

## 日本版DMO形成・確立計画

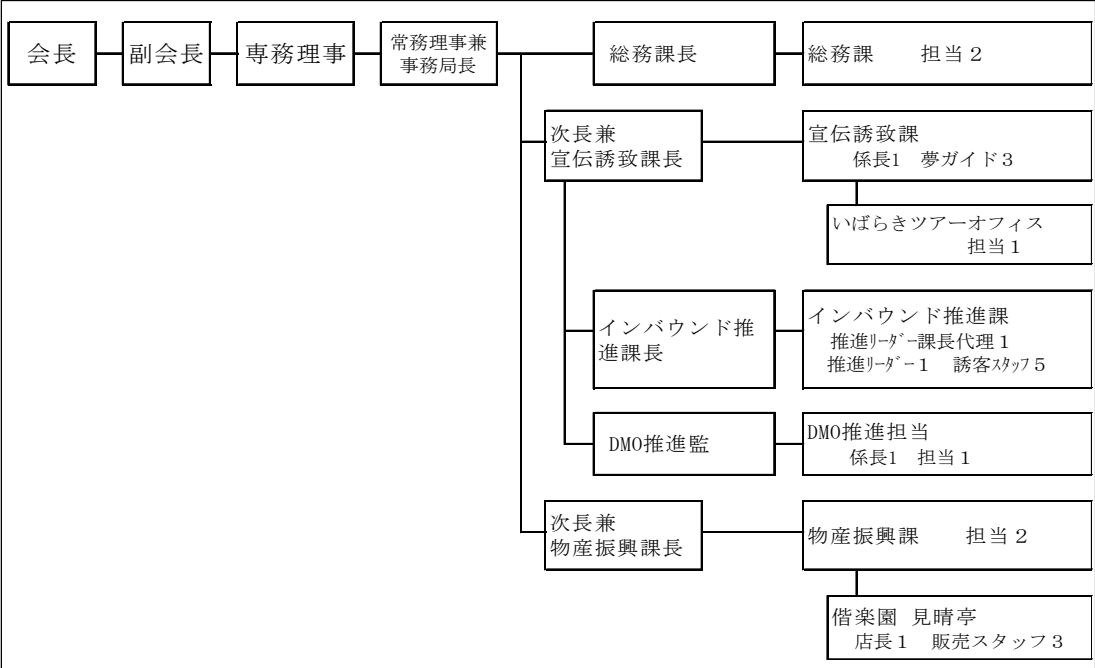
## 1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・ <span style="border: 1px solid black;">地域連携DMO</span> ・地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 茨城県観光物産協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	茨城県	
所在地	茨城県水戸市三の丸 1-5-38	
設立時期	昭和 25 年 11 月 29 日	
職員数	26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）	大井川 和彦 （出身組織名） 茨城県知事	平成 29 年 9 月より、茨城県知事就任。また平成 29 年 11 月より一般社団法人茨城県観光物産協会会長として就任
業務執行部門の統括責任者（専務理事）	渡邊 政美「専従」 （出身組織名：茨城県）	前茨城県理事兼政策審議監、空港対策監や市町村への出向経験もあり、豊富な人脈と統括力を持ち、茨城県や県内の観光関係者との折衝・調整に当たっている。
各部門（例：各種データの分析・収集）の責任者（専門人材）	鈴木 友子「専従」 （出身組織名） （株）プロジェクト茨城	旅行サイト最大手の「じゃらん」でのマーケティング経験、地元旅行会社での商品作成や添乗営業業務、地元観光地運営などの経歴をもつ。 県が平成 28 年 3 月に策定した「茨城県観光振興基本計画」の着実な推進と、県内各地の観光協会等と連携し、各種データに基づく戦略の策定・推進を支援する体制を整備していく。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	森山 智弘「専従」 （出身組織名） （株）JTB	旅行会社に長年勤務し、法人営業などセールス・プロモーションに関する豊富な知識と経験を有している。
各部門（例：旅行商品の造	白土 智光「専従」 （出身組織名） （株）水戸京成百貨店	地元百貨店に長年勤務し、営業や外商、営業企画等を担当し、物産販売に関して豊富な知識と経験を有している。

