

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和3年12月1日

1. 観光地域づくり法人の組織

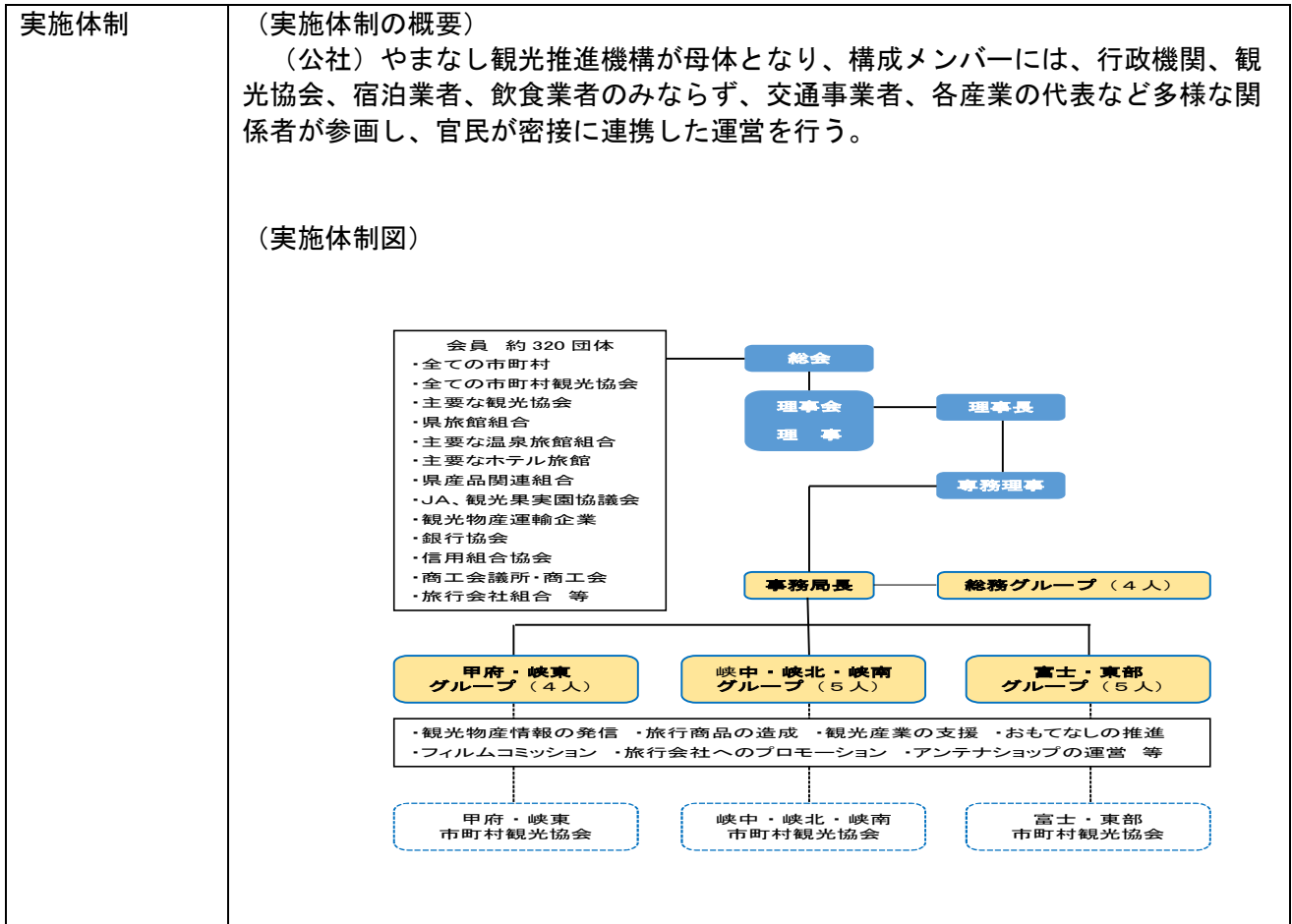
申請区分	広域連携DMO 地域連携DMO 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(公社) やまなし観光推進機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 山梨県全域(27市町村)	
所在地	山梨県甲府市丸の内1-6-1 県庁別館2階	
設立時期	平成21年4月1日	
職員数	20人【常勤20人(正職員6人・出向等14人)、非常勤0人】	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 仲田 道弘 (出身組織名) 山梨県職員OB	山梨県職員として県内の観光振興・産業振興に精通し、観光企画課長、やまなし観光推進機構専務理事、山梨県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。
データ収集・分析等の専門人材(CMO:チーム・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 山口 健一「専従」 (出身組織名) (株)JTB	大手旅行会社に35年間に亘り勤務し、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専務理事の任務を行う。
財務責任者(CFO:チーム・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 土屋 淳「専従」 (出身組織名) 山梨県庁	事務局長として県観光文化部との役割分担・補助金の調整や管下市町村の拠出金の折衝、会員確保等の収支を含めた運営管理全般を行う。
各部門(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) 山梨県庁	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。山梨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(マネジメント専門人材)の責任者(専門人材)	(氏名) 佐藤 優 (出身組織名) (株)山梨中央銀行	県内の地方銀行で本部営業戦略部門や県内外の支店長を歴任。コンサルや経営支援等の有識者として県内観光関係事業者の生産性向上や経営マネジメント等に関するサポートを行う。
各部門(旅行商品の造成・販)	(氏名) 山田 邦明	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

