

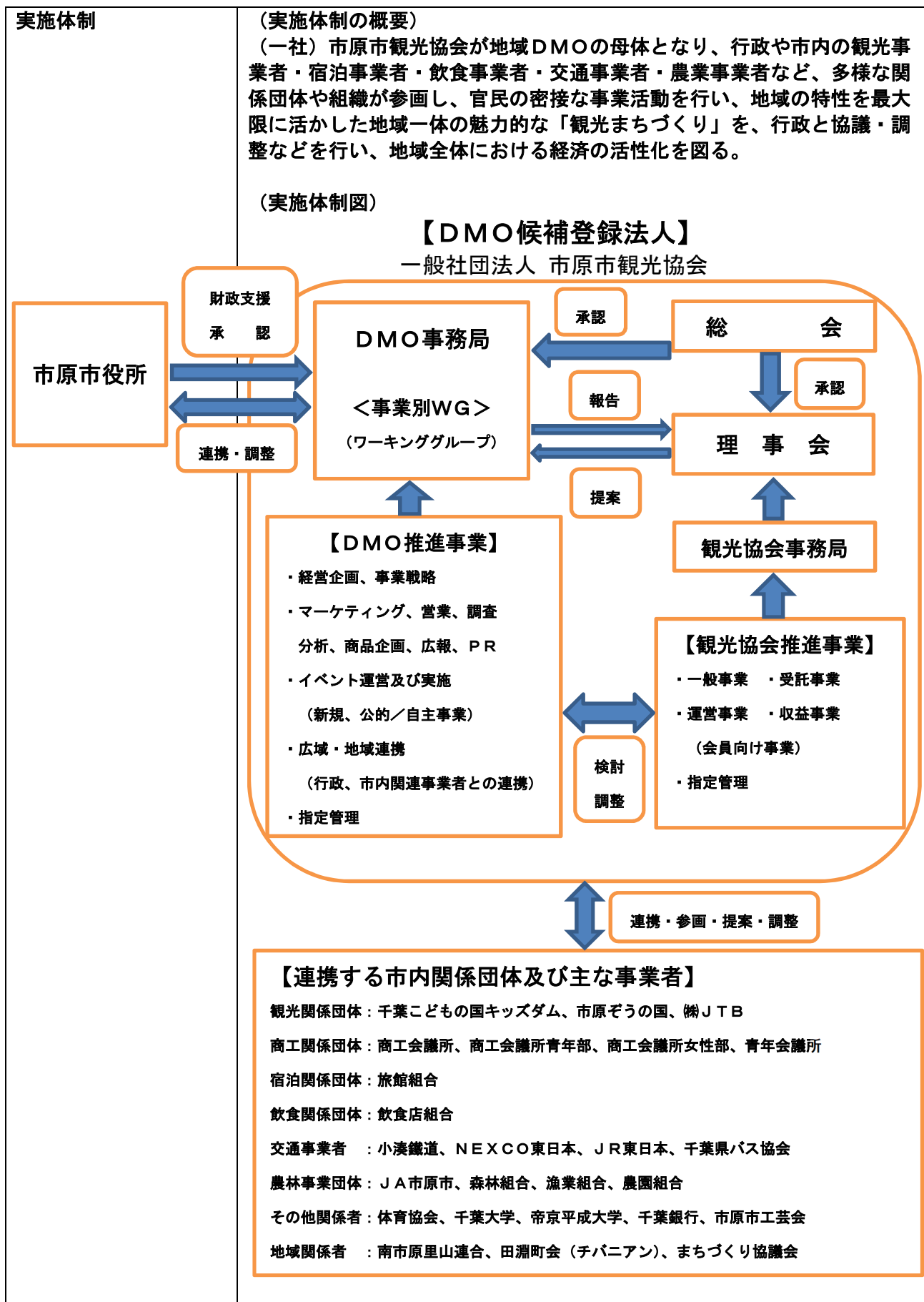
## 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