(別添) 様式 1

<p>成・販売) の責任者 (専門人 材)</p>		
<p>連携する地 方公共団体 の担当部署 名及び役割</p>	<p>茨城県営業戦略部観光物産課 (国内観光) " 国際観光課 (国際観光) 県内市町村観光担当課 (観光全般)</p>	
<p>連携する事 業者名及び 役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内市町村観光協会 (地域内の連絡調整, PR 等)</li> <li>・ (一社)茨城県旅行業協会, (株)JTB, 近畿日本ツーリスト(株), (株)日本旅行 (旅行商品造成, 誘客)</li> <li>・ 茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合, 宿泊事業者 (宿泊)</li> <li>・ 東日本旅客鉄道(株), 茨城交通(株), 関東鉄道(株)等 (交通)</li> </ul> <p>その他, 会員事業者と事業に応じた連携</p>	
<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>	<p>②日本版DMOの組織内に行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置すること (概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 理事会の開催 県行政, 主要市町村観光協会, 旅行業者, 宿泊事業者, 交通事業者等の多様な団体の代表者を理事とする「理事会」を年4回ほど開催し, 意思決定を行う。</li> <li>・ 物産部青年部会の設置 物産事業者の若手メンバーを中心青年部会を設置。共同でのイベント出展などによる県産品のPRや、勉強会、情報共有などを行う。</li> <li>・ 県内市町村, 観光関連団体, 事業者への巡回訪問 DMO 推進部署として, 各関係者へ巡回訪問を行い, 現状の課題や取り組みをヒアリングし, 各種アドバイスや勉強会の設定などサポートを行っている</li> </ul>	
<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>	<p>県民に対して観光の意識醸成の為、「おもてなし講座」を実施。</p>	
<p>法人のこれ までの活動 実績</p>	<p>(活動の概要) 茨城県における観光及び県産業製品の振興に関する事業を行い, もって公共の福祉の増進と地域経済の健全な発展に寄与することを目的としており, 主として下記の事業を実施している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光地の紹介宣伝及び国内外観光客の誘致</li> <li>・ 観光情報の収集及び提供</li> <li>・ 他の観光機関との連絡調整</li> <li>・ 観光事業従事者の資質の向上及び接遇改善の指導</li> <li>・ 外国人旅行者の受入体制の整備</li> <li>・ 旅行業務及び観光案内</li> <li>・ 県産品の普及, 宣伝及び販路拡大</li> <li>・ 県産品の展示及び販売 等</li> </ul> <p>(定量的な評価)</p>	

(別添) 様式 1

<p>実施体制</p>	<p>○延べ宿泊者数 H28:5,609千人 H29:5,614千人 (前年比0.1%増) ※出典:茨城県観光客動態調査</p> <p>○観光消費額 H28:2,731億円 H29:2,628億円 (前年比3.8%減) ※出典:茨城県観光客動態調査</p> <p>(実施体制の概要)</p> <p>○ 一般社団法人として、総会及び理事会を定期的実施しており、理事には、県行政、主要市町村観光協会、旅行業者、宿泊事業者、交通事業者等の多様な団体の代表者が参画するなど、官民が連携した運営を実施。</p> <p>○ 会員として、市町村観光協会、旅行業、宿泊関連団体、物産事業者等が加盟しており、平成28年5月31日現在会員数は517である。</p>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制)</p>  <pre> graph TD     A[会長] --- B[副会長]     B --- C[専務理事]     C --- D[常務理事兼事務局長]     D --- E[総務課長]     D --- F[次長兼 宣伝誘致課長]     D --- G[インバウンド推進課長]     D --- H[DMO推進監]     D --- I[次長兼 物産振興課長]     E --- J[総務課 担当2]     F --- K[宣伝誘致課 係長1 夢ガイド3]     K --- L[いばらきツアーオフィス 担当1]     G --- M[インバウンド推進課 推進リガー-課長代理1 推進リガー1 誘客スタッフ5]     H --- N[DMO推進担当 係長1 担当1]     I --- O[物産振興課 担当2]     O --- P[偕楽園 見晴亭 店長1 販売スタッフ3]     </pre> <p>県</p> <p>市町村・観光協会</p> <p>関係団体・事業者等</p> <p>連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県             <ul style="list-style-type: none"> <li>・人材育成セミナーの共催</li> <li>・インバウンド部会の共催</li> <li>・ホームページ等での情報発信</li> <li>・外国人誘客に向けたFAMツアーや商談会の共催</li> <li>・外国人旅行者受け入れ態勢の強化(翻訳、通訳)</li> </ul> </li> <li>市町村・観光協会             <ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力発信事業の共催</li> <li>・観光キャンペーンによるプロモーションの共催</li> <li>・夏のパンフレットの制作</li> <li>・市町村担当者会議</li> <li>・外国人旅行者受入態勢の強化(翻訳、通訳)</li> </ul> </li> <li>関係団体・事業者等             <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光資源の磨き上げと発信</li> <li>・土産品の磨き上げと発信</li> <li>・外国人旅行者受け入れ態勢の強化(翻訳、通訳)</li> </ul> </li> </ul>

