

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 24 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・ <input type="checkbox"/> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人三次観光推進機構	
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 広島県三次市	
所在地	広島県三次市十日市南一丁目 2-23 三次市交通観光センター	
設立時期	平成 29 年 12 月 15 日 (令和 4 年 4 月 1 日 一般社団法人三次市観光協会を吸収合併)	
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	32 人【常勤理事 3 名、非常勤理事 1 名、正職員 5 名、契約社員 10 名、パートタイム 12 名、派遣社員 1 名】	
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） 政森 進 （出身組織名） （旧）一般社団法人三次市観光協会 会長	三次市役所において 40 年間勤務、その後、三次市観光協会にて 2 年間専務理事として勤務。その後、(株)サンエーにて取締役として 4 年間勤務した後、（一社）三次市観光協会にて専務理事として 4 年間、会長として 4 年間勤務。令和 4 年 4 月 1 日から（一社）三次観光推進機構の理事長として現在に至る。併せてひろしま農業協同組合（旧三次農業協同組合）理事役員として 16 年間、三次ケーブルビジョン(株)取締役として 11 年間、道の駅ゆめランド布野取締役として 3 年間勤めている。
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） 永江 博之 （出身組織名） 旧東急観光（株） （株）アサツーディ・ケイ（ADK）	旧東急観光にて訪日インバウンドツアーの企画営業担当（東京外人旅行部、欧州担当ロンドン支店駐在）後、米国マーケティング会社カールソンマーケティング東京オフィス入社。各種グローバル企業に対するグローバルマーケティング、グローバルプロモーションを実施。その後、広告代理店株式会社アサツーディ・ケイ（ADK）転職後、国内外企業に対して、調査、分析、マーケティングプランの企画提案、各種イベント、プロモーション等の効果測定を通算 15 年実施。（専門分野は、ブランディング、リレーションシップマーケティング、CRM）

<p>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</p>	<p>(氏名) 落田 正弘 (出身組織名) (公財) 奥田元宋・小由女美術館</p>	<p>三次市役所において 38 年間勤務し、(公財) 奥田元宋・小由女美術館にて 2 年間事務局長兼副館長として勤務。持続可能な運営のため、限られた予算の中で事業の効率的な執行や各種の補助金、受託業務確保など様々な財源確保に関する取組を行う。令和 3 年度から当機構本部事務局長を務める。</p>
<p>各部門(プロモーション)の責任者(専門人材) ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>(氏名) 村上 敬太「専従」</p>	<p>三次市からの派遣。平成 5 年度入庁。教育委員会(社会教育 10 年、学校教育 2 年)、総務・企画(7 年)、地域振興(5 年)、企業誘致(4 年、三次工業団地完売)に従事。大学院派遣 1 年。令和 4 年度三次市吉舎支所次長。令和 5 年度から当機構チーフマネージャーを担当。</p>
<p>各部門(観光資源開発 造成・販売)の責任者(専門人材)</p>	<p>(氏名) 永江 博之 (出身組織名) 旧東急観光(株) (株)アサツデー・ケイ(ADK)</p>	<p>旅行会社勤務時代のインバウンド・インセンティブグループ企画提案営業の国内外クライアントへの特別企画旅行、大型イベント企画運営経験や広告代理店時代の国内外クライアントへの各種イベント、プロモーション企画提案経験をもとに三次市内の観光資源の磨き上げ、体験観光プロダクトの造成を主に OTA 販路を活用して展開している。</p>
<p>各部門(湯本豪一記念日本妖怪博物館)の責任者(館長)</p>	<p>(氏名) 植田 千佳穂 (出身組織名) (公財) 奥田元宋・小由女美術館</p>	<p>広島県職員として 38 年間勤務し、その間県立歴史民俗資料館館長兼県立みよし風土記の丘所長、県立歴史博物館館長を歴任。平成 29 年度から奥田元宋・小由女美術館館長兼副理事長として美術館運営に携わる。令和 5 年 7 月 1 日から湯本豪一記念日本妖怪博物館(三次もののけミュージアム)館長兼常務理事として勤務。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広島県三次市産業振興部商工観光課(三次市観光戦略の策定、三次市の観光組織の一体化のための組織づくり、三次市の各種観光施策立案と当機構との連携) ・ 市農政課(農業体験、アグリパーク構想の推進) ・ 市まちづくり交通課(市内各エリアのまちづくり・エリア開発、湯本豪一記念日本妖怪博物館 指定管理委託) ・ 市企画調整課(三次地区文化・観光まちづくりランドデザイン「まち全体を泊まれる美術館に」構想の設計と展開) ・ 市都市建築課(三次町かわまちづくり構想の推進連携) 	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>三次観光推進委員会(観光推進施策の検討と合意形成) 三次商工会議所(創業支援、イルミネーション・藩札プロモーション連携等) 三次広域商工会(創業支援、若手起業家支援) 三次観光推進機構賛助会員(DMO活動支援) 三次地区自治会連合会(三次地区まちづくり) みよし田舎ツーリズム協議会(着地型旅行商品造成)</p>	

