

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人山中湖観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	山梨県山中湖村	
所在地	山梨県南都留郡山中湖村506番地の296	
設立時期	平成27年1月15日	
職員数	職員7人 パート5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) 高村照己 (出身組織名) 株式会社丸一 代表取締役社長	(一社)山中湖観光協会の会長に平成29年4月1日に就任する。
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) 盛内翔太「専従」 大日本印刷株式会社	各種データの収集・分析、マーケティングによる観光戦略の立案、計画の提案、プロモーションの計画立案、実行、KPIの進行管理、観光戦略の修正・改善、計画の見直しを行い、山中湖観光情報戦略会議へ報告する。
各部門(例:プロモーション)の責任者(専門人材)	(氏名) 横山知己「専従」 (出身組織名) 利尻富士町観光協会事務局長	(一社)山中湖観光協会の事務局長として、平成29年7月1日に着任する。前任地の利尻富士町観光協会では事務局長として、着地型旅行商品造成、旅行代理店への提案やプロモーションの展開、マーケティングによる観光客誘致拡大、インバウンド施策、観光資源の発掘等を行い、行政等との連携や利尻版DMOの計画に携わるなど成果を挙げている。 観光協会の独自調査及び行政などで調査した各種データを収集・分析を行い、観光戦略を立てる。
各部門(例:旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	山中湖村観光課(財政支援、事業実施支援等)	
連携する事業者名及び役割	行政、山中湖観光振興公社、南都留中部商工会、富士急行株式会社(交通事業者)、山中湖フィルムコミッション、山中湖エコミュージアム推進事業団、エクシブ山中湖、富士マリオートホテル山中湖、ケーブルテレビ富士、御殿場総合サービス、大日本印刷	
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	②DMOの組織内に行政、山中湖観光振興公社、観光事業者、交通事業者、商工会等をメンバーとする「山中湖観光情報戦略会議」を設置し、定期的に会議を行い、観光戦略や計画策定等について合意形成ができる仕組みを構築する。	
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	日本版DMOセミナーの開催による住民・事業者等の知識・理解の向上を図るとともに、地域資源を活かした着地型旅行商品の検討、地域資源の発掘、磨き上げなど住民が参画するワークショップを実施した。今後も各種セミナーの開催や住民参加型のワークショップによる観光地域づくりを行う。	
法人のこれまでの活動実績	山中湖観光協会では、山中湖村及び周辺地域の観光資源の開発や宣伝、観光施設の管理、観光産業従事者の資質の向上、受入態勢の整備に努め、観光利用客の利便増進、住民の文化の向上、観光産業の健全な発展に寄与している。	

