

1. 交付対象事業

事業名	「大隅はひとつ!」大隅広域観光推進事業 ～健やか半島 おおすみプロジェクト～
地方創生総合戦略	政策分野 2 選ばれるまちパワーアップ戦略 基本目標 毎年 10 世帯の受入れに向けた東串良のファンづくりと住まい・定住環境づくり
事業費	1,355,000 円 (内、交付金額 677,500 円)
事業概要	
<p>大隅地域は、多彩で特色のある観光資源を有しているものの、これまで戦略的かつ効果的な観光施策や、体系的な観光施策が行われていなかったため、観光客等の交流人口の増加やブランド力の向上につながっていないのが現状である。</p> <p>このような中、大隅地域の官民が一体となり、株式会社おおすみ観光未来会議を設立し、各種データの継続的な収集・分析や、地域の稼ぐ力の創出等に取り組み、観光を活用した地域づくりを目指すものである。</p>	
事業内容	
<p>別紙「日本版 DMO 形成・確立計画」のとおり。</p> <p>事業実績</p> <p>(1)「日本版DMO 正式認証」取得のための体制・環境整備等に関する準備</p> <p>①登録までの流れ</p> <p>2016 (平成28 年) 年 4 月 22 日 日本版DMO 候補法人登録</p> <p>2019 (平成31 年) 年 1 月中旬 日本版DMO 登録手続開始 (観光庁届出)</p> <p>2 月初旬 登録に係る関係書類提出</p> <p>3 月 27 日 日本版DMO 登録 (内示)</p> <p>3 月 29 日 日本版DMO 登録 (公表)</p> <p>②登録の要件とそれに対する主な対応</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社を設立し、株主や取締役として、官民の関係団体の代表者が意思決定に関与する体制を整えた。また、戦略の協議、各事業の評価・検証をする官民で組織する大隅観光戦略会議を設立した。</li> </ul> <p>要件 2 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、戦略 (ブランディング) の策定、KPI 設定・PDCA サイクルの確立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>インターネットや対面調査等で継続的なデータの収集・分析を実施。</li> <li>「大隅エリア観光戦略」を策定</li> <li>KPI の設定</li> </ul> <p>項目：旅行消費額、延べ宿泊数、来訪者満足度、リピーター率、大隅観光ホームページ来訪者数 (セッション数) 等</p> <p>要件 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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大隅観光戦略会議において戦略の共有、優先的に実施する事業の確認を実施。</li> </ul>	

- ・各市町の計画や戦略会議や、大隅観光戦略会議での協議、共有をすることにより、各市町の戦略やKPI との整合性を図るよう働きかけを実施。
- ・セミナー開催や商談会の情報提供をし、おもてなし等の質向上及び戦略の共有。
- ・会員同士による共同研究や協議など新たな事業展開の支援を行う。
- ・マーケティング調査データをフィードバックし、サービス維持及び向上を図る
- ・「おおすすめ学校」などの各種研修や事業への参加を通じて人材育成を行う。
- ・戦略に基づいて官民一体的なプロモーションを行い、定めたターゲットにホームページや情報誌、SNS 等を駆使し、関係団体と連携した情報発信を行い、マスコミへの積極的な情報提供をすることで、認知度・イメージアップの向上を図る。

#### 要件4 日本版DMO としての組織体制

- ・ 2018 年8月1日株式会社おおすすめ観光未来会議を設立
- ・ 株式会社の意思決定の仕組みを採用し、役員を選任し、対外的な責任を負う者を明確化
- ・ 専門人材を専従職員として配置。また、研修等により、社内人材の育成にも努めている。

#### 要件5 安定的な運営資金の確保

- ・ 日本版DMO が果たす役割や必要性に理解を得るとともに、行政からの負担金や、受託事業収入等による安定的な財源確保を図る。
- ・ 自主財源確保に資するビジネスモデルの確立に向け、旅行商品の手配等、将来にわたる安定的な資金の確保を目指す。

##### (2) 地域資源を活用した「稼ぐ力」創出事業

##### ① マーケティング調査・分析事業

###### ア 観光データ収集、分析事業

○インターネット調査 1回 サンプル数1,502 件

○対面調査 20 回 サンプル数1,204 件

###### イ 観光戦略の策定

マーケティング調査・分析により得られたデータ等をもとに、コンセプト、ターゲット、KPI 等を含む「大隅エリア観光戦略」を策定し、2019 年2月28 日に開催された第2回大隅観光戦略会議にて承認。

##### ② 戦略に基づくプロモーション事業

###### ア 大隅地域観光ホームページの季節ごとの更新、イベント等の情報発信

###### イ 各種事業実施におけるメディアを活用した情報発信

###### ウ パンフレットの作成 (Breath、おおすすめGuidebook)

##### <配布先>

・ 鹿児島空港 ・ 鹿児島空港バス、鹿児島中央駅―鹿屋間直行バス、さんふらわあ等の交通機関 ・ 宿泊施設 ・ 県外におけるイベント

##### エ その他 (旅行会社との商談会への参加等)

鹿児島観光商談会、すし亭 (シンガポール) におけるおおすすめフェアの協議

##### ③ 地域資源を活用した観光商品の造成等業務

###### ア 「雄川の滝」への誘客効果を大隅地域へ拡散する取組

「雄川の滝」を中心とした周遊観光ルートや食、お土産も提案し、大隅地域への誘客、周遊ルート、経済効果の増大を目的に、鹿児島空港に案内ブースを設置した。また、会員による大隅地域の食やお土産の商品紹介等も実施。

