

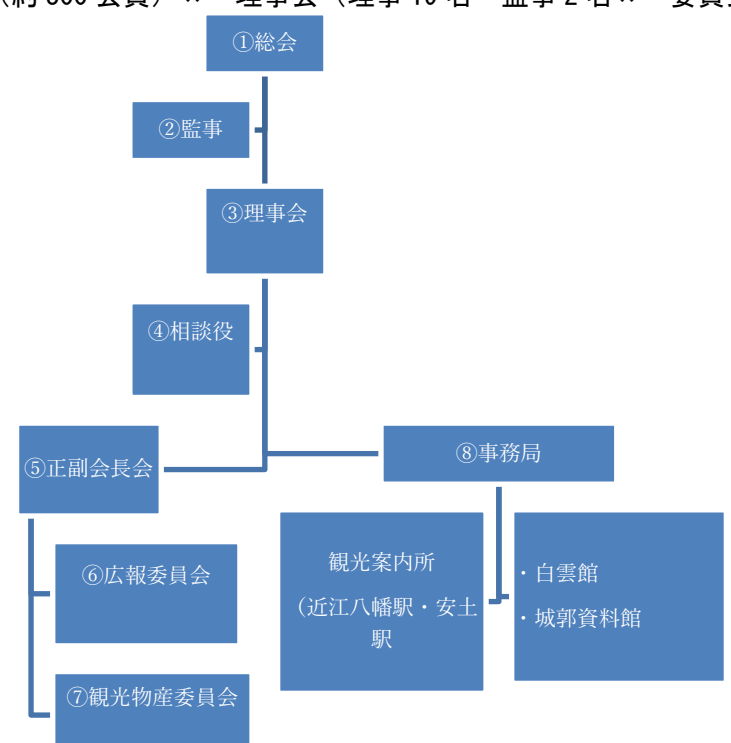
観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 26 日

1. 観光地域づくり法人の組織

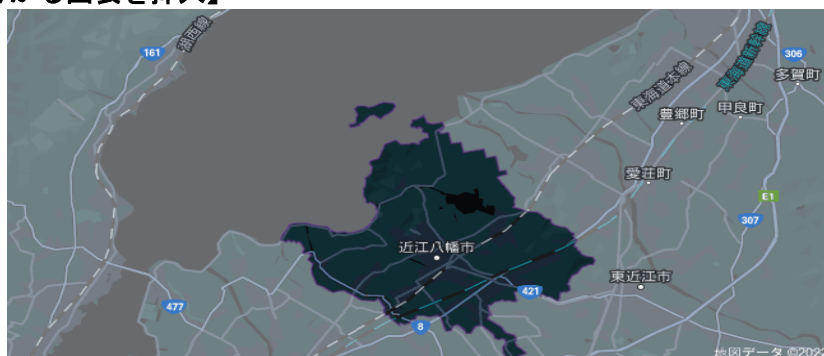
申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 近江八幡観光物産協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 滋賀県、近江八幡市	
所在地	滋賀県 近江八幡市	
設立時期	昭和31年 近江八幡観光協会設立 昭和48年 近江八幡物産振興会設立 平成9年 社団法人近江八幡観光物産協会設立 平成25年 一般社団法人近江八幡観光物産協会へ移行 平成26年 安土町観光協会と統合 平成29年 日本版DMO候補法人登録 令和2年 日本版DMO登録○年○月○日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	20人【正職員2人、パート18人】*観光案内所職員等を含む	
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） ※必ず記入すること	(氏名) 森嶋 篤雄 (出身組織名) (株) もりしま	(物産協会並びに、統合後の観光物産協会の副会長等を経て、平成21年6月より会長就任。近江八幡市及び周辺地域の観光振興に尽力。地域内の信頼や人望は厚く、様々な取組みにて成果を上げている。
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） ※必ず記入すること	(氏名) 田中 宏樹「専従」 (出身組織名) (一社) 近江八幡観光物産協会	平成9年より各種事業や組織運営に関わり、平成21年事務局長として、地域の様々なパイプ役として連絡調整及び事業の推進に成果を上げている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	(氏名) 田中 宏樹「専従」 (出身組織名) (一社) 近江八幡観光物産協会（	平成9年より各種事業や組織運営に関わり、平成21年事務局長として、地域の様々なパイプ役として連絡調整及び事業の推進に成果を上げている。

