

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 1 8 日

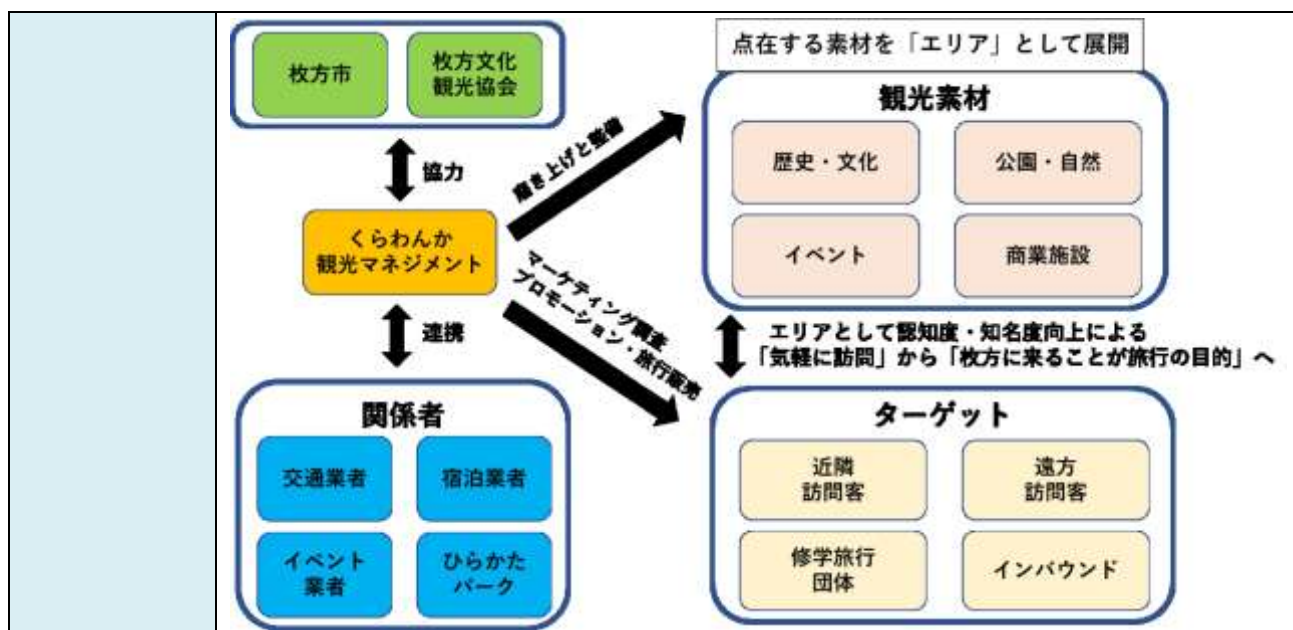
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	地域 DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) くらわんか観光マネジメント	
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 大阪府枚方市	
所在地	大阪府枚方市藤阪東町 4-1-5 6	
設立時期	令和 5 年 1 月 1 2 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	5 人【常勤 2 人、非常勤 3 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) 井關 拓史 (出身組織名) (株) BUG SOLU 代表取締役	一般社団法人水都くらわんか花火大会の代表理事として、地域の花火大会をゼロから作り上げる。観光に関わる関係各所との繋がりが豊富である。コロナ禍においては、地域のデリバリーサービスを立ち上げ、その他地域の様々なイベントの開催をサポートしている。
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） ※必ず記入すること	小野島 颯馬 (出身組織名) (株) BUG SOLU 取締役	株式会社 BUG SOLU の取締役兼 CMO。また個人事業主としてデザイン業も行っている。数字とデザインの両面を活かし、特にオンラインでのマーケティングやプロモーションの知見が深い。
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) 河本 昌信 (出身組織名) 一般社団法人古民家再生協会大阪	河本工業株式会社で常務取締役として枚方で 8 年間勤務。 また全国空き家アドバイザー協議会大阪府枚方支部の事務局長として活動している。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）	(氏名) 小山 裕貴 (出身組織名)	株式会社 BUG SOLU の取締役。

