

これからの観光政策

令和5年2月14日

観光庁 観光地域振興部 部長

中村 広樹

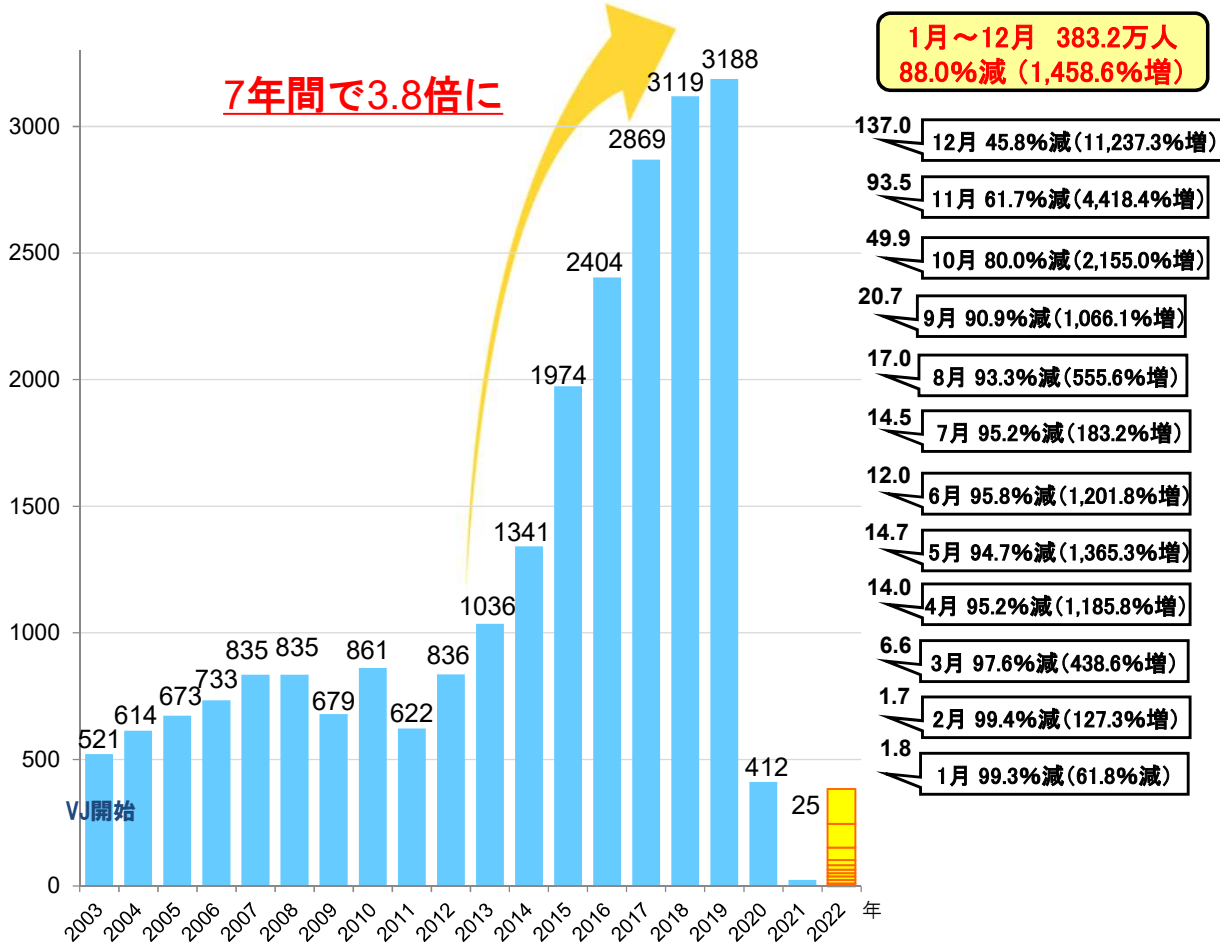
- 1. コロナ禍による観光への影響**
- 2. 観光の今後の方向性**
- 3. 観光地域づくりについて**
 - 観光地域づくり法人(DMO)**
 - 先駆的DMO**

1. コロナ禍による観光への影響

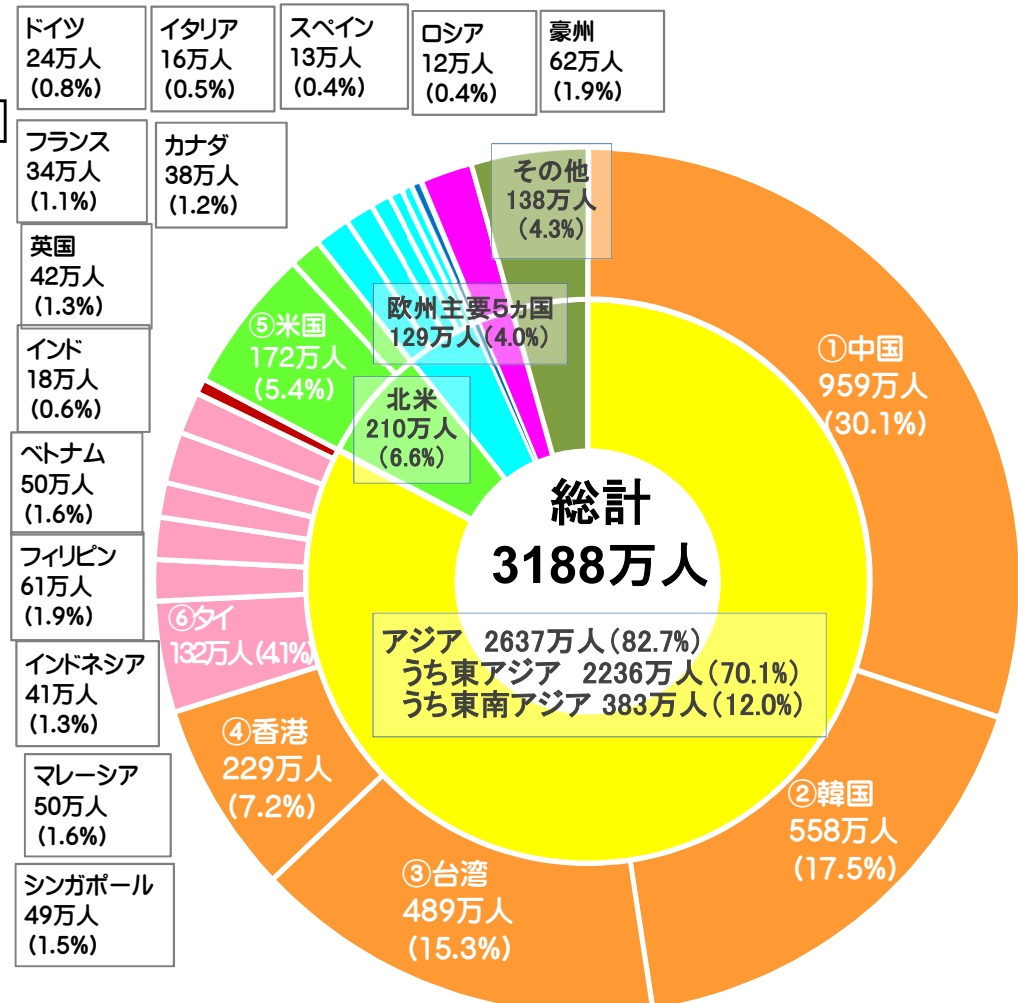
訪日外国人旅行者数の推移

- **2021年の訪日外国人旅行者数**は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、水際措置の強化が継続されたこと等により、2020年に続き、年間を通して大きく減少し、**対2019年比マイナス99.2%（対前年比マイナス94.0%）の24.6万人**となった。
- 2019年訪日外国人旅行者数の内訳は、東アジア2,236万人、東南アジア383万人、欧米豪413万人。

