

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		一般社団法人こもろ観光局			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6月9日	
DMO登録区分		登録DMO		候補DMO 登録日	2016年1月19日		登録DMO 登録日	2018年7月31日
代表者	所属組織	役員	役職	理事長	氏 名	富岡 正樹		
CMO	所属組織	事務局	役職	事務局長	氏 名	森田 亨		
CFO	所属組織	総務経理部	役職	部長	氏 名	関 亜依子		
記入者 (担当者) 連絡先	所属組織	事務局	役職	事務局長	氏 名	森田 亨		
	TEL	0267-22-1234	E-mail	info@komoro-tour.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	(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・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)	合意形成の場としては、こもろ観光局の構成会員による社員総会、役員による理事会、各種協議会がこれにあたる。協議会は隣接自治体及びその観光協会、鉄道の沿線自治体及びその観光協会、浅間山を跨る自治体及びその観光協会が構成員となっている。
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)	こもろ観光局の承認・決定機関は理事会、社員総会となり、事業執行、組織運営としては、組織内の総務経理部と事業部と企画情報部による。事務局員は三つの部にまたがり構成しており、会員による部長、副部長を中心に月に1回程度の打ち合わせ会議により事業検討等を行っている。各協議会については、総会や事務局会議において必要事項の承認・決定等を行っている。
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。	6月26日に社員総会を開催、理事会は四半期ごとに4回開催(6/4、10/9、12/19、3/18)し、延べ50人が参加。各部の部長、副部長による打ち合わせ会議は月1回を基本に開催した。各協議会は基本的には総会を年1回としている。
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)	
・観光振興事業連絡会議(構成:小諸市商工観光課、小諸城址懐古園事務所、こもろ観光局各部)、月1回程度 ・まちづくり支援特別委員会(構成:小諸市、まちづくり関連事業者、こもろ観光局まちづくり支援室)、隔月1回程度 ・インバウンドプロジェクトチーム(構成:小諸市商工観光課、地域インバウンド関連事業者、こもろ観光局各部)、月1回程度 ・お人形さんめぐり実行委員会(構成:小諸市商工観光課、小諸商工会議所、りんどう会、こもろ観光局)、月1回程度	

【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)	理事として、小諸商工会議所2名(副会頭・観光委員長)、浅間・高峰観光協議会(ホテル・旅館等)、佐久浅間農業協同組合(小諸支所長)、こもろ観光ガイド協会、NPO法人小諸町並み研究会、小諸商店会連合会、小諸市金融団(4行)が参画、監事として、日本政策金融公庫(小諸支店長)、小諸市社会福祉協議会が参画している。
②宿泊事業者(旅館、ホテル 等)	理事として、浅間・高峰観光協議会が参画している他、会員に小諸市ホテル旅館業組合が参画している。
③交通事業者(鉄道、バス、タクシー 等)	理事として、しなの鉄道株式会社小諸駅長が参画している他、会員としてジェイアールバス関東株式会社小諸支店、タクシー事業者としてニュー交通有限会社、佐久小諸株式会社が参画している。
④行政	行政である小諸市とは事業進捗や必要事項検討のために月1回打ち合わせを行うこととしている。

【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. 誘客マーケティング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、地域の事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	16,574,340	14,014,381	16,734,754	14,451,981	17,483,381	13,680,594	18,149,700		18,937,380		19,126,760	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
①ー2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体	28,031	26,453	28,311	24,245	28,595	29,768	28,880		29,169		29,461	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		毎年1%増を基本目標とし、滞在時間の延長(泊数増)に向け、滞在プログラムの達成(宿泊者自らによるプログラム達成を行う)や回遊性向上に向けた仕組み開発を行い、数値向上を狙う。											
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体	70.10	47.50	70.80	47.50	71.50	48.30	72.20		72.90		73.60	
	インバウンド	1.75	0.67	2.00	1.57	2.75	未	3.50		4.25		5.00	
直近のKPI達成状況に対する分析		人口の自然減により維持、減少が前提となる中で、観光だけではない交流人口を考慮し毎年1%増を基本目標としている。宿泊施設等による自助努力を啓発しながらも、地域一体(事業者同士による協働)の魅力強化や事業活動を助長していく											
③来訪者満足度 【%】	全体	82.30	98.30	82.40	98.90	82.50	98.30	82.60		82.70		82.80	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		毎年1%増を基本目標とする。宿泊施設自体の満足度に頼らない、地域全体の満足度向上に貢献すると考えられる住民とのタッチポイント増や地域を味かう滞在プログラムの開発、エリアとして楽しめる要素づくりを進める											
④リピーター率 【%】	全体	74.50	83.40	75.20	80.10	76.00	82.80	76.80		77.50		78.30	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		リピーターを増やすことが結果的に旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度につながる重要な要素のため毎年1%増を基本目標としている。元リピーターが多い地域ではあるが、将来に向け第2ターゲットとなる若年層のリピーター獲得を目指していく。											
その他の目標													
Webサイトの アクセス状況 【回】	全体	140,400	382,800	147,400	476,600	154,800	599,200	162,600		170,700		179,200	
	インバウンド	-	-	-	-	-	-	-		-		-	
直近のKPI達成状況に対する分析		webサイトの重要性を鑑み、ここ数年でwebサイトのコンテンツ強化を図っている。日々のSNS発信に加え小誌ならではのコンテンツ情報やブログ記事を掲載していく事により、小誌への興味を増加している。web戦略の成果が出てきている。											
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。 マーケティング調査については、認知度把握も含めてこれまで7年間実施してきたが、これらの分析結果を踏まえ、戦略上、効果的な発信手法を選別したり、新たな分野における広報手法へのチャレンジも行ってきた。その結果を次年度の事業計画に反映させ、改善を繰り返してきている。なお、現状の一例として、再来訪意向が大きく下がっている30代以下、初来訪者、日帰りについては若者向けコンテンツ造成やコンテンツの充実などが考えられるが、経年での調査結果も踏まえて引き続き検討していくことが必要であると考える。													

