

No.12

財団法人
(昭和 60 年)

旅行業 2 種
(平成 18 年)

大規模
自主事業比率 25%

自然資源
中心タイプ

延べ 285 万人泊 (茨城県)
うち県外 209 万人泊

茨城県 常陸太田市

さいだんほうじん ぐりーんふるさとしんこうきこう

財団法人 グリーンふるさと振興機構

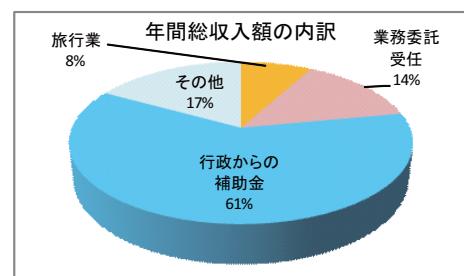


1. 取組概要

- ・県北地域 7 市町 (グリーンふるさと圏) の豊かな資源を活用し、地域の活性化を図る事業を推進している。
- ・第 2 種旅行業を取得して、グリーンふるさと圏におけるグリーン・ツーリズム商品の造成・販売に取り組む。

2. 主要な事業

財団法人グリーンふるさと振興機構では、総収入額のうち人件費補助等を目的とした行政からの補助金が 61%、厚生労働省の「雇用創出の基金による事業」等の業務委託が 14% となっている。基本財産運用益が減少する中、基本財産の一部切り崩しや圏域市町からの負担金等により自主財源を確保している。旅行業収入は 8% であるが、着地型旅行商品の開発を自主財源確保への新事業として考えている。



3. 組織体制

●人員

人員体制は、役員 15 名、自治体等からの出向職員 10 名 (市町 7 名、県 3 名)、民間旅行会社からの出向者 2 名で、実質的な人件費がほとんどかからない体制である。

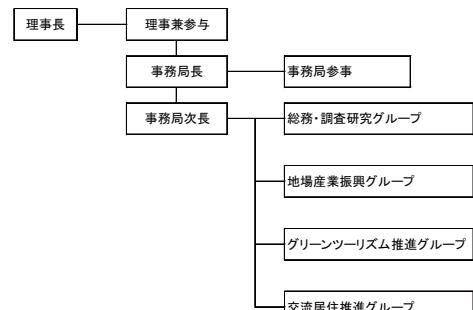
このうち、旅行業関連 (グリーンツーリズム推進グループ) は 4 名 (民間旅行会社出向職員を含む) である。

●設立の経緯

昭和 60 年にグリーンふるさと振興機構を設立し、平成 18 年に第 2 種旅行業登録を行いグリーンツーリズムの推進に向けた取り組みを始め、現在の組織となった。

●中核的人材

当法人立ち上げ時から担当してきた大竹氏がコーディネーター役を務めている。同氏は、県観光物産課を事務局とする「漫遊いばらき観光キャンペーン推進協議会」主査も兼務している。



当法人組織図

4. 課題と方向性

茨城県は、平成 22 年都道府県魅力度調査 (ブランド総合研究所調べ) で最下位となり、物見遊山型から個人型・体験型にシフトした旅行者のスタイルの変化に対応した魅力づくりが不十分であると考えられる。

今後は、里山などの教育旅行や子ども田舎体験の素材を生かし、テーマ性やストーリー性のある商品の造成と情報発信により他地域との差別化を図りたい。そのためには、計画づくりや総合調整を担う中核人材の育成が極めて重要であり、観光インフラの整備とともに人材育成にも注力していく。

5. 着地型旅行商品事業

●着地型旅行商品の造成

地域内の旅行会社や行政関係者、農林漁業関係者などとの連携を図りつつ、基本的には、宮田氏（大手旅行会社からの出向）と川上氏（県からの出向）を中心に、地域の体験型メニューを整理しながら企画している。

桜やお茶をテーマにしたイベント型のものは、地域からの要望を踏まえて、それを組み込んだ商品を開発している。

●着地型旅行商品の販売

ターゲットを絞り込むという考え方から、不特定多数を対象としたチラシやパンフレットは作成せず、当法人ホームページなどへの募集案内の掲載を中心に行っている。

旅行商品は、当法人が単独で造成・販売する 20～30 名程度の募集規模のものや会員限定のもの（「いばらきさとやま生活俱楽部」など）、民間事業者と連携したオフィシャルツアーをはじめ、募集人員の多い大手旅行会社とのタイアップ募集型のものなど様々である。

