

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

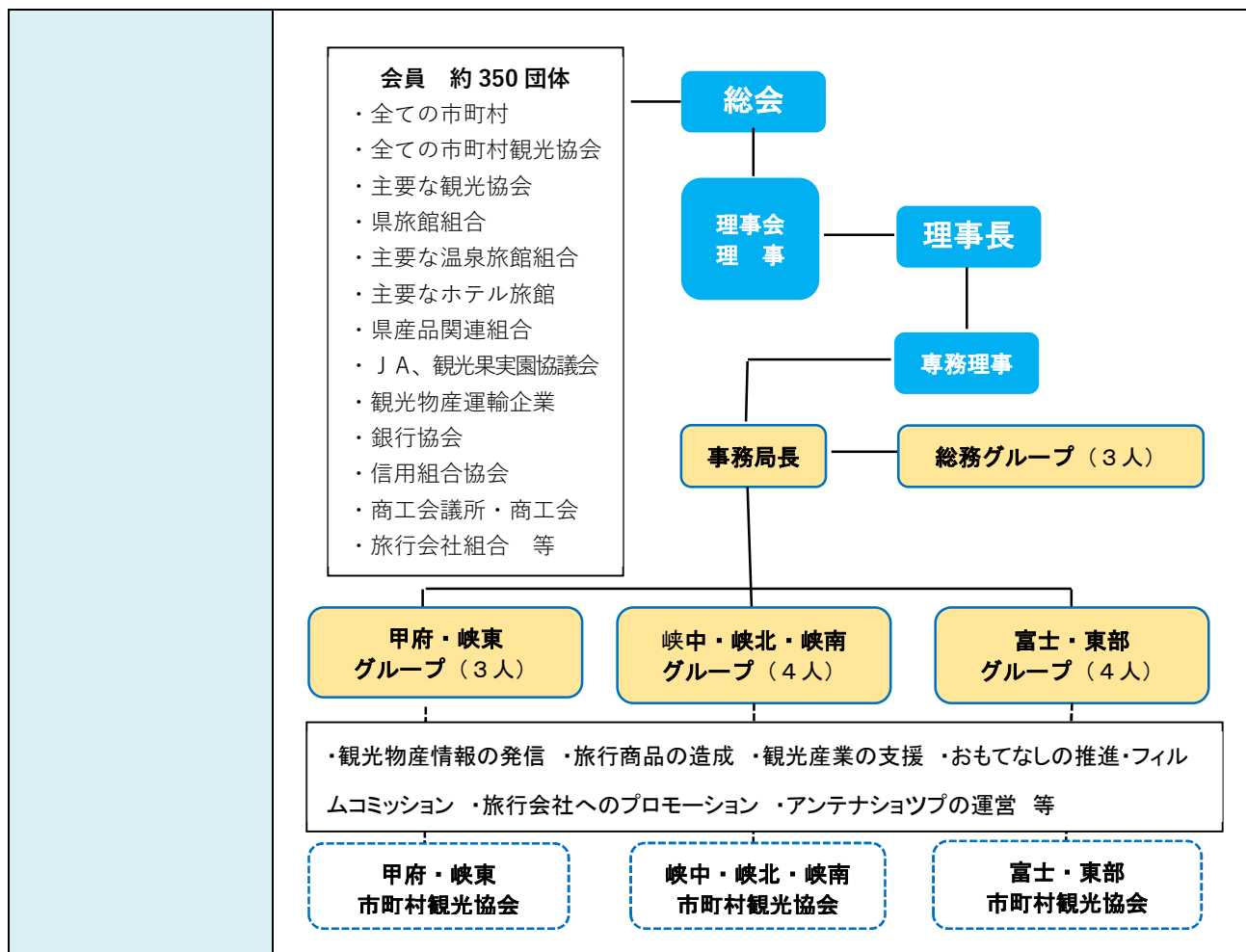
記入日：令和5年4月28日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <span style="border: 1px solid black;">地域連携DMO</span> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人 やまなし観光推進機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 山梨県内 27 市町村	
所在地	山梨県甲府市丸の内 1-6-1 山梨県庁別館 2 階	
設立時期	平成 21 年 4 月 1 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	17 人【常勤 17 人（正職員 7 人・出向等 10 人）、非常勤 0 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） 仲田 道弘 （出身組織名） 山梨県 OB	山梨県職員として県内の観光振興・産業振興に精通し、観光企画課長、やまなし観光推進機構専務理事、山梨県観光部長等を歴任し、県産ワインの普及とブランド化を推進するとともに県内観光産業の生産性向上の支援を県単位のDMOとして推進体制を構築。CEOとして引き続き県内の観光・産業振興に努める。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 岡 美広「専従」 （出身組織名） 旅行代理店	経験を活かし旅行商品造成・流通や観光資源の発掘等に能力を有する。近年は、個人型・WEBチャンネルでの商品開発・マーケティング・プロモーションの責任者として従事し、そのノウハウ等を用いてリーダーの任務を行う。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 中村 洋一 （出身組織名） 山梨県	山梨県観光部でブランド推進、プロモーション担当を歴任。県観光振興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、旅行会社や物産事業者との折衝経験も豊富。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 中村 洋一 （出身組織名） 山梨県	同上
各部門（旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 山田 邦明 （出身組織名） （株）JTB	大手旅行会社で 32 年間に亘り勤務後に山梨県観光戦略監として、本県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。

