

**世界的な観光地域づくり法人(DMO)の
あり方検討及びガイドラインの見直しに関わる調査
～国内 DMO における組織運営等に関する調査結果～**

令和6年3月

**観光庁 観光地域振部
観光地域振興課**

1. 国内 DMO における組織運営等に関する調査

1.1. 調査の実施概要

■ 調査の目的

- ・ 「世界的な DMO」の評価基準やガイドライン見直しに向けた検討にあたり、国内 DMO の組織運営等における実態を把握する。

■ 調査対象

- ・ 国内の全ての登録 DMO・候補 DMO
(登録 282 団体・候補 57 団体 計 339 団体)

■ 調査期間

- ・ 2024 年 2 月 20 日～3 月 1 日

■ 調査の大項目

1. DMO の組織運営、役職の定義、設置状況
2. DMO の CMO、CFO に求める経験、実績等
3. デジタル化、DX 推進の状況
4. マーケティングの実施状況
5. インバウンドの受入環境整備状況
6. 有識者会議について

■ 回答数

- ・ 有効回答数 158 件
(うち登録 DMO 133 件、候補 DMO 25 件)

1. 国内 DMO における組織運営等に関する調査

1.2. 調査結果まとめ

(1) DMO の組織運営、役職の定義、設置状況

1) DMO における意思決定、承認プロセスの構築・運用状況

① 意思決定機関等の有無

意思決定機関等の有無について、多くの DMO が経営、取組に関する意思決定機関を設置している。経営に関する意思決定機関はほぼ全ての DMO が設置しており、規程等への明文化は約 7 割の DMO が実施。取組に関する意思決定機関は約 8 割の DMO が設置しており、規程等への明文化は約 6 割の DMO が実施している。

Q.1.1. (1) 意思決定機関等の有無 [複数選択]

設問：DMOの経営（戦略・計画・予算）や取組（戦略・計画に基づく事業の執行）に関する意思決定機関（理事会等）を設置し、DMOの規程等に明文化していますか。具体的な機関の名称もご記入ください。

経営に関する意思決定機関はほぼ全てのDMOが設置しており、規程等への明文化は約7割のDMOが実施。
取組に関する意思決定機関は約8割のDMOが設置しており、規程等への明文化は約6割のDMOが実施している。

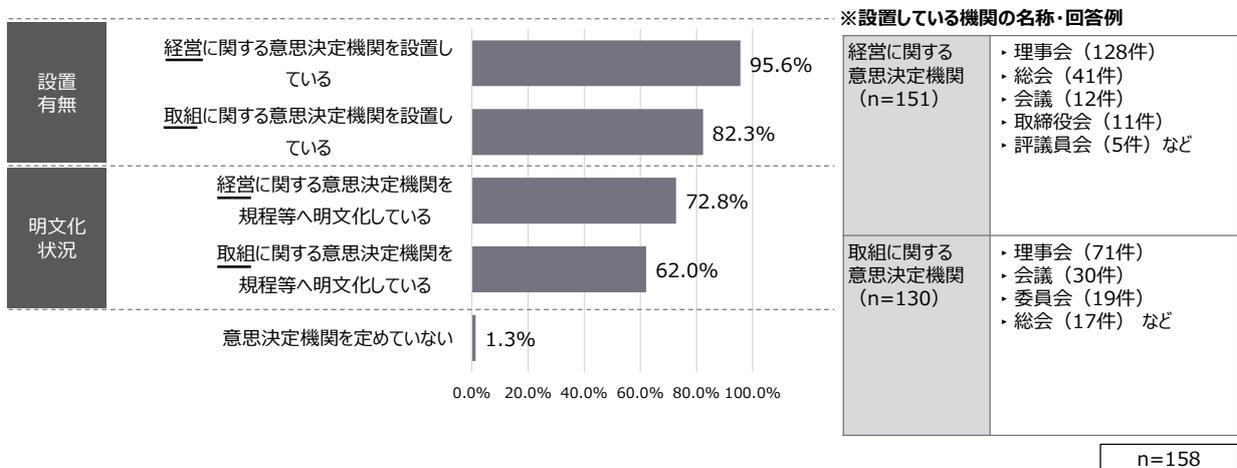


図 1. 意思決定機関等の有無

② 意思決定・承認プロセスの構築状況

意思決定・承認プロセスの構築状況について、多くの DMO が経営、取組の承認プロセスを構築している。経営の承認プロセスは約 8 割の DMO が構築しており、規程等への明文化は約 7 割が実施。取組の承認プロセスは約 7 割の DMO が構築しており、規程等への明文化は約 6 割の DMO が実施している。

Q.1.1. (2) 意思決定・承認プロセスの構築状況 [複数選択]

設問：DMOの経営（戦略・計画・予算）や取組（戦略・計画に基づく事業の執行）の意思決定、承認のプロセスを構築し、DMOの規程等に明文化していますか。実施している事項を全て選択してください。

経営の承認プロセスは約8割のDMOが構築しており、規程等への明文化は約7割のDMOが実施。
取組の承認プロセスは約7割のDMOが構築しており、規程等への明文化は約6割のDMOが実施している。

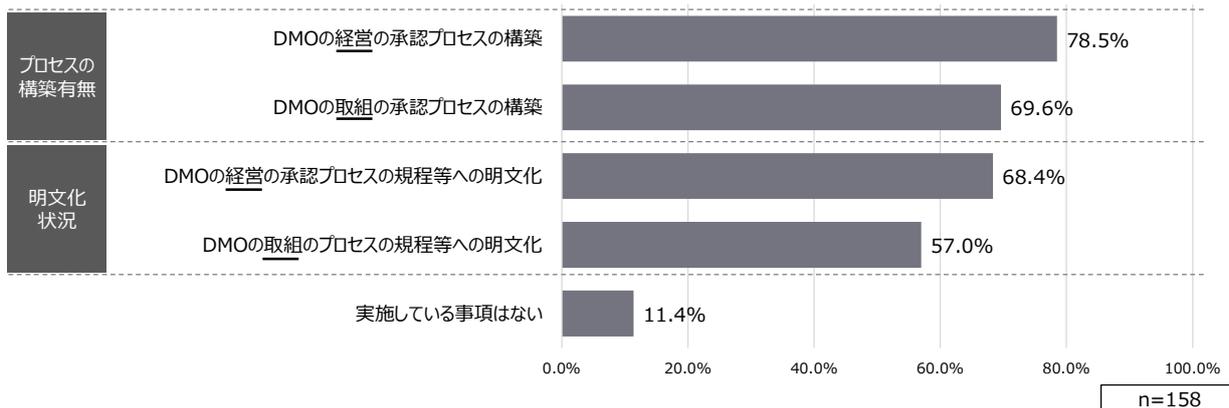


図 2. 意思決定・承認プロセスの構築状況

③ 役員、執行役員の権限、責任、役割の設定状況

役員、執行役員の権限、責任、役割の設定状況について、DMO の役員の権限、責任、役割は、約 8 割の DMO が設定しており、規程等への明文化は約 6 割程度。DMO の執行役員の権限、責任、役割は、約 5 割の DMO が設定しているが、規程等への明文化は約 4 割程度に留まる。

Q.1.1. (3) 役員、執行役員の権限、責任、役割の設定状況 [複数選択]

設問：DMOの役員、執行役員それぞれの権限、責任、役割を設定し、規程等へ明文化していますか。実施している事項を全て選択してください。

- ※DMOの役員：DMOの経営・事業方針の決定、組織の健全な運営のための管理・監督、パートナー開拓や資金調達等の渉外活動等を担う役職（理事会、評議会のメンバー等）
- ※DMOの執行役員：DMOの役員（理事会、評議会等）が決定した事業方針に従い、業務を執行し事業運営の責任を担う役職（CFO、CMO等を想定）

DMOの役員の権限、責任、役割は、約8割のDMOが設定しており、規程等への明文化は約6割程度。
DMOの執行役員の権限、責任、役割は、約5割のDMOが設定しているが、規程等への明文化は約4割程度に留まる。

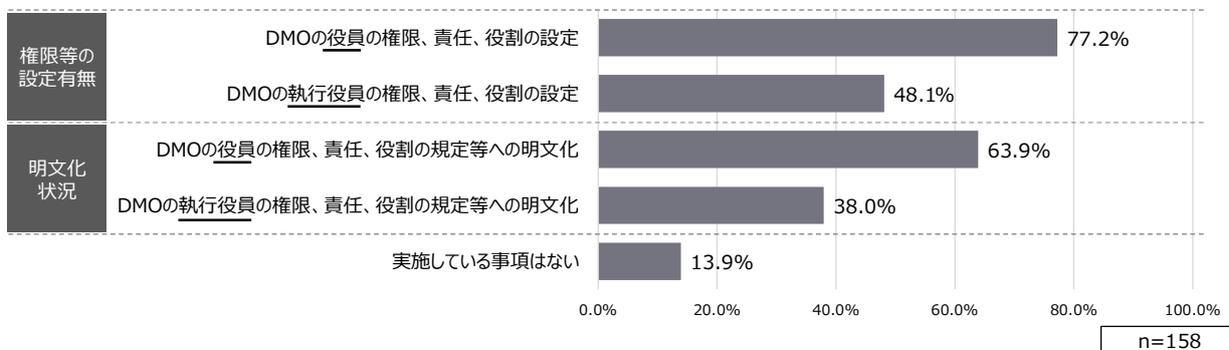


図 3. 役員、執行役員の権限、責任、役割の設定状況

④ DMO の役員の役割

DMO の役員の役割について、ほぼ全ての DMO が DMO の役員の役割に「戦略・計画（策定）や報告書等の承認」を設定している一方、「DMO 組織、地域の観光産業、観光地としての利益を最優先に行動する」の設定割合は約 3 割、組織外との渉外交渉は約 2 割に留まる。

Q.1.1. (4) DMOの役員の役割 [複数選択]

