

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7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・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の 名称	(一社) 木更津市観光協会	
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 木更津市	
所在地	千葉県木更津市	
設立時期	平成29年12月1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	9人【常勤9人(正職員9人・出向等0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) 野口 義信 (出身組織名) (株) 写楽館	(一社) 木更津市観光協会の会長として、地域の観光 振興に携わり、また各種団体との連携にも精力的に 取組み成果を挙げている。
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) 古波蔵 保幸「専従」 (出身組織名) (株) JTB 勝浦市観光商工課	大手旅行会社での営業経験と行政での観光プロモー ション経験を併せ持つ。観光施策、事業実施計画の 立案と事業の拡大に向けた高い知見と能力を有して いる。 財務責任者(CFO)を兼務する。
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) 古波蔵 保幸「専従」 (出身組織名) (株) JTB 勝浦市観光商工課	
DMO運用推進、プロ モーション、旅行商品 造成販売責任者	(氏名) 実形 謙 (出身組織名) (一社) 木更津市観光協会	海、里山の自然を活かした体験プログラム商品の造 成販売を行っている。また、各種メディアによる情 報発信も担当する。 ・第3種旅行業登録 国内旅行業務取扱責任者
DMO運用推進、プロ モーション、データ収 集・分析責任者	(氏名) 柴田 一樹 (出身組織名) (一社) 木更津市観光協会	千葉大学、及び大学院でデザイン工学を専攻した。 交流人口の拡大の観点でプロモーションに取り組ん でいる。 ホームページ、SNSの運用による情報発信と、人 流データ収集、分析を行っている。

DMO運用推進、プロモーション、情報発信担当者	(氏名) 柴崎 淳子 (出身組織名) (一社) 木更津市観光協会	主に自主事業の体験コンテンツ受入体制整備と、SNSによる情報発信を担当している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	千葉県木更津市 観光振興課 (DMO推進、観光振興計画策定、観光プロモーション実施) 産業振興課 (事業者連携、移住・定住促進) 農林水産課 (農林水産各団体、事業者との連携) 企画課 (地方創生)	
連携する事業者名及び役割	(一社) 木更津市観光協会 (事業戦略、プロモーション、映像支援) ・インバウンドプロモーション部会 (プロモーション、着地型商品造成) ・木更津地元グルメ部会 (プロモーション、着地型商品造成) ・木更津歴史散歩部会 (プロモーション、着地型商品造成) 木更津商工会議所 (事業者連携支援、プロモーション) 新木更津市漁業協同組合、金田漁業協同組合 (プロモーション、里海体験プログラム造成) 木更津市観光ブルーベリー園協議会 (プロモーション、里山体験プログラム造成) 農業・漁業事業者、団体 (プロモーション、里海・里山体験プログラム造成) 千葉大学工学部デザインコース (地域資源調査研究、地域活性化)	
官民・産業界・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	(該当する要件) [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等の委員会等を設置 (概要) 行政を含む多様な関係者が参画し、DMOの施策の方向性および事業内容の検討に関する「きさらづDMO ワーキンググループ」を設置し、戦略構築と事業実施計画の策定を行っている。	
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	木更津市は「オーガニック」をまちづくりの視点として、地域社会を構成する多様な主体が一体となり、人と自然が調和した持続可能なまちとして、次世代に継承しようとして取り組んでいる。 「きさらづDMO」は、そのまちづくりに連動し観光誘客を切り口として、木更津市が有する豊かな里山、里海、街なかの伝統、文化を体験コンテンツとして提供、拡充することで市民に対しても観光行政への理解を深めてもらう取組をしている。	
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 ・昭和23年 木更津市観光協会 発足 ・平成29年 一般社団法人木更津市観光協会 設立 ・平成30年 日本版DMO候補法人申請 登録 ・平成30年 第3種旅行業 取得 ・令和4年 登録DMOに認定 「木更津市第2次観光振興計画」に定めた施策の推進のため、地域の多様な関係者を巻き込み、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う司令塔とし	

