

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和4年1月20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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 勝浦市観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	千葉県勝浦市	
所在地	千葉県勝浦市	
設立時期	平成29年10月2日	
職員数	5人【常勤5人（正職員2人・契約1人、出向1人、専門人材1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）渡邊 幸男 （出身組織名） （一社）勝浦市観光協会	（一社）勝浦市観光協会の会長として、地域の観光振興に携わり、また各諸団体との連携にも精力的に取り組んでいる。
データ収集・分析等の専門人材（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）山口 隆 「専従」 （出身組織名） （一社）勝浦市観光協会	大手旅行会社での勤務経験を活かし、観光施策、事業計画の立案と、事業の拡大にむけた高い知見と能力を持つ。財務責任者(CFO)を兼ねる。
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）山口 隆 （出身組織名） （一社）勝浦市観光協会	大手旅行会社での勤務経験を活かし、観光施策、事業計画の立案と、事業の拡大にむけた高い知見と能力を持つ。財務責任者(CFO)を兼ねる。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	Web マーケティング、情報発信、システム担当 （氏名）大野 遥佳 （出身組織名） （一社）勝浦市観光協会	（一社）勝浦市観光協会にて SNS を利用した情報発信と、ロケーションサービスを担当し、シティープロモーションにつなげている。

(別添) 様式 1

各部門(例: 旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	各種データの分析・収集、総務、経理担当 (氏名) 君塚 正代 (出身組織名) (一社) 勝浦市観光協会	(一社) 勝浦市観光協会にて総務、経理を担当。それに加えて、JR 東日本との新たな素材を生かした商品開発を担当する。						
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	千葉県勝浦市観光商工課 (社会資本整備、観光施策、シティープロモーション、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"> ・(一社)勝浦市観光協会(事業戦略、プロモーション、着地型旅行商品造成) ・勝浦市商工会(事業戦略、プロモーション) ・勝浦市旅館組合(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・勝浦市民宿組合(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・勝浦市飲食店組合(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・勝浦料理店組合(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・新勝浦市漁業協同組合(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・かつうら朝市の会(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・勝浦ロケーションサービス(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・勝浦まち歩き観光ガイドの会(プロモーション、着地型旅行商品造成) ・交通事業者(JR東日本、いすみ鉄道、小湊鉄道、山口運送) (プロモーション、着地型旅行商品造成) ・農漁業者、加工品製造販売業者等(コンテンツの磨き上げ) ・体験事業者(着地型旅行商品造成) ・国際武道大学・ヘルスツーリズムプロジェクト(ヘルスツーリズム) ・(公財)日本武道館 日本武道館研修センター(武道ツーリズム) ・太平洋岸自転車道ナショナルサイクルルート千葉地区協議会(サイクリング) 							
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】②</p> <p>令和元年11月25日、産官学が一体となり合意形成を図る為に、「勝浦市観光プラットフォーム推進協議会」がDMOとは別に市によって設置された。構成員は観光関係団体の役員、理事、会長及び市役所の課長、勝浦市議会議員など</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	地域住民への啓発を目的としたセミナーやシンポジウム等の開催(年2~3回)や、勝浦市広報誌を活用したイベント等の情報発信(年3~4回)を行う。							
法人のこれまでの活動実績	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">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>(令和元年度) ○マリンアクティビティの事業者を集約し、「勝浦マリンアドベンチャー」を立ち上げ、チラシの作成、プロモーションを実施。 ○サーファー向けに勝浦沿岸のマリンスポーツ・サーフポイントの英語版マップを制作、プロモーションを実施。</td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td>(令和2年度) ○ビジターセンター・勝浦ウォーターアイランドでのキャッシュレス対応を整備(PayPay) ○観光協会HPに自動翻訳機能を装備。</td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	(令和元年度) ○マリンアクティビティの事業者を集約し、「勝浦マリンアドベンチャー」を立ち上げ、チラシの作成、プロモーションを実施。 ○サーファー向けに勝浦沿岸のマリンスポーツ・サーフポイントの英語版マップを制作、プロモーションを実施。	受入環境の整備	(令和2年度) ○ビジターセンター・勝浦ウォーターアイランドでのキャッシュレス対応を整備(PayPay) ○観光協会HPに自動翻訳機能を装備。
事業	実施概要							
情報発信・プロモーション	(令和元年度) ○マリンアクティビティの事業者を集約し、「勝浦マリンアドベンチャー」を立ち上げ、チラシの作成、プロモーションを実施。 ○サーファー向けに勝浦沿岸のマリンスポーツ・サーフポイントの英語版マップを制作、プロモーションを実施。							
受入環境の整備	(令和2年度) ○ビジターセンター・勝浦ウォーターアイランドでのキャッシュレス対応を整備(PayPay) ○観光協会HPに自動翻訳機能を装備。							