「旅いく」の商品では、県内の行政機関や協議会と連携して情報発信を行った。



当法人ホームページ



ツアーを紹介するチラシ

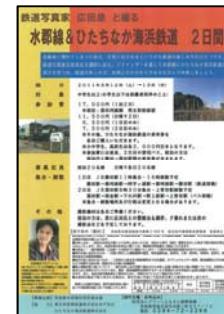
6. 代表的な着地型旅行商品

●「水郡線＆ひたちなか海浜鉄道 2 日間」

「自動車に慣れてしまった毎日を、写真におさめるというのも鉄道の楽しみ方のひとつ。」鉄道写真家の広田氏を講師に迎え、水郡線とひたちなか海浜鉄道を対象に、鉄道の楽しみ方や、地域とのかかわり方を感じることのできる宿泊型のツアーである。また、写真撮影では、テーマを「構図」に設定し、限られた状況の中でいかに独創性を發揮できるのか、広田氏の熱い指導を受けることができる。1泊 2 日で大人 17,000 円、日帰りでの参加も可能にした。平成 23 年 3 月 12 日に催行予定だったが、東北地方太平洋沖地震の影響で延期となった。

●「旅いく」

旅行を通じて子どもの好奇心を引き出すとともに、親子の絆を深める効果も狙った、大手旅行会社と共同企画した宿泊型のツアーである。カブトムシの生態の勉強をした後、わなを作って捕獲したり、海辺の生き物の生態を観察しながら磯遊びを体験するといった活動を、親子で一緒に楽しむことができる。夕食では、茨城自慢の肉料理など、地元食材を楽しむこともできる。



ツアーを紹介するチラシ



ツアーを紹介するチラシ

お問い合わせ

財団法人グリーンふるさと振興機構

TEL : 0294-72-2266

URL : <http://www.greenful.jp/>

No.13

茨城県 水戸市

いっぽんしやだんほうじん いばらきけんかんこうぶっさんきょうかい いばらきつあーおふいす
一般社団法人 茨城県観光物産協会 いばらきツアーオフィス

| | | |
|---------------------|----------------------------------|-------------------|
| 一般社団法人 (昭和 25 年) | 旅行業 2 種 (平成 19 年) | 大規模 自主事業比率 40% |
| 自然・歴史資源 複合タイプ | 延べ 285 万人泊 (茨城県) うち県外 209 万人泊 | |

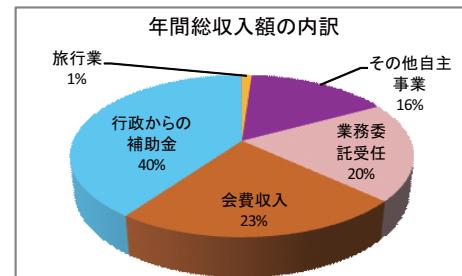


1. 取組概要

- 旅行会社として、県内市町村の着地型旅行商品の開発を牽引する。
- 県内の観光魅力の認知向上と市町村関係者のノウハウの蓄積に狙いを置き、着地型旅行商品事業に取り組む。

2. 主要な事業

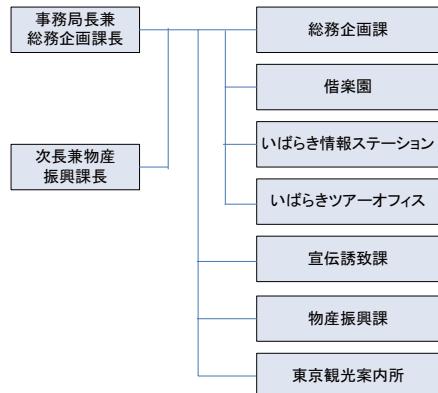
一般社団法人茨城県観光物産協会では、総収入額のうち会費収入が 23%、その他自主事業が 16%、業務委託受任が 20%で、行政からの補助金は 40%である。その他自主事業の内容は、物産店やアンテナショップ、偕楽園等での販売手数料で、業務委託受任は県より委託された観光キャンペーン等となっている。旅行業は 1%で、当法人の一部門である「いばらきツアーオフィス」が実施している。



3. 組織体制

●人員

人員体制は、職員 2 名のほか、自治体等からの出向職員 3 名、契約職員 32 名（厚生労働省の「雇用創出の基金による事業」を含む）、パート・アルバイト 6 名の体制である。このうち「いばらきツアーオフィス」は正職員 2 名、契約職員 5 名の 7 名体制である。



●旅行業取得の経緯

県内市町村から持ちかけられたイベント型の旅行商品企画が好評だったため、着地型旅行商品の取り組みを進めることになった。県（行政）では旅行業を実施できないため、物産協会が旅行業を取得した。

●中核的人材

立ち上げ時からいばらきツアーオフィスを担当してきた大竹氏は、県観光物産課を事務局とする「漫遊いばらき観光キャンペーン推進協議会」主査も兼務している。

4. 課題と方向性

当法人における収入全体に占める旅行業の割合は 1%強でしかなく、旅行商品の販売による収益事業の拡大を目指してはいない。民間旅行会社との競合関係を避けながら、企画を通して市町村観光担当職員の考える力を引き出したり、旅行会社による当地を目的地とした旅行商品造成につなげていく方向を目指している。