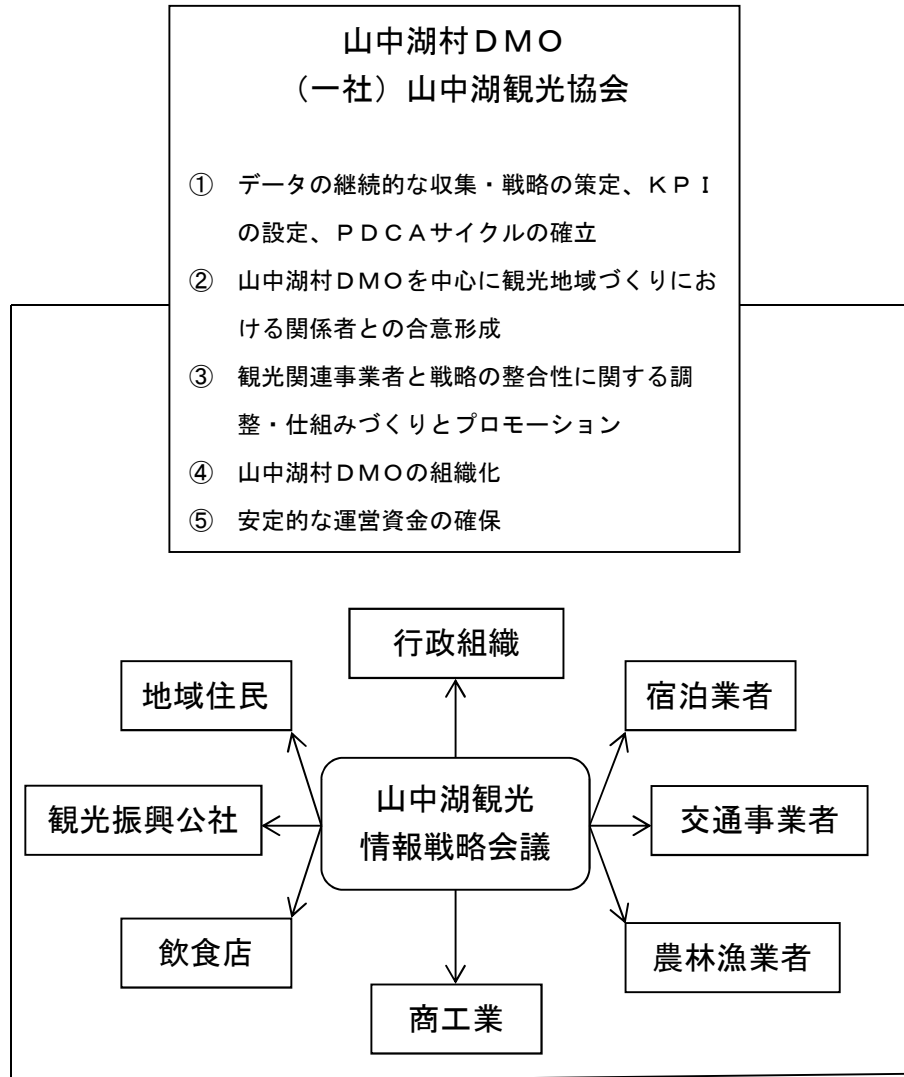
(別添) 様式 1

実施体制

(実施体制の概要)

山中湖観光協会が母体となり、メンバーには、行政、観光振興公社、商工会、観光事業者、交通事業者など多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

(実施体制図)



山中湖村DMOは、事業者が単独で活動するのではなく、地域内・外事業者が一体となり、地域一体の魅力的な観光地域づくりのため、戦略に基づく、一元的な取り組みや観光戦略や計画策定等について観光情報戦略会議のメンバーと合意形成ができる仕組みを構築する。

山中湖観光情報戦略会議メンバー

- ・ 村長・山中湖村観光課・山中湖観光振興公社・南都留中部商工会
- ・ 山中湖エコミュージアム推進事業団・山中湖フィルムコミッション
- ・ 富士急行株式会社（交通事業部、グループ事業部、宣伝部、不動産部）
- ・ 富士マリオットホテル山中湖・エクシブ山中湖・大日本印刷
- ・ 御殿場総合サービス・ケーブルテレビ富士

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】

平成26年4月1日に本村の観光振興の施策の展開を図ることを目的として、村民及び観光事業者、交通事業者、観光関係団体等で構成する会議を設置し、観光情報の共有、観光資源・施設の有効活用、民官の連携強化、観光振興施策の展開や二次交通の充実など連携した取り組みを行っているため、山中湖村として単独区域の地域DMOを設定する。



山中湖村は、山中湖を中心に自然豊かな山々で囲まれた、標高 1,000m 前後のなだらかな起伏の高原地帯で、南西には世界文化遺産の「富士山」が間近にそびえている。富士山をはじめ湖や周辺の山々は、富士伊豆箱根国立公園に指定され、自然公園法により良好な自然環境が保護・保全されており、村には国指定「ハリモミ純林」と県指定「富士マリモ」の天然記念物が生育している。

湖は、総面積 6.57 k m² と富士五湖の中で最大で、水深は 13.3m と一番浅く、海拔 980.5m と一番高い場所にある「富士山にいちばん近い湖」で、周辺には、温泉施設、公園、文学館、お花畑、サイクリングロード、ハイキングコース、キャンプ場、美術館、ギャラリーなどの魅力ある観光施設やホテル、ペンション、民宿、コテージなど様々な宿泊施設、カフェや郷土料理の飲食店が多数点在している。

これらの豊富な自然や観光資源、歴史、文化、イベント等を活用するため、山中湖村全域を区域として設定することで、地域間で連携した魅力を創出できる DMO として運営することが適切である。

(別添) 様式 1

【観光客の実態等】

観光入込客数

平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
781,506人	780,088人	743,787人	722,639人

データ：山梨県観光入込客数（山梨県）

【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】

山中湖交流プラザきらら、紅富士の湯、石割の湯、花の都公園、親水公園、村営キャンプ場
文学の森公園（三島由紀夫文学館、徳富蘇峰館、俳句の館風生庵、蒼生庵）、サイクリングロード
ハイキングコース、平野地区ゆいの広場ひらり、山中諏訪神社、平野天満宮、寿徳寺
美術館、ギャラリー、ミュージアム、レンタサイクル・ボート、テニスコート、体育館
マリンスポーツ、ゴルフ場等

富士山（世界文化遺産）、山中湖（世界文化遺産構成資産）、ハリモミ純林（国指定天然記念物）
マリモ（山梨県指定天然記念物）、三浦環の墓、山中諏訪神社例大祭「安産祭り」、平野岩戸神楽
山中口留番所址、平野口留番所址、ブナの林、みさきのズミの大木群、鯉奉納碑、五輪塔等
山中湖村の宝（村民が掘り起し、磨き上げた宝、文化・歴史・民族等）