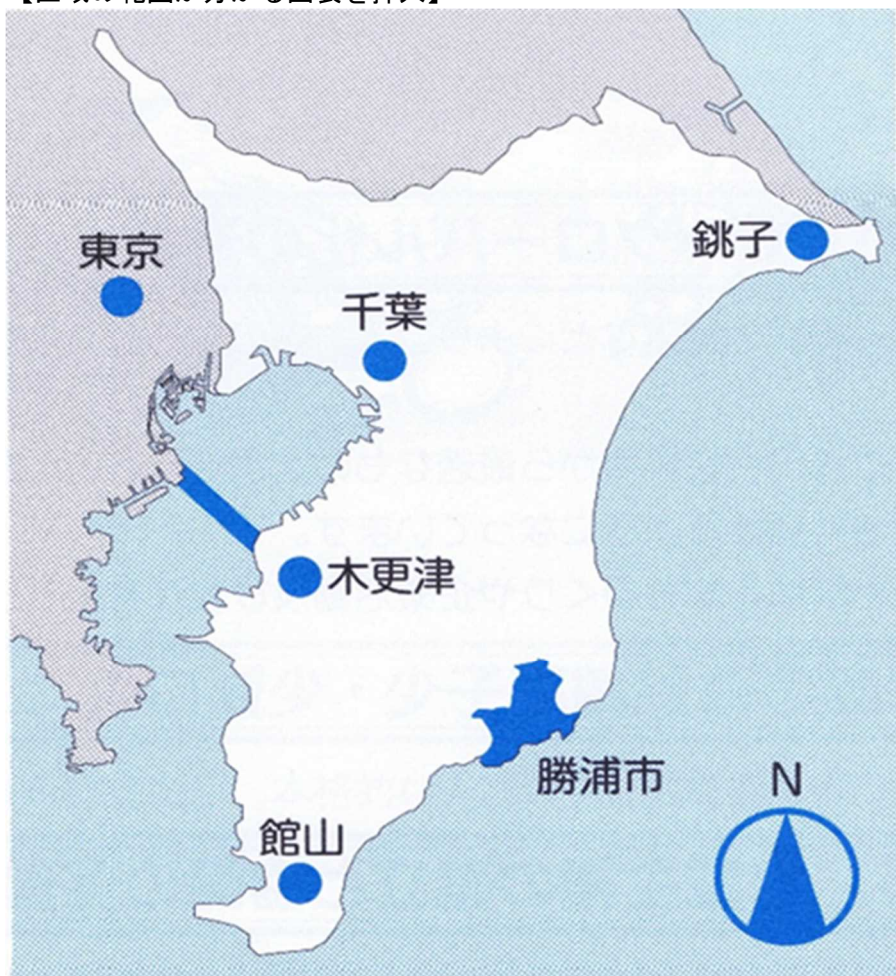
(別添) 様式 1

	<p>観光資源の磨き上げ</p> <p>(令和元年度) ○海水浴場の新たな体験スポットとして「勝浦ウォーターアイランド」海上アスレチック事業を開始。令和2年度も継続実施。 (令和2年度) ○「勝浦マリンアドベンチャー」を母体に観光庁支援事業「アドベンチャー勝浦」によりインバウンド向けコンテンツ造成を実施。 ○観光庁支援事業「誘客多角化」により勝浦産食材によるレシピ開発と新宿でのプロモーション展開を実施。</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>(定量的な評価) 令和2年度 ○勝浦ウォーターアイランド 販売人員32,046人(対前年116%) 売上実績40,066,669円(対前年127.4%) ○勝浦中央海水浴場の利用者 海水浴場は開設中止 ○レンタサイクルの貸出件数 689台(対前年103%) ○体験教室の実績 利用者数 154人(対前年26%コロナ禍で多数中止) ○観光協会の来店者数 3,272人(対前年85.4%)</p> <p>(実施体制の概要) 日本版地域DMO法人として登録申請する一般社団法人 勝浦市観光協会は、協会社員として構成する宿泊事業者、飲食業者、交通・運輸、マリンスポーツ、体験交流事業者などの観光関連事業者にとどまらず、商工、朝市・漁協等農林水産事業者などの関係者が多様に連携し運営を行っている。 これに加え、勝浦市観光商工課(行政)、勝浦市商工会(企業)、ONE勝浦企業組合(飲食)、国際武道大学(大学)勝浦市市議会議員などで構成する「勝浦市観光プラットフォーム推進協議会」は勝浦DMO候補法人と密接な連携により事業の拡大を目指していく。 地域で稼げる事業の確立を図るためには、平成29年3月に「勝浦市観光地再生戦略書」で策定した3つのプロジェクト「朝で勝つ」、「食で勝つ」、「交流で勝つ」を具現化し、目的型観光の拡充による交流人口拡大を実現する。 さらに、交流人口の拡大により、地域内経済循環の推進を図り地元の観光消費額を増大させ生産年齢人口の増加(定住雇用促進)につながることを最終目的とする。 (実施体制図) 次ページ</p>	

