

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年 7月 26日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

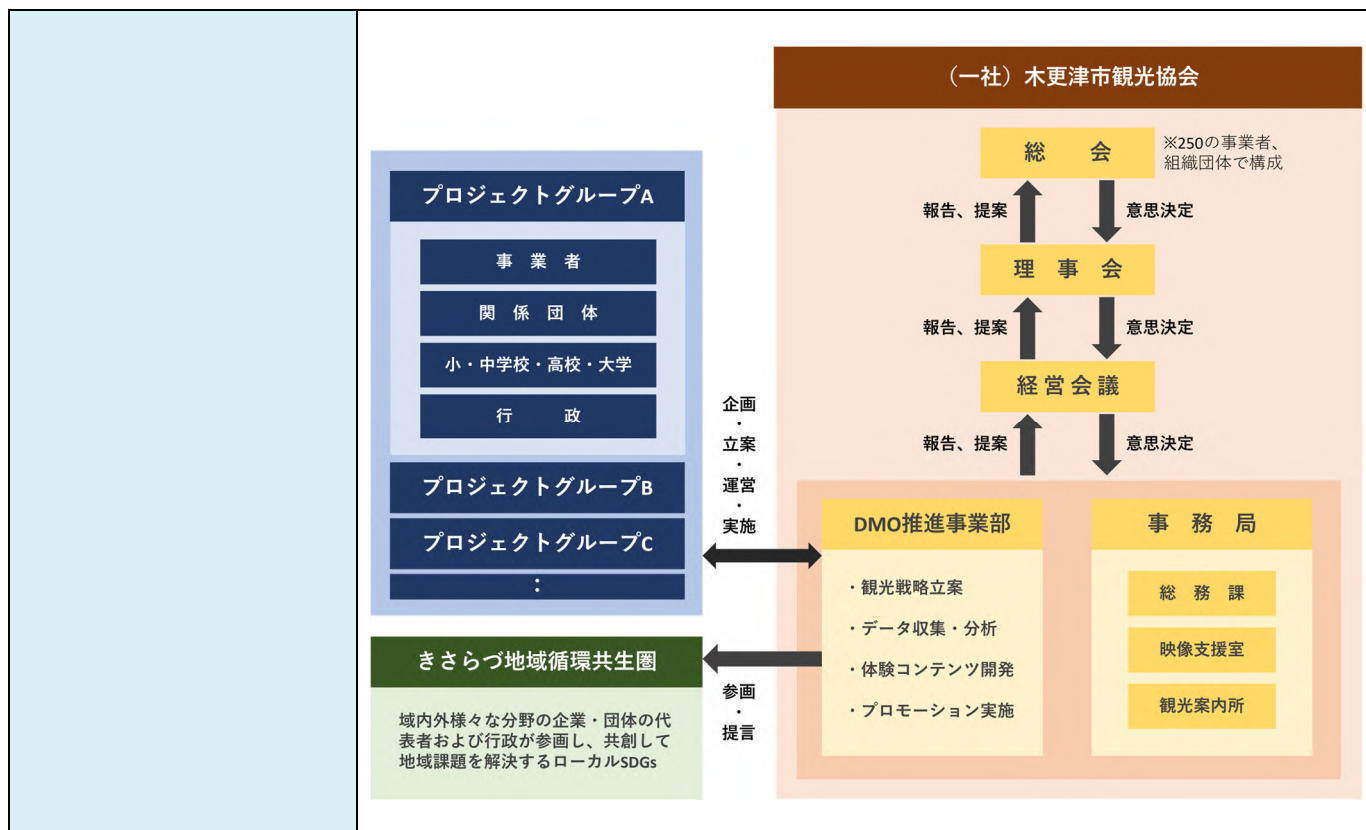
申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 木更津市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 木更津市	
所在地	千葉県木更津市	
設立時期	平成29年12月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	8人【常勤7人(正職員7人・出向等0人)、非常勤1人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 野口 義信 (出身組織名) (株) 写楽館	(一社) 木更津市観光協会の会長として、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り組む成果を挙げている。
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) 三好 智子「専従」 (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。
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) 三好 智子「専従」 (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) 実形 謙 (出身組織名) (一社) 木更津市観光協会	海、里山の自然を活かした体験プログラム商品の造成販売を行っている。また、各種メディアによる情報発信も担当する。 ・第3種旅行業登録 国内旅行業務取扱責任者
DMO運用推進、プロモーション、データ収集・分析責任者	(氏名) 柴田 一樹 (出身組織名) (一社) 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。交流人口拡大の観点でプロモーションに取り組んでいる。ホームページ、SNSの運用による情報発信と、人流データ収集、分析を行っている。

