

## 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	公益社団法人 やまなし観光推進機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	山梨県全域(27市町村)	
所在地	山梨県甲府市丸の内1-6-1 県庁別館2階	
設立時期	平成21年4月1日	
職員数	21人 (平成30年7月1日現在)	
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)	鎌田 誠一 (株)JTB出身)	大手旅行会社に39年間に亘り勤務し、役員経験も有するなど、国内外のプロモーションとマネジメントに高い能力を持つ。また、現在は(公社)やまなし観光推進機構の理事長として、県内自治体や観光関係団体、観光事業者間のパイプ役となっており、県内の観光推進の一翼を担う。
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)	今西 祐介「専従」 (株)ANA総合研究所)	本邦大手航空会社でマーケティング業務に携わるとともに観光業界関係者との接点も多く持っており、県内の各自治体・DMO・観光協会、観光関係事業者に対して戦略策定・推進を支援する体制を整備。あわせて経営支援に関する専門人材とともに観光関係事業者に対する生産性向上を支援する体制を整備。
各部門(プロモーション)の責任者	渡辺 一秀 (山梨県職員)	山梨県観光プロモーション課との連携を図りながら各種プロモーションの先導役として、旅行会社や物産関係事業者での勤務経験豊富でかつ当機構での8年間勤務している国内外の観光物産プロモーションに高い能力有するプロパー職員とともに一元的な情報発信を展開
各部門(旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	山田 雅一 (株)JTB)	大手旅行会社で29年間に亘り勤務し、観光業界の事情に通じており、旅行商品の造成・流通や観光資源の発掘等に高い能力を有している。地域のコンテンツ開発と着地型旅行商品の造成・販売を展開。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	山梨県観光部観光企画課(観光政策全般・マーケティング) // 観光部観光プロモーション課(イベント・プロモーション) // 県土整備部都市計画課(社会資本整備) // 産業労働部地域産業振興課(地域ブランド、物産振興)	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>県内市町村観光担当課及び観光協会（観光イベント・プロモーション）          山梨県旅館生活衛生同業組合（宿泊確保）          山梨交通(株)・富士急行(株)・JR東日本八王子支社・NEXCO中日本八王子支社（アクセス関係、プロモーション連携）          富士観光開発(株)（着地型旅行商品造成）          県内金融機関（産業支援）          山梨県中小企業団体中央会・山梨県商工会議所連合会・山梨県商工会連合会、          山梨県農業団体中央会（他産業との連携、特産品・土産品等の開発及び販売促進） 他</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）          ①～④          （概要）          （公社）やまなし観光推進機構が母体となるが、本機構は平成21年にオール山梨で観光・物産を推進する組織として新たに発足する際、多様な関係者を巻き込んでおり、メンバーには、行政、宿泊業者、交通事業者、産業別団体など多様な関係者が参画し、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が整っている。          年間3回程度開催する理事会において協議を行うとともに、さらに多様な関係者が参加する運営協議会を開催するほか、必要に応じて日常的な調整を実務者レベルで行う場を設けている。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 10px auto;">             設立 平成21年4月(平成25年4月公益社団法人へ移行)         </div> <div style="text-align: center; margin: 10px auto;"> </div>
<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>※単独都府県の地域連携DMOのため対象外。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>（活動の概要）          本機構は、山梨県観光物産連盟と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推進機構が統合し、官民協働による組織運営の下、主に時代のニーズを踏まえた次の事業を展開している。          ❖自治体や観光協会、観光施設との連携による誘客活動の推進          首都圏、関西圏、中京圏の旅行会社を対象とした商談会、マッチング会の実施。</p>

