

## （1）観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成

- I. 合意形成の仕組みにおいて、観光地域づくり法人が中核的立場になっていること（会議体を主導する等）
- II. 地域の多様な関係者で合意形成する仕組みを構築し、その仕組みの中に、  
①地域が「売り」とする観光資源の関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政  
以上①～④が原則すべて参画していること

## （2）データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立

- I. 少なくとも、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率のデータをすべて収集していること（また、WEBサイトのアクセス状況、住民満足度についてもデータを収集していることが望ましい）
- II. 戦略において設定するコンセプトが地域の強みや魅力を端的かつ分かりやすく表現していること
- III. 誘客マーケットに関するターゲット設定について、収集したデータの分析結果に基づいて設定していること
- IV. 上記（2）I～IIIを踏まえた適切な項目及び目標数値のKPIが設定されていること  
（※延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の4項目は必須とし、地域の実情に応じた適切な年次、目標数値、伸び率等が設定されていること。）
- V. 戦略の策定状況、KPIの達成状況、PDCAの実施状況について毎年評価・分析した上で、資料を作成し、書面により関係者と共有していること
- VI. PDCAの実施に際して、上記（2）Vの評価・分析に基づき、必要に応じて計画の見直しを行っていること。

## （3）関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーション

- I. 地域社会とのコミュニケーションを確保するために、地域住民を含めた関係者に対して、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進のための取組を実施していること  
※「広域連携DMO」及び単独都府県の「地域連携DMO」を除く。
- II. 上記（3）Iとして、観光地域づくり法人において自らの意義・内容・成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した資料を作成し、書面により関係者に説明・共有していること
- III. 戦略の共有を行う際には、その戦略に照らして、地域の多様な関係者が参画し、観光地域づくり法人が主導する合意形成の場において、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行っていること
- IV. 戦略を踏まえ、観光資源の磨き上げや地域が観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価が実施される仕組みや体制が構築されていること
- V. 情報発信・プロモーションについては、戦略に基づいて、観光地域づくり法人及び地域の多様な関係者が協働し、一元的かつ効率的に行っていること

## （4）法人格の取得、責任者の明確化、データ収集・分析等の専門人材の確保

- I. 法人格を取得していること
- II. 観光地域づくり法人の業績について対外的に説明責任を果たすため、最終的な責任者が明確化されていること
- III. データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）が専従で最低一名存在していること
- IV. 観光地域づくり法人の持続可能な運営のため、運営収支や安定的な運営資金の確保に関する財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）を設置していること

## （5）安定的な運営資金の確保

- I. 安定的かつ多様な運営資金を確保する手段として、特定財源（宿泊税、入湯税等の地方税、負担金）、自治体からの受託事業、収益事業、会費等が考えられるが、これらの財源を確保できる見通しがあること
- II. 運営資金のうち、行政からの支出による財源（補助金等）が過半を占めている場合は、自主財源の確保について関係自治体と共に具体的な検討が行われていること