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】

当協会は、茨城県における観光及び県産業製品の振興に関する事業を行い、もって公共の福祉の増進と地域経済の健全な発展に寄与することを目的としており、県内市町村観光協会をはじめ、県内各地域の事業者等が会員となっている。これまで、県内を対象区域として観光情報の収集及び提供、国内外観光客の誘致、受入体制の整備、県産品の普及、宣伝及び販路拡大等に取り組んでいることから、県全域を区域として設定した。

【観光客の実態等】 ※データは全て茨城県観光客動態調査結果による

(1) 入込客数 (延べ人数) (単位:千人)

区分	29年	28年
入込客数	61,284	61,809
前年比(%)	99.2(%)	108.4(%)

(2) 入込客数 (実人数)

## (別添) 様式 1

(単位:千人)

平成 29 年	平成 28 年	対前年増減	前年比
39,554	41,373	△1,819	95.6(%)

◇日帰り・宿泊別入込客数 (単位:千人)

	宿泊	日帰り	計
入込客数	5,116	36,028	34,438
構成比(%)	12.9(%)	87.1(%)	100.0(%)

◇県内外別入込客数 (単位:千人)

	県内	県外	計
入込客数	16,900	22,653	39,554
構成比(%)	42.7 (%)	57.3 (%)	100.0(%)

## (3) 観光消費額

(単位:百万円)

平成 29 年	平成 28 年	対前年増減	前年比
262,832	273,071	△10,238	96.3(%)

◇日帰り・宿泊別観光消費額 (単位:百万円)

	宿泊	日帰り	計
観光消費額	116,846	145,986	262,832
構成比(%)	44.5(%)	55.5 (%)	100.0 (%)

◇県内外別観光消費額 (単位:百万円)

	県内	県外	計
観光消費額	56,530	206,302	262,832
構成比(%)	21.5(%)	78.5(%)	100.0(%)

## 【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】

## ○観光施設

国営ひたち海浜公園, 水郷潮来あやめ園, アクアワールド茨城県大洗水族館, かみね公園, 古河総合公園, 茨城県フラワーパーク 等

## ○自然

筑波山, 袋田の滝, 霞ヶ浦, 涸沼, 牛久沼, 竜神峡, 花貫溪谷, 花園溪谷, 観光農園(農業体験, 果樹狩り), 温泉 等

## ○文化

偕楽園, 弘道館, 西山荘, 六角堂, 鹿島神宮, 笠間稻荷神社, 雨引観音, 牛久大仏, 笠間工芸の丘, 茨城県陶芸美術館, 笠間日動美術館, 天心記念五浦美術館, 観光帆引き船, 真壁の町並み, つむぎの里, 茨城県自然博物館, 水戸芸術館, JAXA筑波宇宙センター, 工場見学 等

