観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

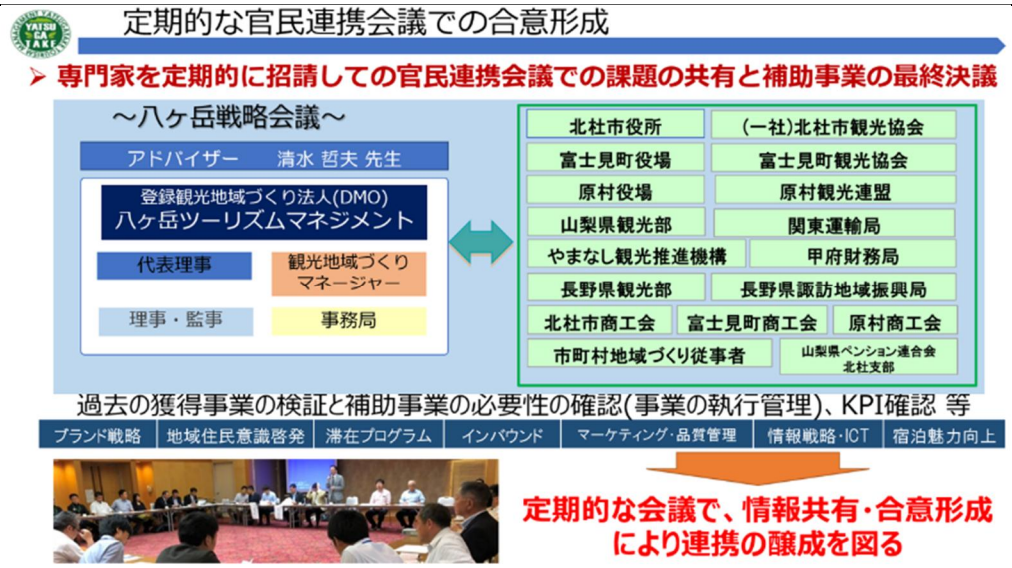
１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	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２人（正職員２人）、非常勤５人】 ※役員８人、企業社員３０人、個人社員１４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	小林　勉 ペンションブルーイングリーン代表／一般社団法人八ヶ岳アウトドア・アクティヴィティズ理事 観光地域づくりマネージャー	民間企業（広告関係企業 3 年、企業教育関係企業 7 年）NPO 法人清里観光振興会会長 8 年、北杜市議会議員 4 年
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	関口　哲人「専従」 八ケ岳ツーリズムマネジメント／事業統括マネージャー 観光地域づくりマネージャー 経営コンサルタント／公益社団法人やまなし観光推進機構登録専門家／公益財団法人やまなし産業支援機構登録専門家	民間企業（印刷会社６年・広告代理店９年／管理職３年）、山梨県商工会連合会（北杜市５年含む８年）に勤務。マーケティングの知見に加え、経営支援（財務分析・経営戦略・販路開拓）、事業計画作成、観光 PR 事業の知見・実績多数あり。経営コンサルタントを経て、当該社団に入社。
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	関口　哲人「専従」 八ケ岳ツーリズムマネジメント事業統括マネージャー 観光地域づくりマネージャー 経営コンサルタント／公益社団法人やまなし観光推進機構登録専門家／公益財団法人や	民間企業（印刷会社６年・広告代理店９年／管理職３年）、山梨県商工会連合会（北杜市５年含む８年）に勤務。税務・財務・労務管理の支援実績あり。収支計画・CF 計算書・資金繰り表作成実務経験、資金調達（融資・補助金等）の知見・実績多数あり。

様式１

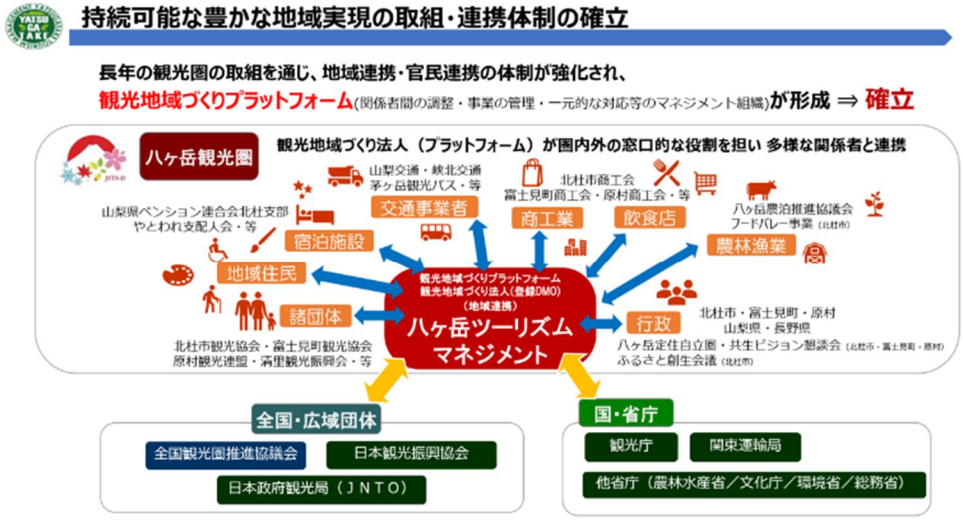
	まなし産業支援機構登録専門家	
プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 渡邉　智子	・地域産品の開発、販売管理 ・販売業務 10 年以上
旅行商品の造成･販売の責任者（専門人材）	（氏名） 井上　三規子	・旅行業取扱管理者 ・日商簿記一級、税理士簿記論取得 ・経理業務 17 年 ※経理担当兼務
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【イベント・プロモーション】 ・山梨県観光振興課プロモーション担当 ・長野県観光部 山岳高原観光課 【社会資本整備、事業運営サポート、イベント・プロモーション】 ・北杜市産業観光部観光課（観光振興担当） ・富士見町産業課商業観光係 ・原村商工観光課商工観光係	
連携する事業者名及び役割	【観光イベント・プロモーション・情報発信】 （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 【情報共有・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 【宿泊魅力向上・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 【滞在プログラム造成・販売】 （一社）八ヶ岳アウトドア・アクティヴィティーズ 【交通】 ・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 【周遊・高付加価値化】 ・八ヶ岳南麓農泊推進協議会、梅之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	
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	八ヶ岳ブランド戦略会議の設置（当法人が事務局を務める） 当法人理事および社員が中心メンバーとなり、区域を構成する地方公共団体（山梨県北杜市、長野県諏訪郡富士見町、長野県諏訪郡原村）の産業・観光担当者、経営支援機関、地域事業者が参画する会議体。	