いばらきツアーオフィスに旅行の支払い手続きが一元化されるなど、自治体の事務負担は軽減されていると考えられる。

5. 着地型旅行商品事業

●着地型旅行商品の造成

取り扱う旅行商品は、主として各地域の小規模イベント的なものを対象にしており、市町村からの提案を受けて、「いばらきツアーオフィス」が内容をチェックし商品化している。観光だけでなく、工芸品や農産物などの情報発信や購買に結び付くような旅行商品となるよう工夫しており、農協や林業組合等から直接提案が持ち込まれる場合は、行政を窓口にして提案してもらうようにしている。

近年は観光ボランティア組織や市町村観光協会等との連携の動きも出てきている。

●着地型旅行商品の販売

販売方法として、パンフレットを6~8万部程度作成し、各駅に案内観光情報として設置・配付している。その他、当法人ホームページでも情報発信しているが、ホームページ経由の申込は1割弱と少ない。

販売実績は、初年度（平成19年度）の約500名から、1,000名（平成22年度）と着実に伸びている。うち、約60%は県内客である。これまでに旅行会社からの参加もあった。

新規客の増加とともに、リピーターとしての定着率も高い。



当法人ホームページ



パンフレット

6. 代表的な着地型旅行商品

●「茨城県の郷土工芸品ツアー」

老舗高級料亭での豪華な昼食と、茨城県の工芸品を楽しむツアーである。茨城県が誇る工芸品である、結城紬、笠間焼、桂離の三人展を訪れるほか、日本三名園である偕楽園を歴史アドバイザーの解説を聞きながら見学する。9月5日のみの催行で、大人6,900円（昼食、三人展でのお土産付き）と比較的高額の設定であったが、一定程度の集客ができている。水戸駅を9時頃出発、16時30分頃帰着である。



料亭「山口楼」

●「常総市オススメ体験ツアー」

豊臣秀頼・本多忠刻の正室だった千姫の菩提寺である弘経寺でヒガン花を鑑賞し、ご当地グルメである「千姫釜めし」を味わうツアーである。ハーブのテーマパークである「ハーブハーモニーガーデン」を訪れるほか、夕食後は「水海道風土博物館」で「名月と音楽の夕べ」を楽しむ。守谷駅を13時頃出発、20時30分頃帰着する着地型旅行商品で、大人3,200円である。9月23日のみの催行で、募集定員いっぱいの参加者が集まった。



水海道風土博物館

お問い合わせ

一般社団法人茨城県観光物産協会 TEL：029-301-3614

いばらきツアーオフィス

URL：<http://www.ibarakiguide.jp/index.html>

No.14

茨城県 笠間市

しやだんほうじん かさまかんこうきょうかい かさまはっけんつあーず

社団法人 笠間観光協会 笠間発見ツアーズ

社団法人
(平成 17 年)

旅行業 2 種
(平成 22 年)

大規模
自主事業比率 77%

歴史資源
中心タイプ

延べ 285 万人泊 (茨城県)
うち県外 209 万人泊

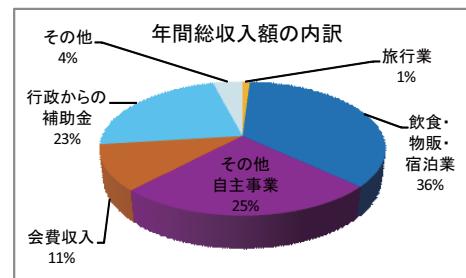


1. 取組概要

- 物販や指定管理事業等の多様な事業収入により経営基盤の安定化に取り組む。
- 第2種旅行業を取得し、着地型ビジネスとして笠間ならではの体験型旅行商品を通年で販売している。

2. 主要な事業

社団法人笠間観光協会では、総収入額のうち飲食・物販・宿泊業が 36% で、あたご天狗の森スカイロッジ運営収入や売店収入等となっている。その他自主事業は 25% で、レンタサイクル等の事業を行っている。これらに会費収入を加えると自主財源は約 8 割となる。自主財源以外では、市からの補助金などが 23% となっている。多様な収入源を確保することで收支バランスを保ちつつ、新たに旅行業にも取り組んでいる。



3. 組織体制

●人員

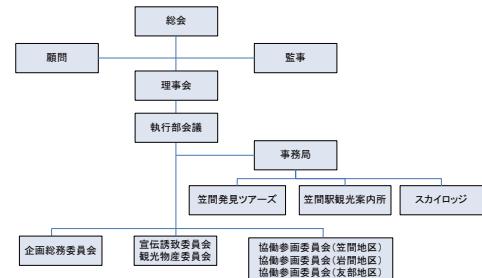
人員体制は、役員 25 名のほか、正職員が 5 名おり、正職員は 3 年前に比べ 2 名増員した。また、協会事務局や笠間発見ツアーズ、観光案内所等の事業毎に、契約職員やパート・アルバイトなど延べ 25 名が配置され、多くの雇用を生みだしている。

●設立の経緯

イベント中心の季節波動の大きい観光地から、イベントの無い時期のボトムアップを図り通年型観光地へ体質改善することを狙いとして、当法人の中に着地型旅行商品「笠間発見伝」を販売する笠間発見ツアーズを立ち上げた。

