：奥伊勢おおだい道の駅、奥伊勢ハイウェイパーク
- 文化：熊野古道伊勢路、北畠史跡、羯鼓踊り
- スポーツ：レガッタ、SUP、登山、釣り
- イベント：どんとこい大台まつり、大台アウトドアフェスティバル

#### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

大台町内 17 施設、収容人数 850 人以上（[] 収容人数）

##### ●ホテル（2 件）

- ① 奥伊勢フォレストピア [80 人]、② フェアフィールド・バイ・マリオット三重おおだい [150 人]

##### ●旅館（3 件）

- ① 大黒屋三瀬谷本店 [50 人]、② 旅館萬栄 [30 人]、③ 旅館岡島屋 [30 人]

##### ●民泊（8 件）

- ① 体験民泊川原 [8人]、② 山里民泊みくり [8人]、③ 宿屋までまで [6人]、④ までハウス [8人]  
⑤ Tea Field Villa [10人]、⑥ 民宿ごろり [6人]、⑦ ロッジ宮川 [6人]、⑧ Joint House [8人]

●キャンプ場・山小屋 (4件)

- ① 浦谷オートキャンプ場 [30人]、② 大杉林間キャンプ村 [100人]、③ 桃の木山の家 [250人]、  
④ 粟谷小屋 [70人]

●キャンプ指定地 (宮川沿い特定区域) [5箇所]

【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時間半

- ① 電車：近鉄名古屋線 (松阪駅) ~ JR 紀勢本線 (三瀬谷駅)  
② 車：名古屋高速→東名阪自動車道→紀勢自動車道 (大宮大台 IC)

【大阪から】約2時間

- ① 電車：近鉄大阪線 (松阪駅) ~ JR 紀勢本線 (三瀬谷駅)  
② 車：阪神高速→名神高速道路→新名神高速道路→東名阪自動車道→伊勢自動車道 (大宮大台 IC)  
③ 南紀特急バス (三重交通) 松阪駅→道の駅奥伊勢おおだい  
④ 南紀勝浦線 (西武観光バス) 大宮・池袋・新宿・横浜→大台町

●二次交通 (域内交通)

- ① 大台町営バス (1日8便)、② 大杉峽谷登山バス (1日1便)、③ 町内タクシー業者 (4社)

【外国人観光客への対応】

新型コロナウイルス感染症拡大前までの令和元年度まで、少しずつインバウンド旅行者が増えつつあった。熊野古道を楽しむFITや、FITをターゲットとしたゲストハウスの開業の影響で、外国人旅行者が見られるようになってきた。しかしながら、大台町を目的とした層は少なく、大台町の豊かな自然へ訴求できていないこと現状である。

### 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         | 観光振興施策の立案・見直しの基礎資料として活用    | 観光調査データを元に算出                                     |
| 延べ宿泊者数        | 誘客実績の把握、対策の基礎データとして使用      | 大台町が実施する各宿泊施設から収集                                |
| 来訪者満足度        | 観光振興施策の立案・見直しの基礎資料として活用    | 三重県観光客実態調査 (中南勢地域)・まちづくり町民アンケート調査から収集            |
| リピーター率        | 観光振興施策の立案・見直しの基礎資料として活用    | 三重県観光客実態調査 (中南勢地域)・まちづくり町民アンケート調査から収集            |
| 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 | 大台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      | アンケート調査を大台町の総合計画に合わせて実施                          |

|                 |                |                     |
|-----------------|----------------|---------------------|
| アウトドアプログラム参加者分析 | アウトドア層の商圈と行動分析 | アウトドア顧客への個別アンケートの実施 |
|-----------------|----------------|---------------------|

## 4. 戦略

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

三重県大台町は、ユネスコエコパークに登録された希少・貴重な自然や歴史・文化があるにも関わらず認知度が低く、地域に滞在する旅行者が少ない。また「季節を問わず地域に滞在し、積極的に観光する『アクティブな観光客』の獲得」が恒常的な課題である。

