

## 観光地域づくり法人(DMO)事業報告書

※ 黄色枠部分についてご記入ください。

※ 提出時期は、【毎事業年度の終了後4か月以内】となりますのでご注意ください。

### 1. 基本情報

DMO名称		一般社団法人竹原観光まちづくり機構			記入対象期間	令和6年4月1日～令和7年6月30日	
					記入日	令和7年7月31日	
DMO登録区分		登録DMO		候補DMO 登録日	令和6年3月29日	登録DMO 登録日	令和7年3月25日
代表者	所属組織	竹原市	役職	代表理事	氏名	今榮 敏彦	
CMO	所属組織	専従	役職	事業課長	氏名	内藤 隆久	
CFO	所属組織	竹原市	役職	事務局長代理	氏名	中川 隆二	
記入者 (担当者) 連絡先	所属組織	竹原市	役職	主任	氏名	山田 義海	
	TEL	080-8417-2146		E-mail	yamada.yoshiumi@takeharadmo.jp		

### 2. DMOの登録要件に対する自己点検

点検項目			自己点検 結果 【選択】	(左欄で満たしていないを選択した場合) 具体的に、どのような点において 満たしていないと認識しているか
[1]	I	合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場になっている(会議体を主導する等)	満たしている	
	II	地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政が全て参画している	満たしている	
[2]	I	少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について継続的にデータを全て収集している(また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度のデータを収集していることが望ましい)	満たしている	
	II	戦略において設定するコンセプトが、地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現している	満たしている	
	III	誘客マーケットに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設定している	満たしている	
	IV	上記[2] I～IIIを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されている(延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されている)	満たしている	
	V	戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、資料を作成し、書面により関係者と共有している	満たしている	
	VI	PDCAの実施に際して、上記[2] Vの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを行っている	満たしている	
[3]	I	地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、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を実施している(広域連携DMO及び単独都府県の地域連携DMOを除く)	満たしている	
	II	上記[3] Iとして、DMOにおいて自らの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの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資料を作成し、書面により関係者に説明・共有している	満たしている	
	III	戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、DMOが主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行っている	満たしている	
	IV	戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が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が構築されている	満たしている	
	V	情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、DMO及び地域の多様な関係者が協働し、一元的かつ効率的に行っている	満たしている	
[4]	I	DMOが法人格を取得している	満たしている	
	II	DMOの業績について対外的に説明責任を果たすため、最終的な責任者が明確化されている	満たしている	
	III	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)が専従で最低一名存在している	満たしている	
	IV	DMOの持続可能な運営のため、運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任者(CFO:チーフ・フィナンシャル・オフィサー)を設置している	満たしている	
[5]	I	安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源(宿泊税・入湯税等の地方税・負担金)、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源を確保できる見通しがある	満たしている	
	II	運営資金のうち、行政からの支出による財源(補助金等)が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われている	満たしている	

### 3. 具体的な取組状況

**(記入上の留意点)**

- ※ 形成計画の記載内容に基づき、実際に取り組んだ実績や成果をご記載ください。
- ※ いつ取組を行ったのか、具体的な時期(実施日)を記載いただきますようお願いいたします。
- ※ 途中段階の取組であっても、どこまで達成できたのか、いつ達成する見込みなのか、をなるべく詳細にご記載ください。

#### (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

**【関連する点検項目】**

[1]Ⅰ. 合意形成の仕組みにおいて、DMOが中核的立場になっている(会議体を主導する等)

合意形成の仕組みとして位置づけている会議体の名称(例:理事会、協議会 等)	一般社団法人竹原観光まちづくり機構社員総会・理事会
上記合意形成の仕組みの概略(例:DMOの役割、行政やその他構成員の役割分担 等)	一般社団法人竹原観光まちづくり機構(DMO)の意思決定の場として、竹原市・竹原商工会議所・竹原市観光協会を含めた理事・社員の元、年間計画の作成や進捗確認・実績報告を行っている。
直近1年間における開催実績と参加人数 ※開催していない場合は、その理由と今後の見通しを記載すること。	社員総会:開催実績1回 延べ参加人数5人 理事会 :開催実績4回 延べ参加人数27人
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、ご記入ください。(例:分科会、ワーキンググループ、実務担当者会議 等)	
4者協議(竹原市・竹原商工会議所・一般社団法人竹原観光協会・一般社団法人竹原観光まちづくり機構) 竹原観光まちづくりラボ	

