

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年 7月 27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	広域連携DMO・地域連携DMO・ <b>地域DMO</b>	
観光地域づくり法人の名称	(一社)木更津市観光協会	
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 木更津市	
所在地	千葉県木更津市	
設立時期	平成29年12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	21人【常勤8人（正規職員5名、フルタイム会計年度職員3名）、非常勤13人（パートタイム会計年度職員6名、臨時職員7名）】	
代表者（トップ人物：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) 小宮 一則 (出身組織名) 日東交通株式会社	一社)木更津市観光協会の会長として、地域の観光振興に携わり、また各種団体との連携にも精力的に取組み成果を挙げている。
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) 柴田 一樹（専従） (出身組織名) 木更津市観光協会	千葉大学、及び大学院でデザイン工学を専攻した。データ収集、分析に加え交流人口拡大の観点でプロモーションに取り組み、ホームページ、SNSの運用による情報発信を行っている。
財務責任者（CFO：チーフ・ファイナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	(氏名) 三好 智子 (出身組織名) 木更津市観光協会	木更津市オーガニックシティ推進アドバイザー等を務め、持続可能な地域づくりに長年取り組んでいる。経営学修士号。多くのNGOや非営利団体の理事、営利会社取締役など財務や経営についての実績がある。
DMO運用推進、プロモーション、旅行商品造成販売責任者	(氏名) 荒井 みゆき (出身組織名) AIサポート（株）	商業施設イベントの企画・運営や、販促事務局としてテナントとオーナーとの仲介役に努める。販売促進や事業者とのコミュニケーションに高い能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【千葉県】 ・商工労働部観光政策課	

	<p><b>【千葉県木更津市】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光振興課（DMO推進、観光振興計画策定、観光プロモーション実施）</li> <li>・産業振興課（事業者連携、移住・定住促進）</li> <li>・農林水産課（農林水産各団体、事業者との連携）</li> <li>・企画課（地方創生）</li> <li>・オーガニックシティ推進課（オーガニックなまちづくり推進）</li> </ul>
<b>連携する事業者名及び役割</b>	<p>(一社) 木更津市観光協会（事業戦略、プロモーション、映像支援）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドプロモーション部会（プロモーション、着地型商品造成）</li> <li>・木更津地元グルメ部会（プロモーション、着地型商品造成）</li> <li>・木更津歴史散歩部会（プロモーション、着地型商品造成）</li> </ul> <p>木更津商工会議所（事業者連携支援、プロモーション）</p> <p>新木更津市漁業協同組合、金田漁業協同組合（プロモーション、里海体験プログラム造成）</p> <p>木更津市観光ブルーベリー園協議会（プロモーション、里山体験プログラム造成）</p> <p>農業・漁業事業者、団体（プロモーション、里海・里山体験プログラム造成）</p>
<b>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</b>	<p><b>【該当する登録要件】</b> ①、②</p> <p>（概要）</p> <p>① 域内外様々な分野の企業・団体の代表者および行政が参画し共創して地域課題を解決するローカルSDGs「きさらづ地域循環共生圏」や、きさらづスポーツコミュニケーション等にきさらづDMOとして参画</p> <p>② 体験プログラム造成のため、①に参画する企業・団体やその他市内のNGO、企業、行政等と協力して体験プログラム毎に異なるプロジェクトグループを立ち上げ、主導</p>
<b>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</b>	<p>木更津市は「オーガニック」を「持続可能な未来を創るため、地域、社会、環境等に配慮し、主体的に行動しようとする考え方」と捉え、「オーガニックをまちづくりの視点として、地域社会を構成する多様な主体が一体となり、人と自然が調和した持続可能なまちとして、次世代に継承しようとする取組」を「オーガニックなまちづくり」と定義している。</p> <p>「きさらづDMO」はオーガニックなまちづくりに運動して、木更津市が有する豊かな里山、里海、街なかの伝統、文化を素材とした体験コンテンツを開発・拡充し、体験コンテンツのプレイヤーとして市民の参画を推進することで観光地域づくりへの理解・意識啓発を図っている。</p>
<b>法人のこれまでの活動実績</b>	<p><b>【活動の概要】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昭和27年 木更津市観光協会 発足</li> <li>・平成29年 一般社団法人木更津市観光協会 設立</li> <li>・平成30年 日本版DMO候補法人申請 登録</li> <li>・平成30年 第3種旅行業 取得</li> <li>・令和4年 登録DMOに認定</li> <li>・令和5年 DMO活動拠点設置</li> <li>・令和6年 新たな体験プログラム造成に係る事業展開</li> </ul>