【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。

社員総会においてマーケティング調査結果ならびにKPI数値結果について説明を行い、地域全体で共有を図り、小諸エリアのブランド化に繋げるための取り組みやインバウンドに向けた取り組みなど、地域全体での理解と連携などにより、次なる戦略に向けた足掛かりとしている。
また、インバウンドプロジェクトチームを組織し、インバウンド分野4か年計画を作成。インバウンド分野での戦略に基づいた取り組みを行う。

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	特になし

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)

サステナブルツーリズムとして二次交通体制整備としてEバイクを導入し、レンタサイクルの強化、サイクルガイド養成講座の開催などに小諸市と連携して取り組んだ。また、広域でのバスツアーを各所と連携して開催し、日本酒、ワインなどの強みを活かすとともに持続可能な観光地域としての取り組みや、唯一無二のオリジナルグッズ土産品の開発販売を行い、他との差別化を図り観光地と生き残るためのブランド化を進めた。

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)

- ・webサイトのリニューアルによるコンテンツの造成、また体験プログラムの一元管理等を進めた。
- ・MaaSによる電動カートの運行支援事業を小諸市からの受託事業として実施した。
- ・音声メディアによる観光情報発信としてVoicy音声メディアのQRコードの設置を行った、また公式VoicyチャンネルにてAIによる自動音声にて定期的に情報発信を行った。
- ・観光案内所にインフォメーションモニターを設置し、タイムリーな情報発信を行った。

(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)

KPIやマーケティング調査結果のデータや、それぞれの民間企業、事業者が持ち寄る戦略、業界動向情報等を元に、いま求められている事業(情報戦略、面的DXなど)やまとめ情報(パンフレットやwebコンテンツ含む)等の企画を広い視野で練り、それらの中から、住民向けに発信すべき情報をポイント的に流すことで、活動周知や地域に対する意識啓発を行っている。

また地元民向けの着地型旅行商品を造成し、豊かな自然や歴史文化に光を当てて、地域の観光コンテンツの魅力を再確認できるツアーを実施している。小諸城址懐古園で弓道体験(随時実施※計50回)、ダイヤモンド浅間を見に行こう!(8/24)、浅間山ボルケーノラブ活(8/3、9/23、10/20、11/4)など。

【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。

理事(会員で構成)や、各部(総務・経理部/事業部/企画情報部)および、インバウンドプロジェクトチーム、まちづくり支援室、次世代WGへの参画事業者(部長・副部長以下、全て民間事業者)内で、マーケティング調査分析からの事業戦略策定を行うと共に、年度事業と併せてKPI達成状況や、分析結果等の報告を総会などで会員向けに発信している。

また、会員事業者向けに行う季刊誌(A4両面程度)や月1回発行しているメルマガなどで各種情報をお知らせするとともに事業への参画を促している。また、市が発行する広報こもろ(全戸配布)やコミュニティテレビを使い、地域住民向けにも参加し楽しんでもらえる観光コンテンツや体験プログラムを案内している。

また小諸駅周辺のまちづくりの市や観光局の取り組みを、地域住民に広く知っていただくためのシンポジウム「まちの芽を育む 公民共創のまちづくりに向けて」(3/17)を開催しました。

【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。

KPIやマーケティング調査結果のデータや、それぞれの民間企業、事業者が持ち寄る戦略、業界動向情報等を元に、いま求められている事業(情報戦略、面的DXなど)やまとめ情報(パンフレットやwebコンテンツ含む)等の企画を広い視野で練り、それらの中から、住民向けに発信すべき情報をポイント的に流すことで、活動周知や地域に対する意識啓発を行っている。地域住民を兼ねる会員向けには、更に濃い情報発信として地域や業界の情報、マーケティング調査分析結果など、“地域”を視野に置いた事業活動を行って頂けるよう取り組み、円滑に進むよう適宜調整やアドバイスをを行っている。

