

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年6月30日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものをおで囲むこと	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	一般社団法人三次観光推進機構	
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 広島県三次市	
所在地	広島県三次市十日市南一丁目2-23 三次市交通観光センター	
設立時期	平成29年12月15日 (令和4年4月1日 一般社団法人三次市観光協会を吸収合併)	
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	【職員】28人（正職員5名、契約社員10名、パート12名、派遣社員1名）	
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） 政森 進 (出身組織名) (旧) 一般社団法人三次市観光協会 会長	三次市役所において40年間勤務、その後、ひろしま農業協同組合（旧三次農業協同組合）理事役員として16年間勤務。併せて三次市観光協会にて2年間専務理事として勤務。その後、(株)サンエーにて取締役として4年間勤務した後、(一社)三次市観光協会にて専務理事として4年間、また会長として4年間勤務。 その後、令和4年4月1日から(一社)三次観光推進機構の理事長に就任。 株式会社布野物産センター取締役として4年間、株式会社広島三次ワイナリー取締役として3年間、継続し現在に至る。
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） 永江 博之「専従」 (出身組織名) 旧東急観光（株） (株)アサツーディ・ケイ (ADK)	(旧) 東急観光株式会社にて訪日インバウンドツアーアの企画営業担当（東京外人旅行部、欧州担当ロンドン支店駐在）後、米国マーケティング会社カールソンマーケティング東京オフィス入社。各種グローバル企業に対するグローバルマーケティング、グローバルプロモーションを実施。その後、広告代理店 株式会社アサツーディ・ケイ(ADK)に転職後、国内外企業に対して、調査、分析、マーケティングプランの企画提案、各種イベント、プロモーション等の効果測定を通算15年実施。（専門分野は、ブランディング、リレーションシップマーケティング、CRM、SFAなど）

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) 落田 正弘 「専従」 (出身組織名) (公財) 奥田元宋・小由女美術館	三次市役所において 38 年間勤務し、(公財) 奥田元宋・小由女美術館にて 2 年間事務局長兼副館長として勤務。持続可能な運営のため、補助金以外の財源確保(受託事業、指定管理、自主事業、賛助会員組織の運営など)に取り組んでいる。令和 3 年度から当機構本部事務局長を務める。
各部門(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、氏名の右横に「専従」と記入すること	(氏名) 名越 陽介 「専従」	医療福祉業界にて約 10 年間勤務。前職で病院・介護施設における業務改善および経営改善に関わる業務に従事したのち、令和 4 年度入社。 データ分析活用と共感マーケティングを重視したプロモーション展開に注力している。 令和 6 年度「京大オリジナル デスティネーションマネジメント ESSENCE2024」研修を修了。 令和 7 年度から部門マネージャー。 総合旅行業務取扱管理者資格保有。社会保険労務士資格(開業登録)も有し、人材を生かした経営(人的資本経営)確立に向けた取り組みも行っている。
各部門(観光資源開発造成・販売)の責任者(専門人材)	(氏名) 永江 博之 (出身組織名) 旧東急観光(株) (株) アサツーディ・ケイ(ADK)	旅行会社勤務時代の国内外大手クライアントへのインバウンド・インセンティブ旅行、特殊ツアー、大型イベント運営などの企画提案営業の経験と広告代理店勤務時代の各種調査、マーケティング、プロモーション、イベント運営経験を活かし、三次市内の観光資源の磨き上げ、事業者に対する体験観光プロダクトの造成支援や国内外 OTA 販路の開拓支援を行っている。 (総合旅行業務取扱管理者資格保有)
各部門(湯本豪一記念日本妖怪博物館)の責任者(館長)	(氏名) 植田 千佳穂 「専従」 (出身組織名) (公財) 奥田元宋・小由女美術館	広島県職員として 38 年間勤務し、その間県立歴史民俗資料館館長兼県立みよし風土記の丘所長、県立歴史博物館館長を歴任。平成 29 年度から奥田元宋・小由女美術館館長兼副理事長として美術館運営に携わる。令和 5 年 7 月 1 日から湯本豪一記念日本妖怪博物館(三次ものけミュージアム)館長兼常務理事として勤務。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	① 広島県三次市産業振興部商工観光課(三次市観光戦略の策定、三次市の観光組織の一体化、重複業務のない効率的組織づくりを担当。また三次市の各種観光関連業務、鵜飼や神楽の伝統文化事業をはじめ各種観光、スポーツ、Wi-Fi 設置等の着地整備事業、庄原市との広域周遊観光の促進団体「備北観光ネットワーク協議会」事務局などを当機構に業務委託。当機構の創設～運営管理部署) ② 同市産業振興部農政課(アグリパーク構想の連携支援) ③ 同市情報政策課情報政策課(観光 DX 事業の連携部署、当機構も同課が主催する「三次市官民共創 DX コンソーシアム」構成員として各種 DX 研修会、各種観光 DX 事業を連携して構築、運営) ④ 同市地域共創部まちづくり交通課(市内各エリアのまちづくり・エリア開発、市内循環バス運行、湯本豪一記念日本妖怪博物館の指定管理業務委託部署) ⑤ 同市地域共創部共生社会推進課スポーツ推進係(女子硬式野球大会をはじめ、各種スポーツ大会誘致の連携、宿泊先の確保やスポーツ観戦来訪者向け観光キャンペーンの実施) ⑥ 同市建設部都市建築課 ・令和 7~11 年度、「巴峡三次かわまちづくり事業」の推進連携。	

	<ul style="list-style-type: none"> ・令和 6 年度～「三次地区にぎわい創出事業」の連携推進。 ・令和 6 年度～国土交通省推進 PLATEAU 3D 都市モデル三次市版の「もののけ探索 AR」事業の導入を支援。 ・令和 7 年～「尾関山公園 100 周年記念事業実行委員会」に委員として参画。 ⑦ 同市教育委員会(国史跡寺町廃寺跡 整備基本計画策定委員会)に観光資源開発視点の委員として参画。 ⑧ 同市経営企画部秘書広報課(令和 2 年度「三次地区文化・観光まちづくりグランドデザイン」事業計画に連携、令和 4 年度「三次市シティプロモーション戦略検討会議」の委員として参画、令和 4 年度「三次地区にぎわい創出業務」の委託業務を受託など多数)
連携する事業者名及び役割	<p>① 三次観光推進委員会（当機構が主導して開催する観光地域づくりのための行政や多様なメンバーで構成される合意形成のための委員会。当機構専務理事が議長を務めている。）*構成委員リストは別紙参照</p> <p>② 三次商工会議所(冬季イルミネーション事業の連携、市内で使える商品券(藩札)の発行機関として藩札を当機構の観光プロモーションの景品として活用。みよし市民花火まつりや尾関山公園さくら祭りなど市内の各種イベントなどの実行委員会メンバーとして相互に参画。)</p> <p>③ 三次広域商工会(創業支援、地域の若手起業家支援、地域イベントの広報支援)</p> <p>④ 広島県観光連盟(HIT)（広島県では観光課の予算と人材を HIT に集約して重複のない県の観光推進を行っている。当機構は HIT 会員であり、体験観光商品造成への補助金申請、観光プロダクト造成のプラットフォーム HYPP への参画、HYPP カフェ三次の運営など広域に連携）</p> <p>⑤ せとうち観光推進機構(せとうち DMO)（当機構はせとうち DMO の会員であり、広域周遊観光商品を連携して造成、各種セミナーへの参加している。）</p> <p>⑥ 瀬戸内ブランドコーポレーション（広島県の観光資源開発投資案件の相談窓口）</p> <p>⑦ 国土交通省中国地方整備局三次河川国道事務所(当機構主催の「三次の鵜飼」の河川整備と運営支援。また、令和 7 年度から三次市が始める「巴峠三次かわまちづくり事業」とも連携して事業を推進中。)</p> <p>⑧ 備北観光ネットワーク協議会(三次市および当機構は、庄原市・庄原 DMO や広島経済同友会備北支部と連携して当協議会を通じて広島県北を周遊促進する事業を行っている。令和 6 年度は、両市の観光 PR のテレビ番組制作放映、両市を対象としたグルメスタンプラリー、両市への団体旅行誘客のため、参加に応じた主催旅行会社への助成金の提供などを行った。)</p> <p>⑨ 三次観光推進機構賛助会員(DMO 活動支援の会員組織、R6 登録会員 110 件)</p> <p>⑩ 三次地区自治会連合会(三次地区まちづくり、三次地区にぎわい創出事業の連携)</p> <p>⑪ 三次市観光神楽振興協議会(当機構は事務局運営を市から受託、第 4 回神楽共演大会の開催、三次ものけミュージアム屋外ステージ用の神楽幕制作、音響備品の整備を行っている。)</p> <p>⑫ 鵜飼伝統文化振興会(当機構が事務局運営を受託、広島県指定無形民俗文化財「三次の鵜飼」の開催(令和 6 年 6 月 1 日～9 月 10 日)、鵜の購入・飼育、市内小学校や図書館、観光施設での鵜匠の伝統技術授業の開催や模擬実演などにより市民、観光客への広報活動を実施。)</p> <p>⑬ みよし市民花火まつり実行委員会(当機構は、令和 6 年 9 月 28 日「みよし市民花火まつり」の構成団体として市内事業者から協賛金を募集)</p> <p>⑭ 三次きんさい祭振興会(当機構は、令和 6 年 7 月 27 日開催の「第 46 回 三次きんさい祭り」の後援団体として参画。)</p> <p>⑮ 三次さくら祭実行委員会(当機構は、令和 6 年 3 月 27 日～4 月 7 日の期間「第 37 回三次さくら祭り」の協力団体として参画。)</p>