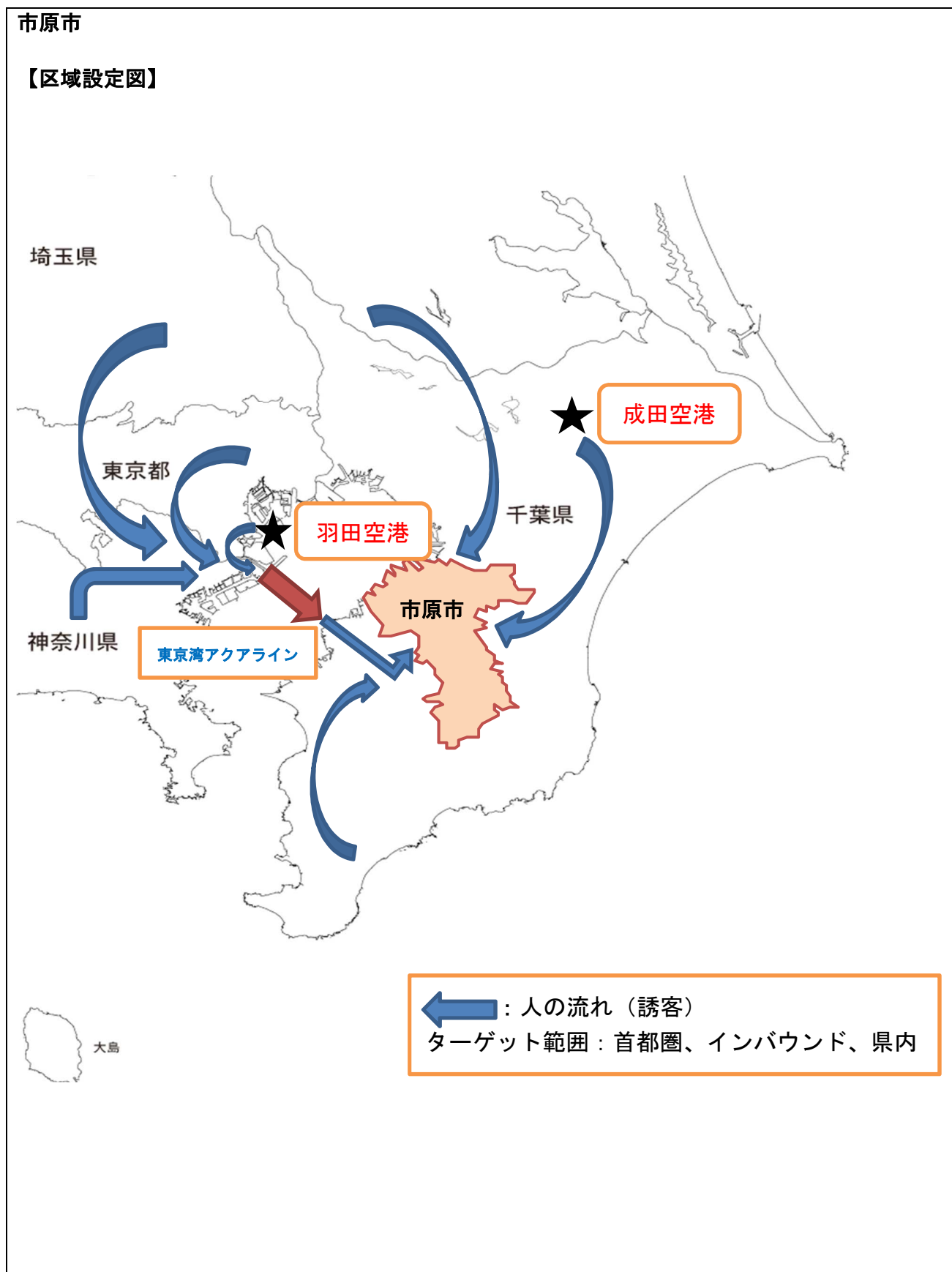
申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 市原市観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 市原市	
所在地	千葉県市原市	
設立時期	1993年 3月26日 社団法人 市原市観光協会【設立】 2013年10月 1日 一般社団法人 市原市観光協会【設立】	
職員数	13人【常勤(正職員)5人、非常勤(臨時職員)8人】	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 松崎 浩一 (出身組織名) (一社)市原市観光協会 会長(兼)市原市旅館組合 組合長、旅館経営	(一社)市原市観光協会の会長(代表理事)及び市原市旅館組合の組合長。地域内観光関係者間の調整役として活躍しており、在任期間中、様々な取組で成果を挙げている。
各種データの分析・収集等(マーケティング)及びプロモーションの責任者(専門人材)	(氏名) 池田 正臣 「専従」 (出身組織名) (一社)市原市観光協会 専務理事、旅行業経験	(一社)市原市観光協会の専務理事としてトータルマネジメントを行う。旅行会社にて千葉県内を中心に27年間勤務。観光市場と地域の観光マーケティングについて深い知見を有する。マーケティング、リサーチ機関とのネットワークも構築しており、プロモーションも行う。
各部門(商品開発、販売、総務、経理)の責任者(専門人材)	(氏名) 飯田 裕輔 「専従」 (出身組織名) (一社)市原市観光協会 事務局長、旅館等施設幹旋業経験	(一社)市原市観光協会の事務局長。首都圏を中心に旅行会社への施設関係等の紹介、プロモーション等に長年携わり、地域内の観光関連事業者や施設との信頼関係も厚い。
各部門(旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	(氏名) 是永 洵 「専従」 (出身組織名) (一社)市原市観光協会 旅行業経験	(一社)市原市観光協会養老溪谷駅前案内所の所長代理。市原市の中心的観光地である養老溪谷・南市原エリアの事業者や施設との信頼関係があり、旅行会社で在籍時よりプログラムの造成経験も豊富。
各部門(ゴルフ場人脈・商品の造成)の責任者(専門人材)	(氏名) 齋藤 昭廣 「非常勤」 (出身組織名) 市原市経済部 ゴルフ場支配人経験	(一社)市原市観光協会のゴルフ事業関係のマネジメントを行う。市原市経済部に在籍しており、市内のゴルフ場とのパイプ役となり、数々の新企画を造成し成功させた。ゴルフ場支配人の経験もあり、知識も深く信頼も厚い。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	市原市経済部観光振興課(観光振興全般) 経済部商工業振興課(商工業振興全般) 経済部農林業振興課(農林業振興全般) 企画部総合計画推進室 地方創生推進室(地方創生全般) シティプロモーション推進課(広報全般)	

