様式１

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

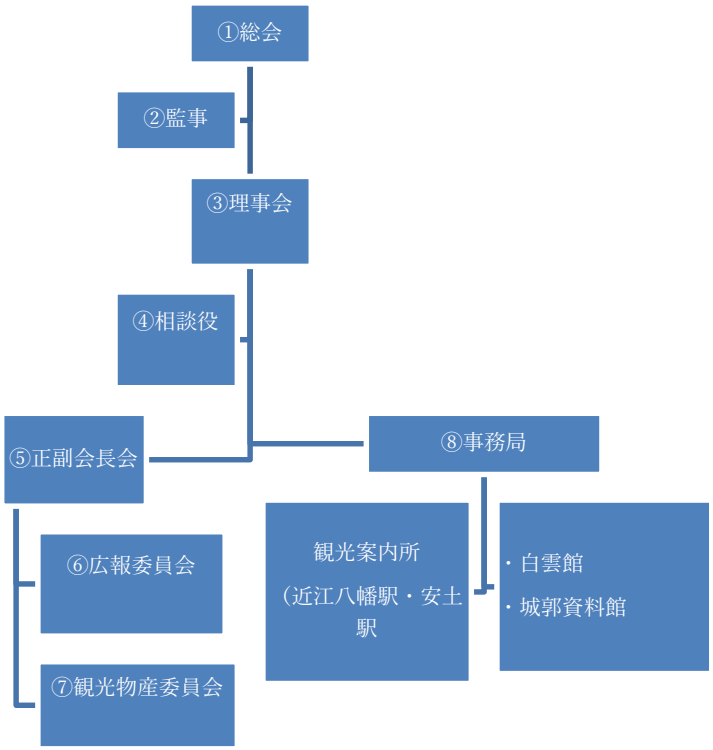
１．観光地域づくり法人の組織

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）近江八幡観光物産協会	
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 滋賀県、近江八幡市	
所在地	滋賀県　近江八幡市	
設立時期	昭和３１年　近江八幡観光協会設立 昭和４８年　近江八幡物産振興会設立 平成　９年　社団法人近江八幡観光物産協会設立 平成２５年　一般社団法人近江八幡観光物産協会へ移行 平成２６年　安土町観光協会と統合 平成２９年　日本版 DMO 候補法人登録 令和　２年　日本版 DMO 登録（登録日：令和２年３月３１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	２０人【正職員２人、パート１８人】＊観光案内所職員等を含む	
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） 小川 与志和 （出身組織名） （株）和た与	（当協会の理事、副会長等を経て、令和７年６月より会長就任。近江八幡市及び周辺地域の地域づくりや観光振興に尽力。リーダーシップやボランティア精神の他、地域内の信頼や人望は厚い。
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） 田中　宏樹「専従」 （出身組織名） （一社）近江八幡観光物産協会	平成９年より各種事業や組織運営に関わり、平成 21 年事務局長として、地域の様々なパイプ役として連絡調整及び事業の推進に成果を上げている。
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） 田中　宏樹「専従」 （出身組織名） （一社）近江八幡観光物産協会（	平成９年より各種事業や組織運営に関わり、平成 21 年事務局長として、地域の様々なパイプ役として連絡調整及び事業の推進に成果を上げている。