	<p>❖ 着地型旅行商品の造成・販売促進 旅行業登録（第2種）を行い、県内市町村の着地型旅行商品の造成と情報発信・販売を支援するとともに、着地型観光セミナー等を開催</p> <p>❖ 国内外のプロモーション活動の実施 JR、NEXCO等と協働した観光キャンペーンの実施や市町村、民間事業者の参加による旅行会社向けの観光説明会・観光商談会の開催や観光キャンペーンを実施</p> <p>また、海外においても国際観光展への出展や県内事業者の参加を得て、現地旅行会社へのセールスコール等を実施</p> <p>❖ 観光人材の育成 経営者マネジメント力向上研修、業種別専門性向上講座や通訳・観光ボランティアの研修などを実施</p> <p>❖ MICEなど新しい団体旅行の誘致 従来の教育旅行に加え、コンベンション、企業の研修など新しい団体旅行を誘致</p> <p>❖ 物産販売仲介の充実 首都圏や中京、関西地域での県産品の販路拡大に向け、物産展の開催や大型イベントへの出展、インターネット上での紹介・販売</p> <p>❖ 県内観光事業者に対する経営支援 専門人材による会員訪問を通じてのコンサル業務、生産性向上セミナー、専門家派遣事業を通じた観光事業者の生産性向上につながる各種支援。 (定量的な評価) 県のDMOとして「やまなし観光推進計画」をはじめとする観光政策に関する各種計画に基づき、事業計画を策定し実施している。本計画では、事業達成度を計る目安として10項目の目標数値(KPI)を設定し、事後評価を行うとともに、HP上へ公表している。</p>
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>(公社) やまなし観光推進機構が母体となり、構成メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、各産業の代表など多様な関係者が参画し、官民が密接に連携した運営を行う。</p> <p>(実施体制図)</p> <div data-bbox="486 1317 1420 1836"><p><b>組織体系</b></p><pre>graph TD; GM[総会(会員)] --- Board[理事会]; subgraph Board; Board --- Chair[理事長]; Board --- Dir[理事]; Board --- Sec[専務理事]; end; Board --- SecGen[事務局長]; SecGen --- Dept1[観光・物産PR部]; SecGen --- Dept2[地域づくり支援部]; SecGen --- Dept3[観光産業支援部 (ツーリズムビジネス活性化センター)]; Dept1 --- Dept1Head[部長]; Dept1Head --- GM1[総務経理]; Dept1Head --- GM2[観光物産プロモーション]; Dept1Head --- GM3[県産品販路拡大]; Dept1Head --- GM4[フィルム・コミッション]; Dept2 --- Dept2Head[部長]; Dept2Head --- GM5[着地型観光]; Dept2Head --- GM6[インバウンド誘客]; Dept2Head --- GM7[MICE]; Dept2Head --- GM8[教育旅行]; Dept3 --- Dept3Head[部長]; Dept3Head --- GM9[マーケティング支援]; Dept3Head --- GM10[マネジメント支援];</pre></div>

## 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】

### 山梨県全域が対象区域

日本列島の中心に位置



【区域設定の考え方】

本機構は、オール山梨で観光・物産を推進する組織として、平成21年4月の設立時から山梨県と県内全市町村が参加する中で、着地型旅行商品の開発や二次交通の開発、観光・物産プロモーションなど連携した取り組みを実施しており、県内全域を設定区域とした。

【観光客の実態等】

- ・日帰り観光客が約75%
- ・冬(12月～2月)の観光客が約15%
- ・観光客の土日集中(正規雇用の妨げ)
- ・自動車利用者が約85%(自家用車、貸切バス、高速バス含む)
- ・富士北麓の観光客が県域全体の約45%
- ・インバウンドは中国人観光客が約50%

【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】

- ・富士山、南アルプス、八ヶ岳、富士五湖、桃源郷など豊かな自然と優れた景観
- ・もも、ぶどう、さくらんぼなどのフルーツや高原野菜に代表される美味しい農産物
- ・ワイン、ジュエリー、織物、印傳など世界に誇りうる地場産品や伝統工芸品
- ・富士山世界文化遺産構成資産、戦国武将武田氏縁の史跡など特色ある文化・歴史
- ・近代的な温泉郷から秘湯、眺望の優れた湯など県内の至る所で堪能できる種類豊富な温泉
- ・登山、サイクリング、マラソン、トレイルランニング、スキー・スケート、ゴルフなど雄大な自然を楽しむスポーツ
- ・約750件の魅力あふれる様々な体験プログラム 等

