# 観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和６年　11 月　７日

## １．観光地域づくり法人の組織

| | | |
|---|---|---|
| 申請区分<br>※該当するものを〇で囲むこと | 広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ | |
| 観光地域づくり法人の名称 | 株式会社　南信州観光公社 | |
| マネジメント・マーケティング対象とする区域 | 長野県飯田市、下伊那郡松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、上伊那郡飯島町、中川村 | |
| 所在地 | 長野県飯田市 | |
| 設立時期 | 平成１３年１月９日 | |
| 事業年度 | 10 月 1 日から翌年 9 月 31 日までの１年間 | |
| 職員数 | 14 人【常勤 14 人（正職員 11 人・出向等 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 | 高橋　充「専従」<br><br>（株）南信州観光公社 | 当社代表として、地域振興の様々なパイプ役となっており、在任期間中、SDGs 教育プログラムの開発を始め様々な独創的な取組で成果を挙げている。 |
| データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー<br>※必ず記入すること | 高瀬　剛「専従」<br>（株）南信州観光公社<br><br>江橋　秀久「専従」<br>（株）南信州観光公社<br><br>（出身組織名）<br>近畿日本ツーリスト(株) | 当社１５年間勤務。プロモーションに高い能力を持つ。旅行商品の造成販売のサポート、ランドオペレーターとしての現地コーディネートのプロフェッショナル。<br><br>大手旅行会社に長年勤務し、営業本部販売課長、支店長を歴任。(一社)関東広域観光機構をはじめ、DMO で地域連携・活性化やインバウンド誘致にわたる幅広いプロモーションに携わってきた。国内外の観光情勢・旅行業界に詳しく、長野県域の状況に精通し、マネジメントに高い能力を有する。 |
| 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 | 江橋　秀久「専従」<br>（株）南信州観光公社<br><br>（出身組織名）<br>近畿日本ツーリスト(株) | 同上。 |