<p>← 【勝浦市観光プラットフォーム推進協議会】 ←</p>			←	←	←	←
<p>← DMO候補法人 ← ← 一般社団法人 勝浦市観光協会 ←</p>			←	←	←	←
←	← 宿泊事業者 ← ← <社員> ←	← 飲食事業者 ← ← <社員> ←	←	← 組織強化 ← ← 部会 ←	←	←
←	← 交通運輸事業者 ← ← <社員> ←	← 体験事業者 ← ← <社員> ←	←	← 商品開発 ← ← 部会 ←	←	←
←	← 商工・農水事業者 ← ← <社員> ←	← 地区観光協会 ← ← <社員> ←	←	← プロモーション ← ← 部会 ←	←	←
←	←	←	←	←	←	←
←	←	←	←	←	←	←
←	← (一社)勝浦市観光協会 ← ← 【事務局】 ←	← 勝浦市観光商工課 ←	←	← 勝浦市商工会 ←	←	←
←	←	←	←	←	←	←
←	← ONE勝浦 ← ← 企業組合 ←	← 国際武道大学 ←	←	← 勝浦朝市の会 ←	←	←
←	←	←	←	←	←	←

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】

本市は、平成28年度に観光を基軸とした地域経済の活性化を図るために、市、観光協会（旅館組合、民宿組合含む）、商工会、朝市運営委員会、朝市しんこう会、勝浦市観光振興議員連盟で組織した「かつらぎ観光まちづくりコンソーシアム」を設立し、観光地再生戦略策定を実施。この取組みは、将来にわたり「稼げる」地域を目指し、観光地経営を担う日本版DMOの形成・確立につなげることを目的とした。

今後は、多様な関係者の合意形成を更に拡大し、加えて外房観光連盟、中房総観光推進ネットワークなどとの広域連携も積極的に行い、交流人口の拡大による“元気いっぱい かつらぎ”の実現を果たしていきたい。

【観光客の実態等】

観光入込客総数は、近年減り続けている。（平成27年112万、平成28年108万人、平成29年99万人）宿泊客は3年間、ほぼ変わらず30万人前後であるが、長く観光入域の柱であった海水浴客の減少が大きく影響している。平成31年度の海水浴場入込み客数は、冷夏や台風、梅雨明けの遅れの影響で大きく落ち込み、196,855人（対前年61.1%）となった。また、例年16万人集客のあるイベント「勝浦ビッグひな祭り」の中止により、観光入込客総数は80万人を割り込んだ。

令和2年は新型インフルエンザの収束が依然として見えないが、知名度の高い「勝浦朝市」、「勝浦ビッグひな祭り」に加え、「勝浦ウォーターアイランド」のブラッシュアップと、目的型観光素材

(別添) 様式 1

の創出により K P I に設定する観光入域の目標数値の達成を図る。

【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】

(観光施設) 勝浦海中公園、海の博物館

(自然) 鵜原理想郷、鵜原海岸(日本の渚百選)、守谷海岸(快水浴場百選、日本の渚百選)
寂光寺の大椎(県指定天然記念物)、真福寺の大楠(市指定天然記念物)

(文化) 遠見岬神社(4代目波の井八の彫刻)、覚翁寺(初代波の井八の彫刻)
勝浦朝市(430年の歴史がある)、鵜原の大名行列(県指定等文化財)
勝浦大漁まつり(9月中旬)、一粒萬倍コンサート(和洋のコラボ演奏と舞踊)

