

(特非) 阿寒観光協会まちづくり推進機構 [地域DMO]

マネジメント区域：【北海道】釧路市



DMOの特徴

「イランカラプテ！」

阿寒湖温泉では2002年に地域住民が主体となって地域のビジョン「阿寒湖温泉再生プラン2010」を策定し、観光地域として目指す姿を地域全体で共有し、ビジョンに基づいた地道な観光まちづくりの取組を行って参りました。2004年にその実行組織として観光協会と温泉まちづくり協議会を統合し、NPO法人として当機構は設立しました。自然を守り、楽しみ、ともに生きるまちづくりと観光振興に向け、アイヌ文化の継承や自然との共生の地域文化をアドベンチャーツーリズム等を中心に取組み、「世界・日本を代表する阿寒摩周国立公園の温泉観光地」を目指しています。

▶地域のあらゆる主体が参画

- 設立当初から旅館、商店街、アイヌ工芸協同組合、漁協、住民有志、自治会等が参画し、これまで住民が築いてきた国立公園の自然を守り、またアイヌ文化を継承しながら、観光客、阿寒湖温泉の事業者、住民がともに幸せになる観光地域づくりを目指しています。

▶地域のアイヌ文化、明治期から続く自然保護文化を守り、活かし、広める

- 1959年に生まれた「アイヌコタン」は観光を通じて自然と共に暮らすアイヌ民族の文化と歴史を継承し広めています。阿寒湖畔の子供たちは、釣り、カヌー、トレッキング、スキー・スノーボードなど、国立公園の自然を楽しみながら育ちます。
- こうした地域の文化を活かす観光として「アドベンチャーツーリズム」に着目し、温泉街を整備し、体験・アクティビティやガイドの質を高め、住民とともに観光客が阿寒湖の自然やアイヌ文化を守り、楽しみ、ともに生きる観光まちづくりに取り組んでいます。

▶地域発案の入湯税かさ上げによる財源確保

- 阿寒湖の観光まちづくりの独自財源については、旧阿寒町の時代から行政とともに研究・議論してきました。2014年に全国に先駆けて入湯税超過課税を導入しました。入湯税を150円から250円とし、その差額分を観光振興を推進する財源に充当する条例を制定しました。

▶国立公園満喫プロジェクト、観光立国ショーケースなど、行政との連携

- 「阿寒摩周国立公園」は国立公園満喫プロジェクトの対象地に北海道としては唯一選定されています。また釧路市は金沢市、長崎市とともに「観光立国ショーケース」として、観光立国を体現する観光地域を作り、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースに選ばれました。

DMOの取組における優先課題

- ▶ 高度な専門・マネジメント人材の確保
- ▶ 収支構造改革
- ▶ 国立公園にふさわしい受け入れ環境整備
- ▶ 二次、三次交通（ラストマイル）の整備

課題解決に向けた取組

▶ 支援メニューを活用した多様な人材登用

- ・ これまで地方創生推進交付金、釧路市補助金、民間企業協力を活用して人材強化を図っており、現在は観光庁「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」を活用しています。今後、地域おこし協力隊や地域おこし企業人事業等、より広い視野で人材の確保とその財源を確保を図ります。

▶ 安定的な収益体制の構築

- ・ 釧路市の厳しい財務状況も鑑み、一定の自走可能な事業の確立の必要があります。特にアドベンチャーツーリズムの質の向上につながるガイド事業を中心に収益事業の拡充を検討します。入湯税財源を含めた市補助金については、中長期的な視野とともに機動的な運用等を含めて検討・協議を行います。

▶ 受け入れ環境のさらなる整備とシビックプライドの醸成

- ・ 温泉街の電線地中化やバリアフリー化、多言語対応、SDGsを踏まえたサステナビリティ対応、指定管理で運営するスキー場等の大規模なリニューアルなど、受入環境整備はDMO単体では実現出来ず、国や地方自治体及び多岐に渡る地域のステークホルダーと連携し、中長期的な視点での検討・協議が必要となります。着実な整備実施を進めることで、阿寒湖温泉が変わっていくことを住民に示し、観光まちづくりのモチベーション、シビックプライドの醸成につなげて参ります。

▶ 安全・快適に歩ける温泉街の実現に向けた二次、三次交通の検討

- ・ SDGs達成やサステナビリティを実現する交通ビジョンの策定と財源を含めた実施プランを検討し、継続して運営する仕組みづくりに取組みます。

DMOからのコメント

当地が重点的に取り組んでいる4本柱（マリモ、アイヌ文化、カムイルミナ事業、AT）の1本1本を太くし、当地のファンを1人でも増やすことが我々の使命と考えております。そのための環境整備（財政、人材、街並み整備、インフラの充実など）には国の支援が必須であると感じています。現在当地にて策定中の“阿寒湖温泉2030世界・日本を代表する国立公園の温泉観光地を目指して”の実現のために、国と我々が車の両輪となって取り組んで参りたいと思います。

お問い合わせ先

NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

TEL:0154-67-3200

URL:<http://ja.kushiro-lakeakan.com/>

(一社) ニセコプロモーションボード

[地域連携DMO]

マネジメント区域：【北海道】蘭越町、ニセコ町、倶知安町



DMOの特徴

ニセコエリアの最大の特徴は、多くの海外スキー場来訪経験を持つ訪日スキーヤー・スノーボーダーをして「世界有数のパウダースノー」と言わしめるバックカントリーに代表される冬の魅力・訴求力にあります。また夏はラフティングなどが楽しめ、国内だけでなく海外（特にアジア圏）の入込も増えており、**自然豊かな通年型の国際リゾート地**を目指しております。

ニセコプロモーションボードは2007年9月にニセコ・倶知安エリアの観光促進活動のために設立されました。ニセコが持つオールシーズンリゾートとしての可能性を、戦略的に観光業にて成長させ、同産業が地域の経済の基軸となることによって収入・就業・投資の増加に繋げ、エリア全体が恩恵を享受できるようにすることをビジョンに掲げて地域内の各事業者と共同でエリアのプロモーション活動を担っています。



DMOの取組における優先課題

- ▶スマートリゾート化の推進（多言語への対応、非接触型の情報伝達等）
- ▶グリーンシーズンの集客力の強化
- ▶滞在型観光の促進

課題解決に向けた取組

▶ 観光案内AIチャットボットの導入

- ・ 当社のアプリ、ウェブサイトにも自動学習機能を備えた、日英中の3言語対応の観光案内AIチャットボットを設置しており、場所、時間を問わず国内外の旅行者に交通、観光、施設情報の提供が可能になっています。同時にマーケティング調査にも活用し、混雑緩和、誘客、消費額アップなどの効果に期待をしております。

▶ グリーンシーズンのコンテンツ造成 「Niseko Autumn Food Festival」

- ・ グリーンシーズンのコンテンツの一例として、地域の収穫祭として開催しています。地元の農産物を使った料理を提供し、来訪者の属性（家族、友人、カップルなど）に応じたアクティビティプラン等も提供し、地域を楽しんでもらう工夫をしています。今後もアクティビティ、歴史・芸術、工芸品の制作体験などを提案し、地域の魅力を体験出来る内容を充実させてまいります。

▶ 滞在型観光の促進に資する情報発信 「Wine & Dine（ワイン&ダイニング）」

- ・ 滞在型観光促進の取組一例として、地域のレストラン、カフェ、居酒屋、バーなどの情報ツールを発行しています。リピーター、外国人観光客にも活用される内容として作成しており、来訪者はこの冊子を手にエリアを散策し、消費単価の増大につなげることが期待されます。

▶ 受入環境整備

- ・ リゾートエリア及び市街地のマップ（英語対応）を作成し、アプリ上ではデジタル版を提供しています。来訪者に有益な情報を提供し、消費単価の拡大にも期待をしております。またエリア内無料「Fon-Wi-Fi」の整備、キャッシュレス対応、各種多言語対応を進めており、ストレスなく過ごすことが出来る環境づくりを進めています。

DMOからのコメント

重点支援DMOに選ばれたことにより、より注目されることが多くなってきました。業務の内容を広げる機会である一方、より慎重な行動が求められていると感じました。次年度に向けても、再度選ばれ、重点支援DMOとして前進できるように努力したいと考えています。

お問い合わせ先

（一社）ニセコプロモーションボード

TEL:0136-21-2551

URL:<https://nisekotourism.com/>

(一社) 大雪カムイミンタラDMO

[地域連携DMO]

マネジメント区域：【北海道】旭川市、鷹栖町、東神楽町、
当麻町、比布町、愛別町、上川町、東川町



DMOの特徴

「地域の特徴」

私たちの地域は北海道の最高峰、旭岳を擁する国内最大の国立公園である「大雪山国立公園」の北東部に位置する1市7町により構成されています。

冬季には上川盆地から大雪山に吹く乾いた風と氷点下30℃を下回る極低温により、直径5mmを超える美しい雪の結晶が育まれ、日本一と言われる「雪質」を生み出しています。この大量の降雪が地域にもたらす豊かな水資源は、ブランド米「ゆめぴりか」に代表されるような良質で多様な農産物を生みだし、地域独自の食文化を形成するとともに、酒造や家具産業の発展へとつながっています。

大雪山そのものの魅力に加え、豊かな自然を活用した農業やものづくり等の体験、食文化を提供することができ、さらに「都市」「山岳」「農村」等の観光資源が宿泊施設の集積地から1時間圏内にコンパクトにまとまっていることから、冬季には、スキーやスノーボードだけではなく、様々なニーズに合わせた体験プログラムを提供することができます。

「目指す姿」



MOUNTAIN CITY RESORT
HOKKAIDO TAISETSU KAMUIMINTARA

誰もが上質で豊かな「滞在時間」を満喫できるエリアとして、日本国内はもとより、世界中の人々から認知されることで、ディステーションとして選ばれ、更には何度でも訪れて滞在したくなるエリアの構築を目指しています。



