

観光地域づくり法人形成・確立計画（様式１） 記入にあたっての留意点

- ・ 様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・ 各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・ 各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・ 記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・ 記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月27日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 佐田岬観光公社	
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 愛媛西宇和郡伊方町	
所在地	愛媛県西宇和郡伊方町三崎 1700-11	
設立時期	2021年12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	6人【常勤2人(正職員2人)、非常勤4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) 高月 芳人 (出身組織名) 農業従事者	伊方町議会議員 佐田岬観光公社の前身であるこれまで NPO 法人佐田岬ツーリズム協議会の事務局長を歴任し、運営及び観光イベントの主催を実施していた。また、旅行業務取扱管理者として愛媛県知事登録の二種旅行業を行い旅行者としての実績もある。さらに、町議として町の政策においても観光まちづくりについての必要性も認識している。
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) ※必ず記入すること	(氏名) 北村 俊博「専従」 (出身組織名) 伊方町役場	セイコーエプソン(株)の製品についてマーケティング及び消費動向の調査を行い、データに基づき製品の販売促進を行っていた。 また、国別の動向調査分析を通じて、国別の独自性を加味した製品製造や販売スキームの構築業務を約10年従事していた。 また、佐田岬観光公社では、地域マーケティングを実施している。
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) 村井 志保香「専従」 (出身組織名) 三崎漁業協同組合	20年の自営業で経理を経験、三崎漁業協同組合でも経理を3年間従事した。会社の継続運営のため、事業収支や財源確保に関して金融機関や行政と連携しながら財務基盤を構築していた。 佐田岬観光公社で財務関係に従事している。
各部門(例：プロモーション)の責任者(専門人材)	(氏名) 北村俊博(専従) (出身組織名) 伊方町役場	セイコーエプソン(株)のソリューションを活用し全国自治体向けに地域活性化、世界遺産登録、産官学連携、芸術祭などの事業マネジメント

※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		トを約15年間従事。愛媛県西予市の観光協会法人化業務で新法人の運営、組織基盤、自主財源確保基盤整備等を行った。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 北村俊博（専従） （出身組織名） 伊方町役場	旅行業務取扱管理者、旅程管理業務主任者資格を活用した旅行商品造成等を行い、旅行エージェントとの協業により旅行商品造成を行い、伊方町（佐田岬半島）への誘客の増加に努めている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	愛媛県伊方町役場 観光商工課 （政策連携・財政支援・連絡調整・地域内合意形成）	
連携する事業者名及び役割	<p>①商品造成</p> <ul style="list-style-type: none"> ■NPO 法人佐田岬夢希会 ■NPO 法人二名津わが家亭 ■八幡浜漁業協同組合 ■三崎漁業協同組合 ■佐田岬海神会 ■朝日共販株式会社 ■株式会社コーロク ■株式会社クリエイト伊方 ■西宇和農業協同組合 ■伊方町商工会 ■伊方町商工業協同組合 ■さきおり保存会 ■佐田岬みつけ隊 ■岬藍 ■伊方サービス株式会社 ■特産品販売促進協議会 ■伊方町生活研究協議会 ■伊方杜氏伝承会 ■読売旅行 ■愛媛新聞旅行 ■愛媛観光物産協会 <p>②宿泊</p> <ul style="list-style-type: none"> ■民宿まるやま・群 ■篠沢荘 ■シェアハウス亀ヶ池 ■旅館井倉 ■ビジネスハウストシ ■民宿みちもと ■亀之湯 ■民宿みちもと ■ヴィラ Kc ■岩宮旅館 ■民宿浜乃屋(本店) ■瀬戸アグリトピア ■すぎやま旅館 	