様式１

<table>
<tr>
<td></td>
<td>


地域連携のプラットフォーム（観光地域づくり法人としての窓口機能）

戦略会議のほか、多様な地域事業者・団体をつなぐ機関として確立している。飲食・宿泊・文化施設など観光関連のみならず、地域の交通事業者、農林業者など多様なステークホルダーとの連携を実現。



</td>
</tr>
<tr>
<td>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</td>
<td>
・住民満足度調査

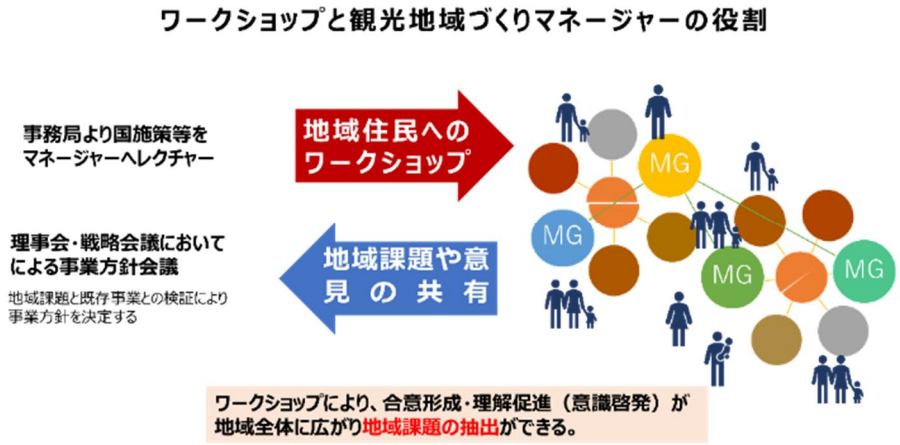
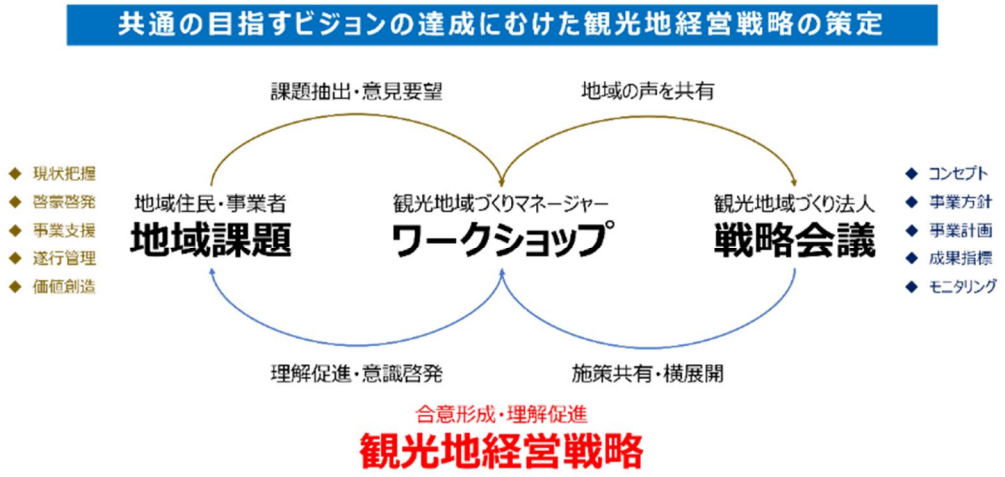
北杜市、富士見町、原村の住民を対象に満足度調査を実施した。地域住民が日頃の生活の中で観光に対してどういった意識を抱いているのか把握を行い、今後の施策検討の基礎資料として活用するため、住民基本台帳より無作為抽出の上、北杜市在住者 1,000 名、富士見町在住者 350 名、原村在住者 200 名に調査票を発送し、郵送によるアンケート調査を実施。

・観光地域づくりマネージャーによるワークショップ

八ヶ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の実施。

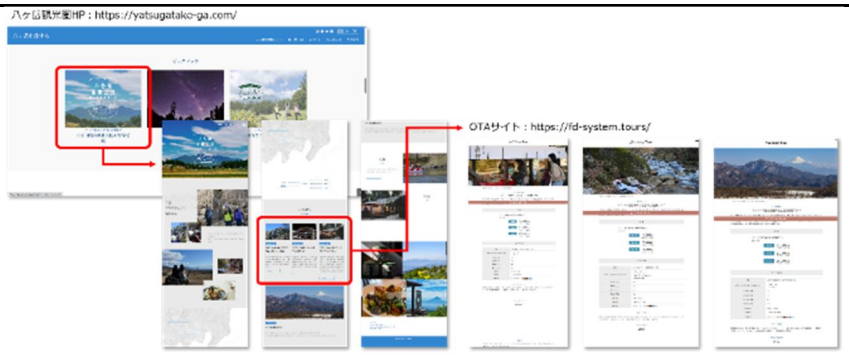
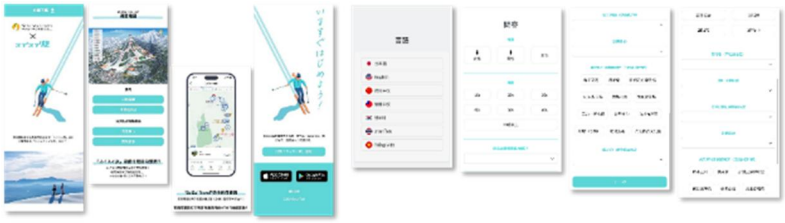
・SDGs おもてなし book と標高サイン配布事業
</td>
</tr>
</table>

