観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１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	（一社）淡路島観光協会	
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 兵庫県、洲本市、南あわじ市、淡路市	
所在地	兵庫県洲本市港 2-43	
設立時期	2010 年 4 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	１８人【常勤１２人（正職員８人・出向等４人）、非常勤６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） 木下　学 （一社）淡路島観光協会 会長 （出身組織名） （株）ホテルニューアワジ 代表取締役社長	（一社）淡路島観光協会の会長として、行政機関や経済・観光団体等、地域の各種団体とのパイプ役となっており、様々な取組で成果を挙げている。
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） 髙木　俊光 （出身組織名）	1983 年に株式会社ＪＴＢに入社し、2021 年に退職するまで数々の部署で様々な役職を歴任。国内旅行に関わる仕入・企画・造成・システム構築に携わるとともに、地域の宿泊施設や観光事業者・行政等と連携した新たな着地型観光商品の開発等を通じて観光による地域活性化の推進に従事。 2022 年 4 月より幅広い見識を生かし、淡路島のマーケティングに取り組んでいる。
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） 福浦　泰穂「専従」 （出身組織名） （一社）淡路島観光協会	平成 24 年 4 月に（一社）淡路島観光協会の事務局長に就任し、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っている。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右	（氏名） 福浦　泰穂「専従」 （出身組織名） （一社）淡路島観光協会	平成 24 年 4 月に（一社）淡路島観光協会の事務局長に就任。地域事業者とのパイプ役などを務め行政等との連携を図りながら、当協会が実施するプロモーションの中心的な役割を担っている

様式１

<table>
<tr><td>横に「専従」と記入すること</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
福浦　泰穂
（出身組織名）
（一社）淡路島観光協会</td><td>平成 23 年 10 月 28 日に、国内旅行業取扱管理者試験に合格。淡路島観光協会の事務局長として培った経験と知識を生かし、旅行商品の造成や販売の責任を担っている。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">兵庫県 淡路県民局 県民躍動室　　（観光全般）
洲本市 産業振興部 商工観光課　　（観光全般）
南あわじ市 産業建設部 商工観光課（観光全般）
淡路市 産業振興部 商工観光課　　（観光全般）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">般財団法人淡路島くにうみ協会（イベント共催）
洲本商工会議所、南あわじ市商工会、淡路市商工会、五色町商工会（観光振興、飲食事業）
洲本飲食組合（飲食事業）
農業協同組合、漁業協同組合（農商連携）
洲本温泉事業協同組合（観光振興）等　５１９観光事業者（協会会員数）</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①、②
淡路島観光協会は、構成員として宿泊業・観光施設・観光土産品関係・商工業・農水産業・運輸業・エネルギー関係等の約 500 の会員を有しており、既に多様な関係者による合意形成がなされている。
また、意思決定機関として総会・理事会があり、理事会は兵庫県・島内３市の行政のほか、宿泊関係・観光施設・土産関係・運輸関係等の主な観光関係者で構成されており、事業推進にあたっての合意形成の仕組みを既に構成している。</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">・令和 5 年 3 月に民学官一体となって新たな「淡路島総合観光戦略」を策定。戦略にもとづいて事業を展開している。
・島内の行政をはじめ、数十の各種団体で構成される「あわじ環境未来島構想推進協議会総会」で、淡路島総合観光船戦略について説明。
・「淡路島おもてなしの心コンテスト」や「創作料理コンテスト」を開催し、観光業に従事者のスキル向上やリーダー育成を図っている。
・全島を網羅的にガイドや多言語対応できるガイドなど、特に淡路島滞在中のスルーガイドが不足しており、淡路島ガイドを育成していく。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要（２０２０年度）</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>①観光キャンペーン／キャラバン事業
・はも道中（7 月：京都）
・ＷＥＢプロモーション
（夏のアクティビティのＰＲ）　　8・9 月
（冬の淡路島３年とらふぐ・水仙のＰＲ）1・2 月
・関西圏観光ＰＲイベント（3 月：大阪）
・首都圏観光ＰＲイベント（3 月：東京）　等
②観光イベントの主催／出展
・食のリレーイベントの開催（9～11 月：島内各地）　等
③インバウンド誘客促進事業
・ファムトリップの実施（通年：主にアジア）
・プロモーション動画制作
・ＷＥＢを活用したプロモーション　　等</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・島内各地の観光案内所運営事業
・レンタサイクル運営事業
・多言語対応ＥＶレンタカー導入事業</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

	・訪日外国人観光客受入セミナー（10 月・11 月） ・料理人セミナー（3 月）　等
観光資源の磨き上げ	・淡路島おもてなしの心コンテスト（3 月） ・創作料理コンテスト（3 月） ・食のリレーイベントの開催（9～11 月：島内各地） ・淡路島日本遺産の魅力を伝える人材の育成 ・サイクリスト受入に向けたモニターツアー（11 月）