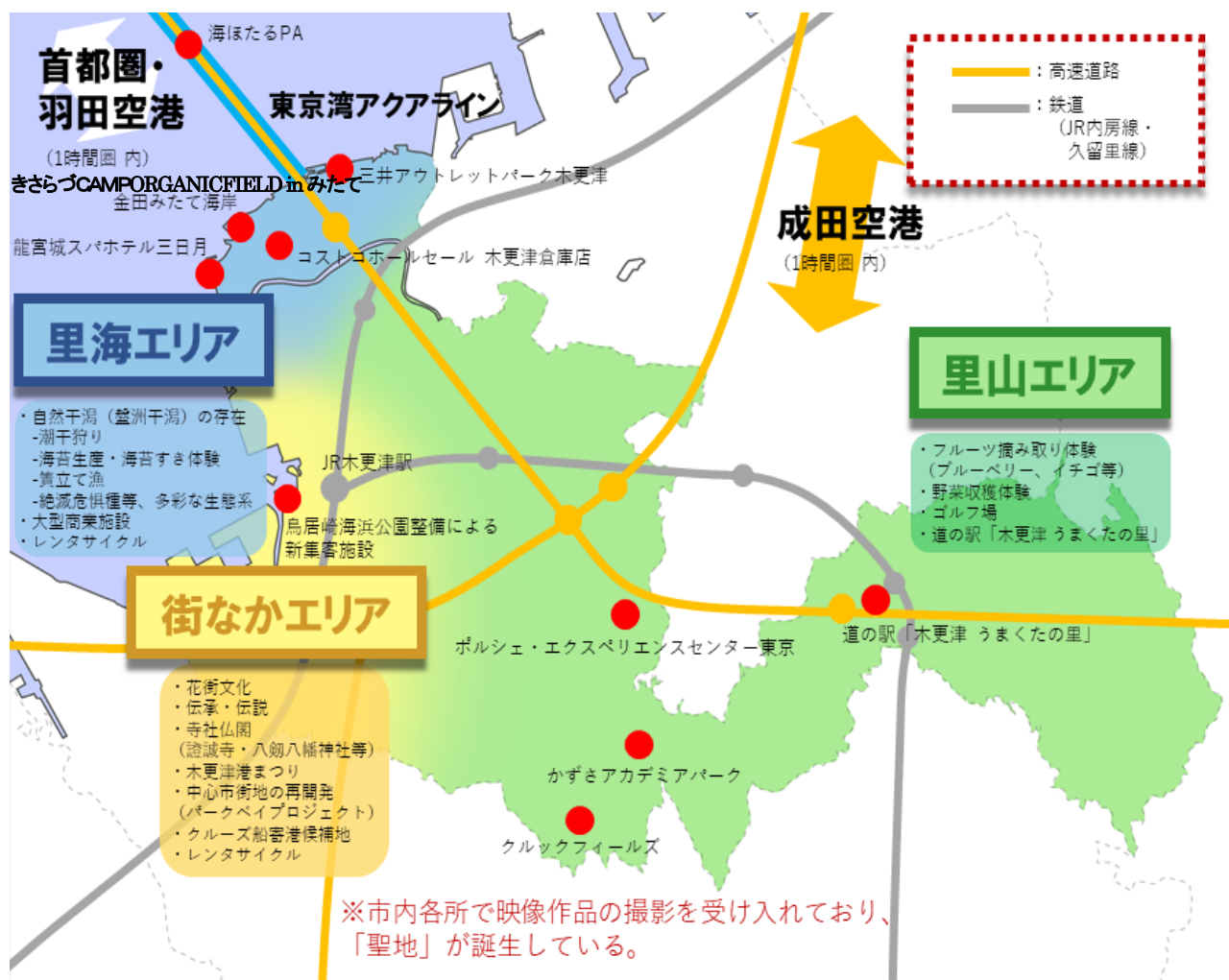
て、一般社団法人木更津市観光協会内にDMO推進事業部を設置し事業を展開している。