	<p>「木更津市第3次観光振興計画」に定めた施策の推進のため、地域の多様な関係者を巻き込み、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う司令塔として、一般社団法人木更津市観光協会内にDMO推進事業部を設置し事業を展開している。</p>
<p>事業</p>	<p>実施概要</p>
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>＜令和元年度＞        ・インバウンドセミナー開催、市内在住ALT（外国语指導助手）対象市内資源フィールドワーク実施        ・街なかMAP、鎌足（里山）MAP製作、配布        ＜令和2年度＞        ・県内旅行会社向けに里山体験プログラムのマッチング商談会実施        ・千葉大学との連携による里山地区の地域資源マップの制作配布        ＜令和3年度＞        ・「きさらづミライマナビ旅」発表。旅行会社への告知、営業を開始        ＜令和4年度＞        ・「きさらづCAMP」、「シーカヤック体験」、「きさらづミライマナビ旅」、「花火鑑賞クルージング」などDMOホームページに予約サイトを立ち上げて販売開始        ＜令和5年度＞        ・「脚立釣り」「地元の朝採れ野菜販売」など木更津の資源活用に焦点を当てた施策、広報を実施        ＜令和6年度＞        ・展示会「ウェルネスツーリズムEXPO」や「レジャー＆アウトドアジャパン」に出展し「きさらづミライマナビ旅」および市内事業者をPR</p>
<p>受入環境の整備</p>	<p>＜令和元年度＞        ・クルーズ船寄港地おもてなし組織「木更津港クルーズファンクラブ」結成のための市民向けセミナー実施（登録会員250名）        ・WEBショップモール開設、木更津推奨土産品の販売開始        ＜令和2年度＞        ・「おもてなし」向上の為、宿泊施設との連携による満足度調査を実施        ・教育旅行、体験学習受入れ拡大の為、市内外事業者との連携強化を推進        ＜令和3年度＞        ・「きさらづCAMP」テスト運営、広域連携を目的とした「きさライド・デジタルスタンプラリー」、教育旅行受入などの整備を推進        ＜令和4年度＞        ・「トレーラーハウス」宿泊営業開始のための旅館業取得        ＜令和5年度＞</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMO活動拠点として「きさらづCAMP ORGANIC FIELD in みたて」をオープン &lt;令和6年度&gt;</li> <li>・「きさらづCAMP」や「トレーラーハウス」等会計処理整理による受付業務改善</li> </ul>
<b>観光資源の磨き上げ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;令和元年度&gt;</li> <li>・里山、里海体験プログラムの造成、販売</li> <li>・木更津特産品の販売セミナー開催と、あらたなオリジナルメニュー開発</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;令和2年度&gt;</li> <li>・里山、里海体験プログラムの造成、販売</li> <li>・ヘルスツーリズム構築のためのモニターツアー実施</li> <li>・あらたな里海体験プログラムのモニター実施</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;令和3年度&gt;</li> <li>・里山・里海体験プログラムの新規造成、販売 「きさらづCAMP」、「シーカヤック体験」、「冬花火鑑賞クルージング」</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;令和4年度&gt;</li> <li>・里山・里海体験プログラム「きさらづミライマナビ旅」を新規造成、販売</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;令和5年度&gt;</li> <li>・トレーラーハウスでの宿泊やSUP体験含め、木更津市の掲げる“オーガニックシティ”を楽しめる場として従来の「きさらづCAMP」から「きさらづCAMP ORGANIC FIELD in みたて」にリニューアルオープン</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;令和6年度&gt;</li> <li>・木更津市内に自生するクロモジの木を使用したアロマクラフトワークショップ実施、継続のサポート</li> </ul>