事業	実施概要（２０２１年度）
情報発信・プロモーション	①　観光キャンペーン／キャラバン事業 ・はも道中（7 月：京都） ・ＷＥＢプロモーション ・関西圏観光ＰＲイベント（2～3 月：大阪） ・首都圏観光ＰＲイベント（ 3 月　：東京）　等 ②観光イベントの主催／出展 ・食のリレーイベントの開催（9～10 月：島内各地）　等 ③インバウンド誘客促進事業 ・ファムトリップの実施（通年：主にアジア） ・プロモーション動画制作 ・ＷＥＢを活用したプロモーション　等
受入環境の整備	・島内各地の観光案内所運営事業 ・レンタサイクル運営事業 ・訪日外国人観光客受入セミナー（2 月） ・料理人セミナー（1 月・2 月・3 月）　等
観光資源の磨き上げ	・淡路島おもてなしの心コンテスト（2 月） ・創作料理コンテスト（2 月） ・淡路島日本遺産の魅力を伝える人材の育成

事業	実施概要（２０２２年度）
情報発信・プロモーション	①　観光キャンペーン／キャラバン事業 ・はも道中（7 月：京都） ②観光イベントの主催／出展 ・全国宣伝販売促進会議に出展（9 月：神戸） ・ららぽーと秋旅フェスイベントに出展（9 月：大阪） ・食のリレーイベントの開催（9～11 月：島内各地） ③インバウンド誘客促進事業 ・ファムトリップの実施（通年：主にアジア） ・プロモーション動画制作 ・ＷＥＢを活用したプロモーション　等
受入環境の整備	・島内各地の観光案内所運営事業 ・レンタサイクル運営事業 ・食の伝導師の育成講座の開催（10 月・11 月：計 3 回） ・料理人セミナー動画を制作して配信　等
観光資源の磨き上げ	・淡路島おもてなしの心コンテスト（2 月） ・創作料理コンテスト（2 月） ・淡路島日本遺産の魅力を伝える人材の育成

様式１

事業	実施概要（２０２３年度）
情報発信・プロモーション	① 観光キャンペーン/キャラバン事業 ・はもキャンペーン懇談会（6 月：神戸） ・はも道中（7 月：京都） ・淡路島冬のＰＲ“淡路島 3 年とらふぐ”キャンペーン懇談会（11 月：神戸） ② 観光イベントの主催／出展 ・淡路島びらき“うずしお・桜鯛まつり”（2 月：島内） ・食のリレーイベントの開催（7～10 月：島内各地） ③ インバウンド誘客促進事業 ・淡路島ネットワーキングイベント開催（3 月：都内） ・ファムトリップの実施（通年：主にアジア） ・台湾新光三越「日本商品展」出展、台湾ＡＧＴ訪問　等
受入環境の整備	・島内各地の観光案内所運営事業 ・レンタサイクル運営事業 ・食の伝導師【職の背景を語れる観光従事者】育成動画作成、配信（島を代表する 12 の食材） ・淡路島発着高速バス検索アプリ「busmo」の運用　等
観光資源の磨き上げ	・淡路島ならではの本物体験コンテンツの造成、オンライン予約ルートの確立 ・淡路島おもてなしの心コンテスト（2 月） ・淡路島創作料理コンテスト（2 月） ・淡路島日本遺産の魅力を伝える人材の育成

事業	実施概要（２０２４年度）
情報発信・プロモーション	① 観光キャンペーン/キャラバン事業 ・はもキャンペーン懇談会（6 月：神戸） ・はも道中（7 月：京都） ・淡路島冬のＰＲ“淡路島 3 年とらふぐ”キャンペーン懇談会（11 月：神戸） ② 観光イベントの主催／出展 ・淡路島びらき“うずしお・桜鯛まつり”（2 月：島内） ・食のリレーイベントの開催（9～11 月：島内各地） ③ インバウンド誘客促進事業 ・淡路島ネットワーキングイベント開催（R7.3 月：都内） ・ファムトリップの実施（通年：主にアジア圏） ・タイ・バンコク旅行商談会へ参加、現地ＡＧＴ訪問　等 ・インフルエンサー等によるアジア・英語圏への SNS 情報発信

受入環境の整備	・島内各地の観光案内所運営事業 ・レンタサイクル運営事業 ・観光案内所への 13 か国語対応通訳タブレット配備 ・食の伝導師【職の背景を語れる観光従事者】育成動画作成、配信（島を代表する 8 の食材） ・淡路島発着高速バス検索アプリ「busmo」の運用　等 ・カーシェアリングの導入
観光資源の磨き上げ	・淡路島ならではの本物体験コンテンツの造成、オンライン予約ルートの確立 ・淡路島おもてなしの心コンテスト（2 月） ・淡路島創作料理コンテスト（2 月） ・淡路島日本遺産の魅力を伝える人材の育成

