

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年11月9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	地域DMO	
観光地域づくり法人 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	墨田区 東京都墨田区 全域	
所在地	東京都墨田区東向島 2-8-5	
設立時期	平成21年4月1日	
職員数	20人【常勤12人（正職員11人・出向等1人）、非常勤8人】 （令和4年4月1日現在）	
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） 森山 育子「専従」 （出身組織名） （株）ジュピターテレ コム	森山 育子「専従」 （出身組織名） （株）ジュピターテレコム
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：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） 佐々木 匠「専従」 （出身組織名） 墨田区・観光課	墨田区観光課より出向となり、当DMOにおいて、各種アンケートの実施、集計、報告書の作成を行い、情報の収集・分析を行う。
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） 中山 賢治「専従」 （出身組織名） 墨田区役所	墨田区を退職後、墨田区観光協会の事務局次長に着任。行政時代は、地域活動推進課長、産業振興課長などを歴任した。また、生まれも育ちも墨田区であり、今まで培った地域の人々や企業との信頼関係を活かし、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（例：プロモ ーション）の責任者 （専門人材） ※各部門責任者のう ち専従の者について は、氏名の右横に 「専従」と記入す ること	（氏名） 平尾 伸子「専従」 （株）ジュピターテレ コム	地方銀行、養護学校教員、ケーブルテレビ局など、多様な業務経験した後、現在、墨田区観光協会のプロモーションを担うマネージャーとして勤務。区内に約20年在住し、様々な人たちと交流することにより得た情報は豊富で、その情報を武器に積極的なプロモーション活動を行っている。
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の責 任者（専門人材）	（氏名） 深澤 瑛利子「専従」 （出身組織名）	旅行会社で5年間勤務し、窓口及び企画旅行主たる業務経験を持つ。当協会では9年間着地型旅行

(別添) 様式 1

	東武トップツアーズ (株)(株)〇〇	の開発及び実行し、特に、修学旅行の受入として、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	・ 墨田区産業観光部観光課 (地域交通・マーケティング)		
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東武トップツアーズ (株)、JR東日本ほか (着地型旅行商品の開発・販売)</li> <li>・ すみだ地域ブランド推進協議会 (地域ブランド商品の販路開発及び販売)</li> <li>・ 墨田区商店街連合会 (区内商業施設でのポップアップ拠点の紹介・連携)</li> <li>・ 墨田区伝統工芸保存会 (修学旅行体験などのアクティビティ連携)</li> <li>・ 墨田区舟運連絡協議会 (舟運の開発、舟運を活用した着地型商品の開発)</li> </ul>		
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	【該当する登録要件】① (概要) 多様な関係者が参加する協議会を設置するほか、理事会を月1回～2か月に1回開催し、情報共有や問題解決に向けた議論を行っている。また、「DMOサポーターズ」を立ち上げ、区内各地域でイベントを行っている人たちと月1回ミーティングを開催し意見交換等や事業連携を進めている。		
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	地域が行っているイベント等の広報や実施においての協力や支援を行っている。また、地域の各種協議会等に委員やアドバイザーとして参加している。		
法人のこれまでの活動実績	(活動の概要)		
	事業	実施概要	
	情報発信・プロモーション	(令和元年度)	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1 ホームページ等による観光・行事情報の提供</li> <li>2 観光ガイドマップ等の作成・配布</li> <li>3 観光プロモーション推進事業 (シティセールス)</li> <li>4 フィルムコミッション事業</li> <li>5 観光客誘致キャンペーン (台湾・沖縄・大阪など)</li> <li>6 インバウンド向けホームページの運営管理</li> </ol>	
		(令和2年度)	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 ホームページ等による観光・行事情報の提供</li> <li>2 観光ガイドマップ等の作成・配布</li> <li>3 観光プロモーション推進事業 (シティセールス)</li> <li>4 フィルムコミッション事業</li> <li>5 観光客誘致キャンペーン (仙台市等)</li> <li>6 インバウンド向けホームページの運営管理</li> </ol>			
(令和3年度)			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 ホームページ等による観光・行事情報の提供</li> <li>2 観光ガイドマップ等の作成・配布</li> <li>3 観光プロモーション推進事業 (シティセールス)</li> <li>4 フィルムコミッション事業</li> <li>5 観光客誘致キャンペーン (仙台市等)</li> <li>6 インバウンド向けホームページの運営管理</li> </ol>			
受入環境の整備	(令和元年度)		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 「すみだ界限 街あるき案内処」の運営 (17か所)</li> <li>2 観光案内板 (高札) 等の維持管理</li> <li>3 観光案内所・両国花火資料館の管理運営 (4か所)</li> </ol>			