(別添) 様式 1

○スポーツ

カシマサッカースタジアム, 海水浴場, サイクリングコース, ゴルフ場,  
パラグライダー 等

○イベント

水戸黄門まつり, 水郷潮来あやめまつり, 笠間の菊まつり, 土浦全国花火競技大会  
古河花火大会, 水戸の梅まつり, 笠間の陶炎祭, 石岡のおまつり 等

【宿泊施設：域内分布, 施設数, 収容力, 施設規模等】

○県内ホテル・旅館 施設数及び客室数 (平成 29 年度末現在)

ホテル営業		旅館営業	
施設数	客室数	施設数	客室数
293	15,709	680	10,579

出典：厚生労働省衛生行政報告例

【利便性：区域までの交通, 域内交通】

○区域までの交通

- ・鉄道：JR各線及び つくばエクスプレス
- ・航空：茨城空港 (国内線：札幌, 神戸, 福岡, 那覇)  
(国際線：上海)
- ・バス：高速バス
- ・船舶：フェリー (苦小牧一大洗)
- ・高速道路等：常磐自動車道, 首都圏中央連絡自動車道, 北関東自動車道,  
東関東自動車道水戸線

○域内交通

- ・鉄道：JR各線, つくばエクスプレス, 関東鉄道, ひたちなか海浜鉄道, 鹿島臨海鉄道
- ・バス等：主要駅から各種路線バス及び観光周遊バス, タクシー等

【外国人観光客への対応】

当協会では, 外国人観光客受入体制の整備のため, 会員向けに施設の案内表示, 宿泊用説明文,  
食事メニューなどの翻訳支援や外国語研修などを実施している。

また, 外国人観光客対応のための「インバウンド部会」を定期的開催し, 関係機関等との情  
報交換などに努めるほか, 外国人誘客推進リーダーによるインバウンド取扱旅行会社への営業を  
通じて, 旅行商品造成を働きかけている。

## 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
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。	ホームページ委託者によるアクセスレポートを利用して実施
観光消費額	地域への経済効果を把握するため	茨城県観光客動態調査 宿泊者ハガキアンケート インバウンド対面アンケート
来訪者満足度	各種サービスの評価・改善の参考とするため	〃
リピーター率	各種サービスの評価・改善の参考とするため	〃
延べ宿泊客数	宿泊者数の実態を把握するため	宿泊旅行統計調査

## 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通年で受入可能な気候条件</li> <li>・ 住みやすい環境</li> <li>・ 陸・海・空の広域交通網の充実</li> <li>・ 筑波山・袋田の滝などの豊富な自然資源 (海・山・川・湖を有する)</li> <li>・ 「世界の絶景」と称される国営ひたち海浜公園のネモフィラやダイヤモンド筑波などの絶景スポットの充実</li> <li>・ 全国一位を誇るレンコン・メロン・ほしいもなどに代表される食の一大産地</li> <li>・ 日本国内でも類いまれな科学技術の集結地</li> <li>・ 工場見学や酒蔵見学等の受入施設の多さ</li> <li>・ バンジージャンプやサイクリング、マリンスポーツのほか、観光農園や陶芸体験などのアクティビティの充実</li> <li>・ 一般客が利用可能なゴルフ場の多さ</li> <li>・ クラフトビールや梅酒が海外でも人気</li> <li>・ 海外の旅行会社から、渋滞がほとんどなく、移動時間が安定しているとの評価</li> <li>・ 映画やドラマの撮影の多さ</li> </ul>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光客一人当たりの消費額が低い</li> <li>※約 86%が日帰り観光</li> <li>※滞在時間 (平均到着時間・平均出発時間の差) が近隣県と比較して短い</li> <li>・ 全国的に知名度の高い観光資源の不足</li> <li>・ 国において国立公園への観光誘客に力を入れている中、国立公園がない</li> <li>・ 現地消費に繋がる著名な土産品の不足</li> <li>・ 観光資源の点在による周遊の難しさ</li> <li>・ 二次交通ネットワークの不足</li> <li>・ 県内事業者・観光協会・自治体等による統一プロモーションや連携に対する機運醸成の不足</li> <li>・ 地震や豪雨等の自然災害が多いという海外からのイメージ</li> <li>・ 外国人に人気がある新幹線の駅がない</li> </ul>

