

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		公益財団法人佐世保観光コンベンション協会			記入対象期間	令和5年4月1日～令和6年6月30日	
					記入日	令和6年7月19日	
DMO登録区分		登録DMO		候補DMO 登録日	平成28年11月2日	登録DMO 登録日	平成29年11月28日
代表者	所属組織	—	役職	理事長	氏名	辻 宏成	
CMO	所属組織	—	役職	常務理事兼事務局長	氏名	蓮田 尚	
CFO	所属組織	事業部	役職	事務局次長兼事業部長	氏名	宮地 秀郎	
記入者(担当者)	所属組織	事業部企画課	役職	課長	氏名	松尾 麻美	
連絡先	TEL	0956-23-3369		E-mail	asami.matsuo@sasebo-sight.com		

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	(例) ・自治体が会議体を主導している。
	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	(例) ・交通事業者が正式なメンバーに含まれていない。
[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・地方税等の地方税、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、具体的な時期をなるべく盛り込んでいただきますようお願い致します。
- ※ 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。

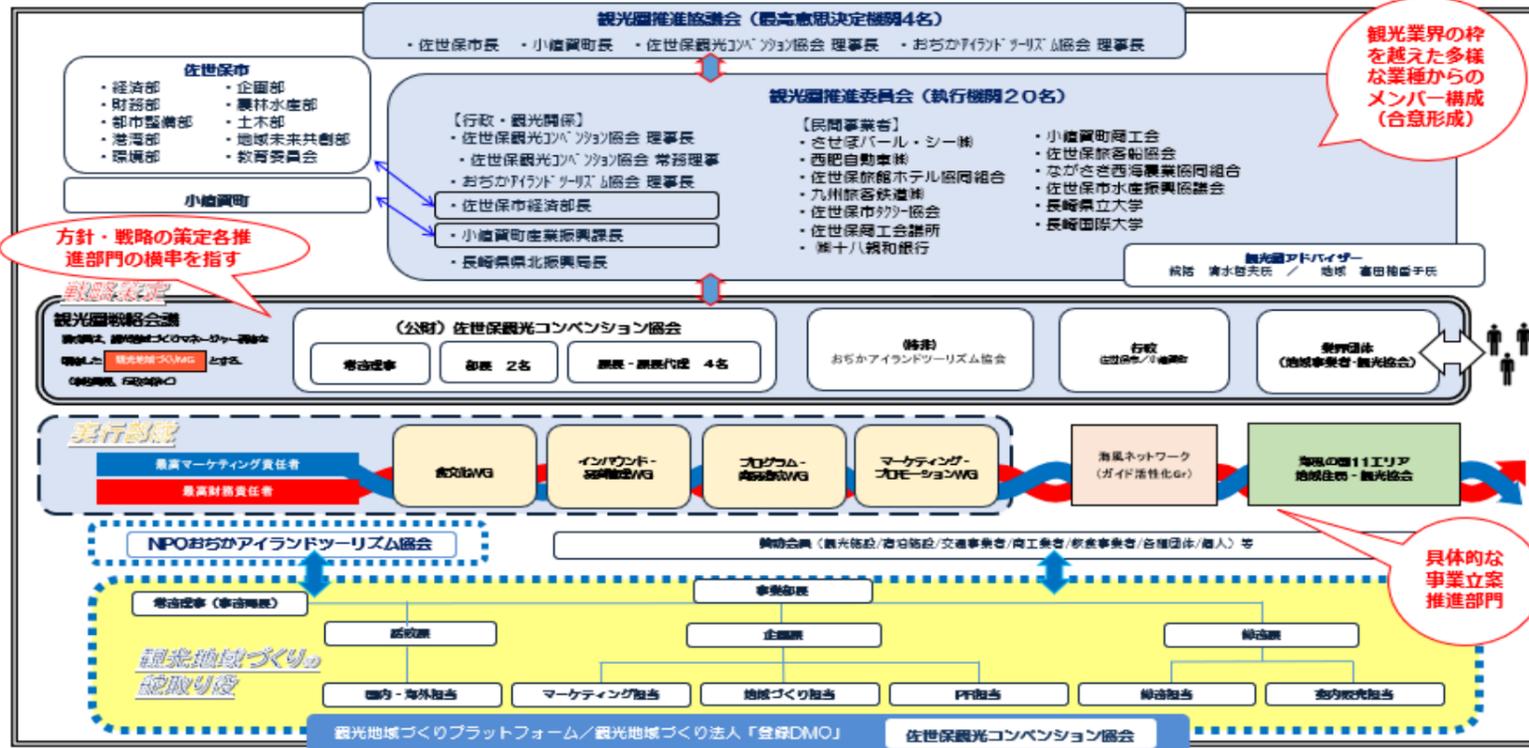
(1)DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者との合意形成について