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドセミナー開催、市内在住ALT（外国語指導助手）対象市内資源フィールドワーク実施 ・街なかMAP、鎌足（里山）MAP製作、配布 <p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内旅行会社向けに里山体験プログラムのマッチング商談会実施 ・千葉大学との連携による里山地区の地域資源マップの制作配布 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「きさらづミライマナビ旅」発表。旅行会社への告知、営業を開始 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「きさらづCAMP」、「シーカヤック体験」、「きさらづミライマナビ旅」、「花火鑑賞クルージング」などDMOホームページに予約サイトを立ち上げて販売開始
受入環境の整備	<p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ船寄港地おもてなし組織「木更津港クルーズファンクラブ」結成のための市民向けセミナー実施（登録会員250名） ・WEBショップモール開設、木更津推奨土産品の販売開始 <p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「おもてなし」向上の為、宿泊施設との連携による満足度調査を実施 ・教育旅行、体験学習受入れ拡大の為、市内外事業者との連携強化を推進 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「きさらづCAMP」テスト運営、広域連携を目的とした「きさライド・デジタルスタンプラリー」、教育旅行受入などの整備を推進 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「トレーラーハウス」宿泊営業開始のための旅館業取得
観光資源の磨き上げ	<p><令和元年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・里山、里海体験プログラムの造成、販売 ・木更津特産品の販売セミナー開催と、あらたなオリジナルメニュー開発 <p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・里山、里海体験プログラムの造成、販売 ・ヘルスツーリズム構築のためのモニターツアー実施 ・あらたな里海体験プログラムのモニター実施 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・里山・里海体験プログラムの新規造成、販売 「きさらづCAMP」、「シーカヤック体験」、「冬花火鑑賞クルージング」 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・里山・里海体験プログラム「きさらづミライマナビ旅」を

	<p>新規造成、販売</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】</p> <p>■入域実績</p> <p>令和元年度 観光入込客数 17,758（千人） 延べ宿泊者数 563（千人） 令和2年度 観光入込客数 15,128（千人） 延べ宿泊者数 342（千人） ＊平成30年度は、観光入込客数 20,470（千人） 延べ宿泊者数 599（千人）新型コロナウイルス感染症の影響による大幅な減少 令和3年度 観光入込客数 14,759（千人） 延べ宿泊者数 417（千人） 令和4年度 観光入込客数（千人） 延べ宿泊者数（千人）</p> <p>■里海、里山体験プログラム実績</p> <p>令和元年度 18件 1,227名 令和2年度 2件 66名（新型コロナウイルス感染症の影響） 令和3年度 8件 947名 令和4年度 13件 2,555名</p> <p>（実施体制の概要）</p> <p>（一社）木更津市観光協会 DMO推進事業部は、観光地域づくりの司令塔として、250にも及ぶ観光協会員の事業者、各種団体と行政、市民と連携し、魅力ある観光地域づくりを推進する。</p> <p>戦略の策定、事業の推進について、市内の多様なメンバーと、オブザーバーとして参加する行政、有識者・専門家で構成する「きさらづDMO ワーキンググループ」を設置する。</p> <p>（実施体制図）</p>

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】

木更津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」として、来日する外国人観光客の多くが利用する「羽田空港」「成田空港」からのアクセスも良く、首都圏から観光客を受け入れるには恵まれた立地条件にある。

市内は大きく「里海エリア」「里山エリア」「街なかエリア」の3エリアに区分される。

【観光客の実態等】

- ・新型コロナウイルス感染症の影響のない平成30年（2018年）のデータで、
- ・旅行形態は「家族」が35.2%、「夫婦・恋人」が31.6%で多く、交通手段は「自家用車」が72.4%である。
- ・訪問地点は「三井アウトレットパーク」が64.6%、「海ほたる」が49.6%と多く、自家用車でのショッピングが中心となっている。
- ・年間の観光入域者数は2,020万人であるが、宿泊者数は58万人にとどまり、日帰りでの入域が顕著である。