様式１

	地域住民や来訪者の方々に、よりわかりやすく八ヶ岳観光圏の特徴である圏内の標高差を体感できる「標高サイン」を制作。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、八ヶ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」の配布。  <u>観光地経営戦略の策定</u> ワークショップでの地域の意見・課題をもとに戦略会議のなかで観光地経営戦略の策定にむけた骨子案をまとめる。 
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業：情報発信・プロモーション 実施概要： 情報発信事業 ・Web サイト運営 ①観光客向け「八ヶ岳を旅する」 https://yatsugatake-ga.com/ ②事業者向け「八ヶ岳ツーリズムマネジメント」 https://yatsugatake-tm.com/ ・Instagram での情報発信 アカウント名：八ヶ岳を旅する フォロワー数 1,611 人

		https://www.instagram.com/yatsugatake_tourism_zone/ ・全国観光圏推進協議会 Undiscovered Japan 情報発信事業 認知度向上を図るため、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・プロモーションを当該サイトにて行い、情報発信を行った。 Web サイト「Undiscovered Japan」（英語版） https://www.undiscovered-japan.com/ 令和 6 年度　台湾向け八ヶ岳観光圏周遊滞在促進事業 ・現地旅行会社への取組（ファムツアー2 社、商談 4 社）
	受入環境の整備	・道の駅こぶちさわ観光案内所で多言語案内（翻訳機導入） ・同施設における EV 急速充電器の管理・運営業務 ・Google ビジネスプロフィール活用セミナーの実施 令和 6 年度 2 回開催のべ参加者数 20 人 令和 5 年度　Wi-Fi 工事負担金事業（富士見町単費事業） 富士見町駅前公園の Wi-Fi 設置に関する取りまとめをおこなった。 令和 6 年度　台湾向け八ヶ岳観光圏周遊滞在促進事業 ・多言語化した Web サイトの構築、パンフレット作成 https://yatsugatake-ga.com/taiwan-excursion/tw.html

様式１

		 ・ガイド育成 ①体験プログラム（カヤック &E-バイク） 実施回数：4 回（延べ参加者数 16 名） ②ツアーコンシェルジュ（清里ピクニックバス） 実施回数：4 回（延べ参加者数 4 名） ・観光アプリ「スイスイ旅」 ①施設情報の登録、クーポン券の発行など。 ②スノーリゾート形成事業にて顧客属性の調査、施設情報の登録を行った。  ・全国観光圏推進協議会事業（計 4 回出席） 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。
	観光資源の磨き上げ	令和 6 年度　台湾向け八ヶ岳観光圏周遊滞在促進事業 ・滞在コンテンツ造成事業 ①課題抽出のためのモニタリング／カヤック（計 8 回・22 名参加）・E バイク（計 2 回・4 名参加） ②ワークショップ開催（開催数：5 回／参加者のべ 44 名） ③課題抽出のためのモニターツアー／清里ピクニックバス（計 4 回・のべ 16 名参加） ④課題抽出のためのモニターツアー／タクシープラン（計 3 回・のべ 12 名参加）

様式１

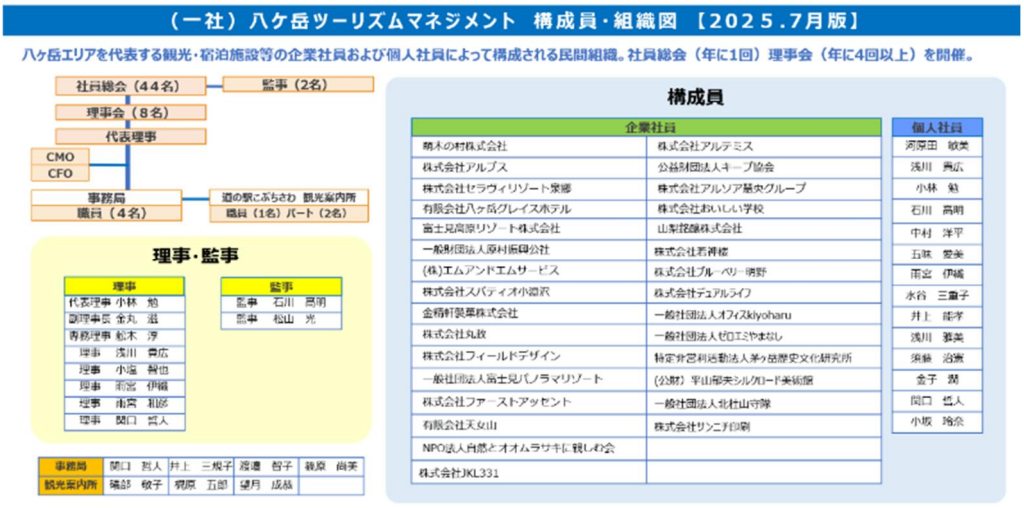
令和６年度　国際競争力の高いスノーリゾート形成事業
・スキー場施設の改修工事による高付加価値化
（レストハウスおよび清里テラス）
・人口降雪機の導入による営業期間の延伸と高付加価値化
（高性能装備の人工降雪機を３基導入し 10 日間の延伸）

【定量的な評価】
※上記に併記（回数・人数・件数）

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】
（一社）八ヶ岳ツーリズムマネジメントが主体となり、参画団体には、行政、経営支援機関のほか、宿泊施設、飲食店、文化施設、食品メーカー、農泊団体など多様な関係者による連携した運営を実施。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、地域の合意形成を通じた観光地域づくり進めている。