【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)	・観光圏推進協議会(最高意思決定機関4名) ・観光圏推進委員会(執行機関20名)
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)	・観光圏推進協議会 佐世保市長・小値賀町長・おぢかアイランドツーリズム協会理事長・佐世保観光コンベンション協会理事長からなる最高意思決定機関 ・観光圏推進委員会 事業の方針決定、合意形成、情報共有。
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。	令和5年度 第1回 観光圏推進委員会開催(開催日:令和5年11月20日) ・出席者16名、事務局8名、オブザーバー4名 令和5年度 第1回 観光圏推進協議会開催(開催日:令和6年3月22日) ・出席者7名、事務局8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)	
<p>①観光圏推進協議会(最高意思決定機関4名) 内容:佐世保市長・小値賀町長・おぢかアイランドツーリズム協会理事長・佐世保観光コンベンション協会理事長からなる最高意思決定機関 頻度:年1回。その他、必要がある場合。</p> <p>②観光圏推進委員会(執行機関20名) 内容:事業の方針決定、合意形成、情報共有。 頻度:年2回程度開催。</p> <p>③観光圏戦略会議 内容:同推進委員会の方針・戦略の策定にあたる各推進部門の情報共有を行う 頻度:事業進捗にあわせ必要に応じ随時開催。</p> <p>④西九州させぼ広域都市圏連携会議 内容:近隣の12市町と連携して、“西海国立公園”をはじめとした海でつながる西九州させぼを自然や歴史・食などをテーマに観光資源を磨き上げ、選ばれる観光地づくりを目指す。 頻度:年2回程度開催。(平戸市・松浦市・西海市・伊万里市・東彼杵町・川棚町・波佐見町・小値賀町・新上五島町・有田町・佐々町・佐世保市)</p> <p>⑤佐世保市関係部署との進捗会議 内容:佐世保市観光課、文化財課、まち整備課、文化国際課、佐世保観光コンベンション協会の各事業に関する進捗スケジュール共有会議。 頻度:毎月1回開催。</p> <p>⑥佐世保市と小値賀町との進捗会議 内容:佐世保市観光課、佐世保観光コンベンション協会、小値賀町産業振興課、おぢかアイランドツーリズム協会との4者で事業の進捗スケジュール共有会議を実施している。 頻度:毎月1回開催(月1オンライン、四半期毎にリアルで開催)</p> <p>⑦肥前窯業圏活性化推進協議会 内容:「日本遺産」である佐賀・長崎両県にまたがる肥前窯業圏(佐賀県:唐津市・伊万里市・武雄市・嬉野市・有田町/長崎県:佐世保市・平戸市・波佐見町)としての観光地づくりの方針や戦略をまとめる戦略会議。 頻度:毎月1回程度開催。(唐津市、唐津焼協同組合、唐津やきもん祭り実行委員会、伊万里市、伊万里鍋島焼協同組合、伊万里市観光協会、武雄市、一般財団法人武雄市観光協会、武雄市商工会、嬉野市、一般社団法人嬉野温泉観光協会、肥前吉田焼窯元協同組合、有田町、一般社団法人有田観光協会、株式会社有田まちづくり公社、佐世保市、佐世保観光コンベンション協会、三川内陶磁器工業協同組合、平戸市、平戸観光協会、公益財団法人松浦史料博物館、波佐見町、波佐見焼振興会、一般社団法人波佐見町観光協会)</p> <p>⑧その他 内容:上記のほか、宿泊事業者に特化した定期的な会議を設けている。 ・佐世保市内宿泊事業者定例会(参加:佐世保旅館ホテル協同組合、佐世保市観光課、佐世保観光コンベンション協会) 毎月1回</p>	

「海風の国」佐世保・小値賀観光圏（観光地域づくり法人「登録DMO」）推進体制図



方針・戦略の策定各推進部門の横串を指す

観光業界の枠を越えた多様な業種からのメンバー構成（合意形成）

具体的な事業立案推進部門

【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。

<p>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）</p>	<p>◆観光・文化施設事業者 させぼパール・シー(株)、ハウステンボス(株)、公益財団法人佐世保地域文化事業財団</p> <p>◆商工、農林水産業事業者 佐世保商工会議所、小値賀町商工会、ながさき西海農業協同組合、佐世保市水産振興協議会（圏域に所在する6漁協）、一般社団法人佐世保物産振興協会、させぼ四ヶ町商店街協同組合、佐世保三ヶ町商店街振興組合</p> <p>◆教育機関 長崎国際大学、長崎県立大学、長崎短期大学</p> <p>◆地域金融機関 十八親和銀行、九州ひぜん信用金庫、西海みずき信用組合</p> <p>◆地域団体 NPO法人おちかアイランドツーリズム協会、一般社団法人宇久町観光協会、NPO法人黒島観光協会、江迎活性化協議会、みかわちの魅力あるまちづくり実行委員会、俵ヶ浦半島開発協議会、チーム俵、SASEBOまち元気向上委員会、一般社団法人RE PORT SASEBO、一般社団法人高島活性化コンベンション協会、株式会社ミライステラス、合同会社 欒</p> <p>◆各種イベント等の実行員会 YOSAKOIさせぼ祭り実行委員会、佐世保JAZZ実行委員会、SASEBO JAM FESTIVAL実行委員会、きらきらフェスティバル実行委員会</p> <p>◆その他 一般社団法人佐世保青年会議所、佐世保商工会議所青年部、株式会社FMさせぼ</p>
<p>②宿泊事業者（旅館、ホテル 等）</p>	<p>佐世保旅館ホテル協同組合</p>
<p>③交通事業者（鉄道、バス、タクシー 等）</p>	<p>西肥自動車(株)、佐世保市タクシー協会、九州旅客鉄道(株)、松浦鉄道(株)、佐世保旅客船協会</p>
<p>④行政</p>	<p>佐世保市、小値賀町</p>