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>佃　賢次「専従」<br><br>（株）南信州観光公社</td><td>大手企業企画･調達部門歴任。飯田市の地域おこし協力隊として活躍。<br>アウトドアアクティビティの商品化、プロモーション等について知見を持つ。</td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td>佃　賢次「専従」<br><br>（株）南信州観光公社</td><td>大手企業企画･調達部門歴任。飯田市の地域おこし協力隊として活躍。<br>アウトドアアクティビティの商品化、プロモーション等について知見を持つ。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">長野県観光部（情報提供、事業実施支援）<br>長野県南信州地域振興局商工観光課（情報提供、区域内市町村間調整、事業実施支援）<br>南信州広域連合（情報提供、区域内市町村間調整、事業実施支援）<br>区域内市町村観光担当部局（事業実施支援）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">・【着地型旅行商品開発・事業実施支援・人材育成等】（一社）長野県観光機構、地域ＤＭＯ㈱阿智☆昼神観光局、地域ＤＭＯ（一社）南信州まつかわ観光まちづくりセンター、高森町営農支援センターゆうき、ＮＰＯ法人だいち、ＮＰＯ法人たかぎ、（一社）信州アトム、及び圏域内各観光協会<br>・【企画旅行商品開発・地産地消企画開発・共同プロモーション等】<br>飯田市旅館組合、飯伊旅館組合等宿泊施設<br>・【体験企画開発・共同プロモーション等】<br>観光立寄り施設、体験プログラム提供事業者等<br>・【特産品製造・ブランド企画等】特産品製造・販売事業者他</td></tr>
<tr><td>官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①<br>（概要）取締役、企画戦略委員、企画運営委員として、観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、商工業、農林漁業、交通、文化等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画<br>〔参考〕登録要件　①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画<br>②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td colspan="2">地産地消にかかわる講演会、持続可能な観光地づくりの活動の一環で、地域住民・事業者向けサステナブルツーリズム勉強会等、時宜に応じた話題や取組開始の意識啓発事業として開催している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>２０１９年<br>【情報発信事業】<br>・デジタルマーケティング戦略の検討<br>・旅行会社（クラブツーリズム）・マスコミ（ＴＶ東京）と連携した情報発信と誘客促進事業<br>・Facebook、Twitter、LINE、Instagram 等、事後のブログ、写真等の発信促進</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 【プロモーション事業】<br>・営業力の強化<br>・営業戦略会議の開催<br>・戦略的営業の実施<br>・募集型企画旅行<br>　－１月～３月営業⇒夏・秋企画<br>　－コロナ第１波における適地変化に対応して九州から関西に営業活動実施（３月）<br>　－７月～９月営業時に⇒冬・春企画提案<br>・教育旅行<br>　中学　４月営業、高校　１２月～２月営業<br>・宣伝キャラバンの見直し実施　地域資源提案型の営業へ転換<br><br>２０２０年<br>【情報発信事業】<br>・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営<br>・デジタルマーケティング戦略プロジェクトの始動<br>・テレビメディア、旅行 WEB、雑誌等と連携したメディアミックス戦略の実施<br>・Facebook、Twitter、LINE、Instagram 等、ブログ、写真等の発信促進<br>・JTB パブリッシングと連携したインフルエンサーの活用によるプロモーションの実施<br>【プロモーション事業】<br>・コロナ禍の営業力の強化<br>・戦略的営業の実施<br>・営業戦略会議の開催<br>・教育旅行<br>　6 月、8 月、12 月、1 月～3 月。九州・長崎市、福岡市、北九州市、山口県内、広島市、福山市、岡山市、姫路市、神戸市、四国高松市、徳島市、松山市、大阪市周辺、奈良市、京都市、大津市、彦根市、神奈川県内、横浜市、東京都内、埼玉県内、千葉市周辺等を営業<br>・募集型企画旅行<br>　１月～３月営業⇒夏・秋企画<br>　７月～９月営業⇒冬・春企画<br>・会員参加による宣伝キャラバン・営業活動の実施<br>　９月～10 月、1 月～2 月<br><br>２０２１年<br>【情報発信事業】<br>・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営<br>・ツアープロモーション(マーケティング上の４Ｐに相当) | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 市町村資源活用型ツアーの開発と名古屋・中部地区市場及び長野県内、南信州地域内への情報発信・募集活動は５０回/年以上実施。<br>・体験型教育旅行(SDGs 体験教育プログラム)の大手エージェントへの直接営業活動<br>・大手メディア販売エージェントへの直接営業活動<br>・メディアミックスによる情報発信<br>テレビメディア(テレビ東京・BSTBS、信越放送、NHK 等)<br>番組制作とスポット広告<br>新聞メディア(中日新聞・信濃毎日新聞・南信州新聞等)<br>雑誌メディア(KADOKAWA、ノジュール、KURA 等)<br>コミュニティメディア(ミニコミ誌・ケーブル TV・コミュニティ FM 等)<br>・デジタルマーケティング・<br>・JTB パブリッシング等と連携した SNS・インフルエンサーの活用による情報発信<br>・県内メディアと連携したインフルエンサー等による情報発信<br>・三遠南信広域観光連携組織、伊勢志摩三遠南信広域観光推進協議会によるインフルエンサー起用による情報発信<br>**【プロモーション事業】**<br>・教育旅行　ＳＤＧｓ教育プログラム販売促進活動<br>・営業戦略チームを旅館・立寄り施設・交通機関等で構成し、宣伝キャラバンを営業商談活動へ事業名変更。<br>※募集型企画旅行営業先<br>クラブツーリズム、ＪＴＢメディア販売、阪急交通社,<br>読売旅行、毎日新聞旅行、バス会社系旅行会社等<br>※教育旅行営業先<br>ＪＴＢ、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ、ＨＩＳ等の教育旅行支店<br><br>**２０２２年**<br>**【情報発信事業】**<br>・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営<br>・ツアープロモーション(マーケティング上の４Ｐに相当)<br>市町村資源活用型ツアーの開発と名古屋・中部地区市場及び長野県内、南信州地域内への情報発信・募集活動は 20 回/年以上実施。<br>・体験型教育旅行(SDGs 体験教育プログラム)の大手エージェントへの直接営業活動<br>・大手メディア販売エージェントへの直接営業活動<br>・メディアミックスによる情報発信<br>テレビメディア(BSTBS、信越放送、NHK 等)<br>番組制作とスポット広告<br>新聞メディア(中日新聞・信濃毎日新聞・南信州新聞等)<br>雑誌メディア(KADOKAWA、KURA 等)<br>コミュニティメディア(ミニコミ誌・ケーブル TV・コミュニティ FM 等)<br>・デジタルマーケティング | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ・三遠南信広域観光連携組織、伊勢志摩三遠南信広域観光推進協議会による情報発信<br>**【プロモーション事業】**<br>・営業商談戦略チーム(旅館・道の駅・バス会社等)の設置とエージェントへの営業活動<br>・教育旅行　ＳＤＧｓ教育プログラム販売促進活動<br>・旅行商談会への参加　信州キャンペーン商談会、中央日本総合観光機構商談会、長野県観光機構商談会、VJTM(オンライン)、ツーリズム EXPO 等<br>※募集型企画旅行営業先<br>クラブツーリズム、ＪＴＢメディア販売、阪急交通社,読売旅行、毎日新聞旅行、バス会社系旅行会社等<br>※教育旅行営業先<br>ＪＴＢ、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ、ＨＩＳ等の教育旅行支店<br><br>**２０２３年**<br>**【情報発信事業】**<br>・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営とSEO/多言語化対応<br>・ツアープロモーション(マーケティング上の４Ｐに相当)<br>市町村資源活用型ツアーの開発と関東・関西・中部地区他市場及び長野県内、南信州地域内への情報発信・募集活動は 30 回/年実施。<br>・メディアミックス（番組制作とスポット広告）による情報発信<br>テレビメディア(BSTBS、信越放送)<br>新聞メディア(中日新聞・信濃毎日新聞・南信州新聞等)<br>雑誌メディア(KADOKAWA、吊り橋 GUIDEBOOK 等)<br>コミュニティメディア(ミニコミ誌・ケーブル TV・コミュニティ FM・豊田市地域情報誌等)<br>・デジタルメディアによる情報発信とマーケティング<br>・三遠南信広域観光連携組織、伊勢志摩三遠南信広域観光推進協議会による広域連携での情報発信<br>・都市部での観光イベント参加による情報発信<br>・都市公共交通、高速道路 SA での情報発信<br>**【プロモーション事業】**<br>・営業商談戦略チーム(旅館・道の駅・バス会社等)等による市町村資源活用型コンテンツ/ツアーのエージェントへの販売促進活動<br>・体験型教育旅行(SDGs 体験教育プログラム)販売促進活動<br>・旅行商談会への参加　（信州キャンペーン商談会、中央日本総合観光機構商談会、長野県観光機構商談会、VJTM(オンライン)、ツーリズム EXPO 等)<br>・大手メディア販売エージェントへの直接営業活動<br>※募集型企画旅行営業先：クラブツーリズム、ＪＴＢメディア販売、阪急交通社,読売旅行、毎日新聞旅行、バス会社系旅行会社等 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | ※教育旅行：ＪＴＢ、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ、ＨＩＳ等の教育旅行支店 |
| | | 受入環境の整備 | **２０１９年**<br>**【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨き上げ)事業】**<br>・地産地消に関する研究会(ＪＡ、市農業課、ホテル、公社連携)の開催　5 回<br>・地産地消推進システムの始動<br>（まちの八百屋システム試行開始）<br>・地産地消宿泊飲食施設診断とコンサルティング　2 件<br>・食の認証基準づくりに向けた研究<br>・遠山郷観光振興コンサルティング<br>しらびそ高原天の川(飯田市所有旅館)に対するオペレーション及び経営コンサルティング(経営指導を 30 回(日間)実施。)<br>**【リニアプロジェクト人材育成事業】**<br>・体験プログラム・インタープリター(環境プログラム)養成講座<br>会場　阿智村（4 日間）　20 人<br>会場　天竜峡(4 日間)　39 人<br>会場　飯田市南信濃　中止<br>・インタープリター/ガイドスキルアップ講座(１泊２日合宿研修)　会場　豊丘村　9/23～24 開催<br>・体験プログラム・インタープリター・ガイド資格基準の検討<br>・地域人材育成事業(高校生講座)　阿智高、飯田市公民館<br>**【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】**<br>・接客・接遇観光施設診断と課題解決コンサルティング<br>旅館１軒に対して実施<br>・農家民泊の一般客・FIT 対応推進<br>**【リニアプロジェクト２次交通推進事業】**<br>・周遊コースと交通システムの検討<br>・域内２次交通システムの検討<br>タクシーコース別運賃認可　4 月～<br>昼神温泉⇔妻籠宿　りんごの里⇔下栗の里<br>・セントレアからのレンタカー利用促進ＰＪ<br>コース設定とプロモーション開始<br><br>**２０２０年**<br>**【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨き上げ)事業】**<br>・地産地消システム開発の取組　［南信州地産地消推進協議会設立］ 2020.11 準備会開催、2021.2.22 設立総会開催。構成組織　みなみ信州農業協同組合・飯田商工会議所・飯伊旅館組合・飯田市旅館組合・飯田食品衛生協会・飯伊調理師会・長野県(農業農村振興課・商工観光課)・飯田市(農業課・観光課)・南信州観光公社等)<br>・遠山郷観光振興コンサルティング<br>しらびそ高原天の川に対するオペレーション及び経営コンサルティング(人材確保と営業支援を 32 回実施。) |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ・市町村からの要請による観光施設コンサルティング、相談の実施。　高森町、大鹿村、平谷村、<br>**【リニアプロジェクト人材育成事業】**<br>・観光人材育成<br>・ガイド・インストラクター養成講座開催　２回<br>・SDGs 教育プログラムファシリテーター養成講座の始動（2020.12～）<br>・地域人材育成事業(高校生講座)<br>阿智高校、コア学園飯田コンピュータ専門学校<br>**【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】**<br>・コロナ対策として旅館オペレーション方法を提案<br>・コロナ禍により農泊実施せず<br>**【リニアプロジェクト２次交通推進事業】**<br>・２次交通システム検討　（南信州広域連合公共交通ベストミックスプロジェクトとの協働）<br>・タクシーコース別運賃制度の実施 2 コース設定済み<br>・サイクルシェアシステムの検討<br>・地域版Ｍａａｓ研究の開始<br>・セントレアからのレンタカー利用促進<br><br>**２０２１年**<br>**【リニアプロジェクト宿泊飲食(磨き上げ)事業】**<br>・南信州地産地消推進協議会の活動促進<br>まちの八百屋システムの旅館ホテル、食育店への拡大<br>食のアカデミー3 回<br>地産地消研修会 1 回<br>コンサルティング 2 施設<br>参加機関コラボ企画の実施<br>・遠山郷観光振興コンサルティング<br>しらびそ高原天の川に対する経営コンサルティング(経営指導を 20 回実施)<br>・市町村からの要請による観光施設コンサルティング、相談の実施。　大鹿村、平谷村<br>**【リニアプロジェクト人材育成事業】**<br>・ＳＤＧｓプログラムファシリテーター（学習支援者）講座と SDGs 教育プログラム開発。講座開催 8 回、SDGs 教育プログラム開発数 42<br>8/19、20 松川町　　9/11、12 高森町<br>10/14、15 飯田市　　11/13、14 阿南町<br>12/20、21 下條村　　1/13、14 阿智村<br>・体験プログラム・インタープリター・ガイド資格基準の運用に向けた検討<br>・地域人材育成事業(高校生講座)<br>阿智高校、コア学園飯田コンピュータ専門学校<br>**【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】**<br>・農家民泊の一般客・FIT 対応推進　Airbnb 社との連携によるネットワークづくりへの参画<br>・Airbnb 社、南信州観光公社、飯田市の 3 者連携協定締結。<br>**【リニアプロジェクト２次交通推進事業】** | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ・２次交通システム検討<br>（南信州広域連合公共交通ベストミックスプロジェクトとの協働）<br>・タクシーコース別運賃制度の実施 2 コースの拡大設定<br>・サイクルシェアシステムの検討<br>・地域版ＭａａＳ研究（広域連合公共交通政策との連動）<br><br>**２０２２年**<br>**【リニアプロジェクト宿泊飲食（磨き上げ）事業】**<br>・南信州地産地消推進協議会の活動促進<br>まちの八百屋システムの旅館ホテル、食育店への拡大<br>食のアカデミー2 回<br>地産地消研修会 1 回<br>コンサルティング 2 施設<br>参加機関コラボ企画の実施<br>・遠山郷観光振興コンサルティング<br>しらびそ高原天の川に対する経営コンサルティング（経営指導を 5 回実施）<br>・市町村からの要請による観光施設コンサルティング、相談の実施。　平谷村、泰阜村<br>**【リニアプロジェクト人材育成事業】**<br>・『地域資源を活用したＳＤＧｓ教育プログラム開発と体験型観光振興事業』<br>第 16 回全国ほんもの体験フォーラム in 南信州開催（開催日：令和４年３月 19 日）<br>・ＳＤＧｓ教育プログラムファシリテーター研修会（南信州圏域内：６回開催）<br>・体験プログラム・インタープリター・ガイド資格基準の運用に向けた検討<br>・地域人材育成事業（高校生講座）<br>阿智高校、コア学園飯田コンピュータ専門学校<br>**【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】**<br>・農家民泊の一般客・FIT 対応推進　Airbnb 社との連携によるネットワークづくりへの参画。<br>・Airbnb 社、南信州観光公社、飯田市の 3 者連携協定に伴う活動。農泊農家向け研修会 2 回開催。併せて飯田市移住定住担当と連携。<br>**【リニアプロジェクト２次交通推進事業】**<br>・２次交通システム検討<br>（南信州広域連合公共交通ベストミックスプロジェクトとの協働）<br>・タクシーコース別運賃制度の実施 2 コースの拡大設定<br>・地域版ＭａａＳ研究（広域連合公共交通政策との連動）<br>・セントレアからレンタカーを活用した FIT 誘致促進事業<br><br>**２０２３年**<br>**【リニアプロジェクト宿泊飲食（磨き上げ）事業】**<br>・南信州地産地消推進協議会の活動促進<br>まちの八百屋システムの旅館ホテル、食育店への拡大 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | 食のアカデミー1回<br>地産地消研修会2回<br>コンサルティング2施設<br>・遠山郷観光振興コンサルティング<br>しらびそ高原天の川に対する経営コンサルティング<br>・市町村からの要請による観光施設コンサルティング、相談の実施。　平谷村、泰阜村<br>**【リニアプロジェクト人材育成事業】**<br>・第32回全国ほんもの体験ネットワーク総会・全国教育民泊協会総会 in 南信州（開催日９月７日-10日）<br>・体験ガイド・インストラクター・ＳＤＧｓファシリテーター人材育成研修実施（南信州域内とネットワーク会員向け1回）<br>・地域人材育成事業(高校生講座)<br>阿智高校、コア学園飯田コンピュータ専門学校<br>**【リニアプロジェクトおもてなし推進事業】**<br>・農家民泊の一般客・FIT対応推進　Airbnb社との連携によるネットワークづくりへの参画。<br>・JR東海・飯田市連携事業conomichi(関係人口創出)への参画<br>**【リニアプロジェクト２次交通推進事業】**<br>・２次交通システム検討<br>(南信州広域連合公共交通ベストミックスプロジェクトとの協働)<br>・タクシーコース別運賃制度の5区間を3期間、実施<br>・地域版ＭａａＳ研究(広域連合公共交通政策との連動)<br>・セントレアからレンタカーを活用したFIT誘致促進事業<br>・地域版ＭａａＳ研究(広域連合公共交通政策との連動)<br>・インバウンド・小団体向け二次交通パーケージ化商品の開発と販売。<br>**【リニアプロジェクト・既存観光拠点施設の再生】**<br>・観光庁補助『地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業』<br>関係事業者・DMO連携・取り纏め、全体ビジョン策定機能および政策担当者への提言等を担当<br>第２次公募　不採択（8町村・41施設・事業費36億円）<br>第３次公募　不採択（8町村・36施設・事業費31億円）<br>第４次公募　２月申請に向けて準備中 |
| | | 観光資源の磨き上げ | **２０１９年**<br>**【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】**<br>・新型コロナウィルス関連対応<br>２月中旬～営業活動強化(主たるターゲットは一般旅行に加え、教育旅行マーケットも対象とした。)<br>新型コロナウィルス感染拡大への対応協議<br>(緊急アンケート実施 4/6～4/10)<br>・市町村資源活用ツアーの造成<br>ツアー造成数：３３本<br>松川町(りんご・味覚)、喬木村・豊丘村(花、茸、味覚栗等)、阿南町(新野盆踊り、雪祭り)、大鹿村(歌舞伎)、阿智村(桜、花桃)等 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ・市町村資源活用ツアー造成に向けた市町村観光担当者からのヒアリング（202 年ツアー造成目標５０本超）。<br>・市町村３０景活用ツアー造成<br>・昼神温泉、市・飯伊旅館組合等と連携した旅行企画の造成とプロモーション<br>・天龍峡大橋の旅行企画化とプロモーション支援<br>・ＦＩＴ向けプログラムの開発<br>ＶＪＴＭ向け企画の造成<br>・企業研修プログラム開発とプロモーション<br>・農業体験、アウトドア体験プログラムの企業研修向けプロモーション開始。根羽村と林業体験プログラム開発協議中。<br>・地域連携システムの検討<br>市町村観光担当者からのヒアリングに基づく<br>・ＯＮＳＥＮ・ガストロノミー推進機構への参画<br>・山岳観光の機運醸成<br>山岳文化シンポジウム 10/20 エスバード　参加 500 人<br>・渋谷区緑体験交流事業<br>春季 5/2～4、冬季 2/20～22　会場　飯田市　阿南少年自然の家<br>**【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】**<br>・多言語情報発信ツールの統合に向けた研究<br>・ＶＪＴＭへの出展（@インテックス大阪　10/24～26）<br>・インバウンドＰＪ（専門家起用）の検討<br>2020 年世界水準の DMO 形成推進事業導入検討<br>**【リニアプロジェクト広域観光振興事業】**<br>・伊那路観光連盟による連携した広域振興活動。<br>・三遠南信連携共同プロモーションでの移住定住に向けた峰竜太氏との映像制作。<br>・豊橋マルシェ(豊橋駅前)への出店。<br>・南信州ナビ（ＨＰ）の運用。<br>・天龍峡サイネージの設置。　三遠南信自動車道天龍峡大橋開通にともない設置。<br>・天龍峡大橋プロジェクト　天龍峡大橋を活用した団体客誘致の提案<br>・南信州セカンドスクール協会<br>・ＦＡＭトリップ受入れ<br>・市町村観光案内所情報交換会　９／１３開催<br>**【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】**<br>・木曽、上伊那地域との連携会議での活動。<br>連携コンテンツ・商品の開発。ツーリズムエキスポ（10/24-26）商談会に参加。<br>・三遠南信伊勢志摩広域観光促進活動。<br>6/26　海外エージェント招待。<br>FAM トリップ　６月～７月にタイ国からのツアー催行と受入れ<br>・昇龍道との連携。<br><br>**２０２０年**<br>**【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ・市町村からの情報収集とアンケート実施。<br>（直接訪問とオンラインミーティングの実施４月、６～８月、1 月～2 月）<br>・緊急コロナ対策セミナーの開催。<br>７回(6 月 5 回、８月２回、３月１回：全国観光動向、感染対応の基礎、昼神戦略、コロナワクチン対応等)<br>・観光施設等ガイドライン作成指針の提示、農家泊ガイドラインの作成と説明会。<br>・農家泊実施に向けた取組(7/31 市町村各農家ヒアリングを経てコロナ蔓延により実施せず)。<br>・GOTO キャンベーン取扱要領の随時情報提供(株主・会員：市町村、観光施設、宿泊飲食施設等に対して)。<br>・市町村向け宿泊・飲食・焼肉・ガソリン補助クーポン等の提案。<br>・飯田市観光クーポン事業協議会事務局の受託。<br>・南信州おでかけクーポン実施事務局（８町村連携事業　大鹿村、松川町、豊丘村、高森町、阿智村、平谷村、根羽村、下條村）：阿智村の提案を受けて宿泊者に参画町村で使用可能なクーポン 3,000 円配布。<br>・市町村資源活用ツアー企画と催行。<br>2021 企画に向け全市町村観光担当者との対話(1-2 月)。<br>2020 南信州ふるさと再発見ツアーへの巻替え。<br>ツアー造成２４本　延催行回数２1 回、延参加者 384 名。<br>・大手旅行会社幹部・海外旅行会社企画担当者等招待(FAM トリップ)の実施。11 月クラブツーリズム<br>・メディアミックス(テレビ・旅行雑誌・旅行会社)宣伝によるツアー企画の実施。旅番組：SBC、BS-TBS 放映。<br>・ポストコロナの観光戦略策定<br>国内旅行回帰/団体から個人へのシフト鮮明化<br>密から適度な距離へ/旅行志向と旅館オペレーションの変化/自然回帰志向/健康志向/高品質、高価格、地域共生/移動手段の変更<br>・ポストコロナの地域観光担い手組織のあり方研究<br>ＤＭＯと地域、観光事業者とのかかわり<br>リニア時代の飯田下伊那観光の推進エンジン<br>・(一社)ＯＮＳＥＮ・ガストロノミー推進機構（ＡＮＡ総研）との連携によるツアー造成とガストロノミー(食文化)ウォーキングの開催（2020 秋季　中止）<br>・教育旅行 SDGs プログラム・企業研修プログラム実施に向けた取組。FAM トリップ(大手旅行会社社員)の受入れ４月(KNT)、12 月(JTB)、3 月(東武トップツアーズ)。<br>ＳＤＧｓ企画営業の実施（2021 年度 3 校実施予定)。<br>根羽村、森林組合との連携。<br>・山岳観光事業の始動<br>林道軌道敷跡の整備、面平テント場の設置、毎日新聞旅行山旅への採用。環境省国立公園利用促進室との連携。<br>新たなエコ登山形態の提案。<br>**【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】**<br>・ＶＪＴＭ（10 月横浜商談会）への出展。【中止】 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ・観光庁補助事業(世界水準の DMO 形成促進事業)：<br>ドイツ人専門家(ドイツ政府、日本研究所主任研究員)<br>雇用 7 月～。インバウンドプロジェクト 5 回開催(12 月～3 月、メンバーは市町村在住外国人含む)<br>・インバウンド基盤整備と資源活用に向けた調査。<br>・ＦＩＴ向けプログラム、受入システムの開発。<br>・ＦＡＭトリップ（旅行企画者、マスコミ招待による内覧会）の開催。<br>**【リニアプロジェクト広域観光振興事業】**<br>・伊那路観光連盟<br>・移住定住関連　峰竜太氏共同プロモーション【未実施】<br>・豊橋マルシェへの出店(豊橋駅前)。<br>・南信州ナビ（ＨＰ）運営<br>・南信州広域マップ作成<br>・南信州セカンドスクール協会<br>・市町村 DMO 観光案内所情報交換会【未実施】<br>**【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】**<br>・三遠南信伊勢志摩広域観光促進。<br>・昇龍道との連携。<br>・木曽、上伊那地域との情報交換。<br>木曽路伊那路連携会議への参画と地域振興局等との事業調整、長野伊那谷観光局との連携。<br><br>**２０２１年**<br>**【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】**<br>・市町村からの情報収集とアンケート実施。<br>・農家泊実施に向けた取組。<br>・まちなかドライブイン戦略。<br>分散型飲食店利用システムの開始。<br>・市町村向け観光クーポン作成・運用への協力。<br>・飯田市民支えあい割の販売協力(観光案内所)。<br>・市町村資源活用ツアー企画と催行。<br>2022 企画に向けた市町村観光担当者との対話(1-2 月)。<br>2021 南信州ふるさと再発見ツアーへの巻替え。<br>ツアー造成 50 本　延催行回数 60 回、延参加者 500 名<br>・宿泊誘致のための夜桜コンサートツアーの催行。<br>4/7、4/9、２回催行【中止】<br>・大手旅行会社幹部・海外旅行会社企画担当者等招待(FAM トリップ)の実施。<br>・メディアミックス(テレビ・旅行雑誌・旅行会社)宣伝によるツアー企画の実施。<br>旅番組：SBC、BS-TBS<br>・ポストコロナの観光戦略策定。<br>国内旅行回帰/団体から個人へのシフト鮮明化<br>密から適度な距離へ/旅行志向と旅館オペレーションの変化/自然回帰志向/健康志向/高品質、高価格、地域共生/移動手段の変更<br>・ポストコロナの地域観光担い手組織のあり方研究。<br>観光施設再生機能の確立<br>テーマ「観光施設再生に向けた仕組みづくり」 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 7月20日シルクホテル<br>リニア時代の飯田下伊那観光の推進エンジンの役割検討<br>・(一社)ＯＮＳＥＮ・ガストロノミー推進機構(ＡＮＡ総研)との連携によるツアー造成とガストロノミー(食文化)ウォーキングの開催。<br>・教育旅行SDGsプログラム・企業研修プログラム実施に向けた取組。FAMトリップ(大手旅行会社社員)の受入れ。<br>4/1(東武トップツアーズ関西１２名)、4/14(近畿日本ツーリスト名古屋・岐阜教育５名)、4/15(日本旅行東京教育３名)。<br>SDGｓ企画営業の実施（2021年度3校実施予定)。<br>根羽村、森林組合との連携。<br>・山岳観光事業の推進。<br>林道軌道敷跡の整備、面平テント場の設置と予約開始。<br>毎日新聞旅行山旅の催行。<br>環境省国立公園利用促進事業への採択。<br>新たなエコ登山形態の実施。<br>**【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】**<br>・ＶＪＴＭ（11月大阪商談会）へのオンライン出展。<br>・インバウンド基盤整備と資源活用に向けた調査。<br>外国人専門家の採用（世界に誇るDMO形成事業(観光庁)採択)。ドイツ人(ドイツ政府、日本研究所主任研究員)通年。ＦＩＴ(欧米豪)向けプログラム、受入システムの開発。ＦＡＭトリップ（旅行企画者、マスコミ招待による内覧会）の開催。<br>・地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業の推進。<br>観光庁観光振興事業補助金活用事業として、スノーモンキーブランドを展開する㈱まちノベイトとの連携事業。<br>南信州域内資源の活用による在留邦人等の誘致。<br>ポストコロナのインバウンド戦略。<br>**【リニアプロジェクト広域観光振興事業】**<br>・伊那路観光連盟の事業参画。<br>・移住定住に向けた峰竜太氏との共同プロモーション。<br>・豊橋マルシェへの出店(豊橋駅前)。<br>・南信州ナビ（ＨＰ）運営。<br>・天龍峡大橋そらさんぽのプロモーション。<br>・天龍峡イルミネーションへの参画(既存観光地の再生・高付加価値化推進事業　観光庁応募)。<br>・南信州セカンドスクール協会<br>・市町村DMO観光案内所情報交換会<br>**【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】**<br>・三遠南信伊勢志摩広域観光促進<br>・昇龍道との連携<br>・木曽、上伊那地域との連携事業実施に向けた協議。<br>・国内旅行　FAMトリップ(旅行会社企画担当、マスコミ招待旅行)<br>・インバウンド周遊コース開発 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ・ツーリズム EXPO2021 出展<br><br>**２０２２年**<br>**【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】**<br>・市町村からの情報収集実施。<br>・農家泊実施に向けた取組。<br>・まちなかドライブイン戦略。<br>分散型飲食店利用システムの拡大。教育旅行 8 校利用。<br>・市町村資源活用ツアー企画と催行。<br>2023 企画に向けた市町村観光担当者との対話（1-2 月）。<br>2022 南信州ふるさと再発見ツアーへの巻替え<br>ツアー造成 15 本　催行回数 11 回、延参加者 210 名<br>・宿泊誘致のための夜桜コンサートツアー催行（2 回）。<br>・大手旅行会社幹部・海外旅行会社企画担当者等招待(FAM トリップ)の実施。<br>◉近畿日本ツーリスト　◉日本旅行　◉東武トップツアーズ　◉阪急交通社◉クラブツーリズム　◉読売旅行　◉神姫観光バス　◉両備バス<br>・教育旅行 SDGs プログラム・企業研修プログラム実施に向けた取組。<br>FAM トリップ(大手旅行会社社員)の受入れ<br>10/14(近畿日本ツーリスト本社教育旅行事業部 3 名<br>SDGｓ企画営業の実施（2022 年度 16 校実施）<br>・山岳観光事業の推進<br>林道軌道敷跡の整備、面平テント場の設置と予約開始、毎日新聞旅行アルペン号の運行開始<br>環境省国立公園利用促進事業への採択<br>新たなエコ登山形態の実施<br>・観光庁『既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業＜事業者連携型＞』<br>観光拠点：天龍峡ナイトミュージアム（開催日：2 月 1 日～13 日）<br>モニターツアー・広域シャトルバス運行(域内＋諏訪駅・中津川駅間)【中止】<br>**【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】**<br>・ＶＪＴＭ（11 月大阪商談会）への出展。<br>・インバウンド基盤整備と資源活用に向けた調査。<br>外国人専門家の採用(3 年目/ドイツ人［ドイツ政府、日本研究所主任研究員］)<br>ＦＩＴ(欧米豪)向けプログラム、受入システムの開発。<br>ＦＡＭトリップ（旅行企画者、マスコミ招待による内覧会）の開催。<br>・地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業の推進。<br>「天竜川流域観光資源を活用した持続可能なリバーツーリズム創出事業」<br>観光庁観光振興事業補助金活用事業として、スノーモンキーブランドを展開する㈱まちノベイトとの連携事業。<br>南信州域内資源の活用による在留邦人等の誘致。 | |

