

札幌からJRで35分 日本最大級の スノーアクティビティエリア

安田侃彫刻美術館
アルテピアッツァ美唄



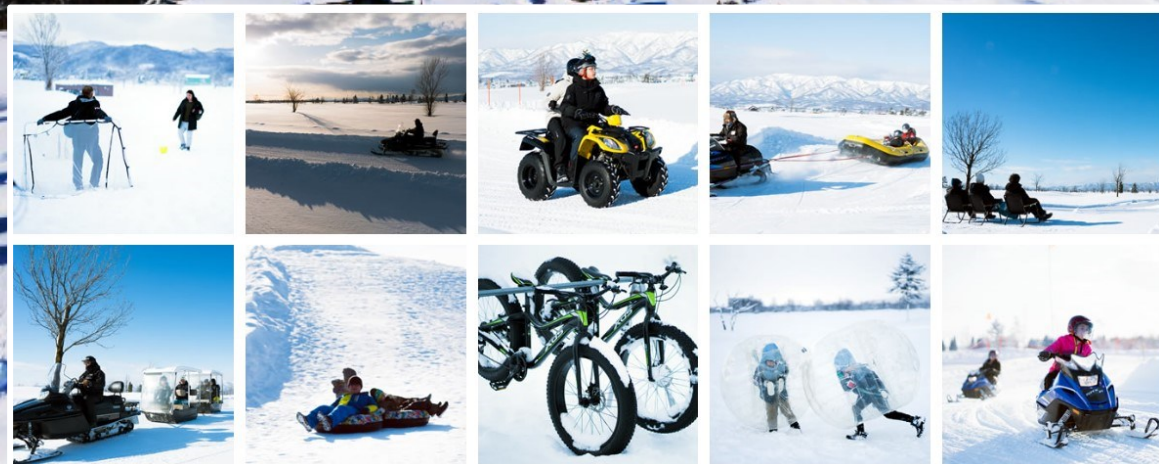
全国 Top class
菜の花



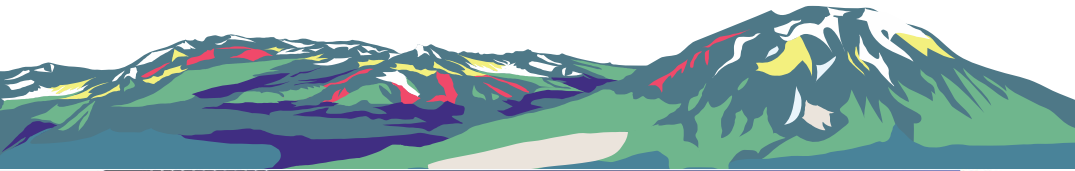
7万羽の羽動
宮島沼



HOKKAIDO
BIBAI SNOWLAND



美しき唄のまち
美唄 びばい



**NISEKO
KUTCHAN**
TOURISM ASSOCIATION

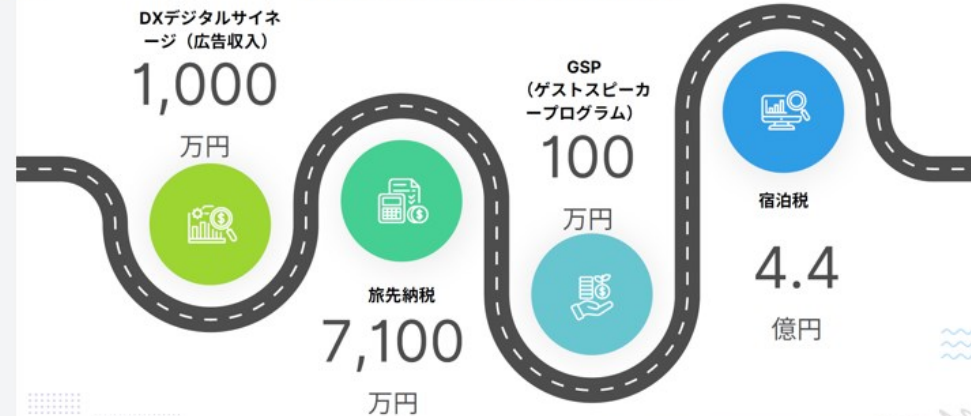
DMOの予算規模 と要員数

2019年宿泊税導入。2021年から3年間で予算規模が3倍となる。
スタッフ要員は少数精鋭で7部会を運営しているDMO組織であり、持続的財源化として「宿泊税」「旅先納税」など外貨で廻す仕組みを目指す！

3億円



Roadmap Financial Planning Process DMO Business



夏の需要創出へ向けて MICE NISEKO取組み

DMOが「地域で儲ける」仕組みを作り、DMCの育成（プレイヤーの内製化）を進めることで「地域と共に稼ぐ」を実現する！

1. ファシリティ・プロパティ
2. エンターテインメント
3. アクティビティ
4. エンターテインメント
5. チームビルディング
6. エンハンスメント
7. ミールプラン・ケータリング
8. CSR/SDGs
9. ゲストスピーカープログラム

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

岩手県大船渡市

【設立時期】2021年9月28日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】志田 緒隆

【職員数】5人(常勤2人(正職員0人・出向等2人)、非常勤3人)

【主な収入】

収益事業4.5百万円、会費収入1.9百万円、補助金5.2百万円
(2023年度決算)

【総支出】事業費10.2百万円 一般管理費1.1百万円(2023年度決算)

【連携する主な事業者】35社(正会員 15社 賛助会員 20社)

組織体制

大船渡観光推進協議会

大船渡市観光物産協会

受入案内整備・誘客営業
ガイド育成・教育旅行

大船渡市

商工業者支援・観光施策・
ふるさと納税・二次交通・
インフラ

大船渡商工会議所

事業者育成サポート
飲食・グルメ・地域振興

一般社団法人大船渡地域戦略

事務局・プロモーション・マーケティング

交通

大船渡観光バス
事業協同組合岩手県観光
ホテル組合
大船渡支部

岩手開発鉄道

三陸鉄道

管野商店
(タクシー)

宿泊

岩手県旅館
ホテル組合
大船渡支部

海楽荘

大船渡温泉

サクラダ
プラザホテル

観光・飲食・小売・まちづくり

岩手県
飲食業組合
大船渡支部マイヤ
(小売業)静仙酒造
(酒造)スリービークス
(ワイナリー)

製造業

キャッセン
大船渡
(まちづくり会社)NPO法人おふなと
市民活動センター
(市民活動)太平洋セメント
(製造業)アマタケ
(食肉加工)

その他サービス

さいとう製菓
(菓子製造)岩手開発産業
(旅行会社)藤田水産
(水産加工)JAおふなと
(農協)大船渡商工
会議所大船渡市観光
物産協会アローリンクス
(IT企業)地域金融機関
4行

上記他8社 正会員15社 賛助会員20社 全35社

戦略

【主なターゲット】

第1)都市部からのビジネス出張を含むひとり旅行者

第2)40代以上の都市圏に住む旅好き少数グループ

第3)台湾、東南アジアからの個人旅行者

第4)米・欧・豪からのハイカー客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

第1)ひとり旅行者のニーズに沿った資源強化

第2)三陸沿岸の情報発信の強化

第3)観光体験・滞在コンテンツの強化



受入環境整備

【受入環境整備】

大船渡DX事業:地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」の展開

目標:会員数4,000名 加盟店150店舗

観光戦略策定に必要なデータの収集・分析を通年を通じて実施

1)対象エリア拡大:隣接する陸前高田市、住田町、釜石市を含

む商圏10万人のエリア拡大版「三陸さんぽ」の展開

2)会員数増加のための各種キャンペーン実施

3)利用者、加盟店向けのサービスの充実

4)店舗情報・イベント情報の充実、加盟店向け案内の充実



観光資源の磨き上げ

【観光資源の磨き上げ】

<観光庁令和6年度 サステナブルな観光コンテンツの高度化モデル事業>

”地域の魅力で紡ぎ、ハイカーと共に育てる

長く歩く道”みちのく潮風トレイルを活用した、冬季観光

の誘客コンテンツとなる南エリアの2県5市町村連携に

よる受入体制整備、広域連携でのルート造成事業

<観光庁令和6年度 地域観光新発見事業>

三陸の冬季集客を目的とした三陸の俵物三品ストーリー

作成と高級食材「鮑」の聖地化事業”。かつて「俵物三品」

と呼ばれた三陸を代表する高級食材「鮑」「海鼠」「鰺鮓」

をストーリー化し旅行商品として開発する事業



宮古市では近年人口の減少、高齢化率の上昇が急速に進んでおり、各産業・経済循環率の衰退が危惧されている。今後、“**観光**”を宮古市を支える産業の1つとして成長させる。
「浄土ヶ浜を見て帰る」ではない、稼げる観光地を目指す。



宮古市の現状・課題

- 2000年～2020年で人口は約25%減少、高齢化率は約15%上昇。生産年齢人口減少による、各産業・経済循環率の衰退が危惧される
- 復興道路整備に伴う伐採事業や震災復興による住宅再建の縮小により、林業・建設業の総生産額の減少が危惧される
- 養殖漁業者の減少により、生産力が低下している。また水産資源の減少により水揚げ量も減少しており、産業の衰退が危惧される