(別添) 様式 1

<p>売)の責任者 (専門人材)</p>	<p>(出身組織名) (株) J T B</p>	<p>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>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>山梨県観光文化政策課 (観光政策全般・マーケティング) // 観光文化振興課 (イベント・プロモーション) // 観光文化資源課 (イベント・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)</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>(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> <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;"> </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>・地元新聞紙 (山梨日日新聞)、地元テレビ局 (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 ・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。</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、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。</p>	

	<p>① 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。</p> <p>② 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4回作成)」を作成・更新し国内外に情報発信。</p> <p>③ 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。</p> <p>④ 着地型旅行商品の造成・販売促進、県産品のPR 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。また、オンライン会議を通じて全国の旅行会社に商談会・説明会を実施。 首都圏や中京圏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>⑤ 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・観光商談会をオンラインで開催 県内インバウンドコンテンツをJNTOのWebページに掲載</p> <p>⑥ 観光人材の育成 県から受託した事業を通じ、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及びコロナ禍に対応できる次世代グリーンホスピタリティ観光人材を育成。 経営者マネジメント力向上研修、観光ボランティアの研修などを実施</p> <p>⑦ 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>(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>
--	--

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり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】

(別添) 様式 1

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
- ・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

【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
- ・「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】

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	信玄の湯湯村温泉郷 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

(別添) 様式 1

- ・観光施設のキャッシュレス対応。(県内金融機関との連携)
- ・観光案内所や宿泊施設、交通機関等での多言語化対応
- ・通訳ガイドの養成・技量向上に関する支援(「富士の国やまなし通訳案内士会」との連携)
- ・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
外国人観光客動態調査(ビッグデータ調査)	外国人観光客の空港や滞在地から本県へのアクセス経路や県内の滞在状況、その後の移動先等を国別に把握する調査を実施するため通信会社のローミングデータを取得し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「地域連携 DMO 推進事業」として実施。(令和元年度) (経年変化が主眼ではなく現況の把握を目的)
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。	山梨県にて例年実施。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
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 アナリティクスを活用。
住民満足度	県民の日常生活における満足度、当面する主要な課題に対する行政への期待、要望など、時代とともに変化する県民意識を的確に把握する。	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令和2年初頭に顕在化した新型コロナウイルスの影響が全世界に拡散し、各国で渡航制限が行われたことからインバウンド需要は悉皆減となり、また収束予想も見込めない。当面は、従来から6割以上の観光客が来県する首都圏及び令和3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り込む必要がある。

(別添) 様式 1

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界文化遺産「富士山」 ・日本一の生産量を誇る果実郷 等 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>約75%が日帰り観光で季節等(季節・曜日)の偏り。</p> <p>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。</p> <p>人口流出、耕作放棄地の拡大</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>首都圏からの距離的な近さ</p> <p>中部横断自動車道の開通</p> <p>リニア中央新幹線開業予定</p> <p>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>脅威 (Threat)</p> <p>悪天候による交通網の寸断(脆弱性)。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