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行者数の内訳（2019年）

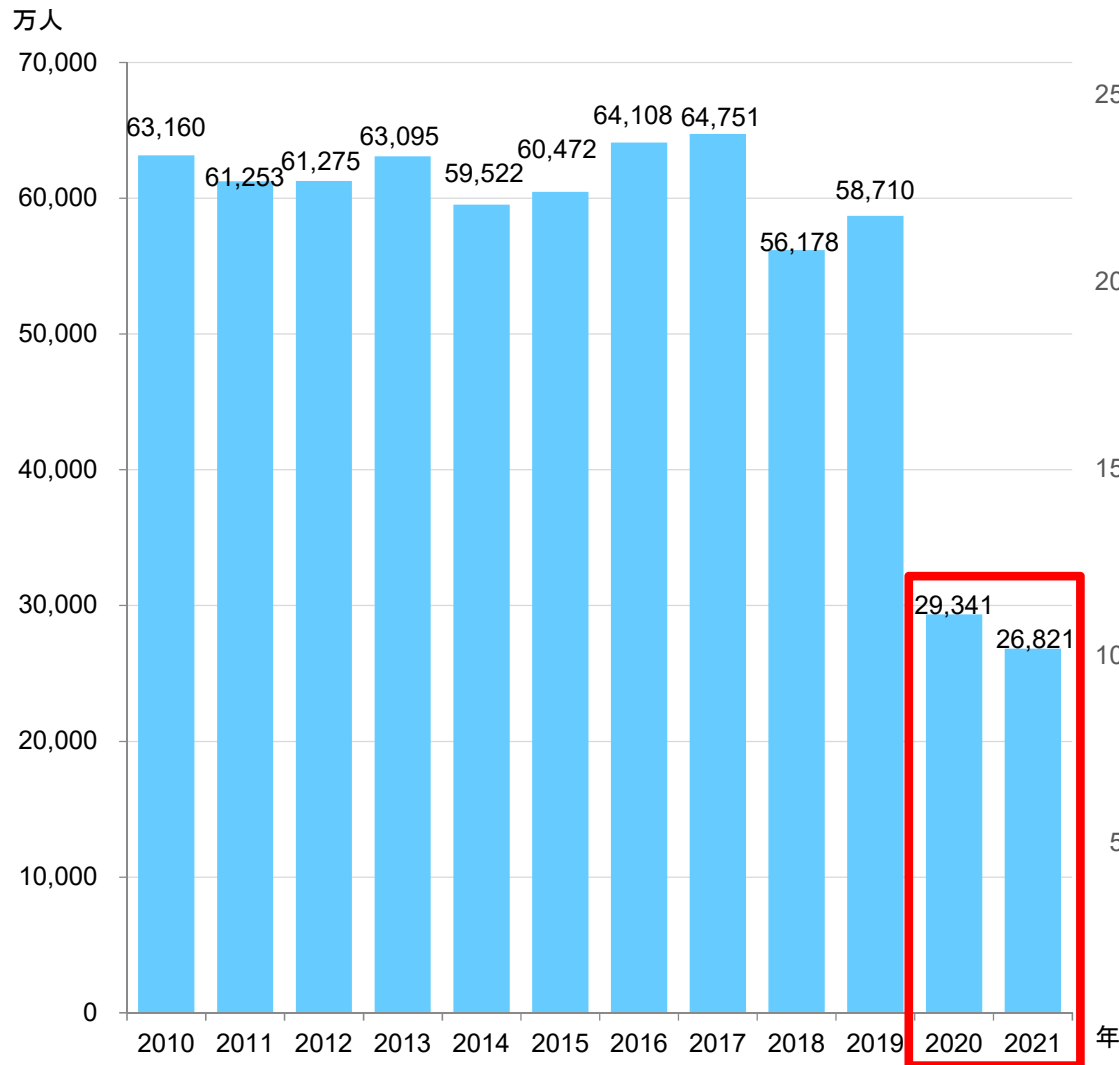


注1) 2020年は、新型コロナウイルスの影響により、出入国数が激減する等、特殊な状況となったことに鑑み、各月の訪日外国人旅行者数は2019年を基準として比較した数字を記載。
注2) 2021年以前の値は確定値、2022年1月～10月の値は暫定値、2022年11月～12月の値は推計値、%は対2019年同月比、()内は対前年同月比
出典：日本政府観光局 (JNTO)

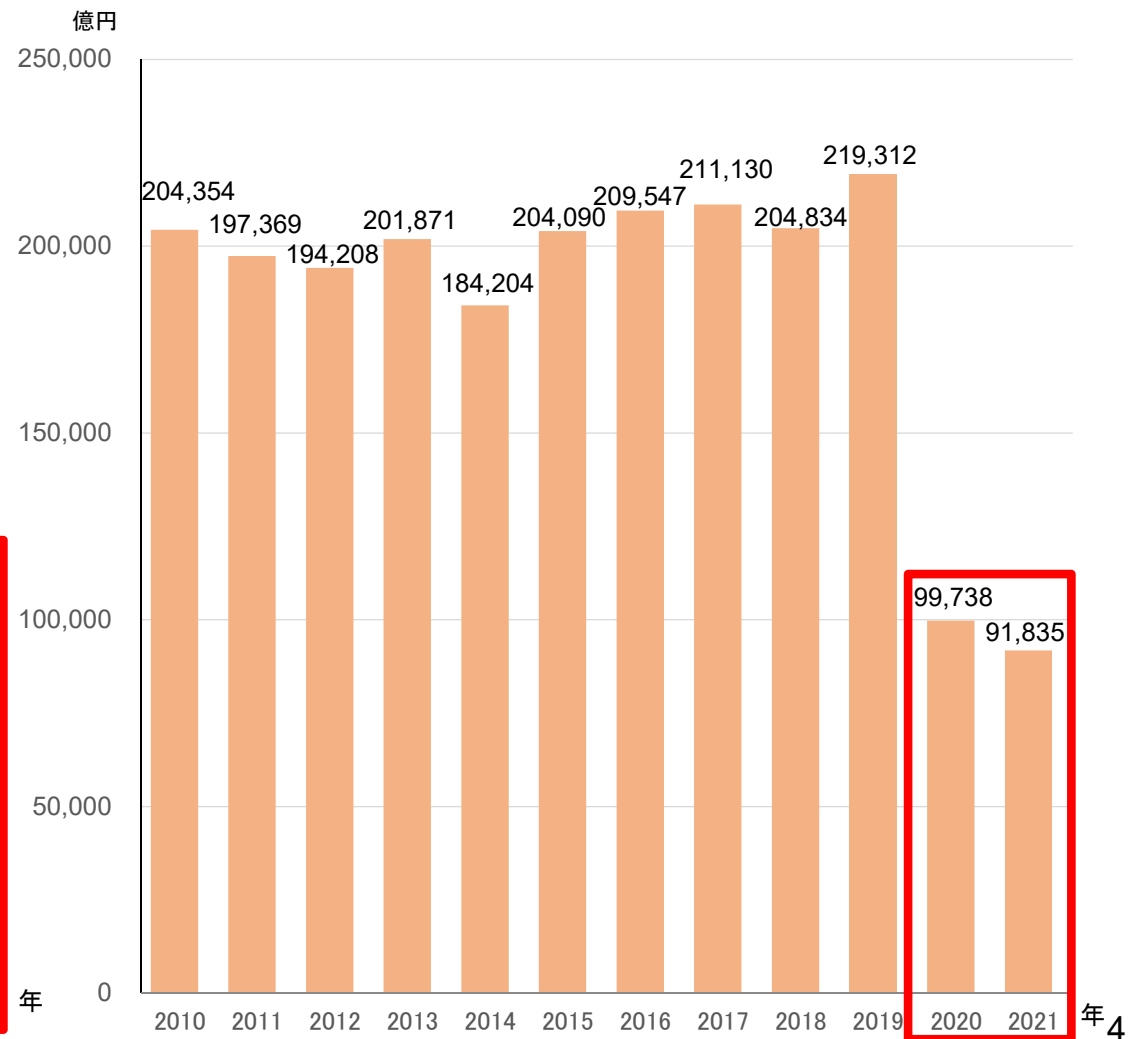
資料：日本政府観光局 (JNTO) 資料に基づき観光庁作成
注1：()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