(別添) 様式 1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】				
地 域	施設数	収容力 (収容人数)	施設規模 (客室数)	備考
峡中	104	7,354	3,783	湯村温泉郷 芦安温泉郷
峡東	138	12,246	3,258	石和温泉郷・春日居温泉郷 三富温泉郷
峡南	105	5,826	1,122	下部温泉郷
峡北	300	11,551	3,216	増富温泉郷
富士東部	695	46,679	10,732	富士河口湖温泉郷
計(県全域)	1,342	83,656	22,111	

【利便性：区域までの交通、域内交通】  
山梨県(対象区域)へのアクセスは、鉄道利用者についてはJR中央線、小海線、身延線、私鉄の富士急行線、自動車利用者については中央自動車道、中部横断自動車道、東富士五湖道路が整備されており、これらの自動車道を使用した高速バス(山梨交通、富士急行等)が首都圏、中京圏、関西圏等を結んでいる。東京から約2時間、中京圏から約4時間がアクセス時間の目安となっている。

【外国人観光客への対応】  
本県は、外国人旅行者に人気の高い富士山を有し、成田(羽田)空港から富士山を経由して関西空港に至る、いわゆるゴールデンルートに組み込まれており、これまでも多くの外国人旅行者が来訪している。今後、更なる外国人旅行者の来県を促進するとともに、本県を訪問した外国人旅行者に満足してもらえるよう以下の受入体制の整備を進めている。

- ・公式HPやパンフレットの多言語化
- ・宿泊施設や観光施設等の案内標識等の多言語化
- ・観光施設のキャッシュレス対応。
- ・観光案内所や宿泊施設、交通機関等での外国語対応
- ・通訳ガイドの養成・技量向上に関する支援
- ・外国人向け現地ツアー・アクティビティ予約サイトを活用した着地型ツアーの造成・販売。

### 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
山梨県観光動態調査(GPS調査)	山梨県内主要6エリアにて来訪者の属性・流入ルート・滞在状況を的確に把握するとともにエリアの観光素材等におけるGAP調査を行い各エリアにおける課題の今後の戦略策定の一助とする。	山梨県「やまなしDMOマーケティング戦略推進事業」として実施。
山梨県観光入込客統計調査	観光客のニーズや行動パターンが多様化する中で、観光客の実態を的確に把握する。	山梨県にて実施。データ内容について共有
その他、交通・宿泊数に関するデータ	定量的な数値分析を行うことでの現状把握。	公開データの活用や事業者へのヒアリング

## 4. 戦略

### (1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> 豊かな自然、特徴ある文化・歴史、個性豊かな農畜産物、伝統的地場産品等観光資源が豊富 ・世界文化遺産「富士山」 ・日本一の生産量を誇る果実郷 等	<b>弱み (Weaknesses)</b> 約75%が日帰り観光、季節等（季節・曜日）の偏り 観光客の半数近くが世界遺産富士山のある富士北麓地域に集中、2次交通の脆弱さ。 人口流出、耕作放棄地の拡大
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> 首都圏からの距離的な近さ 中部横断自動車道の静岡までの開通 リニア中央新幹線開業 外国人観光客の増加（冬や曜日の影響が比較的少なく平準化に寄与）	<b>脅威 (Threat)</b> 悪天候による交通網の寸断（脆弱性） 外国人観光客の約50%強が中国人団体であり、FIT化に都市型観光へのシフトによる入域数、宿泊者数の減。 交通インフラの整備に伴うさらなる日帰り化の加速による宿泊者の減。

