

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 12月 4日再提出

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・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント
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 山梨県北杜市、長野県諏訪郡富士見町、長野県諏訪郡原村
所在地	山梨県北杜市長坂町中丸 2239
設立時期	平成22年4月6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	7人【常勤（契約社員）4人、委託常勤（相談役）1人、臨時職員（アルバイト）2人】 ※役員15人、企業社員26人、個人社員13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	石川 高明 八ヶ岳ツーリズムマネジメント代表理事 長野県原村観光連盟副会長／株式会社八ヶ岳登山企画代表取締役／観光地域づくりマネージャー／山岳ガイド スイス・ツェルマット等、海外での観光業の経験を活かし、インバウンド事業にも積極的に携わる。山岳ガイドとして地域資源の魅力を来訪者に伝えながら、生のお客様の反応を体感しマーケティングにつなげる。その他イルミネーションフェスティバル in 原村の立ち上げ等、年間を通じての観光地域づくりに携わる。
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） ※必ず記入すること	小林 昭治「専従」 八ヶ岳ツーリズムマネジメント常勤相談役 観光地域づくりマネージャー／全国観光圏推進協議会会長／広域周遊観光促進四国地域連絡調整会議有識者／東京都立大学非常勤講師／芸術文化観光専門職大学非常勤講師 平成22年4月、国土交通省から認定された八ヶ岳観光圏の法定協議会である観光圏整備推進協議会代表者に任命され、プラットフォームである八ヶ岳ツーリズムマネジメント（登録DMO／重点支援DMO）の代表理事として、平成22年4月から令和5年5月までの13年間にわたり、官民、地域間、既存団体との壁を取り除く調整に尽力し、国とのパイプ役を務めた。令和5年9月より常勤相談役として継続して官民、地域、既存団体間の合意形成に積極的に取り組んでいる。CMOとしては、地方創生加速化交付金事業でICTを活用し、ホームページ機能とマーケティング、マネジメント機能等を併せ持つシステム、「DMS（ destinations・マネジメント・システム）」の構築に着手し、効果的な情報発信、各種データの収集・分析、明確なコンセプトによる観光地域づくりを推進し、観光により交流人口

		を拡大させ、地域を活性化させる観光地域づくりを基軸とした地方創生に取り組んでいる。
財務責任者 (CFO: チーフ・フ ィナンシャ ル・オフィ サー) ※必ず記入 すること	飯塚 史子「専従」 八ヶ岳ツーリズムマネジメン ト 事務局員	株式会社ミュージーミングアンドオペレーターズ (現:株式会社MYU)で18年間勤務。経理、人事労 務、システム管理、総務など管理部門の業務全般を幅 広く担当し、経営をサポートしてきた経験を活かし事 務局員として財務経理を担当している。
全体統括部会 (持続可能 な地域創出 SDGs/ JSTS-D、危 機管理含 む) ※各部門責 任者のうち 専従の者に ついては、 氏名の右横 に「専従」 と記入する こと	石川 高明 (前述) / 主担当観光地域づく りマネージャー	(前述)
	小林 昭治「専従」 (前述) / 主担当観光地域づく りマネージャー	(前述)
	金丸 滋 八ヶ岳ツーリズムマネジメン ト副理事長 / 副担当観光地域 づくりマネージャー 株式会社アルプス 代表取締 役	エリア内の道の駅や直売所、温泉施設等を始めとした観 光施設の指定管理を受託する企業の代表。エリアへの全 体的な企画・プロモーションを手掛ける他、多数のイベ ント主催にも携わる。幅広い人脈も生かし、エリアへの 誘客に尽力している。
	小野 光一 八ヶ岳ツーリズムマネジメン ト 理事 / 副担当観光地域づく りマネージャー 北杜市商工会長 / 金精軒製菓株 式会社代表取締役	地域資源を活かした和菓子作りにこだわる、老舗和菓子 屋(所在地:日本の道百選「台ヶ原宿」)の代表を務め る。観光庁発行のガイドブック「日本でしかできない1 01のこと」にも選ばれる商品を開発。地域における日 本の文化・歴史の知識も豊富。
	藤田 然 副担当観光地域づくりマネー ジャー 富士見高原リゾート株式会社 営業部課長	富士見町“創造の森”を中心とした日本初の大規模なユニ バーサルフェスの開催(企画・立案)の他、ユニバー サルツーリズムの人材育成の講師を多数務める。八ヶ岳 エリアのユニバーサルツーリズムの推進に尽力し、ユニ バーサルフィールドづくり実行委員会としても活躍して いる。
	水谷 三重子 副担当観光地域づくりマネー ジャー 白州・山の水農場 LLC 業務 執行役員	グローバルなライセンス関係の仕事に従事した 後、北杜市に移住しきのこを中心とした農業を学ぶ。 その後夫婦で農業法人を設立し、一次産業の誇りを商 品で伝える経営を行う。自身が立ち上げた地元マルシェは、地元農家と移住農家との協働の場として、次世 代の町づくりの礎になっている。
	鳥屋尾 健 副担当観光地域づくりマネー ジャー	長年、八ヶ岳における自然との共生・気候変動への対応 等の環境教育に携わっている。また、幼児～シニア・家 族、地域～国際、学校、企業、社会教育施設等幅広く自 然体験をベースとした学びの場作りにあたる。山梨県地

	公益財団法人キープ協会 環境 教育事業部 事業部長	球温暖化防止活動推進センター事務局長兼任している。 八ヶ岳観光圏が掲げる JSTS-D を中心とした持続可能な地 域づくりを実現するための中心的な人物であり、主体的 に環境教育やエコツーリズムに関するコンテンツの企画 立案を行っている。
住んでよし・ 訪れてよし推 進部会 (地域資源 活用・地域 住民意識啓 発含む)	金丸 滋 (前述) / 主担当観光地域づく りマネージャー	(前述)
	小林 昭治「専従」 (前述) / 主担当観光地域づく りマネージャー	(前述)
	石川 高明 (前述) / 副担当観光地域づく りマネージャー	(前述)
	五味 愛美 副担当観光地域づくりマネージ ャー 五味五感企画主宰 / 観光地域づく り MG / 婚活 de 八ヶ岳推進委 員会 /	財団法人キープ協会を経て、現在フリーランスのネイ チャーインテプリター。五味五感企画主宰。「森」 「発達心理」「発達五感(造語)」「地球」「八ヶ岳」「森 林療法」をキーワードに環境教育、体験型婚活ファシ リテーターとして活動している。
	井上 能孝 副担当観光地域づくりマネージ ャー 株式会社ファーマン代表取締役 / 山梨県認定青年農学士・有機 JAS 認証取得	埼玉で3年間研修を受けた後、北社に移住して就農。 2010年には全農家数の0.2%しかいない有機 JAS 認証 を取得。農作物の生産・販売にとどまらず、新規就農 者の支援や福祉施設との連携、農業体験を積極的に受 け入れている。これまで8年ほどで約20人の研修生を 受け入れてきたほか、2012年からは地域の2か所の社 会福祉施設と連携。農業体験や企業の研修も積極的に 受け入れ、年間約2500人がファーマンの農場を訪れて いる。
北原 対馬 副担当観光地域づくりマネージ ャー 山梨銘醸株式会社代表取締役社 長	米国 Pacific International Liquor, Inc. にて、日本 酒を中心とした日本食の普及に従事。その後、故郷の 北社市白州町に戻り、実家である1750年創業の歴史あ る老舗酒蔵にて営業関係に従事し、現在同社代表取締 役社長。	
戦略部会 (情報発 信・宿泊・ マーケティ ング含む)	小林 昭治「専従」 (前述) / 主担当観光地域づく りマネージャー	(前述)
	雨宮 伊織 八ヶ岳ツーリズムマネジメント 理事 / 副担当観光地域づく りマネージャー 株式会社ビーチュー代表取締役 / (一社) 富士見町 IT 推進協 会代表	WEB ディレクターとして長年企業・大学・自治体サイ トの企画・構築、運用サポートを担当。富士見町に移住後、 地方自治体や中小企業の情報発信のプランニング・サイ ト構築・研修会などを手がけ、「地域の情報発信」に軸足 を置いた活動を展開している。

	<p>河原田 敏美 八ヶ岳ツーリズムマネジメント 監事/副担当観光地域づくりマ ネージャー</p> <p>セラヴィリゾート泉郷 元執行 役員 元不動産事業本部長</p>	<p>株式会社セラヴィリゾート泉郷の執行役員を務めてきたが、2021年に役職定年を迎えられ現在は不動産業務で勤務。観光地域づくりマネージャーとして地域づくり携わっている。</p>
	<p>中村 洋平 副担当観光地域づくりマネー ジャー</p> <p>長野県原村観光連盟副会長/合 同会社ヤツガタケシゴトニン代 表</p>	<p>民間企業にて、年間 2000 万 PV 以上のサイト構築・運営、大手サイトの構築に携わる。その他、東京大学生産研究所等のエネルギーモニタリング関連の WEB システム開発や農産物の EC サイトを企画・運営する等、データの収集・分析の経験と知識も豊富である。</p>
その他プロジェクト	<p>小林 勉 八ヶ岳ツーリズムマネジメント 副理事長/主担当観光地域づく りマネージャー</p> <p>前 NPO 法人清里観光振興会会長 /ゲストハウスブルーイングリ ーンオーナー/北杜市議会議員</p>	<p>令和元年度まで NPO 清里観光振興会会長を務め、清里を中心とした観光振興に大きく尽力。ゲストハウスのオーナーとして経営・おもてなしをする一方、「八ヶ岳アウトドア・アクティビティーズ」を立ち上げ、地域資源を生かした滞在プログラムの造成・販売に携わる。宿泊魅力向上事業を始め、地域づくりマネージャーとして多数の事業に携わる。</p>
	<p>小林 昭治「専従」 (前述) / 副担当観光地域づく りマネージャー</p>	(前述)
	<p>小野 光一 (前述) / 副担当観光地域づく りマネージャー</p>	(前述)
	<p>石川 高明 (前述) / 主担当観光地域づく りマネージャー</p>	(前述)
	<p>浅川 貴広 八ヶ岳ツーリズムマネジメント 理事/観光地域づくりマネー ジャー 清里高原ハイランドホテル支配 人代理</p>	<p>政府登録ホテルでもある「清里高原ハイランドホテル」の支配人代理を務める他、清里観光振興会の理事や、「清里プチホテルグループ」等、地域貢献の活動も多数行う。「お酒とジビエの冬まつり」等、地域の食の魅力を活かしたイベントも実施している。</p>
	<p>雨宮 伊織 (前述) / 副担当観光地域づく りマネージャー</p>	(前述)
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・山梨県観光振興課プロモーション担当 イベント・プロモーション ・長野県観光部 山岳高原観光課 イベント・プロモーション ・北杜市産業観光部観光課 (観光振興担当) 社会資本整備、事業運営サポート、イベント・プロモーション ・富士見町産業課商業観光係 	