宮古市観光文化交流協会としての宮古地域のありたい姿

- 様々な産業の衰退が危惧される中、“**観光**”を宮古市を支える産業の1つとして成長させる
- 宮古市が持つ豊かな観光資源を生かしたコンテンツを造成し、1年を通してリピーターを含む観光客が訪れ、稼げる観光地化を実現する
- 行政・事業者が一体となった、持続可能な観光地域づくりを行う体制を構築・整備する

観光振興を進めるための問題仮説

1

秋・冬の観光
需要が少ない

夏場は海水浴客で繁盛するもそれ以外の季節は閑散期、観光消費額が伸び悩んでいる

2

食資源の
認知度が低い

年間を通じて旬の味覚が楽しめる“食資源”があるにも関わらず観光客の認知度が低い・情報発信が不足している

3

クルーズ乗船客
(インバウンド) への対応不足

クルーズ船の来航数も増えてきているが、域内での観光消費の機会を最大化できていないインバウンドに対応できる人材がいない

4

観光資源の有効活用が
できていない

体験観光プログラムの開発・充実化ができていない



今年度の主要な取組

1

宮古地域
観光戦略計画

今後の宮古市の観光振興の方向性、現状分析、戦略策定

2

既存イベント磨き上げ
新規イベント造成

現状分析から課題・解決方法を検討し、既存イベントの磨き上げや、新規イベントを立案・実施し、長期的な観光コンテンツの創出

3

新規体験
コンテンツ造成

閑散期に観光客を誘致するコンテンツとなるか、実証実験を実施し、今後の観光戦略の方針に活かす

4

ガイド育成

クルーズ船やインバウンドに対応したガイド育成を行うため、R6年度に研修会を合計4回実施する

5

データ分析による
ターゲット・施策検討

東北観光DMP上の各種ビッグデータを利用し、宮古市・岩手県への来訪傾向や関心度を分析、内部向けの勉強会等を実施する

6

効果的な
プロモーション

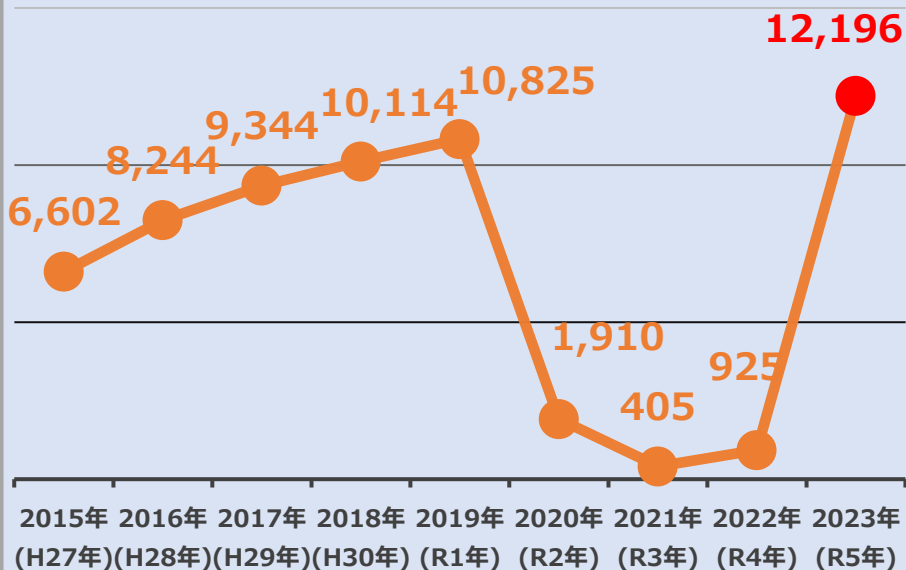
データ分析の結果を用い、効果的かつ費用対効果が高い方法での施策・プロモーションの計画を立案する。観光文化交流協会のHPに多言語ページを用意する

現状と課題

- ① **2023年の外国人延べ宿泊者数は過去最高に**
 - ・ コロナ禍前まで右肩上がりに増加
 - ・ 2023年はコロナ禍から急速に回復
- ② **2市では外国人宿泊者数が4倍増加**
 - ・ 観光地ではなかった地域でインバウンドが4倍増。
 - ・ 依然インバウンド比率は約3%。サプライヤーも少なく消費単価向上と閑散期対策が課題



外国人延べ宿泊者数 (2015 - 2023)



今後の展開

- ① **データ活用とマーケティング強化**
 - ・ 東北&秋田のDMPと独自調査でデータ分析
 - ・ webマーケティングと広告運用により自治体と事業者を支援
- ② **マタギ文化のアドベンチャーツーリズム**
 - ・ 現役マタギと歩く高付加価値の「自然&文化体験」
 - ・ 八幡平エリアなど周辺地域と連携しロングトレイル造成を目指す

観光による地域の活性化

経済的

精神的

観光産業による
地域経済の活性化

地域の賑わいの創出
関係人口の増

地域住民の
誇りや愛着の醸成

単価UP

マーケティング実践

客数UP

ターゲットを明確にして
ブランディング

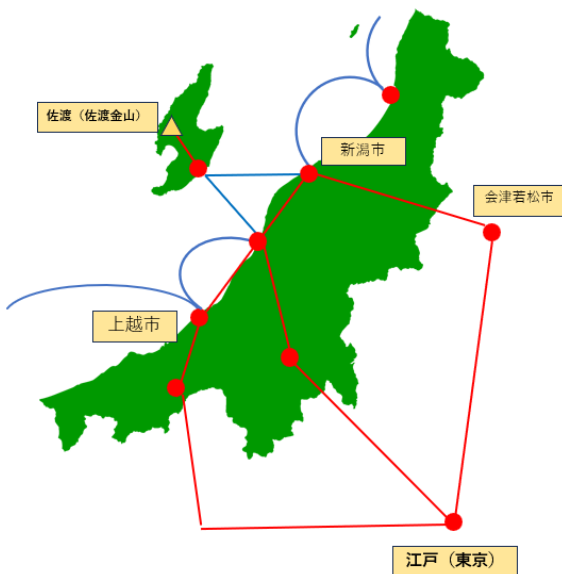
リピーターを中心に
効率的な誘客

モダンラグジュアリー層に
新潟の価値を浸透

新潟ファンを拡大
(ファンクラブ)

高付加価値なインバウンド観光地づくり継続検討

越後山脈の「雪」と交流の海「日本海」がもたらした
今も息づく日本の原風景「佐渡・新潟」



これまでの取組
を土台として

佐渡をフックに
観光振興

佐渡の価値を
活かして
新潟全体の
ブランドを浸透

佐渡から
新潟県全体へ
観光客の流れを
つくる

新潟のウリ



スノーリゾート

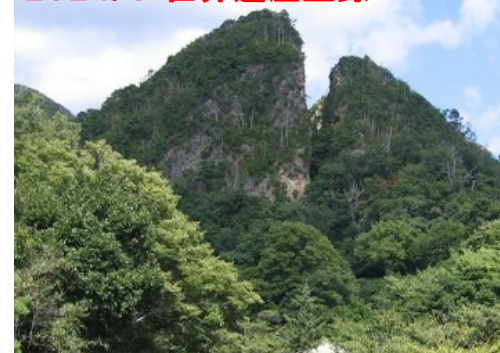
アクセス抜群、豊富な雪
食も温泉も楽しめる



ガストロノミー

アワード開催により
100店舗以上がリスト化
シェフや生産者と連携
様々なダイニングに対応可

2024. 7 世界遺産登録



佐渡

世界遺産・佐渡金山
トキと共生する農業
島全体がジオパーク
受け継がれる伝統芸能

Nozawaonsen

the valley of water village
水の谷の村



Mission

水の谷の伝承

水と人が豊かに暮らす郷村

The Water Valley Village

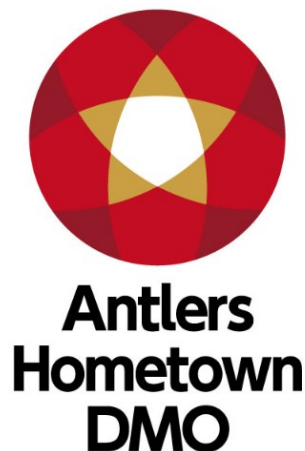
重点取り組み事項

事業者支援

- 村内約300事業者との対話
- 業務効率化セミナー実施
- コミュニケーションツールにLINEを導入

夏季集客の強化

- コンテンツ造成に向けて、コンセプトの打ち出し
- エージェントとの接点作り



- ◆設立：2018年1月30日
- ◆代表者：田口伸一（鹿嶋市長）
- ◆参画団体：
 - ①茨城県鹿行5市（鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市）
 - ②株式会社なめがたしろはとファーム
 - ③東京レジャー開発株式会社
 - ④関彰商事株式会社
 - ⑤株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー
- ◆マネジメント・マーケティング対象区域：茨城県鹿行地域
 - 人口（5市合計） 259,357名
 - 面積（5市合計） 681.77km²

【茨城県鹿行地域】



事業の全体イメージ

国内観光客

インバウンド
(訪日観光客)