【定量的な評価】

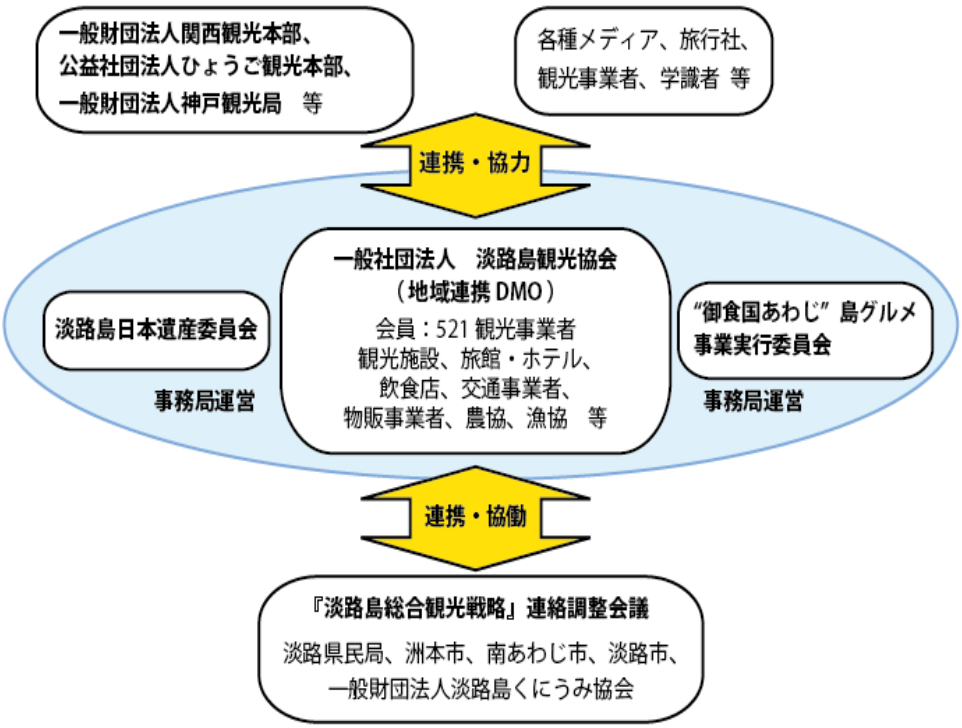
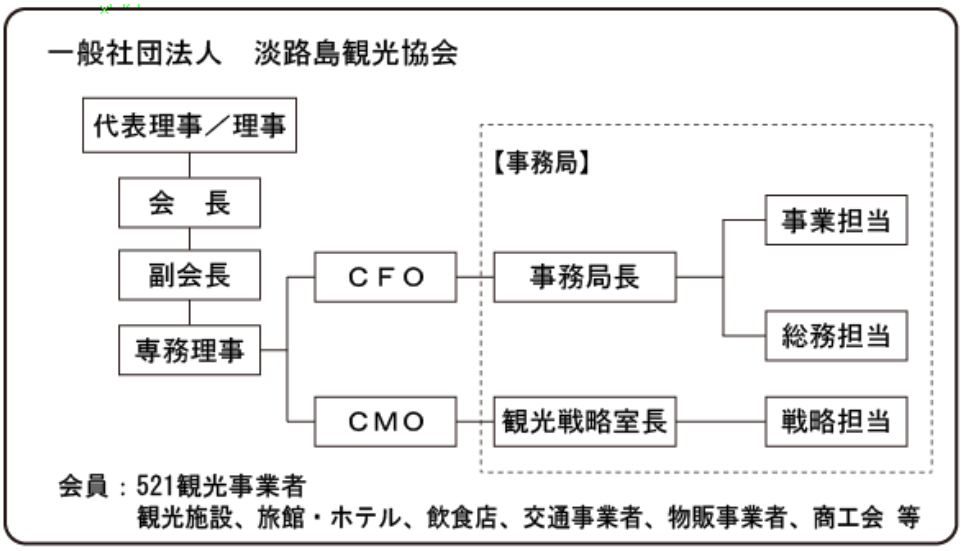
①島内観光入込客数

・平成 27 年：13,723 千人
・平成 28 年：12,777 千人
・平成 29 年：13,012 千人
・平成 30 年：12,567 千人
・令和 元年：12,603 千人
・令和 ２年： 8,043 千人
・令和 ３年： 9,588 千人
・令和 ４年：12,816 千人
・令和 ５年：13,333 千人
・令和 ６年：12,835 千人

