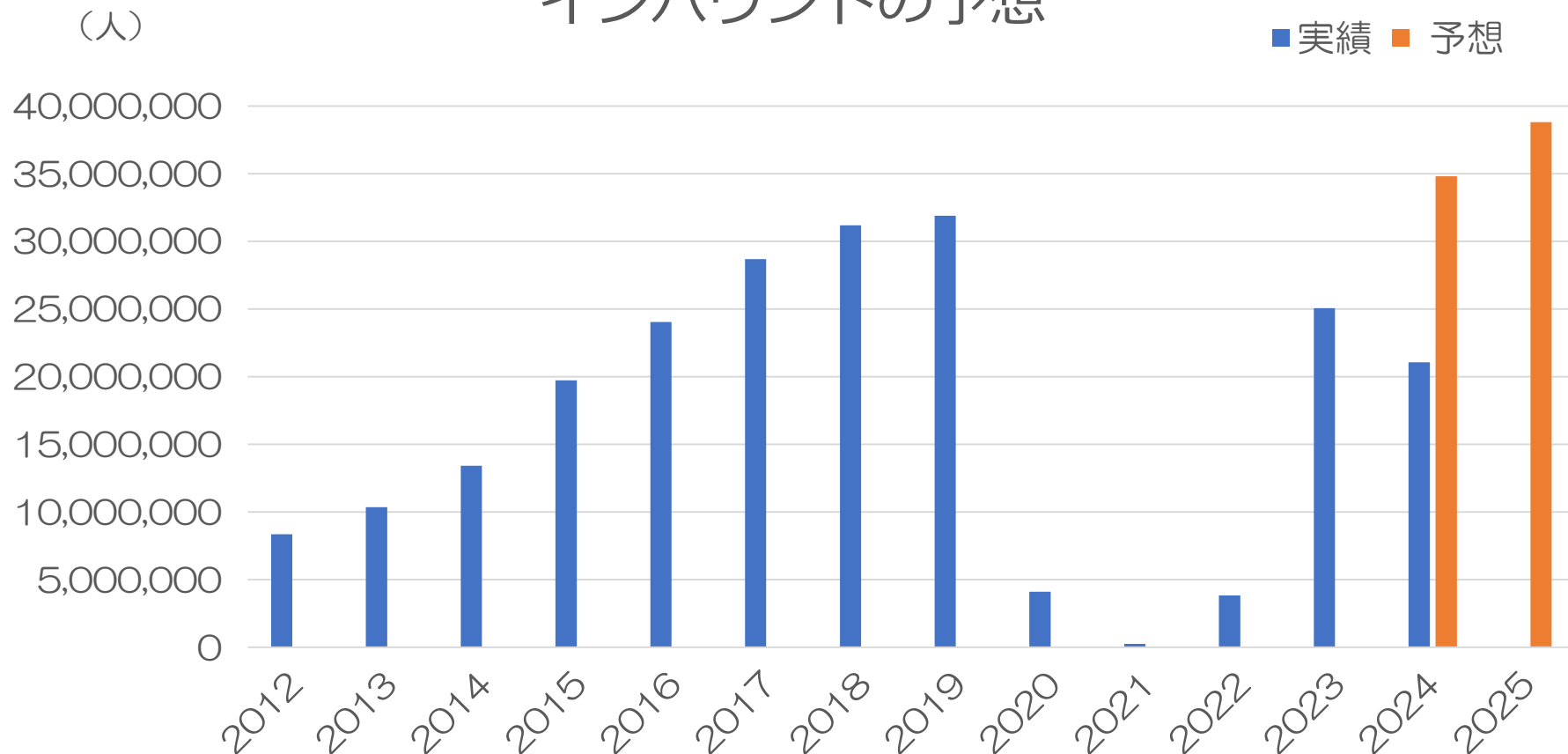


Destination Management Organization の役割

株式会社小西美術工藝社
代表取締役社長
デービッド・アトキンソン
X @atkindm

