

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	公益財団法人 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー 平成30年4月に名称変更	
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 静岡県浜松市、湖西市	
所在地	静岡県浜松市	
設立時期	平成9年3月24日	
職員数	15人(常勤12人:嘱託、アルバイトを含む)	
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) 御室健一郎 (出身組織名) 浜松信用金庫 理事長(浜松商工会議所前会頭)	地域の多様な関係者との合意形成を円滑にするため、地域経済界に信頼が厚い人材である浜松信用金庫 理事長(浜松商工会議所前会頭)を配している。
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	(氏名) 前田 忍 「専従」 (出身組織名) サンクスループ代表元大井川鐵道(株)グループ代表取締役	大手外資系製薬会社の医薬情報担当者を皮切りに、総合公園施設支配人、大手通販会社において流通小売業向けの新規事業の立ち上げに従事。その後、経営破綻したホテルの再生事業で成果を出し、前職の大井川鐵道では、収益改善、情報発信力の強化、マネジメント強化、物販部門の商品政策構築など経営改革の実績を持つ。現在は、浜松市内において、企業活性化アドバイザーとしても活動をしている。
各部門(プロモーション、旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	(氏名) 鈴木 康久 (出身組織名) (株)日本旅行	(株)日本旅行に35年間勤務。また、当財団において平成28年より観光推進事業部長として従事。旅行商品の造成・販売及び国内外のプロモーションに高い能力・実績を持つ。総合旅行業務取扱管理者資格所持。
各部門(MICE推進事業)の責任者(専門人材)	(氏名) 足立 欣則 (出身組織名) (株)JTB	(株)JTBに42年間勤務。また、当財団において平成24年より事業部長及びコンベンション事業部長として従事。MICEに関して、学会等関係団体に豊富なネットワークを有し、多くの大会誘致の実績を持つ。総合旅行業務取扱管理者資格所持。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	静岡県文化・観光部観光政策課(事業実施支援) 静岡県浜松土木事務所企画検査課(道路・河川等管理者) 浜松市産業部観光・シティプロモーション課(事業実施支援) 浜松市産業部産業振興課(産業観光に関する調整、事業実施補助) 浜松市産業部農業水産課(農水産事業者との調整、事業実施補助) 浜松市産業部林業振興課(林業事業者との調整、事業実施補助) 浜松市企画調整部広聴広報課(情報発信)	

(別添)様式1

	<p>浜松市各区(南区、東区を除く)まちづくり推進課(事業実施補助、観光施設整備、住民啓発)</p> <p>浜松市東区、南区区振興課(事業実施補助、観光施設整備、住民啓発)</p> <p>浜松市都市整備部都市計画課(都市整備計画)</p> <p>浜松市都市整備部緑政課(公園等整備・管理)</p> <p>浜松市土木部道路企画課及び河川課(道路・河川管理者)</p> <p>浜松市市民部スポーツ振興課(事業実施補助)</p> <p>浜松市教育委員会(意識啓発・郷土教育)</p> <p>浜松市市民部創造都市・文化振興課(歴史文化施設管理運営)</p> <p>湖西市市民経済部商工観光課(事業実施支援)</p> <p>湖西市教育委員会スポーツ・文化課(歴史文化施設管理運営)</p> <p>湖西市都市整備部(社会資本整備・管理)</p> <p>湖西市市民経済部農林水産課(事業実施補助)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>【観光・宿泊施設及び事業者等】</p> <p>浜名湖遊覧船(株)(財団理事、滞在プログラム企画)</p> <p>(株)JTB中部(財団理事)</p> <p>(公財)浜松市花みどり振興財団(滞在プログラム企画)</p> <p>【交通・インフラ】</p> <p>遠州鉄道(株)(財団理事、アクセス改善)</p> <p>中日本高速道路(株)東京支社 浜松保全・サービスセンター(アクセス改善)</p> <p>東海旅客鉄道(株)静岡支社(アクセス改善)</p> <p>天竜浜名湖鉄道(株)(財団評議員)</p> <p>【金融】</p> <p>(株)静岡銀行(財団評議員)</p> <p>浜松信用金庫(財団評議員)</p> <p>遠州信用金庫(財団監事)</p> <p>【報道・放送】</p> <p>(株)静岡新聞社・静岡放送(株)(財団評議員)</p> <p>(株)中日新聞社(財団評議員)</p> <p>静岡エフエム放送(株)(財団評議員)</p> <p>【観光協会】</p> <p>館山寺温泉観光協会(財団理事、会員・地域への周知ほか)</p> <p>舞阪町観光協会(会員・地域への周知ほか)</p> <p>三ヶ日町観光協会(会員・地域への周知ほか)</p> <p>湖西市観光協会(会員・地域への周知ほか)</p> <p>新居町観光協会(会員・地域への周知ほか)</p> <p>奥浜名湖観光協会(会員・地域への周知ほか)</p> <p>天竜区観光協会(会員・地域への周知ほか)</p> <p>【経済団体】</p> <p>浜松商工会議所(財団監事及び評議員、特産品開発)</p> <p>【その他組合、協会等】</p> <p>浜松商店界連盟(地場製品の提供、地元商品を活かした商品開発)</p> <p>浜松ホテル旅館協同組合(財団評議員、宿泊サービス改善)</p> <p>浜松漁業協同組合(滞在プログラム企画)</p> <p>浜松市土産品協会(財団理事)</p> <p>浜松市タクシー協会(財団評議員)</p>

