

観光地域づくり法人(DMO)事業報告書 抜粋

具体的な取組状況

(1)DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者との合意形成について

合意形成の仕組みとしての合議体	一般社団法人足利市観光協会 理事会
上記合意形成の仕組みの概略	・連携する事業者、その他の市民団体、行政の担当者などで構成する観光協会理事会において、年間の活動方針や予算などを協議し、事業を進めています。
直近1年間における開催実績と参加人数	・理事会については、4回の開催があり、定足数29名のところ、第1回19名、第2回16名、第3回17名、第4回22名の参加がありました。
上記合意形成の仕組みとなる会議体以外の設置状況・開催実績について。	
<p>・具体的なDMOの活動方針などを協議するため、DMO運営員会を設置しています。運営員会は、毎月1回定例開催として、令和4年度は、6月からはじめ、令和4年1月を休会といたしましたので、9回開催しました。委員定数11名中、各回平均9名の出席で開催しました。令和5年度からは、2カ月に1度の開催とします。</p> <p>・その他に事務局担当者の打ち合わせ会を設けて、会議を随時開催しており、特に、理事会開催前には、複数回の打ち合わせを行っています。また、運営員会開催前にも、協議内容、資料の確認等を行って、会議を運営しています。</p>	
上記合意形成の仕組みとなる会議体における構成員のうち、以下の①～④に該当する関係者の組織・団体名。	
①地域が売りとする観光資源の関係者	足利商工会議所、足利坂西商工会、JA足利、足利市商業連合会、鑿阿寺、栗田美術館、足利織姫神社、立春会、足利菓子工業組合、足利うまいもの会、足利観光みやげ品協会、足利地区観光推進協議会、足利市観光ボランティアガイド協会、足利繊維連合会、画聖草雲会
②宿泊事業者(旅館、ホテル等)	足利旅館組合、足利ホテル旅館開発組合
③交通事業者(鉄道、バス、タクシー等)	東日本鉄道足利駅、東武鉄道足利市駅、足利地区タクシー協議会
④行政	足利市産業観光部、足利市観光まちづくり課、足利市教育委員会

(2) 各種データ等の継続的な収集・分析、KPIの設定・PDCAサイクルの確立。

KPIの達成状況について(過去3年間実績、今後3年間目標)

項目 【単位】	2020(R2)年度		2021(R3)年度		2022(R4)年度		2023(R5)年度		2024(R6)年度		2025(R7)年度	
	目標	実績										

必須KPI

①-1 旅行消費額 (総額) 【千円】	全体		7,363	8,000	8,330	9,000	7,700	9,000		10,000		12,000
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-				

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・旅行消費額については、令和3年度まで栃木県観光動態調査の県南地区のデータを用いていましたが、令和4年度は、DMO独自のアンケート調査結果での計上いたしましたので、多少の変動はあると考えますが、未達の原因としては、コロナ過での観光意識の低下や滞在時間の減少があるのではないかと考えます。令和5年度、コロナの影響が改善されると考えられるため、旅行消費額の伸びが期待できると考えます。ただし、現状と目標値の乖離が大きいので、目標の下方修正が必要と考えます。

②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体		38,812	30,000	34,850	35,000	44,871	48,000		50,000		55,000
	インバウンド	-	982	-	838	-	725	-				

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・延べ宿泊者数に関しては、コロナ過であっても令和2年度は、前年の令和元年(2019年)と比較して20%増加しており、令和3年度10%程度の減となりましたが、令和4年度は、対前年比30%近い増加となりました。宿泊者数に関しては、令和2年度、3年度に多少のコロナの影響が認められますが、令和4年度に関しては、すでに脱却したものと考えられます。令和5年度以降の目標値を上方修正する必要があります。ただし、インバウンドに関しては、栃木DCが行われた平成30年度(2018年度)をピークに翌年度は30%以上減少しており、コロナ過の令和2年度以降、ピーク時の11~15%程度で推移しています。コロナの水際対策が緩和された今年度、受け入れ態勢の整備などしっかりした対策を進めたいと考えます。

③来訪者満足度 【%】	全体		88.4	80.0	88.0	85.0	89.1	90.0		92.0		94.0
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-				