設問：Q.1.1. (3)で「DMOの役員の権限、責任、役割を設定している」「DMOの役員の権限、責任、役割を規程等へ明文化している」と回答した方にお聞きします。

DMOの役員（理事会、評議会メンバー等）の役割として定めている事項すべてを選択してください。

※DMOの役員：DMOの経営・事業方針の決定、組織の健全な運営のための管理・監督、パートナー開拓や資金調達等の渉外活動を担う役職（理事会、評議会のメンバー等）

ほぼ全てのDMOがDMOの役員の役割に「戦略・計画（策定）や報告書等の承認」を設定している一方、「DMO組織、地域の観光産業、観光地としての利益を最優先に行動する」の設定割合は約3割、組織外との渉外交渉は約2割に留まる。

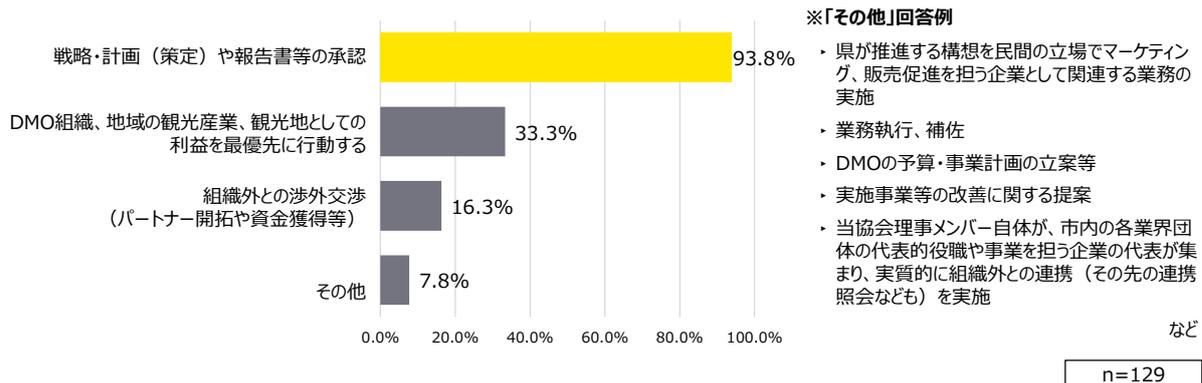


図 4. DMO の役員の役割

⑤ CMO、CFO の権限

CMO、CFO の権限について、CMO、CFO の権限で決定、実行可能な事業や取組はあるものの、規程等で明文化されていない DMO の割合が最も多く、約半数に上る一方、CMO、CFO の権限で実行可能事業や取組があり明文化もしている DMO の割合は約 3 割に留まる。

Q.1.1. (5) CMO、CFOの権限 [単一選択]

設問：事業や取組の実行にあたり、意思決定機関（理事会等）等の承認を必要とせず、

CMO、CFOの権限で決定、実行可能な範囲があり、規程等で明文化されていますか。あてはまる事項を選択してください。

CMO、CFOの権限で決定、実行可能な事業や取組はあるものの、規程等で明文化されていないDMOの割合が最も多く、約半数に上る一方、CMO、CFOの権限で実行可能事業や取組があり明文化もしているDMOの割合は約3割に留まる。

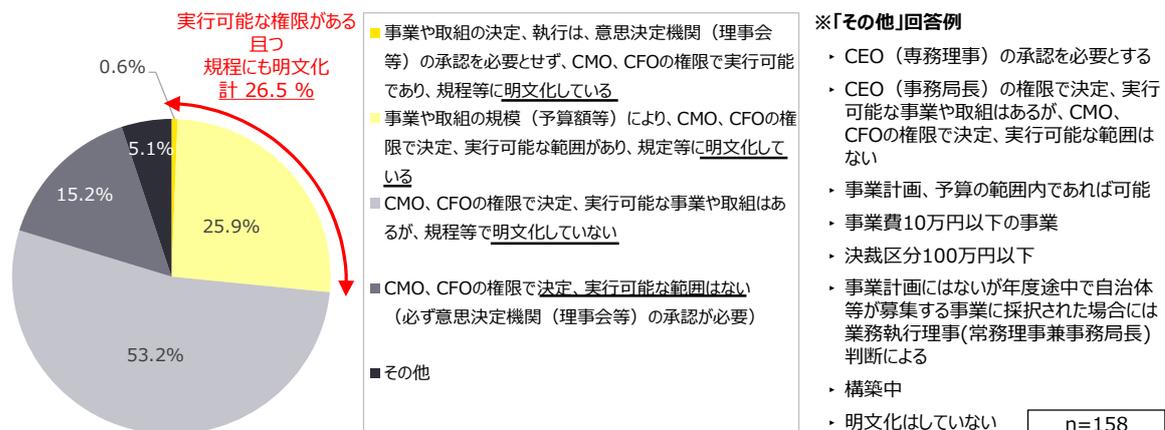


図 5. CMO、CFO の権限

⑥ 意思決定・承認プロセスの運用

意思決定・承認プロセスの運用について、半数以上の DMO で構築・明文化された意思決定・承認プロセスが常に運用されている一方、「プロセス通りに実施されないこともある」DMO の割合は約 4 割に上る。

Q.1.1. (6) 意思決定・承認プロセスの運用 [単一選択]

設問：Q.1.1. (2)で「意思決定・承認プロセスを運用していない」以外（プロセスの構築、明文化のいずれかを実施している）を回答した方にお聞きします。
プロセスは、実際に運用されていますか。

半数以上のDMOで構築・明文化された意思決定・承認プロセスが常に運用されている一方、「プロセス通りに実施されないこともある」DMOの割合は約4割に上る。

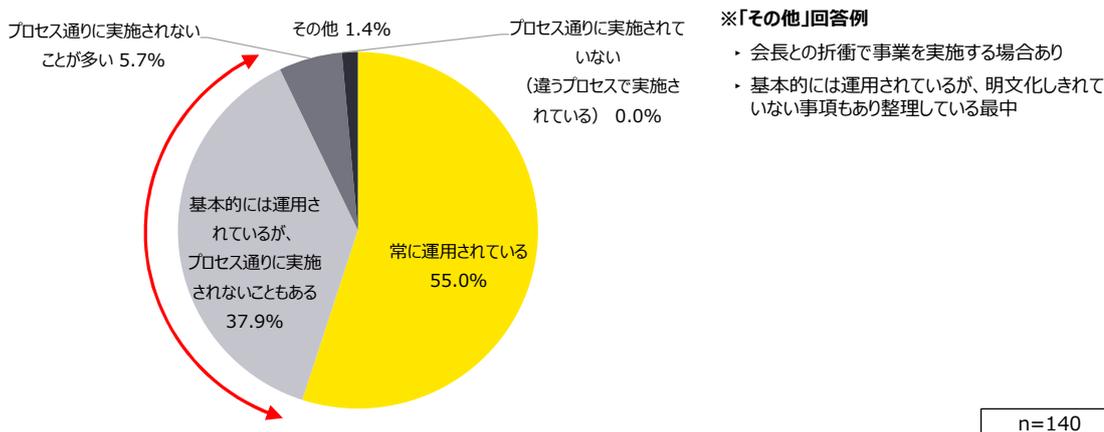


図 6 意思決定・承認プロセスの運用

2) DMO の成果評価

① DMO の成果を評価する仕組み

DMO の成果を評価する仕組みについて、KGI/KPI の達成状況が含まれる事業報告書を意思決定機関で評価する仕組みのある DMO は約 7 割に上る。一方、成果を評価する仕組みが無い DMO の割合も約 3 割存在する。

Q.1.2. (1) DMOの成果を評価する仕組み [複数選択]

設問：DMOの成果を評価する仕組みがありますか。あてはまる事項を全て選択してください。
※書面による関係者への説明・共有は該当しない

KGI/KPIの達成状況が含まれる事業報告書を意思決定機関で評価する仕組みのあるDMOは約7割に上る。一方、成果を評価する仕組みが無いDMOの割合も約3割存在。

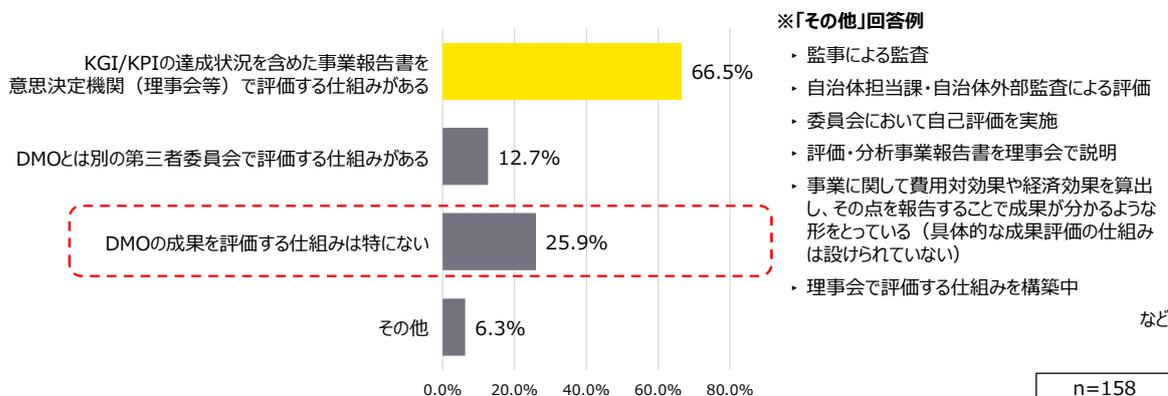


図 7. DMO の成果評価

3) 経営層の評価

① CEO、CMO、CFO の成果を評価する仕組み

CEO、CMO、CFO の成果を評価する仕組みについて、「CEO、CMO、CFO の成果を評価する仕組みは特にない」DMO が約 8 割と大半を占める。一方仕組みがあると回答した合計はいずれも約 1 割以下に留まる。

Q.1.3. (1) CEO、CMO、CFOの成果を評価する仕組み [複数選択]