DMOの取組における優先課題

▶道内他地域との差別化による競争力の強化

- ・北海道における大雪エリアの宿泊客延数のシェアは約4%（2019年度）にとどまり、札幌エリア38%、函館エリア11%と比較すると大きな開きがあります。このため、豊かな自然と都市が融合した当圏域ならではの魅力の磨き上げと、積極的な情報発信を展開し、他地域との差別化による競争力の強化に取り組んでいく必要があります。

▶多様な地域事業者間、産業間の連携強化

- ・圏域の現状や課題を共有した上で、地域事業者や関係者と一体で多様な体験コンテンツ等を開発し、販売していく仕組みづくりが急務となっています。

▶圏域及び法人の稼ぐ力の強化

- ・地域の公設スキー場の指定管理を受け、法人運営の自主財源に充てていますが、コロナウィルス感染症拡大の影響から利用者が減少し、厳しい経営環境にあります。

課題解決に向けた取組

▶ブランディングの強化

- ・DMOが展開する全ての活動をブランディングを軸に再編し、「誰もが上質で豊かな滞在時間を満喫できるエリア」を目指します。
- ・令和2年度では、圏域の魅力を体感できるツアーの造成を進めたほか、観光庁の「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業」や「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」、農林水産省の「農山漁村振興交付金」などの採択を受け、圏域の空気感を体感できるオンラインイベントの開催やアフタースキーコンテンツの充実に取り組んできました。

▶多様な関係者との連携による稼ぐ力の強化

- ・圏域の関係者と協議を重ねながら、魅力的な商品開発を進め、多様な旅行ニーズに対応、提供できる体制を構築します。

DMOからのコメント

- 重点支援DMOとして選定を受けたことで、財政支援を含めて様々な支援メニューのご紹介をいただき、積極的に活用させていただきました。
- 新型コロナウイルス感染症拡大により多様な産業が甚大な影響を受けておりますが、北海道では秋にアドベンチャートラベル・ワールドサミットの開催が予定されており、世界中に北海道の魅力を発信できる好機を迎えます。しかし、その一方では商品の磨き上げや受入環境などは依然として不十分であることから、引き続き大雪エリアはもとより、北海道全体での誘客や滞在促進に結びつけられるよう、圏域一体で取り組んでまいります。

お問い合わせ先

(一社) 大雪カムイミントラDMO

TEL:0166-73-6968

URL:<https://www.taisetsu-kamui.jp>

(一社) ひがし北海道自然美への道DMO

[地域連携DMO]



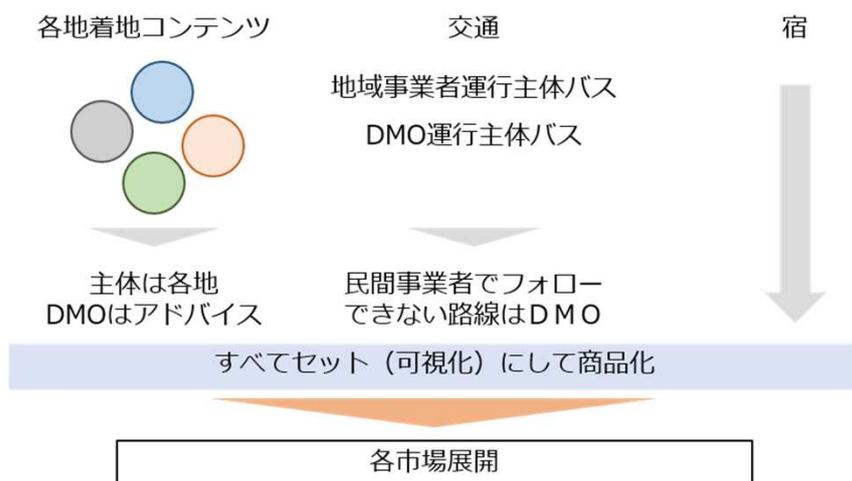
マネジメント区域：【北海道】釧路市、網走市、帯広市、北見市、紋別市、中標津町、別海町、弟子屈町、斜里町、新得町、鹿追町、大空町、鶴居村、上川町

DMOの特徴

北海道の東側5市10町をカバーするマネジメントエリア内には、世界自然遺産の知床や国立公園の阿寒・摩周国立公園、釧路湿原国立公園を有し、冬にはオホーツク海沿岸に接岸する「流氷」の他、阿寒湖や網走湖、然別湖の結氷した湖上を活かしたコンテンツなどの豊かな資源を誇る。

また、漁業や農業も盛んで食の資源も豊かであることから、自然と食の両方を楽しみに観光客が訪れるエリアである。

地域連携DMOである我々は、この広大なエリアをカバーするため、エリア内の地域DMO、観光関係者との連携を密に行い、豊富な観光資源をアクセスで繋ぎ、自然ブランドの確立を目指して取り組んでいる。



▶観光資源の磨き上げ・受入環境の整備

- 観光資源の磨き上げは観光協会や協議会が主体となって取組み、当DMOはマーケティング調査を実施し「現状のトレンド」「現状のデータ」「未来の予想」のアドバイスを行うことで役割分担をしている。
- 2次交通の整備についても当DMOが担い、道路条件が悪い冬期は2次交通の運行主体となりエリア内の交通環境整備の役割を果たしている。

▶プロモーション・流通環境整備

- 観光資源と2次交通を組み合わせ「体験コンテンツ×アクセス(×宿)」の商品として、海外市場に展開する役割も当DMOで担っている。OTAに商品を登録することでOTAシステムに接続する旅行会社でも同時に取扱いが可能となる仕組みを用いて、各国でタイムリーに販売可能な流通環境を整備している。

DMOの取組における優先課題

▶訪日外国人旅行者獲得に向けた商品・環境整備

- ・ マネジメントエリアの訪日外国人宿泊者数は北海道全体の6%程度と大変少ない。個々のコンテンツは外国人旅行者目線でも高い評価を受けている一方で、「目的地に行くまでの交通手段が複雑」「コンテンツ・アクセスを別々に手配するのが手間」といった課題が指摘されており、商品化段階の課題により、訪日外国人旅行者の獲得に至っていないと考える。

課題解決に向けた取組

▶地域内2次交通フリーパスの販売（予約・決済システムの導入）

- ・ 主に民間事業者が運行する2次交通の共通フリーパスの企画・販売を実施。訪日外国人旅行者にとって障壁となっているアクセスの課題解消に資するとともに、観光地間のアクセス性向上により周遊観光の促進に繋がると期待している。

▶体験コンテンツ×アクセス（×宿）の商品化

- ・ 広域に広がる観光地を結んで周遊旅程を自身で企画することは特に訪日外国人旅行者にとっては容易ではない。コンテンツ単体のばら売りではなくパッケージ化して流通させることで海外の旅行会社での取扱いの拡大が見込まれ、さらに消費単価の向上にも期待が出来る。

各種取組は観光庁の支援事業を活用して実施をしている。

- ・ 世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業
- ・ 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業
- ・ 誘客多角化実証調査事業

DMOからのコメント

当DMOは財政基盤がとても不安定で、重点支援DMOとして認定していただいた事によりDMOのコンセプトにあった支援事業を実施する事ができた。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響で「事業の検証」ができない状況となっている。事業の検証ができて初めて次年度以降に繋がると考えており、2021年度は少しでも訪日外国人旅行者が来ていただき、事業の検証をしていきたいと考えている。また、新型コロナウイルスの影響で各市場のニーズにどのような変化をもたらしたのかを見極め事業を実施していく。

お問い合わせ先

(一社) ひがし北海道自然美への道DMO

TEL:0154-67-3200

URL:<https://easthokkaido.com> (海外)

<https://eastern-hokkaido-style.jp> (国内)

(株) 八幡平DMO

[地域DMO]

マネジメント区域：【岩手県】八幡平市



DMOの特徴

八幡平DMOは地域課題解決に取り組むコンサルティング会社と、長期持続的な交通ネットワークを担う二次交通と着地型観光会社と地域の金融機関が出資してきた民間の事業会社です。八幡平市や観光庁の事業の委託を受けて、①調査・分析、戦略立案、合意形成、②外国人観光客受入環境整備、③二次交通整備検討、④プロモーション、⑤観光商品磨き上げを行い、地域全体の経済貢献と持続可能な観光地域づくりを担います。

旧来型の団体や物見遊山の通過型観光から、アクティビティを中心としたFITに対応した滞在型観光への変革を目指して、以下のような地域の取組の裏側で地域の活動を支える取組を行っている。新しい挑戦を支えることで、地域に新たな風を呼び込むことに取り組んでいる。