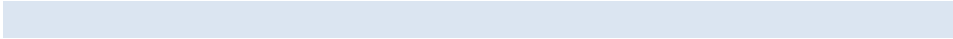
(別添)様式1

	<p>【NPO法人等】 NPO法人浜名湖観光地域づくり協議会（滞在プログラムを活用した商品企画及び販売） NPO法人Sea Net浜松（滞在プログラム企画） NPO法人はまなこ里海の会（滞在プログラム企画） 浜名湖えんため（滞在プログラム企画）</p> <p>【その他業種】 ヤマハ(株)（財団理事）</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>（該当する要件） ~</p> <p>（概要） 理事長に地域経済界を代表する浜松商工会議所前会頭を、理事、評議員などの役員には観光事業者のほか、行政、金融機関、製造業者、交通事業者、報道関係者を配し、地域の多様な関係者が運営に参画している。理事会（毎年度2回以上）及び評議会（毎年度1回以上）により、事業計画や予算など組織運営の方針について、地域関係者の合意形成を図っている。 また、上記に加え、当財団がプラットフォームとなっている浜名湖観光圏整備推進協議会では年2回の総会のほか、観光地域づくりマネージャーや幅広い関係者をメンバーとする戦略会議を年6回程度開催し、事業に参画している多様な関係者との合意形成に寄与している。 なお、賛助会員については、既存観光協会をはじめとして、観光、展示・装飾、倉庫・流通、飲食、広告・デザイン、販売、印刷・出版、運輸、製造・加工、ホテル・旅館、建設・不動産など多岐に渡る業種から参画を受けている。</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>地域住民への啓発及び情報提供等を目的とした浜名湖観光圏シンポジウムを年1回開催している。このほか、インバウンド受入など各種セミナーの開催に加え、地域の大学と連携した人材育成事業、小中学生の課外学習の受け入れなど、次世代の観光地域づくりを担う人材の育成にも取り組んでいる。 また、地域最大のイベントである「浜松まつり」には事務局として携わり、その運営に際しては地域住民団体と連携し、参加者のみでなく国内外からのお客様にも楽しんでいただけるよう、市民へのおもてなしマインドの醸成、意識啓発に取り組んでいる。 加えて、当財団のホームページ及びメールマガジン、FACEBOOK、会報誌「La.La.La」（年2回発行）において、DMOの活動状況や取組みの成果を情報発信することにより、財団の活動周知、観光地域づくりに関する意識の啓発や醸成、市民の参加を促進している。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>（活動の概要） 当財団は、平成元年6月に各種大会、会議などの誘致、主催者への運営支援などを目的に財団法人浜松コンベンションビューローとして設立された。平成9年4月に浜松観光協会と組織を統合、財団法人浜松観光コンベンションビューローと名称を改め、平成24年4月より、現在の公益財団法人として「コンベンション誘致及び主催者への支援」のほか「観光振興事業」「公共施設管理運営事業」を3本柱として事業を推進している。 「コンベンション支援」では、これまでに世界吹奏楽大会や「先進的情報学に関する国際会議」など国内外の各種大会、学会会議などの誘致や主催者への運営支援などを行ってきた。また、宿泊者100名を超える大規模な会議などへの補助金をはじめ、年間150件以上の支援を行っている。 「観光振興事業」では、浜松・浜名湖のプロモーション事業（内外展示会等への出展、海外旅行社の招請など）やパンフレット、観光マップなど</p>