	<p>備北観光ネットワーク協議会（庄原 DMO との広島県北を周遊促進する情報発信、グルメスタンプラリープロモーション、旅行会社に対する団体ツアー誘致インセンティブ制度づくり等）</p> <p>広島県観光連盟(HIT)（観光プロダクト造成協力、広島県観光戦略立案と情報共有）</p> <p>せとうち観光推進機構（せとうち DMO）（広域周遊観光商品造成、各種セミナー）</p> <p>瀬戸内ブランドコーポレーション（観光資源開発投資案件の相談）</p> <p>国土交通省 中国地方整備局 三次河川国道事務所（「三次の鶉飼」運航支援）</p>				
<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>	<p>【該当する登録要件】</p> <p>三次市は平成 18 年 2 月から三次市内の観光関係者（35 団体）が参加してきた「三次市観光キャンペーン実行委員会」の事務局を運営してきたが、令和 4 年 3 月 31 日に発展的に解消し、その後継団体として、新たに当機構が主導して三次市内の観光業を担う多様な関係団体と行政をメンバーとする合意形成の場として「三次観光推進委員会」を当機構内に設立。参加委員は、①観光資源関係者 ②宿泊事業者 ③交通事業者 ④生産者 ⑤飲食事業者 ⑥行政（三次市商工観光課）⑦三次観光推進機構（DMO）の 7 分野から各 1～2 名で構成。任期は 2 年間。令和 5 年度は第 1 回目を令和 5 年 8 月 29 日及び第 2 回目を翌年 2 月 9 日に開催。（委員リストは別紙のとおり）</p>				
<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>	<ul style="list-style-type: none"> 当機構は、「三次地区の文化・観光まちづくりを進める会」の事務局運営を担い、寛延 2 年（1749 年）、三次町を舞台に生まれた妖怪物語「稲生物怪録」の中で主人公の稲生平太郎と家来の三井権八が百物語をしたと言われる神籠石（たたり石）のある比熊山の登山道整備や展望東屋の建設などの三次町の歴史的観光資源の磨き上げを進めている。 令和 2 年 12 月三次市は、「三次地区の文化・観光まちづくりグランドデザイン」として、イタリアで生まれたアルベルゴ・ディフーズ（分散したホテル）をコンセプトに「まち全体を泊まれる美術館に」構想を進めている。当機構は、地元の関連団体（三次地区自治会連合会、三次本通商店街振興組合、三次町歴みち協議会）と連携、また住民説明会を開催しながら、三次町のまちづくりを進めている。令和 4 年 5 月には湯本豪一記念日本妖怪博物館と三次町歴みち石畳通りを結ぶ古民家を改修した通り抜け通路「もののけ小路」を開通し、公募にて、現在入居テナントに東京に本拠を置く榊野空が運営する「もちのえき」を選定し、三次町内の観光客の散策・周遊促進に繋げている。 				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="408 1485 1378 2000"> <thead> <tr> <th data-bbox="408 1485 592 1536">事業</th> <th data-bbox="592 1485 1378 1536">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="408 1536 592 2000"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="592 1536 1378 2000"> <p><主に、令和 5 年度～令和 6 年 6 月末日まで></p> <p>1. 情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 「三次まち歩きアプリ」ダウンロードキャンペーン 各種 SNS 登録者数増加 三次観光アンバサダー登録者数増加のためのモニターツアー開催（8 回、51 人参加） SNS 講習会開催（全 2 回） 三次市公式観光サイトと当機構ホームページの統合化準備 <p>2. プロモーション</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p><主に、令和 5 年度～令和 6 年 6 月末日まで></p> <p>1. 情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 「三次まち歩きアプリ」ダウンロードキャンペーン 各種 SNS 登録者数増加 三次観光アンバサダー登録者数増加のためのモニターツアー開催（8 回、51 人参加） SNS 講習会開催（全 2 回） 三次市公式観光サイトと当機構ホームページの統合化準備 <p>2. プロモーション</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p><主に、令和 5 年度～令和 6 年 6 月末日まで></p> <p>1. 情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 「三次まち歩きアプリ」ダウンロードキャンペーン 各種 SNS 登録者数増加 三次観光アンバサダー登録者数増加のためのモニターツアー開催（8 回、51 人参加） SNS 講習会開催（全 2 回） 三次市公式観光サイトと当機構ホームページの統合化準備 <p>2. プロモーション</p>				

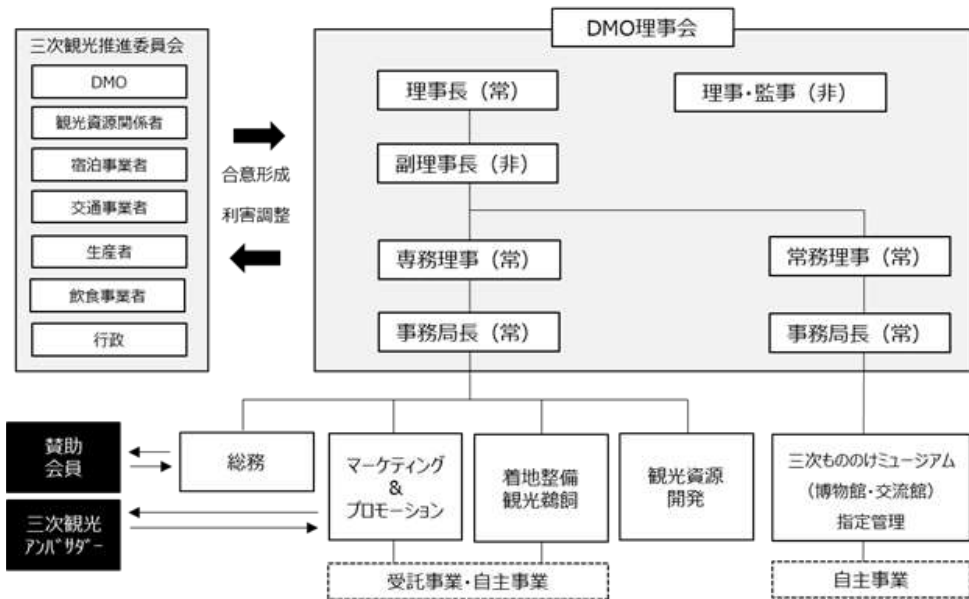
		<ul style="list-style-type: none"> ・「Dine @round Miyoshi～三次わくわくグルメ～」 ・三次ドライブ割デジタルクーポン「アプリでグルメスタンプラリー」 ・「三次のお酒で乾杯キャンペーン」 ・国営備北丘陵公園主催「備北イルミ 2023」を活用した宿泊プランの企画販売。 																
	<p>受入環境の整備</p>	<p><令和5年度～令和6年6月末日まで></p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本政府観光局（JNTO）の外国人観光案内所運営 カテゴリー1：三次もののけミュージアム交流館内 カテゴリー2：三次観光案内所（三次駅前） ・多言語対応市街地マップの作成 ・英語版時刻表（JR、バス）作成と頒布 ・Miyoshi-free-Wifi 整備（市内 27 台設置） ・三次市交通観光センター壁面に三次観光素材ライブラリーの写真でパネル製作・設置。 ・国道 183 号沿線のイルミネーション事業への助成 																
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p><令和5年度～令和6年6月末日まで></p> <ul style="list-style-type: none"> ・既設体験館観光コンテンツの運営支援（5 件） ・新規体験観光コンテンツ開発（4 件） ・コンテンツ造成する実施団体の観光庁等補助金獲得支援 ・DMO ホームページ閲覧者数 66.7 万 PV 達成 ・DMO 新規制作サイト 117 件（累計 528 件） ・DMO 新規制作アプリコンテンツ 44 件（累計 497 件） ・DMO ホームページ SEO 対策 																
<p>【定量的な評価】</p> <p>①広島県観光客統計調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県管区連盟の「GPS による観光客調査地点」として 53 ヶ所を登録。 <p>②WEB による来訪客調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 2 年度から継続的に WEB による三次市来訪者調査を実施。各月 150 サンプルを収集し、成果の一部を県観光客統計調査データに反映。 <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>1 人当たりの平均観光消費額（宿泊客）</td> <td>1 旅行当り</td> <td>26,065 円</td> </tr> <tr> <td>1 人当たりの平均観光消費額（日帰客）</td> <td>1 旅行当り</td> <td>6,352 円</td> </tr> <tr> <td>入込率（R6 より新 KPI に設定）</td> <td></td> <td>71.2%</td> </tr> <tr> <td>リピーター率（三次に 2 回以上来訪した入込客）</td> <td></td> <td>92.5%（入込客対象）</td> </tr> <tr> <td>来訪者満足率（入込客で満足、やや満足の割合）</td> <td></td> <td>67.0%（入込客対象）</td> </tr> </table> <p>③月次調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 5 年度観光客数モニタリング調査 4 地点 699,881 人 <p>④四半期調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 5 年度観光入込客数調査 25 地点 1,840 千人 				1 人当たりの平均観光消費額（宿泊客）	1 旅行当り	26,065 円	1 人当たりの平均観光消費額（日帰客）	1 旅行当り	6,352 円	入込率（R6 より新 KPI に設定）		71.2%	リピーター率（三次に 2 回以上来訪した入込客）		92.5%（入込客対象）	来訪者満足率（入込客で満足、やや満足の割合）		67.0%（入込客対象）
1 人当たりの平均観光消費額（宿泊客）	1 旅行当り	26,065 円																
1 人当たりの平均観光消費額（日帰客）	1 旅行当り	6,352 円																
入込率（R6 より新 KPI に設定）		71.2%																
リピーター率（三次に 2 回以上来訪した入込客）		92.5%（入込客対象）																
来訪者満足率（入込客で満足、やや満足の割合）		67.0%（入込客対象）																

