

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和3年6月30日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 相差海女文化運営協議会	
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 三重県鳥羽市相差町	
所在地	三重県鳥羽市相差町 1238	
設立時期	平成21年1月30日	
職員数	25人【常勤7人(正職員4人、パート22名)、非常勤6人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 野村 秀光 (出身組織名) (有)豊浜	旅館経営者。鳥羽商工会議所観光部会長、相差海女文化運営協議会会長、相差旅館組合会長、相差観光協会会長、JTB旅連東海支部長等々として、地域の様々な要職を担っている。相差海女文化運営協議会では、平成26年内閣官房・農水省ディスカバー農山漁村の宝に選定され、ウィメン賞の特別賞を受賞等様々な取組で成果を挙げている。
データ収集・分析等の専門人材(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 小崎 則彦 (出身組織名) 鳥羽商工会議所	鳥羽商工会議所で観光振興を担当。協議会設立以来、事務局を担う。商工会議所、鳥羽市、町内各団体との連絡調整や事業企画、PRを協働で行っている。デジタルマーケティングを専門家の支援を受け実施中で、協議会のウェブページをgoogle analytics等を活用し分析とSEO対策、グーグルビジネス、SNS等の対応を実施している。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 松本 圭子「専従」 (出身組織名) 相差海女文化運営協議会	協議会設立以来、事務局長を担う。商工会議所、鳥羽市、町内各団体との連絡調整や事業企画、PRを協働で行っている。また、人事や経理も行っており、入込、売上分析など日常的に行っている。
各部門(例：プロモーション)の責任者(専門人材) ※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	(氏名) 小崎 則彦 (出身組織名) 鳥羽商工会議所	鳥羽商工会議所で観光振興を担当。デジタルマーケティングを専門家の支援を受け実施中で、協議会のウェブページをgoogle analytics等を活用し分析とSEO対策、グーグルビジネス、SNS等の対応を実施している。

(別添) 様式 1

各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 野村 潤 （出身組織名） 相差旅館組合	旅行業取扱主任者 有限会社豊浜常務取締役。 旅行会社での勤務実績もあり、現在旅館組合長。						
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鳥羽市観光課（広報宣伝、誘致活動、マーケティング） 鳥羽市農水商工課（産業・漁業振興、広報宣伝） 鳥羽市定期船課（公共交通かもめバス） 伊勢志摩観光コンベンション機構（広報宣伝、誘致活動、マーケティング） 三重県観光局 三重県観光連盟（地域連携 DMO）							
連携する事業者名及び役割	鳥羽商工会議所 事業企画・運営全般にわたりサポート 相差観光協会 相差町内会 鳥羽磯部漁協相差支所 相差旅館組合 相差民宿組合 石神さん奉賛会 鳥羽市観光協会 伊勢志摩エコツーリズム推進協議会 相差海女組合							
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	【該当する登録要件】①② （概要）相差海女文化運営協議会は、設立から11年が経過しているが、定期総会（年1回）・正副会長会議（年10回）を開催している。正副会長会議の構成メンバーは、地元町内会、旅館組合、漁協などの町内の主要な業界団体の長または役員が参加し、現況の報告、今後の事業展開の方向性の共有を行ない、当会の意思決定機関となっている。また、鳥羽商工会議所から企画、運営、財務管理など全面的にサポートを得ている。							
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	地域の若手経営者、後継者を中心とした相差未来委員会を立ち上げ、当地域の30年後のあるべき姿の策定から今、何をすべきかなどを話し合うワークショップを平成30年7月から月1回ペースで開催している。住民参画のため、町内会広報誌で協力者の募集など情報公開、共有をしている。							
法人のこれまでの活動実績	（活動の概要） <table border="1" data-bbox="437 1509 1410 2004"> <thead> <tr> <th data-bbox="437 1509 620 1559">事業</th> <th data-bbox="620 1509 1410 1559">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="437 1559 620 1715">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="620 1559 1410 1715"> ・2017年～ デジタルマーケティング強化事業 WEB等で有料広告は実施せず、検索してもらいやすいよう当会のホームページのSEO対策を継続的に実施している。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="437 1715 620 2004">受入環境の整備</td> <td data-bbox="620 1715 1410 2004"> 観光ルネサンス事業・観光圏整備事業 農山漁村活性化プロジェクト交付金 農泊推進事業等活用 現役の海女（約100人）が全国で一番多く暮らすまち鳥羽市相差町では、鳥羽商工会議所と当協議会が協働で事業を進めており、「願いが叶うご利益めぐり」と称した海の信仰を知り体験する散策コースの整備を平成9年からハード、ソフト面とも継続的に行なっている。地元の海女が信仰する神明 </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・2017年～ デジタルマーケティング強化事業 WEB等で有料広告は実施せず、検索してもらいやすいよう当会のホームページのSEO対策を継続的に実施している。	受入環境の整備	観光ルネサンス事業・観光圏整備事業 農山漁村活性化プロジェクト交付金 農泊推進事業等活用 現役の海女（約100人）が全国で一番多く暮らすまち鳥羽市相差町では、鳥羽商工会議所と当協議会が協働で事業を進めており、「願いが叶うご利益めぐり」と称した海の信仰を知り体験する散策コースの整備を平成9年からハード、ソフト面とも継続的に行なっている。地元の海女が信仰する神明
事業	実施概要							
情報発信・プロモーション	・2017年～ デジタルマーケティング強化事業 WEB等で有料広告は実施せず、検索してもらいやすいよう当会のホームページのSEO対策を継続的に実施している。							
受入環境の整備	観光ルネサンス事業・観光圏整備事業 農山漁村活性化プロジェクト交付金 農泊推進事業等活用 現役の海女（約100人）が全国で一番多く暮らすまち鳥羽市相差町では、鳥羽商工会議所と当協議会が協働で事業を進めており、「願いが叶うご利益めぐり」と称した海の信仰を知り体験する散策コースの整備を平成9年からハード、ソフト面とも継続的に行なっている。地元の海女が信仰する神明							