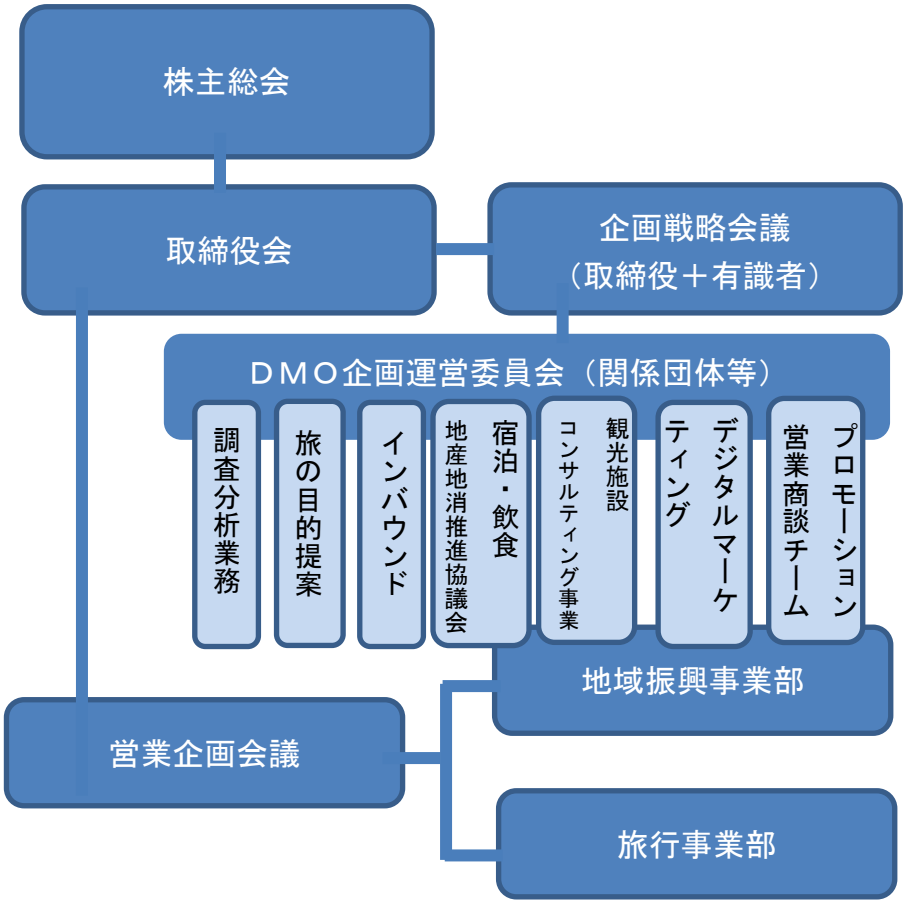
| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ポストコロナのインバウンド戦略。<br>・『地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業』<br>天竜川流域独自のまつりと地域資源を楽しむ看板商品'Tenryu Riverlands: Festival & True Local Experience Tours' 創出事業<br>「湯立神楽」、飯田時又灯ろう流し」、「時又初午はだか祭り」と流域観光資源を組み合わせた看板商品の企画・商品造成・販売・PR ページ作成。<br>・魅力向上実践事業『自然感動体験・南信州』<br>欧米豪を想定した自然資源を活用したコンテンツ造成。資源の洗い出し、インバウンド勉強会、ガイド研修、ツアー商品造成、欧米豪旅行会社へのセールスコールを実施。<br>・姫街道（中山道）の手仕事を紐解きアドベンチャーツーリズムの本髄に迫る旅の創出事業<br>伝統工芸が後世に残されることに寄与する滞在型コンテンツの造成。(ガイド研修 8 月 31 日)<br>・レンタカーを活用した三遠南信エリアへのＦＩＴ誘客促進事業【香港・台湾・韓国・タイ】<br>▸中部国際空港セントレア連携<br>◉中部運輸局　◉伊那市観光協会　◉駒ヶ根観光協会　◉長野伊那谷観光局　◉阿智昼神観光局<br>◉岡崎市　◉西尾市　◉蒲郡市　◉浜松市<br>・ＶＦＲ事業【ベトナム・フィリピン】<br>▸キックオフミーティング　　2021 年 10 月 19 日<br>▸動画撮影　　2021 年 11 月 15 日　天龍峡・松川町<br>▸動画配信　　2021 年 12 月～<br>**【リニアプロジェクト広域観光振興事業】**<br>・伊那路観光連盟の事業参画<br>・豊橋マルシェへの出店(豊橋駅前)<br>・南信州ナビ（ＨＰ）運営<br>・天龍峡大橋そらさんぽのプロモーション<br>・天龍峡イルミネーションへの参画(既存観光地の再生・高付加価値化推進事業　観光庁応募)<br>・南信州セカンドスクール協会<br>・市町村 DMO 観光案内所情報交換会(予定)<br>**【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】**<br>・三遠南信伊勢志摩広域観光促進<br>・昇龍道との連携<br>・木曽、上伊那地域との周遊商品造成連携事業実施<br>・国内旅行　FAM トリップ(旅行会社企画担当、マスコミ招待旅行)<br>・インバウンド周遊コース開発<br>・ツーリズム EXPO2022 出展<br><br>**【天竜川中流域観光戦略事業】**<br>◉南信州リゾート株式会社設立に向けた取組み<br>・2021 年 12 月　信南交通株式会社　舟下り事業の 22 年 3 月 31 日までの運休を発表。 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ・信南交通株式会社により事業継承に関する取り組みが進められる。<br>・観光地域づくり法人(地域連携 DMO)としての南信州観光公社内で事業再生に関する検討を開始。<br>・信南交通㈱による新会社分割登記　10 月７日<br>・分割会社のデューデリジェンスの実施　～10 月中旬<br>・臨時株主総会（基本合意書の議決）10 月 26 日<br>・基本合意書・譲渡契約の締結　　11 月３日<br>・クロージング（譲渡価格の払い込み）11 月 9 日<br>・㈱南信州リゾート変更登記<br>（定款変更・取締役選任による）11 月 15 日<br>・㈱南信州リゾートの第３者割当増資　11 月末期日（第１回）<br>・㈱南信州リゾートの第３者割当増資　12 月末期日（第２回）<br>・㈱南信州リゾートの第３者割当増資　23 年４月末期日（第３回）<br>・営業準備　　11 月中旬から<br>・プレオープン　2023 年２月<br>・本オープン　　2023 年４月<br><br>**２０２３年**<br>**【リニアプロジェクト旅の目的提案事業】**<br>・市町村からの情報収集実施。<br>・農家泊実施に向けた取組。<br>・分散型飲食店利用システム（まちなかランチ）の事業拡大。教育旅行他学生団体 6 回、募集型企画旅行 3 回実施。<br>・市町村資源の Destination（旅行目的地）活用。<br>市町村観光担当者との対話（1-2 月）による資源抽出。<br>南信州ふるさと再発見ツアーによる企画化。企画数 28、催行数 18 本（12 月時点）。<br>コンテンツ化資源の旅行企画催行各社に対する対面営業と FAM トリップによる販売促進活動。<br>各社旅行商品化・販売による具現化。<br>・SDGs プログラムの教育旅行・企業研修利用の拡大。<br>旅行企画催行各社に対する対面営業と FAM トリップによる販売促進活動。各社旅行商品化・販売による具現化。<br>・山岳観光事業の推進。<br>施策効果による登山客の増加（コロナ前３千人台→５千人超）。<br>芝沢ゲート登山相談所の継続運営。<br>コンパス(登山届アプリ)、ココヘリ(遭難場所の早期探知システム)の活用と運用開始。<br><br>**【リニアプロジェクトインバウンド戦略事業】**<br>・訪日観光客周遊ルートと誘客ポイントに基づいた二次交通サービスを加えた販売モデル構築。<br>事業名；『'Tenryu Riverlands をセントラルジャパンにおける自然・文化体験の聖地に』。 | |

