

要請団体：一般社団法人 宗像観光協会【登録DMO】

マネジメントエリア

福岡県宗像市

助言を求めた課題

地域の観光を担う
組織の設立・運営

①DMO等の組織運営



宗像大社秋季大祭「みあれ祭り」の様子

助言を求めた背景や理由

宗像観光協会は、地域DMOとして登録後も、従来の観光協会機能と併存する形で事業継続してきたため、意思決定・財務体制・人材体制・役割分担において、現場における業務のズレが生じている状況となった。定款変更や理事体制の見直し、財源確保策の検討など、本格的な移行に向けた実務を進めるために理事会・執行体制の設計や収益構造、財源確保スキームの構築、協力事業者との新たな関係性・参画メリットの再設計について助言を得たい。

助言した専門家

河東 英宜

株式会社かまいしDMC(地域DMO)代表取締役
自主事業やコンテンツ開発により、運営資金を確保し、多様な人材の確保にも成功しているかまいしDMCの運営ノウハウを本事業では提供している。
DMOは地域を稼がせる組織だが、一方で自組織がガタガタでは、この課題に向き合うのは難しい。地域課題と自社課題の2軸に取り組む助言を行っている。

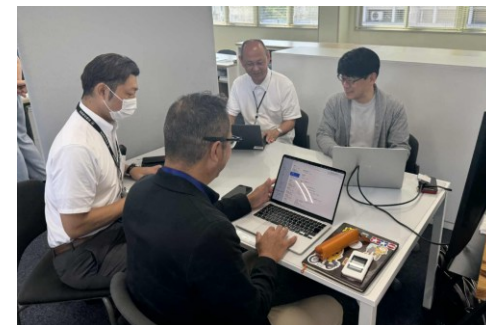


専門家が行った助言

迅速かつ戦略的な意思決定のためには、理事数は10名程度に見直す一方、ガバナンスの透明性確保のため、重要事項は「評議員制度」で決定する運用が可能である。加えて、事務局から常務理事を選任し、実務と理事会の橋渡し役として責任を明確化することも有効である。また、補助金に依存しない収益モデルの構築として、水産庁管轄の「漁業体験」枠組みを活用した漁船クルーズのコンテンツ化のほか、教育旅行や企業研修の誘致も検討できるとよい。

助言後の取組や方向性

助言に基づき、法人名称を「観光創造DMOむなかた」へ変更。理事会を10名に集約のうえ機動的な「役員会（5名）」を新設、また議決権を持つ社員を12名配し、事務局からも常務理事を擁立する新たな体制を構築した。令和8年度からは「漁業体験」クルーズ具体化のため漁業関係者と協議開始に加え、海ゴミ問題をテーマとした独自の研修プログラムを1件以上商品化を目指す。



助言を受けている様子

要請団体：公益社団法人 伊勢市観光協会【登録DMO】

マネジメントエリア

三重県伊勢市

助言を求めた課題

地域の観光を担う

観光地経営の調査・戦略策定>

⑥観光戦略策定



おはらい町の様子

助言を求めた背景や理由

伊勢市は観光における地域経営の体制が整っていない他、「観光で稼ぐ地域」のためのデータが活用しきれておらず、マーケティングが効果的に出来ていない。DMOの研修にてCRM等について学習し導入を検討したがコスト負担の問題が解決しない。まずは費用負担の少ない組織横断的会議体の構築や全県DMOの力を借りたアンケート、戦略プラン策定に取り組むため、今後必要なことについての助言を得たい。

助言した専門家



檜垣 敏

株式会社LOCAL ROOTS 代表取締役

(株)リクルートライフスタイル在籍時から観光関連の業務に従事、(株)LOCAL ROOTS起業後も多数の自治体の観光振興に貢献。

地域全体の既存データを収集・分析・共有し、過去の傾向値を見極め、「地域消費額の増大」を目的とした地域経営サポートが可能。

専門家が行った助言

伊勢市DMO戦略プランの実行計画について、既存取組の整理やアレンジによる発信力強化を検討すること、広域連携を将来的課題レベルの位置付けとする。KGI（観光消費額）の算定根拠や稼働率は概ね妥当と評価。観光協会会員アンケートではビジョンは維持し、ブランドメッセージは神聖性を強調、ターゲットは来訪率や消費額などで具体化する方向。戦略は項目毎の優先付けが必要。地域連携による投資、経済波及効果は県等と調整し検討する。