②島内主要宿泊施設インバウンド宿泊者数

・平成 27 年：　54 千人
・平成 28 年：　43 千人
・平成 29 年：　37 千人
・平成 30 年：　30 千人
・令和 元年：　28 千人
・令和 ２年：　 0 千人
・令和 ３年：　 0 千人
・令和 ４年：　 7 千人
・令和 ５年：　19 千人
・令和 ６年：　17 千人

様式１

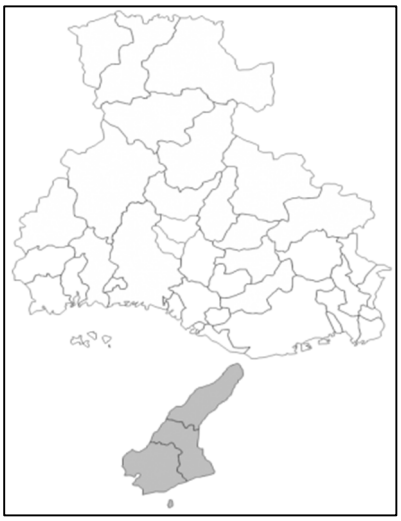
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 一般社団法人淡路島観光協会が母体となり、行政、宿泊飲食業者等の多様な関係者による合意形成や事業推進を行い、官民が密接に連携した運営を実施する。また、島内 3 市が個別に実施してきた事業についても統合し、淡路島一体となった観光プロモーション事業を展開する。 **【実施体制図】**  （実施体制図）令和 4.6.22～ 

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】

淡路島内３市



【区域設定の考え方】

島という特性上、区域を構成する地方公共団体が個別に観光振興を行うより、島として一丸となり、旅行商品の開発・観光 PR 等の取組を実施する事により、効果的な誘客を図る事ができるため、当該県・市で連携した区域設定とするのが適切と考えている。

【観光客の実態等】

・島内観光客入込数　（兵庫県観光客動態調査）　**令和６年度数値　：12,835 千人**
・島内宿泊客数　（兵庫県観光客動態調査）　**令和６年度数値　：　1,259 千人**
・インバウンド宿泊者数（島内主要宿泊施設調査）　**令和６年度数値　：　17 千人**

【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	ウェルネスパーク五色、うずの丘大鳴門橋記念館、淡路ファームパークイングランドの丘、国営明石海峡公園、北淡震災記念館、淡路ワールドパークONOKORO、兵庫県立淡路島公園、パルシェ香りの館・湯、ニジゲンノモリ、HELLO KITTY SMILE 等
自然・風景	鳴門海峡の渦潮、あわじ花さじき、灘黒岩水仙郷、立川水仙郷、明石海峡大橋、大鳴門橋、諭鶴羽山、慶野松原、大浜海岸 等
歴史・文化	伊弉諾神宮、淡路人形浄瑠璃、洲本城、沼島 等
食	たまねぎ、レタス、淡路牛、はも、淡路島３年とらふぐ、鯛、しらす 等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・洲本市：36 施設　・南あわじ市：51 施設　・淡路市：48 施設
※当協会会員事業者のみ

【利便性：区域までの交通、域内交通】

車で神戸から約 60 分、大阪・京都から約 90 分と大都市近郊に位置し、マイカーによるアクセスは良い。
公共交通機関を使った来島手段としては、三ノ宮・舞子等からの高速バス移動となる。
域内交通は、島内路線バス・タクシー・レンタカー・カーシェアなどの２次交通手段があり、配車アプリ「Uber」によるタクシーの配車も可能である。

【外国人観光客への対応】

・ＨＰの多言語化による発信
（英・繁体・簡体・韓国語に対応）
・多言語観光パンフレットの発行
・観光案内所４箇所に 13 ヵ国語対応のタブレット通訳機器を導入
・淡路島発着高速バス検索アプリ「busmo」英語版の制作
・配車アプリ「Uber」による２次交通対策
・台湾・香港等での旅行社エージェント訪問、ファムトリップの実施
・インバウンド富裕層対象の DMC とのネットワーキングイベント開催　等

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
島内観光入込客数	今後の観光施策の方針決定の参考となる重要な指数であるため	兵庫県観光客動態調査より収集
島内宿泊者数	同上	兵庫県観光客動態調査より収集
島内観光消費額	同上	兵庫県観光客動態調査より収集 別途、インターネット独自調査も実施
インバウンド宿泊客数	同上	島内主要宿泊施設より報告
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度等を把握するため	Google アナリティクスを活用して収集
観光客満足度調査	継続的なデータ収集・分析が必要な「来訪者のリピート率」及び「満足度」を把握するため	関西圏および関西以外でサンプルを抽出したうえで、インターネットによるアンケート調査

