

南信州まつかわ観光局（仮称）設立検討委員会[第5回]

平成29年6月21日(水)16:00-17:30

松川町役場2階大会議室

1. 開会

2. 挨拶

鋤柄委員長

深津町長

3. 高砂樹史アドバイザーの話

「観光地」づくりから「観光地域づくり」松川町版 DMO とは？

4. 協議事項

(1) 進捗状況と今後の進め方

(2) 観光局（仮称）の経営理念等について

(3) 地域ブランドについて

(4) 観光局（仮称）の平成30年度事業計画（素案）について

(5) 平成29年度地方創生推進交付金事業について

(6) その他

次回検討委員会の日程について

7月20日(木)15:00～17:00 予定

5. 閉会

# 進捗状況と今後の進め方

平成29年6月21日  
南信州まつかわ観光局(仮称)設立検討委員会(第5回)

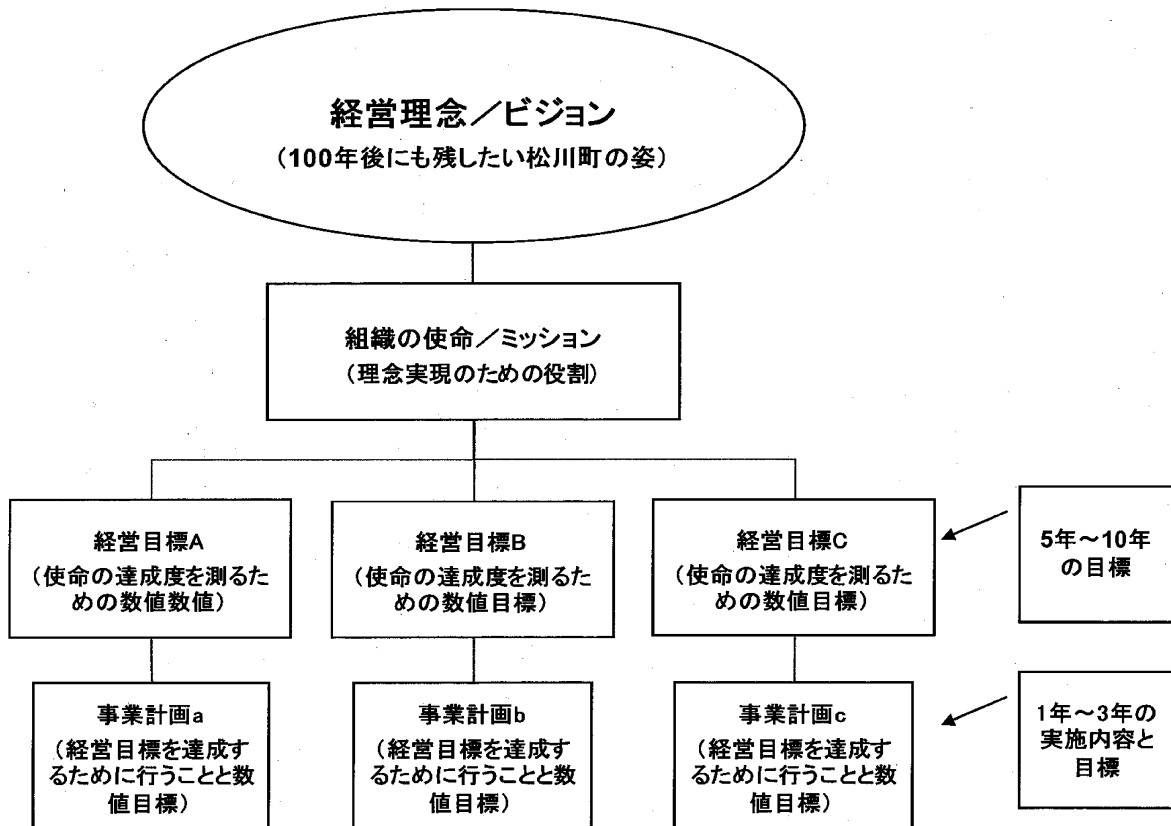
	平成28年度						平成29年度												
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
観光局設立準備室(事務局)	観光事業の棚卸し						理念、経営目標												
	観光局設立の目的・役割の確認						事業計画・収支計画						青年の家活用調査まとめ						
							関係団体へのヒアリング						組織体制・人事・労務・経理等						
							定款						準備会		設立総会		法人登記		
							情報戦略(ウェブサイト構築、パンフレットの見直し検討)						名称		組織発足				
広報メディア(広報誌、CATV、HP等)にて状況報告 町HPIに検討委員会や戦略会議情報掲載 広報まつかわ12、1月号																			
講演会 10/18 町民向け説明会(12・3区長・自治会長会) 講演会 6/5 役場職員研修 町民向け説明 町民向け説明																			
戦略会議	講義・ワークショップの回(全6回) 10/27 11/21 12/21 1/27 2/24 3/24						ワークショップ(①地域ブランドの言語化、②滞在交流プログラムの造成)												
	情報共有の回(全5回) 11/8 12/7 1/12 2/14 3/9						6/21 7/20 8/22						地域ブランドまとめ モニターツアー モニターツアー						
設立検討委員会	第1回 9/13	幹事会 10/3	第2回 10/18	第3回 12/22	幹事会 1/23	幹事会 3/23	第4回 4/18	第4回 4/28	幹事会 5/18	検討状況の報告	全般ヒアリング	検討状況の報告	地域ブランドのヒアリング	検討状況の報告	検討状況の報告	検討状況の報告	検討状況の報告	検討状況の報告	