- ・観光事業者同士のつながりの再構築と新たな価値の創出
 - 「とびっきりの八幡平」ガイド同士、ガイドと宿と新たな関係から生まれるコンテンツ
八幡平市は国立公園の豊かな自然を案内するベテランガイドやゲストを案内する宿が多く、彼らの「とびっきり」のコンテンツを八幡平市内の地区毎に集めてコンテンツ化。その過程で地区毎にネットワークも強化され、主体的な取組を促進。（誘客多角化実証調査事業の活用）
 - ガイドとスキー場の繋がりから生まれるバックカントリーの受入体制
これまでつながりが薄かったスキー場とガイドが共に人気が高まるツリーランを含むバックカントリーの安全管理のリスクアセスメントと安全管理研修を実施。ガイドが持つノウハウや問題意識がスキー場と共有され、持続可能な観光へ向けて連携が進む。（国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業の活用）
- ・夏のアクティビティの目玉になる「MTB」と「サイクリング」
インバウンドの閑散期に目玉になるアクティビティとして登山に並ぶ可能性を持つ、マウンテンバイク（MTB）とサイクリングを強化。安比高原のゲレンデに欧米で普及する「フロートレイルコース」を造成。また欧州規格の本格eBikeも地元のガイドが導入。一方、平野部でも八幡平の自慢の食材を巡ってそれを食するフード×サイクリングのツアーなども造成。来年度以降のインバウンド復活時にスキーに次いで訴求力のあるコンテンツの造成が進む。
- ・コロナ禍でも台湾とのつながりを維持する日本酒オンラインツアー
これまでの八幡平にもっとも多く来訪していた台湾と八幡平の酒蔵「わしの尾」をオンラインで結び、事前に送った日本酒で乾杯しながら社長の話を聞くオンラインツアーを実施。コロナ禍の代替手段ではなく、新しい旅行者とデスクティナーションの関係づくりとなりそう。
- ・ワーケーションとサーキュラーエコノミーをテーマにした企業研修
テレワークの浸透で今後平日の稼働や長期滞在への期待から、ワーケーションの取組を加速。地域でワーケーションを研究し、企業とフリーランスのモニターツアーの受入等実施。また、地熱が循環し、循環型の社会を実践する事業者が多い八幡平ならではの企業研修も企画し、経団連×日観振のTRY!ワーケーションプロジェクトのモニターに採択された他、研修会社などと来年度から研修を行うこととなった。
- ・ITを活用したアクティビティの在庫管理システムの導入
DMOの活動で様々なアクティビティを取り上げてきたがこれらを来年度以降に本格的に流通させていくために、地域の事業者と世界をつなぐITの仕組みをDMOが間に入って運営する仕組みを検討中。

DMOの取組における優先課題

- ▶ ナイトタイムの満足度の低さ
- ▶ ペンションオーナーの高齢化

八幡平DMOが訪日外国人にアンケート調査を実施したところ、ナイトタイムに対する満足度の低さが顕著であった。他のスノーリゾート地域と比較しても夜にホテルやペンション以外に食事ができるレストランが少ないことが問題となっていた。インバウンドは長期滞在傾向が強くなり、その観点からも外食ニーズが高まっていた。

長らく一泊二食が基本となっていたホテルやペンションが多く、夜食事をとれるレストランは宿泊施設の周りに発達してこなかった。安比高原ではそうした問題に対応する為に、数年前から近くの飲食店にお客様を案内するナイトシャトルバスを走らせているが、歩いて行ける範囲で飲食店が少ないことが大きな課題になっている。

一方で一泊二食で自慢の夕食を提供していたペンションでもオーナーの高齢化が進む中で部屋をフル稼働させていくことが難しくなることも増えてきており、オペレーションの簡素化の為に素泊まりのプランやB&Bへ転換するペンションも増えてきている。一概にすぐ泊食分離が進む状況ではないが、そうした選択肢を前向きに考えるペンションも出てきている状況であった。

課題解決に向けた取組

- ▶ 食の体験を提供する複合施設の建設支援
- ▶ 八幡平で食のアルベルゴディフェューゾを目指して

・八幡平温泉郷に株式会社クレセントの食の体験を提供する複合施設を建設中
－ 上記泊食分離にも対応できる観光地を目指し、八幡平温泉郷にレストラン、キッチンスタジオ、コワーキングスペースを備えた複合施設を八幡平DMOの株主である(株)クレセントが7月にオープン予定

－ この施設をオープンさせる為に、八幡平DMOではイタリアのアルベルゴディフェューゾやアメリカのナパバレーを視察（観光庁中核人材育成事業を活用）、東北運輸局事業で農泊のコンテンツ造成（観光庁訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業で東北運輸局受託事業）に加えて、丁寧な地域との対話の中で合意形成を経て、農水省や経産省事業を活用して建設まで導いた。

－ 地域とはイタリアのアルベルゴディフェューゾのような豊かな農村資源を活かし、食を中心に地域の宿泊施設が繋がった面的なおもてなしのビジョンを共有している。

DMOからのコメント

株式会社八幡平DMO 代表取締役社長 畑めい子

重点支援DMOとなることで、観光庁と様々な意見交換ができる機会が増えてきたと思います。コロナ後の観光を見据え、観光と観光による地域づくりの為に現場の問題意識や意見が政策に反映されていくことは重要なので、とても意義があると思っています。

お問い合わせ先

(株) 八幡平DMO

TEL: 0195-78-8882

URL: <https://hachimantai-dmo.trip8.jp/>

おもてなし山形（株）

【地域連携DMO】

マネジメント区域：【山形県】山形市、上山市、天童市



DMOの特徴

山形県山形市、上山市、天童市の3市をマネジメントエリアとする地域連携DMO。

山形・上山・天童三市連携観光地域づくり推進協議会（DMO）にて観光戦略の策定や着地型旅行商品の企画・造成、人材育成の実施について合意形成を図り、着地型旅行商品や特産品の販売等営利事業をDMCが担い、車の両輪として円滑な事業を推進している。

▶観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」の運営

観光を通じた地域経済の拡大を目指し、宿泊・体験予約機能を搭載し観光客が一元的に情報を収集することができる観光情報ポータルサイト「VISIT YAMAGATA」を運営。三市の宿泊プランと県内の着地型体験プログラムの販売、地域のライター、編集部による情報発信及び蓄積された情報をもとにデジタルマーケティングを実施。

▶やまがた魅力を市民がSNSで宣伝

市民参加型による市民目線での情報発信を行い、従来通りのコンテンツの情報発信に留まらず、暮らしている人の目線で発掘した、多様な山形の魅力を伝えるInstagramとFacebookの公式アカウント「LOVE YAMAGATA」を運営

▶山形市公共施設等へ電力供給

小売電気事業者として山形市内の公共施設・その他施設に電気供給を実施。電気事業で得た収益で観光地域作りを行い、地域経済の活性化に取り組んでいる。

▶ふるさと納税業務を受託

おもてなし山形では、山形市からふるさと納税業務の委託を受け、管理・運営を行っている。新たな山形市の目玉となるよう山形商品の開発なども行うとともに、地域の事業者の収益増加につながるよう、本事業に取り組んでいる。

DMOの取組における優先課題

▶蔵王温泉スキー場の安定営業と年間を通じたリゾート地への進化

①雪不足への対応

蔵王温泉スキー場は、近年、温暖化による雪不足の影響により営業日数が短くなる傾向にあった。スキー場全体のイメージアップと誘客のためには、シーズン開始の際に山麓部のゲレンデをオープンできるように、雪不足でも人工降雪機を稼働させ、安定して営業する必要がある。

②スノーシーズン以外のコンテンツの充実

蔵王温泉スキー場をはじめ、スノーシーズンにおけるコンテンツは充実しているものの、年間を通じたリゾート地を目指すために、グリーンシーズンの誘客を促進するコンテンツの造成が必要。

課題解決に向けた取組

▶蔵王温泉スキー場への降雪機の導入

「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」を活用し、蔵王温泉猿倉スキー場、蔵王温泉スキー場（中央ゲレンデ、上の台ゲレンデ）に対し、高機能な人工降雪機を13機導入した。その結果、中央ゲレンデにおいては、例年のスキー場開きの時期に先立って早期に営業を開始することができたほか、上の台ゲレンデにおいても2本のリフトの安定的な営業に繋がった。スキーの公認大会も開催される蔵王猿倉スキー場においては、大会シーズンに向けた安定的なゲレンデ整備に繋げることができた。

▶蔵王版アーティストインレジデンス実証事業

誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業（第二次）として、アーティストがある地点を拠点とし一定期間滞在しながら蔵王温泉における新たな誘客の切り口として「アート」の可能性を検証する、アーティストインレジデンス実証事業を蔵王で行った。その結果、滞在した温泉旅館をはじめとした蔵王温泉の宿泊業者にグリーンシーズンを中心とした長期滞在プランを企画造成。滞在したアーティスト自身は東京から山形へ移住し、会社を2社設立することとなり、事業を経て都市部からの移住定住へと繋がった。

DMOからのコメント

複数の事業が観光庁募集の補助事業や実証事業に採択されたことから、地域と連携した誘客施策に積極的に取り組むことができた。今後も実績を重ね観光地域づくりに努めたい。

お問い合わせ先

おもてなし山形（株）

TEL:023-631-9522

URL:<https://www.omotenashi-yamagata.jp>

(一社) 秋田犬ツーリズム

[地域連携DMO]

マネジメント区域：【秋田県】大館市、北秋田市、小坂町、上小阿仁村



DMOの特徴

【観光を切り口とした地域課題解決と秋田犬をフックにした情報発信】

一般社団法人秋田犬ツーリズムは観光客の来訪や滞在促進を目指す「秋田犬観光圏ブランド」を確立するために設立されたが、その背景には、連携4市町村が共通の課題として認識していた人口減少による地域消費額の減少と地域活力の低下があった。

当エリアは一般的にいう「観光地」ではなかった。平成28年に観光庁が行った調査においても秋田県北部の認知度がとても低く、とりわけ訪日客にとっては十和田湖と秋田内陸線以外ほぼ知られていない状況だった。一方で「秋田犬」の知名度は世界的に高く、秋田犬は観光コンテンツとしては非常に有効だという認識のもと、DMO設立と同時に秋田犬を活用した動画を制作し、ターゲットである台湾を中心に情報発信を行った。動画は国内でも話題となり、様々なメディアで取り上げられたことにより「秋田犬＝秋田県北部」という認知度向上につながり、広告効果は7億円と算定された。また、この動画を使ったキャンペーンが評価され、世界的な広告業界のアワードを3つ受賞した。