(別添) 様式 1

	<p>スポーツ国際交流部スポーツ振興課 (スポーツ合宿・大会全般)          芸術祭推進課 (房総里山芸術祭: アートミックス)          都市部都市計画課 (まちづくり全般)          土木部南部土木事務所 (道路・橋梁全般)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設・飲食施設              (スポーツ合宿・大会企画、日帰り・宿泊の観光客回遊の仕組み作り)</li> <li>・ 小湊鐵道 (魅力発信、アクセス改善)</li> <li>・ NEXCO東日本 (魅力発信、アクセス改善、着地型旅行商品)</li> <li>・ 田淵町会「チバニアンガイド」(継続的なガイド人材育成、事務局運営)</li> <li>・ 南市原里山団体 (地元里山団体との協働・支援)</li> <li>・ 千葉大学学務部 (留学生モニターツアー、情報発信)</li> <li>・ 千葉市・市原市 (着地型里山旅行企画「グリーンツーリズム」)</li> <li>・ 市原商工会議所 (ふるさと名物「国府ブランド」の開発)</li> <li>・ JTB (着地型旅行商品、国内海外情報発信、インバウンド対応)</li> </ul>
<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>(該当する要件)</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設立検討委員会及びワーキンググループなどの委員会等を設置・開催するほか、日常的な調整を実務者レベルで行う。(設立検討委員会: 2回/年、各ワーキング部会: 4回/年の実施予定、近隣行政連携: 特に千葉市・木更津市など)</p> <p>(概要)</p> <p>行政を含む多様な関係者が参加する協議会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行うワーキンググループを開催する。</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>市や関係団体、事業者と連携し、市民・事業者が参加するセミナーを開催することで地域の魅力を感じ、地域への魅力や愛着を高める。(市の面積が広く地域ごとのマーケットも異なる為、エリアごとのワークショップを開催すると同時に、次世代を担う新たな事業者を発掘する。)</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>平成5年に社団法人市原市観光協会として設立し、市原市と協力し市原市における観光資源開発や観光施設の整備・保存を図り、活力ある観光地づくりを推進するため、各種事業を展開している。そして、平成20年に一般社団法人に変更し、更なる発展に向け組織や経営基盤の安定化を図り、地域経済の活性化に繋がる観光振興を推進している。</p> <p>また、2017年度からは母体となる観光協会の組織改革を実行し、2020年度からは「市原版DMO」として生まれ変わり、リーダーとして地域や組織との連携を強化し、市内を支える全ての産業事業体が体力をつけ、積極的に市外県外・海外に活動範囲を広げる取組みを実践している。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>毎年10月上旬(週末)に実施される「上総いちほら国府祭り」をはじめとして、様々な観光事業に関り、市原市の観光振興に貢献している。</p> <p>そして、2019年4月には、市原市の観光スポットでありながら、荒廃した養老溪谷「観音橋」を、地元住民・組織団体・企業と団結し、NEXCO東日本の協力を得て、協賛金を募り橋梁の補修を実現した。</p> <p>また、市原市は過去、具体的なインバウンド受入対応策は皆無であったが、2017年度以降千葉大学学務部留学生課との連携により、定期的に留学生モニターツアーを実施し、改善の必要な環境整備を行っている。</p> <p>更に、現在ではハラル協会との連携も実現し、養老溪谷温泉の旅館を舞台にモニターツアーを開始し、インバウンドへの取組みを強化している。</p> <p>(対象: マレーシア、インドネシア、トルコ、ウイグルほか)</p> <p>&lt;実績: 2017年度~2019年度 268名&gt;</p>



## 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



**【区域設定の考え方】**

市原市は東京湾アクアラインを利用した「房総半島への玄関口」とすると同時に、特に東南アジアを中心とした外国人が利用する「羽田空港」「成田空港」からのアクセスも良く、また首都圏全域からは圏央道や館山道などの利用で、観光客を受け入れるのに大変恵まれた立地条件にある。

**【観光客の実態等】**

市原市は年間の観光入込客数が352万人で、内訳はゴルフツーリズムが167万人、自然里山ツーリズムが101万人、歴史文化ツーリズムが84万人。2026年までに500万人まで増やすことを目指し観光振興を行っている。

- ・市原市は観光地としてのイメージが希薄
- ・市原市への来訪は日帰り旅行が95%で、平均単価は10,590円
- ・交通手段は自家用車での訪問69%、次いで鉄道等45%となっている。(複数回答)
- ・ツアー等の団体旅行は少なく、個人・グループでの旅行が多くを占める。

**【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】**

- ・施設：千葉こどもの国キッズダム、市原ぞうの国、日本一のゴルフ場(数)、市原スポレクパーク、ゼットエー武道場、市原湖畔美術館、光福禅寺(座禅・茶道)、オリジナルメーカー海づり公園、いちはらくオードの森等
- ・歴史：国指定史跡「上総国分寺跡」、「上総国分尼寺跡」等
- ・自然：養老溪谷(梅が瀬溪谷、弘文洞跡)、石神菜の花畑、田淵地磁気逆転地層(チバニアン)等
- ・食：梨、いちじく、姉崎大根、いちご、桃、ブルーベリー、ジビエ等
- ・イベント：上総いちはら国府祭り、飯香岡八幡宮大祭、八幡宿祭、五井大市、姉崎産業祭、八坂神社大祭、市原高滝湖マラソン等
- ・その他：小湊鐵道(国登録有形文化財)、テレビCMやドラマロケ地等