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	株式会社 BUG SOLU	音楽事業の会社でも役員を務めており、アーティストの宣伝担当をしてきたノウハウを持ち、フェスの運営経験、イベントの制作実績多数あり。
実務担当者	(氏名) 丸山 和代 (出身組織名)一般社団 法人古民家再生協会大阪	河本工業株式会社で設計、経理、現場管理を 22 年間担当し勤務、また空き家アドバイザー協議会大阪府枚方支部で事務次長として活動している。円滑な活動のため実務を担当。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	大阪府枚方市観光にぎわい部観光交流課(市全体の観光振興及び誘客促進)	
連携する事業者名及び役割	●京阪ホールディングス株式会社(一次交通) ●株式会社京阪レジャーサービス(ひらかたパーク運営会社)(着地型旅行商品造成、イベント協力) ●枚方信用金庫(事業推進のための資金調達に関する助言及び協力) ●株式会社マルキン(ひらかたサンプラザホテル事業主)(観光客受入) ●株式会社カンデオ・ホスピタリティ・マネジメント(カンデオホテルズ大阪枚方事業主)(観光客受入) ●枚方文化観光協会(誘客推進、情報発信等連携) ●北大阪商工会議所(情報発信、イベント開催等連携) ●株式会社 morondo(枚方つーしん運営会社)(情報発信、宣伝告知)	
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	●枚方市観光施策連携会議 DMO・枚方文化観光協会・枚方市と令和 5 年 7 月 28 日付で締結した協定書に基づき、枚方市観光施策連携会議を開催し、DMO が主となり未来ビジョンを示すなど枚方観光の推進に議論を深めている。 会議構成メンバーである枚方文化観光協会は、構成会員として京阪ホールディングスや市内旅行事業者などの多様な事業者で構成されていることから、上記会議における検討・決定事項においては、枚方市の観光を推進する為の主要な関係団体との協働も図ることができる仕組みとなっている。	
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	観光案内所内にて定期的に住民向けのワークショップを開催する。 他にも枚方市内でのツアー造成等の協力を地域住民に依頼。 地域住民との連携を目的とした協議会を開催予定。2025 年 2 月頃予定	

法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	「水都くらわんか花火大会」 実施日:2023 年 9 月 17 日 当 DMO 代表者である井關氏が、花火大会を主催・実施しており、大規模な花火大会として昨年で 2 回目の開催。 京阪電鉄車内の中吊り広告、駅構内へのポスター掲示、またテレビ番組（ABC テレビ）でも井關氏が取材を受け、その様子が放送された。約 25 万人来場。
	受入環境の整備	・2024 年 6 月オープンしたカンデオホテルズとの連携 ・2024 年 9 月観光案内所の開業→当 DMO が運営
	観光資源の磨き上げ	●ひらかた七夕まつり 日時:2023 年 7 月 7 日・8 日 枚方市が今まで開催していた七夕まつりのプロデュースを担当。 枚方市が七夕ゆかりのある街としてイルミネーションを使った幻想的なイベントを実施。 来場者数:2日合計 4710 人 ●リバーテラスくらわんか（「かわまちづくり」計画に係る実証実験） 【2023年度 1 回目】 日時:2023 年 10 月 7 日(土)10 時～16 時／8 日(日)10 時～16 時 【2023年度2回目】 日時:2023 年 11 月 3 日(金)10 時～16 時／4 日(土)10 時～16 時／5 日(日)10 時～16 時 【2023年度3回目】 日時:2024 年 1 月 27 日(土)10 時～16 時／28 日(日)10 時～16 時 場所:淀川河川公園枚方地区に隣接する高規格堤防上 主催:枚方市 主管:一般社団法人くらわんか観光マネジメント ・活動内容 高規格堤防上の活用方法を模索するための実証実験。ドッグラン、キッチンカー出店、くつろぎ空間の企画・運営を担当。堤防から見える夕陽を楽しんでもらうためのソファを設置してくつろげる場所を用意、ペットの散歩をしている方々を対象にしたドッグランを設置、河川敷に遊びに来ている方々や散歩している方やサイクリングしている方向けに軽食を取れるようにキッチンカーを誘引した。また、市民アンケートを取りニーズ調査を行った。