	<p>⑯ やまなみ街道サイクル「道の駅」でん実行委員会（当機構は、令和 7 年 3 月 22 日開催の「やまなみ街道チャレンジライド」の主催者として参画。）</p> <p>⑰ 西のゴールデンルート（当機構は、西日本・九州にも誘客を図るための西日本・九州が一体となって、それぞれの地域の魅力の発信・プロモーションに取り組む「西のゴールデンルート」のパートナーとして参画。）</p>
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	<p>【該当する登録要件】</p> <p>三次市は平成 18 年 2 月から三次市内の観光関係者（35 団体）で構成する「三次市観光キャンペーン実行委員会」の事務局を運営してきた。同委員会は令和 4 年 3 月 31 日をもって発展的に解散。後継団体として、令和 4 年 4 月、新たに当機構主導のもと、三次市内の観光業を担う多様な関係団体と行政をメンバーとする合意形成の場として「三次観光推進委員会」を当機構内に設立。</p> <p>当委員会では、主に「稼ぐ力の向上」のための施策協議として、滞在時間の延伸、宿泊者数の増大、インバウンド誘致や着地整備、旅行者ニーズに対応した旅行商品や特産品の開発などに付いて協議し、取り組めるものから次年度以降の事業計画に反映し、理事会にて承認を得て実施している。</p> <p>参加委員は、①観光資源関係者 ②宿泊事業者 ③交通事業者 ④生産者 ⑤飲食事業者 ⑥行政（三次市商工観光課）⑦三次観光推進機構（DMO）の 7 分野から各 1 ~2 名で構成。任期は 2 年間、年 2 回以上の委員会を開催（令和 6 年度から 2 期目に入り、令和 6 年 9 月 4 日、令和 7 年 2 月 10 日に実施した。</p> <p>（※当委員会の規約は別紙の通り。）</p>
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	<p>① 当機構は、前身組織である一般社団法人みよし観光まちづくり機構時代の平成 30 年から三次浅野藩 400 年以上の歴史を誇る三次地区の多様な自然、歴史、文化、芸術を活かした観光資源の磨き上げや地域のにぎわい創出を推進するため地域内外の住民や各種住民組織や自治会連合会、三次もののけミュージアム職員等で構成する「三次地区の文化・観光まちづくりを進める会」（約 50 人）を結成し、その事務局を毎期運営継続している。特に、寛延 2 年（1749 年）、三次町を舞台に生まれた妖怪物語「稻生物怪録」の中で主人公の稻生平太郎と家来の三井権八が百物語をしたと言われる神籠石（たたり石）のある比熊山の山頂までの登山道整備や案内看板の設置、登山観光マップの作成、三次小学校児童の比熊山学習、三次市民の比熊山登山、三次中学校生徒との清掃作業や令和 6 年度も年 4 回の観光客向け登山道の清掃整備などを地域住民と行った。また、当会では、「ひろしまの森づくり事業」を活用し、比熊山山頂付近に三次町が一望できる東屋を建設、当建物の天井に三次小学校児童の描いた妖怪の絵の装飾を施すなど、地域住民と一体となった観光地域づくりを行っている。</p> <p>② 三次市かわまちづくり懇話会（三次市は 3 河川が交わる川の都であり、川資源を活用した観光地域づくりを目的に当機構は行政と連携し、地域住民、事業者、漁協、自治会連合会、国土交通省河川事務所など川を活かした観光資源開発を協議している。令和 7 年度以降「巴峡三次かわまちづくり」事業として、国土交通省、三次市で事業を推進。当機構は予約システムやウォータースポーツ商品開発などのソフト面で協力。）</p> <p>③ 「三次地区にぎわい創出事業実行委員会」（当機構は、行政と連携し、三次浅野藩 400 年の歴史を誇る三次町のにぎわい創出事業を地域住民、自治会連合会、三次本通り商店街などとの協議に参加し、地域住民が求める観光地域づくりに取り組んでいる。）</p>

	<p>④ 「尾関山公園整備 100 周年事業実行委員会」(当機構は、桜と紅葉で多くの観光客が訪れる尾関山公園の 100 周年事業を行政、地域住民、地域小中学校、自治会連合会などと協議に参加し、地域住民とともに地域の観光資源を守っている。)</p> <p>⑤ 「みよし田舎ツーリズム協議会」(当機構は、着地型旅行商品の造成、当協議会加盟農家民泊事業者に宿泊者の体験保険「グリーンツーリズム損害保険」を提供している。(保険会社：都市農山漁村交流活性化機構)</p> <p>⑥ 当機構の観光地域づくりの活動を広く市民に周知するため、令和 5 年度に「みよし DMO 通信 Vol. 1」を発行、三次のほぼ全世帯に毎月配布される市の広報誌「広報みよし」へ折込み配布した。令和 6 年度も「みよし DMO 通信 Vol. 2」を発行、同様な方法で令和 7 年 3 月に配布した。 (令和 7 年 3 月時点の三次市内世帯数 23,045 世帯、47,779 人) 令和 7 年度から、当冊子を活用した満足度調査（住民アンケート）を実施予定。 *別紙、DMO 通信冊子参照</p> <p>⑦ さらに令和 6 年度に、当機構のコーポレートサイトを構築し、当機構の取組みの紹介やミッション、ビジョンの紹介、観光戦略や事業計画、予算計画と実績や各種調査分析報告なども広く一般に公開し、各種問合せも受け付けている。 (満足度アンケートも実施中：https://miyoshi-dmo.com/news-20250603/)</p> <p>⑧ 三次市内における体験観光商品を地域住民と連携して造成 (例 1. 君田町 君田温泉森の泉 森の散歩道ウォーキングガイドツアー。地域住民が所有の森林ハイキングコースを造成提供し、地域のガイドを育成。君田温泉施設と連携した地域の観光商品を造成。例 2. 三和町 三和町住民、出身者を中心とした三和町の銘酒 美和桜酒蔵の酒造りツアーの造成（酒米の田植え～稻刈り～生酛づくり体験～新酒飲み比べ会まで通年で実施）。)</p> <p>⑨ 450 年以上の歴史を誇る「三次の鵜飼」(令和 6 年 6 月 1 日～9 月 10 日) 遊覧における環境保全のために、毎年 5 月には、住民、地元企業、鵜匠会、船頭会、市、当機構職員が連携し、周辺の草刈りと清掃作業を 150 名規模で実施。 地域とともに観光客の受け入れ環境整備をしている。</p> <p>⑩ 令和 6 年度、中四国初となる旧 JR 廃線を利用したレールマウンテンバイクの制度設計支援や運営支援を当機構が行った。実施主体の（一社）みよし SL 保存倶楽部は地域住民の協力を得て、観光客の受付業務や運行等を行っている。 (令和 6 年度 5,866 人乗客実績を達成)</p> <p>⑪ 三次観光アンバサダー制度 地域住民を中心に県内、全国の三次にゆかりのある方などで形成される三次観光地域づくりのファン組織。当制度の登録会員により三次の旬な情報を SNS で積極的に配信する住民共創型の観光地域づくりを行っている。 (令和 7 年度 3 月末時点、389 人登録、同 LINE 公式登録数 236 人) *別紙：三次観光アンバサダー募集チラシ参照</p>				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center; padding: 5px;">事業</th><th style="text-align: center; padding: 5px;">実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">情報発信・プロモーション</td><td style="padding: 5px;"> <令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月末日まで> 1. 情報発信 (A) 当機構公式ウェブサイト「Walk @round Miyoshi (三次わくわくさんぽ)」の全面サイトリニューアルを実施し、情報量の整理（保有コンテンツ 502 件）やユーザビリティーの向上を図った。(年間 753,731PV) </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月末日まで> 1. 情報発信 (A) 当機構公式ウェブサイト「Walk @round Miyoshi (三次わくわくさんぽ)」の全面サイトリニューアルを実施し、情報量の整理（保有コンテンツ 502 件）やユーザビリティーの向上を図った。(年間 753,731PV)
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月末日まで> 1. 情報発信 (A) 当機構公式ウェブサイト「Walk @round Miyoshi (三次わくわくさんぽ)」の全面サイトリニューアルを実施し、情報量の整理（保有コンテンツ 502 件）やユーザビリティーの向上を図った。(年間 753,731PV)				

		<p>(B) SNS による三次観光情報の配信（総フォロワー数 18,425）</p> <p>(C) 三次観光アンバサダーによる三次観光情報の配信 (#タグ付き投稿 1,949 件、延べ登録者 389 人)</p> <p>(D) 観光冊子の発行・増刷（3 種類）</p> <p>(E) 三次まち歩きアプリのインストール推進（令和 6 年度末現在の累計登録者数 10,298 人）</p> <p>(F) 体験型観光商品の OTA 販売（8 商品）</p> <p>(G) 日本妖怪博物館開館 5 周年イベント「石黒亜矢子展」の全国広報 PR（中国新聞、PRTIMES など）</p>	
		<p><u>2. プロモーション</u></p> <p>(A) 三次の鵜飼（令和 6 年 6 月 1 日～9 月 10 日）早期事前予約プロモーション（オンライン予約を中心に 1,910 人乗船、宿泊プラン 128 人泊達成）</p> <p>(B) 観光消費額向上のための宿泊推進プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 市内飲食店で使える食事券（千円）付き宿泊プランのプロモーション（3,905 枚配布、2,703 枚利用） ② 君田温泉森の泉リニューアル記念宿泊プラン（君田町内で使える千円の商品券付きプロモーション 823 枚配布、794 枚利用） ③ 2024 備北イルミ宿泊プランの造成依頼（協力宿泊施設 1 件、販売実績 4 名） <p>(C) 観光消費額向上のための三次市内飲食促進プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 三次ドライブ割デジタルクーポン配布プロモーション（市内 15 施設、157 件利用） ② 三次市内広域グルメ（三次うまいもん）スタンプラリー（応募人数 164 名、スタンプ数 705 個） ③ 三次市内周遊促進「三次めぐりあいカフェスタンプラリー」への協賛（1 ビンゴクリア 200 件、4 ビンゴクリア 57 件） <p>(D) 観光消費額向上のための広域周遊プロモーション</p> <p>JAF ドライブスタンプラリー（三次市内 5 施設参加） (スタンプ押印数 1,688 件、日本妖怪博物館 9,728 人来訪)</p> <p>(E) SNS プロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ① X, FB, Instagram, Line 等 総フォロワー数 18,425 獲得 ② 三次観光アンバサダー本登録延べ 389 人（同 LINE236 人） <p>(F) SNS 講習会の実施（2 回、計 40 人参加）</p> <p>(G) 三次観光アンバサダーセレモニースタッフによる三次 PR</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 広島県内、三次市内イベント 計 12 回派遣により三次 PR 	