	<p>社会資本整備、事業運営サポート、イベント・プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原村商工観光課商工観光係 社会資本整備、事業運営サポート、イベント・プロモーション
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)北杜市観光協会、富士見町観光協会、原村観光連盟、NPO 清里観光振興会 観光イベント・プロモーション・情報発信 ・長野県諏訪地域振興局、北杜市商工会、富士見町商工会、原村商工会 情報共有・情報発信 ・(一社)北杜市観光協会、山梨県ペンション連合会、八ヶ岳南麓やとわれ支配人会、富士見町ペンションヴィレッジ、原村観光連盟 宿泊魅力向上・情報共有・情報発信 ・(一社)八ヶ岳アウトドア・アクティビティーズ 滞在プログラム造成・販売 ・JR 八王子支社、JR 長野支社、峡北交通、茅ヶ岳観光バス、清里ピクニックバス、山梨交通、山梨県タクシー協会峡北交通圏 等 交通・二次交通 ・八ヶ岳農泊推進協議会 梅木縄文村活用促進協議会 山梨県文化観光推進協議会 八ヶ岳ナイトタイム活用促進協議会 (略) 八ヶ岳アドベンチャーツーリズム協議会 山梨県考古博物館協議会 等 その他各分野の取り組み
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>〈事業を通じた多様な合意形成〉</p> <p>各事業において合意形成の上での事業推進を行うことにより、地域全体・地域住民への合意形成を図っている。各事業は、分野毎に担当観光地域づくりマネージャーが中心となり、当法人の理事や行政担当者とともに、官民が連携しながら進めている。</p> <div style="text-align: center;"> <p>定期的な官民連携会議での合意形成</p> <p>➤ 専門家を定期的に招請しての官民連携会議での課題の共有と補助事業の最終決議</p> </div>

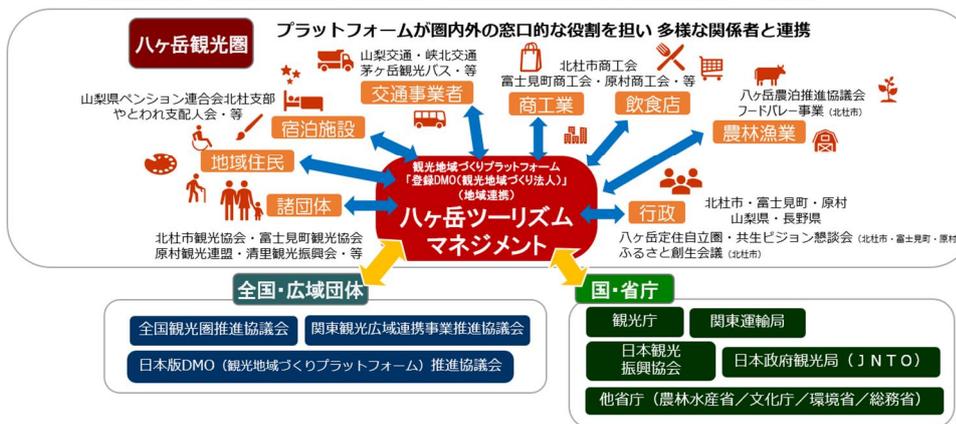
当法人の代表理事宛には、地域の各種実行委員会等への委員としての参画要請が年々増え、「観光」という枠を越えた分野の委員会等に参加している。また、地域内外との連携の窓口（プラットフォーム）としても活動している。



豊かな地域実現の取組・連携体制の確立

長年の観光圏の取組を通じ、地域連携・官民連携の体制が強化され、

プラットフォーム(関係者間の調整・事業の管理・一元的な対応等のマネジメント組織)が形成⇒**確立**



多様性と郷土愛による関係人口創出の取り組み

多様性と郷土愛を重要視し、各種取組を推進。

- ①【多様性】ユニバーサルツーリズムを推進し、誰にでも優しい観光地域を整備
- ②【郷土愛】各種事業で地域住民向けの意識醸成WSを開催するほか、地域の子どもたち向けの冊子を作成・配布
- ③【多様性&郷土愛】圏内各地で活躍する、多様で観光地域づくりに意欲的なリーダーを観光地域づくりMGとして抜擢

観光地域づくりMGは、年齢・性別、出身地(地元住民・Uターン・Iターン)も様々。多様な人材で構成することにより多角的な視点で観光地域づくりを推進している。



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

〈住民満足度調査の実施〉

日本の顔となるブランド観光地域を目指すには、観光圏の基本理念である、「住んでよし、訪れてよし、住みたいまち」を最重要課題として位置づけ、多世代にわたり地域住民が地域の資源と風土・風習を誇りと思える意識啓発が大切である。そこで、地域住民が日頃の生活でどういった意識を抱いているのか、観光資源と観光客への意識などを含めた「住民満足度調査」を実施し、地域住民全員が誇れる地域であり続けられるよう、意識啓発と住民の巻き込みを行っている。令和元年度は、公益社団法人日本観光振興協会のDMO形成支援事業として日本で初めての「住民満足度×経済波及効果分析プロジェクト」を行った。令和2年度は、モデル地域事業(日本財団基金事業)における感染症予防対策に関するアンケートの実施、地域住民や地域の代表企業からの意見を取り入れた上で、ウィズコロナ・アフターコロナの時代における八ヶ岳観光圏での安心・安全体制確立のための取組の支援を受け、感染症予防対策に関するアンケートを実施した。「住民の満足度があってこそ再来訪意向や紹介意向も高まり来訪者の満足につながる。

真の「住んでよし、訪れてよし、住みたいまち」を目指して今後も取り組んでいきたい。

〈観光地域づくりマネージャーによる合意形成への取り組みについて〉
 ハケ岳観光圏の観光地域づくりマネージャーが地域住民へのワークショップを実施し、各マネージャーそれぞれのコミュニティに対する意識啓発やハケ岳観光圏の取組に対しての理解を深める仕組みがある。



地域住民へ観光地経営の啓蒙と意識啓発

▶ 観光地域づくりマネージャーによる意識啓発と地域課題の抽出

観光地域づくりMGによる年間30回程度の地域住民へのワークショップで課題抽出

代表理事：事務局より国補事業等
 観光地域づくりMGへのレクチャー



理事会・観光地域づくりマネージャーによる
 次年度事業方針会議



地域課題と既存事業との検証により
 国補事業を決定する



ワークショップにより、合意形成・理解促進（意識啓発）が
 地域全体に広がり地域課題の抽出もできる。

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

【3市町村共通事業（国補外）】

・住民満足度調査

北杜市、富士見町、原村の住民を対象に満足度調査を実施した。地域住民が日頃の生活の中で観光に対してどういった意識を抱いているのか把握を行い、今後の施策検討の基礎資料として活用するため、住民基本台帳より無作為抽出の上、北杜市在住者 1,000 名、富士見町在住者 350 名、原村在住者 200 名に調査票を発送し、郵送によるアンケート調査を実施した。この地域に暮らすことの満足度：「満足・計」84.3%、この地域に暮らすことの誇り：「感じている・計」79.2%といった結果が得られた。

・観光地域づくりマネージャーによるワークショップ

ハケ岳観光圏内の地域住民が観光地域づくりの重要性を理解し、主体的な活動を行う機運の醸成を図るため、観光庁認定の「観光地域づくりマネージャー」によるワークショップを実施した。（開催数：25回、延べ参加者数：464名）

・SDGs おもてなし book と標高サイン配布事業

自分の住んでいる地域の魅力を知り、地域を誇りに思う気持ちを育むため、ハケ岳観光圏内の山を親しみやすく学べる「子ども向け郷土学習冊子」を作成した。また、地域住民や来訪者の方々に、よりわかりやすくハケ岳観光圏の特徴である圏内の標高差を体感していただくため、地域全体で来訪されるお客様をお出迎えしている「標高サイン」が制作から6年が経過し、劣化してきているためリニューアルした。（配布については2023年6月上旬 子ども向け郷土学習冊子：3000部、標高サイン：3000部）

