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	一般社団法人　関東広域観光機構	
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 福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、 新潟県、山梨県、長野県の 1 都 10 県	
所在地	神奈川県横浜市港北区新横浜 2 丁目 13－4 神交共ビル 4 階	
設立時期	2015 年 4 月 1 日 ※2018 年 2 月 26 日 法人化	
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	6 人【常勤 6 人（出向等 6 人･正職員 0 人）】	
代表理事	田川 博已 (出身組織)東京商工会議所副会頭･株式会社 JTB 元相談役	1971 年株式会社日本交通公社入社。2008 年 6 月代表取締役社長、2019 年 11 月より東京商工会議所副会頭･観光委員長。現在は(株)JTB 取締役相談役でもある。 JATA 会長･日観振副会長･WTTC 副会長などの要職を経て我が国の観光業界の発展に尽力、国内外の観光に高い知見と幅広いネットワークを有している。
専務理事	小堀 明夫（専従） (出身組織)東日本旅客鉄道株式会社	1989 年東日本旅客鉄道株式会社入社 JNTO サンフランシスコ事務所派遣を経て、鉄道利用促進、沿線観光開発、顧客満足向上、Sica に係る業務に従事。2017 年シンガポールを拠点に ASEAN 地域からのインバウンド誘客を推進する「東南アジア営業センター」の開設に携わり、以後 ASEAN 地域からのインバウンド誘客に従事。2022 年 11 月より現職。
事務局長 （CFO 兼任）	高橋 健一郎（専従） (出身組織)株式会社ＪＴＢ	1988 年株式会社 日本交通公社入社 団体旅行日本橋支店にて法人営業（課長）、2002 年東日本営業本部マネージャー、2010 年教育事業局長、2014 年株式会社 JTB 本社 PLUS 事業チームマネージャー（事業統括部長）兼 株式会社日本ポイントアネックス 取締役、2017 年株式会社 J&J 事業創造/ギフト カード推進本部長に就任。2025 年 4 月より現職。
プロジェクト総括 （CMO 兼任）	畑山 博康（専従） （出身組織）日本空港ビルデング株式会社	1987 年株式会社長野放送入社、1992 年 JAL 日本航空株式会社へ転職。マーケティング企画部･空港運営企画部マネージャー･関西空港支店総務部部長等を経て、2014 年 株式会社エージーピー取締役、2019 年地域航空サービスアライアンスLLP事務局長、2023 年経団連 21 世紀政策研究所主任研究員を務め、2024 年に JAL を退職し日本空港ビルデング株

様式１

		式会社入社。羽田未来総合研究所出向で地域創生・観光を担当し、2025 年 6 月より現職。
事務局次長 （連携事業）	鈴木 伸一（専従） (出身組織)株式会社日本旅行	1987 年株式会社日本旅行入社 大宮団体旅行支店で主に団体営業（一般団体、教育旅行団体など）を担当、1997 年埼玉支店営業課長、2005 年埼玉教育旅行支店長、2009 年宇都宮支店長、2014 年（一社）日本旅行業協会（JATA）関東支部事務局長に就任。 2017 年 4 月より現職。
事務局次長 （ＣＤＯ兼任）	秋田 仁寿（専従） (出身組織)京浜急行電鉄株式会社	1992 年京浜急行電鉄株式会社入社、2010 年東京観光財団派遣、2015 年グループ戦略室課長、2020 年横浜市役所国威園芸博覧会推進室課長、2022 年広報マーケティング室課長、2025 年新しい価値共創室参事。2025 年 7 月より現職。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	◆連携する一都十県の窓口は以下のとおり。 福島県 観光交流局観光交流課 茨城県 営業戦略部観光誘客課 栃木県 産業労働観光部観光交流課 群馬県 産業経済部戦略セールス局観光リトリート推進課 埼玉県 産業労働部観光課 千葉県 商工労働部観光政策課 東京都 産業労働局観光部企画課 神奈川県 国際文化観光局 観光課 新潟県 観光文化スポーツ部国際観光推進課 山梨県 観光文化・スポーツ部観光振興課 長野県 観光スポーツ部観光誘客課 【役割】管内自治体とりまとめ、幹事として各種運営会議に参加、会費による財源拠出	
連携する事業者名及び役割	事業者名(構成員):全 94 団体(2025 年 5 月時点) ※添付資料参照 役割:当法人を通じて活動・目的を共有すること、事業連携や戦略策定への助言、誘客促進事業等の連携、官民協働して広域関東の観光振興に取組むこと	
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	① 総会:都道府県、地方自治体及び民間事業者を構成員とする本機構総会が最高意思決定機関。理事会で決議された事業計画・予算計画等を報告し議決。また構成員より幅広く意見を聴取し、事業執行への反映を行う(最低年 1 回開催) ② 理事会:総会において選任された理事による重要事項の検討及び承認を行う会議体、事業計画や予算計画の審議、事業進捗状況の報告・確認、事業実施結果の評価等行い合意形成を図っている。(年 4 回程度以上開催) ③ 分科会:理事会の指示を受けて各種事業運営等に関してより具体的な内容について検討し、理事会に対して答申を提言する機能を持つ会議体 ④ ワーキンググループ会議(以下「WG」) ◆都県会議(1都 10 県 WG):一都十県の代表者との会議、事業方針や実施事業の検討、補助事業の紹介、意見交換等のほか理事会での審議事項の事前検討など(年 4 回程度開催) ◆民間会議(民間 WG):民間企業が参加する会議体。事業方針や実施事業の検討、補助事業の紹介、意見交換、有識者講演等を通じた勉強会等(年 1 回程度開催)	