【デジタルマーケティング】

まずは、ターゲットを明確化させる取組。「秋田犬」に興味を持つ方はどこの人なのか、何に興味があるかなどを分析し、その対象に向けて直接情報発信をするペルソナマーケティングを実施。SNSワーククラウドや様々な統計資料、調査資料を分析することにより対象を明確化させたプロモーションを行った。またYouTube、Twitter、Instagram、Facebookなどのアカウント、ハッシュタグを運用しながらHPのアクセス数、ユーザー情報、ページ平均閲覧時間、アクセス経路をはじめ、SNSと広告キャンペーンの効果も検証しながらデジタルマーケティングの戦略を随時改善。サイトの月間アクセス数が当初と比較して5.9倍に増加（2020年3月、20、387アクセス）。

【物産事業とECサイト運営】

出荷量日本一となった秋田県産枝豆の新たな商品化による消費拡大を目指し、「朝採れ枝豆」としてブランド化。通常廃棄される規格外品を原料にメーカーと共同開発した「秋田の枝豆」スナックや「枝豆ビール」などのお土産品を開発、販売している。昨年は生の枝豆をシンガポールに輸出。レストランから高い評価を得ており今後の販売拡大が見込まれる。また地域の事業者と連携し、こだわりの商品を販売するECサイトを2020年3月から運営、AI活用によりアクセス数と販売額が伸びている。

【安全安心な観光客受け入れに向けた取組】

Withコロナ時代の旅行再開に向けた「感染症対策チェックリスト」を医師会らの協力により作成。自治体、商工会議所、商工会と連携し、趣旨に賛同して取り組んだ546事業所に「感染症対策見える化ポスター」を掲示。

(大館市内飲食店のうち6割が掲示)

【認定・表彰等】

SAVOR JAPAN (2017年)

重点支援DMO (2020年)

ジャパン・ツーリズム・アワードDMO推進賞 (2020年)



JAPAN
TOURISM AWARDS

DMOの取組における優先課題

▶ DMOが地域の舵取り役として主体的かつ自立的に運営できる体制づくり（財源確保）

秋田犬ツーリズムは日本版DMOの制度発足時からDMOの先駆者として取組を進め、地域の価値向上や地域経済活性化に好影響をもたらした。これは「秋田犬」という強力なキラーコンテンツがあること、国県や会員市町村の理解と協力、並びに多様な専門人材の力によるところが大きい。しかし当エリアの観光地域づくりはまだ発展途上にあることから、今後もDMOが地域の舵取り役として主体的かつ自立的に運営できる体制づくりが必要とされており、そのための**安定的な財源確保が優先課題**となっている。

▶ Withコロナ時代での着地整備の必要性

新型コロナウイルス感染症が世界規模で広がり、短期的にはインバウンド客の受け入れができない状態となっていることから、国内旅行者、とりわけ近隣からの来訪者受け入れなどで地域経済への打撃をできるだけ抑える必要がある。加えて、海外との往来が自由にできる将来も見据え、密を避けることが可能な地域としての強みを生かしてWithコロナ時代での着地整備を短期的、集中的に行う必要がある。

課題解決に向けた取組

▶ ROI（Return on investment）調査による事業効果測定

秋田犬ツーリズムでは昨年度経済波及効果を算定し、観光が地域に与えた効果を数値化したものの、「秋田犬ツーリズムそのものの取組が地域に与えたインパクト」をダイレクトに把握するものではなかった。このため、例えば日本語学校の新規開校や農泊開業、地域づくり団体設立など「DMOが地域にもたらした様々な機運の醸成」が地域にどのようなインパクトを与えたのか、また、今後どんな可能性があるのかについて定性調査という観点で検討分析する。DMOの取組について地域住民は肯定的にとらえており、こういった効果を見える化することにより更なる機運の醸成と一般財源投入による安定的な財源確保を目指す。

▶ マーケティング戦略の見直しと外部専門人材の登用

秋田犬ツーリズムではWithコロナに対応し密を避けることが可能な自然体験を中心に据えた受け入れ態勢整備に取り組むため、次のターゲット層に対して定性・定量調査を実施した。

- ① 東南アジア圏の自然や四季を体験できない地域（シンガポール・香港・タイ・台湾）在住の訪日リピーターかつレンタカーユーザーで自然に深く興味がある層
- ② 日本国内の首都圏と北東北在住のアウトドア関心層

その結果、外国人旅行者が訪問先を決める際「アクセス」の重要度が高いことが分かった。資源の魅力はあるものの東京から電車で約5時間かかるこの地域は、特にJRパス利用者が多い台湾・香港・シンガポール市場で大きなネックとなる。首都圏へのターゲット調査でも当地域に対する好反応がある一方で、移動時間に見合うだけの体験を求める傾向が出ており、アクセス問題が顕在化した。また2次交通も脆弱なため、広大な面積に観光スポットが点在する秋田・東北における周遊は利便性が低いことも指摘された。加えて「複数回の訪日リピーター層」の中にも多様な嗜好を持つ人がおり、効果的・効率的な訴求に繋がっていないことから、ターゲットを絞り込んだWEBマーケティングにより課題解決を図る。

また、アクセスの不安を払しょくできるようなコンテンツ開発と受け入れ態勢整備を集中的に実施するため、「外部専門人材の登用に係るマッチング支援事業」によりコンテンツ開発強化や受入環境整備に知見のある外部専門人材を登用し、課題解決を図る。加えて北東北DMOで構成する広域連携の枠組みを活用し、北東北を周遊できるような条件整備も進める。

DMOからのコメント

秋田犬ツーリズムは単純に観光客を増やすという観点ではなく、人口減少による地方の活力低下を観光という切り口で解決することを目指し自治体、地域住民や事業者と連携して取組を進めてきました。活動以来右肩上がり続けてきた旅行者は新型コロナウイルス感染症の影響により激減しましたが、逆に地域とのつながりは一層深まりました。秋田犬ツーリズムはこれからも「地域になくてはならない組織」として住民はじめ関係機関からの理解をいただきながら自治体と強力に連携した観光地域づくりを進め、「選ばれる地域」を目指してまいります。（専務理事 阿部拓巳）

お問い合わせ先

（一社）秋田犬ツーリズム

TEL:070-2020-3085

URL:<https://visitakita.com/>

(一社) 世界遺産平泉・一関DMO

[地域連携DMO]

マネジメント区域：【岩手県】一関市、平泉町



DMOの特徴

岩手県一関市、平泉町をマネジメントエリアとする地域連携DMO。

「一関平泉エリアを東北有数の観光地として確立させ、住民や旅行者が『豊かさ』を感じることができる持続可能な地域経営を行うこと」をDMOのミッションとする。

「平泉の世界遺産」として、仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群（中尊寺、毛越寺、観自在王院跡、無量光院跡、金鶏山）が平成23年6月に世界遺産に登録された。

通過型【点】の観光から滞在型【面】の観光へ転換を図るため、魅力ある地域の観光資源を活かしながら、観光地だけの立ち寄りからゆっくりと地域を楽しんでもらうための様々な取組を実施している。

▶一関駅前に人とアイデアが集う場所というコンセプトのもと、「一BA（いちば）」を立ち上げ、行政支援を受けず完全民間運営のもと地域の活性化を目指す

地域内外の人とつながり、アイデアから生まれる「今までにない」発想のもとにコワーキングスペースを展開。また毎年50強のオリジナルイベントも開催している。

またJNTO認定のインフォメーション機能、手ぶら観光・定額タクシー等の観光事業、地域特産品開発や物販販売等、地域活性化にむけた拠点としての役割を担っている。



▲一BA（いちば）

▶「もちの聖地・一関」を日本、そして世界に発信へ

平成28年に農水省のSAVOR JAPAN（食と農の景勝地）登録された一関地方の「もち食文化」は300種類以上の餅レシピが存在するもち文化の聖地である。全国もちフェスティバルの開催を始め、もち食推進会議事務局運営、国内・海外向けプロモーション等、DMOが先陣として運営に従事している。



▲全国もちフェスティバル

▶ランドオペレーター事業・着地型商品開発

地元観光事業者と連携しながら地域の魅力あるコンテンツに光をあて着地型体験旅行商品を展開すると共に、ランドオペレーターとして旅行AGTに対し当地域への旅行商品造成に向け素材提供ツアー受入、情報発信を展開している。



▲ランドオペレーター

▶物販事業・ふるさと納税事業

一関市のふるさと納税受託事業者として地元物販販売を盛り上げる他、オリジナル特産品や物販開発、地域事業者のアドバイザーや物販販売拡大に力を入れている。



DMOの取組における優先課題

▶ 閑散期対策

当地域はGWと秋の紅葉シーズンをハイシーズンとし年間200万人の観光客を集客しながらも、冬場の観光資源に乏しいことから、年間利益を冬場に打ち消してしまう事業者が多く、観光業が産業となりきれていない。年間を通じた誘客促進を行うことが、持続可能な地域経営には必要であると認識している。

▶ 宿泊客の獲得

世界遺産を有する平泉町における宿泊率は2%に留まっている。背景としては様々あるが、夜間、早朝のコンテンツが限られており、当地域への観光後は近隣の大型温泉施設を有する市町に流れてしまうことが一因となっている。

▶ 観光施策立案に向けたデータ活用

外国人観光客の基礎データの収集が各宿泊施設での把握のみとなっており、地域全体での動向を把握する基礎データが存在していないことが課題。



▲閑散期イベント

課題解決に向けた取組

▶ 冬における観光コンテンツの開発

冬季の閑散期対策として、「訪日外国人旅行者周遊促進事業」を活用し、平泉近隣の一関市が保有するスキー場を活用しインバウンド向けの「祭時雪上楽園」の整備を行い誘客に取り組みコンセプトづくりを行った（令和元年度は雪不足、令和二年度はコロナ禍により事業が途中中止。）

▶ ナイトタイム・モーニングタイムコンテンツ造成

東北運輸局との連携事業「大船渡線貸切列車で繋ぐ早朝の平泉と気仙沼サンセットクルーズ」との共同企画において、オリジナル行灯制作とそれを活用した中尊寺参道を夜に歩き最終的に夜の座禅を行うコンテンツ開発を行った。また早朝においては早朝座禅とサイクリングを組合わせた商品を造成等、着地型商品の充実を行っている。