2024年のインバウンド実績

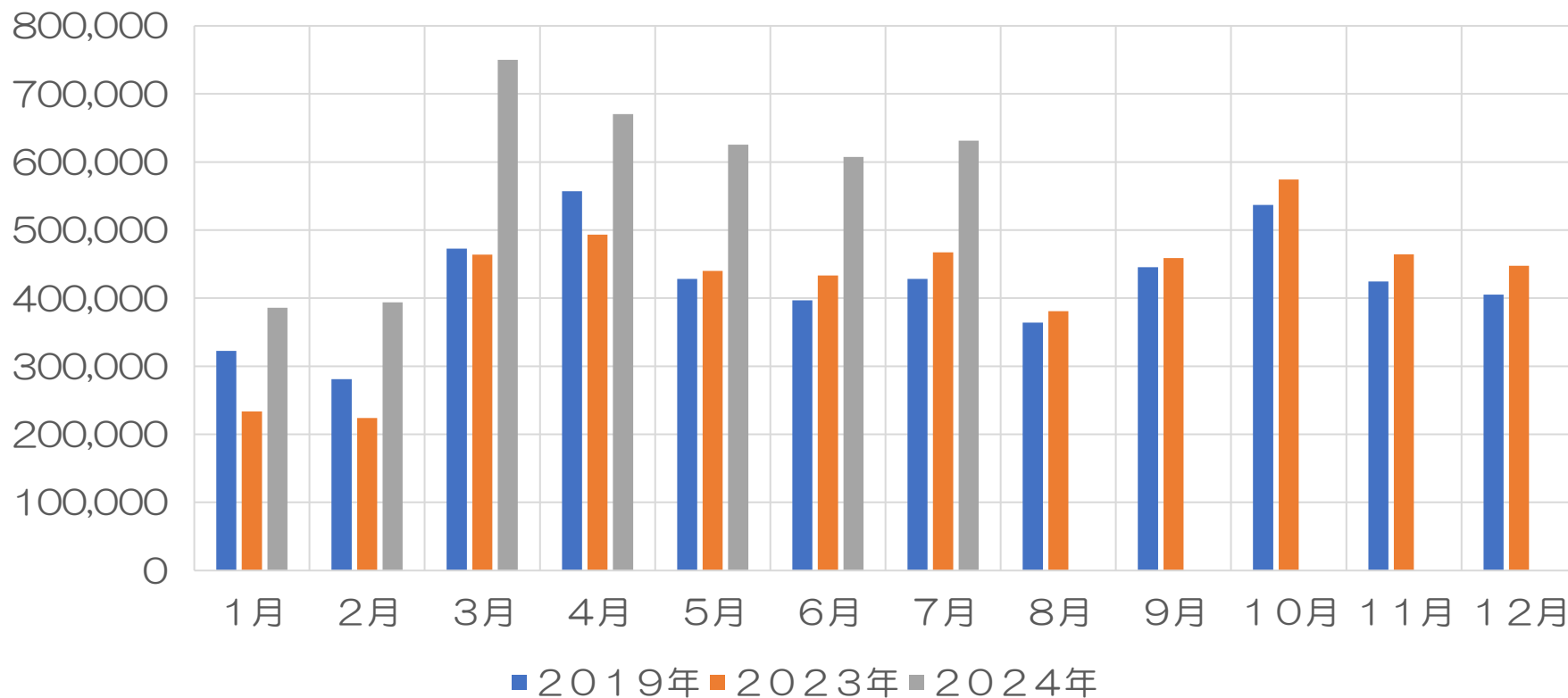
インバウンドの予想



アジア以外の成長が強い

アジア以外のインバウンド

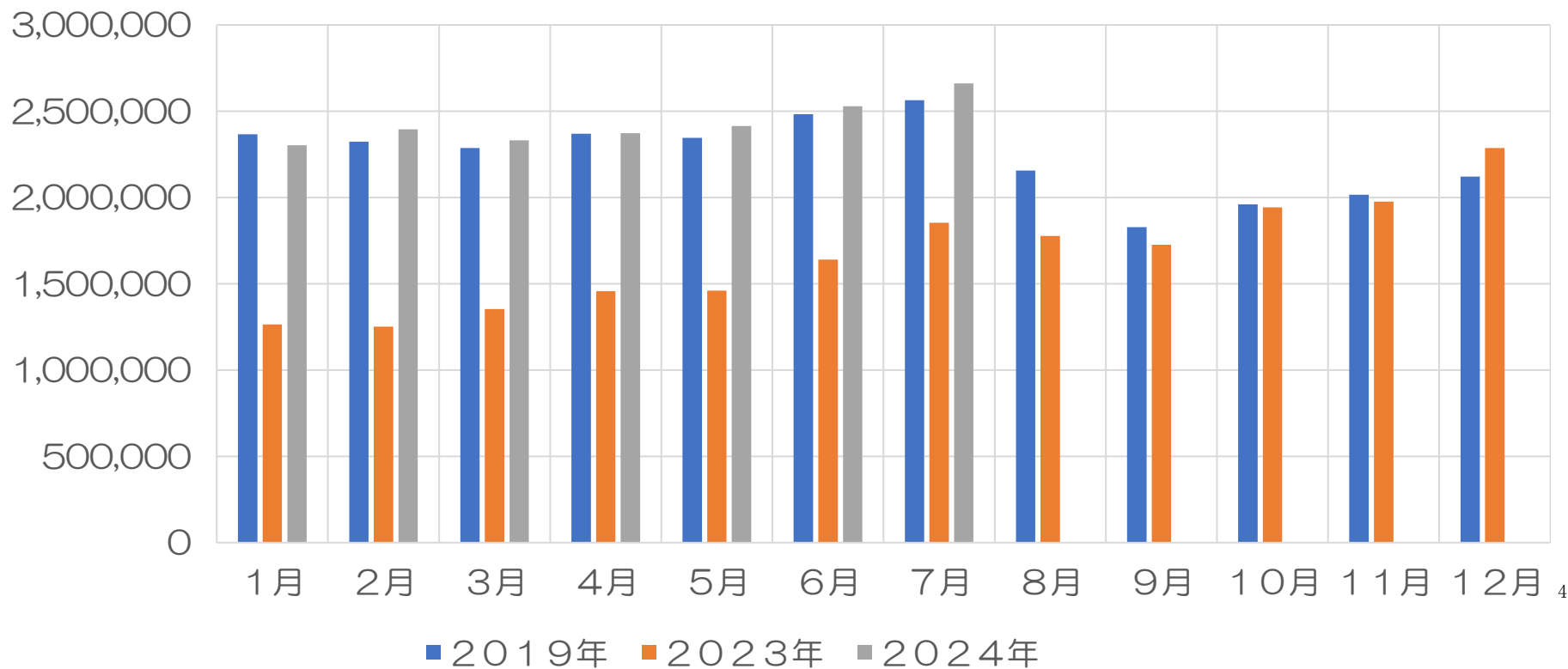
(人)



