

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

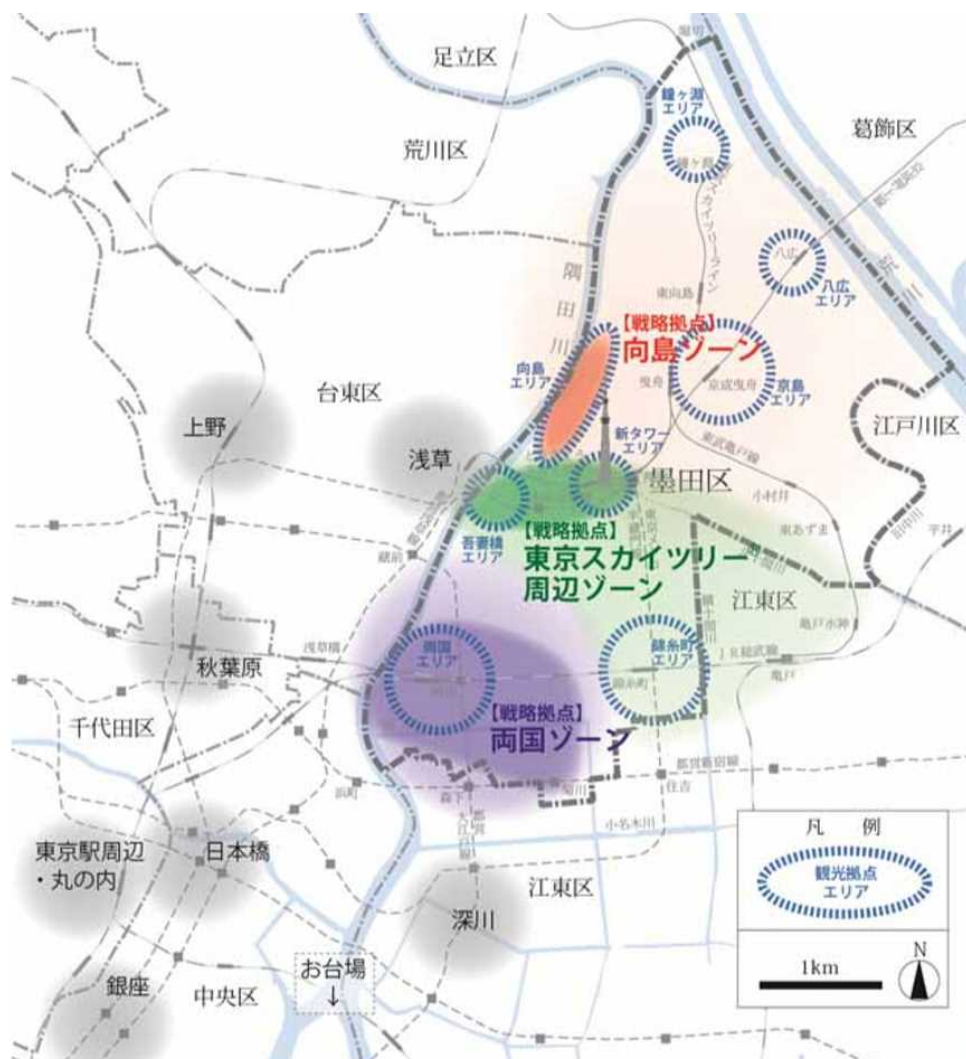
申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人墨田区観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	東京都墨田区全域	
所在地	東京都墨田区吾妻橋 3-4-5	
設立時期	平成21年4月1日	
職員数	52人	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	理事長 高野祐次 墨田区副区長	墨田区初代観光課長として、スカイツリーの誘致その後、観光と産業の融合を見据えた観光振興プラン等を着手し、観光振興を担っている。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	永野 昌志「専従」 (出身組織名)(株)三越	大手百貨店で37年間勤務し、その後当協会にて地域観光業務の職務に就く。
同上アドバイザー(観光施策)	教授 大下 茂 帝京大学経済学部 観光経営学科	観光経営学の第一人者であり、墨田区の観光行政にと深く関わっている。略歴は以下のとおり。 博士(工学) 技術士(建築部門・都市及び地方計画) 地域活性化伝道師(内閣府) 地域経営の達人(総務省) 墨田区観光振興プラン(改訂版)庁外検討委員会 委員長
同上調査機関(各種データの収集・分析)	株式会社KITABA	まちづくりや観光振興に関わる調査や計画策定等に携わっている。墨田区のお他事業においても実績を有している。
シティプロモーションの責任者(専門人材)	伊丹 信夫 (出身組織名)東武トップツアーズ(株)	旅行会社で25年間勤務。国内外のプロモーションに高い能力を持つ。特に、海外経験があり、英語圏では自ら商談をまとめている
旅行商品の造成・販売の責任者(専門人材)	深澤 瑛利子 (出身組織名)東武トップツアーズ(株)	旅行会社で5年間勤務。窓口及び企画旅行を主たる業務経験に持ち、当協会で5年間着地型旅行の開発及び実行。特に、修学旅行の受け入れとして、工房体験や平和学習に力を入れている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	墨田区観光課(マーケティング・地域交通)	
連携する事業者名及び役割	東武トップツアーズ・JR東日本他(着地型旅行商品の開発・販売) すみだ地域ブランド推進協議会(ブランド商品の販路開発及び販売) 東京商工会議所墨田支部・隅田川七福会(NPO)・東武鉄道・京成電鉄・東日本旅客鉄道・第一ホテル両国・東武ホテルレバント東京・ジェイコム東京・東武スカイツリー・墨田区商店街連合会・東武トップツアーズ・墨田区銘品名店会・向島墨堤組合・墨田区伝統工芸保存会	

