

広域山形圏観光連携支援計画

I 必須記載事項

1 連携支援事業の目標

(1) 支援対象とする事業分野について

本計画においては、以下の同意基本計画に定める地域の特性を活用した事業分野を対象とする。

①山形県観光基本計画における「さくらんぼ、蔵王温泉、鳥海山、酒蔵・ワイナリー等の観光資源を活用した観光分野」

地域経済を活性化するため、地域を牽引している地域中核企業を創出し、その成長を支援することが有効である。

さて、東北におけるインバウンド誘致及び国内客は全国に比べて後れをとっている(図表1(観光庁「宿泊旅行統計」))。

国内全体:平成29年3月3日観光庁 宿泊旅行統計 都道府県別延べ宿泊者数
(平成28年1月～12月)

施設所在地	延べ宿泊者数	前年比
全国	494,184,440	-2.0%
北海道	34,475,770	+5.8%
青森県	4,628,690	-7.5%
岩手県	6,173,230	+0.3%
宮城県	10,013,210	-7.5%
秋田県	3,278,750	-5.2%
山形県	5,350,520	-10.4%
福島県	10,290,580	-10.3%

東北39,734,980人
全国比約8%

外国人:平成29年3月3日観光庁 宿泊旅行統計 都道府県別外国人延べ宿泊者数
(平成28年1月～12月)

施設所在地	延べ宿泊者数	前年比
全国	70,883,420	+8.0%
北海道	6,921,170	+22.7%
青森県	157,030	+31.9%
岩手県	128,310	+20.7%
宮城県	202,370	+6.2%
秋田県	62,810	+5.0%
山形県	88,360	+16.7%
福島県	79,720	+41.3%

東北718,600人
全国比約1%

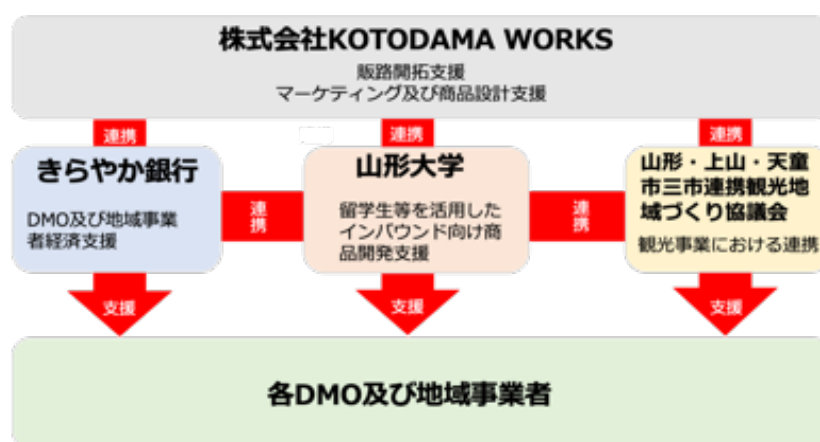
<図表1>東北の観光(延べ宿泊数)の状況

こうした背景から、各基本計画における観光分野の方向性に合わせ、近年設立ラッ

ユとなっているDMO及び各地方事業者に関連した地域経済牽引事業の造成を支援し、東北地域の観光資源をはじめ各地域事業者を支援対象とすることで、東北の観光振興を図ることを目的としている。

(2) 地域における支援体制について

各種支援機関の枠を超えたシームレスな連携を実施する必要があるため、本計画では、観光関連産業に係る事業化支援について、機能補完を相互に実現できる連携体制を構築し、DMO及び各地方事業者における販路を具体的に構築する支援を行うものとし、併せて、事業に必要な資本増強やシステム増強などについても支援を展開するものとする。切れ目のない支援体制を構築する。



<体制>

株式会社 KOTODAMA WORKS による支援体制を構築するため、支援事業を牽引するDMO及び各地方事業者に対して積極的に出資を含む経営参画を行い、地域で不足する「金融」「マーケティング」「販路形成」に関するノウハウを提供する。

