

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和3年11月19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) 伊豆市産業振興協議会	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	静岡県伊豆市	
所在地	静岡県伊豆市修善寺 838-1	
設立時期	平成29年4月3日	
職員数	8人【常勤7人(正職員1人・出向等7人)、非常勤0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) ※必ず記入すること	(氏名) 菊地 豊 (出身組織名) 伊豆市役所	伊豆市長であり、伊豆市産業振興協議会が任意団 体の時から会長であり、平成29年4月3日の法人 化後も会長に就任している。
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) 大路 弘文「専従」 (出身組織名) 伊豆市役所	各種データの収集・分析、観光戦略、事業の提 案、観光戦略の修正・改善、計画の見直しを行 い、協議会の総会、理事会等へ報告する。
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) 勝田 勲「専従」 正職員	伊豆市商工会を定年退職し、正職員として令和2 年4月から採用。商工会では、経営指導員とし て、金融・税務・経営・労務などの相談や指導に あたっていた。
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) 飯田 克彦 (出身組織名) 伊豆市役所	平成30年4月1日より市役所の人事異動により着 任する。市役所で長く観光行政に携わりJTBへの 派遣経験もあり、誘客プロモーションの立案、実 施、検証を行う。
各部門(例:旅行商 品の造成・販売)の責 任者(専門人材)	(氏名) 縦山 勲 (出身組織名) JTB	令和3年4月1日よりJTBより出向し、着任す る。長年の経験と知識を活かし、新たな旅行商品 の造成と販売を行う。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>静岡県伊豆市 観光商工課 (観光振興・産業振興) 農林水産課 (農林水産業振興)</p>																													
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(一社) 伊豆市観光協会 (観光事業者との連絡調整) 伊豆市商工会 (市内事業者との連絡調整) J A 伊豆の国 (市内農業者との連絡調整)</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>(概要) 観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置 登録要件 ①② ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して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 ・(一社) 伊豆市産業振興協議会内には、関係団体の会長及び副会長が参加する総会及び理事会の年数回開催、その下に構成団体の事務局長で組織する運営委員会を月1回程度開催し合意形成を図る。 ・伊豆市内の宿泊施設、交通事業者、旅館組合、商工会等の職員で組織するマーケティング委員会を組織し、旅行商品の造成とアンケート調査による事業展開の検討を行う。 ・正会員及び賛助会員で構成する全体会議を年3回程度開催し、当協議会の事業について報告を行い情報提供と事業ごとの協力を依頼する。 ・コンテンツ部会を4地区で組織し、月1回ペースで各地区のコンテンツの発掘・磨き上げ等を行う。</p>																													
<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>・マーケティング委員会を組織し、観光アンケート調査、分析を行い、伊豆市内の宿泊施設、観光施設、交通事業者、市民等への発表会を開催した。 ・アンケート調査結果に基づいたエリアターゲットを決定し、プロモーション活動、インバウンドのファムトリップなどを実施。 ・東京 2020 大会の開催を見据え、キャッシュレスの推進などを実施。</p>																													
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="461 1319 1436 1839"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> R 2 年プロモーション事業 新宿アルタビジョンでの動画放映 花と観光連携プロモーション事業 E-BIKEを使った土肥桜を周遊する実証実験 </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 民宿のインバウンド受入推進事業 </td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 令和3年伊豆市版DMO事業 4地区ごと素材一覧の作成を実施。素材一覧の中から、①既に商品化されているもの ②今回磨き上げるもの ③次年度以降磨き上げるもの に分類し、今年度20本の商品化(商品企画シート掲載)を目指す。 </td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <table border="1" data-bbox="488 1883 1409 2016"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>単位</th> <th>H28</th> <th>H29</th> <th>H30</th> <th>R1</th> <th>R2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>観光レクリエーション客数</td> <td>千人</td> <td>2,664</td> <td>2,773</td> <td>2,723</td> <td>2,235</td> <td>1,638</td> </tr> <tr> <td>宿泊客数</td> <td>千人</td> <td>831</td> <td>828</td> <td>813</td> <td>693</td> <td>434</td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> R 2 年プロモーション事業 新宿アルタビジョンでの動画放映 花と観光連携プロモーション事業 E-BIKEを使った土肥桜を周遊する実証実験 	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 民宿のインバウンド受入推進事業 	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> 令和3年伊豆市版DMO事業 4地区ごと素材一覧の作成を実施。素材一覧の中から、①既に商品化されているもの ②今回磨き上げるもの ③次年度以降磨き上げるもの に分類し、今年度20本の商品化(商品企画シート掲載)を目指す。 	項目	単位	H28	H29	H30	R1	R2	観光レクリエーション客数	千人	2,664	2,773	2,723	2,235	1,638	宿泊客数	千人	831	828	813	693	434
事業	実施概要																													
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> R 2 年プロモーション事業 新宿アルタビジョンでの動画放映 花と観光連携プロモーション事業 E-BIKEを使った土肥桜を周遊する実証実験 																													
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> 民宿のインバウンド受入推進事業 																													
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> 令和3年伊豆市版DMO事業 4地区ごと素材一覧の作成を実施。素材一覧の中から、①既に商品化されているもの ②今回磨き上げるもの ③次年度以降磨き上げるもの に分類し、今年度20本の商品化(商品企画シート掲載)を目指す。 																													
項目	単位	H28	H29	H30	R1	R2																								
観光レクリエーション客数	千人	2,664	2,773	2,723	2,235	1,638																								
宿泊客数	千人	831	828	813	693	434																								

