

平成29年10月4日

環境経済委員会

観光・シティプロモーション課

(仮称) 浜松・浜名湖DMO設立準備会議の最終まとめについて

(仮称)浜松・浜名湖DMO設立準備会議 最終まとめ

**～観光地域づくりによる地域が観光で稼ぐ力の強化と
住民の地域に対する愛着と誇りの醸成に向けて～**

平成29年9月

(仮称) 浜松・浜名湖DMO設立準備会議

目 次

1	DMO設立の背景と準備会議の役割	1
2	(仮称) 浜松・浜名湖DMOの概要	3
3	(仮称) 浜松・浜名湖DMOの設立・形成	14

<資料編>


(1)	(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議幹事会設置要綱	16
(2)	(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 委員名簿	19
(3)	(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 検討経過	21
(4)	浜松市観光地域づくりのあり方検討会議 最終まとめ【概要版】	22

1 DMO設立の背景と準備会議の役割

(1) DMO設立の背景


<総論、全国>

- 人口減少、内需縮小
- 旅行形態の変化（団体から個人、モノからコト⇒発地型観光から着地型観光）
- 観光産業の基幹産業化、観光で地域が稼ぐ力の強化

- 
- 平成 28 年 3 月「明日の日本を支える観光ビジョン」
⇒観光産業を革新し、国際競争力を高め我が国の基幹産業に
新たな目標：訪日外国人旅行者数 2020 年 4,000 万人 2030 年 6,000 万人
 - 平成 28 年 6 月「日本再興戦略 2016」
⇒観光産業を我が国の基幹産業に
地域観光経営（DMO）の推進
 - 平成 29 年 2 月「観光立国推進基本計画」
⇒観光は我が国の成長戦略の柱、地方再生への切り札であるという認識の下、
「観光先進国・日本」への飛躍を図る
 - 平成 29 年 6 月「未来投資戦略 2017」
⇒2020 年までに世界水準 DMO を全国で 100 組織形成

<浜松・浜名湖地域>

- 観光関連産業の主要産業化（観光による地域経済の活性化）
- 観光地域づくりの推進体制強化、民間の関与拡大
- 外郭団体（浜松観光コンベンションビューロー）の改革、重複する取組の整理

- 
- 平成 28 年度に有識者等で構成する「浜松市観光地域づくりのあり方検討会議」を設置し、今後の観光地域づくりの方向性をとりまとめた
 - ◇目指す方向性：経済的視点、社会的視点
 - ◇重点分野：ブランド確立、MICE、インバウンド、ものづくり・音楽文化×観光
 - ◇観光地経営の舵取り役となる DMO を H30 年度に設立
 - ・ 設立する DMO の最大のミッションは観光で地域が稼ぐ力の強化
 - ・ スピード感を持って DMO を設立（機能強化、持続的な財源確保は段階的に実施）
 - ・ 重複する取組や機能を DMO に集約
 - ・ 浜松市、湖西市をマネジメント区域とする地域連携 DMO の設立

(2) 準備会議の役割

◆ 設置の趣旨

(仮称) 浜松・浜名湖 DMO の設立に向けた検討を行うため、(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議を設置し、以下の事項について検討を行う。

- DMO の役割・機能に関すること
- DMO の推進体制や専門人材に関すること
- DMO の事業計画や財源に関すること
- その他必要と認めること

2 (仮称) 浜松・浜名湖DMOの概要

(1) ミッション

◆ 経済的視点

観光関連産業の主要産業化【地域が稼ぐ力の強化】

ものづくりのまちとして発展してきた当地域において、人口減少や内需縮小等の環境変化に対応し、持続的発展をとげるため、“ものづくり”や“音楽文化”など当地域の特長を最大限に活かしつつ、“浜名湖”を中心とした観光資源を世界レベルに磨き上げ、地域全体で観光関連産業の主要産業化を目指す。

◆ 社会的視点

クオリティ・オブ・ライフの向上【住民満足度向上】

住民との協働による観光地域づくりや住民の観光客との関わりにより住民が地域に愛着や誇りを持ち、地域を自ら紹介・発信していくという好循環を形成する。また、当地域の自然豊かな環境等を活かした余暇の充実や当地域ならではの週末の過ごし方の提案等を通じ、住民のクオリティ・オブ・ライフの向上を目指す。

(2) 重点分野

◆ ブランド確立

“浜名湖”を中心とした観光資源や花・食・物産等の資源を世界レベルのブランドとして磨きあげ、目的地としての認知度向上や消費拡大を図るとともに、ブランド確立により住民の地域への愛着や誇りを醸成する。

◆ M I C E

交通アクセスの良さや駅に隣接した複合コンベンション施設、経済的なホテルの立地など当地域の優位性を生かし積極的にM I C Eを推進することで地域経済の活性化を図る。

◆ インバウンド

人口減少や国内市場の縮小が進むなか、海外の活力を取り込み持続的に地域経済を発展させるため、当地域の地域資源を活かし、戦略的にインバウンドを推進する。

◆ 「ものづくり」「音楽文化」×観光

「ものづくり」や「音楽文化」など既に世界レベルの資源と観光を融合し、交流人口の拡大を図る。

(3) 機能

- 本地域の観光振興やブランド確立の中核を担う組織
- 観光地域づくりのプラットフォーム（異業種の連携促進）
- マーケティングに基づくマネジメント

(4) 設立時期、設立方法等

◆ 設立時期

平成 30 年 4 月 1 日（予定）

◆ 設立方法

（公財）浜松観光コンベンションビューローを改組し、（仮称）浜松・浜名湖 DMO を設立。

◆ 法人形態

公益財団法人

※経済的視点と社会的視点の両視点を持ち活動するとともに、対外的に本地域の中核組織としての信頼性を確保するため、現在の（公財）浜松観光コンベンションビューローの公益財団法人の形態を継承

◆ マネジメント区域、DMO の種別

浜松市、湖西市をマネジメント区域とする地域連携 DMO

◆ 名称

（仮称）浜松・浜名湖 DMO

(5) ブランド・コンセプト

「海の湖」～浜名湖からはじまる新たな物語～

※浜名湖観光圏のブランド・コンセプトを継承するとともに、都市として世界レベルの「ものづくり」や「音楽文化」と観光を融合し、更なる誘客を図る

(6) 事業

① DMO の形成に向けた 5 か年の位置づけ

1) ファーストステージ（3 年間）：DMO としての基盤確立

- マーケティングに基づく戦略策定
- KPI に基づく PDCA サイクルの運用モデルの確立
- 観光地域づくりのプラットフォーム確立（浜名湖観光圏からの継承）
- 収益モデルの構築や民間事業者等との事業連携

