# 創意工夫豊かな地域の企画旅行商品の流通促進に関する検討委員会
# 報告書のポイント

**国内旅行市場の低迷**

## 課題

### 地域（観光地）

- 旅行会社主導の「受け身」の地域観光振興からの脱却が急務
- 地域観光振興に関するマーケティング・ノウハウの不足
- 「連携」・「協働」の対象とすべき旅行会社の相談窓口、ビジネスの手法、着眼点等に関する情報が不足

### 旅行会社

- 従来の発地中心のマス・セールス型ビジネスモデルから、着地中心の小ロット・多品種・高付加価値の旅行商品を軸としたビジネスモデルへの転換が急務
- 各地域推進主体や取り組み内容等に関する情報が未整理のまま氾濫
- 国内のランドオペレーター機能が未成熟

## 解決方策

### 地域観光マーケティング促進スキームの導入

- 地域の多様な主体を巻き込んだ、「攻め」の地域観光振興の体制整備
- 地域観光マーケティングのノウハウと旅行会社に関する情報をまとめたマニュアルの作成、及びそれに基づくセミナーの開催
- 各地の旅行商品の企画に活用できるアイデア・素材を掲載する「観光商品楽市楽座（仮称）」HPの開設、地域と旅行会社が一堂に会する商談会の実施等による、地域の情報発信機能強化

- 潜在力ある地域と、着地型旅行商品の開発に熱心な旅行会社とのマッチングシステムの構築

- 「販売代理業」から「購買代理業」への意識改革、新ビジネスモデル構築への機運醸成
- 受入体制が整い、オンリーワンの観光資源を有する潜在力ある地域に関する情報を抽出
- 地域密着型の中小旅行会社のランドオペレーター機能の育成

**各主体の相乗効果による、創意工夫豊かな地域の企画旅行商品の流通促進**

# 地域観光マーケティング促進スキームの流れ

**地方運輸局**
**地方整備局**

**「地域観光マーケティング促進セミナー」の開催**

○「地域観光マーケティング促進マニュアル」及び「地域観光マーケティング戦略シート」の配布と解説

○旅行業界の着眼点、担当窓口、商品造成サイクル等に関する情報の提供

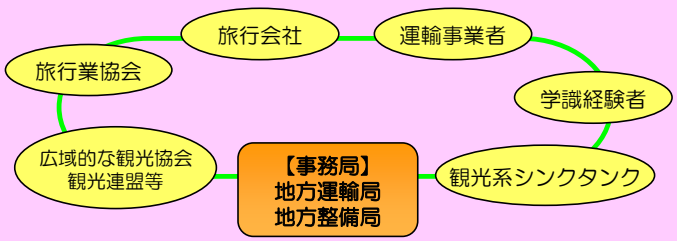
**地域の観光まちづくり推進母体**

**「地域観光マーケティング戦略シート」の作成・提出**

**観光まちづくりアドバイザリー会議**

**「地域観光マーケティング戦略シート」の評価、情報の収集・整理**

**「観光まちづくりアドバイザリー会議」の設置**




**アドバイザリー会議の審査を経て選定された、1～3地域に対する集中的なコンサルティングの実施**

○アドバイザリー会議による集中的なコンサルティング（＝観光まちづくりコンサルティング事業）の実施

○旅行会社の協力を得て、旅行商品化と誘客活動の実施

**地域に対する各種事業の実施**

○地域の要請等に応じて適宜、アドバイザリー会議によるアドバイスの実施

○地域の情報（商品化に向けたアイデアや担当窓口に関する情報、推進主体のHPへのリンク等）の、国土交通省のホームページ（＝「観光商品楽市楽座（仮称）」）への掲載

○各地域と旅行会社との商談会の開催

○観光ルネサンス事業等、国の支援策との連携

**各地域における取り組み**

**企画旅行商品としての流通**