(別添) 様式 1

	観光交流客数	千人	3,495	3,601	3,536	2,928	2,072
	外国人観光レクリエーション客数	人	61,036	50,727	47,980	39,352	16,130
	外国人宿泊客数	人	56,293	29,906	41,269	49,452	4,849
	外国人観光交流客数	人	117,329	80,633	89,249	88,804	20,979
	1人当たりの観光消費額	円	15,444	17,994	17,602	17,258	17,394
<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>(一社)伊豆市産業振興協議会事業は、伊豆市役所、伊豆市観光協会、伊豆市商工会、JA伊豆の国が構成団体となった団体である。(一社)伊豆市産業振興協議会内に、DMO責任者、データ分析担当者、プロモーション担当者、旅行商品の造成・販売の責任者を置き、事務局長、市役所及びJTBからの出向者、非常勤職員8人体制により戦略的な誘客活動を行う。また、事業実施については、構成団体及び賛助会員16社と協力していく。</p> <p>(実施体制図)</p> <p style="text-align: center;">伊豆市産業振興協議会組織図 (参考資料1)</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】

(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

平成 27 年 1 月 22 日より、伊豆市の商工会、観光協会、JA、伊豆市役所産業部と伊豆市内の事業者の産業力を強化するための団体、伊豆市産業振興協議会設立に向け協議を続けてきた。平成 29 年 4 月 3 日から一般社団法人となり、戦略的な誘客活動を行ってきた。今後、伊豆市の主産業である観光業を主体として産業振興を行い、日本版 DMO の実施主体とするため、伊豆市内を区域設定とするのが適切である。

【観光客の実態等】

項目	単位	H28	H29	H30	R 1	R 2
観光レクリエーション客数	千人	2,664	2,773	2,723	2,235	1,638
宿泊客数	千人	831	828	813	693	434
観光交流客数	千人	3,495	3,601	3,536	2,928	2,072
外国人観光レクリエーション客数	人	61,036	50,727	47,980	39,352	16,130
外国人宿泊客数	人	56,293	29,906	41,269	49,452	4,849
外国人観光交流客数	人	117,329	80,633	89,249	88,804	20,979
1 人当たりの観光消費額	円	15,444	17,994	17,602	17,258	17,394

【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】

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会（自転車競技：トラック、マウンテンバイクの開催）、日帰り温泉 12 施設、ミュージアム 3 カ所 体験工房 6 カ所、ゴルフ場 10 カ所、スポーツ施設 8 施設、登山・ハイキングコース 6 カ所、文化・歴史施設 22 施設、自然学習施設 16 施設、アミューズメント 7 カ所、飲食店 95 店舗、お土産店 69 店舗

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

修善寺地区 22 施設、中伊豆地区 10 施設、天城地区 34 施設、土肥地区 68 施設

【利便性：区域までの交通、域内交通】

電車：東京駅⇒三島駅（新幹線）60 分、三島駅⇒修善寺駅 35 分
自動車：東名高速道路 東京 I C⇒沼津 I C 又は長泉沼津 I C 60 分、伊豆縦貫道 沼津 I C 又は長泉東名 I C⇒修善寺 I C 30 分