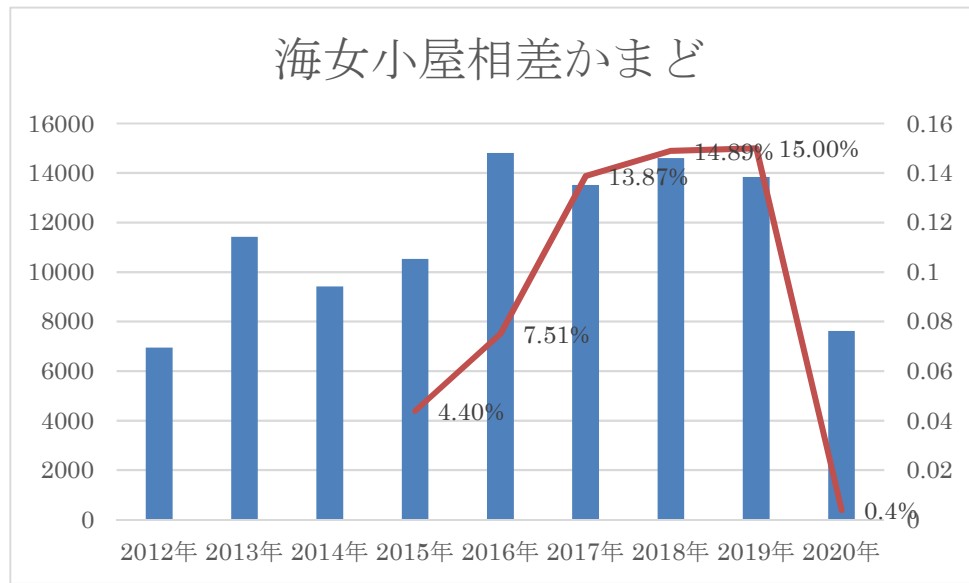
	<p>神社「石神さん」を中心に整備し、現役の海女とふれあうことができる「海女小屋相差かまど」、海女について知る「海女文化資料館」、海女に関するグッズ等を販売する「古民家海女の家五左屋」等の整備を行ない、海女文化を紹介し、にぎわいを起こし周遊する拠点づくりを面的に行なっている。</p>
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>観光ルネサンス事業・観光圏整備事業・農泊推進事業等活用 日本一現役の海女が多く暮らすまちであることから海女文化をブラッシュアップする取り組みを継続的に実施している。</p> <p>海女小屋体験施設の整備 海女文化資料館の施設整備 海女の家五左屋の物販施設整備 オウサツキッチン0032の飲食施設整備</p> <p>令和2年度は、三重県の観光地づくりの実証事業委託として、泊食分離を目指すセントラルダイニング、共同運行バスの実証実験事業に取り組んだ。</p>

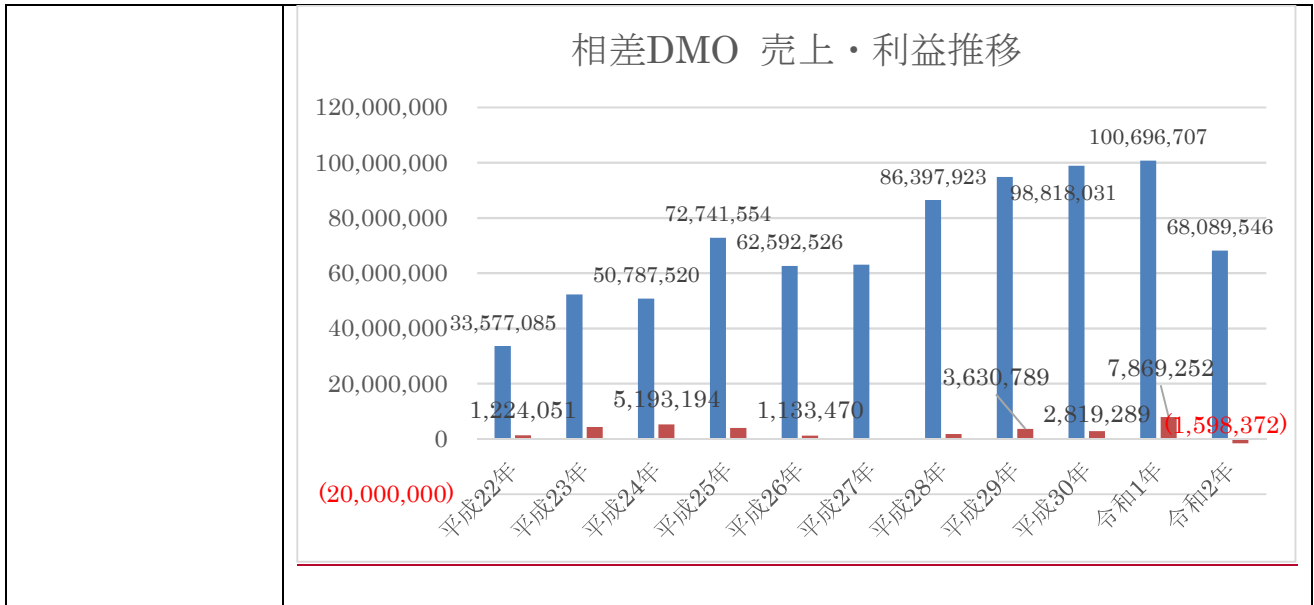
(定量的な評価)