●中核的人材

笠間発見ツアーズの立ち上げを指導した市の観光推進マネージャーの小沢氏（大手旅行会社から出向）と、旅行業務取扱管理者資格をもつ当法人スタッフの安見氏が中心となっている。



当法人組織図

4. 課題と方向性

販売拡大のための効果的な情報発信、営業力の強化や当法人スタッフのスキルアップが当面の課題となっている。

当法人の旅行業は、収益事業である前に、地域の新しい魅力創出＝観光地の質的向上＝通年型観光地の実現、を目指すための重要な機能であると考えている。その観点から協会会員はもちろん、一般市民の積極的な企画への参加を期待している。

5. 着地型旅行商品事業

●着地型旅行商品の造成

体験型周遊商品「笠間発見伝」は、“笠間にしかない魅力を見し伝える”、笠間人と旅人との交流から“共に感動を発見できる旅”、をコンセプトにしている。そのため単なる体験プランの羅列ではなく、体験をコーディネートする「人」の存在も重視している。この「笠間発見伝」は、一般的な着地型旅行商品に多い期日募集型ではなく通年で実施しており、2名から催行している。プランは半年ごとに入替えを行い、既に4回目を迎えている。(各回15~16プランを販売)

旅行商品の企画は、主に当法人スタッフと市の観光推進マネージャーが中心になり、協会会員や市民からアイデアを募り、プラスアップし、付加価値を高めて商品化している。

●着地型旅行商品の販売

着地型旅行商品の販売は、当法人ホームページ経由や笠間発見ツアーズへの電話による申込のほか、大手旅行会社の着地型旅行商品を扱うホームページ等で行っている。パンフレットは、東京にある茨城県アンテナショップや、道の駅、イベント、営業等で配布している。

バス会社や宿泊施設と連携した企画販売も実施している。



当法人ホームページ



ツアーを紹介するパンフレット

6. 代表的な着地型旅行商品

●「自作の1日～テーマ性のある体験プランで人気商品」

マイ箸を作り、美味しい蕎麦として知れた「常陸秋そば」を打って自作のお箸で食べる。笠間焼で蕎麦猪口、箸置を作る1日制作三昧のプランは昼食付きで6,920~8,800円である。土・日・祝日、2名から催行している。

●「心を洗う笠間の1日～法話・坐禅・写経で心リフレッシュ！」

真宗信仰の聖地・稻田禪房西念寺(稻田御坊)で、法話を聞き心を癒し、精進料理でおなかを満たす。午後は世界最大級の達磨が安置されている鳳台院で、坐禅と写経で禅修行をして心をリフレッシュするというスピリチュアルなプランである。昼食付きで、5,250円~6,500円、毎日2名から催行している。



マイ箸作り



鳳台院での坐禅

お問い合わせ

社団法人 笠間観光協会
笠間発見ツアーズ

TEL: 0296-72-9222
URL: <http://kasama-kankou.jp/>

No.15

群馬県 前橋市
ざいだんほうじん ぐんまけんかんこうこうさいきょうかい
財団法人 群馬県観光国際協会

| | | |
|------------------|-----------------------------|------------------|
| 財団法人 (平成19年) | 旅行業2種 (平成19年) | 大規模 自主事業比率70% |
| 自然・歴史資源 複合タイプ | 延べ589万人泊(群馬県) うち県外468万人泊 | |

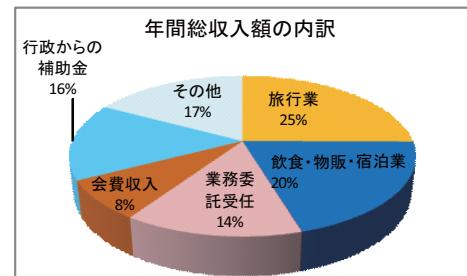


1. 取組概要

- 県の観光協会として、県全域の観光振興の促進を目指して、市町村や各地域の観光協会が企画した着地型旅行商品をとりまとめて一元的に販売促進を行っている。

2. 主要な事業

財団法人群馬県観光国際協会では、総収入のうち旅行業収入の比率が25%となっている。このうち83%は他社商品の販売で、その多くは当地域発の旅行（目的地は当地域外）である。飲食・物販・宿泊業は20%で、東京の総合情報センターや県のビジターセンター内の売店における物品販売である。業務委託は14%で、イベントなどを実施している。行政からの補助金は16%で、事務所経費や職員人件費に充当している。その他の17%は基金の運用収入である。



3. 組織体制

●人員

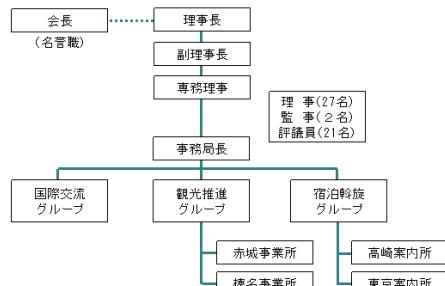
人員体制は、正職員11名、嘱託職員9名、契約職員43名の大規模組織である。職員は、東京の総合情報センターや県のビジターセンター、県庁内旅行コーナー内に配置されるほか、旅行業の販売窓口として東京や高崎、県庁内などの案内所に配置される。