(3) ターゲット

①全般

○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
○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ため。
○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。 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。 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、(一財)国土計画協会の支援を受け、首都圏などから自家用車で来訪するお客様に、泉質が多様な山梨の温泉をあたかも自宅の銭湯のように何回も訪れていただくよう、「やまなし”温泉銭湯化”プロジェクト」を県内120の温泉施設の協力のもと令和1~3年度に展開した。
○ターゲット層 北関東、東海圏の在住者
○選定の理由 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。
○取組方針

(別添) 様式 1

<p>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>
<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</p> <p>○取組方針 冬季の観光強化のため国内を深掘り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(MICE)の誘致を推進する。</p>
<p>○ターゲット層 中国に加え、東南アジアや欧米豪からの観光客</p>
<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45%超が中国からの観光客であり、今後、都市型観光へのシフトや宿泊事業者による入り込みの見直し等による減少が想定されるため、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継続強化する必要がある。</p> <p>欧米からの観光客については、首都圏からの日帰りバスツアー(富士山・箱根)が多くを占める中、意見内宿泊促進のためには、関西方面から長野・松本方面を経由して移動してくる外国人や冬場に白馬方面に長期滞在する豪州からの観光客を誘致する必要がある。</p> <p>○取組方針 現在は、コロナの影響により入込客が激減しているが、国内外のプロモーションを継続するとともに、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)を実施する。</p> <p>外国人観光客の周遊や新たな外国人観光客の誘客を推進するため、海外の個人旅行者向けサイトと連携したプロモーションを実施する。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>長野方面からの外国人観光客の周遊ルートやデイトリップツアーの造成・販売を展開。</p>

②個別地域観光資源開発

<p>○ターゲット層 日本及び世界のワインファン</p>
<p>○選定の理由 山梨のワイン造りの歴史は、日本のワイン造りの歴史。甲州ワインと日本食とは相性がよく、欧米等からのインバウンド客は日本のワインに興味を持っている。</p> <p>○取り組み方針 ワインPR、ワインリゾート構想の推進</p>
<p>○ターゲット層 大都市の企業、その他</p>

(別添) 様式 1

<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」として活用することでワーケーションを推進する。社員は週末に農業ボランティアに従事することで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 管下市町村の農泊・移住推進事業と連携し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 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 管下市町村の農泊・移住推進事業と連携し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 既に行われている夏季の合宿当の誘致強化。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 東京都や神奈川兼の水源となる源流域でシャワーライミング、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>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<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 (副) 週末は山梨にいます。</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<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</p>

	<p>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</p> <p>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。</p> <p>「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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ また、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」と「働く魅力」を高める。 ・ さらに、プロパー全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。 ・ 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。
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"> ・ 新しい生活様式に対応したおもてなし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、コロナ禍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ンホスピタリティ観光人材を育成する。 ・ 「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。 ・ 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。 ・ 農業等他産業と連携した宿泊施設等での地場産品の活用を促進し、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。
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"> ・ 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。

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・ J R東日本、NEXCO中日本、オンライントラベルエージェントと連携して宿泊・アクティビティや物産品販売のプロモーションを実施する。 ・ 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. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	4,285 (225)	4,125 (228)	4,250 (242)	4,375 (254)	4,500 (270)	()
	実績	4,001 (489)	4,330 (277)	2,776 (495)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	8,200 (1,400)	8,880 (2,150)	9,150 (2,380)	9,420 (2,540)	9,700 (2,720)	()
	実績	8,613 (1,961)	9,072 (2,055)	4,362 (357)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	50.0 (-)	42.5 (-)	45.0 (-)	47.5 (-)	50.0 (-)	()
	実績	41.1 (-)	41.0 (-)	42.8 (-)	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	70.0 (-)	56.0 (-)	56.0 (-)	57.0 ()	57.0 ()	()
	実績	55.6 (-)	54.3 (-)	57.3 (-)	(-)	(-)	()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

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（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（令和元年～平成4年）」を令和元年11月に更新策定