(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】	2021(R3)年度		2022(R4)年度		2023(R5)年度		2024(R6)年度		2025(R7)年度		2026(R8)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												
①-1 旅行消費額 (総額) 【百万円】	全体	123,770	43,635	131,200	61,558	80,000	80,944	96,000		100,000		100,000
	インバウンド											
①-2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体	44,007	34,491	24,000	24,036	26,000	28,044	28,000		30,000		32,000
	インバウンド	52,100	58,600	46,000	39,200	47,000	77,992	48,000		49,000		50,000
直近のKPI達成状況に対する分析	コロナ禍を経て、日帰り客が多く消費単価が低い傾向にある九州からの来訪客が減り、宿泊客が多く消費単価が高い関東エリアからの来訪者が増えたことにより、旅行消費額が伸びた。また、旅行消費額単価については、コロナ禍で一旦休止していた外国人調査を再開し、参考となる数値が取れた。(n=88)外国人単価は、全国平均では日本人単価より約3万円高いとされているが、当圏域では約5万円の差が出ている。											
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体	1,977	1,026	1,385	1,547	1,622	1,829	1,900		1,957		2,015
	インバウンド	309	55	73	63	96	138	127		168		176
直近のKPI達成状況に対する分析	宿泊客数は約182万9千人(前年比118.2%、約28万2千人増/2019年比98.1%、約3万6千人増)とコロナ前の水準まで回復している。一方、外国人宿泊者数は13万8千人(前年比219.0%、7万5千人増/2019年比82.6%、2万9千人減)と、前年から倍増しているが、コロナ前の水準まで回復していない。インバウンド観光の本格的な回復が今後の鍵になると言える。											
③来訪者満足度 【%】	全体	91.0	93.4	92.0	92.2	93.0	94.7	94.0		95.0		95.5
	インバウンド	53.3		53.9		54.5		55.1		55.7		56.2
直近のKPI達成状況に対する分析	総合満足度は94.7%と昨年を2.5ポイント上回ったものの、トップボックスである「大変満足」では22.8%(前年34.2%、11.4ポイント減)前年から大幅に低下した。一方、「満足」は58.8%(前年45.2%、13.6ポイント増)だった。より高い満足度を得てもらうための魅力的なコンテンツづくりや受入態勢の整備が求められる。											
④リピーター率 【%】	全体	74.0	72.5	73.0	60.1	73.5	59.7	74.0		74.5		75.0
	インバウンド	0.821				21.5		22.0		22.5		23.0
直近のKPI達成状況に対する分析	昨年度から0.4ポイントダウンしているが、コロナ禍においては、マイクロツーリズムが大半を占め、日帰り観光客が増加したことから高い数値となっていたものが、コロナが収束し宿泊客、インバウンドの増加により、リピーター率が低下しているものと考えられる。											
その他の目標												
ワンストップ窓口での旅行商品参加数【人】		-	4,719	10,600	10,636	12,720	11,036	15,260		18,310		21,970
直近のKPI達成状況に対する分析	R5.5月からコロナが第5類となり、旅行商品参加数も増加傾向にあるが、目標には達することができなかった。											
観光素材認知度(九十九島)		76.0	62.2	64.0	61.1	65.0	57.5	66.0		67.0		67.5
直近のKPI達成状況に対する分析	当圏域を代表する「九十九島(くじゅうくしま)」の認知度は、前年を3.6ポイント下回った。前年に比べると特にエリアでは関東、性別では、女性の認知度が下がっている。ここ数年、周年記念関係で日本遺産佐世保鎮守府のPR企画が多く、また、H29を最終年度とする九十九島3か年PRプロジェクトが終了した後、九十九島に特化したPR企画が減っていることも一つの要因と考えられる。											
公式HPユーザー数		-	-	1,028,200	1,028,628	1,060,000	1,181,932	1,091,800		1,124,500		1,158,200
公式HPエンゲージのあったセッション数		-	-	892,400	894,034	920,000	948,178	947,600		976,028		1,005,308
直近のKPI達成状況に対する分析	公式HPについては、SEO対策を実施しながら運用したことで、順調に数字が伸びている。また、月9ドラマで佐世保がロケ地となったことから、特に1月の数字が大きく増加した。											