●設立の経緯

(財)群馬県国際交流協会を母体とし、(社)群馬県観光協会、(財)群馬県観光開発公社、群馬県温泉旅館協同組合が再編・統合され、当法人が設立された。温泉旅館協同組合が第2種旅行業を取得していたため、当法人が旅行業資格を継承し、旅行業務に取り組んでいる。

●中核的人材

大手旅行会社における団体営業やインバウンド業務の勤務経験がある牧野氏が事務局長を務め、その経験を生かして地域内での資源発掘や商品化を進めている。



当法人組織図

4. 課題と方向性

地域ごとに着地型旅行商品を企画するだけでなく、消費者ニーズを販売者である当法人が把握した上で、これらの品質を管理・コントロールすることが重要な役割である。この作業を通して地域間で競い合い、商品力を高めたい。今後は、外国人向けの着地型旅行商品群の企画、宿泊施設における着地型旅行商品の販売、インターネットエージェント等との連携による宿泊のオプショナルツアとしての販売を進める。商品宣伝が充分に行き届かないことや、他県との連携商品の品揃えの拡充が課題である。

5. 着地型旅行商品事業

●着地型旅行商品の造成

募集型企画旅行の企画造成は平成21年度より開始した。当法人の会員である市町村や観光協会などから、素材やコースを提案してもらい、年に2、3回、地域の担当者が集まる商品開発会議を経て、それらを取りまとめた県内着地型旅行商品群として「はばたけ群馬観光博覧会」を商品化している。商品化には、①県内の駅からの発着とすること、②スルーガイドまたは観光スポットごとに案内人をつけること、③昼食には地元産品を含めること、④地元の各種体験ができること、の四つを条件にしている。

●着地型旅行商品の販売

「はばたけ群馬観光博覧会」の総合パンフレットを季節ごとに作成して、市町村で配布している。セブンカルチャーネットワークのフリーペーパーに一部商品を掲載し、コンビニエンスストアでも告知している。申し込みは当法人が一括して受け付けており、インターネット経由と、電話での申し込みの他に、大手旅行社での代理販売も行っている。

受注型企画旅行の獲得に向けて、「はばたけ群馬観光博覧会」の旅行業者向け資料を作成して販売している。



当法人ホームページ



パンフレット

6. 代表的な着地型旅行商品

●「たかさきスイーツめぐり～涼を求めて～」

高崎・榛名山麓を自然派ジェラートの超激戦区と銘打ち、同エリア内のスイーツ工房3箇所をバスでめぐり、牛乳、たまご、果物のジェラートを味わうツアーである。高崎駅の発着で、地元ガイドによる案内と、榛名湖を望む高原レストランでのツアーリミテッドメニューの昼食が付いている。開催日は夏期の三日間で、参加費は一人5,680円、募集人数は24名の設定である。

●「ブラジル横町街歩き日帰りの旅」

大泉町の東武鉄道西小泉駅に集合し、地元ガイドの案内により徒步で観光スポットをめぐるツアーである。ブラジル文化体験では、地元ブラジル人ガイドが日本語でブラジル事情を解説してくれる。昼食は、ブラジル料理店で本場のサンバショーを見ながらブラジル伝統料理を楽しむ。その後、ブラジルの商品を多数揃える商店街を散策する。開催日は、秋から春にかけて5回設定しており、いずれも第4日曜日（9月のみ第2土曜日）である。参加費は一人5,400円、募集人数は40人の設定である。



たかさきスイーツめぐりの様子



ブラジル横町街歩き日帰りの旅の様子

お問い合わせ

財団法人群馬県観光国際協会

TEL：027-243-7271

URL：<http://gtia.jp>

No.16

千葉県 南房総市

かぶしきがいしや とみうら

株式会社 とみうら

株式会社
(平成 5 年)

旅行業 3 種
(平成 13 年)

大規模
自主事業比率 90%

自然資源
中心タイプ

延べ 1,552 万人泊 (千葉県)
うち県外 1,265 万人泊



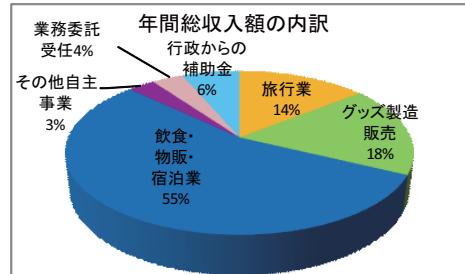
1. 取組概要

- 一括受発注システムを開発し、地域のランドオペレーターとしての役割を担う。
- 特産品である「びわ」の加工・製造販売や、びわ狩り・花摘み等の体験事業も実施している。