	<p>■えびすや旅館 ■民宿大岩 ■菊屋旅館 ■えびすや旅館 ■二名津わが家亭 ■ゲストハウス ブルームーン ■ふれあいの宿 薫風</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>(該当する要件) ①②</p> <p>①多様な事業者からなる理事メンバー (概要) 当法人理事会のメンバーを行政、金融機関、交通事業者、宿泊事業者、商工会、農業・漁業団体者、観光事業者等の観光まちづくり組織で構成、まちづくりに関連する各分野の関係団体の代表者による意思決定を図かることで事業推進を円滑に進めることが可能となる。令和 4 年度は交通・金融機関・農林水産事業者・観光事業者に理事として参画し、今後も幅広く町内外の地域事業者の参画も継続的に促していく。</p> <p>②当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を設置、町内事業者や個人が参画しやすい仕組みを構築した。(伊方町農林水産課、総合政策課及び事業者との体験宿泊、観光商工課と事業者とのマルシェに関するグループを組成)</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>【これまでの取組】</p> <p>①町長を実行委員長とした佐田岬観光まちづくり実行委員会を組成。設立稼働し始めた NPO 法人佐田岬ツーリズム協会のバックアップを行う。</p> <p>②NPO 法人佐田岬ツーリズム協会を対象にした「伊方町の観光振興に関する意見交換」を開催。(2021 年 10 月)</p> <p>③佐田岬観光公社(DMO)理事候補者を対象にこれからの「伊方町の観光まちづくり」に関する説明及び DMO 運営に関する意思疎通を図った。(2021 年 11 月)</p> <p>④2022 年 5 月 11 日に伊方町の観光事業者の中核を担う理事、会員、伊方町が定期総会で DMO の運営に関して合意した。総会の開催に際しては町内の全世帯に届く広報誌にて会員募集・総会案内の情報発信を行った。また、同年 6 月より定期開催しているマルシェイベントでの活動の周知・報告をホームページ上で行った。</p> <p>⑤伊方町の地域づくり団体「佐田岬みつけ隊」、「地域おこし協力隊」「地元の高校生等」のネットワークを形成し、協働により地域資源を発掘した旅行商品の造成を行っている。</p> <p>⑥4 月から 7 月の本町の広報誌(5 月号から 8 月号)で、観光地域づくり法人のについての概要と活動について掲載、住民や事業者に対して観光振興についての啓発を行った。</p> <p>⑦ワークショップの開催。観光ガイドや宿泊関係者、街づくりに関心のある住民に対して、観光地域づくりをテーマに意見交換会を行った。(2022 年 4 月 17 日、5 月 15 日計 22 名参加)</p> <p>⑧2023 年 5 月 11 日 伊方町の観光事業者の中核を担う理事、会員、伊方町が定期総会で DMO の運営に関して合意した。総会の開催に際しては町内の全世帯に届く広報誌にて会員募集・総会案内の情報発信を行った。また、同年 6 月より定期開催しているマルシェイベントでの活動の周知・報告をホームページ上で行った。総会において以下の説明とディストリビューションを実施。 (28 名参加)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伊方町の観光振興について、佐田岬観光公社 副理事長 濱松良一氏より町民の方々が参加した観光について説明とディストリビューション ・観光まちづくり法人(DMO)についての概略とステークスホルダーとの協業

	<p>についてのワークショップ 佐田岬観光公社 事務局長 蔭山尊氏（令和5年8月退任）より説明 ・伊方町観光意見交換会（グローバル観光戦略研究所 株式会社 松本 秀信氏によるワークショップ 観光まちづくりの効果と意見交換を実施 ⑨⑤ 伊方町の地域づくり団体「佐田岬みつけ隊」、「地域おこし協力隊」 「地元の高校生等」のネットワークを形成し、協働により地域資源を発掘した旅行商品の造成を行った。 【令和5年度】 旅行業事業 ・ツアー造成、エージェント対応 ・修学旅行受入支援 佐田岬半島 （テレビ放映） ・NHK ・山陽放送 （新聞） ・毎日新聞 （サイネージ） JR松山駅</p>								
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> ①令和5年度佐田岬観光公社HP基盤整備事業 具体事業内容 佐田岬観光公社HP（さだみさきナビ）の情報更新及び関連サイトの統合を実施し、予約システムや決済機能を実装することとしている。 佐田岬観光公社のHPに関連するポータルサイトを統合しユーザーフレンドリー仕組みを構築していく。 ②Facebook、Instagram、LINE等を佐田岬観光公社の公式SNSとして運用するための基礎づくりを実施する。 </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> ・宿泊温浴施設への誘客事業 具体事業内容 ・令和6年2月1日に全面リニューアルオープンをした施設への旅行エージェントを含む事業者との連携により認知度向上とともに誘客活動を実施した。 令和6年度は、佐田岬半島ミュージアム（道の駅）へのオープンによる告知や旅行エージェント等向けの情報提供を行った。 </td></tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td><td> ①令和5年度佐田岬エリアの賑わい創出による地域活性化支援事業 具体事業内容 令和4年度に続き最終年度に当たる事業であり、佐田岬半島の自然、文化、歴史をテーマにした体験を組み込んだモデルルートを検討した。 令和6年度は、上記モデルコースを旅行商品化して旅行エージェントやOTAを活用して販売に努める。 </td></tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	①令和5年度佐田岬観光公社HP基盤整備事業 具体事業内容 佐田岬観光公社HP（さだみさきナビ）の情報更新及び関連サイトの統合を実施し、予約システムや決済機能を実装することとしている。 佐田岬観光公社のHPに関連するポータルサイトを統合しユーザーフレンドリー仕組みを構築していく。 ②Facebook、Instagram、LINE等を佐田岬観光公社の公式SNSとして運用するための基礎づくりを実施する。	受入環境の整備	・宿泊温浴施設への誘客事業 具体事業内容 ・令和6年2月1日に全面リニューアルオープンをした施設への旅行エージェントを含む事業者との連携により認知度向上とともに誘客活動を実施した。 令和6年度は、佐田岬半島ミュージアム（道の駅）へのオープンによる告知や旅行エージェント等向けの情報提供を行った。	観光資源の磨き上げ	①令和5年度佐田岬エリアの賑わい創出による地域活性化支援事業 具体事業内容 令和4年度に続き最終年度に当たる事業であり、佐田岬半島の自然、文化、歴史をテーマにした体験を組み込んだモデルルートを検討した。 令和6年度は、上記モデルコースを旅行商品化して旅行エージェントやOTAを活用して販売に努める。
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	①令和5年度佐田岬観光公社HP基盤整備事業 具体事業内容 佐田岬観光公社HP（さだみさきナビ）の情報更新及び関連サイトの統合を実施し、予約システムや決済機能を実装することとしている。 佐田岬観光公社のHPに関連するポータルサイトを統合しユーザーフレンドリー仕組みを構築していく。 ②Facebook、Instagram、LINE等を佐田岬観光公社の公式SNSとして運用するための基礎づくりを実施する。								
受入環境の整備	・宿泊温浴施設への誘客事業 具体事業内容 ・令和6年2月1日に全面リニューアルオープンをした施設への旅行エージェントを含む事業者との連携により認知度向上とともに誘客活動を実施した。 令和6年度は、佐田岬半島ミュージアム（道の駅）へのオープンによる告知や旅行エージェント等向けの情報提供を行った。								
観光資源の磨き上げ	①令和5年度佐田岬エリアの賑わい創出による地域活性化支援事業 具体事業内容 令和4年度に続き最終年度に当たる事業であり、佐田岬半島の自然、文化、歴史をテーマにした体験を組み込んだモデルルートを検討した。 令和6年度は、上記モデルコースを旅行商品化して旅行エージェントやOTAを活用して販売に努める。								