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。

①顧客満足度調査事業

全国の観光圏と連携して来訪する外国人及び日本人の属性、消費額等の調査を行った。
調査サンプル数 実績1,456件 目標800件 達成状況182%

②観光地点調査事業

主要観光地点の入込客数のデータ収集を行った。
調査箇所: 展海峰(2箇所)、弓張岳展望台(1箇所)、神崎鼻公園(1箇所)

③その他

多様化するニーズを把握し観光客の増加や滞在時間の延長を図るため、地域資源の掘り起こしや旅行商品の開発、プロモーション方法、観光客の満足度及び再来訪率向上の取組み、アクションプラン事業における観光ニーズ調査、二次交通施策効果などの基礎資料となる市場調査を行った。

ア.GAP調査

イ.ユニバーサルツーリズム関連調査(欧米・アジア)

【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。

DMOである佐世保観光コンベンション協会やおぢかアイランドツーリズム協会が直接行う事業、ワーキンググループや協議会が企画し推進する事業、DMOが各地域の状況に合ったかたちで関わりサポートしながら地域団体・住民が自主的に行う事業など、それぞれの推進方法にあわせ、いずれも、DMOが事業の計画段階から関わり、アウトプット、アウトカム指標を設定し、実施主体が事業を推進し、事業終了後は、実施主体とDMOが各指標と照らし合わせチェックを行い、次の取り組みへ反映させる。
 また、観光圏推進協議会が、観光地域づくりに関する取り組みを俯瞰してチェック、アドバイスを行う機関でもあることから、ここで報告を行う。

(1) 地域住民が一体となった観光地域づくりの推進
 当圏域では、観光圏開始直後に、観光地域づくりを行う上で、地域の独自の魅力の磨き上げや、地域ブランディングの効果的な発信を考え、圏域を11のエリアに分けた。このエリアは、佐世保市と平成の大合併で一緒になった旧市町を基に分けられていることから、それぞれの地域に独自の文化や歴史をたどって来た魅力があり、住民の気風にも違いがある。
 観光地域づくりを進めるにあたっては、それぞれの地域住民の声に耳を傾けるとともに、成果指標や参考となる各種データの分析などを共有して随時方向性の確認を行い、合意形成を図りながら取り組んでいる。

(令和5年度実施)
 江迎エリア:花で彩る活きた町並みナイトコンテンツ開発事業
 世知原エリア:アウトドア資源を活用した滞在コンテンツ開発事業
 高島エリア:高島における漁業等を活用した体験コンテンツ開発事業

この他、地域住民全体を対象とした取り組みとして、地域の各地域の取組紹介や観光まち歩きガイドに関する講演など交流会を開催し、参加者はもちろん、地域のメディアに取り上げてもらうことで観光地域づくりの理解を深める。

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)

- 九十九島クリーンアップ大作戦事業
 毎年「九十九島の日」である9月19日に開催しており、観光客を迎え入れるおもてなしの心の向上と環境保全・観光PRなどを目的とした清掃美化活動を行った。近年はコロナ禍や台風接近などで開催できていなかったが、今年は3年ぶりに開催することができ、310kgのゴミを回収した。
- 江迎エリア:花で彩る活きた町並みナイトコンテンツ開発事業
 江迎活性化協議会が中心となり、花手水をメインとした「笑迎WEEK」と合わせたナイトコンテンツの造成や宿場町の拠点づくりを行った。花手水の花は、ハウステンボスや市内冠婚葬祭施設、花き農家から不要になった花を寄贈いただいたものを活用して、イベントを実施した。
- パンフレットのデジタル化
 圏域の主観光案内ツール(総合パンフレット)「させぼ・おぢか」の日本語版を更新し、多言語対応のデジタルパンフレットを制作した。また、旅マエ、旅ナカでの配布用として、観光パンフレットの代わりにデジタルパンフレットへ誘導するさせぼのポコちゃん型カードを制作・配布した。
- 小値賀町:小値賀町環境保護活動「OJIKA ISLAND GREEN TRIP」事業
 サステナブルツーリズムの一貫として大学生向けのモニターツアーを実施。ビーチクリーン後、回収した海洋プラスチックを洗浄、色分け、切断という作業を行い、海洋プラスチックを利用したオリジナルのアップサイクル商品を作成。その他、島人との釣り体験や古民家ステイの宿泊、島の食材を使った料理づくりなどを組み合わせ、小値賀ならではのツアーを造成した。
- 九十九島ビジターセンター運営協議会
 内容:九十九島ビジターセンター、させぼパール・シー株式会社、環境省佐世保自然保護官事務所、長崎県県北振興局、佐世保市観光課、佐世保観光コンベンション協会との6者で共有会議を実施している。
 頻度:毎月1回開催

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)