<table>
<tr><td></td><td>◆鉄道会議(鉄道 WG):鉄道会社など交通機関が参加する会議台。鉄道を中心とする交通事業者との事業方針や実施事業の検討、補助事業の紹介、意見交換、有識者講演等を通じた勉強会等(年 1 回程度開催)
◆ＤＭＯ連絡会議：エリア内の全ＤＭＯ対象、機構の戦略共有・マーケティング・コンテンツ開発・情報の交換などを目的に運輸局と開催
◆その他必要に応じて WG 会議を開催</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>地域住民レベルまでは及ばないが、各種事業を推進していく中で、自治体や地域の観光関係事業者に対してインバウンド向けの商品造成・プロモーション計画の策定を通じて、ターゲット国別のニーズや新たな旅の潮流等に関する意識改善をはかってきた。2021 年度以降は一都十県内の地域連携 DMO・地域 DMO との「DMO 会議」を関東運輸局・北陸信越運輸局と開催し域内 DMO との連携を進めている。
また JNTO、財団法人日本交通公社、UNWTO などを招請して会員向けセミナーを実施し、サステナブルツーリズム、コロナ後のインバウンド施策等に関する講演を行うなど、地域づくりに関する意識啓発・参画促進に取り組んでいる。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>【2018 年～2024 年の主な事業】
・サステナブルツーリズムを訴求したSNS情報発信事業
・広域観光拠点地区観光プロモーション
・台湾プロモーション及びブロガー招請事業
・モデルコース紹介インフルエンサー招聘事業
・台湾誘客事業(旅行博出展等)
・東南アジア誘客事業(旅行博出展等)
・香港・中国誘客事業
・茨城県・栃木県エリアへの訪日台湾教育旅行誘致事業
・TOKYO＆AROUND TOKYO 認知度向上事業
・2019ラグビーW杯出場国からの訪日誘客促進のための関東域内観光プロモーション事業
・地方公共団体の観光資源 PR イベント
・東京オリパラを契機とした Tokyo & Around Tokyo デジタルプロモーション
・鉄道で巡る関東広域周遊促進事業
・上越新幹線沿線プロモーション事業
・国外向け戦略的な情報発信プロモーション(高度人材活用)
・サステナブルツーリズムを訴求した Tokyo & Around Tokyo デジタルプロモーション事業、英語サイト記事制作事業(欧米豪市場)
・関東広域観光機構 英語サイト・リニューアル事業
・八ヶ岳エリアのインバウンド誘客事業
・高尾山・リニア地区への欧米豪誘客事業</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>【2018 年～2024 年の主な事業】
・台湾教育旅行ガイド育成事業
・サイクリング誘客促進事業</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		・複数の観光地を結ぶ路線バスを活用した周遊促進事業 ・モデルコース紹介ツール作成 ・TEC内HP予約システム構築によるTEC及びその周辺観光地への外客誘客促進 ・ヘルスツーリズムによる鬼怒川温泉滞在を軸としたゲートウェイとの連携強化 ・インバウンド対応力アップセミナー ・広域関東学生インバウンド旅行企画コンテスト ・関東広域のデジタルコンテンツ収集機能等拡張事業 ・TOKYO＆AROUND TOKYO訪日教育旅行誘致事業 ・秩父・横瀬寺坂棚田受入環境整備 ・台湾訪日教育旅行促進事業
	観光資源の磨き上げ	【2018 年～2024 年の主な事業】 ・国立公園尾瀬を起点とした周遊観光促進事業 ・関東一円を周遊させるカスタマーニーズに沿った推奨ルート策定事業 ・「TOKYO WESTSIDE」滞在型コンテンツ造成事業 ・広域関東サイクリング整備促進事業 ・秩父地域における「メープル」コンテンツ調査・造成事業 ・宇都宮ナイトライブコンテンツ造成事業 ・交通系ICカードを活用した「ところざわサクラタウン」内外の旅客回遊促進事業 ・NIKKO YAMABUSHI BIKE TOUR 造成事業 ・鉄道を利用した広域関東コンテンツ造成事業 ・信越圏(長野・新潟)バイシクルツアー旅行商品流通環境整備事業 ・埼玉・群馬県訪日台湾教育旅行誘致事業 ・川越コンテンツ造成事業 ・日光の自然と文化を満喫するアドベンチャーツアー造成事業 ・欧州富裕層に対する滞在コンテンツ造成事業 ・歴史トレイルウォーキング商品造成事業 ・上越新幹線「リアルゴールデンルート（金の道）」でのアドベンチャーツーリズム
	調査事業	【2018 年～2024 年の主な事業】 ・広域関東DMOにおける中期計画策定支援事業 ・広域関東圏を対象とした訪日外国人旅行者周遊状況の把握 ・訪日外国人旅行者の受入態勢強化を想定したキャッシュレス環境と実態調査 ・訪日外国人旅行者の鉄道利用実態調査 ・欧州富裕層向け滞在コンテンツ造成のための調査事業 ・関東広域ソーシャルリスニング深堀調査事業

【定量的な評価】
コロナ禍以降インバウンド観光客は激減したが順調な回復基調にある。
コロナ前の 2019 年度を 2024 年度と比較すると、これらの施策を実施した効果は以下の通りである。

◆宿泊者数

万人泊	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2024/2019 年
福島県	21.4	8.7	3.4	3.8	21.3	29.3	137%
茨城県	21.7	5.2	2.4	5.5	23.7	22.7	105%
栃木県	35.4	6.2	2.4	6.5	43.4	35.1	99%
群馬県	29.2	7.0	1.7	4.6	31.6	29.3	100%
埼玉県	21.9	3.9	2.6	5.7	17.0	21.6	99%
千葉県	479.8	114.1	59.7	85.1	321.9	434.8	91%
東京都	2,935.0	500.3	153.6	677.5	4,363.7	4,743.3	162%
神奈川県	324.8	59.4	24.4	50.9	322.6	384.4	118%
新潟県	48.0	25.5	3.0	8.7	34.5	43.5	91%
山梨県	205.4	35.6	2.4	16.7	142.3	153.4	75%
長野県	157.7	52.6	6.2	17.9	149.3	157.4	100%
合計	4,280.3	818.5	261.8	882.9	5,471.3	6,054.7	141%