	1 回目来場者数: 1,229 人 2 回目来場者数: 1,943 人 3 回目来場者数: 1,156 人 ●ひらかたインバウンド観光モニターツアー 日時: 2023 年 10 月 29 日(日)9 時～17 時 場所: 枚方市観光地バスツアー 主催: 枚方市 主管: 一般社団法人くらわんか観光マネジメント ・活動内容 関西在住の外国人留学生を招き、枚方市内の観光資源を巡るバスツアーの企画・運営を担当。 観光ルートは、1.旧田中家鋳物民族資料館、施設見学と勾玉作り体験 2.野外活動センターにてかまど自炊 3.コスモスの里にてコスモス畑の見学、さつまいも、とうもろこし収穫体験 4.楠葉台場跡見学のルートで実施、参加者からバスツアーのアンケート収集。	
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）。	【定量的な評価】 水都くらわんか花火大会の来場者数は、枚方会場 18 万人、高槻会場 7 万人、合計約 25 万人の動員数。 専用 HP・SNS での告知、ボランティアを含む、関係者との連携による受入 環境整備の結果と考える。花火大会開催により、枚方市への訪問人口の大幅な拡大と地域消費が行われ、地域の活性化に大きく貢献することができた。 地域活性化・観光資源の磨き上げとして、淀川河川敷堤防上の実証実験を実施。飲食店の出店やアーティストによる音楽ステージ、くつろげるソファやテーブルの設置により来場する楽しみを造成し 3 回の実施で合計 4328 人が堤防を訪れた。 【実施体制の概要】 くらわんか観光マネジメントが、行政と協力し、各事業者（宿泊事業者、交通事業者、イベント事業者など）と連携した運営を実施。枚方市内に点在している各観光素材（歴史・文化、公園・自然、イベント、商業施設など）を、エリア（面）での展開をしていくことにより、認知度・知名度向上を図るとともに、枚方市全体での訪問人口拡大に取り組む。そのためには、DMO が中心となり、各素材の磨き上げとプロモーションを行い、各訪問客ターゲットに即した対策を実施していく。 【実施体制図】	