▶ 決済データを活用した消費額の把握

令和元年度のキャッシュレス化を背景に、決済事業者と連携し、決済データから当地域における消費動向や消費額を把握し施策立案に活かしていく事業を「世界水準のDMO形成促進事業」を活用し取り組んでいる。



▲着地型商品整備

DMOからのコメント

重点支援DMOでは、岩手県で3DMOが選出。活動や課題を共有し定期的に意見交換を行っている。具体的な個別事業については今後順次展開していくこととなるが、地域事業者にとってもDMOと連携することで様々な事業展開が可能であることが理解されつつある。DMOとしてもふるさと納税の事業者連携の中で財源問題の解決を図りながら、単に観光だけではなく産業振興として地域と密着した取組を行っている。

お問い合わせ先

(一社) 世界遺産平泉・一関DMO

TEL:0191-345-345

URL:<https://hiraizumi-dmo.jp/>

(株) かまいしDMC

[地域DMO]

マネジメント区域：【岩手県】釜石市



DMOの特徴

株式会社として自らも「稼ぐ」ことで、「稼ぐ」地域を作り出す。
世界持続可能観光協議会 (GSTC) 基準に基づいた観光地経営。



－株式会社として自らも稼ぐことで、稼ぐ地域を作り出すDMO (DMC)

【研修事業】

釜石市への来訪動機となっており、同市への宿泊者数増に貢献している。

・テーマ① 防災、組織マネジメント、チームビルディング

東日本大震災の出来事や教訓を後世に伝える「いのちをつなぐ未来館」の施設管理について市から委託を受

けている。管理自体は利益を生み出すものではないが、自主事業として施設を活用した有料プログラムを実施している。

これらは、修学旅行の受入のみならず、企業研修や自治体研修としても内容を変更して提供している。

・テーマ② 観光地経営

「(株) かまいしDMCの取組」を研修事業化。これからDMOを設立したい地域等、全国の自治体、大学等を対象に実施している。

【地域商社事業】

次の施策により、DMOの運営費を捻出している。

- ①地元食材を活かしたジェラート販売
- ②ふるさと納税返礼品の開発・運用
- ③釜石市オンラインショップの運営
- ④個別企業への市特産品の納品

－世界持続可能観光協議会 (GSTC) 基準に基づいた観光地経営

【ディステーション・マネジメントを実践するうえでのGSTCの活用】

観光地経営を行うに際してサステナブルコーディネーターを置き、GSTC基準を鑑みつつ行政や関係者との調整を行っている。

マネジメント分野を以下の4分野に準じて、KPIを設定している。

- ①持続可能なマネジメント分野
- ②社会経済のサステナビリティ分野
- ③文化的サステナビリティ分野
- ④環境的サステナビリティ分野

温室効果ガスの排出を抑えるため、プラスチックを使わないイベントを増やしたり、釜石市の来訪者の往来時の交通での温室効果ガスの排出量をモニタリングし、排出量を削減する取組を強化していく。

DMOの取組における優先課題

- ・課題①：設立3年で自立するための財源確保
釜石市は人口30,000人、ベッド数1,000床程度の規模感であり、規模的にインアウトともに小さく、かつ観光流入は夏の短期間に集中している。
- ・課題②：観光人材不足
体験プログラムが実施されているものの、これを円滑に実施するための観光人材が不足しているため、開催日が限定的で収益化にはほど遠い状況である。

課題解決に向けた取組

課題①に対する方針

旅行業のみでは組織運営のための財源確保が難しいと判断したため、地域商社事業を強化し、キャッシュフローを確保することとした。

- － 取組
地域資源・生産加工会社の製造・調達能力を把握
ISO27001の取得（情報の管理、個人情報保護の国際基準）
ふるさと納税業務の受託（返礼品配送時の伝票作成手数料 R1年度 15百万円）
市内特産品のオンラインショップの開設（R2年12月～R3年3月 売り上げ 15百万円）
人員を夏季は観光（キャンプ場運営）、冬季は地域商社部門で活用（ふるさと納税業務）
- － 122千円の売上げ（地域商社部門 令和2年度）
- － 日鉄興和不動産とのワーケーション事業協定の締結（空き家店舗の活用）

課題②に対する方針

津波伝承施設等の指定管理を受託し、運用のなかで来訪者の受入れ体制を構築する。

- － 取組
市内4施設の指定管理を受託
地域のNPO等との連携運用により体験プログラムの運営およびガイド案内の分散化を行う。
管理スタッフと地域人材とで修学旅行等の受入れを実施
- － 修学旅行・企業研修5,162名、体験プログラム1,102名（津波避難道体験が一番人気）（令和2年度）



DMOからのコメント

岩手県釜石市の地域DMOである当社は、観光地経営にGSTC基準を取り入れ、スタッフとの協議の際も当該基準がベースになり、共通言語として語られるため、意思疎通の面で特に有用であると感じています。

お問い合わせ先

(株) かまいしDMC

TEL:0193-27-5260

URL:<https://kamaishi-dmc.com/>

(一社) 雪国観光圏

[地域連携DMO]



マネジメント区域：【新潟県】湯沢町、南魚沼市、魚沼市、十日町市、津南町【群馬県】みなかみ町【長野県】栄村

DMOの特徴

新潟県湯沢町、南魚沼市、魚沼市、十日町市、津南町、群馬県みなかみ町、長野県栄村の3県7市町村をマネジメントエリアとする広域DMO。

「真白き世界に隠された知恵と出会う」をコンセプトに、雪国文化を体感できる地域づくりを実施している。

▶食、宿泊施設、滞在プログラムに対する品質認証事業

「雪国A級グルメ事業」として、地域の風土・歴史・文化を料理や加工品に表現する「地域の宝」ともいえるお店、宿泊施設、物産品に認証を行っており、これまで37施設が認証されている。

宿泊施設の認証においては、訪日外国人に対する宿泊施設の品質認証制度である「SAKURA QUALITY事業」を50軒の宿泊施設を対象に行ってきた。

雪国ならではの生活や文化、伝統に根ざし、顧客満足度の高い滞在プログラムを「雪旅」として認証する事業を実施している。

▶第4回ジャパンツーリズムアワード大賞を受賞

登録DMOの先駆的な存在として、雪国の新たなブランドストーリーを3県7市町村が連携して構築するなど、持続可能な地域経営の取組で成果を上げている点と地域に根付いた暮らしや文化などの新たな価値を創造し、マーケティングにより明確な顧客ターゲットを設定、顧客ニーズにマッチした商品開発、品質管理などを徹底している点の2点が高く評価された。



DMOの取組における優先課題

▶滞在時間が短く、少ない消費額

魅力的な食資源、雪や温泉などの自然資源に恵まれ、首都圏からのアクセスもいいことから人気のエリアだが、その大半が日帰りや1泊2日の旅行スタイルであり、滞在時間が短く消費額が少ない。

▶コロナ禍との共生を前提とした観光地域づくり

コロナショックによる影響は、雪国観光圏のマネジメントエリアにおいても甚大な影響を及ぼしている。コロナ禍における移動制限による収益減退を避けるために、コロナとの共生を前提とした観光地域づくりを加速させる必要がある。

課題解決に向けた取組

▶「雪国ガストロノミー」を基軸にしたワーケーション滞在実証事業

誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業（第二次）として、本事業を行った。雪国観光圏において磨かれてきたコンテンツである「雪国ガストロノミー」をワーケーション顧客に合わせて進化をさせ、安心安全の受入環境の整備を行い、働き方の柔軟性に応え新たな地域滞在型需要を生み出した。

▶スタディケーション&ワーケーションスポットとトレイルアクティビティの連携事業

誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業（第二次）として、本事業を行った。ワーケーションとトレイルアクティビティを融合したダイナミックパッケージに、スタディケーションを含めることで家族全員が気兼ねなくバケーションを楽しめるコロナ禍の新しいリモート環境の整備を行い、雪国観光圏ならではの自然や暮らしの観光資源を活かしたコンテンツ群を造成した。

DMOからのコメント

観光庁補助事業の活用による事業支援や情報提供、個別に相談対応等の支援をいただいた。

お問い合わせ先

一般社団法人雪国観光圏事務局

TEL:025-785-5353

URL:<http://snow-country.jp/>

(一社) 金沢市観光協会

[地域DMO]



マネジメント区域：【石川県】金沢市

DMOの特徴

金沢市は、豊かな自然環境に恵まれ、藩政時代に確立された城下町のまちなみを今も色濃く残すとともに、加賀藩前田家の歴代藩主による文治政策で培われた伝統工芸、伝統芸能、食文化が、ほんものの日本たる金沢の個性を形づくっている。また、このような文化的秩序を重んじつつも新しいものを取り入れて時代を重ねてきた創造的で革新的な気風や刺激的でクリエイティブな雰囲気併せ持っていることが、まちの魅力を一層際立たせている。

地域DMOとして、金沢市のほか多様な関係団体、事業者等との連携のもと、新たな魅力を引き出すコンテンツの開発と人材育成、広域でのストーリー性のあるプロモーションの実施、ガイドをはじめとした受け入れ人材の強化など、地域DMOとして、多様な関係者と連携し、地域力の底上げにより「稼ぐ力」を引き出し、持続可能な観光地域づくりを推進している。

▶ 金沢版DMOマネジメント・マーケティング

- ・「金沢版DMOマーケティング会議」の開催
- ・会員意見交換会、セミナー、ツアーの開催
- ・「コト」商品の造成・磨き上げ
- ・食事、体験クーポンの販売、運営
- ・体感！金沢の旅、冬の旅キャンペーン開催
- ・金沢芸妓文化の発信
- ・地域事業者や通訳ガイド等の人材育成
- ・プロモーション
 - B to C デジタルマーケティング
 - B to B ファムトリップ、商談会
- ・『新金沢観光様式「安全・安心」取組宣言
～ゆとりゆったり癒し旅～』を策定
- ・富裕層向けコンテンツ造成
ナイトタイムエコノミー推進
ニューノーマル型プレミアムツアー