◆消費額

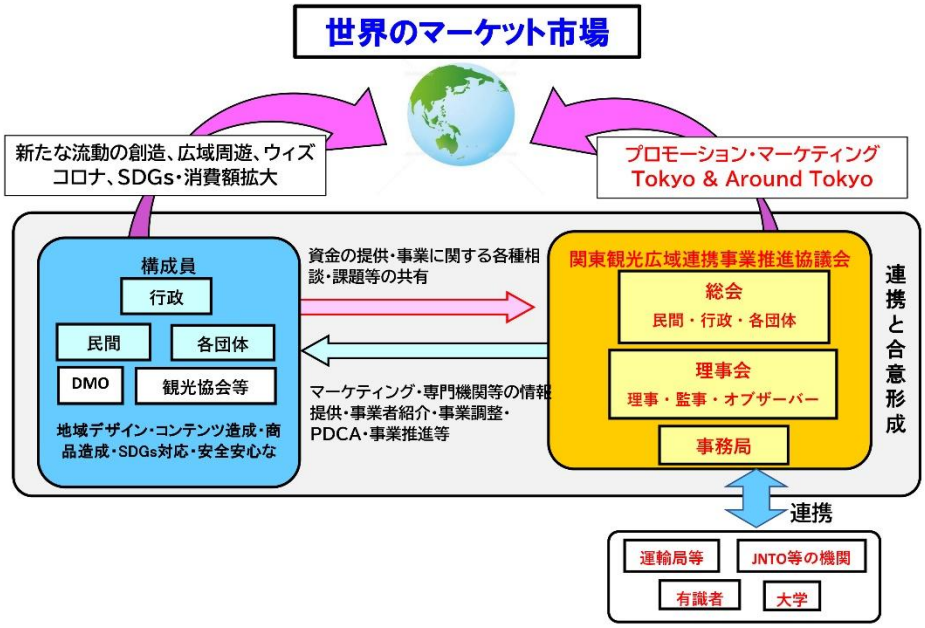
億円	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2024/2019 年
福島県	43	（未集計）	（未集計）	（未集計）	52	72	167%
茨城県	146	（未集計）	（未集計）	（未集計）	92	150	103%
栃木県	153	（未集計）	（未集計）	（未集計）	109	163	107%
群馬県	86	（未集計）	（未集計）	（未集計）	54	102	119%
埼玉県	234	（未集計）	（未集計）	（未集計）	135	277	118%
千葉県	1,662	（未集計）	（未集計）	（未集計）	1,344	2,649	159%
東京都	15,388	（未集計）	（未集計）	（未集計）	15,761	28,701	187%
神奈川県	1,260	（未集計）	（未集計）	（未集計）	898	1,898	151%
新潟県	98	（未集計）	（未集計）	（未集計）	58	167	170%
山梨県	325	（未集計）	（未集計）	（未集計）	340	707	218%
長野県	463	（未集計）	（未集計）	（未集計）	244	658	142%
合計	19,858	（未集計）	（未集計）	（未集計）	27,117	35,544	179%

様式１

【実施体制の概要】

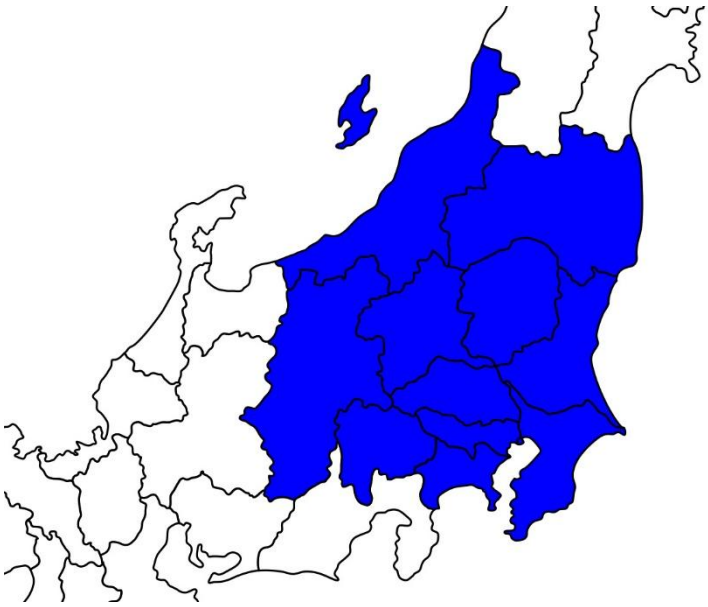
会員は、地方公共団体、経済団体、観光関連団体、民間企業等（会員 94 団体）から構成。

会員その他から 25 名の理事を選出、理事会を開催し協議会の経営方針・事業内容などを議論して決定、事務局が実施していく体制をとっている。



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】



【1都10県】
福島県、茨城県、栃木県
群馬県、埼玉県、千葉県
東京都、神奈川県、 新潟県
山梨県、長野県

様式１

【区域設定の考え方】
当機構は 2015 年 4 月に設置した「関東観光広域連携 キャンペーン事業推進協議会」を母体としている。この団体は全国で唯一、観光広域連携組織のなかった関東地域においてインバウンド向けに魅力発信を行う事を目的として設立しており、その後、キャンペーン協議会を広域的かつ多角的な組織に発展させ多様な業種の連携により関東の観光力向上を図ることを目的に構成員を追加募集、2018 年 3 月に一般社団法人化、2019 年 3 月に広域 DMO に認定(観光庁第 10009 号)された。
2018 年に事務局を横浜市に設置し、行政（都県）・団体・民間からの理事の選任および当協議会の定款等を策定し組織体制を強化し、インバウンド観光客に特化した DMO として活動を行っている。

