観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 25 日

１．観光地域づくり法人の組織

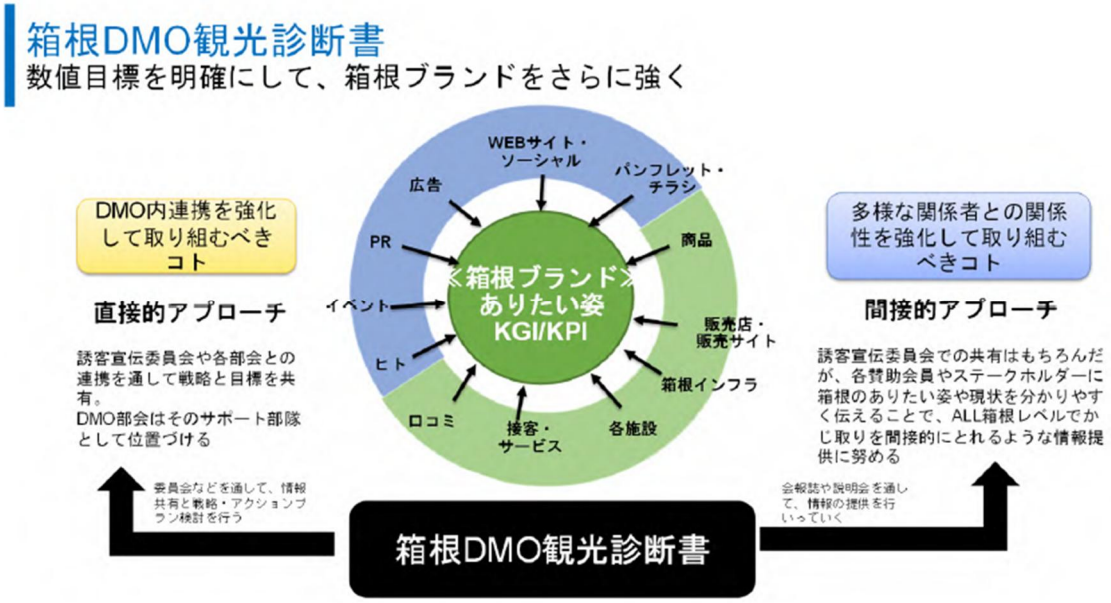
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	箱根 DMO（一般財団法人箱根町観光協会） ※正式名称は「一般財団法人箱根町観光協会」だが、実業務は上記名を通称として活動している	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 神奈川県足柄下郡箱根町	
所在地	神奈川県足柄下郡箱根町湯本 256	
設立時期	平成 25 年 4 月 1 日 （一般財団法人箱根町観光協会は、平成 18 年 4 月に箱根町観光協会と箱根町観光公社が統合した財団法人箱根町観光協会が、平成 25 年 4 月 1 日に一般財団法人に法人格を変更して設立）	
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	66 人【常勤 65 人（正職員 17 人・出向 5 人・契約職員他 43 人）、非常勤 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	（氏名） 勝俣　伸「非常勤」	平成 25 年 7 月から（一財）箱根町観光協会理事長として、地域の様々なパイプ役となっており、在任期間中、様々な取組で成果を挙げている。 長きにわたり箱根観光の中心である富士屋ホテル株式会社の代表取締役社長を務め、退任後も箱根地域はもちろん、宿泊業界ブライダル業界へとのリレーションも強い。

様式１

を負う者） ※必ず記入すること		
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） 佐藤　守「専従」 （出身組織名） 株式会社リクルート	2018 年（平成 30 年）4 月より(株)リクルートライフスタイル（現（株）リクルート）から出向中。じゃらんで国内観光分野においてマーケティング営業と組織マネジメントを長く経験（営業部長、北海道じゃらん社長等)。観光マーケティングなどを含め、観光全般に関して高い知見と能力を持つ。平成 31 年 3 月から（一財）箱根町観光協会専務理事に就任し、様々な取組で成果を挙げている。
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） 真野　剛「専従」 （出身組織名） 株式会社 JTB	2021 年（令和 3 年）4 月より(株)JTB から出向中。JTB では大規模販売店舗の運営責任者、ラグジュアリツアー販売など、国内外マーケティングと組織マネジメントを長く経験。総合旅行取扱管理者資格も保持しており、観光全般に関して高い知見と能力を持っている。(一財）箱根町観光協会では、戦略推進部長兼施設運営部長を兼任。2024 年（令和 6 年）4 月には（一財）箱根町観光協会事務局長に就任し、経営管理も含めて会社実務全般を見て、増収増益の成果を上げている。
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	（氏名） 佐藤　守「専従」 （出身組織名） 株式会社リクルート	2018 年（平成 30 年）4 月より(株)リクルートライフスタイル（現（株）リクルート）から出向中。じゃらんで国内観光分野においてマーケティング営業と組織マネジメントを長く経験（営業部長、北海道じゃらん社長等)。宿泊施設、観光事業者へのプロモーション提案、観光地域行政に対してのプロモーション戦略の推進等を含め、観光全般に関して高い知見と能力を持つ。平成 31 年 3 月から（一財）箱根町観光協会専務理事に就任し、様々な取組で成果を挙げている。

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		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 真野　剛「専従」 （出身組織名） 株式会社 JTB	2021 年（令和 3 年）4 月より(株)JTB から出向中。JTB では大規模販売店舗の運営責任者、ラグジュアリツアー販売など、国内外マーケティングと組織マネジメントを長く経験。総合旅行取扱管理者資格も保持しており、観光全般に関して高い知見と能力を持っている。（一財）箱根町観光協会では、箱根町観光交流センターにおける着地型ツアーの責任者として、顧客満足度と収益性の高いツアーを企画・造成・販売実施している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【箱根町役場】 ・企画観光部 観光課（観光に関する事業・情報の連携） ・企画観光部 企画課（観光、その他関連事業の情報連携、広報対応） ・総務部 総務防災課（大涌谷等火山、風水害・火山等、災害に関する情報連携、対策協議） ・環境整備部 上下水道温泉課（温泉事業に関する情報連携、対応） ・環境整備部 環境課（ごみ処理など、環境整備に関する対応） ・環境整備部 都市整備課（まちづくり、景観整備に関する対応） ・箱根町教育委員会（歴史・文化財に関する情報連携、対応） 【広域連携】 ・神奈川県 県西地域県政総合センター 企画調整部 企画調整課、および商工観光課（箱根町を含む 2 市 8 町の広域連携事業に関する情報連携、対応）	
連携する事業者名及び役割	・小田原箱根商工会議所（プロモーション・ふるさと名物の開発） ・箱根町商店連絡協議会（商店への受け入れの拡大、ふるさと名物の開発） ・箱根温泉旅館ホテル協同組合（宿泊受け入れの拡大） ・箱根町各地域観光協会（湯本、大平台、宮ノ下、強羅、宮城野木賀、仙石原、芦之湯、元箱根（湖尻支部)、箱根：各地域の観光情報発信・誘客促進） ・箱根町内の交通事業者（株式会社小田急箱根、伊豆箱根鉄道株式会社 他：アクセス改善） ・箱根プロモーションフォーラム（プロモーション・ふるさと名物の開発）	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合	箱根町第 2 次 HOT21 観光プラン実施計画を着実に実現するために、旅館ホテルや交通事業者をはじめとする民間事業者、箱根町職員を中心とする会議体の「戦略推進委員会」月 1 回開催し、事業の方向性、具体的行動などを協議する全体会議、テーマ別のプロジェクトチームに分かれた分科会（10 ページ記載の実施体制図の「プロジェクト制による戦略実行」の各 PJT と各チームにおいて、協議と打ち手推進を行っている。また、箱根町各地域観光協会との連携を図る仕組みとして、年 2 回程度の「観光協会長サミット」を開催してマーケティング戦略の展開などを含めた情報共有を実施している。	

様式１

意形成の仕組み	
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	① 各種ツールでの情報提供 2018 年から新設した箱根 DMO 観光診断書、箱根 DMO だより(2 ヶ月に 1 回)、会報誌(年 1 回度発行)、町内広報誌(適宜必要に応じて)を中心に、観光動向調査、需要に関する情報を提供している。令和 6 年度以降はさらに地域の合意形成を進めるため、箱根町全戸（約 6576 戸）に箱根 DMO の会報を直接配布している。設定 KPI の達成を実現して箱根ブランドを強化していくためには、下図のように広告、PR、イベントなど各種要因が必要となる。 それらは、箱根 DMO で実現できる「直接的アプローチ（DMO 内連携を強化して取り組むべきコト)」と各賛助会員やステークホルダなどに協力していただく「間接的アプローチ（多様な関係者との関係性を強化して取り組むべきコト)」に分類され、それらが一体となって観光を経営していくことが重要である。その橋渡しをするツールとして「箱根 DMO 観光診断書」があり、箱根 DMO で実現できる「直接的アプローチ」については、戦略推進委員会などを通じて、情報共有と戦略・アクションプラン検討などに活用し、各賛助会員やステークホルダなどに協力していただく「間接的アプローチ」では、以下に示す診断書の内容を情報提供することで、KPI などを含めた観光戦略などを ALL 箱根の体制で推進している。  また、上記箱根 DMO 観光診断書なども含めた経営に必要なマーケティングデータや需要予測など、簡単に情報取得できる新規仕組みとして「箱根 DMO Touch!」を LINE 版、PC 版として構築し、当 DMO 会員などを含めた箱根観光関係者にて安価に幅広く活用中。(2022 年 10 月末～)