- 国内の旅行者数・消費額は横ばいで推移しており、今後も人口減少の影響を受ける
- 新型コロナの影響により、2020年以降、およそ半減

日本人国内延べ旅行者数の推移



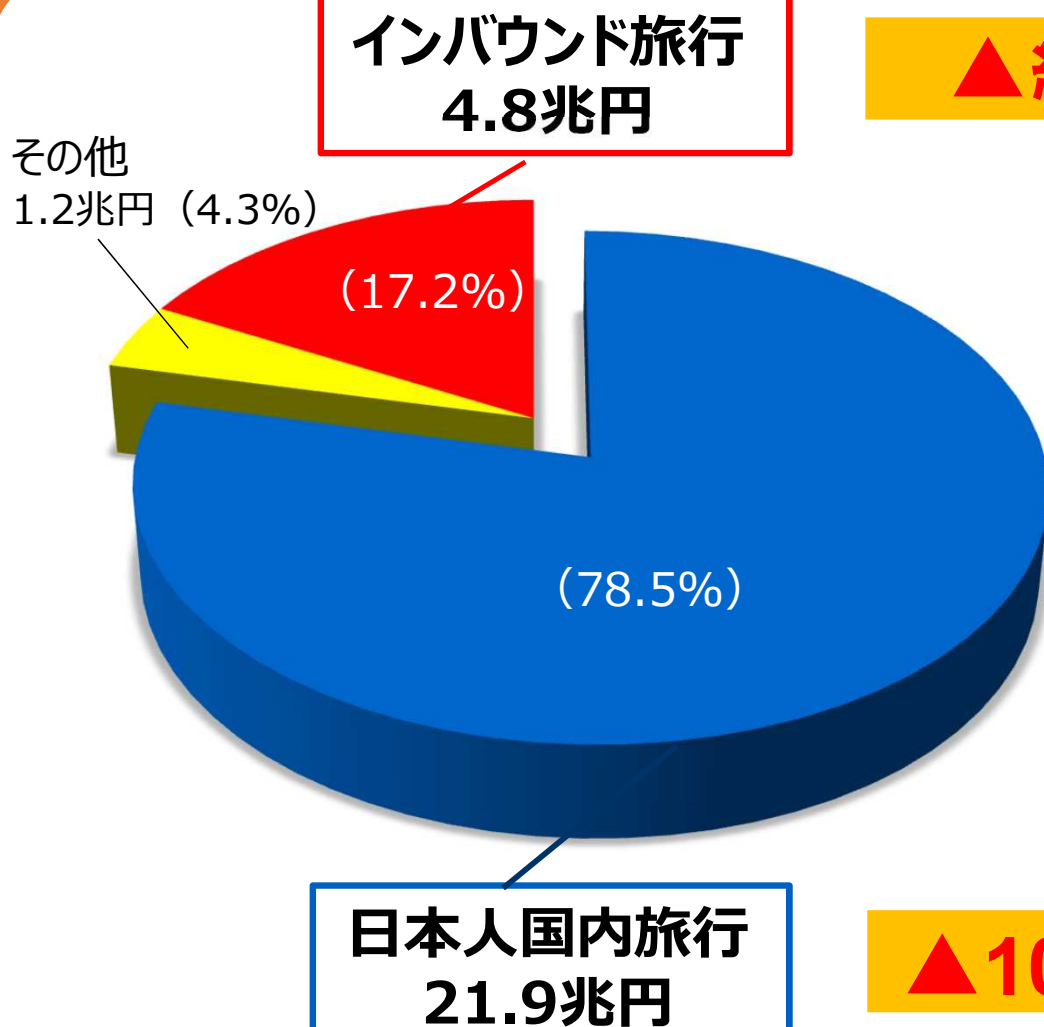
日本人国内旅行消費額の推移



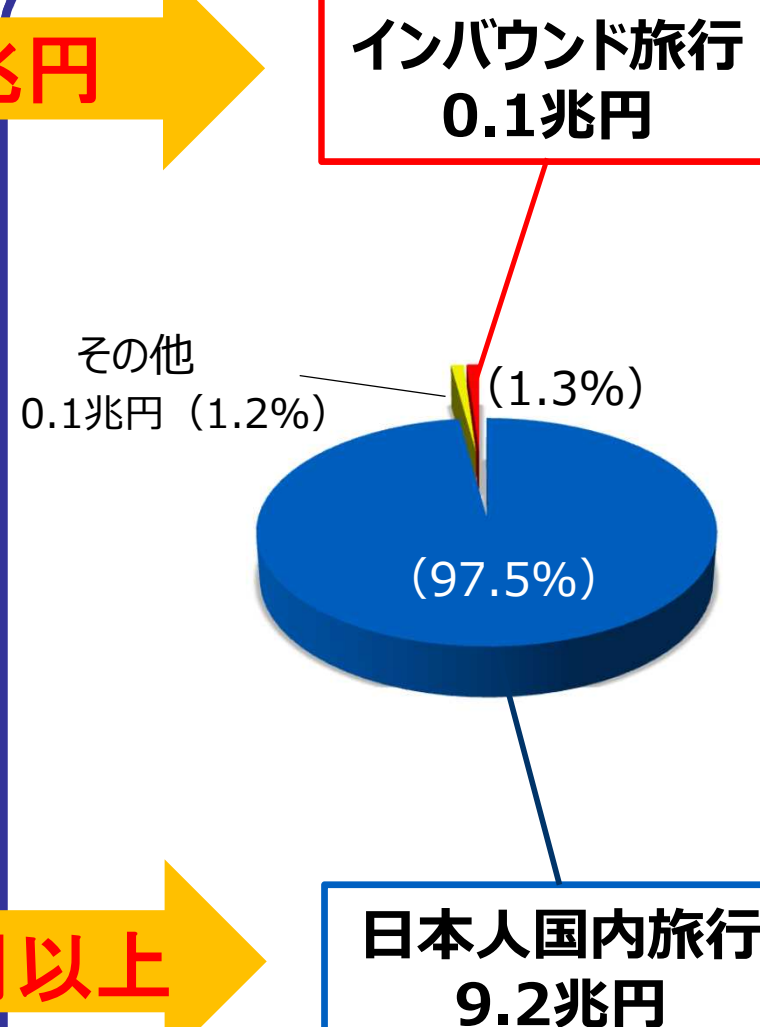
新型コロナウイルス感染拡大による国内全体の旅行消費への影響

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円



▲約5兆円



▲10兆円以上

新型コロナウイルス感染拡大前の目標達成状況

- 国内旅行は、消費額の目標を前倒しで達成
- インバウンドは、旅行者数が約 8 割、消費額と地方誘客は約 6 割の達成率

	(2019年実績)	(2020年目標)	達成率
日本人国内旅行消費額	21.9兆円	21兆円	104%
訪日外国人旅行者数	3,188万人	4,000万人	79%
外国人リピーター数	2,047万人	2,400万人	85%
訪日外国人旅行消費額	4.8兆円	8兆円	60%
地方部での外国人延べ宿泊者数	4,309 万人泊	7,000 万人泊	61%

○ コロナ禍を経て、旅行者の持続可能性への関心や、自然・アクティビティに対する需要が高まっている

「当面の旅行について、よりサステナブルな旅を心がけたい」：71%

※世界32か国約3万人を対象とした調査の回答結果
出典：Booking.com“Sustainable Travel Report 2022”（2022年2月）



プラスチックごみを回収するクルーズツアー（オランダ）



環境負荷の抑制や地元雇用に取り組むエコロッジ（フィンランド）

自然・アクティビティに対する需要の高まり

※コロナ以前と比較し、キャンプ場や貸別荘のような宿泊施設に関する検索が増加
出典：Tripadvisor, beyond COVID-19: The Road to Recovery for the Travel Industry (2020/5)



アドベンチャーツーリズム

世界のアドベンチャーツーリズム市場規模は、2026年には**173兆円**まで成長との予測あり
⇒**ツーリズム産業の成長を牽引**

※出典：Allied Market Research



住民が観光客をおもてなし（カナダ・フォーゴ島）



グランピング



アクティビティ

2. 観光の今後の方向性

- 「**持続可能な観光**」、「**消費額拡大**」、「**地方誘客促進**」の3つのキーワードに特に留意し、以下の3つの戦略を総合的かつ強力に推進。

持続可能な観光地域づくり戦略

- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**
- 宿の改修等、**観光地・観光産業の再生・高付加価値化**
- **地域資源の磨き上げ、観光DX**

インバウンド回復戦略

- **観光再始動事業**
- **消費額増加と地方誘客の促進**
- **高付加価値なインバウンドの誘致**

国内交流拡大戦略

- **全国旅行支援等の国内需要喚起**
- **第2のふるさとづくり**(継続した来訪の促進)
 - **ワーケーション**

地球環境に配慮した旅行

従来の旅行形態

旅行先としての国際競争力の低下

- ・ CO2削減に資する交通手段の活用
- ・ 省エネ、プラゴミ削減等に取り組む宿泊施設の利用
- ・ 食品ロスの削減



地域社会・経済の持続可能性を高める観光地域づくり

地域に根付いたコンテンツ

- ・ 自然環境、風景
- ・ 文化、伝統、歴史、郷土料理
- ・ 地場産業（農業、林業、伝統工芸等）

一過性の取組み

人口減少・過疎化に伴う風化・消滅

来訪動機の創出
受入環境の整備

①地域の環境・社会・経済の
持続可能性や価値を
更に高める来訪動機創出

一部の企業のみ裨益
地域社会全体の活性化に繋がらず

⑤持続可能な観光戦略策定、
効果検証

②地域一体となった取組み
地域全体の活性化

日本版持続可能な
観光ガイドラインの活用

マネジメント機能の強化
担い手の育成

④住民理解の確保

③観光従事者の担い手確保、
労働環境改善

オーバーツーリズム、マナー違反等

観光従事者の担い手不足

訪れる価値、住まう価値の向上

- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ**質の向上を強調**するとともに、地域の目標への引き直しやすさも考慮。
- 今後の世界的なコロナの収束見通しが不透明であることも踏まえ、**人数に依存しない指標**を中心に設定。

持続可能な観光地域づくり戦略

目標 持続可能な観光に取り組む地域数 (新たに設定) **(2022年)**
 12地域 (うち 国際認証・表彰地域6)

2025年目標

100地域
 (うち 国際認証・表彰地域50)
 (大幅増・全国に展開)

20万円/人
 (2019年の25%増)

1.5泊
 (2019年の10%増)

2019年水準超え (注)

アジア最大の開催国
 (主要国シェア 3割以上)

3.2億人泊
 (2019年の5%増)

22兆円
 (2030年目標の前倒し)

インバウンド回復戦略

目標 訪日外国人旅行消費額単価 (新指標) **(2019年)** **15.9万円/人**

**目標 訪日外国人旅行者一人当たり
 地方部宿泊数** (新指標) **1.35泊**

目標 訪日外国人旅行者数 **3,188万人**

目標 日本人の海外旅行者数 **2,008万人**

目標 国際会議の開催件数割合 **アジア2位**
 (主要国シェア約30%)

