

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 小田原市観光協会		記入対象期間	令和6年4月1日～令和7年6月30日	
				記入日	令和7年7月1日	
DMO登録区分	登録DMO		候補DMO 登録日	2016/4/22	登録DMO 登録日	2017/11/28
代表者	所属組織	(一社)小田原市観光協会	役職	会長		
				氏名	外郎 藤右衛門	
CMO	所属組織	(一社)小田原市観光協会	役職	DMO推進マネージャー		
				氏名	朝尾 直也	
CFO	所属組織	(一社)小田原市観光協会	役職	主事		
				氏名	西村 麻衣	
記入者(担当者)	所属組織	(一社)小田原市観光協会	役職	DMO推進マネージャー		
				氏名	朝尾 直也	
連絡先	TEL	0465-20-4192	E-mail	asao@odawara-kankou.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	
	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)	観光まちづくり推進懇話会
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)	地域DMOが取り組む各施策の進捗管理や意見交換等を行う合意形成の場として、平成29年より、年に1~2回程度で定期的開催。令和3年度からは、DMOの活動報告に加え、新規にオープンした宿泊施設や複合商業施設、市民ホールなどの情報共有を行なったほか、文化観光をテーマに議論を行った。令和6年度には、令和5年3月に、新たに策定された「小田原市観光戦略ビジョン」の進捗管理などを行いながら、観光振興に対する様々な情報共有を行い、合意形成を図った。観光客に提供するサービスについては、そのサービスが来訪客に確実に行き届いているかを、来訪客に対する満足度調査などにより結果分析するとともに、観光まちづくり推進懇話会からも広く意見を集め、評価し、サービスの維持・向上に繋げている。令和7年度からは、「観光まちづくり推進懇話会」に代わり、本市における持続可能な観光誘客を一層推進することを目的として、新たに「常時誘客まちづくり委員会」を設置し、活発な連携と合意形成を図っていく。
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6年度 観光まちづくり推進懇話会 令和7年2月4日(火)14:00~15:30 参加人数23人(オブザーバー、ゲストスピーカー、事務局を含む)
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)	
(一社)小田原市観光協会 理事会 (令和6年度3回開催) (一社)小田原市観光協会 催事誘客委員会 (令和6年度1回開催) 小田原地魚大作戦協議会 (必要に応じて都度開催) 小田原まち歩き実行委員会 (必要に応じて都度開催)	

【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)	日本観光振興協会、小田原箱根商工会議所、小田原市商店街連合会、特定非営利活動法人小田原ガイド協会、特定非営利活動法人小田原まちづくり応援団、特定非営利活動法人小田原ブランド元気プロジェクト、一般社団法人小田原プロモーションフォーラム かながわ西観光コンベンションビューロー、街かど博物館館長連絡協議会、株式会社T-FORESTRY、近畿日本ツーリスト株式会社、かながわ西湘農業協同組合、公益社団法人小田原青年会議所
②宿泊事業者(旅館、ホテル等)	ヒルトン小田原リゾート&スパ
③交通事業者(鉄道、バス、タクシー等)	東日本旅客鉄道株式会社
④行政	神奈川県県西地域県政総合センター、小田原市

