

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		一般社団法人岡崎市観光協会		記入対象期間	令和6年4月1日～令和7年6月30日	
DMO登録区分		登録DMO		記入日	令和7年11月1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	榎まるや八丁味噌	役職	会長	氏名	浅井 信太郎
CMO	所属組織	(一社)岡崎市観光協会	役職	代表理事・理事長	氏名	初井 泰晴
CFO	所属組織	(一社)岡崎市観光協会	役職	代表理事・理事長	氏名	初井 泰晴
記入者 (担当者)	所属組織	(一社)岡崎市観光協会	役職	事務局次長	氏名	山本 健太
連絡先	TEL	0564-64-1637	E-mail	kyamamoto@okazaki-kanko.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)	①総会 ②理事会 ③岡崎観光ワーキンググループ
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)	①総会 概要:事業計画、事業報告及び決算の承認等を行う最高意思決定機関 構成団体:岡崎市(行政)、あいち三河農業協同組合(農政)、六ツ美商工会(商工)、ぬかた商工会(商工) ②理事会 概要:観光協会の業務執行の決定機関 構成団体:岡崎市、まるや八丁味噌(観光)、あいち三河農業協同組合、六ツ美商工会、ぬかた商工会、 岡陸タクシー(交通)、名古屋鉄道(交通) ③岡崎観光ワーキンググループ 概要:各団体の若手を中心に構成。観光に関するテーマを設定し意見聴取する場。 出された意見を理事会へ報告 構成団体:岡崎市観光協会(事務局)、岡崎市(行政)、岡崎ホテル連絡協議会(宿泊)、オーワ(交通、宿泊)、 岡崎城公園指定管理者(観光資源) コアメンバーは上記5団体とし、会議の内容によって他の団体・組織・地域住民も招集し開催
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。	①総会 令和6年6月25日(火) 12名 令和7年6月26日(木) 15名 ②理事会 令和6年5月24日(金) 11名 6月25日(火) 12名 9月26日(木) 12名 12月19日(木) 11名 令和7年3月27日(木) 13名 5月26日(月) 13名 ③岡崎観光ワーキンググループ 令和6年11月19日(火) 14名
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)	

【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 ティー、農林水産業、商工業 等)	総会:まるや八丁味噌(観光資源)、六ツ美商工会(商工)、ぬかた商工会(商工) 理事会:まるや八丁味噌(観光資源)、六ツ美商工会(商工)、ぬかた商工会(商工) 岡崎観光ワーキンググループ:岡崎パブリックサービス(岡崎城公園指定管理者)
②宿泊事業者(旅館、ホテル 等)	岡崎観光ワーキンググループ:岡崎ホテル連絡協議会(WG)
③交通事業者 (鉄道、バス、タクシー 等)	理事会:名古屋鉄道(鉄道)、岡陸タクシー(バス、タクシー)、 岡崎観光ワーキンググループ:オーワ(バス、タクシー)
④行政	総会、理事会、岡崎観光ワーキンググループ:岡崎市観光推進課