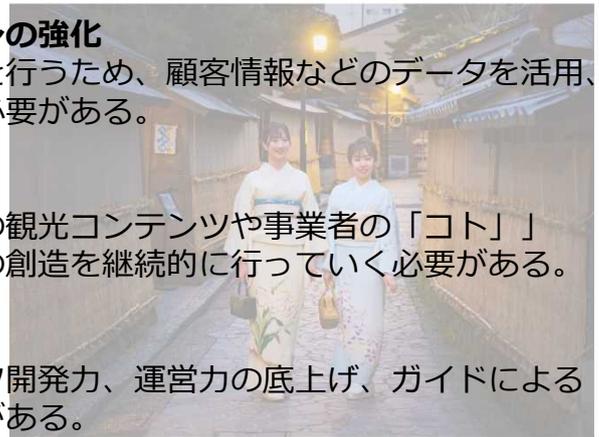
▶ 広域連携

- ・北陸・飛騨・信州3つ星街道：南砺市、白川村、高山市、松本市
- ・提携団体：（一社）南砺市観光協会、（公社）高岡市観光協会



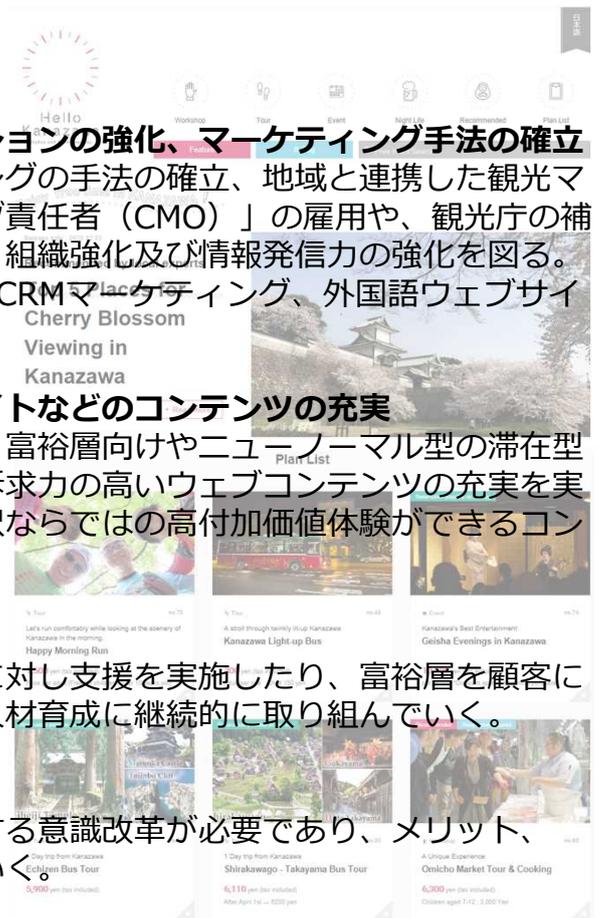
DMOの取組における優先課題

- ▶ **効果的なマーケティングによるプロモーションの強化**
 - ・ターゲットのニーズに合わせたマーケティングを行うため、顧客情報などのデータを活用、分析した上でプロモーション活動の強化を図る必要がある。
- ▶ **滞在型観光コンテンツの充実**
 - ・滞在時間や旅行消費額を増加させるため、既存の観光コンテンツや事業者の「コト」商品の磨き上げ及び新しい魅力あるコンテンツの創造を継続的に行っていく必要がある。
- ▶ **地域事業者や通訳ガイド等の人材育成**
 - ・リピーター獲得のため、地域事業者のコンテンツ開発力、運営力の底上げ、ガイドによるおもてなし力の強化を継続的に行っていく必要がある。



課題解決に向けた取組

- ▶ **専門人材の登用による組織強化及びプロモーションの強化、マーケティング手法の確立**
 - ・専門人材として、科学的、効果的なマーケティングの手法の確立、地域と連携した観光マネジメントに取り組むため「最高マーケティング責任者（CMO）」の雇用や、観光庁の補助金を活用した外部専門人材を登用することで、組織強化及び情報発信力の強化を図る。また、PDCAサイクルの確立やデータを活用したCRMマーケティング、外国語ウェブサイトのSEO対策などにも取り組んでいく。
- ▶ **滞在型コンテンツや「コト」商品、ウェブサイトなどのコンテンツの充実**
 - ・コンテンツ造成の専門家等のアドバイスを受け、富裕層向けやニューノーマル型の滞在型コンテンツの造成、「コト」商品の磨き上げ、訴求力の高いウェブコンテンツの充実を実施している。旅行者の満足度を上げるため、金沢ならではの高付加価値体験ができるコンテンツ造成に取り組んでいる。
- ▶ **地域事業者や通訳ガイド等の人材育成**
 - ・地域事業者の着地型旅行商品の造成や講座受講に対し支援を実施したり、富裕層を顧客に持つスーパーガイド等専門家による研修などの人材育成に継続的に取り組んでいく。
- ▶ **市民生活との調和した持続可能な観光振興**
 - ・持続可能な観光振興に向けて、市民の観光に対する意識改革が必要であり、メリット、デメリットなどを含めて住民啓発に取り組んでいく。



DMOからのコメント

これまで地域DMOとして、地域の多様な主体を巻き込み、稼ぐ力を高めるため、消費単価の向上と滞在時間の増加を目指して、魅力あるコンテンツづくり、効果的なプロモーション、受け入れ人材の強化に努めてきたが、今回重点支援DMOとして選定されたことで、各種支援制度の情報提供やアドバイスをいただき、また有識者とのネットワークづくりが進むなど、一段上の視野をえることができた。今後、様々な取組を発信することで、多様な連携や事業の横展開に資するような取組も行っていきたい。

一般社団法人金沢市観光協会 副理事長兼専務理事 八田 誠

お問い合わせ先

(一社) 金沢市観光協会



TEL:076-232-5555

URL:<https://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/>

(一社) 信州いいやま観光局

[地域連携DMO]

マネジメント区域：【長野県】中野市、飯山市、山ノ内町、信濃町、
飯綱町、木島平村、野沢温泉村、栄村
【新潟県】妙高市



DMOの特徴

雪国風土が育んだ共通の歴史文化をもつひとつの文化圏「信越自然郷」として、飯山駅を中心とする半径20km圏内の長野県・新潟県の9市町村で連携し、通年での滞在型観光地域づくりを行っている。『千年風土の豊穡の地』をコンセプトに、自然/アウトドア、食、リラクゼーションを地域の魅力の柱として、地域ブランディングやアクティビティ商品開発や体験プログラム造成等を実施。

信越自然郷エリアの各市町村 自治体、商工団体、農業団体で組織する信越9市町村広域観光連携会議事業部会と連携し、事業計画の策定、事業推進および事務局業務を担う広域観光部局を設置し、登録DMO（観光地域づくり法人）の機能を担う。飯山駅観光交流センター（信越自然郷飯山駅観光案内所、信越自然郷アクティビティセンター）を中心とする収益事業に併せて、公益事業を推進している。以下で事業の一部を紹介する。

①国内最大級のスノーリゾート「信越自然郷スノーリゾート」事業

信越自然郷エリア内にある39のスキー場と連携し、一大スキーエリアとして国内外へ向けた情報発信、周遊促進、滞在時間延長に向けた事業を実施。DMOが中心となり企画販売する共通リフトクーポンの販売収益にてエリアブランディング構築のプロモーション（エリア全域のリアルタイム積雪情報発信、イベント告知等）を実施している。

②広域エリア サイクルツーリズム事業

本格的なロングライドやヒルクラム、観光サイクルコースなど広域エリア全29のサイクリングコースを設定。更なる利用促進を図るためにサイクルステーションの設置やキャンペーンなどプロモーション事業の実施。更には3市2町3村12施設の広域エリアにまたがるレンタサイクル乗り捨てサービスを展開。

③新たな観光コンテンツの造成

ロングトレイル「信越トレイル」のパッケージ化による海外ツアー誘致や雪上自転車「雪チャリ」の導入など、地域内のアウトドア事業者（約40事業者）と連携し旅行商品化に取り組んでいる。

DMOの取組における優先課題

▶DMOとして求められている事と本来的な役割の明確化

- ・広域DMO、地域DMO、9つの行政・観光協会との役割分担
- ・マーケティング、デジタルプロモーション等、専門的スキルを持った人材の不足
- ・観光事業者、観光協会、行政担当者への観光誘客事業におけるリスク管理の必要性の啓蒙

▶公益事業と収益事業が混在している組織経営の方向性

- ・組織経営をマネジメントするキーマンの不在
- ・事業モデルと経営形態を変革する道筋を示してくれる人材の獲得

▶財源確保

- ・CFOの専従化の必要性
- ・DMO運営選任者の雇用に向けた、追加財源の確保が必要

課題解決に向けた取組

▶リスクマネジメント講習会の開催

観光事業者に関わる「リスク管理」の全体像が見えておらず、経験等からでしか導かれていない漠然とした対策/管理法での事業運営となっていたことから、広域周遊観光促進のための専門家派遣事業を活用してリスク管理の専門家を招請し、令和3年2月24-25日の2日間をかけて、リスクマネジメント講習会を開催。信越自然郷エリア内のアウトドア事業者を中心に25名が参加。また、信州いいやま観光局主催企画についても個別に助言を受け、問題点を明確にし、令和3年度のイベントや旅行企画に反映させることができた。今後は専門家の方に策定頂いたチェックリストを基に管理状態を把握し、観光事業の運営に取り組んでいく。