(別添) 様式 1

外部環境	<p>機会(Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏・成田空港からの距離的な近さや好アクセス</li> <li>・圏央道の県内区間全線開通</li> <li>※山梨・神奈川・埼玉方面からの誘客</li> <li>・平成 31 (2019) 年いきいき茨城ゆめ国体・ゆめ大会, 平成 32 (2020) 年東京オリンピック・パラリンピックの開催</li> <li>・訪日外国人観光客の増加傾向</li> <li>・一人旅の増加傾向</li> <li>※一人旅の割合が全国比に対し高い</li> </ul>	<p>脅威(Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地間の競争の激化</li> <li>・国内観光客の基礎となる人口の減少</li> <li>・旅行市場を支えるシニア層旅行者の減少</li> <li>・圏央道の県内全線開通による高速道路利用者の県内通過の増加 (例: 成田空港から直接埼玉・栃木等へ移動)</li> <li>・観光・農業関連事業者の高齢化・後継者不足</li> <li>・海水浴客の減少</li> <li>・将来のドライバー数の減少(車での観光客の減少)</li> </ul>
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 首都圏, 近隣県からの観光客 (例 20~30 代の若年層、マイカーファミリー層等)</p>
<p>○選定の理由 「平成 28 年度 DMO 形成・確立に係る実態調査」「茨城県観光動態調査」「茨城県宿泊アンケート調査」のデータを参考に選定を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏・近隣県からのアクセスが良好</li> <li>・果物狩り, 筑波研究学園都市, 豊富な食資源などの観光資源の充実</li> <li>・アクティビティ(バンジージャンプ・サイクリング等)の充実</li> </ul> <p>◇県外来訪者の内, 千葉県が最も多く, 次いで東京都, 埼玉県の発地者が多い。 ◇首都圏中央道路連絡自動車道の県内全線開通により, 埼玉県幸手方面からの来訪者が 2 倍以上に増加(H28→H29)。</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット(ライフスタイル)に沿った媒体を選定した効果的なプロモーションの実施</li> <li>・着地型旅行商品サイトへの情報掲載による認知度の向上や直接的な販売・誘客</li> <li>・認知度, 興味度, 満足度調査の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開発,</li> </ul> <p>ブラッシュアップなど付加価値をつけた発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内観光事業者・観光協会・自治体の広域連携による複数の観光資源と体験メニュー等を組み合わせた広域モデルコースの提案や, 旅行会社への商品造成の働きかけ</li> <li>・県内観光事業者・観光協会・自治体との連携による首都圏や近隣県での商談会の開催</li> </ul>
<p>○第2ターゲット層 外国人観光客(FIT(個人旅行者), 団体ツアー等) (例: 個人旅行者・・アジア・欧米豪、団体ツアー・・アジア)</p>
<p>○選定の理由 「平成 28 年度 DMO 形成・確立に係る実態調査」のデータを参考に選定を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日旅行客の受入拠点(茨城空港, 茨城港)の存在</li> <li>・羽田空港・成田空港からの好アクセス</li> <li>・東京からの好アクセス</li> <li>・外国人観光客の人気スポットの存在</li> </ul> <p>◇外国人旅行者数 H23: 93 千人 → H28: 259 千人 ◇平成 29 年 4 月~12 月に海外から本県を周遊・宿泊したツアーは, 2,099 本</p>