(別添) 様式 1

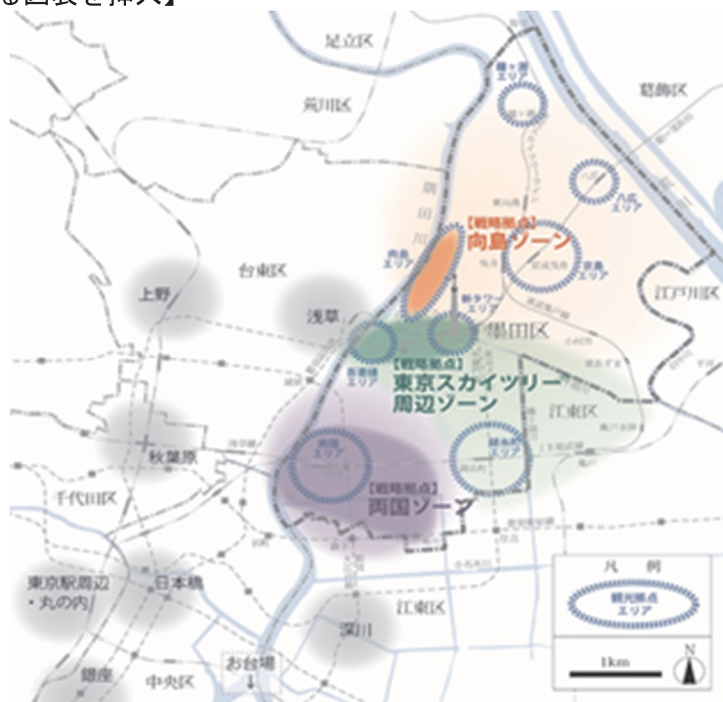
		<p>(令和2年度)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 「すみだ界限 街あるき案内処」の運営 (16か所)</li> <li>2 「墨田区観光情報提供施設」の管理 (20か所)</li> <li>3 観光案内板 (高札) 等の維持管理</li> <li>4 観光案内所・両国花火資料館の管理運営 (3か所)</li> </ol>
	観光資源の磨き上げ	<p>(令和3年度)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 「すみだ界限 街あるき案内処」の運営 (14か所)</li> <li>2 「墨田区観光情報提供施設」の管理 (21か所)</li> <li>3 観光案内板 (高札) 等の維持管理</li> <li>4 観光案内所・両国花火資料館の管理運営 (3か所)</li> </ol> <p>(令和元年度)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 すみだ観光ガイド制度の運営・回遊ルートの開発</li> <li>2 行事等における観光PRコーナーの開設</li> <li>3 第41回墨堤さくらまつり</li> <li>4 第49回納涼の夕べ (外国人観光客誘致事業含む)・前夜祭</li> <li>5 第12回吾妻橋フェスト</li> <li>6 忠臣蔵関連イベント</li> <li>8 観光土産品の開発・販売促進 (4か所で常設販売)</li> <li>9 まち歩きガイドツアーの実施 (定期・イベント企画・団体)</li> <li>10 着地型ツアーの実施 (修学旅行・相撲朝稽古等)</li> <li>11 観光に資する事業等の後援・育成事業 (45事業)</li> <li>12 墨田区・台東区連携 隅田川とうろう流し</li> <li>13 第44回すみだまつり・第49回こどもまつり</li> <li>14 すみだランフェスタ関連イベント</li> </ol>
		<p>(令和2年度)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 すみだ観光ガイド制度の運営・回遊ルートの開発</li> <li>2 行事等における観光PRコーナーの開設</li> <li>3 墨堤さくらまつり (中止)</li> <li>4 納涼の夕べ (外国人観光客誘致事業含む)・前夜祭 (中止)</li> <li>6 忠臣蔵関連イベント (まち歩きのみ)</li> <li>7 観光土産品の開発・販売促進 (3か所で常設販売、ポップアップ)</li> <li>8 まち歩きガイドツアーの実施 (定期・イベント企画・団体)</li> <li>9 着地型ツアーの実施 (修学旅行・相撲朝稽古 (中)・産業観光等)</li> <li>10 観光に資する事業等の後援・育成事業 (10事業)</li> <li>11 墨田区・台東区連携 隅田川とうろう流し</li> <li>12 すみだまつり・こどもまつり (中止)</li> </ol> <p>※実施予定を含む</p>

(別添) 様式 1

	<p>(令和3年度)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 すみだ観光ガイド制度の運営・回遊ルートの開発</li> <li>2 行事等における観光PRコーナーの開設</li> <li>3 墨堤さくらまつり(中止)</li> <li>4 納涼の夕べ(外国人観光客誘致事業含む)・前夜祭(中止)</li> <li>6 忠臣蔵関連イベント(まち歩きのみ)</li> <li>7 観光土産品の開発・販売促進(3か所で常設販売、ポップアップ)</li> <li>8 まち歩きガイドツアーの実施(定期・イベント企画・団体)</li> <li>9 着地型ツアーの実施(修学旅行・産業観光等)</li> <li>10 観光に資する事業等の後援・育成事業(10事業)</li> <li>11 墨田区・台東区連携 隅田川とうろう流し(中止)</li> <li>12 すみだまつり・こどもまつり(中止)</li> </ol> <p>※実施予定を含む</p> <p>(定量的な評価)</p>
<p>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)。</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>一般社団法人墨田区観光協会が母体となり、メンバーには、商工会議所、鉄道事業者、宿泊事業者、飲食事業者団体、生産事業者、金融機関、地域団体、行政等の多様な関係者が参画するなど、官民密接に連携した運営を実施している。特に、公益財団法人日本相撲協会に参画いただいている点は、当DMOとしての大きな特徴となっている。</p> <p>(実施体制図)</p>