【観光客の実態等】

万人泊	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2024/2019 年
福島県	21.4	8.7	3.4	3.8	21.3	29.3	137%
茨城県	21.7	5.2	2.4	5.5	23.7	22.7	105%
栃木県	35.4	6.2	2.4	6.5	43.4	35.1	99%
群馬県	29.2	7.0	1.7	4.6	31.6	29.3	100%
埼玉県	21.9	3.9	2.6	5.7	17.0	21.6	99%
千葉県	479.8	114.1	59.7	85.1	321.9	434.8	91%
東京都	2,935.0	500.3	153.6	677.5	4,363.7	4,743.3	162%
神奈川県	324.8	59.4	24.4	50.9	322.6	384.4	118%
新潟県	48.0	25.5	3.0	8.7	34.5	43.5	91%
山梨県	205.4	35.6	2.4	16.7	142.3	153.4	75%
長野県	157.7	52.6	6.2	17.9	149.3	157.4	100%
合計	4,280.3	818.5	261.8	882.9	5,471.3	6,054.7	141%

◆消費額

億円	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2024/2019 年
福島県	43	(未集計)	(未集計)	(未集計)	52	72	167%
茨城県	146	(未集計)	(未集計)	(未集計)	92	150	103%
栃木県	153	(未集計)	(未集計)	(未集計)	109	163	107%
群馬県	86	(未集計)	(未集計)	(未集計)	54	102	119%
埼玉県	234	(未集計)	(未集計)	(未集計)	135	277	118%
千葉県	1,662	(未集計)	(未集計)	(未集計)	1,344	2,649	159%
東京都	15,388	(未集計)	(未集計)	(未集計)	15,761	28,701	187%
神奈川県	1,260	(未集計)	(未集計)	(未集計)	898	1,898	151%
新潟県	98	(未集計)	(未集計)	(未集計)	58	167	170%
山梨県	325	(未集計)	(未集計)	(未集計)	340	707	218%
長野県	463	(未集計)	(未集計)	(未集計)	244	658	142%
合計	19,858	(未集計)	(未集計)	(未集計)	27,177	35,544	179%

様式１

◆2024 年　国籍別訪問者数(万人)

	2024 年	2019 年比
A 東アジア	2,043.5	113.2%
韓国	450.2	185.9%
中国	819.1	80.5%
台湾	528.9	141.8%
香港	245.3	141.8%
B 東南アジア	637.1	131.4%
タイ	153.0	92.3%
シンガポール	97.6	167.2%
マレーシア	78.3	143.2%
インドネシア	90.4	144.4%
フィリピン	117.0	158.5%
ベトナム	100.9	145.0%
C 欧米豪	422.2	+2.3%
欧州	297.4	119.5%

	2024 年	2019 年比
英国	73.1	97.5%
フランス	72.4	125.4%
ドイツ	58.0	150.4%
イタリア	40.3	136.5%
スペイン	36.1	141.1%
ロシア	17.6	78.0%
北米	572.1	162.2%
米国	463.8	161.2%
カナダ	108.3	166.9%
オセアニア	180.5	150.5%
豪州	180.5	150.5%
D その他	43.0	133.4%
関東広域合計	3,773.6	124.0%

◆2024 年　国籍別消費額(億円)

	2024 年	2019 年比
A 東アジア	16,905	151.1%
韓国	2,608	208.3%
中国	8,122	110.8%
台湾	3,744	229.4%
香港	2,431	249.9%
B 東南アジア	4,181	189.8%
タイ	935	134.5%
シンガポール	937	247.4%
マレーシア	496	216.8%
インドネシア	605	229.8%
フィリピン	707	256.9%
ベトナム	500	138.4%
C 欧米豪	10,160	233.5%
欧州	2,770	180.2%

	2024 年	2019 年比
英国	814	169.2%
フランス	668	179.3%
ドイツ	555	212.3%
イタリア	332	211.0%
スペイン	268	207.2%
ロシア	134	98.7%
北米	5,858	270.4%
米国	4,952	274.5%
カナダ	906	250.3%
オセアニア	1,532	236.3%
豪州	1,532	236.3%
D その他	3,935	162.1%
関東広域合計	35,544	179.0%

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
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	グーグルアナリティクス
人流・動態統計	訪日外国人旅行者の動態を把握し戦略に生かすため	モバイル空間統計
県別・国籍別訪日客入込数 県別・国籍別宿泊者数 県別・国籍別消費額 県別・国籍別旅行意向等に関する調査のほか、必要とするデータ	基礎データとして掌握するとともに、施策展開の基礎資料として活用するため	各種オープンデータ、独自調査等

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

関東圏においては 2030 年には人口が現在よりも 150 万人減少、2040 年には 400 万人まで減少すると予想されている。あわせて 65 歳以上の高齢化率は 2020 年の 27.1%から 2030 年は 29.3%、さらに 2040 年は 33.8%に達すると予想されている。このためツーリズム産業への影響は計り知れないものがある。

このような環境下で裾野の広いツーリズム産業の衰退は地域経済に及ぼす影響が非常に大きく、国内観光だけでカバーできない部分は積極的に海外から観光客を誘致することが求められている。

このような背景のもと、当機構は単県や基礎自治体では本格的に取り組めないマーケティングや、プロモーションなどの事業分野を中心に広く連携することで、インバウンド観光客に対するラケット効果を発揮しエリア内での消費額の最大化と、アフターコロナにおける安全安心な旅の提供とツーリズム産業におけるサステナビリティーの向上を目指すこととしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・インバウンド観光客の 40%以上がお膝元の成田・羽田空港を利用 ・鉄道・高速道路網などが高度に整備されておりエリア内の移動が至便 ・都市観光、博物館から歴史・アドベンチャーまで多様な観光資源を有し同時に点在している ・四季を通じての通年観光が可能な地域である ・DX 時代に対応した Wi-fi 等の設備が比較的充実している	弱み（Weakness） ・東京都への一極集中が非常に顕著であり、未だ周辺エリアへ観光客を分散できていない ・エリア全体のマーケティング力が弱い ・インバウンド観光に対する課題の温度差が大きい ・SDGs に対する意識が欧米と比較すると低い ・観光分野において広域で連携するという歴史が浅い ・多言語対応力が弱い
外部環境	機会（Opportunity） ・ラグビー、オリパラで「Tokyo」の国際的認知度は大きく向上した ・2029 年度には、成田空港滑走路の延伸・増設が予定されている ・その他、首都圏内の鉄道・地下鉄・道路網の整備計画がある ・2027 年には、GREEN Expo が開催される	脅威（Threat） ・Tokyo 周辺部の認知度が低い ・Tokyo 周辺部の受け入れ施設や環境の整備が不十分 ・大阪万博による関西圏への観光客の流出 ・安全・安心、サステナブルツーリズム、SDGs 等への意識と対応が遅れている ・常にカントリーリスクにさらされている