(別添)様式1

	<p>共通ツールの作成、HP(浜松大好きネット)の運営やメールマガジンによる情報発信などを行ってきた。特に、平成21年4月からは「浜名湖観光圏」の事務局、また、平成26年度からは、改正された基本方針に基づく現在の「浜名湖観光圏」のプラットフォームとして、「海の湖」をブランドコンセプトとした体験プログラムの造成やその他事業の運営、インバウンド向けのプロモーションや内外への情報発信などを集約して実施している。</p> <p>「公共施設管理運営事業」では、浜松市情報プラザ、浜松まつり会館などの運営を受託してきた実績があり、現在はJR浜松駅内にある浜松市観光インフォメーションセンターの運営を受託している。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>コンベンション支援件数 H27年:171件(総消費額90億円) H28年:166件(総消費額83億円)</p> <p>滞在プログラム参加者数 H27年:3,788人 H28年:3,055人</p> <p>海外からの視察受入数 H27年:594人 H28年:1,232人</p> <p>浜松観光インフォメーションセンター来場者実績 H27年:129,010人(うち外国人3,852人) H28年:137,218人(うち外国人4,035人)</p>
--	--

(別添)様式1

実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>当財団の運営には、理事、幹事、評議員に観光事業者のほか、行政、金融機関、製造業者、交通事業者、報道関係者を配して、地域の多様な関係者が参画する体制を構築している。</p> <p>また、「浜名湖観光圏」のプラットフォームとしての役割を担っており、観光圏ブランド戦略を推進するための戦略会議には、当財団を中心に行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者がメンバーとして参画するなど官民が密接に連携した運営を実施している。</p> <p>(実施体制図)</p> <p>別紙実施体制図のとおり</p> 
------	--

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】



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	浜松・浜名湖観光情報サイト「浜松だいすきネット」を活用して実施
フェイスブック(FB)のファン数	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	浜松・浜名湖観光情報フェイスブック(FB)を活用して実施
延べ宿泊者数(日本人、外国人)	地域内の宿泊施設の宿泊者数の増減から施策の効果等を把握するため	浜松市及び湖西市の宿泊施設への調査により実施
旅行消費額(1人あたり)	地域内での旅行者1人あたりの消費額の増減から施策の効果等を把握するため	アンケート調査により実施
来訪者満足度	地域内に訪れた旅行者の満足度の増減から施策の効果等を把握するため	アンケート調査により実施
リピーター率	地域内に訪れた旅行者のリピーター率の増減から施策の効果等を把握するため	アンケート調査により実施
誘致会議における経済波及効果	誘致会議における経済波及効果の増減から施策の効果等を把握するため	誘致した会議の件数、規模等から算出

4. 戦略

(1) 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"> ・日本の真ん中(関東、関西から2時間でアクセス) ・人口80万人超の都市圏にある ・新たに開通する高速道路網(新東名、三遠南信道) ・富士山静岡空港、セントレアなど活用の可能性 ・太平洋から南アルプスまで広い観光エリア・多様な資源 ・30分圏内に観光資源が集積 ・豊富な食材(水産物、農産物)、国内有数の生産量 ・魚介類が豊富 ・花の栽培が盛ん。一年中花を楽しめる。 ・海、山、川に囲まれた豊かな自然。美しい景観 ・湖北五山、文化財がある ・宿泊施設が充実 ・世界有数の企業があり、産業観光の資源が充実 ・楽器メーカーが立地し、文化的である ・大きすぎないコミュニティで、情報共有しやすく協働しやすい ・観光分野の都市間連携が盛んであり、杭州市(中国)、瀋陽市(中国)、台北市(台湾)、日月潭(台湾)、御殿場市(日本)などと協定を結んでいる ・複合コンベンション施設がある ・マリンスポーツ、ビーチスポーツの聖地 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東西の谷間(通過点) ・対外及び地域内に対してもPR下手、PR不足 ・浜松のブランドイメージが弱い。ウナギ以外の目玉がない ・農産物は多いが、ここだけにしかないものがない(個性がない) ・浜松らしさの核となるものがない ・中途半端な地域(新しくも古くもない街並み、都会にも田舎にもなれない等) ・エリアが広く「重点」を絞りにくい ・イメージが先行(例:花など)して、受入体制が整っていない ・周辺施設へのアクセスが悪い ・地元の人が地元のことを知らない(訪れたこと、体験したことがない) ・地域独自の提案に乏しい(ご当地グルメ、周遊プランなど) ・連携不足(資源は多いが、個々バラバラ。協調性に欠ける) ・1次、2次産業の充実ゆえ、観光産業が育たない ・FITなど新たな旅行ニーズに対応しきれていない宿泊施設 ・浜名湖周辺に観光協会がたくさんあり、一元的な窓口がどこかわからない
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たなインフラの開通(新東名、三遠南信道) ・志向の変化(マラソンブーム、歴史好き、若者の地元回帰など) ・食への関心、B級グルメ・和食ブーム。グルメ情報はメディアも取り上げる ・農水産物が多様。豊富な素材 ・体験志向(教育旅行の受入、農業・漁業も題材になる) ・首都圏に多く存在する静岡県出身者は有力な(ロコミ)サポーター ・住民の思考に多様性が生まれてきている(多様な担い手の存在) ・高齢者の増加に伴い、交通至便の地域としての注目が高まる ・平成30年以降ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、デスティネーションキャンペーン、浜松ピアノ国際コンクール、浜松城築城50周年、フラワーパーク50周年など大型イベントが開催される 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新幹線の素通り ・新東名の開通に伴い外への流出、素通りが加速 ・海外からの誘客に積極的な都市、ブランド力を増した都市の増加 ・周辺に同じレベルの競合先が多く、共倒れする ・富士山が強烈に発信され、相対的に埋没する ・お取り寄せが増え、現地を訪れない人が増える ・鰻の原価が高騰、出荷量の減少 ・地物(魚、野菜など)が高い(流通しない) ・価格競争を抑制する力がない。なんでもB級に流れる ・少子化、人口減少 ・時代の変化に対応した産業転換が図れていない ・国内消費意欲の停滞