連携する地方公共団体の 担当部署名及び役割	<p>千葉県木更津市</p> <p>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）</p> <p>産業振興課（事業者連携、移住・定住促進）</p> <p>農林水産課（農林水産各団体、事業者との連携）</p> <p>企画課（地方創生）</p> <p>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）</p>
連携する事業者名及び役 割	<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>
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】①、② （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ッ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>
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>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連動して、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>
法人のこれまでの活動実 績	<p>【活動の概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昭和23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> </ul> <p>「木更津市第2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</p>

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。

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<p>&lt;令和元年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドセミナー開催、市内在住ALT（外国語指導助手）対象市内資源フィールドワーク実施</li> <li>・街なかMAP、鎌足（里山）MAP製作、配布</li> </ul> <p>&lt;令和2年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul> <p>&lt;令和3年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> </ul> <p>&lt;令和4年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> </ul> <p>&lt;令和5年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> </ul>
受入環境の整備	<p>&lt;令和元年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・WEBショッピングモール開設、木更津推奨土産品の販売開始</li> </ul> <p>&lt;令和2年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> <li>・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</li> </ul> <p>&lt;令和3年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</li> </ul> <p>&lt;令和4年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「トレーラーハウス」宿泊営業開始のための旅館業取得</li> </ul> <p>&lt;令和5年度&gt;</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</li> </ul>
観光資源の磨き上げ	<p>&lt;令和元年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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> <p>&lt;令和2年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・里山、里海体験プログラムの造成、販売</li> </ul>

