

観光地域づくり法人(DMO)事業報告書

※ 黄色枠部分についてご記入ください。

※ 提出時期は、【毎事業年度の終了後4か月以内】となりますのでご注意ください。

1. 基本情報

DMO名称		一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク		記入対象期間		令和5年4月1日～令和6年11月30日	
DMO登録区分		登録DMO		候補DMO 登録日		令和6年12月6日	
代表者		登録DMO		候補DMO 登録日		登録DMO 登録日	
代表者	所属組織	(株)ゆのくにの森	役職	代表理事	氏名	新滝 祥子	
CMO	所属組織	事務局	役職	事務局長	氏名	山口 和博	
CFO	所属組織	事務局	役職	事務局長	氏名	山口 和博	
記入者 (担当者)	所属組織	事務局	役職	参事	氏名	清水 康正	
連絡先	TEL	0761-24-8394	E-mail	komanet@city.komatsu.lg.jp			

2. DMOの登録要件に対する自己点検

点検項目			自己点検 結果 【選択】	(左欄で満たしていないを選択した場合) 具体的に、どのような点において 満たしていないと認識しているか
[1]	I	合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場になっている(会議体を主導する等)	満たしている	
	II	地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、 ①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政 が全て参画している	満たしている	
[2]	I	少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について継続的に データを全て収集している(また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度のデータを収集 していることが望ましい)	満たしている	
	II	戦略において設定するコンセプトが、地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現して いる	満たしている	
	III	誘客マーケットに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設 定している	満たしている	
	IV	上記[2] I～IIIを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されている (延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の 実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されている)	満たしている	
	V	戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、 資料を作成し、書面により関係者と共有している	満たしている	
	VI	PDCAの実施に際して、上記[2] Vの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを 行っている	満たしている	
[3]	I	地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、観 光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組を実施している (広域連携DMO及び単独都府県の地域連携DMOを除く)	満たしている	
	II	上記[3] Iとして、DMOにおいて自らの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光 地域づくりの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資料を作成し、書 面により関係者に説明・共有している	満たしている	
	III	戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、DMOが 主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的 に行っている	満たしている	
	IV	戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が観光客に提供するサービスの品質管理・向 上・評価が実施される仕組みや体制が構築されている	満たしている	
	V	情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、DMO及び地域の多様な関係者 が協働し、一元的かつ効率的に行っている	満たしている	
[4]	I	DMOが法人格を取得している	満たしている	
	II	DMOの業績について対外的に説明責任を果たすため、最終的な責任者が明確化されて いる	満たしている	
	III	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)が専従で最低一名存在している	満たしている	
	IV	DMOの持続可能な運営のため、運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任 者(CFO:チーフ・フィナンシャル・オフィサー)を設置している	満たしている	
[5]	I	安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源(宿泊税・入湯税等の地方 税、負担金)、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源 を確保できる見通しがある	満たしている	
	II	運営資金のうち、行政からの支出による財源(補助金等)が過半を占めている場合は、自 主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われている	満たしている	

3. 具体的な取組状況

(記入上の留意点)

※ 形成計画の記載内容に基づき、実際に取り組んだ実績や成果をご記載ください。

※ いつ取組を行ったのか、具体的な時期(実施日)を記載いただきますようお願いいたします。

※ 途中段階の取組であっても、どこまで達成できたのか、いつ達成する見込みなのかをなるべく詳細にご記載ください。

(1)DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者との合意形成について

【関連する点検項目】

【1】Ⅰ. 合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場になっている(会議体を主導する等)

合意形成の仕組みとして位置づけている 会議体の名称(例:理事会、協議会 等)	総会、理事会、各専門委員会
上記合意形成の仕組みの概略 (例:DMOの役割、行政やその他構成員 の役割分担 等)	専門委員会を定期的に開催し、人的交流の拡大と物販売上の向上を目指し、地域関係者と密な企画と連絡調整を行っている。
直近1年間における開催実績と参加人数 ※開催していない場合は、その理由と 今後の見通しを記載すること。	総会:1回、26人 理事会:5回、計65人 専門委員会5回 38人
上記合意形成の仕組みとなる会議体以外の設置状況・開催実績について、ご記入ください。(例:分科会、ワーキンググループ、実務担当者会議 等)	
定例会:20回、ホームページリニューアル班:20回	

【関連する点検項目】

【1】Ⅱ. 地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政 が全て参画している

上記合意形成の仕組みとなる会議体における構成員のうち、以下の①～④に該当する関係者の組織・団体名を全て挙げてください。 ※会議体の最新版の構成員名簿を添付すること。 ※関係者がいない場合には、その理由を明記すること。	
①地域が売りとする観光資源の関係者 (文化財、国立公園、農泊、アクティビ ティ、農林水産業、商工業 等)	株式会社ゆのくにの森、那谷寺観光協会、日本自動車博物館、ハニベ巖窟院、小松カントリークラブ、小松市農業 協同組合、東酒造株式会社、小松九谷工業協同組合、小松商工会議所
②宿泊事業者(旅館、ホテル 等)	粟津温泉観光協会、Hifリゾート株式会社、有限会社 喜多八、変なホテル 小松駅前、満天ノ辻のや、粟津温泉 法師、株式会社滝ヶ原クラフトアンドステイ
③交通事業者 (鉄道、バス、タクシー 等)	北鉄加賀バス株式会社、石川交通株式会社 南加賀営業所、北陸エアーミナルビル株式会社、西日本旅客鉄道 株式会社 小松駅
④行政	小松市

【関連する点検項目】
 [2]Ⅰ. 少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について継続的にデータを全て収集している(また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度のデータを収集していることが望ましい)
 [2]Ⅱ. 戦略において設定するコンセプトが、地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現している
 [2]Ⅲ. 誘客マーケティングに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設定している
 [2]Ⅳ. 上記[2]Ⅰ～Ⅲを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されている(延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されている)