様式１

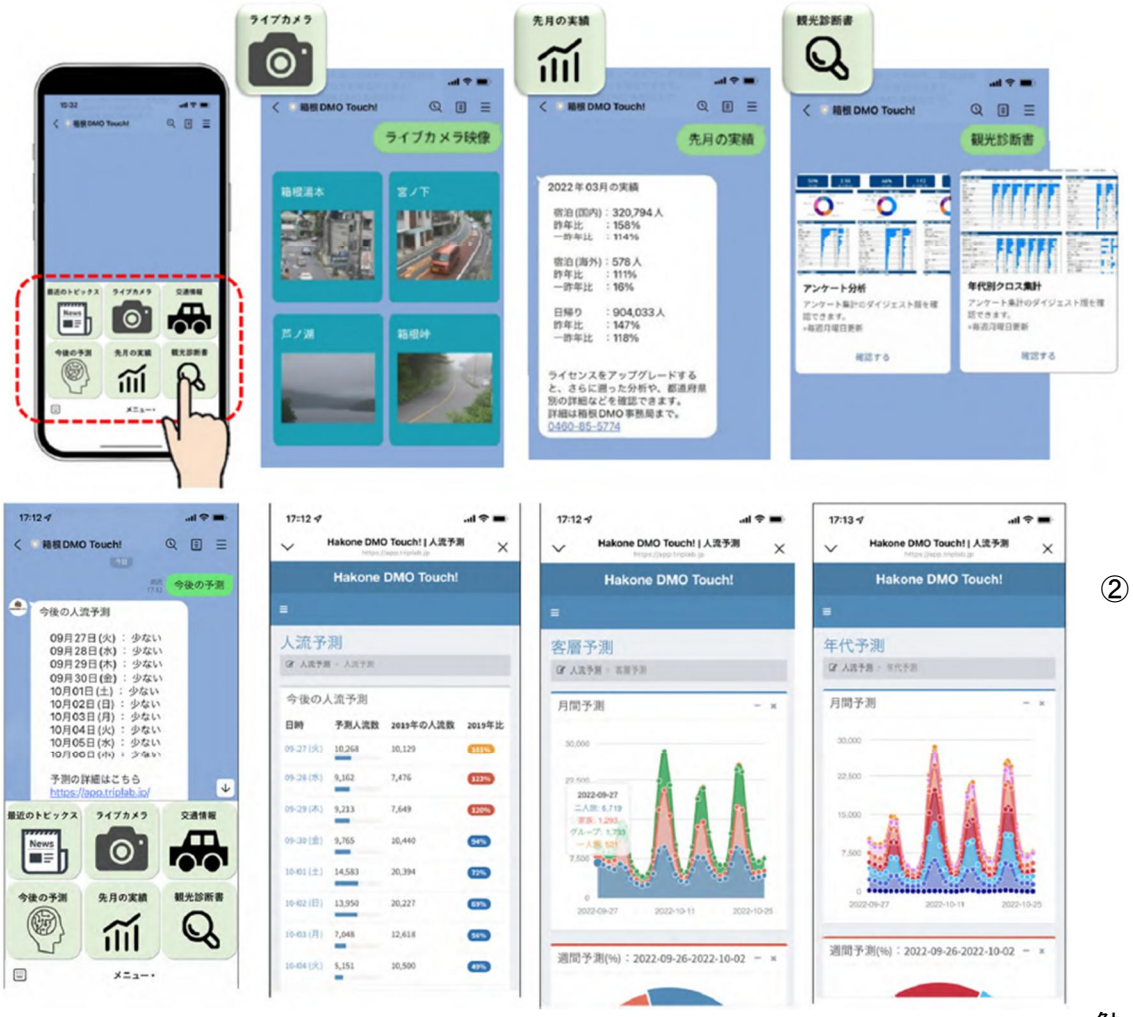


図１：「箱根 DMO Touch!」実画面

②勉強会を通じて、観光に関するスキルアップの場を提供

箱根 DMO の 1 年間の活動や成果などをまとめて報告し、地域の事業者住民に幅広く理解していただくための「箱根観光カンファレンス」を毎年 3 月に Youtube 配信している。

また、町民に観光施策や付随する歴史に興味を持ってもらう機会を増やすため、箱根町生涯学習課の企画する「HAKONE 大学」に講師の派遣を開始するなどにより、観光地経営に必要な知識、スキルアップの場を提供している。

③地域の学校との協働

箱根町唯一の高校である函嶺白百合高校にて、箱根観光を題材に創発的授業をサポートしている。年間を通してマーケティングフレーム等を学んだ上で、報告プレゼンを行い、社会に出る前に人前で話す練習も兼ねて箱根観光と触れ合う機会を設けている。

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

2018 年以降の活動概要を以下に記載

<u>＜マーケティング＞</u>

・「箱根町 HOT21 観光プラン基本計画」策定に合わせて、将来目標値を定めた「箱根観光戦略」を DMO で数値化。同推進委員会で承認し、箱根町の目標値として設定（2018 年）

・「HOT21 観光プラン実施計画」（アクションプラン）を上申し、承認（2019 年）

・「HOT21 観光プラン実施計画」（アクションプラン）レビュー実施（2020 年）

-レビュー結果報告書を参考資料として添付

・Web アンケート（競合観光地含む）調査実施（2018, 19, 20, 21, 22 年, 23 年）

	・箱根 DMO 観光診断書の公開（2018 年～） ・現地即時アンケートの開始（国内：2018 年～、海外：2019 年～） ・Google サーベイによる外国人調査（米国、台湾、フランス、韓国、オーストラリア、ロシア、タイ、インド）の実施（2018 年） ・観光庁「日本版持続可能な観光モデル事業 箱根町における観光事業者及び宿泊事業者の持続可能な観光に関する取り組み調査」（2021 年） ・HOT21 戦略ダッシュボードシステム構築と運用（2021 年～） ・株式会社リクルートと箱根町との観光 DX のための包括連携協定を締結支援（2022 年 3 月～） ・「箱根 DMO Touch!」を構築および有料リリース（2022 年） ・「箱根 DMO Touch!」PC 版の有料リリース（2023 年） ・箱根町、箱根 DMO、日立システムズ 観光 DX を目的とした車両ナンバー検知 AI を用いた交通量調査に関する包括連携協定を締結（2022 年 5 月） ・2023 年箱根町第 2 次 HOT21 観光プラン実施計画（後期）策定 **＜合意形成＞** ・「観光協会長サミット」開催（2018 年 6,11 月、2019 年 6,11 月,2024 年 3 月） ・「箱根観光カンファレンス」開催（2019、2021、2022、2023、2024、2025 年すべて 3 月） -2023 年 3 月 Web 開催結果：https://www.hakone.or.jp/6420 -2024 年 3 月 Web 開催：https://www.youtube.com/watch?v=f5qYFzq6vH8 ・箱根町生涯学習課企画の「HAKONE 大学」に講師派遣（2019 年 11 月、計 2 回、2022 年 1 回） **＜情報発信・プロモーション＞** ●情報発信 ・箱根 DMO だよりの発行（2017 年から 6 回／年発行継続中） ・箱根全山 HP 管理運用及び更新（通年） ・HAKONE JAPAN(箱根全山英語サイト)の開設（2018 年～） ・HAKONE JAPAN(箱根全山英語サイト)の機能増強と多言語化事業（中国語簡体・繁体・韓国語・フランス語）（2020 年度） ・小田原記者クラブとの関係性強化を念頭に「感謝の夕べ」（情報の発信と懇親会）の開催、および同クラブへの積極的な情報の投げ込み（有事においては先方ニーズを先回りした、データの公開も実施）を主体的に実施（2015 年以降） ・有事の際のメディア対応（広報）は、2015 年を教訓に、「危機管理広報対応マニュアル」の作成、箱根町との記者対応訓練を実施（2016 年度、2017 年度） ・箱根町「箱根物産振興事業 箱根寄木細工ホームページ及び PR 動画作成業務委託」（2021 年） ・箱根町と株式会社ゴールドウインによる「地域活性化に関する包括連携協定」締結支援（2022 年 3 月）。その後の箱根町サマーキャンプ、町内児童向け焚火イベント等における連携推進（サステナブルツーリズムプロジェクト）。 ●プロモーション ・国内各種観光キャンペーンへ毎年各種参加 ・ベトナムセールスプロモーション（箱根コンベンションビューロー主催：2018、2019、2022、2023、2024 年度） ・台湾セールスプロモーション（箱根コンベンションビューロー主催：2022、2023、2024、2025 年度） ・ホテルコンシェルジュ団体への FAM トリップ（2019、2023、2024 年度） ・特定国インフルエンサーへの FAM トリップ（2019 年度、2022 年度、2023 年度） ・神奈川県国際観光課主催のインフルエンサー招聘協力（2019 年度～） ・箱根総合パンフレット「めぐる箱根温泉」の作成（2019 年度）その後継続的に毎年増刷 ・箱根町内の周遊を目的とした「ナイトコンテンツキャンペーン」、「1 泊 2 湯キャンペーン」、「宿泊券（箱ぴたクーポン）プレゼントキャンペーン」の実施（2019 年度）