### (2) ターゲット

#### ① 全般

<b>○ターゲット層</b> 首都圏在住者、特にリピーターとシニア層、女性
<b>○選定の理由</b> 首都圏近郊にあって豊かな観光資源を有する特性を十分に活かすため。
<b>○取組方針</b> 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かに訴求するコンテンツを磨き上げる。その中で、地域資源の観光資源化に向けた再発掘や整理により、地域の新たな価値創造を強化し、来訪者が多い富士北麓地域からの他地域への周遊に繋げていく。一方で、鉄道等公共交通機関の利用者に対し周遊を促すための2次交通の整備や周遊型着地型旅行商品の造成を促進する。 また、地域のブランドイメージの向上を図るとともに、ワインリゾート構想の推進等「山梨に宿泊する」ことの動機付けとなるよう、滞在型観光の推進に取り組む。 さらに、季節、曜日で大きな波がある入込実態（冬の観光客が少ない、観光客が土日に集中）により、生産性が上がらず、通年雇用や正規雇用の妨げとなっていることから、冬の観光に関するメニューやプログラムの開発、平日旅行が可能なシニア層や女性をターゲットとした神社・仏閣や地域に伝わる伝統的な行事、「食」等のコンテンツの充実とPRを強化する。
<b>○ターゲット層</b> 北関東・東北、東海圏の在住者
<b>○選定の理由</b> 圏央道の全線開通及び中部横断自動車道の開通により、北関東（茨城・栃木・群馬）・東北方面、静岡等東海圏からのアクセスが大きく改善されるため。
<b>○取組方針</b> これらの道路の開通によりアクセスが改善される地域へ一定期間集中的にPRを行うとともに、NEXCOの企画割引制度の活用等により誘客を促進し、県内周遊観光へ結びつけていく。
<b>○ターゲット層</b> 中国に加え、東南アジアや欧米からの観光客

(別添) 様式 1

<p>○選定の理由 外国人観光客は観光客の純増に繋がるだけでなく、冬や曜日の影響が比較的少なく、季節、曜日の平準化にも寄与しており、インバウンドの誘客をさらに推進していく必要がある。一方で、外国人観光客の50%超が中国からの観光客であり、今後FIT化による都市型観光へのシフトや宿泊事業者による入れ込みの見直し等による減が想定されるため、タイ、インドネシアをはじめ今後訪日需要が増加することが見込まれるベトナム、フィリピンからの取り込みを強化する必要がある。</p> <p>○取組方針 国内外のプロモーションをさらに強化するとともに、中国以外の東南アジアへのセールス（在日オペレーター等）を拡大していく。 案内表示板や観光案内所の多言語化対応等外国人観光客の受入体制の整備を促進する。 富士山を核としつつ、富士山以外の外国人観光客向け観光資源の発掘、PRを行う。 外国人向け現地ツアー・アクティビティ予約サイトを活用した着地型ツアーの造成・販売を展開</p>
<p>○ターゲット層 学習旅行、MICE</p>
<p>○選定の理由 季節や曜日の観光客数の平準化を図り、生産性の向上による通年雇用を促進し、本県における冬季节や平日の観光を強化する必要があるため</p> <p>○取組方針 冬季の観光強化のため国内の新たな地域からの誘客を促進するとともに、平日の観光強化のため修学旅行や全国的な会議や学会、展示会等（MICE）の誘致を推進する。</p>
<p>②個別地域観光資源開発</p>
<p>○ターゲット層 大都市の企業 その他</p>
<p>○選定の理由 空屋や廃校を宿泊施設や仕事場として企業に貸与し、「サテライトオフィス」として活用。社員は週末に農業ボランティアに従事し耕作放棄地の解消に寄与する。県にとっては二地域居住の促進となり、企業にとっては新しい働き方を社員に示すことでCSRの進化につながる。</p> <p>○取組方針 農村移住体験や空き家視察を盛り込んだモニターツアーを実施。市町村役場や協力隊、NPO法人と連携し受入体制を整備する。および企業の長期的研修の誘致にも取り組む。（例、酒米の田植えから稲刈り、オリジナルブランドの酒づくりなど）</p>
<p>○ターゲット層 農業で企業を目指す若者、週末の田舎暮らしに憧れる都会の富裕層、共働き層(DINKS)</p>
<p>○選定の理由 耕作放棄地や空き家の解消が目的であるが、豊かな自然環境を活かし二地域居住や定住人口の拡大を目指す。経済的活性化も狙う。</p> <p>○取組方針 学校スタイルの体験ツアーやセミナーを実施し、農業企業を後押しする。また、すでに人気の高いクラインガルテンの拡充を行うとともに都市と農村を結ぶ人材の育成も推進する。</p>
<p>○ターゲット層 都会の小学生が集う組織（塾、スポーツスクール等）</p>
<p>○選定の理由 すでに行われている夏季等の合宿の誘致。豊かな自然環境の中で座学だけでなく、五感を使った体験型の合宿を提案し、山梨の魅力を発信する。また少年期の体験を通じて生涯にわたった山梨ファンづくりの土壌をつくる。</p> <p>○取組方針 東京や神奈川の水源となる源流域でシャワークライミング、火起し、伐採などの原始的体験プログラムを実施する。また絶滅危惧種といわれる生物の生態観察など知的興奮を誘う内容も盛り込む。</p>