積水ハウスとマリOTTが展開する Trip Base 道の駅プロジェクトにより、2021年3月にフェアフィールド・バイ・マリOTT三重おおだいが開業、同年4月には、近隣多気町において、日本最大級の商業リゾート VISON（ヴィソン）も開業し、県内外からの観光客の増加が見込まれる。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大における新しい時代・生活様式が求められている今、観光マストツーリズムやインバウンドに特化した観光振興を行ってこなかった当地は、安心・安全な旅行を提供できる優位性ある地域と考えている。

### (2) 地域の強みと弱み

|      | 好影響  | 悪影響   |
|------|--|---|
| 内部環境 | <b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本三大峡谷「大杉谷」、清流「宮川」など、大台町全域がユネスコエコパーク登録された自然環境</li> <li>・熊野古道伊勢路</li> <li>・「アウトドアの町」としての大杉谷登山や清流宮川での SUP などアクティビティの新規開発</li> <li>・地域に根差した体験民泊や森のホテルの存在</li> </ul> | <b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光事業者が相対的・絶対的に少ない・内部環境をセールスするためのツールの開発・活用が弱い</li> <li>・二次交通の弱体化</li> </ul> |
| 外部環境 | <b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大台町全域のユネスコエコパーク登録 (H28年3月) によるアウトドア愛好家へのプロモーション効果</li> <li>・VISON の開業、フェアフィールド・バイ・マリOTT三重おおだいの集客</li> <li>・近隣市町 (伊勢、志摩、鳥羽)、熊野古道を訪れる外国人個人旅行者の増加</li> </ul>      | <b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・豪雨土砂災害</li> <li>・新型コロナウイルスの感染症拡大</li> <li>・地方創生という名の「地域間競争」</li> </ul>         |

※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<br>中京圏・関西圏の観光客 (アウトドアライト・ミドル層)   |
| ○選定の理由<br>・カヌー、カヤック、SUP等のウォーターアクティビティの楽しむアウトドアライト層とロードバイクや熊野古道を楽しむアウトドアミドル層が、中京圏・関西圏から2時間というアクセスできることから、大台町への流入増加が見込まれる。 |
| ○取組方針  |

|  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 主要施設、及びアウトドア施設へのパンフレット設置</li> <li>・ SNS 展開 (Facebook・Instagram・Twitter) や WEB 施策 (リスティング広告、SEO 対策等)</li> <li>・ 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</li> <li>・ 三重県事業との連携</li> </ul>   |
| <p>○ターゲット層<br/>国内の観光客 (アウトドアコア層)</p>   |
| <p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 秘境大杉谷は、日本最大の多雨地帯が作り上げた荒々しい山々と清流。大台ヶ原から伊勢まで続く清流宮川の最上流部、大杉谷渓谷は、7つの滝と11の吊橋を超えて渓谷が楽しむことができる登山道であり、年間7,000人が利用している状況である。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ SNS 展開 (Facebook・Instagram・Twitter) や WEB 施策 (リスティング広告、SEO 対策等)</li> <li>・ 全国規模のメディアへの掲載営業</li> <li>・ Cedar (大杉谷パンフレット) の全国展開</li> <li>・ 交通アクセスの改善と、旅行商品の造成</li> </ul> |
| <p>○ターゲット層<br/>海外の観光客</p>  |
| <p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大台町内には、平成29年に、Tea Field Villaという年間1000人を超えるFITが宿泊する民宿が開業された。Villaの顧客に加えて、2021年春にフェアフィールド・バイ・マリオット三重おおい及びVISON (ヴィソン) (多気町) も開業したことより、FIT (Foreign Independent Tour) の増加が期待できる。</li> </ul> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設と連携した体験プログラムの造成・販売</li> <li>・ WEB ページ・観光パンフレットの多言語化</li> </ul>  |

