

日本版DMO形成・確立の必要性

これまでの観光地域づくりの課題

関係者の巻き込みが不十分

・文化、農林漁業、商工業、環境、スポーツなど**地域の関連事業者**や**住民等**の**多様な関係者の巻き込みが不十分**
 ⇒地域の幅広い資源の最大限の活用につながらない
 ⇒地域住民の誇りと愛着を醸成する**豊かな地域づくり**につながらない

データの収集・分析が不十分

・来訪客に関する**データの収集・分析が不十分**。観光客を**十把一絡げ**に扱っている**地域が少なくない**
 ⇒**ターゲット**となる顧客層や地域の**コンセプト**が十分に練られていない
 ⇒**変化する観光市場**に対応できない

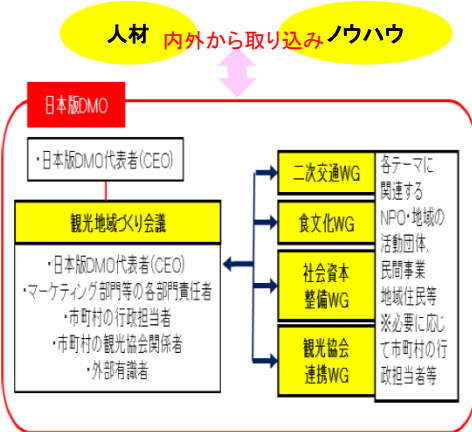
民間的手法の導入が不十分

・効果的なブランディングやプロモーションといった**民間的手法の導入が不十分**
 ⇒観光客に対して、「刺さる」**競争力**を持つ観光地ブランディングができていない。



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を行う舵取り役 = 「日本版DMO」を各地域で形成・確立

関係者の巻き込み 内外の人材やノウハウの取り込み



データの収集・戦略の策定

例) 富良野・美瑛観光圏によるSWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	【強み】Strength ・ヨーロッパを思わせる自然景観 ・札幌圏・旭川圏へのアクセスも翌、空港とも近い地理条件 ・野菜王国、豚・富良野牛 ・よそ者を受け入れる風土	【弱み】Weakness ・公共交通アクセスの不便 ・夜の観光の魅力不足 ・自然環境の破壊 ・長期滞在用の宿泊施設が不足
外部環境	【機会】Opportunity ・エコツーリズム・スローツーリズムなどの追い風 ・団塊世代の退職に伴う市場拡大 ・外国人観光客の増加	【脅威】Threat ・ペンション・ホテル・飲食店の担い手不足 ・交通渋滞による住民の歓迎意識の低下 ・他の観光地との競争激化 ・観光インフラの整備

ブランド力を高める仕組み

例) 雪国観光圏「SAKURA QUALITY」

・雪国観光圏では、外国人の受入体制などにより宿泊施設等の評価を行う品質認証制度「サクラクオリティ」を導入。



プロモーション

(例) 外国人職員による効果的なプロモーション

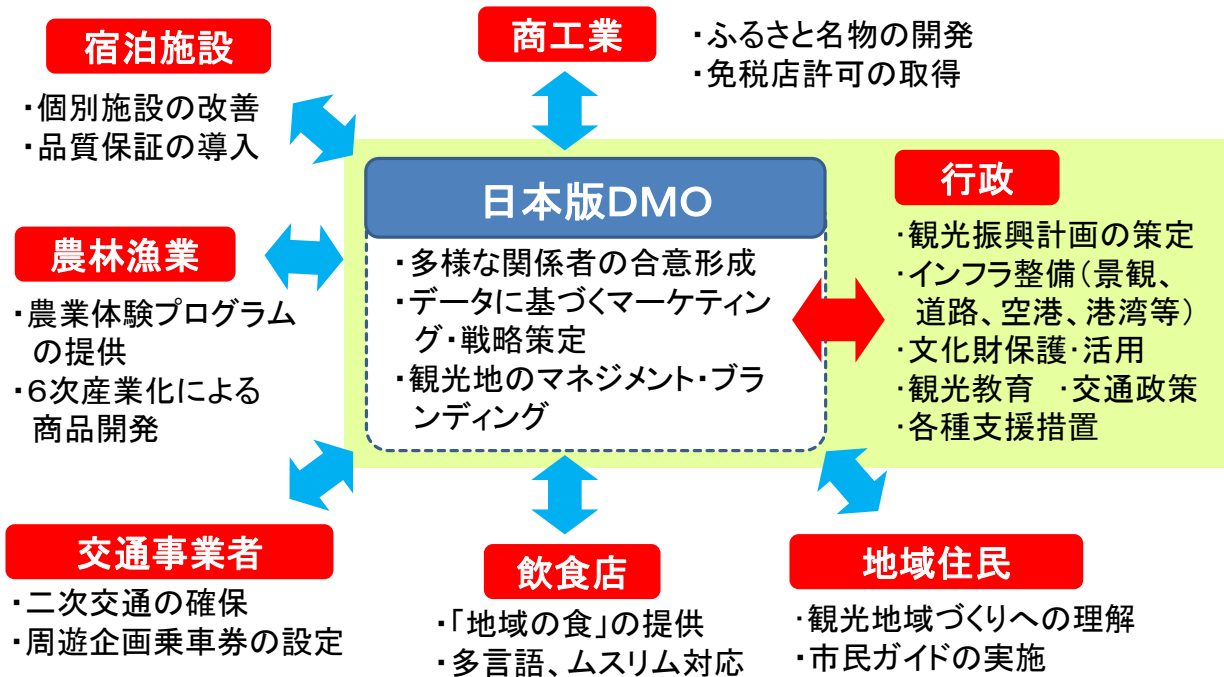
DMO : **D**estination **M**anagement / **M**arketing **O**rganization

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的なアプローチを取り入れた
観光地域づくりを行う舵取り役となる法人 = 「日本版DMO」を各地域で形成・確立

地域資源を最大限に活用し、効果的・効率的な集客を図る「稼げる」観光地域づくりを推進

多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

地域一体の魅力的な観光地域づくり

観光客の呼び込み

観光による地方創生