(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
必須KPI												
①-1 旅行消費額 (総額) 【百万円】	全体	28,009	26,725	21,930	35,166	24,555	37,849	39,403		41,025		42,717
	インバウンド											
①-2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体	3,986	3,680	3,674	4,224	3,822	4,516	4,568		4,621		4,675
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 <small>令和5年に引き続き、令和6年の観光消費総額は約278億円と、3年連続で過去最高を記録した。令和6年度は、小田原城天守閣の入場者数が平成30年度以来の60万人を記録したほか、毎年5月3日に開催している本市最大のイベントである「小田原北條五代祭り」は、令和6年度は過去最高となる推定観光客数30万人を記録した。</small>												
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体	350	330	375	423	401	513	527		541		555
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 2020年以降にオープンした宿泊施設等により、新型コロナウイルス感染症による落ち込みの影響を補い、近年、宿泊者数は増加傾向にある。												
③来訪者満足度 【%】	全体	95	95	96	96	97	95	95		96		96
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 <small>来訪者満足度は、令和5年に引き続き、令和6年も95%と安定した高水準を維持している。インバウンド客の満足度も、令和5年に引き続き、令和6年も95%と安定した高水準を維持している。また、令和6年度は、令和5年度に引き続き、令和6年も95%と安定した高水準を維持している。</small>												
④リピーター率 【%】	全体	99	92	93	93	94	93	93		94		94
	インバウンド											
直近のKPI達成状況に対する分析 <small>リピーター率は、令和5年に引き続き、令和6年も92%と安定した高水準を維持している。インバウンド客のリピーター率も、令和5年に引き続き、令和6年も92%と安定した高水準を維持している。</small>												
その他の目標												
Webサイトの アクセス状況 【回】	全体		2,795,239	2,800,000	3,201,611	2,800,000	3,056,149	3,056,149		3,056,149		3,056,149
	インバウンド		13,389	15,000	32,494	32,494	54,525	54,525		54,525		54,525
直近のKPI達成状況に対する分析 <small>Webサイトのアクセス数は、令和5年に引き続き、令和6年も13,389回と安定した高水準を維持している。</small>												
住民満足度【%】				89	90	87	87		88		88	
直近のKPI達成状況に対する分析 <small>住民満足度は、令和5年に引き続き、令和6年も87%と安定した高水準を維持している。また、令和6年度は、令和5年度に引き続き、令和6年も87%と安定した高水準を維持している。</small>												
日帰り観光客数【万人】		529	694	560	790	603	787	811		835		860
直近のKPI達成状況に対する分析 令和6年度は、宿泊者数の増加に伴い、前年の目標から減少する数値となったが、令和6年の入込観光客数は約838万人、観光消費総額は約378億円と、ともに3年連続で過去最高を記録している。												
入込観光客数【万人】		703	726	597	832	643	838	863		889		916
直近のKPI達成状況に対する分析 令和5年に引き続き、令和6年の入込観光客数は約838万人と、3年連続で過去最高を記録した。令和6年度は、小田原城天守閣の入場者数が平成30年度以来の60万人を記録したほか、毎年5月3日に開催している本市最大のイベントである「小田原北條五代祭り」は、令和6年度は過去最高となる推定観光客数30万人を記録した。												

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。

小田原市では、地域経済の好循環の実現に向けて具体的な施策を推進していくため、「小田原市観光戦略ビジョン」を、令和5年3月に策定(前ビジョンを全面改訂)した。小田原市観光協会が実施している観光アンケート調査や、神奈川県が実施している入込観光客調査などの結果に基づき、過去の推移や来訪客の動向などから、ビジョン最終年の令和12(2030)年度目標を、「入込観光客数1,000万人」「観光消費総額484億円」と定めた。ビジョンは令和5年度から令和12年度までの計画であるため、この最終目標に向けて、令和5年度以降の各項目の年度ごとの目標値を改めて定めたものである。
 なお、小田原市観光協会では来訪者アンケートの調査方法を、令和4年度より対面式から、オンラインアンケートサービス「Questant」を活用した方法に変更した。そのため、③来訪者満足度や④リピーター率については、経年変化の実績数字に若干の差異が生じている。

【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。

小田原市経済部観光課が令和5年3月に「小田原市観光戦略ビジョン」策定した(平成27年度策定したビジョンの全面改訂)。この中で、令和12(2030)年度の目標及び目標までの計画を示している。このビジョン策定会議の構成員は、小田原市観光協会の合意形成団体「観光まちづくり推進懇話会」の委員が兼ねており、策定、分析、実績について直接協議を行っている。

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	日本ヘルスツーリズム振興機構による2種類のヘルスツーリズム認証証を取得

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)