### 【定量的な評価】

#### ■入域実績

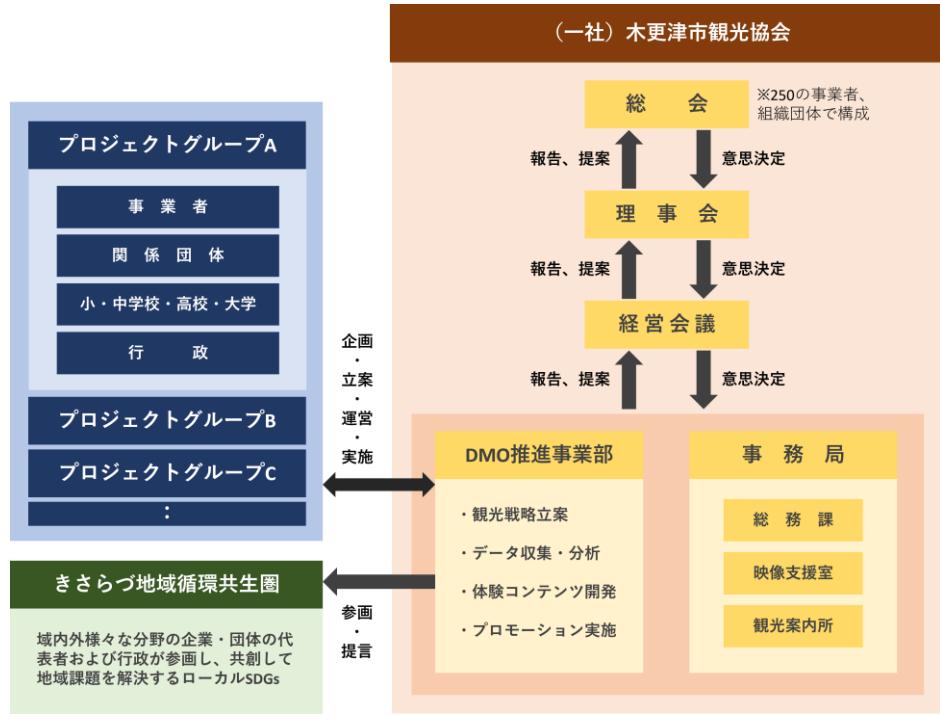
令和元年度	観光入込客数 17,758 (千人)	延べ宿泊者数 563 (千人)
令和2年度	観光入込客数 15,128 (千人)	延べ宿泊者数 342 (千人)
令和3年度	観光入込客数 14,759 (千人)	延べ宿泊者数 417 (千人)
令和4年度	観光入込客数 15,797 (千人)	延べ宿泊者数 613 (千人)
令和5年度	観光入込客数 16,067 (千人)	延べ宿泊者数 626 (千人)
令和6年度	観光入込客数 16,599 (千人)	延べ宿泊者数 701 (千人)

#### ■里海、里山体験プログラム実績

令和元年度	18 件	1,227 名
令和2年度	2 件	66 名 (新型コロナウィルス感染症の影響)
令和3年度	8 件	947 名
令和4年度	13 件	2,555 名
令和5年度	8 件	4,419 名
令和6年度	22 件	4,265 名

実施体制	【実施体制の概要】
※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れる図表等を必ず記入すること（別添可）。	<p>（一社）木更津市観光協会 DMO推進事業部は、観光地域づくりの司令塔として、250にも及ぶ観光協会員の事業者、各種団体と行政、市民と連携し、魅力ある観光地域づくりを推進する。</p> <p>さらに、域内外様々な分野の企業・団体の代表者および行政が参画し共創して地域課題を解決するローカルSDGs「きさらづ地域循環共生圏」にきさらづDMOとして参画することで市内の多様な関係者と連携を図るとともに、参画する企業・団体やその他市内のNGO、企業、行政等と協力してプロジェクトグループを立ち上げ、DMOが主導して体験プログラムを造成する。</p>

### 【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

### 【区域の範囲が分かれる図表を挿入】



### 【区域設定の考え方】

木更津市は東京湾アクアラインを利用した「房総半島への玄関口」であると同時に、来日する外国人観光客の多くが利用する「羽田空港」「成田空港」からのアクセスも良く、首都圏から観光客を受け入れるには恵まれた立地条件にある。市内は大きく「里海エリア」「里山エリア」「街なかエリア」の3エリアに区分される。

### 【観光客の実態等】

- 旅行形態は「家族」が49.2%と最も多く、次いで「夫婦・恋人」が28.0%。最も多い交通手段は「東京湾アクアラインを経由して自家用車で移動」が58.0%と半数以上が東京湾アクアラインを経由して来訪している。
- 訪問時に木更津市で体験したことは「アウトレットでのショッピング」が58.3%と最も多く、次いで「食事・グルメ」が47.5%。「三井アウトレットパーク木更津へ訪問し、食事をして帰宅（日帰り）」が主要な訪問コースとなっている。
- 来訪者ベースの一都三県で分けて見ると、東京都・千葉県・神奈川県が「アウトレットでのショッピング」が約60%と顕著であるが、埼玉県は「アウトレットでのショッピング」が約33%であるのに対し、「食事・グルメ」や「散策」が約40%、宿泊が約33%との結果となっており、埼玉県は宿泊込みでのグルメや散策を主要コースとしていることがうかがえる。
- 年間の入込客数は16,559千人であるが、宿泊者数は701千人に留まっており、来訪者の多くが日帰りでの来訪となっている。

**【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】****□里海エリア**

## ・自然干潟

日本で最大級の砂質干潟であり東京湾唯一の自然干潟である盤洲干潟を有する。東京湾有数の海苔の産地であり、潮干狩り、海苔すき体験、簀立て漁といったレジャーのほか、多彩な生き物が暮らす生態系を持ち、自然観察にも適している。

## ・大型商業施設

三井アウトレットパーク木更津、コストコホールセール木更津倉庫店が、木更津市内への来訪者の多くが本施設でのショッピングを目的としている。本施設来訪者の回遊や次回来訪時の市内への目的地提案の施策を図っている。