アジアの実績はまだ2019年並み

アジアのインバウンド

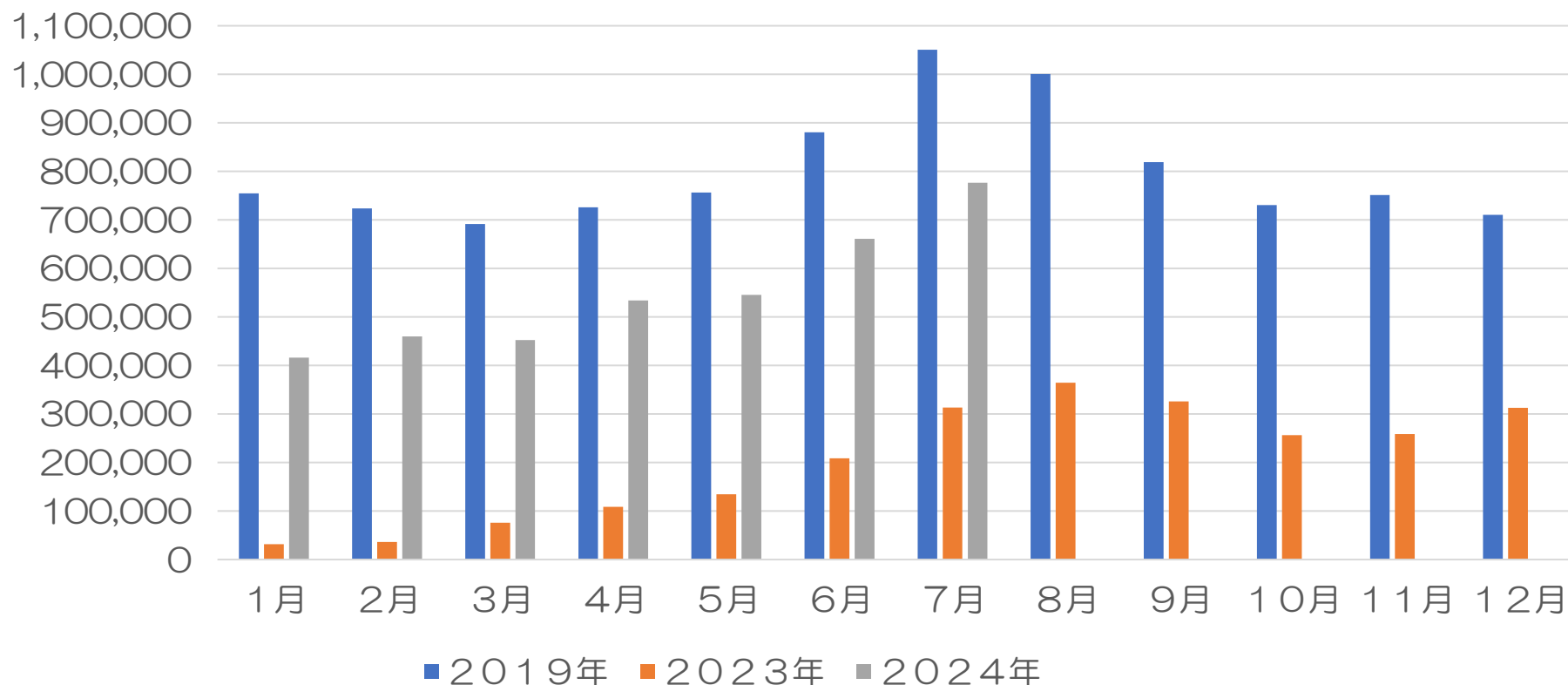
(人)