(3) 地域の各地域経済牽引支援機関の役割について

連携支援事業を共同で実施する各地域経済牽引支援機関の役割と責任を明確化することによって、効果的に連携支援事業を実施する。

(4) 地域内で不足する支援機能の地域外からの補完について

地域内で不足する支援機能としては、海外への販路拡大に係る事業者とのマッチングコーディネート等であるが、これらについては以下のような補完を行う。

●インバウンド対策

- ・訪日客に対応した受入施設及び体勢構築と販路構築及びプロモーションプランの策定

●観光の広域展開

- ・地域中核企業創出・支援事業（グローバル・コーディネーター等）の活用。
- ・市町村域に依存しない顧客目線の商品造成のため必要な自治体との連携。

●一次交通二次交通対策

- ・東北運輸局と東北経済産業局における東北観光産業支援連携ボードと連携して一次交通と二次交通に係る各種事業を活用する。

(5) 想定する支援件数

地域経済牽引支援機関による支援として、地域経済牽引事業及びこれに係る事業者に対し次の目標件数とする。

具体的には、DMO等にとって新たな販路開拓支援の数、販売システム（各OTAサイト）への連結支援の数などを想定する。

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	合計
目標 件数	0	4	7	11

2 連携支援事業の内容及び実施時期

現在の東北地域における観光産業及びDMOにおける課題は、次のとおりである。

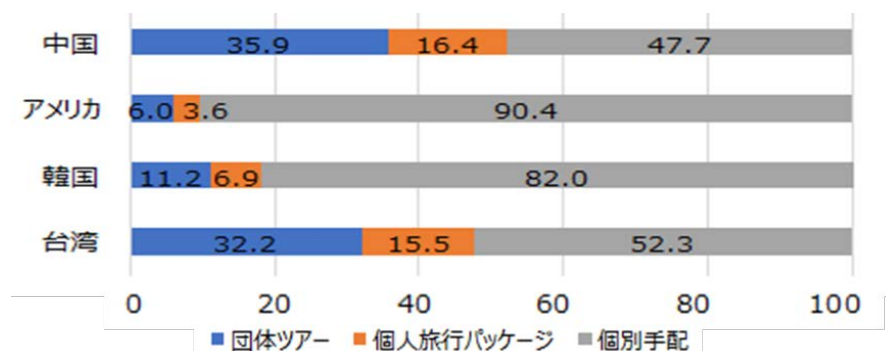
- ①各商材を基軸に最も高い消費単価(収益機会)が見込める戦略的対象市場の選定
- ②戦略的対象市場への効果的なマーケティング手法の確立
- ③マーケティングに直結した販路形成
- ④販路と連携したコンテンツ更新・販売管理プラットフォームの形成

現状、DMO及び各地方事業者は、国内旅行向けについては一部、高額パッケージ旅行商品や特別企画の旅行商品はしっかりと売上げを伸ばしているが、ボリュームゾーンの個人客に対応した商品と販路の確保が完成していない状況である。

また、地域の観光協会やDMOにおいては地方創生交付金を持つ行政と連携しているものの、地域コンテンツ創出とDMO機能の構築に多くの労力をかけているため、いずれも認知度向上を狙った「不特定多数に向けた情報発信」、「販路を伴わない販促」、「顧客需要とのズレ」となりがちで、魅力を認知した顧客が旅行手配行動に移行しにくい状況となっている。