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】

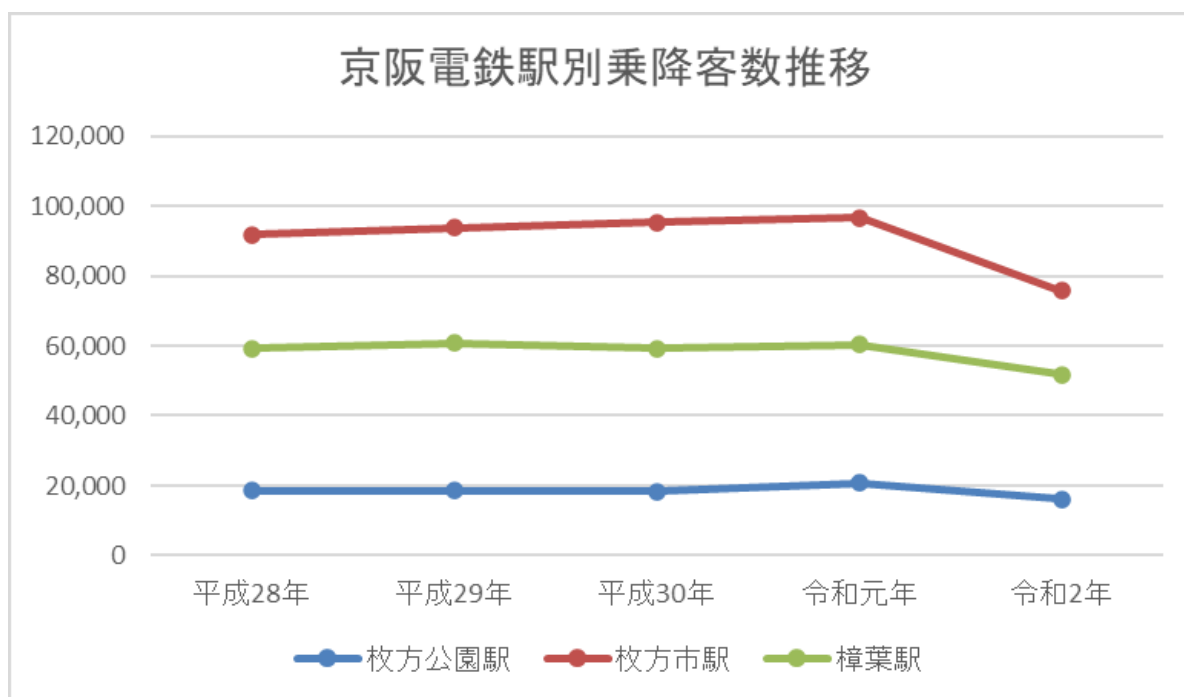


【区域設定の考え方】

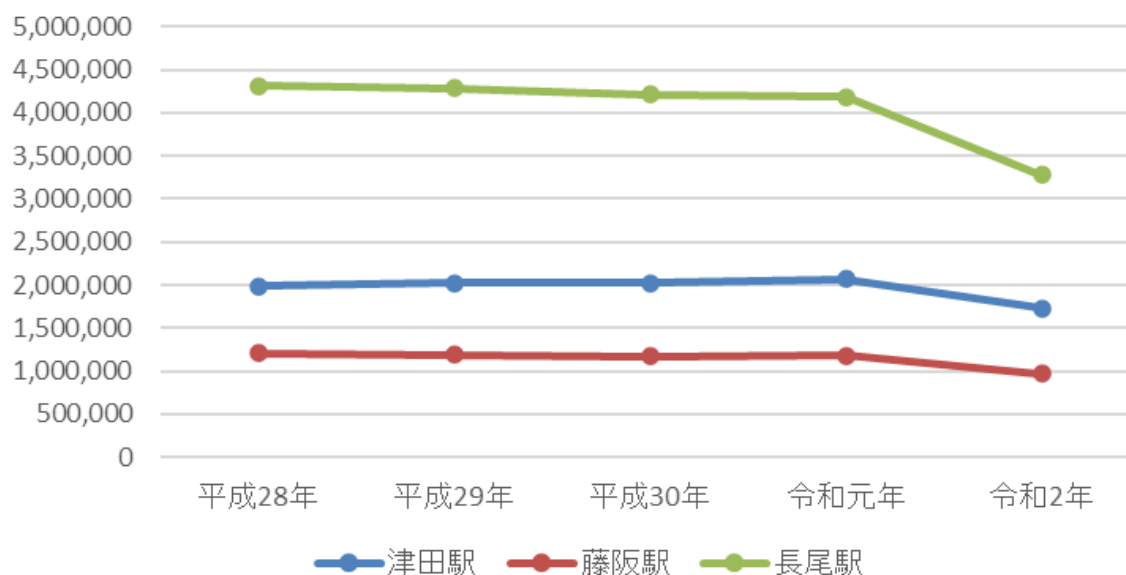
枚方市は大阪・京都の中間地点に位置し、交通アクセスの利便性に非常に優れている。その反面、枚方市には滞在せず、大阪・京都へ向かうための通過地点となってしまう現状も 否めない。枚方市都市計画マスタープランにおいても、枚方市を7つのエリア(北部・中部・中東部・中南部・東部・南西部・南部)に区分して策定されており、7つのエリアにはそれぞれ中心となる京阪電鉄やJR片町線(学研都市線)の駅が存在している。2025年の大阪・関西万博開催に向けて、「淀川舟運」を中心とした市内西部エリアの整備が進行中であり、海上輸送に伴う訪問人口の拡大が見込まれる。枚方市作成の「枚方市観光ロードマップ」でも示されているように、万博後も見据えた取り組みを継続的に実施していく必要があると考え、西部エリアだけではなく、市内各エリアに点在する観光素材を結び付け、面(エリ

ア)として素材を磨き上げること及び、訪問客への宣伝告知によるエリア全体での周知度・認知度向上を目指すことが必要であることから、枚方市全域を設定することが適切と考える。

【観光客の実態等】



JR片町線(学研都市線)駅別乗降客数推移



【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】

(公園・自然)

ひらかたパーク、山田池公園

(観光施設・歴史・文化) 枚方宿鍵屋資料館、淀川の舟運、旧田中家鋳物民俗資料館、禁野車塚古墳、牧野車塚古墳、百済寺跡、巖島神社末社春日神社本殿、交野天神社本殿・交野天神社末社八幡神社本殿、片埜神社本殿、樟葉台場跡

(商業施設)

枚方 T-SITE、くずはモール、ニトリモール枚方

(イベント、スポーツ)

- ・枚方宿くらわんか五六市(毎月第二日曜日開催。約 200 店舗が出店)
- ・七夕まつり(毎年7月開催)
- ・枚方まつり(毎年8月開催)
- ・水都くらわんか花火大会(2023年9月に開催。約25万人を集客)
- ・ひらかた菊フェスティバル(毎年秋頃開催)
- ・友好・交流都市物産展(毎年秋頃開催)
- ・新春走ろうかい(成人の日開催)

全国的に知名度が高い「ひらかたパーク」を中心に、歴史・文化を学ぶことができる枚方宿鍵屋資料館や旧田中鋳物民俗資料館があり、淀川の舟運や重要文化財である各神社など、観光コンテンツはあるが、場所が点在しているため、訪問客にとっての知名度が偏っている現状がある。そのため、点在する観光資源をエリアごとにまとめ、エリアとして訪問客へ宣伝告知する必要があると考える。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