<p>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）。</p>	<p>【実施体制の概要】 （一社）佐田岬観光公社が中心となり、メンバーには、行政、交通事業者、まちづくり団体、農水産業、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営体制を実施する。 理事会メンバーのみならず、会員を中心とする多様な観光関係者と合意形成を図りながら進めていく。その他、地域住民には、広報等で観光まちづくりへの関心を高め意識の醸成を図る。また、DMOでの運営経験を持つ責任者を業務執行理事として運営と実務の責任と権限を明確にしている。マーケティングでは、各種データの分析、PDCA サイクルを確立し、施策面で反映をさせていく。 ふるさと納税の商品開発や、比較的単価の高いアウトドア系の体験メニューを造成して国内外に向け販売し、安定的な運営資金の確保に努める。</p> <p>【実施体制図】</p>
--	--

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】

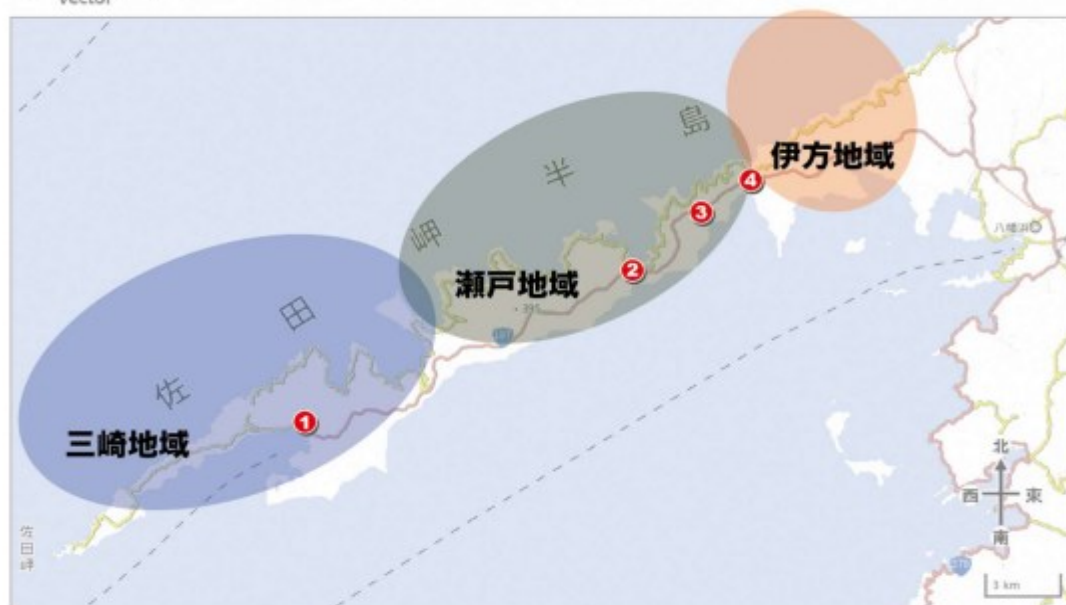
本町には四国最西端に位置する日本一細長い佐田岬が育んだ、自然、文化、営み、神社仏閣等の観光資源が数多くある。これまで本町での観光活動をけん引してきた佐田岬ツーリズム協会においても住民協働のもと光資源等を活用し「佐田岬ブランド」を推進してきた経緯がある、これまでの活動を引き継ぎ、発展的に捉え活動を行うためにも伊方町全域を設定区域とすることが適切と判断した。

【観光客の実態等】

※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】

地理院地図 加工して作成
Vector



地図上の表記

- ① 伊方町観光交流拠点施設はなはな[港オアシス]
- ② 瀬戸農業公園[道の駅]
- ③ 亀ヶ池温泉
- ④ 伊方きらら館[道の駅]

令和5年度の主要観光施設入込客数は約 39.3 万人、観光消費額は 567 百万円。消費額のうち、宿泊費の割合は、7.3%と低く、54%が土産品購入と、非滞在通過型の観光地となっている。また、入込客のおおよそ 9 割が、上記の町内の 2 つの道の駅（伊方きらら館、佐田岬半島ミュージアム）と港オアシス（はなはな）、温泉施設（亀ヶ池温泉）の 4 つの施設で構成されている。季節ごとにメインとなる観光客向けの催しが無いことも起因するが、季節による入込客数の偏りはないのも特徴となっている。