**【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**

- ・八幡宿・五井・姉崎地区：32施設、2055名、1541室
- ・高滝地区：1施設、40名、15室
- ・養老溪谷地区：2施設、80名、20室

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

- ・首都圏からアクアライン・圏央道や京葉・館山道によるアクセスが良い(東京駅～鶴舞IC：64分)
- ・市内に3箇所あるインターチェンジ(市原、姉崎・袖ヶ浦、鶴舞)
- ・羽田空港からアクアライン・圏央道によるアクセスが良い(羽田空港～鶴舞IC：60分)
- ・成田空港から圏央道によるアクセスが良い(成田空港～鶴舞IC：70分)

**【外国人観光客への対応】**

- ・千葉大学との連携で留学生の受入れ(日本文化体験「茶道・座禅」、食事等)を行っている
- ・千葉イスラーム文化センターとの連携でムスリム受入れ(宿泊、日本文化体験等)を行っている
- ・NAA(成田国際空港)との連携で外国人観光客の受入れを行っている
- ・スポーツ国際大会等で来日した外国人の受入れ(日本文化体験、食事等)を行っている
- ・インバウンド観光チラシ(6か国語)でプロモーション

### 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	域内の経済効果把握のため	主要観光スポット・施設における来訪者調査
延べ宿泊者数	施策効果の検証	宿泊施設からデータを収集
来訪者満足度	施策効果の検証 受入環境整備等の方向性検討	主要観光スポット・施設における来訪者調査
リピーター率	施策効果、受入体制等の検証	主要観光スポット・施設における来訪者調査
観光入込客数	施策展開の効果検証	主要観光スポット・施設からの入込データ収集、及び、デジタルツールを活用
ゴルフ場来場者数	施策効果、受入体制等の検証	ゴルフ場からの入込データ収集
外国人観光客延べ宿泊者数 国籍	経済効果把握、観光ツアー造成の基礎資料とするため。	宿泊施設からデータを収集
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の検証	アクセス解析

### 4. 戦略

#### (1) 地域の強みと弱み

	好 影 響	悪 影 響
内 部 環 境	<p>&lt;強み (Strengths) &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</li> <li>・首都圏から近距離</li> <li>・羽田空港、成田空港からのアクセスの良さ</li> <li>・市内に高速 I C が 3 カ所</li> <li>・木更津アウトレットなど集客スポットに近接</li> <li>・全国最多のゴルフ場数 (自治体単位 : 33)</li> <li>・スポーツ施設の充実</li> <li>・観光資源としての小湊鐵道</li> <li>・9市町村と隣接し多様な連携が可能</li> <li>・受容性の高い資源の存在 (調査結果より)</li> </ul>	<p>&lt;弱み (Weaknesses) &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</li> <li>・日帰り旅行が中心</li> <li>・宿泊施設が少ない</li> <li>・市の観光スポット・施設等の認知率の低さ</li> <li>・キラーコンテンツがない</li> <li>・市内の交通アクセスが悪い</li> <li>・観光コンテンツ、着地型プログラムが少ない</li> <li>・受入環境整備の遅れ</li> <li>・市民の観光地としての意識の低さ (ホスピタリティ評価の低さ)</li> </ul>

(別添) 様式 1

外部環境	<p>&lt;機会 (Opportunity) &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・自地域にとって追い風となる要素は何か?</li> <li>・逆転地層「チバニアン」の GSSP 認定による日本唯一の観光資源化 (2020 年 3 月予定)</li><li>・「いちはらアート×ミックス 2020」の開催 (3 年に 1 回の開催「房総里山芸術祭」)</li><li>・羽田空港・成田空港を利用するインバウンド客の増加</li><li>・東京オリンピック・パラリンピック 2020 の開催</li></ul>	<p>&lt;脅威 (Threat) &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・自地域にとって逆風となる要素は何か?</li> <li>・ゴルフ人口の減少/プレーヤーの高齢化</li><li>・首都圏客をターゲットとする競合地域の増加</li><li>・国際情勢の不安定化 (香港など)</li><li>・市内の景観保全等の担い手の減少</li><li>・若年層の自動車離れ</li><li>・台風などの自然災害</li></ul>
------	--	---

(2) ターゲット

<p>○第 1 ターゲット層 首都圏に居住する 20~30 代単身者・既婚子供なし層</p>
<p>○選定の理由</p> <p>市原市観光のターゲット市場である首都圏に居住する 20~30 代の若者層 (特に男性層) で来訪意向者が多く見られ、小湊鉄道、チバニアンなど観光資源への来訪意向も高い<sup>1</sup>。都市部の若者層の地方志向も高まっており<sup>2</sup>、「里山」コンセプトに魅力を感じる層が多いと思われるため。</p> <p>&lt;参考とした資料&gt; 1、市原市ターゲット市場調査 (2019 年実施) 2、農林水産省, 2014, 「農山村に関する世論調査」結果</p> <p>○取組方針</p> <p>20~30 代男性は自家用車での来訪者が相対的に少なく、鉄道や路線バスの利用者が多いのが特徴となっている。また、ひとりでの来訪者も比較的多く見られる。地域内での移動手手段の検討、里山の維持・継続活動への参加など若者が魅力を感じる参加型のコンテンツ開発と、SNS 等を活用した効果的な情報発信を行う。</p> <p>&lt;対応する事業&gt; (様式 2 : 参照)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>【1】スポーツ合宿・大会誘致 スポーツツーリズム対策</li> <li>【2】チバニアン インバウンド・文化の対策</li> <li>【3】里山・農業支援対策事業 自然・里山の支援対策</li></ul>