	<p>受入環境の整備</p>	<p><令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月末日まで></p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本政府観光局（JNTO）の訪日外国人対応観光案内所の運営継続（令和 7 年度更新登録承認済み） 【カテゴリー1】三次もののけミュージアム交流館内（来訪者 414 件対応、内訪日外国人 11 件） 【カテゴリー2】三次観光案内所（三次駅前）（来訪者 3,861 件対応、内訪日外国人 94 件） 【繁忙期の臨時観光案内所の開設】広島三次ワイナリー屋外案内所（5 月、11 月、3 月繁忙期 15 日開所、来訪者計 221 件対応） ・多言語対応観光案内冊子の継続配布（英・繁・簡・韓・西） ・多言語対応三次まち歩きアプリの継続配布（英・繁） ・2025 年度版 英語版時刻表（JR、バス）の作成配布 ・日本人用三次観光冊子 Vol. 1（観光スポット）、Vol. 2（宿泊ホテルとナイトスポット）、Vol. 3（体験観光商品）の増刷配布（計 46,100 部増刷）*三次観光冊子 Vol. 1～3 は添付の通り ・三次市内イラストマップ 3 種類制作配布（計 21,000 部） ・三次の歩き方専門ガイドの登録整備（延べ、ネイチャーガイド 2 名、三次藩旧市街地ガイド 1 名、もののけガイド 1 名、中国語ガイド 2 名、韓国語ガイド 1 名、英語（手話）ガイド 1 名） ・三次版無料 Wi-Fi 「Miyoshi-free-Wifi」の市内主要スポット、観光施設等への導入（令和 6 年度末現在、37 施設導入済み） ・2 次交通としての市内レンタサイクル事業の継続（年間貸出 343 台/自主事業） ・コインロッカーの継続提供（年間 532 件/自主事業） 	
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p><令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月末日まで></p> <p><u>(A) 当機構が造成支援した体験館観光商品の運営支援（5 件）</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. トライアル競技体験教室 2. 江の川 E バイク de ポタリングツアー 3. 美和桜酒蔵 酒造りまるごと体験ツアー 4. 三次ワインと三次産食材を使った極上フランス料理のペアリング体験ツアー 5. 辻村寿三郎 人形芸術の世界まるごと体験ツアー <p><u>(B) 当機構が新たに造成支援した体験観光商品（3 件）</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ハイヅカ湖カヤック・クルージングツアー 2. ハイヅカ湖畔 E バイク de ポタリングツアー 3. 中四国初！旧 JR 三江線レールマウンテンバイク 	
	<p>指定管理施設の管理運営</p>	<p><令和 6 年 4 月 1 日～令和 7 年 3 月 31 日></p> <p>(A) 展示活動：常設展（年 4 回）、企画展（年 4 回）、特別展（年 1 回）</p> <p>(B) 地域連携事業：第 37 回三次さくら祭り、春もののけマルシェ等全 7 回にわたり地域と連携した事業を実施。</p> <p>(C) 入館者数：54,135 人（R5:42,956 人）</p> <p>(D) 入館料収入：21,739 千円（R5:17,455 千円）</p> <p>(E) ショップ売上：16,984 千円（博物館ショップ 9,682 千円、交流館ショップ 7,302 千円）（R5: ショップ全体 8,944 千円）</p>	
<p>【定量的な評価】<令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月末日まで></p>			

- ① 当機構公式ホームページ
502コンテンツを360コンテンツに整理し、リニューアル配信
(PV数 753,731、アクティブユーザー数 289,717人)
SNSフォロワー数(X 8,071人、Facebook 3,073人、Instagram 5,552、
三次観光アンバサダー LINE登録 239、その他 総フォロワー数 18,425)
- ② 三次の鵜飼 早期予約プロモーション乗船者数1,910人、宿泊プラン128人泊
- ③ 各プロモーションの定量的実績は、上記各施策に記載の通り。
- ・ 食事券付き宿泊プロモーション(食事券3,905枚配布、2,703枚利用、宿泊増による想定経済効果 23,430千円、飲食増による想定経済効果 2,703千円。)
 - ・ 君田温泉地域商品券付き宿泊プロモーション(商品券823枚配布、794枚利用、宿泊増による想定経済効果 16,460千円、消費増による想定経済効果 794千円。)
 - ・ 三次ドライブ割による想定経済効果 利用数157件、183千円
 - ・ 三次市内グルメスタンプラリーによる想定経済効果 705スタンプ、804千円
 - ・ 広域周遊(JAFドライブスタンプラリー)スタンプ総数1,688件+日本妖怪博物館来訪者数9,728人(入館料:大人600円、高・大学生400円、小・中学生200円。平均@400円として=3,891千円)
- ④ 当機構の各種調査及びWEB三次市来訪客調査(n=150x12ヶ月=年間1,800)より推定する三次市の観光消費概要



<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>【実施体制の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> 役員 13 人（常勤理事 3 人、非常勤理事 9 人、非常勤監事 1 人） 職員数：28 人（正職員 5 人、契約社員 10 人、パートタイム 12 人、派遣社員 1 人） 令和 3 年度策定の「三次市観光戦略」に基づき、令和 4 年 3 月末をもって三次市観光協会は解散し、令和 4 年 4 月 1 日をもって当機構に吸収合併した。三次市内にある他の 4 つの観光協会も令和 4 年 4 月 1 日から当機構と機能統合し、部門別組織を形成。三次市は当機構に観光推進の一本化（重複機能の排除）を行っている。 その後、当機構は、観光庁「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」（令和 5 年 4 月 3 日一部改正）と下記の 3 つの考え方と 5 つの施策で構成する令和 5 年度に三次市が策定した「第 2 次三次市観光戦略」（令和 6～10 年度）（※詳細は、第 2 次三次市観光戦略添付参照）に基づき、令和 6 年度、当機構の事業計画を策定し、実行した。（※詳細は、令和 6 年度事業計画書添付参照） <p>第 2 次三次市観光戦略「三次市がめざす観光の将来像」を実現するための 3 つの考え方（要約）</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 地域資源を最大限に有効活用した「稼ぐ力」の向上 ② 質の重視による持続可能な観光の造成 ③ 多種多様な人々とのつながりによる観光推進体制の確立 <p>第 2 次三次市観光戦略「5 つの主な施設と取組の方向性」（要約）</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 地域資源を活かした新たな観光の魅力創出 ② 周遊・滞在を促すコンテンツ等の造成 ③ DX を活用した観光体制の強化 ⑤ 戦略的な情報収集と情報発信 ⑥ 市内外の関係者との連携による観光ネットワークの構築 <p>また、令和 4 年 3 月 31 日付をもって、「三次市観光キャンペーン実行委員会」（35 団体で構成、事務局は三次市が運営）は解散し、その後継組織として、令和 4 年度から、新たな DMO 登録制度に関する観光庁ガイドラインに沿い、当機構が主導して、三次市内の観光業に関する多様な関係者（主な観光資源関係者、宿泊事業者、交通事業者、飲食店、生産者、行政、当機構など）で構成する「三次観光推進委員会」を設置し、合意形成の機能を引き継いでいる。</p> <pre> graph TD subgraph DMO_Council [DMO理事会] RC[理事長(常)] FRC[副理事長(非)] SR[専務理事(常)] CR[常務理事(常)] SBL[事務局長(常)] CBL[事務局長(常)] end subgraph Committee [三次観光推進委員会] DMO[DMO] VR[観光資源関係者] HS[宿泊事業者] TS[交通事業者] S[生産者] DS[飲食事業者] A[行政] end subgraph Support [支援会員] SA[三次観光アンバサダー] end subgraph Functions [機能] TM[マーケティング&プロモーション] L[着地整備観光鶴飼] OD[観光資源開発] MM[三次ものけミュージアム(博物館・交流館)指定管理] TA[受託事業・自主事業] AS[自主事業] end subgraph Others [その他] T[受託事業・自主事業] A2[自主事業] end RC --> FRC FRC --> SR SR --> SBL CR --> CBL SBL --> TM CBL --> OD TM <--> L TM <--> MM TM <--> TA TM <--> AS TM <--> A2 A --> VR A --> HS A --> TS A --> S A --> DS A --> SA VR --> TM HS --> TM TS --> TM S --> TM DS --> TM SA --> TM </pre> <p>The organizational chart illustrates the structure of the Tourism Promotion Committee (DMO). At the top is the DMO Council, which includes the Chair (常), Vice-Chair (非), Executive Director (専務理事), and General Manager (常務理事). Below the council are two General Managers (事務局長). One oversees Marketing & Promotion (マーケティング&プロモーション), Land-based Tourism Development (着地整備観光鶴飼), Tourism Resource Development (観光資源開発), and Management of the Three Goblins Museum (三次ものけミュージアム(博物館・交流館)指定管理). The other oversees Contracted Businesses and Self-operated Businesses (受託事業・自主事業). To the left is the Tourism Promotion Committee, listing DMO, Tourism Resource Stakeholders, Hotels, Transportation, Producers, Restaurants, and Government. Below the committee is a Support Group for the Tourism Ambassador (三次観光アンバサダー). Arrows indicate communication and collaboration between these entities.</p>
--	---