項目 【単位】		2021(R3)年度		2022(R4)年度		2023(R5)年度		2024(R6)年度		2025(R7)年度		2026(R8)年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
必須KPI													
①ー1 旅行消費額 (総額) 【千円】	全体	5,000	12,251	10,000	12,695	22,000	24,885	26,000		30,000		34,000	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
①ー2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体	-	12,672	-	16,600	-	14,426	17,000		18,000		19,000	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		新型コロナウイルス第5類移行と石川県の旅行支援「いしかわ旅行割」にて入込観光客増により、消費単価は下がったものの総額は大幅増額となった。											
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体	335	283	365	764	500	558	600		700		800	
	インバウンド	-	1	15	6	30	6	50		50		50	
直近のKPI達成状況に対する分析		令和6年1月1日に発生した能登半島地震により、粟津温泉の一部が2次避難所として多くの被災者を受け入れたため、宿泊者数については伸び悩む。											
③来訪者満足度 【％】	全体	95	96	96	97	97	74	98		98		98	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		石川県の旅行支援「いしかわ旅行割」が実施されたが、能登半島地震の影響が大きく、その結果満足度が低下したと考えられる。											
④リピーター率 【％】	全体	28	74	28	74	70	54	71		72		75	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		石川県の旅行支援「いしかわ旅行割」が実施されたが、能登半島地震の影響が大きく、その結果リピーター率が低下したと考えられる。											

Webサイトの アクセス状況 【回】	全体	132,000	183,928	145,000	219,275	241,000	425,000	450,000		500,000		600,000	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析													
住民満足度【%】		-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析													
アンテナショップ売上高 【百万円】		128	115	144	97	114	165	180		190		200	
直近のKPI達成状況に対する分析													
〇〇【(単位)】													
直近のKPI達成状況に対する分析													

※自治体が策定する観光振興計画が存在する場合は、当該計画と戦略との整合性が留意されているかも踏まえて記入すること。
※DMOとして策定した戦略の内容が分かる資料が存在すれば、添付すること。

- ・観光消費額・宿泊者数などの数値は自治体よりの提供。KPIは自治体と協議し共通の上決定
- ・WEBサイトにに関しては、古いサイトで更新頻度が低く、リニューアルを決定。リニューアルに際し、プロポーザルにより自治体・DMOのサイト構築実勢のある事業者を選定し、当サイトの問題点を洗い出し、新規サイトの構築を行った。また、R5よりGOOGLEアナリティクスを導入し、よりデータリッチなPDCを実施
- ・アンテナショップは新幹線駅新設に伴い、新しいアンテナショップをオープン。

【関連する点検項目】

〔2〕Ⅴ. 戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、資料を作成し、書面により関係者と共有している
〔2〕Ⅵ. PDCAの実施に際して、上記〔2〕Ⅴの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを行っている

戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した資料を作成し、書面により関係者に共有した実績についてご記入ください。

※PDCAの実施については、評価・分析に基づいて、必要に応じて計画の見直しを行った場合は、その具体例も記入すること。

※実際に共有を行った資料を添付すること。

- ・本DMOは地域関連業者で組織されており、戦略の共有は、総会・理事会の他、各専門委員会にて行われている。戦略の共有が行われている。
- ・R4年度開催実績、総会（1回）、理事会（5回）、各専門委員会（計5回）
- ・その他 2週に一度、理事長、各委員会・PTの正副委員長、事務局にて連絡会議を実施。各事業の進捗状況を共有している

持続可能な観光に関する国際的な認証・表彰の取得状況について

	日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）ロゴマーク【選択】	グリーン・ディステーションズによる認証・表彰【選択】 ※複数で表彰された場合は最上位の表彰を選択	ベスト・ツーリズム・ビレッジとしての認証【選択】	その他、持続可能な観光に関する認証制度等（自由記述）
取得状況	取得していない	いずれも受けていない	認証を受けていない	なし

持続可能な観光の取組の実績について、ご記入ください。（例：観光客のマナー違反対策、事前予約制や混雑状況の可視化、ゴミの削減や環境に配慮したコンテンツ開発、観光客増加による影響に関する住民向け説明会 等）

デジタル化やDXを推進するための取組の実績について、ご記入ください。

（例：CRM、DMPの導入、地域内の宿泊施設へのPMS導入支援、MaaSによる二次交通の利便性向上 等）

- ・小松市が導入したDS. INSIGHTを活用して動態データにより、市内の大型イベント時や新幹線開業後の駅周辺の人流データ把握に活用。
- ・本地域のデータ活用のための施策に関して、どのようにすべきかの調査を実施。
- ・GOOGLEビジネスプロフィールのデータを面的にとらえる事業をR5～R6にて実施。

(3)関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

【関連する点検項目】

〔3〕Ⅰ. 地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組を実施している(広域連携DMO及び単独都府県の地域連携DMOを除く)

地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組の実績について、ご記入ください。

(例: 住民対象のアンケート調査、住民参加型の着地型ツアー、観光教育プログラム 等)

当社ホームページを活用して、観光地域づくりに関する情報発信を行い、地域住民への意識啓発を図りました。具体的には、体験・観光スポット情報、イベント情報、季節ごとのこまつのおすすめ情報、モデルコースの提案など、観光客だけでなく、地域住民が観光事業に関心を持ちやすい環境を整えました。

(小松市のホームページ閲覧ユーザー約10,000人 R5.4.1～R6.3.31)

【関連する点検項目】

〔3〕Ⅱ. 上記〔3〕Ⅰとして、DMOにおいて自らの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの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資料を作成し、書面により関係者に説明・共有している