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>山梨県観光文化・スポーツ部総務課（観光政策全般・マーケティング）                  // 観光振興課（観光プロモーション）                  // 観光資源課（地域資源活用・周遊観光）                  // 産業労働部産業振興課（地域ブランド、物産振興）</p>				
<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、観光地域づくり）                  山梨県旅館生活衛生同業組合（宿泊施設連携）                  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)                  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・販売促進）</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>当機構は平成 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 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> <p style="text-align: center;">設立 平成21年4月(平成25年4月公益社団法人へ移行)</p> <div style="text-align: center;"> <pre>                     graph TD                         A[山梨県観光物産連盟] --- B[山梨県大型観光キャンペーン推進協議会]                         A --- C[やまなしインバウンド観光推進機構]                         B --- C                         D[3つの組織を統合し、観光・物産をオール山梨で推進!]                     </pre> </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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地元新聞紙（山梨日日新聞）、地元テレビ局（NHK 甲府、山梨放送、テレビ山梨）等、広報メディアを活用した観光地域づくりに関する情報発信</li> <li>・ おもてなしのやまなし観光振興条例「平成 23 年 12 月 22 日施行」の意識啓発活動として「おもてなし週間」を設定し表彰式、シンポジウム等を開催。</li> </ul>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内の観光物産情報に関する情報発信 毎月 6 本の記事を発信するオウンドメディア「富士の国やまなし観光ネット」、「Official Travel Guide YAMANASHI（多言語版 HP）」、「山梨観光ガイドマップ」、「ワイン県やまなしイベントガイド（年 3～4 回作成）」作成・更新し国内外に情報発信。</li> <li>・ 国内外のプロモーション活動の実施</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内の観光物産情報に関する情報発信 毎月 6 本の記事を発信するオウンドメディア「富士の国やまなし観光ネット」、「Official Travel Guide YAMANASHI（多言語版 HP）」、「山梨観光ガイドマップ」、「ワイン県やまなしイベントガイド（年 3～4 回作成）」作成・更新し国内外に情報発信。</li> <li>・ 国内外のプロモーション活動の実施</li> </ul>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内の観光物産情報に関する情報発信 毎月 6 本の記事を発信するオウンドメディア「富士の国やまなし観光ネット」、「Official Travel Guide YAMANASHI（多言語版 HP）」、「山梨観光ガイドマップ」、「ワイン県やまなしイベントガイド（年 3～4 回作成）」作成・更新し国内外に情報発信。</li> <li>・ 国内外のプロモーション活動の実施</li> </ul>				

