

改正趣旨

- ・令和2年4月にDMOガイドラインが策定され、それから約3年が経過した中で、「観光立国推進基本計画」が令和5年3月31日に閣議決定されたこと等を踏まえ、今般、本ガイドラインを改正する。

主な改正ポイント

- 国内交流およびインバウンド需要の取り込みによる交流人口・観光消費額の拡大の重要性を明記。
- KPI設定にあたって、訪日外国人旅行消費額単価など、人数に依存しない指標(質の向上)を設定することの重要性を明記。

<重要施策>

【観光DX】

- 旅行者の利便性向上及び周遊促進、観光地経営の高度化等の観光分野のDXの推進の重要性を明記。
- 戦略策定にあたって、デジタル化やDXを推進するための要素を盛り込むことの重要性を明記。
- 地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するウェブサイトの構築の重要性を明記。

【持続可能な観光】

- 地域と旅行者の双方が観光のメリットを実感できる観光地を持続可能な形で実現していくことの重要性を明記。
- 戦略策定にあたって、国際的な認証・表彰(※)の取得に向けた取組を盛り込むことの重要性を明記。
(※) JSTS-Dロゴ、グリーン・ディステーションズ、ベスト・ツーリズム・ビレッジ)

【財源確保】

- DMOが戦略策定等の活動を自律的・継続的に行うために、安定的かつ多様な運営資金を確保することの重要性を明記。
- 自主財源の例として、ランドオペレーター等が地域に存在しない個別事業の積極的な実施や、道の駅の管理・運営業務やふるさと納税事務等を明記。
- 自主財源の確保に向けて、具体的な行動計画を策定し、計画的に取り組むことの重要性について明記。

<その他>

- CMOの役割について、「データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者」であることを明確化。
- 候補DMOでなくとも、全ての登録要件を満たしていれば、直ちに登録DMOへの登録が可能である旨を明記。
- 事業報告書の提出時期について、「毎事業年度の終了後4か月以内」と明確化。