DMOの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況やDMOの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資料を作成し、書面により地域住民も含めた関係者に対して説明・共有を行った実績について、ご記入ください。

(例: 地域住民向け説明会、DMOの取組を紹介する広報誌・アニュアルレポートの作成 等)

※実際に説明・共有を行った資料も添付すること。

年に一度の総会において、構成員である会員向けに本年度の活動結果と来年度の活動予定を記載した総会資料を配布しました。また、当社ホームページにて総会資料および事業報告を公開し、地域住民を含む関係者への情報共有を図っています。

【関連する点検項目】

〔3〕Ⅲ. 戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、DMOが主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行っている

戦略の共有に照らし合わせて、地域の多様な関係者が参画する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を行った実績や具体例について、ご記入ください。

観光、商工、交通、旅行、農業、温泉、伝統工芸、飲食、製造など、多様な関係者で構成された各専門委員会・理事会において、地域の課題やニーズを共有し、施策を検討しました。その結果、ホームページをリニューアルして観光資源の発信を強化するとともに、北陸新幹線小松駅の開業を契機に駅構内へアンテナショップを設置し、地場産品のPRや販路拡大を推進しました。また、観光情報提供のための観光案内所業務を受託し、地域全体の魅力向上と利便性の向上を図りました。これにより、観光客の満足度向上や地域経済の活性化に寄与し、観光振興につながる基盤を整備しました。

【関連する点検項目】

〔3〕Ⅳ. 戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制が構築されている

観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備の取組の実績について、ご記入ください。

(例: 着地型旅行商品の造成・販売、域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整、多言語表記 等)

- ・大手旅行会社から専門人材の派遣を受け、モニタリング調査の実施やプロモーションを実施。着地後の手配などは地元旅行会社と連携対応。
- ・新幹線小松駅開業に伴い、市からの委託事業による観光案内所の運営のため、外部コンサルタントにより人材育成を進めている。
- ・域内交通では、大手事業者のシェアサイクルを導入。金沢市ほか同一のアプリで利用可能となった。

観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制のための取組の実績について、ご記入ください。

(例: 品質保証制度、OTAの活用、人材育成研修、CRMによるマーケティング 等)

- ・新たな交流人口増加策としてヘルスツーリズム事業を展開開始。本年は海外からの誘客を予定している。
- ・産業観光イベント「GEMBAモノヅクリエキスポ」では、体験プログラムの通年提供を開始

【関連する点検項目】

〔3〕Ⅴ. 情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、DMO及び地域の多様な関係者が協働し、一元的かつ効率的に行っている

情報発信・プロモーションに係る取組の実績について、ご記入ください。
 (例：ワンストップ窓口の整備、ターゲット別のプロモーション方針の作成、SNS発信、観光案内所のサービス維持・向上、トップセールス 等)

・観光案内サイト(HP)をリニューアル
 CMSを導入し、各事業者へIDを付与することで、常に最新の情報が発信させる体制を構築
 GOOGLEアナリティクスを導入、HPリニューアル班で分析SEO対策でのPDC実施を開始
 ・同サイトには市内観光事業者で体験可能なアクティビティをワンストップでの予約を可能とした。

一元的かつ効率的に情報発信・プロモーションを実行するための、DMOと地域の多様な関係者(自治体・民間事業者等)との役割分担について、ご記入ください。
 これまで実施してきた内容を、DMO・市・商工会議所と協議し、役割分担の見直しを協議中。

DMOが運営・管理を行っている地域サイトについて(ない場合は「なし」と記入)

(URL).....こまつ観光ナビ <https://www.komatsuguide.jp/>

上記地域サイトが以下に該当する場合はチェックを付けてください。

(a)地域全体を包括している※1	☒	(b)宿泊、体験・アクティビティ、飲食に係る情報を掲載している※2	☒	(c)宿泊及び体験・アクティビティについて、サイト内で予約から決済まで一気通貫に行える状態になっている	☐
(d)宿泊及び体験・アクティビティについて、他予約サイトへ遷移した上で予約・決済が可能な状態になっている※3	☒	(e)ターゲットに即した言語※4で(a)、(b)、を満たしている	☒	(f)ターゲットに即した言語で、宿泊及び体験・アクティビティについて、サイト内或いは他予約サイトへ遷移した上で予約・決済が可能な状態になっている※5	☒

※1 地域サイトにおいて、地域内の主要な各エリアの情報を1つ以上掲載している状態を指す。

※2 地域サイトにおいて、※1の主要な各エリアにおける各情報(①宿泊、②体験・アクティビティ、③飲食)をそれぞれ1つ以上掲載している状態を指す。

※3 OTA等の該当施設等の予約画面まで直接遷移するリンクを掲載している状態を指す。

OTA等のリンクを掲載するのみで当該施設の予約画面まで直接遷移しないものは含まないこととする。

※4 戦略においてターゲットと設定している国の言語対応を指す。

※5 ターゲットに即した言語で自地域のウェブサイト内で予約から決済まで一気通貫に行える状態、又は、その国の旅行者が主に使用しているOTA等の該当施設等の予約画面まで直接遷移するリンクを掲載している状態を指す。

(4) 安定的な運営資金の確保

【関連する点検項目】

〔5〕Ⅰ. 安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源(宿泊税・入湯税等の地方税、負担金)、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源を確保できる見通しがある

自主財源(特定財源、自治体からの受託事業(指定管理者制度、ふるさと納税等)、収益事業(旅行商品の造成・販売等)、会費等)の更なる確保に向けた今後の見通しについて、ご記入ください。

・受託事業
 新幹線小松駅開業に伴い、観光案内所の運営を受託
 ・収益事業
 新幹線小松駅開業に伴い、市の特産品を販売する土産物店をオープン
 ヘルズツーリズム事業 グループ単位で一部手数料を収受
 ・会費
 当事業に賛同していただける会員拡大を継続