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

|            |  |
|------------|--|
| ①コンセプト     | <p>「自然と人の調和・共生するまち・奥伊勢おおい」<br/>ユネスコエコパークのまち・大台町として、自然環境の保全と調和した持続可能な発展するため、アクティビティを中心とした観光を通して、奥伊勢ひいては三重県南部地域の価値を再生する。</p>   |
| ②コンセプトの考え方 | <p>近年、アウトドア需要が高まる中、アウトドア体験を通して地域での滞在時間を長くし、地域回遊する仕組みを造成する。この「アウトドア」には、林業、農業など一次産業体験やそこに携わる人・施設も含まれ、地域全体が活性化するプログラムを共同造成する。</p> <p>アウトドア層の誘客から、ロコミ観光や、地域回遊に繋げ、特産品販売、宿泊等観光事業者の経済効果を高める。</p> <p>現在は、株式会社 Verde 大台ツリズムが提供する、ウォーターアクティビティである SUP、カヤックの楽しむアウトドアライト層及び大杉谷登山を楽しむアウトドアコア層とターゲットとしている。地域と協働し、今後は、アウトドアプログラムの種類及び参画事業者を増やし、国内外を問わずに観光戦略を打ち出す。</p> <p>保全と利用の調和～ユネスコエコパーク～大台町は、平成28年3月に町全域がユネスコエコパーク登録された、人が自然と共生しながら“持続可能な暮らし”を目指すモデル地域。「ユネスコエコパーク」という冠は、世界に向けたプロモーションを行う上で、世界遺産に匹敵するインパクトがある誘客チャンスであることから、アウトドアプログラムを通して、ユネスコエコパークの魅力を世界に発信するとともに、さらなる環境意識に繋げ、利用とのバランスをとりながら環境保全に広げていく。</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<br>※頻度が分かるよう記入すること。     | 大台町商工会 DMO 推進委員会（旧・大台町観光 DMO 推進協議会）<br>●大台町商工会（役職員）<br>●行政（大台町役場産業課）<br>●観光関連事業者（宿泊事業者・自然体験事業者等）<br>●（公社）三重県観光連盟<br>●（公社）大杉谷登山センター<br>・事業報告会年 1 回<br>・事業協議会年 3 回程度<br>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。 |
| 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  | ・大台町観光協会ホームページのアクセスログ (Google Analytics) を活用して実施<br>・イベントや宿泊客等によるアンケート調査の実施<br>・訪日外国人旅行者に必要な多言語対応サービスの向上  |
| 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 | 【WEB プラットホームの整備】 <a href="https://web-odai.info/">https://web-odai.info/</a><br>・WEB 解析の実施(ホームページ流入解析ソフトを使用した顧客属性分析)<br>・継続した顧客分析<br>・販路開拓とプロモーションの統一<br>・SNS やブログ発信                                    |

※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            |    | 2020<br>(R2)<br>年度 | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 | 2025<br>(R7)<br>年度 |
|-----------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●旅行消費額<br>(百万円) | 目標 | —<br>( )           | 1,691<br>( )       | 1,902<br>( )       | 2,114<br>( )       | 2,325<br>( )       | 2,874<br>( )       |
|                 | 実績 | 2,206<br>( )       | 2,300<br>( )       | 2,874<br>( )       |                    |                    |                    |
| ●延べ宿泊者数<br>(人)  | 目標 | —<br>(—)           | 16,000<br>(160)    | 18,000<br>(180)    | 20,000<br>(200)    | 22,000<br>(220)    | 24,000<br>(240)    |
|                 | 実績 | 16,084<br>(106)    | 18,261<br>(64)     | 19,470<br>(122)    |                    |                    |                    |
| ●来訪者満足度<br>(%)  | 目標 | —<br>( )           | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        |
|                 | 実績 | 89.8<br>( )        | 90.4<br>( )        | 89.0<br>( )        |                    |                    |                    |
| ●リピーター率<br>(%)  | 目標 | —<br>( )           | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        | 90.0<br>( )        |
|                 | 実績 | 88.2<br>( )        | 91.6<br>( )        | 88.0<br>( )        |                    |                    |                    |

※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】

大台町観光振興計画に基づき、大台町と一体となった取組を行うとともに、観光消費額増加のため、マーケティング部会を実施し、戦略的なプロモーションを起こすことにより、地域経済の活性化をはかる。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

宿泊客やイベント、体験プログラム参加者のアンケートにより、宿泊平均消費額と日帰り平均消費額を算出。

三重県の「観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査」（全国観光統計基準採用）に基づいて目標数値を設定。（中南勢地域：大台町入込延べ数）