近年の海女ちゃんブームや同町で暮らす親子三世代海女の中川さん等もマスコミに多く取り上げられ、海女のまち相差を訪れる観光客は、国内国外とも年々増加傾向にあったが令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、神明神社石神さんへは約15万人(対前年比72%)、海女小屋体験者数も7,620人(対前年比55%)に半減したが、伊勢志摩・鳥羽の代表的な文化であり、地域資源でもある「海女」が引き続き、注目されている。

海女小屋体験では、直接海女とふれあうことができる施設として、外国人からも好評で、令和元年は15%を占めたが、昨年はほぼゼロとなった。

収支についても、人流抑制の施策・報道により観光客が減少、それに伴う売上減少が響き初めて赤字決算となった。



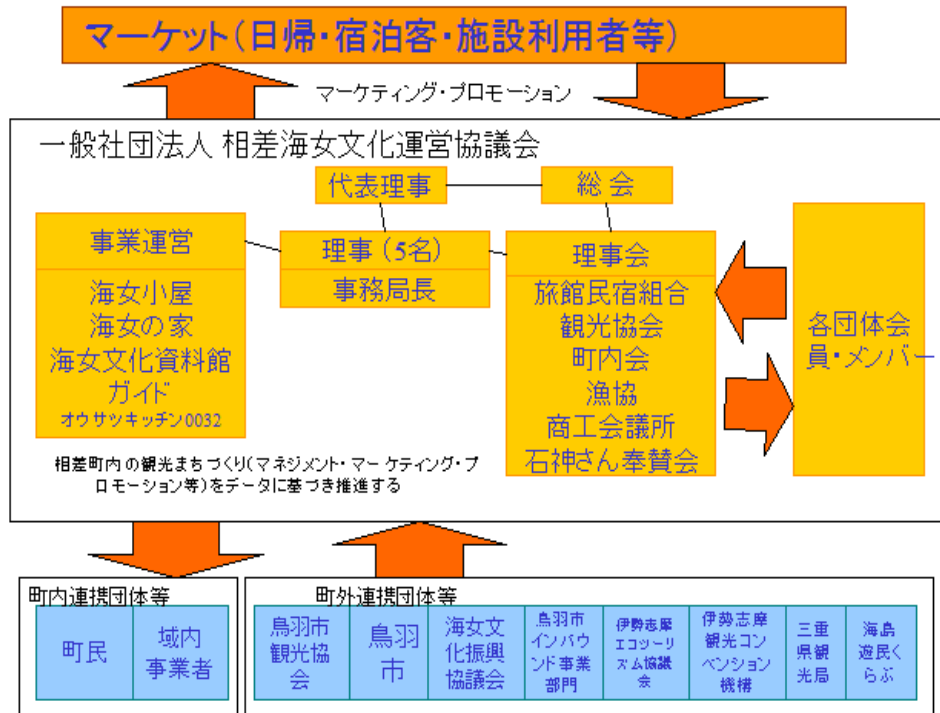


実施体制
 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

(実施体制の概要)
 (従業員数 22 名 (パート含む)、海女小屋体験の現役海女 14 名。
 海女小屋体験「相差かまど」、海女文化を紹介する「海女文化資料館」、土産&カフェ「海女の家」、飲食施設「オウサツキッチン 0032」の運営を会長等役員と連携、ガイドの運営に関しては、海島遊民くらぶと連携して、業務を行なっている。
 事業企画運営に関しては、鳥羽商工会議所、鳥羽市インバウンド事業部門と密に連携して行なっている。

(実施体制図)