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】

- ・職員数：32人【常勤理事3名、非常勤理事1名、正職員5名、契約社員10名、パートタイム12名、派遣社員1名】
 - ・令和3年度策定の「三次市観光戦略」に基づき、令和4年3月末をもって三次市観光協会は解散し、令和4年4月1日をもって当機構に吸収合併した。三次市内にある他の4つの観光協会も令和4年4月1日から当機構と機能統合し、部門別組織を形成。三次市は当機構に観光推進の一本化を行っている。
 - ・令和5年度策定の「第2次三次市観光戦略」（令和6～10年度）に基づき、次の5つの主な施策と取組の方向性に合わせた形で、DMOの令和6年度事業計画を策定した。
- ①地域資源を活かした新たな観光の魅力創出
 - ②周遊・滞在を促すコンテンツ等の造成
 - ③DXを活用した観光体制の強化
 - ④戦略的な情報収集と情報発信
 - ⑤市内外の関係者との連携による観光ネットワークの構築
- ・令和4年3月31日付をもって、「三次市観光キャンペーン実行委員会」（35団体で構成、事務局は三次市が運営）は解散し、その後継組織として、令和4年度から、新たなDMO登録制度に関する観光庁ガイドラインに沿い、当機構が主導して、三次市内の観光業に関する多様な関係者（主な観光資源関係者、宿泊事業者、交通事業者、飲食店、生産者、行政、当機構など）で構成する「三次観光推進委員会」を設置し、合意形成の機能を引き継いでいる。



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】

三次市の中心市街地、三次浅野藩 400 年の歴史が残る三次町、広島三次ワイナリーやトレッタみよし、奥田元宋・小由女美術館、みよし運動公園など集客力の高い施設が集中する東酒屋地区などの 3 つのエリアにアクセスの良い東西南北の高速道路がクロスする三次市の立地上の「交流拠点」という利便性を活かし、市内の観光資源造成と観光推進ネットワーク化を推進し、三次市全体への観光客の回遊性の向上を図りながら、三次市が広島県北部での観光目的地となり得る「観光地域づくり」を推進していく。

さらに、三次市と隣接する県内市町（備北エリア）及びその他の県内市町（特に広島県沿岸部都市、近隣県、大阪府からの誘客）との連携を図ることにより、各市町がもつ特色ある観光資源と広域連携して、三次市内観光資源を販売していく。

【観光客の実態等】

平成 26 年 (2014)	入込観光客数	1,561 千人、	宿泊者数	103 千人、	観光消費額	4,475 百万円
平成 27 年 (2015)	入込観光客数	2,060 千人、	宿泊者数	135 千人、	観光消費額	5,389 百万円
平成 28 年 (2016)	入込観光客数	2,078 千人、	宿泊者数	137 千人、	観光消費額	5,443 百万円
平成 29 年 (2017)	入込観光客数	2,089 千人、	宿泊者数	137 千人、	観光消費額	5,483 百万円
平成 30 年 (2018)	入込観光客数	2,035 千人、	宿泊者数	135 千人、	観光消費額	5,316 百万円
令和元年 (2019)	入込観光客数	2,114 千人、	宿泊者数	179 千人、	観光消費額	6,543 百万円
令和 2 年 (2020)	入込観光客数	1,326 千人、	宿泊者数	127 千人、	観光消費額	3,905 百万円
令和 3 年 (2021)	入込観光客数	1,197 千人、	宿泊者数	139 千人、	観光消費額	5,262 百万円

令和4年(2022) 入込観光客数 1,914千人、宿泊者数 155千人、観光消費額 6,277百万円
 令和5年(2023) 入込観光客数 2,146千人、宿泊者数 171千人、観光消費額 7,076百万円
 令和6年(2024/目標) 入込率 70%(※)、宿泊者数 160千人、観光消費額 6,200百万円
 ※ 三次市が令和5年度に策定した「第2次三次市観光戦略」に基づき、指標を入込観光客数から入込率に変更。

【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】

- ① 主要な観光施設：広島三次ワイナリー、君田温泉森の泉、平田観光農園、トレッタみよし、道の駅ゆめランド布野など。
- ② 自然：尾関山公園、常清滝、神之瀬峡県立自然公園、江の川、霧の海、君田町森の散歩道、弘法山キャンプ場、ハイヅカ湖畔の森オートキャンプ場、ほしはら山のがっこう（川西地区）
- ③ 文化：奥田元宋・小由女美術館、湯本豪一記念日本妖怪博物館、広島県立みよし風土記の丘、三次市民ホールきりり、辻村寿三郎人形館など。
- ④ スポーツ：みよし運動公園、電光石火みよしパーク、江の川カヌー公園さくぎ、灰塚ダムトライアルパーク等。
- ⑤ 伝統・イベント：450年の歴史を誇る「三次の鵜飼」（6月～9月）、三次の神楽（6団体）。
 ※これらの特色ある各観光資源をそれぞれ連携することにより、日帰り観光から宿泊を伴う観光客増への取組みを推進している。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

①三次市内宿泊施設

区分	施設名称	所在区域	部屋数	収容数(人)
旅館	鶴鳴館	三次地区	8	21
	松見楼	十日市地区	5	18
	長岡旅館	十日市地区	14	36
	大和旅館	十日市地区	6	12
	ふだば旅館	神杉地区	25	50
	君田温泉森の泉	君田地区	12	48
	滝見家旅館	作木地区	11	20
	あきやま旅館	甲奴地区	5	12
ホテル (ビジネスホテル含む)	ホテルクラウンヒルズ三次	十日市地区	131	238
	三次グランドホテル	十日市地区	88	108
	ホテルアルファーワン三次	十日市地区	216	252
	ホテルルートイン三次駅前	十日市地区	248	359
	ビジネスホテル白鳥荘	八次地区	15	40
	三原ビジネスホテル	三次地区	3	3
	ビジネス&ゲストハウスホテルライカ	酒屋地区	39	39
	とみしの里小富士荘	吉舎地区	10	30
ゲストハウス 古民家 その他	青猫	三次地区	4	12
	虚空（1組限定宿泊古民家の宿）	三次地区	1	2
	Villa Kuon Kisa（1棟貸切の古民家の宿）	吉舎地区	1	4
	体験交流センターやすらぎ荘	甲奴地区	3	45