	<p>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・観光商談会を開催。またインバウンドコンテンツを JNTO の Web ページに掲載</p> <p><b>受入環境の整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域連携DMOとして市町村観光協会との連携 令和3年度から組織を県内3地域のグループ体制に改編し、グループ内で情報発信・物産販売、旅行商品造成、企業の高付加価値化支援を行っている。職員を市町村観光協会研修させたうえで、当該観光地の実情に合った誘客促進、観光地域づくり等に資するプロジェクトを実施。</li> <li>・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、セミナー開催や専門家派遣事業による観光事業者の生産性向上につながる各種支援。</li> <li>・観光人材の育成 県受託事業を通じ、本県観光の高付加価値化を推進するための次世代おもてなし観光人材やホスピタリティ観光人材を育成。実践マネジメント力向上研修、ホスピタリティ向上の研修などを実施</li> </ul> <p><b>観光資源の磨き上げ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、県内市町村の観光資源発掘や着地型旅行商品の造成と情報発信・販売を支援。また、オンライン会議等を利用して全国の旅行会社に商談会・説明会を実施。</li> </ul>
<p><b>実施体制</b> ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p><b>【定量的な評価】</b> 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> <p><b>【実施体制の概要】</b> （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、行政機関、観光協会、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><b>【実施体制図】</b></p>



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域



### 【区域設定の考え方】

当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 17%
- ・観光客の土日集中
- ・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 45%であったが、コロナ禍により激減  
令和 4 年冬以降は弱いながらも東南アジアを中心に回復が見られる。

### 【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（百名湯手帳での温泉訴求を展開中）
- ・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（2021 年にはロードレースのオリンピックの会場となる）
- ・魅力あふれる様々な体験プログラム 等
- ・「身延山久遠寺（日蓮宗総本山）」「江戸時代から続く酒蔵」「日本ワインの発祥の地」等、歴史文化に興味を示す外国人観光客向けコンテンツ。

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】（R5, 3, 31 現在）

地 域	施設数	収容力 (収容人数)	施設規模 (客室数)	備考
峡中	115	8,050	5,127	信玄の湯湯村温泉郷 芦安温泉郷
峡東	132	11,616	3,738	石和温泉郷・春日居温泉郷、三富温泉郷
峡南	88	4,840	1,192	下部温泉郷
峡北	268	10,184	3,759	増富温泉郷
富士東部	726	48,642	13,487	富士河口湖温泉郷
計（県全域）	1,329	83,332	27,303	

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

本県（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、富士山麓電気鉄道富士急行線、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（2021 年峡南地域の区間が全通）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、関西圏を結んでいる。東京から約 2 時間、中京圏から約 3.5 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・情報量の充実等の強化。
- ・宿泊施設や観光施設等の案内標識等の多言語化。ネット検索で「Google マイビジネス」の活用)
- ・観光案内所や宿泊施設、交通機関等での外国語対応

**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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	山梨県観光入込客統計調査
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	山梨県観光入込客統計調査
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	山梨県観光入込客統計調査
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	山梨県観光入込客統計調査
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。	Google アナリティクス活用（定期的に分析会議実施）
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	山梨県知事政策局にて「県民意識調査」を定期的実施。

**4. 戦略****（1）地域における観光を取り巻く背景**

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

①山梨県においても観光は地域自体が外貨を稼ぐもっとも直接的な手段であり、かつ中長期的な将来においても成長が確実に見込まれる分野として位置付け、地域経済を牽引する産業として重視。

令和1年（2019年）の観光消費額 4,330 億円は、総務省「家計調査」における一人あたり年間家計消費額 114 万円（2018年甲府市）で割り戻すと約 38 万人分（県人口の5割弱）に相当する額となるなど、地域経済への影響は大きいものがある。

②人口減少局面に入った今日において、地域経済を維持、発展させていくためには、観光産業の高付加価値化の取り組みが重要であり、そのためには旅行者が本県を訪れ、満足して消費していただいた効果が地域経済全体に波及していく環境を創っていく必要がある。観光産業が地域経済を牽引するという視点を念頭に、山梨県を訪れた旅行者が満足すること、その交流活動や消費活動を通じて地域社会が活性化すること、観光事業者の「稼ぐ力」と「働く魅力」が向上することの3つの要素が好循環することで、観光産業の高付加価値化を実現させるための推進役の一翼としてその役割を担う。

③インバウンド需要は令和5年初頭に戻りの兆しが見え始めているが、従来から6割以上の観光客が来県する首都圏及び2021年8月に全通した中部横断自動車道の利用が期待できる東海圏などの近隣都県の観光需要を取込に引き続き力を入れている。インバウンドについては2023年春以降の中国を除く東南アジア、特にタイや香港、台湾を中心に徐々に回復を始めている。



## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><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</p>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b>            約75%が日帰り観光で季節等（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</p>
外部環境	<p><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開通            リニア中央新幹線開業予定            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）</p>	<p><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45%強が中国人団体であり、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。            人材不足（コロナによる離職、求人不足）</p>

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

## (3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層            首都圏在住者、特にリピーターとシニア層、女性</p>
<p>○選定の理由            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こと。            統計上50%以上を占める首都圏居住者およびシニア世代の需要をさらに引き上げ、2人旅などの多い女性の来県者を増やすため。</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。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。</p> <p>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。特にワインについては、「ワイン県」キャッチフレーズをもとに甲州ワインの訴求による物産振興と観光誘客を推進。</p> <p>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）が、通年雇用や正規雇用の妨げとなり生産性の向上が見込めないことを打破するため、冬の観光に関するメニューやアクティビティプログラムの開発、平日旅行がまだまだ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。なお、NEXCO等と高速道路の渋滞緩和対策のためのドライブプラン「速旅」や需要の時空間分散に向けた実証実験「スイスイ旅」などへの参画や協力も行っている。</p>
<p>○ターゲット層            北関東、東海圏の在住者</p>
<p>○選定の理由および取組方針            圏央道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）、東海圏（静岡、愛知、岐阜、三重）からのアクセスが大きく改善されたため。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。</p>

車を使った来県が 80%を超える現状で、まだ伸びしろのあるエリアに対してアクセス改善のタイミングを逃さずターゲットとしていく
○ターゲット層 学習旅行、M I C E
○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するため、本県における冬季や平日の観光を強化する必要があるため。 また、全国旅行支援やマイクロツーリズムにより大きく需要を伸ばしたターゲット層であり、教育旅行では県独自の補助金の効果が功を奏し、令和 2 年の修学旅行の人気ランキング 2 位の実績を再び盛り返すこと、また富士北麓エリアでの国際会議場の建設を視野に全国規模の MICE 開催を引き続き主要ターゲットとすることで需要の平準化を目指していく
○取組方針 冬季の観光強化のため国内を深掘することで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（M I C E）の誘致を推進する。

#### （４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>（主） ワイン県やまなし、温泉県やまなし、富士の国やまなし、フルーツ王国やまなし</p> <p>（副） 週末は山梨にいます</p>
②コンセプトの考え方	<p>○ワイン県やまなし 日本ワインの生産量・出荷量及び醸造所数が日本一を誇るとともに、海外での高評価を得て輸出されるようになった甲州ワイン、ワイナリーの佇まい、ブドウ栽培風景などが観光資源となっている。また、東京丸の内のキャリアウーマンの本県のイメージもブドウとワインで 4 割を占めており、非常に訴求力が高い。</p> <p>○温泉県やまなし 日本の温泉泉質が 10 あるうちの 9 泉質が山梨県にあり全国トップレベルの多様性があるとともに、街中の銭湯が温泉を湧出する、いわゆる「温泉銭湯」となっていることが多く、気軽に安価に温泉が楽しめることが魅力となっている。</p> <p>○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。</p> <p>○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であり、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などが観光資源であり特産品となっている。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。</p> <p>○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・定住へも繋げることができ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 ※頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県単位の地域連携DMOとして市町村等との調整を図りながら、県内市町村観光協会等を支援しており、令和3年度から組織を県内3グループに改編し、グループ内で課題解決できる体制を構築した。</li> <li>・ 本機構の会員や関係者を対象に事業説明会、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、戦略的な観光地経営と個々の関連事業者に対しての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」と「働く魅力」を高める。</li> <li>・ プロパー職員を地域の観光協会に研修に赴かせたうえで、当該地域の誘客促進プロジェクトを実施し関係強化を図っている。</li> <li>・ 令和3年度においては、次世代観光人材の育成事業に着手し、北杜市及び山中湖村の観光協会を中心に、地域の観光事業者を巻き込みながら観光産業の高付加価値化の実現に向けて、おもてなし人材育成と感染症対策を中心に据えた観光地経営プランを作成。</li> <li>・ 令和4年度からは観光庁「持続可能な推進事業」における人材育成の採択を受けサステナブルツーリズムへの理解と取り組みを開始。市町村や観光協会とともに持続可能な観光に向けた人材育成に取り組んでいる。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光人材育成事業を県から受託し、本県観光の高付加価値化を推進するための次世代おもてなし観光人材を育成するとともに、ポストコロナに対応した観光地経営プラン作成を伴走支援することで地域の観光協会等において次世代クリーンホスピタリティ観光人材を育成する。</li> <li>・ 「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。</li> <li>・ 生産性向上セミナーや専門家派遣事業を通じてホスピタリティ・サービス水準の維持・向上、生産性向上の支援策を講じていく。</li> <li>・ 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。</li> </ul>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### （1）必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	425,000 (24200)	437,500 (25400)	450,000 (27000)	462,500 ( )	475,000 ( )	487,500 ( )
	実績	276,600 (49500)	269,000 (-)	306,600 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	9,150 (2,380)	9,420 (2,540)	9,700 (2,720)	9,990 (2,920)	10,290 (3,140)	10,600 (3,380)
	実績	4,362 (357)	4,605 (24)	6,867 (167)			
●来訪者満足度 (%)	目標	45.0	47.5	50.0	52.5 ( )	55.0 ( )	57.5 ( )
	実績	42.8	46.7	49.2			
●リピーター率 (%)	目標	56.0	57.0	57.0	58.0 ( )	58.0 ( )	59.0 ( )
	実績	57.3	58.7	64.5 ( )			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 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、やまなし観光推進会議（外部有識者も交えた）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（令和5年～令和8年）」を令和5年12月に更新策定。※正式な公表は令和6年1月中を予定している。