相差DMO 実施体制図



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

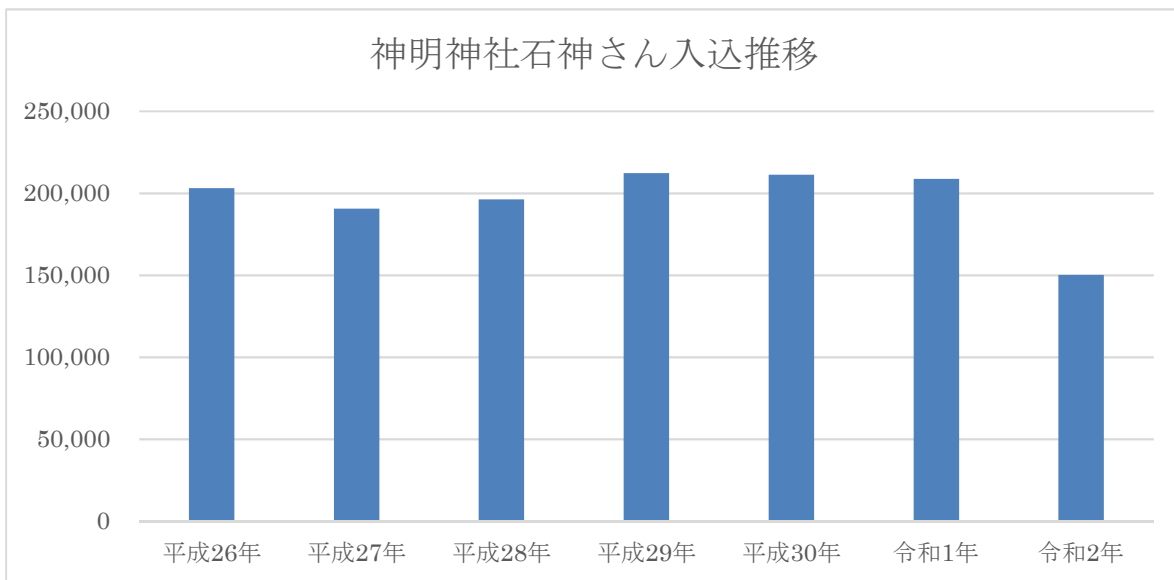
【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

市観光協会とは別に相違観光協会、相違旅館組合、相違民宿組合が昭和50年代から設立されている。日本一現役の海女が多いまちである相違町では、平成9年からまちづくりの取り組みを商工会議所と継続的に協働で行い、成果がでている。平成21年から、町内の主要な団体で海女文化運営協議会を設立、運営しており、海女文化を広めていく取り組みを実施し、着地型旅行商品の開発、周遊パスの企画など連携した取組を実施していることから、当該区域での設定が適切である。

【観光客の実態等】



相違町では、平成9年から観光振興が着手され、ミシュラングリーンガイドで星ひとつの評価を受けるなど平成25年まで増加が続いていたが、20年に一度の伊勢神宮式年遷宮後、減少に転じている。平成28年G7伊勢志摩サミット開催等により、再び増加傾向であった。しかし、海女を含む漁業者、宿泊経営者の高齢化や後継者不足の問題が表面化しており、海女文化の資源を活用し、持続可能な地域としての自立を目指している。

(別添) 様式 1

平成 29 年 3 月「鳥羽・志摩の海女漁の技術」が国の重要無形民族文化財に指定、2019 年 5 月に「海女 (Ama) に出逢えるまち 鳥羽志摩～素潜り漁に生きる女性たち」で日本遺産に認定され、現役の海女が一番多く暮らすまち相差として、海女文化を世界に発信していく責務があると感じている。

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

【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】

海女文化、神明神社石神さん、海女文化資料館、海女小屋体験、海女の家五左屋、オウサツキッチン 0032、海の幸、千鳥ヶ浜海水浴場、石神さん女子マラソン

※観光資源の活用方法についても記入すること。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設数 57、収容力 2,869 名を有する。

政府登録旅館 3、日本観光旅館連盟加盟 6 施設あるが残りは小規模宿泊施設である。海女や漁業を営みながら宿泊施設を営んでいる宿も多い。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

公共交通機関 近鉄・JR 鳥羽駅からかもめバス約 4 5 分

【外国人観光客への対応】

町内施設サインはすべて英語併記。

海女文化資料館の展示の英語版解説、海女小屋体験は英語メニュー、英語の指差し、スマートフォン・Google 翻訳ソフトを活用しコミュニケーションをとっている。

海女の家・海女文化資料館・海女小屋相差かまど・オウサツキッチン 0032 は、フリーWiFi 設置、クレジット対応可。

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
海女小屋・資料館・五左屋入込	地域内動向調査基礎資料として	スタッフが実施 海女小屋の WEB 予約時に認知経路、出身地を選択
神明神社入込	地域内動向調査基礎資料として	神明神社関係者が実施
WEB サイトアクセス	地域内動向・旅行者基礎資料として	スタッフが実施
来訪者満足度調査	満足度、再来訪意向の調査	アンケート調査を継続的に実施。
住民満足度	「住んでよし」のまちづくり活動に対する評価と相差で暮らしている住民の「誇り」醸成評価	アンケート調査を自主事業として実施。
石神さん夜参り来訪者調査	宿泊につなげていくための動向調査	スタッフが実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

鳥羽市相差町では、人口減少が進んでおり、就業者数の最も多い宿泊業においても高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることをしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) 現役海女の数が日本一 海女文化が残っている 風光明媚なリアス式海岸 新鮮な魚介類が多くとれる 宿泊施設が多い 白い砂浜がある 伊勢神宮 年間約 20 万人の神明神社参拝客 地域の団結力 地域全体が伊勢志摩国立公園内	弱み (Weaknesses) 二次交通 アクティビティメニュー (着地型商品) の少なさ、商品開発力 情報発信力 外国人対応 デザイン力・おしゃれ感 ブランド力 宿泊業者等の後継者不足・稼働率低迷 観光関連業種の不足 労働力不足
外部環境	機会 (Opportunity) 海女文化をユネスコ無形文化遺産登録にする活動・機運 海女に出逢えるまちの日本遺産登録 健康志向 メディアのパブリシティでの露出が多い ワーケーション・テレワーク需要の増加	脅威 (Threat) 海女・漁師の高齢化・漁獲高の減少 地域間競争の激化 南海トラフ地震時の大津波 新型コロナウイルス感染症の影響