	【参考】令和 6 年度 三次観光推進委員会 構成事業者（※詳細別途添付）							
令和6年～7年度「三次観光推進委員会」委員構成（敬称略）								
	① 観光資源関係者	② 宿泊事業者	③ 交通事業者	④ 生産者	⑤ 飲食事業者	⑥ 行政	⑦ DMO	
委員名	平田観光農園 広島三次ワイナリー	長岡旅館 三次のさんかく	三次みどりタクシー 広島電鉄	JAひろしま なちゅbio	いこい食堂	三次市 商工観光課	三次観光推進機構 専務理事 (議長)	
<p>【賛助会員】令和 6 度 登録会員 110 件（個人 7 人、団体 103）</p> <p>【三次観光アンバサダー】令和 6 年度 延べ 389 人</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】

現在の三次市は、広島県北部に位置し、平成 16（2004）年 4 月 1 日に、8 市町村が合併し誕生した。観光地としての中心は、①三次市の中心市街地②三次浅野藩 400 年の歴史と江戸時代中期の妖怪絵巻「稻生物怪録」の舞台となった三次町（2019 年には、日本初の日本妖怪博物館が開館）、③ファミリー層を中心に集客力の高い観光施設（広島三次ワイナリー、トレッタみよし、奥田元宋・小由女美術館、みよし運動公園など）が集中する東酒屋地区の 3 つのエリアである。この 3 エリアを中心に周辺には豊かな自然を活かしたフルーツ生産者や観光農園、酪農生産者、天然温泉、中国地方最大の一級河川江の川やダム湖などが広がる観光資源が溢れるエリアがある。また、広島県北部に位置しているものの、東西（中国縦貫自動車道）南北（中国横断自動車道尾道松江線）の高速道路がクロスする交通の要所であり、他県・他市町からの入込客も誘致できる「交流拠点」という利便性を活かせるエリア特性を持ち合わせています。そのような地理的優位性を活かし、入込客の誘致と入込客の市内全域の観光資源への回遊性を高めながら、地域の住民と連携し観光地域づくりに取り組んでいる。更に、広島県北の交通の要所であることは、広域周遊観光ルートや商品の造成においても優位性があるため、山陰と山陽、山口県・岡山県などを経由した広域周流ルートの造成にも取り組んでいく。

【観光客の実態等】

年度	数値	総観光客数 (A) (単位 : 千人)	入込観光客数 (B) (単位 : 千人)	入込率 (B) / (A)	延べ宿泊者数 (単位 : 千人)	総観光消費額 (単位 : 百万円)
平成 26 年 (2014)	実績	2,756	1,561	57%	103	4,475
平成 27 年 (2015)	実績	3,361	2,060	61%	135	5,389
平成 28 年 (2016)	実績	3,394	2,078	61%	137	5,443
平成 29 年 (2017)	実績	3,410	2,089	61%	137	5,483
平成 30 年 (2018)	実績	3,380	2,035	60%	135	5,316
令和元年 (2019)	実績	3,475	2,114	61%	179	6,543
令和 2 年 (2020)	実績	2,074	1,326	64%	127	3,905
令和 3 年 (2021)	実績	1,873	1,197	64%	139	5,262
令和 4 年 (2022)	実績	1,997	1,309	66%	155	6,277
令和 5 年 (2023)	実績	2,146	1,529	71%	171	7,076
令和 6 年 (2024)	見込	2,092	1,390	66%	170	7,535
令和 7 年 (2025)	目標	-	-	-	172	7,400

※ 令和 5 年度、三次市が策定した「第 2 次三次市観光戦略」に基づき、KPI に入込率を追加。

【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】

観光資源	中国地方最大の一級河川 江の川、ハイヅカ湖（ダム湖）、多様なフルーツの生産（特に、葡萄、ピオーネ）、三次のワイン、天然温泉（君田温泉）、尾閑山公園、灰塚ダム、比熊山
観光施設	湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）、広島三次ワイナリー、平田觀光農園、フルーツランドふの、奥田元宋・小由女美術館、辻村寿三郎人形館、広島県立みよし風土記の丘、江の川カヌー公園さくぎ、みよしあそびの王国
商業施設	道の駅ゆめランド布野、川の駅常清、川西郷の駅、トレッタみよし、物産館みわ 375、フレスコ三次プラザ、サングリーン
自然	雲海（霧の海）、常清滝、神之瀬岐県立自然公園、君田町森の散歩道、弘法山キャンプ場、ハイヅカ湖畔の森オートキャンプ場、ほしはら山のがっこ（川西地区）、品の滝、知和ウエットランド（灰塚ダム）
伝統・文化	「三次の鵜飼」（6月～9月）、三次の神楽（6団体）、三次市民ホールきりり、ジミー・カーターシビックセンター、湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）、三良坂平和美術館、美術館あーとあい・きさ、きさ歴史民俗資料館、みらさか竹工房 はなかご、出雲大社備後分院、須佐神社、三次地区神社仏閣（鳳源寺、太歳神社、吉祥院、西江禪寺、妙栄寺、三勝寺、専法寺、照林坊、熊野神社など多数）
スポーツ	電光石火みよしパーク（広島県立みよし公園）、みよし運動公園、電光石火きんさいスタジアム三次（野球スタジアム）、灰塚トライアルパーク、甲奴健康づくりセンターゆげんき、きさ安田パークゴルフ場、十日市親水公園
イベント	三次きんさい祭り、みよし市民納涼花火まつり、さくらまつり、三良坂祇園祭り、吉舎ふれあい祭り、小童祇園祭り（須佐神社）、君田ひまわり祭り、三次ワイン祭り（広島三次ワイナリー）、こうぬカーターピーナッツ収穫祭、君田近郷神楽大会、さくぎ神楽共演大会
造成した体験観光商品	ハイヅカ湖カヤック・クルージングツアー、ハイヅカ湖畔 E バイク de ポタリングツアー、トライアル競技体験教室、江の川 E バイク de ポタリングツアー、My 日本酒を作ろう！酒造りまるごと体験ツアー、三次ワインと三次産食材を使った極上フランス料理のペアリング体験ツアー、辻村寿三郎 人形芸術の世界まるごと体験ツアー、旧 JR 三江線「尾閑山駅」レールマウンテンバイク、君田温泉森の泉 森の散歩道ウォーキングガイドツアー、ハイヅカ湖 SUP 体験ツアー、「とみしの里」～パークゴルフ付き宿泊プラン、三次グランドホテル～三次の銘酒「美和桜」と「みよし和牛」オールみよし絶品ペアリング体験宿泊プラン

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

①三次市内宿泊施設

区分	施設名称	所在区域	部屋数	収容数（人）
旅館	鶴鳴館	三次地区	8	21
	松見楼	十日市地区	5	18
	長岡旅館	十日市地区	14	36
	大和旅館	十日市地区	6	12
	ふだば旅館	神杉地区	25	50
	君田温泉森の泉	君田地区	12	48
	滝見家旅館	作木地区	11	20
	あきやま旅館	甲奴地区	5	12
ホテル (ビジネスホテル含む)	ホテルクラウンヒルズ三次	十日市地区	124	225
	三次グランドホテル	十日市地区	88	108
	ホテルアルファーワン三次	十日市地区	216	252
	ホテルルートイン三次駅前	十日市地区	248	359
	ビジネスホテル白鳥荘	八次地区	15	40
	三原ビジネスホテル	三次地区	3	3
	ビジネス＆ゲストハウスホテルライカ	酒屋地区	39	39
	とみしの里小富士荘	吉舎地区	10	30
ゲストハウス 古民家 その他	青猫	三次地区	4	12
	虚空（1組限定宿泊古民家の宿）	三次地区	1	2
	Villa Kuon Kisa (1棟貸切の古民家の宿)	吉舎地区	1	4
	体験交流センターやすらぎ荘	甲奴地区	3	45
	ペンションカーターヒルズ	甲奴地区	2	4
	山仕事体験民宿 気楽坊	甲奴地区	2	(1組限定) 4
	広島ふるさと村	三和地区	6	84
	ほしはら山のがっこう	川西地区	2	12
	江の川カヌー公園さくぎ	作木地区	11	72
	三次のさんかく	三次地区	2	5
農家民宿	農家民宿菜の菜の花ばたけ	作木地区	2	6
	民宿ポンママの宿かくれんぼ	川西地区	2	10
	農家民宿竹丸屋	川西地区	2	6
	農家民宿かみいと	川西地区	2	5
	田舎宿風の道	和田地区	6	16
	農家民宿こがねや	君田地区	2	8
	草花鳥魚の宿 三次みんなの家	河内地区	8	15
			887	1,583

【利便性：区域までの交通、域内交通】

広島から三次駅 (JR 芸備線快速)	1 時間 20 分
広島から三次駅 (高速バス/備北交通)	1 時間 20 分
福山から三次駅 (JR 福塩線)	2 時間 30 分
広島空港から広島バスターミナル経由、三次駅 (高速バス)	2 時間 40 分
松江市・出雲市から三次 IC (一畑バス)	1 時間 40 分
大阪駅から三次 IC (JR バス中国)	4 時間 58 分
名古屋駅から三次駅 (JR 東海バス/夜行バス)	7 時間 47 分
三次市街地循環バス「くるるん」他	

【外国人観光客への対応】

当機構 公式ウェブサイト Walk @round Miyoshi
 (繁体字サイト) <https://www.miyoshi-dmo.jp/zh-tw/>
 (英語サイト) <https://www.miyoshi-dmo.jp/en/>

当機構 公式 三次まち歩きスマホアプリ

【繁体字】

iOS :