### (3) コンセプト

<p>①コンセプト (主) “富士の国やまなし”、“フルーツ王国やまなし” (副) “週末は山梨にいます。”</p>
<p>②コンセプトの考え方 ○ “富士の国やまなし” 世界遺産「富士山」は、突出した観光資源として他地域と差別化でき、海外へも単独で発信可能であるとともに、南アルプスや秩父多摩甲斐国立公園、八ヶ岳中信高原国定公園などを擁する本県の豊かな自然をイメージさせるものである。 ○ “フルーツ王国やまなし” 山梨県はぶどう・もも・すももの生産量が日本一を誇り、春の桃源郷やぶどう棚の景観、ほぼ年間を通じて楽しめる果物狩り、海外へ輸出されるようになった甲州ワインなどが重要な観光資源及び特産品となっており、フルーツは本県をイメージさせるものとして欠かせないものである。「富士の国やまなし」と併用し、周遊を促進していく。 ○ “週末は山梨にいます。” “週末は山梨にいます。”は、主コンセプトと一緒に使用する副コンセプトで、首都圏に隣接する手軽さと、頻繁に訪れても楽しめる場所というイメージを発信するものである。また、さらに一歩進んで二地域居住や移住・定住へも繋がるコンセプトである。</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
戦略の多様な関係者との共有	本機構の会員や関係者を中心として、講演会やワークショップ等コミュニケーションの場を設けるとともに、「ツーリズムビジネス活性化センター」にて、やまなし観光産業活性化計画に基づき、戦略的な観光地経営と個々の関連事業者に対するコンサルティング等を実施し、これらを通じて観光産業の「稼ぐ力」や「働く魅力」を高める。また、地域連携DMOとして市町村等との調整を図りながら、県内の地域DMOを支援していく。
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	「やまなしおもてなし宣言」の制度などを通じて飲食店や宿泊施設をはじめ、広く住民を巻き込んだおもてなしの実践を推進するとともに、アンケート調査等により、定期的に観光サービスに係る評価を行い、品質の維持・向上を図っていく。 また、やまなし観光産業活性化計画に基づき、農業等他産業と連携した宿泊施設等での地場製品の活用を促進し、サービスの高付加価値化や他の観光地との差別化を図っていく。
一元的な情報発信・プロモーション	本機構を山梨県の各種観光情報発信を行うワンストップ窓口として、HPやパンフレット等による一元的な情報発信や旅行エージェント等を対象とした観光商談会の開催、SNSを利用した効果的なプロモーションを実施する。 また、やまなし観光産業活性化計画に基づき、宿泊施設での、観光スポット、イベント、着地型旅行等地域情報の発信機能を強化するとともに、観光産業の重要性・将来性についての情報発信を行う。



