

# 観光地域づくり法人の 機能強化に関する論点

---

旅行者に、地域の文化や生業等に触れてもらうことで、地域住民も、その価値を再認識し、自らの地域等を誇りに感じる

→ 地域の更なる魅力向上を通じて、旅行者・地域住民の双方の好循環を実現

旅行者

観光等で地域を訪問

地域の魅力向上による更なる誘客

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域

地域住民

地域における当たり前の日常

- ・自然、風景、歴史・文化、街並み
- ・郷土料理
- ・農業、漁業など地域で営まれてきた生業

非日常の体験・感動  
相互交流・理解  
⇒ 意識の変化

自らの文化・地域への誇り

- ・地域の良さ・特別さの再認識
- ・地域への誇り、幸福感の実感
- ・地域の環境、文化・生業等の維持・保全
- ・地域関係者の所得向上・住民福祉の向上

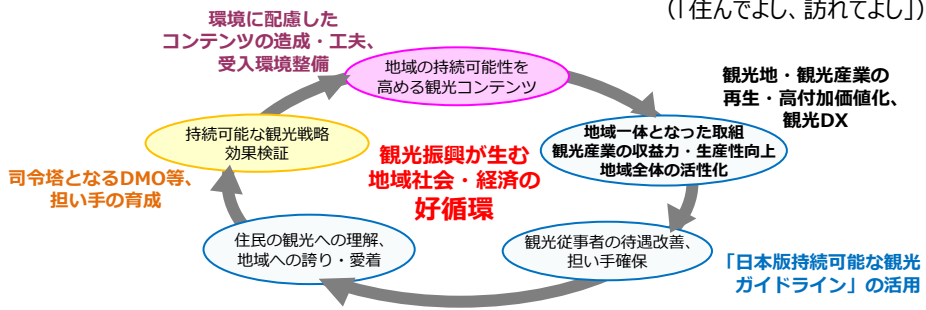
計画期間：  
令和5~7年度  
(2023~2025年度)

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱、地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、**我が国の観光を持続可能な形で復活させる**。
- **大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。**

## 基本的な方針

### 持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の**収益力・生産性を向上**させ、**従事者の待遇改善**にもつなげる  
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- **地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立**させる  
(「住んでよし、訪れてよし」)



### インバウンド回復戦略

- **消費額 5 兆円の早期達成**に向けて、施策を総動員する
- **消費額拡大・地方誘客促進**を重視する
- **アウトバウンド復活**との相乗効果を目指す

### 国内交流拡大戦略

- 国内旅行の**実施率向上、滞在長期化**を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる**新たな交流需要の開拓**を図る

## 目標

- **早期達成を目指す目標**：インバウンド消費**5兆円**、国内旅行消費**20兆円**
- **2025年目標** (質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
		③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
		⑤ 日本人の海外旅行者数	2019年水準超え
	国内交流拡大	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上
⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数		3.2億人泊	
⑧ 国内旅行消費額		22兆円	

## 主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内需要喚起
- ワークーション、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

## 目指す2025年の姿

- **活気に満ちた地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の先進地としても注目されている

## 観光地域づくり法人

(DMO : Destination Management/Marketing Organization)

### DMOの役割

**地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点**に立った

**観光地域づくりの司令塔**

「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン（令和5年4月3日一部改正）」（以下「DMOガイドライン」という。）より抜粋（P1・2）

### DMOの機能

- ①多様な関係者の合意形成
- ②各種データ等の収集・分析、データに基づいた戦略の策定、K P I の設定・P D C A サイクルの確立
- ③観光資源の磨き上げや交通アクセスの整備、受入環境の整備等の着地整備に関する地域の取組の推進
- ④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