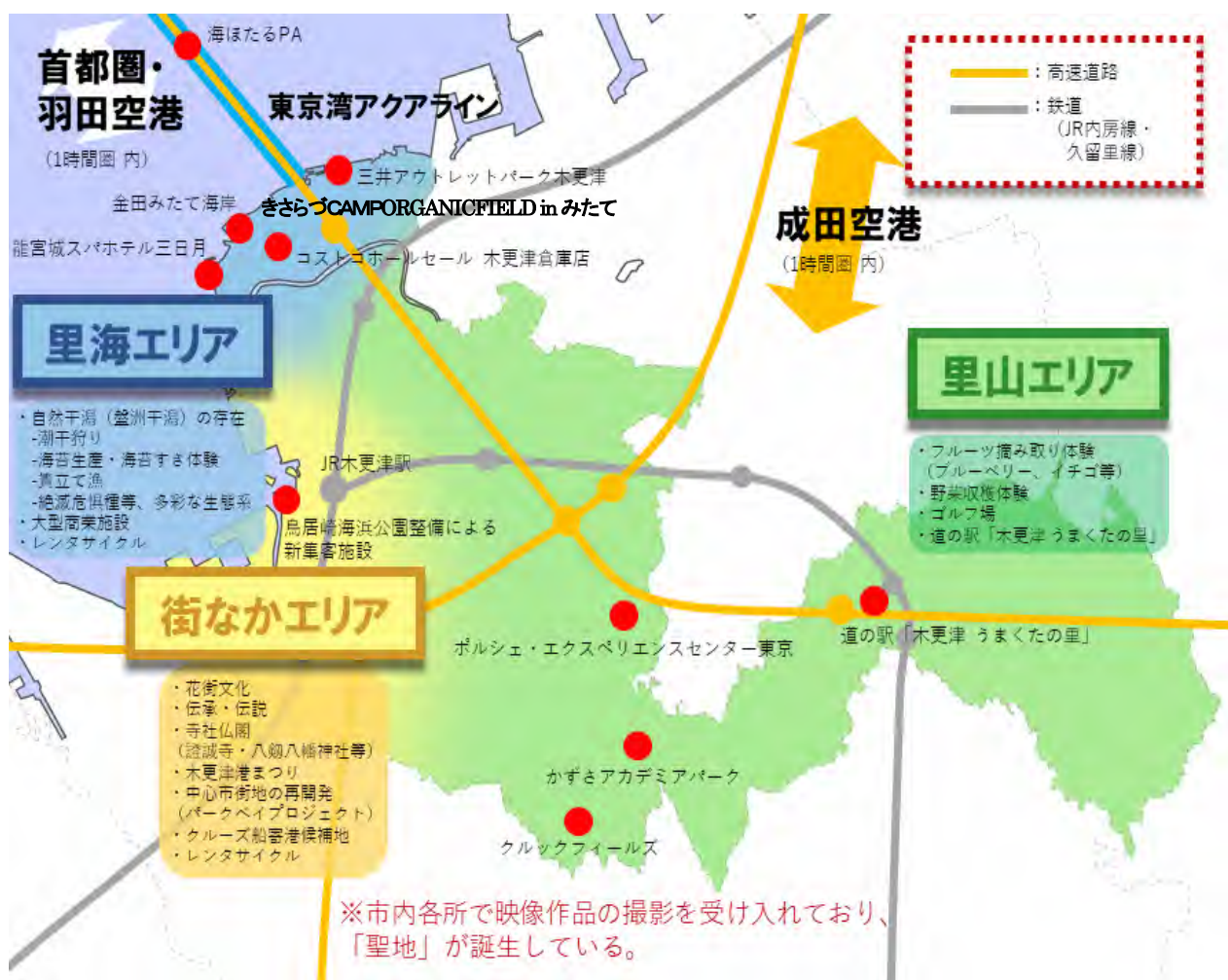
	<ul style="list-style-type: none"><li>・ヘルスツーリズム構築のためのモニターツアー実施</li><li>・あらたな里海体験プログラムのモニター実施</li></ul> <p>&lt;令和3年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・里山・里海体験プログラムの新規造成、販売 「きさらづCAMP」、「シーカヤック体験」、「冬花火鑑賞クルージング」</li></ul> <p>&lt;令和4年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・里山・里海体験プログラム「きさらづミライマナビ旅」を新規造成、販売</li></ul> <p>&lt;令和5年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><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>																														
	<p><b>【定量的な評価】</b></p> <p>■入域実績</p> <table><tr><td>令和元年度</td><td>観光入込客数 17,758（千人）</td><td>延べ宿泊者数 563（千人）</td></tr><tr><td>令和2年度</td><td>観光入込客数 15,128（千人）</td><td>延べ宿泊者数 342（千人）</td></tr><tr><td>令和3年度</td><td>観光入込客数 14,759（千人）</td><td>延べ宿泊者数 417（千人）</td></tr><tr><td>令和4年度</td><td>観光入込客数 15,797（千人）</td><td>延べ宿泊者数 613（千人）</td></tr><tr><td>令和5年度</td><td>観光入込客数 16,067（千人）</td><td>延べ宿泊者数 626（千人）</td></tr></table> <p>■里海、里山体験プログラム実績</p> <table><tr><td>令和元年度</td><td>18件</td><td>1,227名</td></tr><tr><td>令和2年度</td><td>2件</td><td>66名（新型コロナウイルス感染症の影響）</td></tr><tr><td>令和3年度</td><td>8件</td><td>947名</td></tr><tr><td>令和4年度</td><td>13件</td><td>2,555名</td></tr><tr><td>令和5年度</td><td>8件</td><td>4,419名</td></tr></table>	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）	令和元年度	18件	1,227名	令和2年度	2件	66名（新型コロナウイルス感染症の影響）	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）																													
令和元年度	18件	1,227名																													
令和2年度	2件	66名（新型コロナウイルス感染症の影響）																													
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																													
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><b>【実施体制の概要】</b></p> <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> <p><b>【実施体制図】</b></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】

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」とであると同時に、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】

2023 年来訪者を元としたデータで、

・旅行形態は「家族」が31.5%、「夫婦・恋人」が34.3%、「ひとり」が22.2%、友人・知人グループが12%。

・訪問地点は「三井アウトレットパーク木更津」が61.5%、「海ほたる」が43.8%と多く、体験内容も「アウトレットでのショッピング」が50.3%、「食事・グルメ」が49.3%であることから、ショッピング・グルメ目的での来訪が中心となっている。

・年間の観光入込客数は約1,600万人であるが、宿泊者数は62万人にとどまり、日帰りでの入域が顕著である。

**【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、八剱八幡神社、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調査を行っている。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて RESAS での調査や、聞き取り調査を行っている。
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。	来訪者を対象としたインターネット調査を行っている。
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。	来訪者を対象としたインターネット調査を行っている。
観光入込客数	区域内来訪者数把握のため。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて RESAS での調査や、聞き取り調査を行っている。
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。	木更津市の入込客数調査をベースに、必要に応じて RESAS での調査や、聞き取り調査を行っている。
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で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「證誠寺」や、「八剱八幡神社」、「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。



## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <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>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <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>・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	<b>機会 (Opportunity)</b> <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>・都心から一番近いオーガニックシティ・木更津への期待の高まり</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <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、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