設問：CEO、CMO、CFOの成果を評価する仕組みがありますか。あてはまる事項を全て選択してください。

「CEO、CMO、CFOの成果を評価する仕組みは特にない」DMOが約8割と大半を占める。
一方仕組みがあると回答した合計はいずれも約1割以下に留まる。

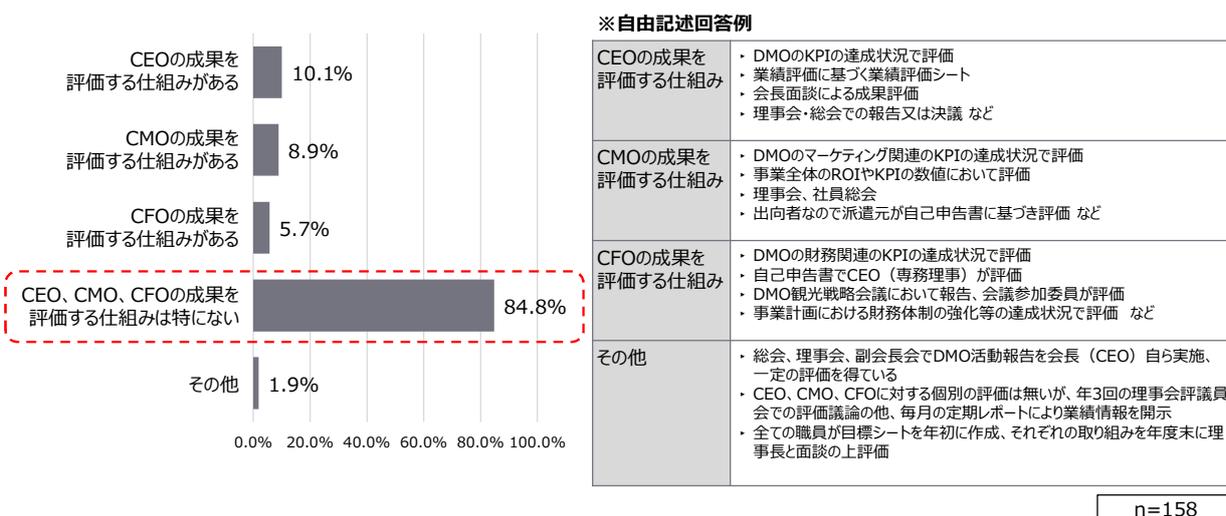


図 8. CEO、CMO、CFO の成果を評価する仕組み

(2) DMO の CMO、CFO に求める経験、実績等

1) CMO の経験、実績等

① 現在の CMO の経験、実績等

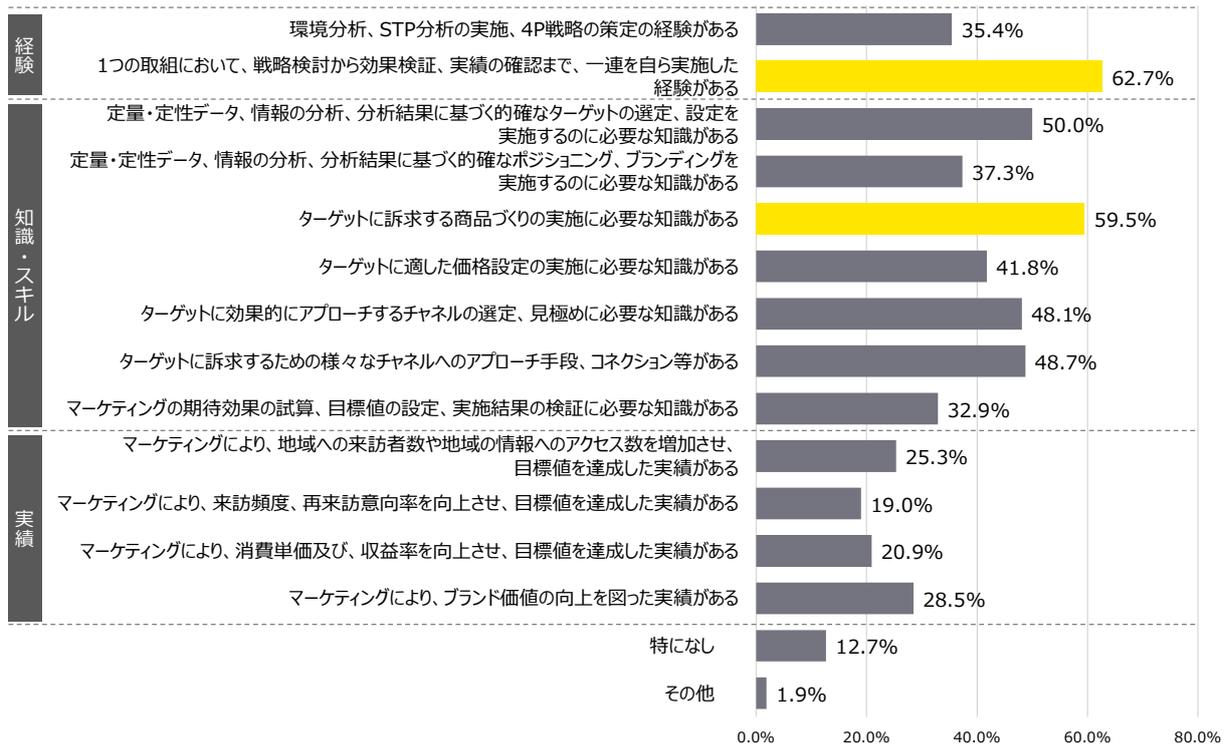
現在の CMO の経験、実績等について、経験、実績として「1 つの取組における戦略検討から実績の確認まで一連を自ら実施した経験」、「ターゲットに訴求する商品づくりに必要な知識」が最も多く約 6 割に上る。なお、全体の傾向としては、実績よりも経験や知識を持つ割合が高い。

Q.2.1. (1) 現在のCMOの経験、実績等 [複数選択]

設問：現在のCMOの経験、知識、実績等に該当する項目を全て選択してください。

- ※観光分野に限らず、企業等でのマーケティング経験・実績を含む
- ※現在、所属するDMOでの経験等を含む

現在のCMOが持つ経験、実績として、「1つの取組における戦略検討から実績の確認まで一連を自ら実施した経験」、「ターゲットに訴求する商品づくりに必要な知識」が最も多く約6割に上る。なお、全体の傾向としては、実績よりも経験や知識を持つ割合が高い。



※「その他」回答例

- ・ デジタルマーケティング分野に強い
- ・ 県職員として観光分野の職務に長く携わったほか、文化振興分野では国際芸術祭の実行委員会事務局において中心的役割を果たすなどの実績を有する
- ・ 欠員中

n=158

図 9. 現在の CMO の経験、知識、実績等

② 現在の CMO のマーケティング関連の実務経験年数

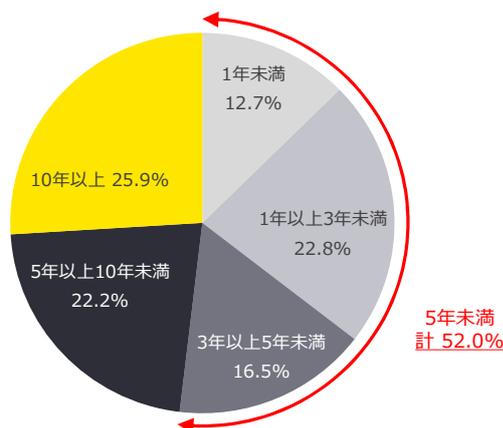
現在の CMO のマーケティング関連の実務経験年数について、実務経験年数が 5 年未満の DMO は約半数であり、1 年未満の割合は最も少ないが 1 割以上に上る。一方、実務経験年数が 10 年以上の割合も約 3 割と少なくない。

Q.2.1. (2) 現在のCMOの経験、実績等 [単一選択]

設問：現在のCMOのマーケティング関連の実務経験年数（通算）を選択してください。

- ※観光分野に限らず、企業等でのマーケティング経験を含む
- ※所属するDMOの現在の在籍年数も含む

現在のCMOのマーケティング関連の実務経験年数が5年未満のDMOは約半数であり、1年未満の割合は最も少ないが1割以上に上る。一方、実務経験年数が10年以上の割合も約3割と少なくない。



n=158

図 10. 現在の CMO のマーケティング関連の実務経験年数

③ 現在の CMO が保有しているマーケティングに関する資格・学位

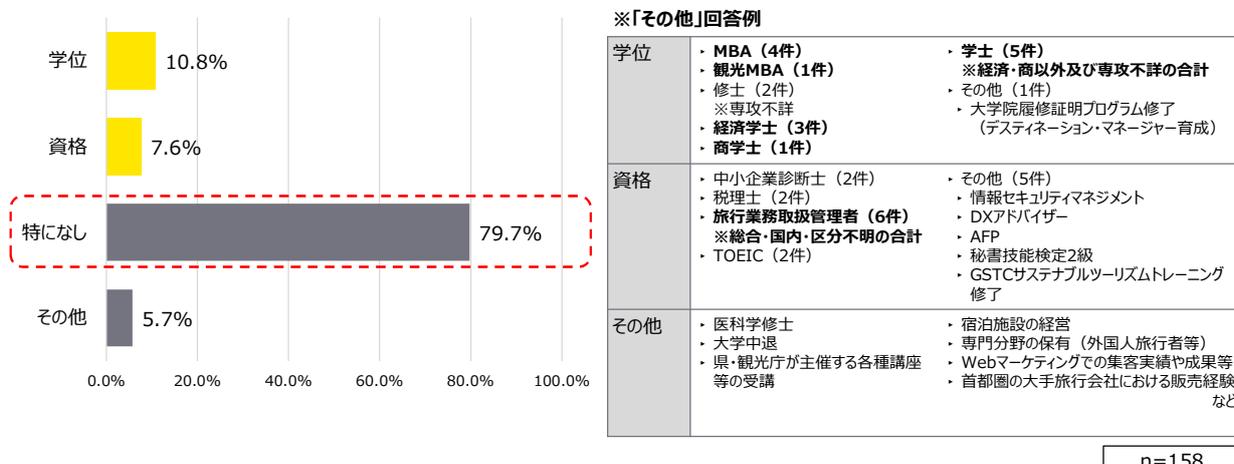
現在の CMO が保有しているマーケティングに関する資格・学位について、現在の CMO がマーケティングに関する学位、資格を保有する DMO の割合は、それぞれ約 1 割に留まり、いずれも保有していない割合は、約 8 割に上る。MBA や、旅行業務取扱管理者の資格等を保有しているケースが多くみられる。