(別添) 様式 1

<p>(62,912人) 催行され、昨年対比 131%の伸び。ツアー催行国は、台湾、中国、香港、タイ、ベトナム、韓国が 9 割を占める。</p> <p>○取組方針</p> <p>[PR・情報発信]</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・外国版ホームページ・フェイスブックでの情報発信や、海外の旅行博・商談会への出展</li><li>・メディアやブロガー等の招請による本県観光資源のPR</li></ul> <p>[旅行商品造成促進]</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・インバウンド推進リーダーや誘客スタッフの配置によるインバウンド推進体制整備及び誘客活動促進</li><li>・旅行会社等へのセールスコールやファミツアーの実施によるツアー造成促進</li></ul> <p>[受入体制整備]</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・観光事業者等への翻訳支援をはじめとする多言語表記の推進</li><li>・外国人観光客受入のための研修会の開催</li></ul> <p>[個人旅行化等の進展等の外国人観光客の旅行形態の変化を踏まえた対応]</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・体験型アクティビティ等の充実・情報発信強化</li><li>・SNSや旅行サイト、スマートフォン向け動画等を活用した情報発信</li><li>・民間事業者等と連携した滞在コンテンツの開発等による宿泊観光促進</li></ul>
<p>○第3ターゲット層</p> <p>茨城空港就航先からの観光客（札幌・神戸・福岡・那覇）</p>
<p>○選定の理由</p> <p>「平成 28 年度 DMO 形成・確立に係る実態調査」のデータを参考に選定を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・北関東 3 県広域での観光客誘致の取組</li><li>・高い連泊率</li><li>・公共交通機関・レンタカーの高い利用率</li></ul> <p>◇連泊率 神戸から：32.8%，関東 4 県から平均：9.8%</p> <p>◇公共交通機関利用率 例) 路線バス 神戸から：20.3%，関東 4 県から平均：9%</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・就航先での栃木県・群馬県も含めた商談会など広域観光情報の発信、就航先での旅行商品造成の働きかけ</li><li>・就航航空会社との連携による航空会社HP上での観光情報発信</li><li>・県内レンタカー会社との連携によるレンタカー会社HP上での具体的な周遊ルート及びグルメ情報の掲載</li></ul>

(3) コンセプト

①コンセプト	ビジット茨城～新観光創生～
--------	---------------

(別添) 様式 1

<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>○ 東京を中心とする大都市圏に隣接しながら、豊かな自然環境、歴史・文化遺産、世界最先端の科学技術、海の幸・山の幸など豊富な食資源に加え、マリンスポーツやサイクリングなどのスポーツアクティビティ、果物狩りや、陶芸体験など様々な体験型観光が可能であるなど、多様な地域資源を活用して新たな体験メニューの開発やアクティビティの充実を推進する。</p> <p>○ 多くの人口を抱える首都圏に位置し、東京からの交通アクセスが良好であるという立地条件を活かし、科学技術の拠点や豊富な農林水産物など、東京にはない本県の魅力と、東京が持つ都市的な魅力の双方が楽しめる観光圏域づくりを推進する。</p> <p>これらのことにより、国内はもとより、世界から本県への誘客を促進し、世界に通用する新しい観光の創造を目指す。</p>
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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
<p>戦略の多様な関係者との共有</p>	<p>県と月に2回程度戦略の進捗状況確認及び今後の方向性について意見交換を行う。</p> <p>また、市町村観光協会、旅行者、宿泊事業者、交通事業者等の多様な団体の代表者が参画する理事会を3ヶ月に1回程度行い、戦略に掲げた事業進捗状況など情報の共有を図る。年に3~4回、市町村観光協会や事業者を集めて勉強会などを実施し関係者との戦略に掲げた事業に関する情報の共有を図る。</p>
<p>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</p>	<p>観光マイスター認定制度や、更に上位のS級の設定により、旅行者へのサービスの向上を図る。また、宿泊者への満足度調査を行いKPIの測定、PDCAサイクルの確立を図る。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>「観光いばらき」ホームページやパンフレット等により茨城県全体の観光情報を一元的に発信するほか、市町村等との連携やスタッフの配置により、観光客に対する情報提供窓口機能を強化するとともに、設定したターゲットやコンセプトに基づき、プロモーション活動を行っていく。</p>

## 6. KPI (実績・目標) () 目標

## (1) 必須KPI

項目	単位	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
●旅行消費額	億円	2,695 (2,695)	2,731 (2,807)	2,628 (2,919)	(3,215)	(3,457)	(3,700)
●延べ宿泊者数	千人	5,741 (5,741)	5,609 (6,101)	5,614 (6,461)	(6,821)	(7,181)	(7,542)
●来訪者満足度	%	44.6 (44.6)	50.5 (45.1)	46.9 (46.3)	(47.5)	(48.7)	(50.0)
リピーター率	%	73.0 (73.0)	70.2 (74.4)	64.7 (75.8)	(77.2)	(78.6)	(80.0)