その他収益事業

地域商社事業

新規事業

地域観光事業

スポーツツーリズム (スポーツ)

- アントラーズ試合観戦
- インバウンドスポーツ団体合宿
- 国内スポーツ団体合宿
- ゴルフトーナメント観戦
- インバウンドゴルフツアー

グリーンツーリズム (農業・食育)

- なめがたファーマーズ
ヴィレッジ農業体験
- 海外ホームステイ受け入れ
(民泊)
- 豊富な地元食材によるグルメ

エコツーリズム (歴史文化・自然)

- 鹿島神宮・東国三社巡り
- 鹿島灘・北浦・
霞ヶ浦・涸沼
- 自然と親しむ
サイクリング・ランニング

ヘルスツーリズム (美容・健康)

- カシマウェルネスプラザ・
温浴施設
- アントラーズスポーツ
クリニック
- カシマサッカースタジアム活用

地域の強み、資源を組み合わせ商品造成



アントラーズ



スポーツ施設



ゴルフ場



農業体験



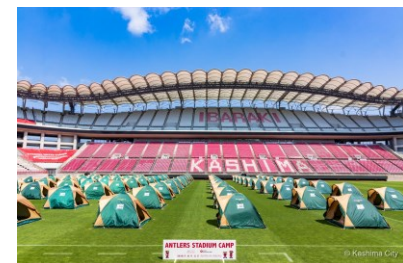
海産物・農産物



自然



歴史文化施設



鹿行地域の資源・強み

インバウンドの滞在時間と消費額を伸ばし地域への裨益拡大を目指す

- ・日光市には多彩なコンテンツが溢れているが、商品化できていない又は販路に載せられていない。
- ・複数の海外OTAへ掲載し、当日予約可能な商品も販売。
- ・デジタルプロモーションを含む情報発信等のオンライン流通の強化を推進する。

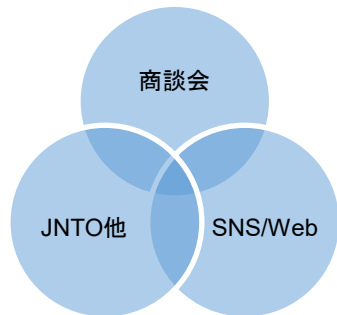
強化するインバウンド対策

- ・**OTAなどオンライン流通の強化**
- ・欧米豪を中心とした富裕層獲得強化
- ・台湾などアジア圏への営業の継続強化
- ・高付加価値化など受入環境整備の強化
- ・閑散期コンテンツの商品化による集客

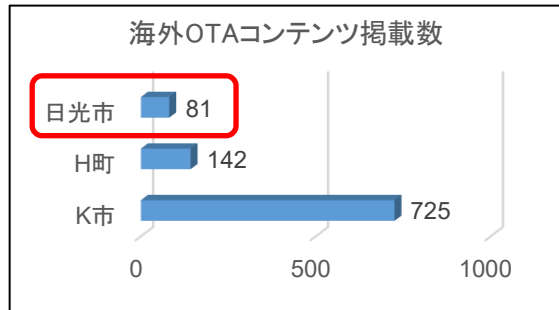


現 状

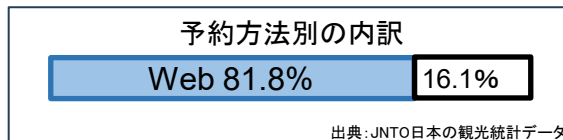
情報発信



海外OTAサイトへの掲載数が脆弱



インバウンド旅行予約の約80%がWeb



取 組

- ・体験・ツアー OTAの掲載数アップ！
- ・当日予約可能な商品販売！

Booking.com

Expedia

Trip.com

agoda

Hotels.com

HOSTELWORLD





SHIMONITAを知る SHIMONITAを味わう

観光農園「SHIMONITAモジョファーム」

-体感型観光コンテンツ-

- ・ 下仁田ねぎ収穫
- ・ 原木しいたけ収穫
- ・ こんにゃく手作り



道の駅しもにたで、体感できちゃう。

観光農園の日々は、SNS&WEBサイトで発信中！！

【ペットツーリズムの推進】



当協会の主導の元、2023年3月より世界遺産・富岡製糸場へのペット同伴での入場が条件付きで可能になりました。

- ・ ペットカートの有料レンタル
- ・ ペット同伴者専用富岡製糸場入場券の販売
- ・ ペットと楽しめる富岡マップの配布など

【観光情報は富岡市観光HPへ📍】

※2024年3月に全面リニューアルしました。

Silkool
TOMIOKA



しるくるとみおか 富岡市観光サイト

【富岡ならではの特別な体験の提供】



「史跡見学」から「文化体験」へ

富岡のレトロな街並みに秘められた

ロマン「富岡レトロロマンス」の体験コンテンツを地域とともに開発・販売。

体験メニューはこちら👉

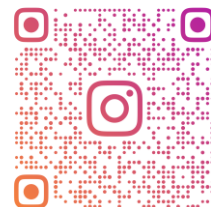


【富岡の新名物の開発と推進】



富岡製糸場と縁のある「フランス文化」、群馬県の食文化を代表する「粉食文化」、クレープの語源などとの関係のある「絹文化」を軸に、バラエティ豊かな新名物「富岡クレープ」を市内17店舗と一緒に推進・開発・提供しています。

「富岡クレープ」の最新情報は公式Instagramをチェック👉



TOMIOKA_CREPE

広域連携による『御墳印』事業

■事業開始

○2023年6月10日（土）

■事業内容

○御朱印の古墳版

○オリジナルの御墳印及び御墳印帳（※任意）を古墳近くの売店等で授与

※御墳印料金は基本300円（税込）

○専用Webサイト「御墳印コレクション」にて情報掲載

■事業背景

○「御朱印」から派生した「御城印」や「御宿場印」、「鉄印」、「御翔印」等コレクターが各地を回遊する観光モデルが確立されている

○本市には国指定特別史跡「埼玉古墳群」の他、「小見真観寺古墳」、「八幡山古墳」等多数の古墳が点在している

○埼玉県には約3,100基、関東全体では20,000基、全国では160,000基もの古墳古墳が観光周遊に繋がるポテンシャルを秘めている



始動！

遠かなる歴史ロマンに思いを馳せて...

▲全県御朱印文庫

白鳥塚古墳 北本市	野矢古墳 北本市	喜多古墳 大田市	九十九古墳 行田市	御宿場 行田市	三子古墳 行田市	古見古墳 吉見町	山崎古墳 川越市	小見古墳 行田市
好古古墳 行田市	鏡石古墳 行田市	民権古墳 行田市	聖山古墳 大田市	宮城古墳 熊谷市	山崎古墳 熊谷市	若菜古墳 熊谷市	赤松古墳 熊谷市	奥古墳 行田市
長尾古墳 熊谷市	赤松古墳 熊谷市	聖山古墳 大田市	八雲古墳 行田市	中山古墳 行田市	根本古墳 熊谷市	根本古墳 熊谷市	浅間古墳 行田市	高家古墳 熊谷市
地蔵古墳 行田市	地蔵古墳 加須市	地蔵古墳 千曲市	地蔵古墳 八雲市	地蔵古墳 八雲市	地蔵古墳 八雲市	地蔵古墳 八雲市	地蔵古墳 八雲市	地蔵古墳 八雲市

■御墳印
御墳印とは御朱印の古墳版で、古墳を来訪した際の記念印として各古墳の指定販売先でオリジナル「御墳印」がもらえます（有料）。2020年9月、愛知県との連携により誕生。2023年6月、多数の古墳を有する行田市が中心となり埼玉県下の市町が連携し、東日本初となる地域連携による販売を開始。現在6県15市町、33種類。今後、他県にも続々広がります。

御墳印発売情報！
心合寺山古墳・愛宕塚古墳・寶篋一尊塚・高家千塚古墳群 9月下旬発売
※発売日が決まれば、御墳印コレクションホームページにてお知らせします。

■御墳印コレクション事務局
一般社団法人 行田おもてなし観光局 埼玉県行田市第2丁目1-8
電話：048(577)8442 Eメール：kankou@grota-kankoukyukai.jp
（自治体の古墳版古墳の方へ）御墳印コレクションについてのお問い合わせは、行田市役所商工観光課観光グループ（048-556-1111）まで

