記入日：　　　年　　　月　　　日

**関西観光まちづくりコンサルティング　マーケティング戦略シート**

（注）１．関西観光まちづくりコンサルティングにエントリーするためには、このシートの提出が必須です。

２．記入の難しい事項については、参考資料（様式自由）を添付してください。

（１）所属組織・団体名：

（２）代表者名：

（３）所在地：

（４）電話・ファックス番号：

（５）メールアドレス：

（６）記入・連絡担当者名：

（７）ホームページアドレス：

Ｓｔｅｐ１：地域資源の分析と活用方向の整理

以下のチェックシートを用いて「①新しい発想や切り口から、見直しや創意工夫により、これから観光面でさらに活用を図ろう」あるいは「②これまで埋もれていた、あるいは活用が十分でなかったが、昨今の旅行者ニーズにあわせてこれから観光面で活用を図ろう」という「地域資源」に関する情報を整理しましょう。

＊地域資源の内容を示す写真等を適宜添付してください

|  |  |
| --- | --- |
| **地域で取り組みたいことのキャッチフレーズ** |  |
|  | **チェック項目** |  |
| **資源としての資質** | **アピールの対象** | **制限事項等** |  |
| Ｎo | 地域資源の内容 | 活用のイメージ | 他に類がなく、珍しい | 地域で親しまれているが、一般的には有名でない | 既に観光面である程度活用されている | 既に旅行商品化されている |  | 若年層 | 中高年 | ファミリー | インバウンド |  | 季節が限定される | 時間帯が限定される | アクセスが困難 | 駐車場が未整備 | 大人数の同時利用不可 |  | 備　　考 |
| １ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ２ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ３ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ４ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Ｓｔｅｐ２：地域の推進体制

地域の観光振興に向けた組織体制の現状について、整理してみましょう。

|  |
| --- |
| **（１）観光振興に向けた地域の推進組織としては、どのようなものがありますか。またそうした組織間の連携を図る体制はつくられていますか。** |
| 【地域における、観光地域づくり法人（DMO）、観光協会、商工会、地域密着型の旅行会社の有無や農漁協等との連携についても、整理してみましょう。】 |
| **（２）そうした組織や体制において、地域の観光振興に向けたビジョン・目的などは明確ですか。また組織間で共有されていますか。** |
| 【中・長期における継続的な事業展開に向け、それぞれの組織・体制がどういった計画を持っているか（いつまでに、誰が、何を、どうするのか、集客数等の数値目標はあるか、収支計画はどのようになっているのか）についても、整理してみましょう。】 |
| **（３）積極的に組織を推進していくリーダーはいますか。そのリーダーの下でどのような取り組み実績がありますか。** |
| 【これまでに、その組織の推進リーダーの方（代表者の方に限らず、地域のコーディネーターとして、自治体（行政）・事業者・旅行会社の橋渡しをし、観光による地域のまちづくり事業において中心的な役割を果たしている方）が、リーダーシップを発揮したことにより、地域が一体となった取り組みはありましたか。あった場合には、何が成功要因でしたか。上手くいっていない場合には、何を改善すればいいのでしょうか。】 |
| **（４）他の地域との広域連携体制はどうなっていますか。** |
| 【どの地域と、どういった連携体制をとっているのかについて具体的に、また過去の具体的な取り組み事例があれば書き出してみましょう。】 |
| **（５）その他、地域の推進体制に関する現在の課題・問題点があれば書き出してみましょう。** |
|  |

Ｓｔｅｐ３：役割分担の明確化

組織や体制において、観光地域づくり法人（DMO）や自治体（行政）、民間事業者等の役割は、どのようになっていますか。自治体に過度の負担がかかっていないか、民間事業者は積極的か、農林水産業者や商工業者等も参画しているか、それぞれの関係を整理してみましょう。

|  |
| --- |
| **（１）観光関連組織・団体＜観光地域づくり法人（DMO）観光協会、旅館組合、商店会等＞** |
| 　 |
| **（２）観光関連事業者＜旅館、ホテル、土産店等＞** |
|  |
| **（３）地域住民＜青年部・婦人会等＞** |
|  |
| **（４）ＮＰＯ、観光ボランティア組織** |
|  |
| **（５）農林水産業者、商工業者** |
|  |
| **（６）行政＜市町村、都道府県・国＞** |
|  |
| **（７）旅行会社＜地域の旅行会社、大手の旅行会社＞** |
|  |
| **（８）交通事業者＜鉄道会社、バス会社、タクシー会社、航空会社等＞** |
|  |
| **（９）その他** |
|  |