【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】

□里海エリア

- ・自然干潟（盤洲干潟）の存在

東京湾有数の海苔の産地である。潮干狩り、海苔すき体験、簀立て漁といったレジャーのほか、多彩な生き物が暮らす生態系を持ち、自然観察にも適している。

- ・大型商業施設（三井アウトレットパーク木更津、木更津かんらんしゃパークキサラピア、コストコホールセール木更津倉庫店、イオンモール木更津など）
- ・東京湾アクアライン（アクアブリッジ、海ほたるPA）を含めた独自の景観

□里山エリア

- ・全国有数規模のブルーベリーをはじめ、イチゴや野菜などの摘み取り・収穫体験
- ・道の駅「木更津 うまくたの里」、クルックフィールドズ、ポルシェ・エクスペリエンスセンター 東京などの施設

□街なかエリア

- ・花街文化・寺社仏閣（證誠寺、八剣八幡神社、歌舞伎ゆかりの寺社等）
- ・「君去らず」の地名譚や、偉人にまつわる伝承や伝説
- ・「パークベイプロジェクト」による中心市街地の再開発が進行している。また、クルーズ船の寄港候補地でもある。
- ・スポーツバイクのレンタサイクル事業

□ロケツーリズム推進

- ・ドラマ、映画、CM、MV制作の需要が高い。映像支援室と連携のもと、ロケツーリズムの推進も地域コンテンツとして活用する。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・龍宮城スパホテル三日月（首都圏の人を中心に人気）
- ・かずさアカデミアパーク（MICEの誘致が可能） 他

【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によるアクセスが良好である。
- ・市内に4箇所あるインターチェンジにより、車での移動がしやすい。

【外国人観光客への対応】

中国を中心に、台湾、香港、タイ、ベトナム、他東南アジア、欧米各国も観光客の受け入れ実績がある。

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
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。	定点的に計測地点を設定し、来訪者へアンケートを行っている。また、来訪者を対象としたインターネット調査を行っている。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて RESAS での調査や、聞き取り調査を行っている。
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。	定点的に計測地点を設定し、来訪者へアンケートを行っている。また、来訪者を対象としたインターネット調査を行っている。
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。	定点的に計測地点を設定し、来訪者へアンケートを行っている。また、来訪者を対象としたインターネット調査を行っている。
観光入込客数	区域内来訪者数把握のため。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて RESAS での調査や、聞き取り調査を行っている。
外国人観光客延べ宿泊者数	経済効果把握、観光ツアー造成の基礎資料とするため。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて RESAS での調査や、聞き取り調査を行っている。
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等を把握するため。	Google アナリティクス等の分析媒体を活用している。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

木更津市は東京湾沿岸から千葉県内陸の山林まで東西に伸びた地形に加え、江戸時代に幕府から交易特権を得て港町として栄えてきた。

東京湾最大の自然干潟「盤洲干潟」や上総丘陵の緑豊かな自然が残されており、「都心に最も近く、身近に豊かな自然を感じることが出来る場所」である。近年は東京湾アクアライン、東関東自動車道館山線、首都圏中央連絡自動車道などの幹線道路の整備が進み、利便性が大きく向上したことから、優良な住宅地や商業施設の開発が進み、子育て世代を中心に近隣市や都心からの移住者が増加している。

入込客数が多い施設としては、海ほたるパーキングエリア、三井アウトレットパーク木更津、龍宮城スパホテル三日月などがあげられる。また春から夏にかけては沿岸部の広大な自然干潟を利用した市内5ヶ所の海岸で楽しめる潮干狩りや、すだて漁などの海の体験レジャーと、内陸部では季節ごとにイチゴ狩り、梨狩り、一大産地として知られているブルーベリー摘みなどの観光農園、体験農園なども盛んで豊かな自然を満喫できる。

