

(一社)八ヶ岳ツーリズムマネジメント関係

資料3-3-1 (一社)八ヶ岳ツーリズムマネジメント提出資料

資料3-3-2 DMOの取組状況に関する調査 回答

資料3-3-3 日本版DMO形成・確立計画

八ヶ岳観光圏の概要

<ブランド・コンセプト>

1,000mの天空リゾート八ヶ岳 ～澄みきった自分に還る場所～

日本の中央にそびえる三つのアルプスと八ヶ岳が創る美しいブルーに彩られた天空。その澄んだ天空の下に広がる標高差1,000mの自然と人が息づく立体空間。人々が繰り返し訪れ、この澄みきった天空の世界に身をゆだね、澄んだ目と良い耳を取り戻し、自分で自分を満たす。リセット（Reset）、リフレッシュ（Refresh）、リボーン（Re・born）。それが1,000mの天空リゾート八ヶ岳の世界、そして、私たち八ヶ岳人がこれからも守りつづける心です。

観光圏区域及びDMO登録状況

観光圏区域	山梨県北杜市、長野県富士見町・原村
観光圏認定年度	平成22年度
主たる滞在促進地区	JR小海線沿線
日本版DMO登録状況	地域連携DMO(平成29年11月28日登録)
日本版DMO登録法人 (観光地域づくりプラットフォーム)	一般社団法人 八ヶ岳ツーリズムマネジメント

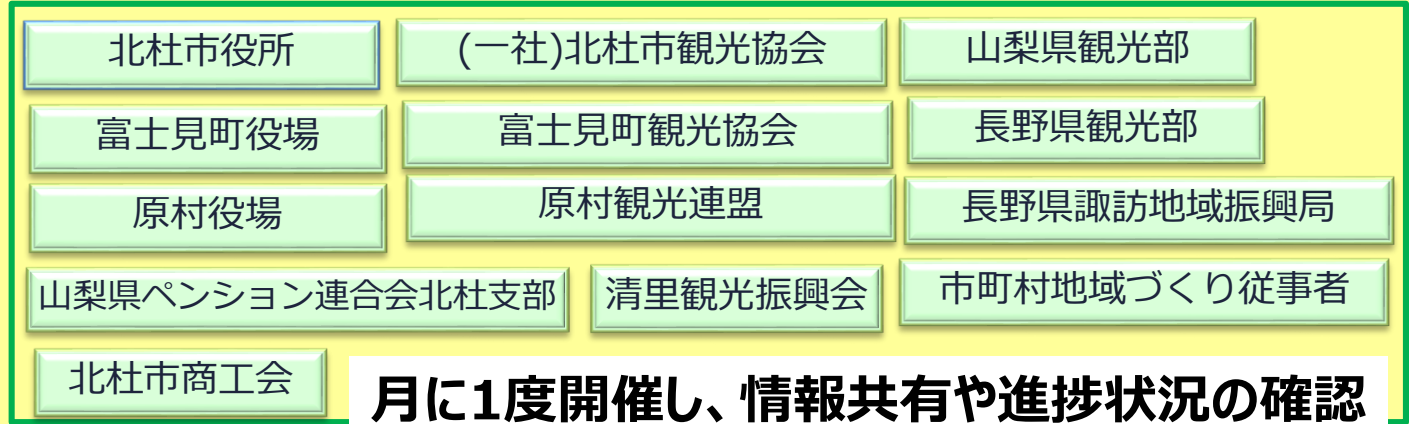
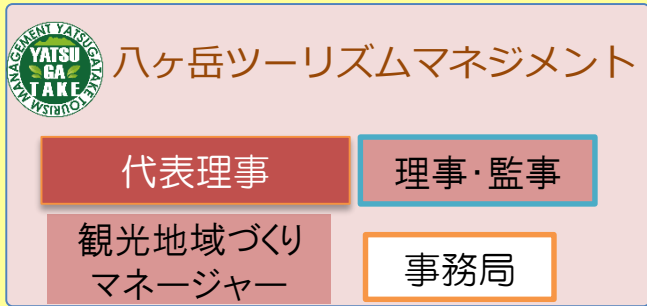


多様な関係者による参画体制と役割

主要メンバーによる合意形成の場や、地域住民の参画の場を作り、多様な関係者で取り組む

《ケース1》

定例戦略会議



《ケース2》

観光地域づくりMGによるWS



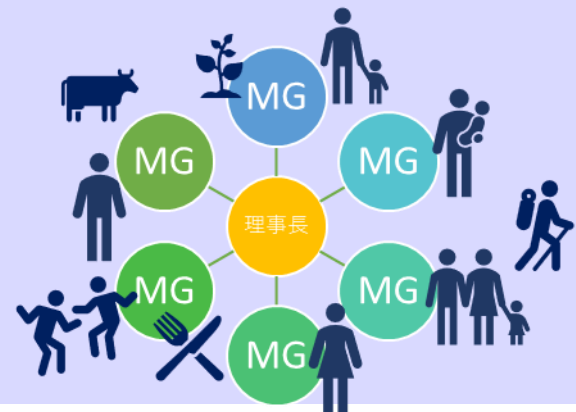
小林理事長

観光地域づくりMGへレクチャー



観光地域づくりMG

多様な分野の地域住民へ

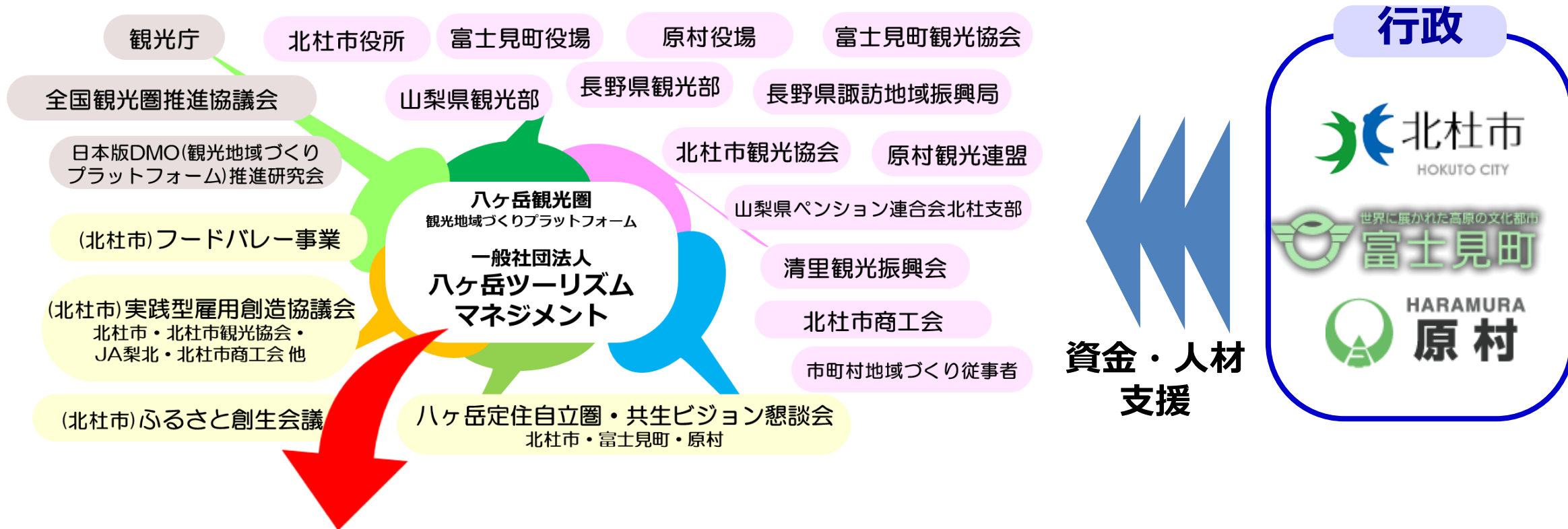


多様な地域住民の巻き込み

八ヶ岳ツーリズムマネジメントと行政との役割分担～概要～

DMO：様々な団体と連携・情報共有し、事業への参画・推進を行う。

行政：DMOへ人材と資金の支援。事業の実施はDMO。バックアップ体制。



事業計画・実施・KPI設定・PDCA・国との連絡窓口

八ヶ岳ツーリズムマネジメントと行政との役割分担～一例～

行政にしかできない・行政だからできる役割

《ケース1》



DMOがBookを作成



教育委員会・校長会を通じ、
小学校4～6年生にBookを配布



《ケース2》

八ヶ岳定住自立圏

平成27年7月:北杜市を中心市として、八ヶ岳観光圏の3市町村が
『八ヶ岳定住自立圏』を形成
同年8月:「八ヶ岳定住自立圏共生ビジョン」を制定

向こう5年間の八ヶ岳定住自立圏人口ビジョンに取り組む

中心市

人口概ね5万人以上
昼夜間人口比率1以上
北杜市人口 48,135人
人口比率 1.007
(H22の国勢調査でクリア)

(北杜市)



～協定に基づく相互連携～

- 1) 中心市の機能の積極的活用
- 2) 権利・負担関係の明確化
- 3) 圏域意識や地域の誇りの醸成

近隣市町村

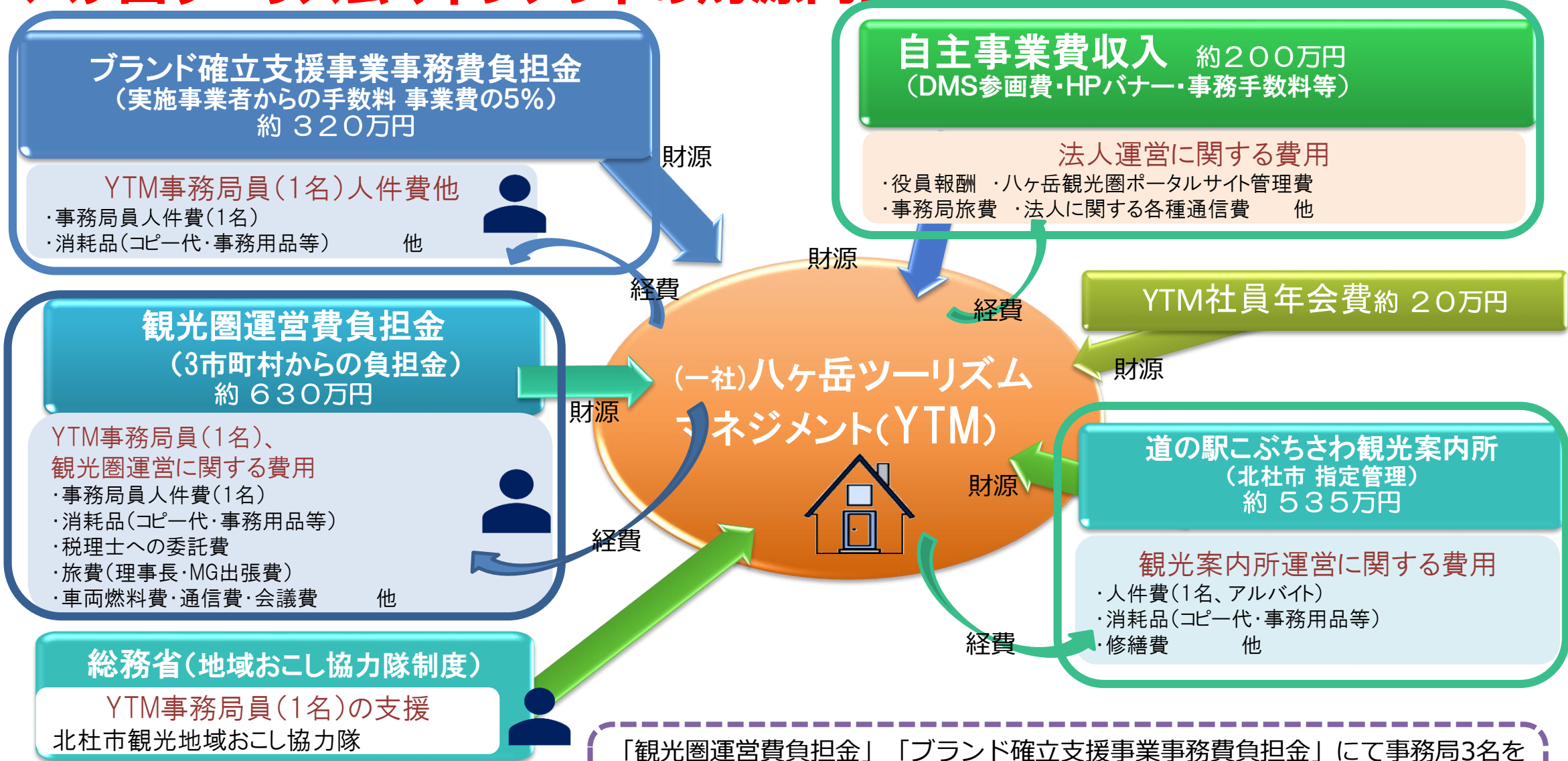
経済・社会・文化、住民生活等において関係の深い近隣市町村

(富士見町)
(原村)