【実施体制図】

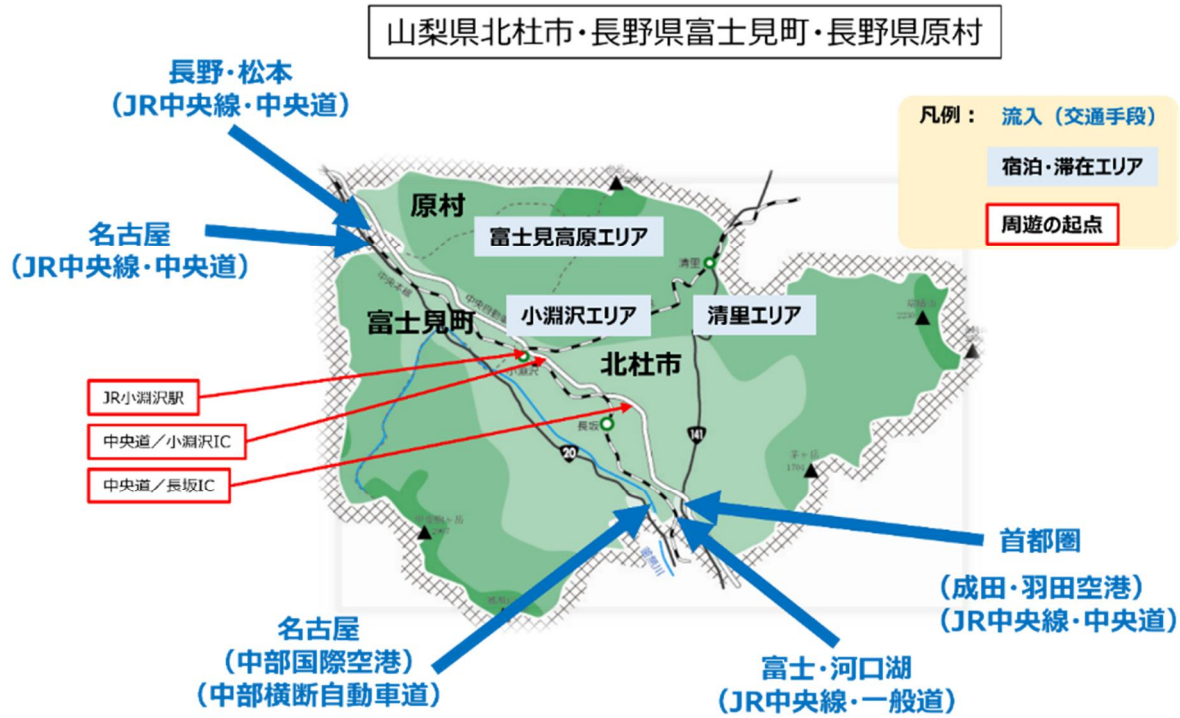


事業体系

観光地域づくり推進事業	ブランド戦略会議 専門部会 全国観光圏推進協議会	年4回開催 3部会×ワークショップ4回開催 各観光圏の取り組み共有・研修等
調査・戦略策定事業	観光地経営計画策定 来訪者満足度調査 住民満足度調査	観光圏整備計画・登録DMO 来訪者に対する需要動向調査 地域住民に対する意識調査
ブランド推進事業	情報発信事業	WEBサイト運営（八ヶ岳を旅する・ツーリズムＨＰ） SNS運営（八ヶ岳ツーリズムゾーン） 観光DX（スイスイ旅・MEO対策セミナー等） 「Undiscovered Japan」情報発信事業
	広報PR事業	プレスリリース（メディア取材等） ペイドパブリシティ（広告出稿等）
観光人材育成事業	資質向上事業	観光地域づくりマネージャー認定研修 観光地域づくりマネージャーステップアップ研修 研修・セミナー受講料
	視察研修事業	全国DMOフォーラム 展示会・商談会 先進地視察研修事業
観光開発事業	地域観光魅力向上事業	
販路開拓事業	サスティナブル・ツーリズム関連	
受入環境整備事業	新しい観光コンテンツ造成等支援事業	
観光庁実証事業	「食」の力を最大活用したガストロノミーツーリズム推進事業	

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】

地域	年度	観光客入込客数	インバウンド	延べ宿泊者数	観光消費額
北杜市	R6	－	－	995,000 人	－
	R5	3,333,996 人	－	634,090 人	－
	R4	2,726,523 人	943	606,116 人	－
富士見町	R6	－	－	90,000 人	－
	R5	918,300 人	－	66,000 人	3,404,526 千円
	R4	842,300 人	－	57,600 人	3,409,925 千円
原村	R6	－	－	110,000 人	－
	R5	394,300 人	－	59,300 人	1,618,280 千円
	R4	330,400 人	－	50,500 人	1,344,590 千円

出処：山梨県観光入込客統計調査報告書、長野県観光地利用者統計調査結果、REASAS より
※R6 年度は推計値含む

■『一人あたりの旅行消費額』は、日本人日帰り者 8,904 円、日本人宿泊者 21,059 円となり、目標額には届かなかった。1 人あたり総額は前年から 4,305 円減少（-24.2%減）。
日帰りの総額は 894 円減（-9.1%減）、宿泊者の総額は 8,035 円減少（-27.6%減）となった。増加傾向が見られたのは「交通費」と「その他」であり、飲食・宿泊・買物などの減少が全体の低下に影響している（2024 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査より）。

■日本人の『リピーター率』は 79.7%に達し、前年度（76.2%）より増加した。これは、全観光圏平均（62.8%）と比較しても高水準であり、リピーターの多い地域といえる。特に冬季においてリピーターの比率がより高くなる傾向がみられた（2024 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査より）。

■日本人の『総合満足度』は、「大変満足（7 点評価）」が 35.0%となり、前年の 33.9%をわずかに上回り、過去最高を記録した。
外国人のサンプル数がなく定量評価はなし。自由記述において「自然が美しい」「また来たい」といった好意的な反応が多く見られた（2024 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査より）。

■『紹介意向』については、日本人の最高評価（7 点）の割合が 39.6%となり、前年（35.2%）より+4.4 ポイントの増加が見られた。
日帰り層は 33.3%、宿泊層は 47.1%であり、宿泊者の方が日帰りより高い紹介意向を持つ結果となった（2024 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査より）。

■『再来訪意向』では、最高評価（7 点）の割合が 43.4%となり、前年（33.7%）から+9.7 ポイントの大幅な増加が見られた。
リピーター層は 48.0%、初回訪問者は 27.3%と、リピーターの再訪意欲の高さが際立った結果である（2024 年度八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査より）。

【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】

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
星野リゾートリゾナーレ八ヶ岳、萌木の村
3.自然
八ヶ岳中信高原国定公園／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／尾白川渓谷／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／シェフズバル 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 原村役場にてセロリン号接続（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
・北杜市マウンテンタクシー／北杜市内（登山客向け）