(別添)様式1

	東京都江戸東京博物館・東京観光財団・アサヒグループホールディングス・ライオン・日本相撲協会・浜野製作所(地場産業)・東京青年会議所・京成バス・井尾会計事務所・東京東信用金庫の25社で理事会を形成(方針、財務の承認・情報共有等)
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) (概要)多様な関係者が参加する協議会(理事会)を設置しており、方針・財務・情報共有・日常的な調整を月1回開催。 【協議会のメンバー】28名 東京商工会議所墨田支部・隅田川七福会(NPO)・東武鉄道・京成電鉄・東日本旅客鉄道・第一ホテル両国・東武ホテルレバント東京・ジェイコム東京・東武スカイツリー・墨田区商店街連合会・東武トップツアーズ・墨田区銘品名店会・向島墨堤組合・墨田区伝統工芸保存会・東京都江戸東京博物館・東京観光財団・アサヒグループホールディングス・ライオン・日本相撲協会・浜野製作所(地場産業)・東京青年会議所・京成バス・井尾会計事務所・東京東信用金庫・墨田区・墨田区観光協会
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	各種ツアーやイベントにおけるボランティア参加をはじめ、地域と連携したまち歩きイベントなどの展開において役割を担ってもらうほか、それらに対する関係者(まち歩きガイド者)におもてなし講座を年2回実施。 次世代観光まちづくりの担い手として、キッズサポーター制度を導入し、区内の児童・生徒などが墨田区の観光や産業について学ぶ機会を設け、将来的な担い手の育成を年1回実施。(27年度キッズサポート・28年度中学生よる修学旅行商品・29年度北斎漫画を活用した資源発掘) 観光まちづくり(両国観光まちづくりランドデザイン)は観光からみたまちづくり計画を町会・地域団体・地域企業の代表者と「両国地区全体会議」と「4エリア懇談会」年2~4回程度開催し、来訪者へのさらなる利便性を図っている。
法人のこれまでの活動実績	(活動の概要)観光情報の発信、イベントの開催、観光プロモーション実施 観光案内所の運営、すみだブランド等の販売及び商品開発(定量的な評価) 年1回の総会にて各種ごとの成果発表を行い、会員及び関連各所からのご意見を頂いている。
実施体制	(実施体制の概要)(一社)墨田区観光協会が母体となり、メンバーには行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、生産事業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。 (実施体制図)別紙1参照

2. 日本版DMO候補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】

平成 21 年から、墨田区内の産業団体、交通事業者、金融、商工会議所、NPO 法人とで構成した連携協議会（観光協会理事会）を設置しており、顧客視点に立ち、まち歩きガイドツアーをはじめとした着地型旅行商品の開発、周遊パスの企画など区内事業者と連携した取組の検討・実施をしている。

また、観光資源の面からみてもコンセプトとして墨田区と近隣区の共通する点が多く、当該区で連携した区域設定とするのが適切である。

今後は、隣接する台東区及び江東区との連携を模索しながら、各区の魅力ある観光資源を生かしながら、更なる観光振興を図っていく。

【観光客の実態等】

平成 26 年度調査段階で観光入込客数の概算は 5,940 万人となっている。

その他観光客の実態に関わるデータは以下のとおりである。

(別添) 様式 1

観光案内所利用人数

単位:人

		平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
吾妻橋観光案内所 (吾妻橋3-4-5)	総合利用人数	21,279	15,532	14,699	14,961	11,610
	うち外国人	3,224	1,911	3,040	2,906	2,228
両国観光案内所 (両国2-19-1)平成22年開設 (横綱1-3-20)平成28年移転	総合利用人数	20,068	20,139	19,296	18,524	35,040
	うち外国人	1,483	1,288	2,318	2,488	3,345
展示即売コーナー利用人数(2)						22,492
江戸東京博物館観光案内所 (横綱1-4-1)	入館者数(1)	1,124,902	1,332,923	974,969	1,629,142	1,590,577

1江戸東京博物館の入館者数

2観光案内所内の展示即売スペースが独立したため

主要観光施設入込客数

単位:人

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
両国国技館(1)	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
江戸東京博物館	1,124,902	1,332,923	974,969	1,629,142	1,590,577
向島百花園	138,918	143,212	133,572	151,412	121,213
トリフォニーホール	257,076	268,726	255,315	250,805	236,362
すみだ北斎美術館(2)					177,707
花火資料館	4,762	6,085	4,703	5,343	5,512
郷土文化資料館	16,960	12,616	13,898	15,221	13,671
東武博物館	126,766	124,193	121,543	124,643	127,022
相撲博物館(1)	55,315	61,138	49,171	72,815	74,044
小さな博物館	29,621	27,988	28,957	36,021	36,313
本所防災館	120,122	121,856	115,890	116,210	111,916
シアター	35,077	27,333	30,105	29,681	33,126
東京スカイツリー	5,540,000	6,190,000	5,310,000	4,790,000	4,490,000

1 1月1日～12月31日のデータ

2 平成28年11月22日開館

主要イベント入込数

単位:人

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
墨提さくらまつり	270,000	200,000	150,000	156,000	130,000
隅田川花火大会	954,000	788,000	965,000	963,000	957,000
すみだまつり・こどもまつり	270,000	290,000	190,000	300,000	290,000
隅田川七福神めぐり	20,300	20,200	15,300	18,000	18,000
吉良祭・元禄市	45,000	45,000	50,000	45,000	60,000