## ○第1ターゲット層

「家族」（夫婦・恋人を含む）を第1ターゲットとする。特に来訪実績の多い首都圏1都3県（東京、神奈川、埼玉、千葉）に絞る。

## ○選定の理由

平成29年度に行った三井アウトレットパーク木更津来訪者に対するアンケート調査によると、当該客層は首都圏（1都3県）からの来訪が大半を占め、客単価が比較的高く、親子連れが多い。

令和2年度にきさらびDMOがおこなったKPI測定調査では、1都3県からの来訪者は「家族」、「夫婦・恋人」の合計が全体の77%、で、「自家用車」利用も74%と高い。

親子連れはアクティビティや長時間滞在できる場所を好む傾向があり、自然、文化、食、スポーツなど、コンセプトに沿って資源を活かしたコンテンツ開発を行いやすい。

## ○取組方針

都心に近接する立地優位性を最大限活かした里山、里海、街なか体験プログラムの拡充、観光資源の磨き上げをおこない、ターゲット層へのプロモーションや受け入れ事業者へのアドバイスを行う。

○ターゲット層 訪日観光客等
○選定の理由 「羽田空港」、「成田空港」を利用する訪日外国人数が増加している。両空港への近接性が良いことに加え、地元の資源は日本人にはない感性に受け入れてもらえる可能性がある。 また、三井アウトレットパークへのインバウンド客へPRをする事で、木更津市内への回遊性を高められ、滞在時の満足度を高められる。
○取組方針 多言語による情報発信と、受け入れ態勢の強化を進める。

#### (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
③ 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を増やしPRする事で、地域の満足度も同時に向上させると考える。

#### 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長および副会長、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. K P I（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K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (億円)	目標	240	250	260	370	370	370
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	252.3	292.1	351.1			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	580	600	600	650	680	710
		(75)	(80)	(85)	(21)	(22)	(23)
	実績	417.4	612.9	625.8			
●来訪者満足度 (%)	目標	75	80	85	75	80	85
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	77.5	71.1	72.3			
●リピーター率 (%)	目標	90	90	90	90	90	90
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	87.6	87.0	85.5			

※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】

延べ宿泊者数総数及びリピーター率を除き、令和5年度分まで策定したK P Iの数値から実測値が大きく離れていたため、実測値を元に令和6年度以降のK P Iを再設定した。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

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。令和5年度分まで策定したK P Iの数値から実測値が大きく離れていたため、一人あたり平均消費額と観光入込客数の目標数値から再設定した。

##### ●延べ宿泊者数

当初値は千葉県「第2次観光立県ちば推進基本計画」を参考に、毎年増加率を3.5%に設定して算出。

訪日外国人旅行者数については新型コロナウイルス感染症の影響を無視した数値であったため、令和5年度の19.3千人を元に増加率3.5%として再設定した。

##### ●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、実測値に基づき見直しを行った。県の目標値に対して低水準であったため、3年をかけて同水準まで引き上げる目標設定とした。

●リピーター率

当初値は千葉県「第2次観光立県ちば推進基本計画」に準じたが、実測値に基づき見直しを行った。県の目標値に対して高水準であり、リピーターのみならず新規需要の開拓も視野に入れていきたいことから、実測値の現状維持を目標とした。

## (2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●観光入込客数 (千人)	目標	20,000	20,000	20,000	17,000	17,000	17,000
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	14,759	15,797	16,067			
●WEBサイトの アクセス状況 (回)	目標	122,000	127,000	131,000	218,000	230,000	242,000
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	125,557	167,311	207,595			

※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】

必須KPI同様、令和5年度分まで策定したKPIの数値から実測値が大きく離れていたため、実測値を元に令和6年度以降のKPIを再設定した。

### 【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数 令和5年度までの目標数値が新型コロナウイルス感染症の影響を無視した値であったため、令和5年度の16,067千人を元に増加率約5.0%として令和6年度は設定し、オーバーツーリズム防止の観点につき令和7年度以降は据え置きとした。

●WEBサイトのアクセス状況 令和5年度の目標数値と実績数値が大きく離れたため、令和6年度以降の目標数値については令和5年度の207,595回を元に増加率約5.0%とし再設定した。令和4年度の実績から、従来の観光協会HPと新設した「DMO・HP」の合算としている。