# 南信州まつかわ観光局（仮称）の経営理念等について

平成 29 年 6 月 21 日  
観光局設立準備室

## 1. 経営理念[ビジョン]

- －松川町の目指すべき将来像＝100 年後にも残したい松川町の姿（地域ブランド）を経営理念に置く。
- －観光交流地域づくり“戦略会議”で議論し導き出したキーワード（「農」「自然」「人（松川人）」）について、100 年後にも残したい松川町の姿（地域ブランド）を言語化し、最終的に“設立検討委員会”において決定する。…「地域ブランド」については別紙参照



## 2. 組織の使命[ミッション]

- －経営理念を実現するための組織の役割・取組みを設定する。

### ① 滞在交流型の観光の推進

- ・観光地や施設に人を呼び込む観光ではなく、地域の人との交流を通じて、

地域ブランドにふれる「滞在交流型の観光」に取り組む。

- ・滞在交流型の観光で農業をはじめ第1～3次産業全体を活性化させる。
- ・地域ならではの魅力的な雇用を生み出す。

② 定住促進

- ・地域外の人との交流を通じて住民の郷土愛や地域の誇りを醸成するとともに、地域ブランドを磨き上げることで松川町に住む価値を向上させ、Uターン(さらにはIターン)を促進する。

③ 持続可能な組織経営

- ・上記の使命を達成するため、民間的な経営手法と専門性継続性により、持続可能な組織経営を行う。

3. 経営目標 (中長期 5～10年の数値目標)

- －使命に対する達成度合いを測るため、目標数値 KPI(重要業績評価指標)を定める。
- －目標値は「地域全体の目標値」と「組織の目標値」をそれぞれ設定する。

4. 事業計画 (1～3年の実施内容と数値目標)

- －経営目標を実現するための事業計画(1～3年)と目標数値を策定する。
- －目標値は「地域全体の目標値」と「組織の目標値」をそれぞれ設定する。
- －事業計画はPDCAサイクルにより毎年見直す。

5. 目標数値 (例)

(1) 総合計画等の目標数値

① 第5次総合計画(2016年3月)

指標	基準値	目標値	備考
人口	[2015] 13,183人	[2019] 12,950人	※1
製造品出荷額	[2014] 3,239百万円	[2019] 3,300百万円	※2
マーくんカードポイント発行額	[2014] 1,949万円	[2019] 1,949万円	※3
観光人口	[2014] 2,634百人	[2019] 3,000百人	※4

※1 国勢調査人口(毎月人口異動調査) ※2 工業統計調査

※3 マーくんカード事業組合 ※4 不明

②松川町まち・ひと・しごと総合戦略(2015年10月)

