

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「恋人の聖地」観光誘客連携による地域活性化事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

山形県村山市／石川県白山市／静岡県焼津市、御前崎市、西伊豆町／愛知県安城市、田原市、豊根村／大阪府泉佐野市、泉南市／佐賀県基山町／熊本県美里町

3 地域再生計画の区域

山形県村山市／石川県白山市／静岡県焼津市、御前崎市、西伊豆町／愛知県安城市、田原市、豊根村／大阪府泉佐野市、泉南市／佐賀県基山町／熊本県美里町の全域

4 地域再生計画の目標

4－1 地方創生の実現における構造的な課題

恋人の聖地プロジェクトに参画する市町村には、年間約7,000万人の旅行者が訪れていると推計されているものの、現在まで各市町村の観光誘客の取り組みは、ホームページ掲載、観光パンフレット製作配布など、大都市圏の不特定多数を対象とした、初回来訪者開拓目的とした一方向の広報・PRが中心となっている。

また、観光客に対する特産品等の情報不足により、観光消費につながっていない。

よって、来訪旅行者のリピート促進及び消費の拡大を促すため、旅行者個人のニーズを把握した広報・PRが必要となっている。

また、各市町村が「旅行者は全国を回遊する『相互の見込客』である」との視点を持ち、旅行者データを共有し、効率的・効果的な観光誘客を目指す必要がある。

①満足度把握と共に次回来訪につなげるための、DM・メール・SNSによる直接

情報発信による囲い込み・アンケート情報収集による動向調査などが必要。

②宿泊客以外の旅行者に直接情報発信するための旅行者のメールアドレス等を効率的に収集することができていないため、顧客ニーズの把握並びにニーズに沿った市町村共同による広域旅行プラン等の開発のための基礎情報収集が不足している。

③連携各市町において、旅行者データの一元管理がなされていないため、日本人の平均旅行回数（国内宿泊旅行：1人あたり2.56回、国内日帰り旅行：1人あたり2.48回）による旅行者のニーズに合った広域観光情報発信が必要。

以上のことから、プロジェクトブランドによる誘客を各地域の観光消費拡大につなげるため、全国の恋人の聖地参画市町村への不特定来訪旅行者のデータ収集規模を拡大し一元管理することにより、全国の恋人の聖地への旅行見込客たる大都市圏の特定個人に対して、IoTの活用により個人に対して直接広報・PRができる道を開く必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

2006年4月1日より、全国に点在する市町村及び民間団体が、共同・連携して、「恋」「恋愛」をテーマとした地域の活性化への取り組みによる『観光地域の広域連携』を目的に、全国の観光地域の中からプロポーズにふさわしいスポットを「恋人の聖地」として選定し、地域の新たな魅力づくりと情報発信を図るとともに、地域間の連携による地域活性化（以下「恋人の聖地プロジェクトという。」）を推進している。

2016年に「恋人の聖地観光協会」を発足。2019年には、これらの市町村による「恋人の聖地観光協会市町村長会」を設置し、以降参加団体を増やしながら（現在110団体）、プロジェクトを進めているところである。

この恋人の聖地プロジェクトに参画する市町村を訪れる旅行者は延べ人数で年間7,000万人と推計されているが、各市町村は個々の旅行者に直接「アクセス」することができないことなどから、域内及び地域間の観光消費拡大に必ずしも活かし切れていない状況にある。

このため、恋人の聖地観光協会市町村会の下に、本事業に参画する市町村を構成員としNPO法人地域活性化支援センターを事務局とする「恋人の聖地」観

光誘客連携による地域活性化事業部会（仮称。以下「事業部会」という。）を立ち上げ、個々の旅行者のデータの収集・共有を可能とするプラットフォームを共同で整備し、順次、参加団体や機能を拡張し、サービスを充実させながら、個々の旅行者へスタンプラリーといった誘客サービスや観光情報等を直接提供することにより、旅行者個人と観光サービスとを直接結びつけ、自立的な『全国規模の回遊促進の実現と、各地域の観光消費拡大と国の観光事業の推進』への寄与を目指す。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2020 年度増加分 1 年目	2021 年度増加分 2 年目
プラットフォーム登録旅行者数 (人)	0	43,200	86,400
協力事業者拠点件数(件)	0	120	120
旅行者満足度指数(%)	20	3	3