令和4(2022)年度に、観光庁補助金事業(地域独自の観光資源を活用した看板商品創出事業)により、小田原独自の歴史資源を活用した「ヘルスツーリズムプログラム」をツアー造成し、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)

国内来訪者を対象に通年で実施しているオンラインアンケートの結果は、現行の観光戦略を客観的に評価するための指標として活用しているほか、今後のマーケティング施策に活かす基礎データとしても位置づけている。また、収集したデータは当協会の会員とも共有し、地域事業者との連携強化に役立っている。令和7年度からは、アンケート回答時に今後の小田原市における観光プロモーション等に関する情報提供への同意を取得する仕組みを導入し、継続的な関係構築を図るCRM機能としても活用する。訪日観光の重点市場である欧米豪に向けて、小田原の観光情報を包括的に発信する英語版公式ホームページ(www.odawara-guide.com)を開設した。当サイトには、小田原市観光協会が自主販売する着地型体験商品を、外国人旅行者が直接予約・決済できるシステム(JTB BOKUN)も導入している。

(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)

- ・小田原市民を対象に、本市の観光に対する意識調査を実施。令和6年10月から令和7年3月にかけて実施し、325名からの回答を得た。
- ・小田原北条氏および本市の歴史に対する理解を深めることを目的に、市内の小中学生を対象とした「市民向け小田原こども歴史教室」を開催した。(令和6年8月24日に実施)
- ・市長によるまち歩きに関する講話、まち歩き実行委員会の活動紹介、市内まち歩き団体や交通事業者による事例発表・意見交換会を実施した。(令和6年10月18日に実施)
- ・まち歩き実行委員会 総会(令和6年6月12日に実施) 定例会(令和6年8月6日、12月3日、令和7年3月7日に実施)
- ・交通事業者との意見交換会(令和6年4月25日、5月30日、6月20日、7月18日、8月15日、9月19日、10月17日、11月29日、12月19日、令和7年1月22日、2月20日に実施)

【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。

- ・観光まちづくり推進懇話会においては、DMO活動の最新情報や観光アンケートの分析結果などを共有し、意見交換を行った。
- ・小田原市観光協会の会員総会および理事会では、最新の活動実績や事業報告を行い、会員との情報共有を行った。
- ・協会ホームページ(https://www.odawara-kankou.com/overview/whatsnew/r6_kyokajigyog.html)および会員向けニュースレターを通じて、当協会の事業内容や取り組みを継続的に発信した。
- ・協会事業に関するプレスリリースを定期的に配信しており、市内外のメディアへの露出を通じて、DMO活動を含む観光協会の取り組みを広く市民にも周知している。
- ・学生の職場体験や研究論文のための協力、他地域からの視察・研修の受け入れ(令和6年5月17日、5月18日、6月4日、10月11日、10月31日に実施)等を行い、その機会を活用して、DMOの活動内容や目標について紹介している。
- ・観光まちづくり推進懇話会(令和7年2月4日に実施)

【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。

観光まちづくり推進懇話会では、DMO活動に関する情報共有を行うとともに、本市の観光施策に関する意見交換や議論を重ねている。令和6年度は、「小田原市観光戦略ビジョン」の現状報告に加え、令和5年度の入込観光客数や観光消費額、観光客アンケート調査の結果、国内外へのメディアプロモーション実績、当協会が自主販売した訪日観光客向けの着地型体験商品の催行実績など、観光戦略・施策について関係団体と共有し、合意形成を図るとともに、活発な議論を行った。

【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)