## ・東京湾アクアライン（アクアブリッジ、海ほたるPA）を含めた独自の景観

**□里山エリア**

## ・全国有数規模のブルーベリーをはじめ、イチゴや野菜などの摘み取り・収穫体験

## ・道の駅「木更津 うまくたの里」、クルックフィールズ、ポルシェ・エクスペリエンスセンター東京などの施設

**□街なかエリア**

## ・花街文化・寺社仏閣（證誠寺、八剣八幡神社、歌舞伎ゆかりの寺社等）

## ・「君去らず」の地名譚や、偉人にまつわる伝承や伝説

## ・「パークベイプロジェクト」による中心市街地の再開発が進行している。また、クルーズ船の寄港候補地でもある。

## ・スポーツバイクのレンタサイクル事業

**□ロケツーリズム推進**

## ・ドラマ、映画、CM、MV制作の需要が高い。映像支援室と連携のもと、ロケツーリズムの推進も地域コンテンツとして活用する。

**【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**

## ・龍宮城スパホテル三日月（首都圏の人を中心に人気）

## ・かずさアカデミアパーク（MICEの誘致が可能） 他

**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

## ・首都圏からアクアラインによるアクセスが良好である。

## ・市内に4箇所あるインターチェンジにより、車での移動がしやすい。

## ・路線バスが充実しており、市内施設へのアクセスが容易。

## ・木更津駅からスポーツバイクのレンタサイクルを利用した市内周遊が可能。

**【外国人観光客への対応】**

中国を中心に、台湾、香港、タイ、ベトナム、他東南アジア、欧米各国も観光客の受け入れ実績がある。

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	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。	来訪者を対象としたインターネットによるアンケート調査を行っている。
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。	
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。	
観光入込客数	区域内来訪者把握のため。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて「デジタル観光統計オープンデータ」の数値を活用している。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	木更津市の宿泊者数調査の数値を活用している。
外国人観光客延べ宿泊数	経済効果把握、観光ツアー造成の基礎資料とするため。	
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。	Google アナリティクス等の分析媒体を活用している。

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

木更津市は東京湾沿岸から千葉県内陸の山林まで東西に伸びた地形に加え、江戸時代に幕府から交易特権を得て港町として栄えてきた。

東京湾最大の自然干潟「盤洲干潟」や上総丘陵の緑豊かな自然が残されており、「都心に最も近く、身近に豊かな自然を感じることが出来る場所」である。近年は東京湾アクアライン、東関東自動車道館山線、首都圏中央連絡自動車道などの幹線道路の整備が進み、利便性が大きく向上したことから、優良な住宅地や商業施設の開発が進み、子育て世代を中心に近隣市や都心からの移住者が増加している。

入込客数が多い施設としては、海ほたるパーキングエリア、三井アウトレットパーク木更津、龍宮城スパホテル三日月などがあげられる。また春から夏にかけては沿岸部の広大な自然干潟を利用した市内5ヶ所の海岸で楽しめる潮干狩りや、すだて漁などの海の体験レジャーと、内陸部では季節ごとにイチゴ狩り、梨狩り、一大産地として知られているブルーベリー摘みなどの観光農園、体験農園なども盛んに豊かな自然を満喫できる。

歴史的、文化的な遺産も多く、「証城寺の狸囃子」で名高い「証誠寺」や、「八剣八幡神社」、「選澤寺」などの神社仏閣、昔から伝わる神事や祭礼が多く残されている。

観光との関わりにおいての地域課題は、恒常的な大型商業施設周辺の渋滞解消を含む、中心市街地および里山エリアを中心に、地域経済・環境にも有益である観光産業への移管である。

また、インバウンド訪問者が増加傾向にある中、多言語表記などの受入体制の充実も求められる。加えて、来訪者の多様なニーズに応える広域的な連携を図ることも重要であり、広域での魅力発信や観光サービスの質の向上により、来訪者の回遊促進、産業の活性化や交流人口の拡大による地域発展を図ることが求められている。

また、2016年から「オーガニックなまちづくり」を市の条例として掲げ、「人と自然が調和した持続可能なまちづくり」を推進しており、「クルックフィールズ」をはじめとした木更津市内の事業者や団体が持続可能性を意識した事業や取り組みを積極的に行っている。