<p>○第2ターゲット層 国内外のゴルフプレーヤー (※海外は台湾・マレーシアを想定)</p>
<p>○選定の理由 ゴルフ人口は年々減少しており、高齢化も進んでいる。首都圏を中心としたこれまでの顧客への対応では、ゴルフ場の利用者数を維持することは難しい。しかし、交通機関や全国のゴルフ関連団体との連携等による国内の広域での集客(冬季集客)や、これまで対応が遅れていたインバウンド客の受入等、交通手段の検討等により、利用者数を維持し増やすことは可能と考える。</p> <p>○取組方針 先進事例の調査、北海道からの冬季誘客、IAGTO(国際ゴルフツアーオペレーター協会)、海外ゴルフ協会・ゴルフ場、海外旅行会社へのアプローチ、五井駅からの送迎バスの検討などを通し、早期に方向性を決め、具体的な誘客施策に移行する。</p> <p>&lt;対応する事業&gt;(様式2:参照) 【1】ゴルフ誘客事業 ゴルフの誘客対策</p> <p>【2】インバウンド対策事業 インバウンド・文化の対策</p>
<p>○第3ターゲット層 羽田空港、成田空港を利用する欧米豪・東南アジアからの外国人旅行者</p>
<p>○選定の理由 都心、空港から最も近い「SATOYAMA」というコンセプトの受容性が高いと思われる欧米豪の旅行者に加え、ビザの簡素化を契機に近年急増しているマレーシア・インドネシア等の東南アジア旅行者もコンセプトや市の観光資源に対する受容性は高いものと思われるため。 (英語による情報発信を想定)</p> <p>○取組方針 ・英語によるプロモーション展開の整備(サイト、SNS、ツール類の整備) ・ムスリム受入れ対応講座や料理教室等を実施し、受入可能施設(現在4施設)を増やす。 ・ハラール協会などと連携しモニターツアーを実施し、宿泊などの受入環境を整える。</p> <p>&lt;対応する事業&gt;(様式2:参照) 【1】インバウンド事業 インバウンド・文化の対策</p>



(3) コンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p style="text-align: center;">～世界に一番近いSATOYAMA～</p> <p>豊かな自然と里山文化が残る市原市。日本一の数を誇るゴルフ場、地域に愛され続けている小湊鐵道、豊富なスポーツ施設、悠久の歴史を感じるスポット、アーティストたちが注目するアート×ミックスなど、市内の多様な資源を都心から・世界から最も近い「SATOYAMA」に結び付け、都会人の心のオアシスを目指した観光地域づくりを推進する。</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>市原市の里山は、地元の里山団体によって整備され、守られてきた。とりわけ、南市原の里山団体は小湊鐵道の各駅及びその周辺を舞台に様々な活動をし、2017年には「グッドデザイン賞」を共同受賞したことで、さらに団体の絆が強まった。</p> <p>しかし、団体を支えてきた方々の高齢化が進んでいることから、若い世代に里山の維持・継続に関心を持ってもらい、新たな担い手を確保することが喫緊の課題となっている。</p> <p>里山文化は都会で暮らす人々だけでなく、欧米豪を中心とした外国人旅行者からも注目されているコンテンツであることから、観光の視点から改めて里山の魅力を高め、市内の様々な資源と結びつけることで、都会人の心のオアシスとして、地元を支える若い世代にも興味を抱いてもらえる環境づくりを推進する。</p> <p>また、市原市は日本一の数を誇るゴルフ場（自治体単位、33コース）を有し、東京湾アクアラインなどアクセスの良さから、首都圏を中心に多くのプレーヤーが訪れている。しかし、プレーヤーの高齢化やゴルフ人口の減少に伴う今後の推移は容易に想像できることから、首都圏エリアを中心とした既存顧客だけではなく、より広域を想定した国内プレーヤー（北海道）の誘客、対応が遅れていたインバウンド（ゴルフツーリズム）の取り組み、里山コンセプトと結びつけたゴルフ+αの新たな楽しみ方の提案など、具体的な施策を展開していく。</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	DMOを中心として、地域の関連事業者や組織団体とのコミュニケーションの場や意見交換の機会を3か月に1回程度設け、事業ごとの進展を把握し、事業に対する助言や提案等を得ることにより合意形成を図る。
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	事業種類ごとにワーキンググループを設け、来訪者の満足度向上や問題解決のための仕組みづくりを行い、具体的な調整を行う。 また、その効果検証のためにアンケート調査を実施し、各事業にフィードバックする。
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、各団体の取組みやイベント等の情報や、市内で実施されるものに関する情報の一元発信を行う。また、同時にSNS等を利用した効果的なプロモーションも行う。

**6. KPI (実績・目標)****(1) 必須KPI**

指標項目	単位	2017年 (度)	2018年 (度)	2019年 (度)	2020年 (度)	2021年 (度)	2022年 (度)
●旅行消費額	円	未調査	未調査	13,115 (調査)	13,500	13,700	13,900
●延べ宿泊者数	万人	32.7	30.4	24.5 (予測)	30.0	32.0	34.5
●来訪者満足度	%	未調査	未調査	52 (調査)	60	60	65
●リピーター率	%	未調査	未調査	71 (調査)	75	75	80