【関連する点検項目】

〔5〕Ⅱ. 運営資金のうち、行政からの支出による財源(補助金等)が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われている

運営資金のうち行政からの支出による財源が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に検討を行ってきた実績や協議内容についてご記入ください。
 ※自主財源の確保に向けて、具体的な行動計画を策定していれば、その内容についても触れること。

アンテナショップの運営
 本年度総会にて、地域の事業者との仕入れ率変更を提案し、今後協議を行い収益改善を図る。

(5) その他特記事項
※上記以外の項目で、特徴的と思われる取組内容がありましたらご記入ください。

4. 次年度(次期)の事業計画の概要
来年度に向けた事業についてはこれまで展開した事業を見直し、国や市の補助金に頼らず持続可能な事業としたいため、現在計画中である。

※外部組織等によるDMOの事業や予算に対する検証の仕組みについて

外部組織等による検証の有無	無	検証時期(有の場合)	-
検証方法(有の場合)	-		
外部組織等の参画者(有の場合)	-		
検証結果の公表の有無(有の場合)	無	公表方法(有の場合)	(例)DMOのHP上で公表。

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年12月6日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	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	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク	
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 石川県小松市	
所在地	石川県小松市	
設立時期	平成25年10月1日	
事業年度	4月1日から翌3月31日までの1年間	
職員数	33人【常勤23人（正職員1人・出向等22人）、非常勤10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）	（氏名） 新滝 祥子 （出身組織名） （株）ゆのくにの森	当社代表理事であり、（株）ゆのくにの森社長として官民連携・調整の推進役として幅広く活動しており、事業の成果をあげている。
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）	（氏名） 山口 和博「専従」 （出身組織名） （一社）こまつ観光物産ネットワーク	観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 山口 和博「専従」 （出身組織名） （一社）こまつ観光物産ネットワーク	持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門 観光誘客戦略立案の責任者	（氏名） 北 芳光 （出身組織名） 小松カントリークラブ	小松カントリークラブ営業開発部長であり、「今度はこまつで委員会委員長」を務める。特にヘルスツーリズムに精通しており、誘客プロモーションに努めている。
旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	（氏名） 岡谷 昭宏「専従」 （出身組織名） （株）HIS	（株）HISより派遣。旅行会社での経験を通して、旅行商品の造成・販売に精通しており、小松市における商品の企画・販売を行っている。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【石川県小松市】 観光交流課（マーケティング、グローバル化） 文化振興課（文化施設） まちデザイン課（社会資本整備） 農林水産課（6次産業化、里山活性化） 地域振興課（地域公共交通）						
連携する事業者名及び役割	【地域観光資源の開拓、プロモーション】 粟津温泉観光協会、那谷寺観光協会、富士トラベル石川 など 【地産商品の開発とブランド化、販売】 小松菓子業協同組合、JA 小松市、小松商工会議所、九谷焼工房 など 【アクセス力】 北陸エターミナルビル、小松バス(株)、石川交通(株)、西日本旅客鉄道(株) など						
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	【該当する要件】 ①、② （概要） 理事会、2つの専門委員会を通し合意形成を図る。また市と連携した日常的な調整を両実務者レベルで行う。						
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	当社事務局内に小松観光ボランティアガイドの会「ようこそ」の事務局を有し、無料ガイド派遣やボランティアガイド養成研修講座などを実施している。						
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <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> ・各種メディアへの広告掲載 ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営 ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信 ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置 </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> ・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加 ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金） ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開 ・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。 ・観光案内所運営（JNTO 認定外国人観光案内所カテゴリ 1） ・ボランティアガイドの運営と養成 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・各種メディアへの広告掲載 ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営 ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信 ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置	受入環境の整備	・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加 ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金） ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開 ・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。 ・観光案内所運営（JNTO 認定外国人観光案内所カテゴリ 1） ・ボランティアガイドの運営と養成
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	・各種メディアへの広告掲載 ・小松市の多言語観光ポータルサイトや Facebook、iPhone アプリ等の開発、運営 ・小松市バーチャル観光ツアー（VR）による情報発信 ・観光パンフレットの発行及び高速道路 SA へ設置						
受入環境の整備	・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加 ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金） ・旅行会社とタイアップした旅行商品の展開 ・旅行業界最大手の JTB が企画する「ならでは企画」において、当市の旅行商品を展開。 ・観光案内所運営（JNTO 認定外国人観光案内所カテゴリ 1） ・ボランティアガイドの運営と養成						

観光資源の
磨き上げ

- ・SAVOR JAPAN 推進事業
地域の食とそれを生み出す農林水産業を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図るため、食文化と日本酒に特化した観光資源でツーリズムを推進。
- ・石の文化推進事業
日本遺産の認定も受けた弥生時代から続く石の文化について、石切り場・石材の調査や活用方策検討、観光ガイドの育成を推進。
- ・産業観光の推進
講演会、パネルディスカッションの開催、GEMBA モノヅクリエキスポへの企画・参加。

【定量的な評価】

≪会員数≫

設立時から順調に会員数を伸ばしており、多種多様な分野が参画することで地域づくりの原動力を高めている。

(総会員数)

H25.10. (設立時)	H28.3	H29.8	H30.6	R1.6	R2.6	R3.6	R4.6	R5.6	R6.6
98	246	240	245	241	247	248	241	238	241

≪産業観光の推進≫

- ・産業観光によるまちづくりについて、講演会、パネルディスカッションの開催（H26、H27 350 名参加）
- ・日本自動車博物館と連携しクラシックカーを整備、活用（H26～）
- ・GEMBA モノヅクリエキスポへの協力
長年産業観光事業に取り組んできた実績、地域に根付いた様々な産業とそれらの連携として「こまつものづくり未来塾実行委員会・小松市 にぎわい交流部観光交流課」が第 14 回産業観光まちづくり大賞金賞受賞（R4）