※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

願いごとを叶えたい女性(ディスカバリー(知的好奇心を求める)予備群・個人)

○選定の理由

海女文化をルーツとする女性の願いをひとつかなえてくれる神明神社石神さんへの来訪者は、他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、リピーターも多い。

(別添) 様式 1

<p>○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力的に訴求するコンテンツを磨き上げる。2次交通にも対応し、より地域の歴史文化や自然にふれるアクティビティ商品を開発し販売していく。</p>
<p>○ターゲット層 新鮮な魚介類をたくさん食べたい個人旅行者 (コネクト層 (ファミリー・仲間同士))</p>
<p>○選定の理由 宿泊施設が多くあるが、当地域に宿泊する目的は新鮮な魚介類をたくさん食べることであり、食事に対する評価もじゃらん、楽天トラベルでは、4.5点以上の施設がほとんどである。</p> <p>○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力的に訴求するPRを行う。</p>
<p>○ターゲット層 日本文化にふれたい外国人 (ディスカバリー層)・・・海女に関心を示す外国人欧米FIT</p>
<p>○選定の理由 古来より素潜り漁を生業としている海女が、G7伊勢志摩サミットでも露出され、海外のジャーナリストからも注目されている。 相違地域としても、ミシュラングリーンガイドでひとつ星の評価をいただいていることもあり、ポテンシャルは高いと感じている。欧米豪を狙いつつ、鳥羽駅からのアクセスとして、レンタカーを利用しやすい国をターゲットに設定した。</p> <p>○取組方針 より海女を理解してもらえるアクティビティを商品化し、ガイド、2次交通を確保し、訪日外国人観光客4000万人時代に対応していく。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>日本一現役海女が多いまち、色濃く残る海女文化を体感できるまち</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>平成9年から継続して、地域特性で強みをもつ海女文化をテーマに取り組んでいる。取組当初は、入込がゼロであったが、近年は年間20万人前後来訪するようになり着実に成果が出ている。</p> <p>さらに地域として、海女文化に特化し、他地域との差別的優位性を確保し、相違・海女をブランド化していく必要がある。</p> <p>そのため海女文化を活用した商品を充実させ、基幹産業である宿泊業への客数の増加を図り、経済効果を高めていくことが必要である。海女文化を知ってもらえる仕組みを構築し、体験型メニューを充実させ、来訪者の増加と宿泊客の増加を地域が一体感を持って取り組む。</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 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>当会は、海女小屋体験、海女の家五左屋などでニューツーリズム商品や特産品の小売、喫茶業、飲食業を営んでいるが、役員には、町内会、宿泊業団体、漁協、商工会議所など多様な地域団体が参画している。また、役員が教育機関や行政機関の委員を兼ねており、さまざまな視点からの情報収集が可能で、戦略づくりや検証に活用している。</p> <p>DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。</p> <p>活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、HPで公表。</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>海女小屋体験や海女の家五左屋利用者に満足度アンケートを実施し、集計・分析した上でフィードバックする。</p> <p>また、地域内のニーズにも対応し、商工会議所事業と連携し、宿泊施設対象の生産性向上研修会（30年、元年、2年各2回実施）、SEO対策（30年元年各3回実施）、料理研修会（30年、元年各1回実施）、ガイド先進地視察（29年1回、30年1回実施）等を適宜開催し、サービスの維持・向上に努める。</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>海女小屋体験や他の着地型商品の窓口は、海女文化資料館で受け付けている。海女文化資料館では、相差観光協会・相差旅館組合・相差民宿組合の事務局をかねており、ワンストップ窓口の役割を引き続き担っていく。</p> <p>プロモーションについては、ツーリズムEXPO2019（農水省ブース）へ出展、インバウンド向けVJTMへは、伊勢志摩観光コンベンション機構、鳥羽市インバウンド事業と連携し出展するなど地域のPRを実施している。</p> <p>アンケート調査、GoogleAnalytics、Googleマイビジネス等により国内外の主なターゲット層の動向を分析し、それぞれの特性に合ったPRを実施する。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	12869 ()	11833 ()	7632 ()	8197 ()	9836 ()	10033 ()
	実績	11188 ()	10903 ()	6831 ()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (人)	目標	393599 ()	356354 ()	256526 ()	248518 ()	298222 ()	304196 ()
	実績	354616 ()	366465 ()	207098 ()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	93.24 ()	94.24 ()	94 ()	100 ()	100 ()	100 ()
	実績	92.36 ()	92.99 ()	100 ()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	33.47 ()	35.47 ()	45 ()	47.7 ()	48.2 ()	48.7 ()
	実績	31.75 ()	44.09 ()	47.3 ()	()	()	()

※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】**

三重県、伊勢志摩観光コンベンション機構等の上位計画の入込目標を参考に入込数宿泊数の増加を当エリアにも適用し、宿泊施設の規模・特性を踏まえ当協議会内で検討していたが、コロナ後の上位計画の修正数値が不明のため当会で決めている。

満足度、リピート率については、平成30年からデータを調査を開始し、その結果をもとに目標値を設定した。新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年30%減少後、2年で回復する計画としたが、外国人や収益事業は回復までには3年を要すると判断した。