**【関連する点検項目】**

[1]Ⅱ. 地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政 が全て参画している

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・団体名を全て挙げてください。 ※会議体の最新版の構成員名簿を添付すること。 ※関係者がいない場合には、その理由を明記すること。	
①地域が売りとする観光資源の関係者(文化財、国立公園、農泊、アクティビティ、農林水産業、商工業 等)	山本静司(竹原商工会議所)・藤井善文(竹原市観光協会)
②宿泊事業者(旅館、ホテル 等)	山本静司(株式会社 SK.MANAGEMENT)
③交通事業者(鉄道、バス、タクシー 等)	日浦徹治(山陽商船株式会社)
④行政	今榮敏彦(竹原市)

**(2)各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(ブランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立**

**【関連する点検項目】**

〔2〕Ⅰ. 少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について継続的にデータを全て収集している(また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度のデータを収集していることが望ましい)

〔2〕Ⅱ. 戦略において設定するコンセプトが、地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現している

〔2〕Ⅲ. 誘客マーケットに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設定している

〔2〕Ⅳ. 上記〔2〕Ⅰ～Ⅲを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されている(延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されている)

KPIの達成状況についてご記入ください。 ※過去3年間、今後3年間分を記入すること。

項目 【単位】	2022(R4)年度		2023(R5)年度		2024(R6)年度		2025(R7)年度		2026(R8)年度		2027(R9)年度	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
<b>必須KPI</b>												
①-1 旅行消費額 (総額) 【百万円】	全体	2,728,407	3,369,000	3,719,782	4,580,000	4,457,471	5,790,000		7,000,000		8,212,411	
	インバウンド											
①-2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体	3,946	4,571	4,709	5,033	4,610	5,346		5,573		5,743	
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 日帰り来訪者の増加により、単価は減少したものの旅行消費額は過去最高を記録した。体験型・高単価コンテンツを拡充していくことで、さらなる消費額増加を目指していく。												
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体	124	125	143	158	136	192		226		260	
	インバウンド	0		4		10						
直近のKPI達成状況に対する分析 物価高の影響により、国内旅行者を中心に県内トレンド同様宿泊者数が減少した。インバウンド等を中心に高単価商品のプロモーションを強化していく。												
③来訪者満足度 【%】	全体		86.8	86.8	87	81.0	88		89		90	
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 国内旅行者の宿泊旅行から日帰り旅行へのシフトにより、来訪者満足度が高い層が減少したため、満足度が減少した。消費単価を増やすためにも宿泊者を確保していく。												
④リピーター率 【%】	全体		64.4	64.4	65	53.1	65		65		65	
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 国内旅行者の宿泊旅行から日帰り旅行へのシフトにより、リピーター率が減少した。消費単価を増やすためにも宿泊者を確保していく。												
<b>その他の目標</b>												
Webサイトの アクセス状況 【回】	全体		773	706	800	1,440	850		900		950	
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 市内実施イベントの増加・強化により、アクセスの山が増加し、pv総数も増加した。												
総観光客数【千人】												
		691	737	790	910	967	1,083		1,256		1,430	
直近のKPI達成状況に対する分析 海外現地営業の開始等プロモーションの拡大や国際便の増便により海外を中心に観光客が増加し、目標を達成した。												
外国人観光客数【人】												
		653	4,000	12,981	7,000	21,113	10,000		20,000		30,000	
直近のKPI達成状況に対する分析 海外現地営業の開始等プロモーションの拡大や国際便の増便により海外を中心に観光客が増加し、目標を達成した。												
〇〇【(単位)】												
直近のKPI達成状況に対する分析												
データに基づく明確なコンセプトを持った戦略策定に至るまでのプロセスや、分析方法(内部・外部環境分析、SWOT分析、STP分析、マーケティング・ミックス等)について、ご記入ください。 ※自治体が策定する観光振興計画が存在する場合は、当該計画と戦略との整合性が留意されているかも踏まえて記入すること。 ※DMOとして策定した戦略の内容が分かる資料が存在すれば、添付すること。												
本計画の目標値は、竹原市が作成した「竹原市総合計画・竹原市観光振興計画」で設定している目標値を基軸にし、各種ワークショップでの意見や竹原市産業振興課との協議内容をもとに設定した。 なお、当機構は東アジア・東南アジアを中心としたインバウンド層をターゲットにしているため「外国人観光客数」を、またブランド発信の周知実績と誘客効果を測定するために、「WEBサイトのアクセス数」と「総観光客数」をKPIに設定している。												