Q.2.1. (3) 現在のCMOの経験、実績等 [複数選択]

設問：現在のCMOが保有しているマーケティングに関する資格・学位を全て回答してください。

- ※資格：研修プログラム等の修了書取得等を含む

現在のCMOがマーケティングに関する学位、資格を保有するDMOの割合は、それぞれ約1割に留まり、いずれも保有していない割合は、約8割に上る。MBAや、旅行業務取扱管理者の資格等を保有しているケースが多くみられる。



n=158

図 11. 現在の CMO が保有しているマーケティングに関する資格・学位

2) CFO の経験、実績等

① 現在の CFO の経験、実績等

現在の CFO の経験、実績等について、経験、実績として「中長期の財務戦略及び資金計画の策定経験」「財務戦略、資金計画の策定、実行、検証・見直しの一連の経験」が約 4 割と最多である一方、「金融機関、企業、投資家等からの資金調達を自ら実現した実績」は約 2 割に留まる。

Q.2.2. (1) 現在のCFOの経験、実績等 [複数選択]

設問：現在のCFOの経験、実績等について、該当する項目を全て選択してください。

- ※観光分野に限らず、企業等での財務関連の経験を含む
- ※財務戦略・・・組織の経営戦略（中長期）の実現のための収支の見直しを示したもの
- ※資金計画・・・事業に必要な資金の調達や運用の計画

現在のCFOの経験、実績として、「中長期の財務戦略及び資金計画の策定経験」「財務戦略、資金計画の策定、実行、検証・見直しの一連の経験」が約4割と最多である一方、「金融機関、企業、投資家等からの資金調達を自ら実現した実績」は約2割に留まる。

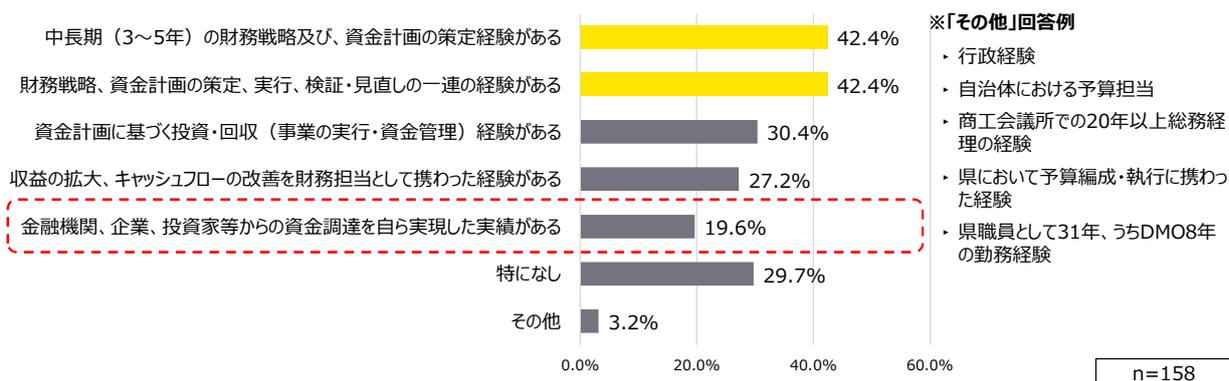


図 12. 現在の CFO の経験、知識、実績等

② 現在の CFO の財務関連の実務経験年数

現在の CFO の財務関連の実務経験年数について、実務経験年数が 5 年未満の DMO が約半数であり、1 割以上の DMO では 1 年未満の割合も 1 割以上存在する。一方、10 年以上の割合も約 3 割と少なくない。

Q.2.2. (2) 現在のCFOの経験、実績等 [単一選択]

設問：現在のCFOの財務関連の実務経験年数（通算）を選択してください。

- ※観光分野に限らず、企業等での財務関連の実務経験を含む
- ※所属するDMOの現在の在籍年数を含む

現在のCFOの財務関連の実務経験年数が5年未満のDMOが約半数であり、1割以上のDMOでは1年未満の割合も1割以上存在。一方、10年以上の割合も約3割と少なくない。

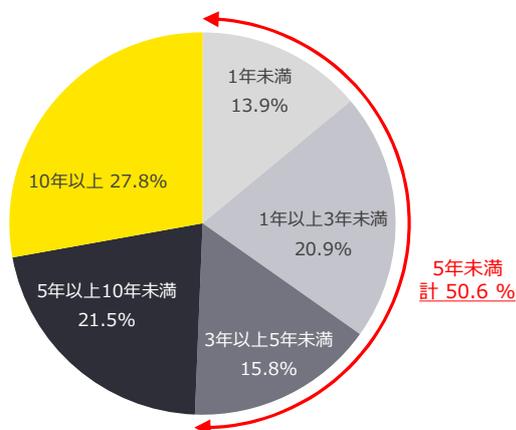


図 13. 現在の CFO の財務関連の実務経験年数

③ 現在の CFO が保有している財務に関する資格・学位

現在の CFO が保有している財務に関する資格・学位について、現在の CFO が財務に関する学位、資格を保有する DMO の割合は、それぞれ約 1 割に留まり、いずれも保有していない割合は、約 9 割に上る。MBA や、簿記検定の資格等を保有しているケースが多くみられる。

Q.2.2. (3) 現在のCFOの経験、実績等 [複数選択]

設問：現在のCFOが保有している財務に関する資格・学位を全て回答してください。

※資格：研修プログラム等の修了書取得等を含む

現在のCFOが財務に関する学位、資格を保有するDMOの割合は、それぞれ約1割に留まり、いずれも保有していない割合は、約9割に上る。MBAや、簿記検定の資格等を保有しているケースが多くみられる。

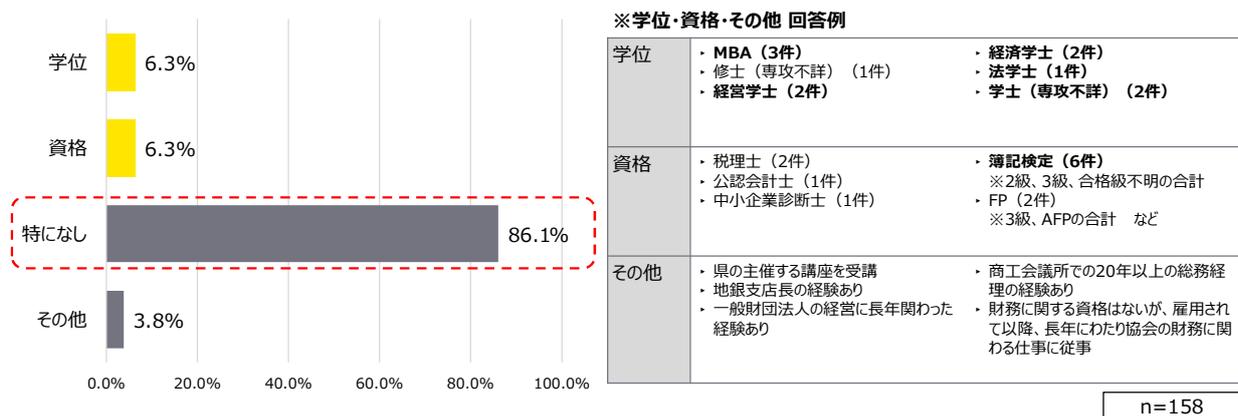


図 14. 現在の CFO が保有している財務に関する資格・学位

(3) デジタル化、DX 推進の状況

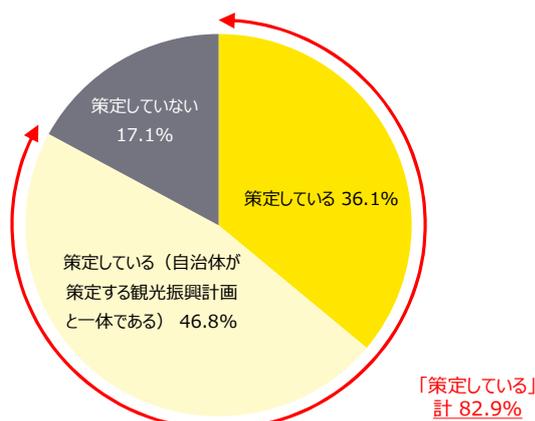
① 観光地経営戦略の策定状況

観光地経営戦略の策定状況について、観光地経営戦略を「策定している」と回答した DMO の割合は約 8 割に上る。なお、約 5 割と DMO が「自治体が策定する観光振興計画と一体である」と回答しており、その割合は比較的高い。

Q.3.1. (1) 観光地経営戦略の策定状況 [単一選択]