≪宣伝事業≫

- ・HP アクセス数

旧 HP：まるごとこまつ・旅ナビ）

（H29 約 143,000 件、H30 約 138,000 件、R1 約 132,000 件

R2 約 210,000 件、R3 約 184,000 件、R4 約 219,000 件）

新 HP：こまつ観光ナビ

（R5：約 425,000 件）

≪誘客促進活動≫

・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加

(H29 : 4 回、H30 : 5 回、R1 : 6 回、R2:0 回、R3:1 回、R4 : 6 回、R5 : 6 回)

・当市でのコンベンション等開催に向けた支援事業（宿泊補助金）

(H29:50 件 延人数 8,176 人、H30:67 件 延人数 11,777 人、R1:66 件 延人数 11,445 人、R2:5 件 延人数 996 人、R3:28 件 延人数 1,744 人、R4 : 39 件 延人数 6,109 人、R5 : 91 件延人数 8,785 人)

＜＜地域の物産振興と自主財源の確保に向けたアンテナショップの運営＞＞

小松土産店（小松駅構内・令和 5 年 9 月 18 日オープン）と空の駅こまつ・空カフェ（小松空港内）・うみの駅において、物産販売の拠点となるアンテナショップを運営しており、オンラインショップと合わせて地域の物産振興を推進している。



(1)	小松土産店取扱額	R5 : 53,439 円 (R5.9/18～)
(2)	空の駅こまつ取扱額	R1 : 108,165 千円 R2 : 68,881 千円 R3 : 70,245 千円 R4 : 52,607 千円 R5 : 72,160 千円
(3)	空カフェ取扱額	R1 : 28,134 千円 R2 : 15,184 千円 R3 : 15,501 千円 R4 : 28,718 千円 R5 : 35,996 千円
(4)	うみのえき安宅取扱額	R1 : 4,162 千円 R2 : 3,196 千円 R3 : 2,883 千円 R4 : 3,757 千円 R5 : 2,845 千円

「こまつもんブランド」の推進

(店頭実演販売、ギフトカタログ発行、ネットショップ運営など)

＜＜おもてなしの充実＞＞

ボランティアガイドの運営と養成

(案内人数 H28:3,309 名、H29:6,814 名、H30:3,350 名、R1:4,040 名、
R2:429 名、R3:996 名、R4 : 1,745 名 R5 : 2,199 名)

実施体制

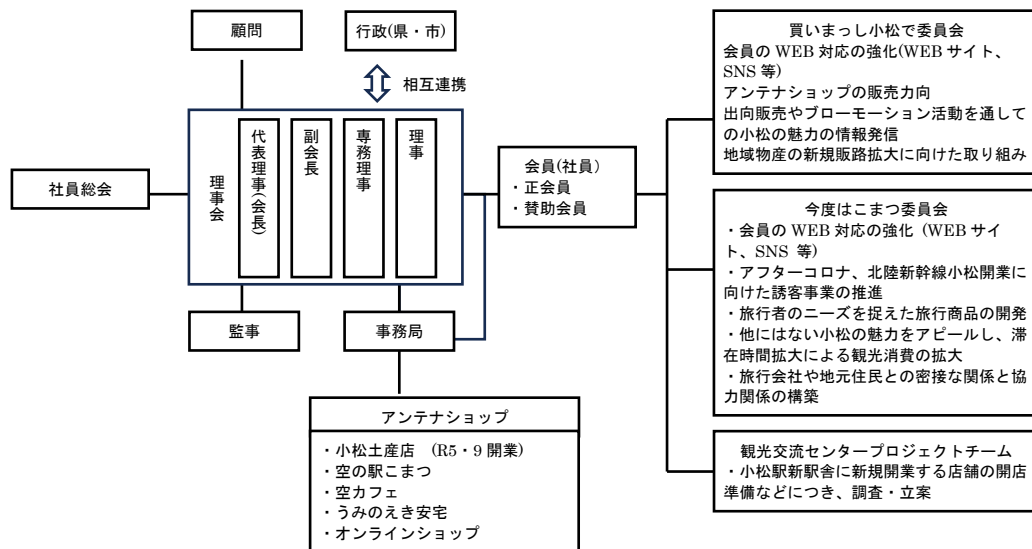
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

2つの専門委員会を定期的に行き、密な企画と連絡調整を図っている。

また、理事会による組織の経営体としての機能の強化を図っている。

【実施体制図】



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

【区域設定の考え方】



当社は、会員の相互の連携を主体として、小松市全体の観光・物産分野のネットワーク形成と会員のプラットフォームとして設立された。

小松市では市制 100 周年の節目を迎える 2040 年の未来に向けて、「小松市 2040 年ビジョン」が策定され、構成する 6 つの都市像を実現するテーマと連携した事業展開を図っており、様々な観光資源をオール小松で活用していくため、当市内全域を区域設定とすることが適切。（主要エリアは以下のとおり）