2) セカンドステージ（2 年間）：基盤を活かした事業展開

- DMO を中核とした観光地域づくりの地域への浸透
- 民間との協業拡大や連携分野の拡大

②事業計画（概要）

事業名	平成29年度					平成30年度					平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度				
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月					7月	8月	9月	10月
① マーケティングに基づく戦略策定、マネジメント体制の構築（重点①）	観光分野のデータ収集、分析【新規】	観光統計（宿泊等）の実施 ビッグデータ等の活用検討					観光統計（宿泊等）の実施・分析 アンケートや動態調査等の実施・分析、効果的な調査の検討					アンケートや動態調査等の実施・分析						
	データ分析に基づく戦略策定【新規】	他の地域の事例等収集					データ分析に基づく戦略策定・ブランド戦略・プロモーション戦略等					データ分析に基づき必要に応じ随時戦略の修正						
	KPIに基づくPDCAサイクルの運用【新規】						KPIに基づくPDCAサイクルの運用					KPIに基づくPDCAサイクルの運用						
	ブランド確立【強化】						ブランド戦略策定（改訂）					ブランド確立（対象範囲を段階的に拡大：食や土産品等）						
② 収益モデル構築・民間事業者との事業連携（重点②）	収益事業の実施【新規】	収益事業の一部実施					収益事業の実施に向けた調整					収益事業の実施（段階的に拡大）						
	観光分野の投資促進、マッチング【新規】	他の地域の事例等収集					セミナー開催等調整					観光分野の投資促進、マッチング（段階的に拡大）						
	民間事業者との協業【新規】	協業内容の検討、民間事業者との調整					民間事業者からの提案受付（随時）					民間事業者との協業（段階的に拡大）						
	浜名湖観光圏のプラットフォーム運営【強化】	プラットフォーム運営（観光圏はH30年度で終了）																
③ 体制確立（重点③）	ポスト観光圏のプラットフォーム確立に向けた調整【新規】	プラットフォーム確立に向けた調整										ポスト観光圏のプラットフォーム運用（段階的に機能強化）						

事業名	平成29年度					平成30年度					平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度				
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月					7月	8月	9月	10月
④ 観光誘客事業	国内観光【見直し・強化】	国内誘客の推進（既存事業の継続） パンフレットやマップ作成の一式調整					国内誘客の推進（既存事業の継続） 戦略に基づく国内誘客の推進（デジタルプロモーションの強化等段階的に機能強化）											
	国際観光【見直し・強化】	海外誘客の推進（既存事業の継続） インパウンドのランドオペレート、必要機材の調整					海外誘客の推進（既存事業の継続） 戦略に基づく海外誘客の推進（デジタルプロモーションの強化等段階的に機能強化）											
⑤ 地域の魅力創造事業	DC（西部部会）推進事業【新規・臨時】	事務局（市観光・CP課）との連携					DC西部部会の運営（事務局）											
	滞在プログラムの造成【強化】	滞在プログラムの造成					滞在プログラムの造成（段階的に拡大、随時プログラムの改善）											
	受入環境整備に向けたセミナー開催や支援【強化】	強化に向けた取組検討					受入環境整備に向けたセミナー開催や支援（段階的に強化）											
⑥ MICE推進事業	浜松まつり等の事務局運営【継続】	浜松まつり等の事務局運営																
	MICE誘致【継続】	MICE誘致																
	MICE主催者への支援【継続】	MICE主催者への支援																
	MICEに関する情報収集・分析【継続】	MICEに関する情報収集・分析																

事業名	平成29年度					平成30年度					平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度				
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月					7月	8月	9月	10月
⑦ 営繕事業	観光インフォの管理運営【継続】	観光インフォの管理運営					観光インフォの管理運営											
	理事会、評議員会【継続】	理事会、評議員会運営					理事会、評議員会運営											
⑧ 法人運営事業	会員サービス【見直し】	新たな会員サービスの検討					新たな会員サービスの運用（段階的に機能強化）											

③初年度（平成 30 年度）の事業概要

◆ 平成 30 年度事業のポイント

平成 30 年度は、DMO 形成に向けた 5 年間のロードマップのスタートを切る年であることから、DMO としての基盤を確立するための事業に重点的に取り組む。

はじめに、専門人材を外部から登用し、各種データの収集・分析に基づきプロモーション戦略や事業戦略を策定する。

また、KPI に基づく PDCA の運用を開始するとともに、マーケティング結果等を事業の改善や新規事業の実施に繋げていくマネジメント体制を確立する。

さらに、浜名湖観光圏事業が、平成 30 年度で終期を迎えることから、ポスト浜名湖観光圏のプラットフォームを確立する。

DMO として地域が観光で稼ぐ力を強化するため、マーケティング結果や各種戦略を民間事業者と共有し、観光分野への投資促進やマッチングを行っていく。

DMO 自身が自走していくには、DMO としての収益モデルの構築も不可欠であることから、民間企業等と積極的に連携し、当地域の特徴を活かした収益モデルの構築にも注力していく。

◆ 平成 30 年度の事業

1) マーケティングに基づく戦略策定、マネジメント体制の確立【重点①】

- 観光分野のデータ収集、分析【新規】
- データ分析に基づく戦略策定【新規】
- KPI に基づく PDCA サイクルの運用【新規】
- ブランド確立【強化】

2) 収益モデル構築・民間事業者との事業連携【重点②】

- 収益事業の実施【新規】 ※実施に向けた調整含む
- 観光分野への投資促進、マッチング【新規】
- 民間事業者との協業【新規】

3) 観光地域づくりの体制確立【重点③】

- 浜名湖観光圏のプラットフォーム運営【強化】
- ポスト浜名湖観光圏のプラットフォーム確立に向けた調整【新規】

4) 観光誘客事業 ※デジタルプロモーションの強化

- 国内観光【見直し・強化】
(一元化：誘客プロモーションやパンフレット作成等)
- 国際観光【見直し・強化】
(海外諸都市との連携や広域連携、トップセールス等は主に行政が担当)
- DC (西部部会) 推進事業【新規・臨時】