【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】

- 隅田川：水上バス、花火、隅田川テラス、両国テラス
 観光施設：東京スカイツリー、すみだ水族館、ソラマチ、すみだまち処、両国国技館
 神社仏閣：回向院、牛嶋神社、三囲神社、押上天祖神社、吾嬬神社、白鬚神社、如意輪寺
 歴史的名所・庭園：吉良邸跡、向島百花園、旧安田庭園、隅田公園
 美術館・博物館：江戸東京博物館、すみだ北斎美術館、タバコと塩の博物館、郵政博物館、東京都復興記念館、相撲博物館、刀剣博物館、セイコーミュージアム、花王ミュージアム、東武博物館
- イベント：隅田川花火大会、すみだまつり・こどもまつり、墨提さくらまつり、吉良祭・元禄市、隅田川七福神めぐり

参考として、隣接する台東区及び江東区の主要な観光資源は以下のとおりである。

台東区：雷門、浅草寺、浅草神社、表慶館、旧岩崎邸庭園、国立西洋美術館、上野の森美術館、

(別添)様式1

東京都美術館、国立科学博物館、東京国立博物館、恩賜上野動物園、浅草はなやしき、アメ横、谷中銀座商店街・・・等

江東区：東京ゲートブリッジ、お台場、明治丸、亀戸梅屋敷、清澄庭園、深川江戸資料館、東京都現代美術館、キッザニア東京、東京ゲートブリッジ、ダイバーシティ東京プラザ・・・等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

両国・錦糸町・押上地区に宿泊施設が集中している。ホテル数 53 施設、収容力約 5,000 人、施設規模は大手(4施設)：300 室以上、その他：50 室前後クラスとなっている。

○種別の内訳

- ・ホテル：施設数 21 館、客室数 2,378 部屋、収容人数 4,190 人
- ・ビジネスホテル：施設数 26 館、客室数 641 部屋、収容人数 1,163 人
- ・滞在型宿泊施設：施設数 17 館、客室数 110 部屋、収容人数 761 人
- 合計：施設数 64 館、客室数 3,129 部屋、収容人数 6,114 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○鉄路：JR 総武線(両国-錦糸町) 都営地下鉄大江戸線・浅草線・新宿線、東京メトロ半蔵門線
東武鉄道スカイツリーライン・亀戸線、京成電鉄スカイライナーライン

○バス：都営バス、区内循環バス(3ルート)

【外国人観光客への対応】

○外国人観光案内所(吾妻橋観光案内所・両国観光案内所・産業観光プラザすみだまち処案内所)
全案内箇所(3箇所)で「カテゴリー2」を取得済み

○観光ホームページ・パンフレット・マップの多言語化

英語、中国語(繁体字)、中国語(簡体字)、韓国語の4か国語に一部対応

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
観光来訪動向調査 (国内・国外)	マーケティングや商品造成、今後の戦略策定及び今後の事業実施に活用するために収集する。 ・来訪者の属性(性別・年齢等) ・来訪者の行動(宿泊数、消費額) ・来訪者の立寄り施設 ・観光情報の取得方法 ・区内観光に対する満足度 ・リピーターの動向	区内の主要ホテルにおける旅行者へのアンケート調査。
WEBサイトのアクセス状況	来訪者の認知度・興味レベルを分析するために収集する。	観光サイトへのアクセス数。
旅行消費額	マーケティングや商品造成、経済効果の測定に活用するために収集する。	上記の主要ホテルでの旅行者アンケートにより1人当たりの平均消費額を算出し、区内観光入込数を乗じる。
延べ宿泊者数	マーケティングや旅行消費額、経済効果の測定に活用するために収集する。	区内の主要ホテルへの聞き取り。
来訪者満足度	マーケティングや商品造成、今後の戦略策定及び今後の事業実施に活用するために収集する。	上記の主要ホテルでの旅行者アンケート調査。
リピーター率	マーケティングや商品造成、今後の戦略策定及び今後の事業実施に活用するために収集する。	上記の主要ホテルでの旅行者アンケート調査。
観光入込客数	マーケティングや経済効果の測定、今後の戦略策定及び今後の事業実施に活用するために収集する。	各駅の乗降者数から測定。 外国人観光客については区内の主要観光施設の入込数より推計。
観光案内所来訪者数	来訪の目的や外国人の客数把握によるマーケティング、今後の戦略策定及び今後の事業実施に活用するために収集する。	案内所の入込数カウント及び聞き込みにより測定。
区内イベント開催情報	来訪者の利便性を増強するために収集する。	町内会単位までの詳細なイベント情報をインターネットにより観光協会のホームページに書込み掲載(会員登録者のみ)。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>世界一高いタワーとして多くの観光客が訪れる東京スカイツリーを有しており知名度が高い</p> <p>国技館を有し、相撲部屋も多数点在しており、相撲を体感できる</p> <p>古くからの歴史を重ねてきた隅田川を中心とした、都市内河川などの身近な水辺環境がある</p> <p>JRや東京メトロ、都営地下鉄、都営バスなどの公共交通機関が充実しており、交通利便性が高い</p> <p>世界に誇る高い技術を有する町工場や伝統的な技術を受け継ぐものづくりの工房などが集積している</p> <p>古くから伝わる多くの文化を今に受け継いできた人と人のつながり、下町人情が今なお残る</p> <p>隅田川の花火大会、墨堤の桜まつりなど多くの集客を誇るイベントがある</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>宿泊施設が充実しているとは言えず「泊まらないまち」となっている</p> <p>受け入れ側としての観光への意識の希薄さ、観光とは無縁と考えている住民意識</p> <p>東京スカイツリーだよりの観光意識、魅力ある観光資源の認知度が低い</p> <p>企業の規模や人材不足による産業観光展開の難しさ</p> <p>英語以外の多言語対応が不十分</p> <p>担い手(ガイドなど)の不足</p> <p>FITに対応した着地型旅行商品の数や販売体制が不十分</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>近隣区の台東区・江東区及び会津・日光など広域連携による観光促進</p> <p>上野や浅草など国内屈指の観光名所が近接</p> <p>オリンピック・パラリンピック東京大会開催による文化プログラムの充実、情報発信、観光客の増加</p> <p>訪日外国人観光客の増加・日本観光への期待</p> <p>新たな宿泊施設の開業による宿泊客増加への期待</p> <p>観光行動の成熟化(都市型観光の展開)</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>近隣区等での斬新な観光施策の展開(ライバル地域の出現)</p> <p>若年層の観光離れ</p> <p>広域連携舟運実現の規制・障壁(羽田空港～隅田川)</p>