## 2. 観光地域づくり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】

行政区である墨田区において、「観光振興プラン」と共に、観光事業を展開していくが有効であると考えられる。そのため、区内全域を区域と設定することが適切である。

【観光客の実態等】

主な観光施設の来場者数

施設名	令和元年度	令和2年度	令和3年度
1 両国国技館 (※1)	450,000	1,020,000	210,000
2 江戸東京博物館	839,133	406,313	420,254
3 向島百花園	110,156	41,000	37,579
4 トリフォニーホール	215,934	48,287	106,446
5 すみだ北斎美術館	157,034	45,070	56,978
6 両国花火資料館	5,202	3,933	2,447
7 すみだ郷土文化資料館	11,966	6,365	7,457
8 東武博物館	115,249	46,454	65,449
9 相撲博物館 (※2)	87,982	14,068	0
10 小さな博物館	35,852	9,800	10,834
11 本所防災館	105,869	25,620	41,236
12 シアターX	27,149	11,785	17,140
13 東京スカイツリー	3,600,000	780,000	1,040,000
14 東京ソラマチ	28,900,000	16,240,000	20,520,000
15 刀剣博物館 (※3)	44,000	17,821	18,483
合計	34,705,526	18,716,516	22,554,303

※新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言により各施設休館時期あり

※1は、1月1日～12月31日の数値

※2は、令和3年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため臨時休館

(別添) 様式 1

【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】

- 1 観光施設  
東京スカイツリー、江戸東京博物館、両国国技館、すみだ北斎美術館、刀剣博物館  
花火資料館、たばこと塩の博物館、すみだ水族館、天空（プラネタリウム）等
- 2 商業施設  
東京ソラマチ、東京ミズマチ、アルカキット錦糸町、オリナス錦糸町、錦糸町丸井  
錦糸町RARC O、イトーヨーカドー（曳舟）、テルミナ（錦糸町）等
- 3 自然  
隅田川、荒川、旧中川、北十間川、横十間川、隅田公園（墨田区側）、向島百花園  
旧安田庭園、横網町公園、大横川親水公園、錦糸公園 等
- 4 文化  
トリフォニーホール、曳舟文化センター、シアターX（カイ）等
- 5 スポーツ  
すみだ総合体育館、墨田区総合運動場、すみだスポーツ健康センター、両国屋内プール 等
- 6 イベント  
墨堤さくらまつり、早慶レガッタ、隅田川花火大会、隅田川とうろう流し  
すみだまつり・こどもまつり、義士祭・吉良祭・元禄市、隅田川七福神めぐり  
国技館 5000 人の第九コンサート 等
- 7 神社・仏閣  
回向院、牛嶋神社、三囲神社、弘福寺、長命寺、多聞寺、白鬚神社 等
- 8 その他（観光資源）  
相撲、葛飾北斎、忠臣蔵、鬼平犯科帳、向島花街、区内工場数 2 3 区内第 2 位 等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

旅館業法に基づく許可施設一覧（令和 4 年 6 月 23 日現在） 3 1 3 施設  
大規模なホテルについては、両国・錦糸町・押上地区に集中している。近年増加している小規模  
のホテルやゲストハウスについては、空港（成田空港・羽田空港共に乗り換えなしで区内へ移動が  
可能）や都心への交通のアクセスが良く、特に代表的な観光地である東京スカイツリーや浅草（台  
東区）も近いので、区内各所に開業されている。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

（鉄道）

- 1 JR 総武線（両国駅・錦糸町駅）
- 2 JR 総武快速線（錦糸町駅）
- 3 東京メトロ半蔵門線（押上駅・錦糸町駅）
- 4 都営浅草線（本所吾妻橋駅・押上駅）
- 5 都営大江戸線（両国駅）
- 6 都営新宿線（菊川駅）
- 7 京成押上線（京成曳舟駅・八広駅）
- 8 東武スカイツリーライン（とうきょうスカイツリー駅・曳舟駅・東向島駅・鐘ヶ淵駅）
- 9 東武亀戸線（曳舟駅・小村井駅・東あずま駅）

※ 成田空港及び羽田空港からは、どちらも乗り換えをせずに区内まで来ることができる。

（バス）

- 1 都営バス 27 路線
- 2 京成タウンバス 1 路線
- 3 区内循環バス 3 路線  
北東部ルート（19 停留所） 北西部ルート（22 停留所） 南部ルート（28 停留所）