「DMOガイドライン」より抜粋（P2）

### 視点

**地域経済の持続的な成長・活性化**

「DMOガイドライン」より抜粋（P2）

**幅広い分野と連携**

「DMOガイドライン」より抜粋（P2）

**効果的な地方誘客・旅行消費拡大**

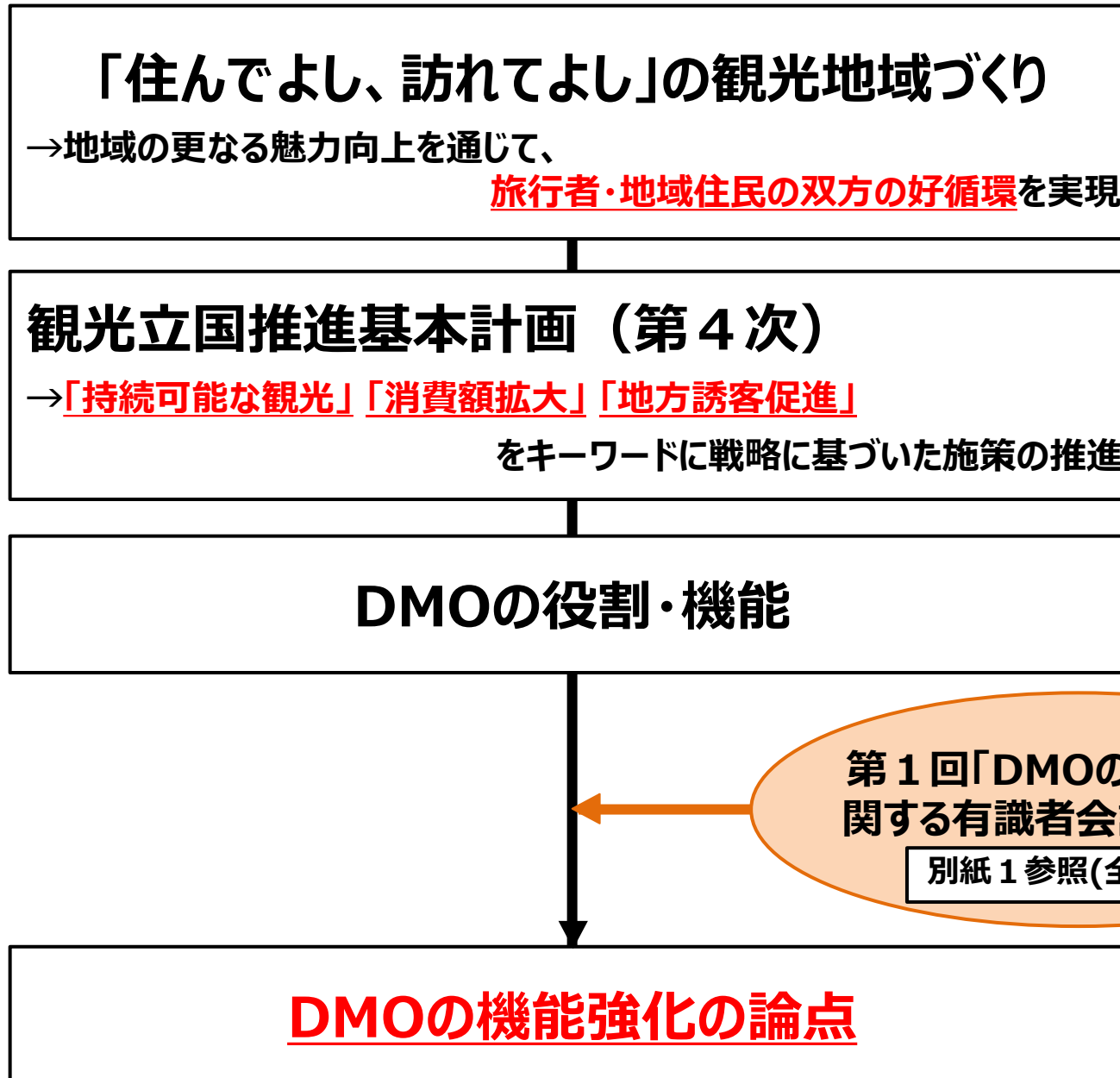
「DMOガイドライン」より抜粋（P2）

**関係者に対する説明責任**

「DMOガイドライン」より抜粋（P5）

**インバウンド需要の取り込み**

「DMOガイドライン」より抜粋（P6）



# DMOの機能強化の論点

- 1. 実行性のある観光地経営戦略を策定し、それに沿って取組を実施すべきではないか**
- 2. インバウンド誘客の基盤となる受入環境整備に力を入れるべきではないか**
  - ・多言語化（含ネイティブチェック）
  - ・キャッシュレス
  - ・Wi-Fi
  - ・シームレスサイト※
- 3. 消費拡大・地域裨益を促進すべきではないか**
  - ・価値に見合った値付け／付加価値の向上（観光コンテンツ、宿泊施設、地域産品等）
  - ・域内循環の向上
- 4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか**
  - ・組織ガバナンス
  - ・人材
  - ・財源
- 5. 各区分のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか**
  - ・インバウンド誘客
  - ・データ整備
  - ・戦略の整合
- 6. 多様な関係者の巻き込みを促進すべきではないか**
  - ・農林漁業
  - ・商工業（伝統工芸品等）
  - ・文化財

※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サイト

観光庁として、6つの論点について提示したところ

「個々の論点に対してどう解決するべきか（方策等）」  
についてご意見を伺いたい

※頂戴したご意見を踏まえ、次回会議にて観光庁としての  
対応案を提示する方針