	・コロナ禍を考慮した以下プロモーションの実施（2020 年、2021 年度） -ごちそう MAP 秋冬号広告（2020 年 8 月 21 日発行） -ミスモ箱根秋号広告（2020 年 9 月 11 日発行） -ミスモ箱根冬号広告（2020 年 12 月 11 日発行） -小田急線全 70 駅へのポスター掲示（2020 年 10 月～2021 年 3 月、100 枚） -小田急線車内中吊り広告（2020 年 10 月～11 月、1,100 枚） -ミスモ箱根冬号広告（2021 年 11 月発行） ・ロマンスカーミュージアムイベント参加（2021 年 12 月） ・ミスモ箱根夏号（大涌谷自然研究路）（2022 年 6 月、2023 年 6 月） ・各種新聞広告掲載（2023 年） **＜受入環境の整備＞** ・HAKONE JAPAN(箱根全山英語サイト)の開設（2018 年）その後のリバイス ・HAKONE JAPAN(箱根全山英語サイト)の機能増強と多言語化事業（中国語簡体・繁体・韓国語・フランス語）（2020 年度） 【定量的な評価】 ・観光庁「誘客多角化等のための滞在コンテンツ造成（観光ガイドアプリ等による With コロナ箱根誘客実証事業）にて以下を実施（2020 年度） -観光スポットガイドアプリによる人を介さない観光行動の促進 -ランやハイキングなどスポーティな観光が楽しめるデジタルルートガイドの作成 -実際に使用するテストイベントの実施 -箱根観光ガイド協会と連携した講習の開催（以下①～④の記載内容）および密を避けるプライベートガイドの体制構築（以下⑤） ① 第 1 回ガイド講習【湯本散策ルート】2020 年 12 月 ② 第 2 回ガイド講習【野鳥、植物＆関所について学ぶ】2020 年 12 月 ③ 第 3 回ガイド講習【箱根火山について＆インバウンド対応講習】(座学)2021 年 2 月 ④ 第 4 回ガイド講習【おもてなしの心を学ぶ】2021 年 4 月 ⑤ 体験型コンテンツの予約販売チャネル確立（ガイドツアーのモデルコースを 作成し WEB 販売開始） ・神奈川県「混雑緩和に係る新たな観光モデル創出推進事業業務委託」にて以下施策を実施（2020 年度、2021 年度） -箱根山内の公共交通機関情報の集約と発信 -道路情報（国道 1 号線宮ノ下～箱根湯本間の所要時間情報）の集約と発信 -公共交通機関情報と道路情報の地域での発信（地域内事業者連携） -地域一体となった感染症対策の PR（ポスター制作、各種観光関連 WEB ページや駅のデジタルサイネージへの展開） ・環境省「令和 2 年度富士箱根伊豆国立公園満喫プロジェクト箱根地域適正利用推進業務」にて以下の施策を実施（2020 年度） -国立公園特集ページの検討・作成 -国立公園特集ページの掲載（HAKONE JAPAN） -プロモーションの実施（海外向け広告配信、東京都内コンシェルジュ営業） ・大涌谷パーク＆ライド告知ツール作成（2021 年 11 月、2022 年 3 月） ・海外向けオンラインインスペクションと商談会実施（タイ）（2021 年 10 月） ・海外向けオンラインインスペクションと商談会実施（台湾）（2022 年 9 月） ・ユニバーサルツーリズム PJT 活動結果 箱根に必要なユニバーサルツーリズムについての戦略設計・旅行弱者・喫煙所問題等の対応に取り組む。 ① バリアフリー対策 ・バリアフリー実証実験（2021 年 12 月、2022 年 3 月） ・バリアフリー観光冊子作成（2021 年 2 月、2022 年 9 月）2023 年増刷 ・バリアフリー動画作成（2022 年 1～3 月）

・媒体（タウンニュース広告）掲載（2022 年 3 月）
・乳幼児連れで巡る箱冊子作製（2023 年 3 月）
・バリアフリー講演会開催（2023 年 2 月、2024 年 2 月、2025 年 2 月）
② 喫煙所を設置（元箱根 2 箇所、大涌谷 1 箇所）（通年）
・ガイド戦略構築 PJT 活動結果
箱根に必要なガイドに関する戦略設計をもとにガイド育成と認証の設計に取組む（2021 年 8 月～2022 年 2 月、2022 年 7 月～2023 年 1 月）
3 年計画で箱根 DMO 認定ガイドを育成する事業として初年度として以下を実施
① 以下 3 部構成計 20 回の講習を実施（延べ 74 名（2021 年度）、延べ 128 名（2022 年度）が参加）
【魅力再発見コース】、【観光プロガイドコース】、【英語 AT ガイドコース】
② 2022 年度新たに 20 名（累計 31 名）が観光プロガイドとして認定（第二部終了者）
③ 2022 年度新たに 8 名（累計 17 名）が英語 AT ガイドとして認定（第三部終了者）
本計画は 2023 年度、3 年間で一旦完了した。
・グリーン・デスティネーションズ「世界の持続可能な観光地トップ 100」に選出（2022 年 9 月、2023 年 9 月）、さらに 2023 年 business&marketing 部門で世界第 1 位を獲得。

＜国・県などからの補助金および受託事業など＞

「2019 年度」
・国土交通省「令和元年度神奈川県の誘客促進プロモーション運営支援事業（復興支援事業）」29.7 万円
・神奈川県県西地域県政総合センター「令和元年度強羅駅周辺ライトアップ装飾企画施工委託」30 万円
・環境省「コース造成プロモーション VTR 事業」99 万円
・環境省「令和元年度富士箱根伊豆国立公園満喫プロジェクト箱根地域利用動態調査」990 万円
「2020 年度」
・観光庁「誘客多角化等のための滞在コンテンツ造成」1,959.5 万円
-「観光ガイドアプリ等による With コロナ箱根誘客実証事業」として採択。
・神奈川県「混雑緩和に係る新たな観光モデル創出推進事業業務委託」1,798.5 万円
・環境省「令和 2 年度富士箱根伊豆国立公園満喫プロジェクト箱根地域適正利用推進業務」299.2 万円
・国土交通省 2020 年度グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業 設計支援
・神奈川県事業 インバウンド向け旅行業者の受入支援
・JNTO 観光コンテンツ多言語ウェブサイトコンテンツ掲載支援
「2021 年度」
・箱根町観光交通総合対策協議会（国土交通省、神奈川県、箱根町共同開催）において、永年渋滞が激しいメイン観光スポット「大涌谷」への打ち手として小田急箱根グループ、伊豆箱根グループと協働でパーク＆ライド（ロープウェイ）を実施（2021 年 11 月、2022 年 3 月、2022 年 7 月末から通年で実施）
・観光庁「日本版持続可能な観光モデル事業 箱根町における観光事業者及び宿泊事業者の持続可能な観光に関する取り組み調査」118.8 万円
・箱根町「箱根物産振興事業 箱根寄木細工ホームページ及び PR 動画作成業務委託」299.2 万円
・環境省「地域循環共生圏づくりプラットフォーム事業」（2021、2022 年度）
「2022 年度」
・観光庁「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」19,429 千円
・創味食品新商品発売記念イベント委託事業 3,828 千円
・大涌谷三叉路案内と行動変容調査 1,327 千円