（３）ターゲット

○第１ターゲット層
欧米豪（米国・カナダ・英国・フランス・ドイツ・豪州）

●第一ターゲットに選定の理由
日本に入国する欧米豪の約 80%が成田・羽田空港を利用していること、また入国後約 60%が東京・神奈川・千葉にて宿泊していること、他地域に比べると欧米豪の方が旅行消費額において高く地域経済への効果も高い事、旅行博等で比較的アプローチしやすいアジアと比べるとプロモーション分野では複数の都県が連携した方が効果的であるため。

●取組方針
コロナ禍前の 2018・2019 年は、ラグビーワールドカップを契機とした競技開催地の都県・基礎自治体と連携し多くのプロモーシ ョンを実施。2020～2021 年にかけてはオリンピック・パラリンピックに合わせたプロモーション等を検討していたがコロナの影響で無観客開催となり大幅縮小せざるを得なかったのが残念。
一方でコロナ禍の 2020 年より Facebook・Instagram を通じて域内 1 都 10 県の観光コンテンツに係る情報発信を開始。2023 年度からは、アカウントテーマとして「サステナブルツーリズム」を包含する域内観光コンテンツを取り上げターゲット市場である米・英・豪の情報発信を実施。2024 年度事業終了時点でフォロワーが Facebook は 16.5 万人、Instagram は 7.6 万人となっている。2025 年度においても同一テーマでの情報発信・プロモーションを継続する。
今後は、各種調査の分析結果、JNTO のアドバイスなどを取り入れ、サステナブルツーリズムを念頭に、観光消費拡大の面で効果が期待出来る高付加価値旅行やアドベンチャーツーリズムの分野にも注力していく。

【第2ターゲット層】
東・東南アジア（台湾・タイ・中国・韓国・ベトナム・インドネシア・香港）

●選定の理由
同ターゲット層は我が国における訪日外国人の約 70%を占める。このうち関東エリアでの宿泊は 30%程度である。
このターゲット層は欧米豪に比較すると旅行消費額は少なく平均滞在日数も短いものの、訪問者数では欧米豪を圧倒していること、近場である事からリピート率が高く、新たな目的地への来訪意欲が極めて高いことから地域経済への波及効果が期待できるため。

●取組方針
当機構では、2016 年からこれらのターゲット国に対して広域周遊ルート事業を立ち上げ、事業を推進しモニター調査等を実施するとともに分析結果を用いて各都県と連携したプロモーション事業活動を行ってきた。
特にタイ・台湾においては、2017・2018 年度 VJ 地方連携事業において地域と連携して、現地の旅行博を通じて広域関東圏として各地域のプロモーション及び現地旅行会社へのセールスコール等を実施、現地との交流を深めてきた。
コロナ禍によりこれらの事業についてはいったん休止状態となったが、アフターコロナに向けてアジア圏でも大きな流行の兆しを見せる「アドベンチャーツーリズム」などの分野を中心に、日本在住アジア圏の意見も取り入れた商品造成・ファムツアーなどを実施してきた。アフターコロナでは、生涯リピーターに対して従来の観光資源の磨き上げとともに多様な観光コンテンツの提案を推進していく計画である。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	Tokyo & Around Tokyo
②コンセプトの考え方	広域関東（1都10県）に存在する多様な魅力をより多くの外国人へ訴求し、関東広域の認知の拡大を促すことによって、当該エリアへの来訪・再訪の増加による経済効果を最大限に発揮する事を目的として、国際的な認知度が高い「Tokyo」東京をフック としたプロモーションを行うため、東京以外の地域を「Around Tokyo」と定義し、関東一円「Tokyo & Around Tokyo」による一体感をもったプロモーション活動を展開する。さらに今後は、江戸街道プロジェクト（Edo Shogun Roads）を旗印に展開する。 ●広域関東の最大の武器である高度に発達した交通網と国内有数の観光資源を融合させ、交流人口拡大による地域経済活性化へ貢献 ●各構成員の自主的な取り組みを基本に関係者が連携し、共同して取り組むことで事業を効果的に実施する

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。	現在当機構は、地方自治体・鉄道事業者・旅行会社・業界団体合わせて94 団体で組織化しており、総会及び理事会を設置し WG （行政・民間事業者毎に設定）と併せて定期的に多様な関係者との情報共有及び今後を見据えた企画立案等を目指した意見交換を行っている。事務局はこれらを円滑に実行していくため、関係者との調整・連携支援を行っている。 【総会】:都道府県、地方自治体及び民間事業者を構成員とする本協議会総会が最高意思決定機関。理事会で決議された事業計画・予算計画等を報告し議決。また構成員より幅広く意見を聴取し、事業執行への反映を行う(最低年 1 回開催) 【理事会】:総会において選任された理事による重要事項の検討及び承認を行う会議体、事業計画や予算計画の審議、事業進捗状況の報告・確認、事業実施結果の評価等を行い、合意形成を図っている。(年 3 回程度開催) 【分科会】:理事会の指示を受けて各種事業運営等に関してより具体的な内容について検討し、理事会に対して答申を提言する機能を持つ会議体 【ワーキンググループ会議】(以下「WG」) ・都県会議(1都 10 県 WG):一都十県の代表者との会議、事業方針や実施事業の検討、補助事業の紹介、意見交換等のほか理事会での審議事項の事前検討など(年 4 回程度開催) ・民間会議(民間 WG):民間企業が参加する会議体。事業方針や実施事業の検討、補助事業の紹介、意見交換、有識者講演等を通じた勉強会等(年 1 回程度開催) ・鉄道会議(鉄道 WG):鉄道会社など交通機関が参加する会議台。鉄道を中心とする交通事業者との事業方針や実施事業の検討、補助事業の紹介、意見交換、有識者講演等を通じた勉強会等(年 1 回程度開催) ・DMO連絡会議:エリア内の全DMO対象、協議会の戦略共有・マーケティング・コンテンツ開発・情報の交換などを目的に運輸局と開催 ・その他必要に応じて WG 会議を開催