2022 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
129,600	259,200
120	360
4	10

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2 の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

「恋人の聖地」観光誘客連携による地域活性化事業

③ 事業の内容

（１）ＩＣＴを活用した恋人の聖地等へ観光誘客するための「来訪旅行者情報共有のためのプラットフォームの整備」（プラットフォーム整備事業）

旅行客と各地域の観光サービスを直接結び付け、観光誘客を促すため、事業部会が、次の機能を有する情報共有のためのプラットフォームを整備する。さらに、協力事業者拠点登録事業者を開拓し、集客するための情報の登録を促す。また、当該プラットフォームから得られたデータを基に、PDCA サイクルによる観光サービスの向上やプラットフォームの機能の拡充等を行う。

- ① 各市町村に訪問する旅行客等の顧客情報を登録し、IoT 等を活用したプラットフォーム登録旅行者の状況（回遊状況）を把握する機能
- ② 各市町村の店舗、特産品、グルメ、宿泊、施設、観光スポット、各種イベント等を登録し、自動的に WEB 公開する機能
- ③ 各市町村の民間事業者（店舗・施設等）を恋人の聖地「協力事業者拠点」として登録し、集客するための優待情報等を登録する機能
- ④ 情報コンテンツの多言語化拡張機能
- ⑤ ①で把握した情報を基に、②③の情報等を、必要な顧客にメール・SNS を利用して、必要な時期に、必要な場所で提供する機能

（２）恋人の聖地の魅力増進及び周辺領域へのブランドの波及（ブランド力増進・商品開発事業）

事業部会構成市町村がモニュメント設置といった恋人の聖地そのものの魅力を向上させるとともに、（１）によって得たデータなども活用して、事業部会が協力事業者拠点登録事業者らとともに、聖地の周辺に点在する店舗、特産品、グルメ、宿泊、施設、観光スポット、各種イベント等などの固有の資源を恋人の聖地ブランドと結び付けた新たな旅行プランなど商品・サービスの開発を行う。

(3) 恋人の聖地観光誘客の共同プロモーション（ブランドプロモーション事業）

プラットフォーム登録旅行者を中心とした旅行者やメディア等に対し、

(1) により整備した機能を用いて、次の方法等により、事業部会構成員らが、協力事業者拠点登録事業者らの協力も得ながら、共同して、(2) により開発した恋人の聖地派生ブランド等のプロモーションを行い、

(1) ①のプラットフォームへの新規登録を促すとともに、「旅ナカ」（旅行者データ収集と現地情報提供）から「旅アト」（来訪情報の拡散とリピート・広域回遊促進）に、更には次の「旅マエ」（来訪促進）につなげ、新規顧客を獲得できるよう、旅行者自らがその体験を SNS 等で配信するよう促す。

① WEB 発信に適した映像コンテンツ、ご当地限定サービス等、旅行者に対するプロモーションコンテンツの作成・開発・配信・配布

② 各市町村等による WEB サイト、SNS、メール、ビーコン等によるプッシュ型配信を活用した旅行者に対するきめ細かな情報発信

③ 各種イベント等での旅行者に対する各種プロモーションによるプラットフォームへの新規登録や SNS 等での投稿の促進

④ ハッシュタグ「#恋人の聖地」といった SNS 等の機能の活用による旅行者の体験の共有

⑤ 観光メディア、観光事業者、マップ配信事業者に対する本事業のプロモーション

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業は、当該団体において、次のとおりの収入源を確保し、4 年目以降に本交付金に頼らない事業運営を目指す。なお、企業版ふるさと納税制度の利活用については、今後検討する。

①全国の観光事業者、各種大手企業、協力事業者拠点登録事業者からの協賛広告出稿料等

②各市町村の自主財源

③スポンサー企業等からの協賛金

(①) プラットフォーム整備事業については、4年目より蓄積した来訪旅行者へ毎月定期メール情報配信、SNS 配信、WEB サイト情報掲載を実施し、蓄積想定数約 28 万名に対し 1 名あたり 15 円の配信・掲載料を設定（複数協賛社により按分予定）。12 ヶ月累計 280 万名配信による年間協賛広告出稿料 4,200 万円を確保予定。