▶組織経営マネジメントの専門家派遣を要望

DMOとしての機能を十分に発揮させるための組織編制や、経営の問題点を再整理するために、広域周遊観光促進のための専門家派遣事業で要望できないかを観光庁に相談。該当する専門家がおらずに派遣には至らなかったが、地域経済活性化支援機構（REVIC）を紹介いただき、2回のオンライン会議を実施。R3年度では、助言を基に組織内での事業精査を進めると共に、引き続き該当する専門家の派遣を要望したい。

DMOからのコメント

重点支援DMO登録以降、観光庁担当者による個別ヒアリング、助言を受けることができ、課題とその根本について再整理する機会を得た。DMOとしては発展途上ではあるが、これまでの多様な取組やステークホルダーとの地道な関係構築等を評価してくださった事に感謝申し上げますとともに、他のモデルとなるDMO運営に向けて身を引き締めて取り組んでいきたい。（飯山駅観光交流センター所長、CMO 高野賢一）

お問い合わせ先

（一社）信州いいやま観光局

TEL:0269-62-7000

URL:<https://www.shinetsu-shizenkyo.com/>

(一社) HAKUBAVALLEY TOURISM

【地域連携DMO】

マネジメント区域：【長野県】大町市、白馬村、小谷村



DMOの特徴

【取組体制】

長野県北西部、北アルプスの麓に位置するHAKUBAVALLEY（長野県大町市、白馬村、小谷村）は、エリア内に10スキー場を抱える日本有数のスノーリゾート。一般社団法人HAKUBAVALLEY TOURISM（以下HVT）は、平成31年に三市村、三市村観光団体、大北地区索道事業者協議会によって設立。

『世界から選ばれる山岳観光地の構築』のコンセプトのもと、外国人観光客の滞在環境の整備やプロモーションの更なる強化、通年にわたる安定した顧客の確保を目指し、観光地づくりを推進している。

観光関連事業の取組体制として、地域内の主要な観光関連事業者の集合体である観光三団体と索道事業者、三市村がDMOの構成員になっており、月一回定期的にHVT役員会を開催し協議の上、戦略を共有している。

また、長野県の重点支援DMOとなっており県との連携も強化するために定期的にアドバイザリーボードを開催し意見交換を実施している。

また、具体的な行動組織として、集客・接客合同専門委員会を立ち上げ、毎月、課題の掘り起こし、その解決のために、テーマ別に7つの小委員会を中心に、毎月協議検討を行っている。

【R2の取組】

令和2年はコロナ問題対応を優先して実施しました。エリア一体で感染防止対策を実施するためHAKUBAVALLEYクリーン認証を実施。3市村宿泊、飲食、小売等関係事業者491社に登録をいただきました。また冬期のスキー場従業員の感染対策を防止するため感染症対策の統一ルールも策定いたしました。

他に各小委員会で検討を進めた以下の事業を実施しています。滞在するだけでも楽しい「まち」の実現のために景観デザインコードを作成。3市村6か所に総合案内看板を設置、10スキー場内に案内、誘導サインを400点設置しました。

世界からの顧客を受け入れる環境の実現のためスキー場のバックカントリー統一ルールを制定、エリア統一のパンフレット、ホームページを作成しました。

他にはサステナブルツーリズムの実践としてSDGs小委員会ではエリア一体での持続可能な観光地域づくりへの取組としてHAKUBAVALLEYビジョンと中長期の目標を策定しました。

また、サイクルトレイル小委員会では夏期のインバウンド集客に向けた取組としてHAKUBAVALLEY内で新規開発が可能なサイクルトレイルを計画し既存のトレイルと結合するマスタープランを作成しており将来的には3市村をつなぐサイクルトレイル「新塩の道」の実現を目指しています。



DMOの取組における優先課題

HVTの取組は設立時に目標とした形成計画に沿った事業を推進することで進めてきたが、新型コロナウイルスにより外国人、日本人の入込は大きく減少した。

今後はこの入込の回復状況を予測することでそれに沿った具体的な対応策を検討することが最優先の課題となる。そして、回復状況を見据えた具体的な活動方針を立案し実行する事となります。

課題解決に向けた取組

(1) 活動方針の前提（国際航空運送協会（IATA）の予測を参考に回復予測を実施）
外国人来場者の回復は冬期は2025年、夏期は24年に19年（コロナ以前）の水準まで回復すると予想。

日本人来場客数の回復は冬期と夏期共に2025年に19年（コロナ以前）のレベルに回復すると予想、2021-22通年の回復速度が外国人来場客より早いと考えられます。

(2) 新型コロナウイルスへの対応

◆ 攻めの事業

国内・海外への営業活動

- 国内在住Expatsへ向けて媒体誌、SNSを使った誘客宣伝のより一層の強化（夏・冬）
- JNTO・長野県と連携して海外開催のBtoCイベントにWeb参加
- SNSを活用した海外への情報発信
- 開国後の海外セールスへの積極的参加の為の準備
- 国内日本人客誘客強化に向けて専門誌、SNS等で誘客宣伝の強化（夏・冬）

◆ 守りの事業

コロナウイルス対策強化

- HAKUBAVALLEYクリーン認証制度のブラッシュアップと地域へのより一層の普及
- 専門家を活用した講習会の開催
- 10スキー場統一ルールへのより一層の徹底
- 感染対策動画を作成し事業者への対策を普及
- 北アルプス圏域の病床確保に向けた要望書の提出

(3) 具体的な活動方針

① 周遊観光アルペンルート・塩の道との連携

当エリアはアルペンルートを経由して富山県・塩の道経由で糸魚川と隣接しており、両ルートとの連携強化による相互送客を実施

② 大町市イベントを基軸とした連携強化

今年度開催の北アルプス国際芸術祭、全線開通50周年を迎えるアルペンルートとの連携強化

③ 滞在するだけでも楽しい「まち」の実現

エリア内周遊バスの効率化・多言語化に向けた交通サイン統一

景観デザインコードモデル地区八方区街路灯整備、HAKUBAVALLEY八景の設定

八方MTBトレイルコース整備に参画、ガストロノミーツーリズム小委員会立上げと研究開始

④ 世界から顧客を受け入れる環境整備

キャッシュレス、Wi-Fi環境整備、夏期アンケートの実施、ワンストップで予約・決済できるWEBサイト構築準備

⑤ サステナブルツーリズムのブランドづくり

SDGs地域への普及・啓発チェックシートの作成、感染症対策の推進

DMOからのコメント

HAKUBAVALLEYを「世界から選ばれる山岳観光リゾート」にするため「観光の3市村統合」を通して国内外からの通年集客を目指しております。今年度は新型コロナウイルスの感染からの回復状況を見据えながらプロモーション計画を策定しインバウンドの集客を進めます。(事務局長 藤澤正広)

お問い合わせ先

(一社) HAKUBAVALLEY TOURISM

TEL:0261-71-1898

URL:<https://www.hakubavalley.com/>

(一社) 佐渡観光交流機構

[地域DMO]

マネジメント区域：【新潟県】佐渡市



DMOの特徴

【経営理念】

私たちは、佐渡の文化、歴史、その風土から生まれた先人の知恵や地域の声を活かし、佐渡全体を観光地として経営する視点を持って、佐渡の明るい未来を創造し、地域の利益のためのプラットフォームとなる活動をしてまいります。

【経営方針】

佐渡の資源を掘り起こし、地域にとっての価値を高める結果に対して約束します。

2018年4月の認定より観光地マスタープランを設定し、地域の声を拾い上げ、行政の区分けにこだわらず、実現に向けて動き、地域に儲けてもらう組織として、上記の経営理念や経営方針を策定している。ROIとして経済効果および雇用創出効果を設定し、入島経路が限られている条件を活かし、佐渡島以外はすべてインバウンドであるという概念の元、ターゲットの選定やブレない戦略を設定して実行に移している。**観光データについてはホームページ上で公表**し、NPS（推奨度）を2018年度より採用している。今後は産学連携を図っていく。

食や文化、歴史など多様な資源（モノ）がある日本の縮図である、佐渡の強みを活かし、**メインコンセプト【日本の全てがここにある～PURE JAPAN】を設定し**、タビマエ、タビナカ、タビアトのそれぞれのステージで、地域にカネが回り、ヒト（関係人口）が暮らすように旅することを目標にしている。**2020年 重点支援DMOに選定された。**

1. コロナ対策

インバウンドの再開後を見据えて、2020年5月に安心安全の島として佐渡島全体の衛生安全基準**【佐渡クリーン認証】を日本で初めて制定し**、**【Live Together】などの新しい生活様式の動画を日本で初めて製作しターゲット国に配信**している。広報については、JNTOの現地事務所との連携も図り、毎月国内外にプレスリリースを配信している。

2. 関係人口増加と観光による外貨獲得

観光地域づくり法人が管轄する**域外会員数としては日本一の3万6千人のさどまる倶楽部会員数**を管理運営している。観光地域通貨であるだっちゃんコインを使えるさどまる倶楽部アプリを使うことで、**島内地域企業に限る154店舗で利用することが出来る。会員は佐渡汽船の割引をはじめ、島内40か所以上で特典を受けることができる。**ターゲットである台湾・ヨーロッパ向けに**繁体字版や英語版も準備**できており、外貨の交換が不便な島内のキャッシュレス事情も解決できるようにしている。関係人口創出の事業としてSADOKOIを開催（都内関係人口と島民のコミュニティの創出）を行なっている。

3. 世界遺産登録に向けた受け入れ環境の充実に向けた取組

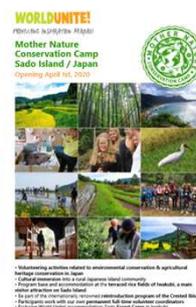
世界遺産対象地域の古民家再生の取組を行なっている。MICEとして、島外企業との研修事業を推進しており、現在課題最先端の島として企業からワーケーションの場所として注目も浴びている。