《観光資源》

自然・歴史・文化・公園	佐田岬灯台[国有有形文化財]、御籠島、椿山展望台、ムーンビーチ井ノ浦、川之浜海岸・塩成海岸・大久海岸、須賀公園・須賀の森、レッドウイングパーク、室鼻公園（コースト・MUR0）、[国指定有形文化財] あこう樹、大くす、裂織り[伝統工芸]、一里塚、なぎの木[県指定天然記念物]
観光・商業施設	瀬戸アグリトピア、大久展望台、亀ヶ池温泉、町見郷土館、伊方町観光交流拠点施設はなはな[港オアシス]、瀬戸農業公園[道の駅]、伊方きらら館[道の駅]
イベント・祭り	はなはなまつり（毎年5月上旬）、瀬戸の夕風まつり（毎年8月上旬）、きなはいや伊方まつり（毎年7月下旬）、各地の秋祭り・供養祭（10月）、イルミネーション（毎年12月～1月）
食材・食文化	柑橘、ちりめん、しらす、じゃこ天・じゃこカツ、伊勢海老、あわび、さざえ、鯛・はまち・鰯の養殖
産業観光	三崎風の丘パーク・せと風の丘パーク・二見くるりん風の丘パーク（風車群）、みかん狩

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

工番	形態	名称	部屋数	工番	形態	名称	部屋数
1	民宿	民宿まるやま・群	24	12	民宿	民宿浜乃屋(本店)	10室
2	民宿	篠沢荘	12室	13	ロッジ	瀬戸アグリトピア	10棟
3	簡易宿所	民宿浜乃屋伊方店	12室	14	旅館	すぎやま旅館	6室
4	旅館	つるや旅館	10室	15	旅館	民宿大岩	19室
5	旅館	アート・ひろせ	4室	16	旅館	金沢旅館	4室
6	旅館	旅館井倉	14室	17	旅館	菊屋旅館	3室
7	簡易宿泊所	民宿ビジネスハウストシ	5室	18	旅館	えびすや旅館	10室
8	民宿	民宿みちもと	4室	19	民宿	二名津わが家亭	1室
9	温泉施設	亀ヶ池温泉	5室	20	体験住宅	せとうみショートス	1室
10	簡易宿泊所	ヴィラKc	3室	21	民宿	ふれあいの宿 薫風	2室
11	旅館	岩宮旅館	5室	22	民宿	ゲストハウス プ	2室



【利便性：区域までの交通、域内交通】



・松山方面から

鉄道、高速バスは隣の八幡浜までとなっており、最寄りの駅やターミナルはない。路線バスは八幡浜より伊方町を横断する路線があるが本数は少ない。公共交通によるアクセスは悪く、八幡浜からのレンタカーかタクシーによる移動となる。

・九州方面より

九州川の佐賀関港と四国側の三崎港を 70 分で結ぶ航路はあるが、そこから町内への移動手段が乏しい。

・域内交通

レンタサイクルや E-Bike の取組がスタートしたが、周辺観光にとどまり、域内全域は自家用車やレンタカーがほとんどである。2 次交通の整備は急務である。三崎港 観光案内所にカーシェアリングを 4 月 29 日より設置

【外国人観光客への対応】

- ◆佐田岬観光案内所が日本政府観光局外国人観光案内所カテゴリー 2 に登録。
- ◆多言語ホームページの開設を予定している。(2023 年度内継続)
- ◆アフターコロナを見据え台湾やベトナム、タイ、中国等に向けインバウンド旅行会社への旅行商品の提供を開始する。(2024 年度内)
- ◆キャッシュレス導入の推進(2024 年度内)

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	地域内での旅行者の旅行・観光における消費実態を明らかにし観光施策の基礎資料を得ることを目的とする。	域内の観光、商業、宿泊、体験施設等の来訪者の消費額をアンケート、聞き取りは継続、令和 6 年度下期より二次元バーコードを活用した収集方法実施する。
延べ宿泊者数	地域内での滞在時間を把握し、旅行商品造成で活用する。稼働率の把握により、観光客の動向の把握の一環とする。	宿泊施設へデータの提供を依頼する。(又は、伊方町より)
来訪者満足度	受け入れ環境、品質を検証し、観光事業者のスキルアップとして活用する。また、体験実施事業者の協力を得て参加者アンケートを実施する。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、観光戦略立案に繋げるため。	アンケート調査及びヒアリング調査の実施。
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。顧客の動線の把握から行動パターンを分析、域内調達率をあげる。	データ収集・分析ツールを活用して実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
交通利用状況、人流データ	域内交通課題の解決および、旅行商品の造成	ビッグデータより日別、地域別、来訪者の属性別に分析する。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

定住人口の減少による域内の市場経済の縮小や、農林水産業における従事者の高齢化等により、既存産業は衰退傾向にある。また、観光においては、町内の 2 つの道の駅、港オアシス、温浴施設は入込・消費ともに大きいものの、宿泊やその他の消費額から、非滞在通過型の観光地となっている。