**【関連する点検項目】**

[2]V. 戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、資料を作成し、書面により関係者と共有している  
 [2]VI. PDCAの実施に際して、上記[2]Vの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを行っている

戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した資料を作成し、書面により関係者に共有した実績についてご記入ください。  
 ※PDCAの実施については、評価・分析に基づいて、必要に応じて計画の見直しを行った場合は、その具体例も記入すること。  
 ※実際に共有を行った資料を添付すること。

令和5年度に作成した「竹原未来の観光ブランド戦略プラン」に基づく20個のアクションプランの進捗状況について、市内の主な観光施策プレイヤーである4者(竹原市・一般社団法人竹原市観光協会・竹原商工会議所・一般社団法人竹原観光まちづくり機構)による、各種事業の棚卸・実績(KPI)の整理を行い、共有の場として4者協議を実施した。

持続可能な観光に関する国際的な認証・表彰の取得状況について

	日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)ロゴマーク【選択】	グリーン・ディステーションズによる認証・表彰【選択】 ※複数で表彰された場合は最上位の表彰を選択	ベスト・ツーリズム・ビレッジとしての認証【選択】	その他、持続可能な観光に関する認証制度等(自由記述)
取得状況	取得していない	いずれも受けていない	認証を受けていない	

持続可能な観光の取組の実績について、ご記入ください。(例:観光客のマナー違反対策、事前予約制や混雑状況の可視化、ゴミの削減や環境に配慮したコンテンツ開発、観光客増加による影響に関する住民向け説明会 等)

大久野島は「うさぎ島」としての認知が広がり、国内外から多くの観光客が訪れてはいるものの、環境省所有の国立公園であることから、また毒ガス製造を行っていた歴史から島内での営業行為が厳しく制限されており、観光消費額の増加につなげていない現状があるため、今回、大久野島に経済効果をもたらすために、観光客がウサギ・戦争にとどまらず、大久野島全体の魅力を案内する地元ガイドを育成し、令和7年4月からガイドツアーとして商品化し、販売を開始した。

デジタル化やDXを推進するための取組の実績について、ご記入ください。  
 (例:CRM、DMPの導入、地域内の宿泊施設へのPMS導入支援、MaaSによる二次交通の利便性向上 等)

今まで竹原を認知しても来訪に至らなかった客層に対し、SNSとも連携しながら竹原の魅力を訴求することで、潜在的な観光客層に対しアプローチを行うべく、「来訪動機醸成」を主たる目的としたホームページ「竹原点景」を作成した。また、ホームページ内に「フォトライブラリー」を設置し、市内事業者、旅行業・出版業等観光関連事業者、SNS・ブログ等を活用する個人が自由に利用できる素材を収集・整備し、今後、二次利用による効果的な情報の広がりを目指していく。  
 また、デジタルマーケティングの専門家を招致し、新たなCRM・DMP等マーケティングツールの導入準備を進めている。

### (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

#### 【関連する点検項目】

[3]Ⅰ. 地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、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を実施している(広域連携DMO及び単独都府県の地域連携DMOを除く)

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の実績について、ご記入ください。  
(例:住民対象のアンケート調査、住民参加型の着地型ツアー、観光教育プログラム 等)