島外島内企業の融和および投資の拡大も広がっている。また誘客多角化事業を活用し、来るべきインバウンドの復活に向けて、富裕者層向けのメニューを開発しており、今後JNTOの現地事務所との連動や広報活動により、関係人口→定住人口への取組を行なっていく。



佐渡における観光の経済効果

世界文化遺産登録2022年（令和4年）にむけて
 ・雇用誘発者数 5000人 1.2倍増
 ・経済波及効果 500億 1.1倍増



DMOの取組における優先課題

▶世界遺産登録に向けた観光地域づくり（文化・景観を遺した宿泊施設等整備）

2023年に佐渡金銀山の世界遺産登録が見込まれているが、現状のままでは登録候補地区においては宿泊施設や観光客向け飲食等の施設の大幅な不足が見込まれている。また、主な地区である相川は古民家が多く残り、江戸時代から明治にかけて建物の老朽化・空き家化で再開発が必要となっている。現在観光地域としては未整備でありこのままでは世界遺産登録後に、観光公害の危険があり、急激な観光客増加とそれ以後の急激な観光客減が想定され、総合的な観光地域としての持続成長可能な整備計画の策定が急務である。

▶今後の財源の在り方に関する合意形成

現状、予算の殆どは佐渡市および国や県の拠出によるものであり、観光行政の予算の減少が見込まれる中、持続可能な財源の目途が立っていない。会費収入は全体予算の1割にしかならないが、合併前の旧観光協会毎に地域の会費負担額に大きな差があり、近年は疑義があがっている。また本年のコロナの影響もあり会費全額を返還した。このような状況では、DMOとしての活動に充てられる予算が観光行政の委託費が中心になり、自主的なマネジメントを行えるか問題である。

▶地域経済循環率の改善

佐渡市の地域経済循環率は63.5%（2013年RESUS）。人口は毎年1000人規模で減っている。DMOが地域に利益をもたらす組織であるとする、現在行っているCRMをより高度化し、社会増を目指し、顧客の定着化および関係人口増大と経済のブロックチェーン化が課題になっている。

▶高度専門人材が活躍・定着しない組織環境

従来の観光協会の求める人物像や環境が現在のDMOのものとは違うことから、就業環境（人事制度や採用など）の変革が必要となっている。

課題解決に向けた取組

▶世界遺産登録に向けた観光地域づくり（文化・景観を遺した宿泊施設等整備）

外部専門人材を活用し、世界遺産地域だけではない、佐渡全体のコンセプトおよび空き家と古民家の活用の合意形成から仕組み作りまでを佐渡市、および外部企業との連携を通しておこなっている。すでにいくつかの古民家は佐渡市の計画と連携しながら、改善予定である。現在様々な企業が地元と連携しながら、古民家再生計画を作り、世界の富裕層およびノマド層に向けて情報発信をおこなっている。

▶DMO 活動財源の明確化（既存会費等の整理と新財源の検討）

2020年夏に財源の検討専門部会を立ち上げ、宿泊税や入域税の可否に向けた検討を開始している。

検討会を効果的に動かすための外部有識者として、専門家派遣事業を活用し専門家の山田雄一氏の派遣を受け推進した本検討に係る経費の一部は、観光庁「専門家派遣事業」により支援を得た。

▶日本観光振興協会と連携し、D-Nextを2021年1～3月に調査をおこなった。マケプランの精査をおこなうと共に、さどまる倶楽部の会員DBを構築し、だっちゃコイン（観光地域通貨）を利用したブロックチェーンを構築しつつある。外国語版のアプリも作っており、更なる顧客の獲得とロイヤルカスタマー化を行うと共に、ECサイトの構築も視野に入れている。新潟県のICT推進補助金も活用して、R3年度には佐渡アイランドパスポート化を視野に入れている。

▶高度専門人材活躍のための戦略的人事制度の施行（人事・評価制度の改定）

R3年度開始から新たに高度専門人材を採用することを目的として、人事・評価制度と給与体系の新たに設計する。既存職員へのヒアリングを通して、課題を明らかにした上で、求める人物像や評価制度を設計し、理事会との調整を図った後に、2021年4月の施行を目指している。この取組において、ヒアリングおよびそれに繋がる制度設計を担う人材は、観光庁「世界水準のDMO形成促進事業」を活用して、外部から登用した。

DMOからのコメント

佐渡は世阿弥や順徳天皇、日蓮に代表される文化的な環境、佐渡金銀山から北前船における能や芸能、寺社仏閣、食文化に代表されるたくさんの方が集まってきた、日本のダイバーシティだったといえる場所です。

またジオパークに登録されている風土は、寒流と暖流の境目にあり、棚田やトキのストーリーに裏打ちされたお米や日本酒、りんごやミカンと一緒に取れるフルーツ王国でもあり、日本海は佐渡の生け簀と称される豊富な種類の魚が獲れる、実に多様性かつ日本の縮図といわれる場所です。

これまではその資源を活かすことができなかつたのが、この近年の観光客減少につながってきたと思います。きちんと調査検証をし、佐渡ならではの資源の発掘、地元の関係者との連携を行うことで、豊富な地域資源を結合、コラボレーションし、地域の利益のためのプラットフォームとして、新たな多様性かつ持続可能な島として、暮らすように旅することができる佐渡国としてしっかりブランディングをし、世界遺産登録までに関係人口を増やすことで、社会減を増加に転じ、地域にお金が落ちる仕組みづくりをしてまいります。



お問い合わせ先

（一社）佐渡観光交流機構

TEL:0259 23 5231

URL:<https://sado-dmo.com/>

(一社) 下呂温泉観光協会

[地域DMO]

マネジメント区域：【岐阜県】下呂市



DMOの特徴

下呂市全体に観光の力を浸透させるために、DMOとエコツーリズムを合わせた「E-DMO」の推進とデータ分析に基づいた検証可能なプロモーション戦略による滞在時間延長、顧客満足度の向上、旅行消費額の増加など来訪者を呼び込む流れを確立。

▶概要

年間約100万人が宿泊する下呂温泉を中心とした下呂市は、周辺有名観光地への周遊利便性も高く、観光立市として観光が基幹産業となっている。その中で下呂温泉エリアでは50年前より全宿泊施設における宿泊調査を実施し、そのデータを基に日々変化する観光市場に対し適切な営業を行う事で来訪者の安定が図られ、地域経済へ多大な効果がもたらされているのと同時に、全国における人気温泉地としての地位を確立している。

また、近年ではWEB関連のデジタルマーケティングにも着手し、従来のアナログマーケティングと合わせ、より精度の高いデータ分析を毎月のマネジメント会議によって、観光市場への適切なプロモーションへ繋げている。

こうした地域特性や地域経済のなかで、周辺の観光資源を持つ4地域(小坂・萩原・馬瀬・金山)と強い連携による整備・開発、情報発信ならびに受け入れ態勢(ガイドラインの作成等)の強化を行い、エコツーリズムとDMOによる「E-DMO」の活動により、来訪客を呼び込む流れを確立させ、プロモーション戦略と合わせることで、滞在時間延長、顧客満足度の向上、旅行消費額の増加につなげている。

▶DMOの活動・特徴・強み

①データ分析を基に日々変化する観光市場に対し適切なプロモーションを実施

－キャンペーン・イベント出展 年間約40回

－キャラバン(旅行会社営業活動) 年間約280件

－アクセス解析を基にしたデジタルプロモーションの実施

入湯税など財源確保ができており、年間2,700万円のプロモーションを毎年実施する体制が整っている。

②DMOとエコツーリズムの概念を合わせた「E-DMO」の推進及びSDGsの推進

－エコツーリズム・SDGsによる観光資源の掘り起しと持続可能な資源の保全・保護

－上記DMOの活動と連携した地域マーケティングによる持続可能なコミュニティの創出及び観光客の滞在時間延長、顧客満足度の向上となる活動の実施。

DMOの取組における優先課題

▶データ利活用におけるマーケティング人材の育成による地域経営の平準化

【課題の概要】

データを利活用し、現在実施している施策や戦略を検証、改善しながらPDCAが回せる人材の育成

【課題の背景】

5Gなどデジタル変革の加速化、デジタルマーケティング手法を活用した観光振興のニーズが増える観光市場において、更に無駄なく効果的なプロモーション活動をすることが必要であると認識。その中で、地域経営の平準化を目指す上でのマーケティング人材が課題であり、デジタル変革の加速化や観光市場のニーズの変化に対応し、いち早く旅行者のニーズを捉え、受け入れをコントロールする必要がある。

課題解決に向けた取組

▶「宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」 及び「データ利活用における人材育成及び観光振興事業」

【課題に対しての取組】

観光庁支援による「宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」において、データ収集・分析の精度と頻度が向上し、毎月1回の営業戦略会議でデータ分析によるプロモーション施策の判断が必要だったものが、毎日確認することが可能になった為、いち早く地域のニーズや観光市場を捉える基盤ができた。

【課題に対しての今後の取組】

令和3年度は、このシステムを最大限活用するためにデータの分析・戦略立案・効果検証などデータ利活用に必要な知識を持ったマーケティング人材の育成とデータ利活用による観光振興を目指す。具体的には、データ分析⇔アイデア出しを繰り返し、ペルソナ・施策をつくるワークショップを開催するなどいち早くニーズを捉え、地域経営の平準化を目指す。

DMOからのコメント

重点支援DMOとして観光庁と密な連携がとれたことにより、次年度の計画策定や支援内容に対していち早く地域に落とし込み、地域のデータ分析と照らし合わせ、無駄のない戦略策定計画をたてる事ができた。

お問い合わせ先

(一社) 下呂温泉観光協会

TEL:0576-24-1000

URL: <https://www.gero-spa.com/>