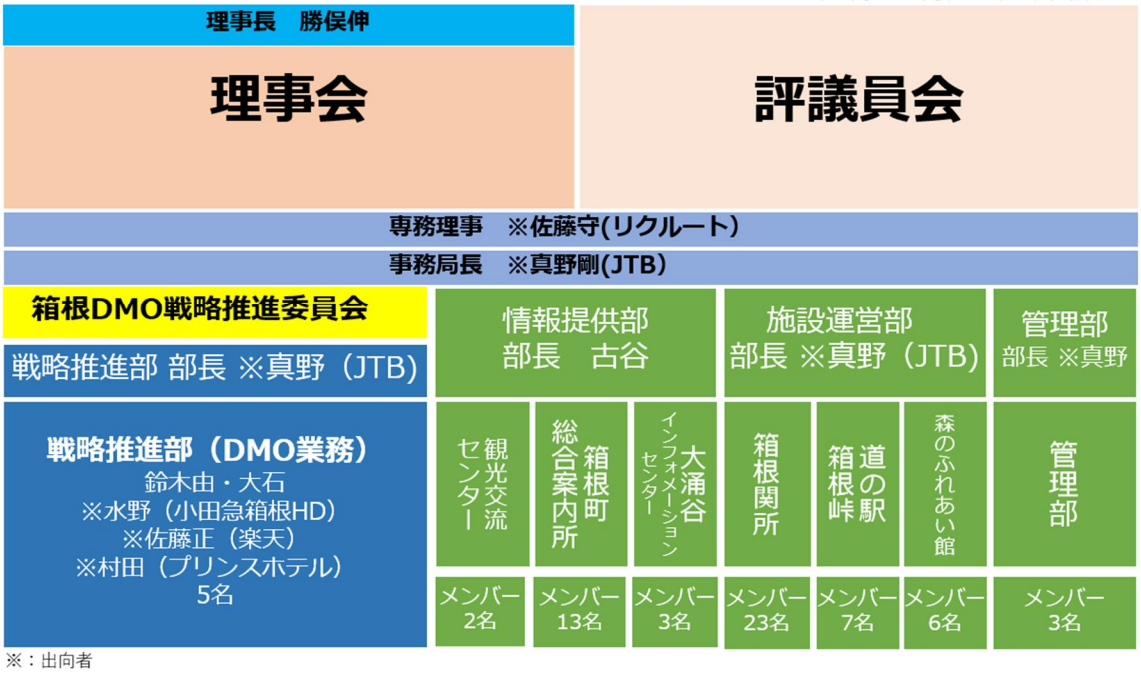
	・観光庁「地域の魅力発信の強化や周遊の促進に向けた研修」545 千円 **「2023 年度」** ・サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業　観光庁（12,574 千円） ・事業者間・地域間におけるデータ連携等を通じた観光・地域経済活性化実証事業観光庁（8500 万円） ・地域企業共生型ビジネス導入・創業促進事業補助金　地域戦略人材確保等実証事業（経産省）（364 万 1 千円） ・外国人雇用促進のためのマッチング会 in HAKONE（観光庁）（57 万円） ・高付加価値化補助金（観光庁）（約 45 億円） **「2024 年度」** ・地域企業共生型ビジネス導入・創業促進事業補助金　地域戦略人材確保等実証事業（経産省）（800 万円） ・オープンイノベーションプログラム“ビジネスアクセラレータかながわ（BAK)”（500 万円） ・持続可能な観光推進モデル事業（382 万 7 千円） ・オーバーツーリズム未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業（観光庁）（3700 万円） **＜視察団体受入やレクチャー＞** ・他地方公共団体や大学などで 24 件受入（2019 年度） ・各所からの視察および取材対応 26 件受入（2020 年度） ・各所からの視察および取材対応 63 件受入（2021 年度） ・各所からの視察および取材対応 74 件受入（2022 年度） ・各所からの視察及び取材対応 84 件（2023 年度） ・各所からの視察及び取材対応 59 件（2024 年度） ※2024 年度より視察対応は有料化し、独自財源としている（1 回 5 万円）。 （定量的な評価） 毎月 1 回の戦略推進委員会をベースとし、テーマ別プロジェクトチームを形成し、適宜協議と実行を行っている。また、箱根町主催の HOT21 観光プラン推進委員会でも KPI などを含め、実行結果についてのチェックを実施している。DMO の業務執行、予算管理は、箱根町観光協会理事会、評議員会（年 3 回程度）を通じて、チェックしている。
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	**【実施体制の概要】** 観光における中長期計画、理念・方針を決定する「HOT21 観光プラン推進委員会」と連携し、（一財）箱根町観光協会に DMO の経営機関を設置する。 **【実施体制図】**

様式１

（別添可）。

■箱根DMOのマネジメント体制

2025年8月1日現在：従業員数66



※：出向者

■各プロジェクト体制は民間・行政・DMOから幅広く人材をアサイン

■民間、■行政、■DMO

プロジェクト名	プロジェクトリーダー	メンバー（戦略推進委員）				箱根町職員			事務局 箱根町観光協会	
オーバーツーリズム未然防止 ※交通インフラ	★佐藤　守（箱根DMO）	渡辺　美希（小田急箱根）	斎藤　幸久（伊豆箱根鉄道）	—	—	多田　直人（観光副課長）	松島　基樹（町民副課長）	小田　滋朗（都市整備係長）	★水野　優里	村田　佳奈子
		—	—	—	—	古舘　涼雅（観光係）	辻満　験一（財務副課長）	湯浅　誠（環境副課長）		
ユニバーサルツーリズム	★澤村　吉之（湯本観光協会）	金子　森（箱根観光協会）	—	—	—	多田　直人（観光副課長）	鈴木　貴子（観光係長）	中村　謙介（福祉副課長）	★佐藤　正毅	水野　優里
サステナブルツーリズム	★金子　森（箱根観光協会）	渡辺　美希（小田急箱根）	田中　太郎（藤田観光）	鈴木　剛之（プリンスホテル）	鈴木　教仁（湖尻観光協会）	鈴木　貴子（観光係長）	杉山　公彦（企画副課長）	—	★村田　佳奈子	佐藤　正毅
観光DX	★原　洋平（オブザーバー）	田中　太郎（藤田観光）	内田　信也（商工会議所）	渡辺　美希（小田急箱根）	稲葉　潤（商工会議所青年部）	多田　直人（観光副課長）	金子　英寛（観光係）	山本　拓平（DX推進室長）	★鈴木　由佳	–
		佐藤　守（箱根DMO）	上原　望（ランドブレイン）	–	–	—	—	—		
防災対策	★太田　明宏（宮ノ下観光協会）	国枝　大輔（小田急リゾーツ）	桐谷　高史（強羅観光協会）	鈴木　雄大（旅館協同組合）	石村　光稔（仙石原観光協会）	又木　徹司（危機管理官）	佐藤　翔（総務防災課）	—	★佐藤　正毅	–
		内田　信也（商工会議所）	中嶋　順（箱プロ）	—	—	—	—	—		
人材対策	★小川　尊也（旅館協同組合）	中嶋　順（箱プロ）	国枝　大輔（小田急リゾーツ）	保坂　喜与寛（旅館協同組合）	角田　光裕（富士屋ホテル）	古谷　龍一（産業振興係長）	稲葉　あゆみ（産業振興係）	—	★大石　ひろ美	村田　佳奈子
		内田　信也（商工会議所）	佐藤　守（箱根DMO）	—	—	—	—	—		

敬称略・順不同

※その他「マーケティング」、「ガイド育成」、「旅マエ目的」、「インバウンド」、「ゼロエミッション」など前年度以降にプロジェクトで進めていたものの継続はルーティンとしてDMO内で推進している。