早期達成を
目指す目標

**旅行消費額
5兆円**

国内交流拡大戦略

目標 日本人の地方部延べ宿泊者数 **3.0億人泊**

目標 国内旅行消費額 **21.9兆円**

早期達成を
目指す目標

20兆円

(注) 世界的なコロナの収束見通しが不透明な中で設定したものであることに特に留意が必要。

※主要施策を抜粋

持続可能な観光地域づくり戦略

地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化

- ・宿泊施設のリノベーション支援
- ・高付加価値経営のためのガイドライン策定
- ・高付加価値経営を行う事業者の登録制度の創設

観光DXの推進

- ・旅行者の利便性向上及び周遊促進
- ・観光産業の生産性向上
- ・観光地経営の高度化

観光産業の革新

- ・高付加価値な旅行商品の造成
- ・資金繰り支援、事業再生支援等の継続実施

観光人材の育成・確保

- ・従業員の待遇改善による担い手の確保
- ・観光デジタル人材の育成・活用

DMOを司令塔とした観光地域づくりの推進

- ・持続可能な自主財源の確保
- ・DMOを中心とする地域一体となった戦略の実施

持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進

- ・地域のマネジメント体制の構築支援
- ・自然・文化等の保全に配慮したコンテンツ造成
- ・入域料徴収等による受入環境整備

良好な景観の形成・保全・活用

- ・無電柱化の推進

旅行者の安全の確保

- ・感染症対策の促進

東日本大震災からの観光復興

インバウンド回復戦略

インバウンドの回復に向けた集中的取組

インバウンド受入環境の整備

- ・ビザの戦略的緩和、CIQ体制等の整備
- ・地方直行便、クルーズ、MaaS整備等の促進
- ・ジャパン・レール・パスの更なる利用促進
- ・キャッシュレス化、多様な食習慣対応等の推進

戦略的な訪日プロモーションの実施

- ・デジタルマーケティングを活用したきめ細やかなプロモーション
- ・大阪・関西万博を契機とした対外発信

高付加価値旅行者の誘致

- ・全国10か所程度のモデル地域選定

MICEの推進 IR整備の推進

アウトバウンド・国際相互交流の促進

国際観光旅客税の活用

地方誘客に効果の高いコンテンツの整備

- ・国立公園の魅力向上とブランド化
- ・国際競争力の高いスノーリゾートの形成
- ・歴史的資源を活用したまちづくり
- ・文化観光拠点の整備
- ・スポーツツーリズム、農泊の推進

消費拡大に効果の高いコンテンツの整備

- ・アドベンチャーツーリズムの推進
- ・アート・文化芸術コンテンツの整備
- ・地域の食材を活用したコンテンツの整備
- ・魅力ある公的施設の公開・開放
- ・国民公園（新宿御苑等）の魅力向上
- ・外国人旅行者向け消費税免税店の拡大

国内交流拡大戦略

国内旅行需要の喚起

- ・魅力的なコンテンツ整備
- ・大阪・関西万博を契機とした国内観光振興

新たな交流市場の開拓

- ・ワーケーション等の普及・定着
- ・第2のふるさとづくり等の推進
- ・ユニバーサルツーリズムの推進

国内旅行需要の平準化の促進

- ・平日旅行需要喚起キャンペーンの実施
- ・休暇を取得しやすい職場環境の整備

観光庁予算主要事項について

令和5年度当初予算：310億円（うち観光財源200億円）
令和4年度経済対策関係予算：2,000億円

国内交流の拡大等（216億円）

○新たな交流市場の開拓

「第2のふるさと」、ワーケーション、ユニバーサルツーリズムの促進



○ポストコロナを見据えた旅行環境整備



移動支援モビリティ



エレベーター



観光案内アプリ



観光案内所整備

○全国旅行支援の着実な実施

年明け（1月10日）以降の観光需要喚起策の実施

インバウンド回復に向けた戦略的取組（512億円）

○観光再始動事業

インバウンド回復の起爆剤となる特別な体験コンテンツ等の創出



○全国津々浦々の観光資源の磨き上げ・環境整備



○戦略的な訪日プロモーション



○地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり

※この他、CIQ体制整備等を実施

高付加価値で持続可能な観光地域づくり（1,582億円）

○観光地・観光産業の再生・高付加価値化

宿泊施設等の改修、廃屋撤去、観光地の面的DX化等の取組を複数年度にわたり計画的・継続的に支援



宿泊施設の大規模改修



廃屋撤去

○観光分野におけるDXの推進



地域一体となったキャッシュレス化



宿間・異業種とのデータ共有・利活用

○人材の育成・確保

教育プログラムの創出等



○持続可能な観光

自然、文化の保全と観光振興を両立させる先行モデルの構築



マナー啓発設備



入域料等徴収システム整備



公共交通利用促進のための駐車場整備

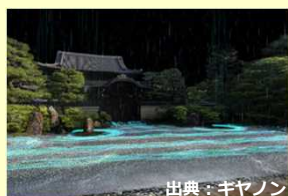
- 2025年に向けてインバウンドの本格的な回復を図るため、全国津々浦々で観光回復の起爆剤となる取組を集中的に実施
- 地域の関係者の発意による特別な体験や期間限定の取組等を全世界に発信しつつ、モデルツアーの造成も通じ、誘客の促進につなげる

文化、自然、食、スポーツ*等の多岐にわたる分野で、特別な体験や期間限定の取組の創出、イベントをフックとした誘客の促進、体験コンテンツの高付加価値化等を支援

※ 世界遺産・日本遺産・伝統芸能・アート・ポップカルチャー・国立公園・自然景観・スノーリゾート等の多様な観光資源を想定

※個々の取組は、イメージ

特別な体験の提供



建仁寺での最新技術を活用した映像体験 (京都府)
2022年



姫路城世界遺産登録30周年 天守等の限定公開 (兵庫県)
2023年



明王院五重塔の内部公開 (広島県)
2024年



都塚古墳の内部公開 (奈良県)
2022年



弘法大師生誕1250年 座像の限定公開 (和歌山県)
2023年



正倉院関連イベント (奈良県)
2025年

大自然の魅力を活かした新たな体験の提供



阿寒摩周国立公園での夜間イベント (北海道)
2022年



高級ホテルの開業予定 ニセコ町 (北海道) おける Gondola 増設 (長野県)
2023/2024年



黒部宇奈月キャニオンルート 開業 (富山県)
2024年

イベントをフックとした誘客の促進



ジブリパーク開業 (愛知県)
2022年11月



「和食」世界遺産登録10周年
2023年



世界遺産登録を目指す「伝統的醸造」
2024年



世界陸上 瀬戸内国際芸術祭
2025年

海外への発信



Outdoor Stand-Up Paddleboard Yoga at Mukaiyama Tropical Garden Mie, Tokai Communicate with the sea and find inner strength in a tropical island atmosphere



Nature Explore Kumamoto's active volcano Mount Aso up close Kumamoto, Kyushu Eat, stay and play in one of the world's largest inhabited volcanic calderas

特設ウェブサイト (イメージ)



プロモーションは JNTOと連携

○ 本格的な再開が見込まれるインバウンドの地方誘客や観光消費の拡大を促進するため、観光事業者が連携してインバウンド向けに地域に根差した観光資源を磨き上げる取組を支援する。

インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた磨き上げ（イメージ）



✓ 「禅」をテーマとした体験型コンテンツ
 →訪日外国人が「禅」の精神を理解できるような思想の深堀り・ストーリー構築を実施



✓ 和紙制作の体験コンテンツ
 →和紙の歴史や工程を理解を促すコンテンツを多言語で整備するとともに、職人と訪日外国人の交流の機会を創出

補助対象者	地方公共団体、DMO、民間事業者（民間事業者においては、地方公共団体との連携が必須）
補助対象経費	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行商品等の企画・開発費 ・モデルツアー実施費 ・国、地域毎のインバウンド促進に専門性を有する有識者等からの意見聴取に係る経費 等

- 宿泊施設、観光施設等の改修、廃屋撤去、面的DX化などの取組の支援について、**計画的・継続的に支援できるよう制度を拡充**する。
- 上記を通じて、インバウンド需要を回復・拡大し、**コロナ禍からの需要回復**、**地域活性化**を実現し、**円安のメリットも最大限活かして地域・産業の「稼ぐ力」の回復・強化を図る**。

① 地域計画の作成支援

※ 自治体・DMO等の地域を代表する団体が取りまとめて作成

中長期的な観光地の再生・高付加価値化プラン（地域計画）の作成に向け、
・地域の合意形成、・地域再生のコンセプトづくり、・個別施設の改修計画の磨き上げ、・資金調達などの点について、**地域の取組を国が支援**（専門家派遣等の実施）