【外国人観光客への対応】
・多語化サイトおよびアプリ
・多言語化マップおよび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
・Google ビジネスプロフィールの活用 等

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

【地域全体】
・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分野において担い手の高齢化しており、事業承継など地域産業の維持が近年の課題である。一方で、八ヶ岳エリアの移住人気もあり、移住創業者（飲食・宿泊・酒造・農業）が増えているが、小規模事業者が中心である。新規就農者やワイナリーにおいては、有機栽培など付加価値の高い生産・製造をおこなっている。しかし急傾斜地や狭い農地が多い特徴があり、生産性や物流の効率性が低いという課題があり、スケールメリットが出しにくい。
・山梨県・長野県では訪日外国人が多く訪れている観光スポットが多くあるなか、八ヶ岳観光圏では、インバウンド向け施策を長年取り組んできたが、来訪者数や宿泊数が伸び悩んでいる。

【インバウンド対応】
・ウェブサイトやパンフレット、メニュー多言語化、キャッシュレス対応は宿泊や飲食施設で対応のバラつきがある。富裕層やインバウンドを視野にしている店舗・施設は導入が進んでいる。需要喚起や地方誘客による経済波及効果の理解を深めるための機運醸成が求められる。
・ベジタリアン・ハラル対応のメニューの開発状況については、一部レストランでベジタリアンメニューの提供があるが、地域全体での開発・提供は拡がっていない。・外国語対応可能なガイドの育成

において、山岳ガイドなどアクティビティの分野では対応できるガイドは数名いるものの、文化体験の分野十分な育成ができていないため、担い手が不足しており、育成が急務となっている。
またハイシーズン（夏）に依存した観光地でもあり、オフシーズンの集客も課題である。

【交通アクセス】
・当地域はインバウンドの東京から２時間強でアクセス可能な立地にあり、JR 中央本線や中央自動車道を通じて訪問できる。またインバウンドの主要な空港からもアクセスがよく成田国際空港・中部国際空港からは約 3 時間半、羽田空港からは約 2 時間半の距離にある。しかし二次交通は不十分で、地域内移動は車が必須となっている。既存の二次交通の運行本数・配車台数とその時間帯、案内の多言語対応の遅れなど、二次交通整備は長年の課題となっている。

・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に比べて依然として少なく、観光消費単価の伸び悩みが課題となっている。令和 6 年度の八ヶ岳観光圏における 1 人あたり平均消費額総額は 24,650 円（速報値）となり、前年（23,849 円）から約+800 円増加したが、全国観光圏平均（36,700 円前後）と比べると約 12,000 円下回っており、消費単価の低さが引き続き課題とされている。(2024 年度 八ヶ岳観光圏来訪者満足度調査)

・全国観光圏平均と比較すると、【景観や雰囲気】の「自然景観や雰囲気が感じられた」という評価は引き続き高く、全国水準を大きく上回っている一方、【宿泊施設】【食事・飲食店】【体験プログラム・ツアー】に関する満足度は全国平均を下回っており、観光消費の拡大や滞在時間の延長を促す取り組みに改善余地がある。(2024 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、八ケ岳観光圏では、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 7 年度の事業方針は、観光白書にもある「持続可能な観光地域づくり」として、地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化に積極的に取り組む。
特に、観光施設の老朽化と担い手の高齢化が進むなか、設備投資や事業承継、観光人材の育成等、地域が直面している課題の解決となる観光地経営戦略の策定とその実施を重要指標として取り組む。
　インバウンド向けにおいては、台湾・タイ・ベトナムを中心に地方誘客に資する計画策定、観光コンテンツの開発および販路開拓に取り組みます。国内需要については、引き続き再来訪性と紹介意向の高い観光地域づくりを目指し、経済波及効果の高い顧客層をターゲットにした施策を実施いたします。

【分析・課題整理】
１．観光消費額の低さが課題
・八ヶ岳観光圏全体の１人あたり平均消費額総額は約 24,650 円（速報値）。
・全国観光圏平均（約 36,700 円）に比べて約 12,000 円低い。

２．日帰り客が多く、宿泊者比率が低い
・北杜市では全体の約 79%が日帰り客。
・富士見町・原村も同様に日帰り客が宿泊客を大きく上回る。

３．満足度調査の結果（2024 年速報値）
高評価：自然景観や雰囲気が感じられる点
低評価：宿泊施設の魅力、飲食店・食体験、プログラム・ツアーの充実度

【今後の施策方針】
①宿泊施設・滞在型コンテンツの拡充による消費単価の向上
②食事・体験型観光プログラムの多様化と質の改善
③日帰り客の滞在時間延長を狙った回遊ルート整備

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） 豊富な自然資源：八ヶ岳、南アルプス、渓谷、滝、星空、湧水群など、唯一無二の景観・自然環境。 アクセスの良さ：首都圏から約 2～3 時間圏内（車・JR 特急・高速バス）で到達可能。 多彩な食文化と飲料資源：高原野菜、米、日本酒、ワイン、ウイスキー、クラフトビールなどガストロノミー資源が豊富。 歴史・文化資源：縄文遺跡群、ミュージアム、欧風のリゾート風景、日本の原風景。 気候・環境要素：標高 1,000m 前後の爽やかな高原気候、晴天率が高い、ミネラルウォーター産地。	弱み（Weaknesses） 宿泊滞在型観光の弱さ：日帰り客が多く、宿泊比率が低い（宿泊者率 20%前後）。 観光消費単価の低さ：平均消費額 24,650 円（全国平均 36,700 円に対し▲12,000 円）。 二次交通の不便さ：レンタカー依存度が高く、公共交通による周遊が困難。 宿泊施設の規模・品質のばらつき：大型宿泊施設が少なく、ペンションオーナーの高齢化も進行。 情報発信・インバウンド対応の弱さ：海外での認知度が低く、マーケティングや多言語対応が不十分。 観光 DX の難しさ：小規模事業者が多く、地域全体での顧客データ活用やシステム導入が遅れている。
外部環境	機会（Opportunity） サステナブルツーリズム需要の拡大：自然体験・ウェルネス・アドベンチャーツーリズム市場の成長。 インバウンド回復：台湾・香港・欧米からの富裕層向けコンテンツ開発の余地が大きい。 ワーケーション・教育旅行需要の拡大：企業研修や修学旅行市場での SDGs 体験コンテンツの需要増加。 高付加価値化の余地：ガストロノミー体験、アクティビティ連携による滞在時間の延長。	脅威（Threat） 気候変動・異常気象リスク：自然災害の頻発化・激甚化（台風、長雨、雪不足などによる観光コンテンツへの影響）。 人口減少・高齢化：観光産業従事者の不足、後継者問題。 競合地域の台頭：近隣の軽井沢、富士山周辺、白馬など強力な観光地との競争。 観光需要変動：感染症流行や世界情勢に伴うインバウンド需要の不安定さ。