小松市 2024 ビジョン【目標とする 6 つの都市像とエリア】

●小松空港エリア●小松駅エリア

「世界に時めく日本海側の拠点都市こまつ」

国際空港や新幹線駅が近距離に立地する全国随一の交流エリア。国内外と人やモノが交わり、にぎやかに成長するウラ日本のモデル都市

●オフィスパークエリア

「ものづくりが誇りの産業創生都市こまつ」

都市力の源泉であるものづくり産業と新たな産業の創出で、誰もが活躍できるビジネスフィールド

●木場潟エリア

「子どもたちの輝く未来創造都市こまつ」

働く若い世代が結婚し、新しい家族が誕生。子どもたちの成長が、まちをひととき輝かせる

●ウェルネスエリア

「誰もが暮らし続けられる生涯安心のこまつ」

医療・福祉・介護・防災は全国トップクラス。日々の暮らしの安心感が地域社会・地域活動の活力に

●農山村エリア

「自然が映え文化が息づくふるさとこまつ」

100年後の小松に残したい自然、伝えたい文化がある。ウラ日本の自然や文化は、いつの時代も人々の心を豊かに

●芦城公園エリア ● 末広スポーツパークエリア

「ワンランク上の生活空間あふれるこまつ」

暮らしのあらゆるシーンで、どここのまちよりも感じられる、快適さ・便利さ・幸福感。

※小松市の「小松市 2040 年ビジョン」に伴い変更

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。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	小松市「観光交流課「観光施設等入込客数報告」を活用して実施。
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。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
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。	石川県「統計からみた石川県の観光」を活用して実施。
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するため。	Google アナリティクスを活用して実施。
アンテナショップ売上分析	地域産品の消費拡大と売上向上 ターゲット層、売れ筋商品の把握	レジデータの解析など

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

新型コロナウイルスの影響で、観光客が激減し、観光業は非常に厳しい状況となっている。2024 年北陸新幹線開業し、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、広域連携を図りながら、観光地域づくりを進め、稼げる観光へとつなげることとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ○世界的建機メーカー「コマツ」を代表とするものづくり企業の集積 ○「小松空港」「JR 小松駅」「小松 IC」などを有する抜群のアクセス力 ○加賀の伝統産業「九谷焼」の原石採掘地や陶土製造所、工房まで全てが揃う ○弥生時代から石に関連する文化財群が市内一円に集積し、日本遺産認定を受けている。 ○産業力を背景に子供歌舞伎など伝統文化が継承されている ○「SAVORJAPAN」に認定された食文化	弱み（Weaknesses） ○個々の観光資源の磨き上げが不十分 ○魅力発信 特に全国、国外へのプロモーション力 ○観光地間の二次交通アクセスの未整備
外部環境	機会（Opportunity） ○いしかわ百万石文化祭（R5） ○北陸新幹線小松駅開業（R5） ○日本商工会議所（Y E G）全国大会（R5）	脅威（Threat） ○新型コロナの感染拡大により、激減した旅行者の回復について不透明な状況。 ○北陸新幹線開業による、関西・中京からの直通特急列車の廃止

※上記に加え、P E S T 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

首都圏

○選定の理由

2024 年 3 月北陸新幹線開業による予想される地域の露出像を利用し、新たな首都圏での訪問者を獲得する

○取組方針

首都圏及びこの地域で開催される商談会・出張販売への積極的参加。地域の観光コンテンツ・特産品の知名度向上を図る

新幹線駅舎内のアンテナショップの販売力を強化し、また、観光案内所だけでなく、ネットを活用した情報発信を充実させていく。

○第 2 ターゲット層

北信越、関西・中京圏	
○選定の理由 小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んである。 一方、北陸新幹線開業に伴い京阪神からの直通特急列車の廃止による、来訪者減を食い止め、2025 年万博にむけての、プロモーションを開始 ○取組方針 現在、富山県南砺市と交流を始めており、さらにモノ・人の交流を深めていく。 市と連携しツーリズムエキスポの場などで京阪神のインバウンドエージェンシーに対しての当地域の当地域のコンテンツを発信	
○第 3 ターゲット層 アジア圏（台湾、中国、韓国）及びアメリカ、イギリス	
○選定の理由 小松市には、コマツの研修センターがありこの研修を含め、海外より年間 3 万人程度を来訪がある 小松空港にはコロナ前には台湾、中国、韓国より直行便の就航があり、アジアからの流入率が高く、令和 5 年度中に運航再開がなされた。また、九谷焼・歌舞伎といった伝統文化を楽しめるコンテンツがある。 ○取組方針 コンテンツの発信、ターゲットの地域別の指向に合わせたものとして、来訪者数の増加と消費拡大に向けた取り組みを展開する。	

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界に誇る KOMATSU JAPAN で交流拡大 ～ブランド力アップとおもてなし～
②コンセプトの考え方	(1) 世界に誇るものづくりの力 グローバルに展開する企業をはじめ、伝統工芸、農林水産業の力・ノウハウを活かし産業観光の充実を図る。特に、本市のものづくりのルーツである石の文化について、関係者によるコンソーシアムを立ち上げ、受入体制づくりと一元的に情報発信を推進する。 (2) 加賀の國を彩る小松の歴史文化 歌舞伎「勧進帳」のふるさとの魅力発信や源平ロマンなどの物語の世界への体感プログラムの充実を図る。 (3) 加賀地域を代表する自然景観 霊峰白山の眺望と水郷木場潟を核に健康づくり、環境教育、スポーツ交流・合宿等の里山・里湖交流を推進する。また、日用苔の里から木場潟、梯川（小松天満宮）、安宅海岸まで繋がる水郷景観の魅力と癒しの空間を発信する (4) 豊かな食文化・癒しの温泉地 山海の新鮮な幸や料亭・割烹などの小松和食、北陸有数の生産量を誇る大麦などの 6 次産業化商品など本物の味わいの提供と、開湯 1300 年を誇るあわづ温泉での滞在観光を推進する

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	本 DMO に送付される各種観光情報や研修会などの情報等を会員へメールや公式 LINE で送付。(随時)
	民間主導の体制を図ることを目的に、本 DMO は令和 3 年度より、代表理事に民間出身者を採用し、民間の意見を取り入れやすい体制とした。
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	また、各委員会において、テーマごとに少人数による班分けを行い、ZOOM などの活用により、関係者が集まりやすく、意見しやすい環境とした。委員会→理事会→会員全体で共有することで、民間主導の多様な戦略を図りたい。
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	国や県、大手企業が主催する観光セミナー等の積極的な情報提供や自主事業としての接遇研修の開催を通じて、サービスの向上を図る。