設問：DMOとして中長期にわたる観光に関する総合的な戦略（観光地経営戦略）を策定していますか。

観光地経営戦略を「策定している」と回答したDMOの割合は約8割に上る。
 なお、約5割とDMO が「自治体が策定する観光振興計画と一体である」と回答しており、その割合は比較的高い。



n=158

図 15. 観光地経営戦略の策定状況

② 「データに基づく」検討、取組の明文化状況

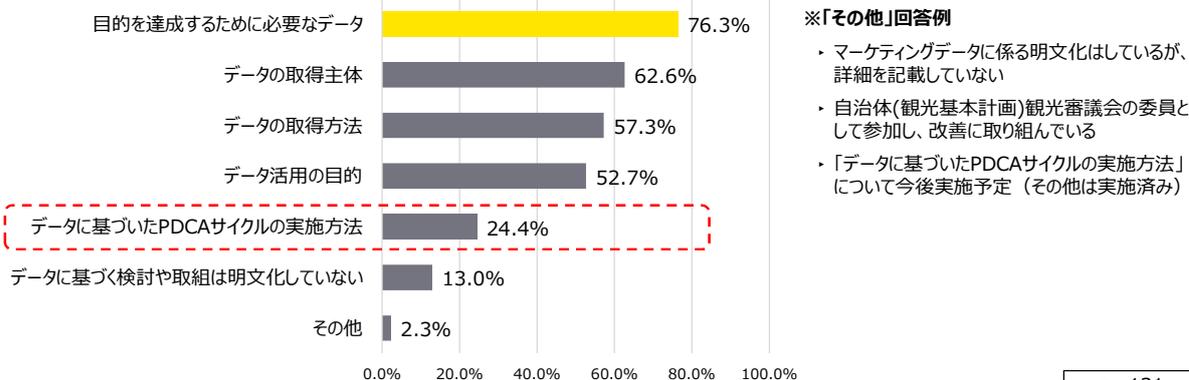
「データに基づく」検討、取組の明文化状況について、観光地経営戦略を策定している DMO のうち、約 8 割が「目標を達成するために必要なデータ」を戦略に明文化しており最も多い。一方、PDCA サイクルの実施方法は、明文化している DMO が約 2 割と少ない。

Q.3.1. (2) 「データに基づく」検討、取組の明文化状況 [複数選択]

設問：Q.3.1. (1)で「観光地経営戦略を策定している」と回答した方にお聞きます。

データに基づく検討や取組について、戦略に明文化している項目を全て選択してください。

観光地経営戦略を策定しているDMOのうち、約8割が「目標を達成するために必要なデータ」を戦略に明文化しており最も多い。
 一方、「PDCAサイクルの実施方法」は、明文化しているDMOが約2割と少ない。



n=131

図 16. 「データに基づく」検討、取組の明文化状況

(4) マーケティングの実施状況

1) 環境分析の実施状況

① 環境分析の実施状況

環境分析の実施状況について、環境分析として自地域の状況を調査・分析している割合が約7～8割と高い。一方、自地域が目標、参考とする地域や競合とする地域を調査・分析している割合は約1～2割と低く、比較分析はあまり実施されていないものと想定される。

Q.4.1. (1) 環境分析の実施状況 [複数選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、マーケティングにおける環境分析としてどのような調査・分析を実施していますか。実施している事項を全て選択してください。

環境分析としては、自地域の状況を調査・分析している割合が約7～8割と高い。一方、自地域が目標、参考とする地域や競合とする地域を調査・分析している割合は約1～2割と低く、比較分析はあまり実施されていないものと想定される。

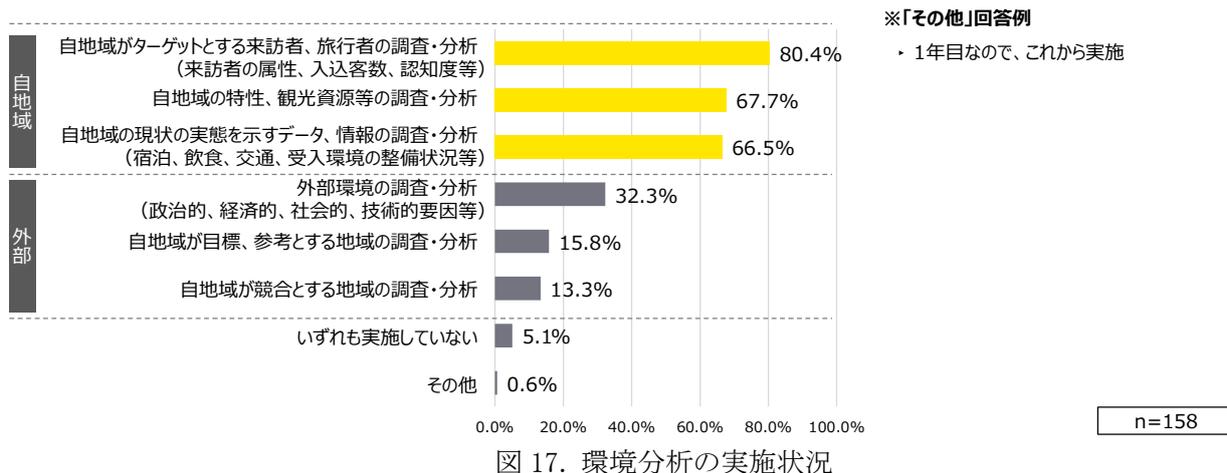


図 17. 環境分析の実施状況

② CMO 以外のマーケティング専門人材の配置状況

CMO 以外のマーケティング専門人材の配置状況について、CMO 以外にマーケティングの取組を実施する人材が確保できている DMO は約 3 割に留まり、約 6 割は人材がいない又は、不足しており、マーケティング人材の確保を課題と考える DMO は多いものと想定される。

Q.4.1. (2) CMO以外のマーケティング専門人材の配置状況 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、CMO以外にマーケティング分野での経験、スキルを持つ人材が確保されていますか。あてはまる事項を選択してください。

CMO以外にマーケティングの取組を実施する人材が確保できているDMOは約3割に留まり、約6割は人材がいない又は、不足しており、マーケティング人材の確保を課題と考えるDMOは多いものと想定。

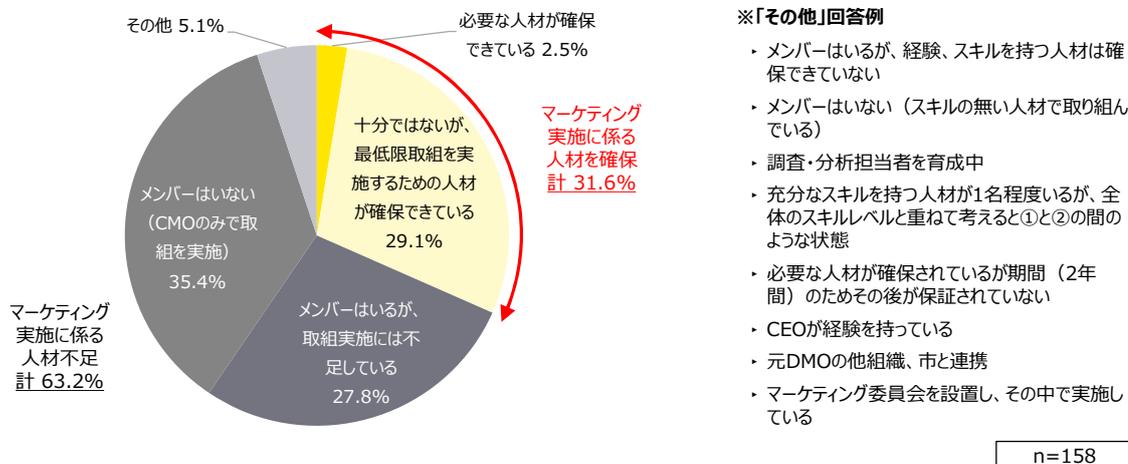


図 18. CMO 以外のマーケティング専門人材の配置状況

③ CMO 以外のマーケティング専門人材確保のための取組状況

CMO 以外のマーケティング専門人材確保のための取組状況について、マーケティング分野での経験、スキルを持つ人材を確保・育成するために、約 3 割の DMO が関連する研修を受講させている。一方、特に取組を行っていない DMO が約 6 割と半数以上を占め、自ら対応が実施できている DMO は少ないものと想定される。

Q.4.1. (3) CMO以外のマーケティング専門人材の配置状況 [複数選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、CMO以外にマーケティング分野での経験、スキルを持つ人材を確保・育成するためにどのようなことに取り組んでいますか。あてはまる事項を選択してください。

マーケティング分野での経験、スキルを持つ人材を確保・育成するために、約3割のDMOが関連する研修を受講させている。一方、特に取組を行っていないDMOが約6割と半数以上を占め、自ら対応が実施できているDMOは少ないものと想定。

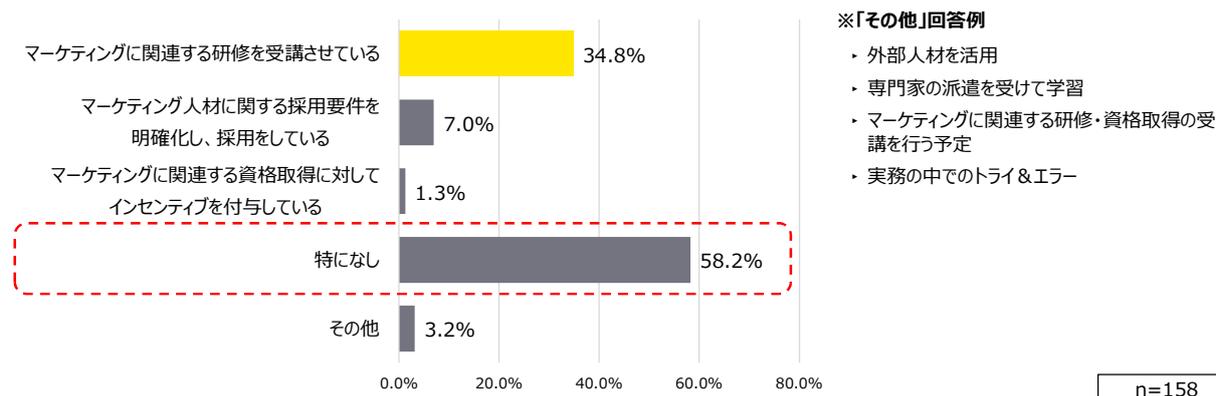


図 19. CMO 以外のマーケティング専門人材確保のための取組状況

④ ROI の把握状況 (測定有無)

ROI の把握状況 (測定有無) について、ほとんどの DMO はマーケティングの ROI を測定しておらず、測定している DMO は 1 割未満に留まっており、DMO でのマーケティングの取組は十分な検証が実施されていないものと想定される。