**6. K P I (実績・目標)****(1) 必須K P I**

	単位	26年	27年	28年	29年	30年
●旅行消費額	億	3,573 (202)	3,967 (291)	4,157 (221)	4,133 (219)	4,285 (225)
●延べ宿泊者数	万	757(95)	843(125)	835(137)	802(161)	904(192)
●来訪者満足度	%	44.0	50.1	43.1	44.0	50.0
●リピーター率	%	56.7	56.6	51.7	55.4 「68.0」	60.0 「70.0」

( )内は外国人 リピーター率「 」は訪日外国人を除く県外来訪者のリピーター率。

※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】**

山梨県の観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、平成23年12月に施行した「おもてなしのやまなし観光振興条例」に基づき、本県の観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、やまなし観光推進会議（会部有識者も交えた）による検討やパブリックコメントによる県民からの意向反映をもとに「やまなし観光推進計画（平成24年～平成30年）」を策定。

**【設定にあたっての考え方】**

平成23年の本計画策定時に平成30年の目標値を設定し、各年毎に割振。

\* ) 期中にて目標値到達済みの係数については、暫定的に目標値を設定。

- 旅行消費額 : 18%UP 2,548億円 → 3,000億円 (山梨観光産業活性化計画にて修正)
- 宿泊客数 : 21%UP 677万人 → 820万人
- リピーター率 : 19%UP 58.6% → 70%
- 観光客満足度 : 1.5倍 33.2% → 50%

平成31年以降については、本年度に開催されている山梨観光推進会議にて新たなやまなし観光推進計画を策定するとともに平成31年～平成34年の各K P Iを設定。

**(2) その他の目標**

指標項目	単位	27年	28年	29年	30年
●観光客入込客数	万	3,146	3,205	3,216	3,250
●観光ネットアクセス数	万	1,493	1,249	1,082	2,000
●外国人宿泊客数(延人数)	万	125	137	161	192
●通訳ボランティアガイド・通訳案内士登録数	人	279	291	275	320

**【検討の経緯】**

「やまなし観光推進計画」に掲げた観光戦略を着実に推進するために「山梨県外国人観光客受入環境整備計画（平成26年12月制定）」「ダイナミックやまなし総合計画（平成27年12月制定）」「やまなし観光産業活性化計画（平成28年3月制定）」を策定。

「やまなし観光推進計画」で策定した目標値の一部修正と新たな目標の指標を策定。

## 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
27年度	285,000,000 (円)	【県からの補助金】168,000,000 円 【市町村からの負担金】24,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】62,000,000 円 【会費収入】13,000,000 円 【収益事業収入】9,000,000 円 【受取負担金】8,000,000 円 【その他】1,000,000 円
28年度	273,000,000 (円)	【県からの補助金】136,000,000 円 【市町村からの負担金】24,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】71,000,000 円 【会費収入】15,000,000 円 【収益事業収入】19,000,000 円 【受取負担金】7,000,000 円 【その他】1,000,000 円
29年度	235,000,000 (円)	【県からの補助金】159,000,000 円 【市町村からの負担金】24,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】24,000,000 円 【会費収入】15,000,000 円 【収益事業収入】7,000,000 円 【受取負担金】6,000,000 円
30年度 (予算)	238,000,000 (円)	【県からの補助金】165,000,000 円 【市町村からの負担金】24,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】24,000,000 円 【会費収入】14,000,000 円 【収益事業収入】6,000,000 円 【受取負担金】6,000,000 円
31年度 (計画)	238,000,000 (円)	【県からの補助金】108,000,000 円 【市町村からの負担金】24,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】75,000,000 円 【会費収入】15,000,000 円 【収益事業収入】9,000,000 円 【受取負担金】6,000,000 円 【その他】1,000,000 円