ここで、個人客へ訴求する販路で正しいのかを確認する。

東北への旅行形態も全国と同様、個人手配がマジョリティとなっている(図表 2 (RESAS_経済産業省「観光予報プラットフォーム」))。



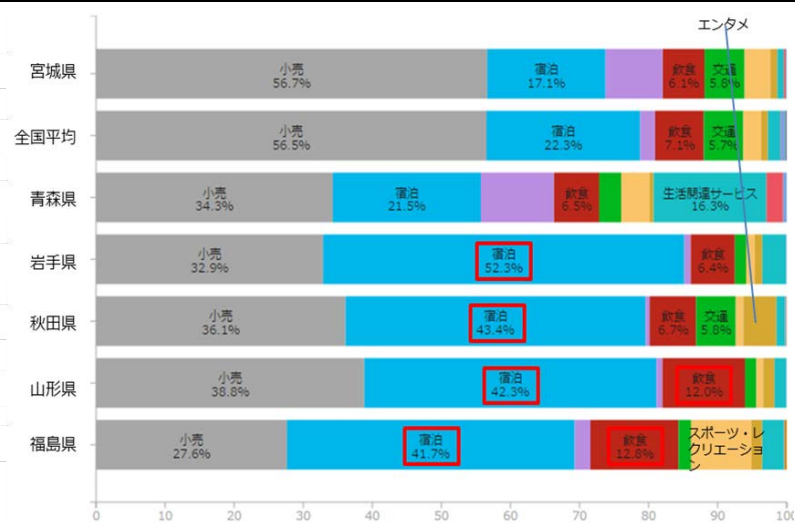
<図表 2> 今後は個人手配に対する事業支援が必要

また、連携支援計画における広域性も重要である。

旅客において例えば、特定の地域だけのコンテンツでは、商品ラインナップとしては魅力に欠けることも確かである。さらに旅客は、市町村域や県域を目指すというよりはコンテンツを目指してくるため、観光コンテンツを一つの周遊ストーリーとして商品造成することが重要である。

このことから、広域的にDMO及び各地方事業者を支援し、広域での商材造成を支援することで各DMO及び各地方事業者の利益最大化を図ることができると考える。

さて、東北地域における部門別消費額を確認すると、東北6県における外国人の消費額は宿泊費の割合が高い傾向がみられ、岩手・秋田・山形・福島が高くなっており、宿泊費以外でいかに稼ぐかが課題であることが理解できる。



<参考 (RESAS_経済産業省「観光予報プラットフォーム」)>

よって、個人客に向けた広域的な商材造成と宿泊以外における収益の確保を支援の方向性とすべきである。

【国内客とインバウンド、それぞれにおける支援の方向性】

今後の東北地域の最適市場に係る方向性としては、【インバウンド】に成長余力があると考えられる。

東北におけるインバウンド誘致は 2010 年に対して 2016 年の日本人と外国人を合わせた宿泊者数の比率が全国平均では 120%なのに対し、東北では 104%。外国人に限ると、全国平均が 257%なのに対し東北では 124%にとどまっている。

また国内旅行市場における観光入れ込み数は、震災影響による落ち込みが最も深刻であった福島も含め、東北全県が震災前実績を回復しているが、域内及び関東までの東日本地域内からの入れ込みに依存し過ぎている。

よって、インバウンドの促進が今後のDMO及び各地方事業者の販路確保の方向性と考える。

前述の<参考 (RESAS_経済産業省「観光予報プラットフォーム」)>からも観光客部門別消費額において宿泊と小売の比重が大きい。消費額に応じた分配であるが、観光においてもっとも重要なポイントとなる。観光時の衣食住の満足度が今後の観光のキーワードになると予測される。

年々進化と変化していく観光客の需要に新たな可能性が見えてくる。リピーター訪日客が増え都会だけでは味わけない「滞在しているだけがコンテンツ」として地方ならではの需要が今後大きなポイントになりうる。

支援の方向性としては、

外国客への訴求を前提とし、個人客(FITを含む)をターゲット層とする。

ここで、個人客に対しては、不特定多数における広報は資金力に依存するため、地域コンテンツを不特定多数に向けて発信するのではなく、特定少数に向けて紐づけした販路の構築支援を行うこととする。また、現存する施設に対しての受入準備を整備し、東北圏の滞在型観光を構築する。

具体的な支援としては次のとおり。

【コンテンツの強化・発信支援】

各地域コンテンツが行政単位での組成となっており、行政単位を横断したコンテンツのテーマ性や品質、対象市場（どのような顧客に最適か）等の要素整理が顧客は行えず、自らのニーズに即して東北全域から最適なコンテンツを選択できない。
→本事業を通じ、「地域コンテンツの統合化」や「ターゲティングされた広報」の実施支援を行い、売上げ向上支援を行う。

【経営基盤強化支援】

個々のDMO及び地域事業者は経営基盤がぜい弱で、コンテンツ情報から販路形成までの投資が賄いきれない。またビジネス観点でのマネタイズする知識が希薄なため、経営基盤強化が必要。
→本事業を通じ、「地域コンテンツの統合化」を実施し、各販路にアクセスするための資金力が必要な場合など、経営基盤強化に際し適に金融支援へ繋がる。十分な資本金がなければ借入れも難しいため、中長期の経営基盤強化の支援も行う。

