

地域連携DMO事業の取組について (概要版)

令和4年5月

公益財団法人するが企画観光局



1 調査分析事業

“地域レベルの観光関連データの充実に向けて調査体制を確立”



✓ 中部地域への「来訪者調査」を開始（令和3年秋から）

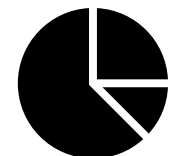
- ・約130施設の協力を得て調査体制を確立、秋 約2,200件・冬 約1,800件の回答を確保
- ・協力施設には施設別の集計結果を作成・共有し、事業者のマーケティング支援も実施
- ・令和4年度は、WEB回答への一本化により施設の負担軽減、調査の通年化によるデータ密度を向上
⇒ データ分析の高度化、行政・観光協会・事業者に対する具体的な施策の提案

✓ 観光関連事業所の受入環境や経営方針に関する「実態調査」を実施（令和3年12月）

- ・観光関連の1,077事業所を対象に調査を実施、365事業所の回答を確保
⇒ 来訪者調査と合わせた分析を実施し、来訪者ニーズと事業者の現状の乖離を分析

✓ コロナ禍の景況感、経営状況を測る「景況調査」を開始（令和3年6月分から）

- ・観光関連の約330事業者を対象に毎月調査を実施、約150事業者（約45%）の回答を確保
- ・調査対象月の翌月には集計速報をホームページで公表するなど速報性を重視
- ・観光関連事業者に特化した景況調査が毎月継続的に実施されているは全国的にも希少
⇒ コメント内容の分析など調査結果の分析を強化



“テーマ性のある地域ブランディングに向けてマーケティングツールを実装”

✓ 中部地域全体の 観光ホームページ「Visit SURUGA」を開設

- ・中部地域の最大の特長である“茶”を中心テーマとした5市2町の観光ホームページ
- ・スポットの紹介で歴史・背景・事業者の想いなどがきちんと感じられるサイトを目指す
- ・日本語、英語、中国語(繁体字)の3言語に対応

⇒ 掲載スポットの拡充に向けて積極的な取材を実施

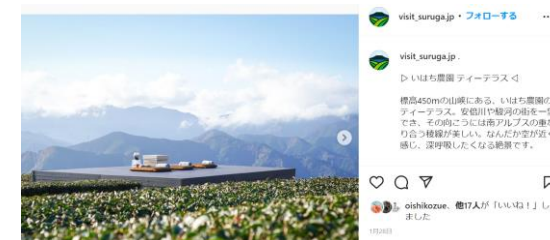


✓ 上記ホームページへの流入を促す Instagram「Visit SURUGA」の運用を開始

- ・主に域外への情報発信のため、ホームページと連動したInstagramアカウントを運用
- ・#visitsurugaで地域の事業者とも連携して、中部エリアの情報を発信

⇒ フォロワーの獲得に向けて、県外への出展事業等の機会も活用しフォローを促進

⇒ 中部地域の事業者への周知と連携の推進



✓ Instagram「suruga traveler<するとら>」で県内誘客を継続

- ・県内の若年女性を中心に1.7万フォロワーを有する<するとら>で県内向けのプロモーションを展開
- ・新しく、ニッチなスポットを積極的に取り上げ、県内客の来訪・再訪を促す

⇒ 中部地域の行政等とも連携し投稿を充実



“中部地域の特長を踏まえたコンテンツの育成を継続”

✓ 「MANAVIVA!」の掲載プログラムを充実、アカウント登録が倍増

- ・掲載プログラムが目標を上回る59件まで増加するも、コロナ禍で体験人数は目標を大きく下回る
- ・学校へのチラシ配架やSNS広告などプロモーションを継続し、アカウント登録者は徐々に増加
⇒ 引き続きプログラムの増加を図るとともに、コロナ禍の動向に応じてプロモーションの本格化



✓ 「茶の間／ティーテラス」は先行施設が自走化、新規施設も開業

- ・先行5施設の茶の間は、7月から事業者が自ら予約受付から受入対応を一貫して実施(自走化)
- ・藤枝市瀬戸谷地区の「ティーテラス市之瀬」の設置を支援、3月末から予約受付を開始
⇒ 島田市への新設を予定、今後も適地を探しティーリズムを推進



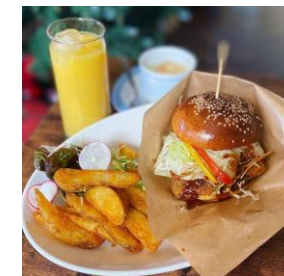
✓ 「茶氷」は参画店舗が拡大するも、緊急事態宣言の影響で販売は低調（7月～9月）

- ・認知が広がり、中部地域の参画店舗が39店に増加するも、緊急事態宣言の発出を受け売上は約1万杯の減
⇒ 今後もキャンペーンを継続し、茶どころとしてのブランディングを推進



✓ 「勝魚かつ」を事業スタート（12/4～3/13 合格祈願キャンペーン）

- ・主に焼津市内の15店舗が参画して約6,000食を売上
- ・プレスリリースと各メディアへの個別レクを積極的に行い、一定のパブリシティを獲得
⇒ 冬季以外の施策、部活動をターゲットとした施策など事業展開を拡大



4 ステークホルダーマネジメント

“5市2町との連絡体制を強化、事業者の課題対応を支援”

- ✓ 中部地域の行政との情報共有等を行う「5市2町連絡会」を定期開催
 - ・四半期ごとに定期開催し、DMOの取組状況等の報告と意見交換を実施
 - ・コロナ禍の緊急経済対策等に関する情報交換も実施し、地域間の連携・調整の機会とした
 - ⇒ 今後も四半期に1回程度の頻度で継続開催

- ✓ 事業者の危機管理能力・事業継続力の強化に向けて「BCP作成のためのワークショップ」を開催
 - ・日本商工会議所、(公社)日本観光振興協会が共同設置する研究会のモデル地区に採択
 - ・自然災害や感染症等の影響を受けやすいにも関わらず、BCP策定率が低い観光関連事業者を支援
 - ・5事業者12名と行政、観光・商工団体から6名が参加し、BCPの策定に向けた具体的な検討を実施
 - ⇒ 同研究会の取組を活用し、引き続き事業者のBCP策定を促進
 - ⇒ 観光関連事業者が抱える課題に沿ったセミナー等を企画・開催