中国の実績は2019年の68.9%

中国からのインバウンド

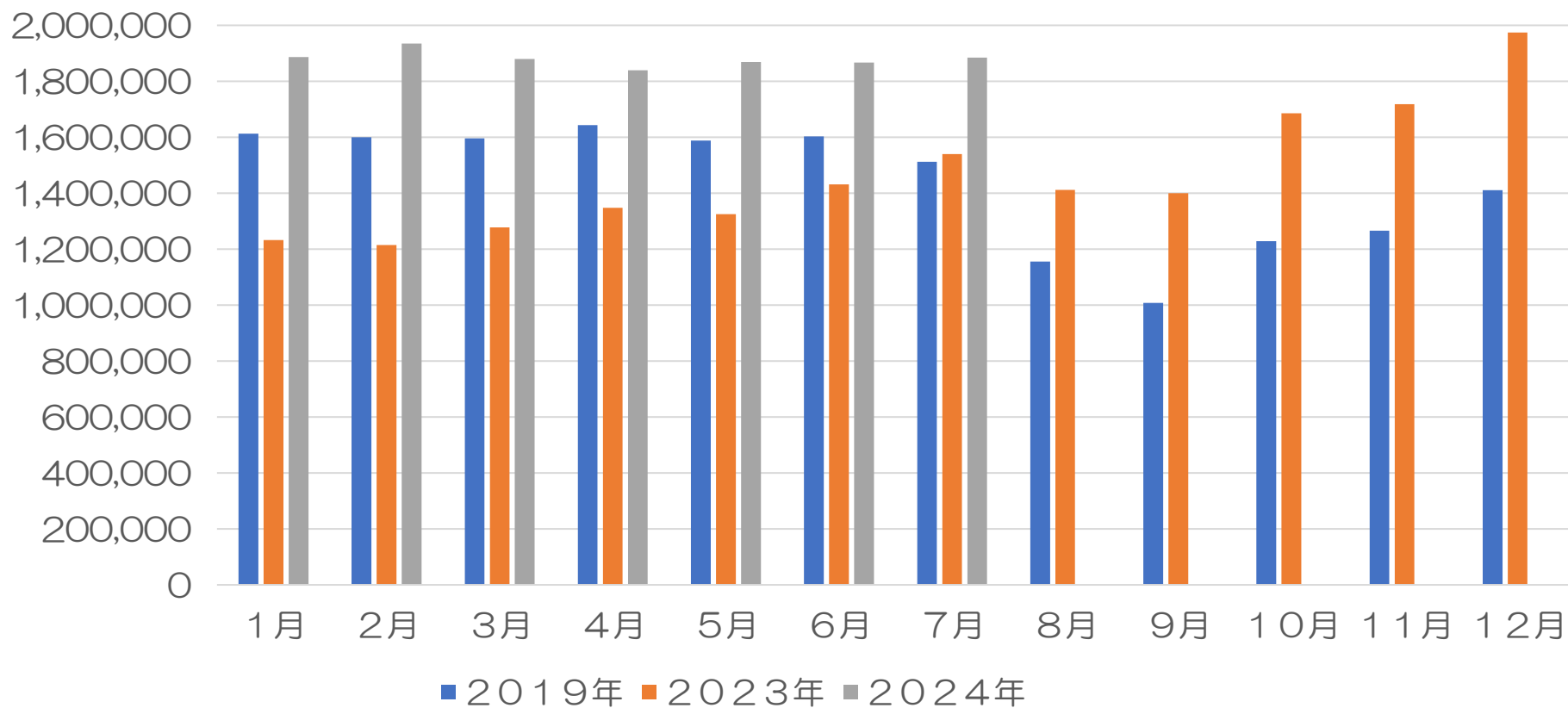
(人)



