

観光地域づくり法人形成・確立計画

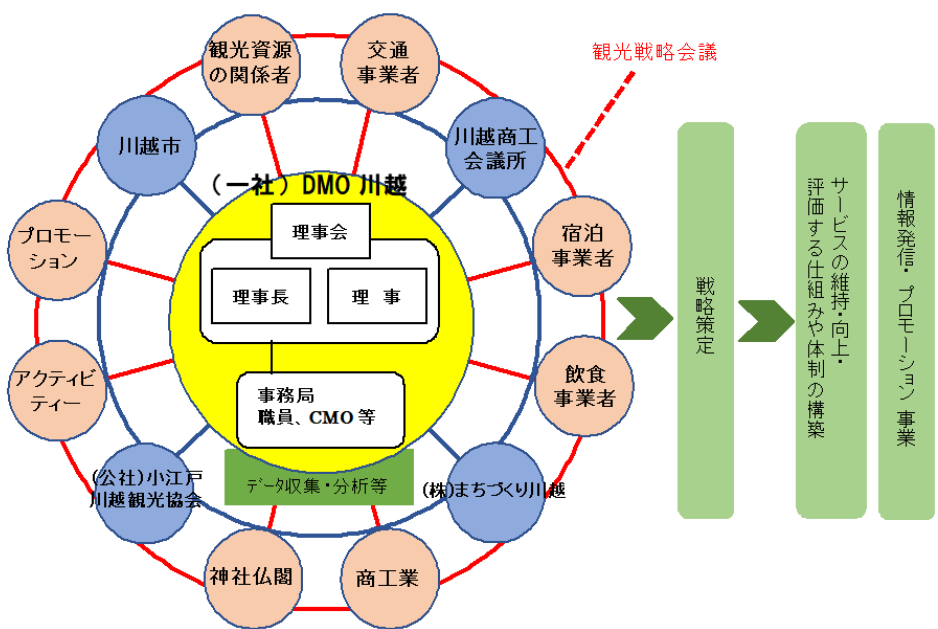
1. 観光地域づくり法人の組織

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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人 DMO川越	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	区域を構成する地方公共団体名 川越市	
所在地	埼玉県川越市	
設立時期	平成30年11月22日	
職員数	4人【常勤2人（正職員2人・出向等0人）、非常勤2人】	
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） 立原 雅夫 川越商工会議所会頭	商工会議所会頭として、地域の様々なパイプ役となっており、様々な取り組みで成果を挙げている。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー ※必ず記入すること	未定	令和3年度中に採用予定であり、現在は、当該役割の一部を担う形で、大学教授にご意見をいただいている。
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	井上 敏秀「専従」 （出身組織名） 川越市役所	川越市に34年間勤務。市役所在職時に指定管理者制度を担当していたことなどを活かし、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：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	未定	
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の責 任者（専門人材）	未定	
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	川越市総合政策部地域創生課（地方創生の推進） 産業観光部観光課（観光に係る振興計画・基盤整備・施設運営等）	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>川越商工会議所（産業振興：経済・産業活性化事業） （公社）小江戸川越観光協会（観光プロモーション事業） （株）まちづくり川越（中心市街地活性化等のまちづくり事業） 交通事業者（交通活性化事業） 宿泊事業者（宿泊活性化事業） 飲食事業者（飲食活性化事業） 商工業団体（誘客事業全般） 神社仏閣（歴史普及活用事業） アクティビティー事業者（文化普及活用事業） まつり関連団体（文化普及活用事業） 農業関連団体（農業活性化事業）</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】② （概要）観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、行政、商工会議所、文化財等の関係者が参画する観光戦略会議を本法人が令和2年12月23日に設置し、戦略策定のための原案作成及び多様な関係者の合意形成の場などとしての役割を担っていく。</p> <p>〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</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>	<p>上記の観光戦略会議（傍聴可）を年3回程度開催し、情報共有や合意形成に参画する。また、現在、作成中のホームページ等で、地域住民を含め多くの関係者へ向けた観光地域づくりの意識啓発を図っていく予定である。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>当法人の定款に定めている次の事業のうち、①については30年度から、②～④については、当該事項を担う組織である観光戦略会議を令和2年12月に立ち上げ活動に着手したところであり、⑤の一部については令和2年度末頃からの実施を見込んでいる。</p> <p>当法人の定款に定める事業</p> <p>① 観光関連の調査、分析 ② 観光戦略の策定 ③ 観光地域づくりを行う関係者の調整及び合意形成 ④ 観光客に提供するサービスの維持、向上、評価する仕組みや体制の構築 ⑤ 観光戦略に基づいた情報発信、プロモーション事業 （活動の概要）</p> <table border="1" data-bbox="464 1653 1439 1942"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td>未実施</td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td>未実施</td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	未実施	受入環境の整備	未実施
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	未実施						
受入環境の整備	未実施						