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

淡路島の人口は、ピークであった１９４７年の２２万７千人から、２０２５年２月１日現在、１２万１千人へと約４割以上減少し、６５歳以上の高齢者の割合も約３８．８％と兵庫県内でも高い地域となっている。

しかし、このような厳しい状況にあっても、淡路島への観光客数は２０１４年明石海峡大橋通行料金値下げ以降も好調に推移しており、近年では、島外資本による淡路島観光関連産業への進出などにより交流人口が拡大し、ブランド力のある「食」を支える農水産業も高齢化などの課題は抱えているものの兵庫県全体のなかでも主要生産地である。

一方で、これまで京阪神からの観光客がほぼ大半で、首都圏やインバウンドなど遠方からの観光客の割合が、他の観光地に比べて極端に少ない。

今後、さらに人口減少や超高齢化が進む市場のなかで、さらなる観光産業の持続的な発展を考えるうえで、京阪神だけに頼っていてることは大きな課題であり、さらなる成長、繁栄のためには首都圏やインバウンドなどの誘客が必要である。

これらの状況を踏まえ、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）が中心となって、既存の観光資源を活用した「淡路島ならではの本物体験」コンテンツの充実など、遠方からの誘客やインバウンド観光客の誘致を積極的に行い、交流人口の増加及び経済の活性化に繋げることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・国生み神話に彩られた歴史 ・人形浄瑠璃をはじめとする伝統文化 ・御食国と言われた豊富な食材 ・瀬戸内海国立公園・鳴門海峡の渦潮などの美しい自然 ・優れた泉質の温泉 ・神戸から 60 分、大阪・京都から 90 分と大都市近郊のロケーション ・関西圏からの多くの日帰りリピーター客の来島	**弱み（Weaknesses）** ・淡路島の認知度が関西圏に留まり、訪日外国人や首都圏等からの観光客（宿泊客）が極端に少ない。 ・休日に比べ、少ない平日宿泊客。 ・鉄道が無く、路線バスも少ない脆弱な２次交通 ・世界的・全国的な知名度を持つ観光名所が少ない。 ・施設等での多言語化やキャッシュレス化の遅れなど外国人受入環境が不十分
外部環境	**機会（Opportunity）** ・近隣（大阪・京都等）への訪日外国人観光客の大幅増 ・島外資本による観光開発など島内投資の増加 ・WORLD MASTERS GAMES 関西、大阪・関西万博、IR 開業など訪日旅行者増が見込まれる大イベント ・高齢者の活躍 ・高齢者マーケットの増加	**脅威（Threat）** ・高齢化のさらなる進展 ・人口の減少 ・労働力の不足

※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

〇第１ターゲット層
関西圏からのリピーター客

〇選定の理由
淡路島の観光は関西圏からのリピーターが大半であり、今後も基盤となる顧客層である。さらにF1層を含め、リピーターの増加が必要であると考える。
〇取組方針
SNSを中心とした新着情報や話題提供のほか、関西圏などのTVやメディアへの画像・映像提供を積極的に行うなどネットワークを拡大する。また、ターゲット層などに認知度の高い「京阪神エルマガ社」と協働して、「リシェ淡路島」発刊の編集協力や、Lmaga.Jpでの情報提供など、メディアを活用した誘客促進を図る。

〇ターゲット層
首都圏

〇選定の理由
　淡路島の宿泊客における首都圏比率はわずか6.5%で、他の観光地にくらべて極端に低い。また、国内の旅行者の約半数が首都圏発で、好奇心旺盛で知識の高い富裕層が多く、必ず宿泊旅行を伴うことから、域内周遊も絡めて観光消費額の向上につながる大きなマーケットである。
〇取組方針
旅行の目的となるコンテンツ、つまり「淡路島でないとできない本物体験」コンテンツを充実させ、オンライン予約販売チャネルの拡大とともに、首都圏等への認知拡大に向け、じゃらん・楽天などOTAをはじめ、旅行会社を絡めた誘客促進を図っていく。