【設定にあたっての考え方】

令和元年の本計画策定時に平成30年実績をベースに令和4年の目標値を設定し、各年毎に割振。

- 旅行消費額 : 12.5%UP 4,001億円 → 4,500億円
- 宿泊客数 : 12.7%UP 861万人 → 970万人
- リピーター率 : 2.5%UP 55.6% → 57% (過去10年間の平均値の57%を目標)
- 観光客満足度 : 1.22倍 41.1% → 50%

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●観光ネットアクセス数(万)	目標	994 (-)	1,043 (-)	1,093 (-)	1,143 (-)	1,200 (-)	(-)
	実績	970 (-)	1,023 (-)	926 (-)	(-)	(-)	(-)
●観光客1人あたり平均消費額(円)	目標	10,616 (-)	10,962 (-)	11,308 (-)	11,654 (-)	12,000 (-)	(-)
	実績	10,616 (-)	12,498 (-)	16,442 (-)	(-)	(-)	(-)
●訪日外国人宿泊客1人あたり平均消費額(円)	目標	16,063	17,000	18,000	19,000	20,000	
	実績	16,063	14,205	21,778			

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(令和元年～平成4年)」(令和元年11月に更新策定)にて計画最終年度である令和4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。

【設定にあたっての考え方】

令和元年の本計画策定時に令和4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 : 20.7%UP 994万PV → 1,200万PV
- 観光客1人あたり平均消費額 : 12.7%UP 10,616円 → 12,000円
- 訪日外国人宿泊客1人あたり平均消費額 : 24.5%UP 16,063円 → 20,000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
2018(H30) 年度	253,000,000(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】23,000,000円 【会費収入】15,000,000円 【収益事業収入】19,000,000円 【受取負担金】6,000,000円 【その他】1,000,000円
2019(R1) 年度	272,500,000(円)	【県からの補助金】175,000,000円 【市町村からの負担金】25,000,000円

(別添) 様式 1

		【地方公共団体からの委託料収入】 33,000,000 円 【会費収入】 14,000,000 円 【収益事業収入】 20,000,000 円 【受取負担金】 5,000,000 円 【その他】 500,000 円
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	260,000,000 (円)	【県からの補助金】 194,000,000 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】 20,000,000 円 【会費収入】 13,000,000 円 【収益事業収入】 6,000,000 円 【受取負担金】 3,000,000 円
2022 (R4) 年度	225,000,000 (円)	【県からの補助金】 162,000,000 円 【市町村からの負担金】 23,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】 20,000,000 円 【会費収入】 12,000,000 円 【収益事業収入】 5,000,000 円 【受取負担金】 3,000,000 円
2023 (R5) 年度	225,000,000 (円)	【県からの補助金】 162,000,000 円 【市町村からの負担金】 23,000,000 円 【地方公共団体からの委託料収入】 20,000,000 円 【会費収入】 12,000,000 円 【収益事業収入】 5,000,000 円 【受取負担金】 3,000,000 円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	247,000,000 (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】 61,000,000 円
2019 (R1)	268,000,000 (円)	【観光・物産プロモーション費】 14,500,000 円