5) 地域の魅力創造事業

- 滞在プログラムの造成【強化】
- 受入れ環境整備に向けたセミナー開催や支援【強化】

- 浜松まつり等の事務局運営【継続】

6) MICE 推進事業

- MICE 誘致【継続】
- MICE 主催者への支援【継続】
- MICE に関する情報収集・分析【継続】

7) 公共施設管理運営事業

- 浜松市観光インフォメーションセンターの管理運営【継続】

8) 法人運営事業

- 理事会、評議員会【継続】
- 会員サービス【見直し】

(7) 財源

①収益事業等による事業収入

DMO 移行後は、地域が観光で稼ぐ力の強化や DMO の財政的な自立等への寄与を目的とし、既存事業の拡充に加え新たな収益事業にも取り組んでいく。

<DMO 移行後の収益の見込み>

下表は、現在の事業の延長線上で想定している見込み額。今後、専門人材の登用や民間事業者からの提案を受けるなかで、DMO の機能を最大限に活かし、新たな視点も積極的に取り込み、収益額の拡大を目指す。(単位：千円)

項目/年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度
観光振興 (滞在型や視察手配、ランオペ)	325	640	1,030	1,465	2,000
MICE	0	0	1,000	1,500	2,000
バックやパンフ等販売	150	250	300	350	400
広告掲載	200	300	400	500	600
合計	675	1,190	2,730	3,815	5,000

※H28 年度のビューローの収益額は 241 千円

<収益事業の例示>

No.	重点	検討の時間軸	事業
1	◎	現在も実施	滞在型旅行商品販売事業(特に「海の湖」を体感できる商品)
2	◎	2 年以内での実施を想定	インバウンド向けランドオペレーター事業
3	◎	3 年以内での実施を想定	インバウンド向け音楽交流等受入事業
4		1~2 年で検討	インバウンド向け各種対応支援事業
5		現在も実施	広告宣伝事業
6		来年度からの実施を想定	各種手配、視察対応事業

No.	重点	検討の時間軸	事業
7		1～2年で検討	観光人材育成・マッチングセミナー事業
8		1～2年で検討	ライセンス管理、オフィシャルグッズ等販売事業
9		3～5年で検討	地域産品のブランド化、販売事業
10		3～5年で検討	指定管理事業(公物管理)

※上表の事業について今後個別に検討し、実施する収益事業を選定する

②会費や広告料、分担金

賛助会員による会費収入に加え、会員サービスの向上を図るなかで、商談会への出展料の負担や情報発信の一元化等による魅力的な広告機会の提供、各事業者が使用する観光パンフレット等で一定部数を超えるものは有料とするなど受益者負担の考えも導入していく。

③公的事業の受託

(公財) 浜松観光コンベンションビューローは、これまで当地域の観光振興の中核的な役割を担い、市の観光やコンベンションに係る業務を受託してきた。

(仮称) 浜松・浜名湖 DMO は、経済的視点と社会的視点の両視点により公益事業と収益事業に取り組んでいく。このうち、公益性の高い事業については、観光地経営の舵取り役として引き続き行政から事業を受託していくこととするが、マーケティングに基づく戦略を策定し、KPI に基づく PDCA の運用を確立した後は、現在の委託から負担金へと変更し、DMO の自主性や自律性を高めるとともに、公的な領域においても民間との協業や受益者負担の考えの導入により民間資金の活用を積極的に進めていく。

④国等の補助金等の活用

各分野の補助金や助成金等を積極的に活用し、浜名湖観光圏のプラットフォームをより発展させ、官民や異業種の連携のもと、魅力ある観光地域づくりを牽引する DMO を形成するとともに、個別の事業においても確実に事業を推進していく。

