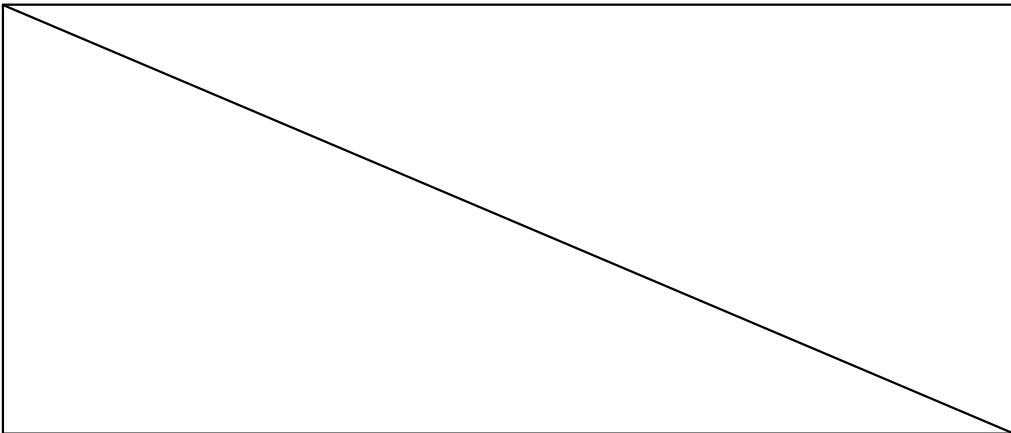


先驅的DMO

これまでの支援の経緯

令和4年度選定3法人：田辺、京都、下呂		令和6年度選定1法人：白馬	
令和5年3月 選定 令和5年7月 事業開始		令和6年10月 選定 令和6年11月 事業開始	
令和5年度	・アクションプラン策定 ・アクションプランに基づく事業実施 ・月1回の定例会議実施 - 上記以外に適宜MTG実施 ・専門家(2名)による伴走支援(9ヶ月) ・アドバイザー報告会実施		
令和6年度	・アクションプランに基づく事業実施 ・月1回の定例会議実施 - 上記以外に適宜MTG実施 ・専門家(1名)による伴走支援(1年間) ・アドバイザー報告会実施		
	・アクションプラン策定 ・アクションプランに基づく事業実施 ・月1回の定例会議実施 - 上記以外に適宜MTG実施 ・アドバイザー報告会実施		

令和5年度・6年度の振り返り

先駆的DMOの取組

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー

- 市街地での滞在時間延長の為にコンテンツの整備・新規造成
- 来訪者データの収集・分析のためのシステム導入
- 上記の取組をふまえた財源及び人材の中長期計画の策定

公益社団法人 京都市観光協会

- ブランディングの調査・再整理
- 地域事業者の対応力向上診断、改善支援サービスの検討実施

一般社団法人 下呂温泉観光協会

- データの一元管理・利活用促進のためのダッシュボード構築
- データに基づく観光地経営戦略の策定

一般社団法人 白馬村観光局

- 域内来訪者の動向調査、施策の検討、実施
- マーケティング戦略策定のための調査

改善すべき点

- 世界的DMOを目指すための支援であるにも関わらず、**各DMO個別の課題に対する支援**になっている。
- マネジメント強化のための予算として活用されるべき**ところ、各事業の補助等に近い支援となっている部分がある。
- 世界的DMOの方針が確定しておらず、**目指す姿が不明瞭**のため、先駆的DMOに対するアドバイスが困難となっている。

来年度に向けた対応方針（案）

- 各DMOの**マネジメントを強化する活動**の支援に特化
戦略の策定、データ分析、住民や関係者への説明の実施、受入環境整備や景観統一の実行計画策定等

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー (1/2)

