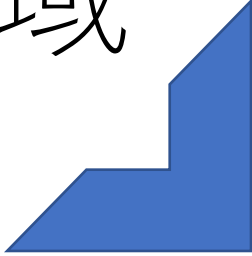


八ヶ岳観光における地域づくり
り法人が取り組む豊かな地域
づくり



講師：小林昭治

概略

- 観光庁認定 重点支援DMO（関東では4つだけ）
- ジャパンツーリズムアワード 特別奨励賞
- 観光地域づくり法人の役割
 - ⇒住んでよし、訪れてよしの豊かな地域づくり
 - ⇒住民自らが誇れる豊かな地域実現への取り組み
 - ➡JSTS-Dの取り組み



目指すこと

- 観光立国基本に基づいて
 - ➔ 住んでよし訪れてよし
 - ⇒ **今住んでいる人が**ずっと住んでいきたい街づくり
 - ⇒ ブランディング：地域資源を理解する（天空リゾート）
 - ➔ 官憲者相互の連携確立の推進
 - ⇒ 八ヶ岳ツーリズムマネジメントのワンストップ型
 - ➔ 多様な人材、事業者の合意形成
 - ⇒ 定期的な官民連携会議での合意形成
 - ⇒ すべて民間を巻き込み観光事業者だけでない。民100%で。
（一般的には官で70%の人材になっている）
 - ➔ 住民の積極的関与
 - ⇒ 住民へのワークショップで課題抽出と意識啓蒙



ステップ

1. 住民満足度調査を実施して実態を把握していく
2. ワーキンググループで課題を抽出
3. 戦略会議で合意を取る



地域づくりに取り組み滞在プログラム創出

地域に住みたい満足度81.6%
地域に暮らす誇り75.2%



持続可能な社会づくり

- 経済、環境、社会がバランスよく達成することが必要
- UNWTO⇒GSTC⇒JSTS-Dに取り組んでいる
 - ➡インバウンド狙いになると持続可能は難しい。そのためには受け皿の環境整備が必須の為JSTS-Dを行う。
- 定住自立圏共生ビジョンの取り組み
 - ➡観光圏全体で協力体制を作る
 - ➡転入増加につながる



インバウンド

1. 世界の旅行動向の確認
 - ➡ UNWTO：具体的な例を出している
 - ⇒ 動向を見て対応していく（感覚が根本から違う）
2. 地域し気bbを活かした造成事業
 - ➡ アドベンチャーツーリズム
3. インバウンドプロモーション
 - ➡ 大使館などへの訪問営業

質疑

- 地域住民の合意形成の範囲はどの程度を想定しているか？
→ステークホルダーを捕まえてそこで小規模グループで把握していく（ITだけではなくマンパワーも利用）
- 観光産業の利権があるが、偏りは出ないのか？
→永久財産の利権に対して外から来る人には関係ない。まずは統一のコンセプトを作ることからが必要。
→関東圏のマーケット規模を考えるとまだ不十分で遅いと考えている。
- DMO地域の調整で行政含む各団体はどのように認識しているか？
→観光圏単位で考えると3市町村でやるのでマネージメントでできる民間が中心に動ける。観光協会は地域に根差した活動が中心