## ※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】

KPI の設定にあたっては国の観光立国推進基本計画と、平成 28 年度 3 月に策定された「茨城県観光振興基本計画」の目指す方向性や伸び率に沿った KPI を設定する。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●旅行消費額

当初国の観光立国推進基本計画の H21→H28=1.177 倍に準じて算出

※ $2,260 \text{ 億円} \times (1+0.177) \div 2,660 \text{ 億円}$

ただし平成 27 年度の実績を踏まえ上方修正 H27 現状値 2,695 億円→平成 32 年度 3,700 億円

## ●延べ宿泊者数

宿泊観光入込客数（実人数）の H27 実績から H32 目標値の伸び率を、延べ宿泊者数（国の宿泊旅行統計調査）の実績に乗じて算出。

## 【参考】宿泊観光入込客数（実人数）の目標値の算出方法

H26 の宿泊者数の占める割合 (13.8%) が毎年 0.5 ポイント増加し、H32 に 16.8% まで増加することで算出。

※ $41,726 \text{ 千人} \times 16.8\% = 7,010 \text{ 千人}$

※H25 年 (13.3%) →H26 年 (13.8%) の伸び率 0.5 ポイント

## ●来訪者満足度

観光客動向調査より茨城県の観光に対し「非常に満足」している観光客の割合過去 5 年間で最高値だった平成 24 年度 (46%) に、平成 23 年度～24 年度の伸び率 (4%) を加える

## ●リピーター率

平成 28 年度 DMO 形成・確立に係る実態調査を参考に、下記の指標を設定  
平成 27 年度 73% を平成 32 年度に 80% まで増加することで算出

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

	単位	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
●外国人ツアー数	人	1,363 (1,363)	2,012 (1,440)	2,712 (1,730)	(2,080)	(2,500)	(3,000)
●外国人旅行者数	千人	235 (-)	259 (365)	297 (454)	(543)	(632)	(720)
●観光いばらき HP アクセス数 (国内)	万件	729 (729)	725 (806)	702 (879)	(952)	(1,025)	(1,100)
●観光いばらき HP アクセス数 (海外)	万件	4 (24)	5 (44)	13 (64)	(84)	(104)	(120)

※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】**

KPI の設定にあたっては国の観光立国推進基本計画と、平成 28 年度 3 月に策定された「茨城県観光振興基本計画」の目指す方向性や伸び率に沿った KPI を設定する。

**【設定にあたっての考え方】**

●外国人ツアー数

観光庁の観光立国推進事業計画によると、訪日外国人旅行者数の目標は 4,000 万人で、平成 27 年度の実績 1,974 万人の 2.3 倍となっている。また、延べ宿泊者数の目標は 7,000 万人で、平成 27 年度の実績 2,514 万人の 2.78 倍となっている。平均すると約 2.5 倍となることから、

平成 32 年度は平成 27 年度催行見込み(1,200 ツアー)の 2.5 倍増加すると想定

※1,200 ツアー×2.5 倍=3,000 ツアー

●外国人旅行者数

昨年の訪日外国人客数×本県訪問率(平成 25 年度→26 年度の訪日外客数の伸び 1.29 倍が 6 年間続いた場合) + 茨城空港からの訪日外客数

※(148 千人×1.29<sup>6</sup>) + 40 千人 = 720 千人

●観光いばらき HP アクセス数(国内・海外)