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
(1) 観光地経営 戦略策定、 KGI・KPIの 設定	■ <u>DMOの事業や取組の高度化に向けた戦略・計画を策定するために、データ収集・分析の強化が必要</u> - データ収集分析、戦略の策定や検証、見直しのサイクルが機能する仕組みが不十分 - ターゲットの明確化や単価向上等のエリアマーケティングの観点からも特に必要	■ <u>データに基づく、より実態に即した効果的で効率的な戦略・計画の策定、実行</u> - 従来の着地型旅行業より蓄積されたデータの分析方法を検討 - 分析方法を反映させるべく、予約システムを改修 - 新システム導入による利便性向上やデータ（宿泊者の在住国・エリア別宿泊日数・エリア別売上・月別売上等）の収集・分析の効率化 - 熊野古道中辺路における人流センサー（10台）の設置による来訪者の動向調査の実施
(2) 戦略に基づく 取組の具体化 と実施・検証・ 改善	■ <u>山間部に観光客が集中しており、その他エリアへの誘客が必要</u> - 観光客の立ち寄りが少なかった市街地エリアへ誘客するための、プロジェクトのコンテンツ化、磨き上げ、プロモーションが課題 ■ <u>継続的な地域の課題解決、観光資源の維持、保全等への取組が必要</u> - 人口減少に伴う空き家の増加による景観悪化や、特定地域の宿泊施設の不足等の地域課題について、観光資源の維持、保全の面でも、DMOの継続的な取組が必要	■ <u>旅行者の需要平準化、滞在日数の増加によるマネジメントエリア全体への観光受益の拡大</u> - 第三セクターであるまちづくり会社と連携し、マネジメントエリア全体に受益を拡大させるためSHIOGORIプロジェクトを開始 - 市街地への滞在促進をするため、ニーズ調査を実施し、市街地における主力コンテンツ（味光路）、受入体制整備、プロモーション戦略を検討。 - 飲食店（18店舗）と協力し、インバウンド向けグルメガイドマップの作成、訪日外国人向けにアンケート調査を実施 ■ <u>地域課題の解決、地域の魅力向上、地域への観光の受益の拡大</u> - 景観維持及び特定エリア（伏拝地区）の宿泊施設の不足解消のため、地域のまちづくり会社と連携し空き家（1棟）を整備 - 空き家を活用した宿泊施設の運用スキーム及び収益シミュレーションの検討を行い、ゲストハウスのモデル事例を創出

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー (2/2)

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
(3) 多様な関係者 との体制構築	■ <u>地域住民の観光への理解、取組への参画促進に向け、データに基づく情報発信、説明が必要</u> 地域の観光資源を維持するためにも地域住民、事業者の参画が必要であり、その推進に向けデータに基づく情報発信、報告、説明が必要	■ <u>DMO取組による地域への経済波及効果の可視化・発信による地域住民へ観光に対する理解促進、巻き込みの強化</u> ■ <u>地域住民のDMOへの信頼の醸成、DMOのプレゼンス向上</u> - サプライヤーを通じた観光消費額を推計し、DMOの着地型旅行業による経済波及効果、雇用創出効果を測定 - 測定データに加え、DMOの理念や目標、取組等をまとめたパンフレットを作成し、それらを活用した住民説明会(令和7年度以降)の実施
(4) 観光地域 づくり法人の 組織の確立	■ <u>必要な人材体制の整理、今後を想定した戦略・計画の検討が必要</u> 主要ポストや中核人材を担うプロパー職員の確保や、中長期での人員計画が必要	■ <u>中長期の人材、財源に関する戦略・計画に基づく持続的な組織の運営</u> DMOの各事業の方針に基づき、理想的な人員体制、組織体制の洗い出し、中長期の人員計画を策定、令和7年度から運用
(5) 安定的な 運転資金の 確保	■ <u>継続して財源を安定的に確保するための戦略・計画が必要</u> - 今後もDMOが実施すべき取組みを継続的に実施するための財源確保の戦略・計画が必要 ■ <u>インバウンドのみならず、国内需要も含めた新たな収益の柱が必要</u> - 旅行事業売上におけるインバウンド需要が約9割を占めており、国内需要も含めた新たな収益の柱の構築が必要	■ <u>収益事業の拡大、多角化による運転資金の確保</u> - DMOの各事業方針に基づき、財務の戦略・計画を策定、令和7年度から運用予定 - 令和7年2月に地域特性を生かした企業研修プログラム素案を開発し、国内需要も含めた新たな収益事業の実施、研修プログラムのファシリテーターの育成や地域の事業者との連携を促進 - 旅行需要の平準化に資するコンテンツ造成、空き家を活用したゲストハウスの整備、モデル事業の創出（再掲） - 予約システム改修に伴うパッケージ商品の販売による、効率的な手数料収入を確保