- MaaSアプリ「STROCAL」との連携事業
 ・Maasアプリ「ストローカル」を使って商品連携を強化した。(レンタカーを利用して市内観光地を訪れた市外からの観光客に対し、地域通貨「させぼeコイン」アプリと連携したe-carポイント4,000ポイントを進呈するもの。)
- ウェブマーケティング強化事業
 ・協会職員のWEBマーケティングのリテラシーを向上させ、広告宣伝における業務改善、PDCAサイクルを的確に回せることを目指し、WEBマーケティング会社からターゲット選定や広告手法の選択などの研修を受け、令和5年度のウェブ広告で実践した。協会内で内製化出来ることと広告代理店等と連携が必要な事業を整理することで、スピード感、業務効率化、宣伝効果が高まる状況が見られ、更に次年度以降、期待できる結果となった。
- デジタルサイネージの保守・管理
 ・佐世保観光情報センター入口に設置している観光案内デジタルサイネージの保守・管理・改訂業務を行った。
- その他
 ・事務局内での人事・労務管理システムをDX課し、業務の効率化を図った。

(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

【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)

○ツアー及び体験ガイド人材育成事業「海風の国」交流会

鹿児島で町歩きガイドとして活躍されている東川隆太郎氏を講師として招き、「おもてなし講演会」を実施し、68名の方に参加いただいた。また、コロナ禍で活躍が制限されたり、交流ができなかったため、5年ぶりにガイドや海風ネットワークの方々が一堂に会し、「海風の国」おもてなし交流会を実施した。交流会には42名が参加し、意見交換や黒島や小値賀など離島地域の取り組みの紹介、ガイドの紹介などを行った。

○「海風の国」観光マイスター事業

佐世保・小値賀の様々な情報と豊かな知識とおもてなしの心をもって観光客を案内できる「海風の国」観光マイスターを認定する試験を実施した。また、小学生向けに佐世保・小値賀ならではの観光資源などを、楽しく学ぶ勉強会を実施した。

あ.「海風の国」観光マイスター認定試験 シルバー ・日 時:令和5年9月21日(木)・22日(金)

い.「海風の国」観光マイスター認定試験 ゴールド ・日 時:令和5年11月12日(日)・13日(月)

う.「海風の国」子ども観光マイスター勉強会 ・日 時:令和5年8月20日(日) 第1部小学校低学年の部、第2部小学校高学年の部

○佐世保市周遊促進対策事業

佐世保市内を「ハウステンボス周辺」「市街地(まちなか)」「九十九島」の3つのエリアに分け、それぞれのエリアを周遊する、参加体験型のコンテンツ「宝探し」を活用したイベントを行った。2019年・2020年度実施のリアル宝探しイベントと比較すると、離島を含む広範囲のエリアに設定し、地域住民にとっても行ったことがない観光資源を体験してもらいやすい機会となり、特にファミリーで何度もエリアを周遊していただけるイベントとなった。謎解きの難易度もあがったが、「特賞:賞金99万円」というインパクトのある賞品の影響もあり過去最大の参加者数となった。

○海風旅キャンペーン事業

市民に体験していただくことで、圏域内の観光資源についての関心を深めていただくため、当協会主催のツアーや軍港クルーズなどの様々な旅行商品を、半額で体験できるキャンペーンを行った。

【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。

○地域一体とした観光振興のためのマーケティング強化事業

R5年11月から毎月、定期的に分析したデータを基に、観光動向など関係事業者に関連する有益な情報をまとめたマーケティングレポートを作成し、発信を行っている。また、マーケティングレポートをわかりやすく解説した動画をYoutubeに公開している。

○「観光圏について」、「DMOについて」、「佐世保市観光統計」、「来訪者満足度等調査」、「GAP調査」等のデータを公式HPにて公開

<https://www.sasebo99.com/feature/business>

○当協会公式HPにて、毎月の活動報告を掲載。

<https://www.sasebo99.com/footer/pressrelease>

○賛助会員向けのセミナーや、交流会を実施。

【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。

○観光施設の高付加価値化事業

観光施設、宿泊施設、交通事業者、銀行、行政が一体となり、させぼ観光まちづくりプロジェクトとして体制を作り、特に佐世保市の中心市街地の地域計画を策定し、宿泊、観光施設は自社のハード整備、DMOは不足している移動の利便性向上、観光コンテンツを造成するなどの検討を行った。

※観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」第4次募集に令和6年4月22日再申請し、令和6年6月に採択された。

・支援事業者:宿泊施設、観光施設、飲食施設など

第2次申請:12社16件、第3次申請:18社24件、第4次申請:11社15件

※事業費は、事業者負担。

【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)

○地産地消グルメ開発事業

「食」による観光コンテンツの強化として、「九十九島とらふぐ」、「九十九島かき」など本圏域を代表する水産物をフックにした取り組みを実施してきた。これを発展的に本圏域が「魚が美味しいまち、させぼ・おちか」として認知され、それを目当てに観光客に来てもらうことを狙い、3か年の事業計画を立て、初年度の令和5年度は、生産・加工・販売、飲食店等の地域事業者が連携して、九十九島近郊で獲れたひらまさ(ヒラス)「九十九島ひらまさ」を活かしたメニュー開発、専用ウェブページや販促ツールを作成し市内外へ情報発信を行った。