歴史的、文化的な遺産も多く、「証城寺の狸囃子」で名高い「證誠寺」や、「八劔八幡神社」、「選澤寺」などの神社仏閣、昔から伝わる神事や祭礼が多く残されている。

観光面における課題は、恒常的な大型商業施設周辺の渋滞問題を解消するための、中心市街地や里山への回遊性をどのように実現するかである。

また、インバウンド拡大の為の海外向け観光プロモーションの実施やICTを活用した情報発信、多言語表記などの受入体制の充実も求められる。加えて、来訪者の多様なニーズに応える広域的な連携を図ることも重要であり、広域での魅力や観光サービスの質の向上により、来訪者の回遊促進、産業の活性化や交流人口の拡大による地域発展を図ることが求められている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アクアラインによる首都圏からのアクセスの良さ、房総半島への観光の入口の位置づけ ・地政学的好条件を活かした広域的施策の展開可能性の高さ <ul style="list-style-type: none"> -高速道路をはじめとする交通輸送網 -二つの国際空港、羽田空港、成田空港とのアクセスの良さ -クルーズ船も寄航可能な港 ・里海、里山の豊富な自然 ・三井アウトレットパークや、龍宮城スパホテル三日月などの大型誘客施設 ・ロケの受入、放映の増加による露出の高さ 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な関係者を巻き込み、中長期的に観光地域づくりを推進する人材不足 ・木更津観光の衰退に関する危機意識の薄さ ・アクアライン周辺の賑わいのある海岸部から旧市街や内陸部に向けた回遊性の悪さ ・国内外観光客受け入れ体制における不足点 <ul style="list-style-type: none"> -渋滞緩和策 -多言語対応 -特産土産品 -魅力ある体験プログラム
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コストコ日本法人本社の木更津市への移転(2022年6月) ・ポルシェ・エクスペリエンスセンター東京の開場(世界で9番目の運転体験施設)2021年10月 ・コロナ禍におけるマイクロツーリズム、アウトドア(里海、里山体験)ニーズの高まり ・都心から一番近いオーガニックシティ・木更津への期待の高まり 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交通集中による沿岸部の慢性的な渋滞 ・アクアライン通行料の値上げ ・近隣市町村との里海、里山プログラムの競争激化

※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</p> <p>「都心に最も近く、身近に豊かな自然を楽しむことができる場所」として、首都圏1都3県(東京、神奈川、埼玉、千葉)の「家族」、「夫婦・恋人」を第1ターゲットとする。</p>
<p>○選定の理由</p> <p>平成29年度に行った三井アウトレットパーク木更津来訪者に対するアンケート調査によると、当</p>

該客層は首都圏（1都3県）からの来訪が大半を占め、客単価が比較的高く、親子連れが多い。

令和2年度にきさらづDMOがおこなったKPI測定調査では、1都3県からの来訪者は「家族」、「夫婦・恋人」の合計が全体の77%、で、「自家用車」利用も74%と高い。アクアライン、高速道路の整備による利便性の良さが誘客の強みとなっているため、自然、文化、食、スポーツなどの資源を活かしたコンテンツ開発を行い、誘客につなげる。

○取組方針

都心に近接する立地優位性を最大限活かした里山、里海、街なか体験プログラムの拡充、観光資源の磨き上げをおこない、ターゲット層へのプロモーションやきめ細かい情報発信を行う。

○第2ターゲット層

里海エリアの既存来訪客

○選定の理由

木更津市の行った平成30年の全体入域データ2,003万人のうち、おおよそ半数が三井アウトレットパーク、海ほたる（重複）であり、訪問理由は「ショッピング」、「食事、グルメ」の回答が多い。またリピート率も90%を超えている。これらの層にアプローチし街なかエリア、里山エリアへの回遊につなげられれば、来訪客にとっては木更津観光のあらたな魅力にもなり、更なる満足度向上につながると考えられる。

○取組方針

三井アウトレットパーク、海ほたるとの連携によるイベント・プロモーション等の実施と、木更津、袖ヶ浦、君津、富津の4市で構成する「アクアラインイースト観光連盟」の協力による情報発信強化を通して、周遊向上を実現する。