(別添)様式1

(2)ターゲット

<p>第1ターゲット層 台湾・中国・タイ等を中心とした東南アジア客</p>
<p>選定の理由 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、また市場としても今後拡大傾向にある層。</p> <p>取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・満足度調査の充実などにより再来訪以降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の磨き上げを行う。・観光施設や体験、まち歩きなどの充実した海外向けの情報発信とプロモーションを行う。
<p>第2ターゲット層 修学旅行生(中・高校生)</p>
<p>選定の理由 新幹線の発達により、北陸、東北、北海道の交通時間が短縮し、新規顧客層が獲得できる機会である。博物館や体験など新たなメニューを提案によって今後の継続的な顧客となる層。</p> <p>取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・重点地区としてのプロモーション活動(工房体験・英和学習等の着地型旅行商品開発と販売)を行う。・事業者との体験メニュー等の開発と受入体制づくりを行う。
<p>第3ターゲット層 欧米を中心とした外国人観光客</p>
<p>選定の理由 2020年の東京オリンピック・パラリンピックを目前に、特に欧米人気があるすみだ北斎美術館やスカイツリーをはじめ多くの外国人観光客の来訪があるなか、2020年以降も見据えた観光施策からの地域活性化に向けて重点をおくターゲット層。</p> <p>取組方針 GAP調査などのマーケティング調査やファムトリップなどから欧米観光客向けのキラーコンテンツとなる商品造成とプロモーションを行う。</p>

(別添)様式1

(3) コンセプト

コンセプト

隅田川と江戸文化と都市的観光の融合から感動を呼ぶ下町DMO・すみだ
～さまざまな資源を活用したプラットフォームによる感動と儲かる仕組みを生み出す～

コンセプトの考え方

墨田区には日本を代表する観光資源である東京スカイツリーがあるほか、隅田川が流れる随所に江戸文化を感じる観光資源が多く存在している。また、両国国技館や相撲部屋など相撲文化を感じることができる。加えて、墨田がゆかりの地である葛飾北斎も墨田区の誇るべき魅力となっている。そして、これら多様で多くの観光資源が融合されることで人を惹きつける墨田ならではの魅力となっている。

すみだDMOでは、隅田川・江戸文化・都市的要素を核として、体験と特別感、おもてなしを加えることで人を惹きつけ感動を呼ぶ観光振興を進めていく。感動は墨田区を訪れる動機となるとともに、地域への経済効果にもつながるものであり、儲かる仕組みにもつながっていくものである。これらを地域の企業や関係事業者、飲食店、住民が一体となって取り組むことで力強い観光振興を図るとともに、すみだDMOがその中心的役割を担う。

また、将来的には、すみだDMOのさらなる観光展開と経営展開を目指して、観光の軸であり地域をつなぐ軸となる隅田川、さらには江戸文化という特有の資源を共通項として、それらを核とした近隣の区との連携による広域観光を目指す。

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	すみだDMOが中心となり、地域の観光に関連する様々な団体・組織が分野・業種横断的に集まれる場(協議会)を月1度開催するとともに、関連事業者に対するコンサルティング等を実施し、情報共有を図っている。また、行政区域を超えた広域連携「イースト東京」として、台東区及び江東区と連携しており、地域観光のブランディング化を推進している。
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	まちあるきガイドをはじめ、飲食店や宿泊施設など地域の事業者が提供するサービスに係る品質認証制度を実施し、事業者のサービスレベルの維持・向上のツールとして活用。特に、まち歩きガイドは試験制度により、1ツ星、2ツ星、3ツ星制度を設定し、その役割分担を行っている。
一元的な情報発信・プロモーション	情報発信の窓口をワンストップ化し、各団体の取組やイベント等の情報や区内で実施されるイベント等に関する情報の一元発信。また、プロモーションにはSNSを効果的に利用して、国内外への有効な情報発信に取り組んでいる。さらに、区内のみならず台東区や江東区との広域連携による合同観光プロモーションの展開を実施(28年度札幌・29年度沖縄)。