**※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】**

目標数値の検討においては、下記、観光統計、ターゲット市場調査、来訪者調査で把握している現状を踏まえ、今後のビジョンに即して検討を行った。

**【設定にあたっての考え方】と【データ収集方法】****●旅行消費額**

- \* 今回は「市原市来訪者調査 2019」(WEB 調査)の結果を基準として設定。  
 <宿泊客：16,335 円 日帰り客：10,590 円 全体：13,115 円>
- \* 日帰り客の構成が大きい市原市としての目標値の設定。
- \* 次年度以降は、主要観光スポット・施設における来訪者調査により把握。

**●延べ宿泊者数**

- \* 今回は「千葉県観光入込調査」の結果を基準として設定。( \* 今後も継続活用予定)  
 <2017 (平成 29) 年度：32.7 万人 (内) 外国人宿泊者数：6 千人>
- \* 施策の方向性と照らし、必要な場合は宿泊施設からデータを収集する仕組みの構築について検討。

**●来訪者満足度**

- \* 今回は「市原市来訪者調査 2019」(WEB 調査)の結果を基準として設定。  
 総合満足度 52% (満足+やや満足) \* 現状の満足度は低め
- \* 次年度以降は、主要観光スポット・施設における来訪者調査により把握。

**●リピーター率**

- \* 今回は「市原市来訪者調査 2019」(WEB 調査)の結果を基準として設定。  
 71%
- \* 次年度以降は、主要観光スポット・施設における来訪者調査により把握。

(別添) 様式 1

## (2) その他の目標

指標項目	単位	2017年 (度)	2018年 (度)	2019年 (度)	2020年 (度)	2021年 (度)	2022年 (度)
●観光入込客数 (延べ人員)	万人	356	363	352 (予測)	380	390	400
●ゴルフ場来場 者数	万人	170	169	167 (予測)	170	175	180
●外国人観光客 宿泊数	万人	0.6	0.4	0.3 (予測)	0.5	0.8	1.0

### ※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】

市内 58 施設・スポットから継続して収集している入込数、主要施策対象として挙げているゴルフ場の利用者数、それに伴う外国人宿泊者を基本指標として把握する。

- ・入込数は市原市の目標(2026年：500万人)を想定。
- ・2020年度は「いちはらアート×ミックス 2020」による大幅な入込数の伸びを想定。

#### 【設定にあたっての考え方】と【データ収集方法】

##### ●観光入込客数(延べ人数)

- \* 首都圏の日帰り客の構成が多い市原市の特性から考え、観光入込客数(延べ人員)が基本指標となる。

＜2018年(平成30年)：363万人＞

- \* これまで入込客数が把握できていなかった養老溪谷、チバニアンについても、2020年度よりセンサーにてのカウント測定を行う。

##### ●ゴルフ場来場者数

- \* 戦略的ターゲットとして掲げている国内外のゴルフプレーヤーの来場者数の推移を把握し、施策効果を検証する。

＜2018年(1～12月)のゴルフ来場者数は、168.8万人＞

(県への報告資料より＝ゴルフ場からのデータ提供による集計)

- \* 必要な場合は来場者調査等での来場者のプロフィール把握を検討。

##### ●外国人観光客宿泊者数

- \* 今回は「千葉県観光入込調査」の結果を基準として設定

＜2017(平成29年)年度で外国人宿泊者数：6千人＞

- \* 施策の方向性に照らし、必要な場合は宿泊施設からデータを収集する仕組みを構築。

## 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
2017年度	73,479,900 円	【市町村からの補助金】 38,203,901 円 【会費収入】 1,275,000 円 【受託事業収入】 31,874,531 円 【収益事業収入】 1,293,230 円 【雑収入】 833,238 円
2018年度	98,676,510 円	【市町村からの補助金】 40,634,000 円 【会費収入】 1,176,000 円 【受託事業収入】 55,671,157 円 【収益事業収入】 598,579 円 【雑収入】 596,774 円
2019年度	113,945,000 円	【市町村からの補助金】 47,133,000 円 【会費収入】 1,206,000 円 【受託事業収入】 61,541,000 円 【収益事業収入】 3,900,000 円 【雑収入】 165,000 円
2020年度	149,591,000 円	【市町村からの補助金】 79,678,000 円 【会費収入】 1,290,000 円 【受託事業収入】 63,973,000 円 【収益事業収入】 4,400,000 円 【雑収入】 250,000 円
2021年度	154,665,000 円	【市町村からの補助金】 77,000,000 円 【会費収入】 1,365,000 円 【受託事業収入】 70,000,000 円 【収益事業収入】 5,500,000 円 【雑収入】 800,000 円
2022年度	162,640,000 円	【市町村からの補助金】 75,000,000 円 【会費収入】 1,440,000 円 【受託事業収入】 78,000,000 円 【収益事業収入】 7,000,000 円 【雑収入】 1,200,000 円