(スポーツ) 国際武道大学(ヘルスツーリズム)、日本武道館研修センター(武道ツーリズム)
太平洋岸自転車道(サイクルスポーツ)勝浦マリンアドベンチャー(マリンアクティビティ)、勝浦ウォーターアイランド(海上アスレチック)

(イベント) かつうらビッグひな祭り(2月末~3月上旬 10日間)令和2年中止
勝浦港カツオまつり(6月初旬)令和2年中止
かつうら若潮まつり花火大会(8月中旬)令和2年中止
興津湾灯籠流し(8月中旬)令和2年中止
勝浦魅力市(毎月第二日曜日に変更し、名称も「朝空マーケット」へ変更)

平成31年2月に、着地型観光商品の造成、販売の為に、地域限定旅行業の取得をおこなった。
観光協会会員間の連携強化を計るとともに、着地型ツアー商品の企画・造成・販売を推進すると共に、埋没している観光コンテンツの磨き上げを行い、観光プラットフォームの確立を図る。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

<旅館・ホテル>

域内分布：市内全域に立地

施設数：13軒 収容人員 約1,800名

施設規模：10~1,000名

<民宿・ペンション>

域内分布：海水浴場、海岸近くが多い

施設数：約50軒 収容人員 約1,300名

施設規模：10~40名

【利便性：区域までの交通、域内交通】

(区域までの交通)

東京駅から特急利用で1時間30分、東京駅八重洲から高速バス利用 110分

羽田空港からアクアライン経由で車利用 約1時間30分

成田空港から圏央道経由で車利用 約1時間40分

(域内交通)

公共交通機関はJR外房線、高速バス(京成バス 東京駅、浜松町間)、路線バス、タクシー

KAPPYビジターセンターにてレンタサイクルの貸出し(23台所有 電動20台、クロスバイク3台)

【外国人観光客への対応】

観光ガイドブックは日本語の他に、英語、中国語(繁体字)で作成し、配布可能。

平成30年度に、外国人観光客誘致のための市内10箇所の公衆無線LAN環境整備を着手。

令和元年4月にカッピービジターセンター(勝浦市観光協会)をJNTOのカテゴリー1に登録

また、英語によるマリンスポーツ情報の発信強化にも着手している。(ポスター、チラシ、SNS)

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
観光入込客数（実数）及び観光消費額	各種入込実績と直接的な経済波及効果を把握し、観光施策に反映するため。	勝浦市観光商工課が集計する観光入込客数調査。 消費額については、勝浦市商工会で実施。
来訪者満足度	来訪者の直接的な満足度の変化を把握し地域の魅力づくりの指標とする。	勝浦市商工会で実施するひな祭り期間のアンケート調査。
リピーター率	繰り返し来訪する観光客数の率を把握し施策の効果を測る指標とする。	勝浦市商工会でのひな祭り期間のアンケート調査、勝浦ウォーターアイランドでのネットアンケート調査。
WEBサイトのアクセス状況	イベント情報、季節ごとの旬な情報の発信を強化するとともに、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。	データ収集、分析ツールを活用して実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※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

当市では、非常に速いスピードで人口減少が進んでおり過疎指定地となっている。高齢化も進んでおり、魅力的な就業先の少なさも若年層の市外流出も問題となっている。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることにしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <自地域で積極的に活用できる強み> ・知名度の高い「勝浦朝市」を有する。 ・勝浦のきれいで透明感のある海。 ・勝浦タンタンメン、カツオの魅力を高める活動を行っている。	弱み (Weaknesses) <自地域で改善を必要とする弱み> ・(一社)観光協会の体制の脆弱性。 ・勝浦朝市の組織弱体化と、出店者の意識改革。 ・マーケットに対峙したプロモーション活動。
外部環境	機会 (Opportunity) <自地域にとって追い風となる要素> ・有料道路（圏央道、アクアライン）利用拡大による観光客の入域増。 ・新たなマリンアクティビティの開発。 （勝浦ウォーターアイランド） ・訪日外国人の増加。	脅威 (Threat) <自地域にとって逆風となる要素> ・生産年齢人口減少と高齢化。 ・観光産業に対する地元民の意識不足。 ・外国人を含めた観光客の受け入れ体制の脆弱性。 ・駐車場、トンネル、港湾設備等のインフラ整備 ・有料道路の利便性による宿泊客の減少（日帰り客の増加）