観光圏エリア = 定住自立圏エリア となっている地域は八ヶ岳のみ

八ヶ岳ツーリズムマネジメントの財源内訳

～概要～



平成30年度版

「観光圏運営費負担金」「ブランド確立支援事業事務費負担金」にて事務局3名を雇い、消耗品等の観光圏運営のための経費としている。
一般管理費・事業費・人件費を除くと約60万円が社内留保となる。

DMOの取組状況に関する調査に対する回答

DMOの名称	一般社団法人 ハケ岳ツーリズムマネジメント		
対象区域	山梨県北杜市・長野県諏訪郡富士見町・長野県諏訪郡原村		
所在地	山梨県北杜市高根町清里3545-5-4559		
設立日	平成22年4月9日	区分(該当に○)	広域連携 ○地域連携 地域

<質問項目①>

・対象区域の自治体等が策定した観光振興計画(当該地域の観光振興を目的として策定された計画であって、観光振興をその内容の一部とする計画・ビジョン等を含む)がありますか。当該計画において、DMOは具体的にどのような役割を担うこととされていますか。

<回答>

【ハケ岳定住自立圏共生ビジョン】

[定住自立圏の将来像]

北杜市、富士見町及び原村において安心して暮らせる地域として「ハケ岳定住自立圏」を形成し、構成市町村が互いに連携・協力しながら役割分担をして生活機能の充実や経済基盤の強化を図るとともに、行政と圏域の住民や団体等が協働して圏域の自然、歴史、文化を再考し、その魅力を活かし、高めていくことが必要。

また、公共サービスに対する住民ニーズが高度化、多様化、複雑化しており、自主的かつ持続可能な行政運営も求められる。

このことから、圏域の地域経済を活性化させるとともに、地方分権にふさわしい安定した社会空間を創出することで、安全安心な生活を送れる社会の現実を目指し、誰もが住み続けたいと思える魅力あふれる圏域を創造する。

さらに、圏域からの人口流失を食い止めるとともに、三大都市圏の住民に対し、それぞれのライフステージやライフスタイルに応じた居住の選択肢を提供することで、圏域への人の流れを創出していく。

共生ビジョンにおけるDMOの具体的役割（「ハケ岳定住自立圏共生ビジョン」に下記項目が明記され、DMOの役割が期待されている。）

①ハケ岳観光圏支援事業

取組内容：観光振興による圏域の活性化を図るため、ハケ岳観光圏事業を拡充し、国内外からの観光誘客に取り組む。広域観光ルートの設定やインバウンド対策事業等、ハケ岳観光圏事業の拡充に取り組む。

事業概要：「住んでよし、訪れてよし」の選ばれる観光地域づくりを目指し、(一社)ハケ岳ツーリズムマネジメントへ支援を行う。また、人材育成や地域資源の発掘・磨き上げ、観光客へのニーズ対応等を同法人と連携して実施することにより、質及び価値の向上を行い誘客を図る。

事業効果：ハケ岳観光圏エリアへの観光誘客及び観光消費額の増加が図られる。

②2次交通整備事業

事業概要：バス等の2次交通の整備や支援により、エリア内の交通網を充実させ、住民や観光客等の利便性の向上を図る。

事業効果：エリアへの観光誘客及び観光消費額の増加が図られる。また、整備により利便性が向上し、移住定住が促進される。

【第2次北杜市総合計画】

観光の振興主要施策

①特色ある観光資源の活用

美しい山岳景観に加え、国蝶オオムラサキの生息数、ミネラルウォーター生産量、日照時間が日本一と言われており、自然環境に恵まれた文字通り「山紫水明」後を誇る本市の魅力伝えるため、資源を磨き上げるとともに新たな資源を発掘するなど、各種事業に取り組みます。

②ハケ岳観光圏の推進

ハケ岳観光圏による長野県富士見町、原村との連携を強化する中で、観光誘客に向けた事業に取り組めます。また、日本版DMOの取組への支援を行います。

③南アルプスユネスコエコパークを活用した観光の振興

南アルプスユネスコエコパークへの登録を機に、ユネスコエコパーク関係団体との連携を強化する中で、豊かな地域資源を活用した観光の誘客に向けた事業に取り組めます。

④世界に誇る「水の山」の推進

「世界に誇る「水の山」宣言を活かし、国内外に向けて水の資源としての価値を周知しながら、ブランド構築等に努める。

⑤受け入れ体制の充実

観光地の整備や充実を図るとともに、観光関係者と連携した受け入れ体制の整備や、観光客が再び訪れるように安全・安心で快適な観光地づくりを行います。

また、東京オリンピック・パラリンピックが開催されることから、外国人観光客に対応した情報発信や受け入れ体制の整備を推進します。

【総合戦略に係る事業】

事業名：ハケ岳観光圏事業との連携

KPI 観光入り込み客数 目標H31年 451万人

①取組内容

ハケ岳観光圏域における日本版DMOである(一社)ハケ岳ツーリズムマネジメントを支援するとともに、観光庁の新たな支援である「訪日外国人旅行者周遊促進事業」を活用し特に訪日外国人旅行者への情報発信及び受入環境の整備に重点を置き、圏域事業者間等で一層、合意形成を図りながら推進していく。

②事業名：観光客の誘客促進、多言語パンフレットの作成、DMOの整備・活用、教育旅行受け入れ体制の整備・活用、市民ガイドマニュアルの作成・活用、観光事業者のレベルアップ

②取組内容

北杜市版「指さしアプリ」の掲載情報の充実とナビゲーションシステムとの連携を図る。

台湾・香港で発行される女性向け冊子に、観光資源の情報やイベント情報等を掲載し、誘客プロモーションを行う。

訪日外国人旅行者の調査を見据えたアンケート調査機能を構築するなど、ハケ岳DMSの機能及び内容の充実を図っていく。

パンフレットやプロモーション映像を活用して、引き続き教育旅行の誘客を図る。

観光地域づくりマネージャーによるワークショップを開催し、観光を通じた地方創生を地域が一体となって取り組めるよう意識の向上を図っていく。

【第5次富士見町総合計画】

ハケ岳観光圏整備事業を進めます。

戦略的な具体的事業 ブランド観光圏の認定を生かし、観光圏エリアの事業者、行政が連携してハケ岳ならではの宿泊滞在プログラムを企画提供することにより、圏域内の誘客、滞在時間の増加を目指します。

【富士見町 まち・ひと・しごと創生総合戦略】

広域連携による観光産業の環境整備 具体的事業 ①諏訪地方観光連盟との連携事業②観光ネットワーク形成・商品造成連携事業③DMO組織運営支援事業④観光資源活用による宿泊滞在プログラム企画事業⑤外国人受入環境整備事業⑥観光地二次交通対策事業⑦ハケ岳観光圏整備事業

【第5次原村総合計画】

【第4節】産業振興による魅力・活力のある村づくり具体的政策 日本版DMOの研究(観光村づくり)重点政策②地域資源を活用した滞在モデルコースの提案・PR③各施設のイベントなどの連携による活性化推進④観光ガイドの育成⑤情報ネットワークの構築による総合案内機能の充実やWiFiによるk観光情報発信⑥ホームページによる観光情報発信⑦観光拠点の整備⑧魅力的な観光づくりの継続

【第4項】広域連携による観光振興 ①観光推進体制の充

実②観光交通利用対策

<質問項目②>

・対象区域の自治体等における地域自らを客観的に把握するための基礎的な取組(宿泊統計等各種統計や多言語案内等の受入環境の整備等)について、DMOの立場からどのようにご覧になっていますか。自治体等に期待する点、改善点等があれば具体的にお聞かせください。

<回答>

・対象地域での宿泊統計等各種統計の一部はDMO事業として行っている。また、多言語案内等の受け入れ環境整備等についても、毎年、対象地域の行政の代役となって地域住民や事業者の要望をヒアリングを行い、それに基づいた取り組みを行政と一体となって事業計を作成し行政の観光主要政策と照らし合わせながら事業を推進している。なお、事業の役割分担は行動指標や成果指標をしっかりと執行管理するには行政では厳しいところがあるので、事業の舵取りなどのマネジメントはDMOが担い、それに伴う支援(金銭や人員)を行政が担う役割がしっかりと構築されている。このようなことから、行政への期待や改善点は見当たらないのが地域の現状と考えている。これにより、今後はDMO法人が重点に置くことは、地域の住民や事業者さらには行政の期待を裏切らない地域の舵取り役として任務を果たすことが肝要かと捉えている。

<質問項目③>

・観光協会や商工会議所等既存組織とDMOの行う事務・事業との役割分担が明確になされていますか。また、観光協会をベースとして発足したDMOの場合、どのような段取りで現在の組織・事業内容に至ったのか、これまでの観光協会の事務・事業と異なる点は具体的にどのようなものかをお聞かせください。

<回答>

①観光協会の役割 北杜市・富士見町・原村の観光協会や観光連盟は主に観光案内所の運営委託業務・国内来訪客プロモーションやそれぞれ地域イベントの開催など既存の観光に関する事業の役割を担っている。
②商工会の役割 行政と一体となって地域を活性化する目的は一致しているが、商工会は主に商工会会員を対象として地域の経済循環を高めていく補助事業やセミナーや経営指導が主な事業内容となっている。
・これにより、地域住民や観光・農業・商業・料飲業等の多様な産業の事業者との合意形成を行いながら国内外、特に訪日外国人の来訪客に重点をおいた交流人口を増やし豊かな地域づくりを目指すことを主眼とした地域の観光地経営の舵取り役であるDMO組織とは自ずと担う役割が明確となっている。しかしながら、上記組織とは、重複する事業も当然のごとくあるが、もとより強固な連携が醸成されており、場面場面に応じて、それぞれ事業をお互いに補完しつつ豊かな地域になるように地域全体で取り組んでいる。

<質問項目④>

・貴DMOが地域で果たすべき役割・仕事について、現在の役割・仕事の内容と、今後必要になってくるだろうとお考えの役割・仕事内容をお聞かせください。

<回答>

・現在の地域づくりにおいては、官民連携や広域連携が不可欠であり、その事業を取りまとめ推進する母体である、観光地域づくりプラットフォームや日本版DMO法人も重要な組織として機能することが求められている。多様な関係者の巻き込みを主眼とし、多くの団体や住民が集い、地域のあるべき姿に向かって観光により地域課題を解決する方策を平場で議論し、取り組む仕組みが機能している。また、地域づくり事業の成果を導くため、事業の意義や成果などを客観的なデータに基づいて常に明確に整理や提示を行い、データの継続的な収集やそれに基づく戦略の策定、KPIの設定、PDCAサイクルの確立を行う。さらには行動指針と成果指標の策定も必須となることから、事務局・観光地域づくりマネージャー、さらには行政の担当職員と日々PDCAを回しながら事業の執行管理を行っている。
・このようなことから、これらの要素をしっかりと兼ね備えている日本版DMO組織は観光地経営の「かじ取り役」となって、住民が自ら誇れる地域となる地域づくり事業を執行するとともに、官民連携のもと国内外の来訪者を地域一体となって誘客する仕組みを構築し、地域全体の利益を向上させることも大きな役割と考えている。