また、2 次交通の課題も顕著で、域内交通のほとんどが自家用車かレンタカーとなっている。課題は多方面であるものの、柑橘や新鮮な魚介類を中心に、農林水産資源は豊富で、キャンプ場などアウトドアに最適な環境を有しているため、消費や滞在時間を伸ばすためのコンテンツの開発や、インバウンド受け入れを基本とした観光コンテンツの開発・強化を図り、情報発信を行うことで、国内外からの誘客や消費により、地域産業全体の振興及び新たな雇用の創出が実現すると考える。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 佐田岬は、瀬戸内海国立公園に属し、日本一細長い岬として知られている。 ・ 豊富な水産資源を持ち、新鮮な魚料理が味わえる。 ・ みかんの種類が豊富、みかん狩りが盛ん。 ・ 九州への最短フェリーが就航している。 ・ 佐田岬のリアス式の海岸は、ダイビングやクルーズ、ハイキング等アウトドア体験を楽しめる。 ・ 中心部を国道が走り、サイクリングや眺めの良いドライブルートとしての景勝地が数多く点在する。 ・ 佐田岬みつけ隊等、住民で組織された地域づくり団体が複数ある。 ・ 1 年を通して気温は 3℃～29℃前後、過ごしやすい気候である。 ・ 基幹道路の他、各集落までのアクセスが整備されている。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各観光スポットが連動して迎える仕組みがない。 ・ 宿泊施設は点在しているがキャパシティが少なく、また情報が整備されていない。 ・ 通過型観光となり宿泊等による経済効果が低い。 ・ 土産品や飲食店の認知が低く、観光消費額が低い。 ・ 観光案内所の発信機能が不十分であり、インバウンドに対応していない。※一部対応済 ・ キャッシュレス対応が進んでいない。 ・ 2 次交通が整備されていない。 ・ 佐田岬ブランドとしてのイメージが浸透していない。 ・ 九州や広島など観光ルートが構築されていないため、近隣の観光誘致が主流となっている。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 愛媛県内への外国人観光客の増加（コロナ禍前） ・ 外国人観光客に人気の城泊を推進する大洲市や、道後はもちろん海路でアクセスの良い別府などが隣接する ・ 持続可能な開発目標「SDGs」による、価値観の変化。 ・ ゴールデンルート以外の観光の増加 ・ ワークेशनなど働き方の変化 ・ スポーツツーリズムの増加 ・ アウトドア需要の増加 ・ 首都圏企業との包括提携等による連携の可能性。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺観光地との連携が取れていない。 ・ 鉄道や長距離バスなどの発着所がない。 ・ 高齢化と人口減少により観光人材の確保が困難。 ・ 強みが類似する市町村が全国で多数台頭。特に世界的に認知された、大洲市

※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

アウトドア志向の 30～40 代のリピーター

エリア：中国・近畿エリア

○選定の理由

町は歴史的建造物や有名な特産品、観光スポットに乏しく、今後もいわゆる集客力のある箱物を作る見通しはないため、既存の資源を最大限活用する必要があり、それは「自然景観」であると考え。自然景観を活かすカテゴリーとして、「スポーツ/アウトドア」を選定した。その根拠の一つとしては、愛媛県は中村知事が先頭に立ちサイクリングツーリズムに力を入れており、年間 33 万人が利用している。外国人もアウトドアスポーツには関心があり、2019 年のコロナ前の集計ではレンタサイクルの約 16%が外国人の利用であった。本町でも隣接市の八幡浜市と連携しレンタサイクル事業を展開しており、佐田岬半島を横断し九州に上陸するルートは注目を集め始めている。このように、愛媛県全体の施策とのシナジーによる集客効果と、すでにサイクルステーションやレンタサイ

クルなどインフラ やサービス面が整っているところから始めるべきと考えた。愛媛県が集計した令和三年度の県外の入込客数のデータでは、中国地方からが 24.34%、続いて近畿エリアが 23.09%と多いためターゲットエリアとしては、中国・近畿を対象とした。また、町内には温浴施設「亀ヶ池温泉」がある。本施設は町の入込客数の実に 30%を占めており、今年度からはキャンプ場を開設するなどアウトドア客の取り込みを強化している。「文科省スポーツ施設現況調査 2015」によれば、22の自治体で構成する愛媛県下では 30ヶ所のキャンプ場があり、本町は 4ヶ所（予定地含めると 5ヶ所）も存在する。またすべてが愛媛県下でも珍しい海に面したキャンプ場となっており、本年度も新設キャンプ場に関してはほぼ満員の利用であった。また、トレイルコースの開発なども着手しており、自然景観を生かした健康意識の高い富裕層向けのコンテンツの可能性も模索している。

○取組方針

各、アウトドア市場に向けた商品造成を強化、専門ショップや旅行会社等へのセールス体制を築く。同時に、受け入れ体制整備を強化、受け入れガイド、予約、支払いの電子マネー化などを整備していく。その他、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訴求するコンテンツの改善を常に行う。

○ターゲット層

ファミリー層および三世代ファミリー層

エリア：愛媛県内、伊方町より半径 200 ㌾圏内の九州中国地方

○選定の理由

域内の人流データから、西側（大分側）と中央に観光拠点は集積しており、東側の伊方地域での人や消費の流れが作れていなかった。この地域での滞留や消費を促すために定期的なイベントを開催することで、消費の効果はもちろん、地域の弱みの一つであった地域住民への認知不足を解消する狙いがある。また、伊方町より半径 200 ㌾圏内の九州中国地方をターゲット層に設定することでターゲットエリアにはない魅力を伝え来訪を促進する。