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・来訪者満足度のデータについては、令和3年度まで栃木県観光動態調査の県南地区のデータを用いていましたが、令和4年度は、DMO独自のアンケート調査結果での計上いたしました。結果については、従来のデータと近似しています。達成状況としては、概ね良好な結果と判断しています。

④リピーター率 【%】	全体		75.4	70.0	82.0	72.0	78.6	82.0		82.0		82.0
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-				

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・リピーター率のデータについては、令和3年度まで栃木県観光動態調査の県南地区のデータを用いていましたが、令和4年度は、DMO独自のアンケート調査結果での計上いたしました。結果については、従来のデータと近似しています。達成状況は、3ポイント程度前年度を下回りましたが、観光入込客数が増加傾向であり、リピーターの絶対数の減少ではないと考えます。

その他の目標

Webサイトの アクセス状況 【回】	全体		616,680	700,000	913,730	850,000	1,501,123	1,200,000		1,400,000		1,600,000
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-				

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・令和3年度、4年度とも大幅に増えていますが、令和4年2月~3月に刀剣関連のイベントがあり、その後4月、5月にコラボグッズのネット販売を行ったことから、アクセスが急増したと考えます。令和5年度は、一定のダウンが考えられます。

住民満足度【5段階評価の平均】		3.51	3.60	3.55	3.65	3.55	3.70		3.80		3.90
-----------------	--	------	------	------	------	------	------	--	------	--	------

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・令和3年度までは、足利市が行う市民アンケートの結果を用いていましたが、令和4年度は、独自のアンケート結果により検証しています。5段階評価によるアンケートのため、データがやや粗い面はありますが、概ね3.5強の数字となっており、目標の達成はできていません。観光振興や現状について、市民に対する丁寧な説明が必要と考えます。

観光入込客数【人】		3,004,337	4,000,000	3,469,447	4,500,000	4,191,518	5,000,000		5,200,000		5,400,000
-----------	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	--	-----------	--	-----------

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・入込客数に関しては、栃木DCが行われた平成30年度がピークで翌年度微減の状態でしたが、令和2年度、コロナ過で60%程度に落ち込んで、令和4年度ピーク時の80%程度まで回復しています。令和5年度は、コロナの影響が大幅に減少すると考えられますので、ピーク時の500万人を目標に受け入れ態勢の整備を進めていきたいと考えています。

足利学校入場者数【人】		60,516	100,000	109,197	160,000	131,214	152,000		175,000		197,000
-------------	--	--------	---------	---------	---------	---------	---------	--	---------	--	---------

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・コロナ過の最悪の状況からは脱却しているように見えますが、コロナ前の160,000人程度までの回復はできていません。これまでの目標値については、コロナの影響を想定していないため、大幅な未達となりました。目標値については、一定の下方修正を行う必要があると考えます。一方で、令和4年10月から足利学校の参観窓口業務を市から受託し、プロモーションなどを積極的に行っており、コロナの影響も減少すると考えられることから、令和5年度以降、達成状況の改善も見込めると考えます。

太平記館買い物客数【人】		21,726	30,000	49,247	45,000	34,368	40,000		45,000		50,000
--------------	--	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--	--------	--	--------

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・太平記館の買い物客数は、令和3年度、4年度は、刀剣関連のイベントの影響があったことから、大幅な増加を示していますが、それでも令和4年度は、目標を達成できていません。コロナの影響で団体バスでの観光ツアーが皆減に近づいていることが、原因と考えています。コロナの影響が減ることを考慮しても目標値の下方修正が必要と考えます。

織姫神社への参拝客数【人】		488,301	490,000	526,353	500,000	505,039	520,000		540,000		560,000
---------------	--	---------	---------	---------	---------	---------	---------	--	---------	--	---------

直近のKPI達成状況に対する分析
 ・令和4年度は、目標数は達成していますが、ここ10年で初めて前年度を下回っています。コロナ過でも順調に増えていたましたが、今後の目標達成に関しては、観光施設としての魅力度アップなど更なる対策が必要と考えます。