【外国人観光客への対応】

伊豆市観光案内所 J N T O 認定外国人観光案内所 カテゴリー 2
多言語観光案内看板設置、修善寺温泉内 W i - F i 基地局 17 カ所設置

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
---------	-------	------

(別添) 様式 1

観光交流客数	誘客施策の基礎資料とするため	静岡県観光交流の動向 (静岡県)
観光レクリエーション客数	誘客施策の基礎資料とするため	静岡県観光交流の動向 (静岡県)
宿泊客数	誘客施策の基礎資料とするため	静岡県観光交流の動向 (静岡県)
外国人観光交流客数	誘客施策の基礎資料とするため	伊豆市外国人観光客受入状況調査 (伊豆市)
外国人交流客数	誘客施策の基礎資料とするため	伊豆市外国人観光客受入状況調査 (伊豆市)
外国人宿泊客数	誘客施策の基礎資料とするため	伊豆市外国人観光客受入状況調査 (伊豆市)
流動実態	発地観光客を把握し、ターゲットの設定、次年度の事業計画作成の基礎資料とするため	静岡県における観光の流動実態と満足度調査 (静岡県)
満足度	伊豆市に訪れる観光に関する満足度を把握し、強み・弱みを把握し、次年度の事業計画作成の基礎資料とするため	静岡県における観光の流動実態と満足度調査 (静岡県)
旅行消費額	伊豆市に訪れる観光客の旅行消費額を把握し、次年度の事業計画作成の基礎とする	静岡県における観光の流動実態と満足度調査 (静岡県)
リピーター率	伊豆市に訪れる観光客のリピーター率を把握し、次年度の事業計画作成の基礎とする	静岡県における観光の流動実態と満足度調査 (静岡県)
WEB サイトのアクセス状況	伊豆市に対する関心度や事業効果等を把握するため	グーグル・アナリティクスを活用して実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

伊豆市では、人口減少及び少子高齢化が進んでおり、就業者数の最も多い農林水産業においても高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。また、近年では宿泊施設や介護施設を始め、さまざまな業種で人手不足が顕著である。こうした地域の課題に対し、地域自ら魅力ある地域づくりを進め観光客を誘客し、リピーターとするために、観光関係事業者以外の地域住民をも巻き込んだ仕組みが必要となる。このために、(一社)伊豆市産業振興協議会が本来の観光地域づくり法人となり、地域と共に魅力ある地域づくりを行う仕組みづくりを作り上げる。これらの活動を行うことにより、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口・関係人口の増加につなげることとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・観光資源 (海、山、川／修善寺／天城峠／紅葉等) ・観光施設 ・特産品 (わさび、椎茸等) ・首都圏からの近さ ・温暖な気候 ・スポーツ施設 ・伊豆というネームバリュー	弱み (Weaknesses) ・近隣市町との差別化 ・伊豆市の認知 (伊豆、伊豆半島としての認知) ・合併前の旧 4 町エリアの連携 ・観光施設同士の連携 ・人手不足 ・交通インフラ ・観光資源の活用

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史、文学 (1,200年の歴史、文人墨客が多く滞在) ・魅力的な宿泊施設 ・温泉 ・コンパクトにまとまった温泉街 ・風景 (富士山、夕日) ・宿泊施設 ・食事 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光事業資金不足 ・外国人観光客受入体制 ・後継者不足による店舗減少、空き店舗増加 ・土産物 ・就農人口の減、高齢化 ・人材不足 ・新規事業者不足
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京 2020 大会開催 (伊豆市内) ・静岡県水わさびの伝統栽培の世界農業遺産登録 ・ユネスコによる世界ジオパーク認定 ・スポーツ合宿 ・外国人観光客 (中国、台湾等) ・リピーター率の高さ ・新たな自動車道の開通 (新東名、圏央道、中部横断道、中央自動車道と新東名との接続) ・富士山、韮山反射炉の世界遺産 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大 ・異常気象、地震等の災害 ・中国、韓国等との関係悪化 ・他の観光地との競争激化 ・旅行の目的の多様化 ・自然災害 ・人口減少 ・公共交通機関のアクセスの悪さ ・交通渋滞