<質問項目⑤-1>

・対象区域内で観光振興に関する多様な主体間の調整が必要となった場合、その合意形成プロセスにおいて、DMOはどのような役割を果たしていますか。例えば、自治体の観光部局以外との連携をDMOが担っているか、宿泊事業者、観光施設事業者などの民間事業者との連携をどのように行っているか等についてできる限り具体的な取組事例をお聞かせください。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

・合意形成とは、利害関係者を含む様々な主体や団体が、取り組み内容とその実施について方向性の一致を図ることである。また、会議等で行政と地域住民等か顔を合わせ、交流を図り、コミュニケーションを通して、価値観や考え方の差異に対する相互理解を深めることである。合意形成は言葉で表すと簡単であるが、多くの文献にもあるように、「実際に実施するのは非常に難しい」ものである。そこで、当プラットフォームにおいては、観光圏が毎年行なっている年40以上の観光地域づくり事業を通じて、地域の目指すべき方向の合意形成を常に図っている。具体的には、当法人の理事や観光地域づくりマネージャー、観光・商工・農業・宿泊事業者を事業チームの執行責任者として配属させ、その事業チームに行政など関係する地域のキーパーソンを配した事業推進の組織体制を構築し、月に1度、各事業のKPI達成に向けた進捗状況をチェックする会議を開催している。また、この推進組織には、実際に事業を推進する実行委員会組織も複数関与することから、数多くのステークホルダーや地域住民を巻き込んだ合意形成に繋がっている。このような合意形成の手法が当プラットフォームの特徴であり、この事業推進組織体制がなければ、今後の観光地域づくりの取り組みは上辺だけの事業になると捉えている。

※別紙、合意形成資料参照

<質問項目⑤-2>

・DMOの活動を地域で認知していただくための具体的な取組についてお聞かせください。特に地域住民や資金の提供元の団体(自治体、会員等)に対する説明や対話はどのように行っていますか。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

【事業を介しての取り組み】ハケ岳DMOでは、座学での啓蒙はもとより、住民から出た意見等を参考に事業を立案しているため、事業のステークホルダーを中心にした住民を巻き込んだ地域一体となった事業を介してDMOの取り組みを認知していただくよう取り組んでいる。また、現在の地域づくりの推進には、官民連携や広域連携も不可欠であることから、諸々の地域協議会との連携を密にして多様な事業者に対しての認知にも取り組んでいる。なお、幅広い地域住や事業者によるDMOの活動を認知いただくために取り組んでいる代表的な身近な事業2例は次の通りである。

①ハケ岳観光圏の独自の価値である『1000mの立体空間』を住民や来訪者が再認識するために、観光業者はもとより飲食店・コンビニ・ガソリンスタンド・商工業者に対し、商工会や観光協会を通じて、自らが標高を記入できる標高シート(A4)を送付して、受付カウンターや店舗の入り口に掲示する取り組み。[参考:29年度、圏内標高シート送付実績が3000箇所となっているが掲示は概ね2000箇所となっている。]

②小学生・中学生の意識啓蒙を図ることも重要であることから、圏域の歴史・文化・自然・教育・農業の日本一をまとめた子供用おもてなしブックを作成し、3市町村の校長会を通じて、小学校高学年全員に配布する。また、中学校や各図書館にも配布し、若い世代への地域の素晴らしさを発信する取り組みを継続して行い、多世代にわたる地域住民が一体となった取り組み。

【地域人材を介しての取り組み】地域住民や地域コミュニティに対して、各観光地域づくりマネージャー自らが、日本版DMOの取組や歴史・自然・文化等資源を伝えるワークショップを合計40回以上行い、地域住民への認知を図るとともに、誇るべく地域資源の意識啓蒙・合意形成を積極的に図っている。

【マスメディアを介しての取り組み】広くDMOの取り組みを地域住民に認知していただくには地元を代表するマスメディア(テレビ・新聞)等に定期的に事業の取り組みを記事掲載いただくことも有効である。そのような中、ここ数年、弊社は年間約20を超える地域づくり事業をテレビ・新聞等で取り上げていただいております。圏域内は勿論のこと圏域外についても、認知度は飛躍的に浸透してきている。

【ICTを介しての取り組み】現在のICT環境をして、ハケ岳エリアの情報発信のポータルサイトとは別にDMO事業に特化した自社ホームページやFacebookファンページを作成し、リアルタイムに事業内容や結果等を更新して、圏域内外の認知に取り組んでいる。

【定例会議や地域協議会を介しての取り組み】観光圏として、密に連携している協議会はハケ岳定住自立圏共生ビジョン懇話会や雇用創造協議会を始めとする以下の協議会と連携し、それぞれの協議会の関係者を通じてDMOの認知に取り組んでいる。具体的に連携している協議会の代表者等に観光圏が主体となっているブランド観光地域戦略会議や専門部会並びに個別事業会議に参加いただき、作成する事務局が議事録等は会議の参加者が必ず関係団体に共有いただきDMOの活動を認知していただく取り組みを行っている。

<質問項目⑤-3>

・対象区域にある他の「広域連携DMO」、「地域連携DMO」、「地域DMO」と事務・事業の重複等がないように具体的な調整をどのように行っていますか、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

・対象区域にあるDMO登録法人は「地域連携DMO」であるやまなし観光推進機構、長野県観光機構である。現在のところこれら山梨県、長野県のDMOとは重複する事業はないので調整はしていない。しかしながら、毎月定例でハケ岳DMOが主催する会議には関係者が毎月出席し、各DMOの取り組みの情報交換や地域課題の共有を図っている。また、各県の観光入り込み動態調査などは県の地域連携DMOより情報共有している。また、現在のところハケ岳圏域として県の地域連DMOへの課題は見当たらない。

<質問項目⑥-1>

・地域がDMOを通じて実現しようとしているビジネスモデル(旅行者の体験・滞在により地域の経済循環を生み出す仕組み)は具体的にどのようなものでしょうか。KPIはどのような考え方で設定し、どのように活用していますか。また、観光庁に届け出ているKPIのほか、独自で設定しているものがあれば、具体的にお聞かせください。

<回答>

・観光圏の要件である、2泊3日の滞在や地域内の周遊を促進するべく、国内外に誇れる地域になるよう、9年間様々な取り組みを地域住民と一緒に考え、実施している。地域全体が潤うビジネスモデルを多様な関係者とともに考え、DMOが中心となり様々な事業を行っている。具体的な取り組みとしては、周遊滞在を促すための地域資源を生かした国内外に通じる、四季を通じた滞在プログラム(星空・スノーシュー・セグウェイ・登山・農業体験・宿泊者専用地域共通クーポン券)の創出やブラッシュアップを行っている。
なお、KPIでは消費額を設定し、地域内の消費額増を図るべく、来訪者周遊促進・滞在促進の仕組みや、地産地消を促進する仕組みをつくっている。その他、閑散期対策事業など、年間を通じた経済循環促進の事業に取り組んでいる。

<質問項目⑥-2>

・ビジネスモデルが来訪者の経験価値向上を高めるための具体的な取組みにまで落とし込まれていますか。取組主体、取組内容、スケジュール、評価等の一連のプロセスについてDMOが全体を把握できる仕組みとなっていますか。

<回答>

・事業を推進するには当然のごとく、PDCAサイクルを重要視し、特に「Check/評価」と「Action/改善」に注視し、アウトプット/活動指標とアウトカム(成果)指標の効果測定を重要視している。当然、この指標を達成することで地域経済の活性化ははかれるので、定例で観光圏での実施事業を管理し評価する仕組みを現在、開催している観光圏戦略会議や個別事業会議にさらに明確に位置づけ、事業中途でも収集したデータに基づいて頻繁にPDCAサイクルを行い、年度当初に策定した全ての事業での指標の達成を目指す仕組みを構築している。

〔具体的には取組概要〕

①観光地域づくり戦略会議(広域周遊観光促進事業全体会議)

・現在、観光地域づくりの専門家を招請して開催している戦略会議は(「観光圏地域づくりプラットフォーム理事」・「観光地域づくりマネージャー」・「各地域の観光協会や農業・商工・宿泊に関係する諸団体」「運輸局」「山梨県」「長野県」「観光圏構成3市町村」)の代表並びに担当者で構成し毎月、個別事業のPDCAサイクルを実行するために、それぞれの事業責任者が執行状況を報告している。それにより、浮き彫りになった課題をプラットフォーム全体で改善を図るなど、事業管理や評価及び改善を行っている。

②専門部会

高齢化する国内来訪者や順調に増加する訪日外国人来訪者の移動の手段が地方の観光地では大きな課題となっている。八ヶ岳観光圏では訪日外国人の受け入れ環境にもソフト面とハード面で国の政策とまだ乖離がある。これらの地域の課題をしっかりと事業管理、評価及び改善を定期的に意識共有するため、専門家を招請し、地域の関係事業者および地域に住む外国人と一緒に意識啓発と合意形成の推進を測りながら事業全体を把握している。

<質問項目⑥-3>

・ビジネスモデルの構築、実行に際して、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

・少子高齢化で国内旅行者の消費額が鈍化する中、さらなる交流人口増加を図るべく、訪日外国人の取り組みに注力する必要がある。そこで八ヶ岳地域においてもDMOが中心となって訪日外国人の受け入れ環境整備(滞在プログラム・トイレ整備やサイン等)やwebプロモーションさらには現地プロモーションを地域の在住する外国人をDMO組織の一員として巻き込み外国人目線で諸々の事業に取り組んでいる。その中での訪日外国人受け入れ環境で直面している課題と留意事項は次の事項となっている。なお、訪日外国人の消費額を増やすには周遊による宿泊滞在が最も有効と考えいることから、課題や留意事項には危機感を持って取り組んでいる。

【課題・二次交通】 訪日外国人来訪客の多くの方はジャパンレールパスを利用して日本国内を周遊している。この現状で、駅から観光圏のエリア内を周遊するための二次交通については、一部の区間のバスを利用できるが、滞在プログラムを体験する場所へのアクセスなど、全体としては周遊には適さない状況にあり、ルート別タクシーの運行等も含め検討をしているが、タクシー業者と調整がつかない現状にある。

また、観光圏内の二次交通の整備と、観光フリーパス等の利用しやすいチケットの導入についても検討を行っている。なお、上記課題を段階的に改善すべく、JR、タクシー、バス、レンタカー等の交通事業者および八ヶ岳観光圏関係者と意見交換を行い、来訪客にとって効果的・効率的なアクセス整備を検討しているところではあるが、地域として具体的な解決策が見出せない状況である。また、レンタカーの使用についても検討しているが、道路幅や山岳路等運転による安全面から躊躇しているのが現状である。

【留意事項:空間形成/景観保持】八ヶ岳エリアの独自の価値である生活圏のある1,000mの立体空間は、朝・昼・夜とで姿を変える時間軸、リレーション(2シーズンが同居)する立体軸、山頂から低地まで1,000mの標高差を肌で感じることができる空間軸で構成されています。幾重にも重なり合うテラスのように裾野から山まで広がる大地が、この時間軸と空間軸に躍動する景観の変化や多様な自然の恵みを立体的に体感できる非常に景観の優れた地域でもある。

この幾重にも重なり合う立体空間“1,000mの天空リゾート”であることを来訪者や住民に体感していただくため、地域住民が主体となり、観光地域づくりマネージャーや行政、多様な団体と連携し、歴史や文化や自然環境を活かした空間形成の取り組みが必要と考えている。

これにより、今後も引き続き、絶景スポットや草木や湧水、溪流など自然の恵みに触れられ、天空から降り注ぐ星空など、1,000mの標高差が織り成す自然の恵みや八ヶ岳ならではの歴史を最も感じることができる地域から、空間形成を順次着手し、八ヶ岳観光圏のコンセプトである「1,000mの天空リゾート八ヶ岳～澄みきった自分に還る場所～」を確立し、国内外来訪者の広域周遊観光の拠点となるように、本年度から外国人有識者を招いて、訪日外国人を含めた来訪者の方々に再来訪意識と紹介意識が高まる総合満足度が高い“住んでよし、訪れてよし”の観光地域づくりをビジネスモデル構築の主眼として、取り組んでいきたい。

<質問項目⑦-1>

・DMOの財源や人材の確保についての現在の具体的な取組状況をお聞かせください。その際、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてもお聞かせください。