■事業効果

○古墳を観るだけでなく、集める、巡るという新たな楽しみ方を提供し、古墳観光の裾野を拡大。新たな広域周遊ルートを構築し、参加地域の観光振興に繋げる

○他自治体と連携して御墳印ブームを創出し、古墳のブランド力を向上

○本市の1年間の販売枚数6,353枚、1,905千円。貴重な自主財源に。

■参加自治体 7県・17市町 40種類

○埼玉県：行田市、熊谷市、羽生市、久喜市、東松山市、深谷市、吉見町、川越市、加須市

○茨城県：石岡市 ○長野県：千曲市

○岐阜県：富加町、本巣市

○愛知県：名古屋市、犬山市

○三重県：明和町 ○大阪府：八尾市

オーバーツーリズム対策を見据えた
① データ収集・分析事業



② 川越観光のあり方・ビジョンづくり事業



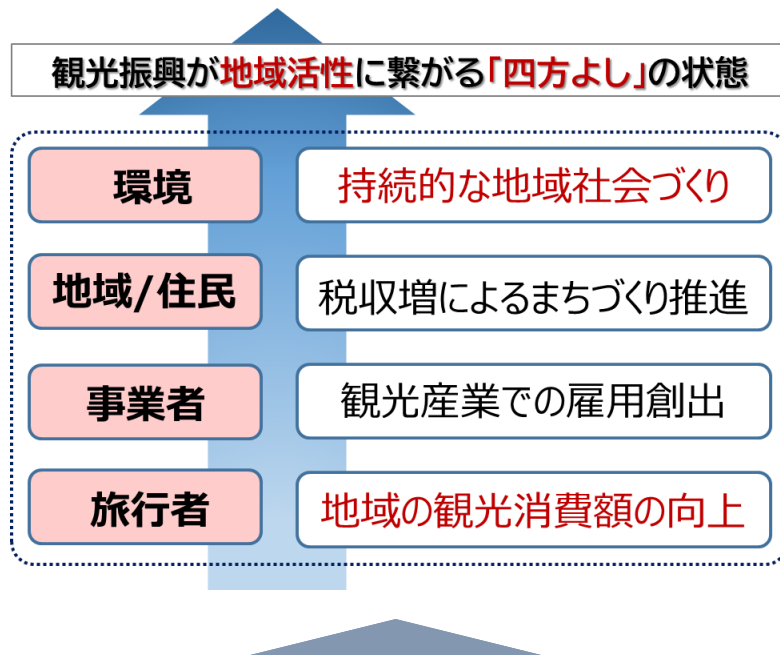
③ インバウンド受け入れ体制整備
世界農業遺産「落ち葉堆肥農法」をツアー化



④ 自主財源確保
「小江戸かわごえ e 旅ギフト」事業



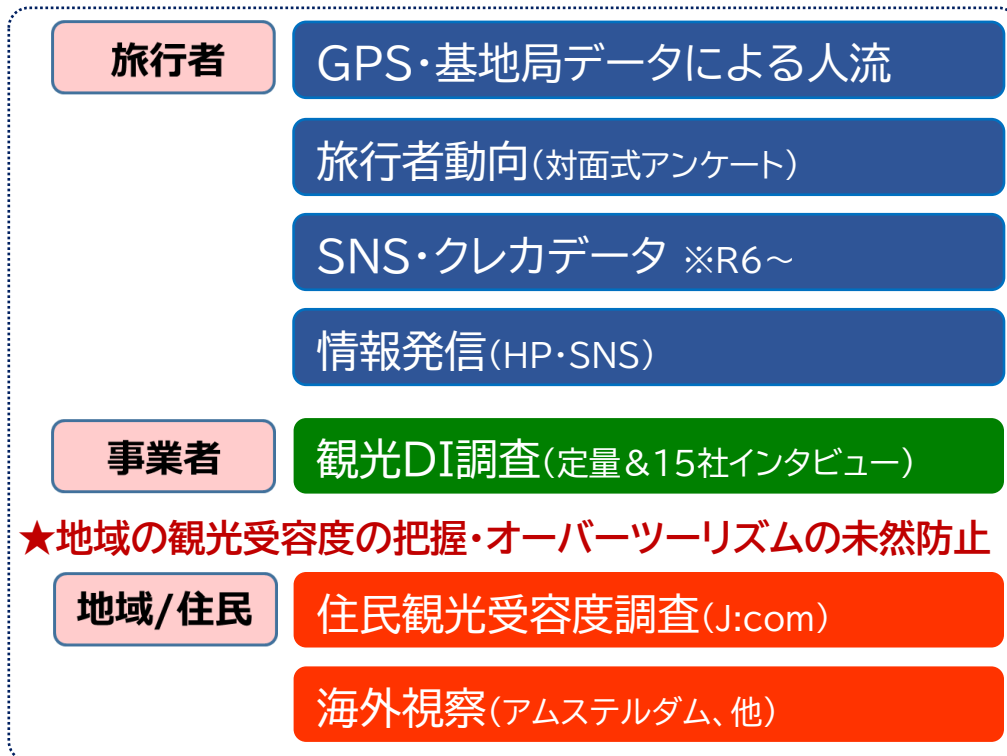
1. かながわDMO のコンセプト



3. 活動の屋台骨(財源確保)



2. 現状把握 と データに基づく戦略策定



★各種情報・戦略を各地域と共有・協議するため

4. 県内各地域との連携

事務局長会議

★人材育成によって中長期的な産業振興の礎を築く

5. 次世代観光人材の育成

インターンシップ

PRポイント：地域の合意形成度NO.1のDMOが「官民一体ALL箱根」を体現！

- ・箱根町は人口11,000人で年間2000万人を受け入れ、2900億円の観光経済消費を誇る国立公園火山観光地。
- ・観光関連産業がメインの箱根では、観光に関する課題解決がDMOのミッション。
- ・マーケティングDXから、サステナブル、ユニバーサル、人財対策、オーバーツーリズム対策など、解決すべき地域課題は多岐に及んでいる。

箱根町DMO設立報告資料

※2018年12月「DMO登録法人」として認定



2018年4月より箱根町観光協会は

「箱根DMO」 （一般財団法人箱根町観光協会）

として箱根町の「観光地経営」を担っています。

MISSION
使命

箱根DMOは「観光地そのものを経営する視点」のもと
「官民一体ALL箱根」の構造で
箱根町の観光経済を拡大発展させることを使命とする

■箱根町HOT21観光プランを策定

国の方針に準拠しながら官民一体でPDCAを回している。



（参考）観光立国推進基本計画（第4次）概要 ～持続可能な形で観光立国の推進に向けて～ 国土交通省

観光はコロナ禍を経ても成長戦略の柱、地域活性化の切り眼。国際競争力増強・国際平和にも重要な役割。 ① コロナによる変化とコロナ禍からの回復を踏まえ、観光振興政策を迅速に実施する。 ② 大規模・国際的観光地として2025年に向け、「持続可能な観光」の推進を加速し、地方経済の振興を促進する。 ③ 「持続可能な観光地」の推進を加速し、地方経済の振興を促進する。	計画期間：令和5～7年度（2023～2025年度） 目標：令和5年度（2023年度） ① 観光客の増加（訪日外国人旅行者） ② 観光客の消費額の増加（訪日外国人旅行者） ③ 観光客の満足度の向上（訪日外国人旅行者） ④ 観光客の滞在時間の延長（訪日外国人旅行者） ⑤ 観光客の滞在回数の増加（訪日外国人旅行者） ⑥ 観光客の滞在回数の増加（訪日外国人旅行者） ⑦ 観光客の滞在回数の増加（訪日外国人旅行者） ⑧ 観光客の滞在回数の増加（訪日外国人旅行者） ⑨ 観光客の滞在回数の増加（訪日外国人旅行者） ⑩ 観光客の滞在回数の増加（訪日外国人旅行者）
--	---

箱根DMO戦略推進委員会



- ・必要アジェンダをプロジェクト制で推進している。
- ・箱根町（全6部局）+民間観光事業者+観光関連組織+交通インフラ事業者がメンバーとなり、幅広い合意形成を実現。



「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」ロゴマーク

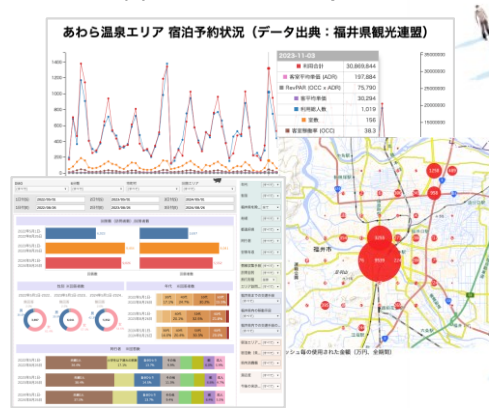
みんなで創る福井県観光

（オープンデータ・オープンソース・オープンロジック）
「自助」と「公助」の「共助」による**データの共有財産化**

2) Code for Fukui



シビックテックによるオープンデータ化
（現状や課題の見える化）



1) 観光客・観光プレイヤー

アンケート協力・データ提供



DMP

福井県観光データ分析システム
「FTAS（エフタス）」
(FUKUI Tourism data Analyzing System)