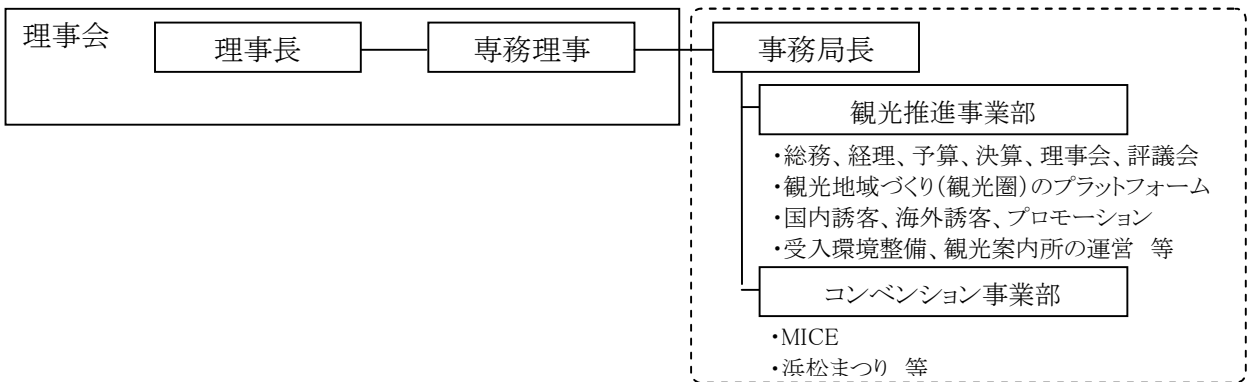
(8) 組織体制等

① 組織体制

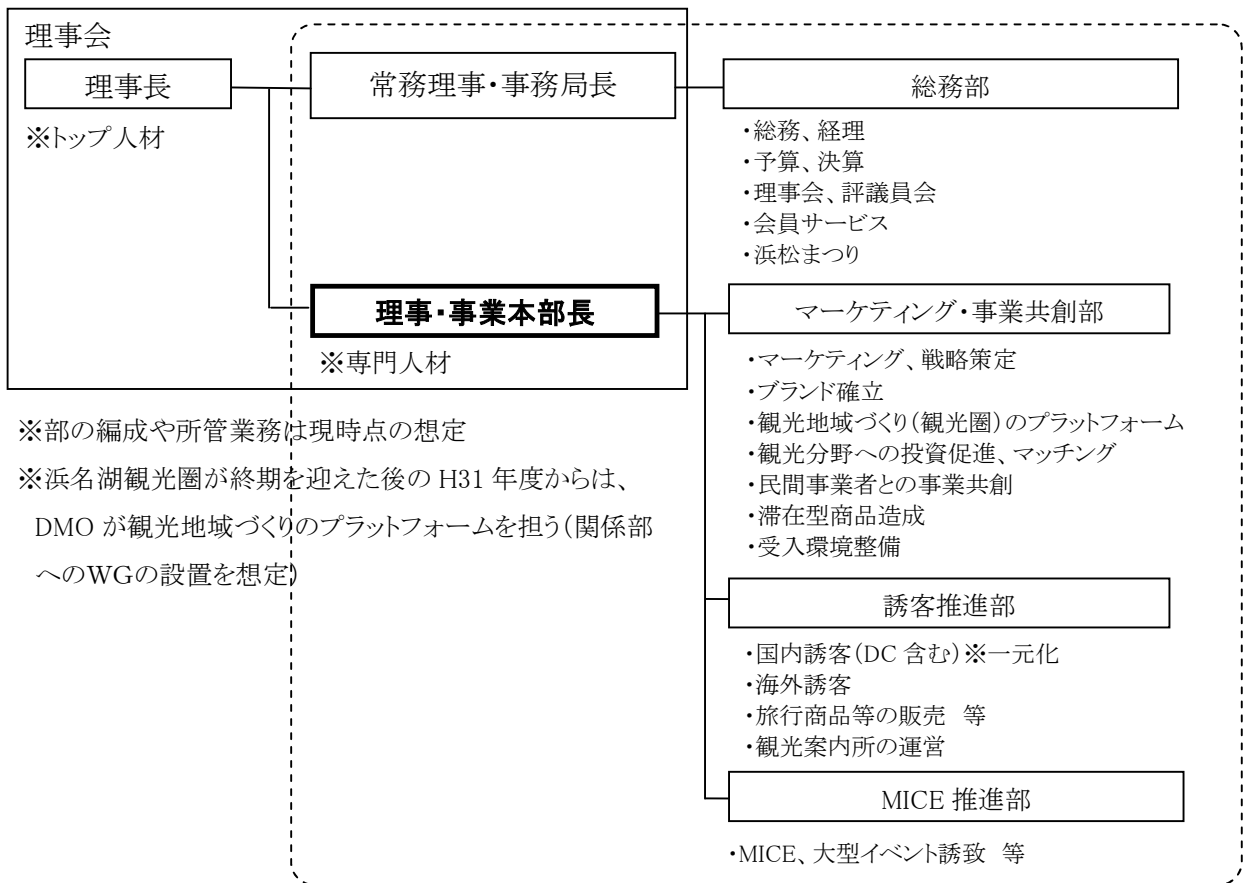
【DMO の組織体制構築のポイント】

- 官民が協同で DMO の体制を構築（民間の関与拡大）
- 専門人材の効果的な登用
- 浜名湖観光圏のプラットフォーム機能の継承
- 関係機関との積極的な連携関係の構築

<現状> ※（公財）浜松観光コンベンションビューロー



<DMO 移行後>



② 専門人材の配置

■ DMOの主な機能とトップ人材・専門人材の役割

<DMOの主な機能>

- 1) マーケティング(データの収集、分析)
- 2) マーケティングに基づく戦略策定、事業の実施
- 3) マネジメント、プラットフォーム(観光地域づくりにおける多様な関係者の合意形成)

<トップ人材・専門人材の役割>

役職	常勤・非常勤	担う主な役割
理事長【トップ人材】	非常勤	3)※地域や経済界に信頼が厚い人物
理事・事業本部長【専門人材】	非常勤/常勤	1)2)※戦略的事業展開の司令塔

※専門人材に求めるスキル:マーケティングに基づきプロモーションや事業の戦略を「立案」「実行」できる能力と併せ、新規事業の立ち上げやマネジメントの能力に秀でている人材

■ 専門人材の選定スケジュールについて

11月	12月	1月	2月	3月	4月
募集開始 書類選考、 1次面接	最終面接、 内定通知		内定承諾 アドバイザー契約		着任

※9月までの設立準備会議における議論や来年度に向けた準備段階において専門的な立場からの助言を得て効果的かつ効率的に議論や準備を進めるため、DMOの専門人材が決まるまでの間、マーケティングの専門家をアドバイザーに置く

③DMOにおける会員制度について

1) 会員サービスの向上

マーケティング結果やマーケティングに基づく戦略など会員の事業展開の役に立つ質の高い情報の提供や顧客目線による魅力的なセミナーや商談会等の機会を提供するなど会員サービスを向上する。

また、会員サービスの向上を図るなかで、商談会への出展料の負担や各事業者が使用する観光パンフレット等で一定部数を超えるものは有料とするなど受益者負担の考えも導入していく。

2) 事業者等との新たな関係構築

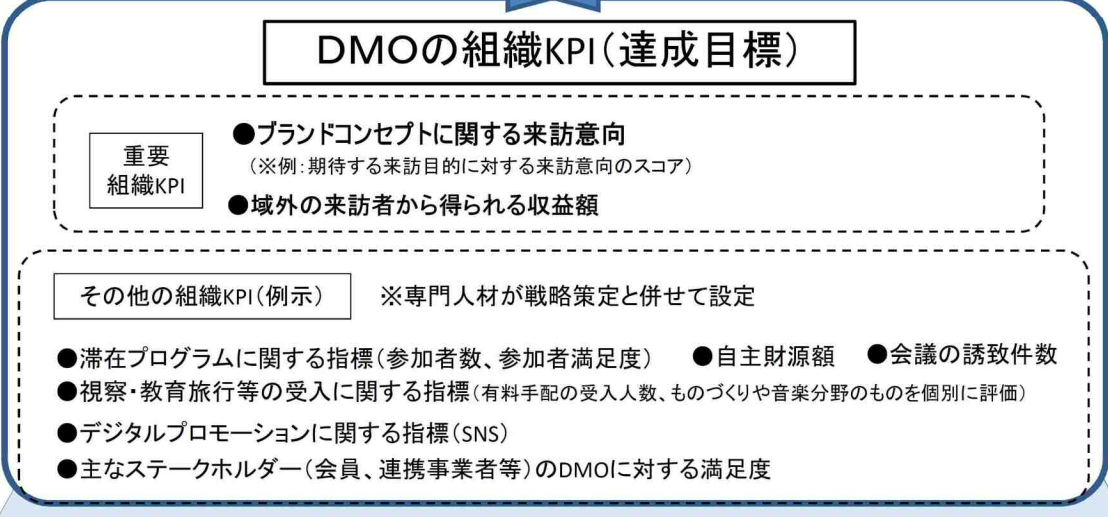
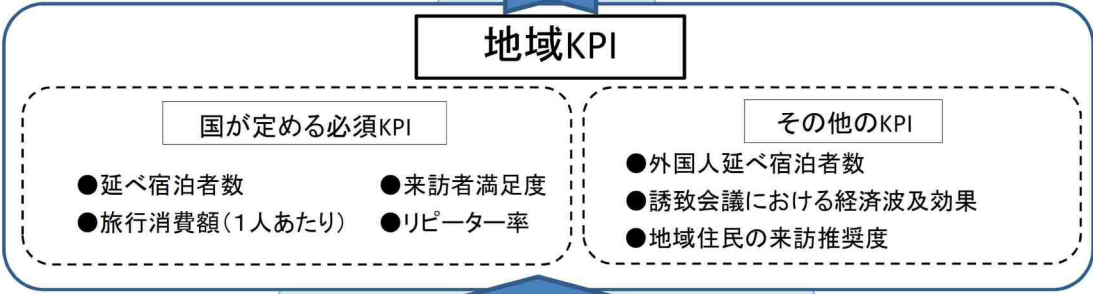
民間事業者や教育機関等と積極的に連携協定を締結し、互いの機能を補完することでより魅力的な事業展開を図る。

