


クールジャパン地域プロデューサー
PROFILE SHEET

(記入日:2015年12月10日)

氏名	ふりがな やまだ けいいちろう 山田 桂一郎		
所属	JTIC.SWISS		
役職	代表		
拠点	スイス・ツェルマツト/東京		
活動分野	インバウンド、食、デザイン、コンテンツや体験プログラム・ツアー等		
活動地域	ヨーロッパ	東南アジア	中国
実績	地域活性化伝道師(内閣府) 2005年内閣府・国土交通省・農林水産省認定「観光カリスマ」 2007年国土交通省・北海道運輸局 洞爺湖サミット受入対応 CS・おもてなし講師 2010年総務省「地域力創造アドバイザー」 2011年観光庁外国人旅行者に対する地域資源の意識調査事業検討委員会委員 2012年～本年度 JIAM全国市町村国際文化研修所 国際文化系研修「海外へ売り込め！地域資源を活用した国際観光戦略」講師等		
自己紹介	世界各地における地域振興・活性化の様々な事業における商品・製品化、サービス化をプロデュースしてきました。主に富裕層やFITをターゲットとした企画を得意としています。商品そのものだけでなく、地域の認知度向上と共に地域ブランドを構築。地域経営をベースとしたマーケティングを実施することで、どの様な事業であったとしても最終的には自立と持続可能なしくみと組織化を図りながら地域全体の景気(内需拡大)や人口増(就業者増)に繋がります。また、全国各地からセミナー(最近ではインバンドビジネス)や講演等の講師としても招聘され、これまでの経験を活かした実践的なプログラムを提供しています。		
WEB			
コンタクト先	eco_kei@yahoo.co.jp		

これまでの観光地域づくりの課題

関係者の巻き込みが不十分

- 文化、農林漁業、商工業、環境、スポーツなど地域の関連事業者や住民等の多様な関係者の巻き込みが不十分
- ⇒地域の幅広い資源の最大限の活用につながらない
- ⇒地域住民の誇りと愛着を醸成する豊かな地域づくりにつながらない

データの収集・分析が不十分

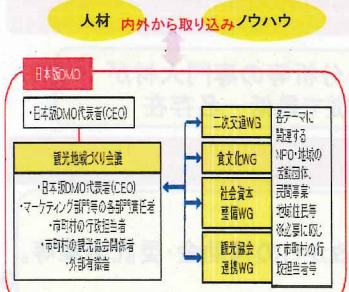
- 来訪客に関するデータの収集・分析が不十分。観光客を十把一絡げに扱っている地域が少なくない
- ⇒ターゲットとなる顧客層や地域のコンセプトが十分に練られていない
- ⇒変化する観光市場に対応できない

民間的手法の導入が不十分

- 効果的なブランディングやプロモーションといった民間的手法の導入が不十分
- ⇒観光客に対して、「刺さる」競争力を持つ観光地ブランディングができていない。

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役 = 「日本版DMO」を各地域で形成・確立

関係者の巻き込み 内外の人材やノウハウの取り込み



データの収集・戦略の策定

例) 富良野・美瑛観光圏によるSWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	【強み】Strength ・ヨーロッパを思わせる自然景観 ・札幌圏・旭川圏へのアクセスも良く、空港とも近い地居条件	【弱み】Weakness ・公共交通アクセスの不便 ・夜の観光の魅力不足 ・自然環境の破壊 ・宿泊施設が不足
外部環境	【機会】Opportunity ・エコツーリズム、スローツーリズムなどの追い風 ・団塊世代の退職に伴う市場拡大 ・外国人観光客の増加	【脅威】Threat ・ベンション・ホテル・飲食店の担い手不足 ・交通渋滞による住民の歓迎意識の低下 ・他の観光地との競争激化

ブランド力を高める仕組み

例) 雪国観光圏「SAKURA QUALITY」

雪国観光圏では、外国人の受入体制などにより宿泊施設等の評価を行う品質認証制度「サクラクオリティ」を導入。



プロモーション

(例) 外国人職員による効果的なプロモーション



日本版DMOの役割、多様な関係者との連携

日本版DMOの役割

- ① 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- ② 各種データ等の継続的な収集・分析、明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- ③ 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