	ペンションカーターヒルズ	甲奴地区	2	4
	山仕事体験民宿 気楽坊	甲奴地区	4	(1組限定) 4
	広島ふるさと村	三和地区	6	84
	ほしはら山のがっこう	川西地区	2	12
	三次のさんかく	三次地区	2	5
農家民宿	農家民宿菜の花ばたけ	作木地区	2	6
	きこりの家	布野地区	1	5
	民宿ボンママの宿かくれんぼ	川西地区	2	10
	農家民宿竹丸屋	川西地区	2	6
	田舎宿風の道	和田地区	6	16
	農家民宿こがねや	君田地区	2	8
	草花鳥魚の宿 三次みんなの家	河内地区	8	15
			884	1,524

【利便性：区域までの交通、域内交通】

広島から三次駅（JR 芸備線快速）	1 時間 20 分
広島から三次駅（高速バス）	1 時間 20 分
福山から三次駅（JR 福塩線）	2 時間 30 分
広島空港から広島バスターミナル経由、三次駅（高速バス）	2 時間 4 分
松江から三次 IC（高速バス）	1 時間 40 分
大阪駅から三次 IC（高速バス）	4 時間 46 分
名古屋駅から三次駅（高速バス）	6 時間 47 分
三次市街地循環バス「くるるん」他	

【外国人観光客への対応】

当機構 公式ウェブサイト Walk @round Miyoshi
 （繁体字サイト）<https://www.miyoshi-dmo.jp/zh-tw/>
 （英語サイト）<https://www.miyoshi-dmo.jp/en/>

当機構 公式 三次まち歩きスマホアプリ

【繁体字】

iOS:

<https://apps.apple.com/tw/app/walk-around-miyoshi-%E7%B9%81%E9%AB%94%E4%B8%AD%E6%96%87/id1607447255>

android:

https://play.google.com/store/apps/details?id=travel.itours.miyoshi.tw&hl=zh_TW

【英語】

iOS:

<https://apps.apple.com/app/walk-around-miyoshi-english/id1606666930>

android:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=travel.itours.miyoshi.en>

その他、多言語観光冊子 各種

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
観光消費額	三次市来訪者の発着地・目的・消費額を調査することで経済効果を把握し、分析するため	当機構ネット調査（毎月150サンプル×12か月＝年間n1,800+）
延べ宿泊者数	宿泊施設の利用客数を把握することで経済効果を把握し、分析するため	広島県観光客統計調査
来訪者満足度	三次市来訪者の満足度を把握することでサービス・商品の改善に繋げるため	令和2年度以降、継続的なネット調査で分析 （令和4年度以降 n=1,800+）
リピーター率	再来訪者数の把握・整理	令和2年度以降、継続的なネット調査で分析 （令和4年度以降 n=1,800+）
外国人観光客数	市内への外国人観光客数の実態を把握するため	「広島県観光客数の動向」をもとに集計
WEBサイトのアクセス状況	三次市の観光情報の配信に関する閲覧者の関心度、反応の把握や事前予約などへの効果測定を実施するため	当機構HP及び三次市観光公式サイトをGoogle Analyticsで分析
定性調査	顧客ニーズ、インサイトの把握、定量調査へのアンケート項目・内容の磨き上げ	令和元年度、顧客セグメント別のFocus Group Interview (FGI)の実施。令和5年度は、実施していないが、当機構ネット調査では、毎年お客様の声を集計
観光消費額、発地調査、観光目的、立ち寄り場所と導線調査、満足度、リピート率、来訪きっかけ媒体、同行者、再来訪意向、改善点、その他基本フェース全般	4年に一度程度の対面調査にて、ネット調査との乖離や観光消費額の妥当性などを検証	対面調査（n=500程度） 入込客の多い観光スポット5カ所程度で観光シーズンである秋に実施

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

三次市においても、少子・高齢化、人口減少が進んでいる中、生産年齢人口の減少や需要の減少による市場の縮小、企業の撤退や商店の閉店、また耕作放棄地の拡大など課題が山積している。

こうした地域の課題に対し、歴史や伝統・文化を、観光地域づくりという視点で、三次の観光資源を見直し、地域外からの人の流入（物理的観光客の流入）やSNS上での交流人口の拡大を促進し、新たな三次市の価値を再発見しながら、地域内外からのプレイヤーの確保を図り、「稼ぐ力」の向上に繋げていく。