【モデル事業（観光庁）】

・持続可能な観光推進モデル事業（③持続可能な観光サービスを提供する地域の事業者における取組の促進事業）

	<p>観光圏整備法に基づく「ハケ岳観光圏」の観光地域づくりプラットフォームであるハケ岳ツーリズムマネジメントが構成自治体（山梨県北杜市、長野県富士見町・原村）と一緒に民間事業者 25 社とともに、長年取り組んできた地域の合意形成の仕組みを活かし、持続可能な観光地域づくりに継続性・発展性をもって取り組むためのさらなる強固な組織づくりと地域の意識醸成を推進した。本事業の専門家派遣を活用し、観光を活用した持続可能な地域経営および JSTS-D に取り組むことの重要性をはじめガイドライン等について学ぶ勉強会等を開催し、専門的な学びと理解を深め、まずは、ハケ岳観光圏の自治体担当者や観光関係事業者の意識醸成を図り、住民自らが誇れる「住んでよし、訪れてよし」の国内外から選ばれる持続可能な豊かな観光地域の土台作りを行った。</p>								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要/令和 4 年度実績】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="335 593 518 638">事業</th> <th data-bbox="518 593 1468 638">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="335 638 518 1220"> <p>マーケティング</p> </td> <td data-bbox="518 638 1468 1220"> <p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】 ・全国観光圏共通マーケティング調査事業 全国観光圏の共通事業として統一的な「満足度調査」を実施。調査するための企画設計、実査関連（調査票の作成～印刷～郵送）、集計、分析（レポート作成含む）、報告会を行った。調査は各観光圏にて行い、分析レポートは全国観光圏の平均値等も含めたレポートを作成した。多言語の調査表を用いて外国人来訪者の属性、消費額等の調査、各指標間の相関関係等の分析を実施した。旅行者の旅のスタイルの変化および外国人の旅マエのニーズも併せて調査した。各観光圏全体との比較、分析を行うことで、外国人旅行者のコロナ禍におけるニーズ、傾向を把握し、その分析結果を以後の事業に反映し活用していく。</p> <p>・調査票回収数（サンプル数） 目標 1,000 件／実績 640 件</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="335 1220 518 1937"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="518 1220 1468 1937"> <p>【3 市町村共通事業（国補外）】 ・Google ビジネスプロフィールを活用した情報発信事業 地域事業者への Google ビジネスプロフィール登録支援ならびにデータ分析資料の提供を実施した。ミュージアム協議会、やとわれ支配人会、北杜市商工会、富士見町商工会、原村観光連盟、清里観光振興会などに説明会を実施。北杜市商工会では 4 回のセミナーを開催した。データ分析については 15 施設の協力を得て、7 本のレポートを作成したが 2022 年 11 月に、Google ビジネスプロフィールの仕様変更が発生し、それまで集計していたデータの一部が集計不可能となってしまった。特にエリアマーケティングに必要不可欠であった「地域ごとのルート検索数」が集計不可能となったため、Google ビジネスプロフィールの活用促進・普及を通して各地域・各事業者の自走を目指すため、マニュアル作成・マニュアル動画などを行うことに方針を変更し事業を推進した。</p> <p>・全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業 全国観光圏の取り組みおよび「Undiscovered Japan」UDJ）の認知度向上。また「まだ見ぬ知りたい・行ってみたい」という外国人旅行者のニーズに届くブランディング・プロモーションを行った。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="335 1937 518 2013"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="518 1937 1468 2013"> <p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】 ・地域戦略および二次交通・インバウンド受入環境整備セミナー</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>マーケティング</p>	<p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】 ・全国観光圏共通マーケティング調査事業 全国観光圏の共通事業として統一的な「満足度調査」を実施。調査するための企画設計、実査関連（調査票の作成～印刷～郵送）、集計、分析（レポート作成含む）、報告会を行った。調査は各観光圏にて行い、分析レポートは全国観光圏の平均値等も含めたレポートを作成した。多言語の調査表を用いて外国人来訪者の属性、消費額等の調査、各指標間の相関関係等の分析を実施した。旅行者の旅のスタイルの変化および外国人の旅マエのニーズも併せて調査した。各観光圏全体との比較、分析を行うことで、外国人旅行者のコロナ禍におけるニーズ、傾向を把握し、その分析結果を以後の事業に反映し活用していく。</p> <p>・調査票回収数（サンプル数） 目標 1,000 件／実績 640 件</p>	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>【3 市町村共通事業（国補外）】 ・Google ビジネスプロフィールを活用した情報発信事業 地域事業者への Google ビジネスプロフィール登録支援ならびにデータ分析資料の提供を実施した。ミュージアム協議会、やとわれ支配人会、北杜市商工会、富士見町商工会、原村観光連盟、清里観光振興会などに説明会を実施。北杜市商工会では 4 回のセミナーを開催した。データ分析については 15 施設の協力を得て、7 本のレポートを作成したが 2022 年 11 月に、Google ビジネスプロフィールの仕様変更が発生し、それまで集計していたデータの一部が集計不可能となってしまった。特にエリアマーケティングに必要不可欠であった「地域ごとのルート検索数」が集計不可能となったため、Google ビジネスプロフィールの活用促進・普及を通して各地域・各事業者の自走を目指すため、マニュアル作成・マニュアル動画などを行うことに方針を変更し事業を推進した。</p> <p>・全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業 全国観光圏の取り組みおよび「Undiscovered Japan」UDJ）の認知度向上。また「まだ見ぬ知りたい・行ってみたい」という外国人旅行者のニーズに届くブランディング・プロモーションを行った。</p>	<p>受入環境の整備</p>	<p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】 ・地域戦略および二次交通・インバウンド受入環境整備セミナー</p>
事業	実施概要								
<p>マーケティング</p>	<p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】 ・全国観光圏共通マーケティング調査事業 全国観光圏の共通事業として統一的な「満足度調査」を実施。調査するための企画設計、実査関連（調査票の作成～印刷～郵送）、集計、分析（レポート作成含む）、報告会を行った。調査は各観光圏にて行い、分析レポートは全国観光圏の平均値等も含めたレポートを作成した。多言語の調査表を用いて外国人来訪者の属性、消費額等の調査、各指標間の相関関係等の分析を実施した。旅行者の旅のスタイルの変化および外国人の旅マエのニーズも併せて調査した。各観光圏全体との比較、分析を行うことで、外国人旅行者のコロナ禍におけるニーズ、傾向を把握し、その分析結果を以後の事業に反映し活用していく。</p> <p>・調査票回収数（サンプル数） 目標 1,000 件／実績 640 件</p>								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>【3 市町村共通事業（国補外）】 ・Google ビジネスプロフィールを活用した情報発信事業 地域事業者への Google ビジネスプロフィール登録支援ならびにデータ分析資料の提供を実施した。ミュージアム協議会、やとわれ支配人会、北杜市商工会、富士見町商工会、原村観光連盟、清里観光振興会などに説明会を実施。北杜市商工会では 4 回のセミナーを開催した。データ分析については 15 施設の協力を得て、7 本のレポートを作成したが 2022 年 11 月に、Google ビジネスプロフィールの仕様変更が発生し、それまで集計していたデータの一部が集計不可能となってしまった。特にエリアマーケティングに必要不可欠であった「地域ごとのルート検索数」が集計不可能となったため、Google ビジネスプロフィールの活用促進・普及を通して各地域・各事業者の自走を目指すため、マニュアル作成・マニュアル動画などを行うことに方針を変更し事業を推進した。</p> <p>・全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業 全国観光圏の取り組みおよび「Undiscovered Japan」UDJ）の認知度向上。また「まだ見ぬ知りたい・行ってみたい」という外国人旅行者のニーズに届くブランディング・プロモーションを行った。</p>								
<p>受入環境の整備</p>	<p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】 ・地域戦略および二次交通・インバウンド受入環境整備セミナー</p>								

		<p>【地域戦略セミナー】有識者（清水哲夫教授：東京都立大学都市環境学部観光科学科／専門：交通学、観光政策・計画学）をアドバイザーに迎え、地域戦略および二次交通・インバウンド受入環境整備についてのセミナーを開催した。地域事業者、観光地域づくりマネージャー、八ヶ岳観光圏を構成する市町村・県の担当者等に向けたセミナーの開催により、アフターコロナを見据えた関係者全体の外国人観光客受入意識の向上とスキルアップを図り、地域の観光人材を育てた。また、八ヶ岳観光圏内で実施されている事業の進捗状況共有、情報交換、課題の抽出と検討を行うことで合意形成を図り、インバウンド旅行者等が安心して来訪することができるよう、あたらしいツーリズムに対応した受入環境の整備を進めた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催数 10 回／参加者延べ 332 名 ・二次交通・インバウンド受入環境セミナー 二次交通の課題について交通事業者や行政と連携し、インバウンド旅行者が来訪しやすい受入環境整備を行うための協議の場を持ち、関係者間の意識啓発と合意形成を図った。 ・開催数 10 回／参加者延べ 173 名 ・全国観光圏推進協議会事業 【全国観光圏推進協議会】全国 13 の観光圏が参加し、全国観光圏共通事業の効果的な実施に向け、また全体計画の策定に向け全国観光圏推進協議会にて協議を行った。専門家によるアドバイスを受けながら、観光圏全体のブランドを高め、「国内外から選ばれる地域」、「住んでよし、訪れてよし」の実現を目指した。 ・開催数 6 回／参加者延べ 321 名 (八ヶ岳の参加者延べ 27 名) 【観光地域づくりマネージャーステップアップ研修】国の観光における第一線で活躍する専門家を招き、各回テーマを決めて観光地域づくりマネージャーの育成研修会を開催した。 ・開催数 3 回／参加者延べ 168 名 (八ヶ岳の参加者延べ 13 名) 	
	観光資源の磨き上げ	<p>【訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・八ヶ岳エシカルツアー造成事業 環境への配慮に関心を持ち、環境保全を学ぶという目的を持ったエシカル消費を志向する旅行者に、タイムリーな旅行商品を提供することで、この地域に愛着を持つリピーターを獲得すべく、コース造成とガイド養成を行った。 【コース造成】商品造成の過程で専門家を招き、環境に配慮したツアー作りを学び、植樹体験ツアーや、プラスチックフリーキャンプツアーなどを複数造成した。また、環境と観光の両立を図りながら、顧客満足度を高める磨き上げを実施。旅行会社からは具体的な 	

	<p>アドバイスをもらいつつ、環境に配慮した高付加価値なエシカルツアーを造成し販売した。</p> <p>【ガイド養成】圏内の多様な自然環境の魅力を伝えられるエコツーリズム技術を参考に、環境意識の高いエシカルツアーの伝道師としてのガイド育成を行った。地域の意識も高く、結果、多くのガイドが育成された。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラム造成件数 目標：5件 成果：5件 ・星空を活用したナイトタイムコンテンツの磨き上げ事業 ガイド付きの星空観望と、日本遺産にも認定された「星降る中部高地の縄文世界」、太陽と水に育まれた食、日本を代表する雄大な山々の眺望や豊かな自然などの地域資源を組み合わせ、首都圏などからの五感のリラックスを求める層に向け、新たなナイトタイムコンテンツを4つ造成したほか、国内外から選ばれる星空エリアになるべく、地域の連携体制を強化しながら、美しい星空を守る意識醸成を図るためのSDGsワークショップ実施や、コンテンツの高付加価値化には欠かせない星空ガイドの育成のため、八ヶ岳エリアで多数の観望会実績のある「スターラウンド八ヶ岳」より、圏域内外で幅広く活躍する星空の専門家を講師に迎え、星空ガイド育成セミナー（4回）を実施し、スキルアップを図った。また、造成コンテンツに加え、地域内の星空を中心としたナイトタイムコンテンツをはじめ、宿泊施設や昼間のアウトドアコンテンツ情報等を包括的かつ効果的に伝えるために、カレンダーアプリ機能に情報集約するとともに、コンテンツ情報掲載に加え、アプリおよびOTAサイトや宿泊施設への誘導を促すWEBサイトを整備し、宿泊利用のキーとなるナイトタイムコンテンツを軸にした受入環境を整備した。（アプリは補助対象外事業として実施） <p>WEB： https://yatsugatake-ga.com/starry/ アプリ： https://jorte.com/spotta/cards/63720f32e82daa26c9db1370</p> <ul style="list-style-type: none"> ・造成コンテンツ件数 目標 4件 成果 4件 ・「自然と共存するE-バイク」モデルコース造成事業 清里エリア、富士見町、原村を環境負荷の少ない低炭素なE-バイクで巡りながら外国人旅行者が求めている地域の人と触れ合うことができるモデルコースを3つ造成した。商品造成会議にはうち3回は約8年半、157ヶ国、地球4周の自転車旅に出て日本人歴代1位樹立した、自転車冒険家でもあり、サイクルアドバイザーとして、サイクリングガイド、マップ作成や観光商品開発、自転車環境整備、地域おこしで活躍されている自転車旅行研究家（まちづくりサイクルアドバイザー）の小口良平氏に専門家として商品造成会議に参加いただき、アドバイスをもらいながら商品造成をすすめた。E-バイクを今後活用していく上で自転車の乗り方、扱い方、修理方法 	
--	---	--

などを学ぶガイド養成WSのほか、外国語対応ができるガイドが少ないことから、訪日外国人対応するためのガイド養成WSを実施した。また、外国人旅行者がガイドなしでも周遊できるガイドツールを造成し、セルフガイドで地域を周遊できるようにすることで訪日外国人の受け入れを可能としたほか、サイトへ誘導するリーフレットの作成を行った。

WEB（英語）：

<https://yatsugatake-ga.com/e-bike/en/>

WEB（日本語）：

<https://yatsugatake-ga.com/e-bike/index.html>

・モデルルート造成件数

目標 3 件 実績 4 件

・カヤックを活用したユニバーサルツーリズム造成事業

障害のある旅行者を受け入れるためのコンテンツ造成、安心してアクティビティを楽しんでもらうためのサポートができるガイドの養成といった環境整備が必要であったため、カヤックを利用したユニバーサルツーリズムのコンテンツを造成した。障がい者を受け入れてのカヤック体験を実施するにあたっての現場での注意点や快適性の追及などをプログラム化するとともに、一般社団法人日本障害者カヌー協会や自立生活センターSTEP えどがわから講師を招請し、ワークショップを開き、地元の障がい者の受け入れ可能な宿泊施設のスタッフと一緒にその前後の移動から案内についても細かく詰めて、汎用性の高いプログラムに仕上げた。また、障がい者を招請し、造成したコンテンツに対して障がい者側の目線での意見をコンテンツ造成に反映するためにモニターツアーを実施し、現場での対応、（準備運動、インストラクション、熱中症対策、寒さ対策など）について参加者の意見を聞きながら装備を検討した。