指標	基準値	目標値	備考
人口	[2015] 13,241人	[2040] 12,300人	※1
年間転入者数	[2014] 399人	[2019] 435人	※1
町内企業等就労者数	[2013] 1,632人	[2019] 1,650人	※2

※1 毎月人口異動調査 ※2 工業統計調査

(2)新たに設定する目標数値

指標	基準値	目標値	備考
観光地利用延数	[2015] 3,027百人		※1
観光(旅行)消費額	[2015] 593,415千円		※1★
生産年齢人口			
延宿泊者数(清流苑)			★
来訪者満足度			★
リピーター率			★
観光案内所利用者数			
組織が実施する事業 自体の目標数値			

※1 観光地利用者統計調査(長野県)

★日本版 DMO 候補法人登録に必須とされている KPI4 項目であり、新たに実施するマーケティング調査により把握する。

## 南信州まつかわ観光局（仮称）地域ブランドについて

平成 29 年 6 月 21 日

観光局設立準備室

5

わたしたちは この地域をどのような覚悟で どのように残していくのか。

### 1、地域ブランドとは

・ ・ 100 年後にも変わらず残したい松川町の姿とは？

- 1 競争力のあるアイデンティティ (他の地域にはない個性)
- 2 恒久的な中核的要素、個性を示したもの (変わらない本質の部分にある個性)
- 3 観光地域を形成する DNA を体現したもの (歴史的・文化的背景のある個性)

松川町では持続可能な地域であるために、交流人口の増加を一つの目標としています。具体的に観光を手段とした地域づくりを推し進めています。その核となるものが、地域ブランドです。

地域ブランドとは、松川町独自の松川町にしかない個性(アイデンティティ)です。旅行先、移住先等に松川を選んでいただくため競争力を高める必要があります。そのため地域ブランドを言語化し、さらに磨きをかけいく作業が重要です。そこで浮かび上がった松川町の個性を残していくことこそ、観光局のミッションです。

### 2、地域ブランドの構築について

観光・交流地域づくり戦略会議において地域ブランドを構築していきます。そのプロセスにおいて様々な方の意見を吸収し、より松川町の本来の姿に近いものへアプローチしていきます。そして、松川町のあるべき姿へと導きます。戦略会議で作りに上げていく地域ブランドは検討委員会で諮り、最終的に決定していきます。

◆ 地域のブランド → プロモーション・広報  
体験プログラム (旅行商品)  
移住促進 などにおいて活用します。

◆ 地域ブランド構築する上で対外的に示していく必要がある 5 つの要素

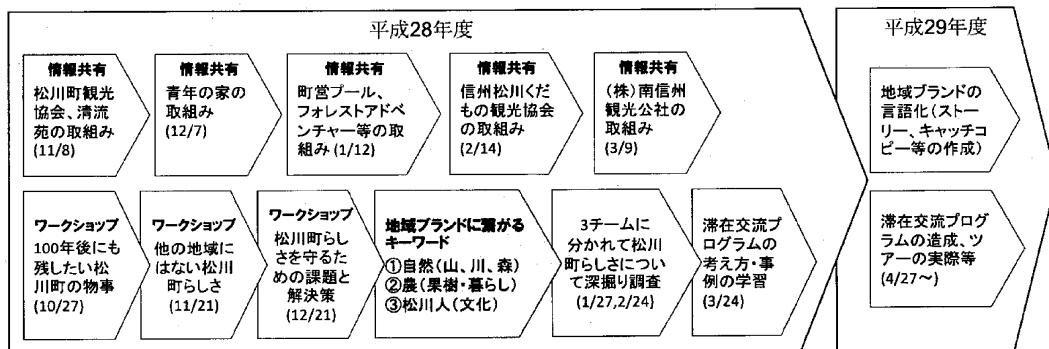
- ・自地域で何を好むのか
- ・自地域をどのような場所と考えているのか
- ・自地域でどのような気分を味わえるか
- ・自地域を一言でどのように表現するか
- ・自地域を他の地域とどこが異なると考えているのか