○第3ターゲット層

訪日外国人

○選定の理由

訪日外国人が利用する「羽田空港」、「成田空港」からの近接性と、三井アウトレットパークへのショッピングを切り口に、地域の資源を活かした魅力あるコンテンツを拡充する。

○取組方針

多言語による情報発信と、受け入れ態勢の強化を進める。

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト

人と地域資源が調和した観光地づくり
～都心から一番近い「オーガニックシティきさらづ」

②コンセプトの考え方	きさらづDMOは、木更津市の掲げるまちづくり「オーガニックシティ」の実現を、様々な体験プログラムの提供で目指す。都心からの近接性を最大源に活かし、多様な生物が息づく東京湾最大級の盤洲干潟や、有機栽培されているブルーベリー園が広がる山地など、海と山を持つ本市ならではの地域資源を活用した観光地域づくりを推進する。
------------	---

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。	戦略の策定、事業の推進計画を「きさらづDMO ワーキンググループ」で行い、実績について報告の上共有する。 250会員で組織する（一社）木更津市観光協会においては、理事会、総会で事業の実績報告を行い共有する。
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	来訪者満足度に係る調査を毎年実施している。 木更津市第2次観光振興計画における「おもてなし体制の充実」の重要な指標として活用し、（一社）木更津市観光協会および「きさらづDMO ワーキンググループ」での共有を通じて、サービスの向上につなげていく。
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	多様な関係者と連携し、里山、里海体験コンテンツの拡充を推進する。 着地型商品の造成、販売はきさらづDMOのHP、予約サイトで販売。 各メディアによる取材への積極的な情報提供と、SNS等を利用した情報発信なども継続的に実施する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I (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K P I

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 (億円)	目標	230 (-)	240 (-)	250 (-)	260 (-)	270 (-)	280 (-)
	実績	230.6 (-)	252.3 (-)	292.1 (-)	(-)		
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	560 (70)	580 (75)	600 (80)	600 (85)	650 (90)	680 (95)
	実績	342.2 (8.5)	417.4 (2.2)	612.9 (7.6)	()		
●来訪者満足度 (%)	目標	75 (-)	80 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	73.3 (-)	77.5 (-)	71.1 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	92.6 (-)	87.6 (-)	87.0 (-)			

※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】

平成27年3月に策定した「木更津市観光振興計画」に掲げた目標数値を参考に、K P Iの当初目標数値として設定した。その後、令和2年度から5カ年計画で実施する「木更津市第2次観光振興計画」策定のために行った平成31年3月の調査により得られたデータに基づき、令和2年度からのK P Iを再設定した。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響は大きいですが、K P I目標値の変更は行わず、取り組むこととする。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

当初値は千葉県「第2次観光立県ちば推進基本計画」を参考に、旅行者の商品単価を1.5万円/人に設定して算出。実測値によると本市における商品単価は1.7万円台であるため再算出し、増加率5%程度を目安に再設定を行った。

●延べ宿泊者数

当初値は千葉県「第2次観光立県ちば推進基本計画」を参考に、毎年の増加率を3.5%に設定して算出。据え置いている。

●来訪者満足度

当初値は千葉県「第2次観光立県ちば推進基本計画」に準じたが、実測値に基づき見直しを行った。県の目標値に対して低水準であったため、3年をかけて同水準まで引き上げる目標設定とした。

●リピーター率

当初値は千葉県「第2次観光立県ちば推進基本計画」に準じたが、実測値に基づき見直しを行った。県の目標値に対して高水準であり、リピーターのみならず新規需要の開拓も視野に入れていきたいことから、実測値の現状維持を目標とした。

(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
●観光入込客数 (千人)	目標	20,000 (-)	20,000 (-)	20,000 (-)	20,000 (-)	21,000 (-)	22,000 (-)
	実績	15,127 (-)	14,759 (-)	15,797 (-)			
●WEBサイトの アクセス状況 (回)	目標	118,000 (-)	122,000 (-)	127,000 (-)	131,000 ()	135,000 ()	139,000 ()
	実績	127,516 (-)	125,557 (-)	167,311 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