●枚方市内の宿泊施設は3軒

1. ひらかたサンプラザホテル 72室
2. ファミリーロッジ旅籠屋・大阪枚方店 14室
3. カンデオホテルズ 139室 (令和6年6月開業)
4. ELE HOTEL 72室

【利便性:区域までの交通、域内交通】



【外国人観光客への対応】

- ・枚方市役所ホームページの多言語対応化
- ・公共施設等の都市施設の案内・サイン等の多言語化の推進
- ・わかりやすい公共交通の利用環境の推進

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。	行政からデータ収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	行政からデータ収集
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	WEB ツールを活用してデータ収集
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。	アンケート調査を自主事業として実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

枚方市の人口は平成 21 年をピークに減少に転じており、微減傾向が続いている。枚方市が実施した将来人口推計では、平成 25 年から令和 5 年までに約 14,400 人の減少、令和 25 年までに約 81,800 人の減少が予想されている。枚方市が抱える課題の一つに、大阪・京都の中間点という立地の問題がある。大阪・京都まで短時間でアクセスが可能という利点がある一方、好立地がゆえに枚方市が単なる通過点となっている現状があり、枚方市での消費や滞在につながりにくい状況となっている。この背景にはひらかたパークや枚方宿鍵屋資料館、淀川舟運を代表とする観光素材や、枚方 T-SITE、くずはモールといった商業施設があるが、枚方市内に点在しているため、個々の知名度はあるものの、周辺の施設・観光素材の認知度につながっておらず、訪問客は知名度が高いものに集中している状況がある。イベントについても、一過性イベントの展開が多く、継続的な集客につながっていない傾向にある。2025 年の大阪・関西万博開催に向け、また、万博後を見据えた枚方市への人流創出のため、枚方市の魅力向上を行うべく、観光地域づくり法人を中心として既存の観光資源の活用および磨き上げ、継続的な集客を実現できるイベントの開催等を実施することが重要である。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・大阪、京都の中間として交通アクセスが良い。 ・総合文化芸術センターやひらかたパーク、パナソニックアリーナなど集客施設が集中している。 ・淀川舟運に可能性がある。 ・東部地域に自然豊かな里山がある。	弱み (Weaknesses) ・大阪、京都の中間としてアクセスが良いため、通過点となる懸念がある。 ・地域内連携が不足し、観光資源が孤立している。連携を図るための核となる組織がない。 ・食、特産品が欠如しており、観光消費を促す仕掛けに欠ける。 ・文化財などの資源を活用できていない
外部環境	機会 (Opportunity) ・2025 年に大阪・関西万博が開催される。特に淀川舟運については万博会場と淀川が船でつながる予定。これに向けて国交省が主導する協議会が設立され、沿川の連携が図られている。 ・枚方市駅周辺の再開発が進められており、ホテルも建設される。 ・インバウンドの回復が見込める。	脅威 (Threat) ・淀川舟運は、天候や出水状況により欠航となることが多い。 ・近隣地域の開発および流出

(3) ターゲット

○第 1 ターゲット層 枚方市近隣エリアの訪問客
○選定の理由 現在、枚方市近隣の住民は土日・祝日などを京都や大阪といった大規模かつ知名度が高い観光地への訪問がメインとなり、枚方市への訪問人口が減少傾向にある。休日に遊びに訪れる場所として枚方市を選んでいただくことにより、枚方市への訪問人口・交流人口を拡大していきたい。
○取組方針 枚方市近隣の住民が、休日に気軽に遊びに訪れる場所とするため、満足度調査などの分析から、既存の観光コンテンツを魅力ある内容に磨き上げを行う。また、イベントの定期的な実施および情報発信や告知により、枚方市へ訪れるきっかけを創出し、枚方市周辺を中心に展開していく。