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「オーガニックなまちづくり」持続可能な地域の形を実践的に作り込んでいる           <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 里山・里海の豊富な自然とその再生</li> </ul> </li> <li>地政学的好条件を活かした首都圏からのアクセスの良さと広域的施策の展開可能性           <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ アクアラインや高速道路をはじめとする交通輸送網</li> <li>➤ 二つの国際空港（羽田・成田）とのアクセスの良さ</li> <li>➤ クルーズ船も寄航可能な港</li> </ul> </li> <li>三井アウトレットパークや、龍宮城スパホテル三日月、Kurkku Fieldsなどの大型誘客施設</li> <li>ロケの受入、放映の増加による露出の高さ</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様な関係者を巻き込み、中長期的に観光地域づくりを推進する人材不足</li> <li>木更津市の知名度の低さ</li> <li>合併による多様な観光資源の混在により、統一感のある地域ブランドの確立や観光客への明確な印象づけが難しい</li> <li>アクアライン周辺の賑わいのある海岸部から旧市街や内陸部に向けた回遊性の悪さ</li> <li>国内外観光客受け入れ体制における不足点           <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 多言語対応</li> <li>➤ 特産土産品</li> <li>➤ 魅力ある体験プログラム</li> </ul> </li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>パンデミック終了、円安等の影響による訪日外国人観光客の増加</li> <li>マイクロツーリズム、アウトドア体験（里海、里山体験）ニーズの高まり</li> <li>環境問題や持続可能性に対する意識におけるサステナブルツーリズムや探求学習へのニーズの高まり</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>交通集中による沿岸部の慢性的な渋滞</li> <li>コロナ後の観光様式の変容（大型バスの減少等）</li> </ul>

※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）。

#### 参考データ

- Booking.com の発表した 2025 年 4 月の調査結果 (<https://news.booking.com/bookingcoms-2025-research-reveals-growing-traveler-awareness-of-tourism-impact-on-communities-both-at-home-and-abroad/>) によると、旅行者の 90% 以上がサステナブルトラベルを選択したいと回答。
- 日本修学旅行協会『教育旅行年報データブック 2024』「今後の修学旅行のあり方に関する調査まとめ（中学校・高等学校）（抜粋）」(<https://jstb.or.jp/files/libs/5199/20241031145816393.pdf>) によると、「今後の影響・変化～実施方法」における「見学地・体験活動の見直し」の回答数が中学校 172 件、高等学校 199 件のところ、「今後の影響・変化～体験内容」における「探求型プログラム」の回答数が中学校 94 件、高等学校 103 件。

### （3）ターゲット

○第 1 ターゲット層 サステナブル志向観光客（欧米・北欧圏のインバウンド含む）
○選定の理由 現在木更津市はオーガニックシティとして「人と自然が調和した持続可能なまちづくり」を推進しており、観光地域づくりにおいても同様のブランドイメージを確立することを目指している。

また、R6 年度における木更津市への来訪者数は 16,599 千人のうち、うみほたるが 7,425 千人（約 44.7%）、三井アウトレットパーク木更津が 6,516 千人（約 39.2%）と全体の約 86%を占め、アウトレットからの回遊策がこれまでも長らく求められている。R5 年度の形成計画においては首都圏一都三県（東京、神奈川、埼玉、千葉をメインターゲットとし、訪日観光客を二次ターゲットとしアウトレットからの回遊を主眼に置いていた。

しかし、R6 年度観光マーケティング調査によると千葉、神奈川はいずれも日帰りによるアウトレットへの来訪者割合が高く（宿泊割合が約 13%、アウトレットでのショッピングが約 57%）、来訪前に情報源に触れる割合が約 45%との結果が出ており、埼玉県の約 86%、東京都の約 74%と比較しても情報に触れる割合が低いことが明らかとなった。

また、クラスター分析による結果からアウトレットへ来訪する割合の最も高い（63.5%）「グルメ志向」クラスターが来訪前に情報に触れる割合は約 58%、対して「オーガニックライフスタイル志向」クラスターはアウトレット来訪率が約 34%、来訪前に情報に触れる割合が約 75%との結果となっており、本調査では直接的な関係までは至らなかったが「アウトレット来訪者は事前の情報を仕入れずにアウトレットへ行く可能性が高い」ことが間接的に示唆される。

まずはアウトレットからの回遊ではなく木更津市＝オーガニックシティのブランドイメージを定着させるため、そのためにはオーガニックライフスタイルを求める層へ情報を届けることを目的とし、「オーガニックライフスタイル志向」クラスターの特徴を「サステナブル志向観光客」と位置付け第一ターゲットとした。

また、世界的なサステナブル需要に向け、アドベンチャーツーリズムのメインターゲットとされる欧米・北欧のインバウンド旅行者にも通用するツーリズムの造成を目指すため、サステナブル志向観光客（欧米・北欧圏のインバウンド含む）とした。

#### ○取組方針

宿泊を伴う体験型コンテンツを拡充し環境意識や知的探求心の高い富裕層への認知・来訪機会を促すことで、単価向上および滞在日数延長により量から質へのシフトを図りオーガニックシティのブランド価値を高める。また、体験者に満足度等調査を行うことで体験価値を向上し、ターゲット層への訴求を強化する。