※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

<p>○第1ターゲット層 首都圏在住の熟年層の夫婦のリピーター</p>
<p>平成 28 年度に当協議会が行った観光アンケート調査結果と静岡県が実施した調査から、当該ターゲット層の来訪が著しく多くリピーターが多いため、今後とも市場としても今後も拡大傾向にあるため第1ターゲット層とした。</p> <p>○取組方針 首都圏で行われる商談会での旅行会社への PR を行うとともに、今まで行ってない首都圏在住の熟年層へアプローチできるプロモーション活動と旅行商品造成と販売を行う。また、神奈川県、埼玉県、千葉県でテレビ放送される 30 分の旅行番組に伊豆市の番組を年 2～3 本作成し、放映している。視聴者プレゼントとしてアンケート調査を実施して、視聴者の反応及びニーズを調査している。 観光の流動実態と満足度調査による再来訪意向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を磨き上げる。</p>
<p>○第2ターゲット層 台湾、中国、香港、韓国などのアジア、シンガポール、タイなどの東南アジア諸国及び欧米・豪の中間富裕層以上の少人数旅行者</p>
<p>○選定の理由 新型コロナウイルス感染拡大に伴い大打撃を受けているインバウンドであるが、過去の実績より台湾、中国、香港、韓国からの旅行者が伊豆市の外国人観光交流客数の 86% をしめており、特に台湾の方はリピーターが多いためターゲットに設定した。また、伊豆市内は安価で大人数を受け入れ可能な宿泊施設が少ないため、経済成長著しい東南アジア諸国の FIT が市場としても今後拡大傾向にあるためターゲットに設定した。 欧米・豪は日本文化への興味が強く、長期滞在型が多いため富裕層をターゲットとする。</p> <p>○取組方針 アジア・東南アジアは伊豆市インバウンド推進プロジェクトチームとともに、現地の旅行会社へのプロモーションを行う。 欧米・豪については、静岡ツーリズムビューロとともに、ファムトリップを行う。</p>

(別添) 様式 1

○第3ターゲット層 20歳から30歳代の旅行意欲の高い女性
○選定の理由 旅行意欲の高い層であるが、伊豆市への来訪割合が他の年代と比べて低い一方、リピーターとなれば長い年月及びその後家族、母娘、女子旅での来訪が見込まれるため。
○取組方針 若い女性に訴求できるWebサイトを使い、若い女性が魅力を感じられる伊豆市をイメージできるプロモーションを行っていく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	地域住民が地元を誇りを持つまち、伊豆市
②コンセプトの考え方	<p>旅行形態やニーズが変化している現在でも、旧態依然の旅行会社に依存した送客やプロモーション活動を行っていることがあげられる。この旧態依然の依存した誘客から脱却し、地域自ら魅力ある地域づくりを進め観光客を誘客し、リピーターとするために、観光関係事業者以外の地域住民をも巻き込んだ仕組みが必要となる。</p> <p>このために、(一社)伊豆市産業振興協議会が本来の観光地域づくり法人となり、地域と共に魅力ある地域づくりを行う仕組みづくりを作り上げる。</p> <p>具体的には、伊豆市の強みである「宿・温泉・食事」と地域資源(観光コンテンツ)を体験してもらい大変満足したと言ってもらい、リピーター化を目指す。</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 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>運営委員会(正会員の事務局長レベル)、全体会議(正会員及び16団体の賛助会員)、マーケティング委員会(交通事業者、宿泊施設、旅館組合、観光協会等)、コンテンツ部会(観光協会、市民有識者、市役所)</p> <p>当協議会の構成員である伊豆市役所、伊豆市観光協会、伊豆市商工会、伊豆の国農業協同組合と協議会事務局の会議「運営委員会」を月1回程度開催し、情報共有を図っている。</p> <p>正会員及び15団体の賛助会員で構成する「全体会議」を年3回程度開催し、広く情報共有を図っている。</p> <p>交通事業者、宿泊施設、旅館組合、観光協会等で組織するマーケティング委員会を事業内容の検討から実施、検証と事業内容の見直しのためその都度開催している。</p>