##### ●延べ宿泊者数

毎年大台町が実施する、宿泊者数調査を実績とする。

##### ●来訪者満足度

「三重県観光客実態調査報告書」の中南勢地区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実績とし、実績数値を踏まえ目標数値を同様の推移に設定。

##### ●リピーター率

「三重県観光客実態調査報告書」の三重県への来訪回数—地域別「中南勢」リピーター率の数値をKPI実績とし、実績数値を踏まえ目標数値を同様の推移に設定。

## (2) その他の目標

| 指標項目               |    | 2020<br>(R2)<br>年度 | 2021<br>(R3)<br>年度 | 2022<br>(R4)<br>年度 | 2023<br>(R5)<br>年度 | 2024<br>(R6)<br>年度 | 2025<br>(R7)<br>年度 |
|--------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●観光レクリエーション入込客数(人) | 目標 | —<br>( )           | 450,000<br>( )     | 500,000<br>( )     | 550,000<br>( )     | 600,000<br>( )     | 620,000<br>( )     |
|                    | 実績 | 435,466<br>( )     | 439,653<br>( )     | 434,351<br>( )     |                    |                    |                    |
| ●宿泊施設の売上高(千円)      | 目標 | —<br>( )           | 131,300<br>( )     | 150,000<br>( )     | 165,000<br>( )     | 180,000<br>( )     | 195,000<br>( )     |
|                    | 実績 | 112,981<br>( )     | 124,660<br>( )     | 163,273<br>( )     |                    |                    |                    |
| ●地域特産品販売の売上高(件)    | 目標 | —<br>( )           | 470,000<br>( )     | 495,500<br>( )     | 521,000<br>( )     | 546,500<br>( )     | 569,800<br>( )     |
|                    | 実績 | 414,807<br>( )     | 431,016<br>( )     | 488,064<br>( )     |                    |                    |                    |
| ●アウトドアプログラム売上高(千円) | 目標 | —<br>( )           | 21,000<br>( )      | 23,000<br>( )      | 25,000<br>( )      | 27,000<br>( )      | 29,000<br>( )      |
|                    | 実績 | 18,900<br>( )      | 26,719<br>( )      | 32,356<br>( )      |                    |                    |                    |
| ●WEBサイトのPV数(回)     | 目標 | —<br>(—)           | 250,000<br>(1,000) | 275,000<br>(1,200) | 300,000<br>(1,400) | 325,000<br>(1,500) | 350,000<br>(1,600) |
|                    | 実績 | 225,788<br>(—)     | 273,094<br>(1,546) | 264,783<br>(1,035) |                    |                    |                    |

※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】

大台町での観光振興を進めるにあたり、観光事業者で第三セクターでもある、道の駅奥伊勢おおい株式会社(地域農産物販売)、株式会社宮川物産(地域農産物加工・開発)、奥伊勢ハイウェイパーク株式会社(紀勢自動車道奥伊勢パーキング上り・下りの運営)、宮川観光振興公社株式会社(ホテル奥伊勢フォレストピアの運営)の経営の安定化は、大台町が持続的発展する上でも重要である。

また、ユネスコエコパークである大台町における、アクティビティの推進は今後の観光振興に欠かせないことから、アウトドアプログラムも併せて推進する。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●宿泊施設の売上高