訪日観光ルートを元にした誘客ルートを設定、各誘客ポイントからの二次交通を含んだ形にパッケージ商品を拡張・改善し、販売を実施（観光庁補助）。
・セントレア利用レンタカーを活用した三遠南信エリアへのＦＩＴ誘客促進事業
中部国際空港セントレア連携。ターゲット国：香港・台湾・韓国・タイターゲット。動画制作、デジタルマーケティング実施。
・ＶＪＴＭ（11 月大阪商談会）への出展。
・外国人ガイド人材とのガイド、コンテンツ造成、翻訳業務提携
・これまでに造成したインバウンド向けコンテンツの訪日旅行会社との連携による販売。

**【リニアプロジェクト広域観光振興事業】**
・伊那路観光連盟の事業参画。
・都市部での域内事業者連携による観光イベント参加
・広域観光情報のためのホームページ(南信州ナビ)の運営とSEO/多言語化対応
・天龍峡大橋そらさんぽのプロモーション
・南信州セカンドスクール協会　　。
**【リニアプロジェクト隣接圏域との連携事業】**
・三遠南信・伊勢志摩広域観光交流連携協議会事業参画。
旅行商談会/FAM トリップの共同開催
・伊那路・木曽路広域観光連携会議事業参画。
インバウンド向け広域周遊商品造成/FAM トリップ共同実施
インバウンド向け広域周遊商品の販売
ツーリズム EXPO2023 共同出展
・昇龍道との連携
**【天竜川中流域観光戦略事業】**
・南信州リゾート株式会社運営の取組み
地域連携 DMO としての南信州観光公社で事業再生に関する検討を開始。
信南交通㈱による新会社分割登記　2022 年 10 月７日
分割会社のデューデリジェンスの実施　　～10 月中旬
当社臨時株主総会（基本合意書の議決）10 月 26 日
基本合意書・譲渡契約の締結　　11 月３日
クロージング（譲渡価格の払い込み）　11 月 9 日
変更登記（定款変更・取締役選任による）11 月 15 日
第３者割当増資　　11 月～2023 年 11 月
営業準備　　2022 年 11 月中旬～
・プレオープン　　2023 年２月 19 日
・広域消防合同訓練　2023 年３月１日
・グランドオープン　2023 年４月 15 日