3) 行政・地域DMO・観光プレイヤー

満足度の高い観光コンテンツ開発
（モノ・コト・ヒト）



美食福井
FUKUI GASTRONOMY

福井の美食の世界へ、ようこそ

4) 観光連盟・広域DMO

コンテンツ開発支援
PR、誘客、販促

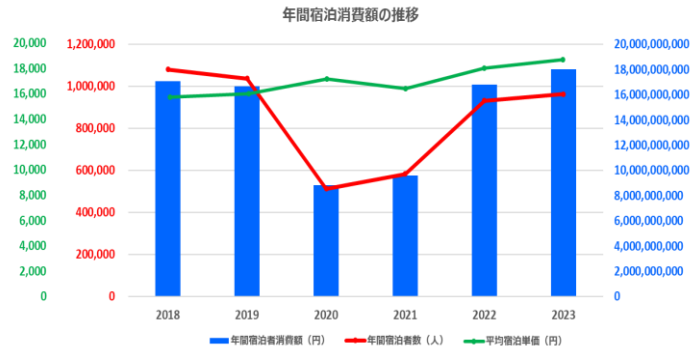


福井県公式観光サイト

ふくいドットコム



オープンデータによるエリアマネジメントへの挑戦



	2018	2019	2020	2021	2022	2023
年間宿泊者数 (人)	1,080,063	1,037,616	512,498	582,564	931,432	963,258
平均宿泊単価 (円)	15,802	16,078	17,222	16,465	18,059	18,730
年間宿泊者消費額 (円)	17,067,155,526	16,682,790,048	8,826,240,556	9,591,916,260	16,820,730,488	18,041,822,340

平均宿泊単価 22年度対比 104%
19年度対比 116%
宿泊総消費額 22年度対比 107%
19年度対比 108%

<令和6年度～令和5年度比較表 [KPI]> 宿泊施設「観光・娯楽・健康・生活・自然・教育」の総合指標

項目	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	前年比 (%)
総額	▲178	▲380	▲355	▲278									▲1,191	97.0%
国内	▲989	▲1,301	1,184	132									▲974	98.9%
海外	223	▲142	▲320	74									▲165	98.5%
国内・北海道	146	▲95	216	105									374	109.4%
国内・東北	92	▲507	151	118									▲146	98.2%
(中国)	▲706	▲2,423	876	151									▲2,102	98.6%
北海道	642	22	496	227									1,387	109.7%
東北	1,665	▲485	141	614									1,945	105.0%
関東	2,565	▲276	435	710									3,438	107.7%
中部	180	▲31	132	166									447	109.3%
九州・沖縄	▲432	▲292	▲90	▲40									▲854	74.4%
東北・北海道	323	▲277	▲265	▲64									▲284	91.5%
関東	398	315	102	▲25									788	172.7%
中部	259	17	82	▲34									324	115.5%
九州・沖縄	815	396	203	519									1,930	160.2%
北海道	893	1,762	600	956									4,211	264.7%
東北	1,634	1,222	1,106	885									4,847	425.7%
関東	1,350	1,463	1,176	1,091									5,082	221.4%
中部	162	1	21	14									198	250.0%
九州・沖縄	▲98	51	60	25									38	107.9%
北海道	47	▲65	14	▲11									6	100.7%
東北	107	74	3	▲21									163	117.9%
関東	▲287	▲74	▲61	▲5									▲427	39.3%
中部	117	22	8	14									158	495.0%
九州・沖縄	50	0	210	157									426	153.8%
国内	9,686	1,433	5,246	5,355									25,621	101.5%
海外	69,218	67,916	60,025	64,872									3,972	90.9%
国内・北海道	4,237	▲3,757	1,728	1,764									▲26,360	90.9%
国内・東北	▲6,307	▲7,193	▲7,276	▲5,584									36,581	194.2%
国内・中部	12,316	10,042	7,235	6,988									17,742	83.6%
国内・九州・沖縄	6,443	6,190	3,518	3,591									▲7,170	83.6%
海外	▲2,821	▲1,835	▲1,552	▲952									298,612	107.8%
国内	81,534	77,960	67,258	71,860									21,714	107.8%
海外	9,680	1,433	5,246	5,355									3,972	90.9%
合計	▲81,291	▲80,291	▲8,826	▲6,546									▲33,533	89.9%

国内 23年度対比 101.5%
海外 23年度対比 194.2%
合計 23年度対比 107.8%
19年度対比 89.9%

持続可能な温泉地を目指す

E-DMO 資源の保護＋観光業の成立＋地域振興の融合

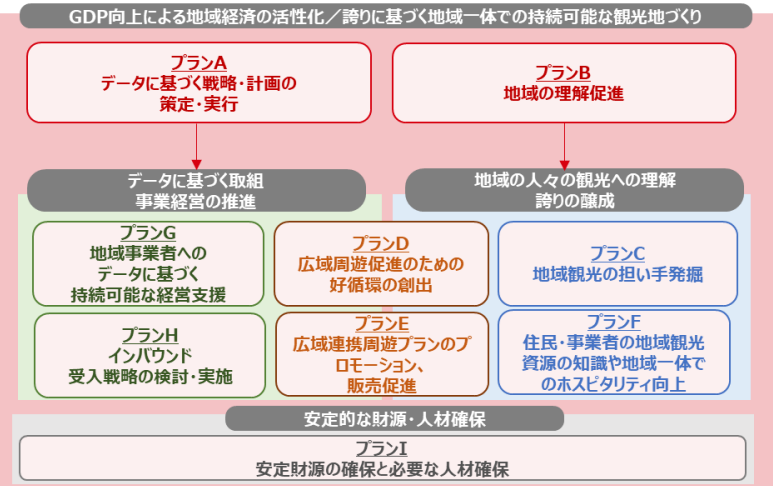
カイゼン+DX 生産性向上を目指し、トヨタカイゼンとDXを推進

BCP 有事の際の体制を明文化し、危機管理体制の確立

下呂市DMOビジョン

地域の観光の力を最大限活用しGDP向上による地域経済の活性化とともに、人々の地域への誇りに基づく地域一体での持続可能な観光地づくりを、地域のステークホルダーと連携して推進する。

＜アクションプランの全体像＞



清流の国 文化探訪 2024年 10月29日～11月24日
南飛騨 Art Discovery
クアオルト健康ウォーキング



会場となる南飛騨健康センターの一画

各自治体や地域DMOの取組と重複なく、相乗効果を期待できるようマーケティング投資を協働的に実践し、国内外市場で創出した観光需要については、各地域や事業者が受取り、マネジメントし、利益拡大の実現に向け、事業連携から地域経営能力の引き上げに取り組んでいる。特に、インバウンドマーケティングとして海外市場ツアーオペレーターのニーズに合致するよう、連携地域内で複数日旅程ユニット型商品として準備している。

京都府・京都市周遊観光の促進

- 府市連携して「周遊」をコンセプトとした観光を推進。
- 府市連携事業に共通のキャッチコピーを付けるなど、効果的な発信方法を検討。

【第1回京都府知事・京都市長のトップミーティング（R6.4.11）合意事項】

第2回府市トップミーティング（令和6年7月23日）での発表内容

周遊観光に係る府市共通のキャッチコピー

「まるっと京都」

府市周遊観光ツアーの造成（例）

旅行事業者から周遊観光ツアーの提案をいただき、9月にツアーの販売を開始予定。

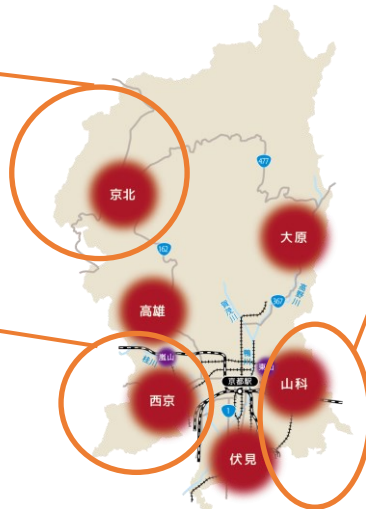
①京北と美山町



②西京と竹の里・乙訓



③山科・醍醐と宇治



<主要事業>

①インバウンド事業(欧米豪向けBtoB)

《経緯 & 主な取組み》

- 2021 ●Japan-san(英国、以下「J-s」という)とパートナーシップ協定締結
- 2022 ●J-sは、レップとして「海の京都」を欧米等英、仏、米現地でPR(Newsletterの定期発信etc.)
 ●J-sからの紹介等により、関連AGTとコンタクト ⇒ ネットワークづくり・連携強化
 ●DMO⇄AGT 伊根覚書締結(サステナブル視点の留意事項)
 ●DMO⇄AGT エリア留意点について、事前スタッフトレーニング(web,WTM等現地でリアル)
- 2023~ ●AGTの現地視察(Fam Trip)の調整・アテンド ⇒ **実際のツアーの受入**
 ●J-sとは毎週Webミーティングを実施。ツアー受入状況や課題の共有、PR戦略を随時協議

《R6基本コンセプト》

- J-s系列AGTを中心にFam Tripを誘致
 ●新たなモデルコース(福知山・綾部・舞鶴等)を設定し、**エリア内での広域的な展開に重点**
 ●「Sustainable/Responsibleな観光」の推進
 ●J-s系列AGTの宿泊者のデータ収集と有効活用



インバウンド ツアー	取扱額	取扱額KPI	達成率
R6実績 (7月末)	42,608千円	40,000千円	106.5%
(参考) R5年間実績	16,053千円	-	



レスポンスフルトラベルマニュアル



インバウンドツアーのようす

②海の京都コイン事業



- ・R4.11.7から**全国初広域エリア**での旅先納税の仕組みを導入した「**海の京都コイン**」事業をスタート
 ・「海の京都コイン(電子ギフト)」は、海の京都エリア7市町へのふるさと納税に対する共通返礼品として、寄附者のスマホに即時発行する仕組み
 ・加盟店数:372店舗(飲食:199店舗、宿泊:107店舗、体験等:66店舗) ※R6.8.1現在
 ・加盟店舗での店頭プロモーション(タビナカ)を中心とした納税向上の取組みを推進