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 首都圏1都3県（東京、神奈川、埼玉、千葉）</p>
<p>○選定の理由 東京駅から特急わかしおで約1時間30分、車利用の場合は、アクアライン、圏央道利用で羽田空港から約1時間30分とアクセスの良さもあり、平成28年度に実施した宿泊者調査(回答者数365件)によると、65%がこの地域から来訪しており、潜在需要(人口)も多い。</p> <p>○取組方針 年齢層、同行者構成も平均的に分布しており、勝浦市の魅力の発信強化と、受入体制の構築が確立されれば入域の拡大につながる可能性が極めて高くなる。 それぞれのターゲット層に求められるコンテンツを磨き上げることが肝要である。</p>
<p>○ターゲット層 北関東・甲信地方（栃木、群馬、茨城、山梨、長野）</p>
<p>○選定の理由 高速道路網のインフラ整備により、車利用の交通利便性が高まっている。 海を素材とした魅力あるコンテンツの整備により、入域数の拡大を図りたい。</p> <p>○取組方針 勝浦市の魅力の発信強化と、受入体制の構築が確立されれば入域の拡大につながる可能性が極めて高くなる。それぞれのターゲット層に求められるコンテンツを磨き上げることが肝要である。</p>
<p>○ターゲット層 インバウンド誘客</p>
<p>○選定の理由 2014年度より千葉県が推進する訪日教育旅行(主に台湾、マレーシア)の受入を本市として積極的に対応している。また現在、部原海岸、串浜海岸など日本有数のサーフスポットを訪れる外国人もいる。勝浦在住の外国人ネットワークの協力を得て、英語によるSNS、ポスター、チラシを作成し、情報発信の強化を行っている。</p> <p>○取組方針 公衆無線LANの整備を推進する。加えて、多言語による本市の紹介と日本文化の魅力発信を強化する</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>漁師の食に 朝 出会う“外房かつうら”</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>400年以上の歴史がある「勝浦朝市」で勝浦市観光への興味を喚起し、朝型観光、食、滞在型交流観光で勝浦独自の魅力を確立し、入域拡大をめざす。</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。	勝浦市DMOを中心として、年間3回の観光協会理事にて、また事業ごとに別途地域の関連事業者がいる時には会議体を開催し、事業の進展、効果、戦略等の共有化を図る。
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	何らかの形でサービスに関するアンケート調査を行う事を関係者と共に検討し、結果について商店会、飲食店組合等へフィードバックし地域一体でのサービス向上に努めていく。
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	活動組織からの情報の集約、発信を行う体制を構築する。 地域おこし協力隊等と連携した、SNS等を利用した効果的なプロモーションを実施。

※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 (百万円)	目標	()	()	()	1393	1462	1535
	実績	1740 ()	未調査 ()	未調査 ()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	245	312	328
	実績	328 ()	312 (2)	216 (1)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	30	35	40
	実績	37 ()	83 ()	未調査 ()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	()	20	25	30
	実績	57.6 ()	93.6 ()	未調査 ()	()	()	()

※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】

●旅行消費額

.....

H30年度を基準とし、以降2年間は3割以上ダウンしている事を想定。今後年5%増加を目標。

●延べ宿泊者数

.....

R5に向かって年次ごとに段階的にまずはH30年度並みに戻していく事を目標とした。

●来訪者満足度

※来訪者に関する満足度調査が未実施の場合、「観光地の満足度調査」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html>)を参照して実施し、例えば、毎年〇%増などの目標を設定して記入すること。

.....

観光庁データ(南房総)を参考に30%を第1もくひゆに段階的に引き上げていく目標を設定。

●リピーター率

.....

市内最大のホテル直近データ13.7%を参考基準に、日帰り来訪も考慮し、20%からR5年度に40%に向けて目標を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●メディア掲載回数 (回)	目標	()	()	()	20	25	25
	実績	()	()	()	()	()	()

※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】

●メディア掲載回数

.....