(2) ターゲット

第1ターゲット層 親子三世代旅行
選定の理由、 新たなコンセプトの浸透、イメージ想起のために浜名湖でしか体験できない自然、歴史、文化、食などを3世代そろって体感してもらい、その後シルバー世代や成長した子供たちが将来のリピーターとなることを目指す。 取組方針 都市型のアミューズメントでは体験できない、本物の自然がつくる感動の体験をアクセスの良い浜名湖で体験してもらい、親子3世代が楽しめる観光地づくりを進める。
ターゲット層 台湾、中国の団体旅行者
選定の理由 平成28年に当地域には30万人を超える外国人延べ宿泊者が訪れているが、地域に滞在し観光するまでにはいたっていない。これらを単なる宿泊者ではなく、観光客として取り込む。 取組方針 現地でのプロモーション実施、エージェントの訪問、展示会への出展のほか外国語パンフ、メニューや免税店の設置など、受け入れ態勢を強化する
ターゲット層 外国人FIT
選定の理由、 欧米はもとより、ASEANを始めとした新興国においてもLCCを利用した個人旅行客が増加している。 取組方針 WEBやSNSを利用した情報発信。当地域でしか体験できない魅力ある滞在プログラムの造成。 Wi-fi整備や外国語のパンフレット・メニューなど受け入れ態勢強化を推進する

ターゲットについては、現在の浜名湖観光圏整備計画が平成30年度で終期を迎えるため、31年度以降はそれに併せた見直しを行う予定。

(3) コンセプト

<p>コンセプト</p>	<p>「海の湖」～浜名湖からはじまる新たな物語～</p>
<p>コンセプトの考え方</p>	<p>浜名湖は単なる湖ではなく、海と繋がる汽水湖「海の湖」。だからこそ、豊かな自然の恵みを育み、人や物の交流がまちを生ま出し、そこでものづくりがはじまり、遊びを生む風土を作り出してきた。</p> <p>全ての物語は浜名湖からはじまり、ここからまた新たな物語がはじまっていく。ダイナミックさと、たおやかさを併せ持ち、創造力を掻き立てるように、新たな物語を浜名湖は生み出していく。そんな「海の湖」の世界感を浜松・浜名湖のブランドとして確立し、この地域だからこそできる特別な体験を提供していく。</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>戦略の多様な関係者との共有</p>	<p>隔月の頻度で、当財団が中心となり地域内関係者による戦略会議を開催。事業進捗の管理、共有と共に、PDCAサイクルの実効化を図っている。</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>全国13観光圏と連携し、宿泊施設のサービスに係る品質認証制度「サクラクオリティ」を導入し実施している。</p> <p>必須KPIとして来訪者満足度調査(アンケート)を実施し、その結果をPDCAサイクルに基づきフィードバックできる体制を構築している。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>当財団がワンストップ窓口となり、WEB(浜松だいすきネット)やSNS(浜松・浜名湖観光情報フェイスブック)を活用した一元的な情報発信、地域事業者と連携した効果的なプロモーションを行っている。</p>

6. KPI (実績・目標)**(1) 必須KPI**

指標項目	単位	H27年度 (実績)	H28年度 (実績)	H29年度 (目標)	H30年度 (目標)	H31年度 (目標)	H32年度 (目標)
旅行消費額 (一人当たり)	円	27,352	26,644	34,500	35,500	35,500	35,500
延べ宿泊者数	人	2,755,214	2,524,865	2,700,000	2,500,000	2,550,000	2,600,000
来訪者満足度	%	87.8%	90.3%	88.5%	89.0%	90.0%	91.0%
リピーター率	%	72.7%	75.1%	77.0%	80.0%	80.0%	80.0%

