

## 諏訪地方観光連盟 『諏訪の国』ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業等 業務委託仕様書

### 1 業務名

・諏訪地方観光連盟 『諏訪の国』ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業等業務

### 2 事業実施の目的

諏訪 6 市町村は、古くから行政・文化・生活基盤を共にしており、官民協働の諏訪地方観光連盟を組織し、観光施策を展開しているが、多くの観光資源を有するが故に情報発信における選択・集中が難しく、エリアで体験できるコンテンツが十分に誘客の強みとして消費者に伝わっていないため、知名度はあっても、観光地で具体的に何ができるかという訴求力に欠けている状況にある。また、現状の推進体制は行政主導であり、広域連携上の役割分担が不明確であることに加え、戦略的な観光マネジメント、財源投入の選択と集中、迅速な意思決定が欠けており、諏訪エリアをリードする民間主導の持続可能な観光推進体制の整備が課題となっている。

そこで 2016 年度は地方創生加速化交付金を活用し、諏訪地方観光連盟として、諏訪 6 市町村の共通項である御柱祭の知名度活用により、エリアに散在する諏訪湖、八ヶ岳といった豊富な資源を背景に、「御柱祭・諏訪信仰」といった地域伝統文化に裏打ちされた観光地域ブランド「諏訪の国」を確立し、主にブランドロゴ、ブランドイメージ、コンセプトを整備した。2017 年度から、地方創生推進交付金により、地域内外への「諏訪の国」ブランドの認知向上に取り組むとともに、観光推進組織基盤の検討を重ねている。

2019 年度は、地域の魅力発信と認知拡大の取り組みに加え、民間主導により地域の体験メニューを造成し、エリア内での滞在時間の延長を図るとともに、観光地域づくりを推進する民間主導の組織育成に取り組む必要がある。

以上を踏まえて、2019 年度に内閣府の地方創生推進交付金を活用しながら、以下に掲げる事業を実施する。

### 3 事業実施区域 諏訪 6 市町村及び首都圏、海外等

#### 4 業務内容

##### (1) 観光地域ブランド・新たな観光スタイルの展開

###### ① 民間主導による「諏訪の国」観光スタイル造成システムの試行

- ・地域の多様な民間事業者の連携体による、インバウンドも含めた顧客視点の着地型商品や体験プログラム等の造成と発信

###### ② 「諏訪の国」ブランド活用による展開

- ・地域の関係事業者と協働した、土産品やサービス等の磨き上げ
- ・「諏訪の国」ブランド認定商品の拡大と、ブランド認定体制の確立

##### (2) 有望ターゲットへの継続的な情報発信

###### ① 旅行代理店・メディアへの発信

- ・旅行会社等との商談や招聘事業の実施による接点の拡大

###### ② WEB・SNSを活用したコアターゲットへの情報拡散

- ・諏訪の国公式アンバサダーを活用したSNSによる情報発信とフォロワー拡大
- ・海外向けWEBサイト「Visit SUWA」の情報拡充とアクセス向上
- ・諏訪の国PR動画の再生回数向上

##### (3) 自立的な地域観光の推進体制・組織の検討

###### ① 広域・自立的観光推進のための核となる組織育成

- ・地域の多様な事業者が参画し、広域連携につなげるワークショップの開催
- ・WEBサイトのマネタイズ化に向けた基盤整備
- ・WEBアクセス解析に基づく戦略の策定

###### ② 自立的な推進組織設立に向けた戦略プラン策定

##### (4) その他

###### ① 諏訪地方観光連盟の運営支援

- ・各種会議へ出席するとともに、当連盟運営のために必要な支援を行う。
- ・各事業実施にあたり、諏訪エリア観光特使、諏訪エリア観光宣伝大使を活用することとする。

## ②事業総括

・2019年度末に以下のような事業総括書を提出すること。

- i) 概要
- ii) 実施経過
- iii) 事業内容
- iv) 事業費明細
- v) 事業効果・成果
- vi) 今後の事業展開

## ③諏訪地方観光連盟幹事会からの提案事項について

・検討項目の変更または追加の提案があった場合には協議の上、可能なものについては対応するものとする。なお、この場合においても委託料の変更は行わないものとする。

## (5) 独自の提案事項

・仕様書に掲げるものの他、独自の提案事項があれば記載。