2. 主要な事業

株式会社とみうらでは、収入のうち最も多くの割合を占めるのが飲食・物販・宿泊業であり、全体の 55 パーセントを占める。次いで多いのはグッズ製造販売の 18% であり、旅行業の 14% という順になっている。グッズ製造販売には、特産品である「びわ」の加工・製造販売等による収入が含まれる。旅行業は、手配旅行のみを取り扱っている。

その他自主事業の内訳には、花摘み、果物狩りなどの体験商品の売り上げが含まれている。



3. 組織体制

●人員

人員体制は、役員が 9 名、正職員が 8 名、派遣職員・パート・アルバイトが 66 名という体制である。

●設立の経緯

旧富浦町時代、地域の資源を活用した広域的な産業文化の振興拠点となる施設整備が行われることになり、平成 5 年に「道の駅とみうら・枇杷倶楽部」がオープンした。その際、枇杷倶楽部の運営母体として、町が全額出資して「株式会社とみうら」が設立された。



道の駅とみうら枇杷倶楽部の外観

●中核的人材

取締役業務部長の鈴木氏が、道の駅とみうら枇杷倶楽部の駅長を兼任しながら事業推進の中核を担っている。

4. 課題と方向性

ランドオペレーター事業では、株式会社とみうらが受け取る手数料が約 5% となっているため、採算性が低いという問題点がある。また、小グループの旅行が、高速道路や東京湾アクアラインの値下げ等により増加し、団体客を主な対象としていた「一括受発注システム」での対応が課題となっている。

これまでの取り組みにより日帰り客誘致には成功したが、今後は宿泊客誘致を目指している。また、事業の対象範囲を南房総全域に広げる意向はあるが、当法人では他市町村や道の駅、観光施設等との連携が必要であると認識している。

5. 着地型旅行商品事業

● 着地型旅行商品の造成

当法人では、旅行会社からのオーダーに対応し、地域内のコンテンツを組み合わせて旅行手配から精算、クレーム処理までを一貫して実施する「一括受発注システム」を開発し、ランドオペレーター事業を展開している。

同システムの運用にあたり、地域内に点在する小規模の農園やレストラン、宿泊施設の商品を集約し、料金やメニューの統一化を行っている。地域の観光コンテンツは、「年間ツアーガイド」として一冊にまとめられている。

フルーツ狩りや花摘みなど季節性の高い商品は、季節ごとに異なる種類の商品を用意することで、一年中どの時期でも体験ができるような工夫を行っている。

● 着地型旅行商品の販売

当法人は、前述のようにランドオペレーター業務を行っている。旅行者に対しては、当法人へ手配を依頼した旅行会社が販売を行っている。

当法人では南房総エリアの観光ポータルサイト「南房総いいとこどり」の管理運営も行っており、サイト内で旅行会社向けの専用ページを設けて、商品の紹介を行っている。

6. 代表的な着地型旅行商品

● 「びわ狩り」

南房総の特産物である「房州びわ」の味覚狩りは、5月中旬～6月中旬に行うことができる。

体験メニューは複数用意されており、「びわ狩り 30 分食べ放題」「びわ食べ放題」「3 粒びわもぎ取り」「びわの試食 3 粒」「びわの試食土産つき」が用意されている。

価格は、体験時期によって異なっている。たとえば、「びわ狩り 30 分食べ放題」の場合、5月 7～17 日の期間は 2,500 円であるが、6 月 8 日～25 日の期間だと 1,900 円（団体料金）となっている。

● 「金魚草またはストック摘み」

南房総を代表する花である金魚草とストックの 2 品種のうち、いずれかの花を選んで摘むことができるプランである。10 月 23 日～4 月 30 日に体験することができる（ストック摘みは 1 月中旬～3 月上旬までの期間となっている）。

価格は、2 本摘み 200 円である。



観光ポータルサイト

「南房総いいとこどり」



ツアーメニューのパンフレット



房州びわ



金魚草

お問い合わせ

株式会社とみうら

TEL : 0470-33-4611

URL : <http://www.mboson-ekoto.jp>

No.17

財団法人
(平成 18 年)

旅行業 2 種
(平成 22 年)

大規模
自主事業比率 65%

温泉地
タイプ

延べ 1,138 万人泊 (神奈川県)
うち県外 782 万人泊

神奈川県 箱根町

さいだんほうじん はこねまちかんこうきょうかい かんこうこうりゅうせんたー

財団法人 箱根町観光協会 観光交流センター

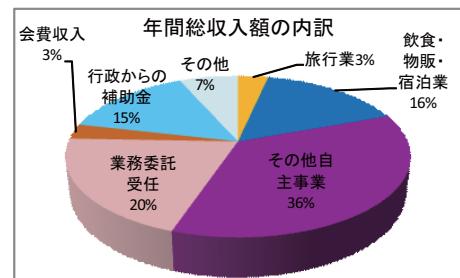


1. 取組概要

- 平成 21 年 4 月に第 3 種旅行業を取得し、観光交流センターを設立した。
- 現地発着型のツアーの企画と、外国人や素泊まり客、一人旅、当日申込などの案内所での宿泊斡旋を行っている。