(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
必須KPI													
①ー1 旅行消費額 (総額) 【百万円】	全体	40,400	37,700	50,000	36,700	38,000	28,700	32,000		32,000		32,000	
	インバウンド	未設定	-	未設定	-	未設定		未設定		未設定		未設定	
①ー2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体	未設定	32,233	未設定	36,115	32,000	28,266	31,000		31,000		31,000	
	インバウンド	未設定	-	未設定	-	未設定		未設定		未設定		未設定	
直近のKPI達成状況に対する分析		旅行消費額(総額)は、287億円と、R5と比較して約78%と大幅な減少となった。これは、2023年の大河ドラマ放送により大河ドラマ館(岡崎城公園内)を中心に本市を訪れた日帰り客数が大幅に減少(▲62万人)したことが主な要因である。一方、一人当たりの単価は、日帰り客の消費単価は若干の伸びとなったが、宿泊客の消費単価は大きく減少した(▲8千円)。内訳を見ると、宿泊費は上昇しているが、土産購入、飲食費ともに下落しており、大河ドラマ館目的の観光客の影響と考えられる。尚、「総額」、「一人当たり単価」とともに大河ドラマ放送時の特需が終わり、目標値と実績が大きく乖離しているため、R7以降の目標値を実勢に合わせて修正した。(R6年度実績の約10%増)											
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体	420	345	500	346	350	360	378		378		378	
	インバウンド	未設定	4.5	未設定	6.4	未設定	15.4	未設定		未設定		未設定	
直近のKPI達成状況に対する分析		新型コロナウイルスの影響を受ける前の水準(H28～30)を上回る数値となった。ハイシーズンは例年と変わらず8月～3月であるが、R6は10月・11月を中心に秋季の宿泊客数が大幅に増加した。これは、R6から本市をホームタウンとするSVリーグ「ジェイテクトSTINGS愛知」のホームゲームが開催されたことや、大規模イベントの「ラリージャパン」が平日夜間開催により、県外からの来訪が増え、宿泊に繋がったことが要因と考えられる。尚、今年度目標値を達成したため、R7以降の目標値を実勢に合わせて修正した。(R6年度実績の約5%増)											
③来訪者満足度 【%】	全体	70	70.4	71.6	73.0	72.8	76.4	77.2		78		78.8	
	インバウンド	未設定	-	未設定	-								
直近のKPI達成状況に対する分析		市が実施した来訪経験者アンケートによると、「とても満足している」、「やや満足している」と回答した人の割合は、R5よりも3.4%増している。不満・改善点をヒアリングする項目では、ほぼ全項目で改善傾向にある。ただし、R5でも不満の多かった「市内交通」、「駐車場の数」については数値は改善しているが依然として不満の比率が10%以上あり、今後もハード面での課題である。尚、今年度目標値を達成したため、R7以降の目標値を実勢に合わせて修正した。(毎年0.8%ずつ向上)											
④リピーター率 【%】	全体	75	74	50	28	29	42	45		48		51	
	インバウンド	未設定	-	未設定	-								
直近のKPI達成状況に対する分析		市の観光基本計画(R6～R12)において、リピーター率については新たな目標値を設定したため、R5から実績数値は新目標に合わせた最近5年間で5回以上の来訪者数の割合を記載した。(R6以降の目標数値も、5回以上の来訪者の割合に変更している。)大河ドラマの影響で、新規の来訪者が増えたR5と比較し、大幅な上昇となった。アンケート結果からは、5回以上と回答した人の割合が最も多く、次いで1回が31%、2回が13%であった。引き続き、繰り返し訪問してもらえるリピーター(岡崎ファン)を獲得するための観光コンテンツの企画・提供に取り組んでいく。尚、今年度目標値を達成したため、R7以降の目標値を実勢に合わせて修正した。(R6の実績値を100とし、年3%増)											
その他の目標													
Webサイトの アクセス状況 【千回】	全体	未設定	14,508	12,000	14,188	10,000	8,929	10,000		10,000		10,000	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-						
直近のKPI達成状況に対する分析		R6年度のアクセス数は、R5年度と比較して大幅に減少し、目標には届かなかった。要因は、R5年1月に大河ドラマの放映が終了し、大河ドラマ館の閉館に伴い専用ページを閉鎖したこと、日々情報発信しているホームページの新着情報とSNS(X)の投稿内容の連動(新着情報がXでも配信される)を、年度途中で休止したことが影響していると考えられる。近年の情報収集の傾向としてユーザーはまずSNSで概要を把握し、詳細な情報をホームページで確認するという流れが一般的となっているため、ホームページには最新の情報をタイムリーに掲載することはもちろん、SNSとホームページの連携を再検討していく。□											
住民満足度【%】		未設定	-	未設定	-	57	69.9	-		-		70	
直近のKPI達成状況に対する分析		R3年度の調査時は55.5%だったので、大幅に向上している。内訳を見てみると、満足度「中」と回答している人の割合は49.5%で3年前と変わっていないが、満足度「高」と回答している人の割合が17%→30%へと大幅に増えた。これは、大河ドラマ放送に伴い、様々なメディアで本市が取り上げられたことや関連事業の実施により、観光に関する取組が市民にも広く浸透・周知されたためと考えられる。今後は、エリア的に満足度の割合が低かった中山間地域の住民満足度(49.7%)を上げるための施策も必要になってくる。(数値は3年に一度、市が実施する市民意識調査から算出するため、次の数値はR9報告書での報告となる予定)											
観光施設入込客数【万人】		420	381	430	470	394	345	350		360		410	
直近のKPI達成状況に対する分析		R5と比較すると、2つの大きな要因が挙げられる。ひとつは、大河ドラマ館のあった岡崎城公園の客数の半減(▲62万人)、また、南公園の施設設備改修による休園(▲43万人)である。その他の施設に大きな変動は見られないが、本市の代表的な観光施設でもある八丁味噌蔵の客数も減少傾向が続いており、コロナ前の水準に及ばない状況になっている。これは団体の観光ツアーが減少している影響とみられる。目標値と実績が大きく乖離しているため、R7以降の目標値を実績に合わせて修正した。(5万人/年増、R9は南公園リニューアルオープンあり)											