(別添) 様式 1

	地区のコンテンツの発掘と磨き上げを目的に、コンテンツ部会を組織し月1回程度開催し、商品化を目指している。
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	<p>当協議会に実施する事業の維持・向上・評価については、事業ごとに行うアンケート調査を基に、事業の満足度等を把握し、事業の品質維持・向上を図るとともに、会員全体で情報共有をし、運営委員会で事業内容の評価、見直しを行い、総会、理事会、全体会議等で報告し、次年度事業計画を立て実施していく。</p> <p>伊豆市全体のサービスについては、静岡県が実施する「静岡県における観光の流動実態と満足度調査」の結果を基に、サービスの維持・向上・評価を当協議会が分析し、当協議会の会員である観光協会、旅館組合、観光関係事業者等と共有し、個々の事業者でできること、伊豆市全体として行うことを決定し、伊豆市全体のサービス維持・向上を図る。</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>伊豆市の主要マーケットである首都圏向けの情報発信を首都圏の主要駅でのプロモーションを当協議会が一元的な窓口として実施している。</p> <p>また、明確なターゲット層（首都圏在住の20～30代の女性）への情報発信を当協議会が一元的な窓口としてデジタルメディアを使ってプロモーションを実施している。</p> <p>誘客プロモーションとして当協議会が窓口となり、旅行会社に伊豆市に宿泊するツアーを造成してもらい、当協議会と旅行会社が一緒になりその旅行商品のプロモーション・営業活動を実施している。</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		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●旅行消費額 (円)	目標	18,050	18,100	18,150	18,200	18,250	18,260
		()	()	()	()	()	()
	実績	17,602	17,258	17,394			
		()	()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	884	815	818	821	824	827
		(87)	(104)	(121)	()	()	()
	実績	813	693	433			
		(41)	(49)	(4)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0
		()	()	()	()	()	()
	実績	97.4	98.3	98.0			
		()	()	()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0
		()	()	()	()	()	()
	実績	98.0	98.5	99.0			
		()	()	()	()	()	()

※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 の設定にあたっては、伊豆市まち・ひと・しごと創生 第2期人口ビジョン及び総合戦略（以下「総合戦略」という。）において、令和6年度の成果目標が項目ごとに具体的な数値として挙げられている。この成果目標に沿った KPI を設定する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

旅行消費額は、総合戦略において、令和元年度から令和6年度に1,000円の増加と設定されている。また、以前から設定している目標から低く設定することは考えにくいいため、目標達成時期を早め令和4年度までに目標達成できるように設定した。

●延べ宿泊者数

総合戦略に令和6年度の延べ宿泊人数の目標が830,000人と設定されている。この数字に合わせて目標設定をした。外国人宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が今後も先が見えないことと、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の影響による、開催期間中の宿泊及び交通制限が行われることから、令和2年度の目標設定は行わなかった。今後の動向を見ながら再設定を行う。

●来訪者満足度

来訪者満足度は、すでに98%前後と非常に高い実績を持っている。しかしながら、リピーターになってくれる方は、「非常に満足した」方が多いため、今後は、非常に満足した方を増やしていくことを目指す。

●リピーター率

リピーター率は、すでに98%前後と非常に高い実績を持っている。今後は、このリピーター率を維持していくことを目指す。

(2) その他の目標

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●年間観光交流 客数	目標	3,775	4,237	4,500	3,540	3,550	3,560
		(90)	(112)	(160)	(一)	(一)	(一)
	実績	3,536	2,928	2,072			
		(89)	(88)	(20)	()	()	()
		(千人)	(千人)	(千人)	(千人)	(千人)	(千人)

※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 の設定にあたっては、伊豆市まち・ひと・しごと創生 第2期人口ビジョン及び総合戦略（以下「総合戦略」という。）において、年間観光交流客数の数値目標は設定されていないが、平成28年度9月13日に策定した伊豆市まち・ひと・しごと創生総合戦略に設定された目標設定に基づき設定した。

【設定にあたっての考え方】

●年間観光交流客数

新型コロナウイルス感染症拡大の収束が見えない現在、また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の影響を考え、まずは平成30年の実績まで回復させることを目標設定とした。