様式１

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】

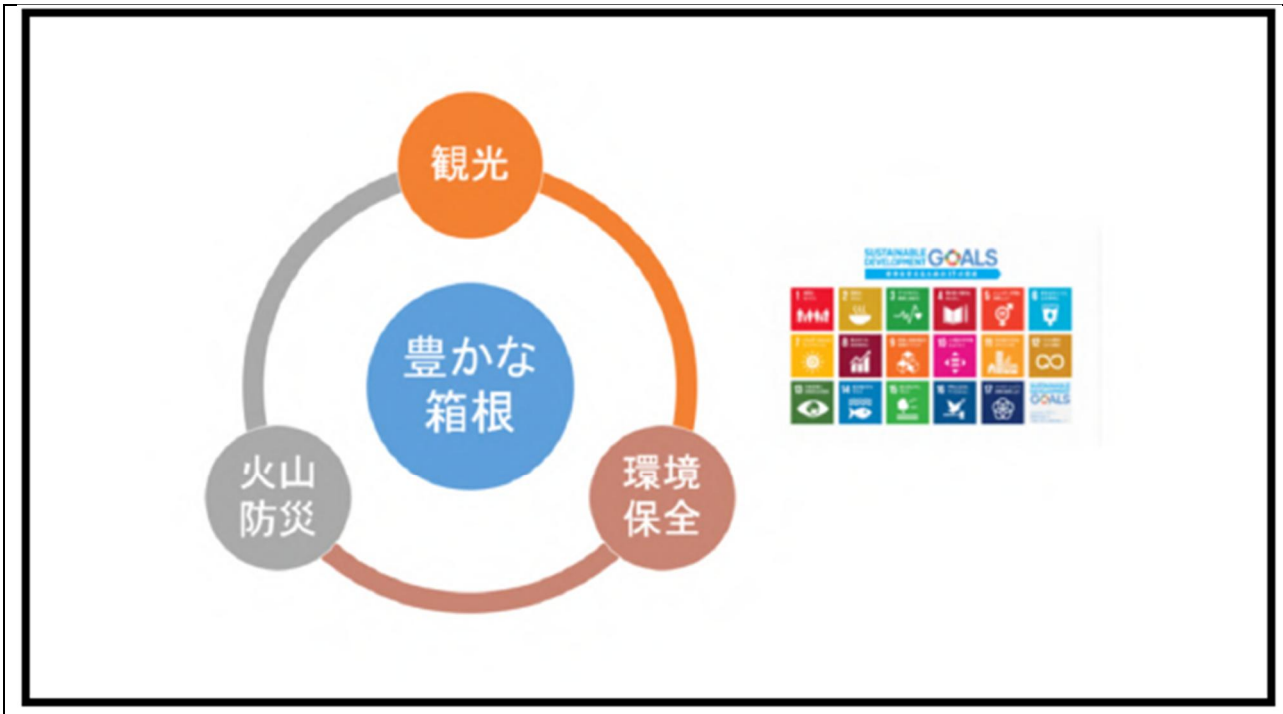
神奈川県箱根町を「箱根 DMO」の区域と設定し、(一財)箱根町観光協会を取りまとめ役として、箱根町各地域観光協会（湯本、大平台、宮ノ下、強羅、宮城野木賀、仙石原、芦之湯、元箱根（湖尻支部)、箱根）と連動した地域を今回の区域とする。

箱根は「観光×自然環境保全活用×火山防災」のバランスを保たないとならない全国でも珍しい「国立公園観光地」であり、人口 11,000 人で年間 2,000 万人を受け入れている少子高齢化自治体。

ゴミ処理や救急搬送体制につき、人口をはるかに上回る規模でコストが発生するため、年間 3,000 億円弱の観光経済消費がありながら赤字団体である。

これは、地方交付税交付金の算出基準が地域住民のみに寄っているところが大きい。

様式１



【観光客の実態等】

コロナ禍以前の箱根町の観光入込状況としては、国内旅行者数は概ね 2,000 万人前後で推移し、うち宿泊者は 2018 年（平成 30 年）に 453 万人、宿泊率は 21%程度で推移している。2013 年（平成 25 年）以降、宿泊率がやや低下しており、2016 年に上向いたものの、9 年前の水準（23.8%）には到達していない。宿泊施設の種別は、「旅館・ホテル」が約 63%を占めるほか、「寮・保養所」が約 24%と高い比率であることが特徴である。

箱根町の来訪者は、県内を含む首都圏からのリピーター客が多く、ヘビーリピーター率が高い。多様な施設タイプと価格帯の宿泊施設が存在するほか、自然景勝地、ミュージアム、歴史文化資源等の幅広い観光資源を有する地域であることが要因である。交通機関については、個々の観光地点を効率的に繋ぐ機能性を持つのみならず、乗り物自体のエンターテインメント性が高いことも特徴である。これらの特性から、幅広い年齢層や志向、行動形態の客層に対応できるという優位性を持つ。また、首都圏からの公共交通アクセスが容易であり、北関東や北陸等、首都圏をゲートウェイとする国内観光客や、東京を来訪する訪日観光客にとってもアクセスしやすい環境にある。また、来訪者の目的は、温泉宿泊、食、ドライブに集中し、豊かな観光資源を様々な角度から楽しむ観光スタイルへの転換が図られていないことが課題となっている。また、首都圏市場の比率が高いことから、自家用車での利用率が極めて高く、それが交通渋滞の発生に起因し、来訪者の域内移動満足度を低下させる要因ともなっている。

【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（令和 7 年 3 月 31 日時点）

博物館・美術館が 24 ヶ所（一部その他施設含む）、動植物園が 3 ヶ所の計 27 ヶ所が存在

●自然

富士箱根伊豆国立公園に指定され、箱根温泉（箱根十七湯）、大涌谷、芦ノ湖、仙石原すすき草原と湿原、金時山、駒ヶ岳、滝（飛龍の滝、千条の滝、玉簾の瀧など）、池（お玉が池、精進池）、多くの富士山観賞スポットなどが存在し、季節によって桜、つつじ、すすき、紅葉などの鑑賞や各種コースでのハイキングなどを楽しむことができる。

●歴史

・「箱根神社」、「箱根関所」、「箱根旧街道（石畳や杉並木）」、「早雲寺」など歴史的観光資源が充実している。

・「箱根温泉」は、湯本が奈良時代の開湯説話を持つなど、江戸時代には、「箱根七湯」として広く知られる湯治場となっていた。最近は、「箱根十七湯」として全国に認知され、箱根の代名詞となっている。
・日本イコモス国内委員会が 2017 年 12 月 5 日付けで発表した「日本の 20 世紀遺産 20 選」の 12 番目に「箱根の大規模木造宿泊群（日本古来の伝統構法を生かした温泉旅館建築と景観)」という事で、国道１号（湯本～宮ノ下)、旅館や函嶺洞門などの土木遺産、箱根登山鉄道など構成資産という事で選定された。
・「箱根八里」（神奈川県小田原市、箱根町、静岡県函南町、三島市を結ぶ旧東海道）が、江戸時代の街道旅を追体験するストーリーにより、2018 年 5 月に『日本遺産』に認定された。
●文化（令和 5 年 3 月 31 日時点）
・文化財として、国指定（23 個)、国登録有形文化財（21 個)、国登録記念物（2 個)、国登録有形民俗文化財（1 個)、県指定（19 個)、町指定（36 個)、町登録（1 個）の計 103 が存在している。
・「箱根大名行列」など 30 以上の伝統行事や年中行事を開催している。
・箱根寄木細工、芸妓による舞・踊りなどの伝統文化や伝統芸能からマンガ・アニメ・現代アートまでを包含する懐の深さ，広さを持つ文化があり、それらを大切に守り続けられているまち。
●スポーツ
・「箱根駅伝」、「箱根ランフェス」などのランニング競技を開催している。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
宿泊施設全体：348 施設 収容人員：約 25,310 名／日 ※令和 5 年 3 月 31 日時点
（主な内訳）
旅館／ホテル： 220 施設 収容人員：約 20,780 名／日
寮 ／保養所： 82 施設 収容人員：約 3,430 名／日
その他： 46 施設 収容人数：約 1,100 名／日

【利便性：区域までの交通、域内交通】
（区域までの交通）
東京方面から、また各種鉄道線を利用するかたは、「小田原駅」を経由地とするルートを中心に箱根への交通ルートが形成され、箱根町内一部の観光地は、三島駅、湯河原駅等から路線バスでの移動も想定される。
■首都圏(東京方面)からのアクセス
＜鉄道＞
・新宿駅：小田急ロマンスカー：約 85 分、小田急快速急行、箱根登山鉄道：105 分
・東京駅：東海道新幹線：ひかり・こだま、箱根登山鉄道：50 分、東海道線：105 分
・羽田空港：京浜急行電鉄、東海道線、箱根登山鉄道：105 分
※鉄道利用後、各種路線バス利用で箱根各地へ移動するルートもある。
＜各種高速バス＞
・新宿駅：135 分、羽田空港：150 分
■東海圏以西(関西、中部方面)からのアクセス
＜鉄道＞
・名古屋駅：東海道新幹線 ひかり利用 105 分、こだま利用 145 分
※途中、小田原駅から箱根登山電車を利用。

■自動車
各地より高速道路を利用し、御殿場(東名高速)、小田原(小田原厚木道路)、三島(伊豆縦貫自動車道)方面より国道 1 号などの主要路線を通じて、箱根町内の目的地へアクセスしている。
（区域内の交通）
箱根フリーパスなどの乗車券を活用した路線バスを中心に、箱根登山電車、ロープウェイ、ケーブルカー、遊覧船など、周遊出来ルートが設計されている。また観光タクシーなども活用され、広い箱根町内を周遊することが可能である。

【外国人観光客への対応】
観光案内所の多言語化、決済対応、観光案内(冊子、地図、プロモーション動画、アクセス動画など)、多言語化ホームページ、デジタルマップ多言語化、無料 WiFi の整備など、幅広い国々の来訪者に対しての環境整備を進めている。