（2）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
--	-----	-----

<p>内部環境</p>	<p>強み (Strengths) 三次市は、中国縦貫自動車道及び中国横断自動車道尾道松江線がクロスすることから、県内、中国地方どこからでもクルマでのアクセス利便性が高いというロケーションの強みを生かし、次のような豊富な三次市内の観光資源を周遊促進させることが可能である。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 伝統・史跡や文化（卯建のあるまちなみ、日本初の妖怪博物館「湯本豪一記念日本妖怪博物館」、450年の歴史を誇る三次の鶴飼、辻村寿三郎人形館、浅野内匠頭正室・阿久利姫（瑤泉院）遺髪塔や義士堂など忠臣蔵ゆかりの鳳源寺、比熊山等） ② 美しい景観（県内有数の桜・紅葉の名所「尾関山公園」、霧の海、常清滝、神之瀬峡県立自然公園、川西地区のほしはら山のがっこうでの親子で楽しめる里山体験） ③ ファミリーで楽しめる東酒屋地区（広島三次ワイナリー、みよし運動公園、みよしあそびの王国、トレッタみよし、みよし森のポッケ、奥田元宋・小由女美術館） ④ 天然の温泉資源（君田温泉森の泉） ⑤ フルーツの恵み（三次ピオーネ、平田観光農園、道の駅ゆめランド布野等、観光農園フルーツランドふの（りんご）、高丸農園（梨）） ⑥ 充実したスポーツ施設（みよし運動公園、電光石火みよしパーク、江の川カヌー公園さくぎ、灰塚トライアルパーク等）などの豊富な観光資源 <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ 三次市へのアクセスの良さから、三次市内の四季折々と変わる観光資源を通年で、販売促進ができるという強み。</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① クルマを利用しない個人客（FIT）にとっては、不便な公共交通機関（沿岸部、都市部からのアクセスの悪さ、JR 三江線の廃止、JR 芸備線の未高速化）。 ② 広島空港～三次間の公共交通機関が無いこと。 ③ 宿泊施設の不足（市内全域で890部屋程度確保可） ④ ご当地グルメの不足 ⑤ 冬季（12月～3月）が、積雪等により比較的閑散期となってしまいう点。 ⑥ MICE用の施設が無いため、コンベンションの誘致が難しいこと。 <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <ol style="list-style-type: none"> ① クルマを利用しない個人客（FIT）に関しては、三次までの公共交通機関利用後の二次交通の提供と利便性の向上（循環バス、駅前レンタカー誘致、レンタサイクルなど） ② 宿泊施設の誘致、三次町ならではの伝統的まち並みのある古民家を活用した宿泊施設誘致支援 ③ ご当地グルメの開発 ④ 冬季（比較的閑散期）の観光資源開発（ウィンタースポーツ、熱気球イベント、高谷山の霧の海の宿泊プランや冬の温泉プランの販促）
<p>外部環境</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 「中国縦貫自動車道」（東西交流）に加え、平成26年度に開通した「中国やまなみ街道」（南北交流/尾道～三次～松江間/大半が無料区間）の安定した交通量（令和2年度 中国道 平日平均7,700台、休日平均6,900台/中国やまなみ街道 平日平均4,600台、休日平均6,400台） ② アグリパーク構想（東酒屋地区の農業公園の整備と観光資源開発）の推進 <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 豊かな自然や多様な体験観光商品のある広島県の中山間都市である三次市は、コロナ渦であっても比較的観光がしやすいロケーション・メリットがある。 ② アグリパーク構想（農業公園を整備し、新型コロナウイルス感染症流行前には、年間100万人を超える観光客を有する酒屋地区を拠点として、観光と一体化した農業の展開）の推進。 ③ 日本初の妖怪をテーマにした博物館である「湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム）」を活用したイベントの開催や妖怪文化を発信することにより全国から三次に妖怪ファン 	<p>脅威 (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 天災（地震、台風、洪水、豪雨、その他甚大な自然災害）による三次市への観光客の減少。 ② 東西南北交通網の良さが、かえって三次市を素通りする観光客が増えてしまう可能性があること。 ③ 宿泊施設に限りがあるため、大きな集客イベントや大規模なスポーツ大会などで宿泊の大型需要があった場合、三次市の宿泊施設だけでは対応できないこと。 <p>【参考】 令和5年6月現在三次市の宿泊施設の部屋数を、概ね890室（シングル利用）とすると年間365日で、1年間に最大32万人程度しか収容ができない。（実際には、ビジネスホテルや顧客のニーズにより宿泊施設を選定するので、6～7割程度使えたとすると、三次市が年間最大収容できる客室数は、19万～20万人程度と推定） （三次市の年間宿泊数：令和元年180,000人、令和2年128,000人、令和3年139,000人、令和4年155,000人、令和5年171,000人、令和6年目標160,000人）</p>

	<p>(Special Interest Hunter 層) を集客できること。</p> <p>④ 三次市が設定した「三次地区文化・観光まちづくりグランドデザイン」構想の中でキーコンセプトをイタリアで生まれたアルベルゴ・ディフゾ(分散したホテル)をコンセプトにした「まち全体を泊まれる美術館に」構想を 400 年の伝統と歴史、文化の残る三次町で推進していく方針があること。</p>	<p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <p>① コロナ等の影響による飲食店、宿泊事業者の減少や撤退</p> <p>② 広島県沿岸部(広島市、福山市)と三次を結ぶ JR 芸備線、JR 福塩線の利用者減少。</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


※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

<p>○第1ターゲット層(子ども連れファミリー層)(令和5年 当機構ネット調査 n=1,806件、構成比約33.7%)</p> <p>広島県沿岸部(特に広島市42.2%、福山市9%、東広島市7.6%、庄原市3.8%、呉市2.8%、尾道市3.5%、廿日市3.6%)からの20~40代の子ども連れファミリー層を対象に、ファミリーで楽しめる東酒屋地区(広島三次ワイナリー、みよし運動公園、みよしあそびの王国、トレッタみよし、森のポッケ、奥田元宋・小由女美術館)へ集客。</p>
<p>○選定の理由</p> <p>東酒屋地区は、令和4年度年間延べ71万人以上(令和5年度は当様式1記載時未発表)の観光客数が来訪した最も集客力の高い観光エリアであり、大型遊具があるため、その主な観光客層はファミリー層である。このエリアは、将来アグリパーク(観光と一体化した農業公園)構想があり、今後も子ども連れファミリー層を中心とした観光客の集客が見込まれるため。また将来のリピーター層としての重要なセグメントのため。</p> <p>○取組方針</p> <p>主に広島県内及び近隣県へのPR、プロモーションの実施、OTA販路による体験観光商品の販売。</p>
<p>○第2ターゲット層(シニア夫婦層を含む2人連れ旅行層)(令和5年 当機構ネット調査 n=1,806; 構成比29.3%)</p> <p>○選定の理由</p> <p>現在三次市来訪者の約半分を占める重要顧客セグメントのため。</p> <p>○取組方針</p> <p>シニア夫婦層には、平日を含む宿泊プランを販促し、観光消費額の更なる向上を目指す。</p>
<p>○第3ターゲット層(スペシャル・インタレスト・ハンター層)</p> <p>湯本豪一記念日本妖怪博物館(三次もののけミュージアム)来訪者の中の妖怪ファン、コスプレファン、サブカルチャー等、性年齢別、居住地に関係なく志向性により集客できる観光客層。訪日外国人では、台湾からの妖怪ファン、日本のアニメファン層。</p> <p>○選定の理由</p> <p>平成31年(令和元年)、日本初の妖怪をテーマにした博物館「湯本豪一記念日本妖怪博物館(三次もののけミュージアム)」がオープンして以降、これまでの各種もののけイベント、コスプレイベントに参加するお客様に、当該ターゲット層が多いと判断したため。また、このセグメントはインフルエンサーやKOLになり得る層でもあり、SNS、口コミ効果による集客が狙えるため。</p> <p>○取組方針</p>