※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)

(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	5,000	10,000	22,000	26,000	30,000	34,000
		標	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
		実	12,251	12,695	24,885	/	/	/
		績	(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数 (千人)		目	335	365	500	600	700	800
		標	(-)	(15)	(30)	(50)	(50)	(50)
		実	283	764	558	/	/	/
		績	(1)	(6)	(6)			
●来訪者満足度 (%)		目	95.0	96.0	97.0	98.0	98.0	98.0
		標	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
		実	96	97	74	/	/	/
		績	(-)	(-)	(-)			
●リピーター率 (%)		目	28.0	28.0	70.0	71.0	72.0	75.0
		標	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
		実	74	74	54	/	/	/
		績	()	()	()			

※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】

R4 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。

ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。

《R3 年度報告まで》

●旅行消費額

旅行・観光消費動向調査、小松市への年間入込客数の目標値により設定

●延べ宿泊者数

訪日外国人については、R1 よりN T T ドコモモバイル空間統計を導入（現在休止中）

●来訪者満足度

「統計からみた石川県の観光」の調査結果をベースに、2020 年を基準値として、毎年 1% ずつ上昇を目指す。

●リピーター率

旅行・観光動態調査結果をもとに、毎年 1% ずつ上昇を目指す。

《R4 年度報告以降》

●旅行消費額

石川県「統計から見た石川県の観光」を活用、小松市への年間入込客数の目標値により設定。

●延べ宿泊者数

小松市「観光施設等入込客数報告」を活用。

●来訪者満足度

令和 6 年報告より、石川県オープンデータ「Mill」（県内宿泊施設や観光施設等に掲示のポスターの QR コード読み取りによる Web アンケートデータ）可視化データ加賀地域における小松市内施設のデータを活用（小松空港、小松市観光交流センター、加賀伝統工芸村ゆのくにの森、法師旅館、安宅の関こまつ勸進帳の里、航空プラザ、曳山交流館みよっさ、那谷寺、里山健康学校せせらぎの郷、日本自動車博物館、加賀国府ものがたり館、辻のや、粟津温泉総湯、オーベルジュオーフにおける、1/1～12/31 間の満足、とても満足の計）

●リピーター率

令和 6 年報告より、石川県オープンデータ「Mill」（県内宿泊施設や観光施設等に掲示のポスターの QR コード読み取りによる Web アンケートデータ）可視化データ加賀地域における小松市内施設のデータを活用（小松空港、小松市観光交流センター、加賀伝統工芸村ゆのくにの森、法師旅館、安宅の関こまつ勸進帳の里、航空プラザ、曳山交流館みよっさ、那谷寺、里山健康学校せせらぎの郷、日本自動車博物館、加賀国府ものがたり館、辻のや、粟津温泉総湯、オーベルジュオーフにおける、1/1～12/31 間の初めて以外の計）

(2) その他の目標

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
●メディア掲載回数 (回)	目 標	50 (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	実 績	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●Web サイトのアク セス状況 (回)	目 標	132,000 (-)	145,000 (-)	241,000 (-)	450,000 (-)	500,000 (-)	600,000 (-)
	実 績	183,928 (-)	219,275 (-)	425,000 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●アンテナショップ取 扱高 (百万円)	目 標	128 ()	144 ()	114 ()	180 ()	190 ()	200 ()
	実 績	115 ()	97 ()	165 ()	- ()	- ()	- ()

※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】】

行政との連携による観光地域づくりを推進するため、2015 年 11 月に小松市が策定した「NEXT 10 年ビジョン」（計画期間：2015 年～2025 年）を参考に、2025 年を目標年次として同じ指標及び目標数値を採用する。

●メディア掲載回数（R3 まで）

毎年 5 件ずつの増加を目指す。

●自社 HP 閲覧回数

R4 年度報告分から、集計に使用するデータ変更。

ただし、R4 年度までの目標値は変更しない。（

《R3 年度報告まで》

毎年 R1 比 10%増を目指す

《R5 年度報告以降》

ホームページリニューアルにより、アクセス数が大幅に増加したため目標値を上方修正。

●アンテナショップ取扱高

R4.10 月以降、ふるさと納税返礼品の取扱いが無くなるため売上が減少するが、R5 小松土産店開店によりトータルで売上増を見込み、R8 までに 200 百万円へ上方修正。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021 （R 3）年度	186,894,043	【会費収入】 1,720,000 円 【収益事業収入】 121,123,434 円 【受取補助金】 57,038,407 円 など
2022 （R 4）年度	203,622,195	【会費収入】 1,660,000 円 【収益事業収入】 126,129,363 円 【受取補助金】 75,832,832 円
2023 （R 5）年度	300,761,739	【会費収入】 1,880,000 円 【収益事業収入】 187,586,602 円 【受取補助金】 111,295,137 円
2024 （R 6）年度	328,400,000	【会費収入】 1,640,000 円 【収益事業収入】 223,370,000 円 【受取補助金】 103,390,000 円
2025 （R 7）年度	320,000,000	【会費収入】 1,700,000 円 【収益事業収入】 248,300,000 円 【受取補助金】 70,000,000 円
2026 （R 8）年度	320,000,000	【会費収入】 1,700,000 円 【収益事業収入】 248,300,000 円 【受取補助金】 70,000,000 円

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（R 3） 年度	186,036,959	【一般管理費】 4,025,332 円 【観光 PR 事業費】 16,829,783 円 【収益事業支出他】 165,181,844 円
2022（R 4） 年度	204,500,000	【一般管理費】 2,398,734 円 【観光 PR 事業費】 12,551,027 円 【収益事業支出他】 189,550,239 円
2023（R 5） 年度	284,311,880	【一般管理費】 1,948,287 円 【観光 PR 事業費】 32,053,339 円 【収益事業支出他】 250,310,254 円
2024（R 6） 年度	328,400,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 32,000,000 円 【収益事業支出他】 292,400,000 円