<https://apps.apple.com/tw/app/walk-around-miyoshi-%E7%B9%81%E9%AB%94%E4%B8%AD%E6%96%87/id1607447255>

android:

https://play.google.com/store/apps/details?id=travel.itours.miyoshi.tw&hl=zh_TW

【英語】

iOS :

<https://apps.apple.com/app/walk-around-miyoshi-english/id1606666930>

android:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=travel.itours.miyoshi.en>

その他、多言語観光冊子 各種

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
観光消費額	三次市来訪者の発着地・目的・消費額を調査することで経済効果を把握し、分析するため。	観光客統計調査（市内観光スポット、イベント、ツアーや着地型観光商品参加者等 86 か所より集計）また、当機構ネット調査（毎月 150 サンプル × 12 か月 = 年間 n=1,800+）令和 2 年度から毎年度時系列調査中
延べ宿泊者数	観光消費額の向上に資する宿泊者数を時系列に把握する。 各種宿泊者数増大の販売促進施策を講じることにより、その効果を測定するため。	市内 35 施設宿泊者数報告の集計（広島県観光客統計調査）
来訪者満足度	三次市来訪者の満足度を把握することによりリピート来訪率を向上させるため。また、マーケットインした商品・サービスの改善に繋げるため	観光消費額同様、令和 2 年度より継続的に当機構ネット調査でデータ収集（令和 6 年度 n=1,800+）
リピーター率	観光地としての魅力度、充足度、満足度をリピーター率で把握するため。	観光消費額同様、令和 2 年度より継続的に当機構ネット調査でデータ収集（令和 6 年度 n=1,800+）
外国人観光客数	市内への外国人観光客数（日帰り、通過、宿泊等）の実態を把握するため	観光客統計調査（当機構の JNTO 登録外国人観光案内所 2 箇所でも外国人対応数を集計、JNTO に報告）
外国人宿泊者数	市内での外国人宿泊者数の実態を把握するため（国籍別に集計）	市内 35 施設宿泊者数報告の集計（広島県観光客統計調査）
WEBサイトのアクセス状況	三次市の観光情報の配信に関する閲覧者の関心度、反応の把握や事前予約などへの効果測定を実施するため	当機構公式ホームページを Google Analytics で分析
入込率（総観光客数の中から三次市民を除いた市外、県外、海外などからの入込客数の割合と定義）	入込率が高い方が総観光消費額が向上する傾向があるため、三次市（当機構）独自の指標として、総観光消費額の向上に大きな影響を及ぼす入込率を KPI に設定。	観光客統計調査
無人観光スポットへの来訪者数	歴史ある風光明媚な公園や早朝の雲海などの眺望を楽しめる山頂や観光客の通り抜ける旧市街の通路などの無人観光スポットへの来訪者数の実態を把握するため（月別、曜日別、時間別など）	センサーモニタを設置 令和 6 年度は、市内計 5 力所（無人スポット 3 か所：高谷山山頂、尾閑山公園、もののけ小路）+ 有人観光スポット 2 箇所（三次もののけミュージアム、広島三次ワイナリー）
市内大型イベントへの集客数	地域の大型イベントへの観光客数、 入込客数の実態を把握するため。	NTT Docomo モバイル空間統計 令和 6 年度は、7 月 27 日三次きんさい祭り、9 月 28 日みよし市民花火まつりにおける来訪客数を推計調査。
定性調査	マーケットインした商品開発や改善に役立つお客様の声を把握するため。	各種アンケートの自由回答欄の集計 三次の鵜飼での QR コードによるお客様アンケートの自由回答欄（Google フォーム収集）
住民満足度	地域住民とともに観光地域づくりを推進していくための住民の	令和 7 年度から当機構公式ホームページにて 通年実施中 ○当機構コーポレートサイト

	観光に関する協力意向、課題などの実態を把握していくため。	https://miyoshi-dmo.com/?p=973&preview=1&_ppp=2e2a0eda76 ○当機構観光情報サイト https://www.miyoshi-dmo.jp/event/satisfaction-survey/
--	------------------------------	---

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

広島県北部に位置する三次市には、令和 6 年度の総観光客数 2,092 千人（内入込客は、1,390 千人、入込率 66.4%）が訪れている。データ分析の結果、入込率の向上が総観光消費額の向上に貢献する傾向があることが分かったことにより、当機構は令和 6 年度から新たな KPI として入込率を設定した。しかしながら、三次市は、東西南北に高速道路がクロスする中国地方における交通の要衝でありながら、入込率が十分高い状況とは言えない。（令和 5 年度実績で、三次市の入込率 71% は広島県内 10 位）

入込率の向上は、滞在時間の延伸（消費機会の増大）、宿泊客の増大にもつながり、結果、総観光消費額が向上する。市外、県外、海外から一人でも多くの観光客を誘客するため、現地でしか体験できないような観光商品や地域イベント、四季折々の豊かな自然体験、三次特産のフルーツやワイン、チーズ、みよし和牛、日本妖怪博物館など独自性のある観光施設情報を中心に、当機構公式 SNS、ウェブサイト、スマホ版まち歩きアプリ、観光冊子などの媒体を介して、鮮度の高い情報をタイムリーに発信している。また、デジタル PR 活動を通して、全国の媒体に三次の来訪を促すコンテンツの配信に努める。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>三次市は、中国縦貫自動車道及び中国横断自動車道尾道松江線（やまなみ街道）がクロスし、県内はもちろん中国地方のどこからでもアクセスしやすい。このようなロケーションの強みを生かし、三次に来訪しないと経験できないような観光施設、観光商品、四季折々の観光情報を発信して入込率の向上に取り組んでいる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 三次浅野藩 400 年の歴史と伝統的な街並みが残る三次町にて 2019 年 4 月に開館した「湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次ものけミュージアム）」。日本初の公立妖怪博物館であり、日本最大約 5,000 点の妖怪コレクションを収藏する。年 4 回開催の企画展と寛延 2 (1749) 年、三次を舞台に生まれた妖怪絵巻「稻生物怪録」にちなんだ妖怪資源（比熊山たたり石、西江禅寺、太歳神社、魚の棚など多数）。 ② 同じ三次町内に残る浅野内匠頭正室・阿久利姫（瑤泉院）遺髪塔や義士堂など忠臣蔵ゆかりの鳳源寺や NHK 新八犬伝で有名な人形作家の作品を展示する辻村寿三郎人形館、桜や紅葉の名所尾閑山公園など多数。 ③ 450 年以上の歴史を誇る「三次の鵜飼」（鵜飼は現在全国 11 カ所で開催しているが、その 1 つが三次）である。インバウンド誘致も目指して、多言語発信、動画訴求、ネット予約、QR コードアンケート等、昨今のトレンドに合わせた新しい売り方、販路で販売を強化。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 三次に来訪する観光客の 9 割弱がクルマでの来訪である。残り 1 割以上の観光客は、広島市から 70 km、90 分程度かけて JR（芸備線）、或いは高速バスを使って来訪しなければならないため公共交通機関の利便性は劣る。 ② 冬期の降雪。沿岸部、都市部から来訪する自動車ユーザーの大半は、冬用タイヤを持っていないため冬期の来訪が伸び悩む。 ③ 広島空港～三次間の公共交通機関が無いこと。 ④ 多様な宿泊施設の不足。市内全域で 800 部屋以上の宿泊施設があるが、ビジネスホテルや旅館が主体で、インバウンドを受け入れられるような外資系ホテルや地域の特産品であるワインなどを楽しめるオーベルジュなど、多様な宿泊施設がないこと。 ⑤ ご当地グルメの不足（ご当地グルメ「三次唐麺焼」はあるものの、それ以外の地域グルメが生まれ、育っていないこと。） ⑥ MICE 用の施設が無いため、コンベンションの誘致が難しいこと。

<p>④ 体験できない体験観光商品。例えば、中国地方最大の一級河川「江の川」は、三次で西城川、馬洗川と合流して日本海に流れている。その江の川を使ったカヌーやラフティング、鮎釣り、旧 JR 三江線(廃線)を走れる西日本初のレールマウンテンバイク、朝晩の気温差が激しい三次ならでは収穫できる高甘味度、かつ多品種のフルーツ狩り体験(平田觀光農園等)。</p> <p>⑤ 温泉の少ない広島県の中でも美人の湯として有名な天然の温泉資源(君田温泉森の泉)</p> <p>⑥ ファミリー層が楽しめる無料の大型遊具のある運動公園(みよし運動公園内みよしあそびの王国、電光石火みよしパークなど)や敷地内の本格スポーツ施設(プロ野球の試合を誘致可能な野球スタジアムや人工芝サッカー場、屋内テニスコート、陸上競技場など多数)</p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か?</p> <p>上記のような三次市内にしかない各種観光コンテンツの情報発信と中国地方の交通の要所(クロスポイント)となるアクセスの良さを活かし、更なる入込客の誘致を進めていくこと。</p>	<p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か?</p> <p>① クルマを利用しない個人客(FIT)に関しては、三次までの公共交通機関利用後の二次交通の提供と利便性の向上が必要。(循環バスルートの見直し、駅前へのレンタカー誘致等。)</p> <p>② 広島空港から三次までの移動手段の確保 公共交通運行の再申請、レンタカー利用促進プロモーションの実施など)</p> <p>③ 宿泊施設の誘致、インバウンドを含めた多様な旅行客を受け入れる多様な宿泊施設の誘致が必要。 (外資系ホテル誘致、三次の特産ワインが楽しめるオーベルジュの誘致、三次浅野藩ゆかりの旧市街(三次町)での古民家宿泊施設の開業支援など)</p> <p>④ ご当地グルメの開発推進</p> <p>⑤ 旅行客需要の平準化を図るために、閑散期(冬季)の観光資源開発(ウィンタースポーツ、熱気球イベント、冬の温泉プランの販促など多数)</p>
<p>機会 (Opportunity)</p> <p>・安定した交通量を誇る中国縦貫自動車道(東西交流/令和3年平日24時間平均9,925台)と平成26年度開通の大半が無料区間である中国横断自動車道尾道松江線(南北交流/令和3年平日24時間平均7,561台)が交差する交通の要所である。どこからでも入込客を誘致しやすいという市場機会がある。</p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か?</p> <p>・西城川、馬洗川、江の川の3河川が交わる三次市は、国交省中国整備局三次河川国道事務所と連携した河川を利用する観光資源開発事業「巴峡三次かわまちづくり」(令和7年~11年)が決定されている。遊覧船、カヤック、BBQ、キャンプ場などの取組みを計画中。</p> <p>・三次浅野藩400年の歴史を誇る三次町では、市都市建築課と当機構、地域住民組織と連携しながら「三次地区にぎわい創出事業」という観光地域づくり事業を始めている。</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>① 天災(地震、台風、洪水、豪雨、その他甚大な自然災害)による三次市への観光客の減少。</p> <p>② 東西南北交通網の良さは、三次の魅力が低く、観光客満足度が低ければ、かえって三次市を素通りする観光客が増えてしまう可能性もあること。</p> <p>③ 宿泊施設数(客室数)に限りがあるため、大規模な集客イベント・スポーツ大会などで宿泊やコンベンション等の大型需要があった場合、三次市の宿泊施設だけでは対応できず、他の都市部にお客様が流れてしまう可能性があること。</p> <p>【参考】 令和6年6月現在三次市の宿泊施設の部屋数を、概ね888室(シングル利用)とすると年間365日、年間平均客室稼働率を7割としても、1年間に最大22万人程度しか収容ができない。 (参考:令和6年度 三次市内宿泊施設の宿泊者数は、延べ17万人泊)</p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か?</p> <p>① 人口減により、広島県沿岸部(広島市、福山市)と三次を結ぶJR芸備線、JR福塩線の便数や車両減。</p>