【設定にあたっての考え方】**●旅行消費額**

積極的に地域のPRを実施していくことで年1%、満足度を上げていく取組を実施していくことで年1%、PRと受入態勢充実の計年2%の増加を目標値としたが、新型コロナウイルス感染症の影響による減少後は、20%増加する計画とした。

●延べ宿泊者数

当エリアの57社(収容人員の合計2,869人)のうちサンプル14社のデータを取得し推計。入込客年20%の増加を目標値としており、入込増加による宿泊施設への波及効果、宿泊施設の満足度向上などの努力により、新型コロナウイルス感染症の影響による減少後は、同じく20%増加する計画とした。

(別添) 様式 1

●来訪者満足度

上位計画である三重県観光振興基本計画の満足度の上昇率が年1%となっていることなどを参考にしつつ、当会でも満足度を高める事業を実施していたが、昨年を実施した来訪者調査データが満足度100%となったため、現状維持を図る計画とした。

●リピーター率

昨年を実施した来訪者調査データのうち、「また相差を訪れたいか」の回答は、ぜひ訪れたい、訪れてもよいの回答が100%、たぶん訪れないなどの回答は0であったことから現状維持の目標を設定した。

(2) その他の目標

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2022
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R4) 年度
●外国人宿泊者数	目標	1835	2920	791	35	1318	1344
	実績	2433	2635	29			
●宿泊施設の客室稼働率(%)	目標	51.5 ()	51.25 ()	34.65 ()	42.72 ()	51.26 ()	52.29 ()
	実績	51 ()	49.5 ()	35.6 ()			
●ワンストップ窓口での体験予約数(人)	目標	2614 ()	2584 ()	1614 ()	3048 ()	3658 ()	3731 ()
	実績	2461 ()	2305 ()	2540 ()			
●海女小屋体験者数(人)	目標	14799 ()	15095 ()	9682 ()	9144 ()	10973 ()	11192 ()
	実績	14594 ()	13831 ()	7620 ()			
●海女小屋外国人客数(人)	目標	1404 ()	2390 ()	622 ()	35 ()	1037 ()	1057 ()
	実績	2173 ()	2073 ()	29 ()			
●神明神社来訪者数(人)	目標	202095 ()	208158 ()	146080 ()	180145 ()	216174 ()	220498 ()
	実績	211284 ()	208686 ()	150121 ()			
●海女小屋・海女の家売上(千円)	目標	94035 ()	98918 ()	63905 ()	67068 ()	80482 ()	82091 ()
	実績	95558 ()	91293 ()	55890 ()			

※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】

当エリアの基幹産業である宿泊施設の稼働率、観光客からの評価を計る入込数、経済効果を計る売上を目標数値に上げ、事業実施効果の測定値とすることとした。新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年以降の目標設定は困難であるが、2年程度で回復する計画とした。

【設定にあたっての考え方】

●宿泊施設の稼働率

当エリアの宿泊施設は民宿、旅館がほとんどで、客室定員5名の和室部屋が多い。定員稼働率の増加が見込めない時代であると認識しており、客室稼働率の増加を目標設定した。鳥羽市観光統計では、令和2年の宿泊者が対前年比29%減少している中、エリア内14社のサンプル稼働率を考慮、地域の魅力を上げる活動、PRにより年20%の改善を見込む。

●ワンストップ窓口での体験予約数

海女小屋体験の予約者がコロナ禍で、個人にシフトしたため予約件数は増加。今後も個人客を中心に推移していくと思われ、客数は以前よりも減少するが、取扱件数自体は増加見込みとする計画とした。

●海女小屋体験者数

コロナ禍で、個人にシフトしたため予約件数は増加。今後も個人客を中心に推移していくと思われ、客数は以前よりも減少するが、取扱件数自体は増加見込みとする計画とした。

●海女小屋外国人客数

コロナ禍でほとんど外国人の来訪者が途絶えました。2022年度より回復を見込む計画とした。

●神明神社来訪者数

平成25年伊勢神宮の式年遷宮時に年間入込が246,502人で過去最高数値であるが、29年の入込は212,257名で、26年以降20万人前後の入込となっている。当エリアのコア集客施設であり、継続的にPRしていくことから、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年以降の目標設定は困難であるが、2年で回復する計画とした。

●海女小屋・海女の家売上

当エリアへの入込客増加や海女小屋体験者数増加を見込み、物販、喫茶部門の海女の家においても顧客ニーズへ対応した商品をそろえていくことにより、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年以降の目標設定は困難であるが、30%減少後、年20%回復する計画とした。

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つては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2018(H30) 年度	96,942,413(円)	【収益事業収入】 95,558,229円(海女小屋体験・海女の家・ガイド売上) 1,383,975円(組合事務委託料等)