【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)

・全20種類の旅行商品を企画開発、造成(浅間山ボルケーノラブ活(8/3、9/23、10/20、11/4)、ユニバーサルツリズム滝行体験(随時実施)、小諸城址懐古園で弓道体験(随時実施)、甲冑着付け体験(随時実施)など)計800名程の参加、旅行商品売上804万円。

・インバウンド向け旅行商品造成、催行

インバウンド向けにお酒飲み比べのコースや郷土料理を味わってもらうツアー造成(欧米豪向け 11/11～13 2泊3日)、(台湾向け 11/20～22 2泊3日)。

また日本文化を楽しめる「弓道体験」や「甲冑着付け体験」など様々な体験コンテンツを造成し、誘客。造成:2ツアー、8体験コンテンツ。

・「侍フォトコンテスト 小諸城秋の陣」(11/2)の開催

甲冑侍を全国から小諸城に集結してもらい、小諸城を背景に侍を撮って応募するフォトコンテストを実施。観光素材の写真の収集とともに、同日開催のフードマーケットやしなの鉄道小諸駅イベントとの相乗効果により小諸城址懐古園紅葉まつりを盛り上げ、来訪者の市内周遊に繋げることを目的として実施。応募件数:300件以上、入賞:18件

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)

来訪者の満足度アップにつながるよう、スタッフ向けの英会話教室の実施や、翻訳ツールやAIを活用した多言語対応のサイネージを観光施設に設置した。観光事業者向けに欧米豪を中心としたインバウンド向け多言語受入研修(1/22:参加人数6名、1/29:参加人数6名)を実施。また、レンタサイクルを活用した市内観光コンテンツを周遊しやすい環境づくりや、ガイド技術の向上を図った。定例会議の中で事務局や事業者同士の経験、自社の実態などを忌憚なく意見交換することで、内容やサービスの維持向上に努めている。当局としては、このような一体感を作れる場づくりや雰囲気づくりを今後も積極的に行っていく。

【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)

・公共性があり周知力が高くコストを抑えながら幅広い発信が可能なプレスリリースを活用し、小諸市のシティープロモーションと関連した情報配信を行った。
・こもろ観光局のwebサイトリニューアルによりコンテンツの造成を行うなど強化を図った。
・SNSでの継続的な情報発信を行うことにより徐々にフォロワー数は増加している。
・弱みでもある冬季の集客増を目的としインスタグラマーによる情報発信を行った。
・デジタルプラットフォーム制作による情報の一元化、スマートフォン用アプリ「Komomag」を制作、小諸市の情報の一元化を図っている。

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。
こもろ観光局の会員による企画情報部を中心に月1～2回の打ち合わせ会議を行い、小諸の魅力あるコンテンツの充実及び強化、また一元的な情報発信プロモーション等について検討を行った。

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)

こもろ観光局Webサイト <https://www.komoro-tour.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	☒	(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	☒	(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	☒
(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	☒	(e)ターゲットに即した言語※4で(a)、(b)、を満たしている	☒	(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	☐

※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】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

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直しについて、ご記入ください。

経営計画に基づき、こもろ観光局の運営、経営の改善に取り組み、組織のマネジメントや運営基盤の強化を図るとともに、収益事業強化のため、事業を絞り集中した事業展開を図ることとした。これにより持続可能な組織とするため、中長期の目標として行政運動型からバランス型、そして事業推進型への移行を目指している。
また、指定管理制度など小諸市から受託が可能な施設について検討を行い、小諸市と協議を行った。

【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。

経営計画をもとに自治体と財政支援について協議を重ねた。内容としては、経営計画において観光局の運営、経営の改善に取り組み、組織のマネジメントや運営基盤の強化を図り、収益事業の強化もあわせて図ることとした。中長期の経営方針として、行政依存型からの脱却を図り、行政運動型からバランス型、最終的には事業領域の拡大により、事業推進型への移行を目標として、自主財源の割合を具体的に数値目標として定めた。

(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

持続可能な組織に向け経営計画を基本にバランス型(自己収益と行政支援の均衡)への移行を目指し、観光地域づくりのかじ取り役として持続可能な組織を目指し、安定した組織体制の確立と、小諸市や関係機関との連携を強化していく。
会員サポート、会員増、質の高い観光案内所の運営に努め、インバウンドなど広域による連携事業も進め、収益事業としては、Eバイクを含めたレンタサイクル事業の強化、お土産品の販路拡大、食も絡めた体験プログラムの充実などに取り組み、プランディングとして、古い街並みを活かし江戸時代を中心とした歴史的プロモーションの強化、webの各コンテンツの充実を図り、SNSなどの継続的な情報発信に努めていくこととしている。

※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)	・会計監事を設置し、会計はもとより事業内容も含めて監査し年1回の総会にて監査報告を実施している		
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)	(例)DMOのHP上で公表。