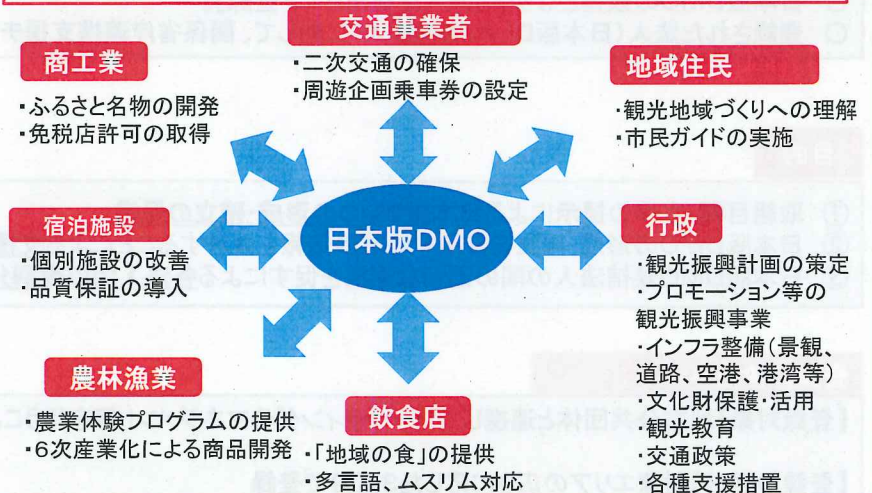


観光地域づくりの一主体として実施する個別事業

(例) 着地型旅行商品の造成・販売、ランドオペレーター業務の実施等

多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



地域一体の魅力ある観光地域づくり
戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

観光客の呼び込み

観光による地方創生

登録の5要件

(1) 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成

いずれか1項目

予定可

日本版DMOの意思決定に関与できる立場で行政や幅広い分野の関係団体の代表者が参画

日本版DMO内に行政や関係団体をメンバーとする委員会等を設置

日本版DMOの取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体で構成する協議会等をDMOと別に設置

その他、関係者の合意形成が有効に行われる仕組みの存在

(2) データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立

全項目必須

予定可

各種データ等の継続的な収集・分析

データに基づく明確なコンセプトを持った戦略の策定

KPIの設定・PDCAサイクルの確立
※観光消費額、延べ宿泊者数、満足度、リピーター率の4項目は必須。

(3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

全項目必須

予定可

地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者への業務支援を通じた多様な関係者との戦略の共有
(例) 観光地域づくりに関する定期ミーティングの開催等

地域が観光客に提供するサービスを、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築
(例) 地域の「食」を提供する仕組み等

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
(例) ワンストップ窓口の設置、ターゲット別のプロモーション方針の作成等

(4) 日本版DMOの組織

全項目必須

予定可

法人格の取得

意思決定の仕組みの構築
(責任を負う者の明確化)

データ収集・分析等の専門人材がDMO専従で最低一名存在

(5) 安定的な運営資金の確保

予定可

自律的・継続的に活動するための安定的な運営資金の確保の見通し

(例) 収益事業(物販、着地型旅行商品の造成・販売等)、特定財源(法定外目的税、分担金)、行政からの補助金・委託事業等。

3

日本版DMOの候補となりうる法人の登録について～制度概要～

概要

- 日本版DMOの候補となりうる法人を観光庁に「登録」。
- 登録された法人(日本版DMO候補法人)に対して、関係省庁連携支援チームを通じて支援。

目的

- ① 取組目標・水準の提示による日本版DMOの形成・確立の促進
- ② 日本版DMOの形成・確立を目指す地域の情報を共有することによる支援の重点化
- ③ 日本版DMO候補法人の間の適切な連携を促すによる各法人間の役割分担がされた効率的な観光地域づくり

登録の枠組み

【登録対象】地方公共団体と連携してマーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを担う法人

【登録の区分】対象エリアの広さに応じた3区分で登録

○ 広域連携DMO

- ・ 複数都道府県に跨る区域(地方ブロック単位)を一体とした観光地域として、観光地域づくりを行う組織

○ 地域連携DMO

- ・ 複数の地方公共団体に跨る区域を一体とした観光地域として、観光地域づくりを行う組織

○ 地域DMO

- ・ 原則として、基礎自治体である単独の市町村の区域を一体とした観光地域として、観光地域づくりを行う組織