花火大会報湖祭、夕焼けの渚・紅葉まつり、アートイルミネーションファンタジウム

富士山雪まつり、ダイヤモンド富士ウィークス、アイスクャンドルフェスティバル

山中湖ロードレース大会、野外コンサート、エコウォークなど

山中湖花の都公園イベント（春の息吹、夏の清風、秋の彩り、冬の煌き）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

1. 宿泊施設

宿泊施設	施設数	収容人数
ホテル	19棟	4,310人
民宿	103棟	7,271人
旅館	27棟	2,222人
保養所	52棟	1,688人
プチホテル	5棟	140人
ペンション	47棟	1,025人
キャンプ場	6棟	340人
貸別荘	8棟	709人
研修所等	17棟	1,384人
合計	284棟	19,089人

(別添) 様式 1

2. その他施設

業種	施設	施設数
飲食店	日本料理店・料亭	4 軒
	中華料理店	1 軒
	食堂・レストラン	2 1 軒
	焼肉店	2 軒
	居酒屋	4 軒
	喫茶店	8 軒
	ラーメン店	4 軒
	そば・うどん店	9 軒
	その他専門料理店	1 0 軒
	その他飲食店	5 軒
	その他	2 軒
	娯楽施設	ゴルフ場
テニスコート (レンタル)		2 施設
温泉施設		2 施設
体験施設		5 施設
ショップ	コンビニエンスストア	6 軒
	スーパー	1 軒
	小売商店	8 軒
	その他	1 6 軒
美術館 ミュージアム ギャラリー	ギャラリー	3 施設
	ミュージアム	2 施設
	絵本館	1 施設
レンタル業者	ボート・サイクリング	2 5 施設
その他	宿泊、アトリエ、スタジオ	2 施設
合 計		1 4 4 施設

(別添) 様式 1

【利便性：山中湖村までの交通、域内交通】

関東地方から

車の場合

東京	中央自動車道 60分	大月 IC	中央自動車道 20分	河口湖 IC	東富士五湖道路 10分	山中湖 IC	山中湖
	東名高速 70分	御殿場 IC	R138 15分	須走 IC	東富士五湖道路 10分		
			R138 (須走経由) 30分				

高速バスの場合

新宿駅南口	中央高速バス 100分	富士急ハイランド (経由)	中央高速バス 34分	山中湖
横浜駅西口	相鉄自動車・富士急行バス 130分			

電車の場合

JR 新宿駅	JR 中央線 90分	大月駅	富士急行線 50分	富士山駅	富士急行 路線バス 25分	山中湖
JR 東京駅	東海道本線 80分	国府津駅	JR 御殿場線 60分	御殿場駅	富士急行 路線バス 40分	
小田急 新宿駅	小田急線 80分					
小田急 新宿駅	小田急電鉄線 (あさぎり号) 100分					

(別添) 様式 1

関西・東海地方から

車の場合

名古屋 IC	東名高速 道路 14分	小牧 IC	中央自動 車道 205分	大月 IC	中央自動 車道 20分	河口湖 IC	東富士五湖 道路 10分	山中湖 IC	山中湖
西宮 IC	名神高速道 路 140分		東名高速 180分	御殿場 IC	R138 15分	須走 IC	東富士五湖 道路 10分		
			R138 (須走経由) 30分						

高速バスの場合

名古屋名鉄バスセンター	中央高速バス 約5時間	富士山駅	富士急行 路線バス 25分	山中湖
大阪	富士急行高速バス 約9時間			

電車の場合

JR 大阪駅	新幹線 90分	名古屋駅	新幹線 90分	三島駅	富士急 路線バス 45分	御殿場駅	富士急 路線バス 40分	山中湖
--------	------------	------	------------	-----	--------------------	------	--------------------	-----