公益社団法人 京都市観光協会（1 / 3）

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
（１） 観光地経営 戦略策定、 KGI・KPIの 設定	■ <u>オーバーツーリズムやコロナ禍の経験を踏まえて、旅行先としてのブランドを再定義し、観光客や業界・市民に対する適切な周知が必要</u> ・ブランディングやターゲティングに関する詳細な調査が不足	■ <u>市民、地域事業者等多様な関係者を巻き込んだブランディングに基づく取組の実施</u> ■ <u>内外へのブランディングの浸透</u> ・大学教授、華道家元、観光マーケティング会社等参画の元、令和5年10月より、地域ブランディングの方針を再整理 ・ブランディングに沿ったタグライン、ステートメントの作成 ・市や関係者からの意見聴取を踏まえ、再整理したブランディングにそったインバウンド誘客に関する戦略を検討 ・京都市観光協会のサイト等で令和7年度以降に発信するとともに、DMOのその他の施策に反映予定
	■ <u>観光による地域への裨益の把握、周知が不十分</u> ・経済波及効果や域内調達の状況等、事業者、従事者を対象にした調査が不十分。 ・調査結果を市民、事業者へ分かりやすく周知、共有する機会づくり等、調査への理解、協力を得やすくする取組の不足	■ <u>観光による地域への経済波及効果を算出（約1兆7,014億円）し、地域事業者だけでなく地域全体で共有</u> ・観光客の増減による市民サービスへの影響を推計し、その影響に対する市民の意向を調査。 ・加えて、令和5年12月～令和6年2月にかけて事業者や従事者に調査を行い、経営状況や労働環境の実態を把握（毎年実施） ・令和6年に経営診断サービスを展開し、各事業者に改善提案を実証事業として実施 ・令和6年12月に市民向けのWEBサイトをオープンし、観光の効果や市民向け優待等を市民に周知

公益社団法人 京都市観光協会（2 / 3）

選定当初の状況・課題等

取組・成果

(2)
戦略に基づく
取組の具体化
と実施・検証・
改善

■ 地域事業者と連携し、文化財等の保全にも寄与する高付加価値化コンテンツの開発取り組みが不足

- 地域の事業者と合意形成を行ったうえでの需要平準化や文化財の活用に向けた取組が必要

■ 事業者と連携し、地域資源を活用した取組の実施

- 需要平準化を推進するために早朝や夜間に実施されるコンテンツの情報を集約し、公開。
- 「京都五山送り火」、祇園祭の有料観覧席、京都御苑等において、より高付加価値な商品を開発し、より知的好奇心が高く、消費額の高い客層を対象とした流通経路を開拓
- 世界遺産の寺社と連携した高付加価値体験コンテンツの開発とファムトリップの実施（京都市委託事業）

■ コロナ禍により事業者間のネットワークが希薄となり、連携した取組が不足

- 地域への裨益の高い商品の造成や受入環境整備に必要となる事業者間の連携が不十分

■ 地域のブランディングをふまえた地域への裨益の高い商品や、課題解決に寄与する商品の造成

- インバウンドカフェと呼ばれる異業種交流会を企画し、令和4年8月より計14回にわたり開催。
- インバウンド向け観光コンテンツ造成支援プログラム「インバウンドイノベーション京都」を立ち上げ、これまでに18件の事業者を採択海外富裕層向け雑誌やJNTOサイト等で紹介された他、高価格帯宿泊施設やDMC等でも販売。
- 採択事業者と高価格帯宿泊施設、エージェント、DMC、OTA等をマッチングさせる交流会を開催（令和5年12月、令和7年2月）し、事業者連携による商品造成の機会創出

公益社団法人 京都市観光協会（3 / 3）

選定当初の状況・課題等

取組・成果

（3）
多様な関係者
との体制構築

—
((1)(2)と重複。記載済み)

（4）
観光地域
づくり法人の
組織の確立

■ 高度なスキルが必要とされるDMOとしてふさわしい人事制度・研修制度の整備が必要

- ・若年層が定着、成長する組織の仕組みが不足

■ DMOに即した組織運営モデルの構築による、持続可能な組織づくり

- ・公益社団法人であるDMOに適した職員の評価制度を整備（新たな評価基準）し、2025年4月より運用
- ・職員向けに組織やキャリアについてのヒアリング調査を実施
- ・ヒアリング結果を踏まえ、職員のモチベーションや組織へのエンゲージメントを高めるための表彰制度導入を検討
- ・職員のスキルアップを目的とし、外部研修等への参加を不定期で実施、主体性セミナー（一般職）、マネジメントセミナー（管理職）、システム研修（全職員）