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	・観光庁、JNTO を始めとして公開されているオープンデータ、協議会独自調査によるデータ等を活用した分析結果を、地方自治体・観光関連団体・民間企業等にフィードバックし、施策に反映するとともにサービスの維持・向上を促す。 ・定期的にセミナー・報告会等を開催し、ソーシャルリスニング調査によるコロナ禍後のニーズ変化、サステナブルツーリズムに関する情報等の共有を行い体制の構築をしてきた。
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	① 「Tokyo & Around Tokyo」を活用するというコンセプト 世界に通用するブランド「Tokyo」をフルに活用し、関東周辺エリアを巻き込んで全体を一つの観光圏としてプロモーションすることによる相乗効果をフルに発揮させる。 ② HP や SNS の活用 機構 HP のリニューアル等を行うことで情報量の拡大と、情報リフレッシュ頻度を向上する。また 2020 年より FB･Instagram による情報発信を開始、フォロワーが FB は 16.5 万人、Instagram は 7.6 万人と好調に増加。2022 年度以降はサステナブルをテーマに情報発信強化に努めており、今後は江戸街道プロジェクト（Edo Shogun Roads）をメインテーマに HP を構築する。 ③ JNTO 等との連携 訪日プロモーションは日本政府観光局（JNTO）との連携を基本としつつ、JNTO との役割分担のもと、エリア内の詳細観光情報などは当 DMO 参画事業者･各自治体等と連携した活動を実施している。

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（億円）	目標	(9,801)	(13,801)	(23,857)	(38,388)	(41,459)	(44,776)
	実績	(未集計)	(27,117)	(35,544)			
●延べ宿泊者数（万人）	目標	(2,183)	(3,237)	(5,909)	(6,539)	(7,062)	(7,627)
	実績	(未集計)	(5,471)	(6,055)			
●来訪者満足度（%）	目標	(94.4%)	(94.7%)	(96.9%)	(98.3%)	(98.6%)	(98.9%)
	実績	(未集計)	(96.6%)	(98%)			
●リピーター率（%）	目標	(64.8%)	(65.8%)	(61.5%)	(62.5%)	(63.5%)	(64.5%)
	実績	(未集計)	(60.5%)	(68%)			

※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】

当機構は国内観光ではなくインバウンド観光を目的に設立された DMO である。
よって行動指針・事業計画・役割分担等についてもすべてインバウンド観光を目的としている。これに基づき DMO としての目的を達成するための目標数値を下記のとおり設定する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

従前は「全国観光入込客統計に関する共通基準(出典:観光庁)」より当該エリアの値を集約し「明日の日本を支える観光ビジョン(出典:観光庁)」や「年度別訪日外国人旅行者数(出典:観光庁)」等を基に計画を策定していた。

しかし統計に欠落値が散見されること、コロナで大幅に落ち込んだ後の立ち直り見込みなどは従前の方法では目標を算定できない事から、2023 年 4 月の「IATA Air passenger forecast」による全世界航空機需要動向予測を用いて消費額目標を算定した。

●延べ宿泊者数

宿泊者数は「宿泊旅行統計調査報告(出典:観光庁)」に過去実績は集約されているが、将来推計を行うには根拠となるデータが不足している。よって前記と同様に「IATA Air passenger forecast」により航空機需要動向予測を用いて宿泊者数目標を算定した。

●来訪者満足度

来訪者満足度は、「訪日外国人の消費動向(出典:観光庁)」より集計。2019 年水準をベースに 0.3%ずつ向上させる設定とした。

●リピーター率

来訪者満足度は、「訪日外国人の消費動向(出典:観光庁)」より集計。2019 年水準をベースに 1.0%ずつ向上させる設定とした。

※2023 年 4 月まではコロナ禍の影響がある。2022 年 10 月に水際対策が大幅緩和、2023 年 5 月に完全撤廃され往来再開していることを踏まえ、2024 年度以降の目標値を見直した。

（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
HP アクセス数（万件）	目標	(7.0)	(11.0)	(12.0)	(13.0)	(14.0)	(15.0)
	実績	(16.0)	(11.0)	(＊)			
Instagram 外国人フォロワー数（万人）※2022 年度より増加数としている	目標	(+1.0)	(+1.0)	(+1.0)	(+0.75)	(+0.75)	(+0.75)
	実績	(+1.0)	(+1.0)	(+0.8)			
Facebook 外国人フォロワー数（万人）※2022 年度より増加数としている	目標	(+2.0)	(+2.0)	(+2.0)	(+1.5)	(+1.5)	(+1.5)
	実績	(+2.0)	(+2.0)	(+2.0)			

※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。
＊24 年度アクセス数ですが、2023 年度 Web サイト・リニューアル後の GA 設定不備のため集計不能

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】
当 DMO エリアのマーケティングとこれに基づいたプロモーション戦略の策定・見直しを地域と連携して行っていくため、HP 及び SNS による情報発信に関する KPI を設けて取り組むとともに、施策効果を判定しつつ PDCA に活用していく。

【設定にあたっての考え方】
●HP アクセス数
JNTO との協業による PV 数増加の取り組みや今後の HP リニューアルにあわせて KPI を設定した。KPI は HP リニューアルの都度、適切かどうかの判定も行う。過去実績から＋2 万／年を目標数値とした。