### 3、ブランド構築 進捗状況

観光・交流地域づくり戦略会議 自然、農、人 3グループに分かれ、核となるコンセプト・個性の言語化、個性を表現した体験プログラムを作ることを目標に活動中。

【28年度】 町内の取組みの情報共有、ワークショップを通じた100年後も残したい松川町の地域ブランド(競争力のある松川町らしさ)を考える等の棚卸し作業。

【29年度】 地域ブランドの言語化(キャッチコピー、ストーリー等)。  
松川町の地域ブランドを体験してもらうための「滞在交流プログラム」づくり



#### キーワード・テーマ (現在進行中)

【自然】 大自然◆奥まで踏み分けていかないと出会えない自然、畏怖の念  
里山 ◆本来の人間的な生活、不便を不便と思わない、人間のたくましさ  
自然との対峙◆ 冒険心、汗をかいただけの達成感、限界への挑戦、浪漫

【農】 里山文化◆普段感じられない“静けさ”“豊かさ”“緩やかさ”  
食◆ 命のありがたさ、作り、飲み、楽しむ文化  
農業◆季節の移ろい、人間は小さな生物である、生きる智慧

【人】 文化◆よって たかって楽しむ、ジギスカンパーティー  
歴史◆ 開拓者精神、生田人・上片桐人・大島人  
地域の祭り・行事◆ 御柱・どんど焼き(ほんやり)、小集落ごとの神社

平成30年度 南信州まつかわ観光局（仮称）事業計画（素案）

平成29年6月21日  
設立検討委員会資料

- ・本資料は、現時点で想定しているH30年度事業計画（素案）について、収支予算額を仮算定したものです。今後内容を精査し、3年程度の中期事業計画案を作成する予定としています。
- ・DMO立ち上げに要する財源として、地方創生推進交付金（50%国庫補助、50%地方交付税）を活用する予定です。

No	分類	項目	内容	平成30年度	想定支出額（円）	収入目標額（円）	収入種別（内訳）
1	①市場調査・戦略策定 （マーケティング）	各種調査（アンケート、インタビュー等）	・入込客数、消費額の把握 ・観光客の満足度、リピーター率の把握	○定期調査の実施 ・マーケティング調査委託料 [2,000,000]	2,000,000	2,000,000	町からの負担金[地方創生推進交付金]
2		戦略策定、PDCAサイクルの確立、地域ブランドの言語化	・目標値の設定 ・効果測定の実施、改善点の洗い出し ・地域ブランドの言語化キャッチコピー、ストーリー等)	○効果測定の実施、改善点の洗い出し、目標値の再設定、言語化した内容の更新	0	2,000,000	町からの業務委託[0.4人工]
3		大学・研究機関との連携	・外部研究機関の力を借りて、地域の課題把握等を行う。		0	500,000	町からの業務委託[0.1人工]
5	②広報・宣伝・窓口機能の一元化 （プロモーション）	パンフレット等の作成・オンラインメディアの運営	・パンフレット、チラシ ・観光ワンストップウェブサイトの運営 ・SNSでの情報発信	○ウェブサイト、SNSの運営 ・観光交流ワンストップWEBサイト構築運営[8,000,000] ○見直しが必要な広報媒体の改訂 ・観光PR一元化（多言語対応、映像他）[7,000,000]	15,000,000	22,500,000	町からの負担金[地方創生推進交付金/15,000,000] 町からの業務委託[1.5人工]
6		観光案内所（交流センターみらい内）の運営	・観光案内業務 ・滞在交流プログラムの案内	○案内業務開始 ・ツアーデスク運営 臨時職員1名[2,500,000]	3,500,000	2,500,000	町からの業務委託[0.5人工]
7		くだもの観光受入れ業務	・信州松川くだもの観光会及び会員農園の観光バス等受入業務を受託し、くだもの観光農園の業務を効率化すると共に収益をあげる。	パート職員1名[1,000,000]		1,000,000	信州松川くだもの観光協会からの業務委託 会員農園からの手数料収入
		松川IC（高速バス）駐車場の管理運営	・松川IC駐車場の管理運営	○管理運営開始	5,000,000	8,000,000	町からの業務委託[指定管理（利用料金収入含）]
8		企画営業活動	・旅行代理店への教育旅行、団体・個人向け旅行商品の企画及び販売 ・インバウンド対応	○販売営業開始	0	2,500,000	町からの業務委託[0.5人工]
10		ふるさと納税支援（行政業務の支援）	・商品の選定、企画や広報について、地域ブランド形成の動きと相乗効果が生まれるようにする。	○業務受託開始 ・商品の選定、企画や広報の実施		2,500,000	町からの業務委託[手数料/寄付額50,000千円×5%]
11		移住促進（行政業務の支援）	・移住相談、空き家の確保・整備、移住者向けツアー、体験プログラムの企画運営を行う。	○業務受託開始 ・セミナー、ツアー等の実施		2,500,000	町からの業務委託[0.5人工/移住支援に関する特別交付税]



