



やまぐち あつし
代表取締役社長 山口 敦史 氏

“競争”ではなく“共創”で 地域全体の集客力UP

10

株式会社DMC天童温泉

Data

所在地：山形県天童市 設立：2017年
 資本金：4,000千円 従業員数：2人
 事業内容：着地型旅行商品造成、販売企画、人材育成、
 MICE・イパウンド受入事業、システム構築 他

ここがポイント！

- 地域全体の「面的」な付加価値向上を推進
- コンパクトな組織体制による迅速な意思決定

1. 企業概要

株式会社DMC天童温泉は、地域全体が“競争”ではなく“共創”することで活性化し、観光まちづくりが進む仕組みが必要であるという旅館経営者らの話合いのもと、同志を募って立ち上がった。旅館という「点」ではなく、天童温泉という「面」の魅力を高めるため、“TENDO DAYS”というブランドネームを銘打ち、webサイトやSNS等で地域の魅力が伝わるようなコンテンツを発信している。

2. 取組の背景

ニーズの変化に柔軟に対応

天童温泉は、全国的に見て比較的若い温泉地である。エリア内11軒の宿泊施設が、団体旅行全盛期のバブル期に大型化。近年は個人旅行需要への対応にシフトする中、山口氏は「今後は付加価値のある地域が旅行先に選ばれる時代になる。温泉がただあるだけでは、立ち行かなくなる」と、危機感を持っていた。



▲DMC天童温泉のメンバー

3. 取組の内容

地域全体の磨き上げで集客力UP

山口氏はまず、観光施設や交通関連事業者、調査機関、地域金融機関等、観光振興に関係する地域内外のステークホルダーを巻き込み、連携体制を構築した。そうすることで、単なる観光地のPRではなく、もう一步踏み込んだ誘客施策を講じることが可能とした。

各ステークホルダーと連携した施策の結果、食べ歩きができる屋台村の造成や、各旅館で使用するタオル等の消耗品の共同購入等、新たな収益源確保とコスト削減を地域一体となって取り組むことができるようになった。





▲タオルの共同購入

地元目線によるユニークな着地型旅行商品の造成

着地型旅行商品の成功例の一つが「ラ・フランス収穫ツアー」である。山形はラ・フランスの産地として有名だが、収穫後すぐには食べられずインターバルを置く必要があることから、観光商品としてなかなか取り入れられてこなかった。そこで、そのインターバルを逆に活用することを発案。まず、1度目の来訪で収穫・ビール作り体験をしてもらい、インターバルには参加者限定の動画を配信し、1か月後に食べ頃になったラ・フランスや完成したビールを楽しむというプランだ。こうすることで、自然と2度現地に来訪してもらえるようになり、弱みを強みに変える事に成功した。



◀ インターバル期間中に配信する動画

4. 工夫した点

あえて小さい組織体制で運営

DMC天童温泉の立ち上げ以前にも、NPO法人の立ち上げ経験がある山口氏。当時、さまざまな思いを持った関係者が多く所属し、合意形成に時間を要することがネックだったと振り返る。そこで、DMC天童温泉は、同じ目標を持った必要最小限の人数で組織し、自由な発想で、収益性のある事業をスピーディーに進めていくことを可能にしている。



▲山形特産のラ・フランス

5. 成果

域内連携体制の強化

スピード感を持って収益性のある事業に取り組んだ結果、創設当初から経営状況は黒字を維持できており、株主やステークホルダーからの信頼も厚い。協力者の輪も広がり、それが新たな施策のきっかけとなる好循環や相乗効果が生まれていると、山口氏は語る。

6. 今後の展望

ユニバーサルツーリズムの推進

天童温泉では、新たな客層を開拓するため、旅館のハード・ソフト両面からユニバーサルデザインを推進。施設改修や旅行介助士研修を行うなど、受入体制の整備を進めている。また、従前から課題視されていた2次交通については、周辺の観光スポットにアクセスするシャトルバスの運行実証を実施。シャトルバスの利用者数は着実に伸びており、今後はマネタイズし、持続可能な仕組み・体制作りに取り組んでいく。

選ばれる滞在型観光地になるために、取組の推進役としてのDMC天童温泉の活躍が期待される。

取組の関連情報はこちら

・ TENDO DAYS
<https://www.tendodays.com/>