・障がい者を含むグループ・家族の参加人数

目標 24人 実績 30人

【実証事業（観光庁）】

・サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業『地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業』

住民と来訪者の協働による「共創型」コンテンツの提供により、よりよい住環境及び観光地域に進化するために、将来的な担い手不足解消を見据え、住民と来訪者の協働による地域づくりに取り組み、より進化した関係人口増加と、将来的には地域経済の流通が促進され、住民自らが誇れる豊かな地域になることを目指すことを目的に“自然とのファーストコンタクトの場”を適切に創出するサステナブルな観光コンテンツをモデル的に造成することで、「共創型」コンテンツのノウハウを蓄積する。蓄積したノウハウを地域に横展開することで、次年度以降、コンテンツを提供するフィールドの拡大を図った。また、地域の思いや造成コンテンツの魅力を発信するために、エリアの情報発信体制を再検討し、専門家の伴走支援を受けながら、SNS 運用方針と発信体制を整えた。

		<p>1) コンテンツをモデル造成 住民と来訪者の協働により、景観保全に携わるという共通コンセプトを持ちながら、「森」・「山」・「里山」・「畑」をフィールドとしたコンテンツをモデル造成した。コンテンツ参加を通じて、地域への愛着が生まれ、八ヶ岳の接点拡大につながるよう、コンテンツの内容などで工夫を行った。</p> <p>2) ノウハウの蓄積と横展開に向けた仕掛け コンテンツの造成ノウハウは、動画やガイドラインやガイド用テキストなどで「見える化」を行い、地域事業者向けの勉強会を行い、来年度以降のフィールド拡大につなげる。また、コンテンツ間の連携を育むために、第三者であるコーチが参加する事業者運営会議を運営し、地域内のコラボレーション創出を議論した。</p> <p>3) 継続的な情報発信体制の構築 八ヶ岳ファン獲得と再来訪を促す仕組みづくりとして、SNSの運用体制を整えた。まず、何のためにSNSを運用するのかを議論し、運用方針を策定した後、専門家の伴走支援を受け、投稿を行いながら、来年度以降も継続する情報発信体制を構築した。また、メディア各社に対してニュースレターを配信し、八ヶ岳の取組を発信した。</p> <p>・ コンテンツ参加者数 目標250人 成果281人</p> <p>【補助事業（観光庁）】 ・ 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業『1,000mの天空リゾート八ヶ岳「澄みきった自分に還るフォレスト・ウェルネスツーリズム創出」事業』 八ヶ岳観光圏のブランドコンセプト『1,000mの天空リゾート八ヶ岳～澄みきった自分に還る場所～』を体感できる「フォレスト・ウェルネスツーリズム」を看板商品として新規造成した。自分を癒し人生を豊かにするための八ヶ岳ならではの「7つのウェルネスコンテンツ（①「女神の森ウェルネスガーデン」体験型野外研修／②「女神の森ルラシュ」リトリートプログラム／③リバーサイドサウナ&温泉／④森のカヤック／⑤はだしの森あるき with 金子潤／⑥萌木ナチュラルウォーク／⑦八ヶ岳の森林をめぐるホースライディング）」を、ウェルネスツーリズムの第一人者である琉球大学観光科学研究科・荒川雅志教授をはじめ、専門家らの意見を取り入れ、“リセット・リポーン・リフレッシュ”のストーリーを造成。QOLの向上等、現代のニーズに訴求した持続可能なコンテンツ造成を実施した。また、ウェルネス冊子：「澄みきった自分に還るフォレストウェルネス」として7つのコンテンツ・5つのスポットを紹介する八ヶ岳スタイルウェルネスのイメージbookとして制作したほか、ウェルネスWEBサイトおよび動画：コンテンツと地域の魅力を伝える発信ツールとして制作を行った。さらに、現地にてデジタルドックスをしながら、自分をふりかえり自分に還るウェルネスツールとしてウェルネスカードの制作も行った。</p>	
--	--	--	--

		<p>WEB : https://yatsugatake-ga.com/wellness/</p> <p>・販売可能な旅行商品造成数 目標 7 コンテンツ 成果 7 コンテンツ</p> <p>【補助事業（山梨県）】 地域連携観光プラン創出事業費補助金『歴史の道「甲州街道」と「棒道」を活かした新たな人流創出事業』 国内向け・海外向けの体験型ツアー販売実績のある旅行社、米国人古道ツアーガイド、在日米国商工会議所や在日外国人経営者、歴史雑誌担当者らを招き、ファムトリップやモニターツアーを 3 回実施した。併せてイメージ動画やガイドマップ（日本語版・英語版）を制作した。また、古道ウォーキングをゆったりと楽しむことを主眼に、座禅体験や古道にまつわる歴史講座などを組み込んだ旅行商品を企画・造成した。</p>	
	<p>旅行商品 流通整備</p>	<p>【3 市町村共通事業（国補外）】 ・全国観光圏推進協議会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート」商談会参加 海外の訪日旅行取扱旅行会社等と日本全国の観光関係事業者が一堂に会し、様々なインバウンド関連ビジネスを創出する商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート」はハイブリッドにより、9 月 22 日～24 日に開催された。全国観光圏推進協議会に参画する全国 13 観光圏が連携し、一体となって商談会に参加した。広域周遊ルートの造成事業において作成したモデルコースを元に制作したスライドを商談会で活用した。モデルコースを商談会で流通することにより、国外の観光関係者等からの興味・関心の向上を図り、欧米豪に絞り、リアル商談を優先し、インバウンド誘致を行った。</p>	
		<p>【定量的な評価】 ※上記に併記、詳細は別紙報告書参照</p>	

実施体制
 ※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）。

【実施体制の概要】

八ヶ岳ブランド確立に向けての各事業は、分野毎に担当観光地域づくりマネージャーが中心となり、官民が連携しながら進めている。



観光地域づくり法人に必要とされる多様な団体との連携

DMO：様々な団体と連携・情報共有し、事業への参画・推進を行う。
行政：DMOへ人材と資金の支援。事業の実施はDMO。バックアップ体制。



事業計画・実施・KPI設定・PDCA・国との連絡窓口

また、当法人が中心となり、二次交通検討分科会（行政担当者、交通事業者、各バス実行委員、地域づくりマネージャーが集う会議）や、インバウンド協議会（行政担当者、宿泊事業者、飲食事業者、美術館関係者、観光地域づくりマネージャーが集う会議）等の会議を開催し、多様な関係者が参画し合意形成する場がある。

【実施体制図】



八ヶ岳ツーリズム マネジメント 構成員・組織図 2023

＜組織図＞

（一社）八ヶ岳ツーリズム マネジメント



八ヶ岳エリアを代表する観光・宿泊施設等の企業社員および個人社員によって設立された民間組織。社員総会（年に1回）理事（年に4回以上）を開催。

＜理事・監事＞

理事	監事
代表理事 石川 高明	監事 河原田 敏美
副理事長 金丸 滋	監事 松山 光
副理事長 小林 勉	
専務理事 鈴木 淳	
理事 小野 光一	
理事 浅川 貴広	
理事 清水 俊希	
理事 小塩 智也	
理事 藤田 然	
理事 佐野 権	
理事 勝田 聡志	
理事 雨宮 伊織	
理事 雨宮 和彦	

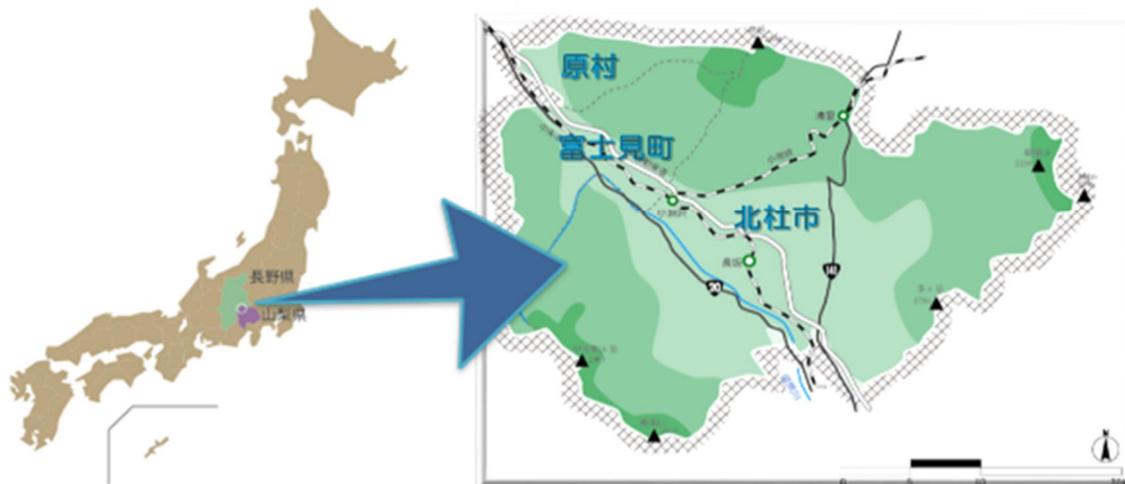
COO 事務局長	小林 昭治
事務局	中川 綾子 平岩 千代枝 飯塚 史子

＜構成員＞

企業社員		個人社員
萌木の村 株式会社	株式会社 アルテミス	河原田 敏美
花崗所の郷・南清里フラワーパーク企業組合	公益財団法人キープ協会	浅川 貴広
株式会社 アルプス	(株) AOB観光グループ/アルソア本社 (株)	小林 勉
株式会社 セラヴィリゾート泉郷	株式会社 おいしい学校	石川 高明
有限会社 八ヶ岳グレイスホテル	山梨銘醸 株式会社	中村 洋平
富士見高原リゾート 株式会社	ロイヤルホテル八ヶ岳	五味 愛美
財団法人 原村振興公社	株式会社若神楼	雨宮 伊織
㈱エムアンドエムサービス	株式会社レイスリー	水谷 三重子
株式会社 スパティオ小瀬沢	株式会社デュアライフ	井上 能幸
金精軒製菓 株式会社	一般社団法人オフィスきよはら	浅川 雅美
株式会社 丸政	一般社団法人ゼロエミやまなし	花谷 泰広
株式会社フィールドデザイン	特定非営利活動法人 茅ヶ岳歴史文化研究所	須藤 治憲
一般社団法人富士見パノラマリゾート	(公財) 平山郁夫シルクロード美術館	小林 昭治

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

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

《地理的要素》

山梨県北杜市、長野県富士見町・原村の1市1町1村からなる県をまたいだエリアであるが、縄文時代より安住の地として栄え、古くから自然、歴史、文化等において密接な関係のある土地であった。現在でも住民間の交流があり、県を越えた持続可能な連携が可能な地域である。

《連携基盤》

従来から民間事業者間での連携があり、八ヶ岳観光圏のプラットフォームが発足して以降は、行政同士の連携、官民の連携がより強まり、地域全体でエリアの魅力向上に向け事業を行っている。また、平成27年には、北杜市を中心市とした定住自立圏協定（北杜市・富士見町・原村）が結ばれ、観光という分野を越えた連携がなされている。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