- ・小田原市観光協会では、週末や繁忙期を中心としたイベント型観光に加え、平日や閑散期を活用した持続可能な常時誘客型の観光戦略に取り組んでいる。
- ・令和5年度の観光庁補助金事業「観光再始動事業」を活用し、海外富裕層をターゲットとした高付加価値体験商品として、1日限定で小田原城主になれる「小田原城主体験」の本格販売を開始している。令和7年11月には米国からの予約も獲得しており、着実な成果を上げている。
- ・小田原城天守閣の営業時間外や小田原漁港を活用した高付加価値型コンテンツを造成・販売することで、潜在的な観光客層に対し本市の観光資源の魅力効果を効果的に発信している。
- ・令和3年から継続して販売している、小田原城天守閣の貸切を活用した特別体験プログラム「お城でマインドフルネス瞑想」は、令和6年10月-令和7年3月の期間中に計6回(56名)催行し、好評を得た。あわせて、瞑想体験後のオプションとして、地元ガイドによるまち歩きを新たに導入し、小田原城から市街地への回遊促進を図っている。これまでの累計催行回数は30回、参加者数は272名に達している。
- ・本市の水産業や食文化の魅力を広く発信し、観光誘致の強化を図ることを目的として、通常は関係者以外立ち入ることができない競り場を特別公開し、仲間人による解説付きで見学できる朝食付きの限定ツアー「セリ市見学と漁港の朝メンツァー」を令和6年度より新たに造成・販売している。令和6年度は計11回(111名)を催行し、毎回ほぼ満席となるなど高い評価を得ている。
- ・欧米豪からの訪日客を主要ターゲットと位置づけ、平日や閑散期の誘客促進を目的としたプロモーションを継続的に展開している。令和5年の入国制限撤廃を機に、小田原城を活用した3種の体験商品(忍者、まち歩き、裃体験)を本格的に販売している。予約決済機能を搭載した観光協会の英語サイトをはじめ、各種OTAや海外旅行会社等を通じて販売し、累計116回・433名の予約を獲得している(1回あたり平均単価:約63,000円)。令和6年度においても、計49回(前年度比14%増)、189名(前年度比20%増)と好調を維持しており、そのうち約77%が欧米豪地域からの参加者で占められていることから、ターゲット市場への的確なアプローチが継続できている。

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)

- ・小田原市観光協会が指定管理者として運営する小田原城天守閣、SAMURAI館、NINJA館においては、周辺施設や鉄道事業者との定期的な連絡会やプロモーション連携を強化するとともに、施設スタッフの知識・スキル向上を目的とした各種研修を実施しており、国内外で多様化する観光客の満足度向上に努めている。

- ・市内ホテル接客研修(令和6年11月5日、11月7日に実施)
- ・防災避難訓練 研修(令和6年11月10日に実施)
- ・全国城郭管理者協議会総会 視察研修(令和6年11月19日、11月20日に実施)
- ・大阪城 視察研修(令和6年12月11日に実施)
- ・城址公園及び周辺施設関係者情報交換会(以下の通り)

令和6年4月25日、5月23日、6月27日、7月25日、8月29日、9月19日、10月24日、11月28日、12月26日
令和7年1月23日、2月13日、3月25日、4月24日、5月22日、6月26日

【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)

- ・国内広報プロモーションにおいては、小田原市観光協会内に一元的なメディア窓口を設置し、即効性の高い観光誘客を図るメディア露出の獲得を戦略的に推進している。積極的な取材の誘致に加え、SNSなどのデジタル媒体を活用した継続的な情報発信や効果的な広報企画の立案により、地域の魅力を幅広く発信している。その結果、令和6年度には地上波を中心としたテレビ番組での小田原の観光関連露出が170回にのぼり、前年度比25%増という顕著な成果を上げている。
- ・デジタルプロモーションにおいては、観光協会公式ウェブサイトのSEO対策の強化およびコンテンツ更新頻度の向上に取り組んだ結果、令和6年度の年間PVは約305万PVを記録している。これはコロナ前と比較して約3倍に相当し、デジタル面での誘客力が大幅に向上している。
- ・令和6年8月に開催された、来場者約10万人を誇るシンガポール最大の旅行博「NATAS Travel Fair 2024」に出展し、現地来場者に対し、小田原の観光情報や着地型体験商品を直接プロモーションし、本市の魅力を積極的に発信した。
- ・令和6年8月、メキシコの大手旅行会社「Frikitravel」社の商品造成担当者と現地インフルエンサーを誘致し、FAMを実施した。小田原漁港のセリ市見学ツアー、小田原城忍者体験を組み込んだ結果、インフルエンサーのInstagram投稿は約2.5万件の「いいね」を獲得したほか、忍者体験を含む現地ツアー商品の販売も前向きに検討されている。
- ・令和6年11月、マレーシアの大手旅行会社「EZ n FUN Holidays」社を誘致し、FAMを実施。小田原漁港のセリ市見学ツアー、天守閣での禅体験、まち歩き、芸者体験などを通じて、ウェルネスツーリズムを軸とした商品開発支援を行っている。
- ・令和7年1月、メキシコのインフルエンサーを誘致し、小田原城主体験を紹介する動画の撮影に協力し、インフルエンサーが投稿したInstagramの動画は約7万件の「いいね」を獲得し、小田原の魅力が海外市場に向けて強力に発信している。