妖怪をテーマにしたコスプレコンテストやイベント等を SNS を活用して情報発信。海外（台湾など）の場合は、Klook、KK Day、WAmazing 販路からの情報発信。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p><キャッチフレーズ> Cross Point, Miyoshi ～歴史・文化・自然・人々が CROSS（交差）するまち～</p> <p><コンセプト> 中国地方の真ん中で、3つの川と道が縦横に交わる、Cross Point Miyoshi</p> <p>人が集い、物が行き交い、心が通い合い、豊かな自然や歴史の中で、感動の体験が生まれ、活かされてきました。三次を訪れる人々の心が躍る体験を創り出し、“人”と“まち”がクロスする、持続可能な観光地域づくりを目指します。</p> <p><ミッション> 私たちは“観光”を通して、三次の地域経済の活性化に取り組みます。</p> <p><ビジョン> 1. Welcome 来訪者を暖かく迎える観光地域づくりを目指します。 2. Connect 来訪者と事業者をつなぐ役割を目指します。 3. Benefit 来訪者には”三次にしかない付加価値“を、事業者には”収益向上“をもたらす仕組みづくりを目指します。</p> <p><ロゴデザイン></p>  <p>来訪者を暖かく迎える観光地域づくりを目指すことから、温かみのあるフォントを使用しました。「DMO」の「O」には、広島県三次市をアピールするため、「三次」の文字を入れました。「三」は川をイメージし、両縁が開いているのは、絶えず川や人が流れている様（交流）を表しています。</p>
②コンセプトの考え方	<p>三次地域は中国地方のほぼ中央に位置し、古代から山陰と山陽の両文化を受入れ、育み、人々が交流し、発展してきた歴史がある。周囲を取り囲む山々（自然）や市街地中央部で合流する3大河川、2本の高速交通網や鉄道が地域の発展を後押ししてきている。このような特色をもつ三次地域を訪れる人々に心が躍る体験を創り出し、地元の経済発展にも将来にわたって寄与することのできる持続可能な観光地域づくりを目指す。</p>

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
<p>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。</p>	<p>・当機構の理事会は、(旧)三次市観光協会、三次市内各町内(旧)観光協会、三次商工会議所、三次広域商工会等の代表理事、専務理事、事務局長等で構成されており、年間2~3回の理事会の開催により観光戦略の協議、共有、調査結果のフィードバック、観光商品造成の協力、共有の場となっている。</p> <p>・また令和3年度3月末をもって、平成17年度から三次市が事務局を運営している「三次市観光キャンペーン実行委員会」(宿泊事業者、交通事業者、飲食事業者、農業団体等35の関係団体で構成)を発展的に解消し、その後継団体として、令和4年度から当機構が主導して行政や観光業界の多様なメンバー(①観光資源関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④生産事業者、⑤飲食事業者、⑥行政(三次市)と⑦当機構からの代表者)で構成する「三次観光推進委員会」を設立し、合意形成の仕組みを構築している。本委員会は、令和4年度は6月と12月に計2回、令和5年度は8月と2月に計2回開催。(委員会名簿は別紙参照)</p> <p>・三次市の今後の観光地域づくりエリアとしての三次地区では、エリア開発事業推進のため「三次地区の文化・観光まちづくりを進める会」を地域住民で組織しており、本機構はその事務局を担い、現在同地区の比熊山登山道整備と東屋の建築を完了し、毎年2回地元住民による環境整備事業や地元小中学生によるボランティア清掃活動を実施している。</p> <p>・また、三次市が令和2年12月に制定した「三次地区文化・観光まちづくりグランドデザイン」の考え方であるアルベルゴ・ディフーズ(分散したホテル)をキーコンセプトにした「まち全体を泊まれる美術館に」構想の最初のステップとして湯本豪一記念日本妖怪博物館と三次町歴みち石畳通りを繋ぐ古民家を改修した通路として「もののけ小路」を令和4年5月に開通し、観光客の周遊性を高めている。なお、当事業の推進には、地元関係団体(三次地区自治会連合会、三次町歴みち石畳通り、三次本通り商店街振興組合)を対象とした住民説明会を度重ねて開催し、地域との意見交換、合意形成を経た上で着工、完成をし、地域住民も利用している。また、もののけ小路内の一角にはテナントとして「もちのえき」(だんご屋)が入居しており、地域と共にまちづくりに貢献している。</p>
<p>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</p>	<p>当機構は、令和2年度から通年で三次市来訪者へのネット調査を行っている(月150サンプル×12か月=n1,800+)。その中で定量的な満足度と共に定性的な満足・不満理由を回収、集計し、年度別に報告書をまとめている。満足・不満足理由の考察を当機構内で分析し、課題内容に応じて観光推進委員会にも報告し、改善できるところから優先順序をつけて対応する予定である。</p>
<p>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</p>	<p><情報発信></p> <p>・令和元年度から、基本的な情報発信、各種プロモーション、PR等は、当機構公式ホームページ及び三次まち歩きアプリ(スマホ版)Walk @round Miyoshi(三次わくわくさんぽ、令和5年度累計インストール数8,759人)で、日本語、繁体字、英語にて国内外に広く配信している。(令和5年度、当機構HP666,788PV、新規サイト制作117件(累計528件)、新規コンテンツ制作44件(累計497件))</p> <p>・令和5年度の当機構関連SNS(X、Facebook、Instagram)フォロワー数は、計13,977人。</p> <p><プロモーション></p>

	<p>①付加価値提案型の宿泊プラン販売プロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「Dine @round Miyoshi ～三次わくわくグルメ～」 専用プランを利用した宿泊客に協力飲食店で使える 1,000 円分の食事券配布（10 宿泊施設、21 飲食店） キャンペーン利用による宿泊者数：3,502 人、飲食店での利用件数：3,091 件 <p>②三次ドライブ割デジタルクーポン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用実績：378 件、経済効果 659,486 円、19 施設 ・「アプリでグルメスタンプラリー」 1 期、2 期に分けて実施。協賛店 37 店、応募総数 236 件。 <p>③三次のお酒で乾杯キャンペーンの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専用プランを利用した宿泊客に協力飲食店で使える 1,000 円分のお酒クーポン配布（7 宿泊施設、16 飲食店） キャンペーン利用による宿泊者数：457 人、飲食店での利用件数：190 件 <p>④国営備北丘陵公園主催「備北イルミ 2023」を活用した宿泊プランの企画販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象宿泊施設の宿泊客を対象に備北イルミ 2023 割引入場券（250 円引き）を配布 ・参加宿泊施設：1 施設、実績：6 枚 <p>R3 年（1 月～12 月） 139 千人泊 R4 年（ " ） 155 千人泊 R5 年（ " ） 171 千人泊</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

※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（総観光消費額をKGIとして設定）

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
●総観光消費額 (百万円) KGIとして設定	目標	4,500 ()	5,000 ()	6,540 ()	6,200 ()	6,500 ()	7,000 ()
	実績	5,262 ()	6,277 ()	7,076 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	140 ()	150 ()	180 ()	160 (1.5)	172 (2)	175 (3)
	実績	139 (0.2)	155 (0.4)	171 (1.4)			
●来訪者満足度 (%)	目標	62 ()	65 ()	67 ()	63 ()	64 ()	65 ()
	実績	59 ()	62 ()	62.9 ()			
●リピーター率 (%)	目標	75 ()	75 ()	75 ()	90 ()	90 ()	91 ()
	実績	87 ()	90 ()	91.3 ()			
●入込率 (%) R6から新たに追加KPI	目標				70 ()	70 ()	70 ()
	実績	63.9 ()	65.5 ()	71.2 ()			