## (2) 支出

年度	総支出	内訳
2017年度	73,479,900 円	【一般管理費】 44,350,409 円 【受託事業費支出】 27,240,052 円 【国内プロモーション】 558,000 円 【海外プロモーション】 0 円 【里山対策事業】 50,000 円 【コンテンツ造成】 200,000 円 【マーケティング】 400,000 円 (市場調査、ブランド戦略等) 【観光イベント等の開催費】 589,439 円 【ホームページ事業費】 92,000 円
2018年度	98,676,510 円	【一般管理費】 37,723,552 円 【受託事業費支出】 49,806,694 円 【国内プロモーション】 3,580,000 円 【海外プロモーション】 0 円 【里山対策事業】 246,264 円 【コンテンツ造成】 2,200,000 円 【マーケティング】 2,420,000 円 (市場調査、ブランド戦略等) 【観光イベント等の開催費】 1,750,000 円 【ホームページ事業費】 950,000 円
2019年度	113,945,000 円	【一般管理費】 38,009,000 円 【受託事業費支出】 63,194,000 円 【国内プロモーション】 2,280,000 円 【海外プロモーション】 2,850,000 円 【里山対策事業】 1,842,000 円 【コンテンツ造成】 1,220,000 円 【マーケティング】 1,750,000 円 (市場調査、ブランド戦略等) 【観光イベント等の開催費】 2,300,000 円 【ホームページ事業費】 500,000 円
2020年度	149,591,000 円	【一般管理費】 53,601,000 円 【受託事業費支出】 63,000,000 円 【国内プロモーション】 6,000,000 円 【海外プロモーション】 5,000,000 円 【里山対策事業】 3,000,000 円 【コンテンツ造成】 7,490,000 円 【マーケティング】 8,000,000 円 (市場調査、ブランド戦略等) 【観光イベント等の開催費】 3,000,000 円 【ホームページ事業費】 500,000 円

(別添) 様式 1

2021年度	154,665,000 円	<b>【一般管理費】</b> 55,665,000 円 <b>【受託事業費支出】</b> 68,000,000 円 <b>【国内プロモーション】</b> 6,000,000 円 <b>【海外プロモーション】</b> 7,000,000 円 <b>【里山対策事業】</b> 6,000,000 円 <b>【コンテンツ造成】</b> 5,500,000 円 <b>【マーケティング】</b> 3,000,000 円 (市場調査、ブランド戦略等) <b>【観光イベント等の開催費】</b> 2,500,000 円 <b>【ホームページ事業費】</b> 1,000,000 円
2022年度	162,640,000 円	<b>【一般管理費】</b> 56,840,000 円 <b>【受託事業費支出】</b> 76,000,000 円 <b>【国内プロモーション】</b> 7,000,000 円 <b>【海外プロモーション】</b> 8,000,000 円 <b>【里山対策事業】</b> 4,600,000 円 <b>【コンテンツ造成】</b> 3,000,000 円 <b>【マーケティング】</b> 3,500,000 円 (市場調査、ブランド戦略等) <b>【観光イベント等の開催費】</b> 3,000,000 円 <b>【ホームページ事業費】</b> 700,000 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

- ・安定的な運営が図られるよう、市原市の全面的なバックアップのもと「市原版DMO」の取り組みを推進する。
- ・協会会員を受入施設の対象として、着地型旅行商品の造成・販売や独自の特産品の開発・販売等のシステムを構築し、協会会員へのサービスを充実させると共に、新たな会員を獲得し、会費収入の増加を図る。
- ・市原市の最大の誘客戦略である「ゴルフ利用客を増やすための事業」(インバウンドや冬季誘客対策)を実施するため、その事業費として新たに「ゴルフ利用税」の一部を事業運営費に充当することを市と検討中。
- ・市原版DMOの活動を最大化するのに資する指定管理案件を新たに手掛けていくことにより、運営資金の確保と、地域への波及効果の両面での効能を図る。

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

市原市は、地域DMOの機能を所有した一般社団法人市原市観光協会と共に連携体制を更に強化し、観光振興施策を推進するため、市原市域における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人市原市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	池田 正臣
担当部署名 (役職)	市原市観光協会 (専務理事)
所在地	千葉県市原市国分寺台中央 1-1-1 第 2 庁舎 4 階
電話番号 (直通)	0436-22-8355
FAX 番号	0436-23-1001
E-mail	ikeda-kyoukai@ichihara-kankou.or.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	市原市
担当者氏名	暉 総一郎
担当部署名 (役職)	市原市 経済部 観光振興課 (課長)
所在地	市原市国分寺台中央 1-1-1
電話番号 (直通)	0436-23-9755
FAX 番号	0436-22-6980
E-mail	s-teru68@city.ichihara.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
所在地	
電話番号 (直通)	
FAX 番号	
E-mail	

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
所在地	
電話番号 (直通)	
FAX 番号	
E-mail	



【区域】千葉県市原市

【設立時期】2020年4月1日

【代表者】会長 松崎 浩一

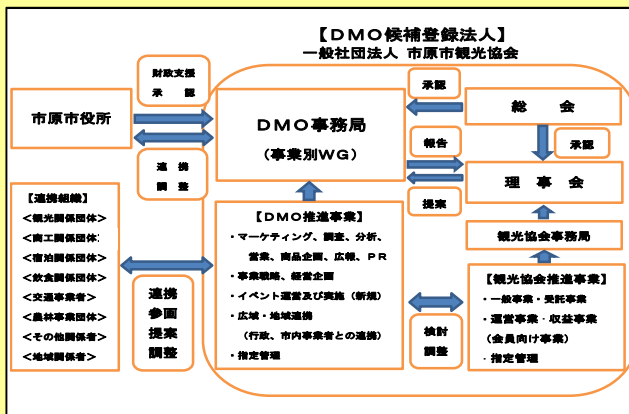
【マーケティング・プロモーション責任者】池田 正臣

【職員数】5名

【連携する主な事業者】

旅館・飲食店組合(宿泊施設・飲食施設)、  
交通事業者(小湊鐵道、NEXCO東日本)、  
南市原里山団体、田淵町会(チバニアン)、  
市原商工会議所、千葉大学(学務部、国際教養学部)、  
自治体(千葉市、木更津市、大多喜町ほか)、  
旅行会社(JTBほか)