#### ○ターゲット層

教育旅行市場（探求学習重視の学校・大学の生徒）

#### ○選定の理由

R6 年度マーケティング調査のクラスター分析において「学習・探求志向」クラスターは来訪前に情報に触れる割合が約 92%、来訪時満足度も約 92%と各クラスター内で最も高い割合を示していることから、木更津市内において学習・探求をテーマとしたツーリズムの造成には潜在的価値があることが示唆される。

また、中・高等学校における探求学習の需要の高まりや、木更津市や千葉県内には国際会議として利用可能な施設を有していることから探求学習重視の教育旅行市場に加え、国際研究者や教育者コミュニティ等の知的好奇心の高い層に向けてコンテンツ造成を進めることによりブランディング強化を図ることとした。

#### ○取組方針

人数規模による受入可能施設の整理を行い、探求学習をテーマとした教育旅行の受入を拡大。

#### ○ターゲット層

国際研究者および教育者コミュニティ

#### ○選定の理由

かずさアカデミアホールを中心として国際会議を開催できる施設があり、千葉県内には幕張メッセなど大型の国際会議や企業研修に利用される会場がありエクスカーションのポテンシャルが高いため。

他上述の通り。

## ○取組方針

学会・企業研修に参加し、国際会議前後のエクスカーションに参加する知的好奇心の強い層に対して体験やツアーライ等を提供。

## (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	訪れるほどに地域が良くなる オーガニックシティきさらづ Your Regenerative Destination KISARAZU
②コンセプトの考え方	木更津市の掲げるオーガニックなまちづくりは持続可能なまちづくりを目指しており、きさらづDMOとしては、地域の観光産業も地域の持続可能性に寄与するビジネスに変容する手伝いをするとともに、このコンセプトが質の良い来訪客を増やす魅力となり得ると考える。 持続可能性を高めるには地域の資源（人・自然・経済）が再生型となり、木更津に訪れる人が楽しく過ごすことで地域がよりよくなり地球が再生する仕組みおよび体験（オーガニックツーリズム）を増やしPRする事で、地域の満足度も同時に向上させる。

## 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。	経営会議、理事会、通常総会  DMO事業推進にあたり、木更津市観光協会会长および副会長、専務理事で組織する経営会議にて事業計画案や事業の進捗状況等を随時報告し、理事会にて理事の承認を得ている。 戦略は木更津市経済部観光振興課と協議のうえ策定し、前年度の事業報告並びに当年度の事業計画については250会員で組織する（一社）木更津市観光協会 通常総会で一年に一度の承認事項として位置付けている。
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	来訪者満足度に係る調査を毎年実施している。得られた調査結果を市内関係者に共有する結果報告会を実施し、サービスの向上につなげる。
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	多様な関係者と連携し、里山里海体験コンテンツの拡充を推進する。着地型商品の造成、販売はきさらづDMOのHP、予約サイトで販売。各メディアによる取材への積極的な情報提供と、SNS等を利用した情報発信なども継続的に実施する。

※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

指標項目		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	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (億円)	目標	250	260	425	3,200	3,300	3,400
	実績	292.1 (-)	352.9 (-)	467.8 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	600 (80)	600 (85)	650 (21)	670 (22)	680 (23)	690 (24)
	実績	612.9 (7.6)	625.8 (19.3)	701.6 (50.8)			
●来訪者満足度 (%)	目標	80 (-)	85 (-)	75 (-)	80 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	71.1 (-)	72.3 (-)	75.3 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	87.0 (-)	85.5 (-)	90.5 (-)			

※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】

目標値に対し数値が上回ったものについては再度検討および修正を行い、それ以外の数値については据え置きとした。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

令和6年度までは観光入込客数に一人あたり平均消費額を乗じ購買率10%として算出していたが、第三次木更津市観光振興計画を留意し購買率を各支出項目の消費額と消費利用率から算出。オーガニックツーリズムの利用者数増加による体験プログラムやお土産等の消費単価向上を図るため、平均旅行消費額の実績値およびインフレ率を考慮したうえで再度算出した。

##### ●延べ宿泊者数

オーガニックツーリズムの推進によるターゲット層の宿泊者数増加を図るため、木更津市第三次観光振興計画に記載の令和11年度目標値71万人に向け微増とした。

##### ●来訪者満足度

千葉県「第3次観光立県ちば推進基本計画」に準じ、まずは県の目標値まで到達することを目標としてR9年度は据え置いた。

## ●リピーター率

目標値を上回ったが、リピーターのみならず新規需要の開拓を視野に入れていくことから目標値は現状維持を目標とした。

## (2) その他の目標

指標項目		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	2027 (R 9) 年度
●観光入込客数 (千人)	目標	20,000	20,000	17,000	17,000	17,500	18,000
	実績	15,797	16,067	16,559			
●WEB サイトの アクセス状況 (回)	目標	127,000	131,000	218,000	278,000	330,000	392,000
	実績	167,311	207,595	234,915			
●ツーリズム ガイド人数 (人)	目標				5	10	10
	実績						
●ガイド一人あ たり平均顧客数 (人)	目標				5 (-)	10 (-)	20 (-)
	実績						
●オーガニック ツーリズム 参加人数 (人)	目標			953 (-)	1,200 (-)	1,700 (-)	2,300 (-)
	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】