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】**

浜名湖観光圏の整備推進計画の認定期間が平成26年度から平成30年度であることから、成果管理がしやすいようにするため、暦年ではなく各年度の目標値を設定している。

各年度の目標値については、前年度の達成状況や地域情勢などを踏まえ、必要に応じて見直しを行っている。

なお、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率については、観光圏整備計画に位置づけられている主たる滞在促進地区(館山寺)の目標値であるため、平成31年度以降の目標については、館山寺以外の地区の地域も含めて平成30年度中に設定をする。

【設定にあたっての考え方】**旅行消費額**

主たる滞在促進地区(館山寺)で実施している旅行消費額のアンケート結果を基に目標値の設定をしている。平成30年までに27年度の全国観光圏の平均金額35,000円を超えることを目標としている。

延べ宿泊者数

浜松市及び湖西市が、独自でホテルや旅館を対象に実施している調査結果を基に目標値を設定している。述べ宿泊者数には、日本人と外国人とも含まれている。平成29年度は、大河ドラマ放映の影響を見込み、目標値を高く設定しているため、30年度は数値を減らしているが、次年度以降は毎年度5万人増を目標値としている。

来訪者満足度

主たる滞在促進地区(館山寺)で実施している来訪者満足度のアンケート結果を基に目標値を設定している。現状の満足度約90%は比較的高い評価であり、当面全市的な目標値もこれを維持しつつ、更なる評価をいただけるよう数値設定した。

リピーター率

主たる滞在促進地区(館山寺)で実施しているリピーター率のアンケート結果を基に目標値の設定をしている。現状のリピーター率77%は比較的高い評価であり、全市的にもこの評価を維持しつつ新規訪問者の獲得も視野に入れ、より高い80%のリピーター率を目指す。

(別添)様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	H27 年度 (実績)	H28 年度 (実績)	H29 年度 (目標)	H30 年度 (目標)	H31 年度 (目標)	H32 年度 (目標)
外国人延べ宿泊者数	人	397,995	341,664	350,000	360,000	370,000	380,000
誘致会議における経済波及効果	円	約 90 億	約 83 億	100 億	100 億	100 億	100 億

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】

必須 K P I の管理を各年度で実施しているため、その他の目標についても同様に各年度で目標値を設定している。

なお、項目については、必須 K P I を補完するために必要であると考えられるものを設定しており、各年度の目標値については、前年度の達成状況や地域情勢などを踏まえ、必要に応じて見直しを行っている。

【設定にあたっての考え方】

外国人延べ宿泊者数

外国人が当地域にどのくらい宿泊したかを把握することにより、外国人に対する施策の効果を計ることから必須 K P I を補完するその他の目標として設定する。

浜松市及び湖西市が独自でホテルや旅館などに対して調査している結果を基に目標値を設定しているが、29 年度以降、本市の外国人宿泊客で大きなウェイトを占めるゴールデンルートの団体ツアーの減少を FIT の誘客でカバーする中で、毎年 1 万人以上の増加を目指している。

誘致会議における経済波及効果

誘致会議における経済波及効果が地域の稼ぐ力に寄与する大きな要因のひとつとなるため、必須 K P I を補完するその他の目標値として設定する。

なお、現在、当財団の中長期計画に平成 30 年度までの目標値を 100 億円と定めており、現状未達成のため、引き続き 100 億円を目標としている。

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	165,851,001(円)	(内訳の区分) 【国からの補助】 : 18,153,406円 【都道府県からの補助金】 : 10,000,000円 【市町村からの負担金】 : 47,870,592円 【地方公共団体からの事業受託収入】 : 64,429,868円 【会費収入】 : 7,980,000円 【事業収益】 : 932,182円 【基本財産運用益】 : 5,054,461円 【民間企業等からの負担金】等 : 11,430,492円
29年度	135,259,000(円)	(内訳の区分) 【負担金・補助金】 : 55,330,000円 【地方公共団体からの事業受託収入】 : 59,931,000円 【会費収入】 : 8,060,000円 【事業収益】 : 556,000円 【基本財産運用益】 : 5,050,000円 【その負担金、雑収益】等 : 6,332,000円
30年度	135,259,000(円)	(内訳の区分) 【負担金・補助金】 : 55,330,000円 【地方公共団体からの事業受託収入】 : 59,931,000円 【会費収入】 : 8,060,000円 【事業収益】 : 556,000円 【基本財産運用益】 : 5,050,000円 【その負担金、雑収益】等 : 6,332,000円
31年度	135,259,000(円)	(内訳の区分) 【負担金・補助金】 : 55,330,000円 【地方公共団体からの事業受託収入】 : 59,931,000円 【会費収入】 : 8,060,000円 【事業収益】 : 556,000円 【基本財産運用益】 : 5,050,000円 【その負担金、雑収益】等 : 6,332,000円
32年度	135,259,000(円)	(内訳の区分) 【負担金・補助金】 : 55,330,000円 【地方公共団体からの事業受託収入】 : 59,931,000円 【会費収入】 : 8,060,000円 【事業収益】 : 556,000円 【基本財産運用益】 : 5,050,000円 【その負担金、雑収益】等 : 6,332,000円