6. KPI (実績・目標)**(1) 必須KPI**

指標項目	単位	2015年 (平成27年度)	2016年 (平成28年度)	2017年 (平成29年度)	2018年 (平成30年度)	2019年 (平成31年度)	2020年 (平成32年度)
旅行消費額 2014年 4,100億円	億円	4,131 (115)	4,138 (116)	4,170 (117)	4,210 (118)	4,240 (119)	4,300 (121)
延べ宿泊者数 2015年実績1,157千人	千人	1,157 (116)	1,249 (117)	1,260 (118)	1,270 (119)	1,280 (120)	1,300 (122)
来訪者満足度 2014年 73.3% 外国人2014年 44.7%	%	73.9 (45.1)	74.5 (45.4)	75.1 (45.8)	75.7 (46.1)	76.3 (46.5)	77.4 (47.2)
リピーター率 2014年 20% 外国人2014年 35.0%	%	20.2 (35.3)	20.4 (35.6)	20.5 (35.8)	20.7 (36.1)	20.9 (36.4)	21.2 (37.0)

() 数値は、外国人に関する数値

年次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】

- ・墨田区では、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、「国際観光都市すみだ」を実現するため、平成27年4月に『墨田区観光振興プラン(計画期間:平成27~32年度)』を策定した。
- ・墨田区観光振興プランの計画期間に合わせて、2015(平成27年度)年を基準年次、2020(平成32年度)年を目標年次として設定した。
- ・目標数値は、各種調査結果や実績値、実績値に係る過年度の増加割合などを考慮のうえ算出し、基準値を設定した。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

- ・平成26年度の墨田区内観光入込客数(5,940万人)×一人当たり旅行消費額(6,900円)から旅行消費額を算出し、平成27年度の基準値とした。平成28年度以降は、前年度までの増加割合により各年次の数値を設定した。
- ・外国人に関する数値についても、外国人観光客の入込数×外国人一人当たり旅行消費額(アンケートによる)から旅行消費額を算出する。

延べ宿泊者数

- ・延べ宿泊者数の実績値は宿泊施設数、宿泊室数、収容人数のデータ(墨田区生活衛生課)を基準に事業者へのヒアリング調査による稼働率を乗じて設定した。平成28年度以降は前年度までの増加割合により各年次の数値を設定した。

来訪者満足度

- ・平成26年度以前まで増加割合を踏まえて、平成27年度の基準値を設定した。平成28年度以降

(別添)様式1

は、前年度までの増加割合を考慮のうえ各年次の数値を設定した。

- ・外国人に関する数値については、外国人観光客を対象としたマーケティング調査を平成29年度に実施し、「墨田区に対する満足度(大変満足)」についての数値(実績値)を基準値として設定した。平成30年度以降は、平成26年度調査結果と平成29年度調査結果を比較し、増加割合により各年次の数値を設定した。

リピーター率

- ・平成26年度以前まで増加割合を踏まえて、平成27年度の基準値を設定した。平成28年度以降は、前年度までの増加割合を考慮のうえ各年次の数値を設定した。
- ・外国人に関する数値については、外国人観光客を対象としたマーケティング調査を平成29年度に実施し、「再訪以降(是非来たい)」についての数値(実績値)を基準値として設定する。平成30年度以降は、平成26年度調査結果と平成29年度調査結果を比較し、増加割合により各年次の数値を設定する。

(2) その他の目標

指標項目	単位	2015年 (平成27年度)	2016年 (平成28年度)	2017年 (平成29年度)	2018年 (平成30年度)	2019年 (平成31年度)	2020年 (平成32年度)
区内観光入込客数 2014年 5,940万人	万人	5,950 (431)	6,000 (435)	6,050 (440)	6,100 (455)	6,150 (460)	6,250 (500)
観光客案内所来訪者数 両国観光案内所 平成28年度まで実績	人	18,524 (2,488)	35,040 (3,345)	36,800 (3,500)	38,600 (3,680)	40,500 (3,870)	42,600 (4,060)
観光施設立寄数 2014年 2.4回/日	回	2.5回/日 (2.5回/日)	2.6回/日 (2.6回/日)	2.8回/日 (2.8回/日)	2.9回/日 (2.9回/日)	3.0回/日 (3.0回/日)	3.2回/日 (3.2回/日)
ワンストップ窓口での工房体験・講演受講数 2014年 2040人	人	2,211 (201)	2,819 (260)	3,100 (310)	3,410 (341)	3,750 (375)	4,130 (413)
まち歩きツアー参加者数 2014年 3,600人	人	4,374 (421)	4,465 (450)	4,560 (456)	5,100 (510)	5,200 (520)	5,300 (530)

() 数値は、外国人に関する数値

項目及び年次・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】

- ・墨田区では、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、「国際観光都市すみだ」を実現するため、平成27年4月に『墨田区観光振興プラン(計画期間:平成27~32年度)』を策定した。
- ・目標数値は、各種調査結果や実績値、実績値に係る過年度の増加割合などを考慮のうえ算出し、基準値を設定した。

(別添)様式1

【設定にあたっての考え方】

区内観光入込客数

・平成26年度の墨田区内観光入込客数(5,940万人)を基に、平成27年度の基準値とした。平成28年度以降は、前年度までの増加割合により各年次の数値を設定した。

・外国人に関する数値については、区内の主要観光施設の入込数を基準値として算出する。

観光客案内所来訪者数

・平成28年度の観光客案内所来訪者数の実績(総数35,040人、外国人3,345人)を基に、毎年度、前年度の5%増として設定。

観光施設立寄数

・平成26年度の観光施設立寄数(2.4回/日)を基に、平成27年度の基準値とした。平成28年度以降は、前年度までの増加割合により各年次の数値を設定した。外国人についても同様。