(別添) 様式 1

【外国人観光客への対応】	
ホームページ運営事業	観光協会及び観光課ホームページを英語、中国（簡体字・繁体字）、韓国語に自動翻訳し、多言語化を推進している。
多言語版観光パンフレット作成	英語、中国語（簡体字）、韓国語のパンフレットを整備し、都内の外国人観光案内所や近隣の観光案内所、駅等に設置し、山中湖村の観光情報を伝え、訪日外国人旅行者の誘客を図る。
山中湖村おもてなし観光手帳（多言語版）	おもてなし手帳は多言語版（英語、中国語、韓国語）のイベント情報、観光情報、観光施設、周辺地図、災害ハザードマップ、避難マップ、日常会話の外国語辞典、指さし対話表などが掲載されている。村民や観光関連事業所に配布し、訪日外国人旅行者に対する受入態勢の強化を図る。
山中湖村公共サイン計画	現在、公共サイン計画のガイドラインを作成しており、日本語と英語の併記とピクトグラムを表示し、わかりやすい案内標識を整備する計画である。
山中湖村グッドウィルガイド（善意通訳普及運動）	訪日外国人旅行者を快く迎えるために、善意通訳普及運動を推進する。街頭やバス停等で言語に困っている外国人観光客に遭遇した場合にサポートする。今後は観光案内所窓口対応やイベント時のサポートの充実や利便性を図る。
インバウンドセミナーの開催	インバウンド受け入れに対する知識・理解を深めることを目的に、村民及び観光関連事業者等を対象としたセミナーを開催する。
公衆無線LANスポットの設置（Wi-Fi整備事業）	観光施設や主要拠点に公衆無線LANのスポットを設置し、訪日外国人旅行者が観光情報や災害時に防災情報を入手できる環境を整備する。
海外向けセールス	訪日外国人旅行者の誘致のため、国内外の旅行会社、運輸関係等へ積極的なセールスを実施する。

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
イベント開催時におけるアンケート調査 (観光協会主催イベント、観光情報戦略会議合同イベント)	観光客の動態や形態、消費額等を分析し、観光戦略の方向性、計画策定の基礎資料とする。	観光客に対するアンケート調査
観光客動態調査 (行政) 活躍	定点入込調査を行い、観光客の動態や形態等を把握し、今後の観光戦略を立てる基礎資料とする。 平成 28 年度、29 年度実施	主要観光拠点の定点入込調査、アンケート調査 民間の調査／分析結果を活用
観光客ニーズ調査 (行政)	認知度、関心度、来訪経験などを把握し、観光施策の評価や観光戦略を立てる基礎資料とする。 平成 25 年度、28 年度実施	インターネットリサーチ 1,000 サンプル (マクロミル) エリア：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、山梨県、静岡県、愛知県 民間の調査／分析結果を活用
観光施設実態把握基礎調査 (行政)	宿泊施設、娯楽施設、土産店など地区別、業種別に実態を把握する。 (宿泊施設の収容人数や部屋数、設備、インバウンド受入施設数や受入態勢・対応状況等) 平成 28 年度実施	現地立入調査、アンケート調査 民間の調査／データを活用
宿泊客数調査 (観光協会)	宿泊者数を把握し、観光施策の評価、分析等の基礎資料とする。	宿泊施設に対するアンケート調査
主要観光施設入込客数 (山梨県)	観光施策の評価、分析等の基礎資料とする。また、観光戦略の立案及び計画策定における補助資料とする。	山梨県観光客入込客データ (山梨県)
RESAS (リーサス)	観光施策の評価、分析等の基礎資料とする。また、観光戦略の立案及び計画策定における補助資料とする。	リーサスデータの活用 観光入込客や外国人の動向等の分析
WEBサイトのアクセス状況	観光協会及び観光課ホームページ訪問者数の統計をとり、顧客ニーズや効果等を把握し、効果的なWEBマーケティングを展開する。	ホームページの訪問者数や検索キーワード、オペレーションシステム等のデータを収集・分析

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"> ・ 標高 1,000m に位置する山中湖 ・ 山中湖でしか見れない「富士山」の魅力 (「ダイヤモンド富士」、「紅富士」、「逆さ富士」など) ・ 湖を活かしたアクティビティ (ワカサギ釣り、カヌー、SUP、ウエイクボード、フライボード etc) ・ 夏でも過ごしやすい気候 (夏でも平均気温が 20 度前後、避暑地として栄えた歴史がある) ・ 首都圏からのアクセス性 (東京駅から自動車で約 2 時間) ・ 多様なニーズに応える宿泊施設 (ホテル、会員制ホテル、旅館、民宿、ペンション、別荘) ・ 周辺観光スポットの充実 (忍野八海、富士急ハイランド、御殿場プレミアムアウトレットなど) ・ シビックプライドを有する地域住民 (住民参加型のまちづくり組織「宝ボ」の運営) 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 二次交通「情報案内」の不足 (村内周遊バスの情報案内が行き届いていない意見多数あり) ・ 名物「土産」の欠如 (満足度は 3~4 割程度) ・ ほうとう以外の名物「食」の欠如 (満足度は 3~4 割程度) ・ 顧客育成のための「顧客情報」の不足 (新規顧客をリピート化する仕組みがない)
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東京オリンピックに向けた環境整備が進む ・ 訪日外国人観光客の増加 ・ 観光地域間連携の推進 (地域連携 DMO) ・ SNS の普及、ソーシャルメディアの評判が旅先を左右 ・ 女子旅、体験型ツアー、聖地巡礼など、ニューツーリズムに対する注目度が高まる 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化 ・ 観光地間競争の激化、着地型観光に取り組む地域の増加 ・ 若年層の車離れ