平成27年3月に策定した「木更津市観光振興計画」に掲げた目標数値を基本に、KPIの当初目標数値として設定した。その後、令和2年度から5カ年計画で実施する「木更津市第2次観光振興計画」策定のために行った平成31年3月の調査により、令和2年度からのKPIを再設定した。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数 上記記載の通り、令和2年度からの木更津市第2次観光振興計画の目標値により再設定した。

必須KPI同様、新型コロナウイルス感染症の影響は大きい目標値の変更は行わない。

●WEBサイトのアクセス状況 平成27年のアクセス数103,000回に増加率3.5%とし設定した。令和4年度の実績から、従来の観光協会HPと新設した「DMO・HP」の合算とした。

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	26,688,436 円	【国からの補助金】	8,150,000 円
		【市からの補助金】	14,333,000 円
		【収益事業収入】	446,572 円
		【繰入金】	3,753,364 円
		【雑収入】	5,500 円
2021（R3） 年度	26,848,409 円	【国からの補助金】	11,997,000 円
		【市からの補助金】	11,998,000 円
		【収益事業収入】	2,853,409 円
2022（R4） 年度	25,841,000 円	【国からの補助金】	12,000,000 円
		【市からの補助金】	12,000,000 円
		【収益事業収入】	1,841,000 円
2023（R5） 年度	46,201,429 円	【市からの補助金】	18,000,000 円
		【収益事業収入】	27,000,000 円
		【繰入金】	1,200,429 円
		【雑収入】	1,000 円
2024（R6） 年度	木更津市と協議 45,801,000 円	【市からの補助金】	12,000,000 円
		【収益事業収入】	31,000,000 円
		【繰入金】	2,800,000 円
		【雑収入】	1,000 円
2025（R7） 年度	木更津市と協議 48,801,000 円	【市からの補助金】	12,000,000 円
		【収益事業収入】	35,000,000 円
		【繰入金】	1,800,000 円
		【雑収入】	1,000 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	26,819,699 円	【DMO事務費】	18,965,054 円
		【マーケティング事業】	1,162,640 円
		【ワーケーション推進事業】	700,000 円
		【健康促進事業】	683,012 円
		【関係人口創出事業】	1,101,320 円
		【地域ブランディング促進事業】	897,500 円
		【観光・教育交流促進事業】	1,160,898 円

		【広域連携促進事業】	2,149,275 円
2021 (R3) 年度	26,642,146 円	【DMO事務費】	14,846,128 円
		【マーケティング事業】	1,296,900 円
		【ワーケーション推進事業】	700,000 円
		【健康促進事業】	1,186,032 円
		【関係人口創出事業】	792,975 円
		【地域ブランディング促進事業】	1,796,608 円
		【観光・教育交流促進事業】	1,501,160 円
		【広域連携促進事業】	2,500,619 円
		【収益事業原価】	2,021,724 円
2022 (R4) 年度	25,541,000 円	【DMO事務費】	15,041,000 円
		【マーケティング事業】	1,300,000 円
		【ワーケーション推進事業】	700,000 円
		【健康促進事業】	1,200,000 円
		【関係人口創出事業】	800,000 円
		【地域ブランディング促進事業】	1,800,000 円
		【観光・教育交流促進事業】	1,500,000 円
		【広域連携促進事業】	2,500,000 円
		【収益事業原価】	700,000 円
2023 (R5) 年度	46,201,429 円	【DMO事務費】	20,971,429 円
		【収益事業原価】	25,230,000 円
2024 (R6) 年度	45,801,000 円	【DMO事務費】	22,000,000 円
		【収益事業原価】	23,801,000 円
2025 (R7) 年度	48,801,000 円	【DMO事務費】	23,000,000 円
		【収益事業原価】	25,801,000 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