<回答>

【財源確保】 主に①構成市町村からの負担金②事務費負担金(事業費の5%を実施事業者より預かる)③指定管理料(観光案内所)④自主事業収入⑤社員年会費となっている。

【人材確保】 事務局員は3名中2名が上記①②より人件費を賄い、1名は地域おこし協力隊である。また、役員は④僅かな役員報酬(理事会出席時の交通費相当の費用弁済)のみであり、(代表理事を含む)観光地域づくりマネージャー12名は無償で(地域が豊かになれば自ずと自らの企業の収益が上がるとの高い意識)、地域づくりに尽力している。

なお、①②③の収入源に関しては、税金および民間の貴重な収入から成るため、年度末に残った残額は僅かでも、精算し返金している。

【課題と今後の取り組み】 今後はさらなる安定した財源・人材確保と事務局スタッフの給与面を含めた待遇改善を目指し、現在の自主事業以外に本来のDMOが稼ぐことにより地域が豊かになる事業(例:ふるさと納税事務局)を請け負うなどして、自主財源にゆとりを持たせることにより、今まで以上に事務局スタッフが継続して就業できる環境を整備するなどして、安定した事務局組織を目指す。

※別紙、財源資料参照

<質問項目⑦-2>

・DMOの財源をはじめとする経営資源のあり方はどのようにあるべきとお考えですか。予算制約がないと仮定した場合の理想と現状との対比という形でできる限り具体的にお聞かせください。

<回答>

・DMO本体が稼ぐという考え方もある一方、八ヶ岳は【地域全体が潤うための組織】として取り組んでいる。自社の収益よりも、地域全体の“稼ぐ力”の向上を目指しているため、(人件費を含む)運営費の確保が課題のひとつ。 ※「地域が必要とする組織」であれば、課題は解決するとう考えのもと、その仕組み(持続可能な運営の仕組み)づくりに取り組んでいる

<質問項目⑦-3>

・DMOの財源確保の観点で、国や自治体に求める役割や機能をどのように考えていらっしゃいますか。具体的にお聞かせください。

<回答>

・DMOは観光地経営における地域の舵取り役と定義づけられていると認識している。それゆえに、今後の地方再生計画は行政の意見や民間の有力企業の意見ではなく地域住民の声を生かした地域づくりを推進するものであるべきと捉えている。そこで、地域住民の意見を参考にした地域づくりや来訪者周遊促進の政策を行政と一体となって策定するとともにその事業の行動指標や成果指標をしっかり管理するDMOは地方再生にはなくてはならない組織と考えている。ことから、今後、国の求められる要件(世界水準DMO)を備えているDMO組織には、国と行政が一体となって人件費についても補助いただきたいと考えている。また、現在、候補法人・登録法人が200法人を超えているが、毎年、提出が義務付けられている、成果報告書の内容を吟味し候補法人や登録法人に相応しいか否かの判断を下すことも必要と感じている。そのことにより、よりDMOによる地方再生が図れると考えている。

(別添) 様式 1

日本版 DMO 形成・確立計画

1. 日本版 DMO の組織

申請区分	地域連携 DMO	
日本版 DMO 候補法人の名称	(一社) 八ヶ岳ツーリズムマネジメント	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	山梨県北杜市・長野県諏訪郡富士見町・長野県諏訪郡原村	
所在地	山梨県北杜市高根町清里 3545-4559	
設立時期	平成 22 年 4 月 6 日	
職員数	3 (4) 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	小林 昭治 八ヶ岳ツーリズムマネジメント代表理事 八ヶ岳観光圏整備推進協議会 代表 全国観光圏推進協議会 会長 日本版 DMO 推進研究会 会長 観光地域づくり MG (所属) 株式会社清里丘の公園 代表取締役	平成 22 年 4 月、国土交通省から認定された八ヶ岳観光圏の法定協議会である観光圏整備推進協議会代表者に任命され、観光圏が行なう事業の創出並びに運営を行う。官民、地域間、既存団体との壁を取り除く調整に尽力し、八ヶ岳観光圏の代表として、骨身を惜しまず地域づくりに取り組む。 平成 25 年度からはブランド確立支援事業の採択を受け、八ヶ岳観光圏のプラットフォームとして、更なる地域連携・合意形成のもと、様々な事業の統括責任者として、全体をマネジメントしている。 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに一貫して取組み、現在は、八ヶ岳定住自立圏共生ビジョン懇談会の委員を始め、様々な方面での委員に選ばれ、意見を求められる地域の中核的存在となっている。
各種データの分析・収集等 (マーケティング) の責任者 (専門人材) 必ず記入すること	松尾あさみ (専従 : 事務局) 八ヶ岳ツーリズムマネジメント 石川 高明 八ヶ岳ツーリズムマネジメント理事 / 観光地域づくり MG / 山岳ガイド / 長野県原村観光連盟副会長 中村 洋平 八ヶ岳ツーリズムマネジメント理事 / 観光地域づくり MG / 合同会社ヤツガタケシゴトン 代表 / 長野県原村観光連盟副会長	都内の広告代理店の営業職としてエリアプロモーションを学んだ後、北杜市地域おこし協力隊として観光圏事業に携わる。任期満了後は八ヶ岳ツーリズムマネジメントの職員として、事業推進・各事業の進行管理を始め、エリア内外の連絡調整等を行う。 星空のイルミネーション in 原村の立ち上げ等、年間を通じての観光地域づくりに携わる。山岳ガイドとして圏域内外で活躍し、来訪者のニーズを把握。また、スイスでの観光業 (ガイド) の経験を活かし、インバウンド事業にも積極的に取り組む。日経ビジネススクールのマーケティングを受講しており、八ヶ岳観光圏の品質管理部会の部会長を務める。 民間企業にて、年間 2000 万 PV 以上のサイト構築・運営、大手サイトの構築に携わる。その他、東京大学生産研究所等のエネルギーモニタリング関連の web システム開発や農産物の EC サイトを運営する等、データの収集・分析の経験と知識も豊富である。

(別添)様式1

	<p>徳山 修弘 八ヶ岳ツーリズムマネジメント理事 / 徳山デザインオフィス 代表</p> <p>雨宮 伊織 観光地域づくり MG / 株式会社ビュー代表取締役 / (一社)富士見町 IT 推進協会代表</p>	<p>デザイナー。八ヶ岳天空博覧会を始めとしたパンフレット・HPを手掛け、28年度には「八ヶ岳DMS」を構築。八ヶ岳観光圏全体のWEB構築に携わる。</p> <p>Webディレクターとして長年企業・大学・自治体サイトの企画・構築、運用サポートを担当。富士見町に移住後、地方自治体や中小企業の情報発信のプランニング・サイト構築・研修会などを手がけ、「地方の情報発信」に軸足を置いた活動を展開している。</p>
<p>滞在プログラムの造成・販売/宿泊滞在促進(専門人材)</p>	<p>小林 勉 八ヶ岳ツーリズムマネジメント副理事長 / NPO 法人清里観光振興会会長 / 観光地域づくり MG / ゲストハウスブルーイングリーンオーナー</p> <p>藤田 然 観光地域づくり MG / 富士見高原リゾート(株)営業企画室マネージャー</p> <p>中村洋平</p> <p>赤羽成美(専従:事務局) 八ヶ岳ツーリズムマネジメント</p>	<p>NPO清里観光振興会会長であり、清里を中心とした観光振興に大きく尽力。ゲストハウスのオーナーとして経営・おもてなしをする一方で、「八ヶ岳アウトドアアクティビティーズ」を立ち上げ、地域資源を生かした滞在プログラムの造成・販売に携わる。宿泊魅力向上事業を始め、観光地域づくりマネージャーとして、空間形成事業等の様々な事業を地域とともに推進。</p> <p>富士見町の創造の森を中心フィールドとして日本初の大規模なユニバーサルフェスを開催(企画・立案)。ユニバーサルフィールドの推進に尽力。</p> <p>(前述)</p> <p>大手旅行会社に勤務し、日本各地の旅行商品販売を手がける。29年3月より八ヶ岳ツーリズムマネジメント事務局として、ツアー造成・販売に関する事業支援を行う。国内旅行業務取扱管理者。</p>
<p>プロモーション web/ 広告/PR (専門人材)</p>	<p>金丸 滋(専門人材) 八ヶ岳ツーリズムマネジメント副理事長 / 観光地域づくり MG / (株)アルプス常務取締役</p> <p>中村洋平 雨宮 伊織 徳山 修弘</p> <p>成田英幸(専従:事務局) 八ヶ岳ツーリズムマネジメント</p>	<p>エリア内の道の駅や直売所、温泉施設等を始めとした観光施設の指定管理を受託する企業を中心として、エリアへの全体的な企画・プロモーションを手掛ける。幅広い人脈も生かし、エリアへの誘客に尽力。</p> <p>(前述) (前述) (前述)</p> <p>都内の新聞社・広告写真スタジオ等に勤務し、ポータルサイトの運営、記事・広告制作に携わる。29年1月より、八ヶ岳ツーリズムマネジメント事務局として、八ヶ岳DMS、八ヶ岳天空博覧会ホームページ、八ヶ岳ツーリズムマネジメントIRサイト等を運営管理して</p>

(別添)様式1

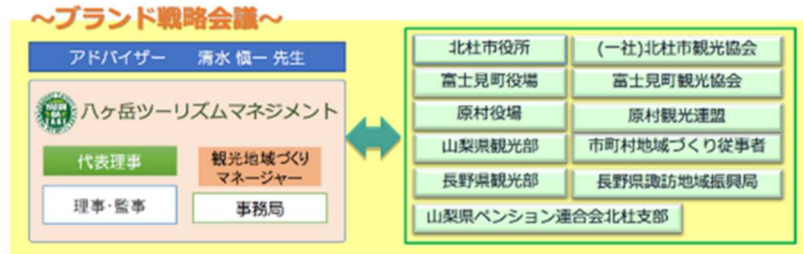
		いる。
インバウンド事業 (専門人材)	小野光一 八ヶ岳ツーリズムマネ ジメント理事/金精軒 製菓(株)代表取締役 石川 高明	八ヶ岳インバウンド協議会会長。観光庁発行のガイド ブック「日本でしかできない101のこと」にも選ば れた老舗和菓子屋(所在地:日本の道百選「台ヶ原宿」) の代表を務める。地域における日本の文化・歴史の知 識も豊富。 (前述)
地域住民意識啓発 (専門人材)	五味愛美 五味五感企画主宰/観 光地域づくりマネー ジャー/婚活 de 八ヶ岳 推進委員会/エフエム 八ヶ岳パーソナリティ ー 小野 光一 金丸 滋	公益財団法人キープ協会にて、環境教育分野など10 人から5万人規模のイベントマネジメントに携わる。 2011年より婚活 de 八ヶ岳推進委員会を設立し、地域 のポテンシャルを生かした体験型婚活イベントを企 画運営。2012年に自然体験や地域文化を発信するイ ベントを提供。帝京学園短期大学非常勤講師。 (前述) (前述)
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>山梨県観光部(観光資源課)</u> ➤ <u>イベント・プロモーション</u> ➤ <u>長野県観光部(観光誘客課)</u> ➤ <u>イベント・プロモーション</u> ➤ <u>北杜市産業観光部観光課(観光振興担当)</u> ➤ <u>DMO 候補法人運営補助/社会資本整備/事業運営サポート/圏内行政事務局 /イベント・プロモーション</u> ➤ <u>富士見町産業課商工観光係</u> ➤ <u>DMO 候補法人運営補助/社会資本整備/事業運営サポート/イベント・プロ モーション</u> ➤ <u>原村商工観光課商工観光係</u> ➤ <u>DMO 候補法人運営補助//社会資本整備/事業運営サポート/イベント・プロ モーション</u> 	
連携する事業者名及 び役割	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>観光イベント・プロモーション・情報発信</u> (一社)北杜市観光協会、富士見町観光協会、原村観光連盟 ➤ <u>情報共有・情報発信</u> 長野県諏訪地域振興局・北杜市商工会・富士見町商工会・原村商工会 ➤ <u>情報共有・情報発信・空間形成</u> NPO 清里観光振興会、 ➤ <u>情報共有・情報発信・宿泊魅力向上</u> 山梨県ペンション組合北杜支部、八ヶ岳南麓やとわれ支配人会、富士見町ペ ンションヴィレッジ、原村観光連盟 ➤ <u>滞在プログラム造成・販売</u> (一社)八ヶ岳アウトドアアクティビティーズ ➤ <u>二次交通</u> 二次交通検討委員会(JR 八王子支社・JR 長野支社・圏内二次交通バス運行 事業者・圏内二次交通バス運営実行員会等)・山梨交通/山交タウンコーチ・ 山梨県タクシー協会峡北交通圏 ➤ <u>セミナーの実施・地域づくり(雇用創出)</u> 北杜市雇用創造協議会 ➤ <u>その他各分野</u> 北杜市フードバレー協議会(食)、八ヶ岳温泉協議会(温泉) 	