(別添) 様式 1

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 東京・神奈川を中心とする関東地域と中部地域や近畿地域 富士山・山中湖の醍醐味を理解している中年層（40歳～59歳）の女性</p>
<p>○選定の理由、 平成29年度の観光客動態調査より、県外観光客の約6割が東京都・神奈川県が占めており、中年層（40歳～59歳）の旅行消費額単価は他の年代より高い傾向があることを把握した。同時に旅行消費額、来訪頻度が共に高い層も、中年層（40歳～59歳）の女性であることを把握した。以上のことから、経済効果が高い「中年層」（40歳～59歳）の女性を第1ターゲット層とした。</p> <p>○取組方針 国立公園の傑出した自然環境と独自のリゾート開発の歴史、文化の魅力を観光客へアピールし、来訪及び滞在促進を目指す山中湖村観光ブランドを確立する。 (観光拠点の整備、サービス開発、観光資源の商品開発、事業化、アクセシビリティの充実、受入環境の整備、情報発信・PRの充実、訪日外国人対応)</p> <ul style="list-style-type: none">・宝ボと連携した山中湖村を熟知した住民のガイド育成・国立公園内での生活を基盤とする富士山、湖、自然の教育・既存観光資源の新規切り口の開発・高級リゾートでの、くつろぎと癒しの「非日常体験メニュー」の開発・山中湖村を満喫するエコツーリズムによる滞在型観光の造成など
<p>○第2ターゲット層 東京・神奈川を中心とする関東地域と中部地域や近畿地域 カップル・家族で訪れる若年層（20歳～39歳）の女性</p>
<p>○選定の理由、 県外観光客のうち約6割を東京都・神奈川県が占めている。第1ターゲット層で設定した中年層（40歳～59歳）の女性を既存顧客とすると、若年層（20歳～39歳）をターゲットとする狙いは、新規顧客の獲得及び既存顧客の高齢化防止である。特に若年層の中でも来訪頻度は少ないが、旅行消費額が高い「ファン」の来訪頻度を向上させて「お得意様」化を図る。</p> <p>○取組方針 自然環境を活用した既存の観光資源の新規軸を打ち出し、「くつろぎ」や「まなび」の体験に重点を置くプログラムの充実を図る。 (観光拠点の整備、サービス開発、観光資源の商品開発、事業化、アクセシビリティの充実、受入環境の整備、情報発信・PRの充実、訪日外国人対応)</p> <ul style="list-style-type: none">・宝ボと連携した山中湖村を熟知した住民のガイド・国立公園内での生活を基盤とする富士山、湖、自然の教育・既存観光資源の新規切り口の開発・標高1000mの「母体」に抱かれる、ビューティーツーリズム・富士山と星空の資源を活用した商品開発など
<p>○第3ターゲット層 訪日外国人旅行者</p>
<p>○選定の理由、 2020年に向けて、拡大する市場であるため、国内旅行者の少子高齢化の観点から訪日外国人を取り込む</p> <p>○取組方針 ・受入環境の強化 ホームページやパンフレット類の多言語化、Wi-Fi環境の整備、セールスの実施</p>

(別添) 様式 1

(3) コンセプト

<p>①コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界文化遺産 富士山にいちばん近い湖「山中湖」 ・標高1000mの高原リゾート「山中湖村」 	<ul style="list-style-type: none"> ・山中湖村の魅力は「富士山」、富士山こそが最大の魅力である ・国立公園の中で見る富士山と言うことが価値にならないか ・国立公園内と言うハンデ（不便・規制）を価値に転換し、ロケーションを最大の楽しみにする ・人が豊かに過ごすために、自然と調和・共生した山中湖村独自の開発の歴史がある
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>住民が主体となり、山中湖村の「自然・文化・歴史・民謡・風俗」の資源を、掘り起し、磨き上げた「宝」を有効活用するツアー企画の造成。</p> <p>またデータ収集から山中湖村の現状と実態を把握し、分析による観光戦略の策定、次年度以降の施策を実行するため、観光関連事業者からのコメントを要素に分解、集約、カテゴリライズ・体系化を行い、観光戦略と戦術の2段階の構造で整理し、関係者の合意形成を図りながら、地域に根差した「観光地域づくり」を推進する。</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>戦略の多様な関係者との共有</p>	<p>観光関連事業者とコミュニケーションを図るため、観光情報戦略会議を毎月開催(12回/年)、情報共有と観光戦略に関する意見や助言、提案等を話し合い、情報発信や戦略の一元化を図り、事業者へコンサルティングを実施する。</p> <p>富士山と山中湖村の魅力や豊かな自然環境でのアクティビティ等をホームページやパンフレット、SNS等で情報発信を行い、絞ったターゲットやエリアを選定し、効果的な広告宣伝活動、誘致活動を実施している。</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>飲食店や宿泊施設に訪れる観光客に対するアンケート調査を実施し、集計・分析できる体制を構築し、観光客のニーズや観光動態、形態等を把握できた。そのアンケート結果を公開し、各事業者が自主的に改善を促す仕組みを構築した。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>地域内外の事業者が一体となった取り組みを行い、DMOによるワンストップ窓口の実施と一元的な情報発信や効果的なプロモーションの展開を図るため、ホームページやSNSでの情報発信や情報誌広告、情報アプリ広告、デジタルサイネージやラジオなどの各媒体を活用した広告宣伝事業を実施した。また戦略地域での観光キャンペーンやエージェントへのセールスを実施した。</p>