(別添) 様式 1

年度		<p>【着地型旅行商品造成・販売促進費】 13,400,000 円</p> <p>【インバウンド誘客費】 1,500,000 円</p> <p>【観光・物産情報発信費】 35,100,000 円</p> <p>【観光人材育成費】 0 円</p> <p>【物産販売仲介費】 12,300,000 円</p> <p>【拠出金・負担金】 1,680,000 円</p> <p>【県受託事業費】 91,720,000 円</p> <p>【地域連携 DMO 事業費】 38,500,000 円</p> <p>【高速道路利用・観光・地域連携事業費】 5,000,000 円</p> <p>【管理費】 54,300,000 円</p>
2020 (R2) 年度	267,000,000 (円)	<p>【観光・物産プロモーション費】 6,000,000 円</p> <p>【着地型旅行商品造成・販売促進費】 700,000 円</p> <p>【インバウンド誘客費】 1,000,000 円</p> <p>【観光・物産情報発信費】 44,000,000 円</p> <p>【観光人材育成費】 300,000 円</p> <p>【物産販売仲介費】 11,000,000 円</p> <p>【拠出金・負担金】 2,500,000 円</p> <p>【県受託事業費】 112,500,000 円</p> <p>【地域連携 DMO 事業費】 27,000,000 円</p> <p>【高速道路利用・観光・地域連携事業費】 3,000,000 円</p> <p>【管理費】 59,000,000 円</p>
2021 (R3) 年度	260,000,000 (円)	<p>【観光・物産プロモーション費】 6,000,000 円</p> <p>【着地型旅行商品造成・販売促進費】 0 円</p> <p>【インバウンド誘客費】 300,000 円</p> <p>【観光・物産情報発信費】 47,800,000 円</p> <p>【観光人材育成費】 400,000 円</p> <p>【物産販売仲介費】 10,000,000 円</p> <p>【拠出金・負担金】 2,700,000 円</p> <p>【県受託事業費】 123,800,000 円</p> <p>【地域連携 DMO 事業費】 12,000,000 円</p> <p>【高速道路利用・観光・地域連携事業費】 2,000,000 円</p> <p>【管理費】 55,000,000 円</p>
2022 (R4) 年度	225,000,000 (円)	<p>【観光・物産プロモーション費】 6,000,000 円</p> <p>【着地型旅行商品造成・販売促進費】 100,000 円</p> <p>【インバウンド誘客費】 300,000 円</p> <p>【観光・物産情報発信費】 44,000,000 円</p> <p>【観光人材育成費】 400,000 円</p> <p>【物産販売仲介費】 10,000,000 円</p>

(別添) 様式 1

		<p>【拠出金・負担金】 2,100,000 円</p> <p>【県受託事業費】 95,100,000 円</p> <p>【地域連携 DMO 事業費】 12,000,000 円</p> <p>【管理費】 55,000,000 円</p>
2023 (R5) 年度	225,000,000 (円)	<p>【観光・物産プロモーション費】 6,000,000 円</p> <p>【着地型旅行商品造成・販売促進費】 100,000 円</p> <p>【インバウンド誘客費】 400,000 円</p> <p>【観光・物産情報発信費】 44,000,000 円</p> <p>【観光人材育成費】 500,000 円</p> <p>【物産販売仲介費】 10,000,000 円</p> <p>【拠出金・負担金】 2,000,000 円</p> <p>【県受託事業費】 90,000,000 円</p> <p>【地域連携 DMO 事業費】 12,000,000 円</p> <p>【高速道路利用・観光・地域連携事業費】 5,000,000 円</p> <p>【管理費】 55,000,000 円</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。
- ・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2年4月より山梨県観光部は山梨県文化観光部となっており、今後、文化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（コロナ関係で中断中）

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。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	土屋 淳
担当部署名 (役職)	事務局長
郵便番号	400-0031
所在地	山梨県甲府市丸の内 1-6-1 県庁別館 2 階
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

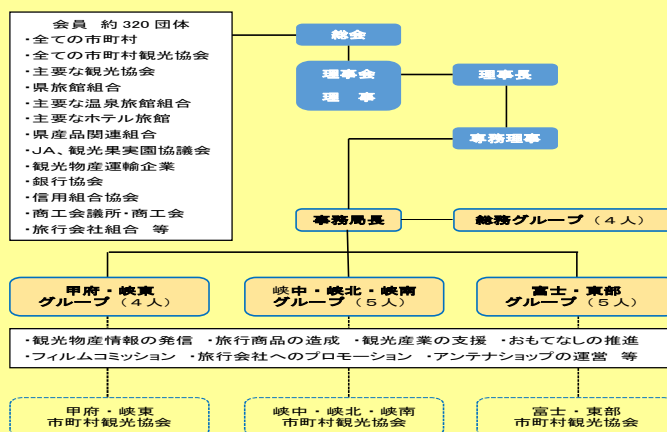
11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	山梨県
担当者氏名	加藤 一郎
担当部署名 (役職)	観光文化部観光振興課 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	Katou-zft@pref.yamanashi.lg.jp