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。

岡崎市が令和6年3月に策定した第2次観光基本計画では、目標数値として令和12年に「観光客の満足度 80%以上」、「市民の満足度 60%以上」が掲げられており、この2つはKPIの項目に盛り込んだ。さらに新基本計画では、重点事業として様々な事業を推進していくことになるが、重点事業のなかにターゲットとしている層に向けた事業が盛り込まれており、戦略との整合性を図っている。

【設定ターゲット層】

・第1ターゲット層: 全国の歴史(特に徳川家康)・文化ファン

⇒(重点事業)シン・岡崎観光「もっと岡崎、きっと家康ツーリズム」

歴史観光プロモーション、家康公ゆかりの観光催事の企画・開催、観光ガイドなど多様な市民活動との連携等

・第2ターゲット層: 全国の東海オンエアファン

⇒(重点事業)カモン若者ツーリズム: ナイトタイムエコノミーの活性化推進イベントの開催、グルメやスイーツ等を活用した周遊促進、交通事業者、

宿泊施設等と連携した若者向けツアーの企画等

・第3ターゲット層: 日本の武将文化に興味のある台湾人、タイ人

⇒(重点事業)歴史・伝統・文化の集積地「岡崎城公園」のインバウンド活用、多言語による歴史観光案内、外国語観光ガイドの育成支援

【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。

当協会の令和6年度報告書に、令和5年度KPIの達成状況を記載し、理事会で関係者と共有した。

※令和6年度のすべてのKPI実績は令和7年10月頃にまとめるため、KPIの達成状況は数値実績がまとまった後の理事会で共有することとなる

また、岡崎観光ワーキンググループでは、当報告書を活用し、関係者と現在の取り組み状況を共有した。

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・ディスティネーションズ 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)

・コロナ禍以前は誰もが入れられる岡崎城公園で実施し、当日受付をして観覧者を集めていた将棋まつりを事前予約制(約400人)とした。
・市と共催する夏の花火大会の観覧可能なエリアを有料化(約2万人分)し、会場周辺での当日の無料観覧者を大幅に減らし、市街地の混雑、ゴミ回収や仮設トイレにかかるコストを大幅に削減した。また、同花火大会においては、市民から清掃ボランティアを募集し、会場周辺の環境整備に努めている。
・桜まつり(3月下旬～4月上旬 例年約25万人程度が来場)は従来、行政の予算支出が大半で開催してきたが、令和5年度から出店協賛金を募り、市民、市内事業者のみが出店できるようにした。出店協賛金をもとにゴミの回収、仮設トイレ等の会場設営にかかる費用を賄うことで、自走で継続可能な形が出来上がっている。また、例年中心市街地が渋滞・混雑するが、民間事業者(中部電力ミライズ)と連携した「特P」や、市が実施したパーク＆ライドの情報を公式観光サイトで積極的に発信して市街地への車両の抑制対策に貢献した。

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)

・公式観光WEBサイト「岡崎おでかけナビ」内で、現在使用している観光パンフレットを電子化してダウンロードできるようにしている。
・市の特産物、土産品を内外に向けて発信・販売するためのECサイト「おかふる」を運営し、購入～決済までサイト内で完結することができる。
・協会が販売する着地型旅行商品の販売はすべて専用予約サイトを活用し、申込予約～決済までWEBサイト内で完結することができる。
・公式観光WEBサイトのアンケート機能を活用して、参加者の情報を収集し、諸事業の集計・報告に活かしている。

(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)

- ・観光の各団体が構成される岡崎観光ワーキンググループに、地域住民代表にも参画してもらい意見を徴取している。
- ・公式観光サイト「おでかけナビ」において、ほぼ毎日新着情報として市民向けのイベントやグルメ、公共施設等の情報を発信している。
- ・市の関係部署と連携し、市内で開催されるイベントにおいて市内の観光イベントPRを行い、意識啓発に努めている。
- ・市民から公募した観光ボランティアガイドの養成を行っている。
- ・観光案内所、市内で開催される観光イベントにおいて、市民及び市外からの来訪者に対するアンケートを実施している(市主催)
- ・市民から公募した観光大使おかざきを活用した観光PRを行っている。
- ・市民、団体から花火大会のボランティアを募集し、会場周辺の清掃活動を行っている。
- ・花火大会の観覧席を市民先行で抽選販売し、市民が優先的に観覧できるように努めている。
- ・岡崎おもてなしキャラバン隊という協会会員・市内事業者からなるおもてなしグループを運営し、市内外のイベントにおいて観光PRを行っている。
- ・他地域の行政、民間事業者、自治会関係者からの視察要望に対し、行政・地域住民による中心市街地エリアの視察ツアーを実施運営した。(令和6年8月に地元事業者へ運営を移管)
- ・市内中心部を流れる乙川の河川敷で開催される桜まつりの協賛出店枠をすべて市民、市内事業者に変更し、地元住民の協力のもと出店者を取りまとめ、運営説明会を開催し、桜まつりの運営を行った。また、地元住民向けの説明会に別途参加し、運営説明会の内容を報告して地域住民の意見を聞き、情報を共有して桜まつりの運営を行った。