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つては、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
2018（H30） 年度	35,453,449（円）	【会費】2,803,000円 【事業受託金】16,819,877円 【市・県の補助金】11,078,154円 【事業負担金】500,000円 【その他】193,409円 【繰越収支差額】4,059,009円
2019（R1） 年度	34,481,443（円）	【会費】2,800,000円 【事業受託金】12,810,314円 【市・県の補助金】14,113,675円 【事業負担金】387,684円 【その他】714,750円 【繰越収支差額】3,655,020円
2020（R2） 年度	67,453,412（円）	【会費】2,800,000円 【事業受託金】20,867,000円 【市・県の補助金】15,311,000円 【事業負担金】1,642,000円 【事業交付金】8,296,000円 【販売収入】16,592,000円 【その他】351,000円 【繰越収支差額】1,594,412円 ※新型コロナウイルス感染症拡大に伴うプレミアム商品券の販売・換金業務委託事業を行ったため大幅な収入の増となる

(別添) 様式 1

2021 (R3) 年度	41,959,000 (円)	【会費】 2,800,000 円 【事業受託金】 21,700,000 円 【市・県の補助金】 14,959,000 円 【事業負担金】 500,000 円 【その他】 500,000 円 【繰越収支差額】 1,500,000 円
2022 (R4) 年度	41,959,000 (円)	【会費】 2,800,000 円 【事業受託金】 21,700,000 円 【市・県の補助金】 14,959,000 円 【事業負担金】 500,000 円 【その他】 500,000 円 【繰越収支差額】 1,500,000 円
2023 (R5) 年度	41,959,000 (円)	【会費】 2,800,000 円 【事業受託金】 21,700,000 円 【市・県の補助金】 14,959,000 円 【事業負担金】 500,000 円 【その他】 500,000 円 【繰越収支差額】 1,500,000 円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	35,453,449 (円)	【事業費】 18,964,020 円 【事務費】 12,834,409 円 【繰越収支差額】 3,655,020 円
2019 (R1) 年度	34,481,443 (円)	【事業費】 17,060,405 円 【事務費】 15,826,626 円 【繰越収支差額】 1,594,412 円
2020 (R2) 年度	67,453,412 (円)	【事業費】 51,048,000 円 【事務費】 14,811,000 円 【繰越収支差額】 1,594,412 円 ※新型コロナウイルス感染症拡大に伴うプレミアム商品券の販売・換金業務委託事業を行ったため大幅な支出の増となる
2021 (R3) 年度	41,959,000 (円)	【事業費】 26,000,000 円 【事務費】 14,459,000 円 【繰越収支差額】 1,500,000 円
2022 (R4) 年度	41,959,000 (円)	【事業費】 26,000,000 円 【事務費】 14,459,000 円 【繰越収支差額】 1,500,000 円
2023 (R5) 年度	41,959,000 (円)	【事業費】 26,000,000 円 【事務費】 14,459,000 円 【繰越収支差額】 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

(別添) 様式 1

- ・ 賛助会員の拡大を図り会費収入の増加
- ・ 伊豆市及びその他からの受託事業の拡大
- ・ 国、県等の補助金の活用
- ・ 収益事業の実施

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

伊豆市は、(一社)伊豆市産業振興協議会を、伊豆市における地域DMOとして登録したいので(一社)伊豆市産業振興協議会とともに申請します。

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】

打合せも含め月に1-2回の打合せを実施しており、インバウンド事業においては都度打合せを行い、役割分担をしたうえで事業を実施している。

【区域が重複する背景】

(一社)美しい伊豆創造センター(地域連携DMO)は伊豆半島13市町で構成されており、当協議会はその構成市町の1つとなるため、区域の重複が生まれている。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