（舟運）

- 1 東京都公園協会 水辺ライン（両国リバーセンター発着所・墨田区役所前発着所）

## (別添) 様式 1

- 2 墨田区（吾妻橋船着場、おしなり公園船着場、平井橋船着場、立花六丁目船着場、東墨田二丁目船着場、小梅橋船着場）

### 【外国人観光客への対応】

案内所は「カテゴリー2」を取得している。  
まち歩きガイドツアーにおいては英語で案内が可能である。

## 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
① 観光案内所への来場者数（人）	区内観光客数の把握、問合せ内容の把握するため	各観光案内所からの月次報告を集計する。
② 観光案内（パートナー）施設への来場者数（人）	区内観光客数の把握、問合せ内容の把握、観光マップ等の印刷物の配布数するため	各パートナー施設からの月次報告を集計する。
③ 観光協会ウェブサイトへのアクセス数（PV）	区内観光情報への関心の高さの把握、どの情報に興味があるのかを把握するため	ウェブサイト解析により収集する。
④ 修学旅行受入れ件数（校）	第1ターゲットへのプロモーション活動の成果を把握するため	参加校の集計により収集する。
⑤ まち歩きガイドツアー参加者数（人）	当観光協会の特徴的な事業であり、参加者の属性を知ることによって今後活動に活かすため。	参加者の集計により収集する。

## 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

（墨田区）

墨田区は、隅田川をはじめ豊かな水辺に恵まれ、江戸からの歴史や文化が色濃く残るまちです。花火大会や大相撲、伝統工芸など、多くの文化・伝統が人々の想いにより受け継がれてきました。

明治以降、日本の近代産業発祥の地として、関東大震災、東京大空襲の二度の大禍を乗り越え、ものづくりのまちとして、高度成長期には、多くの町工場が集積し、職住一体のまちとして更なる発展を遂げました。その影響で区内各所には、大小さまざまな商店街が点在しており、地域の結びつきが強いのが特徴の一つです。

近年は交通の利便性が向上すると共に、行政による子育て支援策が強化され、人口が増加傾向となり、平成30（2018）年には区内人口が27万人を突破しました。平成24（2012）年5月に「東京スカイツリー®」が開業すると、世界中から観光地としても注目を集めています。「東京スカイツリー®」以外にも観光スポットが多く、生涯のほとんどを墨田区で過ごした葛飾北斎の作品を展示している「すみだ北斎美術館」や大相撲が行われる「両国国技館」、江戸と東京がテーマの「江戸東京博物館」など、見どころがたくさんあります。

令和3年には、内閣府より「SDGs 未来都市」及び「自治体 SDGs モデル事業」に選定され、区の事業において、様々なステークホルダーと連携し SDGs 推進の取り組みを行っています。

（一般社団法人墨田区観光協会）

昭和58（1983）年7月、墨田区における文化の振興と観光開発を図り、商工業の発展と地域の活性化に寄与することを目的に、前身である「墨田区文化観光協会」が発足しました。その後、平成21（2009）年6月に、2012年春の東京スカイツリー開業を控え、来街者の飛躍的な増加とその波及効果を地域経済の活性化に最大限に活かし、観光振興事業の推進役として、そして、行政のパート

(別添) 様式 1

ナーとしての役割を担うために「墨田区文化観光協会」を発展的に解散し、「一般社団法人墨田区観光協会」が発足しました。平成 30 (2018) 年 3 月 30 日に「すみだDMO」として登録。  
 現在は、23 区内工場数第 2 位となっている、特色ある町工場を観光資源として磨き上げ、産業観光ツアーの造成に注力している。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> 1 東京スカイツリーを有する知名度 2 相撲のまち、両国国技館、相撲文化 3 新規観光施設の開業・開設 (すみだ北斎美術館、刀剣博物館、両国リバーセンター、東京ミズマチ等) 4 歴史のあるイベント数々 (墨堤さくらまつり・隅田川花火大会・納涼の夕べ等) 5 町工場の集積 (高い技術力・ネットワーク) 6 下町人情・元気な人々	<b>弱み (Weaknesses)</b> 1 東京スカイツリー頼りの観光意識 2 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 (観光後発地域) 3 産業観光の展開の難しさ 4 地域住民の外国人への苦手意識 5 「産業観光プラザ すみだ まち処」の閉店 (令和 3 年度末)
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> 1 広域連携による観光推進への期待、広域地域からの注目 2 訪日外国人観光客の入国制限の緩和、日本観光への期待 3 観光行動の成熟化	<b>脅威 (Threat)</b> 1 新型コロナウイルスの感染拡大 (インバウンドの減少、イベントの中止、活動の制限等) 2 隣接区等での元気な観光施策の展開 (ライバル地域の出現) 3 若年層の旅行離れ

※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 修学旅行生 (中学生・高校生)
○選定の理由 新幹線網の発達により、北陸、東北、北海道地域からの移動時間が短縮したことにより、新規顧客層が獲得できる機会と考えている。また、修学旅行においては、東京ディズニーリゾートについて、東京スカイツリーを訪れる学校も多いため。
○取組方針 重点地域 (東北地方・北陸地方・関西地方) への積極的なプロモーション活動を行う。(SDGs 探究型や工房体験、平和学習等着地型旅行商品の開発と販売)
○第 2 ターゲット層 40代~60代の女性及び元気な高齢者
○選定の理由 墨田区が舞台となっている忠臣蔵や鬼平犯科帳等には根強いファンも多く、例年実施しているまち歩き「忠臣蔵の引き上げコース」や「鬼平犯科帳コース」は、当該ターゲット層の参加申し込みが多い。また、すみだ北斎美術館や江戸東京博物館などの文化施設や古くからの甘味店なども多く、日帰り観光に適しているため。



