

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 小豆島観光協会			記入対象期間	令和4年4月1日～令和5年6月30日	
					記入日	令和5年7月31日	
DMO登録区分	候補DMO			候補DMO 登録日	令和5年3月31日	登録DMO 登録日	
代表者	所属組織	(一社)小豆島観光協会	役職	代表理事	氏名	堀川 満弘	
CMO	所属組織	(一社)小豆島観光協会	役職	事務局長	氏名	塩出 慎吾	
CFO	所属組織	(一社)小豆島観光協会	役職	事務局長	氏名	塩出 慎吾	
記入者(担当者)	所属組織	(一社)小豆島観光協会	役職	事務局長	氏名	塩出 慎吾	
連絡先	TEL	0879-82-1775	E-mail	shiode@shodoshima.or.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 4指標とWEBサイトアクセス状況は収集している。住民満足度はこれから収集する。
	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 今年度「小豆島観光ビジョン」を初めて策定するにあたり現在設定しているコンセプトを吟味する。
	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	満たしていない 今年度「小豆島観光ビジョン」を設定する際にデータ分析結果に基づいてターゲットを明確に設定する。
	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 現在収集できたデータを基にKPIを設定しているが、上記「小豆島観光ビジョン」設定時に見直しを行う予定
	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	満たしていない 今後評価、分析を行う。
	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	満たしていない 今後見直しを行う。
[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)	満たしていない 今年度「小豆島観光集いの場」を設定し、地域住民に対し意識啓発の場を提供する。
	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	満たしていない 上記集いの場において「小豆島観光ビジョン」を共有する。
	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	満たしていない 上記集いの場において「小豆島観光ビジョン」を共有する。
	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	満たしていない 観光資源磨き上げについては小豆島観光協会がこれまでも観光庁補助金などを利用しつつ実績あり。ただ品質管理、向上、評価については未達。小豆島観光協会内に提供サービスの品質向上を目指す部会を設置する予定。
	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 令和5年4月に島内の観光関連団体が小豆島観光協会に一本化され、一元的かつ効率的なPR体制が構築された。
[4]	I	DMOが法人格を取得している	満たしている 一般社団法人
	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 代表理事
	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 専従 塩出慎吾
	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 専従 塩出慎吾
[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 小豆島町、土庄町からの補助金、会員からの会費、自主財源など
	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 さらなる自主財源の確保に向けて小豆島町、土庄町との協議を行っている。

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)	・小豆島観光協会の理事会、総会 ・小豆島観光集いの場(今後開催予定)
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)	小豆島観光協会の会員は観光産業(宿泊施設、観光施設、交通事業者)だけではなくオリーブ、醤油、そうめん、佃煮といった食品産業、農協、寺社など多種にわたっており、理事会、総会でこれら事業者との合意形成が行われている。 加えて令和5年度より「小豆島観光集いの場」を設定し、小豆島観光協会の会員ではない漁協、高校、など幅広いステークホルダーと意見交換の場を設定する。
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。	令和4年度 小豆島観光協会理事会4回(14, 13, 11, 10名)総会2回(通常総会128名, 臨時総会123名) 令和5年度 小豆島観光協会理事会1回(13名)総会1回(通常総会157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) これまでは開催されていないが、「集いの場」については年2回程度開催予定。今後インバウンド、サービス向上などの部会を設置し、機動的に施策を実施する予定。	

【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)	二十四の瞳映画村 小豆島 ふるさと村 道の駅小豆島オリーブ公園 小豆島オリーブ園 銚子溪 お猿の国 小豆島大観音 妖怪美術館 醬の郷現代美術館 マルキン醤油記念館 小豆島八十八ヶ所霊場 寒霞溪ロープウェイ 小豆島シーサイドゴルフ 【大規模ホテル】 小豆島国際ホテル、ベイリゾートホテル小豆島、オリビアン小豆島夕陽ヶ丘ホテル 【ホテル・旅館】 オーキッドホテル、島宿 真里、海音 真里、ホテルニュー海風、ホテル海盧 旭屋旅館、喜久屋旅館、大師の宿、ひとみ荘、海辺の宿 入舟、かつや、千種旅館、プチホテル サザンモースト 瀬戸内SUPリゾート碧、ひろきや旅館、お料理の宿 千鳥、ホテルたるや、、旅荘 古浜、 【ビジネスホテル】 ビジネスイン三番館、ビジネスホテル ニューポート 【民宿】 ビジネス民宿 マルセ、オアシス、小豆島三都の郷 【ユースホステル】 小豆島オリーブユースホステル 【公共の宿】 国民宿舎 小豆島、公共の宿ふるさと荘、ふるさと荘ファミリーロッジ、余島野外活動センター、オリベックスうちのみ 【ペンション】 カントリーイン・ザ・ホワイトマリーン、バエンキャトル・ウ 【ゲストハウス】 おとまり忠左衛門 吉野、ヴィラ汐音、TBTランド、Sen Guesthouse、 【キャンプ場】 小豆島オートヴィレッジYOSHIDA、小豆島ふるさと村オートキャンプ場、TBTランド当浜キャンプ場、マリンリゾート小豆島
②宿泊事業者(旅館、ホテル等)	
③交通事業者(鉄道、バス、タクシー等)	【バス・タクシー】 小豆島オリーブバス、小豆島交通、かんかけタクシー 【フェリー】 小豆島フェリー、小豆島豊島フェリー、国際両備フェリー、瀬戸内観光汽船、ジャンボフェリー 【レンタカー】 オリックスレンタカー、小豆島レンタカー(美島自動車)、小豆島観光レンタカー、エンジェルレンタカー(イシイ)、みきレンタカー(Miki Auto)、Jネットレンタカー(宮山モーターズ)、小豆島安全レンタカー、小豆島サイクルステーション
④行政	土庄町 小豆島町