【メディアの活用支援】

観光のコンテンツに係るPRの活用は重要である。付加価値拡大の源泉は、インバウンドを初めとした国内外からの交流人口の増加による消費単価の拡大にしかない。こういったことからマスメディアの機能を活用した支援も重要となる。

観光のイメージをより具体的に想起させ、誘因効果を図り、誘客促進に貢献していくメディア対策についても支援を実施するものである。

以上、このように、本計画では支援機関及び金融機関が連携することにより、事業化を強力に推進することとしており、上記の支援活動をそれぞれ実施することとする。

3 連携支援事業を実施する者の役割分担、相互の提携又は連絡に関する事項

(1) 連携支援事業を共同で実施する地域経済牽引支援機関の名称及び住所並びにその代表者の氏名並びに当該地域経済牽引支援機関の役割

	当該連携支援事業を実施する者の ①名称、②住所、③代表者名	④ 当該連携支援事業における役割
1	① 株式会社 KOTODAMA WORKS ② 東京都大田区北千束 2-7-2 ③ 代表取締役 小川恵介	当該連携支援事業の代表者 ・ DMO及び地方事業者における自立化収益事業に向けた販路確保支援 ・ DMO及び地方事業者の販路開拓支援
2	① 山形大学 ② 山形県山形市小白川町 1 丁目 4 番 12 号 ③ 学長 小山清人	・ 在学留学生を観光資源や観光関連事業者に派遣し、外国人目線での改善点の洗い出しを支援する ・ 在学留学生をDMO及び地方事業者に派遣し、外国人の旅行手配手法やテーマ選びのポイント等に関する提言を行う
3	① 株式会社きらやか銀行 ② 山形県山形市旅籠町 3 丁目 2 番 3 号 ③ 代表取締役頭取 栗野学	・ DMO及び地方事業者が観光資源開発・改善や交通インフラ整備等で民間資本による投資活動を検討する際の資金スキームや投資計画立案を支援 ・ DMO及び地方事業者が自走化後に発生する資金需要に対する金融支援(融資・増資支援)
4	① 山形・上山・天童市三市連携観光地域づくり推進協議会 ② 山形県山形市旅籠町 2 丁目 3 番 25 号 ③ 会長 佐藤孝弘(山形市長)	・ DMOが立案する地域観光振興戦略や施策を地域観光関連事業者が積極的に取り入れるための合意形成支援

(2) 連携支援事業を共同で実施する地域経済牽引支援機関の相互の提携又は連絡に関する事項

(1) 連携支援事業の内容

本連携支援事業は、各基本計画に係る観光産業振興に繋がる地域経済牽引事業を対象に、商材開発・事業化・販路拡大・経営基盤向上などに係るプロジェクトの実施について、地域経済牽引支援機関が支援基盤の強化を図りつつ連携し支援するものである。

【ステップ1】

DMO及び地方事業者における課題等が生じた場合には、全ての機関において対応するとともに、一旦、KOTODAMA WORKS 社に集約して次の対応を検討する。

【ステップ2】

ステップ1で連絡を受付けた内容に応じてそれぞれの機関に展開する。他方、KOTODAMAWORKS 社から内容に応じてメンターを派遣・伴走することで、それぞれの機関での対応についてシームレスな情報共有を行う。

【ステップ3】

ステップ2においても課題解決できない場合は、全ての地域経済牽引支援機関と、必要に応じて外部の機関との情報交換も実施し、課題解決の方策を探るとともに、DMO及び地方事業者は自治体との関係も深いため、自治体や国とも連携して解決に努める。

また、毎月1回・定期的にメンバー間で密接に情報交換を行い、プロジェクトの推進管理などを実施していく。

今後の連携支援における戦略の方向性に沿ったデータと事業者の活動に裏打ちされた事業実施を支援することで、観光産業の活性化を目指すものである。

(2) 実施期間

本計画承認の日から基本計画の終期である令和2年度末までとする。

II 任意記載事項

1 補助金等交付財産の活用に関する事項

--

(備考)

- 1 記名押印については、氏名を自署とする場合、押印を省略することができる。
- 2 用紙の大きさは、日本産業規格A4とする。