海の京都 コイン	寄附額	寄附額KPI	達成率
R6実績 (7月末)	8,430千円	40,000千円	21.1%
(参考) R5年間実績	30,335千円	17,000千円	178.4%



【海の京都観光圏の取組み】

H25.3 海の京都構想の策定

H26.7 観光圏整備法に基づく「海の京都観光圏」として認定

※主たる滞在促進地区として天橋立と夕日ヶ浦の2地区を設定し、その他の滞在促進地区(2地区)や交流地区(11地区)を含め圏域内での2泊3日以上滞在を推進

※R6年度から第3期計画(5年間、R6年度~R10年度)スタート

※R5年度に改定した「海の京都観光地域づくり戦略」との整合を図りながら取組みを進める



うまい泉州DMOの取り組み

—— 「食」を中心としたコンテンツ開発・磨き上げ ——

ガストロノミーツーリズム



高付加価値商品の造成

コンビニ・生産者との連携



地産地消、消費拡大

地域内のプラットフォーム形成



2市1町

7市3町

9市4町

地域の取り組みの連携（横ぐし）

- 1)2025年万博、瀬戸内国際芸術祭を契機に国内外の観光客を兵庫県内での宿泊に結び付ける
- 2)持続可能なコンテンツづくりを支援し、インバウンドにはDMCやOTA等、国内向けにはJR等と連携し発信
- 3)他団体（広域連携DMO、周辺府県等）と積極的に連携し事業展開



万博・瀬戸芸・神戸空港国際化に向け施策充実・展開

●紀の川市の特徴

- ・1年通して様々なフルーツがとれる



一般社団法人
紀の川フルーツ観光局

●紀の川フルーツ観光局の活動

- ・観光コンテンツ造成



収穫体験の開発



フルーツメニュー開発

- ・市内周遊促進



自家用有償旅客運送事業



旅客運送と観光コンテンツを
組み合わせた旅行商品開発



フルーツ手土産検疫発送事業



関空防疫所と連携

一般社団法人隠岐ジオパーク推進機構【島根県隠岐諸島】

令和6年度 第1回DMO全国会議 PR投影資料

連絡先: info@oki-geopark.jp

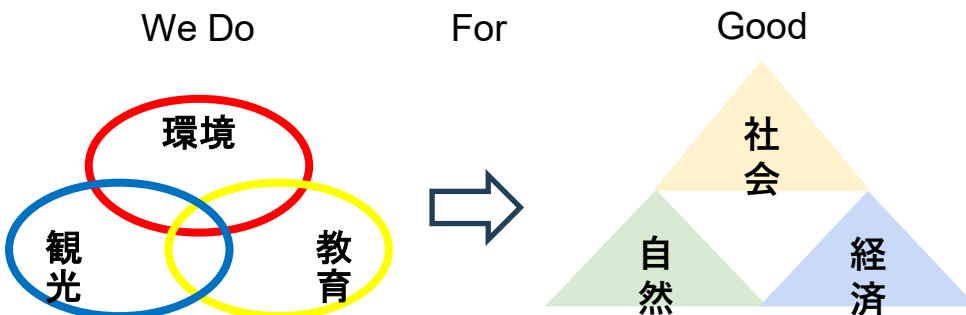
島根半島の北方40～80キロの日本海に浮かぶ隠岐は、4つの有人島と、約180の無人の小島からなる諸島。円形で最も大きな島を「島後」、西南方向の西ノ島、中ノ島、知夫里島の3島を「島前」と呼び、総面積は約346平方キロで、人口は約1万9千人である。現在の町村数は、隠岐の島町、海士町、西ノ島町、知夫村の3町1村である。

2022年4月1日に(一社)隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会と隠岐観光協会が合併し、ジオパークを基盤とした観光振興を推進するとともに、これまで両組織が担ってきた環境・教育・観光の3つの領域の発展・振興を引き続き担いつつ、3領域にまたがる事業を積極的に行うことにより、「社会・経済・環境の三方よし」の実現を目指す。



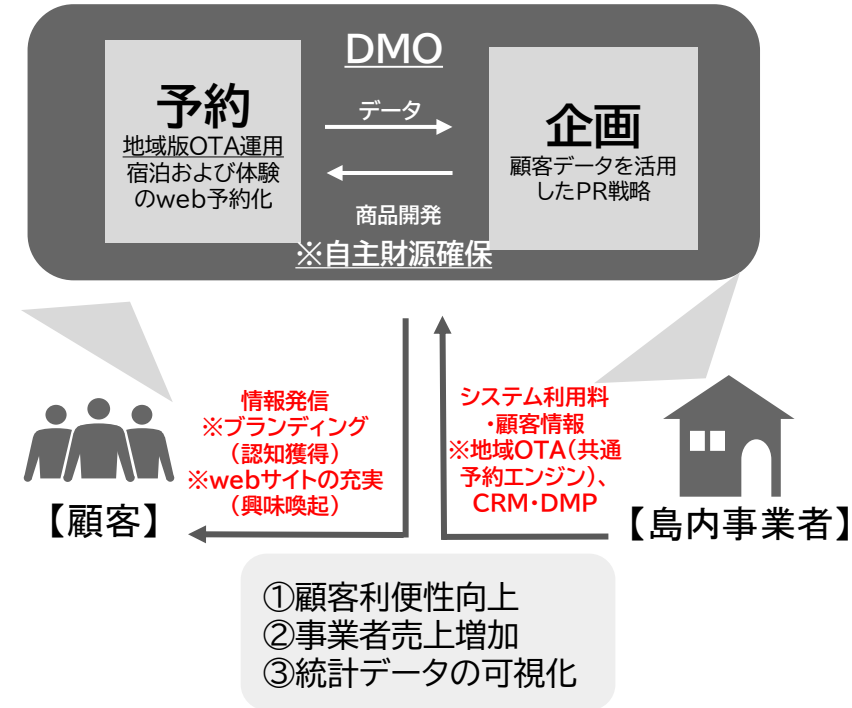
Vision
住民が地質多様性、生物多様性、文化多様性の価値を理解し、継承する、経済的にも豊かな隠岐

Mission
教育や保全、ツーリズムを通じて、持続可能な地域の発展に向けて住民が一丸となって取り組み、ひいては地球全体の持続可能な発展に貢献する。



令和6年度重点取組

- 1.国内マーケットへの情報発信及びユーザー体験整備による認知拡大
地域版OTA推進による、①顧客利便性向上②事業者売上増加③統計データの可視化を目指す。



2.観光地マネジメント事業

- ①DMOの体制・マネジメントの強化
DMOとしての事業戦略や人事評価制度の構築を含めた事務局体制の強化を図り、魅力ある組織とする。
- ②自主財源確保に向けた検討
将来的な自主財源の確保に向けて、財源の種類の検討や合意形成の方法、スケジュール等についての計画を策定する。
- ③持続可能な観光地経営に資する事業体の検討
地域内での経済循環、他産業への波及、地域資産の持続性向上を目的とした事業の立ち上げを検討する。

市制50周年を迎える東広島市は、9つの町が合併して出来た人口約19万人の都市

（広島市の右隣で広島県のほぼ真ん中、広島駅から西条駅まで約37分、広島空港からバスで約20分！）

団体ビジョン

多彩な観光を市民共創によって創造し続ける
「東広島観光エコシステム」の形成



東広島市観光マスコット
「のん太」

【戦略① プロダクト】
持続可能な観光コンテンツ開発

【戦略② 流通】
市場で訴求力のあるコンテンツの創出

【戦略③ プロモーション】
地域一体となった観光プロモーション

戦略③プロモーションの主な取組み(国内)

PRツールを強化！増やす！（重点：～R7）

- オウンドメディア（ウェブ）の強化と再編
 - ・持続的な情報発信を強化
（自然流入 R4: 27万回→R5: 52万回→R6: 70万回(見込み)）
 - ・市内観光協会とDMOの情報（集約と発信）を一元化
- オウンドメディア（ターゲット特化型冊子）の制作
- プロモーション会議の開催（実務者で定期協議）

PRツールを情報接点地で拡散！（重点：R6～）

- 観光客との情報接点地（ウェブ・リアル）を増加
 - ・コンテンツのニーズに合わせた多様なPR手法を活用
 - ・市内観光施設や飲食店、交通機関等との情報発信連携