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

▶官民出席の定例会議の開催（ブランド戦略会議）

当法人の理事、行政、観光協会等の諸団体、観光地域づくりマネージャーの主要メンバーが一同に集い、観光圏のブランド確立に向けて話し合う会議を定期的（年10回）に開催。専門家を招き、国の動向等も踏まえたアドバイスも頂いている。

コンセプトに基づき、戦略検討、情報共有、方向性の確認等、“地域としての合意形成”のための重要な場として、毎回25名程度が集まり議論している。



国の観光動向や情報の共有、各部会の進捗状況確認(事業の執行管理)、KPI確認等



定期的な会議で、情報共有・合意形成により連携の醸成を図る

▶観光地域づくりマネージャーによる合意形成への取組

当法人の代表理事からの推薦のもと、ハケ岳観光圏から選出された人材が、観光庁の一定の研修を受け認定される「観光地域づくりマネージャー」。地域内の橋渡し役や事業遂行責任者として、中核的に活躍している。

ハケ岳観光圏では、それぞれ専門分野が異なる多種多様な人材が揃い、得意分野での事業責任者として、代表理事より任命されている。各観光地域づくりマネージャーは、「観光地域づくりマネージャーによるワークショップ」で、それぞれのコミュニティに対しての住民意識啓発やハケ岳観光圏の取組に対しての理解を深める取組みを任せている。また、観光地域づくりマネージャー同士のミーティングも実施し、チーム力を高めている。

(ハケ岳観光圏では、現在下記10名の観光地域づくりマネージャーが活躍)

氏名	地域	事業	担当	所属団体	役職
小林 昭治	北杜市	全体事業総括	ブランド戦略	駒清里丘の公園	代表取締役
小林 勉	北杜市	宿泊魅力向上	滞在プログラム企画	(一社)ハケ岳ツーリズム	代表理事
金丸 滋	北杜市	品質管理	マーケティング調査・情報戦略・発信担当	NPO 清里観光振興会	会長/ブルーインググリーンオーナー
小野 光一	北杜市	インバウンド	地域住民意識啓発事業担当	(一社)ハケ岳ツーリズム	副理事長
河原田 敬美	北杜市	マーケティング調査	情報戦略・発信	關アルプス	常務取締役
石川 高明	原村	インバウンド	品質管理	(一社)ハケ岳ツーリズム	副理事長
藤田 然	富士見町	宿泊魅力向上	担当	金精軒製菓	代表取締役
中村 洋平	原村	マーケティング調査	情報戦略・発信	(一社)ハケ岳ツーリズム	理事
雨宮 伊織	富士見町	マーケティング調査	情報戦略・発信	關セラヴィリゾート	泉郷不動産事業本部長
五味 愛美	北杜市	住民意識啓発	滞在プログラム企画担当	(一社)ハケ岳ツーリズム	監事
				原村観光連盟	副会長/山岳ガイド
				(一社)ハケ岳ツーリズム	個人社員
				富士見高原リゾート	営業企画室室長
				(一社)ハケ岳ツーリズム	企業社員
				原村観光連盟	副会長/合同会社ヤツガケシゴト
				(一社)ハケ岳ツーリズム	個人社員
				株式会社	代表取締役/富士見町IT推進協議会
				(一社)ハケ岳ツーリズム	個人社員
				五味五郎企画主催	南活 de ハケ岳推進委員会
				(一社)ハケ岳ツーリズム	個人社員

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

▶事業を通じた合意形成

年間 40 前後の事業を実施し、それぞれの事業を通じ合意形成を図っている。八ヶ岳ブランド確立に向けての各事業は、分野毎に担当観光地域づくりマネージャーが中心となり、当法人の理事や行政担当者とともに、官民が連携しながら進めている。担当分野は、年度当初の会議によりメンバーを決めている。また、各種実行委員会やワークショップを開催(年間 50 回以上)し、“平場の会議”でも合意形成に取り組んでいる。それらの会議が意識啓発にも繋がり、また、これまで関りのなかった住民同士の交流の場にもなり、地域活性にもつながっている。地域住民を巻き込み、地域全体で“地域にとって必要”な地域づくりを行っている。

ブランド戦略	地域住民意識啓発	滞在プログラム企画	インバウンド	情報戦略・ICT	マーケティング調査・品質管理	宿泊魅力向上	単独事業
地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	地域づくりマネージャー YTM理事 行政担当者	民間事業者 行政担当者 実行委員会
実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実施共同事業者
八ヶ岳圏域外誘客プロモーション ブランド戦略検討事業 全国観光圏推進協議会 MGシニアアップ研修 全国観光圏推進協議会 推進事業(シンポジウム開催)	(二次交通文科学) 専門家によるWS 観光地域づくりマネージャーによるWS 天空八ヶ岳の文化啓発音楽フェス 台ヶ原空間形成ワークショップ 子供向け郷土学習・意識啓発専用冊子作成	・天空リゾートを歩いて体感! ・白根の天空リゾートを歩いて体感! ・ペンションオーナーと星空観望&収穫体験!! ・天空の駆けろ八ヶ岳サイクリングプラン ・天空の空と大地を体感!! ・天空の洞で体感するカヤック&サップ ・天空八ヶ岳の歴史を巡る八ヶ岳の機軸	・インバウンド受入環境専門家によるワークショップ ・ホームページの多言語化対応(インバウンド受け入れ環境整備) ・インバウンド誘致事業(モデルルート造成・ファミトリップ・意識調査)	・「天空博覧会」プロモーション事業 ・ホームページの多言語化対応(インバウンド受け入れ環境整備)	食のブランド化確立事業 ・UNDISCOVERED JAPAN(サクラクオリティ) ・全国観光圏推進協議会推進事業(来訪者満足度調査)	・八ヶ岳寒いほどお得フェア ・八ヶ岳新そばめぐりと温泉めぐり	・天空八ヶ岳馬の祭典事業 ・天空リゾート地域資源情報発信事業 ・天空八ヶ岳共通クーポン発行事業 ・清里地域冬期周遊バス実証実験 ・録音リゾートバス天空周遊バス実証実験 ・天空リゾートス
その他含め、全35事業(滞在プログラム含め43事業)を推進(H29年度)							

(例1)「観光地域づくりマネージャーによるワークショップ」では、観光地域づくりマネージャーが地域住民を対象にワークショップを開催し、八ヶ岳観光圏の取組や意見交換・情報共有等を行っている。
(例2)「台ヶ原空間形成ワークショップ」では、台ヶ原地区の住民が集う機会を設け、意見を出し合い、地域に適した空間形成について、議論し、合意形成を図っている。

法人のこれまでの活動実績

【多様な関係者の合意形成】

(活動の概要)

▶観光地域づくりマネージャーによるワークショップ
「観光地域づくりマネージャー」は、各自のコミュニティやそれぞれの繋がりのある地域住民に対して、八ヶ岳観光圏の取組や、方向性等を伝えるワークショップを開催。また、ワークショップ内で出た意見等を事業に活かすこともある。

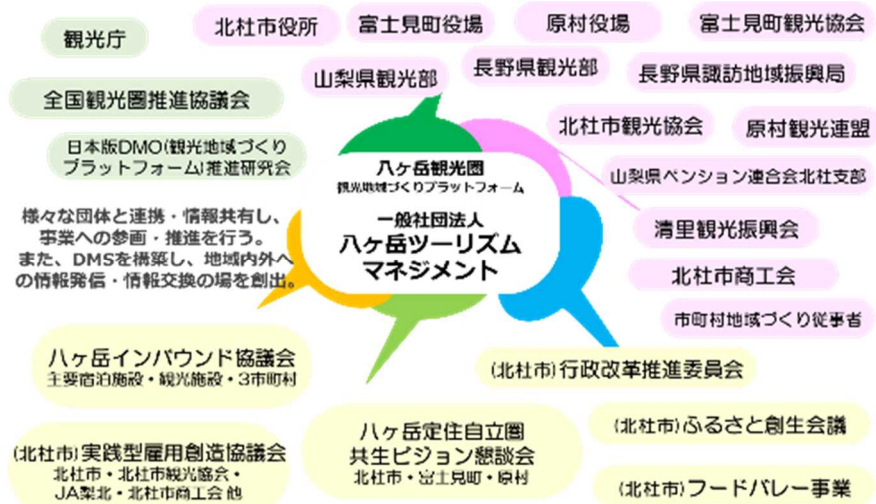


(定量的な評価)

▶「プラットフォーム」の確立

様々な合意形成の取組を長年続けてきたことにより、地域内外との連携の窓口(プラットフォーム)となっている。
地域内においては、北杜市を中心とした様々な協議会・実行委員会(八ヶ岳定住自立圏共生ビジョン懇談会、北杜市雇用創造協議会、北杜市フードバレー協議会、ふるさと創生会議等)の委員への推薦・依頼があり、各種会議等に代表理事が出席し、情報共有や戦略策定等に参画している。
また、地域外においては、国や民間企業や大学等、様々な分野の窓口となり、地域に必要な事業推進につなげている。

下記イメージ図



【各種データ等の継続的な取集・分析】

▶来訪者満足度調査 (活動の概要)

圏内の観光施設(対面聞き取り調査)及び宿泊施設(留め置き調査)にて、来訪客に対してのアンケート調査・滞在プログラムの参加者への満足度調査、その他必要な情報の収集・調査・分析を行う。



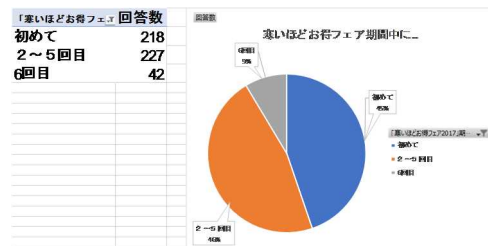
(定量的な評価)

対面聞き取り調査は、観光地域づくりマネージャーを中心とする当法人の理事並びに行政担当職員で実施することにより、会話を通じて来訪客による圏内への真の評価が得られ、来訪者のニーズの把握にもつながっている。また、その場での観光情報の問合せにも対応ができ、周遊促進にもつながっている。調査結果は、地域で共有し、事業推進や戦略策定等において活用されている。

▶各種事業(イベント)でのデータ集計

「八ヶ岳寒いほどお得フェア」や「八ヶ岳そばと温泉めぐり」等、当法人が中心となり開催しているイベントに関しては、紙やWEBによるアンケートを実施し、利用者の属性や、そのイベントがどれだけ誘客効果があったのか、等を測っている。

また、その結果は次年度の事業内容に活かしたり、地域としてのマーケティングデータとして活用している。



【ブランドの管理・維持】

➤Undiscovered Japan (全国観光圏事業)

(活動の概要)

インバウンド向けのブランド「Undiscovered Japan」を、全国13の観光圏が一体となり、質の高いプログラム等を提供・情報発信。コンセプトに沿った内容で、八ヶ岳観光圏ならではの滞在プランを作成・情報発信している。

(定量的な評価)

「Undiscovered Japan」サイトへのリンクがJALの海外向けサイトに貼られる等、海外への発信力を高めている。また、共通の企画やツール作成により、ブランド力が高まり、単独で実施するよりも費用対効果も高く効率的である。

➤食の流通システム(地産地消・食のブランド化)

地域の飲食・宿泊施設がインターネットを通じて八ヶ岳の食材を購入出来る仕組みを構築。同時に、農家が自分で作った野菜や農作物の情報を提供し、マッチング。情報を一元化し、地域内の各地域に出荷・集荷専用倉庫を設置し物流システムを整備。地産地消を促進する。