② 地域計画に基づく事業支援（例）

宿泊施設の高付加価値化改修

観光地の面的再生に資する
宿泊施設の大規模改修支援



廃屋撤去

観光地の景観改善等に
資する廃屋の撤去支援



観光施設改修等

- ・観光地の面的再生に資する
土産物店や飲食店等の改修支援
- ・公的施設への観光目的での改修
支援



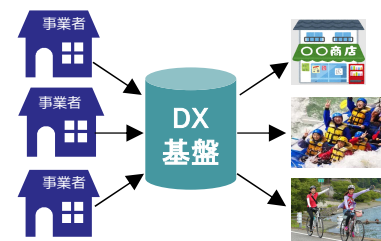
面的DX化

観光地の面的再生に資する
面的DX化支援

地域一体となった
キャッシュレス化



観光地の情報の一元管理等



○ インバウンドの本格再開に備え、**ストレスフリーで快適な旅行を満喫できる環境**や災害など非常時における**安全・安心な旅行環境**の整備に加え、**宿泊施設、観光施設等のサステナビリティの向上に関する取組等**を支援する。

訪日外国人患者の受入機能強化・ 観光施設等における危機管理対応能力強化

■ 訪日外国人患者受入機能強化



“発熱”→“fever”

・ 翻訳機器の整備



・ キャッシュレス決済環境の整備

■ 感染症対策等の危機管理対応能力強化



・ 避難所機能強化



・ 災害時の多言語対応強化

事業主体：観光施設等

宿泊施設・観光施設の サステナビリティ強化支援

■ 宿泊施設、観光施設等における 省エネ設備等の導入支援



・ 省エネ型空調



・ 太陽光発電

事業主体：宿泊事業者、観光施設等

交通サービスインバウンド対応支援

■ 交通サービスの受入環境整備



・ 段差解消
(エレベーター)



・ UDタクシー



・ 携帯型翻訳機



・ 観光に資する車両
(サイクルトレイン等)

事業主体：交通事業者等

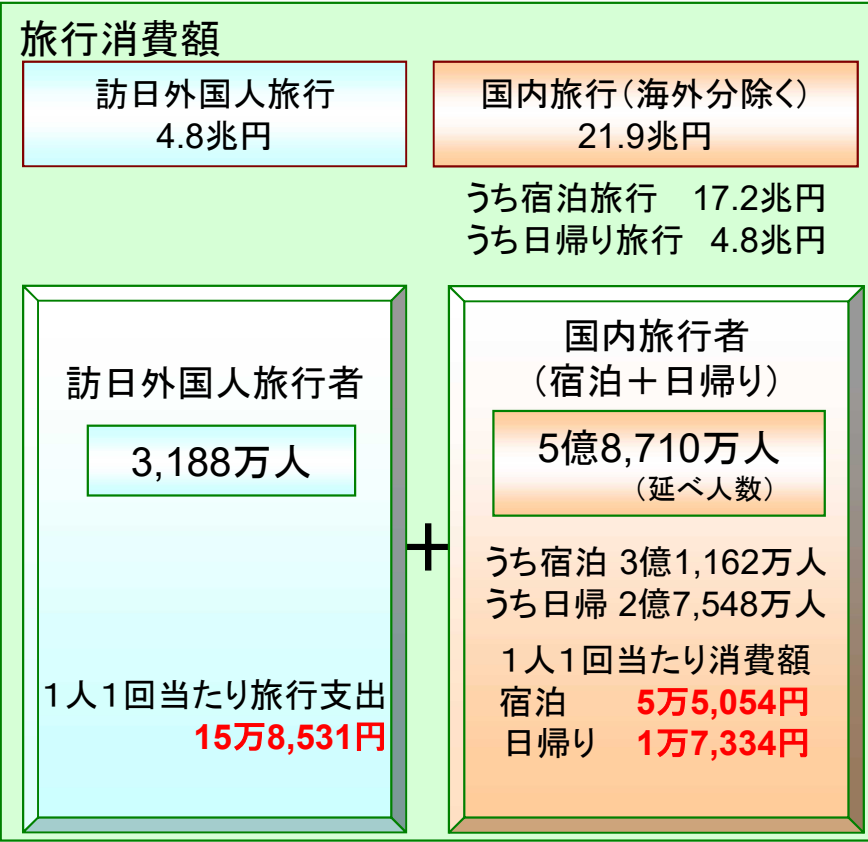
○ その他、空港における旅客手続き等の環境整備、インバウンドの受入環境の高度化を支援

3. 観光地域づくりについて

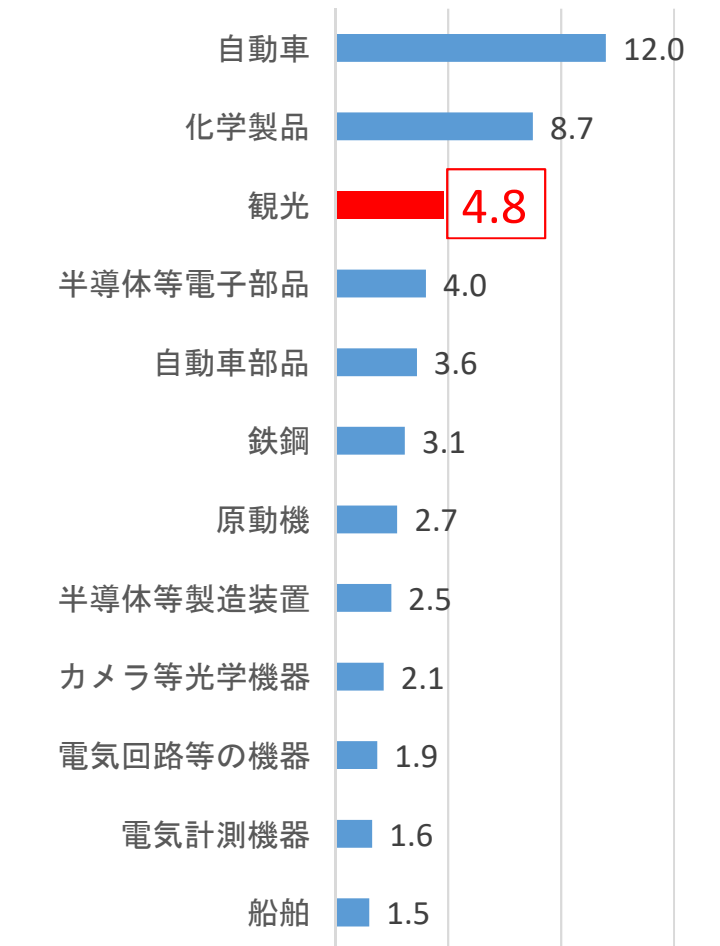
- **観光地域づくり法人(DMO)**

人口減少を迎える日本では、「観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札」

定住人口 = 1億2,617万人
1人当たり年間消費額 = **130万円**



2019年の訪日外国人旅行消費額
4兆8,135億円



定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。(※観光庁資料)