データに基づく明確なコンセプトを持った戦略策定。関係者に共有した実績。

〈戦略策定〉
 ・戦略の策定に関しては、DMO登録時に行った内部・外部環境の分析について、この1年間における状況の変化、マーケティング調査の結果等を踏まえて、強み、弱み、機会、脅威の項目について見直し検討を実施。見直し結果を踏まえて、コンセプトの再検討、ターゲットの再検討を行い、今年度の戦略として、活動を進めます。
 〈コンセプト・ターゲット〉
 ・令和4年度のKPIの達成状況については、コロナ過での実績であり、実績値の低さや未達の状況は、一定程度、割引いて評価をする必要があると考えられます。しかし、コンセプト、ターゲットの中には、時間軸の進行による状況変化もあることから、「強み、弱み、機会、脅威」の見直しを行い、コンセプト、ターゲットに反映させます。

戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について、関係者との共有実績。
<p>〈関係者との共有〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内部・外部環境の分析結果等を踏まえて、「強み、弱み、機会、脅威」の各項目について見直し検討を実施し、見直し結果を踏まえて、戦略の再検討、KPIの達成状況、戦略の実施状況の資料を作成、関係者との共通認識が持てるように図ります。 <p>〈ターゲットの設定〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・①から③のターゲットに関して、体験型などテーマ性のある着地型ツアーを実施するなどの取組みを行いました。②のターゲットと位置づけたインバウンドに関しては、コロナ禍の影響を受けて全く対応できていませんでした。令和2年度からのコロナ禍の影響で、団体バスツアーなども壊滅状態であり、目標達成はできていませんが、コロナ禍という外的な要因を受けての未達であり、現在のターゲットは維持して再度の取組みとしたいと考えます。

持続可能な観光の取組実績。
<p>〈観光案内〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自家用車で訪れる来訪者を対象として、観光駐車場の案内看板の色彩、デザインを統一化し、わかりやすい案内を心がけました。 ・観光インフォメーション施設の1つである「足利まちなか遊学館」のリニューアルを行い、足利の歴史をわかりやすく展示するなど足利を紹介する取組みを進めました。 ・観光事業者やボランティア、一般市民を対象としたおもてなし研修を実施しました。

デジタル化やDXを推進するための取組実績。
<p>〈CRM取組み〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光パンフレットを請求した方の住所などをデータベース化し、DMの送付資料としました。 ・観光駐車場におけるナンバーチェックを実施し、観光来訪者の発信地データとしました。 ・来訪者アンケートのデータなどによる来訪者の発信地情報をもとにテレビ、ラジオなどのCMの対象地域の絞り込みや折込広告の配布範囲の絞り込みなどを行いました。

(3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組実績。
<p>〈意識啓発〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光事業者をはじめとして、ボランティア参加者、一般市民を対象とした「おもてなし研修」を実施し、住民の理解と意識の向上を図りました。

DMOの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況やDMOの取組について、関係者へので説明・共有の実績。
<p>〈運営委員会〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMOの活動の中心として、関係団体などから選任した11名の委員により構成する運営委員会を概ね月1回のペースで開催し、取り組むべき課題や各委員の意見などを協議し、来訪者アンケートの結果などの分析を報告してきました。 <p>〈理事会〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMOの母体である観光協会の理事会において、候補DMOとしての活動状況、取組みの指標となるKPIの達成状況や観光来訪者へのアンケート調査の結果などを取りまとめ、今後の活動方針などとともに観光協会に参画する関係者への情報提供を行いました。

地域の多様な関係者が参画する合意形成の場での、地域における取組の不足や重複等の調整の実績。
<p>〈運営委員会〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運営委員会の協議の中で指摘された「観光施設や駐車場の案内がわかりにくい」ということについて、観光駐車場の案内看板の色彩、デザインを統一化し、わかりやすい案内となるよう対策を始めました。 ・観光インフォメーション施設の1つである「足利まちなか遊学館」のリニューアルを行い、足利の歴史をわかりやすく展示するなど足利を紹介する取組みを進めました。 ・観光事業者やボランティア、一般市民を対象とした「おもてなし研修」を実施し、住民意識の向上を図りました。 ・二次交通の不備を補う対策として、着地型ツアーを実施しました。