#### 【設定にあたっての考え方】

令和5年の本計画策定時に令和元年基準値をベースに令和7年の目標値を設定し、各年毎に割振。

- 旅行消費額 : 12.5%UP 4,330億円 → 4,875億円
- 宿泊客数 : 9.2%UP 970万人 → 10,600万人
- 来訪者満足度 : 1.35倍 42.5% → 57.5%
- リピーター率 : 5%UP 56% → 59%

## (2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●観光ネットアクセス数 (万)	目標	1,093 ( )	1,143 ( )	1,200 ( )	1,250 ( )	1,300 ( )	1,350 ( )
	実績	926 ( )	999 ( )	1,104 ( )			
●観光客1人あたり平均消費額 (円)	目標	11,308 ( )	11,654 ( )	12,000 ( )	13,640 ( )	13,925 ( )	14,210 ( )
	実績	16,442 ( )	14,634 ( )	11,196 ( )			
●訪日外国人宿泊客1人あたり平均消費額 (円)	目標	18,000 ( )	19,000 ( )	20,000 ( )	20,000 ( )	21,000 ( )	21,000 ( )
	実績	21,778 ( )	計測せず ( )	- ( )			
●	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

## 指標項目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】

「やまなし観光推進計画（令和5年～令和8年）」（令和5年12月に更新策定）にて計画最終年度である令和8年度を目標年次とした成果目標を設定。形成計画に定める必須KPI以外のKPIを表記観光客平均消費額の単価上昇と宿泊・飲食事業従事者1人あたり付加価値額の向上により地域経済を牽引する産業として貢献していくことを主眼とする。

※当該計画は令和6年1月頃公表の予定

## 【設定にあたっての考え方】

令和5年の本計画策定時に令和元年基準値をベースに令和8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。