○海風旅。Experience推進事業

佐世保観光情報センターへ訪問されたお客様へ、当日(または前日)に申込が可能な体験プログラム『海風旅。Experience』の新規商品並びに新たな事業者の取り込みを行った。また、販売促進のためのパンフレットを制作したほか、新聞広告やSNS広告などの情報発信を行った。

新規・追加プログラム

a. 前川楽器店:三味線体験

b. 前田製茶:日本茶体験

c. CherryBlossoms:ポーセラーツ体験

d. あすみ温熱酵素浴:酵素浴体験

e. torte:写真撮影体験

f. 匠工房:まゆ玉作り体験(SASEBO招福バーガー、紙風船型)

g. ナチュナ:ディンプルアート体験

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)

○マーケティングレポートの配信

R5年11月から毎月、定期的に分析したデータを基に、観光動向など関係事業者には有益な情報をまとめたマーケティングレポートを作成し、発信を行っている。合わせて、マーケティングレポートをわかりやすく解説した動画をYoutubeに公開している。レポート作成に際しては、職員のマーケティングスキルを向上させるため長崎のシンクタンクへ伴走支援を委託し、指導していただいている。

○人材育成業務

観光庁が支援する観光圏内の地域づくりの中心的役割を担う「観光地域づくりマネージャー」の育成を目的とした研修会へ参加した。
(研修参加者)

- ・堤 正年 (株)ウェーブピーク 代表 ※世知原地域体験コンテンツ実施事業者
- ・関戸 裕子 佐世保観光コンベンション協会 企画課

○マーケティング専門員の招聘

・大正大学の柏木千春教授を招聘し、圏域内の視察を実施し、現状の把握から分析、課題抽出、戦略策定など観光に特化したマーケティングの考え方や手法等についてご教示いただいた。また、柏木氏は、観光地域づくりマーケティングの専門でもあることから、観光地域づくりマネージャーや関係事業者向けの講演会を実施し、圏域内のマーケティング力の強化を図った。

・マーケティング専門紙の日経MJの永井伸雄編集長を招聘し、マーケットインの考え方や、マーケティングの基礎を学ぶための講演会を開催した。

【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)

○佐世保観光情報センター(ワンストップ窓口)運営

来訪された観光客のワンストップ窓口機能として、佐世保駅構内に設置し、佐世保市内はもとより、平戸・松浦など長崎県北地区、小値賀・宇久など五島列島への玄関口として各地の観光情報、交通アクセス、飲食店、宿泊施設などの総合案内業務に加え、着地型商品や地域物産品などの販売を行った。

営業日数:365日(9:00~18:00)

来訪者数:25,262名(日本人21,883名、外国人3,379名)

○プロモーション事業

①パブリシティ

旬のイベント等を広報活動、フィルムコミッション機能を強化しパブリシティの獲得及びWEB・SNS広告を活用して情報発信を行った。(パブリシティ実績:255件)

②公式SNS事業

SNS分析ツールを活用し、投稿時間や回数を効果的に行ったり、デザイン性を統一するなど、公式SNSの運用を強化した。(投稿回数:1,638回、フォロワー数:12,240人)

③公式HP事業

当市への来訪見込客への情報の充実、WEB広告連動した誘客促進のために公式WEBサイト「海風の国 させぼ・おぢか観光情報サイト」に新規特集の追加や改訂更新、SEO対策を強化した。

○九十九島誘客事業(ハウステンボス連携事業)

ハウステンボスの全国認知度と共同出稿によるスケールメリットを活かし、九十九島を中心とする佐世保エリアとハウステンボスの周遊を促すプロモーションを行った。

①じゃらんを活用した情報発信業務

②インフルエンサー招聘事業

③「MOTTOハウステンボスMOTTO佐世保」新規コンテンツ制作

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。

○佐世保市が発行する「広報させぼ」の観光情報掲載や市のSNSでの情報発信など、共有しながら連携して実施している。

○佐世保の2大観光地のひとつ「ハウステンボス」とは連携してランディングページ「mottoハウステンボス! motto佐世保!」を運営し、連携して情報発信を実施している。<https://www.huistenbosch.co.jp/mottohtbssb/>

○佐世保の2大観光地のひとつ「九十九島パールシーリゾート」とは、メディア露出情報などを情報共有し、SNSでの情報発信を連携して実施している。

DMOが運営・管理を行っている、地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するウェブサイトについて(ない場合は「なし」と記入)

(URL)<https://www.sasebo99.com/>

上記ウェブ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は、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※3	<input checked="" type="checkbox"/>
(d)ターゲットに即した言語※4で(a)、(b)、を満たしている	<input checked="" type="checkbox"/>	(e)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 checked="" type="checkbox"/>

※1 自地域のウェブサイトにおいて、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 自地域のウェブサイトにおいて、※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 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、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・地方税等の地方税、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。