## (別添) 様式 1

## (2) 支出

年 度	総支出	内 訳
27年度	285,000,000 (円)	【国内プロモーション費】40,000,000円 【海外プロモーション費】71,000,000円 【情報発信費】63,000,000円 【観光人材育成費】3,000,000円 【観光イベント開催費】32,000,000円 【マーケティング費（市場調査、ブランド戦略等）】 0 (円) 【物産展開催・物産販売仲介費】16,000,000円 【着地商品造成費】9,000,000円 【一般管理費・人件費】51,000,000円
28年度	272,000,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】16,000,000円、 【着地型旅行商品造成・販売促進費】19,000,000円、 【インバウンド誘客費】3,000,000円、 【観光・物産情報発信費】58,000,000円 【観光人材育成費】1,000,000円 【物産販売仲介費】17,000,000円 【拠出金・負担金】5,000,000円 【県受託事業費】95,000,000円
29年度	235,000,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】13,000,000円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】6,000,000円 【インバウンド誘客費】2,000,000円 【観光・物産情報発信費】56,000,000円 【観光人材育成費】1,000,000円 【物産販売仲介費】18,000,000円 【拠出金・負担金】5,000,000円 【県受託事業費】51,000,000円 【地域連携 DMO 事業費】34,000,000円 【管理費】49,000,000円
30年度 (予算)	238,000,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】15,000,000円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】4,000,000円 【インバウンド誘客費】2,000,000円 【観光・物産情報発信費】59,000,000円 【観光人材育成費】1,000,000円 【物産販売仲介費】16,000,000円 【拠出金・負担金】5,000,000円 【県受託事業費】52,000,000円 【地域連携 DMO 事業費】34,000,000円 【管理費】50,000,000円
31年度 (計画)	238,000,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】14,000,000円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】7,000,000円 【インバウンド誘客費】2,000,000円 【観光・物産情報発信費】59,000,000円 【観光人材育成費】1,000,000円 【物産販売仲介費】17,000,000円 【拠出金・負担金】5,000,000円 【県受託事業費】51,000,000円 【地域連携 DMO 事業費】28,000,000円

(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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載)

本機構は、県・市町村・関係団体・観光事業者等約300を超える会員で構成され、オール山梨で観光を推進する唯一の組織として、補助金や負担金、会費等を安定的に確保している。

着地型観光商品の造成・販売は、新たな観光資源の発掘や開発に繋がること、また当該造成・販売事業に損失が発生しないように取り組むとともに、生じた利益は公益事業へ振り向けている。

DMOとしての機能拡充と事業実施に要する費用については、県の観光政策との連動と双方での役割分担の関係から当面は県の支援にて対応を行う。

## 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

公益社団法人やまなし観光推進機構は、県とともに山梨県の観光振興を推進する団体であり、今後は、県内DMOや観光協会等と連携しながら、マーケティングやマネジメントを担っていく団体である。よって山梨県は、公益社団法人やまなし観光推進機構を地域連携DMOとして登録したいので、当該団体とともに申請します。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	新井 達司
担当部署名(役職)	(公社)やまなし観光推進機構 事務局長
所在地	甲府市丸の内1-6-1 山梨県庁別館2階
電話番号(直通)	055-231-2722
FAX番号	055-221-3040
E-mail	<a href="mailto:kankou@yamakan-sk.jp">kankou@yamakan-sk.jp</a>