令和4年度来訪者満足度調査結果より

・『一人あたりの旅行消費額』は、日本人日帰り者 8,229 円、日本人宿泊者 33,243 円となり、目標額に達しなかった。1人あたりの総額は昨年度から 1,394 円増加(+6.2%増)。日帰りの総額は 515 円減少(-5.9%減)、宿泊者の総額は 298 円増加(+0.9%増)、増加したのは『総額』『宿泊費』『飲食費』『その他』であった。(2022年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査)

・日本人の『リピーター率』は 74.4%を占め、昨年度と同程度の結果となった。全観光圏平均(61.7%)に比べリピーター率が高いエリアと言える。コロナ禍でもリピーター率の高さが八ヶ岳観光圏の強みであることが昨年度に続き確認された。(2022年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査)

・日本人の『総合満足度』は、「大変満足」33.1%となり、-5.4ポイント落ち込んだ昨年度から+6.1ポイント回復し、過去最高となった。外国人の総合満足度は、「大変満足」0%、「満足」100%の結果となり、外国人へは大きな満足感を与えられていないことが浮き彫りになった。(2022年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査)

・「紹介意向」については、日本人の最高評価の割合は 29.8%（対前年比+1.9 ポイント）と微増した。最高評価の割合はリピーター層が 30.9%、初めて層が 31.4%となり、初めて層からも高評価が得られた。（2022 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査）

・「再来訪意向」については、日本人の最高評価の割合は 29.1%（対前年比+0.4 ポイント）と微増した。最高評価の割合はリピーター層が 33.6.%となり、初めて層の 17.5%を大きく上回った。（2022 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査）

・「滞在プログラム参加者」については、日本人目標値 151 人に対し実績 400 人と目標を大きく達成できた。外国人目標値 132 人に対し実績は 12 人とどまった。

・「WEB サイトのアクセス数」は、428,401PV となり目標値 600,000PV を大きく下回った。

・事業全体としては、持続可能な社会の実現を問われている社会情勢の中で、観光圏整備実施計画に沿いながら、地域に眠る観光資源を磨き上げ、当観光圏のブランドコンセプトである「1,000mの天空リゾート八ヶ岳～澄みきった自分に還る場所～」を軸により一層地域の魅力を高めることができた。また、域内の多様な事業者と連携して JSTS-D に準拠した持続可能な観光地域づくりに取り組み、地域経済の活性化に向け事業を進め、観光立国推進基本法と観光圏整備法の基本理念である「住んでよし・訪れてよしの国づくり」のもと、「自らの地域を愛し、誇りをもって暮らすことができる、誰しもが訪れたいくなる豊かなまち」の取り組み推進することができた。

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

1. 観光施設

白州・尾白の森 名水公園べるが／清泉寮／萌木の村／まきば公園／ハイジの村／サンメドウズ清里／富士見パノラマリゾート／富士見高原リゾート／八ヶ岳自然文化園／おいしい学校／清里丘の公園／スパティオ小淵沢／サントリー白州蒸留所／星野リゾートリゾナーレ八ヶ岳／三分一湧水館 等

2. 商業施設

八ヶ岳リゾートアウトレット

3. 自然

八ヶ岳中信高原国立公園／南アルプ国立公園／秩父多摩甲斐国立公園／南アルプスユネスコエコパーク／甲武信ユネスコエコパーク／八ヶ岳／南アルプス／瑞牆山／尾白川溪谷／吐竜の滝／信玄棒道／星空／湧水群 等

4. 文化

平山郁夫シルクロード美術館／中村キース・ヘリング美術館／井戸尻考古館／梅ノ木遺跡／星降る中部高地の縄文世界 等

5. スポーツ

ゴルフ／スキー／スノーシュー／トレッキング／自転車（ロードバイク・MTB・e-bike）／ホースライド 等

6. イベント

長沢鯉のぼり祭り／清里高原つつじ祭り／北杜市明野町サンフラワーフェス／ほくと馬のまち祭り／山梨県雪合戦大会／入笠山すずらん祭り／入笠山開山祭／富士見パノラマ Fes クラフトマーケット／富士見高原リゾート花の里オープン／富士見 OKKOH／縄文王国収穫祭／原村高原朝市／八ヶ岳クラフト市／星空の映画祭／星空のイルミネーション 等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

域内分布(全域)

北杜市商工会加盟宿泊施設 160 施設
 富士見町商工会加盟宿泊施設 15 施設
 原村商工会加盟宿泊施設 34 施設

【利便性：区域までの交通、域内交通】

《区域までの交通》

- ・ JR 中央線特急 韮崎駅/小淵沢駅/富士見駅/茅野駅
- ・ JR 小海線 小淵沢駅/甲斐小泉駅/甲斐大泉駅/清里駅
- ・ 高速バス停留所 明野/須玉/長坂/小淵沢/富士見/原

《域内交通》

- ・ 茅野駅から茅野バス観光 穴山・原村線 原村役場にてゼロリン号接続（平日運行）／原村
- ・ 茅野駅からアルピコ交通美濃戸口線（土日運行）／原村
- ・ 清里駅から清里ピクニックバス（4月下旬～11月中旬まで運行）／清里・大泉一部地区
- ・ 韮崎駅から茅ヶ岳みずがき田園バス（4月～11月中旬まで運行）／ハイジの村・増富温泉・瑞牆山
- ・ 北杜市民バス／北杜市内
- ・ 北杜市デマンドバス／北杜市内

【外国人観光客への対応】

- ・ 他言語化サイト・アプリ
- ・ 他言語化マップ・二次交通の各種整備
- ・ 外国人観光案内所（道の駅こぶちさわ）の受け皿環境整備
- ・ 多言語案内看板の整備
- ・ インバウンド推進ワークショップの開催
- ・ 外国人向けモデルルートの作成、プロモーション 等

【観光資源の主な活用方法】

・ **ポジショニング（地域の提供価値）**：来訪者に非日常的な時間を提供することができる地域（リセット・リフレッシュ・リボーンできるエリア）

「日本を代表する星空観察スポット」、日本遺産にも認定されている「縄文の地」、日本の名水百選にも選定されている「名水の里」など、訪れる人々に日々の生活から離れた非日常的な時間を提供することができる地域。八ヶ岳観光圏エリア（3市町村）は標高 400m から 1400m の 1000m 標高差に地域資源や生活圏がある「1000m の立体空間」であるとともに、周囲を 3 つの国立・国定公園（八ヶ岳中信高原国定公園、南アルプス国立公園、秩父多摩甲斐国立公園）が囲み、そのうち 2 つはユネスコエコパーク（南アルプスユネスコエコパーク、甲武信ユネスコエコパーク）に登録されている。このような地域資源は国内においても唯一無二の地域であるため、地域の提供価値と設定した。

・ **ブランディング**：「1000m の天空リゾート八ヶ岳 ～澄みきった自分に還る場所～」

八ヶ岳観光圏は観光資源が標高 1000m に数多く集約しているとともに、生活圏の居住空間が標高差 1000m でもある。その地形特性から、「標高 1000m の安住（癒し）の空間と標高差 1000m の織り成す立体空間」という独自の価値が生み出す「高原リゾート×山岳リゾート×里山ゾーン×田園ゾーン+天空（青空・星空）」の魅力により、サブテーマである～澄みきった自分に還る場所～（澄んだ空気と爽やかな天空リゾートは、都会の喧騒に疲れた心と体を癒してくれる 1000m の自然立体空間）で、「リセット（Reset）、リフレッシュ（Refresh）、リボーン（Re・born）」していただきたい、という願いを込めてブランドコンセプトに設定した。なお、このブランドコンセプトを、今以上に具現化するとともに地域住民（事業者含む）や来訪者に啓発する。

このコンセプトを体感できるコンテンツ造成を令和3年度「地域の観光コンテンツを活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアーの造成等」事業でインバウンドをターゲットにEバイクを活用したアドベンチャーツーリズムのガイドツアーや令和4年度地域の稼げる看板商品創出事業で「フォレスト・ウェルネスツーリズム」として「ウェルネスコンテンツ」の造成をしている。また、八ヶ岳の良好な景観を守るために令和4年度「サステナブルな観光コンテンツ強化事業」で山の自然を守るための登山道整備、森に生きる動植物の保護、里山景色の保全・継承、畑の耕作放棄地の増加による景観阻害要因の除去等のための取組みをコンテンツ化し、交流人口・関係人口の増加、将来的な担い手不足解消を見据え、住民と来訪者の協働による地域づくりに取り組み、地域全体でサステナブルな地域を目指すことを目的に事業を推進している。

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
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。	アンケート調査を三市町村事業として実施。(毎年)
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および長野県観光地利用者統計調査を活用して計測。(毎年)
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。	アンケート調査を三市町村事業として実施。(毎年)
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。	アンケート調査を三市町村事業として実施。(毎年)
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。	八ヶ岳観光圏ポータルサイトのアクセス解析を実施。(毎年)
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。	アンケート調査を三市町村事業として実施。(3年ごとに実施予定)
ワンストップ窓口での問合せ数	観光案内所来訪者数を把握し、シーズン・時間・曜日等のマーケティングを把握・活用する。	道の駅こぶちさわ観光案内所への来訪者数を窓口スタッフがカウント。(毎年)
ワンストップ窓口での問合せ内容	観光客からの質問・相談を収集し、ニーズの把握・満足度向上につなげるため。	道の駅こぶちさわ観光案内所の窓口で問合せ・相談内容をエクセルにてデータ蓄積。(毎年)
各種イベント・モニタリングでの参加者からの意見聴取	イベントやコンテンツ自体の改善につなげる他、エリアのマーケティングに活用するため。	アンケート(WEBを含む)を実施。(毎年)

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

・高齢化と人口減少(自然減)が進んでおり、それに伴う関係・交流人口の伸び悩みと観光産業や農業関係の労働者不足が課題となっている。

・首都圏近郊の観光地であることから、宿泊滞在型の来訪客が日帰り来訪客と比較すると少ない。そのため、観光消費単価が伸び悩んでいる。2022年度は、1人あたりの平均消費額総額が23,849円となり、前年比+1394円ではあったが、全国観光圏と比べると依然として1人あたりの総額では12,110円と大きく下回っており、一人あたりの消費単価の低さが課題となっている。(2022年度八ヶ岳観光圏来訪者

満足度調査)

・全国観光圏と比べ、【景観や雰囲気】の「自然景観や雰囲気が感じられた」には大きく上回っているが、【宿泊施設】【食事・飲食店】【体験プログラム・ツアー】は低い水準にあり、改善の余地がある。
(2022 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査)

・令和 4 年 10 月 11 日に訪日外国人の入国に関する規制緩和が実施され、その後、順調に訪日外国人の入国も増加しているが、八ヶ岳観光圏では、販売方法やプロモーション不足から圏域が誇る唯一無二の資源やコンテンツを海外に十分に情報発信できてないことが課題となっている。