(別添) 様式 1

○取組方針 まち歩きツアー等の新規コースの造成や新しい情報を積極的に情報発信することにより、リピーターを増やしていく。
○第3ターゲット層 台湾・中国・タイ等を中心とした東南アジアの30代～50代のリピーター
○選定の理由 他の外国地域と比較して、当該ターゲット層の来訪が著しく多いため。
○取組方針 来訪者へのアンケート調査の充実などにより、再来訪の意向につながる要因を分析し、結果に基づき、ターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>1 愛着と誇りの持てる「わがまち すみだ」づくりの牽引力の獲得</p> <p>2 ビジターズ・インダストリー（観光の視点を活かした幅広い産業群）の創出のための推進機能の獲得</p> <p>3 観光振興に向けて総力を結集するプラットフォームの中核的役割の実現</p>
②コンセプトの考え方	<p>墨田区の観光振興は、これまで東京スカイツリーを起爆剤として取り組んできたものの、全区域内への波及には至っていない。現在の集客核に頼るだけの観光スタイルから「北斎・江戸文化」「産業と観光の融合」「水都すみだ」の3つのテーマから次世代の集客の柱を創出することが必要となっている。</p> <p>観光振興の狙いは、地域経済の活性化と暮らして良いまち、わがまちすみだづくりにあり、そのためには、区民・事業者・行政が総力を挙げて取組みを戦略的に推進する。本組織は、その中心的役割を担うものである。</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>※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 理事会 月1回～2か月に1回程度</li> <li>・ 行政との定期的な情報交換会 月1回</li> <li>・ DMOサポーターズ（区内各地域でイベント等を実施している人たちとの情報交換会） 月1回</li> <li>・ 宿泊事業者情報交換会 年1回</li> <li>・ 観光案内（パートナー）施設説明会（年1回）など</li> </ul> <p>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を創出す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し、情報の共有化を図る。</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>まち歩きガイドについては、試験を設け一つ星から三つ星までランクをつけ意欲を引き出す仕組みや年に約4～5回研修を行い一定のレベルと保つ仕組みを構築している。</p>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づ</p>	<p>行政・各団体・地域のイベント等情報を集約し、一元管理及び発信を行っている。また、地域のイベント等においては神社仏閣等のイベントも多く、行政では発信しにくい情報もフォローし情報発信を行う。</p>

(別添) 様式 1

<p>く一元的な情報発信・ プロモーション</p>	<p>また、これまで目的別に管理していた Web サイトを統合し、情報の集約力の強化を図った。今後は、SNS (Facebook・Twitter) による即時性のある効果的なプロモーションを実施するため、Web サイトと SNS を連動させたプロモーションを進めていく。</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		2019 (R1) 年 度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	4,130 (371)	2,040 (23)	31,000 (4,100)	39,000 (5,200)	46,000 (6,200)	46,000 (6,200)
	実績	69,388 (15,272)	25,918 (3,053)	( )	( )	( )	( )
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	1,256 (113)	42 (7)	400 (100)	500 (125)	600 (150)	600 (150)
	実績	907 (354)	335 (74)	( )	( )	( )	( )
●来訪者満足度 (%)	目標	78.0 (79.0)	79.0 (80.0)	80.0 (80.0)	82.0 (82.0)	85.0 (85.0)	85.0 (70.0)
	実績	未調査 (未調査)	未調査 (未調査)	82.1 (なし)	( )	( )	( )
●リピーター率 (%)	目標	30.0 (31.0)	32.0 (33.0)	33.0 (40.0)	70.0 (33.0)	70.0 (33.0)	70.0 (33.0)
	実績	未調査 (未調査)	未調査 (未調査)	74.3 (なし)	( )	( )	( )

※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

(別添) 様式 1

【検討の経緯】

現在の必須KPI数値については、収集方法・統計方法を模索している状況である。必須KPIの数値を正確に把握するためには、相当の経費がかかるため難しい状況となっている。

昨年度より、正確な数値を把握するため、手法を改め集計を行っている。そのため、「旅行消費額」「延べ宿泊者数」において、目標値との大きな開きがある（実績値については、改めた集計方法により修正を行った）。

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
- 延べ宿泊者数
- 来訪者満足度
- リピーター率

4つの指標項目ともに、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、大幅な減少となっている。コロナ禍中、感染の波もあることからその都度、適宜見直しを行わなければならない。また、外国人に関して数値は、ほとんど把握することができない状況である。令和2年度においては、「来訪者満足」と「リピーター率」については、アンケート調査を実施する予定であったが、予定期間に緊急事態宣言が発出され、観光客に対してアンケートが取れなくなったため中止とした。令和3年度については、アンケート調査を実施し、集計した数値を記載したが、外国人観光客からの回答はなかった（観光客がいない状況であった）。