●Instagram 外国人フォロワー
2020 年 8 月にスタートした Instagram は順調にフォロワーを増やしており、今後も継続していくことから KPI を設定する。なお KPI は、Instagram での施策実施の都度、適切かどうかの判定も行う。過去実績から 1 万人/年を目標数値とした。2022 年度よりテーマを「サステナブル」に設定したタイミングで目標をフォロワーの増加数とした。2025 年度より直近の実績から 7.5 千人/年を目標数値とした。

●Facebook 外国人フォロワー数
2020 年 8 月にスタートした Facebook は順調にフォロワーを増やしており、今後も継続していくことから KPI を設定する。なお KPI は、Facebook での施策実施の都度、適切かどうかの判定も行う。過去実績から 2 万人/年を目標数値とした。2022 年度よりテーマを「サステナブル」に設定したタイミングで目標をフォロワーの増加数とした。2025 年度より直近の実績から 1.5 万人/年を目標数値とした。

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）	
2022（Ｒ４）年度	51,272,904（円）	会費収入 事業関係収入 その他収入	16,250,000 35,022,780 124 （円）
2023（Ｒ５）年度	48,030,042（円）	会費収入 事業関係収入 その他収入	17,350,000 30,679,890 152 （円）
2024（Ｒ６）年度	64,817,373（円）	会費収入 事業関係収入 その他収入	17,400,000 47,408,486 8,887 （円）

様式１

2025（Ｒ７） 年度	69,735,000（円）	会費収入 事業関係収入 その他収入	20,000,000 49,735,000 0 （円）
2026（Ｒ８） 年度	100,000,000（円）	会費収入 事業関係収入 その他収入	20,000,000 80,000,000 0 （円）
2027（Ｒ９） 年度	100,000,000（円）	会費収入 事業関係収入 その他収入	20,000,000 80,000,000 0 （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	47,845,009（円）	事業費 管理費	37,355,027 10,489,982 （円）
2023（Ｒ５） 年度	50,082,867（円）	事業費 管理費	37,719,449 12,363,418 （円）
2024（Ｒ６） 年度	62,238,867（円）	事業費 管理費	51,302,329 10,936,538 （円）
2025（Ｒ７） 年度	71,391,000（円）	事業費 管理費	57,081,000 14,310,000 （円）
2026（Ｒ８） 年度	100,000,000（円）	事業費 管理費	85,000,000 15,000,000 （円）
2027（Ｒ９） 年度	100,000,000（円）	事業費 管理費	85,000,000 15,000,000 （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

当機構は一都十県を中心とした自治体･団体･民間企業からの会費･事業負担金を運営費の基盤としている。今後も継続的に事業を実施していくために以下のことについて、実現の可否も含めて今後検討を深度化したい。

- ･会員の新規獲得
- ･関東広域エリアの観光振興事業の舵取り役を確実に果たすために、自治体からの更なる信任と財政･人的支援
- ･DMP 事業、コンサルティング事業、その他有料の会員サービス等の充実に努め、各事業の収益化
- ･着地型商品の販売など会員との共同事業による収益事業

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

1 都10県（福島県・茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・新潟県・山梨県・長野県）及び 26 市町村は、（一社）関東広域観光機構を当該都県及び市町村における広域連携 DMO として登録したいので （一社）関東広域観光機構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）

・当機構の一都十県のうち、福島県・新潟県は東北観光推進機構に、長野県は中央日本総合観光機構にも参画している。
・観光圏は広域で連携するほどラケット効果が向上する産業であることから現在の区分けは妥当と考える。重複する 3 県においては、東京経由での来訪者が多い傾向にあることを踏まえ、それぞれの広域 DMO との連携の中で、効率的・効果的なマーケティングやプロモーション事業を推進していくという建付けのもとに事業を行っている。
・同じく 3 県のエリア内にある地域連携 DMO・地域 DMO についても、事業運営の視点から効率的・効果的なマーケティングやプロモーションの方法を検討していくこととなる。
・これらを踏まえて、各機構が開催する会議や研究会に相互参加することで情報（事例）共有等を行うこととしている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	高橋 健一郎
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	〒222-0033
所在地	神奈川県横浜市北区新横浜 2 丁目 13-4　神交共ビル 4 階
電話番号（直通）	045-628-9120
ＦＡＸ番号	045-628-9140
Ｅ－ｍａｉｌ	greatertokyo@gtto.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	福島県
担当者氏名	内田 智也
担当部署名（役職）	商工労働部　観光交流局 観光交流課(主事)
郵便番号	960-8670
所在地	福島県福島市杉妻町 2-16
電話番号（直通）	024-521-7287
ＦＡＸ番号	024-521-7888
Ｅ－ｍａｉｌ	uchida_tomoya_01@pref.fukushima.lg.jp

都道府県･市町村名	茨城県
担当者氏名	安積 美優
担当部署名（役職）	営業戦略部　観光誘客課(主事)
郵便番号	３１０－８５５５
所在地	茨城県水戸市笠原町９７８番６
電話番号（直通）	０２９－３０１－３６１６
ＦＡＸ番号	０２９－３０１－３６０８
Ｅ－ｍａｉｌ	m.asaka@pref.ibaraki.lg.jp

都道府県･市町村名	栃木県
担当者氏名	田村 隼人
担当部署名（役職）	産業労働観光部　観光交流課(主査)
郵便番号	３２０－８５０１
所在地	栃木県宇都宮市塙田１－１－２０
電話番号（直通）	０２８－６２３－３３０９
ＦＡＸ番号	０２８－６２３－３３０６
Ｅ－ｍａｉｌ	tamurah06@pref.tochigi.lg.jp