事業担当者	(氏名) 白石 昌代「専従」 (出身組織名) (一社) 近江八幡観光物産協会	平成26年の組織統合を経て、各種事業に従事。令和3年5月より、事務局次長として各種イベントや広報に関わり、会員や地域関係者との調整及び事業の推進に成果を上げている。						
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	滋賀県商工観光労働部観光交流局（県施策調整、観光インフラ整備） 近江八幡市総合政策部観光政策課（市施策調整、観光インフラ整備）							
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくり会社（株）まっせ（地域づくり） ・安土地域観光ネットワーク（安土地域の観光関連団体） ・近江八幡商工会議所、安土町商工会（産業振興） ・会員事業所や市内各種団体（事業連携や調整） →協会員は、交通事業者、宿泊施設、レジャー飲食、物産、社寺仏閣、文化団体、工業建設、商業サービス、金融など多岐にわたり約300社が加盟。 ・びわこビジターズビューロー、近江ツーリズムボード、東近江地域観光振興協議会等（広域観光） 							
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>【該当する登録要件】①&②</p> <p>①一般社団法人近江八幡観光物産協会では定期総会（1回）、理事会（令和4年度は年間3回）、正副会長会（3～5回）、委員会（随時）を開催。当組織は前述の通り、様々な関係者が集い、議論及び意思決定を図っている。</p> <p>②市内にて行われる観光関連事業に際して設置される協議会や委員会等には、その主要な構成員や役員として参画を図り、観光物産振興面から意見や提案を行っている。</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>地域の案内人である観光ボランティアガイド協会、地域の伝統行事等を司る団体等との連絡を密にし、課題共有を図る他、適切なサポートや助言、又は、地域再発見ツアーの受入れ等を実施している。</p> <p>また、観光セミナーや文化財の公開などは、広く市広報やケーブルテレビなどで周知するほか、学校団体等への出前授業なども行い、観光地域づくりの理解と促進に努めている。例：観光振興計画シンポジウム（R4年度8/5, 3/25）</p>							
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="432 1339 1409 1977"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1339 619 1391">事業</th> <th data-bbox="619 1339 1409 1391">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1391 619 1630">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 1391 1409 1630"> <p>★長年に渡って、市内の観光物産に関する情報発信の中核を担い、様々な媒体（紙、メディア、SNS等）を使って、発信を図り、テーマを決めて、関連性の高い市町等の連携を通じて効率的な発信に努めている。</p> <p>また、近年は、地域おこし協力隊と共に動画作成などにも取り組み、幅広いプロモーションに取り組んでいる。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1630 619 1977">受入環境の整備</td> <td data-bbox="619 1630 1409 1977"> <p>★長年に渡って、散策光マップ等の制作や案内板の整備などに携わってきた。また、より理解を深められるよう観光ガイド協会や祭り関連団体との連携により踏み込んだツアー、さらには旧安土の城下町エリアをより楽しめるアプリ開発など、特定の形に固執することなく幅広く手掛けている。</p> <p>特にコロナ禍は、外国人受け入れのための準備期間として捉え、研修会（インバウンド受入能力向上研修会は、R4年度は9/13&16の2回開催し、ホテル、博物館、ガイド協会、観光</p> </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>★長年に渡って、市内の観光物産に関する情報発信の中核を担い、様々な媒体（紙、メディア、SNS等）を使って、発信を図り、テーマを決めて、関連性の高い市町等の連携を通じて効率的な発信に努めている。</p> <p>また、近年は、地域おこし協力隊と共に動画作成などにも取り組み、幅広いプロモーションに取り組んでいる。</p>	受入環境の整備	<p>★長年に渡って、散策光マップ等の制作や案内板の整備などに携わってきた。また、より理解を深められるよう観光ガイド協会や祭り関連団体との連携により踏み込んだツアー、さらには旧安土の城下町エリアをより楽しめるアプリ開発など、特定の形に固執することなく幅広く手掛けている。</p> <p>特にコロナ禍は、外国人受け入れのための準備期間として捉え、研修会（インバウンド受入能力向上研修会は、R4年度は9/13&16の2回開催し、ホテル、博物館、ガイド協会、観光</p>
事業	実施概要							
情報発信・プロモーション	<p>★長年に渡って、市内の観光物産に関する情報発信の中核を担い、様々な媒体（紙、メディア、SNS等）を使って、発信を図り、テーマを決めて、関連性の高い市町等の連携を通じて効率的な発信に努めている。</p> <p>また、近年は、地域おこし協力隊と共に動画作成などにも取り組み、幅広いプロモーションに取り組んでいる。</p>							
受入環境の整備	<p>★長年に渡って、散策光マップ等の制作や案内板の整備などに携わってきた。また、より理解を深められるよう観光ガイド協会や祭り関連団体との連携により踏み込んだツアー、さらには旧安土の城下町エリアをより楽しめるアプリ開発など、特定の形に固執することなく幅広く手掛けている。</p> <p>特にコロナ禍は、外国人受け入れのための準備期間として捉え、研修会（インバウンド受入能力向上研修会は、R4年度は9/13&16の2回開催し、ホテル、博物館、ガイド協会、観光</p>							