コロナ禍においては、自治体(佐世保市)から経済対策など委託事業が多数あった。コロナが一定収束を向かえ、今後は減少傾向が続く見通し。一方、収益事業については、ここ数年の間に様々な要因で停止していた事業が再開を予定しており、期待ができる。収益事業の粗利益の多くを占める「ふるさと納税宿泊券」を紙媒体からデジタル化に完全移行することになっており、これまでの仕組みが大きく変わることから、この変化を納税者の受け入れられ方によって、今年度以降の安定した運営財源の確保の成否がかかっている。

(参考) 主な収益事業

(1) 旅行部門(4部門の売上粗利益率の構成比: 売上77.1%、粗利43.7)

① 旅行事業

近年、地域の住民、事業者に伴走し商品開発を更に進めており、そこで開発した体験商品などを受託販売や旅行商品として造成販売を強化する。

- ・募集型企画商品(アドベンチャーツーリズム関連商品、街歩きガイド等)
- ・手配旅行(コンベンション事務局補助、宿泊斡旋等)

② 自社商品事業

・ハウステンボス等観光施設の入場券をセットにした商品(販売中)

・飲食店や体験等をセットにした商品「MY SASEBO PASS」。内容、販売システムの見直しにつき販売停止中でR6度から販売予定。

③ 商品受託事業

・軍港クルーズ: 船会社と共同開発。主催は船会社。ガイドはDMOで手配。

・海風旅エクスペリエンス: エリア内の体験施設などを集約ブランド化して受託販売

④ ふるさと納税事業

・佐世保市内の宿泊施設で使用できるチケット:

但し、令和6年10月から、佐世保市デジタル地域通貨アプリ内で宿泊、飲食等で使える「e旅ポイント」に移行。

また、軍港クルーズやタクシープランなど着地型観光商品

⑤ ロンタサイクル事業: 移動データを取れるバイクシェア: 令和6年度中に実証事業でFSを行い、令和7年度から収益事業として検討。

(2) 物販部門(4部門の売上粗利益率の構成比: 売上2.5%、粗利6.3%)

① 自社商品

オリジナルグッズの開発し観光情報センター、他観光施設等で委託販売

② 受託商品

地域産品を観光情報センターで販売

(3) 駐車場部門(4部門の売上粗利益率の構成比: 売上16.0%、粗利30.0%)

① 中央インターチェンジ駐車場

約3年間高架道4車線公示で休止中だったが、令和6年9月ごろから再開する街なかの人気バーガー店など近くにある観光客向け駐車場

② 万津朝市駐車場

朝市の活性化のための事業計画立案にあわせ、朝市開催時間帯以外に同場所を月極駐車場として一般客に貸出

(4) 会員部門(4部門の売上粗利益率の構成比: 売上4.4%、粗利20.0%)

① 賛助会費

飲食店や宿泊、観光施設を中心に367会員(1口)。

会員にとって有益な交流会や研修会を開催し、協会事業についての理解を深める。また、会員に対して、協会が発信するマーケティングレポートの提供、分析結果の共有を行っていくことで、会員増を目指す。

【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。

1. 人件費

(1) 負担割合について

R5現状(予算)

市100%補助 10名(PF4名、クルーズ3名、広域連携1名、CV運営補助2名)

市 80%補助 5名(PF企画課、情報センター)

市 50%補助 7名(CV運営補助)

市 62.12%補助 1名(CV運営補助・事務局長)

合計 94,223千円

うち佐世保市負担(公益目的事業) 補助率 89.8% (84,599千円)

うち協会負担(収益事業・法人会計) 10.2% (6,624千円)①

収益事業については、別紙「R5~9収益事業計画」のとおり、自主財源の確保について計画を立てながら実施していく。

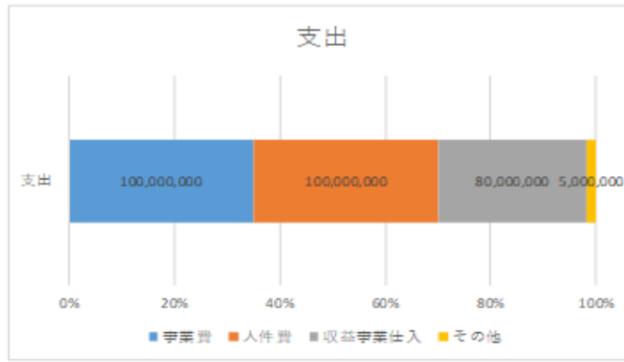
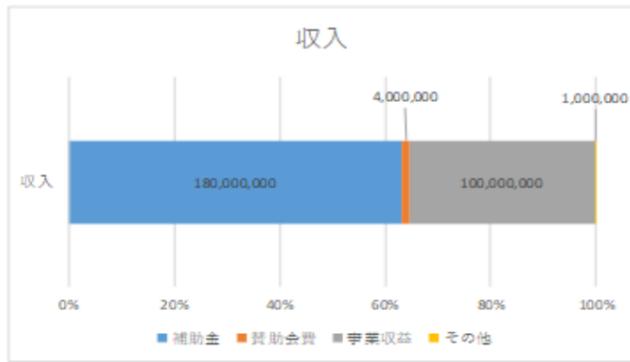
(参考)