6. KPI (実績・目標)

(別添) 様式 1

(1) 必須K P I

指標項目	単位	29年度 (実績値)	30年度 (目標値)	31年度 (目標値)	32年度 (目標値)	33年度 (目標値)	34年度 (目標値)
●旅行消費額	億円	255	265.82	276.9	307.52	299.62	311.25
●延べ宿泊者数	人泊	1,365,859	1,400,279	1,434,698	1,568,001	1,503,538	1,537,957
●来訪者満足度	%	76.4	79.4	82.4	85.4	88.4	91.4
●リピーター率	%	77.1	79.1	81.1	81.1	81.1	81.1

※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】

観光消費拡大のため、認知度向上や観光資源開発、顧客育成プログラムを整備し、観光における客数、購買力、来訪頻度の向上を図る。

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
 - ・30年度以降、観光入込客数（実人数）の伸び率を単調増加で前年比約104%となるように設定。32年度のみオリンピック景気を見据え、前年比約110%で設定。
 - ・オリンピックの翌年である33年度の観光入込客数（実人数）は一度、鈍化することを想定し、前年比約97%で設定している。但し、33年度の観光入込客数（実人数）は、32年度が前年比約104%で推移した場合の数値に対して、伸び率が約104%となる数値を設定している。34年度以降の観光入込客数（実人数）は前年比約104%として設定。
 - ・尚、観光入込客数（実人数）伸び率の基準は、山中湖村版「まち・ひと・しごと」総合戦略における年間入込客数の5年後伸び率128%を基に推計している。
 - ・1人当たり旅行消費額の伸び率は、毎年1.25%増加で設定。尚、旅行消費単価に関するデータは山中湖村独自のアンケート調査により収集する。
 - ・旅行消費額の数値は入込客数の実績の推移を見ながら今後、計画の見直しを図る予定。
- 延べ宿泊者数
 - ・初年度の136万人を基準値として、5年で伸び率112.6%を目指す。
 - ・平成30年度を基準値として毎年2.52%増で設定。32年度はオリンピック景気を見据え、前年比109.3%で設定。
 - ・伸び率は、山中湖村版「まち・ひと・しごと」総合戦略における年間入込客数の5年後伸び率を128%と設定。宿泊率は約45%（観光動態調査の通年宿泊率を参照）とし、5年後の宿泊客数の伸び率は $28\% \times 45\% = 12.6\%$ とした。
- 来訪者満足度
 - 来訪者満足度は現在76.4%であることを把握している。（観光動態調査の旅行に対する満足度を参照）31年度のオリンピック前年度に満足度が8割超えとなる状態を目標に、毎年3%増加として設定した。
- リピーター率
 - もともとリピーター率は77.1%と高い。そのため毎年2%増加を目指す。平成32年度には約8割がリピーターになるが、残り2割は新規顧客獲得を狙うとし、平成32年度以降は、リピーターと新規顧客の割合を8対2に保つようにする。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	29年度 (実績値)	30年度 (目標値)	31年度 (目標値)	32年度 (目標値)	33年度 (目標値)	34年度 (目標値)
旅行消費額単価 (日帰り)	円	9,697	9,813	9,930	10,046	10,162	10,279
旅行消費額単価 (宿泊)	円	29,582	29,937	30,292	30,647	31,002	31,357
着地型旅行商品 造成数	件	30	15	15	15	15	15
観光関連事業者 と連携した集客 施策の企画件数	件	2	2	2	2	2	2
観光情報戦略会 議におけるマー ケティング調査 報告及び戦略シ ナリオ改善報告 件数	件	10	12	12	12	12	12
山中湖村ファン 会員数	人	0	0	800	800	800	800