（5）
安定的な運営
資金の確保

■ 使途の制限が無い財源確保が重要

- ・財源の安定化を進める上で、金額規模は小さいものの、使途の制限が無い会費収入の増加を目指し、会員基盤の強化に取り組むことが重要
- ・入会者の増加、会費単価の向上につながる広報活動が必要

■ 使途の制約が無いもしくは少ない会費財源の拡充

- ・会費からの増収を図るため、賛助会員の創設など会員制度の枠組みを再検討
- ・会員数を増やすために、DMO組織をアピールする広報活動を強化。
- ・会員向けメニューの整理を行うことにより、会員基盤を拡大し、多様な関係者を巻き込み、協力、連携して取り組む体制や仕組みを強化

一般社団法人 下呂温泉観光協会 (1/2)

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
(1) 観光地経営 戦略策定、 KGI・KPIの 設定	■ <u>DMOとしての戦略・計画及び、その策定のためのさらなるデータ収集・分析が必要</u> - DMOが目指す姿の実現に向けた戦略・計画の書面化が必要 - データは取得しているものの、数値の活用方法に対する検討が不十分	■ データに基づく戦略・計画の策定、KPIツリーの策定 ■ <u>継続的な地域の観光関連データ収集・分析体制の整備・構築</u> - 戦略・計画策定に向けたデータ収集・分析と戦略の可視化（全国の温泉地と比較したGAP調査、位置情報を活用したアンケート調査、観光地点調査、来訪者の動態調査を実施） - ダッシュボードの構築によるデータの一元管理 - 市役所の第3期下呂市観光計画にもとづいた戦略策定を策定 - 戦略策定の中で、KGI、KSF、KPIの再検討
	■ <u>インバウンド戦略・計画の検討、策定が必要</u> - 新たな観光資源の発掘及び既存のブラッシュアップのため、インバウンド誘客、受入戦略・計画の検討、そのために必要な人材、財源の確保が必要 - インバウンド誘客に対するデジタルプロモーションが不十分	■ <u>データに基づくインバウンド戦略・計画の策定、実施</u> - インバウンド誘客、受入戦略・計画の策定に向けた現状調査と検討 - 来訪者の動態調査を実施し、調査の分析結果に基づき必要な戦略を検討 - 夜間の特別な体験（ナイトコンテンツ）の造成、流通
(2) 戦略に基づく 取組の具体化 と実施・検証・ 改善	■ <u>来訪者が一部エリアに集中し、地域全体に観光の受益が行き渡っていない</u> 来訪者の来訪エリアの集中を解消、平準化するとともに、滞在日数、消費単価の増加も想定した、周辺地域も含めた来訪者の広域周遊を促進する取組が必要	■ <u>広域周遊の促進により地域への観光の受益を拡大する好循環の創出</u> - 地域関係者と連携し、周遊コンテンツ、プランの造成に向けた地域資源の磨き上げを実施 - 国内外の旅行会社とも連携し、広域周遊のモデルコースの検討を実施

一般社団法人 下呂温泉観光協会 (2/2)

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
(3) 多様な関係者との体制構築	■ 地域住民の観光への理解、取組への参画促進に向けた取組が不足 - 地域住民の観光の知識、理解の現状把握が不足 - DMO、地域の事業者等の取組について情報発信しているものの、理解、参画の促進につながる取組が不足 ■ 地域住民、観光関連事業者の地域観光資源の知識向上に向けた取組が不十分 - 観光関連事業者だけでなく、地域住民の知識の向上による地域一体での観光地の魅力づくりの取組が不十分	■ 地域住民の観光への理解、知識向上、取組参画の促進 ■ 地域住民、事業者等、地域一体での観光地のホスピタリティ、魅力の向上 - 観光による住民生活への影響・裨益を、地元の学生でも理解しやすく解説したパンフレットを制作 (令和7年2月、新聞折り込みにより市民へ発信) - 来年度、パンフレットを活用して小中学生の総合的な学習の時間「下呂学」授業等を実施 - ステークホルダー調査により、観光従事者の歓迎度を計測 - 観光客の満足度向上に向けて、地域住民、観光関連事業者を対象とした温泉マイスター登録制度を設置。
(4) 観光地域づくり法人の組織の確立	■ DMOの人材、特に次世代の人材確保、育成が必要 DMOが地域経営を持続的・安定的に実施するため、次世代の人材確保、育成の検討が必要	■ DMOの取組み、地域経営を安定的・持続的に実施するための体制構築、維持 - インバウンド対応人材の確保、育成 - 次世代の人材育成について、国や県、OTAなどの研修会への積極的な参加の検討 - 生産性向上のため、岐阜協立大学大学院主催のトヨタ生産方式とカイゼンリーダー養成講座の受講を普及啓発
(5) 安定的な運転資金の確保	■ 更なる安定的な財源の確保が必要 導入済みの入湯税は安定的な財源の一つとなっているものの、更なる財源確保に向け、宿泊税の導入等、関係者との検討、協議が必要	■ DMOの持続的な観光地経営に必要な安定的財源の確保 - 令和5年10月から宿泊税導入に向けて、下呂市とセミナーや勉強会に参加 - 下呂市、旅館協同組合と協議のうえ、議会に提議 - 令和7年10月より宿泊税導入（年間1億9千万円税収見込み）