○取組方針

伊方町役場の周辺の遊休スペースを活用した定期的なイベントを開催し、地域の物産や愛媛県・県外の人気店の商品の販売を行う。まずは地域住民の方が満足いただけるよう整備し、徐々に隣接・遠方からの来訪を促進する。また、九州、中四国のDMO等の団体と広域連携を行うことにより誘客促進と情報発信強化により伊方町の魅力と来訪意欲を向上させる。

○ターゲット層

30代～50代の女性を中心としたリピーター

エリア：全国

○選定の理由

亀ヶ池温泉に次ぎ、観光入込客数の 20%を占めているのが「観光交流施設 港オアシス はなはな」である。近年新たに建設された施設で、伊方町名産であるしらすを活用した料理や、海を臨むフォトジェニックなスポットとして有名になってきた。はなはなのある三崎地域はクルーズの発着地であり、クルーズ船は町内の体験コンテンツの中でも利用者数の最も多い人気のコンテンツとなっている。中でも採れたての魚介を食べるコンテンツが人気であり、はなはなを含め伊方町のグルメへの関心や期待が高いことがうかがえる。

食以外では、毎年開催している佐田岬動画コンペティションがあり、町内の優れたロケーションを登録してめじるしを立てる取組を行うことになっており、フォトジェニックスポットが町内に複数存在することで、それを目当てにも多くの観光客、特に女性の観光客の増加を期待している。それら「食」「フォトジェニックスポット」に、女性の人気が高まり特に高い藍染体験など地域の伝統工芸の体験コンテンツを組み合わせることで集客が実現できると考える。また、「佐田岬半島」をメインテーマに掲げ、参加体験型の住民・来館者など誰もが「見る・触れる・学ぶ」を体験できる博物館として令和 5 年夏開業した「伊方町文化交流施設 佐田岬半島ミュージアム」へ全国の 30代～50代の女性を中心としたリピーター客を誘客し新たな魅力を創出に繋げる。

○取組方針

女性を中心とした女性向け旅行商品造成に向けたワークショップや協議を重ね、女性の視点での旅行企画を商品化する。フォトジェニックスポットを選定しインスタ等ソーシャルメディアでの情報発信を及び拡散を強化し、旅行会社との提携や個人客を獲得していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	一繋がる・楽しい・美味しいー・中国地方（しまなみ）から九州（別府・阿蘇）へと『繋がる』新たなゴールデンルート確立・アウトドア、キャンプやマリナクティビティ、農業体験など佐田岬ならではの『楽しい』を提供・豊富な海産物や柑橘などの農作物を通じてホンモノの『美味しい』を提供
②コンセプトの考え方	本町は、年間平均気温 16℃の温暖な気候の中に、白亜の灯台が聳える、全長 40km 日本一細長い佐田岬の風光明媚な景観の環境の中で育まれた自然がある。それら自然環境を活かしたこの地ならではのアウトドアアクティビティであるハイキング、サイクリング、キャンプ等と地域の特産品をコンビネーションさせ、宿泊に結びつけていく。また、広島、尾道と九州の陸路移動での中間点に位置する立地を活かし、新たな国際観光ルートを開拓していくことで、観光客数の拡大を図り、他地域との差別化を図っていく。インバウンドについては、アウトドアアクティビティと自然環境の取り組みなど、スペシャルインタレストツアー等の企画から海外の視察受け入れ等の誘致を、アジア圏を皮切りに欧州の誘致活動も図っていく。そして、域内での消費促進のために、定期的な賑わいを創出するマルシェを開催し、地域産品の PR としての場としてももちろん、地域住民への理解醸成の役割も担う。今後展開する様々なコンテンツは、国際的な観光地を目指すためにも、自然・環境保護の観点から、SDGs を意識した取組とし、地域産業の活性化と雇用の創出に繋げる。

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。	多様な関係者が参画する当法人会員により構成する企画会議（年 3～4 回程度）観光データを用いた、観光動向の報告会を実施（年 1～2 回程度） 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 3 ヶ月に 1 回程度設けるとともに、関連事業者に対しての域内コンサルティング等を実施。年に 1 回、当法人会員に向けた、総会を開催、年間活動の意義・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。
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	観光客からの評価を把握するために観光客向けアンケート・ヒアリングを実施、結果を会員と共有し、客観的数値を基に評価を図る。その他、評価に対し改善策を検討し、サービスの維持向上を図っていく。 また、観光関連事業者を対象とした成功事例等を学ぶ研修会を定期的に開催し人材育成も図っていく。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく	当法人のホームページを作成し、当法人会員が提供している食や土産品、体験型コンテンツ等を掲載し、観光客に対する情報発信を一元化する。「Google アナリティクス」など WEB データを取得し、旅行専門家

元的な情報発信・プロモーション	等との分析結果を踏まえ事業者や日本政府観光局、愛媛県と共有し、戦略的な誘客を図っていく。その他、町とも連携し、公式 SNS(Facebook・Instagram・Twitter・TikTok・Line) や公式 Youtube チャンネルなどを通じたタイムリーな情報発信を行う。
-----------------	---

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（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K P I