(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】	2020(R2)年度		2021(R3)年度		2022(R4)年度		2023(R5)年度		2024(R6)年度		2025(R7)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		6,790		5,879	6,858	-	9,537		10,666		12,922	
	インバウンド		238		25	343	-	653		1,459		2,650	
①-2 旅行消費額 (一人当たり単価) 【円】	全体		13,568		14,105	-	-	14,320		14,560		14,700	
	インバウンド		-		-	-	-	19,620		19,920		20,100	
直近のKPI達成状況に対する分析		小豆島の旅行消費額はこれまでデータが無いため香川県のデータ(22年度はまだ未発表)を流用している。2023年度から独自調査する。											
②延べ宿泊者数 【千人泊】	全体		199		166	240	242	266		293		351	
	インバウンド		7		1	12	2	13		29		53	
直近のKPI達成状況に対する分析		宿泊施設減と人手不足による稼働率減が響き特に繁忙期の宿泊者数が頭打ち傾向。人手不足は当面解消しそうもなく、目標値を引き下げた。25年に複数の宿泊施設が稼働予定。											
③来訪者満足度 【%】	全体		-		-	80	81	81		82		83	
	インバウンド		-		-	80	-	81		82		83	
直近のKPI達成状況に対する分析		2022年度は独自調査でインバウンド客数が少なく全体のみの調査となった。2023年度以降は観光庁標準方式で調査する。											
④リピーター率 【%】	全体		-		-	50	36.6	38		39		40	
	インバウンド		-		-	2	-	2		3		4	
直近のKPI達成状況に対する分析		2022年度の調査では想定よりかなりリピーター率が低く、目標値の見直しを行った。											
その他の目標													
Webサイトの アクセス状況 【ユニークユーザ】	全体		-	505,188		-	495,438	-	725,582	800,000		900,000	
	インバウンド		-	8,739		-	7,134	-	17,486	24,000		27,000	
直近のKPI達成状況に対する分析		順調に回復傾向。多言語対応については現在はgoogle翻訳による簡易対応だが、25年に向けて英中韓については本格対応したい											
住民満足度【%】			-	-		-	-		80		81		82
直近のKPI達成状況に対する分析		これまで設定していなかったため、今期中に明確に設定する											
インバウンド比率【%】			-	3.5		-	0.5	5	0.4	5		10	
直近のKPI達成状況に対する分析		22年度は高松空港国際線再開が想定より遅くなったこともあり、大幅に未達となった。23年度は月次の数字ではおおむね達成見込み。											
映画ドラマCM撮影【本】			-	3		-	3	-	2	3		4	
直近のKPI達成状況に対する分析		順調に伸びており、2023年度既に撮影された本数だけで3本、年度内1本確定、24年度も1本確定している。											
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。													
今期初めて土庄町、小豆島町が共同で「小豆島観光ビジョン」を策定し、小豆島観光協会が事務局を務める。その際に詳細にデータを分析し、それを基に戦略策定を行う。今期よりKPI全てを調査、分析してより正確な目標値設定に努める(リピーター率はじゃらん宿泊旅行調査より)。													

【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。

これまで小豆島全体で戦略策定をしたことは無い。今期「小豆島観光ビジョン」策定にあたり、ビジョンとアクションプランを策定し、来期以降PDCAプロセスを回し、毎年評価、分析を行う。

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	小豆島町がグリーン・ディステーションズ「持続可能な観光地top100選」に2021、2022年選出 土庄町がJSTS-Dロゴマーク2022年取得

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)