(別添) 様式 1

	<p>観光資源の 磨き上げ</p> <p>未実施</p> <p>(定量的な評価) なし</p>
<p>実施体制</p> <p>※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)。</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>(一社)DMO川越が母体となり、社員・理事会の構成員である川越市、川越商工会議所、公益社団法人小江戸川越観光協会、(株)まちづくり川越との連携を密に図りながら、観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、行政、文化財、商工業、アクティビティー、飲食事業者等の多様な関係者が参画する観光戦略会議を企画立案の場などとしての実働を図る。</p> <p>観光戦略会議については、今後、他業種のメンバーの追加も図っていく予定である。</p> <p>(実施体制図)</p>  <p>※次の団体については、今後の連携を予定している。</p> <p>まつり関連団体 (文化普及活用事業)</p> <p>農業関連団体 (農業活性化事業)</p>

2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

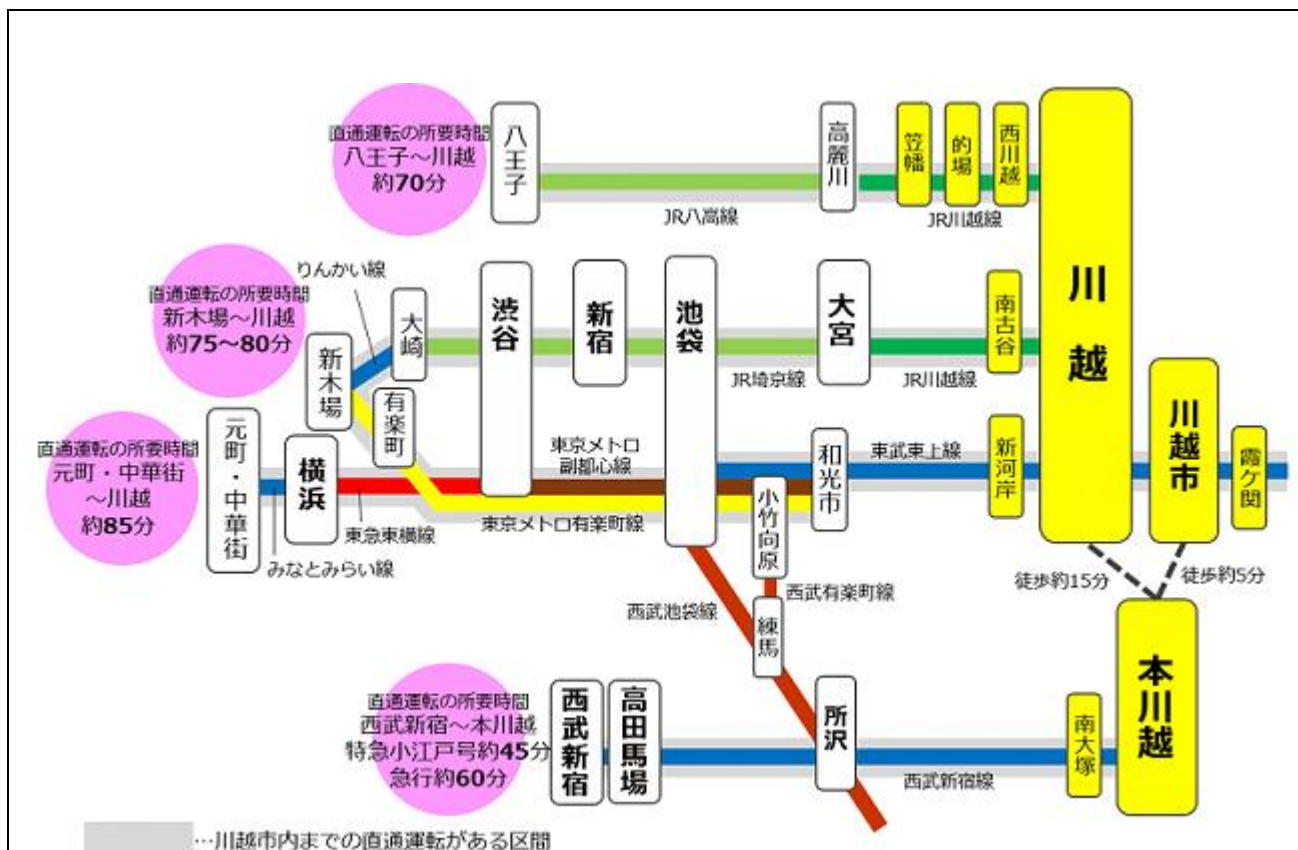
物資の集散地として栄えた川越は、農工商のバランスの取れた都市として発展し、近世から続く川越まつりをはじめとする無形民俗文化財や蔵造りをはじめとする有形文化財を数多く有し、入間川の恵みによる田園や武蔵野の風情を残す樹林に代表される自然豊かな景観など、川越ならではの自立したコミュニティを形成している。これら豊富な資源を活用し、産業間の連携を取り、地域振興を図るうえで、現在の市域を区域とするのが適切である。