## 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）
2021（Ｒ３） 年度	26,848,409 円	【国からの補助金】 11,997,000 円 【市からの補助金】 11,998,000 円 【収益事業収入】 2,853,409 円
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	41,421,459 円	【市からの補助金】 16,330,000 円 【収益事業収入】 20,570,000 円 【繰入金】 4,520,459 円 【雑収入】 1,000 円
2025（Ｒ７） 年度	木更津市と協議 43,501,000 円	【市からの補助金】 12,000,000 円 【収益事業収入】 26,500,000 円 【その他収入】 3,200,000 円 【繰入金】 1,800,000 円 【雑収入】 1,000 円
2026（Ｒ８） 年度	木更津市と協議 47,601,000 円	【市からの補助金】 12,000,000 円 【収益事業収入】 29,600,000 円 【その他収入】 4,700,000 円 【繰入金】 1,300,000 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）
2021（Ｒ３） 年度	26,642,146 円	【ＤＭＯ事務費】 14,846,128 円 【マーケティング事業】 1,296,900 円 【ワーケーション推進事業】 700,000 円 【健康促進事業】 1,186,032 円 【関係人口創出事業】 792,975 円 【地域ブランディング促進事業】 1,796,608 円



		<b>【観光・教育交流促進事業】</b> 1,501,160 円 <b>【広域連携促進事業】</b> 2,500,619 円 <b>【収益事業原価】</b> 2,021,724 円
2022 (R 4) 年度	25,541,000 円	<b>【DMO事務費】</b> 15,041,000 円 <b>【マーケティング事業】</b> 1,300,000 円 <b>【ワーケーション推進事業】</b> 700,000 円 <b>【健康促進事業】</b> 1,200,000 円 <b>【関係人口創出事業】</b> 800,000 円 <b>【地域ブランディング促進事業】</b> 1,800,000 円 <b>【観光・教育交流促進事業】</b> 1,500,000 円 <b>【広域連携促進事業】</b> 2,500,000 円 <b>【収益事業原価】</b> 700,000 円
2023 (R 5) 年度	30,357,636 円	<b>【DMO事務費】</b> 18,454,256 円 <b>【ワーケーション推進事業】</b> 4,090,048 円 <b>【体験プログラム推進事業】</b> 6,615,954 円 <b>【マーケティング事業・プロモーション推進事業】</b> 845,900 円 <b>【その他事業】</b> 351,478 円
2024 (R 6) 年度	41,421,459 円	<b>【DMO事務費】</b> 19,501,459 円 <b>【収益事業原価】</b> 21,920,000 円
2025 (R 7) 年度	43,501,000 円	<b>【DMO事務費】</b> 18,400,000 円 <b>【DMO事業費】</b> 5,500,000 円 <b>【収益事業原価】</b> 19,601,000 円
2026 (R 8) 年度	47,601,000 円	<b>【DMO事務費】</b> 21,700,000 円 <b>【DMO事業費】</b> 5,300,000 円 <b>【収益事業原価】</b> 20,601,000 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

都心より一番近い魅力ある里山、里海、街なかの資源を生かした体験プログラムの拡充と販売により、自主財源の収益拡大を目指す。  
 特に「ワーケーション」、「教育旅行」の受入拡大を重点推進事項として、市内外の多様な関係者との連携強化を図る。

## 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

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ワーケーション、教育旅行などの醸成に力を入れ、新たな旅のスタイルの普及や受け入れ態勢の強化を推進しています。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	桑田 智恵
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）	
F A X 番号	
E - m a i l	

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】 野口 義信  
【マーケティング責任者(CMO)】 三好 智子  
【財務責任者(CFO)】 三好 智子  
【職員数】 8人(常勤7人(正職員7人・出向等0人)、非常勤1人)  
【主な収入】  
収益事業 15.9百万円、補助金 177.4百万円(令和5年度決算)  
【総支出】  
事業費 11.9百万円、一般管理費 18.4百万円(令和5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 Fileds

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月26日

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	240 (一)	250 (一)	260 (一)	370 (一)	370 (一)	370 (一)
	実績	252.3 (一)	292.1 (一)	351.1 (一)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	580 (75)	600 (80)	600 (85)	650 (21)	680 (22)	710 (23)
	実績	417.4 (2.2)	612.9 (7.6)	625.8 (19.3)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	75 (一)	80 (一)	85 (一)	75 (一)	80 (一)	85 (一)
	実績	77.5 (一)	71.1 (一)	72.3 (一)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	90 (一)	90 (一)	90 (一)	90 (一)	90 (一)	90 (一)
	実績	87.6 (一)	87.0 (一)	85.5 (一)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】  
首都圏の家族層  
訪日観光客  
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
体験プログラムの拡充  
お土産含む観光資源の磨き上げ  
多言語対応  
【観光地域づくりのコンセプト】  
一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

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】  
・令和4年度・5年度 DMOホームページ  
にて体験プログラムなど販売開始  
【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