	<p>案内所等の参加がありました)】や案内板の見直しや整備を行っている。</p> <p>観光資源の磨き上げ</p> <p>★地域に存在する魅力は、地元住民にとってはいつものこととして意識されないことが多い。これらを是正していくため、ふるさと観光塾の開催や学校等への出前授業、卒業制作(卒業論文)等の協力などにより、再発見を促している。まずは意識改革、そしてこれらを磨き上げ、商品として整備し販売していく流れを構築していけるよう“ふるさと観光券事業”等に取り組んでいる。</p> <p>【定量的な評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信においては、各種広報物の他、ドイツ人の地域おこし協力隊との連携により動画を作成(年間10本余り)、FBからの発信(年間で200本余り)等のSNSにも取り組んだ。 ・受入に関しては、回復期に備えたインバウンド受入能力向上研修会(他R4年度は2回)、R4年度に多言語解説整備支援事業に採択をされ、(19種、39パターンでの英文紹介文を受領)、HPや案内板等の充実を進行中。 ・観光資源の磨き上げは、R4年度、市からの受託事業の「ふるさと観光券事業」の中で、地域事業者に対しての呼びかけ、審査会を通じたアドバイス等をうけ、約100事業者余りから約150の魅力的な商品の選定や磨き上げを行った。
<p>実施体制</p> <p>※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)。</p>	<p>【実施体制の概要】</p> <p>実施体制の概要)</p> <p>(一社)近江八幡観光物産協会に加盟する事業者団体により、理事会や委員会が構成され、密接に連携した運営を実施。</p> <p>【実施体制図】</p> <p>総会(約300会員) ⇔ 理事会(理事19名・監事2名 ⇔ 委員会(自由参加</p>  <pre> graph TD A[①総会] --- B[②監事] A --- C[③理事会] C --- D[④相談役] C --- E[⑤正副会長会] E --- F[⑥広報委員会] E --- G[⑦観光物産委員会] E --- H[⑧事務局] H --- I[観光案内所 (近江八幡駅・安土駅)] H --- J[白雲館 ・城郭資料館] </pre>

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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

★一般社団法人近江八幡観光物産協会は、市内に存在する唯一の観光物産振興団体であり、加えて歴史と実績を有することから、市全域を区域設定した。

【観光客の実態等】

★関西圏と中京圏の間に位置することから、手軽な日帰り観光地として、多くの観光客が来訪している。県内の観光地を含めての来訪者も多いが、宿泊施設は多くないため、全体の観光客数に比べて宿泊客の比率は低い（日帰り観光が主体）

【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】

★いわゆる観光向けの施設やイベントは少なく、旧来より存在する自然風景や伝統的な祭り、近江商人やヴォーリスなどの精神的な文化、戦国武将ゆかりの城跡や聖徳太子ゆかりの社寺等が点在する多くの魅力を結び付けるストーリー性と移動手段が課題となっている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

★大型施設としては駅前のシティーホテル、琵琶湖沿いに立地する国民宿舎の二施設、他は、駅前に立地するビジネスホテルが主要な宿泊先となっている。近年は、町家等をリノベーションした施設が開業するなど新たな動きが出てきている。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