・CRM に関しては大型ホテルや観光施設はすでに取り組んでいる。しかしながら、当エリアは小規模の宿泊・レストラン等が大部分を占めているため、費用対効果を含め地域一体となった CRM を活用したマーケティングの取り組みはハードルが高く、CRM を運営するにはそれ相応の経費も発生するため、非常に厳しい案件となっている。

・平成 19 年 1 月 1 日から施行されている観光立国推進基本法の規定に基づき、令和 5 年 3 月 31 日に「持続可能な観光地域づくり戦略」「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」を 3 大基本方針として、「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、その新たな基本計画のもとで、交流人口・関係人口増加による豊かな観光地域づくりを目指すべく、令和 5 年度は八ヶ岳観光圏の地域ビジョンである「住んでよし、訪れてよし、住みたいまち」の観光地域づくりに引き続き重点的に取り組む。

・その実践のため、観光客と地域住民の双方に配慮し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づき作成した、今年度から 5 年間の観光地域づくりのアクションプランとなる観光圏整備実施計画をバックボーンとして、総合的な観光地マネジメントを積極的に推進する。

・令和 5 年度の実施事業の基本方針として、UNWTO（国連観光機構）が推奨する旅先での旅行客の行動に相応しい、受入環境整備に取り組む。観光客（旅行客）と地域住民が一緒になって、誇るべき地域資源である「自然環境」や「文化遺産」の保護し、観光を地域の経済や社会の発展につなげ、地域住民が観光による恩恵を実感できる好循環の基盤整備の構築も視野に入れ、観光庁をはじめとする各省庁の地域づくりの支援メニューに積極的取り組み、地域の交流人口と関係人口を増加させ「住民自らが誇れる」地域をめざす。また、地域内流通を促進させ、移住と定住の推進を図り、持続可能な豊かな地域となるよう推進していく。

(2) 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"> ・ 自然 (山、高原、渓谷、滝、森) ・ 星空 ・ 都心から近距離圏であるアクセスの良さ ・ 食 (高原野菜・米・酒等) ・ 高原リゾート ・ 温泉 ・ 芸術 ・ 欧風の雰囲気 ・ 日本の田園風景 ・ 1000m (標高・標高差) ・ 爽やかな気候 ・ 高い晴天率 ・ 縄文文化 ・ 水の恵み 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 二次交通 ・ 情報発信力 ・ 日帰り観光客が多い ・ 海外における認知度の低さ ・ 大型宿泊施設が少ない ・ ペンションオーナーの高齢化 ・ 品質保障制度導入の遅れ (宿泊施設・食・アクティビティ)

	・日照時間日本一	
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・アドベンチャーツーリズムの需要 ・ライトアウトドアの需要 ・ロケ地としての需要 ・癒し/健康志向 ・環境への意識向上 ・“コト消費”へのシフト ・ワーケーション&ブレジャーの加速 ・移住および地域居住者の増加 ・コンテンツの高付加価値化 ・起業におけるSDGs取組意識の向上 ・教育におけるSDGs取組マーケットの拡大 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・異常気象(温暖化、台風、長雨等)による様々な災害 ・少子高齢化 ・スキー人口減少 ・免許返納/若者の車離れ ・新型コロナウイルス感染症をはじめとする未知のウイルスによる来訪者の減少

※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

○第1ターゲット層

半径200km程度(首都圏・東海・北陸)居住の、SDGs並び環境保全に関心のあるZ世代とミレニアル世代

○選定の理由

- ・現在世界的にSDGsやサステナブルツーリズム(持続可能な観光)の積極的な取り組みが推奨されている。各調査会社でのアンケートから、Z世代とミレニアル世代での関心と具体的な行動が、非常に高い割合(Z総研2022年7月インターネット調査/8割以上のZ世代がSDGsに興味・関心を持っていることがわかった。)でなされていることが指摘される。また、この世代はデジタルネイティブ世代とも言われ、特にSNSによる費用対効果の高いプロモーションが有効となることから、今後の有効なターゲットとなるものと考えられる。
- ・本エリアは、子育て環境の良さや行政の諸施策の効果、都心からのアクセス(200km以内)の良さなどから、田舎暮らしの人気の上位にランクインしている。(【公式】2022年版12エリア別&3世代別「住みたい田舎」ベストランキング!【甲信エリア】シニア世代が住みたいまち3位、子育て世代が住みたいまち2位、若年世代・単身世代が住みたいまち3位に北杜市がランクイン)また、2022年のコロナ禍の影響及び中部横断道山梨-静岡間の開通の影響が重なり、移住人口が比較可能な2014年以降、人口が初めて転入超過となった。今後の移住ターゲットとも重なることから、ターゲットとして設定する。

市場規模

人口約1,800万人(全人口の15%)

○取組方針

令和5年度は、サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業「美しい景観を守る好循環型モデル事業」を中心に取り組み、地域課題を解消し、地域資源の保全と活用の両立を推進し、地域の経済・社会・環境への還元をはじめとした好循環の仕組みづくりをさらに推進する。

○ターゲット層

台湾を中心としたアジアの富裕者で、サステナブルコンテンツ体験に関心のある旅行者層

○選定の理由

・アジアの富裕層をターゲット選定する。インバウンド需要が少ない本エリアではあるが、コロナ前に民間主導で台湾に積極現地プロモーションを行った経緯があること、令和5年度北杜市としても台湾に観光プロモーションに手がけることから、選定している。

市場規模	ミリオネア（100万米ドル以上の純資産保有者）の数 中国約528万人、台湾約61万人、香港約52万人、シンガポール約27万人、タイ約9万人
------	--

○取組方針

令和5年度は、インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業【インバウンド販売モデル構築型】台湾向け「ハケ岳サステナブル・ウェルネスツアー」構築事業を中心に取り組み、令和2～4年に実施した地域の稼げる看板商品の創出事業「澄みきった自分に還るフォレスト・ウェルネスツーリズム創出」等の観光庁事業をベースに、台湾向けに改善・ブラッシュアップし、「学びと交流」をキーワードに世界の潮流に合致し、環境に配慮した3つのサステナブルな販売モデルルート（①フォレストウェルネスツーリズム、②日本が誇る名水に育まれたガストロノミーツーリズム、③太古と現代の調和によるサステナブルツーリズム）を構築する。

○ターゲット層

SDGs 教育をベースとした国内外の企業研修（チームビルド）や教育旅行（修学旅行・林間学校等）

○選定の理由

（一社）ハケ岳ツーリズムマネジメントは、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に取り組んでいることを明示するロゴマークの使用が認められ、持続可能な観光に取り組んでいる観光地であることについて対外的にアピールすることができる。また、継続的なかわりを持つ可能性のある教育旅行や企業研修の誘致は、住民と来訪者の協働による地域づくりの取組みとして、深化した関係人口を増加させるという好循環の仕組みづくりを推進するものであ

市場規模	<ul style="list-style-type: none"> ・国内の企業向け研修サービス規模 2021年度5,210億円（株）矢野経済研究所調べ 今後もプラス成長が見込まれる。 ・修学旅行の市場規模 中学、高校の1学年生徒数は減少傾向にあるものの、1学年約100万人 令和3年度修学旅行実施状況 中学校 実施：78.3% 高校：54.1% 令和3年度修学旅行での体験学習実施状況 中学校 実施：66.0% 高校：41.8% 中学校修学旅行先人気ランキングで山梨県が令和元年13位から令和2年2位。令和3年は3位。（（公財）日本修学旅行協会）
------	---

○取組方針

令和5年度は、サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業「美しい景観を守る好循環型モデル事業」を中心に取り組み、地域課題を解消し、地域資源の保全と活用の両立を推進し、地域の経済・社会・環境への還元をはじめとした好循環の仕組みづくりをさらに推進する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>1000mの天空リゾート八ヶ岳 ～澄み切った自分に還る場所～</p> <p>・メインテーマである[1000mの天空リゾート]とは、標高1000mであるとともに、生活圏の居住空間が標高差1000mでもある。さらには、田園・里山・高原・山岳の4つのゾーンからなり天空：広い空（青空、星空）の下、2シーズンを一度に味わえる空間のことである。</p> <p>・サブテーマである～澄み切った自分に還る場所～とは、澄んだ空気と爽やかな天空リゾートは、都会の喧騒に疲れた心と体を癒してくれる1000mの自然空間である。</p> <p> 地域資源を生かしたブランドコンセプト</p> <p>合意形成を経て芽生えた、国内外に誇れる魅力ある「観光資源への共通認識」</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>日本3大星空観測地での 星空鑑賞</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>遠景の富士/ 日本一のビューエリア</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>武田信玄公ゆかりの 馬の郷</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>水の聖地 世界に誇る「水の山」</p> </div> </div> <p>合意形成を経て生まれた 「八ヶ岳観光圏ブランドコンセプト」</p> <p>1,000mの天空リゾート ～八ヶ岳～澄みきった自分に還る場所～</p> 
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>・八ヶ岳観光圏エリアは観光資源が数多く点在している水平軸の1000mのベルトゾーンばかりではなく標高400mから1400mの1000m標差に地域資源や生活圏がある「1000mの立体空間」であるとともに、周囲を3つの国立・国定公園（八ヶ岳中信高原国定公園、南アルプス国立公園、秩父多摩甲斐国立公園）が囲み、そのうち2つはユネスコエコパーク（南アルプスユネスコエコパーク、甲武信ユネスコエコパーク）に登録されている。このような地域資源を有する地域は、国内においても唯一無二であると考えられる。</p> <p>・特筆すべきは、圏域内をわずか約30分移動することで、約1000mの標高差を体感できる“標高1,000mの立体空間”という特有の地理により、四季を1度で2シーズン味わうことができる。</p> <p>約5,000年前、このエリアは縄文銀座と伝わるほど多くの人々が住み、素晴らしい造形の土器をつくり栄えた地域であったことが挙げられる。それは、現代において、癒しを求め別荘が建ち、芸術家やクラフトマン等が創造の地として移り住み工房等を開いていることに通じ、縄文時代から続く「癒しの空間・住みよい地域」であるといえる。標高1,000mの気圧は胎内圧に近い環境とも言われることと合わせ、“安住の地”である。</p> <p>・日本のミネラルウォーターの約4割を生産するとともに、同地域（北杜市）には昭和・平成の名水百選として、日本で唯一3箇所が選ばれている名水の地である。</p> <p>・圏域内で体感できる「日本の原風景」や「爽やかな高原風景」、「雄大は山岳風景」、「日本を代表する星空観察スポット」などは、訪れる人々に日々の</p>