Ｓｔｅｐ４：マーケットの把握と対象マーケットの明確化

以下のチェックシートに基づき、対象とするマーケットを把握・明確化しましょう。

　＊記載が可能な範囲で記入してください。

|  |  |
| --- | --- |
| **観光の現状** | **課題** |
| □入り込み客数の推移　　　・総数：　　　　　　人（　　年度）　　　・過去10年間の推移　　　　　　　　　　昨年度：　　　　　　人　　　　　　　　　　２年前：　　　　　　人　　　　　　　　　　３年前：　　　　　　人　　　　　　　　　　５年前：　　　　　　人　　　　　　　　　　10年前：　　　　　　人　　　・過去5年間の平均伸び率：　　　　％　　　・その前5年間の　〃　　：　　　　％　　　・推移判定：減少or横ばいor増加 |  |
| □滞在期間と誘致圏入り込み客数の推移　　　・宿泊客：日帰り客＝　　　　　　人：　　　　人　　　　　　　　　　　　（　　　　％：　　　　％）　　　・県内客：県外客＝　　　　　　　人：　　　　人　　　　　　　　　　　　（　　　　％：　　　　％） |  |
| □入り込みの季節変動　　　・春季( 4－ 6月)：　　　　　　人　　　　　％　　　・夏季( 7－ 9月)：　　　　　　人　　　　　％　　　・秋季(10－12月)：　　　　　　人　　　　　％　　　・冬季( 1－ 3月)：　　　　　　人　　　　　％ |  |
| □周辺にある他の観光地の状況　　　・宿泊拠点の状況場所：　　　　　　宿泊数：　　　　　人・旅行者の流れ(周辺地域との連携ルートの有無の確認) |  |
| □観光施設の状況　　　・主な宿泊施設(宿泊エリア)施設名：宿泊者数：推移：減少or横ばいor増加・主な観光施設施設名：宿泊者数：推移：減少or横ばいor増加 |  |
| □地域に対するニーズ　　　・来訪者の特性旅行形態(個人・団体)、年齢・性別・グループ　・最近の来訪者の傾向“最近人気のある観光施設”、“体験型旅行に対するニーズが増加した”、といった来訪者の行動の変化やニーズの変化 |  |
| □観光関係の予算　　　　行政・地元負担を含めた予算はどうなっているのか |  |
| □その他　　　　当地域の観光に関する特徴的な事柄 |  |

Ｓｔｅｐ５：効果的な商品化・マーケティング活動の実行

１．地域資源を単独で、あるいは複数組み合わせて旅行商品化を旅行会社に提案する場合、どのような内容のものになりますか？

（１）日帰りの場合、あるいは（２）宿泊の場合とに分けて考えてみてください。

|  |
| --- |
| **（１）日帰りの場合** |
| ＜商品化提案１＞　**【**①該当資源　②対象市場（地域）　③対象客層　④セールスポイント　⑤対象時期　⑥商品化に向けた課題】 |
| ＜商品化提案２＞　**【**①該当資源　②対象市場（地域）　③対象客層　④セールスポイント　⑤対象時期　⑥商品化に向けた課題】 |
| **（２）宿泊の場合** |
| ＜商品化提案１＞**【**①該当資源　②対象市場（地域）　③対象客層　④セールスポイント　⑤滞在メニューの内容　⑥必要時間　⑦対象時期　⑧商品化に向けた課題】 |
| ＜商品化提案２＞**【**①該当資源　②対象市場（地域）　③対象客層　④セールスポイント　⑤滞在メニューの内容　⑥必要時間　⑦対象時期　⑧商品化に向けた課題】 |

２．地域の特性を踏まえたマーケティング活動の実行に関して、今後の計画及び課題についてご記入下さい。

|  |
| --- |
| **今後の計画** |
|  |
| **実現に向けた課題** |
|  |

※その他、質問に関する各種資料（パンフレット・地図・写真・画像データ、ホームページの情報など）も同封願います。