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。

小田原市は、市の施設や市の事業、取組を中心に情報を発信。小田原市観光協会は、各地域の店舗などの情報や、協会主催イベント、開催ツアー情報などを中心に情報発信している。相互リンクを設けるなど、双方の情報を補完しあいながら、小田原市の様々な情報を総合的、多角的に発信している。

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) <日本語> www.odawara-kankou.com <英語版HP> www.odawara-guide.com

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 checked="" 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)、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 checked="" 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。

- ・小田原城天守閣等指定管理業務は、令和5年度から5年間受託が決定している。利用料収入、器具使用料収入のほか、自主事業収入の増を図り、その収入の一部をDMOのプロモーション経費等に充当していく。
- ・旅行商品の開発・販売により収益確保を図り、まち歩き実行委員会を中心とした各種まち歩きツアーの拡充や、忍者・禅・まち歩きなどを活用した訪日外国人向け着地型体験商品の販売、富裕層向けの高付加価値ツアーの開発・販売を推進する。
- ・地域DMOとしての組織体制構築により、魅力ある組織への変革による会費収入の増を図る。
- ・小田原駅観光案内所については、機能の充実を図りつつ、継続的に運営業務を担っていく。
- ・小田原城址公園内の藤棚臨時観光バス駐車場の運営にあたっては、観光客の利便性向上に努めるとともに、自主財源の確保にも注力する。

【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。

(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

「令和7年度定時総会議案書」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	有	検証時期(有の場合)	毎年6月
検証方法(有の場合)	・事業計画、予算については、一般社団法人小田原市観光協会の理事会で承認(議決)され、会員総会で報告、承認されている。 ・決算後には、同協会監事が、書類審査、業務報告の聴取等により監査を実施し、理事会、会員総会で監査報告を行ったうえで、承認(議決)されている。 ・会計監査人を設置し、監査報告を実施している。		
外部組織等の参画者(有の場合)	【理事会】(株)いろいろ代表取締役、小田原市副市長、NPO小田原まちづくりネットワーク理事長、(株)古川取締役副社長、FM小田原(株)代表取締役、(株)ジェイコム湘南・神奈川西湘局局長、小田原市自治会総連合副会長、小田原箱根商工会議所専務理事、小田原箱根商工会議所青年部代表、小田原蒲鉾協同組合理事長、箱根登山鉄道(株)取締役社長、(株)魚國商店代表取締役、(一財)小田原市事業協会代表理事、さがみ信用金庫常勤理事総合企画部長、(一社)箱根物産連合会会長、(株)中村屋取締役会長、(株)星ヶ山代表取締役、(公財)小田原市文化財団ディレクター、(株)JSフードシステム代表取締役、(一社)小田原市観光協会 【会員】市内の観光事業者を中心とした約600会員 【監事】(株)まるだい運輸倉庫代表取締役、松本淳税理士事務所		
検証結果の公表の有無(有の場合)	有	公表方法(有の場合)	一般社団法人小田原市観光協会の定時総会議案書として配布