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	- (-)	458 (5)	467 (5)	578 (5)	589 (6)	601 (6)
	実績	382 (-)	482 (-)	567 (5)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	5,700 (-)	8,000 (800)	9,000 (1,000)	10,000 (1,200)
	実績	5,696 (-)	5,112 (-)	7,867 (470)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	55.0 (-)	70.0 (-)	77.0 (55.0)	84.0 (60.0)	93.0 (66.0)
	実績	55.6 (-)	69.9 (-)	72.0 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	- (-)	10.0 (-)	5.0 (-)	5.6 (3.0)	6.0 (5.0)	6.4 (5.0)
	実績	4.6 (-)	4.6 (-)	5.1 (-)			

※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）

伊方町が実施している過去3年間の「観光調査」データにより算出を行った。データについての目標設定については、伊方町観光商工課と佐田岬観光公社の業務執行理事等経営参画メンバー及び観光専門家の助言を踏まえ目標数値を決定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

伊方町が実施する「観光調査」データの年間入込客数から算出。亀ヶ池温泉が被災する前の令和2年度を基準に、同基準までの回復を令和4年度は目標に設定し、今後取り組みを予定している、旅行会社への企画提供及びホームページでのプロモーション活動を考慮して、令和4年度以降は2%の上昇としている。

●延べ宿泊者数

伊方町が実施する「観光調査」データの年間入込客数から算出。同様に亀ヶ池温泉の被災前の数字への回復を目標とする。以後は令和4年より取り組みを予定している、宿泊と体験旅行の旅行企画のWEB販売等を踏まえ2%の上昇としている。外国人観光客に関しては、令和5年度からの増加を見込む。

●来訪者満足度

R3年度観光アンケートを実施し、回答結果を基に基準値を設定した。外国人観光客に関しては初年度以降で10%伸長すると考えた。

●リピーター率

R3 年度観光アンケートを実施し、回答結果を基に基準値を設定した。

R3 年度以降は約 5%上昇の目標値を設定した。R3 年度までのデータに関しては、宿泊事業者向けのアンケートによりリピート率を算出していたが、R3-4 年度アンケートからは、全体を把握するために来訪者に対して宿泊に限らず全般へのアンケートを実施することにした。

令和 6 年度からは、体験等の参加者からの満足度調査も加味した設定値としていく。

(2) その他の目標 P

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
●WEB サイトアクセス数 (PV/月)	目標	- (-)	3,000 (-)	4,000 (-)	12,000 (-)	13,000 (-)	14,000 (-)
	実績	- (-)	3,000 (-)	10,000 (-)			
●年間観光入込客数 (人)	目標	- (-)	426,400 (-)	640,000 (-)	652,800 (500)	665,800 (550)	679,000 (600)
	実績	- (-)		393,295 (-)			
●マルシェ参加数 (人)	目標	- (-)	2,700 (0)	4,000 (200)	1,200 (-)	1,400 (-)	1,600 (-)
	実績	- (-)	1,000 (-)	400 (-)			
●体験コンテンツ利用者数	目標	- (-)	235 (0)	350 (100)	450 (150)	550 (200)	650 (250)
	実績	- (-)	- (-)	209 (0)			
●	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()			

※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】

伊方町が実施している過去 3 年間の「観光調査」データにより算出を行った。データについての目標設定については、伊方町観光商工課と佐田岬観光公社の業務執行理事等経営参画メンバー及び観光専門家の助言を踏まえ決定した。

【設定にあたっての考え方】

●WEB サイトアクセス数

観光情報サイトを開設。観光コンテンツやソーシャルメディアとの連動を行い月間アクセス数が倍になるように設定した。

●年間観光入込客数 伊方町が実施する「観光調査」データの年間入込客数から算出。初年度は亀ヶ池温泉施設の被災前の水準への回復を、翌年はさらに令和元年度への回復を実現し、以後は首都圏を含め旅行会社や個人に積極的にプロモーション活動を行うことにより毎年 2%の増加と設定した。

●マルシェ参加人数 伊方地域での定期イベントを毎月開催する。過去の実績を元にイベント参加数を設定。毎年開催数（日数 など）を増やすことやコンテンツの充実を図り 約 1,000 人ずつ増加する目標に設定した。しかし、令和 6 年度は開催数の減少を加味して設定した。

●体験コンテンツ参加数 コンテンツの充実をはかりながら、情報サイトや SNS を通じてプロモーション実施し、毎年約 100 人増加 するよう設定した。

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）
2021（R3） 年度	1,400,000（円）	【町からの補助金】 400,000（円） 【寄付】※協議会残余財産 1,000,000（円）
2022（R4） 年度	33,348,000（円）	【会費】 100,000（円） 【収益事業】 908,000（円） 【国からの補助金】 20,000,000（円） 【町からの補助金】 4,840,000（円） 【町からの委託費】 7,500,000（円）
2023（R5） 年度	36,325,000（円）	【会費】 140,000（円） 【収益事業】 1,985,000（円） 【国からの補助金】 14,000,000（円） 【町からの委託費】 20,200,000（円）
2024（R6） 年度	33,500,000（円）	【会費】 160,000（円） 【収益事業】 2,170,000（円） 【国からの補助金】 15,000,000（円）