○第2ターゲット層 県外、日本国内遠方からの訪問客、修学旅行の誘致	
○選定の理由 枚方市近隣の訪問客が増加することにより、枚方市の知名度・認知度は上昇していくため、訪問いただく方の動機を「気軽に訪れる」から、「枚方市に来ることを目的」に昇華させていきたい。 ○取組方針第1ターゲットを獲得する中で、枚方市の観光コンテンツ、各種イベントは訴求力のあるものとなっていく。磨き上げた観光コンテンツやイベントを目的とした訪問客の拡大に向け、しっかりとした情報発信と、満足度調査の分析による不足点・改善点を洗い出し、より高品質な素材の提供を実施できるスキームを構築していく。2023 年度のカンデオホテルズの開業後は、宿泊施設が拡充されるため、修学旅行の誘致も行い、行先として選ばれる場所となるために、継続的な改善を行っていく。	
○第3ターゲット層 インバウンド	
○選定の理由 インバウンド需要は高まってきており、2025 年の大阪・関西万博開催時には訪問人口が一気に拡大することが見込まれる。万博開催にあわせて、大阪湾から淀川上流まで淀川舟運の周航を可能にするべく、淀川大堰閘門工事が進められており、完成後は万博会場と枚方市を結ぶ海上交通が可能となる。 ○取組方針 万博開催時における、インバウンド需要の確実な取り込みのため、開催前となる 2024 年のカンデオホテルズ開業による宿泊客受入数拡大を基軸に、枚方市への訪問目的となる観光コンテンツの磨き上げを実施していく。また、万博開催時は都市部周辺の宿泊施設が飽和状態になるため、受け皿としての枚方市宿泊施設利用も想定している。万博開催前、開催時、そして開催後も見据え、利便性が向上した海上交通による枚方市訪問機会の増加を確実に訪問人口増加につなげるため、各種観光資源との一体感を醸成し、提供していく。	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「楽しい」「おいしい」あふれる京阪奈のど真ん中
②コンセプトの考え方	大阪、京都、奈良の中間に位置する枚方市。淀川 舟運の中継港として栄えた歴史を有する枚方宿、東部の自然、百済寺跡、樟葉台場などの史跡や100 万人以上の集客力を持つひらかたパーク、水辺アクティビティを楽しめる広大な淀川河川公園、枚方 T-SITE やくずはモールといった大規模商業施設、大阪ブルテオン（旧：パナソニック パンサーズ 男子バレーボールチーム。2022-2023 は最上位の V1 リーグに所属）など多様な地域資源を有する。また、個性が光る飲食店が豊富に存在し、年間を通して様々なイベントが市民有志により開かれている。これらの地域資源を磨きつなぐことで、市民をはじめ近隣住民の日常を多様な「楽しい」「おいしい」で彩ることを目指す。また、京阪電鉄、JR 学研都市線、淀川舟運といった一大観光地とのアクセスを活かし、インバウンド向けのコンテンツを造成、PR することで枚方への来訪を実現していく。

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。	枚方市観光施策連携会議 DMO・枚方文化観光協会・枚方市と令和5年7月28日付で締結した協定書に基づき、枚方市観光施策連携会議を開催し、DMOが主となり未来ビジョンを示すなど枚方観光の推進に議論を深めている。 会議構成メンバーである枚方文化観光協会は、構成会員として京阪ホールディングスや市内旅行事業者などの多様な事業者で構成されていることから、上記会議における検討・決定事項においては、枚方市の観光を推進する為の主要な関係団体との協働も図ることができる仕組みとなっている。 ・令和5年8月25日（参加者10人） ・令和5年11月28日（参加者15人）大阪観光局連携 ・令和5年12月21日（参加者6人）カンデオホテルズ枚方連携
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	DMOが認定する枚方市発の企業や店舗の登録事業者を募り、登録事業者の物産、製品を枚方市観光案内所にて販売・取扱する仕組みを2024年9月から開始予定 2024年9月に新たな観光案内所 Syuku56 が開業。 開業後、地域住民参画したツアーの造成や、アンケート調査等で評価を行っていく。
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	DMOが携わる地域内の情報を一元的にHPやSNSを利用した効果的なプロモーションを実施する。 ・観光素材についてのHPやSNSでの発信 ・DMOが関わるイベントのHPやSNSでの発信

※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		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	-	-	158	166	174	183
		(-)	(-)	(-)	(48)	(50)	(54)
	実績	-	-	344			
		(-)	(-)	(25)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	-	-	26	540	552	564
		(-)	(-)	(-)	(9)	(10)	(12)
	実績	-	417	-			
		(-)	(-)	(1)			
●来訪者満足度 (%)	目標	-	-	-	85	88	90
		(-)	(-)	(-)	(85)	(88)	(90)
	実績	-	-	-			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率 (%)	目標	-	-	-	40	43	47
		(-)	(-)	(-)	(10)	(12)	(15)
	実績	-	-	-			
		(-)	(-)	(-)			