No	分類	項目	内容	平成30年度	想定支出額(円)	収入目標額(円)	収入種別(内訳)
12	③地域ブランドの具現化 (ブランディング)	滞在交流プログラム作り(戦略会議の運営)	・地域ブランドを体感できる滞在交流プログラムの企画開発を行う。	○滞在交流プログラム開発 ・戦略会議での検討[アドバイザー謝金/2,400,000] ・企画開発業務委託[8,400,000]	10,800,000	10,800,000	町からの負担金[地方創生推進交付金]
		滞在交流プログラム	・地域ブランドを体感できる滞在交流プログラムの販売運営	○営業開始	0	1,000,000	売上収入[@2,000円×500人]
13		旧松川青年の家施設の活用(宿泊事業)	・観光・交流事業での活用 ・自然体験等の滞在交流プログラムの造成	○営業開始	6,000,000	6,000,000	売上収入[@3,000円×2,000人]
14		特産品、お土産の開発・プロモーション支援	・果実酒(りんごワイン、シードル等)の振興やお土産物の開発におけるプロモーション支援を行う。	○支援開始	0	2,500,000	町からの業務委託[0.5人工]
15		町営施設(清流苑、フォレストアドベンチャー等)との連携	町営施設(清流苑、フォレストアドベンチャー等)と地域ブランド形成の動きと相乗効果が生まれるように連携する。	○連携協議	0	0	
17		観光・交流に関わる団体の連携支援	農業関係団体、料飲組合、商工会等の団体の連携について地域ブランド形成の動きと相乗効果が生まれるように支援する。	○連携開始	0	0	
19	④総務	○総務管理費	組織の維持運営に必要となる経常経費	・一般管理費[1,000,000] ・会計管理費[2,000,000]	3,000,000	0	
20		○人件費	事務局正職員人件費	・人件費[25,000,000] (年収平均500万円[町職員平均年収を仮定して]×5名)	25,000,000	0	

	計(実際の予算規模)			※事務局正職員5名は、町からの派遣(地域おこし協力隊、集落支援員制度の活用)とするため、実際の予算では、人件費分を委託事業収入(公共分)とで相殺される。	45,300,000	45,300,000	(収入内訳) ○自主事業収入 7,000,000 ○委託事業収入 10,500,000 (内公共業務受託分 1,500,000) (内公共管理受託分 8,000,000) (内民間業務受託分 1,000,000) ○地方創生交付金 27,800,000
--	------------	--	--	--	------------	------------	--

地方創生推進交付金〔平成29年度／第1回〕新規事業計画（平成29年4月28日内示／6月補正予算）

○事業名 観光交流地域づくり(松川町版DMO／仮称:南信州まつかわ観光局)による地方創成推進事業

平成29年6月21日  
産業観光課観光局設立準備室

【南信州まつかわ観光局(仮称)設立と本事業の位置づけ】

観光交流地域づくりのプラントフォームとなる松川町版DMOを設立するため、地方創生推進交付金事業を活用し、次の事業を行う。・調査分析マーケティング事業や組織設立に関する準備を行う。・観光交流地域づくり戦略会議(住民参加実践型WS)を通じて地域独自の価値(ブランドコンセプト)を磨き上げ滞在交流プログラム及び旧松川青年の家等を活用した新たな体験プログラムの企画開発運営に着手する。・一元的なメディア広報戦略を検討し、各組織からの引き継ぎを行う。・日本版DMO候補法人への登録を行い、松川町版DMO構築の初年度としたい。