※項目及び年次・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】

観光消費拡大のため、認知度向上や観光資源開発、顧客育成プログラムを整備し、観光における客数、購買力、来訪頻度の向上を図る。

【設定にあたっての考え方】

- 平均旅行消費額（日帰り）
山梨県の一人あたりの旅行消費額単価は5年で6%増加している（平成24～29年度）。この比率を参考値として毎年1.2%増加、5年で6%増加を目標とした。
- 平均旅行消費額（宿泊）
山梨県の一人あたりの旅行消費額単価は5年で6%増加している（平成24～29年度）。この比率を参考値として毎年1.2%増加、5年で6%増加を目標とした。
- 着地型旅行商品造成数
山中湖村観光協会が主体となり、着地型旅行商品を造成する。
- 観光関連事業者と連携した集客施策の企画件数
観光消費額の向上を目的に、毎年、情報戦略会議にて企画案を2件、創出する。
- 観光情報戦略会議におけるマーケティング調査報告及び戦略シナリオ改善報告件数
毎月、情報戦略会議開催時に報告を実施する。
- 山中湖村ファン会員数
平成31年度以降、メディア機能を有するマーケティングオートメーション（地域CRM）を構築し、会員管理機能を活用して会員顧客のCRMを実現する。（予定）

(別添) 様式 1

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
29年度	59,396,917 円	(内訳の区分例) 運営補助金 (山中湖村) 22,000,000 円 会費 (観光協会) 5,109,052 円 事業収入 4,746,666 円 観光情報システム 62,081 円 委託料 (未収金) 700,000 円 その他収入 66,461 円
		事業補助金 (山中湖村) 20,000,000 円 その他 (事業) 6,712,657 円
30年度	70,848,000 円	(内訳の区分例) 運営補助金 (山中湖村) 18,000,000 円 会費 (観光協会) 5,371,000 円 事業収入 12,487,000 円 観光情報システム入金 400,000 円 委託料 6,700,000 円 その他収入 3,275,000 円
		事業補助金 (山中湖村) 16,000,000 円 その他 (事業) 8,615,000 円
31年度	71,000,000 円	(内訳の区分例) 運営補助金 (山中湖村) 17,500,000 円 会費 (観光協会) 5,500,000 円 観光情報システム入金 400,000 円 事業収入 13,000,000 円 委託料 6,700,000 円 その他収入 2,900,000 円
		事業補助金 (山中湖村) 16,000,000 円 その他 (事業) 9,000,000 円
32年度	71,000,000 円	(内訳の区分例) (内訳の区分例) 運営補助金 (山中湖村) 17,000,000 円 会費 (観光協会) 5,500,000 円 観光情報システム入金 400,000 円 事業収入 13,500,000 円 委託料 6,700,000 円 その他収入 2,900,000 円
		事業補助金 (山中湖村) 16,000,000 円 その他 (事業) 9,000,000 円

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出	内訳
29年度	54,226,660円	(内訳の区分例) 運営 事務費(人件費等) 20,216,812円 事業費(広告宣伝事業) 8,420,909円 その他 191,444円 事業 事業費(各種イベント) 25,397,495円 ・フォトコンテスト・報湖祭花火大会 ・夕焼けの渚・紅葉まつり ・アイスクャンドルフェスティバルファンタジウム ・山中湖富士山雪まつり・ダイヤモンド富士ウィークス
30年度	70,848,000円	(内訳の区分例) 運営 事務費(人件費等) 33,554,000円 事業費(広告宣伝事業) 6,220,000円 売上原価勘定・その他 6,459,000円 事業 事業費(各種イベント) 24,615,000円 ・フォトコンテスト・報湖祭花火大会 ・夕焼けの渚・紅葉まつり ・アイスクャンドルフェスティバルファンタジウム ・山中湖富士山雪まつり・ダイヤモンド富士ウィークス
31年度	71,000,000円	(内訳の区分例) 運営 事務費(人件費等) 33,600,000円 事業費(広告宣伝事業) 6,300,000円 売上原価勘定・その他 6,100,000円 事業 事業費(各種イベント) 25,000,000円 ・フォトコンテスト・報湖祭花火大会 ・夕焼けの渚・紅葉まつり ・アイスクャンドルフェスティバルファンタジウム ・山中湖富士山雪まつり・ダイヤモンド富士ウィークス
31年度	71,000,000円	(内訳の区分例) 運営 事務費(人件費等) 33,600,000円 事業費(広告宣伝事業) 6,300,000円 売上原価勘定・その他 6,100,000円 事業 事業費(各種イベント) 25,000,000円 ・フォトコンテスト・報湖祭花火大会 ・夕焼けの渚・紅葉まつり ・アイスクャンドルフェスティバルファンタジウム ・山中湖富士山雪まつり・ダイヤモンド富士ウィークス