様式１

<table>
<tr><td>事業担当者</td><td>（氏名）
白石　昌代「専従」
（出身組織名）
（一社）近江八幡観光物産協会</td><td>平成２６年の組織統合を経て、各種事業に従事。令和３年５月より、事務局次長として各種イベントや広報に関わり、会員や地域関係者との調整及び事業の推進に成果を上げている。</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">滋賀県商工観光労働部観光交流局（県施策調整、観光インフラ整備）
近江八幡市総合政策部観光政策課（市施策調整、観光インフラ整備）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">・まちづくり会社　㈱まっせ　（地域づくり）
・安土地域観光ネットワーク　（安土地域の観光関連団体）
・近江八幡商工会議所、安土町商工会（産業振興）
・会員事業所や市内各種団体（事業連携や調整）
→協会員は、交通事業者、宿泊施設、レジャー飲食、物産、社寺仏閣、文化団体、工業建設、商業サービス、金融など多岐にわたる約 300 社
・びわこビジターズビューロー、近江ツーリズムボード、東近江地域観光振興協議会等（広域観光）</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
①一般社団法人近江八幡観光物産協会では定期総会（１回)、理事会（令和６年度は年間２回)、正副会長会（令和６年度は３回)、委員会（随時）を開催。当組織は前述の通り、様々な関係者が集い、意思決定を図っている。
②市内にて行われる観光関連事業に際して設置される協議会や委員会等には、その主要な構成員や役員として参画を図り、観光物産振興面から意見や提案を行っている。</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">地域の案内人である観光ボランティアガイド協会や地域の景観や文化の保全や継承を行う団体等との連絡を密にし、課題共有を図り、適切なサポートや助言の実施、加えて、外部からの受入れに際しての調整等を行い交流の促進を実施している。
また、観光セミナーや文化財の公開などは、広く市広報やケーブルテレビなどで周知するほか、地域資源の理解と促進に努めている。
例：ヴォーリズ建築めぐり春秋合計（ツアー22 回、266 名の参加）
近江商人（西川甚五郎邸公開）春秋合計:20 回、195 名の参加）</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</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>★長年に渡り、市内の観光物産に関する情報発信の中核を担い、様々な媒体（紙、メディア、SNS 等）を使って、発信を図っている。近年は、テーマを決めて、関連性の高い市町等の連携を通じて効率的な発信に努めている。
また、近年は、観光案内所職員等の現場からの発信などにも取り組み、迅速で素早い発信に取り組んでいる。</td></tr><tr><td>受入環境の整備</td><td>★長年に渡り、散策光マップ等の制作や案内板の整備などに携わってきた。近年は、地域観光資源多言語解説整備等を通じて、英語及び中国語（繁体・簡体）等による、ＨＰ等において発信を行っている。</td></tr></table></td></tr>
</table>

様式１

	観光資源の磨き上げ	★地域に存在する魅力は、地元住民にとっては気づかないことが多いため、観光ボランティアガイド協会による「ふるさと観光塾」やはちまん・あづちふるさとアカデミーによる「あづち・はちまんふるさと検定」への協力や共催等を通じて、郷土愛の醸成や向上に努めている。 その他、近江商人屋敷（西川庄六邸）の特別公開を試験的に開催し、ほぼ１００%の定員数を集めた　計３回　29 名
	【定量的な評価】 （SNS の発信） フェイスブックｸからの発信（投稿数２８０回）　いいね　2994(3/31 現在) ツイッターからの発信　（投稿数２６６回） Instagram からの発信　（投稿数１２２回） 安土まち歩きアプリ　（ダウンロード数 4,329 件、前年より 781 増） （あづちはちまんふるさと検定：受験者） 初級３２名、中級１０名、上級７名	
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】** 実施体制の概要） （一社）近江八幡観光物産協会に加盟する事業者団体により、理事会や委員会が構成され、密接に連携した運営を実施。 **【実施体制図】** 総会（約 280 会員）⇔　理事会（理事 18 名・監事 2 名⇔　委員会（自由参加）  	

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】

【区域設定の考え方】

★一般社団法人近江八幡観光物産協会は、市内に存在する唯一の観光物産振興団体であり、同様の事業を行う組織や団代は存在しないことから、市全域を区域設定した。

【観光客の実態等】

★関西圏と中京圏の間に位置することから、手軽な日帰り観光地として、多くの観光客が来訪している。市内の観光地と、近隣市町の観光地を含めての来訪者も多いが、いずれも宿泊施設は少なく、全体の観光客数に比べて宿泊客の比率は低い（日帰り観光が主体）。

【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】

★いわゆる観光向けの施設やイベントは少なく、受入態勢も十分ではないが、元より存在する自然風景や伝統的な祭礼、近江商人やヴォーリズなどの精神性や戦国武将ゆかりの城跡や聖徳太子ゆかりの社寺等に魅かれる人も多く、その魅力を結び付けるストーリ性と移動手段が課題となっている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

★大型施設としては駅前のシティーホテル、琵琶湖沿いに立地する国民宿舎（休暇村）、他は、駅前に立地するビジネスホテルが主要な宿泊先となっている。近年は、町家等をリノベーションした施設（民泊）が開業するなど新たな動きが出てきている。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