株式会社宮川観光振興公社(ホテル奥伊勢フォレストピア)の売上高

## ●地域特産品販売の売上高

道の駅奥伊勢おおい株式会社、奥伊勢ハイウェイパーク株式会社、株式会社宮川物産の売上高

## ●アウトドアプログラム売上高

アウトドアプログラムを提供する、株式会社Verde大台ツーリズム、株式会社ロカの売上高

## ●WEBサイトのPV数

大台町観光協会のホームページのアクセスログを活用し、データ分析する。

## 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）   |
|----------------|-------------|--|
| 2020（R2）<br>年度 | 11,854,121円 | 【市町村からの補助金】 11,000,000円<br>【収益事業】 668,866円<br>【特定財源（負担金等）】等 185,255円       |
| 2021（R3）<br>年度 | 10,735,744円 | 【市町村からの補助金】 10,153,000円<br>【収益事業】 582,744円                                 |
| 2022（R4）<br>年度 | 14,161,443円 | 【市町村からの補助金】 13,000,000円<br>【収益事業】 607,943円<br>【特定財源（環境協力金等）】等 553,500円     |
| 2023（R5）<br>年度 | 14,900,000円 | 【市町村からの補助金】 13,000,000円<br>【収益事業】 1,900,000円<br>【特定財源（環境協力金等）】等 1,800,000円 |
| 2024（R6）<br>年度 | 15,220,000円 | 【市町村からの補助金】 13,000,000円<br>【収益事業】 2,200,000円<br>【特定財源（環境協力金等）】等 2,000,000円 |
| 2025（R7）<br>年度 | 15,520,000円 | 【市町村からの補助金】 13,000,000円<br>【収益事業】 2,500,000円<br>【特定財源（環境協力金等）】等 2,000,000円 |

### （2）支出

| 年（年度）          | 総支出         | 内訳（具体的に記入すること）   |
|----------------|-------------|--|
| 2020（R2）<br>年度 | 10,318,663円 | 【人件費・管理費等】 7,140,572円<br>【情報発信・プロモーション】 1,977,923円<br>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 102,468円<br>【マーケティング】 1,097,700円  |
| 2021（R3）<br>年度 | 10,870,403円 | 【人件費・管理費等】 6,897,592円<br>【情報発信・プロモーション】 1,705,501円<br>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 121,750円<br>【マーケティング】 1,022,200円<br>【受入環境整備等の着地整備】 1,123,360円                             |
| 2022（R4）<br>年度 | 12,468,615円 | 【人件費・管理費等】 8,304,496円<br>【情報発信・プロモーション】 1,949,135円<br>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 121,750円<br>【マーケティング】 1,900,044円<br>【受入環境整備等の着地整備】 193,190円                               |
| 2023（R5）<br>年度 | 13,900,000円 | 【人件費・管理費等】 7,000,000円<br>【情報発信・プロモーション】 2,000,000円<br>【受入環境整備等の着地整備】 900,000円<br>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 1,000,000円<br>【マーケティング】 1,000,000円<br>【観光イベントの開催費】等 2,000,000円 |

|                 |              |  |  |
|-----------------|--------------|--|--|
| 2024 (R6)<br>年度 | 14,000,000 円 | 【人件費・管理費等】<br>【情報発信・プロモーション】<br>【受入環境整備等の着地整備】<br>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】<br>【マーケティング】<br>【観光イベントの開催費】等 | 7,000,000 円<br>2,000,000 円<br>1,000,000 円<br>1,000,000 円<br>1,000,000 円<br>2,000,000 円 |
| 2025 (R7)<br>年度 | 14,000,000 円 | 【人件費・管理費等】<br>【情報発信・プロモーション】<br>【受入環境整備等の着地整備】<br>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】<br>【マーケティング】<br>【観光イベントの開催費】等 | 7,000,000 円<br>2,000,000 円<br>1,000,000 円<br>1,000,000 円<br>1,000,000 円<br>2,000,000 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

大台町補助金を運営資金として、大台町観光協会事業を担っているが、令和4年度より、収益事業として、EVバイクのレンタル事業を推進すること、また、同年度に大台町観光協力を検討、令和5年度に運用を開始し、自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保に取り組む。  
また、観光地域づくり法人形成・確率に取り組むことで、積極的に国や県による地域観光振興につながる事業へ参画する。

## 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

三重県大台町は、大台町商工会（大台町観光協会）が地域DMOとして登録するにあたり、地域DMOの推進体制を立て直し、強化を図るため、これまで地域でDMO候補法人として活動いただいた株式会社Verde大台ツーリズム（令和4年3月末で登録取消）、大台町商工会、大台町の三者によって合意がはかられ、調整が取れていることを証明します。

## 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】

（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       | 東 和孝   |
| 担当部署名（役職）   | 大台町商工会 主幹経営指導員   |
| 郵便番号        | 519-2404   |
| 所在地         | 三重県多気郡大台町佐原 1001-4   |
| 電話番号（直通）    | 0598-82-1411   |
| F A X 番号    | 0598-82-2075   |
| E - m a i l | <a href="mailto:k-higashi@mie-shokokai.or.jp">k-higashi@mie-shokokai.or.jp</a> |