2. 主要な事業

財団法人箱根町観光協会では、総収入額のうちその他自主事業が 36%、業務委託受任が 20%、飲食・物販・宿泊業が 16%、行政からの補助金が 15% となっている。事業内容は、町からの委託費と会費による箱根全山の誘客宣伝事業・施設管理運営事業（箱根関所、道の駅）、指定管理受託事業（箱根町湿生花園、箱根芦ノ湖フラワーセンター）などである。旅行業は、平成 21 年に設立した箱根町観光交流センターで実施している。



3. 組織体制

●人員

人員体制は、常勤役員が 1 名、正職員が 25 名、契約職員が 10 名、派遣職員・パート・アルバイトが 42 名の体制である。英語の他、韓国語や中国語での対応可能なスタッフもいる。

●箱根町観光交流センターの設立

平成 21 年 7 月に、様々な日帰りプランや宿泊の斡旋をする観光交流センターを設置し、平成 22 年には第 2 種旅行業を取得した。観光交流センターのスタッフは 3 名で、いずれも旅行会社からの転籍者である。



当法人組織図

●中核的な人材

所長代理である大手旅行会社出身の秋永氏を中心に着地型旅行商品の企画と斡旋を担当している。

4. 課題と方向性

着地型旅行商品の課題は集客と利益確保である。販売チャネルが確立されてないので集客に多額の経費がかかり、かつ着地型旅行商品が安価であるため利益確保が厳しい。3 年目の平成 23 年は人気の売れ筋商品に絞り込む必要があると考えている。

また、神奈川県の「ふるさと雇用再生特別基金事業」が平成 23 年度で終了するため、観光交流センターのその後の運営方法も検討中である。

5. 着地型旅行商品事業

●着地型旅行商品の造成

着地型企画旅行については、平成 22 年は年間 18 企画、3 年間で計 54 企画を催行している。

広域連携については熱海や湯河原、足柄と連携した観光圏の取り組みを行っており、事務局を担当している。

●着地型旅行商品の販売

着地型旅行商品の販売は、パンフレット等を見て電話で申し込みが 8 割、当法人のホームページ経由が 0.3 割、旅行会社経由が 0.7 割、その他が 1 割となっている。

また、地域の事業者との連携の場として、当法人の中に誘客宣伝委員会が設置されており、宿泊施設や運輸事業者、観光施設などがメンバーとなっている。「箱根ノルディックウォーキング」の参加者は中高年中心であるが、高級宿泊施設を経由した申込みでは若い人が多く、多様な販売チャネルがあると多様な顧客層を獲得できるメリットがある。



当法人ホームページ



作成しているチラシ

6. 代表的な着地型旅行商品

●「開運！箱根のパワースポットと七福神を巡る一日」

各地でお参りが盛んになる正月明けの時期に、箱根でも人気のある七福神を一日でめぐるプランである。日帰り温泉入浴付き（ホテル南風荘）や箱根のパワースポット「箱根神社」での参拝、興福院では住職が「七福神」にちなんだ解説を行う。催行日は平成 23 年 1 月 22 日・23 日・29 日・30 日で、参加代金は 4,300 円、最小催行人数は 20 名の設定で、小田原駅 9 時または箱根湯本駅 9 時 30 分出発、箱根湯本 15 時 30 分頃帰着である。当初の日程だけでなく追加日程でも催行したが、全て満員となるなど、好評だった。



開運！箱根のパワースポットと七福神を巡る一日

●「箱根芸者交流プログラム」

人気テレビ番組「大改造！劇的ビフォーアフター」で放映され、一躍観光スポットになった箱根湯本見番で、日本舞踊の観賞や、和楽器などの体験を、粹な芸者さん達と楽しめるプランである。開催日は平成 23 年 3 月と 4 月の第 2、第 4 週目の土曜、日曜である。日帰りでの利用はもちろん、宿泊施設へのチェックイン前やチェックイン後に気楽に立ち寄れるよう、時間は各日 13 時 30 分～15 時に設定してある。プログラム中ゲームに参加した方には粗品の進呈もある。参加費 2,000 円（子供 1,500 円）で、定員は 70 名、最小催行人数は 30 名である。



箱根芸者交流プログラム

お問い合わせ

財団法人箱根町観光協会

TEL : 0460-85-5700

URL : <http://www.hakone.or.jp/>

No.18

山梨県 甲府市

しやだんほうじん やまなしかんこうすいしんきこう

社団法人 やまなし観光推進機構

社団法人
(平成 21 年)

旅行業 2 種
(平成 21 年)