★鉄道の玄関口としては、近江八幡駅、安土駅の二つ。駅から観光地までは若干の距離がある。近江八幡エリアは公共交通機関が一定程度整っているが安土は脆弱であり課題である。
高速道路インターは、市内には存在しないが、近隣には“竜王、蒲生、八日市、彦根などがあり、車の来訪者は多い。

【外国人観光客への対応】

★日本を複数回訪れる旅慣れた観光客の増加が京都より足を伸ばしているとみられる。地元としては、日本人・外国人と取り立てて意識することなく、通常の対応の中で、近江八幡らしさをに磨きをかけながら、多くの来訪者を受け入れて行きたい。

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。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	観光入込客統計調査を活用。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
滞在時間	市内での滞在時間や訪問地を把握し、戦略立案に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施。

住民満足度	市内での宿泊数を把握し、戦略立案に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施。
観光入込客数	永年、取得されてきたデーターであり、比較可能であり、傾向を把握するため	観光入込客統計調査を活用。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
★人口減少時代に突入し、加えて、高齢化社会に入り、これまでのような成長が望めない現状において、外部からの人や物を呼び込み、地域と交流を図ることは、地域経済や文化の発展や継承には不可欠である。そのためには、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観光まちづくりを展開し問題解決に繋げたいと考えているため。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ・関西圏と中京圏に位置する立地性 ・豊かな豊富な自然や歴史資源	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** ・日帰り（マイカー客）の一定時間帯の集中による混雑（渋滞）対応
外部環境	**機会（Opportunity）** **・自地域にとって追い風となる要素は何か？** ・企業の CSR や SDG’S 等の浸透による近江商人やヴォーリズ精神の顕彰気運の高まり。	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・インパクトやスピードが求められ中において、目に見えないものを伝える難しさ

※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
※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。
★首都圏在住の５０～７０代及び、香港・台湾を中心とした東南アジア３０～５０代のリピーター

〇選定の理由
★近江八幡市観光動向調査等では、、訪問者の内、近畿（46.2%）、中部（22.9%）に続いて南関東地区(17.3%)と訪問率が高く、人口も多い地域であることから潜在的訪問者も多いと考えられる。加えて、当地域の観光資源は、文化や歴史に関心の高い層に、反応が高く、時間をかけてゆっくりと観光したい層への発信や誘客を行うことは地域のニーズとも合致するため。＊数値は令和５年の調査
〇取組方針
★近江商人やヴォーリズなど、人間性や精神性に触れる邸宅公開や解説ガイドによる案内などを続けてることで、訪問意欲や満足度を高めていく。

〇ターゲット層
★関西圏及び中京圏在住の、３０～６０代の女性　リピーター

〇選定の理由
★前述の観光動向調査等においては、最も多い訪問エリア（近畿）に続いて中部地区である。当該地も、日帰り観光の適地であることに加えて、中でも県内一番の誘客を誇る菓子店の訪問者は、女性も多く、所得や時間を有する幅広い世代に、何度も当地に訪れて頂けることを目的として設定した。

○取組方針 ★当地には、県内の観光入込客１位の施設（ラ・コリーナ）を有しており誘引力は高い。その次へと繋げるための案内やモデルコースの設定及びその周知に取り組む。
○ターゲット層 ★中華系（台湾・香港）のリピーター
○選定の理由 ★JNTO や滋賀県観光統計調査等によれば、県内への外国人訪問客の中において、最も多い訪問客が台湾からの来客（約 35%）であり、親日的な地域でもあること。また、香港は、滋賀県や滋賀銀行（香港支店）を通じて、海外に農産物輸出トップセールス等も行われているため潜在的な訪日客が存在すると考えられるため。 ○取組方針 単独でのプロモーションは厳しいが、近隣市町の観光協会や DMO とも連携しながらの情報発信と誘客に取組むと同時に、地域内で楽しめる体験ツアー等の発掘の実施