###### イ フェリーさんふらわあを活用した交流促進事業

サイクルツーリズムの商品造成に向け、フェリーさんふらわあや、高速船なんきゅうを活用した周遊ルート、受入体制の構築を目指し以下の取組を実施。

○モデルルートの作成 ○サイクリングマップの作成

○各種船舶の船内における自転車保管に関する助言・提案

○関西地域や南薩地域居住者を対象としたサイクリングツアーの実施

ウ 廃校を活用したイベント「おおすみ食とマルシェの祭典in たからべ森の学校」

イベントを開催することによる観光のきっかけづくりを目的に、大隅の良質な食と豊かな自然などの情報発信を行う。

○曾於市の食材を中心に大隅地域の食材を使ったランチ

○K's キッチンポワソソルージュのオーナーシェフプロデュース

○2018年12月9日（日）10時～16時 集客数約800人（推計）

○南日本新聞、リビング新聞（鹿児島、霧島エリア）、MBC テレビ・ラジオ等で取り上げられた。

④ 地域内人材育成事業

ア 職員を含む地域内人材の育成

○参加者数 計7名 ○研修先 東京都（2回）、愛媛県

○マーケティング担当者向け研修会、サイクルツーリズム先進地研修等

イ 地域内における研修等の実施

・おおすみ学校（施設見学や各分野の専門家による座学や体験）

参加者数 計52名 研修先 海上自衛隊鹿屋航空基地、鹿屋体育大学

・島津重富荘の宮元シェフによる商品への助言等研修会（計2回）

・サイクルツーリズムに関する研修会（計2回）

先進地で事例について学び、おもてなしに関する研修会も実施

・キャッシュレスに関する研修会（計1回）

#### 重要業績評価指標（KPI）

別紙「日本版 DMO 形成・確立計画」のとおり。

項目		項目別	項目		項目別
妥当性	行政が関与すべきか	A	有効性	事業の効果があるか	C
	住民ニーズは高いか	A		成果向上の可能性	B
	目的・対象は妥当か	B		長期計画への貢献度	B
効率性	手段は最適か	A	総合評価	A B C D	
	低コスト・効率化	B			
	受益者負担は適性か	B			
事業の評価	<p>① KPI 達成に有効であった <span style="float: right;">② KPI 達成に有効でなかった</span></p> <p>※良かった点、良くなかった点、原因、改善策などの意見</p> <p>① 他市町村との連携・官民産業間・地域間と連携しての観光戦略、必要なことだと思う。</p> <p>② 観光事業においてプロモーションの重要度はかなり高いものとなるので、コストをかけてでも大手の広告代理店を積極的に利用していった方が良い。</p> <p>③ 結果が出るまでは、時間がかかると思われる。今後の事業に期待したい。</p> <p>④ 本部事務局も運営に苦慮していると聞く。私は大隅未来会議のまず取り組むべき本質は歴史認識の醸成からではなからうかと思う。その大きな柱は大隅半島は侵略された地である。侵略された大きな要因は、大隅半島に埋没された過去の偉大な産物(レガシー)があるからではなからうか。その発掘が重大な鍵である。つまり日本発祥の地であることをなぜ言えないのか。</p> <p>⑤ にぎわう町の要件は、住民の誇りと安心感であって、交流人口を増やすことだけではない。</p> <p>⑥ 大きなグループで協力・連携することで大きな成果が期待できるが町としての主体性を失って依存しすぎたり、全体の中に埋没することにならないことが重要である。</p> <p>⑦ 速効性がないとして簡単にあきらめたり、にぎわう他の町を羨む必要はない。訪問者等リピーターの声、町出身者の声に住民の声を集め、活かす道を模索すべきである。</p> <p>⑧ 全体の KPI に注視するばかりでなく、町独自の KPI を設立し、達成する努力も必要である。</p> <p>⑨ 周知・広報に力を入れるべきと感じました。</p>				

⑩一つの町単独では集客が厳しい感もあり、複数の市町との共催も効果的ではないかと感じます。

⑪ひとつひとつの自治体が定住促進、ふるさと納税、観光、特産品 etc を外向きにセールスすることは非常にコストがかかり非効率で、さらに生産者にそれを求めても不可能、そこを大隅でまとめてという発想は理にかなっている。ただ東串良の魅力や産品などをもっと掘り起こしてセールスするツールを作ったりすることがもっと大事なので、同時に地域開発の事業をもうひとつでもふたつでもあるといいのですが。

⑫広域での取組は、大隅の活性化につながると思います。

#### 事業経費について

人件費	18,774,774 円
事務局運営経費(事務所賃借料、消耗品費、光熱水費)	4,678,291 円
マーケティング調査・分析事業委託費	2,000,000 円
戦略に基づくプロモーション費	2,203,192 円
地域資源を活用した観光商品の造成や事業実施	2,000,000 円
地域人材育成事業	400,000 円
事業実施に伴う旅費	678,000 円