(別添)様式1

(2)支出

年度	総支出	内訳
28年度	166,434,703(円)	(内訳の区分) 【管理費】 : 6,354,083円 【コンベンション事業】 : 40,034,324円 【観光事業】 : 102,862,650円 【観光案内所事業】 : 16,059,998円 【会員サービス事業】 : 1,102,102円 【雑費】 : 21,546円
29年度	138,152,000(円)	(内訳の区分) 【管理費】 : 7,223,000円 【コンベンション事業】 : 39,805,000円 【観光事業】 : 73,476,000円 【観光案内所事業】 : 16,252,000円 【会員サービス事業】等 : 1,396,000円
30年度	138,152,000(円)	(内訳の区分) 【管理費】 : 7,223,000円 【コンベンション事業】 : 39,805,000円 【観光事業】 : 73,476,000円 【観光案内所事業】 : 16,252,000円 【会員サービス事業】等 : 1,396,000円
31年度	138,152,000(円)	(内訳の区分) 【管理費】 : 7,223,000円 【コンベンション事業】 : 39,805,000円 【観光事業】 : 73,476,000円 【観光案内所事業】 : 16,252,000円 【会員サービス事業】等 : 1,396,000円
32年度	138,152,000(円)	(内訳の区分) 【管理費】 : 7,223,000円 【コンベンション事業】 : 39,805,000円 【観光事業】 : 73,476,000円 【観光案内所事業】 : 16,252,000円 【会員サービス事業】等 : 1,396,000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

公益財団法人のメリットを活かして、行政から持続的な事業の受託や、負担金等を得ることで、観光地域づくりの中核を担う機関として基本的な財政基盤を確保している。

加えて、

着地型旅行商品販売手数料のほか、インバウンド向けオペレーター事業や同音楽交流等受入事業などの実施

賛助会費収入に加え、パンフレットなどの作成における受益者負担

施設の指定管理者など公益性の高い事業の受託

国等の補助金等の活用

など、より以上に自律的・継続的な運営資金確保に努めていく。

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

浜松市と湖西市は、平成21年度に観光圏整備法に基づく国の認定を受け、「浜名湖観光圏整備推進協議会」を立ち上げ、DMOの先駆けとも言えるブランド確立による観光地域づくりにいち早く取り組んできました。平成26年度からは、新たな5年間の観光圏整備計画が認定を受け現在に至っています。

公益財団法人浜松観光コンベンションビューローは、平成元年に浜松市の外郭団体として、国際会議の誘致などを目的に官民の出資により設立しました。平成9年には、浜松観光協会と組織を統合し、以後、民間のノウハウや継続性などの強みを活かし、観光・コンベンションなどの公益目的事業を実施するとともに、圏域内の魅力ある資源を活用した誘客等を推進する、当地域の官民連携による観光地域づくりの中核的組織です。

さらに、浜名湖観光圏事業では、公益財団法人浜松観光コンベンションビューローが、このような観光事業者や地域の多様な事業者との関係を活かし、プラットフォームの役割を担うとともに、観光地域づくりマネージャーとの連携により戦略に基づく地域マネジメントを行っています。平成28年5月には、この観光圏の取り組みをベースに「(仮称)浜松・浜名湖地域DMO」として日本版DMO候補法人に認定されました。

「(仮称)浜松・浜名湖DMO」は、この公益財団法人浜松観光コンベンションビューローの機能と法人格を継承して改組し、平成30年4月に設立します。さらに今後は、正式なDMO法人として、より一層の機能の強化と財政基盤の整備を図り、世界レベルのDMOを目指していきます。

