

### 三重自慢の観光資源を活用した滞在価値創出支援事業 連携事業計画

管理番号No. \_\_\_\_\_

申請者	名称					
	所在地			郵便番号		
	担当部署			電話番号		
	代表者名(役職)			MAIL		
	担当者 氏名			MAIL		
連携する事業者 及びそれぞれの役割	企業・団体・組織等	役割				
滞在価値 ビジョン	想定地域エリア	XX町とXX市を想定しております。 XX町とXX市はともにXXが盛んな地域として著名であり、かねてから地域連携による取組を実施してきた背景(詳細後述)もあるため、今回は本エリアで申請します。				
	地域資源を踏まえた 滞在価値 (地域ブランディング)	滞在価値	XXというAAエリア特有の自然観に触れて自然の新たな側面を学び、感性を豊かにする旅			
		該当する地域の資源	BBの参拝	CC林の散策	DD漁の体験	EE祭りの参加
		選定理由 (強みを踏まえて)	JNTOの統計より訪日オーストラリア人の訪日旅行での期待内容として、日本食に次いで「自然・景勝地観光」が挙げられており、「日本の歴史・伝統文化体験」に対する期待も高水準のため。			
	ターゲット	日本の自然・文化に触れることを期待して訪日するオーストラリアの富裕層				
ビジョン (3年後の地域の姿)	AAA(ターゲット)に訴求したモデルツアーや商品開発、マーケティング戦略により、AAAを中心とした旅行者が増加し、XXXできるエリアとして認知度が上がっている。事業者・地域住民の中でXX文化を改めて見直す動きが活発化することで、地域全体で観光振興に取り組む体制が構築されており、観光による受益が域内全域に行き渡っている。					
地域概要・ 地域分析	基本情報		観光の取組状況(特に地域連携の観点での取組状況)			
	地域概要		【XXXキャンペーン(20xx/xx/xx-xx)】 ・目的:国内外若年層の誘客 ・概要:XXX観光協会・ホテル組合・XXX漁協と連携し、XXXに向けたSNSマーケティングを展開。インフルエンサーを活用した観光地紹介・特別宿泊プランの提供などを実施 ・成果:1ヵ月間でインバウンド観光客が前年同月比で20%増加、SNSの露出回数が約50%向上 ・課題:ターゲットの興味を引く新鮮なコンテンツを提供しつづけるための体制・仕組みづくり			
	地域分析		AAエリアの最大の魅力は、豊かな文化遺産と自然景観にあります。特にBBは、国内外から多くの訪問者を惹きつける日本随一のパワースポットとして知られています。また、美しい海岸線や豊富な自然は、ダイビングやマリンスポーツなどのアウトドア活動を楽しむ人々にとって魅力的な環境を提供しています。古くから海の幸を活かした食文化が育まれており、CCエドなどは食の観光を求める人々のニーズにも応えています。本地域には、自然をXXと捉える文化・自然観が浸透しており、XXを目的としたDD祭りは、この地域の文化的価値を高めているとともに多くの人で賑わいます。本地域の自然観は全国的にも珍しく、自然に対する新たな気付きを与えてくれます。			
推進・販売体制	関係者間の合意形成の場	【協議の進め方(案)】 7月~9月:滞在価値に関する意見交換 10月:滞在価値提供に必要な連携事業者の特定・声掛け 11月~12月:モデルコース作成に向けた現場レベルでの課題特定・対応方針協議、伴走支援での宿題対応 1月:モデルツアーの詳細対応を協議 2月~3月:課題を踏まえた次年度以降の取組方針協議 【会議体(合意形成の場)】 WG(ワーキンググループ):具体取組について協議する会議体で、DMO等・参画事業者を中心に、月1回以上、頻度高く実施 四半定期例会議:全体の取組方針検討や進捗報告・確認を行う会議体で、自治体・有識者など幅広い主体の参加を求める				
	プロモーション方針	AAA(ターゲット)が旅行先の情報を得るために利用する情報源をリサーチします リサーチの結果を踏まえて、良く閲覧される情報源に地域の情報やモデルツアー、旅行商品の販売ページを掲載します CCC(ターゲットの旅行先選定に影響のある団体)が主催する旅行展への出展します ※国事業や市町との連携などの兼ね合いにより、R6年度の途中で見直す可能性あり				
本事業に対する意気込み・想い	今まで、SNSを活用したPRイベントや公式HPなどでの発信は行ってきたが、そもそもAAエリアは誰に向けてどのような滞在価値を提供すべきかという戦略を十分に検討できていませんでした。本事業に参画することで、観光地域マーケティングを体得すると共に、地域の滞在価値と訴求ターゲットを定めたモデルコースを達成し、次年度以降、商品として販売・PRしていくことで、AAエリアの活性化の糸口にしていきます。					

【記入のポイント】  
対象としているエリアはどこか、当該エリアを設定した理由も併せて記載いただく

【記入のポイント】  
・地域内にある複数の観光名所(資源)を組み合わせ、歴史などのストーリー性ある価値を定義することが望ましい

【記入のポイント】  
ターゲットは、滞在価値に対するニーズがあることを前提としつつ、以下の観点などを踏まえて選定理由を記載いただく  
・ターゲットの市場規模/市場特性  
・想定消費単価  
・現在の来訪状況/ネットワークの有無  
・県/周辺地域の誘客方針との整合性

【記入のポイント】  
・本事業を踏まえた3年後の観光地の姿を具体的に記載いただく  
・観光客に加えて、事業者・住民目線でどのような地域になっているのかという観点

【記入のポイント】  
地理的情報(位置、アクセス性)、主要産業等、地域を紹介する際に必要な内容・特徴を記載いただく

【記入のポイント】  
いつ、何を目的に、誰と連携し、誰に向けて、どんな取り組みを行い、どのような成果・課題が生じたのかを記載いただく

【記入のポイント】  
強み:観光名所などの目に見える資源(有形資産)だけでなく、地域の成り立ちや歴史、根底にある地域の価値観(無形資産)など、誘客に寄与する地域独自の資源を網羅的に記載いただく  
弱み:誘客を妨げる要素や他地域に劣っていると感ずる部分を、観光客の視点も交えて網羅的に記載いただくことが重要

【記入のポイント】  
事業スケジュールを踏まえながら、関係者間の合意形成ステップを記載いただく

【記入のポイント】  
どのようにターゲットに対してプロモーションを実施するのか、現段階で考えられる手順や手段を含めて具体的に記載いただく

【記入のポイント】  
現時点で認識している課題や本事業を契機として次年度以降どのように行動するかなど、本事業にける思いや意気込みを具体的に記載いただく

※5月31日(金)の応募締切までに事務局の伴走支援による項目の追加を行っていただきます。