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。 ★住んで良かったまち、訪ねて良かったまち、もう一度訪ねてみたいまち。 ライフスタイルツーリズム（近江八幡らしい生活文化の継承と共創）
②コンセプトの考え方	★地域住民の生活や暮らしを良くすることを基本としつつ、合わせて、郷土への愛着やおもてなしの気運を高めていくことが、市民にも訪問客にとっても良い観光地であり、持続可能な観光地として存続することが出来ると考えているため。 城下町開町以前より存在する水郷がもたらす豊かな農村風景、旧安土城、旧八幡山城、その麓に集い活躍した近江商人。朝鮮通信使や中山道等の街道や宿場跡、外国人宣教師ヴォーリズが残した建築物など、先人たちが残したものを守り育て継承する中で、おもてなしの心をはぐくみ、観光を通じたまちづくりを実践し、持続可能な発展を目指す。

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 （例）部会、ワーキンググループ、ＨＰ、事業報告書の説明会
	（例）ＤＭＯを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニーションの場を○月に１回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。 （例）活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、ＨＰで公表。 ＊観光データー等の情報を総会資料等に掲載するほか、関係者会議等での配布や説明など、出来る限りの機会を通じて情報共有に努めている。　理事会（年数３～４回の開催）の他、関係会議等において共有 ＊統計データー資料を HP 等でダウンロードできるように公開

様式１

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	（例）飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。 ＊観光案内所や事務局に寄せられた声などは、観光ボランティアガイド協会全体会議、安土観光ネットワーク、東近江地域観光担当者会等（いずれも月１回開催）で共有するほか、２ヶ月に一度程度送付する会報誌等においても周知共有することで、クレームの状況や対応及び意識の向上と品質保証に努めている。
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	（例）ワンストップ窓口の実施、ＳＮＳを利用した効果的なプロモーションの実施。 ＊単独でのＰよりも、びわこビジターズビューロー、近江ツーリズムボード、近江商人ゆかりの町連絡会等、広域連携やテーマ毎に構成された組織において、より効果的・効率的なプロモーションに取組む

※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（総額・単位億円）	目標	１２０	１４０	３００	３００	３０５	３１０
	実績	１４７	２９６	２０７			
●延べ宿泊者数（人）	目標	145,000	145,000	180,000	185,000	190,000	195,000
		（ ）	（ ）		（ ）	（ ）	（ ）
	実績	157,451	177,588	179,862			
		（ ）	(2,036)	(1,726)			
●来訪者満足度（%）	目標	85%	88%	88%	89%	90%	91%
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	84.7%	87.5%	86.3%			
		（ ）	（ ）				
●リピーター率（%）	目標	70%	71%	62%	63%	64%	65%
		（ ）	（ ）		（ ）	（ ）	（ ）
	実績	62.7%	59.4%	62.6%			
		（ ）	（ ）				

※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】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】
〇当地域の観光振興はブームやトレンドに乗らず、地道な歩みを重ねることを重要視しているため、急激な増加はないがリバウンドもない。観光は、社会情勢や動向に左右されるが、そのことに一喜一憂せず、緩やかながらも質を重視しながら着実で確実な歩みで前へと進展させたいことを引き続き継続して行きたい。

●旅行消費額
〇コロナ禍の回復に至ってきたが、施設の改修等により影響もうけるため、上下はするが、引き続き、高いレベルでの維持を目標とした。

●延べ宿泊者数
〇順調に増えてきていることは喜ばしい。一方で、概ね高い稼働率であるため、新たな宿泊施設の開業等が無ければ、大きく伸びることはないが、閑散期等の利用促進等を図り、今後も増加することを目標として設定した。

●来訪者満足度
〇当会の近江八幡市観光動向調査データーや観光客の声を聞き及ぶ範囲では、大きな変動はないと思われる。しかしながら、“満足度”の高さは、重要視する部分であり、引き続き、安定的で着実な増加を目標として設定した。

●リピーター率
〇初めての観光客とリピーターがバランスよく混在することが理想であると考えているため、初めての訪問客の獲得は 3 分の一程度、リピーター率は 3 分の 2 程度が理想値と設定している