※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】

・三次市が提供したデータに基づく「広島県観光客数の動向」から、「旅行消費額」と「延べ宿泊者数」を算出している。観光消費額に利用する平均旅行消費額は、従来の年に1回程度の対面調査では、偏りが発生するため、令和2年度から当機構独自の調査として通年で行っているネット調査の平均旅行消費額を利用して精度を高めている。(令和4年度から毎月150サンプル×12か月n=1,800+回収)
来訪者満足度、リピーター率に関しても当機構独自の通年でのネット調査の平均値を利用して精度を高めている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

・上記同様、従来、年に1回の対面調査で集計していたものを、令和2年度から、より精度を上げるために、通年で実施するネット調査に切り替え、その結果を令和3年度から、精度の高い平均旅行消費額として算出している。

●延べ宿泊者数

・三次市内 35 宿泊施設からの 1 月～12 月までの宿泊数の報告を翌年 1 月～2 月の間に集計し、3 月に広島県に報告した累計宿泊者数である。

●来訪者満足度

・当 KPI も旅行消費額同様、当機構独自の三次市来訪者への通年でのネット調査 (n=1,800+) を活用してデータの精度を上げている。

●リピーター率

・当 KPI も旅行消費額同様、当機構独自の三次市来訪者への通年でのネット調査 (n=1,800+) を活用してデータの精度を上げている

(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
総観光客数 (広島県観光客 数の動向) 単位：千人	目標	2,000 ()	3,000 ()	3,475 ()	設定せず (5)	設定せず (10)	設定せず (15)
	実績	1,873 (0.3)	1,997 (0.8)	2,146 (2.8)			
入込観光客数 (広島県観光客 の動向) 単位：千人	目標	1,300 ()	1,500 ()	2,100 ()	()	()	()
	実績	1,197 ()	1,309 ()	1,529 ()			
DMO ホームページ PV 数 単位：PV	目標	200,000 ()	400,000 ()	700,000 ()	800,000 ()	900,000 ()	1,000,000 ()
	実績	351,076 ()	542,668 ()	666,788 ()			
日本妖怪博物館 来館者数 単位：人	目標	50,000 ()	45,000 ()	60,000 ()	60,000 ()	60,000 ()	60,000 ()
	実績	31,291 ()	41,722 ()	42,956 ()			
	目標	()	()	()	()	()	()
	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】

【設定にあたっての考え方】

●総観光消費額（KGI）

- ・当機構では、「稼ぐ力（総観光消費額）」の最大化を目標とするため、当 KPI を最終目標である KGI として設定することにした。

●入込客数と入込率（追加 KPI として設定）

- ・当機構の目指す方向性は「にぎわいの創出」から「稼ぐ力の向上」にシフトしている。「にぎわいの創出」の主なターゲットは市民満足度向上を目的として市民である。一方、「稼ぐ力の向上」の主なターゲットは、市外、県外から三次市に訪れる「入込客」である。そのため、「入込客数」は、「稼ぐ力の向上」にベンチマークすべき重要な KPI として設定している。
- ・また、令和 5 年度の総観光客数は、コロナ禍前の 347.5 万人から約 130 万人程度も少ない 214.6 万にも大幅に減少している。それにも関わらず総観光消費額は、コロナ禍前の数値（平成 31 年/令和元年実績 65.34 億円）を超える 70.76 億円を達成している。この要因は、一人当たりの平均観光消費額（客単価の向上：例えば H31/R1 の観光目的・日帰りの一人当たりの平均観光消費額は、1,883 円であったが、令和 5 年度は、6,352 円に上昇していること。また、入込率が高いほど総観光消費額が伸びる傾向にあり、平成 31（令和元年）の入込率が 60%に対して、令和 5 年の入込率は、71.2%に向上している。
- ・これは、観光庁の全国旅行支援制度や広島県、三次市、また当機構の旅行支援キャンペーンの成果により市外、県外から沢山の観光客の来訪があったことに起因すると思われる。つまり、いくら総観光客数が減っても 1 人当たりの客単価を滞在時間の延伸や宿泊客数の増大キャンペーンにより向上させること、入込率を向上させることが、当機構の KGI である総観光消費額を向上させることに貢献することと推定し、令和 6 年度から新たに「入込率」を新たな KPI に設定することにした。
- ・一方、総観光客数は、KGI となり得ないと判断し、KPI の対象としないことにした。

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）
2021（R3） 年度	178,830,917	【市からの補助金】 106,707,000 【市からの受託事業】 53,673,787 【施設利用料収入】 1,973,378 【売上高】 15,560,580 【負担金収入】 613,554 【手数料収入】 105,022 【雑収入等】 197,596
2022（R4） 年度	206,385,616	【市からの補助金】 88,017,648 【市からの受託事業】 85,068,433 【施設利用料収入】 2,544,170 【売上高】 4,379,074 【負担金】 1,425,123 【雑収入】 764,443 【その他】 24,186,725
2023（R5） 年度	218,085,006	【国からの補助金】 5,000,000 【市からの補助金】 90,256,000 【市からの受託料】 72,233,863 【実行委員会・団体等からの受託料】 2,177,999 【施設利用料収入】 2,284,196 【売上高】 15,652,904 【負担金収入】 653,313 【雑収入】 1,255,251 【その他】 28,571,480
2024（R6） 年度	212,715,000	【市からの補助金】 96,000,000 【市からの受託料】 66,000,000 【実行委員会・団体等からの委託料】 600,000 【施設利用料収入】 1,210,000 【売上高】 11,400,000 【負担金収入】 100,000 【事業収益】 7,600,000 【雑収入】 10,000 【その他】 29,795,000
2025（R7） 年度	212,715,000	【市からの補助金】 96,000,000 【市からの受託料】 66,000,000 【実行委員会・団体等からの委託料】 600,000 【施設利用料収入】 1,210,000 【売上高】 11,400,000 【負担金収入】 100,000 【事業収益】 7,600,000 【雑収入】 10,000 【その他】 29,795,000

2026 (R 8) 年度	212,715,000	【市からの補助金】	96,000,000
		【市からの受託料】	66,000,000
		【実行委員会・団体等からの委託料】	600,000
		【施設利用料収入】	1,210,000
		【売上高】	11,400,000
		【負担金収入】	100,000
		【事業収益】	7,600,000
		【雑収入】	10,000
【その他】	29,795,000		