現在、市役所採用の地域おこし協力隊1名がフィルムコミッションとSNSを担当しており、取材手配対応に関しては観光協会職員が連携している。双方にとっての年間目標感を共有する必要から、月2回、年間20回から25回を目標指標として設定。

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
2018(H30) 年度	67,575,401(円)	売上高 6,078,074円 その他事業収入 1,759,063円 勝浦市の受託金等 59,738,264円
2019(R1) 年度	72,474,775(円)	売上高 5,790,019円 その他事業収入 6,831,557円 勝浦市の受託金等 59,853,199円 <small>※勝浦ウォーターアイランド事業開始により事業収入が 5,703,629円増加</small>
2020(R2) 年度	122,347,001(円)	売上高 4,957,314円 その他事業収入 926,574円 勝浦市・官庁の受託金等収入 80,470,113円 <small>※当年度は勝浦ウォーターアイランドの収入 7,091,535円を 実行委員会受託収入として上記に含む。</small> 県・官庁の補助金収入 36,003,000円
2021(R3) 年度	114,836,000(円)	売上高 13,100,000円 <small>(勝浦タンタンメン販売権移譲による売上追加。勝浦ウォーターアイ ランドは独自事業として売上計上)</small> その他事業収入 1,646,000円 県庁補助金事業受託等収入 29,700,000円 市指定管理受託収入 18,960,000円 その他管理・受託収入等 50,940,000円 その他収入 490,000円
2022(R4) 年度	76,036,000(円)	売上高 20,000,000円 その他事業収入 1,646,000円 県庁補助金事業受託等収入 0円 市指定管理受託収入 18,960,000円 その他管理・受託収入等 34,940,000円 その他収入 490,000円
2023(R5) 年度	77,036,000(円)	売上高 21,000,000円 その他事業収入 1,646,000円 県庁補助金事業受託等収入 0円 市指定管理受託収入 18,960,000円 その他管理・受託収入等 34,940,000円 その他収入 490,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	69,308,744 (円)	勝浦市指定管理費 18,960,000円 勝浦市業務委託費 34,882,645円 同 委託業務返還金 4,836,746円 その他事業経費 10,629,353円
2019 (R1) 年度	71,551,500 (円)	勝浦市指定管理費 18,960,000円 勝浦市業務委託費 39,203,350円 同 委託業務返還金 1,033,810円 その他事業経費 12,354,340円
2020 (R2) 年度	121,333,030 (円)	勝浦市指定管理費 18,960,000円 勝浦市委託業務 37,123,575円 同 委託業務返還金 13,728,259円 県・官庁補助事業 38,700,619円 その他事業経費 12,820,577円
2021 (R3) 年度	112,332,411 (円)	勝浦市指定管理費 18,960,000円 勝浦市委託業務 37,123,575円 同 委託業務返還金 13,728,259円 県・官庁補助事業 29,700,000円 その他事業経費 12,820,577円
2022 (R4) 年度	75,720,577 (円)	勝浦市指定管理費 18,960,000円 勝浦市委託業務 34,940,000円 同 委託業務返還金 9,000,000円 県・官庁補助事業 0円 その他事業経費 12,820,577円
2023 (R5) 年度	76,220,577 (円)	勝浦市指定管理費 18,960,000円 勝浦市委託業務 34,940,000円 同 委託業務返還金 9,000,000円 県・官庁補助事業 0円 その他事業経費 13,320,577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

・着地型旅行商品の造成・販売については、2019年度に大型バスによる蛍鑑賞や酒蔵めぐり等での実施を単発で行い、一定程度の集客実績を上げることができたが、今後は年間を通じた造成、大型バスでの単発実施でなくとも、二次交通の検討・整備により小回りの利く車両での、勝浦らしい景観や体験が出来るような方向により、ひいてはDMO運営資金の一助ともなるよう取り組んでいきたい。

・勝浦市役所においては、宿泊税等の導入に関しての検討を行ったことはありません。

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

勝浦市は、高齢化と人口減少での過疎化を食い止める事が急務となっています。そのためには、観光による交流人口の拡大、観光での来訪をきっかけとした移住の促進等を強力に取り組んでいく必要があります。こうした地域の吸引力、稼ぐ力を引き出すとともに、地域住民の地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立つ地域づくりの舵取り役として、地域DMOである（一社）勝浦市観光協会がその役割を果たすことを大いに期待しています。