また、民間事業者等との協業により収益事業に取り組み、DMOの財政的な自立を高めるだけでなく、地域が観光で稼ぐ力の強化に貢献する。

(9) KGI/KPI と収集データ

地域KGI/KPIとDMOの組織KPI

- 浜松・浜名湖DMOのミッション
 経済的視点：地域が観光で稼ぐ力の強化
 社会的視点：観光による地域への愛着や誇りの向上
- ブランドコンセプト
 「海の湖」
- 重点分野
 ○ブランド確立 ○インバウンド ○MICE ○「ものづくり」「音楽文化」×「観光」
- 観光による消費を拡大する要素
 ○来訪者数 ○滞在時間 ○消費額



■ 地域 KGI / KPI

項目	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
	実績	目標	目標	目標	目標	目標	目標
大型イベント等	大河ドラマ	大河ドラマ	プレ DC (販促会議)	DC ラグビー WC	オリ・パラ 浜松城築城 450 年 アFTER DC フラワーパーク 50 周年		
地域 KGI	観光消費額 *注1	—	—				
地域 KGI	観光による地域への愛着や誇りに関する指標*注1	—	—				
必須 KPI	延べ宿泊者数(日本人+外国人) *注2	2,524,419 人	2,700,000 人	2,500,000 人	2,550,000 人	2,600,000 人	2,650,000 人
必須 KPI	旅行消費額(1人あたり) *注3	26,644 円	34,500 円	35,500 円	円	円	円
必須 KPI	来訪者満足度 *注3	90.3%	88.5%	89.0%	%	%	%
必須 KPI	リピーター率 *注3	75.1%	77.0%	80.0%	%	%	%
その他 KPI	外国人延べ宿泊者数 *注2	341,664 人	350,000 人	360,000 人	370,000 人	380,000 人	390,000 人
その他 KPI	誘致会議における経済波及効果*注4	約 83 億円 (国内 105 件/国際 7 件)	100 億円 (国内 106 件/国際 8 件)	100 億円 (国内 107 件/国際 8 件)	100 億円 (国内 108 件/国際 9 件)	100 億円 (国内 109 件/国際 9 件)	100 億円 (国内 110 件/国際 10 件)
その他 KPI	地域住民による来訪推奨度*注1	—	—				

※必須 KPI：観光庁の日本版 DMO の候補法人登録で、設定が義務付けられている KPI

注1：現在、収集していないデータであるため、H30 年度に収集後、現状を把握したうえで目標を設定

注2：H28 年度の実績を基に今後の目標値を設定。DMO のマネジメント区域の浜松市と湖西市の数値を足した数値。

注3：浜名湖観光圏整備計画に位置付けられている主たる滞在促進地区（館山寺）の目標値（浜名湖観光圏は H30 年度に終期を迎える）。館山寺以外の地域の調査や DMO のマネジメント区域における KPI をどのように設定するか等、専門人材配置後、調査会社等からのアドバイスも参考に設定

注4：現在ビューローの中期計画に H30 年度までの目標が設定されている。まだ未達成のため引き続き 100 億円を目標として設定

■ DMO の組織 KPI

項目	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
	実績	目標	目標	目標	目標	目標	目標
ブランドコンセプトに関する来訪意向 *注1	—	—					
域外の来訪者から得られる収益額 *注1	—	—					

※上記以外の組織 KPI は、地域 KGI / KPI を達成するため専門人材が戦略策定と併せて設定

<その他の組織 KPI の例示>

●滞在プログラムに関する指標（参加者数、参加者満足度） ●自主財源額 ●視察・教育旅行等の受入に関する指標（有料手配の受入人数、ものづくりや音楽分野のものを個別に評価）

●会議の誘致件数 ●デジタルプロモーションに関する指標（SNS） ●主なステークホルダー（会員、事業連携者等）の DMO に対する満足度

注1：現在、収集していないデータであるため、H30 年度に収集後、現状を把握したうえで目標を設定

◆ 収集データ

地域 KGI / KPI、組織 KPI の検証に活用するデータ

No.	KGI / KPI	データ	実施	実施主体等	方法
1	地域 KGI	観光消費額	無	浜松市、湖西市	観光統計やアンケート調査
2	地域 KGI	観光による地域への愛着や誇り	無	浜松市、湖西市	市民アンケート等
3	必須 KPI	延べ宿泊客数	有	浜松市、湖西市	市内宿泊施設への調査
4	必須 KPI	旅行消費額(1人当たり)	有	観光圏/DMO	アンケート調査
5	必須 KPI	来訪者満足度	有	観光圏/DMO	アンケート調査
6	必須 KPI	リピーター率	有	観光圏/DMO	アンケート調査
7	その他 KPI	誘致会議のデータ	有	DMO	誘致会議の情報収集
8	その他 KPI	地域住民の来訪推奨度	無	浜松市、湖西市	市民アンケート等
9	組織 KPI	ブランドコンセプトに関する来訪意向	無	DMO	アンケート調査
10	組織 KPI	収益事業等による収益	無	DMO	各収益事業等の収益積算
11	組織 KPI	滞在プログラムへの参加者数	無	DMO	プログラムへの参加者数の記録
12	組織 KPI	視察・教育旅行受入人数(有料手配)	無	DMO	受入人数の記録
13	組織 KPI	SNS データ(ツイッター等)	無	DMO	ビッグデータの活用
14	組織 KPI	観光 HP の閲覧傾向	有	DMO	HP への流入情報等
15	組織 KPI	フェイスブック(FB)のファン数	有	DMO	FB のファン数カウント