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
（1） 観光地経営 戦略策定、 KGI・KPIの 設定	■ <u>白馬村観光局としての戦略・計画が文書化、可視化されていない</u> 地域の関係者との間で、白馬村観光局の位置付け、役割等に一部認識のズレも発生	■ <u>DMOの戦略・計画の検討、可視化（観光地経営戦略・計画）</u> - DMOのビジョン（目指す姿）、ミッションの再整理、検討 - 戦略・計画の検討、可視化
	■ <u>地域の実態の客観的な把握が不十分</u> 地域への来訪状況、地域内での動向や、事業者の状況等、地域の実態についてデータに基づく客観的な把握が不十分	■ <u>戦略・計画の策定、検証に必要なデータ収集・分析 体制の更新</u> 戦略・計画の策定、目標値設定に必要な現状調査、及び継続的なデータ収集体制の検討、構築
（2） 戦略に基づく 取組の具体化 と実施・検証・ 改善	■ <u>インバウンドへの効果的な魅力の発信が不十分</u> - グリーンシーズン等、近年注力する地域の魅力の多言語化が一部、不十分 - 新たな試みとなる魅力の発信ができていない	■ <u>インバウンドのニーズに応じた受入環境の整備、高度化</u> - 他言語による案内、情報発信の強化 - 案内業務等を通じたニーズの把握、対応の高度化につなげる取組、体制の検討
	■ <u>来訪者がスムーズな域内移動ができていない</u> 域内の移動手段が限られ、来訪者の移動に関する課題が発生しており対策検討、実施をしはじめているものの、実態把握が不十分	■ <u>域内移動の利便性向上に向けた調査・検討</u> - 域内の来訪者の動向・移動状況の把握 - 域内移動サービスのあり方・方針、施策の検討
	■ <u>山岳エリアとしての来訪者の安全確保に関する対策が不十分</u> 主要な観光施設、スポットにおける、災害時等の来訪者の安全確保に関する情報発信が不十分	■ <u>来訪者の安全確保に関する施策検討、実施</u> インバウンドを含めた来訪者への防災、安全確保に関する情報発信の実施、検証、あり方検討

	選定当初の状況・課題等	取組・成果
(3) 多様な関係者との体制構築	— ((1)(2)と重複。記載済み)	
(4) 観光地域づくり法人の組織の確立	■ DMO組織としての戦略・計画が文書化、可視化されていない 今後の組織運営の継続、活性化に向け、戦略・計画の整理及び、関係者との協議、ガバナンス強化等、体制のあり方の検討、可視化が必要	■ DMO組織の戦略・計画の整理、可視化（策定） - DMO組織としての現状整理、調査及び、方針の整理 - DMOのビジョン（目指す姿）、ミッションの再整理、検討 - 調査結果、方針に基づく戦略・計画の整理、検討
	■ DMO業務へのデジタル導入、活用が遅れ、非効率な作業等、職員への負担が発生している DMO組織の高度化、DXに向け、短期的なデジタル導入だけでなく、中長期的な方針、計画検討が必要	■ 持続可能なDMO組織に向けた社内のデジタル化・DXの推進 - DMO社内の現状整理、調査及び、デジタル化・DXに向けた方針、計画検討 - デジタル化・DXの実行
(5) 安定的な運転資金の確保	■ DMOとしての安定的な財源確保に向けた、自主事業のあり方の再検討が必要 - 安定的な財源確保に向け、自主事業のあり方、方針を再検討し、目指す収益化の形、施策等の明確化が必要 - 収益化などへの意識が職員間でばらつきがある	■ 自主事業の収益向上、収益化の施策検討、実施 - 対象とする事業の現状調査、対応方針の検討 - 事業の収益向上、収益化に向けた具体的な施策、計画の検討、実施 - 職員の意識向上を図る研修会などの実施