国内向けプロモーション媒体の連携イメージ

オウンドメディア（紙媒体）

東広島市観光ガイド

ファミリー層向け冊子

飲食店・特産品冊子

シニア向け冊子

ビジネスマン向け冊子

10代・20代向け冊子

オウンドメディア（ウェブ）

東広島おでかけ観光サイト

オウンドメディア（公式SNS）

Instagram

facebook

X

LINE

オウンドメディア（その他サイト）

日本酒10

ふるさと納税特設サイト

パーソナルセリング

イベント出展

観光案内所など

地域事業者メディア

宿泊施設・交通機関

飲食店・学校

東広島市立美術館

道の駅西条のん太の酒蔵

地域メディア

東広島まるひネット

東広島デジタル

広報・パブリシティ・有料広告

マスメディア

有料広告

メルマガ

他社メディア

他市町の観光関連団体サイト

広島県観光サイト

竹原市観光サイト

三原市観光サイト

廿日市市観光サイト



R9 KPI
※非公式

東広島の観光情報をオウンドメディア
で年間150万人に届ける！

四国が「サステナブルアイランド」になるために

「持続可能な観光推進ネットワーク」の活動について

○「サステナブルアイランド四国」の実現に向けた3つの活動

- ・ 広域連携DMOでは全国で初めてJSTS-Dロゴマークを2021年に取得。職員累計9名がGSTCサステナブルツーリズム研修プログラムを受講し、Sustainable Tourism Certificateを取得。
- ・ 四国全体で推進していくため、22年7月に「四国持続可能な観光推進ネットワーク」を設立。25年度までにJSTS-Dロゴマーク取得16地域・団体、国際認証の認定累計8地域をKPIに掲げている。
- ・ **Green Destinations 世界のTOP100に 四国から選出**

2021年：香川県小豆島町

2022年：香川県小豆島町、愛媛県大洲市

2023年：愛媛県大洲市 ストーリーアワード 文化伝統部門 世界1位

2023年：愛媛県大洲市、香川県丸亀市、徳島県三好市

○ 四国「持続可能な観光」推進ネットワークの取り組み

- ・ 2024 第8回「ジャパン・ツーリズム・アワード」にて、「入賞」を受賞。

○ 2024年度「サステナブルアイランド四国」の実現に向けた活動

- ・ 四国「持続可能な観光」推進ネットワーク会議（年3回開催）
- ・ GSTCサステナブルツーリズム研修：8月19日～21日、高松市で開催。
- ・ 先進地視察：11月21日～22日ニセコ町
- ・ フィールドワーク：①香川県三豊市 ②愛媛県伊方町



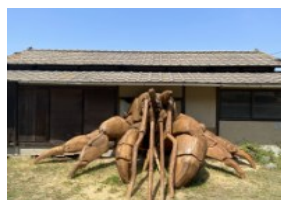
大阪・関西万博「万博＋観光」の旅を紹介するストーリーブック



教育旅行向けコンテンツ冊子



瀬戸内海で2番目に大きな島、人口25,000人
小豆島町、土庄町の2町で構成、高松より船で1時間
山海の豊富な自然、標高800m超の山もある
瀬戸内海海運の要衝・歴史/文化
オリーブや木桶醤油など食品産業が盛ん
瀬戸内国際芸術祭 アートの島



<持続可能な観光>

- ・小豆島町が「持続可能な観光地top100選」に2021,2022年と2年連続して選出
- ・土庄町が2023年、小豆島町が2024年にJSTS-Dロゴマーク取得
- ・小豆島として2024年GSTC アワード申請



船旅・島旅・小豆島
訪れるたび、深まる島

<観光振興体制の強化>

- ・2023年に島内に複数あった観光協会を一本化
- ・23年候補DMO→24年登録DMO
- ・2024/1/30 観光ビジョン策定

<高付加価値化>

- ・インバウンド向け英語通訳ガイド養成
22年度：4名、23年度：7名



<コンテンツ造成>

- ・小豆島の食を活かしたコンテンツ
観光庁補助事業を3年連続して受託
ベジタリアンメニュー/小豆島あったかグルメ



<伝統行事の継続>

- ・300年続いた行事「中山虫送り」
担い手不足で中止の危機にあったが、2023年観光客に参加権を有料販売し、継続の道を開く



<オーバーツーリズム対策>

- ・2024年小豆島町・土庄町とともに観光庁オーバーツーリズム対策事業先駆型採択
- ・バスロケーションシステム導入
- ・多言語案内・マナー啓発看板設置
- ・スマホによる多言語情報提供
- ・スマートゴミ箱設置

八女提灯の絵付け体験



＜八女提灯絵付け体験＞

- ◆福岡県の伝統的工芸品である八女提灯に、職人の方から直接指導を受けながら絵付けの体験ができます。
丸・三角・四角・たまご・ダルマなどの提灯からお好きなものを選びいただき、小さくて可愛い八女提灯を作りましょう。
LEDライト付きで、お部屋のオブジェとして飾っていただけます。

＜八女福島白壁町並み歩き＞

- ◆江戸時代、物産集積地として栄えた八女。豊かな自然に囲まれた中、仏壇、提灯、石燈籠、手すき和紙などの伝統工芸も多く、職人の技が生きています。江戸時代の面影が残る町並みや工房など、八女の魅力をご覧ください。

＝参考行程案＝

9:00		福岡市内出発
10:00	-	12:00 八女提灯の絵付け体験（シラキ工芸）
12:30	-	八女福島周辺のお食事処（ランチ・休憩）
13:30	-	14:30 八女福島白壁の町並み（散策・買物）
14:30	-	15:30 八女観光物産館ときめき（休憩・買物）
		17:00 福岡市内到着

【八女提灯絵付け体験】参考販売価格：3,300円 所要時間：120分
最少催行人数 2名様 / 最大催行人数 3名様



【シラキ工芸】

場所／
福岡県八女市緒玉198-1
問い合わせ先／
TEL0943-24-3054

火山との共生から生まれた滞在価値～Living with Volcanoes～

サステナブルな暮らし・食文化

火山との共生の中で生まれた知恵と工夫に満ちた持続可能な暮らしと生産。大地の恵みを受け継ぐ農水産物が生み出す至高の食を体験



Sustainable living & gastronomy

現代に息づく山岳信仰と歴史文化

恵みをもたらすとともに噴火を繰り返してきた火山を敬い祈る山岳信仰が現代にも息づく。その共生から生まれた独自の歴史文化を体験



Mountain worship & culture

暮らしと一体化した自然とパノラマ景観

世界最大のカルデラに包まれた生活空間や火山の麓で形成された街並みなど、火山と一体化した自然、街並み、パノラマ景観を五感で体験



Nature & landscape

ターゲット層

地域×資産額

- ✓ 中国・アジア×ノーマル
(着地消費額: 150万円)
✓ 推定市場規模: 121億円
- ✓ 欧米豪×ウルトラ以上
(着地消費額: 900万円～)
✓ 推定市場規模: 11億円

価値観

- ✓ **Special Interest Luxury**: 特定の趣味や関心を旅の主目的とする行動派
- ✓ **Educated Luxury**: 異文化好奇心を持つ裕福な知識層

課題

- ✓ 資源の磨き上げが不十分のため、地域ブランドを象徴するコンテンツ不足
- ✓ 長期滞在エリアとしてのブランディングが不足し、素材を活かしきれていない
- ✓ 全体的な認知度不足。エリアの魅力が伝わっていない

- ✓ 待ち時間削減に向けた特別対応など、高いレベルで受入整備されたヤドの不足
- ✓ 人材不足・ニーズ理解の不足に起因する顧客要望へのソフト面の対応が不十分

- ✓ 高いレベルのガイドスキルを持つガイドが不足
顧客の興味に合わせたガイド力、顧客の生活スタイル・NG行動等への理解
- ✓ DMCや旅行会社がスキルを有するガイドを把握できていない

- ✓ ターゲット属性に応じた関係者とのコネクション形成・地域理解促進が不足
✓ ターゲットにより地域送客のキーマンが異なる

- ✓ 上質かつ大きな荷物も搭載可能な一定レベル以上の富裕層向け車両が不足
- ✓ 荷物積み込み・顧客要望への対応等富裕層対応スキルのあるドライバーの不足

取組みの方向性

- ✓ 3エリア共通の普遍的価値の掘り起こしと継続的なインナーブランディング
- ✓ コンセプトを体現するコンテンツ造成と長期滞在を促す過ごし方の提案
- ✓ 富裕層の志向性やDMC等独自チャンネルを踏まえた戦略的プロモーション

- ✓ 官民の対話を通じた受入体制整備の機運醸成
- ✓ 外資ホテルへの派遣費補助などを通じた富裕層のニーズ・要求事項の理解促進
- ✓ 事業者ネットワーク構築と改修計画策定・古民家等の宿泊施設化にむけた調査
- ✓ ファイナンス支援方策の検討(新規施設誘致・既存施設改修の支援方法検討)

- ✓ ガイド育成のガイドラインを策定
- ✓ ガイド・DMC間の強固な座組形成によるガイドの質の磨き上げの体制づくり
- ✓ 小規模事業者の自立のためのファイナンス支援検討