※上記に加え、P E S T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

○第1ターゲット層(子ども連れファミリー層 48%) (令和6年 当機構ネット調査 n=1,200(入込客限定サンプル数))

広島県沿岸部(特に広島市48.8%、福山市10.8%、東広島市9.4%、庄原市5.2%、呉市4.5%、廿日市3.8%、尾道市3.1%)からの20~40代の子ども連れファミリー層を対象に、ファミリーで楽

しめる東酒屋地区（広島三次ワイナリー、みよし運動公園、みよしあそびの王国、トレッタみよし、森のポッケ、奥田元宋・小由女美術館）、及び三次地区（三次もののけミュージアム、中四国初の旧JR三江線を走れるレールマウンテンバイク等）への集客。

○選定の理由

三次を代表する観光施設である広島三次ワイナリーのある東酒屋地区には、令和5年度の三次市への総観光客数2,146千人の内 271千人(12.6%)が来訪している。近隣には、無料でお子様が楽しめる大型遊具のある「あそびの王国」(みよし運動公園)や三次市こどもの室内遊び場「みよし森のポッケ」、三次の特産品を販売している「トレッタみよし」など家族で立ち寄れる施設が充実している。また、三次浅野藩であった歴史のある三次町には、湯本豪一記念 日本妖怪博物館(三次もののけミュージアム)は、令和元年の開業以来、子供たちと来館する家族で賑わっている。また令和6年度、近隣の旧JR三江線尾関山駅に、新たに運行している中四国初のレールマウンテンバイクに乗車する顧客層はお子様連れのファミリー層であるため。

○取組方針

東酒屋地区には、繁忙期における臨時観光案内所を開設(令和6年度15日間)。

また、三次もののけミュージアムやレールマウンテンバイクは、OTA(じゃらん、アソビュー、Klook、Viator等)による事前予約を推進している。

○第2ターゲット層（シニア夫婦層42%、カップルなど2人連れ旅行層12%）（令和6年 当機構ネット調査 n=1,200（入込客限定サンプル数）

○選定の理由

子育てを終わったシニア夫婦層は、平日における観光来訪が可能な層であり、観光客の土日集中を緩和し、また観光消費額も高い。また、カップル等の若い2人連れ層は、将来の三次ファン、また第一ターゲットであるファミリー層予備軍となり得るため。

○取組方針

シニア夫婦層には、平日を含む宿泊プランを販促。若いカップル層には、SNS等で三次の最新情報やイベント情報を発信。

○第3ターゲット層（インバウンド来訪者層 特に台湾、次に欧米豪、0.1%）

インバウンドの地方誘致は、当機構にとっても最大の課題である。

○選定の理由

もともと来訪者数が最も多い台湾（令和6年度 約20%）からのインバウンドの集客強化とオーバーツーリズム状態にある広島平和記念資料館、世界遺産（原爆ドーム、宮島の厳島神社）に集中するインバウンド来訪客を更に地方都市に誘客できれば、ポテンシャルのある大きな市場性を確保できる。また、オーバーツーリズムの緩和にも貢献できると思われるため。

○取組方針

三次市は、車でのアクセスにおいて東西南北からの受容性は高いが、個人(FIT)に関しては広島空港からの公共交通機関もないなど、利便性が低い。よって、旅行会社が企画募集する団体ツアーの獲得を第一ステップとし、台湾、欧米豪からのツアー企画を担当するインバウンド専門会社への商談、営業、FAMツアーの開催などにより誘客を促していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p><キャッチフレーズ> Cross Point, Miyoshi ～歴史・文化・自然・人々が CROSS（交差）するまち～</p> <p><コンセプト> 中国地方の真ん中で、3つの川と道が縦横に交わる、Cross Point Miyoshi 人が集い、物が行き交い、心が通い合い、 豊かな自然や歴史の中で、 感動の体験が生まれ、活かされてきました。 三次を訪れる人々の心が躍る体験を創り出し、 “人”と“まち”がクロスする、 持続可能な観光地域づくりを目指します。</p> <p><ミッション> 私たちは“観光”を通して、三次の地域経済の活性化に取り組みます。</p> <p><ビジョン></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Welcome 来訪者を暖かく迎える観光地域づくりを目指します。 2. Connect 来訪者と事業者をつなぐ役割を目指します。 3. Benefit 来訪者には”三次にしかない付加価値“を、事業者には”収益向上“をもたらす仕組みづくりを目指します。 <p><ロゴデザイン></p>  <p>来訪者を暖かく迎える観光地域づくりを目指すことから、温かみのあるフォントを使用しました。「DMO」の「0」には、広島県三次市をアピールするため、「三次」の文字を入れました。「三」は川をイメージし、両縁が開いているのは、絶えず川や人が流れている様（交流）を表しています。</p>
<p>② コンセプトの考え方</p>	<p>三次地域は中国地方のほぼ中央に位置し、古代から山陰と山陽の両文化を受け入れ、育み、人々が交流し、発展してきた歴史がある。周囲を取り囲む山々（自然）や市街地中央部で合流する3大河川、2本の高速交通網や鉄道が地域の発展を後押ししてきている。このような特色をもつ三次地域を訪れる人々に心が躍る体験を創り出し、地元の経済発展にも将来にわたって寄与することのできる持続可能な観光地域づくりを目指す。</p>

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。	<p>①当機構の理事会は、(旧)三次市観光協会、三次市内各町内の旧観光協会、三次商工会議所、三次広域商工会等の代表理事、専務理事、事務局長やJAひろしま三次地域前女性部長、地域の有識者等の代表者で構成されており、年間3回の理事会の開催により観光戦略の協議、共有、調査結果のフィードバック、観光商品造成の協力、共有の場となっている。</p> <p>③ また令和3年度3月末をもって、平成17年度から三次市が事務局を運営してきた「三次市観光キャンペーン実行委員会」(宿泊事業者、交通事業者、飲食事業者、農業団体等35の関係団体で構成)を発展的に解散。その後継団体として、令和4年度から当機構が主導して行政や観光業界の多様なメンバー(①観光資源関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④生産事業者、⑤飲食事業者、⑥行政(三次市)と⑦当機構の専務理事)で構成する「三次観光推進委員会(議長:当機構専務理事)」を設立し、観光地域づくりの合意形成の仕組みを構築している。本委員会は、令和6年度は9月4日、令和7年2月10日の計2回開催。(※委員会名簿は別紙参照)</p>
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	<p>① 当機構は、令和2年度から通年で令和6年度まで、三次市来訪者へのネット調査を行っている(月150サンプル×12か月=1,800+)。その中で定量的な満足度と共に定性的な満足・不満理由を回収、集計し、年度別に報告書をまとめている。満足・不満足理由の考察を当機構内で分析し、課題内容に応じて観光推進委員会にも報告、改善できるところから優先順位をつけて対応している。</p> <p>② また、三次市を代表する観光商品「三次の鵜飼」では、アンケート依頼のQRコードを付けたポストカードを鵜飼遊覧船乗船者に受付で配布。満足度の評価や自由意見を収集、継続的な課題改善に取り組んでいる。</p> <p>③ 当機構が支援した体験観光商品参加者に対する満足度調査を実施。</p> <p>④ 当機構が指定管理している湯本豪一記念日本妖怪博物館でも開館以来、入館者アンケートを実施・回収し改善点などを検討している。</p> <p>⑤ 令和7年度より、当機構公式サイト(一般観光客用、コーポレートサイト)にて、通年での住民満足度調査を実施しており、住民目線での観光のあり方についても検討できるよう併せてデータを収集している。(P14記載の通り)</p>
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	<p><情報発信></p> <p>① 当機構は令和元年より、当機構公式ホームページ及びスマホ版「三次まち歩きアプリ」にて、三次の四季折々の鮮度の高い観光情報やイベント情報を配信している。</p> <p>○当機構公式三次観光情報発信サイト(一般観光客用) https://www.miyoshi-dmo.jp/ (令和6年度 当機構公式サイトPV数 753,731)</p> <p>○当機構コーポレートサイト(当機構紹介コーポレートサイト) https://www.miyoshi-dmo.jp/event/miyoshi_machi_aruki_apuri/</p> <p>○三次まち歩きアプリ https://www.miyoshi-dmo.jp/event/miyoshi_machi_aruki_apuri/</p>