★鉄道の玄関口としては、近江八幡駅、安土駅の二つ。駅から観光地までは若干の距離がある。近江八幡エリアは公共交通機関が一定程度整っているが安土は脆弱であり課題である。

高速道路インターは、市内にはない物の、近隣（竜王や八日市、彦根）などがあり、車の来訪者は多い。

【外国人観光客への対応】

★京都に近いことから旅慣れた外国人観光客が尋ねて来られることも多い、特に、外国人だと意識することなく、通常に対応や取り組みを通じて、多くの来訪者を受け入れて行きたい。

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。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	観光入込客統計調査を活用。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
滞在時間	市内での滞在時間や訪問地を把握し、戦略立案に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施。

住民満足度	市内での宿泊数を把握し、戦略立案に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施。
観光入込客数	永年、取得されてきたデータであり、比較可能であり、傾向を把握するため	観光入込客統計調査を活用。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

★人口減少時代に突入し、右肩上がりの成長が望めない現状において、地域経済や文化の継続継承、そして持続可能な発展が不可欠であり、そのためには、地域資源の気づきや発信、そして保存再生のための活動などが重要と考えられる。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）が中心となって既存の観光資源を活用した観光地域づくりを展開し問題解決に繋げるため。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・関西圏と中京圏に位置する立地性 ・豊かな豊富な自然や歴史資源	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・日帰り（マイカー客）の一定時間帯の集中による混雑（渋滞）対応
外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・企業の CSR や SDG' S 等の浸透による近江商人やヴォーリス精神の顕彰気運の高まり。	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・短く、分かりやすく、インパクトが求められ中において、目に見えないものを伝える難しさ

※上記に加え、PEST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

※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。

★首都圏在住の、50～70代のリピーター例）香港・台湾を中心とした東南アジア、30～50代のリピーター

○選定の理由

○選定の理由

★滋賀県観光統計調査や近江八幡市観光動向調査等では、訪問者の内、近畿（57%）、中部（18.7%）に続いて南関東地区（15.9%）と訪問率が高く、潜在的訪問者も多いと考えられる。

また、当地域の観光資源は、文化や歴史に関心の高い層に、反応は高く、時間をかけてゆっくりと観光したい層への発信や誘客を行うことは地域のニーズとも合致するため。*数値は令和3年の調査

○取組方針

★近江商人やヴォーリスなど、人間性や精神性に触れる邸宅公開や解説ガイドによる引率などの商品やツアーを造成するとともに、さらに進化や発展をさるための仕組みやコンテンツの磨き上げを進める

○ターゲット層

★関西圏及び中京圏在住の、30～60代の女性 リピーター

<p>○選定の理由</p> <p>★当協会による近江八幡市観光動向調査等では、最も多い訪問者は関西（57%）、続いて、中部地区（18.7%）、そして、多くは日帰り観光である。滋賀県観光調査も同様の結果が出ている。中でも当協会の調査では、20代来訪者が最も多く、この方々が30～60代となっても、再び、当地に訪れて頂けることを目的として設定した。</p> <p>○取組方針</p> <p>★当地には、県内の観光入込客1位の施設（ラ・コリーナ）を有しており誘引力は高い。その次へと繋げるための案内や、自転車等の気軽な移動手段を使つての誘客などに取り組むことで、複数の観光地へ誘導を促す</p>
<p>○ターゲット層</p> <p>★中華系（台湾・香港）のリピーター</p>
<p>○選定の理由</p> <p>★滋賀県観光統計調査等によると、県内への外国人訪問客の中において、最も多い訪問客が台湾からの来客（約35%）であり、親日的な地域でもあるため。また、香港は、滋賀県や滋賀銀行（香港支店）を通じて、海外に農産物輸出トップセールス等も行われているため潜在的な訪日客が存在すると考えられるため。</p> <p>○取組方針</p> <p>近隣市町の観光協会やDMOとも連携しながらの情報発信に取り組むほか、日本らしき風景や伝統、そして、日本人の生活が感じられる地域としての自覚とおもてなし気運の醸成を促進し、国内観光客と分け隔てなく迎入れる体制を整えていく。</p>