【観光客の実態等】

昭和 60 年頃にも、川越まつりや喜多院の観光を中心に 200 万人程度の入り込みがあったが、平成元年から一番街の町並み整備が行われ、大河ドラマ「春日局」の放映により 350 万人となり、平成 4 年の電線類地中化等の蔵造りの町並み整備により 400 万人に迫る。この頃からテレビ取材が増え、認知度が増すとともに、平成 11 年には、中心市街地の北部域が伝統的建造物群保存地区に指定され、平成 21 年に川越を舞台とした朝ドラ「つばさ」の放映、川越氷川神社の縁結び行事の若者人気等により、令和元年には 750 万人を超える観光入込客数となっている。

【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】

- ・川越大火（明治 26 年）による焼失後に、明治初期の日本橋・京橋の蔵造りを模して、防火建築として導入した蔵造りの町並みとその後の大正期以降に建築された銀行などの洋風近代建築と、西洋館、町家を洋風デザインとした看板建築などによる町並み。
- ・古代から信仰を集めた川越氷川神社、平安期から関東天台宗の中心となった中院・喜多院、中世に起源をもつ寺院と門前など由緒ある神社仏閣
- ・川越まつり（「川越氷川祭の山車行事」としてユネスコ無形文化遺産登録）をはじめとする民俗文化財祭事と春祭り、夏祭りなどの公的機関と市民団体が主体となる実行委員会形式のイベント
- ・入間川・荒川・新河岸川、伊佐沼をはじめとする河川系の自然的景観。武蔵野の雑木林と県内有数の水田風景 ほか



JR 川越線

(東京臨海高速鉄道りんかい線、JR 埼京線、八高線と相互直通運転)

- ・大宮から川越：約 20 分
- ・新木場から川越：約 80 分
- ・八王子から川越：約 70 分

東武東上線

(東京メトロ有楽町線、副都心線、東急東横線、みなとみらい線と相互直通運転)

- ・池袋から川越：約 30 分 (急行)
- ・新木場から川越：約 75 分
- ・渋谷から川越：約 60 分
- ・横浜から川越：約 75 分 (F ライナー)
- ・元町・中華街から川越：約 85 分 (F ライナー)

西武新宿線

- ・西武新宿から本川越：約 45 分 (特急小江戸号)
- ・西武新宿から本川越：約 60 分 (急行)

車利用の場合



関越自動車道

- ・練馬 I. C. から川越 I. C. : 21.2km

中央自動車道

- ・中央高速の各 I. C. から八王子 JCT (圏央道) から川島 I. C. から国道 254 号から川越市街
または
- ・中央高速の各 I. C. から八王子 JCT (圏央道) から鶴ヶ島 JCT (関越自動車道) から川越 I. C.