（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
●滞在時間（時間）	目標	4.35	4.40	4.50	4.30	4,40	4.50
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4.40	4.47	4.17			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●宿泊数（泊数）	目標	1.45	1.43	1.45	1.50	1.51	1.52
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	1.48	1.35	1.52			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●観光入込統計	目標	5,000,000	5,000,000	6,200,000	6,250,000	6,300,000	6,350,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	5,057,319	6,264,729				
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。
【設定にあたっての考え方】
・当会の近江八幡市観光動向調査により過去数年のデーターは取得していることから、コロナ前後、万博等による動きをみること。
・目先の数字（来場者数等）ではなく、どれだけ市内におられたのか（滞在・宿泊）をされたのか（伸びたのか）を認識し分析するため。

●滞在時間
今後、短期間の間に、大幅に数値が増加することはないが、地道に着実に増加を目指していくと予想し設定した

●宿泊数
大きく増えることは無くても、連続しての滞在地となるよう努めて行くため、増加を目標とした。

●観光入込客数
観光施設の改修等により今回は減ったが、また回復するものと見ている、以後の伸びは大きくないと思われるが、万博、来年の国スポ・障スポ、大河ドラマ等々の流れが続くものと予想されるため安定的な増加を設定した。

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	69,247,269 円	会費収入　５，４８２，０００円、補助金収入１３，１２０，０００円、事業収入５６，０２０，４１９円 受取負担金１，７０６，４５０円、雑収益３，４４２，１８６円
2023（Ｒ５）年度	72,015,955 円	会費収入　５，５３４，０００円、補助金収入１５，５４３，０００円、事業収入４６，８０２，３７７円、 受取負担金２，７３２，０００円、雑収益１，４０４，５７８円
2024（Ｒ６）年度	70,581,376 円	会費収入　５，５６４，０００円、補助金収入１３，４０７，０００円、事業収入４８，２１８，２８６円、 受取負担金２，５７８，５２０円、雑収益　８１３，５７０円
2025（Ｒ７）年度	70,0500,00 円	会費収入　５，６００，０００円、補助金収入１３，４５０，０００円、事業収入４８，０００，０００円、 受取負担金２，５００，０００円、雑収益５００，０００円
2026（Ｒ８）年度	71,250,000 円	会費収入　５，６００，０００円、補助金収入１４，０００，０００円、事業収入４８，５００，０００円、 受取負担金２，５００，０００円、雑収益６５０，０００円
2027（Ｒ９）年度	71,750,000 円	会費収入　５，６００，０００円、補助金収入１４，５００，０００円、事業収入４８，５００，０００円、 受取負担金２，５００，０００円、雑収益６５，０００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	74,705,806 円	・情報発信、マーケティング	18,400,719 円
		・イベント関連	3,962,773 円
		・受託業務（案内所運営等）	19,911,790 円
		・収益事業（指定管理含む）	31,112,118 円
		・法人会計	1,318,406 円
2023（Ｒ５）	69,621,477 円	・情報発信、マーケティング	17,830,998 円

年度		・イベント関連	7,339,175 円
		・受託業務（案内所運営等）	9,779,405 円
		・収益事業（指定管理含む）	32,955,899 円
		・法人会計	1,716,000 円
2024（Ｒ６） 年度	70,443,870 円	・情報発信、マーケティング	16,873,764 円
		・イベント関連	4,588,522 円
		・受託業務（案内所運営等）	10,517,148 円
		・収益事業（指定管理含む）	36,380,553 円
		・法人会計	2,083,883 円
2025（Ｒ７） 年度	63,714,000 円	・情報発信、マーケティング	17,028,000 円
		・イベント関連	4,500,000 円
		・受託業務（案内所運営等）	10,140,000 円
		・収益事業（指定管理含む）	30,040,000 円
		・法人会計	2,006,000 円
2026（Ｒ８） 年度	66,510,000 円	・情報発信、マーケティング	18,000,000 円
		・イベント関連	4,500,000 円
		・受託業務（案内所運営等）	11,000,000 円
		・収益事業（指定管理含む）	31,000,000 円
		・法人会計	2,010,000 円
2027（Ｒ９） 年度	67,100,000 円	・情報発信、マーケティング	18,000,000 円
		・イベント関連	4,700,000 円
		・受託業務（案内所運営等）	11,100,000 円
		・収益事業（指定管理含む）	31,200,000 円
		・法人会計	2,100,000 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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載
・受益者負担の原則の浸透（業務や配布物の有料化や負担金化の検討）
・行政業務（受託業務）等の拡充
・既存業務の見直し（効率化推進）
・協会員の維持及び拡充