【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。

- ・地元住民代表も参加している岡崎観光ワーキンググループにおいて、令和5年度DMO報告書を活用してKPIの達成状況を共有した。
⇒令和6年度の報告・共有は、令和6年度のKPI実績がまとまる10月以降に岡崎観光ワーキンググループを開催して関係者に説明する。
- ・KPIの達成状況を記載した令和5年度DMO事業報告書を公式観光WEBサイト内で公表した。
⇒令和6年度の実績がまとまった後、本DMO報告書を公式観光WEBサイト内で公表する。

【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。

市内の観光関係団体・組織で構成される岡崎観光ワーキンググループを不定期で開催し、そこで出た意見を理事会に報告している。

また、この岡崎観光ワーキンググループには、地域住民の代表も参加している。

【令和6年度岡崎観光ワーキンググループ開催概要】

・開催日:令和6年11月19日

・参加者数:14名

内容:「どうする岡崎のインバウンド」と題して、現在の各種データ(令和6年度岡崎市観光白書等)の共有、行政・協会のインバウンドの取り組み状況を報告し、今後について参加者と議論を行った。
外国人に向けた岡崎の強みは、「岡崎城」、「額田エリアの水と自然」、「八丁味噌の食文化」、「季節の催事(桜まつり、花火大会、紅葉)」と整理され、ターゲットは、アジア圏(主に台湾・タイ)の裕福層や歴史的な文化体験を求める層の個人客と共通認識を持つことができた。
また、地域住民からは、現時点ではインバウンド客が市内の店舗や施設に多く来ていないため特に困っていることはないが、来るようになったらすぐにメニュー表記やお店同士の協力などができる準備はしておく。そのために、今後も継続的に行政、協会の取り組み状況を共有して欲しいとの意見があがった。

【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)

- ・年間を通じて、自社旅行ブランド「岡崎おでかけツアーズ」として着地型観光商品の造成・販売を行っている
市内のホテルと連携した宿泊プラン各種:将棋まつり観覧付、花火大会観覧席付、ラリージャパン観戦付、プロバレーチーム「ジェイテクトSTINGS」観戦付文化庁補助金事業「徳川將軍家菩提寺 大樹寺デジタルアートナイト2025」における夜間特別拝観付日帰りツアー「極・大樹寺」の販売
その他、令和8年度に開催されるアジア大会に向けた海外アーチリーチーム(台湾、韓国、モンゴル)の市内事前合宿の手配業務等
- ・東海エリアでは有名な「岡崎花火大会(8月3日開催)」において旅行代理店専用の観覧席を用意し、市内の観光施設見学や食事利用などの条件を付けた花火大会観覧ツアーを造成してもらった。夏の花火と市内観光施設を組み合わせることで観光資源を磨き上げ、その結果、東京、名古屋、静岡、大阪の4社から約300人の参加者があった。
- ・観光ガイドの養成講座の開催(年4回)
有料派遣型観光ガイド「岡崎歴史かたり人」、岡崎城公園ボランティアガイド、多言語ガイド、手話観光ガイドを対象とした実践的な歴史講座を開催し、徳川家康公を中心とした岡崎の観光資源について学び、観光客をおもてなしし受け入れる体制をサポートしている
郷土歴史研究家による大河ドラマ後追い講座3回、市教育委員会職員による岡崎城城郭講座1回
- ・「OKAZAKI家康公スイーツプロジェクト」
岡崎城周辺には伝統的に和菓子店が多く存在する。各店で家康公や八丁味噌を活かしたオリジナル商品が多いことに着目し、市内の和洋菓子店のオリジナル商品を観光資源としてPRし、市内外からの観光誘客に繋げる取り組みを継続的にしている。
令和6年度実施実績:参画店舗数34、市内店舗周遊ラリー参加者数約2,000人
- ・令和6年度観光庁「地域観光新発見事業」
「天下統一を果たした徳川家康公が生まれた岡崎市のインバウンドV字回復を目指し、狙いは名古屋市内に滞在する台湾FIT!歴史文化の「サムライ」ストーリーで認知度向上・販売力強化事業」
インバウンド専門会社と連携して、マーケティングの視点で体験コンテンツの磨き上げを行い、周遊商品の造成とプロモーションを実施。
造成した体験コンテンツ:武將ガイドが案内する甲冑殺陣体験(動画サービス付)&岡崎城見学(昼食付)
- ・シェアサイクル事業の運営
電動アシスト付き自転車99台、市内のポート21ヶ所の管理・運営業務。平日は市民の短時間利用に合わせ、休日前には観光目的客に向けて市内各駅への自転車配置とバッテリー充電を行い、利用者の利便性を向上する取り組みを行っている。