(一社)美しい伊豆創造センター：情報発信、プロモーション等

(一社)伊豆市産業振興協議会：現地対応

【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】

2社が役割を明確にしお互いの強みを活かした連携ができている。

10. 記入担当者連絡先

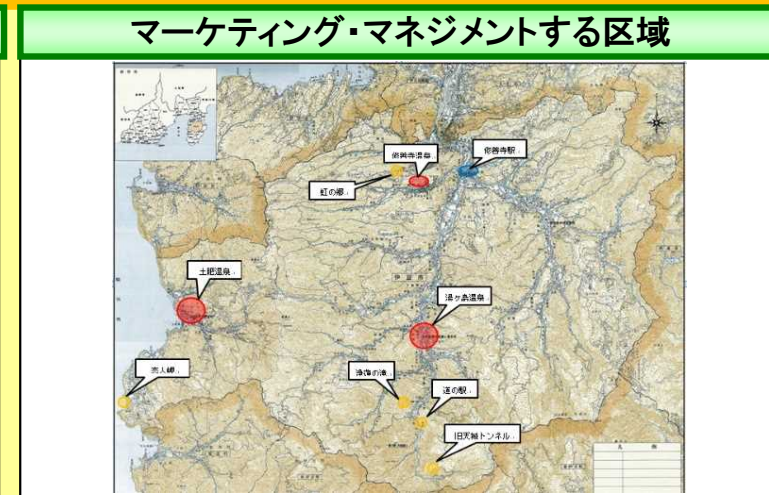
担当者氏名	大路 弘文
担当部署名(役職)	事務局(参事)
郵便番号	410-2416
所在地	静岡県伊豆市修善寺 838-1
電話番号(直通)	0558-72-7007
FAX番号	0558-72-7003
E-mail	info@izucity-dmo.or.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	伊豆市
担当者氏名	杉本 弓弦
担当部署名 (役職)	産業部 観光商工課 主幹
郵便番号	410-2413
所在地	静岡県伊豆市小立野 2 4 - 1
電話番号 (直通)	0558-72-9911
F A X 番号	0558-72-9909
E - m a i l	

【区域】 静岡県伊豆市
 【設立日】 平成29年4月3日
 【登録日】 平成30年12月21日
 【代表者】 伊豆市長 菊地 豊
 【マーケティング責任者(CMO)】
 大路 弘文
 【財務責任者(CFO)】
 勝田 勲
 【職員数】 8人
 (常勤8人(正職員〇人、出向等7人)、非常勤1人)
 【連携する主な事業者】
 (一社)伊豆市観光協会、伊豆市商工会、JA伊豆の国、伊豆市



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 (該当番号) ①②
 【概要】
 総会・理事会: 関係団体の会長及び副会長が参加
 運営委員会: 構成団体の事務局長で組織
 マーケティング委員会: 宿泊施設、交通事業者、旅館組合、商工会等の職員で組織
 全体会議: 正会員及び賛助会員で構成
 コンテンツ部会: 観光協会、有識者、市役所

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・R2年プロモーション事業
 新宿アルタビジョンでの動画放映
 ・花と観光連携プロモーション事業
 E-BIKEを使った土肥桜を周遊する実証実験

【観光資源の磨き上げ】
 ・令和3年伊豆市版DMO事業
 4地区ごと素材一覧の作成を実施。素材一覧の中から、①既に商品化されているもの ②今回磨き上げるもの ③次年度以降磨き上げるもの に分類し、今年度20本の商品化(商品企画シート掲載)を目指す。

【受入環境の整備】
 ・民宿のインバウンド受入推進事業

戦略

【主なターゲット】
 首都圏在住の熟年層の夫婦のリピーター

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 ・首都圏で行われる商談会での旅行会社へのPRを行うとともに、今まで行っていない首都圏在住の熟年層へアプローチできるプロモーション活動と旅行商品造成と販売を行う。
 ・観光の流動実態と満足度調査による再来訪意向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

運営委員会(正会員の事務局長レベル)、全体会議(正会員及び16団体の賛助会員)、マーケティング委員会(交通事業者、宿泊施設、旅館組合、観光協会等)、コンテンツ部会(観光協会、市民有識者、市役所)

KPI(実績・目標) ※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額(百万円)	目標	18,050	18,100	18,150	18,200	18,250
	実績	17,602	17,258	17,349	()	()
延べ宿泊者数(千人)	目標	884	815	818	821	824
	実績	813	693	()	()	()
来訪者満足度(%)	目標	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0
	実績	97.4	98.3	()	()	()
リピーター率(%)	目標	98.0	98.0	98.0	98.0	98.0
	実績	98.0	98.3	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 会費(正会員、賛助会員) 約280万円(R2年)
 事業受託・補助金(伊豆市等) 約36,178万円(R2年)

【総支出】 6,746万円(一般管理費1,641万円、事業費5,105万円)
 ※令和2年度決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 ・賛助会員の拡大を図り会費収入の増加
 ・伊豆市及びその他からの受託事業の拡大
 ・国、県等の補助金の活用 ・収益事業の実施