		【町からの委託費】	21,170,000(円)
2025(Ｒ7)年 年度	33,850,000(円)	【会費】	180,000(円)
		【収益事業】	2,500,000(円)
		【国からの補助金】	10,000,000(円)
		【町からの委託費】	21,170,000(円)
2025(Ｒ8)年 年度	34,870,000(円)	【会費】	200,000(円)
		【収益事業】	2,500,000(円)
		【国からの補助金】	10,000,000(円)
		【町からの委託費】	21,170,000(円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2021(Ｒ3) 年度	1,400,000(円)	【一般管理費】 1,400,000 円
2022(Ｒ4) 年度	32,566,000(円)	【一般管理費】 12,156,000(円) 【情報発信・サイトプロモーション】 14,040,000(円) 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,026,000(円) 【観光イベントの開催費】 2,344,000(円) 【プロモーション費】 9,227,024(円)
2024(Ｒ5) 年度	31,261,923(円)	【一般管理費】 14,995,620(円) 【情報発信・サイトプロモーション】 2,157,210(円) 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,026,000(円) 【観光イベントの開催費】 2,344,000(円) 【プロモーション費】 9,227,024(円)
2025(Ｒ6) 年度	26,200,000(円)	【一般管理費】 15,000,000(円) 【情報発信・サイトプロモーション】 2,200,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 3,000,000(円) 【プロモーション費】 6,000,000(円)
2026(Ｒ7) 年度	33,850,000(円)	【一般管理費】 15,000,000(円) 【情報発信・サイトプロモーション】 2,200,000(円) 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 3,000,000(円) 【プロモーション費】 158,500,000(円)
2027(Ｒ8) 年度	34,870,000(円)	【一般管理費】 15,000,000(円) 【情報発信・プロモーション】 2,200,000(円) 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 3,000,000(円) 【プロモーション費】 17,670,000(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

- ・法人、個人会費収入
- ・町からの委託事業収入（プロモーション、HP やパンフレットの管理/制作、観光案内所及びレンタサイクル事業運営、ふるさと納税事務受託事業費など）
- ・体験コンテンツやアクティビティによる事業収入
- ・上記に関する補助金等の公的資金調達
- ・着地型旅行商品の造成と販売

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

愛媛県伊方町は、一社)佐田岬観光公社を当該町における地域DMOとして登録したいので、一社)佐田岬観光公社とともに申請します。

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）**10. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	北村 俊博
担当部署名（役職）	事務局次長
郵便番号	796-0801
所在地	愛媛県西宇和郡伊方町三崎 1700-11
電話番号（直通）	0894-54-2225
F A X 番号	0894-54-2221
E - m a i l	kitamura@sadamisaki.com

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	愛媛県西宇和郡伊方町
担当者氏名	田所 孝之
担当部署名（役職）	観光商工課 課長
郵便番号	796-0301
所在地	愛媛県西宇和郡伊方町湊浦 1993 番地 1

電話番号（直通）	0894-38-2657
F A X 番号	0894-38-1373
E - m a i l	t. tadokoro@town. ikata. ehime. jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
F A X 番号	
E - m a i l	

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

愛媛県西宇和郡伊方町

【設立時期】 2021年12月1日

【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 高月 芳人

【マーケティング責任者(CMO)】 北村 俊博

【財務責任者(CFO)】 村井 志保香

【職員数】 6人(常勤2人(正職員2人)、非常勤4人)

【主な収入】

- ・伊方町からの委託事業 36,325(千円)(令和5年度)
- ・地方創生推進交付金事業 14,000(千円)(令和5年度)

【総支出】

事業費 31,261千円、一般管理費 14,995(千円)

【連携する主な事業者】

四国電力株式会社、朝日共販株式会社、伊予銀行 三崎支店、三崎漁業協同組合、八幡浜漁業協同組合、国道九四フェリー株式会社、JR四国、読売旅行

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月 27日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	- (-)	458 (5)	467 (5)	578 (5)	589 (6)	601 (6)
	実績	382 (-)	482 (-)	567 (5)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	5,700 (-)	8,000 (800)	9,000 (1,000)	10,000 (1,200)
	実績	5,696 (-)	5,112 (-)	7,867 (470)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	55.0 (-)	70.0 (-)	77.0 (55.0)	84.0 (60.0)	93.0 (66.0)
	実績	55.6 (-)	69.9 (-)	72.0 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	- (-)	10.0 (-)	5.0 (-)	5.6 (3.0)	6.0 (5.0)	6.4 (5.0)
	実績	4.6 (-)	4.6 (-)	5.1 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ・アウトドア志向の30～40代のリピーター
- ・30代～50代の女性を中心としたリピーター
- ・ファミリー層および三世代ファミリー層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・佐田岬半島の自然、景観を生かした各年代別の趣味、思考を考慮した誘客活動
- ・SNS等を活用したタイムリーな情報発信

【観光地域づくりのコンセプト】

- ・多様な事業者、町内事業者や個人が参画した観光地域づくり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げと商談】

- ・第三期佐田岬エリアの賑わい創出による地域活性化支援事業を実施
- ・アウトドア事業の事業化、ブランド化
- ・ツーリズムexpoジャパン2023への出展



ブース内TVモニターで観光PR動画を放映

【体験コンテンツ造成】

- ・佐田岬海神会による「漁師クルージング」
- ・5月～10月の日曜祝祭日実施
- ・佐田岬の絶景を満喫できる旅行商品造成に繋がる。



漁師クルーズ