(別添) 様式 1

市町村名	課名	職名	氏名	電話	FAX	メールアドレス	
1	甲府市	観光課	課長補佐	村山 暢	055-237-5702	055-227-8065	mm5sbe@city.kofu.lg.jp sangkaka@city.kofu.lg.jp
2	富士吉田市	富士山課	課長補佐	勝俣 美香	0555-22-2280	0555-24-2235	fujisan@city.fujiyoshida.lg.jp
3	都留市	産業課	副主査	横田 祐太郎	0554-43-1111	0554-43-5049	kankou@city.tsuru.lg.jp
4	山梨市	観光課	副主幹	土橋 朋弘	0553-22-1111 (内2147)	0553-23-2800	dobashi-tgb@city.yamanashi.lg.jp kanko@city.yamanashi.lg.jp
5	大月市	産業観光課	主事	諸富 由佳	0554-20-1829	0554-20-1533	morodomi-1589@city.otsuki.lg.jp sangyou-19206@city.otsuki.lg.jp
6	韮崎市	産業観光課	副主査	曾雌 隼人	0551-22-1111 (内215)	0551-23-1215	havato.soshi@city.nirasaki.lg.jp
7	南アルプス市	観光商工課	副主査	宮川 正明	055-282-7261	055-282-6279	miyagawa-masaaki@city.minami-alps.lg.jp
8	北杜市	観光課	主事	笹本 倫	0551-42-1351	0551-42-5216	kankou@city.hokuto.yamanashi.jp
9	甲斐市	商工観光課	係長	石原 大助	055-278-1708	055-276-7214	d-ishihara09@city.kai.lg.jp kankou@city.kai.yamanashi.jp
10	笛吹市	観光商工課	主査	小宮山 マージッド	055-261-2034	055-262-8507	komivama-mj@city.fuefuki.lg.jp
11	上野原市	産業振興課	リーダー	高橋 聡	0554-62-3119	0554-20-5530	takahashi-exo@city.uenohara.lg.jp
12	甲州市	観光商工課	主任	手塚 翔太	0553-32-5091	0553-32-5174	tezuka-sut@city.koshu.lg.jp
13	中央市	産業課	主任	大森 雄紀	055-274-8561	055-274-1130	yu-oomori@city.yamanashi-chuo.lg.jp sangyo@city.chuo.yamanashi.jp
14	市川三郷町	商工観光課	主事	原田 拓摩	055-240-4157	055-240-4154	t-harada@town.ichikawamisato.lg.jp
15	早川町	振興課	主事補	永田 祐基	0556-45-2516	0556-45-2523	nagata-yuuki@town.hayakawa.lg.jp
16	身延町	観光課	副主幹	望月 昌也	0556-62-1116	0556-62-1118	mochizuki-masaya@town.minobu.lg.jp
17	南部町	産業振興課	主査	佐野 拓郎	0556-64-4838	0556-64-3116	sano-taku@town.yamanashi-nanbu.lg.jp syoukan@town.nanbu.yamanashi.jp
18	富士川町	産業振興課	主任	秋山 亮	0556-22-7202	0556-22-5516	akiyama-ru@town.fujikawa.lg.jp
19	昭和町	企画財政課	副主幹係長	大森 保夫	055-275-8154	055-275-2109	oomori-ya@town.yamanashi-showa.lg.jp
20	道志村	産業振興課	主任	山口 瑠美	0554-52-2114	0554-52-2574	kanko@vill.doshi.lg.jp
21	西桂町	産業振興課	主事	植村 まいこ	0555-25-2121	0555-20-2015	maiko@town.nishikatsura.lg.jp sangyou@town.nishikatsura.lg.jp
22	忍野村	観光産業課	主幹	渡邊 孝雄	0555-84-7794	0555-84-3717	kankou@vill.oshino.lg.jp
23	山中湖村	観光産業課	主事	小林 優太	0555-62-9977	0555-62-3088	k-yuta@vill.yamanakako.lg.jp
24	鳴沢村	企画課	主査	九川 佑樹	0555-85-2312	0555-85-2461	k-yuuki@vill.narusawa.lg.jp kikaku@vill.narusawa.lg.jp
25	富士河口湖町	観光課	係長	朝比奈 伸次	0555-72-3168	0555-72-3010	shinii-a@town.fujikawaguchiko.lg.jp
26	小菅村	源流振興課	主事	佐藤 誠	0428-87-0111	0428-87-0933	mkt-sato@vill.kosuge.lg.jp mkt-sato@vill.kosuge.yamanashi.jp
27	丹波山村	温泉観光課	主事	堀内 麗暖	0428-88-0211	0428-88-0207	r-horiuchi@vill.tabayama.lg.jp r-horiuchi@vill.tabayama.yamanashi.jp