■ その他マーケティング等で活用できるデータ

No.	データ	実施	実施主体	方法
1	浜松フラワーパークへのインバウンド(団体)の予約申込状況と地域毎のツアーコース等	有	はままつフラワーパーク	予約を受けた際に記録 ツアー関係者へのヒアリング
2	観光動態分析(インバウンド向け) ※利用空港、周遊状況等	無	DMO	ビックデータの活用
3	観光案内所の来客数及び問合せ内容	有	DMO	問合せ内容の整理

(10) 誘客ターゲット

第2期の観光圏として平成26年度に策定した「浜名湖観光圏整備計画」が平成30年度に終期を迎えることから、実態調査やマーケティングに基づき、平成30年度にブランド戦略やプロモーション戦略を策定する。その中で、誘客ターゲット等を設定する。

3 (仮称) 浜松・浜名湖DMOの設立・形成

(1) 設立に向けて

◆ DMO設立準備室の設置

最終まとめに基づき平成30年4月に(仮称)浜松・浜名湖DMOを設立するため、(公財)浜松観光コンベンションビューロー内にDMO設立準備室を設置し、主に以下の準備業務を進める。

- 専門人材の募集・選定
- DMO設立に向けた定款等の改訂
- 地域の観光事業者等に対するDMOのセミナー開催
- DMOと各種機関・団体との連携協定締結に向けた調整
- 収益事業の実施に向けた調整
- 国内誘客の一元化に向けた調整(パンフレットやマップ等の整理)
- アンケートや動態調査等の効果的な実施方法の検討等

◆ 専門人材の募集・選定

(仮称)浜松・浜名湖DMOを設立する平成30年4月の着任を目指し、専門人材の募集・選定を行う。今年度、専門人材の内定承諾を得た時点で、アドバイザー契約を結び、来年度事業に向けた調整を行う。

(2) 形成に向けて

設立したDMOを5年間で確実に形成していくため、最初の3年間でDMOとしての基盤を確立し、残りの2年間で基盤を活かした事業展開を行う。

また、DMOの形成にあたっては、これまで構築した浜名湖観光圏のプラットフォームを発展させ、全国のモデルとなるDMOを目指す。

<資料編>

(1)	(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議幹事会設置要綱	16
(2)	(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 委員名簿	19
(3)	(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 検討経過	21
(4)	浜松市観光地域づくりのあり方検討会議 最終まとめ【概要版】	22

(1) (仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議幹事会設置要綱

(設置)

第1条 (仮称) 浜松・浜名湖 DMO の設立に向けた検討を行うため、(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議幹事会 (以下、「幹事会」という。) を設置する。

(所掌事務)

第2条 幹事会は、(仮称) 浜松・浜名湖 DMO の次に掲げる事項について検討を行う。

- (1) 役割・機能に関すること。
- (2) 推進体制や専門人材等の選定に関すること。
- (3) 事業計画や収支計画に関すること。
- (4) その他必要と認める事項。

(組織等)

第3条 幹事会は、別表に掲げる委員をもって組織する。

- 2 座長は、浜松市産業部観光・ブランド振興担当部長をもって充てる。
- 3 座長は、会務を総理し、幹事会を代表する。
- 4 座長に事故がある時は、座長が指名する委員がその職務を代理する。
- 5 委員は、幹事会の会議に出席できないときは代理者を会議に出席させることができる。
- 6 委員の任期は、本要綱の施行日から平成30年3月31日までとする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 7 座長が必要と認める場合、委員を追加することができる。

(会議)

第4条 幹事会の会議は、座長が招集する。

- 2 座長は、委員の過半数の出席で、会議を開催することができる。
- 3 幹事会に、アドバイザーを置くことができる。
- 4 幹事会に、オブザーバーを置くことができる。
- 5 座長は、幹事会の会議において必要と認めたときは、委員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(謝礼等)

第5条 アドバイザーの幹事会への参加について、予算の範囲内において、謝礼及び交通費相当を支払うことができる。

(ワーキンググループ)

第6条 幹事会は、ワーキンググループを置く。

2 ワーキンググループは、幹事会の各構成団体が指名する者で構成する。

3 ワーキンググループは、幹事会において第2条に掲げる事項を効率的に議論するため、関係団体や専門家へのヒアリングや先行事例の検証等を通じ、幹事会における議論のたたき台の作成等を行う。

4 ワーキンググループに主査を置き、主査は浜松市産業部観光・シティプロモーション課海外戦略担当課長をもって充てる。

5 主査は、ワーキンググループを総括する。

6 主査に事故がある時は、主査が指名するグループ員がその職務を代理する。

7 グループ員は、ワーキンググループの会議に出席できないときは代理者を会議に出席させることができる。

8 グループ員の任期は、本要綱の施行日から平成30年3月31日までとする。ただし、補欠のグループ員の任期は、前任者の残任期間とする。

9 主査は、ワーキンググループにおいて必要と認めるときは、グループ員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

10 幹事会の座長が必要と認める場合、グループ員を追加することができる。

(庶務)

第7条 幹事会及びワーキンググループの庶務は、浜松市産業部観光・シティプロモーション課並びに（公財）浜松観光コンベンションビューローが行う。

(その他)

第8条 この要綱に定めのない事項については、別に定める。

附 則

1 この要綱は、平成29年5月11日から施行する。

2 この要綱は、平成29年7月13日から施行する。

3 この要綱は、平成30年3月31日限り、その効力を失う。

別表（第3条関係）

団体	役職
遠州信用金庫	理事
遠州鉄道（株）	営業推進部長
（株）JTB 中部	浜松支店長
（株）静岡銀行	地方創生部長
（株）日本旅行	浜松支店長
（公財）浜松観光コンベンションビューロー	専務理事
湖西市	市民経済部長
浜名湖観光圏整備推進協議会	観光地域づくりマネージャー ※選出された1名
浜松市	産業部観光・ブランド振興担当部長
浜松商工会議所	理事・産業振興部長
浜松信用金庫	法人営業部 地方創生戦略推進センター長