飲食・宿泊施設が「顔の見える農家」から安心・安全な食材を購入することができ、地域全体としても、八ヶ岳の美味しい野菜を全体で提供できるようになる。

また、北杜市フードバレー協議会の連携も密にし、食のツーリズムの構築にも取り組んでいる。

【プロモーション】

➤八ヶ岳おもてなし Book (インナープロモーション/意識啓発)

(活動の概要)

地域の子ども向けの意識啓発のための冊子「おもてなしブック」を作成・配布(地域内の小学校高学年に配布、中学校・図書館等に設置)し、地域の魅力を再認識してもらうきっかけを創出した。圏域内の様々な地域資源や、八ヶ岳観光圏の独自の価値「1,000mの標高差」を紹介。総合等の授業でも活用して頂いている。



(定量的な評価)

小学校の授業で活用されたり、子どもたちの自由研究等に活用され、自分の地域(行政単位)を越え、八ヶ岳観光圏の魅力発見や地域への愛着を深めるツールとして役立っている。

➤1,000mの立体空間を表す「標高サイン」の制作(インナープロモーション)

(活動の概要)

八ヶ岳独自の価値「1,000mの立体空間」を来訪者・地域住民が体感できる仕組みとして、「標高サイン」(標高を記入する共通のシート)を制作。商工会等を通じて地域の事業者・施設等に配布。海外の標高比較(中国の蓮花峰等)や英語表記を取り入れ、インバウンドにも対応。



(定量的な評価)

現在では圏域内の 2,000 を超える箇所で「標高サイン」が掲示されている。ひと目でその場の標高が確認でき、短時間で標高差を移動できる地域であることを実感できる。

【その他各種事業】

▶インバウンド

インバウンドに関する様々な事業に取り組んでいる。(下記一例)

外国人向け(特に FIT)のモデルルートを作成し、実際に外国人の方に巡ってもらおう。また、その際の様子を映像にし、プロモーション等に活用。また、インバウンド推進ワークショップを開催し、地域内に住む外国人の方の意見も伺いながら、より適した事業推進に向け話し合いを行う。



▶講演・視察対応

(活動の概要)

「観光地域づくり」や「DMO」についての具体的な取組内容に興味を持って頂いた各都道府県や市町村の行政、団体等からの問合せがあり、代表理事が講演・視察等に対応。

(定量的な評価)

年々、講演・視察依頼が増えており、八ヶ岳観光圏の取組を紹介する機会が増えている。JICAを始めとした視察受け入れによって、地域の観光資源の発信や、八ヶ岳観光圏の取組および連携状況の紹介につながっている。

全国自治体政策研究交流会(講演)



JICA(視察)



実施体制

(実施体制の概要)

八ヶ岳ブランド確立に向けての各事業は、分野毎に担当観光地域づくりマネージャーが中心となり、官民が連携しながら進めている。

ブランド戦略	地域住民意識啓発	滞在プログラム企画	インバウンド	情報戦略・ICT	マーケティング調査・品質管理	宿泊魅力向上	単独事業
地域づくりマネージャー	地域づくりマネージャー	地域づくりマネージャー	地域づくりマネージャー	地域づくりマネージャー	地域づくりマネージャー	地域づくりマネージャー	民間事業者
YTM理事	YTM理事	YTM理事	YTM理事	YTM理事	YTM理事	YTM理事	行政担当者
行政担当者	行政担当者	行政担当者	行政担当者	行政担当者	行政担当者	行政担当者	実行委員会
実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実行委員会 実施共同事業者	実施共同事業者

観光地域づくりマネージャー = 観光庁の一定の研修を受け認定され、地域内の橋渡し役や事業遂行責任者として、中核的に活躍する存在。

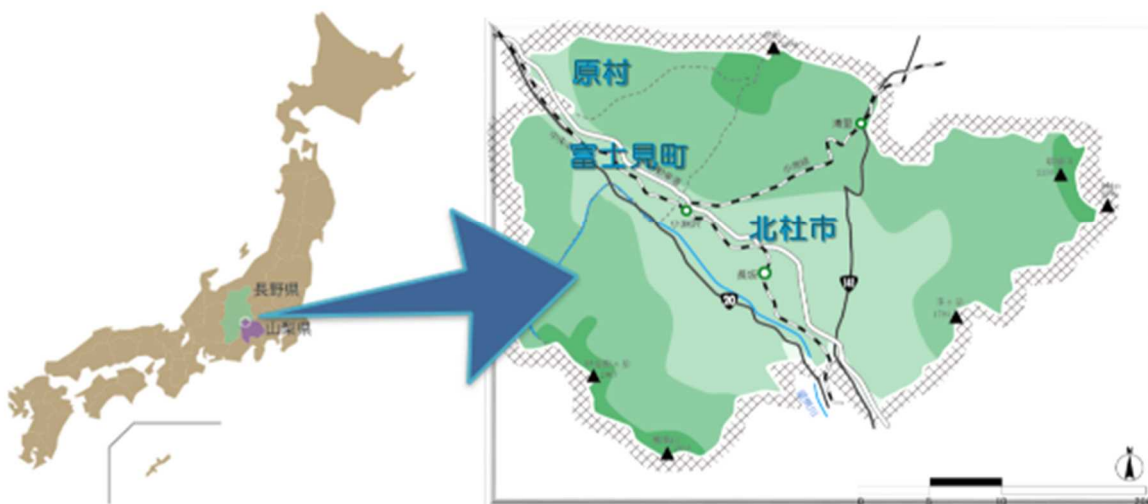
また、(一社)八ヶ岳ツーリズムマネジメントが中心となり、二次交通検討分科会(行政担当者、交通事業者、各バス実行委員、地域づくりマネージャーが集う会議)や、インバウンド協議会(行政担当者、宿泊事業者、飲食事業

(別添)様式1

	者、美術館関係者、地域づくりマネージャーが集う会議)等の会議を開催し、多様な関係者が参画し合意形成する場がある。さらには、当法人が主催する「八ヶ岳そばと温泉めぐり」や「八ヶ岳寒いほどお得フェア」では、個人経営の店舗も自己負担をもって、八ヶ岳観光圏の事業に参画している。
--	--

2. 日本版DMO候補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】

《地理的要素》

山梨県北杜市、長野県富士見町・原村の1市1町1村から成る県をまたいだエリアであるが、縄文時代より安住の地として栄え、古くから自然、歴史、文化等において密接な関係のある土地であった。現在でも住民間の交流があり、県を越えた持続可能な連携が可能な地域である。

《連携基盤》

従来から民間事業者間での連携があり、八ヶ岳観光圏のプラットフォームが発足して以降は、行政同士の連携、官民の連携がより強まり、地域全体でエリアの魅力向上に向け事業を行っている。また、平成27年には、北杜市を中心市とした定住自立圏協定(北杜市・富士見町・原村)が結ばれ、観光という分野を越えた連携がなされている。

【観光客の実態等】

一番下のお子様が無就学児・小学生・中高生の子供連れ家族旅行が42.9%であり13観光圏(八ヶ岳を含む)平均26.7%を大きく上回っている(H28年度来訪者満足度調査データ引用)。このことから、八ヶ岳は観光客の全国的に見ても家族連れが多い地域である。

(八ヶ岳 対象人数678/13観光圏 対象9,539人)

【観光資源】

1. 観光施設(リゾナーレ八ヶ岳/キープ協会/萌木の村/まきば公園/ハイジの村)
2. 商業施設(八ヶ岳リゾートアウトレット)

(別添)様式1

3. 自然(富士見創造の森/尾白川溪谷/神代桜/ハケ岳農業大学校/星空/ハケ岳/南アルプス/瑞牆山)
4. 文化(ハケ岳自然文化園/平山郁夫シルクロード美術館/キース・ヘリング美術館/井戸尻考古館)
5. スポーツ(ゴルフ場/スキー場/スノーシュー/トレッキング/自転車(ロードバイク・MTB))
6. イベント(ポールラッシュ祭カンティフェア/サンフラワーフェス/ハケ岳ホースショー/台ヶ原宿市/星空の映画祭/スターオーシャンハケ岳等)

【宿泊施設】

1. 域内分布(全域)
 - A) 清里観光振興会加盟 50 宿泊施設
 - B) 北杜市観光協会加盟 81 宿泊施設
 - C) 山梨県ペンション連合会北杜支部加盟 79 宿泊施設
 - D) ハケ岳やとわれ支配人加盟 18 宿泊施設
 - E) 富士見町 20 宿泊施設
 - F) 原村 51 宿泊施設
1. 施設数 299 (内訳: ペンション・民宿・学校寮等 285/ホテル・14)
2. 収容力: 5,000 名

【利便性: 区域までの交通】(JR 中央線特急 韮崎駅/小淵沢駅/富士見駅/茅野駅)

- (JR 小海線 小淵沢駅/甲斐小泉駅/甲斐大泉駅/清里駅)
- (高速バス停留所 明野/須玉/長坂/小淵沢/富士見/原)
- 圏域までの交通 (茅野駅からセロリン号(平日運行)/原村)
- (小淵沢駅から鉢巻周遊バス(5月GW~10月の土日運行)富士見・原)
- (清里駅から清里ピクニックバス(4月GW~11月最終三連休まで運行)清里・大泉一部地区)
- (清里駅から清里ウィンターバス(12月下旬~3月下旬まで運行 H29年度実証実験)清里・大泉一部地区)
- (韮崎駅から瑞牆・田園バス(4月GW~11月最終三連休まで運行)ハイジの村・増富温泉/瑞牆山)

【外国人観光客への対応】・多言語化ポータルサイト・多言語化マップ・二次交通の各種整備

- ・外国人観光案内所(道の駅こぶちさわ)の受け皿環境整備
- ・インバウンド推進WSの開催
- ・外国人向けモデルルートの作成、プロモーション

等

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
来訪者満足度調査	来訪客のニーズを把握し、戦略・事業推進に活用する	宿泊施設への留置き・観光地での対面聞き取り調査による。
ハケ岳観光圏観光案内所での問合せ数	観光案内所来訪者数を把握し、シーズン・時間・曜日等のマーケティングを把握・活用する。	ハケ岳観光圏のゲートウェイとなっている「道の駅こぶちさわ」観光案内所への来訪者数を窓口スタッフがカウント。 重点「道の駅」候補
ハケ岳観光圏観光案内所での問合せ内容	観光客からの質問・相談を収集し、ニーズの把握・満足度向上につなげる。	道の駅こぶちさわ観光案内所の窓口で問合せ・相談内容をエクセルにてデータ蓄積。
ハケ岳観光圏ホームページ(英語ページ)における海外からのアクセス	ターゲットの絞り込み、ターゲットに合った見せ方への改善につなげる	ホームページにて分析項目を設定。

(別添)様式1

ス内容	る。	
各種イベント(寒いほどお得フェア等)における、参加者からの意見	イベント自体の改善につなげる他、エリアのマーケティングにも活用する。	スタンプラリーへの応募はがき等に、要望・意見欄を設置し、集計する。WEB アンケート。
WEB アクセスデータ	サイト(コンテンツ)とコンバージョンの最適化	Google Analytics を使用

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (strong) 自然・星空・都心から至近・食(高原野菜・米等)・高原リゾート・温泉・芸術・欧風の雰囲気・1000m(標高・標高差)・山の魅力(景観・スポーツ)・爽やかな気候・移住希望が高い・高い晴天率・縄文文化・水	弱み (Weaknesses) 二次交通・情報発信力・日帰り観光・人材育成・認知度低い・地域連携(事業者・住民)大型宿泊施設が少ない・ペンションオーナーの高齢化・品質保障制度導入の遅れ(宿泊施設・食・アクティビティ)
外部環境	機会 (Opportunity) ブランド力・節電対策・ロケ地・癒し/健康志向・環境への意識・FIT化・農山村教育・山ガール・訪日來訪客増加・“コト消費”へのシフト	脅威 (Threat) 地域間競争激化・少子高齢化(定住者減少)・厳寒イメージ・温暖化/レジャーの多様化(スキー人口減少)・交通インフラの向上・免許返納/若者の車離れ