※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】

「観光庁資料 宿泊旅行統計調査」「大阪いらっしやいキャンペーン 2022 アンケート結果分析資料」「大阪府観光入込調査報告書」「大阪観光局 DMP データ」の数値を踏まえ、組織内で検討を行った。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額枚方市の旅行消費額実績データは取得できなかったため、「大阪いらっしやいキャンペーン 2022 アンケート結果分析資料」「大阪府観光入込調査報告書」を参照した。
枚方市を含む北河地地域の旅行消費総額平均は 6,015 円であり、この金額に宿泊者数を乗じた数値にて過去実績を策定。目標として、令和5年度に令和元年の数字まで回復させ、令和6年度以降は前年比 105%にて目標値を設定。

●延べ宿泊者数

枚方市単体の年間宿泊者数のデータは取得できず、「観光庁資料 宿泊旅行統計調査」を参照し、令和4年9月分の大阪府ビジネスホテルの稼働率推移をもとに、過去実績を算出。
コロナ前の令和元年は令和4年の宿泊者数の 132%（※観光庁令和4年宿泊旅行統計調査確定値から算出）であるから、枚方市では令和4年の数字を元に 130%を設定。

●来訪者満足度

枚方市単体のデータが取得できず、大阪府もしくは北河地地域としてのデータも入手できなかったため、過去実績および目標値が設定できていない。令和 6 年度より、当 DM0 独自にアンケート調査実施などにてデータ入手の予定であるため、令和 6 年度中に目標値を設定していく。

●リピーター率 来訪者満足度同様に、枚方市単体および大阪府、北河地地域としてのデータ入手ができていない ため、過去実績および目標値設定ができていない。令和 6 年度より当 DM0 独自に実施予定であるアンケート調査のデータをもとに、令和 6 年度中に目標値を設定していく。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●WEB サイトの アクセス状況 (回)	目 標	-	-	-	24,000	36,000	54,000
		(-)	(-)	(-)	(2,400)	(3,600)	(5,400)
	実 績	-	-	-			
		(-)	(-)	(-)			
●住民満足度 (%)	目 標	-	-	-	85	88	90
		(-)	(-)	(-)	()	()	()
	実 績	-	-	-			
		(-)	(-)	(-)			
●観光案内所 来訪者数 (人)	目 標	-	-	-	20,000	34,000	37,400
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	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】

来訪者満足度の向上だけを目的とせず、枚方市住民にも当 DM0 の取組みを理解していただき、当 DM0 の活動が地域の発展への貢献につながっていることの指標として、住民満足度を設定する。

令和 6 年度 9 月に開業する観光案内所により、観光の中心となるため観光案内所の来訪者数を目標設定する。

WEB サイトはインバウンドや市外、市民からの注目度を表す数字と捉え、アクセス分析もしやすくデータを活用できるため目標設定する。

【設定にあたっての考え方】**●WEB サイトのアクセス状況**

令和 6 年度の設定は一般的なコーポレートサイトのアクセス数が月 3,000～10,000 とすると、HP をオープンしたてということもあり、1 ヶ月 2000 回、年間 24,000 回アクセス目標

令和 6 年度以降は 150%増を設定。

●住民満足度

当 DM0 が実施したイベントでの住民アンケート 500 人の調査では 76%満足度が得られているとした。令和 6 年度以降は 85%を目標にする。

●観光案内所来訪者数

令和 6 年 月 2800 人×7 ヶ月(9 月～3 月)で 20,000 人の設定

令和 7 年 月 2800 人×12 ヶ月で 34000 人の設定

令和 8 年 34000 人の 10%増加の 37400 人の設定

令和 8 年以降毎年昨年対比 110%を目標とする。

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）
2021（R3） 年度	—（円）	【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等
2022（R4） 年度	—（円）	（円）
2023（R5） 年度	7,832,100（円）	【受託事業】 7,732,100 【市町村からの補助金】 100,000 （円）
2024（R6）	25,477,076（円）	【受託事業】 21,927,076（観光案内所開業準備及び運営）

年度		2,000,000 (イベント受託) 【収益事業】 500,000 【会費】 1,050,000 (円)
2025 (R 7) 年度	23,700,000 (円)	【受託事業】 14,000,000 (観光案内所運営) 2,000,000 (イベント受託) 【収益事業】 4,100,000 【会費】 3,600,000 (円)
2026 (R 8) 年度	25,500,000 (円)	【受託事業】 14,000,000 (観光案内所運営) 2,000,000 (イベント受託) 【収益事業】 4,100,000 【会費】 5,400,000 (円)