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)

・諸事業におけるスキル向上、主催観光イベントの品質向上、着地型観光商品造成の強化に向けてプロパー職員の資格取得を推進 ()は新規取得者数
日本イベント産業振興協会認定 イベント業務管理士2級取得(1名)
食品衛生責任者(1名) ※協会内には他に同資格取得者が3名在籍
・情報発信を担当するプロパー職員を対象にしたデジタルマーケティング講座を実施した(全5回) 講師:近畿大学准教授 名測浩史氏

【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)

・市内の主要交通拠点(JR岡崎駅、名鉄東岡崎駅)と、観光客の多い岡崎城公園からほど近い中心市街地で観光案内所を運営している。(計3箇所)
観光案内所では、愛好家の多いマンホールカード、御宿場印を配布または販売し、全国からお越しになる観光客に向けて観光案内を行っている。
・公式観光WEBサイト「岡崎おでかけナビ」は、観光協会が運営しているが、観光協会、市観光部局だけでなく、市観光施設の指定管理者(岡崎城公園、中央総合公園等)、中山間エリア担当部局などの部局も一つのサイト内でイベント、グルメ、体験プログラム等の情報を発信できるようになっており、新着情報として365日途切れることのない情報発信を実施している。
・30代～40代の女性をターゲットとした市の魅力情報を、市公式Instagramアカウント「今日も岡崎」で発信している(週1回以上)
・インフルエンサーを活用して、市内の観光施設、イベント、サービス業、飲食店舗等の紹介を定期的に行っている(年間約30回)
・中山間地域の魅力情報をWEBサイト内にまとめて紹介し、インバウンドにも対応するために英語、タイ語、中国語に翻訳して多言語化している。

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。

・行政と役割分担をして観光情報の発信に努めている
例)岡崎市:主に各種メディア向けペイドパブを活用した宣伝広告、また、若年層に向けて観光伝道師(YouTuber)の活用
岡崎市観光協会:市公式観光WEBサイト(岡崎おでかけナビ)の管理・運営
会員事業者を含む地域の関係者から定期的にイベントや店舗情報を提供してもらい、毎日新着情報として発信している
また発信する情報はSNS(X)に連動しており、情報の拡散と公式サイトへのアクセス数を増やすことに繋げている
Instagramアカウント名:「岡崎おでかけナビ」
Xアカウント名:「岡崎おでかけナビ」(岡崎市観光推進課と共同運用)
「岡崎市観光協会(公式)」

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)okazaki-kanko.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 checked="" 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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	(e)ターゲットに即した言語※4で(a)、(b)、(c)を満たしている	<input checked="" 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。

・集客力のある大型観光イベントを活用した着地型旅行商品(イベント限定宿泊プラン等)の企画造成・販売
・サイクルシェア事業の運営(約100台、サイクルポート21ヶ所で運用中)
・観光部局以外の市各部局(商工労政、農務、広報等)からの事業受託(8部局10事業:R6実績)の推進
・市と共催している大型観光イベント(桜まつり、将棋まつり、花火大会等)における協賛募集や有料席販売による自主収益事業の拡大
・大型観光イベント企画・運営の豊富なノウハウと人材を活かして、市以外の民間企業・団体のイベント運営受託
各年度の受託事業数によって、収益の増減はみられるものの、現在、協会職員人件費を含む活動資金の大半は主に上記取り組みによる収入から捻出しており、自立した運営を目指して協会運営に取り組んでいる。
(令和6年度の総収入に占める市補助金の割合 約5%)

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。

(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。
・R7年度事業計画を添付

※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	無	検証時期(有の場合)	
検証方法(有の場合)			
外部組織等の参画者(有の場合)			
検証結果の公表の有無(有の場合)	無	公表方法(有の場合)	

有
無