ワンストップ窓口での工房体験・講演受講数

・平成28年度のワンストップ窓口での工房体験・講演受講数(2,819人)を基準値とした。平成29年度以降は、10%増加割合により各年次の数値を設定した。

・外国人に関しては、毎年度総数に対する10%と設定。

まち歩きツアー参加者数

・平成27年度のまち歩きツアー参加者数(4,374人)を基に、平成28年度参加者数(4,465人)の基準値とした。平成29年度以降は、前年度までの増加割合により各年次の数値を設定。

・外国人に関しては、毎年度総数に対する10%と設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(千円)	内訳
27年度実績	536,623	【墨田区からの委託事業収入】 236,286千円 【会費収入】 7,752千円 【自主事業収入】 291,378千円 【民間企業等からの寄付】等 1,207千円
28年度実績	589,707	【墨田区からの委託事業収入】 286,930千円 【会費収入】 7,724千円 【自主事業収入】 293,276千円 【民間企業等からの寄付】等 1,777千円
29年度見込	621,600	【墨田区からの委託事業収入】 263,500千円 【会費収入】 8,500千円 【自主事業収入】 348,500千円 【民間企業等からの寄付】等 1,100千円

(別添)様式1

30年度見込	608,000	【墨田区からの委託事業収入】	270,000千円
		【会費収入】	8,500千円
		【自主事業収入】	328,500千円
		【民間企業等からの寄付】等	1,000千円
31年度見込	610,000	【墨田区からの委託事業収入】	270,000千円
		【会費収入】	8,500千円
		【自主事業収入】	330,500千円
		【民間企業等からの寄付】等	1,000千円
32年度予算	640,000	【墨田区からの委託事業収入】	280,000千円
		【会費収入】	8,500千円
		【自主事業収入】	350,500千円
		【民間企業等からの寄付】等	1,000千円

(2)支出

年度	総支出(千円)	内訳	
27年度実績	541,637	【一般管理費】	51,952千円
		【自主事業支出】	449,468千円
		【プロモーション】	9,642千円
		【マーケティング】	2,000千円
		【観光イベントの開催費】など	30,575千円
28年度実績	585,565	【一般管理費】	56,165千円
		【自主事業支出】	458,630千円
		【プロモーション】	27,999千円
		【マーケティング】	2,000千円
		【観光イベントの開催費】など	40,771千円
29年度見込	617,600	【一般管理費】	52,350千円
		【自主事業支出】	502,250千円
		【プロモーション】	10,000千円
		【マーケティング】	12,000千円
		【観光イベントの開催費】など	41,000千円
30年度見込	605,000	【一般管理費】	60,000千円
		【自主事業支出】	485,000千円
		【プロモーション】	10,000千円
		【マーケティング】	5,000千円
		【観光イベントの開催費】など	45,000千円
31年度見込	605,000	【一般管理費】	60,000千円
		【自主事業支出】	485,000千円
		【プロモーション】	10,000千円
		【マーケティング】	5,000千円
		【観光イベントの開催費】など	45,000千円
32年度見込	630,000	【一般管理費】	60,000千円
		【自主事業支出】	490,000千円
		【プロモーション】	15,000千円
		【マーケティング】	10,000千円
		【観光イベントの開催費】など	55,000千円

(別添)様式 1

(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

産業観光プラザ すみだ まち処及び江戸観光コーナーショップの運営
すみだモダン商品及び江戸文化商品の開発と販売
着地型旅行商品の造成・販売等
工房体験、平和学習、文化施設ランドパスチケット開発と販売
墨田区に関する文化等書籍及び地区マップ等の制作・販売
「その日吉良邸」「高札めぐり」「向島散歩」「観光マップ」等製作販売中
観光案内所の委託運営
吾妻橋案内所、両国案内所、すみだまち処、業平橋案内所 4 ヲ所
両国案内所は平成 2 8 年 1 1 月インバウンド向け施設として移設(国内外含め年間 60,000 人受入)