	国の支援施策活用：観光庁や DMO 登録を背景とした補助金、地域連携施策の推進。	交通制約：免許返納や若者の車離れによりアクセス面が制約されるリスク。

※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）。

【PEST 分析】

Political （政治・政策要因）	**観光立国推進基本計画の改定（令和 5 年 3 月）** 「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」を基本方針として掲げ、地域 DMO を核とした観光政策の強化。 **観光庁補助金・支援制度の充実** 観光地再生・高付加価値化事業、インバウンド受入環境整備事業、サステナブルツーリズム推進事業等の活用余地あり。 **地方創生政策・移住定住促進** 八ヶ岳観光圏は北杜市・富士見町・原村で定住自立圏を形成、観光と移住を連動させた政策展開が可能。 **交通インフラ整備の進展** 中部横断自動車道の開通や高速バス便増便など、首都圏からのアクセス改善が進む。
Economic （経済要因）	**観光消費単価の低さ** 令和 5 年度調査：平均消費額 約 19,500～24,600 円（全国平均 36,700 円より大幅に低い）。 **日帰り客比率が高い** 北杜市の観光客の約 8 割が日帰り客、宿泊による高額消費に結びつきにくい。 **インバウンド需要の回復** コロナ後、台湾・香港を中心に訪日外国人が増加、特に富裕層・体験型観光の需要が高まる。 **労働力不足・事業承継課題** 少子高齢化に伴い宿泊・飲食・農業体験事業者の人材不足、ペンションオーナーの高齢化。
Social （社会・文化的要因）	**自然志向・ウェルネスツーリズムの需要拡大** 癒し・リトリート・森の体験、森林浴、サステナブルツアーの人気が上昇。 **SDGs・環境意識の高まり** Z 世代・ミレニアル世代、企業研修・教育旅行において「環境配慮型」「地域共生型」観光が重視される。 **リピーター率が高いが単価が低い** 76%が再来訪者だが、宿泊率・体験消費が伸び悩む傾向。 **ワーケーション・地方移住志向** 首都圏からの移住者が増加傾向、観光地から移住につなげる関係人口の拡大が期待される。
Technological （技術要因）	**デジタルマーケティングの強化余地** SNS・Google ビジネスプロフィール活用は一部進むが、地域全体での DX が未成熟。 **CRM・顧客データの未活用** 小規模事業者が多く、顧客データを連携したマーケティングが難しい。 **多言語対応・インバウンド支援ツール整備の進展** 多言語マップ、訪日外国人向け案内所整備は進んでいるが、AI チャットや予約システムなどの ICT 活用は限定的。 **交通・モビリティサービスの ICT 化不足** 二次交通のオンライン予約、オンデマンド交通情報の不足が周遊の障壁となる。

（３）ターゲット

○第１ターゲット層 訪日外国人（台湾） ・台湾を中心としたアジア富裕層／個人旅行客（FIT）および少人数グループ ・サステナブル・ウェルネス志向、文化体験・自然志向が強い ・台湾の観光プロモーションやモニターツアー実績あり（台中市との連携）
○選定の理由 台湾市場は全国 DMO の 78%以上がターゲットとする主要インバウンド市場である。台湾側とのモニターツアーやプロモーション実績があり、認知向上基盤が整い始めている。 台湾のアジア富裕層は、旅行消費単価が高く、サステナブルやウェルネス体験に高価格支出をする傾向がある。 ○取組方針 過去の事業成果および満足度調査の結果をもとに、フォレストウェルネス、日本名水とガストロノミー、文化体験が一体となった高付加価値旅行商品として強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
○ターゲット層 国内観光客 ・首都圏・東海・北陸エリア（半径約 200km 圏）に居住 ・SDGs・自然体験に関心がある Z 世代・ミレニアル世代 ・ウェルネス、森林浴、アクティビティ、ガストロノミー志向の個人旅行者または少人数グループ（夫婦、ファミリー）
○選定の理由 ・SDGs・サステナブル観光への関心が高く、森林浴・星空・地産食体験などと相性が良い。 ・デジタルネイティブ世代のため SNS プロモーションが有効。観光庁も推奨する重点層。 ○取組方針 標高差 1,000m の立体空間で四季を感じ、自然と癒し・健康をテーマとしたウェルネス観光や地元食材・地酒・ワイン・クラフト体験と連動したガストロノミーツーリズムの磨き上げを行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	1000m の天空リゾート八ヶ岳 ～澄み切った自分に還る場所～」 ・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。 ・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。

②コンセプトの考え方	・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る。 ・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。 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。 ・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。 ・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。 ・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、渓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 の天空リゾート八ケ岳～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。

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。	・ブランド戦略会議（年４回）において戦略の共有および事業の報告、観光地域づくりマネージャーWS（年４回）、HP にて調査結果等を公表。
	・ＤＭＯを中心として、地域の関連事業者を集めたブランド戦略会議を年４回程度設けるとともに、関連事業者に対しての情報提供およびコンサルティング等を実施。 ・令和７年度より部会（観光 DX、人材育成、基盤整備）を設け、テーマ別に地域事業者の資質向上と事業化を推進する。 ・活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行う（ブランド戦略会議）とともに、ＨＰで公表。
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	**【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っている。 **【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・サスティナブル・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。
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	**1. 八ヶ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八ヶ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。 ■対地域…八ヶ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「八ヶ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。