(2) その他の目標

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
①観光案内所の来場者数(人)	目標	47,000 (7,000)	48,000 (8,000)	53,000 (10,000)	25,000 (4,200)	25,000 (4,200)	25,000 (4,200)
	実績	42,535 (9,441)	11,896 (110)	15,794 ( )	( )	( )	( )
②観光案内(パートナー)施設の来場者数(人)	目標	220,000 (80,000)	230,000 (90,000)	250,000 (110,000)	230,000 (90,000)	230,000 (9,000)	230,000 (9,000)
	実績	276,240 (110,372)	36,388 (119)	( )	( )	( )	( )
③観光協会ウェブサイトアクセス数(PV)	目標	650,000 (—)	650,000 (—)	700,000 (—)	750,000 (50,000)	750,000 (50,000)	750,000 (50,000)
	実績	646,367 (—)	446,210 (—)	513,736 (—)	( )	( )	( )
④修学旅行受入れ件数(校)	目標	90 (—)	100 (—)	110 (—)	120 (—)	120 (—)	( )
	実績	72 (—)	4 (—)	( )	( )	( )	( )
⑤まち歩きガイドツアー参加者数(人)	目標	5,000 (—)	5,000 (—)	5,000 (—)	5,000 (—)	5,000 (—)	5,000 (—)
	実績	4,201 (—)	409 (—)	498 (—)	( )	( )	( )

※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

(別添) 様式 1

【検討の経緯】

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、観光事業に制限がかかっている状況であり、2019 年度後半以降、いずれの実績数値も期待することはできない。しかし、いずれの指標も当DMOにおいては、重要な指標となることから、今後も把握に努めたい。「3. 各種データ等の継続的な収集・分析の⑥」でも記載したが、「SNS (Twitter・Facebook) のフォロワー数」なども新たな指標となり得ることから、今後さまざまな指標を模索し、アプローチしていきたい。

【設定にあたっての考え方】

- ① 観光案内所の来場者数 (人)  
区内観光の出発点となる観光案内所に訪れる人数で、区内観光客の数を把握するだけではなく、観光客のニーズや必要としている観光情報 (マップ) を知ることができる。また、観光協会の職員が対面で対応するため、細かいニーズの吸い上げが可能となる。
- ② 観光案内 (パートナー) 施設の来場者数 (人)  
区内観光の拠点となる観光案内施設 (パートナー) 施設の状況を知ることによって、区内観光客数を把握することができる。また、観光案内施設からは、観光マップ類の配布状況やどのような問い合わせがあったかも報告をもらい集計をしているので、観光マップ類の人気の状況や問合せの体系も分類できている。
- ③ 観光協会ウェブサイトアクセス数 (PV)  
ウェブによる区内観光情報の窓口となれるように、ウェブサイトには最新のイベント情報を始め様々な情報を掲載している。アクセス数は安定しない側面はあるものの、近年 60 万プレビュー以上の閲覧数がある。ウェブサイト内においてもどの情報にアクセスが高いかも追跡しており、細かなニーズの把握に役立っている。
- ④ 修学旅行受入れ件数 (校)  
当DMOが第1ターゲットとしている修学旅行の受入れ件数は、我々のプロモーション活動の成果を知るためにも必要な指標である。主要都市でのセールスプロモーション活動がすぐに結果には繋がらないかもしれないが、長い期間数値を把握していくことで、成果が上がることに期待しており、それを可視化できる数値である。
- ⑤ まち歩きガイドツアー参加者数 (人)  
期間を定めているが、予約をしないで、当日まち歩きツアーに参加できるサービスを実施しているのは、他では見かけない一つの特徴的な事業である。両国地区の北斎、歴史、相撲をキーワードにまち歩きを行うことで、更に事業を推進していきたい。また、年に 50 回以上実施している企画物のまち歩きツアーは、参加者のデータも管理しており、リピーターの獲得に役立っている。いずれのまち歩きツアーも参加者数が人気にも直結しており、新しいツアーの造成時等に役立っている。

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
2019 (R1) 年度	531,729,680 (円)	(内訳) 1 会費収入 7,230,000 円 2 事業収入 275,174,152 円 3 補助金収入 15,276,000 円 4 受託金収入 233,354,454 円 5 寄付金収入 300,000 円 6 雑収入 395,074 円

## (別添) 様式 1

2020 (R2) 年度	351,118,661 (円)	(内訳) 1 会費収入 3,024,000 円 2 事業収入 118,356,523 円 3 補助金収入 38,045,831 円 4 受託金収入 173,612,833 円 5 寄付金収入 300,000 円 6 雑収入 17,779,474 円
2021 (R3) 年度	366,448,442 (円)	(内訳) 1 会費収入 6,576,000 円 2 事業収入 126,006,131 円 3 補助金収入 70,925,350 円 4 受託金収入 148,363,201 円 5 寄付金収入 0 円 6 雑収入 14,577,760 円
2022 (R4) 年度	239,700,000 (円)	(内訳) 1 会費収入 5,700,000 円 2 事業収入 98,200,000 円 3 補助金収入 74,000,000 円 4 受託金収入 61,800,000 円 5 寄付金収入 0 円 6 雑収入 0 円
2023 (R5) 年度	260,000,000 (円)	(内訳) 1 会費収入 6,000,000 円 2 事業収入 135,000,000 円 3 補助金収入 54,000,000 円 4 受託金収入 65,000,000 円 5 寄付金収入 0 円 6 雑収入 0 円
2024 (R6) 年度	265,000,000 (円)	(内訳) 1 会費収入 6,000,000 円 2 事業収入 140,000,000 円 3 補助金収入 54,000,000 円 4 受託金収入 65,000,000 円 5 寄付金収入 0 円 6 雑収入 0 円