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。</p> <p>★住んで良かったまち、訪ねて良かったまち、もう一度訪ねてみたいまち。 ライフスタイルツーリズム （近江八幡らしい生活文化の継承と共創）</p>
②コンセプトの考え方	<p>★地域住民の生活や暮らしを良くすることを基本としつつ、合わせて、郷土への愛着やおもてなしの気運を高めていくことが、市民にも訪問客にとっても良い観光地であり、持続可能な観光地として存続することが出来ると考えているため。</p> <p>一例をあげるとしても、城下町開町以前より続く水郷がもたらす豊かな農村風景、旧安土城、旧八幡山城、その麓に集い活躍した近江商人。朝鮮通信使や中山道等の街道や宿場跡、外国人宣教師ヴォーリズが残した建築物など、先人たちが残したものを守り育て継承する中で、おもてなしの心をはぐくみ、観光を通じたまちづくりを実践し、持続可能な発展を目指す。</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
戦略の多様な関係者との共有	<p>※戦略の共有方法について記入すること （例）部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会</p>

<p>※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>(例) DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を〇月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。</p> <p>(例) 活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や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事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、HPで公表。</p> <p>* 観光データ等の情報を総会資料等に掲載するほか、関係者会議等での配布や説明など、出来る限りの機会を通じて情報共有に努めている。 理事会(年数3~4回の開催)の他、関係会議等において共有</p> <p>* 統計データ資料をHP等でダウンロードできるように公開</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>(例) 飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。</p> <p>* 観光案内所や事務局に寄せられた声などは、観光ボランティアガイド協会や安土観光ネットワーク等(月1回開催)で共有するほか、インバウンド受入能力向上や観光セミナーの開催(年1回程度)等を通じて意識の向上と品質保証に努めている。</p>
<p>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</p>	<p>(例) ワンストップ窓口の実施、SNSを利用した効果的なプロモーションの実施。</p> <p>* 単独でのPRよりも、びわこビジターズビューロー、近江ツーリズムボード、東近江地域観光振興協議会等との連携による広域による枠組みの中での発信を基本として行っている。</p> <p>→HP, SNS, 情報誌(JR西日本管内の駅に設置)、ファムツアー等の実施、</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (総額・単位億円)	目標	150	120	120	140	150	160
	実績	101	122	147			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	145,000 ()	145,000 ()	80,000 ()	100,000 ()	120,000 ()	150,000 ()
	実績	71,200 ()	67,400 ()	157,451 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	85% ()	85% ()	88% ()	89% ()	90% ()	91% ()
	実績	88.6% ()	86.4% ()	84.7% ()			
●リピーター率 (%)	目標	67% ()	67% ()	70% ()	71% ()	72% ()	73% ()
	実績	66.7% ()	65.7% ()	62.7% ()			

※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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

○当地域の観光振興はブームやトレンドに乗らず、地道な歩みを重ねることをモットーとしているため、急激な増加はないがリバウンドもない。観光は、社会情勢や動向に左右されるが、そのことに一喜一憂せず、緩やかではあっても着実に確実な歩みで前へと進展させたい。

●旅行消費額

★コロナ禍の回復基調の中で、縮小していた消費行動も回復するものと期待される。一方で、大きな要因が無ければ、大きな変動はないものと思われることから、当協会による近江八幡市観光動向調査データに倣い（概ね1%程度の増加であり）、引き続き、地道ながらも着実な伸びを確実なものとするため、毎年度1%程度の伸びを目標とした。

●延べ宿泊者数

★当会による近江八幡市観光動向調査によれば、1人当たりの宿泊数等は増加傾向にあり2019は1.31、2020は1.32、2021は1.43と伸びており、潜在的な宿泊者は多いと思われる。コロナ禍の回復、そして、民泊施設等の増加により、毎年度1%程度の増加が期待できることから上記目標値を設定。

●来訪者満足度

★当会の近江八幡市観光動向調査のデータを見る範囲では、大きな変動はないと思われるが、満足度は持続可能な地域づくりの中で最も重要な部分であるため、引き続き安定的に1%程度の増加を目標として設定した。