(表:実施体制)



(表:KPI(実績・目標))

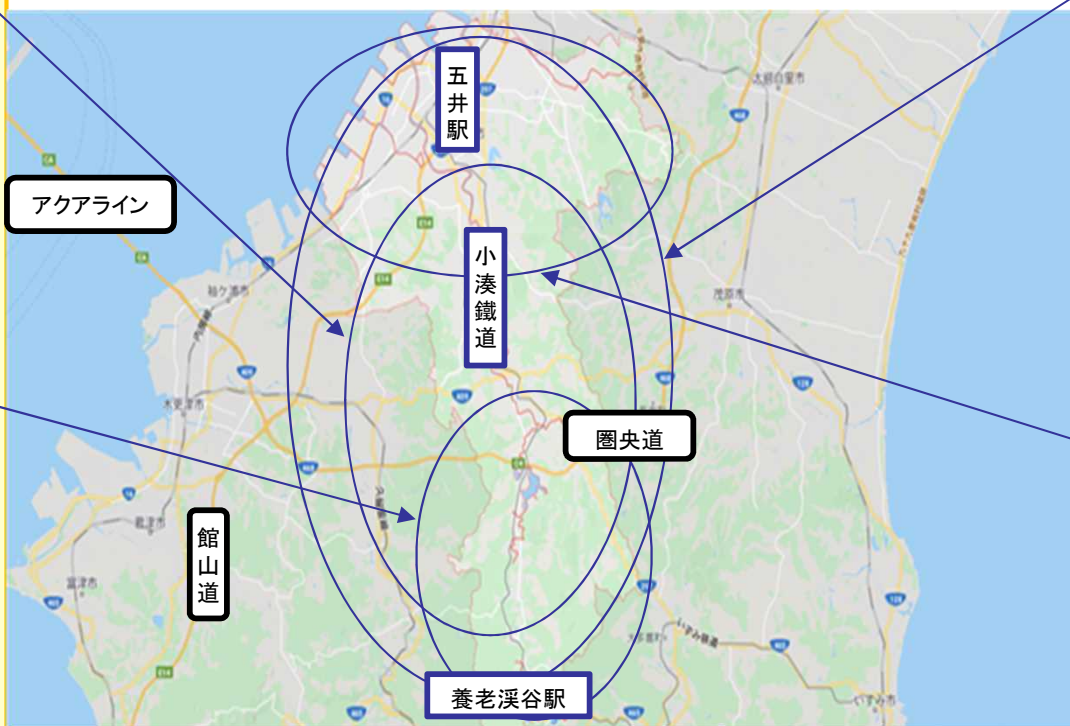
	2020年(度)	2021年(度)	2022年(度)	2023年(度)	2024年(度)
旅行消費額	(円) 13,500	(円) 13,700	(円) 13,900	(円) 14,100	(円) 14,300
延べ宿泊者数	(万人) 34.0	(万人) 34.0	(万人) 34.5	(万人) 35.0	(万人) 35.5
来訪者満足度	(%) 60	(%) 60	(%) 65	(%) 65	(%) 70
リピーター率	(%) 75	(%) 75	(%) 80	(%) 80	(%) 85

### ゴルフの誘客対策

- 1、冬季誘客の取り組み
  - ①北海道内旅行代理店連携(プラン化)
  - ②北海道内ゴルフ場連携(交流)
- 2、海外誘客の取り組み
  - ①海外組織・団体との連携  
(国際ゴルフツアーオペレーター協会)
  - ②世界的なゴルフ商談会「JGTC」へ参加
- 3、インバウンドゴルフモニターツアーの実施

### 自然・里山の支援対策

- 1、里山における事業支援
  - ①休耕地などを舞台に新規事業の支援  
(養蜂、菜種油、ひまわりなど)
  - ②空き家への移住・定住支援
- 2、観光資源の発掘・開発支援
  - ①小湊鐵道・里山団体の連携による地域興しの支援・実施
  - ②市原特有の特産品(お土産)を開発し、同時に販売流通ルートの開拓と拡大



### インバウンド・文化の対策

- 1、インバウンド
  - ①千葉大学との事業連携により、留学生を対象にモニターツアーを実施  
(SNSなどを活用したPR協力)
  - ②千葉イスラム文化センター  
連携事業展開(ムスリム)  
・海外/在留外国人への情報発信  
・ハラール対応施設を増やす(宿泊等)
- 2、チバニアン「地磁気逆転地層」(GSSP)
  - ①チバニアンガイド事務局運営支援
  - ②千葉大学付属小学校⇒県内外校誘致
  - ③旅行会社(教育旅行取扱)へPR展開

### スポーツツーリズム対策

- 1、誘致対策検討会議の開催  
体協・旅館・スポーツ国際交流部、経済部、観光協会の連携による基盤構築  
↓  
「スポーツツーリズム体制」を構築
- 2、大会関係問合せ・予約管理システム導入  
問合せ・申込みがワンストップで可能となるシステムを稼働させ、同時に関係組織が常時確認できる体制を構築