これまでの先駆的DMO選出プロセスの課題と対応方針

課題	対応方針
DMOが実施しているプロジェクトを評価している。本来であればマネジメントを評価すべき。	DMOが行うべき 観光地経営等マネジメントの取組を評価 する。 数値目標の達成状況、P D C Aの実施状況等を評価する。
マネジメントのための財源を確保している DMOに対し評価が低い。	宿泊税等 特定財源が確保されていること、又は確保しようとしていること を評価する。
先駆的DMOは世界的DMOを目指すDMO。 しかし、世界的DMOがどのようなものかはっきりしていない。	世界的DMOの絵姿 を踏まえ評価する。
書類作成の手間が膨大であり、DMOへの 負荷が大きい。 本来選ばれるべきDMOが手を挙げていない。	申請書類を簡素化 し、ヒアリングによる評価を重点化する。
観光庁の考えを反映させるべきではないか。	地域のバランス、観光地の特性等 観光政策の観点 を考慮する。
選定予定数10法人のうち既選定法人が全 て地域DMOであり、区分に偏りがみられる。	区分毎に枠 を設ける。

令和7年度先駆的DMO 選定の流れ

4月上旬～4月下旬

1. 公募

- ・観光庁が指定する「**評価指標一覧表**」「**特定財源を確保又は確保しようとする取組**」を提出
- ・既提出の形成・確立計画（再提出を認める）活用

5月上旬～5月下旬

2. **観光庁による一次審査**

- ・ 選定予定数の2倍（12法人）程度を上限に選定

6月上旬

3. **第8回有識者会議**

- ・ 選定要件の基礎となる**世界的DMOの絵姿（案）** 審議

6月

4. **DMOによる申請資料作成**

- ・ 世界的DMOの絵姿を踏まえた取組状況等を申請

7月～9月上旬

5. **有識者による二次審査**

- ・ ヒアリングと書類審査を実施。必要に応じ、現地視察を実施。

9月上旬

6. **決定通知**

- ・ 6法人を選定予定

観光庁による1次審査の選定要件（案）

- 観光庁による一次審査は、DMOに最低限求める機能が達成されているかを評価。
- 提出された「数値目標一覧表」「特定財源を確保又は確保しようとする取組」、既提出の「形成・確立計画」を用いて、観光庁が3つの観点から20点満点で評価。
- 選定DMO法人数の約2倍（12法人）を選定。

1. 財源の確保（5点）

安定財源、特に特定財源（宿泊税、入湯税等）の確保状況並びに、特定財源を確保又は確保しようとする取組に対する評価

2. 観光政策の実現（5点）

- 観光地の特性等
 - 観光立国推進基本計画との整合性（数値目標等確認）
 - DMOに求める役割の実施状況
 - 日頃の活動状況や成果
- 等について評価

3. 外部マネジメント（10点）

令和6年度先駆的DMOの選定に用いた「評価の考え方・視点（柱1～柱3）」を活用して評価

(1) 観光地経営戦略策定、 KGI・KPIの設定	- 観光地経営戦略に次の5つの方針を盛り込んでいるか - インバウンドを如何に誘客するか又はオーバーツーリズムを如何に未然防止・抑制するのかが示されていること（自らの取組だけでなく、異なる区分のDMOや多様な関係者等との連携を含む） - 観光による受益を高め、広く地域（DMOがマネジメント・マーケティング対象とする区域）にいきわたらせる方針 - 観光分野において地域への新たな活力（資金、人材、企業等）を創り出す方針 - 地域の観光資源（自然、文化等）の保全・活用の方針 - 観光危機管理の方針（インバウンドへの対応は必須） - 戦略、それに沿った取組の実施にあたり、KGI・K S F・KPIが適切に設定されているか（インバウンドに係る指標は必須） - 地域調達率、域内への波及効果（額）、地域観光G D Pの目標値は、観光地経営戦略と整合した設定となっているか - 地域調達率、域内への波及効果（額）、地域観光G D Pの目標値を達成しているか - C R M又はD M Pを導入しており、それらから得られたデータを分析し、戦略に反映しているか
(2) 戦略に基づく取組の 具体化と 実施・検証・改善	- インバウンドのニーズを的確に捉え、高度な受入環境整備を実施しているか - 基礎的受入環境整備率の目標値を設定し、達成しているか - 観光地における二次交通確保のために、主体的に取り組んでいるか（地域関係者への働きかけ等） - インバウンド向けガイド人材を確保（DMO職員として採用等）しているか - インバウンド向けガイド付きツアー商品を提供しているか - 地域内の人材育成・確保に取り組んでいるか
(3) 多様な関係者との 体制構築	- 地域の実情に応じて一次産業、二次産業、文化財、国立公園、道の駅等の関係者を巻き込んでいるか - 観光地経営戦略の策定時において、多様な関係者から意見収集・反映を行っているか - 異なる区分のDMOとの連携体制を構築しているか - 戦略もしくは事業計画等において多様な関係者との役割分担が明示されているか - 住民を含めた多様な関係者への説明責任を果たしているか