	■ 対観光客…八ヶ岳エリアの観光のプラットフォームサイトである「八ヶ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（八ヶ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。八ヶ岳観光圏ＳＮＳ（facebook、Instagram）にもリンクし、最新情報の発信に努めている。 ■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。 **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。 **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。 **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。

※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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
● 旅行消費額（一人当たり単価）【円】	目標	30,000	25,945	26,723	27,525	28,350	29,200
		(35,000)	(34,983)	(36,032)	(37,113)	(38,226)	(39,373)
	実績	23,849	29,094	未発表			
		(14,167)	(38,640)	(未発表)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	1,182	1,196	1,207	1,219	1,231	1,268
		(60)	(61)	(63)	(66)	(70)	(72)
	実績	713	1,195	未発表			
		(1)	(未発表)	(未発表)			
●来訪者満足度（%）	目標	25.0	27.0	28.0	29.0	30.0	31.0
		(25.0)	(27.0)	(28.0)	(29.0)	(30.0)	(31.0)
	実績	33.1	33.9	35.0			
		(100.0)	(60.0)	(－)			
●リピーター率（%）	目標	79.0	79.0	80.0	81.0	82.0	83.0
		(22.0)	(30.0)	(31.0)	(32.0)	(33.0)	(34.0)
	実績	74.4	76.2	79.7			
		(75.0)	(40.0)	(－)			

※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】
地域の課題として、①日帰り率が約 80%と高く、宿泊を伴う高額消費が少ない、②体験型観光（ガストロノミーツアー、アクティビティ）が未整備で単価が上がらない、③インバウンド消費は高いが、総数が少なく全体を押し上げきれていない、などが挙げられる。
そのため、全国観光圏平均との差を縮小することを中期目標に掲げ、地域計画や観光庁ガイドライン（平均単価＋5～10%／年を目安）を参考に成長率を設定することとした。また宿泊率向上と体験型観光消費導入により単価向上が見込めるかも考慮した。

【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。目標値は、毎年 3%増とする。

・来訪者満足度（%）　※７段階評価のうち最高評価の割合

様式１

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 以降は毎年 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 以降は毎年 1%増とした。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）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	600,000	650,000	700,000	750,000	780,000	800,000
		（―）	（―）	（―）	（3,000）	（4,500）	（5,000）
	実績	428,401	546,182	479,990			
		（―）	（―）	（―）			
●WEB サイトのアクセスユーザー数（人）	目標	350,000	130,000	130,000	135,000	140,000	145,000
		（―）	（―）	（―）	（1,000）	（1,500）	（2,000）
	実績	47,574	66,941	119,022			
		（1,060）	（1,444）	（―）			
●八ヶ岳観光圏観光案内所の来訪者数（人）	目標	40,000	40,376	40,780	41,187	43,000	45,000
		（100）	（101）	（102）	（120）	（150）	（200）
	実績	39,976	34,548	37,435			
		（57）	（67）	（138）			
●八ヶ岳観光圏観光案内所案内数（人）	目標	13,000	13,918	14,196	14,480	15,000	15,500
		（12）	（44）	（45）	（120）	（150）	（180）
	実績	13,645	9,860	9,818			
		（43）	（44）	（82）			
●合意形成会議参加者数（人）	目標	480	510	515	300	400	500
		（―）	（―）	（―）	（―）	（―）	（―）
	実績	505	503	169			
		（―）	（―）	（―）			

※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および DMO として定点的に把握すべき補完指標を「その他の目標」として設定。R5 年度の実績値を基準とし、観光地域づくりの進捗管理およびマーケティング施策改善のための指標として活用する。

【設定にあたっての考え方】

1. 住民満足度調査（%）

3 年ごとに実施する住民満足度調査にて、地域で暮らす満足度を測定。

7 段階評価のトップボックス「大変満足」の割合を KPI とし、R5 年度目標 18.7%、実績 17.7%を基準に以降も維持・向上を図る。

2. Web サイトのアクセス数（PV）

八ヶ岳観光圏ポータルサイト（yatsugatake-ga.com／寒得サイト含む）の年間アクセス数を Google アナリティクスで計測。

R5 年度実績 546,182PV を基準とし、R6 年度以降 700,000PV 以上、R9 年度 800,000PV を目標として毎年増加を図る。

3. Web サイトのアクセスユーザー数（人）

ポータルサイトの年間ユニークユーザー数を把握。

R5 年度実績 66,941 人（訪日外国人 1,444 人）を基準とし、R7 年度 135,000 人、R9 年度 145,000 人を目標として増加を見込む。

4. 八ヶ岳観光圏観光案内所の来訪者数（人）

八ヶ岳観光圏および広域周遊の入口となる観光案内所の来訪者数を指標とする。

R5 年度実績 34,548 人（訪日外国人 67 人）を基準に、毎年増加を見込み R9 年度 45,000 人を目標とする。

5. 八ヶ岳観光圏観光案内所の案内数（人）

観光案内所で対応した案内件数を把握し、接遇の需要を測定する。

R5 年度実績 9,860 人（訪日外国人 44 人）を基準に、毎年増加を見込み R9 年度 15,500 人を目標とする。

6. 合意形成会議参加者数（人）

地域関係者の参画状況を測定するため、造成プログラム（モニターツアー・ワークショップ等）の参加者数を指標とする。

R5 年度実績 503 人を基準に、今後も概ね 500 人規模を目標として設定。

様式１

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）	
2022（Ｒ４）年度	（円） 66,842,622	（内訳の区分例） 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源（市町村負担金）】 【その他】	（円） 14,051,726 0 0 5,645,200 22,826,448 305,000 23,039,610 974,638
2023（Ｒ５）年度	（円） 53,352,238	 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源（市町村負担金）】 【その他】	（円） 7,445,895 0 0 5,645,200 22,262,178 475,000 17,523,841 124
2024（Ｒ６）年度	（円） 26,584,333	 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源（市町村負担金）】 【その他】	（円） 4,344,937 0 0 5,645,200 133,000 451,000 15,859,358 150,838
2025（Ｒ７）年度	（円） 63,337,960	 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【特定財源（市町村負担金）】	（円） 9,000,000 0 0 5,645,200 22,618,600 422,000 25,652,160
2026（Ｒ８）年度	（円） 43,697,360	 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】	（円） 9,000,000 0 0 5,645,200