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

墨田区は、(一社)墨田区観光協会を当該区おける地域 DMO として登録を致したいので、(一社)墨田区観光協会とともに申請します。

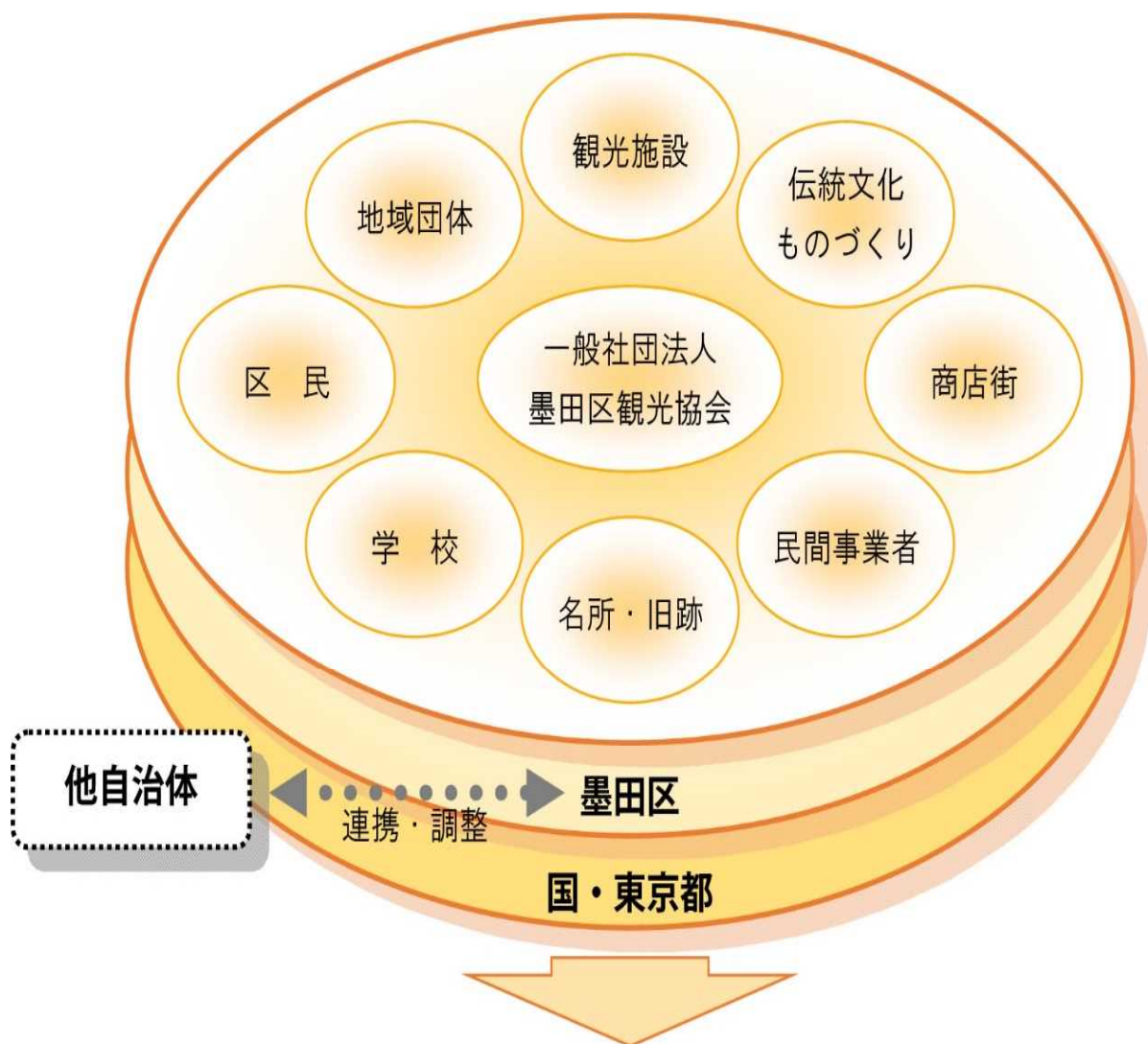
9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	永野 昌志(ながの まさし)
担当部署名(役職)	事務局次長
所在地	墨田区吾妻橋 3 4 5
電話番号(直通)	03 5608 6951
FAX 番号	03 5608 7130
E-mail	m-nagano@visit-sumida.jp

10. 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	墨田区役所
担当者氏名	石岡 克己
担当部署名(役職)	観光産業部観光課主査
所在地	墨田区吾妻橋 1 23 20
電話番号(直通)	03 5608 6500
FAX 番号	03 5608 6934
E-mail	lshioka-katsumi@city.sumida.lg.jp

実施体系図(別紙1)



墨田区観光協会・墨田区を中心としたプラットフォームを創設

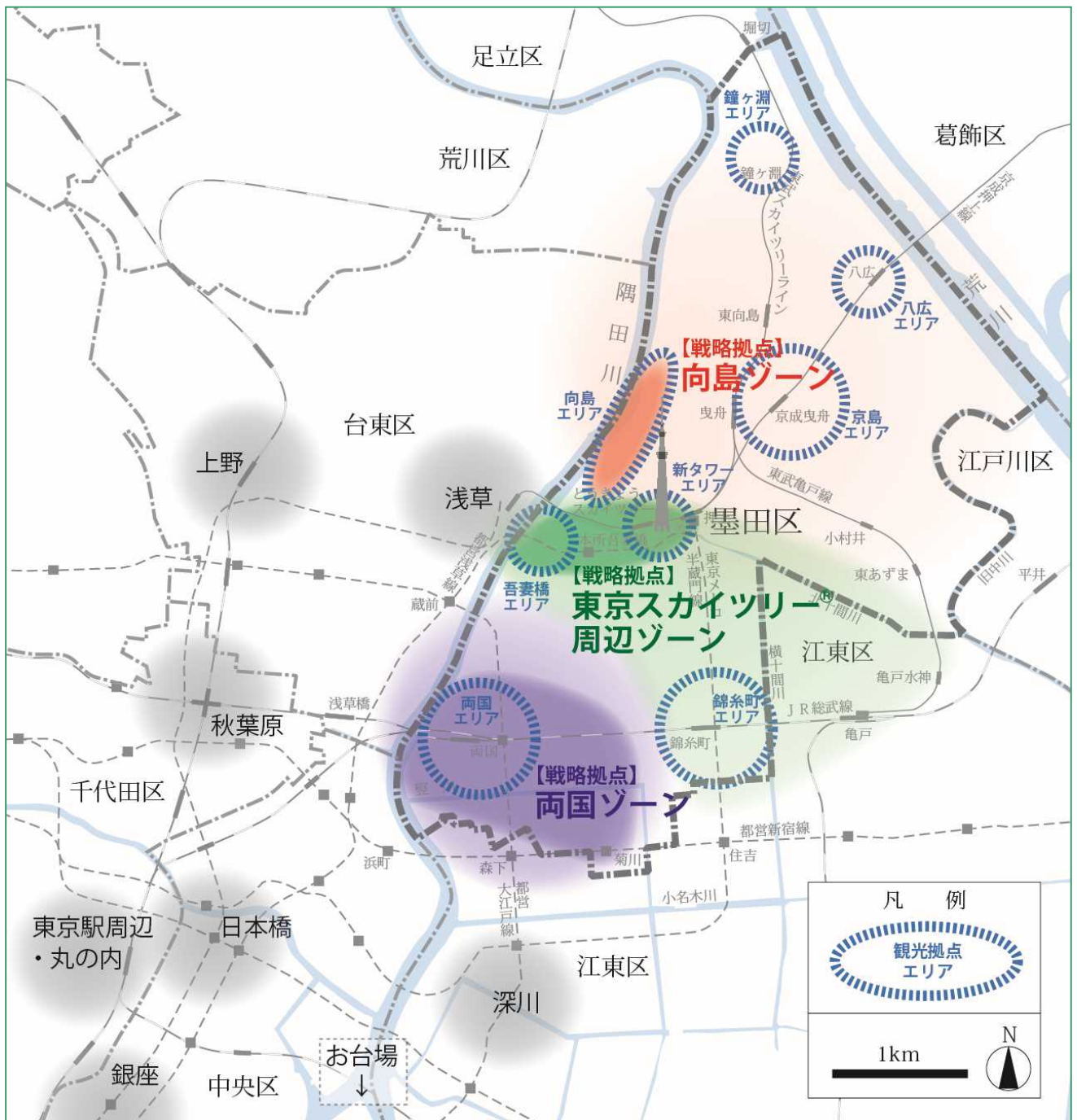
- ◇観光に関連する様々な団体・組織が分野・業種横断的に集まれる場の創出
- ◇各団体の取組みやイベント等の情報の一元管理
- ◇墨田区内で実施されるイベント等に関する情報の一元発信