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)	
2021 (R 3) 年度	164,806,335	【一般管理費】(本部)	31,856,874
		【調査分析】	4,729,390
		【プロモーション】	18,899,946
		【資源開発】	49,454,186
		【施設管理】	50,012,374
		【受託事業】	9,853,565
		2022 (R 4) 年度	196,307,014
【着地整備・観光鶺鴒】	19,942,561		
【マーケティング・プロモーション・調査分析】	11,687,511		
【観光資源開発】	9,037,192		
【受託事業】	31,247,447		
【指定管理】	69,537,980		
2023 (R 5) 年度	214,343,347		
		【着地整備・観光鶺鴒】	22,575,952
		【マーケティング・プロモーション・調査分析】	10,430,859
		【観光資源開発】	10,615,711
		【受託事業】	31,074,978
		【指定管理】	74,331,213
2024 (R 6) 年度	212,715,000	【一般管理費】(本部)	64,125,000
		【着地整備・観光鶺鴒】	18,920,000
		【マーケティング・プロモーション・調査分析】	18,040,000
		【観光資源開発】	3,530,000
		【受託事業】	20,600,000
		【指定管理】	87,500,000
2025 (R 7) 年度	212,715,000	【一般管理費】(本部)	64,125,000
		【着地整備・観光鶺鴒】	18,920,000
		【マーケティング・プロモーション・調査分析】	18,040,000
		【観光資源開発】	3,530,000
		【受託事業】	20,600,000
		【指定管理】	87,500,000
2026 (R 8) 年度	212,715,000	【一般管理費】(本部)	64,125,000
		【着地整備・観光鶺鴒】	18,920,000
		【マーケティング・プロモーション・調査分析】	18,040,000
		【観光資源開発】	3,530,000
		【受託事業】	20,600,000
		【指定管理】	87,500,000

(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

観光庁補助金、広島県観光連盟補助金、三次市からの補助金に加えて、三次市や関係団体からの受託業務の拡大、日本妖怪博物館指定管理の継続、賛助会員組織の会費、地域限定旅行資格取得を活かした着地型旅行の開始、またレンタサイクル、コインロッカー、三次市の観光マスコット“きりこちゃん”等のオリジナルぬいぐるみの物販などの自主事業を含め多角的な資金調達を目指している。博物館においてはミュージアムショップの充実や交流館での地元特産品の取り扱い拡大による収益向上を目指している。

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

広島県三次市は一般社団法人三次観光推進機構を本市における観光地域づくり法人として認め、社員として参画するとともに、その活動に対し支援をしている。

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】

当機構は、重複は無く、本項目には該当していない。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

【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】

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	永江博之
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	728-0014
所在地	広島県三次市十日市南一丁目 2-23 三次市交通観光センター
電話番号（直通）	0824-62-6150（直通）
FAX番号	0824-63-1179
E-mail	h.nagae@miyoshi-dmo.jp

担当者氏名	落田正弘
担当部署名（役職）	本部（事務局長）

郵便番号	728-0014
所在地	広島県三次市十日市南一丁目 2-23 三次市交通観光センター
電話番号（直通）	0824-62-6150（直通）
F A X 番号	0824-63-1179
E - m a i l	m.ochida@miyoshi-dmo.jp

1 1. 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	広島県三次市
担当者氏名	小山 知秀
担当部署名（役職）	産業振興部 商工観光課 観光振興係（係長）
郵便番号	728-8501
所在地	三次市十日市中二丁目 8 番 1 号
電話番号（直通）	0824-64-0066（直通）
F A X 番号	0824-64-0172
E - m a i l	t.koyama5111@city.miyoshi.hiroshima.jp

都道府県・市町村名	広島県三次市
担当者氏名	押谷 水砂
担当部署名（役職）	産業振興部 商工観光課（課長）
郵便番号	728-8501
所在地	三次市十日市中二丁目 8 番 1 号
電話番号（直通）	0824-62-6107（直通）
F A X 番号	0824-64-0172
E - m a i l	m.oshidani0613@city.miyoshi.hiroshima.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

広島県三次市

【設立時期】平成29年12月15日

【設立経緯】

令和4年4月一般社団法人みよし観光まちづくり機構(令和元年8月7日地域DMO登録)が、旧一般社団法人三次市観光協会を吸収合併した。令和4年4月から一般社団法人三次観光推進機構と改称して、地域DMO業務を推進。

【代表者】政森進

【マーケティング責任者(CMO)】永江博之

【財務責任者(CFO)】落田正弘

【職員数】32人(令和6年度)

常勤理事3人、非常勤理事1人、正社員5人、契約社員10人、パートタイム12人、派遣社員1人

【収入】(令和5年度決算 単位:千円)

合計218,085(内訳:国・市補助金95,256,市受託料72,234,実行委員会等からの受託料2,178,施設利用料収入2,284,売上高15,653,負担金収入653,雑収入1,255,その他28,571)

【支出】(令和5年度決算 単位:千円)

合計214,343(内訳:一般管理費65,315,着地整備・観光鶺鴒22,576,マーケティング・プロモーション・調査分析10,431,観光資源開発10,616,受託事業31,075,指定管理74,331)

【連携する主な事業者】

三次観光推進委員会(合意形成の場合)、三次商工会議所、三次広域商工会、三次観光推進機構 賛助会員121件(企業・団体109団体、個人12件)

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月24日

※()内は外国人に関するもの。

Table with 8 columns (項目, 2021(R3)年, 2022(R4)年, 2023(R5)年, 2024(R6)年, 2025(R7)年, 2026(R8)年) and 6 rows of KPI data including travel consumption, accommodation, visitor satisfaction, and repeat rate.

戦略

【主なターゲット】

- ①第1ターゲット 子ども連れファミリー層
②第2ターゲット シニア夫婦層を含む2人連れ旅行層
③第3ターゲット スペシャルインタレストハンター層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①主に広島県内及び近隣県へのPR,プロモーションの実施。OTA販路による体験観光商品の販売。
②シニア夫婦層には平日を含む宿泊プランを販促し、観光消費額のさらなる向上をめざす。
③妖怪をテーマにしたコスプレコンテストや夜間イベント等をSNSを活用して情報発信。海外の場合は、現在はWAmazing 販路(将来はKlook,KKDayからの情報発信を検討中)

【観光地域づくりのコンセプト】

Cross Point, Miyoshi
~歴史・文化・自然・人々がCROSS(交差)するまち~
<コンセプト>
中国地方の真ん中で、3つの川と道が縦横に交わる Cross Point Miyoshi

具体的な取組

【観光資源開発】

- ①体験観光コンテンツの新規造成(4件)
・観光庁補助金事業採択支援(1件)
・県観光連盟補助金事業採択支援(2件)
・DMO独自支援(1件)

②既存造成事業運営支援(5件)

【受入環境整備】

- ・JNTO指定外国人向け観光案内所の運営(2カ所:カテゴリー1及び2各1カ所)
・多言語対応市街地マップ作成
・英語版時刻表作成・配布
・Miyoshi-free-WiFi整備(27ヶ所)
・観光ボランティアガイド受付

【マーケティング・プロモーション】

- ・付加価値提案型の宿泊プラン販売(Dine@round Miyoshi ~三次わくわくグルメ~)
・三次ドライブ割デジタルクーポン
・三次のお酒で乾杯キャンペーンの実施
・三次まち歩きアプリインストール数の増
・SNSフォロワー数の倍増

【その他】

- ・市からの受託業務実施(観光戦略推進業務、観光交流推進業務)
・実行委員会及び外郭団体等からの事務局業務の受託
・自主事業の実施(レンタサイクル等)