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	消費行動、市場動向を把握し、ＤＭＯの経営戦略に活用するため。	箱根 DMO 観光診断書内の現地即時アンケート、年１回の消費動向調査による情報収集を通じて、観光経済波及効果簡易推計システムを活用し、分析を行う。観光客の消費単価については、平成 30 年事業報告からは、新設の箱根マーケティング診断書内の現地即時アンケート結果を主に活用するように変更。
延べ宿泊者数	本値を調査することにより、宿泊者数の変動などを含めた動向を把握する。消費額などを伸ばすための施策も検討できるため。	箱根 DMO 観光診断書、年１回の箱根町実施入込観光調査、RESAS・観光予報プラットフォームなどのデータを活用し、分析を行う。
来訪者満足度	顧客動向の把握、今後の観光地経営戦略の基礎データとするため。	箱根 DMO 観光診断書内の現地即時アンケート、年１回 WEB アンケートなどを通じて情報を収集し、分析する。平成 30 年事業報告からは、新設の箱根マーケティング診断書内の現地即時アンケート結果を主に活用するように変更。現地即時アンケート結果の活用により、計算方式が変更になったため、令和元年以降については、平成 30 年結果をベースとした目標値に変更した。
リピーター率	来訪者満足度と同様に、顧客動向の把握、今後の観光地経営戦略の基礎データとするため。	箱根 DMO 観光診断書内の現地即時アンケート、年１回 WEB アンケートなどを通じて情報を収集し、分析する。平成 30 年事業報告からは、新設の箱根マーケティング診断書内の現地即時アンケート結果を主に活用するように変更。
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。	箱根町観光協会ホームページ（箱根全山）へのアクセス数のカウントなど。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	箱根町で実施予定。

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
箱根町は、2015 年の大涌谷の火山活動活発化での経済的打撃により確認された課題から以下の 6 つの結論が導かれた。
・結論Ａ：観光や防災において「ＡＬＬ箱根体制」が、極めて重要な仕組みであること
・結論Ｂ：以下、5 つの課題解決のためには、「組織･仕組み」が必要と判断
【課題①】観光施策における計画と執行の乖離
【課題②】マスメディアを通じた広報・宣伝の最大化能力の弱さ
【課題③】インバウンド市場への取り組みの遅延
【課題④】地域連動による箱根全体集客、ブランド化の強さを発揮できていない
【課題⑤】マーケティングの重要性認識と機能の欠如
・結論Ｃ：インバウンド市場の急激な成長に箱根が順応できるか？
・結論Ｄ：十数年、安定性が低い箱根に対し、他の地域は着実に伸びている
・結論Ｅ：強みもあれば脅威もある。何を根拠にそして成果は何なのかを常に意識した「観光地経営」が必要
・結論Ｆ：財政難の箱根町において、観光経済の拡大、活性化は「好循環サイクル」を発生させる必要不可欠な要素である
上記 A～F の 6 つの結論から「箱根町の観光経済の拡大を担う組織・仕組みが必要」であり、新たな組織・仕組みとしては、単に誘客、PR するだけの組織ではなく、ALL 箱根の構造を体現すべく、①多様な関係者の合意形成、②担い手の明確化、③地域間、事業者間をつなぐ機能を持つ「官(町)･民(協会)」一体型組織であるべきということから、最終結論として「観光地域づくり法人」による観光地域づくりが必要となり、箱根 DMO が、「観光地そのものを経営する視点のもと、官民一体 ALL 箱根の構造で箱根町の観光経済を拡大・発展させること」を使命して携わっている。

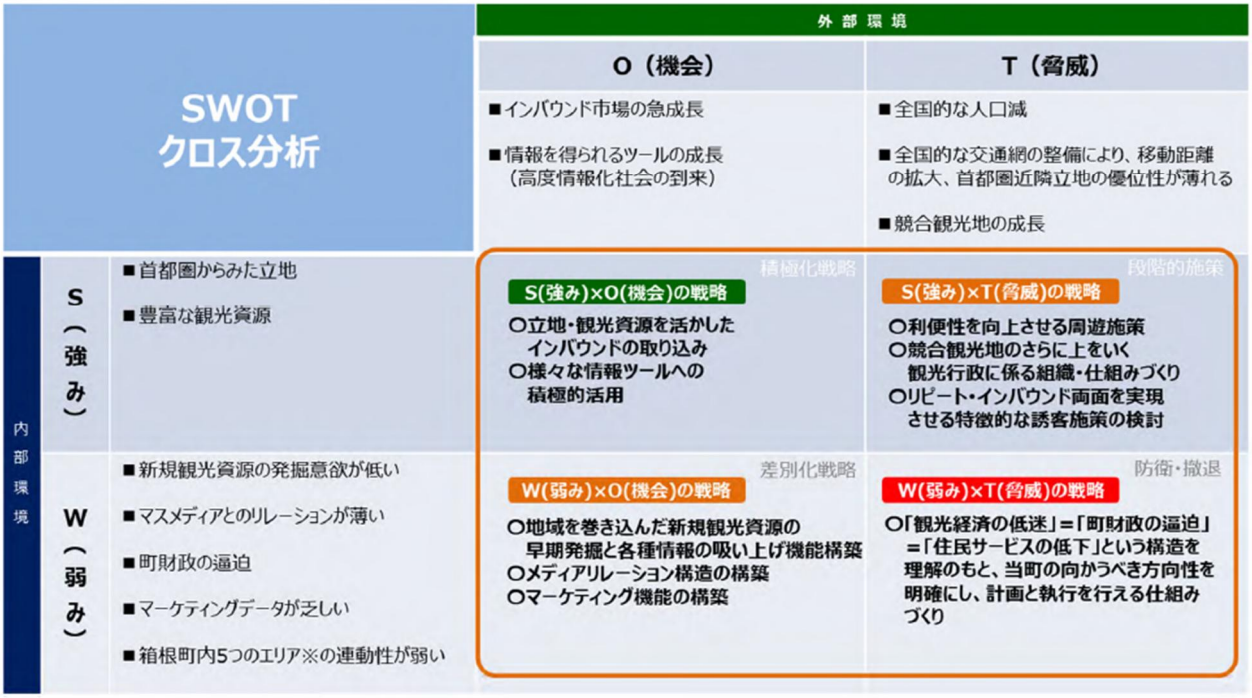
（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・首都圏からみた立地** **・豊富な観光資源**	**弱み（Weaknesses）** **・新規観光資源の発掘意欲が低い** **・町財政の逼迫**
外部環境	**機会（Opportunity）** **・インバウンド市場の急成長** **・情報を得られるツールの成長** **（高度情報化社会の到来）**	**脅威（Threat）** **・全国的な人口減** **・全国的な交通網の整備により、移動距離の拡大、首都圏近隣立地の優位性が薄れる** **・競合観光地の成長**

※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）。

様式１

箱根町の「観光産業」におけるSWOT分析



（３）ターゲット

○第１ターゲット層 東京都・神奈川県を中心とする首都圏からの来訪者
○選定の理由 KPI 設定にあたり、年１回の箱根町実施入れ込み観光調査、観光予報プラットフォーム、人口推計などのデータを活用し、分析を行った結果、箱根町の最大顧客と認識していた首都圏客（特に、東京都・神奈川県）（2017 年は、箱根町の観光客数の 63%であり、最大顧客）のシェアが右肩さがりで減少していくことが推計され、その結果、海外からの来訪者の増加を考慮しても、当 DMO がターゲットとして設定した 2030 年には、2017 年と比較して約 100 億円の観光消費額が減少するという予測となった。そのため、「東京都・神奈川県を中心とする首都圏からの来訪者の再奪取」と今回の分析から箱根への来訪者は、旅行目的数が多いほど満足度が高く、観光消費額が多いという結果から「旅行目的数 UP」という 2 項目を実現することが必須という結論となったため、特に大きな影響がある東京都・神奈川県から来訪者のシェアを 2017 年と同等に維持することと旅行目的数を増加させる施策として、観光素材強化、インフラ整備、観光プロモーション（ターゲットは、首都圏）を検討する。
○ターゲット層 東京都を訪問する外国人旅行者
○選定の理由、○取組方針 今後、特に海外からの観光客の増加が見込まれることから、アジア圏を中心として、多様な国籍の来訪者が本町を訪問する可能性を想定している。 KPI 設定にあたり、箱根に来訪する外国人の特徴を分析した結果、利用している入出国空港の 95%が成田・羽田空港ということで、東京都に立ち寄っていて、その中でも 1 回目の訪都外国人が多い国において箱根に来訪する外国人のシェアが高いこと、つまり、箱根は東京から最も行きやすい温泉地であることから、最初の東京旅行時に箱根もセットで旅行されていることが多いと考えられる。 上記結果より、箱根への外国人旅行者数を最大化するためには、以下 2 つの施策を推進していくことが必要と考えている。 ・新規獲得施策：東京で 2030 年までに最も増加数が多いと見込まれる国（例：中国、米国、タイ、インドネシア、豪州など）を対象に優先順位を決めてプロモーションを実施する。