**【定量的な評価】**
・体験教育旅行の実績維持と SDGs 教育プログラムへの展開
教育旅行受入実績 91 団体

| | |
|---|---|
| | SDGs 教育プログラム受入者数 1527 名<br>・地域資源活用型の自社ツアーの拡大<br>自社ツアー企画数　34<br>自社ツアー催行数　24<br>・リニア時代における目的地化を図るリニアプロジェクトの進展<br>地産地消プロジェクトシステムへの参加施設数の増加<br>地産地消推進システム成立数　1<br>〃参加宿泊施設　5 社<br>・インバウンドプロジェクトの始動とコンセプトづくり<br>インバウンド向けコンテンツ、パーケージ設定数　16<br><br>・分散型飲食店利用システム（まちなかランチ）の事業拡大。<br>まちなかランチ実施数　9 回<br>・情報発信の充実<br>ＫＰＩ参照 |
| 実施体制<br>※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】**<br>（株）南信州観光公社が母体となり、行政や事業者などの出資者が意思決定に関与し、宿泊業者、飲食業者、農業者など多様な関係者が事業推進に参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。<br><br>**【実施体制図】**<br>  <br><br>出資者である行政、事業者が意思決定に関与できる。<br>関係団体については企画運営委員会の中で合意形成を図る。 |

| | |
|---|---|
| | ※出資者一覧<br>飯田市　信南交通㈱　みなみ信州農業協同組合　㈱阿智昼神観光局　㈱体験教育企画　㈱南信州新聞社　平谷村　特定非営利活動法人たかぎ　天龍ライン遊舟（有）　座光如来寺　㈱共立プラニング　㈱飯田ケーブルテレビ　松川町　飯田信用金庫　㈱八十二銀行　信濃毎日新聞㈱　喜久水酒造㈱　木下水引㈱　長野県タクシー協会飯伊支部　飯田商工会議所　特定非営利活動法人だいち　高森町　谷口醸造株式会社　阿南町　根羽村　泰阜村　天龍村<br>下條村　大鹿村　売木村　中川村　飯島町　（出資順） |

## 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】**

平成７年から飯田市が行っていた体験教育旅行の事業の成功を受けて、平成１３年に広域観光振興を実行する組織体として会社法による株式会社を設立し、体験教育旅行の受入れを中心に、新規体験プログラムや一般旅行客向けの着地型旅行商品の開発等を実施している。

設立以来、中心となって関わってきた飯田市との連携を機軸として、出資者である下伊那郡１３町村も含めた南信州全域を対象とした観光による地域マネジメントが必須である。中川村・飯島町（白地）は上伊那郡であるが、農泊等のコミュニティベースドツーリズムを通じた地域振興面では隣接地域であり、公社の出資団体でもあるためエリアに加えている。

**【観光客の実態等】**

令和４(2022)年観光地利用者延数　　3,897千人
令和４(2022)年観光消費額　　9,817百万円

**【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】**（ ）内は活用方法
　アウトドアアクティビティ(教育旅行)、農林業体験(教育旅行)、農山村交流・田舎の生活体験(教育旅行・インバウンド)、一本桜(桜守の旅)、いいだ人形劇フェスタ(団体向けツアー)、元善光寺、飯田お練りまつり、霜月まつり、くだもの狩り(一般団体・個人ツアー)、水引工芸(一般団体・個人ツアー・教育旅行)、和菓子(一般団体向けツアー)、りんご並木、天龍峡(一般団体・個人ツアー)、天竜川下り(一般団体・個人ツアー・教育旅行)、下栗の里(一般団体・個人向けツアー)、日本一の星空(一般団体・個人向けツアー)、南アルプス(エコ登山として個人・団体向け登山)、東山道・秋葉街道・遠州街道等の歴史的な街道。

**【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**
・飯田市
　中心市街地　１６施設　　１，１１３人
　郊外　　９施設　　８７３人　（ゲストハウス　４施設、２０人）
　天龍峡　　７施設　　３６０人
　遠山郷　　１０施設　　３２９人
・下伊那郡　主要３０施設　　４，１４４人
・農泊農家　４５０軒(簡易宿所許可取得済)

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**
区域までの交通：中央道高速バス(名古屋線、新宿線、大阪線)、ＪＲ東海道新幹線～飯田線特急伊那路、ＪＲ中央線特急あずさ～ＪＲ飯田線
域内交通　：路線バス（信南バス・伊那バス・地域交通システム)、ＪＲ飯田線、タクシー
〔新たな交通基盤の整備が進む　－今後の可能性－〕
**<u>リニア中央新幹線</u>**
２０２７年以降開通を目指して南アトンネル、中ア側トンネル掘削等の本格的な工事が進んでおり、リニア中央新幹線の開通による時間短縮効果は極めて大きなものがある。長野県駅は南信州に設置され、品川駅から４５分、名古屋駅へは２０分で到着する。
**<u>三遠南信自動車道</u>**　既に部分開通による遠州・三河からの入り込みに利便性は高まっており、２０２７年前と予想される全線開通による効果は、日帰り圏、宿泊券の拡大につながり、静岡清水地域、湘南地域、神奈川・横浜までが日帰り乃至は１泊宿泊圏内に入り、三遠南信圏域の交流人口拡大に大きく貢献するものとなる。

**【外国人観光客への対応】**
　今後多言語化した情報ツールの統一や南信州一体となったＷＥＢ発信戦略等が求められている。多言語案内板の整備や観光案内所に外国語（英語）対応できる人材を配置する等に加え、ガイドやインストラクターの英語対応人材の育成が課題となっている。２０２０年より始動したインバウンドプロジェクトにおいて外国人人材を雇用し、域内居住の在留外国人や既に外国人の著名観光地を創り出した実績を持つランドオペレーター(㈱まちノベイト:スノーモンキーブランド展開中等)と連携した、コンセプトメイキング、トライアル販売などを経て、本年度よりBtoB販売を開始した。二次交通、ガイドをパッケージ化した商品を様々なルートで販売し、広範な多言語対応が必要となるFITに先行して、BtoB・少人数団体、プライベートツアーでのインバウンド需要の獲得を図っていく。

様式１

## ３．各種データ等の継続的な収集・分析

| 収集するデータ | 収集の目的 | 収集方法 |
|---|---|---|
| 旅行消費額 | 来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。 | アンケート調査を自主事業として実施。 |
| 延べ宿泊者数 | 宿泊者数の推移を把握するため。 | 長野県観光統計の南信州地域分から集計、及び市場調査（必要な都度）により集計分析。 |
| 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。 | 独自の市場調査（自社ツアー参加者）により集計分析。 |
| 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。 | 独自の市場調査（自社ツアー参加者）により集計分析。 |
| 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。 | 独自の市場調査（自社ツアー参加者）により集計分析。 |
| 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。 | 独自の市場調査（自社ツアー参加者）により集計分析。 |
| | | |

## ４．戦略

### （１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
少子高齢化、人口減少、農業後継者問題、遊休荒廃地の増加、産業後継者不足による事業承継、企業の減少、コロナ禍の観光交流事業の廃業・事業停止等、様々な局面で地域の活力を低下させる事象が生じている。２０２０年から２０２１年にかけては、コロナ禍により水引工芸展示施設２か所、ドライブイン２か所、旅館業態からの撤退１か所、老舗料亭廃業２か所等の観光飲食関連施設の事業廃止が相次いでおり、観光基盤に大きな影響をもたらしている。これらの地域課題について、20 年以上の実績を持つ農家民泊、人的資源を活用した体験プログラム等のコミュニティベースドツーリズム（CBT）を中核としつつ、観光地域づくり法人として、施設再生コンサルティング機能を強化して、観光側面からの地域産業を支えていくことが求められている。世界的な民泊組織 Airbnb 社との新たな事業提携の活用、CBT の磨き上げを行い、国内旅行需要の新たなトレンドへの対応、インバウンド需要の獲得双方への中心的役割を果たしていく。

### （２）地域の強みと弱み

| | 好影響 | 悪影響 |
|---|---|---|
| 内部環境 | 強み（Strengths）<br><br>・自然豊かな信州の中でも、より手つかずの自然が残っており、雄大な自然景勝や日本古来の原風景を活かした 180 を超える豊富な体験型観光コンテンツを持つ。<br>・全国に先駆けて SDGS 教育プログラムを開発提供している。 | 弱み（Weaknesses）<br><br>・観光地としての知名度が低い<br>・都市圏からのアクセス性が低い<br>・二次交通体系が不十分。<br>・「南信州ブランド」イメージの確立が取組中で不十分である。 |

| | | |
|---|---|---|
| | ・コミュニティベースドツーリズム（CBT）の先進地としての高い国内評価を得ている(クールジャパンアワード受賞)。<br>・地域資源を観光商品企画として活用するコンテンツのコーディネート組織(観光公社)が存在する。<br>・首都圏、関西圏から時間距離が等しい。・中央、南アルプスの山々や国内最大の渓谷に形づくられた美しい自然景観が広がる。<br>・日本の原風景が広がる遠山郷・下伊那南部・西部には日本一の星空等の資源があり、それらを活用した天竜川の舟下りや日本一の星空体験などの自然アクティビティ、南信州の文化・風土を丸ごと感じられるツアーなどが多く造成されており、体験型コンテンツが豊富<br>・江戸と京都を結ぶ都市としての名残から、大鹿歌舞伎や人形浄瑠璃などの独自の文化が今もなお受け継がれ、城下町や養蚕等の歴史を背景とした高い文化性（伝統文化＋芸術文化＋伝統工芸）がある。<br>・古の官道東山道、秋葉街道、三州街道、遠州街道、伊那街道と街道が伝えた民俗祭りの宝庫である。<br>・一次産業の農産物の作物の南限北限で多様性が高く、イチゴ、サクランボ、モモ・ナシ・りんご・市田柿等々を算出する。<br>・２次産業においても精密機械・電子・航空宇宙・食品等多様性を持つ。<br>・下伊那全域に渡る良質な温泉が存在する。<br>・公民館活動を背景に人材育成に熱心<br>・住民に進取の気風がある。 | • これまで南信州地域一体となった観光戦略策定がされておらず、地域内の周遊に繋げられていない<br>• 南信州エリアは長野県全域と比較して観光客の宿泊割合が低く、宿泊客単価も平均と比べると 10%程度低い<br>・観光関連分野に人材が不足している。<br>・担い手(農泊・体験インストラクター)の世代交代が進んでいない。<br>・インバウンド受入れの基盤整備が不十分である。<br>・南ア・中ア等山岳観光に対する意識が希薄<br>・旅館ホテルの地産地消意識が低い。<br>・コロナ禍により廃業・事業停止・事業転換をする旅館ホテル、観光施設が発生している。<br>・市町村の関わる第３セクターによる温泉施設・宿泊施設の経営苦境が鮮明 |
| 外部環境 | 機会（Opportunity）<br><br>・リニア中央新幹線が開通した暁には、首都圏・中京圏から１時間以内でアクセス可能になり、以下の効果が期待される<br>・国内外からの入込客数増化<br>・専門ノウハウを有する人材との交流増加<br>・外部からのヒト・モノ・カネの投資<br>・Airbnb 社と連携協定を結び、南信州全域で農家ホームステイを受け入れていた施設を民泊として利用する計画が進んでおり、地域へのインバウンド・若者層の集客強化が期待できる<br>・田園回帰志向が各年齢層において強まっている。<br>・密を避ける傾向により著名観光地から新たな適地を求め始めている。<br>・モノからコト志向への変化が顕著である。 | 脅威（Threat）<br><br>・リニア中央新幹線開通へ向けての各種環境整備が整わないことにより、以下の様な懸念が発生する<br>・県内他エリアへの通過地点となってしまう<br>・都市部からの投資やノウハウを有する人材と地域経済の繋がりが希薄になる<br>・リニア中央新幹線の開通時期が当初の予定より開業が後ろ倒しになる可能性がある事により、観光事業者等の誘致に弊害をもたらす恐れがある<br>・少子化、高齢化による国内旅行者の減少<br>・所得格差が広がり、旅行費用の捻出が不可能な貧困層が増加している。<br>・農泊に取組む地域が増加し、コンペティターが増えている。 |

| | | |
|---|---|---|
| | ・ＳＤＧｓが社会の潮流となってきた。<br>・インバウンド誘客を国が強力に推進している。<br>・風水害等の災害の影響を受けにくい地形特性がある。 | ・地域間誘客競争が激化している。 |