(2) ターゲット

第1ターゲット層 県内外のF2(30~50代のリピーター) ファミリー層(リピーター)
<p>選定の理由 他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、市場としても今後拡大傾向にあるため。また、ファミリー層(末子が高校生未満)のリピーター率も84.5%と非常に高い。 <small>平成28年度来訪者満足度調査による</small></p> <p>取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>
<p>外国人ターゲット層 台湾・香港を中心としたFIT。今後は欧米のFITも狙う。</p>
<p>選定の理由、 台湾・香港のFITの来訪が著しく多く、リピーターや来訪者によるブログ発信からの来訪(口コミ効果)も多い傾向にあるため。また、欧米への認知度は低いが、来訪者の満足度・紹介意向は高く、今後口コミ等の効果も期待できる。更には、国としても今後欧米豪市場への訪日プロモーションを実施予定である。</p> <p>取組方針 WEBマーケティング調査等により、来訪者のニーズや本エリアに求めるものを分析した上で、プロモーションや滞在コンテンツの磨き上げを行う。また、英語を基本とした外国語情報の充実も図る。</p>

(3) コンセプト

(別添) 様式 1

<p>コンセプト 「1000mの天空リゾート八ヶ岳 ～澄みきった自分に還る場所～</p>	<p>キーワード:(ブランドコンセプトで用いた言葉の意味とは)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1000mとは標高1000mであり 2. 1000mとは標高差1000mであり 3. 田園・里山・高原・山岳の4つのゾーンからなり 4. 天空:広い空(青空、星空)の下、2シーズンを一度に味わえる空間のことである。
<p>コンセプトの考え方 八ヶ岳エリア(3市町村)は標高差という「立体軸」と各標高を流れる季節「時間軸」が織りなす風景を短時間で空間移動できる場所であり、圏域内で体感できる「日本の原風景」や「爽やかな高原風景」、「雄大は山岳風景」などは、訪れる人々に日々の生活から離れた非日常的な時間を提供してくれる。豊かな自然や様々なコンテンツを提供することによりリセット・リフレッシュ・リポーンできるエリアである。</p>	<p>ブランドイメージ:(ブランドコンセプトによって伝えたい観光地域のイメージとは)</p> <p>澄んだ空気と爽やかな天空リゾートは 都会の喧騒に疲れた心と体を癒してくれる 1000mの自然空間は ～澄みきった自分にかえる場所～である</p>

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
<p>戦略を多様な関係者との共有</p>	<p>毎月「ブランド戦略会議」を開催し、当法人の理事、観光地域づくりマネージャー、行政関係者、各団体責任者等とともに、コンセプトに基づき方向性や具体的事業を決める。その方向性や事業を、観光地域づくりマネージャーによる(地域住民への)ワークショップ、各種実行委員会等で関係者に共有している。</p>
<p>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</p>	<p>➢ 宿泊施設・アクティビティの観光品質認証制度である「SAKURA QUALITY」の導入に向けた取組を推進することにより、安心・安全な情報を情報発信するとともに、サービス選択の幅が広がり、旅行者のニーズにあった観光サービスを提供できる。また、サービスを提供する事業者にとっても、同時にサービスレベルの維持・向上を図る仕組みとなる。</p> <p><small>観光品質認証は、申請のあった宿泊施設などの観光サービスの品質を第三者が評価し、その品質の高さを認証する仕組み</small></p> <p>➢ 食のブランド化を目指し、圏内の生産者・有機野菜飲食店・オーナーシェフ・野菜市場オーナー等を中心としたワークショップを実施し、野菜を中心とした価値の再認識や地域の意識啓発を図る。</p> <p>➢ 地産地消の促進・生産性の向上を図るべく、地域間連携・農業との連携による独自の流通システムの構築を図る。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>八ヶ岳観光圏のホームページに搭載されているシステム「八ヶ岳 DMS」により、地域の事業者と一般ユーザーをそれぞれ会員化し、一元的な情報発信・情報集約などのプロモーション及びマーケティングを行う。それにより、下記3者に対しての利点を提供することができる。</p> <p>➢ 対地域...八ヶ岳エリアの観光のプラットフォームサイトである「八ヶ岳観光圏ホームページ」を整備し、来訪促進につなげる。また、当法人(八ヶ岳ツーリズムマネジメント)が運営することにより、誤った情報等のない、ブランド管理のできたサイトを提供できる。</p> <p>➢ 対観光客...「八ヶ岳観光圏」のホームページで、最新のイベント情報、店</p>



(別添)様式1

舗から発信されている情報、八ヶ岳観光圏の魅力等を、一元的かつ旬な情報を見ることが出来る。また、英語ページでは、当エリアの魅力が伝わる写真を多数掲載し、情報を発信している(ネイティブ訳)。

▶対事業者...ログインすることにより、「八ヶ岳観光圏ホームページ」への情報発信(プロモーション) アクセス数等によるマーケティング、地域の情報収集、多言語対応、アンケート機能等を活用することができる。

具体的な機能一例

ICTを活用した総合的な一元化システムを構築。

「情報提供・発信機能」

- ・“八ヶ岳観光圏”として、イベントや季節の情報等を発信し、興味の喚起及び誘客促進を図る
- ・参画(加盟)店舗/施設は、八ヶ岳観光圏内に自分のページを持って、その中で随時情報発信を行うことができる

「販売促進機能」

- ・ホームページポータルサイトに登録したユーザー(会員)に対するメールマガジンを配信できる
- ・参画(加盟)店舗/施設は、独自でクーポンを発行できる。

「インバウンド対応」

- ・事業者のブログやイベント情報登録の際も同様に自動翻訳機能を使用することができるため、外国語に不慣れな事業者でも事業者ブログなどで多国語の配信が可能になる。
- ・自動翻訳ではなく、ネイティブにより翻訳された原稿を、八ヶ岳の写真とともに紹介。情報も充実させる。

6 . K P I (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目	単位	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)	32年 (度)
旅行消費額	円	28,049 (24,500)	23,571 (29,029)	(30,009)	(30,989)	(32,540)	(34,170)
延べ宿泊者数	人	1,254,247 (1,250,000)	(1,300,000)	(1,350,000)	(1,400,000)	(1,470,000)	(1,543,500)
来訪者満足度	%	89.6 (96.5)	88.1 (96.6)	(96.9)	(96.9)	(96.9)	(96.9)
リピーター率	%	79.6	78.2	(80.0)	(80.0)	(80.0)	(80.0)

(別添)様式1

年次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

【検討の経緯】

八ヶ岳観光圏の発足時に、「八ヶ岳観光圏整備計画」および「八ヶ岳観光圏整備実施計画」を行政と共に作成していた。平成28年に観光庁からの「目標値の見直し」の提案を受け、「明日の日本を支える観光ビジョン」を参考にし再設定した。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

過去の実績を基とし、「明日の日本を支える観光ビジョン」を参考(日本人国内旅行の消費額を、最近5年間の平均から約5%増(2020年時)を目標値と設定)にし、算出。

延べ宿泊者数

全国的にインバウンドの急増に伴い宿泊者数が伸びている(当該エリアである関東ブロックは、インバウンド急増による影響の高い「東京都」と「富士山エリア」が含まれているため、特に伸び率が高い)が、八ヶ岳エリアにおける外国人宿泊者数の割合は9%~10%(山梨県の調査による「八ヶ岳」の数値より)と低い。このことを考慮し、その上で関東ブロックの伸び率や国のインバウンドの増加目標(H32年にH27年の3倍)を参考にし、目標値を設定。

来訪者満足度

当初より高い目標設定であり、実績は目標値には届かないものの、90%程度の満足度が得られている。当初に設定した目標値を鑑みた上で、過去の実績を踏まえ、満足度を設定。

リピーター率

「明日の日本を支える観光ビジョン」を参考とし(2020年の外国人リピーター数を2015年の2倍にすること)、八ヶ岳観光圏の来訪者数に占める外国人旅行者の割合を考慮した上で、実績を基に目標値を設定。

(2) その他の目標

指標項目	単位	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)	32年 (度)
主たる滞在促進地区宿泊数	人泊	345,074 (355,000)	(380,000)	(401,000)	(422,531)	(443,660)	(465,840)
八ヶ岳観光圏観光案内所の来訪者数/外国人 数 (目標値)	人		35,556/4 5 (12,000/50)	(37,330/ 70)	(39,200/ 100)	(41,160/ 140)	(43,220/ 200)
八ヶ岳観光圏観光案内所問合せ数/外国人 数 (目標値)	人		7,843/6 (2,000/5)	(8,240/ 10)	(8,650/ 20)	(9,080/ 40)	(9,530/ 80)
ホームページアクセス(PV) (目標値)	PV	664,251 (551,000)	1,010,191 (800,000)	(1,200,000)	(1,400,000)	(1,600,000)	(1,800,000)
ホームページアクセス(ユーザー数) (目標値)	人	194,382 (181,000)	219,610 (270,000)	(330,000)	(400,000)	(480,000)	(576,000)

(別添)様式1

項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

【検討の経緯】

「主たる滞在促進地区宿泊者数」については、八ヶ岳観光圏の発足時に設定しており(上記(1)必須 KPI の検討の経緯参照)「目標値の見直し」の際に再設定した。また、その他目標値については、過去の実績と国の目標値の考え方等を参考に検討し、当法人の理事会の承認をもって設定した。

【設定にあたっての考え方】

主たる滞在促進地区宿泊数

過去の実績を基とし、「明日の日本を支える観光ビジョン」を参考(日本人国内旅行の消費額を、最近5年間の平均から約5%増(2020年時)を目標値と設定)にし、算出。

八ヶ岳観光圏観光案内所の来訪者数/外国人数

過去の実績を基とし、関東ブロックの伸び率や国のインバウンド宿泊者数の増加目標(H32年にH27年の3倍)を参考にし、目標値を設定

八ヶ岳観光圏観光案内所問合せ数/外国人数

同上

ホームページアクセス(PV)/ホームページアクセス(ユーザー数)

過去の実績を基とし、H28年度に導入した「八ヶ岳DMS」(ホームページリニューアル)の効果も見込み、算出。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
28年度	99,992,173(円・実績)	(内訳の区分例) (円) 【国からの補助】 35,850,891 【地方公共団体からの指定管理収入】 5,258,101 【市町村からの事業負担金】 42,305,020 【民間からの事業負担金】 11,143,607 【ブランド事業事務費負担金(5%の手数料)】 3,318,870 【会費収入】 195,000 【収益事業収入】 1,363,997 内訳 セグウェイ貸出料 50,000 /web 掲載費 496,800 /事務手数料等 817,197 ブランド確立支援事業総事業費の5%を当法人事務手数料として市町村および実施共同事業者が負担
29年度	97,784,309(円・見込み)	(円) 【国からの補助】 30,129,440 【地方公共団体からの指定管理収入】 5,259,000 【市町村からの事業負担金】 41,281,740 【民間からの事業負担金】 15,498,420

(別添)様式1

		【ブランド事業事務費負担金 (5%の手数料)】 3,328,709 【会費収入】 220,000 【収益事業収入】 2,067,000 内訳 セグウェイ貸出料 50,000 /web 掲載費 800,000 / web 年会費 400,000 /人材育成研修費 117,000 /事務手数料等 700,000
30年度	95,094,480 (円・見込み)	(円) 【国からの補助】 36,216,800 【市町村からの補助金】 8,586,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 5,259,000 【市町村からの事業負担金】 25,653,000 【民間からの事業負担金】 13,038,000 【DMO 事業事務費負担金 (5%の手数料)】 3,621,680 【会費収入】 220,000 【収益事業収入】 2,500,000 内訳 web 掲載費 1,000,000 / web 年会費 800,000 /事務手数料等 700,000
31年度	95,094,480 (円・見込み)	(円) 【国からの補助】 36,216,800 【市町村からの補助金】 8,586,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 5,259,000 【市町村からの事業負担金】 25,653,000 【民間からの事業負担金】 13,038,000 【DMO 事業事務費負担金 (5%の手数料)】 3,621,680 【会費収入】 220,000 【収益事業収入】 2,500,000 内訳 web 掲載費 1,000,000 / web 年会費 800,000 /事務手数料等 700,000
32年度	95,094,480 (円・見込み)	(円) 【国からの補助】 36,216,800 【市町村からの補助金】 8,586,000 【地方公共団体からの指定管理収入】 5,259,000 【市町村からの事業負担金】 25,653,000 【民間からの事業負担金】 13,038,000 【DMO 事業事務費負担金 (5%の手数料)】 3,621,680 【会費収入】 220,000 【収益事業収入】 2,500,000 内訳 web 掲載費 1,000,000 / web 年会費 800,000 /事務手数料等 700,000