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2019 (R1) 年度	526,436,489 (円)	(内訳) 1 事業費支出 464,441,376 円 2 管理費支出 61,995,113 円
2020 (R2) 年度	344,901,096 (円)	(内訳) 1 事業費支出 277,007,288 円 2 管理費支出 67,893,808 円
2021 (R3) 年度	327,284,342 (円)	(内訳) 1 事業費支出 262,494,613 円 2 管理費支出 64,789,729 円

(別添) 様式 1

2022 (R4) 年度	272,600,000 (円)	(内訳) 1 事業費支出 197,600,000 円 2 管理費支出 75,000,000 円
2023 (R5) 年度	280,000,000 (円)	(内訳) 1 事業費支出 220,000,000 円 2 管理費支出 60,000,000 円
2024 (R6) 年度	280,500,000 (円)	(内訳) 1 事業費支出 223,500,000 円 2 管理費支出 57,000,000 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 「産業観光プラザ すみだ まち処」及び「すみだのれん」の運営 すみだモダン（地域ブランド認定）商品の販売、区内商品の販売、商品開発等 ※「産業観光プラザ すみだ まち処」は、令和4年3月31日で廃止となり大幅な減収が予想される。
2 修学旅行の受入れ 小学校・中学校・高校の修学旅行の販売（旅行会社・受入れ先事業にワンストップでの対応）
3 着地型旅行商品の実施 相撲部屋朝稽古ツアー、伝統工芸体験、産業観光ツアー平和学習等の企画・造成・販売等
4 区委託事業の受託 観光案内所の運営委託をはじめ、イベントや観光事業を受託
5 墨田区に関する文化書籍及び地区マップの制作・販売 「すみだ街歩きガイド」「向島めぐり」「高札めぐり」「その日吉良邸」等制作販売
6 観光協会会員の確保 当協会の設立趣旨及び事業目的の普及 PR 活動を行い、広く賛同を得ることで、新規会員の獲得及び会員の加入継続を図る。

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

墨田区は、一般社団法人墨田区観光協会を当該区における地域DMOとして登録を致したいので、一般社団法人墨田区観光協会とともに申請します。（登録済み）

9. マーケティング・マネジメント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）

--

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	佐々木 匠
担当部署名（役職）	DMO推進グループ

(別添) 様式 1

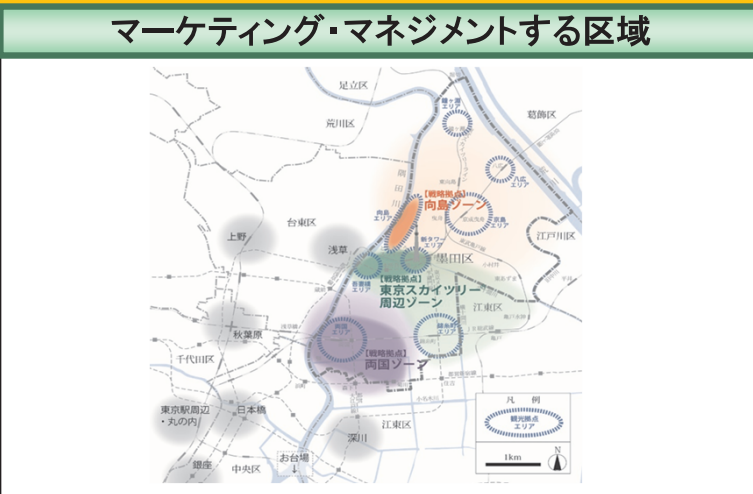
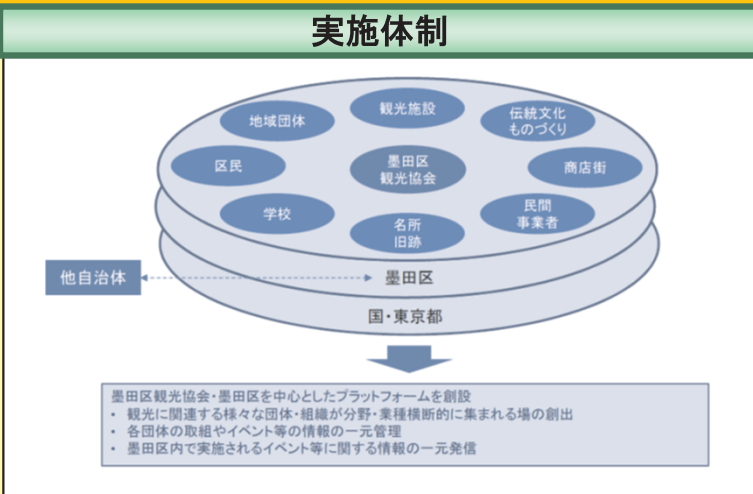
郵便番号	131-0032
所在地	東京都墨田区東向島 2-8-5
電話番号 (直通)	03-6657-5160
F A X 番号	03-6657-5166
E - m a i l	t-sasaki@visit-sumida.jp