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

＊近江八幡市は、一般社団法人近江八幡観光物産協会を近江八幡市における地域ＤＭＯとして登録したいので、一般社団法人近江八幡観光物産協会とともに申請します。

様式１

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】

＊エリアが重複する近江ツーリズムボードとは、不定期ながらも関係者が集う会議の開催のほか、メール等を通じて、各種事業の連携や意見交換等を行っている。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること

【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】

＊当会は地域 DMO として、地域内における観光物産資源の発掘やネットワーク活動が主体となっている。このため、近江ツーリズムボードにおいては、当会の弱みである、インバウンド向けの情報発信や周辺市町を含めた商品造成や取材対応などを担われていることもあり、効率的かつ効果的に活動の遂行が期待できる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	田中　宏樹
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	５２３－０８６４
所在地	滋賀県近江八幡市為心町元９番地１
電話番号（直通）	０７４８－３２－７００３
ＦＡＸ番号	０７４８－３１－２３９３
Ｅ－ｍａｉｌ	omi8@sweet.ocn.ne.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	滋賀県近江八幡市
担当者氏名	黒川　崇
担当部署名（役職）	観光政策課　課長
郵便番号	５２３－８５０１
所在地	滋賀県近江八幡市桜宮町２３６
電話番号（直通）	０７４８－３６－５５７３ｃ

様式１

ＦＡＸ番号	０７４８－３６－５８８２
Ｅ－ｍａｉｌ	010429@city.omihachiman.lg.jp

【地域DMO】一般社団法人近江八幡観光物産協会

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】
滋賀県 近江八幡市
【設立時期】 平成9年4月1日
【設立経緯】
区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 会長 小川 与志和
【マーケティング責任者（CMO）】 田中宏樹
【財務責任者（CFO）】 田中宏樹
【職員数】 20人 （正職員2人・パート18人）
【総収入】 会費収入5,564,000円、補助金収入13,407,000円、事業収入48,218,286円、受取負担金2,578,520円、雑収益813570円
（R6年度：総合計70,581,376円）
【総支出】情報発信マーケティング16,873,764円、イベント関連 4,588,522円、受託業務（案内所運営等）1,0517,148円、収益事業（指定管理含む）36,380,553円、法人会計2,083,883円
（R6年度：総合計70,443,870円）

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（億円）	目標	120 ( )	140 ( )	300 ( )	300 ( )	305 ( )	310 ( )
	実績	147 ( )	296 ( )	207 ( )	—	—	—
延べ宿泊者数（人）	目標	145,000 ( )	145,000 ( )	180,000 ( )	185,000 ( )	190,000 ( )	195,000 ( )
	実績	157,451 ( )	177,588 (2,036)	179,862 (1,726)	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	85 ( )	88 ( )	88 ( )	89 ( )	90 ( )	91 ( )
	実績	84.7 ( )	87.5 ( )	86.3 ( )	—	—	—
リピーター率（%）	目標	70 ( )	71 ( )	62 ( )	63 ( )	64 ( )	65 ( )
	実績	62.7 ( )	59.4 ( )	62.6 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・首都圏在住の、50～70代のリピーター
・関西圏及び中京圏在住の、30～60代女性
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・近江商人やヴォーリズなどを通じた、人間性や精神に触れる魅力作り。
・県内入込客1位の施設を軸にした市内の回遊性促進
【観光地域づくりのコンセプト】
近江八幡ライフスタイルツーリズム
（近江八幡らしい生活文化の継承と共創）

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・近江商人の邸宅公開の充実、
・新たな公開の展開（西川庄六邸）
・ヴォーリズ建築めぐりの充実

【受入環境整備】
・二次交通の案内、モデルコースの促進
・案内板の整備（日焼けや汚損の改修）
・観光ボランティアガイド協会との連携
・おもてなし武将隊の活用

【情報発信・プロモーション
・新HPの充実、市民ライターの活用
・ヴォーリズ来日120年事業の展開
・安土城築城450年事業の展開
・万博や国スポ・渉スポのPR準備