- ✓ 観光庁事業や海外商談会等の機会を活用したコネクションづくり
✓ マスタープランを通じ、アプローチすべき関係者を特定

- ✓ 上質かつ荷物搭載可能なサイズの車両導入に係るファイナンス支援
- ✓ ドライバーの育成・上質なサービス提供に向けたガイドライン策定

企画立案: 九州ボルケーノツーリズム協議会

3エリア合同で行うことが効率的な事業の企画・プロモーション・国施策との連携

KPI・KGI

実行: 各エリアにおける官民連携

機能・役割

想定プレイヤー

(官)民間事業者の取り纏め	DMO/観光協会/自治体、等
(官)行政間の連携強化	国(国土交通省・環境省等)・県・基礎自治体との連携、国立公園満喫PJなど他事業連携
(民)地域の牽引役	下記域内主要プレイヤーにおける中核民間事業者、等
(民)各要素の磨き上げ	【域内】コアバリューを所有・運営する企業、ラグジュアリーホテルの代表・管理者、地域のガイド組織、地域DMC/ランドオペレーター、JR/航空会社/二次交通事業者、等 【域外】海外エージェンツ/DMC/OTA、クリエイター/コンテンツ造成ディレクター、等
(民)ファイナンス支援	金融機関、VC、等
(民)経営支援	コンサルティング会社/士業(税理士、会計士)、等

KGI

- ✓ 富裕層の3エリアでの消費額
- ✓ 3エリア7市町村の総生産合計額

KPI

- ✓ 訪日外国人消費額・消費単価
- ✓ 顧客満足度
- ✓ DMC視察受け入れ数
- ✓ 富裕層向けヤドの部屋数
- ✓ 富裕層対応可能ガイド数
- ✓ コネクションのあるDMC数
- ✓ タクシー会社の高級車保有数

「100年に一度のまちの変革期」におけるハード整備とソフトの充実 ～消費を促す取組、宿泊・滞在を伸ばしていく取組、再来訪を促す取組を推進中～

長崎スタジアムシティ

(R6.10月開業)



陸の玄関口（長崎駅周辺）

市役所跡地

長崎県庁

西九州新幹線 (R4.9開業)

長崎市役所

県庁跡地

出島

長崎港

新駅舎 (R2.3開業)



出島メッセ長崎

(R3.11開業)



ヒルトン長崎 (R3.11開業)



新駅ビル (R5.11開業)



長崎マリオットホテル (R6.1開業)



出典：JRR九州経済発展資料

海の玄関口（松が枝埠頭）

ホテルインディゴ (R6冬開業)



2バース化 (R2～整備中)



ホテルインディゴ

大浦天主堂（世界遺産）

旧グラバー住宅（世界遺産）

【マネジメント区域】

大分県別府市、中津市、宇佐市、豊後高田市、国東市、杵築市、日出町、姫島村

ブランドコンセプト

千年の記憶がひもとく 知られざる日本 ～ 千年ロマン時空の旅 ～

千年以上続く宇佐神宮を中心とした国東半島の六郷満山文化。神仏習合発祥の地であり、表舞台の「都」の歴史文化では語られないもう一つの日本の歴史文化。神代から近代までの千年の時の流れに培われた暮らし・生活文化の記憶

【DMOの特徴】

日本有数の温泉地「別府」を主たる滞在促進地区とし、宇佐神宮の影響を受け国東半島で栄えた「六郷満山文化」等、他の地域にはない千年以上の歴史・文化を活かし、観光地域づくりを推進するプラットフォーム。観光庁認定の「**観光圏**」であり、**観光地域づくりマネージャー**と**DMO**が連携し、地域一体となる観光地域づくりを行う。

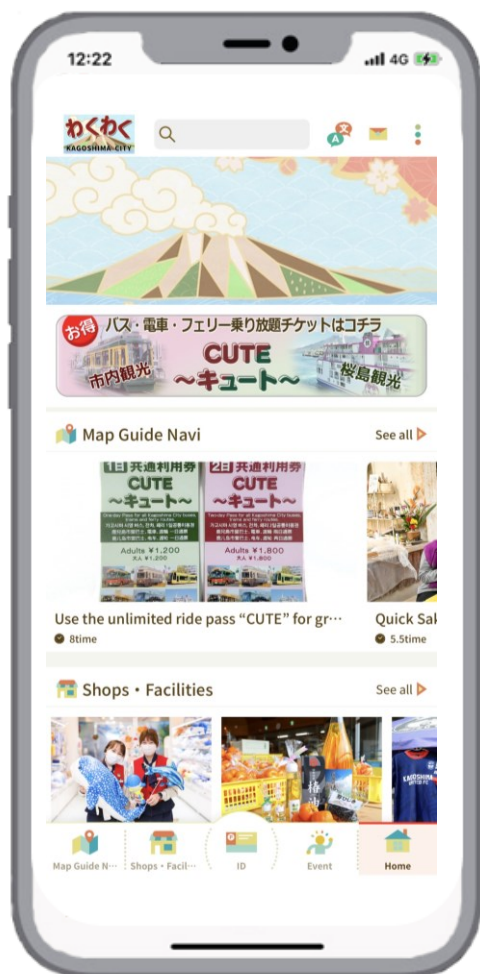
欧米豪のハイエンド層を主なターゲットとし、2泊3日以上の滞在交流型観光を推進。

ワンストップ窓口（旅行業2種登録）として、歴史的な道を歩くウォーキング、トレッキングや文化体験、別府温泉の宿泊や農村民泊、地元英語ガイド、交通等を組み合わせた**高付加価値の滞在交流型ツアー**の販売を行う。



観光CRMアプリ「わくわく」を活用／

外国人観光客も含めた鹿児島ファンづくりを進めます！

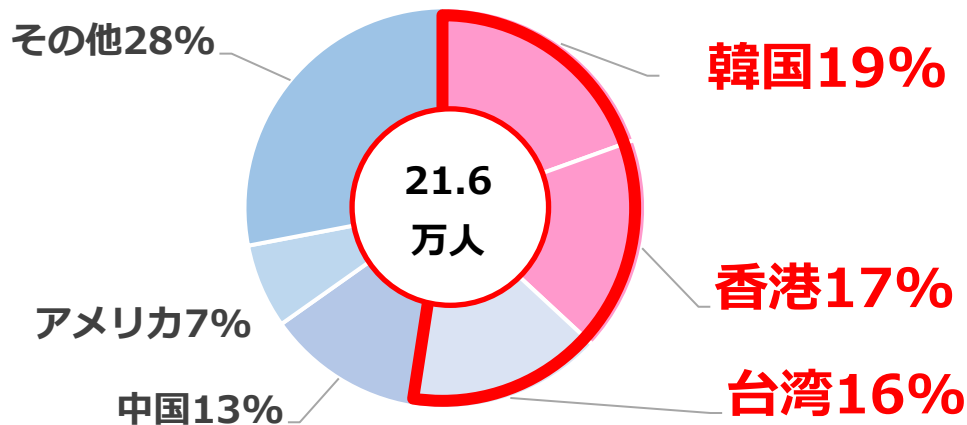


全体の4割を占める＋リピーター3割以上の
韓国と台湾にプロモーション

約400名が新規会員に！

コンテンツ予約等の導線を準備中

▼令和5年鹿児島市外国人宿泊観光客数



▼アプリ概要

会員数
27,070人
加盟店数
100店舗
本格導入
2022年4月～

現状を知り、地域の稼ぐ力を伸ばす 観光マーケティングレポート



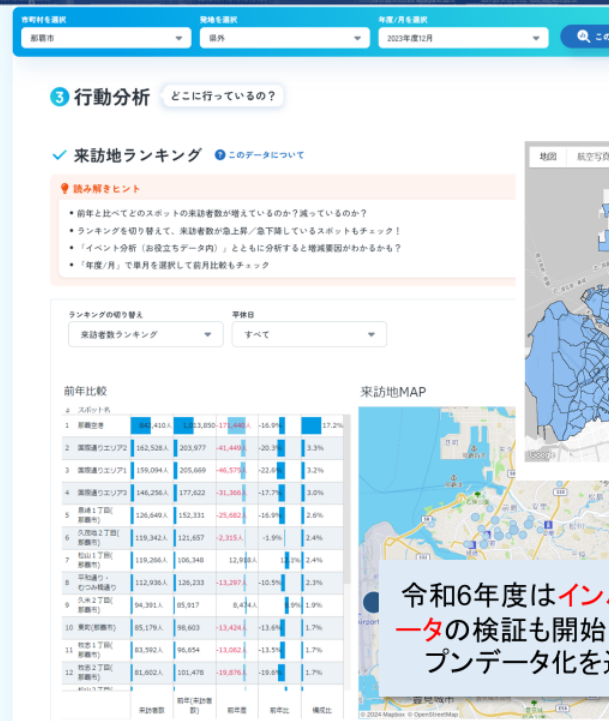
おきなわ観光 地域カルテ

持続可能で本質的な観光地経営に向けて、**広域連携DMO**としてのマーケティング機能強化を目的に開発。



知りたいこと	分析項目	可視化
いつ、どのくらい来ているの？	来訪者分析	
どこから、どんなひとが来ているの？	属性分析	発地 性年代
どこに行っているの？	行動分析	
どこと、どこを歩き来しているの？	周遊分析	市町村内 市町村間
いつ、どこで、どんなイベントがあるの？	イベント分析	

これらを【市町村】【発地】【年度/月】別で分析可能に
また【平日日】や【急上昇・急下降】で切り替え表示も可能



沖縄県を1,684分割にすることで、**町丁目・スポットベースでの人流把握が可能に。**

令和6年度は**インバウンド人流データ**の検証も開始。地域へのオープンデータ化を進めています