茨城県観光振興基本計画に準ずる。

※国内 6 年間 100 万件ずつ増加すると想定 平成 32 年度 1,100 万件

海外 6 年間 20 万件ずつ増加すると想定 平成 32 年度 120 万件

## 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 (円)	内訳
28年度	206,051,314 (円)	(円) 【県からの補助金】: 15,215,423 (地方創生交付金を含む) 【県からの委託料】: 69,575,793 【会費収入】: 19,257,500 【事業収入】: 68,783,674 (県委託事業を除く) 【事業負担金】: 19,791,286 【その他】: 13,427,638
29年度	229,798,468 (円)	(円) 【県からの補助金】: 40,773,254 (地方創生交付金を含む) 【県からの委託料】: 86,117,072 【会費収入】: 19,164,500 【事業収入】: 62,642,689 (県委託事業を除く) 【事業負担金】: 18,968,457 【その他】: 2,132,496
30年度	235,700,000 (円)	(円) 【県からの補助金】: 42,505,000 (地方創生交付金を含む) 【県からの委託料】: 84,758,000 【会費収入】: 20,241,000 【事業収入】: 69,163,000 (県委託事業を除く) 【事業負担金】: 18,995,000 【その他】: 38,000
31年度	235,700,000 (円)	(円) 【県からの補助金】: 42,505,000 (地方創生交付金を含む) 【県からの委託料】: 84,758,000 【会費収入】: 20,241,000 【事業収入】: 69,163,000 (県委託事業を除く) 【事業負担金】: 18,995,000 【その他】: 38,000
32年度	235,700,000 (円)	(円) 【県からの補助金】: 42,505,000 (地方創生交付金を含む) 【県からの委託料】: 84,758,000 【会費収入】: 20,241,000 【事業収入】: 67,163,000 (県委託事業を除く) 【事業負担金】: 18,995,000 【その他】: 38,000

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出	内訳
28年度	194,896,113 (円)	(円) 【DMO推進事業】 4,633,740 【宣伝誘致事業】 23,933,318 【インバウンド推進事業】 9,864 【物産振興事業】 82,579,575 【法人会計】 83,739,616
29年度	233,673,418 (円)	(円) 【DMO推進事業】 25,956,091 【宣伝誘致事業】 50,277,337 【インバウンド推進事業】 42,679,856 【物産振興事業】 47,564,335 【法人会計】 67,195,799
30年度	235,700,000 (円)	(円) 【DMO推進事業】 27,867,000 【宣伝誘致事業】 60,935,000 【インバウンド推進事業】 47,945,000 【物産振興事業】 37,810,000 【法人会計】 61,143,000
31年度	235,700,000 (円)	(円) 【DMO推進事業】 27,867,000 【宣伝誘致事業】 60,935,000 【インバウンド推進事業】 47,945,000 【物産振興事業】 37,810,000 【法人会計】 61,143,000
32年度	235,700,000 (円)	(円) 【DMO推進事業】 27,867,000 【宣伝誘致事業】 60,935,000 【インバウンド推進事業】 47,945,000 【物産振興事業】 37,810,000 【法人会計】 61,143,000

(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

- ・県産品や旅行商品の販売, 会員の拡大による会費収入の増加などを図り, 自主財源の占める割合を増やしていくことを目指す
- ・一方で, DMOの役割は観光による地域活性化という公益性が高いものであることから, 当面は県等からの補助や委託事業費についても, 安定的な財源として確保していく

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

茨城県は、一般社団法人茨城県観光物産協会を本県における地域連携DMOとして登録したので一般社団法人茨城県観光物産協会法人とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	鈴木 友子
担当部署名 (役職)	DMO 推進監
所在地	茨城県水戸市三の丸 1-5-38
電話番号 (直通)	029-226-3800
FAX 番号	029-221-9791
E-mail	<a href="mailto:t.suzuki@ibarakiguide.jp">t.suzuki@ibarakiguide.jp</a>

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	茨城県
担当者氏名	石崎 桂吾
担当部署名 (役職)	営業戦略部観光物産課 課長補佐
所在地	茨城県水戸市笠原町 978-6
電話番号 (直通)	029-301-3617
FAX 番号	029-301-3629
E-mail	<a href="mailto:kanbutsu1@pref.ibaraki.lg.jp">kanbutsu1@pref.ibaraki.lg.jp</a>

都道府県・市町村名	茨城県
担当者氏名	西口 智雄
担当部署名 (役職)	営業戦略部国際観光課 課長補佐
所在地	茨城県水戸市笠原町 978-6
電話番号 (直通)	029-301-3616
FAX 番号	029-301-3608
E-mail	<a href="mailto:kokusaikanko@pref.ibaraki.lg.jp">kokusaikanko@pref.ibaraki.lg.jp</a>