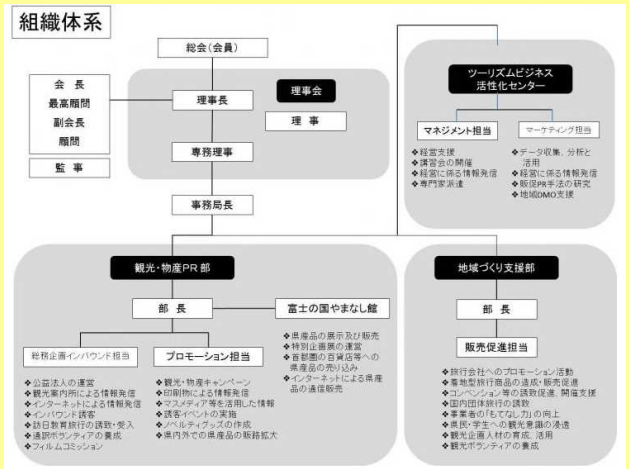
## 10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	山梨県
担当者氏名	坂本 亜希子
担当部署名(役職)	観光プロモーション課 主査
所在地	甲府市丸の内1-6-1
電話番号(直通)	055-223-1557
FAX番号	055-223-1558
E-mail	<a href="mailto:sakamoto-wyp@pref.yamanashi.lg.jp">sakamoto-wyp@pref.yamanashi.lg.jp</a>

都道府県・市町村名	山梨県
担当者氏名	今泉俊彦
担当部署名(役職)	観光企画課 政策企画監
所在地	甲府市丸の内1-6-1
電話番号(直通)	055-223-3776
FAX番号	055-223-1574
E-mail	<a href="mailto:imaizumi-uyf@pref.yamanashi.lg.jp">imaizumi-uyf@pref.yamanashi.lg.jp</a>

【区域】山梨県  
 【設立時期】21年4月1日  
 【代表者】理事長 鎌田 誠一  
 【マーケティング責任者】今西 祐介  
 【職員数】21名  
 【連携する主な事業者】  
 山梨県、県内市町村及び観光協会  
 県旅館生活衛生同業組合  
 山梨交通、富士急行、富士観光開発  
 JR東日本八王子支社、NEXCO中日本八王子支社  
 県中小企業団体中央会、県商工会議所連合会  
 県農業協同組合中央会 他

(実施体制)



(表:KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

	26年	27年	28年	29年度	30年
旅行消費額	3,573 (202)	3,967 (291)	4,157 (221)	4,133 (219)	4,285 (225)
延べ宿泊者数	757 (95)	843 (125)	835 (137)	802 (161)	904 (192)
来訪者満足度	44.0	50.1	43.1	44.0	50.0
リピーター率	56.7	56.6	51.7	55.4	70.0

**取組①バランスの取れたインバウンド誘客**

○インバウンド誘客をさらに推進するとともに、地域バランスのとれた誘客のため、東南アジア及び欧米からの誘客強化(東南アジア向けセールスコール、在日ハレター、集客プラットフォーム活用)  
 ○案内表示板等や観光案内所の多元語化対応、地域限定通訳案内士養成等外国人観光客の受入体制整備を促進  
 ○富士山以外の外国人観光客向け観光資源の発掘・PR等

**取組②周遊・滞在型観光の推進**

○富士北麓地域を訪れる観光客の県内他地域への周遊を促進:2次交通の整備推進、周遊旅行商品の造成促進  
 ○圏央道の北関東・東北方面への開通や中部横断自動車道の静岡方面との接続:アクセスが改善される地域への集中的PR、高速道路企画割引制度の活用  
 ○ワインリゾート構想の推進等



**取組③リピーターと平準化**

○冬の観光に関するメニューやプログラムの開発や冬の誘客を目的としたキャンペーンの実施  
 ○平日旅行が可能なシニア層等をターゲットとした神社・仏閣めぐりや食等のコンテンツの整備、PR等

**取組④地域の価値創造**

○市町村等と連携した新たな観光資源の発掘と多様な着地型旅行商品の造成  
 ○神社・仏閣等の地域資源の観光資源化を図るための取り組み:資源の整理  
 ○観光の価値や楽しみを高める観光ガイドの育成と活用等

**取組⑤稼ぐ力と魅力を高める**

○生産性の向上のために経営形態、規模別の講座の実施  
 ○専門人材による経営改善の助言、コンサルティング支援  
 ○データに基づく地域のマーケティング戦略策定支援等