観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備の実績。
<p>〈サービスの向上〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社など送客側を対象としたモニターツアーを実施し、観光資源や受入れ態勢への意見を集約するとともに、足利を知ってもらい、送客意欲を高めてもらう取組みを行いました。 <p>〈受け入れ環境の整備〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来訪者にわかりやすい案内を提供するために観光駐車場の案内看板の色彩、デザインを統一化する事業に着手し、昨年度、4か所の駐車場の看板を改修しました。 ・観光インフォメーション施設の1つである「足利まちなか遊学館」のリニューアルを行い、足利の歴史をわかりやすく展示するなど足利を紹介する取組みを進めました。 ・観光事業者やボランティア、一般市民を対象としたおもてなし研修を実施しました。 <p>〈交通アクセス〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・二次交通の不備を補う対策と合わせて、足利への理解を深める対策の1つとして、体験型(農業体験・ロケ地めぐり)の着地型ツアーを実施しました。

観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制のための取組実績。
<p>〈サービスの品質管理〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・春、秋の観光シーズンに市内の観光スポットにおいて、観光来訪者へのアンケートを実施し、サービスの評価やリピートの意向、来訪者の意見、評価を把握する取組みを行いました。 <p>〈サービスの向上〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光事業者をはじめ、ボランティア参加者、一般市民を含めた人を対象に外部講師を招いて「おもてなし研修」を開催しました。

情報発信・プロモーションに係る取組実績。
<p>〈情報発信〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・恒常的な情報発信については、観光協会ホームページにおいて情報提供しています。 ・ツイッター、インスタグラム、フェイスブック等のSNSを活用して、随時、観光情報をアップし、リアルタイムでの情報提供を心掛けています。 ・情報発信の新たな試みとして、ラインの有料広告に足利市の観光PRを出稿しました。 ・観光シーズンに向けてはこれまでポスター、パンフレットといった紙媒体での情報提供が主でしたが、昨年度は、ローカルテレビ、FMラジオ、ローカルラジオといった地域型の放送メディアへの有料CMを加えて、積極的な情報発信を行っています。 ・市内での観光情報の提供については、観光駐車場に立地する「太平記館」、東武鉄道足利市駅構内に立地する「観光交流館あし・ナビ」に加えて、足利学校の門前に立地する「まちなか遊学館」をリニューアルし、来訪者への観光案内に充実を図っています。これらの施設においては、フリーWi-Fiを整備して、スマホ端末などでの情報取得やSNS発信が容易に行えるような取組みを行っています。

一元かつ効率的に情報発信・プロモーションを実行するための、DMOと地域の多様な関係者(自治体・民間事業者等)との役割分担について

〈自治体との関係〉

・足利市との間では、観光資源やインフラ整備に関しては行政が行い、情報発信、プロモーションに関しては、観光協会・DMOが中心となって進める方向で、協議が整っています。

〈民間事業者との関係〉

・主な民間事業者との間では、ホームページの構成などの統一化を検討するなど連携を深めて、見やすく分かりやすいページの作成に向けて進める方向で協議を行っています。

・行政と連携し、JR東日本、東武鉄道などの首都圏の駅で、観光物産展を行うなどの取組みを実施しています。

(4) 安定的な運営資金の確保

自主財源、収益事業、会費等の更なる確保に向けた今後の見通しについて。

〈自主財源〉

・観光駐車場をはじめとする施設管理業務、観光宣伝・プロモーション業務などの委託事業があり、協会予算収入の25%を占めています。他に、会費収入、寄付金などで10%強となります。

〈収益事業〉

・収益事業では、太平記館売店及び喫茶、あし・ナビ売店及び喫茶の売り上げによる収入で、協会予算の全体の40%強となります。加えて、令和4年10月からは、史跡足利学校参観窓口業務の受託により、窓口での物品販売から一定の収益があります。収益事業は、令和2年からのコロナ過で、収益の減少など影響を受けていますが、令和5年度からはコロナなど外部環境の改善が見込めることから、増収が期待できます。

〈補助金収入〉

・自治体からの補助金は、協会運営及びDMO運営の補助をはじめ、各種事業の補助金を合わせて、協会予算の21%強となります。

3. 次年度(次期)の事業計画の概要

※既存の資料で詳細な事業計画が分かるものがあれば、その添付でも可とします。

令和5年度 観光協会総会資料 添付