

観光基本計画の策定事例 (自治体とDMOの協力)

公益社団法人 日本観光振興協会



公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

秋田県鹿角市

鹿角市観光振興計画

(令和8年度～令和12年度)

令和8年3月

鹿角市

住民

来訪者

ステークホルダー

- ①観光事業者・従事者に
限らないステークホルダー
- ②満足度にとどまらず
様々な事柄への意識を把握

地域DMO「かづのDMO」(株式会社かづの観光物産公社 秋田県鹿角市・鹿角郡小坂町)が ステークホルダーの意識・地域の評価を調査するためDestination NEXTを活用



❖ 地域の評価や合意形成の視覚化

ディステーションズインターナショナル財団が開発に協力して提供するツールとして「Destination Next」があります。これは、地域の評価を調査し、ステークホルダーにその結果を数値で示すものです。結果は、地域の位置付けとステークホルダー間の合意形成の度合を視覚化して表すことができるため、地域の課題を明らかにする点で有効なツールとして活用できます。

図表4-16 Destination Nextの評価結果例



(結果の見方)

地域の協力関係の強さを明らかにできる。さらにステークホルダーごとの結果が類似していると、ステークホルダーの認識が揃っており、合意形成ができていることを示す。

出所: 「Destination Next」(一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社が2020年度に実施した例)

観光庁 観光地域づくり法人(DMO)における
『自主財源開発手法ガイドブック』P84参照

地域DMO（株）かづの観光物産公社(秋田県鹿角市・鹿角郡小坂町)



コラム①

道の駅の運営による域内経済循環の促進 ((株) かづの観光物産公社：地域DMO)

秋田県内の地域DMOであるかづの観光物産公社では、収益事業として道の駅の運営を行っています。館内にはレストラン、地場産品の直売所、土産品の売店、手づくり体験館等がありますが、単にその場で販売するのみならず、鹿角市内の観光関連産業を一体的・総合的にプロデュースする「かづの観光総合プロデュース事業」の一環として展開することで、コロナ禍の影響で落ち込んだ観光業の回復と発展を促進し、地域の経済活動の好循環を生み出しています。

当該事業では県内の祭のコラボレーションや産学連携による大学生の道の駅実地研修等、幅広い取組をプロデュースしています。例えば物産関連では、観光事業者と物産事業者の交流を強化することを目的とした旅行会社社内での物産のBtoB **?** 販売や、地域間連携を強化するために宮城県と連携した産品交換交流事業「ローカルフードプロジェクト」、鹿角市内の直売所を道の駅に集結させるイベント「かづの旬食フェスタin道の駅」といった取組を展開しています。

このように業界と業界、地域と地域をつなぐイベントの実施や特産品の開発・販売をDMO会員と連携して実施することで、域内経済循環の促進に貢献しています。また、商品開発による六次産業化、道の駅での農産物の販売等により、観光を直接生業としていない農業等の事業者もその好循環に取り入れることができます。

▼ローカルフードプロジェクト

宮城県産へべすを鹿角市で、秋田県産りんごを宮崎市で販売



(かづの観光物産公社提供)

観光庁 観光地域づくり法人DMOによる『観光地経営ガイドブック』P36参照

鹿角市役所の考え

①計画の策定にあたって

- ・関係者が捉えている「観光」「観光資源」「観光客」の認識の違いを把握
- ・計画策定におけるSWOT分析の変化の少なさ
- ・市内関係者の分析による「自分がやりたいこと」「好きなこと」などの思い入れが反映されてしまう可能性
- ・社会の変化に合わせた、客観的なデータに基づくインバウンド誘客
- ・計画策定における客観的なデータの提示と、関係者と共通の認識をもって進めていく必要性

鹿角市役所の考え

②DestinationNEXTについて

- ・世界標準の客観的な視点と項目で
強み・弱みが明らかになることの有効性
- ・海外で約400地域、国内でDMOなど20地域と
多くの地域で使われているツールであることによる受け入れやすさ
- ・市の計画として大きな方向性を見出すのに丁度良い
評価項目と考える余地

【例】○ 来訪者に上質なアウトドア体験を提供しているか

× スキー場はあるか 登山はできるか ジップラインはあるか

鹿角市役所の考え

③次期計画への活用

- 次期計画策定時に実施することで
鹿角市の観光が5年間でどのように変化したかを確認することが可能



秋田県鹿角市観光振興基本計画
(令和8年度～令和12年度)P25

観光振興基本計画の策定に向けて地域の ステークホルダーとワークショップを開催 (観光産業推進ミーティング)