首都高速

- ・首都高速埼玉大宮線・与野 I. C. から国道 17 号から国道 16 号から川越市街 : 15km

東名自動車道

- ・東名高速の各 I. C. から海老名 JCT (圏央道) から川島 I. C. から国道 254 号から川越市街
または
- ・東名高速の各 I. C. から海老名 JCT (圏央道) から鶴ヶ島 JCT (関越自動車道) から川越 I. C.

東北自動車道

- ・東北自動車道の各 I. C. から久喜白岡 JCT (圏央道) から川島 I. C. から国道 254 号から川越市街
または
- ・東北自動車道の各 I. C. から久喜白岡 JCT (圏央道) から鶴ヶ島 JCT (関越自動車道) から川越 I. C.

国道 16 号

- ・八王子から川越市街 : 36km

国道 254 号

- ・池袋から川越市街 : 32km

(別添) 様式 1

域内交通

・巡回バス

主要観光施設が多く立地する中心市街地では、バス事業者2者が巡回バスを運行し、観光客回遊のための足（一日何回でも乗降可能）になるとともに、協賛店での特典が付随するなどのサービスを展開している。車両も日本初の電気ボンネットバス（令和2年6月）の導入や天井をガラス張りにした特別車両を一部の便に採用するなど、観光客向けに趣向が施されている。

・観光タクシー

平成27年10月に、秩父に次いで埼玉県内2番目となる観光タクシードライバーの認定制度が導入され、半日程度のコースを設定したサービスが提供されている。

・自転車

公共交通を補完するとともに、中心市街地における移動手段の多様化や街なかの回遊性向上を図ることを目的に、自転車シェアリング事業が展開され、市内約40か所のサイクルステーションに約200台の電動アシスト自転車が配置されている。

また、観光レンタサイクル（定額で一日乗り放題）を実施している事業者もあり、自転車が観光客の身近な足として利用されている。

・人力車

車夫がガイドとなり、中心市街地の定番・穴場スポットを巡る新しい移動手段として、また、記念となる写真撮影のための道具としても、近年、注目をされ、10分程度に設定されたコースから3時間貸し切りなどの料金設定等で、多くの観光客の注目を集めている。

【外国人観光客への対応】

- ・9カ国語対応のパンフレット・HP対応、カテゴリー2対応の観光案内所（東武東上線及びJR川越線の川越駅、西武新宿線の本川越駅の2か所）、Wi-Fi対応、着物レンタル店の充実、ほか

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
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	川越市公式ホームページ内「観光」のトップページや小江戸川越観光協会ホームページ等を活用して実施。 なお、本DMOのホームページも令和3年3月末までに稼働する予定。
川越市観光アンケート調査（観光客への聞き取り）	観光客の基礎動態を把握するため。	主要な観光スポットに訪れた観光客に対する聞き取り調査を実施。
市民の観光への満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	市が3年に一度実施する「市民意識調査」により実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