中国を除くアジアは強い

中国を除くアジアのインバウンド

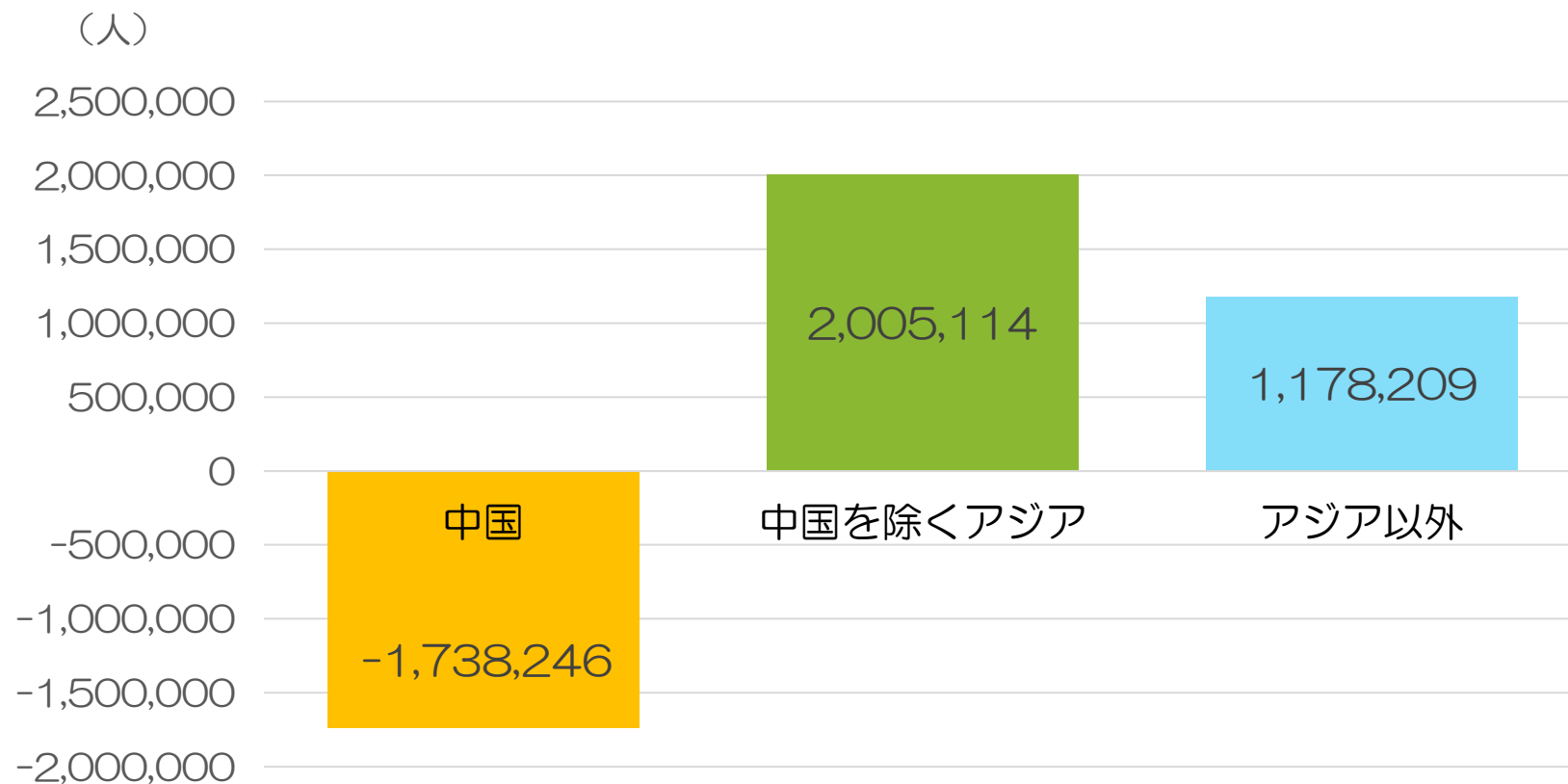
(人)