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R 3) 年度	— (円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等
2022 (R 4) 年度	— (円)	(円)
2023 (R 5) 年度	5,804,209 (円)	【一般管理費】 5,804,209 (円)
2024 (R 6) 年度	23,200,000 (円)	【一般管理費】 22,000,000 【イベント開催費】 1,200,000 (円)
2025 (R 7) 年度	20,400,000 (円)	【一般管理費】 14,000,000 【コンテンツ開発】 2,000,000 【マーケティング】 2,000,000 【イベント開催費】 2,400,000 (円)
2026 (R 8) 年度	20,400,000 (円)	【一般管理費】 14,000,000 【コンテンツ開発】 2,000,000 【マーケティング】 2,000,000 【イベント開催費】 2,400,000 (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

- ①観光案内所のサイネージとポスターやチラシの設置での広告料の売上を確保する。
月 20,000 円～×月 5 社目標 年間 120 万円
- ②DMO の HP より民間事業者が登録申請をすることで、該当事業者へ認定を与える。
登録事業者は観光案内所での委託販売や、HP での事業者の紹介を行う。
登録料は月 3,000 円 × 100 社目標 年間 360 万円
- ③枚方市内でのツアー企画。1 名あたり 5,000 円×1 回 30 名目標 ×年間 6 回 年間 90 万円
- ④市主催のイベントの運営委託 1 回 100 万円×2 回 年間 200 万円

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

大阪府枚方市は、一般社団法人くらわんか観光マネジメントを枚方市における地域 DMO として登録したいので、一般社団法人くらわんか観光マネジメントとともに申請します。

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）

重複しない

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小山 裕貴
担当部署名（役職）	理事
郵便番号	573-0027
所在地	枚方市大垣内町 3 丁目 3-6 桑原ビル 3 階
電話番号（直通）	080-1456-9494
F A X 番号	
E - m a i l	info@kurawanka-dmo.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	大阪府枚方市
担当者氏名	犬伏 基喜
担当部署名（役職）	観光にぎわい部 観光交流課（係長）
郵便番号	573-8666
所在地	大阪府枚方市大垣内町 2 丁目 1 番 20 号

電話番号（直通）	0 7 2－8 4 1－1 3 5 7
F A X 番号	0 7 2－8 4 1－1 2 7 8
E－m a i l	sanbun@city.hirakata.osaka.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
F A X 番号	
E－m a i l	

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
大阪府枚方市【設立時期】 令和5年1月12日
【設立経緯】
区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 井關 拓史
【マーケティング責任者(CMO)】 小野島 颯馬
【財務責任者(CFO)】 河本 昌信
【職員数】 5人(常勤2人、非常勤3人)
【主な収入】
収益事業 0万円、委託事業 773万円(令和5年度決算)
【総支出】
事業費 0万円、一般管理費 580万円(令和5年度決算)
【連携する主な事業者】
・京阪ホールディングス株式会社(一次交通)
・株式会社カンデオ・ホスピタリティ・マネジメント(観光客受入)
・枚方文化観光協会(誘客推進、情報発信等)
・株式会社morondo(ひらかたつーしん運営会社・情報発信・宣伝)

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月18日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	- (-)	- (-)	158 (-)	166 (48)	174 (50)	183 (54)
	実績	- (-)	- (-)	344 (25)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	26 (-)	540 (9)	552 (10)	564 (12)
	実績	- (-)	417 (-)	- (1)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	85 (85)	88 (88)	90 (90)
	実績	- (-)	- (-)	- (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	40 (10)	43 (12)	47 (15)
	実績	- (-)	- (-)	- (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
近隣エリアをメインとした府外、遠方からの
訪問客・・・近隣エリアの方が遊びに来る場所
として選んでもらう。
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
観光コンテンツの磨き上げ及び情報発信・・・
魅力ある内容に磨き上げ、イベントの実施、
及び情報発信・宣伝広告の整備
【観光地域づくりのコンセプト】
「楽しい」「おいしい」あふれる京阪奈のど真ん中

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・周遊ツアーの造成
・点在する観光資源をまとめる
・イベントの確立

【受入環境整備】
・2024年カンデオホテルズ開業
・淀川舟運

【情報発信・プロモーション】
・情報発信企業との連携
・SNSの専門家と連携

【その他】
・観光案内所の開業
→地域づくりの中心として
情報の集約、発信。
観光資源の磨き上げ
コンテンツの造成を行う。