主な財源と経費 (イメージ)

注) 下記は、特定の年度の実績や予算ではありません。
コロナ禍においては、宿泊助成金など通常時ではない特別な事業費が計上されているため、平時における一般的な財源、経費を記載

収入		
補助金	180,000,000	63.2%
賛助会費	4,000,000	1.4%
事業収益	100,000,000	35.1%
その他	1,000,000	0.4%
285,000,000		

支出		
事業費	100,000,000	35.1%
人件費	100,000,000	35.1%
収益事業仕入	80,000,000	28.1%
その他	5,000,000	1.8%
285,000,000		



(5) その他特記事項

当DMOが、マネジメント・マーケティング対象とする区域「佐世保市」と「小値賀町」の中長期的な観光地域づくりを行うため、平成25年から5年毎に「海風の国佐世保・小値賀観光圏整備実施計画」を策定、前年度は3期目(令和5~9年度)の整備実施計画を策定し、その計画に沿って事業を進めている。

また、コロナ禍(令和3~5年度)においては、対象区域の中核となる「佐世保市」の経済対策に特化した観光分野の個別行動計画を佐世保市と共同で「佐世保市観光アクションプラン」として策定し、多様な観光資源の情報発信に努め、誘客促進に取組んできた。この佐世保市観光アクションプランについても、アフターコロナの観光需要の拡大に繋げるため、佐世保市の持つ特徴や強みを生かした観光コンテンツの磨き上げ・開発並びに効果的なプロモーションによるオンリーワン観光の振興をはじめ、観光サービスの品質向上や高付加価値化への取組みと共に、事業者、旅行者、地域住民が、地域コミュニティの活性化に貢献できる仕組みづくりが必要なことから、継続して策定(令和6~9年度)することとした。今回のアクションプラン(名称:「佐世保観光振興羅針盤」)のポイントは、観光DXの推進をテーマに、デジタルマーケティング等の取組みを積極的に実施することにより、各種データを継続的に収集・分析をすすめ、求めているターゲット(エリア、年齢層、性別、属性、インバウンド等)層への効果的な情報発信や誘致促進策を戦略的に実施し、今後、観光客から選ばれる観光地として国内外からの誘客を図ることを目的に、実効性のあるものとした。 ※(別添)『佐世保観光振興羅針盤』参照

4. 次年度(次期)の事業計画の概要

◆令和6年度事業方針

コロナ禍では、疲弊した地域経済を回復すべく短期的成果を重視した取組を中心に行った。令和5年度から日本国内の観光需要は、特に都市圏においてインバウンドを中心に増加し、令和6年度も更なる増加が見込まれる。

地方都市である佐世保市は、日本人観光客をベースにインバウンドの誘客を強化し経済波及効果を高めるため、オンリーワンの地域を目指し、佐世保市観光を代表する「ハウステンボス」、「九十九島」の2つのエリアと、交通の要衝で宿泊・商業施設が集積し、旧海軍とアメリカ文化が息づく「港まち・街なか」エリアを中心に、そこから広がる小値賀町の離島観光を代表する自然、歴史、文化など多種多様なエリアの魅力を磨き上げ、発信していく取組を短期及び長期的成果双方のバランスを取り推進する。事業推進にあたっては、DMOの共同パートナーとなるおぢかアイランドツーリズム協会、ハウステンボスや九十九島パールシーリゾート等の観光施設、宿泊施設等の地域事業者及び九州観光機構、長崎県観光連盟等の観光組織や西九州させぼ広域都市圏のほか九州内の自治体との連携を強化する。

◆令和6年度重点戦略

- 地域資源の魅力創出と受入体制の強化・高付加価値化
 - エリアのキーとなる組織との連携によるエリアの特徴を活かした観光商品開発
 - ガストロミーツーリズムによる食ブランド化及びナイトタイムの魅力向上
 - 魅力あるガイド等観光人材の育成
- マーケティング強化及びDXによる国内観光客の誘客・利便性の向上
 - ウェブ・SNS等のオウンドメディアでの情報提供・情報発信の強化
 - 受入整備の取組におけるデータ収集の視点追加
 - 観光データの収集・分析結果の地域事業者等への提供と活用促進
- インバウンド拡大に向けた取組み強化
 - 佐世保・小値賀エリアブランディング滞在モデルの作成
 - インバウンド向け(FIT・団体・クルーズ客)着地型商品の開発
 - 周辺自治体とタイアップした誘致・プロモーション

※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2月中旬
検証方法(有の場合)	観光地域づくり法人の外部に設置された「海風の国」佐世保・小値賀観光圏推進協議会において、事業の進捗状況やKPIの達成状況、予算等について検証し、次年度の事業内容や予算の検討に反映させることとしている。		
外部組織等の参画者(有の場合)	佐世保市長・小値賀町長・おぢかアイランドツーリズム協会理事長・佐世保観光コンベンション協会理事長		
検証結果の公表の有無(有の場合)	有	公表方法(有の場合)	観光地域づくり法人のHP上で公表