都心より一番近い魅力ある里山、里海、街なかの資源を生かした体験プログラムの拡充と販売により、自主財源の収益拡大を目指す。

特に「ワーケーション」、「教育旅行」の受入拡大を重点推進事項として、市内外の多様な関係者との連携強化を図る。

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

一般社団法人木更津市観光協会は、令和4年10月に観光地域づくり法人の登録DMOに登録され、体験型コンテンツやワーケーション、教育旅行などの醸成に力を入れ、新たな旅のスタイルの普及や受け入れ態勢の強化を推進しています。事業を推進する中で、さまざまな関係者と協働し地域全体の「稼ぐ力」を引出すことで、地域全体の経済活性化が期待できます。

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）

--

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	古波蔵 保幸
担当部署名（役職）	一般社団法人木更津市観光協会 DMO推進事業部（部長）
郵便番号	292-0831
所在地	千葉県木更津市富士見1-1-1 たちより館2階
電話番号（直通）	0438-38-5575
FAX番号	0438-38-5736
E-mail	kisa-kan@kisarazu.gr.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	千葉県木更津市
担当者氏名	桑田 智恵
担当部署名（役職）	経済部観光振興課（課長）
郵便番号	292-8501
所在地	千葉県木更津市富士見1-2-1 スパークルシティ木更津8階
電話番号（直通）	0438-23-8459
FAX番号	0438-23-0075
E-mail	kankou@city.kisarazu.lg.jp

記入日: 令和5年 7月 20日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

千葉県木更津市

【設立時期】平成29年12月1日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】野口 義信

【マーケティング責任者(CMO)】古波蔵 保幸

【財務責任者(CFO)】古波蔵 保幸

【職員数】9人(常勤9人(正職員9人・出向等〇人)、非常勤〇人)

【主な収入】

収益事業 6.5百万円、補助金 23.9百万円(令和4年度決算)

【総支出】

事業費 14.2百万円、一般管理費 15.3百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

木更津市観光ブルーベリー園協議会、金田漁業協同組合、三井アウトレットパーク木更津、海ほたる

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	230.0 (-)	240.0 (-)	250.0 (-)	260.0 (-)	270.0 (-)	280.0 (-)
	実績	230.6 (-)	252.3 (-)	292.1 (-)	-	-	-
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	560 (70)	580 (75)	600 (80)	600 (85)	650 (90)	680 (95)
	実績	342.2 (8.5)	417.4 (2.2)	612.9 (7.6)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	75 (-)	80 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	73.3 (-)	77.5 (-)	71.1 (-)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	92.6 (-)	87.6 (-)	87.0 (-)	-	-	-

戦略

【主なターゲット】

- ・首都圏1都3県の「家族」、「夫婦・恋人」
- ・里海エリアの既存来訪者
- ・インバウンド

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

都心に近接する立地優位性を最大限活かした里山、里海、街なか体験プログラムを拡充し、ターゲット層へのプロモーション、情報発信を行う

【観光地域づくりのコンセプト】

人と地域資源が調和した観光地づくり
・木更津市が掲げるまちづくり「オーガニックシティ」の実現を豊かな資源を活かした体験プログラムの提供で目指す

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・令和3年度体験プログラムの新規造成販売「きさらづCAMP」、「シーカヤック体験」、「冬花火鑑賞クルーズ」
- ・令和4年度体験プログラムの新規造成販売「きさらづミライマナビ旅」

【受入環境整備】

- ・令和3年度は、広域連携目的の「きさらづ・デジタルスタンプラリー」、「教育旅行」受入整備
- ・令和4年度は、「グランピング体験宿泊・トレーラーハウス」営業開始のための旅館業取得

【情報発信・プロモーション】

- ・令和3年度、「きさらづミライマナビ旅」発表、旅行会社への営業開始
- ・令和4年度、「きさらづCAMP」、「シーカヤック」などをDMOホームページに予約サイトを立ち上げて販売開始

【その他】

- 里山、里海体験プログラム実績
- ・令和3年度 8件、947人
- ・令和4年度 13件、2,555人