〇ターゲット層
インバウンド（香港、台湾、シンガポール、欧米豪）

〇選定の理由
　インバウンドで溢れかえっている京都・大阪から、約90分というアクセスの良さで、アーバンリゾート的観光要素が充実している。距離感でいえば、関東でいうところの、東京→箱根（河口湖・日光）的存在に近い。
　また、特にインバウンド富裕層は観光消費額も多く、遠方からの観光客が増えることで、宿泊施設の平準化や島内周遊など滞在時間増加にもつながる。
　また、訪日外国人観光客の中でも、特に台湾・香港・シンガポール等の東南アジアは特にリピーターが多く、ゴールデンルート以外の地域へのニーズが高いことや、欧米豪に関しては、日本の歴史・文化に関心が非常に強く「はじまりの島」としての訴求力が強いと考えられる。
〇取組方針
「淡路島ならではの本物体験」コンテンツの充実や、オンライン予約サイトの多言語化、海外OTAサイトへの掲載のほか、インバウンド富裕層DMCとのネットワーキングイベントを開催し、DMCとのネットワーク構築、淡路島への招聘、淡路島観光協会がランドオペレーター的機能の発揮など。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	いのち輝く島　～個性が輝き続ける未来島～ 知られる観光地から選ばれる観光地への転換
②コンセプトの考え方	ひと、もの、文化、食等の淡路島に関わる多様な個性を「いのち」として育み、輝かせ、躍動させていくことにより、淡路島の魅力をさらに高めるとともに、「いのち」が交わり、支え合うことにより、「いのち輝く島」として、淡路島で生活する人々の豊かな暮らしの持続につなげていかなければならない。今後５年間の淡路島の観光振興を図るにあたっては、多様な個性が輝き続ける「いのち輝く島」をビジョン（めざす姿）として、「知られる観光地」から「選ばれる観光地」への転換を図ることを基本理念としその実現に向けて戦略を定め、戦略に基づいた行動を展開していく。

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。	※戦略の共有方法について記入すること
	一般社団法人淡路島観光協会は宿泊業・観光施設・観光土産品関係・商工業・農水産業などの多くの観光関係事業者が会員に加わっており、年間 5 回程度総会・理事会等で戦略の内容を共有している。 また、兵庫県・国・ひょうご観光本部・関西観光本部、せとうち DMO など広域的団体とも MTG などの機会を活用して、「淡路島総合観光戦略」の共有に努めている。
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	島内のサービス提供事業者を対象に、毎年、「おもてなしの心」「淡路島創作料理コンテスト」を開催し、お客様へのサービス向上と従事者のモチベーション向上に取り組んでいる。
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	SNS や多言語化対応の HP、観光パンフレットによる一元的な情報発信を行うとともに、海外での商談会への出展や首都圏でのネットワーキングイベントを実施している。

※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	190,000	190,000	132,000	137,000	142,000	147,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	126,100	167,900	集計中			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	2,000	2,000	1,280	1,330	1,380	1,430
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	1,229	1,227	1,259			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	90.5	91.0	93.5	94.0	94.0	94.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	91.9	92.7	90.4			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	89.7	90.0	84.0	87.0	90.0	90.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	74.7	78.2	76.1			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
目標年次・数値については、「淡路島総合観光戦略」及び「兵庫県新観光戦略」をもとに設定した。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
日帰り客・宿泊客の各消費額をもとに算出。

●延べ宿泊者数
兵庫県全体の目標数値（兵庫県新観光戦略）における伸び率等をもとに算出。

●来訪者満足度
１年以内に淡路島を観光に来られた人を対象にしたインターネット調査結果を踏まえ、
前年数値の０．５%増を目標に算出。R9 は一旦 R7 と R8 と同数値に設定。
今後、不満足の数値を向上させて行く必要があり、数値上昇は鈍化する見込みと考える。

●リピーター率
１年以内に淡路島を観光に来られた人を対象にインターネット調査の結果、
実績は低迷しており、R9 には R5 目標設定数値（90.0）を達成できるよう設定。

様式１

（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
●Web サイトのアクセス状況（回）	目標	2,326,329	2,396,000	4,500,000	5,000,000	5,500,000	5,500,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4,539,700	3,928,801	3,728,652			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●住民満足度（%）	目標	76.0	76.0	75.0	75.0	75.0	75.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	55.2	64.1	56.6			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●観光入込数（千人）	目標	15,000	13,000	14,000	14,500	15,000	15,500
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	12,816	13,333	12,835			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●外国人宿泊客数（千人）	目標	150	150	290	390	490	590
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	7	19	17			
		（ ）	（ ）	（ ）			
	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】
目標年次・数値については、淡路島総合観光戦略及び兵庫県新観光戦略をもとに設定した。

【設定にあたっての考え方】
●Ｗｅｂサイトのアクセス状況
アクセス数の実績が減少傾向にある。コンテンツ等の充実を図りアクセス増加を目指す。
R9 目標は、いったん R8 と同数値に設定。