今後、本市においても人口減少による経済規模の縮小などが懸念される一方で、大消費地である首都圏に位置することや利便性の高い交通アクセス環境などを活かし、まちづくりや川越まつりなどの行事で発揮される市民の潜在的な力を原動力として、持続可能な観光地域づくりを推進するため、DMO川越を中心として、多様な関係者による合意形成と戦略的な観光振興を図り、地域経済の発展につなげることにしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 700 万人超の観光入込客数 ・ 歴史、伝統、文化 歴史的建造物群、由緒ある神社仏閣、川越まつりをはじめとする多様な催事等 ・ 自然 田園風景、福原の平地林、伊佐沼等 ・ 地域産品 芋、川越唐棧、地酒や地ビール、うなぎ等 ・ 体験型観光 着物を着てのまち歩き、川越体験工房等 ・ 大規模催事対応施設 ウェスタ川越、ホテル等 ほか 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客の特性 観光客の滞在時間の短さ、観光客の消費額の低さ、まちなかにおける回遊性の低さ ・ 時期、時間による繁閑差 店舗の営業終了時間が早いことによる夜の賑わい不足 ・ 受入態勢 インバウンド対応 ・ 蔵造りの維持保全 ・ 主要観光地の道路事情の悪さ ほか
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏に近い立地 ・ 交通アクセスの良さ ・ 訪日外国人旅行者 ・ 知名度の上昇 オリンピックでのゴルフ競技開催、川越まつりのユネスコ無形文化遺産への登録、など ・ 鉄道各社の東南アジア各国との連携 ほか 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客数の減少懸念 ・ 他地域との競争 外国人を含む観光客招致の競争激化、東京・横浜を中心とした有名一流ホテルの存在 ・ ブランドイメージの毀損 町並み観光イメージよりも食べ歩きの街的な評価。 ほか

※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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 増加著しい外国人観光客（東アジア諸国（台湾、マレーシア、タイなど） ・ オリンピックを控え増加が予想される外国人観光客（アメリカ、欧州、豪州など）
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 鉄道会社における東アジア各国との連携もあり著しく外国人観光客が増加。 ・ 東京2020オリンピック大会のゴルフ競技開催地。
<p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 体験型観光（着物姿でまち歩き、お茶・座禅・法話等の体験）を組込む。 企画型ツアーで宿泊を伴う観光客誘致。 ・ 東京2020オリンピック大会のゴルフ競技の開催地として川越が認知されるこの機会に長期滞在型の企画型ツアーで観光客誘致。 ・ 川越まつりの際に入込数が多い欧米豪地域について、江戸・東京の伝統文化を川越に学び、遊ぶ機会を提供。

(別添) 様式 1

○ターゲット層

外国人観光客以外のターゲットについては、今後のデータ収集・分析に基づく結果に基づいて、観光関係者との調整を図ったうえで、新たなターゲット層等の設定を行う予定である。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	・ A nalyst and B rain of C oedo
②コンセプトの考え方	本市は昭和後期の町並み保存運動を契機に、平成に入ってから町の町並み整備、電線類地中化事業等によるファサード整備を推進し、首都圏内に位置する強み、恩恵を生かし、メディア等を活用しながら約四半世紀に渡って観光振興に邁進してきたが、マーケティングの視点を持って、川越を客観的かつ冷静に分析する事業及び実行する組織が欠けていた。 こうしたことから、経営感覚を持って川越にまつわるデータを収集・分析し、結果としての数字を活用しながら、戦略立案、関係者との調整を図る小江戸 (Coedo) 川越の分析家 (Analyst)、頭脳 (Blain) として機能する観光団体を目指すものである。

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
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。	市内の観光関係者が参画する観光戦略会議において、観光の現場における課題の抽出や今後の対策についての意見交換、新たな観光事業の企画立案を実施するとともに、観光関連事業者に対して川越の観光コンテンツ等の評価に対する聞き取り調査を実施する。 上記取組を行うため、年3回程度観光戦略会議を開催する。
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	「交通」、「宿泊」、「飲食」について、観光戦略会議において、おもてなしの手法や問題解決のための仕組みづくりを行うとともに、各組合等との具体的な調整の場を設ける。
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	情報発信、プロモーションについては、データ収集・分析の結果及び戦略策定に基づき、具体的な立案を行う予定であるが、マーケティング調査に基づく、収益性を伴ったプロモーション事業を検討する予定である。

※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

指標項目		2017 (H29) 年	2018 (H30) 年	2019 (R1) 年	2020 (R2) 年	2021 (R3) 年	2022 (R4) 年
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	()	36,000	36,540	37,084
	実績	27,864	28,120	33,945	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	225	252	261	270
	実績	205	198	427	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	64.0	79.1	79.2	79.3
	実績	()	()	79.0	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	51.0	52.5	53.0	54.0
	実績	48.7	50.7	53.2	()	()	()