資料:財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり

旅行者に、地域の文化や生業等に触れてもらうことで、地域住民も、その価値を再認識し、自らの地域等を誇りに感じる

→ 地域の更なる魅力向上を通じて、旅行者・地域住民の双方の好循環を実現

旅行者

観光等で地域を訪問

地域の魅力向上による更なる誘客

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域

地域住民

地域における当たり前の日常

- ・自然、風景、歴史・文化、街並み
- ・郷土料理
- ・農業、漁業など地域で営まれてきた生業

非日常の体験・感動

相互交流・理解

⇒ 意識の変化

自らの文化・地域への誇り

- ・地域の良さ・特別さの再認識
- ・地域への誇り、幸福感の実感
- ・地域の環境、文化・生業等の維持・保全
- ・地域関係者の所得向上・住民福祉の向上

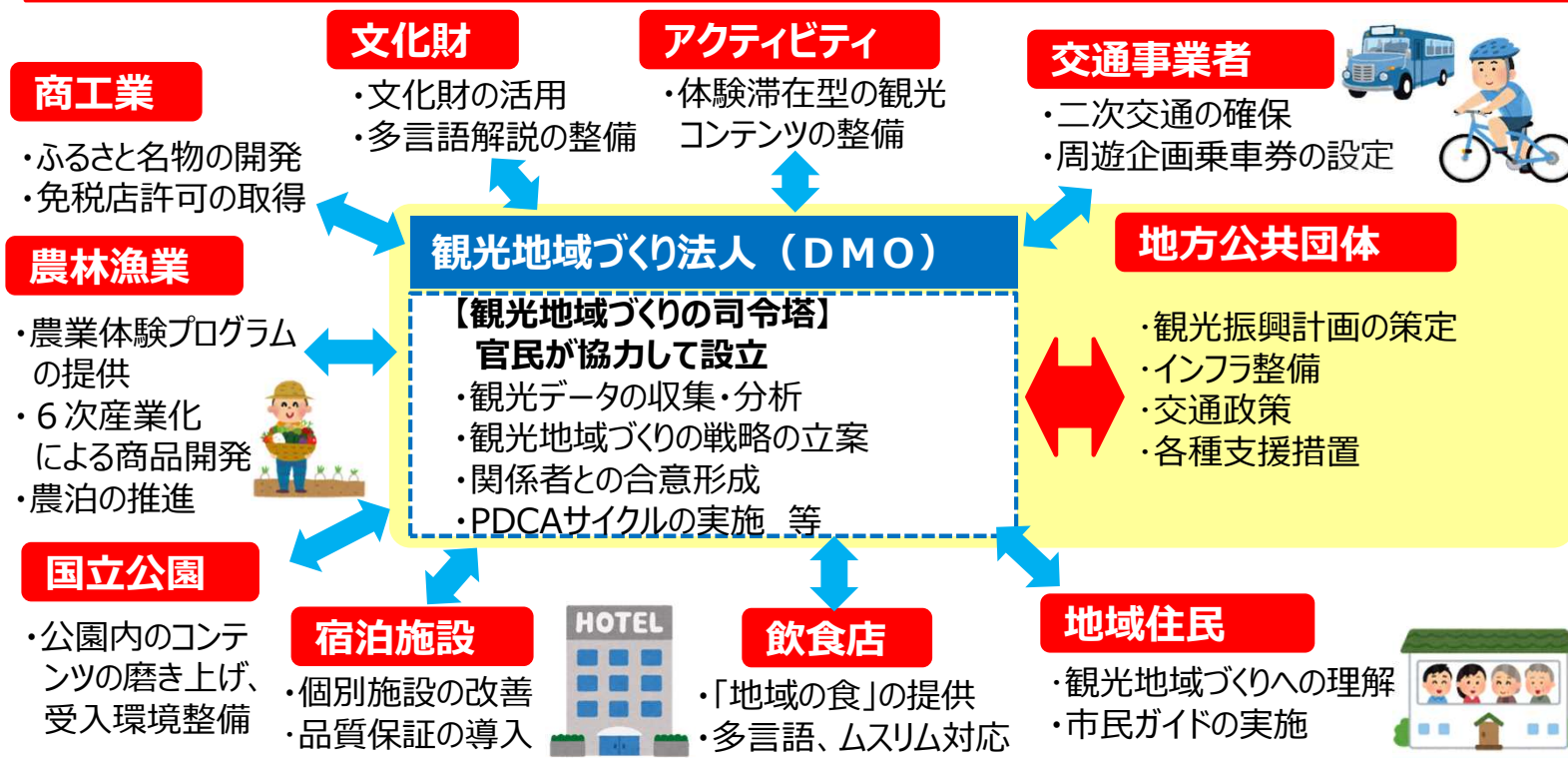
観光地域づくり法人（DMO）

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる法人

DMO : Destination Management/Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



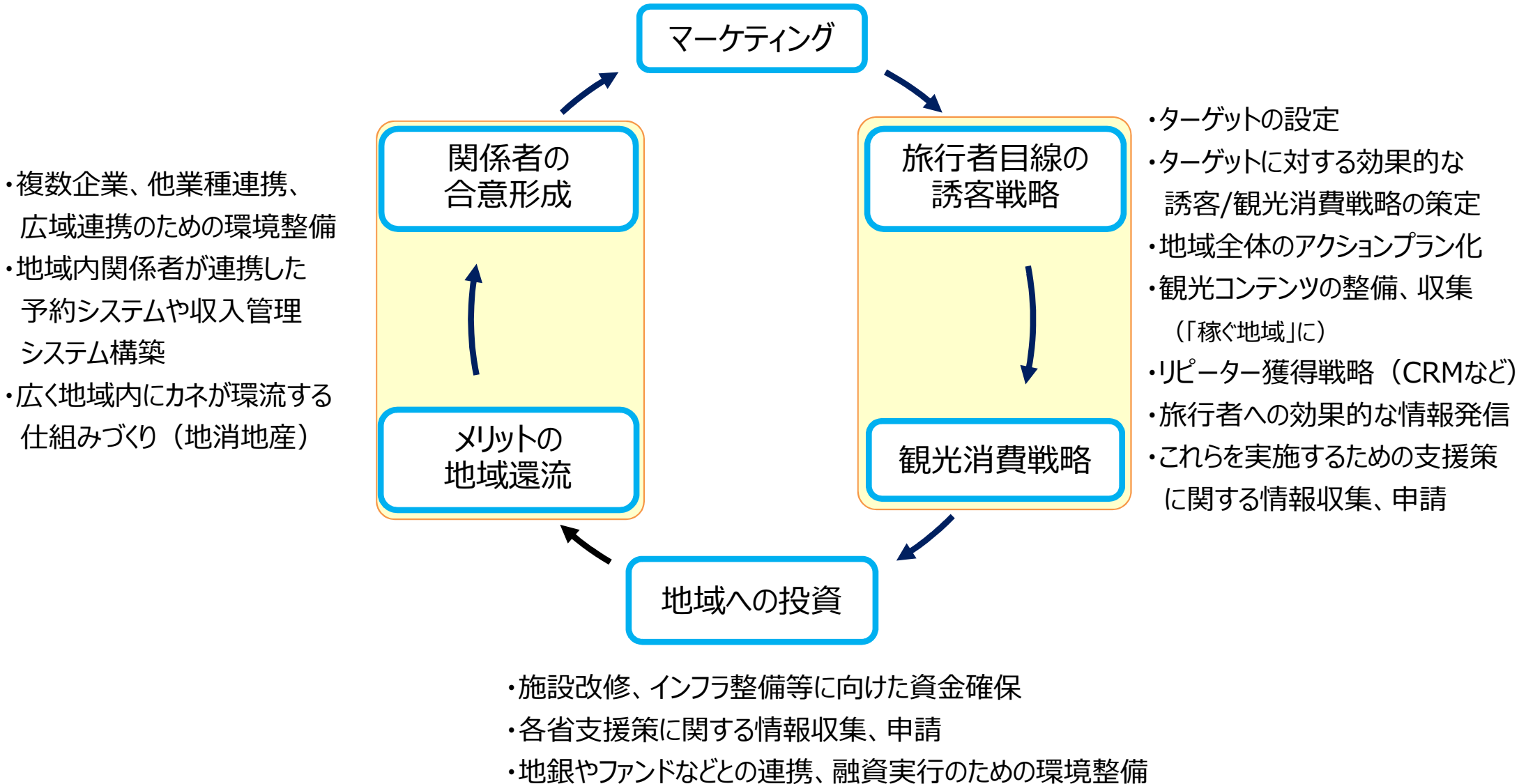
ターゲティング等の戦略策定

観光コンテンツの造成

受入環境の整備

地方誘客・旅行消費拡大

・旅行者の来訪状況、属性、消費額、満足度等のデータ収集、分析（DX戦略）



誘客/観光消費戦略を持続可能に策定していくためには

中核人材の育成

- ・マーケティング能力
- ・情報収集能力
- ・企画力
- ・コミュニケーション能力
- ・チャレンジ精神など

中核人材育成・確保のための財源確保

- ・DMCの設置
- ・道の駅など管理受託
- ・宿泊税や入域料の導入など

■ 地域DMO：基礎自治体である単独市町村の区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

- ・対象区域のマーケティング、戦略策定、観光資源の磨き上げ、受入環境の整備等

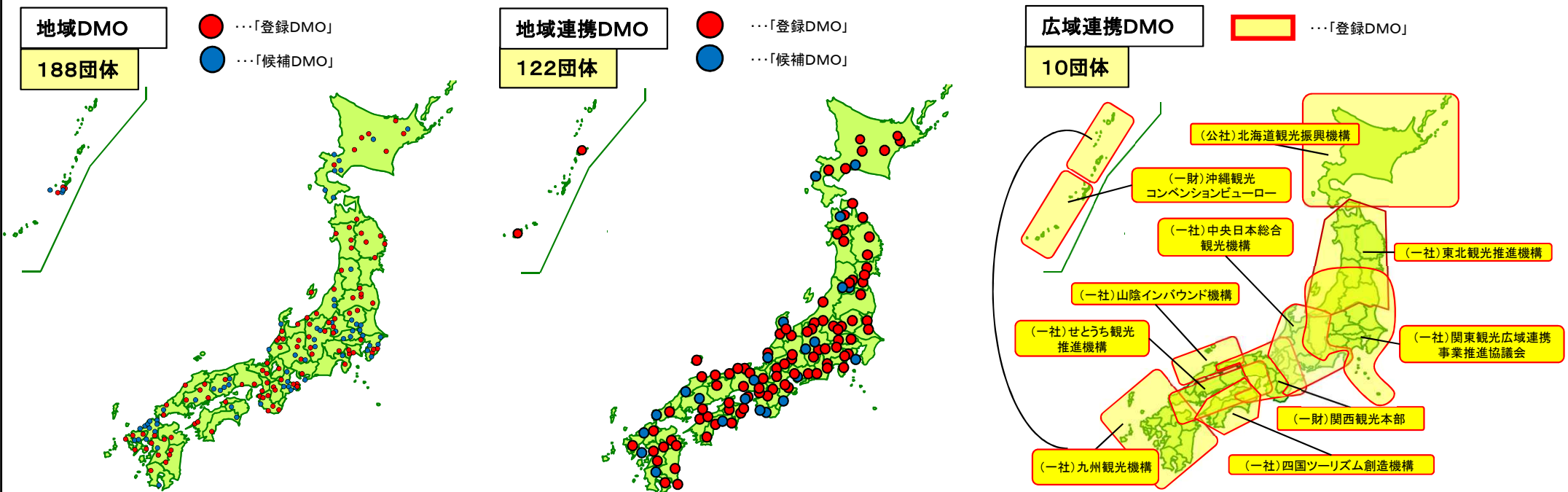
■ 地域連携DMO：複数の自治体にまたがる区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