※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>長野県隣接県、関東、中京、関西、中国、九州方面の公立学校・私立学校・学習塾（教育旅行）、セカンドスクール(子ども農山漁村交流体験事業)、インバウンドの教育旅行団体 |
| ○選定の理由<br>教育旅行は事業の柱であり実績や成果をあげていること、教育旅行マーケットへの営業活動を通じ首都圏私立学校を中心に、農泊や新学習指導要領の「主体的・対話的で深い学び」やＳＤＧｓを背景とした課題解決型の教育旅行を求めるニーズが明確に高まってきたことから、公立学校に加え私立中高等学校もターゲットとした。また、農水省が引き続き農泊による都市農村交流の拡大をねらいとした事業を推進していること、コロナ禍による近場志向の教育旅行の増加、インバウンド教育旅行における需要が引き続き高いこと等を勘案し設定した。 |
| ○ターゲット層<br>都会の喧騒を離れ、日本の原風景を楽しみながらゆっくりしたい夫婦・カップル<br>自然と触れ合うことが非日常で、アクティビティなど活動的な旅行を好む男女グループ |
| ○選定の理由<br>夫婦・カップル、男女グループが、当地域への旅行参加形態の中心層であり、長野県はご当地ならではの体験への評価も全国で４位と評価が高い事。当地域の強みを生かした体験コンテンツで訴求できる事。<br>○取組方針 |
| ○ターゲット層<br>「南信州ならでは」の自然・農業・伝統文化体験や地域住民と触れ合いながら旅を楽しむことに興味関心の高いファミリーやSIT層インバウンド |
| ○選定の理由<br>地域住民のガイドや地元密着型の農業体験・自然・文化体験などの「ほんもの体験」を求め来訪。高級志向ではなく、あくまで現地での生活に根付いた文化体験を求める層で、当地域の強みを生かした体験コンテンツで訴求できる事。<br>○取組方針<br>スノーモンキーブランドをポータルにしたツアーへの誘導を図るとともに、国内ランドオペレーターを活用した海外旅行会社との直接販売窓口を築く。受け入れ基盤としては英語対応案内の整備と、海外エージェントへのプロモーションの強化。インスタグラム等メディア発信の工夫。 |

## （４）観光地域づくりのコンセプト

| | |
|---|---|
| ①コンセプト | ①標高差 2700mの国内最大の渓谷、重なり合う南アルプスと伊那山脈、中央アルプス南端の稜線等は、国内でも希な景観であり、その全域の多様性を活用したエコツーリズムとして展開。<br>② 「ほんもの体験」、「学びの旅」、「人と出会う旅」へ<br>・人々はこの時代に生きた証を得たいとして旅をし、自己実現に向かう。それは体験によってもたらされる自己実現である。<br>・受入れ側の理念は「近者説、遠者来」（まちづくり）、「来者如帰」（おもてなしの精神）。<br>③ 「ガストロノミーツーリズム・食文化観光」<br>多彩な内陸の食文化を徹底した地産地消で提供すし、地域内経済循環を高める。<br>④「神々が今も息づく谷」<br>長野県内でも有数の文化性の高さと伝統芸能の宝庫であることを示している。<br>⑤これらを通じて高質な観光地づくりを行い、2027 年リニア開通を契機に、世界から注目される人の流れと地域づくりを図る。<br>⑥コロナ禍を経たライフスタイルの変化に対応。自然、健康、個別化の旅行ニーズに対応した旅行を提案する。 |
| ②コンセプトの考え方 | ○地域が目指すべき姿<br>・リニア時代に向けて、人も自然も産業も輝く、持続可能な南信州地域<br>○ＳＤＧｓ南信州ツーリズムの果たす役割<br>・観光側面から持続可能な地域づくりに貢献する。<br>・一次・二次産業の多様性を背景として、ツーリズムと連携した経済効果を獲得し、産業の後継者を生み出す。<br>・文化性（伝統文化・伝統芸能・食文化・公民館活動による地域づくり等）の水準の高さを活用した体験型ツーリズムは交流を生み出し、住民の自信と誇りの再生につながる。<br>・国内有数の巨大な谷地形の自然環境と暮らしの営みの中に入り込んで行うほんもの体験・アクティビティを常に意識したツーリズムを創り出す。<br>・アクティビティにかかわる人々の人材育成を行い、ＳＤＧｓ教育・企業研修プログラムファシリテーター水準まで高める。<br>・ツーリズムは持続可能な手法で行い、環境負荷の低減、地域経済への貢献、地域やまちの低俗化をもたらさず、観光事業者・住民の相互理解のもとに行われる高質なツーリズムを目指す。<br>・持続可能な観光地「南信州」としてブランディングを行う。また、区域内の団体・市町村から参加を募り、「南信州」として持続可能な観光地の認証を取得していく。 |

## 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。 | ・ＤＭＯ戦略策定の中核組織である企画戦略会議を、随時開催し、即応する戦略・戦術を展開する。ＤＭＯ企画運営委員会を随時開催し、観光地域づくり戦略の方向性について幅広いステークホルダーの合意形成を図るとともに、関連事業者によるリニアプロジェクトを推進するワーキンググループを構成する。その他必要なコミュニーションの場を設ける |

| | |
|---|---|
| | とともに、観光関連事業者との共同プロモーションも実施する。くわえて、コンサルティング等も実施し、関連事業者の課題解決に貢献する。 |
| | ・取締役会、３２社(自治体１６、商工農団体２、交通機関２、金融機関２、マスコミ３、企画宣伝会社１、観光関連事業者等６)で構成する株主総会、及び自治体で組織される南信州広域連合等に毎年事業報告を実施している。また、マスコミ株主は地元紙１社、県内紙１社、ケーブルテレビ１社であり、これらを通じて事業報告、経営状況の報道を毎年実施しており、住民に広く届く形で公表している。 |
| 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 | ・アンケートを各ツアーについて実施し、満足度調査を基本に、アクティビティ、食事、宿泊面等の把握を行っており、ＰＤＣＡサイクルによる品質向上を図っている。<br>・地産地消の水準を認証する地域認証基準（南信州独自基準）の創設に向けて、地産地消プロジェクトである南信州地産地消推進協議会で検討している。<br>・おもてなし水準、食の水準を診断する旅館・ホテル施設診断を実施し、そのカルテを事業者と共有している。<br>・業務提携ガイドからのインバウンドコンテンツのフィードバックの共有とそれを受けたブラッシュアップを恒常的に実施する。<br>・南信州ナビ（HP）のデータ分析実施とそれに対応する SEO、コンテンツ改善対応。 |
| 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 | ・ランドオペレーターとしてのワンストップ窓口の実施（プログラムの手配、調整、コーディネート、精算の一切を行う）<br>・観光公社ホームページは、１８０を超える体験・アクティビティや受入れ状況、タリフ等のサービスを提供しており決済機能まで持っている。くわえて旅行会社受発注、自社ツアー募集向けの役割を担い、人材育成講座等の募集等も実施している。<br>・南信州統一ＨＰ(南信州ナビ)の運用を担っており、域内市町村からの情報提供を中心とした連携で常にアップデート、データ分析、SEO 対策をしており、効果的な情報発信を行っている。<br>・２０２１年よりＤＭＯ会員による営業戦略チーム(宿泊事業者・立寄り施設営業担当・交通機関営業担当・観光公社等)で。ターゲティングと営業活動を実施している。<br>・メディアミックス戦略は常に広域連携を意識して市町村の観光資源を紹介し実行している。<br>・品川区、渋谷区とのこれまでの交流、中部圏での物産展開催等パブリックリレーションズを、地域内事業者と連携して、継続して行う。<br>・インバウンドに関して、近隣 DMO と連携して、FIT 向け FAM トリップの実施、コンテンツ造成、パッケージ化を複数商品で並行して行い、VJTM、各種オンライン商談会に参加。また、南信州観光公社オリジナルパッケージの開発も行い、インバウンド向け旅行会社に販売していく。 |

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

## ６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

### （１）必須ＫＰＩ

| 指標項目 | | 2021（Ｒ３）年度 | 2022（Ｒ４）年度 | 2023（Ｒ５）年度 | 2024（Ｒ６）年度 | 2025（Ｒ７）年度 | 2026（Ｒ８）年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●旅行消費額（百万円） | 目標 | 6,000 | 9,000 | 10,000 | 10,240 | 10,470 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (　) |
| | 実績 | 6,536 | 9,817 | | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |
| ●延べ宿泊者数（千人） | 目標 | 450,000 | 500,000 | 760,000 | 770,000 | 780,000 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (　) |
| | 実績 | 466,900 | 592,000 | | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | 50.0 | 52.0 | 54.0 | 54.5 | 55.5 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (54.5) | (55.5) | (　) |
| | 実績 | 49.0 | 52.5 | 52.5 | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |
| ●リピーター率（%） | 目標 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (　) |
| | 実績 | 70 | 70 | 70 | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |

※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】**
南信州地域全体の状況を把握するために長野県観光地利用者統計調査を活用することを基本としている。また、２０２０年からのコロナ禍により旅行需要や実態は大きく変化し、従来の考え方では市場動向や今後の予測が不可能になってきた。２０２０年からは考え方の基本を大きく変える必要が生じた。そこで旅行トレンドは１９４５年以降の超長期トレンド分析によって行うとともに、自社ツアーの催行を大きく伸ばしていることから、顧客満足度、リピーター率等はこのアンケート結果や顧客リストからの分析によることとした。外国人観光客については、もともと南信州地域のインバウンド誘致の取組が当ＤＭＯ登録（２０１９）以降本格化したものの、２０２０年にはコロナ禍によって０（ゼロ）水準まで落ち込み、以降２０２２年９月までは１９年比９０%減の状況が続いたことからＫＰＩの主要項目としての数値設定を行わないことしていたが、５類移行以降は、本格的な回復となっていることから、全国規模の統一的なデータ整備が進んだ場合には、活動遂行の指針の１つとしてカウントを再開する。