（団体名50音順）

(2) (仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 委員名簿

■ 幹事会

(委員は 50 音順、敬称略)

役 割	団体・役職		氏 名	
座長	浜松市 産業部観光・ブランド振興担当部長		山下 文彦	
委員	浜松信用金庫 法人営業部 地方創生戦略推進センター長		安形 秀幸	
委員	(株) 日本旅行 浜松支店長		太田 浩康	
委員	湖西市 市民経済部長		長田 尚史	
委員	(公財) 浜松観光コンベンションビューロー 専務理事		中西 利充	
委員	(株) 静岡銀行 地方創生部長		中村 智浩	
委員	(株) JTB 中部 浜松支店長		野口 優史	
委員	遠州鉄道 (株)	営業推進部長	※1 回～2 回	大久保 淳一
		経営企画部長兼 営業推進部長	※3 回～5 回	野村 和徳
委員	遠州信用金庫 理事		水谷 浩三	
委員	浜松商工会議所 理事・産業振興部長		柰屋 英夫	
委員	浜名湖観光圏整備推進協議会 観光地域づくりマネージャー		山村 敦志	
アドバイザー	大正大学 地域構想研究所 教授		清水 慎一	
アドバイザー	流通科学大学 人間社会学部 観光学科 教授		柏木 千春	
アドバイザー	(公財) 静岡観光コンベンション協会 CMO (株) アカリコ 代表取締役 ※3 回～		片桐 優	
オブザーバー	東海旅客鉄道 (株) 静岡支社 運輸営業部 営業課長	※1 回～3 回	松尾 智志	
		※4 回～5 回	柳生 幸亮	

■ ワーキンググループ

(委員は 50 音順、敬称略)

役 割	団体・役職	氏 名
主査	浜松市 産業部 観光・シティプロモーション課 海外戦略担当課長	寺田 晃
グループ員	浜松信用金庫 法人営業部 地方創生戦略推進センター長	安形 秀幸
グループ員	遠州鉄道(株) 営業推進部 課長代理	中野 雅晴
グループ員	(株) 日本旅行 浜松支店長	太田 浩康
グループ員	湖西市 市民経済部 商工観光課長	山本 信治
グループ員	(公財) 浜松観光コンベンションビューロー コンベンション事業部長	足立 欣則
グループ員	(公財) 浜松観光コンベンションビューロー 観光推進事業部長	鈴木 康久
グループ員	(株) 静岡銀行 地方創生部 推進役	松坂 亮輔
グループ員	(株) JTB 中部 浜松支店長	野口 優史
グループ員	遠州信用金庫 理事	水谷 浩三
グループ員	浜松商工会議所 産業振興部 推進役	辻 頼男
グループ員	浜名湖観光圏整備推進協議会 観光地域づくりマネージャー	山村 敦志
アドバイザー	(公財) 静岡観光コンベンション協会 CMO (株) アカリコ 代表取締役 ※3回～	片桐 優

(3) (仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 検討経過

■ 幹事会

回数	日時	会場	会議テーマ
第1回	5/11 (木) 13:30-15:30	市役所 8F 第4委員会室	・スケジュール、検討事業、DMO の概要 ・静岡コンベンション協会 CMO の講演
第2回	6/14 (火) 15:00-17:00	市役所 8F 全員協議会室	・KPI と PDCA サイクル ・実施事業
第3回	7/13 (木) 13:30-15:30	市役所 8F 第5委員会室	・事業計画概要、組織体制と専門人材 ・民間事業者等との連携
第4回	8/8 (火) 13:30-15:30	市役所 8F 第5委員会室	・事業計画概要と財源 ・KPI と収集データ
第5回	9/13 (水) 15:15-17:00	ザザシティ浜松 中央館 5Fギャラー2	・まとめ

■ ワーキンググループ

回数	日時	会場	会議テーマ
第1回	5/11 (木) 13:30-15:30	市役所 8F 第4委員会室	・スケジュール、検討事業、DMO の概要 ・静岡コンベンション協会 CMO の講演
第2回	5/25 (木) 13:30-15:30	市役所 8F 第3委員会室	・収益事業
第3回	6/8 (木) 10:00-12:00	市役所 8F 802 会議室	・KPI と PDCA サイクル ・実施事業
第4回	6/29 (木) 13:30-15:30	市役所 8F 802 会議室	・事業計画概要、組織体制と専門人材 ・民間事業者等との連携
第5回	7/25 (火) 13:30-15:30	市役所 8F 第3委員会室	・事業計画概要と財源 ・KPI と収集データ
第6回	8/22 (火) 13:30-15:30	市役所 8F 第5委員会室	・まとめに向けた調整
第7回	9/13 (水) 15:15-17:00	ザザシティ浜松 中央館 5Fギャラー2	・まとめ

(4) 浜松市観光地域づくりのあり方検討会議 最終まとめ【概要】

1 検討の趣旨とテーマ

浜松市の長をを活かした観光地域づくりのあり方を検討するため、学識経験者や観光・金融・経済関係など幅広い関係者に参画いただき、浜松市観光地域づくりのあり方検討会議を設置し、次の事項を検討する。

- (1) 観光地域づくりの取組の現状と課題に関すること
- (2) 地域の活性化に資する観光地域づくりのあり方に関すること
- (3) 日本版DMOをはじめとした観光地域づくりの推進体制に関すること
- (4) その他必要と認める事項

2 委員構成

浜松市観光地域づくりのあり方検討会議 委員名簿

役割	団体・役職	氏名
座長	浜松市副市長	星野 悟
委員	浜松信用金庫地方創生戦略推進センター長 ※第3回から参加	安形 秀幸
委員	静岡県西部地域しんきん経済研究所理事	稲垣 賢一
委員	遠州信用金庫地域サポート部副部長 ※第3回から参加	太田 克巳
委員	浜松商工会議所常議員(観光サービス部会副会長)	小野 晃司
委員	流通科学大学観光学科教授	柏木 千春
委員	(公財)浜松観光コンベンションビューロー専務理事	金子 達也
委員	観光地域づくりプラットフォーム推進機構会長	清水 慎一
委員	(公財)浜松市花みどり振興財団理事長	塚本 こなみ
委員	(株)JTB中部 浜松支店長	野口 優史
委員	(株)mocha-chai 代表取締役	三井 いくみ
委員	遠州鉄道(株)常務取締役	村松 修
委員	浜名湖観光圏地域づくりマネージャー	山村 敦志
委員	(株)静岡銀行地方創生部長 ※1回～3回 ※4回～6回	若林 紀伸 中村 智浩
アドバイザー	国土交通省中部運輸局観光地域振興課長	安藤 和博
アドバイザー	静岡県観光政策課長	小坂 寿男
オブザーバー	湖西市商工観光課長	山本 信治