(別添) 様式 1

2019 (R1) 年度	91,293,174 (円)	【補助金】 8,021,000 円 農山漁村振興交付金事業 【収益事業収入】 91,293,174 円 (海女小屋体験・海女の家・オウサツキッ チン 0032・ガイド 売上) 1,383,975 円 (組合事務委託料等)
2020 (R2) 年度	68,089,546 (円) (給付金・雇調金含 む)	【補助金】 給付金 200 万、鳥羽市 ワークション事業 200 万等 【収益事業収入】 53,343,862 円 (海女小屋体験・海女の家・オウサツキッ チン 0032・ガイド 売上) 1,382,533 円 (組合事務委託料等)
2021 (R3) 年度	85,998,315 (円) (各事業補助金含 む)	【補助金】 三重県 1258 万、観光庁アドバイザー事業 132 万等 【収益事業収入】 67,198,220 円 (海女小屋体験・海女の家・オウサツキッ チン 0032・ガイド 売上) 1,400,000 円 (組合事務委託料等)
2022 (R4) 年度	82,037,864 (円)	【補助金】 【収益事業収入】 80,637,864 円 (海女小屋体験・海女の家・オウサツキッ チン 0032・ガイド 売上) 1,400,000 円 (組合事務委託料等)
2023 (R5) 年度 (見込み)	98,134,428 (円)	【補助金】 【収益事業収入】 96,734,428 円 (海女小屋体験・海女の家・オウサツキッ チン 0032・ガイド 売上) 1,400,000 円 (組合事務委託料等)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	93,451,624 ((円)	【補助事業】 1,875,618 円 農山漁村振興交付金事業 【売上原価】 45,686,685 円 (海女小屋・海女の家 仕入) 【一般管理費】 49,640,557 円 プロモーション 4,317,865 円 人件費 23,748,843 円 営業経費 4,916,876 円 その他管理費 16,656,973 円
2019 (R1) 年度	93,451,624 (円)	(内訳) 【売上原価】 43,353,438 円 (海女小屋・海女の家・オウ サツキッチン 仕入) 【一般管理費】 46,466,817 円 プロモーション 1,560,086 円 人件費 26,481,729 円 営業経費 9,288,320 円 その他管理費 9,136,682 円

(別添) 様式 1

2020 (R2) 年度	69,615,218 (円)	(内訳) 【売上原価】 43,353,438 円 (海女小屋・海女の家・オウ サツキッチン 仕入) 【一般管理費】 46,466,817 円 プロモーション ,3989,857 円 人件費 25,116,366 円 営業経費 6,028,591 円 その他管理費 7,206,401 円 施設整備費用 920,133 円
2021 (R3) 年度	85,152,134 (円) (各補助事業費用含 む)	(内訳) 【売上原価】 30,472,000 円 (海女小屋・海女の家・オウ サツキッチン 仕入) 【一般管理費】 46,466,817 円 プロモーション 3,000,000 円 人件費 25,116,366 円 営業経費 6,149,163 円 その他管理費 7,350,529 円 施設整備費用 3,000,000 円 三重県実証実験委託 10,064,076 円
2022 (R4) 年度	82,175,295 (円)	(内訳) 【売上原価】 36,566,400 円 (海女小屋・海女の家・オウ サツキッチン 仕入) 【一般管理費】 45,608,895 円 プロモーション 3,000,000 円 人件費 25,618,693 円 営業経費 6,272,146 円 その他管理費 7,718,055 円 施設整備費用 3,000,000 円
2023 (R5) 年度 (見込み)	92,697,358 (円)	(内訳) 【売上原価】 43,876,580 円 (海女小屋・海女の家・オウ サツキッチン 仕入) 【一般管理費】 48,820,779 円 プロモーション 3,000,000 円 人件費 26,131,067 円 営業経費 6,585,753 円 その他管理費 8,103,958 円 施設整備費用 5,000,000 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

当会では、平成 18 年から海女小屋体験、23 年から小売・喫茶業の海女の家五左屋、28 年からは有料ガイド、海女とふれあう新たな商品を造成販売を開始。31 年 4 月から飲食業オウサツキッチン 0032 を運営している。これまで、単年度収支が赤字に陥ったことはなかったが、令和 2 年度赤字決算になった。内部留保は潤沢とまではいえないが年々増加していたが、減少した。

運営にあたっては、商工会議所の支援を受け、毎月町内施設の入込数データや運営事業の試算表を作成し、役員会で報告しており、変化に対応できるシステムを構築している。

引き続き当地域への滞在時間の増加、満足度向上を図るため、地域に不足している体験商品の造成、2 次交通を解決していくため、地域限定旅行業登録した。

顧客ニーズに対応した商品開発・提供を行ない収益源の拡大をすすめていく。収益は、地域の PR 費用、不足業種の補完費用に活用し、来訪者満足度を高めていく。まちあるきやアクティビティの充実により、滞在時間の増加を図り、基幹産業である宿泊へつなげていく。

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
三重県鳥羽市は、(一社)相差海女文化運営協議会を三重県鳥羽市における地域DMOとして登録したいので、(一社)相差海女文化運営協議会とともに申請をいたします。

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】

エリアが重複する鳥羽市観光協会地域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】

当DMOの対象の相差地域は鳥羽市の南部に立地し、日本一海女が多いまちとして平成9年より継続的にまちづくりに取り組んでいる。鳥羽市観光協会DMOは、鳥羽市全域を対象区域としているため、当地域が含まれる。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

当DMOは相差地域に特化して観光地域づくりに取り組んでいる。

鳥羽市観光協会DMOは、鳥羽市全域の広報PR等を担い当地域のPRも実施している。

※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】

相差DMOと鳥羽市観光協会DMOは当DMOのイベント等のPRを鳥羽市観光協会DMOで実施していただくなど広報活動、マーケティングにおいても情報共有する等相乗効果が得られるよう連携している。