**【設定にあたっての考え方】**
●旅行消費額
観光立国推進基本計画（第４次）に沿い、2025 年 100.5%（2019 年比）規模を目標に設定。実績は、長野県観光地利用者統計調査を活用。

様式１

●延べ宿泊者数
観光立国推進基本計画（第４次）に沿い、2025 年 105%（2019 年比）規模を目標に設定。実績は、長野県観光地利用者統計調査を活用。

●来訪者満足度
地域資源活用型の自社ツアーのアンケート結果による満足度７段階のうち、７（大変満足）とした比率を数値（%）とした。

●リピーター率
地域資源活用型の自社ツアーのリピーター率によることとした。

## （２）その他の目標

| 指標項目 | | 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 | 2026<br>（Ｒ８）<br>年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●体験教育旅行誘致数<br>（校） | 目標 | 110 | 100 | 95 | 100 | 105 | 未定 |
| | | （未設定） | （未設定） | (13) | (14) | (15) | （　） |
| | 実績 | 120 | 91 | | | | |
| | | (0) | (14) | （　） | | | |
| ●自社ツアー催行数<br>（回） | 目標 | 50 | 60 | 25 | 26 | 27 | 未定 |
| | | (2) | (5) | (2) | (3) | (4) | （　） |
| | 実績 | 11 | 24 | | | | |
| | | (－) | (2) | （　） | | | |
| ●体験型観光経済波及効果（千円） | 目標 | 260,000 | 360,000 | 271,000 | 285,000 | | 未定 |
| | | （未設定） | （未設定） | (30,000) | (32,000) | （　） | （　） |
| | 実績 | 480,000 | 258,000 | | | | |
| | | (0) | (40,000) | （　） | | | |
| ●情報発信回数<br>（メディアミックス＋デジタルマーケティング）<br>（回） | 目標 | 20 | 25 | 23 | 24 | 25 | 未定 |
| | | (4) | (6) | (2) | (5) | (5) | （　） |
| | 実績 | 30 | 22 | | | | |
| | | (2) | (1) | （　） | | | |
| ●移住定住者数<br>（件） | 目標 | 101 | 110 | 115 | 120 | 125 | 未定 |
| | | (—) | (—) | (—) | (—) | (—) | （　） |
| | 実績 | 104 | 119 | | | | |
| | | (—) | (—) | | | | |
| ●住民満足度<br>（%） | 目標 | 68 | 70 | 71 | 73 | 75 | |
| | | (—) | (—) | (—) | (—) | (—) | （　） |
| | 実績 | 70.8 | 72.8 | | | | |
| | | (—) | (—) | （　） | | | |

※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】**
本ＤＭＯは体験教育旅行受入れや自社ツアーの催行等の体験型観光を推進し、稼ぐ力を持った組織である。しかもそのミッションは地域振興のための株式会社であり、したがって、地域内経済循環に如何に貢献できたかが存在価値である。ゆえに、体験型観光の経済波及効果、地域一体となったブランド化のための情報発信、高い目標としては、地域存続のための人口減少に対する移住定住者の増加に結び付くものであり、これらを目標化した。

**【設定にあたっての考え方】**

●体験教育旅行誘致数
収入の大きな柱であり、コロナ禍にあっても皆無とならない等、情勢の変動に比較的強い事業である。ＳＤＧｓ重視の潮流があり、南信州にとっては創業の精神に関わる事業の成果を表す。

●体験型観光による地域への直接的経済効果
受入農家、体験インストラクター、弁当業者、食事施設、宿泊施設など、地元に確実に消費が生まれ財貨循環に通じる。

●自社ツアー催行数(企画含む)
大手旅行会社の募集型企画旅行は既に時代遅れのものとなりつつある。つまり定番の企画から脱却できず、低い価格設定と内容で行われているケースもあり、顧客がその価格からツアーの質までも見切っていることが当ＤＭＯのツアー参加者への聴き取りから明らかになっている(自社ツアーへの評価で多く聞かれる声は「ツアーっぽくなくて良かった」というもの)。自社ツアーは地域資源活用の試験的な意味合いも持つが、南信州ファン獲得に向けたブランド化戦略の一環でもあり、ここでの満足度調査の基礎をなすものである。

●情報発信回数(メディアミックス＋デジタルマーケティング)
テレビ・ラジオ・新聞・雑誌等の既存メディアへの情報発信と宣伝広告数、デジタルマーケティング手法による新しい情報発信、ＳＮＳ(Facebook、Instagram、Twitter)、インフルエンサーの活用等を併用していくこととしている。

●移住定住者数
観光は地域の総合産業であり、農業、伝統工芸、伝統芸能等の後継者づくりまでも視野に入る。関係人口づくりとして、最終的には少子高齢化・過疎化で持続可能性が問われている当地域の人口減少問題に影響を与えうるものであるため指標とした。

●住民満足度
飯田下伊那地域の人口は１６万人余であり、そのうち９万８千人を飯田市が占めている。行政が行う住民意識調査で毎年実施する継続的な調査で、かつ対象２０００人、有効回答が１０００を超えるものは飯田市のみである。したがって、この住民意識調査の内、観光に関連すると見做される住みやすさ、移住定住等交流人口の受入意向、市民活動の内観光ボランティアへの参加数、若者が帰ってこられる産業づくりに関する満足度、三遠南信への交流参加等の各項目の検討から、観光が地方の主たる産業として外貨を獲得する側面が今後大きくなること、当ＤＭＯの政策目標とも一致し新たに打ち出している多くの事業とも目的を共有することから、この数値を指標とすることとした。

## 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） |
|---|---|---|

様式１

| | | |
|---|---|---|
| 2021（Ｒ３）<br>年度 | 254,307,000（円）<br>(134,307,000)<br>(　)内は国・県・市・広域連合負担金・補助金・コンサルフィー・会費等のみ | 【収益事業収入】 120,000,000<br>【南信州広域連合負担金】 18,000,000<br>【飯田市観光振興事業費】 23,000,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000<br>【観光庁観光振興事業補助金】 12,500,000<br>【観光庁域内連携実証事業】 14,750,000<br>【観光庁拠点観光地高質化事業補助金(事業者連携）】 18,427,000<br>【環境省国立公園利用促進事業補助金】 8,000,000<br>【長野県元気づくり支援金】 6,630,000<br>（地産地消、全国ほんもの体験フォーラム）<br>【会費収入】 0 |
| 2022（Ｒ４）<br>年度 | 297,025,000（円）<br>(92,025,000)<br>(　)内は国・県・市・広域連合負担金・補助金・コンサルフィー・会費等のみ | 【収益事業収入】 205,000,000<br>【南信州広域連合負担金】 18,000,000<br>【飯田市観光振興事業費】 23,035,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000<br>【観光庁観光振興事業補助金】 7,000,000<br>【環境省国立公園利用促進事業補助金】 4,000,000<br>【長野県元気づくり支援金】 3,990,000<br>【長野県観光機構補助金】 2,500,000<br>【会費収入】 0<br>【コンサルティングフィー】 500,000 |
| 2023（Ｒ５）<br>年度 | 241,055,000（円） | 収益事業収入】 156,820,000<br>【南信州広域連合負担金】 18,000,000<br>【飯田市観光振興事業費】 23,035,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000<br>【観光庁観光振興事業補助金】 7,000,000<br>【長野県元気づくり支援金】 2,700,000<br>【会費収入】 0<br>【コンサルティングフィー】 500,000 |
| 2024（Ｒ６）<br>年度 | 233,535,000（円） | 【収益事業収入】 150,000,000<br>【南信州広域連合負担金】 18,000,000<br>【飯田市観光振興事業費】 23,035,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000<br>【観光庁観光振興事業補助金】 7,000,000<br>【長野県元気づくり支援金】 2,000,000<br>【会費収入】 0<br>【コンサルティングフィー】 500,000 |
| 2025（Ｒ７）<br>年度 | 253,535,000（円） | 【収益事業収入】 170,000,000<br>【南信州広域連合負担金】 18,000,000<br>【飯田市観光振興事業費】 23,035,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000<br>【観光庁観光振興事業補助金】 7,000,000<br>【長野県元気づくり支援金】 2,000,000<br>【会費収入】 0 |

| | | |
|---|---|---|
| | | 【コンサルティングフィー】 500,000 |
| 2026（Ｒ８）<br>年度 | 未定（円） | 未定（円） |

（２）支出

| 年（年度） | 総支出 | 内訳（具体的に記入すること） |
|---|---|---|
| 2021（Ｒ３）<br>年度 | 134,307,000（円） | 【一般管理費】 8,457,000<br>【視察費】 100,000<br>【情報発信・プロモーション】 11,000,000<br>【受入環境の整備】 48,750,000<br>【観光資源の磨上げ】 27,400,000<br>【市場調査・マーケティング】 500,000<br>【コロナ対策費】<br>【その他、広域観光振興外部連携団体負担金等】 5,100,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000 |
| 2022（Ｒ４）<br>年度 | 92,025,000（円） | 【一般管理費】 9,600,000<br>【情報発信・プロモーション】 19,295,000<br>【受入環境の整備】 6,000,000<br>【観光資源の磨上げ】 17,630,000<br>【市場調査・マーケティング】 500,000<br>【その他　広域観光振興外部連携団体負担金】 6,000,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000 |
| 2023（Ｒ５）<br>年度 | 76,158,000（円） | 【一般管理費】 9,600,000<br>【情報発信・プロモーション】 19,295,000<br>【受入環境の整備】 6,000,000<br>【観光資源の磨上げ】 17,630,000<br>【市場調査・マーケティング】 500,000<br>【その他　広域観光振興外部連携団体負担金】 6,000,000<br>【飯田市委託事業等】 33,000,000 |
| 2024（Ｒ６）<br>年度 | 78,158,000（円） | 【一般管理費】 9,600,000<br>【情報発信・プロモーション】 19,295,000<br>【受入環境の整備】 6,000,000<br>【観光資源の磨上げ】 17,630,000<br>【市場調査・マーケティング】 500,000 |

| | | |
|---|---|---|
| | | 【その他　広域観光振興外部連携団体負担金】 6,000,000<br>【飯田市委託事業等】 35,000,000 |
| 2025（Ｒ７）年度 | 79,158,000（円） | 【一般管理費】 9,600,000<br>【情報発信・プロモーション】 19,295,000<br>【受入環境の整備】 6,000,000<br>【観光資源の磨上げ】 17,630,000<br>【市場調査・マーケティング】 500,000<br>【その他　広域観光振興外部連携団体負担金】 6,000,000<br>【飯田市委託事業等】 36,000,000 |
| 2026（Ｒ８）年度 | 未定（円） | 未定（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