【官民協働】

参画市町村は地域独自の魅力向上をはかり、他市町村との連携による広報・PR により交流人口の拡大に努めるものとする。民間事業者（協力事業者）は、旅行者を、宿泊・飲食・その他施設など本来の事業活動・販売促進の一環として顧客化し、プラットフォームを活用して地域への来訪旅行者のデータ収集と地域情報発信にあたるものとする。

本事業に参画する市町村を構成員とし NPO 法人地域活性化支援センターを事務局とする「恋人の聖地」観光誘客連携による地域活性化事業部会（仮称）を、その下に本事業の市町村単位の運営組織として、各市町村と協力事業者拠点登録事業者の代表者らによる恋人の聖地地域活性化協議会（仮称）を立ち上げ、運営の中核として、事業全体及び市町村単位の両面にわたって、民間事業者と協働して取り組む体制を組織化し、参画する組織の役割に応じて本事業の各事業に取り組む。

【地域間連携】

本事業では、次のとおり、①プラットフォーム整備事業、③ブランドプロモーションを共同で行い、②ブランド力増進・商品開発事業を共通ブランドで行うことにより、市町村単独では得にくい、広域的なメリットを発揮することができる。

①プラットフォーム整備事業では、プラットフォームシステムを共同で整備・運用し、各市町村において獲得した旅行者情報を共有することにより、分析できる旅行者数の増加が期待でき、旅行者の登録地域外の広域周遊を促すことが可能となる。

●各参画市町村は自市町村を訪れた、より多くの旅行者情報を捕捉（登

録) し、他市町村の誘客促進への活用を促すことが、参画市町村の大きな役割となる。1 市町村の誘客促進に対して他の 11 市町村がそれぞれの旅行者情報を提供することにより広報・PR 効果を 12 倍に拡大することができる。(ワンフォーオール・オールフォーワン)

②ブランド力増進・商品開発事業では、共通の恋人の聖地ブランドによる商品・サービス開発で、相互にブランド力を高めることができる。また、既存のブランドを活用することにより、ブランディングコストを低減することができる。

●各市町村を訪れた旅行者は「恋人の聖地」参画市町村に登録することとなり、本事業参画市町村による直接的なメール・SNS 配信のみならず、さまざまな WEB サイト、SNS 等を通して「恋人の聖地」との接点を持つこととなる。それにより全国の 200 を超える恋人の聖地参画地域相互の間接的な誘客にも繋がる。

③ブランドプロモーション事業では、共同して、恋人の聖地派生ブランド等のプロモーションを共同で行うことにより投資効率を高め、共通のハッシュタグを用いた SNS 等の活用等により相乗効果を得ることができる。

●連携市町村共同で各市町村の事業情報を共有・活用によるスケールメリットを活かした情報発信が可能となる。旅行者に提供できる情報量と密度を高め、連携市町村全体の魅力度の向上を図ることにより、広域観光交流促進の大きな訴求力を獲得することができる。また 1 市町村への来訪旅行者に直接 PR することにより他市町村の周遊・リピート来訪者獲得に向けた取り組みとなり、相乗効果を発揮する。

●各市町村単独の観光資源の磨き上げを、連携市町村全体の魅力度向上に繋げることができる。

●旅行者の収集データの市町村共有化ならびにインターネットを介した情報発信事業等の連携により、広報・PR の効率化と経費負担の軽減をはかることができる。

●各市町村への旅行者データを共有することにより、SNS・メール等による広域プロモートが可能となり回遊促進がはかれる。

【政策間連携】

本事業は、地域の農林水産・加工業、中小企業支援による産業振興はもとより、恋活から婚活、婚活から婚維持活といった活動の支援に活用するとともに、活性化関連産業の振興も行う。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4－2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度5月に、3月末時点のKPIの達成状況を構成市町による事業部会が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

構成市町において設置される推進委員会等を構成する有識者や議会の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

【検証結果の公表の方法】

毎年度、ホームページで公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 1,034,829 千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5－3 その他の事業

5－3－1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5－3－2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2023 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7－1 目標の達成状況に係る評価の手法

5－2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7－2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4－2 に掲げる目標について、7－1 に掲げる評価の手法により行う。

7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5－2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。