令和 6 年度に策定した数値を元に評価し、従来の R7 年度目標値が R6 年度実績値を超過した場合は再計算を行った。また、体験プログラム（オーガニックツーリズム）の推進にあたり、状況を把握するためにガイド人数や参加人数の数値も追加した。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●観光入込客数

木更津市第三次観光振興計画に記載の令和 11 年度目標値 1,926 万人に向け微増とした。

## ●WEB サイトのアクセス状況

WEB サイトへのアクセスによる認知度向上を図るため、R4 年度から R6 年度までの平均伸び率をもとに目標値を再設定した。

## ●ツーリズムガイド人数

令和9年度までにDMOと協力体制にあるガイドを10名育成することを目標とし、令和9年度についてはガイドの一人あたり顧客数の増加を図るため据え置きとした。

●ガイド一人あたり平均顧客数

令和9年度にガイドツアープログラムを収支黒字化することを目標とし、令和10年度までにガイド一人あたり20名ずつ顧客を得ることを想定し目標値を設定した。

●オーガニックツーリズム参加人数

DMOのオーガニックツーリズム参加人数増加により「訪れるほどに地域が良くなる」ことを可視化するため、教育旅行およびガイドツアーハウスの参加人数の合計値を目標値とした。

## 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	25,841,000（円）	【国からの補助金】 12,000,000円 【市からの補助金】 12,000,000円 【収益事業収入】 1,841,000円
2023（R5） 年度	34,878,095円	【市からの補助金】 17,742,291円 【収益事業収入】 15,934,345円 【繰入金】 1,200,429円 【雑収入】 1,030円
2024（R6） 年度	40,998,917円	【市からの補助金】 16,136,914円 【収益事業収入】 20,224,258円 【繰入金】 4,520,459円 【雑収入】 117,286円
2025（R7） 年度	39,538,431円	【市からの補助金】 15,000,000円 【収益事業収入】 18,474,000円 【繰入金】 6,063,431円 【雑収入】 1,000円
2026（R8） 年度	42,601,000円	【市からの補助金】 14,500,000円 【収益事業収入】 20,000,000円 【その他収入】 2,100,000円 【繰入金】 6,000,000円 【雑収入】 1,000円
2027（R9） 年度	43,001,000円	【市からの補助金】 14,000,000円 【収益事業収入】 23,000,000円 【繰入金】 6,000,000円 【雑収入】 1,000円

## (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	25,541,000 円	【DMO事務費】 15,041,000 円 【マーケティング事業】 1,300,000 円 【ワーケーション推進事業】 700,000 円 【健康促進事業】 1,200,000 円 【関係人口創出事業】 800,000 円 【地域プランディング促進事業】 1,800,000 円 【観光・教育交流促進事業】 1,500,000 円 【広域連携促進事業】 2,500,000 円 【収益事業原価】 700,000 円
2023（R 5） 年度	30,357,636 円	【DMO事務費】 18,454,256 円 【ワーケーション推進事業】 4,090,048 円 【体験プログラム推進事業】 6,615,954 円 【マーケティング事業・プロモーション推進事業】 845,900 円 【その他事業】 351,478 円
2024（R 6） 年度	34,935,486 円	【DMO 事務費】 19,177,244 円 【ワーケーション推進事業】 3,753,191 円 【体験プログラム推進事業】 9,863,746 円 【マーケティング・プロモーション推進事業】 2,127,305 円 【その他事業】 14,000 円
2025（R 7） 年度	39,538,431 円	【DMO事務費】 21,580,431 円 【商品及びサービスの開発／刷新事業】 200,000 円 【里山、里海、街なか体験プログラムの拡充と充実】 1,500,000 円 【マーケティング・戦略構築】 1,200,000 円 【プロモーション】 1,058,000 円 【きさらづCAMP収益事業】 13,500,000 円 【その他】 500,000 円
2026（R 8） 年度	47,601,000 円	【DMO事務費】 22,000,000 円 【商品及びサービスの開発／刷新事業】 200,000 円 【里山、里海、街なか体験プログラムの拡充と充実】 3,200,000 円 【マーケティング・戦略構築】 1,200,000 円