都道府県･市町村名	群馬県
担当者氏名	松村 洋志
担当部署名（役職）	産業経済部　戦略セールス局　観光リトリート推進課(主任)
郵便番号	３７１－８５７０
所在地	群馬県前橋市大手町１－１－１
電話番号（直通）	０２７－２２６－３３８１
ＦＡＸ番号	０２７－２２３－１１９７
Ｅ－ｍａｉｌ	matsumura-h@pref.gunma.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	埼玉県
担当者氏名	伊藤　大揮
担当部署名（役職）	産業労働部観光課インバウンド担当（主任）
郵便番号	330-9301
所在地	埼玉県さいたま市浦和区高砂 3-15-1
電話番号（直通）	048-830-3953
ＦＡＸ番号	048-830-4819
Ｅ－ｍａｉｌ	ito.taiki@pref.saitama.lg.jp

都道府県･市町村名	千葉県
担当者氏名	大熊 浩彰
担当部署名（役職）	商工労働部　観光政策課(副主幹)
郵便番号	260-8667
所在地	千葉県千葉市中央区市場町 1-1
電話番号（直通）	043-223-2415
ＦＡＸ番号	043-225-7345
Ｅ－ｍａｉｌ	h.ookm3@pref.chiba.lg.jp

都道府県･市町村名	東京都
担当者氏名	井上 貴文
担当部署名（役職）	産業労働局観光部企画課　連携事業担当(主事)
郵便番号	163-8001
所在地	東京都新宿区西新宿 2-8-1　東京都庁第一本庁舎北側 19 階
電話番号（直通）	03-5000-6827
ＦＡＸ番号	03-5388-1463
Ｅ－ｍａｉｌ	Takafumi_1_Inoue@member.metro.tokyo.jp

都道府県･市町村名	神奈川県
担当者氏名	水落 実恵
担当部署名（役職）	国際文化観光局 観光課　海外プロモーショングループ(主事)
郵便番号	231-8588
所在地	神奈川県横浜市中区日本大通 1
電話番号（直通）	045-285-0812
ＦＡＸ番号	045-210-8870
Ｅ－ｍａｉｌ	ogawa.a4kd@pref.kanagawa.lg.jp

都道府県･市町村名	新潟県
担当者氏名	野上　仁志

様式１

担当部署名（役職）	観光文化スポーツ部　海外誘客グループ(主査)
郵便番号	950-8570
所在地	新潟県新潟市中央区新光町 4-1
電話番号（直通）	025-280-5968
ＦＡＸ番号	025-285-5678
Ｅ－ｍａｉｌ	nogami.hitoshi@pref.niigata.lg.jp

都道府県･市町村名	山梨県
担当者氏名	塚田　亜紀子
担当部署名（役職）	観光文化･スポーツ部　観光地経営支援グループ 国際観光担当(副主査)
郵便番号	400-8501
所在地	山梨県甲府市丸の内 1-6-1
電話番号（直通）	055-223-1620
ＦＡＸ番号	055-223-1438
Ｅ－ｍａｉｌ	tsukada-amvb@pref.yamanashi.lg.jp

都道府県･市町村名	長野県
担当者氏名	降旗　萌
担当部署名（役職）	観光スポーツ部観光誘客課国際観光推進担当(主任)
郵便番号	380-8570
所在地	長野県長野市大字南長野字幅下 692-2
電話番号（直通）	026-235-7252
ＦＡＸ番号	026-235-7256
Ｅ－ｍａｉｌ	furihata-moe-r@pref.nagano.lg.jp

（登録）【広域連携DMO】一般社団法人　関東広域観光機構

様式2

記入日：　令和7年7月31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】
福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県
【設立時期】 2018年2月26日
【設立経緯】 その他
【代表者】 田川博巳
【専務理事】 小堀明夫
【財務責任者（CFO）】 高橋健一郎
【マーケティング責任者（CMO）】 畑山博康
【職員数】 ６人　常勤６人（全て出向）

【主な収入】 会費17百万円　事業負担金・補助金47百万円
【総支出】 事業費　51百万円、一般管理費11百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
当機構会員の自治体及び民間企業、エリア内の地域連携DMO及び地域DMO、JNTO等

KPI（実績・目標）

※（　）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（億円）	目標	(9,801)	(13,801)	(23,857)	(38,388)	(41,459)	(44,776)
	実績	(未集計)	(27,117)	(35,544)	—	—	—
延べ宿泊者数（万人）	目標	(2,183)	(3,237)	(5,909)	(6,539)	(7,062)	(7,627)
	実績	(未集計)	(5,471)	(6,055)	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	(94.4%)	(94.7%)	(96.9%)	(97.2%)	(97.5%)	(97.8%)
	実績	(未集計)	(96.6%)	(98.0%)	—	—	—
リピーター率（%）	目標	(64.8%)	(65.8%)	(61.5%)	(62.5%)	(63.5%)	(64.5%)
	実績	(未集計)	(60.5%)	(68%)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・第１ターゲット:欧米豪
・第２ターゲット:東・東南アジアの訪日リピーター
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・サステナブルツーリズムを念頭に、高付加価値旅行やアドベンチャーツーリズムの分野に注力。また、既存コンテンツの磨き上げとともに、新機軸を打ち出して訴求していく。
【観光地域づくりのコンセプト】
・高度に発達した交通機関とTokyoの知名度の高さをフルに生かしつつ、エリア内に豊富に存在する観光資源を多様なストーリーで繋げる。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・各地における滞在を促す地域コンテンツ造成支援事業
（例）「Tokyo Westside」「宇都宮ナイトライフ」「秩父メープル」「川越滞在」など
・「尾瀬」周辺地域の活性化に向けた体験ツアー造成事業
【受入環境整備】
・各地におけるサイクリング誘客を促進する事業
・台湾教育旅行ガイド育成事業
【情報発信・プロモーション】
・サステナブルを訴求するSNS情報発信
【その他】
・関東広域ソーシャルリスニング調査
・海外マーケティングセミナーの開催
・様々テーマでの専門家を招いてのオンラインセミナーの開催
【現在進行中の取組み】
・江戸街道プロジェクト
・グリーンEX プロジェクト
・欧州富裕層向けコンテンツ造成事業
・歴史トレイルウォーキング商品造成事業