(別添)様式1

--	--	--

(2)支出

年度	総支出	内訳
28年度	98,683,471 (円・実績)	(内訳の区分例) (円) 【一般管理費】 13,148,570 内訳 人件費 9,611,910 販管費 3,536,660 【国内プロモーション】 866,157 【海外プロモーション】 6,377,796 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,284,400 【滞在プログラム造成・モニタリング費】 12,276,143 【人材育成・空間形成等各種ワークショップ開催費】 2,653,100 【宿泊滞在魅力向上事業費】 11,232,370 【情報発信・情報一元管理費】 9,300,000 【2次交通運行補助】 7,622,174 【景観・空間形成整備費】 32,443,756 【全国観光圏推進協議会推進事業費】 633,168 【道の駅こぶちさわ観光案内所事業費】 845,837
29年度	97,134,268 (円・見込み)	(円) 【一般管理費】 17,065,668 内訳 人件費 13,320,000 販管費 3,745,668 【国内プロモーション】 5,460,000 【海外プロモーション】 6,284,000 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,390,000 【滞在プログラム造成・モニタリング費】 13,461,000 【人材育成・空間形成等各種ワークショップ開催費】 2,690,000 【宿泊滞在魅力向上事業費】 14,330,000 【情報発信・情報一元管理費】 800,000 【2次交通運行補助】 3,450,000 【景観・空間形成整備費】 30,482,700 【全国観光圏推進協議会推進事業費】 795,900 【道の駅こぶちさわ観光案内所事業費】 925,000
30年度	95,094,268 (円・見込み)	(円) 【一般管理費】 17,065,668 内訳 人件費 13,320,000 販管費 3,745,668 【訪日外国人受入環境整備事業/楽しい国 日本】 69,603,600 内訳 マーケティング(市場調査、ブランド戦略等) 1,390,000 滞在プログラム造成・モニタリング費 13,461,000

(別添)様式1

		人材育成・空間形成等各種ワークショップ開催費 2,690,000 宿泊滞在魅力向上事業費 14,330,000 情報発信・情報一元管理費 800,000 2次交通運行補助 3,450,000 景観・空間形成整備費 20,152,700 プロモーション関連費 11,744,000 全国観光圏推進協議会推進事業費 1,585,900 【3市町村単独・環境整備事業費】 7,500,000 【道の駅こぶちさわ観光案内所事業費】 925,000
31年度	95,094,268(円・見込み)	(円) 【一般管理費】 17,065,668 内訳 人件費 13,320,000 販管費 3,745,668 【訪日外国人受入環境整備事業/楽しい国 日本】 69,603,600 内訳 マーケティング(市場調査、ブランド戦略等) 1,390,000 滞在プログラム造成・モニタリング費 13,461,000 人材育成・空間形成等各種ワークショップ開催費 2,690,000 宿泊滞在魅力向上事業費 14,330,000 情報発信・情報一元管理費 800,000 2次交通運行補助 3,450,000 景観・空間形成整備費 20,152,700 プロモーション関連費 11,744,000 全国観光圏推進協議会推進事業費 1,585,900 【3市町村単独・環境整備事業費】 7,500,000 【道の駅こぶちさわ観光案内所事業費】 925,000
32年度	95,094,268(円・見込)	(円) 【一般管理費】 17,065,668

(別添)様式1

	み)	内訳 人件費 13,320,000 販管費 3,745,668 【訪日外国人受入環境整備事業/楽しい国 日本】 69,603,600
		内訳 マーケティング(市場調査、ブランド戦略等) 1,390,000 滞在プログラム造成・モニタリング費 13,461,000 人材育成・空間形成等各種ワークショップ開催費 2,690,000 宿泊滞在魅力向上事業費 14,330,000 情報発信・情報一元管理費 800,000 2次交通運行補助 3,450,000 景観・空間形成整備費 20,152,700 プロモーション関連費 11,744,000 全国観光圏推進協議会推進事業費 1,585,900
		【3市町村単独・環境整備事業費】 7,500,000
		【道の駅こぶちさわ観光案内所事業費】 925,000

(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

1. 3市町村圏域が行う事業をプラットフォーム組織として、一元化して事業の執行管理及び国申請等を行うため、官民事業者より事業費の5%を手数料として徴収する。(300万円~400万円/年)
2. 大学や国立情報学研究所との連携により、圏内のICT環境の取り組みや課題等を調査し、報告。その他マーケティングデータの提供や調査の受託等による事業を収益の一部とする。
3. DMS機能を搭載したポータルサイトへのリンクバナー、年会費収入100万円~150万円/年を収益事業とする。
4. 平成28年度から八ヶ岳観光圏のゲートウェイである「道の駅こぶちさわ」観光案内所を指定管理業者として受託している。八ヶ岳観光圏の観光案内所として地域への周遊促進を図るとともに、自主事業を積極的に行い、安定した資金確保につなげる。
5. プラットフォームの強みを活かし、圏内外の研修を受託。広域の地域資源や地域独自の価値の他、観光に対する取組姿勢等を伝え、研修費による収益確保及び地域の人材育成を行う。(100万円/年。将来的には200万円/年を目指し、運営費を補填し行政からの負担金の軽減を図りたい)
6. 顧問税理士指導の下、TKC会計ソフトをカスタマイズし、プラットフォーム組織専用の業績管理ツールを使用。経営面でも民間的な要素を取り入れ、効率的に動かしている。
7. しかしながら、当法人は「(当法人が)稼ぐのではなく、地域が稼ぐ仕組みを作る」ため

(別添)様式1

中間支援組織であることから、収益の確保よりも地域づくりの取組に力を入れている。上記項目のみの収益では事業を円滑に運営するには厳しいことから、当面は3市町村からの運営費との両輪で、各種事業や地域が豊かになるための取組を進めていく。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

山梨県、長野県、北杜市、富士見町、原村は、一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメントが八ヶ岳観光圏(八ヶ岳観光圏整備推進協議会)の代表者として、観光地域づくりを推進してきた実績を評価し、当該県及び市町村における地域連携DMOとして、今後も舵取り役を担うことを期待します。なお、県や市町村の観光協会等とは役割分担を明確にし、効率的な業務執行ができるよう調整を図って参ります。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小林 昭治
担当部署名(役職)	代表理事
所在地	山梨県北杜市高根町清里 3545-4559
電話番号(直通)	0551-48-3457
FAX 番号	0551-48-3479
E-mail	info@yatsugatake-tm.com

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	山梨県
担当者氏名	三嶋 豊博
担当部署名(役職)	観光部観光資源課(課長補佐)
所在地	山梨県甲府市丸の内1-6-1
電話番号(直通)	055-223-1573
FAX 番号	055-223-1558
E-mail	mishima-vny@pref.yamanashi.lg.jp

都道府県・市町村名	長野県
担当者氏名	中島 邦雄
担当部署名(役職)	観光部山岳高原観光課(課長補佐)
所在地	長野県長野市大字南長野字幅下692の2
電話番号(直通)	026-235-7251
FAX 番号	026-235-7257
E-mail	mt-tourism@pref.nagano.lg.jp

都道府県・市町村名	北杜市
担当者氏名	加藤 郷志
担当部署名(役職)	産業観光部 観光課(課長)

(別添)様式1

所在地	山梨県北杜市須玉町大豆生田 961-1
電話番号(直通)	0551-42-1351
FAX 番号	0551-42-5216
E - m a i l	Katou-sat@city.hokuto.lg.jp

都道府県・市町村名	富士見町
担当者氏名	和田 正生
担当部署名(役職)	産業課(課長)
所在地	長野県諏訪郡富士見町落合 10777 番地
電話番号(直通)	0266-62-9231
FAX 番号	0266-62-4481
E - m a i l	Wada-masao@town.fujimi.lg.jp

都道府県・市町村名	原村
担当者氏名	阿部 清美
担当部署名(役職)	商工観光課(課長)
所在地	長野県諏訪郡原村 6549 番地 1
電話番号(直通)	0266-79-7929
FAX 番号	0266-79-5504
E - m a i l	shokan@vill.hara.nagano.jp

【区域】山梨県北杜市、長野県諏訪郡富士見町・原村

【設立時期】平成22年4月6日

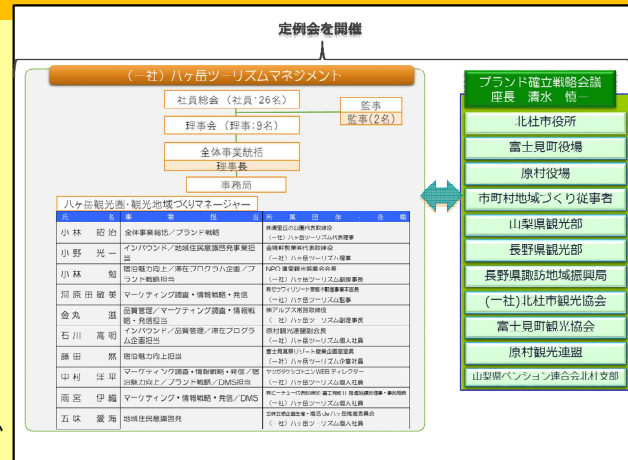
【代表者】代表理事 小林昭治

【マーケティング責任者】中村洋平

【職員数】4人

【連携する主な事業者】

(一社)北杜市観光協会・富士見町観光協会・原村観光連盟・
 北杜市商工会・富士見町商工会・原村商工会・NPO清里観光振興会
 ハケ岳アウトドアアクティビティーズ・山梨県ペンション組合北杜支部、
 ハケ岳南麓やとわれ支配人会、山梨交通他二次交通検討分科会



() 内は 実績	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)
旅行 消費 額	24,500 (28,049)	29,029 (23,571)	30,009	30,989	32,540
延べ 宿泊 者数	1,250,00 (1,254,247)	1,300,00 (1,170,978)	1,350,00 未集計	1,400,00	1,470,00
来訪 者満 足度	96.5 (89.6)	96.6 (88.1)	96.9	96.9	96.9
リピー ター率	(79.6)	(78.2)	80.0	80.0	80.0

Aに関する取組を記載

主な場所：星野リゾート/清泉寮/萌木の村/キースヘリング美術館/ハイジの村/まきば公園/ハケ岳倶楽部

主な取組内容：インバウンド誘致事業(モデルルートの作成・PR等)、清里駅前活性化事業、インバウンド推進ワークショップの開催・二次交通検討委員会の開催、多言語サイトの制作等

Bに関する取組を記載

主な場所：富士見創造の森/まきば公園/尾白川渓谷/みずがき湖/ハケ岳農業大学校/星空/ハケ岳/南アルプス/瑞牆山/南アルプス

主な取組内容：空間形成事業、入笠山の整備事業、地域資源を生かした滞在プログラムの作成、標高サインの制作、地域資源を再認識する人材育成等

Cに関する取組を記載

主な場所：ハケ岳自然文化園/平山郁夫シルクロード美術館/井戸尻考古館/中村キース・ヘリング美術館/台ヶ原宿

主な取組内容：滞在プログラムの造成、天空ハケ岳の文化啓発音楽フェスの開催、こども向け郷土学習冊子制作/空間形成事業等

Dに関する取組を記載

主な商業施設：ハケ岳リゾートアウトレット
 主なイベント：ポールラッシュ祭/カンティフェア/サンフラワーフェス/ハケ岳ホースショー-inこぶちさわ/台が原宿市/星空の映画祭/

主な取組内容：スターオーシャンハケ岳、ハケ岳そばめぐりと温泉めぐり、寒いほどお得フェア、サンフラワーフェス、ハケ岳ホースショー等のイベントの開催・PR/シンポジウムの開催/ハケ岳天空博覧会の実施