DMOに求める成果指標一覧（案）

次の成果指標について、数値を記載頂く

	マネジメント	マーケティング	内部
成果 指標	①経済波及効果 ②域内調達率 ③観光従事者の平均給与 ④宿泊施設の従業員の平均給与 ⑤住民満足度	⑥旅行消費額(*) ⑦ 1 人あたり旅行消費額 ⑧延べ宿泊者数(*) ⑨来訪者満足度(*) ⑩リピーター率(*) ⑪来訪者の平準化率	⑫安定財源の収入 ⑬うち特定財源の収入 ⑭収入総額 ⑮職員総数のうち出向者比率

データ一覧（各指標毎に記入）

(*) 現行の必須KPI

数値目標		2021年 (R 3)	2022年 (R 4)	2023年 (R 5)	2024年 (R 6)
旅行消費額 () 訪日外国人	目標値				
	実績値				

(注) データが埋まらない箇所は「N/A」を記入する

特定財源の確保又は確保しようとする取組

特定財源を確保している又は確保しようとしている取組について記載願います（自由記述）

世界的なDMOの絵姿（案）

- 我が国における世界的なDMOは、最低限次のような要件を満たしている必要。
- 先駆的DMOの選定にあたっては、この**絵姿に向けた現在地を評価してはどうか？**

（１）観光地について

- ～観光地を世界的に売り込めるか～
- 観光地としてのポテンシャルの高さ。
- 持続可能な観光への取組の高さ。
- 受入環境（特に多言語化、D X、食、ヤド、二次交通、ガイド、ランオペ）の整備レベルの高さ。
- 住民の観光に対する理解の高さ。
- 危機管理体制の構築。
- レスポンスブル、リジェネラティブの取組の高さ。
- 国際認証の取得。
- 地域の数値目標の達成状況の高さ。

（２）観光地経営について

- 関係者を巻き込み観光地経営戦略を策定し、戦略に基づき観光地経営を実施。
- ビジョン、KGI、K S F、KPIが明確に整理されており、数値目標を達成。
- 成果に対する住民や関係者への説明の実施。
- D Xの積極的な導入

（３）人材について

- C M O、C E O、C F Oの能力や給与水準の高さ。
- DMO職員の能力向上に向けた積極的な取組。
- 意思決定機関の機能の高さ。
- ガバナンス確保のための外部の第三者機関による監査制度の導入。ガバナンスコードの導入。

（４）財源について

- 宿泊税のような使途の決まっていない予算の確保
- 活動に対する予算規模の確保
- ファンド創設支援など地域の開発への寄与
- DMOによる地域への直接的間接的投資への寄与

（５）観光立国推進基本計画の実現について

- 観光立国推進基本計画の目標達成への貢献

有識者による2次審査の選定要件（案）

1. 財源の確保（20点）

特定財源（宿泊税、入湯税等）の額並びに特定財源を確保しようとする取組に対して評価

2. 観光地の評価（20点）

観光地としてのポテンシャル、観光立国推進基本計画に対する貢献について評価

3. 世界的DMOに向けた成果や取組の評価（60点）

世界的DMOの絵姿(案)を踏まえ、DMOの現状や取組の方向性について評価。
世界的DMOのポテンシャルの高いDMOを選出。

		マネジメント（対観光地） 40点	マーケティング（対旅行者） 20点
地域の成果		20点	10点
DMOの 成果	過程	10点	5点
	成果	10点	5点