●中山虫送りを続けていくための施策
 集落の人口減少により継続が困難になりつつあった伝統行事「中山の虫送り」を持続させるため、2023年度に初めて火手(たいまつ)の有料販売に踏み切った。1本3500円で販売し150本を完売、収益を警備員など人員確保にあてるとともに自治会の持ち出しもなくなり(20万円の赤字→2.5万円の黒字)、来年度以降も継続の見通しが立った。販売本数を限定することにより、駐車場が満杯になり見学できずに観光客に帰ってもらうような不便をかけることもなくなった。

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)

小豆島観光協会HPIに観光協会主催ツアー(地域限定旅行業登録)や石の島散策ツアーなどを掲載、販売、決済している。前項にある虫送りの火手販売もネットで販売、決済まで行った。
 今期観光協会会員である小豆島交通の「島めぐり観光バス」の代理販売を皮切りに、島内のアクティビティ、施設入場券などの販売を積極的に行う予定。

(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)

「小豆島観光ビジョン」を今期策定後に「小豆島観光セレモニー」を開催する。ここには島民も招き、小豆島の観光について啓発活動を行う。

【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。

今期「小豆島観光ビジョン」を策定するにあたり、冊子を作成し、上記「小豆島観光セレモニー」で紹介するほか、広く島内に配布する。

【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。

これまで4団体あった小豆島の観光関連団体が令和5年4月1日に小豆島観光協会に一本化された。これにより取り組みの不足や重複などについて小豆島観光協会内での調整が可能になった。

【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)

- 令和4年度観光業「看板商品事業」
- 漁業事業者と観光事業者を核に創る 小豆島の“新たな冬の魅力開発”事業～地中海気候とオリブブランドを活用した冬の目玉商品&観光ルートの造成～
- 令和5年度観光庁「インバウンドコンテンツ造成」
- 島唯一の閑散期である冬季を、全体で誘客を進めるための地域消費額向上施策(食コンテンツ強化・インバウンド受入整備・観光DX”小豆島パス”開発)
- 令和4年度四国運輸局「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」
- 小豆島におけるガストロノミーを活用したサステナブルな観光コンテンツ・ツアー造成事業
- 令和4年度
- 香川県「魅力ある観光コンテンツ造成支援事業補助金」
- 令和4年度英語ガイド養成&英語散策ツアー造成、令和5年度地域ガイド養成&ツアー
- ロケ地巡りバスツアー開催(「八日目の蝉、Arc」)
- 小豆島観光マップ多言語対応(日・英・簡体・繁体・ハングル)
- GTFSデータ作成により、バス時刻表をgoogle map他に掲載

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)

- インバウンド客対応英語講座(今年度開催予定)
- じゃらん遊び・体験に体験プログラムを掲載するためのサポート(石割体験、美術館貸切体験など)

【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)

- これまで4団体あった観光関連団体を一本化することにより、観光に関する問い合わせ先が統一された
- SNSによる情報発信(facebook, twitter, instagram)
- 観光案内所(オリブナビ)環境整備: 英語・中国語が話せる職員の採用、イベントパンフレットの積極的な掲示・配布
- 島外の観光案内所、ホテル、フェリー乗り場などに積極的にパンフレットを送付

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。

島外へのイベント出展について、積極的に加わるようになった。今後は人員の拡充に伴い、小豆島観光協会が主体となってイベント出展を行う形にしていく。また、ネットの情報提供やパンフレット制作なども体制を整えながら小豆島観光協会に集約を進めていく予定。

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)

<https://shodoshima.or.jp/>

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 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 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。

旅行商品の造成、販売に力を入れている。特にインバウンドについては英語ガイドを養成し、地域限定旅行業登録を活かして独自ツアーの販売を予定している。

【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。

土庄町、小豆島町の両町長と2か月に1回定期的な報告会を行っており、その場で自主財源の確保について相談をしている。

(5) その他特記事項

海と山の豊かな自然、歴史・文化的な奥深さを息長くアピールするため、フィルムコミッション活動を積極的に行っている。これまでの実績もあり、今期は既に映画撮影2本、ドラマ撮影1本、CM撮影1本が決定し、来期も映画撮影1本が決定している。今後も関連イベントに出展するなどしてフィルムコミッション自体のPR活動を推進していく。

4. 次年度(次期)の事業計画の概要

事業計画を添付します。

※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)	小豆島観光協会の事業について毎年監査が行われ、それを6月に総会にて公表している。今後は「集いの場」にてこれら情報を公表予定。		
外部組織等の参画者(有の場合)	小豆島観光協会の監事		
検証結果の公表の有無(有の場合)	有	公表方法(有の場合)	DMOのHP上で公表。