地域住民を含む事業者間の連携を加速化させるため、竹原観光まちづくりラボを立上げ、その部会として令和6年度は「忠海地区ベジタリアン・ヴィーガンラボ」・「ふるさと納税事業者ラボ」を設立。各ラボにてベジタリアン・ヴィーガン対応メニュー講座「はじめてみよう！素材まるごと使い切り！ヴィーガンだし活用法」や事業説明会に合わせた懇親会等を実施。  
また、市内学校との連携も行き、地元高校の探求の授業で竹原市の観光を題材としたカリキュラムを行うとともに、地元小中一貫校の総合学習の授業でふるさと納税をフックとした地域活性化や産品開発を題材にしたカリキュラムを行った。

#### 【関連する点検項目】

[3]Ⅱ. 上記[3]Ⅰとして、DMOにおいて自らの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの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資料を作成し、書面により関係者に説明・共有している

DMOの活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況やDMOの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資料を作成し、書面により地域住民も含めた関係者に対して説明・共有を行った実績について、ご記入ください。  
(例:地域住民向け説明会、DMOの取組を紹介する広報誌・アニュアルレポートの作成 等)  
※実際に説明・共有を行った資料も添付すること。

地元ケーブルテレビタネットに出演することで、地域住民・事業者に対してDMOの実績等について広く周知を行っているとともに、紙媒体のレポート(竹原DMO通信)の作成・配布を実施。

#### 【関連する点検項目】

[3]Ⅲ. 戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、DMOが主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行っている

戦略の共有に照らし合わせて、地域の多様な関係者が参画する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を行った実績や具体例について、ご記入ください。

DMO・行政(竹原市)・観光団体(一般社団法人竹原市観光協会)・商工団体(竹原商工会議所)による定期的な4者協議を実施し、各組織が実施する事業について共有・意見交換を行うとともに、実施イベント・事業における特に資金面・人役面にて相互協力を行った。

#### 【関連する点検項目】

[3]Ⅳ. 戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が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が構築されている

観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備の取組の実績について、ご記入ください。  
(例:着地型旅行商品の造成・販売、域内交通を含む交通アクセスの整備に係る調整、多言語表記 等)

台湾・タイ・香港の旅行博へ出展し、直接旅行会社へ営業することで、着地型旅行商品を含むパッケージツアーの造成を実現し、500人以上の送客・販売につなげた。  
また、インバウンド層の飲食面での受入環境を整備するために、ベジタリアン、ヴィーガン、ムスリムに対応できるメニュー開発及び接客方法の習得を目指してセミナー等を実施し、市内3店舗にて対応メニュー販売の実証実践を実施。令和7年4月からは3店舗ともにベジタリアン・ヴィーガンメニューの通常販売開始。

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の実績について、ご記入ください。  
(例:品質保証制度、OTAの活用、人材育成研修、CRMによるマーケティング 等)

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、満足度やリピート率、来訪者の意見、評価を把握するとともに、結果の概要について協力事業者に対しフィードバックを行うことで、サービスの向上に取り組んだ。

**【関連する点検項目】**

**【3】V. 情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、DMO及び地域の多様な関係者が協働し、一元的かつ効率的に行っている**

情報発信・プロモーションに係る取組の実績について、ご記入ください。  
 (例: ワンストップ窓口の整備、ターゲット別のプロモーション方針の作成、SNS発信、観光案内所のサービス維持・向上、トップセールス 等)  
 インバウンドプロモーション事業として、外国語Facebook(繁体字・タイ語)を運営し、観光施設や飲食店、イベント情報について情報発信を行った。(両アカウントともフォロワー1万人達成)  
 また、市内外の観光関連施設において観光パンフレットの積極的な掲示・配布を行うとともに、需要の見込まれるインバウンド向け観光マップを新たに作成した。

一元的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、ご記入ください。

DMOは潜在的な観光客層(インバウンド含む。)に対する「来訪動機の醸成」を目的として、ブランド構築も含めた対外的な情報発信・プロモーションを実施し、市内観光コンテンツの網羅的・全体的な情報発信は、市・観光協会・DMOが連携を取りながら実施する。