※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

必須KPIの表の様式は、年度単位となっていたが、川越市及び本法人ともに、暦年を採用しているため、様式の「年度」を「年」に変更している。

本計画の記載時点（令和3年当初）においては、令和2年分の調査結果が未集計のため、実績については、令和元年分までの記載としている。

また、新型コロナウイルス感染症の蔓延による影響については、現時点においては一切加味していない目標値となっている。3年度の更新作業において対応する予定。

【検討の経緯】

川越市において、昭和57年以降、年間入込観光客数の統計を毎年公表し、平成17年以降は観光アンケート調査によって観光客の基礎動態等を把握している。

必須KPIの目標値については、これらの過去の実績値及び第二次川越市観光振興計画（平成28年3月策定）の目標値との整合性を図りながら設定した。

【設定にあたっての考え方】**●旅行消費額**

令和元年観光アンケート調査の実績値及び第二次川越市観光振興計画の令和2年及び7年目標値に基づいて設定した

(別添) 様式 1

●延べ宿泊者数

年間入込観光客数に宿泊率（川越市観光アンケート調査結果）を乗じて算出し、令和元年観光アンケート調査の実績値及び第二次川越市観光振興計画の令和2年及び7年目標値に基づいて設定した。

なお、当該指標の数値については、令和3年1月から本DMOが市と協力して、市内宿泊施設の調査を毎月実施することとしているため、暦年での結果が集計できた際は、観光アンケート調査にも当該調査結果を反映させることを予定している。

●来訪者満足度

平成19年観光アンケート調査を最後に満足度に関する調査を行っていなかったが、令和元年から項目を追加して統計把握を再開し、「満足した」と回答する人数から設定した。

●リピーター率

平成30年観光アンケート調査の実績値（50.7%）が、第二次川越市観光振興計画の令和2年目標値（50.0%）を上回っているが、同計画の令和7年目標値が60.0%であることから、令和2年目標値から令和4年までに1.5ポイント上昇する目標値として設定した。

(2) その他の目標

指標項目		2017 (H29) 年	2018 (H30) 年	2019 (R1) 年	2020 (R2) 年	2021 (R3) 年	2022 (R4) 年
●外国人観光客数 (単位：人)	目標	()	(279,000)	(318,000)	(360,000)	(377,000)	(394,200)
	実績	(197,000)	(279,000)	(313,000)	()	()	()

※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

KPIの表の様式は、年度単位となっていたが、川越市及び本法人ともに、暦年を採用しているため、様式の「年度」を「年」に変更している。

本計画の記載時点（令和3年当初）においては、令和2年分の調査結果が未集計のため、実績については、令和元年分までの記載としている。

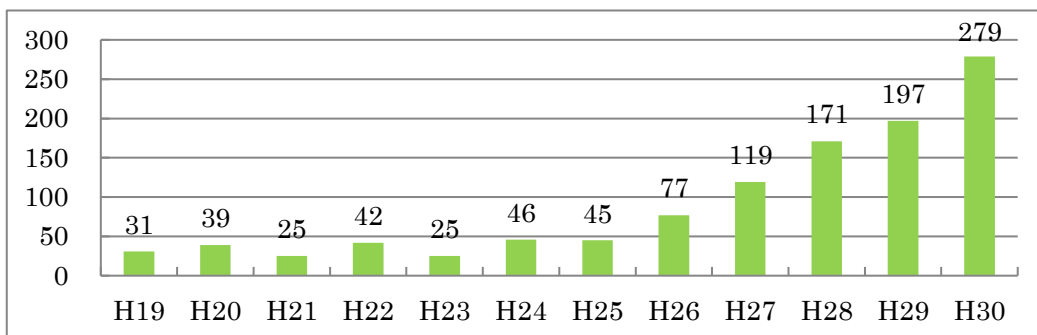
また、新型コロナウイルス感染症の蔓延による影響については、現時点においては一切加味していない目標値となっている。3年度の更新作業において対応する予定。

【検討の経緯】

訪日外国人観光客の誘致については、少子・高齢化対策の一環（補てんする役割）として、国（観光庁）の主軸たる事業であるとともに、本市の歴史的遺産及び首都圏の立地特性を活用できるものであることから、市の主たる計画（川越市総合計画、川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略）のいずれにおいても外国人観光客の誘致を目標として掲げており、DMOとしても足並みを揃えて推進すべき事業である。