事業名	目的・内容	平成29年度		平成30年度		平成31年度	
		予算 (千円)	事業内容	予算 (千円)	事業内容	予算 (千円)	事業内容
1.市場調査・戦略策定事業 〔マーケティング〕	(1)観光地域づくりの目標指標の設定調査	2,000	①観光交流地域づくりの指標(KPI/来訪者数、消費額、波及効果等)の設定及びPDCAサイクル ★補正	2,000	①観光交流地域づくりの指標(KPI/来訪者数、消費額、波及効果等)の設定及びPDCAサイクル	2,000	①観光交流地域づくりの指標(KPI/来訪者数、消費額、波及効果等)の設定及びPDCAサイクル
	(2)既存施設(旧松川青年の家)及びくだもの観光等の市場調査	2,000	①既存施設(旧松川青年の家)及びくだもの観光等の市場調査 ★補正	-	-	-	-
2.広報・宣伝・窓口機能の一元化事業 〔プロモーション〕	(1)メディアやメディアを通じた広報宣伝全般(ワンストップ広報)	4,000	①観光PRツール一元化事業[パンフ等2,000] ★補正 ②観光交流ワンストップ窓口WEBサイトの構築[2,000]	15,000	①観光PRツール一元化事業[パンフ2,000、多言語対応3,000、映像2,000] ②観光交流ワンストップ窓口WEBサイトの構築[8,000]	15,000	①観光PRツール一元化事業[パンフ2,000、多言語対応3,000、映像2,000] ②観光交流ワンストップ窓口WEBサイトの構築[8,000]
	(2)松川IC近隣に位置する観光案内所の設置運営	-	-	8,000	①観光案内所(ツアーデスク)整備[ツアーデスク整備5,000] ②ツアーデスク運営[DMO業務委託(賃金)3,000]	13,000	①ツアーデスク運営[DMO業務委託(賃金)3,000] ②観光サイン(案内看板)設置[10,000]
3.地域ブランドの具現化事業 〔ブランディング〕	(1)観光・交流地域づくりに関する意見集約・合意形成の場づくり	2,610	①戦略会議の運営[アドバイザー謝金2,000/講演会謝金400の内200] ②検討委員会[報酬210] ③観光まちづくり講演会[200]★補正	2,400	①戦略会議の運営[アドバイザー謝金2,000/講演会[謝金400]	2,400	①戦略会議の運営[アドバイザー謝金2,000/講演会[謝金400]
	(2)滞在交流プログラム(ツアー)の企画開発[戦略会議、旧東小学校]	1,200	①自然等体験P開発(「戦略会議」「旧青年の家後利用」によるモニターツアー企画造成)[謝金500+300][需用費200+200]	1,200	①自然等体験P開発(「戦略会議」「旧青年の家後利用」によるモニターツアー企画造成)[謝金等1,200]	1,200	①自然等体験P開発(「戦略会議」「旧青年の家後利用」によるモニターツアー企画造成)[謝金等1,200]
	(3)滞在交流プログラム(ツアー)の企画開発[まつかわの里、FA、旧松川青年の家活用]	4,950	①体験研修P開発委託事業[1,200] ②スポーツを通じた体験P開発[2,000] ③花の学校及びP開発[1,750]★補正	7,200	①体験研修P開発委託事業[委託3,000] ②スポーツを通じた体験P開発[1,200] ③花の学校及びP開発[3,000]	7,200	①体験研修P開発委託事業[委託3,000] ②スポーツを通じた体験P開発[1,200] ③花の学校及びP開発[3,000]
計		16,760	H29.3当初予算計上額 5,810千円 ★補正予算額 11,150千円	35,800		40,800	

・補助率: ○ソフト事業[交付金(補助金)50%、特別交付税25%、普通交付税25%【=実質100%補助】】 ●ハード事業[交付金(補助金)50%、起債充当率45%(うち特別交付税措置30%)【=63.5%補助】】

・★補正については、平成29年6月補正予算として計上した事業内容です。

・地方創生推進交付金は、全体計画を3か年として策定することとされており、上記のとおり計画を提出しています。しかし、事業計画は毎年度、交付申請～採択という手続きを行う必要があり、平成30、31年度事業の内容については確定しているものではありません。