DMOが運営・管理を行っている地域サイトについて(ない場合は「なし」と記入)

(URL) <https://takehara-tenkei.jp/>

上記地域サイトが以下に該当する場合はチェックをつけてください。

(a)地域全体を包括している※1	<input type="checkbox"/>	(b)宿泊、体験・アクティビティ、飲食に係る情報を掲載している※2	<input type="checkbox"/>	(c)宿泊及び体験・アクティビティについて、サイト内で予約から決済まで一気通貫に行える状態になっている	<input type="checkbox"/>
(d)宿泊及び体験・アクティビティについて、他予約サイトへ遷移した上で予約・決済が可能な状態になっている※3	<input type="checkbox"/>	(e)ターゲットに即した言語※4で(a)、(b)、を満たしている	<input type="checkbox"/>	(f)ターゲットに即した言語で、宿泊及び体験・アクティビティについて、サイト内或いは他予約サイトへ遷移した上で予約・決済が可能な状態になっている※5	<input type="checkbox"/>

※1 地域サイトにおいて、地域内の主要な各エリアの情報を1つ以上掲載している状態を指す。

※2 地域サイトにおいて、※1の主要な各エリアにおける各情報(①宿泊、②体験・アクティビティ、③飲食)をそれぞれ1つ以上掲載している状態を指す。

※3 OTA等の該当施設等の予約画面まで直接遷移するリンクを掲載している状態を指す。

OTA等のリンクを掲載するのみで当該施設の予約画面まで直接遷移しないものは含まないこととする。

※4 戦略においてターゲットと設定している国の言語対応を指す。

※5 ターゲットに即した言語で自地域のウェブサイト内で予約から決済まで一気通貫に行える状態、又は、その国の旅行者が主に使用しているOTA等の該当施設等の予約画面まで直接遷移するリンクを掲載している状態を指す。

**(4) 安定的な運営資金の確保**

**【関連する点検項目】**

**【5】I. 安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源(宿泊税・入湯税等の地方税、負担金)、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源を確保できる見通しがある**

自主財源(特定財源、自治体からの受託事業(指定管理者制度、ふるさと納税等)、収益事業(旅行商品の造成・販売等)、会費等)の更なる確保に向けた今後の見通しについて、ご記入ください。

令和6年度以降は新たにふるさと納税支援業務の受託を開始し、納税額増加分を財源としてプロモーション事業等に活用していくとともに、市の独自財源として、大久野島のコンテンツ開発等受入環境整備を目的とした訪問税の導入を提案している。

**【関連する点検項目】**

**【5】II. 運営資金のうち、行政からの支出による財源(補助金等)が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われている**

運営資金のうち行政からの支出による財源が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に検討を行ってきた実績や協議内容についてご記入ください。

※自主財源の確保に向けて、具体的な行動計画を策定していれば、その内容についても触れること。

予算要求のタイミングに合わせて、DMO中期財務計画(5か年)について行政観光・財政部門も含めて協議を行っており、令和6年度以降はふるさと納税支援業務の受託・寄附額増加により財源を確保していく旨合意している。

#### (5) その他特記事項

※上記以外の項目で、特徴的と思われる取組内容がありましたらご記入ください。

#### 4. 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。  
(理事会資料(抜粋)添付)

#### ※外部組織等によるDMOの事業や予算に対する検証の仕組みについて

外部組織等による検証の有無	有	検証時期(有の場合)	毎年6月
検証方法(有の場合)	DMOの事業について毎年監査を行い、6月総会・理事会にて公表しており、関係団体(竹原市・竹原商工会議所・一般社団法人竹原市観光協会)とともに検証を行っている。 また、竹原市の主要事業として竹原市議会にも事業報告を行っている。		
外部組織等の参画者(有の場合)	竹原市・竹原商工会議所・一般社団法人竹原市観光協会		
検証結果の公表の有無(有の場合)	有	公表方法(有の場合)	(例)DMOのHP上で公表。