浜松市と湖西市の両市は、圏域の行政として観光による地域づくりを担う「(仮称)浜松・浜名湖DMO」と連携するとともに、必要な支援を行ってまいります。

9. 記入担当者連絡先

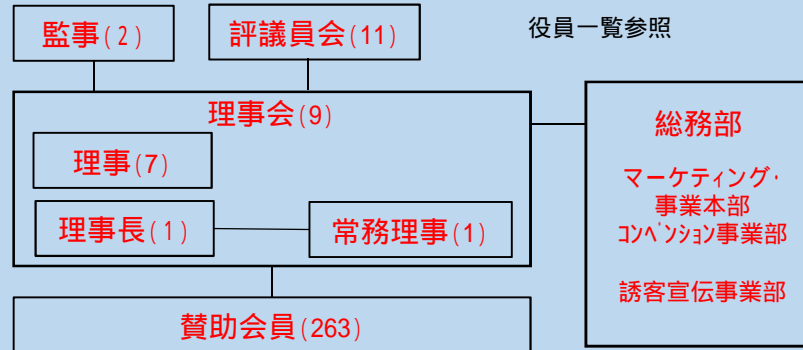
担当者氏名	山下 智久
担当部署名(役職)	公益財団法人浜松観光コンベンションビューロー 事務局長
所在地	浜松市中区鍛冶町 100-2
電話番号(直通)	053-458-0011
FAX 番号	053-458-0013
E - m a i l	info@hamacon.net

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	浜松市
担当者氏名	寺田 晃
担当部署名(役職)	産業部 観光・シティプロモーション課 海外戦略担当課長
所在地	浜松市中区元城町 103-2
電話番号(直通)	053-457-2295
FAX 番号	050-3730-8899
E - m a i l	kanko@city.hamamatsu.shizuoka.jp

都道府県・市町村名	湖西市
担当者氏名	山本 信治
担当部署名(役職)	市民経済部商工観光課 課長
所在地	静岡県湖西市吉美 3268
電話番号(直通)	053-576-1230
FAX 番号	053-576-4880
E - m a i l	shoukou@city.kosai.lg.jp

(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー組織図



HLHTB運営体制

浜名湖観光圏整備推進協議会

会長:浜松市長

総会(承認機関)

戦略会議(意思決定機関)

【メンバー】構成員の責任者、観光地域づくりマネージャー等
メンバー一覧参照

会議の運営

【運営主体】(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
(観光地域づくりプラットフォーム)

事業の運営・予算等の執行管理

マネージャー・DMO会議

- ・月1回開催
- ・各WGの進捗報告
- ・戦略会議への報告

各事業の計画、実施

「海の湖」ブランド推進WG

広報宣伝・WG

インバウンド推進WG

ハマイチ推進WG

浜名湖舟運推進WG

フラワーツーリズム推進WG

インフラネットワークWG

浜松・浜名湖ツーリズムビューロー役員一覧

(1) 理事及び監事		(平成30年4月13日現在)
職名	氏名	役職
理事長	御室健一郎	浜松信用金庫 理事長 (浜松商工会議所前会頭)
常務理事	中西利充	(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー 常務理事
理事	井内新	(株)JTB 浜松支店長
理事	石坂守啓	浜松市 産業部 観光・ブランド振興担当部長
理事	小野晃司	浜名湖遊覧船(株)代表取締役社長
理事	金原貴	舘山寺温泉観光協会 会長
理事	金原擴	浜松市土産品協会 会長
理事	中村勝也	ヤマハ(株) 総務部長
理事	前田忍	(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー 理事・事業本部長
理事	村松修	遠州鉄道(株) 常務取締役 グループ経営推進本部長
監事	小杉和弘	浜松商工会議所 専務理事
監事	守田泰男	遠州信用金庫 理事長

(2) 評議員		(平成30年4月1日現在)
職名	氏名	役職
評議員	石黒衆	浜松商工会議所 副会頭
評議員	石田伸吾	(株)静岡新聞社・静岡放送(株) 浜松総局長兼業務部長
評議員	植田基靖	天竜浜名湖鉄道(株)代表取締役社長
評議員	上野豊	静岡エフエム放送(株) 代表取締役社長
評議員	長田繁喜	浜松市 副市長
評議員	神戸重敏	静岡県 文化・観光部 観光交流局長
評議員	喜聞広典	(株)中日新聞社 取締役 東海本社代表
評議員	杉田光秀	(株)静岡銀行 常務執行役員・西部カンパニー長
評議員	平井正大	浜松信用金庫 常務理事
評議員	丸山晃司	浜松市タクシー協会会長
評議員	山下智司	浜松ホテル旅館協同組合 理事長