助言後の取組や方向性

令和8年3月末までにDMO戦略プラン策定を目指す。観光における地域経営体制の未整備、データ活用やマーケティング不足、ロイヤルカスタマーの未把握、観光に対する住民裨益意識の不足等の課題に対応するため、DMO会議を定期的で開催することとなった。関係者間で議論と合意形成を進める。プラン策定以降は実行・評価・改善を繰り返し、KPI・KGIに基づいた戦略見直しを行う。



助言を受けている様子

要請団体： **三豊市**

マネジメントエリア

香川県三豊市（代表）
観音寺市、三好市、琴平町

助言を求めた課題

滞在コンテンツの充実>
⑭滞在コンテンツ造成



父母ヶ浜鏡

助言を求めた背景や理由

三豊市には多様な観光資源があるものの、市単独で魅力を発信・販売するには限界がある。隣接の観音寺市・三好市・琴平町と連携し、4市町による観光連携会合を実施したがエリアの広さや各市町の観光推進体制の違いにより、共通ビジョンの具体化や実行段階で足並みが揃わず、取組が前進しにくい状況である。4市町それぞれの観光資源を深く掘り下げ、エリア内で長期間の滞在が可能となる過ごし方や体験価値を提案できる体制について助言を得たい。

助言した専門家



Alexander Stankov

地方色～Local Colors 観光コンサルタント
12年間以上観光アドバイザーとしてコンテンツ造成を担当し、付加価値の高い持続可能な旅行商品の開発企画、販路開拓やツアー・体験に対応できるガイド育成の実績がある。旅行会社・OTAでの経歴を持ち、地域事業者向けの受け入れセミナー・ワークショップ、多言語対応の具体的なアドバイスを提供。

専門家が行った助言

現地の資源を活用したストーリー性の創出を助言(観音寺市のいりご活用)。また、DMC等との接点が十分でない状況を踏まえ、旅行会社が求める商品条件や価格帯を直接把握する必要があること、手配負担を軽減するため窓口を一本化し、地域全体の営業力向上を図ることの重要を説明。加えて、育成に時間を要するガイド人材については、早期の確保・強化が求められることなどオペレーションについても助言を行った。

助言後の取組や方向性

令和8年度中の目指すものとして、滞在コンテンツ面では、DMC等へのヒアリングにより得られたニーズを事業者へフィードバックした市場性の高い4市町の広域的商品の造成する。また、受入環境面では、ガイド人材の掘起こしと育成講座に加え、地域全体での円滑な受入体制の構築を図るため、旅行会社からの問い合わせや手配に一括対応可能な「ワンストップ窓口」を検討することとなった。



助言を受けている様子

要請団体：神奈川県 県西地域県政総合センター

マネジメントエリア

神奈川県 県西地域

助言を求めた課題

情報発信・プロモーション>

⑰WEB・SNSの活用



おおいゆめの里

助言を求めた背景や理由

当センターが事務局を務めるあしがら観光協会においては、観光ガイドブック作成やイベントへの出展などの事業を行っているが、予算に限りがある中で、今後注力すべき事業が明確化されておらず、足柄上地域の魅力を効率的に訴求する方法が確立されていない。あしがら観光協会が今後優先的に力を入れて取り組むべき事業や足柄上地域の魅力を効果的に発信する方法について助言を得たい。

助言した専門家

永山 卓也

株式会社ユニットティ 代表取締役

デジタル・アナログ両面を活かしたマーケティングで宿泊業や商工、観光業に豊富な経験を持ち、地方自治体や地域団体などのデジタルマーケティング支援を行う。GoogleやYahoo!等でのローカル検索と呼ばれる地図検索と地域検索に関しては日本では数少ない専門家。



専門家が行った助言

まずは情報の認知から実際の消費行動についての状況把握が必要。実際に認知段階から消費までの各セクションで一人あたりの費用をデータから分析し、効率の良いものを採用する事が重要である。分析はGoogleビジネスプロフィールや広告、ウェブサイトのアクセス解析をはじめ売上状況などの聞き取りやアンケート等様々なデータを複合的に分析する事が重要で「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」それぞれで目的やツールに応じて適切に組み合わせて活用することが望ましい。

助言後の取組や方向性

助言を踏まえて令和8年度は、足柄上地域1市5町において、それぞれデータ収集・分析を対象として1~2観光施設を選定する。Googleビジネスプロフィール等のツールも活用し、データ収集及びデータ分析を実施する。その先の令和9年度以降も見据えて、費用対効果や想定される効果のデータをより多く収集、分析し、足柄上地域の魅力を効率的に訴求できる体制を目指すこととなった。



助言を受けている様子