(令和 6 年度 累計登録者数 10,298 人)

- ② また、多くのコンテンツにおいて、店主、事業主など関係者にフォーカスしたコンテンツ制作を実施。市民を代表する三次観光アンバサダーや市民モデルも起用し編集している。

<プロモーション>

当機構のプロモーションは、目標とする総観光消費額（KGI）の達成のために設計している。総観光消費額向上に向けた指標は、滞在時間の延伸および宿泊者数である。そのため、滞在時間延伸のための広域周遊プロモーションや飲食促進プロモーション、また宿泊者増大プロモーションを毎期推進している。

① 令和 6 年度 三次市内飲食促進プロモーション

1. 三次ドライブ割プロモーション（スマホデジタルクーポン利用 157 件）
2. 三次市内広域グルメスタンプラリー（三次うまいもんスタンプラリー）応募者 164 名、スタンプ数 705 個
3. 三次めぐりありカフェスタンプラリー（協賛者として参画）

② 広域周遊促進プロモーション

1. JAF ドライブスタンプラリー（市内 5 拠点参加）1,668 件スタンプ（JAF 会員による日本妖怪博物館来訪者数 9,728 人）

③ 宿泊推進プロモーション

1. 市内レストランで使える食事券付き宿泊プラン（市内 16 宿泊施設、31 店舗参加）3,905 枚配布（67.6% 利用）

2. 君田町内で使える商品券付き君田温泉リニューアル宿泊予約促進プロモーション（君田町内 6 店舗参加）823 枚配布（79.4% 利用）

④ SNS プロモーション（三次の四季折々のホットな観光情報配信促進）

1. X, Facebook, Instagram, 三次観光アンバサダーLIN、その他、総フォロワー数 18,425 件（昨年対比 4,034 件増）
2. 市内事業者対象 SNS 講習会の実施（2 回開催）令和 6 年 11 月 19 日、12 月 2 日

⑤ 三次市民、又は市外の三次ファンを中心に三次の情報を SNS で発信する制度「三次観光アンバサダー」（令和 6 年度 11 名登録、延べ 389 人登録）。また、市民イベントやセレモニーの進行サポート、観光 PR を担当する「三次観光アンバサダーセレモニースタッフ」を 1 名起用。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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（総観光消費額をKGIとして設定）

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
●総観光消費額 (百万円) <u>KGIとして設定</u>	目標	5,000	6,540	6,200	7,400	7,500	7,600
	実績	()	()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	6,277	7,076	7,535			
	実績	()	()	()			
●来訪者満足度 (%)	目標	150	180	160	172	175	178
	実績	()	()	(1.5)	(2)	(3)	(4)
●リピーター率 (%)	目標	155	171	170			
	実績	(0.4)	(1.3)	(0.9)			
●入込率 (%) <u>R6から新たに追加KPI</u>	目標	65	67	63	64	66	66
	実績	()	()	()	()	()	()
●入込率 (%) <u>R6から新たに追加KPI</u>	目標	62	62.9	62.4			
	実績	()	()	()			
●リピーター率 (%)	目標	75	75	90	90	91	92
	実績	()	()	()	()	()	()
●入込率 (%) <u>R6から新たに追加KPI</u>	目標	90	91.3	88.4			
	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】

- 令和6年度、当機構も委員として参加した「第2次三次市観光戦略策定検討委員会」の協議の中で、過去の各KPI達成状況、国内外の観光客統計、今後の経済環境や市のインバウンド誘致目標などを総合的に検討し、当委員会の中でKPI、KGIを含む「第2次三次市観光戦略」が決定された。
- 当機構は、その数値目標達成のため、各種施策を展開している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

- 観光客統計調査（市内計86か所）データ、及び従来行ってきた年1回の対面調査では、当日の天候等による観光客数のばらつきが大きいため、令和2年度から通年でのネット調査（毎月市民50、入込客100、計150×12ヶ月=年1,800サンプル）を集計（ばらつきを排除して精度を向上）し、総体的に集計。

●延べ宿泊者数

- 三次市内35宿泊施設における年間宿泊者数（一部推計）を翌年1月～2月の間に集計したもの。

●来訪者満足度

- ・当 KPI も年 1 回の対面調査から通年でのネット調査に切り替えることで、年一度のばらつきを排除し、年間での平均満足度を算出している。

●リピーター率

- ・当 KPI も年 1 回の対面調査から通年でのネット調査に切り替えることで、年一度のばらつきを排除し、年間での平均リピーター率を算出している。

●入込率

- ・観光客統計調査から入込率を算出している。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2024 (R7) 年度	2025 (R8) 年度	2026 (R9) 年度
総観光客数 (広島県観光客 数の動向) 単位：千人	目標	設定せず ()	設定せず ()	設定せず ()	設定せず (5)	設定せず (10)	設定せず (15)
	実績	1, 997 (0. 8)	2, 146 (2. 7)	2, 092 (2. 2)			
入込観光客数 (広島県観光客 の動向) 単位：千人	目標	1, 300 ()	1, 500 ()	2, 100 ()			
	実績	1, 197 ()	1, 309 ()	1, 529 ()			
当機構公式ホー ムページ PV 数 単位：PV	目標	400, 000 ()	700, 000 ()	800, 000 ()	900, 000 ()	1, 00, 000 ()	1, 100, 000 ()
	実績	542, 668 ()	666, 788 ()	753, 731 ()			
日本妖怪博物館 来館者数 単位：人 (当機構指定管 理施設)	目標	50, 000 ()	45, 000 ()	60, 000 ()	60, 000 ()	60, 000 ()	60, 000 ()
	実績	41, 722 ()	42, 956 ()	54, 135 ()			
インバウンド来 訪者数、() = 宿泊者数として 設定	目標			5, 000 (1, 500)	10, 000 ()	15, 000 ()	20, 000 ()
	実績			2, 191 (895)			

※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】

【設定にあたっての考え方】

●総観光客数

- ・コロナ禍で総観光客数は激減したが、令和 6 年度も一人当たりの平均観光消費額の向上を優先したため、総観光消費額は目標 62 億円を大幅に超える 75.35 億円を達成する見込みである。
- ・市の第 2 次観光戦略目標 KPI(令和 6 年～10 年)には、総観光客数を KPI として設定していないため、当機構も総観光客数を KPI に設定していない。

●総観光消費額 (KGI)

- ・上述の通り、当機構では、総観光客数の増大よりも各種プロモーションを通じて、一人当たりの平均観光消費額の向上により「稼ぐ力（総観光消費額）」の最大化を目標としている。そのため、総観光消費額を最終目標である KGI として設定している。

●入込客数と入込率（令和 6 年度から新たな KPI として設定）

- ・当機構の目指す方向性は、「にぎわいの創出」から「稼ぐ力（総観光消費額）の向上」にシフトしている。総観光消費額の向上には、滞在時間の延伸、宿泊者数の増大、入込客数の増大が寄与することが判明しているため、令和 6 年度から「入込客数」と「入込率」を新たな KPI として設定した。

●当機構公式ホームページ PV 数

- ・令和 6 年度、当機構のホームページをコンテンツやサイト遷移を整理し、PV 数を上がられるように全面リニューアルした。

●日本妖怪博物館 来館者数

- ・湯本豪一記念 日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）は、令和 6 年 4 月 1 日から令和 12 年 3 月 31 日までの 6 年間、当機構が指定管理者となっているため来館者数を KPI としている。

●インバウンド来訪者数

- ・市の第 2 次観光戦略目標にインバウンド来訪者数とインバウンド宿泊者数が新たな KPI として設定されていたため、当機構も同様に設定。

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（R 4） 年度	206,385,616（円）	（円） 【市からの補助金】 88,017,648 【市からの受託事業】 85,068,433 【施設利用料収入】 2,544,170 【売上高】 4,379,074 【負担金】 1,425,123 【雑収入】 764,443 【その他】 24,186,725
2023（R 5） 年度	218,085,006（円）	（円） 【国からの補助金】 5,000,000 【市からの補助金】 90,256,000 【市からの受託料】 72,233,863 【実行委員会・団体等からの受託料】 2,177,999 【施設利用料収入】 2,284,196 【売上高】 15,652,904 【負担金収入】 653,313 【雑収入】 1,255,251 【その他】 28,571,480
2024（R 6） 年度	218,157,315（円）	（円） 【国からの補助金】 296,140 【市からの補助金】 97,555,469 【市からの受託料】 68,675,279 【実行委員会・団体等からの受託料】 1,427,793 【施設利用料収入】 534,700 【売上高】 7,931,910 【負担金収入】 166,961 【入館料収入】 21,737,642 【ショップ売上】 16,984,240 【その他】 2,141,190 【営業外収益】 705,991
2025（R 7） 年度	201,541,000（円）	（円） 【市からの補助金】 99,188,000 【市からの受託料】 56,000,000 【実行委員会・団体等からの受託料】 2,362,000 【施設利用料収入】 540,000 【売上高】 9,290,000 【負担金収入】 167,000 【入館料収入】 16,200,000 【ショップ売上】 9,560,000 【その他】 8,234,000