浜名湖観光圏・戦略会議メンバー一覧

構成団体
国土交通省 中部運輸局
静岡県 観光政策課
静岡県 浜松土木事務所
浜松市 観光シティプロモーション課
湖西市 商工観光課
浜松商工会議所
浜松観光コンベンションビューロー
舘山寺温泉観光協会
舞阪町観光協会
三ヶ日町観光協会
湖西市観光協会
新居町観光協会
浜名湖えんため(観光地域づくりMGR)
遠州鉄道(株)
浜名湖遊覧船(株)
浜名漁業協同組合
NPO法人 はまなこ里海の会
(一社)浜松商店界連盟
天竜浜名湖鉄道(株)
浜松ホテル旅館協同組合
東海旅客鉄道(株)静岡支社
(公財)浜松市花みどり振興財団
NPO法人浜名湖観光地域づくり協議会
奥浜名湖観光協会
中日本高速道路(株)東京支社 浜松保全・サービスセンター
NPO法人Sea Net 浜松
NPO法人秋葉街道ツーリズム
遠州信用金庫
浜名湖地域舟運都市構想研究会
観光地域づくりMGR

「海の湖」 ～浜名湖からはじまる新たな物語～

【区域】

静岡県浜松市・湖西市

【設立時期】

平成9年3月24日(平成30年4月1日名称変更)

【代表者】

理事長 御室健一郎

【マーケティング責任者】

前田 忍

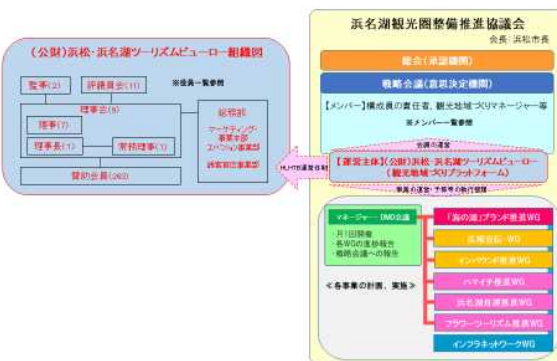
【職員数】

15人

【連携する主な事業者】

観光・宿泊施設、観光協会、交通・インフラ、金融、経済団体等

海・湖 浜松・浜名湖地域 平成30年度事業実施体制



(表:KPI(実績・目標)) ()内は外国人に関するもの

	28年度 (実績)	29年度 (目標)	30年度 (目標)	31年度 (目標)	32年度 (目標)
旅行消費額(円)	26,644	34,500	35,500	35,500	35,500
延べ宿泊者数(人)	2,524,865 (341,664)	2,700,000 (350,000)	2,500,000 (360,000)	2,550,000 (370,000)	2,600,000 (380,000)
来訪者満足度(%)	90.3	88.5	89.0	90.0	91.0
リピーター率(%)	75.1	77.0	80.0	80.0	80.0

観光資源に関する取組

・地域内最大の観光資源である「海の湖」浜名湖を体感できる滞在プログラム等を中心に、海岸線から山間部まで、広大な圏域を有する当地域内をつなぐ、ここでしか出来ない価値を提供していく。

・既に地域のブランドであるうなぎをはじめ、豊富な農水産資源から得られる食に加え、世界的企業を輩出した「ものづくり」のまちとしての産業集積も観光資源ととらえ、特色ある取り組みを進めていく。

自然に関する取組

・地域内西部に位置する浜名湖を中心に、北部には急峻な南アルプス西南部の山間地域、南部には遠州灘、東部には山と海を繋ぐ天竜川が縦断。海から山まで豊かな自然環境に恵まれている。

・これらの環境を活かし、舟運事業など景観を楽しみながらの移動のほか、浜名湖一周サイクリングやマリンスポーツ、トレッキングやラフティングといったアクティビティと観光をセットにした滞在プログラムの造成などを進める。



文化に関する取組

・当地域には、平安から江戸にかけての多くの寺社仏閣があるほか、東海の奇祭として知られる遠州新居手筒花火や山間地域での“ひよんどり”、“おくない”など伝統芸能も伝承されている。これら伝承文化を国内のほかインバウンド向けにも発信していく。

・また、「楽器のまち」として発展してきた当地域が有する音楽文化の特色を生かし、教育旅行の誘致や、楽器づくりの体験など、浜松・浜名湖でしか出来ない体験を提供していく。

イベントに関する取組

・毎年3月末に開催される浜名湖一周サイクリングイベントをはじめ、3月から6月にかけて春の誘客キャンペーン「浜名湖花フェスタ」を実施し、それに付随するイベントを地域内の各施設が開催している。

・また、遠州新居手筒花火や姫様道中や国内でも有数の規模を誇る浜松まつりのほか、やらまいかミュージックフェスティバル、ハママツ・ジャズ・ウィーク、エアフェスタ浜松、浜松餃子まつりなど、年間を通じ多彩なイベントが地域で開かれている。これらと連携、また、活用したプロモーションを展開していく。