出所：JNTO

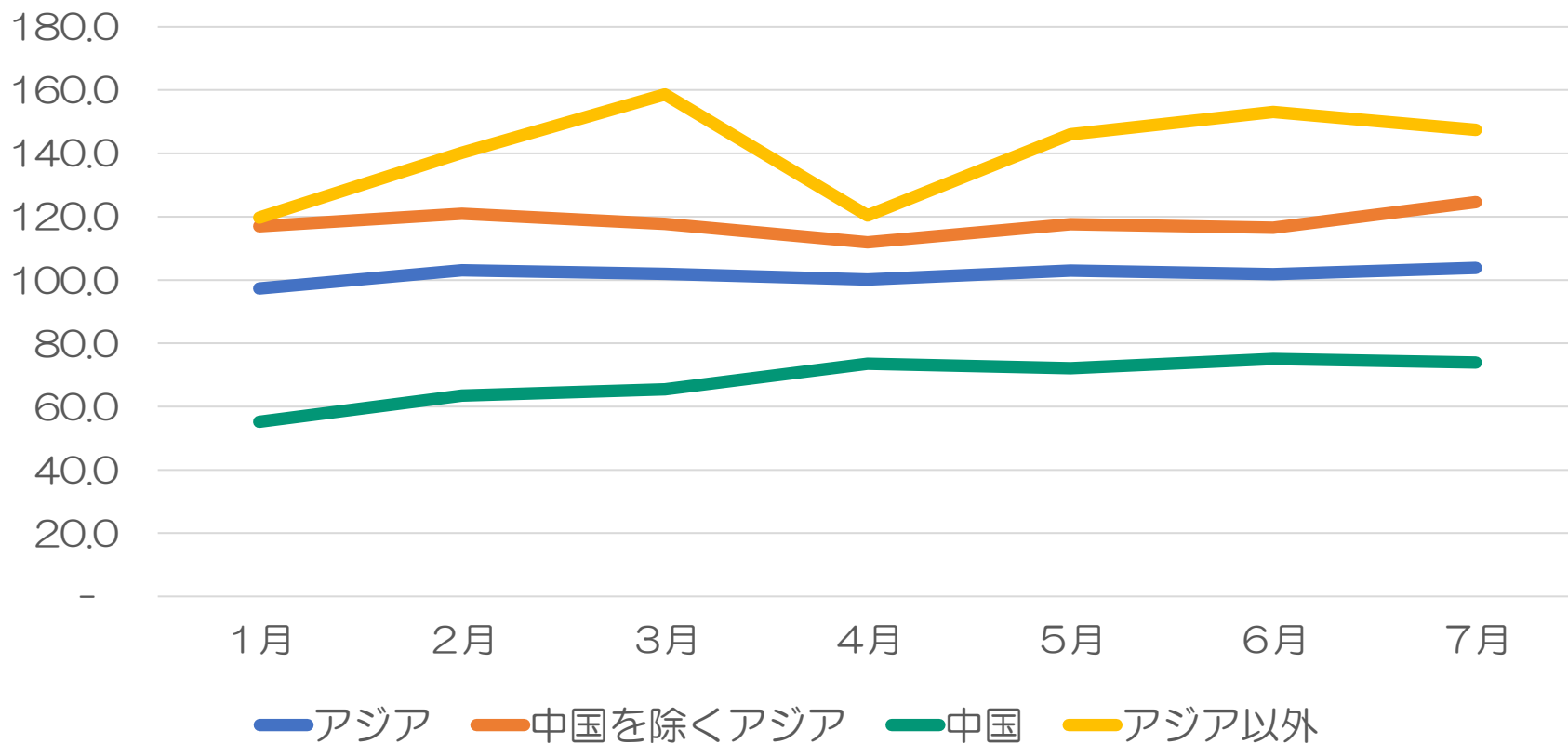
地域別の実績

地域別の2019年に対する2024年の実績



2024年の成長率は低迷し始めている

2019年の実績に対する2024年のインバウンド



2025年の挑戦

国 策

DMOの10の役割

①Boosting Tourism and Revenue

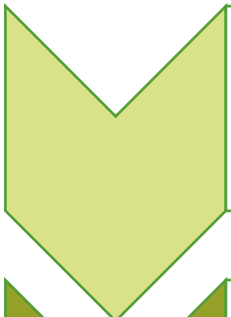


観光客を増やす



所得を増やす

②Creating Memorable Experiences



- 泊まってもらうだけで終わらせない



- 来てもらった人に忘れられない体験を
してもらう



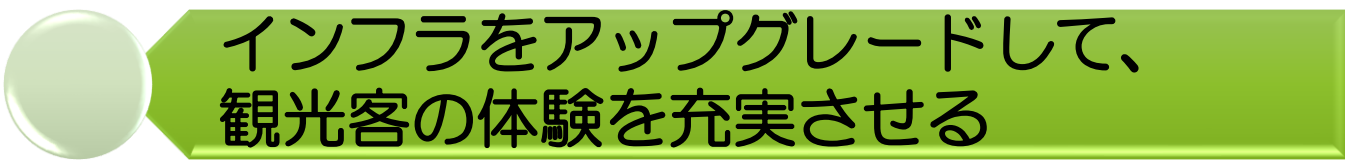
- イベント、アクティビティ、お祭り、
地元との交流

③Supporting Local Businesses

インバウンド戦略の基本は
稼ぐことに尽きる

地元の企業に稼いで貰うために、
パートナーシップを組んで、商品
やサービスの売上を増やす