2026（R 8） 年度	201,541,000（円）	(円)
		【市からの補助金】 94,188,000
		【市からの受託料】 61,000,000
		【実行委員会・団体等からの受託料】 2,362,000
		【施設利用料収入】 540,000
		【売上高】 9,290,000
		【負担金収入】 167,000
		【入館料収入】 16,200,000
		【ショップ売上】 9,560,000
		【その他】 8,234,000
2027（R 9） 年度	201,541,000（円）	(円)
		【市からの補助金】 94,188,000
		【市からの受託料】 61,000,000
		【実行委員会・団体等からの受託料】 2,362,000
		【施設利用料収入】 540,000
		【売上高】 9,290,000
		【負担金収入】 167,000
		【入館料収入】 16,200,000
		【ショップ売上】 9,560,000
		【その他】 8,234,000

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（R 4） 年度	196,307,014（円）	【一般管理費】（本部） 54,854,323 【着地整備・観光鵜飼】 19,942,561 【マーケティング・プロモーション・調査分析】 11,687,511 【観光資源開発】 9,037,192 【受託事業】 31,247,447 【指定管理】 69,537,980
2023（R 5） 年度	214,343,347（円）	【一般管理費】（本部） 65,314,634 【着地整備・観光鵜飼】 22,575,952 【マーケティング・プロモーション・調査分析】 10,430,859 【観光資源開発】 10,615,711 【受託事業】 31,074,978 【指定管理】 74,331,213
2024（R 6） 年度	216,527,765（円）	【一般管理費】（本部） 65,648,271 【着地整備】 5,420,317 【観光鵜飼】 14,958,782 【マーケティング・プロモーション・調査分析】 14,090,739 【観光資源開発】 1,866,711 【受託事業】 17,246,343 【指定管理】 96,720,488 【自主事業】 576,114
2025（R 7） 年度	201,541,000（円）	【一般管理費】（本部） 67,078,000 【着地整備】 3,539,000 【観光鵜飼】 15,650,000 【マーケティング・プロモーション・調査分析】 18,470,000 【観光資源開発】 1,008,000 【インバウンド推進】（新規） 6,983,000

		【受託事業】(自主事業含む)	14,762,000
		【指定管理】	72,363,000
		【その他】	1,688,000
2026 (R 8) 年度	201,541,000 (円)	【一般管理費】(本部)	67,078,000
		【着地整備】	3,539,000
		【観光鵜飼】	15,650,000
		【マーケティング・プロモーション・調査分析】	18,470,000
		【観光資源開発】	1,008,000
		【インバウンド推進】	6,983,000
		【受託事業】(自主事業含む)	14,762,000
		【指定管理】	72,363,000
		【その他】	1,688,000
2027 (R 9) 年度	201,541,000 (円)	【一般管理費】(本部)	67,078,000
		【着地整備】	3,539,000
		【観光鵜飼】	15,650,000
		【マーケティング・プロモーション・調査分析】	18,470,000
		【観光資源開発】	1,008,000
		【インバウンド推進】	6,983,000
		【受託事業】(自主事業含む)	14,762,000
		【指定管理】	72,363,000
		【その他】	1,688,000

(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

上記記載の通り、令和 6 年度の当機構の補助金の総額（国と市併せて 97,851,609 円）は、総収入 218,157,315 円に対して、44.9%と 50%を下回っている。日本妖怪博物館の指定管理料や売店売上、市や実行委員会・団体からの受託料収入、物販、レンタサイクル、コインロッカー、花火遊覧船の運航などの自主事業の拡大に向けて取り組んでいる。

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

広島県三次市は一般社団法人三次観光推進機構を本市における観光地域づくり法人として認め、社員として参画するとともに、その活動に対し支援をしている。

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】

当機構は、重複は無く、本項目には該当していない。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

【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】

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	永江博之
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	728-0014
所在地	広島県三次市十日市南一丁目 2-23 三次市交通観光センター
電話番号（直通）	0824-62-6150（直通）
FAX番号	0824-63-1179
E-mail	h.nagae@miyoshi-dmo.jp

担当者氏名	落田正弘
担当部署名（役職）	本部（事務局長）
郵便番号	728-0014
所在地	広島県三次市十日市南一丁目 2-23 三次市交通観光センター
電話番号（直通）	0824-62-6150（直通）
FAX番号	0824-63-1179
E-mail	m.ochida@miyoshi-dmo.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	広島県三次市
担当者氏名	藤川あゆみ
担当部署名（役職）	産業振興部 商工観光課 課長
郵便番号	728-8501
所在地	三次市十日市中二丁目 8 番 1 号
電話番号（直通）	0824-62-6170（直通）
FAX番号	0824-64-0172
E-mail	a.fujikawa6198@city.miyoshi.hiroshima.jp

都道府県・市町村名	広島県三次市
担当者氏名	竹田 恵美
担当部署名（役職）	産業振興部 商工観光課 係長
郵便番号	728-8501
所在地	三次市十日市中二丁目 8 番 1 号
電話番号（直通）	0824-64-0066（直通）
FAX番号	0824-64-0172
E-mail	e.takeda0289@city.miyoshi.hiroshima.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

広島県三次市

【設立時期】 平成29年12月15日

【設立経緯】

令和4年4月1日一般社団法人みよし観光まちづくり機構(令和元年8月7日地域DMO登録)が、旧一般社団法人三次市観光協会を吸収合併した。令和4年4月1日から一般社団法人三次観光推進機構(略称:みよしDMO)と改称して、地域DMO業務を推進。

【代表者】 代表理事 政森進

【マーケティング責任者(CMO)】 永江博之

【財務責任者(CFO)】 落田正弘

【職員数】 28人(令和6年度)

正社員5人、契約社員10人、パートタイム12人、派遣社員1人

【収入】(令和6年度決算 単位:千円)

合計218,157(内訳:国・市補助金97,851、市受託料68,675、実行委員会等からの受託料1,428、施設利用料収入535、売上高7,932、負担金収入167、入館料収入21,738、ショップ売上16,984、その他2,141、営業外収益706)

【支出】(令和6年度決算 単位:千円)

合計216,527(内訳:一般管理費65,648、着地整備5,420、観光鵜飼14,959、マーケティング・プロモーション・調査分析14,091、観光資源開発1,867、受託事業17,246、指定管理96,720、自主事業576)

【連携する主な事業者】

三次観光推進委員会(合意形成の場)、三次商工会議所、三次広域商工会、

三次観光推進機構 賛助会員110件(個人7人、団体103件)

戦略

【主なターゲット】

①第1ターゲット 子ども連れファミリー層

②第2ターゲット シニア夫婦層を含む2人連れ旅行層

③第3ターゲット スペシャルインタレストハンター層(妖怪、コスプレ他)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

①主に広島県内及び近隣県へのファミリー層向けPR、OTA販売(特に、三次ものけミュージアム、レールマウンテンバイク、大型遊具の設置公園)

②シニア夫婦層には平日を含む宿泊プランを販促。観光消費額向上のための滞在時間の延伸(グルメスタンプラリーや特典付き宿泊プランのプロモーション、広域周遊プロモーション等)のための販促の継続。

③日本初となる妖怪博物館「日本妖怪博物館(三次ものけミュージアム)」からの企画展、もののけイベント情報の発信、全国への広報強化

【観光地域づくりのコンセプト】

Cross Point Miyoshi～歴史・文化・自然・人々がCROSS(交差)するまち～
中国地方の真ん中で、3つの川と道が縦横に交わる Cross Point Miyoshi
人が集い、物が行き交い、心が通い合い、豊かな自然や歴史の中で、感動の体験が生まれ、活かされてきました。三次を訪れる人々の心が躍る体験を創り出し、「人」と「まち」がクロスする、持続可能な観光地域づくりを目指します。

具体的な取組

【観光資源開発】(新規は、R7より販売開始)

- ①450年以上の歴史を誇る「三次の鵜飼」の主催
- ②新規宿泊プラン造成(2件)
- ③新規体験観光商品造成(2件)
- ④県観光連盟補助金事業採択支援(1件)
- ⑤既存造成事業運営支援(8件)

【受入環境整備】

- ・JNTO指定外国人向け観光案内所の運営(2カ所:カテゴリー1及び2各1カ所)
- ・多言語対応市街地マップ作成
- ・市内イラストマップ3種類編集・増刷配布
- ・英語版時刻表作成・配布
- ・Miyoshi-free-WiFi整備(R6市内37ヶ所設置)
- ・専門ガイド登録(4カテゴリー、8名)
- ・三次観光まち歩きアプリ(登録会員10,298人)
- ・レンタサイクル、コインロッカー設置

【情報発信・プロモーション】

- ・公式ホームページリニューアル(753,731PV)
- ・三次観光アンバサダー制度(SNS)
- ・SNS 総フォロワー数18,425
- ・市内グルメスタンプラリーの販促
- ・市内 食事券・商品券付き宿泊プランの販促
- ・広域周遊促進(JAFスタンプレー)



(三次の鵜飼)

【その他】

- ・市からの受託業務実施(観光プロモーション業務、観光案内・観光情報提供業務)
- ・各種実行委員会からの事務局業務の受託
- ・指定管理(三次ものけミュージアム)
- ・自主事業の促進(レンタサイクル、コインロッカー、ご当地キャラクターグッズ販売、みよし市民花火まつり貸切遊覧船の運営等)



(ハイヅカ湖SUP)

記入日: 令和7年6月30日

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年	2027 (R9)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	5,000 ()	6,540 ()	6,200 ()	7,400 ()	7,500 ()	7,600 ()
	実績	6,277 ()	7,076 ()	7,535 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	150 ()	180 ()	180 ()	172 (2)	175 (3)	178 (4)
	実績	155 (0.2)	171 (1.4)	170 (1.5)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	65 ()	67 ()	63 ()	64 ()	65 ()	66 ()
	実績	62 ()	62.9 ()	62.4 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	75 ()	75 ()	90 ()	90 ()	91 ()	92 ()
	実績	90 ()	91.3 ()	88.4 ()	—	—	—