●リピーター率

★満足度と共通する点はあるが、当会の観光動向調査によれば、満足度の向上は令和元年度 84,5%、令和2年度は、88,6%、令和3年は 86,4%と高い数値一定しており、リピーター率も、令和元年 65,8%、令和2年は 66,7%、令和3年は 65,7%と同様の動きを示している。このことから、引き続き安定的に1%程度の増加を目標として設定した。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●滞在時間 (時間)	目標	4.0 ()	4.30 ()	4.35 ()	4.40 ()	4.45 ()	()
	実績	3.82 ()	4.30 ()	4.00 ()			
●宿泊数 (泊数)	目標	1.45 ()	1.45 ()	1.43 ()	1.44 ()	1.45 ()	1.46 ()
	実績	1.31 ()	1.32 ()	1.43 ()			
●観光入込統計	目標	5,500,000 ()	5,500,000 ()	5,000,000 ()	5,200,000 ()	5,500,000 ()	()
	実績	3,893,700 ()	4,189,012 ()	5,057,319 ()			

※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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

- ・当会の近江八幡市観光動向調査により過去数年のデータを取得していることから、コロナ前後での把握をするため。
- ・目先の数字（来場者数等）ではなく、どれだけ市内におられたのか（滞在・宿泊）をされたのか（伸びたのか）を認識し分析するため。

●滞在時間

当会の近江八幡市観光動向調査の過去数年のデータをふり返ると、対象の前後はあるものの、R3年度は、4時間台に入っている。これを定着と安定をさせていくための目標として設定した。

●宿泊数

緩やかではあるものの、増加傾向にある。また、夜間ライトアップ事業や民泊施設等の充実が図られていることを背景に、今後も緩やかに増加することを目標として設定した。

●観光入り込み客数

コロナ禍の回復傾向にあり、懸念や不安が減少するとともに、その流れは確実な流れになるものと思われることから設定した

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2)年度	68,518,342円	会費収入 6,428,000円、補助金収入15,735,000円、事業収入37,978,011円、受取負担金784,542円、雑収益3,288,330円
2021(R3)年度	64,213,883円	会費収入 5,572,000円、補助金収入13,534,000円、事業収入44,585,625円、受取負担金2,041,144円、雑収益3,514,500円
2022(R4)年度	69,247,269円	会費収入 5,482,000円、補助金収入13,120,000円、事業収入56,020,419円、受取負担金1,706,450円、雑収益3,442,186円
2023(R5)年度	79,863,055円	会費収入 5,500,000円、補助金収入13,212,000円、事業収入39,200,000円、受取負担金3,350,000円、雑収益3,871,000円
2024(R6)年度	65,133,000円	会費収入 5,500,000円、補助金収入13,000,000円、事業収入43,000,000円、受取負担金2,500,000円、雑収益1,000,000円
2025(R7)年度	65,133,000円	会費収入 5,500,000円、補助金収入13,000,000円、事業収入43,000,000円、受取負担金2,500,000円、雑収益1,000,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2)年度	63,677,091円	・情報発信、マーケティング 17,563,439円 ・イベント関連 3,976,142円 ・受託業務(案内所運営等) 14,548,666円 ・収益事業(指定管理含む) 26,221,055円 ・法人会計 1,367,789円
2021(R3)年度	65,732,880円	・情報発信、マーケティング 15,571,642円 ・イベント関連 4,041,882円

		<ul style="list-style-type: none"> ・受託業務（案内所運営等） 18,201,408 円 ・収益事業（指定管理含む） 26,490,426 円 ・法人会計 1,427,522 円
2022（R4） 年度	74,705,806 円	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信、マーケティング 18,400,719 円 ・イベント関連 3,962,773 円 ・受託業務（案内所運営等） 19,911,790 円 ・収益事業（指定管理含む） 31,112,118 円 ・法人会計 1,318,406 円
2023（R5） 年度	64,419,000 円	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信、マーケティング 18,300,000 円 ・イベント関連 4,500,000 円 ・受託業務（案内所運営等） 10,112,000 円 ・収益事業（指定管理含む） 29,707,000 円 ・法人会計 1,800,000 円
2024（R6） 年度	64,500,000 円	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信、マーケティング 17,000,000 円 ・イベント関連 4,500,000 円 ・受託業務（案内所運営等） 15,500,000 円 ・収益事業（指定管理含む） 26,000,000 円 ・法人会計 1,500,000 円
2025（R7） 年度	64,500,000 円	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信、マーケティング 17,000,000 円 ・イベント関連 4,500,000 円 ・受託業務（案内所運営等） 15,500,000 円 ・収益事業（指定管理含む） 26,000,000 円 ・法人会計 1,500,000 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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