区域の範囲 (別紙 2)

3つの戦略拠点を核とした観光振興の推進と広域連携強化

戦略的に観光振興事業を展開するとともに、関係する自治体・事業者等と積極的に広域連携を図ることで、「すみだ観光」の更なる魅力向上を図ります。

8つの「観光拠点エリア」の中の3つの「戦略拠点」



法人名：一般社団法人墨田区観光協会

「国際観光都市すみだの実現を目指す」

登録区分名：地域DMO

【区域】東京都墨田区全域

【設立時期】平成21年 4月 1日

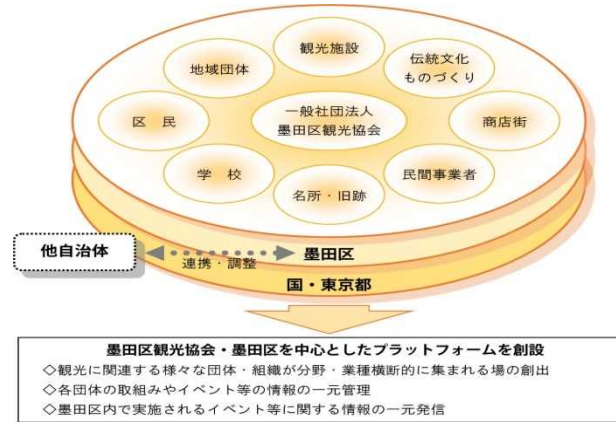
【代表者】理事長 高野 祐次

【マーケティング責任者】
事務局次長 永野 昌志

【職員数】52名

【連携する主な事業者】JTB・東武トップツアーズ・JR東日本等の旅行事業者
すみだ地域ブランド推進協議会
地元及び近隣区の舟運事業者

実施体制



K P I (実績・目標)

	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
旅行消費額 (百万)	4,131 (115)	4,138 (116)	4,170 (117)	4,210 (118)	4,240 (119)
延べ宿泊数 (千人)	1,157 (116)	1,249 (117)	1,260 (118)	1,270 (119)	1,280 (120)
来訪者満足 度(%)	73.9 (45.1)	74.5 (45.4)	75.1 (45.8)	75.7 (46.1)	76.3 (46.5)
リピーター率 (%)	20.2 (35.3)	20.4 (35.6)	20.5 (35.8)	20.7 (36.1)	20.9 (36.4)

()内は外国人に関するもの

A 観光に関する取組

海外における観光プロモーション
他地域との連携による観光プロモーション
新たな観光資源やまち歩きコースの発掘・開発
食を活用した回遊促進と外国人向け食の取組
「すみだ地域ブランド」を活かした観光施策
外国人観光客の受入体制の強化（人材育成等）
すみだ観光品質管理（ガイド認定制度の拡充）

C 文化に関する取組

区内の博物館、美術館等の連携体制の構築
「すみだ文化ゾーン」の積極的なPR・情報発信
博物館や美術館との連携した回遊策
都内の他の文化施設集積ゾーンとの連携
北斎に関わる観光プログラムの充実
江戸・下町文化を継承している地域との連携強化

B 自然に関する取組

水辺の魅力向上による賑わいの創出
新たな魅力づくりによる観光舟運の活性化
観光舟運を活用した区内回遊の促進
川でつながる地域との広域舟運連携
産業資源である工場を活かしたツアーの造成
フィルムコミッションの推進

D イベント・商業施設に関する取組

区内で開催される各種イベント情報の一元管理
イベント情報を観光客が容易に取得できる仕組み
商店街と商業施設と連携した回遊促進
地域商店街の特色を活かした仕組み支援