(別添) 様式 1

(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

- ・着地型商品の造成、販売による収入の確保
- ・山中湖村ブランドの商品を開発、販売による増収
- ・安定的な資金を確保するため、行政へ資金支援の働きかけを行う。

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

山梨県山中湖村は(一社)山中湖観光協会を山中湖村における地域DMOとして登録したいため、申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	長田 道仁
担当部署名(役職)	観光推進係長
所在地	山梨県南都留郡山中湖村山中237-1
電話番号(直通)	0555-62-9977
FAX番号	0555-62-3088
E-mail	o-michihito@vill.yamanakako.lg.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

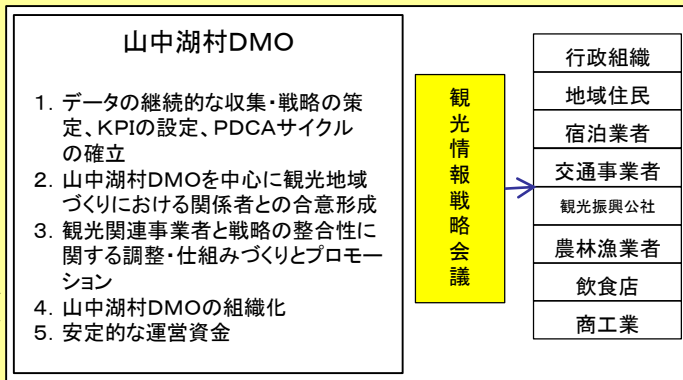
都道府県・市町村名	山梨県山中湖村
担当者氏名	小林 正宏
担当部署名(役職)	観光課長
所在地	山梨県南都留郡山中湖村山中237-1
電話番号(直通)	0555-62-9977
FAX番号	0555-62-3088
E-mail	k-masahiro@vill.yamanakako.lg.jp

都道府県・市町村名	山梨県山中湖村
担当者氏名	長田 道仁
担当部署名(役職)	観光推進係長
所在地	山梨県南都留郡山中湖村山中237-1
電話番号(直通)	0555-62-9977
FAX番号	0555-62-3088
E-mail	o-michihito@vill.yamanakako.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名(役職)	
所在地	
電話番号(直通)	
FAX番号	
E-mail	

(別添) 様式 1

(表：実施体制)



(表：KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

	単位	29年度	30年度	31年度	32年度
旅行消費額	億円	255	265.82	276.9	307.52
延べ宿泊者数	人泊	1,365,589	1,400,279	1,434,698	1,568,001
来訪者満足度	%	76.4	79.4	82.4	85.4
リピーター率	%	77.1	79.1	81.1	81.1

【区域】山梨県南都留郡山中湖村
【設立時期】平成27年1月15日
【代表者】

(一社)山中湖観光協会 会長 高村 照己

【マーケティング責任者】

山中湖村DMO専門官 盛内 翔太

【旅行商品の造成・販売】

(一社)山中湖観光協会 事務局長 横山 知己

【職員数】職員7名 パート5名

【連携する主な事業者】行政、観光振興公社、富士急行、
商工会、山中湖エコミュージアム推進事業団、山中湖フィルム
コミッション、エクシブ山中湖、富士マリオートホテル山中湖、
ケーブルテレビ富士、御殿場総合サービス、大日本印刷

観光施設に関する取組を記載

山中湖村の観光施設を活用した着地型
観光の商品を開発、事業化
各観光施設を周遊する仕組みの構築
観光客動態調査によるデータ収集と分析
観光客ニーズ調査によるデータ収集と分析
観光施設実態把握基礎調査によるデータ
収集
宿泊客数データの収集と分析

文化・歴史・自然に関する取組を記載

山中湖村の宝(自然・文化・歴史・伝統)を
活用した商品開発、事業化
自然と調和・共生した独自リゾート開発
自然資源を活用した体験型商品の開発
山中湖村の標高、立地を生かした商品開発
エコミュージアム推進事業団と連携した
ガイド育成
富士山、山中湖、自然のガイド育成
開発した商品の発信、販売など

観光施設

インバウンド

文化・歴史・
自然

イベント
商業施設

インバウンドに関する取組を記載

ホームページ、パンフレットの多言語化
訪日外国人旅行者受入おもてなし力向上事
業の推進
山中湖村グッドウェルガイド(善意通訳普及
運動の推進)
インバウンドセミナーの開催
公衆無線LANスポットの整備
山中湖村公共サインの整備計画
海外向けの商品開発とセールスの実施
インバウンド向け体験型ツアーの開発

イベント・商業施設に関する取組を記載

山中湖村の特徴や自然を活かしたイベント
の開発、開催
イベント開催時のアンケート調査による観光
動向、形態、観光消費額の把握、経済効果
の測定、検証
地元食材を活用した料理、土産物や体験商
品の開発、発信、販売