		【収益事業】	3,000,000
		【会費】	400,000
		【特定財源（市町村負担金）】	25,652,160
2027（Ｒ９） 年度	（円） 43,697,360		（円）
		【国からの補助金】	9,000,000
		【都道府県からの補助金】	0
		【市町村からの補助金】	0
		【公物管理受託】	5,645,200
		【収益事業】	3,000,000
		【会費】	400,000
		【特定財源（市町村負担金）】	25,652,160

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４） 年度	（円） 66,220,514	（内訳の区分例） 【一般管理費】	（円） 19,414,017
		【情報発信・プロモーション】	4,028,820
		【受入環境整備等の着地整備】	1,470,933
		【コンテンツ開発】	21,374,827
		【マーケティング】	1,870,000
		【実証事業】	15,654,130
		【その他】	2,407,787
2023（Ｒ５） 年度	（円） 52,918,815		（円）
		【一般管理費】	18,453,121
		【情報発信・プロモーション】	564,190
		【受入環境整備等の着地整備】	1,550,899
		【コンテンツ開発】	7,979,000
		【マーケティング】	2,148,438
		【実証事業】	17,994,560
		【その他】	4,228,607
2024（Ｒ６） 年度	（円） 27,693,945		（円）
		【一般管理費】	16,445,581
		【情報発信・プロモーション】	896,000
		【受入環境整備等の着地整備】	2,884,651
		【コンテンツ開発】	4,570,000
		【マーケティング】	784,000
		【実証事業】	0
		【その他】	2,113,713
2025（Ｒ７） 年度	（円） 61,832,537		（円）
		【一般管理費】	20,280,545
		【情報発信・プロモーション】	1,970,000
		【受入環境整備等の着地整備】	1,718,000
		【コンテンツ開発】	13,000,000
		【マーケティング】	2,230,000
		【実証事業】	19,975,000
		【その他】	2,658,992
2026（Ｒ８）	（円）		（円）
		【一般管理費】	20,280,000

年度	41,857,000	【情報発信・プロモーション】 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発】 【マーケティング】 【実証事業】 【その他】	1,970,000 1,718,000 13,000,000 2,230,000 0 2,659,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 41,857,000	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発】 【マーケティング】 【実証事業】 【その他】	（円） 20,280,000 1,970,000 1,718,000 13,000,000 2,230,000 0 2,659,000

（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%を基本としてくが令和 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会費収入の増額を図る。また、旅行商品の取り扱いを令和 6 年度中に許認可の届出等の整備を進め、造成した体験コンテンツの販売ができるようにし、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業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、自主事業として、「ご当地ガチャ」および「書籍の販売」を行い、新たな収入源につなげる。

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。

様式１

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）

※当該地域は重複しない

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	関口　哲人
担当部署名（役職）	（事業統括マネージャー）
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
ＦＡＸ番号	0551-45-9866
Ｅ－ｍａｉｌ	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	北杜市役所
担当者氏名	山田　真二
担当部署名（役職）	産業観光部　観光課　（課長）
郵便番号	〒408-0188
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
ＦＡＸ番号	0551-42-5216
Ｅ－ｍａｉｌ	yamada-shi@city.hokuto.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）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域連携DMO】 一般社団法人八ヶ岳ツーリズムマネジメント

様式２

記入日： 令和7年7月31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】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 小林　勉
【マーケティング責任者（CMO）】 関口哲人 （事業統括マネージャー）
【財務責任者（CFO）】 関口哲人 （事業統括マネージャー）
【職員数】 7人（常勤2人、非常勤5人）
※役員8人、企業社員30人、個人社員14人
【主な収入】受取会費　451千円、事業収益16,144千円
【総支出】事業費　11,248千円、管理費　16,445千円
【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ヴィティーズ・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

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（一人当たり単価）	目標	30,000（35,000）	25,945（34,983）	26,723（36,032）	27,525（37,113）	28,350（38,226）	29,200（39,373）
	実績	23,849（14,167）	29,094（38,640）	未発表（未発表）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	1,182（60）	1,196（61）	1,207（63）	1,219（66）	1,231（70）	1,268（72）
	実績	713（1）	1，195（未発表）	未発表（未発表）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	25.0（25.0）	27.0（27.0）	28.0（28.0）	29.0（29.0）	30.0（30.0）	31.0（31.0）
	実績	33.1（100.0）	33.9（60.0）	35.0（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	79.0（22.0）	79.0（30.0）	80.0（31.0）	81.0（32.0）	82.0（33.0）	83.0（34.0）
	実績	74.4（75.0）	76.2（40.0）	79.7（－）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
台湾／FITおよび少人数グループ。サステナブル志向・自然体験・文化体験を重視。高価格帯旅行商品に支出意欲が高い

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
フォレストウェルネス、名水とガストロノミー、文化体験を組み合わせた高付加価値旅行商品。

【観光地域づくりのコンセプト】
1,000mの天空リゾート八ヶ岳
～澄みきった自分に還る場所～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・滞在コンテンツ造成（モニターツアー、ワークショップ）
・ガストロノミー体験やアクティビティなどコンテンツの磨き上げ。

【受入環境整備】
・観光案内所での多言語対応
・観光DXの促進（セミナー・補助金）
・Wi-Fiや二次交通の改善検討
・観光アプリ「スイスイ旅」による情報提供、クーポン配信による周遊促進

【情報発信・プロモーション】
・ポータルサイト運営（多言語対応）
・Instagram等SNS活用
・Googleビジネス登録支援
・JNTO認定観光案内所の利用促進
・外国人向けモデルルート造成

【その他】
・調査分析および戦略策定
・地域理解促進（ワークショップ等）
・持続可能な観光地づくり（SDGsガイドライン準拠）