大規模
自主事業比率 30%

自然資源
中心タイプ

延べ 402 万人泊 (山梨県)
うち県外 333 万人泊



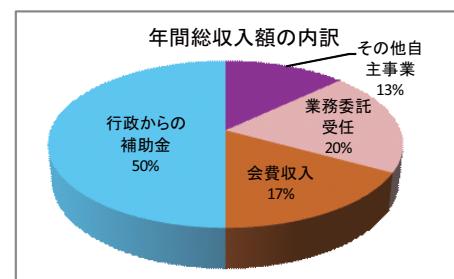
1. 取組概要

- ・県レベルの 3 つの観光推進組織を統合し、観光・物産をオール山梨で推進するために設立した。
- ・地域コーディネーターと連携し、地域独自の魅力を活かした着地型旅行商品事業に取り組む。

2. 主要な事業

社団法人やまなし観光推進機構の総収入額は、県からの補助金が 50%、業務委託（厚生労働省の「雇用創出の基金による事業」など）が 20%を占め、行政からの支援があわせて収入の 70%となっている。

こうした財源を活用し、プロモーション活動や各種の人材育成事業、物産販売仲介、着地型旅行商品事業に取り組んでいる。



3. 組織体制

●人員

人員体制は、役員 2 名、正職員 1 名、自治体等からの出向職員 11 名、契約職員 1 名、派遣職員・パート・アルバイトが 9 名となっている。自治体や県内外の民間企業からの出向者がいるため、行政や民間事業体と密接な関係を構築している。国内を対象とした情報発信、プロモーション、インバウンドを担う「観光・物産振興事業部」と、旅行商品開発や物産振興を担う「観光・物産販売促進事業部」の 2 部体制である。



当法人組織図

●設立の経緯

当法人は、より強力に観光振興を進めるために、県レベルの 3 つの観光振興組織（社団法人山梨県観光物産連盟、山梨県大型観光キャンペーン推進協議会、やまなしインバウンド観光推進機構）を平成 21 年 4 月に統合し、設立した。それまでの事業経験を生かした、オール山梨での展開が行われている。

4. 課題と方向性

着地型旅行商品事業にも注力し、企画から商品化、流通まで独自の仕組みを有しているが、「各アクティビティの開催日が極めて限定される」「価格面での競争力がない」といった課題も認識している。そのため今後は、各アクティビティの開催日の増加や、観光客の需要を把握して商品づくりに生かすことなどの取り組みを検討し、最終的に滞在日数の増大に向け、宿泊のオプションプログラムの造成を目指している。また、会員を増やすことで、財務面での強化に加え、オール山梨での展開の強化も図りたい。

5. 着地型旅行商品事業

●着地型旅行商品の造成

当法人は、関係機関が主催する観光系の人材育成講習会の受講者等を地域コーディネーターとして名簿化し、着地型旅行商品の企画を促している。その上で、地域コーディネーターが企画した内容を検討、磨き上げを行い商品としている。その数は 126 (平成 21 年 6 月～平成 23 年 3 月期) にのぼる。これらの旅行商品は、地域の自然や歴史文化を素材に、新しい視点で魅力づくりを行っているものが多い。その結果、主な客層は、地元住民が 30%、地元を除く県民が 30%、県外客が 40%となるなど、いわゆる観光客だけではなく、地元の人々にも支持、活用される商品となっている。

●着地型旅行商品の販売

造成した商品を、「いい旅やまなしナビ」などを通じて、情報発信、手配仲介を行っている。これによって、地域の魅力を十分に活用した商品を、効率的に流通させうる仕組みを構築している。

また、首都圏のシニア層を主対象として滞在型の観光地づくりを目指し「週末は山梨にいます。」というキャッチコピーによる商品づくり、情報発信に取り組んでいる。

6. 代表的な着地型旅行商品

●「西沢渓谷 森林セラピーチャンス」

秩父多摩甲斐国立公園の西沢渓谷は、全国に約 30 ある森林セラピー基地のひとつに認定されている。美しい渓谷美をみせる渓谷をセラピープログラムを体験しながらガイドとめぐり、森林のもつ癒しの効果を体感する。

5 月～10 月に実施しており、所要時間は約 5 時間 30 分である。料金は、一人 4,800 円で募集人数は各回 15 名、最少催行人数は 3 名、道の駅みとみ出発 10 時 05 分である。

●「富士川ラフティングツアー」

日本三大急流に数えられる富士川をゴムボートに乗って下る。ボートにはベテランのインストラクターも同乗し、乗船前には操作方法と危険回避について説明し、小学校 4 年生以上なら安心して体験可能である。

6 月～10 月に実施しており、所要時間は 3 時間である。料金は、大人 6,000 円 子ども 4,800 円で、午前の部 8 時 50 分と午後の部 13 時 20 分がある。募集人数は 30 名で、最少催行人数は 4 名となっている。



当法人ホームページ



西沢渓谷 森林セラピーチャンス



富士川ラフティングツアー

お問い合わせ

社団法人 やまなし観光推進機構 TEL：055-231-2722

URL：<http://www.yamanashi-kankou.jp/>