1 1 . 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	東京都・墨田区
担当者氏名	高島 義之
担当部署名 (役職)	産業観光部 観光課 観光主査
郵便番号	131-8640
所在地	東京都墨田区吾妻橋 1-23-20
電話番号 (直通)	03-5608-6931
F A X 番号	03-5608-6934
E - m a i l	Takashima-yoshi@city.sumida.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号 (直通)	
F A X 番号	
E - m a i l	

【区域】 東京都 墨田区  
 【設立日】 平成21年4月1日  
 【登録日】 平成30年3月30日  
 【代表者】 理事長 森山 育子  
 【マーケティング責任者(CMO)】 佐々木 匠  
 【財務責任者(CFO)】 事務局次長 中山 賢治  
 【職員数】 20人  
 (常勤12人(正職員11人、出向等1人)、非常勤8人)  
 【連携する主な事業者】 東武トップツアーズ(株)、JR東日本、すみだ地域ブランド推進協議会、墨田区商店街連合会 等



**合意形成の仕組み**

【該当する登録要件】 ①  
 【概要】 多様な関係者が参加する協議会を設置するほか、理事会を月1回～2か月に1回開催し、情報共有や問題解決に向けた議論を行っている。また、「DMOサポーターズ」を立ち上げ、区内各地域でイベントを行っている人たちと月1回ミーティングを開催し意見交換等や事業連携を進めている。

**法人のこれまでの活動実績**

【情報発信・プロモーション】  
 1 ホームページ等による観光・行事情報の提供  
 2 観光ガイドマップ等の作成・配布  
 3 観光プロモーション推進事業(シティセールス)  
 4 フィルムコミッション事業  
 5 観光客誘致キャンペーン  
 6 インバウンド向けホームページの運営管理

【観光資源の磨き上げ】  
 1 すみだ観光ガイド制度の運営・回遊ルートの開発  
 2 行事等における観光PRコーナーの開設  
 3 観光イベントの開催  
 4 観光に資する行事等の後援・育成事業

【受入環境の整備】  
 1 「すみだ界限 街あるき案内処」の運営  
 2 「墨田区観光情報提供施設」の管理  
 3 観光案内板(高札)等の維持管理  
 4 観光案内所・両国花火資料館の管理運営

**戦略**

【第1ターゲット】 修学旅行生(中学生・高校生)  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】 重点地域(東北・北陸・関西地方)への積極的なプロモーション活動を行う。(SDGs探究型や工房体験、平和学習等着地型旅行商品の開発と販売)

【第2ターゲット】 40代～60代の女性及び元気な高齢者  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】 まち歩きツアー等の新規コースの造成や新しい情報を積極的に情報発信することにより、リピーターを増やしていく。

【第3ターゲット】 東南アジアの30～50代のリピーター  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】 来訪者へのアンケート調査の充実などにより、再来訪の意向につながる要因を分析し、ターゲットに強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

**観光関連事業者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**

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を創出す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し、情報の共有化を図る。理事会(月1回～2か月に1回程度)、行政との定期的な情報交換会(月1回)、宿泊事業者情報交換会(年1回)、観光案内(パートナー)施設説明会(年1回)など

**KPI(実績・目標)** ※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2019	2020	2021	2022	2023	2024
		(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
旅行消費額(百万円)	目標	4,130 (371)	2,040 (23)	31,000 (4,100)	39,000 (5,200)	46,000 (6,200)	46,000 (6,200)
	実績	69,388 (15,272)	25,918 (3,053)	未調査 ( )	( )	( )	( )
延べ宿泊者数(千人)	目標	1,256 (113)	42 (7)	400 (100)	500 (125)	600 (150)	600 (150)
	実績	907 (354)	335 (74)	未調査 ( )	( )	( )	( )
来訪者満足度(%)	目標	78.0 (79.0)	79.0 (80.0)	80.0 (80.0)	82.0 (82.0)	85.0 (85.0)	85.0 (70.0)
	実績	未調査 ( )	未調査 ( )	82.1 (なし)	( )	( )	( )
リピーター率(%)	目標	30.0 (31.0)	32.0 (33.0)	33.0 (40.0)	70.0 (33.0)	70.0 (33.0)	70.0 (33.0)
	実績	未調査 ( )	未調査 ( )	74.3 (なし)	( )	( )	( )

**活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

【主な収入】 367百万円(R3年度)  
 ①会費収入 7百万円、②事業収入 126百万円  
 ③補助金収入 71百万円、④その他収入 163百万円

【総支出】 328百万円(R3年度)  
 ①事業費支出 263百万円、②管理費支出 65百万円

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】 区内商品の販売、着地型旅行商品の販売、区委託事業の受託、会員の増強等