	<p>生活から離れた非日常的な時間を提供してくれる。これらの特性から、コンセプトには「標高 1,000m の安住（癒し）の空間と標高差 1,000m の織り成す立体空間」という独自の価値が生み出す「高原リゾート×山岳リゾート×里山ゾーン×田園ゾーン+天空（青空・星空）」の魅力により、「リセット（Reset）、リフレッシュ（Refresh）、リボーン（Re・born）」していただきたい、という願いを込めている。</p> <p>・今後も引き続き、コンセプトに基づいての絶景スポットや草木や湧水、溪流など自然の恵みに触れられ、天空から降り注ぐ星空など、1,000m の標高差が織り成す自然の恵みや八ヶ岳ならではの歴史を最も感じることができる八ヶ岳観光圏のコンセプトである「1,000m の天空リゾート八ヶ岳～澄みきった自分に還る場所～」を確立し、国内外来訪者の広域周遊滞在観光の拠点となるような、“住んでよし、訪れてよし”の観光地域づくりを考えている。</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 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>【戦略会議・戦略セミナーの開催】 毎月、戦略会議・戦略セミナーを開催し、当法人理事、観光地域づくりマネージャー、行政関係者、各団体責任者等とともに、コンセプトに基づき方向性や具体的事業内容を決定している。</p> <p>令和 4 年度実績 戦略会議（開催数 10 回、参加者延べ 332 名） 分科会（開催数 10 回、参加者延べ 173 名）</p> <p>【観光地域づくりマネージャーによるワークショップ等の開催】 戦略会議で決定した方向性や事業について、観光地域づくりマネージャーによる地域住民へのワークショップや各種実行委員会等で関係者に共有している。</p> <p>令和 4 年度実績 観光地域づくりマネージャーによるワークショップ （開催数：25 回、延べ参加者数：464 名）</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>【観光品質認証制度「SAKURA QUALITY」の導入の取り組み】 観光品質認証制度は、申請のあった宿泊施設などの観光サービスの品質を第三者が評価し、その品質の高さを認証する仕組みであるが、この観光品質認証制度である「SAKURA QUALITY」の導入に向けた取組を推進することにより、安心・安全な情報を観光客へ発信するとともに、サービスを提供する事業者にとっては、同時にサービスレベルの維持・向上を図る仕組みとなっている。</p> <p>【持続可能な地域創出部会（SDGs/JSTS-D）の取り組み】 令和 3 年度より、持続可能な地域創出部会を新設し、持続可能な開発目標（SDGs）達成に向け取り組んでいる。また、グローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会（GSTS-D）が開発した国際基準である観光指標を基に策定された持続可能な観光を推進するためのガイドラインである</p>

	<p>日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に沿い、持続可能な観光地マネジメントを行うための仕組みの構築を図っている。</p>
<p>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</p>	<p>1. ハケ岳観光圏ポータルサイトを中核とした情報配信ネットワークの取り組み 令和3年度にリニューアルしたハケ岳観光圏ポータルサイト（ホームページ）を活用し、情報共有体制の強化を図り、対地域、対観光客、対事業者に対して、下記の仕組みを提供している。</p> <p>■対地域…ハケ岳観光圏が運営する対事業者向け「事業者専用ページ」と対観光客向け「ハケ岳観光圏ポータルサイト」の2つをそれぞれ中核として、民間サイトと連携を行い、情報の一元化に努めている。</p> <p>■ 対観光客…ハケ岳エリアの観光のプラットフォームサイトである「ハケ岳観光圏ポータルサイト」を整備し、地域ブランドの価値及び認知度を向上させ、来訪促進を図っている。また、当法人（ハケ岳ツーリズムマネジメント）が運営することにより、誤った情報等のないブランド管理のできたサイト管理を行っている。ハケ岳観光圏 SNS（facebook、Twitter、Instagram）にもリンクし、最新情報の発信に努めている。</p> <p>■対事業者…各省庁からの情報や地域自治体や組織等からの情報を一元的に蓄積、閲覧する仕組みを備え、アンケートやアクセス解析、来訪者満足度調査等で得られたデータも共有化を行い、地域内での情報データベースとしての役割を担っている。</p> <p>2. Googleビジネスプロフィールを活用した情報発信事業 地域事業者へのGoogleビジネスプロフィール登録支援ならびにデータ分析資料の提供を実施した。ミュージアム協議会、やとわれ支配人会、北杜市商工会、富士見町商工会、原村観光連盟、清里観光振興会などに説明会を実施し、Googleビジネスプロフィールの活用促進・普及に努めている。</p> <p>3. JNTO 認定外国人観光案内所「道の駅こぶちさわ」の取り組み 当法人が北杜市より指定管理業務を受託している「道の駅こぶちさわ」は、JNTO 認定外国人観光案内所となっており、JNTO のウェブサイト「Visit Tourist Information Centers in Japan」にて、海外に向けた情報発信を行っている。</p> <p>4. JNTO 観光コンテンツ収集事業の取り組み 2018 年度よりJNTO の観光コンテンツ収集事業に継続して応募し、圏内における訪日外国人旅行者が参加可能なアクティビティや、受入体制が整った特徴ある観光施設等などの観光コンテンツ情報を提供している。</p>

※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 平均 (円)	目標	28,000 (34,000)	29,000 (34,000)	30,000 (35,000)	25,945 (34,983)	26,723 (36,032)	27,525 (37,113)
	実績	20,496 (53,701)	22,455 (19,550)	23,849 (14,167)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	1,163 千人 (108 千人)	1,185 千人 (113 千人)	1,182 千人 (60 千人)	1,196 千人 (61 千人)	1,210 千人 (63 千人)	1,233 千人 (66 千人)
	実績	501 千人 (4 千人)	574 千人 (1 千人)	713 千人 (1 千人)			
●来訪者満足度 (%)	目標	23.0 (23.0)	24.0 (24.0)	25.0 (25.0)	27.0 (27.0)	28.0 (28.0)	29.0 (29.0)
	実績	32.4 68.7	27.0 75.0	33.1 100.0			
●リピーター率 (%)	目標	78.5 (21.0)	79.0 (22.0)	79.0 (22.0)	79.00 (30.0)	80.00 (31.0)	81.00 (32.0)
	実績	69.9 (66.7)	74.6 (75.0)	74.4 (75.0)			

※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】

日本の顔となるブランド観光地域を目指すには、観光圏の基本理念である、「住んでよし」、「訪れてよし」を最重要課題として位置づけ、多世代にわたる地域住民が地域の資源と風土・風習を誇りに思えるような意識啓発が必要である。KPIの設定にあたっては、まずは地域が豊かになることを念頭におき、来訪者満足度調査や他のデータを参考に選定を行った。

【設定にあたっての考え方】

・旅行消費額平均 (円) ※一人あたり旅行消費額

滞在コンテンツの充実や磨き上げにより滞在時間を伸ばし、宿泊地としての魅力を向上させることで旅行消費額をあげることを想定した。来訪者満足度調査より算出し、一人あたり旅行消費額平均を記載している。2023年度目標からは、コロナ前の2019年度実績に対し、毎年3%増とする。

・延べ宿泊者数 (千人)

旅行消費額を向上させるには宿泊者数を増やすことが強く関連していることから目標値を設定。数値の検証は、山梨県、長野県の観光入込客統計調査を利用している。(※長野県の発表が出次第、報告する。) 目標値は、八ヶ岳定住自立圏共生ビジョンの目標値を反映させている。

・来訪者満足度 (%) ※7段階評価のうち最高評価の割合

認定観光圏整備実施計画にあわせ、来訪者満足度をさらに精緻にみるため、7段階のトップボックスである「大変満足」を追う KPI とし、来訪者満足度調査より算出している。目標は、R5 年八ヶ岳観光圏整備実施計画の数値にあわせ、R6 より毎年 1% 増とした。

・リピーター率 (%)

八ヶ岳観光圏へ実際にリピーターがどのくらい来ているのかを定点観測し、他の地域との比較においての特性・特徴も理解し、事業計画に反映をしていきたい。来訪者満足度調査より算出している。目標は、R5 年八ヶ岳観光圏整備実施計画の数値にあわせ、R6 より毎年 1% 増とした。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
●住民満足度 (%)	目標	— (—)	— (—)	13.4 (—)	— (—)	— (—)	18.7 (—)
	実績	— ()	— (—)	17.7 (—)			
●WEB サイトのアクセス状況 (PV)	目標	500,000 —	550,000 —	600,000 —	650,000 —	700,000 —	750,000 —
	実績	261,573 —	518,144 —	428,401 —			
●Web サイトのアクセスユーザー数 (人)	目標	290,000 —	300,000 —	350,000 —	130,000 —	130,000 —	150,000 —
	実績	12,080 (2,600)	104,231 (2,296)	47,574 (1,060)			
●八ヶ岳観光圏観光案内所の来訪者数 (人)	目標	28,670 (25)	29,800 (55)	40,000 (100)	40,376 (101)	40,780 (102)	41,187 (103)
	実績	23,025 (18)	27,272 (40)	39,976 (57)			
●八ヶ岳観光圏観光案内所案内数 (人)	目標	9,500 (5)	9,600 (12)	13,000 (12)	13,918 (44)	14,196 (45)	14,480 (46)
	実績	7,609 (18)	11,260 (23)	13,645 (43)			
●合意形成会議参加者数 (人)	目標	420 —	480 —	480 —	510 —	515 —	520 —
	実績	542 (—)	546 (—)	505 (—)			

※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】

八ヶ岳観光圏整備実施計画及び DMO として着目しておきたい指標をその他の目標としている。

【設定にあたっての考え方】

・住民満足度調査 (6 段階評価のうち最高評価の割合) 【%】

3 年ごとを目標に実施する住民満足度調査にて、この地域に暮らすことの満足度を測定する。住民満足度をさらに精緻にみるため、6 段階のトップボックスである「とても満足している」を追う KPI と

し、住民満足度調査より算出している。3年ごとの目標は、R4年実績より1%増とした。

・Webサイトのアクセス数【PV】

Googleアナリティクス (yatsugatake-ga.com/samutoku.com/) 八ヶ岳観光圏ポータルサイト（寒得サイトを含む）への1年間のアクセス数を測定する。R5年八ヶ岳観光圏整備実施計画の数値にあわせ、R6より毎年50,000PV増とした。

・Webサイトのアクセスユーザー数【人】

八ヶ岳観光圏ポータルサイト（寒得サイトを含む）の1年間のユーザー数を把握する。R5年八ヶ岳観光圏整備実施計画のWebサイトのアクセス数の目標に対し、20%の目標とした。

・八ヶ岳観光圏観光案内所の来訪者数【人】

主たる滞在促進地区を含め八ヶ岳観光圏、またさらに広域周遊への入口となるワンストップ窓口への来訪者数を把握し、マーケティングデータとする。R4年度実績に対し、毎年1%増の目標とした。

・八ヶ岳観光圏観光案内所の案内数【人】

主たる滞在促進地区を含め八ヶ岳観光圏、またさらに広域周遊への入口となるワンストップ窓口への来訪者数を把握し、マーケティングデータとする。R4年度実績に対し、毎年2%増の目標とした。

・合意形成会議参加者数【人】

八ヶ岳観光圏の造成プログラム参加者数（その年度の実施事業のモニターツアー・実施ツアーなどの参加者数）を測定する。R4年度実績に対し、毎年1%増の目標とした。

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	66,074,023（円）		（円）
		【国からの補助】	30,765,636
		【地方公共団体からの指定管理収入】	5,355,370
		【市町村からの事業負担金】	11,284,796
		【民間からの事業負担金】	2,579,100
		【DMO事業事務費負担金（市町村）】	11,776,010
		【DMO事業事務費負担金（民間）】	219,175
		【会費収入】	270,000
		【収益事業収入】	3,773,800
		【雑収入】	50,136
2021（R3）年 度	45,903,508（円）		（円）
		【国からの補助】	3,113,889
		【地方公共団体からの指定管理収入】	5,645,200
		【市町村からの事業負担金】	2,356,354
		【民間からの事業負担金】	799,700
		【DMO事業事務費負担金（市町村）】	11,603,824
		【DMO事業事務費負担金（民間）】	79,970
		【会費収入】	280,000