●観光ネットアクセス数 : 32%UP 1.023万PV → 1.350万PV

●観光客1人あたり平均消費額 : 16%UP 12.498円 → 14.210円

●訪日外国人宿泊客1人あたり平均消費額 : 48%UP 14.205円 → 21.000円

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

## (1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	273,000,000(円)	【県からの補助金】133,000,000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】59,000,000円 【会費収入】14,000,000円 【収益事業収入】40,000,000円 【受取負担金】2,500,000円 【その他】500,000円
2021(R3) 年度	329,791,000(円)	【県からの補助金】111,620,000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】176,360,000円 【会費収入】12,800,000円 【収益事業収入】2,728,000円 【受取負担金】2,283,000円
2022(R4) 年度	276,360,000(円)	【県からの補助金】150,414,000円 【市町村からの負担金】23,650,000円 【地方公共団体からの委託料収入】77,637,000円 【会費収入】14,244,000円 【収益事業収入】7,212,000円 【受取負担金】3,158,000円 【受取利息、雑収入】45,000円
2023(R5) 年度	196,200,000(円)	【県からの補助金】150,805,000円 【市町村からの負担金】23,650,000円 【会費収入】13,590,000円 【収益事業収入】5,920,000円 【受取負担金】2,200,000円 【受取利息、雑収入】35,000円
2024(R6) 年度	175,400,000(円)	【県からの補助金】130,040,000円 【市町村からの負担金】23,650,000円 【会費収入】13,590,000円 【収益事業収入】5,920,000円 【受取負担金】2,200,000円
2025(R7) 年度	175,400,000(円)	【県からの補助金】130,040,000円 【市町村からの負担金】23,650,000円 【会費収入】13,590,000円 【収益事業収入】5,920,000円 【受取負担金】2,200,000円

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	267,000,000(円)	【観光・物産プロモーション費】6,000,000円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】700,000円 【インバウンド誘客費】1,000,000円 【観光・物産情報発信費】44,000,000円 【観光人材育成費】300,000円 【物産販売仲介費】11,000,000円 【拠出金・負担金】2,500,000円

		【県受託事業費】 112,500,000 円 【地域連携 DMO 事業費】 27,000,000 円 【高速道路利用・観光・地域連携事業費】 3,000,000 円 【管理費】 59,000,000 円
2021 (R3) 年度	329,791,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】 6,000,000 円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】 0 円 【インバウンド誘客費】 300,000 円 【観光・物産情報発信費】 47,800,000 円 【観光人材育成費】 400,000 円 【物産販売仲介費】 10,000,000 円 【拠出金・負担金】 2,700,000 円 【受託事業費等】 193,591,000 円 【地域連携 DMO 事業費】 12,000,000 円 【高速道路利用・観光・地域連携事業費】 2,000,000 円 【管理費】 55,000,000 円
2022 (R4) 年度	276,360,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】 5,800,000 円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】 100,000 円 【インバウンド誘客費】 150,000 円 【観光・物産情報発信費】 45,750,000 円 【観光人材育成費】 400,000 円 【物産販売仲介費】 9,500,000 円 【拠出金・負担金】 2,700,000 円 【受託事業費等】 146,460,000 円 【地域連携 DMO 事業費】 12,000,000 円 【管理費】 53,500,000 円
2023 (R5) 年度	196,200,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】 6,000,000 円 【着地型旅行商品造成・販売促進費】 100,000 円 【インバウンド誘客費】 300,000 円 【観光・物産情報発信費】 31,000,000 円 【観光人材育成費】 400,000 円 【物産販売仲介費】 10,000,000 円 【拠出金・負担金】 2,100,000 円 【受託事業費等】 82,300,000 円 【地域連携 DMO 事業費】 12,000,000 円 【管理費】 52,000,000 円
2024 (R6) 年度	175,400,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】 3,000,000 【着地型旅行商品造成・販売促進費】 3,400,000 【インバウンド誘客費】 2,400,000 【観光・物産情報発信費】 37,000,000 【観光人材育成費】 300,000 【物産販売仲介費】 10,200,000 【拠出金・負担金】 400,000 【受託事業費等】 58,900,000 【高付加価値事業費】 4,000,000 【管理費】 55,800,000
2025 (R7) 年度	175,400,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】 3,000,000 【着地型旅行商品造成・販売促進費】 3,400,000 【インバウンド誘客費】 2,400,000



	<p>【観光・物産情報発信費】 37,000,000</p> <p>【観光人材育成費】 300,000</p> <p>【物産販売仲介費】 10,200,000</p> <p>【拠出金・負担金】 400,000</p> <p>【受託事業費等】 58,900,000</p> <p>【高付加価値事業費】 4,000,000</p> <p>【管理費】 55,800,000</p>
--	---

### (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

- ・本機構は、県・市町村・関係団体・観光事業者等約 350 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。県からの補助金は縮小傾向にあり、今後は予算確保が課題である。
- ・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。
- ・県の各部署（産業労働部・農政部等）、県内市町村が設定する各事業（移住体験、農泊推進等）のプロポーザル等への積極的な取り組み。
- ・令和 5 年 4 月より山梨県観光文化部は山梨県観光文化・スポーツ部となっており、文化・スポーツ関係の事業受託等により新たな事業受託等を行う。
- ・宿泊税等の受益者負担の財源確保策については継続課題として継続検討