Q.4.1. (4) ROIの把握状況 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、マーケティングのROIを測定していますか。
 ※ROI・・・投資利益率（投資した費用に対してどれだけ利益があったかを図る指標）

ほとんどのDMOはマーケティングのROIを測定しておらず、測定しているDMOは1割未満に留まっており、DMOでのマーケティングの取組は十分な検証が実施されていないものと想定。

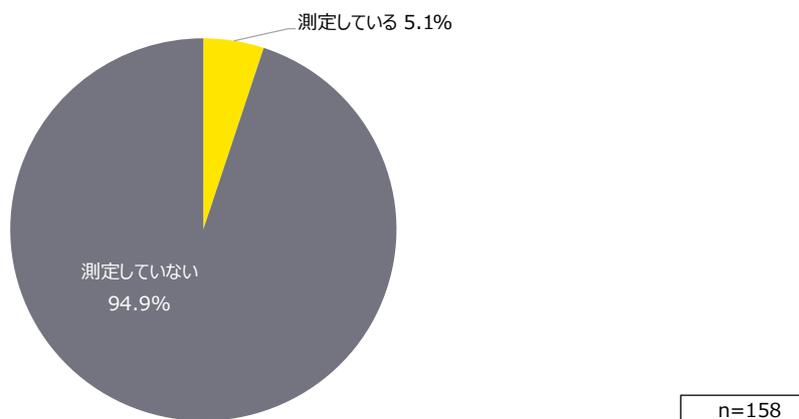


図 20. ROI の把握状況 (測定有無)

⑤ ROI の把握状況 (マーケティング活動毎の測定有無)

ROI の把握状況 (マーケティング活動毎の測定有無) について、マーケティングの ROI を測定していると回答した全ての DMO が、イベント、キャンペーン等の取組 (事業) ごとに測定しており、その他、情報発信の媒体ごと、商品・サービスごとに測定している DMO もあり。

※回答数が少なく、参考レベルの想定

Q.4.1. (5) ROIの把握状況 [複数選択]

設問： Q.4.1.(4)で「マーケティングのROIを測定している」と回答された方にお伺いします。
ご自身が所属するDMOでは、マーケティングの活動毎にROIを測定していますか。
実施している項目を全て選択してください。

マーケティングのROIを測定していると回答した全てのDMOが、イベント、キャンペーン等の取組 (事業) ごとに測定しており、その他、情報発信の媒体ごと、商品・サービスごとに測定しているDMOもあり。 ※回答数が少なく、参考レベルの想定

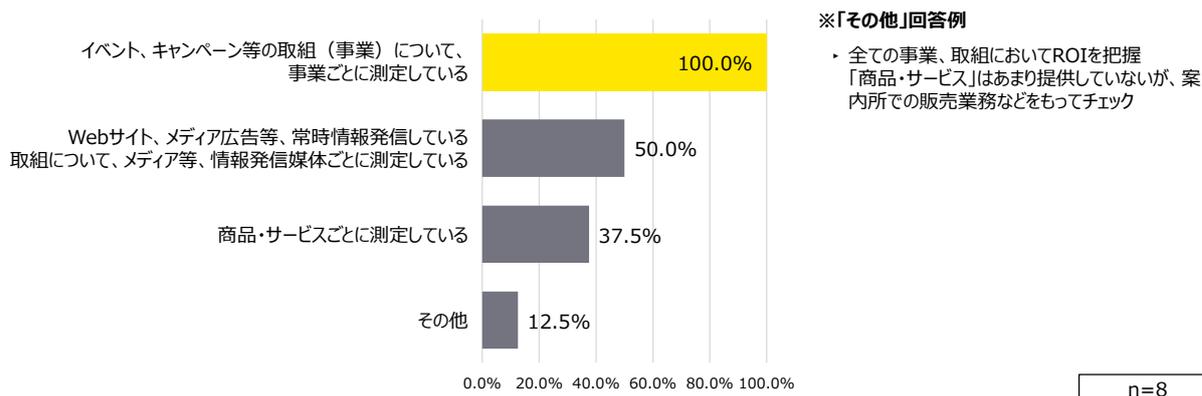


図 21. ROI の把握状況 (マーケティング活動毎の測定有無)

⑥ ROI の把握状況 (測定状況)

ROI の把握状況 (測定状況) について、マーケティングの ROI を測定している DMO のほとんどが、「マーケティングによる、ターゲットの入込状況の変化」を測定しており、その他、「商品・サービスの購入率、売上の変化」、「地域の情報へのアクセス状況の変化」も約 6~7 割の DMO が測定している。

※回答数が少なく、参考レベルの想定

Q.4.1. (6) ROIの把握状況 [複数選択]

設問： Q.4.1.(4)で「マーケティングのROIを測定している」と回答された方にお伺いします。
ご自身が所属するDMOにおいて、マーケティングの取組についてどのような効果測定を実施していますか。
実施している項目を全て選択してください。

マーケティングのROIを測定しているDMOのほとんどが、「マーケティングによるターゲットの入込状況の変化」を測定しており、その他、「商品・サービスの購入率、売上の変化」、「地域の情報へのアクセス状況の変化」も約6~7割のDMOが測定している。
※回答数が少なく、参考レベルの想定

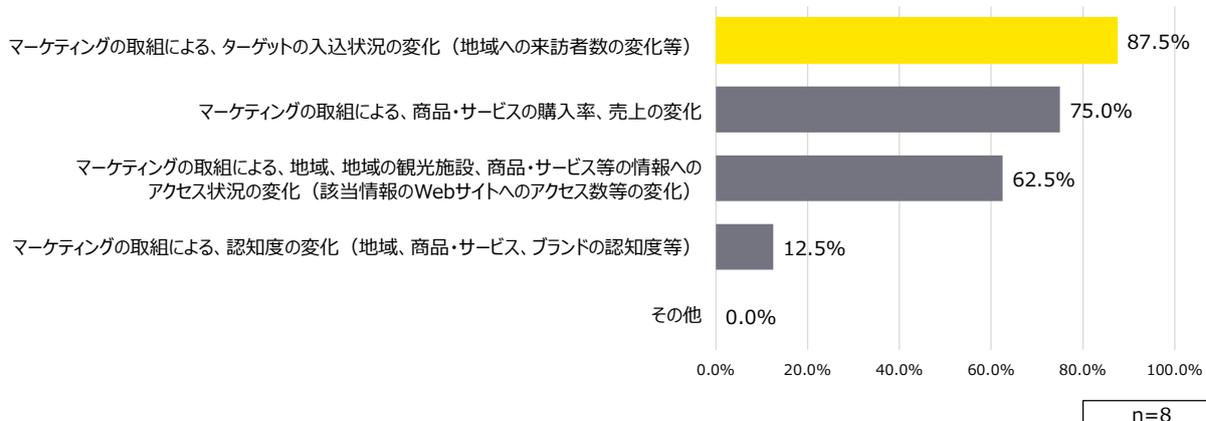


図 22. ROI の把握状況 (測定内容)

⑦ 平均宿泊単価の把握、目標値設定状況

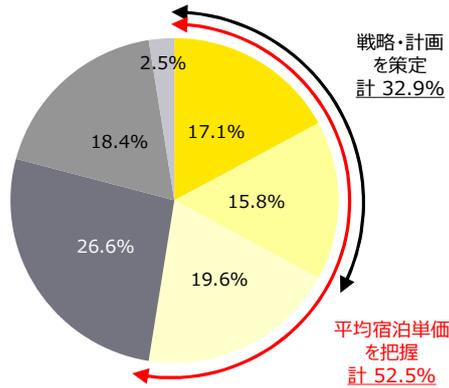
平均宿泊単価の把握、目標値設定状況について、回答した DMO の約半数が、地域の平均宿泊単価を把握している。一方、把握したデータを元に戦略・計画を策定している DMO は約 3 割、取組まで実施している DMO は約 2 割に留まり、把握したデータを活用できている DMO は限られているものと想定される。

Q.4.1. (7) 平均宿泊単価の把握、目標値設定状況 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、地域の平均宿泊単価に着目し、現状を把握した上で、観光地/DMOとしての戦略・計画の策定及び取組を実施していますか。あてはまる事項を選択してください。

回答したDMOの約半数が、地域の平均宿泊単価を把握している。一方、把握したデータを元に戦略・計画を策定しているDMOは約3割、取組まで実施しているDMOは約2割に留まり、把握したデータを活用できているDMOは限られているものと想定。

- 地域の平均宿泊単価を把握、観光地/DMOとしての戦略・計画を策定、取組を実施している
- 地域の平均宿泊単価を把握し、観光地/DMOとしての戦略・計画を策定しているが、取組までは実施していない
- 平均宿泊単価に着目し、地域の平均宿泊単価を把握しているが、観光地/DMOとしての戦略・計画の策定までは実施していない
- 平均宿泊単価に着目し、今後観光地/DMOとしての戦略・計画の策定が必要とは考えているが、現状把握までは実施していない
- 平均宿泊単価には着目していない
- その他



※「その他」回答例

- ・ 宿泊施設が少ないため対応していない
- ・ 宿泊施設によって料金設定はかなり違っているため一概には平均宿泊単価には着目していない
- ・ 構築中
- ・ 地域の平均宿泊単価を把握し、DMOが企画プロデュースし、DMCが運営する宿泊施設の価格に戦略的に反映

n=158

図 23. 平均宿泊単価の把握、目標値設定状況

(5) インバウンドの受入環境整備状況

① 多言語対応に対するチェックの実施状況

多言語対応に対するチェックの実施状況について、回答した DMO の約 4 割が「翻訳専門の事業者へ委託しチェック」しており、ネイティブスタッフによるチェックも約 3 割が実施している。一方、約 2 割の DMO では、多言語対応をしているもののネイティブスタッフによるチェックが実施されていない。