## 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   | 三重県大台町   |
| 担当者氏名       | 野呂由美   |
| 担当部署名（役職）   | 産業課 商工観光係長   |
| 郵便番号        | 519-2404   |
| 所在地         | 三重県多気郡大台町佐原 750  |
| 電話番号（直通）    | 0598-82-3786   |
| F A X 番号    | 0598-82-2565   |
| E - m a i l | <a href="mailto:odai-san@odaitown.jp">odai-san@odaitown.jp</a> |

記入日: 令和5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】** 三重県 大台町  
**【設立時期】** 昭和19年4月1日  
**【設立経緯】**  
 これまで地域でDMO候補法人として活動いただいた株式会社Verde大台ツーリズム(令和4年3月末で登録取消)、大台町商工会、大台町の三者によって合意によって設立  
**【代表者】** 会長 大西健二  
**【マーケティング責任者(CMO)】** 築地義雄  
**【財務責任者(CFO)】** 上岡万紀子  
**【職員数】** 8人(常勤8人(正職員6人・臨時職員2人)、非常勤3人)  
**【主な収入】**  
 収益事業:1,161.4千円、委託事業:13,000千円(令和4年度決算)  
**【総支出】**  
 事業費:4,164.1千円、一般管理費:8,304.5千円(令和4年度決算)  
**【連携する主な事業者】**  
 道の駅奥伊勢おおだい(株)、(株)宮川観光振興公社、(公社)大杉谷登山センター、エス・パール交通(株)、(株)Verde大台ツーリズム 等

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

| 項目             |    | 2020<br>(R2)年   | 2021<br>(R3)年   | 2022<br>(R4)年   | 2023<br>(R5)年   | 2024<br>(R6)年   | 2025<br>(R7)年   |
|----------------|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 旅行消費額<br>(百万円) | 目標 | —<br>( )        | 1,691<br>( )    | 1,902<br>( )    | 2,114<br>( )    | 2,325<br>( )    | 2,874<br>( )    |
|                | 実績 | 2,206<br>( )    | 2,300<br>( )    | 2,874<br>( )    | —               | —               | —               |
| 延べ宿泊者数<br>(人)  | 目標 | —<br>(—)        | 16,000<br>(160) | 18,000<br>(180) | 20,000<br>(200) | 22,000<br>(220) | 24,000<br>(240) |
|                | 実績 | 16,084<br>(106) | 18,261<br>( 64) | 19,470<br>(122) | —               | —               | —               |
| 来訪者満足度<br>(%)  | 目標 | —<br>( )        | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     |
|                | 実績 | 89.8<br>( )     | 90.4<br>( )     | 89.0<br>( )     | —               | —               | —               |
| リピーター率<br>(%)  | 目標 | —<br>( )        | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     | 90.0<br>( )     |
|                | 実績 | 88.2<br>( )     | 91.6<br>( )     | 88.0<br>( )     | —               | —               | —               |

戦略

**【主なターゲット】**  
 中京圏・関西圏の観光客  
 (アウトドアライト・ミドル層)  
**【ターゲットの誘客に向けた取組方針】**  
 ・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  
 ・顧客のリピーター化 等  
**【観光地域づくりのコンセプト】**  
 自然と人の調和・共生するまち・奥伊勢おおだい

具体的な取組

- 【観光資源の磨き上げ】**
- ・フォトイベント、フォトツアー実施
  - ・町内周遊スタンプラリー実施
- 【情報発信・プロモーション】**
- ・Youtube番組による情報発信
  - ・SNSプレゼントキャンペーン実施
  - ・ホームページの多言語化
- 【受入環境整備】**
- ・観光案内所「奥伊勢テラス」運営(パンフレット、チラシの設置・配布)(特産品の展示・販売)
  - ・EVバイク実証実験(令和5年度レンタル開始)
- 【その他】**
- ・伝統的な祭りへの継続支援



Youtube番組



EVバイク