		【収益事業収入】 入】	22,024,439【雑収 132
2022（R4）年 度	66,842,622（円）	【国からの補助】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【市町村からの事業負担金】 【民間からの事業負担金】 【DMO事業事務費負担金（市町村）】 【DMO事業事務費負担金（民間）】 【会費収入】 【収益事業収入】 【雑収入】	14,051,726 5,645,200 10,536,371 974,453 12,503,239 0 305,000 22,826,448 185 (円)
2023（R5）年 度	42,796,938（円）	【国からの補助】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【市町村からの事業負担金】 【民間からの事業負担金】 【DMO事業事務費負担金（市町村）】 【DMO事業事務費負担金（民間）】 【会費収入】 【収益事業収入】	10,208,633 5,645,200 9,226,567 0 13,091,538 320,000 310,000 3,995,000 (円)
2024（R6）年 度	65,915,000（円）	【国からの補助】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【市町村からの事業負担金】 【民間からの事業負担金】 【DMO事業事務費負担金】 【会費収入】 【収益事業収入】	34,000,000 5,645,000 10,000,000 1,000,000 12,000,000 270,000 3,000,000 (円)
2025（R7） 年度	65,915,000（円）	【国からの補助】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【市町村からの事業負担金】 【民間からの事業負担金】 【DMO事業事務費負担金】 【会費収入】 【収益事業収入】	34,000,000 5,645,000 10,000,000 1,000,000 12,000,000 270,000 3,000,000 (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	64,059,367(円)	(円) 【一般管理費(人件費)】 14,168,722 【一般管理費(その他)】 3,336,168 【情報発信】 1,573,488 【受入環境整備】 12,907,237 【観光資源の磨き上げ】 29,511,470 【マーケティング】 853,246 【指定管理事業費】 923,824 【その他】 785,212
2021(R3)年度	44,868,353(円)	(円) 【一般管理費(人件費)】 14,629,722 【一般管理費(その他)】 3,202,368 【情報発信】 1,479,520 【受入環境整備】 1,250,933 【観光資源の磨き上げ】 22,458,843 【マーケティング】 1,870,000 【旅行商品流通整備】 82,307 【指定管理事業費】 946,931 【その他】 837,046
2022(R4)年度	66,220,514(円)	(円) 【一般管理費(人件費)】 15,173,258 【一般管理費(その他)】 4,240,759 【情報発信】 4,028,820 【受入環境整備】 1,470,933 【観光資源の磨き上げ】 21,374,827 【マーケティング】 1,870,000 【実証事業】 15,654,130 【指定管理事業費】 1,244,947 【その他】 1,162,840
2023(R5)年度	42,761,713(円)	(円) 【一般管理費(人件費)】 15,292,148 【一般管理費(その他)】 3,736,565 【情報発信】 1,399,300 【受入環境整備】 2,635,900 【観光資源の磨き上げ】 15,100,000 【マーケティング】 800,000 【指定管理事業費】 1,208,700 【その他】 2,589,100
2024(R6)年度	64,210,000(円)	(円) 【一般管理費(人件費)】 14,000,000 【一般管理費(その他)】 3,880,000 【情報発信】 500,000 【受入環境整備】 20,000,000 【観光資源の磨き上げ】 23,300,000 【マーケティング】 700,000 【指定管理事業費】 1,478,000

		【その他】	352,000
2025 (R7) 年度	64,210,000 (円)		(円)
		【一般管理費 (人件費)】	14,000,000
		【一般管理費 (その他)】	3,880,000
		【情報発信】	500,000
		【受入環境整備】	20,000,000
		【観光資源の磨き上げ】	23,300,000
		【マーケティング】	700,000
		【指定管理事業費】	1,478,000
		【その他】	352,000

(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

1. 3市町村が行う事業を観光地域づくり法人として、一元化して事業の執行管理及び国申請等を行うため、官民事業者と事業調整を行い、事業費の5%を手数料として徴収している。今後も、地域が豊かになるよう、事業を積極的に取りに行くとともに、手数料については8%を基本として令和7年までには10%に引き上げを検討していく。
2. 観光圏HPへのリンクバナーや年会費収入を収益事業とする。令和5年5月の社員総会で正会員の年会費を増額(1会員につき、2000円増額)した。さらには、賛助会員・サポート会員等の新たな会員区分の創設をなるべく早い段階で実現させ、令和4年度には30万円であった会費収入の増額を図る。また、観光圏HPからのリンクにより、シームレスにコンテンツ販売ができるよう改善を図り、販売手数料収入を得られるよう取り組んでいく。
3. 平成28年度から八ヶ岳観光圏のゲートウェイである「道の駅こぶちさわ」観光案内所を指定管理者として受託している。八ヶ岳観光圏の観光案内所として地域への周遊促進を図るとともに、自主事業を積極的にを行い、安定した資金確保につなげる。
4. 観光地域づくり法人の強みを活かし、圏内外の研修を受託。広域の地域資源や地域独自の価値の他、観光に対する取組姿勢等を伝え、研修費による収益確保及び地域の人材育成を行う。

しかしながら、当法人は「(当法人が) 稼ぐのではなく、地域が稼ぐ仕組みを作る」ための中間支援組織であることから、収益の確保よりも地域づくりの取組に力を入れている。上記項目のみの収益では事業を円滑に運営するには厳しいことから、当面は3市町村からの運営費との両輪で、各種事業や地域が豊かになるための取組を進めていく。

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

山梨県、長野県、北杜市、富士見町、原村は、一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメントが八ヶ岳観光圏(八ヶ岳観光圏整備推進協議会)の代表者として、観光地域づくりを推進してきた実績を評価し、当該県及び市町村における地域連携DMOとしての登録をサポートいたします。

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)

重複しない。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	中川 綾子
担当部署名（役職）	事務局員
郵便番号	〒408-0036
所在地	山梨県北杜市長坂町中丸 2239
電話番号（直通）	0551-45-9822
F A X 番号	0551-45-9866
E - m a i l	info@yatsugatake-tm.com

11. 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	矢野 久
担当部署名（役職）	観光文化部 観光文化・スポーツ部（課長）
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	yano-tnk@pref.yamanashi.lg.jp

都道府県・市町村名	長野県
担当者氏名	小椋 大輔
担当部署名（役職）	観光部 長野県観光部 山岳高原観光課（企画経理係）
郵便番号	〒380-8570
所在地	長野県長野市大字南長野字幅下 6 9 2 の 2
電話番号（直通）	026-235-7251
F A X 番号	026-235-7257
E - m a i l	mt-tourism@pref.nagano.lg.jp

都道府県・市町村名	北杜市
担当者氏名	土屋 直己
担当部署名（役職）	産業観光部 観光課（課長）
郵便番号	〒408-0115
所在地	山梨県北杜市須玉町大豆生田 961-1
電話番号（直通）	0551-42-1351
F A X 番号	0551-42-5216
E - m a i l	tsuchiya-nao@city.hokuto.lg.jp

都道府県・市町村名	富士見町
担当者氏名	植松 聖久
担当部署名（役職）	産業課 課長
郵便番号	〒399-0292
所在地	長野県諏訪郡富士見町落合 10777 番地
電話番号（直通）	0266-62-9231
F A X 番号	0266-62-4481
E - m a i l	uematsu-kiyohisa@town.fujimi.lg.jp

都道府県・市町村名	原村
担当者氏名	小池 典正
担当部署名（役職）	商工観光課（課長）
郵便番号	〒391-0192
所在地	長野県諏訪郡原村 6549 番地 1
電話番号（直通）	0266-79-7929
F A X 番号	0266-79-5504
E - m a i l	shokan@vill.hara.lg.jp

記入日: 令和5年7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】

山梨県北杜市、長野県諏訪郡富士見町・原村

【設立時期】平成22年4月6日

【設立経緯】平成29年11月28日にDMO新設

【代表者】代表理事 石川高明

【マーケティング責任者(CMO)】小林 昭治 (COO事務局長)

【財務責任者(CFO)】飯塚 史子 (事務局)

【職員数】7人

【常勤(契約社員)4人、委託常勤(事務局長)1人、臨時職員(アルバイト)2人】※役員15人、企業社員26人、個人社員13人

【主な収入】収益事業 23百万円、委託事業 44百万円(令和4年度決算)

【総支出】事業費 47百万円、一般管理費 19百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

(一社)北杜市観光協会・富士見町観光協会・原村観光連盟・北杜市商工会・富士見町商工会・原村商工会・NPO清里観光振興会・八ヶ岳アウトドアアクティビティーズ・山梨県ペンション組合北杜支部・八ヶ岳南麓やとわれ支配人会・山梨交通ほか、二次交通検討分科会

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 (円) 一人平均	目標	28,000 (34,000)	29,000 (34,000)	30,000 (35,000)	25,945 (34,983)	26,723 (36,032)	27,525 (37,113)
	実績	20,496 (53,701)	22,455 (19,550)	23,849 (14,167)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	1,163千人 (108千人)	1,185千人 (113千人)	1,182千人 (60千人)	1,196千人 (61千人)	1,210千人 (63千人)	1,233千人 (66千人)
	実績	501千人 (4千人)	574千人 (1千人)	未発表 未発表	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	23.0 (23.0)	24.0 (24.0)	25.0 (25.0)	27.0 (27.0)	28.0 (28.0)	29.0 (29.0)
	実績	32.4 68.7	27.0 75.0	33.1 100.0	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	78.5 (21.0)	79.0 (22.0)	79.0 (22.0)	79.00 (30.0)	80.00 (31.0)	81.00 (32.0)
	実績	69.9 (66.7)	74.6 (75.0)	74.4 (75.0)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

半径200Km程度(首都圏・東海・北陸)居住の、SDGs並び環境保全に関心のあるZ世代とミレニアル世代。

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

現在、世界的に推奨されているSDGsやサステナブルツーリズム(持続可能な観光)の積極的に取り組む。Z世代とミレニアル世代に向けては、費用対効果の高いSNSによるプロモーションを実施する。

【観光地域づくりのコンセプト】

1000mの天空リゾート八ヶ岳～澄みきった自分に還る場所～を八ヶ岳観光圏のブランドコンセプトとし、「住んでよし、訪れてよし、住みたいまち」の持続可能な観光地域づくりに取り組む。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・令和4年度観光庁/環境省(実証事業)
サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業
『地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業』

【受入環境整備】

・令和4年度観光庁(補助事業)
訪日外国人旅行者周遊促進事業
『地域戦略および二次交通・インバウンド受入環境整備セミナー』

【情報発信・プロモーション】

・令和4年度三市町村事業
『Googleビジネスプロフィールを活用した情報発信事業』

【その他】

・令和4年度観光庁(モデル事業)
持続可能な観光推進モデル事業(③持続可能な観光サービスを提供する地域の事業者における取組の促進事業)



『地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業』



『地域戦略および二次交通・インバウンド受入環境整備セミナー』