自主財源はこれまでの規模感で、安定的に確保ができる見通し、収益事業は農家民泊、体験プログラムの企業セグメントへの販売強化、海外学生団体への更なる取り込みを図り、また SDGsプログラム学習コンテンツを影響力のある都市圏私立校をターゲットに提案し、事業の伸長を行っていく。また観光施設再生組織によるコンサルティング事業での収益上積みを図っていく。

## 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

長野県は、（株）南信州観光公社を、引き続き、飯田市、松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、売木村、阿南町、下條村、天龍村、泰阜村、飯島町、中川村、における地域連携ＤＭＯとして登録したいので、（株）南信州観光公社とともに申請します。(2021 更新時)

## 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】**

南信州域内の地域ＤＭＯ、南信州まつかわ観光まちづくりセンター(松川町)、阿智昼神観光局は、出資関係者であり、阿智は南信州観光公社の取締役も務めている。

**【区域が重複する背景】**

飯島町、中川村は上伊那郡内にあり、長野伊那谷観光局の対象区域であるが、下伊那郡の隣接地域として南信州地域と一体となった農泊事業の連携を行っており、長野伊那谷観光局も認知している。

様式１

**【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】**
広域観光振興事業は南信州観光公社が実施し、各市町村の観光事業に関する事項は広域に及ぶ案件もあり、連絡調整を行っている。
**【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】**
地域ＤＭＯは市町村内の観光事業、南信州観光公社は郡レベルの広域観光、隣接地域 2 町村は農泊連携と役割分担は明確。これらは相互補完的であり、くわえて相乗効果を発揮できる体制である。

## １０．記入担当者連絡先

| | |
|---|---|
| 担当者氏名 | 地主　健一 |
| 担当部署名（役職） | 地域振興事業部 |
| 郵便番号 | ３９５－１１０１ |
| 所在地 | 飯田市育良町１丁目２-１ |
| 電話番号（直通） | ０２６５-２８-１７４７ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５-２８-１７４８ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | chiikishinko@mstb.jp |

## １１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 長野県 |
| 担当者氏名 | 井出　尚人 |
| 担当部署名（役職） | 観光部山岳高原観光課企画経理係 |
| 郵便番号 | ３８０－８５７０ |
| 所在地 | 長野県長野市大字南長野字幅下６９２の２ |
| 電話番号（直通） | ０２６－２３５－７２５１（直通） |
| ＦＡＸ番号 | ０２６－２３５－７２５７ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | Mt-tourism@pref.nagano.lg.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 飯田市 |
| 担当者氏名 | 宮下　利彦 |
| 担当部署名（役職） | 飯田市産業経済部観光課エコツーリズム係長 |
| 郵便番号 | ３９５－８５０１ |
| 所在地 | 長野県飯田市本町１丁目２番地 |
| 電話番号（直通） | ０２６５―２２―４８５２ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５―２２―４５６７ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | ecotur@city.iida.nagano.jp |

様式１

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 松川町 |
| 担当者氏名 | ３９９－３３０３ |
| 担当部署名（役職） | 産業観光課　商工振興係　係長 |
| 郵便番号 | 田辺　哲哉 |
| 所在地 | 長野県下伊那郡松川町元大島３８２３ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－３４－７０６６ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－４８－５２３３ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | sangyou@town.matsukawa.lg.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 高森町 |
| 担当者氏名 | 小平 普 |
| 担当部署名（役職） | 産業課　商工林務係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－３１０３ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡高森町下市田２１８３－１ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－３５－９４０５ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－３５－８２９４ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | sangyou@town.nagano-takamori.lg.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 阿南町 |
| 担当者氏名 | 城田　光長 |
| 担当部署名（役職） | 振興課商工観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－１５１１ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡阿南町東條５８－１ |
| 電話番号（直通） | ０２６０－２２－４０５５ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６０－２２－２５７６ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | sinkou@town.anan.nagano.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 豊丘村 |
| 担当者氏名 | 長谷川　雅 |
| 担当部署名（役職） | 産業建設課　観光振興係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－３２０２ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡豊丘村大字神稲３１２０ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－３５－９０５６ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－３５－９０６５ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | kanko@vill.nagano-toyooka.nagano.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 喬木村 |
| 担当者氏名 | 市瀬 直紀 |

様式１

| | |
|---|---|
| 担当部署名（役職） | 産業振興課　商工観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９５－１１０７ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡喬木村６６６４ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－３３－２００１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－３３－３６７９ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | masami@vill.takagi.nagano.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 阿智村 |
| 担当者氏名 | 小松　剛 |
| 担当部署名（役職） | 地域経営課　観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９５－０３０３ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡阿智村駒場４８３ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－４３－２２２０ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－４３－２３２１ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | kanko@vill.achi.nagano.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 平谷村 |
| 担当者氏名 | 畑中 悠樹 |
| 担当部署名（役職） | 産業建設課　商工観光係 |
| 郵便番号 | ３９５－０６０１ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡平谷村 354 |
| 電話番号（直通） | ０２６５―４８―２２１１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５―４８―２２１２ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | sanken@vill.hiraya.nagano.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 根羽村 |
| 担当者氏名 | 寺島 峻介 |
| 担当部署名（役職） | 振興課　商工観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９５－０７０１ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡根羽村１７６２ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－４９－２１１１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－４９－２２７７ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | shinkou4102@nebamura.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 売木村 |
| 担当者氏名 | 渡邉 高好 |
| 担当部署名（役職） | 産業課　商工観光係 |
| 郵便番号 | ３９９－１６８９ |

様式１

| | |
|---|---|
| 所在地 | 長野県下伊那郡売木村 543-1 |
| 電話番号（直通） | ０２６０－２８－２０００ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６０－２８－１０５１ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | kano@urugi.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 下條村 |
| 担当者氏名 | 前沢　泰之 |
| 担当部署名（役職） | 振興課経済係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－２１０１ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡下條村睦沢８８０１－１ |
| 電話番号（直通） | ０２６０－２７－２３１１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６０－２７－３５３６ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | sjkeizai@vill-shimojo.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 天龍村 |
| 担当者氏名 | 坂田　一万 |
| 担当部署名（役職） | 地域振興課　商工観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－１２０１ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡天龍村平岡８７８ |
| 電話番号（直通） | ０２６０－３２－２００１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６０－３２－２５２５ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | e-kanko@vill-tenryu.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 泰阜村 |
| 担当者氏名 | 吉岡　利貴 |
| 担当部署名（役職） | 振興課　農村振興係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－１８９５ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡泰阜村３２３６－１ |
| 電話番号（直通） | ０２６０－２６－２１１１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６０－２６－２５５３ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | kankou@vill.yasuoka.nagano.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 大鹿村 |
| 担当者氏名 | 木下　雄貴 |
| 担当部署名（役職） | 産業建設課　商工観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－３５０２ |
| 所在地 | 長野県下伊那郡大鹿村３５４ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－３９－２００１　（代表） |

様式１

| | |
|---|---|
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－３９－２２６９ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | kanko@vill.ooshika.lg.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 飯島町 |
| 担当者氏名 | 中村　好孝 |
| 担当部署名（役職） | 地域創造課　魅力デザイン係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－３７９７ |
| 所在地 | 長野県上伊那郡飯島町飯島２５３７ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－８６－３１１１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６５－８６－４３９５ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | sangyousinkou@town.iijima.lg.jp |

| | |
|---|---|
| 都道府県･市町村名 | 中川村 |
| 担当者氏名 | 川上　貴史 |
| 担当部署名（役職） | 産業振興課　商工観光係　係長 |
| 郵便番号 | ３９９－３８９２ |
| 所在地 | 長野県上伊那郡中川村大草４０４５－１ |
| 電話番号（直通） | ０２６５－８８－３００１ |
| ＦＡＸ番号 | ０２６０－８８－３８９０ |
| Ｅ－ｍａｉｌ | koryu@vill.nagano-nakagawa.lg.jp |

# （登録）【地域連携DMO】株式会社 南信州観光公社

様式2

記入日： 令和6年　11月　7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】
　長野県飯田市、松川町、高森町、阿南町、阿智村、平谷村、根羽村、下條村、売木村、天龍村、泰阜村、喬木村、豊丘村、大鹿村、中川村、飯島町
【設立時期】 2001年1月9日
【設立経緯】 ④その他
【代表者】 高橋　充
【マーケティング責任者（CMO）】 高瀬　剛、江橋　秀久
【財務責任者（CFO）】 江橋　秀久
【社員数】 14人（常勤14人（正職員11人・出向等3人））
【主な収入】収益事業　117百万円、委託事業　81百万円（23年度決算）
【総支出】事業費　125百万円、一般管理費　70百万円（23年度決算）
【連携する主な事業者】
　長野県、市町村、南信州広域連合、地域DMO、観光協会、旅館組合、観光関連組織（観光・宿泊施設、交通・インフラ、金融、経済団体、農業団体、土産品製造・販売）等

## KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

| 指標項目 | | 2021（R３）年度 | 2022（R４）年度 | 2023（R５）年度 | 2024（R６）年度 | 2025（R７）年度 | 2026（R８）年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●旅行消費額（百万円） | 目標 | 6,000 | 9,000 | 10,000 | 10,240 | 10,470 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (　) |
| | 実績 | 6,536 | 9,817 | | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |
| ●延べ宿泊者数（千人） | 目標 | 450,000 | 500,000 | 760,000 | 770,000 | 780,000 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (　) |
| | 実績 | 466,900 | 592,000 | | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | 50.0 | 52.0 | 54.0 | 54.5 | 55.5 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (54.5) | (55.5) | (　) |
| | 実績 | 49.0 | 52.5 | 52.5 | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |
| ●リピーター率（%） | 目標 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 未定 |
| | | (-) | (-) | (-) | (-) | (-) | (　) |
| | 実績 | 70 | 70 | 70 | | | |
| | | (-) | (-) | (　) | | | |

## 戦略

【主なターゲット】
・公立私立学校・学習塾（教育旅行）、海外の教育旅行団体。
・自然・農業・伝統文化体験地域住民と触れ合う旅に興味関心の高い国内旅行者やSIT層インバウンド。
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・新学習指導要領やSDGsに対応する体験教育プログラムの開発などで満足度向上を図ると共に、海外を含めた営業先の多様化を図る。
・デジタルマーケティングの展開。ソーシャルメディア有償活用。インフルエンサー、FAMトリップの活用。メディアミックスによる情報発信。
・ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ向けサイトでの販売、海外旅行会社直接販売ｽｷｰﾑの構築と受け入れ基盤整備
【観光地域づくりのコンセプト】「SDGs南信州ツーリズム」 リニア時代南信州を世界のリゾートに。

## 具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・訪日旅行者向け二次交通サービスを加えたコンテンツ販売モデル構築。
・分散型飲食店利用システム（まちなかランチ）の事業拡大。
・天竜川中流域観光戦略事業　南信州リゾート㈱立上げ
【受入環境整備】
　・南信州地産地消推進協議会の継続活動
　・観光施設再生/経営改善コンサルティング
【情報発信・プロモーション】
・広域観光情報ホームページ(南信州ナビ)SEO/多言語化対応
・広域連携でのコンテンツ造成/情報発信/旅行商談会への参加
【その他】
　・『観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業』での
　　プロジェクトマネージメント