市役所・DMOの協力で地域の様々な声を
反映。市役所職員のファシリテーションと
DMOの地域連携力で実施

自治体の「観光基本計画」とDMOの「観光
地経営戦略」の整合性を保つ

7 観光産業推進ミーティングで出された意見

新たな観光振興計画を策定するに当たり、かづの DMO が主催する観光産業推進ミーティングにおいて具体的施策について調査・検討するため、観光関係事業者に加え、観光関係以外の企業、秋田県、鹿角市、小坂町等が出席してグループワークを行いました。6 グループ (A～F) に分かれ、それぞれ設定したテーマに基づいて意見を出しあいました。

ワーキンググループから出された、意見等については次のとおりです。

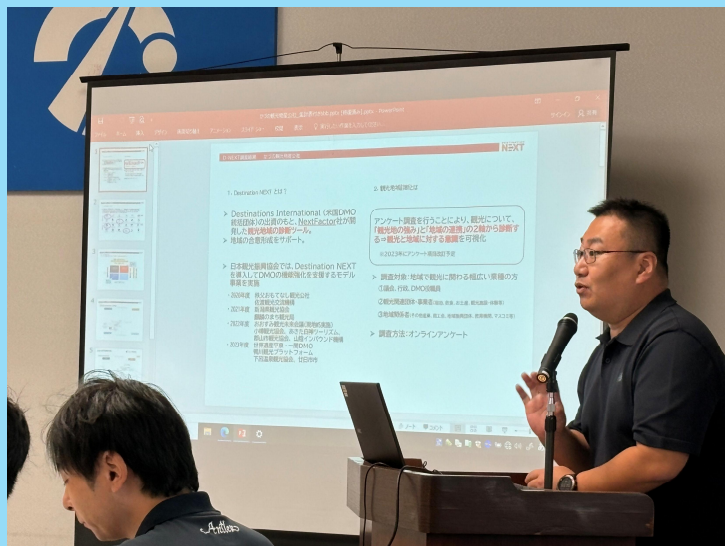
開催日時 令和 7 年 9 月 29 日 (月)

会 場 鹿角市役所 第 1 ～ 3 会議室

参 加 者 ホテル・旅館事業者、観光施設事業者、観光団体、商工会、かづの DMO、市職員
町職員、県職員、民泊事業者、観光業以外の企業、地域おこし協力隊
公益社団法人日本観光振興協会 (オブザーバー)

ワーキングテーマ (1) 観光地域としての持続可能性について
(2) 周辺地域との広域連携について
(3) 鹿角市への観光客について
(4) 魅力ある観光コンテンツについて

秋田県鹿角市観光振興基本計画
(令和8年度～令和12年度)P29～31



海外事例



カナダ・エドモントンのDMO EXPLORE EDMONTONの観光基本計画



OTHER EXISTING PLANS

The Tourism Master Plan aligns with and is informed by a multitude of existing plans including the Downtown Public Places Plan, BREATHE: Edmonton's Green Network Strategy, River Crossing, Touch the Water Promenade, Ribbon of Green, and more.



観光基本計画はDMOが策定→日本でも観光地経営戦略はDMOの役割に

DESTINATION ASSESSMENT

MMGY NextFactor conducted a detailed assessment of Edmonton's visitor economy, utilizing a comprehensive stakeholder survey that measures destination strength and community engagement, based on a series of 20 variables. The results were then used to plot Edmonton into a Scenario Model, which shows the specific opportunities for Explore Edmonton and their partners to build upon.

From a destination strength perspective, Edmonton outperformed the industry average, posting the highest scores in the areas of Outdoor Recreation and Sports Facilities, Attractions and Entertainment, Events, and Accommodation. The lowest scores fell in the categories of International Readiness, Mobility and Accessibility, and Place Brand.

From a community engagement perspective, Edmonton fell just below the industry average. Edmonton's highest scores were in the areas of Sustainability, Hospitality Culture, Partnership Strength, Workforce and Regional Collaboration. Its lowest scores were in the categories of Tourism Funding and Local Community Support.



RESIDENT SURVEY

In consultation with Explore Edmonton staff, MMGY NextFactor developed an online survey to identify and gauge residents' perceptions on a variety of key characteristics with

respect to livability, culture, economy, and sense of place. More than 800 residents of the Edmonton Metropolitan Region participated in the survey.



Roughly 9 in 10 (87%) residents agree that tourism is good for the city of Edmonton and more than 80% of Edmonton residents agree that tourism creates opportunities for local businesses and that tourism creates employment opportunities for residents.

Three-quarters agree that tourism brings in new amenities and attractions that local residents can also enjoy; nearly 75% agree that tourism generates tax revenues for national, provincial and local governments; and similarly, nearly 75% agree that tourism helps create positive ambiance/vibe in the local community and is an important factor in making our community a great place to live.

鹿角市の観光振興計画も
ステークホルダーの意識調査を
しっかりと行い北米のDMOの
スタンダードに近いものに

ご清聴ありがとうございました



公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

DMOに関する様々なトピックを掲載

DMO なび