・リピート施策：2030 年に最も多く訪都すると見込まれる国（例：中国、米国、台湾、タイ、韓国など）を対象に再訪を促すための現地施策・プロモーション施策を実施する。
○ターゲット層 東京都・神奈川県を中心とする首都圏以外からの来訪者
○選定の理由、○取組方針 本ターゲットは、箱根町への観光客数の 26%を占めているという結果であり、箱根のシェアとしては、1.5%前後で推移する状況になると推計されている。今回の KPI 設定にあたり、分析結果から、本ターゲットのシェアが、箱根の観光経済に影響を与える要素でもあることを確認しているが、国内に関しては、上記の第一ターゲットを最重要と判断しているため、そちらに注力し、第一ターゲットで実施した誘客施策で横展開可能な内容を適用していくような形で取り組みをしていきたいと考えている。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	ミッション（使命）： 官民一体 ALL 箱根の構造による箱根町観光経済の拡大・発展
②コンセプトの考え方	箱根町は箱根町第 6 次総合計画において「やすらぎとおもてなしのあふれる町―箱根」を将来像として掲げ、平成 23 年に「箱根町観光振興条例」を定め、「HOT21 観光プラン」を作成し、箱根町と(一財)箱根町観光協会と協力し、観光施策を行ってきた。しかし、平成 27 年に発生した箱根山(大涌谷)の火山活動が活性化し、一時的に観光需要が衰退したことを受けて、箱根町と(一財)箱根町観光協会がより強固な体制をつくり、観光産業のあり方を見直し、「観光地そのものを経営する」視点のもと、官民一体の ALL 箱根の構造で「観光地―箱根」の拡大・発展を目指し活動することとする。

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。	地域の観光関連事業者を集め、戦略推進、情報交換を含めたコミュニーションを図る場として、「戦略推進委員会」を毎月 1 回程度設けるとともに、観光関連事業者に対して、最新の動向情報、需要予測などの情報提供、勉強会などを通じたスキルアップを実施していく。
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	毎月 1 回の戦略推進委員会をベースとし、テーマ別プロジェクトを形成し、取り組みを行っている。DMO の業務執行、予算管理は、（一財）箱根町観光協会の理事会、評議員会（年 3 回程度）を通じて、チェックしている。また、箱根町では、「HOT21 観光プラン」の進捗管理として「HOT21 観光プラン推進委員会」が年 3～4 回程度開催されており、KPI などを含めた箱根町としての観光に関するチェックや見直しなどを実施する仕組みとなっている。
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	（火山活発化などの有事を除く）平常時の観光情報発信をＤＭＯ組織に一元化し、発信を行っていく。 情報の受信・発信機能の強化（メディアモニタリング、およびその評価の仕組み作り、広報担当者の実務習得、ブランド強化に向けたビジョン設定とメッセージ開発、メディアリレーションおよびインフルエンサ

	ーリレーション)、危機管理広報マニュアルの整備、危機管理能力・発信力の強化（クライシス・コミュニケーションに関するレクチャー、メディア・トレーニング、マスコミ対応レクチャー、クライシス対応シミュレーション・トレーニング）などを官民一体で習得して、各種イベント開催時のプロモーション（チラシやニュースリリース制作など）やメディアを通じて箱根の魅力を配信していただくためのニュースレターの配信などを実施している。 また、箱根を総合的に紹介するパンフレットとして「めぐる箱根温泉」を 2019 年度から作成開始し、「ナイトコンテンツキャンペーン」、「1 泊 2 湯キャンペーン」、「宿泊券（箱ぴたクーポン）プレゼントキャンペーン」などの展開や 2021 年度から開始したユニバーサルツーリズム PJT にて箱根に必要なユニバーサルツーリズムについての戦略設計・旅行弱者（バリアフリー対策）・喫煙所問題等の対応の取り組みなどを実施している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	297,791	298,703	299,623	300,529	302,046	302,046
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	296,292	278,417	332,542			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	4,734	4,749	4,763	4,787	4,806	4,808
		（702）	（739）	（776）	（814）	（851）	（888）
	実績	3,450	3,938	3,984			
		（42）	（343）	（492）			
●来訪者満足度（％）	目標	23	23	25	26	35	50
		（23）	（23）	（25）	（26）	（35）	（45）
	実績	44	41	43			
		（38）	（56）	（52）			
●リピーター率（％）	目標	78	78	79	79	80	80
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	81	81	77			
		（－）	（－）	（－）			

※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】
戦略推進委員会の分科会として、ＤＭＯ設立検討部会を設置し、ＤＭＯ先進事例の研究、箱根町におけるＤＭＯ組織の必要性を検討した。その過程において、必須ＫＰＩである各指標についての箱根町における有用性を検証し、平成 28 年度にサンプル調査を実施した。平成 30 年 4 月 1 日から活動開始した「箱根ＤＭＯ」にて、戦略推進委員会の分科会として、マーケティング部会を設置し、上記の平成 28 年度にサンプル調査も含めた各種データを活用して、ＫＰＩを含めた箱根マーケティング戦略を検討し、戦略を決定して毎年進化させている。

【設定にあたっての考え方】
以下目標値の設定に関しては、2030 年をターゲットとして予測を行い、その結果に対して各種データ（Web アンケート結果、各種 SNS データなど）を活用して分析を行い、2030 年の目標値を設定した。その値をベースとして、2018 年から 2030 年の 12 年間を一次近似と仮定して各年の目標値を設定した（ただし、リピーター率は、2017 年の観光入込人数（日帰り＋宿泊）と箱根観光ＷＥＢアンケート調査から算出したリピーター人数が、それ以降の各年で最低でも維持となるように設定）。

●旅行消費額
観光経済波及効果簡易推計システムを活用し、旅行消費額を算出。
観光客の消費単価については、平成 30 年事業報告からは、新設の箱根 DMO 観光診断書アンケート結果を主に活用するように変更。

●延べ宿泊者数

様式１

箱根町実施「観光客入込調査」、箱根 DMO 入込観光客推計、観光予報プラットフォーム、国・県の統計データ、シンクタンク報告書などを活用し、「宿泊客数」を設定。
令和 2 年が、前年と比較して減少する値となっているが、これは、推計のために係数として採用している人口推計や箱根への訪問シェアの値が、令和 2 年は、減少幅が大きいことが影響しているためである。
●来訪者満足度
平成 28 年箱根町観光協会実施「箱根観光ＷＥＢアンケート調査」より「箱根全体の旅行についての満足度」を問い、「大変満足している」、「満足している」と回答した率を算出していたが、平成 30 年事業報告からは、新設の箱根 DMO 観光診断書アンケート結果を主に活用するように変更。これにより計算方式が変更になったため、令和元年以降については、平成 30 年結果をベースとした目標値に変更した。
●リピーター率
平成 28 年箱根町観光協会実施「箱根観光ＷＥＢアンケート調査」より「これまでに箱根を来訪した回数」に「2 回以上来訪したことがある」と回答した率を算出していたが、平成 30 年事業報告からは、新設の箱根 DMO 観光診断書アンケート結果を主に活用するように変更。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●（例）住民満足度（%）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）宿泊施設の稼働率（%）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数（件）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）メディア掲載回数（回）	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	（ ）	（ ）	（ ）			
●	目標	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	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。
・・・