- ・対象区域のマーケティング、戦略策定、観光資源の磨き上げ、受入環境の整備等

■ 広域連携DMO：地方ブロックレベルの区域を一体として、観光地域づくりを行う組織

- ・対象区域のマーケティング、各地域の観光資源を集約し、戦略策定やプロモーション、広域的なコンテンツの開発等

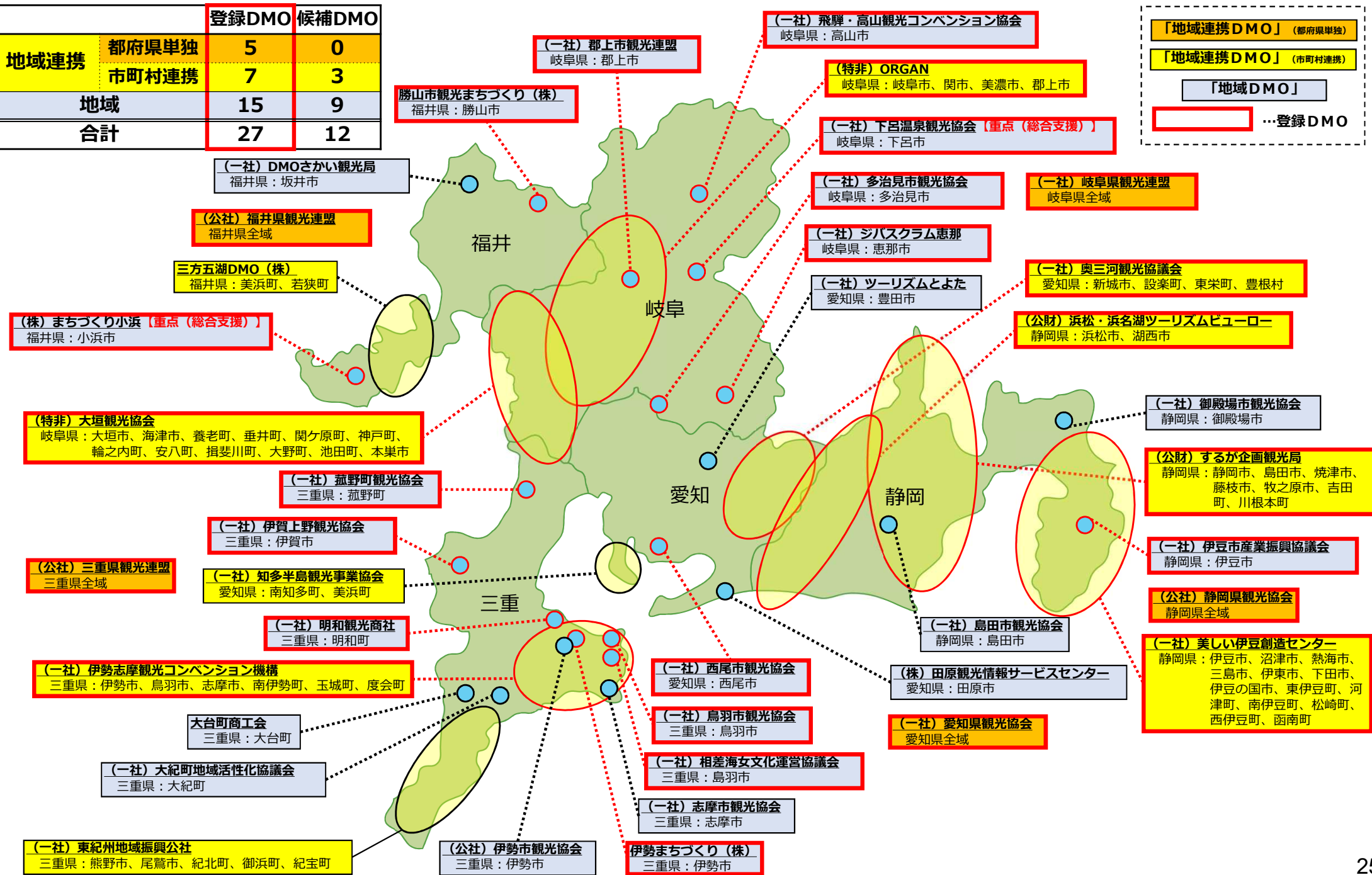
「DMO登録制度」として320団体（※）が登録（R4.10.28時点）



※「登録DMO」登録数：255団体、「候補DMO」登録数：65団体

中部地方（地域連携DMO・地域DMO）

		登録DMO	候補DMO
地域連携	都府県単独	5	0
	市町村連携	7	3
地域		15	9
合計		27	12



一般社団法人 キタ・マネジメント

取組概要・実績

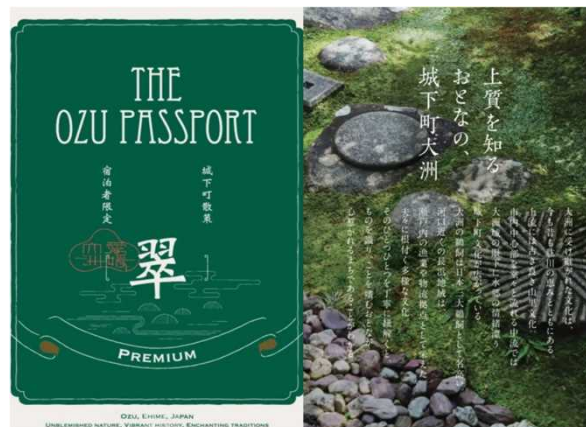
- 民間企業等を巻き込んだ高付加価値なコンテンツ造成・地域独自のCRM導入・財源確保により、**得られた収益を地域に再投資して継続的に自立・自走できる地域づくりを実現**している先進的な重点支援DMO。
- **日本初の城泊**であり、**1組単価110万円以上の「大洲城キャスルステイ」**を実施。
- LINEと連携した「大洲パスポート」を導入し、地域内回遊を促進。

取組詳細

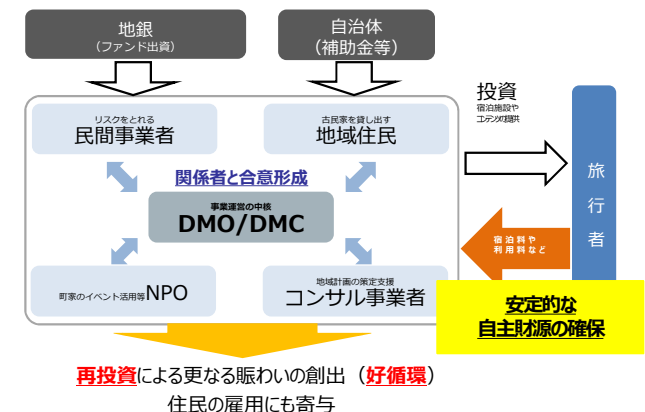
- 2020年から重要文化財「臥龍山荘」等の指定管理の受託、分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」など地域特性を生かした高付加価値化に取り組み、収益の増加によって地域への再投資・新規事業の創出が生まれる好循環の仕組みを構築。（再生した歴史的建造物：22棟、うちNIPPONIA HOTEL:20棟28室）
- 「大洲パスポート」の活用により、協力店舗で地域製品のプレゼント等の特典を提供し、旅ナカ・旅アトでの顧客管理をするとともにリピーター化やふるさと納税を推進。



大洲城キャスルステイ
(天守閣での城泊 入城体験)



地域独自のCRMである大洲パスポート



地域づくりのイメージ図

一般社団法人 下呂温泉観光協会

取組概要・実績

- **CRM（顧客管理）アプリなど積極的にDX導入し、観光客の消費動向データ等から適切なマーケティング・プロモーションを実施し早期に宿泊者数をコロナ前の水準まで回復させた先進的な重点支援DMO。**
- 入湯税の活用等により、**安定して地域が自走するための財源を確保。**
- 地域住民との交流を深めるプログラムの造成・販売によって、リピーターを獲得。

取組詳細

- CRMアプリにより、顧客の消費行動の把握や顧客への観光情報のプッシュ型発信が可能に。
（アプリ会員数） 2021年3月:2,671→2022年9月:9,600 （加盟店数） 2021年3月:39→2022年9月:47
- エリア内の全宿泊施設の宿泊客データの収集・分析から、近隣県からの来訪増加等の傾向を捉え、傾向に合わせたプランを造成・販売。
- 2022年6月の宿泊客数が2019年6月の水準に回復。