Q.5.1. (1) 多言語対応に対するチェックの実施状況 [複数選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、DMOが提供するWebサイト、パンフレット、看板等の多言語対応において、どのような翻訳のチェックを実施していますか。実施している事項を全て選択してください。

※ネイティブスタッフ：各言語を母国語とするスタッフ

回答したDMOの約4割が「翻訳専門の事業者へ委託しチェック」しており、ネイティブスタッフによるチェックも約3割が実施している。一方、約2割のDMOでは、多言語対応をしているもののネイティブスタッフによるチェックが実施されていない。

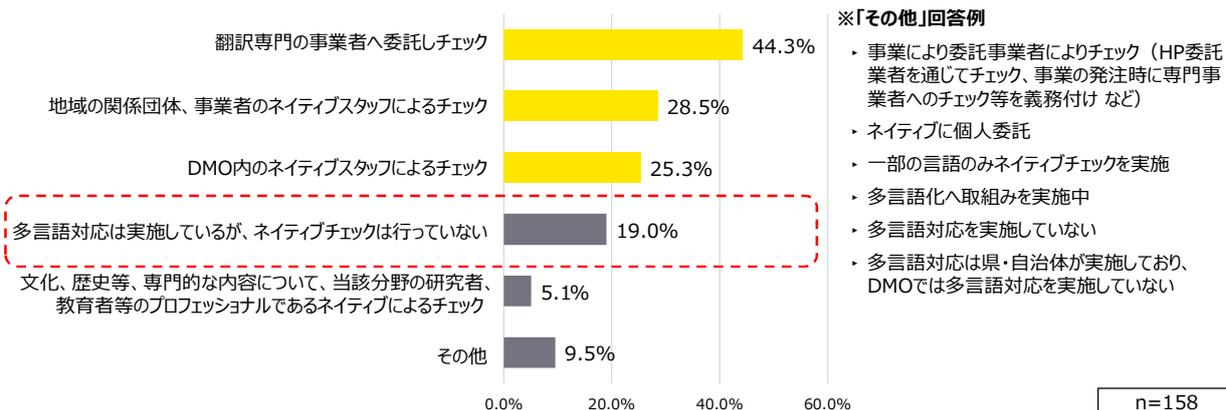


図 24. 多言語対応に対するチェックの実施状況

② 地域における多言語対応に対するチェックの働きかけの状況

地域における多言語対応に対するチェックの働きかけの状況について、地域の観光関連団体、事業者等の多言語対応に対し「働きかけは行うがネイティブチェックは求めない」、「多言語対応について働きかけを行っていない」と回答した DMO がそれぞれ約 3 割であり、ネイティブによる翻訳チェックの支援、推進を実施している割合よりも多い。

Q.5.1. (2) 地域における多言語対応に対するチェックの働きかけの状況 [複数選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、地域の観光関連団体、事業者等が提供するWebサイト、パンフレット、看板等の多言語対応において、翻訳のチェックを促す、支援する等の働きかけを実施していますか。実施している事項を全て選択してください。

※ネイティブスタッフ：各言語を母国語とするスタッフ

地域の観光関連団体、事業者等の多言語対応に対し「働きかけは行うがネイティブチェックは求めない」、「多言語対応について働きかけを行っていない」と回答したDMOがそれぞれ約3割であり、ネイティブによる翻訳チェックの支援、推進を実施している割合よりも多い。

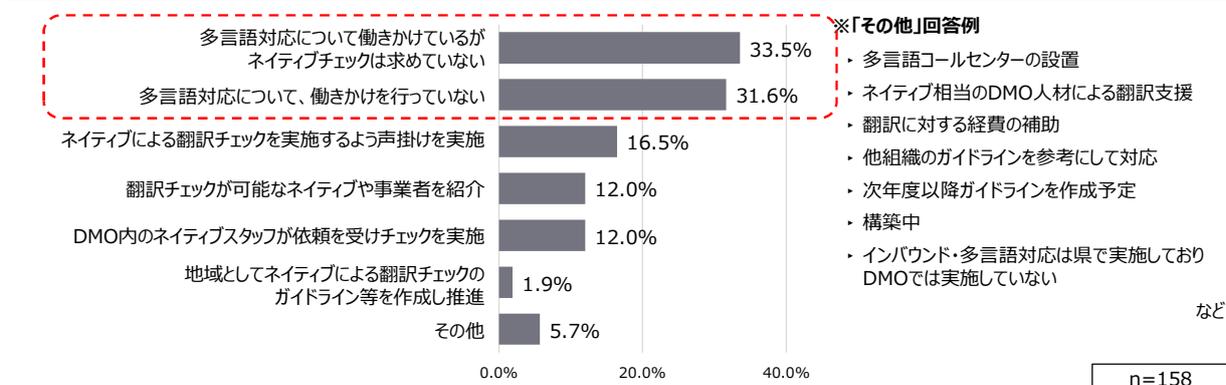


図 25. 地域における多言語対応に対するチェックの働きかけの状況

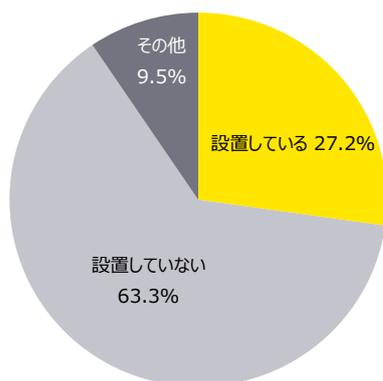
③ インバウンド向けのガイドの設置有無

インバウンド向けのガイドの設置有無について、インバウンド向けガイドを設置していない DMO の割合が約 6 割であり、設置している割合(約 3 割)の倍に上る。インバウンド向けガイドの設置が DMO の役割として設定されていない可能性もあるものと想定される。

Q.5.1. (3) インバウンド向けのガイドの設置有無 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、インバウンド向けガイド（多言語での案内者（通訳案内士等））を設置していますか。あてはまる事項を選択してください。

インバウンド向けガイドを設置していないDMOの割合が約6割であり、設置している割合（約3割）の倍に上る。インバウンド向けガイドの設置がDMOの役割として設定されていない可能性もあるものと想定。



※「その他」回答例

- ・ 外部事業者等に委託
- ・ 常設ではないが依頼出来る人物がいる
- ・ 次年度以降育成を行う
- ・ 設置を検討している
- ・ ガイド業としての設置ではなく、観光案内所に通訳案内士や多言語対応できるスタッフが常駐
- ・ 県・市が設置

など

n=158

図 26. インバウンド向けのガイドの設置有無

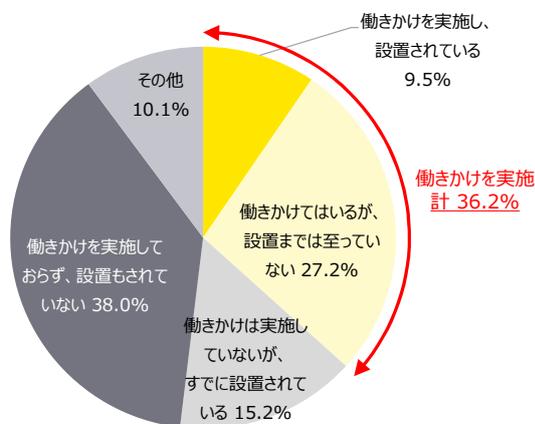
④ 地域におけるインバウンド向けのガイド設置の働きかけの状況

地域におけるインバウンド向けのガイド設置の働きかけの状況について、地域の観光関連団体、事業者等に対しインバウンド向けガイドの設置を働きかけている DMO、働きかけを実施しておらず、設置もされていない DMO とともに約 4 割。働きかけは実施していないが既に設置されている DMO が約 2 割であることから、DMO により役割の認識が異なっているものと想定される。

Q.5.1. (4) 地域におけるインバウンド向けのガイド設置の働きかけの状況 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOでは、地域の観光関連団体、事業者等へのインバウンド向けガイド設置の働きかけを実施していますか。あてはまる事項を選択してください。

地域の観光関連団体、事業者等に対しインバウンド向けガイドの設置を働きかけているDMO、働きかけを実施しておらず、設置もされていないDMOともに約 4 割。働きかけは実施していないが既に設置されているDMOが約 2 割であることから、DMOにより役割の認識が異なっているものと想定。



※「その他」回答例

- ・ 対応可能な個人・組織と協力
- ・ 大型客船の来港時には広くガイドやボランティアを呼びかけて設置
- ・ ガイド育成のためのセミナーや研修、お薦めガイドのPRを実施
- ・ 働きかけを実施して設置している地域もある
- ・ 働きかけを実施しているが、設置状況の全体は把握できていない
- ・ 働きかけは実施していないが、一部の事業者が外国人を雇用して営業している
- ・ 働きかけは実施していないが、一部の地域では設置されている
- ・ 働きかけを予定している
- ・ インバウンド対応・ガイドの養成等は県・自治体で実施している など

n=158

図 27. 地域におけるインバウンド向けのガイド設置の働きかけの状況

⑤ 主要観光スポットにおける無料 Wi-Fi 整備

主要観光スポットにおける無料 Wi-Fi 整備について、主要観光スポットにおいて、Wi-Fi を 7 割以上整備できている DMO の割合は約 2 割に留まる。

Q.5.1. (5) 主要観光スポットにおける無料Wi-Fi整備 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOの地域では、無料Wi-Fiはどの程度整備されていると感じていますか。あてはまる事項を選択してください。