2025（R7） 年度	320,000,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 30,000,000 円 【収益事業支出他】 286,000,000 円
2025（R8） 年度	320,000,000	【一般管理費】 4,000,000 円 【観光 PR 事業費】 30,000,000 円 【収益事業支出他】 286,000,000 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

①各アンテナショップの売上拡大

当社で運営するアンテナショップ（小松土産店、空の駅こまつ、空カフェ、うみの駅、観光施設内のサテライトショップ、オンラインストア）において、地域全体での物産振興と売上の拡大と仕入率・経費削減により収益改善を図り、安定的な運営資金の確保を図る。

②旅行商品の造成と販売

大手旅行会社とタイアップした旅行商品を、アフターコロナを見据え、継続的な実施により誘客促進を行っていく。企業向けヘルスツーリズムプログラムを開発・販売、全国の企業の受け入れを開始。自主事業の１つとして継続的な収益化を目指す。

③石の文化の商品開発・販売

日本遺産サミットのサテライト会場となった石切り場・石蔵などを活用した探訪ツアーやギャラリー活用、石材を活用した土産品の開発・販売を推進するとともに、地域の受入体制の構築を進めていく。特に、あわづ温泉周辺は那谷寺や日用苔の里、石切り場、里山自然学校などの資源が集積しており、教育旅行を含めた旅行商品づくりを推進する。

④平成 29 年 SAVORJAPAN の認定を受け、食文化海外発信事業に取り組んでおり、現在、農泊施設 4 か所が開業しており、訪日外国人の増加に寄与している。

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

小松市は一般社団法人こまつ観光物産ネットワークに地域DMOとしての責務を担い、県・市・商工会などの他団体との役割分担や連携により、今後とも計画的かつ積極的なマーケティングとマネージングによる事業展開を行うため、DMOと共に申請します。

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）

【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】

他の先進的なDMOの視察により運営ノウハウを学び、（一社）中央日本総合観光機構、（公社）石川県観光連盟と連携し情報共有を行い、役割の重複のないように努めている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	清水 康正
担当部署名（役職）	一般社団法人こまつ観光物産ネットワーク 事務局
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91 番地
電話番号（直通）	0761-24-8394
FAX番号	0761-23-6404
E-mail	komanet@city.komatsu.lg.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	石川県小松市
担当者氏名	坂下 義視
担当部署名（役職）	国際文化交流部観光交流課（課長）
郵便番号	923-8650
所在地	石川県小松市小馬出町 91
電話番号（直通）	0761-24-8076
FAX番号	0761-23-6404
E-mail	kankou@city.komatsu.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

石川県小松市

【設立時期】平成25年10月1日

【設立経緯】③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】新滝 祥子

【マーケティング責任者(CMO)】山口 和博

【財務責任者(CFO)】山口 和博

【職員数】38人

常勤33人(民間派遣1人、市派遣2人、正規2人、
(非正規28人)、非常勤6人(非正規6人)

【連携する主な事業者】

【主な収入】

収益事業 188百万円、受取補助金 111百万円(令和5年度決算)

【総支出】

観光PR事業 32百万円、収益事業他 250百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

小松市、粟津温泉観光協会、小松 商工会議所、北陸エアターミナル
ビルを含む会員数 241団体(R6.7時点)

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月31日

※()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	5,000	10,000	22,000	26,000	30,000	34,000
	標	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]
	実	12,251 [←]	12,695 [←]	24,885 [←]			
●延べ宿泊者数 [←] (千人) [←]	目	335 [←]	365 [←]	500 [←]	600 [←]	700 [←]	800 [←]
	標	(-) [←]	(15) [←]	(30) [←]	(50) [←]	(50) [←]	(50) [←]
	実	283 [←]	764 [←]	558 [←]			
●来訪者満足度 [←] (%) [←]	目	95.0 [←]	96.0 [←]	97.0 [←]	98.0 [←]	98.0 [←]	98.0 [←]
	標	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]
	実	96 [←]	97 [←]	74 [←]			
●リピーター率 [←] (%) [←]	目	28.0 [←]	28.0 [←]	70.0 [←]	71.0 [←]	72.0 [←]	75.0 [←]
	標	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]	(-) [←]
	実	74 [←]	74 [←]	54 [←]			

戦略

【主なターゲット】

北信越、首都圏、関西・中京圏

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

小松へのアクセスが良く、古来より人・モノの交流が盛んであり、令和6年3月に北陸新幹線小松駅が開業し、小松空港とあわせた2大交通ターミナルにより、地域経済や観光業の発展が期待されている。

現在、富山県南砺市と交流を始めており、さらにモノ・人の交流を深めていく。

また、石の文化は市内全域に関連資源が集積しており、市が中心となって日本遺産認定を受けた。ものづくりのまちとして、産業観光等を中心に官民一体となって、南加賀・石川県全体の活性化へと効果を波及させていく。

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】

- ・小松市多言語観光ポータルサイト(R5リニューアル「こまつ観光ナビ」)やInstagram、Phoneアプリ等の開発、運営
- ・小松市バーチャル観光ツアー(VR)による情報発信

【観光資源の磨き上げ】

- ・SAVOR JAPAN推進事業
- ・石の文化推進事業

【物産振興】

- ・アンテナショップ運営
(R5..9.18小松土産店オープン)

【受入環境の整備】

- ・観光案内所の運営(JNTO認定外国人観光案内所カテゴリー1)
- ・会員と連携した各種観光キャンペーンや商談会の参加
- ・小松市でのコンベンション等開催に向けた支援事業(宿泊補助金)