●住民満足度
兵庫県実施の「兵庫のゆたかさ指標」を参考に、兵庫県全体数値（兵庫県新観光戦略で 75.0%）を参考に目標として設定。

●観光入込客数
R6 実績が R4・R5 並みのため、前回（昨年）設定数値を R9 にスライドさせて設定。

●外国人宿泊客数
兵庫県全体の伸び率（兵庫県新観光戦略）219%を参考に、目標を設定。

様式１

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）
2022（Ｒ４）年度	135,139,561（円）	【県補助金・負担金】 19,853,488（円） 【市補助金・負担金】 75,671,608（円） 【その他負担金・委託金等】 5,482,858（円） 【会費収入】 11,477,170（円） 【事業収入】 13,109,395（円） 【収益事業収入】 9,545,042（円）
2023（Ｒ５）年度	133,942,551（円）	【県補助金・負担金】 18,381,751（円） 【市補助金・負担金】 74,231,366（円） 【その他負担金・委託金等】 5,132,744（円） 【会費収入】 11,734,390（円） 【事業収入】 13,620,600（円） 【収益事業収入】 10,841,700（円）
2024（Ｒ６）年度	145,898,528（円）	【県補助金・負担金】 15,706,911（円） 【市補助金・負担金】 63,536,890（円） 【その他負担金・委託金等】 29,998,387（円） 【会費収入】 11,313,060（円） 【事業収入】 15,960,248（円） 【収益事業収入】 9,383,032（円）
2025（Ｒ７）年度	115,000,000（円）	【県補助金・負担金】 15,000,000（円） 【市補助金・負担金】 60,000,000（円） 【その他負担金・委託金等】 6,200,000（円） 【会費収入】 10,900,000（円） 【事業収入】 12,900,000（円） 【収益事業収入】 10,000,000（円）
2026（Ｒ８）年度	115,000,000（円）	【県補助金・負担金】 15,000,000（円） 【市補助金・負担金】 60,000,000（円） 【その他負担金・委託金等】 6,100,000（円） 【会費収入】 11,000,000（円） 【事業収入】 12,900,000（円） 【収益事業収入】 10,000,000（円）
2027（Ｒ９）年度	115,000,000（円）	【県補助金・負担金】 15,000,000（円） 【市補助金・負担金】 60,000,000（円） 【その他負担金・委託金等】 6,100,000（円） 【会費収入】 11,000,000（円） 【事業収入】 12,900,000（円） 【収益事業収入】 10,000,000（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	128,941,531（円）	【誘客促進事業】 【広報・宣伝事業】 【観光基盤整備事業】 【人件費】 【収益事業費】 【その他】	37,296,984（円） 12,885,951（円） 48,511,512（円） 13,126,656（円） 10,425,726（円） 6,694,702（円）
2023（Ｒ５）年度	130,152,778（円）	【誘客促進事業】 【広報・宣伝事業】 【観光基盤整備事業】 【人件費等】 【収益事業費】 【その他】	40,579,991（円） 11,228,852（円） 25,855,110（円） 30,189,020（円） 13,199,121（円） 9,100,684（円）
2024（Ｒ６）年度	148,368,990（円）	【誘客促進事業】 【広報・宣伝事業】 【観光基盤整備事業】 【人件費等】 【収益事業費】 【その他】	38,852,271（円） 12,352,567（円） 21,926,730（円） 36,079,097（円） 10,647,180（円） 28,511,145（円）
2025（Ｒ７）年度	115,000,000（円）	【誘客促進事業】 【広報・宣伝事業】 【観光基盤整備事業】 【人件費等】 【収益事業費】 【その他】	32,000,000（円） 9,500,000（円） 30,000,000（円） 32,000,000（円） 9,700,000（円） 1,800,000（円）
2026（Ｒ８）年度	115,000,000（円）	【誘客促進事業】 【広報・宣伝事業】 【観光基盤整備事業】 【人件費等】 【収益事業費】 【その他】	40,500,000（円） 9,500,000（円） 30,000,000（円） 32,000,000（円） 9,700,000（円） 1,500,000（円）
2027（Ｒ９）年度	115,000,000（円）	【誘客促進事業】 【広報・宣伝事業】 【観光基盤整備事業】 【人件費等】 【収益事業費】 【その他】	40,500,000（円） 9,500,000（円） 30,000,000（円） 32,000,000（円） 9,700,000（円） 1,500,000（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

・会費収入
・自主事業収入（広報誌広告掲載、食品や物産品の販売 等）
・国、県、島内３市等からの補助金・負担金
・島内旅行プランのＯＴＡ販売に係る手数料収入
上記の財源により安定的な運営資金の確保を図る。

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

県・３市・当協会で組織する「淡路島総合観光戦略 2023-2027」に、「推進体制と検証体制の確立」項目の一番最初に、「DMO 登録法人である淡路島観光協会を中心に、県、市、関係団体等それぞれも実施主体となって相互に協力して推進」と記載されており、全者で一致している。