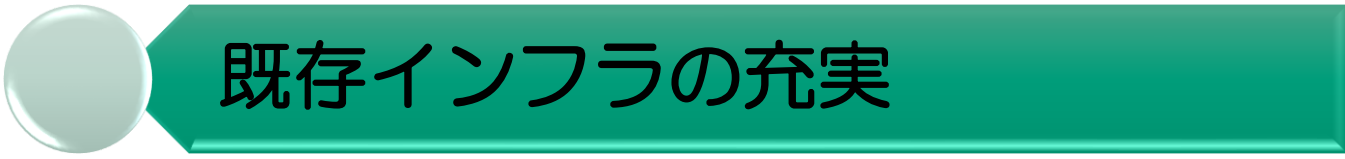
④Investment Attraction



インフラをアップグレードして、
観光客の体験を充実させる



新しいインフラの開発



既存インフラの充実



ホテルの誘致



新しい観光事業者の誘致

⑤Community Pride and Involvement



地元経済を発展させて、住民
の生活を豊かにする



地元の魅力を世界が評価して、
さらに誇りを感じて貰う

⑥ Sustainable Tourism Development

観光資源の持続性のために
行政と協力

⑦Destination Branding

- キャッチフレーズではない
- 誘致したい客層を誘致するためのインフラの充実

⑧Enhancing Destination Visibility

ウェブサ
イトの開発

有効的な情
報発信戦略

投資の促進
を忘れず

⑨Research and Data Insights

地元の企業の稼ぐ力のために
活用できるデータ

⑩Crisis Management



自然災害などの対応



行政との協力