主要観光スポットにおいて、Wi-Fiを7割以上整備できているDMOの割合は約2割に留まる。

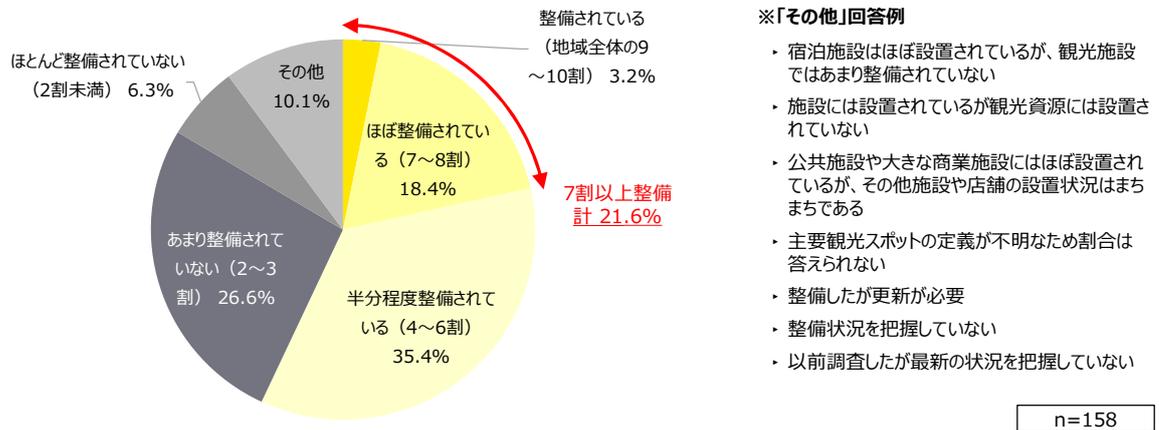


図 28. 主要観光スポットにおける無料 Wi-Fi 整備

⑥ 主要観光スポットにおけるキャッシュレス対応

主要観光スポットにおけるキャッシュレス対応について、主要観光スポットにおいて、キャッシュレス決済を 7 割以上の割合で対応できている DMO の割合は約 3 割に留まる。

Q.5.1. (6) 主要観光スポットにおけるキャッシュレス対応 [単一選択]

設問：ご自身が所属するDMOの地域における観光施設（宿泊施設、飲食店、体験施設、交通など）では、キャッシュレス決済はどの程度対応していると感じますか。あてはまる事項を選択してください。

主要観光スポットにおいて、キャッシュレス決済を7割以上の割合で対応できているDMOの割合は約3割に留まる。

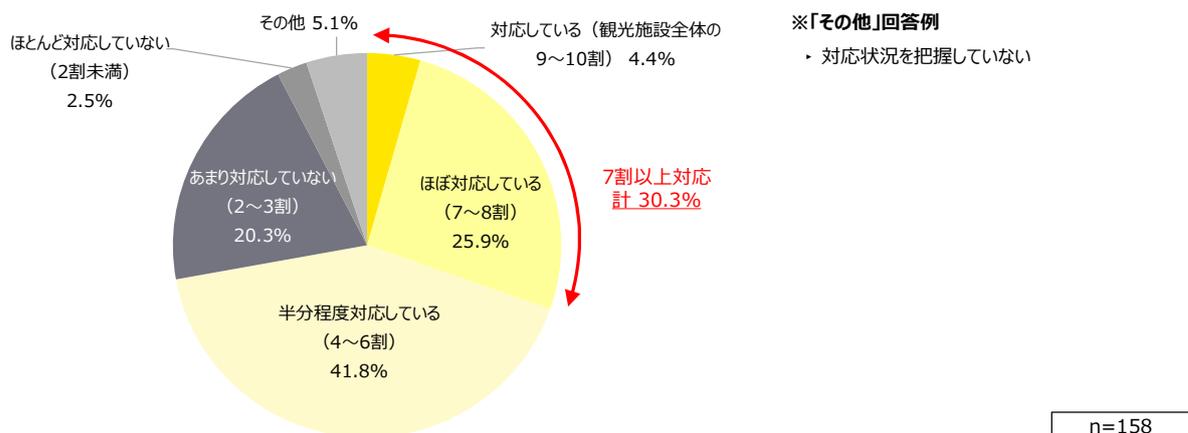


図 29. 主要観光スポットにおけるキャッシュレス対応

⑦ インバウンド向けの受入整備

インバウンド向けの受入整備について、多言語対応や情報整備・発信のほか、インバウンド対応可能な人材の雇用や育成に取り組む DMO も多い。また、認定制度を活用した受入整備に取り組む DMO も見られる。

Q.5.1. (7) インバウンド向けの受入整備 [自由記述]

設問：ご自身が所属するDMOのエリアにおける、インバウンド向けの受入整備について、実施している取組について回答ください。

多言語対応や情報整備・発信のほか、インバウンド対応可能な人材の雇用や育成に取り組むDMOも多い。
また、認定制度を活用した受入整備に取り組むDMOも見られる。

※自由記述回答例

多言語対応	<ul style="list-style-type: none"> 多言語対応のマップやWEBサイト、SNS等の制作・運営 多言語案内看板や音声ガイドシステムの設置 観光施設に対する翻訳試験 多言語での案内が可能な職員の配置 タッチパッドによる外国人向け案内サービス 多言語指さしボードの設置 	人材確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> 通訳ガイドを雇用、サステナブルツーリズムの観点で育成 観光案内所や観光施設に多言語対応可能なスタッフを整備 外国人スタッフを雇用し、言語対応や体験プログラムを造成 希望する構成自治体に専門人材を派遣し、受入環境整備の現状確認及び改善のアドバイスを行う事業を実施 地域通訳案内士や通訳ボランティア、通訳ガイドの育成 観光協会職員や事業者向けセミナー・研修（多言語、キャッシュレス導入、接客マナー、食の多様化、Googleビジネスプロフィール活用等の内容）の実施
情報整備・発信	<ul style="list-style-type: none"> 観光施設・商品等の情報発信 Googleマップ・ビジネスプロフィールにおける情報整備・発信 海外インフルエンサーの活用 レンタサイクルの利用方法、自転車の乗り方などの動画発信 国際修学旅行の誘致 各案内所で情報共有や顧客のリレーが可能なチャットワークを整備 	コンテンツ造成・整備	<ul style="list-style-type: none"> 高品質の富裕層向け体験型旅行商品の企画造成販売 インバウンド向けコンテンツの開発（温泉・禅等の文化体験、土産、ワーケーション向けサービス等） インバウンド向けコンテンツの磨き上げ（ナイトタイムでのサービス開始、モニタリングツアーの実施等）
インフラ整備	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設や観光施設でのキャッシュレス対応 Wi-Fi環境整備 免税店の充実、免税カウンターの整備 外交人向けワンストップ医療相談窓口設置 シャトルバス運行、二次交通の整備 	認定制度	<ul style="list-style-type: none"> JNTO認定外国人観光案内所の設置 SAVAR JAPANの認定の取得 DMO認定ガイドの育成
		その他	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド受入環境整備に対する補助金を交付 DMO戦略の体系で受入体制の充実を明記

n=107

図 30. インバウンド向けの受入整備

(6) 有識者会議について

① 有識者会議に期待すること

有識者会議に期待することについて、各 DMO の認定基準・役割の明確化等の制度設計、持続可能な組織運営や財源確保に係る施策に対する要望のほか、それぞれの地域や DMO における実態の考慮、自治体との関係性構築、データ・情報共有体制の整備に関する要望も多く見られる。

Q.6.1. (1) 有識者会議に期待すること [自由記述]

設問：現在、観光庁が設置している「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」について、期待することをご回答ください。

各DMOの認定基準・役割の明確化等の制度設計、持続可能な組織運営や財源確保に係る施策に対する要望のほか、それぞれの地域やDMOにおける実態の考慮、自治体との関係性構築、データ・情報共有体制の整備に関する要望も多く見られる。

※自由記述回答例

DMO制度設計	<ul style="list-style-type: none"> 登録DMOの整理、先駆的と世界的DMOの基準の明確化 DMO、DMCの役割の明確化（特に広域連携DMOの役割や各地域への落とし込みが不十分との意見もあり） 要件を厳格にする部分と緩和する部分の両方の議論 広域的な連携がより進む制度設計 	自治体との関係性構築	<ul style="list-style-type: none"> DMOと自治体間における役割・権限の明確化（国が求める役割と、自治体が考える役割に乖離がある等の意見もあり） 自治体に対するDMOガイドラインの利用促進 自治体に対する観光への理解促進、合意形成 自治体との連携強化 自主財源確保の取組は理解するもの軌道に乗るまでの具体的な国のサポートや、直接的な財政支援を行う地域行政への理解促進を期待
組織運営に係る施策の検討	<ul style="list-style-type: none"> DMO人材の要件、資格の提言（実行する人材がいなければ実現は難しいとの意見もあり） DMO人材の役割に似合った所得や労働環境を確保できるようなガイドライン等の作成 持続可能な運営に必要な人材確保・育成に係る施策の検討 CMOの「専従」の基準の除外（人材候補が限られるため） 各地区でのコミュニケーション・繋がり場の提供 	データ・情報共有体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ベストプラクティスが速やかに共有されるネットワーク体制の構築 マーケティングをするうえで必要なデータ収集の仕組みの確立 各市町別の宿泊者数や管区客の行動履歴等のデータ提供の義務化 観光庁・JNTO等の国によるデータ共有体制の整備 JNTOとの地域マーケティングに係る意見交換の機会提供 データドリブンな活動の為に、ビックデータのリアルタイムでの提供
財源に係る施策の検討	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な運営のための財源確保に係る施策の検討 DMO自主財源の確保について、実効性のある提言 DMOの事業推進や観光投資に繋がる目的税導入の議論 地域負担額予算の少ない地域などへの対応策 DMO財源確保に関する宿泊税等の環境整備 	その他	<ul style="list-style-type: none"> 住民合意に係る施策の検討 場合によってはリスクを伴った伴走支援の方法の検討 観光庁におけるDMO制度の検討方針の共有 同じ情報を別々の様式で提出など、二度手間になるような事務手続きを依頼されるケースが多く、改善を検討してほしい
地域・DMOにおける実態の考慮	<ul style="list-style-type: none"> 地域の実情に合った長期的な視点等への配慮 各地域、DMOの規模や状況に応じた施策の検討 単に海外DMOを真似ただけでなく、日本の市場性や特性を考慮した施策の提言 		

n=86

図 31. 有識者会議に期待すること