10. 記入担当者連絡先

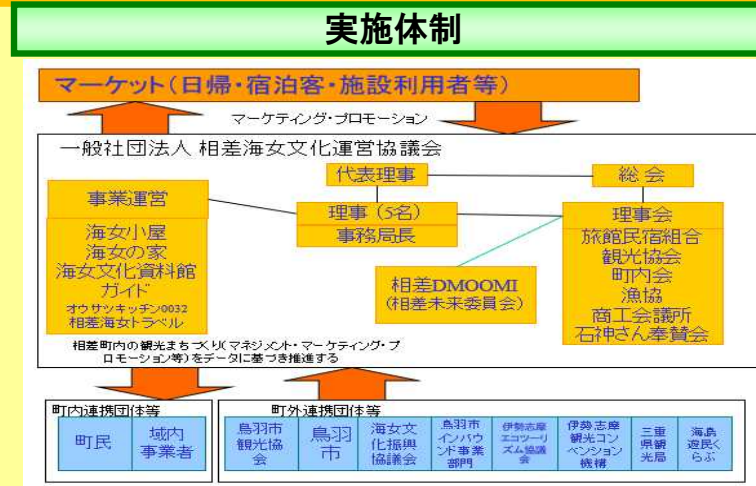
担当者氏名	小崎 則彦
担当部署名 (役職)	鳥羽商工会議所
郵便番号	517-0022
所在地	三重県鳥羽市大明東町1番7号
電話番号 (直通)	0599-25-2751
F A X 番号	0599-26-4988
E - m a i l	kosaki@toba.or.jp

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	三重県
担当者氏名	桐畑 秀照
担当部署名 (役職)	三重県観光連盟 (事務局次長)
郵便番号	514-0009
所在地	三重県津市羽所町700番地 アスト津2F
電話番号 (直通)	059-224-5904
F A X 番号	059-224-5905
E - m a i l	kirihata@kankomie.or.jp

都道府県・市町村名	三重県鳥羽市
担当者氏名	永野 理香
担当部署名 (役職)	観光課 課長補佐
郵便番号	517-0011
所在地	三重県鳥羽市鳥羽3丁目1番1号
電話番号 (直通)	0599-25-1155
F A X 番号	0599-25-1159
E - m a i l	rika-m@city.toba.lg.jp

【区域】 三重県、鳥羽市、相差町
 【設立日】 2009年1月30日
 【登録日】 2019年3月29日
 【代表者】 野村 秀光
 【マーケティング責任者(CMO)】 小崎則彦
 【財務責任者(CFO)】 松本圭子
 【職員数】 25人
 (常勤7人(正職員4人、出向等0人)、非常勤6人)
 【連携する主な事業者】
 鳥羽市観光課 農水商工課 鳥羽市観光協会
 伊勢志摩観光コンベンション機構 三重県観光局 海島遊民くらぶ



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
 海女
 神明神社石神さん
 リアス式海岸
 宿泊施設
 海の幸
 海水浴場
 海女小屋体験

鳥羽駅から車で20分
相差町

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 ①②
 【概要】
 設立から11年が経過しているが、定期総会(年1回)・正副会長会議(年10回)を開催している。正副会長会議の構成メンバーは、主要な業界団体の長または役員が参加し、現況の報告、今後の事業展開の方向性の共有を行ない、当会の意思決定機関となっている。

戦略

【主なターゲット】
 願いごとを叶えたい女性(ディスカバリー(知的好奇心を求める)予備群・個人)
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。2次交通にも対応し、より地域の歴史文化や自然にふれるアクティビティ商品を開発し販売していく。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	12869 ()	11833 ()	7632 ()	8197 ()	9836 ()	10033 ()
	実績	11188 ()	10903 ()	6831 ()	()	()	()
延べ宿泊者数 (人)	目標	393599 ()	356354 ()	256526 ()	248518 ()	298222 ()	304196 ()
	実績	354616 ()	366465 ()	207098 ()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	93.24 ()	94.24 ()	94 ()	100 ()	100 ()	100 ()
	実績	92.36 ()	92.99 ()	100 ()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	33.47 ()	35.47 ()	45 ()	47.7 ()	48.2 ()	48.7 ()
	実績	31.75 ()	44.09 ()	47.3 ()	()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・2017年～ デジタルマーケティング強化事業WEB等で有料広告は実施せず、検索してもらいやすいよう当会のホームページのSEO対策を継続的に実施している。
 【観光資源の磨き上げ】
 日本一現役の海女が多く暮らすまちであることから海女文化をブラッシュアップする取り組みを継続的に実施している。
 【受入環境の整備】
 海女小屋体験施設、海女文化資料館、海女の家五左屋の物販施設、オウサツキッチン0032の飲食施設整備運営

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

役員には、町内会、宿泊業団体、漁協、商工会議所など多様な地域団体が参画している。また、役員が教育機関や行政機関の委員を兼ねており、さまざまな視点からの情報収集が可能で、戦略づくりや検証に活用している。

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 (例) 収益事業(海女小屋体験、物販飲食店収入等) 約6719万円、補助金等1525万円(R3年見込)
 【総支出】 8515万円(一般管理費3246万円、事業費5269万円)
 ※R3年見込
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 顧客ニーズに対応した施設整備、商品開発・提供を行ない収益源の拡大をすすめていく。