実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】

- 自然景観
富士山、富士五湖、南アルプス、ハケ岳
- 農産物
もも・ぶどう・さくらんぼ(観光農園)
- 地場産品や伝統工芸品
ワイン(ワイナリー)
ジュエリー、織物、印傳等
- 県内の至る所で堪能できる種類豊富な温泉
- 文化・歴史コンテンツ
富士山世界文化遺産構成資産、戦国武将武田氏縁の史跡、日蓮宗総本山身延山久遠寺

山梨県全域が対象区域



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①

【概要】

県の広域DMOとして、上記の行政機関、観光協会、宿泊業者、交通事業者、レジャー施設、産業界団体の多様な関係者が参画し、年間3回程度開催する理事会での事業計画等の協議や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定することで官民・産業界・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を整えている。

法人のこれまでの活動実績

【観光資源の磨き上げ】

- ・市町村・観光協会等と連携強化し、新たな観光資源の開発、地域に眠る優れた観光素材の発掘・商品化・キラーコンテンツ化による観光客・観光消費額の増加促進。
- ・職員を観光協会で研修させたうえで、観光地の実情に合った誘客推進プロジェクトを実施。

【情報発信・プロモーション】

- ・県の広域DMOの役割として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、「富士の国やまなし観光ネット」(HP)やパンフレット等による一元的な情報発信を展開。
- ・JR、NEXCO等と協働した観光キャンペーンやオンライン会議を通じて全国の旅行会社に向け説明会や商談会を実施。

【受入環境の整備】

- ・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及びコロナ禍でも対応できる次世代クリーンホスピタリティ観光人材の育成。
- ・専門家派遣事業を通じての観光事業者の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。

戦略

【主なターゲット】

- ・首都圏在住者、特にリピーターとシニア層、女性層、家族層
- ・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の向上を図るとともに、「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。
- ・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。
- ・首都圏などから自家用車で来訪者向け「やまなし温泉銭湯化プロジェクト」を県内120の温泉施設の協力のもと展開。
- ・冬季の観光強化のため国内を深掘り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(MICE)の誘致を推進する。

観光関連事業者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

- ・地域連携DMOとして市町村等との調整を図りながら、市町村観光協会等を支援。また、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。
- ・観光の高付加価値化推進や観光地経営プランづくりを進める中でおもてなしやコロナ対応ができる観光人材の育成を実施。
- ・県内の観光情報をワンストップで行う窓口として、HPやSNSを利用した効果的なプロモーションや紙媒体による情報発信を一元的に実施。また、旅行エージェン特等を対象とした観光商談会、事業説明会をオンラインで実施。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	4,285 (225)	4,125 (228)	4,250 (242)	4,375 (254)	4,500 (270)	()
	実績	4,001 (489)	4,330 (277)	2,776 (495)	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	8,200 (1,400)	8,880 (2,150)	9,150 (2,380)	9,420 (2,540)	9,700 (2,720)	()
	実績	8,613 (1,961)	9,072 (2,055)	4,362 (357)	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	50.0 (-)	42.5 (-)	45.0 (-)	47.5 (-)	50.0 (-)	()
	実績	41.1 (-)	41.0 (-)	42.8 (-)	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	70.0 (-)	56.0 (-)	56.0 (-)	57.0 (-)	57.0 (-)	()
	実績	55.6 (-)	54.3 (-)	57.3 (-)	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 収益事業(会費、委託料等) 57百万円
補助金・分担金等 216百万円

【総支出】 267百万円(一般管理費59百万円、事業費208百万円)
※令和3年3月期決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

・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。