下呂温泉郷CRMアプリ



伝統の火ぶり魚を間近で体験

3. 観光地域づくりについて

- 先駆的DMO

○「先駆的DMO」を目指す・課題解決を図ろうとする意欲があるDMOに対し、課題に対応した新たな支援を実施。



中核人材の育成



ガイドブックの配布



CRM

現在の支援

- **体制強化に対する支援**
 - ・外部専門人材の登用、中核人材の育成 等
 - ・自主財源開発手法ガイドブックの配布 等（候補DMOを含む）
- **事業に対する支援**
 - 戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、CRM、DMP等の普及 等



今後の追加支援

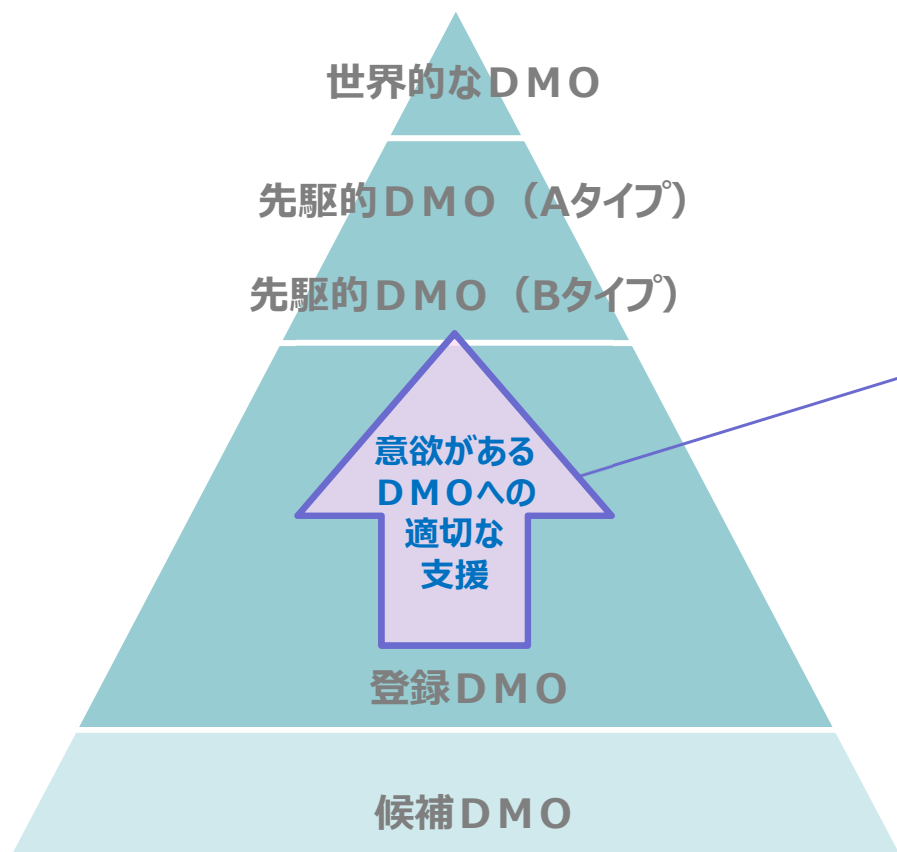
意欲があるDMOについて、課題に対応した支援を実施

「先駆的DMO」を目指す
課題解決を図ろうとする } DMOが自己評価を行い、これを専門家が評価

⇒ **強み、弱みが見える化し、課題解決のために必要な支援を実施**

【支援策】

- ・ファシリテーター活用による戦略策定の支援
- ・主要ポスト（COO/CMO等）への民間人材の一括投入
- ・中核的な役割を担うプロパー職員確保のための採用活動支援
- ・持続可能な財源の確保に向けた企画立案、合意形成などに関する支援
- ・マーケティング・マネジメントガイドブックを活用した実践的な研修の実施
(候補DMOを含む)
- ・日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）の普及促進
(候補DMOを含む)



○これまでのDMOに関する議論や取組、持続可能な観光に対する関心の高まりを踏まえ、「世界的なDMO」の形成に向けた支援のあり方を見直す。



戦略的支援

■ 戦略的な伴走支援、補助金の活用により世界的なDMOを目指す

世界的なDMO

先駆的DMO (Aタイプ)

先駆的DMO (Bタイプ)

これまでの重点支援DMO

登録DMO

候補DMO

世界的なDMO

下記①～⑥について、すべて高水準で満たしているDMO

- **観光による受益が広く地域にいきわたり、地域全体の活性化を図っていること**
 - ① 地消地産を含め、できる限り多くの事業者・業種も含めた誘客/観光消費戦略を策定
 - ② 観光による受益を、観光従事者の働きやすい環境づくり、地域住民の生活水準の向上につなげる等、地域の理解促進に向けた視点を織り込む
 - ③ 行政を含む多様な関係者との連携により戦略を実現
- **誘客/観光消費戦略が持続的に策定される組織体であること**
 - ④ 人口減少が進む日本人だけに頼らず、インバウンド誘客も含めた戦略を策定
 - ⑤ データ収集・分析、戦略策定、戦略の検証・見直しのサイクルが適切に機能する仕組みを構築
 - ⑥ 戦略策定に係る人件費や事業運営費等が安定的・継続的に確保される仕組みを構築

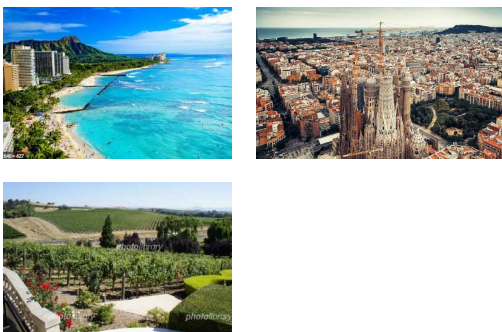
先駆的DMO (Aタイプ)

上記①～⑥について、すべて一定の水準を満たしているDMO
(世界的なDMOになるため支援を実施)

先駆的DMO (Bタイプ)

上記①～⑥について、いずれかの項目で一定の水準を満たしていないDMO
(一定の水準を満たす項目を高水準に引き上げるための支援を実施)

○「世界的なDMO」を目指す「先駆的DMO」に対し、**戦略的な伴走支援や補助金の活用による支援**を実施。



世界的なDMO

先駆的DMO (Aタイプ)

先駆的DMO (Bタイプ)

登録DMO

候補DMO

① 改善計画の作成に対する支援

○先駆的DMOが有識者の指摘事項を踏まえて改善計画を作成する際、
アドバイスを行う専門家を派遣

(改善計画に記載する、課題解決のための取組)

先駆的DMO (Aタイプ)

「世界的なDMO」に求める**すべての項目 (①～⑥)**に関する取組

先駆的DMO (Bタイプ)

「世界的なDMO」に求める項目のうち**一定の水準を満たすもの (①～⑥のいくつか)**に関する取組

② 改善計画の実現に対する支援

- 課題解決に資する国内外先進地の視察の機会を提供
- 改善計画の実現にあたり、専門家と観光庁専属担当による伴走支援を実施
 1. 専門家による、取組実施にあたってのアドバイスや取組の検証、見直し
 2. 観光庁専属担当による、案件形成の支援
 - ・外部専門人材の登用、中核人材の確保・育成事業
 - ・観光庁の各種補助事業等

持続可能な財源の確保に向けて

○DMOは地域の実情とDMOの発展度、各財源の特性等を踏まえ、持続可能な財源の確保を目指す。

持続可能な財源確保の手法（例）

【マーケティング事業】

- データの分析結果を継続的・定期的に域内事業者へ提供
- CRMによるダイレクトマーケティング等も活用し、域内の観光情報とコンテンツ等を一括で掲載・販売できるデジタル商流（OTAやEC機能を備えたサイト等）を確立

【地域商社事業（DMC機能）】

- 自ら新たな体験コンテンツ等を造成・販売し、収益力を強化

【自治体からの受託事業】

- 道の駅等の指定管理やふるさと納税事務を自治体から受託し、域内事業者とともに、地域産品や返礼品を開発・販売

【特定財源】

- DMOの取組で得られる利益に対し、地域関係者が応分を負担する仕組みを構築

- ①自由度の高い負担金（自治体）
- ②会費、受益者負担金等（関係者）
- ③宿泊税、入湯税、入域料等（利用者）

（観光庁の支援策）

【全般支援】

- 企画立案に係る支援
- 先進事例の横展開

- マーケティング、ファイナンス人材等の登用補助
- 戦略策定～商流環境整備等の総合的支援
- マーケティングガイドブック等を活用した研修 等

- 専門家派遣等を通じた商品造成・販売力の強化
- DMOの体制づくりに向けた自治体への助言や働き掛け

- 観光関連事業者の合意形成支援 等

自治体からの持続可能な財源の確保ができるまでは、
金銭的サポートが必要不可欠