なお、外国人観光客数の統計は平成19年から開始しており、リーマンショック（平成20年に起きたものが平成21年に影響）や東日本大震災（平成23年）による影響を受けたものの、近年は全体的に上昇傾向である。

(別添) 様式 1



【設定にあたっての考え方】

●外国人観光客数

平成 30 年（2018 年）の訪日外国人旅行者数は約 3,119 万人であり、観光庁は令和 2 年（2020 年）に 4,000 万人の実現を目標としていることから、目標伸び率は 1.28 である。

当市を訪れた平成 30 年外国人観光客数（27 万 9 千人）に当該目標伸び率を乗じた数値を令和 2 年の目標数値と設定し、その後の数値は、第二次川越市観光振興計画の数値目標である外国人観光客割合の約 2 倍（令和元年の目標値と実績を勘案）として設定した。

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
2017（H29） 年度	（円）	（内訳の区分例） ※内訳が明確になるように記入すること。 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等
2018（H30） 年度	28,150,889（円）	【市からの補助金】 26,838,688（円） 【受取利息】 1（円） 【設立委員会からの引継ぎ】 1,312,200（円）
2019（R1） 年度	20,811,164（円）	【市からの補助金】 20,808,459（円） 【受取利息】 261（円） 【雑収入】 2,444（円）
2020（R2） 年度	35,500,000（円） （予算ベース）	【市からの補助金】 35,500,000（円） 【受取利息】 0（円）

(別添) 様式 1

2021 (R3) 年度	23,770,000 (円) (予定)	【市からの補助金】 【市からの業務受託料】 【受取利息】	21,370,000 (円) 2,400,000 (円) 0 (円)
2022 (R4) 年度	28,070,000 (円) (予定)	【市からの補助金】 【市からの業務受託料】 【収益事業】 【受取利息】	25,370,000 (円) 2,400,000 (円) 300,000 (円) 0 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2017 (H29) 年度	(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 等
2018 (H30) 年度	26,488,542 (円)	【データ分析調査費】 24,991,200 (円) 【一般管理費】 1,270,543 (円) 【その他(工事費)】 226,799 (円)
2019 (R1) 年度	17,418,437 (円)	【データ分析調査費】 2,145,000 (円) 【一般管理費】 14,938,237 (円) 【その他(雑費)】 335,200 (円)
2020 (R2) 年度	35,500,000 (円) (予算ベース)	【調査研究費】 15,769,000 (円) 【一般管理費】 19,371,000 (円) 【その他(雑費)】 360,000 (円)
2021 (R3) 年度	23,770,000 (円) (予定)	【調査研究費】 5,080,000 (円) 【一般管理費】 18,600,000 (円) 【その他(雑費)】 90,000 (円)
2022 (R4) 年度	28,070,000 (円) (予定)	【調査研究費】 5,080,000 (円) 【一般管理費】 22,900,000 (円) 【その他(雑費)】 90,000 (円)

(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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

今後のデータ収集・分析、観光戦略会議の活動、戦略策定を踏まえ、具体的な検討を進める予定であり、現時点においては、観光施設や業務等に係る受託が候補の一つとして挙げられる。

(別添) 様式 1

なお、宿泊税については、本法人と川越市において、他自治体の事例調査等を行っている段階である。

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

川越市は、一般社団法人DMO川越を当該市における地域DMOとして登録したいので、当法人とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	井上 敏秀
担当部署名 (役職)	事務局 (事務局長)
郵便番号	350-0056
所在地	川越市松江町2-9-2
電話番号 (直通)	049-299-7401
FAX番号	049-299-7402
E-mail	inoue@dmo-kawagoe.or.jp

10. 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	川越市
担当者氏名	徳田 将史
担当部署名 (役職)	産業観光部 観光課 (主査)
郵便番号	350-8601
所在地	川越市元町1-3-1
電話番号 (直通)	049-224-5940
FAX番号	049-224-8712
E-mail	kanko@city.kawagoe.saitama.jp