- ・受益者負担の原則の浸透（業務や配布物の有料化や負担金化の検討）
- ・行政業務（受託業務）等の拡充
- ・既存業務の見直し（効率化推進）
- ・協会の維持及び拡充

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

近江八幡市は、一般社団法人近江八幡観光物産協会を近江八幡市における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人近江八幡観光物産協会とともに申請します。

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】

エリアが重複する近江ツーリズムボードとは、四半期に一度程度の連絡会を開催するほか、定期的にメール等で各取組の意見交換を行っている。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

当会は地域DMOとして、地域内での資源発掘やネットワークを活かした活動が主体となっているため、近江ツーリズムボードに対しては、当会では弱みとなる、インバウンド向けの情報発信や周辺市町を含めた商品造成や取材対応などを担って頂くことで、より効果的な取り組みが果たせる

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	田中 宏樹
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	523-0864
所在地	滋賀県近江八幡市為心町元9番地1
電話番号（直通）	0748-32-7003
FAX番号	0748-31-2393
E-mail	omi8@sweet.ocn.ne.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	滋賀県近江八幡市
担当者氏名	西村 喜代仁
担当部署名（役職）	観光政策課 課長
郵便番号	523-8501

所在地	滋賀県近江八幡市桜宮町 2 3 6
電話番号 (直通)	0 7 4 8 - 3 6 - 5 5 7 3
F A X 番号	0 7 4 8 - 3 6 - 5 8 8 2
E - m a i l	010429@city.omihachiman.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】

滋賀県 近江八幡市

【設立時期】平成9年4月1日

【設立経緯】

地域の観光協会がDMOに移行

【代表者】会長 森嶋 篤雄

【マーケティング責任者(CMO)】田中宏樹

【財務責任者(CFO)】田中宏樹

【職員数】20人（正職員2人・パート18人）

【総収入】会費収入5,482,000円、補助金収入13,212,000円、事業収入56,020,419円、受取負担金1,706,450円、雑収益3,442,186円
(R4年度:総合計79,863,055円)

【総支出】情報発信マーケティング18,400,719円、イベント関連 3,962,773円、受託業務(案内所運営等)19,911,790円、収益事業(指定管理含む)31,112,118円、法人会計1,318,406円
(R4年度:総合計74,705,806円)

記入日: 令和5年 7月26日

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (億円)	目標	150 ()	120 ()	120 ()	140 ()	150 ()	160 ()
	実績	101 ()	122 ()	147 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (人)	目標	145,000 ()	145,000 ()	80,000 ()	100,000 ()	120,000 ()	150,000 ()
	実績	71,200 ()	67,400 ()	157,451 ()	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	85 ()	85 ()	88 ()	89 ()	90 ()	91 ()
	実績	88.6 ()	86.4 ()	84.7 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	67 ()	67 ()	70 ()	71 ()	72 ()	73 ()
	実績	66.7 ()	65.7 ()	62.7 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ・首都圏在住の、50~70代のリピーター
- ・関西圏及び中京圏在住の、30~60代女性

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・近江商人やヴォーリズなどを通じた、人間性や精神に触れる魅力作り。
- ・県内入込客1位の施設を軸にした市内の回遊性促進

【観光地域づくりのコンセプト】

近江八幡ライフスタイルツーリズム
(近江八幡らしい生活文化の継承と共創)

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・近江商人の邸宅公開
- ・ヴォーリズ建築めぐり特別ツアー造成
- ・ふるさと観光券の取組み

【受入環境整備】

- ・レンタサイクル利用促進
- ・多言語案内整備
- ・観光ボランティアガイド協会との連携

【情報発信・プロモーション】

- ・SNSの取組み
- ・地域おこし協力隊(ドイツ人)の発信
- ・観光案内所を活用した取組み