## 8. 観光地域づくり法人形成・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. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

--

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	岡 美広
担当部署名（役職）	観光産業部長
郵便番号	400-0031
所在地	山梨県甲府市丸の内 1-6-1

電話番号（直通）	055-231-2722
F A X 番号	055-221-3040
E - m a i l	kankou@yamakan-sk.jp

### 1 1. 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	在原 孝夫
担当部署名（役職）	観光文化・スポーツ部観光振興課 課長補佐
郵便番号	400-8501
所在地	山梨県甲府市丸の内 1-6-1
電話番号（直通）	055-223-1557
F A X 番号	055-223-1438
E - m a i l	arihara-ysr@pref.yamanashi.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
F A X 番号	
E - m a i l	

記入日： 令和5年4月28日

**基礎情報**

**【マネジメント・マーケティング対象とする区域】**

山梨県

**【設立時期】** 平成21年4月1日

**【設立経緯】** ③区域の観光協会がDMOに移行

**【代表者】** 理事長 仲田道弘

**【マーケティング責任者(CMO)】** 部長 岡美広

**【財務責任者(CFO)】** 事務局長 中村洋一

**【職員数】** 17人(常勤17人(正職員7人・出向等10人))

**【主な収入】**

収益事業 22百万円、補助金 173百万円(R4年度決算)

**【総支出】**

事業費 180百万円、一般管理費 16百万円(R4年度決算)

**【連携する主な事業者】**

山梨県、市町村及び観光協会、山梨交通、富士急行、富士観光開発、JR東日本、NEXCO中日本、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



**KPI(実績・目標)**

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	425.000 (24200)	437.500 (25400)	450.000 (27000)	462.500 ( )	475.000 ( )	487.500 ( )
	実績	276.600 (49500)	269.000 ( - )	306.600 ( - )	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	9.150 (2.380)	9.420 (2.540)	9.700 (2.720)	9.990 (2.920)	10.290 (3.140)	10.600 (3.380)
	実績	4.362 (357)	4.605 ( 24)	6.867 ( 167)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	45.0 ( )	47.5 ( )	50.0 ( )	52.5 ( )	55.0 ( )	57.5 ( )
	実績	42.8 ( )	46.7 ( )	49.2 ( )	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	56.0 ( )	57.0 ( )	57.0 ( )	58.0 ( )	58.0 ( )	59.0 ( )
	実績	57.3 ( )	58.7 ( )	64.5 ( )	—	—	—

**戦略**

**【主なターゲット】**

- ・首都圏在住者のリピーターとシニア、女性、家族
- ・学習旅行、MICE

**【ターゲットの誘客に向けた取組方針】**

- ・地域のブランドイメージ向上と滞在型観光推進
- ・冬の観光メニューやプログラムの開発
- ・シニアや女性を向けの伝統行事、「食」の充実
- ・「やまなし温泉銭湯化プロジェクト」を展開
- ・冬季および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(MICE)の誘致

**【観光地域づくりのコンセプト】**

ワイン県、温泉県、富士の国、フルーツ王国

**具体的な取組**

**【観光資源の磨き上げ】**

- ・市町村、観光事業者等と連携
- ・新たな観光資源開発、地域に眠る優れた観光素材の発掘
- ・商品化・キラークンテンツ化
- ・観光協会での職員交流により観光地の実情に合った誘客推進

**【受入環境整備】**

- ・観光の高付加価値化を推進するためのホスピタリティ観光人材の育成
- ・専門家派遣による生産性向上やサービスマインド・ホスピタリティ向上支援

**【情報発信・プロモーション】**

- ・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「観光ネット」(HP)やSNS等による一元的な情報発信
- ・JR、NEXCO等と協働した観光キャンペーン
- ・全国の旅行会社に向け説明会や商談会の実施

**【その他】**

- ・行政、関係団体、観光事業者等約350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おり、今後も入会促進等を通じて資金の確保、市町村からの委託事業や着地商品の拡販に努める。