		【プロモーション】 1,500,000 円 【きさらづ CAMP 収益事業】 14,000,000 円 【その他】 501,000 円
2027 (R 9) 年度	43,001,000 円	【DMO 事務費】 22,000,000 円 【商品及びサービスの開発／刷新事業】 200,000 円 【里山、里海、街なか体験プログラムの拡充と充実】 2,200,000 円 【マーケティング・戦略構築】 1,200,000 円 【プロモーション】 1,500,000 円 【きさらづ CAMP 収益事業】 15,500,000 円 【その他】 401,000 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

現在ある収益事業の利益率向上を目指し、運営資金の安定化を図ることを基本的な方針とする。また、里山、里海、街なかの資源を生かしたオーガニックツーリズム（自然や社会と調和したオーガニックライフスタイルを体験しながら、自然・伝統・文化などを学び地域に貢献できる地域再生型旅行）やお土産等、ブランドに沿ったコンテンツの拡充と販売により自主財源の収益拡大を目指す。

## 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

一般社団法人木更津市観光協会は、令和4年10月に観光地域づくり法人の登録DMOに登録され、体験型コンテンツや教育旅行などの醸成に力を入れ、観光資源の磨き上げや受け入れ環境の整備を推進しています。事業を推進する中で、さまざまな関係者と協働し地域全体の「稼ぐ力」を引出することで、地域全体の経済活性化が期待できます。

## 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）

--

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	柴田 一樹
担当部署名（役職）	一般社団法人木更津市観光協会 DMO推進事業部
郵便番号	292-0831
所在地	千葉県木更津市富士見 1-1-1 たちより館2階

電話番号（直通）	0438-38-5575
FAX番号	0438-38-5736
E-mail	Kisa-kan@kisarazu.gr.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	千葉県木更津市
担当者氏名	鶴岡 佳代
担当部署名（役職）	経済部次長兼観光振興課長
郵便番号	292-8501
所在地	千葉県木更津市富士見 1-2-1 スパークルシティ木更津 8 階
電話番号（直通）	0438-23-8459
FAX番号	0438-23-0075
E-mail	kankou@city.kisarazu.lg.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）	
FAX番号	
E-mail	

## 基礎情報

## 【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

千葉県木更津市

## 【設立時期】平成29年12月1日

## 【設立経緯】

①区域の観光協会がDMOに移行

## 【代表者】小宮 一則

## 【マーケティング責任者(CMO)】柴田 一樹

## 【財務責任者(CFO)】三好 智子

【職員数】21人【常勤8人(正規職員5名、フルタイム会計年度職員3名)、非常勤13人(パートタイム会計年度職員6名、臨時職員7名)】

## 【主な収入】

収益事業 20.2百万円、補助金 16.1百万円(令和6年度決算)

## 【総支出】

事業費 15.7百万円、一般管理費 19.1百万円(令和6年度決算)

## 【連携する主な事業者】

木更津市観光ブルーベリー園協議会、金田漁業協同組合、

三井アウトレットパーク木更津、海ほたる、kurkku fields

## 戦略

## 【主なターゲット】

サステナブル志向観光客  
知的好奇心の高い層

## 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

オーガニックツーリズムの拡充・PR  
ツーリズムガイド育成

## 【観光地域づくりのコンセプト】

訪れるほどに地域がよくなる  
オーガニックシティ木更津

Your Regenerative Destination KISARAZU

## KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年 7月27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 (億円)	目標	250 (-)	260 (-)	425 (-)	5,100 (-)	5,775 (-)	6,480 (-)
	実績	292.1 (-)	352.9 (-)	467.8 (-)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	600 (80)	600 (85)	650 (21)	670 (22)	680 (23)	690 (24)
	実績	612.9 (7.6)	625.8 (19.3)	701.6 (50.8)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	80 (-)	85 (-)	75 (-)	80 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	71.1 (-)	72.3 (-)	75.3 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)
	実績	87.0 (-)	85.5 (-)	90.5 (-)	—	—	—

## 具体的な取組

## 【観光資源の磨き上げ】

- 令和4年度体験プログラムの新規造成販売「きさらづミライマナビ旅」
- 令和5年度「オーガニックシティ」を楽しむ場として「きさらづCAMP ORGANIC FIELD in みたて」オープン
- 木更津地域循環共生圏のネットワークでの企画

## 【受入環境整備】

- 令和4年度、「グランピング体験宿泊・トレーラーハウス」営業開始のための旅行業取得

## 【情報発信・プロモーション】

- DMOホームページにて  
体験プログラムなど販売
- SNS、OTAの活用による認知度向上



## 【その他】

- 里山、里海体験プログラム実績
- 令和4年度 13件、2,555人
- 令和5年度 8件、4,419人
- 令和6年度 22件、4,265人