(委員は50音順、敬称略)

3 検討の経緯

検討会議 開催スケジュール

回数	日時	会議テーマ
第1回	7/15 (金)	現状と課題
勉強会	7/28 (木)	観光地域づくりについて 講師：観光地域づくりプラットフォーム推進機構 清水慎一会長
第2回	8/23 (火)	課題整理、目指す方向性
第3回	10/7 (金)	目指す方向性、推進体制
第4回	12/12 (月)	推進体制、財源
第5回	2/13 (月)	DMO設立に向けて、(仮)浜松市観光ビジョン骨子案
第6回	3/13 (月)	まとめ

4 観光地域づくりの方向性

(1) 目指す方向性

①経済的視点 観光関連産業の主要産業化【稼ぐ力の強化】

ものづくりのまちとして発展してきた本市において、人口減少や内需縮小等の環境変化に対応し、持続的発展をとげるため、“ものづくり”や“音楽文化”など本市の長を最大限に活かしつつ、“浜名湖”を中心とした観光資源を世界レベルに磨き上げ、地域全体で観光関連産業の主要産業化を目指す。

②社会的視点 クオリティ・オブ・ライフの向上【住民満足度向上】

観光の視点から市民生活を見直し、本市の自然豊かな環境等を活かした余暇の充実や浜松ならではの週末の過ごし方の提案、ワーク・ライフ・バランスの向上等によりクオリティ・オブ・ライフの向上を図る。また、観光地域づくりへの住民の参画を通じ、住民が地域に愛着や誇りを持ち、地域を自ら紹介・発信していくという好循環を形成する。

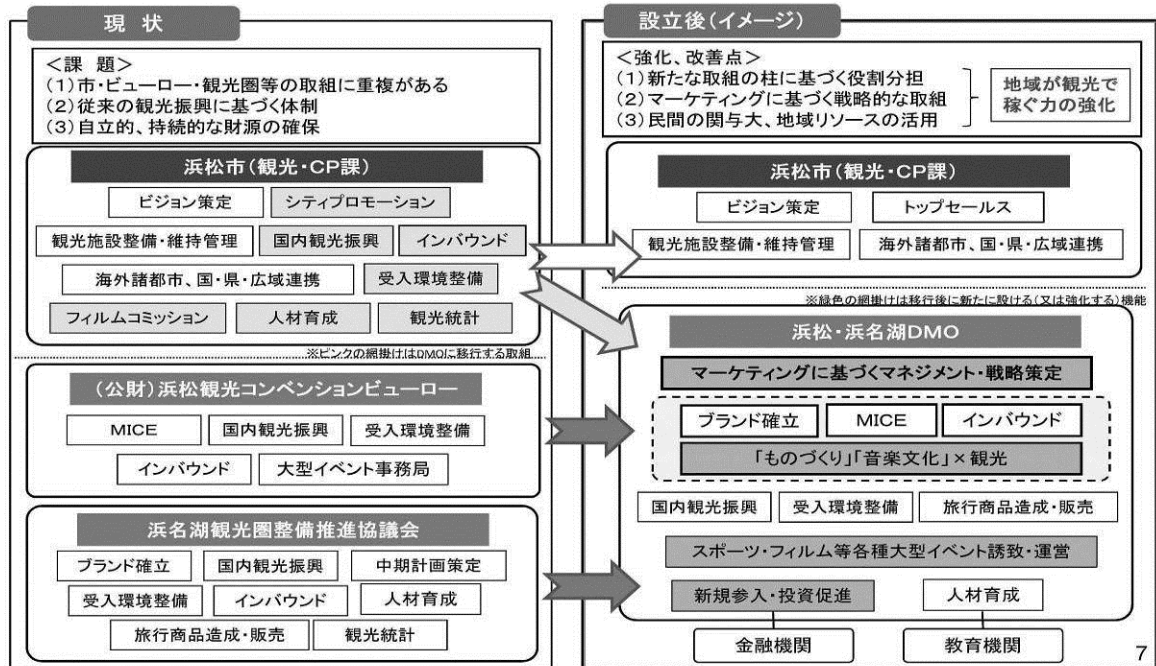
(2) 重点分野

「ブランド確立」「MICE」「インバウンド」「ものづくり・音楽文化等と観光の融合」

(3) 推進体制と財源の検討方針

- ①市とビューロー、観光圏の役割分担を明確にし、重複する取組や機能の整理を行うとともに、新たな取組の柱を持続的に推進できる体制及び財源を確立。
- ②体制の整備に当たっては、民間の関与を強めるとともに、金融機関や教育機関等との連携を強化し、地域のリソースを最大限に活かす体制を構築する。

5 推進体制



【DMO 設立のポイント】

- ・設立する DMO の最大のミッションは、観光で地域が稼ぐ力の強化
- ・スピード感を持って DMO を設立（機能強化、持続的な財源確保は段階的に行う）
- ・重複する取組や機能を DMO に集約
- ・浜松市、湖西市をマネジメント区域とする地域連携 DMO の設立

6 財源

＜中核を担う観光推進機構の財源の現状と目指す姿＞

現状	目指す姿
<p>■ 自主財源の展開が困難</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国等の補助金に依存 ・低金利等を背景に基金の運用益が減少 ・メリット感が不明確で賛助会員数及び会費収入が伸び悩む 	<p>■ 自立的、持続的な財源の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収益事業の拡大 ・受益者負担によるサービスの向上が収益増加に繋がる好循環の構築 ・会員や民間事業者との更なる連携

7 今後のスケジュール

- H28 年度 検討会議（観光ビジョン骨子、DMO の概要・設立スケジュール等）
- H29 年度 観光ビジョン策定、(仮) DMO 設立準備会議（組織体制・人材・事業計画等）
- H30 年度～ DMO 始動（以後、段階的に機能強化）

(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議 最終まとめ

平成 2 9 年 9 月

(仮称) 浜松・浜名湖 DMO 設立準備会議