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）か】

該当なし

【区域が重複する背景】

該当なし

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

該当なし

【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】

該当なし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	地白　雅則
担当部署名（役職）	観光戦略室
郵便番号	656-0027
所在地	兵庫県洲本市港 2-26 洲本市健康福祉館１Ｆ
電話番号（直通）	0799-22-0742
ＦＡＸ番号	0799-24-4470
Ｅ－ｍａｉｌ	m-chishiro@awaji-kankou.or.jp

様式１

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	兵庫県淡路県民局
担当者氏名	由良　一成
担当部署名（役職）	県民躍動室（室長）
郵便番号	656-0021
所在地	兵庫県洲本市塩屋 2-4-5
電話番号（直通）	0799-26-2040
ＦＡＸ番号	0799-24-6934
Ｅ－ｍａｉｌ	kazunari_yura@pref.hyogo.lg.jp

都道府県･市町村名	洲本市
担当者氏名	粟井　文章
担当部署名（役職）	産業振興部 商工観光課（課長）
郵便番号	656-8686
所在地	兵庫県洲本市本町 3-4-10
電話番号（直通）	0799-24-7613
ＦＡＸ番号	0799-23-0978
Ｅ－ｍａｉｌ	Fumiaki_Awai@city.sumoto.lg.jp

都道府県･市町村名	南あわじ市
担当者氏名	濵田　直人
担当部署名（役職）	産業建設部 万博・観光戦略室（室長）
郵便番号	656-0492
所在地	兵庫県南あわじ市市善光寺 22-1
電話番号（直通）	0799-43-5221
ＦＡＸ番号	0799-43-5321
Ｅ－ｍａｉｌ	naoto_hamada@city.minamiawaji.lg.jp

都道府県･市町村名	淡路市
担当者氏名	伊東　範尚
担当部署名（役職）	産業振興部　商工観光課（課長）
郵便番号	656-2292
所在地	兵庫県淡路市生穂新島 8
電話番号（直通）	0799-64-2542
ＦＡＸ番号	0799-64-2530
Ｅ－ｍａｉｌ	norihisa_ito@city.awaji.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人 淡路島観光協会

様式２

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
兵庫県、洲本市、南あわじ市、淡路市
【設立時期】 2010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】 木下　学
【マーケティング責任者（CMO）】 高木　俊光
【財務責任者（CFO）】 福浦　泰穂
【職員数】 18人（常勤12人（正職員8人・出向等4人）、非常勤6人）
【主な収入】
補助金・負担金・委託金（県・市など） 109百万円（6年度決算）
【総支出】 事業費 112百万円、一般管理費　36百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
一般財団法人淡路島くにうみ協会、商工会議所、各市町商工会、農業協同組合、漁業協同組合　など

戦略

【主なターゲット】
①関西圏からのリピーター客
②首都圏
③インバウンド（香港、台湾、シンガポール、欧米豪）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①SNS、在版TVやメディアを活用した情報発信。「京阪神エルマガ社」と協働して淡路島特集本発刊や「Lmaga.Jp」からの発信
②旅行目的となる「淡路島ならではの本物体験」コンテンツの充実、OTAや旅行会社と連携・活用した誘客促進
③「淡路島ならではの本物体験」予約サイトの多言語化、海外OTAサイトへの掲載のほか、インバウンド富裕層DMCとのネットワーク構築、淡路島への招聘、淡路島観光協会のランドオペレーター化
【観光地域づくりのコンセプト】
知られる観光地から選ばれる観光地への転換

KPI（実績・目標）

記入日：　令和7年7月31日

※（　）内は外国人に関するもの。

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	190,000（　）	190,000（　）	132,000（　）	137,000（　）	142,000（　）	147,000（　）
	実績	126,100（　）	167,900（　）	集計中（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	2,000（　）	2,000（　）	1,280（　）	1,330（　）	1,380（　）	1,430（　）
	実績	1,229（　）	1,227（　）	1,259（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90.5（　）	91.0（　）	93.5（　）	94.0（　）	94.0（　）	94.0（　）
	実績	91.1（　）	92.7（　）	90.4（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	89.7（　）	90.0（　）	84.0（　）	87.0（　）	90.0（　）	90.0（　）
	実績	74.4（　）	78.2（　）	76.1（　）	—	—	—

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・「淡路島ならではの本物体験」造成
・オンライン予約ルートの確立
・淡路島おもてなしの心コンテストの開催
・創作料理コンテストの開催
【受入環境整備】
・「食の伝道師」（食の背景を語れる観光従事者の育成
・島内各地の観光案内所運営事業
【情報発信プロモーション】
・はも道中の開催
・ファムトリップの実施
・羽田ー徳島空港活用ｷｬﾝﾍﾟｰﾝ

【本物体験造成：海ホタルショー】

【FAMﾄﾘｯﾌﾟ】

【食の伝道師学習動画「ウニ」編】