様式１

2024（Ｒ６） 年度	373,922,740（円）	【国市町村からの補助金】 117,224,000 円 【県市町村からの受託管理等収入】 131,883,000 円 【会費収入】 13,505,000 円 【収益事業収入】 88,758,000 円 【その他収入】 22,551,000 円
2025（Ｒ７） 年度	338,949,410（円）	【国市町村からの補助金】 83,250,000 円 【県市町村からの受託管理等収入】 134,645,000 円 【会費収入】 13,500,000 円 【収益事業収入】 93,837,100 円 【その他収入】 13,716,310 円
2026（Ｒ８） 年度	338,949,410（円）	【国市町村からの補助金】 83,250,000 円 【県市町村からの受託管理等収入】 134,645,000 円 【会費収入】 13,500,000 円 【収益事業収入】 93,837,100 円 【その他収入】 13,716,310 円
2027（Ｒ９） 年度	338,949,410（円）	【国市町村からの補助金】 83,250,000 円 【県市町村からの受託管理等収入】 134,645,000 円 【会費収入】 13,500,000 円 【収益事業収入】 93,837,100 円 【その他収入】 13,716,310 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	335,336,340（円）	【一般管理費】 46,120,548 円 【情報発信・プロモーション】 11,767,165 円 【受入環境整備等の着地整備（ガイド、観光 DX 等）】 48,825,534 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 31,945,483 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 4,293,418 円 【その他】 192,384,192 円
2023（Ｒ５） 年度	462,431,431（円）	【一般管理費】 51,393,312 円 【情報発信・プロモーション】 8,991,000 円 【受入環境整備等の着地整備（ガイド、観光 DX 等）】 101,400,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 12,574,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 3,345,000 円 【その他】 284,728,199 円
2024（Ｒ６） 年度	383,257,370（円）	【一般管理費】 45,011,824 円 【情報発信・プロモーション】 11,230,000 円 【受入環境整備等の着地整備（ガイド、観光 DX 等）】 13,354,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 20,378,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 5,000,000 円 【その他】 288,283,546 円
2025（Ｒ７） 年度	338,949,410（円）	【一般管理費】 52,707,000 円 【情報発信・プロモーション】

		11,230,000 円 【受入環境整備等の着地整備（ガイド、観光 DX 等)】 13,354,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ)】 20,378,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】 5,000,000 円 【その他】 236,280,410 円
2026（Ｒ８） 年度	338,949,410（円）	【一般管理費】 52,707,000 円 【情報発信・プロモーション】 11,230,000 円 【受入環境整備等の着地整備（ガイド、観光 DX 等)】 13,354,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ)】 20,378,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】 5,000,000 円 【その他】 236,280,410 円
2027（Ｒ９） 年度	338,949,410（円）	【一般管理費】 52,707,000 円 【情報発信・プロモーション】 11,230,000 円 【受入環境整備等の着地整備（ガイド、観光 DX 等)】 13,354,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ)】 20,378,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】 5,000,000 円 【その他】 236,280,410 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

・自主事業の展開
マーケティングデータや需要予測などを「箱根 DMO TOUCH!」として有料展開（2022 年より）
大涌谷引率入場事業の拡充（2022 年より）
視察、講演の有料化（2024 年より）
・賛助会費を継続的に頂くための箱根山内事業者等への提供価値の拡充

・箱根町営施設（関所等）の運営を継続的に受託できるためのサービスレベルの向上

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

箱根町は国立公園火山観光地、環境先進観光地として持続的に発展していくために箱根 DMO（一般財団法人箱根町観光協会）と連携して「官民一体 ALL 箱根」で主産業である観光の振興に取り組んでいる。取り組みの多くは 2023 年度に改定した箱根町の公式観光戦略である「第 2 次箱根町 HOT21 観光プラン実施計画（後期）」に基づいて多くの部分を箱根 DMO が実施し、PDCA を回している。今後もこの関係を維持発展させて、「官民一体 ALL 箱根」で取り組んでいきたい。

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）

【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）】区域が重複している（一社）かながわ西観光コンベンションビューロー（以下、KCVB と記す）とは、月に一度開催の KCVB 例会に参加し、箱根の状況報告などを含めた情報共有などを行っている。

【区域が重複する背景】

KCVB は、神奈川県西部の 2 市 8 町（小田原市、南足柄市、山北町、松田町、大井町、中井町、開成町、湯河原町、真鶴町、箱根町）を区域としてその区域を構成する地方公共団体と商工関係団体、観光関係団体、企業等で組織する平成 25 年から設置された「県西地域活性化推進協議会」から発展した「地域連携 DMO」であり、2 市 8 町の連携によるプロモーションによる誘客拡大や産業活性化を図っているため、我々、箱根 DMO も地域 DMO 登録前から一員として参加しているためである。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

マーケティングに関しては、箱根 DMO から KCVB に総合観光案内所来訪者データなどを例会にて提供し、県西部のマーケティングデータとして活用していただいており、プロモーションに関しては、箱根 DMO で実施する内容、KCVB で実施する内容などを両 DMO にて把握し、実施していることにより、重複する活動がないように努めており、役割分担はできていると考えている。

【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】

前述のように両 DMO が KCVB 例会などで情報共有を実施することにより、重複する活動がないように努めていることから、効率的、効果的な活動の遂行が現状でも実施できていると考えている。

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	鈴木　由佳
担当部署名（役職）	戦略推進部リーダー
郵便番号	〒250-0311
所在地	神奈川県足柄下郡箱根町 256
電話番号（直通）	0460-85-5443
ＦＡＸ番号	0460-85-6517
Ｅ－ｍａｉｌ	yuukyaku@hakone.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	箱根町　企画観光部観光課
担当者氏名	多田　直人
担当部署名（役職）	企画観光部観光課　副課長
郵便番号	〒250-0311
所在地	神奈川県足柄下郡箱根町 256
電話番号（直通）	0460-85-7410
ＦＡＸ番号	0460-85-6815
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.hakone.kanagawa.jp

（登録）【地域DMO】一般財団法人箱根町観光協会（「箱根DMO」）

様式2

記入日：　令和 7 年 7 月 25 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】
神奈川県足柄下郡箱根町
【設立時期】 平成25年4月1日
【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 理事長　勝俣　伸
【マーケティング責任者（CMO）】 佐藤　守
【財務責任者（CFO）】 真野　剛
【職員数】 66人（常勤65人（正職員17人・出向5人、契約職員他43人）、非常勤1人）
【主な収入】※総収入380百万円
収益事業約88百万円、委託事業約260百万円（R6年度決算）
【総支出】※総支出380百万円
事業費約300百万円、一般管理費約45百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
箱根町役場、神奈川県県西地域県政総合センター、小田原箱根商工会議所、箱根町各地域観光協会、箱根町商店連絡協議会、箱根温泉旅館ホテル協同組合、箱根町内の交通事業者（小田急箱根、伊豆箱根鉄道他）、箱根プロモーションフォーラム

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度	2027（R９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	297,791	298,703	299,623	300,529	302,046	302,046
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	296,292	278,417	332,542			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	4,734	4,749	4,763	4,787	4,806	4,808
		（702）	（739）	（776）	（814）	（851）	（888）
	実績	3,450	3,938	3,984			
		（42）	（343）	（492）			
●来訪者満足度（%）注1	目標	23	23	25	26	35	50
		（23）	（23）	（25）	（26）	（35）	（45）
	実績	44	41	43			
		（38）	（56）	（52）			
●リピーター率（%）	目標	78	78	79	79	80	80
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	81	81	77			
		（－）	（－）	（－）			

注1：「来訪者満足度」については、平成30年報告時からNPSによる目標値に変更

戦略

【主なターゲット】
東京都・神奈川県を中心とする首都圏からの来訪者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
「東京都・神奈川県を中心とする首都圏からの来訪者の再奪取」という目標を掲げ、当DMOでの分析から箱根への来訪者は、旅行目的数が多いほど満足度が高く、観光消費額が多いという結果から「旅行目的数UP」という2項目を実現することが必須という結論となったため、特に大きな影響がある東京都・神奈川県から来訪者のシェアを2017年と同等に維持することと旅行目的数を増加させる施策として、観光素材強化、インフラ（受入環境）整備、観光プロモーション（ターゲットは、首都圏）を検討する。
【観光地域づくりのコンセプト】
官民一体のALL箱根の構造による箱根町観光経済の拡大・発展

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・日本遺産箱根八里旧東海道のコンテンツ増強
・観光庁「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」
【受入環境整備】
・箱根観光デジタルマップ実装
・人材対策事業（経産省地域の人事部）
・HAKONE JAPAN(箱根全山英語サイト)の開設・多言語化
・ハイキングMAP英語版製作、既存多言語MAP改定
・HAKONE JAPANでの着地型ツアーの試験導入
・事業者の経営効率を高めるDXの導入
・オーバーツーリズム対策関連事業
・ユニバーサルツーリズム対応としてバリアフリー対策、
・グリーン・デスティネーションズ「世界の持続可能な観光地トップ100」に2年連続で選出。BUSINESS&MARKETINGでNO1

【情報発信・プロモーション】
・箱根DMOだよりの発行（2017年から6回／年発行）
・セールスプロモーション（ベトナム、台湾）参加
・箱根総合パンフレット「めぐる箱根温泉」の増刷

【その他】
・HOT21戦略ダッシュボードシステム構築と運用
・株式会社リクルートと箱根町の観光DX包括連携協定支援援
・箱根町、箱根DMO、日立システムズ観光DXを目的とした車両ナンバー検知AIを用いた交通量調査に関する包括連携協定に基づき、車流検知カメラの実装によるマーケティング分析
・マーケティングツール「箱根DMO　Touch!」機能拡張