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）

重複はしていません。

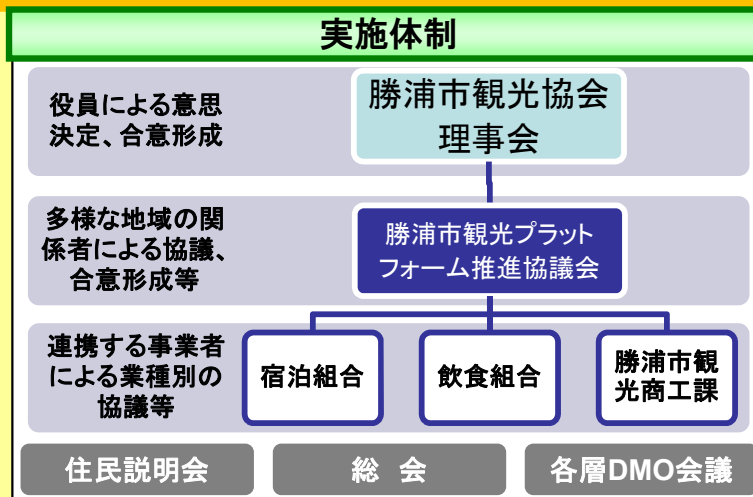
10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	西村 真一
担当部署名（役職）	事務局（事務局長）
郵便番号	299-5225
所在地	千葉県勝浦市墨名815-56
電話番号（直通）	0470-73-2500
FAX番号	0470-73-6228
E-mail	nishimura.katsuura@gmail.com kappy-vc@bz04.plala.or.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	千葉県勝浦市
担当者氏名	刈込 慎一
担当部署名（役職）	観光商工課 観光係（係長）
郵便番号	299-5292
所在地	千葉県勝浦市新官1343-1
電話番号（直通）	0470-73-6441
FAX番号	0470-73-8788
E-mail	Kankou-ks@city.katsuura.lg.jp

【区域】千葉県、勝浦市
 【設立日】平成29年10月2日
 【登録日】令和2年10月16日
 【代表者】渡邊 幸男
 【マーケティング責任者(CMO)】
 山口 隆
 【財務責任者(CFO)】
 山口 隆
 【職員数】5名
 (正職員2名、契約1名、出向1名、外部人材1名)
 【連携する主な事業者】
 勝浦市旅館組合、勝浦市商工会など



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(1)
 【概要】
 観光資源の関係者(宿泊、商工、行政、朝市等)が参画する協議会を設置
 参加者は関係団体の代表者または決定権のある役員

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・プロモーション事業
 新聞、TV、雑誌等への情報提供
 SNS、トリップアドバイザー等への情報発信
 アンテナショップ、交流店舗の出店
 旅行会社、旅行情報誌商談会への参加
 JR駅への情報提供
 【観光資源の磨き上げ】
 ・現地発着ツアーの取組(桜、鉄道、日本酒)
 ・マリンアクティビティの拡充
 勝浦ウォーターアイランドの開催
 【受入環境の整備】
 ・ブランド強化セミナー
 ・インバウンド対応セミナー

戦略

【主なターゲット】
 首都圏1都3県(東京・神奈川・千葉・埼玉)
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 コンテンツの磨き上げと着地型ツアーの開発。
 アクセスが良くなった半面、日帰り客が増えたため、滞在型かつ体験型コンテンツの磨き上げを推進する。例えば、宿泊翌日の「勝浦モーニングツアー(漁港、朝市、朝食)」の造成。
 インバウンド(含む在日外国人)に関しては、受け入れ態勢の充実(英語表記)や体験、伝統、日本酒、マリンアクティビティ等のツアー開発を行う。また、JNTOやANTA,JATA等との連携強化を図る。

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

協会理事会、総会、観光プラットフォーム推進協議会で協議の場を設け、事業の進捗や成果を報告する。また、イベント等でアンケートをとり評価やリピート率を確認する。
 勝浦DMOがワンストップの窓口となりSNS等のWebやデジタルマーケティングを活用したプロモーションを行っていく。

KPI(実績・目標) ※ひな祭りイベントの中止により未実施
 () 訪日外国人数値は今後集約予定

項目		2018 (H30) 年度	2019 (H31) 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	()	()	()	1393	1462	1535
	実績	1740	※中止	※中止	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	245	312	328
	実績	328	312	216	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	30	35	40
	実績	37	83	※中止	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	20	25	30
	実績	57.6	93.6	※中止	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 収益事業(業務受託費、会費、事業収入等)122,347千円
 【総支出】 121,333千円※令和3年3月期決算数値
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 市からの受託資金と勝浦ウォーターアイランド事業収益を活用し、年間ツアー事業による自立的・持続的な勝浦DMOを運営していく。